

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में रेडियो एवं टेलीविजन का महत्व

(Importance of Radio and Television in the
Development of Electronic Media)

संगीता राणा

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में
रेडियो एवं टेलीविजन का महत्त्व

**इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में
रेडियो एवं टेलीविजन का महत्त्व
(Importance of Radio and Television in
the Development of Electronic Media)**

संगीता राणा

भाषा प्रकाशन
नई दिल्ली - 110002

© प्रकाशक

I.S.B.N. : 978-81-323-6241-8

प्रथम संस्करण : 2022

भाषा प्रकाशन

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

द्वारा वर्ल्ड टेक्नोलॉजीज नई दिल्ली के सहयोग से प्रकाशित

प्रस्तावना

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का अर्थ विद्युत माध्यम या विद्युत संचार माध्यम होता है। इलेक्ट्रॉनिक साधनों के माध्यम से जो जनसंचार होता है, वह इलेक्ट्रॉनिक मीडिया है। इस माध्यम के द्वारा हम सुन सकते हैं, देख सकते हैं। यह अवसर सिर्फ इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ही हमें प्रदान किया है। विशेष रूप से इलेक्ट्रॉनिक मीडिया एक ऐसी विधा है, जिसके माध्यम से व्यक्ति को देश-विदेश की खबरों के अलावा अन्य जानकारी मिलती है। जनसंचार माध्यमों का प्रमुख माध्यम एक इलेक्ट्रॉनिक मीडिया भी है। रेडियो, सिनेमा, इंटरनेट, टेलीविजन और मल्टीमीडिया इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के घटक हैं।

दुनिया में रेडियो प्रसारण का इतिहास काफी पुराना नहीं है। सन् 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।

सूचना क्रांति के इस युग में टेलीविजन मानवीय जीवन में आमूल-चूल परिवर्तन लाने में एक बड़ा माध्यम साबित हुआ है। आज पूरी दुनिया पर टेलीविजन का जादू छाया हुआ है। यह केवल मनोरंजन का सबसे सस्ता साधन

ही नहीं है बल्कि इसने शिक्षा, स्वास्थ्य देखभाल, व्यक्तिगत संबंधों, यात्रा आदि के संदर्भ में भी ज्ञान का भंडार खोल दिया है। यह संस्कृतियों व रीति-रिवाजों के आदान-प्रदान के रूप में उभरकर सामने आया है। आज टेलीविजन विभिन्न आर्थिक और सामाजिक मुद्दों पर ध्यान केंद्रित करते हुए पूरे विश्व के ज्ञान में वृद्धि करने में मदद कर रहा है। वर्तमान में यह मीडिया की सबसे प्रमुख ताकत के रूप में उभरा है। इससे विश्व संकीर्ण हुआ है और भूमंडलीकरण का असर दिखने लगा है। परिणामस्वरूप हम सुदूर आयोजित हो रहे कार्यक्रमों का आनंद अब लाइव टीवी के जरिये घर बैठे लेने लगे हैं। बेशक टेलीविजन तकनीक का एक पहलू है। तकनीक अपने साथ सकारात्मक और नकारात्मक दोनों परिणाम लेकर आती है। टेलीविजन के कारण जहां ज्ञान, विज्ञान, मनोरंजन व शिक्षा-चिकित्सा के क्षेत्र में हमारी जिज्ञासा शांत हुई है तो वहीं इसके माध्यम से हिंसा, अश्लीलता व भयभीत करने वाले कार्यक्रमों ने हमारी आस्था एवं नैतिक मूल्यों को चोट भी पहुँचाई है। सच्चाई यह है कि वर्तमान में टेलीविजन से जुड़ा हर नया अनुभव हमारे जीवन को उत्तेजित कर रहा 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

प्रस्तावना	v
1. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का विकास	1
भारतीय मीडिया का विकास	1
इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के कार्य	6
शिक्षात्मक कार्य	6
इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का प्रसारण-सिद्धांत	14
श्रव्य माध्यम व दृश्य माध्यम	15
2. रेडियो का इतिहास	17
सौर संचालित रेडियो	20
भारत में रेडियो की शुरुआत और इसका इतिहास	21
रेडियो की लोकप्रियता	23
3. रेडियो प्रसारण तकनीक	26
ध्वनि अभिलेखागा	26
रेडियो समाचार प्रस्तुति	29
रेडियो लेखन के स्वरूप	32
उदघोषणा या सूचना	34
4. रेडियो प्रसारण में भाषा का महत्त्व	37
पहला प्रसारण	38
रेडियो प्रसारण में भाषा का महत्त्व	41
भाषा और निष्पक्षता	46

रेडियो की भाषा का श्रोताओं पर प्रभाव	48
आल इंडिया रेडियो प्रसारण कोड	53
5. भारतीय रेडियो नाटक का विकास	55
रेडियो नाटक	56
रंगमंचीय नाटक और रेडियो नाटक	59
शीर्षक	75
6. रेडियो का महत्त्व	81
गांव के विकास में सामुदायिक रेडियो की भूमिका	88
कल की तकनीक	93
रेडियो और टीवी प्रसारण का शिक्षा में इस्तेमाल	94
विद्यार्थी केंद्रित शैक्षणिक माहौल बनाने में भूमिका	97
सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) समर्थित शिक्षण की प्रभावकारिता	98
7. भारत में टेलीविजन का इतिहास	103
टेलीविजन के विभिन्न उद्देश्य	106
टेलीविजन और उच्च शिक्षा	113
समाचार बुलेटिन और ताजा घटना क्रम	115
वीडियो और केबल टी.वी. पर विज्ञापन	119
8. मीडिया के विकास में टेलीविजन का योगदान	133
टीवी से सम्बन्धित प्रारम्भिक प्रयोग	157
9. दूरदर्शन द्वारा समाचार प्रसारण	160
सेटेलाइट टेलीविजन चैनल्स एवं केबल प्रसारण	165
टेलीविजन का स्वामित्व और नियंत्रण	171
प्रसार भारती विधेयक (1990)	173
टेलीविजन समाचारों में मुहावरे एवं अलंकार	181
10. सामुदायिक रेडियो	188
सामुदायिक रेडियो का सिद्धांत	192
दृष्टि, दर्शन और स्थिति	197
भारत में सामुदायिक रेडियो	199
भारत, गांव में बसता है	207

11. रेडियो एवं टेलीविजन के लिए समाचार लेखन	206
समाचार लेखन के सूत्र	206
समाचार का शीर्षक लेखन	209
समाचार लेखन की आधुनिक तकनीक	213
आकाशवाणी (रेडियो) समाचार-लेखन की प्रक्रिया	216
दूरदर्शन समाचार लेखन की प्रक्रिया	219
टेलीविजन समाचारों में मुहावरे एवं अलंकार	224

1

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का विकास

भारतीय मीडिया ने प्रेस के विकास के साथ, समाचारों के प्रसार पर और समकालीन घटनाओं के बारे में विचारों पर प्रमुख ध्यान केंद्रित किया। भारतीय मीडिया भारतीय परंपरा और सांस्कृतिक परिदृश्य में विविधता और विविधता का प्रतीक है। ब्रिटिश काल के दौरान, जेम्स ऑगस्टान हिक्की ने भारत में पहला समाचार पत्र बंगाल गजट नाम से शुरू किया। वर्ष 1780 था और स्वतंत्रता संग्राम और भारतीय स्वतंत्रता के युग में, भारतीय प्रेस का उपयोग राष्ट्रवादी विचारधाराओं के प्रचार के लिए एक वाहन के रूप में किया गया था। महात्मा गांधी और बाल गंगाधर तिलक जैसे प्रख्यात नेताओं ने समाचार पत्रों की स्थापना की और इस प्रकार भारतीय मीडिया के इतिहास की चर्चा की। उस समय, मुख्य रूप से राजनीतिक मुद्दों को प्रकाश में लाने पर ध्यान केंद्रित किया गया था।

भारतीय मीडिया का विकास

स्वतंत्रता के बाद की अवधि ने भारतीय मीडिया के विकास को चिह्नित किया। भारतीय प्रेस, जिसे प्रिंट मीडिया के रूप में भी जाना जाता है, स्वतंत्रता के युग के आदर्शवादी दृष्टिकोण से तेजी से भटकते हुए, अधिक से अधिक वाणिज्यिक और प्रतिस्पर्धी बन रहा था। विशेष रूप से 1990 के दशक की शुरुआत भारतीय मीडिया के क्षेत्र में उल्लेखनीय थी। मनोरंजन, संस्कृति और खेल के क्षेत्रों से संबंधित विषयों का एक व्यापक स्पेक्ट्रम पर ध्यान केंद्रित किया जा रहा था। बड़े पैमाने पर विज्ञापनों से प्राप्त होने वाले राजस्व के आधार पर, प्रेस को बड़े व्यापारिक उपक्रमों द्वारा कब्जा कर लिया गया था। एक और

2 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में रेडियो एवं टेलीविजन का महत्त्व

उल्लेखनीय विकास आंध्र प्रदेश, गुजरात, पंजाब और पश्चिम बंगाल जैसे विभिन्न क्षेत्रों में सभी वर्गों के लोगों की मांगों को पूरा करते हुए प्रमुख हिंदी और क्षेत्रीय भाषा के समाचार पत्रों की वृद्धि थी। अंततः, अखबारों का प्रचलन बहुत हद तक बढ़ गया, जिससे भारतीय मीडिया को एक बड़ा झटका मिला।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का आगमन

यानि भारतीय मीडिया आगे इलेक्ट्रॉनिक मीडिया अर्थात् रेडियो और टेलीविजन की शुरुआत के साथ विकसित हुआ। उस समय, फिल्मों ने दर्शकों को अपने दिल की सामग्री के मनोरंजन के लिए भी आगे बढ़ाया। 1927 में रेडियो प्रसारण शुरू हुआ, और बड़ी संख्या में लोगों, खासकर दूरदराज के क्षेत्रों में रहने वाले लोगों तक पहुँचने के लिए एक उपयुक्त और सस्ता माध्यम के रूप में लेबल किया गया था। कुछ महत्वपूर्ण कार्यक्रम दूरस्थ शिक्षा, सामाजिक सेवाओं और स्वास्थ्य और स्वच्छता पर केंद्रित थे। सैन्य कर्मियों, किसानों आदि के लिए विशेष कार्यक्रम थे। एफएम चैनलों की शुरुआत के साथ, नए कार्यक्रमों ने लोगों का मनोरंजन करना शुरू कर दिया, इस प्रकार, छलांग और सीमा में रेडियो की लोकप्रियता बढ़ गई।

टेलीविजन ने सितंबर 1959 में देश में एक मामूली पायलट परियोजना के रूप में अपनी शुरुआत की। इस प्रकार, भारतीय मीडिया में ऑडियो-विजुअल युग की शुरुआत हुई। दूरदर्शन, भारत में राष्ट्रीय टेलीविजन सेवा, ने भारत की 87 प्रतिशत से अधिक आबादी को टेलीविजन संकेत उपलब्ध कराने के लिए अलग-अलग शक्तियों के ट्रांसमीटरों के माध्यम से परिचालन शुरू किया। आरंभ में, प्रगतिशील मूल्यों को बनाए रखने और मुक्त संवाद में भारतीय समुदायों को शामिल करके, सामाजिक परिवर्तन और राष्ट्रीय सामंजस्य के एक वाहन के रूप में संचार को विकसित करने के उद्देश्य से टेलीविजन की शुरुआत हुई। सैटेलाइट इंस्ट्रक्शनल टेलीविजन एक्सपेरिमेंट (SITE) 1975 में शुरू किया गया था, जिसमें 6 भारतीय राज्यों के 2400 गाँवों में विशेष शिक्षा कार्यक्रमों को बढ़ावा देने का नेक उद्देश्य था। टेलीविजन ने धीरे-धीरे अपने प्रारंभिक लक्ष्य से दूर कदम रखा और मुख्य रूप से दर्शकों का मनोरंजन करने के लिए कार्यक्रमों का प्रसारण किया। भारतीय मीडिया केवल टेलीविजन के आगमन के साथ अपने चरम पर पहुँच गया। वर्ष 1991 में CNN द्वारा गल्फ वॉर कवरेज भारत में टेलीविजन प्रसारण में एक नए युग की शुरुआत में एक निर्णायक क्षण था। हांगकांग स्थित

स्टार टीवी से जुड़े 5 नए टेलीविजन चैनलों ने भारतीयों को जीवन की नई सांस दी। ये एमटीवी, स्टार प्लस, बीबीसी, प्राइम स्पोर्ट्स और स्टार चीनी चैनल थे। जी टीवी केबल पर प्रसारित करने वाला पहला निजी स्वामित्व वाला भारतीय चैनल था। 2001-2003 तक, निकेलोडियन, कार्टून नेटवर्क, वीएच 1, डिजनी और टून डिजनी जैसे अन्य अंतरराष्ट्रीय चैनलों को भारत में पेश किया गया था। 2003 में, भारतीय उपमहाद्वीप में समाचार चैनलों का विकास हुआ।

कंप्यूटर और इंटरनेट प्रौद्योगिकी के आगमन के साथ, डिजिटल पत्रकारिता के पहलुओं का उदय हुआ। डिजिटल पत्रकारिता ऑनलाइन पत्रकारिता के लिए खड़ा है। यहां, इंटरनेट का उपयोग संपादकीय सामग्री को वितरित करने के लिए किया जाता है, प्रिंट या प्रसारण के माध्यम से सामग्री को प्रकाशित करने के बजाय।

एक सरकारी रिपोर्ट के अनुसार भारत के कम से कम 80 प्रतिशत परिवारों के पास अपने टेलीविजन सेट हैं। मेट्रो शहरों में रहने वाले दो-तिहाई लोगों ने अपने घरों में केबल कनेक्शन लगा रखे हैं। इसके साथ ही शहर से दूर-दराज के क्षेत्रों में भी लगातार डीटीएच-डायरेक्ट टु होम सर्विस का विस्तार हो रहा है।

प्रकाशन, संपादन, लेखन, प्रसारण इलेक्ट्रॉनिक मीडिया एक कला है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया मानवीय संवेदनाओं से परे हटकर काम कर रहा है। प्रारंभ में गीत, संगीत, और नृत्य से संबंधित प्रतिभाओं को फिल्म क्षेत्रों में प्रदर्शित करने का माध्यम लंबे समय तक बना रहा। ऐसा लगता था कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया केवल फिल्म कला क्षेत्रों से संबंधित प्रतिभा दिखाने के मंच तक ही सीमित था।

प्रारंभ में केवल फिल्मी क्षेत्रों से जुड़े गीत, संगीत और नृत्य से जुड़ी प्रतिभाओं के प्रदर्शन का माध्यम बना एवं लंबे समय तक बना रहा, इससे ऐसा लगने लगा कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया सिर्फ फिल्मी कला क्षेत्रों से जुड़ी प्रतिभाओं के प्रदर्शन के मंच तक ही सिमटकर रह गया है, जिसमें नैसर्गिक और स्वाभाविक प्रतिभा प्रदर्शन के अपेक्षा नकल को ज्यादा तवज्जो दी जाती रही है। कुछ अपवादों को छोड़ इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की यह नई भूमिका अत्यन्त प्रशंसनीय और सराहनीय है, जो देश की प्रतिभाओं को प्रसिद्धि पाने और कला एवं हुनर के प्रदर्शन हेतु उचित मंच और अवसर प्रदान करने का कार्य कर रही है।

कुछ अपवादों के साथ इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की यह नई भूमिका अत्यधिक प्रशंसनीय और सराहनीय है। जो देश की प्रतिभाओं को प्रसिद्धि पाने

4 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में रेडियो एवं टेलीविजन का महत्त्व

और कला एवं हुनर के प्रदर्शन हेतु उचित मंच और अवसर प्रदान करने का कार्य कर रही है।

इलेक्ट्रॉनिक मिडिया प्रकाशन, संपादन, लेखन अथवा प्रसारण के कार्य को प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों से आगे बढ़ाने की कला को मिडिया कहा जाता है।

मिडिया को लोकतंत्र का चौथा स्तंभ कहा जाता है। समाज में मिडिया की भूमिका संवादवहन की होती है। समाज के विभिन्न वर्गों, सत्ता केंद्रों, व्यक्तियों और संस्थाओं के बीच पुल का काम करता है। हमारे देश में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पिछले 20 वर्षों में घर पहुँच गया है। वह चाहे शहर हो या फिर कोई ग्रामीण क्षेत्र शहरों और गाँव में केबिल टीवी से सैकड़ों चैनल दिखाए जाते हैं।

आधुनिक युग में मिडिया का सामान्य अर्थ है समाचार पत्र, पत्रिका, टेलीविजन, रेडियो, इंटरनेट आदि से लिया जाता है। मिडिया समय-समय पर नागरिकों को उनके अधिकारों के प्रति जागरूक करता है।

किसी भी देश की उन्नति और प्रगति में मिडिया का बहुत ही बड़ा योगदान होता है। अंग्रेजी की दासता से सिसकते भारतीयों में देश-भक्ति व उत्साह भरने में मिडिया का बड़ा योगदान था।

आज भी मिडिया की ताकत के सामने बड़े से बड़े राजनेता, उद्योगपति अपने सिर को झुकाते हैं। मिडिया का जनजागरण में भी बहुत बड़ा योगदान है। छोटे बच्चों को पोलियो की दवा पिलाने का अभियान हो या एड्स के प्रति जागरूकता फैलाने का काम मिडिया ने अपनी जिम्मेदारी को पूरी तरह से निभाया है।

मीडिया के द्वारा विज्ञापन कंपनी के उन्नति के रास्ते खुल गए, जैसे मीडिया आई, लोग अपने प्रोडक्ट का विज्ञापन करने के लिए क्योंकि उन्हें एक अच्छा माध्यम मिल गया। विज्ञापन के द्वारा अलग-अलग तरह के समान के बारे में लोगों को जानकारी मिलती है, जिससे इसकी बिक्री भी अधिक होती है।

विज्ञापन के द्वारा टीवी चैनलों की भी कमाई होती है। मनोरंजन का बहुत अच्छा साधन है, इसमें दिखाए जाने वाले, टीवी सीरियल, न्यूज, गाने, फिल्मों के द्वारा लोगों का मनोरंजन होने लगा।

मिडिया एक ऐसा जरिया है जिसके माध्यम से देश और विदेश की जानकारी, डाटा को एक साथ लाखों लोगों तक पहुँचाया जाता है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का अर्थ

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का अर्थ विद्युत माध्यम या विद्युत संचार माध्यम होता है। इलेक्ट्रॉनिक साधनों के माध्यम से जो जनसंचार होता है। वह इलेक्ट्रॉनिक मीडिया है। इस माध्यम के द्वारा हम सुन सकते हैं, देख सकते हैं। यह अवसर सिर्फ इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ही हमें प्रदान किया है।

विशेष रूप से इलेक्ट्रॉनिक मीडिया एक ऐसी विधा है। जिसके माध्यम से व्यक्ति को देश और विदेश की खबरों के अलावा अन्य जानकारी मिलती है। जनसंचार माध्यमों का प्रमुख माध्यम एक इलेक्ट्रॉनिक मीडिया भी है। रेडियो, सिनेमा, इंटरनेट, टेलीविजन और मल्टीमीडिया इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के घटक हैं।

नई पत्रकारिता में, समाचार प्रसारित करना अब एक मात्र उद्देश्य नहीं रह गया है। बल्कि मनोरंजन, विचार-विश्लेषण, समीक्षा, साक्षात्कार, घटना-विश्लेषण, विज्ञापन है। मीडिया समाज का आईना है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की परिभाषा

रेडियो प्रोड्यूसर डॉ० हरिसिंह पाल के अनुसार- श्रव्य और दृश्य विधा के माध्यम से सूचना देने वाला माध्यम इलेक्ट्रॉनिक मीडिया है।

शिक्षाविद—डॉ. प्रेमचंद पतंजलि के अनुसार- इलेक्ट्रॉनिक साधनों के माध्यम से जो जनसंचार होता है। वह इलेक्ट्रॉनिक मीडिया है।

श्रव्य और दृश्य विधा के माध्यम से तुरत-फुरत सूचना देने वाला माध्यम इलेक्ट्रॉनिक मीडिया है। (रेडियो प्रोड्यूसर डॉ. हरिसिंह पाल)

विशेष रूप से इलेक्ट्रॉनिक मीडिया से तात्पर्य ऐसी विधा से है जिसके माध्यम से नई तकनीक के द्वारा व्यक्ति देश-विदेश की खबरों के अलावा अन्य जानकारी भी प्राप्त करता हो। (वरिष्ठ पत्रकार मोहनदास नैमिशराय)

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया जनसंचार माध्यमों में प्रमुख माध्यम है। हजारों मील दूर की गतिविधियों की जीवंत जानकारी इससे पलभर में मिल जाती है।

अशांत मन ही पत्रकारिता की जननी है।

रेडियो, टेलीविजन, सिनेमा, इंटरनेट व मल्टीमीडिया इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अवयव है।

नई पत्रकारिता में केवल समाचार प्रसारित करना एकमात्र उद्देश्य नहीं है, बल्कि मनोरंजन, विचार-विश्लेषण, समीक्षा, साक्षात्कार, घटना-विश्लेषण, विज्ञापन और किसी न किसी सीमा तक समाज को प्रभावित करना भी इसके उद्देश्यों में

6 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में रेडियो एवं टेलीविजन का महत्त्व

निहित है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के कार्य

सूचनात्मक कार्य

वर्तमान समय में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया या पत्रकारिता सूचना का सबसे महत्त्वपूर्ण साधन या स्रोत है।

अपने जिज्ञासु स्वभाव के कारण मानव इलेक्ट्रॉनिक मीडिया से अपेक्षा रखता है।

वह देश-विदेश से जुड़ी तमाम और नवीन खबर सत्य परख सूचनाओं का समय-समय पर प्रसारण करता रहता है।

इस कार्य को इलेक्ट्रॉनिक मीडिया अपने स्थापना काल से ही करता आ रहा है।

जागरूकात्मक कार्य

अपने कार्यक्रमों के माध्यम से इलेक्ट्रॉनिक मीडिया समाज में जागरूकता पैदा करता है।

टेलीविजन के इस प्रवृत्ति के कारण ही नारी प्रताड़ना, नारी शिक्षा, बलात्कार, यौन शोषण, बाल मजदूरी, सम्प्रदायवाद, सामाजिक बुराइयों के प्रति जागरूकता फैलाने का कार्य कर रहा है।

शिक्षात्मक कार्य

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया अपने कार्यक्रमों के माध्यम से शिक्षात्मक कार्य प्रमुखता से करता है।

शिक्षात्मक कार्य का उद्देश्य मात्र पढ़ना-लिखना नहीं है।

बल्कि समाज में उपलब्ध शिक्षा से मानव का बौद्धिक विकास होता है तथा जीवन में कलात्मकता आती है।

मनोरंजनात्मक कार्य

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का प्रमुख काम अपने दर्शकों को मनोरंजन में मानव जीवन की नीरसता को तोड़ने, चिंता व तनाव से ध्यान हटाने तथा ताजगी भरने

की क्षमता होता है।

यही कारण है कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पर समाचार, गीत, संगीत, फिल्म, सीरियल, एनिमल पलानेट, कार्टून, नेशनल जियोग्राफिक, हिस्ट्री टीवी आदि। कार्यक्रम प्रतिदिन होते हैं।

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 हैं। 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।

टेलीविजन न्यूज रूम से लेकर रेडियो और साइबर मीडिया तक का

8 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में रेडियो एवं टेलीविजन का महत्त्व

अध्ययन करने से पता चलता है की विभिन्न साक्षात्कर, वृत्तचित्रों, धारावाहिकों, समाचारों, निवेदनों, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का विज्ञापन लेखनों विभिन्न ब्लॉग आदि के निर्माण में हिंदी की भूमिका महत्त्वपूर्ण रही परिलक्षित होती 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 (टेलीविजनों कंप्यूटरों ट्रांजिस्टरों 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 जाय 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 करने वाले युवाओं के लिए इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के क्षेत्र में कैरियर की संभावनाएँ बढ़ रही हैं।

समाचार-विश्लेषणों समीक्षा, विज्ञापन से, जुड़े प्रसारण कार्य हिंदी भाषा के माध्यम में सर्वाधिक होने के कारण इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में हिंदी भाषा का ज्ञान सबसे बड़ा गुण माना जा रहा है। 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 रहे 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 दिन-ब-दिन 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। भाषाओं का यह अन्तर्मिश्रण हमें बताता है कि हिंदी में भी शब्दों के प्रवेश को लेकर संशय और शुद्धता की रक्षणशील भावनाएँ बहुत उपादेय नहीं है।” भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की भाषा विशुद्ध साहित्यिक भाषा नहीं है। फिर भी जनसाधारण के लिए सुबोध भाषा का नया रूप इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में दृष्टिगोचर होता 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 है। जैसे-ई-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 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, जिस में 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 महत्त्वपूर्ण भूमिका है। कहना सही होगा कि भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में दिन-ब-दिन भाषा खास कर हिंदी भाषा का महत्त्व बढ़ रहा है। हिंदी भाषा अब विकास संकल्पना का आधार बन रही है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में हिंदी भाषाशिक्षण को स्वतंत्र कार्यक्रम के रूप में देखा जाना मीडियाकालीन हिंदी सामाज्यशील बनने का ही उदाहरण है। “ भारतीय भाषाएँ नई सहस्राब्दि में विदेशी भाषाओं के समानांतर उन्नति कर रही हैं।” हिंदी भाषा भी हमकालीन इलेक्ट्रॉनिक मीडिया विश्व के साथ जुड़कर विदेशी भाषाओं के साथ-साथ भारतीय मीडिया में अपनी प्रमुख भूमिका निभा रही 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 में शुरू से हिंदी भाषा के व्यावहारिक प्रयोग को जारी रखने का प्रयास हुआ है। इक्कीसवीं सदी में हिंदी भाषा को संपूर्ण भारतीय मीडिया में प्रतिष्ठा की भाषा मानी जाना मीडिया और हिंदी भाषा दोनों

की दृष्टि से गौरव की बात है, इस में दो राय नहीं। 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 रही है। 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। भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और हिंदी दोनों ने मिलकर सभ्यता-संस्कृति और वैज्ञानिक विकास की प्रक्रिया को गतिमान बनाया 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। मेहनती युवाओं के लिए इलेक्ट्रॉनिक मीडिया रोजगार का विकल्प बन रहा है। हिंदी भाषा का अध्ययन करने वाले युवाओं के लिए इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के क्षेत्र में कैरियर की संभावनाएँ बढ़ रही हैं। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में हिंदी भाषा का ज्ञान सबसे बड़ा गुण माना जा रहा है। ज्ञानसंवर्धन की प्रक्रिया हिंदी भाषा के माध्यम से धड़ल्ले से हो रही है। रेडियो, दूरदर्शन, मल्टीमीडिया, एनिमेशन आदि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अंतर्गत हिंदी भाषा के माध्यम से अनेक कार्यक्रम दिए जा रहे हैं। भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने हिंदी भाषा को और हिंदी भाषा ने भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को नया जीवंत रूप देने का काम किया 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 दिन-ब-दिन बढ़ रहा है।

अतः हिंदी मीडिया की विकास प्रक्रिया का अभिन्न 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 समकालीन 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।

भारत के इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का नियंत्रण

यह बेहद चिंताजनक स्थिति है कि आज भारतीय मीडिया, खासकर इलेक्ट्रॉनिक मीडिया अपने लिए निर्धारित मानदंडों और आचरण संहिता को भूलकर किसी न किसी राजनीतिक दल का अनुयायी या उग्र राष्ट्रवादी संगठनों की तरह व्यवहार करने लगा है। एंकर चीख-चीख कर अशोभन लहजे में अपनी परम देश निष्ठा का परिचय दे रहे हैं। अपने अलावा किसी और को बोलने का मौका वे नहीं देना चाहते। खबरों का प्रसारण यहां राजनीतिक मंतव्यों के तहत हो रहा है। कौन सी खबरें किस तरह कवर करनी और दिखानी है, इसका फैसला वरिष्ठ पत्रकारों पर होता है, लेकिन ऐसा नहीं लगता कि वे अपनी जिम्मेदारियाँ निभा रहे हैं।

अब ये भी एक सच है कि आजकल अधिसंख्य पत्र-पत्रिकाओं और चैनलों में संपादक नहीं ही होते हैं यदि होते भी हैं तो उनकी भूमिका बेहद सीमित होती है। होना तो यह चाहिये कि टीवी चैनलों और पत्र-पत्रिकाओं में खबरों और विचारों के प्रकाशन एवं प्रसारण से पहले उन्हें कई स्तरों पर जाँचा-परखा जाए, ताकि एक संतुलन रहे और समाज में वैमनस्य या उन्माद न फैले। सच्चाई यह भी है कि अनुभवहीन पत्रकारों की वजह से भी ऐसा होता है। लेकिन उन्हें प्रशिक्षित करने और उनकी योग्यता के अनुसार काम देने की जिम्मेदारी भी संपादकीय नेतृत्व की ही होती है। दरअसल अधिकांश जगहों पर संपादकीय व्यवस्था ध्वस्त हो चुकी है, सवाल उठता है कि क्यों? क्या इसके लिए मीडिया

में चलने वाली होड़ जिम्मेदार है या फिर और भी कारण हैं? इसमें शक नहीं कि टीवी चैनल और पत्र-पत्रिकाएं एक दूसरे से आगे निकलने के लिए खुद को ज्यादा बड़ा राष्ट्रभक्त दिखाने की कोशिशों में जुट जाते हैं। नतीजा यह होता है कि छोटी-छोटी चीजें भी उन्माद की शक्ल ले लेती हैं।

Electronic media जाहिर है लोकप्रियता हासिल करके उसे व्यावसायिक लाभ में तब्दील करने की खतरनाक प्रवृत्ति दिनों-दिन मजबूत होती जा रही है, लेकिन इसका संबंध सिर्फ बाजार से ही नहीं, राजनीति से भी है। मीडिया जब सत्ता के एजेंडे से जुड़ जाता है या उसमें अपना स्वार्थ देखने लगता है तो सत्ताधारियों को खुश करने के लिए तमाम तरह के हठकंडे अपनाना शुरू कर देता है। इस समय यही हो रहा है। ये जगजाहिर तथ्य है कि कॉरपोरेट जगत, सरकार के साथ सदैव ही कदमताल करता रहा है, जो आज कुछ ज्यादा ही तेजी में है। इसलिए यह भी स्वाभाविक है कि उसके नियंत्रण वाला मीडिया भी सत्तापक्ष की राजनीति का समर्थन करे और वह ऐसा कर भी रहा है। इसीलिए मीडिया के कंटेंट में अब बहुसंख्यकवाद हावी हो चुका है।

वह पूरी कटिबद्धता के साथ उदार या भिन्न विचारों का विरोध कर रहा है उग्रता को धड़ल्ले से मंच मुहैया करवा रहा है। सोशल मीडिया का इस तरह बेकाबू हो जाना समझ में आता है। वहाँ कोई गेटकीपर नहीं है, कोई संपादक नहीं है, जो लोगों की टिप्पणियों को सावधानीपूर्वक काटे-छाँटे। वहाँ कोई कुछ भी कहने के लिए स्वतंत्र है। मगर मुख्यधारा का मीडिया क्यों अपनी जिम्मेदारियाँ भूलकर समाज को बेकाबू करने में जुटा हुआ है? और विडम्बना यह कि भारत सरकार का सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय उन टी वी चैनलों को नोटिस थमा रहा है, जो सत्ता की प्रोपेगंडा साझेदारी से बच रहे हैं और समाचारों को कुछ संतुलन, निष्पक्षता एवं कुछ समझदारी से पेश कर रहे हैं।

हाल ही में सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय द्वारा पहले एन डी टी वी को सरकारी सूचनाओं को सार्वजनिक करने के आरोप में फिर ए बी पी न्यूज, एन डी टी वी 24 तथा आजतक को याकूब मेनन की फँसी के बाद उसके पक्ष में उसके वकील एवं अन्य का साक्षात्कार लेने के लिए अदालत की अवमानना का नोटिस दे दिया। क्यों सरकार टी वी चैनलों के प्रसारण का नियमन नहीं करती। वह अन्धविश्वास, अवैज्ञानिकता और उन्माद फैलाने वाले चैनलों पर

14 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में रेडियो एवं टेलीविजन का महत्त्व

कोई कार्यवाई करने की बजाय उन चैनलों पर शिकंजा कस रही है, जो उसके साथ नहीं है। यह सत्ता पक्ष की असहिष्णुता का परिचायक है। वह बदले की भावना से काम कर रही है। वैसे भी अधिकांश चैनल सत्तापक्ष के शुभचिंतकों के पास हो चुके हैं। क्या आज की राजनीति की यही मंतव्य प्रेरित अदृश्य रणनीति है?

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का प्रसारण-सिद्धांत

ध्वनि

ध्वनि ही दृश्य चित्र के निर्माण में सहायक होता है।

घोड़े के चलने की आवाज, बन्दुक से गोली निकलने का आवाज, दरवाजा खुलने और बंद होने का आवाज, दरवाजे को जोर से पीटने का आवाज, ट्रेन का हॉर्न बजने का आवाज आदि।

इन सबका आनंद केवल रेडियो पर ध्वनि द्वारा लिया जा सकता है।

चित्रात्मक

टेलीविजन की वास्तविक प्रक्रिया ध्वनियों और चित्रों का एक साथ संचरण है।

इसके प्रसारण में, चित्रों के साथ, ध्वनि के कलात्मक उपयोग पर विशेष ध्यान दिया जाता है।

संगीत

संगीत मनोरंजन की एक ऐसी विधा है, जिसके माध्यम से केवल मनुष्य ही नहीं बल्कि सांप, हिरण जैसे कई जानवरों को भी मोहित किया जाता है।

संगीत से ही नाटकीयता उभरती है। रोचकता बढ़ती है।

कैमरा

शूटिंग के समय, निर्माता को शूटिंग दृश्यों के अनुक्रम का निर्धारण करना होता है। दूरदर्शन और फिल्म लेखन में तीन (S) का बड़े पैमाने पर उपयोग किया जाता है। यानी शॉट (Shot), सीन (Sean), सीक्वेंस (Sequence)।

वही लेखक दूरदर्शन और सिनेमा में सफल हो सकता है, जो अभिनय (Acting), गायन (Singing), फिल्मांकन (film) और संपादन (Editing) में उसको पूरा ज्ञान हो।

संक्षिप्तता

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया समयबद्ध प्रसारण है। इसलिए थोड़े में बहुत कुछ कह देना इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की विशेषता है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की विशेषताएं

श्रव्य माध्यम व दृश्य माध्यम

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में यानि टेलीविजन में आप कोई भी प्रोग्राम को सुन और देख सकते हैं।

जैसे आप समाचार, फिल्म, नाटक, गीत-संगीत, साक्षात्कार चाहे किसी नेता हो, अभिनेता हो, अभिनेत्री हो, संगीतकार हो, बिजनेस मैन हो, राष्ट्रपति हो, प्रधानमंत्री हो, या किसी और देश के कोई भी राजनेता हो आदि।

ये सभी का इंटरव्यू या साक्षात्कार को आप देख और सुन सकते हैं।

सरल पहुंच

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया अपने दर्शकों और श्रोताओं के साथ सरलता के साथ उनके दिल और दिमाग में अपना अलग स्थान बना लिया है।

कोई भी खबर हो तुरंत अपने दर्शकों के पास बड़ी ही सरल भाषा में खबर को पहुंचा देती है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया कई बार खबर को तो ग्राफिक्स के साथ दर्शकों को समझाने का कोशिश करती है।

सूचना प्रसारण गति

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया रेडियो के बाद एक ऐसा माध्यम है। जो अपने दर्शकों का बखूबी ख्याल रखता है।

जैसे आम जनता के लिए तो समाचार बुलेटिन आती ही है। लेकिन गूंगे और बहरे लोगों के लिए एक इशारे से समाचार को बताने वाली एंकर भी आती है।

16 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में रेडियो एवं टेलीविजन का महत्त्व

आपने कभी ऐसा न्यूज नहीं देखा तो आप दूरदर्शन देख सकते हैं।

अशिक्षितों का साधन

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया अशिक्षितों का साधन बनते जा रहा है। दूरदर्शन पहले से ही शैक्षिक कार्यक्रम चलता है।

आज के समय में आप देखते हैं तो टेलीविजन पर बच्चों के पढ़ाई का पूरा पैक आ रहा है।

एकतरफा संचार

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में आप सिर्फ समाचार और डिबेट देख और सुन सकते हैं। लेकिन उसमें आप अपना विचार नहीं जोड़ सकते हैं।

2

रेडियो का इतिहास

प्राचीन काल से ही मानव ने अपने मनोरंजन के लिये विविध प्रकार के तरीकों को अपनाया। किंतु समय बदलने के साथ ये तरकीबें आविष्कारों में परिवर्तित होने लगीं जिन्होंने लोगों को कई वर्षों तक मनोरंजित किया। रेडियो भी इन्हीं आविष्कारों में से एक है। रेडियो का विकास पहले वायरलेस टेलीग्राफी के रूप में शुरू हुआ। किंतु बाद में इसने अपने इतिहास में प्रसारण को भी शामिल कर लिया। तो जानते हैं कि रेडियो है क्या और इसका आविष्कार कैसे हुआ।

वास्तव में रेडियो वह तकनीक है, जो रेडियो तरंगों का उपयोग करके संकेत या संचार का माध्यम बनती है। रेडियो तरंगें 30 हर्ट्ज (Hertz) और 300 गीगाहर्ट्ज (Gigahertz) के बीच की आवृत्ति की विद्युत चुम्बकीय तरंगें हैं। ये तरंगें तब उत्पन्न होती हैं जब एक इलेक्ट्रॉनिक (Electronic) उपकरण जिसे ट्रांसमीटर (Transmitter) कहा जाता है, को एक एंटीना (Antenna) से जोड़ा जाता है जिससे यह तरंगों को प्रसारित करने लगता है। ये तरंगें दूसरे एंटीना से जुड़े एक रेडियो रिसीवर (Receiver) द्वारा प्राप्त की जाती हैं। रेडियो के आविष्कार की प्रक्रिया और विकास ने बहुत समय लिया जिसे लेकर विविध प्रकार के सिद्धांत भी दिए गये।

रेडियो संचार के आविष्कार के लिये गुग्लीयेल्मो मार्कोनी को श्रेय दिया गया है। किंतु इसका इतिहास इतना ही नहीं बल्कि बहुत विस्तृत है। दरसल इनसे पहले 1860 में स्कॉटिश भौतिक विज्ञानी जेम्स क्लर्क मैक्सवेल ने रेडियो तरंगों के अस्तित्व की भविष्यवाणी की थी। 1888 में हेनरिक रुडोल्फ हर्ट्ज ने एक प्रयोग में चुम्बकीय तरंगों के वायु में संचरण को निर्णायक रूप से सिद्ध कर

मैक्सवेल के विद्युत चुंबकत्व सिद्धांत की पुष्टि की। उन्होंने यह दर्शाया कि विद्युत प्रवाह के तेज बदलावों को रेडियो तरंगों के रूप में अंतरिक्ष में प्रक्षेपित किया जा सकता है। इस बीच कई वैज्ञानिकों ने इस पर शोध किया। तत्पश्चात 1894 में इतालवी आविष्कारक गुग्लीयेल्मो मार्कोनी ने एयरबोर्न हर्ट्जियन (Airborne Hertzian) तरंगों (रेडियो प्रसारण) पर आधारित पहला पूर्ण और व्यावसायिक रूप से सफल वायरलेस टेलीग्राफी सिस्टम बनाया। मार्कोनी ने सैन्य और समुद्री संचार में रेडियो के अनुप्रयोग का प्रदर्शन किया और रेडियो संचार सेवाओं और उपकरणों के विकास और प्रसार के लिए एक कंपनी शुरू की।

सन् 1920 में फ्रैंक कोनराड ने सरकार की अनुमति से पहली बार रेडियो स्टेशन शुरू किया और इसलिये वे रेडियो ब्रोडकास्टिंग (Radio broadcasting) के जनक कहलाये जाने लगे। इसके बाद कई सारे रेडियो स्टेशन की शुरुआत हुई जिनमें से लन्दन का बीबीसी रेडियो ब्रोडकास्टिंग अति विख्यात हुआ। भारत में ऑल इंडिया रेडियो (All India Radio) की स्थापना 1936 में की गयी जिसे 1957 में आकाशवाणी के नाम से पुकारा जाने लगा।

आपके लिये यह जानना बहुत रोचक होगा कि वास्तव में भारतीय भौतिक वैज्ञानिक जगदीश चंद्र बोस ने भी इस आविष्कार में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई। जब हेनरिक हर्ट्ज ने विद्युत चुम्बकीय तरंगों के अस्तित्व की पुष्टि की तब बोस कलकत्ता के प्रेसीडेंसी कॉलेज (Presidency College) में शामिल हुए थे। हेनरिक हर्ट्ज के शोध पर प्रकाशित एक पुस्तक से वे बहुत प्रभावित हुए और उन्होंने रेडियो और सूक्ष्म तरंगों पर अध्ययन करना शुरू किया। यूं तो रेडियो का आविष्कारक मार्कोनी को माना जाता है, किंतु वास्तव में इसका आविष्कार बोस ने किया यह कहना भी गलत नहीं होगा क्योंकि मार्कोनी के प्रदर्शन से पहले ही वर्ष 1885 में बोस ने रेडियो तरंगों द्वारा बेतार संचार का प्रदर्शन किया था। इस प्रदर्शन में जगदीश चंद्र बोस ने दूर से एक घंटी बजाकर बारूद में विस्फोट कराया, जो तरंगों की ताकत का एक नमूना था। जे. सी. बोस ऐसे प्रथम व्यक्ति थे जिन्होंने एक ऐसे यंत्र का निर्माण किया जो सूक्ष्म तरंगों पैदा कर सकता था। उनका यंत्र इतना छोटा था कि उसे एक छोटे बक्से में कहीं भी ले जाया जा सकता था। उन्होंने दुनिया को उस समय एक बिल्कुल नए तरह की रेडियो तरंग दिखाई जो कि ऐसी थी जिसे आज माइक्रोवेव्स या सूक्ष्म तरंग कहा जाता है। उन्होंने एक बेहद संवेदनशील कोहेरर (Coherer—एक ऐसा यंत्र जो रेडियो तरंगों को ज्ञान कराता है) का निर्माण किया जिसे मार्कोनी ने अपने प्रदर्शन में उपयोग किया था। इस प्रकार रेडियो आविष्कार

में उनके द्वारा दिये गये योगदान को भुलाया नहीं जा सकता है। रेडियो की पहुँच अब लगभग सभी जगह हो गयी है। लखनऊ सरकार ने क्षेत्रीय गीतों और मनोरंजन साधन प्रदान करने के लिए एक रेडियो कंपनी के साथ सहयोग किया। यह लखनऊ मेट्रो (Metro) के 8 स्टेशनों पर संगीत, मनोरंजन और सामान्य ज्ञान का प्रसारण करता है। इसने यात्रियों के सफर को एक सुखद अनुभव दिया है। कुछ महीनों पहले रेडियो सिटी (Radio City) ने नोएडा यात्रियों के सफर अनुभव को भी सुखद बनाने के लिये नोएडा मेट्रो रेल कॉरपोरेशन (NMRC- Noida Metro Rail Corporation) के साथ साझेदारी की है।

हालांकि टेलीविजन (Television) और मोबाइल फोन (Mobile Phone) के कारण इनकी लोकप्रियता कम हो गई है, लेकिन आज भी कई लोग रेडियो सुनना पसंद करते हैं क्योंकि यह मोबाइल्स जैसे छोटें उपकरणों पर भी मौजूद है। इन पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रम आज भी श्रोताओं को लुभा रहे हैं।

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 ने किया था इन्होंने दुनिया का पहला रेडियो संदेश इंग्लैंड से अमेरिका भेजा था।

वहीं कैनेडा के वैज्ञानिक रेगिनाल्ड फेसेंडेन 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। आपको बता दें कि न्यूयॉर्क के Haibrij इलाके में ली द फॉरेस्ट (Lee The Forest) के द्वारा साल 1918 में दुनिया के पहले रेडियो स्टेशन की शुरुआत की गई थी, लेकिन बाद में पुलिस ने इसे गैरकानूनी करार देकर, इसको बंद करवा दिया था। इसके बाद नवंबर 1920 में नौ सेना के रेडियो विभाग में काम कर चुके फ्रैंक कोनार्ड (Frank Conard) को कानूनी तौर पर दुनिया में पहली बार रेडियो स्टेशन की शुरुआत करने की इजाजत दे दी गई और इस तरह रेडियो पर लगी रोक को हटा लिया गया।

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।

सौर संचालित रेडियो

ऊर्जा उत्पाद

एक सौर संचालित रेडियो फोटोवोल्टिक पैनलों द्वारा संचालित एक पोर्टेबल रेडियो रिसीवर है। इसका मुख्य रूप से दूरस्थ क्षेत्रों में उपयोग किया जाता है जहां बिजली स्रोतों तक पहुँच सीमित है।

सौर संचालित रेडियो पहले 1950 के दशक में अस्तित्व में आया था। जनरल इलेक्ट्रिक द्वारा विकसित एक प्रयोगात्मक मॉडल, केवल 10 औंस वजन था और बिना प्रकाश और रिचार्जिंग के काम करने में सक्षम था। इसमें सात सौर कोशिकाएं, चार ट्रांजिस्टर और एक छोटी बैटरी शामिल थी। 1954 में, पश्चिमी इलेक्ट्रिक ने अन्य फोटोवोल्टिक प्रौद्योगिकियों सहित वाणिज्यिक लाइसेंस सौर संचालित रेडियो बेचना शुरू किया। 1957 में, न्यू जर्सी के पोहटकांग टाउनशिप के एकोपियन तकनीकी कं, को आम जनता के लिए वाणिज्यिक बिक्री के लिए पहले सौर रेडियो के निर्माण के रूप में रिपोर्ट किया गया था।

लाभ

सौर संचालित रेडियो बैटरी को प्रतिस्थापित करने की आवश्यकता को खत्म करते हैं, जो उन्हें ऑपरेटिंग बनाता है बहुत कम लागत। चूंकि उन्हें प्लग की आवश्यकता नहीं है, इसलिए उन क्षेत्रों में उनका उपयोग किया जा सकता है जहां कोई विद्युत ग्रिड या जनरेटर नहीं है। नतीजतन, दूरदराज के इलाकों में दूरस्थ डिस्पोजेबल आय वाले लोगों के पास समाचार और सूचना के बराबर पहुँच हो सकती है। मानवाधिकारों, महिलाओं के अधिकारों, शिक्षा के महत्त्व (विशेष रूप से लड़कियों के लिए), एचआईवी और एड्स, पशुपालन, कृषि, खाद्य सुरक्षा, सौर संचालित रेडियो के साथ संयुक्त सूचनात्मक रेडियो कार्यक्रम, लोगों के जीवन में सुधार के लिए एक शक्तिशाली उपकरण हो सकता है दूरस्थ क्षेत्र।

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 शुरू किया। इसके बाद साल 1932 में भारत सरकार ने इसकी जिम्मेदारी ले ली और इंडियन ब्रॉडकास्टिंग सर्विस नाम का विभाग शुरू 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 शुरू 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।

वहीं अब रेडियो FM का रूप ले चुका है, और इसमें कई आधुनिक सेवाएं भी चालू की गई हैं। इसलिए यह अभी भी लोगों की जिंदगी का हिस्सा बना हुआ है और एक बड़े संचार के नेटवर्क के रूप में पूरी दुनिया पर फैला हुआ है।

सन 1927 में ही मुंबई के कुछ बड़े बिजनेसमैनो ने भारतीय आकाशवाणी प्रसारण कंपनी की स्थापना करके कोलकाता से रेडियो स्टेशन की शुरुआत की।

22 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में रेडियो एवं टेलीविजन का महत्त्व

सन 1932 पहुँचते-पहुँचते भारत सरकार ने रेडियो प्रसारण और रेडियो स्टेशन को मंजूरी दे दी थी। इसके बाद इंडियन ब्रॉडकास्टिंग सर्विस नाम की एक विभाग का शुरुआत हुई, जिस ने साल 1936 में नाम बदलकर ऑल इंडिया रेडियो (All India Radio AIR) रख दिया गया था।

यह पहली एक ऐसी रेडियो सरकारी सेवा थी जो आम लोगों के लिए एक तोहफा का जैसी थी। ऑल इंडिया रेडियो उस दौरान पूरे भारत पर प्रसारित करने के लिए कई बड़े इलाकों और शहरों पर अपने स्टेशन खोल रहा था। लोगों को ऑल इंडिया रेडियो के माध्यम से पूरे देश में घटित हो रही जानकारी और उन्हें कई तरह की जानकारियाँ रेडियो के माध्यम से उपलब्ध कराई जा रही थी। आप यह कह सकते हैं कि भारत की आजादी में रेडियो ने एक अहम् भूमिका निभाई है।

सन् 1930 में रेडियो का राष्ट्रीयकरण हुआ था। और सन् 1939 में दूसरे विश्व युद्ध के दौरान रेडियो का लाइसेंस रद्द कर दिया गया था। रेडियो ट्रांसमीटर को सरकार के पास जमा करने का निर्देश दिया गया था। 9 अगस्त 1942 को गांधी जी ने Radio Press के माध्यम से “ अंग्रेजों भारत छोड़ो का नारा दिया था”। 27 अगस्त 1942 को नेशनल कांग्रेस रेडियो का प्रसारण Sea View Building से शुरू किया गया। और 1942 में ही सुभाष चंद्र बोस ने “ आजाद हिंद रेडियो” की स्थापना की, जो पहले जर्मनी फिर सिंगापुर और उसके बाद रंगून से भारतीयों के लिए समाचार प्रसारित करता था।

सुभाष चंद्र बोस ने भारतीयों को रेडियो के माध्यम से नवंबर 1945 में यह नारा दिया था, “तुम मुझे खून दो मैं तुम्हें आजादी दूंगा”। इससे तो आपको यह साफ साफ पता लग गया होगा कि किस तरह रेडियो ने हमारे आजादी के लिए आम योगदान दिया है।

रेडियो की लोकप्रियता

इतिहास की किताब में बताया जाता है कि रेडियो का आविष्कार जी. मार्कोनी ने किया था, लेकिन यह सरासर गलत है। अंग्रेज काल में मार्कोनी को भारतीय वैज्ञानिक जगदीश चंद्र बसु के लाल डायरी के नोट मिले जिसके आधार पर उन्होंने रेडियो का आविष्कार किया। मार्कोनी को 1909 में वायरलेस टेलीग्राफी के लिए नोबेल पुरस्कार मिला। लेकिन संचार के लिए रेडियो तरंगों का पहला सार्वजनिक प्रदर्शन मिलीमीटर तरंगों और क्रैस्कोग्राफ सिद्धांत के

खोजकर्ता जगदीश चंद्र बसु ने 1895 में किया था। इसके दो साल बाद ही मार्कोनी ने प्रदर्शन किया और सारा श्रेय वे ले गए। क्योंकि भारत उस समय एक गुलाम देश था इसलिए जगदीश चंद्र बसु को ज्यादा महत्त्व नहीं दिया गया। दूसरी ओर वे अपने आविष्कार का एकस्व कराने में असफल रहे जिसके चलते मार्कोनी को रेडियो का आविष्कारक माना गया। संचार की दुनिया में रेडियो का आविष्कार सबसे बड़ी सफलता है। आज इसके आविष्कार के बाद ही संगणक और मोबाइल क्रांति संभव हो पाई है। पर क्या आप जानते हैं कि रेडियो स्टेशन पर बैठे रेडियो जॉकी की आवाज या फिर गाने हम तक कैसे पहुँचते हैं? दरअसल जब रेडियो जॉकी रेडियो स्टेशन पर माइक्रोफोन पर बोलता है तब माइक्रोफोन उसकी आवाज को इलेक्ट्रिकल सिग्नल में बदल देता है, लेकिन यह सिग्नल काफी कमजोर होता है और ज्यादा लंबी दूरी तय नहीं कर सकता इसलिए इसे ट्रांसमीटर में भेजा जाता है।

ट्रांसमीटर इस सिग्नल को कुछ स्ट्रांग सिग्नल्स के साथ मिला देता है। यह स्ट्रांग सिग्नल्स कैरियर वेव्स होती हैं।

अब इन मिली हुई वेव्स को एक खास एंटीना की मदद से प्रकाश की गति से बाहर भेजा जाता है और जब ये वेव्स आपके रेडियो के एंटीना तक पहुँचते हैं तब एंटीना उन्हें कैच कर रेडियो के एम्प्लीफायर तक पहुँचाता है और एम्प्लीफायर इसे और स्ट्रांग कर स्पीकर तक पहुँचाती है। सिग्नल्स पाकर स्पीकर वाइब्रेट होता है।

आपके कान इन वाइब्रेशन को कैच करते हैं और आपका ब्रेन इन्हें रेडियो जॉकी की आवाज में ट्रांसलेट कर देता है, इस तरह आप रेडियो स्टेशन पर बैठे रेडियो जॉकी की आवाज सुन पाते हैं और आपको लगता है जैसे वह आपसे रूबरू बात कर रहा है।

आज कल रेडियो से हमें कई लाभ हो सकती हैं। जैसे हाल में ही देश के दूरदराज के क्षेत्रों में लोगों से सम्पर्क साधने के प्रयास के तहत प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी जी ने पहली बार रेडियो के माध्यम से लोगों को संबोधित किया। रेडियो के जरिये समय-समय पर लोगों से सम्पर्क करने का वादा करते हुए मोदी जी ने नागरिकों से सुझाव मांगे। साथ ही उन्होंने बताया कि उन्हें काफी संख्या में सुझाव मिल रहे हैं। इसके अलावा रेडियो पर तरह-तरह के संगीत तथा देश विदेश की खबरें भी सुनी जा सकती हैं। आज कल हर गाड़ी, मोबाइल फोन तथा दूरदर्शन में रेडियो सुविधा उपलब्ध है।

भारत में रेडियो के बढ़ते कदम

जन संपर्क के माध्यम से रेडियो का महत्वपूर्ण 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। सन् 1900 में मारकोनी ने इंग्लैण्ड से अमेरिका बेतार संदेश भेजकर व्यक्तिगत रेडियो संदेश की शुरुआत की। इसके बाद कनाडा के वैज्ञानिक रेगिनाल्ड 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 कॉलखण्ड 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 कैपस 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।

3

रेडियो 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।

ध्वनि अभिलेखागा

रेडियो प्रसारण को बढ़ाने के लिए एक ध्वनि अभिलेखागार (साउण्ड आर्काइव्ज) 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 महत्त्वपूर्ण 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 लेखन

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।

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 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 हैं। 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 रोमेंटिक 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 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।

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 पैंसठ 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 पक्तियाँ 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 लेखन के स्वरूप

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।

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 महत्त्वपूर्ण 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।

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 श्रोताओं की टिप्पणी या विचार जानने का सबसे अच्छा तरीका पत्रोत्तर कार्यक्रम होता है। इसमें श्रोताओं 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।

उदघोषणा 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। उदघोषणा से श्रोताओं 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 का महत्त्व

आधुनिक प्रगतिशील दौर में नित नए-नए आविष्कार और खोज हो रही हैं। मानवीय आविष्कार प्रकृति के रहस्यों से निरंतर पर्दा हटा रहे हैं। मानव सभ्यता को इस दौर में पहुँचाने का सबसे बड़ा श्रेय जाता है, संचार माध्यमों को। कह सकते हैं कि बिना संचार के यह संभव नहीं था। संचार के माध्यम से ही मानव ने देश-विदेश के विचारों, सभ्यताओं और संस्कृतियों को जाना, उन पर शोध किया और अमल में लाने हेतु प्रयास किए। इस दृष्टिकोण से देखा जाए तो यह कहना बिल्कुल भी गलत नहीं होगा कि संचार के माध्यम पृथ्वी के सबसे बड़े अविष्कारों में आते हैं।

प्राचीन समय से अब तक की बात करें तो संचार का सबसे तेज और सटीक माध्यम है रेडियो। रेडियो की शुरुआत बीसवीं शताब्दी के प्रारंभ से हुई। तब से लेकर आज तक रेडियो की अपनी अलग ही पहचान रही है। जन-जन तक पहुँच बनाने में सफल रेडियो का धीरे-धीरे निरंतर विकास होता गया। 1936 में भारत में सरकारी 'इंपीरियल रेडियो ऑफ इंडिया' की शुरुआत हुई जो आजादी

के बाद 'ऑल इंडिया रेडियो' या आकाशवाणी बन गया। आजादी की लड़ाई में रेडियो का महत्वपूर्ण योगदान रहा है। 24 अगस्त 1942 को नेशनल कांग्रेस स्टूडियो का प्रसारण शुरू किया गया। जिससे देश के कोने-कोने में जनता तक खबरों को पहुँचाने और जन आंदोलन जागृत करने का बहुत बड़ा श्रेय रेडियो को जाता है। रेडियो के इतिहास में एक महत्वपूर्ण दिन और दर्ज हुआ जब नेताजी सुभाष चंद्र बोस ने रेडियो जर्मनी से नवंबर 1941 को भारतीयों के नाम संदेश दिया था, 'तुम मुझे खून दो, मैं तुम्हें आजादी दूंगा'।

प्राचीन समय से आज तक रेडियो का प्रयोग खबरों को सुनने के लिए किया जाता रहा है। मनोरंजन से संबंधित कार्यक्रम भी इस पर प्रसारित होते रहे हैं, लेकिन मुख्यतः रेडियो को हमेशा खबरों के माध्यम के रूप में सबसे पहले देखा जाता है। इसका मुख्य कारण है कि इसकी पहुँच बहुत अधिक है। वर्तमान आंकड़ों की बात करें तो 99.1 फीसदी भारतीयों तक रेडियो की पहुँच है।

अब जानने और समझने वाली बात यह है कि आज खबरों तक पहुँचने के लिए हमारे पास इंटरनेट, मोबाइल, टेलीविजन जैसे साधन हैं, जो बहुत तेज और आसानी से उपलब्ध हैं। तो क्या ऐसे समय में रेडियो आज भी लोगों के बीच अपनी पहचान रखता है, खबरें जानने के लिए आज भी रेडियो का इस्तेमाल किया जाता है या नहीं। यह जानने के लिए हमने अपने स्तर पर लोगों से बात की और जांच पड़ताल करने की कोशिश की।

लोगों से बात करने में बहुत ही दिलचस्प बातें सामने आईं, जिसमें से एक है कि रेडियो सबसे अधिक कारों और ऑटो रिक्शाओं में सुना जाता है। उसमें से कुछ कार और ऑटो ड्राइवरों ने बताया कि वह रेडियो में खबरों को सुनते हैं जबकि कुछ कार और ऑटो ड्राइवरों का कहना था कि उनको पता ही नहीं कि रेडियो में खबरें भी आती हैं। फिर हमने अपनी जांच को आगे बढ़ाते हुए कुछ परिवारों में बात की तो सामने आया कि 50 से 75-80 वर्ष की उम्र के शिक्षित वर्ग के लोग आज भी रेडियो पर खबरों को सुनना पसंद करते हैं। इसकी वजह शायद उनका बहुत पुराने समय से रेडियो के प्रति जुड़ाव रहा हो। परिवार में बच्चे जो यूपीएससी या इस तरह की अन्य प्रतियोगी परीक्षाओं की तैयारी करते हैं वह 'ऑल इंडिया रेडियो' पर खबरें सुनते हैं। आगे हमने रुख किया ऐसी जगहों का, जहां भारत की राजनीति असल में निवास करती है। नुक्कड़, चाय की दुकान, सैलून और पान की दुकान। यहां पहुँच कर पता लगा कि छोटे शहरों और गांवों में इन जगहों पर आज भी रेडियो पर खबरों का बोलबाला है। आज भी सुबह

सुबह लोग रेडियो को चारों ओर से घेर कर इन जगहों पर खबरें सुनते हैं। वही बड़े शहरों की बात करें तो चाय विक्रेताओं का कहना था कि वह सिर्फ वही चलाते हैं, जो ग्राहक पसंद करते हैं। ग्राहक रेडियो पर एफएम में गाने सुनना पसंद करते हैं और अगर वह ग्राहकों की पसंद के उलट खबरें चलाएंगे तो उनके स्टॉल पर ग्राहक नहीं आएंगे।

अलग-अलग उम्र, शिक्षित वर्ग, छात्रों और विभिन्न तबकों के लोगों से बात करने पर पता लगा कि रेडियो पर खबरों को सुनना आज भी पसंद किया जाता है। रेडियो के सुनने के माध्यम में भले ही बदलाव आ गया हो जैसे मोबाइल पर रेडियो का फीचर होना या इंटरनेट पर भी रेडियो की उपलब्धता, लेकिन खबरों के माध्यम में आज भी रेडियो का भरपूर बोलबाला है। हां कह सकते हैं कि विभिन्न उपकरणों की मौजूदगी ने इसका प्रभुत्व कम किया है परंतु यह आज भी लोगों की पसंद बना हुआ है।

रेडियो की महत्त्वपूर्णता इसलिए भी अधिक है कि दूर-दराज इलाकों में जहां आज भी संसाधनों की पहुँच नहीं है वहां भी रेडियो उपलब्ध है। जन सामान्य तक सबसे अधिक पहुँच होने के कारण ही सरकार ने रेडियो पर खबरों के प्रसारण का अधिकार सिर्फ अपने हाथों में रखा है। रेडियो की पहुँच को देखकर ही प्रधानमंत्री मोदी ने 'मन की बात' नामक संवाद के लिए रेडियो को माध्यम बनाया।

4

रेडियो प्रसारण में भाषा का महत्त्व

सन् 1927 तक भारत में भी ढेरों रेडियो क्लबों की स्थापना हो चुकी थी। 1936 में भारत में सरकारी 'इम्पीरियल 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 शुरू 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।

पहला प्रसारण

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 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 महत्त्वपूर्ण 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 उद्घोषणा 'यह आकाशवाणी है' भी लिखी होती है। चाहे कार्यक्रम विवरण हों, 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 की भाषा का अर्थ है श्रव्य माध्यम की भाषा यानि ऐसी भाषा जो रेडियो कि दृश्यहीनता कि छतिपूर्ति कर सके। रेडियो की भाषा में श्रोता के मस्तिष्क में 'दृश्य प्रभाव' उत्पन्न करने कि क्षमता 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 भाखड़ा बांद 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 है कि भाखड़ा बांध कि ऊंचाई 'एक के उपर एक रखे तीन कुतुब मीनारों 'जितनी है या कि भाखड़ा बांध की ऊंचाई इतनी है जितनी 125 लोगों के एक के उपर एक खड़े होने से बनेगी तो हमें भाखड़ा बांध की 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, द्वंद्वात्मक, गवेषणात्मक, अनुषांगिक, 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 बचाना 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 विद्वान, 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 भाषाएँ 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 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-पत्रिकाओं की तरह श्रोता रेडियो 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 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 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 है-

1. सहजबोध

कोई भी भाषा सहज, सरल और सूक्ष्म होने से श्रोता के लिए बोधगम्य ही नहीं होती 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 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 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, 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 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, उपयुक्त, पूर्वोक्त, क्रमशः, यथा आदि।
10. रेडियो में चूँकि समय सीमित होता है इसलिए समय की सीमा में रहते हुए महत्त्वपूर्ण 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 सावधानियां

1. रेडियो का भाषा में ऐसे शब्दों का प्रयोग नहीं होना चाहिए जिससे देश की अखंडता, एकता और समाजिक प्रवृत्ति धूमिल हो।
2. ऐसी टिप्पणियां नहीं करेगा 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 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 की जाएगी।
8. रेडियो अपने भाषा में कोई ऐसे 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, पूजनीय जैसे शब्दों का इस्तेमाल भी बहुत सोच समझ 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 संदिग्ध 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 की अनौपचारिकता होती है और कई बार हम वाक्य संरचना और व्याकरण सम्बन्धी नियमों का पालन नहीं करते। इस प्रकार की 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 घर में कोई मेहमान आता है तो आपके बोलने का लहजा बिल्कुल 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 की 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 पता है। रेडियो '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 कि 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 जाँकी 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 शालीनता 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?

