

# रेडियो पत्रकारिता

(Radio Correspondence)

काव्या तोमर

रेडियो पत्रकारिता



# रेडियो पत्रकारिता (Radio Correspondence)

काव्या तोमर

भाषा प्रकाशन  
नई दिल्ली - 110002

© प्रकाशक

I.S.B.N. : 978-81-323-6230-2

प्रथम संस्करण : 2022

**भाषा प्रकाशन**

22, प्रकाशदीप बिल्डिंग, अंसारी रोड,  
दरियागंज, नई दिल्ली - 110002

द्वारा वर्ल्ड टेक्नोलॉजीज नई दिल्ली के सहयोग से प्रकाशित

---

## प्रस्तावना

---

रेडियो पत्रकारिता एक अलग तरह की पत्रकारिता है जिसमें शब्दों से तस्वीरें गढ़ी जाती हैं। संचार के आधुनिक माध्यमों में रेडियो ने अपने वर्चस्व और महत्त्व को बरकरार रखा है। रेडियो अपनी विकास यात्रा के स्वर्णिम चरणों को पूरा करता हुआ आज एक नए मुकाम को हासिल कर चुका है। रेडियो पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों का श्रोताओं पर सबसे ज्यादा और सकारात्मक प्रभाव पड़ता है। भारत जैसे विकासशील देश में आज भी 80 प्रतिशत जनसंख्या गांव में निवास कर रही है। जहां रेडियो ही ज्ञान, सूचना और मनोरंजन का सबसे सुलभ, सस्ता और आसान साधन है।

आधुनिक युग में जनसंचार के अनेक सुविकसित माध्यम उपलब्ध हैं। टेलीफोन के बाद रेडियो के आविष्कार ने संचार की प्रक्रिया को दूरस्थ स्थानों तक संभव बनाकर, मानव समाज को परस्पर जोड़ा। जब पत्रकारिता रेडियो के साथ संलग्न हुई तो धीरे-धीरे इसने मनुष्य समाज के भीतर अपना स्थान एक विश्वसनीय मित्र के रूप में बना लिया। वास्तव में रेडियो ऐसा संचार साधन है, जिसके माध्यम से व्यापक जनसमुदाय तक एक साथ संदेश पहुँचाया जा सकता है। रेडियो विद्युत-ऊर्जा के द्वारा ध्वनि तरंगों को काफी दूर तक भेजता है और इन ध्वनि तरंगों को भेजने में इतना कम समय लगता है कि काल बोध की दृष्टि से इसे शून्य कहा जा सकता है।

ट्रांजिस्टर के आविष्कार ने तो विद्युत-ऊर्जा की अनिवार्यता को भी समाप्त कर दिया है। ट्रांजिस्टर संचार का सस्ता, सुविधाजनक एवं लोकप्रिय साधन बन गया है। निरक्षर लोग भी इस जन माध्यम से रुचिपूर्वक संदेश ग्रहण कर सकते हैं। एक साथ बैठकर मनोरंजनपरक कार्यक्रम सुन सकते हैं, देश-विदेश के समाचार सुन सकते हैं, उन पर बैठकर बातचीत कर सकते हैं, घटनाओं का विश्लेषण समझ सकते हैं, नई-नई जानकारियां पा सकते हैं।

दूरदर्शन कार्यक्रमों को देखने के लिए जहाँ निश्चित दूरी के अंदर प्रसारण केन्द्र और टावर का होना और उपग्रह चैनलों की सुविधा के लिए डिस्क एंटीना या उससे जुड़ी केबल (तार) जरूरी है तो वहीं रेडियो महज एक ट्रांजिस्टर सेट पर सभी कार्यक्रमों को देता रहता है।

पुस्तक लेखन में कई लिखित व अलिखित स्रोतों से मदद ली गई है; मैं उन सभी विज्ञ लेखकों के प्रति अपना आभार प्रकट करती हूँ। आशा करती हूँ कि पुस्तक पाठकों के लिए उपयोगी होगी।

—लेखिका

---

# अनुक्रम

---

<b>प्रस्तावना</b>	<b>v</b>
<b>1. रेडियो पत्रकारिता : परिचय</b>	<b>1</b>
पत्रकारिता का स्वरूप एवं उसके प्रकार	4
औद्योगिक पत्रकारिता	7
<b>2. संचार : अवधारणा एवं प्रक्रिया</b>	<b>12</b>
संचार की श्रेणियां	13
जन माध्यम	14
संचार की प्रक्रिया	17
औपचारिक संचार	20
अनौपचारिक संचार	21
लिखित संचार	22
मौखिक संचार	23
संचार का संबंधात्मक सिद्धांत	29
<b>3. रेडियो के लिए लेखन</b>	<b>31</b>
रेडियो लेखन का स्वरूप	42
रेडियो की भाषा का श्रोताओं पर प्रभाव	44
रेडियो प्रसारण में भाषा का महत्त्व	46
जनस्वीकारिता की भाषा	53



तकनीकी और नए शब्द	54
<b>4. समाचार के स्रोत एवं संपादन</b>	<b>55</b>
समाचार के अन्य स्रोत	58
समाचार वर्गीकरण	62
रेडियो के कार्यक्रम	70
<b>5. रेडियो की शुरुआत एवं इतिहास</b>	<b>78</b>
विश्व में रेडियो की शुरुआत	80
भारत में रेडियो के बढ़ते कदम	84
रेडियो में फील्ड रिपोर्टिंग	89
नई सेवाएं	90
भारत में रेडियो दिवस का इतिहास	93
वर्ल्ड रेडियो दिवस की विषय	96
<b>6. रेडियो की प्रसारण तकनीक</b>	<b>100</b>
रेडियो प्रस्तुतिकरण	101
विज्ञान के विकास में रेडियो का योगदान	109
<b>7. आकाशवाणी का विकास</b>	<b>120</b>
आकाशवाणी का विकास	123
घरेलू सेवाएं	125
भारत में प्रसारण का इतिहास	126
आरंभिक कार्यक्रम	127
विविध भारती की सतत लोकप्रियता	128
बदलते वक्त के साथ बदलता विविध भारती	129
<b>8. रेडियो प्रसारण की भाषा</b>	<b>133</b>
आजादी के बाद	134
रेडियो की भाषा	135
रेडियो प्रसारण में भाषा का महत्त्व	137
भाषा और निष्पक्षता	141
रेडियो की भाषा का श्रोताओं पर प्रभाव	144
<b>9. एफ एम रेडियो</b>	<b>151</b>
एफ. एम. प्रसारण	155
<b>10. रेडियो का महत्त्व</b>	<b>162</b>
<b>11. उपयोगी शब्दावली</b>	<b>177</b>

# 1

---

## रेडियो पत्रकारिता : परिचय

---

मुद्रण के आविष्कार के बाद संदेश और विचारों को शक्तिशाली और प्रभावी ढंग से अधिक-से-अधिक लोगों तक पहुँचाना मनुष्य का लक्ष्य बन गया है। यद्यपि समाचार पत्र जनसंचार के विकास में एक क्रांति ला चके थे लेकिन 1895 में मार्कोनी ने बेतार के तार का पता लगाया और आगे चलकर रेडियो के आविष्कार के जरिए आवाज एक ही समय में असंख्य लोगों तक उनके घरों को पहुँचने लगी। इस प्रकार श्रव्य माध्यम के रूप में जनसंचार को रेडियो ने नये आयाम दिए। आगे चलकर सिनेमा और टेलीविजन के जरिए कई चुनौतियां मिलीं लेकिन रेडियो अपनी विशिष्टता के कारण इन चुनौतियों का सामना करता रहा है। भविष्य में भी इसका स्थान सुरक्षित है।

भारत में 1936 से रेडियो का नियमित प्रसारण शुरू हुआ। आज भारत के कोने-कोने में देश की लगभग 97 प्रतिशत जनसंख्या रेडियो सुन पा रही है। रेडियो मुख्य रूप से सूचना तथा समाचार, शिक्षा, मनोरंजन और विज्ञापन प्रसारण का कार्य करता है। अब संचार क्रांति ने तो इसे और भी विस्तृत बना दिया है। एफ.एम. चैनलों ने तो इसके स्वरूप ही बदल दिए हैं। साथ ही मोबाइल के आविष्कार ने इसे और भी नए मुकाम तक पहुँचा दिया है। रेडियो जनसंचार का एक ऐसा माध्यम है कि एक ही समय में स्थान और दूरी को लांघकर विश्व के कोने-कोने तक पहुँच जाता है। रेडियो का सबसे बड़ा गुण है कि इसे सुनते

हुए दूसरे काम भी किए जा सकते हैं। रेडियो समाचार ने जहां दिन प्रतिदिन घटित घटनाओं की तुरंत जानकारी का कार्यभार संभाल रखा है वहीं श्रोताओं के विभिन्न वर्गों के लिए विविध कार्यक्रमों की मदद से सूचना और शिक्षा दी जाती है। खास बात यह है कि यह हर वर्ग जोड़े रखने में यह एक सशक्त माध्यम के रूप में उभरकर सामने आया है।

रेडियो पत्रकारिता एक अलग तरह की पत्रकारिता है जिसमें शब्दों से तस्वीरें गढ़ी जाती हैं। संचार के आधुनिक माध्यमों में रेडियो ने अपने वर्चस्व और महत्त्व को बरकरार रखा है। रेडियो अपनी विकास यात्रा के स्वर्णिम चरणों को पूरा करता हुआ आज एक नए मुकाम को हासिल कर चुका है। रेडियो पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों का श्रोताओं पर सबसे ज्यादा और सकारात्मक प्रभाव पड़ता है। भारत जैसे विकासशील देश में आज भी 80 प्रतिशत जनसंख्या गांव में निवास कर रही है। जहां रेडियो ही ज्ञान, सूचना और मनोरंजन का सबसे सुलभ, सस्ता और आसान साधन है।

आधुनिक युग में जनसंचार के अनेक सुविकसित माध्यम उपलब्ध है। टेलीफोन के बाद रेडियो के आविष्कार ने संचार की प्रक्रिया को दूरस्थ स्थानों तक संभव बनाकर, मनुष्य समाजों को परस्पर जोड़ा। जब पत्रकारिता रेडियो के साथ संलग्न हुई तो धीरे-धीरे इसने मनुष्य समाज के भीतर अपना स्थान एक विश्वसनीय मित्र के रूप में बना लिया। वास्तव में रेडियो ऐसा संचार साधन है, जिसके माध्यम से व्यापक जनसमुदाय तक एक साथ संदेश पहुँचाया जा सकता है। रेडियो विद्युत-उर्जा के द्वारा ध्वनि तरंगों को काफी दूर तक भेजता है और इन ध्वनि तरंगों को भेजने में इतना कम समय लगता है कि काल बोध की दृष्टि से इसे शून्य कहा जा सकता है।

अर्थात् किसी रेडियो स्टेशन से जिस समय संदेश प्रसारित होता है, ठीक उसी समय कुछ ही सैकंड के अन्तराल में वह हजारों मील दूर बैठे लोग उसे अपने रेडियो सेट पर सुन सकते हैं। ट्रांजिस्टर के आविष्कार ने तो विद्युत-उर्जा को अनिवार्यता को भी समाप्त कर दिया है। अब सामान्य बैटरी से कम हो जाता है। ट्रांजिस्टर संचार का सस्ता, सुविधाजनक एवं लोकप्रिय साधन बन गया है। निरक्षर लोग भी इस जन माध्यम से रूचिपूर्वक संदेश ग्रहण कर सकते हैं। एक साथ बैठकर मनोरंजनपरक कार्यक्रम सुन सकते हैं, देश-विदेश के समाचार सुन सकते हैं, उन पर बैठकर बातचीत कर सकते हैं, घटनाओं का विश्लेषण समझ सकते हैं, नई-नई जानकारियां पा सकते हैं।

जब टेलीविजन आया तो लोगों ने समझा कि अब रेडियो अप्रासंगिक हो जायेगा। यह धारणा भी गलत साबित हुई है। दूरदर्शन के विस्तार के साथ रेडियो के प्रति जन सामान्य का आकर्षण बढ़ा है, कारण-दूरदर्शन की तुलना में रेडियो से प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों की विविधता और सर्व विद्यमानता। दूरदर्शन कार्यक्रमों को देखने के लिए जहाँ निश्चित दूरी के अंदर प्रसारण केन्द्र और टावर का होना और उपग्रह चैनलों की सुविधा के लिए डिस्क एंटीना या उससे जुड़ी केबल (तार) जरूरी है तो वहीं रेडियो महज एक ट्रांजिस्टर सेट पर सभी कार्यक्रमों को देता रहता है।

भारत के पहले प्रधानमंत्री पं. जवाहरलाल नेहरू के शब्दों में, 'रेडियो मानव को विज्ञान का एक वरदान है, जो पलभर में हजारों मील दूर बैठे लोगों की आपसी स्थिति से अवगत कराता है और उनमें खुशी की लहर भर देता है। जवरीमल्ल पारेख ने ठीक ही लिखा है कि, रेडियो निरक्षरों के लिए भी एक वरदान है, जिसके द्वारा वे सिर्फ सुनकर अधिक-से-अधिक सूचना, ज्ञान और मनोरंजन हासिल कर लेते हैं।

रेडियो और ट्रांजिस्टर की कीमत भी बहुत अधिक नहीं होती। इस कारण वह सामान्य जनता के लिए भी कमोबेश सुलभ है। यही कारण है कि टी.वी. के व्यापक प्रसार के बावजूद तीसरी दुनियां के देशों में रेडियो का अपना महत्त्व आज भी कायम है।

रेडियो का आविष्कार 19वीं शताब्दी में हुआ। वास्तव में रेडियो की कहानी 1815 ई. से शुरू होती है, जब इटली के एक इंजीनियर गुग्लियो मार्कोनी ने रेडियो टेलीग्राफी के जरिए पहला संदेश प्रसारित किया। यह संदेश 'मोर्स कोड' के रूप में था। रेडियो पर मनुष्य की आवाज पहली बार 1906 में सुनाई दी। यह तब संभव हुआ जब अमेरिका के ली डी फारेस्ट ने प्रयोग के तौर पर एक प्रसारण करने में सफलता प्राप्त की। उसने एक परिष्कृत निर्यात नलिका का आविष्कार किया, जो आने वाले संकेतों को विस्तार देने के लिए थी। डी फारेस्ट ही था, जिसने सर्वप्रथम 1916 में पहला रेडियो समाचार प्रसारित किया। वह समाचार वास्तव में संयुक्त राष्ट्र में राष्ट्रपति चुनाव के परिणाम की रिपोर्ट थी। 1920 के बाद तो अमेरिका और ब्रिटेन ही क्या विश्व के कई देशों में रेडियो ने धूम मचा दी। इसी अवधि में यूरोप, अमेरिका तथा एशियाई देशों में बहुत से शोधकार्य हुए थे। इन शोध कार्यों के फलस्वरूप रेडियो ने अभूतपूर्व प्रगति की। कालांतर में इलैक्ट्रॉनिक तथा ट्रांजिस्टर की खोज ने रेडियो-ट्रांजिस्टर तथा दूर-संचार के क्षेत्र में अभूतपूर्व विकास किया।

पत्रकारिता का ताना-बाना आज पूरी तरह बदल गया है। रोज नये-नये तकनीक और पहलू, पत्रकारिता को एक अलग पहचान दिलाने में लगे हैं। सूचना तकनीक के विकास और विस्तार में पत्रकारिता के क्षेत्र इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को दिनों-दिन विस्तार दे रहा है। इसके पारंपरिक संवाद ने माध्यम को अपना बाना बदलने को विवश कर दिया है। बदलते दौर में इंटरनेट, एफ.एम रेडियो, मोबाईल मीडिया जैसे वैकल्पिक माध्यम हमारे जीवन के अंग बनते जा रहे हैं। रेडियो पत्रकारिता आज मीडिया के दौर में स्वतंत्र पाठ्यक्रम के तौर पर विकसित हो रही है। श्रोताओं को बांधे रखने के लिए रेडियो की तकनीक और स्वरूप में बदलाव आ रहा है। डिजीटल में यह कन्वर्ट हो रहा है।

पं. इन्द्र विद्यावाचस्पति के अनुसार “पत्रकारिता पांचवा वेद है जिसके द्वारा हम ज्ञान-विज्ञान संबंधी बातों को जानकर अपने बंद मस्तिष्क को खोलते हैं।”

डॉ. शंकर दयाल शर्मा- “पत्रकारिता पेशा नहीं जनता की सेवा का माध्यम है।”

## पत्रकारिता का स्वरूप एवं उसके प्रकार

पत्रकारिता एक बहुआयामी विषय है। अतः इसके विविध स्वरूपों तथा प्रकारों के अनुभव भावोत्पादक फोटो पत्रकारिता ही प्रभावी हो सकती है। इसका संक्षिप्त ज्ञान प्रदान करने हेतु पत्रकारिता के स्वरूप तथा इसके विविध प्रकारों की सूक्ष्म व्याख्या निम्न प्रकार प्रस्तुत की जा रही है—

### राजनीतिक पत्रकारिता

राजनीतिक पत्रकारिता का प्रारम्भ स्वाधिनता पूर्व हो चुका था। भारतीयों द्वारा प्रकाशित कोई भी पत्र ऐसा नहीं था, जिनमें अंग्रेजी हुकूमत की ज्यादातियों का चित्रण न हो। सभी भारतीय समाचार-पत्र ‘स्वाधिनता मिशन’ से प्रेरित थे। वह देश को राजनीतिक रूप से गुलाम नहीं रखना चाहते थे। स्वाधीनता प्राप्ति के बाद देश में लोकतन्त्र की स्थापना हुई। शासन की इस व्यवस्था में पत्रकारिता का राजनीतिक दायित्व बहुत बढ़ गया। समाचार-पत्र वस्तुतः शासक और शासित के मध्य की एक अटूट कड़ी बन गए।

शासक दल की नीतियों से जन-मानस को -ब-रू करवाना और जन-मानस की भावनाओं को शासक दल तक पहुँचाना पत्रकारों का प्रमुख दायित्व हो गया। वर्तमान में सभी समाचार-पत्र-पत्रिकाएँ व सूचना के अन्य

साधन अपने इस उत्तरदायित्व को भली प्रकार निभा रहे हैं। इसका सम्पूर्ण श्रेय पत्रकारिता को जाता है। राजनीतिक समाचारों के लिए प्रमुख पत्रिकाओं में इण्डिया टुडे, द वीक, आउटलुक, द टाइम आदि प्रमुख हैं।

### सामाजिक पत्रकारिता

सामाजिक कुरीतियों व अन्धविश्वासों पर जहाँ पत्रकारिता ने कठोरतम वार किए हैं, वहीं लोगों को एक नई जीवन शैली में ढालने का कार्य भी किया है। सामाजिक आस्थाओं-अनास्थाओं, समानताओं-विषमताओं और सामाजिक संकीर्णताओं का विशद विश्लेषण और प्रसारण रेडियो एवं समाचार-पत्रों द्वारा निरंतर हो रहा है। इसी विश्लेषण का परिणाम है कि लोगों के जीवन-मूल्य परिवर्तित हुए हैं। उनके विचारों में क्रान्तिकारी परिवर्तन आए हैं। उनके सोचने और कार्य करने का ढंग बदला है, लेकिन अभी भी सामाजिक सौहार्दता स्थापित करने की दिशा में पत्रकारिता के समक्ष गम्भीर चुनौतियाँ हैं।

### आर्थिक पत्रकारिता

विश्व में औद्योगिक क्रान्ति के बाद ही पूँजीवाद, समाजवाद और साम्यवाद जैसे नए चिन्तन ने विश्व के विभिन्न देशों को विशिष्ट राजनीतिक विचार धारा के तहत लामबन्द किया और अपने दर्शन के प्रचार व प्रसार हेतु समाचार-पत्रों को माध्यम बनाया।

### धार्मिक पत्रकारिता

स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात धार्मिक पत्रकारिता में अमूलचूल परिवर्तन हुआ। बृहद् स्तर पर अनेक धार्मिक पत्रिकाएँ जैसे अखण्ड ज्योति, वेद अमृत, साधना-पथ, ओशो टाइम्स, मन्त्र-तन्त्र-यन्त्र आदि पत्रिकाओं का नियमित प्रकाशन आरम्भ हुआ। ये पत्रिकाएँ आज भी लोकप्रिय हैं और इनके पाठकों की संख्या अच्छी है।

### फिल्मी पत्रकारिता

आरम्भ में फिल्म या चलचित्र सम्बन्धी समाचारों के लिए दैनिक, साप्ताहिक या अन्य पत्रिकाओं में कुछ पृष्ठ निर्धारित होते थे। कालान्तर पर चलचित्रों के विकास एवं उनकी बढ़ती लोकप्रियता के समक्ष स्थापित प्रकाशन

संस्थानों ने अलग से साप्ताहिक और मासिक फिल्म पत्रिकाओं का प्रकाशन अंग्रेजी, हिन्दी व अन्य भाषाओं में प्रारम्भ कर दिया। आज फिल्मी पत्रिकाओं में फिल्म फेयर, स्टार-डस्ट, शो-टाइम और सिने ब्लिट्ज आदि प्रमुख हैं। रेडियो पर फिल्मी गाने और वालीबुड की जानकारी देने वाले कई कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं।

### **खेल-पत्रकारिता**

पूर्व में खेल समाचारों को विशेष महत्त्व नहीं दिया जाता था। अंग्रेजी के समाचार-पत्र क्रिकेट समाचारों को विशेष रूप से संकलित किया करते थे। खेलों के प्रति पाठकों की बढ़ती रुचि देखकर लगभग सभी समाचार-पत्र एवं पत्रिकाओं में खेल समाचारों का समावेश होने लगा। समाचार-पत्रों के लिए खेल एक अलग विधा या बीट बन गई। खेल समाचारों के संकलन के लिए विशेष संवाददाताओं की नियुक्ति के मार्ग प्रशस्त हुए। वर्तमान में खेल जगत् के समाचारों के प्रकाशन हेतु साप्ताहिक व मासिक पत्रिकाएँ प्रकाशित हो रही हैं। इनमें न केवल क्रिकेट, हॉकी, फुटबॉल जैसे आउट-डोर गेम्स, अपितु अनेक इन-डोर गेम्स के विश्वस्तरीय समाचारों का प्रकाशन हो रहा है। खेल-पत्रिकाओं में क्रिकेट सम्राट, क्रिकेट, स्पोर्ट्स स्टार तथा गोल्फ डाइजेस्ट आदि प्रमुख हैं।

### **शिक्षा पत्रकारिता**

शिक्षा सम्बन्धी समाचारों का संकलन और उनका प्रकाशन वर्तमान में पत्रकारिता की एक स्वतन्त्र और सशक्त विधा या बीट बन गई है। दैनिक समाचार-पत्र में तो बेसिक, माध्यमिक उच्च एवं तकनीकी शिक्षा से सम्बन्धित समाचार देखने को मिलते ही हैं। इसके अतिरिक्त शिक्षा पर अलग से मासिक पत्रिकाएँ जैसे एजुकेशन टुडे, वर्ल्ड ऑफ बी स्कूल भी नियमित रूप से प्रकाशित हो रही हैं। अब शिक्षा भी पत्रकारिता का एक अभिन्न अंग बन गई है। रेडियो पर कई शैक्षणिक कार्यक्रम प्रसारण के साथ-साथ ज्ञानवाणी जैसा एक रेडियो चैनल स्वतंत्र कार्यरत है।

### **खोजी पत्रकारिता**

पत्रकारिता की यह विधा शुरूआती दौर में अखबारों में उपयोग लाई जाती थी। बाद में टीवी में इसका प्रयोग होने लगा। हालांकि रेडियो बुलेटिन में खोजी खबरें न के बराबर होती हैं।

### साहित्यिक पत्रकारिता

स्वाधीनता से पूर्व साहित्यिक पत्रकारिता का जन्म हो चुका था। हिन्दी के विद्वान जैसे भारतेन्दु हरिश्चन्द्र, हजारी प्रसाद द्विवेदी, बालकृष्ण भट्ट तथा प्रताप नारायण मिश्र आदि ने मासिक पत्रिकाओं का प्रकाशन साहित्य-सृजन को गति देने की दृष्टि से किया। विशुद्ध रूप से साहित्यिक पत्र-पत्रिकाएं पाठकों को रास नहीं आईं और धीरे-धीरे धनाभाव के कारण यह लुप्त होती गईं। लेकिन पिछले दो दशकों में साहित्यिक पत्रिकाओं की बाढ़-सी आ गई है।

### औद्योगिक पत्रकारिता

उद्योग पत्रकारिता का विकास डेढ़ दशक पहले हुआ है। पूर्व में उद्योग संबंधी समाचार दैनिक अखबारों और पत्रिकाओं में जरूरत के हिसाब से छापे जाते थे। लेकिन वर्तमान में व्यापार संबंधी समस्त समाचारों के लिए एक या दो पेज रिजर्व कर दिए गए। इसके अलावा वर्तमान में कई अखबार व्यापार समाचार के लिए प्रकाशित किए जा रहे हैं। हालांकि अभी तक रेडियो में इन समाचारों को कोई अलग स्थान नहीं दिया गया फिर भी रेडियो बुलेटिन में व्यापार समाचार को समाहित करने का चलन बदस्तूर जारी है।

### चिकित्सा पत्रकारिता

वर्तमान में सभी समाचार पत्र अपने पाठकों को उनके स्वास्थ्य, रोगों और निदान के बारे में प्रतिदिन जागरूक करने का कार्य कर रहे हैं। रेडियो की बात करें तो आकाशवाणी पर लगभग रोजाना स्वास्थ्य संबंधी कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं। हालांकि बुलेटिन में बड़ी खबर होने पर ही इस तरह की चिकित्सकीय समाचारों को सम्मिलित किया जाता है। रेडियो पर स्वास्थ्य संबंधी कार्यक्रम स्रोताओं के हित में बनाए जा रहे हैं।

### कृषि पत्रकारिता

जैसा कि माना जाता है कि हमारा देश एक कृषि प्रधान राष्ट्र है और रेडियो के दो तिहाई श्रोता भी कृषक हैं। आकाशवाणी पर फसलों की बुवाई, कटाई, मिजाई और फसलों को खराब करने वाले रोगों एवं कीटनाशकों की जानकारी प्रसारित की जाती है। इसके अलावा जमीन की उपजाऊ क्षमता बढ़ाना, खरपतवार



कम करना, खेती या बीज के लिए लोन लेना आदि बातों की जानकारी के लिए कृषक वर्ग रेडियो पर ही आश्रित हैं।

### पर्यावरण पत्रकारिता

पर्यावरण से संबंधित खबरें और लेख समाचार पत्रों और पत्रिकाओं में तो आते ही हैं, लेकिन रेडियो में इन्हें विशेष स्थान दिया जाता है। रेडियो पर पर्यावरण संबंधी कई तरह की जानकारी कार्यक्रमों के रूप में श्रोताओं के लिए प्रसारित की जाती हैं। रेडियो बुलेटिन के अंत में मौसम संबंधी जानकारी प्रतिदिन दी जाती हैं। रेडियो पर पर्यावरण के प्रति लोगों को जागरूक करने एवं पर्यावरण पर पड़ रहे प्रतिकूल प्रभाव से लोगों को अवगत कराने के लिए कई प्रोग्राम प्रसारित किए जा रहे हैं।

### अच्छी प्रस्तुति

प्रसारण के दौरान ये जरूरी है कि आप अपनी आवाज के सही इस्तेमाल को समझें, केवल अच्छी आवाज से ही प्रस्तुति अच्छी नहीं हो जाती। प्रस्तुति के दौरान आप शांत और स्वाभाविक सुनाई दें। इसके लिए माइक्रोफोन के इस्तेमाल जैसी बातों को समझना भी जरूरी है।

माइक्रोफोन के ठीक से इस्तेमाल और स्वाभाविक तथा शांत सुनाई देने के लिए कुछ तकनीकें।

वॉयस विशेषज्ञ एल्सपेथ मॉरिसन माइक्रोफोन के बेहतर इस्तेमाल के बारे में कुछ उपयोगी सुझाव देती हैं—

वे कहती हैं कि माइक को अपने मुँह के बहुत करीब रखने से बचें। आपने गायकों को ऐसा करते देखा होगा, मगर गाना और बोलना अलग-अलग चीजें हैं।

इसकी जगह, आप माइक्रोफोन को एक इंसान का कान समझें और उसी हिसाब से दूरी का पालन करें।

वॉल्यूम, यानी आवाज के ऊँची-नीची रहने के बारे में भी ध्यान देना महत्वपूर्ण है।

आप किसी भीड़ को संबोधित नहीं कर रहे, इसलिए गरजने की जरूरत नहीं, ना ही आपको किसी ऐसे विज्ञापन की तरह सुनाई देना चाहिए जहाँ कलाकार की आवाज लगभग फुसफुसाहट जैसी होती है।

### साँस लेना याद रखें

यदि आप स्वाभाविक रूप से साँस नहीं लेते तो आप तनावग्रस्त सुनाई देंगे। साँस लेना भूल जाने का असर ये होता है कि आप थक जाएँगे और ऐसी जगहों पर रूकना शुरू कर देंगे जो अस्वाभाविक सुनाई देगा।

आप सही जगहों पर साँस ले सकें, इसके लिए आप अपनी स्क्रिप्ट में निशान बना सकते हैं। गहरी साँस लेने की जगह के लिए एक पूर्ण विराम लगा सकते हैं और जहाँ हल्की साँस लेने से काम चल जाए, वहाँ कॉमा लगाया जा सकता है ताकि वाक्य पूरा पढ़ा जा सके।

### आवाज का ख्याल रखना

आपको अपनी आवाज का समुचित खयाल रखना चाहिए और प्रयास करना चाहिए कि प्रसारण पर जाने से पहले आप तैयार हों।

एक प्रसारण पत्रकार के तौर पर आपके पेशे में आपकी आवाज एक महत्त्वपूर्ण साधन है।

अतः इसका ध्यान रखना जरूरी है।

क्या अच्छा है? पानी - ये आपका सबसे अच्छा दोस्त है। ये सुनिश्चित रखें कि आप प्रसारण वाले दिन अच्छी तरह से पानी पीते रहें।

और खराब?

धूम्रपान, कॉफी, कुछ खास तरह के भोज्य पदार्थ और दवाओं से आपकी आवाज सूख सकती है या इनका और भी दूसरा असर हो सकता है, इसलिए इनका ध्यान रखना चाहिए।

वैसे आवाज का ध्यान रखना, अलग-अलग व्यक्तियों के लिए अलग हो सकता है, इसलिए सबसे अच्छा सुझाव ये है कि आप स्वयं ये पता लगाएँ कि आपके लिए क्या ठीक लग रहा है और क्या नहीं।

### वॉर्मिंग अप

आपकी आवाज इस बात पर निर्भर करती है कि आपका शरीर कैसा महसूस कर रहा है।

देर रात या बहुत अधिक सुबह प्रसारण करते समय तरोताजा सुनाई देने का उपाय ये है कि आप ऐसा व्यवहार करें जैसे आप बिल्कुल जागे हुए हैं, भले ही आप ऐसा महसूस ना कर रहे हों।

प्रसारण के दौरान कुछ ही समय के लिए तरोताजा सुनाई देने के लिए एल्सपेथ कुछ और उपाय सुझाती हैं।

जैसे- कैसे बैठे हैं इसका ध्यान रखना, यदि सीधे ना बैठे हों तो आवाज पर असर पड़ सकता है। कुछ लोगों को खड़े होकर बोलने में आसानी होती है। और यदि आप सामान्य जीवन में कोई खास भाव-भंगिमा अपनाते हैं तो आप प्रसारण में भी उनका इस्तेमाल करें, अन्यथा आप स्वाभाविक सुनाई नहीं देंगे।

### इंटरव्यू के दौरान बर्ताव

इंटरव्यू के उद्देश्य अलग हो सकते हैं और पत्रकारों को उसी हिसाब से बर्ताव करना होता है। कभी-कभी इसमें सख्ती भी बरतनी होती है मगर ये भी ध्यान रखना होता है कि जिससे प्रश्न पूछा जा रहा है उसके साथ नाइंसाफी ना हो। बीबीसी के अनुभवी प्रसारक सर रॉबिन की बरसों पहले बनाई गई एक आचारसंहिता आज भी पत्रकारों के लिए उपयोगी है।

सख्त इंटरव्यू के मामलों में भी रवैया न्यायसंगत और तथ्यपरक कैसे रखें? अलग-अलग इंटरव्यू के अलग-अलग उद्देश्य होते हैं इसलिए पत्रकारों को अपना रवैया बदलने के लिए तैयार रहना चाहिए। जिस इंटरव्यू का मकसद किसी आरोप पर सफाई माँगना होता है उसमें बार-बार सवाल को दोहराने और अपनी बात पर अड़े रहने की जरूरत पड़ सकती है, इंटरव्यू देने वाला व्यक्ति अगर टालमटोल कर रहा है तो उससे कड़ाई से निबटना चाहिए लेकिन साथ ही इंटरव्यू देने वाले व्यक्ति के प्रति भी अन्याय नहीं होना चाहिए।

जाने-माने प्रसारक सर रॉबिन डे इस पर बरसों पहले टीवी पत्रकारों की मदद के लिए एक आचार संहिता बनाई थी, वह आज भी बहुत उपयोगी है और उसकी उपयोगिता टीवी इंटरव्यू तक ही सीमित नहीं है।

सर रॉबिन ने लिखा, “यह एक पत्रकार की ड्यूटी और उसका अधिकार है, जनता की ओर से कड़े, परेशानी में डालने वाले सवाल पूछना लेकिन इंटरव्यू देने वाले के साथ अन्याय नहीं होना चाहिए।”

### रॉबिन कोड की मुख्य बातें

टीवी पत्रकार की ड्यूटी है कि वह तथ्यों और विचारों की तह तक जाने के लिए हरसंभव कोशिश करे। व्यक्तिगत पूर्वाग्रह को किनारे रखकर ऐसे विविधतापूर्ण सवाल पूछे जाएँ जिनके उत्तर जानने की इच्छा एक व्यापक दर्शक

वर्ग में हो। अगर कोई बहुत प्रभावशाली या सत्तासीन सामने हो तो उसके रोब में न आएँ। इंटरव्यू खुले दिमाग से सच जानने के लिए होना चाहिए, पहले से तय बात को साबित करने नहीं, सवाल के बारे में बहुत बारीकी से सोचना चाहिए क्योंकि वे आपके सवाल तो हैं, लेकिन पूछे जनता की ओर से जा रहे हैं।

किसी को खुश करने या किसी को बेहतर ढंग से प्रस्तुत करने की कोशिश नहीं की जानी चाहिए, अगर इंटरव्यू करने वाले पत्रकार को लगे कि इंटरव्यू का मकसद सच सामने लाने के बदले किसी का हित साधना है तो ऐसे इंटरव्यू करने से मना कर देना चाहिए।

इंटरव्यू देने वाले को यह जरूर बताया जाना चाहिए कि इंटरव्यू का विषय मोटे तौर पर क्या होगा लेकिन सवाल एडवांस में नहीं दिया जाना चाहिए, यह भी स्पष्ट होना चाहिए कि इंटरव्यू लेने वाले को कितना समय मिलेगा उसी हिसाब से सवालों की प्राथमिकता तय होनी चाहिए।

सवाल पूछे जाने के बाद इंटरव्यू देने वाले को जवाब देने का मौका दिया जाना चाहिए। जो लोग इंटरव्यू देने के अभ्यस्त नहीं हैं उन्हें उलझाने या फँसाने की कोशिश नहीं की जानी चाहिए, इंटरव्यू करने वाले पत्रकार को अपने अनुभव का इस्तेमाल किसी को शर्मिंदा करने के लिए नहीं करना चाहिए।

अगर किसी सवाल का जवाब निकलवाना जरूरी हो तो उसे कई बार अलग-अलग ढंग से पूछा जा सकता है, लेकिन आक्रामक होने या सिर्फ कड़क दिखने के लिए पैतरेबाजी से बाज आना चाहिए।

याद रखिए कि इंटरव्यू करने वाला पत्रकार न तो प्रवक्ता है, न वकील, न जज, न मनोवैज्ञानिक और न ही किसी विधा का माहिर, वो सिर्फ जनता का नुमाइंदा है, जो सच जानने समझने की कोशिश कर रहा है।

अच्छे इंटरव्यू की खासियत यही है कि दर्शक उसे न्यायसंगत मानें, बीबीसी के सर्वे बताते हैं कि दर्शक को जब इंटरव्यू लेने वाले की नीयत पर शक हो जाता है तो फिर सारी मेहनत बेकार जाती है।

एक अच्छे खासे इंटरव्यू के मूल उद्देश्य से दर्शकों का ध्यान हट सकता है अगर उन्हें लगने लगे कि इंटरव्यू देने वाले के साथ नाइंसाफी हो रही है, इसी तरह दर्शक ऐसा इंटरव्यू क्यों देखेंगे जब उन्हें यही न लगे कि उनके मतलब के सवाल नहीं पूछे जा रहे? इंटरव्यू करते समय इस संतुलन को कभी नहीं भूलना चाहिए।

# 2

---

## संचार : अवधारणा एवं प्रक्रिया

---

कम्युनिकेशन शब्द लैटिन भाषा के कम्युनिस (Communis) से बना है जिसका अर्थ है। to impart, make common। मन के विचारों व भावों का आदान-प्रदान करना अथवा विचारों को सर्वसामान्य बनाकर दूसरों के साथ बाँटना ही संचार है। संचार शब्द, अंग्रेजी भाषा के शब्द का हिन्दी रूपान्तरण है। जिसका विकास Commune शब्द से हुआ है, जिसका अर्थ है अदान-प्रदान करना अर्थात् बाँटना। संचार में हम लोग कुछ चीजों का आदान-प्रदान करते हैं, तो कुछ लोग इसे सहभागिता की प्रक्रिया मानते हैं। यह तो हम सभी समझते हैं कि संचार है क्या। हम सभी अधिकतर समय संचार की प्रक्रिया में ही लगे रहते हैं। हम कभी संदेश प्रेषक तो कभी प्रापक की भूमिका निभाते हैं। कई बार संचार करने के लिए कुछ मशीनी माध्यमों का प्रयोग भी करना पड़ जाता है। सफलता व अन्य सभी उद्देश्यों को प्राप्त करने में संचार सहायक बनता है।

उपर्युक्त बातों के आधार पर हम संचार का वर्णन कर सकते हैं। संचार पर चर्चा भी कर सकते हैं। लेकिन जैसे ही हम संचार को परिभाषित करने की कोशिश करेंगे, हम पाएंगे कि यह बहुत ही जटिल कार्य है।

कुछ विशेषज्ञों ने संचार को इस प्रकार परिभाषित किया है—

Larry L. Barker & D.A. Barker के अनुसार : किसी एक निश्चित लक्ष्य की प्राप्ति के लिए एक व्यवस्था के दो घटकों द्वारा की जाने वाली

अन्योन्यक्रिया को संचार कहा जाता है। (इनके अनुसार संचार गतिशील, परिवर्तनशील व अंतहीन प्रक्रिया है।)

J.P. Legan के अनुसार : संचार वह प्रक्रिया है, जिसमें दो या अधिक व्यक्ति आपस में किसी एक संदेश पर समान समझ पैदा करने के लिए विचारों, भावों, तथ्यों, प्रभावों इत्यादि का आदान-प्रदान करते हैं।

Brooker के अनुसार : संदेश के माध्यम से एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक कोई अर्थ प्रेषित करने की प्रक्रिया संचार है।

Weaver के अनुसार : संचार नामक प्रक्रिया की सहायता से हम दूसरों को आसानी से प्रभावित कर सकते हैं।

Thayer के अनुसार : पारस्परिक समझ, विश्वास व अच्छे मानवीय संबंध बनाने के लिए विचारों व सूचनाओं का आदान-प्रदान करने की प्रक्रिया संचार है।

L. Brown के अनुसार : विचार, भाव और कर्तव्य इत्यादि के आदान-प्रदान की प्रक्रिया को संचार कहते हैं।

Wilbur Schramm के अनुसार : उद्दीपकों का प्रसारण ही संचार है।

John Harris के अनुसार : समानता स्थापित करने की प्रक्रिया ही संचार है। Dennis McQuil के अनुसार : संचार लोगों के बीच में समानता की भावना को बढ़ता है, लेकिन संचार होने के लिए समानता होना एक आवश्यक शर्त है। संचार लगभग वही है, जो कि हम अपने दैनिक क्रिया कलापों में करते हैं। लोगों के आपसी संबंधों से इसका काफी कुछ लेना देना है। यह काफी साधारण से काफी जटिल हो सकता है। हम संचार कैसे करें, यह काफी हद तक संदेश, प्रेषक व प्रापक की प्रकृति पर निर्भर करता है। यहां संचार की कुछ और परिभाषाएं दी गई हैं।

संचार वह प्रक्रिया है, जिसमें लोग भावों की सहभागिता करते हैं। एक व्यक्ति (संचारकर्ता) द्वारा दूसरों (प्रापक) के व्यवहार में बदलाव के लिए उद्दीपक प्रसारित करने की प्रक्रिया संचार है।

## संचार की श्रेणियां

### अन्तःव्यैक्तिक संचार

मनुष्य द्वारा अपने आप से बात करने यानी कि दिमाग में कुछ सोचने विचारने की प्रक्रिया को अन्तःव्यैक्तिक संचार कहा जाता है। सोच, विचार

प्रक्रिया, भावनात्मक प्रतिक्रिया, दृष्टिकोण, मूल्य और विश्वास, स्व अवधारणा, अर्थों की रचना व उनकी व्याख्या इसी संचार के अन्तर्गत आते हैं।

### अन्तः व्यक्तिगत संचार

दो या दो से अधिक लोगों के बीच होने वाले संचारीय आदान-प्रदान की प्रक्रिया अन्तः व्यक्तिगत संचार कहलाती है। इस प्रकार के संचार में संदेश प्रसारित करने के लिए एक से अधिक स्रोतों का भी प्रयोग किया जा सकता है। जैसे हम शाब्दिक संचार करते वक्त शारीरिक भाव भंगिमाओं से भी कुछ संदेश प्रेषित कर रहे होते हैं।

### समूह संचार

सांचे दृष्टिकोण, उद्देश्य या हितों वाले कुछ लोगों का समूह आपस में जो संचार करता है वह समूह संचार की श्रेणी में आता है। इस संचार के प्रतिभागी सांझे मूल्य या व्यवहार के मानक प्रदर्शित करते हैं।

### जन माध्यम

आमतौर पर जनमाध्यमों को परिभाषित करते हुए कहा जाता है कि “किसी संदेश का व्यावसायिक स्तर पर उत्पादन व प्रसार करने वाले संगठन जनमाध्यम हैं।” 1939 में हैरबर्ट ब्लूमर ने मानव एकत्रीकरण की चार श्रेणियां निर्धारित की थीं। उनके अनुसार एक जगह एकत्रित होने वाले लोगों को समूह, जन, समूह, भीड़ और मास कहा जाता है। किसी भाषण, लेख, संकेत या व्यवहार के माध्यम से विचार, सूचना, संदेश इत्यादि का आदान-प्रदान ही संचार है। यह सूचना या विचारों को प्रभावशाली तरीके से दूसरों तक पहुँचाने के लिए सही शब्दों व संकेतों के चयन की तकनीक व कला है।

जनसंचार के क्षेत्र में हम उन साधनों के बारे में भी बात करते हैं, जिनमें काफी तीव्र गति से संदेश को काफी लोगों तक पहुँचाया जाता है। उदाहरण के लिए मुद्रण अथवा प्रसारण के माध्यम। इसमें सूचना के प्रसारण से जुड़े विभिन्न पेशों जैसे कि विज्ञापन, पत्रकारिता इत्यादि को शामिल किया जाता है। इस प्रणाली में हम ई मेल, टीवी, टेलीफोन इत्यादि की तकनीक के माध्यम से संदेश प्रेषित करते हैं। संचार, खासकर मानव संचार तो इन चीजों को समझने से ही जुड़ा हुआ है कि मनुष्य संचार कैसे करता है।

अपने आप से : अन्तःव्यैक्तिक संचार  
दूसरे व्यक्ति से : अन्तर्व्यैक्तिक संचार  
समूह के अन्दर : समूह संचार  
संगठन के अंदर : सांगठनिक संचार  
अनेक लोगों के साथ : जन संचार  
संस्कृतियों के पार : क्रास कल्चरल संचार

साधारणतम शब्दों में हम संचार को S-R से वर्णित करते हैं। यहां वर्ण S का अर्थ उद्दीपक (Stimuli) व R का अर्थ जवाब (Response) से है। प्राप्त किया गया संदेश उद्दीपक है, जबकि उस संदेश की प्रतिक्रिया जवाब है।

इसे प्रेषक-प्रापक माडल के नाम से भी जाना जाता है। यह संचार के प्रारम्भिक माडलों में से एक है। इस माडल में संचार के सिर्फ दो ही तत्व बताए गए हैं। यह कहता है कि हर संचार में इतनी क्षमता तो अवश्य होती है कि वह कोई प्रभाव पैदा कर पाए। कई बार यह प्रभाव साधारण व प्रत्यक्ष होता है तो कुछ मामलों में यह जटिल व विलम्बित भी हो सकता है। यह माडल संचार की प्रक्रिया का एक और महत्वपूर्ण पहलू दर्शाता है कि सभी संचार एक व्यक्तिगत स्तर पर होते हैं। अर्थात् आप भले ही काफी लोगों तक एक ही संदेश पहुँचा दें, लेकिन उस पर हर आदमी की प्रतिक्रिया अलग होगी।

सामान्यतया: संचार को एक गतिविधि के तौर पर देखा जाता है। लेकिन वास्तव में यह एक प्रक्रिया है। इस प्रक्रिया में सूचना, विचार, भाव, कौशल, ज्ञान इत्यादि आपस में बांटे जाते हैं। यह सब काम कुछ ऐसे चिह्नों के माध्यम से किया जाता है, जिनका अर्थ उस समाज के सभी लोग समझते हों।

संचार ऐसी प्रक्रिया है, जिसमें मनुष्य कुछ सीखता है अर्थात् इस प्रक्रिया में हम दूसरों से सीखने की कोशिश करते हैं। यह गतिशील है व परिस्थिति के अनुसार इसकी प्रकृति भी परिवर्तित होती रहती है। अतः संचार को विचारों, भावों, अनुभवों की सहभागिता की प्रक्रिया कहा जा सकता है।

संचार एकतरफा प्रक्रिया न होकर दोतरफा है। किसी भी स्रोत से संदेश प्राप्त करने के बाद प्रापक अपनी प्रतिक्रिया उस तक पहुँचाने की कोशिश करता है। प्रापक की यह प्रतिक्रिया प्रतिपुष्टि होती है।

## संचार के तत्व

हम पहले ही बात कर चुके हैं कि संचार एक प्रक्रिया है और किसी भी प्रक्रिया के पूरे होने में कुछ तत्व सहायक भूमिका निभाते हैं। यहां हम संचार की



प्रक्रिया के तत्त्वों की बात करेंगे। संचार की प्रक्रिया का सबसे पहला तत्त्व है स्रोत। इसको प्रेषक व संचारकर्ता भी कहा जाता है। लेकिन संचार की प्रक्रिया का अध्ययन करने पर हमें पता चलता है कि प्रेषक सिर्फ संदेश भेजता ही नहीं, बल्कि वह संदेश ग्रहण भी करता है।

संचार की प्रक्रिया का दूसरा तत्त्व प्रापक है। वह संदेश प्राप्त करता है और उसमें निहित अर्थ को समझने के लिए उसका विसंकेतीकरण करता है। यहां गौर करने लायक बात यह है कि प्रापक सिर्फ संदेश ग्रहण ही नहीं करता, अपितु वह संदेश भेजता भी है। संचार की चक्रीय प्रकृति के कारण स्रोत व प्रापक के बीच भूमिकाओं की अदला-बदली चलती रहती है। भूमिकाओं की इस अदला-बदली के चलते हम लंबे समय तक स्रोत व प्रापक शब्दों का प्रयोग नहीं कर सकते। संचार के इन दो तत्त्वों को दर्शाने के लिए हम प्रतिभागी शब्द का प्रयोग कर सकते हैं। संचार में भाग लेने वाले स्रोत व प्रापक को प्रतिभागी कहने के पीछे कारण यह है कि संचार काफी प्रतिभागी, लोकतांत्रिक व समायोजक प्रकृति का होता है।

संचार का अगला तत्त्व है संदेश। संदेश शाब्दिक या अशाब्दिक दोनों ही प्रकार के हो सकते हैं। संदेश आमतौर पर ऐसी भाषा में होता है, जिसे सभी प्रतिभागी समझ सकें। यह मौखिक, लिखित, मुद्रित, दृश्य या दृश्य-श्रव्य किसी भी स्वरूप में हो सकता है।

इसके बाद बारी आती है माध्यम की। यह वह माध्यम है, जिससे हम संदेश को प्रसारित करते हैं। डाक या जनसंचार के किसी भी माध्यम से संदेश प्रसारित किया जा सकता है। प्रतिपुष्टि संचार का अगला तत्त्व है। यह संदेश के प्रापक भागीदार द्वारा व्यक्त की गई प्रतिक्रिया है, जो कि प्रेषक के पास भेजी जाती है। प्रेषक भागीदार को प्रतिपुष्टि या तो उसी माध्यम से भेजी जाती है, जिससे उसने संदेश भेजा था या फिर प्रापक (जो अब प्रेषक की भूमिका में है) अपनी मर्जी से किसी और माध्यम का चुनाव कर सकता है। संचार की प्रक्रिया को निरंतर चलाए रखने में प्रतिपुष्टि काफी महत्वपूर्ण भूमिका अदा करती है।

शोर भी संचार का एक महत्वपूर्ण तत्त्व है। यह कुछ और नहीं बल्कि संचार की राह में आने वाले अवरोधक हैं। यह अवरोधक भौतिक या बौद्धिक दो प्रकार के हो सकते हैं। इनको संदेश में खलल माना जाता है और एक हद तक इनको नियंत्रित भी किया जा सकता है।

अब हम समझ चुके हैं कि संचार चक्रीय व अन्योन्यक्रियात्मक प्रक्रिया है। कभी भी निर्वात में संचार नहीं हो सकता है। इसके लिए विभिन्न तत्त्वों की आवश्यकता होती है। विभिन्न परिस्थितियों और उनमें संचार के विभिन्न तत्त्वों की मौजूदगी के आधार पर यह निष्कर्ष निकाला गया कि संचार चार स्तरों पर होता है। संचार के यह चार स्तर इस प्रकार हैं—

अन्तःव्यैक्तिक संचार

अन्तर्व्यैक्तिक संचार

समूह संचार

जनसंचार

संचार के इन चार स्तरों या संदर्भों को आमतौर पर संचार के प्रारूप कहा जाता है। यह चारों स्तर प्रतिभागियों की संख्या, प्रतिभागियों के बीच अपनेपन का भाव, बढ़ती जटिलता और प्रतिपुष्टि की प्रकृति इत्यादि के आधार पर एक-दूसरे से भिन्न हैं।

## संचार की प्रक्रिया

एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक सूचना प्रवाहित करने और उसे समझने की प्रक्रिया संचार है। संचार की प्रक्रिया में 6 आधारभूत तत्त्व समाहित रहते हैं। यह तत्त्व हैं— प्रेषक (संकेतक), संदेश, माध्यम, प्रापक (विसंकेतक), शोर व प्रतिपुष्टि। यह तत्त्व संचार को प्रभावी बनाने में किस प्रकार सहायक हैं और आप इनको किस प्रकार प्रयोग कर सकते हैं इनकी जानकारी होने पर कोई भी व्यक्ति अपना संचार कौशल विकसित कर सकता है।

सबसे पहले प्रेषक संचार की प्रक्रिया की शुरुआत करता है। प्रेषक यह सुनिश्चित करता है कि उसे कौन-सा अर्थ प्रेषित करना है। इसके बाद वह उसे ऐसे चिह्नों व संकेतों में परिवर्तित करता है जिनको कि संदेश प्राप्त करने वाला समझ सके। (प्रापक उस अर्थ को कितना ग्रहण कर पाता है, यह उस पर निर्भर करता है, लेकिन प्रेषक यही सोचकर संकेतों का चयन करता है कि वह प्रापक की समझने की भाषा है।) अर्थों को संकेतों में ढालने की यह प्रक्रिया संकेतीकरण कहलाती है। अब प्रेषक के पास संदेश तैयार है। फिर वह तय करता है कि संदेश किस माध्यम से प्रापक तक पहुँचाया जाए।

संदेश वह सूचना या अर्थ है, जिन्हें प्रेषक प्रापक तक भेजना चाहता है। संचार का माध्यम बोले गए शब्द, लिखित या मुद्रित सामग्री इत्यादि हो सकता

है। मौखिक संचार आमतौर पर अनौपचारिक होता है। आधिकारिक भाषणों, कार्यालयी सम्मेलनों इत्यादि को छोड़कर यह सामान्यतया व्यक्तिगत प्रकृति का होता है। जबकि कार्यालयों या फिर जब संचार काफी लोगों के साथ जुड़ता हुआ हो तो इसे लिखित स्वरूप में किया जाता है। इंटर ऑफिस मेमो इत्यादि को अनौपचारिक पड़ताल और जवाब इत्यादि के रिकार्ड के लिए संभाला जाता है। व्यक्तिगत पत्रों के अलावा सभी पत्र काफी औपचारिक प्रकार के होते हैं।

सूचनाओं के आदान-प्रदान व संचार की आवश्यकता को काफी समय तक समय और स्थान की सीमाएं बांध नहीं पाईं। ई मेल, वायस मेल, फ़ैक्स इत्यादि ने संचार और ज्ञान की सहभागिता को बढ़ावा दिया है। कम्प्यूटर के माध्यम से लिखित संदेश के प्रसार की प्रक्रिया ई मेल है। वहीं डिजीटल प्रणाली में रिकार्ड आवाज का प्रसारण इत्यादि वायस मेल है। अब तो हमारे पास काफी संख्या में जनमाध्यम भी उपलब्ध हैं।

मौखिक संचार में अनौपचारिक बैठक, सुनियोजित सभा और जनसभा को शामिल किया जाता है। इस संचार में वक्ता की आवाज और प्रस्तुतिकरण की शैली काफी अन्तर पैदा करती है। दैनंदिन कार्य, निर्देशन, सूचनाओं का आदान-प्रदान और अन्तर्व्यक्तिक संबंधों में गर्माहट रखने के लिए अनौपचारिक बातें होना काफी आवश्यक है। आजकल सूचना प्रौद्योगिकी ने हम सबके संचार करने के तौर तरीकों में क्रांतिकारी परिवर्तन ला दिए हैं। इंटरनेट व अन्य इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों ने हमें किसी भी वक्त किसी भी स्थान से सूचना प्राप्त करने लायक बना दिया है।

यहां इससे संबंधित कुछ शब्दों का विवरण दिया गया है। प्रापक वह व्यक्ति या समूह है, जिसे संदेश पहुँचाने के लिए संचार की सारी कवायद की गई। संचारित संदेश में कुछ खलल पैदा करने वाली सभी चीजों को शोर की श्रेणी में रखा जाएगा। प्रतिपुष्टि यह सुनिश्चित करती है कि संचार की प्रक्रिया में आपसी सहमति का निर्माण हुआ है। प्रापक से प्रेषक की तरफ कुछ सूचनाएं जाने की प्रक्रिया प्रतिपुष्टि कहलाती है।

### संचार के कार्य

डेविड बर्लो के अनुसार संचार का मुख्य उद्देश्य मानव को अपनी आधारभूत आवश्यकताओं व दैनंदिन जरूरतों की पूर्ति के काबिल बनाना है। इसमें आदेश देने, प्रार्थना करने व दूसरों की प्रार्थनाओं पर गौर करने की योग्यताएं

शामिल हैं। बलों आगे कहते हैं— 'संचार हमें सामाजिक संगठनों, आर्थिक संबंधों, सांस्कृतिक मूल्यों इत्यादि को समझने की क्षमता प्रदान करता है।' यह आवश्यक है कि किसी भी संचार का उद्देश्य और उसके संदेश की अन्तर्वस्तु मनुष्यों की आम जिन्दगी के लिए प्रासंगिकता रखने वाले होने चाहिए। संचार के क्रियात्मक भाग को प्रदर्शित करने के लिए हाल्लोल्ड लासवैल ने यह प्रतिमान सुझाया था। किसने, क्या, किस माध्यम से, किसको, किस प्रभाव के साथ कहा (हाल्लोल्ड लासवैल का संचार का प्रतिमान) लासवैल ने कहा था कि यह सभी चरण क्रियात्मक स्तर पर संचार की प्रक्रिया को प्रभावित करते हैं। प्रभाव पर उनका इतना बल एक बार फिर संचार की क्रियात्मकता को ही दर्शाता है। मोटे तौर पर देखें तो संचार कार्य करता है— 1. सूचना देना 2. शिक्षा देना 3. मनोरंजन 4. किसी काम के लिए लोगों को प्रोत्साहित करना, कई लोग इसशृंखला में ज्ञानोदय के नाम से पांचवां कार्य भी जोड़ते हैं।

इसके अलावा भी संचार के कुछेक अतिरिक्त कार्य हैं। यह कार्य इस प्रकार हैं— 1. मूल्यांकन 2. दिशा निर्देशन 3. प्रभावित करना, 4. अभिविन्यास करना।

कोई भी संचार की रूपरेखा तैयार करते वक्त उपरोक्त में से कुछ कामों को उद्देश्यों में अवश्य शामिल किया जाता है। उपर्युक्त काम सही तरीके से पूरे हों इसके लिए संचार की ऐसी रूपरेखा तैयार करना आवश्यक है, जो कि प्रापक का ध्यान अपनी तरफ खींचे। ऐसे चिह्नों और संकेतों का प्रयोग किया जाना चाहिए, जो कि प्रापक को आसानी से समझ में आ जाएं। यह प्रापक में कुछ आवश्यकताएं जागृत करे और उनकी पूर्ति के लिए उसको रास्ता सुझाए। ऐसी अवस्था में ही संचार वांछित परिणाम दे सकता है। हालांकि हमें संचार व जनसंचार में भेद को नहीं भूलना है। संचार व जनसंचार में फर्क है।

सूचनाओं के आदान-प्रदान, सहभागिता इत्यादि की प्रक्रिया को हम संचार कहते हैं।

जनसंचार में पेशेवर संचारकर्ताओं का एक समूह संदेश को लगातार, त्वरित गति से व व्यापक दायरे तक पहुँचाने के लिए जन माध्यमों का प्रयोग करते हैं। इसमें एक व्यापक दायरे में लोगों तक एक संदेश पहुँचाकर उन्हें किसी न किसी स्तर पर प्रभावित करने की चेष्टा की जाती है।

अन्तर्वैयक्तिक संचार में सूचनाओं की सहभागिता, कुछ जानकारी देकर या अपने जोरदार पक्ष को रखकर प्रापक को प्रभावित करना मूल उद्देश्य होता है। यदि

एक व्यक्ति अपने मत इत्यादि के प्रति किसी को जीतने में कामयाब हो गया है तो संचार को सफल माना जाएगा।

### संचार के प्रकार

संचार का मानवीय जीवन पर अत्यधिक प्रभाव पड़ता है, संचार के बिना जीवन की परिकल्पना करना व्यर्थ है। संचार के द्वारा व्यक्तिगत एवं सामाजिक जीवन में सदैव निरन्तरता बनी रहती है। संचार हमारे जीवन को विभिन्न प्रकार से प्रभावित करता है जिसे उद्देश्यों के आधार पर इसे कई प्रकार में विभाजित किया जा सकता है। यहाँ पर संचार के कुछ प्रमुख प्रकारों का उल्लेख किया गया है, जो संचार की प्रक्रिया को महत्वपूर्ण आधार प्रदान करते हैं-

### औपचारिक एवं अनौपचारिक संचार

- अन्तर्वैयक्तिक एवं जन-संचार
- मौखिक संचार
- लिखित संचार
- अमौखिक संचार
- अन्तर्वैयक्तिक संचार
- जन-संचार

### औपचारिक संचार

औपचारिक संचार किसी संस्था में विचारपूर्वक स्थापित की जाती है। किस व्यक्ति को किसको और किस अन्तराल में सूचना देनी चाहिए, यह किसी संस्था में विभिन्न स्तरों पर कार्यरत् व्यक्तियों के मध्य सम्बन्धों को स्पष्ट करने में सहायक होता है। औपचारिक सन्देशवाहन के निर्माण व प्रेषण में अनेक औपचारिक सम्वाद अधिकांशतः लिखित होते हैं। यथा-संस्था का प्रधानाचार्य अपने उप प्रधानाचार्य को कुछ निर्देश प्रदान करता है, तो वह औपचारिक प्रकृति का ही समझा जायेगा क्योंकि एक उच्चाधिकारी अपने नीचे रहने वाले अधिकारियों या कर्मचारियों को निर्देश देने की ही स्थिति में बाध्य होता है। औपचारिक सन्देशवाहन के अन्य उदाहरण, आदेश, बुलेटिन आदि।

### औपचारिक संचार के लाभ

- औपचारिक संचार अधिकृत संचारकर्ता के द्वारा सही सूचना प्रदान की जाती है।
- यह संचार लिखित रूप में होता है।
- इस संचार के द्वारा संचार की प्रतिपुष्टि होती है।
- यह संचार व्यवस्थित एवं उचित तरीके से किया जाता है।
- यह संचार करते समय संचार के स्तरों के क्रमों का विशेष ध्यान रखा जाता है।
- इस संचार के माध्यम से संचारक की स्थिति का पता सरलता से लगाया जा सकता है।
- इस संचार के द्वारा व्यावसायिक मामलों को आसानी से नियंत्रित एवं व्यवस्थित किया जा सकता है।
- इस संचार के द्वारा दूर स्थापित लोगों से सम्बन्ध आसानी से स्थापित किये जा सकते हैं।

### औपचारिक संचार के दोष

- इस संचार की गति धीमी होती है।
- समान्यतया इस संचार में उच्च अधिकृत लोगों का अधिभार ज्यादा होता है।
- इस संचार में स्वतंत्र एवं निष्पक्ष रूप से संचार की आलोचना नहीं की जा सकती है।
- इस संचार में नियमों का शक्ति से पालन किया जाता है जिसके कारण संचार में लोचशीलता के अभाव के कारण बाधा उत्पन्न होने की संभावना हमेशा विद्यमान रहती है।

### अनौपचारिक संचार

अनौपचारिक सन्देश वाहनों में किसी प्रकार की औपचारिकता नहीं बरती जाती। ऐसे सन्देशवाहन मुख्यतः पक्षकारों के बीच अनौपचारिक सम्बन्धों पर निर्भर करते हैं। अनौपचारिक सन्देशवाहन के कुछ उदाहरण हैं - नेत्रों से किये जाने वाले इशारे, सिर हिलाना, मुस्कराना, क्रोधित होना आदि। ऐसे संचार का दोष यह होता

है कि सावधानी के अभाव में कभी-कभी अफवाहों को फैलाने में सहायक हो जाते हैं।

### अनौपचारिक संचार के लाभ

- इस संचार के द्वारा सौहार्द सम्बन्धी एवं संभावनाओं का आदान प्रदान होता है।
- इस संचार के द्वारा संचार की गति अत्यधिक तेज होती है।
- इस संचार में स्वतंत्र एवं निष्पक्ष रूप से विचारों का आदान-प्रदान किया जाता है।
- इस संचार के माध्यम से सम्बन्धों में व्याप्त तनाव में कमी आती है तथा लोगों के मध्य सांवेगिक सम्बन्ध स्थापित होते हैं।

### अनौपचारिक संचार के दोष

- इस संचार के द्वारा अविश्वसनीय तथा अपर्याप्त सूचना प्राप्त होती है।
- इस संचार में सूचना प्रदान करने का उत्तरदायित्व निश्चित नहीं होता है तथा सूचना किस स्तर से तथा कहाँ से प्राप्त हुई है, का पता लगाना आसान नहीं होता है।
- इस प्रकार का संचार ज्यादातर किसी भी संगठन में समस्या को उत्पन्न कर सकता है।
- इस संचार में सूचना किस स्तर से तथा कहाँ से प्राप्त हो रही है का स्रोत निश्चित नहीं होता है जिसके कारण सूचना के उद्देश्यों की प्राप्ति तथा उसका अर्थ निरूपण करने में कठिनाई का सामना करना पड़ता है।

### लिखित संचार

लिखित संचार एक प्रकार औपचारिक संचार है जिसमें सूचनाओं का आदान-प्रदान लिखित रूप में एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति को प्रेषित किया जाता है। इस संचार के द्वारा संचारक को लिखित रूप में प्रेषित किये गये संदेश का अभिलेख रखने में आसानी होती है। लिखित संचार के द्वारा यह स्पष्ट होता है कि आवश्यक सूचना प्रत्येक व्यक्ति को समान रूप से प्रदान की गई है। एक लिखित संचार सही, सक्षिप्त, पूर्ण तथा स्पष्ट होता है। लिखित संचार के साधन-बुलेटिन, हंडै बुक्स व डायरियां, समाचार पत्र, मैगजीन, सुझाव -योजनायें,

व्यावहारिक पत्रिकायें, संगठन-पुस्तिकायें, संगठन-अनुसूचियाँ, नीति- पुस्तिकायें कार्यविधि पुस्तिकायें, प्रतिवेदन, अध्यादेश आदि।

### लिखित संचार के लाभ

- लिखित सम्प्रेषण की दशा में दोनों पक्षों की उपस्थिति आवश्यक नहीं है।
- विस्तृत एवं जटिल सूचनाओं के सम्प्रेषण के लिए यह अधिक उपयुक्त है।
- यह साधन मितव्ययी भी है क्योंकि डाक द्वारा समाचार योजना, दूरभाष पर बात करने की उपेक्षा सस्ता होता है।
- लिखित संवाद प्रमाण का काम करता है तथा भावी संदर्भों के लिए इसका उपयोग किया जाता है।

### लिखित संचार के दोष

- लिखित संचार की दशा में प्रत्येक सूचना को चाहे वह छोटी हो अथवा बड़ी, लिखित रूप में ही प्रस्तुत करना पड़ता है जिनमें स्वभावतः बहुत अधिक समय व धन का अपव्यय होता है।
- प्रत्येक छोटी-बड़ी बात हो हमेशा लिखित रूप में ही प्रस्तुत करना सम्भव नहीं होता।
- लिखित संचार में गोपनीयता नहीं रखी जा सकती।
- लिखित संचार का एक दोष यह भी है कि इससे लालफीताशाही को बढ़ावा मिलता है।
- अशिक्षित व्यक्तियों के लिए लिखित सम्प्रेषण कोई अर्थ नहीं रखता। मौखिक अथवा लिखित संचार के अपेक्षाकृत श्रेष्ठ कौन है, इसका निर्णय करना एक कठिन समस्या है। वास्तव में इसका उत्तर प्रत्येक मामले की परिस्थितियों पर निर्भर करेगा।

### मौखिक संचार

मौखिक संचार से तात्पर्य संचारक द्वारा किसी सूचना अथवा संवाद का मुख से उच्चारण कर संवाद प्राप्तकर्ता को प्रेरित करने से है। दूसरे शब्दों में, जो सूचनायें या संदेश लिखित न हो वरन् जुबानी कहें या निर्गमित किये गये हो उन्हें मौखिक संचार कहते हैं। इस विधि के अन्तर्गत संदेश देने वाला तथा संदेश पाने वाले दोनों एक-दूसरे के सामने होते हैं इस पद्धति में व्यक्तिगत पहुँच सम्भव होती



है। लारेन्स एप्पले के अनुसार, “मौखिक शब्दों द्वारा पारस्परिक संचार सन्देशवाहन की सर्वश्रेष्ठ कला है। मौखिक संचार के साधन – आमने सामने दिये गये आदेश, रेडियो द्वारा संचार, दूरदर्शन, दूरभाष, सम्मेलन या साभाएँ, संयुक्त विचार-विमर्श, साक्षात्कार, उद्घोषणाएँ आदि।

### मौखिक संचार के लाभ

- इस पद्धति से समय व धन दोनों की बचत होती है।
- इसे आसानी से समझा जा सकता है।
- संकटकालीन अवधि में कार्य में गति लाने के लिए मौखिक पद्धति एक मात्र विधि होती है।
- मौखिक संचार लिखित संचार की तुलना में अधिक लचीला होता है।
- मौखिक संचार पारस्परिक सद्भाव व सद्द्विश्वास में वृद्धि करता है।

### मौखिक संचार के दोष

- मौखिक वार्ता को बातचीत के उपरान्त पुनः प्रस्तुत करने का प्रश्न ही नहीं उठता।
- मौखिक वार्ता भावी संदर्भ के लिए अनुपयुक्त है।
- मौखिक सन्देशवाहन में सूचनाकर्ता को सोचने का अधिक मौका नहीं मिलता।

### अमौखिक संचार

यह संचार का प्रकार है, जो न मौखिक होता है और न ही लिखित। इस संचार में एक व्यक्ति दूसरे व्यक्ति को अमौखिक रूप से सूचना को प्रदान करता है, उदाहरण के रूप में-शारीरिक हाव-भाव के द्वारा। इस संचार में शारीरिक भाव-भंगिमा के माध्यम से संचार को प्रेषित किया जाता है। जिसे प्राप्तकर्ता अमौखिक रूप से सरलता से समझ जाता है, जैसे-चेहरे का भाव, आंखों तथा हाथ का इधर-उधर घूमना आदि के द्वारा भावनाओं, संवेगों, मनोवृत्तियों इत्यादि को असानी से समझ सकता है।

### अमौखिक संचार के लाभ

- इस संचार के द्वारा भावनाओं, संवेगों, मनोवृत्ति इत्यादि को कम समय में प्रेषित किया जा सकता है।

- इस संचार को एक प्रकार से मौखिक संचार का प्रारूप माना जा सकता है जिसमें मौखिक संचार के लाभों एवं दोषों को शामिल किया जा सकता है।
- इस संचार के द्वारा लोगों को प्रेरित, प्रभावित तथा एकाग्रचित किया जा सकता है।

### अन्तर्वैयक्तिक संचार

अन्तर्वैयक्तिक संचार का एक प्रकार है जिसमें संचारकर्ता तथा प्राप्तकर्ता एक-दूसरे के आमने-सामने होते हैं। अन्तर्वैयक्तिक संचार लिखित अथवा मौखिक दोनों रूप में हो सकते हैं, अन्तर्वैयक्तिक संचार के अन्तर्गत लिखित रूप में यथा पत्र, डायरी इत्यादि को शामिल किया जा सकता है जबकि मौखिक संचार में टेलिफोन, आमने-सामने की बातचीत इत्यादि को शामिल कर सकते हैं।

### अन्तर्वैयक्तिक संचार के लाभ

इस संचार के द्वारा संचारक तथा प्राप्तकर्ता के मध्य सामने-सामने के सम्बन्ध होते हैं। जिसके कारण मौखिक संदेश की गोपनीयता बनी रहती है।

इस संचार में संचारक तथा प्राप्तकर्ता ही होते हैं जिसके कारण सूचना अन्य लोगों के पास नहीं जा पाती है।

### जन-संचार

जन-संचार संचार का एक माध्यम है जिसके द्वारा कोई भी संदेश अनेक माध्यमों के द्वारा जन-समुदाय तक पहुँचाया जाता है। वर्तमान समय में शायद ही ऐसा कोई व्यक्ति होगा जो जन-संचार माध्यम से न जुड़ा हो। सच पूछा जाय तो आज के मनुष्य का विकास जन-संचार के माध्यमों द्वारा ही हो रहा है। जन-समुदाय की आवश्यकताओं को पूरा करने में जन-संचार माध्यमों की बड़ी भूमिका होती है, जो कि सभी वर्ग, सभी कार्य क्षेत्र से जुड़े लोगों तथा सभी उम्र के लोगों की अपेक्षाओं को पूरा करने में सहायता प्रदान करते हैं। वर्तमान समय में जन-संचार के अनेक माध्यम हैं, जैसे-समाचार पत्र/पत्रिकायें, रेडियों, टेलीविजन, इंटरनेट इत्यादि।

### संचार के सिद्धान्त

संचार की प्रक्रिया विभिन्न अध्ययनों के पश्चात् स्पष्ट होता है कि संचार को आधार प्रदान करने के लिए सिद्धान्त महत्त्वपूर्ण भूमिका अदा करते हैं।

**उद्देश्यों के स्पष्ट होने का सिद्धान्त**—संचार की सफलता के लिए यह आवश्यक है कि संचार के उद्देश्य विशिष्ट एवं स्पष्ट हों जिससे की प्राप्तकर्ता संचार के विषय को सार्थक रूप से समझ सके।

**श्रोताओं के स्पष्ट ज्ञान का सिद्धान्त**—संचार की सफलता के लिए आवश्यक है कि संचारक को इस बात का ज्ञान होना चाहिए कि श्रोतागण कैसे हैं जिससे प्रेषित किये जाने वाले विषय को श्रोता के ज्ञान एवं उनकी इच्छा के अनुसार सारगर्भित रूप में प्रेषित किया जा सके। इसके अतिरिक्त इस बात का भी ध्यान रखा जाना चाहिए कि संचार को श्रोतागण आसानी से समझ सके।

**विश्वसनीयता बनाये रखने का सिद्धान्त**—संचारक के लिए यह आवश्यक हो जाता है कि वह समुदाय में अपनी स्थिति प्रास्थिति को बनाये रखे क्योंकि संचारक के द्वारा प्रेषित किये जाने वाला संचार संचारक के सामर्थ्य पर निर्भर करता है यदि समुदाय के लोगों को इस बात का विश्वास होता है कि संचारक समुदाय के हित के लिए संदेश को प्रेषित करेगा।

**स्पष्टता का सिद्धान्त**—संचार में प्रयोग की जाने वाली भाषा एवं प्रेषित किये जाने वाला विषय सरल एवं समरूप होना चाहिए जिससे कि संचार को लोग आसानी से समझ सके। संचार करते समय यदि क्लिष्ट भाषा का प्रयोग किया जाता है तो संचार की प्रक्रिया में बाधा उत्पन्न हो सकती है।

**शब्दों को सोच-विचार कर प्रेषित एवं संगठित करने का सिद्धान्त**—संचारक के लिए आवश्यक होता है कि संचार में प्रयोग किये जाने वाले शब्दों का चयन उचित प्रकार से किया जाये तथा विचारों में तारतम्यता निहित हो। यदि संचार करते समय शब्दों का चयन कुछ सोच-समझकर नहीं किया जाता है और शब्दों के मध्य तारतम्यता तथा एकरूपता नहीं होता है तो प्राप्तकर्ता संचार के उद्देश्यों को समझ नहीं पाता है।

**सूचना की पर्याप्तता का सिद्धान्त**—संचारक के लिए यह आवश्यक होता है कि संचार करते समय सूचना पर्याप्त रूप में प्रेषित की जाये। इसके लिए यह भी आवश्यक होता है कि सूचना किस स्तर पर प्रेषित की जा रही है। सूचना की अपर्याप्तता के कारण प्राप्तकर्ता संचार के उद्देश्यों का अर्थ निरूपण विपरित

लगा सकता है जिसके कारण संचार के असफल होने की संभावना उत्पन्न हो जाती है।

**सूचना के प्रसार का सिद्धान्त** -संचार की सफलता के लिए आवश्यक होता है कि सूचना का प्रसार सही समय पर, सही परिप्रेक्ष्य में, सही व्यक्ति को उचित कारण के संदर्भ में प्रेषित की जाये तथा सूचना प्रसारित करते समय इस तथ्य का भी ध्यान रखा जाय कि सूचना प्राप्तकर्ता कौन है। यदि संचारक सूचना प्रेषित करते समय, परिप्रेक्ष्य, उचित व्यक्ति तथा स्पष्ट उद्देश्य का ध्यान नहीं रखता है तो संचार असफल हो जाता है।

**सघनता एवं सम्बद्धता का सिद्धान्त**-सफल संचार के लिए आवश्यक है कि सूचना में सघनता एवं सम्बद्धता का तत्त्व विद्यमान हो, सूचना को प्रदान किये जाने का क्रम 666 क्रियान्वित किया जा सके।

**एकाग्रता का सिद्धान्त**-संचार की सफलता के लिए आवश्यक है कि संचारक एवं प्राप्तकर्ता दोनों एकाग्रचित्त होकर कार्य करे। संचारक के लिए आवश्यक है कि संचार प्रेषित करते समय अपनी एकाग्रता को भंग न होने दे तथा प्राप्तकर्ता के लिए भी यह आवश्यक होता है कि वह एकाग्रचित्त होकर के प्रेषित संचार का अर्थ निरूपण करे।

**समयबद्धता का सिद्धान्त**-संचार तभी सफल हो सकता है जब वह उचित तथा निश्चित समय पर किया जाये। संचार को इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि संचार करते समय संचार के उद्देश्यों की प्राप्ति सही समय पर हो पायेगी अथवा नहीं।

**पुनर्निर्देशन का सिद्धान्त**-संचार की प्रक्रिया तभी सफल हो सकती है जब प्राप्तकर्ता प्रेषित संदेश का सही एवं उचित अर्थ निरूपण करके संचारक को प्रतिपुष्टि प्रदान करें क्योंकि प्रतिपुष्टि के द्वारा संचारक को इस बात का ज्ञान होता है कि जिस उद्देश्य की प्राप्ति हेतु संदेश को प्रेषित किया गया है वह सफल हुआ है अथवा नहीं।

### **जनसंचार का प्रकार्यात्मक सिद्धांत**

जनमाध्यम प्रकार्यात्मक स्तर पर अपने प्रयोगकर्ताओं की 5 प्रकार से सेवा करते हैं। यह पांच प्रकार हैं- निगरानी, सहसंबंध, संचारण, मनोरंजन व संघठन। जनसंचार के प्रकार्यात्मक सिद्धांतों के प्रतिपादन में एच. लासवैल व सी. राइट के नाम प्रमुख हैं।

सन् 1948 में प्रकाशित एक लेख 'समाज में संचार की संरचना और कार्य' में लासवैल ने संचार के प्रकार्यात्मक सिद्धांत के बारे में चर्चा की थी। अमेरिका के धार्मिक एवं सामाजिक अध्ययन संस्थान के जर्नल में यह लेख प्रकाशित हुआ था।

इसके बाद 1960 में पब्लिक ओपिनियन नामक एक त्रैमासिक पत्र में प्रकाशित लेख 'प्रकार्यात्मक विश्लेषण व जनसंचार' में सी. राइट ने इस सिद्धांत को आगे विकसित किया।

### सिद्धांत की व्याख्या

जनमाध्यम हमारे समाज के लिए कई कामों को पूरा करते हैं। सिद्धांतविदों ने उनमें से 5 कामों को एक साथ रखा है। निगरानी, सहसंबंध, संचारण, मनोरंजन, संघटन दर्शाते हैं कि लोग जन माध्यमों का किस प्रकार प्रयोग करते हैं।

निगरानी का अर्थ है कि जनमाध्यम हमें सूचनाएं और समाचार उपलब्ध करवाते हैं। सहसंबंध अर्थात् किसी भी सूचना के चयन, व्याख्या व आलोचना के बाद ही जनमाध्यम हमें वह उपलब्ध करवाते हैं। सांस्कृतिक संचारण का अर्थ है कि जनमाध्यम एक प्रकार से हमारे विचारों, मूल्यों व विश्वास को ही प्रतिबिम्बित करते हैं। खाली वक्त गुजारने के लिए जनमाध्यम मनोरंजन की सामग्री भी उपलब्ध करवाते हैं। दिनभर की भागदौड़ से निजात पाने के बाद यह हमें सुकून के कुछ पल प्रदान करता है। जनमाध्यमों के कार्यों में संघटन दर्शाता है कि किसी भी आपदा के वक्त जनमाध्यम समाज के हितों को बढ़ावा देने का भी काम करते हैं।

यह सिद्धांत दर्शाता है कि हर व्यक्ति में किसी-न-किसी स्तर पर एक मुक्त इच्छा होती है। उसी इच्छा के तहत वे अलग-अलग उद्देश्यों की पूर्ति के लिए जनमाध्यमों का प्रयोग करते हैं। यह सही है कि जनसंचार हमारे समाज के एक हिस्से की तरह ही काम करता है। समाज की निगरानी, मनोरंजन, सहसंबंध, संचारण व संघटन के लिए जनमाध्यम ही मुख्य स्रोत हैं। यह सिद्धांत वस्तुनिष्ठ और तटस्थ है।

संचार का प्रकार्यात्मक सिद्धांत समाज द्वारा जनमाध्यमों के प्रयोग के बारे में बात करता है। यह आकलन करता है कि लोग किसी कारण विशेष से ही जनमाध्यमों का प्रयोग करते हैं। यह तो जाहिर है ही कि श्रोतावृंद की कुछ

आवश्यकताएं होती हैं और जनमाध्यम इनकी पूर्ति करते हैं। एक तरह से देखा जाए तो यह सिद्धांत संगत भी लगता है, क्योंकि जनमाध्यमों के इतने सारे काम होते हैं और वे एक-दूसरे के प्रतिकूल भी नहीं हैं। अलग-अलग समय पर लोग अलग-अलग कारणों से मीडिया का प्रयोग करते हैं।

कुछ संचारविद् प्रकार्यात्मक सिद्धांत को संचार के अधस्त्वक सुई सिद्धांत का ही एक हिस्सा मानते हैं। इस सिद्धांत के अनुसार संदेश के अन्दर सूचना डालकर जनमाध्यम लोगों पर सीधा, त्वरित और प्रभावी असर डालते हैं। प्रकार्यात्मक सिद्धांत का मूल समाजशास्त्र में है। यह प्रतिपादित करता है कि जनमाध्यमों का श्रोताओं पर काफी गहरा प्रभाव पड़ता है। यह प्रेषित संदेश के जवाब में किसी भी व्यक्ति को एक दिशा-विशेष में काम करने पर मजबूर कर सकता है। इस सिद्धांत के अनुसार जनमाध्यम एक बहुत ही बलशाली चीज है और श्रोता असहाय कठपुतलियों के झुंड की तरह उसका इंतजार करते हैं कि वह आकर उन्हें संचालित करे।

