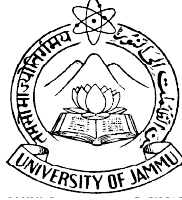


दूरस्थ शिक्षा निदेशालय
Directorate of Distance Education
जम्मू विश्वविद्यालय
University of Jammu
जम्मू
Jammu



पाठ्य सामग्री
Study Material
एम0 ए0 हिन्दी
M.A. (HINDI)

| | | |
|--|---|--|
| पाठ्यक्रम संख्या 304 Course Code. 304 Lesson No. 1 to 15 | Session- 2020 Onwards Title of Course Jansanchar पाठ्यक्रम शीर्षक जनसंचार | सत्र – तृतीय Semester - III Unit I to IV |
|--|---|--|

Dr. Anju Thappa
Co-ordinator
PG Hindi

इस पाठ्य सामग्री का रचना स्वत्व/प्रकाशनाधिकार दूरस्थ शिक्षा निदेशालय,
जम्मू विश्वविद्यालय, जम्मू –180006 के पास सुरक्षित है।

<http://www.distanceeducationju.in>

Printed and Published on behalf of the Directorate of Distance Education, University of Jammu, Jammu by the Director, DDE, University of Jammu, Jammu.

M. A HINDI

Course Contributors

Dr. Puran Chand Tandon

Lesson No. 1, 2, 3, 4, 8, 12

Professor & HOD Hindi

University of Delhi

Dr. Anju Thappa

Lesson No. 5, 6, 7, 9, 10, 11, 14

Associate Professor, DDE

Univeristy of Jammu

Dr. Rajni Bala

Lesson No. 13 & 15

Associate Professor

Department of Hindi

Univeristy of Jammu

(Review & Editing Lesson No. 13 & 15)

Dr. Anju Thappa

Associate Professor of Hindi, DDE

University of Jammu.

Review, Proof Reading and Content Editing

Dr. Anju Thappa,

Associate Professor of Hindi, DDE

University of Jammu.

- * All rights reserve. No Part of this work may be reproduced in any form, by mimeograph or any other means, without permission in writing from the DDE, University of Jammu.
- * The Script writer shall be responsible for the lesson / script submitted to the DDE and any plagiarism shall be his/her entire responsibility.

Printed by JK Revolution / 2020 / 1000

Course Code : HIN-304
Credits : 5
Duration of Examination : 3 Hrs.

Title : Jansanchar
Maximum Marks : 100
a) Internal= 20
b) External = 80

Syllabus for the Examination to be held in Dec. 2019, 2020 & 2021

पाठ्यक्रम का विवरण :

इकाई – 1

- जनसंचार: अर्थ,स्वरूप, जनसंचार की प्रक्रिया एवं महत्त्व, विभिन्न जनसंचार माध्यमों का परिचय।

इकाई – 2

- श्रव्य माध्यम: स्वरूप और विशेषताएँ, रेडियो का विकास, रेडियो नाटक, समाचार लेखन, उद्घोषणा लेखन, श्रव्य-माध्यम में भाषा की प्रकृति, साहित्यिक विधाओं का रेडियो में रूपान्तरण।

इकाई – 3

- दृश्य-श्रव्य माध्यम : स्वरूप और विशेषताएँ टी. वी. और सिनेमा का विकास, पटकथा लेखन, विज्ञापन लेखन, टी.वी. नाटक और धारावाहिक दृश्य-श्रव्य माध्यमों में भाषा की प्रकृति,रेडियो और टी.वी. सिनेमा के लिए रूपान्तरण की प्रक्रिया में अन्तर।

इकाई – 4

- कंप्यूटर : परिचय, उपयोग, कम्प्यूटर का इतिहास, इंटरनेट का सामान्य परिचय, इंटरनेट पोर्टल ई-मेल, डाउनलोडिंग और अपलोडिंग, हिन्दी के प्रमुख इंटरनेट पोर्टल।

(i)

3

प्र. प्रश्नपत्र का प्रारूप इस प्रकार होगा :

- प्रत्येक इकाई से शत-प्रतिशत विकल्प सहित एक एक दीर्घ उत्तरापेक्षी - $10 \times 4 = 40$
- प्रत्येक इकाई से शत-प्रतिशत विकल्प सहित एक एक लघु उत्तरापेक्षी - $6 \times 4 = 24$
- प्रत्येक इकाई से शत-प्रतिशत विकल्प सहित चार अति लघु उत्तरापेक्षी - $3 \times 4 = 12$
- विकल्प रहित पूरे पाठ्यक्रम पर आधारित चार वस्तुनिष्ठ प्रश्न - $1 \times 4 = 4$

जनसंचार अर्थ एवं स्वरूप

- 1.0 रूपरेखा
- 1.1 उद्देश्य
- 1.2 प्रस्तावना
- 1.3 अर्थ एवं स्वरूप
- 1.4 तत्व
- 1.5 जनसंचार के कार्य
- 1.6 जनसंचार की बाधाएं
- 1.7 राष्ट्रीय विकास में जनसंचार की भूमिका एवं सम्भावनाएं
- 1.8 सारांश
- 1.9 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 1.10 पठनीय पुस्तकें
- 1.1 उद्देश्य

संचार समाज की मानसिक अवस्था, वैचारिक चिंतन की प्रवृत्ति संस्कृति तथा जीवन की विभिन्न दिशाओं को नियंत्रित करने में अपनी महती भूमिका निभाता है, वहीं वह व्यक्ति को समाज के साथ जोड़ता भी है, आज प्रिंट मीडिया एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने मानव जाति को विश्व ग्राम में परिवर्तित कर दिया है। इस पूरे अध्याय का उद्देश्य विद्यार्थियों को संचार के सैद्धांतिक और व्यावहारिक पक्ष का बोध करवाना है।

1.2 प्रस्तावना

यह अकाट्य सत्य है कि मनुष्य सामाजिक प्राणी है और संचार सामाजिकता की पहली शर्त। भाव और

विचार के परस्पर आदान-प्रदान की विभिन्न प्रक्रियाओं और अनेक माध्यमों के द्वारा ही जनसंचार की परिकल्पना की गई है। एक सामाजिक प्राणी होने के नाते मनुष्य समाज के लोगों के बीच अपने भावों और विचारों को बातचीत के माध्यम से ही अभिव्यक्त करता है। इसलिए संचार के बिना मनुष्य-समाज की कल्पना ही नहीं की जा सकती। संचार संस्कृत की 'चर' धातु से निर्मित शब्द है इस धातु का अर्थ 'चलना' होता है। यह 'सम्' उपसर्ग और 'आ' प्रत्यय के योग से बना है जिसका अर्थ सम्यक ढंग से चलना होता है। समाचार-पत्र, लिखना-पढ़ना, रेडियो-टेलीविजन पर कार्यक्रमों को देखना-सुनना, नाटकों को देखना, नेताओं के भाषण, इंटरनेट पर सूचनाएँ आदि जनसंचार के अंतर्गत आती हैं। संचार एक ऐसी जटिल प्रक्रिया का परिणाम है जिसके द्वारा दो या दो से अधिक लोगों के बीच अर्थपूर्ण संदेशों का आदान-प्रदान किया जाता है। ये संदेश संप्रेषक और प्रापक के बीच सामंजस्य और समझदारी बनाते हैं। पल-प्रतिपल व्यक्ति और समाज के बीच बढ़ता सामंजस्य और विरोध ही संचार के विकास का प्रमुख कारण रहा। वर्तमान समय में संचार के विकसित और नवीनतम रूपों ने संचार के कार्यों, उद्देश्यों को भी विकसित किया है। जनसंचार के अंतर्गत तीन प्रकार के माध्यम आते हैं – प्रिंट माध्यम, श्रव्य माध्यम एवं दृश्य-श्रव्य माध्यम।

1.3 अर्थ एवं स्वरूप

संचार शब्द संस्कृत की 'चर्' धातु से निकला है, जिसका अर्थ चलना या संचरण करना है। अंग्रेजी में इसके लिए कम्यूनिकेशन शब्द चलता है यह शब्द लैटिन के कम्यूनितास से जुड़ा है – जिसका अर्थ होता है – मनुष्य का मनुष्य के साथ व्यवहार, भाईचारा, मैत्रीभाव, सहगामिता एवं न्यायपरायणता।

लैटिन भाषा की *Communicare* क्रिया द्वारा निर्मित अंग्रेजी शब्द *Communication* वर्तमान सन्दर्भों में 'संचार' का पर्याय बनकर स्वीकृत हुआ है। सच यह है कि 'संचार' एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक सार्थक सन्देशों का संप्रेषण ही कहलाता है। इसकी विविध परिभाषाओं से पता चलता है कि विचारों, अनुभवों, तथ्यों एवं ज्ञानपरक संरचनाओं का ऐसा आदान-प्रदान, जिससे दोनों पक्षों को संदेश का सहजता से सामान्य ज्ञान हो सके तथा जिस प्रक्रिया के माध्यम से, संप्रेषक और संग्राहक के मध्य सामंजस्य तथा जागरूकता उत्पन्न हो सके, 'संचार' कहलाता है। इसके सम्बन्ध में विचार करने वालों में प्रमुख हैं – हावलैण्ड लूमिक और बीगल, जे.पॉल, लीगन्स, मैगीनसन, कौकीन और शॉ आदि।

आज बिना संचार के कोई कार्य नहीं हो सकता। टीड के अनुसार 'तरह-तरह के मस्तिष्कों को एक सामान्य उद्देश्य की प्राप्ति के लिए एक दूसरे के समीप लाना इसका लक्ष्य होता है।' इसके अभाव में प्रशासनिक समन्वय स्थापित नहीं हो सकता है। प्रभावी संचार-व्यवस्था के अभाव में प्रभावकारी नियंत्रण, पर्यवेक्षण और नेतृत्व नहीं हो सकता है। शाब्दिक अर्थ की दृष्टि से 'संचार' से अभिप्राय सूचना या समाचार देना है। ज्ञान के प्रचार-प्रसार के अर्थ में इसका प्रयोग किया जाता है। लोक प्रशासन में इसका कुछ विस्तृत अर्थ है। मिलट के अनुसार सांझे उद्देश्य की मिली-जुली समझदारी संचार है। इससे विचारों की समझदारी होती है। संचार-प्रक्रिया स्रोत और श्रोता दो छोरों के मध्य संचालित होती है।

जनसंचार से आशय है मास (Mass) मीडिया (Media) इसलिए जनसंचार हेतु जन-माध्यम जैसे – समाचार (पत्र), रेडियो, टेलीविजन आदि आवश्यक होते हैं, जो जनसमुदाय को उनकी रुचि के अनुरूप प्रभावित करते

हैं। यह व्यक्तिवाद का विरोधी है।

परिभाषाएँ

1. **जोसेफ डिनिटी** – “जनसंचार बहुत से व्यक्ति में एक मशीन के माध्यम से सूचनाओं, विचारों और दृष्टिकोणों को रूपान्तरित करने की प्रक्रिया है।”
2. **डी.एस. मेहता** – “जनसंचार का अर्थ है जन संचार माध्यमों – जैसे रेडियो, दूरदर्शन, प्रेस और चलचित्र द्वारा सूचना, विचार और मनोरंजन का प्रचार-प्रसार करना।”
3. **जार्ज ए. मिलर** – “जनसंचार का अर्थ सूचना को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँचाना है।”
4. **जवरीमल्ल पारेख** – “जनसंचार का अर्थ है जन के लिए संचार के माध्यम। इसमें जनता न तो निष्क्रिय भागीदार होती है और न ही प्रत्येक प्रेषित संदेश को आसानी से स्वीकार कर लेती है, बल्कि इन माध्यमों को प्रभावित भी करती है और प्रभावित भी होती है। आज के विकसित प्रौद्योगिकी के युग में व्यक्ति अकेले घर बैठे फिल्म देख सकता है और घर बैठे ही दुनिया से सम्पर्क कर सकता है।”
5. **“Communication is an exchange of understanding.”** — Coffin and Shaw.
6. **Eodwin emery** — “Mass communication is the art of transmitting information, ideas and attitudes from one person to another.”
7. **Keval J. Kumar** — “Halt communication and the life processes wither and die.”
टीड – का कहना है कि संचार का लक्ष्य समान विषयों पर मस्तिष्कों में मेल स्थापित करना है।
लारेंस ए एप्ली – के अनुसार संचार वह प्रक्रिया है – जिससे एक व्यक्ति अपने विचारों से दूसरे को अवगत कराता है।
लुई ए. एलन – का कहना है कि एक व्यक्ति के मस्तिष्क को दूसरे से जोड़ने का पुल संचार है।
थियो हेमन – का कथन है कि एक व्यक्ति से दूसरे की संरचनाएँ एवं समझ हस्तांतरित करने की प्रक्रिया संचार है।
न्य मैन एवं समर का कहना है कि दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच तथ्यों, विचारों, सम्मतियों अथवा भावनाओं का आदान-प्रदान संचार है।
एफ.जी.मेयर – के अनुसार माननीय विचारों और सम्मतियों का शब्दों, पन्नों एवं संदेशों के जरिए आदान प्रदान संचार है।

1.4 संचार के तत्त्व

- (i) **भाषा की बोधगम्यता** – सीधी, सरल, स्पष्ट एवं व्यावहारिकी भाषा इसका प्रथम तत्त्व है। इसके साथ कलात्मक भी हो। संचार माध्यमों में प्रचलित शब्दावली का प्रयोग हो, जो भाषिक क्षेत्र में प्रचलित हो। आवश्यक हो तो देशज शब्दों का भी प्रयोग हो। पारिभाषिक शब्दावली प्रयुक्त हो। प्रचलित विदेशी शब्द भी प्रयुक्त किया जाय। कृत्रिम भाषा न हो, न पंडितारू।
- (ii) **सम्प्रेषण की समस्या** – संचार-माध्यमों में सम्प्रेषण की समस्या बहुत बड़ी होती है। इसमें सभी क्षेत्रों से सूचनाएँ मिलती हैं। इसके साथ संचार का उद्देश्य है प्राप्त जानकारी का सर्वत्र पहुँचना। संचार-व्यवस्था वक्ता-श्रोता या दाता और ग्रहीता के बीच माध्यम का कार्य करती है। अतः इसके लिए संप्रेषणीय भाषा का प्रयोग आवश्यक है। सरल, स्पष्ट, अभिधामूलक, एक अर्थ को देने वाली भाषा हो, जिसको श्रोता सुनते ही समझ ले। उसमें प्रसाद गुण हो।
- (iii) **मानकीकरण** – संचार माध्यमों में भाषा के मानक रूप का प्रयोग होता है। साहित्यिक भाषा का भी नहीं। इसमें तो विधा या माध्यम के अनुरूप भाषा हो, सर्व जन प्रचलित और संप्रेषणीय हो। हर माध्यम की मानक भाषा होती है।
- (iv) **आधुनिकीकरण** – संचार-माध्यमों का तत्काल महत्त्व होता है। इसलिए इसकी शब्दावली प्रचलित शब्दावली होनी चाहिए। संचार-माध्यम नित्य नवीन सूचनाएँ पहुँचाते हैं। होने वाले आविष्कारों की भी सूचना इनसे दी जाती है। नये आविष्कार के लिए नयी शब्दावली का प्रयोग होना आवश्यक है। अतः संचार माध्यम में नवीन शब्द ग्रहण की क्षमता होनी चाहिए। इसकी भाषा अपने आप में समसामयिक हो। बोलचाल की हो। कविता, विवेचना और कथा की भाषा न हो। भाषा सहज और आकर्षक हो।

1.5 जनसंचार के कार्य

जनसंचार के प्रमुख कार्य अधोलिखित हैं :-

1. **सूचना का आदान-प्रदान** – विश्व की घटनाओं, सामाजिक गतिविधियों, जनमानस की गतिविधियों की सूचना का आदान-प्रदान जनसंचार माध्यम से ही होता है। यह जनमानस की समस्याओं को सरकार और सरकार की उपलब्धियों को जनता तक पहुँचाता है। आविष्कार, विकास-सम्बन्धी सूचनाओं से यह जनसामान्य को अवगत कराता है।
2. **मनोरंजन** – जनसंचार के विविध माध्यम आज मनोरंजन के प्रमुख साधन हैं। विविध प्रकार से ये जनमानस का मनोरंजन कर रहे हैं। इससे सहज मानसिकता का निर्माण हो रहा है।
3. **मूल्यांकन** – जनसंचार मूल्यांकन करता है – जिसके आधार पर प्रशासन/प्रशासक आदेश एवं निर्देश देते हैं। सुझाव, प्रतिवेदन, सिफारिशों, कार्मिकों के कार्य की निन्दा या प्रशंसा तथा मेमो, आदि मूल्यांकन के ही रूप हैं। प्रशासक इनका सम्प्रेषण कर प्रशासन को प्रभावी बनाने का प्रयास करता है।

4. **आज्ञा देना** – प्रशासक आदेश देने, कार्य की रीति निश्चित करने तथा अधीनस्थों को निर्देश देने का कार्य जनसंचार करता है। जब वह किसी को इस बात का संचार करता है कि क्या कार्य करना है या कौन सा कार्य किस प्रकार करना है तो वह निर्देश कहा जाता है। यह संचार उच्च से निम्न की ओर चलता है।
5. **प्रभावित और प्रोत्साहित करना** – संचार लोगों को प्रभावित एवं प्रोत्साहित करने का कार्य करता है। इसको इस प्रकार भी कहा जा सकता है कि प्रभावित और प्रोत्साहित करने के लिए संचार की व्यवस्था की जाती है।
6. **अन्य कार्य** – सम्बन्ध और पहचान का कार्य, संकेत का कार्य, पुनरावलोकन व स्पष्ट करने का कार्य, शिष्टाचार बरतने का कार्य, समारोह आदि करने का कार्य।

1.6 जनसंचार की बाधाएं

- (i) **भाषा** – संचार की अपनी भाषा नहीं होती है, व्यक्ति की भाषा से ही इसका कार्य चलता है, पर सभी व्यक्तियों की एक भाषा नहीं होती है। इसलिए संचार में बाधा आती है। कभी-कभी भाषा जटिल भी हो जाती है।
- (ii) **संचार की इच्छा का अभाव** – संचार एक निर्जीव माध्यम है। इसकी कोई अपनी संवेदना नहीं होती, विवेक नहीं होता, यह जड़ संदेश का वाहक या डाकिया है।
- (iii) **आकार तथा दूरी की बाधा** – संचार में स्वरूप और दूरी सम्बन्धी बाधाएँ आती हैं – जिससे सन्देश को आने-जाने में बाधा होती है। सन्देश या सूचना के स्वरूप बदलते रहते हैं।
- (iv) **भिन्नताएँ** – व्यक्ति-व्यक्ति में भिन्नता होती है। इससे भी सूचना के आदान-प्रदान में बाधाएँ आती हैं। सम्प्रेषण के लिए किसी-न-किसी स्तर पर समानता आवश्यक है।
- (v) **अन्य बाधाएँ** – संदेश का अर्थ विकृत करने तथा पारस्परिक समझ न पैदा होने देने वाली बात भी संचार मार्ग में बाधा का कार्य करती है। कर्मचारियों के बीच मधुर सम्बन्धों का अभाव भी इस पर प्रतिकूल प्रभाव डालता है। एक दूसरे के प्रति मन में चलने वाली दुर्भावना और गलतफहमी भी इसके अच्छे प्रभाव को बाधित करती है। यांत्रिक दोष से भी संचार-कार्य में कठिनाई उत्पन्न होती है।

बाधाओं को दूर करने के उपाय

1. जहाँ तक सम्भव हो सके सम्बन्धित व्यक्ति अथवा व्यक्तियों को प्रत्यक्ष रूप से संदेश, आदेश, निर्देश और सूचनाएँ आदि दी जाएँ।
2. जो भी संदेश दिया जाय, वह बोधगम्य अर्थात् सरल और सुबोध भाषा में हो।
3. संघटन में कार्यरत सभी व्यक्तियों के बीच मधुर एवं मानवीय सम्बन्धों का विकास किया जाय।
4. संघटन में प्रबन्ध के स्तरों में कमी होनी चाहिए, जिससे संचार को कम-से-कम स्तरों से गुजरना पड़े।

5. समय, परिस्थिति और आवश्यकता के संदर्भ में संचार के उपर्युक्त-से-उपर्युक्त साधनों अथवा माध्यमों का प्रयोग किया जाना चाहिए।

1.7 राष्ट्रीय विकास में जनसंचार की भूमिका एवं सम्भावनाएं

जनसंचार आज जन-जीवन से इतने व्यापक तौर पर जुड़ चुका है कि किसी भी राष्ट्र के विकास में उसकी भूमिका बहुत ही महत्वपूर्ण हो गई है। विश्व के अनेक देशों में आज रेडियो, टेलीविजन और सिनेमा जैसे माध्यमों का उपयोग शिक्षा के गुणात्मक सुधारों के लिए किया जा रहा है। जनसंचार विशेषज्ञों के वर्ग का ऐसा मानना है कि जनसंचार माध्यम हमारे भीतर काल्पनिक सोच पैदा करते हैं जिससे विषय के प्रति रुचि पैदा होती है। हमें कुछ और नया सीखने की प्रेरणा मिलती है।

समाचार-पत्रों, रेडियो और टेलीविजन कार्यक्रमों में विशिष्ट और योग्य व्यक्तियों के विचार शामिल होते हैं जिसका प्रसार आम व्यक्ति तक पहुँचता है। टेलीविजन और फिल्मों के कारण बच्चों और युवाओं में फैशन, चकाचौंध और प्रसिद्धि की चाह भी बढ़ती है। नौकरी और व्यवसाय के बारे में भी रेडियो, टेलीविजन तथा समाचार-पत्र और सूचनाएँ प्रसारित-प्रकाशित करते रहते हैं जिससे युवावर्ग या व्यापारी वर्ग को काफी मदद मिलती है।

रेडियो, सिनेमा, टेलीविजन, सूचना और खबरों के साथ जनसंचार माध्यमों के द्वारा लोगों का मनोरंजन भी होता है। विज्ञापन द्वारा रेडियो में राष्ट्रीय एकता तथा बचत की भावना पैदा की जा सकती है।

इसके माध्यम से लोगों में जागृति भी पैदा होती है। जनसंचार माध्यम के द्वारा स्वास्थ्य, परिवार कल्याण, टीकाकरण, सन्तुलित आहार तथा कृषि आदि से सम्बन्धित जानकारियाँ दी जाती हैं। यह समाज सुधार का कार्य भी करता है। नशाबन्दी, परिवार नियोजन, दहेज प्रथा आदि विषयों पर कार्यक्रमों के माध्यम से लोगों को जाग्रत किया जाता है। जिससे समाज सुधार हो सके।

प्रकृति प्रकोप से उत्पन्न त्रासदी के समय जनसंचार माध्यम प्रभावी भूमिका का निर्वाह करते हैं। बाढ़, अकाल, भूकम्प या युद्ध से सम्बन्धित कार्यक्रमों के प्रसारण द्वारा लोगों में सहानुभूति एवं सहायता का भाव जाग्रत करने का प्रयास किया जाता है।

सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि जनसंचार माध्यम आज जनता के इतने करीब आ चुका है कि विश्व के किसी कोने में बैठा हुआ आदमी मिनटों में पूरी दुनिया की खबरों से वाकिफ हो जाता है। जनसंचार ने पूरे विश्व को भूमण्डलीकृत कर दिया है।

जनसंचार की दृष्टि से 21वीं शती विशेष रूप से महत्वपूर्ण हैं। इसमें नित नए-नए आविष्कार और अनुसंधान हो रहे हैं। संचार-व्यवस्था में हो रहे परिवर्तन एवं विकास की तीव्रता के कारण अनेक उपलब्धियाँ प्राप्त हुई हैं तथा उनमें विकास की और भी सम्भावनाएँ बढ़ी हैं।

आज संसार में कई विकसित देशों में अन्तरिक्ष में उपग्रह छोड़ने की होड़ मची है। इसमें विकासशील देश भी पीछे नहीं हैं। इस दृष्टि से भारत का भी एक सन्तोषजनक प्रगतिपूर्ण प्रयास कहा जा सकता है। लगभग सौ से

अधिक देशों में इन्हीं संचार उपग्रहों द्वारा टेलीविजन सन्देश भेजे और प्राप्त किए जाते हैं। इनमें हजारों टेलीफोन चैनल हैं जिन पर अलग-अलग सन्देश भेजे जाते हैं। इनमें बहुत से रेडियो और टेलीविजन चैनल भी हैं। संचार उपग्रहों के कार्यक्रमों में अब तक सबसे महत्वपूर्ण कार्यक्रम इंटरलसेट संचार उपग्रहों का रहा है। ये व्यापारिक उपग्रह हैं जिनके 109 राष्ट्र सदस्य हैं और इन उपग्रहों द्वारा समस्त विश्व में लगभग 500 से अधिक केन्द्र एक-दूसरे से जुड़े हैं। कृत्रिम संचार उपग्रह की सहायता से टेलीफोन, रेडियो और टेलीविजन सन्देशों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक भेजना बिल्कुल ही आसान हो गया है। उपग्रहों की मदद से केबल टी.वी का लाभ भी मिल रहा है।

वर्तमान में विश्व में ऐसे संचार उपग्रहों का निर्माण भी हो रहा है जिनमें सैकड़ों टेलीविजन चैनल और लाखों टेलीफोन चैनल होंगे। इस समय विश्व के कई देशों में टेलीविजन के अतिरिक्त चैनलों पर शैक्षिक कार्यक्रम का प्रसारण हो रहा है। भारत में दूरदर्शन पर जो शैक्षिक कार्यक्रम आज प्रसारित किए जा रहे हैं। उपग्रह की सहायता से निकट भविष्य में उन्हें भी टेलीविजन के अतिरिक्त चैनल पर प्रसारित करने की सम्भावनाएँ हैं। कुल मिलाकर यह अनुमान लगाया जा सकता है कि निकट भविष्य में जनसंचार के विकास का मार्ग निरन्तर गतिशील होगा और इसके विभिन्न आयामों में अनेक सम्भावनाएँ विकसित होंगी।

1.8 सारांश

मनुष्य की विशिष्ट जैवकीय रचना, विचार – प्रक्रिया तथा सांस्कृतिक गुणों के सम्मिश्रण ने उसकी संचार-शक्ति को अभूतपूर्व विकास का वर्तमान प्रारूप प्रदान किया है। वस्तुतः वर्तमान विश्व का समस्त प्रशासन, जनसम्पर्क, सूचना प्रसारण और विपणन मुख्यतः जनसंचार पर ही निर्भर है। अतएव इस दशक में द्रुत संचार के अनेक उपकरण विकसित हो गए हैं। अब तक जिसे पत्रकारिता कहते थे, वह भी अब 'जनसंचार' रूप में परिणत हो गयी है।

1.9 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. जनसंचार के अर्थ एवं स्वरूप को स्पष्ट कीजिए।

.....

.....

.....

2. जनसंचार के तत्त्वों एवं प्रमुख कार्यों पर प्रकाश डालिए।

.....

.....

.....

3. जनसंचार की बाधाएं क्या हैं और उन्हें दूर करने के उपायों को स्पष्ट करें।
-
-
-
4. जनसंचार के स्वरूप को स्पष्ट करते हुए राष्ट्रीय विकास में जनसंचार की भूमिका और सम्भावनाओं पर प्रकाश डालिए।
-
-
-

1.10 पठनीय पुस्तकें

1. प्रयोजनमूलक हिन्दी – डॉ. अनुज प्रताप सिंह
2. जनसम्पर्क, विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम – एन.सी. पंत
3. सूचना, संचार और समाचार – मुकुल श्रीवास्तव
4. संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र
5. जनपत्रकारिता, जनसंचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित
6. रंगकर्म और मीडिया – जयदेव तनेजा
7. दूरसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी – डी.डी. ओझा, सत्यप्रकाश
8. प्रयोजनमूलक हिन्दी और पत्रकारिता – डॉ. दिनेश प्रसाद सिंह
9. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के सिद्धान्त – रूपचंद गौतम
10. संचार और पत्रकारिता के विविध आयाम – ओम प्रकाश सिंह
11. प्रयोजनमूलक हिन्दी : सिद्धान्त और प्रयोग – दंगल झाल्टे

.....

जन संचार की प्रक्रिया एवं महत्व

- 2.0 रूपरेखा
- 2.1 उद्देश्य
- 2.2 प्रस्तावना
- 2.3 संचार की प्रक्रिया
- 2.4 जनसंचार के कार्य/महत्व
- 2.5 सारांश
- 2.6 महत्वपूर्ण शब्दावली
- 2.7 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 2.8 पठनीय पुस्तकें
- 2.1 उद्देश्य

प्रस्तुत अध्याय के अध्ययनोपरांत आप जनसंचार की प्रक्रिया को समझते हुए मनुष्य के जीवन में जनसंचार का क्या महत्व है। इस लक्ष्य से पूर्ण रूप से अवगत हो सकेंगे।

2.2 प्रस्तावना

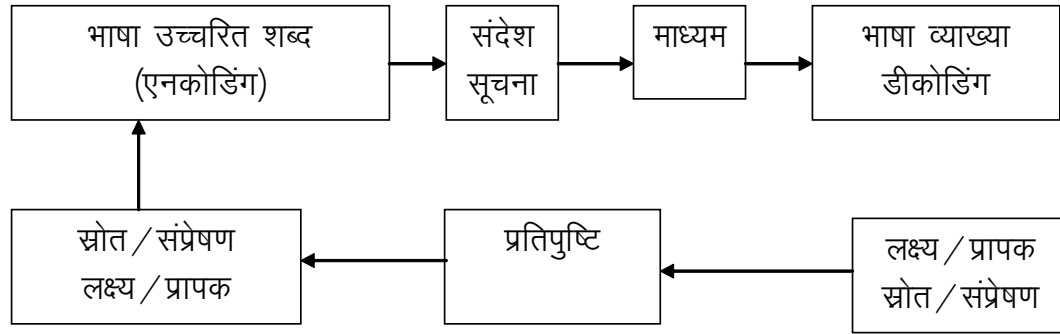
‘जन’ शब्द का अर्थ बड़ी संख्या में एकत्र लोगों के लिए प्रयुक्त होता है। यह अंग्रेजी शब्द ‘मास’ के पर्याय-रूप में जाना जाता है। यह व्यक्तिवादिता की पूर्ण समाप्ति का द्योतक है। ‘संचार’ इस मानव जीवन का एक महत्वपूर्ण अंग है। देखा जाए तो ‘संचार’ में जब ‘जन’ विशेषण को जोड़ा जाता है तो ‘जनसंचार’ बनता है। अर्थात् जनसंचार की प्रक्रिया विस्तृत स्तर तक फैले समूह तक होती है तो वह जनसंचार कहलाती है। जनसंचार में संदेश प्रेषित करने वाले और संदेशों को प्राप्त करने वाले में किसी भी प्रकार का संबंध नहीं होता फिर भी यह जनसमुदाय की रुचि और हितों को ध्यान में रखता है तथा सामाजिक जीवन की दिशाओं को

नियंत्रित करने में मुख्य भूमिका निभाता है। जनसंचार में सूचनाओं के विश्लेषण, सामाजिक ज्ञान एवं मूल्यों के प्रेषण, मनोरंजन, सामाजिक जागरूकता, राष्ट्रीय एकता की भावना के प्रसार आदि कार्य सम्मिलित होते हैं।

2.3 संचार की प्रक्रिया

संचार की प्रक्रिया विभिन्न तत्वों के आधार पर संप्रेषक, संप्रापक और संदेश के बीच संतुलन बैठाने की व्यवस्था है।

संचार की प्रक्रिया को इस प्रारूप के द्वारा स्पष्ट किया जा सकता है—



1. **संप्रेषक**— संचार की प्रक्रिया के लिए संचार के दो महत्वपूर्ण तत्वों में संप्रेषक और प्रापक को संचार के ध्रुव कहा जा सकता है। संप्रेषक अर्थात् संदेश भेजने वाले द्वारा संप्रेषित किए गए संदेश ही प्रापक अर्थात् प्राप्तकर्ता तक पहुँचते हैं। संप्रेषक संदेश का स्रोत है और प्रापक लक्ष्य। संदेश को प्राप्तकर्ता तक पहुँचाने के लिए संप्रेषक की भूमिका सूत्रधार की तरह होती है जिसका उद्देश्य संदेश को ऐसा स्वरूप प्रदान करना है जिसे लक्षित प्रापक आसानी से ग्रहण कर सके। एक आदर्श संप्रेषक लक्षित प्रापक तक अपना संदेश पहुँचाने के लिए विभिन्न माध्यमों का सहारा लेता है। प्राप्तकर्ता तक संदेश सहजता से पहुँच सके इसके लिए संप्रेषक उसी माध्यम का सहारा लेता है जिसमें संदेश प्राप्तकर्ता संप्रेषक के द्वारा भेजे संदेश के अर्थ को समझ सके। जैसे नेत्रहीन व्यक्ति के लिए भेजे जाने वाले संदेश के लिए ब्रेल लिपि, अनपढ़ व्यक्ति के लिए सहज और सरल भाषा, बच्चों के लिए बाल मनोविज्ञान को दृष्टिगत रखते हुए उसी के अनुरूप भाषा आदि।
2. **संदेश**: संदेश से अभिप्राय उस बात से है जो संप्रेषक प्रापक के लिए प्रेषित करता है। संदेश के लिए मुख्य रूप से तीन बातों का ध्यान रखना आवश्यक है—

(क) **संदेश की भाषा**— इस भाषा में भेजे जाने वाले संदेश मौखिक, लिखित अथवा सांकेतिक हो सकते हैं। संप्रेषक अपने भावों, विचारों, अथवा मतों को भाषिक स्वरूप प्रदान करते हुए इनकी एनकोडिंग (कूट लेखन) करता है और प्राप्तकर्ता उस संदेश के कोडों के समूह की डीकोडिंग (कूट व्याख्या) कर उसका अर्थ प्राप्त करता है।

(ख) **संदेश की विषय-वस्तु**— संप्रेषक द्वारा भेजे जाने वाले संदेश की सामग्री को संदेश की विषय-वस्तु कहा जाता है। संप्रेषक को इस बात का भली-भांति ज्ञान होना चाहिए कि वह जिस संदेश को संप्रेषित कर रहा है, उसकी मूल प्रकृति क्या है ?

(ग) **संदेश का प्रस्तुतीकरण**— विभिन्न परिस्थितियों के अनुरूप संदेशों के स्वरूप द्वारा उनके प्रभाव को सशक्त किया जा सकता है।

3. **माध्यम**— माध्यम से तात्पर्य उस सेतु से है जो संप्रेषक और प्रापक के बीच संदेश को पहुँचाने का कार्य करता है। यह संप्रेषक पर निर्भर करता है कि वह संदेश प्रभावी रूप से प्रापक तक पहुँचाने के लिए किस माध्यम का चयन करे। संचार के विभिन्न माध्यमों को तीन वर्गों में बांटा जा सकता है—

लिखित— समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, पुस्तकें, पोस्टर, पर्चे आदि।

श्रव्यात्मक— रेडियो, टेपरिकॉर्डर लाउडस्पीकर, स्टीरियो, मोबाइल आदि।

दृश्य-श्रव्य— टेलीविज़न, फिल्म, कम्प्यूटर, मोबाइल, नाटक आदि।

निश्चित रूप से प्रत्येक माध्यम प्रत्येक व्यक्ति तक अपनी पहुँच नहीं बना पाता। इसलिए संदेश की प्रकृति और उसके उद्देश्य को दृष्टिगत रखकर ही संप्रेषक को सही माध्यम का चयन करना चाहिए। सही माध्यम के चयन द्वारा ही संदेश के संप्रेषण को सफल बनाया जा सकता है।

4. **प्रापक/प्राप्तकर्ता**— संचार प्रक्रिया के एक छोर पर जहाँ संप्रेषक होता है वहीं दूसरे छोर पर संदेश को प्राप्त करने वाला प्रापक। संचार के विभिन्न माध्यमों के आ जाने से प्रापक को श्रोता या दर्शक भी कहा जाता है। सामान्यतया प्रापक को निष्क्रिय माना जाता है, लेकिन ऐसा होता नहीं है। किसी भी माध्यम से प्राप्त संदेश की अंतर्वस्तु का परीक्षण-विश्लेषण करके वह ही अपनी प्रतिपुष्टि देता है।

5. **प्रतिपुष्टि/फीडबैक**— संचार की सफलता तभी है जब संदेश प्राप्त करने वाला उस पर अपनी प्रतिक्रिया व्यक्त करता है। इसी प्रतिक्रिया को सैद्धान्तिक शब्दावली में प्रतिपुष्टि कहते हैं।

संचार की प्रक्रिया में इन उपर्युक्त तत्वों में से प्रत्येक का अपना स्थान और महत्व है। किसी एक तत्व के आधार पर संचार की सफलता या असफलता को लक्षित नहीं किया जा सकता। सभी तत्वों के सामंजस्य से ही संदेश सही तरीके से संप्रेषित हो पाता है।

2.4 जनसंचार के कार्य/महत्व

वर्तमान समय में संचार के विकसित और नवीनतम रूपों ने संचार के कार्यों और उद्देश्य को भी विकसित किया है। जहाँ संचार समाज की मानसिक अवस्था, वैचारिक चिंतन की प्रवृत्ति, संस्कृति तथा जीवन को विभिन्न दिशाओं को नियंत्रित करने में अपनी महती भूमिका निभाता है वहीं वह व्यक्ति को समाज के साथ

जोड़ता भी है। मुख्य रूप से संचार के कार्य या उद्देश्य इस प्रकार हो सकते हैं—

1. **सूचनाओं का संग्रह तथा प्रचार—** संचार का मुख्य कार्य सूचनाओं का संग्रह एवं प्रसार करना है। प्रत्येक दिन समाचार—पत्र, रेडियो, टेलीविजन, कम्प्यूटर आदि माध्यमों द्वारा समाज की विविध घटनाओं, आपात परिस्थितियों, त्रासदी घटनाओं, नवीनतम खोजों, वैज्ञानिक प्रगति, सामाजिक उन्नति, राजनीतिक स्थितियों आदि सूचनाओं से समाज को परिचित कराता है।
2. **सामाजीकरण—** संचार के द्वारा ही समाज में रहने वाले लोगों का सामाजीकरण होता है। व्यक्ति और व्यक्तियों के समूह के बीच आपसी सहयोग और साझेदारी के लिए आवश्यक है कि इनके बीच संचार बना रहे।
3. **सामाजिक ज्ञान एवं मूल्यों का प्रेषण—** संचार के द्वारा केवल सूचनाएं ही संप्रेषित नहीं की जाती बल्कि समाज की प्रत्येक गतिविधि और जीवन—धारा के अनसुलझे प्रश्नों, उनके कारणों तथा परिणामों के विषय में भी समाज को परिचित कराया जाता है। समाज इस ज्ञान को अर्जित कर अपनी जीवन की दिशा को तय कर सकता है।
4. **मनोरंजन—** मानव जीवन की नीरसता और तनावमुक्त वातावरण में संचार विभिन्न माध्यमों द्वारा जन—समुदाय का मनोरंजन भी करता है। ये माध्यम विभिन्न कार्यक्रमों द्वारा मानव जीवन को सरस बनाते हैं। गीत, संगीत, फिल्म, कविता, नाटक, धारावाहिक, वृत्तचित्र, रूपक, कार्टून आदि के द्वारा समाज को मनोरंजन के साथ—साथ अनेक संदेश भी संप्रेषित करते हैं।
5. **राष्ट्रीय एकता और अखण्डता की दृढ़ता—** भारत विभिन्न वर्गों, जातियों, मतों, संप्रदायों, और विचारधाराओं का देश है, उसके बावजूद भी भारत को यदि धर्मनिरपेक्ष देश कहा जाता है तो उसमें संचार की महती भूमिका भी है। संचार माध्यमों द्वारा अनेक भाषाओं में ऐसे संदेशों का प्रकाशन या प्रसारण किया जाता है जो समाज को अपने राष्ट्र के प्रति एक होने के लिए प्रेरित करते हैं।
6. **सांस्कृतिक उन्नयन—** संचार राष्ट्र के सांस्कृतिक उन्नयन में सहायक होता है। राष्ट्र की महानतम उपलब्धियों को विश्व में प्रचारित—प्रसारित करने के साथ—साथ वह संस्कृति के सभी प्रतिमानों के विकास के लिए अपना योगदान देता है।

संचार उपर्युक्त कार्यों एवं उद्देश्यों के अतिरिक्त जनमत का निर्माण करने में भी अपनी महती भूमिका निभाता है। वह समाज की सोच को प्रभावित करता है। वह लोगों को अपनी परंपरा और वर्तमान के बीच सामंजस्य बिठाने में सहयोग देता है, वह प्रकृति और समाज के बीच भी एक सेतु का कार्य करता है। यदि संचार न हो तो मनुष्य मृत है।

2.5 सारांश

संचार एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें दो या दो से अधिक व्यक्तियों के मध्य विचारों, तथ्यों, अनुभवों एवं प्रभावों

का इस भाँति आदान – प्रदान होता है, जिससे दोनों को सन्देश के विषय में सामान्य ज्ञान होता है। इस प्रक्रिया द्वारा सम्प्रेषक और संग्राहक के मध्य सामंजस्य तथा जागरुकता पैदा की जाती है और जनता के ज्ञान, विचार और वृत्ति को निर्मित विकसित एवं परिवर्तित किया जाता है।

2.6 महत्वपूर्ण शब्दावली

- 1) संप्रेषण– संदेश भेजने वाला
- 2) प्रापक– संदेश प्राप्त करने वाला
- 3) प्रतिपुष्टि (Feedback)–प्रापक की प्रतिक्रिया
- 4) सामाजीकरण–सामाजिक हितों के लिए व्यक्तियों का परस्पर सहयोग और साझेदारी
- 5) प्रेषण–संदेश भेजना या पहुँचाना

2.7 अभ्यासार्थ प्रश्न

1 निम्न शब्दों के बारे में बताइए–

- (क) संप्रेषक –
- (ख) प्रापक –
- (ग) संदेश की भाषा –
- (घ) संदेश का माध्यम –
- (ङ) प्रतिपुष्टि –

2 जनसंचार के महत्व पर प्रकाश डालिए ।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3 जनसंचार की प्रक्रिया का विश्लेषण कीजिए ।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.8 पठनीय पुस्तकें

- 1) भाषा-प्रौद्योगिकी एवं भाषा प्रबंधन – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, प्रथम संस्करण-2004, किताबघर प्रकाशन, दिल्ली
- 2) संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्र प्रकाश मिश्र, द्वितीय संस्करण-2006, संजय प्रकाशन, दिल्ली
- 3) जन पत्रकारिता, जन संचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, प्रथम संस्करण-2004, संजय प्रकाशन, दिल्ली
- 4) जनसंचार के सामाजिक संदर्भ – जवरीमल्ल पारेख, संस्करण-2001, अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स (प्रा.) लिमिटेड, दिल्ली

.....

जनसंचार माध्यम

3.0 रूपरेखा

3.1 उद्देश्य

3.2 प्रस्तावना

3.3 जनसंचार माध्यमों का परिचय

3.4 जनसंचार माध्यमों की भाषा

3.4.1 जनसंचार माध्यमों में भाषा का महत्व

3.5 सारांश

3.6 अभ्यासार्थ प्रश्न

3.7 पठनीय पुस्तकें

3.1 उद्देश्य

प्रस्तुत अध्याय के अध्ययनोपरान्त आप –

– विभिन्न जनसंचार माध्यमों से अवगत होंगे।

– जनसंचार माध्यमों की भाषा और उसके महत्व को जान सकेंगे।

3.2 प्रस्तावना

जनसंचार दो शब्दों के मेल से बना है – जन अर्थात् जनता और संचार मतलब किसी बात को आगे बढ़ाना, चलाना या फैलाना। जनसंचार के विशेषज्ञ विद्वान् ए. मिलर ने ‘Language and Communication’ में कहा है कि जनसंचार का अर्थ सूचना को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँचाना है। यदि हम किसी विचार या जानकारी को किसी भाषा के माध्यम से जनसमूह तक पहुँचाते हैं तो इस प्रक्रिया को जनसंचार कहते हैं। जनसंचार का उद्देश्य

खबरों को समाज के सभी तबकों तक पहुँचाना है।

3.3 जनसंचार माध्यमों का परिचय

जनसंचार का मूल अर्थ है – सब लोगों के लिए वस्तुओं के संचार या संप्रेषण की व्यवस्था। प्रौद्योगिक युग के पहले जनसंचार की कल्पना ही नहीं थी। व्यक्ति भाषण द्वारा अधिक-से-अधिक लोगों तक पहुँच पाता था, परन्तु आज रेडियो, टेलीविजन, समाचार-पत्र-पत्रिका तथा जनसंचार के अन्य माध्यम से करोड़ों लोगों तक बड़ी आसानी से पहुँच जाता है। कम्प्यूटर तकनीकी के कारण इण्टरनेट तक की पहुँच हो गयी है। जनसंचार के प्रमुख माध्यम हैं – मुद्रण, श्रव्य, दृश्य-श्रव्य, इण्टरनेट आदि। जनसंचार के अनेक उपकरण हैं। जिन्हें हम मुख्य रूप से तीन भागों में रख सकते हैं – (i) मुद्रित, (ii) इलेक्ट्रानिक, (iii) नव इलेक्ट्रानिक, मैक्लुहन ने सभी संचार माध्यमों को दो श्रेणियों में बाँटा है – (i) हॉट (Hot), (ii) कोल्ड (Cold)। उनके अनुसार संचार माध्यमों को इन श्रेणियों में बाँटना सूचना की मात्रा और पाठक, श्रोता या दर्शक से ध्यान या माध्यम में लीन होने की माँग पर निर्भर करता है, जैसे हस्तलिखित भाषा को पढ़ने से पाठक को ज्यादा ध्यान लगाना पड़ता है, जबकि मुद्रित माध्यम से वह कम लीन होकर भी ज्यादा पढ़ सकता है। इसी प्रकार हस्तलिखित पत्र में अधिक सूचनाएँ होती हैं, क्योंकि उसमें लेखक की मनःस्थिति आदि भी झलक जाती है। मुद्रित माध्यम से इतनी तल्लीनता की आवश्यकता नहीं होती, क्योंकि फोटो आदि की एकरूपता के कारण से उसमें सूचनाएँ हस्तलेख से कम होती हैं, लेकिन मुद्रित माध्यम के ही दो प्रकार के अखबार और किताब की तुलना करें, तो अखबार कम तल्लीनता की माँग करता है।

आधुनिक युग में संचार साधनों तक जनता की पहुँच वाले माध्यमों को हम तीन प्रमुख कोटियों में बाँट सकते हैं –

- (i) सृजनात्मक माध्यम – साहित्य, रंगमंच, फिल्में।
- (ii) जनसंचार माध्यम – रेडियो, टेलीविजन, समाचार-पत्र, पत्रिकाएँ।
- (iii) शैक्षणिक माध्यम – शिक्षाप्रद फिल्में, कम्प्यूटर, इण्टरनेट।

वास्तविकता है कि स्पष्ट विभाजन नहीं किया जा सकता है। मुख्य प्रकार हैं – (i) मुद्रित माध्यम, (ii) दृश्य माध्यम। इसको इस प्रकार भी समझा जा सकता है – (i) मुद्रित माध्यम, (ii) अमुद्रित माध्यम।

(i) मुद्रित माध्यम

प्रमुख मुद्रित माध्यम हैं – पुस्तक, समाचार-पत्र, पत्रिकाएँ, हैण्डबिल, पोस्टर, विज्ञापन आदि। इनकी अपनी विशेषताएँ और सीमाएँ हैं। सूचना प्रौद्योगिकी में आयी क्रांति का प्रभाव मुद्रित माध्यमों पर भी पड़ा है। माध्यमों के क्रम में मुद्रण प्रथम प्रौद्योगिकी है – जिसने संचार को काल और दिशा की सीमाओं का अतिक्रमण करने की क्षमता प्रदान की। अन्य संचार माध्यमों के साथ इसका सम्बन्ध भी होता है। इस माध्यम के विकास का अपना स्वस्थ और लम्बा इतिहास है। परस्पर व्यवहार के लिए मानव ने भाषा की सृजना की। रेखाचित्रों के माध्यम से विचार प्रकट किये जाने लगे। ये आड़ी-तिरछी रेखाएँ धीरे-धीरे आकार में ढलने लगीं और ये विभिन्न प्रकार की ध्वनियों का प्रतिनिधित्व करने

लगीं। लेखन-कला का विकास मानव की कला की अद्भुत उपलब्धि है। इस प्रकार मनुष्य ने अपनी भावनाओं को लिखित रूप देकर स्थायी बनाने लगा। यही लिखित भाषा यांत्रिक विस्तार में जाकर मुद्रित भाषा बन गयी। लिखित भाषा के दो रूप सामने आये – (i) अन्तर्वैयक्तिक- सम्प्रेषण में बोला जाने वाला रूप। इसमें व्यक्तिगत पत्र आदि आते हैं। (ii) समूह संचार में प्रयुक्त होने वाली भाषा की जगह स्थापित हुआ। यह सबसे सशक्त और स्थायी रूप है। अनेक हस्तलिखित पाण्डुलिपियाँ इसके प्रमाण हैं। इसी रूप के विस्तार के रूप में हमें मुद्रित माध्यम प्राप्त हुआ है। यांत्रिक पद्धति ने इसमें सहयोग किया। इससे एक पाण्डुलिपि या हस्तलेख की अनेक प्रतिलिपियाँ बनने लगीं।

सबसे पहले चीन और जापान में मुद्रण कला का विकास हुआ। 712 ई. में चीन में ब्लॉक प्रिंटिंग का आरम्भ हुआ। गुटनबर्ग के लकड़ी के अक्षरों से छापे खाने का आरम्भ हुआ और उस समय भी पुस्तक के रूप में जो पहली मुद्रित सामग्री बाहर आई उसका प्रसार सीमित था। कालान्तर में छापाखाना प्रौद्योगिकी का विकास हुआ और मुद्रित सामग्री के व्यापक प्रसारण की संभावनाएँ बनीं। अब हम चाहें जितनी प्रतियाँ छाप सकते हैं आज मुद्रित माध्यम के विभिन्न रूप हमारे सामने आ रहे हैं, जैसे पुस्तक, समाचार-पत्र, पत्रिकाएँ, परचे (हैण्डबिल), पोस्टर और विज्ञापन, कम्प्यूटर ने मुद्रण कला में अद्भुत चमत्कार ला दिया है। माइक्रोफोन टेपरिकार्डर आदि।

इनके अतिरिक्त अत्याधुनिक व्यवस्था भी कार्य कर रही है, जैसे इलेक्ट्रॉनिक टेलीग्राफ, टेलीप्रिन्टर, टेलेक्स, फैक्स, इण्टरनेट आदि।

पुस्तक – मुद्रित माध्यम का यह सबसे स्थायी और उपयोगी रूप है। मुद्रण प्रौद्योगिकी के विकास की मूल आवश्यकता ही हस्तलिखित पाण्डुलिपियों के प्रचार-प्रसार के उद्देश्य से हुई। पुस्तक का अस्तित्व मोटे तौर पर 15वीं शताब्दी में गुटनबर्ग की यांत्रिक मुद्रण व्यवस्था के समय से ही माना जा सकता है। इसके पूर्व इसका पाण्डुलिपि रूप ही था।

भारत में मुद्रण का प्रारम्भ गोवा में 1556 ई. मुहा और उसके बाद यह प्रौद्योगिकी तटीय शहरों से होती हुई कलकत्ता तक पहुँची। किसी भारतीय भाषा में छपने वाली पहली पुस्तक बंगला भाषा की व्याकरण की पुस्तक थी।

19वीं शताब्दी में पुस्तक प्रकाशन में अनेक सुधार हुए। फोटोग्राफी के आविष्कार के कारण पुस्तकों की रूप सज्जा (Designing) में भी क्रान्तिकारी परिवर्तन हुए। आज हम सुन्दर आकर्षक आवरणों की पुस्तक छाप रहे हैं। फोटो, टाइप, सेटिंग और कालान्तर में डेस्क टाइप पब्लिशिंग के कारण पुस्तकों को आकर्षक ले आऊट और फ्रॉन्ट प्रजातियाँ मिलीं – जिनसे उनको और भी आकर्षक ढंग से प्रकाशित करना सम्भव हो गया।

समाचार-पत्र – समाचार-पत्र मुद्रित माध्यम का एक सशक्त रूप है। इसकी संख्या पुस्तकों से बहुत अधिक होती है। यह मुद्रण प्रौद्योगिकी का सबसे ज्यादा उपयोग समाचार छापने के लिए ही होता है। इसमें प्रयुक्त होने वाला कागज एक विशेष प्रकार का होता है – जिसको न्यूज पेपर कहा जाता है। न्यूज प्रिंट अन्य मुद्रण से सस्ता होता है। भारत में रोज लगभग 5638 समाचार-पत्र छपते हैं। कुछ समाचार पत्रों के दो, तीन, चार संस्करण छपते हैं। इतनी मात्रा में छपने वाले समाचार पत्रों की कुल प्रसार संख्या पाँच करोड़ से भी अधिक है। भारतीय समाचार पत्रों का एक स्वस्थ इतिहास है।

पत्रिकाएँ – पत्रिकाएँ मुद्रित माध्यम का वह प्रकार है – जो समाज में पुस्तकों और समाचार पत्रों के बीच की संचार-आवश्यकताओं की पूर्ति करती है। पत्रिकाएँ जहाँ समाचार पत्रों की तरह सामयिकता से जुड़ी होती हैं – वहीं अपने आकार और स्वरूप के अतिरिक्त पाठ्य-सामग्री के धरातल पर पुस्तकों के समान संग्रहणीय भी होती हैं। पत्रिकाएँ गम्भीर चिंतन, सामाजिक-राजनीतिक घटनाओं के विस्तृत विश्लेषण के लिए सशक्त माध्यम हैं।

आधुनिक भारत के निर्माण में पत्रिकाओं का बहुत बड़ा योगदान है। राजनीतिक, सामाजिक, साहित्यिक, भाषिक सांस्कृतिक, कला आदि के क्षेत्र में इनके योगदान को नहीं नकारा जा सकता है। आजादी के पूर्व और पश्चात इनकी अहम भूमिका रही है। इन्होंने सभी वर्गों का प्रतिनिधित्व किया है।

भारत दुनिया के उन दस देशों में से है – जहाँ सबसे अधिक समाचार-पत्र छपते हैं और सबसे अधिक पुस्तकों का प्रकाशन होता है। जहाँ तक अंग्रेजी की पुस्तकों के प्रकाशन का प्रश्न है – भारत का विश्व में तीसरा स्थान है। 2001 ई. के आँकड़ों के अनुसार हमारे यहाँ 5638 दार्शनिक समाचार पत्र, 18582 साप्ताहिक, 6881 पाक्षिक और 14, 634 मासिक पत्र निकालते हैं। इनके अतिरिक्त मिले-जुले 3590 समाचार-प्रकाशन होते हैं। इस प्रकार कुल प्रकाशनों की संख्या 55,550 है। इनमें पुस्तक प्रकाशन के आँकड़े शामिल नहीं हैं।

परचे, पोस्टर और विज्ञापन – मुद्रण प्रौद्योगिकी ने संदेशों के प्रचार-प्रसार के लिए पुस्तक, समाचार-पत्र, पत्रिकाओं आदि के साथ अन्य मुद्रित माध्यमों को भी जन्म दिया – जिन्होंने मुनादी, ढोल पीटने और मजमा लगाकर चीजें बेचने जैसे माध्यमों का स्थान लिया। दीवाली पर लगाये जाने वाले पोस्टर और भीड़ में बाँटे जाने वाले परचे जहाँ मुद्रण का उपयोग करते हुए शब्दों का स्थान लेते हैं, वहीं अखबारों और पत्रिकाओं में प्रकाशित होने वाले विज्ञापन मुद्रित माध्यम की सशक्त प्रयुक्ति बन गये हैं।

परचों का प्रयोग राजनीतिक, कार्यक्रमों की सूचना, व्यापारिक सूचना, चलचित्र सूचना आदि के लिए किया जाता है। दुकान खुलने आदि की घोषणा में भी इनका उपयोग होता है। आजकल इनको समाचार पत्र-पत्रिकाओं के बीच में रखते हैं, जनकेंद्रों पर बाँटते हैं, दिवारों पर चिपकाते हैं, सार्वजनिक केंद्रों पर रख देते हैं, बाँटते हैं।

विज्ञापन का प्रारम्भ मुद्रित माध्यमों से ही हुआ। पत्रिकाओं, समाचार पत्रों में ये छपते हैं। आज भी विज्ञापन से सबसे अधिक आमदनी पत्र-पत्रिकाओं की होती है। दूरदर्शन और रेडियो पर भी इनका उपयोग होता है।

कम्प्यूटर – मुद्रण तकनीक में सबसे अधिक और क्रांतिकारी परिवर्तन कम्प्यूटर के विकास के कारण हुआ, 1984 का वर्ष इसमें एक स्मरणीय वर्ष है। जब स्टीव जाब और स्टीव बोस्नियॉक ने बाजार में ऐसा कम्प्यूटर उतारा जो न केवल सीखने में आसान था, बल्कि जिसे मेज पर रखी हुई छपाई की मशीन कहा जा सकता था। यहाँ से मुद्रण के संसार में डेस्क टॉप पब्लिशिंग की कल्पना ने जन्म लिया। इससे सूचना प्रौद्योगिकी के मेल से दुनिया को बड़ी तेजी से संरचना और आँकड़ों के प्रसारण की सुविधा मिली। इसके साथ ही कम्प्यूटर ने पाठ, दृश्य और श्रव्य को भी स्वीकृति करने के प्रयास में सफलता प्राप्त की है। इससे मल्टीमीडिया युग का प्रारम्भ हुआ। चित्रों और चलचित्रों के साथ-साथ ध्वनि को अंकों में बदलने की तकनीक से सूचना के अन्तरराष्ट्रीय संजाल अर्थात् इण्टरनेट को एक नया रूप मिला। इसे हम ग्राफिक वेब कह सकते हैं।

इन नयी खोजों ने प्रेस के स्वरूप को बदला और आज हम मुद्रित शब्द के जिस आधुनिक स्वरूप की ओर बढ़ रहे हैं। उसे वेब प्रकाशन कहते हैं। इस प्रकार के प्रकाशन में कागज का उपयोग ही नहीं होता। सम्पूर्ण समाचार-पत्र या पत्रिका पाठकों को अपने कम्प्यूटर स्क्रीन पर पढ़ने को मिल जाती है। इतना ही नहीं आप इस नये समाचार-पत्र को सुन भी सकते हैं और आवश्यकता पड़ने पर इसमें छपे चित्रों को चलचित्रों के समान देख भी सकते हैं। इस प्रकाशन की एक और सुविधा है कि इसे पाठक अपनी तरह से पढ़ सकता है। अतः इसका पाठ इण्टरेक्टिव होता है।

कम्प्यूटर के माध्यम से हिन्दी के प्रयोग एवं विकास को दृष्टि में रखकर इलेक्ट्रानिकी आयोग, ई.सी.आई. एल. हैदराबाद, बिरला इन्स्टीट्यूट, टेक्नोलॉजी एण्ड साइंस, फिलानी तथा टाटा ब्रदर्स ने कम्प्यूटर के प्रोटोटाइप बनाए हैं।

हिन्दुस्तान टेलीप्रिंटर्स लिमिटेड ने संचार की सुविधा के लिए इलेक्ट्रानिक टेलिप्रिंटर्स बनाए हैं।

माइक्रोफोन, टेपरिकार्डर – रेडियो में माइक्रोफोन के आने से यह लाभ हुआ है कि उससे बिना बल लगाये अपनी बात दूर-दूर पहुँचाने में सहायता मिली। विद्युत रेडियो में दूसरी क्रांति टेपरिकार्डर के कारण आई। टेपरिकार्डर के कारण स्थल पर जाकर रिकार्डिंग करना सम्भव हो सका। इससे कार्यक्रमों को संपादित करना भी सम्भव हो सका। जब घण्टों की रिकार्डिंग को सम्पादित कर कुछ ही मिनटों में रिपोर्ट आदि के रूप में प्रस्तुत किया जा सकता है। रिकार्डर ने अभिनेताओं की आवश्यकता भी घटा दी है। अब खेतों में, कलकारखानों में, कार्यालयों में, रंगमंचों पर और यहाँ तक कि चलते वाहनों में रिकार्डिंग हो सकती है इस सुविधा के कारण रेडियो डायक्यूमेंट्री प्रस्तुत करना सम्भव हुआ। इससे रेडियो की विश्वसनीयता भी बढ़ी है। टेपरिकार्डिंग की सहायता से डबिंग, सम्पादन और ध्वनि प्रभाव को जोड़ने में सुविधा मिलती है। इसी प्रकार 'मोंटाज' बनाने से कार्यक्रमों का प्रभाव बढ़ा है। टेपरिकार्डर ने रेडियो को नाटकीयकरण का नया शस्त्र प्रदान किया। इसमें यथार्थता की उत्तेजना है। यह यथार्थ सरलता के कारण अधिक प्रभावी ढंग से उभरता है।

टेलीग्राफ-टेलीप्रिंटर, टेलेक्स, फ़ैक्स – ये दूरसंचार के अत्यन्त प्रचलित साधन हैं। इन साधनों को उपयोगी बनाने के लिए संदेशों को तार अथवा रेडियो की तरंगों द्वारा भेजा जाता था। टेलीग्राफ का ही विकसित रूप टेलीप्रिंटर है। टेलेक्स टेलीप्रिंटरों को नियंत्रित करने के लिए बनाये गये केंद्र हैं। फ़ैक्स टेलीग्राफी के क्षेत्र में अति आधुनिक उपलब्धि है। टेलीप्रिंटर दूर संचार के क्षेत्र में वरदान सिद्ध हुआ है। इसे तारघरों, समाचारपत्र कार्यालयों और सरकारी संस्थानों में लगाया जाता है। यह बिजली से चलने वाला ऐसा यन्त्र है जो टाइप द्वारा टेलीग्राफ परिपथ पर अथवा रेडियो तरंगों द्वारा सन्देश भेजने और प्राप्त करने का कार्य करता है। इस यंत्र पर एक ही बार में कई संदेश एक साथ भेजे जा सकते हैं। देखने में यह एक टाइपराइटर जैसा प्रतीत होता है, लेकिन इसकी आंतरिक संरचना जटिल होती है। इसमें एक 'की बोर्ड' (Key Board) या कुंजीपटल होता है – जिसमें अंग्रेजी के 26 अक्षर हिन्दी के मात्रा सहित लगभग 66 अक्षर 09 तक संख्याएँ तथा विराम, कॉमा आदि चिन्ह होते हैं। जैसे ही ऑपरेटर उचित कुंजी (Key) को दबाता है, वैसे ही विद्युत स्पन्द उत्पन्न होती है जो तार या रेडियो तरंगों की सहायता से सन्देश पहुँचाने वाले स्थान पर लगे टेलीप्रिंटर तक पहुँच जाती है। वहाँ उस मशीन पर लगे कागज के रोल पर अपने आप टाइप

हो जाती है। इस प्रकार इसमें सन्देश लिखित रूप में प्राप्त होता है। समाचार-पत्र के लिए यह सबसे बड़ा संसाधन है।

फैक्स – एक ऐसी प्रणाली है, जिसमें चित्र, आकृतियों की हूबहू नकल या फोटो कॉपी एक स्थान से दूसरे स्थान पर आसानी से भेजी जाती है। इस तकनीकी को फैंसी माईल, टेलीफोटो, ट्रान्समिशन, टेलीकापियर आदि नामों से भी जाना जाता है। इण्टरनेट विश्वभर में फ़ैले कम्प्यूटरों का एक व्यवस्थित जाल है। इसके माध्यम से सूचनाओं का आदान-प्रदान कराया जाता है, इनका ज्ञान भण्डार विशाल है। यह सभी कम्प्यूटर संचार तकनीकों से आपस में जुड़े होते हैं? इसके उपभोक्ता अपनी मनचाही पुस्तक, इच्छित बाजार सूचनाएँ, मनमाफिक फिल्म, संगीत कुछ ही क्षणों में सुन, पढ़ और देख सकते हैं।

पेजर – यह एकतरफा संदेश प्राप्त करने वाला एक बेतार उपकरण है – जो बैट्री से चलता है। संदेश स्क्रीन पर लिखित रूप में आ जाता है।

(ii) अमुद्रित माध्यम

टेलीफोन – यह ग्रीक भाषा का शब्द है। 'टेली' का अर्थ है दूर और फोन का अर्थ है ध्वनि। अतः टेलीफोन = ध्वनि का दूर तक भेजना। इसका आविष्कार अमरीका के स्वर-शरीर विज्ञान के आचार्य अलेक्जेंडर ग्राहक बैल द्वारा सन् 1876 ई. में हुआ। 1877 ई. में अमरीका का ही प्रसिद्ध वैज्ञानिक थोमस अलवा एडिसन ने इसमें अनेक सुधार किये। कालान्तर में अलग-अलग तारों से जुड़े टेलीफोन से सन् 1923 ई. से डायलिंग सिस्टम, 1941 ई. से पुशबटन सिस्टम विकसित हुआ। 1960 ई. में इलैक्ट्रानिक एक्सचेंज की स्थापना हुई। भारत में सबसे पहले 1881-82 ई. में कलकत्ता शहर में 50 लाइनों वाले टेलीफोन एक्सचेंज की स्थापना की गई। 1913-14 ई. में शिमला में पहला स्वचालित टेलीफोन एक्सचेंज प्रारंभ हुआ। 1960 ई. में लखनऊ और कानपुर के बीच सर्वप्रथम एस.टी.डी. सेवा प्रारम्भ की गई। आज यह व्यवस्था घर-घर व्याप्त है। टेलेक्सा, फ़ैक्स, इण्टरनेट आदि प्रणालियाँ इसके बिना क्रियान्वित नहीं की जा सकती हैं। आज इसकी विभिन्न प्रणालियाँ प्रचलित हैं।