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 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।

रेडियो के कार्यक्रमों में भाषा मंजिल नहीं है बल्कि एक रास्ता है का उद्देश्य 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।

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 महत्त्वपूर्ण 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 महत्त्वपूर्ण 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।

रेडियो समाचार की प्रकृति

रेडियो समाचार मूल तत्त्व को प्रभावी बनाती है। रेडियो के लिए समाचार लिखते समय सर्वप्रथम शीर्ष पंक्तिया देकर मुख्य विवरण और फिर संवाद का वर्णन किया जाता है। अल्प महत्त्व एवं साधारण विवरण हेतु रेडियो में समय प्रदान करने का प्रावधान नहीं है। समाचार-पत्रों में मुख्य विवरण को इंद्रो के रूप में प्रस्तुत किया जाता है, उसके बाद विस्तृत विवरण तथा अन्य कम महत्त्व को विवरण समाचार की गुणवत्ता, उसका मूल्यांकन तथा स्थान की उपलब्धता को देखते हुए दिया जाता है।

एक अच्छे रेडियो संवाददाता से यह अपेक्षा की जाती है कि वह समाचारों, संबंधित तथ्यों व आँकड़ों की शुष्टता, सत्यता तथा विश्वसनीयता के प्रति स्वयं आश्वस्त हो लें। उसके बाद ही समाचार को सतर्कतापूर्वक प्रेषित करना चाहिए, क्योंकि कोई भी छोटी सी भूल एक ओर जहाँ संवाददाता की बनी-बनाई प्रतिष्ठा को बट्टा लगा सकती है, वहीं दूसरी ओर इस तरह की खामियों से रेडियो प्रतिष्ठान की छवि प्रभावित होने का खतरा भी बना रहता है। यहाँ यह भी ध्यान रखना आवश्यक है कि समाचार-पत्र दिन में एक बार प्रकाशित होता है, परंतु रेडियो द्वारा समाचार प्रायः आधा या एक घंटे की अवधि के उपरांत क्रमशः प्रसारित होते रहते हैं। इस सबके चलते यह भी ध्यान रखना पड़ता है कि किसी घटना विशेष अथवा विषिष्ट आयोजन से संबंधित दी जानेवाली जानकारियों में त्वरित नवीनता बनी रहे। इसके लिए संवाददाताओं से भी यह अपेक्षा की जाती है कि वे किसी भी मामले की निरंतर ताजा व नवीन जानकारियों से रेडियो स्टेपन को सूचित कराते रहें।

विपरीत परिस्थितियों एवं प्रतिकूल समय में कार्य करते हुए भी एक अच्छे रेडियो संवाददाता को किसी भी तरह की गलती करने की छूट नहीं होती। तत्काल वास्तविक समाचार प्रेषित करना निरंतर अभ्यास से संभव हो पाता है। एक रेडियो संवाददाता समाचार लिखने के तुरंत बाद बुलेटिन प्रसारित होने वाले स्थान अथवा न्यूज-रूम तक उसे बिना किसी विलंब के प्रेषित करता है। वहाँ क्रम व महत्त्व के अनुसार समाचार को चयनित करके संबंधित बुलेटिन में शामिल किया जाता है।

तथ्यों की सत्यता एवं विवरण की विश्वसनीयता को परखने के लिए अन्य माध्यमों के संवाददाता की भांति रेडियो संवाददाता को भी विभिन्न स्रोतों पर निर्भर रहना पड़ता है। इसका एक आसान उपाय यह भी है कि संवाददाता को जब किसी घटना की जानकारी अथवा विवरण का पता चलता है तो उसे उसकी सत्यता को परखे बिना रिपोर्ट नहीं करना चाहिए। इसको जांचने का एक तरीका यह भी है कि अन्य संबंधित स्रोतों से पूछताछ कर लिया जाए। इस सबका एक ही प्रयोजन है कि श्रोताओं को मिलने वाले समाचार पूर्णतः सत्य एवं सही हों। एक रेडियो संवाददाता को अपने समाचार में स्रोत का उल्लेख करना उपयोगी रहता है। मसलन किसी दुर्घटना के समाचार में वह लिख सकता है कि 'आगरा के वरिष्ठ पुलिस अधीक्षक के अनुसार इस बस दुर्घटना में 10 लोगों की मृत्यु हो गई, जबकि 25 के करीब घायल हुए हैं।' यही नहीं, तथ्यात्मक विवरण में संबंधित जिम्मेदार अधिकारी अथवा व्यक्ति के नाम का उल्लेख करना उचित रहता है। जैसे- 'भारतीय जनता पार्टी के प्रवक्ता के अनुसार उनकी पार्टी कांग्रेस सरकार की वित्तीय नीतियों का खुलकर विरोध करेगी।

रेडियो संवाददाता को 'अपुष्ट सूत्रों के अनुसार' अथवा 'समझा जाता है' या 'ऐसा होना चाहिए' आदि 'शब्दों से पूर्णतः बचना चाहिए। इस तरह के का चलन प्रिंट माध्यमों में तो एक हद तक हो सकता है, परंतु रेडियो के लिए ये सर्वथा त्याज्य है। रेडियो संवाददाता को एक सूत्र पर हमेशा अमल करना चाहिए कि वह अपने समाचार में अधिकाधिक प्रामाणिक व विश्वसनीय तथ्य किस भांति प्रस्तुत कर सकता है।

एक रेडियो संवाददाता को 'डेड लाइन' का सदैव ध्यान रखना ध्यान रखना पड़ता है। डेड लाइन से मतलब है कि समाचार भेजे जाने का अधिकतम अंतिम समय। उदाहरणार्थ, यदि एक संवाददाता को शाम को आठ बजे प्रसारित होने वाले न्यूज बुलेटिन में अपने भेजे गए समाचार को 'शामिल करवाना है तो

उसे संबंधित समाचार संपादक की कार्य-शैली व सीमाओं को देखते हुए समय से काफी पहले ही समाचार भेजने की प्रक्रिया को अंजाम देना चाहिए। डेस्क पर काम करने वाले संपादकीय सहयोगियों को समय से पूर्व मिले समाचारों में उसकी जरूरत के मुताबिक काट-छांट करने अथवा उसमें पर्याप्त संशोधन-संपादन करने का अवसर मिल जाता है।

इससे समाचार की प्रामाणिकता भी पुष्ट होती है और माध्यम की विश्वसनीयता भी बनी रहती है। यही नहीं, गुणवत्ता के अनुरूप समाचार की जाँच पड़ताल के लिए भी पर्याप्त समय मिल जाता है। रेडियो संवाददाता को अंतिम परिणाम आने तक समाचार को नहीं रोकना चाहिए।

आल इंडिया रेडियो प्रसारण कोड

कोई भी प्रसारण निरपेक्ष स्वतंत्रता में काम नहीं कर सकता। उसे स्वतंत्रता के प्रयोग में कुछ सावधानियाँ बरतनी पड़ती हैं ताकि दूसरों की स्वतंत्रता का हनन न हो। आकाशवाणी प्रसारण के लिए कुछ निश्चित सीमाओं का निर्धारण किया गया है। जिसे एआईआर कोड के नाम से जाना जाता है। किसी भी प्रसारण में निम्न बातों की अनुमति नहीं दी जाती है-

1. किसी भी मित्र देश की आलोचना,
2. किसी धर्म या समुदाय पर आक्षेप,
3. अश्लील एवं अपमानजनक बातें,
4. शांति व्यवस्था को भंग या हिंसा को प्रेरित करने वाली बातें,
5. न्यायालय के लिए अनादर सूचक बातें,
6. राष्ट्रपति, न्यायालय या राज्यपाल की प्रतिष्ठा पर विपरीत प्रभाव डालने वाली बातें।
7. किसी राजनीतिक दल या पार्टी पर आक्षेप,
8. केन्द्र तथा राज्यों की अनुचित आलोचना,
9. संविधान या जाति विषेय का अनादर।

रेडियो कार्यक्रम के प्रकार

आकाशवाणी पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों को तीन श्रेणियों में विभक्त किया जाता है।

1. समाचार,

2. संगीत,

3. उच्चरित शब्द समाचार समाचार प्रसारण का कार्य अभी तक एकमात्र आकाशवाणी द्वारा किया जाता है। अलग-अलग अवधि के बुलेटिन नियमित अन्तराल पर 24 घण्टे लगातार प्रसारित किए जाते हैं। आकाशवाणी के प्रसारण में संगीत कार्यक्रमों का प्रमुख स्थान हो। अन्य कई नये साधनों के आने के बावजूद संगीत के लिए शहरों तथा दूर-दराज के क्षेत्रों में रेडियो के प्रसारण सुने जाते हैं। आकाशवाणी द्वारा शास्त्रीय, सुगम, लोक-संगीत भक्ति संगीत तथा देशभक्ति गीत आदि का नियमित प्रसारण किया जाता है।

उच्चरित शब्द (स्पोकन वर्ड) के अन्तर्गत वार्ताएं, परिचर्चा, साक्षात्कार, कविता, कहानी, नाटक, रूपक आदि आते हैं। आकाशवाणी से महत्त्वपूर्ण अन्तर्राष्ट्रीय एवं राष्ट्रीय स्पर्धाओं का आँखों देखा हाल प्रसारित किया जाता है।

5

भारतीय रेडियो नाटक का विकास

किसी भी भाषा के रेडियो नाटक का अध्ययन करने से पूर्व यह आवश्यक है कि रेडियो नाटक के सम्बन्ध में व्याप्त कुछ एक आरोपों तथा भ्रान्तियों का निराकरण किया जाए। एतद् विषयक सबसे प्रमुख आरोप है कि दृश्य तथा मंच के अभाव में रेडियो से प्रसारित नाटक किस आधार पर कहा जाए ? डॉ. चन्द्रशेखर को इस विधा के साथ नाटक जोड़ना ही मान्य नहीं। वे इसके लिए किसी ऐसे अभिधान का पूर्ण समर्थन नहीं करते जिसमें शब्द का संयोजन हो।

भारतीय काव्य—शास्त्र के अनुसार नाटक, रूपक के दस प्रकारों में प्रमुख है। नाट्य-गत चरित्रों का नटों द्वारा आरोप करने के कारण इसे रूपक कहा जाता है और अवस्था के अनुकरण को नाटक कहते हैं। अतः नटों अथवा अभिनेताओं द्वारा नाट्यगत चरित्रों को स्वयं पर आरोपित कर नाट्यगत अवस्थाओं का अनुकरण नाटक कहलाता है।

काव्य—शास्त्रियों ने काव्य को दो श्रेणियों में रखा है। (क) श्रव्य काव्य (ख) प्रेक्ष्य (दृश्य) काव्य। रूपक अथवा नाटक दृश्य काव्य के अन्तर्गत आता है। प्राचीन समय में वैज्ञानिक आविष्कारों को आधुनिक सुविधाओं के अभाव में नाटक मंच तथा अभिनय (आंगिक, वाचिक, आहार्य, सात्विक) के सन्दर्भों में रूढ़ सा होता गया। वैज्ञानिक प्रगति के साथ अभिव्यक्ति एवं प्रस्तुतीकरण के माध्यम बदलने से साहित्य के रूपों में विविधता आती गई, विशेषतया नाटक की शिल्प रचना में। परिणामस्वरूप नये नाट्य रूप रेडियो नाटक ने जन्म लिया। शिल्प वैविध्य के कारण नाटक के बाह्य स्वरूप में भले ही कुछ परिवर्तन हुआ हो किन्तु आन्तरिक स्वरूप अपरिवर्तित ही रहा। क्योंकि रंगमंच में भी विश्व का

उद्भव शब्दों के बीच से होता है और दृश्य अपने में रंगमंच का अनिवार्य तत्त्व होते हुए भी अपने में स्वतंत्र नहीं। वह एक परिणति है—शब्द की ओर व्यापक अर्थ में शब्द का अर्थ शब्द और ध्वनि दोनों हैं। रेडियो नाटक का मूल आधार ही शब्द और ध्वनि है। जिसके माध्यम से बिम्बों को श्रोता तक सम्प्रेक्षित किया जाता है।

अतः मात्र दृश्यात्मकता के आधार पर नाट्य साहित्य को रंगमंचीय नाटक तक ही सीमित करना उचित नहीं हो सकता क्योंकि नाटक का दृश्य तत्त्व मात्र रंग विधान आदि साहित्येतर उपकरणों से सम्बन्धित नहीं होता, बल्कि नाटक की रचना, कार्यव्यापार, संवाद भाषा आदि सभी के संयोजन की आन्विति में ऐसी क्षमता होती है, जो पूरी नाट्यकृति को दर्शकों (श्रोताओं) के सम्मुख दृश्य रूप में प्रस्तुत होती है। अतः रेडियो से प्रसारित नाटकों को मात्र दृश्य के अभाव में नाटक न कहना समीचीन नहीं।

एक और भ्रान्ति जो रेडियो-नाटक से जुड़ी है, वह है एकांकी स्वीकारना। हिन्दी के प्रकाशित नाट्य-साहित्य में एकांकी नाटक और रेडियो नाटक का स्पष्ट विभेद नहीं किया गया। यह भ्रान्ति यदि साधारण श्रोताओं तथा पाठकों तक ही सीमित रहती तो स्वीकार्य हो सकता था, किन्तु यह हमारे अनेक साहित्यकारों और समालोचकों तक परिव्याप्त है। डॉ . त्रिगुणायत ने तो एकांकियों के तीन भेद-प्रकारों में रेडियो रूपक को भी सम्मिलित कर लिया है।

एकांकी नाटक वह है जिसमें एक ही अंक में पूरी कथा समा जाती है। किन्तु रेडियो नाटकों में एकांकी की इस मूल सरचनात्मक विशिष्टता का अभाव रहता है। वैसे रेडियो नाटक एक अंक का हो भी सकता है और नहीं भी। रेडियो नाटक के दृश्यों पर छोटा-बड़ा होने का कोई बन्धन नहीं होता। दो पंक्तियों का भी दृश्य हो सकता है। दो सौ पंक्तियों का भी। संक्षेप में रेडियो नाटक प्राचीन नाटकीय शैली में भिन्न अभिनय नाट्य विधा है जिस पर कोई शास्त्रीय नियम लागू नहीं होता।

रेडियो नाटक

विचार से विचार टकराने को साहित्यिक अखाड़े का संघर्ष करते हैं। यह संघर्ष कहानी का रूप लेता है और उपन्यास, नाटक आदि का भी। पर ये सब साहित्य की विधाएं हैं। इन सबका अपना-अपना परिवेश समाज व्याकरण व तकनीक है। सबके पाठक, श्रोता एवं दर्शक अलग-अलग हैं। इन सबकी चर्चा

करना इस शोध का उद्देश्य नहीं है, यहाँ केवल नाटक की ही चर्चा होगी जिसका मंथन किया जाता है, और वाचन भी। साहित्य की इस विधा में एक से अधिक नायक-नायिका होते हैं।

रेडियो श्रव्य माध्यम है। साहित्य की यह विधा जब रेडियो पर सुनी जाती है तो इस पर रेडियो नाटक की मोहर लग जाती है यानी इसे रेडियो नाटक कहने लगते हैं। रेडियो नाटक को अंधेरे का नाटक भी कहा जाता है। क्योंकि इसका मंचन अदृश्य होता है या यह भी कहा जा सकता है कि इसे देखा नहीं जा सकता सिर्फ सुना ही जा सकता है। भाषा, संवाद, नैरेशन ध्वनि एवं संगीत नाटक के उपकरण होते हैं। और कथानक, पात्र, दृश्य संवाद एवं उद्देश्य नाटक के प्रमुख बिन्दु।

नाटककार में संवेदनशीलता बहुत जरूरी है। अध्ययन एवं अनुभव जितना अधिक होगा उतनी ही उसकी प्रतिक्रिया शक्ति अच्छी होगी। विचारों का विपुल भंडार होगा। संवादों में रोचकता होगी। संवाद धरातल से उठकर श्रोता एवं दर्शकों की जुबां पर पहुँचेंगे। नाटककार का कद बढ़ेगा। नाटककार अपने परिवेश के पात्रों से नाटक से सूत्र प्राप्त कर सकता है और कहानियों से भी। अध्ययन और अनुभव भी नाटक के स्रोत बन सकते हैं। पूरे नाटक के लिए नाटककार को समस्याओं से जूझना पड़ता है। कथानक पात्र, संवाद आदि से कृति को अमली जामा पहनना पड़ता है। पर नाटककार का जीवन संघर्षपूर्ण नाटक नहीं बन सकता। रोचकता के लिए उसमें सम्पादन बहुत जरूरी है।

रेडियो नाटक का अर्थ एवम् स्वरूप

रेडियो द्वारा प्रसारणार्थ जो नाटक लिखे जाते हैं। उन्हें रेडियो नाटक कहते हैं। आज रेडियो नाटक की विधा स्वतन्त्र रूप में प्रतिष्ठित हो गई है। रेडियो नाटक ध्वनि और शब्दों का नाटकीय सामंजस्य है। ये संश्लिष्ट शब्द चित्र है, जो संवाद, ध्वनि प्रभाव, संगीत और मौन के सहयोग से इस प्रकार चित्रित होता है कि वह श्रोता के मानस पटल पर स्पष्ट चित्र की सृष्टि कर सके। रेडियो नाटकों में श्रोता के मानस पटल पर स्पष्ट चित्र की सृष्टि कर सके। रेडियो नाटकों में श्रोता का सहज सम्बन्ध पात्रों के अन्तर्मन से हो जाता है।

ध्वनि विस्तारक यन्त्र की सहायता से कुछ शब्द, कुछ ध्वनियां श्रोता के मस्तिष्क से टकराती है और बिम्ब निर्मित करती है। बिम्ब अपनी शक्ति के अनुसार इन्द्रियों को झंकृत करते हैं और उन्हें संवेदनशील बनाते हैं। तब कल्पना

जागृत हो उठती है और नाटक के सारे पात्र मनोजगत् के सामने आकर श्रोताओं को अभिभूत कर देते हैं और श्रोता उनकी भावनाओं में आकंठ डूब जाता है। उनकी पीड़ा में उसकी आंखें आर्द्र हो उठती हैं। उनके सुख में सुखी होता है और उनके संघर्ष में तनावग्रस्त हो उठता है। इस संदर्भ में डोनाल्ड मैकहवाइनों का कथन है—इसने रूप, वर्णन, संवेग एवं विचार की ऐसी सृष्टि सम्भव कर दी है जो देश एवं क्षमता को नियंत्रक सीमाओं में नहीं बन्धी है। ध्वनि रेडियो ने अपनी प्रकृति से ही लेखक को उसकी कल्पना के सदृश ही विस्तृत क्षितिज प्रदान किया है। व्यावहारिक दृष्टि से इसमें दृश्य योजना, प्रकाश आदि की भौतिक समस्याएं नहीं हैं। सौन्दर्यपरक दृष्टि, इसके आयाम असीम एवम् अवश्य है।

रेडियो श्रव्य माध्यम है अतः रेडियो नाटक भी श्रव्य होते हैं। उनमें ध्वनि की प्रधानता होती है। डॉ. रामकुमार वर्मा रेडियो नाटक को ध्वनि नाटक कहते हैं। रेडियो नाटक को अन्धे का सिनेमा भी कहा जाता है मात्र सुनकर ही दृश्य सुख की अनुभूति होती है—श्रोता कान को ही आंख बना लेते हैं और नाटक का रसास्वादन करते हैं।

रेडियो नाटक का श्रोता नाटक सुनकर ही मानस पटल पर अनेक दृश्यों की परिकल्पना कर लेता है। पात्रों के सुख दुख में सहभागी बन जाता है। भावविभोर हो जाता है, और दृश्य सुख की अनुभूति कर लेता है।

रेडियो नाटक शब्द ध्वनि और संगीत का समन्वित रूप है। रेडियो नाटक में ध्वनि तीन रूपों में प्रयुक्त होती है पहला उच्चरित शब्द अथवा भाषा दूसरा ध्वनि प्रभाव, तीसरा संगीत। अतः हम कह सकते हैं कि पात्रों के कार्यव्यापारों, ध्वनिप्रभावों, संवादों, संगीत को कथा के सूत्र में पिरोकर रेडियो पर प्रस्तुतीकरण की क्रिया ही रेडियो नाटक है।

रेडियो नाटक ने एक लम्बी यात्रा की है और आज यह एक स्वतन्त्र विधा के रूप में प्रतिष्ठित है। जब आकाशवाणी पर मनोरंजनार्थ नाटकों का प्रसारण हुआ था तो साहित्य के प्रख्यात नाटककारों की कृतियों को प्रस्तुतकर्ता रेडियो तकनीकियों द्वारा संचार कर आकाशवाणी पर प्रस्तुत किया करते थे। हिन्दी तथा अन्य भाषाओं की साहित्यिक कृतियों का नाट्य रूपान्तर कर आकाशवाणी से प्रसारण किया जाता था। रेडियो के लोकप्रिय माध्यम द्वारा इनका प्रस्तुतीकरण श्रोताओं के आकर्षण का केन्द्र बिन्दु बना। कालान्तर में नाटककारों ने रेडियो नाटक की तकनीकियों को अपनाकर रेडियो के प्रसारणार्थ स्वतन्त्र रूप से नाट्य

लेखन प्रारम्भ किया और आज यह विधा अपने चरमोत्कर्ष पर है। रेडियो नाटककारों का पृथक अस्तित्व है।

स्तरीय नाटकों का लेखन हो रहा है। ये नाटक प्रत्यक्ष रूप से श्रव्य है परोक्ष रूप से दृश्य-श्रव्य होते हुए भी इनमें दृश्य का सा आनन्द लिया जा सकता है श्रोता नाटक के पात्रों की भावनाओं को, नाटक के किरदारों को जैसे आत्मसात् कर लेता है-दोनों एक सूत्र में आबद्ध हो जाते हैं और श्रोता अलौकिक सुख की अनुभूति करता है।

रंगमंचीय नाटक और रेडियो नाटक

रंगमंचीय नाटक और रेडियो नाटक में बहुत अन्तर है। रंगमंचीय नाटकों में दृश्य तथा श्रव्य तत्त्व विद्यमान हैं, जबकि रेडियो नाटक मात्र श्रव्य है।

रंगमंचीय नाटक के मंचन के लिए प्रेक्षागार, खुला मंच की आवश्यकता होती है जहाँ मंच बनाया जा सके। उसके उपरान्त रंगसज्जा रंगदीपन, पात्रों की रूप सज्जा, प्रकाश व्यवस्था, संगीत नेपथ्य, यवणिका, रंगदीपका आदि का समुचित ध्यान रखना पड़ता है। युगानुरूप ही दृश्य सज्जा होती है-प्रेक्षागार में आवश्यकता होती है दर्शकों को जो नाटक का आनन्द ले सकें अपनी भावभंगिमाओं, करतल ध्वनि से नाटक के पात्रों का मनोबल बढ़ा सके-रेडियो नाटक के लिए किसी प्रकार के आडम्बर की आवश्यकता नहीं होती। इसका मंच है आकाशवाणी का स्टुडियो जहाँ माइक के सामने कलाकार अपने वास्तविक अभिनय द्वारा नाटक की कथावस्तु और नाटककार की कल्पना को सुन्दर रूप प्रदान करते हैं। इसके दर्शक नहीं अनगिनत श्रोता होते हैं जो अपने मानस पटल पर किरदारों की छवि और अभिनय को साकार होते हुए देखते हैं और उसी में खो जाते हैं। रेडियो सेट ही इसका प्रेक्षागार है नूतन शिल्प विधि के कारण अनेकानेक विधाओं को अपनी गहनता में समेट लेने में यह पूर्ण रूप से समर्थ है। यदि उपन्यास पॉकेट थियेटर है तो रेडियो नाटक मनोरंजन का मंजूबा है, सपनों का स्रोत है।

रंगमंचीय नाटक में विविध प्रकार के अभिनय द्वारा दर्शकों को बांधा जा सकता है।

1. **आंगिक अभिनय**-इसमें अंगों, उपांगों के संचालन द्वारा किरदार को जीवन्त बनाया जा सकता है दर्शक मंत्र मुग्ध हो जाते हैं।

2. वाचिक अभिनय—नाट्य शास्त्र ने अभिनय चार प्रकार का माना गया है—आंगिक या कायिक, वाचिक, आहार्य (वेशभूषा) और सात्त्विक।

इनमें आंगिक को तीन प्रकार का कहा गया है—शरीरज, मुखज तथा चेष्टाकृत। वस्तुतः इनके द्वारा जो अभिनय किया जाता है वह नानाभावरसाश्रय है, अर्थात् भाव तथा विचारों की चेष्टा का प्रदर्शन। अतः आन्तरिक भाव चेष्टा ही आंगिक अभिनय का स्रोत है और उसको शासित करता है। रेडियो नाटक में आन्तरिक भावों की अभिव्यक्ति शब्दों और ध्वनि के माध्यम से की जाती है। ध्वनि मूलक संवादों की रचना द्वारा ऐसे शब्द चित्र, शब्द बिंब, शब्द-मूर्तियाँ गढ़ी जाती हैं। जो चरित्रों की बाह्याकृति ही नहीं, चेहरे की सिलवटें, माथे की शिकनं, देह ग्रन्थ, वेशभूषा का रंग ही नहीं प्रत्युत चरित्र के आन्तरिक ज्वार, दारुण मनः स्थिति, हृदय-स्पन्दन, उल्लासमय-अवस्था, इन सबको मूर्तिमान करती है।

कायिक ही नहीं सात्त्विक भावों को भी संचालित करती है। शब्दों में अभिव्यंजना शक्ति असीम है। शब्द मूलतः नाद धर्मा है। इसलिए नाद के आरोह अवरोह में ही शब्द का आन्तरिक नाटक निहित है। नाद शब्द को मूल प्रकृति है। शायद इतना कहना ही पर्याप्त नहीं। कहना चाहिये कि नाद ही शब्द है और इसके आरोह-अवरोह की लय है इसको अर्थ संगति में। लय की संगति ही अर्थ संगति की रूढ़ि है। इस रूढ़ि का परिचय वहां विशेष रूप से पाया जाता है जहां तक एक ही स्पर्श रहने पर भी अलग-अलग उच्चारण से एक शब्द के क्रिया या संज्ञा होने का आभास पाया जाता है या बलाघात मात्र बदल देने से एक निश्चित अर्थ के स्थान पर दूसरे निश्चित अर्थ का बोध हो जाता है। अतः लय या बलाघात से शब्दों के उच्चारण द्वारा छाया प्रकाश का प्रभाव सहज ही उत्पन्न किया जा सकता है।

रंगमंच पर अभिनेता का कायिक अभिनय दर्शक देख सकते हैं, रेडियो पर विशिष्ट मुद्राओं की जानकारी वाचिक अभिनय द्वारा कराई जाती है जैसे अरे दोस्त भगवान बुद्ध की तरह किस विचार में खोए हो ? क्यों बार-बार नाक को छू रहे हो ? वह देखो किस तरह आँख मटका रहा है, असभ्य कहीं का इत्यादि। इसके अतिरिक्त एक रोगी, घबराये हुए व्यक्ति, भाव विह्वल व्यक्ति तथा कामासक्त व्यक्ति के बोलने का ढंग साधारण बोलचाल से भिन्न होता है। श्वासों तथा उच्छ्वासों के उतार-चढ़ाव तथा उसके उचित संयोजन द्वारा और संवादों की सहायता से प्रणय क्रीड़ा को भी इसकी समग्रता में श्रोता तक प्रक्षेपित किया जा सकता है। आणविक विस्फोट, बाढ़, समुद्री, तुफान में फंसे जहाज, रेल, दुर्घटना

आदि स्थितियाँ और मनुष्य को क्रिया-प्रतिक्रिया उसके हाव-भाव आदि को रेडियो पर सहजता से अभिनीत किया जा सकता है। जबकि रंगमंच पर इस प्रकार की स्थितियों अथवा घटनाओं को दिखाया जाना कठिन है। जबकि रंगमंच पर इस प्रकार की स्थितियों अथवा घटनाओं को दिखाया जाना कठिन है। रंगमंच के लिए कलाकारों का चयन उनके शारीरिक गठन, रंग रूप के आधार पर किया जाता है। किन्तु रेडियो के लिए इसका माप दण्ड है वाक् शक्ति अथवा कलाकार में शब्दों के उच्चारण, स्वर के आरोह-अवरोह, श्वास-उच्छ्वास आदि की क्षमता।

रंगमंच पर वेशभूषा का विशेष महत्त्व है, जिसके आधार पर दर्शक निर्णय करता है, कि राजा कौन है और भिखारी कौन है, कौन नेता है और कौन पागल। किन्तु रेडियो पर दृश्यात्मकता के अभाव में इस प्रकार की कमी शब्दों से पूरी की जाती है। मात्रा उन्हीं वस्त्रों अथवा आभूषणों का संकेत दिया जाता है जिसका सम्बन्ध कथा की घटनाओं अथवा पात्र की चारित्रिक विशेषताओं से हो। जैसे बस में इतनी भीड़ थी कि जेब तो कटी ही साथ में कमीज भी फट गई या गांधी टोपी पहन कर क्या किसी सभा में जा रहे थे ? रंगमंच पर गांधी टोपी पहने हुए व्यक्ति को दर्शक नेता समझने में भूल नहीं करेगा क्योंकि गांधी टोपी उसे प्रत्यक्ष दीख रही है किन्तु रेडियो पर इसकी कमी शब्दों द्वारा पूरी की जाती है।

आधुनिक रंगमंच आहार्य अभिनय को नकारता जा रहा है। प्रतिदिन पहने जाने वाले वस्त्रों में ही कलाकार मंच पर आते हैं और भिन्न-भिन्न पात्रों की भूमिका निभाते हैं। कई बार तो एक कलाकार ही अनेक भूमिकाएं निभाता है। रेडियो की भांति ही मात्र शब्द संकेतों से उसका परिचय करा दिया जाता है।

सात्विक अभिनय मात्र देखने की वस्तु नहीं। इसका सम्बन्ध मानव व आन्तरिक भाव से है जो स्थिति विशेष में जागृत होती है। एक उदाहरण से इसे स्पष्ट किया जाता है। एक लड़की है जिसने किसी पुरुष के स्पर्श का अनुभव नहीं किया। अपने प्रेमी के प्रथम स्पर्श से उसके शरीर में जो सिरहन होती है, उसका प्रदर्शन सात्विक अभिनय कहलाएगा। मंच पर इस प्रकार का प्रदर्शन कठिन है, चलचित्रों में इस प्रकार के भाव को प्रतीक रूप में किसी पत्ते में कंपन उत्पन्न कर दिखा दिया जाता है। ऐसे भाव प्रदर्शन के लिए मंच पर भी ध्वनियों का सहारा लिया जाता है। कलाकार अपनी वाक् शक्ति के अनुसार इस भाव को प्रदर्शित करता है।

रेडियो पर इस भाव को अभिव्यक्ति स्वाभाविक, विश्वसनीय और प्रमाणिक ढंग से की जाती है। जब श्रोता आंख बंद कर एकांत में नाटक सुन रहा है, तो कम्पित स्वर लहरियाँ उसके मानस में कम्पन किए बिना नहीं रह पातीं। स्वेद और अश्रु के सम्बन्ध में भी यही तथ्य है कि प्रेक्षागृह की अन्तिम पंक्ति में बैठा व्यक्ति इन्हें सम्भवतः नहीं देख सकता और इन्हें स्पष्ट करने के लिए शब्दों का सहारा लिया जाता है।

भरत ने वाचिक अभिनय को नाटक का शरीर कहा है क्योंकि अभिनय के अन्य अंग उसके अर्थ को व्यजित करते हैं तथा नाटक में वाणी का अभिनय आंगिक अभिनय की स्पष्टता दे देता है। अतः उपर्युक्त विवेचन के आधार पर हम कह सकते हैं कि वाचिक अभिनय में आंगिक, आहार्य तथा सात्विक अभिनय की सीमाओं के अतिक्रमण की क्षमता होती है। और रेडियो नाटक का एकमात्र आधार है वाचिक अभिनय।

3. सात्विक अभिनय—आचार्य भरत के अनुसार सात्विक भाव आठ प्रकार के होते हैं स्तम्भ, स्वेद, रोमांच, स्वरभेद, वेपयू, अश्रु और प्रलय।

इनसे पात्रों के अभिनय में बड़ी ही स्वाभाविकता आ जाती है। नाटक में सात्विक अभिनय को श्रेष्ठ माना गया है।

4. आहार्य अभिनय—आहार्य अभिनय से तात्पर्य है पात्रों के विचार के अनुरूप वस्त्रभूषणों से अलंकृत होकर मंच पर आना क्योंकि नाटक में वेशभूषा का बड़ा महत्त्व होता है। कथावस्तु और युग के अनुरूप ही पात्रों की साज-सज्जा होती है जिससे अभिनय में जीवन्तता आती है।

रेडियो नाटक में आंगिक, सात्विक, आहार्य अभिनय की कोई संभावना नहीं होती, मात्र वाचिक अभिनय द्वारा ही नाटक का प्रसारण होता है, ये शब्दों द्वारा ही अभिनय पक्ष को उजागर करता है। मेरे अनुसार, शब्द हँसाते हैं, शब्द रुलाते हैं, शब्द आक्रोश से भर देते हैं, शब्द संघर्ष को व्यक्त करते हैं।

इसलिए आवश्यक है कि रेडियो के अभिनेता का कंठ बहुत अच्छा हो, आवाज में उतार-चढ़ाव हो जिससे वह नाटककार की भावना को अभिव्यक्त कर सके। इसके लिए आवश्यक है कि संवाद बहुत सशक्त हो। उन्हीं के वाचन से नाटक की कथावस्तु आगे बढ़ती है। किसी भी पात्र के अन्तर्द्वन्द्व को स्वगत कथन द्वारा स्वाभाविक ढंग से रेडियो नाटक में उजागर किया जा सकता है। रंगमंचीय नाटक की तुलना में रेडियो नाटक ध्वनि प्रभाव, संगीत और पात्र से भी आगे बढ़ाये जाते हैं। इनमें मोन्ताज का उपयोग देश और काल की बिखरी

घटनाओं के अनावश्यक विस्तार को कम करने के लिए आसानी से किया जा सकता है जबकि रंग-नाटक में ऐसा करना सहज नहीं होता।

रेडियो नाटक और दूरदर्शन के नाटक—डॉ. रमेशचन्द्र त्रिपाठी एवं डॉ. पवन अग्रवाल द्वारा सम्पादित पुस्तक ' मीडिया लेखन ' के पृष्ठ 63 पर लिखा है कि जिस नाटक का लेखन टेलीविजन के लिए किया जाता है उसे टेलीविजन नाटक की संज्ञा से अभिहित किया जाता है वास्तव में नाटक नाटक होता है चाहे वह मंच का नाटक हो, फिल्म का हो या टेलीविजन अथवा रेडियो का हो। परिभाषा के स्तर पर नाटक एक ही है। विभिन्न माध्यमों की तकनीकी आवश्यकताओं के आधार पर उनके प्रस्तुतीकरण की विविधताओं को ध्यान में रखते हुए हम उनमें भेद कर सकते हैं।

डॉ. वीरेन्द्र वर्मा द्वारा सम्पादित पुस्तक हिन्दी साहित्य कोश भाग-1 के पृष्ठ पर लिखते हैं कि टेलीविजन नाटक इस अर्थ में रेडियो नाटक से साम्य रखता है कि दोनों अपने अभिनय स्थान से दूर स्थित नाट्य प्रेमियों का मनोरंजन करते हैं पर दोनों में पर्याप्त अन्तर है। रेडियो नाटक जहाँ केवल श्रव्य हैं वहाँ टेलीविजन श्रव्य और दृश्य दोनों है। इस दृष्टि से टेलीविजन नाटक रंगमंचीय नाटक के अत्यन्त निकट है। रेडियो नाटक के तीन उपकरणों संवाद, ध्वनि प्रभाव और संगीत का भी टेलीविजन नाटक में प्रयोग होता है। इसके अतिरिक्त टेलीविजन नाटक में अभिव्यक्ति के अन्य साधन भी उपलब्ध हैं। प्राकृतिक या विशेष प्रयोजन से निर्मित दृश्य वेशभूषा, भाव-भंगिमाएँ और मुख की विभिन्न मुद्राएँ, रंगमंचीय सज्जा, प्रकाश व्यवस्था, विभिन्न कोणों से प्रयुक्त कैमरे आदि।

नाटक रंगमंचीय हो या रेडियो, टेलीविजन का, सभी का शिल्प तत्त्वा धान एक जैसा ही है। अन्तर तो केवल माध्यम की तकनीक से आता है प्रत्येक प्रकार के नाटकों में पाठकों, श्रोता एवं दर्शकों को अपनी ओर आकर्षण, शक्ति होती है। वर्तमान युग, टेलीविजन का युग है। इन पर पात्रों की वेशभूषा, संवाद बोलने का अंदाज, प्राकृति आदि का दर्शक भरपूर आनन्द लेते हैं। इसलिए इसका समाज अन्य प्रकार के नाटकों के समाज से बड़ा है।

रेडियो नाटक की परिभाषाएं

रेडियो नाटक हिन्दी नाटक की अत्याधुनिक उपलब्धि है और श्रोताओं में अत्यन्त लोकप्रिय है। विभिन्न विद्वानों ने इसे अपने-अपने ढंग से परिभाषित किया है।

डॉ. रामकुमार वर्मा रेडियो नाटक को ध्वनि नाटक कहते हैं और प्रो . रामचन्द्र महेन्द्र ध्वनि एकांकी। हरिश्चन्द्र खन्ना के कथनानुसार-रेडियो नाटक के प्रारम्भिक काल में, एक महत्त्वपूर्ण तथ्य सामने आया जो अब रेडियो नाटक का मूलभूत सिद्धान्त है वह यह है कि घटना प्रधान नाटक की अपेक्षा विचार प्रधान या वातावरण प्रधान नाटक ही रेडियो के लिए अधिक उपयुक्त, अधिक सफल और प्रभावोत्पादक होता है। कारण यह है कि अरूप और सूक्ष्म जितनी सफलता से रेडियो द्वारा प्रसारित हो सकता है उतना रूपायित और स्थूल नहीं।

रेडियो आलेख का सर्वप्रथम गुण उसका स्थापत्य है। लुई मैकनीस रचनाकार के लिए रेडियो अभिव्यक्ति का आदर्श माध्यम है इसमें लेखक की गुणवत्ता ही सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण है। रेडियो नाटककार यह आशा नहीं कर सकता कि कैमरे के मनमोहक कार्य एवम् अतिदर्शनीय रंगमंचीय प्रभाव उसकी शैलीगत दुर्बलताओं को दूर कर देंगे।

मार्टिन एसलिन

Val Gielgud dh iqLrd 'The right way to radio play writing में लिखा है - Broadcasting is simply another medium to telling a story. The novelist uses the medium of living actors the cinema uses the medium of the camera and broadcasting users that of the microphone.

रेडियो नाटककार के लिए आवश्यक है कि वह कल्पनाजीवी हो। कल्पना जितनी तीव्र होगी लेखन उतना सशक्त होगा। मानवीय कल्पना में भी जो भी सम्भव है वह रेडियो नाटक में चित्रित हो सकता है क्योंकि रेडियो नाटककार के पास एक विशाल कैनवैस होता है जिसमें वह अपनी कल्पना से शब्दों रूपी तूलिका द्वारा जीवन के अनेक रंग भर सकता है, मानव जीवन के सुन्दरतम चित्र अंकित कर सकता है। रंगमंचीय नाटक की भांति श्रोता चाक्षुष सुख की अनुभूति कर सकता है जे. एल. स्टाइन ने लिखा है-रेडियो का अन्धा माध्यम कल्पना को अनुप्रमाणित करने की अपनी बेजोड़ शक्ति के कारण एक ऐसे नाट्य प्रकार को सम्भव बनाता है। जो उन विषयों का भी समावेश कर सकता है जिनके निकट फिल्म और रंगमंच कभी नहीं पहुँच सकते।

मार्टिन एसलिन का कहना है-रेडियो नाटक लेखक को अनुमति देता है कि वह श्रोता को अपने नायक के मन के अन्दर ले जाए अथवा उसका नायक सीधे श्रोता को ही सम्बोधित करे जिससे श्रोता मुख्य पात्रों की आंखों से नाटक

के कार्य व्यापार को देख सके या कान में चुपके से कहीं जाने वाली उसकी गोपनीय बातों को सुन सके।

रेडियो नाटक का सीधा सम्बन्ध श्रोताओं के अन्तर्मन से हो जाता है रेडियो निसर्गतः अन्तर्मन का नाटक है अभिव्यक्ति का अत्यन्त आत्मीय माध्यम है। यह आत्मनिष्ठ नाट्य रूप है रेडियो नाटक के अतिरिक्त ऐसी कोई विधा नहीं है जो मानसिक अन्तर्द्वन्द्व को स्पष्टता और प्रभावोत्पादकता से व्यक्त कर सके। रंगमंच पर यह सम्भव नहीं। रेडियो नाटककार मानवीय स्पन्दनों का कुशल चित्रकार होता है इसमें यद्यपि कलाकारों तथा श्रोताओं का प्रत्यक्ष सम्बन्ध नहीं होता किन्तु फिर भी संवेदना के स्तर पर श्रोता कलाकारों से किसी न किसी रूप में जुड़ जाता है और उससे तादात्म्य स्थापित कर लेता है। यही रेडियो नाटक की सफलता है।

रेडियो नाटक : तत्त्व

पहले संकेत दिया जा चुका है कि माध्यम बदलने से नाटक के बाह्यन्तर में तो भले ही परिवर्तन हो जाए किन्तु इसका आभ्यन्तर नहीं बदलता अथवा नाटक का आस्वादन, शिल्प को विविधता के बावजूद नाट्य तत्त्व पर ही आधृत है। रेडियो नाटक भी नाटक-केवल प्रस्तुतीकरण के माध्यम का अन्तर है। फलतः किसी सफल नाट्य कृति की तरह अपेक्षित विशेषताओं का इसमें भी रहना आवश्यक है अर्थात् रेडियो नाटक में प्रभावन्विति हेतु कथानक, चरित्र चित्रण आदि से सम्बन्धित सभी नाट्य-नियम रेडियो-नाटक पर भी समान रूप से लागू होते हैं। “ माध्यम की भिन्नता के कारण रेडियो-नाटक की निजी विशेषताओं, क्षमताओं तथा सीमाओं को दृष्टिगत रखते हुए इसके निम्नलिखित तत्त्व गिनाए जा सकते हैं। (क) कथानक (ख) चरित्र (ग) ध्वनि (घ) उद्देश्य

(क) कथानक—कथानक रेडियो नाटक का महत्त्वपूर्ण तत्त्व है। इसका सम्बन्ध नाटक की सम्पूर्ण घटनाओं और उसके अवान्तर उपाख्यानों के समूह से है। कारण-कार्यक्रम में नियोजित घटनाओं की शृंखला को कथानक कहते हैं और इन घटनाओं की सार्थकता साहित्य में तभी है जब वे मानवीय अर्थों या सन्दर्भों से सम्बद्ध हों।

भारतीय नाट्य-शास्त्र में कथानक के अन्तर्गत आधिकारिक तथा प्रासंगिक कथा की पांच अर्थ-प्रकृतियों, पांच अवस्थाओं तथा उनकी संयोजक पंचसन्धियों आदि द्वारा कथानक का अत्यन्त सूक्ष्म विवेचन किया है। इसी प्रकार

पाश्चात्य विद्वानों ने वस्तु की पांच अवस्थाएँ 1. आरम्भिक घटना, 2. कार्य विकास, 3. चरम घटना, 4. नियति तथा 5. अन्तिम फल मानी है। डॉ. नगेन्द्र तथा रघुवंश भारतीय तथा पाश्चात्य विद्वानों के मतों के समान मानते हैं। अतः रेडियो नाटक में दृश्य नाटक की तरह बीज, आरम्भ, विकास, संघर्ष और अन्त को स्वीकारते हैं।

संकलन वय की रेडियो—नाटक में पूर्ण रूप में अवहेलना की जाती है। क्योंकि इसमें कथा विभिन्न घटना-स्थलों और कालान्तरों पर ले जाकर स्वाभाविक ढंग से उद्घाटित की जा सकती है। इसमें एक बात पर विशेष ध्यान दिया जाता है कि प्रभाव की अन्विति सदा बनी रहे और नाटक का समग्र रूप श्रोताओं को प्रभावित कर सके। वैसे भी नाटक में कार्य का संकलन सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण है समय और स्थल-संकलन के अगभूत मात्र है।

कथानक घटनाओं रूपी नाटक की पहली सीढ़ी है जिसके ऊपर नाटककार चढ़ कर अपने श्रोताओं की रुचि का पता लगाता है। उनमें जिज्ञासा पैदा करता है। अपने उद्देश्य के अलावा व्यावसायिक दृष्टि से कथानक को आकर्षक बनाना बहुत आवश्यक है। कथानक में एकाग्रता और अन्विति आवश्यक है। रेडियो या टेलीविजन का कथानक रंगमंचीय नाटक की अपेक्षा अधिक लचीला, सरल एवं स्पष्ट होता है।

नाटक का मुख होता है कथानक। इस मुख से नाटक के विचार एवं संवेदना उजागर होती है। जीवन परिवेश एवं समाज से नाटककार की विचार एवं संवेदना प्राप्त होते हैं। नाटककार को मानसिक, सामाजिक एवं बोद्धिक वर्ष को रूचि का विशेष ध्यान रखना चाहिए क्योंकि यही वर्ग दर्शक, श्रोता एवं समीक्षक होते हैं। इनकी इच्छाओं को नजरअंदाज कदापि नहीं करना चाहिए।

कथानक को ही समीक्षक ने नाटक की थीम, उद्देश्य, मुख्य अंश माना है। इसमें पात्रों के संघर्ष की गाथा होगी और रूप की भी। सुविधा की दृष्टि से नाटककारों ने कथानक के तीन भाग किये हैं—पहला भाग इसमें पात्रों का प्रारंभिक दौर होता है। कथानक का दूसरा भाग क्रिया का शेष, तीसरा भाग संघर्ष को दर्शाता है। तीनों भागों को क्रमबद्धता एवं गतिशीलता पर विशेष ध्यान रखा जाता है। श्रोता व दर्शकों पर नाटक का क्या प्रभाव पड़ेगा उसी के अनुसार नाटककार को नाटक का समापन करना चाहिए।

ख) चरित्र—रेडियो नाटक में चरित्र का प्रयोग उन सभी के लिए किया जाता है जो जीवन रूप में नाटक का अंग हैं रेडियो नाटक जीवन के अधिक

निकट होने के कारण जन मानस की भावनाओं, आशाओं एवं आकांक्षाओं को अभिव्यक्ति देने में सार्थक एवं सफल रहा है। यही कारण है कि अन्य नाट्य शैलियों की अपेक्षा रेडियो नाटक में चरित्रों को विविधता एवं व्यापकता का आविष्करण संभव है। मानव चरित्रों के साथ साथ मानव रूपात्मक भाव, पशु-पक्षी, तथा जड़ पदार्थ, पेड़-पौधे, पाषाण मूर्ति आदि को भी मानव स्वर देकर प्रतीक रूप में लाया जाता है। रेडियो-नाटक के चरित्र समसामयिक एवं सर्व सामान्य जीवन के सर्वसाधारण प्राणी होते हैं। जिनके भाव, विचार, संवेदनाएँ एवं अनुभूतियाँ नित्य प्रति के जीवन संघर्ष से प्रस्फुटित होती हैं।

अतः इसमें धीरशान्त, धीर ललित, धीरोदत्त एवं धीरोद्धत आदि नायकों के परम्परागत गुणों-अवगुणों के आधार पर चरित्रों का वर्गीकरण मान्य नहीं हो सकता और न ही इनका विभाजन नायक-नायिका भेद, उत्तम, मध्यम, आधम, उच्च, निम्नवर्ग अर्न्तमुख और बहिर्मुख, स्थिर चित्तवाले और अस्थिर चित्तवाले, कल्पनाशील और संस्कार शील अथवा सुबुद्धि, अबुद्धि और जड़ के आधार पर किया जाना सम्भव है। रेडियो नाटक में चरित्रों को हम मुख्यतः दो वर्गों में बांट सकते हैं— 1) केन्द्रीय चरित्र तथा 2) परिधिगत चरित्र (सहायक चरित्र)

1. केन्द्रीय चरित्र—रेडियो नाटक सघन और मुख्यतः एकोद्देशीय होने के कारण इसमें आवश्यक चरित्रों के लिए अवकाश नहीं रहता और न ही सभी चरित्रों के विकास सम्भव होता है। केन्द्रीय चरित्रों से हमारा अभिप्राय उनसे है जो नायक, प्रतिनायक, खलनायक और नायिका आदि के रूप में नायक के कथानक को गति प्रदान कर चरम सीमा तक को स्पर्श करते हुए फलागम की ओर ले जाएँ। केन्द्रीय चरित्र दो प्रकार के होते हैं। प्रथम जो सम्पूर्ण नाटक में अपना प्रभाव अक्षुण्ण बनाए रखें अथवा समस्त नाटक व्यापार पर आरंभ से अन्त तक आच्छादित रहें। इनको 'प्रमुख चरित्र' कहेंगे। दूसरे वे चरित्र जो नाटक में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं और प्रमुख चरित्रों को चारित्रिक विशिष्टताओं का उद्घाटन कर उसमें विस्तार और व्यापकता लाते हैं। महत्त्व अपेक्षाकृत कम होने के कारण इन्हें गौण चरित्र के अन्तर्गत रखा जाता है।

2. परिधिगत चरित्र—इन्हें हम सहायक चरित्र भी कह सकते हैं। केन्द्रीय चरित्र द्वन्द्व की जीवन शक्ति से भरपूर जटिल और जीवन्त व्यक्तित्व वाले व्यक्ति होते हैं। अतः ग्रह के साथ साथ उपग्रह की भांति प्रत्येक केन्द्रीय चरित्र के परिधिगत चरित्र उनके सहयोगी परिचितों, मित्रों, शत्रुओं और परिचितों के रूप में उनके साथ होते हैं। केन्द्रीय चरित्र के क्रिया व्यापार में सहयोग देना और

उसको इच्छापूर्ति हेतु क्रियाशील रहना ही इनका कर्म होता है। अनेक बार रेडियो-नाटककार वातावरण के निर्माण के लिए भी चरित्रों का सहारा लेता है। मात्र ' जागतो रहो ' कहने से हमें रात का आभास मिल जाता है। ऐसे चरित्रों को भी हम परिधिगत चरित्रों के अन्तर्गत मानते हैं।

अतः रेडियो-नाटक में चरित्रों का विभाजन इस प्रकार दिखाया जा सकता है।

रेडियो-नाटक के चरित्रों में निम्नलिखित विशिष्टताओं का होना अनिवार्य है।

1. **प्रामाणिकता**—चरित्रों के आचार-व्यवहार तथा कार्य, कलाप, तर्कसंगत हों ताकि श्रोता को उस पर सहज ही विश्वास हो सके और उनकी प्रामाणिकता पर किसी प्रकार का सन्देह न कर सके।
2. **गतिशीलता एवं विकासशीलता**—रेडियो-नाटक में स्थिर, गतिहीन अथवा स्थित्यात्मक चरित्रों के लिए कोई स्थान नहीं। व्यक्ति के चरित्र में जो गुणावगुण विद्यमान होते हैं। वही घटनाओं की टकराहट के फलस्वरूप उभर आते हैं। और चरित्रों का विकास होता है। ऐसे ही चरित्र रेडियो नाटक के लिए अधिक उपयुक्त हैं।
3. **संघर्ष शीलता**—संघर्ष के अभाव में कोई भी चरित्र विकास नहीं पा सकता और न ही कथानक को आगे ले जाने में सक्षम होता है। संघर्ष शून्य रेडियो-नाटक एक निर्जीव कृति बनकर रह जाएगा।

ध्वनि—ध्वनि और शब्दों के उचित सामंजस्य से ही रेडियो नाटक का निर्माण होता है। ध्वनियाँ और शब्द श्रोता के मस्तिष्क से टकराती हैं। और कुछ चित्र बना देती है। ये चित्र अपनी शक्ति के अनुसार उनकी इन्द्रियों को झनझनाते और उसे संवेदनशील बनाते हैं। और तब कल्पना जागृत होकर नाटक के सारे चरित्र और कार्य व्यापार मनोजगत् के सामने आकर श्रोता को अपने साथ हंसाते-रुलाते और उत्तेजित करते हैं। ध्वनि को रेडियो-नाटक का आधार माना जाता है।

भारतीय मनीषियों ने ध्वनि के दो प्रकार माने हैं -

1. **व्यक्त ध्वनि**—मनुष्यों ने जिन सब ध्वनियों के अर्थ स्थिर कर लिए हैं, और जो वाणी के द्वारा व्यक्त की जा सकें।
2. **अव्यक्त ध्वनि**—भिन्न-भिन्न पदार्थों के परस्पर आघात से उत्पन्न अर्थात् जो ध्वनि वर्ण के द्वारा नहीं लिखी या व्यक्त की जा सके।

वैदिक साहित्य में वाणी को तीन प्रकार का माना है—

1. दैवी वाणी जो योगियों को समाधि अवस्था में सुनाई देती है।
2. भौतिक वाणी के अन्तर्गत वे सभी ध्वनियाँ आती हैं जो पंच महाभूतों से व्यक्त होती हैं। जैसे बादलों का गर्जन, बिजली की तड़प, आग की सरसराहट आदि।
3. पार्थिव वाणी दो प्रकार की है। निरूक्तता, जो प्रकट सुनाई पड़े और व्यक्त हो तथा अनिरूक्त जो अप्रकट और अव्यक्त हो।

वाणी को चार अवस्थाओं (परा, पश्यन्ती, मध्यमा, वैखरी) में वैखरी को निरूक्ता माना जाता है। इसे भी आगे दो प्रकार का बताया है।

1. **व्याकृता**—मनुष्यों द्वारा सार्थक बनाकर विशिष्ट अर्थों में प्रयुक्त की जाने वाली।
2. **अत्याकृता**—व्याकृत ध्वनियों के अतिरिक्त शेष सभी ध्वनियाँ। जैसे पशु-पक्षियों की बोलियाँ, बच्चे की तोतली आवाज आदि।

अभिनव भरत के अनुसार सभी काव्यों में केवल व्याकृता वाणी का ही प्रयोग होता है। किन्तु नाटक या रूपक में अव्याकृता का भी प्रयोग किया जाता है या किया जा सकता है। रेडियो नाटक के संदर्भ में इस कथन की सार्थकता और भी बढ़ जाती है। क्योंकि रेडियो नाटक में किसी भी ध्वनि का उपयोग तीन रूपों में किया जाता है। और यही इसके महान त्रय है 1. भाषा 2. ध्वनि प्रभाव 3. संगीत

1. भाषा

रेडियो नाटक के उपकरणों में भाषा का महत्त्वपूर्ण स्थान है क्योंकि रेडियो नाटक मूलतः शब्दों की शक्ति पर ही आधारित है। सम्पूर्ण नाटक में संवाद सशक्त शब्दों में पिरोए हुए होते हैं। मात्र श्रवण द्वारा ही इसका रसास्वादन किया जाता है। श्रोता नाटक सुनकर ही अपने मानस पटल पर अनेक दृश्यों की परिकल्पना कर सकता है। दृश्य सुख की अनुभूति कर सकता है, पात्रों के मनोभावों से परिचित हो सकता है। यह तभी संभव है जब नाटक की भाषा में सुन्दर और मर्मस्पर्शी शब्दों का ताना-बाना बुना हुआ हो। रेडियो की भाषा की कुछ निराली ही विशेषताएँ हैं विशेष रूप से नाटक को जिनका ध्यान नाटककार को रखना पड़ता है।

1. रेडियो नाटक की भाषा सहज और सम्प्रेषणीय हो। उसमें दुरूहता, अलंकरण की कोई संभावना नहीं होती क्योंकि रेडियो का श्रोता हर वर्ग का होता है अतः भाषा भी सर्वसाधारण के लिए होनी चाहिए वह लोक ग्राह्य हो।

2. चित्रात्मकता रेडियो नाटक की भाषा की विशेषता होती है। लेखक को भाषा का चितेरा होना चाहिए। रचनाकार को ऐसे बिम्ब चुनने चाहिए जिन्हें सुनते ही सब कुछ नेत्रों के समक्ष साकार हो जाए। शब्दों के संयोजन द्वारा दृश्य सुख की अनुभूति श्रोताओं को हो सके। नाटककार की भाषा चित्रात्मक होनी चाहिए क्योंकि रेडियो सश्लिष्ट शब्द चित्र ही होते हैं। चित्राकार कैनवैस पर तूलिका द्वारा चित्र बनाता है। रंग भरता है तो रेडियो नाटककार शब्दों की तूलिका से नाटक में जीवन के विविध रंग भर सकता है। दृश्य को साकार कर सकता है पात्रों की छवि उकेर सकता है। निम्नलिखित संवादों में शब्दों द्वारा नायिका की मोहक छवि को प्रस्तुत करने का प्रयास किया गया है।

अजीजन-अरे आप कहाँ खो गये ?