## संचार का संबंधात्मक सिद्धांत

अन्तर वैयक्तिक रिश्ते कायम करने में संचार की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। यह रिश्ते बनाने और उन्हें निरंतर जीवंत रखने में मदद करता है। संचार जो कि रिश्ते बनाता है, रिश्ते तोड़ भी सकता है। संचार और रिश्तों के बीच के संबंध पर कई सिद्धांत प्रस्तुत किए गए हैं। इनमें से कुछ संबंधों के विकास और उन्हें कायम रखने के दायरे में आते हैं। रिश्तों के विकास के क्षेत्र में पड़ने वाले संचार के सिद्धांतों में सामाजिक भेदन सिद्धांत (आल्टमैन व टेलर) और अनिश्चितता लघुकरण सिद्धांत (बर्गर) शामिल हैं। संबंधों को कायम रखने के क्षेत्र में संबंधात्मक द्वन्द्व सिद्धांत (बाक्सर, मांटगोमैरी) और अन्योन्यक्रियात्मक अवलोकन सिद्धांत (डब्ल्यू. विक व पी. आल्टो) प्रकाश डालते हैं। इसके दौरान हम संबंधात्मक द्वन्द्व सिद्धांत पर चर्चा करेंगे। संबंधात्मक द्वन्द्व सिद्धांत अति करीबी संबंधों में होने वाले अंतरंग संचार के बारे में बात करता है। एल. बाक्सर व बारबरा मांटगोमैरी ने 1980 के दशक के आखिरी सालों में इसे विकसित किया था। अन्तर वैयक्तिक संबंधों के बारे में इस सिद्धांत में कई पहलुओं पर बातचीत की गई है। यह इसी आधार पर है कि आप किसी व्यक्ति के जितना करीब जाते हैं, उससे उतनी ही समस्याएं और विवाद उभरने लगते हैं। इन संचारविदों ने कहा था कि अन्तर्विरोध ही संबंधात्मक द्वन्द्व की केन्द्रीयकृत अवधारणा है।

### आपसी अनबन के पहलू

संबंधों में आने वाले खटास के कुछ पहलू इस प्रकार हैं—

**जुड़ाव और अलगाव-** किसी भी रिश्ते में आपसी जुड़ाव और अलगाव के बीच एक संतुलन कायम रखना अति आवश्यक है। आपके साथी का कुछ निजी पल अकेले गुजारने का मन हो रहा है और आपका मन है कि दोनों कुछ समय साथ बिताएं। ऐसी स्थिति में विवाद उत्पन्न होने की संभावना बनती है। किसी भी रिश्ते में बंधे दो लोगों के रिश्ते में यदि संतुलन नहीं होगा तो रिश्ता टूटने की संभावना बनेगी। अपनी स्वतंत्रता बनाए रखने और दूसरे व्यक्ति से अपने जुड़ाव की आवश्यकताओं की पूर्ति की भावनाएं साथ-साथ हमारे मन में आती रहती हैं।

**निश्चितता व अनिश्चितता-** रिश्तों को स्वतः स्फूर्त होना चाहिए। यदि सभी चीजें निश्चित होंगी और कोई परिवर्तन नहीं आएगा तो दोनों प्रतिभागी एक-दूसरे में अपनी रुचि खो देंगे। कुछ सुखद परिवर्तन और रोमांच हर रिश्ते की मांग हैं। हां यह रोमांच इतना भी न हो कि सब कुछ अनिश्चित ही हो जाए। ऐसा होने पर भी रिश्ते का अस्तित्व खतरे में पड़ सकता है।

**खुलापन व निजता-** अपने बारे में सब कुछ बताना व कुछ निजी पल बचाना, यह दोनों ही चीजें किसी भी रिश्ते में चक्रीय रूप में चलती रहती हैं। रिश्ते विकसित होने के दौरान दोनों सहभागियों को एक-दूसरे के बारे में जानना व बताना आवश्यक है, लेकिन यह इतना ज्यादा न हो जाए कि आपको कल को उससे भय लगने लगे। अपने निजी पलों व दूसरों को बताने लायक बातों में संतुलन कायम रखना भी रिश्ते का आधार है।

उपर बताए गए अन्तर्विरोध हर किसी रिश्ते में होते हैं।

बाक्सर व मांटगोमैरी का यह सिद्धांत किसी भी रिश्ते में काम करने वाले प्रतिकर्षक बलों के बारे में बताता है। यह सिद्धांत किसी भी अन्तर व्यक्तिक रिश्ते के पीछे काम करने वाले बलों के बारे में बताकर एक नई अन्तर्दृष्टि का निर्माण करता है।

इसके अध्ययन से लोगों को पता चल सकता है कि किसी भी रिश्ते के निर्बाध पालन के लिए क्या-क्या प्रक्रियाएं हो सकती हैं। यह प्रभावी वार्तालाप के लिए हमें एक साधन प्रदान करती है।

# 3

---

## रेडियो के लिए लेखन

---

रेडियो के लिए समाचार लेखन अखबारों से कई मामलों में भिन्न है। चूँकि दोनों माध्यमों की प्रकृति अलग-अलग है, इसलिए समाचार लेखन करते हुए उसका ध्यान जरूर रखा जाना चाहिए। रेडियो समाचार की संरचना अखबारों या टी.वी. की तरह उल्टा पिरामिड (इंवर्टेड पिरामिड) शैली पर आधारित होती है। चाहे आप किसी भी माध्यम के लिए समाचार लिख रहे हों, समाचार लेखन की सबसे प्रचलित, प्रभावी और लोकप्रिय शैली उल्टा पिरामिड-शैली ही है।

सभी तरह के जनसंचार माध्यमों में सबसे अधिक यानी 90 प्रतिशत खबरें या स्टोरीज़ इसी शैली में लिखी जाती हैं। उल्टा पिरामिड-शैली में समाचार के सबसे महत्वपूर्ण तथ्य को सबसे पहले लिखा जाता है और उसके बाद घटते हुए महत्वक्रम में अन्य तथ्यों या सूचनाओं को लिखा या बताया जाता है। इस शैली में किसी घटना/विचार/समस्या का ब्योरा कालानुक्रम के बजाए सबसे महत्वपूर्ण तथ्य या सूचना से शुरू होता है। तात्पर्य यह कि इस शैली में, कहानी की तरह क्लाइमेक्स अंत में नहीं बल्कि खबर के बिलकुल शुरू में आ जाता है। उल्टा पिरामिड शैली में कोई निष्कर्ष नहीं होता।

रेडियो लेखन और टेलीविजन लेखन दोनों अलग-अलग प्रकार की विधियाँ हैं। अलग तरह से अभिप्राय यह है कि लेखक को हमेशा इस बात के प्रति चौकस रहना पड़ता है कि वह सुनने के लिए लिख रहा है। इसलिए बात बहुत साफ-सुथरे ढंग से तथा सरलतम रूप में कही जानी चाहिए। आँखों से



देखने अर्थात् टेलीविजन के लिए लिखने में इतनी सावधानी की आवश्यकता नहीं होती है।

उल्टा पिरामिड शैली के तहत समाचार को तीन हिस्सों में विभाजित किया जा सकता है। इंट्रो, बॉडी और समापन समाचार के इंट्रो या लीड को हिंदी में मुखड़ा भी कहते हैं। इसमें खबर के मूल तत्त्व को शुरू की दो या तीन पंक्तियों में बताया जाता है। यह खबर का सबसे अहम हिस्सा होता है। इसके बाद बॉडी में समाचार के विस्तृत व्योरे को घटते हुए महत्त्वक्रम में लिखा जाता है। हालाँकि इस शैली में अलग से समापन जैसी कोई चीज नहीं होती और यहाँ तक कि प्रासंगिक तथ्य और सूचनाएँ दी जा सकती हैं, अगर ज़रूरी हो तो समय और जगह की कमी को देखते हुए आखिरी कुछ लाइनों या पैराग्राफ को काटकर हटाया भी जा सकता है और उस स्थिति में खबर वहीं समाप्त हो जाती है। रेडियो समाचार के एक इंट्रो पर गौर कीजिए। (उत्तर प्रदेश के उन्नाव ज़िले में एक बस दुर्घटना में आज बीस लोगों की मौत हो गई। मृतकों में पाँच महिलाएँ और तीन बच्चे शामिल हैं।

प्रत्येक भाषा के दो रूप होते हैं। पहला- उच्चारित और दूसरा- लिखित। उच्चारित शब्दों की शक्ति असीम है। लिखित शब्दों की शक्ति उनसे कुछ कम आँकी जाती है। रेडियो लेखन में भाषा को दोनों रूपों से होकर गुजरना पड़ता है। रेडियो लेखन में साहित्य की विभिन्न विधाओं को सजीव एवं प्राणवान वाक शक्ति प्रदान की जा सकती है। रेडियो लेखन में श्रोताओं की पसन्द को ध्यान में रखा जाना अत्यन्त आवश्यक होता है। रेडियो के लिए लिखते समय निम्न बातों का ध्यान रखना चाहिए।

1. वाक्य जितने छोटे और सरल हों, उतना अच्छा।
2. अधिक कठिन, अप्रचलित शब्दों का प्रयोग नहीं करना चाहिए।
3. उप-वाक्यों को जोड़ने के लिए 'व' और 'तथा' के स्थान पर "और" का ही प्रयोग प्रचलित है।
4. रेडियो पर हर कार्यक्रम की समय-सीमा निर्धारित होती है इसलिए जितने समय का आलेख माँगा गया हो, उतने समय में आ सके, इतना ही विस्तार दें। अनावश्यक विस्तार से बचना चाहिए।
5. यदि अपने ही क्षेत्र के प्रसारण के लिए कुछ लिखा जा रहा है तो उसमें क्षेत्रीय कहावतों, प्रचलित शब्दों का समावेश रचना को सुन्दरता और सजीवता ही देगा।

रेडियो ध्वनि का माध्यम है। रेडियो सुनते समय श्रोता न तो चित्र देखता है, न ही शब्द पढ़ सकता है। इसलिए रेडियो से प्रसारित होने वाले कार्यक्रम को लिखने से पहले लेखक को ध्वनि की प्राकृतिक विशेषताओं के बारे में समझ लेना चाहिए। ध्वनि तरंगे मस्तिष्क में एक चित्र प्रस्तुत करती है, इसलिए रेडियो लेखन में शब्दों का चयन बहुत सोच समझ कर किया जाना चाहिए। रेडियो आलेख लिखने से पहले कुछ विशेष बातों का ध्यान रखना आवश्यक है। जैसे-

**1. रेडियो एक मास मीडिया है-** रेडियो का संदेश असंख्य लोगों तक तथा लम्बी दूरी तक एक साथ पहुँचता है। अमीर, गरीब, अनपढ़, बुद्धिजीवी, बच्चों, युवा और वृद्ध, ग्रामीण व शहरी सभी वर्ग के श्रोता रेडियो से जुड़े होते हैं।

**2. रेडियो शब्द-ध्वनि पैदा करता है-** रेडियो भावनात्मक प्रसारण का माध्यम है। जब शब्द श्रोता के कानों में पड़ते हैं, वे मस्तिष्क में जाकर एक चित्र बनाते हैं। जब शब्दों के साथ उचित ध्वनि का प्रयोग होता है तब घटना का वास्तविक पहलू श्रोताओं की आँखों के सामने घूमने लगता है।

**3. रेडियो से प्रसारित शब्द केवल एक ही बार सुने जाते हैं:** जब तक किसी कार्यक्रम का पुनः प्रसारण नहीं होता तब तक श्रोता रेडियो से प्रसारित शब्दों को केवल एक ही बार सुन पाता है। इसलिए लेखन इस तरह का होना चाहिए कि श्रोता संदेश केवल सुने ही नहीं वरन उसे समझ भी लें। अति महत्त्वपूर्ण बात को एक से अधिक बार अलग-अलग रूप में लिखा जाना चाहिए।

**4. रेडियो द्वारा प्रसारित संदेश खो जाते हैं-** यदि लेखन और प्रस्तुति प्रसारण के स्तर की नहीं है तो ऐसे कार्यक्रम श्रोताओं की समझ से परे हो जाते हैं। टेलीविजन में चित्रों के जरिए दर्शक घटना को समझ सकता है किन्तु रेडियो में जब तक सुनकर श्रोता समझ नहीं पाता संदेश अधूरा रहता है।

**5. रेडियो की एक पहचान है-** रेडियो हमें हँसाता है, रूलाता है, भावनात्मक आवेश को उत्साहित करता है। मस्तिष्क में उभरते चित्र हमें सक्रिय होने पर मजबूर करते हैं। अतः रेडियो लेखन आम आदमी से जुड़ा होना चाहिए ताकि वह स्वयं को रेडियो प्रसारण का हिस्सा समझ सकें। अच्छा आलेख किसी भी माध्यम के लिए सशक्त भूमिका अदा करता है।

रेडियो का लेख तैयार करते समय हमें इस बात का विशेष ध्यान रखना होता है कि हम कानों के लिए लिख रहे हैं। रेडियो आलेख एक सजीव दृश्य चित्र प्रस्तुत करता है, जिसे आधार मानकर निर्माता कार्यक्रम तैयार करता है।

रेडियों आलेख तैयार करते समय कुछ महत्त्वपूर्ण बिन्दुओं का ध्यान में रखना जरूरी है, जो निम्नवत् हैं—

- भाषा और शब्दों का चयन उन श्रोताओं को ध्यान में रखकर करना चाहिए जिनके लिए हमें आलेख तैयार करना है।
- वाक्य छोटे और आसानी से समझ में आने वाले होने चाहिए।
- शब्दों का चयन क्षेत्र की संस्कृति को ध्यान में रखकर किया जाना चाहिए।
- लेखन इस प्रकार का हो ताकि उसे पढ़ते समय लयबद्ध किया जा सके।
- भाषा में आधुनिक प्रचलित शब्दों का प्रयोग बहुतायत से होना चाहिए।
- विषय-वस्तु के महत्त्वपूर्ण बिन्दुओं को पहले ही क्रमबद्ध कर लेना चाहिए, ताकि आलेख में पुनरावृत्ति से बचा जा सके।
- लिखते समय यह भी ध्यान रखना चाहिए कि श्रोता पर उसका क्या प्रभाव होगा?
- लिखे हुये को बोलकर भी देखा जाना चाहिए ताकि यह समझा जा सके कि उसका प्रसारण होते समय उसका कैसा प्रभाव होगा।
- एक लेख में बहुत अधिक विचारों को समायोजित नहीं किया जाना चाहिए।
- आम आदमी की भाषा का प्रयोग किया जाना चाहिए।
- उपरोक्त, निम्नलिखित, पहले कहा गया आदि शब्द, वाक्यों का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए।

### रेडियो की भाषा

प्रकाशन और प्रसारण की भाषा में अंतर है। भारी भरकम लंबे शब्दों से हम बचते हैं, (जैसे, प्रकाशनार्थ, द्वंद्वात्मक, गवेषणात्मक, आनुषांगिक, अन्योन्याश्रित, प्रत्युत्पन्नमति, जाज्वल्यमान आदि. ऐसे शब्दों से भी बचने की कोशिश करते हैं, जो सिर्फ हिंदी की पुरानी किताबों में ही मिलते हैं। जैसे अध्यवसायी, यथोचित, कतिपय, पुरातन, अधुनातन, पाणिग्रहण आदि।

एक बात और बहुत से शब्दों या संस्थाओं के नामों के लघु रूप प्रचलित हो जाते हैं जैसे यू. एन., डब्ल्यू. एच. ओ. वगैरह लेकिन हम ये भी याद रखते हैं कि हमारे प्रसारण को शायद कुछ लोग पहली बार सुन रहे हों और वे दुनिया की राजनीति के बारे में ज्यादा नहीं जानते हों। इसलिए, यह आवश्यक हो जाता है कि संक्षिप्त रूप के साथ उनके पूरे नाम का इस्तेमाल किया जाएं जहाँ

संस्थाओं के नामों के हिंदी रूप प्रचलित हैं, वहाँ उन्हीं का प्रयोग करते हैं (संयुक्त राष्ट्र, विश्व स्वास्थ्य संगठन) लेकिन कुछ संगठनों के मूल अंग्रेजी रूप ही प्रचलित हैं जैसे एमनेस्टी इंटरनेशनल, ह्यूमन राइट्स वाच।

संगठनों-संस्थाओं के अलावा, नित्य नए समझौतों-संधियों के नाम भी आए दिन हमारी रिपोर्टों में शामिल होते रहते हैं। ऐसे नाम हैं- सीटीबीटी और आइएईए वगैरह। भले ही यह संक्षिप्त रूप प्रचलित हो चुके हैं मगर सुनने वाले की सहूलियत के लिए हम सीटीबीटी कहने के साथ-साथ यह भी स्पष्ट करते चलते हैं कि इसका संबंध परमाणु परीक्षण पर प्रतिबंध से है या कहते हैं आइएईए यानी संयुक्त राष्ट्र की परमाणु ऊर्जा एजेंसी।

कई बार जल्दबाजी में या नए तरीके से न सोच पाने के कारण घिसे पिटे शब्दों, मुहावरों या वाक्यों का सहारा लेना आसान मालूम पड़ता है। लेकिन इससे रेडियो की भाषा बोझिल और बासी हो जाती है। ज्ञातव्य है, ध्यातव्य है, मद्देनजर, उल्लेखनीय है या गौरतलब है—ऐसे सभी प्रयोग बौद्धिक भाषा लिखे जाने की गलतफहमी तो पैदा कर सकते हैं पर ये गैरजरूरी हैं।

एक और शब्द है द्वारा इसे रेडियो और अखबार दोनों में धड़ल्ले से प्रयोग किया जाता है, लेकिन ये भी भाषाई आलस्य का नमूना है। क्या आम बातचीत में कभी आप कहते हैं कि ये काम मेरे द्वारा किया गया है? या सरकार द्वारा नई नौकरियाँ देने की घोषणा की गई है? अगर द्वारा शब्द हटा दिया जाए तो बात सीधे सीधे समझ में आती है और कहने में भी आसान है। (ये काम मैंने किया, या सरकार ने नई नौकरियाँ देने की घोषणा की है।)

रेडियो की भाषा मंजिल नहीं, मंजिल तक पहुँचने का रास्ता है। मंजिल है— अपनी बात दूसरों तक पहुँचाना। इसलिए, सही मायने में रेडियो की भाषा ऐसी होनी चाहिए जो बातचीत की भाषा हो, आपसी संवाद की भाषा हो। उसमें गर्माहट हो जैसी दो दोस्तों के बीच होती है। यानी, रेडियो की भाषा को क्लासरूम की भाषा बनने से बचना बेहद जरूरी है।

याद रखने की बात यह भी है कि रेडियो न अखबार है न पत्रिका जिन्हें आप बार-बार पढ़ सकें। और न ही दूसरी तरफ बैठा श्रोता आपका प्रसारण रिकॉर्ड करके सुनता है। आप जो भी कहेंगे, एक ही बार कहेंगे। इसलिए जो कहें वह साफ-साफ समझ में आना चाहिए। इसलिए रेडियो के लिए लिखते समय यह ध्यान में रखना जरूरी है कि वाक्य छोटे-छोटे हों, सीधे हों। जटिल वाक्यों से बचें। साथ ही इस बात का ध्यान रखिए कि भाषा आसान जरूर हो लेकिन गलत न हो।

### रेडियो लेखन के सिद्धान्त

रेडियो लेखन के सिद्धान्त के मुख्य तत्त्व हैं-

1. शब्द
2. ध्वनि प्रभाव (क्रिया ध्वनि, स्थल ध्वनियाँ, प्रतीक ध्वनियाँ)
3. संगीत
4. भाषा
5. रोचकता
6. संक्षिप्तता
7. नवीनता
8. श्रोता समुदाय की जानकारी
9. मौन या निःशब्दता।

रेडियो आलेख के लिए चुने गए शब्द “बोले हुए प्रतीत हों।” ‘लिखित’ शब्दों और ‘बोले’ हुए शब्दों में अन्तर होता है। उपयुक्त, उक्त, निम्नलिखित आदि शब्दों का लिखित भाषा में तो महत्त्व है, किन्तु बोले जाने वाले शब्दों में इनका महत्त्व खत्म हो जाता है।

रेडियो में ध्वनि-प्रभाव का अपना महत्त्व होता है। ध्वनियाँ ही दुरय- चित्र के निर्माण में सहायक होती हैं। पक्षियों की चहक, सुबह के आगमन का तो घोड़ों के ठापों की आवाज, युद्ध क्षेत्र की कल्पना को उत्पन्न करती है। जिन बातों और दृश्यों को साकार करने में कई वाक्यों और शब्दों का सहारा लेना पड़ता है, उन्हें रेडियो कुछ ही ध्वनियों के रिकॉर्डों के माध्यम से सुगमता से प्रस्तुत कर सकने में समर्थ है।

दरवाजे की दस्तकें, लाठी की ठक-ठक जैसी क्रियाओं की ध्वनियों का उपयोग भी रेडियो के पटकथाकार को करना होता है, जैसे- चीजों को जोर से पटकना व्यक्ति के क्रोध का प्रतीक है। किसी खास वातावरण का बोध कराने वाली ध्वनियाँ स्थल ध्वनियाँ कहलाती हैं, जैसे- गर्म चाय की आवाज, कुली-कुली की पुकार आदि, रेलवे स्टेशन की गहमा-गहमी का दृश्य साकार कर देती हैं।

नाटकीय स्थितियों के सृजन के लिए विशेष प्रतीकात्मक ध्वनियों का उपयोग किया जाता है। हास्य नाटिकाओं के बीच ठहाकों, युद्ध स्थल पर विस्फोटात्मक ध्वनियाँ और रोमैंटिक दृश्यों में झरनों की ध्वनियाँ व पक्षियों के चहचहाने की आवाजों का उपयोग रेडियो आलेख को सशक्त बनाता है।

रेडियो आलेख में संगीत का संयोग नाटकीयता को उभारने में बहुत उपयोगी सिद्ध हुआ है। वातावरण बनाने, पात्र के भाव को उजागर करने और आलेख को गतिशील बनाने के लिए पटकथाकार संगीत का सहारा लेते हैं। रेडियो आलेख में संगीत का संयोग नाटकीयता को उभारने में बहुत उपयोगी सिद्ध हुआ है।

रेडियो के आलेख की भाषा का किताबी भाषा से बहुत कम सम्बन्ध होता है। रेडियो की भाषा सहज और सरल तथा बोलचाल वाली होती है। भाषा इतनी सरल हो कि उसमें दृश्य उत्पन्न करने की क्षमता होनी चाहिए।

रेडियो की ध्वनियाँ भी श्रोता को बहुत देर तक बाँधकर नहीं रख सकती हैं। इसलिए रेडियो आलेख में बहुत छोटे-छोटे और बहुत सरल वाक्यों का प्रयोग करना चाहिए।

### रेडियो वार्ता लेखन

रेडियो वार्ता लेखन एक कला है। वार्ता लिखने में लेखक को विशेष रूप से सावधानी रखनी पड़ती है। दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच होने वाली बातचीत को वार्ता की संज्ञा प्रदान की जाती है, परंतु रेडियो द्वारा प्रसारित होने वाली वार्ता और सामान्य वार्ता में काफी भेद होता है। इस वार्ता में दो पक्ष बक्ता और श्रोता होते हैं। रेडियो वार्ता में संवाद की संभावना का प्रतिनिधित्व आवश्यक है। इसके लिये वार्ता में वार्ताकार को दो चार वाक्यों के उपरांत एक ऐसा वाक्य अथवा भाव लाना चाहिये, जिससे यह स्पष्ट होता हो कि वह और श्रोता आमने सामने हैं।

रेडियो वार्ता में श्रोता पक्ष की संवादी प्रवृत्ति की जिम्मेदारी वार्ताकार की ही होती है। दूसरी भाषा में अपनी वार्ता में वार्ताकार यह समझ ले कि श्रोता उसकी वार्ता के साथ अपनी मानसिकता को अकड़ें हुये हैं और उसकी अभिव्यक्तियों के साथ श्रोताओं का भाव बोध जुड़ा होता है। अधिकारी विद्वान या विशेषज्ञ द्वारा किसी विषय या एक विषय के किसी पक्ष-विशेष के परिचयात्मक विवेचन विश्लेषण के लिए वार्ता का प्रसारण होता है।

वार्ता में एक ही व्यक्ति की विचाराभिव्यक्ति होती है। वार्ता का विषय साहित्य-संस्कृति, कला, शिक्षा, विज्ञान, कृषि या सम-सामयिक विचार आदि कुछ भी हो सकता है। वार्ताकार को विषय और उसके उन बिन्दुओं पर वार्ता तैयार करने के लिए अनुर्बधित किया जाता है। वार्ताकार का चयन उसकी

योग्यता, क्षमता और निष्पक्षता के आधार पर किया जाता है। वार्ता की प्रसारण-अवधि भी वार्ताकार को बता दी जाती है। वार्ताकार वार्ता का आलेख संबद्ध अधिकारी या प्रोड्यूसर को देता है। वह उसका भली प्रकार अध्ययन करता है। आलेख में कोई आपत्तिजनक, संहिता विरुद्ध या अनावश्यक बात होने पर अधिकारी या प्रोड्यूसर वार्ताकार को सम्मानपूर्वक उसमें उचित संशोधन, परिवर्द्धन या परिवर्तन का अनुरोध करता है। वह इस दिशा में कुछ सुझाव भी दे सकता है। वार्ता सारगर्भित, लेकिन सरल और सर्वग्राह्य भाषा में होनी चाहिए।

वार्ता का उद्देश्य श्रोता वर्ग को विषय के विशिष्ट, नए या मौलिक पहलुओं से परिचित कराना होता है। इस उद्देश्य की पूर्ति वार्ता से होनी चाहिए। वार्ता की प्रस्तुति विशेष महत्त्व रखती हैं। लिखे को माइक के सामने खड़े होकर पढ़ देना भर वार्ता नहीं है। स्वर का उतार-चढ़ाव, प्रवाह, वाक्यों पर बल तथा विराम आदि का सफल निर्वाह वार्ता की प्रस्तुति को प्रभावी बनाता है। 'माइक्रोफोन किसी का मित्र नहीं होता', इसलिए रिकार्डिंग से पहले वार्ताकार को अपनी वार्ता का दो-एक बार सस्वर पूर्वाभ्यास कर लेना चाहिए और प्रोड्यूसर या किसी तकनीकी व्यक्ति द्वारा कोई उपयोगी और रचनात्मक सुझाव दिया जाता है तो उसका स्वागत करना चाहिए।

रेडियो के ज्यादातर प्रसारणों में आलेख की जरूरत होती है, इसलिये वार्ता के लिये भी आलेख आवश्यक हो सकता है। लेकिन इस क्षेत्रा में कुछ विवाद भी है। लेखन पद्धति के विपक्ष में मत रखने वालों का विचार है कि प्राकृतिक रूप में सजग वार्ताकार वार्ता नहीं लिख सकता, क्योंकि वार्ता अपने सच्चे रूप में तभी संभव है, जब वक्ता बिना किसी उद्देश्य के बोले। लोग सामान्य रूप से तभी स्वाभाविक रह सकते हैं, जब बिना आलेख के बातचीत की जाये। ऐसे वार्ताकारों में एक पश्चिमी विद्वान श्रीमती रूजबेल्ट का नाम काफी प्रसिद्ध है। श्रीमती रूजबेल्ट बिना आलेख के रेडियो पर अपनी वार्ता प्रसारण करती थीं। उनकी वार्ता लिखित न होते हुए भी एक अच्छी वार्ता की स्पष्ट विशेषताएँ समाहित रहती थीं। इस प्रकार के वार्ताकारों में भारत के श्री कपित देव सिंह का नाम भी अत्यन्त प्रसिद्ध है। जहाँ आज इस प्रकार के वार्ताकारों की कमी हो गई है, वहीं एक महत्त्वपूर्ण बात यह भी है कि यदि इस प्रकार की वार्ता शांतचित्रा से आलेख तैयार कर लें, तो वह प्रसारण और भी उच्च स्तर हो सकता है। आलेख होने से आवश्यकतानुसार डबिंग भी की जा सकती है। इसके न होने से उद्घोषक कभी-कभी कुछ का कुछ उद्घोषित आलेख के समर्थन में एक प्रमुख वार्ताकार

और अंग्रेजी के लेखक जेनेथ डनबर सेट पर काफी लम्बे वक्त से प्रसारण सुनने के उपरांत मैं इस निष्कर्ष पर आया हूँ कि वार्ताकार के लिये आलेख एक अनिवार्यता है। वैसे आलेख प्रसारण का सिर्फ आधार मात्रा ही हो सकता है, न कि वार्ता के रूप में उसका प्रसारण। आलेख पाठ से पृथक वार्ता प्रसारण का अपना स्वरूप होता है। इस स्वरूप की महत्ता की रक्षा उद्घोषक और वार्ताकारों के माध्यम से की जाती है।

कैसी वार्ता रेडियो के लिये लिखी जाये, जो उत्तम और स्वाभाविक हो? क्या स्वाभाविक और रोचक बनाने के लिये यह अनिवार्य है कि हम जैसे बोलते हैं, वैसे ही लिखें? बातचीतनुमा वार्ता के बारे में अंग्रेजी लेखक श्री डनबर ने कहा वार्ता के लिये आलेख तैयार करने में बातचीत की अन्तर्धारा पर पैनी नजर होनी चाहिये। यदि आप लोगों को ध्यान से बातें करते हुए देखेंगे तो पायेंगे कि बातचीत का अपना एक विशेष तरीका होता है, लेकिन पुस्तकों की प्रकार लम्बे वाक्य और विशेषण भरे वाक्य खण्ड को इस्तेमाल में नहीं लाते। वे मुहावरों में और अच्छे वाक्यों में बातें करते हैं। यह वार्ता विषय के आधार पर की कोशिश नहीं है कि उसे सिर्फ वही वर्ग सुन रहा है, जो कि विषय से संबंधित है। अपितु विषय से इतर भी वार्ता के श्रोता हो सकते हैं। अतः वार्ता के माध्यम से उन्हें भी बाँधने की कोशिश करनी चाहिये। इसके लिए अनिवार्य होगा कि विषय का बड़े ही रोचक और ऐसी चुम्बकीय शक्ति से प्रस्तुत करें ताकि ऐसे श्रोता जो हमारे विषय क्षेत्र से पृथक के हैं वे भी हमारे अपने हो जायें। कभी भी भाषा और शब्द के पण्डिताऊ रूप को वार्ता में सम्मिलित नहीं करना चाहिये।

रेडियो के लिये अनुसंधान करना, वार्ता लिखना अथवा लेख/निबन्ध लिखना नहीं है। शोध और लेख पाठकों के लिये होते हैं। रेडियो वार्ता शब्दों का भागता हुआ तूफान है, जो एक ही दिशा में हमेशा आगे बढ़ता रहता है। इसलिये प्रवाहमान शब्दों से जितना कुछ आप श्रोताओं से बातचीत कर सकें। वही आपकी और वार्ता की महत्ता है। इसमें एक भी शब्द और भाव अनावश्यक नहीं जाना चाहिये। पर्वतारोहण सोपनगमन नहीं, अपितु लोहे के चने चबाने जैसा कार्य है जिसमें बड़े-बड़े जीवटधारियों की महत्त्वाकांक्षाएँ हताशा में परिणत हो जाती हैं। इसको रेडियो वार्ता के स्वरूप में ढालने के लिये यों लिखना होगा। पर्वतारोहण बड़ा ही मुश्किल काम है, बड़े-बड़े जीवट वाले हताश होने लगते हैं।

यह वार्ता लेखक के लिये अनिवार्य है कि वह जो भी लिखे वह योजनाबद्ध रूप में लिखे अर्थात् विषय और उसके विस्तार को अच्छी प्रकार



समझना अत्यंत जरूरी है। वार्ता विश्लेषणात्मक ढंग से लिखी जानी चाहिये। ऐसा न करने पर वार्ता के सभी उपादानों में व्याख्या नहीं हो पाती।

उदाहरण के तौर पर साहित्य की प्रासंगिकता नामक वार्ता में अगर साहित्य की ही व्याख्या आधे से अधिक वक्त की जाये तो वार्ता की सामाप्ति तक उसके सभी अवयवों की संतुलित व्याख्या नहीं हो पायेगी। इसलिये वार्ता में संतुलन बनाये रखना अनिवार्य है। समय का वार्ता लेखन में विशेष ध्यान रखना चाहिये। वार्ता कोई भी हो उसका निर्धारित समय होता है, उसी के भीतर प्रसारित की जाती है। इसलिये निर्धारित समय के भीतर अपनी बातों को पूर्णता और प्रभावकारी ढंग से कह देना भी वार्ता और वार्ताकार की सफलता है। वार्ताकार कभी-कभी कुछ ऐसे शब्दों को बार-बार प्रभावकारी ढंग दुहराता है, जो अनिवार्य नहीं है। वार्ता में शब्द पुनरावृत्ति नहीं होनी चाहिये। उदाहरण के तौर पर हम तमाम लोग जब खुश होते हैं तो हँसते हैं, दुःखी होते हैं तो रोते हैं। खुश होते हैं तो चीखते चिल्लाते हैं और उदास होते हैं तो चुप रह जाते हैं। यहां पर होते हैं शब्द का कई बार इस्तेमाल किया गया है, जो उपयुक्त होते हुए भी उचित नहीं। वार्ता में अनावश्यक शब्द इस्तेमाल भी वर्जित है।

वार्ता में ध्वनि साम्य शब्दों को साथ-साथ नहीं लिखना चाहिये क्योंकि ऐसे शब्दों के उच्चारण में छोटी सी भी भूल होने पर अर्थ का अनर्थ संभव हो सकता है। उदाहरण के तौर पर हम सब सभ्य वक्त को निहारते हैं। यहाँ सभ्य और वक्त कभी वक्त समय या समय-समय उच्चारित हो सकते हैं। इसलिये ऐसे शब्दों के इस्तेमाल को टालना चाहिये। तारतम्य अच्छी वार्ता की एक विशेष विशेषता है। तारतम्य और विषय का सम्बन्ध कभी विच्छेद होने वाला नहीं होता है। विषय से जब कोई श्रोता जुड़ जाता है तो वह विषय के साथ चलना चाहता है। तारतम्य समाप्त होते ही श्रोता स्वप्न भंग की स्थिति में पहुँच कर श्रवण से अपने को पृथक् कर लेता है। उच्च कोटि की वार्ता के लिये वार्ता विशेष में उतार चढ़ाव और क्लाइमेक्स का समावेश जरूरी है। ऐसी वार्ता में श्रोता किसी तरह तनाव नहीं महसूस करते इसमें श्रोता वार्ता के साथ चलता हुआ आनन्द महसूस करता है, क्योंकि ऐसी वार्ता से उसे कुछ प्राप्त है। वार्ता में बिम्ब, हास्य-व्यंग्य और हाजिरजवाबी का समावेश जरूरी है।

सूत्रात्मक वाक्यों का इस्तेमाल वार्ता के तहत वर्जित है क्योंकि वे ही वार्ताएँ सफल मानी जाती हैं जिसकी भाषा बोलचाल के नजदीक होने के साथ ही

भावाभिव्यक्ति में सहजता लिये हुए हो। एक वार्ताकार को वार्ता के प्रारंभिक स्वरूप को कभी सुव्यवस्थित, मनोरंजक तथा प्रभावोत्पादक रूप में व्यक्त करना चाहिये। अंग्रेजी में एक कहावत है अच्छा प्रारम्भ आधी सफलता। वार्ता के कुछ कार्यक्रम विशेष के आधार पर किये जाते हैं। जैसे बच्चों के लिये, औरतों के लिये, युवा वर्ग के लिये और विद्यार्थियों के लिये आदि। इसके अलावा और भी किस्म की वार्ताएँ होती हैं। समाचार, समाचार समीक्षा, परिचर्चा, व्यंग्य विनोद, खेत गृहस्थी और उद्घोषणाएँ आदि। कुछ वार्ताएँ ऐसी होती हैं जिनमें वार्ता संबंधी समस्त विशेषताएँ लागू होकर भी अपनी एक पृथक पहचान बनाती हैं। जैसे तथ्यपरक वार्ता, संस्मरणात्मक वार्ता, आत्मकथात्मक वार्ता, वैयक्तिक वार्ता और विवादास्पद वार्ता आदि।

तथ्यों से तथ्यपरक वार्ता को बोझिल नहीं होना चाहिये। इसमें तथ्य सम्बन्धी सूचना कभी भी गलत न हो। जैसे भूल से भी यदि कोई वार्ताकार यह कह गया लाल किला मुंबई में समुद्र के किनारे मुगल बादशाहत का अनोखा नमूना है। ऐसी भूल के लिये वार्ताकार के साथ-साथ प्रोड्यूसर तथा रेडियो अधिकारियों की भी कार्य कुशलता पर प्रश्न चिह्न लग जायेगा। अपने तर्कों तथा तथ्यों को वार्ताकार थोड़ा अन्तराल देकर बदले। श्रेष्ठ वार्ता में अधिक समय तक एक ही बात को बार-बार नहीं दुहराना चाहिये, नहीं तो श्रोता तनावपूर्ण दशा में पहुँच जाता है। इसके तहत शोध पूर्ण, वैज्ञानिक, डाक्टरी और कृषि उद्योग सम्बन्धी वार्ताएँ हैं। उच्च कोटि के वार्ता लेखन का एक दूसरा रास्ता यह हो सकता है कि पहले उदाहरण दें अर्थात् अपनी बात की पुष्टि के लिए एक कल्पित या तथ्यपरक उदाहरण प्रस्तुत करें। अगर वार्ता लेखक का विषय परिवार नियोजन अथवा अल्प बचत पर है तो हवा में व्याख्यान देने से अच्छा है कि किसी परिवार द्वारा उन सच्चाईयों की प्रतिष्ठा करके ठोस आधार निर्धारित करें। ऐसी वार्ता से श्रोता प्रभावित होगा, क्योंकि उसे यह अनुभव होगा कि यह बात इस्तेमाल के आधार पर सत्यापित की जा चुकी है।

रेडियो के लिये संस्मरण प्रधान वार्ताएँ रुचिपूर्ण व उपयोगी हैं। इस प्रकार की वार्ता में कहीं-न-कहीं कथा तत्त्व का समावेश अनिवार्यतः रहता है, जो श्रोता को वार्ता से अलग नहीं होने देता। वर्ण्य विषय के आधार पर ही वार्ताकार संस्मरणात्मक वार्ता में उस व्यक्ति घटना, स्थान आदि से संबंध बातें करेगा। ऐसी वार्ता में मैं का वाचन पूरी प्रकार निषेध है। आत्मकथात्मक वार्ता का सिद्धान्त संस्मरणात्मक वार्ता के विपरीत होता है। चूँकि इसमें वार्ताकार हेतु अपने बारे में

कहने की काफी छूट रहती है। ऐसी वार्ताओं का विषय किसी ख्यातिलब्ध और प्रमुख व्यक्तित्व से सम्बन्धित होता है अथवा एक साधारण आदमी से, जो कुछ ऐसी बातों को बतला रहा हो जिससे श्रोता चमत्कृत हो जाये।

## रेडियो लेखन का स्वरूप

### रेडियो वार्ता

रेडियो वार्ता को सफल एवं बोधगम्य बनाने हेतु वार्ता के विषय की रोचकता के साथ-साथ सहज एवं सरल शैली का होना आवश्यक है, जिसमें विचारों को दृष्टान्तों के साथ समझाया गया हो। वार्ता में कठिन एवं साहित्यिक शब्दों से बचना चाहिए। वार्ता का लेखन और प्रस्तुतीकरण दोनों ही महत्वपूर्ण हैं। अतः लेखन और वाचन दोनों मिलकर ही वार्ता को सजीव एवं सफल बनाते हैं।

### परिचर्चा एवं संवाद

परिचर्चा को विचारगोष्ठी कहा जा सकता है, अर्थात् विचार-विमर्श नियामक विषय एवं प्रतिभागियों का परिचय देकर जब परिचर्चा का प्रारम्भ करता है तो वह विषय का स्वरूप स्पष्ट करते हुए विषयगत एक प्रश्न को प्रतिभागियों के समक्ष रखता है तथा उस पर उनके विचार जानता है। इस प्रकार परिचर्चा का प्रारम्भ हो जाता है। यहाँ नियामक परिचर्चा को आगे बढ़ाने में एक कड़ी का कार्य करता है। परिचर्चा में विषय को सम्पूर्णता से प्रस्तुत करने एवं विचारों का सिलसिला बनाए रखने के लिए प्रतिभागी को नोट्स बना लेने चाहिए।

### भेंटवार्ता

भेंटवार्ता के अन्तर्गत भिन्न-भिन्न वार्ताएँ, संवाद, परिचर्चा, कहानी, पुस्तक, समीक्षा, कविता, सन्देश, सूचना, पत्रोत्तर, उद्घोषणा, हास्य-व्यंग्य, चिन्तन एवं समाचारों को शामिल किया जा सकता है। भेंटवार्ता दो पक्षों के बीच होती है। वक्ता और श्रोता एक अच्छी वार्ता के लिए वक्ता की मानसिकता को अपने साथ बाँधकर रखना ही वार्ताकार की सफलता मानी जाती है।

### कहानी

रेडियो पर प्रसारित होने वाली कहानी में वर्णित घटना, स्थान या व्यक्ति विवादास्पद नहीं होने चाहिए तथा व्यावसायिक वस्तुओं के नाम आदि के प्रयोग

से भी बचा जाना चाहिए। रेडियो कहानी में अश्लीलता की भी कतई गुंजाइश नहीं होनी चाहिए। कहानी सरल एवं सुबोध भाषा में होनी चाहिए। इसके लिए आवश्यक है कि कहानीकार अपनी बात को सरल और रोचक तरीके से कहे।

### कविता

रेडियो समय-समय पर कविताओं के लिए नए एवं प्रतिष्ठित कवियों को आमन्त्रित करता है। कविताओं का प्रसारण काव्यपाठ एवं कवि गोष्ठी के रूप में किया जाता है। कविता के सन्दर्भ में भी विवादास्पद शब्दों एवं वाक्यों से बचना चाहिए। ऐसी कविताओं का रेडियो पर प्रसारण नहीं किया जा सकता, जो किसी विवाद को जन्म दें।

### पत्रोत्तर

किसी भी कार्यक्रम के प्रति स्रोताओं की टिप्पणी या विचार जानने का सबसे अच्छा तरीका पत्रोत्तर कार्यक्रम होता है। इसमें स्रोताओं के पत्रों का उत्तर दिया जाता है।

### हास्य - व्यंग्य

रेडियो में हास्य व्यंग्य का सदा से अभाव रहा है, क्योंकि व्यंग की आत्मा प्रहार में है, लेकिन रेडियो सरकारी माध्यम होने के कारण जो किसी पर प्रहार करे, ऐसे कार्यक्रम इसकी कसौटी पर खरे नहीं उतरते। आजकल फिर भी कुछ खुलापन आया है और कुछ व्यंग्य वार्ताएँ प्रसारित होती हैं।

### उद्घोषणा या सूचना

किसी कार्यक्रम के बाद एक दो मिनट का समय बच जाता है तो उसका सदुपयोग आगे के कार्यक्रम के बारे में बताने में किया जाता है। उद्घोषणा से स्रोताओं की कार्यक्रम में रुचि बढ़ती है अगर उसे सरल और रोचक तरीके से बताया जाता है।

### रेडियो समाचार

रेडियो समाचार के लिए सरकारी व गैर सरकारी समाचार समितियों पर निर्भर रहते हैं। साथ ही रेडियो में सूचना की प्रमाणिकता पर बहुत ज्यादा ध्यान दिया जाता है।

## रेडियो की भाषा का श्रोताओं पर प्रभाव

रेडियो जनसंचार का सबसे सस्ता, सुलभ और प्रभावशाली माध्यम माना जाता है। देश के ग्रामीण इलाकों में आज भी आकाशवाणी के कार्यक्रम बेहद लोकप्रिय हैं, वहीं शहरों व कस्बों में प्राइवेट एफएम के कार्यक्रम युवाओं को बहुत आकर्षित करते हैं, ऐसे में रेडियो कार्यक्रमों की भाषा और शैली का श्रोताओं पर पड़ रहे प्रभाव के बारे में जानना-समझना आवश्यक है। भाषा मानव संचार का आधार है भाषा लोगों के साथ संचार में मदद करती है। भाषा प्रतीकों की एक जटिल प्रणाली है। यह मानव विचारों का स्रोत है। भाषा संचार का सबसे महत्वपूर्ण स्रोत है। मनुष्य भाषा-शैली से न सिर्फ प्रभावित होता है बल्कि इससे उसके व्यक्तित्व का निर्माण भी होता है। हम भाषा के माध्यम से ही दूसरों तक अपनी भावनाओं, विचारों और अनुभवों को व्यक्त करते हैं। सोशल मीडिया के आज के दौर में युवाओं की भाषा-शैली बड़ी तेजी से बदल रही है। ऐसे में मुख्यधारा की मीडिया में बदलाव आना स्वाभाविक है।

रेडियो (प्राइवेट एफएम) में युवाओं को आकर्षित करने के उद्देश्य से हिंग्लिश के शब्दों का खूब प्रयोग किया जाने लगा है, टीवी में रचनात्मकता के नाम पर भाषा के साथ खिलवाड़ हो रहा है तो प्राइवेट रेडियो में प्रयोग होने वाली भाषा तो और भी अधिक हानिकारक है। कई कार्यक्रम ऐसे हैं जिसमें बीप का प्रयोग किया जाता है, श्रोता बीप का मतलब समझते हैं प्राइवेट एफ.एम चैनल के रेडियो जॉकी जिस तरह से बोलते हैं, वह भी कोई बहुत अच्छा नहीं है, उदाहरण के तौर पर सुनिए बैक टु बैक चार गाने चिपक के, आप सुन रहे हैं बारह से दो..मां-बहन का शो, एक चैनल का तो टैग लाइन ही “बजाते रहो” है। वहीं दूसरी तरफ सरकारी एफएम के प्रस्तुतीकरण में “सामान्य भाषा के शब्दों के प्रयोग के साथ भाषा की शालिनता का ध्यान रखा जाता है।”

भाषा को बढ़ावा देने के लिए मीडिया एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। रेडियो सुनने के साथ-साथ हमारी बातचीत का स्तर माध्यम से विकसित होता है। श्रोता विशेष रूप से युवाओं में हिंग्लिश भाषा में बोलचाल बेहद आम हो चला है, शायद इसीलिए प्राइवेट एफएम अपने लक्षित समूह यानि युवा वर्ग को ध्यान में रखकर कार्यक्रमों का निर्माण करते हैं और युवाओं को आकर्षित करने के लिए ही ऐसी भाषा का प्रयोग करते हैं, लेकिन क्या इसे उचित कहा जा सकता है। ऐसे में प्राइवेट एफएम रेडियो की भाषा पर विचार करना प्रासंगिक हो जाता है।

आकाशवाणी के देशभर में कुल 420 स्टेशन हैं जिनकी पहुँच देश के 98 फीसदी इलाकों तक है वहीं प्राइवेट एफएम देश के 65 फीसदी इलाके तक पहुँच रहे हैं। प्राइवेट एफएम स्टेशन को सरकार की तरफ से भी बढ़ावा दिया जा रहा है। मेट्रो शहरों के बाद छोटे शहरों और कस्बों में भी प्राइवेट एफएम स्टेशन खुल रहे हैं। ऐसे में यह अध्ययन का विषय है रेडियो के कार्यक्रमों और उसकी भाषा-शैली का श्रोताओं पर क्या प्रभाव पड़ रहा है।

जनसंचार के साधनों में रेडियो सबसे अधिक पहुँच वाला सस्ता माध्यम है। गांव के लोगों के लिए रेडियो मनोरंजन और सूचना का सबसे बड़ा साधन है। आकाशवाणी की लोकप्रियता ग्रामीण क्षेत्रों में सर्वाधिक है। ऐसे में आकाशवाणी के कार्यक्रमों में बोली जाने वाली भाषा क्या एक साधारण ग्रामीण, मजदूर या किसान को समझ में आती होगी, ये भी एक सवाल है?

प्रत्येक माध्यम की अपनी 'भाषा' या 'व्याकरण' होती है। एक समय था जब विविध भारती, बीबीसी को सुनकर भाषा सीखी जाती थी। हम अपनी भाषा को मांजते थे। लेकिन जब से प्राइवेट एफएम रेडियो आए हैं तब से अजीब तरह की भाषा का प्रयोग किया जा रहा है। इस पर सफाई देते हुए एफ.एम चैनल वालों का कहना होता है कि हम आम जनता की भाषा का प्रयोग करते हैं। जनता जो सुनना चाहती है, हम उसी भाषा में बात करते हैं। लेकिन शोधकर्ता एवं भाषाविदों का मानना है कि ऐसी भाषा जनता ना तो बोलती है और ना ही सुनना पसंद करती है। हां, यह जरूर है कि स्कूल-कॉलेज स्तर के कुछ लड़के-लड़कियां ऐसी भाषा का जरूर इस्तेमाल करते हैं, लेकिन उसे सही नहीं कहा जा सकता।

इससे भाषा के साथ खिलवाड़ होता है। हर कोई सस्ती लोकप्रियता हासिल करने के लिए अनेकों तरीके अपनाता है और रेडियो चैनल भी वहीं कर रहे हैं। किसी को परेशान करना, मस्ती करना, हंसी-मजाक करना ये तो सब मनोरंजन में आते हैं, लेकिन किसी की निजी जिंदगी पर कमेंट कसना यह सही नहीं है बेहूदा मजाक पर रेडियो कार्यक्रम नहीं बनने चाहिए। रेडियो से संदेश समाज में दूर-दूर तक जाते हैं। इसका दायरा जरूर होना चाहिए। जो प्रोग्राम प्रोड्यूसर होते हैं उन्हें रेडियो जाँकी को बताना चाहिए कि उनका दायरा कहां तक है क्योंकि रेडियो सिर्फ मनोरंजन का ही नहीं, शिक्षा का भी साधन है।

मीडिया ने हमारे रोजमर्रा की जिंदगी पर उस गति से बहुत बड़ा प्रभाव डाला है जिस पर हम सूचना के प्रसार के लिए संवाद करते हैं। मीडिया संचारित करने के लिए मीडिया की भाषा का उपयोग उपकरण के रूप में किया जाता है।

जनता तक संदेश पहुँचाने के लिए प्रसारण की भाषा सरल और सुग्राह्य होनी चाहिए तभी उसे सामान्य तथा विद्वान्, निरक्षर, साक्षर और बाल, युवा तथा वृद्ध समान रूप से समझ सकेंगे।

भाषा सहज, प्रवाहमय और स्पष्ट होनी चाहिए वाक्य छोट-छोटे और अपने आप में पूर्ण होने चाहिए। कठिन शब्दों के प्रयोग और अत्यधिक अलंकारिक भाषा से बचना चाहिए क्योंकि अर्थ जटिल होते ही श्रोता का ध्यान उचट जाता है और वहीं पर आकर वार्ता असफल होने लगती है। रेडियो कार्यक्रम की सफलता इस बात में निहित होती है कि वह श्रोताओं के मस्तिष्क पर तुरंत प्रभाव उत्पन्न करे, एक बार जो वाक्य, उक्ति अथवा शब्द प्रसारित हो गया, वह हवा के झोंके की भांति निकल जाता है।

रेडियो के कार्यक्रमों में भाषा मंजिल नहीं है बल्कि एक रास्ता है श्रोताओं तक अपनी बात रचनात्मक तरीके से पहुँचाना, रेडियो की भाषा आपसी संवाद की भाषा होती है जिसमें स्टूडियो में बैठा प्रस्तुतर्ता, अपने श्रोताओं से बात करता है, इसलिए रेडियो कार्यक्रमों की भाषा-शैली सहज, सरल और स्वाभाविक होनी चाहिए।

## रेडियो प्रसारण में भाषा का महत्त्व

रेडियो एक उच्चरित माध्यम है। इसकी सफलता तो मूलाधार भाषा हैं। भाषा के बिना किसी भी जन संचार माध्यम के अस्तित्व की कल्पना नहीं की जा सकती, किन्तु रेडियो की तो यह आत्मा है। समाचार हो या संगीत, बौद्धिक कार्यक्रम हों अथवा साहित्यिक और भावात्मक कार्यक्रम, सभी शब्दों पर निर्भर है।

प्रसारण विशेषज्ञों का मानना है कि जनता तक संदेश पहुँचाने के लिए प्रसारण की भाषा ऐसी प्रभावी होनी चाहिए, जिसे श्रोता वर्ग आसानी से समझ सकें। यदि भाषा सरल और सुग्राह्य होगी तो उसे सामान्य तथा विद्वान्, निरक्षर, साक्षर और बाल, युवा और वृद्ध समान रूप से समझ सकेंगे। इसके अतिरिक्त प्रसारित संदेश मुद्रित सामग्री की भांति नहीं होता, जिसका कोई अंश समझ न आने पर आप पिछले पृष्ठ को पलटकर संदर्भ जोड़ सकते हैं, अथवा कठिन शब्द जानने के लिए शब्द कोष का पृष्ठ पलट सकते हैं।

एक बार जो वाक्य, उक्ति अथवा शब्द प्रसारित हो गया, वह हवा के झोंके भी भांति निकल जाता है। इसलिए, भाषा की सरलता, प्रसारण की बुनियादी

जरूरत है। अब प्रश्न यह उठता है कि सरल भाषा का स्वरूप कैसा हो? हिन्दी को ही लें। एक पक्ष द्वारा तो यह कहा जाता है कि उर्दू के शब्दों का हिन्दी के समाचारों, वार्ताओं तथा अन्य कार्यक्रमों में प्रयोग किया जाए। दूसरा पक्ष कहता है कि हिन्दी भाषा संस्कृत से निकली है तथा अन्य भारतीय भाषाएं भी संस्कृत से निकली हैं। अतः संस्कृतनिष्ठ शब्दों को प्रसारण में स्थान दिया जाए, जिससे अन्य प्रांतों के लोग भी हिन्दी को आसानी से समझ सकें।

वास्तव में दोनों पक्ष अपनी-अपनी जगह सही हैं। किन्तु शब्दों के चयन का मापदण्ड है, उसका अधिक-से-अधिक लोगों द्वारा समझा जाना और बोलचाल में प्रयुक्त किया जाना, इसलिए उर्दू के जो शब्द हिन्दी में बोलचाल के अंग बन गए हैं, उनका प्रयोग करना उचित है तथा संस्कृत के जो शब्द लंबे समय से इस्तेमाल हो रहे हैं, उन्हें भी लेना हितकर है।

पत्रा-पत्रिकाओं की तरह श्रोता रेडियों को दोबारा नहीं सुन सकते इसलिए रेडियों की भाषा पर विशेष ध्यान दिया जाता है। भाषा ऐसी नहीं चाहिए जो इतनी सहज और बोधगम्य हो कि सुनते ही श्रोता को समझ में आ जाय और उसे उसका अर्थ जानने के लिए अपने मस्तिष्क पर दबाव न देना पड़े। यह ध्यान रखना चाहिए कि किसी पाठक के सामने किसी भी सूचना या लेख को कई बार पढ़ लेने या दुहराने का विकल्प रहता है, लेकिन रेडियो श्रोता के सम्मुख ऐसा कोई विकल्प नहीं होता। रेडियो से प्रसारित कार्यक्रम को तुरंत दुहराने या कठिन अंश को फिर से सुन पाने का प्रश्न ही नहीं उठता इसलिए रेडियो कार्यक्रम प्रस्तुत करते समय उसकी भाषा और शैली पर लेखक को तथा कार्यक्रम नियोजक को भी इतनी सजग दृष्टि रखनी चाहिए कि वह कहीं भी श्रोताओं के लिए दुरूह और बोझिल न होने पाये।

भाषा सहज, प्रवाहमय और स्पष्ट होनी चाहिए। वाक्य छोट-छोटे और अपने आप में पूर्ण होने चाहिए। वाक्य विन्यास इस प्रकार का होना चाहिए जो हृदय की सम्प्रेष्य भावनाओं और विचारों को श्रोताओं तक पहुँचाने में सहज सक्षम हो। कठिन शब्दों के प्रयोग और अत्यधिक आलंकारिक भाषा से बचना चाहिए क्योंकि अर्थ जटिल होते ही श्रोता का ध्यान उचट जाता है और वहीं पर आकर वार्ता असफल होने लगती है। रेडियो कार्यक्रम के लेखन की सफलता इस बात में निहित होती है कि वह श्रोताओं के मस्तिष्क पर तुरंत प्रभाव उत्पन्न करे और उनकी कल्पनाशक्ति को उद्भूत करते हुए भाषा के श्रवण के साथ ही आंखों के सम्मुख उस विषय का चित्र उत्पन्न कर दे।



शब्दों का ऐसा प्रयोग होना चाहिए जो अपने अर्थ के साथ पूरी तरह खुलते हों। बौद्धिकता से बोझिल भाषा रेडियो श्रोता के लिए उबाऊ होने के साथ-साथ सुगम भी नहीं होती, इसलिए बहुत पांडित्यपूर्ण लेखन कौशल के प्रदर्शन से भी बचना चाहिए। लेकिन ऐसा नहीं है कि प्रत्येक विषय की वार्ता में ही सीधी सपाट वर्णन शैली का प्रयोग किया जाने लगे। कुछ ऐसे विषय भी होते हैं जिसमें आलंकारिक भाषा, शब्द सौंदर्य तथा अर्थ गांभीर्य अपेक्षित होता है। ऐसी वार्ताओं को भी श्रोता बहुत मनोयोग के साथ सुनते हैं क्योंकि शब्दों के प्रयोग का लालित्य और गद्य का लयात्मक माधुर्य कानों को अत्यंत प्रिय लगता है।

शब्द सौन्दर्य अपना माधुर्य तो छोड़ते ही हैं साथ ही मन में आगे की बात जानने की उत्सुकता भी जगाते हैं। यह होता है शैली का जादू। जिस प्रकार हर व्यक्ति की अपनी-अपनी रुचियां होती हैं, आदतें होती हैं, बोलने का ढंग होता है और उसे हम उसकी जीवन शैली कहते हैं, उसी प्रकार प्रत्येक लेखक की अपनी विशिष्ट लेखन शैली होती है, जो लोगों को अपनी ओर आकृष्ट करती है।

रेडियो की भाषा के लिए मुख्य रूप से निम्नलिखित विशेषताएं आवश्यक है—

**1. सहजबोध**—कोई भी भाषा सहज, सरल और सूक्ष्म होने से श्रोता के लिए बोधगम्य ही नहीं होता बल्कि उसका सहजबोध होना भी श्रोता के लिए जरूरी होता है। प्रयोगधर्मी लेखक अपने आलेख या पटकथा के अंतर्गत नवीन प्रयोगों के मोह में ऐसे शब्दों का जाल बिछा देते हैं, जो सहज और सरल होने के बावजूद भी त्रिमता का एहसास कराते हैं। इन कलात्मक प्रयोगों को भले ही श्रोता को सुनने में अच्छा लगता है, लेकिन सच्चाई यह है कि जब तक उन प्रयोगों की अर्थध्वनियों से श्रोता परिचित नहीं हो पाता तब तक वह व्यर्थ हैं। इसलिए रेडियो की भाषा सहजबोध होनी चाहिए। इसके लिए आवश्यक है कि भाषा में ऐसे शब्दों का प्रयोग किया जाए जो बोलचाल और लोकव्यवहार में हों। किसी अन्य भाषा या बोली से उधार लिए गए शब्दों से यदि सम्प्रेषण को उपयोगी बनाया जा सकता है तो लेखक को उनका व्यवहार बेहिचक होकर करना चाहिए।

**2. मानकीकरण**—रेडियो की भाषा का मानकीकृत होना अत्यंत आवश्यक है। यह मानकीकरण मुख्य रूप से चार पक्षों पर आधारित होना चाहिए—मानक, वर्तनी, मानक लिपि, मानक व्याकरण तथा मानक उच्चारण।

3. **दृश्यात्मकता**—रेडियो की भाषा में दृश्यात्मकता का गुण होना भी आवश्यक है। श्रोता के सामने सुनते समय यदि घटना या सूचना का दृश्य उपस्थित हो जाता है तो भाषा सार्थक होती है। यह कौशल लेखक के हाथ में होता है। इसके लिए लेखक को शब्दों को सार्थक चयन करते समय घटना को दृश्य रूप प्रदान करना चाहिए। आकड़ों या तथ्यों के समय दृश्यों की आवश्यकता नहीं होती लेकिन फीचर, वृत्तचित्र, कमेंट्री, उद्घोषणा आदि के समय लेखक को यह ध्यान रखना चाहिए कि भाषा यदि दृश्यात्मकता का निर्वाह कर पाने में सक्षम होगी तो संचार सहज रूप से हो पाएगा।

रेडियो के कार्यक्रम की भाषा या लेखन में निम्न बिन्दुओं पर ध्यान देना चाहिए—

1. रेडियो की भाषा सरल और आम बोलचाल की होनी चाहिए।
2. वाक्य संक्षिप्त हों अर्थात् छोटे-छोटे हों।
3. एक वाक्य में एक ही प्रकार की सूचना निहित हो।
4. सूचनाओं को सरल, सबल और स्पष्ट वाक्यों में लिखा जाना चाहिए।
5. लेखन में पूरे नाम का ही प्रयोग करना चाहिए। नाम और पदों को बार-बार लिखने से प्रवाह नष्ट हो जाता है।
6. लेखन के समय केवल उन्हीं शब्दों का प्रयोग करना चाहिए, जो उस जगह आवश्यक हों। जितने कम शब्दों का प्रयोग किया जाए, उतना अच्छा है।
7. रेडियो समाचार में दिनांक, माह या वर्ष का नाम देने की अपेक्षा जहां तक हो सके आज, कल, परसों अथवा सोमवार, मंगलवार आदि दिनों के अनुसार शब्दों को प्रयोग करना चाहिए।
8. रेडियो की भाषा में मोटी-मोटी गिनती की जगह संक्षिप्त अंकों में बात कही जानी चाहिए। जैसे 2 लाख 49 हजार टन को लगभग अढ़ाई लाख।
9. रेडियो में कई शब्दों को प्रयोग नहीं किया जाता। जैसे- निम्नांकित, उपर्युक्त, पूर्वोक्त, क्रमशः, यथा आदि।
10. रेडियो में चूँकि समय सीमित होता है इसलिए समय की सीमा में रहते हुए महत्वपूर्ण बातों को प्रसारित करना चाहिए।
11. रेडियो श्रव्य माध्यम है इसलिए यह उचित माना जाता है कि उसमें दृश्यात्मक शब्दों का प्रयोग न किया जाए। कहने का तात्पर्य है कि अवलोकनीय, दर्शनीय आदि शब्दों का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए।

12. रेडियो में नकारात्मक भाषा का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए। बैठक आज नहीं होगी, की जगह बैठक स्थगित हो गई, कहना उपयुक्त माना जाता है।

### रेडियो की भाषा में रखी जाने वाली सावधानियां

कुछ प्रमुख सावधानियां निम्नलिखित हैं—

1. रेडियो की भाषा में ऐसे शब्दों का प्रयोग नहीं होना चाहिए जिससे देश की अखंडता, एकता और समाजिक प्रवृत्ति धूमिल हो।
2. ऐसी टिप्पणियां नहीं हों जिससे तनाव बढ़े, उपद्रव और विद्रोह जैसी व्यवस्था फैले।
3. इस बात की पुष्टि की जाएगी की तथ्य सही हैं कि नहीं। किसी भी तथ्य को तोड़ा-मरोड़ा नहीं जाएगा और नहीं न ही सूचना जो असत्य और विश्वास करने योग्य नहीं है, को किसी भी हालत में प्रकाशित नहीं किया जाएगा।
4. वह सनसनी पैदा करने वाली या अनुमान पर आधारित खबर प्रकाशित नहीं की जाएगी। कोई खबर या टिप्पणी गलत हुई तो उसका खण्डन उचित ढंग से किया जाएगा।
5. अश्लील शब्दों का प्रसारण नहीं करेगा। अश्लील वह है जिससे अपराध, दुराचार या गैर कानूनी कार्य को प्रोत्साहन मिले।
6. जाति, समुदाय, वर्ग और धर्म या भाषायी उपद्रवों को भड़काने वाले समाचार नहीं प्रसारित किये जायेंगे।
7. भारत की सर्वभौमिकता एवं एकता, राष्ट्र की शिक्षा एवं देश के मित्रों को हानि पहुँचाने वाली खबर या टिप्पणी नहीं की जाएगी।
8. रेडियो अपनी भाषा में कोई ऐसी शब्दों का प्रयोग नहीं करेगा जिससे किसी व्यक्ति या संस्थान की छवि धूमिल हो।
9. अपने शब्दों के द्वारा केन्द्र या राज्य पर प्रतिकूल टिप्पणी नहीं करेगा।
10. न्यायालय से जुड़ी चीजों को हू-ब-हू प्रस्तुत करेगा न कोई ऐसी टिप्पणी करेगा जिससे न्यायालय की अवमानना हो।

### बीबीसी हिंदी की भाषा

बीबीसी की हिंदी क्यों विशेष है, यह जानने के लिए उसकी परंपरा को जानना जरूरी है। बीबीसी के हिंदी विभाग की जब नींव पड़ी थी, तब हिंदी और

उर्दू के बीच दीवारें नहीं बनीं थीं। आजादी से पहले का जमाना था, आम आदमी के बोल-चाल की भाषा में हिंदी-उर्दू की मिली-जुली रसधारा बहती थी जिसे भारत की गंगा-जमुनी संस्कृति का प्रतीक कहा जाता है।

इस संस्कृति को बीबीसी के मंच से मजबूत करने वाले कई प्रसारक और पत्रकार रहे, जैसे बलराज साहनी, आले हसन, पुरूषोत्तम लाल पाहवा, गौरीशंकर जोशी, ओंकारनाथ श्रीवास्तव..... सूची लंबी है, पर बात एक ही है—समय के साथ बीबीसी की हिंदी कठिन और किताबी होने से बची रही।

हमारी नजर में बीबीसी की हिंदी की सबसे बड़ी खूबी यह है कि—

- वह ऐसी भाषा है, जो आम लोगों की समझ में आती है, यानी आसान है। संस्कृतनिष्ठ या किताबी नहीं है।
- दूसरी बात, वह अपने कथ्य के साथ पूरा न्याय करती है। मतलब आप जो कहना चाहें, उसी बात को शब्द व्यक्त करते हैं।
- वाक्य छोटे होते हैं, सरल होते हैं।
- और सबसे बड़ी विशेषता यह है कि बीबीसी की हिंदी भारत की गंगाजमुनी संस्कृति का प्रतीक है। आज भी हमारी हिंदी में हिंदी-उर्दू के शब्द गले में बाहें डाले साथ-साथ चलते हैं और जरूरत पड़ने पर अँगरेजी के शब्दों से भी हाथ मिला लेते हैं।

### भाषा और निष्पक्षता

बीबीसी की निष्पक्षता को बनाए रखने के लिए सही शब्दों का चुनाव बेहद जरूरी है। मिसाल के तौर पर, आतंकवाद शब्द का इस्तेमाल हम वहीं करते हैं जहाँ वह किसी के कथन का हिस्सा हो।

जैसे, अमराकी राष्ट्रपति जॉर्ज बुश ने कहा है कि वे अल कायदा के आतंकवाद का मुँहतोड़ जवाब देंगे।

अथवा वहाँ आतंकवाद शब्द का इस्तेमाल करने में कोई समस्या नहीं जहाँ बिना किसी व्यक्ति या संगठन की ओर उँगली उठाए उसका प्रयोग हो। जैसे—भारत सरकार आतंकवाद से निपटने में विफल रही है।

इसी तरह, जिहादी, शहीद, महान नेता, पूज्यनीय जैसे शब्दों का इस्तेमाल भी बहुत सोचसमझ कर किया जाना चाहिए। ('पाँच आतंकी ढेर, दो पुलिस वाले शहीद'—इस तरह का शीर्षक पत्रकारिता के नियमों के खिलाफ है और पत्रकार की निष्पक्षता को खत्म करता है।)

एक और बात का ध्यान हम रखते हैं। जब तक किसी का अपराध साबित नहीं होता, वह सदिग्ध भले हो, मगर दोषी नहीं होता। इसलिए किसी ऐसी घटना का ब्यौरा देते समय कथित (Alleged) शब्द का बहुत महत्त्व है।

नाम से पहले श्री या श्रीमति के प्रयोग से भी बचने की जरूरत है इसलिए कि अगर आप एक व्यक्ति के नाम के साथ श्री या श्रीमति लगाएँ और दूसरे व्यक्ति के नाम के साथ लगाना भूल जाएँ तो इसे पक्षपात समझा जा सकता है। बेहतर है कि हर व्यक्ति के पदनाम का इस्तेमाल करें। जैसे—भारत के प्रधानमंत्री मनमोहन सिंह.. या उत्तर प्रदेश की मुख्यमंत्री मायावती..... विपक्ष के नेता लालकृष्ण आडवाणी..

पत्रकार राष्ट्रीयता, सरहद, पक्ष-विपक्ष और विवादों से अलग हटकर जनता को सच बताने के कर्तव्य का पालन करता है। इसलिए, बीबीसी में हम इस बात का ध्यान रखते हैं कि हम अपनी भारतीयता को पत्रकारिता के धर्म से अलग रखें। भारत के समाचार देते समय हम हमारा देश, हमारी सेना, हमारे नेता जैसे शब्दों का इस्तेमाल नहीं करते हैं।

कुछ लोग सवाल उठाते हैं कि बीबीसी आतंकवादी की जगह चरमपंथी शब्द का प्रयोग क्यों करती है या कश्मीर के मामले में भारत प्रशासित और पाकिस्तान प्रशासित क्यों कहती है।

वजह यह है कि कश्मीर एक विवादास्पद क्षेत्र है और बीबीसी किसी भी विवाद में, किसी एक पक्ष के साथ खड़ी नजर नहीं आना चाहती। फिर, जो एक की नजर में आतंकवादी है, वह दूसरे की नजर में स्वतंत्रता सेनानी या देशभक्त भी हो सकता है।

जब दुनिया में किसी भी विषय पर एक राय नहीं है तब बीबीसी के लिए यह और भी जरूरी हो जाता है कि वह किसी एक राय की हिमायत करती दिखाई न दे।

### तकनीकी शब्दावली

बीबीसी की हिंदी, अँग्रेजी के शब्दों से हाथ मिलाने में परहेज नहीं करती। पर सवाल यह उठता है कि किस हद तक हिंदी में अँग्रेजी हो या अँग्रेजी में हिंदी।

यहाँ दो बातें समझने की हैं। पहली, इसमें कोई संदेह नहीं कि आधुनिक हिंदी में अँग्रेजी के बहुत से शब्द इस तरह घुल मिल गए हैं कि पराए नहीं लगते। जैसे स्कूल, बस और बस स्टॉप, ट्रक, कार्ड, टिकट इस तरह के शब्दों को हिंदी

से बाहर निकालने का तो कोई मतलब ही नहीं है। दूसरी ये कि बेवजह अँग्रेजी के शब्द टूँसने का भी कोई अर्थ नहीं।

हिंदी एक समृद्ध भाषा है। अपनी विकास यात्रा में हिंदी ने अँग्रेजी ही नहीं, बहुत-सी और भाषाओं के शब्दों को अपनाया है जैसे- उर्दू, अरबी, फारसी, यानी अभिव्यक्ति के लिए हिंदी भाषा में कई-कई विकल्प मौजूद हैं। फिर बिना जरूरत के अँग्रेजी की बैसाखी क्यों लें। (जैसे रंगों के लिए हिंदी में अपने अनगिनत शब्द हैं फिर इस तरह के वाक्य क्यों लिखे जाएँ कि 'कार का एक्सीडेंट पिक बिल्डिंग के पास हुआ'।)

## जनस्वीकारिता की भाषा

जनस्वीकारिता की भाषा वह भाषा होती है, जो हर उम्र हर तबके के व्यक्ति को समझ आए। भाषा का वो रूप जिसका इस्तेमाल अखबार और टेलीविजन पर किया जाता है ताकि ज्यादा-से-ज्यादा लोग सन्देश को समझ सके।

## जनस्वीकारिता की भाषा की विशेषताएं

1. सरल भाषा का प्रयोग,
2. एक या अधिक संकेतों का प्रयोग करें,
3. जाने पहचाने अथवा आम बोल-चाल के शब्दों - वाक्यों का प्रयोग करें,
4. निजी शब्दों - वाक्यों का प्रयोग करें,
5. घुमावदार वाक्यों की जगह ठोस शब्दों का इस्तेमाल करें,
6. तकनीकी शब्दों का इस्तेमाल न करें,
7. छोटे और सरल अनुच्छेद लिखें,
8. एक अनुच्छेद लिखने के लिए एक विचार रखे,
9. किसी एक विचार को बेहतर तरीके से पेश करने के लिए 3 - 4 लाईन का अनुच्छेद लिखे।
10. किसी निश्चित कारण या औचित्य के लिए लिखे,
11. नए प्रत्ययों का प्रयोग,
12. उपसर्गों का परिमित प्रयोग,
13. कल्पना और सर्जना शक्ति का प्रयोग,
14. आगत शब्दों का प्रयोग,
15. मुहावरें और लोकोक्तियों का प्रयोग।

## जनस्वीकारिता की भाषा का प्रयोग

1. अखबारों में
2. टेलीविजन पर
3. रेडियो पर
4. इंटरनेट।

## तकनीकी और नए शब्द

कुछ साल पहले तक हमने लैपटॉप, इंटरनेट, वेबसाइट, सर्चइंजन, मोबाइल फोन या सेलफोन का नाम भी नहीं सुना था। अब वे जिंदगी का हिस्सा हैं और जो चीज हमारी जिंदगी में शामिल हो जाती है, वह भाषा का हिस्सा भी बन जाती है। बहुत कोशिशें हुईं कि इनके हिंदी अनुवाद बनाए जाएँ लेकिन कोई खास सफलता हाथ नहीं लगी, इसलिए ऐसे तमाम शब्द अब हिंदी का हिस्सा बन चुके हैं।

इसलिए हम सर्वमान्य और प्रचलित तकनीकी शब्दों का अनुवाद नहीं करते। हाँ, अगर हिंदी भाषा में ऐसे शब्दों के अनुवाद प्रचलित हो चुके हैं तो बिना खटके उनका इस्तेमाल करते हैं— जैसे परमाणु, ऊर्जा, संसद, विधानसभा आदि।

मगर नए शब्दों की बात करते हुए हम उन शब्दों का जिक्र भी करना चाहेंगे जो अनुवाद के माध्यम से नहीं, बल्कि मीडिया की नई जरूरतों के दबाव में हिंदी भाषा से ही गढ़े गए हैं। इनमें सबसे ज्यादा इस्तेमाल होने वाला शब्द है— आरोपी। बीबीसी ने भाषा के नए प्रयोगों का सदा स्वागत किया है, लेकिन यह समझ पाना मुश्किल है कि आरोपी शब्द कैसे बना।

हिंदी भाषा की प्रकृति और व्याकरण के हिसाब से आरोपी का अर्थ होना चाहिए— आरोप लगाने वाला लेकिन आजकल ठीक उल्टा प्रयोग हो रहा है, जिस पर आरोप लगता है उसे आरोपी कहा जाता है। कुछ उदाहरण देखिए—

**दोषी**—दोष करने वाला

**अपराधी**—अपराध करने वाला

**क्रोधी**—क्रोध करने वाला

भले ही अब मीडिया में बहुत से लोग इस शब्द का धड़ल्ले से इस्तेमाल करते हैं मगर बीबीसी की हिंदी में अपनी जगह नहीं बना पाया। हम यह मानते हैं कि भाषा को हर युग की जरूरतों के हिसाब से शब्द गढ़ने पड़ते हैं। फिर वही नए शब्द शब्दकोश में शामिल होते हैं, लेकिन नए शब्द बनाते समय मूलमंत्र बस यही है कि वे भाषा की प्रकृति के अनुकूल हों।

# 4

---

## समाचार के स्रोत एवं संपादन

---

हमारे चारों तरफ होने वाली घटनाओं का हमारे जीवन पर सीधा प्रभाव पड़ता है। ये घटनाएं जहाँ विश्व या किसी राष्ट्र की उन्नति और अवनति पर प्रभाव डालती हैं वहीं हमारे जीवन की दिनचर्या और उसके भविष्य पर भी असरकारक होती है। इसलिए प्रत्येक व्यक्ति का यह अधिकार है कि उसे अपने आस-पास घट रही सभी घटनाओं की जानकारी हो। रेडियो इस दिशा में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाता है। राष्ट्रीय और अन्तरराष्ट्रीय प्राकृतिक आपदा, कानून व्यवस्था, सरकार द्वारा समय-समय पर जारी की जाने वाली घोषणाओं व योजनाओं आदि सभी की जानकारी रेडियो समाचार के माध्यम से जन-जन तक पहुँचती है। दूर-दराज के ग्रामीण इलाकों में जहाँ टेलीविजन की सुविधा नहीं है, जहाँ तक समाचार पत्र भी नहीं पहुँच पाते हैं, वहाँ भी रेडियो समाचार पहुँचा देता है।

देश-विदेश की खबरें जन-जन तक पहुँचाने के लिए रेडियो का एक व्यापक तंत्र होता है। रेडियो अपने प्रतिनिधि के रूप में प्रत्येक राष्ट्र, शहर और क्षेत्र में अपने रिपोर्टर नियुक्त करता है, जो अपनी एकत्रित खबरें उस क्षेत्र या राज्य में नियुक्त संवाददाता तक पहुँचाते हैं। संवाददाता भिन्न रिपोर्टों द्वारा प्राप्त समाचारों को क्षेत्रीय समाचार केन्द्र पर पहुँचा देते हैं। क्षेत्रीय समाचार कक्ष इन खबरों को संपादित करता है और प्रसारित करता है, जो समाचार राष्ट्रीय स्तर पर प्रसारित होने लायक होता है उस खबर को राष्ट्रीय समाचार कक्ष में भेज दिया जाता है।



रिपोर्टरों द्वारा एकत्र खबरें समाचार कक्ष को भेजी जाती हैं। समाचार कक्ष में उपस्थित समाचार संग्रहक विश्व के भिन्न कोनों से आयी खबरों का संग्रह करता है। भिन्न भाषाओं में प्राप्त ये खबरें अनुवादकों के पास भेज दी जाती है, जो वांछित भाषा में उनका अनुवाद करते हैं और सब एडिटर को दे देता है। क्योंकि समाचारों को प्रसारित करने की समयाध बहुत कम होती है। अतः मुख्य-मुख्य खबरों को सब एडिटर द्वारा छाँट लिया जाता है। इस प्रक्रिया को एडिटिंग कहते हैं। सब एडिटर इन समाचारों को एडिटर के पास भेज देता है, जो रेडियो की आचार संहिता के अनुसार उसमें एडिटिंग करता है और न्यूज डायरेक्टर की अनुमति प्राप्त करता है। तत्पश्चात् प्रसारण के लिए इन सामचारों को प्रसारण कक्ष में भेज दिया जाता है। जहाँ समाचार वाचक इन समाचारों को पढ़ता है। समाचार पढ़ना एक कला है। रेडियो में समाचार एक ही बार पढ़ा जाता है, और श्रोता उसे सुनकर घटना का चित्र अपने मस्तिष्क में बनाता है। एक सफल समाचार वाचक में निम्न गुण होने चाहिए।

1. वह शब्दों की ग्राह्य ध्वनि पैदा करता हो।
2. उसे अपनी भाषा पर उसे पूर्ण अधिकार हो। उसमें शब्दों की ध्वनि, भाषा के मानक के अनुसार हो।
3. समाचार पढ़ते समय वाचक को स्वयं पर पूर्ण विश्वास हों।
4. प्रत्येक शब्द की पूर्ण ध्वनि पैदा की जाए। विराम, अर्द्ध विराम आदि का सही प्रयोग हो।
5. उसके द्वारा समाचार पढ़ते समय घटना के अनुरूप भाव ध्वनि में झलकते हों। मसलन दुखद घटना का समाचार शोक भाव प्रकट करता हो। खुशी का समाचार उल्लास का भाव प्रकट करे।
6. समाचार पढ़ने की गति 150 से 180 शब्द प्रति मिनट के बीच होनी चाहिए ताकि आम श्रोता समाचार आसानी से समझ सकें।
7. घटना का मुख्य प्रभाव रखने वाले शब्दों पर आवश्यकतानुसार जोर दिया जाना चाहिए।

### समाचार के स्रोत

समाचार किसी भी समाचार पत्र, पत्रिका या चैनल की आत्मा होती है। जिस समाचार पत्र को ज्यादा पढ़ा जाता है या जो समाचार पत्र लोगों के बीच ज्यादा लोकप्रिय होता है उसे ही कोई भी कंपनी विज्ञापन देना पसंद करती है।

लोग उसी समाचार पत्र को पढ़ते हैं जिसकी खबरें विश्वसनीय होती हैं। अतः विश्वसनीय खबरों के लिए अच्छे NEWS SOURCE (समाचार स्रोत) भी होने चाहिए।

जिस समय हमारे पास इंटरनेट नहीं था उस समय समाचार स्रोत 3 प्रकार के होते थे। ये तीनों प्रकार निम्न है—

1. **ज्ञात स्रोत**— समाचार प्राप्त करने के लिए ऐसे स्रोत जिनकी आशा, अपेक्षा या अनुमान हमे पहले से ही होता है इस प्रकार के स्रोत ज्ञात स्रोत कहलाते हैं।

**उदाहरण**— पुलिस स्टेशन, ग्राम पालिका, नगर पालिका, अस्पताल, न्यायालय, मंत्रालय, श्मशान, विविध समितियों की बैठकें, सार्वजनिक वक्तव्य, पत्रकार सम्मेलन, सरकारी-गैर सरकारी संस्थाओं के सम्मेलन, सभा-स्थल पर कार्यक्रम आदि समाचार के ज्ञात स्रोत हैं।

मान लीजिए आपको किसी क्राइम की खबर की रिपोर्टिंग करनी है तो उसके लिए आपको पहले से ही पता है कि क्राइम की खबर पुलिस स्टेशन में मिलेगी। अर्थात् हमें पहले से ही ज्ञात है कि कौन-सी खबर कहां मिलेगी इसे ही ज्ञात स्रोत कहेंगे।