इण्टरकॉम – इण्टरकॉम टेलीफोन के अंतर्गत मुख्य टेलीफोन से अन्य टेलीफोन जुड़े होते हैं – जिससे व्यक्ति को मुख्य टेलीफोन के पास उठकर नहीं आना पड़ता है।

एस.टी.डी. – एस.टी.डी. सबर क्राइबर ट्रैक डायलिंग का संक्षेप है। एस.टी.डी. का सामान्य अर्थ है – घुमा-घुमाकर काल करने वाले ग्राहक। इस प्रणाली में ग्राहक ऐसे टेलीफोन से, जिसमें एस.टी.डी.सुविधा हो, के द्वारा नम्बर घुमाकर मनचाहे उक्त सुविधा वाले स्थान पर बात कर सकता है। इसकी सीमा देश तक ही है।

आई.एस.डी. – इसकी सीमा विदेशों तक है। अतः यह अंतर्राष्ट्रीय व्यवस्था है। इससे तात्पर्य है – इण्टरनेशनल सबस्क्राइबर ट्रैक डायलिंग अर्थात् अंतर्राष्ट्रीय काल डायलिंग द्वारा सम्पर्क। इसके लिए दो '00'का कोड है। जैसे यू.के. का कोड है 44 उसके बाद शहर का कोड जैसे लन्दन का 1 कोड है, इसके बाद वांछित व्यक्ति का नम्बर। इस प्रकार स्थिति आती है – 00441

वीडियोफोन – वीडियोफोन, दूरसंचार के क्षेत्र में महत्त्वपूर्ण उपलब्धि है। इसके माध्यम से ध्वनि के साथ चित्र भी जाता है। अर्थात् फोन के साथ कैमरा लगा रहता है।

सेल्युलर टेलीफोन – सेल्युलर टेलीफोन वॉकी टॉकी के आकार का यंत्र है। इसको सेल्युलर मोबाइल रेडियो भी कहते हैं। सेल्युलर टेलीफोन पद्ध में एक बड़े क्षेत्र को सैल्स या छोटे-छोटे क्षेत्रों में विभाजित कर दिया जाता है। हर क्षेत्र का अपना ट्रांसमीटर होता है। इस व्यवस्था से एक ही समय में एक ही आवृत्ति (फ्रीक्वेंसी) पर अनेक लोग वार्तालाप कर सकते हैं। आपदा काल में इसका विशेष उपयोग होता है।

रेडियो – यह संचार का सशक्त माध्यम है। (आगे विस्तार से विचार है।) विश्व में लाखों आकाशवाणी केन्द्र स्थापित हो गये हैं। भारत में 163 केन्द्र हैं। रेडियो तरंगों से ध्वनियाँ जाती हैं।

नव इलेक्ट्रानिक माध्यम

वीडियो टेक्स्ट – यह प्रणाली कम्प्यूटर से संचालित होती है। कम्प्यूटर के माध्यम से पाठ्य सामग्री टी.वी. स्क्रीन पर मूल रूप से उपस्थित होती है। यह प्रणाली अखबारों, पुस्तकालयों एवं अन्य व्यावसायिक क्षेत्रों में अत्यन्त लोकप्रिय हो रही हैं।

टेलीटेक्स्ट – यह प्रणाली वीडियो टेक्स्ट के समान है। इसमें अन्तर है कि सूचना प्राप्त करने वाला व्यक्ति टेलीफोन द्वारा सम्पर्क स्थापित करता है। टेलीटेक्स केन्द्र के कम्प्यूटर से सम्पर्क स्थापित हो जाने पर सूचना प्राप्त हो जाती है और कनेक्शन पुनः कट जाता है।

इलेक्ट्रानिक मेल – यह पत्र-प्रेषण की अधुनातन तीव्र प्रणाली है। इस प्रणाली में कम्प्यूटर द्वारा पत्र प्रेषित किये जाते हैं। पत्र की सारी सामग्री प्राप्तकर्ता के टी.वी. स्क्रीन पर प्रदर्शित हो जाती है। इसको प्रिंट भी किया जा सकता है।

रेडियो डाटा पेजिंग सर्विस – यह सेवा आकाशवाणी के एफ.एम. ट्रांसमीटरों के द्वारा चुने हुए शहरों में उपलब्ध है। इसके माध्यम से संदेश भेजने के लिए सबसे पहले पेजिंग ऑपरेटर को फोन करना पड़ता है। ऑपरेटर आपसे आपका कोड नम्बर पूछकर उसको पी.सी.टी. (पेजिंग कण्ट्रोल टर्मिनल) में फीड कर देगा। पी.सी.टी. से आपका संदेश उपग्रह अथवा केबल की सहायता से आल जी.एस.एन. काडर में पहुँचेगा। यह एन कोड इस संदेश को इन्कोड करके एफ.एम. ट्रांसमीटर में डाल देता है और पेजर 'बीथ' ध्वनि बजाकर अपने अधिकारी को सतर्क कर देता है – जिससे सम्बन्धित अधिकारी बटन दबाकर तुरन्त संदेश पढ़ लेता है। यदि पढ़ने में बाधा हो, तो उसे मेमोरी में डाला जा सकता है।

टेलीकान्फ्रेंस – इससे तात्पर्य है – दूरसंचार साधनों द्वारा दो या दो से अधिक व्यक्तियों का एक साथ विचार विमर्श करना। यह क्रिया टेलीफोन, टेलीविजन, कम्प्यूटर के द्वारा सुलभ हो पाई है। इसके तीन प्रकार प्राप्त होते हैं – (i) ऑडियो कान्फ्रेंस, (ii) वीडियो कान्फ्रेंस, (iii) कम्प्यूटर कान्फ्रेंस।

इन साधनों के अतिरिक्त दिन-प्रतिदिन दूर संचार के क्षेत्र में नवीनतम खोजें हो रही हैं। संचार उपग्रहों ने

इसमें महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है।

3.4 जनसंचार माध्यमों की भाषा

जनसंचार माध्यमों की भाषा से तात्पर्य उस भाषा से है जो कि जनसंचार के विभिन्न माध्यमों के लिए प्रयुक्त होती है। सवाल यह है कि क्या जनसंचार के सभी माध्यमों में एक ही भाषा का प्रयोग होता है या उनमें कुछ अन्तर होता है? इसका उत्तर 'हाँ' और 'नहीं' दोनों में दिया जा सकता है। हाँ इस अर्थ में कि जिस हिन्दी भाषा का प्रयोग हम अपने रोजमर्रा के जीवन में करते हैं, उसे ही हम समाचार-पत्रों, पत्रिकाओं और पुस्तकों में पढ़ते हैं। उसे ही हम रेडियो पर सुनते हैं फिल्म तथा टेलीविजन पर भी सुनते हैं। यदि इन माध्यमों में एक-सी भाषा का प्रयोग न होता तो किसी भी व्यक्ति के लिए अलग-अलग माध्यमों में प्रयुक्त होने वाली भाषा को समझना मुश्किल हो जाता। फिर भी माध्यम बदलने के साथ-साथ भाषा में भी थोड़ा अन्तर अवश्य हो जाता है। सामान्य रूप से हम जिस प्रकार रोजमर्रा की जिन्दगी में जिस भाषा का प्रयोग करते हैं उसे ही भाषण के क्रम में या पुस्तक लेखन के क्रम में नहीं करते। उन दोनों के लिए भाषा-प्रयोग की दृष्टि से थोड़ा अन्तर अवश्य हो जाता है। उसी प्रकार जो भाषा समाचार-पत्रों में प्रयुक्त होती है वही रेडियो लेखन में प्रयुक्त नहीं होती। यही बात अन्य दृश्य माध्यमों पर भी लागू होती है। भाषा में यह अन्तर माध्यम की विशिष्टता के कारण आता है। इस अन्तर को हम निम्नलिखित रूपों में देख सकते हैं।

मुद्रित माध्यमों की भाषा

इसके अन्तर को समझने के लिए दो उदाहरण प्रस्तुत हैं :

1. दुनिया में समाचारों को जानने-समझने से लेकर मनोरंजन के माध्यम तक बदल रहे हैं। इसी का नतीजा है कि इण्टरनेट अब समाचार, विचार जानने और मनोरंजन का तीसरा सबसे बड़ा माध्यम हो गया है। पहले और दूसरे स्थान पर टी.वी. और रेडियो है जबकि समाचार-पत्र और पत्रिकाओं का स्थान चौथा और पाँचवाँ हो गया है। एक ताजा मीडिया सर्वेक्षण में प्रकाशकों का भय पचास प्रतिशत घरों में सही साबित हुआ है। चौंकाने वाली बात यह है कि यह बदलाव सिर्फ युवकों या सम्पन्न लोगों के ही बीच नहीं आया है बल्कि प्रायः हर वर्ग के लोग इसकी पकड़ में आए हैं। सर्वेक्षण करने वाले फाय वीक का कहना है कि यह बहुत बड़ा बदलाव है और इससे इण्टरनेट के बढ़ते प्रभाव का पता चलता है। आम लोग अखबार पढ़ने में जितना समय लगाते हैं उससे तीन गुना अधिक समय इण्टरनेट पर लगा रहे हैं। शाम के वक्त यह औसत छह गुना तक पहुँच जाता है। सर्वेक्षण के अनुसार प्रकाशकों के लिए सबसे बड़ी चिन्ता की बात यह है कि विज्ञापनदाता 16 से 34 आयु वर्ग के किशोरों को अपना सबसे बड़ा टारगेट मानते हैं और इस आयुवर्ग के लोग अखबारों या पत्रिकाओं की तुलना में पन्द्रह गुना अधिक समय इण्टरनेट पर बिताते हैं।
2. हिन्दी में मनोवैज्ञानिक यथार्थवादी उपन्यास लेखन की परम्परा समृद्ध रही है। स्त्री-पुरुष सम्बन्धों की जटिलता से सामाजिक नैतिकता और पाप-पुण्य की अवधारणा अक्सर कठघरे में खड़ी हो जाती है। जैनेन्द्र से लेकर मुद्दला गर्ग तक ने बड़ी बारीकी से दाम्पत्य के बनते-बिगड़ते स्वरूप को अपने-अपने तरीके से परिभाषित और विश्लेषित किया है। कृष्णा अग्निहोत्री का नया उपन्यास 'मैं अपराधी हूँ' मध्यवर्गीय स्त्री का एक ऐसा महाआख्यान है जिसमें कम-से-कम चार पीढ़ियों के संघर्ष और यातना से साक्षात्कार होता है। यह साक्षात्कार मार्मिक और भयावह

है, यद्यपि विकास का माडल लेखिका का आलोच्य है। आलोच्य ही नहीं, सभ्यता समीक्षा की तरह जगह-जगह सतेज और गतिमान है, लेकिन सतह पर भोगवाद के विविध रूपतामक दृष्टान्त हैं। ऊपरी चमक-दमक से कोई बेअसर नहीं है और भीतर का खोखलापन देर तक अदृश्य भी नहीं रहता। तेज रफतार से भाग रही सभ्यता में सुख क्षणिक है और उसका सार है लूट-खसोट। इससे केवल मानवीय सम्बन्ध ही आहत और उद्विग्न नहीं होते, बल्कि आत्यन्तिक मनुष्यता भी लहलुहान नजर आती है।

उपर्युक्त दोनों उद्धरणों की तुलना के आधार पर यह कहा जा सकता है कि पहला उद्धरण समाचार का है जबकि दूसरा पुस्तक समीक्षा का। पहले उदाहरण में समाचार की भाषा में सूचना का प्राबल्य है जबकि दूसरे उदाहरण में सूचना के साथ-साथ लेखक का अपना मत भी सन्निहित है।

पहले उदाहरण की भाषा वस्तुपरकता और तथ्यात्मकता के अनुकूल है जबकि दूसरे उदाहरण में तथ्य से अधिक समीक्षक ने अपनी बात कहने पर जोर दिया है।

समाचार की भाषा में बात को स्पष्ट और सरल ढंग से कहने पर जोर है। इसमें क्लिष्ट और आलंकारिक शब्दों के प्रयोग से बचा गया है। पुस्तक समीक्षा की भाषा में समीक्षक (लेखक) के अपने विचारों को पेश करने पर बल है। इसके साथ ही लिखने वाले के लेखन की शैली का अपना अन्दाज भी देखने को मिलता है।

समाचार-पत्रों की भाषा में इस बात का ध्यान रखना जरूरी होता है कि उसे पाठकों का विशाल वर्ग पढ़ता है जिसमें भाषा, ज्ञान, अभिरुचि और संस्कारों के विभिन्न स्तर होते हैं। लेकिन पुस्तक समीक्षा की भाषा में स्तर की दृष्टि से भेद हो जाता है। यहाँ पर समीक्षक (लेखक) यह मानकर चलता है कि पाठक मूल पुस्तक से पूर्व परिचित है अथवा जिस पुस्तक के विषय में वह लिख रहा है उसके तथ्यों को पढ़कर पाठक लेखकीय मान्यताओं से सामंजस्य बिटाने में सक्षम है। इसलिए इसकी भाषा में थोड़ी जटिलता भी आ जाती है। जो सामान्य से परे है। लेखक यह मानकर चलता है कि उसके पाठक केवल प्रबुद्ध वर्ग के ही लोग हैं जिनकी रुचि रचना द्वारा सामान्य से विलग कुछ विशेष की तलाश करना है।

श्रव्य माध्यमों की भाषा

श्रव्य माध्यमों की भाषा से तात्पर्य उस माध्यम से है जिसमें सन्देश को सुनकर उसके सम्पूर्णत्व का अर्थ ग्रहण किया जाए। वर्तमान समय में इस माध्यम ने नाटक और रेडियो द्वारा प्रसारित नाटक की भाषा में थोड़ा अन्तर होता है। चूँकि मंच पर दिखाए जाने वाले नाटक में सारे दृश्य दर्शकों के सामने होते हैं इसलिए उन्हें समझने में दिक्कत नहीं होती, पर रेडियो पर खेले जाने वाले नाटक ध्वनि के माध्यम से श्रोताओं तक पहुँचते हैं। उन्हें समझने के लिए श्रोता को कल्पना का सहारा लेना पड़ता है। इसलिए रेडियो के लिए लेखन करने वाले को इस बात का ध्यान रखना होता है कि वह भाषा का ऐसा प्रयोग करे जिसे सुनकर पाठक अपनी कल्पना के सहारे एक दृश्य बिम्ब का साक्षात्कार कर सके। इसमें ध्वनि (sound) के द्वारा प्रभाव (effect) उत्पन्न किया जाता है। जैसे, हमें यह बताना है कि किसी मुहल्ले में आग लगी है और लोग भाग रहे हैं। इस बात को यदि सामान्य रूप से कह दिया जाएगा तो श्रोता के मन पर इसका कोई प्रभाव नहीं पड़ेगा। पर रेडियो प्रसारित करने के लिए इसमें ध्वनि का सहारा लेना पड़ेगा। वाद्य

यन्त्रों के द्वारा ऐसा प्रभाव पैदा करना होगा कि सुनने वालों को लगे कि वह आग लगने का दृश्य अपने भीतर महसूस कर रहा हो। मसलन ध्वनि द्वारा ऐसा प्रभाव डालना होगा जिसमें लगे कि आग की लपटों से निकलने वाली आवाज और लोगों के भागने-दौड़ने, चीखने-चिल्लाने, आग बुझाने की प्रक्रिया में किया जाने वाला प्रयास, दमकल गाड़ी के आगमन, उसकी घण्टी बजने की आवाज – इन सब बातों को ध्वनि के माध्यम से दृश्य बनाने का प्रयास किया जाता है।

रेडियो नाटक में भी प्रमुखता संवादों की ही होती है लेकिन अन्य ध्वनियों और संगीतों का इस्तेमाल करके वह असर पैदा किया जाता है जो मंच पर नाटक देखते हुए पैदा होता है। इसमें बोलचाल की भाषा का प्रयोग किया जाता है।

दृश्य माध्यमों की भाषा

संचार माध्यमों में मुद्रित और श्रव्य माध्यमों के अतिरिक्त दृश्य माध्यमों का भी महत्वपूर्ण स्थान है। इसमें भी श्रव्य का प्रयोग होता है। जैसे कि सिनेमा या टेलीविजन। दोनों दृश्य के साथ-साथ श्रव्य माध्यम भी हैं। परन्तु इसमें श्रव्य का प्रयोग उसी रूप में नहीं होता जिस रूप में रेडियो या मुद्रण की भाषा में होता है। दृश्य माध्यमों में दृश्य साथ में होने के कारण शब्दों के द्वारा वस्तु, स्थिति और भाव का वैसा वर्णन करने की जरूरत नहीं होती जैसे मुद्रित या श्रव्य माध्यमों में होती है। दृश्य माध्यम में हमारे सामने सब घटित घटनाएँ या क्रियाएँ संचालित होती रहती हैं। उसे हम हू-ब-हू वैसा ही देखते हैं। उदाहरण स्वरूप रेडियो और टेलीविजन पर प्रसारित होने वाले क्रिकेट और फुटबाल की कमेंट्री को देख सकते हैं। जैसे कि जब रेडियो द्वारा हम क्रिकेट या फुटबाल की कमेंट्री सुनते हैं तो उससे यह पता नहीं चलता कि खेल कैसा चल रहा है। कोई खिलाड़ी किस स्थान से कैसे बॉल को मार रहा है, बॉल कितना ऊँचा उठा है, कैसे कोई अपने सिर से बॉल को मार रहा है आदि-आदि। या फिर क्रिकेट में कोई बॉलर कितनी दूरी से बॉल फेंकने के लिए कितनी तेजी से दौड़ रहा है। या बॉल फेंकते वक्त उसकी मुद्रा कैसी है। बॉल को बैटिंग करने वाला किस प्रकार मार रहा है, बाल किस दिशा में कितनी तेजी से जा रहा है या किसी ने उसे किस प्रकार कैच किया है। इन तमाम बातों की जानकारी रेडियो पर कमेंटेटर द्वारा बड़ी तेजी से दी जाती है। परन्तु सुनकर हम घटित दृश्यों का अनुमान भर ही लगा सकते हैं, प्रत्यक्ष दर्शन नहीं कर सकते। टी.वी. पर हम उक्त तमाम घटनाओं और क्रियाओं को अपनी आँखों के सामने होते देखते हैं। इसलिए इसकी कमेंट्री भी धीमी गति से होती है। उसके लिए यह जरूरी नहीं कि वह खेल के हर क्षण का पूरा विवरण पेश करे। वह खेल का पूरा वर्णन करने के बजाय उस पर अपनी राय ज्यादा ज़ाहिर करता है।

किसी भी मुद्रित या श्रव्य माध्यम में उक्त विचारों को यदि दृश्य माध्यम के द्वारा प्रसारित करना होता है तो उसकी भाषा में भी बदलाव करना होता है। उस मुद्रित या श्रव्य की भाषा को दृश्य माध्यम की भाषा के अनुरूप करना होगा। जैसे, नीचे हम कहानी के एक अंश को दे रहे हैं। इसमें मुद्रित, श्रव्य और दृश्य माध्यमों को ध्यान में रखकर भाषा सम्बन्धी विचार किया जा सकता है।

हल्कू ने आकर स्त्री से कहा, सहना आया है। लाओ, जो रूप रखे हैं उसे दे दूँ, किसी तरह गला तो छूटे।

मुन्नी झाड़ू लगा रही थी। पीछे फिरकर बोली, तीन ही तो रूप हैं, दे दोगे तो कम्बल कहाँ से आवेगा? माघ-पूस की रात हार में कैसे कटेगी? उससे कह दो, फसल पर दे देंगे। अभी नहीं। हल्कू एक क्षण अनिश्चित दशा में खड़ा रहा। पूस सिर पर आ गया कम्बल के बिना हार में रात को वह किसी तरह सो नहीं सकता। मगर सहना मानेगा नहीं, घुड़कियाँ जमावेगा, गालियाँ देगा। बला से जाड़ों में मरेंगे, बला तो सिर से टल जाएगी। यह सोचता हुआ वह अपना भारी-भरकम डील लिए हुए (जो उसके नाम को झूठा सिद्ध करता था) स्त्री के समीप आ गया और खुशामद करके बोला ला दे दे, गला तो छूटे। कम्बल के लिए कोई दूसरा उपाय सोचूँगा। मुन्नी उसके पास से दूर हट गई और आँखें तरेरती हुई बोली, कर चुके दूसरा उपाय जरा सुनूँ तो कौन उपाय करोगे! कोई खैरात दे देगा कम्बल? न जाने कितनी बाकी है, जो किसी तरह चुकने ही नहीं आती। मैं कहती हूँ, तुम क्यों नहीं खेती छोड़ देते? मर-मर काम करो, उपज हो तो बाकी दे दो, चलो छुट्टी हुई। बाकी चुकाने के लिए ही तो हमारा जनम हुआ है। पेट के लिए मजूरी करो। ऐसी खेती से बाज आए। मैं रूपए न दूँगी – न दूँगी।

हल्कू उदास होकर बोला, तो क्या गाली खाऊँ?

मुन्नी ने तड़पकर कहा, गाली क्यों देगा, क्या उसका राज है?

उपर्युक्त उदाहरण में मुद्रित और श्रव्य माध्यमों की भाषागत विशेषता वर्तमान है। इसकी भाषा सरल, सुस्पष्ट एवं ग्राह्य है जिससे पाठक को न तो कहीं पढ़ने में कोई कठिनाई होती है और नहीं समझने में। सुनकर भी कोई आदमी कहानी के परिवेश को समझ सकता है। लेकिन इसी बात को जब टी.वी. पर या फिल्म में दिखलाना हो तो फिल्म निर्देशक कहानी के उस अंश को पात्रों की भाव-भंगिमा के माध्यम से प्रदर्शित कराएगा जिसे संवाद के रूप में व्यक्त नहीं किया गया हो। संवाद अंशों को पात्रों के द्वारा कहलवाया जाएगा।

यहाँ पर हल्कू और उसकी पत्नी (मुन्नी) के बीच जो बातचीत हो रही है उसे ही दृश्य माध्यम में पेश किया जा रहा है। इसलिए इसमें कहानी के अन्दर भी संवाद की भाषा पात्रों के अनुरूप लिखी गई है। इस भाषा में यह ध्यान रखा गया है कि बोलते समय भाषा का जो स्वरूप होता है, संवादों में भी वैसी ही भाषा प्रतिबिम्बित हो।

दृश्य माध्यम की भाषा की यह खासियत है कि इसकी भाषा बोलचाल के इतने करीब होती है कि सुनने वाले या देखने वाले को समझने में कोई कठिनाई न हो। इसमें दृश्य के साथ संवाद की भाषा का पूरा तालमेल होता है।

3.4.1 जनसंचार माध्यमों में भाषा का महत्त्व

सामान्य लोगों के लिए भाषा का प्रयोग – जनसंचार माध्यमों में भाषा का बहुत महत्त्व है। जनसंचार के माध्यमों – मुद्रित, श्रव्य और दृश्य में भाषा का प्रयोग अति सावधानी से किया जाना चाहिए। सामान्य तौर पर समाचार-पत्रों में एक ऐसी भाषा का प्रयोग किया जाना चाहिए जिसे पढ़ने में सर्वसाधारण को कोई कठिनाई न हो। ऐसा इसलिए भी जरूरी है कि हिन्दी आज सबसे अधिक बोली जाने वाली भाषा है। यह देश की सम्पर्क भाषा भी है। सिनेमा और टी.वी. के जरिए इसका क्षेत्र और भी व्यापक हो गया है। न केवल हिन्दी प्रदेशों में बल्कि गैर हिन्दी भाषी प्रदेशों में भी इसका प्रचार-प्रसार काफी विस्तृत हुआ है। आज सिनेमा और टी.वी. आदि के प्रसारण से इसका

प्रभाव हिन्दी के अतिरिक्त अन्य भाषा-भाषियों पर भी काफी बढ़ा है। इसलिए संचार माध्यमों में हिन्दी का प्रयोग करते हुए इस बात का ध्यान रखना जरूरी है कि इसके पाठक, श्रोता और दर्शक वैसे लोग भी हैं जिनका हिन्दी ज्ञान सामान्य स्तर का है।

सम्प्रेषण की क्षमता

जनता की भौगोलिक, शैक्षिक और सामाजिक स्तर में विभिन्नताएँ होती हैं। इन विभिन्नताओं को ध्यान में रखकर जरूरी है कि संचार माध्यमों में भाषा का प्रयोग रचनात्मक ढंग से किया जाए। इसके लिए जरूरी है कि संचार की भाषा सहज और सरल हो। यदि भाषा में दुरुहता होगी तो समाचार-पत्र पढ़ने वाले, रेडियो सुनने वाले और सिनेमा या टी.वी. देखने वाले दर्शकों के समक्ष बात को समझने में निश्चित रूप से कठिनाइयाँ होंगी। और यदि वे समझने में असफल रहेंगे तो सम्प्रेषण की समस्या खड़ी हो जाएगी। इसलिए आवश्यक है कि जनसंचार माध्यमों में प्रयोग की जाने वाली भाषा में सहजता और सरलता हो ताकि उसमें सम्प्रेषण की क्षमता बरकरार रह सके।

संचार माध्यमों की भाषा के स्वरूप में बदलाव

संचार माध्यमों की भाषा के स्वरूप में बदलाव भी नितान्त आवश्यक है। संचार के तीनों माध्यमों में भाषा का एक ही स्वरूप प्रभावी नहीं माना जाएगा। इसके लिए आवश्यक है कि कार्यक्रम विधा और उसके विषय अनुरूप ही भाषा का प्रयोग किया जाए। जैसे कि समाचार-पत्र की भाषा और सम्पादकीय की भाषा का स्वरूप एक ही नहीं होगा। रेडियो में प्रसारित होने वाली वार्ता, समाचार, फीचर, नाटक आदि के लिए अलग-अलग भाषा का प्रयोग आवश्यक है। ठीक उसी तरह टेलीविजन के लिए भी भाषा-प्रयुक्ति में सावधानी रखने की आवश्यकता होती है। इसके लिए आवश्यक है कि विधा के अनुरूप भाषा के स्वरूप में भी बदलाव लाया जाए।

भाषा प्रयोग में सावधानियाँ

संचार माध्यमों में लिखित और उच्चरित दोनों भाषाओं का प्रयोग होता है। इस दृष्टि (sound) से दोनों में अन्तर भी है। रेडियो और टेलीविजन में हमेशा उच्चरित भावना का प्रयोग होता है जबकि समाचार-पत्रों में लिखित भाषा का। श्रव्य और दृश्य माध्यमों की भाषा को हम सुनकर या देख-सुनकर अर्थ ग्रहण करते हैं लेकिन समाचार-पत्र को पढ़कर उसका अर्थ समझा जाता है। समाचार-पत्र में यह अवसर होता है कि हम जिस बात को न समझें उसे दुबारा-तिबारा पढ़ सकते हैं, परन्तु श्रव्य या दृश्य माध्यमों में प्रायः ऐसे अवसरों का अभाव होता है। इसलिए इसके लेखन में अतिशय सावधानियों की जरूरत है। जैसे :

- (i) इन माध्यमों में प्रयुक्त होने वाली भाषा सरल, सहज और सम्प्रेष्य हो।
- (ii) वाक्य-विन्यास जटिल न हो।
- (iii) क्लिष्ट शब्दों के प्रयोग से बचा जाना चाहिए।
- (iv) उच्चारणगत शुद्धता होनी चाहिए।

- (v) वर्तनी सम्बन्धी अशुद्धियों से बचना चाहिए। इसके साथ ही वर्तनी का एक मानक प्रयोग किया जाना चाहिए।

3.5 सारांश

सारांश के तौर पर यह कहा जा सकता है कि आधुनिक वैज्ञानिक आविष्कारों ने विकास के कई आयाम प्रस्तुत किए, जिसमें मुद्रित, श्रव्य और दृश्य माध्यमों की शुरुआत हुई। संचार माध्यमों की भाषा वही नहीं होती जो आमतौर पर हम बोलचाल में इस्तेमाल करते हैं। रोजमर्रा की जिन्दगी में भी लिखने और बोलने के लिए दो भिन्न-भिन्न भाषायी रूपों का प्रयोग होता है। मुद्रित और श्रव्य माध्यमों में एक-सी भाषा का प्रयोग नहीं होता। इसी प्रकार श्रव्य और दृश्य माध्यमों में भाषा-प्रयोग की दृष्टि से भिन्नता होती है। यह भिन्नता विधा और विषय के अनुसार होती है। लेकिन सबसे अहम बात यह है कि चाहे विधागत भिन्नता हो या विषयगत भिन्नता यह जरूरी है कि सबकी भाषा में सरलता और सहजता होनी चाहिए। भाषा में अलंकारिता नहीं होनी चाहिए। क्लिष्ट और दुरुह शब्द-प्रयोग से बचना चाहिए। लम्बे और जटिल वाक्य-विन्यास से भाषा में बोझिलता आती है। शिल्प-प्रयोग में भी सावधानी बरतने की आवश्यकता है।

3.6 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. जनसंचार के माध्यमों का विश्लेषण कीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. जनसंचार माध्यमों में प्रयुक्त होने वाली भाषा पर टिप्पणी कीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. जनसंचार माध्यमों में भाषा के महत्व को स्पष्ट करते हुए भाषा के बदलते स्वरूप एवं भाषा प्रयोग की सावधानियों पर प्रकाश डालिए।

.....

.....

.....

.....

.....

3.7 पठनीय पुस्तकें

1. प्रयोजनमूलक हिन्दी – डॉ. अनुज प्रताप सिंह
2. जनसम्पर्क, विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम – एन.सी. पंत
3. सूचना, संचार और समाचार – मुकुल श्रीवास्तव
4. संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र
5. जनपत्रकारिता, जनसंचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित
6. रंगकर्म और मीडिया – जयदेव तनेजा
7. दूरसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी – डी.डी. ओझा, सत्यप्रकाश
8. प्रयोजनमूलक हिन्दी और पत्रकारिता – डॉ. दिनेश प्रसाद सिंह
9. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के सिद्धान्त – रूपचंद गौतम
10. संचार और पत्रकारिता के विविध आयाम – ओम प्रकाश सिंह
11. प्रयोजनमूलक हिन्दी : सिद्धान्त और प्रयोग– दंगल झाल्टे

.....

श्रव्य माध्यम स्वरूप और विशेषताएं

- 4.0 रूपरेखा
- 4.1 उद्देश्य
- 4.2 प्रस्तावना
- 4.3 श्रव्य माध्यम (अर्थ एवं स्वरूप)
- 4.4 श्रव्य माध्यम में भाषा की प्रकृति
- 4.5 सारांश
- 4.6 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 4.7 पठनीय पुस्तकें
- 4.1 उद्देश्य

प्रस्तुत अध्याय का उद्देश्य श्रव्य माध्यमों का विस्तृत परिचय देना है, जिससे अध्ययनरत विद्यार्थियों को श्रव्य माध्यमों विशेषतः रेडियो के इतिहास एवं विकास, उसकी भाषागत विशेषताओं की जानकारी प्राप्त हो सके, जिसे आधार बनाकर वे स्वयं को विषय में निपुण बना सकें।

4.2 प्रस्तावना

इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के अंतर्गत आने वाले श्रव्य माध्यम भी अत्यधिक महत्त्वपूर्ण हैं। मुद्रित माध्यमों के पश्चात् आधुनिक संचार साधनों में श्रव्य माध्यमों का ही स्थान आता है। श्रव्य माध्यमों के अंतर्गत प्रमुख रूप से रेडियो, ऑडियो कैसेट, टेपरिकॉर्डर आदि को सम्मिलित किया जाता है। श्रव्य माध्यमों का अनेक प्रकार से समाचार और साहित्य के कार्यक्रमों के प्रसारण में प्रयोग किया जाता है। इनका उद्देश्य समाज के सुदूर से सुदूर क्षेत्रों में सूचनाओं, ज्ञान इत्यादि का प्रसारण करना है। बहुत हद तक श्रव्य माध्यमों ने एक जन माध्यम के रूप में समाज का चेहरा बदलने में भी बड़ी भूमिका निभाई है। श्रव्य माध्यमों में सबसे महत्त्वपूर्ण रेडियो के

प्रसारण का आविष्कार 1901 में इटली के मारकोनी नामक वैज्ञानिक ने किया था। प्रथम वाक् संकेत अटलांटिक के पार आलिंग्टन, वर्जीनिया और पेरिस के बीच सन् 1915 में भेजे गए। भारत में रेडियो का आगमन पराधीन भारत में ही हो गया, धीरे-धीरे इसका विकास हुआ। श्रव्य माध्यम में प्रयुक्त होने वाली भाषा का भी अपना विशेष महत्त्व है। यह इस प्रकार की होनी चाहिए कि श्रोताओं को अधिक एकाग्रचित होने की आवश्यकता न पड़े एवं सुनते समय कोई चित्र मस्तिष्क में उभरकर सामने आ जाए। अनेक साहित्यिक विधाओं का भी श्रव्य माध्यमों में रूपांतरण किया जा चुका है। इसमें सबसे महत्त्वपूर्ण है रेडियो नाटक। जिसे मन का थियेटर कहा जाता है क्योंकि उसकी मूल प्रवृत्ति विचारपरक, मनोविश्लेषणात्मक है और यदि विचार, कथा या प्रस्तुतीकरण में गहराई नहीं है, तो रेडियो नाटककार को अपने श्रोता को खो देने के खतरे बढ़ जाते हैं। प्रस्तुत अध्याय में हम इन्हीं तथ्यों पर विस्तार से विचार विमर्श करेंगे।

4.3 श्रव्य माध्यम (अर्थ एवं स्वरूप)

माध्यम के संबंध में विचार करते ही सवाल यह उठता है कि माध्यम कितने प्रकार के हैं एवं उनका स्वरूप क्या है? माध्यम का स्वरूप उन उपकरणों से ही तय होता है, जिनका उपयोग माध्यम के रूप में किया जाता है। आज संचार माध्यम के तीन प्रमुख प्रकार हैं—

- 1) **शब्द-संचार माध्यम अथवा मुद्रण माध्यम**— समाचार पत्र-पत्रिकाएँ, पुस्तकें, पम्फलेट्स आदि।
- 2) **श्रव्य संचार माध्यम**— रेडियो, आडियो कैसेट, टेपरिकॉर्डर आदि।
- 3) **दृश्य संचार माध्यम**— टेलीविजन, विडियो कैसेट, फिल्म आदि।

यहाँ पर हम श्रव्य माध्यमों के अर्थ एवं स्वरूप की विस्तृत चर्चा करेंगे।

श्रव्य संचार माध्यम — श्रव्य माध्यम ध्वनि पर आधारित जन संचार माध्यम होते हैं। यह श्रवणेन्द्रिय के जरिए विश्व को करीब लाते हैं। महानगर हो, नगर हो, गांव, कस्बा, खेत-खलिहान हो, जंगल हो, पहाड़ हो, नदी का किनारा या स्कूल- कॉलेज, बस-कार, टैक्सी, कहीं भी श्रव्य माध्यमों जैसे रेडियो की आवाज सहज रूप से आपके कानों तक पहुँचती है। सस्ता, सुविधाजनक और लोकप्रिय इस माध्यम से हजारों मील की दूरी भी समाप्त हो जाती है। यू कहें कि भूमंडलीकरण के इस दौर में सारा विश्व आपके करीब आ जाता है, करोड़ों-करोड़ लोग ज्ञान और मनोरंजन के एक साधन रेडियो द्वारा लाभ उठा सकते हैं। रेडियो प्रसारण जनसंचार का सर्वाधिक शक्तिशाली संचार माध्यम है। भारत जैसे विकासशील देश में ऑल इंडिया रेडियो की सूचना देने, शिक्षित करने तथा मनोरंजन करने के माध्यम के रूप में अत्यधिक महत्ता है। जनसेवा प्रसारक के रूप में राष्ट्र के सांस्कृतिक, सामाजिक, आर्थिक विकास की प्रक्रिया में यह अपना योगदान दे रहा है।

वर्तमान में दसवीं पंचवर्षीय योजना में इसके मुख्य बिंदु इस प्रकार निर्धारित किए गए हैं—

- ❖ सीमांत एवं पहाड़ी क्षेत्रों में मीडिया वेब प्रसारण सेवा का विस्तार।
- ❖ एफ.एम रेडियो प्रसारण को देश की आधी आबादी तक पहुँचाना।
- ❖ निर्माण तकनीक को बेहतर करने के लिए डिजिटल तकनीक का प्रयोग करना तथा रेडियो को इंटरएक्टिव बनाना।
- ❖ AIR सेवाओं को इंटरनेट पर उपलब्ध कराना।
- ❖ जनसेवा प्रसारण की भूमिका को और बेहतर बनाने हेतु बेहतर कार्यक्रमों का निर्माण करना।

4.4 श्रव्य माध्यम में भाषा की प्रकृति-

श्रव्य माध्यमों में संदेश देखे नहीं बल्कि सुने जाते हैं। इसलिए श्रोता अपना कोई भी कार्य करते हुए इसे सुन सकता है। भारतीय संदर्भ में यह श्रमजीवी जन के लिए अत्यंत उपादेय है जिसमें श्रम करता हुआ व्यक्ति अपना कार्य रोके बिना जानकारी प्राप्त कर सकता है, मनोरंजन कर सकता है। निरक्षर और दृष्टिहीन व्यक्तियों के लिए रेडियो एक वरदान है। श्रव्य माध्यम होने के कारण रेडियो की भाषा भी अति विशिष्ट है, क्योंकि समाचार पत्र में छपे समाचार, पुस्तकों में छपी सूचनाओं को पाठक अनेक बार पढ़ सकता है, यदि उसे कोई बात/शब्द समझ नहीं आती तो वह पुनः प्रिंट कॉपी को पढ़ सकता है, परन्तु श्रव्य माध्यमों के साथ यह संभव नहीं है, इसलिए श्रव्य माध्यमों की भाषा में स्पष्टता होनी चाहिए। स्पष्टता का अर्थ है कि वाक्य छोटे-छोटे एवं सारगर्भित होने चाहिए। मौखिक संप्रेषण पुनरावृत्ति की मांग करता है ताकि श्रोता के लिए सूचनाएँ बोधगम्य हो जाए।

- ❖ सूचना में प्रयुक्त व्यक्ति का नाम बार-बार लिया जाए।
- ❖ सर्वनाम से काम न चलाया जाए क्योंकि श्रोता आसानी से नाम को भूल सकते हैं।
- ❖ वाक्य जटिल और संयुक्त न हो।
- ❖ कर्ता, कर्म, क्रिया के बीच में दूरी न हो।
- ❖ शब्दों के माध्यम से चित्र निर्माण की क्षमता होनी चाहिए ताकि श्रोता अपनी कल्पना से उन दृश्यों को समझ सकें।
- ❖ गंभीर से गंभीर विषय को अत्यंत सरल, सहज और संवादात्मक शैली में प्रस्तुत करना चाहिए। पांडित्यपूर्ण शैली श्रोताओं को वार्ता से विमुख कर देगी।

उपर्युक्त, निम्नलिखित, उपरोक्त आदि शब्द रेडियो की भाषा के लिए बिल्कुल अर्थहीन हैं, क्योंकि रेडियो में स्थान की नहीं बल्कि समय की संकल्पना होती है, इसलिए ऊपर-नीचे के स्थान पर पहले और बाद में इस तरह के शब्दों का प्रयोग करना चाहिए।

4.5 सारांश

श्रव्य माध्यमों में रेडियो संचार का एक सशक्त माध्यम है। जो लोगों को पारस्परिक अनुभवों द्वारा परस्पर जोड़ता है। यह ऐसे विषय प्रदान करता है, जिन पर संवाद हो सके। यह माध्यम जनसामान्य का आवश्यक कारक बन चुका है। चाहे हम घर हों या बाहर, कहीं जा रहे हों या कोई काम कर रहे हों, रेडियो एक साथी एवं सहयोगी का कार्य करता है। मात्र शिक्षित ही नहीं, निरक्षर व्यक्ति भी इस माध्यम से आत्मीयता रखते हैं। हमारे देश में ही नहीं बल्कि विश्व के प्रायः हर देशों में रेडियों प्रसारण की स्थिति में क्रान्तिकारी प्रगति हुई है। इस जनमाध्यम को आज एक व्यापक समाज रुचिपूर्वक अपना चुका है।

4.6 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. श्रव्य माध्यम के स्वरूप को स्पष्ट करते हुए भाषा की प्रकृति पर विचार करें ।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. श्रव्य माध्यम से आप क्या समझते हैं ।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4.6 पठनीय पुस्तकें

- 1) फीचर लेखन – डॉ. पूरनचंद टंडन, डॉ. सुनील कुमार तिवारी, संजय प्रकाशन, दिल्ली
- 2) भाषा-प्रौद्योगिकी एवं भाषा प्रबंधन – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, प्रथम संस्करण-2004, किताबघर प्रकाशन, दिल्ली
- 3) संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्र प्रकाश मिश्र, द्वितीय संस्करण-2006, संजय प्रकाशन, दिल्ली
- 4) जन पत्रकारिता, जन संचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, प्रथम संस्करण-2004, संजय प्रकाशन, दिल्ली
- 5) हिंदी पत्रकारिता विविध आयाम (भाग-1) – संपादित डॉ. वेद प्रताप वैदिक, संस्करण-1997, हिंदी बुक सेंटर, दिल्ली
- 6) रेडियो और दूर-दर्शन पत्रकारिता – डॉ. हरिमोहन, प्रथम संस्करण-1997, तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली
- 7) मीडिया लेखन-कला – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, डॉ. पवन अग्रवाल, संस्करण-2001, न्यू रॉयल बुक कंपनी, लखनऊ
- 8) जनसंचार के सामाजिक संदर्भ – जवरीमल्ल पारेख, संस्करण-2001, अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स (प्रा.) लिमिटेड, दिल्ली

रेडियो एवं रेडियो नाटक

- 5.0 रूपरेखा
- 5.1 उद्देश्य
- 5.2 प्रस्तावना
- 5.3 रेडियो का विकास
- 5.4. रेडियो नाटक
- 5.5 साहित्यिक विधाओं का रेडियो में रूपांतरण
- 5.6 निष्कर्ष
- 5.7 महत्त्वपूर्ण शब्दावली
- 5.8 लघु-उत्तरीय प्रश्न
- 5.9 दीर्घ-उत्तरीय प्रश्न
- 5.10 पुस्तक सुझाव
- 5.11 पठनीय पुस्तकें
- 5.1 उद्देश्य

प्रस्तुत अध्याय का उद्देश्य श्रव्य माध्यमों का विस्तृत परिचय देना है, जिससे अध्ययनरत विद्यार्थियों को श्रव्य माध्यमों विशेषतः रेडियो के इतिहास एवं विकास, उसकी भाषागत विशेषताओं की जानकारी प्राप्त हो सके, जिसे आधुनिक बनाकर वे स्वयं को विषय में निपुण बना सकें।

5.2 प्रस्तावना

इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के अंतर्गत आने वाले श्रव्य माध्यम भी अत्यधिक महत्त्वपूर्ण हैं। मुद्रित माध्यमों के पश्चात् आधुनिक संचार साधनों में श्रव्य माध्यमों का ही स्थान आता है। श्रव्य माध्यमों के अंतर्गत प्रमुख रूप से रेडियो, ऑडियो कैसेट, टेपरिकॉर्डर आदि को सम्मिलित किया जाता है। श्रव्य माध्यमों का अनेक प्रकार से समाचार और साहित्य के कार्यक्रमों के प्रसारण में प्रयोग किया जाता है। इनका उद्देश्य समाज के सुदूर से सुदूर क्षेत्रों में सूचनाओं, ज्ञान इत्यादि का प्रसारण करना है। बहुत हद तक श्रव्य माध्यमों ने एक जन माध्यम के रूप में समाज का चेहरा बदलने में भी बड़ी भूमिका निभाई है। श्रव्य माध्यमों में सबसे महत्त्वपूर्ण रेडियो के प्रसारण का आविष्कार 1901 में इटली के मारकोनी नामक वैज्ञानिक ने किया था। प्रथम वाक् संकेत अटलांटिक के पार आलिंग्टन, वर्जीनिया और पेरिस के बीच सन् 1915 में भेजे गए। भारत में रेडियो का आगमन पराधीन भारत में ही हो गया, धीरे-धीरे इसका विकास हुआ। श्रव्य माध्यम में प्रयुक्त होने वाली भाषा का भी अपना विशेष महत्त्व है। यह इस प्रकार की होनी चाहिए कि श्रोताओं को अधिक एकाग्रचित होने की आवश्यकता न पड़े एवं सुनते समय कोई चित्र मस्तिष्क में उभर कर सामने आ जाए। अनेक साहित्यिक विधाओं का भी श्रव्य माध्यमों में रूपांतरण किया जा चुका है। इसमें सबसे महत्त्वपूर्ण है रेडियो नाटक। जिसे मन का थियेटर कहा जाता है क्योंकि उसकी मूल प्रवृत्ति विचारपरक, मनोविश्लेषणात्मक है और यदि विचार, कथा या प्रस्तुतीकरण में गहराई नहीं है, तो रेडियो नाटककार को अपने श्रोता को खो देने के खतरे भी बढ़ जाते हैं। प्रस्तुत अध्याय में हम इन्हीं तथ्यों पर विस्तार से विचार विमर्श करेंगे।

5.3 रेडियो का विकास

रेडियो प्रसारण का आविष्कार 1901 में इटली के मारकोनी नामक वैज्ञानिक ने किया था। प्रथम वाक् संकेत अटलांटिक के पार आलिंग्टन, वर्जीनिया और पेरिस के बीच सन् 1915 में भेजे गए। प्रारंभ में प्रसारण मात्र कौतूहल था। बाद में इसने खेल का दर्जा लिया। ऐसा शायद इसलिए रहा कि पहले शब्द नहीं थे मात्र मोर्स कोड की डॉट प्रणाली थी। शब्दों द्वारा रेडियो प्रसारण का प्रयोग 1933 ई. में जर्मनी ने किया था। यह प्रसारण युद्धजनित तैयारी हेतु प्रयोग किया जाता रहा। 1920 ई. के आसपास से यूरोप, अमेरिका और एशिया में काफी शोध कार्य किए गए जिसके परिणामस्वरूप रेडियो ने असाधारण प्रगति की। बी.बी.सी. (British Broadcasting Corporation) आज विश्व की सर्वश्रेष्ठ रेडियो प्रसारण संस्थाओं में से एक है। 1923 में इंग्लैंड के डाक विभाग के प्रयासों के फलस्वरूप इसकी नींव पड़ी। 'सूचना', 'शिक्षा' एवं 'मनोरंजन' के लक्ष्यों को बी.बी.सी. ने सामने रखा तथा समय, तथ्य और उच्चारण की शुद्धता पर बल दिया। ठीक इन्हीं उद्देश्यों को भारत में 'आकाशवाणी' ने भी अपनाया।

भारत में इसका आरंभ निजी कंपनियों ने किया था और 1921 में एक संगीत कार्यक्रम का भी इससे प्रसारण किया गया था। आरंभ में भारतीय रेडियो प्रसारण में बी.बी.सी. का भी गहरा सहयोग रहा था। प्रसारण माध्यम के रूप में इसके महत्त्व को उस समय की ब्रिटिश सरकार भी समझती थी। आरंभ में रेडियो के संबंध में भारतीय जनता ने अधिक उत्साह नहीं दिखाया था क्योंकि उस समय यह देश स्वाधीनता की अपनी समस्याओं से जूझ रहा था फिर भी जनवरी 1931 से बम्बई केन्द्र से निरंतर कार्यक्रमों का प्रसारण होता था। रात्रि 9.20 से 11 बजे तक भारतीय भाषाओं में कार्यक्रम प्रसारित किए जाते थे जिनमें शास्त्रीय संगीत और सुगम संगीत के साथ ही बच्चों के कार्यक्रम शामिल

होते थे। रात्रि 9 बजे हिंदी में समाचारों का प्रसारण किया जाता था। 23 फरवरी 1946 को ऑल इंडिया रेडियो, सूचना एवं कला विभाग के अधीन हो गया था। स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात ऑल इंडियो रेडियो का स्वरूप पर्याप्त रूप से विकसित हो चुका था और 14 रेडियो केन्द्र कार्य कर रहे थे। स्वतंत्र भारत में रेडियो प्रसारण के विकास के लिए वल्लभ भाई पटेल के नेतृत्व में एक समिति बनी थी। स्वतंत्र भारत का पहला प्रसारण केन्द्र 1 नवंबर 1947 को जालंधर में खोला गया और फिर यह सिलसिला लगातार चलता रहा। जब जम्मू, पटना, कटक, अमृतसर, शिलांग, नागपुर, विजयवाड़ा, पणजी, इलाहाबाद, अहमदाबाद, मैसूर, हैदराबाद, विशाखापटनम, तूतीकोरिन और कोलंबो तक में भारतीय प्रसारण आरंभ हुआ। रेडियो प्रसारण को पंचवर्षीय योजनाओं में भी महत्वपूर्ण स्थान प्राप्त हुआ। 15 अगस्त 1993 से एक विशेष हिंदी समाचार पूल स्थापित हुआ और राष्ट्रमंडल संगीत प्रतियोगिता कॉमनवेल्थ हैजबाट अस टुगैदर को पहला स्थान मिला। 17 जनवरी 1933 से दिल्ली में एक केन्द्र स्थापित किया गया जहां से फोन इन सेवा आरंभ हुई, जिसके अनुसार कार्यक्रम के बीच में फोन करके प्रश्न पूछना संभव था। 24 फरवरी 1933 से आकाशवाणी दिल्ली में एक एफ.एम. चैनल आरंभ हुआ जो केवल संगीत के लिए समर्पित है।

सन् 2000 में जो 20वीं शताब्दी का अंतिम वर्ष था, अनेक राष्ट्रीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय घटनाओं को आकाशवाणी ने व्यापक रूप से प्रसारित किया था। 4 नवंबर, 2000 को 23 स्थानों पर आमंत्रित व्यक्तियों के सामने आकाशवाणी के संगीत सम्मेलन का आयोजन किया गया। इसकी प्रसारण व्यापकता इतनी बढ़ी कि यह लगभग 99 प्रतिशत जनसंख्या तक पहुँची गई, आज आकाशवाणी का तंत्र विश्व के सबसे बड़े तंत्रों में से एक है।

5.4 रेडियो नाटक

रेडियो नाटक से आशय है, वे नाटक जो रेडियो या आकाशवाणी कार्यक्रम के निमित्त तैयार किये जाते हैं। नाटक को रूपक भी कहा जाता है। ऐसी रचनाएँ जो रेडियो टेकनीक की दिशा में कुछ नये प्रयोगों में लिखी जाती हैं। जब डॉक्यूमेंटरी फिल्मों का आविष्कार हुआ तो उन्हीं के आधार पर रचनाएँ लिखकर प्रसारित की जाने लगीं और वही आगे रेडियो नाटक/रूपक कहलायीं। इनमें सब प्रकार की वास्तविकताओं का नाटकीय रूप उपस्थित किया जाता है।

आकाशवाणी के प्रसारणों में रेडियो नाटकों का प्रमुख स्थान होता है। यह विधा सामान्य श्रोता तथा विशिष्ट वर्ग दोनों में लोकप्रिय हुई है। रेडियो रूपक तथा वृत्त रूपक ऐसी विधाएँ हैं – जिनमें नैरेशन नाटक, भेंटवार्ता, संगीत, कविता तथा ध्वनि-प्रभाव आदि सभी प्रकार की श्रवण शैलियों का उपयोग किया जा सकता है। नाटक, रूपक तथा विशिष्ट कार्यक्रमों में कलाकार/पार्टी का मुखिया तथा पूर्व प्रसारण तिथि भी दर्शायी जाती है। सब की प्रस्तुति के लिए अग्रिम सूची तैयार कर ली जाती है। जनवरी से मार्च तक की तिमाही अनुसूची गत अक्टूबर से पहले जमा की जाती है; ताकि अनुबन्ध पत्र, पत्र आदि समय से भेजे जा सकें। अनुसूची केन्द्र निदेशक द्वारा अनुमोदित की जाती है। इसमें कार्यक्रम का नाम, शीर्षक, उद्देश्य, विषय, प्रस्तुति-समय, अवधि, आवृत्ति तथा भाग लेने वालों के नाम आदि का पूर्ण विवरण दिया जाता है। रेडियो नाटक 15-30 मिनट तक का हो। 15-20 पृष्ठ से अधिक न हो।

सभी कलाकारों की स्वर परीक्षा होती है। परीक्षा में कलापक्ष तथा प्रस्तुति विशेष पर विशेष ध्यान दिया जाता है। कुछ प्रक्रियाओं के लिए लेखन अनिवार्य होता है। उनमें एक नाटक भी है। रेडियो नाटक भी मूलरूप से नाटककार

की रचना होती है। यह एक कहानी रचना है। अलग-अलग पात्रों को गढ़ता है, पात्रों के चरित्रों का विकास करता है। रेडियो नाटक में भी नाटक के सभी गुण होते हैं। नाटक मूलतः संवाद और अभिनय पर आश्रित होता है। प्राचीन काल में जब रेडियो नहीं था, नाटक की रचना मंच पर खेलने के लिए की जाती थी। आधुनिक युग में नाटक मंच पर खेले जाने के अतिरिक्त पढ़ने के लिए मुद्रित भी होने लगे। इन दोनों ही स्थितियों में नाटक में होने वाले कार्यकलाप का संकेत नाटककार संवादों के साथ कोष्ठक में निर्देशों के रूप में लिखते हैं – जो मंच पर अभिनेता की सहायता करते हैं तथा पढ़ने में पाठक को कार्यकलाप समझाने में सहायक होते हैं। रेडियो ने भी नाटक की विधा को अपनाया, किन्तु रेडियो के केवल श्रवणीय होने के कारण नाटक की प्रचलित लेखन-शैलियाँ इसके लिए अपर्याप्त थीं। इसलिए रेडियो नाटक में संवाद के अतिरिक्त नाटक के अन्य कार्यकलापों को भी संवाद और ध्वनियों के माध्यम से अभिव्यक्त करना आवश्यक हो गया। इसकी रचना करते हुए नाटककार को नाटक के ऐसे कार्यकलापों के लिए ध्वनियों और संवादों की कल्पना करनी पड़ती है – जिसके लिए मंच पर ध्वनि या संवाद की कोई आवश्यकता नहीं होती। रेडियो नाटक में नाटककार इन ध्वनियों के लिए निर्देश लिख देता है। अभिनेता और विशेष रूप से प्रस्तुतकर्ता नाटक प्रस्तुत करते हुए सामान्यतः इन निर्देशों का पालन करके नाटक में उन ध्वनियों का प्रयोग करता है – जिनसे नाटक संप्रेषणीय बनता है। इसलिए जिस प्रकार मंत्र के लिए नाटक का लेखन आवश्यक है, उसी प्रकार रेडियो के लिए भी। यहाँ तक कि जब मंच नाटक रेडियो पर प्रस्तुत होना होता है, तो उसका भी पुनर्लेखन आवश्यक हो जाता है।

किसी भी विधा को नाट्य रूप दिया जा सकता है। कथा साहित्य को नाट्य रूप देने में अधिक सुविधा रहती है। 'रामायण' और 'महाभारत' के नाट्य रूप विश्व भर में लोकप्रिय हो रहे हैं। पौराणिक कथाएँ नाट्य रूप में नवजीवन प्राप्त कर रही हैं।

अच्छे लेखन के बाद भी नाटक में पात्रों की उपयुक्त ध्वनियों, अभिनय में भावों के अनुकूल उतार-चढ़ाव और ध्वनि प्रभावों के उपभोग में कुशलता का अभाव रहने पर श्रोता उस नाटक से प्रभावित नहीं होंगे। इसके विपरीत पात्रों के उपयुक्त ध्वनियों, अभिनय में भावों के अनुकूल उतार-चढ़ाव और ध्वनि प्रभावों के कुशल प्रयोग के उपरान्त नाटक के मूल लेखन में कसावट, उत्सुकता आदि तत्त्वों का अभाव होने पर नाटक श्रोता को प्रभावित नहीं करेगा।

नाटक का विषय, चरित्र और लक्ष्य श्रोता वर्ग के अनुरूप हो। समय सीमा के भीतर नाटक के कथानक, संवाद, चरित्र, देशकाल और वातावरण, भाषा-शैली और उद्देश्य को आकर्षक ढंग से प्रस्तुत करना होता है। इसके आने पर नाट्य विधा को नवजीवन मिल गया है। मनोरंजन के साथ जनमानस के संस्कार और परिष्कार का कार्य नाटक के माध्यम से प्रारम्भ किया गया। एक ओर समसामयिक प्रश्नों, समस्याओं और चुनौतियों के प्रति रेडियो नाटक द्वारा जागरूकता उत्पन्न करने का प्रयास किया गया है, तो दूसरी ओर ऐतिहासिक, पौराणिक जीवन की स्थितियों ने साक्षात्कार सम्भव बनाने का प्रयास हुआ। उपेन्द्र नाथ अशक, रामकुमार वर्मा, विष्णु प्रभाकर, उदयशंकर भट्ट, जगदीश चन्द्र माथुर, गिरिजाकुमार माथुर, विनोद रस्तोगी, केशव चन्द्र वर्मा, हरिश्चन्द्र खन्ना, रेवती शरण शर्मा, चिरंजीत, सिद्धनाथ कुमार, कृष्ण कुमार श्रीवास्तव, सत्येन्द्र शरद और मोहन राकेश ने बड़ी संख्या में रेडियो नाटक लिखकर हिन्दी नाटकों को बहुत बल दिया है।

रेडियो नाटकों के अतिरिक्त रेडियो पर अन्य नाट्य रूप भी प्रस्तुत किये जाते हैं – जिन्हें शिल्प के

आधार पर निम्नलिखित श्रेणियों में बाँटा जा सकता है – रेडियो रूपक, रेडियो रूपान्तरण, झलकियाँ, रेडियो & पारावाहिक, काव्य नाटक, संगीत रूपक, रेडियो फैंटसी आदि।

रेडियो नाटक एक उच्चकोटि की साहित्यिक विधा है, जिसके द्वारा विभिन्न विषयों, व्यक्तियों, घटनाओं, भावों, वातावरणों को प्रस्तुत किया जा सकता है। रेडियो नाटक की अपनी सीमाएं एवं सुविधाएँ हैं।

इसकी पहली सीमा है कि यह मात्र माइक के भरोसे है, दूसरी सीमा है कि यह केवल श्रवण को माध्यम बनाता है, इसके पास शब्दों के अलावा कोई साधन नहीं होता, तीसरी सीमा है कि इसका श्रोता अनेक कार्यों में फंसा हो सकता है। दूसरी ओर इसे बहुत –सी सुविधाएं भी प्राप्त हैं। रेडियो नाटक के श्रोताओं को मंचीय नाटक के दर्शकों की तरह प्रकाश, पोशाक, सेट्स आदि पर ध्यान नहीं बंटाना पड़ता है, यानि इसके श्रोता अधिक आत्मीय होते हैं। यह अपने को अधिक प्रभावी बनाने के लिए संगीत आदि का सहारा ले सकता है। रेडियो नाटक में स्मृति-दृश्य, स्वप्न आदि की प्रस्तुति संभव है, जिससे यह अपने श्रोताओं को अधिक विशाल मनोभूमि पर रसबोध करा सकता है। रेडियो-नाटक के लिए किसी हॉल या ओपन थियेटर की जरूरत नहीं होती है। यह रेडियो के अपने स्टूडियो में सस्वर किया जाता है। रेडियो नाटक में सेट आदि के परिवर्तन की जरूरत ही नहीं होती। यहां सब कुछ सस्वर है। रेडियो नाटक के मुख्य तत्व इस प्रकार हैं :-

- (क) **शीर्षक** – रेडियो नाटक का शीर्षक सार-संक्षेप होने के साथ-साथ ऐसा आकर्षक होना चाहिए कि श्रोता सुनकर ही प्रभावित हो जाए।
- (ख) **प्रारंभ** – रेडियो नाटक का प्रारंभ काफी सोच समझकर करना चाहिए, क्योंकि प्रारंभ में ही श्रोता तय करता है कि वह नाटक सुने या सेट बंद कर दे।
- (ग) **विषय** – विषय अथवा कथावस्तु का चुनाव प्रत्येक लेखक अपनी रुचि के अनुसार करता है, रेडियो संहिता की सीमा के भीतर रहकर जो भी लिखा जाए, नाटक के लिए चुना जा सकता है।
- (घ) **दृश्यांतर** – रेडियो नाटक में दृश्यांतर के लिए अधिक रूकावट नहीं होती है, किंतु इतना तो ध्यान रखना ही चाहिए कि दृश्य तभी बदला जाए, जब यह एक वातावरण बनाकर अपनी बातें कह चुका हो।
- (ङ) **पात्र** – नाटक में पात्रों का सबसे बड़ा महत्त्व है। कहा जा सकता है कि नाटक पात्रों के क्रियाकलाप की ही देन है। इसलिए पात्रों के निर्माण एवं प्रस्तुति के प्रति एक रेडियो नाटक लेखक को अत्यंत सावधान रहना चाहिए जहां तक बन पड़े कम पात्र रखे जाएं।
- (च) **संवाद** – संवाद संक्षिप्त, सरल और साफ होने चाहिए। मंच पर हाव-भाव प्रकट हो सकते हैं, परंतु रेडियो नाटक में ऐसा संभव नहीं है, संवाद ऐसा होना चाहिए जो कि पात्रों को पूरी तरह उपस्थित कर सके। पात्रों के आने-जाने की सूचना भी संवादों के द्वारा दी जानी चाहिए, इसमें शब्दों से आकृति उभारी जा सकती है। उदाहरणतः एक आने वाले पात्र के बारे में यह कहना लो! यह कौन अर्जुन आ रहा है? अर्जुन कहने से आगंतुक का एक नक्शा उभर आता है। प्रत्येक वाक्य, प्रत्येक शब्द साफ-साफ और तथ्यपरक होना चाहिए। संदेश की गुंजाइश नहीं होनी चाहिए। 'नरो वा कुंजरो वा' की स्थिति रेडियो नाटक के लिए ठीक

नहीं प्रश्नवाचक, आश्चर्यबोधक, फुसफुसाहट वास्तविक लगने चाहिए।

(छ) **ध्वनि संगीत** – संगीत तथा ध्वनि का प्रयोग रेडियो नाटक में मानसिकता की तैयारी के लिए होना चाहिए। इससे भावनात्मक आवेग उत्पन्न किया जाना चाहिए। ध्वनि से चित्रमयता लाने की चेष्टा की जानी चाहिए।

1. रेडियो नाटक के उपकरण

रेडियो नाटक में प्रयुक्त होने वाले श्रव्य साधन तीन हैं – (प) भाषा, (पप) ध्वनि, (पपप) संगीत। रेडियो नाटक में इनका अधिक कुशल और तकनीकी प्रयोग अपेक्षित होता है।

(i) **भाषा** – नाटक में चरित्र के अनुरूप भाषा का प्रयोग उचित होता है। चौराहे पर खड़े अनपढ़ व्यक्ति की भाषा और किसी पढ़े-लिखे नागरिक की भाषा में अन्तर होता है। यदि लेखन में इस अन्तर को ध्यान में न रखकर दोनों से एक ही भाषा बुलवाई जाये, तो रेडियो में ही नहीं मंच पर भी और पढ़ने में भी वह सारहीन लगेगी, ऐसी भाषा प्रभावशून्य होती है। वह कथ्य को संप्रेषित नहीं कर पाती है। भाषा आम आदमी की होनी चाहिए। विविध पात्रों की भाषा भी विविध हो। सम्बोधन भी प्रासंगिक और पात्रानुसार हो। इसमें पुस्तकीय या शास्त्रीय रूप से बचना चाहिए। यद्यपि, तथापि, कदापि, अतएव, अग्र, पश्च, यथोचित, किंचित, तथोपरि आदि शब्द रूपों से बचना चाहिए। रेडियो, माध्यम बड़ा व्यापक और लचीला माध्यम है। अन्य कार्य करते, पढ़ते, चलते समय भी लोग इसका उपयोग करते हैं। पण्डित से मूर्ख तक इसके श्रोता होते हैं। इससे इसकी भाषा न जटिल हो, न फूहड़, अश्लील और गँवारु। वाक्य छोटे-छोटे, औपचारिक, सरल, पूर्ण, अभिधा प्रधान व सर्वगम्य हों। इसके साथ भाषा का मानक रूप बने रहना चाहिए। अतः भाषा व्याकरण सम्मत और बोधगम्य हो। इसकी भाषा में दृश्य उत्पन्न करने की शक्ति हो। ध्वनि प्रभाव से भी दृश्य उत्पन्न करने में सहायता मिलती है। अतः इसकी भाषा सरल के साथ-साथ ध्वन्यात्मक, चित्रात्मक और विश्वात्मक हो। इससे परिवेश और पात्रों के मनोभावों का पता चलता है। एक उदाहरण –

शहनाई का स्वर उभरता है। तेज। फिर मन्द चहल-पहल टैक्सी चलने, फिर रुकने का स्वर।

माँ! आओ, बहू, आराम से अरे यह

पल्लू कहाँ से फँस गया यह लो।

निकल गया अब आराम से उतरो।

(कुछ स्वर) टैक्सी जाने का स्वर।

X

X

X

(ii) **ध्वनि** – रेडियो मूलतः ध्वनि माध्यम है। ध्वनि से ही श्रोता सब कुछ जान पाता है। ध्वनि प्रभावों का प्रयोग रेडियो नाटक, रेडियो फीचर, डाक्यूमेंट्री जैसे नाट्य रूपों में किया जाता है। इनका प्रयोग रेडियो-नाटककार या लेखक, परिपार्श्व अथवा वातावरण का निर्माण करने, घटनाचक्र और कार्य व्यापार में सघनता लाने के