शामसुद्दीन-खो नहीं गया अज्जी साहिबा। यही सोच रहा था कि कोई जन्नत की हूर रास्ता भूलकर इस लड़की मुहाल की हवेली में कैद तो नहीं हो गई।

अजीजन-कैसी बातें कर रहे हो आज ?

3. भाषा पात्रनुकूल होनी चाहिए।

4. भाषा भावानुरूप होनी चाहिए। मानव जीवन की विविध भावनाओं को व्यक्त करने की क्षमता होनी चाहिए।

5. भाषा दुरूह और बेमिसाल न होकर सरल, सहज और स्वाभाविक होनी चाहिए जो जनजीवन से जुड़ी हो जिसमें पात्रों की मनः स्थिति को उजागर करने का प्रयास हो।

6. भाषा में प्रवाह, गतिमयता और जीवन्तता का होना आवश्यक है क्योंकि शब्द ही तो भावनाओं के मूर्त रूप हैं और यही नाटक को प्राणवान बनाते हैं।

7. शास्त्रीयता की उपेक्षा भाषा के व्यावहारिक उपयोग को अधिक महत्त्व देना चाहिए।

रेडियो नाटक में भाषा का प्रयोग दो रूपों में किया जाता है। 1. संवाद (कथोपकथन या संलाप) के रूप में तथा 2. नैरेशन अथवा वाचन के रूप में

2. संवाद

रेडियो नाटक का प्राण है। श्रव्य होने के कारण यह शब्दों तथा संवादों पर ही आधारित होता है। संवादों द्वारा ही कथानक का विकास होता है। पात्रों

का चरित्र उभरकर सामने आता है, उनके समग्र व्यक्तित्व का परिचय संवादों द्वारा ही मिलता है। सम्पूर्ण कथावस्तु संवादों में ही इस प्रकार पिरोई रहती है। जैसे माला में मनके। संवादों में प्रवाहमयता और गत्यात्मकता के साथ अभिनेता का भावुक वाचन ही श्रोताओं को रस से सराबोर कर देता है। संवाद नाटक की कथा को आगे बढ़ाते हैं। नाटकीय प्रयोजन सिद्ध करते हैं, परिवेश से परिचित कराते हैं। वातावरण की सृष्टि करते हैं और श्रोताओं को बांधते हैं।

संवाद ही श्रोताओं को रुलाते हैं, हंसाते हैं, आक्रोश से भर देते हैं। उनके मन में प्रतिशोध की ज्वाला सुलगाते हैं और उन्हें संवेदना में बांध लेते हैं। इसी कारण नाटक में इस बात का ध्यान प्रस्तुतकर्ता रखते हैं कि अभिनेता की आवाज सुन्दर हो, मधुर हो, उसमें उतार-चढ़ाव हो, वह हर भाव को जीवन्तता से व्यक्त कर सके, वह किरदार को जी सके। संवाद ही श्रोताओं और अभिनेताओं को एक सूत्र में बांधते हैं। पात्रों की मनःस्थिति को स्वाभाविकता से व्यक्त करते हैं। नाटक में मात्र वाचिक अभिनय ही तो होता है। वाचिक अभिनय ही जैसे आंगिक, सात्त्विक, आहार्य अभिनय की पूर्ति करता है। इस कुशलता से नाटककार संवाद लिखता है। पात्रों का अन्तर्द्वन्द्व संवादों द्वारा ही अभिव्यक्त होता है और ये अन्तर्द्वन्द्व श्रोताओं का मन जीत लेते हैं। पात्रों की मनःस्थिति उजागर हो उठती है।

पर्सिवल वाइल्ड के शब्दों में यदि संवाद को संवेगों की अभिव्यक्त बनना है, तो नाटककार को लिखते समय स्वयं उनसे प्रेरित, प्रभावित होना चाहिए। उसमें यह क्षमता होनी चाहिए कि वह अपने पात्रों से कुछ समय के लिए तादात्म्य कर ले, जीवन को उसी तरह देखे जिस तरह वे देखते हैं, वही अनुभव करे, जो वे अनुभव करते हैं। नाटककार जब पात्र के चरित्र से तादात्म्य कर लेता है तभी वह उसकी मनःस्थिति के अनुरूप संवाद लिख सकता है।

संवाद लिखते समय लेखक स्वयं ही पात्र के किरदार में खो जाता है तभी वह मर्मस्पर्शी, भाषानुकूल संवाद लिख सकता है। संवाद लेखन की कुछ प्रमुख विशेषताएँ हैं -

1. संवाद पात्रनुरूप हों, सशक्त और पैने हों।
2. संवाद परिवेश के सम्बद्ध हों।
3. अनुभूतिजन्य हो, स्वाभाविक हों सहज सम्प्रेषणीय हों।
4. उनमें प्रवाह और गतिशीलता हों।
5. संवादों का सम्बन्ध कथावस्तु, चरित्र वस्तु एवं घटनाओं से हों।
6. संवादों में कसाव तथा तारतम्य हो।

7. संवादों में अभिनय पक्ष प्रबल हो, नाटकीयता हो उतार-चढ़ाव हो और गतिमयता हो।
8. स्पष्टता, पात्रनुकूलता एवम् धर्म स्पर्शिता हो। अभिनेताओं द्वारा आसानी से वाचन योग्य हो।
9. कहीं-कहीं बीच में प्रश्नों का समावेश हो।
10. कभी-कभी पात्र के प्रवेश, प्रस्थान का संकेत भी संवाद द्वारा किया जाता है क्योंकि रेडियो पर तो पात्रों का प्रवेश प्रस्थान दिखाया नहीं जा सकता।
11. स्वागतकथन—कभी-कभी आत्मनिष्ठ भी होते हैं जो पात्रों के अन्तर्द्वन्द्व को व्यक्त करते हैं इन्हें स्वागतकथन भी कहते हैं। पात्र जिस अनुभूति को अन्य पात्रों के सम्मुख प्रकट नहीं करना चाहता उसे स्वागतकथन द्वारा श्रोताओं के सम्मुख व्यक्त कर देता है। आवाज के उतार-चढ़ाव तथा माइक की तकनीक से स्पष्ट हो जाता है कि पात्र के अन्तर्मन में उद्वेग है। यह क्या सोच रहा है किस तनावग्रस्त स्थिति में है, क्या निर्णय लेना चाहता है, सब कुछ आत्मनिष्ठ संवाद द्वारा व्यक्त करता है। स्वागत कथन अन्तर्मन की अभिव्यक्ति होते हैं।

सिनेमा और दूरदर्शन में जो स्थान जो महत्त्व क्लोजअप का होता है। वही रेडियो नाटक में स्वागत कथन का होता है। संस्कृत नाट्यशास्त्र में इसे नियत श्रव्य कहते हैं।

रेडियो नाटक संवादों पर ही निर्भर होता है। अतः रचनाकार के लिए आवश्यक है कि वह कथावस्तु की गहराईयों में खोकर, किरदार के चरित्र में डूबकर ही संवाद लिखे तभी उसका नाटक श्रोताओं को बांधने, उनके अन्तर्मन को उद्वेलित करने और अन्तस में संवेदना जगाने में सफल हो सकेगा।

3 . नैरेशन वाचन

नैरेशन से अभिप्राय रेडियो नाटक के उस संवाद से है, जिसके द्वारा नाटक के क्रिया कलापों के लिए वातावरण निर्मित किया जाता है, घटनाओं की शृंखला जोड़ी जाती है तथा परिस्थितियों आदि के अभाव की पूर्ति की जाती है। जिस कार्यकर्ता द्वारा इन संवादों का प्रयोग किया जाता है उसे नैरेटर, प्रवक्ता, सूत्रधार, वाचक, कथाकार, आलोचक, उद्घोषक पुरूष स्वर या स्त्री स्वर आदि कई संज्ञाओं से अभिहित किया जाता है। रंगमंच पर सूत्रधार ओर रेडियो पर नैरेटर अथवा वाचक का समान कार्य होता है।

नैरेशन का कार्य दो प्रकार के वाचकों द्वारा कराया जाता है, एक वे वाचक जिसके जीवन की घटनाएं नाटक के प्रत्यक्ष सम्बन्ध रखती हैं और नाटक के अन्य चरित्रों से इस प्रकार घुले मिले होते हैं कि तत्काल उन्हें पृथक नहीं किया जा सकता। इन्हें चरित्र वाचक भी कहते हैं। दूसरे वाचक वे होते हैं जो नाटक की सभी घटनाओं तथा रहस्यों से परिचित होते हैं। और नाटक के तटस्थ दर्शक एवं प्रवक्ता होते हैं।

4 . ध्वनि प्रभाव

वस्तुतः ध्वनि प्रभाव ही वह विशिष्ट तत्त्व है जो रेडियो नाटक की निजी सम्पत्ति कहा जा सकती है। और रेडियो नाटककार जिसका प्रयोग प्रमुख उपादान के रूप में करता है। दृश्य तत्त्व के अभाव की पूर्ति अर्थात् परिपार्श्व अथवा वातावरण के निर्माण के अतिरिक्त सम्पूर्ण घटनाचक्र और क्रिया कलाप को जीवन्त बनाने के लिए ध्वनि प्रभावों का प्रयोग किया जाता है। ध्वनि प्रभाव यहाँ वही काम करते हैं जो रंगमंचीय नाटक में प्रापटी अर्थात् साज-सामान का होता है। इसके अतिरिक्त ध्वनि प्रभाव का प्रयोग कथा को विस्तार देने के लिए तथा चरित्रों को ग्रन्थमयी मानसिक अवस्थाओं को उद्घाटित करने के लिए किया जाता है। नाटक में यथार्थता तथा स्थूलता लाने के उद्देश्य से भी ध्वनि प्रभाव का प्रयोग अनिवार्य हो जाता है।

विश्व में अनेक पदार्थ हैं और प्रत्येक पदार्थ को अपनी एक ध्वनि होती है। तकनीकी विकास और सुविधा के कारण अनेक ध्वनि प्रभावों का समन्वित रूप उनके पृथक-पृथक मूल रूप से सर्वथा एक नए भाव बोध की अभिव्यंजना में समर्थ होता है। इसके अतिरिक्त कई बार एक ही ध्वनि प्रभाव का प्रयोग भिन्न-भिन्न परिस्थितियों में भिन्न-भिन्न अर्थ को सम्प्रेषित करता है। अतः ध्वनि प्रभावों को पदार्थ अथवा उनके गुणों के आधार पर वर्गीकृत नहीं किया जा सकता। बल्कि उनके सामान्य व्यापार, रंगभूमि का नियोजन तथा ऐसे प्रभावों और गुणों जो संवादा में कही गई बात की पुष्टि करके उसे युक्तिसंगत ठहराते हैं के आधार पर विचार एवं नियोजन अधिक सभ्यक् होगा।

5. संगीत

रेडियो नाटक शिल्प में संगीत का महत्त्वपूर्ण स्थान है। जीवन को रागात्मक अनुभूतियों की अभिव्यंजना हेतु संगीत के मधुर स्वरों की आवश्यकता होती है।

भावात्मक अभिव्यक्ति को क्षमता के कारण प्रारंभ से ही नाटकों में संगीत को एक अनिवार्य तत्त्व के रूप में स्वीकार किया गया है। रेडियो नाटक में तो इसकी अत्यन्त आवश्यकता होती है। इसका उपयोग कई रूपों में होता है -

1. स्वतन्त्र रूप में 2. संवादों की पृष्ठभूमि के रूप में 3. दृश्य परिवर्तन हेतु 4. स्मृति दृश्य तथा स्वप्न दृश्य हेतु।

स्वतन्त्र रूप में नाटकों के वे गीत आते हैं जो पात्रों की मनःस्थिति को व्यक्त करते हैं या वातावरण की सृष्टि करते हैं।

नाटक के संवादों की पृष्ठभूमि के रूप में भी इसका उपयोग महत्त्वपूर्ण होता है। ये पात्रों के अन्तर्द्वन्द्व को तीव्रता से व्यक्त करने में समर्थ होता है। वाद्ययन्त्रों पर पात्रों की मनःस्थिति के अनुकूल रागों के स्वर उनकी भावनाओं को सहज और स्वाभाविक रूप से उभारने में सहायक होते हैं। हर्ष, विषद, रागनुराग, जय पराजय आशा-निराशा, उल्लास उदासीनता सभी की अभिव्यंजना की पृष्ठभूमि में इसका उपयोग अत्यन्त प्रभावशाली होता है। इनका प्रस्तुतीकरण धीरे-धीरे वाद्ययन्त्र पर होता है। इतने सशक्त रूप में नहीं होता कि संवाद दब जायें। संवाद तो प्रमुख ही रहते हैं ये उन्हें उभारने में सहायक होता है, इससे नाटक में भी मर्मस्पर्शिता आती है। चलचित्र और दूरदर्शन की शान्ति रेडियो नाटक में भी संगीत बहुत आवश्यक होता है। संगीत वातावरण का निर्माण करता है। भावोद्दीपन में सहायता करता है संगीत के मोहक स्वर श्रोताओं के मन को छू लेते हैं। वह पात्रों की भावनाओं में और गहराई में डूब जाता है।

दृश्यान्तर के लिए संगीत का प्रयोग किया जाता है, पुरातन परिवेश, ऐतिहासिक और मिथकादि के लिए शास्त्रीय संगीत और आधुनिक परिवेश पार्टी आदि के लिए पाश्चात्य संगीत को व्यवहार में लाया जा सकता है। संगीत से नाटक में मधुरता, भराव और सरसता आ जाती है। नाटक और रूचिकर हो जाता है, जहाँ इसकी आवश्यकता हो वहीं इसका उपयोग करना चाहिए।

संगीत भी कथावस्तु के अनुरूप ही होना चाहिए। पात्रों के भावानुरूप कथावस्तु के अनुरूप और वातावरण की सृष्टि के लिए संगीत का उपयोग होता है, क्योंकि नाटक संवाद, ध्वनि प्रभाव और संगीत का समन्वित रूप है। नाटककार को इस बात का अवश्य ध्यान रखना चाहिए कि संगीत का उपयोग नाटक को सशक्त बनाने के लिए नाटकीयता लाने के लिए ही होता है। यह रेडियो नाटक का अनिवार्य तत्त्व है।

लुई मैकनीस ने कहा है—संगीत कितना भी उत्कृष्ट और महत्त्वपूर्ण तत्त्व क्यों न हो उसे पूर्णतः प्रयोजनमूलक होना चाहिए समग्र नाटकीय प्रयोजन के अधीन संगीत को प्राथमिक स्थान ग्रहण करने का प्रयत्न नहीं करना चाहिए जिनसे पूरी चीज ही संगीत गोष्ठी में बदल जाए।

बिना संगीत की सहायता के तो नाटक हो, लोक नाट्य हो तथा रेडियो नाटक इनकी सरसता ही सम्भव नहीं—रेडियो नाटक का तो अभिन्न अंग है संगीत। रेडियो नाटक के तीन ही तो मूलाधार हैं—संवाद, ध्वनि प्रभाव और संगीत।

शीर्षक

रेडियो नाटक के लिए उसका शीर्षक बहुत महत्त्व रखता है शीर्षक की उद्घोषणा से ही श्रोता नाटक सुनने के लिए उत्सुक हो उठता है। शीर्षक रोचक हो, उसमें चुम्बकीय आकर्षण हो, कौतुहल की अभिवृद्धि करने वाला हो और नाटक की कथावस्तु से जुड़ा हुआ हो, शीर्षक नाटक की समाप्ति पर, श्रोताओं के मन में गहरी छाप छोड़ जाता है।

रेडियो नाटक के प्रकार

1. नाटक क . मौलिक ख . अनूदित ग . रूपान्तरित 2. एक पात्री नाटक 3. झलकी 4. फैंटैसी 5. गीति नाट्य 6. धारावाहिक नाटक 7. रेडियो कार्टून

1. नाटक—(अ) मौलिक नाटक—नाटक, नाटककार की भौतिक सर्जना होती है। किसी भी कथावस्तु को संवाद, ध्वनि प्रभाव और संगीत तथा रेडियो की तकनीकियों में बांधकर नाट्य रचना की जाती है इसमें नाटककार अपनी कल्पना के रंग भरता है, अपने ही अनुसार पात्रों के चरित्र की सृष्टि करता है और वातावरण का प्रदर्शन करता है, यह उसकी अपनी कृति होती है।

(अ) बद्ध अनूदित नाटक—विभिन्न भाषाओं के नाटकों का हिन्दी में अनुवाद करके रेडियो पर उसका प्रस्तुतीकरण किया जाता है। इसके लिए अनुवादक को उस भाषा को पूर्णरूपेण जानकारी होनी आवश्यक है। नाटक में परिवर्तन की स्वतन्त्रता उसे नहीं होती।

(ब) रूपान्तरित नाटक—आकाशवाणी से जब नाटकों का प्रसारण प्रारंभ हुआ था तो अनुदित तथा रूपान्तरित नाटक ही प्रसारित किए जाते थे, अंग्रेजी, संस्कृत, बंगला, मराठी, गुजराती और हिन्दी के प्रतिष्ठित साहित्यकारों की कृतियों का नाट्य रूपान्तर कर उसकी प्रस्तुति रेडियो पर की जाती थी। रूपान्तरण में

रचनाकार का दायित्व बढ़ जाता है। उसे मूल कृति में से उन्हीं अंशों का चयन करना पड़ता है जिसमें नाटकीयता हो। मूल रचना की आत्मा तथा रचनाकार के कथ्य उद्देश्य की सुरक्षा हो, इसके नाटक के दृश्यबन्ध में बन्धकर भी रचना का घटनाक्रम वही रहे, प्रारंभ विकास और अन्त में मूल रचना की भांति हो। मूल कथावस्तु को खोजने का प्रयास करो। कुछ संवाद भी मूल रचना से लेने पड़ते हैं और उन्हें रूपान्तरकार अपने लिखे संवादों में इस प्रकार जोड़ देता है कि एकरूपता बनी रहती है। रेडियो की तकनीकियों ध्वनि प्रभाव संगीत आदि द्वारा रूपान्तरित नाटकों का प्रसारण होता है। रूपान्तरण मौलिक नाट्य रचना से अधिक कठिन विधा है। इससे एक लाभ यह होता है कि प्रख्यात साहित्यकारों की रचनाएं हर वर्ग के लोग चाव से सुनते हैं, परिचित होते हैं। अब इस विधा ने स्वतन्त्र रूप धारण कर लिया है, और रूपान्तरकार का प्रतिष्ठा मिल गई है।

2. एक पात्री नाटक या स्वगतनाट्य—एक पात्री नाटक को अंग्रेजी में मोनोलाग कहते हैं, इस नाटक में मात्र एक ही पात्र होता है, जो अपने अन्तर्द्वन्द्व के द्वारा सम्पूर्ण नाटक को उजागर करता है। शेक्सपीयर के नाटकों में मंच सज्जा के परिवर्तन के बीच का जो अन्तराल होता या उसमें एक नैरेटर दर्शकों को मंच से जुड़ा रहने के लिए अपने अभिनय और वाचन का एकल प्रस्तुतीकरण करता था संभवतः उसी से मोनोलाग या एक पात्री नाटक का विकास हुआ। सशक्त संवाद इसके लिए आवश्यक होते हैं।

3. झलकी (हास्य नाटक)—नाट्यशास्त्र में हास्य नाटक को प्रहसन कहते हैं और रेडियो में झलकी। इसमें हास्य का प्राधान्य रहता है, इसकी प्रसारण अवधि 5, 10, 15 मिनट होती है। इसकी कथावस्तु काल्पनिक होती है, और हास्य, व्यंग्य से परिपूर्ण होती है। झलकी का प्रारंभ रेडियो से हुआ, प्रख्यात साहित्यकार कमलेश्वर का कहना है कि रेडियो में अगर कोई वार्ताकार न आए अथवा कार्यक्रम में अन्तराल की संभावना हो तो उसी समय बैठकर झलकियां लिखा करते थे। लेखक अभिनेता, प्रस्तुतकर्ता सभी रेडियो के होते थे क्योंकि तत्क्षण ही इनका प्रसारण करना होता था।

झलकी रेडियो की एक लोकप्रिय विधा के रूप में स्थापित हो गई। श्रोता इसे सुनकर रसमग्न हो जाते हैं। इसमें हास्य और व्यंग्य की प्रधानता होती है।

4. फैंटेसी-फैंटेसी से तात्पर्य है प्रतीक नाटक, इसमें कथा पात्र, वातावरण काल्पनिक होता है इसमें अति मानवीय चरित्रों को उपस्थित किया जा सकता है। पशु पक्षी, पेड़ पौधे, मूर्तियां-जड़ वस्तुएँ सभी मनुष्य की भाषा में संवाद बोल सकते हैं। कभी-कभी मानवीय समस्याओं को भी प्रतीकों के माध्यम से अभिव्यक्त किया जाता

हैं। प्राकृतिक उपकरणों को मूर्त रूप देकर उनके द्वारा नाटक की प्रस्तुति होती है।

5. गीतिकाव्य या काव्य नाट्य—गीतिमय संवाद वाले नाटक को गीतिनाट्य कहते हैं। इसमें संगीत तत्त्व प्रधान होता है। सम्पूर्ण कथावस्तु गीतिमय संवादों में पिरोई हुई होती है। जिसे पात्र अपने गायन व वाचिक अभिनय द्वारा प्रस्तुत करते हैं। यह श्रुतिमधुर विधा है।

रेडियो के लिए विशेष रूप से लिखित पहला अंग्रेजी नाटक बी. बी. सी. से 15 जनवरी 1924 को प्रसारित हुआ था—रिचर्ड हयुजेज का ए. कामेडी आफ डेंजर।

धारावाहिक नाटक

अभी तक जिन नाटकों का विवेचन किया गया वे अपने में पूर्ण और स्वतन्त्र होते हैं। इनसे भिन्न धारावाहिक नाटक होते हैं। जो कई किस्तों में प्रसारित किए जाते हैं। नाटक सम्बन्धी जो बातें कहीं गयी हैं वे इन पर भी लागू होती हैं। पर कुछेक बातें इनके सम्बन्ध में अलग से कही जा सकती हैं। धारावाहिक नाटक दो प्रकार के होते हैं। पहला प्रकार उन नाटकों का है जिनमें शीर्षक एक ही रहता है और मुख्य पात्र भी सब में वही रहते हैं पर स्थितियाँ और समस्याएँ बदलती रहती हैं। आइना, दर्पण, घर बाहर आदि नामों से इस तरह के नाटक प्रसारित होते रहते हैं।

इस प्रकार के धारावाहिक नाटक की प्रत्येक कड़ी को एक स्वतन्त्र नाटक समझना चाहिए और स्वतन्त्र नाटक की तरह उनमें वस्तु विन्यास करना चाहिए। ध्यातव्य यही है कि चूँकि मुख्य पात्र सबमें एक ही रहते हैं। उनमें चारित्रिक वैशिष्ट्य की अनिवारिता रहनी चाहिए। ऐसा नहीं हो कि एक कड़ी में नायक दृढ़ संकल्प का व्यक्ति हो, और दूसरी में कमजोर पर निर्भर व्यक्ति। चरित्र की दृष्टि से ऐसा परिवर्तन विश्वसनीय हो तो किया जा सकता है। किसी भी धारावाहिक की दो कड़ियों में पात्र वही रहें पर उनके चरित्र बिल्कुल भिन्न हों, इसे प्रशंसनीय नहीं कहा जा सकता। प्रसिद्ध भोजपुरी धारावाहिक लोहासिंह की हर कड़ी में समस्या बदलती है। स्थिति बदलती है। पर लोहा सिंह का विशिष्ट चरित्र सबमें वही रहता है—सोचने और बोलने का अपना विशेष ढंग, वही शब्दों को तोड़-मरोड़ कर प्रस्तुत करने की शैली, जिनके फलस्वरूप उस पात्र की अपनी पहचान बनी रहती है।

धारावाहिक नाटक का दूसरा प्रकार वह जिसमें पहली कड़ी में शुरू हुई कहानी अन्तिम कड़ी तक चलती है, एक प्रकार से यह एक बड़ा नाटक होता

है जो कई किशतों में प्रसारित किया जाता है, इस धारावाहिक की हर कड़ी में एक स्वतन्त्र नाटक नहीं होता। बल्कि हर कड़ी का नाटक बड़े नाटक का एक खण्ड होता है। कभी-कभी कोई बड़ा नाटक कई खण्डों में प्रसारित किया जाता है। सामान्यतः दो तीन खण्डों में। इस धारावाहिक की रचना रेडियो नाटक की सभी विशेषताओं को ध्यान में रखकर की जानी चाहिए। पर इसके रूप की दीर्घ अवधि को देखते हुए एक बड़े नाटक की दृष्टि से इसकी परिकल्पना करनी चाहिए। इसका वस्तु विन्यास एक बड़े नाटक का होगा और इसमें जटिलताओं एवं उपकथाओं के लिए अवकाश रहेगा। इसकी हर कड़ी के अन्तर पर यदि कोई नाटक दो या तीन खण्डों में प्रसारित होता है तो हर खण्ड के अन्त पर विशेष ध्यान देने की आवश्यकता होती है। हर कड़ी को किसी प्रश्न या जिज्ञासा के बिन्दु पर समाप्त होना चाहिए। जिससे आगे के प्रसंगों के लिए श्रोताओं से उत्कण्ठा बनी रहे। जैसे किसी बड़े नाटक के अंकों की समाप्ति के बारे में कहा जाता है कि जिस पात्र के बारे में दर्शक जानते हैं कि वह मर चुका है पर वास्तव में, जो जीवित है उसके सहसा प्रकट होने पर पर्दा गिरना चाहिए, वैसे ही रेडियो धारावाहिक की हर कड़ी का अन्त कौतुहल वर्धक बिन्दु पर होना चाहिए। हर कड़ी अपने में पूर्ण नहीं है आगे के लिए संकेत है—वह बन्द दरवाजा नहीं अधखुली खिड़की है।

7. कार्टून नाटक—आजकल रेडियो पर नाटक अत्यन्त लोकप्रिय हो रहे हैं। “इस शब्द का प्रयोग सन् 1972 ई 0 से प्रारंभ हुआ। इसके प्रथम प्रयोगकर्ता कलकता रेडियो केन्द्र के तत्कालीन निदेशक श्री दिलीप कुमार सेन गुप्ता हैं। उनके अनुसार रेडियो कार्टून, शब्दों द्वारा वही काम करता है, जो अखबारी कार्टून रेखाओं द्वारा” -

दिलीप कुमार सेन गुप्ता का कहना है कि रेडियो कार्टून की अवधि केवल डेढ से दो मिनट के बीच होती है। रेडियो कार्टून की रचना इस तरह की होनी चाहिए कि अखबारों में जो कार्टून मिलते हैं। उसी तरह का एक हू-ब-हू कार्टून का नक्शा इसी अवधि के अन्दर श्रोताओं की आंखों के सामने खिंच जाए। शब्दों के माध्यम से ही कार्टून नाटक भी बनते हैं।

रेडियो नाटक श्रव्य साहित्य की वह विधा है, जिसका शरीर है प्रसारण, सशक्त संवाद जिसके प्राण हैं जिसे तकनीक माध्यम से ध्वनि प्रभाव, संगीत, पात्र तथा सुन्दर कथावस्तु के माध्यम से प्रस्तुत किया जाता है। कसी हुई कथावस्तु, सशक्त एवम् मर्मस्पर्शी संवादों के कारण वह श्रव्य

होते हुए भी दृश्य नाटकों के गुणों से आपूरित होता है। यदि उपन्यास एक पॉकेट थियेटर है, बिहारी के दोहे गागर में सागर हैं, कहानी द्रुतगति से गन्तव्य तक पहुँचाने वाला अश्व है तो रेडियो नाटक मनोरंजन की मंजूषा है। यह साहित्याकाश में धूमकेतू की भांति आच्छादित होकर श्रोताओं का कौतूहल शान्त करने में, संवेदना से सरोबार करने में पूर्ण सक्षम है।

एकांकी नाटक—एक सम्पूर्ण नाटक में अनेक अंक होते हैं, और इस अंक में एक अथवा अनेक दृश्य। यह विभाजन नाटक के कथानक तक विकास के अनेक स्थलों के कारण आवश्यक भी है। इस कथा विकास में अनेक मुख्य और गौण घटनाओं का प्रयोग किया जाता है। दूसरी ओर एकांकी नाटक एक ही अंक में समाप्त होने वाला नाटक है। इसमें केवल एक मात्र सुस्पष्ट, सुनिश्चित उद्देश्य होता है, उसमें गौण प्रसंग और पात्र, समस्या और घटना को कोई स्थान नहीं दिया जाता है।

एकांकी नाटक की कथा संक्षिप्त और सीमित होनी चाहिए। उनमें एक चमत्कारी घटना, एक उद्दीप्त, क्षण अथवा एक तीव्र परिस्थिति का एक ही अंक में वर्णन और व्याख्या होनी अनिवार्य है।

नाटक के तीन क्षेत्र—वर्तमान समय में तीन क्षेत्रों में रूपक का प्रयोग होता है। एक रंगमंच है, दूसरा सिनेमा और तीसरा रेडियो। इन तीनों क्षेत्रों में तीन भिन्न प्रकार के नाटकों की आवश्यकता होती है। इन तीनों प्रकार के रूपकों की रचना में तीन भिन्न प्रकार के नियमों और सिद्धान्तों, शैलियों और तन्त्रों का प्रयोग करना पड़ता है।

आपको यह जानकर आश्चर्य होगा कि ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कारपोरेशन लंदन से एक वर्ष में 1200 रेडियो रूपक प्रसारित किये जाते हैं। रूपक रेडियो संसार की सर्व प्रिय रचना है। इसके सम्बन्ध में वहां नित नये प्रयोग और परीक्षण किये जाते हैं। रेडियो से प्रसारित होने वाला ध्वनि रूपक अथवा नाटक साहित्य के लिए एक नई प्रकार की रचना है। वह रंगमंच के रूपक और सिनेमा कहानी से अनेक बातों में भिन्न है।

रूपक क्या है—आप पूछेंगे फिर रूपक किसे कहते हैं और रेडियो रूपक और साधारण नाटक एक-दूसरे से किस प्रकार भिन्न हैं ? रूपक एक क्रिया कहानी। वह कहानी जो क्रिया अर्थात् एक्शन के द्वारा कही जाती है।

भारतीय आचार्यों ने साहित्य अथवा काव्य के दो भेद किये हैं। एक श्रव्य काव्य है तथा दूसरा दृश्य काव्य। श्रव्य-काव्य पठन-पाठन के लिए होता है, यथा निबन्ध, कहानी कविता आदि। दृश्य-काव्य को साहित्य जगत में रूपक या नाटक का नाम दिया जाता है। रूपक में अभिनय करने वाला किसी दूसरे व्यक्ति का रूप धारण करके उसके

अनुसार हाव-भाव करता और बोलता है।..... इसलिए ऐसे काव्य को रूपक का नाम दिया जाता है। रूपक साहित्य के अन्तर्गत उसी समय आता है जब उसमें किसी व्यक्ति के कृत्यों के अनुकरण के साथ कथोपकथन का भी समावेश किया जाता है। उसमें कहानी या उपन्यास के वे सभी तत्त्व विद्यमान होते हैं, जिन्हें कथानक पात्र, चरित्र-चित्रण, कथोपकथन और वातावरण के नाम से पुकारा जाता है।

अभिनय अथवा व्यक्ति के कृत्यों का अनुकरण करना रूपक का उद्देश्य है। अभिनय में कुछ व्यक्ति किसी अन्य व्यक्तियों का आंगिक (चलना, फिरना, आदि) वाचिक (वाणी, सम्बन्धी) आहार्य (वेशभूषा सम्बन्धी) और सात्विक भावों (हसना, रोना, रोमांचादि) का अनुकरण करता है। इस प्रकार रूपक में चार प्रकार के अभिनय का समावेश किया जाता है। इस अभिनय में जीवन के एक अथवा अनेक पहलुओं का प्रदर्शन किया जा सकता है।

6

रेडियो का महत्त्व

विज्ञान के चमत्कारों ने मनुष्य को आश्चर्यचकित कर दिया है, अथवा यह भी कह 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 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 सन 1896 में किया था। उन महाशय का नाम जी. मारकोनी था। वह सन् 1975 से ही इसके प्रयोग कर रहे थे। उनके अविष्कार के पश्चात अब तक के रेडियो में उत्तरोत्तर सुधार होते जा रहे हैं और इसकी उन्नति के लिए बड़े-बड़े वैज्ञानिक प्रयत्नशील हैं।

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।

इसके अतिरिक्त रेडियो से शिक्षा के प्रचार में बहुत मदद मिल सकती है। यदि जगह-जगह रेडियो लगवा दिए जायं 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 महत्त्वपूर्ण 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 महत्त्वपूर्ण 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 महत्त्वपूर्ण 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 जागरुकता 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 बादजुद 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। चूंकि 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 अविष्कार 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।

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 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।

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।

रेडियो सामाजिक कार्यक्रमों का परिचय एवं रूपरेखा

प्रमुख रेडियो प्रसारक आकाशवाणी की होम सर्विस में 299 चैनल हैं, जो 23 भाषाओं और 146 बोलियों में कार्यक्रम प्रसारित करते हैं। एक सर्वेक्षण में आकाशवाणी के समाचार प्रभाग का जायजा लिया गया कि वह जिन विषय वस्तुओं पर कार्यक्रम तैयार कर रहा है, उससे लोकतांत्रिक उद्देश्यों को पूरा कर पाना मुमकिन है की नहीं। इसको लेकर जो सवाल पैदा हुआ वह यह कि

किसान, दलित, आदिवासी, पिछड़े और अल्पसंख्यक जैसे वंचित समाजों के मसलों पर कितने कार्यक्रम बनते और प्रसारित होते हैं, जवाब सिफर है। रेडियो के कार्यक्रमों का अवलोकन करें तो इसकी अनुपस्थिति साफ नजर आती है। आकाशवाणी में आयोजित कार्यक्रमों के विषय वस्तुओं में किसान, दलित-आदिवासी और पिछड़े व अल्पसंख्यक समाज के सवालों का अभाव दिखता है, जबकि प्रसार भारती बहुजन श्रोता की हितैषी होने का दावा पेश करती है।

बहरहाल, ऑल इंडिया रेडियो ने 2011 के दौरान सामयिकी, स्पॉटलाइट, न्यूज एनालिसिस, मनी टॉक, समाचार चर्चा, कंट्रीवाइड और करेंट अफेयर्स के तहत 527 कार्यक्रम प्रसारित किए, मगर इनमें अनुसूचित जाति के मुद्दे पर सात नवंबर 2011 को सिर्फ एक कार्यक्रम 'सरकारी नौकरियों में बढ़ती दलित आदिवासी अधिकारियों की संख्या' को प्रस्तुत किया गया। मतलब इस वर्ग को औसतन 0.19 तरजीह के लायक समझा गया। इसी तरह आकाशवाणी के कार्यक्रम तैयार करने वालों को आदिवासी सवाल नहीं सूझे, जबकि यह समाज देश में सबसे संकटग्रस्त समाज है, जो अपने अस्तित्व पर चौतरफा हमले का सामना कर रहा है। आकाशवाणी ने आदिवासी समस्या को लेकर कोई कार्यक्रम प्रसारित नहीं किए।

इसके अलावा महिलाओं के उत्थान की चिंताओं को लेकर वर्ष 2011 के दौरान महज आठ कार्यक्रम प्रस्तुत किए गए। यानी महिलाओं से संबंधित औसतन 1.5 फीसदी कार्यक्रम प्रसारित किए गए, इन कार्यक्रमों में महिलाओं की सुरक्षा और उनके लिए आरक्षण पर आकाशवाणी का ज्यादा जोर दिखा है। चर्चाओं में केवल शहरी महिलाओं की सुरक्षा के प्रति चिंता होती है, ग्रामीण महिलाएं इस दायरे में नहीं आतीं जिसका उदाहरण अभी हाल के दिनों में दामिनी मुद्दे पर रेडियो के समाचार या प्रोग्राम में साफ पता चलता है। इसी तरह सामाजिक न्याय और शोषण से संबंधित 12 प्रोग्राम पेश किए गए, खेतिहर मजदूर और श्रमिक वर्ग के कार्यक्रमों को एक श्रेणी में रखा गया और उनके लिए सात कार्यक्रम पेश किए गए। ये कार्यक्रम सीधे श्रमिकों पर केंद्रित न होकर सरकारी योजनाओं के इर्द-गिर्द नजर आते हैं। शिक्षा से संबंधित 12 कार्यक्रम प्रसारित किए गए, लेकिन इन कार्यक्रमों का रुख शिक्षित और सज़दारी भरा समाज बनाने के बजाय कुशल कामागार 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 महत्त्वपूर्ण योगदान दिया। चूँकि रेडियो के आगमन के समय सबसे जादा संकट खाद्य पैदावार तथा संरक्षण को लेकर थी या इसेमें इसकी जिम्मेदारी बनती थी की वो समाज को कृषि से संबन्धित 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 महत्त्वपूर्ण 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 अभाव था जिसे रेडियो ने समझा ही नहीं बल्कि इससे लोगों को काफी हद तक निजात भी दिलाया। अर्थात रेडियो के द्वारा यह संभव हो पाया कि 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 दिखाते 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।

अर्थात इन सब आधार पे जब हम देखते हैं तो पता चलता है कि जहां 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।

कुमाऊं 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 इस पर 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 महत्त्वपूर्ण 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 किशोरियाँ 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 महत्त्वपूर्ण 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 बेहतरिन दोहन के लिए सबसे बेहतर 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।

(यह खंड शिक्षा में आईसीटी के इस्तेमाल से निकले लाभों का विवरण देने वाले लेखों को भी उपलब्ध कराता है। साथ ही, इसमें लेख और केस-स्टडी भी उपलब्ध कराए गए हैं, जो शैक्षणिक कार्यक्रमों में आईसीटी को शामिल करने संबंधी दिशा-निर्देश मुहैया कराते हैं, जिनमें विचार योग्य मसले, सीखने लायक सबक और आम गलतियों से बचने संबंधी सलाह को भी जोड़ा गया है)

कार्यस्थल पर प्रौद्योगिकी

प्रौद्योगिकी के प्रयोग से जुड़ी नीतियों, रणनीतियों और व्यावहारिक कदमों के प्रदर्शन के लिए दुनिया भर से ली गई अन्वेषण, कामयाबी और विफलता की दास्तानें। इनके तहत निम्न विषय शामिल होंगे—

- कई माध्यमों से अध्ययन,
- शैक्षिक टीवी,
- शैक्षिक रेडियो,
- वेब आधारित निर्देश,
- खोज के लिए पुस्तकालय,
- विज्ञान और प्रौद्योगिकी में व्यावहारिक गतिविधियां,
- मीडिया का इस्तेमाल,
- कम अवस्था में विकास, कम जनसंख्या घनत्व, प्रौढ़ साक्षरता, महिला शिक्षा और कार्यबल में वृद्धि जैसे क्षेत्रों में प्रौद्योगिकी का लक्षित इस्तेमाल,
- शिक्षकों का तैयार करने और कैरियर से जुड़े प्रशिक्षण के लिए प्रौद्योगिकी,
- नीति-निर्माण, डिजाइन और डेटा प्रबंधन के लिए प्रौद्योगिकी,
- स्कूल प्रबंधन के लिए प्रौद्योगिकी,

आज की प्रौद्योगिकी

- प्रौद्योगिकी के विभिन्न क्षेत्रों में अध्ययन के लिए मौजूद चीजों पर एक नजर
- निर्देशात्मक सामग्री,
- ऑडियो, विजुअल और डिजिटल उत्पाद,
- सॉफ्टवेयर और कंटेंटवेयर,
- संपर्क के माध्यम,
- मीडिया,
- शैक्षणिक वेबसाइट,

कल की तकनीक

भविष्य की प्रौद्योगिकी के बारे में शिक्षा से जुड़े लोगों और नीति-निर्माताओं को जागरूक करना ताकि वे भविष्य के हिसाब से अपनी योजनाएं बना सकें, न सिर्फ उस आधार पर जो आज उपलब्ध है, बल्कि आने वाली कल की नई-नई चीजों को ध्यान में रखते हुए।

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—

1. सीधे कक्षा में पढ़ाना, जहां अस्थायी रूप से प्रसारण कार्यक्रम शिक्षक का स्थान ले लेते हैं।
2. स्कूल प्रसारण, जहां प्रसारित कार्यक्रम शिक्षण और अध्ययन के लिए पूरक संसाधन मुहैया कराते हैं, जो अन्यथा नहीं होते।
3. सामुदायिक, राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय स्टेशनों पर सामान्य शैक्षिक कार्यक्रम जो सामान्य और अनौपचारिक शैक्षिक अवसर प्रदान करते हैं।
4. 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 हैं 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।

आम सेकंडरी स्कूलों के मुकाबले ड्रॉपआउट की संख्या में कमी रही और तकनीकी स्कूलों से भी यह मामूली रूप से बेहतर रहा है। एशिया में चीन की 44 रेडियो और टीवी युनिवर्सिटी (जिनमें चाइना सेंट्रल रेडियो और टेलीविजन युनिवर्सिटी भी शामिल है), इंडोनेशिया की युनिवर्सिटास टर्बुका और इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय ने प्रत्यक्ष स्कूली शिक्षण और स्कूली प्रसारण में रेडियो और टीवी का पर्याप्त प्रयोग किया है ताकि वे अपनी ज्यादा से ज्यादा लोगों तक पहुँचने में कामयाब हो सके। ये संस्थान अक्सर प्रसारण के साथ मुद्रित सामग्री और ऑडियो कैसेट भी मुहैया कराते हैं।

जापान युनिवर्सिटी वर्ष 2000 से 160 टीवी और 160 रेडियो कोर्स चला रही है। हरेक कोर्स 15-45 मिनट का होता है और 15 सप्ताह तक लगातार प्रति सप्ताह एक बार ऐसे व्याख्यान का प्रसारण होता है। सुबह छह बजे से लेकर दोपहर 12 बजे के बीच ये प्रसारण किये जाते हैं। इसके अलावा छात्रों को पूरक सामग्री के तौर पर मुद्रित शिक्षण सामग्री दी जाती है और आमने-सामने शिक्षण के अलावा ऑनलाइन सुविधा भी दी जाती है।

अक्सर मुद्रित सामग्री, कैसेट और सीडी-रॉम के माध्यम से चलाया जाने वाला स्कूली प्रसारण प्रत्यक्ष कक्षा शिक्षण की ही तरह राष्ट्रीय पाठ्यक्रम से जुड़ा होता है और तमाम किस्म के विषयों के लिए इसे विकसित किया जाता है। कक्षा शिक्षण के विपरीत, स्कूली प्रसारण का उद्देश्य शिक्षक का स्थान लेना नहीं होता बल्कि सिर्फ पारंपरिक कक्षा शिक्षण की प्रणाली में मूल्य संवर्धन करना होता है। स्कूल प्रसारण संवादात्मक रेडियो दिशा-निर्देश (आईआरआई) से कहीं ज्यादा लचीला होता है क्योंकि इसमें शिक्षकों को तय करना पड़ता है कि वे कैसे प्रसारण सामग्री का अपने कक्षाओं में एकीकरण कर सकें। जो बड़े प्रसारण संस्थान स्कूली प्रसारण का काम करते हैं, उनमें ब्रिटेन का ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कॉरपोरेशन एजुकेशन रेडियो, टीवी और एनएचके जैपनीज ब्रॉडकास्टिंग स्टेशन शामिल हैं। विकासशील देशों में आमतौर पर इस किस्म के स्कूली प्रसारण वहां के शिक्षा मंत्रालय और सूचना व प्रसारण मंत्रालय के संयुक्त सहयोग से चलाए जाते हैं।

आमतौर पर शैक्षणिक प्रसारणों में कई किस्म के कार्यक्रम शामिल होते हैं—खबरों के कार्यक्रम, वृत्तचित्र, क्विज कार्यक्रम और शैक्षणिक कार्टून, जिनमें सभी किस्म के सीखने वालों के लिए अनौपचारिक शैक्षणिक अवसर मौजूद होते हैं। एक अर्थ में देखें तो इस किस्म के अंतर्गत सूचना और शिक्षा के मूल्यों के लिहाज से कोई भी रेडियो या टीवी कार्यक्रम इसका हिस्सा हो सकता है। कुछ ऐसे उदाहरण हैं जिनकी पहचान दुनिया भर में है। ये हैं— अमेरिका का टीवी कार्यक्रम सीसेम स्ट्रीट, हर किस्म की सूचनाएं देने वाला चैनल नेशनल ज्योग्राफिक और डिस्कवरी और रेडियो कार्यक्रम वॉयस ऑफ अमेरिका। कनाडा में चालीस के दशक में शुरू किया गया फार्म रेडियो फोरम दुनिया भर में रेडियो परिचर्चाओं के लिए मॉडल बन चुका है। यह अनौपचारिक शैक्षणिक कार्यक्रमों का एक नायाब उदाहरण है।

विद्यार्थी केंद्रित शैक्षणिक माहौल बनाने में भूमिका

शोध रिपोर्ट के अनुसार सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) के सही इस्तेमाल से विषय-वस्तु और शैक्षणिक प्रविधि दोनों में बुनियादी बदलाव किए जा सकते हैं और यही 21वीं सदी में शैक्षणिक सुधारों के केंद्र में भी रहा है। यदि कायदे से इसे विकसित किया गया और लागू किया जाए, तो सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) समर्थित शिक्षण ज्ञान और दक्षता के प्रसार में महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है, जो आजीवन अध्ययन के लिए छात्रों को उत्प्रेरित करता रहेगा।

यदि कायदे से इस्तेमाल किया जाए, तो सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) और इंटरनेट प्रौद्योगिकी से अध्ययन और अध्यापन के नए तरीके खोजे जा सकते हैं, बजाय इसके कि शिक्षक और विद्यार्थी वही करते रहें जो पहले करते रहे थे। शिक्षण और अध्ययन के ये नए तरीके दरअसल अध्ययन की उन रचनात्मक शैलियों से उपजते हैं, जो शिक्षण प्रणाली में अध्यापक को केंद्र से हटा कर विद्यार्थी को केंद्र में लाता है।

सक्रिय अध्ययन

सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) समर्थित शिक्षण और अध्ययन परीक्षा, गणना और सूचनाओं के विश्लेषण के औजारों को प्रेरित करते हैं जिससे छात्रों के पास सवाल उठाने को मंच मिलता है और वे सूचना का विश्लेषण कर सकते हैं और नई सूचनाएं गढ़ सकते हैं। काम करते वक्त इस तरह छात्र सीख पाते हैं। जब बच्चे जीवन की वास्तविक समस्याओं से सीखते हैं जिससे शिक्षण की प्रक्रिया कम अमूर्त बन जाती है और जीवन स्थितियों के ज्यादा प्रासंगिक होती है। इस तरह से याद करने या रटने पर आधारित शिक्षण के विपरीत आईसीटी समर्थित अध्ययन बिल्कुल समय पर शिक्षण का रास्ता देता है जिसमें सीखने वाला जरूरत पड़ने पर उपस्थित विकल्प में से यह चुन सकता है कि उसे क्या सीखना है।

सह-अध्ययन

सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) समर्थित अध्ययन छात्रों, शिक्षकों और विशेषज्ञों के बीच संवाद और सहयोग को बढ़ावा देता है, इस

बात से बिल्कुल जुदा रहते हुए कि वे कहां मौजूद हैं। वास्तविक दुनिया के संवादों की मॉडलिंग के अलावा आईसीटी समर्थित अध्ययन सीखने वालों को मौका देता है कि वे विभिन्न संस्कृतियों के लोगों के साथ काम करना सीख सकें जिससे उसकी संचार और समूह की क्षमता में संवर्धन होता है तथा दुनिया के बारे में उनकी जागरूकता बढ़ती है। यह आजीवन सीखने का एक मॉडल है, जो सीखने के दायरे को बढ़ाता है जिसमें न सिर्फ संगी-साथी, बल्कि विभिन्न क्षेत्रों के संरक्षक और विशेषज्ञ भी सिमट आते हैं।

सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) समर्थित शिक्षण की प्रभावकारिता

सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) की शैक्षणिक क्षमताएं उनके इस्तेमाल पर निर्भर करती है 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।

पहुँच को बढ़ाना

यह गणना करना मुश्किल है कि सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) ने किस हद तक बुनियादी शिक्षा को प्रसारित करने में मदद की है क्योंकि इस किस्म के अधिकतर प्रयोग या तो छोटे स्तरों पर किए गए हैं या फिर इनके बारे में जानकारी उपलब्ध नहीं है। प्राथमिक स्तर पर इस बात के बहुत कम साक्ष्य मिलते हैं कि सूचना व संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) ने कुछ भी किया है। उच्च शिक्षा और वयस्क प्रशिक्षण में कुछ साक्ष्य हैं कि उन व्यक्तियों और समूहों के लिए शिक्षा के नए अवसर खुल रहे हैं, जो पारंपरिक विश्वविद्यालयों में नहीं जा पाते। दुनिया के सबसे बड़े 33 मेगा विश्वविद्यालयों में सालाना एक लाख से ज्यादा छात्र पंजीकरण करवाते हैं और एक साथ मिल कर ये विश्वविद्यालय करीब 28 लाख लोगों की सेवा कर रहे हैं। इसकी तुलना आप अमेरिका के 3500 कॉलेजों और विश्वविद्यालयों में पंजीकृत एक करोड़ 40 लाख छात्रों से कर सकते हैं।

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 करता 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।

ऐसे ही शोध बताते हैं कि पर्याप्त शिक्षण सहयोग के साथ कंप्यूटर, इंटरनेट और संबद्ध प्रौद्योगिकी का इस्तेमाल वास्तव में सीखने के वातावरण को सीखने वाले पर केंद्रित कर देता है। इन अध्ययनों की यह कह कर आलोचना की जाती है कि ये विवरणात्मक ज्यादा हैं और इनमें व्यावहारिकता कम है। उनका कहना

है कि अब तक कोई साक्ष्य नहीं है कि बेहतर वातावरण बेहतर अध्ययन और नतीजों को जन्म दे सकता है। अगर कुछ है, तो वह गुणात्मक आंकड़े हैं, जो छात्रों और अध्यापकों के सकारात्मक नजरिये को ध्यान में रखकर बनाए गए हैं, जो कुल मिला कर सीखने की प्रक्रिया पर सकारात्मक असर को रेखांकित करते हैं।

एक बड़ी दिक्कत इस सवाल के मूल्यांकन में यह आती है कि मानक परीक्षाएं उन लाभों को छोड़ देती हैं, जो सीखने वाले पर केंद्रित वातावरण से अपेक्षित हैं। इतना ही नहीं, चूंकि प्रौद्योगिकी का इस्तेमाल पूरी तरह सीखने के एक व्यापक तंत्र में समाहित है, इसलिए यह काफी मुश्किल है कि प्रौद्योगिकी को स्वतंत्र रख कर यह तय किया जा सके कि क्या उसके कारण कोई फायदा हुआ है या इसमें किसी एक कारक या कारकों के मिश्रण का हाथ 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 हो 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।

7

भारत में टेलीविजन का इतिहास

भारत में टेलीविजन के इतिहास की कहानी दूरदर्शन के इतिहास से ही शुरू होती है। आज भी दूरदर्शन का नाम सुनते ही अतीत की कई गुदगुदाती बातें याद आ जाती हैं। भले ही आज टीवी चैनल्स पर कार्यक्रमों की बाढ़ आ गई हो लेकिन दूरदर्शन की पहुँच को टक्कर दे पाना अभी भी किसी के बस की बात नहीं है। आपके चैनल 'दूरदर्शन' की स्थापना एक परीक्षण के तौर पर दिल्ली में 15 सितंबर 1959 को हुई थी। जब दूरदर्शन की शुरुआत हुई थी, उस समय का प्रसारण हफ्ते में सिर्फ तीन दिन आधा-आधा घंटे होता था। पहले इसका नाम 'टेलीविजन इंडिया' दिया गया था बाद में 1975 में इसका हिन्दी नामकरण 'दूरदर्शन' नाम से किया गया।

सन् 1959 में शुरू होने वाले दूरदर्शन का 1965 में रोजाना प्रसारण प्रारंभ हुआ। 5 मिनट न्यूज बुलेटिन भी इसी साल से शुरू हुआ। सन् 1986 में शुरू हुए 'रामायण' और इसके बाद शुरू हुए 'महाभारत' के प्रसारण के दौरान हर रविवार को सुबह देश भर की सड़कों पर कर्फ्यू जैसा सन्नाटा पसर जाता था और लोग सड़कों पर अपनी यात्रा 'रामायण' और 'महाभारत' के प्रसारण के दौरान नहीं करते थे।

कार्यक्रम के दौरान लोग अपने घरों को साफ-सुथरा करके अगरबत्ती और दीपक जलाकर रामायण का इंतजार करते थे और एपिसोड के खत्म होने पर बकायदा प्रसाद बांटी जाती थी।

भारत में टेलीविजन का विकास एक नवीन प्रक्रिया के रूप में हुआ। एक दशक से भी अधिक समय तक सूचना और प्रसारण, इस केन्द्र से सप्ताह में दो

बार 20-20 मिनट का टी.वी. कार्यक्रम प्रसारित किया जाने लगा। इसके दर्शकों में 180 टेलीक्लबों के सदस्य शामिल थे जिन्हें यूनेस्को द्वारा रिसीवर सेट निःशुल्क उपलब्ध कराया गया था। इसी संगठन ने दो वर्ष पश्चात वर्ष 1961 में किए गए एक सर्वेक्षण में यह निष्कर्ष निकाला कि टेलीक्लब कार्यक्रम कुछ हद तक प्रभावी रहे हैं। अगस्त 1965 में मनोरंजन और सूचना तथा सामाजिक शिक्षा कार्यक्रमों का प्रसारण आरंभ हुआ। इसी उद्देश्य से राजधानी में टी.वी. केन्द्र स्थापित किया गया था। जर्मन संघ गणराज्य ने देश में टी.वी. प्रोडक्शन स्टूडियो स्थापित करने में काफी सहयोग दिया है।

धीरे-धीरे इसका विकास होता रहा। सन् 1970 में इस सेवा की अवधि बढ़ाकर तीन घंटे कर दी गई और इसमें समाचार, सूचना और मनोरंजन कार्यक्रमों के अतिरिक्त दो साप्ताहिक कार्यक्रम भी शामिल किए गए जिनमें से प्रत्येक कार्यक्रम 20 मिनट का था। इनमें से एक साप्ताहिक कार्यक्रम 'टेलीक्लब' के सदस्यों के लिए तथा 'कृषि दर्शन' के नाम से तैयार किया गया। समान अवधि का दूसरा साप्ताहिक कार्यक्रम देश के 80 गांवों के किसानों को ध्यान में रखकर बनाया गया था। 'कृषि दर्शन' कार्यक्रम परमाणु ऊर्जा विभाग, भारतीय कृषि अनुसंधान संस्थान, दिल्ली प्रशासन तथा हरियाणा और उत्तर प्रदेश की राज्य सरकारों की सहायता से जनवरी 1967 में शुरू किया गया। ट्रान्समीटर का रेंज 60 किमी. तक बढ़ जाने से इन राज्यों में इस कार्यक्रम को देखना काफी सुगम हो गया।

पहले टी.वी. सेटों की संख्या कुछ खास नहीं थी। कुछ सम्पन्न लोगों ने किसी ग्राम में सार्वजनिक रूप से इसकी व्यवस्था की थी। 1970 में टी.वी. सेटों की संख्या (सभी आयातित) सामुदायिक सेटों को छोड़कर कुल 22,000 थी, तथापि, 1970 के दशक के मध्य तक बाजार में भारत में निर्मित टेलीविजन सेटों का प्रवेश और शीघ्र ही देश में टेलीविजन रिसीवरों की संख्या 1000,000 को पार कर गई। 1970 दशक के आरंभिक वर्षों में भारतीय शहरों में टेलीविजन की माँग, टेलीविजन विनिर्माताओं और विज्ञापन उद्योग की जरूरतों तथा इंदिरा गांधी सरकार की लोकप्रियता को देखते हुए टेलीविजन प्रसारण को पूरे देश में पहुँचाने का निर्णय लिया गया।