2. **अज्ञात स्रोत**— समाचार प्राप्त करने के लिए ऐसे स्रोत जिनकी आशा व अपेक्षा नहीं होती और जहां से समाचार अचानक प्राप्त होते हैं समाचार प्राप्ति के अज्ञात स्रोत कहलाते हैं। सरल भाषा में हम कह सकते हैं कि जैसे स्रोत जिनके बारे में हमें पता नहीं होता। उदाहरण के लिए अचानक से कहीं सड़क हादसा हो गया।

3. **पूर्वानुमानित स्रोत**— समाचार प्राप्त करने के जैसे स्रोत जिनके बारे में पहले से अनुमान लगाया गया हो पूर्वानुमानित स्रोत कहलाते हैं।

उदाहरण के लिए हम मौसम का पूर्वानुमान लगा सकते हैं और पूर्वानुमान पर ही ज्यादातर मौसम की खबरें प्रकाशित होती हैं।

अगर किसी मोहल्ले में गंदगी है तो हम ये अनुमान लगाकर स्टोरी कर सकते हैं कि यहां कोई बीमार होगा या होने वाला है।

जब हम किसी नेता से मिलने जाते हैं तो हम ये अनुमान लगा सकते हैं कि महोदय किस विषय पर विचार रखेंगे या कौन-सा विवादीत बयान दे सकते हैं।

हम यह कह सकते हैं कि पूर्वानुमानित स्रोत ऐसे स्रोत हैं, जो हमें अलर्ट रखते हैं।

## समाचार के अन्य स्रोत

इंटरनेट के आने के बाद सूचना के क्षेत्र में गजब की क्रांति आई। इसमें कोई दो राय नहीं कि इक्कीसवीं सदी में सूचना क्रांति की धमक के साथ पाठक या दर्शक भी इतना जिज्ञासु हो चुका है कि समय बीतने से पहले वह सब कुछ जान लेना चाहता है, जो उससे जुड़ा है और उसकी रुचि के अनुरूप है। ऐसे में यह जरूरी हो जाता है कि समाचारों के परम्परागत स्रोतों और नये उभरते स्रोतों के बीच सार्थक समन्वय स्थापित करके वह सब कुछ समाचार के रूप में प्रस्तुत करने का प्रयास किया जाए, जो डिमांड में है। कुछ ऐसे ही महत्वपूर्ण समाचार स्रोत निम्न हैं।

### 1. संवाददाता

किसी भी मीडिया संस्थान के लिये सबसे सटिक समाचार स्रोत उसका अपना रिपोर्टर ही होता है। रिपोर्टर द्वारा दी गई जानकारी या खबर पर ही संस्थान को सबसे ज्यादा विश्वास होता है। इसलिये किसी कवरेज पर गये संवाददाता की रिपोर्ट को प्राथमिकता दी जाती है और उस कवरेज से जुड़ी विज्ञप्तियों को नकार दिया जाता है।

बड़े-बड़े मीडिया संस्थानों में रिपोर्टरों की एक लंबी टीम होती है। समाचारों में विषयवस्तु के हिसाब से ही संवाददाताओं को तैनात किया जाता है। आज कल राजनीतिक दलों के लिये अलग-अलग रिपोर्टर, शिक्षा-संस्कृति, साहित्य, खेल, अर्थ, विज्ञान, फैशन, न्यायालय, सरकारी कार्यालयों के लिए अलग रिपोर्टर या पुलिस और अपराध आदि विषयों व विभागों की खबरों के लिये क्राइम रिपोर्टर रखना हर संस्थान के लिए जरूरी हो गया है। आजकल लगभग हर मीडिया संस्थान समाचार के बाजार में अपना कब्जा बनाने के लिये छोटे-छोटे गांवों और पिछड़े बाजारों में भी अपना रिपोर्टर तैनात करता है।

### 2. न्यूज एजेंसी

रिपोटर्स के बाद समाचार प्राप्त करने का दूसरा श्रोत न्यूज एजेंसियां हैं। देश-विदेश की कई महत्वपूर्ण घटनाओं के लिये मीडिया संस्थान को इन्हीं पर

निर्भर रहना पड़ता है। छोटे और कुछ मझोले संस्थान तो पूरी तरह इन्हीं पर निर्भर होते हैं। देश के दूरदराज इलाकों व विदेशों के विश्वसनीय समाचार प्राप्त करने का यह सस्ता व सुलभ साधन है।

अपने देश में मुख्य रूप से चार राष्ट्रीय न्यूज एजेंसियां काम कर रही हैं। ये हैं यूनाइटेड न्यूज आफ इंडिया (यूएनआई), प्रेस ट्रस्ट आफ इंडिया (पीटीआई), यूनीवार्ता और भाषा। यूएनआई और पीटीआई अंग्रेजी की न्यूज एजेंसी हैं, जबकि यूनीवार्ता व भाषा इन्हीं की हिन्दी समाचार सेवाएं हैं। इनके अलावा समाचार चैनलों के लिए एएनआई है, जो वीडियो सेवा उपलब्ध करवाता है।

### 3. इंटरनेट

आज के समय में समाचार प्राप्त करने का इंटरनेट एक महत्वपूर्ण स्रोत बन गया है। दफ्तर में बैठे-बैठे एक क्लिक से हम देश भर के तमाम सामाचार जान सकते हैं और उनका प्रयोग कर सकते हैं। सच कहा जाये तो इंटरनेट और इंटरनेट ने समाचार पत्रों व उनके कार्यालयों की शकल ही बदलकर रख दी है। बहुतेरे समाचारों के इंटरनेट संस्करण भी निकाले जा रहे हैं। कई समाचार पत्र तो इंटरनेट के भरोसे ही देश-विदेश का पूरा पृष्ठ प्रकाशित करते हैं। इंटरनेट पर फोटो के साथ-साथ समाचारों के विजुअल भी आसानी से प्राप्त हो जाते हैं। कई लोग तो अपने द्वारा ली गई वीडियो या समाचार इंटरनेट के माध्यम से वायरल कर रहे हैं। आज के समय में फेसबुक और ट्वीटर जैसी साइटों से भी समाचार मिलने लगे हैं। आजकल नेता समाचार चैनलों पर बयान देने के बजाय ट्वीटर पर ट्वीट करना ज्यादा पसंद कर रहे हैं।

### 4. विज्ञप्तियां

विज्ञप्तियां समाचारों की बहुत बड़ी स्रोत होती हैं। कई बार समाचार पत्र के पृष्ठों को भरने के लिये ताजा समाचार उपलब्ध ही नहीं होते, ऐसे में ऑफिस में आई विज्ञप्तियां यानी प्रेस नोट महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। प्रायः विज्ञप्तियां दो प्रकार की होती हैं— सामान्य और सरकारी विज्ञप्तियां।

**प्रेस विज्ञप्तियाँ**— सरकारी विभाग, सार्वजनिक अथवा व्यक्तिगत प्रतिष्ठान तथा अन्य व्यक्ति या संगठन अपने से सम्बन्धित समाचार को सरल और स्पष्ट भाषा में लिखकर समाचार-पत्र के कार्यालयों में प्रकाशन के लिए भेजवाते हैं। सरकारी विज्ञप्तियाँ चार प्रकार की होती हैं—

(अ) **प्रेस कम्युनिक्स**- शासन के महत्वपूर्ण निर्णय प्रेस कम्युनिक्स के माध्यम से समाचार-पत्रों को पहुँचाए जाते हैं। इनके सम्पादन की आवश्यकता नहीं होती है। इस रिलीज के बाएँ और सबसे नीचे कोने पर सम्बन्धित विभाग का नाम, स्थान और निर्गत करने की तिथि अंकित होती है।

(ब) **प्रेस रिलीज**- शासन के अपेक्षाकृत कम महत्वपूर्ण निर्णय प्रेस रिलीज के द्वारा समाचार-पत्र के कार्यालयों को प्रकाषनार्थ भेजे जाते हैं। जैसे रेल भाड़ा अथवा ब्याज-दरों में वृद्धि।

(स) **हैण्ड आउट**- दिन-प्रतिदिन के मन्त्रालय के क्रिया-कलापों की सूचना हैण्ड-आउट के माध्यम से दी जाती है। यह प्रेस इन्फार्मेशन ब्यूरो द्वारा प्रसारित किए जाते हैं।

(द) **गैर-विभागीय हैण्ड आउट**- मौखिक रूप से दी गई सूचनाओं को गैर-विभागीय हैण्ड आउट के माध्यम से प्रसारित किया जाता है।

## 5. जनसंपर्क

हम जानते हैं कि वही संवाददाता सफल हो पाता है, जो नित्य एक नये आदमी से मिलता है या उससे संपर्क बनाता है। यह सच है कि बहुत से समाचार आम आदमी के माध्यम से ही संवाददाता तक पहुँचते हैं। भले ही आम आदमी संवाददाता को मात्र एक सूत्र पकड़ते हैं और पूरे समाचार का ताना-बाना स्वयं संवाददाता को ही बुनना पड़ता है, लेकिन आम आदमी का संवाद सूत्र में कार्य कर देना ही समाचार पत्र या समाचार चैनल के प्रचार-प्रसार के लिये काफी होता है। सच्चाई यह भी है कि यदि किसी समाचार पत्र या चैनल के लिये आम आदमी सूत्र की तरह काम करने लगे तो समझ लेना चाहिए कि अमुक समाचार पत्र या चैनल की लोकप्रियता बहुत अधिक बढ़ रही है।

हम यह कह सकते हैं कि कुशल संवाददाता वही होता है, जिसके पास काफी सूत्र होते हैं। ऐसे संवाददाताओं से समाचार छूट जाने का प्रश्न ही नहीं उठता।

## 6. रेडियो व टीवी

समाचार प्राप्ति के लिए टीवी और रेडियो भी एक महत्वपूर्ण स्रोत हैं। घर बैठे आम आदमी इन्हीं माध्यमों के जरिए देश-विदेश की तमाम समाचारों को जान पाता है। ऐसे समाचार पत्र जिनके संवाददाता किस जगह नहीं है तो उन

समाचार पत्रों को टीवी चैनल के माध्यम से ही उस जगह की खबर मिलती है। कई बार समाचार चैनल एक दूसरे की खबरों को देखकर चलाते हैं। हम यह कह सकते हैं कि सभी समाचार चैनल एक-दूसरे के पुरक हैं और एक दूसरे के लिए एक अच्छे स्रोत भी हैं। यही कारण है कि सभी मीडिया संस्थानों में टीवी चैनल लगे होते हैं।

## 7. साक्षात्कार और प्रेस वार्ताएं

साक्षात्कार और प्रेस वार्तायें भी समाचार प्राप्त करने के अच्छे स्रोत हैं। इनसे कभी-कभी ऐसे समाचार भी मिल जाते हैं, जो समाचार पत्रों व समाचार चैनलों की लीड यानी मुख्य समाचार बन जाते हैं। कई बार किसी राजनीतिक दल या कंपनी द्वारा प्रेस कांफ्रेंस का आयोजन किया जाता है जिसमें सभी मीडिया संस्थानों के संवाददाताओं को आमंत्रित किया जाता है। प्रेस कांफ्रेंस का विषय पहले से ही निर्धारित कर दिया जाता है जिसके बाद उसके संबंध में संवाददाताओं को जानकारी दी जाती है। संवाददात उस विषय से संबंधित प्रश्न भी उस दौरान कर सकते हैं।

## समाचार के तत्त्व

1. **नूतनता**—समाचार में सदैव नूतनता हो। विलम्ब से प्रकाशित घटनाएँ पाठकों को आकर्षित नहीं करती हैं।
2. **सत्यता**—घटनाएँ सत्य पर आधारित हों, सत्य हों और उनका विवरण निष्पक्ष भाव से दिया गया हो।
3. **समीपता**—दूर की बड़ी से बड़ी घटना को उतना आकर्षित नहीं करती जितना एक छोटी-सी घटना जो पाठक समाज के निकट घटित हुई हो।
4. **सुरुचिपूर्ण**—समाचार पाठकों की रुचि के अनुसार होने चाहिए।
5. **प्रभावित लोग**—यदि किसी घटना या दुर्घटना से एक विशाल जनसमूह प्रभावित होता है, उससे एक बड़े समाचार को जन्म मिलता है। उदाहरण के लिए—गुजरात में आए 26 जनवरी के भूकम्प ने सभी समाचार-पत्रों के मुखपृष्ठ पर भूकम्प से प्रभावित लोगों के समाचार को प्रकाशित किया।
6. **रहस्य**—रहस्यात्मक समाचार पाठकों को आकर्षित करते हैं।
7. **वैयक्तिकता**—सामान्य नागरिक की विशेष उपलब्धि एक बड़ा समाचार बन सकती है। जैसे किसी फकीर की लाखों की लाटरी का खुलना।

## समाचार वर्गीकरण

समाचार के वर्गीकरण के सम्बन्ध में विद्वान पत्रकार एवं लेखक एकमत नहीं हैं। उनके अनुसार समाचारों का वर्गीकरण मूलतः निम्न चार आधारों पर न्यासंगत हो सकता है-

### 1. सामान्य वर्गीकरण

सामान्य वर्गीकरण के अंतर्गत विभिन्न समाचारों को चार श्रेणी में रखा जाता है-

(i) **कठोर समाचार**- ऐसे समाचार जिनको किसी भी दशा में रोका नहीं जा सकता, कठोर समाचार कहलाते हैं। इनका प्रकाशन घटना वाले दिन ही हो जाना चाहिए।

(ii) **घटनात्मक समाचार**- यह समाचार किसी ऐसी घटना से सम्बन्धित होते हैं, जिसका प्रकाशन घटना वाले दिन ही होना आवश्यक होता है। अगले दिन इस समाचार का प्रकाशन होता है। मार्ग दुर्घटनाएँ, हत्या, आत्महत्या तथा अन्य ऐसे ही समाचार इस श्रेणी में आते हैं।

(iii) **सहज समाचार**- इस श्रेणी में ऐसे समाचार आते हैं, जिनको एक दिन बाद भी प्रकाशित किया जाए तो कोई हानि नहीं होती। शोध कार्य, साक्षात्कार, विशेष रपट इस श्रेणी के अन्तर्गत आते हैं।

(iv) **फीचर आलेख**- किसी वस्तु, व्यक्ति या स्थान के सम्बन्ध में मनोरंजनात्मक लेख अथवा रपट कभी भी प्रकाशित किए जा सकते हैं। इनकी उपयोगिता अपेक्षाकृत दीर्घकाल तक बनी रहती है।

### 2. समाचार-प्रकृति पर आधारित वर्गीकरण

कुछ विद्वान समाचारों का वर्गीकरण उनकी प्रकृति के आधार पर करते हैं। उनके अनुसार अग्रानिकित आठ प्रकार के होते हैं-

(i) **खोजपरक**- इस श्रेणी के समाचारों को ढूँढ़ निकालने में संवाददाता को अथक प्रयास करना पड़ता है तथा धन और समय का भी व्यय होता है। सामान्यतः यह समाचार प्रकाशित होने के बाद सम्बन्धित व्यक्ति और यहाँ तक कि सरकार को भी हिलाकर रख देती है। इन समाचारों को ढूँढ़ना और उनका प्रकाशन करना जोखिम-भरा कार्य है।

(ii) **ज्ञानवर्धक समाचार**- किसी वस्तु, विषय या स्थान के बारे में पाठकों को जानकारी प्रदान करने वाले समाचार इस श्रेणी में रखे जाते हैं।

(iii) **विवरणात्मक समाचार**- ऐसे समाचार जिनमें लेखक विषय या घटना की गहराई तक जाकर उसके बारे में तथ्यों पर आधारित विस्तार से रिपोर्ट देता है, इस श्रेणी में आते हैं।

(iv) **मनोरंजनात्मक समाचार**- ऐसे समस्त समाचार जिनका मूल लक्ष्य पाठकों का मनोरंजन करना होता है, मनोरंजनात्मक समाचार कहलाते हैं, जैसे सांस्कृतिक कार्यक्रमों का प्रकाशन।

(v) **सनसनीखेज समाचार**- इन समाचारों का उद्देश्य पाठकों के अन्तःमन को उद्बेलित कर देना होता है। सामान्यतः यह समाचार किसी बड़े अन्याय अथवा जघन्य घटना से संबंधित होते हैं।

(vi) **विचारोत्तेजक समाचार**- ऐसे समाचारों का उद्देश्य पाठकों को कुरीतियों, भ्रष्टाचार और अन्याय के प्रति सजग करना होता है। इन समाचारों को प्रकाशित कर पाठकों से आशा की जाती है कि वह समाज में पनप रही गलत प्रवृत्तियों के दम के लिए सशक्त मानसिकता का निर्माण करें।

(vii) **भावनात्मक समाचार**- इन समाचारों में सूचनाओं की अपेक्षा मानवीय पक्ष प्रभावी होता है। इसमें किसी व्यक्ति अथवा अन्य प्राणिमात्र की दयनीय स्थिति का वर्णन होता है। समाचार का उद्देश्य पीड़ित पक्ष के लिए सहानुभूति और सहायता की अपेक्षा निहित होती है।

(viii) **शोधपरक समाचार**- किसी भी क्षेत्र में होने वाले शोध कार्यों को जन-सामान्य तक पहुँचाकर उनको शोध के लाभों से अवगत कराना होता है।

### 3. पत्रकारिता की दृष्टि से वर्गीकरण

(i) **सहज समाचार**- दिन-प्रतिदिन घटित होने वाली ऐसी घटनाएँ जिनकी जानकारी प्राप्त करने के लिए विशेष प्रयास की आवश्यकता नहीं होती है, सहज समाचार कहलाते हैं। जैसे-मार्ग दुर्घटनाएँ, अपराध और मौसम आदि की घटनाएँ।

(ii) **व्याख्यात्मक समाचार**- विश्लेषणात्मक समाचार, जिनमें लेखक किसी विषय का किसी अन्य भाषा में रूपान्तर करके पाठकों के समक्ष प्रस्तुत करता है, इस श्रेणी में आते हैं। इन समाचारों को लिखने के लिए लेखक को विषय का वृहद् ज्ञान आवश्यक होता है। लेखक को यह भी अधिकार नहीं होता है कि वह दिए गए तथ्य को घटाकर या बढ़ाकर प्रस्तुत करे।



(iii) **मानवीय रूचि पर आधारित समाचार**- यह समाचार सामान्यतः भाव और भावनाओं को उकेरते हैं और पाठकों की विशेष रुचियों के अनुरूप लिखे जाते हैं।

### अन्य वर्गीकरण

विकास गति के साथ-साथ समाचार के नए-नए आयामों को जन्म मिलता है। विकासोन्मुख समाज की प्रगति में सहायक व्यक्ति, विषय व स्थान समाचार का आकर्षण केन्द्र बन जाता है। यह सहायक तत्त्व सीमा विहीन होते हैं। वर्तमान समाज में ऐसे तत्त्व जो समाचार-पत्र व पत्रिकाओं में महत्त्व के विषय हैं, वह निम्न हैं-

(1) खेल, (2) साहित्य, (3) स्वास्थ्य, (4) चिकित्सा, (5) व्यापार, (6) परिवार, (7) नगर, (8) राष्ट्र, (9) अन्तर्राष्ट्रीय गतिविधियाँ, (10) परिवहन, (11) विज्ञान, (12) मेले या पर्व, (13) श्रमिक, (14) कृषि व किसान, (15) मौसम, (16) भूकम्प, (17) रंग-भेद वर्ण-भेद, (18) जातीयता व क्षेत्रीयता, (19) फैशन, (20) सेक्स, (21) शिक्षा और, (22) उच्च तकनीक।

उपर्युक्त समस्त विषयों पर समाचार-पत्रों व पत्रिकाओं में जानकारियाँ दी जाती हैं। इसके अतिरिक्त, समाचार-जगत् का निरन्तर विकास हो रहा है और इसकी परिधि में नित्य नए विषय विधाएँ सिमटती जा रही हैं।

### समाचार सम्पादन

समाचारों को बिना किसी सजावट बिना भेदभाव, तथ्यों सहित तैयार किया जाता है। समाचारों के मूल्यांकन के मुख्य सिद्धांत इस प्रकार हैं-

1. प्रत्येक समाचार का निर्णय सख्ती से समाचार के मूल्य के आधार पर किया जाता है।
2. समाचार के तत्त्व एकदम सही हों।
3. समाचार, वस्तुपरक, तथ्यात्मक और विश्लेषणात्मक हों परन्तु सनसनीखेज नहीं होने चाहिए।
4. डर तथा आतंक फैलाने वाली समाचार रिपोर्टिंग से बचा जाता है।
5. ऐसे राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय आदर्श प्रस्तुत किए जाते हैं जिनकी देश को जरूरत होती है।

6. समाचार सम्पादन करते समय क्षेत्रीय अखण्डता, राष्ट्रीय अखण्डता, धर्म निरपेक्षता, जनता की शालीनता के आदर्शों, जनता में शांति बनाए रखने के तरीको और संसद, विधायिका, न्यायपालिका की गरिमा और प्रतिष्ठा का पूरा ध्यान रखा जाता है।
7. भिन्न क्षेत्रों में राष्ट्रीय उपलब्धियों पर विशेष ध्यान दिया जाता है।
8. व्यक्तिगत या अपमानजनक समाचारों से बचा जाता है।
9. लिंग व अपराध सम्बन्धी समाचारों से बचा जाता है, यदि वह व्यापक जनता के हित में न हों।
10. समाचार सम्पादन करते समय राजनैतिक विवादों से बचने के लिए शिष्टाचारहीन या भेदभावपूर्ण विवरण की संतुलित कवरेज का पूरा ध्यान रखा जाता है।
11. धर्म, राष्ट्र या सरकार के सम्मान को सुनिश्चित किया जाता है।
12. ऐसे समाचारों से बचा जाता है, जो विद्रोह को बढ़ावा देने वाले हों।
13. जुआ, शराब या इस प्रकार की सूचना संबंधी घटनाओं के समाचारों से बचा जाता है, जो श्रोताओं को इन कुरीतियों की ओर प्रेरित करने वाले हों।
14. समाचारों में किसी व्यक्ति, संस्था या व्यापारी के हित के लिए या व्यापार के प्रचार, उसको आगे बढ़ाने या उसे प्रचार देने के लिए उनके नाम का उल्लेख नहीं होना चाहिए। यदि उस समाचार में उनके नाम का संदर्भ अनिवार्य न हो।

**अतिआवश्यक समाचार ( Breaking News )**—राष्ट्र की एकता अखण्डता को खतरा, दुश्मन राष्ट्र का हमला, किसी महत्वपूर्ण व्यक्ति का दुर्घटनाग्रस्त हो जाना, ऐसी दुर्घटना जहाँ जान-माल की भारी क्षति हुई हो या कोई बड़ी प्राकृतिक आपदा आदि के समाचार की जानकारी तुरन्त देश की जनता तक पहुँचनी चाहिए। इसलिए सम्पादित समाचारों के प्रसारण को बीच में रोककर एक वाक्य या बहुत ही संक्षेप में इन घटनाओं का समाचार प्रसारित किया जाता है। इसे अति आवश्यक समाचार या ब्रेकिंग न्यूज कहा जाता है।

**ध्वनि प्रेषण ( Sound Dispatch )**— समाचार प्रसारण के समय देश-विदेश की घटनाओं को सूचना के रूप में पढ़ा जाता है। श्रोता के मन में एक विचार पैदा होता है कि समाचार वाचक जो कुछ बोल रहा है इसमें सत्यता कितनी है। अपने कार्यक्रम की सत्यता को साबित करने के लिए यह आवश्यक हो जाता है कि जिस क्षेत्र विशेष के लिए या घटना विशेष के लिए जानकारी

दी जा रही है, उस स्थान विशेष पर उपस्थित संवाददाता की आवाज समाचार के साथ प्रसारित की जाए। उदाहरण के तौर पर जम्मू-कश्मीर की किसी घटना का समाचार पढ़ते समय समाचार वाचक जब समाचार के बीच में श्रीनगर संवाददाता से बात कर उसी की आवाज में खबर का कोई विवरण प्रस्तुत करवा देता है तो यह प्रमाणित हो जाता है, कि जो समाचार श्रीनगर से संकलित किया गया वह सत्य है। समाचार की रिपोर्टिंग करते समय संवाददाता की आवाज को सम्पादित कर लिया जाता है।

घटना स्थल से प्राप्त आवाज जिसे सत्यता के दृष्टिकोण से प्रसारित किया जाए, ध्वनि प्रेषण या Sound Dispatch की प्रक्रिया कहलाती है। यह शब्द ध्वनि या घटना के समय हुई किसी भी प्रकार की सजीव ध्वनि हो सकती है। मुख्यतया: संवाददाता की आवाज के साथ घटना स्थल की अन्य हल्की ध्वनियाँ प्रसारित कर दी जाती हैं, ताकि श्रोता को घटनास्थल पर होने का आभास हो।

**साउंड बाइट ( Sound Byte )**— रिपोर्टिंग के समय, जिस समारोह या उत्सव का आयोजन हो रहा होता है, रिपोर्टर उस स्थान पर जाकर रिकार्डिंग करता है। समारोह में होने वाली बातचीत उसमें होने वाली अन्य गतिविधियाँ यथा-सांस्कृतिक कार्यक्रम, संगीत वादन, नृत्य आदि की ध्वनि रिकार्ड कर ली जाती है। रिपोर्ट तैयार करते समय मुख्य मुख्य बिन्दुओं की रिकार्डिंग के छोटे-छोटे अंश ले लिए जाते हैं। ध्वनि के ये छोटे अंश समारोह विशेष की झलकियाँ प्रस्तुत करते हैं और उसके बारे में जानकारी प्रदान करते हैं, ध्वनि के इन छोटे अंशों को साउंड बाइट की संज्ञा दी जाती है। रूपक या नाटक का निर्माता भी ध्वनि के माध्यम से अपने कार्यक्रम में सजीवता लाता है। इस प्रकार प्रयोग में लाए गये भिन्न प्रकार की ध्वनियों के छोटे-छोटे अंश भी साउंड बाइट ही कहलाते हैं। जैसे- चिड़ियों का चहकना, झरने की आवाज, धुंधरू की छम-छम, घाटी में गूँजती हवा आदि की ध्वनि।

### संपादन की प्रक्रिया

रेडियो में संपादन का कार्य प्रमुख रूप से दो भागों में विभक्त होता है—

1. विभिन्न श्रोतों से आने वाली खबरों का चयन
2. चयनित खबरों का संपादन

रेडियो के किसी भी स्टेशन में खबरों के आने के कई स्रोत होते हैं। जिनमें संवाददाता, फोन, जनसंपर्क, न्यूज एजेंसी, समाचार पत्र और आकाशवाणी

मुख्यालय प्रमुख हैं। निम्नलिखित स्रोतों से आने वाले समाचारों को राष्ट्रीय, अंतर्राष्ट्रीय और क्षेत्रीय स्तर पर खबरों का चयन किया जाता है। यह कार्य विभाग में बैठे उपसंपादक का होता है। उदाहरण के लिए यदि हम आकाशवाणी के भोपाल केन्द्र के लिए समाचार बुलेटिन तैयार कर रहे हैं तो हमें लोकल या प्रदेश स्तर की खबर को प्राथमिकता देनी चाहिए। तत्पश्चात चयनित खबरों का भी संपादन किया जाना आवश्यक होता है। संपादन की इस प्रक्रिया में बुलेटिन की अवधि को ध्यान में रखना जरूरी होता है। किसी रेडियो बुलेटिन की अवधि 5, 10 या अधिकतम 15 मिनट होती है।

### संपादन के महत्त्वपूर्ण चरण

1. समाचार आकर्षित होना चाहिए।
2. भाषा सहज और सरल हो।
3. समाचार का आकार बहुत बड़ा और उबाऊ नहीं होना चाहिए।
4. समाचार लिखते समय आम बोल-चाल की भाषा के शब्दों का प्रयोग करना चाहिए।
5. शीर्षक विषय के अनुरूप होना चाहिए।
6. समाचार में प्रारंभ से अंत तक तारतम्यता और रोचकता होनी चाहिए।
7. कम शब्दों में समाचार का ज्यादा से ज्यादा विवरण होना चाहिए।
8. रेडियो बुलेटिन के प्रत्येक समाचार में श्रोताओं के लिए सम्पूर्ण जानकारी होना चाहिए।
9. संभव होने पर समाचार स्रोत का उल्लेख होना चाहिए।
10. समाचार छोटे वाक्यों में लिखा जाना चाहिए।
11. रेडियो के सभी श्रोता पढ़े लिखे नहीं होते, इस बात को ध्यान में रखकर भाषा और शब्दों का चयन किया जाना चाहिए।
12. रेडियो श्रव्य माध्यम है अतः समाचार की प्रकृति ऐसी होनी चाहिए कि एक ही बार सुनने पर समझ आ जाए।
13. समाचार में तात्कालिकता होना अत्यावश्यक है। पुराना समाचार होने पर भी इसे अपडेट कर प्रसारित करना चाहिए।
14. समाचार लिखते समय व्याकरण और चिह्नों पर विशेष ध्यान देने की आवश्यकता होती है, ताकि समाचार वाचक आसानी से पढ़ सके।

## समाचार संपादन के तत्त्व

संपादन की दृष्टि से किसी समाचार के तीन प्रमुख भाग होते हैं—

1. **शीर्षक**— किसी समाचार की शीर्षक उस समाचार की आत्मा होती है। शीर्षक के माध्यम से न केवल पाठक किसी समाचार को पढ़ने के लिए प्रेरित होता है, अपितु शीर्षकों के द्वारा वह समाचार की विषय-वस्तु को भी समझ लेता है। शीर्षक का विस्तार समाचार के महत्त्व को दर्शाता है। एक अच्छे शीर्षक में निम्नांकित गुण पाए जाते हैं—

- (i) शीर्षक बोलता हुआ हो। उसके पढ़ने से समाचार की विषय-वस्तु का आभास हो जाए।
- (ii) शीर्षक तीक्ष्ण एवं सुस्पष्ट हो। उसमें पाठकों को आकर्षित करने की क्षमता हो।
- (iii) शीर्षक वर्तमान काल में लिखा गया हो। वर्तमान काल में लिखे गए शीर्षक घटना की ताजगी के द्योतक होते हैं।
- (iv) शीर्षक में यदि आवश्यकता हो तो सिंगल-इनवर्टेड कॉमा का प्रयोग करना चाहिए। डबल इनवर्टेड कामा अधिक स्थान घेरते हैं।
- (v) अंग्रेजी अखबारों में लिखे जाने वाले शीर्षक के पहले 'ए' 'एन', 'दी' आदि भाग का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए। यही नियम हिन्दी में लिखे शीर्षक पर भी लागू होता है।
- (vi) शीर्षक को अधिक स्पष्टता और आकर्षण प्रदान करने के लिए सम्पादक या उप-सम्पादक का सामान्य ज्ञान ही अन्तिम टूल या निर्णायक है।
- (vii) शीर्षक में यदि किसी व्यक्ति के नाम का उल्लेख किया जाना आवश्यक हो तो उसे एक ही पंक्ति में लिखा जाए। नाम को तोड़कर दो पंक्तियों में लिखने से शीर्षक का सौन्दर्य समाप्त हो जाता है।
- (viii) शीर्षक कभी भी कर्मवाच्य में नहीं लिखा जाना चाहिए।

2. **आमुख**— आमुख लिखते समय 'पाँच डब्ल्यू' तथा एक-एच के सिद्धान्त का पालन करना चाहिए। किन्तु वर्तमान में इस सिद्धान्त का अक्षरशः पालन नहीं हो रहा है। आज छोटे-से-छोटे आमुख लिखने की प्रवृत्ति तेजी पकड़ रही है। फलस्वरूप इतने प्रश्नों का उत्तर एक छोटे आमुख में दे सकना सम्भव नहीं है। एक आदर्श आमुख में 20 से 25 शब्द होना चाहिए।

**3. समाचार का ढाँचा-** समाचार के ढाँचे में महत्वपूर्ण तथ्यों को क्रमबद्ध रूप से प्रस्तुत करना चाहिए। सामान्यतः कम से कम 150 शब्दों तथा अधिकतम 400 शब्दों में लिखा जाना चाहिए। पाठकों की रुचि का अध्ययन करने से पता चला है कि अधिक लम्बे समाचार उन्हें आकर्षित नहीं करते हैं।

समाचार के सम्पादन में समाचारों की निम्नांकित बातों का विशेष ध्यान रखना पड़ता है—

- (i) समाचार किसी कानून का उल्लंघन तो नहीं करता है।
- (ii) समाचार समाचार-पत्र की नीति के अनुरूप हो।
- (iii) समाचार तथ्याधारित हो।
- (iv) समाचार को स्थान तथा उसके महत्व के अनुरूप विस्तार देना।
- (v) समाचार की भाषा पुष्ट एवं प्रभावी है या नहीं। यदि भाषा पुष्ट नहीं है तो उसे पुष्ट बनाएँ।
- (vi) समाचार में आवश्यक सुधार करें अथवा उसको पुनर्लेखन के लिए वापस कर दें।
- (vii) समाचार का स्वरूप सनसनीखेज न हो।
- (viii) अनावश्यक अथवा अस्पष्ट शब्दों को समाचार से हटा दें।
- (ix) ऐसे समाचारों को ड्राप कर दिया जाए, जिनमें न्यूज वैल्यू कम हो और उनका उद्देश्य किसी का प्रचार मात्र हो।
- (x) समाचार की भाषा सरल और सुबोध हो।
- (xi) गलत तथ्यों में समुचित सुधार किया जाए।
- (xii) समाचार की भाषा व्याकरण की दृष्टि से अशुद्ध न हो।
- (xiii) वाक्यों में आवश्यकतानुसार विराम, अर्द्धविराम आदि संकेतों का समुचित प्रयोग हो।

### समाचार-सम्पादक की आवश्यकताएँ

एक अच्छे सम्पादक अथवा उप-सम्पादक के लिए आवश्यक होता है कि वह समाचार जगत् में अपने ज्ञान-वृद्धि के लिए निम्नांकित पुस्तकों को अपने संग्रहालय में अवश्य रखें—

1. सामान्य ज्ञान की पुस्तकें।
2. एटलस।
3. शब्दकोष।

4. भारतीय संविधान।
5. प्रेस विधियाँ।
6. इनसाइक्लोपीडिया।
7. मन्त्रियों की सूची।
8. सांसदों एवं विधायकों की सूची।
9. प्रशासन व पुलिस अधिकारियों की सूची।
10. ज्वलन्त समस्याओं सम्बन्धी अभिलेख।
11. भारतीय दण्ड संहिता (आई.पी.सी.) पुस्तक।
12. दिवंगत नेताओं तथा अन्य महत्वपूर्ण व्यक्तियों से सम्बन्धित अभिलेख।
13. महत्वपूर्ण व्यक्तियों व अधिकारियों के नाम पते व फोन नम्बर।
14. पत्रकारिता सम्बन्धी नई तकनीकी पुस्तकें।

## रेडियो के कार्यक्रम

रेडियो के अनेक उपयोग हैं। यह मनोरंजन का एक अच्छा साधन है। गीत-संगीत की प्रस्तुति भी इसके जरिए खूब होती रही है। फिल्मी गीतों को घर-घर तक और आम आदमी की जुबान तक पहुँचाने में रेडियो की अहम भूमिका रही है, लेकिन रेडियो की एक जनसंचार के साधन के तौर पर और एक सूचना के प्रसारण के माध्यम के तौर पर भी महत्वपूर्ण भूमिका है।

रेडियो श्रोताओं के साथ बात करता है, यह उनके मन में गाता है। रेडियो की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि यह श्रोताओं की भाषा में बात करता है, उन्हीं की भाषा में सूचनाएं भेजता है, उन्हें शिक्षित करता है और उनका मनोरंजन करता है। यह श्रोताओं को कानों के माध्यम से वास्तविक दृश्य दिखाता है, जो मस्तिष्क में अमिट छाप छोड़ते हैं। मानव समाज की आवश्यकता, उत्सुकता एवं उसकी भावना को ध्यान में रखते हुए मानव को मानवता से जोड़ता है।

## मुख्य उद्देश्य

रेडियो एक उद्देश्यपरक संचार माध्यम है। मुख्य रूप से रेडियो कार्यक्रमों के तीन प्रमुख उद्देश्य माने जाते हैं। ये उद्देश्य हैं सूचना, शिक्षा और मनोरंजन।

इन्हीं तीन प्रमुख उद्देश्यों को ध्यान में रखते हुए रेडियो के भिन्न-भिन्न कार्यक्रम तैयार किए जाते हैं।

**सूचना**— जीवन में घटित होने वाली ऐसी घटनाएं जो हमारी दिनचर्या से, हमारे भविष्य से जुड़ी होती हैं सूचना के अन्तर्गत आती हैं। सूचना भी अनेक प्रकार की होती हैं। यथा—

(क) **उद्घोषणा**— कुछ सूचनाएं उद्घोषणा के द्वारा श्रोताओं तक पहुँचाई जाती हैं। जैसे मौसम सम्बन्धी जानकारी, बाजार मूल्य, आपातकालीन सूचनाएँ, रेल सम्बन्धी जानकारियाँ, विशेष उत्सव व मेले सम्बन्धी सूचनाएँ आदि।

(ख) **संदेश**— राष्ट्रपति, प्रधानमंत्री या अन्य उच्च अधिकारियों द्वारा समय-समय पर राष्ट्र की जनता के नाम सम्बोधन किया जाता है। स्वतंत्रता दिवस व गणतंत्र दिवस जैसे राष्ट्रीय उत्सवों पर राष्ट्रपति और प्रधानमंत्री द्वारा राष्ट्र को सम्बोधित किया जाता है। ऐसी सूचनाएं संदेश कहलाती हैं।

(ग) **समाचार**— विश्व, राष्ट्र, प्रदेश और आस-पड़ोस में होने वाली त्वरित घटनाएं भी रेडियो समाचारों के माध्यम से जनता तक सीधी पहुँचाई जाती हैं।

(घ) **रेडियो रिपोर्ट** — किसी विशेष समारोह या घटना के मुख्य अंश तैयार कर उसकी संक्षिप्त रिपोर्ट बनाई जाती है। इस रिपोर्ट की समारोह स्थल पर जाकर रिकार्डिंग की जाती है तथा इसे वाक्य ध्वन्यांकन की संज्ञा दी जाती है जिसे समारोह सम्पन्न होने के उपरान्त प्रसारित किया जाता है।

(ङ.) **आँखों देखी**— किसी घटना विशेष की सूचना जो अतिशीघ्र प्रसारित की जाती है। जैसे किसी बड़ी दुर्घटना का होना या प्राकृतिक आपदा आदि के बारे में रिपोर्टर द्वारा स्वयं देखा हुआ संक्षिप्त विवरण। इस तरह की सूचनाएं रेडियो की लोकप्रियता को बढ़ाती हैं।

(च) **समीक्षा**— किसी घटना या कार्यवाही का संक्षिप्त ब्यौरा जैसे संसद या विधानसभा में हुई कार्यवाही की समीक्षा।

(छ) **आँखों देखा हाल**— यह एक लोकप्रिय सूचना की विधा है। विशेषकर खेल के मैदान से आँखों देखा हाल, किसी समारोह का आँखों देखा हाल आदि-आदि।

(ज) **यात्रा वृत्तान्त**— व्यक्तिगत तौर पर यात्रा का विवरण।

(झ) **पत्रोत्तर, फोन-इन कार्यक्रम**— इसमें श्रोता सीधे अपनी प्रतिक्रिया व्यक्त करता है जिसका उत्तर प्रतिनिधि द्वारा संतुष्टि प्रदान करते हुए दिया जाता है।

(ट) **जिंगल**— संगीत के साथ छोटे-छोटे वाक्य जो श्रोताओं को बाजार में आए सामान या उत्पाद के बारे में बताते हैं। इसी तरीके से क्रम में सरकार द्वारा भिन्न योजनाओं को भी श्रोताओं तक पहुँचाया जाता है।



**भेंटवाता-** वार्ता के बाद रेडियो की दूसरी सबसे चर्चित विधा है भेंटवार्ता। किसी के साथ भेंटकर उससे की जाने वाली वार्ता को भेंटवार्ता कहते हैं। भेंटवार्ता दो व्यक्तियों का वार्तालाप होती है। एक व्यक्ति किसी विशेष क्षेत्र में अनुभवी विशेषज्ञ होता है और दूसरा व्यक्ति विशेषज्ञ से ज्ञान हासिल कर श्रोताओं तक पहुँचाता है। भेंटवार्ता के अनेक स्वरूप होते हैं, जैसे—

**1. विषय विशेष पर-** जब किसी विषय विशेष पर जानकारी हेतु किसी विशेषज्ञ जैसे-वैज्ञानिक, खगोलशास्त्री, साहित्यकार, खेल विशेषज्ञ, खेती किसानों का जानकार, डाक्टर आदि लोगों से बातचीत की जाती है। वार्ता में भेंट करने वाले व्यक्ति को भी विषय विशेष की जानकारी होनी चाहिए और उसे श्रोताओं की आवश्यकता को ध्यान में रखकर विशेषज्ञ से जानकारी हासिल करनी चाहिए।

चूँकि भेंटकर्ता श्रोताओं का प्रतिनिधि होता है। अतः श्रोताओं के मन में उठने वाले प्रश्नों के बारे में उसे जानकारी होनी चाहिए ताकि वह श्रोताओं की मनःस्थिति को ध्यान में रखकर कम से कम समय में अधिक जानकारी प्राप्त कर सके।

**2. व्यक्ति विशेष पर-** जब किसी व्यक्ति को उसकी उपलब्धियों के लिए सम्मानित किया गया हो, पुरस्कृत किया गया हो अथवा उसने किसी विशेष कार्य को पूर्ण किया हो। ऐसे विशेष व्यक्ति के जीवन के बारे में रेडियो के लिए भेंटवार्ता की जाती है, जिसका उद्देश्य प्रेरणादायक होता है। उच्च स्तर के खिलाड़ी, वैज्ञानिक, साहित्यकार, समाजशास्त्री, अर्थशास्त्री या पद्मश्री, पद्मभूषण आदि उपाधियों से अलंकृत आदि व्यक्तियों से इस तरह की भेंटवार्ता की जाती है।

**3. स्थिति विशेष पर-** अचानक आयी प्राकृतिक आपदा, सड़क, दुर्घटना भीषण अग्निकाण्ड महामारी आदि स्थितियों में इनका कारण, निदान और प्रशासनिक व्यवस्था, सावधानियों आदि के बारे में जानकारी पाने के लिए इस तरह की भेंटवार्ता की जाती है।

भेंटवार्ता के लिए वार्ताकार को कुछ तैयारियाँ करनी चाहिए ताकि भेंटवार्ता अच्छी बन सके।

**परिसंवाद-** जब एक ही विषय पर अलग-अलग प्रतिभागी अपनी राय रखें तो निश्चय ही बातचीत बहुआयामी हो जाती है। ऐसी बातचीत को परिसंवाद कहा जाता है। इसमें तीन या तीन से अधिक प्रतिभागी भाग लेते हैं। अक्सर किसी ज्वलंत समस्या, घटना या स्थिति आदि पर परिसंवाद रखे जाते हैं। इसमें राष्ट्रीय

मुद्दों पर भी चर्चा होती है। उदाहरण स्वरूप भारत-पाक सम्बन्ध, परमाणु संधि, राष्ट्रपति विदेश यात्रा आदि। जिन विषयों पर जनता जानना चाहती है उनके ऐसी स्थिति में विशेषज्ञों को बुलाकर चर्चा कराई जाती है। ऐसी चर्चाओं में अक्सर विदेश नीति के जानकार, विशेषज्ञ, प्रोफेसर, रिटायर्ड राजनयिक, पत्रकारिता के अग्रणी सलाहकार, अन्वेषक आदि लोग प्रतिभागी हो सकते हैं।

परिसंवाद में राज्य स्तर पर चर्चित मुद्दों पर बात की जा सकती है। आतंकवाद, चुनाव प्रक्रिया, भ्रस्टाचार आदि विषय लिए जा सकते हैं। स्थानीय स्तर पर प्रोफेशनल टैक्स, वेट, भ्रूणहत्या, बढ़ते जुर्म आदि परिसंवाद के विषय हो सकते हैं।

परिसंवाद में विषय एक ही रहता है। सभी प्रतिभागी उस पर अपनी राय रखते हैं। संचालक उसको आगे बढ़ाता रहता है। परिसंवाद में रेडियो की आचार संहिता का भी पालन किया जाता है। संचालन को इसका ध्यान रखना पड़ता है। परिसंवाद में संचालक को रेडियो कार्य प्रणाली का जानकार होना चाहिए।

**परिचर्चा**— परिचर्चा में भी अनेक प्रतिभागियों में संवाद की ही स्थिति होती है, परन्तु इसमें विषय विशेषज्ञों के बीच वाद-विवाद होता है, वहस होती है। प्रतिभागी अक्सर दो हिस्सों में बंट जाते हैं, पक्ष और विपक्ष। इसमें अक्सर चार प्रतिभागी और एक संचालक होता है। संचालक को विषय का जानकार होना चाहिए क्योंकि इस कार्यक्रम में तर्क और वितर्क के चलते बहस की स्थिति उत्पन्न हो सकती है।

परिचर्चा की योजना बनाते समय इस बात का विशेष ध्यान रखा जाता है कि प्रतिभागी अपने कार्यक्षेत्र में प्रवीण हों और अपनी बात कहने में सक्षम हों, अपना पक्ष सटीक तर्क के साथ रख सकें अन्यथा बहस एकांगी हो जाती है। परिचर्चा सुचारू रूप से चले और श्रोता ठीक प्रकार से सुन सकें और आवाज से प्रतिभागी को पहचान सकें, इसके लिए जरूरी हो जाता है कि प्रतिभागियों की आवाज आपस में मिलती न हों। बहस को शालीनता से आगे बढ़ाने के लिए जरूरी है कि पक्ष-प्रतिपक्ष के प्रतिभागी एक दूसरे को भी धैर्य से सुनें, बीच में ही एक दूसरे की बातों को न काटें, अन्यथा श्रोताओं को कुछ भी समझ में नहीं आयेगा।

परिचर्चा का विषय अक्सर विवादास्पद इसलिए होता है ताकि पक्ष अथवा विपक्ष में खुलकर बातचीत की जा सके और श्रोता दोनों स्थितियों को समझ सकें। इसलिए परिचर्चा में संचालक की भूमिका बहुत अहम होती है, जो

प्रतिभागियों को विषय वस्तु में बांध कर रखता है। परिचर्चा के लिए प्रतिभागियों का चयन निष्पक्ष होना चाहिए अन्यथा परिचर्चा के सफल होने में संदेह हो जाता है और कार्यक्रम अपने उद्देश्य से भटक जाता है।

परिसंवाद या परिचर्चा का संचालन करना भी एक कला है। संचालक तो रेडियो की आचार संहिता से पूर्ण रूप से परिचित होता है, किन्तु जिन प्रतिभागियों को आमंत्रित किया जाता है जरूरी नहीं कि उन्हें रेडियो के कायदे-कानून का पता हो। अतः संचालक को निम्नलिखित कुछ मुख्य बातों का ध्यान रखना चाहिए—

1. प्रतिभागियों को आमंत्रित करने से पहले उनके विषय में पूर्ण जानकारी प्राप्त कर लेनी चाहिए।
2. रेडियो केन्द्र पर प्रतिभागी को अजनबीपन का एहसास न हो, इसके लिए परिचर्चा शुरू होने से पहले संचालक को सभी प्रतिभागियों के साथ अनौपचारिक बातचीत करनी चाहिए।
3. सभी प्रतिभागियों का एक-दूसरे से विधिपूर्वक परिचय करा देना चाहिए।
4. चर्चा के विषय के बारे में प्रतिभागियों के साथ मिलकर कार्यक्रम प्रारम्भ होने से पूर्व बातचीत कर लेनी चाहिए।
5. प्रतिभागियों को रेडियो की आचार संहिता से अवगत करा देना चाहिए।
6. परिचर्चा आरम्भ होने के उपरान्त यदि कोई प्रतिभागी दायरे के बाहर आता है तो संचालक का कर्तव्य है कि वह चतुराई से दूसरे प्रतिभागी को बोलने का अवसर प्रदान करे।
7. संचालक को कम से कम बोलना चाहिए क्योंकि श्रोता प्रतिभागी की राय जानना चाहते हैं।
8. चर्चा समाप्त होने पर संचालक को सभी प्रतिभागियों का आभार प्रकट करना चाहिए।

**डाक्यूमेंटरी**— रेडियो की विधाओं में डाक्यूमेंटरी रूपक अथवा फीचर बहुचर्चित और महत्वपूर्ण विधा है, जो वार्ता, भेटवार्ता, संवाद आदि के मिले-जुले माध्यम से ज्ञान और सूचनाएं श्रोताओं तक सीधे पहुँचाती है। कभी-कभी श्रोताओं की समझ में नहीं आती वही जानकारियाँ सूचनाएं, ज्ञान दस्तावेजों, नाटकीय स्थितियों और संगीत आदि के माध्यम से हल्के-फुल्के लेकिन प्रभावशाली ढंग से बात को प्रस्तुत किया जाता है।

वस्तुतः रूपक या डाक्यूमेंटरी रेडियो की एक सशक्त विधा है जिसके लेखन से लेकर प्रस्तुति तक अनेक सोपान होते हैं। प्रथम काम रूपक का आलेख तैयार करना है, जिसमें वातावरण पैदा किया जाता है ताकि श्रोता का मन उसमें रच-बस कर तादात्म्य बैठाने लगे। उदाहरण के तौर पर एक प्राचीन किले की दास्तां कहते आलेख में पाषाण प्राचीरों से टकरा कर गूँज पैदा करने की क्षमता होनी चाहिए। ऐसा वातावरण पैदा करने के लिए गीत संगीत और ध्वनियों का सहारा लेना पड़ता है, जो श्रोताओं के मानस पटल पर अंकित हो कर अपना प्रभाव कायम करती हैं।

दूसरे चरण में रूपक के ध्येय को विकसित किया जाता है। रूपक के सूचनात्मक अथवा ज्ञानवर्धक होने पर सूचनाओं के ताने-बाने बुने जाते हैं ज्ञान के स्रोत को तलाशा जाता है। इसमें दस्तावेजों को उकेरा जाता है। दस्तावेज जरूरी नहीं कि लिखित तौर पर पाण्डुलिपियाँ हों, पत्थर पर उकेरी गयी सूचनाएं, आँखों देखी घटना, रिकार्डिंग किए अथवा चित्रों के रूप में पाये जाने वाले दस्तावेजों को भी इस्तेमाल किया जा सकता है। सूचनाओं को ग्रहण करने का कोई भी स्रोत हो सकता है पर यह निश्चय कर लेना चाहिए कि सूचनाएं प्रमाणिक हैं और उन्हें प्रसारित किया जा सकता है।

वस्तुतः रूपक के लेखक को एक अनुसंधानकर्ता की तरह कार्य करना होता है। इतिहास के पन्नों को खंगालना पड़ता है। घटना के समीप जाकर एक सजीव खाका तैयार करना होता है और अपनी कल्पना शक्ति से यथार्थ के रंग भरने होते हैं। जिन घटनाओं को इतिहासकार अक्सर फिजूल समझ कर दरकिनार कर देते हैं, उन्हें बीनकर उनमें से मानवीय रिश्तों को तलाशना और अपनी शब्द शक्ति के माध्यम से अभिव्यक्त करना रचनाकार का सबसे महत्वपूर्ण कार्य होता है। कार्यक्रम को सजीवता प्रदान करने और आलेख को यथार्थ रूप देने में जहां स्थितियों, घटनाओं का महत्वपूर्ण स्थान होता है वहीं पर पात्रों के माध्यम से इस सजीवता को श्रोताओं तक पहुँचाया जाता है। पटकथा के अनुरूप सम्वाद रचे जाते हैं। अक्सर रूपकों या दस्तावेजी रूपकों में वाचक का रोल ज्यादा होता है। वाचन के अन्तर को दर्शाने के लिए अक्सर दो वाचक होते हैं। स्त्री-पुरुष द्विभाषी वाचक फीचर को आगे बढ़ाने में मददगार हाते हैं।

## रेडियो नाटक

रेडियो नाटक प्रसारण की एक अत्यंत महत्वपूर्ण एवं लोकप्रिय विधा है। रेडियो एक श्रव्य माध्यम है, जबकि नाटक दृश्य प्रधान विधा है। रेडियो नाटक

में मंच पर कोई घटना नहीं घटती, जिसे देखा जा सके बल्कि संवादों को कुछ इस तरह से लिखा और बोला जाता है कि श्रोताओं को सुनते समय ऐसा लगे कि उनके समक्ष कोई रंगमंच पर नाटक खेला जा रहा है। रेडियो नाटक में अच्छा आलेख, कुशल निर्देशक, अच्छा कलाकार और उत्कृष्ट तकनीकी सुविधाएँ प्रस्तुति के लिए आवश्यक हैं।

1. रेडियो नाटक के विषय असीमित हैं, लेकिन पौराणिक, ऐतिहासिक, मनोवैज्ञानिक, सामाजिक, पारिवारिक, सामयिक और मानवीय विषयों पर कई नाटक रेडियो पर प्रसारित किए जाते हैं।
2. रेडियो नाटक लेखन के लिए लेखक के मस्तिष्क में श्रव्य माध्यम की समझ होनी चाहिए।
3. आलेख तैयार करने से पहले लेखक को प्रस्तुतकर्ता के साथ संवाद कायम करना चाहिए।
4. पात्रों का चित्रण विश्वसनीय तरीके से होना चाहिए।
5. संवाद की भाषा में प्रवाह होना चाहिए।
6. संवाद छोटे एवं नाटकीयता की संभावना से परिपूर्ण होना चाहिए।
7. नाटक विधा में ध्वनि का विशेष महत्त्व होता है। अतः इसका चयन सोच-समझ कर किया जाना चाहिए।

### खेल कार्यक्रम

खेलों की लोकप्रियता बढ़ाने में रेडियो की महत्त्वपूर्ण भूमिका रही है। रेडियो से प्रसारित खेल कमेंट्री एवं समाचार काफी सुने जाते हैं। रेडियो प्रसारण के अधिकांश केन्द्र खेलों पर विशेष कार्यक्रम खेल-पत्रिका के रूप में प्रसारित करते हैं। इन कार्यक्रमों में खिलाड़ियों, विशेषज्ञों से भेंटवार्ता, किसी विशेष खेल की जानकारी, खेल-प्रश्नोत्तरी से श्रोताओं को रूबरू करवाया जाता है।

### आँखों देखा विवरण

रेडियो प्रसारण के विकास ने रेडियो की विधाओं में नए-नए आयाम जोड़े हैं। आरंभिक दिनों में प्रसारण स्टूडियो से होता था तथा घटनाएँ समाचार के रूप में श्रोता तक पहुँचती थी। कॉमेंट्री या आँखों देखा विवरण ऐसी विधा है, जो श्रोता को उस स्थान पर उपस्थित रहने जैसा आनंद देती है। यह जीवंत प्रसारण होता है जिसमें पल-पल नया घटित होता है, दृश्य बदलता है, नए विवरण जुड़ते हैं,

अतः इसमें सामान्य प्रसारण से भिन्न तरह की परिस्थितियाँ तथा आवश्यकताएँ होती हैं—

किसी घटना, समारोह या खेल का आँखों देखा विवरण देते समय निम्न बातों का ध्यान रखना चाहिए—

1. समारोह का अधिकारिक क्रमवार विवरण प्राप्त करें
2. समारोह या आयोजन का पिछला इतिहास, आयोजन के उद्देश्य आदि की जानकारी।
3. प्रतिभागियों तथा आयोजकों के संबंध में विस्तृत एवं तथ्यात्मक जानकारी।
4. सहायक स्रोतों, समाचार-पत्र तथा अन्य संदर्भ स्रोतों से आयोजन का पूर्व तथा वर्तमान विवरण।
5. समारोह स्थल तथा आस-पास के क्षेत्र का विवरण एकत्र करें। आयोजन स्थल से जुड़े ऐतिहासिक या भौगोलिक तथ्य यदि कोई हों तो उसके संबंध में सूचना प्राप्त करें। संभव हो तो स्वयं आयोजन स्थल पर कार्यक्रम से पूर्व पहुँच जाएँ।
6. कार्यक्रम से जुड़े विस्तृत विवरण, जैसे- संगीत, वक्ता, विभिन्न, प्रस्तुतियों या अगर खेल की कमेंट्री हो तो खिलाड़ियों के विवरण, पुराने रिकॉर्ड आदि की जानकारी प्राप्त करें।
7. अपने स्तर पर सभी बातों की समुचित तैयारी कर लें।
8. सूचनाओं एवं जानकारी का एक व्यवस्थित क्रम बनाएँ।
9. खेल की कमेंट्री में खिलाड़ियों के विवरण, उनके नाम के अनुसार वर्णमाला के क्रम में लगाए जा सकते हैं।

कमेंटेटर को भाषा पर पूर्ण अधिकार होना चाहिए। अभिव्यक्ति स्पष्ट होनी चाहिए तथा बोलने में प्रवाह होना चाहिए। उसे हमेशा पूर्व निर्धारित विषय तथा क्रम में नहीं बोलना होता। विशेषकर खेलों में हर पल दृश्य बदलता है। शब्दों का चयन उपयुक्त होना चाहिए तथा वाक्य संरचना सीधी होनी चाहिए। अभिव्यक्ति भाव एवं शब्द चयन अवसर के अनुकूल होना चाहिए।

समारोह या घटना के पूर्व समारोह स्थल, आयोजन, आयोजकों आदि की जानकारी श्रोताओं को दे देनी चाहिए।

विभिन्न अवसरों का आँखों देखा हाल रिकॉर्ड किया जाना चाहिए, क्योंकि इससे त्रुटियों को दूर किया जा सकता है। महत्त्वपूर्ण अवसरों की रिकॉर्डिंग का आर्काइव के लिए भी महत्त्व है।

# 5

---

## रेडियो की शुरुआत एवं इतिहास

---

विश्व युद्ध के बाद रेडियो का इस्तेमाल जनसंचार मीडिया के तौर पर किए जाने के लिए परीक्षण शुरू हुए और 1920 में अमेरिका के पिट्सवर्ग में दुनिया का पहला रेडियो प्रसारण केन्द्र स्थापित हुआ। 23 फरवरी 1920 को मारकोनी की कंपनी ने भी चैम्सफोर्ड, इंग्लैण्ड से अपने पहले रेडियो कार्यक्रम का सफल प्रसारण किया। 14 नवम्बर 1922 को लन्दन में ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कंपनी की स्थापना हुई। मारकोनी भी इसके संस्थापकों में एक थे। एक जनवरी 1927 को इस कंपनी को ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कार्पोरेशन, बीबीसी में परिवर्तित कर दिया गया।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का पहला क्रांतिकारी कदम रेडियो को माना जाता है। उन्नीसवीं सदी के अंतिम दशक में सन् 1895 में इटली के वैज्ञानिक गुगलीनो मारकोनी ने बेतार संकेतों को इलेक्ट्रोमैग्नेटिक हार्टीजियन तरंगों द्वारा प्रसारित करने में सफलता हासिल कर रेडियो की अवधारणा को जन्म दिया। जल्द ही रेडियो, टेलीफोन और बेतार का तार समुद्री यातायात में संचार का प्रमुख साधन बन गये। प्रथम विश्व युद्ध में सैनिक संचार और प्रचार के लिए भी रेडियो का खूब इस्तेमाल हुआ था।

भारत में 8 अगस्त 1921 को टाइम्स ऑफ इण्डिया के मुम्बई कार्यालय ने एक विशेष रेडियो संगीत कार्यक्रम का प्रसारण कर भारत में रेडियो प्रसारण की नींव रखी। इस प्रसारण को पुणे तक सुना गया था। इसी के साथ पश्चिम की तरह भारत में भी शौकिया रेडियो क्लबों की स्थापना होने लगी। 13 नवम्बर 1923 को कोलकाता से रेडियो क्लब ऑफ बंगाल ने और 8 जून 1924 को बाम्बे रेडियो क्लब मुम्बई ने अपने प्रसारण शुरू किए। साथ ही चेन्नई, करांची तथा रंगून में भी ऐसे ही प्रसारण केन्द्र शुरू हो गए। आर्थिक अभावों के कारण प्रायः ये सभी रेडियो क्लब दीर्घजीवी नहीं रह पाए लेकिन इसके बावजूद रेडियो की लोकप्रियता कम नहीं हुई।

23 जुलाई 1927 को चेन्नई में इण्डियन ब्राडकास्टिंग कंपनी (आईबीसी) का विधिवत उद्घाटन तत्कालीन वायसराय लार्ड इरविन द्वारा किया गया। उस समय भारत में कुल 3594 रेडियो सेट थे। तब रेडियो सेट रखने के लिए सरकार से लाइसेंस लेना पड़ता था। लगातार घाटे के कारण जल्द ही आईबीसी को बन्द करने की नौबत आ गई लेकिन रेडियो सुनने के आदी हो चुके लोगों के तीव्र विरोध के कारण सरकार ने इसका प्रसारण जारी रखने का फैसला किया और 1 अप्रैल 1930 को इण्डियन स्टेट ब्राडकास्टिंग सर्विस की स्थापना हुई जो बाद में आकाशवाणी में परिवर्तित हो गई।

आज आकाशवाणी दुनिया का सबसे बड़ा रेडियो नेटवर्क हो चुका है। एक अरब से अधिक लोगों तक इसकी पहुँच है। देश भर में आकाशवाणी के 250 से अधिक छोटे बड़े केन्द्र हैं। 25 से अधिक भाषाओं और 150 से अधिक बोलियों में इसके कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। एफएम (फ्रीक्वेंसी मोड्युलेटर) सेवा की शुरूआत के साथ भारत में रेडियो को एक नया जीवन मिला है। आज आकाशवाणी के साथ-साथ प्रायः हर बड़े शहर में एक दो निजी एफएम रेडियो प्रसारण हो रहे हैं, और लोगों को मनोरंजन के साथ सूचना भी उपलब्ध करा रहे हैं।

रेडियो टैक्नोलॉजी के डिजीटल हो जाने से भी रेडियो को नया जीवन मिल गया है और अब तो वर्ल्ड स्पेस रेडियो भी भारत में उपलब्ध है। देश में आज 25 करोड़ से अधिक रेडियो सेट हैं और आज भी दूर दराज के इलाकों में सूचना और संचार का यह सबसे भरासेमंद साधन है।

हालांकि रेडियो के और भी कई उपयोग हैं, मसलन पुलिस व सेना इसे अपने विभागीय संचार तंत्र के रूप में इस्तेमाल करते हैं। विमान यात्राओं के



संचालन में भी इसका प्रयोग होता है। समुद्री यात्राओं, पर्वतारोहण अभियानों व अन्य साहसिक अभियानों में भी इसका इस्तेमाल संचार के विश्वस्त साधन के रूप में किया जाता है। वैसे तो ध्वनि की रफ्तार 345 मीटर प्रति सेकेंड होती है, लेकिन रेडियो प्रसारण की तकनीक के कारण इसकी गति 1,86,000 मील प्रति मिनट हो जाती है। इसी कारण रेडियो के जरिए लाखों मील दूर तक की बात हम एक सैकेंड से भी कम समय में सुन लेते हैं।

रेडियो क्योंकि बोले जाने वाले शब्दों का माध्यम है। इसलिए इसके समाचारों की भाषा भी प्रिंटर मीडिया के समाचारों से कुछ अलग होती है। इसलिए रेडियो के लिए समाचार बनाते समय कुछ सावधानियां जरूरी हैं।

1. समाचार में शब्दों का चयन ऐसा होना चाहिए कि वो श्रोता को आसानी से समझ में आ जाएं।
2. वाक्य छोटे-छोटे होने चाहिये और उनमें शब्द आम बोलचाल की भाषा के होने चाहिए।
3. सरलता रेडियो समाचार लेखन का सबसे जरूरी तत्व है, अतः रेडियो समाचार सरल ढंग से लिखा जाना चाहिए।
4. चूंकि श्रोता के पास रेडियो समाचार को अखबार की तरह फिर से पढ़ पाने की सुविधा नहीं होती इसलिए महत्वपूर्ण सूचना व जरूरी अंश को एक से अधिक बार लिखा जाना चाहिए लेकिन इस तरह कि वह सिर्फ दोहराव ही न लगे।
5. रेडियो समाचारों में उपर्युक्त, पूर्ववर्णित, निम्नलिखित, पिछले पैराग्राफ में आदि शब्दों से एकदम बचना चाहिए।

इस प्रकार कहा जा सकता है कि रेडियो निःसंदेह आज भी इलेक्ट्रॉनिक संचार माध्यमों में अग्रणी है और एफएम की युवाओं के बीच बढ़ती लोकप्रियता ने इसे एक प्रकार से फिर से पुनर्जीवित कर दिया है और एक बार फिर लोग रेडियो की ओर से मुड़ने लगे हैं।

## विश्व में रेडियो की शुरुआत

रेडियो जहां पहले मीडिया का एक सशक्त माध्यम हुआ करता था, वहीं अब रेडियो की जगह इंटरनेट, मोबाइल, कंप्यूटर आदि ने ले ली है। हालांकि, अब भी रेडियो लोगों की जिंदगी का एक अहम हिस्सा बना हुआ है। रेडियो का अविष्कार प्रसिद्ध वैज्ञानिक मारकोनी (Guglielmo Morconi) ने किया था।

इन्होंने दुनिया का पहला रेडियो संदेश इंग्लैंड से अमेरिका भेजा था। वहीं कैंनेडा के वैज्ञानिक रेगिनाल्ड फेसेंडन ने 24 दिसंबर 1906 को रेडियो ब्रॉडकास्टिंग के द्वारा संदेश भेजकर रेडियो की शुरुआत की थी। रेगिनाल्ड फेसेंडेन ने वायलिन बजाकर उसकी धुन को रेडियो तरंगों के माध्यम से अटलांटा महासागर में तैर रहे जहाजों तक पहुँचाया था।

इसी के बाद रेडियो का इस्तेमाल संचार के माध्यम के तौर पर मैसेज पहुँचाने के मकसद से नौ सेना में होने लगा। हालांकि, बाद में पहले विश्वयुद्ध के दौरान (1914 से 1918) गैर सेनाओं द्वारा रेडियो के इस्तेमाल को अवैध कर दिया गया था।

कानूनी तौर पर इसकी शुरुआत होने के बाद साल 1923 में दुनिया में रेडियो पर विज्ञापन की शुरुआत हुई। रेडियो के बारे में यह तथ्य जानकर शायद आपको हैरानी हो, लेकिन शुरुआत में रेडियो को रखने के लिए 10 रुपए में लाइसेंस खरीदना पड़ता था, हालांकि बाद में लाइसेंस रद्द कर दिए गए थे। और बाद में रेडियो संचार का एक बहुत बड़ा और सशक्त माध्यम बनता चला गया।

## बेतार संचार

सर्वप्रथम 1893 में, निकोला टेस्ला ने पहले सार्वजनिक रेडियो संचार का प्रदर्शन किया। एक साल बाद ही भारतीय वैज्ञानिक जगदीश चन्द्र बसु/बोस ने भारत में रेडियो संचार में सफलता प्राप्त कर ली थी। वे भारत के पहले वैज्ञानिक थे जिन्होंने एक अमरीकन पेटेंट प्राप्त किया। कहते हैं कि बसु/बोस ने बोस (BOSE) नाम की एक कम्पनी भी स्थापित की थी, जो वर्तमान में ऑडियो सिस्टम व स्पीकर्स आदि की एक नामी अमेरिकी कम्पनी है। उन्हें रेडियो विज्ञान का पिता माना जाता है। इन्होंने बेतार के संकेत भेजने में असाधारण प्रगति की और सबसे पहले रेडियो संदेशों को पकड़ने के लिए अर्धचालकों का प्रयोग करना शुरु किया। बोस ने कोलकाता में नवम्बर 1894 (या 1895) में एक सार्वजनिक प्रदर्शन के दौरान बोस ने एक मिलीमीटर रेंज की माइक्रोवेव तरंग का उपयोग काफी दूरी पर स्थित बारूद को प्रज्वलित करने और घंटी बजाने में किया।

रेडियो के औपचारिक इतिहास पर निगाह डालें तो 1896 में प्रसिद्ध वैज्ञानिक इलेक्ट्रिकल इंजिनियर गुगलियेल्लो मार्कोनी ने पहली बार संदेश को दूर तक पहुँचाने का प्रयास करते-करते शब्दों को ध्वनि कोड का रूप दिया, जिन्हें

मोर्स कोड की संज्ञा दी गयी। इस कोड के जरिए संदेश कुछ ही देर में एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँचने लगे। उन्होंने विद्युत चुंबकीय तरंगों द्वारा दो मील की दूरी तक एक सन्देश भेजने में सफलता प्राप्त की थी, लिहाजा रेडियो के विकास में उनका नाम शुरुवात में लिया जाता है। उन्हें 2 जून 1896 को उन्हें वायरलेस का पेटेंट मिला। बस यहीं से आधुनिक रेडियो का जन्म हुआ। आगे उन्ही की मारकोनी कम्पनी द्वारा 23 फरवरी 1920 को (कहीं 1919 भी अंकित) में इंग्लैण्ड के चेम्बर्सफोर्ड में विश्व का पहला रेडियो प्रसारण का ट्रांसमीटर भी स्थापित किया था।

इससे पूर्व एक से अधिक व्यक्तियों को एक साथ संदेश भेजने या ब्रॉडकास्टिंग की शुरुआत 24 दिसम्बर 1906 की शाम कनाडाई वैज्ञानिक रेगिनाल्ड फेसेंडेन ने की। उन्होंने अपना वॉयलिन बजाया जिसके संगीत को अटलांटिक महासागर में तैर रहे तमाम जहाजों के रेडियो ऑपरेटरों ने अपने रेडियो सेट पर सुना, वह दुनिया में रेडियो प्रसारण की शुरुआत थी।

इस दौरान प्रथम विश्व युद्ध की वजह से रेडियो स्टेशन पर प्रतिबन्ध भी लगते रहे। 1917 में प्रथम विश्व युद्ध की शुरुआत के बाद किसी भी गैर फौजी के लिये रेडियो का प्रयोग निषिद्ध कर दिया गया।

आगे 'ली द फोरेस्ट' और 'चार्ल्स हेरॉल्ड' आदि ने रेडियो प्रसारण के प्रयोग करने शुरू किए। तब तक रेडियो का प्रयोग सिर्फ नौसेना तक ही सीमित था। 1918 में ली द फोरेस्ट ने न्यू यॉर्क के हाईब्रिज इलाके में दुनिया का पहला रेडियो स्टेशन शुरू किया। पर कुछ दिनों बाद ही पुलिस को खबर लग गई और रेडियो स्टेशन बंद करा दिया गया। एक साल बाद ली द फोरेस्ट ने 1919 में सैन फ्रैंसिस्को में एक और रेडियो स्टेशन शुरू कर दिया।

नवंबर 1920 में नौसेना के रेडियो विभाग में काम कर चुके फ्रैंक कॉनार्ड को दुनिया में पहली बार कानूनी तौर पर रेडियो स्टेशन शुरू करने की अनुमति मिली।

द्वितीय विश्वयुद्ध के दौरान रेडियो का वास्तविक विकास हुआ और 1920 में अमेरिका ने रेडियो पर संगीत कार्यक्रमों का मजा लेना शुरू कर दिया था। 1921 में यूरोप में रेडियो प्रसारण शुरू हो गया। कुछ ही सालों में देखते-ही-देखते दुनिया भर में सैकड़ों रेडियो स्टेशनों ने काम करना शुरू कर दिया। 1923 के मध्य तक अमेरिका में करीब 450 रेडियो स्टेशन स्थापित हो चुके थे।

रेडियो में विज्ञापन की शुरुआत 1923 में हुई। इसके बाद ब्रिटेन में बीबीसी और अमरीका में सीबीएस और एनबीसी जैसे सरकारी रेडियो स्टेशनों की शुरुआत हुई।

### भारत में रेडियो की शुरुआत और इसका इतिहास

भारत में साल 1924 में सबसे पहले मद्रास प्रेसीडेंसी क्लब रेडियो को लेकर आया था। इस क्लब ने साल 1927 तक रेडियो ब्रॉडकास्टिंग पर प्रसारण का काम किया था, हालांकि बाद में आर्थिक परेशानियों के चलते मद्रास क्लब द्वारा इसे बंद कर दिया गया था।

इसके बाद इसी साल 1927 में बॉम्बे के कुछ बड़े बिजनेसमैन ने भारतीय प्रसारण कंपनी को बॉम्बे और कलकत्ता में शुरु किया। इसके बाद साल 1932 में भारत सरकार ने इसकी जिम्मेदारी ले ली और इंडियन ब्रॉडकास्टिंग सर्विस नाम का विभाग शुरु किया, जिसका साल 1936 में नाम बदलकर ऑल इंडिया रेडियो (All India Radio AIR) रख दिया गया, जो कि आकाशवाणी के नाम से भी जाना जाता है।

भारत में सरकार द्वारा बनाई गई रेडियो प्रसारण एक राष्ट्रीय सेवा थी, जिसके बाद पूरे देश में इसके प्रसारण के लिए स्टेशन बनाए गए थे और देश के कोने-कोने तक इसकी पहुँच बनाई गई थी।

यही नहीं रेडियो ने भारत की आजादी में अपनी अहम भूमिका निभाई थी। आपको बता दें कि साल 1942 में नेशनल कांग्रेस रेडियो का प्रसारण जब शुरु किया गया था, तब स्वतंत्रता आंदोलन में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभाने वाले महात्मा गांधी जी ने इसी रेडियो स्टेशन से “अंग्रेजो भारत छोड़ो” का प्रसारण किया था।

यही नहीं नेताजी सुभाष चन्द्र बोस ने स्वतंत्रता आंदोलन के दौरान “तुम मुझे खून दो, मैं तुम्हें आजादी दूंगा” का लोकप्रिय नारा रेडियो के द्वारा जर्मनी में प्रसारित किया गया था।

इसके अलावा कई नारे रेडियो के द्वारा प्रसारित कर लोगों के अंदर आजादी पाने की इच्छा जागृत की गई थी। हालांकि, भारत की आजादी के बाद साल 1957 ऑल इंडिया रेडियो का नाम बदलकर ‘आकाशवाणी’ रख दिया गया था।

इसी क्रम में 26 अगस्त, 1927 को कोलकाता स्टेशन की शुरुवात हुई तथा आगे कम्पनी ने देश के विभिन्न शहरों में अपने केन्द्र खोले।

1930 में इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी दिवालिया हो गई, इस कारण सरकार ने इसे अपने नियंत्रण में ले लिया और 'भारतीय प्रसारण सेवा' (इंडियन स्टेट ब्राडकास्टिंग सर्विस-ISBS) के नाम से उन्हें परिचालित करना आरंभ कर दिया। 5 मई 1932 को इसे सुचारू तरीके से चलाने के लिए 'इंडियन वायरलेस टेलीग्राफी एक्ट' लागू किया।

आगे आठ जून 1936 को इसका नाम बदलकर 'ऑल इंडिया रेडियो' (AIR) कर दिया गया। धीरे-धीरे करके भारत के प्रमुख शहरों में रेडियो केंद्र खोले गये। 1936 से ही देश में दैनिक समाचार बुलेटिनों का प्रसारण प्रारंभ हुआ।

1936 में दिल्ली, 1937 में पेशावर और लाहौर, 1938 में लखनऊ और मद्रास आदि नये केंद्र खोले गये। इस तरह रेडियो के केंद्रों को एक-एक कर बढ़ाया गया और साथ-साथ कुछ और बदलाव होते रहे।

## भारत में रेडियो के बढ़ते कदम

जन संपर्क के माध्यम से रेडियो का महत्त्वपूर्ण स्थान है। अतः प्रसारण दिवस मनाने का प्रचलन जोरों पर है। देश के लिए नई उपलब्धियों का तथा रेडियो श्रोताओं के लिए यह खुशी का दिन ही है। 83 वर्ष पूर्व 23 जुलाई, 1927 को भारत में रेडियो का पहला प्रसारण मुंबई से हुआ। दुनिया में रेडियो प्रसारण का इतिहास काफी पुराना नहीं है। सन 1900 में मारकोनी ने इंग्लैण्ड से अमेरिका बेतार संदेश भेजकर व्यक्तिगत रेडियो संदेश की शुरुआत की। इसके बाद कनाडा के वैज्ञानिक रेगिनार्ल्ड फेंसडेन ने 24 दिसम्बर, 1906 को रेडियो प्रसारण की शुरुआत की। उन्होंने जब वायलिन बजाया तो अटलांटिक महासागर में विचरण कर रहे जहाजों के रेडियो आपरेटरों ने अपने-अपने रेडियो सेट में सुना। कल्पना कीजिये कितना सुखद क्षण रहा होगा, लोग झूम उठे होंगे। संचार युग में प्रवेश का यह प्रथम पड़ाव था। उसके बाद पिछले 104 वर्षों का इतिहास बड़ा रोचक है। विज्ञान ने खूब प्रगति की। संचार के क्षेत्र में दुनिया बहुत आगे बढ़ चुकी है।

भारत में 23 जुलाई, 1927 को प्रायोगिक तौर पर प्रसारण शुरू किया गया। उस समय की भारत सरकार एवं इंडियन ब्राडकास्टिंग लिमिटेड के बीच समझौते के तहत रेडियो प्रसारण प्रारंभ हुआ। यह कंपनी 1930 में निस्तारण में चली गई तो इसका राष्ट्रीयकरण इंडियन ब्राड कास्टिंग कॉरपोरेशन रखा गया।

आजादी के बाद 1956-57 में इसका नाम ऑल इंडिया रेडियो या आकाशवाणी रखा गया। जहां तक आकाशवाणी का सवाल है, आजादी के समय 1947 में इसका केवल 6 केन्द्रों एवं 18 ट्रांसमीटरों का केन्द्र था तथा उसकी पहुँच केवल 11 प्रतिशत लोगों तक थी। आज आकाशवाणी के 231 केन्द्र तथा 373 ट्रांसमीटर हैं तथा इसकी पहुँच 99 प्रतिशत लोगों तक है। भारत जैसे बहु संस्कृति, बहुभाषी देश में आकाशवाणी से 24 भाषाओं में इसकी घरेलू सेवा में प्रसारण होता है। आकाशवाणी मिडियम वेव, शार्ट वेव एवं एफ.एम. के माध्यम से प्रसारण सेवा प्रदान करती है।

तब और अब में आज कितना फर्क हो गया है। एक समय था जब रेडियो ही संचार का प्रमुख साधन था लेकिन आज जमाना बदल गया है। धरती के एक छोर से दूसरे छोर तक बैठा व्यक्ति सतत् एक दूसरे के संपर्क में रहता है। दुनिया के किसी भी कोने में कोई भी घटना हो पलभर में सभी जगह प्रसारित हो जाती है। तेज गति से चल रहे इस कालखण्ड में रेडियो की बात बड़ी असहज लगती होगी लेकिन यह सच है कि किसी जमाने में रेडियो की अपनी अलग ही शान थी। रेडियो रखना, रेडियो सुनना और रेडियो के कार्यक्रमों में भाग लेना गौरव की बात होती थी। टेलीविजन के आने के बाद रेडियो श्रोताओं में कमी आई है, लेकिन एफ.एम. के आने के बाद अब पुनः रेडियो के दिन लौट रहे हैं।

आजादी के बाद रेडियो का इतिहास सरकारी ही रहा है। भारत में रेडियो सरकारी नियंत्रण में ही रहा है। आम आदमी को रेडियो चलाने की अनुमति हेतु अनेक क्षेत्रों से दबाव आया। सन् 1995 में सर्वोच्च न्यायालय ने कहा कि रेडियो तरंगों पर सरकार का एकाधिकार नहीं है। सन् 2002 में एन.डी.ए. सरकार ने शिक्षण संस्थानों को कैंपस रेडियो स्टेशन खोलने की अनुमति दी। उसके बाद 2006 में शासन ने स्वयंसेवी संस्थाओं को रेडियो स्टेशन चलाने की अनुमति दी। परंतु इन रेडियो स्टेशनों से समाचार या सम-सामयिक विषयों पर चर्चा के प्रसारण पर पाबंदी है।

### नेशनल कांग्रेस रेडियो

सन् 1939 में द्वितीय विश्वयुद्ध की शुरूआत होने पर देश में रेडियो के सारे लाइसेंस रद्द कर दिए गए और ट्रांसमीटरों को सरकार के पास जमा करने के आदेश दे दिए गए।

कांग्रेस के कुछ नेताओं के अनुरोध पर रेडियो इंजीनियरिंग की शिक्षा प्राप्त बॉम्बे टेक्निकल इंस्टीट्यूट बायकुला के प्रिंसिपल नरीमन प्रिंटर ने लाइसेंस रह होने की खबर सुनते ही उन्होंने अपने रेडियो ट्रांसमीटर को खोल दिया और उसके पुर्जे अलग-अलग जगह पर छुपा दिए। पहला ट्रांसमीटर 10 किलोवाट का था जिसे शीघ्र ही नरीमन प्रिंटर ने और सामान जोड़कर सौ किलोवाट का कर दिया। अंग्रेज पुलिस की नजर से बचने के लिए ट्रांसमीटर को तीन महीने के भीतर ही सात अलग-अलग स्थानों पर ले जाया गया। माइक जैसे कुछ सामान की कमी थी जो शिकागो रेडियो के मालिक नानक मोटवानी की दुकान से मिल गई और मुंबई के चौपाटी इलाके के सी व्यू बिल्डिंग से 27 अगस्त 1942 से उषा मेहता ने नरीमन प्रिंटर व अन्य लोगों ने 'नेशनल कांग्रेस रेडियो' का प्रसारण शुरू किया। इस रेडियो से अपने पहले प्रसारण में उद्घोषक उषा मेहता ने कहा, "41.78 मीटर पर एक अनजान जगह से यह नेशनल कांग्रेस रेडियो है।" (उल्लेखनीय है कि यह 'भारत छोड़ो आंदोलन' का दौर था। इस दौरान ही गांधी जी समेत तमाम नेता 9 अगस्त 1942 को गिरफ्तार कर लिए गए थे और प्रेस पर पाबंदी लगा दी गई थी।)