लिए करता है। रेडियो एक अन्धा माध्यम है – इसलिए इस प्रकार की ध्वनियाँ यह आभास कराने में सक्षम होती हैं कि नाटक का क्रियाकलाप किसी ठोस धरातल पर हो रहा है, हवा में नहीं। दरवाजे का खुलना या बन्द होना, चाय पीते समय कप-प्लेट की आवाज, गोली चलने की आवाज, रेलगाड़ी, मोटर, स्कूटर, , टेलीफोन, आँधी-तूफान का प्रभाव, पक्षियों का कलवरव, नदी-नाले, वर्षा आदि ऐसे अनगिनत ध्वनि प्रभाव हैं – जिनसे नाटक को जीवन्त बनाया जा सकता है। अतः ध्वनि-प्रभाव ही वह विशिष्ट घटक है – जिसका प्रयोग रेडियो नाटक पर प्रमुख रूप से नाट्य उत्पादन में करता है। ध्वनि प्रभाव से दृश्यहीनता का अभाव नष्ट हो जाता है, जैसे कोई भीतर आने के लिए दरवाजा खटखटाता है, तो अनेक सम्भावनाएँ उत्पन्न होती हैं – लड़का है या लड़की? मिलने आया है या मारने? चोरी छिपे मिलने आया है या खुले आम? जल्दी में है या रुकेगा? ध्वनि-प्रभाव का उपयोग रेडियो नाटक, रेडियो रूपक, वृत्त रूपक (डाक्यूमेण्ट्री) में देखने को मिलता है।

ध्वनि-प्रभाव : (i) सम्पोषक ध्वनि-प्रभाव (ii) स्वतन्त्र अथवा सूच्य ध्वनि-प्रभाव।

- (i) **सम्पोषक ध्वनि-प्रभाव** – रेडियो नाटक का आधार संवाद होता है – इसी से कथ्य साकार और सजीव बनता है। यह कार्य दो प्रकार से होता है – (प) ध्वनि प्रभाव प्रयोग से पूर्व, पात्रों की बातों से उसका आभास करा दिया जाता है। (पप) ध्वनि प्रभाव के आरम्भ होने पर उसके बीच में अथवा उसके अन्त में संवादों द्वारा उसकी पुष्टि कर दी जाती है। ध्वनि के साथ संवाद में उसका उल्लेख हो, तभी पानी, दूध या मदिरा का भेद स्पष्ट होगा। इसी से इनको सम्पोषक ध्वनि-प्रभाव कहा जाता है। ध्वनि और संवाद एक-दूसरे को कहने वाले हैं।
- (ii) **स्वतन्त्र अथवा सूच्य ध्वनि-प्रभाव** – रेडियो-नाटककार ध्वनि-प्रभावों का प्रयोग इस प्रकार करता है कि नाट्य-व्यापार भी चलता है और बीच-बीच में ध्वनियाँ आकर वातावरण का निर्माण भी करती चलती हैं, किन्तु किसी भी संवाद में इनका वर्णन अथवा स्पष्टीकरण नहीं किया गया है। इससे कथ्य सघन व प्रभावकारी बनता है। उदाहरण के लिए मोहन राकेश के रेडियो नाटक 'आषाढ का एक दिन' का अन्तिम भाग दर्शनीय है। इसमें ध्वनि प्रभाव से कथ्य में गाम्भीर्य और पात्रों की मनोदशाओं (उथल-पुथल) को व्यक्त करने का प्रयास किया गया है। सांकेतिकता को पाठक या श्रोता अपनी प्रतिभा से समझ लेगा, ऐसा माना जाता है। ध्वनि प्रभावों की व्याख्या की लेखक स्वयं नहीं करता, इससे शिथिलता आ जाती है ध्वनि-प्रभाव से पाठक या श्रोता नाटक से सीधे जुड़कर नये-नये सौंदर्य की खोज करता है।

ध्वनि प्रभाव का प्रयोजन – रेडियो नाटककार उन्हीं ध्वनि-प्रभावों का प्रयोग करता है – जो नाट्य व्यापार तथा उद्देश्य की पूर्ति हेतु अनिवार्य हो। देश-काल और वातावरण के अनुसार ही प्रस्तुति होनी चाहिए।

ध्वनि-प्रभाव के उद्देश्य – (i) वातावरण का निर्माण, (ii) कथा विस्तार, (iii) मनोभावों की अभिव्यंजना।

- (iii) **संगीत** – रेडियो नाटक में इसकी अहम् भूमिका होती है। इससे नाटक में सरसता, प्रभावात्मकता, आकर्षण आदि की वृद्धि होती है। वाद्य, संगीत तथा गायन दोनों प्रकार के संगीत का रेडियो नाटक में उपयोग किया

जाता है। रेडियो नाटक में संगीत का प्रयोग निम्नलिखित प्रयोजन के निमित्त किया जाता है –

- (i) आरंभ, अंत तथा दृश्य परिवर्तन की सूचना देना।
- (ii) भावोष्णी पन तथा अंतर्द्वन्द्व की व्याख्या करना।
- (iii) देशकाल का संकेत करना।
- (iv) विशिष्ट चरित्रों के व्यक्तित्व का परिचय देना।
- (v) वातावरण का निर्माण करना।

संगीत का व्यवहार स्वतंत्र रूप में संवादों की पृष्ठभूमि में और ध्वनि-प्रभाव के साथ मिश्रित रूप में किया जा सकता है।

2. रेडियो नाटक की विशेषताएँ

रेडियो नाटक नाट्यविधा का ही एक रूप है। लेकिन इसकी कुछ अपनी विशेषताएँ होती हैं – जिनके कारण यह अन्य से भिन्न हो जाता है, इसका लेखन भी भिन्न हो जाता है –

1. यह दृश्य तत्त्व से मुक्त है, मात्र श्रव्य तत्त्व से युक्त है। यह दृश्य काव्य नहीं हैं।
2. इसकी प्रस्तुति का माध्यम मंच न होकर रेडियो होता है। पात्र और श्रोता का साक्षात्कार नहीं होता है। इसमें दर्शक के स्थान पर श्रोता होता है।
3. इस विधा में दृश्य तत्त्व नहीं होता – फिर भी श्रव्य-तत्त्व से काम चल जाता है। यह सुनाकर उन रूपों का अनुभव कराता है – जिनको नाटकों में दिखाया जाता है। संवेदना की प्रस्तुति होती है।
4. इसमें मंच-सज्जा, दृश्यबंध, प्रकाश व्यवस्था आदि की आवश्यकता नहीं पड़ती, न तो दर्शक दीर्घा या ऐसे किसी स्थान की आवश्यकता होती है। दृश्य माध्यम न होने के कारण नाट्य प्रस्तुति की सामूहिक कला से जुड़े व्यक्ति – रंग परिकल्पनाकार, मंच सज्जाकर, प्रकाश व्यवस्थापक आदि की आवश्यकता नहीं पड़ती है। दर्शक-श्रोता में बदल जाते हैं और नाटक देखने का सामूहिक अनुभव वैयक्तिक अनुभव में परिवर्तित हो जाता है। रेडियो नाटक स्टूडियो में प्रस्तुत होता है और सहायक कर्मियों के रूप में इसे ध्वनि व्यवस्थापकों और संचालकों की आवश्यकता पड़ती है।
5. इससे दृश्य विधान नहीं होता। इससे देश, काल की सीमाओं से मुक्त होता है। जिन दृश्यों को नाटक नहीं दिखा सकता – उनको भी रेडियो नाटक प्रस्तुत कर देता है। अतः मानवीय कल्पनाओं में जो भी संभव है – वह इसमें प्रस्तुत है। इस प्रकार इसमें प्रस्तुति को अभूतपूर्व विस्तार मिला है। 'दि आर्ट ऑफ रेडियो' नामक पुस्तक में मैकहवाइनी ने लिखा है – "इसने रूप, वर्णन, संवेग एवं विचार की ऐसी सृष्टि संभव कर दी है – जो देश एवं क्षमता की नियंत्रक सीमाओं से नहीं बँधी है। ध्वनि रेडियो ने अपनी प्रकृति से ही लेखक

को उसकी कल्पना के सदृश्य विस्तृत क्षितिज प्रदान किया है। व्यावहारिक दृष्टि से इसमें दृश्य-योजना, प्रकाश आदि की भौतिक समस्याएँ नहीं हैं, सौंदर्यपरक दृष्टि से इसके आयाम असीम एवं अपार हैं।” इसमें सुनने के साथ-साथ बिम्ब बनता जाता है।

6. इसमें श्रोता निजी एकांत में या दो-चार लोगों के बीच सुनता है। ध्वनि व शब्द के माध्यम से संप्रेषित संदेश श्रोता के मानस पटल पर गहरी और अमिट छाप छोड़ता है। प्रत्येक पात्र व स्थिति के साथ वह अपनी निजी अनुभूतियों और पूर्वाग्रहों को जोड़ता है। श्रवण के साथ उसकी कल्पना शक्ति जागृत और सक्रिय होती है। सामान्य नाटक में सामूहिकता का ही प्रभाव छाया रहता है। अनुभूति व कल्पना का महत्त्व नहीं रहता है।
7. श्रोता की कल्पनाएँ चित्र-निर्माण की प्रक्रिया को उद्दीप्त करने में रेडियो नाटक के शब्दों के साथ-साथ ध्वनि-प्रभावों की बहुत महत्त्वपूर्ण भूमिका होती है। रेलवे इंजन की सीटी, रेल चलने की आवाज, विक्रेताओं की आवाजें आदि मिलकर प्लेटफार्म का स्वरूप, मानस पटल पर बना देती है। इसी प्रकार हवाई अड्डे, बाजार, नदी, झरना, जंगल, तूफान, समुद्रतट, युद्ध आदि के क्रियाकलाप दृश्य बना देते हैं।
8. जीवन के बाह्य व्यापारों के अतिरिक्त अंतर्मन के व्यापारों, मनोवैज्ञानिक गहराइयों में प्रवेश की इसकी अपूर्व क्षमता होती है। पात्र का अंतस श्रोता के अंतस में आ जाता है।
9. रंगमंचीय नाटकों के दृश्य परिवर्तन के लिए मंच पर बहुत अधिक बदलाव लाना पड़ता है। यह समस्या यहाँ पर नहीं होती है।
10. हर्ष, उल्लास, क्रोध, प्रेम, घृणा आदि शब्दों के साथ-साथ चेहरे भी अभिव्यक्त होते हैं। रेडियो नाटक में उन्हें शब्दों से ही व्यक्त करना पड़ता है। पात्र अपने शब्दों से और दूसरे पात्रों के शब्दों से भी किसी प्रिय व्यक्ति के अचानक आ जाने से किसी पात्र के चेहरे पर आए प्रसन्नता के भाव अन्य पात्रों के शब्दों में व्यक्त करने होंगे, जैसे – “उसे देखकर तुम्हारा चेहरा कमल-सा खिल उठा।”

5.5 साहित्यिक विधाओं का रेडियो में रूपांतरण

रेडियो रूपान्तरण का आशय यह है कि जब रंग नाटक, उपन्यास और कहानी को इस श्रव्य माध्यम से प्रसारित करना होता है तो उसे रूपान्तरित करना कहते हैं। रूपान्तरण का अर्थ है श्रव्य माध्यम द्वारा साहित्यिक रचनाओं अथवा किसी भी सृजन को श्रोताओं तक पहुंचाना। रेडियो रूपांतर का अर्थ यह है कि किसी भी रचना को परिवर्तन के माध्यम से रेडियो प्रसारण के उपयुक्त बना देना।

- (क) **रंग नाटक का रेडियो रूपांतरण**— रंग नाटक को रेडियो नाटक में रूपांतरित करने के लिए दृश्य-श्रव्य नाटक को श्रव्य रूप में कल्पित करना होता है और इसके लिए रेडियो माध्यम से उस कल्पना का प्रयोग करना आवश्यक है। रेडियो रूपान्तर में संगीत और ध्वनि का भी कुशलतापूर्वक प्रयोग करना आवश्यक होता है।

- (ख) **रेडियो रूपक** – साहित्य में जिन विभिन्न रूपों का रेडियो से प्रसारण होता है, उनमें रेडियो रूपक का अत्यन्त महत्त्वपूर्ण स्थान है। रेडियो रूपक में ध्वनि को मौलिक, विवेचनात्मक और सृजनात्मक रूप में प्रस्तुत किया जाता है।
- (ग) **रेडियो फैंटसी** – फैंटसी का अर्थ कल्पना है इसे अतिकल्पनात्मक रूपक भी कहा जाता है, अतिकल्पनात्मक रूपक में व्यंजनात्मक प्रभाव की अधिकता होती है। इसके लिए श्रव्य नाट्य शिल्प का ज्ञान भी आवश्यक है। अतिकल्पनात्मक रूपक की आवश्यकता इस कारण होती है कि वह अभिव्यंजना प्रधान होने के कारण सूक्ष्म रूप से किसी भी विचार को यथार्थ के समान एक संसार का निर्माण कर व्यक्त कर सकता है।
- (घ) **संगीत रूपक** – रेडियो से संगीत रूपक प्रसारित किए जाते हैं। इसकी विशेषता यह है कि इसमें संगीत की प्रधानता रहती है। वस्तुतः संगीत रूपक, नाटक या फीचर से भिन्न है और आकाशवाणी पर गीत प्रधान रचनाओं के लिए प्रयोग में लाया जाता है।
- (ङ) **अन्य नाट्य-रूप** – अन्य नाट्य-रूपों में एक पात्रीय रेडियो नाटक हो सकता है। जिसमें आत्मालाप यानि एक व्यक्ति के संवाद का निर्माण किया गया हो। यह पात्र के भीतर के अन्तर्द्वन्द्व को व्यंजित कर सकता है। शेक्सपियर और जयशंकर प्रसाद के नाटकों में स्वगतनाट्य या मोनोलोग का बड़ा प्रयोग किया जाता है।

5.6 निष्कर्ष

निष्कर्षतः यह कहा जा सकता है कि संचार माध्यमों में रेडियो का अपना विशिष्ट स्थान है, जिसने वर्तमान युग में अन्य इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों टी.वी., कम्प्यूटर, इंटरनेट, फेसबुक, व्हाट्स एप के सामने भी अपना अस्तित्व कायम रखा है और भारत की अधिकांश जनता के दिलों पर राज करता है।

5.7 महत्त्वपूर्ण शब्दावली

1. आकाशवाणी – भारत का राष्ट्रीय रेडियो
2. बी.बी.सी. – ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कॉरपोरेशन (ब्रिटेन का प्रमुख रेडियो चैनल)
3. **AIR** सेवा – ऑल इंडिया रेडियो सेवा
4. फैंटसी – रोमांचक कल्पना
5. रूपक – एक प्रकार की नाट्य विधा

5.8 लघु-उत्तरीय प्रश्न

1. श्रव्य माध्यम से आप क्या समझते हैं?

2. निम्नलिखित शब्दों के बारे में बताइए –
- (क) रेडियो नाटक –
 - (ख) रेडियो रूपक –
 - (ग) रेडियो फैंटेसी –
 - (घ) संगीत रूपक –

5.9 दीर्घ-उत्तरीय प्रश्न

1. रेडियो के विकास का वर्णन कीजिए

.....

.....

.....

2. रेडियो नाटक का वर्णन कीजिए।

.....

.....

.....

3. विविध साहित्यिक विधाओं का रेडियो में रूपांतरण विषय पर चर्चा कीजिए।

.....

.....

.....

5.10 पुस्तक सुझाव

1. फीचर लेखन – डॉ. पूरनचंद टंडन, डॉ. सुनील कुमार तिवारी, संजय प्रकाशन, दिल्ली
2. भाषा – प्रौद्योगिकी एवं भाषा प्रबंधन – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, प्रथम संस्करण – 2004, किताबघर प्रकाशन, दिल्ली
3. संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्र प्रकाश मिश्र, द्वितीय संस्करण – 2006, संजय प्रकाशन, दिल्ली

4. जन पत्रकारिता, जन संचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, प्रथम संस्करण – 2004, संजय प्रकाशन, दिल्ली
5. हिंदी पत्रकारिता, विविध आयाम (भाग-1) – संपादित डॉ. वेद प्रताप वैदिक, संस्करण – 1997, हिंदी बुक सेंटर, दिल्ली
6. रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता – डॉ. हरिमोहन, प्रथम संस्करण – 1997, तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली
7. मीडिया लेखन-कला – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, डॉ. पवन अग्रवाल, संस्करण-2001, न्यू रॉयल बुक कंपनी, लखनऊ
8. जनसंचार के सामाजिक संदर्भ – जवरीमल्ल पारेख, संस्करण – 2001, अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स (प्रा.) लिमिटेड, दिल्ली

5.11 पठनीय पुस्तकें

1. प्रयोजनमूलक हिन्दी – डॉ. अनुज प्रताप सिंह
2. जनसम्पर्क, विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम – एन.सी. पंत
3. सूचना, संचार और समाचार – मुकुल श्रीवास्तव
4. संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र
5. जनपत्रकारिता, जनसंचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित
6. रंगकर्म और मीडिया – जयदेव तनेजा
7. दूरसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी – डी.डी. ओझा, सत्यप्रकाश
8. प्रयोजनमूलक हिन्दी और पत्रकारिता – डॉ. दिनेश प्रसाद सिंह
9. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के सिद्धान्त – रूपचंद गौतम
10. संचार और पत्रकारिता के विविध आयाम – ओम प्रकाश सिंह
11. प्रयोजनमूलक हिन्दी : सिद्धान्त और प्रयोग – दंगल झाल्टे

.....

समाचार लेखन

- 6.0 रूपरेखा
- 6.1 उद्देश्य
- 6.2 प्रस्तावना
- 6.3 समाचार की परिभाषा
- 6.4 समाचार की व्युत्पत्ति एवं स्रोत
- 6.5 समाचार के मूलभूत गुण
- 6.6 समाचार के तत्व
- 6.7 समाचार के प्रकार
- 6.8 समाचार लेखन के मूल सिद्धान्त
- 6.9 समाचार लेखन की प्रक्रिया
- 6.10 समाचार लेखन की सीमा
- 6.11 समाचार लेखन की समस्याएँ
- 6.12 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 6.13 पठनीय पुस्तकें
- 6.1 उद्देश्य

प्रस्तुत अध्याय के अध्ययनोपरांत आप जानेंगे –

- समाचार की व्युत्पत्ति कैसे हुई, समाचार के मूलभूत गुण कौन से होते हैं, समाचार लेखन के मूल सिद्धान्त कौन से होने चाहिए?

– समाचार लेखन की क्या सीमाएँ होनी चाहिए तथा समाचार लेखन में क्या-क्या समस्याएँ आती हैं।

6.2 प्रस्तावना

मनुष्य एक चेतनशील जिज्ञासु प्राणी है। अपने आसपास की घटनाओं के सम्बन्ध में जानने-समझने की उसे हमेशा जिज्ञासा बनी रहती है। इसी जिज्ञासा के तहत वह घटनाओं अथवा कार्यों की सूचना प्राप्त करना चाहता है। जिन घटनाओं की जानकारी वैयक्तिक या सामूहिक स्तर पर संचरित होती है उसे सूचना कहा जाता है। पर जिस विशेष सूचना से जनता प्रभावित होती हो तथा उसे जनकल्याण हेतु संचार माध्यमों द्वारा प्रचारित किया जाए तो उसे सामान्यतः 'समाचार' की संज्ञा दी जाती है।

समाचारों की अवधारणा को समझने के लिए कुछ तथ्यों की जानकारी आवश्यक है। क्या आपने कभी समाचारों की प्रकृति के बारे में सोचा है। हम अपने को अद्यतन रखने के लिए रेडियो सुनते हैं, टेलीविजन देखते हैं या समाचार पत्र पढ़ते हैं। यह प्रश्न पूछा जाये कि हम ऐसा क्यों करते हैं तो इसका सीधा उत्तर होगा 'सूचना प्राप्त करने के लिये' बगैर सूचना के हमें ऐसा लगता है कि हम दुनिया से कट गये हैं और अपने आप को समाज से जोड़ नहीं पा रहे हैं। हम सोमवार का समाचार पत्र बुधवार को नहीं पढ़ते, हाँ कुछ लोग तथ्यों की पुष्टि के लिये पुराने समाचार पत्र अवश्य पढ़ते हैं किन्तु सामान्यतः ऐसा नहीं होता कि हम पुराने समाचार पत्र पढ़ें। समाचारों को समझने के लिये हमें सर्वप्रथम 'सूचना' को समझना होगा, क्योंकि सूचना ही वह आधार है जिस पर समाचारों का निर्माण होता है।

क्या सारी सूचनायें समाचार होती हैं? यदि सारी सूचनायें समाचार हैं तो निश्चित रूप से समाचारों की सार्थकता प्रभावित होगी क्योंकि अब यह माना जाने लगा है कि हम 'सूचना आधिक्य' के युग में जी रहे हैं। अर्थात् हमें बहुत सारी अवांछित सूचनायें मिल रही हैं, जिनकी हमें आवश्यकता नहीं है। अतः यह सिद्ध होता है कि हर सूचना को समाचारों का जामा नहीं पहनाया जा सकता है। अब यह कौन निर्धारित करेगा कि कौन सी सूचना समाचार है अथवा नहीं और उसका आधार क्या होगा?

यह निर्धारित करने का कार्य गेटकीपर अर्थात् किसी समाचार चैनल या समाचार पत्र के संपादक के द्वारा किया जायेगा और उस सूचना को समाचार में बदलने की कसौटी होगी। लोकहित तथा समाचार मूल्य, अतः वही सूचना समाचारों का रूप ले सकती है, जिसमें लोकहित का तत्व शामिल होगा।

6.3 समाचार की परिभाषा

समाचारों की परिभाषा का क्षेत्र बहुत व्यापक है, कुछ परिभाषायें निम्न हैं :

“कोई भी ऐसी सूचना जो एक समय में बहुत से लोगों को प्रभावित करे। अन्य शब्दों में समाचार किसी भी घटना, तथ्य, विचार का समयबद्ध प्रतिवेदन (रिपोर्ट) है, जो बहुसंख्यक को प्रभावित करे।”

“समाचार वह नई सूचना है जो किसी तत्कालिक घटना से संबंधित हो तथा जो जनसंख्या के अधिकतम लोगों से संबंधित हो।”

उपरोक्त परिभाषायें समाचारों के बारे में एक दशा निर्देश उपलब्ध कराती हैं किन्तु ये परिभाषायें सम्पूर्ण नहीं कही जा सकती क्योंकि समाचारों की अवधारणा समाज और समय के हिसाब से बदलती जाती है। समाचार एक सापेक्ष अवधारणा है। इसको प्रभावित करने वाले जब अन्य कारक बदलते हैं तो वह अवधारणा भी बदलती है। समाचारों की परिभाषा निम्न तत्त्वों पर निर्भर रहती है :

- समुदाय का आकार (पाठक)
- प्रकाशन की अवधि (साप्ताहिक, पाक्षिक आदि)
- समुदाय का सामाजिक चरित्र एवं आर्थिक आधार
- समुदाय की प्राथमिकता (उत्तर प्रदेश के किसी जिले की नगरपालिका के चुनाव परिणाम हो सकता है, चन्नेई या मुम्बई के समाचार पत्रों के मुख्य शीर्षक न बनें)

जॉन बी.बोगार्ट संपादक 'न्यूयॉर्क सन' ने काफी पहले समाचारों को परिभाषित करते हुये कहा था कि "कुत्ता अगर आदमी को काट ले तो वह समाचार नहीं है, किन्तु अगर आदमी कुत्ते को काट ले तो वह समाचार है।",

जॉन बी. बोगार्ट की यह समाचार परिभाषा आज से तीस चालीस वर्ष पूर्व तक तो ठीक थी, किन्तु आज का मीडिया जिस तरह से अनेक मुद्दों को आक्रामक तरीकों से परोसता है और टी.आर.पी. तथा रीडरशिप की लड़ाई में कोई किसी से पिछड़ना नहीं चाहता। यदि किसी राज्य के मुख्यमंत्री का कुत्ता किसी व्यक्ति को काट ले तो वह भी समाचार बन जायेगा।

जॉन बी. बोगार्ट महोदय जब यह परिभाषा दे रहे थे तो उनका इशारा समाज में होने वाली अप्रत्याशित घटनाओं से था।

6.4 समाचार की व्युत्पत्ति एवं स्रोत

समाचार को अंग्रेजी में News कहते हैं जो New (न्यू) का बहुवचन है। यह लैटिन के 'नोतः' संस्कृत के 'नव' शब्द से बना है तात्पर्य यही है कि जो नित्य नूतन हो वही समाचार है। हेडनकोश के अनुसार "सब दिशाओं की घटना को समाचार कहते हैं। न्यूज के चार अक्षर चार दिशाओं के सूचक हैं ;

| | | |
|---|---|-------|
| N | - | North |
| E | - | East |
| W | - | West |
| S | - | South |

1500 ई. के पूर्व 'टाइडिंग' (Tyding) शब्द का प्रचलन समकालीन घटनाओं की सूचना के रूप में था। बाद में मुद्रणकला के विकास के साथ न्यूज शब्द का प्रयोग होने लगा जिसका तात्पर्य है सूचनाओं के संकलन और

प्रसारण द्वारा लाभ अर्जित करना। जैसा कि एमरी का विचार है “सूचनाओं का यदा कदा प्रसारण टाइडिंग है जब कि सुनियोजित ढंग से शोध पूर्ण समाचारों का संकलन तथा प्रसार ही न्यूज है।”

समाचार के स्रोत

आसपास की घटनाओं को जब हम लिपिबद्ध कर जनसामान्य तक पहुँचाते हैं तब वह समाचार के नाम से जाना जाता है। एक संवाददाता को समाचार बनाने के लिए कई स्रोतों का सहारा लेना पड़ता है। वे समाचार के स्रोत कहलाते हैं। समाचार के निम्नलिखित स्रोत हैं :

1. **प्रत्याशित स्रोत** – समाचार संकलन का कार्य संवाददाता द्वारा किया जाता है। संवाददाता कुछ ऐसे स्थलों को निर्धारित करता है जहाँ से उसे निश्चित रूप से सूचनाएँ प्राप्त होती हैं। ऐसे स्रोतों को प्रत्याशित स्रोत कहा जाता है। ये प्रायः ऐसे स्थल होते हैं जहाँ संवाददाता सर्वेक्षण के क्रम में निराश नहीं लौटता बल्कि निश्चित रूप से सूचनाएँ संकलित कर उन्हें समाचार रूप में प्रस्तुत करता है। ऐसे स्रोत हमें पत्रकार सम्मेलन, सार्वजनिक वक्तव्य, विविध समितियों की बैठकें, संसद और विधान सभा, नगरपालिका, पुलिस स्टेशन, अस्पताल एवं विविध कार्यस्थलों से प्राप्त होते हैं। ये स्रोत निश्चित माने जाते हैं। अतः इन्हें प्रत्याशित स्रोत कहा जाता है।
2. **अप्रत्याशित स्रोत** – यह ऐसा स्रोत है जिसके विषय में संवाददाता (रिपोर्टर) को पहले से कोई जानकारी नहीं होती। लेकिन जब वह स्थल विशेष पर पहुँचता है तो घटनाओं/क्रिया-कलापों को देखकर समाचार बनाता है। जैसे सड़क चलते किसी गाड़ी का दुर्घटनाग्रस्त हो जाना, चलती ट्रेन का अचानक किसी अन्य ट्रेन से टकरा जाना या पटरी से उतर जाना, गाड़ी में आग लग जाना, ट्रेन का पुल के नीचे गिर जाना, सिनेमा हॉल या अन्यत्र कहीं अचानक बम का धमाका हो जाना आदि कुछ ऐसी घटनाएँ हैं जिनके घटने की तारीख और समय निर्धारित नहीं होता। ये अचानक घटित होती हैं और इसीलिए इन घटनाओं पर आधारित समाचार अप्रत्याशित स्रोत से प्राप्त होते हैं।
3. **पूर्वानुमानित स्रोत** – समाचार प्राप्त करने का ऐसा स्रोत जिसका स्थल निश्चित हो और जिसका पहले से ही अनुमान लगा लिया गया हो कि वहाँ पहुँचने पर एक निर्धारित कार्यक्रम/घटना सम्बन्धी सूचना प्राप्त होगी ही। पूर्व प्रकाशित समाचार के विषय में विकसित जानकारी प्राप्त करना इस स्रोत का प्रयास होता है। इसमें संवाददाता को निर्धारित स्थल की विशिष्ट पहचान होती है, जहाँ से उसे समाचार प्राप्त होने की सम्भावना होती है। जैसे, रेलवे स्टेशन, किसी संस्था द्वारा निर्धारित बैठक की सूचना, शैक्षणिक संस्थान, कारखाने, फैक्टरियाँ आदि।
4. **समाचार एजेंसियाँ** – समाचार संकलन के स्रोतों में राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर कुछ ऐसी एजेंसियाँ हैं जिनका बहुत बड़ा योगदान है। ये एजेंसियाँ सचमुच में समाचार के सप्लायर कहे जा सकते हैं। इन एजेंसियों में बड़े ही कुशल व दक्ष संवाददाता कार्य करते हैं जो कि विभिन्न स्थानों से समाचार संकलित कर उन्हें मीडिया वालों को सप्लाय करते हैं। इसके लिए वे कुछ आवश्यक दर भी निर्धारित किए होते

हैं। इन एजेंसियों से प्राप्त सूचनाओं में प्रामाणिकता होती है। ये समाचार एजेंसियाँ समाचार-पत्रों के अतिरिक्त आकाशवाणी, दूरदर्शन, जनसम्पर्क विभाग आदि को समाचार उपलब्ध कराती हैं। ये खुद तो समाचार प्रकाशित नहीं करती बल्कि समाचारों का संकलन, प्रेषण और वितरण का कार्य करती हैं। ये एक नेटवर्क के माध्यम से अपना काम करती हैं।

समाचार एजेंसियाँ दो स्तरों पर कार्य करती हैं : 1. राष्ट्रीय स्तर पर और 2. अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर।

राष्ट्रीय स्तर – पी.टी.आई. (प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया), यू.एन.आई. (यूनाइटेड न्यूज ऑफ इण्डिया), हिन्दुस्तान समाचार, समाचार भारती, यूनीवार्ता, ए.एन.एफ. (एसोसिएट न्यूज एण्ड एलायन्स), एन.एन.एस. (नेशनल न्यूज सर्विस), इनफा (इण्डियन न्यूज एंड फीचर्स), आई.पी.ए. (इण्डियन प्रेस एजेन्सी), ईएन.ए. (ईस्टर्न न्यूज एजेन्सी), यू.पी.एस. (यूनिवर्सल प्रेस सर्विस), एन.एफ.आई. (न्यूज फीचर्स ऑफ इण्डिया), पी.एस. (पब्लिकेशन सिण्डिकेट)।

अन्तर्राष्ट्रीय स्तर – ए.पी. (अमेरिका), यू.पी.आई. (अमेरिका), आई.एन.एस. (अमेरिका), रॉयटर (ब्रिटेन), ए.एफ.पी. (फ्रांस), तास (सोवियत संघ)।

5. **प्रेस रिलीज** – समाचार के स्रोत के रूप में प्रेस रिलीज (प्रेस विज्ञप्तियाँ) को लिया जा सकता है। प्रेस रिलीज समाचार से सम्बन्धित वह लिखित रिपोर्ट होती है जिसे समाचार-पत्रों में प्रकाशित करने के लिए संस्था द्वारा भेजा जाता है। प्रत्येक सरकारी तथा गैरसरकारी संस्थाओं में विभिन्न कार्यक्रमों के आयोजन होते रहते हैं। उन आयोजनों की सूचना संस्था प्रेस रिलीज (प्रेस विज्ञप्ति) के माध्यम से समाचार-पत्रों को प्रकाशनार्थ प्रेषित करती है।

शासकीय समाचारों से सम्बन्धित प्रेस रिलीज मुख्यतः तीन प्रकार के होते हैं – 1. प्रेस कम्यूनिक्स, 2. प्रेस नोट्स, 3. हैंड आउट।

प्रेस कम्यूनिक्स (Press Communique's) – यह अत्यधिक औपचारिक समाचार होता है। सरकारी अथवा गैरसरकारी कार्यालयों द्वारा जब किसी लिए गए निर्णय के आलोक में निर्धारित विषय पर सूचना प्रसारित करनी होती है तो उसे प्रेस कम्यूनिक्स के द्वारा प्रकाशित किया जाता है। इसके अन्तर्गत किसी सम्पादन की कोई आवश्यकता नहीं होती और न ही किसी विशेष शीर्षक की ही आवश्यकता होती है। संस्था द्वारा भेजी गई सूचना को यथातथ्य (As it is) प्रकाशित कर दिया जाता है।

प्रेस नोट्स (Press Notes) – यह अपेक्षाकृत प्रेस कम्यूनिक्स से कुछ कम औपचारिक होता है। इसमें सम्पादक विषयवस्तु को सम्पादित कर एक शीर्षक के तहत छापता है। इसमें भाषाई बदलाव तो किया जा सकता है, पर विषयवस्तु में कोई परिवर्तन नहीं होता।

हैंड आउट (Hand Out) – शासकीय क्षेत्रों में दिन-प्रतिदिन कई मुद्दों पर विभिन्न प्रकार के निर्णय लिए जाते हैं। ऐसे ही मुद्दों, क्रियाकलापों, गतिविधियों और निर्णयों आदि पर हैंड आउट जारी किए जाते हैं। इसमें सम्पादक को यह छूट होती है कि वह मैटर को सम्पादित कर शीर्षक और उपशीर्षक के साथ

प्रकाशित करे।

6. **साक्षात्कार/भेंटवार्ता (Interview)** – जब भी कोई संवाददाता किसी विशेष व्यक्ति से किसी खास विषय पर कुछ पूछता है तो उसे साक्षात्कार या भेंटवार्ता कहा जाता है। इसमें प्रश्नकर्ता और उत्तरदाता दोनों का सवाल-जवाब होता है। साक्षात्कार लेना एक कला है। साक्षात्कार समाचार का एक प्रमुख स्रोत है। यह एक ऐसी व्यवस्थित प्रक्रिया है जिसमें साक्षात्कार कर्ता एवं साक्षात्कार दाता के बीच किसी विशिष्ट उद्देश्य (Purpose) को ध्यान में रखकर परस्पर आमने-सामने बैठकर सवाल-जवाब करते हैं। इसमें प्रश्नकर्ता एक ऐसी कला से गुजरता है कि उत्तरदाता के मन की बातों को भी बड़ी ही सहजता से प्रकट करवा लेता है।
7. **पत्रकार सम्मेलन (Press Conference)** – जब किसी खास व्यक्ति अथवा संस्था द्वारा किसी मसले पर विचार अभिव्यक्त करने के उद्देश्य से प्रेस वालों को बुलाकर प्रस्तावित विषय के ऊपर वक्तव्य दिया जाता है तो इस प्रक्रिया को पत्रकार सम्मेलन (Press Conference) कहा जाता है। इसमें भी साक्षात्कार की तरह ही प्रश्न पूछे और जवाब प्राप्त किए जाते हैं। लेकिन इसमें किसी एक व्यक्ति द्वारा नहीं बल्कि कई पत्रकारों द्वारा विभिन्न विषयों से सम्बन्धित प्रश्न पूछे जाते हैं और जवाबदाता उनके प्रश्नों के यथासम्भव उत्तर देते हैं। पत्रकार सम्मेलन भी समाचार के स्रोत हैं। विभिन्न सरकारी, गैरसरकारी कार्यालयों, संस्थाओं, राजनीतिक नेताओं, प्रवक्ताओं, किसी संगठन के अधिकारियों अथवा किसी घटना विशेष से जुड़े व्यक्ति द्वारा अपना पक्ष मीडिया के समक्ष रखने के लिए प्रेस कान्फ्रेंस आयोजित किए जाते हैं।
8. **पुनरावर्तन (फॉलो-अप)** – पूर्व प्रकाशित समाचार को पुनः प्रकाशित करने की जब आवश्यकता होती है या उसके सम्बन्ध में कोई नवीन तथ्य जनता के समक्ष लाना होता है तो ऐसे प्रयत्नों को पुनरावर्तन (फॉलो-अप) की संज्ञा दी जाती है। जिस तरह से कोई पुलिस अपराधी का पीछा करती है उसी प्रकार से समाचारों को नवीनता प्रदान करने के उद्देश्य से फॉलो-अप किया जाता है। फॉलो-अप से समाचारों में परिपक्वता तथा समुन्नत दृष्टिकोण प्राप्त होता है। इसमें कुछ खास-खास समाचारों को पुनरावृत्त किया जाता है ताकि जनता का ध्यान उस ओर आकृष्ट हो सके। समाचार प्राप्त करने के लिए यह भी एक स्रोत है। एक अच्छे संवाददाता या समाचार लेखक के लिए निम्नलिखित बातों की जानकारी आवश्यक है :
 1. **सक्रियता** – एक आदर्श संवाददाता के लिए सक्रियता सबसे जरूरी है। अपने जीवन में उसे आलस्य को त्यागना होगा। समाचार के लिए कोई समय या दिन निर्धारित नहीं होता बल्कि घटनाएँ कहीं भी किसी वक्त घट सकती हैं। संवाददाता घटित होती हुई घटनाओं का वर्णन तभी कर सकता है जबकि वह उक्त स्थल विशेष पर मौजूद रहे। यदि कोई व्यक्ति आलसी होगा तो वह समय पर घटना स्थल पर पहुँच नहीं पाएगा, और रिपोर्टिंग ठीक से नहीं कर पाएगा। इसलिए सक्रियता संग्रहण और लेखन दोनों में दृष्टिगोचर होनी चाहिए। सक्रियता से ही समाचार में नवीनता और ताजगी आती है।
 2. **विश्वसनीयता** – समाचारों में विश्वसनीयता का होना नितान्त आवश्यक है। संवाददाता के लिए यह

जरूरी है कि वह जो भी खबरें दे वह विश्वसनीय हों। यानी झूठी खबरों से जनमानस में भ्रमात्मक स्थिति पैदा होती है। इसका असर अखबार के क्रय पर तो होता ही है पाठकों के मन में उक्त अखबार के विषय में गलत धारणाएँ भी बनती हैं। न केवल अखबार बल्कि अन्य माध्यमों के लिए भी विश्वसनीयता का होना आवश्यक है।

3. **वस्तुनिष्ठता** – वस्तुनिष्ठता संवाददाता का गुण है। संवाददाता का यह कर्तव्य है कि समाचार को वह इस रूप में रखे कि पाठक उसे समझते हुए उससे अपना लगाव महसूस करे। रिपोर्टिंग या समाचार लेखन सम्पादकीय लेखन नहीं हैं। अतः लेखक को यहाँ अपनी राय प्रकट करने की छूट नहीं मिल पाती है। वस्तुनिष्ठता में उत्तरदायित्व की भावना भी निहित होती है। पत्रकार के उत्तरदायित्व की परख तो तब होती है जब उसके हाथ कोई अतिसंवेदनशील विस्फोटक समाचार आता है। जैसे, किसी दंगा का सन्दर्भ लें। किसी स्थान पर दो समुदायों के बीच दंगा हो जाता है और पत्रकार सब कुछ खुलासा करके नमक-मिर्च लगाकर समाचार बनाता है। इस समाचार का परिणाम विध्वंसात्मक हो जाएगा। कुशल संवाददाता ऐसी स्थितियों में विवेक का सहारा लेता है और समाचार को इस रूप में पेश करता है कि उससे दंगाइयों को कोई बल न मिले और न ही किसी प्रकार की भ्रान्ति फैले। ऐसे लेखन के लिए वस्तुनिष्ठता आवश्यक है।
4. **विश्लेषणात्मक क्षमता** – वस्तुनिष्ठता के साथ-साथ पत्रकार के लिए समाचारों की प्रस्तुति में विश्लेषणात्मकता भी होनी चाहिए। समाचारों के साथ-साथ उसका विश्लेषण भी इस तरह से किया जाए कि अलग से पता न चले। अर्थात् दूध और पानी के मिश्रण की तरह वे दोनों एक-दूसरे में घुले हुए हों। पत्रकार की विश्लेषण क्षमता का उपयोग दो स्तरों पर होता है : (1) समाचार संग्रहण के स्तर पर और (2) लेखन के स्तर पर। समाचार संग्रहण में पत्रकार की विश्लेषण क्षमता का उपयोग सूचनाओं और घटनाओं को एकत्र करने के समय होता है। इसके अतिरिक्त प्रेस कान्फ्रेंस, साक्षात्कार आदि के समय भी उसकी विश्लेषण क्षमता की परीक्षा होती है। दूसरा स्तर लेखन के समय प्रकट होता है। जो पत्रकार समाचार को समझने और प्रस्तुत करने में जितना ज्यादा अपनी विश्लेषण क्षमता का उपयोग कर सकेगा, उसका समाचार उतना ही दमदार होगा। इसे 'व्याख्यात्मक रिपोर्टिंग' भी कहा जाता है।
5. **भाषा पर अधिकार** – समाचार लेखक के लिए भाषा की जानकारी और उसकी प्रयुक्ति सबसे आवश्यक है। एक अच्छे संवाददाता को भाषा पर अधिकार होना चाहिए। इसके साथ ही उसे यह भी जानना होगा कि वह किस तबके के लिए लिख रहा है। यानी पाठकीय क्षमता के अनुरूप ही भाषा प्रयोग में संवाददाता को दक्ष होना चाहिए। समाचार के विभिन्न प्रकारों में भाषा के अलग-अलग स्तर दिखाई पड़ते हैं। जैसे, वाणिज्य सम्बन्धी समाचारों की भाषा का स्वरूप अलग ढंग का होता है और अपराध सम्बन्धी भाषा का रूप अलग। उसी प्रकार साहित्यिकी की भाषा प्रयुक्ति अलग होती है। लेकिन उन सभी समाचारों में एक समानता यह पाई जाती है कि सभी समाचारों में सीधी, सरल और बोधगम्य भाषा प्रयुक्त हो। यह प्रयोगकर्ता यानी संवाददाता की भाषायी क्षमता पर निर्भर करता है। इसलिए समाचार को प्रभावी बनाने के लिए संवाददाता को कुशल भाषा प्रयोक्ता भी होना चाहिए।

6.5 समाचार लेखन के मूलभूत गुण

1. **यथार्थता**— यथार्थता किसी भी समाचार का अति आवश्यक अंग है। यदि आप यथार्थता सिद्ध करने में असफल रहते हैं वहीं आप अपनी विश्वसनीयता खो देते हैं। अतः अपने समाचारों की जाँच आवश्यक होती है। समाचारों में दिये गये आंकड़ों, तथ्यों तथा नामों की वर्तनी की जाँच आवश्यक है। अफवाहों व झूठे समाचारों को अपनी रिपोर्ट से बाहर रखना चाहिये।
2. **संतुलन**— एक आदर्श समाचार संतुलित रिपोर्टिंग और यथार्थता पर आधारित होता है, यदि कोई पत्रकार किसी विवादास्पद विषय पर लिखता है तो उसे दोनों पक्षों को प्रस्तुत करना चाहिये यथा किसी हड़ताल के समाचार में कर्मचारी व अधिकारी दोनों के बयान को महत्व देना चाहिये तथा इस बात को भी बताना चाहिये कि हड़ताल अपने उद्देश्य में कहाँ तक सफल हुयी। यदि कोई संशयात्मक स्थिति है तो पहले तथ्यों की पड़ताल कर लेनी चाहिए तभी अमुक सूचना समाचार के आवश्यक गुण को ग्रहण कर सकेगी।
3. **उद्देश्यपरकता**— समाचार उद्देश्यपरक होता है उसमें संवाददाता अपनी राय नहीं व्यक्त करता है। समाचार में सिर्फ तथ्य व घटना से जुड़े व्यक्तियों के विचार प्रस्तुत किये जाते हैं।
4. **स्पष्टता**— समाचारों में शब्दाडंबर नहीं प्रस्तुत करना चाहिये, प्रस्तावक शब्द छोटे होने चाहिये। एक समाचार का आदर्श अनुच्छेद 3-4 लाइनों जिसमें एक से लेकर तीन तक छोटे वाक्य होने चाहिये जो पढ़ने में आसान हों, होने चाहिये।
5. **प्रभावोत्पादकता**— एक आदर्श समाचार में प्रभावोत्पादकता का गुण होना अत्यंत आवश्यक है। यदि वह भविष्य में किसी परिवर्तन का द्योतक है तो यह एक सुखद स्थिति है।

समाचार के मूलभूत गुणों के अध्ययन के पश्चात हम इस निष्कर्ष पर पहुँचते हैं कि एक आदर्श समाचार में प्रभावोत्पादकता स्पष्टता उद्देश्यपरकता संतुलन तथा यथार्थता का मिश्रण आवश्यक है यदि कोई सूचना उपरोक्त तथ्यों से युक्त है तो उसको समाचार माना जा सकता है किन्तु इन सब गुणों के बावजूद यदि कोई संवाददाता उनका प्रेषण करने के लिये नहीं है तो अमुक घटना समाचार का वास्तविक रूप नहीं ले पायेगी।

6.6 समाचार के तत्त्व

नवीनता— नवीनता समाचार का विशिष्ट गुण है। मनुष्य का यह स्वभाव है कि किसी भी घटना की जानकारी उसे तुरन्त चाहिए। ऐसा इसलिए कि उसके भीतर घटना की जानकारी के लिए जिज्ञासा और उत्सुकता रहती है। यहाँ तक कि हर कोई किसी भी घटना की सूचना पहले प्राप्त करना चाहता है या फिर किसी को सुनाना चाहता है। आजकल टी.वी. चैनलों पर भी एक प्रतिस्पर्द्धा हो गई है कि सबसे पहले घटना की खबरें जनता तक कौन पहुँचाता है। समाचार-पत्रों में भी यह प्रवृत्ति देखी जा रही है। होता यह है कि समाचार 24 घण्टे बाद प्रसारित होना हो या पाठकों तक पहुँचता हो उसमें नवीनता नहीं रह जाती। वे खबरें बासी हो जाती हैं। उनके प्रति किसी के मन में कोई उत्सुकता नहीं होती।

दूसरी बात खबरों के परिप्रेक्ष्य में सामयिकता का तत्त्व भी आवश्यक है। यानी घटना समकालीन हो तो ठीक नहीं तो पत्रकारिता के क्षेत्र में वह पुरानी मान ली जाती है कभी-कभी इस बात को लेकर प्रश्न उठाये जाते हैं कि कुछ ऐसी घटनाएँ जो पहले घटित हो चुकी होती हैं, पर जिनकी जानकारी महीनों बाद में हुई हो उनका प्रसारण समाचार के अन्तर्गत आएगा या नहीं? इस सन्दर्भ में द्वितीय प्रेस आयोग की रिपोर्ट (1992) की टिप्पणी विचारणीय है : "अगर थोड़े समय पहले जो हुआ वह समाचार है (भले ही उस घटना का कोई महत्त्व न हो) पर एक सप्ताह या एक महीना पहले हुई पर अभी जिसके बारे में पता चला हो ऐसी घटना समाचार नहीं है तो समाचार-पत्रों में वास्तविक चित्रण निश्चित विकृत होगा।" कहने का मतलब यह है कि घटित घटना भले ही भूतकाल की हो पर जब वह जनसामान्य के समक्ष पहली बार प्रस्तुत होती है तो निश्चित रूप से नवीनतम समाचार कही जाएगी। जो तथ्य आदमी के जीवन और विचारों पर प्रभाव डालते हैं, उसे पसन्द आते हैं और आन्दोलित करते हैं, वे ही समाचार बनते हैं। समाचार की इस आवश्यकता को ध्यान में रखते हुए छह तत्त्वों का समावेश अनिवार्य माना जाता है। ये हैं – क्या, कहाँ, कब, कौन, क्यों और कैसे।

विलक्षणता और सत्यता

सामान्य से हटकर अगर कोई घटना घटित होती है तो वह समाचार की श्रेणी में आ जाती है। जैसे, अगर कोई कुत्ता किसी आदमी को काटे तो समाचार की दृष्टि से इसका कोई मूल्य नहीं होता, पर इसके विपरीत अगर कोई आदमी किसी कुत्ते को काट खाए तो वह निश्चित रूप से एक समाचार का विषय बन जाएगा। यानी समाचार के लिए घटना में विलक्षणता की आवश्यकता है। वह घटना जो लोगों को अपनी ओर आकर्षित करा दे, जो विस्मयकारी हो, चकाचौंध पैदा करे, लोगों में सनसनी फैला दे वही सही अर्थ में समाचार की विलक्षणता है। विलक्षणता के साथ-साथ समाचार में सत्यता भी जरूरी है। अर्थात् निराधार समाचार भ्रम पैदा करता है। उससे अराजकता बढ़ती है। किसी घटना का विशुद्ध विवरण तथ्यों का प्रामाणिकता के साथ प्रस्तुतीकरण आदि बातें जो सत्यता की कसौटी पर खरी उतरती हैं या जिन घटनाओं की तथ्यपरक शोधपरक जानकारी पूर्ण वैयक्तिकता के साथ प्रकाशित की जाती है, समाचार को रोचक, मनोरंजन तथा मूल्यवान बनाती है। अतः समाचार के लिए विलक्षणता और सत्यता दोनों आवश्यक तत्त्व हैं।

लोकरुचि से पूर्ण

लोकरुचि समाचार के तत्त्व के रूप में विशेष महत्त्वपूर्ण है। जनरुचि और समाचार में परस्पर अन्योन्याश्रित सम्बन्ध जुड़ा है। यानी समाचार जनरुचि को जहाँ प्रभावित करता है वहीं जनरुचि प्रभावित भी होती है। मतलब यह कि किसी भी समाचार से जब तक जनता की रुचि प्रभावित नहीं होती तब तक उस समाचार के लिए उसके पास कोई मूल्य नहीं है। उसी प्रकार से जनता की रुझान (रुचि) को देखते हुए प्रायः समाचार का प्रस्तुतीकरण किया जाता है। जिस घटना, तथ्य अथवा विचार के प्रति अधिकांश पाठक की रुचि होती है। वह समाचार विशिष्ट बन जाता है। रुचिकर समाचार पाठकों को आकर्षित करता है। उसे पढ़ने के लिए पाठक में एक ललक पैदा होती है। मानसिक तौर पर सन्तुष्टि मिलती है।

दूसरी बात यह कि जनसामान्य को अपने आसपास या हित-अहित से सम्बन्धित बातों की जानकारी रखने

में विशेष रुचि होती है। उदाहरण के तौर पर कहा जा सकता है कि अगर अमेरिका में बम विस्फोट की घटना होती है तो तब समाचार अन्तर्राष्ट्रीय समाचारों के पन्ने यानी तीसरे चौथे पेज पर प्रकाशित किया जाएगा। किन्तु भारत में बम विस्फोट की घटना को प्राथमिकता के आधार पर प्रथम पृष्ठ पर स्थान दिया जाएगा। ऐसा इसलिए कि सामान्यतः व्यक्ति स्वयं को प्रभावित करने वाली घटनाओं और आसपास घटित होने वाली घटनाओं में ज्यादा रुचि लेता है।

तीसरी बात यह कि समाचार सम्पादक के लिए यह आवश्यक होता है कि वह जन-अभिरुचि के अनुरूप सामाजिक आदर्श, मूल्यनैतिकता, सामाजिक एवं सांस्कृतिक विधाओं को भी ध्यान में रखकर सम्पादन कार्य करे। इस सम्बन्ध में विचार करते हुए श्री प्रेमनाथ चतुर्वेदी का ऐसा मानना है कि “घटना का पाठक के हित-अहित से सम्बन्ध जितना दूर होता जाएगा, उतनी ही वह उसके लिए कम रुचिकर होती जाएगी।” तात्पर्य यह कि किसी भी समाचार के लिए, यह जरूरी है कि वह जनसामान्य में अभिरुचि पैदा करे। लोकरुचि से विलग समाचार प्रभावी नहीं होगा।

परिवर्तन बोध

नेशनल हेराल्ड के सम्पादक एम. चेलापति राव ने समाचार की नवीन व्याख्या करते हुए परिवर्तनशीलता को समाचार का विशेष गुण माना है। उनका कहना है कि “समाचार की नवीनता इसी में है कि वह परिवर्तनशीलता की जानकारी दे। यह परिवर्तन चाहे राजनीतिक, सामाजिक, अथवा आर्थिक हों। आज भारत तेजी से बदल रहा है। भारत में इस परिवर्तन की जानकारी देने वाले समाचार ही महत्त्वपूर्ण हैं। परिवर्तन में भी उत्तेजना है।”

आज के इस वैज्ञानिक युग में सफलता प्राप्त करने के लिए आवश्यक है कि विषय से सम्बन्धित क्षेत्र की नवीनतम जानकारी हो। इसके लिए विशेष क्षमता, प्रशिक्षण या निपुणता का विशेषीकरण (Specialization) होना जरूरी है।

परिवर्तन समाचार का मूल है। आज के युग में समाज तेजी से बदल रहा है। सामाजिक, राजनीतिक तथा आर्थिक स्थितियों में बदलाव की स्थिति तीव्र होती जा रही है। स्वाभाविक है कि इन बातों से जुड़े समाचारों में भी परिवर्तन हो। खासकर राजनीति के क्षेत्र में इतनी तेजी से बदलाव हो रहे हैं कि उनसे समाचार भी प्रभावित हो रहा है। और यही कारण है कि परिवर्तन बोध समाचार का आवश्यक तत्त्व हो गया है।

उत्तेजक स्थितियाँ

यह मनुष्य को प्रभावित और आकर्षित करने वाला प्रधान तत्त्व है। सब कुछ सामान्य रूप से जब चलता रहता है तब किसी का ध्यान उस पर नहीं जाता, लेकिन जैसे ही सामान्य स्थितियों में कोई विशेष घटित होता है वैसे ही मनुष्य में उत्तेजना पैदा होती है। वह चाहता है कि जल्दी-से-जल्दी घटित घटनाओं के विषय में जानकारी ले। पत्रकारों के लिए यह आवश्यक है कि वह उत्तेजक स्थितियों से समाचार बनाकर जनसामान्य तक पहुँचावे। उत्तेजक स्थितियों का संघर्ष झेलकर भी पत्रकार खबरों को जनता तक पहुँचाता है। इसे ही ‘ब्रेकिंग न्यूज’ कहा जाता है।

रहस्यपूर्णता

समाचार का प्रकाशन विशुद्ध रूप से व्यवसाय से जुड़ा है। प्रत्येक पत्र का यह उद्देश्य होता है कि उसकी अधिक-से-अधिक बिक्री हो। इसके लिए वह अपने अखबारों में प्रायः रहस्यपूर्ण चीजों को प्राथमिकता से छापता है ताकि जनसामान्य को अपनी ओर आकर्षित करे और उनके अखबार की बिक्री बढ़ सके। इसके लिए पत्रकार या संवाददाता खबरों को रहस्यपूर्ण तरीके से प्रकाशित करता है। इसमें उसका यह मन्तव्य होता है कि किसी घटना से जुड़ी गुप्त सूचना जन-जन तक अचानक पहुँचे ताकि लोगों में उस रहस्य को जानने के लिए कौतूहल-वश जिज्ञासा पैदा हो जाए। क्योंकि रहस्यों को ज्ञात करने की जिज्ञासा मनुष्य की स्वाभाविक वृत्ति है। प्रत्येक समाचार-पत्र इसका अधिक-से-अधिक लाभ उठाकर अपनी बिक्री बढ़ाना चाहता है। दूसरी बात यह भी है कि ऐसे रहस्यपूर्ण समाचारों को प्रकाशित करने के पीछे सम्पादक का यह मूल उद्देश्य होता है अपने अखबार के प्रति लोगों में आकर्षण पैदा करना।

6.7 समाचार के प्रकार

प्रवृत्तियों के आधार पर समाचार के निम्नलिखित वर्गीकरण किए जा सकते हैं – 1. आकार आधारित, 2. स्वरूप आधारित, 3. स्थल आधारित, 4. विषय आधारित, 5. काल आधारित, 6. माध्यम आधारित।

1. आकार आधारित

घटना और महत्त्व के आधार पर समाचार को दो रूपों में विभक्त किया गया है :

- (क) **विशिष्ट समाचार (Spot News)** – इसका सम्बन्ध समाज के किसी विशिष्ट व्यक्ति, स्थान, समय और घटना के अचानक घटित हो जाने से सम्बन्धित है। जैसे किसी ट्रेन का दुर्घटनाग्रस्त हो जाना, किसी नेता का अचानक निधन हो जाना, किसी जहाज का क्षतिग्रस्त हो जाना, सुनामी लहरों का अचानक कहर बरपाना, भूकंप के झटके से धरती हिलना और असंख्य जान-माल का काल कवलित होना आदि विशिष्ट समाचार कहे जाते हैं। विशिष्ट श्रेणी के समाचार होने के कारण इन्हें मुख्य पृष्ठ पर छापा जाता है।
- (ख) **व्यापी समाचार (Spread News)** – इसका क्षेत्र विस्तृत फलकवाला होता है। ऐसे समाचार अधिक समय तक बहुसंख्यक लोगों को प्रभावित करते रहते हैं। अपनी महत्ता के कारण ऐसे समाचार पूरे पृष्ठ पर छाए रहते हैं। जैसे, देश-विदेश की राजनीतिक खबरें, देश की राजनीतिक-आर्थिक स्थिति से जुड़ा समाचार, संवैधानिक संकट के समाचार, संसद और विधान मण्डल के समाचार आदि को व्यापी समाचार कहा जाता है।

2. स्वरूप आधारित

स्वरूप के आधार पर समाचारों के दो प्रकार हैं :

- (क) **सीधा समाचार (Straight News)** – वह समाचार जो सीधे सरल तथा सुस्पष्ट तरीके से घटनाओं के तथ्यों को पाठकों या श्रोताओं के समक्ष पेश करे, उसे सीधा समाचार (Straight News) कहा जाता है। इसमें जटिलता नहीं होती और ना ही तथ्यों को तोड़-मरोड़ कर पेश किया जाता है। ऐसे समाचारों

में आरोप-प्रत्यारोप का भी अभाव होता है। कहने का मतलब कि जो समाचार बगैर किसी पूर्वग्रह के सीधे ढंग से पेश किया जाए उसे सीधा समाचार कहते हैं।

- (ख) **व्याख्यात्मक समाचार (Interpretative News)** – यह वह समाचार है जिसमें घटनाओं की सूक्ष्मता को जाँच-परख करने के बाद प्राप्त निष्कर्षों को ही प्रकाशित किया जाता है। फीचर, लेख, आलेख, विश्लेषण अथवा साक्षात्कार आधारित समाचारों को इस श्रेणी में रखा जा सकता है। यानी प्राप्त समाचारों की सत्यता की जाँच के बाद ही उसका प्रकाशन होता है।

3. स्थल आधारित

स्थल विशेष के आधार पर प्राप्त समाचार को स्थल आधारित समाचार कहा जाता है। इसमें प्रत्येक समाचार का महत्त्व व्यापकता के आधार पर बदलता रहता है। जैसे, कुछ घटनाएँ स्थानीय होती हैं और कुछ राज्यस्तरीय। कुछ का सम्बन्ध राष्ट्रीय है तो कुछ का अन्तर्राष्ट्रीय। इनका स्थल विशेष के आधार पर महत्त्व बढ़ता है। जैसे – पोखरण में परमाणु परीक्षण की घटना राजस्थान के एक खास स्थल विशेष में घटित होती है। इसका सम्बन्ध न केवल स्थान विशेष (राजस्थान) से रह जाता है बल्कि राष्ट्र या फिर अन्तर्राष्ट्र से भी जुड़ जाता है। उस परीक्षण से पूरा विश्व प्रभावित होता है। यानी घटनाओं के प्रभाव से समाचार स्थल आधारित बनते हैं। जैसे, सम्पूर्ण विश्व को प्रभावित करने वाली घटनाएँ, अन्तर्राष्ट्रीय समाचार, राष्ट्र को प्रभावित करने वाली घटनाएँ, राष्ट्रीय समाचार, प्रदेश स्तर पर घटित घटनाएँ, प्रादेशिक समाचार तथा स्थानीयता एवं ग्रामीण क्षेत्रों पर आधारित घटनाएँ स्थानीय समाचार बनते हैं।

4. विषय आधारित

विभिन्न विषयों पर आधारित समाचारों को हम इसकी श्रेणी में ले सकते हैं :

सामाजिक समाचार – समाज के विभिन्न पक्षों पर आधारित समाचार सामाजिक समाचार कहे जाते हैं। हम देखते हैं कि समाज की गतिशीलता (Social Mobility) के कारण सामाजिक परिवर्तन (Social Changes) अहर्निश हो रहे हैं। ऐसे परिवर्तनों से जनता को रू-ब-रू कराना समाचार पत्रों का ही उत्तरदायित्व होता है। इसलिए सामाजिक समाचार के द्वारा जनता को घटनाओं अथवा सूचनाओं से आगाह कराया जाता है।

राजनीतिक समाचार – इसके अन्तर्गत राजनीतिक परिवर्तनों एवं हलचलों से सम्बन्धित समाचार आते हैं। सरकार का गठन, उत्थान-पतन, पार्टियों की स्थिति, संसद या विधान सभा आदि से सम्बन्धित समाचार इसके विषय होते हैं।

साहित्यिक-सांस्कृतिक समाचार – इसके अन्तर्गत साहित्य एवं संस्कृति से जुड़ी खबरें प्रकाशित-प्रसारित की जाती हैं। इसमें साहित्य का समाज से सम्बन्ध यानि उससे पड़ने वाले प्रभाव या सांस्कृतिक चेतना में बदलाव आदि से सम्बन्धित सूचनाएँ प्रकाशित की जाती हैं। ऐसे समाचारों का उद्देश्य जनसामान्य को समाज तथा राष्ट्र की साहित्यिक-सांस्कृतिक गतिविधियों से अवगत कराना होता है।

खेल समाचार – वर्तमान समय में खेलों का महत्त्व इतना अधिक बढ़ गया है कि अब वह मनोरंजन के साथ-साथ राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय प्रतिष्ठा का प्रतीक बनता जा रहा है। इसी को दृष्टि में रखकर संचार के विविध माध्यमों से खेल-समाचार प्रसारित-प्रकाशित किए जा रहे हैं।

रोजगार समाचार – रोजगार परक समाचार बेरोजगारों के लिए सूचना का सबसे उत्तम माध्यम है। कई दैनिक समाचार पत्र सप्ताह में एक दिन कैरियर से सम्बन्धित समाचार प्रकाशित करते हैं। इसके अन्तर्गत नौकरी से सम्बन्धित विज्ञापन, परीक्षा सम्बन्धी विवरण आदि का प्रकाशन किया जाता है। भोपाल से 'रोजगार' समाचार का प्रकाशन इस दिशा में युवा पीढ़ी के लिए मार्ग दर्शन का अच्छा माध्यम है।

कृषि समाचार – भारतीय समाज में कृषि का बड़ा ही महत्त्व है। यों कहें कि कृषि जीवन का अभिन्न अंग है। किसानों की जानकारी के लिए कृषि से सम्बन्धित समाचारों का प्रकाशन किया जाता है। इसके अन्तर्गत कृषि विषयक जानकारी यथा उन्नत किस्म के बीज, खाद का समुचित प्रयोग, कीटनाशक दवाओं का छिड़काव तथा कृषि से सम्बन्धित अन्य कार्यक्रमों को समाचार-पत्रों में प्रकाशित कर किसानों के लिए लाभदायक बनाया जाता है।

औद्योगिक समाचार – ऐसे समाचार होते हैं जिनसे जनसामान्य को उद्योग-धन्धों से सम्बन्धित विभिन्न जानकारी दी जाती है।

विज्ञान एवं तकनीकी समाचार – वर्तमान समय में सूचना तकनीक का विशेष रूप से महत्त्व बढ़ गया है। विज्ञान तथा तकनीकी के क्षेत्र में विशेष ज्ञान प्राप्त करने वाले लोगों के लिए ऐसे समाचार-पत्र प्रकाशित किए जाते हैं जिनमें वैज्ञानिक प्रगति एवं तकनीकी विकास से सम्बन्धित जानकारी दी जाती है।

फिल्म समाचार – कुछ ऐसे खास पत्र होते हैं जिनमें सिनेमा से सम्बन्धित समाचारों को विशेष रूप से रोचक बनाते हुए प्रस्तुत किया जाता है। लेकिन कुछ-कुछ समाचार-पत्र ऐसे होते हैं जिनमें आंशिक रूप से फिल्म के विषय में सूचनाएँ या फिल्म-समीक्षा छापे जाते हैं।

वाणिज्यिक समाचार – ऐसे समाचार जो विभिन्न प्रकार के उत्पादनों एवं अनेक व्यापारिक गतिविधियों की जानकारी प्रदान करते हैं, वाणिज्यिक समाचार कहे जाते हैं। इसके अन्तर्गत आर्थिक समाचार भी आते हैं जिनके माध्यम से उद्योग-धन्धों से सम्बन्धित जानकारी दी जाती है। देश में आज कई ऐसे औद्योगिक और व्यावसायिक प्रतिष्ठान हैं जहाँ से वाणिज्यिक पत्रिकाओं का प्रकाशन किया जा रहा है।

विधिक समाचार – विधि-विधानों, कानूनों के निर्माण या संशोधन आदि से सम्बन्धित समाचार विधिक समाचार कहे जाते हैं।

खोजी समाचार – ऐसे समाचार जिसे खोज के आधार पर प्राप्त किया जाए तथा जिसके विषय में पहले से किसी को भी जानकारी न हो उसका रहस्योद्घाटन किया जाए या फिर शोध के आधार पर प्राप्त निष्कर्ष को आधार बनाकर समाचार प्रकाशित किया जाए तो उसे खोजी समाचार कहा जाता है। ऐसे समाचारों का उद्देश्य गलत ढंग से किए गए कार्यों का पर्दाफाश करना है चाहे वे सार्वजनिक हों या व्यक्तिगत।