1970 के दशक के अंत तक दिल्ली और आसपास के राज्यों में टेलीविजन सेटों की संख्या 200,000 तक पहुँच गई। वर्ष 1972 में बंबई केन्द्र की स्थापना की गई और उसके बाद के वर्षों में टी.वी. केन्द्र श्रीनगर, अमृतसर

और पुणे में भी शुरू हो गया। वर्ष 1975 में कलकत्ता (कोलकाता), मद्रास (चेन्नई) और लखनऊ में भी टी.वी. केन्द्र स्थापित किये गए। 1 जनवरी, 1976 से सभी टेलीविजन केन्द्रों से वाणिज्यिक प्रसारण शुरू हुआ। इसी वर्ष दूरदर्शन और रेडियो को अलग-अलग कर दिया गया। अब टेलीविजन 'दूरदर्शन' के नाम वाले एक नए बैनर के अंतर्गत सूचना और प्रसारण मंत्रालय का एक स्वतंत्र मीडिया यूनिट बन गया। इस प्रकार अपने मूल निकाय से अलग हो जाने पर दूरदर्शन की प्रसारण अवधि और सेवा की गुणवत्ता में सुधार की उम्मीदें बढ़ गई।

सन् 1977 में देश के कुछ प्रमुख शहरों जैसे—जयपुर, हैदराबाद, रायपुर, गुलबर्ग, संभलपुर और मुजफ्फरपुर में स्थलीय ट्रान्समीटर स्थापित किए गए, जिससे टेलीविजन के दर्शकों की संख्या 100 मिलियन से अधिक हो गई। इसी वर्ष भारतीय प्रसारण के इतिहास में पहली बार सभी राजनीतिक दलों को चाहे वे सत्ता में हो अथवा नहीं हों—अपने चुनावी प्रचार के लिए रेडियो और टेलीविजन पर समान समय दिया गया। इसी बीच भारत को उपग्रह अनुदेशात्मक टेलीविजन के प्रयोग में सफलता प्राप्त हुई जिससे भारत को अंतर्राष्ट्रीय प्रतिष्ठा हासिल हुई तथा हमारा देश उपग्रह टेलीविजन के लिए तैयार हो गया। इस सफलता में नासा (NASA), आईटीयू, यूएनडीपी, फोर्ड एरोस्पेस (FordAerospace) ने भारत को सहयोग दिये। इनके अतिरिक्त, जनरल इलेक्ट्रिक्स, ह्यूजसे एयरक्राफ्ट, मैसाच्यूसेट्स इन्स्टीट्यूट ऑफ टेक्नोलॉजी, तथा अंतर्राष्ट्रीय दूरसंचार संघ (ITU) के विश्व प्रशासनिक रेडियो सम्मेलन में शामिल हुए पश्चिमी राष्ट्रों के प्रतिनिधियों ने भी भारत की इस सफलता में महत्वपूर्ण योगदान किया था। घरेलू संचार उपग्रहों ने भी INSAT शृंखला और माइक्रोवेव केबल नेटवर्कों से देश को राष्ट्रीय उपग्रह से जुड़ने के लिए आवश्यक अवसंरचना सुविधाएँ उपलब्ध कराईं।

सन् 1982 में नई दिल्ली में एशियाई खेलों का आयोजन किया गया, जिसके परिणामस्वरूप दूरदर्शन के विकास में तीव्रता आई। 1980 के दशक के मध्य एक दूसरा चैनल शुरू किया गया जो पहले नई दिल्ली और मुंबई में था बाद में देश के अन्य महानगरों में भी प्रारम्भ किया गया। यह दूसरा चैनल लोकप्रिय मेट्रो मनोरंजन चैनल या डीडी-2 के नाम से विकसित हुआ।

दूरदर्शन द्वारा कुछ धारावाहिकों का प्रसारण प्रारम्भ किया गया, जिसमें उसे आशातीत सफलता मिली। 'हमलोग', 'बुनियाद' और 'खानदान' जैसे टी.वी. सीरियलों की सफलता के साथ ही विज्ञापन से दूरदर्शन की आय में

अभूतपूर्व वृद्धि हुई। इसके साथ ही दूरदर्शन सीरियलों का निर्माण भी अधिकाधिक संख्या में किया जाने लगा। यहाँ तक कि विज्ञापनदाता एजेंसियाँ भी टी.वी. सीरियलों के निर्माण कार्य में जुड़ गईं। रामायण और महाभारत जैसे धार्मिक टी.वी. सीरियलों ने छोटे पर्दे पर धूम मचा दी। इधर विज्ञापनदाताओं को अपने उत्पाद का विज्ञापन देने के लिये टी.वी. के रूप में एक नया विज्ञापन माध्यम प्राप्त हो गया और उन्होंने इस छोटे पर्दे पर अधिकाधिक विज्ञापन देना शुरू किया। वर्ष 1987 तक 40 से भी अधिक टी.वी. सीरियल बनाए जा चुके थे तथा प्रतिदिन प्राइम टाइम में औसतन दो सीरियल दिखाए जाने लगे। विदेशी धारावाहिकों का चलन धीरे-धीरे खत्म होने लगा, इसी प्रकार प्राइम टाइम में वार्ता कार्यक्रमों, फिल्म आधारित कार्यक्रमों और क्विज कार्यक्रमों का प्रसारण भी बंद हो गया।

वर्ष 1987-88 में दूरदर्शन की राजस्व प्राप्ति बढ़कर 136.1 मिलियन हो गई तथा 1990 के अंत तक इसकी राजस्व प्राप्ति की मात्रा बढ़कर 25 मिलियन तथा 1997-98 में इसकी राजस्व प्राप्ति बढ़कर 490 करोड़ (49000 मिलियन) के स्तर पर पहुँच गई। 2002-03 में इसकी राजस्व प्राप्ति 5952 मिलियन के अभूतपूर्व स्तर पर पहुँच गई। 1990 के दशक में देश में लगभग 58 मिलियन टी.वी. सेट थे जिनमें से लगभग 15 मिलियन टी.वी. सेट केबल नेटवेक से जुड़े थे। इस समय तक इन आँकड़ों में व्यापक वृद्धि हुई है।

टेलीविजन के विभिन्न उद्देश्य

टेलीविजन के विभिन्न सामाजिक उद्देश्य हैं जिन पर निम्न रूपों में प्रकाश डाला गया है—

1. राष्ट्रीय अखंडता को बढ़ावा देना,
2. सामाजिक परिवर्तन के उत्प्रेरक अर्थात् सामाजिक परिवर्तनों की गति में वृद्धि करने के एक कारक के रूप में कार्य करना,
3. जनसंख्या नियंत्रण और परिवार कल्याण के माध्यम के रूप में परिवार नियोजन का संदेश प्रसारित करना,
4. लोगों में एक वैज्ञानिक सोच विकसित करना,
5. महिलाओं, बच्चों और अन्य सुविधाविहीन वर्गों के कल्याण सहित सामाजिक कल्याण उपायों की आवश्यकता को जन-जन तक पहुँचाना,

6. पर्यावरण संरक्षण और पारिस्थितिकीय संतुलन को बढ़ावा देना तथा उन्हें बनाए रखने में सहायता प्रदान करना,
7. कला और सांस्कृतिक विरासत के मूल्यांकन हेतु उचित मूल्य विकसित करना,
8. खेलों और क्रीड़ाओं में रुचि विकसित करना।

टेलीविजन की बढ़ती भूमिका एवं प्रभाव

सूचना क्रांति के इस युग में टेलीविजन मानवीय जीवन में आमूल-चूल परिवर्तन लाने में एक बड़ा माध्यम साबित हुआ है। आज पूरी दुनिया पर टेलीविजन का जादू छाया हुआ है। यह केवल मनोरंजन का सबसे सस्ता साधन ही नहीं है बल्कि इसने शिक्षा, स्वास्थ्य देखभाल, व्यक्तिगत संबंधों, यात्रा आदि के संदर्भ में भी ज्ञान का भंडार खोल दिया है। यह संस्कृतियों व रीति-रिवाजों के आदान-प्रदान के रूप में उभरकर सामने आया है। आज टेलीविजन विभिन्न आर्थिक और सामाजिक मुद्दों पर ध्यान केंद्रित करते हुए पूरे विश्व के ज्ञान में वृद्धि करने में मदद कर रहा है। वर्तमान में यह मीडिया की सबसे प्रमुख ताकत के रूप में उभरा है। इससे विश्व संकीर्ण हुआ है और भूमंडलीकरण का असर दिखने लगा है। परिणामस्वरूप हम सुदूर आयोजित हो रहे कार्यक्रमों का आनंद अब लाइव टीवी के जरिये घर बैठे लेने लगे हैं। बेशक टेलीविजन तकनीक का एक पहलू है। तकनीक अपने साथ सकारात्मक और नकारात्मक दोनों परिणाम लेकर आती है। टेलीविजन के कारण जहां ज्ञान, विज्ञान, मनोरंजन व शिक्षा-चिकित्सा के क्षेत्र में हमारी जिज्ञासा शांत हुई है तो वहीं इसके माध्यम से हिंसा, अश्लीलता व भयभीत करने वाले कार्यक्रमों ने हमारी आस्था एवं नैतिक मूल्यों को चोट भी पहुँचाई है। सच्चाई यह है कि वर्तमान में टेलीविजन से जुड़ा हर नया अनुभव हमारे जीवन को उत्तेजित कर रहा है।

गौरतलब है कि टेलीविजन की हमारे जीवन में बढ़ती भूमिका और इसके सकारात्मक व नकारात्मक पहलुओं पर चर्चा करने के उद्देश्य से 21 नवंबर को विश्व टेलीविजन दिवस के रूप में मनाया जाता है। दरअसल, टेलीविजन के बढ़ते प्रभाव को देखते हुए संयुक्त राष्ट्र ने 17 दिसंबर, 1996 को 21 नवंबर की तिथि को विश्व टेलीविजन दिवस के रूप घोषित किया था। संयुक्त राष्ट्र ने वर्ष 1996 में 21 और 22 नवंबर को विश्व के प्रथम विश्व टेलीविजन फोरम का आयोजन किया। 1927 में फिलो टेलर फार्न्सवर्थ नामक 21 साल के लड़के ने

आधुनिक टेलीविजन पर सिग्नल प्रसारित किया। 1926 से लेकर 1931 तक कई असफलताओं के बाद टेलीविजन में बदलाव होते रहे। 1934 आते-आते टेलीविजन पूरी तरह इलेक्ट्रॉनिक स्वरूप धारण कर चुका था। हालांकि, इससे पहले 1908 में ही मैकेनिकल टेलीविजन का आविष्कार हो चुका था।

मैकेनिकल टीवी के बारे में बात करें तो यह रील वाली फिल्मों पर आधारित था। इसके प्रसारण के लिए बंद कमरा चाहिए होता था और प्रोजेक्टर और रील की मदद से वीडियो दिखाई जाती थी। लेकिन फिलो का टीवी आज के मॉर्डन टीवी की शुरुआत थी। वो बात अलग है कि उस वक्त कलर नहीं ब्लैक एंड व्हाइट तस्वीरें ही टीवी पर दिखती थीं। 1927 में फिलो टेलर फार्न्सवर्थ द्वारा टीवी का आविष्कार किए जाने के 1 साल बाद अमेरिका में पहला टेलीविजन स्टेशन शुरू हुआ। सितंबर 1928 में जॉन बेयर्ड ने पहली बार मॉर्डन टीवी आम लोगों के सामने प्रदर्शित किया। जॉन बेयर्ड वही शख्स थे जिन्होंने मैकेनिकल टीवी का आविष्कार किया था। अगले 10 सालों तक टीवी मार्केट में नहीं आया। 1938 में औपचारिक तौर पर जॉन टेलीविजन को मार्केट में लेकर आए। अगले 2 सालों में आधुनिक टीवी के हिसाब से टीवी स्टेशन खुले और लोग बड़ी संख्या में टीवी खरीदने लगे।

भारत में पहली बार लोगों को टीवी के दर्शन 1950 में हुए, जब चेन्नई के एक इंजीनियरिंग स्टूडेंट ने एक प्रदर्शनी में पहली बार टेलीविजन सबके सामने रखा। भारत में पहला टेलीविजन सेट कोलकाता के एक अमीर नियोगी परिवार ने खरीदा था। 1965 में ऑल इंडिया रेडियो ने रोजाना टीवी ट्रांसमिशन शुरू कर दिया। 1976 में सरकार ने टीवी को ऑल इंडिया रेडियो से अलग कर दिया। 1982 में पहली बार राष्ट्रीय टेलीविजन चैनल की शुरुआत हुई। यही वो साल था जब भारत में पहला कलर टीवी भी आया। 80-90 का दशक भारत में टेलीविजन के विस्तार का रास्ता खोलता गया। दूरदर्शन पर महाभारत और रामायण जैसी सीरियलों ने सारे रिकॉर्ड तोड़ दिए। कहा जाता है कि जब महाभारत या रामायण टीवी पर आता था तो सड़कों पर मानो कर्फ्यू-सा लग जाता था। 90 के दशक में टेलीविजन चैनल का सारा काम प्रसार भारती को सौंप दिया गया। प्रसार भारती ने इसी दशक में दूरदर्शन के साथ डीडी2 नाम से चैनल शुरू किया, जिसका बाद में नाम बदलकर डीडी मेट्रो कर दिया गया। 1991 में पीवी नरसिम्हा राव जब प्रधानमंत्री बने तो उन्होंने टीवी के विस्तार की शुरुआत की। इसके बाद प्राइवेट चैनलों की एंट्री हुई। प्राइवेट चैनलों को एक के बाद एक

लाइसेंस मिलते गए और पिछले कुछ सालों में भारत में प्रसारित होने वाले चैनलों की संख्या 1000 के आस-पास पहुँच चुकी है।

यह अलग बात है कि आज टेलीविजन चैनल अपनी जिम्मेदारियों से उन्मुक्त होकर दर्शकों के सम्मुख कुछ भी परोसने से बाज नहीं आ रहे हैं। चैनलों पर अश्लील, अमर्यादित व डरावने दृश्यों को दिखाये जाने के कारण जनमानस में गलत संदेश प्रसारित हो रहा है। इसी के परिणामस्वरूप युवा पीढ़ी दिशाहीन होकर टीवी दृश्यों की नकल कर रही है। युवकों में आवारागर्दी और पिता की कमाई पर ऐश करने की प्रवृत्ति बढ़ती जा रही है, जो उनके कर्तव्य सृजनशीलता को नष्ट कर रही है। वहीं बचपन से ही निरंतर हत्याओं व बलात्कारों के दृश्य देखने से बच्चों के मानसिक विकास पर गंभीर प्रभाव पड़ रहा है।

देश में बढ़ती हुई हिंसक घटनाएं इसके दुष्परिणाम हैं। इन चैनलों पर नारी देह को नग्न दिखाने के साथ ही विज्ञापन के नाम पर चारित्रिक सीमाओं से तटस्थ होकर गंदे व अमानवीय चित्रों को प्रदर्शित किया जा रहा है। बाबाओं व भाग्य बताने वाले तथाकथित साधुओं का अड़्डा बने ये चैनल लोगों को मूर्ख बनाकर सांस्कृतिक घुसपैठ कर रहे हैं। ललित कलाओं व स्वस्थ मनोरंजन से कोसों दूर इन चैनलों पर रईसों की ठांट-बांट वाली जीवनशैली को बड़ी शानो-शौकत के साथ पेश किया जा रहा है। खबरिया चैनल खबरों की निष्पक्षता को भूलकर किसी दल विशेष का गुणगान करने में जरा भी नहीं हिचक रहे हैं। इन पर होने वाली बहसों में बहस के नाम पर महज बवाल ही देखने को मिल रहा है। यही हाल म्यूजिक चैनलों का भी है, जो चौबीसों घंटे गंदे गीतों व अश्लील नृत्यों का मंचन कर रहे हैं। धारावाहिकों के नाम पर सास-बहू के झगड़ों को सार्वजनिक तौर पर दिखाकर यह चैनल अपना काम बना रहे हैं। चैनलों पर हास्य व कॉमेडी शो में गंदे-गंदे चुटकुलों का सहारा लेकर लोगों को हंसने पर मजबूर किया जा रहा है। इन पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रम न तो कोई स्वस्थ मनोरंजन प्रदान कर रहे हैं और न ही समाज को कोई शिक्षा या दिशा दे रहे हैं। धारावाहिकों के कथानक आम आदमी की जिंदगी तो क्या उसके सोच से भी परे देखे जा सकते हैं।

व्यक्ति की नैतिक कमजोरियों को बड़ी शान से महिमामंडित किया जा रहा है। नाजायज संबंध, आवारागर्दी और करोड़ों-अरबों का कारोबार इनका मुख्य विषय वस्तु है। चैनलों की आगे बढ़ने की अंधी प्रतिस्पर्धा व टीआरपी की तृष्णा के चलते इन पर सर्वाधिक नैतिक व सांस्कृतिक मूल्यों की अवहेलना वाले दृश्य

दृष्टिपात हो रहे हैं। फैशन टीवी जैसे चैनलों को देखकर तो लगता है कि फैशन की परिभाषा ही बदल गई है। आज यदि हमारा देश भी पाश्चात्य राष्ट्रों का अंधानुकरण कर रहा है तो इसमें सबसे अधिक भूमिका इन चैनलों की ही है। ये चैनल हमारे पारिवारिक जीवन मूल्यों को विश्रुंखलित करने का कार्य कर रहे हैं।

इन चैनलों का उद्देश्य पाश्चात्य उपभोक्तावादी संस्कृति का प्रचार करना है, जो कि हमारे देश की सांस्कृतिक भावनाओं के प्रतिकूल है। जो भारत संस्कृति व संस्कारों के नाम पर सारे विश्व में अपनी अमिट छाप छोड़ता था, आज वही भारत इंडिया बनकर अपनी सांस्कृतिक मर्यादा व जीवन मूल्यों से परहेज करता जा रहा है। इन दिशाहीन टीवी कार्यक्रमों पर यदि समय रहते रोक नहीं लगाई गई तो ये हमारी सभ्यता और संस्कृति को काफी हानि पहुँचा सकते हैं। इन धारावाहिकों के निर्माता-निर्देशकों को यह ध्यान दिलाना जरूरी है कि अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का आशय मनमानी कदापि नहीं है। टीवी पर हरदम तेज मिर्च-मसाले वाले अजीर्णकारी कार्यक्रमों का भोजन परोसने के स्थान पर अच्छे और संस्कारप्रद कार्यक्रमों का सुपाच्य नाश्ता भी तो परोसा जा सकता है।

निःसंदेह टेलीविजन के आविष्कार ने सूचना के क्षेत्र में एक क्रांति का आगाज किया है। चूँकि मीडिया ने वर्तमान में हमारे जीवन में इतना अधिक हस्तक्षेप कर दिया है कि हमें इसके महत्त्व के बारे में काफी जानकारी नहीं मिल पाती। वर्तमान में हम इसके महत्त्व को नकार नहीं सकते हैं। हमें इसके महत्त्व को समझते हुए इसका व्यापक इस्तेमाल करना चाहिए ताकि मीडिया के सूचना से संबंधित दुरुपयोग को रोका जा सके। साथ ही इसके प्रभाव को कम किया जा सके। विश्व के ऊपर टेलीविजन के प्रभाव को देखते हुए ही इस दिन की महत्ता का प्रभाव बढ़ा है। टेलीविजन को जनता को प्रभावित करने में एक प्रमुख साधन के रूप में स्वीकार किया गया है। दुनिया की राजनीति के ऊपर इसके प्रभाव और इसकी उपस्थिति को किसी भी रूप में अस्वीकार नहीं किया जा सकता है। लेकिन साथ में यह भी माना जा रहा है कि इसके नकारात्मक प्रभाव भी दृष्टिगत हो रहे हैं। इसके नकारात्मक प्रभाव को रोकने और गलत संस्कृति पर रोक लगाने के लिए इसके ऊपर कुछ कानूनी प्रतिबन्ध भी आरोपित किये जाने चाहिए। हमेशा मन में इन शब्दों को बैठाकर रखना चाहिए कि प्रौद्योगिकी एक अजीब चीज है। यह एक हाथ एक बेहतरीन उपहार तो दूसरे की पीठ में छुरा का सामान है। टेलीविजन हमारे लिए फायदेमंद है या नुकसानदायक यह

हमारे ऊपर ही निर्भर है। जैसे एक चाकू यदि सर्जन के हाथों में है तो वह किसी की जान बचा सकता है परंतु वही चाकू यदि एक डाकू के हाथों में है तो किसी की मृत्यु का कारण बन सकता है। अतः हमारे लिए हुए निर्णयों से ही हमारे जीवन की गति एवं दिशा तय होती है।

शिक्षा के क्षेत्र में टेलीविजन

शिक्षा के क्षेत्र में टेलीविजन ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। औपचारिक और अनौपचारिक शिक्षा के लिए टेलीविजन के प्रयोग का स्पष्ट लाभ यह है कि इसकी सहायता से देश के सम्पूर्ण भू-भाग में सभी लोगों तक एक साथ पहुँचा जा सकता है। इसकी सहायता से शिक्षा के विभिन्न क्षेत्रों के विशेषज्ञों के व्याख्यानों से संपूर्ण राष्ट्र के लोग लाभान्वित हो सकते हैं। इसका एक मुख्य हानिकारक पहलू यह है कि ऐसे कार्यक्रमों के केबल प्रोडक्शन और ट्रान्समिशन में ही नहीं बल्कि इनके अभिग्रहण में भी काफी खर्च आता है। हालाँकि टेलीविजन की पहुँच दूर-दूर तक फैली है, किन्तु रिसीवर सेट शहरी और ग्रामीण क्षेत्रों में रहने वाले अधिकांश निर्धन लोगों के पास उपलब्ध नहीं हैं। इस समय यह भी जरूरी हो गया है कि ऐसे लोगों को अधिक से अधिक शिक्षित किया जाय।

विरल तौर पर पाई जाने वाली जटिल सामग्रियों के दृश्य प्रस्तुतीकरण से भौतिक विज्ञानों, चिकित्सा शास्त्र, भूगोल तथा नाटक और इतिहास के अवयवों को समझने में अधिक सुविधा होती है।

विश्व के कुछ सम्पन्न देशों जैसे—इंग्लैंड, जापान और संयुक्त राज्य अमेरिका में उचित रूप में पूर्ण विकसित शैक्षणिक टेलीविजन सेवा उपलब्ध है। “ब्रिटिश ओपन यूनिवर्सिटी” अपने विभिन्न संकायों के कार्यक्रमों के टी.वी. प्रसारण हेतु बी.बी.सी. पर टी.वी. टाइम के उपयोग में कोई कसर नहीं छोड़ी है। संयुक्त राज्य अमेरिका सरकारी टेलीविजन पर स्कूल कार्यक्रम कक्षा और घर दोनों में शिक्षकों और छात्रों को उपयोगी कार्यक्रम उपलब्ध कराता है। इसके अतिरिक्त राष्ट्रीय विश्वविद्यालय परिसंघ जिसमें संयुक्त राज्य अमेरिका के साथ अन्य कॉलेज शामिल हैं। कॉलेज क्रेडिट कोर्स भी सरकारी टेलीविजन पर प्रसारित होता है। ट्यूटोरियल प्रणाली ओपन यूनिवर्सिटी और एनयूसी के पाठ्यक्रमों का एक महत्वपूर्ण अंग है, जिसके अंतर्गत छात्र एक ही शहर या कस्बे में रह रहे योग्य ट्यूटर्स के साथ मिलकर शैक्षिक उपलब्धि हासिल करते हैं।

भारत में भी टी.वी. द्वारा शैक्षिक कार्यक्रमों का प्रसारण किया गया। दिल्ली टी.वी. ने 1961 में (जब यह प्रायोगिक आधार पर केवल दो शहरों में ही अपनी सेवाएँ उपलब्ध कराता था) चुने हुए विषयों, विशेषकर विद्यालय स्तर पर विज्ञान विषय, पर पाठ्यक्रम आधारित पाठ के टी.वी. प्रसारण का निर्णय लिया। उस समय दिल्ली के कुछ विद्यालयों में प्रयोगशालाओं की सुविधा थी, परन्तु विद्यालयों में विज्ञान के कुछ ही योग्य शिक्षक उपलब्ध थे। इन कमियों को पूरा करने के लिए टी.वी. के दृश्य माध्यम द्वारा विजय प्राप्त करने के प्रयास शुरू किए गए। इस नई सुविधा को शिक्षा के दोनों महत्त्वपूर्ण घटक (विद्यार्थी व अध्यापक) ने स्वीकार किया। इस प्रायोगिक परियोजना को फोर्ड फाउंडेशन द्वारा दी गई वित्तीय सहायता से संभव बनाया गया। इसका यूनेस्को के विशेषज्ञ पॉल न्यूरथ द्वारा वर्ष 1969 में मूल्यांकन किया गया और उन्होंने यह निष्कर्ष निकाला कि शैक्षिक टेलीविजन ने “विज्ञान विषयों के अध्यापन में एक सहायक” के रूप में अपनी पर्याप्त उपयोगिता सिद्ध की है।

इस समय दिल्ली दूरदर्शन का विस्तार अधिक हो गया है और विद्यालयों में बहुत से टी.वी. रिसीवर लगाए गए हैं, किन्तु प्रसारण हेतु तैयार किए जाने वाले शैक्षिक कार्यक्रमों की गुणवत्ता में कोई उल्लेखनीय विकास नहीं हुआ है। इसके प्रति लोगों की रुचि भी कम है। दिल्ली प्रशासन के आधीन चलाए जा रहे विद्यालयों में शैक्षिक टेलीविजन के उपयोग पर राष्ट्रीय शैक्षणिक अनुसंधान और प्रशिक्षण परिषद द्वारा किए गए एक सर्वेक्षण के अनुसार जिन माध्यमिक कक्षाओं के लिए प्रति सप्ताह पाठों को टेलीकास्ट किया जाता है, उनमें टेलीविजन रिसीवरों से युक्त 500 विद्यालयों में से केवल 387 विद्यालय ही इन कार्यक्रमों को देखने सुनने के लिए अपना टी.वी. सेट चालू करते हैं। इसके लिए कई कारण उत्तरदायी माने गये हैं जिनमें रिसीवरों के उचित रख-रखाव की कमी, कक्षा में कार्यक्रम को सही रूप में नहीं देख पाना तथा इन कार्यक्रमों के प्रति छात्रों और अध्यापकों का अन्यमनस्व होना है।

शैक्षिक कार्यक्रमों के प्रसारण में देश के कई शहर संलग्न हैं। मुंबई, चेन्नई, कोलकाता, श्रीनगर और अन्य शहरों के दूरदर्शन केन्द्र प्राथमिक और माध्यमिक कक्षाओं के लिए अंग्रेजी और विज्ञान विषयों में शैक्षिक कार्यक्रम प्रसारित करते हैं। इन पाठों में एक कमी यह रह जाती है कि इनमें सामान्य रुचि की जानकारियाँ काफी कम होती हैं तथा ये पाठ विद्यालयीय पाठ्यक्रम और कक्षा प्रारूप से काफी हद तक जुड़े होते हैं। कैमरा केवल विद्यालय के पीरियडों के इर्द-गिर्द

ही घूमता रहता है। अंग्रेजी भाषा के पाठ काफी सोच-समझकर तैयार किए जाते हैं, किन्तु जिन छात्रों और शिक्षकों द्वारा इन्हें प्रस्तुत किया जाता है वे पूरी तरह से कुशल नहीं होते हैं।

भारत में उपग्रह और माइक्रोवेव सुविधाओं का विस्तार काफी हद तक हो गया है और बहुत से स्टूडियो और ट्रान्समिशन केन्द्रों को स्थापित किए जाने से निश्चित है कि दूरदर्शन देश भर में शैक्षिक कार्यक्रमों के टेलीकास्ट में सुधार लाया गया, किन्तु इस आरंभिक दौड़ में इस बात की आवश्यकता है कि शैक्षिक टेलीविजन कार्यक्रमों पर केन्द्र और राज्य सरकारों के बीच तालमेल बना रहे। यह जान लेना आवश्यक है कि संविधान के अंतर्गत ब्रॉडकास्ट मीडिया केन्द्र सरकार के नियंत्रणाधीन है, जबकि शिक्षा राज्य सरकार का विषय है। इसका एक तरीका यह है कि राज्य स्तरों पर शिक्षाविदों, समाजशास्त्रियों और मीडिया विशेषज्ञों का एक स्वायत्तशासी बोर्ड (निकाय) गठित किया जाए। इस दिशा में कुछ महत्वपूर्ण कदम उठाये गये हैं, जिसमें राज्य शैक्षिक प्रौद्योगिकी संस्थान को स्वायत्तता देना प्रमुख है।

टेलीविजन और उच्च शिक्षा

भारत सरकार ने शिक्षा के विकास में महत्वपूर्ण कार्य किये हैं। जनता पार्टी की सरकार द्वारा 1978 में गठित समिति ने इस बात की पुरजोर सिफारिश की थी कि शैक्षिक संस्थाओं को प्रसारण की फ्रैन्चाइजी प्रदान की जाए। ऐसा करने से उच्च शिक्षा के राष्ट्रीय संस्थान बहुत अधिक संस्था में छात्रों और अन्य हित समूहों के लिए उच्च गुणवत्ता युक्त शिक्षा के प्रसार के एकमात्र प्रयोगार्थ निम्न शक्ति के रेडियो या टेलीविजन ट्रान्समिशन का प्रयोग करना आसान हो जायगा।

इस उद्देश्य को पूरा करने में उच्च शिक्षा परियोजना ने अहम भूमिका निभाई है। इस परियोजना की शुरूआत अगस्त, 1984 में की गयी थी। देशव्यापी कक्षा के रूप में प्रख्यात तथा शैक्षिक संचार हेतु गठित संघ, नई दिल्ली द्वारा समन्वित शैक्षिक टेलीविजन कार्यक्रम सप्ताह के प्रत्येक दिन सुबह और शाम देशभर में प्रसारित किए जाते हैं। इसके लिए 1700 से भी अधिक कॉलेजों को निःशुल्क टी.वी. सेट उपलब्ध कराए गए हैं तथा सामुदायिक सेटों की संख्या 60000 से भी अधिक है। आगे इनकी संख्या में और भी वृद्धि होने की सम्भावना है।

हालांकि टेलीकास्ट किए गए काफी कार्यक्रम विदेशी मूल के होते हैं (मुख्यतः ब्रिटेन, संयुक्त राज्य अमेरिका, पश्चिमी जर्मनी और रूस में तैयार किए

गए कार्यक्रम) किन्तु देश के विभिन्न भागों में स्थापित सात शैक्षिक मीडिया अनुसंधान केन्द्रों और आठ श्रव्य-दृश्य अनुसंधान केन्द्रों द्वारा तैयार किए गए शैक्षिक कार्यक्रम भी अपना योगदान दे रहे हैं। वर्ष 1990 में किए गए एक अध्ययन के अनुसार, यूजीसी कार्यक्रमों के दर्शकों की संख्या 19 मिलियन से भी अधिक है। इनमें से 12 मिलियन दर्शक सप्ताह में कम से कम एक बार कार्यक्रम देखते हैं जबकि लगभग 7 मिलियन दर्शक इन कार्यक्रमों के नियमित दर्शक हैं, जो प्रति सप्ताह दो से पाँच प्रसारणों को देखते हैं, इसके दर्शकों में छात्रों की संख्या मात्र 45% है।

टेलीविजन कार्यक्रमों के प्रकार

टेलीविजन द्वारा कई प्रकार के कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है। आगे कुछ प्रमुख प्रकार के कार्यक्रमों पर संक्षेप में प्रकाश डाला गया है।

समाचार, टी.वी. न्यूजकास्ट व रेडियो समाचारों के समान व्यापक कवरेज और सम्यक् रिपोर्ट प्रस्तुत नहीं कर सकता। दृश्य सामग्रियों में प्रस्तुतीकरण के व्यतीत समय को देखते हुए किसी अनुसंधान या पृष्ठभूमि की सूचना प्रदान करना संभव नहीं होता। वास्तव में टी.वी. समाचार प्रसारण द्वारा समाचारों के अत्यधिक रोचक और उल्लेखनीय अंशों को प्रस्तुत नहीं किया जा सकता क्योंकि जहाँ कहीं भी घटनाएँ होती हैं। ऐसी जगह पर कैमरा नहीं पहुँच सकता, उदाहरण के लिए किसी तख्ता-पलट की कोशिश, किसी आक्रमण, युद्ध या मंत्रिमंडल की बैठक स्थल।

समाचार के द्वारा समारोह का भी प्रस्तुतीकरण किया जा सकता है। राज्यारोहण, शपथ ग्रहण समारोह, अति महत्त्वपूर्ण व्यक्तियों का आगमन या प्रस्थान, समझौतों पर हस्ताक्षर, परेडों का आयोजन, उद्घाटन समारोह और क्रीड़ा आदि ऐसे ही समारोहों के उदाहरण हैं। दुर्भाग्यवश इन घटनाओं को सीधे प्रसारित किए जाने के बावजूद इन घटनाओं के प्रसारण में कोई महत्त्वपूर्ण सूचना उपलब्ध नहीं कराई जाती। इसके अतिरिक्त टी.वी. प्रसारणों द्वारा उपलब्ध कराये जाने वाले समाचार दैनिक समाचारों के मात्र कुछ प्रतिशत ही होते हैं।

हमारे देश में समाचार वाचन के लिये कोई विशेष तकनीक नहीं अपनाई जाती है, बल्कि रेडियो तकनीक का ही इस्तेमाल किया जाता है तथा किसी कार्ड या इलेक्ट्रॉनिक टाइपराइटर पर लिखे समाचारों को एक औपचारिक रूप में पढ़ा जाता है और बीच-बीच में किसी चित्र, नक्शा या वीडियोग्रफी को दिखाने

वे लिए समाचार को आगे पहना रोक दिया जाता है तथा इस बीच दिखाये जा रहे दृश्य के अनुरूप सूचनाएँ प्रदान की जाती हैं। ईएनजी (इलेक्ट्रॉनिक न्यूज गैदरिंग) और नवीनतम कम्प्यूटरीकृत ग्राफिक्स उपकरणों की उपलब्धि से दूरदर्शन पर ग्राफिक्स, फिल्म आदि के प्रदर्शन की गुणवत्ता और आवृत्ति दोनों में वृद्धि हुई है। वस्तुतः दूरदर्शन चैनलों के साथ ही अनेक उपग्रह चैनल समाचार के प्रस्तुतीकरण में रुचि लेने लगे हैं।

समाचार बुलेटिन और ताजा घटना क्रम

समाचार बुलेटिन, भी टेलीविजन द्वारा प्रस्तुत किया जाने वाला एक विशेष कार्यक्रम है। समाचार बुलेटिन विशेषकर सामान्य समाचार बुलेटिन तथा जनता के हित से जुड़े मामलों पर विचार गोष्ठियाँ दूरदर्शन पर आयोजित लोकप्रिय कार्यक्रम हैं। राष्ट्रीय नेटवर्क पर अधिकांश अन्य कार्यक्रमों के समान ही ये कार्यक्रम भी हिन्दी या अंग्रेजी में टेलीकास्ट किए जाते हैं। दूरदर्शन पर दिखाए जाने वाले दृश्य कार्यक्रमों में दृश्य चित्र, फिल्मों की झलकियों, नक्शे, डायग्राम चार्ट और अन्य दृश्य सामग्रियों का प्रदर्शन शामिल है। पीटीआई-टी.वी. और यूपनआई इसके राष्ट्रीय और स्थानीय समाचारों और रिपोर्टों को उपलब्ध करने में सहयोगी हैं। दूरदर्शन द्वारा विदेशों में बहुत कम संख्या में संवाददाता और कैमरामैन हैं, जिसके कारण यह विदेशों में घटित घटनाओं के दृश्य और समाचार प्राप्त करने के लिए बहुत हद तक राइटर और एशिया-विजन पर निर्भर करता है। एशियन ब्रॉडकास्टिंग यूनियन इसे अपने अंतर्राष्ट्रीय समाचारों की विनिमय प्रणाली की सहायता उपलब्ध कराता है। एशिया न्यूज इंटरनेशनल (एएनआई) भी इसके समाचारों का एक अन्य प्रमुख स्रोत है।

टेलीविजन वृत्तचित्र

टी.वी. वृत्त चित्र भी एक ज्ञानवर्द्धक कार्यक्रम है। इसकी सहायता से बहुत से दर्शकों के लिए महत्त्वपूर्ण विषयों जैसे—प्रदूषण, निर्धनता, अकाल, सांस्कृतिक परिदृश्य, निर्माण कार्य से जुड़े श्रमिकों की दुरावस्था आदि का फिल्मांकन किया जाता है और जनता को इसके बारे में जानकारी दी जाती है। वृत्त चित्रों का उद्देश्य जनता को जानकारी प्रदान करना, उन्हें जागरूक बनाना, अभिप्रेरित करना या फिर उनका मनोरंजन करना होता है। इसमें वास्तविक परिस्थितियों और उन परिस्थितियों में रह रहे लोगों और उनके क्रियाकलापों को चित्रित किया जाता है। वृत्तचित्रों

में परिस्थितियाँ तथा लोगों की दशाएँ, फिल्म तकनीक का सहारा लेकर लोगों की परिस्थितियों पर दशाओं को निर्देशित किया जाता है। इसमें फिल्म का प्रयोग वास्तविकता का चित्रण करने के लिए किया जाता है न कि इसके लिए कि वास्तविकता की तस्वीरों को कैमरामैन या एडीटर कितना आकर्षक बना सकता है, इसे दर्शाने के लिए वस्तुतः वृत्तचित्र समाज में व्याप्त वास्तविकता का चित्रण है।

टी.वी. वृत्त चित्र से किसी भी नवीन घटना को वास्तविक रूप में दिखाया जा सकता है तथा यह टी.वी. पर आयोजित “परिचर्चा” से इस रूप में भिन्न है कि इसमें किसी परिस्थिति या समस्या का विवरण प्रायः सापेक्षिक रूप में, संक्षिप्तता से किया जाता है और मुख्य बल उसके संबंध में तुलनात्मक रूप से औपचारिक चर्चा पर दिया जाता है।

साक्षात्कार के कार्यक्रम

टी.वी. द्वारा प्रस्तुत साक्षात्कार के कार्यक्रम का काफी महत्त्व है। साक्षात्कार कार्यक्रम विविध प्रकार के होते हैं—व्यक्तिगत साक्षात्कार जैसे कि “सुपरहित मुकाबला” आदि में देखा जा सकता है जिसमें जाने-माने फिल्मी कलाकारों का वार्तालाप के माध्यम से साक्षात्कार किया जाता है। इसी श्रेणी का एक अन्य कार्यक्रम “वाइब्रेशन” है जिसमें साहित्यिक विभूतियों के साथ चर्चा की जाती है, उनके साक्षात्कार आयोजित किए जाते हैं। दूरदर्शन पर एक ऐसा ही कार्यक्रम “परिक्रमा” शीर्षक से टेलीकास्ट किया जाता है, जिसमें कोई संदेश पहुँचाने की बजाय जाने-माने व्यक्तियों के व्यक्तित्व को अधिक महत्त्व दिया जाता है। टी. वी. पर सामूहिक साक्षात्कार भी आयोजित किए जाते हैं, जिनमें प्रेस कन्फ्रेंसों आदि का आयोजन होता है, जिसमें प्रेस से जुड़े लोगों के एक समूह द्वारा प्रधानमंत्री या किसी केन्द्रीय मंत्री या राज्य के मुख्यमंत्री से किसी ताजा घटना पर प्रश्न पूछे जाते हैं और कभी-कभी तो प्रश्नों की झड़ी लगा दी जाती है।

वीडियो सिनेमा और टेलीविजन

भारत जैसे विशाल देश में वीडियो कैसेट रिकॉर्डरों (वी सी आर) और वीडियो कैसेट प्लेयरों (वी.सी.पी) की संख्या के बारे में सही अनुमान नहीं लगाया जा सकता है। एक समय था जब सिंगापुर की उड़ान वी.सी.आर उड़ान के नाम से जानी जाती थी। 1984 में इंडिया टुडे ने लगभग तीस लाख

(30,00,000) का अनुमान लगाया था जिसमें प्रतिमाह 20,000 मीटर से वृद्धि हो रही थी। वर्ष 1985 में भारतीय जन संचार संस्था नई दिल्ली द्वारा किए गए एक अध्ययन में यह आँकड़ा लगभग पाँच लाख (आधा मिलियन) बताया गया। वीडियो एडवरटाइजिंग एजेंसियों ने इनकी संख्या और भी अधिक होने का दावा किया। 1987 के मध्य में मोडसर्विस फॉर प्राइम टाइम द्वारा किए गए एक सर्वेक्षण में इनकी संख्या 1.8 मिलियन बताई गई। कॉन्ट्रास्ट एडवरटाइजिंग का मानना था कि वी.सी.आर. सेटों की संख्या 1 मिलियन से अधिक नहीं है। 1989 में ही वीडियो कंपनियों ने सिनेमा के लगभग 2.4 मिलियन दर्शक होने का दावा किया।

फिल्म फेडरेशन ऑफ इंडिया के अधिकारियों ने यह स्पष्ट किया है कि 1982 में नई दिल्ली में आयोजित एशियाड के दौरान देश के लगभग 400 से भी अधिक देशों में वीडियो का प्रसार हो गया। 1984 में कन्ज्यूमर इलेक्ट्रॉनिक्स पर गठित अध्ययन दल ने बताया कि संगठित क्षेत्र के 11 यूनितों और लघु क्षेत्रों के 60 यूनितों को प्रतिवर्ष 500 वीडियो कैसेट रिकॉर्डों-को निर्मित करने की अनुमति प्रदान की गई थी, जो इस दिशा में उठाया गया एक महत्वपूर्ण कदम था।

इन सबके बाद भी इलेक्ट्रॉनिक वस्तुओं के आयात को और उदार बनाने और इस क्षेत्र में अनेक बहुराष्ट्रीय निर्माताओं के प्रवेश के बावजूद रिकॉर्डों का मूल्य अंतर्राष्ट्रीय बाजार में इनके मूल्यों की तुलना में काफी अधिक है। जिससे इसके आयात-निर्यात का कार्य गैर कानूनी ढंग से किया जाने लगा। जहाँ तक वीडियो कैमरा, एडीटिंग, उपालीकेटिंग और अन्य संबंधित प्रौद्योगिकियों का संबंध है, उनकी स्थिति कमोबेश एक जैसी बनी हुई है।

भारत में वीडियो तक पहुँचने का एकमात्र उपाय यही नहीं है कि इसे देखने के लिए वीडियो खरीद लिया जाए। प्रतिदिन वीडियो देखने वाले लगभग एक मिलियन व्यक्तियों में से बहुत से ऐसे व्यक्ति हैं, जो एक साथ मिल कर किराये पर एक वीडियो प्लेयर ले आते हैं या फिर वीडियो देखने के लिए वीडियो पार्लरों, वीडियो रेस्टोरेंटों, वीडियो क्लब में जाते हैं या वीडियो लगे बसों में यात्रा करते हुए वीडियो देखते हैं।

यह आंशका व्यक्त की गयी है कि चारों महानगरों में से प्रत्येक में वीडियो किराये पर देने वाली कम से कम एक हजार कंपनियाँ काम कर रही हैं। अन्य बड़े शहरों में सौ से दो सौ तक कंपनियाँ हैं। इसके अतिरिक्त 50,000 वीडियो

पार्लर भी बहुत अधिक संख्या में वीडियो कैसेटों का व्यापार करते हैं। इसमें वीडियो, रेस्तराओं, वीडियो क्लबों और वीडियो बसों की संख्या भी जुड़े जाने से इस संबंध में सम्मेलन संख्या का परिकलन करना असंभव हो गया है।

वीडियो की लोकप्रियता का एक प्रमुख कारण यह है कि इसका प्रयोग इच्छानुसार कहीं भी और किसी भी समय किया जा सकता है। प्रदर्शनी हेतु आउट लेटों (स्थानों) की कमी इस उद्योग के प्रसार में हमेशा से एक बड़ी बाधा रही है। अस्सी के दशक के मध्य में दूर-दराज के जिलों में सुदूर गाँवों तक वीडियो पहुँची थी। मध्य प्रदेश में 2000 से भी कम आबादी वाले छोटे-छोटे गाँवों में भी वीडियो सुविधा उपलब्ध थी। अकेले छत्तीसगढ़ क्षेत्र में 150 रेस्तराँ द्वारा नियमित रूप से वीडियो शो आयोजित किए जाते थे, जिनमें प्रवेश शुल्क प्रति व्यक्ति 5रू० था। देश में विन्ध्य और मालवा क्षेत्रों में भी वीडियो सुविधा उपलब्ध थी। पंजाब, उड़ीसा, कर्नाटक, केरल और यहाँ तक कि दूरस्थ पूर्वोत्तर राज्यों में भी रेस्तराँ मालिक लोगों के वीडियो क्रेज को भुना रहे थे। अस्सी के दशक के मध्य में वीडियो नक्कालों पर कानून का शिकंजा कसे जाने से वीडियो के क्षेत्र में अचानक उछाल से कुछ हद तक मंदी आई। अवैध रूप से आज भी वीडियो व्यवसाय किया जा रहा है क्योंकि अधिकांश कैसेट फिल्म प्रिंट से चोरी-छिपे तैयार किए जाते हैं।

भारत में नक्ली कैसेट की खेप मुख्यतः दुबई और हांगकांग से पहुँचती है। भारतीय सिनेमा निर्माता और एनएफडीसी के सम्मिलित प्रयासों से चलचित्र अधिनियम में संशोधन करके वीडियो टेप पर दिखाए जाने वाले फिल्मों को शामिल कर दिया गया है। इस संशोधन द्वारा केंद्रीय फिल्म प्रमाणन बोर्ड से प्रमाण पत्र प्राप्त किए बिना वीडियो या केबल पर फिल्में दिखाना गैरकानूनी घोषित कर दिया गया है। इसके अतिरिक्त कुछ राज्यों में वीडियो पार्लर और वीडियो रेस्तराओं के लिए यह अपेक्षित है कि वे अपने क्रियाकलापों के लिए सरकार से अनुमति लें।

फिल्मों में भी वीडियो सीडी दिखाने/बेचने वाले वीडियो पार्लरों पर पुलिस द्वारा डाले जा रहे छापों के कारण वीडियो पार्लर मालिकों द्वारा ऐसे गैर कानूनी और समाज विरोधी कार्य करने से रोकना संभव हुआ है। पहले जहाँ सिनेमा प्रोड्यूसर विदेशों में वितरण हेतु अंतर्राष्ट्रीय वीडियो अधिकतम केबल एस्क्वाचर को दिए जाते थे वहीं अब सिनेमा प्रोड्यूसरों द्वारा घरेलू वितरण हेतु भी वीडियो "आंतक" का सामना करने के लिए प्रोड्यूसर किसी फिल्म को प्रायः अधिकाधिक

सिनेमाघरों में एक साथ जारी करते हैं और बाद में फिल्म को वीडियो कैसेट पर दिखाने के लिए वीडियो कंपनियों को इस मूल्य पर इसके अधिकार बेचते हैं। उदाहरण के तौर पर गोल्ड वीडियो द्वारा 'शहंशाह' फिल्म की 9000 वीडियो प्रतियाँ केवल 135 ₹ प्रति वीडियो कैसेट की दर पर बेची गई थी।

वीडियो और केबल टी.वी. पर विज्ञापन

अस्सी के दशक में भारत में उद्योगों का विकास बहुत तीव्र गति से हुआ। उसका अत्यधिक सकारात्मक प्रभाव दूरदर्शन पर पड़ा जिसने विज्ञापन और सामाजिक-पारिवारिक धारावाहिकों तथा अन्य मनोरंजक कार्यक्रमों के प्रयोजन के लिए अपना मार्ग प्रशस्त किया। इसके अतिरिक्त रंगीन टेलीविजन की शुरुआत होने और आयातित टेलीविजन सेटों और वी. सी. आर., वी. सी. पी. पर सीमा शुल्क में कमी करने से देश में वीडियो क्रांति आई। मई 1983 तक देश में वीडियो रिकॉर्डर की संख्या 1/2 मिलियन व टी.वी. सेट की संख्या 5.5 मिलियन हो गयी थी।

वीडियो उद्योग में काफी हद तक गैर कानूनी और असंगठित होने के बावजूद भारतीय विज्ञापन एजेंसियों ने अपने व्यवसाय में वीडियो का बहुत तीव्र गति से उपयोग किया। इसके बावजूद यह उद्योग विज्ञापन उद्योग के समान विनियमित नहीं था, वीडियो ने विज्ञापन दाताओं को अपनी ओर आकर्षित किया। फिल्मों द्वारा बहुत अधिक संख्या में चोरी-छिपे वीडियो कैसेट बनाए जाने से बाध्य होकर अनेक फिल्म प्रोड्यूसरों ने अपने पुराने और नए फिल्मों का वीडियो अधिकार गावेयर, बोम्बिनो शैयारू, सुपर कैसेट्स, एस्क्वाचर, ईगल और दूसरी कंपनियों को विक्रय प्रारम्भ कर दिया।

भारतीय और विदेशी फिल्म प्रोड्यूसरों से राष्ट्रीय फिल्म विकास निगम ने वीडियो अधिकार प्राप्ति हेतु समझौता किया और यह तय किया गया कि वीडियो अधिकारों का प्रयोग विज्ञापन के जरिए उपभोक्ता उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए नहीं किया जाएगा और ऐसा करना वीडियो अधिकारों का दुरुपयोग माना जाएगा उत्पादों की बिक्री को बढ़ाने में लगी विज्ञापन एजेंसियाँ जो रियायती मूल्य पर उत्पादों को विक्रय हेतु प्रस्तुत करती हैं, बाद में वीडियो पर श्रव्य-दृश्य प्रस्तुति हेतु अपनी उपस्थिति दर्ज कराने के लिए बढ़-चढ़ कर सामने आने लगीं। वीडियो विज्ञापन पहले केबल निर्यात हेतु निर्मित किए जाने वाले कैसेटों तक ही सीमित

था, किंतु घरेलू बाजार के विकसित हो जाने के पश्चात विज्ञापनदाताओं के लिए अपने घरेलू बाजार को नजरअंदाज करना संभव नहीं रहा।

अस्सी के दशक के अंतिम वर्षों में केबल नेटवर्क के पहले मुंबई की बहुमंजिली इमारतों में और बाद में महानगरीय क्षेत्रों के आसपास फैली कॉलोनियों में फैल जाने से वीडियो बाजार और विस्तृत हुआ। प्रमुख वीडियो सितारों के समूह संगठित हुए। संभवतः सबसे बड़ा समूह केबल वीडियो (इंडिया) प्रा०लि० है, जिसके पास 3000 से भी अधिक फिल्मों के घरेलू प्रदर्शन और केबल के अधिकार सुरक्षित हैं। कंपनी इन फिल्मों के वीडियो कैसेटों का प्रमुख वितरक है। डाल्मिया ग्रुप की कंपनी शार्टटाइम कम्युनिकेशन दिल्ली में इस कंपनी के नियंत्रणाधीन वीडियो फिल्मों का वितरण करती है। केबल उद्योग से जुड़ी अन्य कंपनियों/समूहों में दि स्टेट वीडियो और मिजोरम, केरल व पश्चिम बंगाल की सरकार व टाइम्स टेलीविजन का नाम मुख्य है।

केबल टी.वी. व वीडियो पर मुख्य रूप से कैंडबरीज नेस्ले-इंडिया यूनाइटेड ब्रेवरीज जैसी बड़ी कम्पनियाँ छायी हुई हैं। देश भर में 5000 से भी अधिक केबल प्रचालक काम कर रहे हैं। केबल टी.वी. और वीडियो पर सभी विज्ञापनदाता अपने उत्पादों को प्रसारित कर सकते हैं, विशेषकर वे सभी इन पर अपना विज्ञापन देते हैं जिनका विज्ञापन दूरदर्शन पर नहीं आता। ऐसे कुछ उत्पादों में मादक पेयों, बेबी फूड, पान मसाला, सिगरेट, अंग-यन्त्रों आदि के नाम शामिल हैं। वर्ष 1991 में दूरदर्शन को 253 करोड़ व केबल टी.वी. को 1 करोड़ की आय विज्ञापन द्वारा हुई। विज्ञापनदाता दूरदर्शन पर अपना विज्ञापन देने से पीछे नहीं हट रहे हैं, बल्कि वे केबल टी.वी. को एक पूरक माध्यम के रूप में प्रयोग में ला रहे हैं। केबल द्वारा बाजार के खंडीकरण का लाभ पहुँच रहा है।

केबल व वीडियो विज्ञापन द्वारा शीघ्र धन पाने की प्रवृत्ति से सर्वाधिक नुकसान फिल्म प्रोड्यूसरों, दूरदर्शन और वीडियो केबल दर्शकों को हुआ है। कभी-कभी विज्ञापन मुख्य कार्यक्रम पर हावी हो जाता है, तो दर्शक काफी निराश हो जाते हैं। जब सभी चैनलों पर विज्ञापन का कब्जा हो जाता है तो रिमोट के बटन पर फास्ट-फोट बोर्ड बार भी निष्फल सिद्ध होता है। अब इन्फैक्ट और वीडियो राइट्स ऑनर्स ऑफ इंडिया के एसोसिएशन जैसे संगठनों ने सरकार पर कॉपीराइट अधिनियम लागू करने के लिए प्रत्येक राज्य में विशेष एंटीपाइरेसी सेल गठित करने पर दबाव डाला है। इस अधिनियम को लागू करने के प्रभावी तरीकों पर विचार करने के लिए कापीराइट इन्फोर्समेंट एडवाइजरी काउंसिल का गठन

किया गया है। इस काउंसिल ने सुझाव दिया कि एक कॉपीराइट काउंसिल स्थापित की जाए। यह भी सुझाव दिया गया कि भारतीय तार अधिनियम (1885), भारतीय बेतार अधिनियम (1933), कॉपीराइट अधिनियम, में सन् 1957 में संशोधन द्वारा वीडियो केबल व उपग्रह टेलीविजन के क्षेत्र में हुए परिवर्तन को शामिल किया गया।

विज्ञापन छात्राओं द्वारा वीडियो और केबल के दुरुपयोग पर प्रतिबन्ध लगाने के लिए दशकों के साथ मिलकर फिल्म प्रोड्यूसरों ने भी दर्शक एसोसिएशन गठित करने की दिशा में गंभीर प्रयास किए हैं। इनकी मांग है कि टी.वी., वीडियो और केबल पर विज्ञापन हेतु एक नियमावली तैयार की जाए, ताकि दर्शकों के अधिकारों की रक्षा की जा सके। उनका मानना है कि (ASCI) द्वारा तैयार की गई नियमावली वीडियो और केबल को नियंत्रित करने के लिए पर्याप्त है। नवंबर 1993 में भारतीय केबल प्रचालक संघ तथा सूचना और प्रसारण मंत्रालय के बीच केबल टेलीविजन नेटवर्क (विनियम)विधेयक पर सहमति बनी जिसके अनुसार नवंबर 1994 में जारी अध्यादेश द्वारा इस अधिनियम को लागू किया गया, जिसके अंतर्गत केबल कंपनियों को डाकघरों में पंजीकरण कराना आवश्यक कर दिया गया। इसके अतिरिक्त सभी प्रचालकों के लिए यह अनिवार्य कर दिया कि वे दूरदर्शन का कम से कम एक चैनल अवश्य प्रसारित करें तथा उन वाणिज्यिक और विदेशी उपग्रह चैनलों के कार्यक्रमों का प्रसारण बंदकर दें जो भारत सरकार द्वारा निर्धारित नियमों और दिशा-निर्देशों के अनुरूप न हों। तथापि प्रसार भारती (भारतीय प्रसारण निगम) के गठित होने और प्रसारण अधिनियम लागू होने के पश्चात अब उपरोक्त अधिनियम प्रसांगिक नहीं रह गया है।

टीवी का स्वामित्व एवं नियंत्रण

सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय की इकाई के रूप में दूरदर्शन भी आकाशवाणी की तरह कार्य कर रहा है। निःसंदेह, भारत सरकार हमेशा यह दावा करती रही है कि दूरदर्शन को कार्यक्रम निर्धारण और प्रशासन में कार्यात्मक स्वायत्तता प्राप्त है, किंतु वास्तविक निर्णय सूचना और प्रसारण मंत्रालय के नियंत्रण में ही रहा। मनोरंजन विषयक कार्यक्रमों के चयन और निर्माण में कुछ हद तक स्वतंत्रता दी गई थी, किन्तु समाचार और ताजे घटनाक्रमों से जुड़े कार्यक्रमों पर मंत्रालय की कड़ी निगरानी रहती थी। केन्द्र में चाहे किसी भी राजनीतिक दल की सरकार रही हो लेकिन इस स्थिति में कोई बदलाव नहीं हुआ।

संविधान में सर्वप्रथम प्रसारण पर स्वामित्व और नियन्त्रण को लेकर विचार-विमर्श हुआ था। हालांकि पंडित नेहरू ने अपने इन शब्दों द्वारा मामले को खारिज कर दिया— "प्रसारण के संबंध में निर्धारित की जाने वाली व्यवस्था के बारे में मेरी अपनी निजी राय यह है कि हमें यथासंभव ब्रिटिश मॉडल बी.बी.सी. के अनुसार अपनी प्रसारण नीति विकसित करनी चाहिए। अतः यह बेहतर होगा यदि इस संबंध में हमारे पास सरकार के नियंत्रणाधीन एक अर्धस्वायत्त संगठन कार्य करे जिसकी नीतियों पर सरकार का नियंत्रण हो या फिर जो एक सरकारी विभाग के रूप में काम करे, किन्तु जिसकी स्थिति एक अर्धस्वातन्त्र्य निगम के समान हो। मैं ऐसा नहीं समझता कि ऐसा करना तत्काल संभव है। हालांकि यह हमारे प्रथम प्रधानमंत्री की व्यक्तिगत राय थी, किंतु वर्ष 1964 में इस सम्बन्ध में गठित चन्द्रा समिति से पूर्व तक सरकारी नीतियों में कोई परिवर्तन नहीं हुआ।

भारत में उपग्रह टेलीविजन

भारत में उपग्रह टेलीविजन की क्रांति दिल्ली व बंबई जैसे शहरों के पाँच सितारा होटलों से शुरू हुई। जिन्होंने अटलारा, जॉर्जिया के.सी.एन.एन. (केबल न्यूज नेटवर्क) के जरिए छोटे पर्दे पर खाड़ी युद्ध का सीधा प्रसारण दिखाना शुरू किया। स्टार टी.वी. जिसमें चार चैनल थे जिनकी शुरूआत वर्ष 1991 में की गई जबकि पूरे देश में लगभग 11,500 केबल नेटवर्क काम कर रहे थे। अकेले दिल्ली में ही उस समय लगभग 45000 घरों में केबल टी.वी. का कनेक्शन था। स्टार टी.वी. से 14 अक्टूबर 1991 को "बी.बी.सी. वर्ल्ड सर्विस" नामक नया चैनल जुड़ा। बाद में केबल नेटवर्क की संख्या लगातार बढ़ती गयी, क्योंकि तब यह स्पष्ट हो चुका था कि बुनियादी केबल से जुड़े घरों में स्टार टी.वी. चैनलों को पहुँचाने के लिए केवल डिश एन्टीना आवश्यक होगा। केबल कनेक्शन अब लगभग 78% घरों में हो गया है।

ए.आर. ने मई, 1992 में देश के कई प्रमुख शहरों में अध्ययन किया, जिनमें दिल्ली, बंबई (मुंबई), मद्रास (चेन्नई), कलकत्ता (कोलकाता), हैदराबाद, बंगलौर, लखनऊ, नागपुर, जयपुर और कटक का नाम उल्लेखनीय है। इन शहरों/ महानगरों में जनसंख्या का आकार और केबल पहुँच का स्तर भिन्न-भिन्न है तथा इसमें रहने वाले लोगों के हिंदी/अंग्रेजी ज्ञान का स्तर भी भिन्न-भिन्न है। अध्ययनों से यह परिणाम निकला कि किसी भी उपग्रह टी.वी.