'नेशनल कांग्रेस रेडियो' लगभग हर दिन अपनी जगह बदलता था, ताकि अंग्रेज अधिकारी उसे पकड़ न सकें। इस खुफिया रेडियो को डा. राममनोहर लोहिया, अच्युत पटवर्धन सहित कई प्रमुख नेताओं ने सहयोग दिया। रेडियो पर महात्मा गांधी सहित देश के प्रमुख नेताओं के रिकार्ड किए गए संदेश बजाए जाते थे। इस गुप्त रेडियो से अल्मोड़ा की कुंती देवी के भी जुड़े होने की बात कही जाती है। एक जगह जिक्र आता है कि कुंती देवी ने गुप्त रेडियो पर आजादी का जयघोष किया था।

इस रेडियो ने मेरठ में 300 सैनिकों के मारे जाने की खबर, कुछ महिलाओं के साथ अंग्रेजों के दुराचार जैसी खबरों का प्रसारण किया था जिसे समाचारपत्रों में सेंसर के कारण प्रकाशित नहीं किया गया था।

तीन माह तक प्रसारण के बाद अंततः अंग्रेज सरकार ने 12 नवम्बर 1942 को नरीमन प्रिंटर और उषा मेहता को गिरफ्तार कर लिया और नेशनल कांग्रेस रेडियो की कहानी यहीं खत्म हो गई।

इस दौरान ही नवंबर 1941 को सुभाष चंद्र बोस ने रेडियो जर्मनी से भारतवासियों के नाम संदेश देते हुए कहा था, "तुम मुझे खून दो मैं तुम्हें आजादी दूंगा।"

इसके बाद 1942 में “आजाद हिंद रेडियो” की स्थापना जर्मनी से हुई, जो आगे सिंगापुर और बाद में रंगून से भारतीयों के लिये समाचार प्रसारित करता रहा।

सन् 1946 में द्वितीय विश्व युद्ध की समाप्ति के बाद AIR को सूचना व प्रसारण विभाग के अधीन कर दिया गया।

सन् 1947 में आजादी के समय भारत में कुल 6 रेडियो स्टेशन मुम्बई, कोलकाता, दिल्ली, चेन्नई, लखनऊ और चंडीगढ़ काम कर रहे थे।

तीन अक्टूबर 1957 को विविध भारती का आगमन हुआ। वर्तमान में विविध भारती के 43 केन्द्र हैं।

सन् 1957 से ऑल इंडिया रेडियो को आकाशवाणी के नाम से भी पुकारा जाने लगा।

आज रेडियो स्टेशन की संख्या 200 से अधिक हो गयी है। इस समय रेडियो की पहुँच 92 फीसदी भारतीय भू - भाग और 98 फीसदी भारतीय जनता तक है।

सन् 1959 में टेलीविजन के शुरुआत होने के पहले तक भारत में रेडियो ही सबसे अधिक पहुँच वाला सर्वसुलभ जनमाध्यम था।

सन् 1997 में आकाशवाणी को टेलीविजन के साथ प्रसार भारती के अधीन कर दिया गया।

### **स्वतन्त्रता के पश्चात**

स्वतन्त्रता के पश्चात से 16 नवम्बर 2006 तक रेडियो केवल सरकार के अधिकार में था।

सरकारी संरक्षण में रेडियो का काफी प्रसार हुआ। 1947 में आकाशवाणी के पास छह रेडियो स्टेशन थे और उसकी पहुँच 11 प्रतिशत लोगों तक ही थी। आज आकाशवाणी के पास 420 रेडियो स्टेशन हैं और उसकी पहुँच 99.19 फीसदी भारतीयों तक है।

टेलीविजन के आगमन के बाद शहरों में रेडियो के श्रोता कम होते गए, पर एफएम रेडियो के आगमन के बाद अब शहरों में भी रेडियो के श्रोता बढ़ने लगे हैं पर गैरसरकारी रेडियो में अब भी समाचार या समसामयिक विषयों की चर्चा पर पाबंदी है।



रेडियो का दुरुपयोग न हो इसलिए सरकार इसे चलाने की अनुमति आम जनता को नहीं देना चाहती थी। इस बीच आम जनता को रेडियो स्टेशन चलाने देने की अनुमति के लिए सरकार पर दबाव बढ़ता रहा है।

सन् 1977 में एफएम रेडियो का सर्वप्रथम प्रसारण मद्रास रेडियो से, और दूसरा महत्वपूर्ण प्रसारण 1992 में जालंधर रेडियो स्टेशन से हुआ। 1993 से निजी कम्पनियों को लीज पर 'टाइम स्लॉट' देने की शुरुआत हुई। 15 अगस्त 1993 में देश में मुम्बई से एफएम चैनल की शुरुवात हुई।

सन् 1995 में भारतीय सर्वोच्च न्यायालय ने कहा कि रेडियो तरंगों पर सरकार का एकाधिकार नहीं है। वर्ष 2002 में एनडीए सरकार ने शिक्षण संस्थाओं को कैंपस रेडियो स्टेशन खोलने की अनुमति दी। 16 नवम्बर 2006 को यूपीए सरकार ने स्वयंसेवी संस्थाओं को रेडियो स्टेशन खोलने की इजाजत दी है।

इन रेडियो स्टेशनों में भी समाचार या समसामयिक विषयों की चर्चा पर पाबंदी है, पर इसे रेडियो जैसे जन माध्यम के लोकतंत्रीकरण की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम माना जा रहा है।

## रेडियो के कार्य

1. **सूचनात्मक कार्य**—सूचना का सबसे अच्छा माध्यम रेडियो हैं। इसकी सहायता से हम सूचना, समाचार व जानकारियों को श्रोता तक पहुँचा पाते हैं। देश के साथ-साथ पूरी दुनिया की खबरों को बड़ी आसानी से लोगों तक पहुँचाते हैं। इस कार्य को रेडियो अपने स्थापना काल से ही करता आ रहा है।

2. **शिक्षात्मक कार्य**—रेडियो के शिक्षात्मक कार्य का उद्देश्य केवल पढ़ना-लिखना नहीं हैं। बल्कि अपने श्रोताओं को समाज में उपलब्ध साधन को उपयोग करना बताता है। इसके लिए रेडियो पर एनसीईआरटी और इग्नू के अनेक शैक्षिक कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है।

3. **जागरूकतात्मक कार्य**—रेडियो अपने कार्यक्रमों के माध्यम से समाज में जागरूकता फैलाने का काम करता हैं। वर्तमान समय में रेडियो जातिवाद, सम्प्रदायवाद, दहेज प्रथा, क्षेत्रवाद जैसी सामाजिक बुराईयों के प्रति जागरूकता फैलाने का कार्य कर रहा है।

4. **मनोरंजनात्मक कार्य**—रेडियो का चौथा और सबसे प्रमुख कार्य अपने श्रोताओं का मनोरंजन करना है। रेडियो पर गीत, संगीत, कविता, नाटक इत्यादि

का प्रसारण किया जाता है। अपने श्रोताओं का मनोरंजन करने के लिए रेडियो उनकी भाषा में सूचना, जागरूकता व शिक्षा ये सभी का प्रसारण के बीच में स्थानीय लोकगीत आदि का प्रसारण भी करता है।

## रेडियो में फील्ड रिपोर्टिंग

आकाशवाणी के समाचार संग्रह का कार्य, लेखन एवं प्रसारण लगभग समाचार पत्रों की ही तरह होता है, लेकिन तकनीकी अंतर के कारण रेडियो के फील्ड रिपोर्टिंग नए रूप में श्रोता-दर्शको व पाठको को कुरेदती हैं। संवाददाता दोनों ही माध्यमों के लिए एक ही मानक से समाचार संकलन एवं प्रेषण का कार्य करते हैं। वह है— “समाचार मूल्य” (News Value) – रेडियो में समाचार प्रसारण के लिए एक निश्चित समय-सीमा होती हैं। इतने ही समय में सारे क्षेत्र के समाचार को बताना होता है। रेडियो रिपोर्टर के पास फील्ड रिपोर्टिंग के लिए ज्यादा समय नहीं होता है।

रेडियो फील्ड रिपोर्टिंग के कुछ महत्वपूर्ण बिंदु इस प्रकार हैं—

- (i) फिल्ड रिपोर्टिंग आखों देखा, कानों सुना सच है, जिसे श्रोता रेडियो के माध्यम से सुनता एवं महसूस करता है।
- (ii) क्योंकि रेडियो की सीमा शब्दों व आवाज तक हैं संवाददाता को शब्दों के माध्यम से पूरी घटना को समझाना पड़ता है।
- (iii) रिपोर्ट को सावधान, खबर को जाँचने आना चाहिए।
- (iv) घटना एवं समाचार तक जल्दी पहुँचना व घटना के पहलुओं का आकलन आवश्यक है।
- (v) खेलों, सांस्कृतिक समारोहों, विशिष्ट आयोजनों, भाषणों आदि में यदि घटना के अनुसार बैकग्राउंड म्यूजिक लग जाये तो समाचार में चार चाँद लग जाते हैं।
- (vi) समाचार को इकट्ठा करना भी एक कला है और फील्ड रिपोर्टर को समाचार पर पैनी नजर रखनी चाहिए क्योंकि संवाददाता को समाचार तक खुद ही पहुँचना होता है।
- (vii) रिपोर्टिंग में टेप-रिकार्डर के माध्यमों से टेप कर लेना चाहिए ताकि समाचारों के क्रम उसक टेप का इस्तेमाल हो सके।

### व्यावसायिक रेडियो

सूचना, समाचार व मनोरंजन के साथ रेडियो ने श्रोताओं के बीच अपनी गहरी पहुँच बना ली है। साथ ही उसने समाज व जनमानस में अपनी लोकप्रियता को भी पहला पहलू दिया है। रेडियो ने अपनी सेवाओं का लाभ सम्प्रेषित करने के उद्देश्य से व्यावसायिक रूप लिया और रेडियो की 'विज्ञापन प्रसारण सेवा' कॉमर्शियल रेडियो के रूप में पनपी। इस सेवा में छोटे-बड़े उधमियों, स्वरोजगाररत लोगों व उत्पादों को स्थान मिला साथ ही कम शुल्क में अधिक लोगों तक पहुँच का जरिया भी मिला। यही कारण है की रेडियो प्रचार-प्रसार का जरिया भी बड़ा रूप में है। वर्तमान रेडियो जिंगल भी इसका यही स्वरूप दर्शाता है।

“शुभ वाणी  
लाभ वाणी  
आकाशवाणी”

आकाशवाणी की विज्ञापन प्रसारण सेवा 1 नवम्बर, 1967 को शुरू हुई थी। अब तो 126 प्राइमरी चैनल केंद्र, 39 विविध भारती केंद्र, 76 स्थानीय रेडियो केंद्रों और चार एफ. एम. मेट्रो चैनलों से विज्ञापन प्रसारित होते हैं। रेडियो ने अपने श्रोताओं के लिए कुछ नई सेवाएं शुरू की गई हैं।

### नई सेवाएं

#### बधाई संदेश

रेडियो ने अपने श्रोताओं के लिए बधाई संदेश पहुँचाने के लिए नई सेवा की शुरू की है।

इससे लोग अपने प्रियेजनों को रेडियो के द्वारा बधाई दे सकते हैं।  
उदाहरण— नौकरी, जन्मदिन, शादी आदि का बधाई संदेश।

#### वर्गीकृत विज्ञापन

वर्गीकृत विज्ञापन अभी तक प्रिंट मिडिया में ही देखे जाते थे। अब रेडियो ने भी शुरू कर दिया है।

उदाहरण — खरीदना-बेचना, शादी-व्याह व्यापार, आदि।

### लाइव स्पॉट

भारत में ऐसे कई जगह हैं जहाँ पर आज भी बिजली नहीं होने से वहाँ के नागरिक को दुनिया का पता नहीं हो पाता है।

इसके लिए रेडियो ने लाइव स्पॉट न्यूज प्रसारित करना शुरू किया। लाइव क्रिकेट न्यूज बताता है।

### आकाशवाणी स्टूडियो को किराये पर देना

आकाशवाणी ने लघु और स्थानीय विज्ञापनदाताओं की मदद करने के लिए उन्हें किराये पर अपने स्टूडियो देने लगा। इससे ग्राहकों को सुविधा मिली है। वही आकाशवाणी के राजस्व में भी वृद्धि पाई है।

### सीधी बुकिंग

राजस्व में वृद्धि हुई तो आकाशवाणी (रेडियो) ने इन-हॉउस मार्केटिंग के साथ विज्ञापन व प्रायोजित कार्यक्रमों की बुकिंग शुरू की है।

### रेडियो का महत्त्व

- (i) संचार क्रांति के इस दौर में रेडियो की महत्ता आज भी बरकरार है।
- (ii) आजादी के आंदोलन के समय और आजादी के बाद रेडियो ने महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई है।
- (iii) 15 अगस्त 1947 को देश के आजाद होने की सूचना रेडियो के माध्यम से ही गांव-गांव तक पहुँची थी।
- (iv) रेडियो की महत्ता को बरकरार रखने में रेडियो श्रोता महत्त्वपूर्ण भूमिका अदा कर रहे हैं।
- (v) आज के समय में रेडियो के क्षेत्र में क्रांति तब आई जब प्रधानमंत्री श्री नरेन्द्र मोदी ने जन-संवाद के लिए रेडियो को अपना माध्यम बनाया।
- (vi) वे 3 अक्टूबर 2014 से हर महीने के हर रविवार को सुबह 11 बजे “मन की बात” कार्यक्रम में आकाशवाणी के माध्यम से ज्वलंत मुद्दों की चर्चा करते हैं।

- (vii) “मन की बात” कार्यक्रम का असर ये हुआ कि बरसों से बंद पड़े रेडियो दुकानों के शटर पुनः खुल गये।
- (viii) असल में प्रधानमंत्री मोदी ने आज के दौर में रेडियो के महत्त्व को बढ़ाया है।
- (ix) इसी समय में छत्तीसगढ़ के मुख्यमंत्री डॉ. रमन सिंह ने 13 सितम्बर 2015 से आकाशवाणी के माध्यम से “रमन के गोठ” का प्रसारण शुरू किया।
- (x) इस कार्यक्रम का प्रसारण भी हर माह के दूसरे रविवार को सुबह 10.45 बजे किया जाता है।
- (xi) रेडियो के माध्यम से मुख्यमंत्री डॉ. रमन सिंह प्रदेश के चहुँमुखी (All-round) विकास के साथ-साथ शिक्षा, स्वच्छता एवं स्वास्थ्य से जुड़ी बातों पर चर्चा करते हैं।

### शैक्षिक रेडियो

रेडियो के द्वारा शैक्षिक प्रसारण का एक लम्बा इतिहास रहा है। अपने अतीत से वर्तमान तक की यात्रा में शैक्षिक प्रसारण ने अनेक उतार-चढ़ाव देखे हैं। अपने प्रारम्भिक दौर से ही रेडियो मनोरंजन के साथ-साथ शिक्षा से भी जुड़ा रहा। पहली बार शैक्षिक पाठकों का प्रसारण ब्रिटेन में 1924 में आरम्भ हुआ।

जापान में 1931 में, आस्ट्रेलिया व न्यूजीलैंड में 1932 में स्कूली शिक्षा के कार्यक्रम प्रसारित किए जाने लगे। भारत में स्कूली शिक्षा का प्रसारण 1938 में शुरू हुआ। स्कूली शिक्षा, माध्यमिक शिक्षा के कार्यक्रमों के लिए एक मंडल बनया गया। इसमें शिक्षाशास्त्री, अध्यापक, अधिकारी, सम्मिलित किए गए।

रेडियो शिक्षा के निम्नलिखित आयाम इस प्रकार हैं।

**1. स्कूली शिक्षा ( School Education in Hindi )**—आकाशवाणी ने प्रसारित कार्यक्रमों में से कुछ प्रतिशत स्कूल शिक्षा को समर्पित किया। 1937 में पहला स्कूली शिक्षा कार्यक्रम कोलकत्ता से शुरू किया गया। दिसम्बर 1938 तक कोलकाता, दिल्ली, चेन्नई से स्कूली शिक्षा कार्यक्रम प्रसारित होने लगे थे। शिक्षा के साथ-साथ विभिन्न वार्ताएं, रूपक, कथाएं, जीवनियां आदि भी प्रसारित होते थे।

**2. उच्च शिक्षा ( Higher Education in Hindi )**— आकाशवाणी दिल्ली केंद्र ने 1966 से दिल्ली विश्वविद्यालय के पत्राचार पाठ्यक्रम छात्रों के

लिए “यूनिवर्सिटी ऑफ द एयर” प्रसारण प्रारम्भ किया। इस कार्यक्रम में कला व वाणिज्य विषयों के निर्धारित पाठों का हिंदी व अंग्रेजी में प्रसारण होता था।

**3. कृषि व गृह कार्यक्रम (Agriculture \$ Home Programme in Hindi)**— आकाशवाणी के विभिन्न केन्द्रों पर कृषि व गृह से सम्बन्धित कार्यक्रम प्रसारित होता है। हर केंद्र पर 60-100 मिनट तक कृषि व गृह मसलों से जुड़े कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है। इन कार्यक्रमों में अनाजों, तिलहनों, दालों, सब्जियों, फलों आदी की पैदावार बढ़ाने से सम्बन्धित कार्यक्रम प्रसारित होता है। गृह कार्यक्रमों में प्रौढ़ शिक्षा, ग्रामीण विकास में पंचायत की भूमिका आदि विषयों पर विशेष जोर दिया जाता है।

**4. स्वास्थ्य व परिवार कल्याण (Health \$ Family welfare in Hindi)**— परिवार कल्याण के अंतर्गत एड्स, डेंगू, यौन रोगों, पानी व संक्रमण से फैलने वाले रोगों, मलेरिया उन्मूलन कार्यक्रम, बाल सुरक्षा व सुरक्षित मातृत्व कार्यक्रम, नसबंदी आदि के बारे में महत्वपूर्ण कार्यक्रमों का प्रसारण जाता है। इन कार्यक्रमों से एक ओर जहां जागरण व जनचेतना बढ़ती है वहीं रेडियो की शैक्षिक क्षेत्र की प्रभाविता का आभास भी होता है। जनमानस को जगाने व शिक्षा का उजाला घर-घर पहुँचाने का कार्य शैक्षिक रेडियो के माध्यम से बखूबी संचालित किया जा रहा है।

रेडियो पत्रकारिता एक विशेष प्रकार की कला है। रेडियो का माध्यम समाचार पत्र से भिन्न होता है। रेडियो का हमारे समाज में एक महत्वपूर्ण भूमिका है। रेडियो को सुनने के लिए अमीर-गरीब, शिक्षित-अशिक्षित व्यक्तियों में कोई अंतर नहीं है। नेत्रहीन व्यक्तियों के लिए तो रेडियो एक वरदान की तरह है। वर्तमान समय में भारत के 90 प्रतिशत आबादी तक रेडियो कार्यक्रमों की पहुँच है।

## भारत में रेडियो दिवस का इतिहास

रेडियो संचार का सबसे प्राचीन माध्यम होने के बावजूद भी रेडियो दिवस को विश्व स्तर पर मनाए जाने का इतिहास ज्यादा पुराना नहीं है। इसे लगभग एक दशक पूर्व ही मनाये जाने की घोषणा हुई थी।

दरसल सर्वप्रथम 20 सितंबर साल 2010 में स्पैनिश रेडियो अकादमी के अनुरोध के बाद, स्पैनिश ने यूनेस्को की एक बैठक में रेडियो दिवस मनाए जाने का अजेंडा रखा। इसके बाद 29 सितंबर 2011 को इस अजेंडे को प्रोविसनल

अजेंडे के रूप में बैठक में शामिल किया गया। इसके बाद स्टोक होल्डर की सहमति के बाद यूनेस्को ने अपने 36 सवे समान्य सत्र में इस दिन को मनाने की घोषणा की। साल 1946 में संयुक्त राष्ट्र ने 13 फरवरी के दिन संयुक्त राष्ट्र रेडियो की स्थापना की थी इसलिए हर साल 13 फरवरी के दिन ही इसे मनाने का निर्णय भी लिया गया।

### रेडियो दिवस का उद्देश्य

इस दिन को मनाए जाने का मुख्य उद्देश्य लोगों और मीडिया के मध्य रेडियो के महत्त्व को स्पष्ट करना है। इसके अलावा इसका एक अन्य उद्देश्य विभिन्न निर्माता और निर्णय लेने वाली कंपनियों को रेडियो की पहुँच के बारे में बताकर उन्हें इसके उपयोग के लिए प्रोत्साहित करना भी है ताकि उनकी बात अधिक जनसामान्य तक पहुँच सके।

### भारत में रेडियो की घरेलू सेवाएं

ऑल इंडिया रेडियो की कई भाषाओं में सेवाएं थी, प्रत्येक देशभर में विभिन्न क्षेत्रों में सेवारत थी।

विविध भारती : विविध भारती, ऑल इंडिया रेडियो की सबसे अच्छी सेवाओं में से एक है। इसका नाम मोटे तौर पर 'विविध भारती' के रूप में अनुवादित है, और इसे व्यावसायिक प्रसारण सेवा भी कहा जाता है। यह ऑल इंडिया नेटवर्क से व्यावसायिक रूप से सबसे अधिक पहुँच योग्य है, भारत के कई बड़े शहरों में लोकप्रिय है। विविध भारती समाचर, फिल्म संगीत और कॉमेडी कार्यक्रमों सहित कई कार्यक्रमों की पेशकश करते हैं। यह प्रत्येक शहर के लिए विभिन्न मध्यम तरंग बैंड आवृत्तियों पर चल रहा है। विविध भारती में प्रसारित होने वाले कुछ कार्यक्रम इस प्रकार हैं-

हवा महल-रेडियो उपन्यास और नाटकों पर आधारित है।

### संतोगें की महफिल-कॉमेडी

ऑल इंडिया रेडियो पर बलूची कार्यक्रम : सूत्रों का दावा है कि ऑल इंडिया रेडियो बलूची भाषा में कार्यक्रम तैयार करने के लिए योजना बना रहा है।

अन्य सेवाएं : इसमें दो सेवाएं और हैं। पहली प्राइमरी चैनल और राष्ट्रीय चैनल आदि।

क्षेत्रीय सेवाएं : ऑल इंडिया रेडियो ने 5 क्षेत्रीय मुख्यालय बनाए। उत्तर जोन का दिल्ली में, पूर्व जोन का कलकत्ता में, उत्तर-पूर्व जोन का गुवाहाटी में, पश्चिम जोन का मुंबई में और दक्षिण जोन का चेन्नई में। इसके अलावा और भी कई स्थानों पर इसके मुख्यालय हैं और प्रत्येक मुख्यालय में अलग-अलग आवृत्ति का प्रसारण होता था।

### भारत में रेडियो की बाहरी सेवाएं

भारत के रेडियो को विदेशी भी सुनना पसंद करते थे, जिसके चलते ऑल इंडिया रेडियो के बाहरी सेवा प्रभाग द्वारा वहां भी प्रसारण शुरू कर दिया गया। सन् 1994 में लगभग 70 घंटे की खबरें और मनोरंजन कार्यक्रम 32 सॉफ्टवेयर ट्रांसमीटर की मदद से प्रसारित किये जाते थे। अखिल भारतीय रेडियो को बाहरी सेवाएं 27 भाषाओं में भारत के बाहर प्रसारित होती हैं— मुख्य रूप से हाई पावर शॉर्टवेव बैंड प्रसारण के माध्यम से हालाँकि मध्यम तरंग भी पड़ोसी देशों के लिए उपयोग की जाती है। भाषा के अनुसार विशिष्ट देशों में लक्षित प्रसारण के अतिरिक्त, सामान्य अंतर्राष्ट्रीय दर्शकों के लिए प्रत्येक दिन 8 घंटे अंग्रेजी में एक सामान्य प्रवासी सेवा प्रसारण होता है। 1 अक्टूबर 1939 को ब्रिटिश सरकार ने अफगान लोगों पर निर्देशित नाजियों के प्रचार का मुकाबला करने के लिए बाहरी प्रसारण शुरू किया था। बाहरी सेवाओं को 16 विदेशी और 11 भारतीय भाषाओं में प्रसारित किया गया, जिसमें मध्यम और शॉर्टवेव आवृत्तियों पर प्रतिदिन 70 घंटे का कार्यक्रम था।

इसके अलावा आधुनिक समय में और भी कई सेवाएं चालू हुई हैं, जिनके नाम हैं डिजिटल रेडियो मॉडायल (DRM), फोन पर न्यूज सेवा, प्रत्यक्ष टू होम सेवा, डाक्यूमेंट्री, सेंट्रल ड्रामा यूनिट, सोशल मीडिया सेल आदि।

### भारत में रेडियो से होने वाले फायदे

रेडियो प्रसारण भारत में स्वदेशी था, यह देश के कोने-कोने में कोई सन्देश पहुँचाने का एक बहुत बड़ा माध्यम था।

- (i) इसके द्वारा देश के किसान विस्तृत रूप से खेती की जानकारी प्राप्त कर सकते थे, मौसम, देश-विदेश से जुड़ी बातें आसानी से देश के लोगों तक पहुँचा सकते थे।



- (ii) ऑल इंडिया रेडियो का मुख्य केंद्र देश की चेतना और एकता को बढ़ाना था। रेडियो के कार्यक्रम को बनाते समय राष्ट्रीय राजनैतिक एकता बनाये रखना, इस बात पर विशेष रूप से ध्यान दिया जाता था।
- (iii) स्वतंत्रता के बाद जब देश की राजनीति में घमासान मचा हुआ था, तब ऐसे कार्यक्रम देश के लोगों को सही राह दिखाते थे।
- (iv) ऑल इंडिया रेडियो ने देश की आर्थिक स्थिति सुधारने में एक मुख्य भूमिका निभाई थी। भारतीय रेडियो में मुख्य रूप से ऐसे कार्यक्रम प्रसारित किये जाते थे, जो सामाजिक एकता को बढ़ाने के लिए अग्रसर होते थे।
- (v) रेडियो के द्वारा देश के लोगों को आधुनिकता और नए तरीके के बारे में भी बताया जाता था।
- (vi) कुछ समय बाद इस देश के इस आधुनिकरण ने टेलीविजन की जगह ले ली और प्रसारण के नए मायने हो गए, लेकिन इसके बावजूद रेडियो देश का एक अनुभवी माध्यम हुआ करता था।
- (vii) ज्ञान, मनोरंजन से जुड़े कार्यक्रम और गानों को रेडियो में सुनना तब भी लोग पसंद किया करते थे। आकाशवाणी और ऑल इंडिया रेडियो आज भी एक बड़े नेटवर्क के रूप में पूरी पृथ्वी पर छाए हुए हैं।

## वर्ल्ड रेडियो दिवस की विषय

साल 2012 और 2013 में इस दिवस को मनाने के लिए कोई विषय निश्चित नहीं की गई थी, अपितु विभिन्न कार्यक्रम आयोजित करके इस दिन को मनाया गया था। साल 2013 में तो इस दिवस को बहुत बड़े पैमाने पर मीडिया का कवरेज भी मिला, जिसे विश्व में लगभग 150 मिलियन से अधिक श्रोताओं ने एक साथ सुना।

इसके बाद साल 2014 में आयोजित महिला दिवस का विषय रेडियो में लैंगिक समानता और महिला सशक्तिकरण रखा गया था। इसके अलावा इसके कई अन्य उद्देश्य जैसे रेडियो स्टेशन के मालिकों, पत्रकारों, अधिकारी और सरकार को लिंग संबंधित नीति और रेडियो के लिए रणनीति विकसित करने के लिए जागरूक करना, रूढ़ियों को खत्म कर नई सोच को बढ़ावा देने के

साथ, रेडियो में विभिन्न पदों पर महिलाओं को स्थान देने का निर्णय लिया गया था। इसके अलावा इस वर्ष महिला रेडियो पत्रकारों की सुरक्षा की तरफ भी ध्यान केंद्रित किया गया था।

साल 2015 में इस दिवस का विषय युवा और रेडियो था, इस विषय का उद्देश्य रेडियो में युवा वर्ग की सहभागिता बढ़ाना था।

साल 2016 में वर्ल्ड रेडियो दिवस का विषय संघर्ष और आपातकाल के समय में रेडियो रखा गया था। इसके अलावा इस वर्ष अभिव्यक्ति की स्वतन्त्रता और पत्रकारों की सुरक्षा जैसे विषयों पर भी ध्यान केंद्रित किया गया था।

साल 2017 में इस दिवस का विषय “रेडियो इज यू” था। इस विषय का उद्देश्य यह था, कि रेडियो के यूजर्स को यह बताया जाए, कि रेडियो के साथ कैसे बात करनी है।

साल 2018 में विश्व रेडियो दिवस का विषय “रेडियो और खेल” था। इस वर्ष भी इस विषय के अलावा अन्य कई सब विषय जैसे समुदाय का निर्माण और उन्हें एकजुट करना और रेडियो हमारे जीवन को कैसे प्रभावित करता है आदि पर भी ध्यान केंद्रित किया गया था।

### रेडियो दिवस कोट्स

- अगर रेडियो शांत रहेगा, तो हमारे कान वास्तविकता से वंचित रह जाएंगे।
- रेडियो माइक्रोफोन के कारण शक्तिशाली नहीं है, बल्कि उस व्यक्ति के कारण है, जो कि माइक्रोफोन के पीछे बैठा है।
- रेडियो एक मनोरंजन का साधन है, जो लाखों लोगों को एक ही समय में एक ही चीज एक साथ सुनने की सुविधा प्रदान करता है।

### रेडियो दिवस कार्यक्रम

यूएन के अनुसार दुनियाभर में लगभग 44000 रेडियो स्टेशन संचालित हैं और अब तक प्राप्त आकड़ों के अनुसार विकसित देशों में लगभग 75 प्रतिशत घरों में रेडियो की पहुँच है। इन आकड़ों से आप अनुमान लगा सकते हैं, कि रेडियो को सुनने वाले लोगों कि तादात कितनी बड़ी है।

### रेडियो की उपयोगिता

मानव प्रगतिशील प्राणी है। उसकी बुद्धि जीवन के भौतिक सुख-साधनों की वृद्धि में सतत कार्यरत रहती है। एक दिन मानव ने सागर की उत्ताल तरंगों

को देखा तो उनकी गति पर विचार किया। उसने सोचा कि जिस प्रकार सागर की ऊँची-ऊँची लहरें उठकर दूर-दूर तक जाती और सागर-तट से टकराती हैं उसी प्रकार वायु में शब्दों की लहरें भी उठती होंगी और दूर-दूर तक जाकर लोगों के कानों से टकराती होंगी।

ऐसी स्थिति में उसने शब्द-ध्वनि की लहरों का उपयोग करने पर विचार किया। उसने अनेक प्रयोग किए। अंत में वह अपने उद्देश्य में सफल हुआ। बिजली के तार के बड़े-बड़े खंभे गाड़कर उसने एक स्थान से दूसरे स्थान तक समाचार भेजना आरंभ किया। यह आविष्कार 'टेलीग्राफ' के नाम से प्रसिद्ध हुआ।

टेलीग्राफ के आविष्कार के बाद उसी सिद्धांत पर 'टेलीफोन' का आविष्कार हुआ। टेलीफोन के आविष्कार के बाद वैज्ञानिकों को एक कठिनाई का सामना करना पड़ा। दूरस्थ स्थानों तक तार के खंभे खड़े करना और फिर उन्हें ठीक-ठाक में बनाए रखना आसान काम नहीं था। अंधी-तूफान में खंभे उखड़ जाते थे और तार टूट जाते थे। इससे समाचार भेजने का काम ठप हो जाता था।

इस कठिनाई को दूर करने के लिए विज्ञानियों ने तार की सहायता के बिना विद्युत् तरंगों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक भेजने के संबंध में प्रयोग करना आरंभ किया। ऐसे विज्ञानियों में सर्वप्रथम भारतीय विज्ञानी सर जगदीशचंद्र बसु का नाम उल्लेखनीय है।

सर बसु अपना प्रयोग कर ही रहे थे कि इटली के एक प्रसिद्ध विज्ञानी मारकोनी ने हर्ट्ज नामक एक जर्मन विज्ञानी की खोज के आधार पर बिना तार की सहायता से समाचार भेजने में सफलता प्राप्त कर ली। हर्ट्ज ने यह खोज की थी कि शब्द-कंपन को बिजली की तरंग में परिणत कर ईथर द्वारा बिना तार लगाए समाचार एक स्थान से दूसरे स्थान तक अति तीव्र गति से भेजे जा सकते हैं।

मारकोनी ने उसकी इस खोज को सत्य सिद्ध कर दिया। उन्होंने जिस यंत्र से समाचार भेजा था, उसका नाम 'ट्रांसमीटर' रखा और जिस यंत्र द्वारा उन्होंने उन विद्युत् शब्द कंपनों को पुनः ध्वनि में बदल दिया, उसका नाम 'रेडियो' रखा। यही रेडियो आज के वैज्ञानिक युग का एक चमत्कार है।

रेडियो का उपयोग हम तीन रूप में करते हैं—

1. प्रचार के साधन के रूप में
2. शिक्षण-कार्य के साधन के रूप में और
3. मनोरंजन के साधन के रूप में।

हमारी केंद्रीय और प्रादेशिक सरकारें रेडियो से अपनी विभिन्न प्रकार की योजनाएँ प्रसारित करती हैं। विश्व में प्रतिदिन घटनेवाली महत्त्वपूर्ण घटनाएँ और उनके संबंध में अपने नेताओं के विचार हमें रेडियो से उसी दिन प्राप्त हो जाते हैं। सोना, चाँदी, अनाज, गुड़ आदि के भावों के उतार-चढ़ाव के समाचार के साथ-साथ फसलों और वर्षा के समाचार रेडियो द्वारा प्रसारित किए जाते हैं। सरकार अपनी शासन-नीति का प्रचार रेडियो द्वारा ही करती है।

रेडियो का उपयोग शिक्षण-कार्य के लिए भी किया जाता है। कविता, कहानी, एकांकी, विविध विषयों पर निबंध, आलोचनाएँ, रेखाचित्र, कवियों की काव्यगत विशेषताएँ, यात्रा वर्णन, प्रसिद्ध ऐतिहासिक स्थानों और दुर्गों का परिचय, साहित्यकारों की जीवनियाँ तथा उनकी साहित्यिक सेवाओं आदि के संबंध में जो ज्ञान विद्यार्थियों को पंद्रह-बीस मिनट की अवधि में रेडियो द्वारा करा दिया जाता है, वह स्थायी रूप में उनके मस्तिष्क का अंग बन जाता है।

प्रातः से संध्या तक जीविकोपार्जन के संघर्ष में व्यस्त मानव जब परिश्रान्त होकर घर आता है तब रेडियो का मधुर संगीत कुछ ही क्षणों में उसे नव-स्फूर्ति से भर देता है। प्रहसन, कवि-सम्मेलन, मुशायरे, वीणा, शहनाई-वादन आदि मनोरंजन के विविध साधन हमें घर बैठे रेडियो द्वारा उपलब्ध हो जाते हैं। रेडियो से हमारा मात्र मनोरंजन ही नहीं होता, हमारे ज्ञान में भी वृद्धि होती है।

हमारे देश में रेडियो का प्रचलन बहुत तेजी से बढ़ रहा है। सन् 1926 में हमारे देश में कुल 3,600 रेडियो थे, पर आज यह संख्या कई लाख तक पहुँच गई है। बड़े-बड़े नगरों में रेडियो स्टेशन स्थापित हो गए हैं और उनमें दिन-रात काम होता रहता है।

# 6

---

## रेडियो की प्रसारण तकनीक

---

रेडियो प्रसारण सम्बन्धी तकनीकी का प्रयोग 19वीं शताब्दी में प्रारम्भ किया गया। 1815 ई. में इटली के इंजीनियर मार्कोनी ने रेडियो टेलीग्राफी के माध्यम से पहला सन्देश प्रसारित किया। यह सन्देश मार्स कोड के रूप में था। विदेशी संचार माध्यमों का सामना करने के लिए भारत में प्रसारण के क्षेत्र को व्यापक बनाया गया है। जैसा कि इलेक्ट्रॉनिक माध्यम बहुत महत्वपूर्ण होते हैं और उनके लिए अनेक प्रकार के विधान भी करने पड़ते हैं।

यह विचार करना पड़ता है कि इन प्रसारणों को किस प्रकार अपनी परिस्थितियों के अनुरूप बनाया जाए और ये कॉपीराइट एक्ट का उल्लंघन ना करें। अब सरकारी नियन्त्रण का युग नहीं रहा है और संचार माध्यमों को स्वायत्तता मिल गई है। इसी कारण प्रसार भारती एक्ट वर्ष 1990 में बना, जिसके 14 और 15 अनुच्छेदों में एक प्रसारण परिषद् के गठन की बात की गई।

रेडियो जनसंचार का एक श्रेष्ठ माध्यम है, जिसमें नई तरह के उपकरणों व प्रणालियों का उपयोग होता है। रेडियो स्टेशन का मुख्य यंत्र ट्रांसमीटर कहलाता है, जिसके जरिए प्रस्तुतकर्ता की आवाज वायुमण्डल से होती हुई उपग्रह तक जाती है, जो पुनः इसे वायु मण्डल में भेज देता है। सामान्यतः श्रोताओं के पास जो रेडियो-ट्रांजिस्टर होता है, उसे आम भाषा में रेडियो सेट कहा जाता है। वह वास्तव में एक रिसेवर है, जो ट्रांसमीटर द्वारा भेजी गयी तरंगों को ग्रहण कर

लेता है। प्रस्तुतकर्ता की आवाज इसी के माध्यम से श्रोताओं के कानों तक पहुँचती है।

प्रत्येक रेडियो केन्द्र को एक आवृत्ति-फ्रीक्वेंसी दी जाती है, इसी आवृत्ति पर केन्द्र प्रसारण करता है। केन्द्र का ट्रांसमीटर इसी फ्रीक्वेंसी के अनुसार कार्य करता है। केन्द्र के पास अपने स्टूडियो होते हैं, जिनमें कार्यक्रम तैयार एवं सम्पादित होते हैं। तथा प्रस्तुतकर्ता द्वारा प्रसारित किए जाते हैं। प्रस्तुतकर्ता अपने लिए निश्चित स्टूडियो से कार्यक्रम का प्रसारण करता है और श्रोताओं से सीधा वार्तालाप भी करता है। प्रस्तुतकर्ता के स्टूडियो में भिन्न प्रकार की मशीनें व कम्प्यूटर आदि यंत्र लगे होते हैं, जिनके माध्यम से वह प्रसारण की प्रक्रिया पूरी करता है। वह अपने सामने रखे माइक्रोफोन के माध्यम से श्रोताओं के सम्पर्क में होता है।

हमारी आवाज तकनीकी शब्दावली में आडियो आवृत्ति या ऑडियो फ्रीक्वेंसी कहलाती है, जो ध्वनि तरंगों के रूप में माइक्रोफोन तक 1160 किमी प्रति घंटा की गति से पहुँचती है। माइक्रोफोन इस ध्वनि को विद्युत तरंगों में परिवर्तन कर देता है। भिन्न तकनीकी प्रक्रियाओं से गुजरती हुई ये विद्युत तरंगें ट्रांसमीटर तक पहुँचती है, जो इन्हें रेडियो तरंगों में बदल देता है। ट्रांसमीटर से ये तरंगें एन्टीना तक पहुँचती हैं। एन्टीना द्वारा रेडियो तरंगें वायुमण्डल में सूर्य की किरणों की यानी 3 लाख किमी प्रति सेकेण्ड की गति से चलती हुई जाती है। सामान्यतया आदमी की आवाज वायुमण्डल में 1160 किमी प्रतिघंटा की रफ्तार से चलती है। जब हम अपने ट्रांजिस्टर सेट की फ्रीक्वेंसी ट्यून करते हैं, तब वह रेडियो के ट्रांसमीटर से संबंध स्थापित कर लेता है। रेडियो तरंगें जब हमारे ट्रांजिस्टर सेट में आती हैं तब हमारा सेट उन्हें ध्वनि तरंगों में परिवर्तित कर देता है। इस प्रकार प्रस्तुतकर्ता की आवाज हमारे कानों तक पहुँच जाती है। यह पूरी प्रक्रिया ही “रेडियो” कहलाती है।

## रेडियो प्रस्तुतिकरण

दुनिया में जितने भी चमत्कार हुए हैं, उनमें सृष्टि सबसे बड़ा चमत्कार है। मनुष्य को बोलने की कला आती है, यही कला रेडियो प्रसारण की आत्मा है। रेडियो ध्वनि का प्रसारण करता है। इसमें शब्दों व ध्वनि के जरिये चित्र भी बनाये जाते हैं। किसी व्यक्ति के बोलने की कला उसके सम्पूर्ण व्यक्तित्व को प्रदर्शित करती है। अतः रेडियो के माध्यम से कार्यक्रम प्रस्तुत करने वाले व्यक्ति की

आवाज जितनी आकर्षक होगी, कार्यक्रम उतना ही प्रभावशाली होगा। एक अच्छे प्रस्तुतकर्ता में निम्न आवश्यक गुण होने चाहिए।

**1. आवाज की पिच—** पिच गले से निकलने वाली आडियो-आवृत्ति का तकनीकी नाम है। (जैसे-पतली आवाज, मोटी आवाज, भारी आवाज आदि)। पुरुषों में पिच की सीमा 80 आवृत्ति से 150 आवृत्ति प्रति सेकेण्ड होती है जबकि महिलाओं में यही सीमा 180 से 280 आवृत्ति प्रति सेकेण्ड तक होती है। प्रत्येक व्यक्ति की आवाज की पिच अलग-अलग होती है। अच्छे प्रस्तुतकर्ता को अपनी वास्तविक पिच का ही प्रयोग करना चाहिए, दूसरों की नकल करने से अपनी स्वाभाविक आवाज में कमी आ जाती है।

**2. आवाज का आयतन या वॉल्यूम—** रेडियो प्रसारण में काम आने वाले माइक्रोफोन श्वांस लेने की प्रक्रिया को भी ग्रहण कर लेते हैं। अतः प्रस्तुतकर्ता को आवश्यकतानुसार धीमे या उच्च स्वर में बोलना चाहिए। बहुत धीमे या बहुत ऊँचा बोलने से आवाज या तो बहुत कम सुनाई देती है या फट जाती है।

**3. बोलने की गति—** भावावेश में व्यक्ति कभी-कभी बहुत जल्दी-जल्दी और कभी बहुत धीरे-धीरे बोलता है। हमारे कान की सुनने की क्षमता 140 से 180 शब्द प्रति मिनट होती है। माइक्रोफोन पर प्रति मिनट हमें कितने शब्द बोलने चाहिए इसका ज्ञान होना प्रस्तुतकर्ता के लिए अति आवश्यक है। यदि वह 180 शब्द प्रति मिनट में अधिक गति से बोलता है तो सुनने वाले की समझ में कुछ भी नहीं आयेगा। इसी प्रकार 120 शब्द प्रति मिनट से कम बोलने पर भी श्रोता असहज महसूस कर सकता है।

**4. आकर्षक आवाज—** आकर्षक आवाज का होना रेडियो प्रस्तुतकर्ता के लिए सबसे जरूरी गुण है। प्रस्तुतकर्ता की आकर्षक और प्रभावशाली आवाज कार्यक्रम में चार चाँद लगा देती है। बहुत से रेडियो प्रस्तोताओं को श्रोता उनकी आवाज के लिए ही याद करते हैं।

**5. भाषा पर पूर्ण अधिकार—** प्रस्तुतकर्ता का अपनी भाषा और बोली पर पूर्ण अधिकार होना चाहिए। उसका उच्चारण भाषा की मानक दृष्टि के अनुरूप होना चाहिए। दोषपूर्ण उच्चारण प्रस्तुति के स्तर को गिरा देता है।

### **ध्वनि अभिलेखागार**

रेडियो प्रसारण को बढ़ाने के लिए एक ध्वनि अभिलेखागार (साउण्ड आर्काइव) बनाया गया है। यह एक प्रकार से रेडियो लाइब्रेरी है। वर्तमान में

कैसेट और रिकॉर्ड का एक बड़ा बाजार बन गया है, पहले यह नहीं था और अभिलेखागार में दुर्लभ ध्वन्यांकन उपलब्ध था। इनमें 50,000 टेप उपलब्ध हैं, जिसमें 12,000 से अधिक संगीत के हैं। संगीत के अलावा साहित्य, कला, विज्ञान और राजनीति से जुड़े अनेक कार्यक्रम भी यहाँ सुरक्षित हैं। ध्वनि अभिलेखागार के साथ आकाशवाणी की अपनी कार्यक्रम प्रत्यंकन और विनिमय सेवा भी है।

आकाशवाणी के विभिन्न केन्द्रों से रिकॉर्डिंग मँगाई व भेजी जाती है। इसके विभिन्न केन्द्रों से तैयार उत्कृष्ट नाटक, रूपक और संगीत के कार्यक्रम आते हैं। रेडियो के पास शास्त्रीय संगीत, लोक संगीत, समूह गीत, देशभक्ति के गीत और अनेक महत्वपूर्ण विधाओं में कार्यक्रमों का एक विशाल संग्रह है। आकाशवाणी अभिलेखागार तथा प्रत्यांकन और विनिमय सेवा के अन्तर्गत उपलब्ध कार्यक्रमों का रेडियो के विभिन्न केन्द्रों से प्रसारण किया जाता है। इन कार्यक्रमों को बढ़ावा देने के लिए पुरस्कार योजना भी है, जो वर्ष 1974 से प्रारम्भ की गई।

### रेडियो समाचार प्रस्तुति

आज के इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के युग में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया से सामान्य तात्पर्य टीवी चैनल ही हो गया है, लेकिन वास्तव में रेडियो भी इसका अभिन्न प्रकार है। सच तो यह है कि टीवी चैनलों का युग शुरू होने से पहले इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का मतलब रेडियो ही रहा। प्रासंगिकता रेडियो की बाद में भी बनी रही और अब भी खत्म नहीं हुई है। ऐसे में रेडियो समाचार में भी पत्रकारों के लिए अवसर और चुनौतियाँ लगातार बने हुए हैं।

रेडियो समाचार प्रसारण में पत्रकारों के लिए मुख्य कार्य रिपोर्टिंग के अलावा, समाचार आलेखन, संपादन और वाचन का है। वास्तव में रिपोर्टिंग में भी समाचार लेखन का कार्य शामिल होता है क्योंकि रेडियो के लिए समाचार अधिकतर लिखित रूप में ही भेजे जाते हैं। रेडियो न्यूज की प्रक्रिया समाचार संकलन, रिपोर्ट लेखन, संपादन एवं अनुवाद, बुलेटिन निर्माण, और समाचार वाचन है।

समाचार संकलन का कार्य तो सामान्य रिपोर्टिंग का ही अंग है। फर्क इसमें यह होता है कि इसमें कैमरे या तस्वीरों की गुंजाइश नहीं होती। इस तरह से रेडियो समाचार टीवी समाचार की तुलना में ज्यादा तेज गति से श्रोताओं तक पहुँच सकते हैं। समाचार जुटाने में वही सारी सावधानियाँ बरतनी होती हैं, जो आमतौर पर



पत्रकारों को पढ़ायी जाती हैं या जो वो अनुभव से सीखते हैं। रिपोर्ट तैयार करते समय समाचार के सभी तथ्यों को ध्यान में रखना जरूरी होता है। घटना स्पष्ट रूप से वर्णित हो। स्थान के नाम इस तरह स्पष्ट दिए हों कि दूरदराज का पाठक भी वहाँ की भौगोलिक स्थिति का अनुमान लगा सके। प्रयास ये भी करना चाहिए कि व्यक्तियों और स्थानों के नाम इस तरह से समझाए जाएँ कि उनका समाचार वाचक सही उच्चारण कर सके। घटना की पृष्ठभूमि भी जरूरत के अनुसार दी जानी चाहिए।

समाचार रिपोर्ट आजकल फ़ैक्स या ईमेल के जरिए (या ऐसे ही आधुनिक तंत्रों के जरिए) तुरंत ही समाचार कक्ष तक भेजी जाती है। समाचार रिपोर्ट प्राप्त होने पर प्रभारी समाचार संपादक का काम शुरू होता है। समाचार की गुणवत्ता के आधार पर वह उस समाचार को लेने या न लेने का निर्णय करता है। समाचार उपयोगी लगने पर वह स्वयं या सहयोगी संपादकों को वह रिपोर्ट देता है ताकि वो उसका संपादन करें या किसी अन्य भाषा में है तो उसे प्रसारण की भाषा में अनुवाद करें।

समाचार संपादक जो प्रति तैयार करता है, वही मोटे तौर पर वाचन प्रति होती है, इसलिए समाचार संपादक को बहुत सतर्कता से काम करने की जरूरत होती है। भाषा बहुत ही सरल, और हर हाल में बोली जाने वाली होनी चाहिए। हिंदी के हिसाब से देखें, तो 'तथा, एवं, व' जैसे शब्दों का इस्तेमाल कतई नहीं होना चाहिए क्योंकि बोलचाल में इन सबकी जगह हम हमेशा 'और' शब्द का ही इस्तेमाल करते हैं। समाचार लेखन और संपादन में भी यही करना चाहिए। 'द्वारा' शब्द का इस्तेमाल तो भूलकर भी नहीं करना चाहिए। इसका इस्तेमाल तो अखबारी भाषा तक में वर्जित होता है।

इसके अलावा, संख्याओं को जहाँ तक संभव हो, राउंड फिगर में व्यक्त करना चाहिए, भले ही इसके लिए करीब या लगभग जैसे शब्दों का इस्तेमाल साथ में करना पड़े। अंग्रेजी में बड़ी संख्याएं मिलियन, बिलियन, और ट्रिलियन तक के रूप में व्यक्त की जाती हैं और सहज ही यह समझा जा सकता है कि हिंदी में गिनती के ये शब्द कतई नहीं चलते। हिंदी में संख्याएं हमेशा सौ, हजार, लाख, करोड़ और अरब आदि के रूप में व्यक्त करने पर ही श्रोता उन्हें समझ सकते हैं। दशमलव की संख्याओं के इस्तेमाल से भी बचना चाहिए और जहाँ जरूरी हो वहाँ दशमलव और उसके बाद के अंकों को शब्दों में ही लिख देना चाहिए। उदाहरण के लिए 7.65 को 7 दशमलव छह पाँच लिखना बेहतर होगा

अन्यथा वाचक इसे सात दशमलव पैसठ पढ़ने की गलती कर सकता है। समाचार संपादन और अनुवाद करते समय वाक्य भी बहुत लंबे-लंबे नहीं होने चाहिए। भाषा की सरलता इस हद तक होनी चाहिए कि एक बार सुनते ही श्रोता आशय समझ जाए। अखबार की तरह रेडियो के श्रोता को कोई लाइन समझ न आने पर दोबारा देख लेने की सुविधा नहीं होती, इसलिए उसे एक बार में ही सारी बात समझानी होती है।

अखबार के समाचार की तरह रेडियो में समाचार का इंट्रो अलग से देना आसान नहीं होता। बुलेटिन लंबा हो, तब तो कुछ आसानी होती है जिसमें पहली लाइन में समाचार की सबसे मुख्य बात को दिया जा सकता है। अगर बुलेटिन बहुत छोटा (मसलन 5 मिनट का) हो तो समाचार की पंक्तियां इस तरह से चुननी पड़ती हैं कि वो इंट्रो का भी काम करें और मूल समाचार भी कह डालें।

समय के महत्त्व को बहुत ज्यादा ध्यान में रखना चाहिए और कम-से-कम शब्दों में अपनी बात कहनी चाहिए। रेडियो के संदर्भ में तो यह बात बहुत ही महत्त्वपूर्ण हो जाती है। अगर किसी एक ही समाचार में ज्यादा समय लगा दिया तो निश्चित मानिए कि कोई दूसरा समाचार छूट जाएगा या पूरा नहीं जा पाएगा।

समाचार संपादन और अनुवाद पूरा हो जाने के बाद प्रभारी समाचार संपादक उस पर नजर डालकर उसे अंतिम रूप देता है। इस दौरान वह तथ्यों की जाँच जरूर करता है ताकि किसी भी तरह की गलती न जा सके। इसके बाद काम शुरू होता है, बुलेटिन निर्माता का। बुलेटिन निर्माता के पास ढेर सारे समाचार होते हैं जिनमें से वह महत्त्व के आधार पर कुछ समाचार चुनता है। समाचार बुलेटिन अगर बड़ा है तो चुने गए समाचारों में से ही वह हेडलाइंस या मुख्य समाचार भी चुनेगा। कम समय में ज्यादा-से-ज्यादा समाचार देने के क्रम में वह मूल प्रति में से काट-छांट भी कर सकता है और कुछ वाक्यों का रूप भी परिवर्तित कर सकता है। महत्त्वपूर्ण तथ्यों को एक बार फिर से जाँच लेना भी उसका दायित्व होता है। किसी शब्द के उच्चारण में वाचक को या समझने में श्रोता को दिक्कत तो नहीं होगी, इसका भी उसे ध्यान रखना चाहिए और आवश्यकतानुसार परिवर्तन कर लेना चाहिए।

बुलेटिन निर्धारित समय में खत्म हो जाए, इसके लिए समाचारों की लाइनों और उन्हें पढ़ने में लगने वाले समय का हिसाब लगा लेना चाहिए। बुलेटिन निर्धारित समय से न तो पहले खत्म होना चाहिए और न ही बाद में। इसके लिए अंत में अक्सर छोटे-छोटे समाचार रखने चाहिए ताकि आवश्यकतानुसार कहीं भी

बुलेटिन खत्म करने में आसानी हो। बुलेटिन निर्धारित समय से पहले ही न खत्म हो जाए, इसके लिए बुलेटिन निर्माता को कुछ अतिरिक्त समाचार भी बुलेटिन के साथ में लगा देने चाहिए ताकि समय बचने की स्थिति में उनका इस्तेमाल करवा सके।

इस तरह से बुलेटिन पूरी तरह से तैयार हो जाने के बाद उसे समाचार वाचक के हवाले कर दिया जाता है। समाचार वाचक का काम प्रसारण योग्य मधुर आवाज में आकर्षक तरीके से समाचारों की प्रस्तुति करना होता है। प्रायः नया पैराग्राफ या नया समाचार बोलते समय थोड़ा जोर से बोलना श्रोता का ध्यान खींचने में सहायक सिद्ध होता है। इसके अलावा, स्वर में उचित उतार-चढ़ाव या आरोह-अवरोह का तो अपना महत्त्व होता ही है। सबसे बड़ी बात यह है कि समाचार तैयार करने में कितनी भी बड़ी टीम क्यों न शामिल रहती हो, लेकिन श्रोता केवल समाचार वाचक की आवाज को ही पहचानता है। उसके लिए समाचार अच्छा या बुरा होने का जिम्मेदार केवल समाचार वाचक ही होता है। ऐसे में समाचार वाचक का कर्तव्य होता है कि वह माइक पर वाचन करने से पहले समय रहते एक बार रिहर्सल जरूर कर ले, ताकि किसी भी तरह की त्रुटि की गुंजाइश न रहे।

### रेडियो प्रसारण के प्रकार

प्रसारण शब्द का अर्थ है रेडियो-फ्रीक्वेंसी तरंगों का उपयोग करके ऑडियो या वीडियो सामग्री का प्रसारण। डिजिटल प्रौद्योगिकी में हालिया प्रगति के साथ, अब रेडियो प्रसारण कई अलग-अलग प्रकार के सामग्री वितरण पर लागू होता है। आज आप पहले से कहीं अधिक प्रकार के रेडियो स्टेशनों में ट्यूनिंग करने का विकल्प चुन रहे हैं।

आइए इन प्रकारों की समीक्षा के साथ शुरू करें।

### एनालॉग रेडियो

एनालॉग रेडियो में दो मुख्य प्रकार होते हैं— ए.एम (आयाम मॉड्यूलन) और एफएम (आवृत्ति मॉड्यूलन)। एनालॉग रेडियो स्टेशन अक्सर केवल एक ट्रांसमीटर को खिलाता है और अमेरिका में एक एएम स्टेशन या एफएम स्टेशन के रूप में संदर्भित किया जाता है, लेकिन एक स्टेशन के लिए एक समान क्षेत्र में दोनों ट्रांसमीटरों को खिलाने के लिए, या विभिन्न क्षेत्रों को कवर करने वाले एक से

अधिक ट्रांसमीटर को खिलाने के लिए यह काफी संभव है। या तो मामले में, एएम या एफएम केवल एक विशेष ट्रांसमीटर को संदर्भित करता है और पूरे स्टेशन को नहीं। बाद की व्यवस्था पूरे अमेरिका में व्यापक हो रही है। एएम रेडियो कुछ देशों में लंबी-लहर बैंड का उपयोग करता है। यह लॉन्ग-वेव बैंड उन आवृत्तियों के साथ आता है, जो एफएम बैंड की तुलना में काफी कम होती हैं, और थोड़ी दूरी पर प्रसारण के लिए बेहतर होने के कारण थोड़ा अलग ट्रांसमिशन फीचर रखती हैं। AM और FM दोनों का उपयोग घर, कार और जंगम रिसीवर के लिए ऑडियो सिग्नल प्रसारित करने के लिए किया जाता है।

### डिजिटल रेडियो

डिजिटल रेडियो सिस्टम के लिए चार मानक दुनिया भर में मौजूद हैं— IBOC (इन-बैंड ऑन-चैनल), DAB (डिजिटल ऑडियो ब्रॉडकास्टिंग), ISDB-TSB (इंटीग्रेटेड सर्विसेज डिजिटल ब्रॉडकास्टिंग-टैरेस्ट्रियल साउंड ब्रॉडकास्टिंग), और DRM (डिजिटल रेडियो मॉडियल)। सभी एक दूसरे से कई मायनों में अलग हैं।

### आईबीओसी

एचडी रेडियो के ट्रेडमार्क वाले नाम के साथ iBiquity Digital Corporation नाम की कंपनी ने IBOC विकसित की और अभी भी इसे प्रबंधित करना जारी है। 2003 में एक नियमित उपयोग के लिए प्रस्तुत किया गया, यह अब अमेरिका में अक्सर है 2,000 USAM और FM स्टेशनों से अधिक आज IBOC डिजिटल रेडियो सेवाओं का उपयोग कर रहे हैं। अमेरिका के अधिकांश HD रेडियो स्टेशन FM बैंड का उपयोग कर रहे हैं, और उनमें से अधिकांश अब एक या अधिक मल्टीकास्ट सेवाओं की पेशकश कर रहे हैं। आज, IBOC स्टेशन अपनी प्राथमिक सामग्री के दो संस्करणों को प्रसारित करते हैं— एनालॉग और डिजिटल। इसलिए वे एक ही प्रसारण चैनल का उपयोग करके विरासत और नए रिसीवर दोनों की सेवा कर रहे हैं।

### थपका

अमेरिका में यूरेका 147 और यूके में डिजिटल रेडियो के रूप में भी जाना जाता है, DAB IBOC के समान कई फायदे के साथ आता है। लेकिन यह

अपने डिजाइन में मौलिक रूप से भिन्न है। IBOC के विपरीत, DAB एनालॉग ट्रांसमिट वाला चैनल साझा नहीं कर सकता है। इसलिए इसे एक नया, समर्पित बैंड चाहिए। प्रत्येक डीएबी प्रसारण को बहुत अधिक बैंड की आवश्यकता होती है क्योंकि इसमें बहु-कार्यक्रम सेवाएं शामिल होती हैं (आमतौर पर 6 से 10 तक, गुणवत्ता और डेटा की मात्रा पर निर्भर करती है)। यह एक विशिष्ट स्थानीय रेडियो स्टेशन द्वारा अनुपयोगी बनाता है। यह आम तौर पर कई प्रसारकों के सहयोग से, या तीसरे पक्ष के एग्रीगेटर द्वारा लागू किया जाता है, जो प्रसारकों के लिए सेवा संचालक के रूप में कार्य करता है।

हाल ही में डीएबी और डीएबी-आईपी के रूप में पहचाने जाने वाले डीएबी के उन्नत संस्करण विकसित किए गए हैं। ये विकास डीएबी सिग्नल की सीमा को बढ़ाते हैं। आज, दुनिया भर के लगभग 40 देशों में वायु पर (ज्यादातर यूरोप में) डीएबी सेवाएं हैं, और अन्य इसे या इसके किसी एक संस्करण को अपनाने के बारे में सोच रहे हैं।

### **ISDB-टीएसबी**

सन् 2003 में जापान के लिए विशेष रूप से विकसित, ISDB-TSB बहु-प्रोग्राम सेवाओं के लिए उपयोग किया जाने वाला डिजिटल रेडियो सिस्टम है। यह वर्तमान में VHF बैंड में ट्रांसमिशन फ्रीक्वेंसी का उपयोग कर रहा है। ISDB-TSB की एक अनूठी विशेषता यह है कि समान प्रसारण में ISDB डिजिटल टीवी चैनलों के साथ डिजिटल रेडियो चैनलों का परस्पर संबंध है।

### **DRM**

डीआरएम मुख्य रूप से शॉर्ट-वेव बैंड में एएम अंतर्राष्ट्रीय प्रसारण के लिए एक प्रत्यक्ष विकल्प के रूप में विकसित एक प्रणाली है। डीआरएम समान चैनल योजना का उपयोग एनालॉग सेवाओं के रूप में करता है, और एनालॉग सेवा के लिए कुछ सीमाओं और परिवर्तनों के साथ, एक डीआरएम प्रसारण उसी चैनल को एनालॉग स्टेशन के साथ साझा कर सकता है, मौजूदा चैनल आवंटन डीआरएम एक ऑडियो चैनल प्रणाली है जब इसका उपयोग किया जाता है। एक बढ़ाया संस्करण DRM है, जिसे VHF बैंड के लिए 2007 में पेश किया गया है। यह सुधार दो-चैनल और सराउंड-साउंड क्षमता प्रस्तुत करता है।

### Sirius XM

Sirius XM दो समान लेकिन प्रतिस्पर्धी उपग्रह रेडियो सेवाओं का संयोजन है— XM सैटेलाइट रेडियो और Sirius सैटेलाइट रेडियो। एक्सएम और सीरियस, जो अभी भी खुदरा स्तर पर अलग से काम करते हैं, सदस्यता सेवाएं हैं। वे कार, पोर्टेबल और फिक्स्ड रिसेवर्स द्वारा रिसेप्शन के उद्देश्य से एक्सएनयूएमएक्स डिजिटल ऑडियो चैनलों से अधिक प्रसारित करते हैं। ये पूर्ण महाद्वीपीय संयुक्त राज्य अमेरिका, कनाडा के अधिकांश हिस्से और मेक्सिको के कुछ हिस्सों को कवरेज प्रदान करते हैं।

### विज्ञान के विकास में रेडियो का योगदान

आकाशवाणी यानी की रेडियों अपने कार्यक्रमों को तैयारी और अन्य गतिविधियों में बहुजन हिताय-बहुजन सुखाय के लक्ष्य से निर्देशित होता है। जिसका उद्देश्य सूचना शिक्षा एवं मनोरंजन के माध्यम से बड़ी संख्या में लोगों की प्रसन्नता तथा कल्याण को प्रोत्साहित करना है। आकाशवाणी यानी रेडियों ने भगवान बुद्ध के कथन चखै भिक्षु, बहुजनहिताय बहुजनसुखाय को अपना कर तथा इसको अपना उद्देश्य बनाकर जनता की सेवा में अपने आपको समर्पित किया है। बहुतां के हित और सुख को ध्यान में रखकर आकाशवाणी से तरह-तरह के कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं।

आकाशवाणी कार्यक्रमों का मुख्य उद्देश्य यह कि वह अपने कार्यक्रमों में सूचना रखे, शिक्षा प्रदान करे, सांस्कृतिक एवं कलात्मक दृष्टिकोण से जुड़ा रहे, उनमें क्षेत्रीय कार्यक्रमों की प्रधानता रहे, श्रोताओं की रूचि का विशेष ध्यान रहे, मनोरंजन के साथ-साथ सामान्य जन-जीवन की महत्वपूर्ण परम्पराओं का ध्यान रखना तथा संस्कार की राष्ट्रीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय नीतियों को निष्पक्ष होकर प्रसारित करते रहना तथा नित्य प्रतिदिन विकासोन्मुख प्रगति करना।

24 मई 1844 से पहले सभी लिखित सन्देश रेल, गुड़सवारों, पैदल जाने वालों अथवा कबूतर द्वारा भेजे जाते थे परन्तु उस दिन जब सेमुअल (samual morse) ने ध्वनि सन्देश को संचालित करने का आविष्कार किया तो टेलीग्राफी प्रारंभ हुई।

फिर कई वर्षों के बाद वैज्ञानिकों के प्रयोगों के पश्चात् सन् 1876 में अलेक्जेंडर ग्राहम बेल ने टेलीफोन का आविष्कार किया। सन् 1886-87 में जर्मन भौतिक वैज्ञानिक हेनरिक रोडाल्फ हर्टज ने सिद्ध किया कि ऊर्जा को तारों

के प्रयोग बिना ही प्रक्षेपित किया जा सकता है। उन्हीं दिनों इटली के वैज्ञानिक गुग्लिनि ने मारकोनी ने रेडियो की खोज का कार्य प्रारंभ किया। परन्तु इटली में उन्हे कोई सहायता न मिली और न ही कोई प्रोत्साहन। अतः वे इंग्लैंड चले गए। ब्रिटिश सरकार ने उन्हें सहयोग दिया और एक अनुबन्ध के पश्चात मारकोनी वायरलेस टेलीग्राफ एण्ड सिगनल कम्पनी को स्थापित किया। इंग्लैंड में 2 जनू 1896 को उन्होनें सर्वप्रथम अपने प्रयोग का पेटेंट करवाया और मारकोनी ने हर्टज तथा अन्य वैज्ञानिक के आविष्कारों के आधार पर अपने प्रयोग द्वारा पहला वायरलेस सिगनल 1901 में अटलांटिक के उस पार भेजने में सफलता पाई।

टेक्नोलॉजी का विकास हुआ और 1906 तक आते-आते अमरीकी वैज्ञानिक ली.डी. फॉरेस्ट (La de Forest) ने आडियान तैयार किया जो जॉन फ्लेमिंग के वेक्यूम ट्यूब (vacume tube) की तकनीक पर आधारित था। उस यन्त्र से आवाज और संगीत को सुनना आसान हो गया था। सन 1906 में क्रिसमस के दिन आदमी की आवाज और संगीत को सैकड़ों मील दूर समुद्री जहाजों पर नाविक को सुना दिया गया। इसे विश्व का पहला रेडियो प्रसारण माना गया है।

सन् 1914 में प्रथम विश्वयुद्ध, प्रारंभ होने के पश्चात इंग्लैंड तथा जर्मनी ने नौसेना व थलसेना को सन्देश भेजने के लिए शक्तिशाली वायरलेस केन्द्र स्थापित किए तथा अमेरिका की जनरल इलेक्ट्रिकल कम्पनी एटी एंड टी (अमरीकन टेलीफोन एंड टेलीग्राफ) ने उन सन्देशों को प्राप्त करने के लिए अनगणित रेडियो-सेट बनाए।

1. इट्रोडयूसिंग मास कम्प्यूनिकेशन—माइकल डब्लू गोम्बल व टेरी क्वाल गोम्बल, मेकगा - हिल बुक कम्पनी न्यूयार्क 1986

2. डॉ. ओमप्रकाश जमलोकी, आकाशवाणी एवं दूरदर्शन उद्भव तथा विकास, अरावली बुक्स इन्टरनेशनल 2002।

सन् 1910 और 1954 के बीच बी.बी.सी, रेडियो कारपोरेशन ऑफ इंडिया, रशियन ब्राडकास्टिंग कम्पनी, वाइस आफ जर्मनी, रेडियो जर्मनी आदि राष्ट्रीय प्रसारण संस्थाओं की स्थापना हुई।

भारत में नियमित रेडियो प्रसारण सन् 1927 ई. में एक निजी संस्था इंडियन ब्राडकास्टिंग कम्पनी लिमिटेड द्वारा शुरू हुई हालांकि इससे पहले बम्बई और मद्रास में रेडियो क्लबों की स्थापना हो चुकी थी। कुछ ही वर्षों में सरकारी नियन्त्रण में इंडियन स्टेट ब्राडकास्टिंग सर्विस के अन्तर्गत दिल्ली में रेडियो स्टेशन की स्थापना हुई। बी. बी. सी के श्री फील्डेन इसके नियंत्रक नियुक्त हुए।

इस प्रकार कुछ ही वर्षों में आल इंडिया रेडियो-आकाशवाणी का जन्म हुआ, जो कि 8 जून 1936 को हुआ। 1 अगस्त 1937 को सेन्ट्रल न्यूज आर्गनाइजेशन की स्थापना हुई तथा नवम्बर तक आल इंडिया रेडियो संचार मंत्रालय को सुपुर्द कर दिया।

वैसे रेडियो शब्द का जन्म लैटिन भाषा 'रेडियस' से हुआ है। रेडियस का अर्थ 'एक संकीर्ण किरण या प्रकाश स्तम्भ जो आकाश में विद्युत चुम्बकीय तरंगों द्वारा फैलती है' होता है। रेडियो तरंगे प्रति सैकंड तीन लाख किलोमीटर की गति से वायुमण्डल में फैलती है तथा एक लाख छियासी हजार मील प्रति सैकंड के वेग से अन्तरिक्ष में विचरण करती है। रेडियो का आशय भेजी जा रही सूचनाओं के संचार हेतु संकेतों का विद्युत चुम्बकीय तरंगों के रूप में तथा उपयुक्त स्थान तक पहुँचने से है।

आकाशवाणी अपने प्रारम्भिक दिनों में प्रसारणों में विज्ञान को स्थान देता है। जिनमें विशिष्ट वैज्ञानिकों से वार्ता, भेंट वार्ता, परिचर्चा, वृत्त रूपक, आदि मुख्य कार्यक्रम रहे हैं। कालान्तर में विज्ञान प्रसारणों को क्रमबद्ध रूप देने तथा वैज्ञानिक जागरूकता को जन-जागरण के रूप में प्रस्तुत करने के लिए आकाशवाणी महानिदेशालय में एक साइंस सेल (विज्ञान प्रकोष्ठ) की स्थापना की गई तथा अहमदाबाद, बंगलौर, दिल्ली, जयपुर, त्रिवेन्द्रम, भोपाल, कटक, डिब्रूगढ़, लखनऊ, बम्बई, कलकता, हैदराबाद और मद्रास में विज्ञान प्रकोष्ठ की स्थापना की गई। आरंभ में इन 13 केन्द्रों पर ही विज्ञान प्रकोष्ठ की स्थापना की गई थी। इसके बाद अन्य केन्द्रों पर इसका विस्तार किया गया, जिनमें जालन्धर, पटना, गोहाटी, कोहिमा, शिमला, श्रीनगर, पणजी और शिलांग। इन केन्द्रों पर विज्ञान प्रकोष्ठ में विज्ञान अधिकारी एक सहायक सम्पादक अथवा एक प्रस्तुति सहायक होता है। जिनका चयन उन लोगों के बीच में होता है, जिनकी विज्ञान के प्रति अभिरूचि और क्षमता है तथा इनको लोकप्रिय बनाने की व्यवस्था में महारत हासिल है।

विज्ञान धारावाहिक के निर्माण के कारण अनेक विज्ञान लेखक सामने आए जो विभिन्न भाषाओं में आज भी सक्रिय भूमिका निभा रहे हैं। इसके उपरान्त 1998-99 में एन सी एस टी सी, विज्ञान प्रसार और आकाशवाणी के संयुक्त प्रयासों से छू-मन्तर धारावाहिक का निर्माण किया गया जिसका मुख्य उद्देश्य अन्धविश्वास के पीछे विज्ञान पर आधारित था।



विज्ञान प्रसार द्वारा समय-समय पर दूर-दराज के लोगों के लिए जहाँ रेडियो संचार का एक प्रमुख माध्यम है कई कार्यक्रम विकसित किए गए हैं। जिनमें छतीसगढ़ी, गोण्डी, भीली, नेपाली, वालटी, पुरूगी आदि भाषाओं में निर्मित किए गए कार्यक्रम मुख्य हैं। यह कार्यक्रम भी आकाशवाणी के क्षेत्रीय स्टेशन द्वारा प्रसारित किए गए हैं। इसमें इस बात का मुख्य ध्यान रखा गया है कि कार्यक्रम में स्थानीय लोगों की भागीदारी सुनिश्चित हो, वह कार्यक्रम क्षेत्र की समस्याओं पर आधारित हो। इन कार्यक्रमों में पर्यावरण कालिंग काफी महत्वपूर्ण रहा है।

विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी के साथ-साथ इन माध्यमों में भी परिवर्तन नजर आए हैं, जिससे यह एनालाग से डिजिटल, एफ.एम रेडियो, सामुदायिक रेडियो, हैम रेडियो, वेब रेडियो, जैसे विभिन्न प्रारूपों में परिवर्तित हुआ है। सैटेलाइट रेडियो, स्काई रेडियो, इन्टरनेट रेडियो, इन रूपों में किए जा रहे प्रयास निम्न है।

( 1 ) **ए.एम. रेडियो** – दुनिया में ए.एम प्रसारण सन् 1920 के लगभग शुरू हुआ था। ए.एम का अर्थ एम्प्लीट्यूड माड्यूलेशन होता है। इस तकनीक में रेडियो तरंगों के प्रसारण के दौरान कैरियर सिग्नल के एम्प्लीट्यूड को प्रसारित सिग्नल के एम्प्लीट्यूड के संदर्भ में परिवर्तित किया जाता है। शुरुआत में ए.एम रेडियो स्टेशन ही होते थे। आकाशवाणी शार्ट वेब तथा मीडियम वेब द्वारा ए.एम रेडियो का प्रसारण करता रहा है। ए.एम रेडियो तकनीक की खूबी है कि इसके सिग्नल को साधारण उपकरण से भी ट्यून करके पकड़ा जा सकता है यानी आवाज सुनी जा सकती है। ये साधारण रेडियों सेट पर चलते हैं जिनमें पावर की खपत नाम मात्रा की होती है। ए.एम प्रसारण वेब में 530 से 1700 के एच जेड फ्रीक्वेंसी के बीच होता है, जिसे मानक प्रसारण बैंड कहा जाता है।

( 2 ) **एफ.एम रेडियो** – एफ.एम रेडियो का आविष्कार 1930 के आस-पास एडविन एच आर्मस्ट्रांग ने किया था। ए.एम रेडियों प्रसारण में अन्तरोध की समस्या से निपटने के लिए एफ.एम रेडियो तकनीक का जन्म हुआ था। ए.एम रेडियो प्रसारण विद्युतकीय तरंगों तड़ित तथा विद्युत चुम्बकीय गतिरोधों से अत्याधिक प्रभावित होता है तथा रात्रि में इसके सिग्नल कमजोर होने की सम्भावना रहती है। जबकि एफ.एम प्रसारण में इन दोनों समस्याओं के लिए कोई जगह नहीं है। एफ.एम रेडियों में उच्च आवाज फिडेलिटी तथा स्टीरियो प्रसारण बहुत सामान्य बात हैं।

एफ.एम रेडियों प्रसारण फ्रीक्वेंसी 88 से 108 एम.एच.जेड है चूँकि एफ.एम रेडियों फ्रीक्वेंसी काफी उच्च है, जो मेगाहर्टज में हैं जबकि ए.एम रेडियो फ्रीक्वेंसी किलोहर्टज में है इसलिए जहाँ ए.एम रेडियों के दो चैनलों के मध्य अन्तर गैप 10 के एचजेड होता है वहीं एफ.एम रेडियों में न्यूनतम 200 के एचजेड है अर्थात् 0.2 एमएचजेड होता है जिससे दो चैनलों के मध्य अन्तरोध की समस्या नगण्य हो जाती है तथा दिन और रात के रेडियो प्रसारण में एक समान आवाज की स्पष्टता हो सकी है।

कार्यक्रम के बीच स्वास्थ्य, पर्यावरण, कृषि, भोजन, संचार और विज्ञान सम्बन्धी तथ्य प्रस्तुत किए जा रहे हैं। इसी सम्बन्ध में ऑल इण्डिया रेडियों कोलकता द्वारा एक कार्यक्रम 'Bigyan Rasikar Darbane' प्रयोग के तौर पर प्रारंभ किया जिसमें आविष्कारों, खोजों विज्ञान के कुछ चर्चित स्थानों की सैर आदि मुद्दों को मुहावरों, लोकोक्तियों, सूक्तियों के रूप में प्रस्तुत किया। नए अन्दाज के इस कार्यक्रम को श्रोताओं ने काफी पसन्द किया। कार्यक्रम के मध्य पूछे गए प्रश्नों का उत्तर उद्घोषक द्वारा काफी तत्परता से दिए गए। इस तरह के प्रयोग देश के अन्य भागों में अलग-अलग भाषाओं में जारी है और कार्यक्रम निर्माण की चुनौती है कि कैसे विज्ञान को मानव के साथ प्रस्तुत किया जाए जिससे लोगों के मन में दी गई जानकारी समझ में आए और कार्यक्रम की गुणवत्ता कम भी न हो सके।

सन् 1940 में न्यू इंग्लैंड में यानकी नेटवर्क से एफ.एम रेडियो मूलतः आरंभ हुआ। किन्तु ए.एम रेडियो प्रसारण को इससे कोई खतरा नहीं हुआ, क्योंकि इसके प्रसारण को सुनने के लिए विशेष उपकरण की आवश्यकता पड़ती थी। सन् 1960 से 1970 तक ए.एम रेडियो सेवा प्रदाता अपने कार्यक्रमों को एफ.एम रेडियो पर भी साथ प्रसारित करने लगे। सत्तर के दशक में एफ . सी सी द्वारा साथ-साथ प्रसारण को रोका गया। तब एक ही रेडियो सेट में ए.एम तथा एफ एम सिग्नल को ट्यून करने की सुविधा वाले उपकरण उपलब्ध होना शुरू हुए। धीरे-धीरे एफ.एम रेडियो दुनिया के शहरों में लोकप्रिय होता रहा है, वही ए.एम रेडियो गांवों में आज भी लोकप्रिय बना हुआ है।

**( 3 ) सामुदायिक रेडियो** – कम्युनिटी रेडियो का सीधा अर्थ है कि यह स्थानीय स्तर पर किसी क्षेत्र विशेष की जरूरतों को पूरा करता है। ऐसे समुदाय या क्षेत्र की उपेक्षा सामान्यतः बड़े लोकप्रिय रेडियो प्रसारण द्वारा की जाती है वहाँ पर सामुदायिक रेडियो प्रसारण इस उपेक्षित क्षेत्र के श्रोताओं की स्थानिय भाषा

और बोलियों में उनकी आवश्यकताओं की पूर्ति करता है। अमेरिका, कनाडा तथा आस्ट्रेलिया जैसे देश में सामुदायिक रेडियो गैर व्यवसायिक तथा बिना लाभ के उद्देश्यों के लिए शुरू किए गए। भारत में भी सन् 1995 में मानवीय उच्चतम न्यायालय के इस निर्णय पर कि Airwaves are public property अर्थात् हवाई तरंग जनता की सम्पत्ति है। इस निर्णय के बाद शैक्षणिक परिसरों में सामुदायिक रेडियो प्रसारण की प्रेरणा मिली।

भारत सरकार ने दिसंबर 2002 में सुस्थापित शैक्षणिक संस्थाओं में सामुदायिक रेडियो स्टेशन स्थापित करने के लिए लाइसेंस प्रदान करने हेतु नीति अनुमेदित की थी जिसके फलस्वरूप वर्तमान में देश में 179 स्टेशन कार्यरत हैं। पहला कम्प्यूनिटी रेडियो अन्ना 2004 में अन्ना विश्वविद्यालय में खोला गया।

इनका मुख्य उद्देश्य समुदाय के लोगों की आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए उनकी भागीदारी सुनिश्चित करनी है। इसमें विकास, कृषि, स्वास्थ्य, शिक्षा, पर्यावरण समाज कल्याण सामयिक विकास एवं सांस्कृतिक कार्यक्रम पर बल देना चाहिए। इस प्रारूप में एक विशेष समुदाय को ध्यान में रखते हुए कार्यक्रम बनाए जा रहे हैं और कई संस्थाएं सरकारी और गैर सरकारी इसमें कार्य कर रही हैं। विज्ञान प्रसार और ऑल इण्डिया रेडियो पर निर्मित किए गए कार्यक्रम भी इनको उपलब्ध कराये गए हैं।

**(4) सैटेलाइट रेडियो** – उपग्रह की सहायता से रेडियो कार्यक्रमों को सुनना ही सैटेलाइट रेडियो कहा जाता है। सैटेलाइट रेडियो, संचार उपग्रह से प्रसारित सिग्नल ग्रहण करता है, जो बहुत बड़े भू-भाग को कवर करता है। जबकि भौगोलिक रेडियो सिग्नल स्टेशन सीमित भू-भाग में ही प्रसारण करती है। इसको हम लम्बी यात्रा के दौरान अपनी कार में बिना बार-बार ट्यून करें लगातार एक ही स्टेशन के प्रसारण को स्पष्ट रूप से सुन सकते हैं।

जब हम विभिन्न शहरों से गुजरते हुए लम्बी ट्रिप पर जाते हैं तो प्रत्येक 45 से 60 किलोमीटर बाद हमें अपनी कार के रेडियों को ट्यून करना पड़ता था। बीच-बीच में सिग्नल भी कमजोर होता रहता था, किन्तु सैटेलाइट रेडियों में इन मुसीबतों से छुटकारा मिल गया है। अब हम दुनिया के कोई भी रेडियो चैनल को जिसका प्रसारण उपग्रह की मदद से हो रहा है, सैटेलाइट रेडियो की मदद से आसानी से यात्रा के दौरान भी सुन सकते हैं।

सैटेलाइट रेडियों को डिजिटल रेडियों भी कहते हैं क्योंकि इसकी आवाज एकदम स्पष्ट बिना रूकावट के तथा सीधे गुणवत्ता वाली सुनाई पड़ती है।

सैटेलाइट रेडियो को हम सबसक्रिप्शन रेडियो भी कहते हैं। क्योंकि इसको सुनने के लिए हमको वार्षिक फीस देनी होती है। भारत में बीपीएल तथा टाटा द्वारा सर्विस उपलब्ध की गई है। जिसका सबसक्रिप्शन चार्ज : 1800 प्रतिवर्ष लगभग है। उपग्रह रेडियो का इतिहास ज्यादा पुराना नहीं है।