आपराधिक समाचार – वैसा समाचार जो समाज या कानून विरोधी गतिविधियों पर आधारित हो, जैसे हत्या, लूट, अपहरण, बलात्कार, चोरी, डकैती, भ्रष्टाचार, गबन, घोटाला आदि।

पर्यावरणात्मक समाचार – जल, वायु, ध्वनि आदि अनेक तरह के प्रदूषण से सम्बन्धित विषयों पर जब जानकारी हासिल कराने के लिए समाचार प्रकाशित किए जाते हैं तो उसे पर्यावरणात्मक समाचार कहते हैं। ऐसे समाचारों के प्रकाशन का उद्देश्य मुख्य रूप से आसपास के वातावरण, स्वच्छता तथा प्रदूषण आदि के प्रति लोगों को सचेत करना होता है।

बाल समाचार – बालकों के मस्तिष्क में स्वस्थ विचार एवं कल्पना की शक्ति विकसित करने के लिए ऐसी पत्रिकाओं अथवा समाचारों का प्रकाशन किया जाता है। इसके अन्तर्गत बाल-साहित्य का सृजन आता है जिसमें शिक्षा के साथ-साथ मनोरंजन का भी स्थान होता है। ऐसी पत्रिकाओं से बच्चों में सर्वांगीण विकास होता है।

महिलोपयोगी समाचार – महिलाओं से सम्बन्धित विभिन्न आयामों को इसके अन्तर्गत प्रकाशित किया जाता है। महिलाओं के जीवन पर आधारित, अधिकार, सुरक्षा, शिक्षा, पद या परिस्थिति से सम्बन्धित समाचारों को इसके अन्तर्गत लिया जा सकता है।

ग्रामीण समाचार – ग्राम्य जीवन से सम्बन्धित समस्त समाचार इसके अन्तर्गत रखे जा सकते हैं। खेती, पशुपालन, पंचायती राज, सहकारिता आदि से सम्बन्धित लेख इसके विषय होते हैं। इन समाचारों से ग्रामीणों में जागरूकता आती है।

5. काल आधारित

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए काल/समय (time) का विशेष रूप से महत्त्व होता है। इसमें कार्यक्रमों को समय की सीमा में बाँधकर प्रस्तुति होती है। समाचार-पत्रों में जहाँ कालम में बाँटकर देखा जाता है। वहीं रेडियो या दूरदर्शन में समय निर्धारित रहता है। उससे न ज्यादा और न कम समय का उपयोग किया जा सकता है। इसीलिए किसी समाचार का प्रकाशन दो मिनट के लिए किसी का 5 मिनट के लिए तो किसी का 15 या 20 मिनट के लिए होता है।

6. माध्यम आधारित

समाचार प्रकाशन के कई माध्यम हैं, जैसे समाचार-पत्र, रेडियो, दूरदर्शन, कम्प्यूटर आदि। इन दिनों विभिन्न माध्यमों पर प्रसारित या प्रकाशित समाचारों में भिन्नता देखने को मिलती है। ये भिन्नताएँ मूलतः भाषा की दृष्टि को आधार मानकर देखी जा सकती हैं।

6.8 समाचार लेखन के मूल सिद्धांत

समाचार लेखन कोई प्रकृति प्रदत्त उपहार नहीं है जो किसी को प्राप्त होता है और किसी को नहीं। यह एक ऐसी विधा है जो निरंतर कठोर अभ्यास से आती है। लिखना लिखने से आता है, समाचार लेखन एक निंतर चलती

रहने वाली प्रक्रिया है इसके कुछ तरीके हैं किन्तु एक अच्छा पत्रकार उसमें अपनी शैली की विशिष्टता को अवश्य समाहित कर देता है जिससे वह कुछ अलग दिखे अच्छे समाचार लेखन के कुछ निर्धारक सिद्धान्त हैं। यह शारीरिक, मानसिक व भावनात्मक श्रम की माँग करता है। अच्छा समाचार लेखन तुरन्त नहीं आ जाता, सामान्यतः यह प्रक्रिया बहुत धीमी व समय खपाऊ होती है, एक नये पत्रकार को इन सब बातों से डरना नहीं चाहिये बल्कि ऐसी परिस्थितियों से मुकाबला करना चाहिये। साहित्यिक रूप में यह खून पसीने का परिणाम है। समाचार लेखन के मूल सिद्धान्त निम्नांकित हैं किन्तु ये दिशा निर्धारक तत्व मात्र हैं यह कहना कि पूरा समाचार लेखन मात्र इन्हीं सिद्धान्तों पर आधारित है उचित नहीं होगा :

- (i) **साधारण शब्दों व वाक्यों में लेखन** – स्पष्टता प्राप्त करने का सबसे अच्छा सिद्धान्त लेखन में साधारणता या सादापन होना चाहिये। पत्रकारिता का छात्र या इस क्षेत्र में नवप्रवेशी व्यक्तियों के लिये साधारण लेखन मददगार ही होगा। कुछ लोग यह सोचते हैं कि बड़े व कठिन शब्द पाठक को आकर्षित करेंगे किन्तु वास्तव में इसका उल्टा होता है। साधारण शब्दों में पाँच वाक्य लिखना एक कठिन वाक्य लिखने से बेहतर है। अतः समाचार लेखन साधारण वाक्यों में ही करना चाहिये। बड़े वाक्य पाठकों को दिग्भ्रमित करते हैं।
- (ii) **कम शब्दों का प्रयोग करना चाहिये** – ज्यादातर पत्रकार अपनी रिपोर्ट में बहुत ज्यादा शब्दों का प्रयोग कर देते हैं। “राम तथा श्याम की आज आपस में तगड़ी मारपीट हुयी” इस वाक्य को इस तरह भी लिखा जा सकता है कि “राम व श्याम में आज मारपीट हुयी”। सीधे व साधारण लेखन का कोई विकल्प नहीं है, लच्छेदार भाषा से एक अच्छे समाचार लेखक को हमेशा बचने की कोशिश करनी चाहिये तथा लेखन में दंभ का अहसास नहीं कराना चाहिये।
- (iii) **किसी खास तकनीकी शैली का प्रयोग नहीं करना चाहिये** – प्रत्येक अलग-अलग समूहों की कुछ अलग तकनीकी भाषा होती है जिसे उस विशेष का व्यक्ति ही समझ सकता है जैसे क्रिकेट खेल का खिलाड़ी मिडप्वाइंट व गुगली समझ सकता है टेनिस का खिलाड़ी नहीं। अतः यह शब्द या बोली सिर्फ कुछ ही लोगों तक ही सीमित रहती है। एक आदर्श लेखक को इन शब्द विशेष या बोली विशेष का प्रयोग नहीं करना चाहिये क्योंकि इनका प्रयोग क्षेत्र सीमित होता है और दूसरा पाठक इनको न समझ पाने के कारण पठन में बोझिलता महसूस करता है। यदि इन विशिष्ट शब्दों का प्रयोग करना ही पड़ जाये तो इनका अर्थ साधारण भाषा में स्पष्ट कर देना चाहिये। एक अच्छे समाचार लेखक का उद्देश्य संदेश को सभी समूहों तक निर्बाध रूप से प्रसारित करने का होना चाहिये अर्थात् उसे किसी बंधन में नहीं बांधना चाहिये। किसी शब्द के अधिक प्रयोग से बचना चाहिये और ऐसे लेख या समाचार अच्छे समाचारों की श्रेणी में नहीं आते।
- (iv) **विशेषणों के प्रयोग से बचें** – विशेषण व क्रिया विशेषणों का प्रयोग समाचार लेखन में अनापेक्षित है। एक अच्छे पत्रकार को अपने वाक्यों का ताना-बाना संज्ञा व क्रिया के इर्द-गिर्द बनाना चाहिये। विशेषणों का प्रयोग अक्सर किसी संवाददाता के संदेश की तीव्रता को कम करता है। ध्यान रखने योग्य तथ्य यह है कि ‘विशेषण’ व ‘क्रिया-विशेषणों’ का प्रयोग हमारी सोच को सीमित करता है। जबकि क्रिया हमारी सोच

की क्षमता का विस्तार है, जिससे लेखन क्षमता भी बढ़ती है।

- (v) **शब्दों के गठन में तारतम्यता** – हमने यह अक्सर सुना है कि लेखन में अच्छी सिलाई होनी चाहिये तात्पर्य यह है कि जिस तरह से कपड़े को यदि अच्छी तरह से सिला जाये तो वह अच्छा लगता है उसी तरह से यदि अच्छे विचार को अच्छी तरह से नहीं लिखा जाये तो वह पढ़ने में बहुत बोझिल लगेगा उसमें तारतम्यता व आकर्षण दोनों की कमी रहेगी। अच्छे संवाददाता को मानसिक अनुशासन का पालन करते हुये अपनी प्रति को अच्छी तरह से पढ़कर उसकी गलतियों को निकाल देना चाहिये अन्यथा पाठक आपके लेख या समाचार को अस्वीकार कर देंगे, उनके लिये संवाददाता का नाम मतलब नहीं रखता बल्कि यह मतलब रखता है कि वह अच्छा लेखक है या बुरा।
- (vi) **दुहराव से बचे** – समाचारों में न तो तथ्यों का दुहराव होना चाहिये और न ही उनमें प्रयुक्त शब्दों का, ऐसी गलतियाँ समाचार में भटकाव पैदा करती हैं।
- (vii) **व्यर्थ शब्दों को जगह न दें** – व्यर्थ शब्दों को समाचार प्रति में जगह नहीं देनी चाहिये, जिन शब्दों का बोलचाल में प्रयोग होता है किन्तु लेखन में कम, उनको बराबर महत्व देना चाहिये किन्तु ऐसे शब्द जिनका लेखन में ज्यादा प्रयोग होता है किन्तु बोल-चाल में कम, उनको निश्चित तौर पर समाचार प्रति से बाहर कर देना चाहिये। यथा – राम और श्याम, इसके अतिरिक्त यद्यपि, तथापि, आदि।
- (viii) **उद्देश्यपरकता होनी चाहिये** – यदि समाचार में उद्देश्यपरकता नहीं है तो वह कुछ भी हो सकता है किन्तु समाचार नहीं। उद्देश्यपरकता समाचार की आत्मा है।
- (ix) **स्पष्टता** – समाचार में जो कुछ भी लिखा जाये वह स्पष्ट होना चाहिये। समाचार लेखन साहित्यिक लेखन नहीं है जिसमें कथ्य को लपफाजी से आगे बढ़ाया जा रहा है, हमें कम से कम समय में (इलेक्ट्रॉनिक मीडिया) व कम से कम जगह (प्रिन्ट मीडिया में) अपनी बात कहनी होती है। यदि तथ्यों में स्पष्टता नहीं होगी तो समाचारों को दर्शक, पाठक नहीं मिलेंगे।

यदि इन सिद्धान्तों का अनुसरण कर समाचार लेखन किया जाये तो इसमें कोई शक नहीं है कि वह अपने उद्देश्य में अवश्य सफल होगा किन्तु इसके लिये पर्याप्त रूप से परिश्रम व लगन की आवश्यकता है, यदि ऐसा है तो सफलता आपके कदम चूमेगी।

चाहे जिस प्रकार का भी समाचार हो उसका लेखन करते समय लेखक, समाचार संवाददाता या सम्पादक को कुछ मौलिक सिद्धान्तों को ध्यान में रखना होता है। समाचार लेखन के सिद्धान्त के ऊपर विचार करते हुए अमरीकी पत्रकार श्री जोसेफ पुलिजर ने निम्नलिखित सिद्धान्त निर्धारित किए हैं :

1. **यथार्थता** – समाचार लेखन में यथार्थता का विशेष महत्त्व है। इसका तात्पर्य है कि वह समाचार जो बिना किसी लाग-लपेट के बेबाकी के साथ सीधे-सीधे ढंग से साफ-साफ लिखा जाए। इसमें कहीं भी बनावटीपन न हो तथा काल्पनिक आधार भी ग्रहण न किया जाए। इसमें तथ्यों, आँकड़ों, घटनाओं आदि के स्वरूप को यथातथ्य (As it is) प्रस्तुत किया जाता है। ऐसा नहीं होने से समाचार का स्वरूप प्रभावित हो जाएगा।

समाचार अविश्वसनीय हो जाएगा। इसलिए समाचार के लिए यथार्थता आवश्यक है।

2. **संक्षिप्तता** – समाचार का आकार-प्रकार उसके महत्त्व के आधार पर निर्धारित किया जाना चाहिए। ऐसा नहीं कि जिस समाचार का कोई खास मकसद न हो अथवा प्रसिद्धि न हो या व्यापकता का अभाव हो वैसे समाचार में फैलाव आवश्यक नहीं। समाचार को हमेशा संक्षिप्त होना चाहिए। 'समाचार' के महत्त्व और कोटि को ध्यान में रखते हुए कम-से-कम शब्दों में प्रस्तुत करना एक कला है। इससे लेखक की भाषायी क्षमता प्रदर्शित होती है। वैसे समाचार-पत्रों में तो थोड़ी बहुत यह गुंजाइश होती भी है, पर रेडियो और दूरदर्शन में तो इसे जितना कम हो सके उतना ही संक्षिप्त रूप में प्रस्तुत किया जाता है। रेडियो और दूरदर्शन के समाचार लेखकों/सम्पादकों को संक्षेपण कला में निपुण होना चाहिए। यहाँ अनावश्यक शब्दों, विशेषणों और क्रियाओं आदि का प्रयोग संचार माध्यम में वर्जित है। बहुत अधिक बातों को कम-से-कम में कह देना समाचार लेखन की विशेषता है। अर्थात् संक्षिप्तता समाचार लेखन की पहली शर्त है। जो व्यक्ति संक्षेपण के गुणों से अनभिज्ञ रहता है, वह निश्चित रूप से अच्छा समाचार लेखक नहीं होगा।
3. **रोचकता** – समाचार में रोचकता भी होनी चाहिए। यदि समाचार में रोचकता का अभाव रहेगा तो वह नीरस हो जाएगा। उससे पढ़ने या सुनने-देखने में किसी की भी रुचि नहीं रहेगी। इसलिए समाचार को लोकरुचि के अनुरूप रोचक भी बनाना होता है। शुष्क, नीरस और इतिवृत्तात्मक विवरण समाचार को अप्रभावी बना देते हैं। समाचार लेखन में तथ्यों की सच्चाई का ध्यान रखते हुए भावों को उद्देलित तथा संपदित करने की विशेषता होनी चाहिए। समाचार को रोचक बनाने के लिए लोकहित का बहुत ख्याल रखना होता है। लोकहित के विरुद्ध लिखे गए समाचार रोचक होते हुए भी सही नहीं कहे जा सकते। इसलिए समाचार में रोचकता के साथ-साथ लोकहित का भाव भी समाहित होना चाहिए।

6.9 समाचार लेखन प्रक्रिया

समाचार लेखन न तो निबंध लेखन है, न पुस्तक लेखन की कला के समान है। वर्तमान समय में जब कि समाचार पत्रों की आपसी प्रतिद्वन्द्विता इतनी बढ़ चुकी है, वहीं समाचार पत्र सफल हैं जिसका पत्रकारिता के हर क्षेत्र में उत्कृष्ट प्रदर्शन है। समाचार कहानी की निर्माण प्रक्रिया विभिन्न बिन्दुओं के समायोजन से बनती है।

समाचार लेखन के तीन भाग

किसी समाचार को देखकर हम बड़ी सरलता से समाचार को तीन भागों में बाँट सकते हैं जो निम्न हैं –

1. शीर्षक
2. इंट्रो या लीड (पहला पैराग्राफ)
3. समाचार का शेष भाग या बॉडी

1. शीर्षक

किसी भी समाचार का शीर्षक सर्वप्रथम हमें प्रभावित करता है उसके पश्चात हम इस बात को निश्चित करते हैं कि कौन सा समाचार पढ़ने योग्य है अथवा नहीं। अतः शीर्षक बड़े अक्षरों या बोल्ड टाइप में दिया जाता है। शीर्षक का संदेश संक्षिप्त व चौकाने वाला होना चाहिये। शीर्षक समाचार सार घटना परिणाम तथा स्थिति संकेत का सूचक होता है, शीर्षक बनाना एक कला है जिसके द्वारा पाठकों के मन और मस्तिष्क पर सत्ता स्थापित की जाती है। सजग, सचेत, गुणग्राही उपसम्पादक समाचारों के शीर्षक ऐसे बनाते हैं जो आकर्षक हो, सुबोध हो, पैसे एवं चटपटे तथा विश्वसनीय हों। शीर्षक के उद्देश्यों में शीघ्रता से समाचार के मूलभाव को बताना रूचि के अनुसार समाचार ढूँढने पृष्ठ सज्जा को प्रभावपूर्ण बनाना पत्र के व्यक्तित्व को सम्मानजनक बनाना आदि शामिल। समाचार के शीर्षक बड़े महत्व के होते हैं। वे पाठकों को पुकारते हैं। बार-बार यही दोहराते हैं मैं महत्वपूर्ण हूँ, मैं आकर्षक हूँ। वस्तुतः शीर्षक तो सार तत्व का संग्रही कैप्सूल है। "समाचार के शीर्षक आँखों को विश्राम देते हैं। यह पत्र के विज्ञापन जैसे होते हैं जो पाठकों को पत्र खरीदने के लिये प्रेरित करते हैं"।

2. इंट्रो या लीड

समाचार में प्रस्तुत सामग्री का परिचय यदि प्रदर्शन कक्ष की तरह पहले पैरा में करा दिया जाये और वह पाठक को अच्छा लगे तो फिर यह सामग्री निश्चित बिक कर रहेगी। इस परिचय को अंग्रेजी में संक्षेप में इंट्रो या लीड कहते हैं। आदर्श इंट्रो वह होता है जो प्रत्येक व्यक्ति को रूचिकर लगे और वह समाचार को पूरी तरह से पढ़ डालने के लिये प्रेरित करे। मानव-मानव में भेद, देशकाल के अंतर आदि के कारण जो इंट्रो किसी एक परिवेश में श्रेष्ठ हो सकता है वही किसी दूसरे परिवेश में निकृष्ट कहा जा सकता है। समाचार पत्रों का भी अलग-अलग दृष्टिकोण और पाठक वर्ग की भी विभिन्न श्रेणियाँ होती हैं इसलिये एक ही नगर के पाँच पत्र किसी समाचार विशेष के प्रायः उतने ही प्रकार के इंट्रो लिखते हैं। लीड में समाचार का सार होता है अतः लीड में निम्न तत्वों का होना आवश्यक है :

(i) 'कौन' आमुख

"भारतीय जनता पार्टी के राष्ट्रीय अध्यक्ष 80 वर्षीय लाल कृष्ण आडवाणी को आज अस्पताल में भर्ती कराया गया"।

(ii) 'क्या' आमुख

"दिल्ली में दो बसों की भिड़न्त में आज 40 व्यक्ति मर गये तथा 14 घायल हैं, जिसमें 4 की हालत गंभीर है।

(iii) 'कहाँ' आमुख

"हिमाचल प्रदेश के शिमला शहर में कल रात से भारी हिमपात हो रहा है"।

(iv) 'कब' आमुख

“प्रधानमंत्री ने आज लोकसभा सदस्यों को उस समय यह सूचित किया कि कश्मीर में उग्रवादियों से कोई समझौता नहीं किया जायेगा, यह जवाब उन्होंने प्रतिपक्ष नेता अटल बिहारी वाजपेयी के प्रश्न के परिप्रेक्ष्य में दिया”।

(v) 'क्यों' आमुख

दो किशोरवय के लड़के व लड़कियों ने दिल्ली में इस बात पर आत्महत्या कर ली क्योंकि उनके माता-पिता उनकी शादी के खिलाफ थे।

(vi) 'कैसे' आमुख

“बर्फ के टण्डे थपेड़ों के कारण एक जापानी पर्वतारोही, माउण्ट एवरेस्ट के ऊपर मर गया”।

इंट्रो उल्टे पिरामिड नुमा शैली में लिखा जाता है। जिससे यदि समाचार की मुख्य बातें समाचार के पहले ही अनुच्छेद में आ जायें और यदि किसी कारण से समाचार के अधिक भाग को संपादित करना पड़े तो भी समाचार का मूल तत्व जनता तक पहुँच जाये।

3. समाचार का शेष भाग या बॉडी

जहाँ इंट्रो पाठक का समाचार के प्रति रुचि जगता है वहीं बॉडी से पाठक समाचार से पूरी तरह से जुड़ जाता है। समाचार का शेष भाग या बॉडी निम्न तत्वों को समाहित किये रहता है, वे हैं – सरलता, सुस्पष्टता एवं तारतम्यता आदि। समाचारों को ऐसे तरीके लिखना चाहिये कि अति सामान्य व्यक्ति की समझ में भी आ जाये इसके लिये न केवल यह जरूरी है कि आपकी भाषा आसान हो जिसे समझने में पाठक को कोई दिक्कत न हो अपितु शैली भी उलझाव पूर्ण नहीं होनी चाहिये। यदि पाठक को समाचार पत्र पढ़ने के लिये एक बार भी शब्दकोश की सहायता लेनी पड़ी तो समझिये कि आपका समाचार लेखन विफल रहा है। वाक्य रचना भी व्यवस्थित रहनी चाहिये। तथ्य बिल्कुल साफ और स्पष्ट होने चाहिये, यदि तथ्य स्पष्ट नहीं हैं तो उन्हें छोड़ देना ज्यादा अच्छा रहता है। समाचार के इंट्रो में कहानी जहाँ जन्म लेती है वहीं समाचार के शेष भाग में कहानी धीरे-धीरे जवान होती है।

समाचार लेखन में तारतम्यता का बहुत महत्व है एक बात से दूसरी बात पर कूद जाना और फिर पहली पर लौट आना, अच्छा नहीं होता इससे बड़ा भ्रम पैदा होता है। इंट्रो में सभी प्रश्नों के जवाब नहीं दिये जा सकते हैं किन्तु शेष अंश में सभी के उत्तर दिये जाने चाहिये। यदि इंट्रो में क्या, कब और कहाँ के उत्तर दिये गये तो शेष पाठ में कैसे, क्या और कौन से उत्तर दिये जाने चाहिये।

समाचार की पृष्ठ भूमि को स्पष्ट करना अच्छा होता है, इससे पाठक को समाचार का महत्व भी मालूम होता है राजनीतिक, आर्थिक विषयों तथा वक्तव्यों आदि पर आधारित समाचारों में पृष्ठ भूमि देने का विशेष महत्व

रहता है।

उद्धरणों को भी समाचार में बहुत अधिक महत्व दिया जाना चाहिये। किसी कथन को वक्ता के शब्दों में उद्धरित करने का जितना प्रभाव होता है उतना आपकी अपनी अत्यंत प्रभावशाली भाषा में उसे पेश करने से भी नहीं हो सकता। समाचार कहानी का समापन क्रमबद्धता से करना चाहिये, एक-एक बात को स्पष्ट करना चाहिये। अनुच्छेदों को छोटा रखना चाहिये इससे पठनीयता बढ़ती है। पाठक को छोटे-छोटे अनुच्छेदों में समाचार पढ़ना अधिक रोचक लगता है ऐसा समाचार अच्छा लगता है। छोटे अनुच्छेदों में अशुद्धियां होने पर समाचार को फिर से आसानी से कम्पोज किया जा सकता है।

समाचार को अंतिम रूप देना

समाचार को अंतिम रूप देने का कार्य एक प्रशिक्षित संवाददाता व उपसंपादक का है। किन्तु समाचार को सर्वप्रथम संपादित करने का कार्य खुद उस समाचार के लेखक/संवाददाता का होता है। समाचार में स्पष्टता होनी आवश्यक है। एक दिग्भ्रमित समाचार कहानी से बचने के लिये समाचार लिखने से पूर्व उसका नियोजन करना आवश्यक है। उसके लीड व बॉडी आदि में क्या-क्या देना है, कौन-कौन से तत्व छूट रहे हैं आदि सारी बातें पहले से ही निर्धारित कर लेनी चाहिये। यदि कोई संवाददाता उपरोक्त तथ्यों को ध्यान में रखकर लेखन करे व हर कार्य को नियोजित करे तो वह सफल पथ पर अग्रसर हो सकता है।

6.10 समाचार लेखन की सीमा

समाचार लेखन की अपनी सीमा है। इस संबंध में पत्रकारों के अनेक विचार हैं, भले ही आज सम्पूर्ण विश्व में स्वतंत्र प्रेस की मान्यता को स्वीकार कर लिया गया है किन्तु वास्तविकता यह है कि समाचार लेखन की अपनी सीमायें हैं। यह सीमायें देशकाल व समय के हिसाब से बदलती रहती हैं जो समाचार भारत के किसी संदर्भ में अपनी सीमाओं से परे होगा, हो सकता है उसी ढंग का कोई समाचार अमेरिका में सीमाओं के अन्दर ग्राह्य होगा। समाचार लेखन की सीमाओं में प्रमुख है –

- (i) **प्रकाशक, प्रधान संपादक और संपादक की मान्यता, धारणा, दृष्टिकोण व सनक** – किसी पत्र में वेतन भोगी कर्मचारी की तरह कार्य करने वाले संवाददाता समाचार लेखन में एक सीमा तक प्रकाशक, प्रधान संपादक और संपादक के दृष्टिकोण पर आश्रित होता है क्योंकि यदि यह लोग निर्धारित कर दें कि अमुक समाचार उस पत्र में नहीं छपेगा तो वह समाचार उस पत्र में नहीं छप सकता है। अतः विभिन्न समाचारों के सन्दर्भ में इनकी नीतियाँ पत्रकारों के समाचार लेखन की सीमा को निर्धारित करती हैं भले ही वह अच्छे समाचारों को छपने से रोक दें किन्तु यह उनका अधिकार है।
- (ii) **विज्ञापनदाता का हित** – समाचार लेखन को विज्ञापनदाता का हित भी प्रभावित करता है यदि कोई ऐसा समाचार है जो किसी ऐसे विज्ञापन दाता के हित को प्रभावित करता है जो पत्र को नियमित रूप से बड़ी मात्रा में विज्ञापन उपलब्ध कराता है तो ऐसे समय में भी उक्त समाचार को रोका जा सकता है। ऐसा सामान्यतया छोटे समाचार पत्रों के सन्दर्भ में होता है जो कि बड़े विज्ञापनदाताओं पर आश्रित होते हैं।

- (iii) **राष्ट्र की मर्यादा, परम्परा एवं आदर्श** – राष्ट्र की मर्यादा, परम्परा एवं आदर्श भी समाचार लेखन की सीमा को निर्धारित करते हैं। ऐसा कोई भी समाचार जो राष्ट्र की मर्यादा परम्परा एवं आदर्शों को क्षति पहुँचाता है, वह छपने योग्य नहीं माना जा सकता है। हर राष्ट्र की अपनी एक विशेष परम्परा, मर्यादा व मूल्य होते हैं, जिन पर चोट करना किसी भी देशवासी को पसंद नहीं आयेगा। अतः समाचार लेखन में उपरोक्त तथ्यों को ध्यान में रखना चाहिये।
- (iv) **प्रसार क्षेत्र की समाचार आवश्यकतायें** – समाचार लेखन में हमें इस बात का ध्यान रखना चाहिये कि हमारे समाचार पत्र के प्रसार क्षेत्र की समाचार आवश्यकतायें क्या हैं, यदि वह अपराध से संबंधित खबरों को ज्यादा महत्व देते हैं तो ऐसे प्रसार क्षेत्र में शिक्षा या साहित्य से संबंधित समाचारों को उतना महत्व नहीं मिलेगा और न ही वे समाचार अपने उद्देश्य में सफल हो सकेंगे।
- (v) **कानूनी समस्यायें** – यदि कोई समाचार किसी कानूनी धारा को तोड़ रहा है यथा – मानहानि, न्यायालय अवमान, संसदीय विशेषाधिकार आदि तो समाचार लेखन के पूर्व समस्त कानूनी पहलुओं पर विचार कर लेना चाहिये अन्यथा व्यर्थ में कोर्ट के चक्कर लगाने से समय व धन दोनों की बर्बादी होगी।
- (vi) **व्यक्ति दुराग्रह व पीत पत्रकारिता** – समाचार लेखन में व्यक्तिगत दुराग्रह एवं किसी के निजी जीवन से संबंधित समाचारों का लेखन नहीं करना चाहिये।
- (vii) **समय व स्थान का बंधन** – समय का बंधन भी समाचार लेखन की सीमा को निर्धारित करता है। यदि हमारे पास समय कम है और समाचार ज्यादा है तो हमें निश्चित रूप से समाचारों को कम करना पड़ेगा या यदि पृष्ठ पर जगह कम है तो भी समाचारों को छोटा करना पड़ेगा।

समाचार लेखन की सीमायें कभी दिशा निर्धारक तत्व का कार्य करती है तो कभी मार्ग भटकाऊ भी सिद्ध होती है। तथ्य यह है कि विपरीत परिस्थितियों में भी सत्य के लिये हमेशा डटे रहना चाहिये, हो सकता है कि समाचार लेखन में सीमाओं का औचित्य यद्यपि अभी भी विवाद का विषय है लेकिन स्पष्ट है कि उपरोक्त ऐसे कई कारक हैं जो समाचारों की तीव्रता को कुछ कम कर देते हैं चाहे वह मालिक की हठधर्मिता हो या विज्ञापनदाता का हित।

6.11 समाचार लेखन की समस्यायें

समाचार पत्र का मौलिक कच्चा माल न कागज और न स्याही, वह है समाचार फिर चाहे प्रकाशित सामाग्री ठोस संवाद के रूप में हो या लेख के रूप में सबके मूल में वही तत्व रहता है जिसे हम समाचार कहते हैं। किन्तु समाचार अचानक किसी संवाददाता के हाथ नहीं लग जाता। पत्रकारिता को मूल रूप से उन्हीं सब समस्याओं का सामना करना पड़ता है जो अन्य देशों की पत्रकारिता के समक्ष है परन्तु उसके कुछ अपने मापदण्ड हैं। इस दृष्टि से भी समाचार लेखन की अपनी समस्यायें हैं जिनका तथ्यवार वर्णन निम्न हैं :

- (i) **समाचार सूंघा कैसे जाये** – पत्रकारिता के क्षेत्र में नये अवतारित हुये व्यक्तियों के समक्ष सामान्य रूप से यह समस्या आती है कि समाचार सूंघा कैसे जाये। यहाँ समाचार सूंघने के लिये सबसे आवश्यक तत्व है अपने आँख, नाक और कान हमेशा खुले रखे जायें, कोई भी असामान्य बात जो हमारे आस-पास घटती

है, एक समाचार पत्र के लिये अच्छा समाचार हो सकती है। यह गुण किसी भी पत्रकार में जन्मजात नहीं होता बल्कि निरंतर अभ्यास से यह प्रवृत्ति उत्पन्न होती है। अपने सम्पर्क सूत्रों से निरंतर मिलते रहना चाहिये किन्तु सिर्फ उन्हीं के भरोसे नहीं बैठना चाहिये समाचार सूधने की क्षमता विकसित की जानी चाहिये।

- (ii) **समाचार प्रस्तुत कैसे किया जाये** – हैरोल्ड इवेन्स के अनुसार यदि इंट्रो को सावधानी से पढ़ने की जरूरत पड़े तो उसे असफल इंट्रो कहा जाना चाहिये। सफल इंट्रो वह है जो न्यूनतम आवश्यक शब्दों में समाचार को परिचय दे दे और जिसे सरसरी तौर से पढ़ने पर भी समझने में कठिनाई नहीं होती है। इंट्रो को समाचार के अनुकूल होना चाहिये। विषय के अनुसार इंट्रो भी गंभीर या हल्का होना चाहिये। इंट्रो में यह गुण होना चाहिये कि वह पाठक में शेष समाचार पढ़ने की उत्कंठा जागृत करे। इंट्रो लिखने से पहले सारे तथ्यों को ठीक से सोचकर इंट्रो लेखन करना चाहिये। इंट्रो की लंबाई सामान्य रूप में सौ शब्द से अधिक नहीं होनी चाहिये। इंट्रो में सूत्रों का उल्लेख नहीं करना चाहिये तथा इंट्रो को भारी भरकम बनाना एक ऐसी बुराई जिससे बचना चाहिये। भारतीय भाषाओं के समाचार पत्रों में प्रायः उद्धरणों के आधार पर भी इंट्रो लिखे जाते हैं। किसी समय इस कला को पत्रकार बड़ा उत्कृष्ट मानते थे, आज भी इसका प्रयोग करने वाले इसी विचार से ऐसे इंट्रो लिखते हैं किन्तु बोधगम्यता की दृष्टि से इंट्रो लेखन की यह प्रणाली ठीक नहीं है। छोटे-छोटे शब्द व सरल वाक्यों में लेखन किया जाये।
- (iii) **भाषा शैली का स्तर** – समाचार लेखन में भाषा शैली के स्तर का प्रयोग एक बहुत बड़ी समस्या है। समाचार लेखन में सीधी-सादी भाषा व छोटे वाक्यों के द्वारा अपनी बात की स्पष्टता व शुद्धता के साथ कहनी चाहिये। मुहावरेदार या कठिन शब्दों युक्त लेखन पाठक को कम से कम समाचारों के सन्दर्भ में पाठक को बोझिलता प्रदान करता है अतः समाचार लेखन में भाषा शैली का स्तर एक आम आदमी के स्तर का होना चाहिये ताकि सभी लोग उसे पढ़कर व समझ सकें।
- (iv) **विभिन्न पक्षों का वर्णन (संतुलन)** – समाचार को कभी भी एक पक्षीय नहीं बनाया जाना चाहिये। इससे समाचार लेखक की विश्वसनीयता संदिग्ध हो जाती है। समाचार लेखन में दोनों पक्षों के बयानों को शामिल करना चाहिये। यदि उपरोक्त में से कोई पक्ष टिप्पणी के लिये उपस्थित नहीं है तो समाचार पत्र में इस बात का स्पष्ट रूप से वर्णन होना चाहिये कि उपरोक्त पक्ष टिप्पणी के लिये उपलब्ध नहीं था। अतः समाचार लेखन में संतुलन के सिद्धान्त को अत्याधिक महत्व दिया गया है। उल्लेखनीय बात यह है कि किसी एक पक्ष के आधार पर समाचारों की नींव का निर्माण नहीं करना चाहिये, पुलिस के पक्ष के मामले में विशेष सावधानी बरतनी चाहिये।
- (v) **तटस्थता व अपना विचार** – वर्तमान में समाचार लेखन की सर्वाधिक बड़ी समस्या समाचार लेखन में तटस्थता न बरत पाने की है। पत्रकारों को समाचार लिखते समय कभी भी अपनी राय नहीं व्यक्त करनी चाहिये, उन्हें सिर्फ वही बातें लिखनी चाहिये जो उन्होंने देखी हैं न कि जो उन्होंने महसूस की हैं। पाठक इस मामले में काफी समझदार होते हैं। समाचार लेखन किसी व्यक्तिगत पूर्वाग्रह या दुराग्रह के वशीभूत होकर नहीं करना चाहिये, इससे पत्र की विश्वसनीयता को क्षति पहुँचती है व पत्रकारिता के उच्च मानदण्ड

भी प्रभावित होते हैं।

- (vi) **समाचार समन्वयन** – एक आदर्श व सामान्य समाचार की शब्द सीमा समाचार पत्र में जगह की उपलब्धता पर निर्भर करती है। दो समाचारों को मिलाते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिये कि उनके समन्वयन से समाचार का वास्तविक स्वरूप न बिगड़े। समाचारों के फैलाव में इस बात का ध्यान रखना चाहिये कि लीड व बॉडी में समन्वय हो, ऐसा न हो कि लीड व बॉडी में कोई संबंध ही दिखायी न दे।

समग्र रूप से समाचार लेखन में उत्पन्न समस्यायें निरंतर अभ्यास व अपने वरिष्ठ सहायकों के सहयोग से दूर की जा सकती हैं, आवश्यकता इस बात की है कि इस क्षेत्र में घुसने से पूर्व एक व्यक्ति को मानसिक रूप से अपने आपको तैयार कर लेना चाहिये तथा किसी भी तरह समस्या से निपटने के लिये तुरन्त तैयार रहना चाहिये क्योंकि इस क्षेत्र में समय 'रत्न' से भी ज्यादा कीमती होता है क्योंकि यदि पत्र देर से बाजार में पहुँचा तो उसकी विश्वसनीयता व लोकप्रियता दोनों ही प्रभावित होंगी। अतः लेख संबंधी समस्या को सुधारना ही उचित है तभी सफलता का मार्ग प्रशस्त होगा।

समाचार को कथा के रूप में रसीला, नशीला, चुटीला और दिलचस्प बनाकर प्रस्तुत करना एक सफल पत्रकार की क्षमता पर निर्भर होती है। जब कभी इन नियमों का उल्लंघन होगा बुद्धिमान मनुष्य उसे छोड़कर सो जायेगा।

6.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. समाचार की विभिन्न परिभाषाएँ देते हुए समाचार लेखन प्रक्रिया पर प्रकाश डालें।

.....

.....

.....

2. समाचार की व्युत्पत्ति कैसे हुई तथा इसके स्रोत कौन से हैं? स्पष्ट कीजिए।

.....

.....

.....

3. समाचार लेखन के मूल सिद्धान्तों पर प्रकाश डालिए।

.....

.....

.....

4. समाचार लेखन के मूल गुण कौन-कौन से हैं?

.....
.....
.....

5. समाचार लेखन की सीमाएँ तथा समस्याओं पर प्रकाश डालें।

.....
.....
.....

6.13 पठनीय पुस्तकें

1. प्रयोजनमूलक हिन्दी – डॉ. अनुज प्रताप सिंह
2. जनसम्पर्क, विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम – एन.सी. पंत
3. सूचना, संचार और समाचार – मुकुल श्रीवास्तव
4. संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र
5. जनपत्रकारिता, जनसंचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित
6. रंगकर्म और मीडिया – जयदेव तनेजा
7. दूरसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी – डी.डी. ओझा, सत्यप्रकाश
8. प्रयोजनमूलक हिन्दी और पत्रकारिता – डॉ. दिनेश प्रसाद सिंह
9. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के सिद्धान्त – रूपचंद गौतम
10. संचार और पत्रकारिता के विविध आयाम – ओम प्रकाश सिंह
11. प्रयोजनमूलक हिन्दी : सिद्धान्त और प्रयोग– दंगल झाल्टे

.....

उद्घोषणा –लेखन

- 7.0 रूपरेखा
- 7.1 उद्देश्य
- 7.2 प्रस्तावना
- 7.3 उद्घोषणा–लेखन
- 7.4 उद्घोषणा–लेखन के आधार
- 7.5 उद्घोषणा–लेखन के अनिवार्य विषय
- 7.6 उद्घोषणा–लेखन की सावधानियाँ
- 7.7. उद्घोषणा–लेखन की प्रक्रिया
- 7.8 सारांश
- 7.9 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 7.10 पठनीय पुस्तकें
- 7.1 उद्देश्य

इस पाठ के अध्ययनोपरान्त आप –

- उद्घोषणा–लेखन से परिचित होंगे।
- उद्घोषणा–लेखन के मूल आधारों को जानेंगे।
- उद्घोषणा–लेखन में रखी जाने वाली सावधानियों को समझेंगे।
- उद्घोषणा–लेखन की प्रक्रिया से पूर्ण रूप से अवगत हो सकेंगे।

7.2 प्रस्तावना

रेडियो पर उसके किसी कार्यक्रम के प्रसारण से पूर्व उद्घोषणा की जाती है। इस उद्घोषणा में आगे प्रस्तुत किये जाने वाले समाचार, नाटक, वार्ता, संगीत आदि के बारे में उद्घोषक रेडियो के श्रोताओं को जानकारी देता है। उद्घोषक द्वारा दी गई इस जानकारी को रेडियो-उद्घोषणा (**Radio Announcement**) कहा जाता है। ये उद्घोषणाएं प्रातःकाल रेडियो के प्रसारण शुरू होने से लेकर रात को रेडियो के प्रसारण बंद होने तक कार्यक्रम के पूर्व तथा कार्यक्रम के समाप्त होने तक जारी रहती हैं। इन उद्घोषणाओं को मौखिक रूप से नहीं कहा जाता अपितु इन्हें कागजों पर लिखकर तैयार किया जाता है और कार्यक्रम के आरम्भ होने अथवा समाप्त होने पर इनका उद्घोषक वाचन करता है। इन उद्घोषणाओं को लिखना ही उद्घोषणा-लेखन कहा जाता है।

रेडियो के कार्यक्रम प्रतिदिन एक जैसे नहीं होते। मानवीय रूचि परिवर्तन चाहती है। यह परिवर्तन प्रकृति का नियम भी है। मानवीय रूचि और उसके मनोविज्ञान को ध्यान में रखकर कार्यक्रम परिवर्तित होते रहते हैं। कुछ कार्यक्रम बंद कर दिये जाते हैं तो कुछ नये आरम्भ किये जाते हैं। किसी दिन नाटक को प्रस्तुत किया जाता है तो किसी दिन रेडियो रूपक को, कभी वार्ता प्रसारित की जाती है तो कभी बजट। कभी कृषि जगत् होता है तो कभी लोकरूचि। इस प्रकार रेडियो पर विषय बदलते रहते हैं। बदलते हुए विषयों और कार्यक्रमों के अनुसार उद्घोषणाएं भी बदलती रहती हैं। प्रत्येक विषय और कार्यक्रम को प्रसारित करने से पूर्व उस विषय के बारे में उद्घोषक उद्घोषणा करता है। यदि रेडियो पर प्रसारित किए जाने वाले विषय प्रतिदिन एक से होते तो उद्घोषणाओं को लिखकर रखा जा सकता है और उन्हें प्रयुक्त किया जा सकता था, परन्तु ऐसा नहीं है। समाचारों को छोड़कर अन्य कोई विषय नहीं रखा जाता जो प्रतिदिन निश्चित समय पर प्रसारित किया जाता हो। इससे रेडियो के कार्यक्रमों में विविधता बनी रहती है और इनमें एकरसता नहीं आती। इस विविधता को ध्यान में रखकर प्रतिदिन नई उद्घोषणाओं का लेखन-कार्य किया जाता है।

उद्घोषणा-लेखन करते हुए लेखक को अत्यन्त सतर्क रहना पड़ता है। किस समय कौन-सा कार्यक्रम प्रसारित होगा और किस दिन होगा – इनके बारे में उसे पूरी जानकारी होनी चाहिए। किस कार्यक्रम में क्या विषय होंगे – इसके बारे में भी उसका ज्ञान होना अनिवार्य है। यदि उसे इन बातों का पूरा ज्ञान है तो वह सफल उद्घोषणा-लेखन कर सकता है। रेडियो को लाखों-करोड़ों श्रोता एक ही समय में सुन रहे होते हैं। जरा-सी असावधानी चूक उसे हँसी का पात्र बना सकती है। इसलिए उद्घोषणा-लेखन करते हुए लेखक का सतर्क रहना अत्यन्त आवश्यक है। इसके अतिरिक्त उद्घोषणा-लेखन में जिस भाषा का प्रयोग किया जाए वह सरल, स्पष्ट और संक्षिप्त होनी चाहिए। इसके अतिरिक्त उसका आकर्षक भी होना आवश्यक है ताकि कहीं दूरी पर बैठा हुआ अथवा काम कर रहा भी उद्घोषणा को सुनकर कार्यक्रम के प्रति उत्सुक होकर उसे सुनने के लिए तैयार हो जाए और रेडियो-सैट के निकट पहुंच जाए। उद्घोषणा-लेखन में क्लिष्ट भाषा का प्रयोग नहीं होना चाहिए और न ही अप्रचलित शब्दों का प्रयोग किया जाना चाहिए। रेडियो क्योंकि साक्षर-निरक्षर, बच्चे-बूढ़े, महिलाएं-बालाएं सभी आयु और वर्गों के लोग सुनते हैं, अतः ऐसी भाषा का प्रयोग नहीं होना चाहिए जो लोगों की समझ में न आए। भाषा ऐसी होनी चाहिए जिसे प्रत्येक श्रोता-समझ सके। इस प्रकार उद्घोषणा-लेखक को उद्घोषणा का लेखन कार्य करते हुए अत्यन्त सतर्क, कार्यक्रम के सम्बन्ध में पूर्ण ज्ञान तथा सरल, स्पष्ट ध्यान आकर्षक भाषा का प्रयोग करना चाहिए, ताकि वह अपने

संदेश को जन-जन तक सफलतापूर्वक सम्प्रेषित कर सके।

7.3 उद्घोषणा-लेखन

आकाशवाणी और दूरदर्शन पर ये उद्घोषणाएँ होती हैं। रेडियो सुनने और बोलने का माध्यम है। दूरदर्शन में देखने का भी अवसर मिलता है, परंतु सभी कार्यक्रमों के लिए स्क्रिप्ट पहले से तैयार करने होते हैं। इसी स्क्रिप्ट को इस प्रकार पढ़ा जाता है कि सुनने वाले को यह लगे कि यह पढ़ा नहीं बोला जा रहा है। इसके लिए भाषा की भंगिमा और बोलने की शैली का भी ज्ञान प्रस्तोता को होना चाहिए।

प्रोड्यूसर को तकनीकी ज्ञान के साथ-साथ रेडियो/दूरदर्शन की भाषा का भी ज्ञान होना चाहिए। निश्चित रूप से हम इस बात पर बल देना चाहते हैं कि ध्वनि रेडियो-लेखन का मूलभूत आधार है। कोई विषय हमेशा स्मरण नहीं रहता है, इसलिए लेखक को सदैव अपने पास एक पैड रखना चाहिए। लेखन से संबंधित जो बातें आपके स्मरण में आएँ, उनको तुरंत अंकित कर लेना चाहिए। स्क्रिप्ट लिखते समय इन सब का उपयोग करना चाहिए। यदि हमारे सामने लिखित स्क्रिप्ट न होगी तो कई बार धारा प्रवाह बोलने में बाधा आ सकती है। सोच-सोचकर या अटक-अटक कर बोलना उत्तम नहीं होता है। इससे उपभोक्ता का आकर्षण समाप्त हो जाता है। इसमें उद्घोषणा लिखित ही होती है। इससे परिवर्तन की संभावना भी नहीं रह जाती है।

कुछ कार्यक्रम ऐसे होते हैं – जिनमें लेखन की कम आवश्यकता पड़ती है। रेडियो, साक्षात्कार या भेंटवार्ता, रेडियो परिचर्चा या परिसंवाद, आँखों देखा हाल, गीत-संगीत के कार्यक्रम आदि। परंतु इनके लिए भी विचार-विमर्श के बिंदुओं को नोट करना लाभदायक होता है। इससे उद्घोषणा में जीवन्तता रहती है। इसी प्रकार आँखों देखा हाल के उद्घोषणा-लेखन के लिए भी पूर्व तैयारी आवश्यक होती है। खेल आदि पर आधारित उद्घोषणा-लेखन या समारोह के दृश्य-वर्णन के पूर्व तैयारी आवश्यक होती है। इससे कमेंटरी करने में सुविधा होती है। खाली समय को भरने में भी दिक्कत नहीं होती। लेकिन कुछ कार्यक्रम ऐसे हैं – जिनमें लिखित स्क्रिप्ट अनिवार्य हैं, जैसे – रेडियो वार्ता, रेडियो नाटक, रेडियो फीचर आदि।

उद्घोषणा-लेखन के लिए सर्वप्रथम आवश्यक है कि वह क्यों और किसके लिए तैयार किया जा रहा है। तदनुसार भाषा-संरचना होनी चाहिए। इसके साथ श्रोता के अनुसार भी हो। लेखक दोहरी जिम्मेदारियों को लेकर चलता है। लेखक को आकाशवाणी या दूरदर्शन-लेखन की तकनीकी की जानकारी होनी चाहिए।

रेडियो उद्घोषणाएँ कार्यक्रम के मुख्य अंग हैं। कई बार तो ये घोषणाएँ ही रेडियो की पहचान बन जाती हैं। अच्छा होता है कि उद्घोषक उद्घोषणाएँ स्वयं लिखें – जिससे कार्यक्रम की प्रस्तुति में सुविधा हो। उद्घोषणा का स्वर सहज और सामान्य रहता है। उद्घोषणा को आवश्यकता से अधिक नाटकीय नहीं होना चाहिए। आजकल एफ.एम. रेडियो के प्राइवेट चैनलों पर की जाने वाली उद्घोषणाएँ काफी उठापटक वाली होती हैं। इनमें आवश्यकता से अधिक नौटंकी होती है। यह नाटकीयता श्रोताओं को आकर्षित करती है, परंतु इसकी सार्थकता होने से कार्यक्रम में अरुचि उत्पन्न होने लगती है आजकल रेडियो प्रसारण करने वाले उद्घोषकों को 'रेडियो जॉकी' कहा जाता है। उद्घोषणा का शाब्दिक अर्थ होता है – सूचना, विज्ञप्ति एवं घोषणा। रेडियो जनसंचार का श्रेय माध्यम है। अतः वाणी

द्वारा उच्चरित घोषणा का इसमें विशेष महत्त्व होता है। रेडियो पर जो कार्य प्रसारित किए जा रहे हैं – उनसे संबंधित विवरण की जिज्ञासा भी श्रोता को होती है। ये सभी जानकारियाँ रेडियो पर उद्घोषणा के माध्यम से ही दी जाती हैं रेडियो पर दी जाने वाली उद्घोषणाओं के तीन मुख्य रूप होते हैं – (i) घोषणा, (ii) सूचना, (iii) विज्ञप्ति।

उद्घोषणा-लेखन के लिए आवश्यक है कि रेडियो पर प्रसारित होने वाली उद्घोषणाओं को ध्यानपूर्वक सुनने तभी आपको सही अंदाज होगा कि उद्घोषणाओं का ढंग औपचारिक होता है। उद्घोषणाएँ सरल और सीमित होती हैं। प्रत्येक शब्द उद्देश्यपूर्ण घोषणा करता है। उद्घोषणा लिखते समय तीन मुख्य बातों पर ध्यान देना आवश्यक होता है – (i) आधारभूत सामग्री, (ii) मुख्य तत्त्व, (iii) शब्दों का चयन एवं स्थान।

7.4 उद्घोषणा-लेखन के आधार

उद्घोषणा-लेखन के लिए सबसे पहले यह 'क्यू शीट' तैयार की जाती है। रेडियो पर प्रसारित होने वाली रचनाएँ प्रसारण विशेष की समय सारिणी (क्यू शीट) और प्रसारित होने वाली सामग्री के आधार पर देनी होती है। इन सभी का विवरण लिख लिया जाता है – जिसे 'क्यू शीट' कहते हैं। अतः प्रसारण विशेष की सूचनाओं का मुख्य आधार 'क्यू शीट' होती है। इसको 'मास्टर क्यू शीट' भी कहते हैं। इस 'क्यू शीट' में समय के अतिरिक्त प्रसारण सामग्री का भी विवरण होता है – जिनसे सूचनाएँ तैयार होती हैं। कार्यक्रम का विस्तृत ब्यौरा हमें उस कार्यक्रम में प्रसारित किये जाने वाले टेप अथवा रिकार्ड में भी मिल जाता है। हर टेप की अपनी 'क्यू शीट' रहती है – जिसमें टेप की रिकार्डिंग का विवरण रहता है। इसके आधार पर उद्घोषणा लिखी जाती है – पेट क्यू शीट का विवरण इस प्रकार है – (i) टेप नं., (ii) कार्यक्रम, (iii) वार्ताकार, (iv) अवधि – 10 मिनट, (v) प्रसारण तिथि, (vi) प्रसारण समय।

इसी प्रकार टेपरिकार्ड में किये गए गीतों का विवरण रहता है – गीत, फिल्म, कलाकार, गीतकार, संगीतकार। इसी प्रकार सामग्री के आधार पर उद्घोषणाएँ लिखी जाती हैं। 'क्यू शीट' में प्रदर्शित कार्यक्रम को विवरण के आधार पर प्रस्तुत किया जाता है। सीधे भी प्रसारित करने होते हैं। इनकी उद्घोषणाएँ भी तैयार की जाती हैं, जैसे – "यह आकाशवाणी का लखनऊ केंद्र है।"

"अब सुनिए वार्ता, आधुनिक जीवन और हृदय रोग/वार्ताकार हैं, डॉ. कोमल सरकार।"

रेडियो श्रव्य साध्य है, तो निश्चित रूप से हम इस बात पर बल देना चाहते हैं कि ध्वनि उद्घोषणा-लेखन का मूल आधार है। ध्वनियों के माध्यम से ही हम विभिन्न भावों को अभिव्यक्त करते और श्रोताओं को कार्यक्रम से जोड़कर रखने के लिए ध्वनि प्रभावों का भी उपयोग करते हैं। रेडियो-लेखन के घटकों में वे सारे तत्त्व सम्मिलित हैं जो कान से सुनाई पड़ते हैं। बोले हुए शब्द इन तत्त्वों में प्रमुख हैं, किन्तु शब्दों के साथ विभिन्न भावों को अभिव्यक्त करने वाली वे ध्वनियाँ भी इनमें सम्मिलित हैं – जो मुँह, कंठ या गले से निकलती हैं। मुँह और गले के अतिरिक्त भी अन्य अनेक साधन हैं, जिनसे ध्वनि उत्पन्न होती है, जैसे – वाद्य यंत्र। जिनको बजाये जाने पर संगीत उत्पन्न होता है। संगीत कान से सुनाई पड़ता है। इसी प्रकार कई प्राकृतिक और अप्राकृतिक ध्वनियाँ हैं, जैसे ताली बजाना, तमाचा मारना, लाठियों का टकराना, बंदूक की गोली का छूटना, तोप का चलना, कदमों की आहट, बादल का गरजना, पत्तों का सरकना, समुद्र की लहरों का उठना-गिरना, मशीनों का चलना इत्यादि। इन सारी ध्वनियों का रेडियो में

उपयोग किया जा सकता और किया जा रहा है। इससे प्रमाणित होता है कि आकाशवाणी का मूलाधार ध्वनि है।

जो कुछ लिखा जाय – वह सोच-समझकर लिखा जाय, तभी विश्वसनीय तथा आकर्षक उद्घोषणा होगी। उत्तम लेखन से ही उत्तम उद्घोषणा हो सकती है। इसमें कमी होने पर श्रोता-समाज ऊबने लगता है। उद्घोषणा के प्रवाह का होना आवश्यक है। उत्तम उद्घोषणा-लेखन ही उत्तम उद्घोषणा का आधार होता है। लेखन में संदेह और भ्रम से बचना चाहिए।

आकाशवाणी की कुछ उद्घोषणाएँ हैं – जिनमें विस्तार से लिखना अनिवार्य नहीं होता है, किंतु इसके लिए भी पहले मानसिक तैयारी, विचार और यथासंभव चर्चित विषय पर मुख्य बिंदुओं को नोट कर लेना चाहिए। जैसे भेंटवार्ता या बात-चीत, परिचर्चा या संवाद आदि कार्यक्रमों को श्रेणीबद्ध करके लिखना चाहिए। भेंटवार्ता, साक्षात्कार या बातचीत, परिचर्चा या परिसंवाद आदि कार्यक्रमों को इस श्रेणी में रखा जा सकता है। भेंटवार्ता, साक्षात्कार या बात-चीत सामान्य रूप से किसी व्यक्ति या किसी विषय पर केंद्रित होती है, जब कि परिचर्चा संवाद केवल विषय पर ही केंद्रित होते हैं। सब के लिए लिखित रूप सबसे अधिक आवश्यक होता है। यहाँ तक कि वार्ताओं में प्रश्नकर्ता को भी सब कुछ पहले से निश्चित होता है। सब का लेखन प्रामाणिक रूप से हो जाना चाहिए। कार्यक्रम के संचालन के लिए भी लेखन आवश्यक होता है। अतः जिन विधाओं में लेखक अनिवार्य नहीं है, उनमें भी लिखित रूप सुविधा, प्रामाणिकता और विश्वसनीयता देता है।

7.5 उद्घोषणा-लेखन के अनिवार्य विषय

रेडियो प्रसारण में कुछ विधाएँ होती हैं – जहाँ लेखन अनिवार्य है। इसका सबसे उत्तम उदाहरण नाटक है। न केवल वार्ता, बल्कि रेडियो से प्रसारित होने वाला शब्द लिख लिया जाना चाहिए। उद्घोषणा भी पहले लिख ली जानी चाहिए। सामान्य रूप से उद्घोषणाएँ छोटी होती हैं – दो या तीन वाक्यों तक सीमित। इन्हें भी लिखा जाना आवश्यक है, क्योंकि यदि बिना लिखे वे प्रसारित की गईं तो हमेशा इस बात की संभावना बनी रहती है कि कहीं आप आवश्यक बात उसमें शामिल न कर पाएँ या बोलते हुए आपकी वाक्य रचना में अनिवार्य त्रुटि आ जाय। लिंग और वचन सही न हों। त्रुटिपूर्ण या आधी-अधूरी वाक्य-रचना श्रोता को आगे सुनने से रोक देती है, प्रवाह भी खंडित हो जाता है। वक्ता की भाषा श्रोता को अटपटी लग सकती है। सामान्य रूप से लिखित भाषा के व्याकरण का भी पूरी तरह से अनुपालन नहीं होता, फिर भी रेडियो से बोलते हुए व्याकरण के साथ बहुत अधिक स्वच्छन्दता नहीं दी जा सकती है, क्योंकि सामान्य श्रोता रेडियो से प्रसारित होने वाले भाषा रूप और शैली को मानक मानता है। कुशल और अनुभवी प्रसारणकर्ता भी कभी-कभी बिना लिखे खड़े हो जाते हैं, क्योंकि माइक्रोफोन पर बोलते हुए मन में एक प्रकार का भय बना रहता है कि कहीं कोई त्रुटि न हो जाय। सब के लिए आवश्यक है कि प्रस्तुति के पूर्व लेखन कर लिया जाय। उद्घोषणा का एक उदाहरण प्रस्तुत है – जिससे समझा जा सकता है कि रेडियो पर की जाने वाली उद्घोषणाएँ किस प्रकार लिखी जाती हैं, उनको किस प्रकार प्रसारित किया जाता है तथा उनके मुख्य विषय क्या बनते हैं?

“नमस्कार। नमस्कार दिल्ली में आपका स्वागत है। आपके साथ हैं आपकी दोस्त शबनम। यात्रा एक ऐसी चीज है . जिसमें हर रोज समय और ऊर्जा दोनों ही खर्च होती हैं। लेकिन जब विशेषज्ञों का कहना है कि सन् 2010

तक यात्रा का मतलब हर रोज की भागमभाग और धक्का-मुक्की न होकर होगा कर आराम देह सफर; जब आप बस में भी चाय या गरमागरम कॉफी का मजा ले सकेंगे। साथ ही आफिस जाने के लिए घंटों सफर करने की बजाय लंबी-से-लंबी दूरी भी बस से 10-15 मिनट में ही तय कर लिया करेंगे। साथ ही, टिकट सिस्टम भी ऐसा हो जाएगा कि आप एक ही टिकट को मेट्रो में, बस में, या लोकल ट्रेन में इस्तेमाल कर सकेंगे। फिलहाल तो यह सब एक सपना-सा लगता है, लेकिन भई उम्मीद पर ही दुनिया कायम है तो हम भी यह उम्मीद करते हैं कि हमारे इस सपने का हमें 2010 तक का इंतजार नहीं करना पड़ेगा।”

वैसे जब लोकल ट्रेन या बस के साथ ही इंतजार की भी बात चली ही है तो हो सकता है कि आज आपको भी इंतजार हो किसी खास ट्रेन का, जिसमें आज आपका कोई खास मेहमान या रिश्तेदार आने वाला हो लेकिन स्टेशन जाने के लिए आप हमारी रेलवे बुलेटिन सुनने का इंतजार कर रहे होंगे, ताकि आप जान पाएँ कि जिन्हें आप लेने जा रहे हैं, कहीं उनकी ट्रेन भी तो लेट नहीं। तो आइए, बता देते हैं उन्हें देर से आने वाली ट्रेन के बारे में।

“पटना जंक्शन से आने वाली 2401 श्रमजीवी एक्सप्रेस नई दिल्ली पहुँचती है पाँच बजकर बीस मिनट पर, यह गाड़ी दो घंटे देरी से आ रही है। 4055 ब्रह्मपुत्र मेल गुवाहाटी से दिल्ली पहुँचती है पाँच बजकर तीस मिनट पर, ये गाड़ी छः घंटे लेट है। फर्रुखाबाद से आने वाली 4023 कालिंदी एक्सप्रेस दिल्ली पहुँचती है छः बजकर तीस मिनट पर, ये गाड़ी दो घंटे लेट है। 2553 वैशाली एक्सप्रेस बरौनी से नई दिल्ली पहुँचती है साढ़े छः बजे, यह गाड़ी सिर्फ आधा घंटा लेट है। मालदा टाउन से आने वाली 3483 फर्रुखा एक्सप्रेस दिल्ली पहुँचती है छः बजकर पचास मिनट पर, ये गाड़ी घंटे लेट है। हावड़ा से आने वाली 2381 पूर्वा एक्सप्रेस नई दिल्ली पहुँचती है आठ बजकर छः मिनट पर, ये गाड़ी डेढ़ घंटे लेट है। 3039 हावड़ा जनता एक्सप्रेस हावड़ा से दिल्ली पहुँचती है ग्यारह बजकर पैंतीस मिनट पर, ये गाड़ी 1 घंटा देर से आ रही है और 2423 राजधानी एक्सप्रेस गुवाहाटी से नई दिल्ली पहुँचती है दस बजकर दस मिनट पर, ये गाड़ी सिर्फ आधा घंटा लेट है।

“पत्र आया है गोल मार्केट दिल्ली से मिसेज निहारिका जैन का। ये लिखती हैं कि “दिल्ली में डेंगू बुखार के काफी मामले सुनने में आ रहे हैं – जिसका संबंध हमारे द्वारा सफाई करने में लापरवाही से भी है। इसलिए हमसे जहाँ तक हो सके घर और घर के बाहर दोनों ही जगह की सफाई पर खास ध्यान देना चाहिए और इसे और ज्यादा फैलने से रोकने में मदद करनी चाहिए। जी हाँ, दोस्तो बिल्कुल सही कहा निहारिका जी ने। रिपोर्ट्स के अनुसार दिल्ली में सिर्फ एक ही दिन में डेंगू के मरीजों की संख्या 377 से बढ़कर 568 तक पहुँच गई है। इसलिए हम सभी का इस ओर खास ध्यान देना बहुत जरूरी हो गया है। अगर आपको तेज बुखार है, शरीर पर रैसेज हो रहे हैं या फिर नाक से खून बह रहा है तो फौरन हॉस्पिटल जाकर अपना चेकअप करवाएँ। इसके साथ ही इस बात का खास ख्याल रखें कि घर या घर के बाहर कहीं भी गंदगी या गंदा पानी वगैरह इकट्ठा न होने दें। दोस्तों, आज दिल्ली की आवाज में हमने शामिल की आवाज, निहारिका जी की। कल ये आवाज आपकी भी हो सकती है – जिसके लिए आपको सिर्फ इतना भर करना है कि उठाना है एक पोस्टकार्ड और इस पर लिखा भेजना है अपना कोई सुझाव या परेशानी तो नोट कीजिए हमारा पता। हमारा पता – दिल्ली आवाज, नमस्कार दिल्ली, आल इंडिया रेडियो, ए आई आर एफ एम, पोस्ट मैन 503, नई दिल्ली – 110001, वक्त है अलविदा कहने का लेकिन कोई बात नहीं आपकी दोस्त शबनम अगले गुरुवार फिर हाजिर होगी। सजाने का और महफिल नमस्कार दिल्ली की। तब तक के लिए खुश

रहिएगा, अपना ख्याल रखियेगा और थोड़ा बहुत इंतजार जरूर कीजिएगा।”

इसी प्रकार की खेल, उत्सव, राष्ट्रीय पर्व आदि की उद्घोषणाएँ होती हैं।

7.6 उद्घोषणा-लेखन की सावधानियाँ

1. **प्रभावशाली और संप्रेषणीय** – उद्घोषणा-लेखन के लिए यह ध्यान रहे कि उद्घोषणा प्रभावशाली और संप्रेषणीय हो। उद्घोषणा-लेखन में कथ्य ही सम्मिलित नहीं है, बल्कि कथ्य को पुष्ट करने के लिए आवश्यक है – ध्वनि प्रभावों के संकेत और तकनीकी निर्देश – जो कार्यक्रम को प्रभावशाली बनाने में सहायक होते हैं। सबसे आवश्यक है कि उद्घोषणा –लेखन प्रभावशाली और संप्रेषणीय हो।
2. **कार्यक्रम निर्माण और लेखन : परस्पर पूरक** – कार्यक्रम पसंद आने में अनेक तत्त्व काम करते हैं, जैसे आवाज, जो कार्यक्रम प्रस्तुत कर रही है या तकनीकी कौशल-जिसका कार्यक्रम में उपयोग किया गया है। ध्वनि उत्तम न होने तथा वाचन स्तरीय न होने पर या कसावट न होने पर लेखन उत्तम होने के उपरांत भी कार्यक्रम पसंद नहीं आ सकता। फिर भी कार्यक्रम का मूलाधार लेखन ही है। इसलिए कहा जा सकता है कि कार्यक्रम का निर्माण या प्रस्तुति और अच्छा लेखन एक दूसरे के पूरक हैं।
3. **विषय/चरित्र और लक्षित श्रोतावर्ग के अनुरूप भाषा** – रेडियो लेखन में भाषा की महत्वपूर्ण भूमिका होती है, क्योंकि यह श्रव्य माध्यम है। भाषा खेती किसानी से संबंधित उद्घोषणाओं पर वार्ता करते हुए ऐसी भाषा का प्रयोग होना चाहिए – जिसको आम आदमी समझ सके। उद्घोषणा-लेखन की भाषा कभी भी लक्षणा, व्यंजना और अलंकार से बोझिल नहीं होनी चाहिए। कार्यक्रम की विधा के अनुसार उसमें तथ्यों का समावेश हो। वह किस श्रोता वर्ग के लिए है, उसकी भाषा क्या होगी और उसको प्रस्तुत कैसे किया जाएगा? इसके साथ यह भी ध्यान देने योग्य है कि कार्यक्रम का निर्माण और प्रसारण मशीनों द्वारा किया जाता है। कार्यक्रम निर्माता या प्रस्तुतकर्ता जिन मशीनों का उपयोग करता है, वे हैं टेपरिकार्डर, सी.डी. प्लेयर, फ्लैबैक मशीनें, टर्न टेबल, कंसोल, माइक्रोफोन इत्यादि। इनसे अलग-अलग प्रभाव उत्पन्न किये जाते हैं – फेड आऊट, फेड इन, क्रास फेड, सुपर इंपोजिंग, अंडर आदि।

प्रसारण के काम में आने वाली मशीनें वाद्य यंत्रों के समान होती हैं – जिनका संचालन सीख लेना ही पर्याप्त नहीं होता। अभ्यास और अनुभव से इनके प्रयोग में कुशलता आती है। इनके द्वारा प्रसारण में नित्य नये प्रयोग किए जा सकते हैं। किसी भी प्रस्तुतकर्ता के लिए इन मशीनों की क्षमताओं और इनके प्रयोग की संभावनाओं को पहचानना आवश्यक है। रेडियो के लिए लिखने वाले लेखक को भी इन मशीनों और इनके संचालन के संबंध में जानकारी लेखन में सहायक ही होती है।

इसके साथ यह भी ज्ञातव्य है कि भाषा/ध्वनि के माध्यम से मूल बातों को श्रोताओं तक पहुँचाया जाता है। उद्घोषणा-लेखन में यह ध्यान देना चाहिए कि लिखित भाषा उच्चारित भाषा में तदवत आ सके। लिखते समय अपने भावों और विचारों को शब्दों, वाक्यों अनुच्छेदों और विराम चिह्नों के माध्यम से प्रकट करते हैं। लेखक भावानुकूल होना चाहिए – जिससे श्रोता सही अर्थ को समझ सकें। उतार-चढ़ाव, कोमल-कठोर

शब्दावली का प्रयोग होना चाहिए।

उद्घोषणा-लेखन में कैसी हिंदी का प्रयोग किया जाय, इस पर विचार संपन्न करना चाहिए। इतना तो निश्चित है कि क्लिष्ट भाषा का प्रयोग उद्घोषणा लिखने में न किया जाय, पर गँवारू भाषा का प्रयोग भी नहीं होना चाहिए। अतः जब भी इस निमित्त भाषा का प्रयोग हो, तो इस बात का ध्यान रहे कि भाषा, मानक भाषा के आसपास की हो।

7.7 उद्घोषणा-लेखन की प्रक्रिया (विधि)

1. रेडियो भाषा का प्रयोग।
2. श्रोतावर्ग की अपेक्षाओं का ध्यान।
3. विधा के अनुरूप आलेख योजना।
4. आलेख के लिए शोध।
5. आलेख का आकार।
6. आकर्षक आरंभ की आवश्यकता।
7. आलेख प्रवाह।
8. आलेख लेखन हेतु विषय चयन।
9. आलेख में कल्पनाशीलता व नवीनता।
10. आलेख का परीक्षण एवं मूल्यांकन।

7.8 सारांश

कार्यक्रमों की प्रस्तुति में उद्घोषणा की विशेष भूमिका होती है। उद्घोषणा की शैली, स्वर माधुर्य तथा भाषा, सभी मिलकर उद्घोषणा को कर्णप्रिय बनाती हैं। उद्घोषणा से आकृष्ट होकर ही श्रोता कार्यक्रम को सुनने का निर्णय लेता है।

7.9 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. उद्घोषणा-लेखन के अर्थ एवं स्वरूप को स्पष्ट करें।

.....