कार्यक्रम के दर्शकों की संख्या 8% से अधिक नहीं है और बहुत कम ही ऐसे उपग्रह टी.वी. कार्यक्रम हैं, जिसके दर्शकों की संख्या पाँच प्रतिशत तक पहुँच पाती है।

पाँच प्रतिशत से अधिक दर्शक संख्या वाले कार्यक्रमों में फीचर फिल्म, धारावाहिक, कार्टून शो और समाचार शामिल थे। अध्ययन के निष्कर्ष से “ऐसा प्रतीत होता है कि अधिकांश दर्शक उपग्रह टी.वी. कार्यक्रम संयोगवश ही देखते हैं। इन कार्यक्रमों से अपने दर्शकों की संख्या में वृद्धि करने की दिशा में अभी बहुत कुछ किया जाना शेष है। इनके दर्शकों की संख्या बहुत कम होने के सुस्पष्ट कारण हैं। ये कार्यक्रम अंग्रेजी में हैं तथा अंग्रेजी जानने वाले बहुतायत लोगों के लिए भी अंग्रेजी धारावाहिकों पर आधारित फिल्मों को समय दे पाना सम्भव नहीं हैं।

अध्ययन में यह भी पाया गया कि स्थानीय विषयों से जुड़े कार्यक्रमों के दर्शकों की संख्या अधिक है और इन कार्यक्रमों को 24% तक समय आवंटित किया जाता है। इन कार्यक्रमों में प्रायः फीचर फिल्में प्रदर्शित की जाती हैं तथा वर्ष में कुछ नए पुराने लोकप्रिय हिट गाने दिखाये जाते हैं। स्थानीय सर्वाधिक लोकप्रिय कार्यक्रम दोपहर में और रात्रि 10.00 बजे के बाद टेलीकास्ट किए जाते हैं, जबकि केबल नेटवर्क पर स्थानीय भाषाओं में फीचर फिल्में प्रदर्शित की जाती हैं। दिल्ली में ए.आई. एम.सी. (AIMC) द्वारा जनवरी 1992 में 300 व्यक्तियों पर किये गये सर्वेक्षण के निष्कर्षों से भी यह बात सिद्ध हुई।

केबल और उपग्रह टेलीविजन की बढ़ती संख्या से दूरदर्शन व प्रिंट मीडिया का विज्ञापन राजस्व भी बढ़ा है। सैनिटरी, नैपकिन, पान मसाला, मादक पेयों, आभूषण और अन्य उत्पादों के विज्ञापन से (जिनका विज्ञापन दूरदर्शन पर प्रतिबंधित है) स्टार टी.वी. के पाँचों चैनल राजस्व अर्जित कर रहे हैं। अन्य विज्ञापनदाता भी विशेषकर प्रीमियम ब्रांड के साबुनों उपभोक्ता वस्तुओं और बिकाऊ उपभोक्ता वस्तुओं के विज्ञापनदाता स्टार टी.वी. और जी टी.वी. के अपेक्षाकृत सस्ती विज्ञापन दरों का लाभ उठाने में पीछे नहीं रहे हैं। दूरदर्शन ने भी बड़े विज्ञापनदाताओं को अपनी ओर आकर्षित करने के लिए एक मेट्रो चैनल और चार अन्य चैनलों को शुरू किया है, जिसे उपग्रह की सहायता से देश के किसी भी भाग में देखा जा सकता है। दूरदर्शन का यह प्रचलन रंग ला रहा है, क्योंकि विज्ञापनदाताओं और विज्ञापन एजेंसियों को राष्ट्रीय चैनलों पर कार्यक्रम तैयार करने का अवसर मिल रहा है।

उपग्रह टेलीविजन का प्रभाव अन्य जनसंचार के माध्यमों, रेडियो सिनेमा व समाचार-पत्रों आदि पर भी पड़ रहा है। हालांकि फिल्मों का निर्माण पूर्व के वर्षों की दर (प्रतिवर्ष लगभग 800 फिल्मों) पर ही किया जा रहा है, किंतु विशेषकर मुंबई और पश्चिमी भारत के अन्य शहरों में अनेक सिनेमाघर मालिकों को अपने सिनेमाघर बंद करने के लिए बाध्य होना पड़ा है। महानगरों में एफ. एम. रेडियो का निजीकरण स्पष्टतः उपग्रह और केबल टेलीविजन की व्यापक पहुँच का परिणाम है तथा स्टार टी.वी. पर एम टी.वी. चैनल भी लोकप्रियता के कारण मिल रही चुनौती का सामना करने का एक प्रयास है। रिकॉर्डेड म्यूजिक इंडस्ट्रीज को भी एम टी.वी. के दर्शकों और श्रोताओं के हित के अनुकूल अपने कार्यक्रम निर्माण प्रणाली को बदलना पड़ रहा है।

विभिन्न समाचार पत्र भी इनके प्रभाव से अछूते नहीं हैं। बी.बी.सी. वर्ल्ड, सी.एन.एन. (केबल न्यूज नेटवर्क), स्टार न्यूज और जी इंडिया न्यूज पर चौबीसों घंटे समाचार प्रसारित होते रहने से भारतीय समाचार पत्रों की स्थिति यह हो गई है कि उनकी रिपोर्ट उपग्रह नेटवर्कों की तीव्रता का सामना नहीं कर रहे हैं, क्योंकि उपग्रह नेटवर्क द्वारा जैसा कि वे दावा करते हैं, घटनाओं के घटित होते ही संबंधित समाचार प्रस्तुत कर दिया जाता है। इस परिस्थिति का सामना करने के लिए भारतीय समाचार पत्रों और पत्रिकाओं ने अपने पाठकों को अपनी ओर आकर्षित करने के लिए रंग और दृश्य का संगम और रोचक प्रसंगों का विवरण प्रस्तुत करना शुरू कर दिया है। इसके अतिरिक्त समाचार पत्रों और पत्रिकाओं दोनों ने टुकड़ों में कहानियाँ व विवेचनात्मक स्वरूप की कथाएँ प्रस्तुत करने लगे हैं। इसका अनुसरण नहीं करने वाले अनेक प्रकाशन जैसे कि बॉम्बे (लिबिंग मीडिया गुपरा) और इल्युस्ट्रेटेड वीकली ऑफ इंडिया (टाईम्स ऑफ इंडिया गुप) प्रासंगिक नहीं रह गये हैं।

इसके साथ जो जन-समुदाय इन उपग्रह चैनलों की परिधि में आ रहे हैं उनका सांस्कृतिक व सामाजिक परिदृश्य भी बदल रहा है, जो सामाजिक अमेरिकी ब्रिटिश और ऑस्ट्रेलियाई नेटवर्क के पारिवारिक पृष्ठभूमि के धारावाहिक सिटकॉट वार्ता कार्यक्रम और खेल कार्यक्रमों की प्रासंगिकता भारतीय समाज के संदर्भ में न के बराबर है। फिर भी इन कार्यक्रमों को बहुत से लोगों द्वारा देखा जाता है। जी. टी. वी. के कार्यक्रम अमेरिकी शैली के नकल लगते हैं। छोटे पर्दे पर जिस खुलेपन से सेक्स और हिंसा से संबंधित दृश्य दिखाए जाते हैं, उसकी छाप धनी तबकों में पहुँच रही है, किंतु ऐसा अधिकांश प्राच्य संस्कृतियों में

विद्यमान नहीं है। प्रभावी और शक्तिशाली सांस्कृतिक “छवियों” और “विचारों” की निरंतर छाप से मीडिया और सांस्कृतिक साम्राज्य का जन्म होता है। “सत्तर और अस्सी” के दशकों में निर्गुट देशों ने उस मुद्दे को यूनेस्को और संचार व्यवस्था स्थापित करने की बात की। जिसमें उत्तर और दक्षिण के देशों के बीच सूचना का उचित, समान और संतुलित प्रवाह हो न कि केवल अधिकाधिक उत्तर से दक्षिण की ओर ही सूचना का प्रभावी प्रवाह हो। संयुक्त राज्य अमेरिका और ब्रिटेन ने इस संघर्ष को “साम्यवादी षडयंत्र” की संज्ञा दी और उन देशों में यूनेस्को के माध्यम से किए जा रहे इस प्रयत्न का विरोध किया।

सांस्कृतिक व राजनीतिक रूप से संवेदनशील मुद्दों पर इन चैनलों (बी.बी.सी., सी.एन.एन. आदि) द्वारा की गयी रिपोर्टिंग निरपेक्ष नहीं है। स्पष्टतः वे अपने को बार-बार उकसाने वाले उत्तेजक दृश्यों और रिपोर्टों की संभावित प्रतिक्रिया या अप्रत्यक्ष के प्रति निश्चित रहे हैं। इस संबंध में कुछ राष्ट्रीय सरकारों का कहना है कि ऐसा करना विश्व को समाचार प्रदान करने के नाम पर एशियाई देशों के “आंतरिक मामलों में हस्तक्षेप” करने के समान है।

केबल और उपग्रह टेलीविजन का देश में समाज व संस्कृति पर प्रभाव केबल और उपग्रह टेलीविजन का देश में समाज व संस्कृति पर पड़ने वाले प्रभावों का अध्ययन करने के लिये एक सर्वेक्षण किया गया। यह सर्वेक्षण जनवरी 1992 में भारतीय जन-संचार संस्थान द्वारा किया गया था। उस सर्वेक्षण के कुछ निष्कर्ष निम्नलिखित थे—

(i) इस सर्वेक्षण में 84% व्यक्तियों का कहना था कि एम.टी.वी. के 60% मनोरंजक कार्यक्रमों का युवा पीढ़ी पर सामाजिक-सांस्कृतिक प्रभाव पड़ता है। दी गई प्रतिक्रियाओं में यह राय व्यक्त की गई कि युवा पीढ़ी पाश्चात्य जीवन शैली अपना लेगी और एम.टी.वी. से उनका अध्ययन बाधित होगा और वे पाश्चात्य सभ्यता संस्कृति अपनाने पर अधिक बल देंगे। तथापि, कुछ व्यक्तियों का यह कहना था कि युवा पीढ़ी अधिक स्मार्ट और अधिक जागरूक बनेगी।

(ii) 58% व्यक्तियों ने बी.बी.सी. के सम्बन्ध में यह मत व्यक्त किया कि इसका “व्यापक, गहरा और संतुलित कवरेज” है, जबकि आश्चर्यजनक रूप से 42 प्रतिशत व्यक्तियों का यह मानना था बी. बी. सी. न्यूज द्वारा “भारत से संबंधित घटनाओं और विवरणों में कभी-कभी पक्षपात-सा लगता है और तथ्यों को तोड़-मोड़ की दिशा में किया जाता है।”

(iii) सर्वेक्षण में लगभग 80% लोगों ने विदेशी धारावाहिकों को मनोरंजक माना है। इतने ही लोगों की यह राय थी कि दूरदर्शन की तुलना में स्टार चैनल के धारावाहिक अधिक कल्पनात्मक और सर्जनात्मक हैं, तथापि, 35% व्यक्तियों का यह मानना था कि विदेशी धारावाहिक हमारी संस्कृति, इतिहास, धर्म और समाज के अनुरूप नहीं हैं। 42% व्यक्तियों का यह मत था कि विदेशी धारावाहिक हमेशा पाश्चात्य समाज और पाश्चात्य संस्कृति को महिमामंडित करते हैं, जिसका हमारे बच्चों और युवाओं पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है।

(iv) केबल प्रणालियों के “बी.सी.आर. चैनल” पर दिखाई जाने वाली फिल्मों के संबंध में दर्शक करीब-करीब ऐसे लोगों में विभाजित थे, जिनमें से एक समूह का यह मानना था कि “दिखाई जाने वाली फिल्मों की संख्या बहुत अधिक होती है”। लगभग 70% दर्शकों का यह मानना था कि फिल्मों के अधिकाधिक प्रदर्शन से हमारे सामाजिक और नैतिक मूल्यों पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ेगा। हालांकि कुछ लोगों द्वारा फिल्मों में सेवा और हिंसा प्रदर्शित करने पर चिंता व्यक्त की गई, किन्तु कुछ लोगों का यह भी मानना था कि अन्य स्रोतों से अधिक प्रभाव नहीं पड़ेगा।

(v) सर्वेक्षण में 45 से 62 प्रतिशत व्यक्ति, बच्चों पर केबल टी.वी. के पड़ने वाले नकारात्मक प्रभावों से चिन्तित थे। बहुसंख्यक व्यक्तियों (57%) का यह मानना था कि केबल टी.वी. से “ बच्चों पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ेगा।” 62 प्रतिशत का यह मानना था कि बच्चों के खेल कूद का समय कम हो जाएगा, जबकि 52% का मानना था कि बच्चों की पढ़ाई-लिखाई और अन्य सर्जनात्मक क्रियाकलापों पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ेगा।

टेलीकास्टिंग की नैतिकता

इस व्यवसाय के विनियामक क्रियाकलापों के लिये, टी.वी. केबल व उपग्रह टी.वी. प्रोड्यूसरों द्वारा कोई नैतिक नियमावली नहीं तैयार की गयी है, जबकि टेलीविजन प्रोड्यूसरों के लिए (और दूरदर्शन के लिए कार्यक्रम तैयार करने वाले स्वतंत्र प्रोड्यूसरों के लिए भी) ऑल इंडिया रेडियो के लिए निर्धारित नियमावली और केन्द्र सरकार द्वारा जारी अन्य दिशा निर्देशों का पालन अपेक्षित है, वहीं केबल और उपग्रह टी.वी. प्रोड्यूसर टॉस-कामर्सियलिज्म की नीति (Pobuciy of Commercialism) का पालन करते हैं। वस्तुतः ऐसा कोई भी कार्यक्रम जो विज्ञापनदाताओं को आकर्षित करता है और दर्शकों को अपने से

जोड़ता है वह टेलीकास्ट के योग्य कार्यक्रम है। ऐसा प्रतीत होता है कि व्यावसायिक मीडिया कर्मियों में नैतिकता से सम्बन्धित विषयों में कोई रुचि नहीं है।

इसकी ओर स्टार टी.वी. पर पाश्चात्य किस्म के मनोरंजक व समाचार कार्यक्रमों की भरमार है। वहीं दूरदर्शन संपूर्ण देश पर उत्तर भारतीय दिल्ली केंद्रित कार्यक्रम संस्कृति थोप रहा है। इस बात की भी पूरी संभावना है कि मैट्रो चैनलों और अन्य राष्ट्रीय चैनलों द्वारा भी कुछ ऐसा ही अनैतिक व्यवहार अपनाया जाए। भारत की सामाजिक सांस्कृतिक दशा दूरदर्शन या अन्य टी.वी. चैनलों पर प्रस्तुत नहीं की जाएगी, क्योंकि कार्यक्रम-निर्माण पर विज्ञापनदाताओं का प्रभाव है और दूरदर्शन “जन सेवा” की भूमिका ग्रहण करने के प्रति अनिच्छुक है।

दूरदर्शन, केबल और उपग्रह चैनलों का प्रमुख प्रतिद्वंदी का मुख्य धारा वाणिज्यिक सिनेमा है। इसके अतिरिक्त विचारों के लिए बने फिल्मों और सामाजिक पारिवारिक धारावाहिकों का प्रसारण ऐसे समय किया जाता है, जब बच्चों को इसे देखने से बचाया नहीं जा सकता सैक्स और हिंसा के विशिष्ट दृश्य ऐसी फिल्मों के प्रमुख संघटक हैं। जरा सोचिए कि ऐसे टेलीविजन प्रसारण में कितनी नैतिकता है।

इसके साथ समाचार कार्यक्रमों में हिंसा का दृश्य दिखाया जाना भी अनैतिक है। युद्ध की हिंसा नागरिकों पर पुलिस की बर्बरता, अकाल की विभीषिका आदि को समाचार कार्यक्रमों में दिखाने में कितनी नैतिकता है? घोर गरीबी की विभीषिका को सचित्र दिखाना कहाँ तक नैतिक है? बी.बी.सी. सूडान और सोमालिया में भूख के शिकार कृष्का लोगों को दिखा कर खुश होता है तो इसमें कितनी मौलिकता है?

विभिन्न चैनलों द्वारा टेलीविजन पर मृत्यु के दृश्यों को दिखाना भी नैतिक नहीं कहा जा सकता। किन्तु टेलीविजन में बारंबार मृत व्यक्ति का निस्तेज चेहरा दिखाया जाता है या उसकी विधवा या निकट संबंधियों का दुःख से भरा चेहरा। ऐसे दृश्यों का वास्तविक समाचार मूल्य क्या है?

इसी प्रकार बी.बी.सी. द्वारा सांप्रदायिक तनाव से ग्रस्त अपने देश में त्रिशूल भाँजते साधुओं को दिखाना भी अनैतिक है। क्या प्रसारणकर्ता समाचारों से समुदाय पर पड़ने वाले परिणामों के प्रति चिंतित हुए बिना समाचार को जैसा घटित होता है, उसी रूप में टेलीकास्ट करने में अपनी नैतिकता के प्रति सजग है? इसके अतिरिक्त, अयोध्या की घटना के बाद भारत में छिड़े दंगों के केवल सांप्रदायिक

रंग देकर दर्शाना बी.बी.सी. की स्थाई उपनिवेशी मानसिकता के प्रति विश्वासघात करना है।

(यह एक ध्यातव्य तथ्य है कि बी.बी.सी. अपने उकसाऊ दृश्यों के उपयोग में अत्यधिक सजग है, जबकि वह आर्कषक ए-बॉबिंग और अल्सटर ढंग से संबंधित समाचार प्रस्तुत करता है।)

उपग्रह चैनलों पर किसी सरकार का कानून न लागू होना भी राजनीतिक रूप से उचित नहीं प्रतीत होता है। एशियाई देशों की सरकारों के विरोध पर कोई ध्यान नहीं देता। दूरदर्शन और अधिकांश एशियाई देशों के टेलीविजन नेटवर्क पर मादक पेय पदार्थों और तंबाकू के विज्ञापन पर रोक है, किन्तु हांगकांग के कुछ उपग्रह चैनलों ने विभिन्न ब्रांडों के मादक पेय पदार्थों और पान मसालों का विज्ञापन दिखाना शुरू कर दिया है। विज्ञापन की नैतिकता प्रसारण की नैतिकता के प्रति जागरूकता के बराबर है। टी.वी. दर्शक उसे स्वीकार या अस्वीकार कर सकता है, विज्ञापन उसके सूचना के अधिकार और स्वस्थ मनोरंजन प्रदान करने के अधिकार में प्रत्येक कुछ मिनटों पर हस्तक्षेप करता है, किन्तु वह इसका विरोध नहीं करता और इस तरह वह शोषण का शिकार होता है।

इस क्षेत्र में कुछ नैतिक मानदंड और सामाजिक उत्तरदायित्व की भावना के समावेश की दिशा में भारत सरकार और विज्ञापन व्यवसाय के प्रयास निम्नलिखित रूपों में परिलक्षित होते हैं—

- (i) ऑल इंडिया रेडियो (आकाशवाणी) और दूरदर्शन पर विज्ञापन हेतु दिशा निर्देश।
- (ii) दूरदर्शन द्वारा जारी वाणिज्यिक विज्ञापन हेतु निर्धारित नियमावली।
- (iii) विज्ञापन के लिए नियमावली।

भारतीय मानक परिषद्

इसके द्वारा निर्धारित नियमावली के कुछ बिन्दुओं का उल्लेख निम्नलिखित है—

- (क) तम्बाकू युक्त पदार्थों जैसे—बीड़ी, सिगरेट व पान मसाला और सोने चाँदी के आभूषणों व बहुमूल्य पत्थरों का विज्ञापन नहीं किया जा सकता है।
- (ख) वातित जल (मृदु पेयों) की बोतलों पर इस आशय से सांविधिक घोषणा लिखी होनी चाहिए कि इस पेय पदार्थ में किसी फल का गूदा नहीं है और

इसमें कृत्रिम सुगंध डाला गया है तथा इसमें ब्रोमिन युक्त वनस्पति तेल नहीं मिला हुआ है।

- (ग) औषधीय उत्पाद के विज्ञापन जारी करने से पूर्व उसके साथ संबंधित जानकारियों की (हिंदी या अंग्रेजी भाषा में) पाँच प्रतियाँ और एक नमूना उत्पाद औषधि नियंत्रक के पास उसकी अनुमति प्राप्त करने के लिए भेजी जानी चाहिए।
- (घ) औषधीय विषयक जानकारियाँ तथ्यपूर्ण होनी चाहिए।
- (ङ) विज्ञापनों में वास्तविकता से परे कोई अतिशयोक्तिपूर्ण बात नहीं होनी चाहिए।

विज्ञापन से जुड़े सभी व्यक्तियों को देश में विज्ञापन को विनियमित करने वाले सभी कानूनों से पूर्णतः अवगत होना चाहिए। इस संदर्भ में निम्नलिखित अधिनियमों और उसके अंतर्गत समय-समय पर जारी-आदेश-निर्देश निम्नलिखित हैं—

1. खाद्य अपमिश्रण निवारण अधिनियम, 1954,
2. भेषजी अधिनियम, 1948,
3. पुरस्कार प्रतियोगिता अधिनियम, 1955,
4. संप्रतीक और नाम (अनुचित प्रयोग निवारण) अधिनियम, 1950,
5. उपयोगिता संरक्षण अधिनियम, 1990,
6. स्त्री अशिष्ट रूपण (प्रतिषेध) अधिनियम, 1986,
7. भारत में विज्ञापन हेतु भारतीय विज्ञापन परिषद द्वारा जारी नैतिकता संबंधी नियमावली,
8. औषधियों और उपचारों के विज्ञापन के बारे में मानव संबंधी नियमावली,
9. विज्ञापन एजेंसियों के लिए व्यवहार संबंधी मानव,
10. वाणिज्यिक प्रसारण हेतु नियमावली, इसकी प्रतिलिपि केंद्रीय/राज्य स्तरीय इकाइयों से प्राप्त की जा सकती है,
11. औषधि एवं प्रसाधन सामग्री अधिनियम, 1940,
12. औषधि नियंत्रण अधिनियम, 1950,
13. औषधि और चमत्कारिक उपचार (आक्षेपणीय विज्ञापन) अधिनियम 1954,
14. प्रतिलिप्यधिकरण अधिनियम, 1957,
15. व्यापार और पण्य वस्तु चिह्न अधिनियम, 1958,

- (च) वैवाहिक विज्ञापन इस प्रकार तैयार व जारी किये जाने चाहिए कि लोगों की धार्मिक व सामाजिक भावना को ठेस न पहुँचे,
- (छ) ऐसे किसी भी विज्ञापन के प्रसारण की अनुमति नहीं दी जाएगी जो,
1. अपराध वृत्ति को प्रस्तुत करता हो।
 2. विदेशी राष्ट्रों के साथ मैत्री संबंधों पर प्रतिकूल प्रभाव डालता हो।
 3. किसी वंश, जाति, रंग, धर्म-सिद्धांत और राष्ट्रीयता का उपहास करता है।
 4. भारत के निर्देशक संविधान में निहित किसी भी नीति-निर्देशक सिद्धांतों या उपबंध के विरुद्ध हो।
 5. लोगों को अपराध के लिए प्रेरित करता हो या महिलाओं में अश्लीलता की प्रवृत्ति को बढ़ाता है।
 6. राष्ट्रीय प्रतीक, या संविधान के किसी हिस्से, व्यक्ति या राष्ट्रीय स्तर के किसी व्यक्ति या संवैधानिक पद पर विराजमान किसी व्यक्ति की गरिमा को चोट पहुँचाता है।

वाणिज्यिक विज्ञापन हेतु नियमावली

सन् 1987 के मध्य इस नियमावली को कानून बनाने हेतु संसद के पटल पर रखा गया। इसमें महिला अधिनियम और उपयोगिता अधिनियम जिन्हें 1986 में संसद द्वारा पारित किया गया है, के अनुचित उपयोग को रोकने से संबंधित नियमावली निहित है। इसमें विज्ञापनदाताओं के लिए करने योग्य और नहीं करने योग्य 33 बिंदु निहित हैं। इनमें से कुछ बिन्दुओं की चर्चा निम्न प्रकार है—

विज्ञापनदाताओं को कानून के अनुरूप काम करना चाहिए तथा नैतिकता, औचित्य और लोगों की धार्मिक भावना को ठेस नहीं पहुँचानी चाहिए।

विज्ञापन की सफलता लोगों के विश्वास पर निर्भर करती है और इस विश्वास का हनन करने वाले किसी भी कार्य की अनुमति नहीं दी जानी चाहिए।

इस नियमावली का एकमात्र व्याख्याकार या निर्णयकर्ता महानिर्देशक के पद पर तैनात अधिकारी है।

उपरोक्त नियमावली में निम्नलिखित प्रकार के विज्ञापनों के लिये अनुमति न देने का प्रावधान किया गया है—

- (i) ऐसा विज्ञापन जो किसी वंश, जाति, रंग, धर्म-सिद्धांत और राष्ट्रीयता का उपहास करता हो या नीति निर्देशक तत्त्वों या संविधान के विरुद्ध हो।

- (ii) ऐसा विज्ञापन जो लोगों को अपराध के लिए उकसाता हो, समाज में अव्यवस्था का कारण बनता हो या विदेशी राष्ट्रों के साथ उनके संबंधों पर प्रतिकूल प्रभाव डालता है।
- (iii) ऐसे विज्ञापन जो राष्ट्रीय प्रतीक या संविधान के किसी हिस्से, व्यक्ति या राष्ट्र स्तर के किसी नेता या प्रतिफल व्यक्ति के व्यक्तित्व का दुरुपयोग करता हो।
- (iv) समाचार के रूप में किसी विज्ञापन का प्रसारण नहीं किया जा सकता है।
- (v) ऐसा विज्ञापन जिसका किसी धार्मिक, राजनीतिक या औद्योगिक विवाद से संबंध हो।
- (vi) ऐसा विज्ञापन जो चिट फंड, साहूकारी, विदेशी माल और निजी बचत योजनाओं को बढ़ावा देता हो।
- (vii) ऐसी वस्तुएँ जो गारंटी के साथ बेची जाती हैं, उनसे सम्बन्धित किसी विवाद की स्थिति में उस वस्तु को दूरदर्शन महानिर्देशक के समक्ष निर्णयन के लिये प्रस्तुत करने की व्यवस्था है।
- (viii) किसी अन्य उत्पाद के प्रति निंदापूर्ण या अप्रतिष्ठाजनक टिप्पणियाँ नहीं की जाएंगी या विज्ञापनदाता द्वारा अपना उत्पाद प्रस्तुत करते हुए किसी अन्य उत्पाद से तुलना नहीं की जाएगी।
- (ix) विज्ञापनों में महिलाओं का अंग-प्रदर्शन नहीं किया जाएगा और उन्हें वशवर्ती नहीं दर्शाया जाएगा।
- (x) ऐसे विज्ञापन जिनसे दर्शकों के चौंक जाने की संभावना हो जैसे बंदूक से गोली दागना, सायरन की आवाज, बमबारी, चीखने की आवाज और भयानक हँसी।

8

मीडिया के विकास में टेलीविजन का योगदान

आधुनिक समाज के निर्माण में संचार की अहम भूमिका है। सूचनाओं के आदान-प्रदान की प्रवृत्ति के साथ-साथ इसका दायरा बढ़ना भी विकास के आधारभूत तत्त्वों में से एक है। सामान्य तौर पर एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति का सूचना साझा करना भी संचार है, किंतु जब यही प्रवृत्ति एक व्यापक जनसमुदाय और विस्तृत भौगोलिक क्षेत्र तक विस्तार पाती है इसे जनसंचार कहा जाता है। संचार के विभिन्न साधनों का विकास मानव सभ्यता के विकास के समानांतर चलता रहा है। यह कहना अतिशयोक्ति नहीं होगी कि यह दोनों बातें एक-दूसरे की समानार्थी ही हैं।

संचार के अभाव में सभ्यता के वर्तमान विकसित स्वरूप की कल्पना नहीं की जा सकती थी। सूचना के महत्त्व से मनुष्य समाज भली भांति परिचित है और इन सूचनाओं का संप्रेषण ही उसे निरंतर नए विचार की ओर अग्रसर करता है। हम यह कह सकते हैं कि आधुनिक सभ्यता में सूचना से अधिक शक्तिशाली कोई परमाणु हथियार भी नहीं हो सकता। पुरानी व्यवस्थाओं को बदलने से लेकर नए-नए वैज्ञानिक आविष्कारों तक सभी प्रकार के परिवर्तनों में सूचनाओं के आदान-प्रदान का अहम स्थान है। सूचनाओं के आदान-प्रदान की इसी प्रक्रिया को संचार कहा गया है। अनेक माध्यमों से जब सूचनाओं के संचार का क्षेत्र व्यापक हो जाता है तो इसे जनसंचार कहा जाता है। जनसंचार के इस व्यापक उद्देश्य को प्राप्त करने में इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों का बड़ा योगदान है।

उद्योग और व्यापार के क्षेत्र में जब तकनीक का विकास हुआ, नए-नए आविष्कार हुए तो संचार ने भी नए आयामों की तरफ कदम बढ़ाए। अब तक गांव या कबीले तक सीमित संचार व्यापक क्षेत्र और व्यापक जनसमुदाय तक विस्तार पा गया। छापेखाने के आविष्कार से शुरू हुई संचार क्रांति फोटोग्राफी, टेलीग्राफी, रेडियो और टेलीविजन के आविष्कारों से समृद्ध होते हुए इंटरनेट तक पहुँच गई है। इंटरनेट से पहले रेडियो और टेलीविजन ने ही वास्तविक संचार क्रांति को जन्म दिया। अनेक प्रकार की आधुनिक प्रसारण तकनीकों के आविष्कार के कारण रेडियो और टेलीविजन ने सारी दुनिया को एक इकाई के रूप में तब्दील कर दिया। सूचनाओं और विचारों का आदान-प्रदान सबसे सशक्त रूप में द्रुत गति से संभव हुआ। रेडियो ने जहां आवाज के माध्यम से सूचनाओं को पंख लगाए वहीं टेलीविजन ने इस संचार को दृश्यात्मकता से जोड़कर आंखें प्रदान कीं।

समाचार, विचार, शिक्षा और मनोरंजन संचार के क्षेत्र में टेलीविजन ने अभूतपूर्व कार्य किया है। दरअसल टेलीविजन ने समाचारों में दृश्यों के माध्यम से विश्वसनीयता को सुनिश्चित किया। कहा जाता है कि आंखों से देखी गई घटनाओं या वस्तुओं पर विश्वास करना चाहिए। टेलीविजन ने घटनाओं का विवरण प्रस्तुत करते हुए इसी कहावत जैसा विश्वास दर्शकों के मन में पैदा किया कि दिखाई दे रहा है इसलिए टेलीविजन पर दिया गया विवरण या जानकारी सत्य है। टेलीविजन ने मुद्रित माध्यम की साक्षर होने की शर्त को भी अनावश्यक प्रमाणित कर दिया। टेलीविजन ने मनोरंजन के क्षेत्र में जबरदस्त क्रांति की और लगभग एक समय दुनियाभर में सिनेमा उद्योग को कड़ी चुनौती पेश की। आज भी यदि भारतीय संदर्भ में भी देखा जाए तो सिनेमा उद्योग भी अपनी फिल्मों के प्रमोशन से लेकर रिएलिटी शोज तक टेलीविजन की तरफ दौड़ता हुआ नजर आता है।

समाचार माध्यम के रूप में दुनियाभर में टेलीविजन ने अपनी उपयोगिता सिद्ध की है। विशेषतौर पर प्रकृतिक आपदाओं, युद्धकाल और मानवाधिकारों के क्षेत्र में टेलीविजन समाचारों ने एक सक्षम परिवर्तनकारी शक्ति के रूप में कार्य किया है। वियतनाम और खाड़ी युद्धों के समाचार कवरेज के दौरान दिखाए गए दृश्यों का दुनिया में युद्ध विरोधी माहौल बनाने में खासा योगदान रहा। भारत में टेलीविजन षत्रुकारिता का इतिहास बहुत पुराना नहीं है। हालांकि भारत में टेलीविजन प्रसारण 1959 में शुरू हुआ किंतु इसका विकास काफी धीमी गति

से हुआ। सरकारी सहायता से चलने वाले दूरदर्शन का ही लगभग तीन दशक तक एकाधिकार रहा। बीसवीं सदी के आखिरी दशक में केबल टीवी के विस्तार और प्राइवेट चैनलों के आने से वास्तव में इसका मौजूदा विकसित रूप में आना संभव हो पाया। देश में प्राइवेट चैनलों पर समाचार की शुरुआत और फिर चौबीस घंटे के समाचार चैनलों की शुरुआत को अभी (2015) करीब दो दशक ही हुए हैं। अतः भारतीय संदर्भों में टेलीविजन पत्रकारिता की चर्चा करते समय इस बात को ध्यान में रखना बेहद आवश्यक है कि इसकी यात्रा करीब बीस साल की ही है।

टेलीविजन पत्रकारिता का अध्ययन करने के लिए सबसे पहले एक समाचार चैनल की कार्यप्रणाली को समझना आवश्यक है। हमारे देश में टेलीविजन समाचार चैनलों का इतिहास बहुत पुराना नहीं है, किंतु फिर कम समय में चैनलों ने एक कारगर कार्यप्रणाली विकसित की है। एक समाचार चैनल के विभिन्न विभागों को निम्न प्रकार से बांटा जा सकता है—

समाचार चैनल

- (अ) संपादकीय विभाग (Editorial Dept.)
- (आ) तकनीकी विभाग (Technical Dept.)
- (इ) विपणन विभाग (Marketing Dept.)
- (ई) वितरण विभाग (Distribution dept.)
- (उ) मानव संसाधन एवं प्रशासन (HR -Admin)

टेलीविजन पत्रकारिता के अध्ययन में मुख्य रूप से एक समाचार चैनल के संपादकीय विभाग की जानकारी आवश्यक होगी किंतु शेष विभागों के बारे में भी जानकारी होना लाभदायक है। संपादकीय विभाग के बारे में विस्तार से बात करने से पहले हम इन तीनों विभागों के बारे में सामान्य जानकारी साझा करेंगे।

- **तकनीकी विभाग**—टेलीविजन चैनल में समाचारों के लिए दृश्य सामग्री जुटाने के कार्य से लेकर इसके प्रसारण तक के कार्य में तमाम तरह के तकनीकी कार्य तथा इस प्रक्रिया में उपयोग किए जाने वाले उपकरणों की देखभाल का कार्य यह विभाग करता है। इसमें कैमरा, वीडियो एडिटिंग, ग्राफिक्स, पीसीआर, एमसीआर, स्टूडियो ऑपरेशन्स, सरवर रूम, ओबी वैन जैसे अंग प्रमुख हैं। इस विभाग से संपादकीय विभाग का सीधा संबंध होता है। यहां तक कि कैमरा, वीडियो एडिटिंग, ग्राफिक्स और पीसीआर जैसे विभागों को तो अर्धसंपादकीय,

अर्धतकनीकी विभाग माना जाता है। उम्मीद की जाती है कि इन विभागों में करने वाले लोगों को संपादकीय और पत्रकारीय समझ होनी चाहिए।

- **विपणन विभाग**—इस विभाग के अन्तर्गत चैनल के लिए विज्ञापन जुटाने का कार्य होता है। इसका संपादकीय विभाग से सीधा सीधा कोई संबंध नहीं होता है। चैनल में चलने वाले विज्ञापनों की दरें, समय और अवधि तय करने के अतिरिक्त इस विभाग का संपादकीय सामग्री के चयन के मामले में कोई दखल नहीं होता।

- **वितरण विभाग**—किसी टेलीविजन चैनल का यह महत्वपूर्ण विभाग होता है। टीवी चैनल को अधिकांश दर्शकों के घरों में दिखाने का दायित्व इस विभाग का होता है। इस विभाग के लोग केबल नेटवर्क और विभिन्न डीटीएच नेटवर्क के माध्यम से टीवी चैनल के प्रदर्शन को सुनिश्चित करते हैं।

- **मानव संसाधन एवं प्रशासन**—मानव संसाधन विभाग चैनल में सभी विभागों में काम करने वाले लोगों की नियुक्तियों, इन्क्रीमेंट्स, छुट्टियों तथा निष्कासन आदि कार्य करता है। इसके अतिरिक्त कर्मचारियों के साथ संवाद, उनकी सुविधाओं और समस्याओं का ध्यान रखना भी मानव संसाधन विभाग के कामों में शामिल है। इसके अलावा प्रशासन के तहत कार्यालय में मूलभूत सुविधाओं को सुनिश्चित करना तथा किसी भी प्रकार के आयोजन के प्रबंध की जिम्मेदारी होती है।

एक टेलीविजन चैनल को संचालित करने में इन सभी विभागों की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। लेकिन एक समाचार चैनल में सबसे प्राथमिक और महत्वपूर्ण विभाग संपादकीय विभाग होता है। इसका कारण यह है कि समाचार चैनल की पहचान उस पर प्रसारित समाचारों की गुणवत्ता और महत्ता से होती है। टेलीविजन पत्रकारिता की पहचान स्थापित करने का सारा दारोमदार संपादकीय विभाग पर होता है। दूसरे शब्दों में कहें तो संपादकीय विभाग में होने वाला समस्त कार्य टेलीविजन पत्रकारिता के अन्तर्गत आता है। इस विभाग का प्रमुख चैनल का मुख्य संपादक या संपादक होता है।

संपादकीय विभाग को दो प्रमुख विभागों में बांटा जा सकता है—

1. इनपुट
2. आउटपुट

1. **इनपुट**—जैसा कि नाम से ही जाहिर है एक समाचार चैनल में प्रसारित की जाने वाली सामग्री का प्राथमिक स्वरूप में संग्रहण या संकलन करना इस

विभाग का कार्य है। जैसे किसी चैनल पर भूमि अधिग्रहण बिल पर आधे घंटे का कार्यक्रम प्रसारित होता है। इस कार्यक्रम में चलने वाली खबर, इस चर्चा में इस्तेमाल की गई शोधपरक जानकारियां, और कार्यक्रम में चर्चा के लिए अतिथि तक सभी उपलब्ध करवाना इनपुट विभाग की जिम्मेदारी है। प्रमुख रूप से इस विभाग के चार हिस्से होते हैं—

1. समाचार ब्यूरो या संवाददाता—किसी भी समाचार चैनल की सबसे अहम और प्रथम कड़ी होती है उसका संवाददाता। संवाददाता या रिपोर्टर औपचारिक और अनौपचारिक सूत्रों से सूचनाओं का संकलन करता है। इन सूचनाओं को अपनी संपादकीय समझ से एक समाचार के रूप में विकसित करता है और चैनल तक पहुँचाता है। चैनल के मुख्यालय के अतिरिक्त जब रिपोर्टर्स किसी राज्य की राजधानी या महत्त्वपूर्ण स्थान पर रोजाना रिपोर्ट करते हैं तो चैनल की कार्यप्रणाली में इसे ब्यूरो कहा जाता है।

2. असाइनमेंट डेस्क—यह किसी भी समाचार चैनल में सबसे अधिक हलचल और भागदौड़ वाला विभाग होता है। आमतौर पर यहां किसी छोटे शेरर बाजार जैसा माहौल होता है। दरअसल यह कई विभागों के बीच समन्वय स्थापित करने वाला विभाग है। मुख्य रूप से यह विभाग रिपोर्टर्स से आने वाली सूचनाओं एवं समाचारों को आउटपुट विभाग तक पहुँचाता है और आउटपुट की ओर से मांगी गई सूचनाओं, समाचारों की उपलब्धता को सुनिश्चित करता है। रिपोर्टर्स को फील्ड में तकनीकी या अन्य सहयोग पहुँचाना और लाइव प्रसारण इत्यादि व्यवस्थाओं की निगरानी करना भी इसी विभाग का काम होता है।

3. रिसर्च विभाग—किसी भी विषय पर कार्यक्रम बनाने के लिए प्रोड्यूसर को, किसी कार्यक्रम को प्रस्तुत करते हुए एंकर को और खबरों को कवर करते हुए रिपोर्टर्स को कई विषयों के बारे में बहुत सारी जानकारी की जरूरत पड़ती है। यह तमाम शोधपरक जानकारी उपलब्ध कराने का कार्य रिसर्च विभाग करता है।

4. गेस्ट कॉर्डिनेशन विभाग—एक चौबीस घंटे के समाचार चैनल में कई प्रकार के प्रासंगिक राजनीतिक, मानवीय, सामाजिक, स्वास्थ्य या कई ताजा विवादित विषयों पर कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं। इन कार्यक्रमों में विशेषज्ञ वक्ताओं या विभिन्न पक्षों के प्रवक्ताओं को शामिल करना आवश्यक होता है। इन अतिथियों को सही कार्यक्रम में सही समय पर लाना इस विभाग का कार्य

होता है। इसके अतिरिक्त मेहमानों के साथ चैनल के रिश्ते सद्भावनापूर्ण रहे इसको सुनिश्चित करना भी इसी विभाग का काम होता है।

2. आउटपुट—संपादकीय विभाग का यह दूसरा स्तंभ है। पूरा संपादकीय विभाग इनपुट और आउटपुट नामक स्तंभों पर ही खड़ा होता है। इनपुट विभाग से प्राप्त होने वाली प्राथमिक सामग्री (Primary content) को संपादन के जरिए प्रसारण के लिए उपयुक्त स्वरूप में तैयार करने का कार्य आउटपुट विभाग करता है। इस विभाग के भी विभिन्न अंग हैं—

1. कॉपी लेखन एवं संपादन—रिपोर्टर से प्राप्त सूचना अथवा प्राथमिक स्क्रिप्ट जब असाइनमेंट द्वारा आउटपुट को दी जाती है तो उसको एक प्रसारण योग्य स्क्रिप्ट में बदलने के लिए कॉपी डेस्क के हवाले किया जाता है। कॉपी राइटर समाचार के साथ प्राप्त दृश्यों को देखकर और प्राथमिक जानकारी को लेकर स्टोरी की स्क्रिप्ट लिखता है और फिर कॉपी संपादक उसका संपादन करता है। इसी स्क्रिप्ट पर आधारित एक टेलीविजन स्टोरी कई चरणों से गुजर कर प्रसारित होती है।

2. प्रोडक्शन—कॉपी डेस्क द्वारा तैयार की गई लिखित स्क्रिप्ट को टेलीविजन प्रसारण के योग्य बनाने के लिए उसके अनुसार दृश्य संपादन (video editing) की आवश्यकता होती है। इस स्क्रिप्ट में यदि फॉर्मेट की मांग है तो वॉइस ओवर करवाकर दृश्य संपादन पूरा करने के लिए दिया जाता है। इस सारी प्रक्रिया को संपन्न करवाने का कार्य प्रोडक्शन विभाग का होता है। प्रोडक्शन से जुड़े प्रोफेशनल्स पर एक स्टोरी के प्रसारण योग्य अंतिम स्वरूप में पहुँचने तक सारी प्रक्रिया की देखरेख करनी होती है तथा इसके बाद इसे उचित स्थान पर भेजना होता है।

3. रनडाउन—यह वह स्थान है जहाँ एक समाचार बुलेटिन या कार्यक्रम में चलने वाली सभी स्टोरीज तथा सामग्री इकट्ठा होती है और उन्हें प्रसारण की योजना के अनुसार व्यवस्थित किया जाता है। एक प्रकार से यहाँ एक कार्यक्रम या बुलेटिन का ढांचा खड़ा होता है, जो प्रोडक्शन कंट्रोल रूम यानि पीसीआर को भेजा जाता है। रनडाउन प्रसारण के लिए तैयार स्टोरीज के उस व्यवस्थित क्रम को कहते हैं जिसमें विजुअल, ग्राफिक्स इनपुट के साथ-साथ लाइव इत्यादि की योजना भी स्पष्ट होती है। इस डेस्क से जुड़े लोग प्रत्येक बुलेटिन के अंतिम प्रारूप के उत्तरदायी होते हैं।

4. अपडेट और मॉनीटरिंग डेस्क—ये विभाग चैनल की स्क्रीन पर ग्राफिक्स द्वारा चलने वाले लगातार अपडेट को संपन्न करता है तथा अलग-अलग चैनलों पर चलने वाली खबरों को मॉनीटर भी करता है। कई चैनलों में इन्हे कुछ दूसरे विभागों के साथ ही जोड़ दिया जाता है। लगातार चलने वाले ग्राफिक अपडेट को टिकर, स्कॉल इत्यादि कहा जाता है।

मुख्य रूप से चैनल इन विभागों के तहत ही संपादकीय कार्य होता है, लेकिन पीसीआर, ग्राफिक्स, और कैमरा विभागों को भी संपादकीय विभाग से जुड़ा माना जाता है। इन विभागों से जुड़े प्रशासनिक मसले तकनीकी विभाग देखता है, किंतु इनकी जवाबदेही संपादकीय विभाग के प्रति अधिक होती है। इन विभागों में काम करने वाले प्रोफेशनल्स से पत्रकारीय एवं संपादकीय समझ की अपेक्षा की जाती है। मोटे तौर पर यह कहा जा सकता है कि संपादकीय विभाग के विभिन्न अंगों से जुड़े लोगों के साथ साथ इन प्रोफेशनल्स को भी टेलीविजन पत्रकारिता का अंग माना जा सकता है।

दूरदर्शन का उद्भव और विकास

आधुनिक जनसंचार माध्यमों में टेलीविजन का महत्वपूर्ण स्थान है टेलीविजन के विकास के फलस्वरूप सूचना विस्फोट हुआ है टेलीविजन क्या दर्जनों चैनल हैं जिनमें अंतरराष्ट्रीय चैनल भी शामिल हैं इन चैनलों द्वारा विविध कार्यक्रम का सीधा प्रसारण होता है आम आदमी के सुबह उठने से लेकर रात को सोने तक टेलीविजन पर लगातार कार्यक्रम चलते रहते हैं टेलीविजन दिन के फिल्म प्रसारण तथा क्रिकेट आदि खेलों का सीधा प्रसारण आम आदमी को सोने और जागने के समय को नियंत्रित किया है आज टेलीविजन विकास की सामग्री ना होकर दैनिक जीवन की अनिवार्य आवश्यकता बन गया है

रेडियो की भांति टेलीविजन का आविष्कार की पश्चिमी देशों में हुआ। 1920 के आसपास पश्चिमी देशों में मूक फिल्मों का प्रचलन काफी बढ़ गया था तदंतर उसमें विशेषता बढ़ाने हेतु चित्र को ध्वनि देने की खोज आरंभ हुई भारत में टेलीविजन की शुरुआत 15 अगस्त 1959 से हुई यूनेस्को की सहायता से आरंभ उस पहले प्रसार पर टिप्पणी करते हुए तत्कालीन प्रधानमंत्री पंडित जवाहरलाल नेहरू ने कहा था टेलीविजन मनोरंजन शिक्षा व सूचना का माध्यम और विकास का प्रेरक है, जो देश की जनता और लोकतांत्रिक व्यवस्था के लिए हितकर साबित होगा नेहरू जी की कल्पना 15 अगस्त 1965 को साकार हुई

टेलीविजन के 1 घंटे के नियमित प्रसारण से लोगों को नई दिशा मिली भारत में टेलीविजन के माध्यम से संचार की दुनिया में अपना वर्चस्व कायम किया भारत में सेटेलाइट इंस्ट्रक्शन टेलीविजन एक्सपेरिमेंट यानी साइट से टेलीविजन को नया आयाम प्राप्त हुआ। यह सन 1975 में उड़ीसा मध्य प्रदेश बिहार आंध्र प्रदेश कर्नाटक और राजस्थान 6 प्रदेशों में स्थापित किए गए कार्यक्रम प्रसारित करने का प्रयोग किया गया इनमें राशि वालों को उपग्रह के जरिए शैक्षणिक कार्यक्रम प्रसारित करने का विश्व में पहला प्रयोग किया गया।

इन रिसीवर केंद्रों के माध्यम से टेलीविजन इन प्रदेशों के सुदूरवर्ती गांव तक अपना कार्यक्रम पहुँचाने लगा आज दूरदर्शन ने हिंदी भाषा को अनमोल बनाया है तथा इसके क्षेत्र को विस्तृत किया है हिंदी भाषा को अहिंदी भाषी दूरदराज के गांव तक पहुँचाने में दूरदर्शन की महत्वपूर्ण भूमिका रही है दूरदर्शन के प्रचार प्रसार के लिए केंद्रीय सरकार ने सन् 1959 में स्कूल कॉलेज व स्थानीय निकायों को टेलीविजन सेट प्रदान किए। सन 1982 में एशियाई खेलों के प्रकार टेलीविजन का महत्व एशियाई खेलों के कारण ही केंद्र सरकार ने सौ किलो वाट ट्रांसमीटर आवंटित कर देश के विभिन्न महानगर में स्थापित किए 1985 के बाद दूरदर्शन के विस्तार को नई गति मिली तथा दूरदर्शन घर-घर पहुँचा अंतिम दशक के प्रारंभ में विदेशी समाचार एजेंसी सीआईए ने अमेरिकी इराक युद्ध का रोमांचक प्रसारण दुनिया के लोगों के साथ सामान्य भारतीयों के सामने एहसास कराया कि सरकार के दूरदर्शन नेटवर्क करीब 200 विदेशी कार्यक्रम के साथ जुड़े हुए हैं दूरदर्शन को शिक्षा सूचना और मनोरंजन के माध्यम के रूप में विकसित करके सामाजिक परिवर्तन में इसकी भूमिका स्पष्ट दिखती है देश की अर्थव्यवस्था में कृषि के महत्व को देखते पशुपालन डेरी बागवानी आदि को बढ़ावा देने और इसके विकास को प्रेरित किया है लोगों में अंधविश्वास की धारणा को खत्म कर जन सामान्य को वैज्ञानिक दृष्टिकोण से जागरूक किया है कला संस्कृति और साहित्य के प्रति व्यक्ति के प्रति जनता में जागरूकता पैदा की है।

दूरदर्शन के कार्यक्रम की सेवाएं तीन भागों में बंटी हुई है राष्ट्रीय क्षेत्रीय और स्थानीय राष्ट्रीय कार्यक्रम में राष्ट्र की संस्कृति को प्रसारित किया जाता है केंद्रित किया जाता है साथ ही समाचार समसामयिक गतिविधियां सांस्कृतिक पत्रिका विज्ञान पत्रिका धारावाहिक संगीत नृत्य नाटक फीचर फिल्म में आदि प्रसारित की जाती है क्षेत्रीय कार्यक्रम राज्यों की राजधानी से प्रसारित होते चीन

की भाषा उस राज्य की भाषा होती है और उस क्षेत्र विशेष की संस्कृति को दूरदर्शन के माध्यम से प्रदर्शित और प्रसारित किया जाता है इसके अतिरिक्त स्थानीय कार्यक्रम कुछ विशेष समस्याओं के और उनका समाधान निकालने का प्रयास करते हैं ऐसा अनुमान है कि 600 लाख घरों में इस समय टेलीविजन सेट है जिसके द्वारा 30 करोड़ जनता दूरदर्शन के कार्यक्रम बैठ कर देखती है गांव में सामुदायिक टेलीविजन के प्रावधान से अनुमान 45 करोड़ जनता का समय लगाया जाता है इतनी बड़ी आबादी को एक सूत्र में बांधने का अनुपम संगठन दूरदर्शन अपने उद्देश्य सत्यम शिवम सुंदरम को चित्रित करने का प्रयास करता है।

टेलीविजन जर्नलिज्म: रिपोर्टिंग के प्रकार

टेलीविजन पर दर्शकों को सभी खबरें एक समान ही दिखती हैं, लेकिन रिपोर्टर के लिए ये अलग मायने रखती है। एक रिपोर्टर हर खबर को कवर नहीं करता। न्यूज कवर करने के लिए रिपोर्टर के क्षेत्र (विभाग) जिसे तकनीकी भाषा में 'बीट' कहा जाता है, बंटे होते हैं और वो अपने निर्धारित विभाग के लिए ही काम करता है।

रिपोर्टिंग दो प्रकार की होती है। एक तो जनरल रिपोर्टिंग या रूटीन रिपोर्टिंग कहलाती है, जिसमें मीटिंग, भाषण, समारोह जैसे कार्यक्रम कवर किए जाते हैं। दूसरी होती है खास रिपोर्टिंग। खास रिपोर्टिंग का दायरा काफी बड़ा है। इसमें राजनीति, व्यापार, अदालत, खेल, अपराध, कैंपस (कॉलेज, विश्वविद्यालय की गतिविधियां), स्थानीय निकाय, फिल्म, सांस्कृतिक और खोजपरक (Investigative) गतिविधियां आती हैं।

राजनीतिक रिपोर्टिंग के तहत पार्टियों के प्रेस कॉन्फ्रेंस, संसद, विधानसभा, मंत्रालय, राजनीतिक पार्टियां और उसके नेता, राजनयिकों और दूसरे देशों की राजनीतिक गतिविधियों पर नजर रखी जाती है। आमतौर पर राजनीतिक रिपोर्टिंग का जिम्मा वरिष्ठ पत्रकारों को सौंपा जाता है।

व्यापार और आर्थिक खबरों को कवर करने वाले रिपोर्टरों के लिए जरूरी है कि उन्हें अर्थशास्त्र, कॉमर्स की अच्छी समझ हो। अर्थ व्यवस्था से जुड़ी तकनीकी बातें आम लोगों से जुड़ी हुई होती हैं, लेकिन लोगों को इसका सही ज्ञान नहीं होता। सरकार का कौन सा आर्थिक कदम लोगों के लिए फायदेमंद है और कौन सा नुकसान पहुँचाने वाला, सरकार की आर्थिक नीतियों का आने

वाले दिनों में क्या असर होगा, इसे आसान भाषा में लोगों तक वही रिपोर्टर पहुँचा सकता है, जिसकी आर्थिक पहलुओं पर पकड़ मजबूत होगी। अर्थशास्त्र की जानकारी रखने वाले विद्यार्थियों के लिए बिजनेस रिपोर्टर बनना एक बढ़िया विकल्प है।

अदालत—बहुत सी खबरें ऐसी होती हैं, जिनका स्रोत अदालतें होती हैं। अदालत में कई तरह के ऐसे मामले दायर होते हैं या फैसले होते हैं, जिनका आम आदमी की जिन्दगी से भले ही सरोकार न हो, लेकिन उसे जाने की जिज्ञासा सभी लोगों में होती है। इसलिए अदालत की खबरों को कवर करने का जिम्मा ज्यादातर ऐसे रिपोर्टर को सौंपा जाता है जिसे कानून की जानकारी हो। कानून की पढ़ाई कर चुके विद्यार्थियों के लिए कोर्ट की रिपोर्टिंग आसान होती है। अदालती खबरों को कवर करने से पहले रिपोर्टर को अदालत की अवमानना (अपमान) का कानून अच्छी तरह जान लेना चाहिए।

खेल—खेलों में आमतौर पर सभी की दिलचस्पी होती है और खेल टीवी के लिए बहुत ही महत्वपूर्ण क्षेत्र है। ये एक ऐसा विषय है, जिसमें अमूमन सभी लोगों की रुचि होती है। ये जरूरी नहीं है कि खेल पत्रकार बनने के लिए रिपोर्टर खुद भी खिलाड़ी हो। लेकिन ये जरूरी है कि रिपोर्टर को क्रिकेट, हॉकी, फुटबॉल और टेनिस जैसे लोकप्रिय खेलों की बारीकी से समझ हो। उसे खेलों के तकनीकी शब्दों का भी भरपूर ज्ञान होना चाहिए और दुनियाभर में होने वाले खेल टूर्नामेंटों पर बराबर नजर रखनी चाहिए। परवेज अहमद कहते हैं कि खेल दरअसल भरपूर एक्शन है इसलिए इस क्षेत्र के रिपोर्टर को भी ज्यादा एक्टिव रहने की जरूरत होती है। अच्छा खेल रिपोर्टर वही है, जो हर खेल की बारीकियों को समझता है, साथ ही खेल की तकनीक, खिलाड़ियों, खेल जगत के बदलते माहौल, खेल प्रशासन और खेल सियासत पर भी पैनी नजर रखता है।

अपराध की खबरों को कवर करने वाले रिपोर्टर से आईपीसी, सीआरपीसी की जानकारी रखने की उम्मीद की जाती है। साथ ही जरूरी है कि पुलिस प्रशासन में भी उसकी अच्छी पैठ हो।

कैंपस (कॉलेज, यूनिवर्सिटी), स्थानीय निकाय (नगर निगम, नगरपालिका) की खबरों को कवर करने का जिम्मा कम अनुभवी रिपोर्टरों को सौंपा जाता है। ज्यादातर नए रिपोर्टर इन्हीं विभागों का चक्कर लगाकर अपने करियर की शुरुआत करते हैं।

फिल्म और सांस्कृतिक गतिविधियां खास रिपोर्टर कवर करते हैं। इस फील्ड में काम करने के लिए जरूरी है कि रिपोर्टर को सिनेमा और टीवी में इंटरटेनमेंट से जुड़ी तमाम बातों की जानकारी हो। फिल्मों या टीवी सीरियलों में काम करने वाले हीरो-हिरोइन सेलिब्रेटी होते हैं, इसलिए ज्यादा से ज्यादा लोगों की इन पर नजर होती है और इनकी हर छोटी-बड़ी बातों में लोगों की रुचि होती है। इसके अलावा देश-विदेश के संगीत, नृत्य और दूसरी सांस्कृतिक गतिविधियों की बारीकी से जानकारी भी जरूरी है। सांस्कृतिक गतिविधियां भी इंसान की जिन्दगी का हिस्सा हैं और लोगों का इससे मनोरंजन होता है। इसी से जुड़ा एक और क्षेत्र है लाइफ स्टाइल और फैशन, जिस पर पैनी नजर रखने वाला रिपोर्टर अच्छा नाम कमा सकता है।

इन्वेस्टिगेटिव रिपोर्टिंग—खास रिपोर्टिंग में खोजपरक (इन्वेस्टिगेटिव) रिपोर्टिंग सबसे चुनौती भरा काम है। इसके जरिए रिपोर्टर पर्दे के पीछे की असली कहानी लोगों के सामने लाता है। इसमें सार्वजनिक जगहों, संस्थाओं में जारी भ्रष्टाचार या ऐसे मामले आते हैं, जिसमें ज्यादा लोगों की रुचि हो। आमतौर पर इसमें सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक अपराध और विकास से जुड़े मामले शामिल होते हैं।