( 5 ) **डिजीटल रेडियो** – डिजीटल रेडियो प्रसारण सेवा सर्वप्रथम यूरोप में शुरूआत हुई तथा इसके बाद अमेरिका में। यह सेवा यू. के में 1995, जर्मनी में 1999 में आरंभ हुई। यूरोपियन सिस्टम में इसको डिजीटल आडियो ब्राडकास्टिंग नाम से तथा अमेरिका में एचडी रेडियो कहा जाता है। ऐसी सम्भावना है कि सन् 2015 से 2020 तक डिजीटल रेडियो कम-से-कम विकसित देशों में छा जाएगा।

( 6 ) **स्काई रेडियो** – रेडियो जब पृथ्वी पर इतना प्रसिद्ध हो चुका है तो आसमान में हवाई जहाज में यात्रा करने वाले इसे कैसे भूल सकते हैं। हवाई जहाज यात्रियों की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए पूरी दुनिया में स्काई रेडियो नेटवर्क की शुरूआत हुई। दुनिया की कुछ, एयरलाइंस कम्पनी जैसे अमेरिकन डेल्टा, नार्थवेस्ट, यूएस एयर, यूनाइटेड तथा अमेरिकन वेस्ट अपने हवाई यात्रियों को स्काई रेडियो का आनन्द उपलब्ध करवा रही है। स्काई रेडियो का उद्देश्य होता है अपने एक्सीक्यूटिव वर्ग, उच्च व्यवसाय वर्ग यात्रियों की हवाई यात्रा को लाभप्रद जानकारीयों से युक्त मधुर अनुभव में बदलना।

अतः स्काई रेडियो सर्विस व्यवसाय, प्रौद्योगिकी मनोरंजन, स्वास्थ्य और संगीत से भरपूर कार्यक्रम पेश करती है। जिसमें उच्च कम्पनी के सीई ओ के साक्षात्कार उद्योगों की खास बातें बिजनेस में नए-नए चलन तथा विशेष रूचि के विभिन्न मूद्दों व समस्याओं पर लगातार 24 घंटे हर रोज कार्यक्रम प्रस्तुत किए जाते हैं। इसके श्रोतागण हवाई जहाज में यात्रा करने वाले लगभग 20 करोड़ यात्री हैं, जो लगभग साल में 10 लाख से ज्यादा उड़ानों में यात्रा करने वाले हैं।

( 7 ) **इंटरनेट रेडियो** – इंटरनेट की मदद से आडियो प्रसारण करने वाली सेवा को इंटरनेट रेडियो कहते हैं। जिसको वेब-कास्टिंग कहना ज्यादा उपयुक्त होगा क्योंकि हम इंटरनेट पर व्यापक रूप से तारों की सहायता से प्रसारण न करके वर्ल्ड वाइड वेब पर आडियो सामग्री को डालते हैं।

इंटरनेट रेडियो स्टेशन को हम दुनिया में कहीं से भी सुन सकते हैं। सिर्फ आपके पास इंटरनेट कनेक्शन होना चाहिए। इंटरनेट पर परम्परागत रेडियो के समय ट्यूनिंग करना सम्भव नहीं होता है। अतः हम विभिन्न रेडियो प्रसारणों को

सर्च इंजन की सहायता से ढूंढते हैं। इंटरनेट रेडियो पर शास्त्रीय संगीत, खेल, संवाद चौबीस घंटे हंसी मजाक के कार्यक्रम रॉक संगीत इत्यादि विविध रेडियो कार्यक्रम सुने जा सकते हैं।

( 8 ) हैम रेडियो – 1915 में वायरलैस टेलीग्राफी के समय अप्रशिक्षित, गैर प्रतिस्पर्धी आपरेटरों को हैम कहा जाता था। नैसिखिए आपरेटरों को हैम नाम से व्यावसायिक वायरलैस सेवा प्रदाता आपरेटर पुकारते थे। सन् 1920 के दौरान कुछ उत्साही नौसिखिए हैम शब्द को बड़े गर्व से अपने शौक को बताने के लिए करते थे। हैम शब्द की उत्पत्ति के सम्बन्ध में कुछ गलत भ्रान्तियाँ भी हैं।

हैम रेडियो वायरलैस की तरह एक छोटा सा यन्त्र होता है जिसे कहीं भी ले जाया जा सकता है, आसानी से प्रयोग में लाया जा सकता है। यह वी एच एफ प्रणाली ( वेरी हाई फ्रिक्वेंसी ) पर कार्य करता है। हैम रेडियो उस समय सबसे ज्यादा प्रभावशाली होता है जब संचार की सारी प्रणालियाँ कार्य नहीं कर पाती है। यद्यपि इसका जन्म 1890 में माना जाता है। लेकिन प्रमाणिक आंकड़े नहीं होने के कारण यह साल मान्य नहीं माना जाता है। परन्तु इसकी शुरुआत प्रमाणिक स्तर पर 1920 के आस-पास मानी जाती है।

अमेचर रेडियो का जन्म शौकिया तौर पर हुए कई प्रयोगों पर आधारित माना जाता है। अमेचर रेडियो आपरेटर ने आपातकाल के समय राष्ट्र का विकास, आर्थिक विकास, औद्योगिक विकास, काम धन्धों के विकास में महत्वपूर्ण योगदान दिया है। भारत में 2004 में सुनामी की सूचना सबसे पहले हैम आपरेटर ने ही दी थी। इस समय पूरे भारत में लगभग 15000 हैम है।

हैम रेडियो विज्ञान प्रसार संस्था की एक अभिनव पहल है। आपात स्थितियों में हैम रेडियो के सिग्नल प्राप्त होते हैं और इस रेडियो से जुड़ी जागरूकता विभिन्न कार्यशालाओं के माध्यम से विज्ञान प्रसार बच्चों व युवाओं को प्रदान करता है।

आकाशवाणी के सभी केन्द्र विभिन्न रूचि और आयु वर्ग के श्रोताओं को ध्यान में रखकर अपने कार्यक्रम का शिड्यूल तैयार करते हैं। आकाशवाणी का मुख्य उद्देश्य श्रोताओं की सूचना देना और उनके लिए शिक्षण मनोरंजन से भरपूर सामग्री प्रसारित करना है। इन उद्देश्यों को ध्यान में रखकर आकाशवाणी केन्द्र जो शिड्यूल तैयार करते हैं, उनमें विज्ञान परक सामग्री के लिए खूब सारी जगह होती है।

आकाशवाणी मुख्य रूप से स्वास्थ्य विज्ञान, चिकित्सा विज्ञान, कृषि विज्ञान और पर्यावरण के सम्बन्ध में आलेखों का प्रसारण करती है। श्रोताओं में वैज्ञानिक चेतना का प्रसार करना मुख्य उद्देश्य है। हमारे अर्द्धशिक्षित देश में खासतौर से दूर-दराज ग्रामीण क्षेत्रों में वैज्ञानिक जीवन पद्धति अपनाने की चुनौती है। करोड़ों देशवासी अन्धविश्वास और निरक्षरता के अंधेरे में आज भी भटक रहे हैं। परम्परा और अन्धविश्वास की लीक पर चलने वाला समुदाय वैज्ञानिक तरीके से सोचने को तैयार नहीं हैं।

देशवासियों में वैज्ञानिक जीवन जीने की ललक पैदा करना एक चुनौती है, जिसको स्वीकार करना आकाशवाणी का दायित्व और कर्तव्य होना चाहिए। यह प्रसारण संस्था अपने दायित्व बोध से अपरिचित नहीं है। लेकिन अच्छे विज्ञान विषयक कार्यक्रम प्रसारित करने के लिए इसे जरूरी माहौल, साधन, विशेषज्ञ और बजट नहीं मिल पाता। इसलिए इसके कार्यक्रम उतने उपयोगी साबित नहीं हो पाते जितना उन्हें होना चाहिए।

कालेज, स्कूल और विश्वविद्यालय के लिए प्रसारित कार्यक्रम अधिकतर पाठ्यक्रम पर आधारित होते हैं, जिनमें विभिन्न विषयों का समावेश किया जाता है। किन्तु विज्ञान सम्बन्धी विषयों पर आवश्यकता के अनुरूप ध्यान नहीं दिया जाता। साहित्य संस्कृति के सम्बन्ध में आलेख ज्यादा प्रसारित किये जाते हैं। सामाजिक विज्ञान के विषयों की जानकारी देने के लिए वार्ताएं प्रसारित की जाती हैं। पुरातत्व जैसे विषयों पर भी प्रकाश डाला जाता है। किन्तु भौतिकी रसायन विज्ञान, अन्तरिक्ष विज्ञान, जीव विज्ञान, वनस्पति विज्ञान और कमप्यूटर के सम्बन्ध में जानकारी देने का प्रयास अपेक्षित रूप में नहीं किया जाता। इसकी कई वजह हो सकती हैं।

आकाशवाणी के जिन अधिकारियों को कार्यक्रम की अनुसूची बनाने की जिम्मेदारी दी जाती है उनमें से ज्यादातर विज्ञान विषय की जानकारी नहीं रखते हमारे देश में लम्बे समय से ऐसी धरणा घर कर गई है कि विज्ञान बहुत कठिन और ऊबाऊ होता है। इसे समझने के लिए अधिक एकाग्रता की आवश्यकता होती है। विज्ञान को हौवा बना दिया गया है। इस धारणा के चलते मनोरंजक शैली में विज्ञान परक कार्यक्रम के आलेख तैयार करना और भी मुश्किल हो गया है।

आकाशवाणी एवं विज्ञान प्रसार द्वारा बनाए जा रहे रेडियो धारावाहिक में यह व्यवस्था की गई कि विज्ञान प्रसार विषय का चयन, अनुसंधान एवं स्क्रिप्ट लेखन का कार्य करेगा। आकाशवाणी द्वारा रेडियो कार्यक्रम का

उत्पादन एवं प्रसारण किया जाएगा। इस मामले में विज्ञान प्रसार द्वारा प्रत्येक भाषा में समन्वयकों का चुनाव किया गया है, जो अन्य क्षेत्रीय भाषाओं में स्क्रीप्ट की भाषा एवं सम्पादन की दृष्टि तैयार कर रहे हैं। तैयार की गई स्क्रीप्टों को ऑल इण्डिया रेडियो के उत्पादन एवं प्रसारण केन्द्रों पर भेज दिया जाता है। वही ऑल इण्डिया रेडियो कार्यक्रम को स्क्रीप्ट के आधार पर ड्रामा डौक्यु ड्रामा, फीचर आदि फार्मेट में विकसित करता है। कार्यक्रम को बेहतर बनाने के लिए कई रोचक चीजें जैसे रेडियो ब्रिज, इन्टव्यू वार्ताएं आदि को समय-समय पर सम्मिलित किया जाता है। प्रत्येक कड़ी के अन्त में प्रश्नों को पूछा जाता है और सही उत्तर देने वाले श्रोताओं को पुरस्कृत किया जाता है।

विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में विकास के फलस्वरूप रेडियों के प्रारूप में भी परिवर्तन आए हैं जिससे यह एनालाग से डिजीटल, एफ.एम रेडियो सामुदायिक रेडियो, हेम रेडियो, इन्टरनेट रेडियो, वेब रेडियो, जैसे रूप में सामने आया है। इन सभी नए प्रारूपों ने श्रोताओं को नए-नए विकल्प प्रदान किए हैं। भारत के भौगोलिक परिस्थिति को देखते हुए रेडियों विज्ञान एवं अन्य मनोरंजन के हमेशा एक सशक्त माध्यम बना रहेगा।

आज भी दूर-दराज ग्रामीण क्षेत्रों में रहने वाले मनुष्यों जिनकी भाषा क्षेत्रीय अथवा जनजातीय है के बीच कम्यूनिटी रेडियो लोकप्रिय माध्यम है। बदलते परिवेश में जहाँ एफ.एम रेडियो, अपनी पकड़ बना रहा है, वहीं ऐसे कार्यक्रम बनाने की जरूरत है, जो कम समय में मनोरंजन के साथ विज्ञान के कार्यक्रम हर आयु वर्ग को उनकी रुचि के अनुसार प्रसारित किए जा सकें। इसके तहत हमें आकाशवाणी को उचित बजट भी मुहैया कराना चाहिए।

लगभग दो दशकक पहले आकाशवाणी में मानव विकास से सम्बन्धित एक विज्ञान परक रूपशृंखला प्रसारित की थी। यह धारावाहिक आकाशवाणी दिल्ली ने तैयार किया था। यह धारावाहिक बहुत उत्सुकता से सुना गया। इसी तरह अन्तरिक्ष यात्रा, ग्रह, नक्षत्रों की दुनिया जैसे विषय जब भी आकाशवाणी प्रसारण के लिए चुनती है तो श्रोता उसका पत्र लिखकर स्वागत करते हैं।

वास्तव में ऐसे लेखों को तैयार करने उन्हें प्रस्तुत करने में मेहनत और साधन बहुत ज्यादा खर्च होते हैं। बी बी सी वायस आफ अमेरिका, चीन, जापान, रूस जैसे देशों के बीच रेडियों स्टेशन विज्ञान विषयक विषयों से सम्बन्धित जो कार्यक्रम प्रसारित करते हैं। उन्हें हमारे देश के करोड़ों श्रोता बड़ी रुची से सुनते

हैं। आकाशवाणी कार्यक्रमों का स्तर भी विकसित देशों, पश्चिमी देशों के प्रसारण जैसा बनाया जा सकता है।

विज्ञान विषयक लेखों को तैयार करते समय वैज्ञानिक और तकनीकी शब्दावली पर खासतौर से ध्यान देना चाहिए। अंग्रेजों के जो शब्द विज्ञान की भाषा में अच्छी तरह प्रचलित हैं और आसानी से समझे जाते हैं, लेकिन उनका हिन्दीकरण जरूरी नहीं है। ऑक्सीजन, नाइट्रोजन को हिन्दी में लिखना जरूरी नहीं है। वही शब्द लिखे जाने चाहिए जो आमजन को समझ आते हों। आकाशवाणी के लेखों में ऐसे शब्दों से परहेज करना चाहिए। आकाशवाणी का उद्देश्य विज्ञान को करोड़ों श्रोताओं तक पहुँचाना है। उसे भाषा के शास्त्रीय विवेचन और इसके बारे में उठाई जाने वाली बहसों से बचना चाहिए।

आकाशवाणी से सम्बन्धित लेख तैयार करने के लिए एक खास तरह की मनोभूमि और शैली की जरूरत होती है। वे लेख अच्छी तरह से तैयार कर सकते हैं, जिनकी प्रिंट मीडिया की अच्छी जानकारी है। साथ ही उन्हीं कल्पना करने का पूरा ज्ञान हो जिससे वो आसानी से अपना लेख तैयार कर सकते हैं। आकाशवाणी के लिए लेख तैयार करने की इच्छा वजह यह है कि श्रोता को मनोरंजन तरीके से कठिन समझे जाने वाले तथ्यों की जानकारी करवा दी जाए। इसके लिए विषय की गहराई तक समझ होनी चाहिए।



# 7

---

## आकाशवाणी का विकास

---

भारत में रेडियो प्रसारण की शुरुआत मुंबई और कोलकाता में सन् 1927 में दो निजी ट्रांसमीटरों से हुई। 1930 में इसका राष्ट्रीयकरण हुआ और तब इसका नाम भारतीय प्रसारण सेवा (इंडियन ब्राडकास्टिंग कॉरपोरेशन) रखा गया। बाद में 1957 में इसका नाम बदल कर आकाशवाणी रखा गया।

आकाशवाणी या ऑल इंडिया रेडियो भारत की वर्तमान में 420 रेडियो स्टेशनों से युक्त एवं 92.00% क्षेत्रफल व 99.19% आबादी तक पहुँच रखने वाली 23 भाषाओं और 146 बोलियों में कार्यक्रम प्रसारित करने वाली समाचार सेवा है। इसकी शुरुआत 1920 के दशक में हुई। पहला कार्यक्रम 1923 में मुंबई के रेडियो क्लब द्वारा प्रसारित किया गया। इसके बाद 1927 में मुंबई और कोलकाता में निजी स्वामित्व वाले दो ट्रांसमीटरों से प्रसारण सेवा की स्थापना हुई। सन् 1930 में सरकार ने इन ट्रांसमीटरों को अपने नियंत्रण में ले लिया और भारतीय प्रसारण सेवा के नाम से उन्हें परिचालित करना आरंभ कर दिया। 1936 में इसका नाम बदलकर ऑल इंडिया रेडियो कर दिया और 1957 में आकाशवाणी के नाम से पुकारा जाने लगा।

स्वतंत्रता के समय भारत में 6 रेडियो स्टेशन और 18 ट्रांसमीटर थे, जिनसे 11% आबादी और देश का 2.5% भाग आच्छादित होता था।

आकाशवाणी का महानिदेशालय प्रसार भारती के तहत प्रसार भारती अधिनियम, 1990 के नियमों से कार्य करता है। इसके कार्यपालक सदस्य निगम

के मुख्य कार्यपालक अधिकारी (सीईओ) के रूप में मंडल के नियंत्रण और पर्यवेक्षण हेतु कार्य करते हैं। सीईओ, सदस्य (वित्त) और सदस्य, (कार्मिक) प्रसार भारती मुख्यालय, द्वितीय तल, पीटीआई भवन, संसद मार्ग, नई दिल्ली-110001 से अपने कार्यों का निष्पादन करते हैं।

वित्त, प्रशासन और कार्मिकों से संबंधित सभी महत्वपूर्ण नीतिगत मामले सीईओ के पास भेजे जाते हैं और आवश्यकतानुसार सदस्य (वित्त) और सदस्य (कार्मिक) के माध्यम से मंडल को भेजे जाते हैं, ताकि सलाह, प्रस्तावों का कार्यान्वयन और उन पर निर्णय लिए जा सकें। प्रसार भारती सचिवालय में कार्यरत विभिन्न विषयों के अधिकारी सीईओ, सदस्य (वित्त) और सदस्य (कार्मिक) को कार्रवाई, प्रचालन, योजना और नीति कार्यान्वयन के समेकन में सहायता देते हैं और साथ ही निगम के बजट, लेखा और सामान्य वित्तीय मामलों की देखभाल करते हैं। प्रसार भारती में मुख्य सतर्कता अधिकारी के नेतृत्व में मुख्यालय के एक एकीकृत सतर्कता व्यवस्था भी है।

आकाशवाणी के महानिदेशालय का नेतृत्व महानिदेशक करते हैं। वे सीईओ सदस्य (वित्त) और सदस्य (कार्मिक) के सहयोग से आकाशवाणी के दैनिक मामलों का निपटान करते हैं। आकाशवाणी में मोटे तौर पर पांच अलग अलग विंग हैं, जो विशिष्ट गतिविधियों के लिए उत्तरदायी हैं जैसे कार्यक्रम, अभियांत्रिकी, प्रशासन, वित्त और समाचार।

समाचार सेवा प्रभाग 24 घण्टे कार्य करता है और यह स्वदेशी तथा बाह्य सेवाओं में 500 से अधिक समाचार बुलेटिन का प्रसारण करता है। ये बुलेटिन भारतीय तथा विदेशी भाषाओं में होते हैं। इसका नेतृत्व महानिदेशक, समाचार सेवा करते हैं। यहां 44 क्षेत्रीय समाचार इकाइयां हैं।

समाचार सेवा प्रभाग के प्रसारणों को मोटे तौर पर समाचार बुलेटिन और ताजा मामलों के कार्यक्रमों में बांटा जा सकता है। इसमें नई दिल्ली स्थिति मुख्यालय से 52 घण्टों से अधिक की अवधि के लिए 82 भाषाओं/बोलियों (भारतीय और विदेशी) में 500 से अधिक समाचार बुलेटिन और देश भर में 44 क्षेत्रीय समाचार इकाइयों द्वारा प्रसारण किया जाता है। ये समाचार बुलेटिन प्राथमिक, एफएम और आकाशवाणी के डीटीएच चैनलों पर प्रसारित किए जाते हैं।

इस समाचार प्रसारण में भारतीय संविधान की 8वीं अनुसूची में शामिल 22 आधिकारिक भाषाओं और 18 विदेशी भाषाओं के अलावा अन्य भाषाओं/बोलियों

में किया जाने वाला प्रसारण शामिल है। घरेलू सेवा में दिल्ली से 89 समाचार बुलेटिन प्रसारित किए जाते हैं। ये समाचार बुलेटिन एफएम गोल्ड पर प्रत्येक घण्टे प्रसारित किए जाते हैं। क्षेत्रीय समाचार इकाइयों द्वारा प्राथमिक चैनल, एफएम और विदेशी सेवा पर प्रतिदिन 67 भाषाओं/बोलियों में 355 से अधिक समाचार बुलेटिन प्रसारित किए जाते हैं। एनएसडी और इसके आरएनयू द्वारा प्रसारण कुल 9 घण्टे की अवधि के लिए 26 भाषाओं (भारतीय और विदेशी) में 66 समाचार बुलेटिन एवं विदेशी सेवाओं का 13 मिनट का प्रसारण किया जाता है।

आकाशवाणी का विदेशी सेवा प्रभाग 'वॉइस ऑफ द नेशन' के रूप में भारत के विषय में दुनिया के लिए एक विश्वसनीय समाचार स्रोत है। दुनिया में भारत के बढ़ते महत्व को देखते हुए आने वाले समय में विदेशी प्रसारण के लिए इसकी एक महत्वपूर्ण भूमिका मानी जाती है। आकाशवाणी का विदेशी सेवा प्रभाग 16 विदेशी भाषाओं और 11 भारतीय भाषाओं में एक दिन में लगभग 100 से अधिक देशों में 72 घण्टे की अवधि का प्रसारण करता है।

आकाशवाणी विदेश सेवा प्रभाग का विश्व के विदेशी रेडियो नेटवर्क में उंचा स्थान है। यह 100 देशों के लिए 27 भाषाओं जिनमें 16 विदेशी तथा 11 भारतीय हैं, में रोजाना 70 घंटे 30 मिनट का प्रसारण करता है। आकाशवाणी अपने विदेशी प्रसारणों से विदेशी श्रोताओं को खुले समाज के रूप में भारत के विचारों और उपलब्धियों को उजागर कर भारत के संस्कार और भारतीय वस्तुओं से जोड़े रखता है।

विदेशी भाषाएं हैं— अरबी (3 घंटे 15 मिनट), बलूची (1 घंटा), बर्मी (1 घंटा मिनट), चीनी (1 घंटा 30 मिनट), दारी (घंटा 45 मिनट), फ्रेंच (45 मिनट), इंडोशियन (1 घंटा), नेपाली (4 घंटे), फारसी (1घंटा 45 मिनट), (पुस्तू (2 घंटे), रूसी (1 घंटा), सिंहला (2 घंटे 30 मिनट. स्वाहिली (1 घंटा), थाई (45 मिनट), तिब्बती (1 घंटे 15 मिनट), और अंग्रेजी (जीओएस), (8 घंटे 15 मिनट),

भारतीय भाषाएं हैं— हिन्दी (5 घंटे 15 मिनट), तमिल (5 घंटे 30 मिनट), तेलुगु (30 मिनट), बंगाली (6 घंटे 30 मिनट), गुजराती (30 मिनट), पंजाबी (2 घंटे), सिंधी (3 घंटे 36 मिनट), उर्दू (12 घंटे 15 मिनट), सरायकी (30 मिनट), मलयालम (1 घंटा), कन्नड़ (1 घंटा) यह प्रसारण मिश्रित भागीदारों के लिए किया जाता है और आम तौर पर इसमें समाचार बुलेटिन, कमेंटरी, ताजा मामले और भारतीय प्रेस की समीक्षा को शामिल किया

जाता है। न्यूज रील पत्रिका कार्यक्रम के अलावा खेल और साहित्य पर कार्यक्रम, वार्ताएं और सामाजिक-आर्थिक, राजनैतिक, ऐतिहासिक, वैज्ञानिक और सांस्कृतिक विषयों पर चर्चाएं, विकास संबंधी गतिविधियों पर कार्यक्रम, महत्वपूर्ण आयोजन और संस्थान, भारत के विविध क्षेत्रों से लोक और आधुनिक संगीत संपूर्ण कार्यक्रम प्रसारण का बड़ा हिस्सा बनाते हैं।

आकाशवाणी में परामर्श और प्रसारण के क्षेत्र में संपूर्ण समाधान प्रदान करने के लिए इसकी एक वाणिज्यिक शाखा के रूप में 'आकाशवाणी संसाधन' को आरंभ किया गया। इसकी वर्तमान गतिविधियों में निम्नलिखित शामिल है।

आकाशवाणी इंदिरा गांधी मुक्त राष्ट्रीय विश्वविद्यालय को उनके 26 ज्ञान वाणी स्टेशनों के एफएम ट्रांसमीटरों हेतु देश के 40 स्थानों पर संपूर्ण समाधान प्रदान करता है।

## आकाशवाणी का विकास

माना जाता है कि दुनिया में पहला नियमित रेडियो प्रसारण अमेरिका के पिट्सबर्ग में सन् 1920 में किया गया था। इंग्लैंड में मारकोनी की कंपनी ने 23 फरवरी 1920 में चेम्सफोर्ड में पहली बार सफल प्रसारण किया। ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कंपनी ने नवम्बर 1922 में काम करना शुरू कर दिया। भारत में भी रेडियो प्रसारण इसी काल में आरंभ हो गया।

अगस्त 1921 में द टाइम्स ऑफ इंडिया ने डाक एवं टेलीग्राफ विभाग के साथ मिलकर अपने बॉम्बे स्थित कार्यालय से पहला रेडियो प्रसारण किया। गवर्नर ने पहले प्रसारण का आनंद 175 किलोमीटर दूर पूना स्थित अपने कार्यालय में लिया। जल्दी ही इसके बाद कलकत्ता, मद्रास और बॉम्बे में रेडियो क्लब गठित किये गये। आरंभ में ब्रिटिश सरकार रेडियो को लेकर काफी उलझन में रही। उसे आशंका थी कि कहीं रेडियो का उपयोग आजादी आंदोलन के नेता जनता में अपनी बात पहुँचाने के लिए ना करने लगे वहीं सरकार स्वयं भी रेडियो के माध्यम से भारतीयों को अपने प्रभाव में रखना चाहती थी। आरंभ में इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी ने रेडियो प्रसारण किया लेकिन इस कंपनी के घाटे में चले जाने के बाद रेडियो प्रसारण का काम ब्रिटिश सरकार ने अपने हाथों में ले लिया।

आजादी के समय भारत में आकाशवाणी के केवल छह स्टेशन थे। इनके अलावा रजवाड़ों में भी कुल पांच रेडियो स्टेशन काम कर रहे थे। रेडियो सेटों की संख्या सरकारी रिकॉर्ड के अनुसार 248000 थी। देश के पहले सूचना एवं

प्रसारण मंत्री सरदार पटेल बने। आजादी के बाद सरकार ने आकाशवाणी के विकास की वृहद योजना बनायी जिसके तहत देश के सभी हिस्सों में रेडियो स्टेशन एवं स्टूडियो स्थापित करना तय किया गया। इस पायलेट प्रोजेक्ट के तहत जालंधर, जम्मू, पटना, कटक, गुवाहाटी, नागपुर, विजयवाड़ा, श्रीनगर, इलाहाबाद, अहमदाबाद, धारवार और कोझीकोड में स्टेशन खोले गये। अनेक स्टेशनों की प्रसारण क्षमता बढ़ायी गयी। और इस प्रकार मात्र तीन सालों में ही आकाशवाणी केन्द्रों की संख्या बढ़कर 21 हो गयी और अब 21 फीसदी जनसंख्या द्वारा 12 प्रतिशत भूभाग पर रेडियो सुना जाने लगा।

बाद में देश की पंचवर्षीय योजनाओं के अंतर्गत रेडियो के विकास के लिए अलग से धन राशि मुहैया कराई गयी। भारतीय नेताओं के सामने सबसे बड़ी चुनौती भौगोलिक रूप से देश का विशाल होना तो थी ही इसके अलावा पर्याप्त धन का अभाव भी रेडियो के प्रसार में आड़े आ रहा था। पहली पंचवर्षीय योजना के तहत कुल 3.52 करोड़ की राशि आकाशवाणी के विकास के लिए आबंटित की गयी। नये स्टेशनों का खुलना जारी रहा। इस योजना के दौरान पूना, राजकोट, जयपुर और इंदौर में नये स्टेशन खोले गये। योजना के अंत में आकाशवाणी देश के लगभग 50 फीसदी आबादी और 30 प्रतिशत भूभाग पर सुने जाने लगे।

डॉक्टर केसकर के सूचना एवं प्रसारण मंत्री बनने के बाद आकाशवाणी पर फिल्म संगीत के प्रसारण पर रोक लगाकर शास्त्रीय संगीत को प्रोत्साहित किया गया। इसी दौरान रेडियो सीलोन पर प्रसारित बिनाका हिट परेड पर लोगों ने भारतीय फिल्म संगीत सुनना आरंभ कर दिया। अमीन सयानी द्वारा प्रस्तुत कार्यक्रम बिनाका गीतमाला भारतीयों में खूब लोकप्रिय हो गया। रेडियो सीलोन से मुकाबला करने के लिए 1957 में आकाशवाणी ने अपनी विविध भारती सेवा आरंभ की। आकाशवाणी ने साठ के दशक में हरित क्रांति समेत सभी विकास योजनाओं में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। आपातकाल में सरकार ने आकाशवाणी को अपने विचारों को जनता में प्रचारित करने का एक माध्यम बना दिया। आपातकाल के बाद जब जनता पार्टी सत्ता में आई तो उसने वर्गीज समिति का गठन करके सरकार माध्यमों को स्वायत्ता देने की पहल की। जनता सरकार अधिक दिनों तक नहीं चल पायी।

अस्सी के दशक में रेडियो पर लाइसेंस फीस समाप्त कर दी गयी। देश के दूरदराज इलाकों में भी आकाशवाणी केन्द्रों का प्रसार हुआ लेकिन टेलीविजन

की लोकप्रियता का असर रेडियो पर पड़ने लगा और शहरों में रेडियो श्रोताओं में कुछ कमी आयी। इसका एक कारण आकाशवाणी में नयेपन का अभाव भी था। नब्बे के दशक में उदारीकरण और वैश्वीकरण का तेजी से प्रसार हुआ। सरकार ने निजी निर्माताओं को एफ.एम. चैनलों पर टाइम स्लॉट बेचना आरंभ कर दिया। ये प्रयोग काफी सफल भी रहा। इसी दौरान आकाशवाणी ने स्काई रेडियो और रेडियो पेजिंग सेवा आरंभ की। सन् 2001 में देश का पहला निजी एफ.एम. रेडियो आरंभ हो गया। ये आकाशवाणी के लिए एक नये युग की शुरुआत थी जब उसका मुकाबला प्राइवेट चैनलों से होने वाला था। प्रतिस्पर्धा में आकाशवाणी ने भी एफ.एम. गोल्ड और रेनबो चैनल आरंभ किये।

## घरेलू सेवाएं

आकाशवाणी की बहुत भाषाओं में विभिन्न सेवाएं हैं, जो प्रत्येक देश भर के विभिन्न क्षेत्रों में कार्यरत हैं।

## विविध भारती

विविध भारती आकाशवाणी की सबसे लोकप्रिय-ज्ञात सेवा है। इसे विज्ञापन प्रसारण सेवा भी कहते हैं।

विविध भारती भारत में सार्वजनिक क्षेत्र के रेडियो चैनल आकाशवाणी की एक प्रमुख प्रसारण सेवा है। भारत में रेडियो के श्रोताओं के बीच ये सर्वाधिक सुनी जाने वाली और बहुत लोकप्रिय सेवा है। इस पर मुख्यतः हिन्दी फिल्मी गीत सुनवाये जाते हैं। इसकी शुरुआत 3 अक्टूबर 1957 को हुई थी। वर्ष 2006-2007, विविध भारती के स्वर्ण जयंती वर्ष के रूप में भी मनाया। प्रारम्भ में इसका प्रसारण केवल दो केन्द्रों, बम्बई तथा मद्रास से होता था। बाद में धीरे-धीरे लोकप्रियता के चलते आकाशवाणी के और भी केन्द्र इसका प्रसारण करने लगे। वर्तमान में अनेकानेक केन्द्र आकाशवाणी की विज्ञापन प्रसारण सेवा के रूप में अपने श्रोताओं को विविध भारती के कार्यक्रम सुनवाते हैं।

यह भारत के असंख्य हिन्दी भाषियों का चहेता रेडियो चैनल वर्षों तक रहा। तब भी जब कि ना तो दूरदर्शन भारत आया था, या आने के बाद भी इतना चहेता नहीं बना था, जितना कि यह चैनल रहा है। अब भी यह चैनल अखिल भारत में प्रसारित होता है।

## भारत में प्रसारण का इतिहास

भारत में रेडियो प्रसारण का आरंभ 23 जुलाई 1927 को हुआ था। आजादी के बाद भारत भर में कई रेडियो स्टेशनों का बड़ा नेटवर्क तैयार हुआ। पचास के दशक के उत्तरार्द्ध में आकाशवाणी के प्राईमरी-चैनल देश के सभी प्रमुख शहरों में सूचना और मनोरंजन की जरूरतें पूरी कर रहे थे। किन्हीं कारणों के रहते तब आकाशवाणी से फिल्मी-गीतों के प्रसारण पर रोक लगा दी गयी थी। ये फिल्म-संगीत का सुनहरा दौर था। फिल्म जगत के तमाम कालजयी संगीतकार एक से बढ़कर एक गीत तैयार कर रहे थे। उन दिनों श्रीलंका ब्रॉडकास्टिंग कॉरपोरेशन की विदेश सेवा, जिसे हम और आप रेडियो सीलोन के नाम से जानते हैं, हिंदी फिल्मों के गीत बजाती थी और अपने प्रायोजित कार्यक्रमों के जरिये तहलका मचा रही थी। ऐसे समय में आकाशवाणी के तत्कालीन महानिदेशक गिरिजाकुमार माथुर ने पंडित नरेंद्र शर्मा, गोपालदास, केशव पंडित और अन्य सहयोगियों के साथ एक अखिल भारतीय मनोरंजन सेवा की परिकल्पना की। इसे नाम दिया गया विविध भारती सेवा। आकाशवाणी का पंचरंगी कार्यक्रम। यहां पंचरंगी का मतलब ये था कि इस सेवा में पांचों ललित कलाओं का समावेश होगा।

तमाम तैयारियों के साथ 3 अक्टूबर, 1957 को विविध भारती सेवा मुंबई में शुरू की गयी। विविध भारती पर बजा पहला गीत पंडित नरेंद्र शर्मा ने लिखा था और संगीतकार अनिल विश्वास ने स्वरबद्ध किया था। इसे प्रसार गीत कहा गया और इसके बोल थे नाच मयूरा नाच। इसे मशहूर गायक मन्ना डे ने स्वर दिया था। आज भी ये गीत विविध भारती के संग्रहालय में मौजूद है। अखिल भारतीय मनोरंजन सेवा विविध भारती की पहली उदघोषणा शील कुमार ने की थी। आगे चलकर इस श्रेणी में जो अविस्मरणीय नाम जुड़ा वह था अमीन सयानी का।

विविध भारती सेवा का स्टूडियो मुंबई में था। देश भर के बहुत काबिल निर्माताओं और उदघोषकों को विविध भारती के लिए बुलवाया गया था, ताकि आकाशवाणी की ये मनोरंजन सेवा शुरू होते ही बेहद लोकप्रिय हो जाये।

### नामकरण

विविध (भारती) असल अंग्रेजी के मिस्लेनियस शब्द का हिन्दी अनुवाद है, जो पंडित नरेंद्र शर्मा ने इस नई सेवा को दिया था, जब उन्हें 50 के दशक में फिल्मी लेखन से रेडियो में बतौर अधिकारी बुलाया गया।

## आरंभिक कार्यक्रम

जयमाला और हवामहल विविध भारती के शुरूआती कार्यक्रम रहे हैं। ये कार्यक्रम आज पचास सालों बाद भी उतनी ही लोकप्रियता के साथ चल रहे हैं।

### जयमाला

जयमाला सोमवार से शुक्रवार तक फौजी भाईयों की पसंद के फिल्मी गीतों का कार्यक्रम है। जबकि शनिवार को कोई मशहूर फिल्मी-हस्ती इसे पेश करती है और विगत कुछ वर्षों से रविवार को जयमाला का नाम जयमाला संदेश होता है। जिसमें फौजी भाई अपने आत्मीय जनों को और फौजियों के आत्मीय जन देश की सेवा कर रहे इन फौजियों के नाम अपने संदेश विविध भारती के माध्यम से देते हैं। ये कार्यक्रम लगातार लोकप्रियता के शिखर पर है। यहां यह रेखांकित कर देना जरूरी है कि विविध भारती पहला ऐसा रेडियो चैनल या मीडिया चैनल था जिसने खासतौर पर फौजियों के लिए कोई कार्यक्रम आरंभ किया था। बाद में इस फॉरमेट की नकल कई चैनलों ने की।

जयमाला विविध भारती का गौरवशाली कार्यक्रम रहा है। इसमें देव आनंद, धर्मेन्द्र, राजकुमार, शशि कपूर और अमिताभ बच्चन समेत कई नामचीन कलाकार फौजी भाईयों से अपने मन की बात कह चुके हैं।

अभिनेत्री नरगिस ने विविध भारती पर पहला जयमाला कार्यक्रम पेश किया था। इसके बाद तो फौजी भाईयों के इस कार्यक्रम में आशा पारेख, माला सिन्हा, वहीदा रहमान, हेमा मालिनी से लेकर अमृता राव तक कई तारिकाएं शामिल हो चुकी हैं।

जयमाला से फौजियों का प्यार जगजाहिर रहा है। जब कारगिल युद्ध हुआ तो विविध भारती फौजी भाईयों के लिए एक माध्यम बन गया, फौजियों ने अपनी सलामती के संदेश 'हैलो जयमाला' के माध्यम से अपने परिवार वालों तक पहुँचाए थे।

### हवामहल

हवामहल नाटिकाओं और झलकियों का कार्यक्रम है। पहले ये रात सवा नौ बजे हुआ करता था। आज इसका समय है रात आठ बजे। हवामहल के लिए झलकियां और नाटक देश भर से तैयार करके भेजे जाते हैं। एक समय में फिल्मी



कलाकार असरानी, ओम पुरी, ओम शिवपुरी, अमरीश पुरी, दीना पाठक, यूनूस परवेज जैसे कई नामी कलाकारों ने हवामहल के नाटकों में अभिनय किया है। हवामहल की कई झलकियां आज भी लोगों की स्मृतियों में हैं। इसकी खास तरह की संकेत-ध्वनि लोगों को अभी भी नॉस्टेलजिक बना देती है।

## विविध भारती की सतत लोकप्रियता

विविध भारती ने अपनी लोकप्रियता का जबर्दस्त दौर देखा है। सन 1967 से विविध भारती पर विज्ञापन प्रसारण सेवा का आरंभ हुआ। इसके बाद से विज्ञापनों के लिए हमारे दरवाजे खोल दिये गये। विज्ञापनदाताओं को विविध भारती एकमात्र ऐसा चैनल लगता था जिसके जरिए वो देश के कोने-कोने तक पहुँच बना सकते थे। विज्ञापन प्रसारण सेवा के आने के बाद प्रायोजित कार्यक्रमों का इतिहास शुरू हुआ। जिसमें बिनाका गीत माला, एस कुमार्स का फिल्मी मुकदमा, मोदी के मतवाले राही, सेरिडॉन के साथी, इंस्पेक्टर ईगल जैसे अनेक रेडियो कार्यक्रम उतने ही लोकप्रिय थे जितने आज के टी.वी धारावाहिक। विविध भारती के विज्ञापन प्रसारण केंद्र लगातार बढ़ते चले गये। ऐसे केंद्रों ने स्थानीय जरूरतों को भी पूरा किया और विविध भारती के मुंबई से किये जाने वाले प्रसारणों को भी जनता तक पहुँचाया। आज भी विज्ञापनदाता अपनी वस्तुओं और सेवाओं के प्रचार के लिए विविध भारती का सहारा लेते हैं। फिल्मों के प्रचार के लिए भी विविध भारती एक बेहतरीन माध्यम सिद्ध हुआ है।

## चौबीसों घंटे का साथी

आज विविध भारती डी टी एच यानी डायरेक्ट टू होम सेवा के जरिए चौबीसों घंटे उपलब्ध है। बेहतरीन स्टीरियो क्वालिटी में आप अपनी टीवी सेट पर विविध भारती का अबाध प्रसारण चौबीसों घंटे सुन सकते हैं। दिन भर विविध भारती शॉर्टवेव, मीडियम वेव और एफ एम पर भी उपलब्ध रहती है। विविध भारती सेवा के कार्यक्रम रात ग्यारह बजे के बाद राष्ट्रीय प्रसारण सेवा यानी नेशनल चैनल से भी प्रसारित किये जाते हैं। यानी अगर आपके पास डी टी एच सेवा नहीं है तो भी विविध भारती आपकी चौबीसों घंटे की हमसफर है।

विविध भारती के प्रसारण पूरे भारत के अलावा पाकिस्तान, श्रीलंका, नेपाल, बांग्लादेश सहित दक्षिण पूर्वी एशिया के कई देशों में सुने जा रहे हैं। इसका सबूत है इसके फोन, इन कार्यक्रमों में खाड़ी देशों से आने वाले फोन कॉल्स।

खाड़ी देशों में रह रहे भारतवासी या एशियाई लोग बढ़े चाव से विविध भारती का आनंद लेते हैं। चूँकि लगभग एक सौ दस स्थानीय एफ.एम चैनल विविध भारती सेवा के कार्यक्रमों को अपनी दिन के प्रसारणों का हिस्सा बनाते हैं इसलिए बहुत छोटे-छोटे कस्बों और गांवों में भी विविध भारती ने अपनी गहरी पैठ बनाई है।

### स्वर्ण जयंती

विविध भारती अपना स्वर्ण जयंती वर्ष मना रहा है। इस अवसर पर विविध भारती ने 2007 से ही दो विशेष कार्यक्रम शुरू किये हैं। रोज दिन में बारह बजे प्रसारित होने वाले कार्यक्रम 'सुहाना सफर' में हर दिन एक नये संगीतकार की स्वरयात्रा होती है। यानी सात दिन सात अलग-अलग संगीतकार। उनकी शुरू से लेकर आखिर तक हर फिल्म के गीत इस स्वरयात्रा का हिस्सा होते हैं। एक संगीतकार की स्वरयात्रा खत्म हुई तो उसकी जगह पर दूसरे संगीतकार को स्थान दिया जाता है।

स्वर्ण जयंती पर आरंभ किया गया दूसरा कार्यक्रम है 'स्वर्ण स्मृति'। इस साप्ताहिक कार्यक्रम में पिछले पचास सालों में विविध भारती में की गयी महत्वपूर्ण रिकॉर्डिंग्स के अंश श्रोताओं को सुनवाये जाते हैं। पुरानी स्मृतियों से गुजरना और बीते सालों के लोकप्रिय कार्यक्रमों को दोबारा सुनना श्रोताओं को काफी रोमांचित कर रहा है।

### बदलते वक्त के साथ बदलता विविध भारती

विविध भारती हमेशा बदलते हुए दौर के साथ चलती रही है। एक जमाने में विविध भारती के कार्यक्रमों के टेप विज्ञापन प्रसारण सेवा के केंद्रों पर भेजे जाते थे। और वहां से उनका प्रसारण होता था। फिर उपग्रह के जरिए फीड देने की परंपरा का आरंभ हुआ। आज किसी भी ताजा घटनाक्रम या सूचना को विविध भारती के कार्यक्रमों में तुरंत शामिल कर लिया जाता है।

### पिटारा

सन 1996 में विविध भारती से मनोरंजन के एक नये पैकेज का आरंभ हुआ। इसे 'पिटारा' का नाम दिया गया। ये कई मायनों में सूचना और मनोरंजन का एक संपूर्ण पिटारा था। पिटारा में रोज अलग-अलग कार्यक्रम होते हैं। जैसे

डॉक्टरों से बातचीत पर आधारित कार्यक्रम सेहतनामा, फोन इन फरमाईशों पर आधारित कार्यक्रम हैलो फरमाईश, फिल्मी सितारों से मुलाकात का कार्यक्रम 'सेल्युलाइड के सितारे', संगीत की दुनिया की हस्तियों से जुड़ा कार्यक्रम 'सरगम के सितारे' और युवाओं का कार्यक्रम 'यूथ एक्सप्रेस'। पिटारा में ही बरसों बरस तक किसी फिल्म और उसकी पृष्ठ भूमि पर आधारित रोचक और बेहद लोकप्रिय कार्यक्रम बाईस्कोप की बातें प्रसारित होता रहा है। इसी तरह महिलाओं के लिये चूल्हा चौका और सोलहशृंगार जैसा कार्यक्रम विविध भारती का हिस्सा रहा है।

### सखी सहेली

महिलाओं के लिए धारावाहिकों का प्रसारण तो अनेक टी.वी चैनल करते हैं। लेकिन कहीं भी ऐसा कोई कार्यक्रम नहीं था जो महिलाओं के लिए हो और उसे महिलाएं ही प्रस्तुत करें। विविध भारती ने इस जरूरत को समझा और शुरू हुआ सखी सहेली कार्यक्रम। पिछले दो से ज्यादा वक्त से दिन में तीन बजे प्रसारित होने वाला विविध भारती का सखी सहेली कार्यक्रम महिलाओं द्वारा प्रस्तुत एक बेहद लोकप्रिय कार्यक्रम बन गया है। श्रोताओं की मांग को देखते हुए इसमें एक दिन फोन इन कार्यक्रम हैलो सहेली भी प्रसारित किया जाता है।

### मंथन

विविध भारती के मंथन कार्यक्रम ने भी अपनी लोकप्रियता का झंडा लहराया है। इसमें किसी ज्वलंत मुद्दे पर श्रोताओं से राय मांगी जाती है। इस फोन इन कार्यक्रम के जरिए बेहद सामयिक और ज्वलंत मुद्दे पर जनता को जागृत करने का महती प्रयास किया जा रहा है। जन-जागरण करके विविध भारती स्वयं को सूचना और मनोरंजन के एक संपूर्ण चैनल के रूप में लोकप्रिय बना रहा है।

### यूथ एक्सप्रेस

विविध भारती ने युवाओं के लिए एक मार्गदर्शक कार्यक्रम का आगाज पिछले ही वर्ष किया, जिसे नाम दिया गया यूथ एक्सप्रेस। इस कार्यक्रम में सामयिक जानकारियां, प्रतियोगी परीक्षाओं के लिए तैयारी के निर्देश, कैरियर गाइडेंस समेत युवाओं की दिलचस्पी के कई मुद्दे होते हैं। एक ही वर्ष में इस कार्यक्रम ने भी अपनी गहरी पैठ बनाई है।

बदलते वक्त के साथ बदलाव की इस परंपरा में अब श्रोता ना सिर्फ टेलीफोन पर अपने इस प्रिय चैनल से जुड़ सकते हैं बल्कि ई मेल पर भी अपनी बात कह सकते हैं। विविध भारती को एस एम एस सेवा से भी जोड़ने की तैयारियां चल रही हैं।

### उजाले उनकी यादों के

विविध भारती ने हमेशा अपनी जिम्मेदारी को समझा है और तत्परता से इसे निभाया भी है। देश का ये एकमात्र रेडियो चैनल है जिसने संगीत को अपना धर्म माना है और हर तरह के संगीत को अपने कार्यक्रमों में जगह दी है। विविध भारती ने डॉक्यूमेंटेशन का काम भी किया है। चूंकि विविध भारती मूलतः फिल्मी मनोरंजन की सेवा है इसलिए यहां जानी मानी फिल्मी हस्तियों की रिकॉर्डिंग्स को सदैव प्राथमिकता दी जाती है।

आज विविध भारती के पास फिल्मी हस्तियों और संगीत जगत की हस्तियों की जितनी रिकॉर्डिंग हैं उतनी शायद कहीं और नहीं होंगी। राज कपूर से लेकर शाहिद कपूर तक और नरगिस से लेकर प्रियंका चोपड़ा तक हर महत्त्वपूर्ण फिल्मी हस्ती की रिकॉर्डिंग विविध भारती के संग्रहालय में सुरक्षित है। लेकिन जब ये महसूस किया गया कि किसी फिल्मी हस्ती की छोटी सी रिकॉर्डिंग श्रोताओं की जरूरतों को पूरा नहीं करती तो एक नया कार्यक्रम शुरू हुआ जिसका नाम था उजाले उनकी यादों के।

इस कार्यक्रम के जरिए कई फिल्मी हस्तियों की पूरी जीवन यात्रा पर चर्चा की गयी। इसमें संगीतकार नौशाद, ओ.पी नैयर, खय्याम, रवि, लक्ष्मी प्यारे की जोड़ी के प्यारे लाल, संगीतकार, कल्याण जी आनंद जी की जोड़ी के आनंद जी, अभिनेत्री माला सिन्हा, वहीदा रहमान, लीना चंद्रप्रवरकर, गायक महेंद्र कपूर, निर्देशक प्रकाश मेहरा समेत कई बड़ी हस्तियों से लंबी-लंबी बातचीत की गयी है। इन कलाकारों की छह से लेकर दस घंटे बल्कि इससे भी ज्यादा वक्फे की रिकॉर्डिंग्स करके विविध भारती ने इतिहास को समेटने का महती कार्य किया है और आज भी कर रही है।

### संगीत-सरिता

सुबह साढ़े सात बजे प्रसारित होने वाले कार्यक्रम संगीत सरिता के माध्यम से विविध भारती ने अपने तमाम श्रोताओं के भीतर संगीत की समझ कायम करने

का प्रयास किया है। संगीत सरिता में आमंत्रित विशेषज्ञ संगीत की बारीकियों को बहुत सरल शब्दों में समझाते हैं, मिसालें देते हैं, गायन की बानगी पेश करते हैं और किसी राग पर आधारित फिल्मी गीत सुनवाकर श्रोताओं को उस राग से पूरी तरह परिचित करा देते हैं। बरसों बरस से ये विविध भारती के बेहद लोकप्रिय कार्यक्रमों में से एक है। संगीत और फिल्म जगत की अनगिनत बड़ी हस्तियां इसमें शामिल हो चुकी हैं।

# 8

---

## रेडियो प्रसारण की भाषा

---

सन् 1927 तक भारत में भी ढेरों रेडियो क्लबों की स्थापना हो चुकी थी। 1936 में भारत में सरकारी 'इम्पेरियल रेडियो ऑफ इंडिया' की शुरुआत हुई जो आजादी के बाद ऑल इंडिया रेडियो या आकाशवाणी बन गया। सन् 1939 में द्वितीय विश्व युद्ध की शुरुआत होने पर भारत में भी रेडियो के सारे लाइसेंस रद्द कर दिए गए और ट्रांसमीटरों को सरकार के पास जमा करने के आदेश दे दिए गए। नरीमन प्रिंटर उन दिनों बॉम्बे टेक्निकल इंस्टीट्यूट बायकुला के प्रिंसिपल थे। उन्होंने रेडियो इंजीनियरिंग की शिक्षा पाई थी। लाइसेंस रद्द होने की खबर सुनते ही उन्होंने अपने रेडियो ट्रांसमीटर को खोल दिया और उसके पुर्जे अलग अलग जगह पर छुपा दिए।

इस बीच गांधी जी ने अंग्रेजों भारत छोड़ो का नारा दिया। गांधी जी समेत तमाम नेता 9 अगस्त 1942 को गिरफ्तार कर लिए गए और प्रेस पर पाबंदी लगा दी गई। कांग्रेस के कुछ नेताओं के अनुरोध पर नरीमन प्रिंटर ने अपने ट्रांसमीटर के पुर्जे फिर से एकजुट किया। माइक जैसे कुछ सामान की कमी थी जो शिकागो रेडियो के मालिक नानक मोटवानी की दुकान से मिल गई और मुंबई के चौपाटी इलाके के सी व्यू बिल्डिंग से 27 अगस्त 1942 को नेशनल कांग्रेस रेडियो का प्रसारण शुरु हो गया।

इस बीच गांधी जी ने अंग्रेजों भारत छोड़ो का नारा दिया। गांधी जी समेत तमाम नेता 9 अगस्त 1942 को गिरफ्तार कर लिए गए और प्रेस पर पाबंदी लगा

दी गई। अपने पहले प्रसारण में उद्घोषक उषा मेहता ने कहा, “41.78 मीटर पर एक अंजान जगह से यह नेशनल कांग्रेस रेडियो है।”

रेडियो पर विज्ञापन की शुरुआत 1923 में हुई।

इसके बाद इसी रेडियो स्टेशन ने गांधी जी का भारत छोड़ो का संदेश, मेरठ में 300 सैनिकों के मारे जाने की खबर, कुछ महिलाओं के साथ अंग्रेजों के दुराचार जैसी खबरों का प्रसारण किया जिसे समाचारपत्रों में सेंसर के कारण प्रकाशित नहीं किया गया था।

पहला ट्रांसमीटर 10 किलोवाट का था जिसे शीघ्र ही नरीमन प्रिंटर ने और सामान जोड़कर सौ किलोवाट का कर दिया। अंग्रेज पुलिस की नजर से बचने के लिए ट्रांसमीटर को तीन महीने के भीतर ही सात अलग-अलग स्थानों पर ले जाया गया।

12 नवंबर 1942 को नरीमन प्रिंटर और उषा मेहता को गिरफ्तार कर लिया गया और नेशनल कांग्रेस रेडियो की कहानी यहीं खत्म हो गई।

नवंबर 1941 में रेडियो जर्मनी से नेताजी सुभाष चंद्र बोस का भारतीयों के नाम संदेश भारत में रेडियो के इतिहास में एक और प्रसिद्ध दिन रहा जब नेताजी ने कहा था, “तुम मुझे खून दो मैं तुम्हें आजादी दूंगा।”

इसके बाद 1942 में आजाद हिंद रेडियो की स्थापना हुई जो पहले जर्मनी से फिर सिंगापुर और रंगून से भारतीयों के लिये समाचार प्रसारित करता रहा।

## आजादी के बाद

आजादी के बाद अब तक भारत में रेडियो का इतिहास सरकारी ही रहा है। आजादी के बाद भारत में रेडियो सरकारी नियंत्रण में रहा।

सरकारी संरक्षण में रेडियो का काफी प्रसार हुआ। 1947 में आकाशवाणी के पास छह रेडियो स्टेशन थे और उसकी पहुँच 11 प्रतिशत लोगों तक ही थी। आज आकाशवाणी के पास 223 रेडियो स्टेशन हैं और उसकी पहुँच 99.1 फीसदी भारतीयों तक है। टेलीविजन के आगमन के बाद शहरों में रेडियो के श्रोता कम होते गए, पर एफएम रेडियो के आगमन के बाद अब शहरों में भी रेडियो के श्रोता बढ़ने लगे हैं। पर गैरसरकारी रेडियो में अब भी समाचार या समसामयिक विषयों की चर्चा पर पाबंदी है। इस बीच आम जनता को रेडियो स्टेशन चलाने देने की अनुमति के लिए सरकार पर दबाव बढ़ता रहा है।

सन् 1995 में भारतीय सर्वोच्च न्यायालय ने कहा कि रेडियो तरंगों पर सरकार का एकाधिकार नहीं है। सन 2002 में एनडीए सरकार ने शिक्षण संस्थाओं को कैपस रेडियो स्टेशन खोलने की अनुमति दी। 16 नवम्बर 2006 को यूपीए सरकार ने स्वयंसेवी संस्थाओं को रेडियो स्टेशन खोलने की इजाजत दी है।

इन रेडियो स्टेशनों में भी समाचार या समसामयिक विषयों की चर्चा पर पाबंदी है पर इसे रेडियो जैसे जन माध्यम के लोकतंत्रीकरण की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम माना जा रहा है।

## रेडियो की भाषा

रेडियो एक श्रव्य माध्यम है। रेडियो पर सब कुछ बोलकर प्रसारित किया जाता है। परन्तु रेडियो पर जो कुछ भी प्रसारित होता है, वो सब लिखा जाता है। प्रसारक के हाथ में एक आलेख होता है। एक छोटी सी उदघोषणा 'यह आकाशवाणी है' भी लिखी होती है। चाहे कार्यक्रम विवरण हो, चाहे वार्ता, कविता, कहानी, पत्रिका, कार्यक्रम, फरमाइशी फिल्मी गीतों का कार्यक्रम या कोई अन्य कार्यक्रम, सब कुछ लिखा हुआ होता है। हर कार्यक्रम के लिए आलेख कि जरूरत होती है।

रेडियो कि भाषा का अर्थ है श्रव्य माध्यम की भाषा यानि ऐसी भाषा जो रेडियो की दृश्यहीनता की छतिपूर्ति कर सके। रेडियो की भाषा में श्रोता के मस्तिष्क में 'दृश्य प्रभाव' उत्पन्न करने कि छमता होनी चाहिए। ऐसी भाषा जो श्रोता के कल्पना संसार को जागृत कर सके।

इसे एक उदाहरण से अच्छी तरह समझा जा सकता है। जब हम यह लिखते हैं कि भाकड़ा बंद कि ऊंचाई 740 फीट है तो रेडियो पर 740 फीट बोलने से उसकी ऊंचाई का कोई बोध नहीं होता और 740 फीट मामूली से आंकड़ा बनकर हवा में उड़ जाता है और 740 या 340 या 940 में कोई फर्क नहीं रह जाता, लेकिन जब हम यह बोलते हैं कि भाकड़ा बांध कि ऊंचाई 'एक के उपर एक रखे तीन कुतुब मीनारों' जितनी है या कि भाकड़ा बांध कि ऊंचाई इतनी है जितनी 125 लोगों के एक के उपर एक खड़े होने से बनेगी तो हमें भाकड़ा बांध कि ऊंचाई का एक दृश्य प्रभाव नजर आता है।

प्रकाशन और प्रसारण की भाषा में अंतर है। भारी भरकम लंबे शब्दों से हम बचते हैं, (जैसे, प्रकाशनार्थ, द्वंद्वत्मक, गवेषणात्मक, आनुषांगिक, अन्योन्याश्रित, प्रत्युत्पन्नमति, जाज्वल्यमान आदि। ऐसे शब्दों से भी बचने की कोशिश करते हैं,



जो सिर्फ हिंदी की पुरानी किताबों में ही मिलते हैं— जैसे अध्यवसायी, यथोचित, कतिपय, पुरातन, अधुनातन, पाणिग्रहण आदि।

एक बात और बहुत से शब्दों या संस्थाओं के नामों के लघु रूप प्रचलित हो जाते हैं जैसे यू. एन., डब्ल्यू. एच. ओ. वगैरह लेकिन हम ये भी याद रखते हैं कि हमारे प्रसारण को शायद कुछ लोग पहली बार सुन रहे हों और वे दुनिया की राजनीति के बारे में ज्यादा नहीं जानते हों।

इसलिए, यह आवश्यक हो जाता है कि संक्षिप्त रूप के साथ उनके पूरे नाम का इस्तेमाल किया जाए जहाँ संस्थाओं के नामों के हिंदी रूप प्रचलित हैं, वहाँ उन्हीं का प्रयोग करते हैं (संयुक्त राष्ट्र, विश्व स्वास्थ्य संगठन) लेकिन कुछ संगठनों के मूल अंग्रेजी रूप ही प्रचलित हैं जैसे एमनेस्टी इंटरनेशनल, ब्रूमन राइट्स वाच।

संगठनों-संस्थाओं के अलावा, नित्य नए समझौतों-संधियों के नाम भी आए दिन हमारी रिपोर्टों में शामिल होते रहते हैं। ऐसे नाम हैं— सीटीबीटी और आइएईए वगैरह भले ही यह संक्षिप्त रूप प्रचलित हो चुके हैं मगर सुनने वाले की सहूलियत के लिए हम सीटीबीटी कहने के साथ-साथ यह भी स्पष्ट करते चलते हैं कि इसका संबंध परमाणु परीक्षण पर प्रतिबंध से है। या कहते हैं आइएईए यानी संयुक्त राष्ट्र की परमाणु ऊर्जा एजेंसी।

कई बार जल्दबाजी में या नए तरीके से न सोच पाने के कारण घिसे-पिटे शब्दों, मुहावरों या वाक्यों का सहारा लेना आसान मालूम पड़ता है। लेकिन इससे रेडियो की भाषा बोझिल और बासी हो जाती है। ज्ञातव्य है, ध्यातव्य है, मदेनजर, उल्लेखनीय है या गौरतलब है— ऐसे सभी प्रयोग बौद्धिक भाषा लिखे जाने की गलतफहमी तो पैदा कर सकते हैं पर ये गैरजरूरी हैं।

एक और शब्द है द्वारा, इसे रेडियो और अखबार दोनों में धड़ल्ले से प्रयोग किया जाता है, लेकिन ये भी भाषाई आलस्य का नमूना है। क्या आम बातचीत में कभी आप कहते हैं कि ये काम मेरे द्वारा किया गया है? या सरकार द्वारा नई नौकरियाँ देने की घोषणा की गई है? अगर द्वारा शब्द हटा दिया जाए तो बात सीधे सीधे समझ में आती है और कहने में भी आसान है। (ये काम मैंने किया। या सरकार ने नई नौकरियाँ देने की घोषणा की है।)

रेडियो की भाषा मंजिल नहीं, मंजिल तक पहुँचने का रास्ता है। मंजिल है— अपनी बात दूसरों तक पहुँचाना। इसलिए, सही मायने में रेडियो की भाषा ऐसी होनी चाहिए जो बातचीत की भाषा हो, आपसी संवाद की भाषा हो, उसमें

गर्माहट हो जैसी दो दोस्तों के बीच होती है। यानी, रेडियो की भाषा को क्लासरूम की भाषा बनने से बचना बेहद जरूरी है।

याद रखने की बात यह भी है कि रेडियो न अखबार है न पत्रिका जिन्हें आप बार-बार पढ़ सकें, और न ही दूसरी तरफ बैठा श्रोता आपका प्रसारण रिकॉर्ड करके सुनता है।

आप जो भी कहेंगे, एक ही बार कहेंगे, इसलिए जो कहें वह साफ-साफ समझ में आना चाहिए, इसलिए रेडियो के लिए लिखते समय यह ध्यान में रखना जरूरी है कि वाक्य छोटे-छोटे हों, सीधे हों, जटिल वाक्यों से बचें।

साथ ही इस बात का ध्यान रखिए कि भाषा आसान जरूर हो लेकिन गलत न हो।

## रेडियो प्रसारण में भाषा का महत्त्व

जैसा कि हम जानते हैं, रेडियो एक उच्चरित माध्यम है। इसकी सफलता तो मूलाधार भाषा है। भाषा के बिना किसी भी जन संचार माध्यम के अस्तित्व की कल्पना नहीं की जा सकती, किन्तु रेडियो की तो यह आत्मा है। समाचार हो या संगीत, बौद्धिक कार्यक्रम हों अथवा साहित्यिक और भावात्मक कार्यक्रम, सभी शब्दों पर निर्भर है।

प्रसारण विशेषज्ञों का मानना है कि व्यापक जनता तक संदेश पहुँचाने के लिए प्रसारण की भाषा ऐसी प्रभावी होनी चाहिए, जिसे श्रोता वर्ग आसानी से समझ सके। यदि भाषा सरल और सुग्राह्य होगी तो उसे सामान्य तथा विद्वान्, निरक्षर, साक्षर और बाल, युवा और वृद्ध समान रूप से समझ सकेंगे। इसके अतिरिक्त प्रसारित संदेश मुद्रित सामग्री की भांति नहीं होता, जिसका कोई अंश समझ न आने पर आप पिछले पृष्ठ को पलटकर संदर्भ जोड़ सकते हैं, अथवा कठिन शब्द जानने के लिए शब्द कोश का पृष्ठ पलट सकते हैं।

एक बार जो वाक्य, उक्ति अथवा शब्द प्रसारित हो गया, वह हवा के झोंके भी भांति निकल जाता है। इसलिए, भाषा की सरलता, प्रसारण की बुनियादी जरूरत है। अब प्रश्न यह उठता है कि सरल भाषा का स्वरूप कैसा हो ? हिन्दी को ही लें। एक पक्ष द्वारा तो यह कहा जाता है कि उर्दू के शब्दों का हिन्दी के समाचारों, वार्ताओं तथा अन्य कार्यक्रमों में प्रयोग किया जाए। दूसरा पक्ष कहता है कि हिन्दी भाषा संस्कृत से निकली है तथा अन्य भारतीय भाषाएं भी संस्कृत से निकली हैं। अतः संस्कृतनिष्ठ शब्दों को प्रसारण में स्थान दिया जाए, जिससे

अन्य प्रांतों के लोग भी हिन्दी को आसानी से समझ सके। वास्तव में दोनों पक्ष अपनी-अपनी जगह सही है। किन्तु शब्दों के चयन का मापदण्ड है, उसका अधिक-से-अधिक लोगों द्वारा समझा जाना और बोलचाल में प्रयुक्त किया जाना, इसलिए उर्दू के जो शब्द हिन्दी में बोलचाल के अंग बने गए हैं, उनका प्रयोग करना उचित है तथा संस्कृत के जो शब्द लंबे समय से इस्तेमाल हो रहे हैं, उन्हें भी लेना हितकर है।

पत्र- त्रिकाओं की तरह श्रोता रेडियों को दोबारा नहीं सुन सकते इसलिए रेडियों की भाषा पर विशेष ध्यान दिया जाता है। भाषा ऐसी नहीं चाहिए जो इतनी सहज और बोधगम्य हो कि सुनते ही श्रोता को समझ में आ जाय और उसे उसका अर्थ जानने के लिए अपने मस्तिष्क पर दबाव न देना पड़े। यह ध्यान रखना चाहिए कि किसी पाठक के सामने किसी भी सूचना या लेख को कई बार पढ़ लेने या दुहराने का विकल्प रहता है, लेकिन रेडियो श्रोता के सम्मुख ऐसा कोई विकल्प नहीं होता। रेडियो से प्रसारित कार्यक्रम को तुरंत दुहराने या कठिन अंश को फिर से सुन पाने को प्रश्न ही नहीं उठता इसलिए रेडियो कार्यक्रम प्रस्तुत करते समय उसकी भाषा और शैली पर लेखक को तथा कार्यक्रम नियोजक को भी इतनी सजग दृष्टि रखनी चाहिए कि वह कहीं भी श्रोताओं के लिए दुरुह और बोझिल न होने पाये।

भाषा सहज, प्रवाहमय और स्पष्ट होनी चाहिए। वाक्य छोट-छोटे और अपने आप में पूर्ण होने चाहिए। वाक्य विन्यास इस प्रकार को होना चाहिए जो हृदय की सम्प्रेष्य भावनाओं और विचारों को श्रोताओं तक पहुँचाने में सहज सक्षम हो। कठिन शब्दों के प्रयोग और अत्यधिक आलंकारिक भाषा से बचना चाहिए क्योंकि अर्थ जटिल होते ही श्रोता का ध्यान उचट जाता है और वहीं पर आकर वार्ता असफल होने लगती है। रेडियो कार्यक्रम के लेखन की सफलता इस बात में निहित होती है कि वह श्रोताओं के मस्तिष्क पर तुरंत प्रभाव उत्पन्न करे और उनकी कल्पनाशक्ति को उद्भूत करते हुए भाषा के श्रवण के साथ ही आंखों के सम्मुख उस विषय का चित्र उत्पन्न कर दे।

शब्दों का ऐसा प्रयोग होना चाहिए जो अपने अर्थ के साथ पूरी तरह खुलते हों। बौद्धिकता से बोझिल भाषा रेडियो श्रोता के लिए उबाउ होने के साथ-साथ सुगम भी नहीं होती इसलिए बहुत पांडित्यपूर्ण लेखन कौशल के प्रदर्शन से भी बचना चाहिए। लेकिन ऐसा नहीं है कि प्रत्येक विषय की वार्ता में ही सीधी सपाट वर्णन शैली का प्रयोग किया जाने लगे। कुछ ऐसे विषय भी होते हैं जिसमें

आलंकारिक भाषा, शब्द सौंदर्य तथा अर्थ गांभीर्य अपेक्षित होता है। ऐसी वार्ताओं को भी श्रोता बहुत मनोयोग के साथ सुनते हैं क्योंकि शब्दों के प्रयोग का लालित्य और गद्य का लयात्मक माधुर्य कानों को अत्यंत प्रिय लगता है।

शब्द सौन्दर्य अपना माधुर्य तो छोड़ते ही हैं साथ ही मन में आगे की बात जानने की उत्सुकता भी जगाते हैं। यह होता है शैली का जादू। जिस प्रकार हर व्यक्ति की अपनी-अपनी रूचियां होती हैं, आदतें होती हैं, बोलने का ढंग होता है और उसे हम उसकी जीवन शैली कहते हैं उसी प्रकार प्रत्येक लेखक की अपनी विशिष्ट लेखन शैली होती है, जो लोगों को अपनी ओर आकृष्ट करती है।

रेडियो की भाषा के लिए मुख्य रूप से निम्नलिखित विशेषताएं आवश्यक हैं-

### 1. सहजबोध

कोई भी भाषा सहज, सरल और सूक्ष्म होने से श्रोता के लिए बोधगम्य ही नहीं होता बल्कि उसका सहजबोध होना भी श्रोता के लिए जरूरी होता है। प्रयोगधर्मी लेखक अपने आलेख या पटकथा के अंतर्गत नवीन प्रयोगों के मोह में ऐसे शब्दों का जाल बिछा देते हैं, जो सहज और सरल होने के बावजूद भी कृत्रिमता का एहसास कराते हैं। इन कलात्मक प्रयोगों को भले ही श्रोता को सुनने में अच्छा लगता है, लेकिन सच्चाई यह है कि जब तक उन प्रयोगों की अर्थध्वनियां से श्रोता परिचित नहीं हो पाता तब तक वह व्यर्थ हैं। इसलिए रेडियो की भाषा सहजबोध होनी चाहिए इसके लिए आवश्यक है कि भाषा में ऐसे शब्दों का प्रयोग किया जाए जो बोलचाल और लोकव्यवहार में हों। किसी अन्य भाषा या बोली से उधार लिए गए शब्दों से यदि सम्प्रेषण को उपयोगी बनाया जा सकता है तो लेखक को उनका व्यवहार बेहिचक होकर करना चाहिए।

### 2. मानकीकरण

रेडियो की भाषा का माननीकृत होना अत्यंत आवश्यक है। यह मानकीकरण मुख्य रूप से चार पक्षों पर आधारित होना चाहिए। मानक, वर्तनी, मानक लिपि, मानक व्याकरण तथा मानक उच्चारण।

### 3. दृश्यात्मकता

रेडियो की भाषा में दृश्यात्मकता का गुण होना भी आवश्यक हैं। श्रोता के सामने सुनते समय यदि घटना या सूचना का दृश्य उपस्थित हो जाता है तो भाषा

सार्थक होती है। यह कौशल लेखक के हाथ में होता है। इसके लिए लेखक को शब्दों को सार्थक चयन करते समय घटना को दृश्य रूप प्रदान करना चाहिए। आकड़ों या तथ्यों के समय दृश्यों की आवश्यकता नहीं होती लेकिन फीचर, वृत्तचित्र, कमेंट्री, उद्घोषणा आदि के समय लेखक को यह ध्यान रखना चाहिए कि भाषा यदि दृश्यात्मकता का निर्वाह कर पाने में सक्षम होगी तो संचार सहज रूप से हो पाएगा।

रेडियो की कार्यक्रम की भाषा या लेखन में निम्न बिन्दुओं पर ध्यान देना चाहिए—

1. रेडियो की भाषा सरल और आम बोलचाल की होनी चाहिए।
2. वाक्य संक्षिप्त हों अर्थात् छोटे-छोटे हों।
3. एक वाक्य में एक ही प्रकार की सूचना निहित हो।
4. सूचनाओं को सरल, सबल और स्पष्ट वाक्यों में लिखा जाना चाहिए।
5. लेखन में पूरे नाम का ही प्रयोग करना चाहिए। नाम और पदों को बार-बार लिखने से प्रवाह नष्ट हो जाता है।
6. लेखन के समय केवल उन्हीं शब्दों का प्रयोग करना चाहिए, जो उस जगह आवश्यक हों। जितने कम शब्दों का प्रयोग किया जाए, उतना अच्छा है।
7. रेडियो समाचार में दिनांक, माह या वर्ष का नाम देने की अपेक्षा जहां तक हो सके आज, कला, परसों अथवा सोमवार, मंगलवार आदि दिनों के अनुसार शब्दों का प्रयोग करना चाहिए।
8. रेडियो की भाषा में मोटी-मोटी गिनती की जगह संक्षिप्त अंकों में बात कहीं जानी चाहिए। जैसे 2 लाख 49 हजार टन को लगभग अढ़ाई लाख।
9. रेडियो में कई शब्दों को प्रयोग नहीं किया जाता। जैसे- निम्नांकित, उपर्युक्त, पूर्वोक्त, क्रमशः, यथा आदि।
10. रेडियो में चूँकि समय सीमित होता है इसलिए समय की सीमा में रहते हुए महत्वपूर्ण बातों को प्रसारित करना चाहिए।
11. रेडियो श्रव्य माध्यम है इसलिए यह उचित माना जाता है कि उसमें दृश्यात्मक शब्दों का प्रयोग न किया जाए। कहने का तात्पर्य है कि अवलोकनीय, दर्शनीय आदि शब्दों का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए।
12. रेडियो में नकारात्मक भाषा का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए। बैठक आज नहीं होगी की जगह बैठक स्थगित हो गई कहना उपयुक्त माना जाता है।

**रेडियो की भाषा में बरती जानी वाली सावधानियाँ—**

1. रेडियो की भाषा में ऐसे शब्दों का प्रयोग नहीं होना चाहिए जिससे देश की अखंडता, एकता और सामाजिक प्रवृत्ति धूमिल हो।
2. ऐसी टिप्पणियाँ नहीं करेगा जिससे तनाव बढ़े, उपद्रव और विद्रोह जैसी व्यवस्था फैले।
3. इस बात की पुष्टि की जाएगी की तथ्य सही है कि नहीं। किसी भी तथ्य को तोड़ा-मरोड़ा नहीं जाएगा और नहीं ऐसा सूचना जो असत्य और विश्वास करने योग्य नहीं है, को किसी भी हालत में प्रकाशित नहीं किया जाएगा।
4. वह सनसनी पैदा करने वाली या अनुमान पर आधारित खबर प्रकाशित नहीं की जाएगी। कोई खबर या टिप्पणी गलत हुई तो उसका खण्डन उचित ढंग से किया जाएगा।
5. अश्लील शब्दों का प्रसारण नहीं करेगा। अश्लील वह है जिससे अपराध, दुराचार या गैर कानूनी कार्य को प्रोत्साहन मिले।
6. जाति, समुदाय, वर्ग और धर्म या भाषायी उपद्रवों को भड़काने वाले समाचार नहीं प्रसारित किये जायेंगे।
7. भारत की सर्वभौमिकता एवं एकता, राष्ट्र की शिक्षा एवं देश के मित्रों को हानि पहुँचाने वाली खबर या टिप्पणी नहीं कि जाएगी।
8. रेडियो अपने भाषा में कोई ऐसी शब्दों का प्रयोग नहीं करेगा जिससे किसी व्यक्ति या संस्थान की छवि धूमिल हो।
9. अपने शब्दों के द्वारा केन्द्र या राज्य पर प्रतिकूल टिप्पणी नहीं करेगा।
10. न्यायालय से जुड़ी चीजों को हू-बहू प्रस्तुत करेगा न कोई ऐसी टिप्पणी करेगा जिससे न्यायालय की अवमानना हो।

**भाषा और निष्पक्षता**

बीबीसी की निष्पक्षता को बनाए रखने के लिए सही शब्दों का चुनाव बेहद जरूरी है। मिसाल के तौर पर, आतंकवाद शब्द का इस्तेमाल हम वहीं करते हैं जहाँ वह किसी के कथन का हिस्सा हो, जैसे, अमराकी राष्ट्रपति जॉर्ज बुश ने कहा है कि वे अल कायदा के आतंकवाद का मुँहतोड़ जवाब देंगे।

अथवा वहाँ आतंकवाद शब्द का इस्तेमाल करने में कोई समस्या नहीं जहाँ बिना किसी व्यक्ति या संगठन की ओर उँगली उठाए उसका प्रयोग हो,

जैसे-भारत सरकार आतंकवाद से निपटने में विफल रही है। इसी तरह, जिहादी, शहीद, महान नेता, पूज्यनीय जैसे शब्दों का इस्तेमाल भी बहुत सोचसमझ कर किया जाना चाहिए। ('पाँच आतंकी ढेर, दो पुलिस वाले शहीद' -इस तरह का शीर्षक पत्रकारिता के नियमों के खिलाफ है और पत्रकार की निष्पक्षता को खत्म करता है।)

एक और बात का ध्यान हम रखते हैं। जब तक किसी का अपराध साबित नहीं होता, वह सदिग्ध भले हो, मगर दोषी नहीं होता, इसलिए किसी ऐसी घटना का ब्यौरा देते समय कथित (alleged) शब्द का बहुत महत्त्व है।

नाम से पहले श्री या श्रीमति के प्रयोग से भी बचने की जरूरत है इसलिए कि अगर आप एक व्यक्ति के नाम के साथ श्री या श्रीमति लगाएँ और दूसरे व्यक्ति के नाम के साथ लगाना भूल जाएँ तो इसे पक्षपात समझा जा सकता है। बेहतर है कि हर व्यक्ति के पदनाम का इस्तेमाल करें।

पत्रकार राष्ट्रीयता, सरहद, पक्ष-विपक्ष और विवादों से अलग हटकर जनता को सच बताने के कर्तव्य का पालन करता है। इसलिए, बीबीसी में हम इस बात का ध्यान रखते हैं कि हम अपनी भारतीयता को पत्रकारिता के धर्म से अलग रखें। भारत के समाचार देते समय हम हमारा देश, हमारी सेना, हमारे नेता जैसे शब्दों का इस्तेमाल नहीं करते हैं।

कुछ लोग सवाल उठाते हैं कि बीबीसी आतंकवादी की जगह चरमपंथी शब्द का प्रयोग क्यों करती है या कश्मीर के मामले में भारत प्रशासित और पाकिस्तान प्रशासित क्यों कहती है।

वजह यह है कि कश्मीर एक विवादास्पद क्षेत्र है और बीबीसी किसी भी विवाद में, किसी एक पक्ष के साथ खड़ी नजर नहीं आना चाहती। फिर, जो एक की नजर में आतंकवादी है, वह दूसरे की नजर में स्वतंत्रता सेनानी या देशभक्त भी हो सकता है।

जब दुनिया में किसी भी विषय पर एक राय नहीं है तब बीबीसी के लिए यह और भी जरूरी हो जाता है कि वह किसी एक राय की हिमायत करती दिखाई न दे।

### रेडियो में भाषा का स्वरूप

रेडियो एक ध्वनि का माध्यम है और इसके बिना रेडियो का प्रसारण ही नहीं सकता। किसी भाषा के दो रूप होते हैं - लिखित रूप और उच्चारित

रूप। इसमें भी काफी विविधता पाई जाती है। उच्चारित भाषा के भी कई रूप हमारे सामने उपलब्ध होते हैं। हम घर में जब अपने माता-पिता या भाई-बहन के साथ बातचीत करते हैं तो उसमें एक प्रकार कि अनौपचारिकता होती है और कई बार हम वाक्य संरचना और व्याकरण सम्बन्धी नियमों का पालन नहीं करते। इस प्रकार कि बातचीत में स्थानीय बोलियों, सामाजिक स्तर, सांस्कृतिक पृष्ठभूमि और शैक्षिक स्तर का भी प्रभाव पड़ता है। जैसे यदि हम अपने घर में बोलचाल में हिंदी का प्रयोग करते हैं तो कई बार उसमें आपकी स्थानीय भाषा का भी समावेश हो सकता है।

उदाहरण के लिए यदि आप बिहार या उत्तरप्रदेश के रहने वाले हैं तो आपकी वाक्य रचना और शब्दावली में भोजपुरी, अवधी और मैथिली का असर देखा जा सकता है। इसी प्रकार हरियाणा में हरियाणवी, पंजाब में पंजाबी, तथा बंगाल में बंगाली बोलने के ढंग का प्रभाव पड़ता है, परन्तु जैसे ही आपके के घर में कोई मेहमान आता है तो आपके बोलने का लहजा बिलकुल बदल जाता है। आप उनसे उसी तरह बात नहीं करते जैसे अपने घर के सदस्यों से करते हैं। इसमें एक औपचारिकता का समावेश हो जाता है। आप घर आने वाले व्यक्ति का अभिवादन करते हैं। उनका हाल-चाल पूछते हैं और ढेर साड़ी बातें होती हैं।

इसमें आमतौर पर हम भाषा के मानक रूप का प्रयोग करते हैं। रेडियो कि भाषा सहज होते हुए भी औपचारिक होती है। जैसा कि आप जानते हैं कि रेडियो में जो कुछ बोला जाता है, इसका कारण यह है कि इससे भाषा का व्याकरण नहीं गड़बड़ाता और नपे-तुले शब्दों में अपनी बात श्रोताओं तक पहुँचा देते हैं। जिस प्रकार आप अपने दोस्तों से बातचीत करते हैं वैसी भाषा का प्रयोग रेडियो में करना शायद संभव नहीं है। रेडियो का एक खास उद्देश्य होता है जन-जन तक सन्देश संप्रेषित करना। इसलिए आपकी भाषा ऐसी होनी चाहिए जो सबकी समझ में आए। इसके लिए भाषा पर आपका पूर्ण अधिकार होना जरूरी है।

रेडियो में कई प्रकार के कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं। लगभग सभी रेडियो स्टेशनों से समाचार, वार्ता, नाटक और गीत-संगीत के कार्यक्रम अवश्य प्रसारित होते हैं। समाचार की भाषा सटीक, सार्थक, निष्पक्ष और सूचनाप्रद होनी चाहिए। कम-से-कम शब्दों में ज्यादा-से-ज्यादा सूचना लोगों तक पहुँचाना भाषा के द्वारा ही संभव हो पाता है। रेडियो में 'वह', 'अन्ततोगत्वा', 'अन्योन्याश्रित',



द्रष्टव्य' जैसे शब्दों का इस्तेमाल नहीं किया जाता है। शब्दों का प्रयोग करते समय एक बात का हमेशा ध्यान रखना चाहिये। इससे शब्दों के आगे-पीछे और अर्थ का अनर्थ हो जाने की सम्भावना बनी रहती है।

## रेडियो की भाषा का श्रोताओं पर प्रभाव

रेडियो जनसंचार का सबसे सस्ता, सुलभ और प्रभावशाली माध्यम माना जाता है। देश के ग्रामीण इलाकों में आज भी आकाशवाणी के कार्यक्रम बेहद लोकप्रिय हैं, वहीं शहरों व कस्बों में प्राइवेट एफएम के कार्यक्रम युवाओं को बहुत आकर्षित करते हैं, ऐसे में रेडियो कार्यक्रमों की भाषा और शैली का श्रोताओं पर पड़ रहे प्रभाव के बारे में जानना-समझना आवश्यक है। भाषा मानव संचार का आधार है। भाषा लोगों के साथ संचार में मदद करती है। भाषा प्रतीकों की एक जटिल प्रणाली है। यह मानव विचारों का स्रोत है। भाषा संचार का सबसे महत्त्वपूर्ण स्रोत है। मनुष्य भाषा-शैली से न सिर्फ प्रभावित होता है बल्कि इससे उसके व्यक्तित्व का निर्माण भी होता है। हम भाषा के माध्यम से ही दूसरों तक अपनी भावनाओं, विचारों और अनुभवों को व्यक्त करते हैं। सोशल मीडिया के आज के दौर में युवाओं की भाषा-शैली बड़ी तेजी से बदल रही है। ऐसे में मुख्यधारा की मीडिया में बदलाव आना स्वाभाविक है।

रेडियो (प्राइवेट एफएम) में युवाओं को आकर्षित करने के उद्देश्य से हिंग्लिश के शब्दों का खूब प्रयोग किया जाने लगा है, टीवी में रचनात्मकता के नाम पर भाषा के साथ खिलवाड़ हो रहा है तो प्राइवेट रेडियो में प्रयोग होने वाली भाषा तो और भी अधिक हानिकारक है। कई कार्यक्रम ऐसे हैं जिसमें बीप का प्रयोग किया जाता है, श्रोता बीप का मतलब समझते हैं। प्राइवेट एफएम चैनल के रेडियो जॉकी जिस तरह से बोलते हैं, वह भी कोई बहुत अच्छा नहीं है, उदाहरण के तौर पर सुनिए बैक टु बैक चार गाने चिपक के, आप सुन रहे हैं बारह से दो..मां-बहन का शो, एक चैनल का तो टैग लाइन ही "बजाते रहो" है। वहीं दूसरी तरफ सरकारी एफएम के प्रस्तुतीकरण में "सामान्य भाषा के शब्दों के प्रयोग के साथ भाषा की शालिनता का ध्यान रखा जाता है।

भाषा को बढ़ावा देने के लिए मीडिया एक महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाता है। रेडियो सुनने के साथ-साथ हमारी बातचीत का स्तर माध्यम से विकसित होता है। श्रोता विशेष रूप से युवाओं में हिंग्लिश भाषा में बोलचाल बेहद आम हो चला है, शायद इसीलिए प्राइवेट एफएम अपने लक्षित समूह यानि युवा वर्ग को ध्यान

में रखकर कार्यक्रमों का निर्माण करते हैं और युवाओं को आकर्षित करने के लिए ही ऐसी भाषा का प्रयोग करते हैं, लेकिन क्या इसे उचित कहा जा सकता है। ऐसे में प्राइवेट एफएम रेडियो की भाषा पर विचार करना प्रासंगिक हो जाता है।

आकाशवाणी के देशभर में कुल 420 स्टेशन हैं जिनकी पहुँच देश के 98 फीसदी इलाकों तक है, वहीं प्राइवेट एफएम देश के 65 फीसदी इलाके तक पहुँच रहे हैं। प्राइवेट एफएम स्टेशन को सरकार की तरफ से भी बढ़ावा दिया जा रहा है। मेट्रो शहरों के बाद छोटे शहरों और कस्बों में भी प्राइवेट एफएम स्टेशन खुल रहे हैं। ऐसे में यह अध्ययन का विषय है रेडियो के कार्यक्रमों और उसकी भाषा-शैली का श्रोताओं पर क्या प्रभाव क्या पड़ रहा है।

जनसंचार के साधनों में रेडियो सबसे अधिक पहुँच वाला सस्ता माध्यम है। गांव के लोगों के लिए रेडियो मनोरंजन और सूचना का सबसे बड़ा साधन है। आकाशवाणी की लोकप्रियता ग्रामीण क्षेत्रों में सर्वाधिक है। ऐसे में आकाशवाणी के कार्यक्रमों में बोली जाने वाली भाषा क्या एक साधारण ग्रामीण, मजदूर या किसान को समझ में आती होगी, ये भी एक सवाल है?