.....

.....

2. उद्घोषणा लेखन के मूल आधार एवं अनिवार्य विषयों पर चर्चा करते हुए उद्घोषणा लेखन की सावधानियों पर प्रकाश डालिए ।

.....

.....

.....

3. उद्घोषणा-लेखन के स्वरूप को स्पष्ट करते हुए इसकी सावधानियों एवं प्रक्रिया पर प्रकाश डालें ।

.....

.....

.....

7.10 पठनीय पुस्तकें

1. प्रयोजनमूलक हिन्दी – डॉ. अनुज प्रताप सिंह
2. जनसम्पर्क, विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम – एन.सी. पंत
3. सूचना, संचार और समाचार – मुकुल श्रीवास्तव
4. संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र
5. जनपत्रकारिता, जनसंचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित
6. रंगकर्म और मीडिया – जयदेव तनेजा
7. दूरसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी – डी.डी. ओझा, सत्यप्रकाश
8. प्रयोजनमूलक हिन्दी और पत्रकारिता – डॉ. दिनेश प्रसाद सिंह
9. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के सिद्धान्त – रूपचंद गौतम
10. संचार और पत्रकारिता के विविध आयाम – ओम प्रकाश सिंह
11. प्रयोजनमूलक हिन्दी : सिद्धान्त और प्रयोग– दंगल झाल्टे

दृश्य-श्रव्य माध्यम

- 8.0 रूपरेखा
- 8.1 उद्देश्य
- 8.2 भूमिका
- 8.3 दृश्य-श्रव्य माध्यम का अर्थ एवं स्वरूप
- 8.4 दृश्य-श्रव्य माध्यम में भाषा की प्रकृति
- 8.5 निष्कर्ष
- 8.6 महत्त्वपूर्ण शब्दावली
- 8.7 लघु-उत्तरीय प्रश्न
- 8.8 दीर्घ-उत्तरीय प्रश्न
- 8.9 पुस्तक सुझाव
- 8.10 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 8.11 पठनीय पुस्तकें
- 8.1 उद्देश्य

प्रस्तुत अध्याय का उद्देश्य दृश्य-श्रव्य माध्यमों का विस्तृत परिचय जैसे – भाषागत विशेषताएं, इतिहास, सीमाएँ इत्यादि का परिचय देना है। जिससे विद्यार्थी आधुनिक युग के सबसे सशक्त माध्यम के विषय में जानकारी प्राप्त कर सकें।

8.2 भूमिका

आधुनिक युग में जनसंचार की बढ़ती भूमिका से कौन इंकार कर सकता है? जैसे-जैसे समाज का विकास

हुआ, उसके साथ-साथ जनसंचार के क्षेत्र में भी आश्चर्यजनक रूप से विकास हुआ है। मानव समाज ने आरंभ से लेकर अब तक जिन संचार माध्यमों का प्रयोग किया है, उनमें प्रमुख हैं :-

- (1) शाब्दिक संचार/प्रिंट संचार
- (2) श्रव्य संचार
- (3) दृश्य-श्रव्य संचार

यदि विभिन्न माध्यमों की तुलना की जाए तो आधुनिक युग में दृश्य-श्रव्य संचार सबसे अधिक प्रभावशाली और सशक्त माध्यम है। दृश्य-श्रव्य समाचार माध्यमों का उद्देश्य समाज पर अपनी पकड़ को और अधिक गहरा बनाना है। जहां श्रव्य माध्यमों में से रेडियो ने अपनी पहुँच अन्य माध्यमों की अपेक्षा अधिक लोगों तक बनाई है। वहीं दृश्य-श्रव्य माध्यमों में टेलीविजन की पहुँच भी सबसे अधिक लोगों तक है। दृश्य माध्यमों में ध्वनि के समावेश द्वारा चित्रों तथा दृश्यों का प्रसारण उसकी प्रमाणिकता के कारण अधिक प्रभावशाली बन जाता है। इसलिए दृश्य-श्रव्य माध्यमों के अन्तर्गत आने वाले टेलीविजन, फिल्म, इंटरनेट, मोबाइल, होम मूवी, डिजीटल केमरा, वीडियो सीडी इत्यादि अत्यधिक लोकप्रिय होते जा रहे हैं। दृश्य-श्रव्य माध्यमों का लेखन भी विशिष्ट है, इसके लेखक के लिए यह अनिवार्य है कि वह दृश्यों को बोलने का अपेक्षित अवसर दे, क्योंकि दृश्यों के साथ यथानुरूप शब्दों के प्रयोग द्वारा लेखक अतिरिक्त सूचना, भाव आदि का संप्रेषण भी करता है। यही पद्धति टेलीविजन के अधिकांश कार्यक्रमों के लिए प्रयोग में लाई जाती है। प्रस्तुत अध्याय में हम इन्हीं तथ्यों पर विस्तार से विचार-विमर्श करेंगे।

8.3 दृश्य-श्रव्य माध्यम का अर्थ एवं स्वरूप

दृश्य-श्रव्य माध्यमों में ध्वनियों के साथ चित्रों को भी प्रेषित किया जाता है। दृश्य-श्रव्य माध्यम आधुनिक युग में जनसंचार का सबसे प्रभावशाली माध्यम है। इसकी कोई भौगोलिक सीमा नहीं है। स्पेस सिमटकर समय में बदल गया है, इसीलिए यह वैश्विक माध्यम हो गया है। दृश्य-श्रव्य माध्यमों के अंतर्गत आने वाले महत्वपूर्ण माध्यम हैं – टेलीविजन, फिल्म, कम्प्यूटर, इंटरनेट मोबाइल, वीडियो, डीवीडी आदि।

- (क) **टेलीविजन** – टेलीविजन शब्द 'टेली' तथा 'विजन' दो शब्दों के योग से बना है। 'टेली' ग्रीक भाषा का शब्द है जिसका अर्थ 'दूरी' होता है। 'विजन' लैटिन भाषा का शब्द है जिसका अर्थ 'देखना' होता है। इस प्रकार टेलीविजन का अर्थ हुआ – दूरी से किसी वस्तु को दिखाने वाला। टेलीविजन के माध्यम से चौबीस घंटे घर बैठे विश्व की किसी भी घटना या सूचना को दृश्य-श्रव्य रूप में देखा सुना जा सकता है। इतना ही नहीं मनोरंजन की दृष्टि से आज यह जनता का सबसे चर्चित माध्यम बन चुका है। रेडियो में जहाँ ध्वनि की प्रधानता होती है वहीं टेलीविजन में दृश्य की प्रधानता होती है। ध्वनि वहाँ केवल सहायक का कार्य करती है। दृश्यों एवं ध्वनि के संयुक्त प्रयोग से टेलीविजन एक प्रभावशाली विधा के रूप में आज संचार जगत में स्थापित है।
- (ख) **फिल्म** – कहा जाता है कि साहित्य समाज का दर्पण होता है, कहानी आधुनिक साहित्य में एक अत्यन्त महत्वपूर्ण विधा है, साहित्य की कई कहानियों को हू-ब-हू सिनेमा में उतारा जाता है। साहित्य की कहानियों

के अलावा भी सीधे फिल्मों के लिए कहानियाँ लिखी जाती हैं। यह चलते-फिरते चित्र सीधा दर्शकों के दिल में उतर कर उन पर गहराई से अपनी पकड़ बनाने में सक्षम होते हैं।

- (ग) **वीडियो** – वीडियो पर रेडियो तथा टेलीविजन की तरह सरकार का नियंत्रण नहीं है। यह पूरी तरह से एक निजी माध्यम है, जिसके द्वारा जनता का मनोरंजन या ज्ञानवर्धन होता है। इसके अंतर्गत वीडियो केमरा, वी.सी.आर., सी.डी. एवं कम्प्यूटर आदि सामग्री का सहयोग लिया जाता है।
- (घ) **कम्प्यूटर** – आज के समय में कम्प्यूटर ने संचार के क्षेत्र में अपना एक विशेष स्थान बना लिया है। आज शायद ही समाज का कोई भी ऐसा क्षेत्र होगा जिसमें कम्प्यूटर की अनिवार्यता न हो। मनुष्य के मस्तिष्क से भी कहीं अधिक तेजी से गणना करने वाला कम्प्यूटर तथ्यों को उसे अपने यांत्रिक मस्तिष्क में सहेज कर रखता है। कम्प्यूटर की डिस्क में तथ्यों के भंडारण की क्षमता बहुत अधिक होती है। आवश्यकता पड़ने पर इस क्षमता को और अधिक बढ़ाया जा सकता है। सी.डी., डी.वी.डी., फ्लॉपी, पेन-ड्राइव आदि के आ जाने से अब महत्वपूर्ण तथ्यों को सरलता से संगृहीत किया जा सकता है और कभी भी उसे प्रयोग में लाया जा सकता है।
- (ङ) **इंटरनेट** – कम्प्यूटर तंत्र का सबसे महत्वपूर्ण और प्रभावी साधन इंटरनेट है। नव इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में इंटरनेट ने सूचना क्षेत्र में अद्भुत क्रांति उत्पन्न कर दी है। इंटरनेट पर उपलब्ध सेवाओं में मुख्य रूप से निम्नलिखित हैं –
- (i) **ई-मेल** – यह सेवा सबसे अधिक प्रचलित है। किसी भी संदेश को चन्द्र क्षणों में विश्व में बैठे किसी भी व्यक्ति तक सहजता से पहुँचाने का यह उपयुक्त माध्यम है। अब तो वेब-केम की सहायता से आपसी बातचीत के रास्ते भी खुल गए हैं।
- (ii) **डब्ल्यू.डब्ल्यू.डब्ल्यू.** – इस सुविधा के द्वारा उपभोक्ता अपनी इच्छित सूचना को प्राप्त कर सकता है। 'वर्ल्ड वाइड वेब' नाम की इस सुविधा में कोई भी व्यक्ति चित्र, ध्वनि, संदेश, संगीत, फिल्म आदि के अंशों को सहजता से प्राप्त कर सकता है।
- (iii) **होम-पेज** – इस सुविधा के द्वारा कोई भी व्यक्ति, कंपनी और संस्था, अपने विषय में विवरण देकर विज्ञापन कर सकते हैं। इस सुविधा से जानकारी लेने को हिट कहा जाता है।
- (iv) **फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्स एप** – आजकल फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्स एप जैसी सोशल-साइट्स के माध्यम से विचारों का आदान-प्रदान किया जाता है। विशेषकर युवाओं का रुझान इसके प्रति बहुत ज्यादा बढ़ा है। आज राजनीतिक और सामाजिक घटनाओं पर क्रिया-प्रतिक्रिया हेतु इन सोशल साइट्स का उपयोग जबर्दस्त तरीके से हो रहा है।
- (v) **मोबाइल** – मोबाइल यूं तो निजी संचार माध्यम है, परन्तु स्मार्टफोन आने से व्हाट्स एप, स्काइप, वी चैट आदि पर भी गंभीर विचारों का आदान-प्रदान किया जा रहा है।

8.4 दृश्य-श्रव्य माध्यम में भाषा की प्रकृति

भाषा स्वयं में एक माध्यम है जिसका विकास हजारों वर्ष पूर्व संचार माध्यम के रूप में हुआ था। आदि मानव अपनी भावनाओं, विचारों तथा इच्छा-अनिच्छाओं को संकेतों के माध्यम से व्यक्त करता था। धीरे-धीरे उसने अपनी बात कहने के लिए ध्वनि संकेतों का निर्माण किया और कुछ विशिष्ट ध्वनि संकेतों को उसने प्रतीक के रूप में प्रयुक्त करना प्रारम्भ किया। जनसंचार का प्रथम सबसे विकसित माध्यम यह भाषा ही थी, परन्तु उच्चरित भाषा की अपनी सीमाएँ हैं। वह एक निश्चित दूरी तक ही जा सकती है और वर्तमान में सामने उपस्थित मनुष्य को ही संबोधित हो सकती है अर्थात् उस तक ही अपने विचार पहुँचा सकती है। इसके अतिरिक्त भी मानवीय जीवन में बहुत सी संवेदनाएँ ऐसी होती हैं जिनको अभिव्यक्त करने की क्षमता भाषा में नहीं होती।

सभ्यता के विकास ने भाषा को लिपिबद्ध करने की कला विकसित की और इस प्रकार भाषा को भविष्य के लिए सुरक्षित रखना संभव हुआ। इससे भाषा के स्वरूप की सीमाओं का विस्तार हुआ। अब भाषा देश और काल की सीमाओं को लांघ सकती थी। लिपि के विकास ने जनसंचार माध्यम के दूसरे चरण को शुरु किया। आज हम महावीर और बुद्ध के उपदेशों को पढ़ सकते हैं। आर्यभट्ट के वैज्ञानिक सिद्धांतों का अध्ययन कर सकते हैं। अपने इतिहास और संस्कृति का ज्ञान हमें लिपि के विकास के फलस्वरूप ही हो रहा है। शताब्दियों पूर्व के विचारों का संचार हम तक लिपि माध्यम के द्वारा ही हो रहा है। लिपि माध्यम के और ज्यादा विस्तृत होने का दूसरा चरण कागज के आविष्कार और बाद में मुद्रण के विकास के द्वारा आगे बढ़ा।

उच्चरित भाषा तथा लिखित भाषा के स्वरूप में अत्यधिक अन्तर होता है। उसके प्रभाव में भी अन्तर होता है। जो आनन्द बात सुनने में है वह पढ़ने में नहीं। रजनीश के प्रवचन सुनकर जो प्रभाव आप ग्रहण करेंगे वही प्रभाव उसके प्रवचनों को पढ़कर आप ग्रहण नहीं कर सकते। भाषा के इस अन्तर ने ही आधुनिक संचार माध्यमों को अलग-अलग स्वरूप ग्रहण करने की तकनीक विकसित करने के लिए विवश किया।

भाषा मूल रूप में प्रतीक व्यवस्था ही है। वर्तमान दृश्य-श्रव्य माध्यमों की भाषा का अध्ययन करते समय हमें यह ध्यान रखना चाहिए कि भाषा मात्र कुछ शब्द या उच्चरित ध्वनि मात्र तक सीमित नहीं है भाषा यहाँ अपना पृथक व्याकरण रचती है और अपने मूल रूप में ही प्रयोग होती है अर्थात् विचारों, भावनाओं, संवेदनाओं, सूचनाओं आदि को व्यापक जनसमूह तक संप्रेषित करना भाषा का ही कार्य है। आधुनिक संचार माध्यमों के समक्ष जो जनसमूह है वह किसी एक भाषा या संस्कृति का नहीं है। उसकी सबसे बड़ी विवशता है उसका व्यापक जनसमूह, जिस तक उसे अपने उत्पादों को पहुँचाना है। इन संचार माध्यमों की भाषा पर विचार करते समय इस बात का भी ध्यान रखना चाहिए कि ये संचार माध्यम किसके लिए और क्यों कार्य करते हैं तथा इनका लक्ष्य क्या है। भाषा का विकास या उसके मूल स्वरूप को सुरक्षित रखने के लिए यह प्रतिबद्ध नहीं है और न ही भाषा और समाज के अन्तरसम्बन्धों से इन्हें कोई लेना-देना है। इनका लक्ष्य तो प्रायोजकों के उत्पादों और पूँजीवादी शक्तियों की नीतियों और विचारों को जनसमूह तक पहुँचाना है। इनकी प्रतिबद्धता किसी भाषा या संस्कृति से न होकर साम्राज्यवादी शक्तियों और उनके विकास के प्रति होती है। अतः इनकी भाषा का अपना अलग व्याकरण होता है और उसकी प्रकृति भी अलग होती है।

वर्तमान जनसंचार माध्यम अपनी अलग भाषा को विकसित करते दिखाई दे रहे हैं। यह भाषा न हिन्दी है न अंग्रेजी है और न कोई अन्य भाषा। इनकी भाषा बाजार की भाषा है। इसे हम हाट-बाजार की भाषा भी कह सकते हैं। जिस प्रकार मुगलों और हिन्दुस्तानियों के एक बाजार में माल बेचने और खरीदने की परिस्थिति ने खड़ीबोली और उर्दू को विकसित किया था, उसी प्रकार वर्तमान संचार माध्यम विश्व बाजार के सम्बन्ध में एक नई भाषा का विकास करने की दिशा में अग्रसर है। यह भाषा भी बाजार की शक्तियों के दबाव से विकसित हो रही है।

वर्तमान संचार माध्यमों के पास अत्याधुनिक तकनीक है और इस तकनीक के माध्यम से वे संकेतों और प्रतीकों की नवीन भाषा की रचना कर रहे हैं। उदाहरण के लिए संस्कृति का सम्बन्ध हमारे जीवन और आचरण से था, हमारे विचारों से था, परन्तु इन माध्यमों ने वस्तुओं से संस्कृति का सम्बन्ध स्थापित कर दिया। अब संस्कृति और सभ्यता का सम्बन्ध हमारे-आपके जीवन और आचरण से उतना नहीं है जितना इनकी प्रतीक वस्तुओं से। ऐसा इसलिए हुआ, क्योंकि इन माध्यमों को वस्तुओं का व्यापार करना है, आपके अच्छे विचारों या आचरण का नहीं। इसी प्रकार विज्ञापनों के माध्यम से जीवन के सौन्दर्य और शिवम् को क्रीम, पावडर, चॉकलेट, पेप्सी, पिज्जा और बर्गर तक सीमित कर दिया है। अब सौन्दर्य का प्रतीक नारी का महज सुन्दर होना नहीं है बल्कि फेयर एंड लवली से पुते चेहरे में सौन्दर्य है।

वर्तमान संचार माध्यम अनेक प्रकार के परंपरागत प्रतीकों के अर्थ बदल रहे हैं और हमारी नई पीढ़ी इन प्रतीकों को ही वास्तविक अर्थ के रूप में ग्रहण कर रही है। यह नवीन भाषा का अपना व्याकरण है। इस नई भाषा के स्वरूप का तकनीकी पक्ष भी है।

दृश्य माध्यमों की भाषा शब्दों से कम, कार्य-व्यापारों से अधिक काम लेती है। चूंकि इनके पास अत्यधिक शक्तिशाली कैमरा है जिसके द्वारा यह व्यक्ति के सूक्ष्म से सूक्ष्म भाव परिवर्तन को रेखांकित कर सकती है, उसे कैद कर सकती है और यथावत प्रसारित कर सकती है। अतः यह कार्य-व्यापारों, बिम्बों और बिम्बों के क्रम परिवर्तनों से नए-नए अर्थों को अभिव्यंजित करने की क्षमता रखता है। इसके साथ यह भी ध्यान रखा जाना चाहिए कि ये माध्यम यथार्थ को पुनर्जीवित बहुत कम करते हैं बल्कि यथार्थ का भ्रम अधिक उत्पन्न करते हैं। यथार्थ के भ्रम द्वारा यह व्यापक जनसमूह तक अपने विचारों को पहुँचाते हैं। यह ठीक है कि यह बिम्बों और कार्य-व्यापारों की भाषा का प्रयोग करते हैं, परन्तु यह बिम्ब और कार्य-व्यापार सहज स्वाभाविक बहुत कम होते हैं और प्रायोजित बहुत अधिक। इनके प्रायोजित होने में ही यथार्थ का भ्रम उत्पन्न होता है। जनसमूह इस प्रायोजित होने की वास्तविकता से परिचित होते हुए भी इसके यथार्थ के भ्रमजाल में फँस जाता है और यही इन माध्यमों की शक्ति और सफलता है।

हमारी हिन्दी या अन्य भारतीय भाषाओं के समक्ष यह एक बड़ी चुनौती है कि वह इन प्रायोजित बिम्बों और कार्यव्यापार के निहितार्थों तथा व्यंजित अर्थों से अपने यथार्थ बिम्बों, प्रतीकों और कार्यव्यापारों से व्यंजित होने वाले अर्थों की रक्षा किस प्रकार करें। चूंकि बिम्बात्मक भाषा बहुत प्रभावशाली होती है इसलिए इसका जनसमूह पर व्यापक प्रभाव होता है। दृश्य माध्यमों की भाषा वास्तव में कैमरे की भाषा होती है। यहाँ बिम्बों का क्रम भी बोलता है। एक ही बिम्ब शृंखला को अलग-अलग क्रम से प्रस्तुत करने पर वह अलग-अलग अर्थ को संप्रेषित करती है। इसके अतिरिक्त दृश्य के साथ-साथ प्रकाश और ध्वनि के प्रभाव का प्रयोग करने की अतिरिक्त सुविधा प्रायोजित कार्यक्रमों

में होती है। प्रकाश और ध्वनि प्रभाव भी दृश्य माध्यमों की भाषा के अंग हैं। इनका अलग-अलग तरीकों से प्रयोग करने से संदर्भ के अर्थ बदल जाते हैं। ध्वनि प्रभाव तो दृश्य माध्यमों में अत्यधिक शक्तिशाली भाषा का कार्य करता है। दृश्य माध्यमों की भाषा में रंगों की भी अपनी महत्ता है। यहाँ रंग भी बोलते हैं और कम्प्यूटर ने तो रंगों के लाखों शेड निर्मित कर दिए हैं। प्रत्येक रंग विभिन्न संदर्भों में भिन्न-भिन्न प्रतीकार्थ प्रदान करता है। रंग हमारी संवेदनाओं, भावनाओं और सांस्कृतिक मूल्यों से भी सम्बद्ध होते हैं। इसलिए इनका प्रयोग भी दृश्य माध्यमों में सशक्त भाषा के रूप में होता है।

दृश्य-श्रव्य माध्यम के लिए लेखन साधारण लेखन से भिन्न एक चुनौतीपूर्ण लेखन है। इसकी सबसे बड़ी शक्ति इसकी बिम्बधर्मिता है। इसके अन्तर्गत टेलीविजन में प्रयुक्त भाषा की प्रकृति में कुछ विशेष गुण होने चाहिए जोकि इस प्रकार हैं :-

- (1) **घटना में तारतम्यता** – दृश्य श्रव्य माध्यमों में विषय वस्तु और दृश्यांकित सामग्री में तारतम्यता रहनी चाहिए, अभिप्राय यह है कि जिस विषयवस्तु को आधार बनाकर लिखा जा रहा है, भाषा भी उसी के अनुरूप होनी चाहिए।
- (2) **चित्रात्मकता** – टेलीविजन समाचारों अथवा धारावाहिकों में समाचार पत्रों एवं रेडियो की तरह शब्द तो बोलते ही हैं, लेकिन शब्दों की अपेक्षा यहां चित्रों और दृश्यों को बोलने का अधिक अवसर दिया जाता है।
- (3) **संक्षिप्तता** – टेलीविजन के लिए लेखन में एक महत्त्वपूर्ण पक्ष है कि वह समाचारों अथवा धारावाहिकों में जितना अधिक संक्षेप में अपनी बात कहेंगे, भाषा उतनी ही प्रभावशाली लगेगी। टेलीविजन पर दृश्यों को दिखाने का तात्पर्य ही यह होता है कि दर्शक उन दृश्यों के द्वारा घटना या सूचना की वास्तविकता का स्वयं अवलोकन कर सकें।
- (4) **ध्वनियों का सार्थक प्रयोग** – दृश्य-श्रव्य माध्यमों में सार्थक अभिव्यक्ति के लिए दृश्यों के साथ-साथ ध्वनियों का कलात्मक उपयोग उन्हें और अधिक प्रभावशाली बना देता है। तर्कसंगत एवं विषय के अनुरूप ध्वनि एवं संगीत का प्रयोग दर्शकों को आकर्षित करता है।
- (5) **समय-सापेक्षता** – टेलीविजन में प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों की अपनी एक समय-सीमा पहले से ही निश्चित होती है। जिसे ध्यान में रखकर ही कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं। उदाहरणतः प्याज़ की कीमतें बढ़ने पर आधारित एक हास्य व्यंग्य की प्रस्तुति प्याज़ की कीमतें घट जाने पर प्रभावशाली नहीं रहेगी, इसलिए दृश्य-श्रव्य माध्यमों में समय के अनुरूप भाषा की प्रवृत्ति एवं उसका प्रसारण अवश्य होना चाहिए।
- (6) **सर्वग्राह्य भाषा** – दृश्य श्रव्य माध्यमों में भाषा की प्रकृति ऐसी होनी चाहिए जिसे अधिक से अधिक लोग आसानी से समझ सकें। छोटे-छोटे वाक्यों में प्रस्तुत इस भाषा में बोलचाल के शब्दों का अधिक प्रयोग होना चाहिए, कुछ प्रचलित शब्द जो अन्य भाषाओं के होते हैं, उनका प्रयोग भी बेझिझक करना चाहिए, जैसे 'कम्प्यूटर' के स्थान पर 'संगणक' का प्रयोग उचित नहीं। इन माध्यमों की भाषा सरल, सुबोध, रोचक एवं स्पष्ट होनी चाहिए।

8.5 निष्कर्ष

निष्कर्षतः यह कहा जा सकता है कि दृश्य-श्रव्य माध्यम संचार का सबसे सशक्त क्षेत्र है, शब्द के साथ दृश्य माध्यम होने के नाते यह बहुत शक्तिशाली और आकर्षक प्रसार माध्यम है। मीडिया अथवा जनसंचार के तीन प्रमुख उद्देश्य माने गए हैं – मनोरंजन, शिक्षा एवं प्रचार। इन तीनों ही उद्देश्यों को दृश्य-श्रव्य माध्यम बखूबी पूरा करने में पूर्णतः सक्षम हैं।

8.6 महत्त्वपूर्ण शब्दावली

- (1) सर्वग्राह्य – सभी के समझ में आ सकने वाला
- (2) वृत्तचित्र (Documentary) – किसी महत्त्वपूर्ण विषय पर आधारित शोधपरक लघु फिल्म
- (3) पटकथा (Script) – रेडियो, दूरदर्शन, नाटक, धारावाहिक, फिल्म, विज्ञापन आदि के लिए विभिन्न निर्देशों और संकेतों द्वारा लिखी जाने वाली कथा
- (4) छायांकन (Cinematography) – विषय वस्तु की प्रभावशाली प्रस्तुति हेतु केमरे के द्वारा विभिन्न कोणों से ली गई चित्र-शृंखला

8.7 लघु-उत्तरीय प्रश्न

- (1) दृश्य-श्रव्य संचार माध्यम से आप क्या समझते हैं?
- (2) निम्नलिखित शब्दों के बारे में बताइए –
 - (क) टेलीविजन –
 - (ख) फिल्म –
 - (ग) ई मेल –
 - (घ) डब्ल्यू.डब्ल्यू.डब्ल्यू. –
 - (ङ) सोशल साइट्स –

8.8 दीर्घ-उत्तरीय प्रश्न

- (1) दृश्य-श्रव्य माध्यम का अर्थ और स्वरूप स्पष्ट करें।

.....

.....

.....

-
- (2) दृश्य-श्रव्य माध्यम में भाषा की प्रकृति का विश्लेषण कीजिए।
-
-
-

8.9 पुस्तक सुझाव

- (1) फीचर लेखन – डॉ. पूरनचंद टंडन, डॉ. सुनील कुमार तिवारी, संजय प्रकाशन, दिल्ली
- (2) भाषा-प्रौद्योगिकी एवं भाषा प्रबंधन – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, प्रथम संस्करण-2004, किताबघर प्रकाशन, दिल्ली
- (3) संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्र प्रकाश मिश्र, द्वितीय संस्करण ऋ 2006, संजय प्रकाशन, दिल्ली
- (4) जन पत्रकारिता, जन संचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, प्रथम संस्करण – 2004, संजय प्रकाशन, दिल्ली
- (5) हिंदी पत्रकारिता विविध आयाम (भाग-1) – संपादित डॉ. वेद प्रताप वैदिक, संस्करण – 1997, हिंदी बुक सेंटर, दिल्ली
- (6) रेडियो और दूर-दर्शन पत्रकारिता – डॉ. हरिमोहन, प्रथम संस्करण – 1997, तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली
- (7) मीडिया लेखन-कला – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, डॉ. पवन अग्रवाल, संस्करण-2001, न्यू रॉयल बुक कंपनी, लखनऊ
- (8) जनसंचार के सामाजिक संदर्भ – जवरीमल्ल पारख, संस्करण-2001, अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स (प्रा.) लिमिटेड, दिल्ली

8.10 संदर्भ ग्रंथ सूची

- (1) फीचर लेखन – डॉ. पूरनचंद टंडन, डॉ. सुनील कुमार तिवारी, संजय प्रकाशन, दिल्ली
- (2) भाषा-प्रौद्योगिकी एवं भाषा प्रबंधन – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, प्रथम संस्करण-2004, किताबघर प्रकाशन, दिल्ली

- (3) संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्र प्रकाश मिश्र, द्वितीय संस्करण ऋ 2006, संजय प्रकाशन, दिल्ली
- (4) जन पत्रकारिता, जन संचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, प्रथम संस्करण – 2004, संजय प्रकाशन, दिल्ली
- (5) हिंदी पत्रकारिता विविध आयाम (भाग-1) – संपादित डॉ. वेद प्रताप वैदिक, संस्करण – 1997, हिंदी बुक सेंटर, दिल्ली
- (6) रेडियो और दूर-दर्शन पत्रकारिता – डॉ. हरिमोहन, प्रथम संस्करण – 1997, तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली
- (7) मीडिया लेखन-कला – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, डॉ. पवन अग्रवाल, संस्करण-2001, न्यू रॉयल बुक कंपनी, लखनऊ
- (8) जनसंचार के सामाजिक संदर्भ – जवरीमल्ल पारख, संस्करण-2001, अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स (प्रा.) लिमिटेड, दिल्ली

8.11 पठनीय पुस्तकें

1. प्रयोजनमूलक हिन्दी – डॉ. अनुज प्रताप सिंह
2. जनसम्पर्क, विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम – एन.सी. पंत
3. सूचना, संचार और समाचार – मुकुल श्रीवास्तव
4. संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र
5. जनपत्रकारिता, जनसंचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित
6. रंगकर्म और मीडिया – जयदेव तनेजा
7. दूरसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी – डी.डी. ओझा, सत्यप्रकाश
8. प्रयोजनमूलक हिन्दी और पत्रकारिता – डॉ. दिनेश प्रसाद सिंह
9. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के सिद्धान्त – रूपचंद गौतम
10. संचार और पत्रकारिता के विविध आयाम – ओम प्रकाश सिंह
11. प्रयोजनमूलक हिन्दी : सिद्धान्त और प्रयोग- दंगल झाल्टे

टी.वी. और सिनेमा का विकास

- 9.0 रूपरेखा
- 9.1 उद्देश्य
- 9.2 टी.वी. और सिनेमा का विकास
- 9.3 टी.वी. नाटक और धारावाहिक
- 9.4 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 9.5 पठनीय पुस्तकें
- 9.1 उद्देश्य

प्रस्तुत अध्याय के अध्ययनोपरांत आप जानेंगे –

- टी.वी. और सिनेमा का आरम्भ कब हुआ
- टी.वी और सिनेमा का इतिहास क्या रहा
- टी.वी. नाटक और धारावाहिक में क्या अन्तर है

9.2 टी.वी. और सिनेमा का विकास

टेलीविजन – आधुनिक युग के सबसे लोकप्रिय जनसंचार माध्यम टेलीविजन के दृश्यों को यथार्थ रूप में उभारने की कला का श्रेय जॉन लॉगी बेयर्ड को जाता है। बेयर्ड ने सन् 1925 ई. में टेलीविजन का पहला उपकरण निर्मित किया, जिसके माध्यम से उन्होंने तस्वीरों को प्रभावशाली ढंग से प्रसारित करने में सफलता प्राप्त की। सन् 1926 में बेयर्ड ने ब्रिटेन में टेलीविजन का पहला प्रदर्शन किया। इसके बाद अनेक वैज्ञानिकों ने नए-नए प्रयोग करते हुए आर्थिकॉन, विडीकॉन, प्लूमीकॉन ट्यूबों का विकास किया जिनसे चित्रों को बेहतर तरीके से पर्दे पर प्रसारित किया जा सकता था। तस्वीरों की गुणवत्ता में सुधार लाने के लिए मार्कोनी कंपनी ने भी बेहतर प्रयास किया लेकिन तब तक ध्वनि युक्त दृश्यों का प्रसारण संभव नहीं हो पाया था।

सन् 1930 में ध्वनि युक्त टेलीविजन का प्रसारण संभव हो पाया। इस प्रसारण के उपरान्त सन् 1936 में बी.बी.सी. ने लंदन के अलेक्जेंडर महल में इसका सार्वजनिक प्रसारण किया। इसके बाद फ्रांस में 1938 में, अमेरिका में 1940 में प्रतिदिन कुछ कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाने लगा। सन् 1953 में संयुक्त राज्य में रंगीन टेलीविजन द्वारा प्रसारण किया गया।

भारत में दूरदर्शन की शुरुआत 15 सितंबर, 1959 में यूनेस्को की सहायता से हुई। मनोरंजन, शिक्षा व सूचना के लिए सन् 1965 से नियमित सेवा के प्रसारण के आरंभ के साथ ही भारत में नई संचार क्रांति ने जन्म लिया। विशेष रूप से शैक्षिक कार्यक्रमों के प्रसारण के उद्देश्य से इस टेलीविजन ने समाज को विकास की नई दृष्टि दी। धीरे-धीरे भारत में अनेक राज्यों में दूरदर्शन केंद्रों की स्थापना की गई। सन् 1982 से भारत में टेलीविजन पर रंगीन दृश्यों का प्रसारण किया जाने लगा। वर्तमान में भारत में सभी राज्यों में स्थापित अनेक केन्द्रों एवं शक्तिशाली ट्रांसमीटर्स की मदद से लगभग 90 प्रतिशत जनता तक दूरदर्शन की पहुँच बन चुकी है। उपग्रह और केबल क्रांति के कारण भारत में चैनलों की भरमार हो गई है। समाचारों, खेलों और ज्ञान-विज्ञान के लिए अलग चैनलों की व्यवस्था और मनोरंजन से संबंधित कार्यक्रमों की भरमार के कारण जनसामान्य की रुचि टेलीविजन के प्रति बढ़ती जा रही है।

सिनेमा – गतिशील चित्रों के आविष्कार का श्रेय थामस एडिसन को दिया जाता है। इसके कुछ समय बाद डिक्सन ने ईस्टमैन की सेल्युलाइड फिल्म के इस्तेमाल से इन गतिशील चित्रों को सुविधानुसार लंबाई देने में सफलता प्राप्त की। ईस्टमैन ने एडिसन के केमरे पर 15-15 सैकेंड की गतिशील फिल्मों को चलाने में सफलता प्राप्त की। लेकिन इस प्रकार की फिल्मों को चलाने में सफलता प्राप्त की। लेकिन इस प्रकार की फिल्मों को पोर्टेबल केमरे के द्वारा सार्वजनिक रूप से प्रदर्शित करने का श्रेय ल्युमिर बन्धुओं को जाता है। ल्युमिर बन्धुओं ने सन् 1895 में पेरिस में लोगों से पैसे लेकर गतिशील चित्रों का प्रदर्शन किया। धीरे-धीरे मूवी केमरे के आगमन और फिल्मों के निर्माण ने इस क्षेत्र को विकास देना आरंभ किया। आरंभ में ये सभी फिल्में मूक होती थीं। लगभग तीस वर्ष बाद इन फिल्मों के साथ संगीत और संवादों का संयोजन करते हुए इन्हें प्रसारित किया जाने लगा। तकनीकी दृष्टि से अत्यधिक जटिल होने के बावजूद भी फिल्मों ने जल्दी ही विश्व में सर्वाधिक सशक्त जन-माध्यम के रूप में अपना स्थान बना लिया। मनोरंजन के क्षेत्र में तो इसका आज भी कोई सानी नहीं है।

भारत में फिल्मों का प्रारंभ सन् 1931 से होता है। जब दादा साहिब, फाल्के ने 'सत्य हरिश्चन्द्र' नामक मूक फिल्म का निर्माण कर इसे प्रदर्शित किया। दादा साहिब फाल्के को भारतीय फिल्मों का पितामाह माना जाता है। फिल्म के प्रति उनकी गहरी रुचि और उनका विस्तृत अध्ययन करने के साथ-साथ दादा साहिब ने अनेक पौराणिक फिल्मों का निर्माण भी किया। सन् 1921 में पहली सामाजिक फिल्म के निर्माता धीरेन गांगुली थे, जिन्होंने इंग्लैंड रिटर्न फिल्म बनाई। सन् 1931 तक भारत में बनने वाली फिल्मों की संख्या 270 तक पहुंच गई। ये सभी फिल्में मूक होने के बावजूद भी अपने कलात्मक कौशल के कारण प्रभावशाली बनीं। सन् 1931 में बनी 'आलमआरा' भारत की पहली बोलती फिल्म थी। पहली रंगीन फिल्म का निर्माण सन् 1932 में 'किसान कन्या' से हुआ। उसके बाद से फिल्मों की दिशा में भारत ने तेजी से प्रगति की।

सन् 1948 में बम्बई में 'भारतीय फिल्म डिवीजन' की स्थापना हुई। 1952 में सेंसर बोर्ड के गठन और सन्

1953 में फिल्म पुरस्कारों से इस दिशा में तेजी से उन्नति होने लगी। आज भारत में प्रतिवर्ष सैंकड़ों की संख्या में विभिन्न भाषी फिल्मों का निर्माण होता है। ये फिल्में सभी विषयों पर बनाई जाती है।

9.3 टी.वी. नाटक और धारावाहिक

टेलीविजन पर प्रदर्शित होने वाले किसी भी नाटक को **टेली-प्ले** या **टेलीविजन-नाटक** कहा जा सकता है। परन्तु वास्तव में टी.वी. नाटक का अर्थ है – टेलीविजन माध्यम की शक्ति और सीमा को ध्यान में रखकर लिखा और प्रदर्शित किया गया नाटक। विश्वभर में दूरदर्शन के आरंभिक दौर में टेलीविजन से नाटक का संबंध कालजयी या महत्वपूर्ण समकालीन रंग-नाटकों से ही जुड़ा। शेक्सपीयर के नाटक विश्व के अधिकांश देशों के टेलीविजन पर समान रूप से पसंद किए गए। इंग्लैंड में तो शेक्सपीयर के सम्पूर्ण 37 नाटक छोटे-पेदे पर दिखाए गए। 1978 से आरंभ हुई यह टी.वी.-नाटक शृंखला वहां लगातार छः वर्षों तक चलती रही। इसी तरह, फ्रांस में मौलियर, मैरीबॉक्स, ग्रीस में एरिस्टोफेन्स, यूपीडॉरस और जर्मनी में लैसिंग, हॉटमन और ब्रेख्त जैसे जर्मन नाटककारों के साथ-साथ गोल्दोनी, स्ट्रिंडबर्ग, सिंज इत्यादि के नाटक भी बड़े उत्साह से दिखाए और देखे गए। भारत में टी.वी.-नाटक की शुरुआत 'आज का थियेटर' कार्यक्रम के अन्तर्गत समकालीन श्रेष्ठ रंग-नाटकों के प्रदर्शन से ही हुई। एक महीने में एक नाटक दिखाया जाता था, परन्तु दुर्भाग्य से वह योजना जल्दी ही बंद कर दी गई। नाटकों का स्थान रंग-नाटक, कहानी-उपन्यास के टी.वी.-रूपांतरों ने ले लिया। लेकिन टी.वी.-नाटक के व्याकरण की आधी-अधूरी समझ के कारण यह कार्यक्रम भी लोकप्रिय नहीं हो पाया और जल्दी ही इनका स्थान सीरियल नामक लघु-नाटकों की धारावाहिक शृंखला ने ले लिया। **हम लोग, बीबी नातियों वाली, बुनियाद, रामायण, महाभारत** से होती हुई यह परम्परा आज के विविध चैनलों पर दिनरात प्रदर्शित हो रहे बेशुमार धारावाहिकों तक आ पहुंची है। इस संदर्भ में एक दिलचस्प तथ्य यह भी है कि कुछ वर्ष पूर्व दूरदर्शन ने टी.वी. पर दुबारा नाटक दिखाने की योजना बनाई थी और विडम्बना यह है कि तब भी लगभग सभी रंग-नाटकों का ही चुनाव हुआ। ब्रेख्त के जन्म-शताब्दी वर्ष के उपलक्ष्य में भी उसके छः नाटकों को टी.वी. पर दिखाने के लिए दूरदर्शन ने ब.व. कारंत, अमाल अल्लाना, एम.के. रैना जैसे राष्ट्रीय ख्याति प्राप्त कुशल निर्देशकों को निमंत्रित किया। ज़ाहिर है ये सब भी मूलतः रंग-नाटक ही थे। पश्चिम में भी इस नाट्य-रूप का मौलिक विकास पांचवें दशक के दौरान ही हो पाया और हमारे यहा तो इससे पहले कि एक अलग विधा के रूप में टी.वी. -नाटक लिखे और प्रस्तुत किए जाते – जैसा कि हम देख चके हैं उसने – लघु-नाटकों की धारावाहिक शृंखला – सीरियल का रूप ले लिया। धारावाहिक का प्रत्येक प्रकरण अपने आप में नाटक ही होता है जिसकी अपनी ऐसी चरम-सीमा होती है, जो आगामी कड़ी के प्रति उत्सुकता और कुतूहल पैदा कर दर्शक को अतृप्त छोड़ देती है। अगला प्रकरण पिछली कड़ी के पात्रों और प्रसंगों को लेकर ही आगे बढ़ता है और दर्शक को एक अनिश्चित या अंतिम अंत पर ले जा कर अगले प्रकरण की प्रतीक्षा में जिज्ञासारत छोड़ देता है।

वैसे तो टी.वी.-नाटक या सीरियल का कोई भी विषय हो सकता है, परन्तु भारतीय परिवेश में उसकी एक बड़ी सीमा यह है कि ज्यादातर घरों में एक ही टी.वी. सैट होता है और परिवार के दो-तीन पीढ़ियों के छोटे-बड़े सभी सदस्य मिलकर उसे देखते हैं। सिनेमा में वयस्कों के लिए अलग फिल्में होती हैं और बच्चों के लिए अलग। अन्य फिल्में भी अपनी-अपनी रुचि एवं सुविधा के अनुसार अपनी निजता की रक्षा करते हुए प्रत्येक व्यक्ति अपने परिवार से अलग और अकेला भी देख सकता है। परन्तु टी.वी. एक ऐसा सार्वजनिक माध्यम है, जिसे एक वक्त में सबके

सामने और सबके साथ ही देखना पड़ता है। इसलिए इसका विषय ऐसा होना चाहिए जिसे परिवार के सभी सदस्य मिलकर निःसंकोच देख सकें। अब चूंकि अपनी अलग-अलग विशेषताओं एवं कार्यक्रमों वाले अलग-अलग चैनलों की सुविधा ने विषय की इस सीमा को कुछ हद तक कम कर दिया है।

टी.वी.-नाटक चाहे मंच-प्रदर्शन की प्रस्तुति करे चाहे अपने स्टूडियो में अभिमंचित करे – वह हर हाल में रिकॉर्ड ही होता है। आज माध्यम और रचना-प्रक्रिया की दृष्टि से टेलीविजन सिनेमा का लघु रूप-सा बन गया है। परन्तु आरंभ में ऐसा नहीं था। फिल्म की शूटिंग जहां एक ही कैमरे से, क्रमहीन टुकड़ों के रूप में, अभिनेताओं की डेट एंव टेक और री टेक की सुविधा के साथ, अलग-अलग समय और स्थान पर प्रायः एक लम्बे अरसे में की जाती है। वह एडीटिंग-टेबल पर फिल्म, साउंड ट्रैक और डबिंग के साथ क्रमबद्ध होकर अपना अंतिम रूप प्राप्त करती है। वहीं टी.वी.-नाटक को मंच पर या स्टूडियो में एक ही बार में लगातार दो-तीन या उनसे भी ज्यादा कैमरों की मदद से रिकॉर्ड किया जाता था। फिल्म की तरह काटछांट या संपादन की यहां कोई सुविधा नहीं होती थी। आउट-डोर दृश्यों को, यदि वह अत्याधिक आवश्यक हों तो, पहले से शूट कर लिया जाता था, और प्रसारण-प्रदर्शन के समय उन्हें भी, बिना किसी विराम या अन्तराल के, यथासमय मूल नाटक के साथ ही प्रदर्शित (ट्रांसमिट) कर दिया जाता था। 1958 में वीडियो-टेप के आगमन ने टी.वी. नाटक की इस रचना-प्रक्रिया को बदलकर सिनेमा के काफी निकट ला दिया। 1980 से हल्के वजन के कैमरों की बाजार में सहज उपलब्धि से नाटक की मंच या स्टूडियो-सीमाबद्धता भी टूट गई। अब टी.वी.-नाटक भी फिल्मों ही की तरह बहुविध तकनीकी सुविधाओं से संपन्न हो गया और इसमें बहुविध इलैक्ट्रॉनिक विशेष-प्रभाव दिखाना भी संभव हो गया।

टेलीविजन -नाटक का कैमरा प्रायः लांग-शॉट नहीं लेता और चरित्रों तथा सारे घटनाक्रम को एक दूरी के साथ प्रस्तुत करता है। उसी दूरी के साथ जो किसी जीवन्त प्रस्तुति में मंच पर खड़े अभिनेता और दर्शक के बीच होती है। टी.वी.-नाटक या धारावाहिक, ठीक रेडियो-नाटक की तरह अनौपचारिक रूप से घर के सदस्यों और रोशनी के बीच आते-जाते, खाते-पीते या गपशप करते हुए देखे जाते हैं। जब जी चाहे उसे बदल या बंद कर सकते हैं। सिनेमा-टी.वी. के दर्शक के इस परिवेश और उसकी मानसिकता का यह अंतर इनके नाटकों के प्रेक्षक के मन पर पड़ने वाले समग्र-प्रभाव को भी बड़ी दूर तक प्रभावित या निर्धारित करता है। संप्रेषण की दृष्टि से रंग-नाटक (प्रदर्शन) और फिल्म-नाटक का प्रभाव जहां एकाग्र, सघन एवं तीव्र होता है, वहीं रेडियो और टी.वी.-नाटक का प्रभाव खण्डित, उथला और क्षीण होता है।

टेलीविजन के आगमन ने रेडियो के अच्छे लेखक, कलाकार और श्रोता अपनी ओर खींच कर रेडियो के अंधे-रंगमंच को हाशिए पर डाल दिया और टेलीविजन का बहरा-रंगमंच नाटक या सीरियल के बीच आने वाले सम्मोहक विज्ञापनों के अवरोध के कारण ही नहीं, घर के हलचल भरे माहौल और रिमोट से पल भर में उसे बंद करने या चैनल बदलने की सुविधा के कारण भी रस या प्रभाव को खंडित करता रहता है। वह दर्शक को एकाग्र नाट्यानुभव का पूरा संतोष नहीं दे पाता। अपने छोटे परदे के कारण भी टेलीविजन नाटक के पात्रों एवं कार्यव्यापार को ज्यादातर टुकड़ों में ही दिखा पाता है।

टेलीविजन धारावाहिक

फिल्म की तरह धारावाहिक भी टेलीविजन पर प्रस्तुत होने वाली एक विधा है। इसमें लेखन करने के लिए पहले लेखक को विचारों में खोना पड़ता है। भाषा के सागर में नहाना पड़ता है। प्रकृति में भ्रमण करना पड़ता है। मस्तिष्क में प्रकृति के दृश्यों की सीडी बनानी पड़ती है। क्योंकि धारावाहिक मूल रूप से कथा है। इसमें एक नहीं अनेक पात्र होते हैं। कुछ वर्ग प्रधान होते हैं तो कुछ व्यक्तिगत। उनके संबंधों, द्वंद्वों एवं परस्पर टकराहट से कथा आगे बढ़ती है। टेलीविजन धारावाहिक लेखन में विचार, दृश्यानुसार कथा, कथासार, पात्र एवं संवाद प्रमुख पहलू होते हैं। उन पर विचार करना अति आवश्यक है।

विचार

धारावाहिक हो या फिल्म विचार इनमें पहला तत्त्व होता है। पर विचार ऐसा हो जिसमें, नवीनता, रोचकता एवं व्यावसायिक दृष्टि हो। विचार एक पृष्ठ का भी हो सकता है और एक पंक्ति का भी। विचार का संबंध वर्ग विशेष से भी हो सकता है और पशु-पक्षियों से भी। विचार आर्थिक पक्ष का ध्यान रखता है और अपने लक्ष्य का भी। विचार स्पष्ट होना चाहिए ताकि व्यापारी को एकदम आकर्षित कर सके। समस्याएं एवं घटनाओं का लेखक से गहरा संबंध होता है। क्योंकि लेखक जिस परिवेश से संबंध रखता है धारावाहिक में मुख्य रूप से वही परिवेश परिलक्षित होता है। पर घटनाएं जितनी तत्त्व परख होंगी धारावाहिक उतना ही लोकप्रिय बन सकता है।

दृश्यानुसार कथा

कहानी जिस प्रकार पर्दे पर दिखाई जाती है ठीक उसी प्रकार लेखक को दृश्यों की क्रमबद्धता पर विचार करना चाहिए। क्योंकि पर्दे पर दृश्य ही कहानी की जुबान होती है। यानी दृश्य ही कहानी बताते हैं। दृश्य का छूटना कहानी का टूटना होता है। लेखक दर्शकों की आलोचना का शिकार हो जाता है। इसलिए लेखक को कहानी के दृश्यों का विभाजन बड़ी सूझबूझ से करना चाहिए। दृश्यों के आधार पर कथाकार कथा लिखता है और निर्देशक निर्देशन करता है।

धारावाहिक लेखन में प्रत्येक एपिसोड की कहानी का उल्लेख करना अति आवश्यक है। एक पंक्ति में दृश्य की कहानी कहना हॉलीवुड में 'वन लाइनर' कहा जाता है। इसके बाद पटकथा लिखी जाती है। वन लाइनर तैयार होने पर पटकथा लेखक को कहानी की पटकथा लिखने में सुविधा होती है। लेखक को इस बात का ध्यान अवश्य रखना चाहिए कि पहले एपिसोड तथा बाद के एपिसोड की नाटकीयता में अन्तर न आ जाए। दृश्यानुसार कथा 14-15 पृष्ठों से अधिक नहीं होनी चाहिए।

कथासार

कथासार का मतलब होता है कहानी को संक्षिप्त रूप में लिखना या प्रस्तुत करना। पर फिल्म की अपेक्षा इसमें अनेक नायक-नायिकाएं होती हैं। एक-दूसरे से जुड़ती-बिछुड़ती कई कथाधाराएँ होती हैं। हर कथा महत्त्वपूर्ण होती है। कथा का सार ऐसा होना चाहिए ताकि कामर्शियल ब्रेक से पहले दर्शकों की धारावाहिक के प्रति उत्सुकता बनी रहे। प्रत्येक एपिसोड के अंत में ऐसा नाटकीय मोड़ प्रस्तुत होना चाहिए ताकि दर्शक अगले एपिसोड का इंतजार

करें। कथासार में कब, क्या, कहां, कैसा, कौन आदि सब कुछ दिखना तय होता है।

पात्र

धारावाहिक वर्षों तक चलने वाली विधा है। इसलिए इसमें आये पात्रों के कर्तव्यों का अच्छी तरह से ध्यान रखना चाहिए। पात्रों की छोटी-बड़ी आदि सभी बातों को लिखना चाहिए। ताकि भविष्य में कोई गलती न हो सके। कहानी का एक केन्द्रबिन्दु होता है जहां इच्छाएं टकराती हैं। यह टकराव ही पात्र के चरित्र में चार चांद लगाता है। इच्छाएं घटनाओं को जन्म देती हैं। आवश्यक विचार उत्पन्न करती हैं। जब तक पात्र द्वंद्वों में नहीं फंसेगा तब तक समस्याएं पैदा नहीं होंगी। द्वंद्व और समस्याएं ही चुम्बक का काम करती हैं। यानी दर्शक को अपनी ओर खींचे रखती हैं। उसे बीच में से उठने नहीं देती।

धारावाहिक के पात्रों के स्वरूप, वेशभूषा, विचार, रहन-सहन एवं बोली इत्यादि में भिन्नता होना बहुत आवश्यक है। पर उद्देश्य एक ही होना चाहिए। अपने लक्ष्य के प्रति एक ही धागे में बंधे रहें। पात्रों के व्यक्तिगत एवं व्यावसायिक जीवन की टकराहट धारावाहिक में अच्छा रंग जमाती है। पात्रों में सामाजिक नवीनता हो तो दर्शक पर अधिक प्रभाव डालने में अधिक सक्षम हो सकते हैं। आज का दर्शक अपने से तुलना करता है। अपने परिवेश के पात्रों से तुलना करता है।

संवाद

धारावाहिक, फिल्म एवं नाटक में संवादों की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। लगभग चालीस प्रतिशत दर्शक संवाद सुनता है। अपने परिवेश में आकर दर्शक वैसा ही संवाद बोलता है। संवाद रुचिकर हो। परिवेश के अनुसार सरल भाषा में संवाद होना चाहिए। परिवेश की भाषा में संवाद होगा तो दर्शक पर अच्छा प्रभाव पड़ेगा। इसलिए धारावाहिक के अनुरूप संवाद होने चाहिए। रामायण, महाभारत, ॐ नमो शिवाय: या यूं कहिए कि तत्कालीन चल रहे धारावाहिक कुंती, हेलो इंस्पेक्टर आप बीती के संवाद बहुत अच्छे हैं। पर ध्यान रहे संवाद हमेशा एक से कभी नहीं लिखे जा सकते। एक से संवाद लिखने से लेखक हल्का हो जाता है। जो व्यावसायिक दृष्टि से सही नहीं है।

9.4 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. टी.वी. और सिनेमा के अन्तर को बताते हुए इसके इतिहास पर प्रकाश डालें।

.....

.....

.....

.....

2. टी.वी. नाटक और धारावाहिक में अन्तर स्पष्ट करें।

.....

.....

.....

.....

3 टी.वी. नाटक और धारावाहिक के तत्वों पर प्रकाश डालें।

.....

.....

.....

.....

9.5 पठनीय पुस्तकें

1. प्रयोजनमूलक हिन्दी – डॉ. अनुज प्रताप सिंह
2. जनसम्पर्क, विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम – एन.सी. पंत
3. सूचना, संचार और समाचार – मुकुल श्रीवास्तव
4. संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र
5. जनपत्रकारिता, जनसंचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित
6. रंगकर्म और मीडिया – जयदेव तनेजा
7. दूरसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी – डी.डी. ओझा, सत्यप्रकाश
8. प्रयोजनमूलक हिन्दी और पत्रकारिता – डॉ. दिनेश प्रसाद सिंह
9. इलेक्ट्रानिक मीडिया के सिद्धान्त – रूपचंद गौतम
10. संचार और पत्रकारिता के विविध आयाम – ओम प्रकाश सिंह
11. प्रयोजनमूलक हिन्दी : सिद्धान्त और प्रयोग – दंगल झालटे

.....

पटकथा लेखन

- 10.0 रूपरेखा
- 10.1 उद्देश्य
- 10.2 पटकथा लेखन
- 10.3 पटकथा लेखन का स्वरूप
- 10.4 फिल्म व टेलीविज़न की पटकथा में अन्तर
- 10.5 टी.वी. नाटक और धारावाहिक पटकथा लेखन
- 10.6 सारांश
- 10.7 महत्त्वपूर्ण शब्दावली
- 10.8 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 10.9 पठनीय पुस्तकें
- 10.1 उद्देश्य

प्रस्तुत पाठ के अध्ययनोपरान्त आप –

- पटकथा लेखन के स्वरूप को जान सकेंगे।
- फिल्म एवं टेलीविज़न की पटकथा के अंतर को समझेंगे।
- टी.वी. नाटक और धारावाहिक पटकथा लेखन से अवगत होंगे।

10.2 पटकथा लेखन

पटकथा लेखन फिल्म लेखन का महत्त्वपूर्ण अंग है। कथा को दृश्य-श्रव्य माध्यम से अभिव्यक्त करने हेतु

पटकथा लिखी जाती है। कथा से पटकथा का जन्म होता है पर यह भी सच है कि घटना है तो पटकथा बनेगी। घटना के बिना कथा नहीं बन सकती। घटना भी समस्या प्रधान होनी चाहिए, क्योंकि समस्या ही नाटकीय तत्त्व प्रदान करती है। या यूँ कहिए कि समस्या से ही नाटक जन्म लेता है। घटना के कुछ पात्र हों, उनके आगे कोई समस्या उत्पन्न हो, उस समस्या से कोई संकट पैदा हो, संकट का समाधान ही नाटक का अन्त कर देता है। जब किसी घटना की प्रसंग दृश्यों के रूप में शृंखला बन जाती है तो फिल्म की भाषा में उसे सीक्वेंस कहा जाता है। सीक्वेंस से ही पटकथा का निर्माण होता है।

मनोहर श्याम जोशी अपनी पुस्तक 'पटकथा लेखन : एक परिचय के पृष्ठ 21 पर लिखते हैं कि पटकथा कुछ और नहीं कैमरे से फिल्माकर पर्दे पर दिखाए जाने के लिए लिखी हुई कथा है। इससे आगे यह भी कहा जाए कि कथानक को विभिन्न दृश्यों में तोड़कर प्रस्तुत करना पटकथा है तो अतिशयोक्ति न होगी। पटकथा लेखन इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की एक ऐसी विधा है जिसमें कहानी को दृश्यों के रूप में बांटना होता है। पटकथा में दृश्य शृंखला की वही स्थिति होती है जो उपन्यास में परिच्छेदों की होती है। इस विधा में जहाँ घटनास्थल बदलता है वहीं दृश्य भी बदल जाता है।

डॉ. अनुपम ओझा पटकथा को स्पष्ट करते हुए कहते हैं – “पटकथा लेखन का सामान्य अर्थ है – विभिन्न उपक्रमों को एक दूसरे से इस तरह से जोड़ना कि एक मुकम्मल कहानी चित्रित हो उठे। यानी स्क्रीन पर उभर आए।” उपक्रमों से उनका अभिप्राय दृश्य, कथा, पटकथा, संवाद, शॉर्ट, सीन, सम्पादन आदि से है। विष्णु मेहरोत्रा कहते हैं कि – “पहले फिल्म कागज पर बनती है, फिर सेलोलॉइड पर उतरती है। कागज पर फिल्म बनने अर्थात् लिखने का प्रमुख एक्ट, यह प्रक्रिया ही पटकथा है।”,

स्पष्ट रूप से कहा जाए तो पटकथा फिल्म का वह पेपर वर्क है जिसके द्वारा फिल्म का प्रारूप तैयार होता है और जिससे निर्देशक, कलाकार, संवाद लेखक एवं फिल्म निर्माण से संबंधित सभी विभागों को फिल्म निर्माण हेतु सहायता मिलती है।

10.3 पटकथा लेखन का स्वरूप

पटकथा लेखन एक सृजनात्मक कला है, इसके स्वरूप को स्पष्ट करते हुए डॉ. अनुपम ओझा कहते हैं – “लेखन की छोटी इकाई शब्द या वाक्य है, किन्तु पटकथा लेखन की छोटी इकाई शॉट है। वाक्यों को जोड़ने से पैराग्राफ बनता है, शॉट्स को जोड़ने से दृश्य (अथवा सीन) बनता है। शॉट, सीन और सिक्वेंस के मिलने से पटकथा बनती है। पटकथा का आधार कहानी होती है। कहानी किसी एक आयडिया, प्लॉट या थीम पर खड़ी की जाती है। कहानी को चलचित्र की भाषा में ढालने के कार्य को पटकथा-लेखन कहा जाता है।” वहीं कमलेश्वर का इस संदर्भ में कहना है कि – “कुछ अनुभव शब्दों से परे होते हैं, कुछ दृश्यों से परे, इसलिए फिल्म लेखन में उन्हें शब्दों, दृश्यों और ध्वनियों से बांधना पड़ता है। शब्दहीन दृश्य से भरा हुआ सन्नाटा कभी-कभी जो बात कह देता है, वो शब्दों से नहीं कही जा सकती। काव्य की बिम्ब क्षमता, शब्दों की विचार क्षमता और दृश्यों की अनुभव-क्षमता के संयोग से एक सीन दृश्य आकार पाता है। काव्य क्षमता को कैमरा, दृश्य-क्षमता को निर्देशक और विचार क्षमता के साथ-साथ सम्पूर्ण अनुभव-क्षमता की अभिव्यक्ति लेखक करता है। इसीलिए कोई भी सार्थक फिल्म पहले लिखी जाती है – तब

‘बनाई’ जाती है।” इस प्रकार कमलेश्वर पटकथा में शब्दों, दृश्यों तथा ध्वनियों को बांधने तथा पटकथाकार की अनुभव क्षमता की अभिव्यक्ति पटकथा में ढालने की बात करते हैं।

पटकथा लिखते समय पहले आप अनिश्चित वर्तमानकाल में घटना को घटते हुए देखें, फिर उसे सफेद कागज पर पेन से शब्द का रूप दें। इसे लिखते समय ता है, ती है, ते हैं आदि क्रिया विभक्तियों का प्रयोग करें। इस बात का भी ध्यान रखें कि ऐसी कौन सी घटनाएं ली जाएं जिनसे पात्रों के चरित्र का पता चल सके। आपको इस बात की भी जानकारी होनी चाहिए कि आपके अलग-अलग पात्र जो भी हों, वे किस मनःस्थिति एवं परिस्थिति के वशीभूत होकर कार्य कर रहे हैं। किस लक्ष्य की प्राप्ति करना चाहते हैं? प्रेरणा कमी और लक्ष्य यानी मोटिवेशन, एक्शन एवं रोल आदि बातें आपको अपने पात्र के विषय में मालूम होनी चाहिए। इसी आधार पर आप जन समूह को बता पायेंगे कि आपके पात्र क्या चाहते हैं? किसलिए चाहते हैं, और अपनी उम्मीदों के लिए क्या कुछ करने को तैयार हैं।

पटकथा लिखते समय दृश्य के ऊपर दिन और रात का ही उल्लेख करना चाहिए। यह बताने की जरूरत नहीं है कि दिन के चार बजे हैं या पांच। समय बताना जरूरी हो तो घड़ी का शॉट डालना चाहिए। या किसी संवाद द्वारा समय की सूचना देनी चाहिए। धारावाहिकों में कथानक कई-कई उपकथाओं वाला होना चाहिए ताकि उसे लम्बे समय तक किस्त-दर-किस्त रूप में दिखाया जा सके।

लेखक व दर्शक में काफी अन्तर होता है। लेखक घटना लिखता है। जबकि दर्शक पर्दे पर घटना को घटित होते हुए देखता है। पात्रों को बोलता हुआ सुनता है। फिल्म में हमेशा वर्तमान दिखाया जाता है। फिल्म की कहानी सुनते ही हम अनिश्चित वर्तमान की बात करने लगते हैं। ‘एक भिखारी था’ के स्थान पर ‘एक भिखारी होता है’ का प्रयोग करते हैं।

पटकथा का आंतरिक भाग

पटकथा तीन अंकीय सूत्र पर आधारित होती है। प्रथम अंक कथानक का गर्भ होता है। दूसर अंक जवानी तथा तीसरा अंक बुढ़ापे से संबंध रखता है। यानी प्रथम भाग में ऐसी बातें प्रस्तुत करनी चाहिए जिससे आगे चलकर दृश्यों में चरित्र-चित्रण नाटकीय मोड़ ले सकें। पात्रों की स्थिति, परिस्थिति एवं कामनाएं इसी अंक की घटनाओं से उजागर होती हैं। आने वाली घटनाओं को न्यूता दिया जाता है। इसको सेट-अप भी कहा जाता है। दो घंटे की फिल्म का सेट-अप लगभग 30 मिनट का होना चाहिए। सेट-अप अधिक लंबा होने से दर्शक ऊब जाता है। पटकथा की क्वालिटी पर प्रश्नचिह्न लगता है। यदि पात्र का व्यवसाय या आदत को बताना हो तो उसका शुरु में ही परिचय दें। जैसे नायक दिल्ली पुलिस का एक सिपाही बताएँ बाद में स्थान और अंत में उसकी बाधाएँ एवं हथियारों का सफलतापूर्वक इस्तेमाल करना बताएँ।

दूसरे अंक में पात्रों का विशिष्ट परिस्थिति में अलग-अलग कामनाओं के कारण हुआ झगड़ा दिखाना होता है। कथानक को संवादों के माध्यम से उलझाना चाहिए। ताकि वह चरमोत्कर्ष की ओर आसानी से बढ़ सके। पात्रों का घात-प्रतिघात का वर्णन इस तरह दिखाना चाहिए कि उन्हें संकट का अहसास हो जाए। कहानी का विकास इसी

भाग में होता है इसलिए पटकथा का दूसरा भाग सबसे बड़ा भाग कहलाता है और यह अधिक मेहनत वाला भी है। एक घटना से दूसरी घटना जन्म ले, एक दृश्य से दूसरा दृश्य उत्पन्न हो। कथानक का ऐसा कोई दृश्य न हो जो कथा को आगे बढ़ने से रोके। पटकथा का तीसरा अंक संकट के समाधान का होता है, आभास का होता है। इस अंक पर कथा खत्म हो जाती है। यह अंक लंबा नहीं होता, बल्कि पहले अंक की तरह छोटा होता है। इस भाग के अधिकांश हिस्से को चरमोत्कर्ष के रूप में दिखाएं।

दो घंटे की फिल्म के लिए पटकथा के लगभग 100-120 पृष्ठ टंकित होने चाहिए। प्रथम अंक के लिए 30 पृष्ठ निर्धारित करें। पटकथा लिखते समय कहां और कैसे वाली बात ध्यान में रखनी चाहिए। तीनों अंकों के क्रम का ध्यान अवश्य रखना चाहिए। पटकथा लिखने से पहले कथानक बिन्दु तय कर लेना चाहिए ताकि आपके कथा निर्माण को दिशा मिल सके। दर्शकों के मन में जिज्ञासा का मुद्दा अच्छी तरह से उठाएं। कथानक के नाटकीय तत्त्व का हौंसला बढ़ाएं। सेट-अप में यह बताना आवश्यक है कि पात्र कहां है, कौन हैं, क्या करते हैं और क्या चाहते हैं?