दूसरी रिपोर्टिंग से इन्वेस्टिगेटिव रिपोर्टिंग इस मायने में भी अलग है, क्योंकि इसमें परिस्थितियां अलग होती हैं। सब कुछ गुपचुप होता रहता है और आरोपी की कोशिश होती है कि वो कोई सबूत नहीं छोड़े। इसमें सवाल पूछने का तरीका भी अलग होता है। खबर निकालनी हो, तो आरोपी से सीधे नहीं पूछ सकते कि आप घूस लेते हैं या नहीं।

इन्वेस्टिगेटिव रिपोर्टिंग में आम रिपोर्टिंग से ज्यादा समय, संसाधन और ताकत खर्च करनी पड़ती है। क्योंकि जरूरी नहीं है कि एक या दो बार की कोशिश में ही रिपोर्टर पूरी खबर निकाल लाए। साथ ही इसमें सारी जानकारी रिकॉर्ड करनी पड़ती है, ताकि सबूत पुख्ता हों।

स्टिंग ऑपरेशन—इन्वेस्टिगेटिव रिपोर्टिंग का ही एक रूप स्टिंग ऑपरेशन है। टेलीविजन में स्टिंग ऑपरेशन, रिपोर्टिंग की सबसे आधुनिक तकनीक है और ये खबरों की सच्चाई से लोगों को रू-ब-रू कराने का सबसे प्रभावशाली जरिया भी है। ये वो माध्यम है जिसके जरिए समाज के सफेदपोश लोगों, बड़े नेताओं, अफसरों, सेलिब्रिटीज के काले चेहरे उजागर होते रहे हैं। स्टिंग ऑपरेशन में रिपोर्टर स्पाई या छिपे हुए कैमरे का इस्तेमाल करता है और टारगेट व्यक्ति को

इसकी जानकारी नहीं होती कि वो, जो कुछ बोल या कर रहा है, वो सब गुपचुप कैमरे में कैद भी हो रहा है। कई तरह के स्पाई कैमरे बाजार में मिलते हैं। इन्हें कलम, टाई से लेकर बटन तक में छिपाकर रिपोर्टर अपने साथ ले जा सकता है।

भारत में स्टिंग ऑपरेशन की शुरुआत तहलका नाम की एजेंसी ने की थी। इसने बीजेपी में चंदा के नाम पर लाखों रुपये लेने का भंडाफोड़ किया और पार्टी के अध्यक्ष बंगारू लक्ष्मण को पद छोड़ना पड़ा था। अलग-अलग न्यूज चैनलों में अब तक कई स्टिंग हो चुके हैं। इसमें आजतक का 'ऑपरेशन दूर्योधन', स्टार न्यूज का 'ऑपरेशन चक्रव्यूह', IBN7 का 'ऑपरेशन माया', एनडीटीवी का 'ऑपरेशन बीएमडब्ल्यू' खास माना जा सकता है।

'ऑपरेशन दूर्योधन' और 'ऑपरेशन चक दे', स्टिंग ऑपरेशन के सबसे अच्छे उदाहरण हैं। ऑपरेशन चक दे में रिपोर्टर ने इंडियन हॉकी फेडरेशन के अधिकारियों को पैसा लेकर खिलाड़ियों का चुनाव करते हुए पकड़ा था और इसका नतीजा ये निकला कि फेडरेशन के अध्यक्ष के.पी.एस. गिल और आरोपी अधिकारियों को पद से हटना पड़ा।

कोबरा पोस्ट और आजतक ने स्टिंग 'ऑपरेशन दूर्योधन' के जरिए संसद में सवाल पूछने के लिए सांसदों के घूस लेने का भंडाफोड़ कर देश की राजनीति में तहलका मचा दिया था। इस खबर के बाद संसद से ग्यारह सांसदों की सदस्यता भी जाती रही।

कोबरा पोस्ट और आजतक ने भले ही इस खबर को ब्रेक किया, लेकिन क्या आपने कभी सोचा है कि ये खबर रिपोर्टर के पास कैसे पहुँची होगी। निश्चित तौर पर इस खबर को बाहर लाने के लिए रिपोर्टर ने खुफिया तकनीक का असरदार इस्तेमाल किया। सबसे पहले सांसदों के निजी सचिवों या करीबी लोगों से उनके बारे में जानकारी इकट्ठा की। यह पता किया कि सवाल पूछने के लिए सांसद पैसा लेते हैं या नहीं। प्रारंभिक सूचना तो निजी सचिव या कर्मचारियों से मिल कई, लेकिन रिपोर्टर के सामने सबसे बड़ी चुनौती उसे साबित करने की थी। इसके लिए उसने स्पाई कैमरे का इस्तेमाल किया। उसने सबसे पहले सांसदों को लिखित सवाल दिए और स्पाई कैमरे के जरिए सवाल को पढ़कर रिकॉर्ड किया, ताकि साबित हो कि संसद में पूछा जाने वाला सवाल रिपोर्टर ने ही दिया है। फिर सवाल को संसद में भिजवाया।

इस काम के लिए सांसदों को इस तरह पैसे दिए कि लेन-देन स्पाई कैमरे में रिकॉर्ड हो जाए। फिर रिपोर्टर ने संसद में सवाल का जवाब आने तक इंतजार किया। सांसद को सवाल देने, उसे संसद में सवाल पूछने के लिए पैसा देने और उसका जवाब आने तक एक सर्कल पूरा हुआ। रिपोर्टर को इस काम में सात-आठ महीने लगे और लोगों तक इस खबर को पहुँचाने के लिए रिपोर्टर को तब तक इंतजार करना पड़ा।

इन्वेस्टिगेटिव रिपोर्टिंग या स्टिंग ऑपरेशन में रिपोर्टर को जासूस की तरह काम करना पड़ता है। आमतौर पर ये नहीं बताता कि वो रिपोर्टर है, बल्कि वाने जिस खबर को कवर कर रहा होता है, उससे जुड़ी किसी काल्पनिक संस्था का प्रतिनिधि बन जाता है। 'ऑपरेशन दुर्योधन' के रिपोर्टर एक काल्पनिक व्यापार संगठन के प्रतिनिधि बनकर सांसदों से मिले, तो 'ऑपरेशन चक दे' के रिपोर्टर एक काल्पनिक खेल संगठन के प्रतिनिधि बन गए।

टीवी न्यूज में स्टिंग ऑपरेशन शुरू से ही विवाद में रहा है और इसकी विश्वसनीयता पर सवाल उठते रहे हैं। 2007 में एक चैनल ने दिल्ली में एक स्कूल टीचर का स्टिंग ऑपरेशन दिखाया था, जिसकी विश्वसनीयता को लेकर खासा बवाल हुआ। इस घटना के बाद सभी टीवी चैनलों ने स्टिंग ऑपरेशन के लिए अपने नियम कड़े कर दिए। बड़े चैनलों में स्टिंग ऑपरेशन के लिए अब एडिटर की इजाजत जरूरी है। कई चैनलों ने तो स्टिंग ऑपरेशन के लिए बाकायदा सर्कुलर जारी कर गाइड लाइन तय कर दी है और जूनियर रिपोर्टरों से स्टिंग ऑपरेशन कराने या उन्हें स्पाई कैमरा इस्तेमाल करने की मनाही कर दी गई है। आशुतोष के मुताबिक स्टिंग ऑपरेशन कवर करने का एक असरदार तरीका है और उतना ही जरूरी है, जितना खोजी पत्रकारिता के दूसरे तरीके। लेकिन इसका इस्तेमाल तभी होना चाहिए, जब आप इस नतीजे पर पहुँच जाएं कि एक खास खबर को कवर करने के लिए बाकी सभी तरीकों से काम नहीं बनेगा।

उनका ये भी कहना है कि स्टिंग ऑपरेशन में सावधानी बरतने की काफी जरूरत होती है। रिपोर्टर पहले ये सुनिश्चित कर ले, कि वो जिस खबर को कवर करने जा रहा है, वो खबर सही है। वो देख ले कि खुफिया कैमरा और दूसरे सभी सामान (Equipments) दुरुस्त हैं। क्योंकि स्टिंग ऑपरेशन में दूसरा मौका मिलने की संभावना ज्यादा नहीं होती है। किसी भी नए रिपोर्टर के भरोसे स्टिंग ऑपरेशन को अंजाम देना खतरे से खाली नहीं। स्टिंग ऑपरेशन किसी वरिष्ठ पत्रकार की देखरेख में पूरा किया जाना चाहिए।

सदीप चौधरी कहते हैं कि देश, समाज के बड़े हित से जुड़ी खबरों के लिए ही स्टिंग ऑपरेशन किया जाना चाहिए। आम खबरों के लिए स्टिंग ऑपरेशन का इस्तेमाल सही नहीं है।

निजी चैनलों के संगठन, न्यूज ब्रॉडकास्टर्स एसोसिएशन (एनबीए) के स्टिंग ऑपरेशन के लिए गाइडलाइन जारी की हैं। एनबीए के मुताबिक—

1. स्टिंग ऑपरेशन जनहित में केवल तभी किए जाने चाहिए, जब जरूरी सूचना को हासिल करने के लिए कोई दूसरा रास्ता नहीं हो और यह कोई गैरकानूनी तरीका अपनाये बगैर, किसी को प्रलोभन दि बगैर किया जाना चाहिए। इस दौरान निजता के वैधानिक अधिकारों का ख्याल रखा जाना चाहिए।
2. ब्रॉडकास्टर्स को केवल तभी स्टिंग ऑपरेशन का सहारा लेना चाहिए, जब ऐसा करना संपादकीय दृष्टि से उचित हो और किसी गलत काम का, खास तौर पर सार्वजनिक जीवन से जुड़े व्यक्तियों की सच्चाई को उजागर करना हो।
3. कोई भी स्टिंग ऑपरेशन संपादकीय प्रमुख की सहमति लेकर ही किया जाना चाहिए और ब्रॉडकास्टिंग कंपनी के प्रबंध निदेशक या मुख्य कार्यकारी अधिकारी को भी सभी स्टिंग ऑपरेशन के बारे में पूर्व सूचित किया जाना चाहिए।
4. स्टिंग ऑपरेशन किसी अपराध के संबंध में सबूत जुटाने के लिए किया जाना चाहिए, न कि किसी को लालच देकर अपराध करने के लिए उकसाया जाए।

ब्रेकिंग न्यूज—पल-पल की खबर दर्शक तक पहुँचाना ही कामयाब रिपोर्टर की पहचान है। जैसे ही कोई महत्वपूर्ण घटना घटे, उसे तुरन्त और बाकी चैनलों से पहले अपने दर्शक तक पहुँचाना टीवी रिपोर्टर की सबसे अहम जिम्मेदारी होती है। किसी भी महत्वपूर्ण घटना को तुरन्त दर्शक तक पहुँचाना, ब्रेकिंग न्यूज है। यानी खबर इतनी बड़ी हो, जिसका असर देश और समाज के बड़े तबके पर व्यापक हो। खबर इतनी बड़ी हो कि टीवी पर चल रही तमाम खबरों को रोक दिया जाए और न्यूज व्हील तोड़कर उस खबर को तुरंत दर्शकों तक पहुँचाया जाए। मतलब बड़ी खबर की पहली झलक ब्रेकिंग न्यूज है। खबर की ये पहली झलक, ब्रेकिंग न्यूज की शक्ल में लोगों को चौंकाती है और ऐसी खबरें ही रिपोर्टर को भीड़ में सबसे अलग दिखाती हैं। इसमें ख्याल रखने वाली

बात है कि कोई पुरानी घटना ब्रेकिंग न्यूज नहीं है, लेकिन पुरानी घटना किसी दिलचस्प या नाटकीय मोड़ पर पहुँचती है, तो वो ब्रेकिंग न्यूज हो सकती है। आशुतोष कहते हैं कि ब्रेकिंग न्यूज माने वो खबर, जो इतनी बड़ी है कि सबको उसकी फौरन जानकारी देना अनिवार्य है। जैसे कि प्रधानमंत्री का इस्तीफा या फिर इस्तीफे की पेशकश या रेल दुर्घटना, जिसमें दर्जनों लोगों के मरने की आशंका हो या कोई आतंकवादी विस्फोट, जिसमें लोगों की जान गई हो।

ब्रेकिंग न्यूज दर्शकों को फौरन बतानी होती है, इसलिए रिपोर्टर के सामने सबसे बड़ी चुनौती होती है, खबर को सही-सही देने की और खबर देते समय भाषा के इस्तेमाल में संयम बरतने की। खबरों में एकुरेसी तो वैसे भी जरूरी है, लेकिन ब्रेकिंग न्यूज, जैसे कि प्रधानमंत्री के इस्तीफे की बात गलत हो जाए, तो आप समझ सधकते हैं कि ये कितनी गैरजिम्मेदाराना और खतरनाक बात हो सकती है। ब्रेकिंग न्यूज में स्पीड के साथ एकुरेसी और भाषा पर संयम रिपोर्टर के लिए बड़ी चुनौती है।

प्रबल प्रताप सिंह के मुताबिक खबर अपनी अहमियत खुद बताती है। हर वो खबर ब्रेकिंग न्यूज है, जो किसी न किसी रूप में लोगो को झकझोड़े, अर्चभित करे और सोचने पर मजबूर करे।

रिपोर्टर की प्रतिभा की असली पहचान ब्रेकिंग न्यूज से ही होती है। क्योंकि ब्रेकिंग न्यूज अचानक होने वाली बड़ी घटना है, जिसे सटीक और सही तरीके से दर्शकों तक पहुँचाना, किसी बड़ी चुनौती से कम नहीं। ब्रेकिंग न्यूज चौकाने वाली वो सूचना है, जिसे एक रिपोर्टर सबसे पहले अपने दर्शकों तक पहुँचाता है और ये काम एक गुमनाम पत्रकार भी, जो भले ही किसी कस्बे में क्यों न रहता हो, बखूबी कर सकता है। ये सोचना गलत है कि ब्रेकिंग न्यूज सिर्फ बड़े शहरों में ही मिल सकती है।

देश-दुनिया को प्रभावित करने वाली घटनाएं कहीं भी हो सकती हैं और नजर पैनी हो, तो इसे सबसे पहले लोगों के सामने लाकर एक अदना पत्रकार भी रातोंरात दुनिया की नजर में हीरो बन सकता है। नोएडा के निठारी गांव से बच्चों के गायब होने की खबरें लगातार आ रही थीं, लेकिन शुरूआती दौर में किसी रिपोर्टर ने इसकी गहराई से छानबीन नहीं की, नहीं तो, ये केस पुलिस की तफ्तीश से नहीं, टीवी रिपोर्टर के कैमरे से सबसे पहले लोगों के सामने आता।

ब्रेकिंग न्यूज के लिए आसपास की घटनाओं पर नजर रखना जरूरी है और इसके लिए टीवी रिपोर्टर को भी नियमित रूप से अखबार पढ़ना चाहिए।

अखबारों में छपी एक छोटी सी खबर भी हलचल मचा सक्ती है। अखबारों पर सिर्फ पैनी नजर रखने की जरूरत होती है। कई बार अनायास ही रिपोर्टर के हाथ बड़ी खबर लग सकती है। छोटी-मोटी खबरों की पड़ताल के दौरान ऐसा संभव हो सकता है। यहां पर एक बात मजाक लग सकती है, लेकिन कुत्ते की तरह रिपोर्टर में भी न्यूज सूंघने की क्षमता हो, तो साधारण रिपोर्टर भी रातोंरात मीडिया में हीरो बन सकता है।

पुरानी महत्वपूर्ण खबरों पर नजर भी, रिपोर्टर को ब्रेकिंग न्यूज दे सकती है। ज्यादातर बड़ी खबरें भी दो-चार दिन सुर्खियों में रहने के बाद टीवी स्क्रीन से गायब हो जाती है। लोग भी उस खबर को भूल जाते हैं और रिपोर्टर भी उसे नजरअंदाज कर देता है। लेकिन घटना की जांच-पड़ताल तो चलती रहती है और उसका लगातार फॉलोअप किसी न किसी दिन रिपोर्टर को ब्रेकिंग न्यूज दे सकता है। किसी बड़े नेता या सेलिब्रिटी के विवादास्पद बयान भी ब्रेकिंग न्यूज हो सकते हैं।

टेलीविजन पत्रकारिता का अध्ययन करते हुए हम इसे कुछ प्रश्नों और उनके उत्तर के आधार पर समझ सकते हैं।

पत्रकारिता को टेलीविजन या रेडियो या प्रिंट पत्रकारिता कहने की आवश्यकता क्या है ?

इस प्रश्न के उत्तर को हम एक उदाहरण के रूप में समझ सकते हैं कि जैसे पानी पर चलने वाले जहाज, सड़क पर चलने वाली कार और हवा में उड़ने वाले हवाई जहाज को अलग-अलग करके देखने तथा अलग अलग नाम देने की आवश्यकता होती है जबकि तीनों का ही प्राथमिक उद्देश्य परिवहन है। उसी प्रकार अलग-अलग माध्यमों के द्वारा की जा रही पत्रकारिता को उन माध्यमों की पहचान के साथ जोड़कर समझना बेहद आवश्यक है। पत्रकारिता के प्राथमिक उद्देश्य के अतिरिक्त प्रत्येक माध्यम की अपनी आवश्यकताएं, सीमाएं तथा शक्तियां हैं।

इनसाइक्लोपीडिया ऑफ ब्रिटेनिका के आधार पर किए गए एक विश्लेषण के अनुसार पत्रकारिता के लिए अंग्रेजी में 'जर्नलिज्म' शब्द का प्रयोग किया जाता है, जो 'जर्नल' से निकला है। इसका शाब्दिक अर्थ है 'दैनिक'। दिन प्रतिदिन के क्रियाकलापों सरकारी बैठकों आदि का विवरण जर्नल में रहता था। एक दूसरे संदर्भ के मुताबिक 'जर्नलिज्म' शब्द फ्रेंच भाषा के शब्द 'जर्नी' से निकला है जिसका अर्थ रोजमर्रा के कामों या घटनाओं का विवरण प्रस्तुत करना। एक शब्द

के रूप में पत्रकारिता या जर्नलिज्म शब्द का अर्थ दिन प्रतिदिन की घटनाओं की तथ्यात्मक सूचनाओं का संकलन और संप्रेषण ही है। लेकिन धीरे-धीरे व्यवहार रूप में पत्रकारिता की इस परिभाषा का विस्तार होता चला गया और सूचनाओं के संकलन से आगे बढ़कर यह सूचनाओं के अन्वेषण तथा विश्लेषण तक पहुँच गया। जब पत्रकारिता को टेलीविजन के साथ जोड़ते हैं तो शाब्दिक अर्थ के अनुसार सूचनाओं अथवा समाचारों का सदृश्य विवरण तथा विश्लेषण प्रस्तुत करना ही टेलीविजन पत्रकारिता है।

दूसरे माध्यमों की तुलना में टेलीविजन पत्रकारिता की ताकत

1. **दृश्य**—टेलीविजन पत्रकारिता की परिभाषा का जिक्र करते हुए हमने सूचनात्मक विवरण के साथ दृश्य की अनिवार्यता को समझा है। एक पुरानी कहावत के अनुसार आंखों से देखी गई घटना में सत्य की सर्वाधिक संभावना होती है इसलिए यह दर्शकों का यही आखों देखा वाला विश्वास टेलीविजन पत्रकारिता की सबसे बड़ी ताकत है। टेलीविजन पत्रकारिता में दृश्य सहित विवरण के कारण दर्शकों का उसमें ना केवल विश्वास बढ़ता है बल्कि समाचारों के प्रति उनकी रुचि, उत्साह और रोमांच भी बढ़ता है।

2. **शीघ्र या तत्काल संप्रेषण**—टेलीविजन पत्रकारिता में सूचनाओं का प्रसारण शीघ्रता से होता है। तकनीक के प्रभाव और इस माध्यम के स्वभाव के कारण संकलन के साथ ही अथवा संकलन के तत्काल बाद समाचार का प्रसारण टेलीविजन पत्रकारिता की प्राथमिकता है। जैसे ही किसी संवाददाता को किसी घटना की जानकारी मिलती है वह उसे सबसे कम समय में प्रसारित किए जा सकने वाले फॉर्मेट में प्रसारित करवाने की कोशिश करता है। उदाहरण के तौर पर दिल्ली के समीप गाजियाबाद में किसी ट्रेन का एक्सीडेंट हुआ है और संवाददाता घटनास्थल से दूर है, किंतु उसे उसके स्रोत से जानकारी मिली है। इस जानकारी के बाद प्रिंट माध्यम का पत्रकार घटनास्थल के लिए रवाना होगा और पूरे इतिमनान के साथ सूचनाएं जुटाएगा तथा रात तक अपनी पूरी खबर प्रकाशन के लिए दे देगा जो कि अगले दिन समाचार पत्र में प्रकाशित होगी। लेकिन दूसरी ओर टेलीविजन रिपोर्टर को खबर मिलते ही वह घटनास्थल के लिए निकलने के साथ-साथ अपने न्यूजरूम को जानकारी देगा और सर्वप्रथम फोन के द्वारा ही इस समाचार को प्रसारित करवाएगा। इसके बाद चैनल से घटना के लाइव कवरेज की व्यवस्था की जाएगी और लगभग घटनास्थल पर रिपोर्टर

के पहुँचने साथ ही दृश्यों सहित खबर का प्रसारण सुनिश्चित हो जाएगा। अतः टेलीविजन पत्रकारिता में यह तात्कालिकता और लाइव तत्त्व उसकी बड़ी ताकत हैं।

3. सरल संप्रेषण—मुद्रित माध्यम की पत्रकारिता में पाठक के लिए पहली शर्त यह होती है कि वह पढ़ा-लिखा होना चाहिए ताकि शब्दों को पढ़कर समझ सके। टेलीविजन पत्रकारिता की यह ताकत है कि बिना पढ़ा-लिखा व्यक्ति भी दृश्यों और ध्वनि के इस संगम से देख सुनकर समाचार अथवा सूचना को समझ सकता है। उदाहरण के लिए मौसम विभाग की ओर से किसी क्षेत्र में समुद्री तूफान की आशंका जताई गई है और मछुआरों को कुछ दिनों तक समुद्र में जाने की चेतावनी दी गई है। समाचार पत्रों में प्रकाशित इस सामग्री को पढ़कर सभी मछुआरों तक कम समय में इस पूरी जानकारी का पहुँचना मुश्किल होगा। लेकिन यदि टेलीविजन रिपोर्टर इस आशंका पर दृश्यों और मौसम विभाग के बयान (बाइट) सहित खबर दिखाएगा तो इसका तुरंत असर होगा। अतः टेलीविजन अत्यधिक आधुनिक तकनीक वाला माध्यम होते हुए भी जन साधारण के लिए अधिक सुविधाजनक है।

4. रुचि जगाने वाला माध्यम—आमतौर पर किसी गांव या कस्बे या शहर में समाचारों के प्रति रुचि रखने वाले और पूरे समाचार पत्र को गंभीरता से पढ़ने वाले लोग कम होते हैं। खास तौर पर भागमभाग वाली अतिव्यस्त और धन केन्द्रित जीवन शैली में पूरा समय लगाकर समाचारों को पढ़ना और समझना कठिन हो रहा है। ऐसे में टेलीविजन पत्रकारिता के द्वारा समाचारों के संपर्क में रहना और अपने जरूरी काम निपटाते हुए भी इस माध्यम से जानकारियां जुटाना सबसे आसान है। आप सुबह का नाश्ता करते हुए, दफ्तर में कुछ जरूरी फाइलें निपटाते हुए, शाम को दोस्तों के साथ चाय पीते हुए कहीं भी चौबीस घंटे टेलीविजन समाचार देख सकते हैं। अर्थात् सूचनाओं और समाचारों के लिए आपका कम से कम समय खर्च करवाने की सुविधा टेलीविजन पत्रकारिता की एक और महत्त्वपूर्ण ताकत है।

टेलीविजन पत्रकारिता की सीमाएं

1. दृश्यों की अनिवार्यता टेलीविजन समाचार की सबसे बड़ी ताकत ही टेलीविजन पत्रकारिता की सबसे बड़ी सीमा भी बन जाती है। टेलीविजन समाचार बाकी माध्यमों के मुकाबले दृश्यों की उपलब्धता के कारण सबसे अधिक प्रभावी

है। टेलीविजन पत्रकारिता के लिए यह ताकत कई बार एक चुनौती के रूप में सामने आती है। किसी और माध्यम में पत्रकार को सूचना या जानकारी मिलने पर वह खबर लिखना शुरू करता है और उसे अपने पाठक या श्रोता तक पहुँचाता है। टेलीविजन पत्रकार के लिए महज सूचना या जानकारी मिलने पर काम पूरा नहीं होता। अपितु यह कहना चाहिए कि सूचना मिलने के बाद उसका काम शुरू होता है। टेलीविजन समाचार की दृश्य की शर्त को पूरा करने के लिए टेलीविजन पत्रकार को समय और शक्ति लगानी पड़ती है।

समाचार की सामग्री के अनुसार दृश्यों को जुटाना कई बार बेहद कठिन कार्य हो जाता है। साथ ही दृश्यों के साथ-साथ संबंधित लोगों के बयान (बाइट) लेना भी आवश्यक होता है। ऐसे में आमतौर पर समाचार पत्रों के पत्रकारों का फोन पर बात करने से काम चल जाता है, लेकिन टेलीविजन पत्रकार के लिए यह पर्याप्त नहीं है। संबंधित व्यक्ति कहां, किस वक्त उपलब्ध होगा यह तय करने में बड़ी मशक्कत करनी पड़ती है। जिस व्यक्ति के लिए समाचार नकारात्मक होता है वह बयान (बाइट) देने से बचने की कोशिश करता है। जिस व्यक्ति से बयान लेना समाचार की दृष्टि से अत्यंत आवश्यक होता है उसको बाइट के लिए तैयार करना तथा उसके अनुसार तय किए गए समय एवं स्थान पर पहुँचना पड़ता है। इस कवायद के साथ-साथ खबर की विस्तृत जानकारी जुटाना, दृश्यों को शूट करना तथा उपलब्ध जानकारी को न्यूज रूम के साथ साझा करना भी जारी रहता है। इसलिए जानकारियों के साथ-साथ दृश्यों और बयानों को जुटाने का कार्य काफी चुनौतीपूर्ण होता है।

कई बार कुछ दस्तावेज आधारित या सूत्र आधारित खबरों में यह समस्या और दुष्कर होती है जब बयान और दृश्य दोनों मिलना असंभव हो जाता है। ऐसे में संवाददाता को तमाम जानकारी के बावजूद खबर को छोड़ना पड़ता है या फिर कुछ समय के लिए स्थगित करना पड़ता है। उदाहरण के तौर पर किसी संवेदनशील सरकारी विभाग में कोई घोटाला चल रहा है। आपका अपना सूत्र इसकी जानकारी आपको दे रहा है, लेकिन वह इतना सक्षम नहीं है कि इसके दृश्य आपको शूट करवा सके। प्रिंट माध्यम में संवाददाता सूत्र की जानकारी को आधार बनाकर समाचार लिख सकते हैं और सक्षम अधिकारी से उसका बयान भी फोन पर या मिलकर ले सकते हैं। लेकिन टेलीविजन पत्रकार के लिए संबंधित दृश्य और दस्तावेज जुटाए बिना समाचार चला पाना कठिन होगा। सक्षम अधिकारी से भी कैमरे समक्ष बयान लेने के लिए अतिरिक्त प्रयास की जरूरत

होगी। अतः टेलीविजन समाचार में जो दृश्य तत्त्व उसे प्रभावी बनाता है उसी दृश्य तत्त्व की अनिवार्यता कई बार टेलीविजन पत्रकारिता की सीमा बन जाती है।

2. समयबद्ध

किसी अन्य माध्यम की तुलना में टेलीविजन के लिए समाचार जुटाने में जहां अधिक मेहनत की आवश्यकता होती है वहीं इस अधिक मेहनत के लिए समयबद्धता भी एक चुनौती होती है। टेलीविजन पत्रकार के पास समाचार पत्र पत्रिका के संवाददाता की तरह यह सुविधा नहीं होती कि खबर की जानकारी किसी भी समय मिले लेकिन पत्र-पत्रिका के प्रकाशन के लिए जाने से पहले तक का समय उसके पास हो। टेलीविजन पत्रकार को तो पहली सूचना के साथ ही अलग-अलग फॉर्मेट में खबर चलाते रहना होता है और इसके साथ-साथ विस्तृत जानकारी तथा संबंधित दृश्य, बयान भी जुटाने होते हैं। यदि टेलीविजन पत्रकार समाचार के प्रसारण में समयबद्धता का ध्यान नहीं रखता तो उस समाचार के निष्प्रभावी हो जाने का खतरा बना रहता है। इसके साथ ही अनेक समाचार चैनलों के बीच सबसे पहले खबर दिखाने की स्पर्धा का भी टेलीविजन पत्रकार की खबर के लिए समय सीमा पर दबाव रहता है। एक टेलीविजन पत्रकार खबर को रोककर उस पर विचार करने का समय नहीं होता क्योंकि तब तक किसी और चैनल के द्वारा खबर दिखाए जाने का डर हमेशा बना रहता है।

3. तकनीक और व्यक्तियों के साथ समन्वय की सीमा

एक टेलीविजन पत्रकार अकेला कुछ नहीं कर सकता। एक समाचार को संपूर्णता के स्वरूप में लाने के लिए उसकी निर्भरता व्यक्तियों और तकनीक पर रहती है। सामान्य तौर पर एक समाचार का सारा दारोमदार एक पत्रकार पर ही रहता है। वह औपचारिक अथवा अनौपचारिक सूत्रों के द्वारा सूचनाएं जुटाता है और उनके आधार पर समाचार बनाता है। लेकिन टेलीविजन में ऐसा नहीं है। सूचनाएं जुटाने, संपूर्ण समाचार की योजना बनाने या लिखने का काम टेलीविजन पत्रकार को करना ही होता है परंतु इसके अतिरिक्त उसको अपनी टीम और तकनीक का समन्वय भी करना पड़ता है।

एक टेलीविजन पत्रकार को कैमरामैन, कैमरा असिस्टेंट, असाइनमेंट के साथी और लाइव प्रसारण करने वाली ओबी वैन के इंजीनियर्स के साथ लगातार समन्वय स्थापित करना जरूरी होता है। किसी भी समाचार को कवर करते समय

रिपोर्टर अपने कैमरामैन के साथ यदि अपना नजरिया या कहें खबर का एंगल साझा नहीं करता है तो कभी भी एक प्रभावी और प्रासंगिक दृश्य वाली खबर बनना संभव नहीं होगा। खबर की सामग्री के अलावा उसकी अवधि का ख्याल रखना और अपनी टीम को इसकी जानकारी देना टेलीविजन पत्रकार के लिए जरूरी हो जाता है। किसी महत्त्वपूर्ण या आकस्मिक सूचना मिलने पर उसका शीघ्रता से या लाइव कवरेज करने की योजना बनाने के लिए ओबी वैन के इंजीनियर्स के साथ समन्वय करना होता है।

टीम वर्क और टीम कॉर्डिनेशन के बिना एक टेलीविजन पत्रकार के लिए अच्छी रिपोर्ट बनाना संभव नहीं है। व्यक्तियों के साथ-साथ एक टेलीविजन पत्रकार को कार्य करते समय अपने तकनीकी उपकरणों की उपलब्धता और कार्यशीलता सुनिश्चित करनी चाहिए। उदाहरण के तौर पर एक बहुत महत्त्वपूर्ण समाचार को कवर करते समय यदि कैमरे की बैट्री खत्म हो जाए तो टेलीविजन रिपोर्टर की पूरी मेहनत बेकार हो जाएगी। इसलिए खबर कवर करने के लिए निकलते समय ही सभी उपकरणों की जांच जरूरी है। सभी उपकरण ठीक हों और आपके कैमरामैन को आपकी स्टोरी के जरूरी दृश्यों की जानकारी ना हो तो भी पूरी स्टोरी के खराब होने की आशंका बनी रहेगी। अतः टेलीविजन पत्रकार के लिए स्वयं की योग्यता, जानकारी, प्रतिभा के अतिरिक्त दूसरे व्यक्तियों एवं उपकरणों की सक्षमता भी बेहद जरूरी है।

समाचार चैनल की कार्यप्रणाली

किसी भी माध्यम के लिए पत्रकारिता करते समय उस माध्यम की सामान्य जानकारी आवश्यक है। लेकिन टेलीविजन पत्रकारिता के लिए टेलीविजन समाचार चैनल की कार्यप्रणाली की अच्छी समझ जरूरी है। जैसे एक समाचार पत्र के लिए काम करने वाले पत्रकार को यह जानना जरूरी नहीं है उस अखबार की प्रिंटिंग कहां होती है और कौन करता है लेकिन किसी चैनल में काम करने वाले रिपोर्टर को यह पता होना चाहिए चैनल का फाइनल आउटपुट कहां से जाता है। उसे चैनल के अलग-अलग विभागों और उनमें काम करने वाले लोगों की जानकारी होनी चाहिए। क्योंकि एक टेलीविजन पत्रकार को खबर कवर करने के साथ-साथ उसके प्रोडक्शन पार्ट का भी हिस्सा बनना होता है। जैसे रिपोर्टर अपनी खबर के दृश्यों का प्रीव्यू करता है, उसकी वीडियो एडिटिंग और स्क्रिप्टिंग में सहयोग करता है। खबर कवर करने

के बाद भी उसे खबर के प्रसारण के साथ विभिन्न भूमिकाओं में उपस्थित रहना पड़ता है।

खबर के फॉलोअप के लिए उसका लाइव इनपुट लिया जा सकता है। एक टेलीविजन पत्रकार के लिए खबर एक बच्चे की तरह होती है, प्रत्येक स्तर पर जिसकी ठीक परवरिश को सुनिश्चित करना उसकी जिम्मेदारी होती है। जैसे बच्चे को स्कूल तो भेजा जाता है, लेकिन सिर्फ टीचर के भरोसे नहीं छोड़ा जा सकता वैसे ही टेलीविजन रिपोर्टर अपनी स्टोरी को किसी वीडियो एडिटर, स्क्रिप्ट राइटर या फिर अंत में एंकर के भरोसे नहीं छोड़ सकता। उसे हर विभाग और हर प्रकार के व्यक्ति से समन्वय स्थापित करते हुए स्टोरी के सफल प्रसारण को संभव बनाना पड़ता है।

टेलीविजन पत्रकारिता में उपयोग होने वाले महत्वपूर्ण तकनीकी शब्द एवं विभिन्न जिम्मेदारियों के अनुसार पदनाम

टेलीविजन पत्रकारिता में रोजमर्रा इस्तेमाल होने वाले शब्द इस प्रकार हैं—
स्टोरी कवरेज, इनजस्ट, शूट, ट्राइपॉड, पोटा किट, लाइव, पीटीसी, वॉक थ्रू, वॉक्सपॉप, पैकेज, बाइट, पीसीआर, एमसीआर, सिमसैट, एंकर रीड, वॉइस ओवर, रिकॉर्डिंग, ब्रेक, क्लोजिंग, रनऑर्डर, रनडाउन इत्यादि।

समाचार चैनल में विभिन्न जिम्मेदारियों के लिए पदनाम इस प्रकार हैं—
एडिटर इन चीफ, एकजीक्यूटिव एडिटर, टेक्नीकल हेड, आउटपुट एडिटर, इनपुट एडिटर, एकजीक्यूटिव प्रोड्यूसर, सीनियर प्रोड्यूसर, प्रोड्यूसर, एसोसिएट प्रोड्यूसर, असिस्टेंट प्रोड्यूसर, प्रोडक्शन एक्जिक्यूटिव, वीडियो एडिटर, ग्राफिक आर्टिस्ट, कैमरा मैन, पैनल प्रोड्यूसर या स्टूडियो डायरेक्टर, ऑनलाइन एडिटर, ऑडियो मैनेजर आदि।

हम जनसंचार माध्यम के रूप में टेलीविजन की भूमिका की चर्चा करें इससे पूर्व संचार के इतिहास को विभिन्न परिभाषाओं के माध्यम से संक्षिप्त में समझने का प्रयास करेंगे।

संचार का शाब्दिक अर्थ होता है—किसी सूचना या संदेश को एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक पहुँचाना या सम्प्रेषित करना। एक व्यक्ति दूसरे व्यक्ति तक अपनी बात या विचार तभी संप्रेषित कर सकता है जब वे एक-दूसरे के लिए परिचित संकेतों या भाषा का प्रयोग करें। सामान्य प्रवृत्ति के रूप में संचार प्रक्रियाओं का विकास निरंतर होता रहा किंतु एक विषय के रूप में इस पर अध्ययन काफी देर से शुरू हुआ। फिर भी अनेक विद्वानों ने अपने-अपने अध्ययन और शोध के

आधार पर संचार को परिभाषित करने का प्रयास किया है। संचार का मूल तत्त्व विचारों अथवा सूचनाओं का संप्रेषण और उनकी प्राप्ति है इसमें कोई संदेह नहीं है, लेकिन इस पूरी प्रक्रिया अगल-अलग दृष्टि से व्याख्यायित किया जाता रहा है और इस प्रकार के अध्ययन अब भी लगातार जारी हैं। अतः निम्न लिखित परिभाषाओं को संचार के विषय में हम अपनी समझ को अधिक परिष्कृत करने में उपयोग कर सकते हैं।

- विचारों, जानकारी वगैरह का विनिमय, किसी और तक पहुँचाना या बांटना, चाहे वह लिखित, मौखिक या सांकेतिक हो, संचार है-ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी।
- संचार उन सभी क्रियाओं का योग है जिनके द्वारा एक व्यक्ति दूसरे के साथ समझदारी स्थापित करना चाहता है। संचार अर्थों का एक पुल है। इसमें कहने, सुनने और समझने की एक व्यवस्थित तथा नियमित प्रक्रिया शामिल है-लुईस ए. एलेन
- एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति को सूचना भेजने तथा समझने की विधि है। यह आवश्यक तौर पर लोगों में अर्थ का एक पुल है। पुल का प्रयोग करके एक व्यक्ति आराम से गलत समझने की नदी को पार कर सकता है-कैथ डैविस
- संचार से तात्पर्य उन समस्त तरीकों से है, जिनको एक व्यक्ति अपनी विचारधारा को दूसरे व्यक्ति की मस्तिष्क में डालने या समझाने के लिए अपनाता है। यह वास्तव में दो व्यक्तियों के मस्तिष्क के बीच की खाई को पाटने वाला सेतु है। इसके अंतर्गत कहने, सुनने तथा समझने की एक वैज्ञानिक प्रक्रिया सदैव चालू रहती है-एलेन
- मनोवैज्ञानिक दृष्टि से संचार से तात्पर्य व्यक्तियों के बीच विचारों और अभिव्यक्तियों के आदान-प्रदान से है-मैकडेविड और हरारी
- आम तौर पर संचार तब होता है, जब एक सिस्टम या स्रोत किसी दूसरे या गंतव्य को विभिन्न प्रकार के संकेतों के माध्यम से प्रभावित करें-चार्ल्स ई. ऑसगुड

उपरोक्त परिभाषाओं से स्पष्ट है कि संचार प्रक्रिया में चार अंग प्रमुख हैं-

1. प्रेषक अर्थात् संदेश भेजने वाला,
2. संदेश,
3. माध्यम,
4. प्राप्तकर्ता।

इन चारों अंगों की भूमिका के द्वारा संचार प्रक्रिया को निम्न प्रकार समझा जा सकता है—

प्रेषक-संदेश-माध्यम-प्राप्तकर्ता

इस रूप में संचार प्रक्रिया सम्पन्न होती है, लेकिन इसमें कुछ बातों का विचार और आवश्यक है। सफल संचार वही है जिसमें प्रेषक द्वारा दिए गए संदेश का वही अर्थ प्राप्तकर्ता प्राप्त कर सके जो प्रेषक प्रेषित करना चाहता है। इसके लिए संदेश की कोडिंग और डिकोडिंग को समझना आवश्यक है। इसका अर्थ यह है कि संचार के लिए प्रेषक और प्राप्तकर्ता के बीच समान अनुभूति या समझ का होना आवश्यक है। यह समान समझ की सबसे अधिक संभावना भाषा और शब्दों के द्वारा संभव है। उदाहरण के तौर पर प्रेषक किसी वस्तु को “कम्प्यूटर” कहता है तो प्राप्तकर्ता के लिए उसके शब्द का अर्थ समझने के लिए पहले इस कोड अर्थात् भाषा से परिचय जरूरी है। कोडिंग और डिकोडिंग के आधार पर ही संचार के इतिहास को भी समझा जा सकता है। मनुष्य आदिमानव था तो अनेक प्रकार की समान अनुभूतियों को संकेतों में एक-दूसरे से बांटता था धीरे-धीरे भाषाओं और लिपियों का विकास हुआ और संचार एक व्यवस्थित रूप में संभव हुआ। इससे अधिकांश अन्तरवैयक्तिक संचार ही संभव हुआ।

उद्योग और व्यापार के क्षेत्र में जब तकनीक का विकास हुआ, नए-नए आविष्कार हुए तो संचार ने भी नए आयामों की तरफ कदम बढ़ाए। अब तक गांव या कबीले तक सीमित संचार व्यापक क्षेत्र और व्यापक जनसमुदाय तक विस्तार पा गया। छापेखाने के आविष्कार से शुरू हुई संचार क्रांति फोटोग्राफी, टेलीग्राफी, रेडियो और टेलीविजन के आविष्कारों से समृद्ध होते हुए इंटरनेट तक पहुँच गई है। इंटरनेट से पहले रेडियो और टेलीविजन ने ही वास्तविक संचार क्रांति को जन्म दिया। अनेक प्रकार की आधुनिक प्रसारण तकनीकों के आविष्कार के कारण रेडियो और टेलीविजन ने सारी दुनिया को एक इकाई के रूप में तब्दील कर दिया। सूचनाओं और विचारों का आदान-प्रदान सबसे सशक्त रूप में द्रुत गति से संभव हुआ। रेडियो ने जहां आवाज के माध्यम से सूचनाओं को पंख लगाए वहीं टेलीविजन ने इस संचार को दृश्यात्मकता से जोड़कर आंखें प्रदान की।

टीवी से सम्बन्धित प्रारम्भिक प्रयोग

टेलीविजन प्रसारण की तरफ सर्वप्रथम अमेरिका व यूरोप का ध्यान गया। यहाँ पर इसके सन्दर्भ में कई प्रयोग किये गये। इन प्रयोगों में यांत्रिक स्कैनिंग डिस्क का प्रयोग किया गया जो तस्वीर को पर्याप्त तेजी से क्रमवेक्षण (Scan) नहीं कर पाता था। वर्ष 1923 में विद्युत टेलीविजन ट्यूब का आविष्कार किया गया। अगले कुछ वर्षों के दौरान ही पिक्चर ट्यूब, इलेक्ट्रॉनिक कैमरा और टी. वी. होम रिसेवरों का आविष्कार किया गया तथा 1930 के दशक में राष्ट्रीय प्रसारण निगम ने न्यूयॉर्क में एक टी.वी. स्टेशन की स्थापना की और बी.बी.सी. ने लंदन में एक टी.वी. स्टेशन की स्थापना की। जिसके द्वारा नियमित रूप से कार्यक्रम प्रसारित किए जाने लगे। इसी दौरान जर्मनी और फ्रांस में भी टी.वी. स्टेशन स्थापित किए गए।

सन् 1939 में द्वितीय विश्वयुद्ध प्रारम्भ हो गया जिसने टेलीविजन के विकास की गति को मन्द कर दिया। हालाँकि नाजियों के कब्जे वाले जर्मनी में राजनीतिक प्रचार के उपकरण के रूप में टेलीविजन का व्यापक प्रयोग जारी रहा। नाजी पार्टी के कार्यक्रमों को टेलीविजन पर प्रसारित किया जाता रहा, किन्तु जर्मन टेलीविजन के इतिहास के प्रथम अध्याय की महत्त्वपूर्ण घटना 1936 के बर्लिन ओलंपिक का टेलीविजन प्रसारण था, किन्तु 1940 के दशक की समाप्ति और 1950 के दशक का आरंभ होने तक अधिकांश विकसित देशों में आम जीवन का अंग बन चुका था। उदाहरण के लिए, 1948 में, संयुक्त राज्य अमेरिका में लगभग 41 टी.वी. केन्द्र थे जो प्रसारणों का अभिग्रहण करके लगभग 5 लाख से भी अधिक रिसेविंग सेट पूरे अमेरिका के 23 शहरों में टी.वी. कार्यक्रम पहुँचा रहे थे। एक दशक के भीतर ही इस आंकड़े में जबरदस्त बढ़ोतरी हुई और संयुक्त राज्य अमेरिका में टी.वी. केन्द्रों की संख्या बढ़कर 533 तथा घरेलू रिसेवरों की संख्या 55 मिलियन तक पहुँच गई। कनाडा, जापान और यूरोपीय देश इस संबंध में पीछे तो थे, परन्तु ज्यादा नहीं।

सन् 1962 में अलीबर्ग नामक एक उपग्रह छोड़ा गया जो संचार के क्षेत्र में छोड़ा गया प्रथम उपग्रह था। इसके साथ ही उपग्रह संचार युग की शुरुआत हुई। दो बड़ी अंतर्राष्ट्रीय उपग्रह प्रणालियों इंटेल्सैट और इंटरस्पुतनिक का प्रचलन क्रमशः 1965 और 1971 में आरंभ हुआ जिसके बाद टेलीविजन की दुनिया में अभूतपूर्व प्रगति होती चली गई। आज विश्व में लगभग सभी देशों के पास अपना

स्वयं का भूकेन्द्र है, जो ट्रान्समिशन और रिसेप्शन हेतु उपग्रहों से जुड़ा है। कनाडा के मीडिया समाजशास्त्री मार्शल मैकलुहन के शब्दों में संचार उपग्रह से आधुनिक विश्व “वैश्विक ग्राम” में बदल गया है।

20वीं सदी के सातवें दशक में कुछ और तकनीकी विकास हुए। 1970 के दशक में ऑप्टिकल फाइबर और कम्प्यूटर प्रौद्योगिकी का इस्तेमाल करके अपेक्षाकृत अधिक परिष्कृत ट्रान्समिशन तकनीकों का आविष्कार किया गया जापान में एक कम्प्यूटर नियंत्रित नेटवर्क विकसित किया गया जिसकी सहायता से घर से बाहर और घरों तक द्वि-दिशिक वीडियो सूचनाओं का वहन किया जा सकता था। ऑडियो-विजुअल कैसेट (श्रव्य दृश्य कैसेट) और वीडियो टेप रिकॉर्डर, क्लोज्ड सर्किट टी.वी., केबल टेलीविजन, पे-टेलीविजन और डी.टी.एच. (डायरेक्ट टू होम) टेलीविजन से टेलीविजन के क्षेत्र में नवीनतम और अप्रत्याशित प्रगति हुई है। डी.टी.एच. और डिजिटल कम्प्रेसन प्रौद्योगिक से चैनलों की संख्या में काफी वृद्धि हुई है तथा साथ ही तस्वीर और ध्वनि ट्रान्समिशन की गुणवत्ता में भी पहले की अपेक्षा काफी सुधार हुआ है।

वैसे तो इस क्षेत्र में काफी विकास हुआ, परन्तु यह सब एकपक्षीय ही रहा। अफ्रीका और एशिया के अधिकांश निर्धन देशों के पास अभी भी अपना स्वयं का संचार उपग्रह नहीं है तथा इन देशों में पर्याप्त संख्या में उत्पादन और ट्रान्समिशन केन्द्र तथा रिसेप्टिंग सेट उपलब्ध नहीं है। संयुक्त राष्ट्र संघ द्वारा घोषित विश्व संचार वर्ष (1985) के दौरान विश्व के संपन्न और निर्धन देशों के बीच प्रौद्योगिकीय अंतराल को कम करने के प्रयास किए गए किन्तु सूचना प्रौद्योगिकी में और नवीनतम विकास हो जाने (जैसे कि इंटरनेट की शुरुआत होने) से इस अंतर में और अधिक वृद्धि हुई है।

9

दूरदर्शन द्वारा समाचार प्रसारण

टीवी समाचार की बात करें तो हमारे देश में हिंदी समाचार चैनलों की अपनी एक अलग पहचान है। इसके श्रोता अपेक्षाकृत अंग्रेजी न्यूज चैनलों से अधिक हैं। टीवी में समाचार प्रसारण के कई पहलू हैं। इस क्षेत्र को करियर के रूप में चुनने वाले विद्यार्थियों के लिए क्लासरूम लेक्चर के साथ यह भी बहुत जरूरी हो जाता है कि असल में टीवी में काम होता कैसे है। खबर बनती कैसे है। रिपोर्टर इतने प्रभावशील कैसे होते हैं। लाइव की असल परिभाषा क्या है। कैमरा कैसे काम करता है इत्यादि।

लोकतंत्र के चौथे खंभे के रूप में मीडिया को स्थापित करने में टीवी समाचार चैनलों की अहम भूमिका को बताया गया है। दूरदर्शन की भूमिका और प्राइवेट चैनलों की चर्चा के साथ-साथ शुरूआती प्राइवेट चैनलों जैसे जी टीवी, स्टार ग्रुप, एनडीटीवी और इन्हें स्थापित करने वाले व्यक्तियों आदि की भूमिका को भी देखा गया है। इंडिया टुडे ग्रुप के चैनल आज तक की विशेष रूप से चर्चा की गई है।

पुस्तक के लेखक ने इस पर खासी नजर डाली की कितने कम समय में एक सरकारी चैनल से प्रसारित होने वाले महज आधे घंटे का समाचार कार्यक्रम किस तरह एक चौबीस घंटे के समाचार चैनल में तब्दील हो गया। इसी चरण के दूसरे अध्याय में दूरदर्शन समाचार के विकास का उल्लेख किया गया है। इस अध्याय में टेलीविजन समाचार प्रसारण में दूरदर्शन की महत्वपूर्ण भूमिका की चर्चा की गई। पहली बार दूरदर्शन प्रसारण के लंबे अंतराल के बाद नियमित समाचार प्रसारण की शुरूआत 1965 से हुई थी जिसमें हिंदी, अंग्रेजी और क्षेत्रीय

भाषाएं भी शामिल थीं। 2003 में दूरदर्शन 24 घंटे के समाचार चैनल के रूप में स्थापित किया गया। पुस्तक के दूसरे चरण में लेखक ने हिंदी में टीवी के समाचार-प्रसारण तंत्र को समझाया है। इस अध्याय में टीवी पत्रकारिता के पहले पाठ के रूप में लॉगिंग प्रक्रिया और उसके अंतर्गत आने वाली दूसरी प्रक्रियाओं को विस्तार से समझाया गया है। न्यूज रूम बनाम 'वॉर रूम' शीर्षक के अध्याय में लेखक ने न्यूज रूम को खबरों की फैक्ट्री कहा है। न्यूज रूम को खबरों का केंद्र बताते हुए उसके सिद्धांत, वातावरण, कर्मियों, इंफ्रास्ट्रक्चर, टेक्नॉलोजी आदि का परिचय दिया गया है। इसी चरण के एक अन्य अध्यायों में संपादक और प्रोड्यूसर के कार्यों की समीक्षा की गई है। खबरों के स्रोत के बारे में जानकारी देते हुए लेखक ने खबरों को न्यूज डेस्क तक पहुँचाने की संपूर्ण प्रक्रिया को क्रमबद्ध तरीके से समझाया है। तीसरे चरण में लेखक ने टीवी समाचार प्रसारण के जरूरी पहलुओं का क्रमवार उल्लेख किया है। इस अध्याय में सबसे पहले कैमरे की भूमिका को समझाया गया है। लेखक ने 'क' के सिद्धांत से अपनी बात रखने की कोशिश की है। इसमें कैमरा और कंप्यूटर का जिक्र किया गया है। मसलन टीवी न्यूज, घटना की तस्वीरों (कैमरा द्वारा) के आधार पर तैयार की गई रिक्लप्ट (कंप्यूटर द्वारा) के अनुसार बनती है।

लेखक ने कैमरे की तकनीक, विभिन्न शूटिंग मोड, शॉट्स, मूवमेंट और फोकस आदि को समझाया है। इसी चरण के दूसरे अध्याय में टीवी समाचार प्रसारण के सबसे अहम पहलू वीडियो एडिटिंग की चर्चा की गयी है। 'लाइव के लफड़े' नाम के शीर्षक से लेखक ने लाइव कार्यक्रमों के प्रसारण में आने वाली विभिन्न चुनौतियों की चर्चा की है।

भारत में टेलीविजन का सर्वप्रथम सुव्यवस्थित प्रसारण एक कामचलाऊ स्टूडियो के माध्यम से 15 सितंबर, 1959 को किया गया। उस समय दिल्ली की 25 किमी. परिधि तक ही ट्रांसमीटर सेवा सम्भव थी, क्योंकि 500 वाट वाला ट्रांसमीटर इससे अधिक दूरी तक सम्प्रेषण नहीं कर सकता था। 1960 में स्वतंत्रता-दिवस समारोह का सीधा प्रसारण दूरदर्शन से किया गया था। लेकिन नियमित प्रसारण सन् 1965 ई. में समाचार बुलेटिन के साथ शुरू किया जा सका। प्रारम्भिक दिनों में टेलीविजन सेट महंगे हुआ करते थे। इसलिए जनसाधारण की पहुँच से ये बाहर थे। अतः दिल्ली और उसके पासपड़ोस के इलाकों में सामुदायिक टेलीविजन का प्रचलन था। आम आदमी सामुदायिक टेलीविजन ही देखा करते थे। ये सेट यूनेस्को के अनुदान से मिले थे और इन

सेटों के साथ दर्शकों के टेलीक्लबों की स्थापना की गई थी जहां नियमित दर्शक सदस्य टेलीविजन कार्यक्रम का लाभ उठाते थे।

यूनेस्को के तत्वावधान में ही 23 दिसम्बर, 1960 से 5 मई, 1961 तक की अवधि में सामाजिक शिक्षण का प्रयोग किया गया। विकासमूलक उपयोग की दिशा में यह पहला कदम रहा। यह प्रयोग लोगों को सूचित करने और उन्हें विभिन्न विषयगत सूचना उपलब्ध कराने को लेकर था। साथ ही इसका यह उद्देश्य भी था कि इससे समाज के लोगों को जहां एक ओर नया दृष्टिकोण मिल सकेगा वहीं यह भी आकलन हो सकेगा कि व्यक्तियों व समाज के मध्य वे कौन से तत्त्व या दृष्टिकोण हैं, जो लोगों को न केवल प्रभावित करते हैं, बल्कि उनके सामूहिक व्यवहार व कार्यों पर भी असर डालते हैं।

विकास की शृंखला में 15 अगस्त, 1965 को आल इंडिया रेडियो का एक बड़ा हाल टेलीविजन स्टूडियो में बदला गया। कार्यक्रम निर्माण व प्रसारण की गुणवत्ता को सुधारा गया। समाज, संस्कृति, शिक्षा समाचार के पक्षों को इससे जोड़ा गया। 26 जनवरी, 1967 को इंदिरा गांधी ने कृषि दर्शन कार्यक्रम की शुरुआत की।

2 अक्टूबर, 1972 को मुंबई में व 26 जनवरी, 1973 को श्रीनगर में दूरदर्शन केन्द्र शुरू किया गया। 29 सितम्बर, 1973 को अमृतसर केन्द्र शुरू हुआ। 27 अप्रैल, 1975 में जालंधर केन्द्र स्थापित हुआ। 9 अगस्त, 1975 को कलकता केन्द्र, 14 अगस्त, 1975 को मद्रास तथा नवम्बर, 1975 में लखनऊ केन्द्र शुरू हो गए। अप्रैल, 1976 में दूरदर्शन रेडियो से स्वतंत्र एवं अलग प्रभाग बना और इसका अपना अलग से महानिदेशालय बना।

जन-सेवार्थ प्रसारण के लिए दूरदर्शन वर्तमान में भारत की राष्ट्रीय प्रसारण सेवा विश्व के सबसे बड़े स्थलीय प्रसारण संगठनों में से एक है। आज दूरदर्शन का प्रमुख चैनल डी.डी। विभिन्न क्षमताओं के 1042 स्थल ट्रांसमीटरों के तन्त्र के जरिए 87% से ज्यादा आबादी तक अपने कार्यक्रम पहुँचाता है। 65 अन्य ट्रांसमीटर दूसरे चैनलों को स्थल समर्थन देते हैं। दूरदर्शन बड़ी संख्या में भारतीय राष्ट्रीय उपग्रहों (इनसैट) और अन्य उपग्रहों के ट्रांसमीटरों से देश के 49 नगरों के कार्यक्रम उत्पादन सुविधाएं स्थापित की हैं।

भारत में उपग्रह टेक्नोलॉजी से सम्बन्धित पहला प्रयोग था 'सेटेलाइट इंस्ट्रक्शनल टेलीविजन एक्सपेरिमेंट' 'साइट' जो सत्र 1975-76 में किया गया। सामाजिक शिक्षा के लिए यह अपने आप में अभिनव प्रयोग विश्वभर में पहला

प्रयास था। 1982 में दिल्ली व अन्य ट्रांसमीटर के बीच उपग्रह द्वारा नियमित सम्पर्क के साथ 'राष्ट्रीय प्रसारण' की शुरुआत हुई। साथ ही दूरदर्शन ने रंगीन प्रसारण की शुरुआत भी की। दिल्ली में आयोजित हुए एशियाई खेलों के मद्देनजर ये प्रयास शीघ्र व अपूर्व स्वरूप में लागू हुए। 1992 से टेलीविजन सुविधाओं में निरन्तर विकास हो रहा है। दूरदर्शन ने तीन स्तरों वाली बुनियादी सेवा चलाई है, जो राष्ट्रीय, प्रादेशिक व स्थानीय स्तर पर कार्य करती है। राष्ट्रीय कार्यक्रम में उन घटनाओं, मुद्दों और समाचारों पर बल दिया जाता है जिसमें समूचे राष्ट्र की दिलचस्पी होती है। इन कार्यक्रमों में समाचार सामयिक वार्ताएं, विज्ञान, सांस्कृतिक पत्रिकाएं, वृत्तचित्र, सीरियल, संगीत-नृत्य के कार्यक्रम, नाटक व फीचर फिल्म शामिल होते हैं।

सामान्यतः सभी राज्यों में क्षेत्रीय कार्यक्रमों का प्रसारण राज्य के राजधानी से हुआ करता है। ये राज्यभर में उपलब्ध विभिन्न ट्रांसमीटरों से प्रस्तुत हुआ करते हैं। क्षेत्रीय कार्यक्रमों में राज्य की दिलचस्पी के कार्यक्रम क्षेत्र विशेष की भाषा व मुहावरों, बोली आदि में प्रस्तुत किए जाते हैं। स्थानीय कार्यक्रम किसी खास स्थान से सम्बन्धित होते हैं और इनमें स्थानीय विषय व स्थानीय लोगों को शामिल किया जाता है। देश की प्रमुख भाषाओं में चौबीसों घंटे उपग्रह चैनल कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं।