एक समय था जब विविध भारती, बीबीसी को सुनकर भाषा सीखी जाती थी। हम अपनी भाषा को माँजते थे। लेकिन जब से प्राइवेट एफएम रेडियो आए हैं तब से अजीब तरह की भाषा का प्रयोग किया जा रहा है। इस पर सफाई देते हुए एफएम चैनल वालों का कहना होता है कि हम आम जनता की भाषा का प्रयोग करते हैं। जनता जो सुनना चाहती है, हम उसी भाषा में बात करते हैं। लेकिन शोधकर्ता एवं भाषाविदों का मानना है कि ऐसी भाषा जनता ना तो बोलती है और ना ही सुनना पसंद करती है। हां, यह जरूर है कि स्कूल-कॉलेज स्तर के कुछ लड़के-लड़कियां ऐसी भाषा का जरूर इस्तेमाल करते हैं, लेकिन उसे सही नहीं कहा जा सकता।

इससे भाषा के साथ खिलवाड़ होता है। हर कोई सस्ती लोकप्रियता हासिल करने के लिए अनेकों तरीके अपनाता है और रेडियो चैनल भी वहीं कर रहे हैं। किसी को परेशान करना, मस्ती करना, हंसी-मजाक करना ये तो सब मनोरंजन में आते हैं, लेकिन किसी की निजी जिंदगी पर कमेंट कसना यह सही नहीं है बेहूदा मजाक पर रेडियो कार्यक्रम नहीं बनने चाहिए रेडियो से संदेश समाज में दूर-दूर तक जाते हैं। इसका दायरा जरूर होना चाहिए। जो प्रोग्राम प्रोड्यूसर होते हैं उन्हें रेडियो जॉकी को बताना चाहिए कि उनका दायरा कहां तक है क्योंकि रेडियो सिर्फ मनोरंजन का ही नहीं, शिक्षा का भी साधन है।

मीडिया ने हमारे रोजमर्रा की जिंदगी पर उस गति से बहुत बड़ा प्रभाव डाला है जिस पर हम सूचना के प्रसार के लिए संवाद करते हैं। मीडिया संचारित करने के लिए मीडिया की भाषा का उपयोग उपकरण के रूप में किया जाता है।

जनता तक संदेश पहुँचाने के लिए प्रसारण की भाषा सरल और सुग्राह्य होनी चाहिए तभी उसे सामान्य तथा विद्वान्, निरक्षर, साक्षर और बाल, युवा तथा वृद्ध समान रूप से समझ सकेंगे।

भाषा सहज, प्रवाहमय और स्पष्ट होनी चाहिए। वाक्य छोट-छोटे और अपने आप में पूर्ण होने चाहिए। कठिन शब्दों के प्रयोग और अत्यधिक अलंकारिक भाषा से बचना चाहिए, क्योंकि अर्थ जटिल होते ही श्रोता का ध्यान उचट जाता है और वहीं पर आकर वार्ता असफल होने लगती है। रेडियो कार्यक्रम की सफलता इस बात में निहित होती है कि वह श्रोताओं के मस्तिष्क पर तुरंत प्रभाव उत्पन्न करे, एक बार जो वाक्य, उक्ति अथवा शब्द प्रसारित हो गया, वह हवा के झोंके की भांति निकल जाता है।

### **भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में हिंदी का योगदान**

मीडिया की विकास प्रक्रिया का अध्ययन करने से ज्ञात होता है कि मीडिया के विकास में 'भाषा' का स्थान महत्वपूर्ण है। भाषा विशेषज्ञों, तकनीशियों और वैज्ञानिकों के परिश्रम से ही मीडिया का विकास हुआ है। भारतीय मीडिया का विचार किया जाए तो 'हिंदी भाषा' के बल पर ही भारतीय मीडिया जनसामान्य तक जा पहुँचा है। विभिन्न भारतीय भाषाओं को साथ लेकर 'हिंदी भाषा' ने मीडिया के माध्यम से राष्ट्रीय एकता बनाए रखने में महत्वपूर्ण योगदान किया है, इस बात को नकारा नहीं जा सकता। भारतीय प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में हिंदी भाषा 'विश्वकल्याण' की भूमिका निभा रही है। भारतीय मीडिया और हिंदी भाषा वर्तमान में एक-दूसरे की विकास प्रक्रिया से जुड़कर समाज सुधार में सक्रिय है। भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अध्ययन से स्पष्ट हो जाता है कि मीडिया और हिंदी भाषा दोनों निःसंदेह सामाजिक विकास की प्रक्रिया से जुड़े हैं। 'हिंदी भाषा' को माध्यम के रूप में स्वीकार कर प्रस्तुति देकर भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने अपना विकास किया है।

“विज्ञान और तकनीकी क्षेत्र में हिंदी का लगातार प्रयोग बढ़ रहा है। राजभाषा प्रयोग के संबंध में 1960 में ही भारत सरकार के शिक्षा मंत्रालय के अधीन ही वैज्ञानिक और तकनीकी शब्दावली आयोग की 1961 में स्थापना की गयी थी। विज्ञान और तकनीकी अलग-अलग नहीं है। इस क्षेत्र में संस्कृत के साथ ही अंतर्राष्ट्रीय शब्दावली को भी हिंदी तकनीकी के क्षेत्र में प्रयोजनमूलक हिंदी का व्यापक प्रयोग किया जा रहा है।” भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में जनसंचार माध्यम भाषा के रूप में हिंदी भाषा केंद्रीय स्थान पा चुकी है। सृजनात्मक भाषा और संचार भाषा के रूप में हिंदी भाषा भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को सहयोग दे रही है।

हम यह कह सकते हैं कि भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और हिंदी दोनों ने मिलकर भारतीय सभ्यता संस्कृति और वैज्ञानिक विकास की प्रक्रिया को गतिमान बनाया है। “मौजूदा हाइटेक युग में एक छोटी-सी चिप (माइक्रोचिप)ने साइबर मीडिया के परिप्रेक्ष्य में जनसंचार माध्यमों के स्वरूप को कहीं अधिक बदल कर रख दिया है। माइक्रोचिप ने बड़े आकार के उपकरणों कंप्यूटर ट्रांजिस्टर वीडियो कैमरा आदि)को जेब में डाल दिया है। मोबाइल में टेलीविजन देखा जा रहा है, एफ.एम. सुना जा रहा है, मोबाइल में कंप्यूटर समा रहा है, कंप्यूटर नोटबुक ने तबदील हो रहा है, वाई फाई के जरिए नोटबुक पर कहीं भी इंटरनेट पर काम किया जा रहा है।” भारतीय बहुभाषिकता का विचार किया जाये तो ‘हिंदी भाषा’ के कारण ही भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया आम जनता तक पहुँच रहा है। बहुभाषाओं को साथ लेकर चलने की क्षमता हिंदी में होने के कारण इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में हिंदी का विस्तार तेजी से हो रहा है।

भारतीय भाषाओं में ‘भाषा सौहार्द’ स्थापित करने हेतु शुरू से हिंदी का योगदान रहा है। इस बात को भारतीय मीडिया विशेषज्ञों ने माना है। अतः भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया विकास की प्रक्रिया में ‘हिंदी भाषा’ की उपयुक्तता को सर्वमान्यता प्राप्त हो चुकी है। हिंदी के कारण ही विभिन्न भाषा-भाषी लोक भारतीय विकास की प्रक्रिया से जुड़े रहें हैं। “संपर्क भाषा के रूप में राजभाषा हिंदी की प्रौढ़ता स्वयंसिद्ध है। सैकड़ों वर्षों से हिंदी देश की जनता के बीच बोल चाल की आम भाषा रही है। “कहना आवश्यक नहीं कि भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया विशेषज्ञों ने हिंदी का महत्त्व जानकर ही मीडिया विकास प्रक्रिया में हिंदी भाषा को केंद्र में रखा। वर्तमान में सर्वाधिक प्रगति जिन-जिन क्षेत्रों में हुई है उन्हीं में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया अग्रणी है। मेहनती युवाओं के लिए इलेक्ट्रॉनिक मीडिया

रोजगार का विकल्प बन रहा है। हिंदी भाषा का अध्ययन करनेवाले युवाओं के लिए इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के क्षेत्र में कैरियर की संभावनाएँ बढ़ रही हैं। हिंदी भाषा में अब इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए नई हिंदी भाषा शैली और शब्दावली की जरूरत महसूस हो रही है। ज्ञानसंवर्धन की प्रक्रिया हिंदी भाषा के माध्यम से धड़ल्ले से हो रही है। अतः इलेक्ट्रॉनिक मीडिया हिंदी भाषा को गंभीर दृष्टि से देख रहा है। रेडियो, दूरदर्शन, मल्टीमीडिया, एनिमेशन आदि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अंतर्गत हिंदी भाषा के माध्यम से अनेक कार्यक्रम दिए जा रहें हैं।

भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने हिंदी भाषा को और हिंदी भाषा ने भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को नया जीवंत रूप देने का काम किया है, इसे नकारा नहीं जा सकता। हिंदी भाषा ने अपनी शब्दावली का विकास स्वयं किया है। व्यापक अनुसंधान के बल पर हिंदी भाषा दिनों भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। “विश्वबाजार की भाषा अंग्रेजी में हजारों नए हिंदी शब्दों ने प्रवेश किया है, जिन्हें ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी में स्थान मिल चुका है। इससे हिंदी के विश्वभाषा बनने के रास्ते में मदद ही मिलती है।

मीडिया में दोषपूर्ण हिंदी भाषा के अनेक उदाहरण मिलने के बावजूद भी हिंदी का प्रयोग तेजी से हो रहा है। अतः मीडिया के लिए तकनीकी शब्दावली वर्तमान में आवश्यक बन रही है। भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास के साथ हिंदी का भी विकास हो रहा है। भाषा कंप्यूटरीकरण का विचार किया जाए तो वर्तमान में हिंदी का कंप्यूटरीकरण अन्य भारतीय भाषाओं की तुलना में अधिक तेजी से हो रहा है। अतः इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के लिए आवश्यक हिंदी के साधन सहज उपलब्ध होने के कारण हिंदी का प्रयोग बढ़ रहा है। अनेक ऑनलाइन एवं ऑफलाइन साधन हिंदी में उपलब्ध हैं। जैसे. महाशब्दकोश, शब्दमाल, लिप्यंतरण, डेटा कनवर्टर, विभिन्न फॉण्टस, लिपिक इन, अक्षर-ब्रिज, शब्द-ज्ञान, गोल्डेन-डिक्ट आदि। अतः इन साधनों का भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने प्रयोग कर आम जनता तक पहुँचने का सफल प्रयास किया हुआ दृष्टिगोचर होता है।

हिंदी भाषा को केंद्र में रखकर मीडिया अपना विकास करने में सफल हुआ नजर आता है। “आज भारतीय भाषाओं में सर्वाधिक फिल्में बनती हैं। इनमें भी हिंदी में सबसे अधिक। देश-विदेश में इनकी लोकप्रियता है। नई-नई तकनीक अपनाकर इन्हें अंतर्राष्ट्रीय स्तर का बनाया जा रहा है। कुल मिलाकर कहें कि भारतीय सिनेमा का एक लंबा और सुदृढ़ इतिहास है। आज फिल्म

मूलतः मनोरंजन और अंशतः शिक्षा का अत्यंत लोकप्रिय माध्यम है। नई प्रौद्योगिकी ने इस जन माध्यम में गुणात्मक परिवर्तन किए हैं।” वर्तमान में हिंदी भाषा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में वैचारिक और बौद्धिक दृष्टि से सक्षम बनने की कोशिश कर रही है। अतः मीडिया के विकास में हिंदी भाषा में हिंदी भाषा की प्रमुख भूमिका को हम नकार नहीं सकते।

सरकारी, सार्वजनिक, व्यक्तिगत, स्कूलों, कालेजों आदि के कामकाज में हिंदी भाषा का कंप्यूटरी रूप व्यापकता से दृष्टिगोचर हो रहा है। भारतीय समाज हिंदी भाषा को चाहता है। इन सभी कारणों से हिंदी भाषा भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास का आधार बन गई है। “बीसवीं सदी के अंतिम दौर में वायुमंडलीय संचार परिवर्तन विश्व परिदृश्य पर पूरी तरह हावी हो रहा है। डिजिटल प्रणाली और फाइबर ऑप्टिक्स अब विभिन्न तकनीकों और सेवाओं को संचार प्रणाली से जोड़कर उसे संगठित कर रही है। सूचना क्रांति अभी बीच रास्ते में है और भारत इस मामले में पीछे नहीं है। वह सूचना समाज बनाने की ओर तेजी से कदम बढ़ा रहा है, जिसमें संचार एवं संचार तकनीकी एक प्रमुख शक्ति होगी। भारत का इलेक्ट्रॉनिक मीडिया नेटवर्क विश्व के सबसे बड़े मीडिया नेटवर्कों में से एक है। संचार की इस परिदृश्य में भी भाषा की महत्वपूर्ण भूमिका है।

भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में हिंदी का शुरू से महत्वपूर्ण योगदान रहा है। हिंदी भाषा विशेषज्ञों ने मान लिया है कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के केंद्र में हिंदी भाषा ही रहीं हैं। विभिन्न भारतीय भाषाओं को साथ लेकर ‘हिंदी भाषा’ ने मीडिया के माध्यम से राष्ट्रीय एकता बनाए रखने में महत्वपूर्ण योगदान किया है। जनसामान्य की भाषा हिंदी रही है। अतः भारतीय मीडिया के विकास में विशेषकर इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में हिंदी भाषा केंद्रीय भूमिका में रही है। भारतीय प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में हिंदी भाषा ‘विश्वकल्याण’ की भूमिका निभा रही है। इस बात को मानना होगा।

वर्तमान में भारतीय मीडिया और हिंदी भाषा एक-दूसरे की विकास प्रक्रिया से जुड़कर समाज सुधार में सक्रिय है। साथ-ही-साथ सृजनात्मक भाषा और संचार भाषा के रूप में हिंदी भाषा भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को सहयोग दे रही है।

व्यापक अनुसंधान और स्वयं की शब्दावली के कारण हिंदी भाषा मीडिया विकास प्रक्रिया में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। जनसाधारण के लिए सुबोध

हिंदी भाषा का नया रूप इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में दृष्टिगोचर होता है, जो रूप मीडिया के विकास के लिए अत्यावश्यक माना जाना उचित होगा। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास के लिए भविष्य में तकनीकी शब्दावली का विस्तार होना अनिवार्य है। ऑनलाइन एवं ऑफलाइन साधन हिंदी में उपलब्ध होने के कारण भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में हिंदी भाषा का प्रयोग दिनों बढ़ रहा है।

अतः हिंदी मीडिया की विकास प्रक्रिया का विभिन्न अंग बनी है। इस बात से हमें सहमत होना होगा। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में हिंदी भाषाशिक्षण को स्वतंत्र कार्यक्रम के रूप में देखा जाना मीडियाकालीन हिंदी सामर्थ्यशील बनने का ही उदाहरण है। मीडिया के क्षेत्र में हिंदी का योगदान अनेक कठिनाइयों के बावजूद भी जागरूक और अपेक्षाकृत अधिक मात्रा में दृष्टिगोचर होता है। भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के हमकालीन परिदृश्य का अध्ययन करने से पता चलता है कि सबसे अधिक कार्यक्रम हिंदी भाषा के कारण ही सफल हो रहे हैं। अतः कहा जाना उचित होगा कि हिंदी भाषा ही भारतीय मीडिया का मुख्य आधार है।

# 9

---

## एफ एम रेडियो

---

रेडियों तकनीक का जैसे-जैसे विकास होता गया वह आम आदमी तक सहजता से पहुँचता गया। धीरे-धीरे छोटे-छोटे शहरों तक रेडियो केन्द्र खुलने लगे। सरकार द्वारा खोले गये बड़े केन्द्र ए.एम. (Amplitude Modulation) रेडियो हैं। ये एम्प्लीट्यूड मोड्यूलेशन के सिद्धांत पर कार्य करते हैं। इनके लिए अधिक स्थान व श्रम शक्ति की आवश्यकता पड़ती है। लेकिन अब तकनीक के चमत्कार ने छोटे-छोटे रेडियो स्टेशन खोलना आसान कर दिया है। एफएम रेडियो भी ऐसा ही एक चमत्कार है। एफएम यानी फ्रीक्वेंसी मोड्यूलेशन तकनीक के रेडियो प्रसारण सीमित क्षेत्र में सुने जाते हैं। 50 हजार से 5-10 लाख तक आवादी के लिए होने वाले एफएम प्रसारण इन दिनों बेहद लोक प्रिय होने लगा है।

एफ.एम. की विशेषता यह है कि इसमें खर्च बहुत कम आता है। श्रम शक्ति की कम आवश्यकता होती है। एक कमरे में रेडियो केन्द्र खोला जा सकता है। हालांकि इसकी तरंगें बहुत दूर तक नहीं जाती और इनकी क्षमता 50 से 80 किमी के बाद क्षीण हो जाती है, किन्तु जहाँ तक भी पहुँचती है, एक जैसी सुनाई देती हैं। हालांकि इसमें एक बड़ी कमी यह है कि एफएम तरंगें सीधी चलती हैं। यदि इनके सामने ऊँची पहाड़ी जैसा कोई व्यवधान आ जाए तो उससे टकरा कर ये क्षीण हो जाती हैं और इनकी पहुँच कम होती जाती है।



एफ एम प्रसारण 88 से 108 मेगाहर्ट्ज पर प्रसारण के अधिकार निजी क्षेत्र को भी सौंपे जाने से एफ एम प्रसारणों में क्रांतिकारी बदलाव आ गया। आज देश के अनेक महानगरों में एक से अधिक एफ एम चैनल प्रसारित हो रहे हैं। इन चैनलों का प्रसारण महानगरों में कारों से घर से दफ्तर जाने वाले लोगों के बीच भी बहुत लोकप्रिय है। ऐसे लोग सफर में बीच के समय एफ एम रेडियो के जरिए संगीत का भी आनन्द लेते हैं।

नब्बे के दशक की शुरुआत में उदारीकरण की आर्थिक नीतियों के बाद से ही देश में निजी रेडियो चैनलों की जमीन तैयार होने लगी थी। सन् 1993 में आकाशवाणी ने निजी निर्माताओं से कार्यक्रम बनवाना आरंभ किया और ये प्रयोग लोकप्रिय भी रहा। दिल्ली और मुंबई में टाइम्स और मिड डे समूह ने आकाशवाणी के लिए कार्यक्रम बनाये। सन् 1995 में सर्वोच्च न्यायालय ने एक फैसले में हवाई तरंगों पर सरकार का एकाधिकार समाप्त कर दिया। मार्च 2000 में सरकार ने देश के 40 बड़े शहरों में 108 रेडियो स्टेशनों के लाइसेंस देने के लिए खुली बोली लगायी। निजी कंपनियां रेडियो बाजार का सही अनुमान नहीं लगा पायी।

अत्यधिक बोली लगा देने के कारण बाद में कंपनियों को अहसास हुआ कि रेडियो चैनल चलाना घाटे का सौदा होगा क्योंकि सरकार को भी मोटी रकम लाइसेंस फीस के रूप में दी जानी थी। सन् 2001 में देश का पहला निजी एफ.एम. चैनल रेडियो सिटी बैंगलौर से आरंभ हुआ। इसके बाद देशभर में एफ.एम. रेडियो चैनलों के खुलने का सिलसिला शुरू हो गया। अनेक कंपनियों ने आरंभिक दौर में घाटा भी उठाया। इस दौर में केवल मैट्रो शहरों में ही चैनल खोले गये थे। नये एफ.एम. चैनलों ने स्थानीय सूचनाओं और स्वाद के मुताबिक कार्यक्रम परोसना आरंभ किया। सड़क पर जाम, बाजार में सेल, स्कूलों में दाखिला और अन्य स्थानीय समस्याओं को उठाने के साथ-साथ लोकप्रिय संगीत के बलबूते जल्दी ही एफ.एम. चैनल आम लोगों की पहली पसंद बन गये।

सन् 2003 में सरकार ने डॉ. अमित मित्रा की अध्यक्षता में एक समिति का गठन किया। समिति ने सुझाव दिया कि सरकार को लाइसेंस फीस में कमी लाने के साथ-साथ नियमों में थोड़ी ढील देनी चाहिए। दूसरे दौर में सन् 2006 में सरकार ने दूसरी और तीसरी श्रेणी के शहरों में भी एफ.एम. रेडियो स्टेशनों की बोली लगाने का फैसला किया।

इस बार सरकार ने देश के 91 शहरों में रेडियो स्टेशनों की बोली से करीब 100 करोड़ की कमाई की। समाचार पत्र समूह-दैनिक भास्कर, दैनिक जागरण, राजस्थान पत्रिका, मलयालम मनोरमा, मातृभूमि, हिन्दुस्तान टाइम्स, डेली थांती इत्यादि- के अलावा जी समूह, रिलायंस जैसी बड़ी कंपनियों ने इस बोली में हिस्सा लिया। सन् 2006 में सरकार ने एक समिति का गठन किया। इस समिति का उद्देश्य रेडियो चैनलों में समाचार एवं समसामयिक कार्यक्रमों को अनुमति देने के बारे में सरकार को सलाह देना था। समिति ने सिफारिश दी कि सरकार को चौबीस घंटे टेलीविजन समाचार चैनलों की तर्ज पर रेडियो समाचार चैनल आरंभ करने की अनुमति भी दे देनी चाहिए।

विज्ञापनों के जरिए नए-नए उत्पादों की जानकारी भी प्राप्त करते हैं और बीच-बीच में जरूरी खबरें भी उन्हें मिलते रहती हैं। चूंकि निजी एफएम रेडियो आकाशवाणी की तरह बहुत औपचारिक नहीं हैं इसलिए ये कार्यक्रमों के बीच बीच में चुटकले, फिल्मी बातें और जरूरी सूचनाएं भी देते रहते हैं। मसलन शहर में कहां ट्रैफिक जाम है। कहां से आवागमन प्रतिबंधित है आदि -आदि सूचनाएं भी एफएम रेडियो के जरिए श्रोताओं को मिल जाती हैं। शहर में चल रही किसी प्रदर्शनी, किसी समारोह या किसी सेल आदि के बारे में भी इसके जरिए सूचनाएं मिल जाती हैं। इसी तरह कार्यक्रमों के बीच-बीच में खेलों का स्कोर आदि भी एफएम रेडियो से पता चल जाता है।

एफएम रेडियो और कामर्शियल सेवा-एफ.एम.रेडियो की तरंगे जहाँ तक पहुँचती है, उनमें एक जैसी धारिता बनी रहती है। उसका प्रसारण स्तर एक सा रहता है। इस विशेषता को ध्यान में रखते हुए एफएम रेडियो व्यावसायीकरण का माध्यम भी बन गया है। इन पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों से विज्ञापन भी बटोरे जाते हैं। एफएम रेडियो का प्रस्तुतकर्ता पुराने नियमों को हल्का करके चलता है। उसके हाव-भाव समयानुसार उसकी आवाज में झलकते हैं, यदि कहा जाए कि एफएम प्रसारण आधुनिकता का लिबास ओढ़े हुए है तो गलत न होगा। इसीलिए इस तरह के प्रसारण युवा पीढ़ी को बहुत जल्दी आकर्षित करते हैं। एफएम रेडियो एक प्रकार से स्थानीय या लोकल रेडियो का रूप है।

शहर में होने वाली घटनाएं, मौसम की जानकारी, ट्रैफिक से सम्बन्धित खबरें, शहर में होने वाले उत्सव, समारोह, रेल टिकट आरक्षण जैसी सभी जानकारियां इसमें होती हैं। इस प्रकार का प्रचार-प्रसार आम आदमी को एफएम से बांधता है। एफएम रेडियो का मुख्य कार्य वाणिज्य से जुड़ा है। अतः विज्ञापन

की ओर इसका रूझान अधिक है, क्योंकि निजी चैनल मालिक का असल उद्देश्य इन चैनलों के संचालन के जरिए पैसा कमाना होता है। अतः इसके कार्यक्रमों और प्रस्तुति में व्यावसायिक अंदाज साफ झलकता है फिर भी यह बात सच है कि एफएम रेडियो ने रेडियो को नया जीवन दिया है और यह नए जमाने का एक वेहद लोकप्रिय माध्यम बन गया है।

**रेडियो पेजिंग**—एफएम प्रसारण तकनीक में एक सुविधा यह है कि इसके लिए रखे गये फ्रीक्वैन्सी बैंड में कुछ खाली जगह बचती है, जहाँ अतिरिक्त सिग्नल के माध्यम से सूचनाएं एकत्रित की जा सकती हैं। ये सूचनाएं एकलोन प्रक्रिया की तरह प्रयोग की जा सकती है। इस तरह रेडियो पेजिंग सेवा चेतनशील सिग्नल प्रसारित करती है और अपरिहार्य संदेशों की वाहक है। वर्तमान में अनेक डीटीएच प्रसारण भी एफएम सेवाओं का प्रसारण करने लगे हैं। इससे एफएम का दायरा शहरी सीमा से बाहर भी बढ़ने लगा है। यह बात एफएम के लिए बहुत शुभ संकेत है क्योंकि इनके जरिए एफएम प्रसारण ग्रामीण क्षेत्रों तक भी पहुँच सकेगा।

हालांकि देश में एफएम रेडियो की शुरुआत 1977 में ही हो गयी थी और जुलाई 1977 में मद्रास (वर्तमान चैन्नई) में एफएम ट्रांसमीटर ने प्रसारण शुरू कर दिया था और जल्द ही दिल्ली, कलकत्ता, मुम्बई में भी एफएम प्रसारण शुरू हो गया था लेकिन यह तब अधिक लोकप्रिय नहीं हो सके। सातवीं पंचवर्षीय योजना में एफ एम रेडियो ट्रांसमीटरों की स्थापना पर खूब जोर दिया गया। इसके दो कारण थे एक तो एफ एम ट्रांसमीटरों की अत्यधिक संख्या के कारण उसमें विस्तार की सम्भावनाएं कम थी दूसरे एफ एम ट्रांसमीटर की स्थापना और रखरखाव बेहद महंगा था।

एफ एम प्रसारणों पर मौसम की खराबी का प्रतिकूल असर पड़ता था। ध्वनि का स्तर भी एफ एम से कई गुना श्रेष्ठ था। फिर भी सरकारी क्षेत्र में रहने तक पर्याप्त विस्तार के बावजूद एफ एम की लोकप्रियता में कोई बड़ा अन्तर नहीं आया। यह अन्तर तो एफ एम रेडियो को निजी क्षेत्र के लिए खोलने के बाद नजर आने लगा हालांकि देश का पहला निजी एफ एम स्टेशन रेडियो सिटी के नाम से बंगलौर में 2001 में शुरू हो गया था मगर इसे व्यापक विस्तार 2006 के बाद सरकारी नीतियों में परिवर्तन के बाद मिला। आज निजी क्षेत्र के कार्यक्रमों के कारण ही एफ एम प्रसारण रेडियो का सबसे अधिक लोकप्रिय हिस्सा बन गया है।

## एफ. एम. प्रसारण

एफ एम प्रसारण एक प्रकार का रेडियो प्रसारण है, जिसमें कैरियर की आवृत्ति को प्रसारण ध्वनि के अनुसार मॉड्यूलेट किया जाता है। इस प्रक्रिया को आवृत्ति माड्यूलेशन या आवृत्ति मॉड्यूलन कहते हैं। इस प्रक्रिया द्वारा मॉड्यूलन कर जब रेडियो प्रसारण होता है, उसे एफ एम प्रसारण कहते हैं।

## क्रांति के तौर पर शुरू हुआ एफएम रेडियो

“गीतमाला के श्रोताओं को अमीन सयानी का नमस्कार” इस मखमली आवाज से हम सब परिचित होंगे। दिलों को छू जाने वाले इस कार्यक्रम को सुनने के लिए लोग एक हफ्ते तक बेसब्री से इंतजार किया करते थे। किसी जमाने में रेडियो, सोशल स्टेटस का प्रतीक हुआ करता था। टेलीविजन, इंटरनेट, म्यूजिक प्लेयर या टेपरिकॉर्डर इत्यादि ने रेडियो को बड़ी चुनौती दी, जिसका जवाब एफएम रेडियो ने जोरदार तरीके से दिया। एफएम, रेडियो का जमाना वापस लेकर आया है।

जिंदगी में रेडियो एक बार फिर से दाखिल हो गया है। अब रेडियो पर इतने सारे नए गीत आ रहे हैं कि नई सीडी खरीदने की जरूरत नहीं महसूस होती।

सिटी बसों पर एफएम में चल रहे मधुर संगीत में लोग बुरी बातें भूलकर जिंदगी का लुत्फ उठाते हैं, यह संगीत का ही कमाल है। ऐसा पाया गया है कि यदि पेड़-पौधों को संगीत की संगत में बढ़ने का अवसर दिया जाए, तो वो अधिक विकासशील हो जाते हैं। मधुर संगीत मन को शांति देकर शरीर में नई ताजगी का संचार कर सकता है। उद्घोषकों की प्रयोगधर्मी आवाज और उतार-चढ़ाव काफी आकर्षित करते हैं। श्रोताओं की नब्ज का अंदाजा शायद इन्हें है।

रेडियो ने टीवी धारावाहिकों के प्रसारण का जमाना भी देखा है। पहले पहल टेलीविजन केवल सूचना का माध्यम हुआ करता था। समय के साथ सिनेमा व संगीत की लोकप्रियता का असर टीवी पर पड़ा, फिर शुरू हुआ फीचर फिल्मों का प्रसारण और फिल्मी गीतों से सजा चित्रहार भी। लेकिन धीरे-धीरे वो राह से भटक गया।

रेडियो का वजूद टीवी से ऐसे मेल नहीं खाता कि कार्यक्रमों का लेनदेन किया जा सके, लेकिन यह हासिल हो चुका है। एफएम के पास नए व हिट

कार्यक्रमों का विकल्प उपलब्ध रहता है। रेडियो चैनल यह समझ रहे हैं कि लोग बार-बार उसी फनकार को नहीं सुनेंगे। वो नहीं चाहते कि हल्की-फुल्की जानकारियों से उन्हें बहकाया जाए। रेडियो केवल टीवीनुमा या सिनेमानुमा बनकर न रह जाए, कुछ शिक्षा-कहानीनुमा भी हो।

बिग एफएम पर प्रसारित 'यादों का इंडियट बाक्स' ने श्रोताओं की चाहत को ध्यान से सुना। 'कॉफी-हाऊस' पर मशहूर रेडियो जॉकी युनुस खान भी कहानियां लेकर आया करते हैं। किसी भी वक्त या मौसम में आप रेडियो को ट्यून कर अपना मनपसंद कार्यक्रम सुन सकते हैं। विकास की भूख ने रेडियो को अनिवार्य बनाया था, सूचना व मनोरंजन के तालमेल ने उसे लोकप्रिय बना दिया।

परंपरागत रेडियो जब अपनी सीमाओं से पीड़ित होने लगा तो श्रोताओं की अपेक्षाओं को पूरा करने के रास्ते तलाशे जाने लगे। इन प्रश्नों को ध्यान में रखकर रेडिकल बदलाव अनिवार्य हो चले थे, इन्हीं बदलावों ने एफएम रेडियो का आधार रखा।

इस प्रसारण तकनीक में तरंगें बहुत ऊंचे जाकर बिखरती हैं और आवाज बड़ी साफ सुनी जा सकती है। संगीत के शौकीन लोगों को रेडियो में एक नई कहानी मिली। यहां डिजिटल स्टीरियो को केंद्र में रखकर रोचक कार्यक्रम तैयार किए गए।

सुबह-शाम घर से दफ्तर और दफ्तर से घर तक के सफर के दौरान महानगरों की आबादी का एक बड़ा हिस्सा, अच्छा-खासा समय सड़कों पर रहता है। उनके लिए हर पल की ट्रेफिक मूवमेंट की खबरें बड़ी उपयोगी होती हैं। फरमाइशी कार्यक्रमों में खत लिखकर इंतजार करने का जमाना तेजी से बदल रहा है। एक किस्म की भागीदारी के जरिए सक्रिय साझेदारी को रेखांकित किया गया। सहभागी रेडियो की संकल्पना शायद इसी को कहते हैं। खनकता हुआ संगीत, दिलकश अदाएगी, नए-नए कार्यक्रमों की संकल्पना, एफएम रेडियो की बड़ी ताकत बन गए हैं। नब्बे दशक के मध्य में शुरू हुई यह क्रांति आज एक दैनिक जरूरत बन गई है।

शुरूआत में कहा गया कि रेडियो ने वेस्टर्न पावर को तबाह किया और अब हिन्दुस्तान की बारी है। हमारे यहां एफएम रेडियो की शुरूआत ऐसे समय में हुई जब ऑडियो कम्पनियां अपनी तकदीर का मातम कर रही थीं। उसका उदय उस जमाने में हुआ जहां टिकाऊ संगीत को पांव जमाने की जगह नहीं मिल

रही थी। आज का जमाना एफएम के लिए माकूल समय है, जब वो आया तब भी माकूल था। आज हर तीसरे दिन एक नया गाना रिलीज हो जाता है।

एक नजरिए से देखा जाए तो ऑडियो कंपनियों की खराब तकदीर रेडियो के लिए ऑक्सीजन सी है। फुर्सत कम होने की वजह से शुरू में लोग क्वालिटी पर ध्यान नहीं दे रहे थे। आज रेडियो लोगों को लिसनिंग लिट्रेट कर रहा है, आज का रेडियो स्थानीय संवेदनाओं से जुड़े कार्यक्रम भी बनाने लगा है।

जाहिर है कि दिल्ली और कोलकाता में रहने वाले लोगों का स्वाद अलग है। दरअसल माइक्रोफोन के सामने जो प्रस्तुत किया जा रहा है वह सब वाचिक कला का ही विस्तार है।

रेडियो के चरित्र को बनाने में ध्वनि-वाणी-संगीत का रोल निर्णायक है। सुनने वालों का अनुभव संसार आंदोलित करने के लिए नित नए प्रयोग जरूरी हैं, क्योंकि एक्शन आवाज से परवान चढ़ता है। रेडियो भाषा विमर्श व विवाद का बड़ा विषय है, लेकिन आप गौर करेंगे तो पाएंगे कि भाषा परिवेश से ही उत्पन्न होती है।

बिग एफएम ने रेडियो फिल्म प्रसारण का जबरदस्त प्रयोग किया। 'यादों के इडियट बॉक्स' जैसे कार्यक्रम से लेखकों को एक नया मंच मिला। रेडियो में फिल्म वाली बात सुनकर एक दिलचस्प मुस्तकबिल नजर आता है। कहानियां-नाटक-रूपक रेडियो पर एक अरसे से सुनाए जा रहे थे। नीलेश मिश्रा का 'याद- शहर की कहानियां', अपने अंदाज में अब तक की परंपरा से अलग हैं। आपको 'कॉफी हाऊस' कार्यक्रम में आने वाली कहानियां भी पसंद आएंगी। 'याद- शहर की कहानियां', युवा लेखकों को उचित मंच देने के लिए बहुत मशहूर रहा। अन्य मंचों से भी नीलेश और उनकी टीम अपना खूबसूरत सफर जारी रखे हुए हैं।

कहना होगा कि इस किस्म के कार्यक्रमों ने प्रतिभाओं को गुमशुदा होने से बचाए रखा है। 'याद' एक साहस भरा प्रयास था, रेडियो में फिल्म का आकर्षण जुड़ना, इस माध्यम की जिंदगी में एक दिलचस्प मोड़ था। श्रोताओं को बेहतर से बेहतर सेवाएं देने की दिशा में यह एक बेहतरीन पहल थी।

### **सूचना क्रांति का एक सशक्त माध्यम-सामुदायिक रेडियो स्टेशन**

सूचना देश का विकास कर सकती है तथा देश की संस्कृति को दूसरे देशों तक पहुँचा भी सकती है। बड़े स्तर पर यह कार्य आकाशवाणी के माध्यम से

तो हो रहा है, पर जब हम बहुत सारे लोगों की बात कहते हैं तो कई चीजें छूट जाती है और कई लोग छूट जाते हैं। ऐसे में किसी समुदाय को लेकर चला जाय तो सहभागिता आसान हो जाती है। सामुदायिक रेडियो की स्थापना में लागत भी कम आती है और इसका संचालन भी सहज है।

किसी देश के विकास का आधार वहाँ की मौसम, धरती खनिज, वृक्ष तो होते ही हैं, परन्तु सबसे महत्वपूर्ण होती है वहाँ रहने वाले लोगों की सोच और उनके विचार। इसी सोच ने जन्म दिया संचार के विभिन्न माध्यमों को जिससे विचारों की अभिव्यक्ति आदान-प्रदान किया जा सके। प्रसारण जन संचार के कई माध्यम है, जो सशक्त तो हैं ही साथ ही साथ लोकप्रिय भी हैं और इसमें सबसे सहज उपलब्ध, प्रचलित, सुलभ और सस्ता साधन रेडियो है। भारत अनेकता में एकता में विश्वास रखने वाला एक लोकतांत्रिक देश है। जहाँ एक कोस पर पानी और दो कोस पर वाणी बदल जाती है। ऐसे में एक सूत्र में पिरोये रखने की समस्या गम्भीर विषय बनकर सामने आयी।

हिन्दी राष्ट्रभाषा बनी और संचार का सूत्र भी। इसमें रेडियों ने बहुत ही महत्वपूर्ण भूमिका निभायी। 1927 में दो प्राइवेट ट्रांसमिटर्स द्वारा मुंबई व कोलकाता में प्रसारण प्रारम्भ हुआ। ऑल इंडिया रेडियो 1936 में प्रारम्भ हुआ इसका नाम आकाशवाणी 1957 में पड़ा। शनैः शनैः प्रगति होती गयी, समाचार प्रसारित हुए और फिर अन्य कार्यक्रम। संचार और उसके माध्यम से सूचना भारतीयों के लिये नया स्वाद लेकर आया पर इसमें पारदर्शिता की जरूरत को महसूस करते हुए स्वायत्तता के लिये प्रसार भारती का गठन हुआ, जिसके अन्तर्गत आकाशवाणी और दूरदर्शन आये। भारत वर्ष में 97% लोग रेडियो श्रोता हैं।

ज्यादातर लोग सूचना के लिये पूर्णतः रेडियो पर निर्भर हैं। ऐसे में शाट वेब व मीडियम वेब सफल नहीं हो पा रहे थे। इसलिये एफ. एम. ट्रांसमीटर की कमी को दूर किया गया। 1991 में एफ. एम की शुरुआत हुई। तीन टियर प्रसारण पद्धति पर आकाशवाणी कार्य करती है- राष्ट्रीय, क्षेत्रीय एवं स्थानीय। अब स्थानीय रेडियो/सामुदायिक रेडियो एक नई संकल्पना के रूप में उभर कर सामने आई। सामुदायिक रेडियो को हम इन शब्दों में परिभाषित कर सकते हैं कि यह जनता के लिये, जनता के द्वारा, जनता का है। तो समुदाय जिसे व्यावसायिक मीडिया नजरअन्दाज कर देती है उन्हीं के लिये खासकर यह अस्तित्व में आया। इसके लाइसेंस की सहजता ने सूचना जगत में एक नई क्रांति का आगाज किया है।

इसका लाइसेंस मान्यता प्राप्त शिक्षण संस्थान, गैर सरकारी संस्थान, कृषि विज्ञान केन्द्र, विश्वविद्यालय एवं विशेषकर कृषि महाविद्यालय को दिया जाता है। इसकी स्थापना समाज की सुव्यवस्थित संरचना के लिये की गई है जिसमें शिक्षा, कृषि, स्वास्थ्य एवं सामाजिक समस्याओं को विशेष तौर पर ध्यान में रखा गया है। सूचना आधुनिक समाज एवं शासन के सभी गतिविधियों की कुंजी है तथा राष्ट्र एवं व्यक्ति की शक्ति है।

सूचना देश का विकास कर सकती है तथा देश की संस्कृति को दूसरे देशों तक पहुँचा भी सकती है। बड़े स्तर पर यह कार्य आकाशवाणी के माध्यम से तो हो रहा है, पर जब हम बहुत सारे लोगों की बात कहते हैं तो कई चीजें छूट जाती हैं और कई लोग छूट जाते हैं। ऐसे में किसी समुदाय को लेकर चला जाय तो सहभागिता आसान हो जाती है। सामुदायिक रेडियो की स्थापना में लागत भी कम आती है और इसका संचालन भी सहज है। इसे लोगों की सहभागिता से चलाया जाता है तथा ज्यादा पढ़े-लिखे लोगों की आवश्यकता नहीं होती। यूँ कहिए की औपचारिक शिक्षा की जरूरत नहीं होती। इसकी स्थापना के पश्चात् लाइसेंस शुल्क रहित मिल जाती है, जो शुरुआती दौर में पाँच वर्षों के लिये होती है, जिसे बाद में उपयोगिता के आधार पर बढ़ाया जा सकता है।

इसके माध्यम से सूचना, ज्ञान चर्चा, परिचर्चा, शिक्षा एवं किसी भी प्रकार की जानकारी का सम्प्रेषण किया जा सकता है। ए.आई.आर. कोड का पालन करना अनिवार्य है। सामुदायिक रेडियो एफ.एम. (फ्रीक्वेंसी मॉड्यूलेशन) में चल सकता है। इसका ट्रांसमीटर 100 वाट या उससे कम हो सकता है। विशेष परिस्थितियों में पावर 250 वाट हो सकता है। इसका श्रवण क्षेत्र 10-20 कि. मी. तथा इसके एंटीना की ऊँचाई 30 मीटर होनी चाहिए।

इसके माध्यम से हर प्रकार के कार्यक्रम चलाए जा सकते हैं, जो समाज के हित में हों। भारत गाँवों का देश है और ग्रामीण जनता इसकी प्रमुख श्रोता, ऐसे में सूचना क्रांति का कार्य इसके माध्यम से किया जा सकता है। इसके माध्यम से हम निम्नलिखित क्षेत्रों में क्रांति ला सकते हैं—

1. प्राथमिक एवं अनौपचारिक शिक्षा कहानी, नाट्य एवं प्रहसन के माध्यम से प्रदान की जा सकती है। खेलते-कूदते, नाचते-गाते, पढ़ना-लिखना आसान हो जाता है। अंग्रेजी बोलना एवं लिखना सीखा जा सकता है।
2. स्वास्थ्य से सम्बन्धित जानकारी जैसे बीमारियों से कैसे बचें उसकी रोकथाम कैसे करें। डॉक्टर से मिलने से पहले किये जाने वाले उपाय



ओझा, वैद्य के चक्कर में ना फँसे। बीमारी होने पर डॉक्टर से सम्पर्क करें। आस-पास का वातावरण कैसे साफ रखें। कैसे स्वस्थ रहें। टीका कब, कहाँ, कैसे और क्यों लगाएँ। डॉक्टर एवं स्वास्थ्य विभाग के लोगों से परिचर्चा, फोन के माध्यम से मरीजों की डॉक्टरों से सीधी बातचीत एवं समस्या का समाधान।

3. ग्रामीण परिवेश में सबसे बड़ी समस्या युवाओं में कैरियर से सम्बन्धित जानकारी की होती है। उन्हें विभिन्न आयामों की जानकारी देना साथ ही कैरियर से सम्बन्धित कार्यक्रमों में कैरियर काउन्सलर/एक्सपर्ट से मुलाकात और उनकी जिज्ञासाओं का जो पत्र या फोन के माध्यम से आते हैं उसका समाधान करना।
4. समाज में फैली कुरीतियों के विषय में जानकारी तथा पुरानी रूढ़ियाँ एवं भ्रातियों के कारण होने वाली समस्याओं पर रोशनी डालना एवं जागरूकता की मुहिम चलाना।
5. स्वरोजगार के लिये प्रेरित करना तथा उसके विषय में सिर्फ जानकारी ही नहीं दी जाती बल्कि सम्बन्धित संस्थानों एवं व्यक्तियों से सम्पर्क भी कराया जा सकता है।
6. समाज के कल्याणार्थ कार्य करने के लिये प्रेरित करना जैसे रक्तदान, नेत्रदान, महामारी की जानकारी, एच. आई. वी. से बचाव की जानकारी।
7. स्थानीय भाषा में कार्यक्रम होने के कारण लोगों के साथ आत्मिक जुड़ाव होता है। स्थानीय मुद्दों पर आधारित कार्यक्रम में उनकी सहभागिता को प्रथामिकता दी जाती है।
8. स्थानीय कलाकारों एवं प्रतिभा को तथा स्थानीय संस्कृति एवं कला को प्रोत्साहन। स्थानीय परम्पराओं के विषय में जानकारी दी जाती है।
9. कृषकों की भागीदारी साथ ही उन्हीं के माध्यम से उनके अन्य भाइयों को कृषि से सम्बन्धित जानकारी देना, दिलवाना तथा उनके बीच में सेतू का कार्य कर उन्हें एक दूसरे से मिलाना ताकि उनके बीच कृषि की तकनीकों का आदान प्रदान हो सकें।
10. महिलाओं के लिये हर प्रकार के विशेष कार्यक्रम जिसमें उनके अधिकारों की जानकारी के साथ-साथ कानूनी मुद्दों पर चर्चा। उनके अस्तित्व के लिये पारिवारिक एवं सामाजिक संरचना में उनका योगदान तथा स्थान जिससे बने, उनकी अलग पहचान। उन्हें अपने पैरों पर खड़ा करने में

- उनकी मदद करना। उन्हें कार्यक्रमों का हिस्सा बनाना, हर विषय में उनके विचारों को सम्मिलित करना।
11. प्रतिभावान कारीगरों एवं व्यक्तियों की पहचान कर उन्हें मुख्य धारा से जुड़ने में मदद करना एवं उनकी प्रतिभा का सही इस्तेमाल समाज में हो सके, उसकी कोशिश करना।
  12. ग्रामीणों को शहर की, राज्य की तथा देश की मुख्य धारा से जोड़ना एवं शहरी लोगों को ग्रामीण परिवेश से परिचित कराना।
  13. विशेषज्ञ एवं वैज्ञानिकों से लोगों को जानकारी दिलवाना एवं –ब-रू करवाना ताकि वे अपनी समस्याओं के विषय में चर्चा करें एवं उसका निदान करें। किसानों के रोजाना के कृषि कार्यों में आई कृषि समस्याओं का तात्कालिक निदान वैज्ञानिकों के माध्यम से करना।
  14. किसान क्लब, स्वयं सहायता समूह, गैर सरकारी संस्थान, सरकारी बैंक तथा वित्त प्रदान करने वाली संस्थाओं के कार्यों की जानकारी प्रदान करना एवं उनका आपस में समन्वय बैठाना या जोड़ना। सामुदायिक विकास कार्य करना।
  15. फोन के माध्यम से लोगों से सम्पर्क में रहना एवं उनको भी अन्य लोगों से रू-ब-रू करवाना तथा अपनी बात कहने का मौका प्रदान करना।
  16. शब्दकोश को बढ़ावा, ज्ञानवर्धक कार्यक्रम, आचरण की जानकारी, व्यक्तित्व विकास से सम्बन्धित जानकारी एवं व्यक्तित्व निखारने के लिये समय की माँग के अनुसार जानकारी प्रदान करना।
  17. कैम्पस रेडियो के रूप में सूचना कार्यालय की तरह कार्य करना। किसी अतिथि का अभिभाषण से लेकर आम कक्षाओं को रेडियो के माध्यम से प्रसारित किया जा सकता है।
  18. मौसम का पूर्वानुमान तथा उसकी जानकारी जिससे न सिर्फ किसान बल्कि आम इंसान भी अपनी दैनिक योजना उसी के आधार पर तय करें।
  19. सामुदायिक रेडियो के श्रोताओं के क्षेत्र में होने वाले कार्यक्रमों की जानकारी के साथ-साथ अन्य जगहों के कार्यक्रम एवं उत्सवों की जानकारी जिससे वे अपनी सहभागिता दर्ज करा सकें।
  20. आर्थिक, सामाजिक एवं मानसिक प्रगति के लिये हर तरफ की जानकारी साथ-ही-साथ स्थानीय लोगों की रूचि के अनुसार मनोरंजक कार्यक्रम।

# 10

---

## रेडियो का महत्त्व

---

रेडियो का सबसे पहला ब्रॉडकास्टिंग स्टेशन इंग्लैंड में बनाया गया था। अब तो धीरे-धीरे अनेक देशों में कई ब्रॉडकास्टिंग स्टेशन खुल चुके हैं। रेडियो से अनेक लाभ हैं। सबसे बड़ा लाभ तो यह है कि दूर-से-दूर स्थित स्थानों के समाचार हमें तत्काल सुनने को मिल जाते हैं। जब रेडियो नहीं था तब इस कार्य में बहुत लंबा समय लगता था। अब तो न्यूयॉर्क के भाषण को रेडियो की सहायता से हम वैसे ही सुन सकते हैं जैसे न्यूयॉर्क में बैठा व्यक्ति सुनता है।

इसके अतिरिक्त रेडियो मनोरंजन का एक श्रेष्ठ और सस्ता साधन है। अच्छे से अच्छे गायक का गीत हम घर बैठे सुन सकते हैं। इसके पहले लोग ग्रामोफोन से मन बहलाते थे। मनोरंजन के अतिरिक्त इससे एक बड़ा लाभ यह भी हुआ है कि इसके अविष्कार से समुद्री यात्रा बहुत कुछ भय रहित हो गई है। समुद्री जहाजों में रेडियो लगे रहते हैं। ब्रॉडकास्टिंग स्टेशन से इन जहाजों को खतरे की सूचना दे दी जाती है। इस प्रकार वे सावधान हो जाते हैं और आने वाले संकट से बच जाते हैं। रेडियो के अभाव में इन जहाजों को न जाने कितने प्राणों और माल की आहुति देनी पड़ती थी।

विज्ञान के चमत्कारों ने मनुष्य को आश्चर्यचकित कर दिया है, अथवा यह भी कहा सकते हैं कि असंभव को संभव करके दिखा दिया है। रेल, विद्युत, मोटर, सिनेमा, बेतार का तार इत्यादि विज्ञान की ही कृपा से प्राप्त हुए हैं। रेडियो तो मनुष्य-जाति के लिए बहुत ही उपयोगी सिद्ध हुआ है।

रेडियो के द्वारा बिना किसी तार की सहायता के एक स्थान के समाचार दूर-दूर स्थानों पर भेजे जा सकते हैं। इसका उपयोग दूर-दूर के समाचार सुनने, गीत व व्याख्यान आदि सुनने में किया जाता है, जहां से इन सबका प्रसारण किया जाता है। उसे प्रसारण केंद्र या 'ब्रॉडकास्टिंग स्टेशन' कहते हैं। उस स्टेशन से भेजे समाचार उन सब लोगों के पास पहुँच जाते हैं, जिनके पास यह रेडियो होता है, चाहे वह ब्रॉडकास्टिंग स्टेशन से कितनी ही दूर क्यों न हो। यदि लंदन के ब्रॉडकास्टिंग स्टेशन से समाचार भेजा जाए तो यहां वह कुछ मिनटों में ही आ जाएगा, और जिसके पास रेडियो है, वह उस समाचार को सुन सकेगा। कितना अनोखा अविष्कार है यह इससे घर बैठे ही देश-विदेश के सारे समाचार सुने जा सकते हैं।

इसका अविष्कार इटली के एक वैज्ञानिक ने सन् 1896 में किया था। उन महाशय का नाम जी. मारकोनी था। वह वन 1975 से ही इसके प्रयोग कर रहे थे। उनके अविष्कार के पश्चात अब तक के रेडियों में उत्तरोत्तर सुधार होते जा रहे हैं और इसकी उन्नति के लिए बड़े-बड़े वैज्ञानिक प्रयत्नशील हैं।

इसके अतिरिक्त रेडियो से शिक्षा के प्रचार में बहुत मदद मिल सकती है। यदि जगह-जगह रेडियो लगवा दिए जाएं और किसी ब्रॉडकास्टिंग स्टेशन से किसी वैज्ञानिक द्वारा व्याख्यान दिलवाया जाए तो उसे सुनकर लोग उससे काफी लाभ उठा सकते हैं। इसी प्रकार नई-नई बातें भी बताई जा सकती हैं और जनता में जागृति उत्पन्न की जा सकती है।

रेडियो प्रचार का भी एक अच्छा साधन है। रेडियो द्वारा हम अपनी बातों को कम-से-कम समय में दूर से दूर स्थानों तक पहुँचा सकते हैं।

व्यापारियों के लिए तो यह बड़े काम की चीज है। बाजार भाव तथा नई-नई वस्तुओं की जानकारी इसके माध्यम से प्राप्त की जा सकती है। इस प्रकार उन्हें व्यापार में सुविधा मिल सकती है। बड़ी-बड़ी कंपनियां अपने उत्पादों के विज्ञापन भेज सकती हैं और अपने व्यापार का विस्तार कर सकती हैं। किसी विचार के विरोध या पक्ष में प्रचार करने के लिए रेडियो सर्वोत्तम साधन है। समाचार-पत्रों और पुस्तकों में लिखी हुई बातों को केवल पढ़े-लिखे ही जा सकते हैं, परंतु रेडियो द्वारा अनपढ़ों तक भी संदेश भेजा जा सकता है। रेडियो द्वारा ग्राम-सुधार के कार्य बड़ी सुगमतापूर्वक किए जा सकते हैं। भारत में असाक्षरों की संख्या बहुत अधिक है। समाचार-पत्र और पुस्तकें उनके लिए व्यर्थ हैं। वे दुनिया की दौड़ में बहुत पीछे हैं। उन्हें अशिक्षा के इस गड्ढे से निकालने का काम

रेडियो द्वारा सुगमता से किया जा सकता है। यदि ग्राम-सुधार का एक ब्रॉडकास्टिंग स्टेशन अलग से बनवा दिया जाए और उससे देहात के जीवन से संबंधित बातें उन लोगों तक पहुँचाई जाएं तो बहुत लाभ हो सकता है। उनकी सामाजिक कुरीतियों, अंध-विश्वासों और रूढ़ियों को दूर करने में जितनी सहायता रेडियो से मिल सकती है उतनी शायद ही किसी अन्य माध्यम से मिल सके। कृषि से संबंधित नवीन बातें बताकर किसानों की आर्थिक दशा में भी सुधार किया जा सकता है। रेडियो के द्वारा किसानों को नए-नए खाद, उन्नत किस्म के बीज तथा कृषि-यंत्रों के बारे में तथा मौसम संबंधी जानकारी देकर उपयोगी सहायता की जा सकती है।

दूरदर्शन के आने के बाद गांवों में इसकी लोकप्रियता पर कोई विशेष प्रभाव नहीं पड़ा है। शहरों से अधिक गांवों में इसका प्रचार बड़ी शीघ्रता से बढ़ रहा है।

जब से एफ.एम. और ज्ञानवाणी चैनल शुरू हो गए हैं तब से रेडियो की महत्ता और उपयोगिता और बढ़ गई है। इस कारण रेडियो की मांग काफी बढ़ गई है।

सामाजिक दायित्व और जन सेवा प्रसारण रेडियो की विशेषताएं रही हैं। रेडियो स्टेशनों के साथ-साथ प्राइमरी चैनल द्वारा प्रदान की जाने वाली सेवाएं देश के जनमानस का एक महत्वपूर्ण अंग बन चुकी हैं। रेडियो ज्ञानवर्धन के साथ मनोरंजन भी प्रदान करता है और लोगों की जीवन शैली को समृद्ध बनाने के लिए जानकारी उपलब्ध कराता है तथा अपनी सेवाओं में विशिष्ट तथा सामान्य दोनों ही प्रकार के वर्गों के हितों को ध्यान में रखने का प्रयास करता है।

ऐसा माना जा रहा था कि स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद विकास का चक्का तेजी से घूमने लगेगा और सभी को समान अवसर प्राप्त हो सकेंगे, जिसमें रेडियो की महत्वपूर्ण भूमिका सामने आती है जिसके तहत रेडियो को ये जिम्मेदारी दी जाती है कि वह विभिन्न सरकारी, गैर सरकारी एवं सार्वजनिक हित से जुड़े तथ्यों, नीति एवं योजनाओं के बारे में जानकारी जनता तक पहुँचाने का महत्वपूर्ण कार्य करेगा। इस तरह से लोकतांत्रिक व्यवस्था में आम लोगों की भागीदारी सुनिश्चित हो सकेगी और जनता अपने अधिकारों के प्रति सचेत होने लगेगी।

सामाजिक पिछड़ेपन का सबसे बड़ा कारण सूचना एवं जानकारी का अभाव होता है। यही कारण है कि ज्ञान को शक्ति माना गया है। रेडियो सूचना एवं समाचार प्रसार का माध्यम बनकर जागरूकता का प्रचार-प्रसार करता है और

इस तरह से सामाजिक मुद्दों को लेकर रेडियो की महत्त्वपूर्ण जिम्मेदारी सामने आती है।

यह बात स्थापित की गई है कि भारत गांवों में बसता है और देश की कुल 70 प्रतिशत आबादी ग्रामीण इलाकों में रहती है। आधुनिक संचार माध्यमों की जब-जब चर्चा होती है तब-तब रेडियो का जिक्र सबसे पहले आता है। आकाशवाणी की पहुँच कुल जनसंख्या के 99.18 प्रतिशत तक है। इस लिहाज से तमाम जनसंचार माध्यमों का दायरा बढ़ने के बादजूद ग्रामीण श्रोताओं तक रेडियो की पहुँच अधिक है और उसे सुना जाता है। मगर फिर भी आकाशवाणी ने वर्षभर में ग्रामीण इलाकों के लिए सिर्फ तीन कार्यक्रम यानी गांव आधारित औसतन 0.57 फीसदी प्रोग्राम प्रसारित किए।

पिछले कुछ वर्षों में रेडियो के क्षेत्र में निजी एफएम चैनलों का विस्तार हुआ है। इनका अपना श्रोता वर्ग है, जो शहरों में रहता है। इन एफएम चैनलों के दायरे में ग्रामीण आबादी नहीं आती। ऐसे में देश की वह 70 फीसदी जनसंख्या जो गांवों में रहती है उसकी सूचना को लेकर निर्भरता रेडियो (आकाशवाणी) पर बढ़ जाती है। इस लिहाज से राष्ट्रीय लोक प्रसारक के रूप में रेडियो सभी वर्ग के लोगों को सशक्त बनाने के लिए जिम्मेदार है, मगर यह तभी मुमकिन है जब सामाजिक दायित्व को ध्यान में रखकर रेडियो अपने प्रसारित किए जाने वाले कार्यक्रमों को तैयार करे। चूँकि इसकी पहुँच देश की अधिकतम आबादी तक है,

ऐसे में बतौर रेडियो इसकी तस्वीर अपने कार्यक्रमों के जरिए देशभर में मौजूद सभी समुदायों, समूहों, जातियों एवं वर्गीय स्तर पर विभाजित समाज के अभिव्यक्ति की बननी चाहिए। मगर ऐसा हो नहीं रहा है। 'बहुजन हिताय, बहुजन सुखाय' के तहत आकाशवाणी जो कार्यक्रम प्रसारित कर रहा है, वह लक्ष्यों को हासिल करने के लिए नाकाफी हैं।

रेडियो के द्वारा बिना किसी तार की सहायता के एक स्थान के समाचार को दूर-दूर स्थानों पर भेजा जा सकता है। इसका उपयोग दूर-दूर के समाचार सुनने, गीत व व्याख्यान आदि सुनने में किया जाता है। जहाँ से इन सबका प्रसारण किया जाता है, उसे 'प्रसारण केंद्र' या 'ब्रॉडकास्टिंग स्टेशन' कहते हैं। उस स्टेशन से भेजे समाचार उन सब लोगों के पास पहुँच जाते हैं जिनके पास यह रेडियो होता है। चाहे वह ब्रॉडकास्टिंग स्टेशन से कितनी ही दूर क्यों न हो। यदि लंदन के ब्रॉडकास्टिंग स्टेशन से समाचार भेजा जाए तो यहाँ वह कुछ मिनटों में ही आ

जाएगा, और जिसके पास रेडियो है, वह उस समाचार को सुन सकेगा। कितना अनोखा आविष्कार है यह इससे घर बैठे ही देश-विदेश के सारे समाचार सुने जा सकते हैं।

रेडियो से अनेक लाभ हैं। सबसे बड़ा लाभ तो यह है कि दूर-से-दूर स्थित स्थानों के समाचार हमें तत्काल सुनने को मिल जाते हैं। जब रेडियो नहीं था तब इस कार्य में बहुत लंबा समय लगता था। अब तो न्यूयॉर्क के भाषण को रेडियो की सहायता से हम वैसे ही सुन सकते हैं जैसे न्यूयॉर्क में बैठा व्यक्ति सुनता है।

शिक्षा से संबंधित 12 कार्यक्रम प्रसारित किए गए, लेकिन इन कार्यक्रमों का रुख शिक्षित और समझदारी भरा समाज बनाने के बजाय कुशल कामगार तैयार करने का है। ज्यादातर कार्यक्रमों में सरकार द्वारा तय तकनीकी पढ़ाई के ढांचे पर बातचीत प्रसारित की गई है।

**कृषि का क्षेत्र**—इस क्षेत्र में रेडियो ने सबसे ज्यादा तथा महत्वपूर्ण योगदान दिया। चुकि रेडियो के आगमन के समय सबसे ज्यादा संकट खाद्य पैदावार तथा संरक्षण को लेकर थी। इसकी जिम्मेदारी बनती थी की वो समाज को कृषि से संबंधित समस्याओं से अवगत कराकर उनसे निजात पाने का उपाय बताएं। इन मुद्दों को लेकर रेडियो ने अनेक चर्चाओं एवं नाटकों के जरिये लोगों को जागरूक किया जिसमें कृषि संध्या, खेत खलिहान, किसान भैया, किसान की समस्या आदि कुछ प्रोग्राम महत्वपूर्ण रहे जिसने किसानों की समस्या को वाकई दूर किया।

**रोजगार** — सन 1990 से पहले रोजगार को लेकर लोगों में एक अजीब सी ऊहापोह रहती थी जिसका मुख्य कारण जानकारी का आभाव था जिसे रेडियो ने समझा ही नहीं बल्कि इससे लोगों को काफी हद तक निजात भी दिलाया। अर्थात् रेडियो के द्वारा यह संभव हो पाया की लोग अपने पसंद की पढ़ाई पढ़ सकें और उससे जुड़े रोजगार की जानकारी पा सकें।

**महिला विमर्श** — महिलाओं की स्थिति को लेकर रेडियो ने काफी दिलचस्पी दिखाई और इसके उत्थान के लिए अनेक कार्य किए। रेडियो ने महिलाओं की तात्कालिक स्थिति को लेकर हमेशा तत्परता एवं गंभीरता दिखते हुये समाज की उन महिलाओं को सम्मिलित करके एक बहस करता था और उन मुद्दों पर महिलाओं को उपाय भी बताने का काम रेडियो बखूबी निभाता रहा।

**मनोरंजन**— रेडियो अगर समाज के गंभीर मुद्दों को उठाता है तो वहीं समाज को मनोरंजित करने के भी सारे उपाय करता है जिसके तहत अनेक रेडियो

के कार्यक्रम चलना शुरू किया था जिसमें भूले बिसरे गीत, सखी सहेली, हैलो फरमाइस, आदि गीतों के प्रोग्राम के द्वारा रेडियो ने समाज के प्रति अपने जिम्मेदारी को बखूबी निभाया।

अर्थात् इन सब आधार पे जब हम देखते हैं तो पता चलता है कि जहाँ रेडियो ने समाज के गंभीर से गंभीर मुद्दों को उठाया तो वहीं समाज को एवं अपने श्रोताओं को मनोरंजित करने के जिम्मेदारी को भी बखूबी निभाया।

### गांव के विकास में सामुदायिक रेडियो की भूमिका

हाल ही में केंद्र सरकार ने देश में 118 नए सामुदायिक रेडियो केंद्र खोलने को मंजूरी प्रदान कर दी है। इसमें 16 नक्सल प्रभावित इलाके समेत तीन पूर्वोत्तर राज्य और दो रेडियो स्टेशन जम्मू कश्मीर के लिए हैं, जिन्हें सामुदायिक रेडियो शुरू करने का लाइसेंस मिला है उनमें स्वयंसेवी संस्थाएं, सरकारी और निजी शैक्षणिक संस्थाएं और कृषि विज्ञान केंद्र शामिल हैं। केंद्र सरकार की योजना देश के 700 जिलों में सामुदायिक रेडियो स्टेशन खोलने की है। इसका उद्देश्य एक ऐसा संपर्क का साधन विकसित करना है, जो सामाजिक और स्थानीय सांस्कृतिक परंपराओं को आगे बढ़ाने में महत्त्वपूर्ण योगदान कर सके। पिछले कुछ वर्षों में सामुदायिक रेडियो ने इस दिशा में प्रमुख भूमिका निभाई है।

सन् 2018 में देश के एक महानगर और एक औसत दर्जे के शहर में मार्केट रिसर्च फर्म नीलसन द्वारा किया गया सर्वे बहुत ही दिलचस्प है। सर्वे की रिपोर्ट के अनुसार टीवी के बाद रेडियो दूसरा सबसे अधिक आम लोगों की पहुँच वाला मीडिया प्लेटफॉर्म है। जबकि मोबाइल के माध्यम से सभी तक आसानी से अपनी पहुँच बनाने वाला सोशल नेटवर्किंग भी सामुदायिक रेडियो के सामने पिछड़ जाता है। अर्थात् सभी तक आसानी से अपनी पहुँच बनाने के बावजूद सोशल नेटवर्किंग की अपेक्षा रेडियो लोगों की उम्मीदों पर कहीं अधिक खरा उतरता है। आम जनमानस को अब भी इसकी अपेक्षा रेडियो द्वारा प्रदान की गई जानकारी पर अधिक भरोसा है।

उत्तरी हिमालयी का पर्वतीय राज्य उत्तराखण्ड एक ऐसा स्थान है जहाँ रेडियो विशेष रूप से सामुदायिक रेडियो के कार्यक्रमों ने समाज को जागरूक करने में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई है। यहाँ के लोगों का मत है कि विकास की धारा उनके राज्य की अनूठी परंपराएं, विरासत, संस्कृति और सांप्रदायिक सद्भाव पर आधारित होनी चाहिए। एक बात जो इस सांस्कृतिक विविधता को और अधिक



मजबूत बनाती है, वह है ग्रामीण समुदायों के बीच गहन संवाद, जो समुदाय आधारित विकास को भी बढ़ावा देता है।

कुमाऊँ में लोग धान की रोपाई के दौरान “हुड़की बोल” नामक त्यौहार मनाते हैं। यह त्यौहार ग्रामीणों के लिए मनोरंजन का एक रूप है, जो इस क्षेत्र में कड़ी मेहनत करते हुए, लोक वाद्य गाते हुए “हुड़का” नाम से गाते हैं। इसी तरह का त्यौहार जो ग्रामीणों के बीच संवाद को प्रोत्साहित करता है, वह भी गढ़वाली संस्कृति का हिस्सा है। हालांकि, पिछले कुछ दशकों में, इस तरह के त्यौहारों की लोकप्रियता में कमी आई है, जिससे ग्रामीण समुदायों के बीच संवाद में कमी देखी गई है। इसका एक कारण जहां समुदायों के बीच बढ़ती प्रतिस्पर्धा है वहीं दूसरी ओर भौतिकवाद के प्रति ग्रामीण समुदायों की बढ़ती दिलचस्पी भी है। इससे उन समुदायों के बीच दूरी की भावना पैदा हुई है, जो पहले एक दूसरे के अस्तित्व के पूरक थे।

अब यह सवाल उठता है कि समुदायों के बीच संवाद की इस संस्कृति को फिर से कैसे स्थापित किया जाए? इसकी आवश्यकता को समझते हुए ‘द एनर्जी रिसोर्सेज इंस्टीट्यूट (TERI) ने 2010 में “कुमाऊँ वाणी” नाम से एक सामुदायिक रेडियो की शुरुआत की। आज नौ साल बाद इस रेडियो ने कुमाऊँनी लोगों के जीवन में अपने लिए एक खास पहचान बना ली है। स्थानीय कुमाउनी भाषा में प्रसारित रेडियो कार्यक्रम क्षेत्र के लोगों की रोजमर्रा के जीवन का एक हिस्सा बन गया है। क्षेत्र की संस्कृति और परंपरा पर आधारित कार्यक्रमों को प्रसारित करके इस रेडियो स्टेशन ने ग्रामीण समुदायों और उनकी परंपराओं के बीच की कड़ी को फिर से स्थापित किया है। यही नहीं सरकार प्रायोजित योजनाओं और अन्य प्रासंगिक मुद्दों पर सटीक और समुचित जानकारी प्रदान करके इसने सरकार और दूरस्थ समुदायों के बीच की खाई को पाटने का भी उल्लेखनीय प्रयास किया है।

सामुदायिक रेडियो की सफलता का सबसे बड़ा कारण आमजनों का इसपर भरोसा कायम होना था। स्थानीय भाषा में कार्यक्रम के प्रसारण की वजह से लोग खुद को इससे जुड़ा हुआ महसूस करने लगे हैं। “कुमाऊँ वाणी” ने भी आम लोगों को हर स्तर पर सफलतापूर्वक इससे जोड़ने का काम किया। लोग इसके कार्यक्रम में भाग ले सकते हैं, सवाल पूछ सकते हैं और अपने अनुभवों के आधार पर टिप्पणियों को साझा कर सकते हैं। साथ ही, उन्हें क्षेत्र के महत्वपूर्ण संगठनों के साथ सरकारी, गैर-सरकारी और अन्य हितधारकों को सुनने

और अनुभवों का लाभ उठाने का भी अवसर मिलता रहा है। पिछले कई वर्षों से इन ग्रामीण समाजों में रेडियो कार्यक्रमों की भूमिका यथावत है। पहले टीवी और अब सोशल नेटवर्किंग के तेजी से फैलते जाल के बावजूद ग्रामीण क्षेत्रों में रेडियो की महत्ता कम नहीं हुई है। आज भी रेडियो सांस्कृतिक आदान-प्रदान और समुदायों को प्रासंगिक सरकारी और गैर-सरकारी सूचनाओं से अपडेट रखने के अलावा यह विशिष्ट लाभार्थियों को योजनाओं से जोड़ने वाले सामाजिक अभियानों को सफलतापूर्वक चला रहा है।

इसका एक सर्वश्रेष्ठ उदाहरण वर्ष 2016 में कुमाऊँ वाणी द्वारा महिलाओं के स्वास्थ्य और पोषण पर शुरू किया गया एक कार्यक्रम था। जिसमें 16 साल की उम्र से ऊपर की 1000 महिलाओं के साथ एक सर्वेक्षण किया गया। इस स्वास्थ्य सर्वेक्षण के निष्कर्षों को मुख्य चिकित्सा पदाधिकारी की अध्यक्षता में गठित सलाहकार समिति के साथ साझा किया गया। जिसके बाद कुमाऊँ वाणी को 'महकता आँचल' नाम से महिलाओं के बीच जागरूकता कार्यक्रम से संबंधित प्रोग्राम चलाने की जिम्मेदारी दी गई। हर दिन एक कार्यक्रम को प्रसारित करने की चुनौती को स्वीकार करते हुए रेडियो कुमाऊँ वाणी ने अभूतपूर्व समन्वय के साथ 365 एपिसोड सफलतापूर्वक प्रसारित किए।

इस कार्यक्रम ने न केवल महिलाओं में, स्वयं के स्वास्थ्य के बारे में जागरूकता पैदा की, बल्कि उन्हें स्वास्थ्य के मुद्दों पर बात करने के लिए प्रोत्साहित भी किया। कार्यक्रम से जुड़ने के बाद किशोरियां और महिलाएं अपने परिवार के सदस्यों के साथ उन मुद्दों पर भी चर्चा करने लगीं जिन पर पहले बात करने से भी हिचकिचाती थीं। यौन संबंधी रोग, प्रजनन और मासिक धर्म जैसी स्वास्थ्य समस्याओं पर कुमाऊँ वाणी के मंच पर महिलाओं द्वारा स्वतंत्र रूप से चर्चा की जाने लगी। इसके अतिरिक्त 320 गांवों की कुल 1005 महिलाओं से सीधे संपर्क किया गया और उनके अनुभवों को इसमें शामिल किया गया। नैनीताल और अल्मोड़ा जिले के सरकारी अस्पताल के 10 डॉक्टरों और गैर-सरकारी स्वास्थ्य संस्थानों से जुड़े विशेषज्ञों के पैनल ने इस पहल से जुड़े और भविष्य के स्वास्थ्य कार्यक्रमों में भी बढ़चढ़ कर योगदान दिया। दूसरी ओर आशा कार्यकर्ताओं ने भी जमीनी स्तर पर कार्यक्रम में प्रभावी बनाने में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया।

नैनीताल जिले के स्वास्थ्य विभाग ने कुमाऊँ वाणी को सम्मानित करते हुए इसके कार्यक्रम "महकता आँचल" की सफलता को स्वीकार किया है। इसने एक बार फिर इस तथ्य को साबित कर दिया है कि रेडियो सामाजिक और

आर्थिक विकास की दिशा में काम करने के लिए समाज के सभी हितधारकों को एक साथ एक मंच पर जोड़ने में महत्वपूर्ण कड़ी साबित हो सकता है। स्वास्थ्य विभाग और उससे जुड़े लोगों के साथ मिलकर रेडियो कुमाऊँ वाणी ने जागरूकता की जो मुहिम सफलतापूर्वक चलाई, वह सामुदायिक रेडियो की बेहतरीन मिसाल बन गई है।

### **सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी)**

सूचना व संचार प्रौद्योगिकी उन कार्यों के लिए इस्तेमाल किया जाता है, जो इलेक्ट्रॉनिक माध्यम से सूचना के पारेषण, संग्रहण, निर्माण, प्रदर्शन या आदान-प्रदान में काम आते हैं। सूचना व संचार प्रौद्योगिकी की इस व्यापक परिभाषा के तहत रेडियो, टीवी, वीडियो, डीवीडी, टेलीफोन (लैंडलाइन और मोबाइल फोन दोनों ही), सैटेलाइट प्रणाली, कम्प्यूटर और नेटवर्क हार्डवेयर एवं सॉफ्टवेयर आदि सभी आते हैं, इसके अलावा इन प्रौद्योगिकी से जुड़ी हुई सेवाएं और उपकरण, जैसे वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग, ई-मेल और ब्लॉग्स आदि भी आईसीटी के दायरे में आते हैं।

‘सूचना युग’ के शैक्षिक उद्देश्यों को साकार करने के लिए शिक्षा में सूचना और संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) के आधुनिक रूपों को शामिल करने की आवश्यकता है। इसे प्रभावी तौर पर करने के लिए शिक्षा योजनाकारों, प्रधानाध्यापकों, शिक्षकों और प्रौद्योगिकी विशेषज्ञों को प्रौद्योगिकी, प्रशिक्षण, वित्तीय, शैक्षणिक और बुनियादी ढांचागत आवश्यकताओं के क्षेत्र में बहुत से निर्णय लेने की आवश्यकता होगी। अधिकतर लोगों के लिए यह काम न सिर्फ एक नई भाषा सीखने के बराबर कठिन होगा, बल्कि उस भाषा में अध्यापन करने जैसा होगा। यह खंड देशों को आपस में जोड़ने वाले उपग्रहों से लेकर कक्षा में विद्यार्थियों द्वारा इस्तेमाल किए जाने वाले उपकरणों तक संचार के औजारों की पड़ताल करता है। यह खंड शिक्षकों, नीति-निर्माताओं, योजनाकारों, पाठ्यक्रम बनाने वालों और अन्य को आईसीटी उपकरणों, शब्दावली और प्रणालियों के भ्रामक जाल में से रास्ता निकालने में मदद करेगा।

### **शिक्षा में सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) की भूमिका**

शिक्षक, योजनाकार, शोधकर्ता आदि सभी लोग व्यापक पैमाने पर इस बात से सहमत दिखाई देते हैं कि आईसीटी में शिक्षा पर सकारात्मक और महत्वपूर्ण

प्रभाव डालने की क्षमताएं मौजूद हैं। जिस बात पर अब तक बहस चल रही है, वो यह है कि शिक्षा सुधार में आईसीटी की सटीक भूमिका क्या हो और इसकी क्षमताओं के बेहतरीन दोहन के लिए सबसे बेहतरीन तरीके क्या हो सकते हैं।

इस खंड में ऑनलाइन पत्रिकाओं और वेबसाइट के लेख, रिपोर्ट और लिंक मौजूद हैं जिनमें शिक्षा पर आईसीटी के प्रभावों की पड़ताल की गई है और बताया गया है कि स्कूलों में प्रौद्योगिकी की दिशा क्या होनी चाहिए।

### रेडियो और टीवी

20वीं शताब्दी की शुरुआत से ही रेडियो और टीवी का शिक्षा में इस्तेमाल किया जा रहा है।

आईसीटी के ये रूप तीन मुख्य तरीकों से इस्तेमाल किये जाते हैं—

संवादात्मक रेडियो दिशा-निर्देश (आईआरआई) और टीवी पर पाठ समेत सीधे कक्षा में पढ़ाना।

स्कूल प्रसारण, जहां प्रसारित कार्यक्रम अध्ययन और शिक्षण के पूरक संसाधन मुहैया कराता है, जो आमतौर पर उपलब्ध नहीं होते।

सामान्य शैक्षिक कार्यक्रम जो सामान्य और अनौपचारिक शिक्षा के अवसर उपलब्ध कराते हैं।