यदि आप कथा के क्षेत्र में रुचि रखते हैं तो टेलीविजन पर चल रहे धारावाहिक, टेलीफिल्म, फिल्म एवं वृत्तचित्र आदि का प्रभाव आपके मन पर जरूर पड़ता होगा। उनमें आये हुए संवाद एवं दृश्यों आदि के विषय में सोचते होंगे कि इसमें अमुक संवाद, दृश्य इस प्रकार होता तो ज्यादा अच्छा लगता। आपका क्षेत्र सीमित है इसलिए आपका विचार मन की रद्दी की टोकरी में पड़कर लुप्त हो जाता है। यदि आप जरा-सा इस तकनीक की तरफ ध्यान दें तो रद्दी वाली टोकरी में जाने से अपने विचार को रोक सकते हैं, अपना कैरियर इस क्षेत्र में निश्चित कर सकते हैं।

पटकथा लेखन का प्रशिक्षण दिल्ली और दिल्ली से बाहर कई महानगरों में दिया जा रहा है। समाचार पत्र-पत्रिकाओं में पटकथा लेखन से संबंधित एवं प्रशिक्षण संस्थाओं की जानकारी समय-समय पर मिलती रहती है। पर सुधांशु गुप्त कहते हैं कि आप किसी फिल्म, टेलीविजन, धारावाहिक या डायलॉग की शुरुआत करने जा रहे हैं, सबसे पहले आप उस कथा का जिस पर आपको कार्यक्रम बनाना है, स्क्रीन प्ले तैयार करते हैं और यदि आपकी भाषा अच्छी है और अनुभवों का आपके पास अपार भंडार है तो आप डायलॉग या संवाद भी लिख सकते हैं। हिन्दी, अंग्रेजी और तमाम दूसरी भाषाओं की फिल्मों में आपका अच्छा पटकथा लेखक बनाने में सहायक होंगी। पटकथा लेखक अपनी जिन्दगी का भरपूर अनुभव बटोरे, विभिन्न किरदारों को जानने एवं समझने की रुचि रखे। कल्पनाशील हो तो युवा एक अच्छा पटकथा लेखक बन सकता है। आम आदमी की जिन्दगी का भरपूर अनुभव बटोरे, विभिन्न किरदारों को जानने एवं समझने की रुचि रखे। कल्पनाशील हो तो युवा एक अच्छा पटकथा लेखक बन सकता है। आम आदमी की जिन्दगी से बेहतर जिन्दगी जी सकता है। आपका खर्च स्तीभर भी नहीं होगा पर पारिश्रमिक अधिक मिलेगा। नाम होगा, यश मिलेगा।

मनोहर श्याम जोशी का कहना है कि पटकथा लेखन एक हुनर है। अंग्रेजी में पटकथा-लेखन के बारे में पचासों किताबें उपलब्ध हैं और विदेशों में खासकर अमेरिका के कई विश्वविद्यालयों में पटकथा-लेखन के बाकायदा पाठ्यक्रम चलाए जाते हैं। लेकिन भारत में इस दिशा में अभी कोई पहल नहीं हुई है। हिन्दी में पटकथा-लेखन और सिनेमा से जुड़ी अन्य विधाओं के बारे में कोई अच्छी किताब छपी ही नहीं है। इसकी एक वजह यह भी है कि हिन्दी

में सामान्यतः यह माना जाता रहा है कि लिखना चाहे किसी भी तरह का हो, उसे सिखाया नहीं जा सकता। कई बार तो लगता है कि शायद हमें लिखना सीखना भी नहीं चाहिए। यह मान्यता भ्रामक है और इसी का नतीजा है कि हिन्दी वाले गीत-लेखन, रेडियो, रंगमंच, सिनेमा, टी.वी. और विज्ञापन आदि में ज्यादा नहीं चल पाए। लेकिन इधर फिल्म व टी.वी. के प्रसार और पटकथा-लेखन में रोजगार की बढ़ती संभावनाओं को देखते हुए अनेक युवा पटकथा-लेखन में रुचि लेने लगे हैं और पटकथा के शिल्प की आधारभूत जानकारी चाहते हैं।

10.4 फिल्म व टेलीविजन की पटकथा में अन्तर

साहित्य से जुड़ा हुआ व्यक्ति टेलीविजन लेखन में सक्षम है जबकि फिल्म के संबंध में ऐसा नहीं है। पर टेलीविजन में समय का अभाव अवश्य होता है। टेलीविजन में संवादों की जरूरत होती है। संवादों में जितनी अधिक नाटकीयता होगी उतना ही संवाद अच्छा माना जायेगा। अच्छा संवाद धारावाहिक में चार चांद लगा सकता है। पर यह तभी संभव है जब आप प्लॉट में गुंजाइश रखते हैं। दृश्य के सिनेरियो के अन्दर वह स्थिति पैदा करनी होती है जिससे संवादों में रोचकता बढ़े। जबकि फिल्मों में ऐसा नहीं है। फिल्म लेखक को वृहत् चिंतन की जरूरत होती है टेलीविजन में एक थीम होती है, विषय होता है। जहाँ विषय व थीम एक साथ हों वहाँ अच्छे लेखक की आवश्यकता होती है।

फिल्म की पटकथा पूर्ण रूप से व्यवसाय को ध्यान में रखकर लिखी जाती है। जबकि टेलीविजन की पटकथा के संबंध में व्यवसाय के साथ-साथ विचार प्रधान होता है। टेलीविजन छोटे पर्दे से संबंध रखता है जबकि फिल्म बड़े पर्दे से। इसलिए टेलीविजन के शॉट्स निकट से लिये जाते हैं जबकि फिल्म के लिए शॉट्स आवश्यकतानुसार दूर व पास से लिये जाते हैं। टेलीविजन एकाग्रता से नहीं देखा जाता इसलिए उसमें मूक शॉटों का और बिंबों का उतना महत्त्व नहीं रहता जितना कि फिल्मों में होता है।

10.5 टी.वी. नाटक और धारावाहिक पटकथा लेखन

टेलीविजन में विभिन्न प्रकार के कार्यक्रमों का प्रसारण होता है। प्रत्येक कार्यक्रम के अनुसार अलग-अलग प्रकार से पटकथा का लेखन होता है। पटकथा लेखन में निम्न बातें हमेशा ध्यान में रखनी चाहिए –

- ❖ पटकथा लेखन के समय पटकथा लेखक को यह ध्यान रखना चाहिए कि वह टेलीविजन के किस कार्यक्रम के लिए पटकथा का लेखन कर रहा है। समाचार, वृत्तचित्र, धारावाहिक आदि कार्यक्रमों की पटकथा के अपेक्षित अंतर के अनुसार ही वह अपनी पटकथा लिख सकता है।
- ❖ पटकथा लेखन के दौरान एक दृश्य में अधिक पात्रों की संख्या न हो इसका ध्यान रखना भी पटकथा लेखक के लिए जरूरी है। टेलीविजन एक छोटा पर्दा है। इसलिए छोटे पर्दे पर अधिक पात्रों की संख्या दर्शकों को परेशान कर सकती है।
- ❖ तकनीकी निर्देशों के साथ-साथ पात्रों के व्यक्तित्व को प्रभावशाली बनाए रखने के लिए उनकी वेशभूषा एवं मुद्राओं का संकेत भी किया जाना चाहिए।

- ❖ पटकथा के छायांकन के लिए सभी दृश्यों को क्रमानुसार लिखना चाहिए। विभिन्न दृश्यों में से कुछ दृश्य एक ही स्थल के होते हैं। निर्देशक बाद में अपनी सुविधा के अनुसार उन दृश्यों पर फिल्मांकन कर सकता है।
- ❖ पटकथा की भाषा बोलचाल की भाषा हो तो बेहतर होगा। लेकिन साहित्यिक कार्यक्रमों या किन्हीं विशिष्ट कार्यक्रमों की भाषा उस कार्यक्रम के अनुरूप बोलचाल से इतर भी हो सकती है। लेकिन पटकथा लेखक को यह ध्यान रखना चाहिए कि भाषा ऐसी हो जिसके साथ दर्शक सामंजस्य बिठा सकें।
- ❖ पटकथा लेखक को यह ध्यान रखना चाहिए कि वह कम से कम शब्दों में ही आवश्यक बातों का लेखन करें। टेलीविज़न में दृश्यों और शब्दों में सामंजस्य बनाए रखने के लिए वह दृश्यों के अनुरूप भी अपना लेखन कार्य कर सकता है।

टेलीविज़न में पटकथा लेखन के प्रकार – टेलीविज़न में विभिन्न कार्यक्रमों के निर्माण के लिए विभिन्न तकनीकों का सहारा लिया जाता है। उन्हें ध्यान में रखकर अथवा अपनी सोच से कार्यक्रम के अनुसार उस पद्धति के अनुरूप टेलीविज़न लेखक पटकथा लिखता है। मुख्य रूप से टेलीविज़न के वीडियो प्रोडक्शन के लिए टेलीविज़न लेखन के निम्न प्रकार हो सकते हैं –

- (1) **मल्टी कैमरा छायांकन के लिए पटकथा** – टेलीविज़न केन्द्र के किसी प्रसारण कक्ष के अंदर कार्यक्रम के सजीव प्रसारण के लिए जो पटकथा तैयार की जाती है उसमें निर्देशक और निर्माता के लिए विभिन्न दिशा-निर्देश दिए जाते हैं। टेलीविज़न केन्द्र के प्रसारण कक्ष में पटकथा के फिल्मांकन करने के लिए पटकथा लेखक अपने आलेख को दो भागों में बाँट देता है। एक तरफ के भाग में वह अपना आलेख प्रस्तुत करता है तथा दूसरी तरफ का भाग वह खाली छोड़ देता है, जिसमें निर्देशक अपनी ओर से निर्देशन, तकनीकी आदि संबंधी विभिन्न टिप्पणियाँ अंकित कर सकता है।

उदाहरण :-

| | |
|--|--|
| <p>– फेडइन</p> <p>(कमरे का दृश्य। कमरे में रमेश इधर-उधर टहल रहा है।)</p> <p>(अरे अंकित – अरे! अनन्या तुम आ गई!(रुककर) सागर कहां है?)</p> <p>अनन्या – वो नहीं आया अंकित।</p> <p>अंकित – (कंधे उचकाते हुए) कोई बात नहीं हम ही चलते हैं।</p> <p>फेड आउट</p> | |
|--|--|

1. **सिंगल-कैमरा छायांकन के लिए पटकथा** – इस विधि के अन्तर्गत पटकथा लेखक पूरे पृष्ठ पर ही अपनी पटकथा का लेखन करता है। बीच-बीच में वह दृश्यों के परिवर्तन और फेड इन, फेड आउट की

सूचना देता रहता है, निर्देशन के लिए दिए जाने वाले संकेतों को वह बड़े आकार में लिखता है जिससे निर्देशक को उन्हें समझने में आसानी हो।

सिंगल-कैमरा पटकथा का स्वरूप –

फेड इन

(कॉलेज के बाद रुचि और सोनिया साथ-साथ चलते हुए)

रुचि – सर ने वाद-विवाद प्रतियोगिता के लिए किसका नाम भेजा है?

सोनिया – पता नहीं, चलो सागर से पूछते हैं।

रुचि – ठीक है चलो।

(फेड आउट)

2. **दृश्य-श्रव्य पटकथा स्वरूप** – यह पद्धति टेलीविजन के अधिकांश कार्यक्रमों के लिए प्रयोग में लाई जाती है। इस पद्धति के अन्तर्गत पटकथा को दृश्य एवं श्रव्य दो भागों में बांट दिया जाता है।

दृश्य-श्रव्य पटकथा का स्वरूप –

दृश्य

स्वर

(फेड इन)

* सूर्य चमक रहा हैरेगिस्तान का

दृश्य, एक व्यक्ति आंख पर हाथ

रखकर सूरज की तरफ देखता है।

(फेड आउट)

पटकथा लेखन के पश्चात् अगला महत्त्वपूर्ण चरण उसका दृश्यांकन है –

(1) **निर्देशक** – पटकथा लेखक द्वारा लिखी गई पटकथा को दृश्यांकित करने में सबसे महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्देशक की होती है। दृश्यांकन करने के लिए बहुत से लोगों की आवश्यकता होती है, जो अपने-अपने क्षेत्र में पारंगत होते हैं।

(2) **अभिनय** – पटकथा का दृश्यांकन अभिनेता या अभिनेत्री आदि के अभिनय से होता है। ये पटकथा के अनुरूप संवादों को बोलते हैं। इन संवादों में विभिन्न भाव-भंगिमाओं की आवश्यकता होती है। ये भाव-भंगिमाएं ही संवादों को प्रभावशाली ढंग से प्रस्तुत कर पाती हैं।

- (3) **तल एवं दृश्य प्रबंधन** – जिस सेट पर दृश्यों का फिल्मांकन किया जाता है, उनके प्रबंधन का सारा कार्य तल-प्रबंधक के पास आता है। वह पटकथा के अनुसार सेट के निर्माण के विषय में अपने निर्देश देता है।
- (4) **छायांकन** – पटकथा के छायांकन सेट पर काम करने वाले अनेक कैमरों को परिचालित करने वाले छायाकार या कैमरामैन कहलाते हैं। ये निर्देशक के दिशा निर्देश पर विभिन्न कोणों पर खड़े होकर दृश्यों की रिकॉर्डिंग करते हैं।
- (5) **प्रकाश व्यवस्था** – छायांकन के दौरान प्रकाश की व्यवस्था अत्यधिक महत्वपूर्ण होती है, सामान्य प्रकाश से उत्कृष्ट छायांकन नहीं किया जा सकता।
- (6) **ध्वनि एवं संगीत** – पटकथा को अधिक प्रभावशाली बनाने के लिए ध्वनि एवं संगीत का प्रयोग आवश्यक होता है। पटकथा में पात्रों के भावों को यथानुरूप प्रस्तुत करने के लिए भावानुसार ध्वनि का प्रयोग उसे प्रभावशाली बनाता है।
- (7) **संपादन** – दृश्यांकन के उपरांत सबसे महत्वपूर्ण और अंतिम कार्य उसका संपादन होता है, कैमरे से प्राप्त रीलों के आधार पर संपादक पटकथा की विषयवस्तु और उसके प्रभाव को ध्यान में रखकर उसका संपादन करता है।

10.6 सारांश

पटकथा का आरम्भ किसी कथा से होता है। कथा किसी एक विचार, प्लॉट या थीम पर खड़ी की जाती है। कथा को चलचित्र की भाषा में परिवर्तित करने का कार्य ही पटकथा-लेखन कहलाता है। अतः पटकथा किसी भी कथा को दृश्य-श्रव्य माध्यम से अभिव्यक्त करने हेतु किया गया वह पेपर वर्क है जिससे किसी फिल्म, नाटक व धारावाहिक का प्रारूप तैयार होता है।

10.7 महत्वपूर्ण शब्दावली

- (1) सर्वग्राह्य – सभी के समझ में आ सकने वाला।
- (2) वृत्तचित्र (Documentary) – किसी महत्वपूर्ण विषय पर आधारित शोधपरक लघु फिल्म
- (3) पटकथा (Screenplay) – रेडियो, दूरदर्शन, नाटक, धारावाहिक, फिल्म, विज्ञापन आदि के लिए विभिन्न निर्देशों और संकेतों द्वारा लिखी जाने वाली कथा
- (4) छायांकन (Cinematography) – विषय वस्तु की प्रभावशाली प्रस्तुति हेतु कैमरे के द्वारा विभिन्न कोणों से ली गई चित्र-शृंखला।

10.8 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. दृश्य-श्रव्य माध्यम में पटकथा-लेखन पर अपने विचार व्यक्त कीजिए ।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. पटकथा लेखन के स्वरूप पर विचार करते हुए फिल्म व टी.वी. की पटकथा के अन्तर को स्पष्ट करें।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. टी.वी. नाटक और धारावाहिक पटकथा लेखन पर टिप्पणी कीजिए ।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

10.9 पठनीय पुस्तकें

1. प्रयोजनमूलक हिन्दी – डॉ. अनुज प्रताप सिंह
2. जनसम्पर्क, विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम – एन.सी. पंत
3. सूचना, संचार और समाचार – मुकुल श्रीवास्तव
4. संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र
5. जनपत्रकारिता, जनसंचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित
6. रंगकर्म और मीडिया – जयदेव तनेजा
7. दूरसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी – डी.डी. ओझा, सत्यप्रकाश
8. प्रयोजनमूलक हिन्दी और पत्रकारिता – डॉ. दिनेश प्रसाद सिंह
9. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के सिद्धान्त – रूपचंद गौतम
10. संचार और पत्रकारिता के विविध आयाम – ओम प्रकाश सिंह
11. प्रयोजनमूलक हिन्दी : सिद्धान्त और प्रयोग – दंगल झाल्टे

.....

विज्ञापन-लेखन

11.0 रूपरेखा

11.1 उद्देश्य

11.2 प्रस्तावना

11.3 विज्ञापन लेखन

11.4 विज्ञापन-लेखन की भाषा और शब्दावली

11.5 सारांश

11.6 अभ्यासार्थ प्रश्न

11.7 पठनीय पुस्तकें

11.1 उद्देश्य

प्रस्तुत अध्याय के अध्ययनोपरांत आप जानेंगे-

- भाषा की प्रयुक्तिपरक विविधता और विलक्षणता का आयाम विज्ञापन है।
- विज्ञापन का उद्देश्य वस्तु, व्यक्ति व्यवस्था का प्रचार करना है।
- विज्ञापन की प्रस्तुति में उसके लेखन की महत्वपूर्ण भूमिका रहती है।
- विज्ञापन लेखन में उसकी भाषा एवं शब्दावली का विशेष महत्व रहता है।

11.2 प्रस्तावना

भाषा की प्रयुक्तिपरक विविधता और विलक्षणता का आयाम विज्ञापन है। आजकल विज्ञापन का संसार बढ़ता जा रहा है। इस क्षेत्र में हिंदी को यथेष्ट सफलता मिल रही है। भाषा को एक नया स्वरूप मिल रहा है। इससे हिंदी की भाषिक शक्ति का भी पता चल सका है। विज्ञापन को भी इससे सुविधा मिली है। विज्ञापन और वैज्ञानिकता,

भौतिकता, आधुनिक युग की अपनी पहचान है। रेडियो, टेलीविजन, सड़क, दीवार, दरवाजा, खरीदी हुई वस्तुओं, पम्पलेटों, पोस्टकार्डों, वस्तुओं, रेल, बस, टेम्पो, कॉपी, किताब, कलम आदि के माध्यम से विज्ञापन की दुनिया विकसित हो रही है। विज्ञापन की दुनिया मायाजगत् है – जिसको मिथ्या कहकर भी नकारा नहीं जा सकता है। आज की यह अनिवार्यता है। आज यह प्रमुख प्रचार-माध्यम है। आधुनिक कला, आवश्यकता, सशक्त माध्यम, तकनीकी सभ्यता ने भी इसको स्वीकार कर लिया है। बड़े-बड़े घरानों ने इसमें काम करना प्रारंभ कर दिया है। विवाह के विज्ञापन भी खूब चल रहे हैं।

मौखिक, श्रव्य-दृश्य-संदेश से जनमानस किसी वस्तु/संस्था/व्यक्ति के संबंध में सुनिश्चित एवं प्रभावशाली जानकारी संप्रेषित होती है।

विज्ञापन का उद्देश्य वस्तुओं या सेवाओं को क्रेता या जनमानस के सामने प्रस्तुत करना है। यह आकर्षक संप्रेषण है। इसमें प्रचार संदेशों को बिखेरा जाता है। इससे हिंदी को पूर्ण सफलता मिल रही है। विविध शैलियों में यह अनुरूप बैठ रही है। इसकी भाषा में वाक्य-रचना, उपवाक्य-रचना, पदबंध, शब्द-संपदा, व्याकरण, संबोधन, प्रवाह, आरोह, अवरोह आदि संकेतों में सफल हैं। यह रुझान पैदा करने में सफल है। देश में सबसे अधिक यह जानी भी जाती है – इससे इसके अर्थ और टोन को समझने में किसी को कोई परेशानी नहीं होती है। हिंदी की भाषिक संरचना में शब्द और अर्थ की अद्भुत संगति विद्यमान है। इसमें उत्सुकता और आकर्षण पैदा करने की शक्ति है।

11.3 विज्ञापन-लेखन

सफल विज्ञापन उसे कहा जाता है जो अधिक से अधिक पाठकों, श्रोताओं, दर्शकों को अपनी ओर आकर्षित करे। इस सफलता के पीछे विज्ञापन की कॉपी अर्थात् लेखन का महत्त्वपूर्ण योगदान होता है। समाचार पत्र या पत्रिका के विज्ञापन अत्यन्त प्राचीन तथा सशक्त माध्यम हैं। इनका प्रसार व्यापक जनसमूह तक होता है। पाठक समाचार के साथ-साथ इन विज्ञापनों को भी देखता और पढ़ता है। समाचार पत्र के इन विज्ञापनों में ध्यानाकर्षण की क्षमता, गतिशीलता, तथ्यों की तर्कपूर्ण प्रस्तुति, विज्ञापित वस्तु की मुख्य विशेषता पर बल, स्मृति को प्रभावित करने की शक्ति आदि गुण होते हैं। परन्तु इनकी आयु समाचार पत्रों में एक दिन की होती है, अशिक्षित लोगों के लिए ये व्यर्थ होते हैं और राष्ट्रीय समाचार पत्रों में ये काफी महंगे होते हैं। रेडियो विज्ञापन कम समय के, संगीत-ध्वनि का प्रभाव लिए, शिक्षित-अशिक्षित सभी के लिए तथा कम खर्चीले होते हैं, परन्तु यह शब्द और ध्वनि पर केन्द्रित होने के कारण शीघ्र उड़ जाते हैं। टेलीविजन के विज्ञापन में दृश्य और श्रव्य का सुन्दर समन्वय होता है, परन्तु ये बेहद महंगे हैं। इन सब विज्ञापनों में कहीं शब्द कहीं ध्वनि और कहीं चित्र आदि पर विशेष बल दिया जाता है। विज्ञापन का लेखन कार्य करते हुए लेखक को इस बात का विशेष ध्यान रखना पड़ता है कि विज्ञापन किस माध्यम से प्रकाशित या प्रसारित होगा। समाचार पत्र, रेडियो तथा टेलीविजन – ये सभी माध्यम अलग-अलग विज्ञापन की मांग करते हैं। टेलीविजन में शब्द तथा चित्र दोनों का महत्व होता है लेखक को विज्ञापन तैयार करते हुए उत्पादन तथा उपभोक्ता से सम्बंधित जानकारी को ध्यान में रखना होता है। लेखक का गहन अध्ययन, उपभोक्ता के मनोविज्ञान का सूक्ष्म ज्ञान, शब्द भण्डार का विस्तार उसे सफल विज्ञापन लेखक बनाने में सहायक होते हैं। विज्ञापन एजेंसी में रिसर्च विभाग उत्पाद से सम्बंधित जानकारी का, उसकी बाजार की स्थिति का अध्ययन कर बताता है कि उत्पाद की खपत कहां और किस

वर्ग में हो सकती है। दूसरे भाग में कापी राइटर तथा कला-निर्देशक आते हैं। इन्हें क्रिएटिव भी कहा जाता है। ये वस्तु की मांग के अनुसार उसे नये ढंग से प्रस्तुत करते हैं। लेखक आकर्षक और मोहक शब्दों का चुनाव करता है तथा कला निर्देशक विज्ञापन को उत्तम तकनीक से सजाता और संवारता है। कला विभाग में दो उपविभाग होते हैं – मैकेनिकल और विजुअल। विज्ञापन को किसी मीडिया से निकालने का तकनीकी काम मैकेनिकल का है और उसके दृश्यकरण को विजुअल संभालता है। एजेंसी का प्रोडक्शन विभाग विज्ञापन को आकार प्रदान करता है। यहां से उसे मीडिया में प्रेषित किया जाता है। यहां प्लानिंग और एग्जीक्यूटिव वाले उसके वर्ग को निश्चित करते हैं। इस प्रकार विज्ञापन की सम्पूर्ण प्रक्रिया पूरी होती है।

विज्ञापन का लेखन कार्य करते हुए कापी-लेखक सबसे पहले विज्ञापन का शीर्षक बनाता है जो समाज के ध्यान को आकर्षित कर सके। शीर्षक विज्ञापन का प्राण माना जाता है। इसमें ध्यानकर्षण, स्मरण, विश्वास, सुझाव तथा कौतूहल का ध्यान रखना होता है। इसके बाद विज्ञापन के उपशीर्षक बनाए जाते हैं जिसमें उपभोक्ता की आवश्यकता को विस्तार दिया जाता है। इसके उपरान्त विज्ञापन का विस्तार किया जाता है जिसमें विषयवस्तु का विस्तार तथा स्पष्टीकरण होता है। अन्त में इसका उपसंहार होता है जिसमें उत्पाद को खरीदने की प्रेरणा दी जाती है। मुद्रण विज्ञापनों में इस बिन्दु पर कापी-लेखक की भूमिका समाप्त हो जाती है, परन्तु दृश्य विज्ञापनों में दृश्य-निर्माता तथा विन्यासकार की भूमिका आरम्भ हो जाती है जिसकी ओर ऊपर संकेत किया जा चुका है।

विज्ञापन-लेखक को विज्ञापन तैयार करते हुए इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि विज्ञापित वस्तु कहां मिलेगी, इसकी सूचना उपभोक्ता को मिल सके। विज्ञापन आश्वस्त कर सके कि उत्पाद उपभोक्ता के लिए लाभकारी होगा। उत्पाद उपभोक्ता में खरीददारी की इच्छा जागृत करे। विज्ञापन सहज हो, विज्ञापन की भाषा सरल हो तथा विज्ञापन का कथ्य उपभोक्ता को पूर्णतः संतुष्ट करता हो।

विज्ञापन के वाक्य निषेधात्मक, प्रश्नमूलक प्रेरक, विस्मय प्रधान, निश्चयात्मक, आकर्षक और विलक्षण होते हैं। कुछ उदाहरण इस प्रकार हैं –

1. मुक्ता पढ़िये आगे बढ़िये।
2. संग-संग रहने की उमंग।
3. पूरे परिवार के लिए एक आदर्श उपहार।
4. प्यार का अहसास, सुरक्षा और विश्वास।
5. जीवन के रंग अजीब, शुक्र है बोरोलीन करीब।
6. जिंदगी के लिए बस दो बूँद।

बड़े-बड़े वाक्यों, प्रश्न सूचक वाक्यों तथा विश्वास भरे वाक्य भी इसके लिए उपयोगी हैं। हिंदी ऐसे वाक्यों को देने में सफल है –

1. इस क्षण क्या आपका टूथपेस्ट दाँतों की सड़न का मुकाबला कर रहा है?
2. आँखें बंद कर टाइम स्टार चुनिये।
3. रातों को रचने दीजिए ख्वाबों—सी हसीन त्वचा।
4. इन सर्दियों में आपके होठों पर नयी मुस्कान जगाएँगे विंटर केअर।
5. जब दर्द सताएँ, तब कौन याद आए?
6. उत्तम धूमपान के लिए सुंदर परी बीड़ी पीजिए।

कुछ विज्ञापन निर्माण की शुद्धता को प्रस्तुत कर वस्तु को उत्तम व उपयोगी प्रमाणित करते हैं – ‘शुद्ध घी एवं प्राकृतिक जड़ी बूटियों से निर्मित अर्पण सुपर क्वालिटी धूप।’

कुछ प्रभाव को शक्तिशाली बनाते हैं –

‘बजाज लाल दंत मंजन दाँतों को स्वस्थ रखें, स्वस्थ मसूढ़ों के लिए दाँत दर्द में उपयोगी।

हिन्दी विज्ञापन में भरपूर आकर्षण शक्ति है, इसमें नये-नये भाषिक प्रयोग भी सफल हो रहे हैं। यह विचलन और समानांतरता का सहारा लेती है। वाक्यों एवं पदों को तुलनात्मक बनाती है। भाषा, उपमा, रूपक, श्लेष आदि अलंकारों, मुहावरों, सूत्रात्मक वाक्यों, विविध प्रयोगों को अपनाती जा रही है –

1. रोज-रोज आपकी त्वचा के लिए पंखुड़ियों जैसी कोमलता और चमेली जैसी भीनी-भीनी खुशबू भी।
2. मच्छरों को छू करने में जादू-सा असर दिखाएँ कछुआ छाप मच्छर अगरबत्ती।
3. सफेदी की चमत्कार, बार-बार सुपर रिन से।
4. थोड़ा-सा लो और मिलाओ, स्वाद में स्वाद ले आओ।

विज्ञापन का उद्देश्य वस्तु, व्यक्ति, व्यवस्था का प्रचार करना है। उसका उपयोग लोकमंगल में हो, इसका ध्यान रहे। उसमें स्वदेशीपन हो, अपनी सोच, अपनी भाषा व अपनी अभिव्यक्ति हो। आज अनेक विज्ञापन दूसरे के टक्कर पर चल रहे हैं। आज विज्ञापन को एक उद्योग का दर्जा मिल गया है। इसमें लाखों लोगों को रोजगार मिला हुआ है। संचार माध्यमों से व्यापार जगत को बड़ी सुविधाएँ मिल रही हैं। इस कारण से भी इसका तेजी से विकास हो रहा है। विज्ञापन प्रसारण सेवा से 14 घंटे से अधिक अवधि के मनोरंजन का कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं। मुंबई, मद्रास, दिल्ली तथा गुवाहटी से शार्ट वेब, ट्रांसमीटरों सहित अनेक केंद्रों से इसके कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। पत्र-पत्रिका, रेडियो, दूरदर्शन आदि के आय के ये अच्छे स्रोत हो गये हैं। सरकारी और गैरसरकारी तंत्रों को इनसे समान लाभ मिल रहा है।

11.4 विज्ञापन-लेखन की भाषा और शब्दावली

भाषा – विज्ञापन की भाषा जनमानस की भाषा होनी चाहिए। उसमें अर्थ, भाव, अलंकारगत चमत्कार, गूढ़ता व रहस्यात्मकता नहीं होनी चाहिए। इसकी भाषा पठनीय, ललित, स्पष्ट, विश्वास भरी, अनुकरणीय हो। जब तक पाठक, श्रोता या द्रष्टा के अनुरूप विज्ञापन की भाषा नहीं होगी तब तक सार्थक नहीं होगी। अनुकूलतम शब्दावली, सरल वाक्य रचना, आकर्षक पदबंध, समुचित संबोधन, कारक, लिंग, वचन, वाच्य की शुद्धता इसके लिए आवश्यक है। भाषा पूर्णतया मूल भावों या उद्देश्यों को व्यक्त करने में समर्थ हो। यह कमी है कि पहले अंग्रेजी में विज्ञापन की भाषा बनती है – फिर हिंदी में, पर सर्वत्र ऐसा नहीं है।

विज्ञापन की भाषा संगीतमय, स्वरलहरी, लयात्मक गुणों से युक्त तथा प्रवाहमय होनी चाहिए। जिसको लोग एक बार पढ़ने के उपरांत बराबर गुनगुनाते रहें, जैसे फिल्मी संगीत –

1. चाहे जितना भी खाओ, स्वाद से पचाओ।
2. दाग ढूँढते रह जाओगे।
3. काम में दम, दाम फिर भी कम।
4. सर्फ की खरीददारी में ही समझदारी है।
5. मेरा प्यार शालीमार।

मुहावरा, लोकोक्ति युक्त भाषा, अतिशयोक्तिपूर्ण कथन तथा विभिन्न लेखकीय प्रयोग विज्ञापन की भाषा में चार चाँद लगा देते हैं। भाषा स्मरणीय और पठनीय बन जाती है। अच्छी भाषा से विज्ञापन की आकर्षण क्षमता और विक्रयशक्ति बढ़ जाती है।

विज्ञापन की भाषा में वस्तु, विषय, परिवेश और समाज के अनुसार भिन्नता होनी चाहिए। एक घिसी-पिटी भाषा सभी विज्ञापनों के लिए सार्थक नहीं हो सकती है। सब के लिए शब्दावली, वाक्य संरचना, तेवर और शैलीगत बदलाव आवश्यक होता है। कार्यालय, विज्ञापन, कानून, विज्ञान, साहित्य, राजनीतिक भाषण आदि की भाषा का स्वरूप भिन्न-भिन्न प्रकार का होता है। विज्ञापन की भाषा प्रकृति की दृष्टि से तकनीकी, लिखित तथा औपचारिक, व्यावहारिक, वैयक्तिक और वार्ताशैली की होती है। हिंदी विज्ञापन में सफल भाषा है।

विज्ञापन की भाषा प्रयोजनमूलक पक्ष को सबसे अधिक उद्घाटित करती है, क्योंकि विज्ञापनों के माध्यम से विक्रेता या निर्माता अपने उत्पाद खरीदने के लिए लोगों को प्रेरित करते हैं, फुसलाते हैं, उत्पादक के गुणों का बखान करते हुए उनमें खरीदने के प्रति रुचि पैदा करते हैं। इस दृष्टि से इस इकाई में विज्ञापन की भाषा पर ज्यादा चर्चा की गई है – जिससे प्रयोजनमूलक भाषा के स्वरूप का जायजा मिले।

विज्ञापन में विविध भावों को उभारा जाता है। कहीं मातृ छवि पर, कहीं भ्रातृ छवि पर, कहीं दाम्पत्य छवि पर बल दिया जाता है। विज्ञापनकर्ता अपने उत्पादन के संदर्भ में लोगों में विश्वसनीयता जगाना चाहते हैं, जिससे

लोग उसे खरीदने के लिए प्रेरित हों। विज्ञापन में उत्पादन के गुणों का भी उल्लेख होना चाहिए। अनेक के बीच अपनी छवि उभारी जाती है। उत्पादन की गुणवत्ता को ग्राहकों तक पहुँचाने का प्रयास किया जाता है। विशेष आकर्षण और विश्वास के लिए अनेक विज्ञापनों में फिल्मी अभिनेता या अभिनेत्री, खिलाड़ी आदि को मुख्य पात्र बनाया जाता है – जो अपने क्षेत्र में ख्याति प्राप्त कर चुके हों। इस समय अमिताभ बच्चन विज्ञापन में खूब कार्य कर रहे हैं। कहीं-कहीं उनकी पत्नी भी लग जाती हैं। फिल्म अभिनेत्रियों की प्रस्तुति की भाषा अपने ढंग की होती है –

“33 से ज्यादा सालों से एक निवेश

आपको देता आया है एक ऊँची सुरक्षा

समय से विश्वास, आकर्षण की वृद्धि होती है।”

हिंदी के विज्ञापन अभी लाखों की ही बातें करते हैं, करोड़ों की करनी चाहिए।

शब्दावली – विषय के अनुसार विज्ञापन की शब्दावली बदलती रहती है। जैसे – कास्मेटिक्स के विज्ञापन में सुंदरता, निखार, कोमलता, ताजगी, महक।

दवाइयों के विज्ञापन में – आराम, स्वस्थता, तन-मन जगाना।

खाने-पीने के विज्ञापन में – स्फूर्ति, जोश, शक्ति।

ये मात्र शब्द ही नहीं हैं, बल्कि व्यवहार के विशेषण भी हैं। कभी-कभी चामत्कारिक शब्दों का प्रयोग भी होता है।

“हाँ वाशिंग पाउडर का जादू”। ‘जादू’ शब्द इसका परिचायक है कि हमारे निर्माता अक्सर हर वस्तु के संदर्भ में तथ्यात्मक सूचना नहीं देते, बल्कि उत्पादक के जादुई असर का सब्जबाग दिखाकर हम पर हावी होते हैं।

विज्ञापन का उद्देश्य है उत्पाद को खरीदने के लिए लोगों को फुसलाना। इससे लोगों का ध्यान विज्ञापन की ओर आकृष्ट करना आवश्यक है। संचार माध्यम के अनुसार ध्वनि प्रभाव या तस्वीर, नारे आदि से विज्ञापन पाठकों का ध्यान आकृष्ट करते हैं। कुछ प्रयोग और प्रभाव के नमूने भी दिखाते हैं। तदनुसार शब्दावली का प्रयोग करते हैं, जैसे – आराम, स्फूर्ति और ताजगी के संबंध में अशोक नील का विज्ञापन ‘खर्चा कम ज्यादा दम’ विपुल की साड़ी वाह-वाह।

East or West

Vipur is the best.

विज्ञापन की शब्दावली में ध्वनि प्रभाव, ओज, आकर्षण और प्रभावात्मकता हो। आवश्यकतानुसार इसकी शब्दावली बनायी जाती है। अभी तक इस प्रकार की शब्दावली का कोई नहीं तैयार हो सका है, पर शब्द-संपदा

की दृष्टि से विज्ञापन के लिए हिंदी समर्थ है। विज्ञापन की दुनिया मिली-जुली होती है। इसकी शब्दावली यदि मिश्रित होती है, तो लोगों को बड़ी सुविधा मिलती है। हिंदी की व्यावहारिक शब्दावली मिलीजुली है – विदेशी भाषाओं में अंग्रेजी, फारसी, तुर्की, भारतीय में संस्कृत, मराठी और गुजराती के शब्द मिलते हैं।

1. हार्लिक्स ज्यादा शक्ति देता है।
2. लाइफ ब्यॉय है जहाँ, तुंदुरुस्ती है वहाँ।
3. कुदरती चमक, कुदरती दमक।
4. कड़क दिल वालों की पहली पसंद, कड़क चाय।
5. पहली नजर में आप इसे अपना दिल दे बैठेंगे।
6. फिल्मी सितारों का सौंदर्य साबुन-शुद्ध सौम्य लक्स (Lux)।

11.5 सारांश

विज्ञापन लेखन कला, उद्योग, शोध एवं प्रबंधन प्रक्रिया है। विज्ञापन की सम्पूर्ण सामग्री विज्ञापन मूल प्रति (कॉपी) के नाम से जानी जाती है। यह विज्ञापन लेखक की योग्यता है कि वह विज्ञापन को सफलतापूर्वक निर्मित करता है। सामान्य रूप से यह भी सत्य है कि विज्ञापन को कला-निदेशक, फोटोग्राफर, कलाकार आदि द्वारा सजाकर आकर्षक बनाया जाता है। विज्ञापन लेखन के आधार पर ही विज्ञापन पूर्ण रूप में प्रस्तुत होता है।

11.6 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. विज्ञापन-लेखन से आप क्या समझते हैं ।

.....

.....

.....

.....

2. विज्ञापन-लेखन का स्वरूप स्पष्ट करें ।

.....

.....

.....

.....

3. विज्ञापन-लेखन की भाषा पर टिप्पणी कीजिए ।

.....

.....

.....

.....

4. विज्ञापन-लेखन क्या होता है और इसमें भाषा का क्या महत्व है ।

.....

.....

.....

.....

11.7 पठनीय पुस्तकें

1. प्रयोजनमूलक हिन्दी – डॉ. अनुज प्रताप सिंह
2. जनसम्पर्क, विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम – एन.सी. पंत
3. सूचना, संचार और समाचार – मुकुल श्रीवास्तव
4. संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र
5. जनपत्रकारिता, जनसंचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित
6. रंगकर्म और मीडिया – जयदेव तनेजा
7. दूरसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी – डी.डी. ओझा, सत्यप्रकाश
8. प्रयोजनमूलक हिन्दी और पत्रकारिता – डॉ. दिनेश प्रसाद सिंह
9. इलेक्ट्रानिक मीडिया के सिद्धान्त – रूपचंद गौतम
10. संचार और पत्रकारिता के विविध आयाम – ओम प्रकाश सिंह
11. प्रयोजनमूलक हिन्दी : सिद्धान्त और प्रयोग – दंगल झाल्टे

.....

रेडियो और टी.वी सिनेमा के लिए
रूपान्तरण की प्रक्रिया में अन्तर

इकाई की रूपरेखा

- 12.1 भूमिका
- 12.2 उद्देश्य
- 12.3 श्रव्य एवं दृश्य-श्रव्य माध्यमों में भाषिक अंतर
- 12.4 रेडियो नाटक एवं नाटक में अंतर
- 12.5 रूपांतरण की प्रक्रिया में अंतर
- 12.6 साहित्य की विधाओं का दृश्य माध्यमों में रूपांतरण
- 12.7 टेली-ड्रामा, डॉक्यू ड्रामा
- 12.8 निष्कर्ष
- 12.9 महत्त्वपूर्ण शब्दावली
- 12.10 लघु-उत्तरीय प्रश्न
- 12.11 दीर्घ-उत्तरीय प्रश्न
- 12.12 पुस्तक सुझाव
- 12.13 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 12.1 उद्देश्य

प्रस्तुत अध्याय का उद्देश्य विद्यार्थियों को संचार माध्यम के दो प्रकारों श्रव्य संचार एवं दृश्य-श्रव्य संचार

के मध्य अंतर को स्पष्ट कराना है, जिससे वे दोनों माध्यमों के उद्देश्य और कार्य प्रणाली के अंतर को पहचान सकेंगे।

12.2 भूमिका

संचार की अवधारणा की तरह उसकी प्रक्रिया भी अत्यन्त जटिल है। वैश्वीकरण और भूमण्डलीकरण के दौर में सूचना तंत्र के विकास ने भी विश्व को गहरे तक प्रभावित किया है। नई-नई तकनीकों के आने से सूचना तंत्र ने आधुनिक जीवन की प्रत्येक गतिविधि को तीव्र गति से विश्व समाज के सामने सहजता से पहुँचा दिया। संचार के दो मुख्य प्रकार हैं— श्रव्य संचार एवं दृश्य श्रव्य संचार, ये दोनों ही प्रकार इलेक्ट्रॉनिक माध्यम के अंतर्गत आते हैं परंतु फिर भी इनमें पर्याप्त अंतर देखने को मिलता है। यह अंतर भाषा के स्तर पर, प्रस्तुति के स्तर पर, प्रभावित करने के स्तर पर मिलता है। दृश्य श्रव्य माध्यमों में श्रव्य भी शामिल होता है, परंतु उसमें मनुष्य एक से अधिक ज्ञानेन्द्रों का प्रयोग करता है। जबकि श्रव्य माध्यमों को सुनते समय व्यक्ति अन्य कार्यों में भी व्यस्त हो सकता है, इसी कारण एकाग्रता के स्तर पर भी दोनों में पर्याप्त अंतर दृष्टिगोचर है? प्रस्तुत अध्याय में हम इन्हीं दोनों माध्यमों के बीच के अंतर को स्पष्ट करेंगे जिनसे इन दोनों प्रकारों की अलग-अलग आवश्यकताओं एवं सूक्ष्म बारीकियों को समझने में मदद मिलेगी।

12.3 श्रव्य एवं दृश्य-श्रव्य माध्यमों में भाषा की प्रकृति

श्रव्य माध्यम अपनी प्रकृति एवं भाषा के स्तर पर दृश्य-श्रव्य माध्यमों से नितांत भिन्न होता है। श्रव्य माध्यमों की भाषा इनकी श्रव्यात्मकता के कारण भिन्न होती है। श्रव्य माध्यमों के लिए लेखन इसकी विशेषताओं या सीमाओं को ध्यान में रखकर किया जाता है। यहां हम श्रव्य माध्यमों के प्रमुख उपकरण रेडियो एवं दृश्य-श्रव्य माध्यम के प्रमुख उपकरण टेलीविजन पर प्रसारित होने वाले विविध कार्यक्रमों के भाषिक अंतर का सूक्ष्मता से अध्ययन करेंगे।

- (i) **रेडियो समाचार**—रेडियो समाचार की अपनी सीमा है, यहाँ दृश्य, हाव-भाव द्वारा कुछ भी दर्शाया नहीं जा सकता। यहाँ सब कुछ लेखक एवं वाचक पर ही निर्भर करता है इसी कारण रेडियो समाचार में ऐसे शब्दों के प्रयोग से बचना चाहिए जिससे समाचार सुनते समय भ्रम का आभास हो, इसके लिए सरल शब्दों का प्रयोग अधिक सार्थक होता है जैसे 'एवं' या 'व' के स्थान पर 'और' शब्द का प्रयोग अधिक सहज होगा। रेडियो समाचार में समाचार के स्रोत का उल्लेख भी किया जाना चाहिए इससे समाचार की प्रामाणिकता बनी रहती है। इसके अतिरिक्त रेडियो वाचन सामान्य गति एवं प्रवाहयुक्त होना चाहिए एवं वाचक का उच्चारण साफ़ और मानक होना चाहिए।
- (ii) **टेलीविजन समाचार**— 15 सितंबर 1959 को जब दूरदर्शन की स्थापना हुई तब समाचार की प्रस्तुति का स्वरूप बिल्कुल अलग था। आरंभ में टेलीविजन समाचारों में समाचार से संबंधित विजुअल बहुत कम होते थे, परंतु आज प्रतिस्पर्धा की दौड़ में टेलीविजन पर समाचारों की प्रस्तुति का दबाव बहुत अधिक बढ़ गया है। इसी कारण समाचारों की भाषा रेडियो से बिल्कुल अलग हो चुकी है, उनमें संकेतों, एनिमेशन, हाव-भाव, विजुअल क्लिपिंग के साथ तालमेल स्थापित करने वाली भाषा पर बल दिया जाता है।
- (2) **रेडियो एवं टेलीविजन नाटक/धारावाहिकों की भाषिक प्रवृत्ति में अंतर**—रेडियो केवल श्रव्यात्मक होने के कारण रेडियो नाटक अथवा धारावाहिकों की भाषा चित्रात्मक और बिंबधर्मी होनी चाहिए जिससे उसके

दृश्य के अभाव को पूरा किया जा सके। रेडियो नाटक की भाषा में पर्याप्त नाटकीयता भी होनी चाहिए। इसके अतिरिक्त रेडियो में अभिधात्मक भाषा का प्रयोग किया जाता है। लक्षणा, व्यंजना एवं आलंकारिक भाषा का प्रयोग कुछ विशिष्ट स्थानों पर ही किया जाता है। रेडियो की अपनी एक खास शब्दावली भी होती है, जिसका ध्यान रेडियो में प्रसारित कार्यक्रमों के संपादक रखते हैं।

रेडियो नाटक की भाषा का एक उदाहरण—

नल में से पानी की बूँदें टपकने की आवाज़ टप-टप फिर औरतों का पदचाप, पायल की आवाज़ छन-छन-छन।

नारी स्वर— आ गई तुम!

शीतल— हाँ

नारी स्वर— पानी मिला

शीतल— नहीं, आज भी नल में पानी नहीं

क्या होगा हम गरीबों का?

(अंदर से सिसकियों की आवाज़)

इस प्रकार श्रव्यात्मकता एवं विभिन्न ध्वनि संकेतों के आधार पर रेडियो के लिए नाटक लिखे जाते हैं।

टेलीविजन धारावाहिकों की भाषा— टेलीविजन धारावाहिकों की भाषा में इस प्रकार के ध्वनि-संकेत देने की आवश्यकता नहीं, क्योंकि वहाँ श्रव्य के साथ-साथ दृश्य भी है। कहावत भी है कि एक चित्र अनेक शब्दों को बोल देता है इसलिए टेलीविजन लेखक के लिए यह आवश्यक है कि वह लेखन के दौरान दृश्यों को बोलने का अपेक्षित अवसर दे, क्योंकि दृश्यों के साथ यथानुरूप शब्दों के प्रयोग द्वारा भावों आदि का संप्रेषण हो जाता है।

- (3) **रेडियो कमेंट्री एवं टेलीविजन कमेंट्री में भाषिक अंतर—**कमेंट्री के लिए किसी भी तरह का आलेख पहले से लिखकर तैयार नहीं किया जा सकता, इसे क्षण-क्षण देखकर वक्ता को सीधा बोलना होता है, अतः रेडियो कमेंट्री का विवरण बिंबात्मक एवं चित्रात्मक होना चाहिए जिससे श्रोता उसे सुनकर अपने मस्तिष्क में पूर्ण घटना का एक सजीव चित्र स्थापित कर सके। टेलीविजन कमेंट्री में दृश्यों के साथ भाषा को संबद्ध कर कमेंट्री की जाती है क्योंकि वहाँ दर्शकों का ध्यान दृश्यों पर अधिक होता है।
- (4) **विज्ञापनों में भाषिक अंतर—**श्रव्य माध्यम होने के कारण रेडियो में विज्ञापन की भाषा अधिक संगीतमय होनी चाहिए जिससे श्रोता विज्ञापन के प्रति आकर्षित हो सकें। टेलीविजन में विज्ञापन की भाषा संगीतमय न भी हो तब भी दृश्यों के कारण दर्शक आकर्षित होते हैं।

12.4 रेडियो नाटक एवं नाटक में अंतर-

नाटक पहले केवल पढ़ने एवं रंगमंच पर प्रस्तुत करने के लिए ही लिखे जाते थे लेकिन बदलती तकनीक के कारण आज इन नाटकों का रेडियो पर प्रसारण के लिए रूपांतरण किया जाने लगा। श्रव्य प्रधान होने के कारण रेडियो के लिए रूपांतरित नाटकों से कहीं अधिक विशेष रूप से रेडियो के लिए लिखे जाने वाले नाटक एक स्वतंत्र साहित्यिक विधा के रूप में जाने जाते हैं। हिंदी के प्रतिष्ठित रेडियो नाटककार और एक समय में आकाशवाणी के नाटक विभाग में चीफ़ प्रोड्यूसर के रूप में अपनी सेवाएं देने वाले श्री चिरंजीत के शब्दों में रेडियो नाटक रंगमंचीय नाटक के तात्त्विक मानदण्डों पर खरा नहीं उतरते। उनके कथानुसार रेडियो नाटक पर '.....रंगमंचीय नाटक का अंकों वाला गणित लागू नहीं होता। यदि हम अंकों, दृश्यों और दृश्यबंधों को ही दृष्टि में रखकर बात करें, तो हम कह सकते हैं कि रेडियो नाटक एकांकी भी होता है और अनेकांकी भी। यह एक दृश्य का भी हो सकता है और अनेक दृश्यों का भी। रेडियो नाटक के दृश्यों की लंबाई-चौड़ाई पर भी कोई बंधन नहीं होता। एक दृश्य एक संवाद का भी हो सकता है और दो सौ संवादों का भी।' रेडियोधर्मी नाटक स्थान एवं काल की अन्धितियों के बंधन से भी मुक्त होता है। वहीं टेलीविजन पर दिखाए जाने वाले अथवा रंगमंचीय नाटकों में यह बंधन होते हैं। इस प्रकार देखा जाए तो श्रव्य विधा होने के कारण रेडियो नाटककार के लिए रंगमंचीय नाटकों से कहीं अधिक विस्तार की संभावनाएं होती हैं। रेडियो नाटक की सार्थकता भी तभी है जब नाटककार शब्दों में ही दृश्यों के अभाव की पूर्ति इस प्रकार कर दे कि श्रोता उस नाटक को सुनकर ही दृश्यों का अनुभव कर सके। जो वस्तु-तत्त्व उसके सामने प्रत्यक्ष उभरकर नहीं आ रहा, उसे श्रोता अपने मन की आँखों से देख सके। अगर कहा जाए कि 'श्रव्य का रंगमंच श्रोता की कल्पना है' तो कोई अतिशयोक्ति नहीं होगी।

रेडियो नाटक एवं नाटक में तात्त्विक अंतर

1. **रेडियो-नाटक कथानक-** रेडियो नाटक का कथानक इतना प्रभावशाली होना चाहिए कि श्रोताओं की रुचि उसमें बनी रहे, उसका आरंभ जिज्ञासा एवं कौतूहल उत्पन्न करने वाला होना चाहिए जिससे श्रोता उसे अंत तक सुनें।

दृश्य नाटक कथानक- नाटकों में दृश्य एवं ध्वनि के मध्य सम्बन्धात्मकता का ध्यान रखकर ही उसे प्रभावशाली बनाया जाता है, वहां पात्रों के मेकअप, दृश्य, छायांकन प्रकाश व्यवस्था का भी पूर्ण ध्यान रखा जाता है।

2. **रेडियो-नाटक पात्र संरचना-** रेडियो नाटक में पात्रों की भूमिका अत्यन्त महत्त्वपूर्ण बन जाती है। ये पात्र ही रेडियो नाटक को जीवन्तता प्रदान करते हैं। इसके बिना कथानक की कल्पना असंभव है। रेडियो नाटक की सबसे बड़ी समस्या यह है कि वह रंगमंच पर अभिनीत किए जाने वाले नाटकों की तरह अपने पात्रों की वेशभूषा या आयु को सामने नहीं दिखा पाता। इसलिए पात्रों के संवादों और उनकी बोलने की शैली के आधार पर ही श्रोता अपने मन में इस पात्र की रूपावृत्ति को बना लेता है। पात्रों की इन आवाजों के माध्यम से ही श्रोता को उसके व्यक्तित्व, प्रवृत्ति, विचारधारा तथा उसकी परिस्थितियों का ज्ञान होता है। किसी भी पात्र के सामाजिक परिवेश और उसकी मनोवैज्ञानिक अवस्था का परिचय भी उसके संवादों की अदायगी से मिल सकता है। विशिष्ट पात्रों को उनके अनुकूल भाषा देकर उन्हें

वास्तविक बनाने का प्रयास किया जाना चाहिए।

दृश्य नाटक पात्र संरचना— नाटकों के पात्र वेशभूषा दिखा पाते हैं। उन्हें हाव-भाव पर विशिष्ट ध्यान देना पड़ता है, उनकी मौन में भी अभिव्यक्ति छिपी होती है। उनके द्वारा किए गए कार्यों से कुछ शब्दों को बोलने की आवश्यकता ही नहीं पड़ती।

3. **रेडियो-नाटक संवाद**— रेडियो नाटक के संवाद बिंबधर्मी, सरल, सहज, स्पष्ट और संक्षिप्त होने चाहिए, जो श्रोताओं को आसानी से समझ आ सकें। सरल संवाद नाटक को अभिनीत करने वाले वाचकों द्वारा आसानी से बोले जा सकते हैं।

दृश्य नाटक संवाद— नाटकों में संवाद दृश्यों के साथ पूर्णतः सम्बद्ध होना चाहिए, यहाँ संवादों में विभिन्न भाव भंगिमाओं की आवश्यकता होती है। ये भाव-भंगिमाएँ ही संवादों को प्रभावशाली ढंग से प्रस्तुत कर पाती हैं।

4. **रेडियो-नाटक ध्वनि प्रभाव एवं संगीत नियोजन**— रेडियो नाटक में ध्वनि एवं संगीत का विशिष्ट महत्त्व होता है। हरिश्चन्द्र खन्ना के शब्दों में— “ध्वनि प्रभाव परिपार्श्व का निर्माण करते हैं। संगीत वातावरण की पुष्टि करता है।”

दृश्य नाटक ध्वनि एवं संगीत— रेडियो नाटक की भांति ध्वनि एवं संगीत दृश्य श्रव्य संचार में भी होता है परन्तु पटकथा में पात्रों के भावों को यथानुरूप प्रस्तुत करने के लिए भावानुसार ध्वनि का प्रयोग उसे प्रभावशाली बनाता है।

5. **रेडियो-नाटक भाषा**— रेडियो नाटक की भाषा चित्रात्मक और बिंबधर्मी होनी चाहिए जिससे दृश्य के अभाव को पूरा किया जा सके।

दृश्य नाटक भाषा— नाटकों की भाषा में चित्रात्मकता एवं बिंबधर्मिता की अनिवार्यता नहीं होती।

इसके अतिरिक्त इन नाटकों में तल एवं दृश्य प्रबंधन, छायांकन एवं प्रकाश व्यवस्था का भी ध्यान रखना पड़ता है, जिसकी रेडियो नाटक में आवश्यकता नहीं पड़ती।

12.5 रेडियो और सिनेमा रूपांतरण की प्रक्रिया में अंतर—

प्रिंट माध्यमों में लिखी गई उपन्यास, कहानी अथवा नाटक को श्रव्य संचार एवं दृश्य श्रव्य संचार के अनुरूप बनाना ही रूपांतरण कहलाता है। किसी भी विधा को श्रव्य एवं दृश्य-श्रव्य संचार में रूपांतरित करने की प्रक्रिया भिन्न होती है क्योंकि श्रव्य संचार की प्रकृति श्रव्यात्मकता तक सीमित होती है, जबकि दृश्य-श्रव्य संचार में श्रव्य के साथ-साथ दृश्यों पर भी ध्यान देना पड़ता है। इनकी अपनी-अपनी विशिष्टताएँ एवं सीमाएँ हैं।

श्रव्य संचार की विशिष्टता— गद्य की किसी विधा को श्रव्य संचार के लिए रूपांतरित करते समय लेखक को स्थान की व्यवस्था के लिए सोचना नहीं पड़ता केवल ध्वनि प्रभाव उत्पन्न करके ही स्थान का आभास

करवाया जा सकता है, जैसे रेल, समुद्र के दृश्यों के लिए वहां जाने की आवश्यकता नहीं, केवल ध्वन्यात्मक प्रभाव उत्पन्न कर इस समस्या से छुटकारा मिल जाता है।

सीमाएँ— श्रव्य माध्यम के रूपांतरण की प्रक्रिया में कई कठिनाइयों का सामना भी करना पड़ सकता है, जैसे नाटक में जहां मौन एवं चुप्पी दिखलाई गई है अथवा अभिनेता के हाव-भाव को ही अभिव्यक्ति का माध्यम बनाया गया है, वहां रेडियो लेखक को कुछ अलग सोचना पड़ेगा अथवा ध्वनि एवं संगीत का सहारा लेकर उसकी भरपाई करनी पड़ेगी परंतु उसकी भरपाई पूर्ण हो पाएगी अथवा नहीं यह पूर्णतः नहीं कहा जा सकता, उदाहरणतः नाटक में यदि लिखा हो उसका चेहरा गुस्से से तमतमा उठा, तो इसे दिखाने के लिए रेडियो नाटककार को एक विशेष ध्वन्यात्मक प्रभाव उत्पन्न करना पड़ेगा।

दृश्य संचार की विशिष्टता— श्रव्य संचार की जो सीमाएं हैं वे ही दृश्य संचार की विशिष्टता में परिणत हो जाती हैं। वहां पर अभिनय का सहारा लेकर नाटक अथवा कहानी में लिखे हाव-भाव को पूर्णतः चित्रित किया जा सकता है। जैसे— उसने भय से अपनी आंखें बंद कर ली। अभिनेता के चेहरे पर भय एवं आंखें बंद करने का दृश्य दिखलाकर इसे पूर्णतः चित्रित किया जा सकता है।

दृश्य संचार की सीमाएँ— श्रव्य संचार की विशिष्टताएं दृश्य संचार की सीमाएं होती हैं। इसमें ऊंचे पहाड़, समुद्र, रेलवे स्टेशन, चलती रेल का दृश्य दिखाना बहुत ही कठिन होता है, रंगमंच पर ऐसे दृश्यों के लिए सेट तैयार करना बहुत ही कठिन है, इसमें बजट का भी विशिष्ट ध्यान रखना पड़ता है।

12.6 साहित्य की विधाओं का दृश्य माध्यमों में रूपान्तरण

कविता, कहानी और उपन्यासों की रचना पाठकों के लिए की जाती है। ये रचनाएं पढ़े-लिखे लोगों के लिए होती हैं। जो व्यक्ति निरक्षर है, उसके लिए इनका कोई मूल्य नहीं। निरक्षर व्यक्ति इन्हें समझ सके तथा इनका रसास्वादन कर सके, इसके लिए इन विधाओं का दृश्य माध्यमों में रूपान्तरण किया जाता है। नाटक को प्राचीन आचार्यों ने दृश्य विधा कहा है। इसे साक्षर-निरक्षर, पुरुष-स्त्री, बाल-वृद्ध सभी देख सकते हैं और इसका आनन्द प्राप्त कर सकते हैं। इसीलिए कहानी और उपन्यास का नाटक के रूप में रूपान्तरण होता रहा है। प्रेमचन्द की कहानी 'ठाकुर का कुआं' का नाट्य-रूपान्तरण और इसके पश्चात् टी. वी. रूपान्तरण सफलतापूर्वक हो चुका है, 'शतरंज के खिलाड़ी' कहानी पर टी. वी. फिल्म बन चुकी है। इसी प्रकार प्रेमचंद के उपन्यासों 'गोदान' और 'गबन' पर फिल्में बन चुकी हैं। रामचरित मानस काव्य है परन्तु इसे आधार बनाकर फिल्में और टी. वी. धारावाहिक बन चुके हैं। इनके अतिरिक्त अनेक उपन्यासों और कहानियों के नाट्य-रूपान्तरण किये गये हैं और किये जा रहे हैं। 'महाभोज' उपन्यास का नाट्य-रूपान्तरण स्वयं लेखिका मन्नू भण्डारी ने किया है। इसी प्रकार देवकी नन्दन खत्री के उपन्यास का नाट्य-रूपान्तरण 'काजर की कोठरी' नाम से मृणाल पाण्डे ने किया है।

ये सभी रूपान्तरण करने का एक ही प्रमुख उद्देश्य रहा है कि साहित्य की महान् कृतियों को हिन्दी भाषी साक्षर-निरक्षर पाठक जान सकें तथा उनका रसास्वादन कर सकें। जो प्रभाव आंखों से देखी रचना का दर्शक पर पड़ता है, वह श्रव्य या पठित का नहीं पड़ सकता। पठित या श्रव्य में पाठक या श्रोता को कल्पना करनी पड़ती है जबकि