1984 में दिल्ली में दूसरे चैनल 'मेट्रो' का प्रसारण शुरू हुआ जिसका उद्देश्य महानगर के विविध वर्गों को कार्यक्रम देखने का एक अन्य विकल्प उपलब्ध कराना था। बाद में यह सुविधा मुंबई, कोलकाता व चेन्नई के दर्शकों को भी सुलभ कराई गई। 1993 में इन चार क्षेत्रों के भू-स्थित ट्रांसमीटरों को उपग्रह से जोड़ा गया ताकि शहरी दर्शकों को मनोरंजन का बेहतर विकल्प उपलब्ध हो सके। देश के अन्य भागों के दर्शकों के लिए भी यह सुविधा वर्तमान में सीधे प्रसारण के रूप में सुलभ कराई गई है। दूरदर्शन ने अपने अन्तर्राष्ट्रीय स्वरूप को भी निखारा है। अन्तर्राष्ट्रीय चैनल, दूरदर्शन इंडिया 1995 से कार्यरत है। इसके प्रसारण एशिया, अफ्रीका व यूरोप के 50 देशों तक पहुँच रहे हैं। अमेरिका व कनाडा हेतु इसके प्रसारण पी.ए.एस.-1 और पी.ए. एस.-4 से किए जा रहे हैं। इसके कार्यक्रम 24 घंटे प्रसारित होते हैं।

वर्तमान में दूरदर्शन के दर्शक भी प्रचुर मात्रा में हैं। 8 करोड़ के लगभग घरों में वर्तमान में टी.वी. सेट हैं। साथ ही केन्द्र व राज्य सरकारों द्वारा विभिन्न योजनाओं के तहत सामुदायिक सेट पंचायतों, चौपालों, ग्रामीण केन्द्रों, स्कूलों,

कॉलेजों, होस्टलों आदि जगह में लगाए गए हैं। देश की जनसंख्या के एक-तिहाई भाग तक दूरदर्शन अपनी पहुँच स्थापित कर रहा है।

प्रसारण सेवा के अंतर्गत उपग्रह द्वारा टेलीविजन कार्यक्रमों एवं विविध चैनलों को पूरे देश में कहीं भी घर की छत पर एक छोटी सी डिश एवं एक जेट टॉप बाक्स के माध्यम से प्राप्त किया जा सकता है।

यह छोटी प्रविधि डिस्क के निर्धारित कोण एवं दिशा द्वारा उपग्रह से जुड़कर सेट-टॉप बॉक्स तक संकेत पहुँचाती है और सेट टॉप बाक्स प्राप्त संकेतों को डिकोड यह एक नवीनतम एवं आधुनिक तकनीक है। इसके माध्यम से टेलीविजन दर्शकों को विविधता से भरा उन्नत कार्यक्रम देखने को मिलता है। भारत में सरकार के माध्यम से दूरदर्शन की मुफ्त डी.टी.एच. सेवा पर लगभग 35 दूरदर्शन के चैनल एवं 12 आकाशवाणी चैनल प्राप्त किए जा सकते हैं। इनमें प्राइवेट चैनल भी शामिल हैं।

जी.टी.वी. समूह द्वारा भी निर्धारित शुल्क का भुगतान कर (डिश टी.वी. बॉड नाम से) डी.टी.एच. सेवा प्राप्त की जा सकती है। इसमें शुल्क के अनुरूप सैकड़ों की संख्या तक चैनल देखे जा सकते हैं।

डी.टी.एच. (डायरेक्ट टू होम) (सीधे घर तक (Direct to Home)) सेवा द्वारा दूरदर्शन एवं निजी चैनलों को देखे जाने का नया आयाम आमजन तक पहुँचा है। इस सेवा का प्रयोग पहाड़ों नदियों, जंगलों आदि (किसी भी प्राकृतिक बाधा वाले क्षेत्र में) किया जा सकता है।

निजी चैनलों को देखने के लिए दर्शकों को एक निर्धारित राशि देनी पड़ती है। यह राशि माहवारी होती है। यदि उपभोक्ता केबल के माध्यम से इन्हें ग्रहण कर रहा है तो उसे केबल ऑपरेटर को निर्धारित राशि अदा करके ही देखे जाने योग्य बनाता है। डी.टी.एच. के माध्यम से इन्हें करने की स्थिति में इन चैनलों का निर्धारित शुल्क अदा करना पड़ता है। उपभोक्ता को उपलब्ध पैकेज के अनुरूप ग्राहक राशि को चैनल नियामक प्रस्तुत करता है और उसके एवज में वह चैनल देख सकता है। वर्तमान में प्रमुख डी.टी.एच ऑपरेटर डिश-टी.वी. ने यह व्यवस्था की है कि इसके सेट टॉप बॉक्स में एक चिप कार्ड लगाया गया है उसे मोबाइल के रिचार्ज कूपन की भाँति निर्धारित राशि का भुगतान कर चैनल सीधे ही देखे जा सकते हैं।

भुगतान चैनलों के आ जाने से जहाँ निजी चैनल निर्माताओं में कार्यक्रमों की गुणवत्ता को लेकर प्रतिस्पर्धा पनप रही है वहीं प्रसारण एवं प्रस्तुति के नवीन आयाम भी निरंतर ग्राहकों को मिल रहे हैं।

सेटेलाइट टेलीविजन चैनल्स एवं केबल प्रसारण

सही अर्थों में कहा जाय तो सेटेलाइट चैनल और केबल टेलीविजन अप्रत्यक्ष रूप से एक दूसरे का पर्यायवाची है। आज समूचे संसार में सूचना क्रान्ति अपने चरम पर है। टी.वी. भी इससे अछूता नहीं है। दुनिया भर के सैकड़ों चैनल आज सेटेलाइट व केबल के माध्यम से दर्शकों के लिए उपलब्ध हैं।

सेटेलाइट चैनल्स में तकनीकी पक्ष यह है कि विभिन्न चैनल्स जैसे जी. टी.वी., स्टार प्लस, सोनी, सहारा, डिसकवरी आदि के कार्यक्रम उनके प्रसारण-स्टूडियों से एक निश्चित फ्रीक्वेंसी पर निश्चित उपग्रह व उसके ट्रांसपोंडर के माध्यम से प्रसारित किए जाते हैं। इन कार्यक्रमों को प्रचलित दूरदर्शन-1 व दूरदर्शन-2 (मेट्रो) की तरह सीधे आम घरों में प्रयुक्त किए जाने वाले साधारण टी.वी. एंटीना की सहायता से देखा नहीं जा सकता है।

सेटेलाइट-प्रसारणों के लिए लाइसेंस शुदा केबल ऑपरेटर निर्धारित प्रक्रिया के अनुसार उपकरण व संचार व्यवस्था के तकनीकी व मशीनी उपकरण स्थापित करता है। इसमें मूलतः एक डिस्क व विभिन्न चैनल्स हेतु ट्रांसपोंडर होते हैं। हर एक चैनल अपनी निर्धारित स्थिति, फ्रीक्वेंसी व ट्रांसपोंडर के जरिए केबल ऑपरेटर को प्राप्त होता है। वह इन सिग्नलों को प्राप्त करके उन्हें अपने यहां से ऑप्टिकल फाइबर केबल या अन्य प्रकार की केबल से उपभोक्ता के घर तक पहुँचाता है। पूरी प्रक्रिया के लिए बिजली वितरण के तारों की व्यवस्था की तरह घर-घर कनेक्शन किया जाता है। उपभोक्ता केबल को अपने टी.वी सैट से जोड़कर मनचाहे कार्यक्रम को टी.वी. चैनल बदलकर प्राप्त कर सकता है।

केबल आपरेटर उपलब्ध कराए जा रहे चैनल्स के आधार पर निर्धारित शुल्क उपभोक्ता से वसूलता है। वर्तमान में मनोरंजन सूचना, समाचार, फैशन, खेल आदि के सैकड़ों चैनल्स बाजार में हैं। विभिन्न प्रकार की उपग्रह प्रणालियां इन्हें बाजार में दिन-रात उतार रही हैं। सैकड़ों केबल आपरेटर अपने-अपने क्षेत्र में केबल जाल को फैला रहे हैं और अनगिनत टी.वी. उपभोक्ता इनसे जुड़े हुए हैं।

सेटेलाइट व केबल टेलीविजन का प्रभाव यह पड़ा है कि इन्होंने उपभोक्ताओं को एक वृहद् परिप्रेक्ष्य उपलब्ध कराया है। आज संसार भर की दृश्य-श्रव्य सामग्री टेलीविजन चैनल्स पर परोसी जा रही है। खेल से राजनीति तक और समाचार से मनोरंजन तक हर पहलू इनके माध्यम से उपलब्ध है। व्यक्ति की स्वयं की इच्छा व आवश्यकता के अनुरूप वह इन चैनल्स को अपनी प्राथिकता के क्रम में प्रयोग कर सकता है।

सम्प्रति केबल टी.वी एक मुनाफे का सौदा है इसलिए इसके प्रसारण में बड़ी-बड़ी कंपनियां और व्यावसायिक घराने प्रवेश कर रहे हैं। निरन्तर बदलते और आधुनिक होते समाज में यह आवश्यक हो गया है कि कम कीमत में अधिकाधिक सुविधाएं दर्शकों को परोसी जाएं। यही कारण है कि सेटेलाइट टेलीविजन व केबल टी.वी. एक उद्योग की तरह पनप रहा है। कार्यक्रमों की बाढ़ में उनकी लोकप्रियता व पहुँच के समीकरण भी बदल रहे हैं। आज उपभोक्ता जहां नवीनता की मांग को लेकर आक्रामित है, वहीं चैनल्स इस प्रभाव में कोई कमी नहीं छोड़ रहे हैं। वे दिन-रात अन्य चैनल्स से शीत-शुद्ध में लगे हैं। एक से एक विज्ञापन व प्रसारण नीतियां, डिजिटल प्रसारण, स्टीरियो से लेकर डॉल्बी डिजिटल तक ध्वनि प्रसारण, क्षेत्रीय भाषाओं में राजस्थानी, पंजाबी, असमिया, बांग्ला, मलयाली भाषाओं के प्रसारण व मनोरंजन की नस-नस में रचा-बसा यह संसार उपग्रह से उतर कर केबल के जरिए समाज में चारों ओर छा गया है।

दूरदर्शन का भारतीय स्वरूप

6 दिसम्बर 1982 को सूचना और प्रसारण मंत्रालय ने प्रसिद्ध समाज शास्त्री डॉ. पी.सी. जोशी की अध्यक्षता में 13 सदस्यीय कार्य दल की स्थापना की घोषणा की गई। इस समिति का लक्ष्य दूरदर्शन से सम्बन्धित योजना तैयार करना। इस समिति ने 12 अगस्त, 1985 को अपनी रिपोर्ट सरकार को प्रस्तुत कर दी। इस समिति के अन्य सदस्य थे—फिल्म निर्देशिका श्रीमती सई पराजपे, मैसर्स लिटास इंडिया लिमिटेड के श्री अलीकु पल्ली, भारतीय जन संचार संस्थान के विकास संचार के प्रोफेसर श्री जी. एन. एस. राघवन, नई दिल्ली की श्रीमती रामी छाबड़ा, स्पेस एप्लीकेशन सेंटर, अहमदाबाद के डॉ. विनोद सी. अग्रवाल, नई दिल्ली की कुमारी रीना गिल, जवाहरलाल नेहरू विश्वविद्यालय के प्रो. योगिन्द्र सिंह, राष्ट्रीय नाट्य विद्यालय के श्री मोहन उप्रेती, कलकत्ता के श्री भूपेन हजारिका, पंजाब कृषि

विश्वविद्यालय लुधियाना के डॉ. के. एस. गिल, दूरदर्शन के मुख्य इंजीनियर श्री आर. बी. एल. श्रीवास्तव तथा श्री मंजरुल अमीन (संदस्य सचिव)।

जोशी समिति की रिपोर्ट तीन खण्डों में विभक्त है। पहला खण्ड पांच भागों में जिनमें दूरदर्शन किसके लिए और किसलिए? हमारे सपनों के भारत का निर्माण, चैनलों का सवाल, संगठनात्मक ढांचे और कार्मिक प्रबन्ध-व्यवस्था में सुधार तथा अनुसंधान और मूल्यांकन शीर्षकों में विभाजित है। दूसरे खण्ड में इन विषयों से सम्बन्धित सिफारिशों का सारांश दिया गया है तथा तीसरे खण्ड में परिशिष्ट और अनुलग्नक दिए गए हैं।

टेलीविजन के विस्तार से भारत में एक असभ्य संस्कृति का प्रभाव बढ़ रहा है। इन परिस्थितियों में जोशी समिति की सिफारिशें विशेष महत्त्व रखती हैं। दूरदर्शन में भारतीय जन समुदाय की मूल आवश्यकताओं और समस्याओं के प्रति जागरूकता के अभाव की ओर संकेत करते हुए समिति ने कहा कि दूरदर्शन को भारत में रहने वाले बुनियादी सामाजिक वर्गों की जीवन पद्धति और समस्याओं को उजागर करना चाहिए। पंडित जवाहरलाल नेहरू के नेतृत्व में सन् 1938 में निर्मित राष्ट्रीय नियोजन समिति ने संचार व्यवस्था पर विचार करने के लिए एक उप समिति बनाई थी। इस समिति ने हालांकि रेडियो प्रसार पर ही विचार किया था किन्तु जोशी समिति ने उन सिफारिशों तथा अध्ययन को टी. वी. हेतु भी उपयोगी मानते हुए इसे उद्घृत किया है। इस रिपोर्ट के अनुसार आधुनिक विकास के लिए प्रसारण, विलासिता से बदलकर आवश्यकता बन गया। किसी देश का जितना औद्योगीकरण का स्तर ऊंचा होगा, सन्देशों के आदान-प्रदान की जरूरत उतनी ही अधिक होगी और विस्तृत संचार-सुविधाओं की मांग बढ़ेगी।

प्रसारण का महत्त्वपूर्ण कार्य राज्य द्वारा प्रचार, मनोरंजन, समाचार और उपयोगी सूचनाओं का संकलन इत्यादि करना है। इस समिति के अनुसार “प्रसारण बहुसंख्यक समाज के जो अब तक निरक्षर हैं और महिलाओं का एक बहुत बड़ा समूह, जो घर से बाहर नहीं निकलता, के लिए सम्पर्क सूत्र है तथा दूसरी ओर भारत की प्रगति का व्याख्याता है।” “प्रसारण से उम्मीद की जाती है कि कृषि, पशुपालन, मौजूदा राजनीतिक विचारों आदि के सम्बन्ध में लोगों को महत्त्वपूर्ण सूचनाएं पहुँचाई जाएं।” इस समिति का यह भी सुझाव था कि भारत के विकास एवं निर्माण में प्रसारण के महत्त्वपूर्ण स्थान को ध्यान में रखते हुए यह अनुभव किया गया कि अपनी नीति तैयार करने का दायित्व एक समान उत्तरदायी सार्वजनिक संस्था को सौंप दिया जाए जिसमें देश का विश्वास हो।

जोशी समिति का यह मानना है कि इन प्रस्तावों की प्रासंगिकता आज भी है। राष्ट्रीय नियोजन समिति ने स्वाधीनता संघर्ष के समय में जो अवधारणा और आधार सुझाया था, शायद उसने आकाशवाणी को भारतीयता प्रदान करने में एक महत्त्वपूर्ण योग दिया। जोशी समिति की यह स्पष्ट राय है कि कार्यक्रम निर्माण हेतु उत्तरदायी व्यावसायिक प्रशासक को राजनीतिक और प्रशासनिक क्षेत्रों की ओर से दिन प्रतिदिन के हस्तक्षेप या दबाव से अपने आपको मुक्त अनुभव करना चाहिए। हम रचनात्मक स्वायत्त की धारणा और भी अधिक विस्तार तथा समृद्धि के भी पक्षपाती हैं।

जोशी समिति ने यह भी सुझाव दिया है कि संगठनात्मक व्यवस्था एवं प्रबन्ध पद्धति में सुधार सरकारी नियंत्रण या देख रेख में होना चाहिए। सम्भव है कि कोई ढांचा सरकारी नियन्त्रण से पूरी तरह से मुक्त हो और फिर भी उसके द्वारा सर्जनात्मकता का प्रवाह एकदम अवरुद्ध होता रहे और कोई ऐसा भी संगठन हो सकता है जिस पर सरकारी नियन्त्रण हो। फिर भी उसका गठन इस प्रकार किया गया हो कि वह सर्जनात्मकता और उपक्रम में सहायक हो, जैसे परमाणु ऊर्जा एवं अन्तरिक्ष अनुसंधान केन्द्र।

जोशी समिति ने सामाजिक शिक्षा तथा विकास को प्रोत्साहन देना अपना ध्येय बनाया है। जोशी समिति के अनुसार दूरदर्शन प्रणाली के प्रत्येक ट्रांसमीटर के अन्तर्गत दिल्ली से कार्यक्रम रिले करने की सुविधा के अलावा यह व्यवस्था भी होनी चाहिए कि वह स्थानीय तौर पर कार्यक्रम तैयार और प्रेषित कर सके तथा उन कार्यक्रमों को भी प्रसारित कर सकें जो इसके अनेक महत्त्वपूर्ण सिफारिशें इस समिति ने दूरदर्शन के भावी विकास के बारे में की हैं। जोशी समिति ने दूरदर्शन पर यह टिप्पणी दी है कि किसी भी देश का दूरदर्शन उसका सामाजिक दर्पण होता है। लेकिन दूरदर्शन अभी भी व्यक्तित्व विहीन अथवा ऐसा माध्यम है, जो विकृत मुखड़े को सामने लाता है। उसे भारतीय मुखाकृति को प्रस्तुत करने का काम अभी करना है। जोशी समिति ने दूरदर्शन के वास्तविक स्वरूप पर टिप्पणी देते हुए कहा कि—टेलीविजन शहरी केन्द्र और जाग्रत ग्रामों के मध्य वर्ग के जीवंत एवं रचनात्मक तत्वों को भी वास्तविक एवं प्रामाणिक ढंग से प्रस्तुत नहीं करता। ऐसा प्रतीत होता है कि वह भारतीय समाज के उस नव धनाढ्य वर्ग की जरूरतों की ओर अधिकाधिक उन्मुख हो रहा है, जो पुराने अभिजात्य वर्ग का स्थान लेने की कोशिश कर रहा है। भारत में पश्चिमी संस्कृति ने जड़ जमा ली है। इस प्रकार दूरदर्शन आज के भारत की आंशिक, विकृत और

कटी-फटी तस्वीर पेश कर रहा है। वह वैज्ञानिक और औद्योगिक युग वाले सर्जनशील, जीवंत और विकासोन्मुख भारत को प्रतिबिंबित नहीं करता जबकि बीते दिनों के औपनिवेशिक और अर्ध सामंती भारत का स्थान लेता जा रहा है।

अतएव भारत को चाहिए कि अपने देश की जरूरतों को पूरा करने के लिए प्रयत्नशील हो जिसके अन्तर्गत देश की समस्याओं तथा विकास की ओर ध्यान दिया गया हो और जो मनोरंजन के साथ-साथ जीवन को समृद्धि प्रदान करने वाला हो। जोशी समिति ने दूरदर्शन समाचारों पर तीखी प्रतिक्रिया व्यक्त की। नई दिल्ली में 9 दिसम्बर, 1983 को आयोजित गुट निरपेक्ष राष्ट्रों के संचार माध्यमों के सम्मेलन को संबोधित करते हुए भूतपूर्व प्रधानमन्त्री स्व. श्रीमती इन्दिरा गांधी ने कहा था—“विकास के विशाल कार्य को हमारे गांवों और शहरों के अलावा महिलाओं-मजदूरों तथा अन्य लोगों के जीवन में आ रहे परिवर्तन को संचार माध्यमों में कोई स्थान नहीं दिया जाता। लगता है कि संपादन तथा माध्यम प्रबन्धक नार्थविलफ सिद्धान्त के प्रति आस्थावान हैं, जिसके अनुसार अच्छाई, सामान्य स्थिति, परिश्रम तथा विनम्रता नहीं बल्कि सत्ता, पद, धन और सेक्स समाचार के विषय होते हैं। कमजोर व्यक्ति सारी पृथ्वी का भले ही स्वामी बन जाए, किन्तु समाचारों की सुर्खियों में उनके लिए कोई स्थान नहीं हो सकता।”

बहरहाल इस समस्या से समाचार पत्र ही पीड़ित नहीं है अपितु टेलीविजन एवं रेडियो भी पीड़ित हैं। दूरदर्शन की आम आदमी तक पहुँच का महत्वपूर्ण प्रश्न उठाते हुए जोशी समिति ने कहा है कि भारत में गरीबी रेखा से नीचे जीवन बिताने वाले लोगों का अनुपात (लोकसभा में 18 अप्रैल, 1983 को दिए गए एक प्रश्न के उत्तर के अनुसार) 48.18 प्रतिशत है। क्या दूरदर्शन के समाचार तथा सामयिक विषयों के कार्यक्रम देश की इस आधी आबादी हेतु होते हैं और क्या उनकी पहुँच इन तक है? यह प्रश्न इसलिए प्रासंगिक है क्योंकि देश में गरीबी दूर करने में टेलीविजन कार्यक्रमों की भूमिका नगण्य है। यह बात आश्चर्यजनक किन्तु सत्य है कि इस मामले में निजी स्वामित्व वाले और लाभ हेतु चलाए जाने वाले समाचार-पत्रों की भूमिका उस टेलीविजन से बेहतर रही है, जो कर दाताओं के धन से प्रकट रूप से जनहित हेतु चलाया जाता है।

अन्य प्रेस आयोग के अनुसार—“भारतीय प्रेस को इस बात का श्रेय है कि प्रमुख रूप से शहरी तथा मध्यम आय वर्ग के लोगों तक इसकी पहुँच होने के बावजूद यह किसानों, खेतिहर मजदूरों, कारीगरों, जनजातीय लोगों तथा ग्रामीण आबादी के अन्य वर्गों के प्रति रुचि जगाने में सफल रही है। हालांकि पाठक

संख्या अथवा स्वामित्व को देखते हुए अधिकतर समाचार-पत्रों के लिए गरीबी रेखा से नीचे रहने वालों को उनकी स्थिति की याद दिलाकर और सत्तारूढ़ मध्य तथा उच्च वर्गों को शर्म का एहसास कराके इस दिशा में महत्त्वपूर्ण योग दिया है।”

जोशी समिति का यह बयान अत्यधिक महत्त्वपूर्ण है—अपने निकृष्टतम समाचार प्रस्तुतीकरण की संकीर्ण मूल्य रचना के भीतर भी टेलीविजन व्यावसायिक दृष्टि से कार्य नहीं कर पाता।” दूरदर्शन द्वारा प्रस्तुत समसामयिक कार्यक्रम और समाचार को रोचक एवं लोकप्रिय बनाने हेतु जोशी समिति ने निम्नलिखित सुझाव दिया है—

1. समाचार कर्मचारियों को व्यावसायिक दृष्टि से सामूहिक रूप से कार्य करना चाहिए।
2. कर्मचारियों के काम करने के लिए परिवहन आदि तथा उपकरण और कर्मचारियों के रूप में पर्याप्त साधन।
3. उच्च स्तर के प्रबन्धक, जो उपर्युक्त दोनों जरूरतों को भली प्रकार समझते हों तथा एक विशाल, लोकतान्त्रिक, विकासशील तथा विविध भाषाओं और जीवन-पद्धतियों वाले देश के अनुरूप समाचार और सामयिक विषयों की नीति का पालन कर सकते हों।

इसके अतिरिक्त जोशी समिति ने समाचारों के प्रति व्यावसायिक दृष्टिकोण, दूरदर्शन पत्रकार, नियुक्ति और प्रशिक्षण, व्यावसायिक निर्देश, समाचार प्रस्तुतीकरण तथा समाचार बुलेटिनों की समाचार सामग्री आदि पर भी महत्त्वपूर्ण अध्ययन-निष्कर्ष तथा सुझाव प्रस्तुत किए हैं।

जोशी समिति ने भारतीय जनमानस का व्यापक अध्ययन किया था। उनका कहना था कि भारतीय जनता को शिक्षित करने में टेलीविजन जगत को महत्त्वपूर्ण भूमिका निभानी पड़ेगी। महिलाओं और बच्चों, विकास, परिवार कल्याण, व्यावसायिक विज्ञापन आदि के क्षेत्र में दूरदर्शन कार्यक्रमों पर भी इस समिति ने महत्त्वपूर्ण सुझाव दिया है। इसके अतिरिक्त चैनलों के प्रश्न तथा संगठनात्मक ढांचे के सुधार की समस्याओं पर भी इस समिति ने विचार किया है।

टेलीविजन का स्वामित्व और नियंत्रण

नवम्बर 1997 तक दूरदर्शन आकाशवाणी की तरह सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय का एक महत्त्वपूर्ण इकाई था। निःसंदेह, भारत सरकार हमेशा यह दावा

करती रही कि दूरदर्शन का कार्यक्रम निर्धारण और प्रशासन में “कार्यात्मक स्वायत्तता” से प्राप्त है, किंतु देर चाहे कुछ भी किए जाते रहे हों, वास्तविक निर्णय सूचना और प्रसारण मंत्रालय के नियंत्रण में ही रहा। मनोरंजन विषयक कार्यक्रमों के चयन और सृजन में कुछ हद तक स्वतंत्रता दी गई थी। किन्तु समाचार और ताजे घटनाक्रमों से जुड़े कार्यक्रमों पर मंत्रालय की कड़ी निगरानी रहती थी। यह स्थिति आजादी के बाद से ही बनी रही चाहे केन्द्र में शासन किसी भी राजनीतिक दल का रहा हो।

प्रसार भारती विधेयक (1989)

मई, 1979 में जनता पार्टी की सरकार ने एक विधेयक पेश किया जिसे प्रसार भारती विधेयक के नाम से जाना जाता है। इसी नाम से यह विधेयक 1978 में भी पेश हुआ था। इसलिए 1989 में जब वर्गीज रिपोर्ट सामने आई तो इसका मूलाधार ये दोनों पूर्व विधेयक ही थे। इनमें कुछ मूलभूत अंतर भी है, जबकि प्रसार भारती विधेयक संसद के अधिनियम के जरिए प्रसारण निगम सृजित करने के पक्ष में था, वर्गीज रिपोर्ट का स्पष्टतः यह कहना था। किसी प्रसारण स्वतन्त्रता भारतीय संविधान का एक हिस्सा हो। इससे यह सुनिश्चित करना आवश्यक होगा कि कोई भी भावी सरकार इस निगम की स्वतंत्रता से छेड़-छाड़ न कर सके। इसके अतिरिक्त जैसा कि वर्गीज रिपोर्ट में परिकल्पना की गई, जनता की सेवा में समर्पित एक ट्रस्ट का स्वरूप प्रदान करते हुए वर्तमान विधेयक में एक निगम की स्थापना का प्रस्ताव किया गया जिसके पास संवैधानिक गरिमा और अधिकार न हो।

वर्तमान विधेयक द्वारा निगम के जिन उद्देश्यों भी परिकल्पना की गई है, वे वर्गीज समिति की राष्ट्रीय प्रसारण ट्रस्ट से स्थापित करने के उद्देश्यों से भिन्न हैं। किन्तु यह वर्गीज रिपोर्ट उतना व्यापक नहीं है जिसमें यह अपेक्षा की गई है कि सूचना और प्रसारण मंत्रालय प्रसारण के उत्तरदायित्व से पूर्णतः मुक्त हो जाय। विधेयक में मंत्रालय के प्रतिनिधि को अंश मात्र गवर्नर के रूप में कार्य करने का प्रावधान किया गया है। इस वर्गीकरण समिति द्वारा परिकल्पित “पूर्ण स्वायत्तता” से भिन्न स्थिति है।

वर्गीज समिति ने पाश्चात्य प्रसारण संस्थाओं के ढाँचे और संगठन के अंधानुसरण के प्रति चिंता व्यक्त की। नए विधेयक में जो ढाँचा प्रस्तुत किया गया था वह काफी हद तक बी.बी.सी. के अनुरूप था। इसके अतिरिक्त, वर्गीज

समिति ने विकेंद्रीकृत ढाँचे की आवश्यकता को कोई अधिक महत्त्व नहीं दिया जिसमें शक्तियाँ क्षेत्रीय और स्थानीय स्तरों पर प्रत्यायोजित हों। मौजूदा विधेयक में केन्द्र सरकार और एक्जीक्यूटिव बोर्ड की शक्तियों के अंतरण के विषय में कोई विशेष उल्लेख नहीं किया गया है। विधेयक में शैक्षिक संस्थाओं के लिए “फ्रैन्चाइज स्टेशनों” के बारे में भी कुछ नहीं कहा गया है। बोर्ड ऑफ गवर्नस के चयन के संबंध में भी विधेयक में वर्गीज सिफारिशों का ध्यान नहीं रखा गया है। भारत के मुख्य न्यायाधीश, लोकपाल और संघलोक सेवा आयोग की अध्यक्ष और राष्ट्रपति द्वारा निश्चित एक व्यक्ति को रखा जाएगा। उसी प्रकार यह विधेयक प्रसारण परिषद/शिकायत परिषद् के गठन का भी समर्थन नहीं करना। वास्तव में, मौजूदा विधेयक की सामग्री रूप और आत्मा काफी हद तक प्रसार भारती विधेयक (1979) के सदृश है न कि वर्गीज समिति की सिफारिशों के।

बीजी वर्गीज, उमाशंकर जोशी और अन्य समिति सदस्यों 1979 के विधेयक का पुरजोर विरोध किया। वर्गीज और जोशी दोनों ने यह महसूस किया कि तत्कालीन सरकार जनता के प्रति वफादार नहीं है और विधेयक में उल्लिखित स्वायत्तता काफी हद तक क्षीण है तथा प्रस्तावित प्रसारण निगम के कार्यकाल में किसी भी प्रकार के विकेंद्रीकरण के लिए कोई प्रावधान नहीं किया गया है। ऐसी ही आपत्तियाँ 1989 के विधेयक के संबंध में भी उठाई जा सकती हैं। इस विधेयक को लोकसभा और राज्यसभा में सभी राजनीतिक दलों द्वारा अनुमोदन प्राप्त हो जाने के बाद इसने अधिनियम का रूप ग्रहण कर लिया।

प्रसार भारती विधेयक (1990)

विदेशी उपग्रह चैनलों से भारतीय दूरदर्शन प्रभावित हो रहा था। इसलिए तत्कालीन कांग्रेस सरकार ने दूरदर्शन की सुरक्षा के ख्याल से 1991 में एक समिति का गठन किया जिसे “वर्धन समिति” के नाम से जाना जाता है। इस समिति का मुख्य काम 1990 में प्रस्तुत प्रसारभारती अधिनियम का पुनर्परीक्षण करना था। वर्धन समिति ने सुझाव दिया कि “दूरदर्शन को प्रत्येक चैनल पर कुल प्रसारण समय का कम से कम 20% समय सामाजिक रूप से वांछनीय कार्यक्रमों के प्रसारण को दिया जाए”। इसके अतिरिक्त “कार्यक्रम प्रसारण के समय का दस प्रतिशत से अधिक वक्त उपलब्ध नहीं किया जाना चाहिए।” इसने यह सिफारिश भी की कि किसी प्रकार से विवादस्पद मामले में कार्यक्रम सभी बिन्दुओं पर स्पष्ट और निष्पक्ष राय व्यक्त की जाएगी।

संयुक्त मोर्चे की सरकार इससे भी एक कदम आगे बढ़ गई। उसने एक व्यापक राष्ट्रीय मीडिया नीति तैयार की जिसका आशय टेलीविजन के विकेन्द्रीकरण, विलियन, क्रॉस-मीडिया स्वामित्व, विदेशी मीडिया घटनों द्वारा भागीदारी, विज्ञापन की भूमिका और भारतीय क्षेत्र से अपलिकिंग जैसे प्रश्नों पर सम्यक विचार करना था। उस प्रयोजनार्थ 1995 में रामविलास पासवान समिति गठित की गई। इस समिति ने 104 पृष्ठों का दस्तावेज और 46 सिफारिशें प्रस्तुत कीं जो सार्वजनिक और निजी इलेक्ट्रॉनिक मीडिया समाचार पत्रों, समाचार एजेंसियों और फिल्म से संबंधित थी। समिति ने राष्ट्रीय मीडिया नीति पर सर्वसम्मति तैयार करने पर बल दिया था। इसकी कुछ सिफारिशें संसद में मई 1997 में पेश किए गए प्रसारण विधेयक में शामिल किए गए थे। प्रसार भारती अधिनियम की एक बार फिर से समीक्षा करने और सिफारिशें देने के लिए वर्ष 1996 में नितीश सेन गुप्ता समिति गठित की गई। समिति ने उसी वर्ष अगस्त में अपनी सिफारिशें प्रस्तुत कर दी।

प्रसारण विधेयक (1997)

विभिन्न प्रक्रिया से गुजरने के उपरांत सन् 1997 ई. के मई में संसद में प्रसारण विधेयक को पेश किया गया कुछ विवादास्पद मुद्दों जैसे कि क्रॉस मीडिया स्वामित्व, लाइसेंसिंग प्रक्रिया, विदेशी इक्विटी की सीमा और निजी उपग्रह चैनलों से अपलिकिंग सेवाओं आदि पर पुनर्विचार करने के लिए कांग्रेस (आई) के श्री शरद पवार की अध्यक्षता में एक संयुक्त संसदीय समिति गठित की गई।

विधेयक द्वारा भारतीय या विदेशी सभी चैनलों के लिए यह अनिवार्य कर दिया गया है कि वे अपने कार्यक्रमों का ट्रान्समिशन भारत की भूमि से करें। उपग्रह चैनलों के लिए लाइसेंस मात्र भारतीय कंपनियों को प्रदान किए जाएंगे और उन्हें 49% तक विदेशी इक्विटी की अनुमति प्रदान की जाएगी। स्थानीय चैनलों के लिए विदेशी इक्विटी की अनुमति नहीं होगी।

विधेयक द्वारा क्रॉस मीडिया स्वामित्व पर प्रतिबंध लगा दिया गया है (समाचार प्रकाशन गृहों की टेलीविजन या केबल कंपनियों में 20% से अधिक इक्विटी नहीं हो सकती) तथा साथ ही विदेशी स्वामित्व पर रोक लगाई गई है। इसके अतिरिक्त किसी भी विज्ञापन एजेंसी, धार्मिक निकाय, राजनीतिक दल या सार्वजनिक निधि से वित्तपोषित निकाय को टी.वी. कंपनी चलाने का लाइसेंस

प्रदान नहीं किया जाएगा। डायरेक्ट टु होम (डी. टी. एच.) सेवाओं का लाइसेंस बोली प्रक्रिया पूर्ण होने पर मात्र दो कंपनियों को ही दिया जाएगा।

इस विधेयक के लागू हो जाने के बाद केबल टेलीविजन नेटवर्क (विनियमन) अधिनियम निरस्त हो जाएगा। प्रसारण विधेयक उच्चतम न्यायालय द्वारा केन्द्र सरकार को फरवरी 1995 में “वायु तरंगों के प्रयोग को नियंत्रित और विनियमित करने के लिए समाज के सभी वर्गों और हितबद्ध समूहों का प्रतिनिधित्व करने वाले एक स्वतंत्र सरकारी प्राधिकरण स्थापित करने के लिए तत्काल कदम उठाने” का निर्देश दिये जाने के बाद संसद में पेश किया गया। उच्चतम न्यायालय प्रसारण क्षेत्र के निजीकरण के विरुद्ध था क्योंकि उसका यह मानना था कि “यदि प्रसारण में निजी क्षेत्रों के प्रवेश की अनुमति दी जाती है तो यह सुनिश्चित करने के लिए कि इसमें विभिन्न वर्गों के हितों को ध्यान में रखते हुए कार्यक्रम प्रसारित किए जाएंगे, इसे बजार भी शक्तियों के हाथ में नहीं छोड़ा जा सकता।” न्यायालय के नजरिए से प्रसारण/टेलीकास्ट के अधिकार किसी केन्द्रीय एजेंसी या कुछ निजी प्रसारण कर्ताओं के हाथ में केंद्रित होने के परिणाम काफी गंभीर हो सकते हैं।

वर्तमान समय में अनेक वैज्ञानिक आविष्कारों के कारण टेलीविजन तकनीक में व्यापक परिवर्तन हो चुका है। वैसे भी टेलीविजन संचार के कई माध्यमों से मिलकर बना है। इसमें जहां रेडियो तकनीक के जरिये आवाज़ का प्रयोग किया जाता है, वहीं गीत तस्वीरों को भी प्रसारित किया जाता है। गतिमान तस्वीरों को कैमरे में कैद कर लेना और फिर उसको अपने अनुसार संपादित करने की तकनीक भी टेलीविजन के निर्माण में काफी उपयोगी रही। अगर दूसरे दृष्टिकोण से देखा जाए तो टेलीविजन ने मल्टीमीडिया का रूप धारण कर लिया है। अनेक तकनीकों को समेटे होने के बावजूद ये सवाल भी बार-बार उठता है कि टेलीविजन की अपनी ऐसी क्या विशेषताएं हैं, जो इसे दूसरे माध्यमों-रेडियो, सिनेमा और प्रिंट मीडिया से अलग पहचान देती है।

मूलरूप में टेलीविजन का दृश्य माध्यम होना उसे रेडियो से पृथक कर देता है। इसमें आवाज़ के रूप में बोले गये शब्द और संगीत दृश्यों के सहयोगी का काम करते हैं। उनका अलग से कोई वजूद अक्सर नहीं होता। जैसे समाचारों में अगर किसी खबर के दृश्य नहीं हैं तो दर्शकों के लिए वो लगभग रेडियो पर समाचार सुनने जैसा ही होगा, लेकिन अगर दृश्य हमारे पास मौजूद हैं और नैरेशन

नहीं है तो भी दर्शक उस कहानी को समझ पाने में समर्थ होंगे। शब्दों का महत्त्व दृश्यों को विशेष अर्थ देने में है। टेलीविजन की दृश्य तकनीकी इसकी सबसे बड़ी विशिष्टता है। इसी कारण टेलीविजन अन्य संचार माध्यमों पर भारी पड़ता है। आज भी लोग सुनी-सुनाई बातों की अपेक्षा आँखों देखी बातों पर ज्यादा भरोसा करते हैं।

टीम वर्क—टेलीविजन लेखन को एक लेखक हेतु चुनौतीयुक्त कार्य कहा गया है। अक्सर साहित्य के क्षेत्र में स्थापित नाटककारों और कहानीकारों की यह धारणा होती है कि उनके लिये यह कोई दुष्कर काम नहीं है। परन्तु जब वह क्रियात्मक स्थिति में पहुँचते हैं तो उन्हें यह देखकर आश्चर्य होता है कि ऐसे लेखक जिन्हें न कोई साहित्यिक समझ होती है और न लेखन कला की गहराइयों की अनुभूति, बड़ी सहजता से सिनेमा और टेलीविजन के क्षेत्र में प्रतिष्ठित हो रहे हैं तथा उनके सामने फिल्म अथवा टेलीविलन पर दिखाये जाने वाले सीरियलों के निर्माता स्थापित साहित्यकारों को पूछता तक नहीं है।

वास्तविक बात यह है कि टेलीविजन हेतु लेखन कार्य एक पृथक तरह की तकनीकी लेखन कला है और रेडियो आलेखन से ज्यादा बारीक है, क्योंकि लेखक को हर स्थिति में दृश्यों और बिम्बों में सोचना पड़ता है। उसे इन दोनों बातों में उचित सामंजस्य तो करना ही पड़ता है, परन्तु इस बात के अलावा निर्माता, निर्देशक, निर्माण सहायक, तल प्रबन्धक, अभिनयकर्मियों, कैमरा मैन, दृश्य बन्ध अभिकल्पकार, लेखचित्र तथा पर्यवेक्षक एवं कलाकार, रूप सज्जाकार, सामग्री पर्यवेक्षक, आदि चित्रण-टीम के लोगों की सुविधाओं, जरूरतों का ध्यान भी रखना होता है। विशेष रूप से निर्देशक, निर्माता तथा अभिकल्पकार के साथ जो दृश्य बन्ध की रूपरेखा बनाता है, टेलीविजन-लेखन में सामंजस्य होना बहुत जरूरी है। अतः टेलीविजन-लेखन केवल लेखन या मात्र लेखक कल्पना बन्ध न होकर टीम-प्रसूत परिणाम होता है।

टेलीविजन भाषा-यूँ तो टेलीविजन के सक्रानि पर दिखाई पड़ने वाले पात्र वही भाषा बोलते हैं, जो कागज पर अंकित भाषा को जो भाषा चैतन्यता प्रदान करती है, वह टेलीविजन की भाषा होती है। यह भाषा यान्त्रिक और तकनीकी वर्णमाला की होती है। जिस तरह रेडियो की भाषा का वेश दूसरा है, उसी तरह टेलीविजन की भाषा का विन्यास भी भिन्न होता है। इस भाषा के शब्द भी बोलते हैं, रंग भी, चेहरे भी, दृश्य और उसका वातावरण भी, मौन भी, संगीत

भी तथा सज्जा भी। अतः लेखक हेतु यह जरूरी है कि वह टेलीविजन की भाषा की प्रकृति को समझे। टेलीविजन की भाषा वह है, जो उसके बिम्बों से वह अनुभूति प्रदान करवा सके जिसकी लेख कल्पना करता है। अतएव उसे टेलीविजन कार्यक्रम के लिये लिखते समय यह ध्यान में रखना पड़ेगा कि दृश्य बन्ध में शिथिलता तो नहीं है, वह अचेतन अथवा गतिहीन तो नहीं है। पात्र जो बोलते हैं, वह टेलीविजन की भाषा में रूपान्तरित हो रहा है या नहीं। दृश्यों की तारतम्यता स्वाभाविक रूप से जुड़ी हुई है अथवा नहीं।

टेलीविजन में भी रेडियो की तरह ही वाणी, ध्वनियों तथा मौन का सार्थक प्रयोग किया जा सकता है, परन्तु कैसे। अगर ऐसे प्रयोग द्वारा कहीं कथा-कहानी या अन्य आलेख-दृश्यों में ज्यादा ऊर्जा प्रदान की जा सकती है तो लेखक को ऐसी दृश्यात्मकता उत्पन्न करने की कला का निक्षेप लेखन में करना उपयुक्त रहता है ताकि ओजस्वी दृश्य बन्ध की कल्पना की जा सके। वस्तुतः किसी भी आलेख के आधार पर निर्देशक भांति-भांति के दृश्यांकन की कल्पनाएँ करते हैं, उस स्थिति में ज्यादातर वह लेखनीय दृश्य बन्ध या सीक्वेंस (दृश्य-क्रम) में वाणी, ध्वनियों तथा मौन के उपयोग से प्रभाव लाने हेतु उन्हें बदल देते हैं। कभी यह कार्य सम्पादन कक्ष में होता है, कभी दृश्यांकन (शूटिंग) के अवसर पर।

दूरदर्शन की पत्रकारिता में लेखन-दूरदर्शन विधा का जो प्रयोग पत्रकारिता के क्षेत्र में किया गया है, वह एक बहुत बड़ा चमत्कार है। विश्व में किसी भी कोने में घटित होने वाली घटनाओं को आज हम प्रत्यक्ष रूप में उसी क्षण देख भी सकते हैं जब वह घटित होती है अथवा फिर उनके दृश्यांकन को बार-बार उनके जीवन्त रूप में देख सकते हैं। यह सबसे प्रभावशाली 'इलेक्ट्रॉनिक जनमाध्यम' के रूप में आज प्रकट हुआ है, जिसने समस्त विश्व को एक ऐसे छोटे से ग्राम के रूप में परिवर्तित कर दिया है, जहाँ कोई भी व्यक्ति शीघ्र ही किसी घटना को उसी तरह देख सकता है जैसे वह उसके पास ही घटित हो रही हो। ऐसी स्थिति हालांकि बड़ी अविश्वसनीय-सी लगती है, परन्तु विज्ञान ने उसे वास्तविक रूप दे दिया है। दूरदर्शन-पत्रकारिता द्वारा यह साध्य हो गया है कि वह प्रमाण सहित कठिनाइयों का प्रसारण कर सकती है।

आधुनिक युग में पत्रकारिता का अभिप्राय मात्र समाचारों का ज्ञान कराना अर्थात् किसी घटना की यथावत सूचना दे देने तक ही सीमित नहीं रहा है, वह सर्वांगीण ज्ञान-प्रसार का मूर्तरूप बन चुकी है, वैचारिक उद्वेलन की कारक और ज्ञान की गहराइयों तक पहुँचाने के उसके प्रयत्नों ने व्यापक रूप ले लिया है।

अतः जब हम विभिन्न ज्ञान-विज्ञान की सूचना देने वाले कार्यक्रमों को घटनाओं की सूचना देने के अलावा देखते हैं तो समझना चाहिये कि वह दूरदर्शन पत्रकारिता के ही रूप हैं। इसी तरह की बात समाचार-पत्रों तथा रेडियो द्वारा ज्ञान-विज्ञान लेखों, रूपकों आदि को देखकर समझी जानी चाहिये। प्रायः सभी टी.वी. चैनल आज समाचार-प्रसारण कार्यक्रम प्रस्तुत करने लगे हैं। अतः दूरदर्शन हेतु पत्रकारिता लेखन पर भी विशेष तौर पर दृष्टि डालनी उचित है।

दूरदर्शन समाचार-लेखन और प्रस्तुतीकरण—जैसा कि हमने दूरदर्शन-लेखन पर पूर्व में लिखा है, वह सब तो टी.वी. के आलेखों में जरूरी है ही, परन्तु पत्रकारिता के दृष्टिकोण से किस जरूरी के लेखन की उपयुक्तता होती है, वह उससे कतिपय भिन्न है। टी.वी. समाचार चैनलों ने समाचार लेखन और उसकी प्रस्तुतीकरण को नया आयाम प्रदान किया है। यह स्मरणीय बात है कि दूरदर्शन द्वारा प्रेषित किये जाने वाले समाचारों में केवल वाचक की ही भूमिका नहीं रहती, अपितु उन दृश्यों की भी होती है, जो हमें समाचारों के साथ दिखाये जाते हैं और दूरदर्शन-संवाददाताओं द्वारा हमें घटनाओं की यथास्थिति से भी अवगत कराया जाता है तथा घटनास्थलों के चित्र भी दिखाये जाते हैं। अतः दूरदर्शन के पत्रकार लेखकों को भी अविलम्ब दृश्यों एवं बिम्बों में सोचना पड़ता है। दूरदर्शन-समाचार सम्प्रेषण के दो प्रधान पक्ष हैं—

- (1) निर्माण पक्ष, जिसमें समाचार संयोजन और सम्पादन भी शामिल हैं।
- (2) वाचन द्वारा समाचार सम्प्रेषण।

(1) **समाचार संयोजन, निर्माण तथा सम्पादन**—दूरदर्शन हेतु समाचार लेखन क्रियाओं को समाचार-पत्र और रेडियो हेतु लेखन का ऐसा परिष्कृत रूप कह सकते हैं, जो समाचार केन्द्रित भी हो, बिम्बधारक भी हो तथा दृश्य बिन्दुओं की पूर्णरूपेण सापेक्षिक भी हो अर्थात् उसका दृश्यात्मक चरित्र पूर्ण रूपेण उभरकर सामने आता है। इस कार्य में समाचार वाचन के साथ दिखाई जाने वाली सामग्री की समय सीमा तथा दृश्यों के सन्दर्भों का विशेष ध्यान रखा जाता है। यदा-कदा दृश्य अथवा चित्र उपलब्ध नहीं होते तो लेखन द्वारा ही समाचार में भाव-प्रवणता का समावेश करना पड़ता है। अतः दूरदर्शन लेखन में ध्यान रखने की मुख्य बातें निम्नांकित हैं—

(i) **चित्रात्मकता**—दूरदर्शन-समाचारों में चित्रात्मकता होती है। दर्शकों को दूरदर्शन से यह अपेक्षा होती है कि वह समाचारों को चित्रों के द्वारा प्रेषित करें। दूरदर्शन विधा में ध्वनि तथा दृश्यद्वय दोनों ही, विशेष आकर्षण की वस्तु होते हैं।

यही कारण है कि जिन समाचारों को दृश्यात्मक बनाया जाता है, उनके उन अंशों को ज्यादा उजागर किया जाता है जिनमें दृश्यों अथवा चित्रों के प्रयोग का संयोजन किया गया होता है।

(ii) **तारतम्यता**—समाचारों की विषय-वस्तु और दृश्य तथा चित्र-सामग्री के क्रम में तारतम्य तथा पूर्ण सापेक्षता महत्त्वपूर्ण होता है। अतः लेखक को घटना इस तरह उल्लेखित करनी चाहिए, जिस प्रकार वह घटी हो और जिस तारतम्य में उसके चित्रों का प्रसारण किया जाना हो। किसी महत्त्वपूर्ण भाषण को ज्यों का त्यों दिखाना समाचार-प्रसारण में न तो उपयुक्त होता है एवं न दर्शकों हेतु रुचिपूर्ण। अतः उसके मुख्य अंश को बोलते हुए ही, या फिर वाचक द्वारा कहलवाते हुए ही दिखाना उचित समझा जाता है। अतएव ऐसे भाषण के अंशों को सम्पादित करना भी समाचार लेखक का काम है तथा अगर दृश्यों के साथ समाचार प्रकाश में लाना है तो उनके विवरण में तारतम्य होना जरूरी है।

(iii) **प्रमाणक ग्राह्यता**—दूरदर्शन से समाचार प्रेषण के साथ-साथ घटनास्थलों को दिखाना, घटना से प्रभावित लोगों, या भाषण स्थलों से भाषणकर्ताओं को सीधे दृश्य प्रसारण आदि ऐसी क्रियाएँ हैं जिनका समावेश समाचार-लेखन में प्रसारण के प्रति ग्राह्यता एवं प्रामाणिक होने का विश्वास उत्पन्न करते हैं। अतः लेखन में इनके समावेश तथा वाचन-सामंजस्य करना दूरदर्शन पत्रकारिता की स्वयं की विशेषता है। यह विशेषता अधिकाधिक कुशलता से लाना समाचार लेखन को विशिष्टता प्रदान करती है।

(iv) **संक्षिप्तता**—दूरदर्शन समाचार लेखन में भी रेडियो समाचार लेखन की तरह यथार्थ घटना का पूर्ण विवरण संक्षिप्त अभिलेखों में होना चाहिये। जिन चित्रों को दिखाया जा रहा है, वह अपने आप में दूरदर्शन की वाणी की तरह ही दर्शक स्वीकार करते हैं। अतएव ऐसे दृश्यों के सम्बन्ध में क्या कहता है, यह अत्यन्त संक्षिप्त होना चाहिये।

(2) **समाचार-बुलेटिन की तैयारी और प्रसारण**—दूरदर्शन द्वारा प्रसारित किये जाने वाले समाचार भी उनके कुशल सम्पादन की देन होते हैं। दूरदर्शन में समाचार-संकलन के प्रमुख स्रोत हैं—रिपोर्ट्स, एजेन्सीज की फीड, एम. एस. आर. (बाहर की फीड), सैटेलाइट, डी. एल. एस आदि। समाचारों के साथ प्राप्त चित्रात्मक सामग्री यथा— फिल्म, वी.सी.आर. कवरेज आदि तथा अन्य सामग्री भी प्रसारण काल तक अपेक्षित रहती है। समाचार सम्पादक का काम शुरू होता है प्राप्त समाचारों की भीड़ में से प्रसारण योग्य समाचारों का

चुनाव करने और उसके साथ दृश्यात्मक सामग्री को संयुक्त करने के लिये उसका सम्पादन करने से।

इस तरह से चयन करते हुए वह हर समाचार में लगने वाले समय का भी निर्धारण करता है। समाचार-सम्पादक और समाचार-वाचक के अलावा एक महत्वपूर्ण व्यक्ति और सम्पादक-कक्ष से जुड़ा होता है एवं वह है समाचार-प्रस्तुतकर्ता। यह व्यक्ति सम्पादक के परामर्श से चित्रों का सम्पादन करता है और क्रम से उन्हें भिन्न-भिन्न टेपों पर चिपका देता है। यह कार्य समाचार-प्रसारण हेतु निर्धारित समाचार-क्रम के अनुसार किया जाता है। इन टेपों के अनुसार समाचार सम्पादक समाचारों का लेखन करता है। उनका सम्पादन भी करता है एवं उन पर संख्या क्रम लिखकर समाचार वाचक को सौंप देता है। दूरदर्शन की समाचार-प्रसारण क्रिया में इलेक्ट्रॉनिक स्लाइड प्रोजेक्टर तथा फिल्म चलाने का एक-दूसरे प्रोजेक्टर, जिससे फिल्म चलाई जाती है, भी होता है जिसे टैलीसिने कहते हैं। वर्तमान में टैलीसिने का उपयोग बहुत कम हो गया है क्योंकि उसकी जगह वी. डी.ओ. टेप का प्रयोग किया जाता है।

समाचार सम्पादक के अन्य कार्य हैं—

- (1) समाचार के आलेख पर उससे सम्बन्धित चित्र सामग्री का उपयोग समाचार में कहाँ करना होगा।
- (2) इन वी.सी.आर. को कहाँ होल्ड करना है और उसे पुनः कहाँ चालू करना है।

समाचार वाचक जब दो व्यक्ति होते हैं तो जो समाचार जिस वाचक को दिये जाते हैं, उसका नाम समाचार के हर पृष्ठ पर सम्पादक द्वारा अंकित किया जाता है अतः जिस समाचार पर जिस वाचक का नाम अंकित करना है, वह उसी को वाचन हेतु दिया जाता है। समाचार वाचक में निम्नांकित विशेषताएँ होनी चाहिए—

1. वाचक की वाणी में सहज प्रवाह और लोच होनी चाहिये, जिससे वह समाचार का प्रभावशाली वाणी में प्रेषण कर सके।
2. त्वरित बुद्धि हो तो वाचक प्रसारण में गलती होने पर उसे उसी क्षण सुधार लेता है।
3. वाचक को आत्म-विश्वास होना चाहिये।
4. वाचक का उच्चारण स्पष्ट एवं दोष रहित होना चाहिये।

5. प्रसारणीय समाचार की भाषा का तो समाचार-वाचक को पूरा ज्ञान होना चाहिये तथा उसे अन्य प्रमुख भाषाओं की भी पूरी तरह से जानकारी होनी चाहिये, अगर उसमें कोई कमी है तो अन्य भाषा में प्रसारण सुनने से अपनी गलतियों में सुधार होता है।
6. एक अन्य विशेषता समाचार वाचन करने वाले में होनी चाहिये। वह हैं—उसका प्रियदर्शी होना अर्थात् वह जितना वाणी से प्रभावशाली हो, उतना ही अपने स्वरूप से भी सुदर्शन होना चाहिये।

टेलीविजन समाचारों में मुहावरे एवं अलंकार

हिन्दी भाषा में मुहावरे एवं लोकोक्तियों का प्रयोग भाषा को बेहद सुन्दर एवं आकर्षक बना देता है। इनके प्रयोग से भाषा चुस्त एवं जीवंत हो जाती है। लोकोक्ति और वाग्धाराएं वाक्य या वाक्यांश का वह सुगठित एवं परिष्कृत रूप हैं जिसमें किसी भी प्रकार का फेरबदल संभव नहीं है। वह जिस रूप में चल पड़ता है, उसी रूप में प्रभावी होता है। अक्सर मुहावरे और कहावत को पहचानने में भ्रम की स्थिति बनी रहती है। इसके लिए दोनों में अंतर समझना बहुत अनिवार्य है। कहावत एक पूरे वाक्य के रूप में होती है, जिसका आधार कोई कहानी या घटना विशेष होती है। किसी भी विषय को स्पष्ट करने के लिए कहावतों का प्रयोग होता है साथ ही खास बात ये है कि कहावतों का प्रयोग बिल्कुल स्वतंत्र रूप में होता है। जबकि मुहावरों का प्रयोग वाक्यों के अंतर्गत ही संभव है। हिन्दी भाषा में मुहावरों की अपनी एक स्वतंत्र पहचान होती है।

मुहावरे—मुहावरा अरबी भाषा का परिवर्तित शब्द है। मुहावरा शब्द का वास्तविक अर्थ है अभ्यास या बातचीत। मुहावरा एक ऐसा वाक्यांश है, जो सामान्य अर्थ का बोध ना करा कर किसी विलक्षण अर्थ का बोध कराता है। मुहावरे का शब्दार्थ नहीं अपितु उसका भावार्थ ही ग्रहण किया जाता है।

अलंकार—अलम् और कार-इन दो शब्दों से मिलकर अलंकार बना है। अलम् का अर्थ है भूषण, सजावट अर्थात् जो अलंकरित या भूषित करे वह अलंकार है। कहना चाहिए अलंकार भाषा का शृंगार है इनके द्वारा अभिव्यक्ति में स्पष्टता, प्रभावोत्पादकता और चमत्कार आ जाता है। अलंकार मोटे तौर पर दो तरह के होते हैं—अर्थालंकार एवं शब्दलंकार।

शब्दालंकार के अंतर्गत अनुप्रास, यमक और श्लेष अलंकार आते हैं और अर्थालंकार में मुख्यतः उपमा, रूपक, उत्प्रेक्षा, अतिशयोक्ति और अन्योक्ति अलंकारों को शामिल किया जाता है।

(1) **उपमा**—अत्यंत समानता के कारण पूरी तरह भिन्न होते हुए भी जहां एक वस्तु या प्राणी की तुलना दूसरी प्रसिद्ध वस्तु या प्राणी से की जाती है वहां उपमा अलंकार होता है। उदाहरणार्थ— असम में हालात गृहयुद्ध की तरह हो गये हैं।

(2) **अनुप्रास**—वाक्य में जहां व्यंजनों की बार-बार आवृत्ति हो वहां अनुप्रास अलंकार होता है। उदाहरण के लिए— पवार बिना प्रचार।

(3) **अतिशयोक्ति**—जहां किसी वस्तु, पदार्थ अथवा कथन का वर्णन लोक-सीमा से बढ़ाकर प्रस्तुत किया जाए, वहां अतिशयोक्ति अलंकार होता है। जैसे— भारत का पहाड़ सा स्कोर।

(4) **उत्प्रेक्षा**—जहां उपमेय में उपमान की संभावना अथवा कल्पना कर ली गयी हो, वहां उत्प्रेक्षा अलंकार होता है। जैसे— मानों, ज्यों।

(5) **यमक**—जब एक ही शब्द दो या दो से अधिक बार वाक्य में आये और उसका अर्थ हर बार भिन्न हो तो वहाँ यमक अलंकार होता है। उदाहरणार्थ— कमाल ने खेली कमाल की पारी।

(6) **श्लेष**—टेलीविजन स्क्रिप्ट में इसका शाब्दिक आशय है चिपकना। जहां एक शब्द एक ही बार प्रयोग होने पर दो अर्थ दे वहां श्लेष अलंकार होता है। जैसे— कमाल की पारी।