संवादात्मक रेडियो दिशा-निर्देश में रोजाना के आधार पर कक्षाओं के लिए प्रसारण पाठ शामिल हैं। विशेष मुद्दों और विशिष्ट स्तर पर रेडियो पाठ सीखने और पढ़ाने की गुणवत्ता सुधारने के लिए शिक्षकों को ढांचागत और दैनिक सहयोग मुहैया कराते हैं। संवादात्मक रेडियो दिशा-निर्देश दूर के स्कूलों और केन्द्रों के लिए तैयार पाठ लाकर शिक्षा के विस्तार में योगदान भी देता है जिनके पास संसाधनों और शिक्षकों की कमी है। अध्ययन बताते हैं कि आईआरआई परियोजनाओं से शिक्षा तक पहुँच और औपचारिक और अनौपचारिक शिक्षा की गुणवत्ता दोनों पर सकारात्मक प्रभाव पड़ा है। इससे बड़ी संख्या में लोगों तक शैक्षिक सामग्री पहुँचाने में कम-लागत भी आती है।

टीवी के पाठ अन्य कोर्स सामग्री के पूरक के तौर पर भी इस्तेमाल किए जा सकते हैं या उन्हें अकेले भी पढ़ाया जा सकता है। लिखी हुई सामग्री और अन्य संसाधन शैक्षिक टीवी कार्यक्रमों के साथ अक्सर सीखने और निर्देश ग्रहण की क्षमता को बढ़ाते हैं।

**एशिया-** प्रशांत क्षेत्र में शैक्षिक प्रसारण काफी विस्तारित है। भारत में उदाहरण के लिए इंदिरा गांधी नेशनल ओपन यूनिवर्सिटी टीवी और वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग कोर्स का प्रसारण करती है।

विशिष्ट पाठों के प्रसारण के लिए इस्तेमाल के अतिरिक्त रेडियो और टीवी का इस्तेमाल सामान्य शैक्षिक कार्यक्रमों के प्रसारण के लिए भी किया जा सकता है। वास्तव में, शैक्षिक मूल्य के साथ किसी भी रेडियो या टीवी के किसी भी कार्यक्रम को “सामान्य शैक्षिक कार्यक्रम” माना जा सकता है। अमेरिका से बच्चों के लिए प्रसारित किया जाना वाला एक शैक्षिक टीवी कार्यक्रम “सीसेम स्ट्रीट” इसका एक उदाहरण है। दूसरा उदाहरण, कनाडा का शैक्षिक रेडियो चर्चा कार्यक्रम ‘फार्म रेडियो फोरम’ है।

### रेडियो और टीवी प्रसारण का शिक्षा में इस्तेमाल

रेडियो और टीवी का इस्तेमाल शिक्षा के एक माध्यम के तौर पर क्रमशः 1920 और 1950 के दशक से बड़े पैमाने पर किया जा रहा है। शिक्षा में रेडियो और टीवी प्रसारण के इस्तेमाल के तीन सामान्य तरीके हैं—

- (i) सीधे कक्षा में पढ़ाना, जहां अस्थायी रूप से प्रसारण कार्यक्रम शिक्षक का स्थान ले लेते हैं।
- (ii) स्कूल प्रसारण, जहां प्रसारित कार्यक्रम शिक्षण और अध्ययन के लिए पूरक संसाधन मुहैया कराते हैं, जो अन्यथा नहीं होते।
- (iii) सामुदायिक, राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्टेशनों पर सामान्य शैक्षिक कार्यक्रम जो सामान्य और अनौपचारिक शैक्षिक अवसर प्रदान करते हैं।

सीधे कक्षा में पढ़ाने का सबसे महत्वपूर्ण और सर्वोत्तम दस्तावेजी उदाहरण संवादात्मक रेडियो दिशा-निर्देश है। “इसमें रोजाना के आधार पर कक्षा के लिए 20-30 मिनट प्रत्यक्ष शिक्षण (डायरेक्ट टीचिंग) और शैक्षिक प्रशिक्षण शामिल होता है। गणित, विज्ञान, स्वास्थ्य और भाषाओं के विशेष स्तर पर विशिष्ट शिक्षण के उद्देश्य से बनाए गए रेडियो के पाठ कक्षा में पढ़ाने की गुणवत्ता को सुधारने और सीमित संसाधनों वाले स्कूलों में खराब तरीके से प्रशिक्षित शिक्षकों को नियमित सहयोग के उद्देश्य को पूरा करते हैं।” संवादात्मक रेडियो दिशा-निर्देश परियोजना को भारत और अन्य दक्षिण एशियाई देशों में लागू किया गया है। एशिया में संवादात्मक रेडियो दिशा-निर्देश सबसे पहले 1980 में थाईलैंड में

क्रियान्वित हुआ था, 1990 में यह परियोजना इंडोनेशिया, पाकिस्तान, बांग्लादेश और नेपाल में शुरू हुई।

संवादात्मक रेडियो दिशा-निर्देश अन्य दूरस्थ शिक्षा कार्यक्रमों से इस मामले में अलग है कि प्राथमिक तौर पर इसका उद्देश्य शिक्षा की गुणवत्ता को बढ़ाना है- सिर्फ शिक्षा तक पहुँच को ही नहीं- और औपचारिक व अनौपचारिक दोनों ही व्यवस्थाओं में इसने खूब सफलता हासिल की है। दुनिया भर में हुए सघन शोध दिखाते हैं कि अधिकतर संवादात्मक रेडियो दिशा-निर्देश परियोजनाओं का परिणाम सीखने के परिणामों और शैक्षणिक समानता पर सकारात्मक रहा। अन्य कदमों के मुकाबले यह प्रणाली अपनी कम लागत वाली आर्थिकी के चलते काफी किफायती और कारगर साबित हुई है।

केन्द्र द्वारा चलाया जाने वाला टीवी कार्यक्रम सैटेलाइट के जरिए देश भर में एक निश्चित समय पर प्रसारित किया जाता है, उसमें वही सब कुछ पढ़ाया जाता है, जो किसी सामान्य माध्यमिक स्कूल में पढ़ाया जाता है। हरेक घंटे किसी एक नये विषय पर प्रसारण शुरू किया जाता है। विद्यार्थियों को भी टीवी पर अलग-अलग शिक्षकों से पढ़ने का मौका मिलता है, लेकिन स्कूल में सभी स्तर के सभी विषयों के लिए केवल एक शिक्षक होता है।

इस कार्यक्रम के स्वरूप में पिछले कुछ सालों में कई बदलाव देखने को मिले हैं जिसमें शिक्षण की प्रणाली व्यक्ति केन्द्रित से हट कर ज्यादा संवादात्मक प्रक्रिया में परिवर्तित हो गई जो समुदाय को शिक्षण की प्रविधि के इर्द-गिर्द बुने गए एक कार्यक्रम से जोड़ती है। इस रणनीति का उद्देश्य सामुदायिक मुद्दों और कार्यक्रमों के बीच संबंध बनाना था जिससे बच्चों को समग्र शिक्षा दी जा सके, समुदाय को स्कूलों के प्रबंधन और संगठन में शामिल किया जा सके तथा सामुदायिक गतिविधियों को अंजाम देने के लिए छात्रों को उत्प्रेरित किया जा सके। टीवी कार्यक्रमों का आकलन काफी उत्साहजनक रहा है।

### रेडियो की उपयोगिता

मानव प्रगतिशील प्राणी है। उसकी बुद्धि जीवन के भौतिक सुख-साधनों की वृद्धि में सतत कार्यरत रहती है। एक दिन मानव ने सागर की उत्ताल तरंगों को देखा तो उनकी गति पर विचार किया। उसने सोचा कि जिस प्रकार सागर की ऊँची-ऊँची लहरें उठकर दूर-दूर तक जाती और सागर-तट से टकराती हैं

उसी प्रकार वायु में शब्दों की लहरें भी उठती होंगी और दूर-दूर तक जाकर लोगों के कानों से टकराती होंगी।

ऐसी स्थिति में उसने शब्द-ध्वनि की लहरों का उपयोग करने पर विचार किया। उसने अनेक प्रयोग किए। अंत में वह अपने उद्देश्य में सफल हुआ। बिजली के तार के बड़े-बड़े खंभे गाड़कर उसने एक स्थान से दूसरे स्थान तक समाचार भेजना आरंभ किया। यह आविष्कार 'टेलीग्राफ' के नाम से प्रसिद्ध हुआ।

टेलीग्राफ के आविष्कार के बाद उसी सिद्धांत पर 'टेलीफोन' का आविष्कार हुआ। टेलीफोन के आविष्कार के बाद वैज्ञानिकों को एक कठिनाई का सामना करना पड़ा। दूरस्थ स्थानों तक तार के खंभे खड़े करना और फिर उन्हें ठीक-ठाक में बनाए रखना आसान काम नहीं था। अंधी-तूफान में खंभे उखड़ जाते थे और तार टूट जाते थे। इससे समाचार भेजने का काम ठप हो जाता था।

इस कठिनाई को दूर करने के लिए विज्ञानियों ने तार की सहायता के बिना विद्युत् तरंगों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक भेजने के संबंध में प्रयोग करना आरंभ किया। ऐसे विज्ञानियों में सर्वप्रथम भारतीय विज्ञानी सर जगदीशचंद्र बसु का नाम उल्लेखनीय है।

सर बसु अपना प्रयोग कर ही रहे थे कि इटली के एक प्रसिद्ध विज्ञानी मारकोनी ने हर्ट्ज नामक एक जर्मन विज्ञानी की खोज के आधार पर बिना तार की सहायता से समाचार भेजने में सफलता प्राप्त कर ली। हर्ट्ज ने यह खोज की थी कि शब्द-कंपन को बिजली की तरंग में परिणत कर ईथर द्वारा बिना तार लगाए समाचार एक स्थान से दूसरे स्थान तक अति तीव्र गति से भेजे जा सकते हैं।

मारकोनी ने उसकी इस खोज को सत्य सिद्ध कर दिया। उन्होंने जिस यंत्र से समाचार भेजा था, उसका नाम 'ट्रांसमीटर' रखा और जिस यंत्र द्वारा उन्होंने उन विद्युत् शब्द कंपनों को पुनः ध्वनि में बदल दिया, उसका नाम 'रेडियो' रखा। यही रेडियो आज के वैज्ञानिक युग का एक चमत्कार है।

रेडियो का उपयोग हम तीन रूप में करते हैं—

1. प्रचार के साधन के रूप में
2. शिक्षण-कार्य के साधन के रूप में और
3. मनोरंजन के साधन के रूप में।

हमारी केंद्रीय और प्रादेशिक सरकारें रेडियो से अपनी विभिन्न प्रकार की योजनाएँ प्रसारित करती हैं। विश्व में प्रतिदिन घटनेवाली महत्त्वपूर्ण घटनाएँ और उनके संबंध में अपने नेताओं के विचार हमें रेडियो से उसी दिन प्राप्त हो जाते हैं। सोना, चाँदी, अनाज, गुड़ आदि के भावों के उतार-चढ़ाव के समाचार के साथ-साथ फसलों और वर्षा के समाचार रेडियो द्वारा प्रसारित किए जाते हैं। सरकार अपनी शासन-नीति का प्रचार रेडियो द्वारा ही करती है।

रेडियो का उपयोग शिक्षण-कार्य के लिए भी किया जाता है। कविता, कहानी, एकांकी विविध विषयों पर निबंध, आलोचनाएँ, रेखाचित्र, कवियों की काव्यगत विशेषताएँ, यात्रा वर्णन, प्रसिद्ध ऐतिहासिक स्थानों और दुर्गों का परिचय, साहित्यकारों की जीवनियाँ तथा उनकी साहित्यिक सेवाओं आदि के संबंध में जो ज्ञान विद्यार्थियों को पंद्रह-बीस मिनट की अवधि में रेडियो द्वारा करा दिया जाता है, वह स्थायी रूप में उनके मस्तिष्क का अंग बन जाता है।

प्रातः से संध्या तक जीविकोपार्जन के संघर्ष में व्यस्त मानव जब परिश्रान्त होकर घर आता है तब रेडियो का मधुर संगीत कुछ ही क्षणों में उसे नव-स्फूर्ति से भर देता है। प्रहसन, कवि-सम्मेलन, मुशायरे, वीणा, शहनाई-वादन आदि मनोरंजन के विविध साधन हमें घर बैठे रेडियो द्वारा उपलब्ध हो जाते हैं। रेडियो से हमारा मात्र मनोरंजन ही नहीं होता, हमारे ज्ञान में भी वृद्धि होती है।

हमारे देश में रेडियो का प्रचलन बहुत तेजी से बढ़ रहा है। सन् 1926 में हमारे देश में कुल 3,600 रेडियो थे, पर आज यह संख्या कई लाख तक पहुँच गई है। बड़े-बड़े नगरों में रेडियो स्टेशन स्थापित हो गए हैं और उनमें दिन-रात काम होता रहता है।

### **सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) समर्थित शिक्षण की प्रभावकारिता**

सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) की शैक्षणिक क्षमताएं उनके इस्तेमाल पर निर्भर करती हैं और इस बात पर कि उनका इस्तेमाल किस उद्देश्य के लिए किया जा रहा है। किसी अन्य शैक्षणिक उपकरण के विपरीत सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) सभी के लिए समान रूप से काम नहीं करता और हर जगह एक तरीके से लागू नहीं किया जा सकता है।



### गुणवत्ता में वृद्धि

शैक्षणिक रेडियो और टीवी प्रसारण का मूलभूत शिक्षा की गुणवत्ता पर असर अब भी बहुत खोज का विषय नहीं है, लेकिन इस मामले में जो भी शोध हुए हैं, वे बताते हैं कि यह क्लासरूम शिक्षण के ही समान प्रभावकारी है। कई शैक्षणिक प्रसारण परियोजनाओं में संवादात्मक रेडियो परियोजना का सबसे ज्यादा विश्लेषण हुआ है। इसके निष्कर्ष बताते हैं कि शिक्षा का स्तर ऊपर उठाने में यह काफी प्रभावशाली साबित हुआ है। इसके सबूत बढ़े हुए अंक और उपस्थिति की दर है।

इसके उलट कंप्यूटर, इंटरनेट और संबंधित प्रौद्योगिकी के प्रयोग का आकलन एक ही कहानी कहता है। अपनी शोध समीक्षा में रसेल कहते हैं कि आमने-सामने शिक्षा ग्रहण करने वालों और सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) के माध्यम से पढ़ने वालों के अंकों के बीच कोई अंतर नहीं रहा है। हालांकि, दूसरों का दावा है कि ऐसा सामान्यीकरण निष्कर्षात्मक है। वे कहते हैं कि सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) समर्थित दूरस्थ शिक्षा पर लिखे गए तमाम आलेख प्रयोगिक शोध और केस स्टडी को ध्यान में नहीं रखते। कुछ अन्य आलोचकों का कहना है कि सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) समर्थित दूरस्थ शिक्षा में स्कूल छोड़ने की दर काफी ज्यादा होती है।

कई ऐसे भी अध्ययन हुए हैं, जो इस दावे का समर्थन करते नजर आते हैं कि कंप्यूटर का इस्तेमाल मौजूदा पाठ्यक्रम को संवर्धित करता है। शोध दिखाता है कि पाठन, ड्रिल और निर्देशों के लिए कंप्यूटर के इस्तेमाल के साथ पारंपरिक शैक्षणिक विधियों का इस्तेमाल पारंपरिक ज्ञान समेत पेशेवर दक्षता में वृद्धि करता है और कुछ विषयों में अधिक अंक लाने में मदद रकता है, जो पारंपरिक प्रणाली नहीं करवा पाती। छात्र जल्दी सीख भी जाते हैं, ज्यादा आकर्षित होते हैं और कंप्यूटर के साथ काम करते वक्त वे कहीं ज्यादा उत्साही होते हैं। दूसरी ओर कुछ लोगों का मानना है कि ये सब मामूली लाभ हैं और जिन तमाम शोधों पर ये दावे आधारित हैं, उनकी प्रणाली में ही बुनियादी दिक्कत है।

# 11

---

## उपयोगी शब्दावली

---

**अखबार**—समाचार-पत्र को अरबी भाषा में अखबार कहा जाता है। जिसमें खबरों का वर्णन हो, अखबार कहते हैं।

**अग्रलेख**—एक ही सम्पादकीय स्तम्भ में दो-तीन सम्पादकीय लेख प्रकाशित हों तो प्रथम सम्पादकीय लेख को अग्रलेख तथा द्वितीय, तृतीय को सम्पादकीय टिप्पणियाँ कहते हैं।

**अनुवर्ती समाचार**— यह पहले कभी छपी समाचार सामग्री पर आधारित होता है जो पूर्ववर्ती समाचार के संदर्भ में बाद में हुई घटनाओं का उल्लेख करता है।

**अनुसंकेत**—किसी दृश्य को प्रारंभ करने हेतु हाथ या शब्द से प्रदान किया गया दृश्य या श्रव्य संकेत या सिग्नल अनुसंकेत कहलाता है।

**अपमान लेख**—समाचार-पत्र में प्रकाशित कोई निंदात्मक वक्तव्य।

**आपूरक**—कॉलमों को पूरा करने के लिए दी गई सूचनाएं। इनका उपयोग समाचार-पत्र में खाली स्थानों की पूर्ति हेतु किया जाता है।

**अग्रिम**—घटना घटित होने से पूर्व तथ्यों सहित समाचार वर्णन।

**अगेट**—विज्ञापन का बुनियाद मात्रक : 14 ऐगेट लाइनें एक कॉलम इंच बनाती हैं।

**अपराध समाचार**—कानून की अवहेलना करना अपराध है। यह अपराध चोरी, डाका, लूट, हत्या, मारपीट, आत्महत्या, बलात्कार, आगजनी, दंगा, आतंकवाद

फैलाना आदि होता है। इस प्रकार की घटनाओं के समाचार जिनसे भय, दहशत, नफरत उत्पन्न होने की घटनाएँ होती हैं, अपराध समाचार कहलाते हैं।

**अप्रत्याशित समाचार**—इसमें दुर्घटना, हत्या, चोरी, डकैती, आगजनी, बलात्कार, मृत्यु, राजनैतिक निर्णय, बाढ़, तूफान, भूकम्प आदि आते हैं। जिनके बारे में पूर्वज्ञान नहीं होता।

**अभिपद ( सिण्डिकेट )**—वह संस्था जो समाचार-पत्रों के लिए लेख और फीचर तैयार करती है।

**अविश रिलेशन ओडेर जीटुंग**—संसार का प्रथम मुद्रित समाचार-पत्र जो सन् 1609 में जर्मनी के ऑसवर्ग नगर में प्रकाशित हुआ था।

**आउट क्यू**—किसी समाचार रिपोर्ट को समाप्त करने से पूर्व का अंतिम शब्द।

**आर्टिकल**—निबन्ध के आकार-प्रकार की लघु गद्य रचना होती है। यह सभी विषयों पर लिखा जाता है। यह पत्रिका की जान होती है इससे उसकी पहचान बनती है तथा लोकप्रियता बढ़ती है।

**आईएसडीएन**—समेकित सेवा अंकीय नेटवर्क+ (Integrated Service Digital Network) का संक्षिप्त रूप।

यह एक वैश्विक अंकीय दूरसंचार नेटवर्क+ है। यह एक अपने उपभोक्ताओं को समेकित नेटवर्क+ से किसी एकल बिंदु के जरिए अनेक संचार सेवाओं तक अभिगम्यता प्रदान करता है।

**आडिट ब्यूरो ऑफ सरकुलेशन( ए.बी.सी )**—यह एक मानक संस्था है, जो पत्र-पत्रिकाओं की प्रसार संख्या को गहन छानबीन के पश्चात् हर छोटे माह प्रस्तुत करती है। हिन्दी में इसे पत्र-प्रसार-परिगणना संस्था कहते हैं।

**ऑफसैट**—ऑफसैट पद्धति, यह लीथो प्रणाली का उन्नत रूप है। ऑफसैट पद्धति में अल्यूमिनियम या जस्ते की चद्दर से पहले छापे जाने वाले कलेवर का इम्प्रेसन रबर पर उतारा जाता है तथा रबर रोलेर से उसका प्रभाव कागज पर ले लिया जाता है। वर्तमान में इस प्रणाली का प्रयोग सर्वाधिक मात्रा में किया जा रहा है।

**आमुख**—किसी समाचार का पहला या आरंभिक अनुच्छेद। सम्पूर्ण समाचार परिचय-परिचय जो एक या दो कॉलम में शीर्षक के नीचे दिया जाता है। आमुख के द्वारा किसी भी समाचार का सूक्ष्म परिचय या मुख्य जानकारी मिलती है।

**आयताकार**—शीर्षक जिसमें तीनों पंक्तियाँ बराबर होती हैं और कॉलम रेखा से दूरी कॉलम रेखा तक फैलाकर लिखी जाती है।

**आयाम माडुलन**— उच्च आवृत्ति की किसी वाहक तरंग का आयाम परिवर्तित करके सूचना को प्रेषित करने की विधि आयाम माडुलन (Amplitude Modulation, AM) कहलाती है। वाहक तरंग से सूचना वहन हेतु निम्न आवृत्ति के सिग्नल का प्रयोग किया जाता है।

**आवृत्ति माडुलन**—वाहक तरंग का आयाम अपरिवर्तित रहता है। यह रेडियो द्वारा प्रसारण की एक स्थैतिक मुक्त प्रणाली है। इसमें प्रसारण तरंग की आवृत्ति भेजी जाने वाली ध्वनि के अनुरूप संगणित कर ली जाती है। वाहक तरंग की आवृत्ति संप्रेषित किए जाने वाले निम्न आवृत्ति के सिग्नल के आयाम के अनुपात में परिवर्तित करके सूचना संप्रेषित करने की विधि।

**आवरण**—(कवर) पत्रिका का मुख्य पृष्ठ। किसी पत्र-पत्रिका, पुस्तक आदि के ऊपर सजावट हेतु चढ़ाया गया पत्र।

**आवरण कथा**—(कवर स्टोरी) पत्रिका के मुख-पृष्ठ पर किसी विशेष सामग्री के सन्दर्भ में दिया जाना वाला शीर्षक या चित्रों का वह प्रसंग, जिसकी भीतर के पृष्ठों में विस्तृत जानकारी प्रस्तुत रहती है।

**इनटेण्ट**—किसी कॉलम में सामग्री इस प्रकार संयोजित करना जिसमें पंक्ति के दोनों ओर कुछ स्थान रिक्त छोड़ दिया जाए।

**इन्टेलसैट**— अंतर्राष्ट्रीय दूरसंचार उपग्रह संगठन। इस संगठन में विश्व के 154 देश शामिल हैं तथा यह संगठन विश्वव्यापी उपग्रह संचार में सुधार लाने के सर्वहित की प्राप्ति हेतु कार्य करता है।

**ई. एन. आर.** —इलैक्ट्रॉनिक न्यूज रूम का संक्षिप्त रूप। इन दिनों इलैक्ट्रॉनिक न्यूज रूम में समाचारों का सृजन और प्रक्रमण कम्प्यूटर की सहायता से किया जाता है।

**इटैलिक**—तिरछे आकार के टाइप। छापे के अक्षर जो एक ओर झुके रहते हैं।

**इन्द्रा टाइप**—यह एक विशेष प्रकार की मशीन है। इस मशीन के द्वारा मोनो टाइप और लाइनों टाइप दोनों पद्धतियों से कम्पोज का कार्य होता है।

**इन्द्रो**—(लीड, आमुख, मुखड़ा) यह अंग्रेजी शब्द 'इन्द्राडक्शन' का लघु रूप है। इसे हिन्दी में आमुख, मुखड़ा अंग्रेजी में इन्द्रो या लीड कहते हैं। यह सम्पूर्ण समाचार की झाँकी एक-दो पैरा में दिखा देता है।

**इत्तिला**—सूचना को अरबी भाषा में इत्तिला कहते हैं।

**इन्वरटेड पिरामिड**—(विलोम स्तूपी प्रणाली) किसी समाचार के अन्तिम निष्कर्ष को पहले इन्टो में दे देते हैं, फिर समाचार को विस्तार से लिखा जाता है। इस प्रकार से समाचार देने की विधि को 'इन्वरटेड पिरामिड' कहते हैं।

**इम्पोजिंग**—बैठाने की क्रिया। कम्पोज किये गये मैटर को मशीन में बैठाने की प्रक्रिया।

**इशाअत**—अरबी भाषा में प्रकाशन को इशाअत कहते हैं।

**इशितहार**—ऐलान करना, मशहूर करना तथा सूचना देना।

**उद्धरण**—वक्ता के वक्तव्य को ज्यों का त्यों प्रस्तुत करना।

**उद्धरण चिह्न**—ये एक प्रकार के विराम चिह्न होते हैं। वक्ता के वक्तव्य की अथवा ' ' चिह्नों का प्रयोग करके दिया जाता है।

**उदंड मार्तण्ड**—हिन्दी का प्रथम समाचार पत्र। 30 मई सन् 1826 में पं. युगल किशोर शुक्ल जी ने कोलकाता से इसे प्रकाशित किया था।

**उपशीर्षक**—(क्रास हैडिंग) किसी समाचार की सामग्री आधे कॉलम से अधिक होने पर समाचार के बीच-बीच में दो-तीन उप-शीर्षक बैठाये जाते हैं, इससे पत्र की सुन्दरता दिखती है, तथा ढेर सारे छोटे-छोटे अक्षरों को पढ़ते समय आँखों को आराम भी मिलता है।

**उपसंहार**—(सारांश) किसी आर्टिकल, निबन्ध, पुस्तक का अन्तिम पैरा या अध्याय जिसमें संक्षेप रूप से उद्देश्य को प्रतिपादित किया जाता है।

**उप-सम्पादक**—(सब एडीटर) समाचार-पत्र-पत्रिका के सम्पादकीय विभाग में कार्य करने वाले व्यक्तियों को उप-सम्पादक कहा जाता है। विभिन्न स्रोतों से आए समाचारों, लेखों की जाँच करना, उनके आकार-प्रकार, उपयोगिता, महत्व, भाषा एवं शैली में आवश्यकतानुसार फेरबदल करके प्रकाशन योग्य बनाना उप-सम्पादक का ही कार्य होता है। अमुक समाचार, लेख, किस पृष्ठ पर प्रकाशित किया जाए पत्रिका के महत्व के अनुरूप स्थान निर्धारित करना, प्रभावपूर्ण, शीर्षक लगाना, कम्पोजिंग हेतु निर्देश देने का कार्य उप-सम्पादक करता है। किसी भी पत्र-पत्रिका के कार्यालय में अपने-अपने विषय में महारत हासिल कई उप-सम्पादक होते हैं। सभी उप-सम्पादक डेस्क एडीटर के अधीन कार्य करते हैं।

**एआईआर**—आकाशवाणी (ऑल इंडिया रेडियो)

**एकांतिक समाचार**—वह बहुत महत्वपूर्ण समाचार जिसे संवादाता ने अधिक परिश्रम के बाद खोज निकाला हो तथा अपने पत्र को सबसे पहले दिया हो। प्रायः ऐसे समाचार घटना घटने के पूर्व अनुमानों पर आधारित रहते हैं।

**एक्टा डार्यना**— विश्व का प्रथम हस्तलिखित दैनिक पत्र। 60 ईस्वी पूर्व में जूलियस सीर्जस ने रोमन साम्राज्य के लिए 'एक्टा डार्यना' नाम से हस्तलिखित समाचार-पत्र प्रकाशित किया था।

**एक्टा पब्लिका**—60 ईस्वी पूर्व रोमन साम्राज्य में प्रकाशित इस हस्तलिखित पत्र में आम जनता की रुचि की बातें छपी गयी हैं।

**एक्टा सिनेट्स**—60 ईस्वी पूर्व रोमन साम्राज्य के इस हस्तलिखित पत्र में भाषणों, विचारों और रोमन सीनेट की विविध घटनाओं की जानकारी दी गई है।

**एक्सक्लूसिव**—वह समाचार जिसका किसी दूसरे पत्र-पत्रिका में प्रकाशित होने की सम्भावना न हो।

**एगेट**— 5 1/2 पाइंट के टाइप की आवश्यकता होती है और न ही छापने के लिये दाब की आवश्यकता होती है।

**ऐड ( Add )** : विज्ञापन हेतु अंग्रेजी में प्रयुक्त शब्द संक्षेप। समाचार की विषय वस्तु में किसी अतिरिक्त सामग्री को समावेशित करने के लिए प्रयुक्त संक्षिप्त शब्द।

**ऐड्रसेबल केबल सिस्टम**—यह केबल टीवी की अगली पीढ़ी हैं इस प्रणाली में केबल ऑपरेटर अपने उपभोक्ता के परिसर में एक ऐड्रसेबल सेट टॉप बॉक्स संस्थापित करता है, जिससे केबल ऑपरेटर उपभोक्ता के टीवी सेट के लिए चैनलों को चालू कर सकता है, या जिन चैनलों को उपभोक्ता देखना नहीं चाहता या भुगतान नहीं करना चाहता उन्हें बंद कर सकता है। केबल टी वी ऑपरेटर के कक्ष में ऐसी सभी प्रणालियाँ लगी होती हैं जिनसे वह शुल्क चैनलों या निःशुल्क चैनलों से उपभोक्ताओं के सेट टॉप बॉक्स तक पहुँचा सके जिन्हें वह सेट टॉप बॉक्स टीवी सेट तक पहुँचा देता है।

**एडवांस**—किसी भी घटना को घटने के पूर्व अनुमान लगाकर पहले से तैयार किया गया विवरण जिसे समय पर रिलीज किया जाता है।

**एडिटोरियलाइज**—किसी समाचार या शीर्षक में मत प्रकट करना।

**एएनएसआई**—अमेरिकी राष्ट्रीय मानक संस्थान (American National Standards Institute)

**एन**—एक 'एम' का आधा माप (हाफ एम), 6 प्वाइंट चौड़ा, एक इंच का बाहरवाँ भाग।

**एन्कर**—किसी कार्यक्रम को प्रस्तुत करने वाला व्यक्ति। इन दिनों इस शब्द का प्रयोग समाचार वाचकों के लिए भी किया जाने लगा है जिसे न्यूज एन्कर (News anchor) कहा जाता है।

**एन्कर मैन**—किसी दल में मुख्य समाचार वाचक को एन्कर मैन कहा जाता है।

**एनग्रेविंग कक्ष**— जहाँ छायाचित्रों और लेखाचित्रों को एचिंग और हाफटोन (ब्लार्कों) में परिवर्तित किया जाता है।

**एनिमेशन (सजीवता)**—कम्प्यूटर रेखाचित्रों (Computer graphics) की सहायता से बनाई गई फिल्म। यह वस्तुओं (रेखाचित्रों) को सजीवता प्रदान करने की प्रक्रिया है। ऐसा फिल्म के एक या अधिक फ्रेमों को एक्सपोज करके और रेखाचित्र को हल्का खिसकाकर एक या अधिक प्रेसों को एक्सपोज करके किया जाता है। फिल्म या चित्र को प्रोजेक्ट (प्रक्षेपित) करने पर ऐसा प्रतीत होता है कि वे चित्र स्वयं ही चल-फिर रहे हैं। यह प्रक्रिया सजीवता (Animation) कहलाती है।

**ए. पी.**—(A.P.) एसोसिएटेड प्रेस—अमेरिका की प्रमुख संवाद समिति है।

**ए. एफ. पी.**—(A.F.P.) फ्रांस प्रेस एजेन्सी—फ्रांस की प्रमुख संवाद समिति।

**एम**—टाइप मापने की ईकाई। एक इंच में छः एम होते हैं।

**एम्बार्गो**—(प्रतिबन्ध या रोक) जब किसी पूर्व प्राप्त समाचार के प्रकाशन के लिए कोई तिथि निश्चित कर दी जाती है परन्तु किसी कारणवश उसके प्रकाशन पर रोक लगा दिया जाता है तब उस आदेश को एम्बार्गो कहते हैं।

**एसाइनमेंट**—संवाददाताओं को सौंपा गया कार्य।

**ओवर टाइम**—निर्धारित अवधि के अतिरिक्त का पारिश्रमिक युक्त समय।

**ओ.के.**—प्रूफ रीडर का संकेत चिह्न, जिसका अर्थ है कि अब प्रूफ में कोई गलती नहीं रह गयी है।

**ओवर-बैन्डर**—समाचार-पत्र की नाम पटिका के ऊपर दिया गया शीर्षक। इसे 'स्काई लाइन' भी कहते हैं।

**कट**—एक कैमरा या दृश्य से दूसरे कैमरा या दृश्य पर अकस्मात जाने की प्रक्रिया।

**कटि-शीर्षक**—तीन पंक्तियों वाला वह शीर्षक जिसमें पहली और तीसरी पंक्ति में पूरे कॉलम में फैली रहती है तथा दूसरी पंक्ति कॉलम के ठीक बीचों-बीच में रहती है।

**कटिंग**—अपने पत्र के उपयोग हेतु अन्य पत्रों से निकला हुआ मैटर।

**कटिंग बुक**—(कतरनों का संग्रह) महत्वपूर्ण प्रसंगों से सम्बन्धित लेखों, सूचनाओं की कटिंग, जिसे पत्र-पत्रिकाओं से काटकर वर्ण-क्रमानुसार संग्रह किया जाता है।

**कर्टेन रेजर**—इसे परिप्रेक्ष्य समाचार भी कहा जाता है। भावी घटना या समाचार की पृष्ठभूमि इस प्रकार के समाचारों में दी जाती है। जैसे—शिखर-सम्मेलन, महत्वपूर्ण नेताओं की यात्राएं आदि अवसरों पर इस तरह के समाचार दिए जाते हैं।

**कतरन-सेवा**—(क्लिपिंग) संदर्भ विभाग की महत्वपूर्ण सेवा होती है। सम्पादकीय लेख, टिप्पणियाँ तैयार करने में कतरनों की आवश्यकता पड़ती है जिसे अन्य पत्र-पत्रिकाओं में काटकर कटिंग-बुक या कटिंग-फाइल में इसे वर्ण क्रमानुसार रखी जाती है।

**कथ्य या कलेवर**—किसी समाचार का मुख्य भाग जो पहले पैराग्राफ के पश्चात आता है।

**कवर**—समाचार प्राप्त करने की प्रक्रिया।

**कवर करना**—घटना-स्थल पर पहुँचकर समाचारों का संकलन करना।

**कम्पोज करना**—टाइप के विभिन्न खानों से टाइप उठाकर स्टिक में मिलाना, लाइन पूरी करना तदुपरान्त पृष्ठ गेली पर रखना। कम्पोजिंग हाथ और मशीन दोनों तरह से किया जाता है।

**कम्पोजीटर**—छपाई के अक्षर जोड़ने वाला मैटर बनाने वाला।

**कापी**—पत्र हेतु लिखित मैटर जिसे सम्पादक कम्पोजीटर को देता है।

**कापी होल्डर**—प्रूफ रीडर के साथ मूल-प्रति पढ़ने वाला।

**कापी-राइट**—कृति के स्वामित्व का अधिकार। प्रतिलिप्याधिकार।

**कॉमसैट**—कम्युनिकेशन सैटलाइट कॉर्पोरेशन (यूएसए)।

**कार्यालय प्रतिनिधि-कार्यालय संवाददाता**—वे संवाददाता जो नियमित वेतनभोगी होते हैं। ये लोग नगर में उपलब्ध समाचारों का अंकन करते हैं, तथा कभी-कभी विशेष रूप से समाचार संकलित करने हेतु नियुक्त किए जाते हैं, या दूसरे स्थानों पर भेजे जाते हैं।



**केबल**—संवादवहन के सामुद्रिक तार को केबल कहा जाता है। पहले विदेशों से सम्पर्क बनाने हेतु समुद्र में टेलीग्राफ की तार लाइनें प्रयुक्त होती थीं।

**केबल टीवी**— तार युक्त टेलीविजन प्रणाली। केबलों को खंभों पर या जमीन के अंदर से बिछाया जाता है। इस व्यवस्था में टेलीविजन कार्यक्रम एक केंद्रीय स्रोत से प्राप्त कर उपभोक्ताओं तक पहुँचाए जाते हैं, जिसके लिए उनसे संस्थापन शुल्क और मासिक आधार पर भी शुल्क की वसूली होती है। केंद्रीकृत अभिग्रहण सिग्नलों को इंटरसेप्ट करने में अत्यधिक ऐन्टेना से प्राप्त (अभिगृहीत) किया जाता है और केबलों या तारों के जरिए उपभोक्ताओं के टीवी सेटों तक ये सिग्नल पहुँचाए जाते हैं। यह प्रणाली सामुदायिक ऐन्टेना टेलीविजन प्रणाली भी कहलाती है।

**केबिल्स**—तार भेजने के लिए प्रयुक्त होने वाली भाषा। विदेशों से आने वाले तार केबिल्स कहलाते हैं। तार खर्च की बचत हेतु शब्दों और वाक्यांशों को संक्षिप्त रूप दिया जाता है।

**करेक्शन**—पूफ से संबंधित गलतियों को कम्पोजीटर द्वारा सही किया जाना।

**कम्पोजिंग कक्ष**—पत्र-पत्रिका के कार्यालय में जिस कक्ष में मैटर कम्पोजिंग किया जाता है उसे कम्पोजिंग कक्ष कहते हैं।

**क्रेडिट लाइन**—जिस स्रोत के माध्यम से समाचार प्रेषित किया गया हो उसका उल्लेख क्रेडिट लाइन कहलाता है। उदाहरणार्थ, समाचार-पत्रों में समाचार के साथ तिथि रेखा के पश्चात् कोष्ठक में (वार्ता), (भाषा) आदि लिखा रहता है। यही क्रेडिट लाइन है।

**कॉलम**—पत्र-पत्रिका के पृष्ठ को प्रायः चार, छः, आठ, नौ लम्बवत् भागों में विभाजित किया जाता है। यही विभाजन कॉलम है। इसके बीच में समाचार लिखे होते हैं। कॉलम को कॉलम स्तम्भ भी कहते हैं। नियमित रूप से प्रकाशित कॉलम जैसे—पुस्तक-समीक्षा, राजनीतिक-परिदृश्य, कक्का जी कहिन आदि स्तम्भ भी कॉलम के नाम से जाने जाते हैं।

**कॉलमनिस्ट**—समाचार-पत्रों के विशेष स्तम्भों के लेखक को 'स्तम्भ लेखक' या 'कॉलमनिस्ट' कहते हैं।

**क्लिप**—किसी प्रोग्राम में प्रयुक्त फिल्म का एक छोटा भाग या खंड। इसे विजुअल क्लिप भी कहते हैं। समाचार-पत्र से प्राप्त कतरन।

**क्रीड**—टेलीप्रिन्टर मशीन या कॉपी।

**क्रोप**—प्रकाशन से पहले चित्र के आकार को कम करना या स्थानानुसार उसमें काट-छाँट करना।

**क्रास हैड**—क्रास हैड उपशीर्षक होते हैं, जो अनुच्छेद के बीच लगाये जाते हैं।

**क्रूसेड**—इसे अभियान भी कहते हैं। जनहित की दृष्टि से पत्र-पत्रिका किसी सुधार विशेष के लिए दबाव डालने के लिए लेखों का प्रकाशन करता है। इसके द्वारा सरकारी, गैर-सरकारी गड़बड़ियों का पर्दाफाश कर जनता को सक्रिय होने हेतु प्रेरित किया जाता है।

**कैप्शन**—पत्रों में प्रकाशित चित्र, कार्टून या नक्शे आदि के विवरण को कैप्शन कहते हैं। इसे चित्र या परिचय भी कहा जाता है।

**किल**—अनुपयोगी सामग्री को नष्ट करना।

**केस**—खानेदार चौखटा जिसमें क्रमशः एक ही माप के टाइप भरे रहते हैं।

**कैरी ओवर**—समाचार के बचे हुए भाग को दूसरे पृष्ठ पर ले जाना। इसे 'डूट' भी कहा जाता है।

**केवलीज**—(संकेत भाषा) प्रेस तार में प्रयुक्त शब्दों का संक्षिप्त रूप।

**कान्ट्रेक्ट विज्ञापन**—वह विज्ञापन जो लम्बे समय तक निश्चित तिथियों पर रियायती दरों में प्रकाशित किए जाते हैं।

**कापी परीक्षण**—(कापी टेस्टिंग) पत्र-पत्रिका के कार्यालय में आने वाले मूल समाचारों का परीक्षण करना कि आमुख समाचार किस प्रकार का है तथा उसका कितना महत्व है, प्रकाशन योग्य है अथवा नहीं। यही कापी परीक्षण कहलाता है। कुल मिलाकर समाचारों की पाण्डुलिपि की जाँच के कार्य को कापी परीक्षण कहते हैं।

**कार्टून**—(व्यंग्य चित्र) समाचारों, घटनाओं, समस्याओं, व्यक्तियों की रेखाओं द्वारा बनायी गयी व्यंग्यात्मक आकृतियाँ जो चुटकीली व्याख्या करती हैं, जिससे घटना या समाचार का छुपा हुआ पहलू कटाक्ष करते हुए प्रकट हो जाता है। इस कोटि के चित्रों के द्वारा पाठकों के मनोरंजन के साथ बड़ी से बड़ी घटना, समस्या पर तेजी से लोगों का ध्यान खिंचा चला जाता है। वास्तव में ये चित्र विचारेत्तेजक होते हैं।

**कैजुअल विज्ञापन**—वे विज्ञापन जो कभी-कभी प्रकाशित होने के लिए दिए जाते हैं।

**कैमकोरडर**—कैमरा और रिकार्डर का संयोजन

**क्वाड**—यह स्पेस देने के काम आता है। टाइप के आकार का यह खोखला चिह्न होता है। जिसकी ऊँचाई टाइप से थोड़ी कम होती है। टाइपों के बीच रिक्त स्थान को इसके द्वारा भरा जाता है।

**केलीग्राफिस्ट**—वह व्यक्ति जो सामग्री को सुन्दर अक्षरों में लिखता है।

**कोल्ड टाइप सिस्टम**—(सी.टी.एस.) जापान में विकसित यह मुद्रण की आधुनिक प्रणाली है। इसकी विशेषता है कि इसमें टाइप की आवश्यकता नहीं पड़ती। सामग्री को कम्प्यूटर द्वारा तैयार करके फोटो पद्धति द्वारा एक हल्की एज्सूमीनियम की प्लेट पर पेज छापने को तैयार कर लिया जाता है।

**कोशा**—कैमरे में बाहर से आने वाले शोर को रोकने के लिए कैमरे को ढकने वाला एक ध्वनि रोधी प्रकोष्ठ, ताकि बाहर का शोर साउण्ड ट्रैक पर रिकार्ड की जा रही ध्वनि को विकृत न करें।

**खबर**—समाचार को अरबी भाषा में खबर कहते हैं।

**खबरनवीस**—फारसी में संवाददाता को 'खबरनवीस' कहते हैं यानी खबर देने वाला।

**खेल पत्रकारिता**—खेल से सम्बन्धित समाचारों को संकलित करना, खिलाड़ियों की गतिविधियों को प्रकाशित करना, खेल सम्बन्धी समाचारों का वर्णन करना, समीक्षा करना खेल पत्रकारिता कहलाती है।

**खबररसा एजेन्सी**—फारसी में 'संवाद समिति' को खबररसा एजेन्सी कहा जाता है।

**खेल सम्पादक**—खेल विभाग का प्रमुख व्यक्ति। खेल सम्बन्धी समाचारों की जाँच व उचित समाचार देने का निर्णय खेल सम्पादक लेता है।

**खेल संवाददाता**—खेल खेल से संबंधित समाचार प्रदान करने वाला व्यक्ति। खेलों की समीक्षा करता है, प्रतिक्रिया प्रस्तुत करता है तथा खिलाड़ियों से भेंटवार्ता करके खेल सम्पादक को खेल समाचार पहुँचाता है।

**गश्त**—संवाददाता का समाचार संकलन का क्षेत्र।

**गैली**—तीन सिरों से उठी हुई ट्रे जिसमें कम्पोज्ड मैटर रखा जाता है। जिसकी लम्बाई लगभग 50 से.मी. होती है।

**ग्रीन प्रूफ**—वह प्रूफ जिसमें गलतियाँ हों।

**गजट**—अखबार। वह सामयिक पत्र जिसके अन्तर्गत सरकारी सूचनाएँ प्रकाशित की जाती हैं।

**गैली प्रूफ**—कम्पोजशुदा मैटर का प्रथम प्रूफ। इसके संशोधन के पश्चात् ही मेकअप होता है।

**गैर-पत्रकार**—पत्र-पत्रिका के कार्यालय में पत्रकारों के अलावा जो व्यक्ति इससे संबंधित कार्य करते हैं उन्हें गैर-पत्रकार कहा जाता है। जैसे-प्रशासनिक, विज्ञापन, वितरण और मुद्रण सम्बन्धी कार्य करने वाले लोग।

**घूम**—कैमरा का उर्ध्वाधर या क्षैतिज घूमना।

**घोस्ट राइटर**—छद्म नाम से लिखने वाले लेखक को घोस्ट राइटर कहा जाता है।

**चेस**—लोहे का आयताकार फ्रेम, जिसमें पृष्ठ अथवा कॉलम को व्यवस्थित कर मैटर कस दिया जाता है।

**चित्र-परिचय**—किसी दृश्य क्लिप या चित्र के विषय में वर्णन के लिए प्रयुक्त सामान्य शब्द। समाचार-पत्र में छपे चित्र का ब्यौरे सहित विवरण प्रस्तुत करना।

**चित्रात्मक फीचर**—किसी आर्टिकल के साथ दो-तीन चित्र दे देना अथवा चार-छः चित्र को क्रमवार सजाकर कोई शीर्षक दे देना अथवा कुछ वाक्यों में चित्रों का परिचय देना चित्रात्मक फीचर कहलाता है। वर्तमान पत्रकारिता में चित्र फीचर का प्रचलन तीव्रगति से लोकप्रिय हो रहा है।

**पाँच-छः** चित्रों को एक दूसरे से जोड़कर कोई शीर्षक डाल दिया जाता है। इन चित्रों में रेखाचित्रों का भी सहारा लिया जाता है।

**चतुर्थ स्तम्भ**—(फोर्थ स्टेट) कार्यपालिका, न्यायपालिका, विधायिका के बाद लोकतन्त्र में चौथा महत्वपूर्ण दर्जा पत्रकारिता को दिया जाता है।

**छपते-छपते**—आखिरी समय में प्राप्त वह महत्वपूर्ण समाचार जो पृष्ठ में जाने से रह गया हो। उसे समाचार-पत्र में जोड़ा जाता है।

**छाया**—चित्र को छाया कहते हैं।

**छायाकार**—चित्र खींचने व तैयार करने वाले को छायाकार कहते हैं।

**छूट**—कापी का वह अंश जो कम्पोज होने से रह गया हो।

**छोना संवाददाता**—नये और कनिष्ठ, संवाददाता को 'छोना संवाददाता' कहा जाता है।

**जिम डैश**—एक छोटी सी सीधी रेखा, जो शीर्षक के विभिन्न खंडों को एक-दूसरे से अलग रखने के लिए प्रयुक्त की जाती है।

**जम्प**—किसी समाचार को एक पृष्ठ से दूसरे पृष्ठ पर ले जाना।

**जम्प लाइन**—पृष्ठ 1, कॉलम 3 का शेषांक...आदि।

**जम्प होड**—शेषांक समाचार का शीर्षक।

**जम्प स्टोरी**—पूर्ववर्ती पृष्ठ से जारी समाचार।

**जाबवर्क**— छपाई के फुटकर कार्य।

**जस्टिफाई**—स्टिक की नाम में कम्पोज्ड मैटर को अच्छी तरह से बैठाने हेतु कहीं-कहीं अतिरिक्त स्पेस डाला जाता है, इसी क्रिया को जस्टिफाई कहा जाता है।

**जनमाध्यम**—भावाभिव्यक्ति के सभी माध्यम ।

**जर्नल**—किसी संस्था, संगठन, उद्योग या विशेष विषय से सम्बद्ध पत्र-पत्रिका, जिसमें उसकी गतिविधियों की जानकारी होती है।

**जनमत**—देखो 'लोकमत'।

**जनसंचार**—(मास कम्प्युनिकेशन) किसी भी सूचना, या विचार को अनेक माध्यमों जैसे—तार, रेडियो, टेलीफोन, टेलीविजन, फैंक्स आदि के द्वारा जनसमुदाय तक पहुँचाना।

**जनसम्पर्क**—एक व्यक्ति का दूसरे व्यक्तियों के साथ सम्पर्क करना जनसम्पर्क होता है।

**जनसम्पर्क माध्यम**—(क) परम्परागत माध्यम—लोकगीत, लोकनृत्य, लोककथा, नाटक, कठपुतली। (ख) आधुनिक माध्यम—अखबार, रेडियों, टी.वी., वीडियो, सेटेलाइट, प्रसारण, फिल्म, इन्टरनेट आदि।

**जर्नलिज्म**—अखबारी भाषा, पत्रकारों की अपनी लेखनी-शैली।

**जिंगल**—विज्ञापन की तरफ आम लोगों के ध्यान को आकर्षित करने हेतु एक शब्द या एक पंक्ति जिसे विज्ञापन में बार-बार दोहराया जाता है। इसे स्लोगन कहते हैं।

**जर्नलिस्टिक एटीकेट**—(पत्रकारिता-शिष्टाचार) उस व्यक्ति के नाम को गुप्त रखना जिसने कोई महत्वपूर्ण सूचना दी हो परन्तु नाम बतलाने, छापने से मना किया है। गलत बातों को तुरन्त स्वेच्छा से खण्डन करना व प्रकाशित करना जर्नलिस्टिक एटीकेट के अन्तर्गत आता है।

**जानेजहानुमा**—उर्दू का प्रथम समाचार-पत्र। जिसे मुंशी सदासुख जी ने कोलकाता से सन् 1822 ई. में प्रकाशित किया था। इसका प्रकाशन फारसी भाषा में भी किया गया था।

**टाप**—एक स्तम्भीय मोटा शीर्षक या एक कॉलम का मोटा शीर्षक।

**टाइप**—शीशा, रांगा तथा सुर्मा मिश्रित धातु से ढले अक्षरों एवं अंकों को टाइप कहते हैं।

**टाइप हाई**—टाइप की ऊँचाई की नाप।

**ट्रेडिल मशीन**—छपाई की छोटी मशीन जिसे व्यक्ति पैर से चलाता है।

**टेब्लाइड**—यह छोटे आकार का समाचार-पत्र होता है जो लगभग 11 इंच चौड़ा और 16 इंच लम्बा होता है।

**टेग लाइन**—शीर्षक के साथ किसी वक्तव्य का स्रोत प्रकट करने वाली लघु पंक्ति।

**टेक**—किसी समाचार की प्रत्येक शीट टेक कहलाती है। समाचार समितियाँ के समाचार संप्रेषण की इकाई को भी टेक कही जाती है।

**टाइप के अंग**—टाइप के प्रमुख अंग निम्न लिखित हैं—

1. फुट—टाइप के नीचे का वह भाग जिस पर टाइप खड़ा होता है।
2. गूव—टाइप के नीचे का भाग
3. निक—टाइप के एक तरफ बना गहरा निशान। जिससे टाइप के सीधा-उल्टा होने की जानकारी मिलती है।
4. पिन—टाइप के बगल में बना निशान।
5. शोल्डर—बिअर्ड के नीचे, बाड़ी के ऊपर का भाग।
6. बिअर्ड—फेस और शोल्डर के मध्य का तिरछा भाग।
7. फेस—टाइप की ऊपरी सतह जिसके छपने से कागज पर अक्षर उभरता है।
8. सेरिफ—प्रेस के दाहिने-बायें निकला भाग।
9. बाड़ी—शोल्डर के नीचे तक का भाग।
10. काउन्टर—दो अक्षरों के मध्य खाली स्थान को कहते हैं।

**टाइप के पाइण्ट**—मुद्रण कार्य में टाइप की बनावट या नाप की दृष्टि से कुछ मानक पाइण्ट को निर्धारित किया जाता है। यह पाइण्ट प्रायः सभी देशों में प्रचलित हैं। किसी भी टाइप का एक पाइण्ट एक इंच के 72वें भाग के बराबर होता है। सामान्यतः नाप की दृष्टि से 12 पाइण्ट का एक 'एम' तथा 6 पाइण्ट का 'एन' होता है। हिन्दी और अंग्रेजी दोनों भाषाओं में टाइप की पाइण्ट प्रणाली को अपनाया जाता है।

**टेलीप्रिन्टर**—इस माध्यम से तार द्वारा भेजे गये सन्देश पंच होकर टाइपराइटर मशीन में स्वतः ही टाइप होते रहते हैं। उसी प्रकार टाइपराइटर द्वारा टाइप किये हुए सन्देश पंच होकर दूसरे केन्द्रों पर स्वतः ही टाइप होते हैं।

**टेलेक्स**—टेलिप्रिन्टर सेवा, टेलीप्रिन्टर का एक्सचेंज। इस मशीन से टेलिप्रिन्टर द्वारा सूचना तथा समाचार का आदान-प्रदान होता है।

**टीयर शीट**—विज्ञापनदाता के पास प्रमाण के लिये भेजा जाने वाला वह पृष्ठ जो समाचार-पत्र में से फाड़कर भेजा जाता है।

**टिप**—पत्रकार को किसी भी स्रोत से समाचार का कोई अग्रिम सुराग या संकेत जिस आधार पर वह पूरा समाचार तैयार करता है।

**डब करना**—किसी तैयार रूप लेख में ध्वनि रिकार्ड करना या देना।

**डाक संस्करण**—दूर-दराज के क्षेत्रों में भेजे जाने वाला वह संस्करण जिसमें पूर्व दिन के अन्तिम संस्करण के समाचार होते हैं।

**डी.ए.वी.पी.**—श्रव्य एवं दृश्य प्रचार निदेशालय का संक्षिप्त रूप।

**डेड लाइन**—समाचार-पत्र के किसी संस्करण का वह समय जिसके पूर्व उसमें प्रकाशन के लिए कॉपी अवश्य प्रेषित कर दी जानी चाहिए। यह समाचार-पत्र के पृष्ठों तथा संस्करणों के अनुसार अलग-अलग निर्धारित रहती हैं।

**डमी**—समाचार पृष्ठ का खाका या स्थूल या रफ (Rough) चित्रण जिसमें समाचारों को किस स्थान पर छापना है, इसके बारे में कुछ जानकारी निहित होती है। डमी समाचार-पत्र या पत्रिका का ऐसा रेखाचित्र है जो यह प्रदर्शित करता है कि समाचार-पत्र में समाचार, विज्ञापन, चित्र आदि का प्रकाशन कहाँ तथा किस प्रकार होगा।

**डैक**—डैक, जिसे बैंक भी कहते हैं, शीर्षक का एक हिस्सा है।

**डबलेट**—समाचार पत्रों में एक ही सामग्री को दो बार प्रकाशित करने की यह गलती को डबलेट कहते हैं।

**ड्राप हेड**—यह शीर्षक का एक प्रकार है। इस प्रकार के शीर्षक लेखन में प्रत्येक पंक्ति दाँयी ओर बढ़ा दी जाती है। ड्राप हेड को ड्राप लाइन अथवा सीढ़ीनुमा शीर्षक भी कहते हैं।

**डेड**—रद्द समाचार।

**डिस्ट्रीब्यूट**—मुद्रण के बाद मैटर के टाइपों को तोड़कर यथा स्थान केस के खानों में रखने की प्रक्रिया डिस्ट्रीब्यूट कहलाती है।

**डिलीट**—हटाइये, काटिये, मैटर निकालने का संकेत।

**डैश**—शीर्षकों को विभाजित करने के लिए डाली गयी बड़ी लाइन जो अनेक रूप वाली होती है।

**डब, डबिंग**—किसी लेख, कहानी, नाटक, फिल्म आदि को किसी दूसरी ध्वनि, लिपि या भाषा में रूपान्तर करना।

**डाइजेस्ट**—सार-संग्रह। व्यवस्थित रूप देना। वर्गीकृत करना। वह पत्रिका जिसमें कई विषयों के सार-संग्रह हों।

**डाक-समाचार**—साधारण डाक के द्वारा प्राप्त समाचारों को डाक-समाचार कहते हैं।

**डाक्यूमेण्ट्री फिल्म**—वह चलचित्र जिसमें किसी महत्वपूर्ण घटना या समाचार वृत्त अथवा एक विशेष विषय का चित्रण किया गया हो।

**डाइरेक्ट टु होम**—एक प्रकार की प्रसारण प्रणाली जिसमें सीधे उपभोक्ताओं के घर तक अनेक चैनलों को पहुँचाने के लिए उच्च शक्ति युक्त उपग्रहों का प्रयोग किया जाता है।

**डाइरेक्ट टू होम**—(DTH) को डाइरेक्ट ब्रॉडकास्ट सैट लाइट (DBS) भी कहते हैं।

**डिस्पैच**—भेजना, प्रेषण, विज्ञप्ति, समाचार।

**डश**—शीर्षकों के विभाजन हेतु विभिन्न रूपों में डाली गई लाइन।

**डोली**—जिस व्यक्ति या वस्तु को फोकस में लाना होता है उससे कैमरे को दूर या इसके निकट लाने की प्रक्रिया

**थोथा अभ्यास (Dry run Practice)** : बिना कैमरे के अभ्यास या रिहर्सल करना।

**तिथि रेखा**—(डेट लाइन) प्रत्येक समाचार के शीर्षक के बाद और इंट्रो से पहले उस समाचार का स्थान व तारीख दी जाती है। इसे डेट लाइन कहते हैं।

**तत्काल समाचार**—घटनास्थल से जो समाचार अविलम्ब प्राप्त हो, ताजा समाचार।



**तास**—यह सोवियत संघ की समाचार समिति है, जिसका पूरा नाम 'तेलिग्राफोनी उजत्वों सोवियतस्कवो सयूजा' है। इसका पूर्व नाम 'रोस्ता' था।

**द्वारक**—लेन्स जो द्वारक लेन्स से होकर निकलने वाले प्रकाश की मात्रा को नियंत्रित करता है। कैमरा और प्रक्षेपित में यह एक छिद्र के रूप में कार्य करता है जिससे निकलने वाले प्रकाश की मात्रा से यह निर्धारित होता है कि कैमरे में लगे निगेटिव का कितना हिस्सा प्रभावित होगा और प्रक्षेपित्र में कितने फ्रेम (चित्र) प्रक्षेपित किए जा सकेंगे।

**दृष्टि रेखा**—वस्तु या लक्ष्य का तल या दिशा। कैमरा प्रायः दृष्टिरेखा का अनुसरण करता है।

**दैनिक समाचार-पत्र**—नियमित रूप से प्रतिदिन प्रकाशित होने वाला समाचार-पत्र।

**दिनांक-रेखा**—किसी समाचार या अंक के लिए प्रकाशन का अंतिम समय।

**दिग्दर्शन**—1818 ई. में कोलकाता से भारतीय भाषाओं में प्रकाशित होने वाला प्रथम पत्र। इसके प्रकाशक मार्शमैन थे। यह पत्र बंगला और अंग्रेजी दोनों भाषाओं में प्रकाशित होता था।

**दीर्घाक्षर**—पुफ रीडिंग में अंग्रेजी के बड़े अक्षरों को लिखने के लिए दिया गया संकेत इसके लिए अपर केश (Upper Case) का प्रयोग भी किया जाता है।

**दुर्घटना संवाद**—किसी भी प्रकार की दुर्घटना जैसे ट्रेन दुर्घटना, जहाज, दुर्घटना, आँधी-तूफान, भूकम्प, मार-काट, हत्या आदि।

**दुर्लभ समाचार**—(हाई न्यूज) वे समाचार जो अप्रत्याशित रूप से होने वाली घटनाओं के समाचार होते हैं।

**दूरमुद्रक**—देखें 'टेलीप्रिन्टर'।

**दूरसंचार**—तार टेलीफोन, फैंक्स आदि।

**धारावाहिक कथा**—उपभोक्ता या श्रोता की कथा की दूसरी या तीसरी पांडुलिपि के लिए प्रयुक्त नाम।

**नगरेतर संवाददाता**—(मुफस्सल संवाददाता) ये संवाददाता प्रायः नगर के बाहर दूर-दराज स्थानों से समाचार भेजने का कार्य करते हैं।

**नगर प्रतिनिधि**—स्थानीय समाचारों का मुख्य संवाददाता।

**नगर संपादक**—इसे मेट्रो संपादक भी कहते हैं। यह स्थानीय समाचारों का प्रभारी होता है।

**नष्ट**—किसी समाचार का निराकरण। इसका तात्पर्य एक ऐसे समाचार को व्यर्थ कर देने या समाप्त कर देने से है जिसका लोप किया जाना हो।

**नामनिगार**—फारसी में 'नामनिगार' संवाददाता को कहते हैं।

**निविदा सूचना**—टेण्डर माँगने हेतु अखबार या अन्य तरीकों से सूचित करना।

**नियतकालिका पत्रिका**—वह पत्र-पत्रिका जिसका प्रकाशन निश्चित समय जैसे—एक सप्ताह, एक पक्ष, एक माह, द्वैमासिक, त्रैमासिक, अर्द्धवार्षिक या वार्षिक रूप में होता है।

**न्यूज प्रिन्ट**—अखबारी कागज जिस पर समाचार छपते हैं।

**न्यूज रील**—समाचार को आकर्षक एवं रोचक तरीके से प्रस्तुत करने का तरीका। इसमें आँखों देखा हाल, समाचार के साथ ही व्याख्याएँ, साक्षात्कार के कुछ अंश और घटनाओं की व्याख्या किया जाता है।

**न्यूज लैटर**—सम्पादकीय पेज पर विशेष संवाददाता या किसी विशेषज्ञ द्वारा समाचार या घटना से सम्बन्धित विशेष लेख।

**न्यूज पेपर डिस्प्ले**—पाठकों का ध्यान आकर्षित कसे हेतु अखबार को अनेक प्रकार से सजाया-सँवारा जाता है। वह कार्य जिसमें किस पेज पर कौन सा चित्र, स्कैच, कार्टून दिया जाए, कौन सा समाचार किस पृष्ठ पर दिया जाए, विज्ञापन कहाँ दिया आदि पर विशेष ध्यान दिया जाता है। टाइप के फेसेज का संकेत आदि की न्यूज पेपर डिस्प्ले के अन्तर्गत आता है।

**नामोल्लेख**—समाचार के साथ संवाददाता के नाम का प्रकाशन।

**न्यूजसेन्स**—समाचार-तत्व परखने की क्षमता।

**निकट शॉट**—कैमरे से, निकट से लिए गए शॉट को निकट शॉट (Close up) कहते हैं। जिसमें सामान्यतः व्यक्ति के सिर, चेहरा, कंधों या बिलकुल पीछे नेपथ्य (पार्श्व) में स्थित वस्तुओं को ही शामिल किया जाता है।

**निःशुल्क चैनल**—इस श्रेणी के चैनल को देखने हेतु उपभोक्ता को शुल्क देने दकी जरूरत नहीं होती।

**नेपथ्य**—नेपथ्य वास्तविकता का आभास कराने के लिए प्रयुक्त सेट या ध्वनि के रूप में हो सकता है।

**नोस फोर न्यूज**—समाचार प्राप्त करने की क्षमता।

**नौसिखिया**—पत्रकारिता में अप्रशिक्षित रिपोर्टर या इस क्षेत्र में नए-नए प्रवेश करने वाले को नौसिखिया (Cub) कहा जाता है।

**पंक्ति ( स्लग )**—किसी नई सूचना-सामग्री का नाम, सारांश या मुख्य बातें। स्लग नियमानुसार पहले पृष्ठ और नई सूचना सामग्री के सभी पृष्ठों पर होना चाहिए।

**पटकथा**—फिल्म अथवा मंच की कहानी जिसमें संवाद पर अधिक जोर दिया जाता है।

**पत्र सूचना कार्यालय**—यह एक सरकारी कार्यालय है, जो पत्रों एवं पत्रकारों को अधिकृत सूचनाएँ समय-समय पर देती हैं। जनमत की बात सरकार तक पहुँचाती है।

**पिक्सेल**— किसी चित्र का मूल तत्व।

**पीत पत्रकारिता**—(येलो जर्नलिज्म) चरित्र हनन, सनसनीखेज तथा उत्तेजनात्मक पत्रकारिता।

**प्ले**—किसी समाचार को स्थान तथा टाइपों के प्रयोग को महत्ता प्रदान करना।

**पी.आर.**—जनसम्पर्क।

**पी.आर.ओ**—जनसम्पर्क अधिकारी।

**पूल**—गुट-निरपेक्ष राष्ट्रों की समाचार-पुंज।

**पाइंट**—मुद्रण की मूल इकाई, टाइप को नापने का आधार, एक पाइंट एक इंच का 72वाँ भाग होता है।

**पाइका**—12 पाइंट का टाइप।

**प्राप्ति स्वीकार**—जिस स्रोत से समाचार या चित्र प्राप्त किया गया है उसे आइटम के अन्त में स्वीकारोक्ति करना।

**प्वाइन्ट**—छपाई के आकार को प्वाइन्टों में नापा जाता है 2.5 सेमी. (एक इंच पे) 72 प्वाइन्ट गिने जाते हैं। इसी प्रकार 36, 48, 24, 20, 9 प्वाइन्ट के शीर्षक और अक्षर होते हैं।

**परिसंवाद**—जिसमें बहुत सारे लोगों से, एक ही विषय पर साक्षात्कार लिए जाते हैं।

**प्रूफ**—कम्पोज के पश्चात् कागज पर उतारी गयी छाप। गलतियों को ठीक करने हेतु ऐसा किया जाता है।

**प्रेस स्वतन्त्रता**—शासन से अनुमति प्राप्त लिए बगैर पत्र एवं सूचना प्रकाशित करने की छूट। वास्तव में प्रेस की स्वतन्त्रता विचार-स्वातन्त्र्य का पर्याप्त है।

**प्रेस परिषद्**—सन् 1966 में गठित भारतीय प्रेस परिषद् सम्पादकों, व्यवस्थापकों, सांसदों, कलाकारों से मिलकर बनाया गया एक ऐसा संगठन है जो प्रेस की स्वतन्त्रता, पत्रकारों के हितों की सुरक्षा एवं पत्रकारिता की मर्यादा को बनाये रखने का कार्य करती है। इसका गठन 'एक्ट आफ पार्लियामेन्ट' के आधार पर हुआ है।

**प्रूफरीडर**—वह व्यक्ति जो प्रूफ की गलतियों को इंगित करता है।

**पत्रकार**—किसी पत्र का सम्पादन करके या उसके लिए कुछ लिखकर जो व्यक्ति अपनी जीविका चलाता है, उसे पत्रकार कहते हैं।

**पत्रकार संगठन**—पत्रकारों के हितों की रक्षा के लिए आपसी सहयोग एवं मैत्री भाव से आचार संहिता बनाने तथा पत्रकारिता को ऊँचा उठाने के लिए बनाये गये संगठन पत्रकार संगठन कहलाते हैं।

**पत्रकार-सम्मेलन**—किसी कम्पनी, संस्था, उच्चाधिकारी, नेता, मंत्री आदि अपना दृष्टिकोण प्रस्तुत करने व जानकारी देने के लिए, कार्यकलापों को जन समुदाय तक भेजने हेतु पत्रकारों को आमंत्रित करते हैं जिसमें पत्रकार सीधे आयोजक महोदय से प्रश्न पूछते हैं तथा आयोजक उत्तर देते हैं।

**पत्रकार कक्ष**—(प्रेस गैलरी) किसी विशेष समारोह, अवसर, अधिवेशन (संसद विधानसभाओं) आदि में पत्रकारों को समाचार संकलित करने हेतु निर्धारित स्थान को प्रेस गैलरी कहते हैं।

**पत्रकारिता**—पत्रकारिता वह विद्या है, जिसमें पत्रकारों के कार्यों, कर्तव्यों उद्देश्यों का विवेचन-विश्लेषण किया जाता है। विद्वानों के अनुसार जो कुछ अपने समय और समाज के विषय में लिखना पत्रकारिता है।

**परिचर्चा**—किसी विषय पर विषय से सम्बन्धित व्यक्तियों से चर्चा तथा उनके विचारों को किसी माध्यम से प्रकाशित-प्रसारित करना।

**पांडु लिपि**—इसे एक 'सामग्री' के रूप में भी जाना जाता है। यह कोई भी समाचार-सूचना या सामग्री होती है जिसका प्रमुख या प्रथम पैराग्राफ के साथ वर्णन करके समाचारों को पूर्णता प्रदान की जाती है। पांडुलिपि का प्रयोग अक्सर सामचार पत्रों में होता है। इसे प्रेस की भाषा में कापी कहा जाता है।

प्रिंट/इलैक्ट्रॉनिक मीडिया में प्रयोग के लिए समाचार या कहानी के रूप में व्यवस्थित लिखित सामग्री।

**पांडुलिपि संपादक**—जो कॉपी का संपादन या संशोधन करता है जैसे—कॉपीराइट।

**परिप्रेक्ष्य समाचार**—(सरटेनरेजर स्टोरी) परिप्रेक्ष्य समाचार उसे कहते हैं जो बाद में आने वाले मूल समाचारों की भूमिका प्रस्तुत करते हैं, इससे ज्ञात होता है कि आगे आने वाले समाचारों की विषय-वस्तु क्या होगी। उसकी रूपरेखा इन समाचारों के रूप में दी जाती है जैसे—किसी दल द्वारा किसी घटना को मुद्दे को लेकर आन्दोलन करने की घोषणा।

**परिशिष्ट**—(रिव्यू)किसी पुस्तक या लेख का बचा हुआ अंश जो किसी कारणवश यथास्थान न जा सका हो। पुस्तक की उपयोगिता को बढ़ाने हेतु अवशिष्ट विषयों की पूर्ति। पत्र-पत्रिका में नियमित सामग्री को अलग से देना।

**पत्रिका**—(मैगजीन) विविध विषयों पर निश्चित समय के अन्तर्गत प्रकाशित होने वाला पत्र जैसे—मासिक, द्वैमासिक, त्रैमासिक, साप्ताहिक पत्र-पत्रिका आदि।

**पाक्षिक-पत्रिका**—जो पत्रिका नियमित रूप से हर पखवाड़े (15 दिन) प्रकाशित होता हो।

**पीस टू कैमरा**— इसे संक्षेप में पीटुसी (P to C) कहा जाता है। इसमें रिपोर्टर और संवाददाता कार्यक्षेत्र की घटनाओं से संबंधित चर्चा करते हैं।

**पार्श्व शीर्षक**—(मार्जिनल हैडिंग) किसी छपे हुए लेख के विषय की ओर संकेत करने वाला वह शीर्षक जो बीच में देने के बजाय पार्श्व में (किनारे की ओर) दिया जाता है।

**पूर्वरूप**—देखें 'डमी'।

**पुनर्मुद्रित**—(रि-प्रिन्टेड) पाठकों की माँग पर किसी लेख, परिचर्या की पृथक से पुनः प्रकाशित सामग्री।

**पृष्ठ शीर्षक**—देखें 'पताका' शीर्षक।

**पूर्ण विशिष्ट समाचार**—ऐसे समाचार जो अनायास हीघटी घटना से सम्बन्धित हों और उसी दिन पूरे हो जाते हैं।

**पोस्टर**—किसी कागज पर बड़े अक्षरों में छपा हुआ वह नोटिस जो जनता की जानकारी हेतु विभिन्न स्थानों पर चिपका दिया गया हो।

**पैनल विज्ञापन**—अखबार के नाम (टाइटिल या फोलियो) के दोनों तरफ वर्गाकार स्थान में प्रकाशित होने वाला विज्ञापन 'आई पैनल' या 'पैनल विज्ञापन' कहलाता है।

**प्रकाशन**—(पब्लिकेशन) छपवाकर प्रकट करना या जनता के सामने प्रस्तुत करना।

**प्रकाशक**—(पब्लिशर) पत्रा-पत्रिका, पुस्तक इत्यादि को प्रकाशित करने वाला।

**प्रकाशन**—प्रकाशित करने योग्य।

**प्रकाशन विभाग**—(पब्लिकेशन डिवीजन) सरकार का यह विभाग पुस्तक, पत्र-पत्रिका, चित्र आदि प्रकाशित करता है। विशिष्ट व्यक्तियों के भाषण, लेख आदि को सुरक्षित रखना इस विभाग का कार्य है।

**प्रकाशन स्थान**—वह स्थान जहाँ से पत्र-पत्रिका आदि प्रकाशित किया जाता है। पत्र-पत्रिकाओं के लिए प्रकाशन स्थान का नाम देना कानूनी तौर पर अनिवार्य है।

**प्रकाशित**—(पब्लिशड) जिसका प्रकाशन हो चुका हो।

**प्रकीर्ण**—विस्तीर्ण, अनेक प्रकार या भिन्न-भिन्न किस्मों की लेख सामग्री।

**पम्पलेट**—आकर्षण ढंग से लिखा गया वह पर्चा जो तात्कालिक विषय से सम्बन्धित रहते हैं। लेखक का मूल उद्देश्य रहता है कि वह पाठक को तेजी से अपनी ओर आकर्षित कर ले। इसमें किसी संस्था या व्यक्ति के विचार को प्रकट किया जाता है, इसकी भाषा तीखी होती है।

**प्रत्याशित समाचार**—पूर्व अनुमानित समाचार जिसमें ज्ञात रहता है कि क्या दुर्घटना घटने वाली है। पहले से संवाददाता घटना-स्थल पर उपस्थित रहते हैं। जैसे—अधिवेशन, कवि सम्मेलन, चुनाव परिणाम, इन्टरव्यू, उत्सव, नाटक, खेलकूद आदि।

**प्रकीर्ण पत्र-पत्रिका**—आम रुचि वाले पत्र-पत्रिकाओं से अलग हटकर ऐसी पत्र-पत्रिका जिनका एक विशेष उद्देश्य रहता है तथा जिनके अपने पाठक वर्ग होते हैं। जैसे—शोध समीक्षा, राजनैतिक पत्र-पत्रिकाएँ, औद्योगिक पत्र-पत्रिकाएँ इत्यादि।

**प्रचारित**—प्रचार किया हुआ, फैलाया हुआ।

**प्रचार**—(पब्लिसिटी) जनता को या किसी विशिष्ट-वर्ग को तथ्यों की जानकारी देने का साधन।

**प्रचारी**—प्रचार करने वाला।

**प्रतिशीर्षक**—देखें 'क्रास हैडिंग'।

**प्रचारक**—प्रचार करने वाला संगठन, संस्था, माध्यम या साधन प्रचारक कहलाता है।

**प्रचार अभिमर्त्ता**—(पब्लिसिटी एजेण्ट) प्रचार करने वाला व्यक्ति या संस्था।

**प्रदर्शन विज्ञापन**—(डिसप्ले) अपनी बात को दमदार तरीके से कहने के लिए अपनी वस्तुओं, उत्पादों व उपलब्धियों को चित्रों, स्केचों, नारों आदि के द्वारा सजाकर विज्ञापन को पत्र-पत्रिकाओं में सशुल्क प्रकाशन को दिया जाता है।

**प्रधान उप सम्पादक**—(चीफ सब एडीटर) यह समाचार पत्र-पत्रिका का वास्तुकार माना जाता है। प्रकाशन की सम्पूर्ण सामग्री सर्वप्रथम प्रधान उप-सम्पादक के पास ही आता है वही निर्णय करता है कि कौन सा समाचार या लेख पत्र-पत्रिका में छपेगा तथा कौन सा नहीं। समाचार को कितना घटाना-बढ़ाना है, चित्र कहाँ देना है आदि का निर्णय प्रधान उप-सम्पादक करता है।

**प्रबन्धक**—देखें 'व्यवस्थापक'।

**प्रबन्ध सम्पादक**—(मैनेजिंग एडीटर) बड़ी पत्रिकाओं हेतु प्रबन्ध सम्पादक की नियुक्ति होती प्रबन्ध सम्पादक का मुख्य काम पत्र-पत्रिका के लिए आवश्यक सामग्री की व्यवस्था करना होता है। इसका कार्य सम्पादक तथा अन्य कर्मचारियों के कार्यों का विवेचन-विश्लेषण करना तथा सम्पादकीय विभाग, विज्ञापन विभाग, वितरण विभाग को नियंत्रित करना है।

**प्रधान सम्पादक**—(एडीटर-इन-चीफ) देखें 'प्रमुख सम्पादक'।

**प्रसार संस्था**—(सरक्यूलेशन नम्बर) पत्र-पत्रिका के वितरण की संस्था अर्थात् पत्र की कुल कितनी प्रतियाँ वितरित की जाती हैं। कुल मुद्रित एवं वितरित प्रतियों की संख्या को प्रसार संख्या कहते हैं। प्रसार संख्या से ही ज्ञात होता है कि पत्र की कितनी खपत है।

**प्रमुख सम्पादक**—प्रमुख सम्पादक सभी सम्पादकों, उपसम्पादकों का लीडर होता है। सम्पादकीय विभाग एवं पत्र की नीतियों का निर्धारण करता है। प्रकाशित सामग्री के लिए उत्तरदायी होता है। पत्र के सभी विभाग विज्ञापन व वितरण आदि को नियन्त्रित करता है।

**प्रवर संवाददाता**—देखें 'सहायक संवाददाता'।

**प्रसार**—फैलाव, फैलाना, पत्र-पत्रिका का वितरण।

**प्रसंगवश**—किसी चर्चा की शीर्षक जिसमें किसी सामयिक घटना पर विचार प्रकट किया जाता है।

**प्रसार व्यवस्थापक**—प्रसार विभाग का प्रमुख व्यक्ति। वह प्रसार से संबंधित सभी क्रिया-कलापों की देख-रेख करता है। इसका सदैव प्रयत्न रहता है कि पत्र की प्रसार संख्या को बढ़ाएँ। यही वितरण सम्बन्धी आँकड़े प्रस्तुत करता है, हॉकर तथा बिक्री एजेण्टों को नियुक्त करता है। बड़े-बड़े शहरों में वितरण डिपो व एजेन्सियों की व्यवस्था इत्यादि करता है।

**प्रसार विभाग**—यह विभाग पत्र-पत्रिका के प्रसार सम्बन्धी क्रियाकलापों के निष्पादन हेतु यह विभाग महत्वपूर्ण होता है। वितरण डिपों एवं एजेन्सियों की व्यवस्था करता है तथा पत्र-पत्रिका की प्रसार संख्या बढ़ाने में लगा रहता है।

**प्रेस एजेन्सी**—(समाचार समिति) यह एक उद्यम है, इसका कार्य समाचार एवं समाचारों से सम्बन्धित सामग्री को एकत्रित करना, तथ्यों का प्रकटीकरण-प्रस्तुतीकरण करना है। यह निष्पक्ष समाचार, फीचर, चित्र आदि समाचार-पत्रों को प्रेषित करता है बदले में मूल्य प्राप्त करता है।

**प्रसारण**—(ब्राडकास्टिंग) फैलाने की क्रिया, फैलाना। समाचार गायन आदि को (ध्वनि माध्यम से) चारों ओर पहुँचाना। जैसे—आकाशवाणी सेवा।

**प्रेस**—प्रेस का सामान्य अर्थ प्रिंटिंग या मुद्रणालय है, जबकि पत्रकारिता की भाषा में समाचार-पत्र या अखबार को प्रेस कहा जाता है।

**प्रूफ रीडिंग**—कम्पोज किए गये मैटर की गलतियों की सही जाँच करना।

**प्राकृतिक ध्वनि**—चित्र लिए जाने के समय पर ही रिकार्ड की गई श्रव्य ध्वनि।

**प्राथमिक रंग**— लाल, हरा और नीला।

**प्रायोजित परिशिष्ट विज्ञापन**—विभिन्न सरकारी या गैर-सरकारी संस्थाएँ, व्यावसायिक संगठन, राजनीतिक पार्टियाँ अपने कार्यों को जनता के सामने प्रस्तुत करने के उद्देश्य से पत्र-पत्रिकाओं में पठनीय सामग्री की सहायता से परिशिष्ट आयोजित करती हैं जो कि वास्तव में विज्ञापन का ही एक प्रमुख विधा है।

**प्रिन्ट लाइन**—प्रत्येक समाचार पत्र-पत्रिका में सम्पादक, प्रकाश, मुद्रक का तथा प्रकाशित होने का स्थान प्रकाशित करना कानूनन अनिवार्य है। इसे प्रेस लाइन कहा जाता है।



**प्रूफ**—छपने वाली वस्तु का नमूना जो उसकी फाइनल छपाई से पूर्व गलतियों को ठीक करने के लिए तैयार किया जाता है।

**प्रिन्टर्स डेविल**—छपाई की गलतियों को अंग्रेजी में डेविल कहते हैं।

**प्रेस कटिंग**—देखें 'कटिंग बुक'।

**प्रेस विज्ञापन**—वस्तुओं या नौकरी, स्थान, वर-वधू, के अलावा निजी सूचना को पत्र-पत्रिकाओं में विज्ञापन के रूप में प्रकाशित करना प्रेस विज्ञापन कहलाता है।

**प्रेस कापी**—(मुद्रण प्रति) पाण्डुलिपि, समाचार, लेख, आदि का सम्पादन करने के पश्चात् छपने के लिए प्रेस में दी जाने वाली कापी को प्रेस कापी कहते हैं।

**प्रेस बाक्स**—प्रेस के व्यक्तियों, संवाददाता, कैमरामैन आदि के लिए निश्चित स्थान जहाँ ये लोग बैठकर समाचार पत्र में प्रकाशन हेतु फोटो, समाचार आदि लेते हैं।

**प्रेस चालक**—(प्रेस नोट) सरकार, सरकारी विभाग, राजनीतिक दल और विभिन्न संस्थाएँ आदि अपने कार्यों, उद्देश्यों, गतिविधियों, नीतियों को जन-जन के बीच पहुँचाने के लिए प्रेस नाट जारी करती है।

**प्रेस रिलीज**—प्रकाशनार्थ विज्ञप्ति।

**प्रेसमैन**—पत्रकार।

**प्रेस मेटेरियल**—प्रकाशन सामग्री।

**प्रेस तार प्लैश**—किसी महत्वपूर्ण घटना की प्रेस तार द्वारा संक्षिप्त प्रथम सूचना भेजना, जिसका विस्तृत समाचार बाद में दिया जाता है।