दृश्य में किसी कल्पना की आवश्यकता नहीं होती। पात्र और घटनाएं दर्शक के सामने होते हैं। घटनाएं उसकी आंखों के सामने घटित होती हैं और पात्र अपने क्रिया-कलाप तथा गतिविधियां उसके सामने करते हुए उसे दिखाई देते हैं। आंखों से देखी गई कोई बात निश्चय ही दर्शक को अधिक प्रभावित करती है। इसीलिए साहित्य की श्रव्य या मुद्रित विधाओं का दृश्य माध्यमों में रूपान्तरण किया जाता है। नाटक की अपनी कुछ सीमाएं हैं। अनेक दृश्यों और घटनाओं को नाटक में प्रस्तुत नहीं किया जा सकता। बड़े-बड़े युद्धों, पहाड़ों, नदियों, झरनों, महलों, सघन वनों, हिंसक पशुओं, पक्षियों, उद्यानों, हत्या, वध, स्नान आदि को नाटक में प्रस्तुत करना कठिन है तथा नाट्यशास्त्रीय वर्जनाएं भी हैं। ये सभी कार्य फिल्म में सरलता से हो जाते हैं, क्योंकि फिल्म के पास जहां थियेटर की गति और कैमरा है, वहां वह दृश्य और श्रव्य भी है। इन चार विशेषताओं के कारण वह नाटक को पीछे छोड़ जाती है। इसीलिए नाटक के बाद फिल्म के रूप में साहित्य की विधाओं के रूपान्तरण होते रहे हैं। फिल्म को फोटोग्राफिक मीडिया माना जाता है, परन्तु उसमें श्रव्य और दृश्य के गुण भी विद्यमान हैं। इसके अतिरिक्त सात्विक भावों की या अभिनय की अभिव्यक्ति के लिए उसके पास 'क्लोज-अप' भी है जिसका प्रयोग फिल्मों में किया जाता है। चेहरे की प्रत्येक मुद्रा और भाव, रेखा और सलवट सभी दर्शक के सामने उभर आती हैं। ये मुद्राएं और भाव नाटक में दूरी पर बैठा दर्शक नहीं देख सकता, परन्तु फिल्म का दर्शक इन्हें देख सकता है। टी. वी., वीडियो में भी इसी तकनीक का प्रयोग किया जाता है। फिल्म देखने के लिए दर्शक को सिनेमा हाल में जाना पड़ता है जबकि टी.वी और वीडियो उसके घर में प्रवेश कर चुके हैं। यहां उसे बटन दबाने की ही आवश्यकता पड़ती है और दृश्य या घटनाएं उसके सामने साकार हो जाती हैं। टी. वी. की इस लोकप्रियता के कारण अब साहित्य की विधाओं का टी. वी. नाटक के रूप में रूपान्तरण हो रहा है। टेली-फिल्में, टेली नाटक लिखे जा रहे हैं तथा टी. वी. पर प्रसारित हो रहे हैं इस प्रकार कहानी, उपन्यास के दृश्य माध्यम के रूप में रूपान्तरण का पहला चरण नाटक है। नाटक की सीमाओं के कारण दूसरा चरण फिल्म के रूप में आया। फिल्म की घटती लोकप्रियता और टी. वी. वीडियो की घरों में पैठ के कारण तीसरा चरण टी. वी. नाटकों आदि का है।

जब भी साहित्य की किसी विधा को नये रूप में रूपान्तरित किया जाता है तो बहुत कुछ छोड़ना और जोड़ना पड़ता है। माध्यम के अन्तर के कारण कहानियों और उपन्यासों में भारी अन्तर आ जाता है। जिन बातों को पढ़ा या सुना जाता है, उन्हें जब दृश्य माध्यम के रूप में ढाला जाता है तो इसमें परिवर्तन आना स्वाभाविक है। कहानीकार या उपन्यासकार ने शब्दों का सहारा लेकर रचना को तैयार किया होता है। जब यह नाटक बनता है तो थियेटर जीवित कलाकारों को माध्यम के रूप में प्रयुक्त करता है। सिनेमा और टी. वी. कैमरा माध्यम को प्रयुक्त करते हैं। माध्यम में परिवर्तन आ जाने के कारण रचना के रूप में परिवर्तन करने पड़ते हैं। रूप में जब परिवर्तन किये जाते हैं तो रचना कुछ बदल जाती है। ऐसा होने पर आरोप लगाया जाता है कि फिल्मकार ने मूल रचना के साथ न्याय नहीं किया। शतरंज के खिलाड़ी कहानी और 'निर्मला' उपन्यास के टी. वी. रूपान्तरण पर इसी प्रकार के आरोप लगाए जाते रहे हैं। फिल्म और टी. वी. वाले व्यावसायिक दृष्टि को लेकर चलते हैं। उनका उद्देश्य अधिक से अधिक पैसा कमाना होता है। यह पैसा उन्हें तभी प्राप्त हो सकता है जब दर्शकों की संख्या बढ़े। दर्शकों की संख्या बढ़ाने के लिए वे मूल कृति में परिवर्तन करते हैं तथा ऐसी कुछ स्थितियां या दृश्य डाल देते हैं जो मूल रचना में होते ही नहीं अथवा उनका वहां पर कोई महत्त्व नहीं होता। इसी कारण साहित्य की ये विधाएं रूपान्तरण पर बदली हुई-सी दिखाई देती हैं। 'चन्द्रकाता' तथा 'मृगनयनी' इसके उदाहरण हैं। इसका समाधान यही है कि फिल्म या टी. वी. रूपान्तरकार मूल कथ्य और सन्देश

के साथ अधिक छेड़छाड़ न करे। इससे मूल रचना भी बनी रह सकती है और फिल्मकार या टी. वी. कार की व्यावसायिक दृष्टि भी।

12.7 टेली-ड्रामा/डाक्यूमेंटरी ड्रामा

टेलीविजन का प्राण इसकी चित्रात्मकता है। कोई व्यक्ति किसी बात को कहने के लिए हजार शब्दों का प्रयोग करता है तब भी वह अपनी बात को कई बार आधी-अधूरी या अस्पष्ट कह पाता है। यदि इसके स्थान पर दर्शक के सामने एक चित्र रख दिया जाये तो यह चित्र उस बात को तत्काल और आकर्षक ढंग से प्रस्तुत कर देता है। इसीलिए कहा जाता है कि एक चित्र हजारों शब्दों के समतुल्य होता है। जिस भाव को या जिस स्थिति को हजार शब्द व्यक्त नहीं कर पाते, उसे एक चित्र स्पष्ट कर देता है। टेलीविजन के लिए लेखन-कार्य मुद्रण माध्यम से पूर्णतः भिन्न है। इसके लिए लिखते हुए लेखक को पर्दे को ध्यान में रखना होता है। उसे शब्द, ध्वनि आदि के साथ-साथ वीडियो तकनीक, साउण्ड तकनीक, फिल्म-तकनीक आदि का भी पर्याप्त ज्ञान होना चाहिए। टेलीविजन-लेखन करते हुए पृष्ठ को दो भागों में लिखा जाता है-दृश्य तथा श्रव्य रूप में। इस कार्य को करते हुए लेखक को चार आलेख बनाने पड़ते हैं- ड्राफ्ट आलेख, संशोधित आलेख, अंतिम आलेख तथा कैमरा आलेख। ड्राफ्ट आलेख में संपूर्ण कार्यक्रम का आलेख, विस्तृत निर्देश, अभिनेताओं को जानकारी आदि के साथ इसे बोला जाने वाला बनाया जाता है। संशोधित आलेख में पहले आलेख का संशोधन होता है। इसमें टेलीविजन से सम्बद्ध लोगों के विचारों-सुझावों को स्थान दिया जाता है। संशोधित आलेख में तकनीकी निर्देश जोड़ने के बाद अंतिम आलेख तैयार होता है। इसे रिहर्सल के लिए प्रयुक्त किया जाता है। कैमरा आलेख में सभी निर्देश विस्तार से दिये जाते हैं। इसे स्टूडियो में रखा जाता है तथा इसके अनुसार कार्यक्रम रिकार्ड किए जाते हैं।

जहां तक डाक्यूमेंटरी का संबंध है, इनका निर्माण वृत्तचित्रों पर आधारित होता है। डाक्यूमेंटरी फिल्म का उद्देश्य होता है -सूचना देना तथा दर्शकों को प्रशिक्षित करना समाज और संसार में अनेक ऐसी राजनैतिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, धार्मिक, प्राकृतिक गतिविधियां होती रहती हैं, जिनका हमें पता नहीं होता या हमें इनके बारे में अपूर्ण ज्ञान होता है। साहित्य, कला, विज्ञान, संस्कृति, पर्यटन स्थल, ऐतिहासिक स्थान आदि ऐसे क्षेत्र हैं जहां पर आए दिन अनेक कार्यक्रमलाप तथा गतिविधियां चलती रहती हैं। इन सबको प्रकाश में लाने में टेलीविजन का कैमरा हमारी सहायता करता है। इसके द्वारा हम उन बातों से परिचित होते हैं जिनका हमें पता नहीं होता। इस कार्य को डाक्यूमेंटरी करती है। इसके लिए प्रस्तुतकर्ता अनेक उपकरणों और शैलियों का प्रयोग करता है तथा संग्रह की गई सूचनाओं को इस क्रम और ढंग से लगाता है कि वह रोचक और मोहक लगे। वे छोटी-छोटी घटनाओं या प्रसंगों को सूत्रबद्ध करके प्रस्तुत करता है। टेली-ड्रामा में नाटकीय स्थितियों को इस प्रकार उभारा जाता है कि वे आकर्षक और प्रभावशाली लगे। इस कारण टेली ड्रामा कलाकारों का सहारा भी लिया जाता है। टेली-ड्रामा में कलाकर संवाद बोलते हैं। अभिनय की गति को आगे बढ़ाते हैं। टेली-ड्रामा के उद्देश्य को स्पष्ट करते हैं तथा संदेश दर्शकों को संप्रेषित करते हैं। टेली-ड्रामा में कलाकारों के संवाद के द्वारा लेखक के अभिप्राय को प्रस्तुत किया जाता है, परन्तु डाक्यूमेंटरी में वाचन की प्रमुखता रहती है। यह वाचक पूर्णतः स्पष्ट होता है। डाक्यूमेंटरी में तथ्य अत्यन्त महत्त्वपूर्ण होते हैं, परन्तु टेली-ड्रामा में कल्पना का प्रयोग भी किया जाता है। डाक्यूमेंटरी में यदि तथ्यों को तोड़ा-मरोड़ा जाए तो वह दर्शकों का विश्वास खो देता है। इसलिए

डाक्यूमेंटरी तथ्यों पर आधारित होती है, परन्तु टैली-ड्रामा में लेखक कुछ स्थितियों और प्रसंगों की कल्पना भी कर लेता है ताकि वह दर्शकों को बांध कर रख सके। इस प्रकार डाक्यूमेंटरी और टैली-ड्रामा दोनों भिन्न-भिन्न हैं। एक तथ्यों का आधार लेकर चलती है तो दूसरा कल्पना को। एक की प्रामाणिकता और विश्वसनीयता तथ्यों के कारण बनती है तो दूसरे की मोहकता कल्पना, अभिनय आदि के कारण।

12.8 निष्कर्ष—

अतः यह कहा जा सकता है कि श्रव्य एवं दृश्य— श्रव्य संचार का अपना-अपना महत्त्व है, उनका प्रभाव भी अलग है, दोनों का ही अपना विशिष्ट स्थान है और किसी एक माध्यम के अधिक लोकप्रिय होने से अन्य माध्यमों की उपयोगिता कम नहीं होती।

12.9 महत्त्वपूर्ण शब्दावली

- 1) FM (Frequency Modulation) (आवृत्ति नियामक)—रेडियो का ऐसा चैनल जिस पर मौसम की खराबी का कोई असर न पड़े
- 2) रेडियोधर्मी— रेडियो की विशिष्टताओं को ध्यान में रखकर कार्य करने वाला
- 3) अन्विति—विराम अथवा अन्तराल
- 4) दृश्यबंध— एक ही सेट अप में दर्शाया जा सकने वाला दृश्य
- 5) पार्श्व— नेपथ्य अथवा परदे के पीछे से
- 6) बिंबधर्मिता—चित्र या दृश्य निर्माण करने की शक्ति

12.10 लघु-उत्तरीय प्रश्न

- (1) निम्नलिखित शब्दों के बारे में बताइए—
 - (क) श्रव्य माध्यम
 - (ख) दृश्य—श्रव्य माध्यम
 - (ग) ध्वनि प्रभाव एवं संगीत नियोजन
 - (घ) रूपांतरण

12.11 दीर्घ-उत्तरीय प्रश्न

- 1) श्रव्य और दृश्य-श्रव्य माध्यम को स्पष्ट करते हुए उसके भाषिक अंतर का सविस्तार विवेचन कीजिए ।

.....

.....

.....

.....

- 2) रेडियो और दृश्य नाटक में अंतर स्पष्ट करें ।

.....

.....

.....

.....

- 3) रेडियो और दृश्य नाटकों में रूपांतरण की प्रक्रिया का विवेचन करें ।

.....

.....

.....

.....

- 4) श्रव्य और दृश्य-श्रव्य संचार की सीमाओं और शक्तियों पर अपने विचार प्रस्तुत करें ।

.....

.....

.....

.....

12.12 पुस्तक सुझाव

- 1) फीचर लेखन – डॉ. पूरनचंद टंडन, डॉ. सुनील कुमार तिवारी, संजय प्रकाशन, दिल्ली

- 2) भाषा-प्रौद्योगिकी एवं भाषा प्रबंधन – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, प्रथम संस्करण-2004, किताबघर प्रकाशन, दिल्ली
- 3) संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्र प्रकाश मिश्र, द्वितीय संस्करण-2006, संजय प्रकाशन, दिल्ली
- 4) जन पत्रकारिता, जन संचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, प्रथम संस्करण-2004, संजय प्रकाशन, दिल्ली
- 5) हिंदी पत्रकारिता विविध आयाम (भाग-1) – संपादित डॉ. वेद प्रताप वैदिक, संस्करण-1997, हिंदी बुक सेंटर, दिल्ली
- 6) रेडियो और दूर-दर्शन पत्रकारिता – डॉ. हरिमोहन, प्रथम संस्करण-1997, तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली
- 7) मीडिया लेखन-कला – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, डॉ. पवन अग्रवाल, संस्करण-2001, न्यू रॉयल बुक कंपनी, लखनऊ
- 8) जनसंचार के सामाजिक संदर्भ – जवरीमल्ल पारख, संस्करण-2001, अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स (प्रा.) लिमिटेड, दिल्ली

12.13 संदर्भ ग्रंथ सूची

- 1) फीचर लेखन – डॉ. पूरनचंद टंडन, डॉ. सुनील कुमार तिवारी, संजय प्रकाशन, दिल्ली
- 2) भाषा-प्रौद्योगिकी एवं भाषा प्रबंधन – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, प्रथम संस्करण-2004, किताबघर प्रकाशन, दिल्ली
- 3) संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्र प्रकाश मिश्र, द्वितीय संस्करण-2006, संजय प्रकाशन, दिल्ली
- 4) जन पत्रकारिता, जन संचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, प्रथम संस्करण-2004, संजय प्रकाशन, दिल्ली
- 5) हिंदी पत्रकारिता विविध आयाम (भाग-1) – संपादित डॉ. वेद प्रताप वैदिक, संस्करण-1997, हिंदी बुक सेंटर, दिल्ली
- 6) रेडियो और दूर-दर्शन पत्रकारिता – डॉ. हरिमोहन, प्रथम संस्करण-1997, तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली
- 7) मीडिया लेखन-कला – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित, डॉ. पवन अग्रवाल, संस्करण-2001, न्यू रॉयल बुक कंपनी, लखनऊ
- 8) जनसंचार के सामाजिक संदर्भ – जवरीमल्ल पारख, संस्करण-2001, अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स (प्रा.) लिमिटेड, दिल्ली

.....

कम्प्यूटर का परिचय (इतिहास)

- 13.0 रूपरेखा
- 13.1 उद्देश्य
- 13.2 प्रस्तावना
- 13.3 कम्प्यूटर का परिचय
- 13.4 कम्प्यूटर का इतिहास
- 13.5 कम्प्यूटर की रूपरेखा
- 13.6 कम्प्यूटर सॉफ्टवेयर
- 13.7 कम्प्यूटर का उपयोग
- 13.8 अभ्यास हेतु प्रश्न
- 13.9 सन्दर्भ ग्रन्थ
- 13.10 सहायक पुस्तकें
- 13.11 पठनीय पुस्तकें
- 13.1 उद्देश्य

इस अध्याय का उद्देश्य विद्यार्थियों को कम्प्यूटर का परिचय देते हुए उसके इतिहास से परिचित कराना है। कम्प्यूटर के लिए जो हार्डवेयर और सॉफ्टवेयर आवश्यक होते हैं उनकी जानकारी यहाँ दी जा रही है। कम्प्यूटर का महत्व आज निर्विवादित है उसका उपयोग किन-किन क्षेत्रों में हो रहा है उसकी जानकारी भी यहाँ उपलब्ध है।

13.2 प्रस्तावना

आधुनिक युग कम्प्यूटर का युग है। विद्यालय से लेकर महाविद्यालय तक, दफ्तर से लेकर विज्ञान और

प्रौद्योगिकी तक – सभी क्षेत्रों में कम्प्यूटर का जाल बिछा है। कभी जिसे लिखना नहीं आता था उसे हैरत से देखा जाता था आज जो कम्प्यूटर पर अंगुलियां चलाना नहीं जानता वह इस जेट और नेटयुग में निरक्षर के समान है। अतः कम्प्यूटर का ज्ञान आज के समय की माँग और आवश्यकता है।

13.3 कम्प्यूटर का परिचय

आधुनिक युग में कम्प्यूटर वैज्ञानिक प्रगति का एक बेमिसाल तकनीकी तोहफा है। यह आधुनिक गणितीय कौशल का विकसित मशीनी रूप है। आज के युग में यह हमारे जीवन का एक अभिन्न अंग बन गया है। तकनीकी की दुनिया में यह एक नवीन क्रान्ति की सूचना है। कम्प्यूटर को हम एक सुपर कैलकुलेटर, टाइपराइटर तथा टेलीविजन (Display) का संगम मान सकते हैं। संख्याओं को जोड़ने और घटाने की क्रिया के साथ कम्प्यूटर लिखित सामग्री और आँकड़ों को प्रदर्शित करता है तथा भविष्य के इस्तेमाल के लिए इन्हें संचित (Store) भी करता है। तकनीकी भाषा में कम्प्यूटर एक इलेक्ट्रॉनिक युक्ति है जो सूचनाओं को प्राप्त करके, कुछ निर्देशों के अनुसार उनका विश्लेषण (प्रोसेस) करके आवश्यक परिणाम प्रस्तुत करता है।

कम्प्यूटर का आदि रूप आज से पाँच हजार वर्ष पहले बेब्रोलोन में मिलता है, जहाँ लोग 'तख्ती पर धूल' बिछाकर अंक और संकेत लिखकर शीघ्रता से गणना किया करते थे। भारतीय गणितज्ञ भास्कराचार्य ने अंकगणित को 'पात्तरीगणित' तथा 'धूलिकर्म' कहा है। इन्हीं के मूलाधार को लेकर आज इलेक्ट्रॉनिक कम्प्यूटर का आविष्कार तथा विकास हुआ। अपने प्रागैतिहासिक काल में मनुष्य ने सर्वप्रथम (Abacus) जैसी युक्ति बनाई जिसका विकास सबसे पहले चीन में हुआ। बाद में यह मिस्र, ग्रीस, रोम, जापान और रूस में प्रयुक्त हुआ। इस यन्त्र में लकड़ी के तख्ते पर कई समानान्तर तार बँधे होते हैं जिनमें पाँच या उससे अधिक मनके (गोली) लगे होते हैं। इन मनकों को एक तरफ खिसकाकर जोड़, घटाव, गुणा या भाग की क्रियाएँ की जाती हैं। इसकी सहायता से गणना काफी तेजी से की जा सकती है।

इस पद्धति के बाद जॉन नेपियर ने लगरिदम (Logarithm) पद्धति का विकास किया, जिसके द्वारा गुणा या भाग बहुत ही आसानी तथा शुद्धता से किया जा सकता था। चूँकि यह पद्धति काफी थकानेवाली थी इसलिए जर्मन वैज्ञानिक (William Ouzhtred) ने स्लाइड रूल यन्त्र बनाया जिसके द्वारा गुणा-भाग के अलावा भी कई प्रकार की संगणनाएँ काफी तेजी से की जा सकती थीं। 1692 ई. में एक फ्रेंच युवक ब्लेज पास्कल ने विश्व का पहला यान्त्रिक कैलकुलेटर बनाया जिसका नाम पास्कलीन रखा। यह यन्त्र एक साथ 6 व्यक्तियों के बराबर कार्य करने की क्षमता रखता था। पुनः पास्कलीन से प्रेरणा लेकर लेबनिट्ज ने कैलकुलेटर और चार्ल्स बैबेज ने डिफरेंशियल तथा एनालिटिकल एन्जिन की प्रमुखता वाले कम्प्यूटर का निर्माण किया। चार्ल्स बैबेज ने एक ऐसे यन्त्र की परिकल्पना की जिसमें कृत्रिम मेमोरी (artificial memory) हो और जिसमें दिए गए प्रोग्राम के अनुसार संगणना की जा सके। परन्तु कतिपय कारणों से वे अथक परिश्रम के बावजूद 40 वर्षों में भी अपनी परिकल्पना को साकार रूप न दे सके। तब लगभग 50 वर्ष बाद बैबेज की परिकल्पना को अमेरिकन वैज्ञानिक हर्मन होलेरिथ ने साकार किया।

द्वितीय विश्वयुद्ध के दौरान कम्प्यूटर विज्ञान के क्षेत्र में बहुत तेजी से विकास हुआ क्योंकि इनका प्रयोग सेना एवं सुरक्षा व्यवस्था में किया जाने लगा। सभी प्रकार के सैन्य एवं महत्त्वपूर्ण सन्देशों को गुप्त (स्यूडो/कोडेड) भाषा

में भेजा जाता था। जिसके लिए कम्प्यूटर का उपयोग किया जाने लगा था। 1937 में ब्रिटिश गणितज्ञ एलन ट्यूरिंग ने सिद्धान्त रूप में दर्शाया कि कितनी ही जटिल समस्या को छोटे-छोटे भागों में बाँटकर सरलता से हल किया जा सकता है। पुनः 1946 में अमेरिकी सरकार के मार्ग-दर्शन में बने एनीयक-नामक विश्व के प्रथम इलेक्ट्रॉनिक कम्प्यूटर में स्विच के रूप में इलेक्ट्रॉनिक वाल्व (वैक्यूम ट्यूब) का प्रयोग किया गया। 4 लाख डालर की कीमत से बना यह कम्प्यूटर पूरी तरह से स्वचालित रूप से गणना कार्य करता था। इसीलिए इसे विश्व का प्रथम कम्प्यूटर माना गया। इसके बाद इलेक्ट्रॉनिक वैक्यूम वाल्व पर आधारित अनेक कम्प्यूटर एक के बाद एक बने जिन्हें प्रथम जेनरेशन का कम्प्यूटर माना गया। दूसरे जेनरेशन में बने कम्प्यूटर ने तकनीकी दृष्टि से विकास करते हुए ट्रांजिस्टर के आविष्कार से वाल्व के द्वारा उत्पन्न होने वाले शोर तथा गर्मी की समस्या को काफी हद तक हल कर दिया। ट्रांजिस्टर के प्रयोग से कम्प्यूटर का आकार भी छोटा हुआ। इसके बाद टेक्सास इंस्ट्रूमेंट कम्पनी के जे.एस. किल्बी ने 1958 में एक छोटे से चिप के रूप में इंटीग्रेटेड सर्किट बनाया जिसे (I.C.) कहा जाने लगा। चिप से बने हुए कम्प्यूटरों को तीसरी जेनरेशन का कम्प्यूटर कहा गया, जिसे मिनी कम्प्यूटर के रूप में भी देखा गया। इसमें छोटे साइज के डॉट-मैट्रिक्स (Dot-matrix) प्रिन्टर भी बनने लगे। फोरट्रॉन तथा कोबोल जैसी प्रोग्रामिंग भाषाओं का उद्भव भी इन्हीं दिनों हुआ। इसमें कम्प्यूटर के साथ-साथ टी.वी. जैसे छोटे मॉनीटरों का प्रचलन भी हुआ।

चिप के कमर्शियल हो जाने के कारण सभी कम्प्यूटर वैज्ञानिक चिप के साइज को छोटे-से-छोटा बनाने के प्रयास में जुटे। लेकिन अन्ततः 1976 में अमेरिका के दो विद्यार्थियों – स्टीव बोजनाइक तथा स्टीव जॉव ने बहुत कम खर्च में एक बहुत छोटे आकार का कम्प्यूटर बना डाला। उन्होंने इसके साथ विजुअल डिस्प्ले यूनिट (मॉनीटर) जोड़कर एक बक्से के आकार का माइक्रो-कम्प्यूटर बना डाला, जिसके द्वारा कम्प्यूटर की दुनिया में क्रान्ति आ गई और इस तरह से माइक्रो-कम्प्यूटर चौथी जेनरेशन के कम्प्यूटरों के रूप में पूरे विश्व के बाजार में छा गए।

कम्प्यूटर के प्रमुख भाग (Main Parts of Computer)

कम्प्यूटर के मुख्यतः पाँच भाग होते हैं :

1. **मेमोरी (Memory) (स्मरण यन्त्र)** – इसमें सभी आवश्यक सूचनाएँ भरी जाती हैं। इन्हीं के आधार पर कम्प्यूटर गणना करता है।
2. **कंट्रोल (नियन्त्रक) यूनिट** – इसका कार्य कम्प्यूटर द्वारा की गई गणना पर देख-रेख रखना है।
3. **अंकगणित** – इस हिस्से में गणना सम्बन्धी प्रक्रिया होती है।
4. **इनपुट यन्त्र (आगत)** – इस भाग में उन सभी जानकारियों व सूचनाओं से सम्बन्धित निर्देशों का संग्रह होता है, जिन माध्यमों से तथ्य और संख्याएँ कम्प्यूटर के स्मृति-कक्ष में भरी जाती हैं। इन इनपुट उपकरणों में 'की-बोर्ड' उपकरण महत्वपूर्ण है। एक प्रकार से ये कम्प्यूटर की ज्ञानेन्द्रिय है और कम्प्यूटर को बाहरी जगत् से सम्बद्ध करती है।
5. **आउटपुट यन्त्र (निर्गत)** – यह भाग प्राप्त सूचनाओं के आधार पर सम्भावित परिणामों को प्रकट करता है। गणित प्रक्रिया में 'सेन्ट्रल प्रोसेसिंग यूनिट' (केन्द्रीय संसाधक इकाई) की अहम भूमिका होती है। इसे एक तरह से

कम्प्यूटर का मस्तिष्क कहा जा सकता है। यह इलेक्ट्रॉनिक सर्किट (विद्युत परिपथ) पर अपने कार्य का आधार रखती है। इस इकाई के मुख्य भाग में अर्थात् मेमोरी या स्मृतियन्त्र में शब्द व संख्याओं का चयन होता है। इसमें प्रिन्टर उपस्कर लगा रहता है। अंकगणितीय तार्किक इकाई में अंकों की गणना या शब्दों तथा संख्याओं की तार्किक क्रियाएँ पूर्ण होती हैं। नियन्त्रण इकाई यह सुनिश्चित करती है कि स्मृति भण्डार से क्या ग्राह्य है और किस वस्तु के साथ कौन-सी क्रिया किस क्रम से अपेक्षित है। इसमें कम्प्यूटर द्वारा प्राप्त इच्छित परिणाम प्रिन्ट होते हैं अथवा वीडियो स्क्रीन पर दिखाई देते हैं।

कम्प्यूटर की दुनिया में नई खोज – अब बहुत से तकनीकी विशेषज्ञ यह स्वीकार करने लगे हैं कि कम्प्यूटर की दुनिया में हम पाँचवें जेनरेशन में पहुँच रहे हैं। प्रत्येक दिन हमें यह सुनने में आ रहा है कि नये चिप्स या सुपर चिप्स नए-नए ढंग से आविष्कृत हो रहे हैं। माइक्रोप्रोसेसर तथा उच्च घनत्व मेमोरी चिप्स की खोज की गई है। इस पाँचवें जेनरेशन के कम्प्यूटर में अतिविशिष्ट क्षमताएँ हैं जिन्हें 1981 में रूप दिया जा सका है। इसे जापान के कई कम्प्यूटर वैज्ञानिकों ने सामूहिक रूप से मिलकर तैयार किया है। इस पाँचवें जेनरेशन द्वारा बनाए गए कम्प्यूटर की यान्त्रिक विशेषता यह है कि यह समान्तर प्रोसेसिंग पर आधारित है जिन्हें हम हार्डवेयर (Hardware) और AI (Artificial Intelligence) सॉफ्टवेयर (Software) के नाम से जानते हैं। AI कम्प्यूटर की दुनिया में एक नवोदित खोज है जिसके आधार पर मानवीय संवेदना जैसे आन्तरिक असंवेद्य तत्त्वों को भी कम्प्यूटर पर दर्शाया जा सकता है। इसके नए प्रयोग में कम्प्यूटर को मानव मस्तिष्क की क्षमता की तरह प्रयुक्त कराने की कुशलता ने विज्ञान और तकनीकी की दुनिया में तहलका मचा दिया है।

13.4 कम्प्यूटर का इतिहास

कम्प्यूटर शब्द अंग्रेजी के Computer शब्द से बना है जिसका तात्पर्य है – गणना करना। 'द पॅन्गुइन डिक्शनरी ऑफ कम्प्यूटर' के अनुसार "कम्प्यूटर एक ऐसी मशीन है जो आँकड़ों को एक निश्चित प्रारूप में ग्रहण करती है, इन आँकड़ों को संसाधित करती है तथा एक निश्चित प्रारूप में आँकड़ों को निर्गत करती है।" कम्प्यूटर एक ऐसा इलेक्ट्रॉनिक माध्यम है जिसका प्रयोग कम्प्यूटर उपभोक्ता एक ही समय पर अनेक कार्यों के लिए कर सकता है।

वैचारिक दृष्टि से सोचा जाए तो कम्प्यूटर के बीज मानव की अंगुलियों में छिपे हुए हैं। सबसे पहले मनुष्य ने अपनी अंगुलियों का जमा और घटा करने के लिए प्रयोग किया। 3000 ई. पूर्व इजिप्ट के व्यापारी रेत के ऊपर कंकरियों के माध्यम से गणना करने के लिए रेत को फर्श पर बिखेर कर कुछ खांचे बनाते थे जिसमें दाएं ओर का पहला खांचा एकक, उसके बाद बाएं हाथ का खांचा दशक और उसके बाद बाएं हाथ का अगला खांचा शतक को बताता था। इस विधि को Abacus या गिनतारा कहा जाता था। अबेकस में आने वाली समस्याओं के समाधान हेतु स्कॉटलैंड के गणितज्ञ जॉन नेपियर ने 1617 में जानवरों की हड्डियों से बनी ऐसी आयताकार पट्टियों का निर्माण किया जिनसे गणना का काम जल्दी होता था। इस पद्धति को नेपियर बोन के नाम से जाना जाता है।

कम्प्यूटर का वास्तविक विकास आधुनिक युग में हुआ है। इस युग में तीन आधारों पर कम्प्यूटर के संपूर्ण विकास को रेखांकित करते हुए उसका परिचय प्राप्त किया जा सकता है –

1. केन्द्रीय संसाधक इकाई के आधार पर कम्प्यूटर का विकास
2. परिचालन पद्धति के आधार पर कम्प्यूटर का विकास
3. सामर्थ्य और शक्ति के आधार पर कम्प्यूटर का विकास
1. **केन्द्रीय संसाधक इकाई (सी.पी.यू.) Central Processing Unit के आधार पर कम्प्यूटरों को निम्न पाँच पीढ़ियों में विभजित किया जा सकता है -**

आधुनिक कम्प्यूटर की पहली पीढ़ी (1945-1960)

आधुनिक कम्प्यूटर की पहली पीढ़ी का आरम्भ 1946 ई. में निर्मित ENIAC 'इनिएक' जिसका पूरा नाम 'इलैक्ट्रॉनिक न्यूमैरिकल इण्टैग्रेटर एण्ड कैलकुलेटर' है, से माना जाता है। यह 9 मीटर 15 मीटर के आकार का कमरा घेरता था। इस भारी-भरकम कम्प्यूटर के साथ कठिनाई यह थी कि इसमें लगभग 150 किलोवाट शक्ति खर्च होती थी और यह बहुत जल्दी गरम हो जाता था। हर सातवें मिनट में एक बल्ब जल जाता था, परिणामतः कम्प्यूटर बन्द हो जाता था। अतः बार-बार नये तार जोड़ने पड़ते थे। ये कम्प्यूटर मंहगे, धीमी गति वाले, सीमित प्रोग्राम वाले थे। कम्प्यूटरों में आंकड़ें डालने के लिए पंच-कार्ड प्रयुक्त किये जाते थे। इसमें मशीनी और असेम्बली भाषा का प्रयोग किया जाता था। 1957 तक आते-आते यह कम्प्यूटर लगभग अनुपयोगी हो गया।

आधुनिक कम्प्यूटर की दूसरी पीढ़ी (1960-1965)

दूसरी पीढ़ी के कम्प्यूटरों में आन्तरिक भण्डारण के लिए चुम्बकीय ड्रमों के बदले 'चुम्बकीय क्रोडों' (मेगनेटिक कोर) का प्रयोग किया गया। 'चुम्बकीय क्रोड' के उपयोग का मुख्य लाभ यह था कि नैनो सेकण्ड के अन्दर कोई भी डॉटा (आंकड़ा या सूचना) स्थित किया जा सकता था या फिर से पता किया जा सकता था। छिद्रित कार्डों की अपेक्षा चुम्बकीय फीतों से कम्प्यूटर में कहीं अधिक तेज गति से अंक भरे जा सकते थे। कम्प्यूटरों में कार्य सम्पादन के निर्देश देने के लिए उच्च स्तरीय भाषा (हाई लेवल लैंग्वेज) का प्रयोग किया गया। इस समय में जो उच्च स्तरीय भाषाएँ प्रयुक्त हुईं वे थीं - फोरट्रान (FORTRAN फार्मूला ट्रान्सलेशन), जो 1950 के मध्य में आई बी एम द्वारा विकसित की गई और कोबोल (COBOL कॉमन बिजनेस ओरिन्टेड लैंग्वेज) जो 1960 के आरम्भ में विकसित हुई।

आधुनिक कम्प्यूटर की तीसरी पीढ़ी (1965-1970)

तीसरी पीढ़ी के कम्प्यूटरों का विकास काल 1965 से 1970 तक माना गया है। इस पीढ़ी के कम्प्यूटरों में केन्द्रीय संसाधन के रूप में समाकलित परिपथ Integrated Circuit या आई.सी. का प्रयोग किया जाता है। समाकलित परिपथ मूलतः ट्रांजिस्टर्स का एक परिवर्द्धित जाल है जिसे रासायनिक सामग्री द्वारा एक परिपथ के रूप में एक जगह स्थापित कर दिया गया है। इसे आई.सी. चिप्स के नाम से भी जाना जाता है। आई.सी. चिप्स के उपयोग से कम्प्यूटरों का आकार कई गुणा कम हो गया। साथ ही गणितीय गणनाओं तथा अन्य कार्यों को करने की क्षमता में कई गुणा वृद्धि हुई। इस पीढ़ी के कम्प्यूटरों में उच्चस्तरीय भाषा बेसिक BASIC का प्रयोग किया गया जो सीखने में बहुत ही सरल थी। कम्प्यूटर की सभी क्रियाओं को नियन्त्रित करने के लिए नियन्त्रण प्रोग्रामों का एक समूह अर्थात्

ऑपरेटिंग सिस्टम बनाया गया। इस सिस्टम से कम्प्यूटर के सभी आन्तरिक कार्य स्वचालित हो गये। इस युग में कम्प्यूटर के आकार को छोटा किया गया तथा इसे मिनी कम्प्यूटर का नाम दिया गया। कम्प्यूटर में दस्तावेजों को टंकित करके तैयार करने की प्रक्रिया जिसे **Word Processing** अर्थात् शब्द प्रक्रिया कहा जाता है वह इस पीढ़ी के कम्प्यूटर की महत्त्वपूर्ण विशेषता है।

आधुनिक कम्प्यूटर की चौथी पीढ़ी (1970–1990)

चौथी पीढ़ी के कम्प्यूटरों का विकास काल 1970 से 1990 तक माना गया है। इस श्रेणी के कम्प्यूटरों में केन्द्रीय संसाधन के रूप में **Large Scale Integration** अर्थात् अति श्रेणी संघटक तथा **Very Large Scale Integration** अर्थात् अति वृहद् श्रेणी संघटक सर्किट का प्रयोग किया गया था। इसके प्रयोग से कम्प्यूटर की कार्यक्षमता में अत्यधिक वृद्धि हुई तथा किए गए कार्य के मूल्य में भी काफी कमी आई। इस श्रेणी के कम्प्यूटरों को व्यक्तिगत कम्प्यूटर (**Personal Computer**) कहा जाता है। इस पीढ़ी में आन्तरिक स्मृति हेतु कोर स्मृति के स्थान पर अर्धचालक या **Semi Conductor** का प्रयोग किया जाने लगा जो गति में तेज, आकार में छोटी और सस्ती थी।

आधुनिक कम्प्यूटर की पाँचवी पीढ़ी (1990 से आज तक)

पाँचवी पीढ़ी के कम्प्यूटरों का विकास 1990 के बाद शुरू हुआ है जिनमें कम्प्यूटिंग की उच्च क्षमताओं के साथ तर्क तथा निर्णय लेने का भी सामर्थ्य है। इस श्रेणी के कम्प्यूटरों में केन्द्रीय संसाधक हेतु अल्ट्रावृहद् श्रेणी संघटक (**Ultra Large Scale Integration**) सर्किट का उपयोग किया जाता है जिसके कारण इस पीढ़ी के कम्प्यूटरों का आकार बहुत छोटा हो गया है। इसी के परिणामस्वरूप आज घड़ी के आकार के कम्प्यूटर भी देखे जा सकते हैं।

2. परिचालन पद्धति (Application) के आधार पर कम्प्यूटरों को निम्न तीन भागों में विभाजित किया जा सकता है –

Analog Computer एनालॉग अर्थात् अनुरूप कम्प्यूटर विज्ञान और इंजीनियरिंग क्षेत्र में प्रयोग किया जाता है। ये कम्प्यूटर भौतिक मात्राओं जैसे मात्रा, ताप, दाब, लम्बाई को मापते हैं। बैरामीटर और स्पीडमीटर इस प्रकार के कम्प्यूटर का प्रतिनिधित्व करते हैं। इस प्रकार के कम्प्यूटरों का उपयोग बहुत कम होता है।

Digital Computer डिजिटल अर्थात् अंकीय कम्प्यूटर से मुख्यतः अंकों की गणना की जाती है। इसका व्यापारिक क्षेत्र में प्रयोग किया जाता है।

Hybrid Computer हाइब्रिड अर्थात् संकर कम्प्यूटर अनुरूप और अंकीय कम्प्यूटर के गुणों को जोड़ता है। यह अनुरूप कम्प्यूटर की माप क्षमता तथा अंकीय कम्प्यूटर की गणना क्षमता का प्रयोग करता है।

3. सामर्थ्य और शक्ति के आधार पर कम्प्यूटरों को निम्न छह भागों में विभाजित किया जा सकता है –

General Computer ऐसे कम्प्यूटर होते हैं जिन्हें अधिक कार्य करने की क्षमता प्रदान की जाती है लेकिन वे कार्य सामान्य होते हैं। उदाहरण के लिए शब्द प्रक्रिया (**Word Processing**) द्वारा डाक्यूमेंट बनाना, पत्र तैयार

करना। जनरल कम्प्यूटर की सी.पी.यू. क्षमता कम होती है।

Special Purpose Computer (स्पेशल परपज कम्प्यूटर) विशेष कार्यों के लिए तैयार किए जाते हैं इनके सी.पी.यू. की क्षमता उन कार्यों के अनुरूप होती है जिसके लिए इन्हें तैयार किया जाता है। चिकित्सा, इंजीनियरिंग, यातायात, विज्ञान इत्यादि कार्यों का संपादन इसके माध्यम से किया जाता है।

Micro Computer आज के समय में अत्यन्त प्रचलित हैं। कम कीमत के होते हैं। आकार में छोटे होते हैं। इस कम्प्यूटर के लिए साफ्टवेयर बाजार से खरीदे जा सकते हैं।

Mini Computer मध्यम आकार के होते हैं। यह **Micro Computer** की तुलना में अधिक क्षमता वाले होते हैं। इसमें एक से अधिक सी.पी.यू. होते हैं। इनकी स्मृति और गति **Micro Computer** से अधिक तथा **Main Frame Computer** से कम होती है। इनका उपयोग यात्रियों के लिए आरक्षण, बैंकों में बैंकिंग कार्य के लिए किया जाता है।

Main Frame Computer बड़े और शक्तिशाली होते हैं। ये कम्प्यूटर की सभी श्रेणियों में सबसे बड़े अति-क संग्रह क्षमता वाले तथा सबसे अधिक गति वाले होते हैं। इनमें अनेक सी.पी.यू. समान्तर क्रम में कार्य करते हैं। इस प्रक्रिया को समान्तर प्रक्रिया कहते हैं।

Super Computer आकार में सबसे बड़े, तीव्र और शक्तिशाली होते हैं। इनका प्रयोग वैज्ञानिक एवं शोध प्रयोगशालाओं में शोध एवं खोज करने के लिए, अन्तरिक्ष यात्रा के लिए यात्रियों को अन्तरिक्ष में भेजने के लिए, मौसम की भविष्यवाणी और चलचित्रों के निर्माण हेतु किया जाता है। भारत के पास भी एक सुपर कम्प्यूटर है जिसका नाम परम है। इसे भारतीय कम्प्यूटर वैज्ञानिकों ने भारत में ही तैयार किया है। इसका विकसित रूप परम 10,000 के नाम से जाना जाता है।

13.5 कम्प्यूटर की रूपरेखा

कम्प्यूटर की रूपरेखा से अभिप्राय कम्प्यूटर के विभिन्न अंगों – हार्डवेयर और सॉफ्टवेयर से है। इनसे मिलकर ही कम्प्यूटर कार्य करने में सक्षम होता है।

कम्प्यूटर हार्डवेयर (Computer Hardware)

कम्प्यूटर की विभिन्न भौतिक या शारीरिक इकाईयाँ जिनसे मिलकर कम्प्यूटर की संरचना होती है, उसे हार्डवेयर कहा जाता है। कम्प्यूटर हार्डवेयर को आँखों से देखा जा सकता है हाथों से छुआ जा सकता है। कम्प्यूटर हार्डवेयर को निम्नांकित भागों में विभाजित किया जा सकता है –

1. निवेश उपकरण
2. केन्द्रीय संसाधन इकाई
3. निर्गत उपकरण।

1. **निवेश उपकरण (Input Device)** – निवेश उपकरण वे उपकरण होते हैं जिनकी सहायता से डेटा तथा अनुदेशों को कम्प्यूटर में निवेशित किया जाता है। कुछ महत्वपूर्ण निवेश उपकरण निम्नलिखित हैं –

कुंजी पटल (Key Board)

हार्ड डिस्क (Hard Disc)

चुम्बकीय डिस्क (Magnetic Disc)

सी.डी. रोम (CD-ROM)

कुंजी पटल (Key Board) सबसे उपयोगी निवेश उपकरण है। यह उपकरण कम्प्यूटर में डाटा प्रविष्ट करवाने में काम लिया जाता है। यह कम्प्यूटर से जुड़ा हुआ होता है तथा यह टाइपराइटर के समान होता है। जिस प्रकार टाइपराइटर में टाइप किया जाता है उसी प्रकार की-बोर्ड में टाइप द्वारा डाटा प्रविष्ट करवाया जाता है।

हार्ड डिस्क (Hard Disc) जब एक ही ध्रुव पर फ्लॉपी डिस्कें जैसी कई डिस्कें एक साथ लगा दी जाती हैं तो वह हार्ड डिस्क का रूप ले लेती है।

चुम्बकीय डिस्क (Magnetic Disc) पतली धातु की प्लेट होती है तथा यह प्लेट दोनों तरफ से चुम्बकीय तत्त्वों से लेपित (Coated) होती है।

सी.डी. रोम (CD-ROM) का पूरा नाम “कम्पैक्ट डिस्क रीड ओनली मेमोरी- हार्ड डिस्क (Compact Disc Read Only Memory) है। इस निवेश उपकरण में अत्यधिक मात्रा में सूचना का संग्रह किया जा सकता है। इसी कारण इस यन्त्र का नाम कम्पैक्ट डिस्क रखा गया है। इसे रीड ओनली मेमोरी इसलिए कहा जाता है क्योंकि इसमें कोई परिवर्तन नहीं किया जा सकता। इस पर लिखी हुई सूचनाओं को मिटाया नहीं जा सकता।

2. **केन्द्रीय संसाधन इकाई (Central Processing Unit)** – केन्द्रीय संसाधन इकाई कम्प्यूटर का दिल एवं दिमाग दोनों ही होता है। कम्प्यूटर के इस भाग की सहायता से समस्त गणनाएँ और अन्य कार्य सम्पादित किया जाता है। कम्प्यूटर में आने वाले निर्देशों का क्रियान्वयन तथा उन्हें विशिष्ट प्रारूप में संग्रहीत करना तथा आवश्यकतानुसार प्रारूप में परिणाम प्रदान करना आदि कार्यों का नियन्त्रण भी कम्प्यूटर के इसी भाग द्वारा किया जाता है। इसके तीन भाग होते हैं –

गणितीय तार्किक इकाई (Arithmetical Logical Unit, ALU)

नियन्त्रण इकाई (Control Unit)

स्मृति (Memory) इसके दो प्रकार होते हैं –

प्राथमिक स्मृति (Primary Memory) और गौण स्मृति नियन्त्रण इकाई (Secondary Memory)

गणितीय तार्किक इकाई (Arithmetical Logical Unit, ALU) – केन्द्रीय संसाधन इकाई की सभी प्रकार की गणनाएँ जैसे – जोड़ना, घटाना, गुणा करना और भाग देना और तुलनाएँ इसी इकाई में की जाती हैं। यह कुछ ऐसे इलेक्ट्रॉनिक सर्किटों से बना होता है, जिसमें यदि एक ओर से दो संख्याएँ भेजी जायें तो दूसरी ओर से उनका योग या अन्तर या गुणनफल या भागफल निकल आता है। यहाँ सारी गणनाएँ बाइनरी संख्या प्रणाली (Binary Number System) में की जाती हैं।

नियन्त्रण इकाई (Control Unit) – कम्प्यूटर के इस भाग का कार्य सबसे अधिक महत्वपूर्ण होता है। यह कम्प्यूटर के सभी भागों पर नियन्त्रण रखता है, साथ ही उन्हें उचित आदेश भी प्रदान करता है। नियन्त्रण इकाई का सबसे महत्वपूर्ण कार्य यह है कि जिस प्रोग्राम को चलाना होता है उसे इस प्रकार की स्मृति (Memory) में लाकर उसका विश्लेषण करता है। आदेश की पालना हेतु यह कम्प्यूटर के अन्य भागों को निर्देश दे सकता है। यह कम्प्यूटर के सभी भागों में तालमेल बनाकर प्रोग्राम को सही चलाता है।

स्मृति (Memory) – यह कम्प्यूटर का वह भाग है जहाँ सभी आँकड़ों और प्रोग्रामों का संग्रह किया जाता है। कम्प्यूटर में सूचनाओं को बाहर एवं अन्दर दोनों जगह संग्रहीत किया जा सकता है। इसी के आधार पर स्मृति को दो भागों में विभाजित किया जा सकता है –

प्राथमिक स्मृति (Primary Memory) – प्राथमिक स्मृति कम्प्यूटर का मुख्य संग्रह कक्ष होता है जिसमें सूचनाओं को प्राथमिक स्तर पर एकत्रित किया जाता है। इसके कुछ भाग इस प्रकार हैं –

यादृच्छिक अभिगम स्मृति (Random Access Memory, RAM)

मात्र पठनीय स्मृति (Read Only Memory, ROM)

प्रोम (PROM)

इप्रोम (EPROM)

कैश स्मृति (Cache Memory)

रजिस्टर (Register)

यादृच्छिक अभिगम स्मृति (Random Access Memory, RAM) – यह कम्प्यूटर का वह भाग है जहाँ सूचना बहुत कम समय के लिए या फिर सूचना अस्थायी रूप से संग्रहीत रहती है।

मात्र पठनीय स्मृति (Read Only Memory, ROM) – इस प्रकार की स्मृति में दी गई सूचनाएँ या आँकड़े स्थायी रूप से संग्रहीत रहते हैं लेकिन इनमें दी गई सूचनाएँ केवल पढ़ी जा सकती हैं और इसमें किसी भी प्रकार की नई सूचनाओं को जोड़ा नहीं जा सकता। कम्प्यूटर के समय ही इसे बना दिया जाता है तथा यह स्मृति कम्प्यूटर में स्थायी रूप से होती है।

प्रोम (PROM, Programmable Read Only Memory) – इसकी विषय-सूची प्रयोगकर्ता द्वारा बदली जा सकती है। प्रोम में सूचना बिजली के चले जाने पर गायब या मिटती नहीं है।

इप्रोम (EPROM, Erasable Read Memory) – मुख्य स्मृति का वह भाग है जिसमें लिखी गई सूचनाओं को मिटाया भी जा सकता है और आवश्यकता पड़ने पर नयी सूचनाओं को लिखा भी जा सकता है। बिजली बन्द हो जाने पर भी इसमें लिखी सूचनाएँ खत्म नहीं होती। इसमें से कोई भी सूचना हटाने के लिए एक विशेष मशीन या उपकरण का प्रयोग किया जाता है।

कैश स्मृति (Cache Memory) – यह एक छोटी लेकिन बहुत तेज गति वाली स्मृति है। यह प्रोसेसर एवं मुख्य संग्रह के बीच स्थित होती है। जब कम्प्यूटर पर सूचना के लिये पहुँच की जाती है तो सूचना प्रत्याशित भाग के लिए प्रथमतः कैश में ही स्थानान्तरित की जाती है।

रजिस्टर (Register) – निवेशित किये जाने वाले आँकड़ों के लिए यह एक अस्थायी अंग है तथा सी. पी. यू. CPU द्वारा निर्देशों की व्याख्या करने के लिए, अंकगणितीय एवं तार्किक क्रियाओं को सम्पादित करने के लिए प्रयोग किया जाता है।

द्वितीय स्मृति (Secondary Memory) – कम्प्यूटर की द्वितीय स्मृति कम्प्यूटर के बाहर किसी उपकरण में होती है तथा इसे संग्रह करने के लिए विभिन्न उपकरण जैसे – चुम्बकीय डिस्क **Magnetic Disc**, सी.डी. रोम **CD-ROM** आदि का उपयोग किया जाता है। इनका वर्णन निवेश उपकरण के अन्तर्गत किया जा चुका है।

3. **निर्गत उपकरण (Output Device)** – कम्प्यूटर की इस इकाई का कार्य केन्द्रीय संसाधन इकाई के कार्यों को प्रदर्शित करना है। इन उपकरणों के द्वारा कम्प्यूटर के कार्यों की शुद्धता की जाँच की जा सकती है। कुछ महत्वपूर्ण निर्गत उपकरण निम्नलिखित हैं –

कम्प्यूटर स्क्रीन (Computer Screen)

माउस (Mouse)

प्रिन्टर (Printer) इसके निम्न प्रकार हैं –

डॉटमैट्रिक्स प्रिन्टर (Dotmatrix Printer)

डेजी हवील प्रिन्टर (Daisy Wheel Printer)

लाइन प्रिन्टर (Line Printer)

लेजर प्रिन्टर (Laser Printer)

कम्प्यूटर स्क्रीन (Computer Screen) – कम्प्यूटर स्क्रीन केन्द्रीय संसाधन इकाई के कार्यों को प्रदर्शित करने का सबसे उपयुक्त निर्गत उपकरण है। डेटा प्रविष्ट कराते समय भी सभी सूचनाएँ इसी स्क्रीन या

डिवाइस पर देखी जाती हैं। इसके माध्यम से टी.वी. सेट की तरह सभी सूचनाओं या परिणामों को स्क्रीन पर आसानी से देखा जा सकता है।

माउस (Mouse) – डेटा को प्रविष्ट तथा निर्गत करने के लिए कमाण्ड (Command) देने के काम आता है। यह हमेशा कार्य करता रहता है। इसे चूहा भी कहा जाता है।

प्रिन्टर (Printer) – प्रिन्टर की सहायता से कम्प्यूटर में उपलब्ध सूचना को कागज पर मुद्रित किया जा सकता है। सूचना का कागज पर मुद्रित रूप हार्ड कॉपी Hard Copy कहा जाता है।

डॉटमैट्रिक्स प्रिन्टर (Dotmatrix Printer) – इस प्रकार के प्रिन्टर की सहायता से मुद्रित अक्षरों का निर्माण बिन्दुओं के समान होता है।

डेजी व्हील प्रिन्टर (Daisy Wheel Printer) – इस प्रकार के प्रिन्टर में स्पोक Spoke लगे हुए व्हील से कार्य लिया जाता है। प्रत्येक स्पोक धातुपिण्ड के ऊपर एक अंकाक्षर बना होता है। जब मुद्रण कार्य शुरू होता है तो पहिया घूमने लगता है। जब मुद्रण स्थल पर अपेक्षित अंकाक्षर को रिबन के माध्यम से कागज पर छाप देता है। एक सामान्य डेजी व्हील प्रिन्टर एक सैकण्ड में 25–60 अंकाक्षर मुद्रित कर लेता है।

लाइन प्रिन्टर (Line Printer)—इस प्रकार के प्रिन्टर की गति डॉटमैट्रिक्स प्रिन्टर की अपेक्षा अधिक होती है तथा इसमें एक लाइन एक बार में मुद्रित हो जाती है।

लेजर प्रिन्टर (Laser Printer)—इस प्रिन्टर की गति अत्यधिक तीव्र होती है तथा इस प्रकार के प्रिन्टर में एक पृष्ठ का मुद्रण एक साथ हो जाता है।

13.6 कम्प्यूटर सॉफ्टवेयर (Computer Software)

कम्प्यूटर को दिये जाने वाले आदेश अनुदेश कहलाते हैं। अनुदेशों का समूह प्रोग्राम और प्रोग्रामों का समुच्चय सॉफ्टवेयर कहलाता है। कम्प्यूटर के हार्डवेयर को संचालित करने के लिए कम्प्यूटर संचालक द्वारा निर्देश देने की विधि सॉफ्टवेयर रूप में होती है। कम्प्यूटर पर कार्य करने वाले व्यक्ति स्वयं के प्रोग्राम लिखकर बनाते हैं या आजकल बाजारों में बने बनाये सॉफ्टवेयर मिलते हैं। माँग के अनुसार बनवाए जाने वाले सॉफ्टवेयर को टेलरमेड सॉफ्टवेयर कहा जाता है और जो सॉफ्टवेयर बाजार में मिलते हैं उन्हें रेडीमेड सॉफ्टवेयर कहा जाता है।

सॉफ्टवेयर के प्रकारों को निम्नांकित पाँच भागों में विभाजित किया जा सकता है—

| | |
|----------------------|---------------------|
| Application Software | एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर |
| Custom Software | कस्टम सॉफ्टवेयर |
| System Software | सिस्टम सॉफ्टवेयर |
| Utility Software | यूटिलिटी सॉफ्टवेयर |

1. **एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर** – एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर अपनी आवश्यकतानुसार कम्प्यूटर पर तैयार किए जा सकते हैं या फिर बाजार से बना बनाया प्रोग्राम खरीदा जा सकता है। एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर की गति तेज होती है। आवश्यकता पड़ने पर इस सॉफ्टवेयर में परिवर्तन भी किया जा सकता है। इस सॉफ्टवेयर का निर्माण उपयोगकर्ता की माँग की पूर्ति हेतु होता है। टेलरमेड एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर की अपेक्षा रेडीमेड एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर अधिक सस्ता होता है। इस सॉफ्टवेयर का प्रयोग विशेष कार्य हेतु किया जाता है। एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर को उपयोगकर्ता प्रोग्राम भी कहा जाता है।

किसी संस्था के कर्मचारियों का लेखा-जोखा रखना, रेल, ज्योतिष, पुस्तकालय, अस्पताल, होटल, बैंक, हवाई यात्रा रिजर्वेशन इत्यादि कार्य एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर द्वारा किए जाते हैं। एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर के कुछ उदाहरण हैं – फोटोशॉप, पेजमेकर, पावर पाइंट, एम. एस.वर्ड, एक्सेल (Excel), म्यूजिक प्लेयर, माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस (MS office), वर्ड स्टार, सी.डी.एस. (computerized documentation system), वेब ब्राउजर (Web Browser) आदि।

2. **कस्टम सॉफ्टवेयर** – एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर का सहयोग करने वाला कस्टम सॉफ्टवेयर होता है। यह विशिष्ट कार्य हेतु बनाया जाता है।

3. **सिस्टम सॉफ्टवेयर** – सिस्टम सॉफ्टवेयर कम्प्यूटर और सॉफ्टवेयर के बीच में एक सेतु का काम करता है। यह सॉफ्टवेयर कम्प्यूटर की कार्यविधि को निर्धारित और नियंत्रित करता है। कम्प्यूटर की क्रियाओं को अधिक प्रभावशाली बनाता है। सिस्टम सॉफ्टवेयर के बिना कम्प्यूटर के हार्डवेयर और सॉफ्टवेयर दोनों ही व्यर्थ हैं। कम्प्यूटर निर्माता द्वारा अधिकतर सिस्टम सॉफ्टवेयर उपलब्ध करवाये जाते हैं। कम्प्यूटर में निहित सभी सॉफ्टवेयर को सिस्टम सॉफ्टवेयर क्रियान्वित करता है।

सिस्टम सॉफ्टवेयर तीन प्रकार के होते हैं – ऑपरेटिंग सिस्टम प्रोग्राम (Operating System Programme), प्रोग्रामिंग लैंग्वेज ट्रांसलेटर (Programming Language Translator) और यूटिलिटी प्रोग्राम (Utility Programme)।

Operating System Programme कम्प्यूटर के सभी भागों का संचालन करता है। इसके बिना कम्प्यूटर कोई भी कार्य नहीं कर सकता। यह विशेष प्रोग्रामों का ऐसा समूह होता है जो कम्प्यूटर की क्रियाओं को संचालित करता है। कम्प्यूटर की क्रियाओं को एक प्रोग्राम से दूसरे प्रोग्राम में स्थानांतरित करता है। इसके अतिरिक्त एप्लीकेशन प्रोग्राम को नियंत्रित करता है और दिए गए निर्देशों को कम्प्यूटर के समझने के योग्य बनाता है।

Programming Language Translator कम्प्यूटर उपयोगकर्ता द्वारा लिखे आदेश को कम्प्यूटर की भाषा में परिवर्तित करते हैं जिसके परिणाम स्वरूप कम्प्यूटर उन्हें समझकर अपना काम करता है।

Utility Programme विशेष कार्य हेतु कम्प्यूटर निर्माताओं द्वारा तैयार किए जाते हैं यह माँग के अनुसार बनवाए जाते हैं।

4. Utility Software को Service Software भी कहते हैं। यह एक ऐसा कम्प्यूटर सॉफ्टवेयर है जिसे विशेष रूप से कम्प्यूटर हार्डवेयर, ऑपरेटिंग सिस्टम, एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर को व्यवस्थित करने में सहायता हेतु डिजाइन किया गया है। Utility Software वे सॉफ्टवेयर होते हैं जो कम्प्यूटर की कार्यक्षमता को बढ़ाते हैं तथा उसे और कार्यशील बनाने में मदद करते हैं।

5. General Software को General Purpose Software भी कहा जाता है। यह सॉफ्टवेयर सामान्य उद्देश्य की पूर्ति हेतु कम्प्यूटर उपभोक्ता की रोजमर्रा की ज़रूरतों को ध्यान में रखकर बनाया जाता है। यह सॉफ्टवेयर कम्प्यूटर को सरल कार्य करने का निर्देश देते हैं।

13.7 कम्प्यूटर का उपयोग

कम्प्यूटर का उपयोग अनेक क्षेत्रों में होता है जिनमें से मुख्य-मुख्य क्षेत्र निम्न हैं –

1. **वैज्ञानिक क्षेत्र में कम्प्यूटर का उपयोग** – वैज्ञानिक अनुसंधान के क्षेत्र में कम्प्यूटर के आविष्कार से बहुत-सी गणनायें जो कि मानव वश से बाहर थी, अब आसान हो गई हैं। विज्ञान के अनेक क्षेत्र जैसे – भौतिक विज्ञान, रसायनशास्त्र, नक्षत्र विज्ञान आदि में कम्प्यूटर के आने से तेजी से प्रगति हुई है। चिकित्सा क्षेत्र, अनुसंधान शालाओं, शिक्षण संस्थाओं आदि सभी क्षेत्रों में कम्प्यूटर से महत्वपूर्ण कार्य किये जाते हैं।
2. **औद्योगिक क्षेत्र में कम्प्यूटर का उपयोग** – औद्योगिक स्तर पर बड़े उद्योगों में कम्प्यूटर के द्वारा उत्पादन की योजना, लागत नियन्त्रण, उन्नति के तरीके तथा स्टॉक का हिसाब रखना तथा उन पर नियंत्रण, रखना आदि सभी कार्य किये जाते हैं।
3. **व्यापारिक क्षेत्र में कम्प्यूटर का उपयोग** – व्यापारिक धरातल पर कम्प्यूटर की सहायता से बहीखाता बनाने का कार्य बड़ी आसानी से किया जा सकता है। बड़े एवं छोटे सभी तरह के उद्योगों में कम्प्यूटर से अनेक तरह के कार्य किये जाते हैं जैसे – वेतन का लेखा-जोखा रखना, बिक्री करना, बैंकिंग, बीमा, शेयर सम्बन्धी कार्य करना।
4. **अन्तरिक्ष विज्ञान में कम्प्यूटर का उपयोग** – अन्तरिक्ष विज्ञान की दृष्टि से अन्तरिक्ष में होने वाली घटनाओं को देखना, उपग्रहों की स्थिति, उनके चलने की गति का पता लगाने इत्यादि सभी कार्यों को कम्प्यूटर की सहायता से आसानी से सम्पन्न किया जा सकता है।
5. **पर्यावरण के क्षेत्र में कम्प्यूटर का उपयोग** – पर्यावरण सम्बन्धी जानकारी कम्प्यूटर के कारण बहुत सटीक मिलती है। मौसम विज्ञान में कम्प्यूटर के आने से सही मौसम का पूर्वानुमान लगाना सम्भव हुआ है। कम्प्यूटर से प्राप्त सूचनाओं के आधार पर मौसम सम्बन्धी भविष्यवाणियां की जाती हैं जिससे बहुत से होने वाली जान-माल की हानि से बचा जा सकता है।
6. **संचार के क्षेत्र में कम्प्यूटर का उपयोग** – आधुनिक युग संचार का युग है। आधुनिक जटिल संचार व्यवस्था को कम्प्यूटर ने आसान बना दिया है। वायु सेना, वायु यातायात नियन्त्रण, पायलटों का प्रशिक्षण,

सीटों का आरक्षण, समय-सारणी, स्टॉक नियन्त्रण, रेलों और सड़कों द्वारा माल ले जाने का कार्य आदि सभी कार्यों में कम्प्यूटर के आने से समय और श्रम दोनों की बचत हुई है और कार्य करने की गति में तीव्रता आई है।

7. **पुस्तकालय में कम्प्यूटर का उपयोग** – आज का दौर डिजिटल लायब्रेरी का है। पुस्तकालयों के विभिन्न कार्य कम्प्यूटर की सहायता से तीव्रता से किये जा सकते हैं। पुस्तकालय में पुस्तक चयन, विषय केन्द्रित पुस्तकों की संख्या, सूचीकरण, वर्गीकरण, पत्र-पत्रिकाओं का नियन्त्रण, पुस्तक आदान-प्रदान कार्य, भौतिक सत्यापन, पुस्तकालयों द्वारा प्रदान की जाने वाली सेवाएं, अनुक्रमणीकरण आदि कार्य कम्प्यूटर की सहायता से तीव्रता से किये जा सकते हैं।
8. **शिक्षा के क्षेत्र में कम्प्यूटर का उपयोग** – वर्तमान समय में शिक्षा के क्षेत्र में भी कम्प्यूटर महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। प्राथमिक कक्षा से ही कम्प्यूटर का उपयोग कई विद्यालयों में अनिवार्य है। यह अनुदेशों तथा निर्देशों को आसानी से संगृहीत रख सकता है जिससे विद्यालयों में आधुनिक ढंग से पढ़ाया जा सकता है।
9. **जटिल गणनाओं के क्षेत्र में कम्प्यूटर का उपयोग** – कम्प्यूटर की गति अत्यन्त तीव्र होती है। कम्प्यूटर के द्वारा गणना एवं अन्य क्रियायें इतनी तेज गति से सम्पन्न हो जाती हैं कि उसकी कल्पना करना भी बहुत मुश्किल है। आज का एक सामान्य कम्प्यूटर नैनो सैकण्ड में कार्य करता है तथा एक सैकण्ड में दो लाख अनुदेश पूरे कर सकता है। इस प्रकार कम्प्यूटर की सहायता से जटिल से जटिल गणनाओं और कार्यों को कुछ ही समय में सम्पन्न किया जा सकता है।
10. **शुद्धता परिणामों के लिए कम्प्यूटर का उपयोग** – कम्प्यूटर की संरचना इस प्रकार की होती है कि उसके द्वारा किए जाने वाले कार्य का परिणाम सही होता है। शुद्धता के परिणामस्वरूप कम्प्यूटर की विश्वसनीयता बहुत अधिक हो जाती है। कम्प्यूटर को एक बार सही निर्देश देने पर सारे परिणाम हमेशा सही प्राप्त होते हैं लेकिन मानवीय गलतियाँ हो जाने या वायरस आ जाने पर कम्प्यूटर की विश्वसनीयता समाप्त हो जाती है और गलत परिणाम भी प्राप्त होते हैं।
11. **अपरिमित संग्रह के लिए कम्प्यूटर का उपयोग** – अपने छोटे आकार के बावजूद कम्प्यूटर अपने बाह्य तथा आन्तरिक संग्रह माध्यमों जैसे –हार्ड डिस्क, फ्लोपी डिस्क, मैग्नेटिक टेप, सी.डी.रोम आदि के ऊपर असीमित डेटाओं और सूचनाओं का संग्रह करता है और आवश्यकतानुसार इनका उपयोग कर सकता है। सूचना का संसार एक महासागर की तरह फैला हुआ है। इसे कम्प्यूटर की सूक्ष्माकार स्मृति में संगृहीत किया जा सकता है। सूचना पुनः प्राप्ति से तात्पर्य संग्रहित सूचनाओं में से वांछित सूचना को ढूँढकर उसे प्राप्त करने से है। मानव द्वारा यह कार्य सम्पन्न करने में बड़ी कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है। लेकिन कम्प्यूटर की सहायता से वांछित सूचना का विश्लेषण कर तथा उसकी सुविस्तृत खोज कर उसकी पुनःप्राप्ति आसानी से की जा सकती है।

12. **जटिल कार्यों के लिए कम्प्यूटर का उपयोग** – कम्प्यूटर का सामर्थ्य अपरिमित है। कम्प्यूटर की सहायता से ऐसे कार्य भी आसानी से करवाये जा सकते हैं जो कि मानव द्वारा असम्भव हो। अन्तरिक्ष में यान से बाहर निकलकर अंतरिक्ष यान की मरम्मत करना जैसे कार्य भी कम्प्यूटर के लिये मुश्किल नहीं हैं।
13. **तर्क आधारित कार्यों के लिए कम्प्यूटर का उपयोग** – अधिकांश कार्य तर्क पर आधारित होते हैं और कम्प्यूटर एक तार्किक उपकरण है। अतः तर्क और तथ्यों पर आधारित कार्य कम्प्यूटर की सहायता से आसानी से सम्पन्न किये जा सकते हैं। कम्प्यूटर को एक बार निर्देश देने के पश्चात् वह बिना रुके घंटों तक कार्य कर सकता है। कम्प्यूटर के स्वचालन के इस गुण से मानव-शक्ति व समय दोनों की ही बचत होती है। मानव द्वारा अधिक कार्य करने पर थकान महसूस होती है लेकिन कम्प्यूटर तेज गति से अधिक समय तक कार्य करने के बाद भी न तो थकान महसूस करता है और न ही बोरियत का अनुभव करता है। यदि कम्प्यूटर को धूल रहित वातावरण एवं उचित तापमान उपलब्ध करवाया जाये तो वह अपनी पूरी क्षमता से कार्य करता रहेगा।

13.7 अभ्यास हेतु प्रश्न –

1. आधुनिक कम्प्यूटर की विभिन्न पीढ़ियों का परिचय दीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

2. परिचालन पद्धति (Application) के आधार पर कम्प्यूटरों का परिचय दीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

3. सामर्थ्य और शक्ति के आधार पर कम्प्यूटर का परिचय दीजिए।

.....