**प्रोपेगण्डा**—सिद्धान्तों, विचारों तथा समाचार आदि का दूसरों पर संघटित रूप से प्रचार करने का कार्य।

**प्रोसेस डिपार्टमेन्ट**—देखें 'एनग्रेविंग कक्ष'।

**प्लेटन**—ट्रेडल या प्लेटन मशीन में मुद्रण का तल या कम्पोज किया हुआ फर्मा पहले मशीन में कस दिया जाता है? जो उन पर सिलेंडर स्याही फेरकर उसे नम करता रहता है जिससे मशीन चलाने पर प्लेटन या ट्रेडल फर्मे को छूकर उसका इम्प्रेसन कागज पर उतर आता है।

**प्लेट**—रोटरी प्रेस के अन्तर्गत छपाई हेतु प्लॉग से तैयार अर्द्धगोलाकार धातु का ढाँचा।

**फलैश**—अत्यन्त आवश्यक समाचार के विषय में क्रीड पर प्रथम संक्षिप्त जानकारी।

**फेस**—टाइप के मुखड़े की बनावट जैसे बम्बईया, कलकतिया, बोलड आदि।

**फाइबर ऑप्टिक केबल**—श्रव्य-दृश्य सिग्नलों, ऑकड़ों और ध्वनि का वहन करने के लिए काँच के फाइबर से निर्मित तार। फाइबर केबल अधिक विस्तृत बैंड चौड़ाई (band width) के होते हैं जिससे न केवल ये मित्ययी होते हैं बल्कि सामान्य केबल की तुलना में कई गुना अधिक श्रव्य-दृश्य सिग्नलों का वहन करने में भी सक्षम होते हैं।

**फार्स**—समाचार-पत्र के पहले पृष्ठ के दोनों ओर ऊपर बने बॉक्स।

**फ्रीलान्सर**—स्वतंत्र रूप से समाचार पत्रों में कार्य करने वाले को फ्रीलान्सर कहते हैं।

**फीलर**—ऐसे छोटे समाचार जो आवश्यकतानुसार पेज को भर देते हैं।

**फिल्म सेटिंग**—इस विधि में धातु के टाइप के प्रयोग के बिना फिल्म पर अक्षर कम्पोज करके छपाई की जाती है। यह कार्य प्रणाली दो प्रकार की होती है—

1. मोनो फोटो और इन्टर टाइप सैटर
2. लाइनों फिल्म और फोटोन लूमी टाइप।

**फिल्म संवाददाता**—ऐसा व्यक्ति जो फिल्म सम्बन्धी समाचार जैसे—शूटिंग, मुहूर्त व पार्टियों का समाचार देता है। कलाकारों, प्रोड्यूसरों आदि से साक्षात्कार लेता है।

**फिल्म पत्रकारिता**—फिल्म से सम्बन्धित सम्पूर्ण गतिविधियों, प्रतिक्रियाओं के समाचार, लेख लिखना, फिल्म की समीक्षा करना, पात्रों का तुलनात्मक व्याख्या करना, फिल्म के स्तर, प्रभाव तथा उसकी सफलता-असफलता के बारे में जानकारी देना।

**फान्ट**—एक ही प्रकार के अक्षर डिजाइन व आकार में जितने भी टाइप रहते हैं उन्हें समग्र रूप से फान्ट कहा जाता है। हिन्दी के पूरे एक फान्ट में 450 टाइप होते हैं।

**फिल्म सम्पादक**—ऐसा व्यक्ति जो फिल्म तथा रंगमंच से सम्बन्धित समाचारों तथा विचारों का चुनाव करता है और समाचार-पत्र में फिल्मों एवं रंगमंच के लिए निर्धारित जगह या पृष्ठ का प्रमुख होता है।

**फलैग**—समाचार पत्र-पत्रिका के मुख्य पृष्ठ पर पत्र का नाम यानी पटिका।

**फलैश**—न्यूनतम संभव शब्दों में नवीनतम (धमाकेदार) और सर्वाधिक महत्वपूर्ण समाचार प्रस्तुत करना। इनका प्रयोग प्रायः चुनाव या खेल समाचारों में किया जाता है।

**फौरी समाचार**—उपग्रह टी.वी. प्रणाली में कृत्रिम उपग्रह से टीवी सिग्नल प्राप्त किए जाते हैं। इस प्रणाली में स्थानीय और लंबी दूरी की टेलीफोन सेवाएं तथा इंटरनेट और वीडियो सेवाएं भी उपलब्ध होती हैं। उपग्रह टीवी या निजी केबल टी वी प्रणाली उन विनियमों से मुक्त होती हैं जो फ्रेन्चाइज्ड केबल टीवी प्रणाली के लिए लागू होते हैं।

**फोलो**—अंग्रेजी के फोलो-अप (Follow-up) का संक्षिप्त रूप — फोलो-अप अर्थात् अनुवर्ती समाचार में मुख्य घटना के बाद हुए परवर्ती घटना-क्रम को सिलसिले वार ढंग से प्रस्तुत करना निहित है।

**फाइल**—संवाददाता अथवा समाचार समिति द्वारा प्रेषित समाचार को समाचार फाइल कहा जाता है।

**फालो अप**—किसी समाचार पत्र के विषय में नई जानकारी प्राप्त करने की कोशिश करना, समाचारों का अनुवर्तन करना।

**फोलियो**—पत्र-पत्रिका की मुद्रित पृष्ठ संख्या।

**फोलिया लाइन**—पृष्ठ के ऊपर की वह पंक्ति जिसमें पत्र का नाम, पृष्ठ संख्या, दिनांक और संस्करण अंकित रहती है।

**फोल्ड**—समाचार पत्र के मोड़ने वाले भाग को फोल्ड कहते हैं।

**फोर्थ स्टेट**—इस शब्द का प्रयोग सर्वप्रथम ब्रिटेन के राजनीतिक बर्क ने किया था। व्यवस्थापिका, कार्यपालिका, न्यायपालिका के पश्चात् चौथा महत्वपूर्ण स्थान लोकतन्त्र में पत्रकारिता को दिया गया है। अतः इसे फोर्थ स्टेट कहा जाता है।

**फीचर**—किसी समाचार को या उसमें दर्शाये गये किसी विशेष कोण को मनोरंजक शैली में उजागर करना/लघु लेख। इसे गद्य गीत, रूपक आदि भी कहते हैं।

**फोरमैन**—कम्पोज विभाग का मुख्य व्यक्ति फोरमैन के नाम से जाना जाता है।

**फोल्डिंग**—छपे फर्मों को पृष्ठानुसार मोड़ने की प्रक्रिया, उइसे मँजाई भी कहते हैं।

**फीचर फिल्म**—किसी घटना पर आधारित लघु फिल्म को फीचर फिल्म कहते हैं।

**फीचर राइटर**—फीचर लिखने वाला व्यक्ति।

**फीचर सिण्डीकेट**—(रूपक सिण्डीकेट) ऐसी संस्थाएँ जो पत्र-पत्रिकाओं, रेडियों आदि को ससती दरों पर फीचर, व्यंग्य-चित्र, चार्ट और नक्शों इत्यादि मूल्य लेकर प्रेषित करती हैं।

**फैसीमेल फोटो**—फैसीमाईल पद्धति से (जिसमें रेडियों संकेतों की सहायता ली जाती है।) भेजा गा चित्र।

**फैसीमाइल**—संदेश प्रदान करने का एक जरिया। इस प्रणाली में एक छोर से रेडियों तरंगों से भेजी गई सूचना या समाचार दूसरे छोर तक स्वतः ही मुद्रित हो जाती है।

**फोटो पत्रकारिता**—लेख व समाचार से सम्बन्धित घटनास्थल का जीवन्त फोटो लेना। पृष्ठानुसार फोटो की साईज बनाना, ब्लाक तैयार करवाना, समय व समाचार के महत्व के अनुसार फोटो का चयन करना आदि।

**फोटो ग्रेव्योर**—इसकी प्लेट हाफटोन की तरह उभरी न होकर गड्ढेदार होती है तथा मुद्रणतल खुदा हुआ या नीचा होता है। खुदे भाग में स्याही भरी रहती है, जिससे बाद में कागज पर इसका चित्र उतार लिया जाता है। कागज जब छपता है तो उस पर निचले भागों में भरी हुई स्याही के अक्षर ही छपते हैं। आजकल आधुनिक ग्रव्योर प्रणाली को फोटो ग्रेव्योर कहते हैं क्योंकि इसमें फोटोग्राफी तथा इन्टेग्लियो प्रणाली दोनों की मिलावट होता है।

**फोटो लीथोग्राफी**—इसके अन्तर्गत फोटोग्राफी और लीथोग्राफी दोनों ही प्रणालियों का प्रयोग होता है। इस समय आफसैट प्रणाली का प्रचलन अधिक है। वास्तव में वह एक तरह से फोटो लीथोग्राफी ही है। इसके लिए रोटेरी मशीनों का प्रयोग किया जाता है। इसकी खास विशेषता है कि इसमें मुद्रण तल उठा हुआ या ग्रेव्योर की तरह नीचे धँसा हुआ नहीं होता है।

**फोल्डर**—समाचार-पत्र का वह मोड़ जहाँ उसकी तह रहती है। एक कागज की दो मोड़ देकर तैयार की गयी वह प्रति जो हाथों में आसानी से आ जाए। किसी विषय पर सार रूप में प्रकाशित विज्ञप्ति को भी फोल्डर कहा जाता है।

**बाँडी**—इन्ट्रो के पश्चात समाचार के बचे हुए भाग को बाँडी कहते हैं।

**बाक्स हेडिंग**—समाचार को विशेष महत्व देने के लिए उसके हेडिंग को सादे या बेल-बूटेदार बार्डर से घेर दिया जाता है।

**बंगाल गजट**— भारत में प्रकाशित होने वाला प्रथम समाचार-पत्र। सन् 1780 में मि० जेम्स आगस्ट हिस्की ने आंग्ल भाषा में कोलकाता से इस प्रकाशित किया था। इसे 'हिक्की गजट' और 'कोलकाता जनरल एडवाइजर' के नाम से भी जाना जाता है।

**ब्लोअप**—मुद्रित सामग्री या चित्र को बढ़ाना।

**बाई लाइन**—समाचार के शुरू में या ऊपर दिया जाने वाला संवाददाता का नाम या विशेष संकेत।

**बाइट**—ऑडियो रिकार्डिंग की एक इकाई जिसे वीडियो क्लिप के साथ चलाया जाता है। तकनीकी शब्दों में यह एक 'शब्द' है जिसमें आठ बिट होते हैं।

**बार्डर**—लेख, समाचार या विज्ञापन के चारों ओर सुन्दरता तथा सजावट के लिए प्रयुक्त होने वाला बेलबूटों का टाइप (रूल) बार्डर कहलाता है।

**बॉक्स**—एक निर्धारित सीमा-रेखा के अंदर दी गई संक्षिप्त समाचार सूचना। समाचारों को सर्वोच्च प्राथमिकता प्रदान करने के लिए उन्हें बॉक्स में रखा जाता है।

**ब्लॉक**—शीशा, ताँबा आदि धातुओं का प्लेट जिसमें चित्र उतारकर टाइपों के साथ छपने योग्य बना दिया जाता है।

**बुलोटिन**—अधिकृत सूचना, प्रमुख घटनाओं या रोगी की स्थिति व मौसम सम्बन्धी सूचना को बुलेटिन कहते हैं।

**बुकलेट**—(छोटी पुस्तिका) जो कम पन्नों की होती है और हाथ में आसानी से आ जाती है।

**बैक**—देखें 'डैक'।

**बैनर**— इसे मुख्य रूप से बैनर मुख्य लाइन (Banner head line) के नाम से जाना जाता है। यह प्रायः बहुत महत्वपूर्ण अवसरों/घटनाओं के लिए प्रयुक्त किया जाता है जो पाँच से आठ कॉलमों में वर्णित हों। (पृष्ठ शीर्षक) पूरे पेज एक सिर से दूसरे सिरे तक फैला कर दिया गया शीर्षक। इसे 'स्टीमर' और 'रीबन' भी कहा जाता है।

**ब्यूरो**—देश या प्रदेश की राजधानी या किसी बड़े शहर में समाचार समिति एवं समाचार-पत्र का समाचार संग्रह केन्द्र।

**ब्रोशर**—यह फ्रेंच शब्द है, जो छोटी पुस्तिका के लिए प्रयोग किया जाता है। यह किसी विषय पर सार रूप में लिखी जाती है।

**ब्रेल पत्रकारिता**—दृष्टिहीनों को छूकर पढ़ने के लिए बनाई गई विशेष लिपि (इसमें अक्षर उभरे हुए होते हैं ) में पत्र प्रकाशित करना ब्रेल पत्रकारिता कहलाती है।

**बीबीसी**—ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कॉरपोरेशन।

**बीटाकैम**—बीडियो फॉर्मेट सिस्टम आधा इंच।

**बीटीफ**— बोल्ड टाइप फेस ( मोटा टाईप ) का संक्षिप्त रूप। यह सामान्य फेस की तुलना में अधिक चौड़ा और गहरा होता है जिससे अक्षर अधिक उभार युक्त और स्पष्ट छपते हैं। बोल्डफेस का संक्षिप्त रूप बी० एफ० कहलाता है।

**बीट**—समाचार संकलन के रिपोर्टर का नियमित अथवा प्रमुख कार्यक्षेत्र उसकी बीट कही जाती है। उदाहरण के लिए अपराध, अदालत, विश्वविद्यालय, राजनीति पुलिस आदि। 'एक्सक्ल्यूसिव' अथवा 'स्कूप' को भी बीट कहते हैं। रिपोर्टरों को समाचारों के दैनिक कवरेज के लिए आवंटित स्थान/ संगठन/ विभाग।

**ब्लाइंडइन्टर व्यू**—ऐसा साक्षात्कार जिसमें साक्षात्कार देने वाले का परिचय गुप्त रखा जाता है। पहचान के स्थान पर 'जानकार सूत्रों के अनुसार', 'निकवर्ती सूत्रों के अनुसार' लिख दिया जाता है।

**भेंटवार्ता**—किसी राजनेता, संगठन का अध्यक्ष, कलाकार, कवि लेखक आदि से व्यक्तिगत रूप से मिलकर बातचीत करके इच्छित विषय में जानकारी प्राप्त करना।

**भेंट वार्ताकार**—भेंटवार्ता(इन्टरव्यू) करने वाला व्यक्ति।

**मध्यम शॉट**—कम दूरी से किया गया शॉट जिसमें प्रस्तुतकर्ता के कमर तक का भाग दिखाई देता है।

**मृत क्षेत्र**—इसे अंध क्षेत्र (Blind spot) भी कहते हैं। यह ऐसे क्षेत्र को सूचित करता है जिसका अभिग्रहण अत्यधिक कठिन हो।

**मल्टीप्लेक्स**— किसी एक ही संचार चैनल पर दो या दो से अधिक सिग्नलों का एक साथ ट्रान्समिशन।

**महाप्रबन्धक**—(चीफ-मैनेजर) प्रबन्ध विभाग का प्रमुख महाप्रबन्धक होता है।

**मास्टर-हैंड**—मुद्रण रेखा जिसमें प्रकाशक, प्रकाशन-स्थल, मुद्रक, सम्पादक का नाम रहता है।

**मेट मैट्रिक्स**—वह मोटा गन्ना जिस पर चेष में जमे पृष्ठ की छाप उभारकर उससे सीसी की प्लेट ढालते हैं।

**मशीन प्रूफ**—छपने हेतु तैयार पृष्ठ का अन्तिम प्रूफ।

**मेकअप**—सामचार-पत्र का भौतिक स्वरूप। पत्र के पृष्ठ पर समाचारों, चित्रों, स्केचों इत्यादि की मनोहारी साज-सज्जा करना।

**मार्ग्यूरू**—समाचार-पत्र का सन्दर्भ पुस्तकालय जहाँ विभिन्न प्रकार की कटिंग, चित्र किताबें, इत्यादि सुरक्षित रखी जाती हैं। मिस्टर रंगास्वामी पार्थसारथी के अनुसार—फ्यह राष्ट्रीय-अन्तर्राष्ट्रीय स्तर के प्रमुख स्वर्गीय व्यक्तियों से सम्बन्धित सामग्री का स्टोर हाउस कहा है।ह (बेसिक जसर्नसिलज्म पेज नं० 193)

**मिश्रण**—एक शॉट का लोपन या अवमंदन और दूसरे शॉट का अत्यधिक स्पष्ट होना तथा पहले शॉट का दूसरे शॉट के साथ आमेलन।

**मोर**—मोर शब्द का प्रयोग जब किसी समाचार को एक पृष्ठ पर पूरा न होने पर अगले पृष्ठ पर जारी रखने के लिए संकेत शब्द के रूप में होता है।

**मुफस्सिल**—जिले एवं तहसील समाचारों के लिए इसका प्रयोग किया जाता है।

**मार्जिन**—छपे हुए मैटर के चारों ओर का खाली स्थान।

**मर्मस्पर्शी**—भावनात्मक अपील के साथ प्रस्तुत समाचार विवरण जो मानव मात्र के सामान्य हित में होते हैं।

**मशीन मैन**—मुद्रण-यंत्र पर कार्यरत मुख्य व्यक्ति।

**मैक-रेडी**—मुद्रण के पूर्व कागज पर अक्षरों के समान दबाव ब्लाक सुस्पष्ट उभार तथा स्याही की एक रूपता की कमी को ठीक करके मशीन को मुद्रण हेतु तैयार कर लेने को मैक-रेडी कहते हैं।

**मैस्युस्क्रिप्ट**—लेखक के द्वारा प्रेषित पाडुलिपि।

**मैटर**—मुद्रण हेतु लेख, संवाद इत्यादि मैटर कहलाते हैं।

**मास मीडिया**— जनसम्पर्क हेतु अमेरिका में प्रचलित शब्द। जनता को सूचना देने के माध्यमों को मास मीडिया कहते हैं। इसे प्रचार माध्यम भी कहा जाता है।

**मासिक पत्रिका**—नियमित रूप से हर महीने प्रकाशित होने वाली पत्रिका।

**माहनामा**—फारसी भाषा में मासिक पत्रिका को 'माहनामा' कहा जाता है।

**मानहानि**—मौखिक, लिखित या इशारों के द्वारा किसी का अपमान करना। यह कानूनी अपराधी भी हैं। भारतीय संविधान के अनुसार अपराधी को सजा या जुर्माना, या दोनों में दण्डित किए जाने की व्यवस्था है।

**मीट दी प्रेस**—(प्रेस से भेंट) पत्रकार सम्मेलन। पहले-पहल इसका प्रयोग अमेरिका में होता था, अब सभी देशों में प्रयुक्त होता है।

**मीडिया**—माध्यम, सम्पर्क, सूचना, समाचार।

**मीडिया सेन्टर**—सम्पर्क-केन्द्र, सूचना-केन्द्र व समाचार-केन्द्र या समाचार देने वाला निश्चित स्थान।

**मुखड़ा**—देखें 'इन्द्रो'।

**मुख्य पंक्ति**—(हैड लाइन) दो-तीन वाक्यों में समाचार का ऐसा शीर्षक जिससे पाठक या श्रोता को समाचार की संक्षिप्त जानकारी मिल जाए। समाचार-पत्र में समाचार के **पूर्व**—मोटे टाइप में, टी०वी०, रेडियों पर भी कुछ पंक्तियों में यह प्रस्तुत की जाती है ताकि जनता का ध्यान तेजी से आकर्षित हो।

**मुख पृष्ठ**—(फ्रन्ट-पेज) समाचार पत्र-पत्रिका का पहला प्रमुख पेज। समाचार-पत्र के प्रथम पेज पर समाचार होते हैं, जबकि पत्रिका के मुख पेज पर कवर होता है, जिस पर चित्र तथा अन्तर्निहित कुछ प्रमुख समाचारों के हेडिंग होते हैं।

**मुख्य कार्यालय संवाददाता**—ये विशेष संवाददाताओं के पश्चात् दूसरी श्रेणी में आते हैं।

**मुख्य समाचार छायाकार**—वह व्यक्ति जो एक या एक से अधिक प्रूप शोधकों के कार्यों का विवेचन-विश्लेषण करता है।

**मुख्य समाचार-पृष्ठ**—समाचार-पत्र का प्रथम पृष्ठ, जिसमें प्रमुख समाचार होते हैं।

**मुद्रक**—पत्र पत्रिका को छापने वाला व्यक्ति, संस्था या प्रेस का मालिक।

**मुद्रण**—(प्रिंटिंग) कागज, कपड़े, रेकार्ड या अन्य उपयुक्त वस्तुओं पर प्रतिकृति अंलन और स्याही तथा दाब की सहायता से उस प्रतिकृति को भारी संख्या में उतारने के कार्य को मुद्रण कहते हैं।

**मुद्रण-कक्ष**—जहाँ समाचार-पत्र मुद्रित होता है, मोड़ा जाता है और वितरण हेतु प्राप्त होता है, उसे मुद्रण-कक्ष कहते हैं।

**मुद्रण-रूप**—(टाइपोग्राफी) विभिन्न प्रकार के टाइपों के विभिन्न आकार के (फेस) मिले-जुले रूप को मुद्रण रूप कहा जाता है।



**मुद्रण व्यवस्थापक**—मुद्रण सम्बन्धी सभी कार्यों को नियन्त्रित करने वाला व्यक्ति।

**मुद्रण-रेखो**— देखें 'प्रिन्ट-लाइन'।

**मुद्रणखाना**—छपाखाना।

**मुद्रांकित**— मुद्रांकित किया हुआ या मुद्रांकरण किया हुआ।

**मुद्रांकण**—मुद्रण की सहायता से छापने का काम, छपाई।

**मुद्रा**—मोहर, टाइप के ढले हुए अक्षर, छापने की विविध लिपियों में से एक।

**मुद्रा-अक्षर**—(टाइप) शीशे के ढले अक्षर।

**मुद्रित**—मुद्रण किया हुआ, छपा हुआ।

**मुद्रायोजक**—(कम्पोजीटर) टाइपों से कम्पोजिंग का कार्य करने वाला व्यक्ति।

**मध्यपत्नी सजावट**—समाचार-पत्र/पत्रिका में ठीक बीच में स्थित दो पृष्ठ।

**मुफ़्फ़िसल संवाददाता**—देखें 'नगरेतर संवाददाता'।

**मैगजीन**—देखें 'पत्रिका'।

**मोनो कम्पोजिंग**— मशीन द्वारा कम्पोजिंग पद्धति। इसमें टंकण पद्धति में वंछित मैटर पंच करके कास्टिंग मशीन द्वारा ढला हुआ टाइप प्राप्त कर लिया जाता है।

**युद्ध संवाद**—युद्ध के समाचार।

**युद्ध संवाददाता**—युद्ध सम्बन्धी समाचारों को देने वाला व्यक्ति।

**येलो जर्नलिज्म**— देखें 'पीत पत्रकारिता'।

**रपट**—रिपोर्ट का बिगड़ा रूप 'रपट' है।

**रन ओवर**—किसी समाचार को एक पृष्ठ से दूसरे पृष्ठ तक ले जाना।

**रायटर**—इंग्लैंड की समाचार समिति। यह विश्व की जानी-मानी छः प्रमुख संवाद समितियों में से एक है।

**रिबन**—देखें 'बैनर'।

**रिलीज**—प्रेस-विज्ञप्ति अथवा हैंड-आउट। प्रकाशन सामग्री, समाचार के प्रकाशन हेतु अनुमति प्रदान करना तथा पुस्तक, पत्र-पत्रिका का विमोचन।

**रीडरशिप**—पाठक-संख्या। किसी समाचार पत्र के पाठकों की संख्या का अनुमान लगाना।

**रीराइट**—सम्पादन के पश्चात् उसे पुनः लिखना।

**रूल**—धातु की बनी टाइप की ऊँचाई के बराबर की पतली पट्टी, जो पंक्तियाँ छापने के काम में आती हैं। यह कई प्रकार की होती हैं। यह डिजानदार और सजावटी होती है।

**रश**—समाचार सीमित द्वारा प्रेषित महत्वपूर्ण समाचार के लिए निर्धारित संकेत तथा कॉपी पर मुद्रण कक्ष के लिए दिया जाने वाला संकेत जिसका अर्थ होता है कि इस समाचार को प्राथमिकता देते हुए कम्पोज किया जाए।

**रन**—देख 'बीट'।

**रांगफान्ट**—कम्पोजिंग में टाइप का गलत प्रयोग। यानी जिस टाइप में सामग्री कम्पोज की जा रही है उससे भिन्न टाइप का प्रयोग किया गया है।

**रोमन**—सीधे अक्षर।

**रोलर**—छपाई के समय रूमों पर स्याही लगाने वाला बेलन।

**रिपंच**—समाचार भेजने वाले केन्द्र से पुनः प्रेषण।

**रविवारीय पत्र**—नियमित रूप से रविवार को प्रकाशित होने वाला पत्र।

**रायल्टी**—(स्वामित्व) किसी लेखक या संस्था को उसकी रचना से होने वाली आय के निश्चित अंश को रायल्टी कहा जाता है।

**रिपोर्ट**—किसी घटना की विस्तार पूर्वक व्याख्या जो प्रकाशन हेतु भेजा जाता है।

**रिपोर्ताज**—यह फ्रांसीसी शब्द है। अंग्रेजी शब्द रिपोर्ट से इसका सीधा सम्बन्ध है। रिपोर्ट किसी घटना के यथासाध्य वर्णन को कहते हैं। यह समाचार-पत्र-पत्रिका के लिए लिखी जाती है। रिपोर्ट को कलात्मक और साहित्यिक कलेवर प्रदान करके रिपोर्ताज लिखा जाता है। रिपोर्ताज घटना प्रधान होने के साथ ही तथ्यों से भी युक्त होता है।

**रूपक**—देखें 'फीचर'।

**रिसाला**—उर्दू में पत्रिका या मैगजीन को रिसालार कहा जाता है।

**रेखाचित्र**—(स्केच) रेखाओं से बने चित्र। फीचर को भी साहित्यिक भाषा में रेखाचित्र के आस-पास की विधा मानी जाती है।

**रेडियों पत्रकारिता**—रेडियों के लिए लेखन, रेडियों पत्रकारिता कही जाती है इसकी रचनाओं में विशेष लेखन कहा, भाषा-शैली का प्रयोग किया जाता है। जो सरल-सहज प्रवाहपूर्ण तथा छोटे-छोटे वाक्यों से युक्त होती है, क्योंकि रेडियों को सिर्फ सुना जा सकता है।

**रेडियों वार्ता**—(रेडियों टॉक) समसामयिक महत्व वाले विषयों पर, विषय से सम्बन्धित व्यक्ति के द्वारा लेख इस प्रकार प्रसारित किया जाता है, जैसे प्रस्तुतकर्ता श्रोता से वार्तालाप कर रहा हो।

**रोटरी**—इस मशीन का मुद्रणतल तथा कागज वाला तल दोनों की बेलनाकार होता है जो विपरीत दिशा में घूमते हुए मुद्रण कार्य को सम्पन्न करता है। मुद्रण बेलनाकार रूप देने के लिए एक खास तरह के मैट या मोटे कार्ड का प्रयोग किया जाता है और रोलड मशीन की सहायता से मुद्रण तल का दबा बेलनाकार प्लेट में दे दिया जाता है। इस मशीन में कागज के गोल-गोल बंडल काम में आते हैं। कागज बंडल से आवश्यकतानुसार खुलता है और समाचार-पत्र छपकर, कटकार, मुड़कर दूसरी ओर निकल जाता है। इस मशीन की खास विशेषता यह है कि 35-40पृष्ठों के अखबार की 50000 प्रतियाँ एक घंटे में छपकर तैयार हो जाती है।

**लाइनों टाइप**—पूरी लाइन को एक साथ कम्पोज करने की विधि।

**लाइन ब्लॉक**—लाइनों से बने चित्र का ब्लॉक। ब्लॉक की लाइनों को खरोंचकर उभारा जाता है।

**लाग बुक**—सम्पादकीय विभाग के प्रतिदिन की सूचना लिखने का रजिस्टर।

**लोपन या अवमंदन**— यह किसी चित्र का चमकीलापन धीरे-धीरे समाप्त होकर उसके क्षीण होते जाने की प्रक्रिया है। इस प्रक्रिया का उपयोग दृश्य से दर्शकों का ध्यान हटाने के लिए किया जाता है।

**लिथो प्रेस**—पत्थर द्वारा छपाई का यंत्र जिसमें टाइप का प्रयोग नहीं होता।

**लेड**—दो पंक्तियों को दूर रखने के लिए बीच-बीच में स्पेस डालने को लेड कहते हैं।

**लीड**—समाचार का चरम बिन्दु, जिसे प्रथम पैरा के अन्तर्गत दिया जाता है। इसमें समाचार का सार निहित रहता है। लीड का दूसरा अर्थ प्रथम, द्वितीय, तृतीय आदि शार्पिक भी होता है।

**लोक सम्पर्क**—जनमत निर्माण की कला तथा विज्ञान।

**लेबल हेड**—समाचार का वह शीर्षक जिसमें प्राणवत्ता व सजीवता का अभाव रहता है।

**लेगमैन**—इधर उधर घुमकर तथ्यों को एकत्रित करने वाला संवाददाता परन्तु वह समाचार नहीं लिखता है। टेलीफोन द्वारा या समाचार-पत्र के आफिस में स्वयं जाकर जानकारी दे देता है।

**लाइनेज**—मुद्रित सामग्री की पंक्तियों के आधार स्वतन्त्र पत्रकार को क्रिया जाने वाला भुगतान। ऐसे पत्रकार की कॉपी को लाइनेज कॉपी कही जाती है।

**लघु पत्रिका**—व्यावसायिक पत्र-पत्रिकाओं को छोड़कर कई पत्रिकाएँ छोटे आकार की होती हैं। इनका क्षेत्र सीमित होता है मसलन साहित्यिक और विषयोपयोगी। इन विचारधारा पर आत्यधिक बल दिया जाता है।

**लाइन हॉपटोन ब्लाक**—ऐसे ब्लाक जिनका कुछ हिस्सा हापटोन पद्धति का अर्थात् स्क्रीनिंग लिए हुए तथा कुछ हिस्सा लाइन पद्धति का होता है। यह ज्यादातर खास उद्देश्य से बनाये गये चित्रों से ही बनते हैं जिनमें फोटो एवं रेखाचित्र दोनों दिखाने होते हैं।

**लाइव**—किसी घटना या कार्य का यथास्थिति सीधा प्रसारण

**लाइनों कम्पोजिंग**—मशीन द्वारा कम्पोजिंग पद्धति। इस विधि में टंकण पद्धति से एक पूरी लाइन पंच करके कास्टिंग मशीन द्वारा दूसरी तरफ पूरी ही ढले हुए टाइपों की लाइन प्राप्त हो जाती है।

**लीडिंग आर्टिकल**—अग्रलेख।

**लीथोग्राफर**—लीथोग्राफी की छपाई का काम करने वाला।

**लीथोग्राफी**—इस विधि के अन्तर्गत छपाई हेतु मशीन में एक खास पत्थर को काम में लिया जाता है, जो गीली कर दिए जाने पर लीथो की विशिष्ट स्याही को गीली जगह पर जमाने नहीं देता है। इस तरह की मशीन में दो तरह के रोलर होते हैं एक स्याही देने वाला दूसरा पत्थर के स्थान पर अल्यूमीनियम या जस्ते की चदरों का प्रयोग होता है। लीथो से छापे जाने वाले मैटर को एक खास तरह के कागज पर विशेष किस्म की स्याही से छपा जाता है।

**ले**—आउट— देखें 'डमी'।

**लेखक**—ग्रन्थ, कविता, लेख पत्र आदि लिखने वाला व्यक्ति।

**लेखने**—लिखने का काम, लिखने की कला।

**लेटर प्रेस**—(टाइपोग्राफिक प्रणाली) स्याही चढ़ाने तथा दाब से किसी कम्पोज किए हुए मैटर को उभरे हुए टाइप द्वारा मुद्रण विधि को लेटर प्रेस प्रिंटिंग कहते हैं। इसके अन्तर्गत उपयोगी मशीनें तीन प्रकार की हैं—(1) प्लेटने (ट्रेडल), (2) सिलेण्डर, (3) रोटरी मशीनें।

**लेड मोल्ड**—लेड ढालने का साँचा।

**लोक-अप**—वह पृष्ठ जो किसी संस्करण में नया नहीं बनता। पृष्ठ की अन्तिम संभार, फरमे को करना।

**लोअर केस**—अंग्रेजी के छोटे अक्षरों में लिखा हुआ।

**लोकमत**—(पब्लिक ओपिनियन) जनता का मत, जनता के द्वारा समर्थन या विरोध करना लोकमत कहलाता है।

**लोकमत के साधन**—समाचार-पत्र, रेडियों, टेलीविजन, फिल्म, प्रचार साहित्य, सार्वजनिक रचनाएँ, रैली, प्रदर्शन, धरना इत्यादि लोकमत के साधन होते हैं।

**वर्णन**—बयान, कोई बात, व्यौरेवार कहना।

**वर्णनात्मक समाचार**—ये वर्णन प्रधान समाचार होते हैं तथा इनका संबंध किसी घटना या समारोह से होता है। संवाददाता जो कुछ देखता-सुनता है वैसा ही वर्णन कर देता है।

**वक्तव्य**—कहने योग्य, कथन, किसी विषय में कहने योग्य बात, कथनीय बात।

**वर्गीकृत विज्ञापन**— ऐसे विज्ञापन जिनमें सामान्य, सूचना, मृत्यु सूचना, खरीद-बिक्री की सूचना, मकान किराये पर देने को सूचना, निविदा सूचना, नाम बदलने की सूचना, अध्यापक-अध्यापिकाओं की जरूरत की सूचना, प्रमाण-पत्र खोने की सूचना, विवाह-भोज, मंडन आदि की सूचना पैसा लेकर प्रकाशित की जाती है उसे वर्गीकृत विज्ञापन कहते हैं।

**वाकियानवीस**—यह फारसी शब्द है। जिसका अर्थ संवाददाता होता है।

**वर्धमान विशिष्ट**—ऐसे समाचार जो कई दिनों तक प्रकाशित होते हैं तथा चर्चा में रहते हैं। जैसे—किसी बड़े नेता की मृत्यु पर शोक संवेदना, सन्धि-समझौता, बाढ़-तूफान, भूकम्प, दंगे, नरसंहार, चुनाव आदि के समाचार।

**वाणिज्य पत्रकारिता**—वित्त, व्यापार, उद्योग, वाणिज्य से सम्बन्धित गतिविधियों और प्रतिक्रिया को लिखना, भाव तेजी-मन्दी, बचत-बजट आदि की सूचना देना, समीक्षा करना आदि वाणिज्य पत्रकारिता कहलाती है।

**वायर एजेन्सी**—समाचार समिति को प्रारम्भिक दौर में वायर एजेन्सी कहा जाता था।

**वाणिज्य सम्पादक**—वह व्यक्ति जो वित्त, व्यापार, उद्योग, वाणिज्य सम्बन्धी समाचारों, लेखों का चयन करता है, प्रतिक्रिया व्यक्त करता है, समीक्षा

लिखता है, सम्बन्धित संवाददाताओं-उपसम्पादकों के कार्यों का बँटवारा करता है तथा कार्य का निरीक्षण करता है। वाणिज्य सम्पादक कहलाता है।

**व्हाइट प्रिन्ट**—यह कागज समाचार-पत्र के आलावा अन्य छपाई के काम आता है। इसका रंग सफेद होने के कारण इसे व्हाइट प्रिन्ट कहा जाता है।

**वाणिज्य संवाददाता**—वित्त, व्यापार, उद्योग, बाजार भाव से सम्बन्धित समाचारों, विचारों और प्रतिक्रियाओं के समाचार देता है।

**विजुआल ले आउट**— टेलिविजन दिखाने योग्य दृश्यों की झलक।

**विज्ञापक**—(एडवारटाइजर) विज्ञापन करने वाला।

**विज्ञप्ति**— इशितहार, सूचना समाचार या वक्तव्य की घोषणा, सूचित करने की क्रिया।

**विज्ञापन**—इशितहार, सूचना, समझाना, किसी वस्तु के विक्रय हेतु उसका प्रचार करना, उसके गुणों का बखान करना। विज्ञापन मुद्रित, श्रव्य-दृश्य व सभी माध्यमों द्वारा किया जात है।

**विज्ञापन एजेन्सी**—यह संस्था अपने विज्ञापनदाताओं से धन लेकर विज्ञापन प्राप्त कर अपने साज-सज्जाकारों से तैयार करवाकर, उचित माध्यम का चुनाव करके पत्र-पत्रिका, फिल्म, पोस्टर, रेडियों, टेलीवीजन, बोर्ड होर्डिंग्स आदि के द्वारा विज्ञापित करती है।

**विज्ञापनदाता-पत्र-पत्रिका**—विज्ञापन का अखबार, विज्ञापन का इशितहार आदि।

**विज्ञापन पुस्तिका**—वह पुस्तिका जिसमें विक्रय वस्तुओं का परिचय(सूची पत्र) होता है।

**विज्ञापन प्रतिनिधि**—जनसंचार के सभी माध्यम अपने यहाँ ऐसे व्यक्तियों को नियुक्त करती हैं तथा जो व्यावसायिक संगठनों, कार्यालयों, सिनेमा, विभिन्न संस्थाओ, उत्पादकों आदि से अपने माध्यम हेतु विज्ञापन प्राप्त करते हैं।

**विज्ञापन माध्यम**—समाचार-पत्र-पत्रिकाएँ, पोस्टर, हैन्डबिल, बुलेटिन, बोर्ड, पम्पलेट, नियोनसाइन, रेडियों, टी.वी., स्लाइड, बसों, रेलव स्टेशनों पर विज्ञापन, कैलेन्डर, डायरी, सैम्पल आदि के द्वारा विज्ञापन किया जाता है।

**विज्ञापन विभाग**—पत्र-पत्रिका, श्रव्य-दृश्य माध्यमों के कार्यालय में विज्ञापन विभाग एक महत्वपूर्ण विभाग होता है। इसे मीडिया का रीढ़ या प्राणवायु माना जाता है, क्योंकि इससे आय होती है विज्ञापन के आभाव में मीडिया

प्राणहीन हो जायेगा। यह विभाग विज्ञापन मँगवाने से लेकर कौन सा विज्ञापन कहाँ जाएगा कितनी धनराशि एक विज्ञापन का लेना है आदि की सम्पूर्ण देख-रेख करता है।

**विज्ञापन व्यवस्थापक**—विज्ञापन विभाग का पूरी तरह से देख-भाल करना व मार्गदर्शन वाला व्यक्ति विज्ञापन व्यवस्थापक कहलाता है।

**विज्ञप्ति**—जिसका विज्ञापन किया गया हो।

**विज्ञप्ति पत्रक**— प्रिंट और इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों को दी जाने वाली प्रचार सामग्री।

**विदेश संवाददाता**—ये विदेशों में रहकर अपना समाचार वहीं से भेजते हैं।

**विशेष संवाददाता**—ये लोग समाचारों के संचालन के साथ ही उसका विवेचन विश्लेषण भी करते हैं। कुछ विशेष संवाददाता प्रमुख नगरों में नियुक्त होते हैं तथा कुछ विशेष संवाददाता विशेष-समाचारों के संकलन हेतु नियुक्त किए जाते हैं। जैसे—फिल्म, खेलकूद, युद्ध, सांस्कृतिक गतिविधियाँ, संसद या विधान सभा के अधिवेशन इत्यादि के समाचारों भेजने के लिए या संकलित करने के लिए।

**विशेषांक**—पत्र-पत्रिका का विशेष अंक जो किसी विशेष अवसर, विशेष दिन, त्योहार, राष्ट्रीय-पर्व आदि के विषय पर प्रकाशित की जाती है।

**व्यंग्यचित्र**—देखे 'कार्टून'।

**विशेषीकृत समाचार**—सामान्य रुचि के समाचारों के अलावा समाचार-पत्र-पत्रिका में कुछ समाचार विशेष वर्ग की रुचि को ध्यान में रखते हुए प्रकाशित किया जाता है। जैसे—खेलकूद, व्यापार-वाणिज्य, साहित्य, महिला जगत, संगीत, नृत्य, कानून, यूनियन, शिक्षा, सिनेमा, विज्ञान इत्यादि। इन समाचारों को ही विशेषीकृत समाचार कहा जाता है।

**वीकली न्यूज**—विश्व का पहला नियमित समाचार-पत्र जो सन् 1620 ई० में अंग्रेजी भाषा में प्रकाशित हुआ था। इस पत्र के सम्पादक नेथानिक बटलर थे। उन्होंने एमस्टर्डम से इसे निकाला था।

**व्यंग्य चित्रकार**—(कार्टूनिस्ट) वह रेखा-चित्रकार जो समाचारों और घटनाओं की व्यंग्यचित्रों के माध्यम से व्याख्या करता है। पाठक के सामने एक ही झलक में समाचार एवं घटना का मनोरंजक तत्व प्रकट हो जाता है उसके चित्रों के द्वारा।

**व्यवस्थापक**—प्रबन्ध करने वाला, निर्णय लेने वाला, किसी भी विषय की समस्याओं को समझकर उचित निर्णय लेने वाला। पत्र-पत्रिका के कार्यालय में कार्यरत कर्मचारियों को देख-रेख, कार्यों का बँटवारा, निरीक्षण, सम्पादन व्यवस्था को करने वाला व्यक्ति।

**व्याख्यात्मक समाचार**—किसी समाचार का वर्णन करते हुए पूर्ण जानकारी देना। घटना क्यों घटी? इसका क्या प्रभाव पड़ सकता है, घटना की पृष्ठभूमि क्या है? आदि की विभिन्न कोणों से व्याख्या करके जानकारी प्रदान करना व्याख्यात्मक समाचार कहलाता है।

**व्याख्यान**—व्याख्यान करना, टीका करना, भाषण।

**व्यापी समाचार**—(स्प्रेडन्यूज) ऐसे समाचार जो अपने महत्व और प्रभाव के कारण समाचार-पत्रों में विशिष्ट स्थान पाते हैं। कभी-कभी ये समाचार इतने व्यापक होते हैं कि इन समाचारों के खण्डन, प्रतिक्रिया और प्रभाव से सम्बन्धित दूसरे समाचार भी देने पड़ जाते हैं।

**विज्ञप्ति-पत्रक**—लिखित सामग्रियों के लिए प्रयुक्त सामान्य शब्द।

**शेड्यूल**—समाचारों की तालिका, महत्वपूर्ण समाचारों की सूची।

**श्वेत-श्याम**—श्वेत और श्याम (Black and White)।

**शावक**—नये प्रेस रिपोर्ट, नौसिखिया प्रेस रिपोर्टर, कनिष्ठ प्रेस रिपोर्टर।

**सोविन्डो**—(प्रदर्शन वातायन) समाचार-पत्र के प्रथम पृष्ठ को शोविन्डो कहा जाता है। पाठकों को आकर्षित करने हेतु पृष्ठ के ऊपर सर्वाधिक महत्वपूर्ण समाचार को मोटे अक्षर में प्रस्तुत किया जाता है।

**शिलामुद्रण**—हाथ से लिखकर प्रकाशन हेतु तैयार किए जाने वाले समाचार पत्रों में यह विधि प्रयोग में लाई जाती है। इससे प्रतियाँ बहुत अल्प मात्रा में छपती हैं तथा इसमें समय ज्यादा लगता है। इस विधि से उर्दू और सिन्धी भाषा के समाचार-पत्रों का मुद्रण होता है क्योंकि इनकी टाइपोग्राफी विकसित नहीं हो पायी है।

**शोध-समीक्षा पत्रिकाएँ**—शोध एवं समीक्षा से सम्बन्धित वह पत्र-पत्रिकाएँ जो विशेष वर्ग के लिए होती हैं। इसमें तथ्यों का संकलन, व्याख्या, विश्लेषण, विचार-विवेचन, चर्चा-परिचर्चा इत्यादि पर विशेष बल दिया जाता है।

वास्तव में ये पत्रिकाएँ साहित्य, समाज, भाषा, इतिहास, पुरातत्व दर्शन एवं संस्कृत आदि विषयों पर खोजपूर्ण सामग्री प्रस्तुत करती हैं।

**शीर्षक पंक्ति**—देखें 'मुख्य पंक्ति'।



**शीर्षक**—समाचार का शीर्ष जो कुछ शब्दों में समाचार के ऊपर दिया जाता है।

**समयांत**—निर्धारित समय-सीमा जिसके भीतर सभी पांडुलिपियों को संपादित और अंतिम रूप दे दिया जाना चाहिए।

**समुचित चित्र ( कॉलेज )**— बहुत से चित्रों/किल्पों का संग्रहण और प्रस्तुतिकरण। यह मुख्य समाचारों, कथाओं या समाचार सामग्रियों का संग्रहण भी हो सकता है।

**स्टॉप प्रेस**— अंतिम समय में किसी सूचना सामग्री को छपने से रोक देना। इसे फज या छपते-छपते (Fudges) भी कहा जाता है। इसमें मुख्य प्रेस को अंतिम समय के परिवर्तन या योग के लिए निर्देश दिए जाते हैं। छपते-छपते समाचारों को पृष्ठ एक पर बॉक्स में रखा जाता है।

**संचार उपग्रह**—अपनी निश्चित कक्षा में पृथ्वी की परिक्रमा कर रहे कृत्रिम उपग्रह जो रेडियो, टेलीविजन और टेलीफोन सिग्नल प्रसारित करते हैं।

**संग्रह**—इकट्टा करना, जमा करना, किसी विषय से सम्बन्धित सामग्री को एकत्रित करना।

**संकलन**—एकत्रीकरण, विषयों को चुनकर एकत्र करना तथा इस ढंग से बनाया हुआ पुस्तक।

**संचार उपग्रह**—यह पृथ्वी से आकाश में छोड़ा गया कृत्रिम उपग्रह है। इसमें संचार उपकरण लगे रहते हैं। इसकी सहायता से दूर देशों व स्थानों तक टेलीफोन, रेडियो, टेलीविजन, आदि से कार्यक्रमों को सफलतापूर्वक प्रचारित-प्रसारित किया जाता है।

**संक्षिप्त, संक्षिप्तीकरण**—घटाया हुआ, कम किया हुआ,छोटा किया हुआ। किसी लेख, घटना, समाचार, भाषण इत्यादि का साररूप।

**स्कूप**—ऐसा विशेष समाचार जो किसी संवाददाता के द्वारा प्राप्त हुआ हो।

**स्टेट**—प्रुफ में मैटर ज्यों का त्यों रखने का संकेत।

**स्टिक**—टाइप कम्पोज करने की तख्ती।

**सीएएस सप्रतिबंध अभिगम प्रणाली**—एक ऐसी प्रणाली है जिसमें उपभोक्ताओं के घरों की छत पर सेट टॉप बॉक्स लगाए जाते हैं और केबल टीवी प्रचालक अपने परिसर में सिग्नलों को केन्द्रित और विकोडित करने की प्रणाली संस्थापित करत है। इस व्यवस्था के अन्तर्गत उपभोक्ता अपनी पसन्द के चैनलों का भुगतान करता है।

**सी-बैंड**—इस शब्द का प्रयोग प्रायः उपग्रह से डाउनलॉकिंग के लिए किया जाता है। सी-बैंड (C-Band) का आवृत्ति-परास 3-4 गीगा हर्ट्स से 4-2 गीगा हर्ट्स तक होता है।

**स्टैंडिंग मैटर**—भविष्य में पुनः छापने के लिए रोका जाने वाला कम्पोज्ड मैटर।

**सेंसर**—पत्र में प्रकाशन योग्य सामग्री की अधिकृत विशेषज्ञ द्वारा जाँच की प्रक्रिया।

**सेंसरशिप**—कानून द्वारा विचार प्रकट करने, कोई भी सामग्री प्रकाशित करने, गीत, नाटक, फिल्म के किसी अंश पर या पूर्ण रूप से प्रतिबन्ध लगाने को सेंसरशिप कहते हैं। सरकार ने अलग से सेंसर बोर्ड की स्थापना की है।

**संवाददाता**—अपने मुख्य शहर से बाहर गये हुए रिपोर्टर को संवाददाता कहते हैं। समाचार पत्र-पत्रिका को संवाद भेजने वाला। संवाददाताओं की कई श्रेणियाँ होती हैं। जैसे-विशेष, फुटकर इत्यादि।

**सरकस मेकअप**—पृष्ठ संख्या के सभी प्रचालित मेकअप सिद्धान्तों से हटकर छोटे-बड़े, बारीक, आड़ी-तिरछी टाइपों, लाइनों-चित्रों, विभिन्न प्रकार के शीर्षकों, चटकील रंगों का प्रयोग कर पेपर मेकअप करने की कला को सरकस मेकअप कहा जाता है।

**सामुदायिक रेडियो**—सामुदायिक रेडियो कार्यक्रमों में उत्पादन और निर्णयन की प्रक्रिया में जनता की सहज भागीदारी होती है तथा इसमें श्रोताओं और वित्त पोषित करने वालों की भी भूमिका सुनिश्चित की जाती है। आशय यह है कि इसका प्रबंधन प्रयोक्ताओं और श्रोताओं के हाथ में होता है।

**सोपानी शीर्षक**—विभिन्न प्रकार के शीर्षकों के साथ ही समाचार-पत्र में सीढ़ीदार शीर्षक का भी प्रयोग किया जाता है। इस प्रकार के शीर्षक की बनावट सीढ़ियों जैसी होती है। पहली पंक्ति बांयी कॉलम-रेखा की ओर से शुरू होती है और दांयी ओर स्पेस खाली रहता है। दूसरी और तीसरी पंक्तियों की लम्बाई बांयी ओर से हटकर दांयी ओर बढ़ती जाती है।

**स्टोन**—प्रेस में प्रयोग आने वाली वह बड़ी मेज जिस पर कम्पोज किए हुए मैटर को रखकर पेज बनाया जाता है।

**स्टोरी**—अखबारी बोलचाल में जो लगातार या आईटम छापने के लिए तैयार किया जाए क्योंकि समाचार भी घटना का रोचक विवरण कहानी की तरह ही प्रस्तुत करता है।

**स्ट्रेटन्यूज**—सीधा समाचार/ऐसा समाचार जिसमें किसी प्रकार की चटकीली या अतिरंजित सामग्री न जोड़ी गई हो।

**स्ट्रिंगर**—वह संवाददाता जिसका वेतन निश्चित नहीं होता उसे प्रकाशित कालम के हिसाब से परिश्रमिक का भुगतान किया जाता है।

**सब**—सब, सब-एडीटर, उप-संपादक का संक्षिप्त रूप।

**सर्कुलेशन**— समाचार-पत्र या पत्रिका की औसत प्रसार संख्या। इसमें बिक्री की प्रतियाँ भी सम्मिलित होती हैं।

**स्काई लाइन**—समाचार-पत्र की नाम पट्टिका के ऊपर दिया जाने वाला शीर्षक। ऐसा शीर्षक महत्वपूर्ण ऐतिहासिक घटनाओं और प्रसंगों के समय ही दिया जाता है।

**स्पॉट न्यूज**—ऐसे समाचार जिनके बारे में पहले से कोई जानकारी न हो। इन्हें अप्रत्याशित समाचार भी कहा जाता है। उदाहरणार्थ—हत्या, दुर्घटना आदि के समाचार।

**सी कॉपी**—इस शब्द का प्रयोग प्रूफ संशोधन में किया जाता है जिसका अर्थ है प्रूफ को मूल कॉपी से मिलान करें।

**सील**—मुखपृष्ठ के ऊपर अंकित वह शब्द अथवा चिन्ह जो संस्करण को प्रदर्शित करता है जैसे-नगर संस्करण आदि।

**स्क्रिप्ट**—सनसनीखेज शीर्षक।

**स्लग-लाइनों** टाइप पर ढाली गयी पूरी पंक्ति। इसके साथ ही स्लग एक ऐसा संकेत शब्द होता है जिसे समाचार कॉपी की विषयवस्तु के आधार पर उसके ऊपर दांयी ओर लिख दिया जाता है ताकि समाचार-कक्ष में किसी प्रकार का भ्रम उत्पन्न न हो। **स्पेस**—टाइप की ऊँचाई से स्पेस की ऊँचाई थोड़ी कम होती है। कम्पोजिंग करते समय इसका प्रयोग किया जाता है। शब्दों और अक्षरों को अलग-अलग करने के काम आता है।

**स्लैश**— मुखपृष्ठ का सर्वाधिक महत्वपूर्ण समाचार।

**स्लांट**—वह समाचार विशेष दृष्टि से प्रकाशित हो।

**स्प्रेड**—विस्तृत या फैला हुआ समाचार, जो प्रायः अन्दर के पृष्ठ पर ऊपर की ओर या किसी अन्य प्रमुख स्थान पर प्रकाशित किया जाता है।

**स्टीमर**—देखें 'बैनर'।

**सिन्डीकेट**—समाचार-पत्रों को फीचर तथा समाचार सामग्री बेचने वाले। इस प्रकार के संगठन विभिन्न विषयों पर अच्छे-अच्छे लेखकों से लेख, फीचर

रचनाएँ लिखवाकर व्यापक स्तर पर समाचार-पत्रों को देते हैं बदले में ये पैसा वसूलते हैं।

**संचालक**—संचालन करने वाला, गति प्रदान करने वाला, नियन्त्रण बनाकर रखने वाला।

**सन्देश**—सूचना, खबर, संवाद।

**संचार साधन**—दो या उनसे अधिक व्यक्ति या स्थानों के मध्य (डाक, तार, टेलीफोन, वायरलेस आदि) सम्बन्ध स्थापित करने के साधन को संचार साधन कहते हैं।

**सन्दर्भ साहित्य**—किसी विषय की विशेष जानकारी प्रदान कराने वाली सामग्री को सन्दर्भ-साहित्य या सन्दर्भ-ग्रन्थ कहते हैं। इसका प्रयोग पठन-पाठन हेतु नहीं होता है। सामान्यतः सन्दर्भ साहित्य को पाठ्य साहित्य-सम्बन्धी विशेष सूचना प्राप्त करने के लिए इसकी सहायता ली जाती है। सन्दर्भ साहित्य विविध प्रकार के शब्द-कोषों, शोध-ग्रन्थों, साहित्य, इतिहास, परिचय-ग्रन्थ, चार्ट, एटलस, डायरेक्टरी, रिकार्डर, ईयर-बुक, महाकोष, रिपोर्ट, गजेटियर, फोटो एलबम, हैण्ड-बुक, डिक्शनरी, ऑफ डैट्स आदि को कहा जाता है।

**संयोजक**—मिलाने वाला, जोड़ने वाला, शब्दों, वाक्यांशों, विचारों इत्यादि को जोड़ने वाला तथा सभा-समिति का आयोजन करने वाला।

**सन्देशवाहक**—खबरों का लेन-देन करने वाला व्यक्ति।

**सन्देशवाही साधन**—तार, केबिल, रेडियों, टेलीफोन, बेतार टेलीफोन, टेलीप्रिन्टर, टेलीविजन आदि ।

**सन्दर्भ-सेवा या सन्दर्भ-पत्रकारिता**—विभिन्न विषयों पर लेख लिखने, सम्पादकीय लिखने या महत्वपूर्ण घटनाओं के समाचारों के अतीत की जानकारी के लिए कई प्रकार के तथ्यों एवं आँड़को की आवश्यकता पड़ती है। यह तथ्य और आँकड़ों पत्र-पत्रिका के सन्दर्भ-विभाग या पुस्तकालयों में सन्दर्भ-ग्रन्थों और पत्र-पत्रिकाओं की कतरनों संग्रह में उपलब्ध होते हैं।

**संयुक्त विज्ञप्ति या वक्तव्य**—जिसमें दो या दो से अधिक व्यक्ति, नेता, मंत्री, राष्ट्रप्रमुख आदि किसी सन्धि, समझौते, समस्या, नीति जैसे कार्यक्रमों पर संयुक्त रूप से अपने विचारों को प्रकट करते हैं।

**सज्जाकार**—साज-सज्जा का कार्य करने वाला।

**संलेख**—कोई विधिकृत्य या उसकी प्रामाणित ब्यौरा देने वाला लिखित-पत्र।

**संवर्ती सूची**—(कांकरेंट लिस्ट) वह सूची, जो एक साथ कई राज्यों से प्रकाशित होती है। दो राज्यों, राज्यों-केन्द्र के बीच सम्बन्धों की दूरी।

**संसद समीक्षा**—संसद की कार्यवाही पर टीका-टिप्पणी, विवेचन-विश्लेषण को संसद समीक्षा कहते हैं।

**संसदीय पत्रकार**—संसद की कार्यवाही, भाषण, बहस, प्रश्नोत्तर, बजट, विधेयक आदि का समाचार देने वाला, टीका-टिप्पणी, समीक्षा करने वाला व्यक्ति संसदीय पत्रकार कहलाया है।

**संसदीय संवाददाता**—जो संसद के किसी एक सदन में उपस्थित होकर उसकी कार्यवाही का समाचार देता है।

**संस्करण**—(एडीशन) पत्र-पत्रिका आदि का एक बार का मुद्रण।

**संस्थापक**—स्थापित करने वाला। किसी संस्था, पत्रिका, दल आदि की स्थापना करने वाला व्यक्ति। समाचार-पत्र को प्रारम्भ करने वाला व्यक्ति।

**संस्थापन विभाग**—पत्र-पत्रिका के कार्यालयों में एक संस्थापन विभाग होता है। जो सम्पादकीय और गैर-सम्पादकीय और गैर-सम्पादकीय कर्मचारियों, अधिकारियों की नियुक्ति प्रशिक्षण, वेतन, अवकाश, बोनस आदि की व्यवस्था करता है।

**संस्थानिक पत्र-पत्रिका**—ऐसी पत्र-पत्रिकाएँ जो अपने संस्थान के उद्देश्यों के प्रचार-प्रसार, आपूर्ति के लिए जनता पर प्रभाव डालने, अपने कर्मचारियों, ग्राहकों, सदस्यों के लाभ हेतु किसी प्रतिष्ठान, सरकारी, अर्द्ध सरकारी या गैर-सरकारी या व्यावसायिक संगठन द्वारा प्रकाशित की जाती हैं। इन पत्र-पत्रिकाओं का उद्देश्य पैसा कमाना न होकर अपनी योजनाओं या उद्देश्यों के प्रति लोगों में विश्वास जमाना होता है। इसलिए यह निःशुल्क या कम मूल्य के होते हैं।

**सबिंग**—किसी समाचार या लेख को पत्र-पत्रिका में निर्धारित स्थान के अनुरूप इस प्रकार से संक्षिप्त करके सेट करना कि समाचार या लेख या मुख्य अंश समाने आ जाए।

**संस्मरण**—याद करने की क्रिया, स्मृति के आधार पर किसी विषय, व्यक्ति के सम्बन्ध में लिखित लेख या ग्रन्थ।

**सज्जा**—सजाना, अलंकृत करना, पत्र-पत्रिका ने सामग्री को व्यवस्थित रूप देकर आकर्षक ढंग से पेश करना।

**समाचार**—अंग्रेजी में NEW कहते हैं जिसका अर्थ है—नार्थ, ईस्ट, वेस्ट और साउथ यानी चारों दिशाओं की घटनाओं को समाचार कहते हैं।

**समर सम्वाद**—युद्ध सम्बन्धी समाचार।

**समर संवाददाता**—युद्ध भूमि से युद्ध सम्बन्धी समाचार भेजने वाला।

**समाचार कक्ष**—पत्र-पत्रिका के कार्यालय में, जिस विभाग में विभिन्न स्रोतों से समाचार मिलते हैं, जहाँ समाचारों का चयन किया जाता है तथा जहाँ सम्पादकों के बैठने की जगह निर्धारित रहती है उसे समाचार कक्ष कहते हैं।

**समाचार संपादक**—(न्यूज एडीटर) 'समाचार इकाई' का प्रमुख व्यक्ति। समाचार पत्रों में प्रकाशित सभी समाचारों का वह जिम्मेदार होता है सभी उपसम्पादकों के कार्यों का विभाजन व निरीक्षण करता है। छपने वाले समाचार-पत्र की रूपरेखा तैयार करता है, पिछले अंक की समीक्षा करता है आदि।

**समाचार इकाई**—यह सम्पादकीय विभाग का उप-विभाग है, जो समाचारों से सीधे सम्बन्धित होती है। इसका प्रमुख समाचार सम्पादक होता है। सभी समाचार इस विभाग में आते हैं। समाचार सम्पादक समाचारों का चयन करके प्रधान उपसम्पादक को सहायता से समाचारों को सम्पादन करने के लिए उपसम्पादक के सुपुर्द कर देता है। समाचार-पत्र की डमी इसी विभाग में तैयार की जाती है। समाचार सम्पादक, प्रधान सम्पादक, उपसम्पादक, सहायक उपसम्पादक, नगर प्रतिनिधि, अनुवादक इत्यादि की डेस्कें इसी विभाग में व्यवस्थित रहती हैं। सभी उपसम्पादकों के कार्यों का संचालन करने के लिए एक डेस्क इंचार्ज भी होता है।

**समाचार छायाकार**—जो समाचार-पत्र, पत्रिका के लिए चित्र खींचता है, समाचार छायाकार कहलाता है।

**समाचार-संकलन**—संवाददाता अपनी कड़ी मेहनत, सूझ-बूझ से विभिन्न स्रोतों द्वारा समाचार प्राप्त करता है। विभिन्न जगहों पर जाकर, ढूँढ़कर, पूछकर समाचार प्राप्त करना समाचार-संकलन कहलाता है।

**समाचार बुलेटिन**—प्रमुख घटनाओं के समाचारों को अधिकृत सूचना।

**समाचार-पत्र**—यह नियकालिक प्रकाशन है, जो मानव-जीवन से सम्बन्धित सभी क्षेत्रों की घटनाओं को इसमते प्रकाशित कर जनता तक इसकी जानकारी और सूचना पहुँचायी जाती है।

**समाचार प्रेषण**—समाचारों का भेजा जाना, वह सामग्री जो समाचार के रूप में भेजी जाए, समाचार सामग्री इत्यादि।

**समाचार-पत्र पंजीयक**—(प्रेस डिस्पैच) यह केन्द्रीय उच्चाधिकारी होता है, जो प्रकाशित होने वाले सभी पत्र-पत्रिकाओं का रजिस्ट्रेशन (पंजीयन) करता है। पत्र-पत्रिका से सम्बन्धित महत्वपूर्ण जानकारी प्रेस रजिस्ट्रार के कार्यालय में रिकार्ड रहती है।

**समाचार सूचना**—समाचार-पत्रों के लिए समाचार के रूप में प्रकाशित सूचना।

**समाचार संपादन**— विभिन्न स्रोतों से प्राप्त समाचारों का चयन करना, उनकी कार्यकल्प सुधारना, संशोधन करना, आवश्यकतानुसार घटना-बढ़ाना, शीर्षक देना, टाइप निश्चत करना, पेज व कॉलम तय करना आदि।

**समाचार स्रोत**—जहाँ से समाचार प्राप्त हो। व्यक्ति, पार्टी, संस्था, संगठन, सरकारी कार्यालय, अस्पताल, पुलिस स्टेशन, न्यायालय, बाजार, इन्टरव्यू, प्रेसनोट, प्रेस-कान्फ्रेंस, दुर्घटना-स्थल आदि समाचार के स्रोत होते हैं।

**समाचारेत्तर सामग्री**—समाचार पत्रों में समाचार के अलावा प्रकाशित की जाने वाली सामग्री जैसे—सम्पादकीय टिप्पणियाँ, सम्पादक के नाम पत्र, सम्पादकीय स्तम्भ, अर्द्धवार्षिक, साप्ताहिक, वार्षिक परिशिष्ट, सामयिक विषयों पर लेख इत्यादि समाचारेतर सामग्री कहलाती है।

**समीक्षक**—आलोचक, समालोचक, विवेचन-विश्लेषण करने वाला।

**समीक्षा**—जाँच करना, अच्छी तरह से देखना, किसी वस्तु, रचना या विषय के सम्बन्ध में भली-भाँति ज्ञान प्राप्त करना तथा प्रत्येक तत्व का विवेचन-विश्लेषण समीक्षा कहलाता है।

**समुद्रीतार**—(केबिल) समुद्र में पानी के भीतर से जाने वाला संवादवाहक तार।

**समनुदेशन**—किसी पत्रकार को किसी घटना की विस्तृत जानकारी प्राप्त करने के लिए सौंपा गया कार्य।

**सम्पादक**—प्रस्तुत करने वाला, पुरा करने वाला, समाचार पत्र-पत्रिका के कार्यालय में कार्यरत वह व्यक्ति जो दूसरों की रचना, लेख आदि को शुद्ध करके प्रकाशन योग्य बनाता है। सामयिक, दैनिक, साप्ताहिक पत्रों का संचालन करता है। पत्र-पत्रिका की नीति-रीति के अनुसार अंक की योजना बनाता है,

भाषा-शैली का निरीक्षण करता है, विशेष लेखों का सम्पादन करता है, टिप्पणियाँ तैयार करता है, कर्मचारियों को निर्देश देता है, इत्यादि।

**संपादकीय**—किसी महत्वपूर्ण समाचार में संपादकीय टिप्पणी का उद्देश्य जनमत तैयार करना होता है। इससे जनता की राजनीतिक चेतना में भी वृद्धि होती है तथा जनता को इस बात की भी जानकारी होती है कि संबंधित समाचार-पत्र का झुकाव किस राजनीतिक पार्टी की ओर है। समाचार पत्र-पत्रिका में संपादकीय-पृष्ठ पर कई लेख व फीचर प्रकाशित किए जाते हैं। इस पृष्ठ पर प्रकाशित मुख्य लेख को संपादकीय (एडीटोरियल) कहा जाता है। यह संपादकीय स्तम्भ में नियमित रूप से लिखा जाता है। यह लेख 500 से 1000 शब्दों को होता है, जो समसामयिक विषय पर आधारित रहता है। इस लेख से पत्र की पहचान निर्धारित की जाती है।

**सम्पादकीय-पृष्ठ**—(एडीटोरियल पेज) यह समाचार-पत्र के मध्य का पेज होता है। पन्द्रह-बीस साल पहले तक पत्र के चौथे पेज को आजकाल छठवें पेज को संपादकीय पृष्ठ कहा जाता है। यह मत-मतान्तरों का पृष्ठ होता है। इस पृष्ठ पर दो-तीन समीक्षा, सम्पादक के नाम पत्र, आदि स्तम्भ होते हैं। समाचार-पत्र की नीति इस पृष्ठ से ही झलकती है।

**सम्पादक मण्डल**—(एडीटोरियल पेज) समाचार पत्र-पत्रिका में एक से अधिक सम्पादक होने पर, सम्पादन करने वाली टोली को सम्पादक मण्डल कहा जाता है। जिसमें निम्नलिखित लोग हाते हैं—प्रधान सम्पादक, जो सम्पादक मण्डल का प्रमुख होता है) सम्पादक, सहायक सम्पादक, समाचार सम्पादक एवं उपसम्पादक इत्यादि।

सम्पादकीय बैठक—प्रतिदिन सुबह समाचार-पत्र के कार्यालय में सम्पादक की अध्यक्षता में एक बैठक होती है, जिसमें समाचार सम्पादक, प्रधान उपसम्पादक एवं सहायक सम्पादक मौजूद रहते हैं। यह सम्पादकीय बैठक कहलाती है। इस बैठक में पिछले दिन के समाचार-पत्र की समीक्षा, अगले दिन के पत्र का स्वरूप तय किया जाता है। कौन समाचार किस पृष्ठ पर जायेगा, चित्र किस पृष्ठ पर प्रकाशित होगा, शीर्षक किस रूप में हो, अग्रलेख किस विषय पर लिखा जाए, सारी बातें निश्चित की जाती हैं।

**सम्पादकीय लेखन**—सम्पादकीय य अग्रलेख लिखना।

**सम्पादकीय लेख**—सम्पादकीय लेख, टिप्पणियाँ आदि लिखने वाला।



**सम्पादन कला**—पत्र, पुस्तकें आदि सम्पादित करने की विशेष कला।

**सम्पादकीय स्तम्भ**—समाचार पत्र-पत्रिका में सम्पादकीय स्तम्भ अवश्य दिया जाता है। इसके अन्तर्गत सम्पादक अपना विचार तीन-चार पैराग्राफ में प्रकट करता है। यह विचार प्रमुख समाचार, घटना तथा अवसर विशेष से सम्बन्धित होते हैं या फिर अंक की सामग्री योजना व समस्याओं से सम्बन्धित होते हैं। विशेष रूप से सम्पादक के विचारों का स्तम्भ होता है।

**सम्पादन**—(एडीटिंग) समाचार, लेखों का चयन करना, उन्हें क्रमबद्ध करना, संशोधन करना, व्याकरण व शैली में सुधार करना, सामग्री की काया निश्चय करना आदि कार्य को सम्पादन कहते हैं। इसी प्रकार किसी कृति को प्रकाशन योग्य बनाना, पुस्तक-पत्रिका को क्रम, पाठ लगाकर सही कर प्रकाशित करना।

**सम्प्रचार**—पूर्व निर्धारित उद्देश्यों को लेकर व्यक्तियों या समूहों द्वारा अभिव्यक्त किया गया विचार या कार्य है, जो दूसरे व्यक्तियों या समूह के विचारों या कार्यों को प्रभावित करने हेतु जान बूझकर किया जाता है।

**सम्प्रेषण**—एक स्थान या एक व्यक्ति से दूसरे स्थान या दूसरे व्यक्ति के पास समाचार, विचार, सूचना, आदि भेजना। अपनी बात को दूसरे तक पहुँचाना।

**संवाद लेखन**—विभिन्न स्रोतों से प्राप्त समाचारों को काट-छांट करके उसे क्रम बद्ध रोचक ढंग से एक तथ्य के रूप में सरल-सहज, स्पष्ट भाषा शैली में समाचार लिखना ताकि पाठक समाचार पढ़ने के लिए मजबूर हो जाए।

**सहाफत**—अरबी भाषा में पत्रकारिता को 'सहाफत' कहते हैं।

**सहाफी**—अरबी भाषा में पत्रकार को 'सहाफी' कहा जाता है।

**सहायक समाचार सम्पादक**—वह व्यक्ति जो समाचार के कार्य में सहायता करता है।

**सहायक सम्पादक**—वह व्यक्ति जो नियमित रूप से प्रतिक्रियाओं और विचारों से सम्बन्धित कार्यों में सहायता करता है, सम्पादकीय लिखता है, समीक्षा प्रतिक्रिया, आलोचना आदि के सन्दर्भ में टिप्पणियाँ लिखता है।

**सहायक संवाददाता**—प्रमुख संवाददाता की सहायता करने वाला।

**संवादिक**—(न्यूज मैन) सड़क पर घूमकर समाचार-पत्र बेचने वाला, हॉकर तथा समाचार प्रेषित करने वाला पत्रकार।

**साक्षात्कार**—देखें 'भेंटवार्ता'।

**साप्ताहिक पत्र**— नियमित रूप से हर सप्ताह (सात दिन के अन्तराल में) निकलने वाला पत्र-पत्रिका।

**सामयिक**—समय से सम्बन्धित, वर्तमान समय का प्रसंग, समय के अनुकूल।

**सामायिक वार्ता**—(टोपीकल टॉक) आकाशवाणी द्वारा प्रसारित की जाने वाली घटनाओं या किसी सामयिक विषय की चर्चा, परिचर्चा आदि।

**सामयिकी**— वह लेख, फीचर या समाचार जो वर्तमान समय में चर्चित हो।

**साहित्य सम्पादक**—समाचार पत्र-पत्रिका में समाचार को छोड़कर और भी सामग्री को जगह दिया जाता है। जैसे-खेलकूद, रंगमंच, सिनेमा, टी० वी०, देश-विदेश के रोमांचक कारनामों में तथा साहित्यिक रचनाएं इत्यादि। साहित्य से सम्बन्धित समाचारों, गतिविधियों एवं रचनाओं की कांट-छांट, कौन-सी सामग्री प्रकाशन योग्य है, इत्यादि कार्यों को सम्पादक करने वाला साहित्य सम्पादक कहलाता है।

**साहित्य परिशिष्ट**—समाचार-पत्र से सम्बद्ध विशेषांक या परिशिष्ट एवं विवारीय अंक को साहित्य परिशिष्ट कहा जाता है।

**सृजन**—रचना शक्ति।

**सृजक**—रचने वाला।

**सूत्र**—माध्यम, जरिया, स्रोत।

**सिलेण्डर**—सिलेण्डर मशीनों का मुद्रणतल या फर्मा एक समतल स्थान पर सीधा बिछा रहता है। मशीन का बेलन पहले इसके ऊपर स्याही फेंकता है। उसके बाद कागज सिलेण्डर के माध्यम से घूमकर आता हुआ फर्मे का प्रभाव उठा लेता है। यह मशीन समाचार-पत्र, पत्रिकाओं, पुस्तकों एवं पोस्टरों आदि के मुद्रण में प्रयोग की जाती है।

**सीढ़ीदार शीर्षक**—देखे 'सोपानी शीर्षक'।

**सुखियाँ**—देखे 'मुक्त पंक्ति'।

**सुलभ समाचार**—ऐसा समाचार जिसके अन्तर्गत समाचार से सम्बन्धित अन्य सहायक समाचार विद्यमान रहते हैं। जैसे—व्याख्यात्मक सामग्री, विशेष लेख, फीचर आदि।

**सूचना**—समाचार, नोटिस, विज्ञप्ति, खबर, किसी सन्दर्भ में कुछ बताने के लिए कही या लिखी गई बात।

**सूचना विभाग**—सरकारी गतिविधियों कार्यक्रमों की जानकारी जनता तक पहुँचाने के लिए तथा जनता की माँग, प्रतिक्रियाओं को सरकार तक पहुँचाने के लिए सरकार द्वारा सूचना विभाग (इनफार्मेशन डिपार्टमेण्ट) का गठन किया गया है जिसे सूचना विभाग कहते हैं।

**सूचनालय**—(इनफार्मेशन ब्यूरो) सन्दर्भ सेवा, आवश्यक सेवा या ज्ञान प्रदान करने वाला कार्यालय।

**सूचना अधिकारी**—सरकारी या किसी संस्था का वह अधिकारी जो उसके कार्यों, प्रगति सम्बन्धी विवरण सरकार या संस्था तक पहुँचाता है।

**सूचना केन्द्र**—देखें 'सूचनालय'।

**सूचना-पत्र**—इशतकार, वह पत्र या लेख जिसमें कोई सूचना विद्यमान हो।

**स्क्रिप्ट**—असल दस्तावेज, मूल प्रलेख, लिपि, पाण्डुलिपि, आलेख, मुद्रित अक्षर, रेडियों वार्ता का लिखित रूप या फिल्मकथा की प्रतिलिपि इत्यादि।

**स्क्रीन**—हॉफटोन ब्लॉक तैयार करने का माध्यम जो कागज की चिकनाई के अनुरूप होती है। एक वर्ग इंच में समाये बिन्दु की छानबीन करना।

**स्टीरियो टाइप**—समाचार-पत्रों में कम्पोज सामग्री को पृष्ठों के आकार में जमाया जाता है। हालांकि रोटररी मशीन में समाट आकार के पृष्ठों द्वारा छपाई नहीं होती। अतः टाइप के सपाट पृष्ठों को धातु व अर्धगोलाकार रूप में परिवर्तित किया जाता है।

**स्टीरियो टाइपिंग कक्ष**—जहाँ टाइप पृष्ठों की धातु प्लेटें तैयार का जाती हैं।

**स्टेल न्यूज**—पुराना या बासी समाचार।

**स्ट्रैप लाइन**—शीर्षक के ऊपर छोटे टाइप में प्रायः 16-18-20 प्वाइंट के टाइपों में बाईं तरफ या बीच में छोटी पंक्ति में मैटर कम्पोज किया जाता है, जिसके नीचे कभी-कभी रेखा खींच दी जाती है, रेखा को ही स्ट्रैप लाइन कहते हैं।

**साइडबार**—एक ही विषय पर मुख्य समाचार से सम्बद्ध अन्य समाचार।

**स्तम्भ**—पत्र-पात्रिका के पृष्ठ का खड़ा भाग या किसी विशेष विषय हेतु निर्धारित स्थान। पत्र-पात्रिका में नियमित रूप से एक ही शीर्षक से दी गई विविध सामग्री, हालांकि मुख्य शीर्षक प्रत्येक अंक में एक ही रहता है तथा इसमें दी गई सामग्री मुख्य शीर्षक से मेल खाती हुई बदलती रहती है। इस प्रकार के स्तम्भ अधिकतर निश्चित स्थान या कॉलम में देए जाते हैं।

**स्तम्भ लेख**—स्तम्भ लेख के अनुरूप लिखी गई सामग्री।

**स्तम्भ-लेखक**— पत्र-पत्रिका के लिए विशेष विषय पर लेख आदि लिखने वाला व्यक्ति।

**स्थानीय समाचार**—जिस नगर से समाचार पत्र प्रकाशित होता है वहाँ के समाचार को स्थानीय समाचार कहते हैं। कुछ अखबारों में स्थानीय समाचारों के लिए अलग पृष्ठ या अलग स्तम्भ होता है तथा कुछ पत्र स्थानीय समाचारों को स्थानीय संस्करण में ही देते हैं अन्य स्थानों के संस्करण में नहीं देते हैं। ये समाचार स्थानीय अभिरूचि के होते हैं।

**स्पेस एजेन्सी**—(अन्तरिक्ष एजेन्सी) अन्तरिक्ष केन्द्र से, अन्तरिक्ष गतिविधियों से सम्बन्धित (राकेट, गृह, उपग्रह आदि) सूचना, समाचार देने वाली अधिकृत एजेन्सी कहा जाता है।

**स्मारक ग्रन्थ**—(कमेमोरेशन वाल्यूम) किसी विद्वान, समाजसेवी, दार्शनिक, विचारक, नेता आदि की स्मृति को तरोताजा रखने हेतु रचित ग्रन्थ।

**हस्त-विज्ञापन**—(हैन्डबिल) सरकस, नाटक, मेला, कपड़े आदि का सेल, सिनेमा, किसी सार्वजनिक मेला, सभा आदि का छोटा विज्ञापन जो पर्चों के रूप में इधर-उधर हाथों से वितरित किया जाता है।

**हस्त-पुस्तिका**—(मैनुअल) हाथ में आशानीपूर्वक आ जाने लायक छोटी पुस्तिका। किसी लम्बे-चौड़े विषय पर सार रूप में लिखी गई छोटी पुस्तिका।

**हैंडआउट**—वह रेखा जो पृष्ठ के ऊपर क्षैतिज, यह इसलिए डाली जाती है ताकि नीचे का मैटर तारीख और संख्या आदि अलग रहे।

**होलड ओवर**—किसी कारणवश या स्थानाभाव के कारण कम्पोज मैटर को रोकना।

**हैंडआउट**—समाचार-पत्र को दी गयी सूचना, प्रकाशनार्थ लिखित वक्तव्य।

**हाफटोन ब्लाक**—किसी चित्र या स्क्रीन की सहायता से तैयार किया गया ब्लाक।

सम्पादकीय-पृष्ठ में ही एक हस्ताक्षरित स्तम्भ होता है। इसमें सामायिक विषयों पर प्रख्यात लेखकों के लेख होते हैं। इसके अन्तर्गत लेखक अपने विचारों को आजादीपूर्वक प्रकट करता है, जो समाचार-पत्र की नीति से भिन्न भी हो सकता है। इस स्तम्भ में ऐसे लेख होते हैं जो समकालीन घटनाओं का विश्लेषण, विच्छेदन कर अपने विचार द्वारार जनमत बनाते हैं।

**होल्डर फार रिलीज**—देखें 'इम्बार्गो'।

**हार्डन्यूज**—विश्लेषण तथा व्याख्या रहित तथ्यात्मक समाचार।

**हास्य**—व्यंग्य लेख मुख्यतः दो तरह के होते हैं—

1. जिससे सिर्फ पाठकों का मनोरंजन होता है।
2. मनोरंजन के साथ-साथ किसी व्यक्ति, घटना, कार्य, विचार आदि पर तीखा कटाक्ष कर उसकी ओर ध्यान आकर्षित किया जाता है।

**हिक्की गजट**—देखें 'बंगाल गजट'।

**हैगिंग इंडेशन**—वह हेडिंग जिसमें पहली पंक्ति कॉलम के बांयी ओर से प्रारम्भ होती है, उसके बाद दूसरी व तीसरी पंक्ति लेने में बांयी या दांयी और थोड़ा स्थान छोड़कर दोनों पंक्तियाँ बराबर-बराबर दी जाती हैं। इसमें शीर्षक झुलता हुआ सा लगता है।

**हैण्ड आर्डर्स**—(पत्रक) सूचना केन्द्रों, सरकारी कार्यालयों, जनसम्पर्क के कार्यालयों या संस्थाओं द्वारा जारी प्रेसे-नोट, प्रेस-वंटन, समाचार बुलेटिन तथा दूसरे सूचनाओं की प्रति को 'हैण्ड आर्डर्स' कहते हैं।

**हैड चार्ट**—समाचार-पत्र के कार्यालयों में एक ऐसा चार्ट होता है जिसमें एक विभिन्न आकारों की टाइपों की लाइनों के नमूने (टाइपोग्राफी या मुद्रण रूप) होते हैं, जिन्हें देखकर उप संपादक समाचार का शीर्षक तैयार करता है। इसे हैड-चार्ट कहते हैं।

**होर्डिंग्स**—किसी वस्तु के प्रचार हेतु सड़कों, चौराहों व खम्भों पर लगे बोर्डों को होर्डिंग्स कहते हैं।

**हैडलाइन कापी**—समाचार-पत्र के कार्यलय में उपसम्पादक मुद्रण हेतु समाचार की हेड लाइन तैयार करके एक कापी चिन्हित कर देता है। इसे हैडलाइन कॉपी कहा जाता है।

**श्रेय**—प्रोग्राम का निर्माण करने में शामिल सभी लोगों के नामों की सूची।

**श्रव्य**—रिकार्ड और प्रसारित की गई ध्वनि का पुनरुत्पादन।

**क्षेत्रांत**—किसी स्थान पर निकट और दूर वस्तुओं के मध्य का स्थान या क्षेत्र।