.....

.....
.....

4. कम्प्यूटर के निवेश उपकरणों का परिचय दीजिए।

.....
.....
.....
.....

5. केन्द्रीय संसाधन इकाई के विभिन्न अंगों का परिचय दीजिए।

.....
.....
.....
.....

6. कम्प्यूटर के निर्गत उपकरणों का परिचय दीजिए।

.....
.....
.....
.....

7. Application Software एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर का परिचय दीजिए।

.....
.....
.....
.....

8. System Software सिस्टम सॉफ्टवेयर का परिचय दीजिए।

.....

.....

.....

.....

9. कम्प्यूटर का प्रयोग किन क्षेत्रों में किया जा सकता है, बताइए।

.....

.....

.....

.....

10. कम्प्यूटर का महत्व प्रतिपादित कीजिए।

.....

.....

.....

.....

13.9 संदर्भ ग्रन्थ

डॉ. एन. ई. विश्वनाथ अय्यर – अनुवाद कला

डॉ. नरेश मिश्र – प्रयोजनमूलक हिन्दी

प्रहलाद शर्मा – कम्प्यूटर और पुस्तकालय

डॉ. भोलानाथ तिवारी – अनुवाद विज्ञान

डॉ. सुरेश कुमार – अनुवाद सिद्धांत की रूपरेखा

शशि शुक्ला – इंटरनेट

13.10 सहायक पुस्तकें

1. डॉ. एस. एस. श्रीवास्तव – कम्प्यूटर प्रवेशिका
2. एल. एन. शर्मा – अनुवाद चिंतन
3. डॉ. जी. गोपीनाथ – अनुवाद सिद्धान्त और प्रयोग
4. डॉ. राजनाथ भट्ट – प्रयोजनमूलक हिन्दी
5. प्रहलाद शर्मा – कम्प्यूटर शब्द – कोश
6. डॉ. हरिमोहन – कम्प्यूटर और हिन्दी
7. प्रयोजनमूलक हिन्दी – डॉ. अनुज प्रताप सिंह
8. जनसम्पर्क, विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम – एन.सी. पंत
9. सूचना, संचार और समाचार – मुकुल श्रीवास्तव
10. संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र
11. जनपत्रकारिता, जनसंचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित
12. रंगकर्म और मीडिया – जयदेव तनेजा
13. दूरसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी – डी.डी. ओझा, सत्यप्रकाश
14. प्रयोजनमूलक हिन्दी और पत्रकारिता – डॉ. दिनेश प्रसाद सिंह
15. इलेक्ट्रानिक मीडिया के सिद्धान्त – रूपचंद गौतम
16. संचार और पत्रकारिता के विविध आयाम – ओम प्रकाश सिंह
17. प्रयोजनमूलक हिन्दी : सिद्धान्त और प्रयोग – दंगल झाल्टे

.....

इंटरनेट का सामान्य परिचय

- 14.0 रूपरेखा
- 14.1 उद्देश्य
- 14.2 प्रस्तावना
- 14.3 इंटरनेट
- 14.4 इंटरनेट का ऐतिहासिक परिदृश्य
- 14.5 इंटरनेट का विकास
- 14.6 भारत में इंटरनेट का शुभारंभ
- 14.7 इंटरनेट से मिलने वाली सुविधाएँ
- 14.8 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 14.9 पठनीय पुस्तकें
- 14.1 उद्देश्य

प्रस्तुत आलेख के अध्ययनोपरांत आप जानेंगे कि –

- आधुनिक जीवन में इंटरनेट का क्या महत्व है?
- इंटरनेट के ऐतिहासिक परिदृश्य से अवगत होंगे।
- इंटरनेट के विकास की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे।

14.2 प्रस्तावना

सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में जिस नवीनतम माध्यम ने क्रांति उपस्थित की है, वह है 'इंटरनेट'। यह इस

शताब्दी का मनुष्यता को दिया गया सर्वश्रेष्ठ उपहार है। यह सूचना क्रान्ति का संवाहक है सही अर्थों में दुनिया को एक गाँव में इसी तंत्र ने बदला है या यूँ कहें कि बहुत-सी प्रौद्योगिकियों को मिलाकर किया गया एक अभिनव प्रयोग।

14.3 इंटरनेट

टी.वी. को लोगों ने बुद्ध बक्सा कहा था और इसे एक नशा भी माना था, परन्तु इंटरनेट उससे भी अधिक मादक है। आज इसके प्रयोक्ताओं की संख्या में निरन्तर वृद्धि हो रही है, क्योंकि यह सूचनाओं का अगाध सागर है। सम्प्रेषण के क्षेत्र में इसका कोई साम्य नहीं है। आज टेलीफोन और फ़ैक्स भी इसके सामने असहाय अनुभव कर रहे हैं। यद्यपि इंटरनेट टेलीफोन नेटवर्क पर निर्भर है और इस पर कार्य करते हुए टेलीफोन निरन्तर व्यस्त रहता है तो भी वह इसके आगे टिक नहीं पा रहा है। अब तो ऐसे उपकरण भी उपलब्ध हो रहे हैं कि ये दोनों स्वतंत्र कार्य करते हैं। ऐसे उपाय भी हो रहे हैं कि कम्प्यूटर चालू होते ही इंटरनेट स्वतः ही जुड़ जाए।

इंटरनेट को नेटवर्कों का नेटवर्क कहा जाता है। दूसरे शब्दों में यह सूचना से भरे जालों का जाल है जिसमें समस्त जालों को परस्पर सम्बद्ध करने की क्षमता है जब एकाधिक कम्प्यूटरों को परस्पर जोड़ देते हैं तो उसे नेटवर्क कहते हैं। इंटरनेट ऐसे कितने ही नेटवर्कों को परस्पर सम्बद्ध करने वाला नेटवर्क है। वर्तमान में इंटरनेट पर पूरे संसार में लगभग दस लाख वैबसाइट हैं। प्रत्येक वैबसाइट स्वयं में एक नेटवर्क है। सभी वैब सेट किसी माध्यम से परस्पर जुड़े हुए हैं। इंटरनेट पर लगभग सौ देशों में पहुंचा जा सकता है। इसके सूचना-तंत्र को तोड़ना सम्भव नहीं है। इसका प्रमुख कार्य सूचनाओं का आदान-प्रदान करना है। यह पूरे ब्रह्माण्ड की लगभग समस्त जानकारी को अपने गर्भ में लिए हुए है। इंटरनेट पर कोई भी व्यक्ति सूचनाओं के अगाध सागर में पहुंच कर मनचाही सूचनाएं प्राप्त कर सकता है। यह आदान-प्रदान निरन्तर चलता रहता है। इस कार्य को क्लाइंट और सर्वर करते हैं। इंटरनेट से प्राप्त होने वाली सूचना किसी कंप्यूटर से आती है, इसे सर्वर कहते हैं। कंप्यूटर प्रोग्राम, जिसे सर्वर क्लाइंट कहते हैं, मांगी गई सूचनाओं का संग्रहण करता है। क्लाइंट को इस बात का ज्ञान होता है कि उपलब्ध सूचना को किस सर्वर से प्राप्त किया जाए। इस प्रकार इंटरनेट का कार्य क्लाइंट और सर्वर के बीच संचार माध्यम के रूप में रहना है। आवश्यकता पड़ने पर यह हमें डाटा-बैंक से आंकड़े उपलब्ध कराता रहता है। जिसे संसार के लोग डाटा-बैंक में जोड़ते रहते हैं।

अब प्रश्न उठता है कि इंटरनेट सूचनाओं का सम्प्रेषण कैसे करता है। इंटरनेट पर कोई भी सूचना छोटे-छोटे अंशों में विभाजित होकर गतिशील रहती है। सर्वर सूचना को निश्चित आकार में विभाजित कर क्लाइंट के पास ले जाता है। जब सभी अंश क्लाइंट के कम्प्यूटर के पास पहुंच जाते हैं तो वह उन्हें इकट्ठे करके एक स्थान पर प्रस्तुत कर देता है। ई-मेल के सन्दर्भ में सर्वर का कार्य एक स्थानीय डाकघर की भांति है जो अलग-अलग स्थानों से आयी हुई डाक को गन्तव्य तक पहुंचाने का कार्य करता है इस प्रकार इंटरनेट मानव-जीवन को सुखमय बनाकर उसकी जीवन-शैली को भी बदल रहा है।

14.4 इंटरनेट का ऐतिहासिक परिदृश्य

वस्तुतः इंटरनेट विश्व के विभिन्न स्थानों पर स्थापित कंप्यूटरों के नेटवर्क को टेलीफोन लाइन की सहायता से जोड़कर बनाया गया एक अंतरराष्ट्रीय सूचना मार्ग है, जिस पर एक स्थान से दूसरे स्थान तक सूचनाएँ पलक झपकते ही पहुँच जाती हैं।

सन् 1969 में अमेरिकी प्रतिरक्षा अनुसंधान संस्थानों ने एक-दूसरे के साथ निरंतर संपर्क बनाए रखने के लिए एक रक्षा परियोजना 'एडवांस्ड रिसर्च प्रोजेक्ट्स एजेंसी'(एरपा) ने एक योजना बनाई। इस योजना के अंतर्गत विभिन्न अमेरिकी प्रतिरक्षा संस्थानों के कंप्यूटरों को 'पैकेट स्विच नेटवर्क' प्रौद्योगिकी की सहायता से एक-दूसरे के साथ जोड़ दिया गया। इस योजना के अनुसार सूचनाओं को छोटे-छोटे टुकड़ों में बाँटकर अलग-अलग मार्गों के द्वारा अपने निश्चित स्थान पर भेजा जाता है। इसका लाभ यह होता है कि यदि किसी एक मार्ग को शत्रु अवरुद्ध कर देता है तो भी सूचनाओं के टुकड़े दूसरे मार्ग से अपने निर्दिष्ट स्थान तक पहुँच जाते हैं। 'एरपा' ने इसी योजना को 'इंटरनेट' का नाम दिया है। यह योजना अभूतपूर्व रूप में सफल रही। सन् 1990-91 में शीतयुद्ध की समाप्ति के पश्चात् इंटरनेट के द्वारा जनसाधारण के लिए खोल दिए गए। यह नेटवर्क विश्वभर में लोकप्रिय बन गया है।

आज स्थिति यह है कि छोटी-से-छोटी और बड़ी-से-बड़ी जरूरत का विकल्प इंटरनेट है। चाहे हमें किसी सुदूर देश में प्रियजन को पत्र लिखना हो, किसी को अपने घर दावत पर बुलाना हो, घर बैठे रहकर ही विदेश में सामान का ऑर्डर देना हो या अन्य कोई बात करनी हो और वह भी तुरंत, तो इंटरनेट आपका सबसे आज़ाकारी सेवक सिद्ध होता है।

14.5 इंटरनेट का विकास

सन् 1970 में एरपा ने नेटवर्कों के बीच सूचनाओं को प्रेषित करने के लिए एक नयाचार (Protocol) का विकास किया था। इसके पश्चात् ट्रांसमिशन कंट्रोल प्रोटोकॉल/इंटरनेट प्रोटोकॉल (टी.सी.पी./आईपी.) नामक एक प्रोटोकॉल का विकास किया गया। यह प्रोटोकॉल नेटवर्क और प्रसारण स्तर का एक ऐसा संग्रह है, जिसके चलते इंटरनेट अथवा दूसरे नेटवर्कों पर एक पर्सनल कंप्यूटर दूसरे पर्सनल कंप्यूटर से समान स्तर पर संदेश अथवा सॉफ्टवेयर कार्यक्रमों का आदान-प्रदान करने में समर्थ हो पाता है। आज के युग में भी इंटरनेट में इसी प्रोटोकॉल का प्रयोग किया जाता है।

उन्नीसवीं शताब्दी के सातवें दशक के प्रारंभिक वर्षों में पाँच विश्वविद्यालयों में स्थित केंद्रों को इस नेटवर्क से जोड़ा गया। प्रारंभ में मात्र साधारण संदेशों का आदान-प्रदान ही इंटरनेट पर किया जाता था। बाद में यह आदान-प्रदान इलेक्ट्रॉनिक डाक (ई-मेल) में विकसित हो गया। विकास के अगले चरण में आर्ची, गॉफर, वेरॉनिका आदि खोज इंजन (सर्च इंजन) बनाए गए, जिनकी सहायता से नेटवर्क में कहीं भी स्थित सूचना को खोजने में आसानी होने लगी। इसके बाद तर्कसंगत (लॉजिकल) विकास हुआ वर्ल्ड वाइड वेब (www) का, जिससे सूचनाएँ प्राप्त करना अधिक आसान हो गया। विगत 3-4 वर्षों में इंटरनेट का विकास बहुत तेजी से हुआ है। इसके मुख्य कारण हैं पर्सनल कंप्यूटर का जीवन के हर क्षेत्र में उपयोग, हार्डवेयर के गिरते मूल्य तथा इसमें प्रयुक्त मोडेम की प्रौद्योगिकी में उत्तम विकास। एक अन्य कारण वर्ल्ड वाइड वेब का विकास था, जो शब्दों, चित्रों तथा ध्वनि की सहायता से किसी विशेष व्यक्ति, संस्था अथवा विषय की सूचनाएँ देने वाले तथा एक-दूसरे से जुड़े लाखों कंप्यूटरों का विश्व व्यापी संग्रह है। इसमें एक महत्वपूर्ण बात यह है कि इसका प्रयोग कोई साधारण व्यक्ति भी आसानी से कर सकता है।

14.6 भारत में इंटरनेट का शुभारंभ

नेटवर्क प्रणालियों के जनक इंटरनेट की शुरुआत वैसे तो सन् 1969 में अमेरिकी प्रतिरक्षा मंत्रालय की अनुसंधान परियोजना के रूप में हुई थी, परंतु 'इंटरनेट' शब्द सन् 1994 के दौरान ही प्रचलन में आया तथा भारतवर्ष में आज इंटरनेट के प्रवेश को मात्र आठ वर्ष ही हुए हैं। इन चंद वर्षों के अंतराल में इंटरनेट के विकास से विश्व के विशालकाय क्षेत्र का अनावरण हुआ है।

भारत में सबसे पहले इंटरनेट कुछ समय तक एजुकेशन एंड रिसर्च नेटवर्क द्वारा उपलब्ध करवाया जाता था, परंतु अगस्त 1995 से व्यावसायिक प्रयोग के लिए यह सुविधा विदेश संचार निगम लिमिटेड (बी.एस.एन.एल.) द्वारा उपलब्ध करवाई जाने लगी। फलतः मात्र राजधानी दिल्ली एवं आस-पास के क्षेत्रों के 32,000 लोग इस सुविधा का लाभ उठाने लगे। अगस्त 1995 से नई दिल्ली, मुंबई, कोलकाता तथा चेन्नई महानगरों से प्रारंभ की गई इंटरनेट सुविधा से बंगलौर, पुणे, कानपुर, लखनऊ, चंडीगढ़, जयपुर, हैदराबाद, पटना तथा गोवा भी इससे जुड़ गए। हमारी सरकार मार्च 2002 तक सभी जिला मुख्यालयों को इंटरनेट सुविधा से जोड़ने हेतु प्रयासरत है। आज सुखद स्थिति यह है कि इंटरनेट के बढ़ते जाल के कारण संपूर्ण भारत में इंटरनेट उपभोक्ताओं की संख्या में तेजी से वृद्धि हो रही है और गाँव-गाँव में जहाँ भरोसेमंद मीडिया उपलब्ध है, इंटरनेट का उपयोग किया जा सकता है।

आज की स्थिति में बी.एस.एन.एल. द्वारा कई शहरों में आरंभ की गई इंटरनेट सुविधा का निरंतर विस्तार हो रहा है। इस सुविधा से भारतीय लोगों को अंतरराष्ट्रीय नेटवर्क का भागीदार बनने का अवसर प्राप्त हो रहा है, जिसके माध्यम से वे अपने कंप्यूटर पर संपूर्ण विश्व की सूचनाओं के भंडार से मनचाही जानकारी प्राप्त करने में समर्थ हो रहे हैं। आरंभिक स्तर पर इंटरनेट के उपभोक्ताओं में सॉफ्टवेयर निर्यातक, सलाहकार, वैज्ञानिक, इंजीनियर, प्रशिक्षण संस्थान तथा व्यावसायिक संस्थान ही सम्मिलित थे, परंतु इसके विस्तार से भविष्य में लाखों लोगों के जुड़ने का अनुमान है।

आरंभ में इंटरनेट सुविधा के विस्तार के लिए बी.एस.एन.एल. दूरसंचार विभाग का सहयोग ले रहा था, ताकि अधिकाधिक उपभोक्ताओं को सुविधा उपलब्ध कराई जा सके। तब सभी नए नोड दूरसंचार विभाग द्वारा ही संचालित किए जा रहे थे। बी.एस.एन.एल. की जी.आई.ए.एस. (गेटवे इंटरनेट एक्सेस सर्विस) विश्व की न्यूनतम दरों पर इंटरनेट की संपूर्ण सेवाएँ उपलब्ध कराती है। बी.एस.एन.एल. ने इंटरनेट की संपूर्ण सेवाएँ पूरे देश को उपलब्ध कराने के लिए महत्वाकांक्षी परियोजना बनाई है। इसके अंतर्गत इसका मुख्य इंटरनेट एक्सेस नोड मुंबई में स्थापित किया गया है, जिसका संपर्क अमेरिका के इंटरनोड से उपग्रह के माध्यम से तथा यूरोप के इंटरनेट नोड से समुद्र के अंदर बिछाए गए केबलों के माध्यम से किया गया है, जिससे इस नेटवर्क के जाल को विविधता एवं विश्वसनीयता प्राप्त होती है। बी.एस.एन.एल. पहले ही पुणे, कोलकाता, नई दिल्ली, चेन्नई तथा बंगलौर में रिमोट इंटरनेट एक्सेस नोड स्थापित कर चुका है। ये नोड अमेरिका के इंटरनेट नोड से भी जोड़े जा चुके हैं। मुंबई स्थित इंटरनेट एक्सेस नोड बी.एस.एन.एल. की गेटवे पैकेट स्विच सेवा (जी.पी.एस.एस.) से भी जुड़ा है। दूरसंचार विभाग के 'रिमोट एरिया बिजिनेस मैसेज नेटवर्क (रैबमैन), डोमेस्टिक पैकेट स्विच नेटवर्क, आईनेट तथा हाइस्पीड वी सेट नेटवर्क भी जी.पी.एस.एस. से जुड़े हैं। इन नेटवर्कों के उपभोक्ताओं को भी संपूर्ण इंटरनेट सेवाओं का लाभ मिलता है। हमारे देश के लगभग 6,000 STD सुविधा वाले शहरों के उपभोक्ताओं को भी जी.आई.ए.एस. के अतिरिक्त आई नेट की 099 एक्सेस का उपभोक्ता बनने पर इंटरनेट सेवाओं का पूरा-पूरा लाभ मिलेगा।

जी.आई.एस. के उपभोक्ताओं को डाटा बेस से जुड़ने, ई-मेल भेजने, न्यूज पढ़ने, दूरस्थ क्षेत्रों के कार्यक्रम देखने आदि सुविधाएँ मिलेंगी तथा और भी कई तरह के लाभ मिलेंगे। इसके अतिरिक्त इंटरनेट से जुड़े हुए उपभोक्ताओं को ई-मेल, यूजनेट, टेलनेट, एफ.टी.पी., आर्ची, गोफर, वेरेनिका, वर्ल्ड वाइड वेब, मोजैक बेस आदि सुविधाओं का भी लाभ मिलेगा।

भारत के इंटरनेट बैंकबोन नेटवर्क को ही बी.एस.एन.एल. का गेटवे इंटरनेट एक्सेस सर्विस नेटवर्क कहते हैं। आज इंटरनेट भारत में भी अत्यधिक लोकप्रियता प्राप्त कर चुका है। इंटरनेट ने भारतीय कंपनियों के लिए नई-नई सेवाओं के साथ असीमित अवसर प्रदान करके नए युग की शुरुआत की है। अभी तक इसमें ई-मेल, डाटा बेस, वेब होस्टिंग सेवाएँ, विज्ञापन, इंटरनेट प्रकाशन तथा इंटरनेट कारोबार शामिल हैं। आज कई भारतीय समाचार-पत्रों, मंत्रालयों, कार्यालयों आदि ने अपनी-अपनी वेबसाइटें खोली हैं, जिनके द्वारा समाचार-पत्रों को इंटरनेट पर भी पढ़ा जा सकता है तथा मंत्रालयों एवं कार्यालयों के बारे में विस्तृत जानकारी उनकी वेबसाइटों द्वारा इंटरनेट पर ही ली जा सकती है।

14.7 इंटरनेट से मिलनेवाली सुविधाएँ

वैसे तो इंटरनेट से हम किसी भी तरह की सूचना प्राप्त कर सकते हैं, परंतु आमतौर पर इसका सर्वाधिक प्रयोग कुछ विशेष कार्यों के लिए ही होता है, जो इस प्रकार हैं -

1. इलेक्ट्रॉनिक मेल

इंटरनेट द्वारा प्राप्त होने वाली सुविधाओं में सर्वाधिक लोकप्रिय इलेक्ट्रॉनिक मेल(ई-मेल) सुविधा है यह कागज रहित सुविधा है। इसमें आप विश्व भर में क्षण भर के भीतर किसी के पास भी पत्र भेज सकते हैं। इस प्रकार ई-मेल सुविधा से समय और धन दोनों की बचत होती है। इसमें सबसे बड़ी बात यह है कि दोनों व्यक्तियों के पास एक ही वेबसाइट का पता होना जरूरी नहीं है। Yahoo, hotmail, netaddress, indya आदि कुछ प्रमुख वेबसाइटें हैं, जो यह सुविधा मुफ्त प्रदान करती हैं।

2. सर्चइंजन

यदि किसी उपभोक्ता को यह पता नहीं है कि उसे जो जानकारी चाहिए, वह किस वेबसाइट पर मिलेगी, तो वह किसी सर्चइंजन वेबसाइट को खोलकर यह जानकारी प्राप्त कर सकता है। सर्चइंजन लाखों वेबसाइट में से उसके मतलब की कुछ चुनिंदा साइट बता देगा। इंफोसीक, अल्टाविस्टा, लाकोसिस, नॉर्दनलाइट्स, आर्ची, गोफर, पेरोनिका तथा डब्ल्यू.आई.एस. आदि कुछ लोकप्रिय सर्चइंजन हैं। याहू (Yahoo) विश्व का सबसे बड़ा सर्चइंजन है।

3. वर्ल्ड वाइड वेब

ई-मेल के बाद इंटरनेट पर दूसरी लोकप्रिय सुविधा है वर्ल्ड वाइड वेब (www) 'एक में अनेक' कही जा सकने वाली इस सुविधा में सर्वर की एक शृंखला हाइपर टेक्स्ट के माध्यम से एक-दूसरे से जुड़ी रहती है।

हाइपर टेक्स्ट सूचनाओं को प्रस्तुत करने का एक ऐसा तरीका है, जिसमें विषयों को प्रमुखता दी जाती है। ऐसे विषयों को चुनकर उनके बारे में अधिक जानकारी प्राप्त की जा सकती है। इसके सर्वाधिक प्रचलित सॉफ्टवेयर मोजाइक तथा नेटस्केप नेवीगेटर तथा इंटरनेट एक्प्लोरर हैं।

4. टेलनेट

टेलनेट (Telnet) एक ऐसी सुविधा है, जिसके माध्यम से इंटरनेट से जुड़े विश्व के किसी भी कंप्यूटर पर 'लॉग इन' कर उस पर इस प्रकार कार्य कर सकते हैं जैसे उस कंप्यूटर का की-बोर्ड आपके पास हो। इसीलिए इस सुविधा को 'दूरस्थ' (रिमोट) लॉग इन भी कहते हैं। फाइल ट्रांसफर प्रोटोकॉल की सहायता से टेलनेट द्वारा नेटवर्क के एक कंप्यूटर से दूसरे कंप्यूटर पर आवश्यक नई एवं उपयोगी सूचनाओं को उतारा (डाउनलोड किया) जा सकता है।

5. पुशनेट

पुशनेट (Pushnet) सुविधा की सहायता से आपका संदेश इलेक्ट्रॉनिक बुलेटिन बोर्ड पर भेजा जा सकता है, जहाँ उसे कोई भी व्यक्ति देख सकता है।

6. यूजनेट

यूजनेट (Usenet) एक ऐसी सुविधा है, जिसकी सहायता से नेटवर्क में निहित सूचनाओं के भंडार को किसी विषय पर आधारित समूह में बाँटा जा सकता है तथा एक विषय पर रुचि रखने वाले व्यक्ति सूचनाओं का आदान-प्रदान एवं विचार-विमर्श आदि कर सकते हैं। इसी कारण यूजनेट की सुविधा अत्यंत लोकप्रिय हो गई है। ई-मेल की सुविधा केवल एक से एक (वन टू वन) तक ही सीमित है, जबकि यूजनेट की सुविधा एक से अधिक (वन टू मेनी) में बाँटी जा सकती है।

7. चैटरूम

चैट रूम ने तो हजारों-लाखों किलोमीटर की दूरियों को नजदीकियों में परिवर्तित कर दिया है। एक तरफ जहाँ टेलीफोन पर देश के भीतर ही किसी अन्य राज्य में बात करने पर बहुत पैसे लगते हैं वहीं इंटरनेट के सहारे आप स्थानीय कॉल की दर से अमेरिका या इंग्लैंड में किसी से भी बात कर सकते हैं। इंटरनेट टेलीफोनी में आप मात्र एक स्थानीय कॉल के खर्च पर विश्व में कहीं भी, कितनी भी देर बात कर सकते हैं। इस तरह आप अपने टेलीफोन बिल पर 98 प्रतिशत तक कटौती कर सकते हैं। यह सेवा विश्व भर में तेजी से लोकप्रिय हो रही है। वैसे तो चैट यानी वार्ता का माध्यम सामान्य तौर पर लिखित होता है, परंतु आजकल वॉयस (Voice) चैट भी बहुत लोकप्रिय हो रहा है, जो आपकी आवाज सीधे हजारों मील दूर बैठे आपके साथी तक पहुँचा देता है। इतना ही नहीं, यदि आपने अपने कंप्यूटर में कैमकॉर्डर यानी कंप्यूटर कैमरा लगा दिया है तो वह व्यक्ति, जिससे आप बातें कर रहे हैं, आपको देख भी सकता है। वैसे यह उपकरण बहुत महँगा है।

8. इंट्रानेट

इंटरनेट (Intranet) वह सुविधा है, जिसकी पहुँच सीमित लोगों तक होती है। सामान्यतया बड़ी कंपनियाँ अपने मुख्यालय तथा अन्य शाखाओं का आपसी संपर्क बनाए रखने के लिए इस सुविधा का प्रयोग करती हैं। इसकी सीमा यह है कि इसकी पहुँच उन्हीं लोगों तक होती है, जो उस कंपनी के कर्मचारी या सदस्य हों और जिनके पास इस वेबसाइट तक पहुँचने का अधिकार हो। वस्तुतः इंटरनेट का इस्तेमाल किसी संस्था द्वारा अपनी अंदरूनी सूचना के आदान-प्रदान की क्षमता को बढ़ाने के लिए ही किया जाता है। इंटरनेट के दो अलग-अलग रूप – लोकल एरिया नेटवर्क (लैन) और वाइड एरिया नेटवर्क (वैन) होते हैं। इससे स्टेशनरी एवं पैसे दोनों की बचत होती है तथा जानकारी के तीव्र आदान-प्रदान से कंपनी की उत्पादकता एवं क्षमता दोनों बढ़ाई जा सकती हैं।

9. ई-कॉमर्स

ई-कॉमर्स ने समूचे विश्व को विशाल मंडी में बदल दिया है, जहाँ आप छोटी-से-छोटी और बड़ी-से-बड़ी चीज की खरीद-फरोख्त कर सकते हैं। मात्र ई-कॉमर्स की किसी वेबसाइट को खोलकर और उसे अपना आर्डर देकर आप अपनी पसंदीदा चीज प्राप्त कर सकते हैं।

इंटरनेट पर खरीदारी करने के लिए क्रेडिट कार्ड सबसे सुलभ माध्यम है।

14.8 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. इंटरनेट से क्या अभिप्राय है?

.....

.....

.....

.....

2. इंटरनेट के इतिहास पर प्रकाश डालें।

.....

.....

.....

.....

3. इंटरनेट का भारत में शुभारंभ कब हुआ? इंटरनेट से मिलने वाली सुविधाओं पर प्रकाश डालिए।

.....

.....

.....

.....

14.9 पठनीय पुस्तकें

1. प्रयोजनमूलक हिन्दी – डॉ. अनुज प्रताप सिंह
2. जनसम्पर्क, विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम – एन.सी. पंत
3. सूचना, संचार और समाचार – मुकुल श्रीवास्तव
4. संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र
5. जनपत्रकारिता, जनसंचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित
6. रंगकर्म और मीडिया – जयदेव तनेजा
7. दूरसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी – डी.डी. ओझा, सत्यप्रकाश
8. प्रयोजनमूलक हिन्दी और पत्रकारिता – डॉ. दिनेश प्रसाद सिंह
9. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के सिद्धान्त – रूपचंद गौतम
10. संचार और पत्रकारिता के विविध आयाम – ओम प्रकाश सिंह
11. प्रयोजनमूलक हिन्दी : सिद्धान्त और प्रयोग – दंगल झाल्टे

.....

हिन्दी कंप्यूटिंग

- 15.0 रूपरेखा
- 15.1 उद्देश्य
- 15.2 प्रस्तावना
- 15.3 ब्राउजिंग
- 15.4 डाउनलोडिंग एवं अपलोडिंग
- 15.5 ईमेल भेजना तथा प्राप्त करना
- 15.6 हिन्दी के प्रमुख इंटरनेट पोर्टल
- 15.7 अभ्यास हेतु प्रश्न
- 15.8 संदर्भ ग्रन्थ/सहायक पुस्तकें
- 15.1 उद्देश्य

इंटरनेट पर की जाने वाली सर्वाधिक महत्वपूर्ण गतिविधि ब्राउजिंग है जिसका प्रयोग कर किसी भी मनवांछित विषय, तथ्य, जानकारी इत्यादि को प्राप्त किया जाता है। इंटरनेट का प्रयोग करते हुए वांछनीय विषय, जानकारी को कैसे पढ़ा जाता है, सुरक्षित रखा जाता है इसे डाउनलोडिंग से समझा जा सकता है। किस प्रकार किसी तथ्य, जानकारी को प्रेषित किया जाता है उसे विद्यार्थी समझ सकेंगे। कागज पर लिखे पत्र के बजाय कम्प्यूटर स्क्रीन पर लिखे ई-मेल से जुड़ी प्रक्रियाओं की जानकारी यहाँ दी गई है। हिन्दी के महत्वपूर्ण इंटरनेट पोर्टल्स का ज्ञान भी विद्यार्थी प्राप्त करेंगे।

15.1 भूमिका

आधुनिक युग कम्प्यूटर का बेशक है लेकिन आधुनिक पीढ़ी इंटरनेट पीढ़ी है। इंटरनेट से जुड़ी विविध गतिविधि यहाँ जैसे ब्राउजिंग, ई-मेल, डाउनलोडिंग, अपलोडिंग, महत्वपूर्ण है।

15.3 ब्राउजिंग (Browsing)

वे सॉफ्टवेयर जो किसी इंटरनेट उपयोगकर्ता को किसी www साईट को कनेक्ट करने, उस पर रखी सामग्री को देखने, सुनने, पढ़ने एवं प्राप्त करने की सुविधा उपलब्ध कराते हैं वैब ब्राउजर कहलाते हैं। ब्राउजर को हिन्दी में **खोजक** कहते हैं। इसे वैबग्राहक और विश्व ग्राहक के नाम से भी जाना जाता है क्योंकि इसमें इंटरनेट उपभोक्ता सर्वर से किसी प्रोग्राम की खोज करता है। ब्राउजर एक ऐसा साधन है जो कम्प्यूटर को इंटरनेट से जोड़ता है। ब्राउजर के दो काम होते हैं –

वैब सर्वर से संपर्क करके सूचना के लिए प्रार्थना करना।

सूचना प्राप्त करके प्रयोक्ता के कम्प्यूटर पर प्रदर्शित करना।

अलग-अलग ऑपरेटिंग सिस्टम के लिए अलग-अलग अनेक वेब ब्राउजर बाजार में उपलब्ध हैं। नेटस्केप नेवीगेटर और इंटरनेट एक्सप्लोरर दो ऐसे ब्राउजर हैं जिनको क्रमशः नेटस्केप और माइक्रोसॉफ्ट ने विकसित किया है। वर्ल्ड वाइड वैब के साथ ब्राउजर का विकास अत्यन्त तीव्रता से हुआ। माइक्रोसॉफ्ट में इंटरनेट एक्सप्लोरर ब्राउजर का विकास कर उसे अपने ऑपरेटिंग सिस्टम में विंडोज95 और विंडोज98 के साथ निःशुल्क देना प्रारम्भ किया। विंडोज98 को इतना शक्तिशाली बनाया गया कि उसकी सहायता से इंटरनेट का प्रयोग सरलता से किया जा सकता है।

इनके अतिरिक्त यूनिक्स ऑपरेटिंग सिस्टम के LYNX और विंडोज ऑपरेटिंग सिस्टम के तहत CELLO, WINWEB, NETSCAPE, EXPLORER, मैक (MAC) ऑपरेटिंग सिस्टम के अन्तर्गत SAMBA, MACWEB ब्राउजर हैं।

वैब ब्राउजर इंटरनेट पर चली गई जानकारी के लिए वेब सर्वर कम्प्यूटर को संदेश (request) भेजता है। वेब सर्वर कम्प्यूटर के पोर्ट 80 पर चल रहा HTTPD प्रोग्राम इस संदेश को ग्रहण करता है। यह प्रोग्राम तदनुसार प्रक्रिया कर वापस वैब ब्राउजर को वांछित जानकारी भेजता है। वैब सर्वर प्राप्त हो रही इस जानकारी को वैब ब्राउजर पैकेट के रूप में प्राप्त कर एकत्रित करता है तथा इन प्राप्त पैकेटों को व्यवस्थित (assemble) कर, स्क्रीन पर जानकारी (वैब पेज) डिस्प्ले कर देता है।

वैब ब्राउजर के अभाव में चित्र, टैकस्ट, संगीत, वीडियो देखने-सुनने की कल्पना नहीं की जा सकती। LYNX टैकस्ट आधारित ब्राउजर है इसके द्वारा किसी पुस्तक को पढ़ सकते हैं। इसके माध्यम न चित्र देखे जा सकते हैं और न ही ध्वनि सुनी जा सकती है। इसमें ग्राफिक्स को प्रदर्शित नहीं किया जा सकता। LYNX को कसांस विश्वविद्यालय के डिस्ट्रीब्यूटिड कम्प्यूटिंग ग्रुप ने तैयार किया था।

मोजैक (MOSAIC) – ग्राफिक्स आधारित वैब ब्राउजर है। इसमें चलचित्र देख सकते हैं तथा ध्वनि सुन सकते हैं। यह ब्राउजर मार्क एडरसन ने बनाया था। इस ग्राफिक्स आधारित वैब ब्राउजर का नाम था – NCSA (National Centre Super Computing Application) जो चित्र आधारित जानकारी के लिए उपयोगी है।

15.4 डाउनलोडिंग (Downloading) एवं अपलोडिंग (Uploading)

डाउनलोडिंग (Downloading) – इंटरनेट द्वारा किसी फाइल को एक कम्प्यूटर से दूसरे कम्प्यूटर पर उतारना डाउनलोडिंग (Downloading) कहलाता है। आमतौर पर इसका प्रयोग फाइलों के हस्तांतरण के लिए किया जाता है। इसमें सूचनाएं निर्यात की जाती हैं। वैब ब्राउजर से प्राप्त किसी विषय को पढ़ना, सुरक्षित करना, उसका प्रिन्ट लेना डाउनलोडिंग है।

फाइल को डाउनलोड करना –

ऐसी फाइलें जो कि LYNX के उपयोग द्वारा पढ़ना संभव नहीं होता है उन फाइलों को डाउनलोड करके ही पढ़ा जा सकता है। इनमें प्रोग्राम फाइलें, ZIP फाइलें व अन्य बाइनरी फाइलें सम्मिलित हैं यदि LYNX वेब ब्राउसर का उपयोग कर आप ऐसी किसी फाइल को पढ़ने की कोशिश करते हैं जिन्हें कि उसके द्वारा नहीं पढ़ा जा सकता है तब स्क्रीन पर निम्न संदेश प्राप्त होगा

THIS FILE CANNOT BE DISPLAYED ON THIS TERMINAL (D) DOWNLOAD OR (C) CANCEL

अब यदि आप इस फाइल को सर्वर पर डाउनलोड करना चाहते हैं तब D दबाना होगा। D दबाते ही SAVE TO DISK स्क्रीन पर प्रदर्शित होगा। इस पर ENTER दबा दीजिये

अब कम्प्यूटर FILE NAME पूछेगा यहाँ पर एक फाइल नाम टाइप कर दीजिये। इसी फाइल नाम से सर्वर पर उक्त फाइल संग्रहित हो जायेगी। इस फाइल को ई-मेल द्वारा अपने कम्प्यूटर पर स्थानांतरित किया जा सकता है यदि फाइल डाउनलोड न करना हो तब C अर्थात् CANCEL दबाना होगा।

अपलोडिंग (Uploading) – इंटरनेट द्वारा किसी फाइल को एक कम्प्यूटर से दूसरे कम्प्यूटर पर भेजना अपलोडिंग (Uploading) कहलाता है। इसमें सूचनाएं आयात की जाती हैं। ई मेल भेजना अपलोडिंग है और ई मेल प्राप्त करना डाउनलोडिंग है। वैब ब्राउजर से प्राप्त किसी विषय को सुरक्षित करके भी किसी को सूचना अपलोड की जा सकती है।

15.5 ई-मेल का अभिप्राय, प्रक्रिया, प्राप्त करना, भेजना

जैसा कि नाम से ही स्पष्ट है कि इलेक्ट्रानिक मेल पत्राचार का इलेक्ट्रानिक रूप या माध्यम है। सामान्य पत्राचार प्रणाली में कागज के ऊपर लिखा या टाइप किया जाता है और उसे डाक व्यवस्था का उपयोग करते हुए, वांछित व्यक्ति तक पहुँचाया जाता है वहीं इलेक्ट्रानिक मेल में पत्र को कम्प्यूटर पर टाइप किया जाता है तत्पश्चात सॉफ्टवेयर व नेटवर्क व्यवस्था के उपयोग द्वारा उसे चाहे गये व्यक्ति तक पहुँचा दिया जाता है। यहां इलेक्ट्रानिक मेल भेजने व पाने वाले दोनों व्यक्तियों के पास इलेक्ट्रानिक मेल का कनेक्शन होना अनिवार्य है क्योंकि इलेक्ट्रानिक मेल एक कम्प्यूटर से दूसरे कम्प्यूटर पर ही भेजी व प्राप्त की जा सकती है।

ई-मेल वर्तमान में संदेशों के आदान-प्रदान का तीव्रतम साधन है। इसमें दिये गये संदेश की भाषा सामान्य पत्राचार के रूप में न हो कर, बातचीत की भाषा के रूप में अधिक होती है। सामान्य कागजी पत्राचार को अपने गंतव्य तक पहुँचाने में अपेक्षाकृत काफी अधिक समय लगता है तथा कोई बात समझ में नहीं आने पर, जवाब वापस पाने में और भी अधिक समय लगता है। वहीं ई-मेल जहाँ अपने गंतव्य तक विश्व के किसी भी भाग में मात्र कुछ मिनटों में ही पहुँच जाती है तथा कुछ बात समझ में न आने पर भेजने वाले से उक्त संबंध में तुरंत ही जवाब भी प्राप्त किया जा सकता है ?

कम्प्यूटर से कम्प्यूटर संदेश प्रेषण को ई-मेल, इसलिए कहा जाता है क्योंकि इसके निम्नांकित गुण सामान्य डाक व्यवस्था से मिलते-जुलते हैं।

इलेक्ट्रॉनिक मेल व्यवस्था से जुड़े समस्त कम्प्यूटरों के अलग-अलग पते होते हैं।

ई-मेल प्राप्तकर्ता द्वारा कब पढ़ी गई, इसका पता प्रेषक को नहीं लगता है।

सामान्य डाक व्यवस्था के समान ही संदेश निर्माणकर्ता, अन्य किसी को (नेटवर्क को), संदेश (पत्र) वांछित स्थल तक पहुँचाने हेतु प्रदाय करता है।

यदि आप ई-मेल पता गलत ढंग से लिखेंगे, तो संदेश भेजने वाले तक वापस आ जाएगा।

यदि किन्हीं कारणों से नेटवर्क ई-मेल को गंतव्य तक नहीं पहुँचा सकेगा, तब भी ई-मेल प्रेषक तक वापस आ जाएगी ऐसी वापस ई-मेल, बाऊंस मेल कहलाती है।

कोई भी व्यक्ति जिसके पास आपका ई-मेल पता हो, आपको ई-मेल भेज सकता है।

यदि आप छुट्टी पर गये हुए हैं और अपनी ई-मेल न पढ़े तो आपका ई-मेल बॉक्स, ई-मेल से भर सकता है।

सामान्य तौर पर ई-मेल संदेशों का आदान-प्रदान दो व्यक्तियों के मध्य ही होता है अर्थात् ई-मेल से प्रेषित संदेशों को सिर्फ प्रेषक और वांछित प्राप्तकर्ता ही पढ़ सकते हैं। लेकिन चूंकि ई-मेल संदेश एक कम्प्यूटर से दूसरे कम्प्यूटरों पर होते हुए वांछित व्यक्ति तक पहुँचता है अतः बीच के कम्प्यूटरों पर इसके पढ़े जाने की संभावना जरूर रहती है। हालांकि एक कम्प्यूटर से अगले कम्प्यूटर तक ई-मेल स्वचालित रूप से, बिना किसी मानवीय प्रक्रिया के प्रेषित व प्राप्त होती है अतः यह संभावना, कि किसी व्यक्ति के लिए प्रेषित ई-मेल संदेश कोई अन्य व्यक्ति पढ़ेगा लगभग नगण्य होती है। साथ ही यहाँ एक तथ्य और भी जानना आवश्यक है कि ई-मेल सर्वर कम्प्यूटर हजारों की संख्या में ई-मेल का आदान-प्रदान प्रतिदिन करते हैं और यह किसी भी सर्वर प्रबंधक के लिए सम्भव नहीं है कि वह इन हजारों ई-मेल को पढ़ने की कोशिश करें।

फिर भी सावधानी के तौर पर प्रत्येक ई-मेल उपयोगकर्ता को यह सलाह अवश्य दी जाती है कि वे अति गोपनीय प्रकार का पत्राचार ई-मेल से न करें। यदि कभी अति-गोपनीय पत्राचार ई-मेल से करना आवश्यक ही हो तब सामग्री को कूट रूप में प्रेषित करना उचित होगा।

ई-मेल की प्रक्रिया

जैसा कि पहले ही बताया जा चुका है कि ई-मेल, एक कम्प्यूटर उपयोगकर्ता के संदेश को दूसरे कम्प्यूटर उपयोगकर्ता तक पहुँचाने की एक विधि है। ये उपयोगकर्ता एक कम्प्यूटर पर ही हो सकते हैं या फिर लोकल एरिया नेटवर्क के अंतर्गत किसी कम्प्यूटर के हो सकते हैं। किसी वाइड एरिया नेटवर्क के तहत हो सकते हैं या फिर अलग-अलग दो नेटवर्कों के भी हो सकते हैं। यदि ये दोनों अर्थात् संदेश भेजने व प्राप्त करने वाले उपयोगकर्ता एक ही कम्प्यूटर पर कार्य करते हैं तब ई-मेल संदेश में पते के सम्मुख केवल उस उपयोगकर्ता का लॉगिन नाम लिख देना ही पर्याप्त होता है जिसे कि ई-मेल भेजना है। लेकिन यदि उपयोगकर्ता एक ही लोकल एरिया नेटवर्क के अलग-अलग कम्प्यूटर पर हो तब पते के सम्मुख लॉगिन नाम के साथ-साथ कम्प्यूटर को दिया गया नाम संकेत के पश्चात् लगाना आवश्यक होता है। यदि उपयोगकर्ता वाइड एरिया नेटवर्क के अंतर्गत या अलग-अलग नेटवर्कों पर स्थित है तब उस परिस्थिति में पते के सम्मुख पूर्ण ई-मेल पता टाइप करना आवश्यक होना है। इंटरनेट ई-मेल प्रणाली के अन्तर्गत कम्प्यूटर सर्वर, राउटर, ब्रिज/गेटवे आदि का आवश्यकतानुसार उपयोग करता है तथा ई-मेल इनसे होते हुए ही अपने गंतव्य तक पहुँचती है।

ई-मेल सर्वर – वह कम्प्यूटर प्रणाली जो कि अपने अधीनस्थ सभी कम्प्यूटरों के लिये इंटरनेट से मेल प्राप्त अथवा प्रेषित करती है।

राउटर – वह उपकरण जो कि इंटरनेट पते के आधार पर अन्य सर्वर अथवा नेटवर्कों को ई-मेल आगे बढ़ाते हैं।

ब्रिज/गेटवे – अलग-अलग प्रकार के प्रोटोकॉल पर आधारित विभिन्न नेटवर्कों को जोड़ने का काम करता है।

यहाँ एक तथ्य और भी जानना आवश्यक है वो यह कि ई-मेल सर्वर कम्प्यूटर ई-मेल को छोटे-छोटे प्रभागों में विभक्त करके गंतव्य के लिए आगे बढ़ाता है, छोटे-छोटे प्रभागों को पैकेट कहा जाता है। प्रत्येक पैकेट के साथ प्राप्तकर्ता का ई-मेल/इंटरनेट पता रहता है। ये सभी पैकेट अपने गंतव्य कम्प्यूटर पर पहुँचकर पुनः सही क्रम से व्यवस्थित हो पूर्ण ई-मेल के रूप में उपयोगकर्ता को उपलब्ध होते हैं।

ई-मेल प्राप्त करना – ई-मेल प्राप्त करने वाले का अपना ई-मेल आईडी, पासवर्ड और अकाउंट होना जरूरी है। प्राप्त ई-मेल को पढ़ने के लिए जिस सर्वर पर अपना खाता हो उस पर जाना होता है फिर अपना ई-मेल आईडी और पासवर्ड डालकर मेल खोली जाती है। इसके बाद खुली हुई मेल में इनबाक्स (inbox) पर क्लिक करके वांछित प्राप्त ई-मेल को पढ़ा (read) सुरक्षित (save), अग्रप्रेषित (forward), मिटाया (delete) किया जा सकता है और उसका जवाब (reply) दिया जा सकता है।

ई-मेल भेजना – जिसे ई-मेल भेजना है उसका लॉगिन नाम और ई-मेल पता ज्ञात होना जरूरी है। ई-मेल प्राप्त करने वाली विधि की तरह जिस सर्वर पर अपना खाता हो उस पर जाना होता है फिर अपना ई-मेल आईडी और पासवर्ड डालकर मेल खोली जाती है। इसके बाद खुली हुई मेल में कम्पोज (compose) पर क्लिक करके एक फाइल खुलती है। यहाँ To के सामने जिसे मेल करनी है उसका ई-मेल नाम टाइप किया जाता है। कम्पोज

मैसेज (compose message) में संदेश टाइप कर फिर उसे भेज (send) दिया जाता है। यदि कम्प्यूटर की किसी फाइल को भेजना हो तो उसे अटैच (attach) किया जाता है।

15.6 हिन्दी के इंटरनेट पोर्टल (Hindi Internet Portal)

कम्प्यूटर की क्रियाएं अंग्रेजी भाषा में होती हैं किन्तु उसका प्रयोग हिन्दी भाषाभाषी, हिन्दी के साहित्यकार, विद्यार्थी, हिन्दी के समाचार पत्र-पत्रिकाएं भी करते हैं। इस उद्देश्य की पूर्ति हेतु हिन्दी के इंटरनेट पोर्टल कार्य करते हैं। इंटरनेट पर कार्य करते हुए जब किसी हिन्दी समाचार पत्र जैसे नवभारत टाइम्स, दैनिक जागरण, अमर उजाला, हिन्दुस्तान की साइट खोलते हैं तब कम्प्यूटर स्क्रीन पर बाईं ओर अखबार के कॉलम के आकार में समाचार चलते रहते हैं जिन्हें उस सम्बन्धित अखबार के इंटरनेट पोर्टल नाम से जाना जाता है। जब यह पोर्टल हिन्दी अखबार से जुड़ा होता है तब इसी को हिन्दी का इंटरनेट पोर्टल कहा जाता है।

हिन्दी के इंटरनेट पोर्टल का दूसरा सम्बन्ध बाजार में उपलब्ध हिन्दी के विभिन्न सॉफ्टवेयरों से है। इनमें हिन्दी के अलग-अलग फॉण्ट जैसे कृतिदेव, वाक्समैन, मंगल, कार्तिक आदि से लेकर शब्दकोश, वर्तनी-दोष सुधार, हिन्दी भाषा ज्ञान, हिन्दी में अनुवाद इत्यादि विविध प्रोग्राम उपलब्ध हैं।

बाजार में इन दिनों सॉफ्टवेयर उपलब्ध हैं। भारत में सुपरटेक सॉफ्टवेयर एण्ड हार्डवेयर ने जिस सॉफ्टवेयर को विकसित किया है वह अंग्रेजी दस्तावेजों का हिन्दी में तुरन्त अनुवाद कर देता है। यह सॉफ्टवेयर कृत्रिम बुद्धि से युक्त है। सुपरटेक कम्पनी हिन्दी अंग्रेजी सॉफ्टवेयर का विकास करने की दिशा में अग्रसर है। इस सॉफ्टवेयर में तीन प्रकार के शब्दकोश – सामान्य, वैज्ञानिक और कृषि सम्बन्धी हैं। यह सॉफ्टवेयर अंग्रेजी तथा हिन्दी शब्द संसाधक के रूप में स्वतन्त्र रूप से कार्य कर सकता है।

ऐसे सॉफ्टवेयर को भी विकसित किया गया है जिससे ई-मेल हिन्दी के अतिरिक्त कुछ प्रादेशिक भाषाओं में भी भेजे जा सकते हैं। आई. बी. एम. ने वैयक्तिक संगणकों (Personal Computer) का प्रयोग करने वालों के लिए द्विभाषिक शब्द संसाधन के लिए अनेक पैकेज बाजार में उपलब्ध कराए हैं। दो भाषाओं में कार्य के लिए इन पैकेजों पर मुद्रण के लिए केवल डॉटमैट्रिक्स (Dotmatrix) अथवा लेजर प्रिंटर (Laser Printer) का ही उपयोग किया जा सकता है।

डी. बेस, लॉटस, कोबोल, आदि मानक पैकेजों को 'सुलिपि' सॉफ्टवेयर द्वारा द्विभाषिक रूप में चलाया जा सकता है। बेसिक (Basic) डी-बेस-III (D-Base-III) तथा वर्ड स्टार (Word Star) में द्विभाषिक अर्थात् हिन्दी-अंग्रेजी वाक्य-रचना त्रुटियों की व्याख्या उपलब्ध कराने के लिए 'मित्रा' नामक सॉफ्टवेयर विकसित किया गया है जिसे स्मृति (Memory) में संचित किया जा सकता है। यह सॉफ्टवेयर ऑन-लाइन (On Line / Internet) पर कार्य करते हुए सहायक तंत्र के रूप में काम करता है। केन्द्रीय भारतीय भाषा संस्थान मैसूर ने 'रोम-चिप' (Rom Chip) नाम से एक अन्य सुविधा विकसित की है जिससे किसी भी भाषा को हिन्दी, मराठी, संस्कृत में पढ़ाया जा सकता है।

नये द्विभाषी कम्प्यूटर सॉफ्टवेयर 'अक्षर फार विंडोज' के माध्यम से अब वे लोग भी देवनागरी लिख सकते हैं जो देवनागरी में लिख नहीं सकते, परन्तु बोलचाल की हिन्दी जानते हैं। एक अन्य सॉफ्टवेयर शब्दमाला में भी देवनागरी शब्द (Word Processor) की सुविधाएं उपलब्ध हैं।

ओशो कम्प्यून इंटरनेशनल, पुणे ने एक हिन्दी वर्तनी जांचक ओशो स्पेल बाइन्डर (Osho Spell Binder) तथा हिन्दी शब्दकोश 'हिन्दी शब्द सागर' को विकसित किया है। यह एक हिन्दी प्रूफ रीडर है जो एक हजार शब्द प्रति मिनट की गति से दस्तावेजों के वर्तनी-दोषों की जांच कार्य कर सकता है। इसके शब्दकोश में एक लाख बीस हजार शब्दों को संचित करने की क्षमता है।

पुणे में स्थित सी-डेक द्विभाषिक अथवा बहुभाषिक सॉफ्टवेयर में अग्रणी है। इसमें कई पैकेजों का विकास किया गया है जिसमें जिस्ट (Jist), टर्मिनल (Terminal) लिप्स (Lips) मूव (Moov) बटरफ्लाई (Butterfly) जिस्ट सेल (Jist Cell) आदि सम्मिलित हैं। सी-डेक के ये उत्पाद बहुभाषी वातावरण में स्वतंत्र रूप से काम कर सकते हैं। सॉफ्टवेयरों के माध्यम से न केवल भारतीय लिपियों में बल्कि भूटानी, तिब्बती, सिंहली में भी काम किया जा सकता है। सी-डेक ने हिन्दी वर्तनी जांचक सॉफ्टवेयर भी विकसित किया है जिसे जिस्टकार्ड (Jist Card) पर स्क्रिप्ट संसाधक (Menscript Processor) के साथ चला सकते हैं। यह स्वर आधारित गलत वर्तनी के हिन्दी शब्दों का सही विकल्प सुझाता है। जैसे डोगरी भाषी 'य' को 'ज' अथवा 'ब' को 'भ' कई स्थलों पर बोलते हैं उनका सही उपयोग सी-डेक हिन्दी वर्तनी जांचक सॉफ्टवेयर बताता है।

'अमप्त' 'अभिलाषा' और 'बसंत' आदि हिन्दी के फाण्ट्स, 'ओशो कम्प्यून इनटरनेशनल' पुणे द्वारा विकसित हैं। इन्हें ऐपल मैकिन्टॉस संगणकों (Apple Macintas Computer) पर प्रयुक्त किया जा सकता है। ए.सी. ई.एस. कंसल्टेंट्स (ACES Consultants) द्वारा विकसित 'आकृति-95' सॉफ्टवेयर में हिन्दी के अनेक पार्ट्स विकसित किए गए हैं जो विविध कुंजी-पटलों (Key Boards) के विकल्प, टाइपिंग गति तथा विंडो डॉस (Window Doss) आदि कम्प्यूटर पर सुसंगति से काम करने की सुविधा देता है।

तुलना की दृष्टि से हिन्दी एवं अंग्रेजी के इंटरनेट पोर्टलों में अन्तर होता है। इसका मुख्य कारण यह है कि हिन्दी इंटरनेट पोर्टल की कुछ अन्तर्निहित तकनीकी समस्याएँ होती हैं जिस कारण से अंग्रेजी वेबसाइट की तुलना में इसका विकास वांछित गति से नहीं हो पाता है। कम्प्यूटर तकनीक का विकास अनिवार्य रूप से अंग्रेजी भाषा में हुआ। अतः हिन्दी इंटरनेट पोर्टल (हिन्दी वेबसाइट) को प्रारम्भ से ही एक तकनीकी समस्या से जूझना पड़ा। यह समस्या मुख्यतः भाषायी थी। यद्यपि 90 के दशक में कतिपय कम्प्यूटिंग टूल्स जैसे फांट-की-मैप, स्टैंडर्स डाइजेशन, वर्ड प्रोसेसिंग, इलेक्ट्रॉनिक शब्दकोश, स्पेल चेकर के माध्यम से दूर करने का प्रयास किया गया। इसने काफी हद तक प्रोग्रामिंग के माध्यम से समाधान तो किया किन्तु डाउनलोड एवं कन्फीग्रेशन के क्षेत्र में समस्याएँ कमोबेश बनी रहीं। इस दिशा में अनेक प्रतिष्ठित संस्थानों जैसे सी-डेक (पुणे), एसीएसटी (मुम्बई), इंडियन इंस्टीट्यूट ऑफ इन्फार्मेशन (हैदराबाद) ने अपने स्तर पर महत्वपूर्ण योगदान दिए।

विदेशों में खासकर अमेरिका, जापान, जर्मनी आदि देशों में हिन्दी में महत्वपूर्ण साहित्यकारों एवं साहित्यिक पत्रिकाओं की वेबसाइटें अस्तित्व में आईं। इनमें कुछ महत्वपूर्ण वेबसाइट थे - अभिव्यक्ति-हिन्दी, ओआरजी,

अनुभूति-हिन्दी, ओआरजी, भारतदर्शन.कॉम, हिन्दीनेस्ट.कॉम। इन वेबसाइटों के विकास की प्रक्रिया में आने वाली भाषा सम्बन्धी असुविधाओं को दूर करने का प्रयास किया गया और इस क्रम में तकनीक का विकास होता रहा।

'90 के दशक के उत्तरार्द्ध में महत्वपूर्ण हिन्दी दैनिकों ने तेजी से अपने समाचार साइटों का विकास आरम्भ किया। इनमें 'दैनिक जागरण' की वेबसाइट जागरण.कॉम (17 जनवरी 1997), 'अमर उजाला' की वेबसाइट उमरउजाला.कॉम (24 जुलाई 1998), 'दैनिक भास्कर' की वेबसाइट भास्कर.कॉम (17 अप्रैल 1998), 'नई दुनिया' की वेबसाइट नई दुनिया.कॉम (7 दिसम्बर 1996), वेबदुनिया.कॉम (31 जुलाई 1999), 'हिन्दी मिलाप' की वेबसाइट मिलाप.कॉम (4 मार्च 1997), 'राजस्थान पत्रिका' की वेबसाइट राजस्थान पत्रिका.कॉम (19 फरवरी 1998), प्रभासाक्षी.कॉम, हिन्दी एवं उर्दू में एक साथ ऑनलाइन होने वाला लश्कर.कॉम (4 जनवरी, 1999), राँची से प्रकाशित 'प्रभात खबर' की वेबसाइट प्रभातखबर.कॉम (7 फरवरी 2000) आदि प्रमुख थीं।

यहाँ यह तथ्य उल्लेखनीय है कि जहाँ समाचार-पत्रों ने अपनी साइटों के निर्माण व विकास की गति और दिशा को बनाए रखा वहीं स्वतन्त्र वेबसाइट, जिनका सम्बन्ध साहित्य-संस्कृति आदि से था, उस तेजी से विकास नहीं कर पाए। इसका भी मूल कारण भाषा व फॉण्ट की समस्या ही रही। हालाँकि विदेशों में कई लोगों ने इन समस्याओं से निजात पाने के लिए कतिपय प्रयास किए जिसके फलस्वरूप अभिव्यक्ति-हिन्दी, ओआरजी एवं अनुभूति-हिन्दी, ओआरजी जैसी साइट आज देखने को मिल रही हैं। अब तो साहित्य को समर्पित इन साइटों में से एक साइट और जुड़ गया है जिसका नाम है – लिटरेटवर्ल्ड.कॉम।

लिटरेटवर्ल्ड कैलिफोर्निया (अमेरिका) स्थित एक प्रकाशन, मीडिया और इंटरनेट कम्पनी है जिसने लिटरेटवर्ल्ड.कॉम नाम से बहुभाषी साहित्यिक पोर्टल प्रारम्भ किया है। इस साइट का विधिवत् उद्घाटन 24 दिसम्बर 2001 को नई दिल्ली में किया गया था। अभी इस साइट के हिन्दी खंड में हलचल (खबरों का खंड), साक्षात्कार, स्तम्भ, नई पुस्तकें, समीक्षा, कहानी और विचारधारा के खंड हैं। इसके अलावा सौ रचनाकारों के संक्षिप्त जीवनवृत्त भी साइट पर दिए गए हैं।

लिटरेटवर्ल्ड.कॉम को अभी प्रतिमाह दस लाख टिप्स मिल रहे हैं। यह पोर्टल सिडनी, त्रिनिदाद, अमेरिका, ब्रिटेन, जर्मनी जैसे देशों में भारतीय मूल के लोगों में हिन्दी भाषा एवं साहित्य के प्रति आकर्षण को नई ऊर्जा दे रहा है। इसका नई दिल्ली में ब्यूरो भी है और हिन्दी भाषी क्षेत्रों की राजधानियों में तमाम जगहों पर इसके संवाददाता फैले हुए हैं। यह ऐतिहासिक महत्त्व की बात है कि सम्भवतः पहली बार साहित्य से जुड़ी खबरों को इतनी प्रमुखता से और खासकर अपने संवाददाताओं के माध्यम से कोई पत्रिका कवर कर रही है।

15.7 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. ब्राउजिंग किसे कहते हैं?

.....

.....

.....

.....

2. डाउनलोडिंग एवं अपलोडिंग से क्या अभिप्राय है? स्पष्ट कीजिए।

.....

.....

.....

3. ई-मेल प्रक्रिया से आप क्या समझते हैं?

.....

.....

.....

.....

4. हिन्दी के इंटरनेट पोर्टल कौन से हैं?

.....

.....

.....

.....

15.8 पठनीय पुस्तकें

1. प्रयोजनमूलक हिन्दी – डॉ. अनुज प्रताप सिंह
2. जनसम्पर्क, विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम – एन.सी. पंत
3. सूचना, संचार और समाचार – मुकुल श्रीवास्तव
4. संचार और संचार माध्यम – डॉ. चन्द्रप्रकाश मिश्र
5. जनपत्रकारिता, जनसंचार एवं जनसम्पर्क – प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित
6. रंगकर्म और मीडिया – जयदेव तनेजा
7. दूरसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी – डी.डी. ओझा, सत्यप्रकाश
8. प्रयोजनमूलक हिन्दी और पत्रकारिता – डॉ. दिनेश प्रसाद सिंह
9. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के सिद्धान्त – रूपचंद गौतम
10. संचार और पत्रकारिता के विविध आयाम – ओम प्रकाश सिंह
11. प्रयोजनमूलक हिन्दी : सिद्धान्त और प्रयोग – दंगल झाल्टे

.....