(7) **रूपक**—जहाँ गुण की अत्यंत समानता के कारण उपमेय में ही उपमान का अभेद आरोप कर दिया गया हो, वहां रूपक अलंकार होता है। उदाहरणार्थ— बोफोर्स का भूत कांग्रेस का पीछा नहीं छोड़ रहा।

आकाशवाणी एवं दूरदर्शन हेतु समाचार लेखन में अन्तर

आकाशवाणी और दूरदर्शन की अपनी-अपनी विशेषताएँ हैं और सीमाएँ भी हैं। आकाशवाणी से आपको समाचार सुनाये जा सकते हैं, आप समाचार वाचक के दर्शन नहीं कर सकते, जबकि दूरदर्शन पर ऐसा नहीं है। आपको समाचार वाचक सामने पर्दे पर दिखाई देता है। अतः स्वाभाविक है कि दोनों के समाचार वाचन में जिस तरह अन्तर होता है, उसी तरह उनके लिये जो समाचार लिखे जाते हैं, वह रेडियो प्रसारण के लिये तैयार किये गये आलेख से भिन्न प्रकार का होता

है। टेलीविजन समाचार प्रेषण कक्ष में माइक्रोवेव सर्किट द्वारा तस्वीर तथा वर्णन भेजना एक साधारण सी प्रक्रिया में उपलब्ध है, अतः दूरदर्शन के लिये समाचार लेखन तकनीक भी उसकी अपनी ही तरह की है।

रेडियो के लिये तैयार समाचार बुलेटिन की भाषा एवं दूरदर्शन के समाचार बुलेटिन की भाषा में अन्तर होता है। हालाँकि दोनों की भाषा लोगों को आसानी से ग्राह्य हो, ऐसी होती है, लेकिन दूरदर्शन में वाचन के साथ दिखाये जाने वाले यथार्थ दृश्यों से उसके लेखन का समन्वय एक अतिरिक्त प्रकरण है, जो वाचन के मध्य में समाचार के साथ प्रकट कर दिया जाता है। तकनीकी दृष्टि से रेडियो-प्रसारण सिर्फ ध्वनि का प्रसारण है, जिसे समझ कर समाचारों के कल्पना लोक का सृजन करना श्रोताओं का कार्य है। उसे सुनने को जो बिम्ब प्राप्त होते हैं वह लेखन द्वारा निर्मित होते हैं, जिनका रूप श्रोता बनाते हैं। रेडियो समाचार लेखन की यही विशेषता होती है कि वह ऐसी भाषा में लिखे जायें, जिसे सुनकर श्रोता तत्क्षण समझ जाय, उसे समझने हेतु श्रोता को अपने मन-मस्तिष्क पर जोर न देना पड़े। रेडियो लेखन ऐसे रूप में किया जाता है कि उसके शब्दों में ध्वनि प्रभाव उत्पन्न करने की शक्ति हो। उसमें ऐसी सहजता भी हो कि वाचक को अपनी वाचन क्रिया में खबर के उतार-चढ़ाव से प्रवाह उत्पन्न करने का भी अवसर रहे।

टेलीविजन का लेखन एक टीम की अनिवार्य अपेक्षाओं से नियन्त्रित होता है। उसमें लेखक को निर्माण सहयोगियों की सुविधा का स्मरण रखना होता है। टेलीविजन की तकनीक का लेखक की भाषा से प्रत्यक्ष सम्बन्ध होता है। टेलीविजन दर्शकों को वाणी द्वारा प्रेषित समाचारों में श्रोताओं को बिम्ब कल्पना भी देता है, तो सीधे-सीधे समाचारों के बिम्बों को भी इस गति को प्रदान करने की कला भी टेलीविजन आलेख में समाहित होती है।

आकाशवाणी और दूरदर्शन द्वारा समाचार सम्प्रेषण वाचन क्रिया द्वारा होता है। दोनों माध्यमों में क्रिया रूप में वाचन समान होता है, परन्तु तकनीकी रूप में भेद है। साधारणतः हम यही समझते हैं कि किसी समाचार को प्रसारण हेतु जब रेडियो या टेलीविजन पर कोई व्यक्ति सुनाता है तो उसे समाचार-वाचक की संज्ञा दी जाती है। स्थूल तौर पर वाचन होता भी यही है। परन्तु इतनी ही बात वाचन क्रिया को पूरी तरह स्पष्ट नहीं करती। समाचार-वाचन का अभिप्राय है, जिस माध्यम से समाचार-सम्प्रेषण वाचन द्वारा हो, वह तकनीकी तौर पर भी उस माध्यम के अनुसार हो, अतः समाचार वाचक को सम्बन्धित माध्यम की सम्प्रेषण

तकनीक का समुचित जानकारी भी होना चाहिये तथा उसे उस माध्यम पर वाचन करने में भी कुशल होना चाहिए।

आकाशवाणी तथा दूरदर्शन, दोनों ही आम जनता को जानकारी देने के लिये समाचारों को प्रसारित करते हैं, अतः यह स्पष्ट है कि उनका प्रसारण आम बोलाचाल की भाषा में होने चाहिए। इसलिए समाचारों की भाषा सहज तथा प्रवाह युक्त होनी चाहिये। वाचन क्रिया उसे सहज भी बना देती है। यह बात वाचक के बोलने की कुशलता पर आधारित होती है। बहुत से श्रोता किसी खास वाचक की वाणी सुनने हेतु ही समाचार सुनते हैं। वाचक नीरस समाचारों को भी अपनी वाणी से उसमें प्रवाह उत्पन्न कर देता है। रेडियो के प्रसारण इस प्रकार किये जाते हैं कि जिस बारे में कहा जा रहा है, उसे स्वतः निर्मित बिम्बों के रूप में श्रोता कल्पना कर सके। इस बात के लिये जरूरी है कि वाचक की वाणी में स्पष्टता और माधुर्य होना चाहिये। रेडियो समाचारों में सपाटता होती है, क्योंकि जो भी यथार्थ समाचार है उसका लेखन भी बड़े सपाट रूप में, किन्तु बहुत स्पष्ट होती है, क्योंकि जो भी यथार्थ समाचार है उसका लेखन भी बड़े सुचारु रूप में, किन्तु बहुत स्पष्ट होता है। उसके बीच में समाचार को अधिकतम रूप में ग्राह्य बनाने हेतु कोई अन्य उपक्रम नहीं होता।

दूरदर्शन पर समाचार वाचन के मध्य, समाचार की पुष्टि अथवा श्रोता दर्शक का स्पष्ट सम्बन्ध घटनास्थल से भी कर दिया जाता है। उस समय उसे संवाददाता से स्पष्ट जानकारी प्राप्त होती है जहाँ वह मौजूद होता है, अर्थात् घटनास्थल पर दूरदर्शन का समाचार-लेखन भी उसी प्रकार का होता है। बीच-बीच में सीधे संवाददाता से समाचारों की जानकारी देने हेतु दूरदर्शन कक्ष से उसका सम्पर्क जोड़ा जाता है।

आकाशवाणी की वाचन प्रणाली एवं दूरदर्शन की वाचन क्रिया में अन्तर होता है। दूरदर्शन में वाचक की वाणी द्वारा प्रसारित किये जा रहे समाचारों के साथ घटनाओं अथवा हालातों के चित्रों का संयोजन भी रहता है। अतः श्रोताओं का घटना के पात्रों से प्रत्यक्ष सम्पर्क भी जुड़ता है और भावात्मक बिम्बों का सृजन होता है। निश्चय ही समाचारों की दृश्यावली के साथ वाणी का सामंजस्य रहता है, परन्तु श्रोता उससे ज्यादा समाचार के दृश्यों पर अपना ध्यान केन्द्रित रखता है। समाचार वाचन के मध्य में समाचार से सम्बन्धित दृश्यों को दिखाने के अन्तराल में वाचक से कतिपय विश्राम मिलता रहता है, जो आकाशवाणी के वाचक को उपलब्ध नहीं होता। अतः उसे ज्यादा सजग रहना पड़ता है।

रेडियो पर प्रायः 15 मिनट का समाचार बुलेटिन सबसे बड़ा होता है। इस बड़े बुलेटिन में दो विराम होते हैं। इससे छोटा बुलेटिन दस मिनट का होता है जिसमें एक विराम होता है। सबसे छोटे पाँच मिनट के बुलेटिन में कोई विराम नहीं होता। हर बुलेटिन में विराम पाँच मिनट के अन्तर पर रखे जाते हैं। विराम, सामान्यः अभिप्रेरित होते हैं। जैसे इनमें व्यावसायिक विज्ञापनों का प्रसारण एवं आकाशवाणी या दूरदर्शन समाचार-सम्पादक को समाचार क्रम में यदि कोई परिवर्तन करना हो तो उसके लिये मौका। आकाशवाणी पर विराम के लिये प्रायः तीन तरह की अभिव्यक्तियाँ होती हैं,—“यह आकाशवाणी है”, “ये समाचार आप आकाशवाणी से सुन रहे हैं”, और “ये समाचार आकाशवाणी से प्रसारित किये जा रहे हैं।”

आकाशवाणी अथवा दूरदर्शन पर समाचार प्रसारण एक यान्त्रिक पद्धति है, जो लेखन स्तर से वाचक स्तर तक वर्तमान तक है। आकाशवाणी या दूरदर्शन पर समाचार प्रसारण में वाचक को कोई स्वतन्त्रता नहीं होती, यहाँ तक कि शब्दों के हेर-फेर भी नहीं, क्योंकि जो कुछ अन्तिम रूप से उसके सामने होता है वह एक ‘टीम वर्क’ का परिणाम होता है, जिसे समाचार-प्रसारण नीति के अनुसार रूप दिया गया है। किसी समाचार को वाचन रूप देने तक आकाशवाणी में यह पद्धति चलती रहती है।

लिखे हुए समाचार ‘पूल’ में रखे जाते हैं। पूल का अभिप्राय है समाचारों का ‘भण्डारण-गृह’। पूल (समाचार-सरोवर) प्रायः दो विभागों में होता है—पहला विभाग देशीय समाचारों हेतु होता है, दूसरा भाग विदेशी समाचारों के लिये। पहले विदेशी समाचार पूल के खेल-समाचार भी होते थे, लेकिन अब इसके लिये पृथक् पूल व्यवस्थित किया गया है, अतः इसे पूल का अनुभाग कहना चाहिये। इनके अनुसार इन्हें क्रमशः मार्निंग पूल, डे-पूल, ईवनिंग पूल तथा नाइट पूल कहते हैं। समय के अनुसार समाचार प्रसारण हेतु निर्धारित पूलों को संक्षेप में संकेताक्षरों से जाना जाता है, जैसे—मार्निंग पूल को एम. पी., दिन के पूल को डी. पी., शाम के पूल को ई. पी. और रात्रि के पूल को एन. पी. कहा जाता है। पूल से प्रसारण हेतु प्रसारणीय अर्थात् प्रसारण हेतु उपयुक्त समाचारों का चयन प्रसारण कार्यक्रम का काफी महत्त्वपूर्ण भाग होता है। इस स्थिति में समाचारों के पुनर्लेखन की भी जरूरत होती है और चुने गये समाचारों को शीर्षक देने की भी।

बुलेटिन के समाचारों में अगर कोई सुधार प्रसारण की दृष्टि से आवश्यक होता है तो सम्पादक उन्हें पुनः लिखता है। इस प्रकार के पुनर्लेखन में जो

काट-छाँटकर समाचार को अन्तिम रूप देने की चेष्टा होती है उसमें लेखन तो मुख्य है ही, उसका वाचन भी प्रमुख होता है, क्योंकि समाचार के पुनर्लेखन के पश्चात् उसे पुनः बोलकर भी देखा जाता है अर्थात् यह सुनिश्चित किया जाता है कि वह वाचन योग्य बन गया है या नहीं। अगर उसमें वाचन दृष्टि से कोई कमी होती है तो उसे पुनः वाचन योग्य बनाने हेतु सुधारा जाता है। इसके पश्चात् चयनित समाचारों में से ऐसा समाचार चयन किया जाता है, जो सबसे पूर्व प्रसारित किये जाने योग्य हो। इसे 'लीड' समाचार कहते हैं। इस क्रिया में समाचारों को क्रम दिया जाता है एवं उनके शीर्षक क्रमवार किये जाते हैं। इस तरह वाचन के लिये प्रस्तुत बुलेटिन तीन वर्गों में बाँटा जाता है—

1. शीर्षक (हेड लाइन),
2. समाचार का विवरण,
3. विराम (ब्रेक)।

आकाशवाणी या दूरदर्शन पर समाचारों की क्रम पद्धति समाचार पत्रों की विविध से पृथक् होती है। रेडियो से प्रसारित होने वाले समाचारों तथा समाचार-पत्रों में प्रकाशित होने वाले समाचारों में न सिर्फ संरचना और लेखन के स्तर पर अन्तर होता है, बल्कि उनके क्रम में भी अन्तर आता है। रेडियो पर संक्षेप में ज्यादा-से-ज्यादा समाचार दिये जाते हैं, इसलिये उसका क्रम निर्धारण भी इसी योजना से किया जाता है। समाचार-पत्र में अक्सर प्रथम पृष्ठ पर ही सबसे जरूरी अथवा महत्त्व के समाचार दिये जाते हैं। यह समाचार किसी भी तरह के हो सकते हैं। ये सब एक ही पृष्ठ पर प्रकाशित किये जाने में तारतम्यता का ध्यान रखना जरूरी नहीं है। समाचार को पूरक रूप में दिया जाना यदि एक पृष्ठ पर सम्भव नहीं रह पाता तो उसका शोषांश दूसरे या अन्य पृष्ठ पर दिया जाता है। प्रायः सभी महत्त्वपूर्ण समाचारों के अंशात्मक रूप में मुख पृष्ठ पर एवं उनके शेषों को दूसरे पृष्ठ पर देखने की परम्परा है। स्वाभाविक है कि रेडियो बुलेटिन में यह सम्भव नहीं है और न ही दूरदर्शन के समाचार बुलेटिन में। रेडियो अथवा दूरदर्शन पर प्रमुख समाचार एक क्रम में ही प्रसारित किये जाते हैं। अगर किसी समाचार में कतिपय और वृद्धि समाचार में भी उसे जोड़ दिया जाता है, परन्तु समाचार शृंखला को भंग करके ऐसा नहीं किया जाता। रेडियो और दूरदर्शन में पहले समाचार क्रम के अनुसार हेड लाइनों अर्थात् उनके शीर्षकों का वाचन किया जाता है, तत्पश्चात् समाचारों को विस्तृत रूप में प्रस्तुत किया जाता है। रेडियो पर पाँच मिनट के प्रसारण में कोई हेड लाइन देने की प्रथा नहीं है। दस मिनट के बुलेटिन में प्रायः

तीन-चार तथा पन्द्रह मिनट के बुलेटिन में प्रायः पाँच-छह हैड लाइन दी जाती है।

बुलेटिन के अन्त में प्रमुख समाचार को दुहराया जाता है। रेडिया में प्रसारित की जाने वाली हैड लाइन अधूरी नहीं दी जाती, जबकि समाचार-पत्र में ऐसा करना सम्भव है। समाचार सम्पादन और समाचार वाचक के मध्य अच्छा तालमेल प्रसारण को यथेष्ट, आकर्षक और सरल बनाये रखता है। यदा-कदा वाचक, अपनी वाचन सुविधा या अन्य कारण से समाचार सम्पादक को परामर्श भी देते हैं, जिन्हें सम्पादक मान भी लेते हैं अथवा सधन्यवाद अमान्य कर देते हैं। यदा-कदा प्रसारण के बीच में किसी समाचार के शेष को पुनः रूप में भी वाचक को देना जरूरी हो जाता है। इससे वाचक को प्रश्न तो होती है, परन्तु वह उसका प्रसारण निर्देशानुसार करता है।

अक्सर कुशल सम्पादक वाचक के उच्चारण को भली प्रकार जानते हैं। अतः वह उनके उच्चारण के अनुकूल शब्दों का चयन, लेखन प्रक्रिया में करते हैं। अक्सर समाचार सम्पादन उच्चारण विषयक वाचक से परामर्श भी करते हैं। यदा-कदा समाचार बुलेटिन के प्रसारण काल में भी सम्पादक के पास कोई महत्त्व का समाचार आ जाता है जिसे देना आवश्यक होता है। इस स्थिति में सम्पादक उसका लेखन तुरन्त करता है और उसे समाचार वाचक के पास पहुँचा देता है। ऐसे समाचार को 'फ्लैश' कहा जाता है।

10

सामुदायिक रेडियो

रेडियो सेवा का एक प्रकार है सामुदायिक रेडियो, जो वाणिज्यिक और सार्वजनिक सेवा से परे रेडियो प्रसारण का एक तीसरा मॉडल प्रदान करता है। समुदाय स्टेशन भौगोलिक समुदायों और अभिरुचि के समुदायों की सेवा कर सकते हैं। वे एसी सामग्री का प्रसारण करते हैं, जो कि किन्हीं स्थानीय-विशिष्ट श्रोताओं में लोकप्रिय है, जिनकी अनदेखी वाणिज्यिक या जन-माध्यम प्रसारकों द्वारा की जा सकती है।

सामुदायिक रेडियो को किसी एक परिभाषा में बांधना संभव नहीं है। प्रत्येक देश के संस्कृति संबंधी कानूनों में अन्तर होने के कारण देश और काल के साथ इसकी परिभाषा बदल जाती है। किन्तु मोटे तौर पर किसी छोटे समुदाय द्वारा संचालित कम लागत वाला रेडियो स्टेशन जो समुदाय के हितों, उसकी पसंद और समुदाय के विकास को दृष्टिगत रखते हुए गैरव्यावसायिक प्रसारण करता है, सामुदायिक रेडियो केन्द्र कहलाता है। ऐसे रेडियो केन्द्र द्वारा कृषि, स्वास्थ्य, शिक्षा, समाज कल्याण, सामुदायिक विकास, संस्कृति संबंधी कार्यक्रमों के प्रसारण के साथ-साथ समुदाय के लिए तात्कालिक प्रासंगिकता के कार्यक्रमों का प्रसारण किया जा सकता है। सामुदायिक केन्द्र का उद्देश्य समुदाय के सदस्यों को शामिल कर समुदाय के लिए कार्य करना है। सामुदायिक रेडियो स्टेशन ऐसे समुदायों द्वारा परिचालित और संचालित होते हैं और उनका स्वामित्व भी उनका ही होता है, जिनके लिए वे सेवा प्रदान करते हैं। सामुदायिक रेडियो लाभ कमाने के लिए नहीं होते और यह व्यक्ति विशेष, समूह और समुदायों की अपनी विविध कहानियों को कहने, अनुभवों को बांटने की प्रक्रिया को सुगम बनाते हैं और

संचार माध्यम से सम्पन्न दुनिया में सक्रिय स्रष्टा और संचार माध्यम के सहयोगी बनते हैं।

द्वितीय विश्व युद्ध के बाद बने नए राष्ट्र-राज्यों पर तथाकथित विकास के नाम पर कब्जे की होड़ शुरू हुई। यह होड़ व्यापार आयात-निर्यात, संधि जैसी शर्तों के माध्यम से शुरू हुई। इस होड़ को बढ़ावा देने में महती भूमिका अदा की संचार माध्यमों ने! प्रारंभिक दौर रेडियो पर आश्रित था, संभवतः ऐसा इसलिए था कि विश्वयुद्ध की गाज विकासशील राष्ट्रों पर पड़ी थी। यह राष्ट्र सूचनातंत्र का हिस्सा अब तक नहीं बने थे। अतः आवश्यकता थी, इन्हें सरल लेकिन सस्ते जनमाध्यम से जोड़ने की। यही कारण था कि तीसरी दुनिया के देशों में रेडियो को स्थापित करने का कार्य किया विकसित देशों ने।

भारत भी इससे अछूता नहीं था। मैकब्राइड कमीशन की रिपोर्ट में यह स्पष्ट उल्लेखित है, कि-संयुक्त राष्ट्र संघ का मुख्य हिस्सा संयुक्त राष्ट्र शिक्षा, विज्ञान और संस्कृति संघ ने विकासशील देशों में मुक्त सूचना प्रवाह और विकास के नाम पर विकसित देशों के लिए व्यावसायिक जगह बनानी शुरू की। तीसरी दुनिया के देशों में मुक्त सूचना प्रवाह का अभियान रेडियो के माध्यम से ही प्रारंभ हुआ। यूनेस्को का मुख्य ध्येय था विकसित देशों के लिए विकासशील देशों में संचार तकनीक का व्यापार तैयार करना। यही कारण था कि यूनेस्को ने बड़ा बजट सामुदायिक रेडियो के नाम पर व्यय करना प्रारंभ किया। भारत में भी सामुदायिक रेडियो यूनेस्को के प्रयासों का ही परिणाम है। लेकिन भारत जैसे विविधता एवं बहुलता वाले देश के लिए सामुदायिक रेडियो वरदान साबित हुआ।

समुदाय की योग्यताओं का उचित दोहन कैसे किया जाए? जो समाज, राज्य, देश एवं विश्व के हित में हो। स्थानीय समस्याओं का समाधान, संस्कृति का संरक्षण, रीति-रिवाजों का संरक्षण, सामुदायिक सभ्यता का संरक्षण सामुदायिक कला का संरक्षण, सामुदायिक लोकसंगीत का संरक्षण, सामुदायिक मूल्यों का संरक्षण राज्य स्तरीय मुद्दों पर विचार विमर्श-अपने समुदाय की प्रस्थिति, जनसंख्या, समुदाय का राज्य के विकास में योगदान, खनिज संपदा का संरक्षण, समुदाय के लिए बनी नीतियों की जानकारी, समुदाय के सशक्तिकरण में योगदान किसी भी समुदाय के स्थानीय मुद्दे हो सकते हैं। समुदाय के युवा अथवा बुजुर्गों की समस्या के लिए सामुदायिक रेडियो सर्वथा उचित माध्यम है, क्योंकि सामुदायिक रेडियो द्वारा प्रसारित कार्यक्रमों का लक्ष्य होता है, समुदाय विशेष को -

- जागरूक करना।
- आत्मनिर्भर बनाना।
- सूचना का निरंतर प्रवाह बनाना।
- समय-समय पर आवश्यक जानकारियों को दोहराना।

सामुदायिक रेडियो समुदाय को जागरूक कर लोकतांत्रिक गणराज्य का हिस्सा बनाने में सहायता करता है। आर्थिक, सांस्कृतिक, राजनैतिक गतिविधियों के प्रति विचार विकसित करने में सामुदायिक रेडियो की मुख्य भूमिका रही है। वैश्विक मुद्दों जैसे पर्यावरण, सीमावर्ती युद्ध, नवान्घेषण इत्यादि के प्रति जागरूक करने का मुख्य माध्यम भी सामुदायिक रेडियो बना है।

दुनिया के कई हिस्सों में, स्वयंसेवी क्षेत्र, नागरिक समाज, एजेंसियों, गैर-सरकारी संगठनों और नागरिकों के लिए सामुदायिक रेडियो और अधिक सामुदायिक विकास तथा प्रसारण उद्देश्यों के कार्य में भागीदारी के माध्यम के रूप में काम करता है।

फ्रांस, अर्जेंटीना, दक्षिण अफ्रीका, ऑस्ट्रेलिया और आयरलैंड जैसे कई देशों में एक विशिष्ट प्रसारण क्षेत्र के रूप में सामुदायिक रेडियो की महत्वपूर्ण कानूनी परिभाषा की गयी है। परिभाषा के भाग के रूप में ज्यादातर कानूनों में सामाजिक लाभ, सामाजिक उद्देश्य, सामाजिक प्राप्ति जैसे वाक्यांश शामिल किये गये हैं।

सामुदायिक रेडियो ऐतिहासिक रूप से विभिन्न देशों में विभिन्न ढंग से विकसित हुआ और इसलिए यूनाइटेड किंगडम, आयरलैंड, संयुक्त राज्य अमेरिका, कनाडा और ऑस्ट्रेलिया में इस शब्दावली का कुछ अलग-अलग अर्थ होता है।

आयरलैंड में, सामुदायिक रेडियो 1970 के दशक के अन्त से सक्रिय है, हालांकि आयरिश सन्दर्भ में सामुदायिक प्रसारण द्वारा पेश किये गये सामुदायिक रेडियो के 18 महीने के पायलट प्रोजेक्ट की संभाव्यता का पता लगाने और मूल्यांकन करने में स्वतंत्र रेडियो व टेलीविजन आयोग को 1994 तक का समय लग गया। यह परियोजना 1995 में परिचालन में चली गयी जब देश भर के ग्यारह समुदायों और अभिरुचि समूहों के समुदायों को लाइसेंस जारी किये गये। आयरलैंड के समुदाय रेडियो में प्रक्रिया (कार्यक्रम निर्माण में समुदायों द्वारा भागीदारी) और उत्पाद (कार्यक्रम निर्माण की आपूर्ति के जरिये समुदाय को सेवा प्रदान करना) दोनों को शामिल किया गया है। समुदाय की आवश्यकताओं द्वारा

प्रक्रिया और उत्पाद का मिश्रण निर्धारित होता है और समुदाय द्वारा नियन्त्रित एक प्रबंधन संरचना के माध्यम से इसे कार्यान्वित किया जाता है। आयरलैंड के स्टेशन भौगोलिक रूप और अभिरुचि या हित के समूह दोनों पर आधारित हैं।

ब्रिटेन में, समुदाय-आधारित सेवाओं के विचार के चिह्न कम से कम 1960 के दशक के आरम्भ में बीबीसी (BBC) स्थानीय रेडियो की मूल अवधारणा के समय में पाए जा सकते हैं। इसके बाद भूमि-स्थित विभिन्न गैर-लाइसेंस चोर रेडियो स्टेशनों (जैसे कि ईस्ट लंदन रेडियो और रेडियो एएमवाई-ऑल्टरनेटिव मीडिया फॉर यू) ने इस विचार को और विकसित किया। जैसे-जैसे ये चोर रेडियो 1970 के दशक के अंत में और 1980 के दशक के आरंभ में बड़ी तादाद में पैदा होने लगे, तब खासकर लंदन, बर्मिंघम, ब्रिस्टल और मैनचेस्टर जैसे शहरों में इन स्टेशनों के साथ अल्पसंख्यक आप्रवासी समुदायों (अफ्रीकी-कैरिबियाई और एशियाई आदि) के प्रसारण जुड़ने लगे। हालांकि ब्रिटेन में कुछ लोगों के लिए 'सामुदायिक रेडियो' 'चोर रेडियो' का पर्यायवाची बना रहा। अधिकांश आप्रवासी स्टेशन शुद्ध रूप से विशिष्ट संगीत शैलियों पर केंद्रित रहे और (कम से कम सैद्धांतिक रूप से) लाभ के आधार पर संचालित होते रहे। अपनी संरचना के निर्माण के अंतर्गत समुदाय के स्वामित्व और नियंत्रण के साथ ब्रिटेन की समुदाय रेडियो सेवाएं अलाभकारी आधार पर संचालित होती हैं। ब्रिटेन के पूर्व प्रसारण नियामक द रेडियो ऑथोरिटी द्वारा एक प्रयोग के तहत 2001 में शुरू किया गया, 2005 तक यूके ब्रॉडकास्टिंग रेगुलेटर ऑफकॉम द्वारा कोई 200 ऐसे स्टेशनों को लाइसेंस दिया गया। इस तरह के ज्यादातर स्टेशन, आम तौर पर लगभग 25 वॉट (प्रति-प्लेन) के विकिरण शक्ति स्तर पर, एफएम पर प्रसारण करते हैं, यद्यपि विशेषकर अधिक ग्रामीण क्षेत्रों में कुछ एएम (मीडियम वेव) पर भी संचालित होते हैं।

अमेरिका में, सामुदायिक रेडियो स्टेशन लाभ के लिए नहीं होते, समुदाय-आधारित परिचालनों को एफएम बैंड के गैर-वाणिज्यिक, सार्वजनिक भाग में प्रसारण के लिए फेडरल कम्युनिकेशंस कमीशन द्वारा लाइसेंस दिया जाता है। अमेरिका के अन्य सार्वजनिक रेडियो केन्द्रों से ये स्टेशन भिन्न होते हैं क्योंकि इनमें प्रसारक के रूप में सामुदायिक स्वयंसेवकों को सक्रियता के साथ हिस्सा लेने की अनुमति मिलती है। प्रसारण फ्रिक्वेंसी के सख्त नियन्त्रित आवंटन के कारण ऑस्ट्रेलिया में चोर रेडियो वस्तुतः अज्ञात है और अपराधियों के लिए जेल सहित कड़ी कानूनी सजाओं के प्रावधान हैं।

सामुदायिक रेडियो का सिद्धांत

- **सहभागिता**—सामान्यतः मीडिया के विभिन्न माध्यमों में एकतरफा संचार होता है। सामुदायिक रेडियो में जिस समुदाय द्वारा अथवा जिस समुदाय के लिए रेडियो संचालित किया जाता है उसकी संपूर्ण सहभागिता होती है। आयु, लिंग अथवा सामाजिक विकार समुदाय की सहभागिता में बाधक नहीं बनते।
- **स्वतंत्रता**—समुदाय विशेष अपने विचारों को व्यक्त करने के लिए स्वतंत्र होता है। सामुदायिक रेडियो में समुदाय अपने सामुदायिक विषयों की प्रस्तुति हेतु स्वतंत्र होता है। यह ऐसा संचार मंच है, जहाँ सामुदायिक समस्याएँ, सामुदायिक तथ्य, सामुदायिक व्यवस्था, सामुदायिक विकास, इत्यादि पर विचार विमर्श होता है।
- **समानता**—सामुदायिक रेडियो के द्वारा समाज का कोई भी वर्ग भागीदार बन सकता है। आयु, जाति, वर्ग, लिंग, धर्म अथवा प्रजाति के आधार पर सामुदायिक रेडियो विभेद नहीं करता।
- **स्वायत्तता**—सामुदायिक रेडियो कार्यक्रमों के प्रसारण में स्वायत्त है। सामुदायिक रेडियो, जनता का रेडियो जनता के लिए रेडियो, जनता के द्वारा संचालित रेडियो के सिद्धांत पर कार्य करता है।
- **सत्यता**—सामुदायिक रेडियो के माध्यम से सत्यपरक कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है। व्यावसायिक मीडिया की तुलना में सामुदायिक रेडियो सत्यता के अधिक निकट होता है। सामुदायिक मीडिया के संचार का मूलभूत आधार ही होता है—सत्यता का प्रसारण।
- **सामाजिक सरोकार**—सामुदायिक रेडियो सनसनी अथवा ब्रेकिंग न्यूज में रुचि नहीं रखता। यह सॉफ्ट न्यूज अथवा सॉफ्ट कार्यक्रमों में रुचि रखता है। प्रायः सामाजिक सरोकार के मुद्दे इसके अग्रिम श्रेणी के कार्यक्रम होते हैं।
- **संरक्षण**—सामुदायिक रेडियो समुदाय विशेष की सामुदायिक संस्कृति, सामुदायिक बोली अथवा भाषा, सामुदायिक रहन-सहन को संरक्षित करने में सहायक सिद्ध हुआ है।

वर्तमान समय में सामुदायिक रेडियो उपर्युक्त सिद्धांतों के अनुसार ही प्रसारित हो रहे हैं जिनमें प्रमुख हैं—

- आंध्र प्रदेश से प्रसारित सामुदायिक रेडियो अला गोदावरी नदी के किनारे बसी मछुआरों की संस्कृति को सहेजने का कार्य कर रहा है। इस रेडियो के माध्यम से मछुआरे अपनी समस्याओं का निदान प्रत्यक्ष रूप से कलेक्टर से बात करके निकालते हैं।
- असम से प्रसारित ब्रह्मपुत्र सामुदायिक रेडियो केंद्र यूनिसेफ की सहायता से संचालित किया जा रहा है इसके माध्यम से स्वास्थ्य, महिला, पर्यावरण, कृषि इत्यादि के संरक्षण हेतु कार्य कर रहा है। इस रेडियो को असमी में प्रसारित किया जाता है।
- बिहार के पटना से प्रसारित केवीके सामुदायिक रेडियो कृषि विज्ञान केंद्र द्वारा संचालित किया जा रहा है। इसका मुख्य कार्य किसानों की प्रतिदिन की जीवनचर्या से संबंधित कार्यक्रमों का प्रसारण करना है।
- चंडीगढ़ से प्रसारित ज्योति ग्राम्या सामुदायिक रेडियो केंद्र पंजाब विश्वविद्यालय के संरक्षण में प्रसारित हो रहा है। इस रेडियो के माध्यम से चंडीगढ़ के आसपास के 22 गाँवों में स्वास्थ्य, शिक्षा एवं सामाजिक विषयों से संबंधित कार्यक्रम प्रसारित किया जाता है। यह सामुदायिक रेडियो पंजाबी भाषा में प्रसारित होता है। इसके मुख्य कार्यक्रमों में हमारी बेटी, कानून और आप, हमारा समाज मुख्य है।
- दिल्ली से प्रसारित अपना सामुदायिक रेडियो इंडियन इंस्टीट्यूट ऑफ मास कम्युनिकेशन द्वारा संचालित किया जा रहा है। यह रेडियो विद्यार्थियों के विचारों को मंच प्रदान करता है। इस रेडियो के माध्यम से समाज, शिक्षा एवं स्वास्थ्य पर आधारित कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं। कुछ कहना है, अपने आसपास इत्यादि रेडियो के मुख्य कार्यक्रमों में शामिल है जिसके माध्यम से सामुदायिक रेडियो लोगों में जागरूकता का प्रसार कर रहा है। यह रेडियो हिंदी एवं अँग्रेजी भाषा में प्रसारित होता है।
- गुजरात के जूनागढ़ से प्रसारित जनवाणी सामुदायिक रेडियो केंद्र जूनागढ़ कृषि विश्वविद्यालय द्वारा संचालित किया जा रहा है। इस रेडियो के माध्यम से किसानों में जागरूकता का प्रचार-प्रसार किया जाता है। यह रेडियो गुजराती में प्रसारित होता है।
- हरियाणा से प्रसारित अल्फाज ए मेवात सामुदायिक रेडियो मेवात जिले के 225 ग्रामीण समुदायों की आवाज बन गया है। शौचालय मेरे अँगना, तोहफा ए कुदरत, जल जंगल जमीन इसके मुख्य कार्यक्रम हैं। इन कार्यक्रमों के

माध्यम से यह सामुदायिक रेडियो ग्रामीण जनमानस में जागरूकता एवं सशक्तिकरण का कार्य कर रहा है।

- कर्नाटक से प्रसारित सिद्धार्थ सामुदायिक रेडियो हाशिए के लोगों की आवाज बन कर उभरा है। इस रेडियो के माध्यम से हाशिए के समाज को शिक्षा, सामाजिक सुरक्षा, जीविकोपार्जन हेतु जागरूक किया जा रहा है। नम्मा दिशा नम्मा संविधान, कृषि कनजा, शिक्षा वाणी इसके मुख्य कार्यक्रम हैं। यह रेडियो कन्नड़ में प्रसारित होता है
- केरल से प्रसारित जनवाणी सामुदायिक रेडियो समाज के कमजोर वर्गों को सशक्त कर रहा है। इस रेडियो के माध्यम से ग्रामीण विकास हेतु कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं। यह रेडियो मलयालम भाषा में प्रसारित होता है। इसके मुख्य कार्यक्रम हैं-जनशब्दम, विद्या वन इत्यादि।
- मध्य प्रदेश के चांडा से प्रसारित सामुदायिक रेडियो वन्य प्रधान जनजाति को मुखर करने के लिए संचालित किया जा रहा है। यह सामुदायिक रेडियो केंद्र बेगानी बोली में प्रसारित किया जाता है। इस रेडियो के माध्यम से जनजातीय संरक्षण का कार्य किया जा रहा है। आदिवासी संस्कृति को संरक्षित करने के लिए सामुदायिक रेडियो से लोकगीत इत्यादि प्रसारित किए जाते हैं। 'जानकारी आपके द्वार' इसका मुख्य कार्यक्रम है।
- महाराष्ट्र के वर्धा से प्रसारित एमगिरी सामुदायिक रेडियो वर्धा जिले में महात्मा गांधी इन्स्टिट्यूट फॉर रूरल इंडस्ट्रियलईजेशन एमगिरी द्वारा संचालित किया जाता है। यह सामुदायिक रेडियो किसानों के लिए कृषि से संबंधित उन्नत तकनीकों का प्रयोग कैसे किया जाए? इत्यादि से संबंधित कार्यक्रम प्रसारित करता है। साथ ही छोटे उद्योगों को उन्नत तकनीक के साथ विकसित करने के तरीके भी इस रेडियो के माध्यम से प्रसारित किए जाते हैं। एमगिरी सामुदायिक रेडियो मराठी भाषा में कार्यक्रम प्रसारित करता है।
- उत्तर प्रदेश के गाजीपुर से प्रसारित सामुदायिक रेडियो पोस्ट ग्रेजुएट कॉलेज, गाजीपुर द्वारा संचालित किया जाता है। इस सामुदायिक रेडियो के माध्यम से पशुपालन, कृषि इत्यादि के विकास हेतु कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं। कृषि चर्चा, कॉलेज डायरी इसके मुख्य कार्यक्रम हैं। यह सामुदायिक रेडियो भोजपुरी में प्रसारित होता है।

बेशक सामुदायिक रेडियो समुदाय को जागरूक करने में सबकुछ तो नहीं लेकिन बहुत कुछ कर सकता है। समुदाय को स्वतंत्रता प्रदान कर दबाव रहित माध्यम बनता है, सामुदायिक रेडियो। विशुद्ध मनोरंजन, अलाभकारी प्रसारण सामुदायिक रेडियो की विशिष्टता है। यह समुदाय के प्रचार-प्रसार का ही माध्यम नहीं है, बल्कि ऐसा मंच भी है, जहाँ स्वछंद भाव से समुदाय अपने विचार, विमर्श हेतु प्रस्तुत कर सकता है। संवाद की गूँज सामुदायिक रेडियो के माइक से प्रवाहित होकर कमजोर वर्गों में सूचना शक्ति का प्रवाह करती है। सामुदायिक रेडियो के कार्यक्रम समुदाय विशेष के लिए प्रसारित किए जाते हैं? समुदाय का निर्माण समुदाय में रहने वाले बच्चों से लेकर स्त्रियों, पुरुषों, बुजुर्गों अथवा युवाओं से होता है। प्रत्येक वर्ग की समझ एवं उसका कार्यक्रमों के प्रति रुझान भिन्न होता है। ऐसे में कुछ महत्त्वपूर्ण तथ्यों का ध्यान सामुदायिक रेडियो हेतु कार्यक्रमों के निर्माण में रखा जाना चाहिए। जैसे -

- सांस्कृतिक पक्ष,
- व्यक्तिगत पक्ष,
- सामुदायिक पक्ष,

सामुदायिक रेडियो के प्रसारण का उद्देश्य

- लोकतांत्रिक देश की एकता एवं अखंडता में योगदान देना।
- राष्ट्र, राष्ट्रीय प्रतीकों, राष्ट्रीय लोककलाओं इत्यादि को प्रसारण के माध्यम से प्रोत्साहन देना।
- देश के विकास में जागरूक नागरिक के रूप में योगदान देने योग्य बनाना।
- जानकारियों, दृष्टिकोण एवं कुशलता का विकास कर सक्षम नागरिक बनने में सहयोग करना।
- समुदाय अथवा सामान्य जन एवं प्रशासन एवं शासन के मध्य की दूरियों को समाप्त करना।
- कुशल उद्यमी बनने हेतु प्रोत्साहित करना।
- समुदाय के पिछड़े वर्ग अथवा हाशिये पर खड़े लोगों की आवाज को प्रमुखता देना।
- सामाजिक गतिविधियों के प्रति भागीदारी हेतु उत्साहित करना।
- सामुदायिक कुरीतियों के प्रति जागरूक करना एवं अंधविश्वास को समाप्त करने की पहल करना।

- स्वास्थ्य, शिक्षा, विज्ञान एवं तकनीक की जानकारी प्रदान करना।
 - विकास एवं आधुनिकीकरण में योगदान देना।
- किसी भी सामुदायिक रेडियो को अपने कार्यक्रम प्रसारित करते समय ध्यान रखना चाहिए कि -

- सामुदायिक रेडियो समुदाय विशेष की आवश्यकताओं के अनुरूप कार्यक्रम प्रसारित कर रहा है, अथवा नहीं।
- समुदाय की भाषा ही समुदाय के लिए संचार का माध्यम होनी चाहिए।
- सामुदायिक रेडियो से प्रसारित हो रहे कार्यक्रमों की विषय-वस्तु एवं चर्चा के मुद्दे समुदाय विशिष्ट से संबंधित होने चाहिए।
- कार्यक्रम के प्रस्तुतीकरण की शैली समुदाय के अनुकूल होनी चाहिए।
- सामुदायिक रेडियो के कार्यक्रमों की समुदाय के मध्य विश्वसनीयता होनी चाहिए।
- समुदाय की आवश्यकताओं की पहचान कर कार्यक्रम का प्रसारण होना चाहिए।
- सामुदायिक रेडियो को इस बात का ध्यान रखना चाहिए, कि रेडियो स्टेशन से कुल प्रसारित समय का 20 प्रतिशत समय समाचार एवं आवश्यक जानकारियों के कार्यक्रमों हेतु, 30 प्रतिशत ज्ञान वृद्धि से संबंधित कार्यक्रमों के लिए एवं 50 प्रतिशत समय गीत-संगीत के कार्यक्रमों के लिए आवंटित होना चाहिए।
- कार्यक्रम की शुरुआत प्रेरक विषय से होनी चाहिए।

सामुदायिक रेडियो के प्रसारण का मुख्य आधार ही समुदाय की सहभागिता पर आधारित कार्यक्रम होते हैं। सामुदायिक रेडियो से मुख्यतः दो तरह के कार्यक्रम प्रसारित होते हैं -

1. फोन आधारित कार्यक्रम—सामुदायिक रेडियो इंटरैक्टिव मीडिया है। जहाँ संचार दोतरफा होता है। फोन आधारित कार्यक्रमों में विषय आधारित फोन कार्यक्रम, सामाजिक विषयों पर आधारित फोन कार्यक्रम, श्रोता की ओर से कार्यक्रम प्रस्तुतकर्ता को एवं कार्यक्रम प्रस्तुतकर्ता की ओर से श्रोताओं को फोन इत्यादि कार्यक्रम शामिल हैं।

2. पत्र आधारित कार्यक्रम—पत्र आधारित कार्यक्रमों से श्रोताओं की सामूहिक रुचि का ज्ञान हो जाता है। साथ ही श्रोताओं के पत्रों से रेडियो पर प्रसारित

कार्यक्रमों के प्रति जनमत का पता लगता है। इसके अतिरिक्त ऑडियंस की कार्यक्रम की शैली एवं विषय वस्तु के प्रति अभिमत का ज्ञान होता है।

सूचना और तकनीकी के इस युग में सामुदायिक रेडियो जागरूकता का पर्याय बन रहा है। आवश्यकता है सामुदायिक रेडियो के प्रचार एवं प्रसार की। जिससे अच्छे परिणाम सामने आ सकें। हमारे देश के बारे में कहा जाता है, कि कोस-कोस पर बदले पानी, चार कोस पर वाणी। इसी तरह अगर हम हर चार कोस पर सामुदायिक रेडियो स्टेशन की फ्रीक्वेंसी बदलने में सफल हो जाएँ तो भारत को विकसित देश बनते देर नहीं लगेगी। सामुदायिक विकास 'बॉटम टू अप' अर्थात् सामुदायिक सहभागिता एवं स्थानीय सशक्तिकरण से ही संभव है, जिसे सामुदायिक रेडियो अर्थात् 'लोकल टू ग्लोबल' संचार के द्वारा सहज ही प्राप्त किया जा सकता है।

दृष्टि, दर्शन और स्थिति

आधुनिक दिनों के सामुदायिक रेडियो स्टेशन अक्सर अपने श्रोताओं के लिए विभिन्न प्रकार की सामग्री पेश किया करते हैं, जो कि आवश्यक रूप से वाणिज्यिक रेडियो स्टेशनों द्वारा प्रदान नहीं की जाती है। सामुदायिक रेडियो केन्द्र स्थानीय क्षेत्र, खासकर आप्रवासी या अल्पसंख्यक समूहों की खबरें तथा सूचना कार्यक्रम चला सकते हैं, जिन पर बड़े मीडिया केन्द्रों द्वारा कम ध्यान दिया जाता है। अधिक विशिष्ट संगीत कार्यक्रम भी प्रायः कई सामुदायिक रेडियो स्टेशनों की एक विशेषता है। सामुदायिक स्टेशन और चोर स्टेशन (जहां उन्हें बर्दाश्त किया जाता है) किसी क्षेत्र के लिए मूल्यवान सम्पत्ति हो सकते हैं। सामुदायिक रेडियो स्टेशन आमतौर पर वाणिज्यिक केन्द्रों में पाए जाने वाली सामग्री से बचा करते हैं, जैसे कि शीर्ष 40 संगीत, खेल और 'ड्राइव-टाइम' व्यक्तित्व।

साहित्य में समुदाय की अवधारणाएं

समुदाय जटिल सत्ता हैं और सामुदायिक रेडियो में 'समुदाय' की वैसी स्थापना पर अक्सर एक विवादास्पद और पेचीदा बहस चलती रहती है और जो अलग-अलग देशों में भिन्न होती है। 'वैकल्पिक', 'सुधारवादी' या 'नागरिक' रेडियो जैसी अनेक शब्दावलियों द्वारा सामुदायिक या समुदाय को अक्सर प्रतिस्थापित भी किया जा सकता है। समाजशास्त्र में परंपरागत रूप से, किसी 'समुदाय' को एक सामूहिक स्थान में रहने वाले सहभागी लोगों के एक समूह

के रूप में परिभाषित किया गया है। सामुदायिक रेडियो अक्सर उपयोग और भागीदारी की अवधारणा को लेकर बनाया जाता है और इसीलिए समुदाय शब्द रेडियो सिग्नल की संभाव्य पहुँच के आसपास के भौगोलिक समुदायों पर आधारित होने के उल्लेख की सोच हो सकता है, अर्थात्, वो लोग जो सन्देश को प्राप्त कर सकते हैं और ऐसे सन्देशों के निर्माण में भाग लेने में उनका सामर्थ्य हो। अवश्य ही यह इस तथ्य से समस्याग्रस्त हो जाता है कि अब अनेक रेडियो स्टेशन इंटरनेट पर भी प्रसारण करने लगे हैं, जिससे सशक्त रूप से वैश्विक श्रोताओं और समुदायों तक पहुँचने लगे हैं।

सामुदायिक रेडियो के मॉडल

दार्शनिक रूप से सामुदायिक रेडियो के लिए दो अलग-अलग दृष्टिकोण जाने जा सकते हैं, यद्यपि जरूरी नहीं कि मॉडल आपस में विशिष्ट हों। एक सेवा या समुदाय-मानसिकता पर जोर देता है, इस पर ध्यान देना कि समुदाय के लिए स्टेशन क्या कर सकता है। और दूसरा श्रोता की सहभागिता और भागीदारी पर जोर देता है।

सेवा मॉडल के अंतर्गत स्थानीयता प्रायः महत्वपूर्ण होती है, जैसे कि सामुदायिक रेडियो, तीसरे स्तर के रूप में, बड़े परिचालनों की तुलना में अधिक स्थानीय या विशेष समुदाय पर केन्द्रित सामग्री प्रदान कर सकता है। कभी-कभी, यद्यपि, सिंडिकेटेड सामग्री की व्यवस्था जो कि पहले से स्टेशन के सेवा क्षेत्र के अन्तर्गत उपलब्ध नहीं है, को सेवा के एक वांछनीय रूप में देखा जाता है। इस तरह के कार्यक्रमों के प्रति विज्ञापनदाताओं की रूचि कम होने या (विशेषकर पैसिफिका के मामले में) राजनीतिक रूप से विवादास्पद प्रकृति के कारण, इस आधार पर कि उनके द्वारा प्रदान की जाने वाली सामग्री का रूप अन्यथा उपलब्ध नहीं है, संयुक्त राज्य अमेरिका के अंदर, उदाहरण के लिए, अनेक स्टेशन पैसिफिका रेडियो और डेमोक्रेसी नाऊ! जैसे समूहों से सामग्री सिंडिकेट किया करते हैं।

पहुँच या भागीदारी मॉडल के भीतर, सामग्री के निर्माण में समुदाय के सदस्यों की भागीदारी को अपने आप में एक अच्छी बात की तरह देखा जाता है। हालांकि यह मॉडल एक सेवा दृष्टिकोण को बाहर नहीं करता, लेकिन दोनों के बीच एक तनाव है, जैसा कि उदाहरणस्वरूप जोन बेक्केन के कम्युनिटी रेडियो एट द क्रॉसरोड्स में दर्शाया गया है।

भारत में सामुदायिक रेडियो

भारत में, सामुदायिक रेडियो की वैधता के लिए अभियान की शुरुआत मध्य 1990 में हुई, फरवरी 1995 में भारतीय सर्वोच्च न्यायालय के इस फैसले के तुरन्त बाद कि 'वायुतरंगों सार्वजनिक संपत्ति हैं'। इसने देश भर के समूहों को एक प्रेरणा प्रदान की, लेकिन कुछ कठोर शर्तों के तहत इसे शुरू करने की अनुमति सिर्फ शैक्षिक (परिसर) रेडियो स्टेशनों को ही मिली।

अन्ना (एफएम) भारत का प्रथम परिसर 'सामुदायिक' रेडियो है, जो 1 फरवरी 2004 को आरम्भ हुआ, जिसका संचालन एजुकेशन एंड मल्टीमीडिया रिसर्च सेंटर (ई, E² आरसी) करता है और सारे कार्यक्रमों का निर्माण अन्ना विश्वविद्यालय के मीडिया विज्ञान के विद्यार्थियों द्वारा किया जाता है।

16 नवम्बर 2006 को, भारत सरकार ने नए सामुदायिक रेडियो दिशानिर्देश की अधिसूचना जारी की, जो गैर-सरकारी संगठनों और अन्य नागरिक सामाजिक संगठनों को सामुदायिक रेडियो स्टेशन का स्वामी बनने और संचालित करने की अनुमति देता है। सरकारी सूत्रों के अनुसार, भारत भर में लगभग 4,000 सामुदायिक रेडियो लाइसेंस दिए जाने हैं। 30 नवम्बर 2008 तक, भारत सरकार के सूचना व प्रसारण मंत्रालय ने सामुदायिक रेडियो लाइसेंस के लिए 297 आवेदन पत्र प्राप्त किये, जिनमें 141 गैर-सरकारी संगठन और नागरिक सामाजिक संगठन, शैक्षिक संस्थानों से 105 और कृषि विश्वविद्यालयों और कृषि विस्तार केन्द्रों ('कृषि विज्ञान केन्द्र') के द्वारा चलाये जाने वाले 'फार्म रेडियो' स्टेशनों के 51 आवेदन शामिल हैं। इनमें से 107 सामुदायिक रेडियो स्टेशनों को प्रयोजन पत्र के निर्गम के जरिए लाइसेंस के लिए मंजूरी दे दी गयी है। नई योजना के तहत लाइसेंस आवेदकों के साथ 13 ग्रांट ऑफ परमिशन एग्रीमेंट्स (जीओपीए) हस्ताक्षरित किये गये हैं।

30 नवम्बर 2008 तक, देश में 38 क्रियाशील सामुदायिक रेडियो स्टेशन थे। इनमें से दो को गैर-सरकारी संगठन चलाते हैं और बाकी को शिक्षा संस्थान। एक गैर-सरकारी संगठन को मिले लाइसेंस (परिसर-आधारित रेडियो से भिन्न) से पहला समुदाय आधारित रेडियो स्टेशन 15 अक्टूबर 2008 को तब बाकायदा आरम्भ हुआ जब आंध्र प्रदेश राज्य के मेडक जिले के पस्तापुर गाँव का 'संगम रेडियो' सुबह 11 बजे शुरू किया गया। संगम रेडियो, जो कि 90.4 मेगाहर्ट्ज पर प्रसारित होता है, का लाइसेंस आंध्र प्रदेश के 75 गांवों में महिलाओं के समूहों

के साथ काम करने वाले एक गैर-सरकारी संगठन डेक्कन विकास सोसायटी (डीडीएस (DDS)) को दिया गया है। सामुदायिक रेडियो स्टेशन का प्रबंधन 'जनरल' नरसम्मा और अल्लोले नरसम्मा द्वारा किया जाता है। मध्य प्रदेश राज्य के ओरछा में 23 अक्टूबर 2008 को 'ताराग्राम' में भारत का दूसरा गैर-सरकारी संगठन संचालित सामुदायिक रेडियो स्टेशन आरंभ हुआ। मध्य भारत के बुंदेलखंड क्षेत्र के नाम पर, जहां यह अवस्थित है, 'रेडियो बुंदेलखंड' का नाम रखा गया, इस रेडियो स्टेशन का लाइसेंस दिल्ली स्थित एक गैर-सरकारी संगठन सोसाइटी फॉर डेवलपमेंट अल्टरनेटिव्स (डीए) को दिया गया है। रेडियो बुंदेलखंड भी 90.4 मेगाहर्ट्ज पर दो घंटे के पुनः प्रसारण सहित दिन में चार घंटे प्रसारित होता है।

सूचना व प्रसारण मन्त्रालय के मुताबिक, 1 नवम्बर 2009 तक भारत में 47 सामुदायिक रेडियो स्टेशन के क्रियाशील थे, जिनमें 45 परिसर-आधारित स्टेशन और दो गैर सरकारी संगठनों द्वारा संचालित सीआरएस (सामुदायिक रेडियो स्टेशन) थे। दिसंबर 2009 तक, नागरिक समाज समूहों द्वारा संचालित सीआर स्टेशनों की संख्या संभवतः सात तक पहुँच गयी थी, जिनमें शामिल हैं संगम रेडियो (पस्तापुर, मेडक जिला, आन्ध्र प्रदेश), रेडियो बुन्देलखंड (ओरछा, मध्य प्रदेश), मन देशी तरंग (सतारा, महाराष्ट्र), नाम्मा ध्वनि (बुदिकोट, कर्नाटका), रेडियो मतोली (वायानाड, केरल), क्लांजीअम समुगा वानोली (नागापत्तीनम, तमिलनाडु) और बेयरफुट (तिलोनिया, राजस्थान)।

4 दिसम्बर 2009 तक, सूचना व प्रसारण मन्त्रालय ने 62 सामुदायिक रेडियो स्टेशनों के लिए 'ग्रांट ऑफ परमिशन एग्रीमेंट्स' (जीओपीए) जारी कर दिया था। अधिकांश जीओपीए शिक्षण संस्थानों को जारी किए गए।

सामुदायिक रेडियो सारंग 107.8 मंगलौर जेसुइट एजुकेशनल सोसायटी (एमजेईएस) द्वारा प्रबंधित है और इसे कर्नाटक के एक तटीय शहर मंगलौर के संत एलोयसियस महाविद्यालय (स्वायत्त) द्वारा संचालित किया जाता है। एक तरह से, रेडियो सारंग को एक परिसर रेडियो कहा जा सकता है, क्योंकि यह एक शैक्षणिक संस्था के परिसर में स्थित है। लेकिन यह पोषक संस्थान के बजाय लोगों के स्थानीय समुदायों की ओर कहीं अधिक उन्मुख है, यह किसान, मछुआरे, मरीजों, विक्रेताओं, साइकिल मरम्मत करनेवाले जैसे कर्मियों, चर्मकारों आदि जैसे स्थानीय जनता के साथ, उनके लिए और उनके द्वारा कार्यक्रम बनाता है।

20 जून 2010 तक, रेडियो सारंग ने कोंकणी, कन्नड़, तुलु और अंग्रेजी भाषा में प्रतिदिन प्रसारण किया, इसके अलावा मलयालम, बेरी (स्थानीय मुसलामानों की मातृभाषा) और हिन्दी भाषाओं में भी साप्ताहिक प्रसारण किया। इसके अलावा, स्थानीय सिख समुदाय के अनुरोध पर रेडियो सारंग पंजाबी में भी प्रसारण करता है। 15 जून 2010 के बाद से, सीआर स्टेशन ने सुबह 6.30 से रात 20.30 बजे तक 14 घंटे का अविराम प्रसारण करना शुरू किया है। कार्यक्रमों में बातचीत, साक्षात्कार, फोन-इन, गीत, कविता, कहानी, चैट शो आदि शामिल हैं। डॉ. रिचर्ड रेगो एसजे इस परिसर-आधारित सामुदायिक रेडियो सारंग 107.8 एफएम के संस्थापक व निदेशक हैं।

उत्तराखंड के सुपी में स्थानीय समुदायों के लिए एक साझा मंच बनाने के उद्देश्य के साथ टेरी ने 11 मार्च 2010 को एक सामुदायिक रेडियो सेवा 'कुमाऊं वाणी' का आरम्भ किया। उत्तराखंड की राज्यपाल मार्गरेट अल्वा ने राज्य के इस पहले सामुदायिक रेडियो स्टेशन का उदघाटन किया। 'कुमाऊं वाणी' का उद्देश्य है समुदायों की सक्रिय भागीदारी के साथ स्थानीय भाषा में पर्यावरण, कृषि, संस्कृति, मौसम और शिक्षा कार्यक्रमों का प्रसारण करना। रेडियो स्टेशन 10 किमी की परिधि में मुक्तेश्वर के आसपास के लगभग 2000 स्थानियों को समाविष्ट करता है।

नई (2006) सामुदायिक रेडियो नीति के तहत, कोई भी अलाभकारी 'कानूनी संस्था'-व्यक्तियों, राजनीतिक दलों और उनके सहयोगियों, अपराधी और प्रतिबंधित संगठनों को छोड़कर-एक सीआर लाइसेंस के लिए आवेदन कर सकती है। ऐसे स्टेशनों के लिए केन्द्रीय वित्त सहायता उपलब्ध नहीं है और अन्य स्रोतों से धन जमा करने पर सख्त प्रतिबंध है। केवल वही संगठन आवेदन कर सकते हैं, जो कम से कम तीन साल से पंजीकृत हों और जिनका स्थानीय सामुदायिक सेवा का कार्य रिकॉर्ड 'प्रमाणित' हो। लाइसेंस शर्तें अव्यक्त रूप से कम-खर्चीले कम क्षमतावान परिचालनों की तुलना में अच्छी तरह से वित्त पोषित स्टेशनों का पक्ष लेती हैं, जबकि इनमें से अनेक (जैसे कि आंध्र प्रदेश में मन रेडियो और बिहार में राघव एफएम) सामुदायिक रेडियो नीति के आने के पहले से बहुत कम पैसे से सफलतापूर्वक चलते रहे हैं।

लाइसेंस के हकदार वे होते हैं, जो 100 वाट (ईआरपी) रेडियो स्टेशन चलाते हैं, जिनका कार्यक्षेत्र लगभग 12 किलोमीटर की त्रिज्या में हो। 30 मीटर की अधिकतम ऐन्टेना ऊंचाई की अनुमति दी गयी है।

सामुदायिक रेडियो स्टेशनों से कम से कम 50% कार्यक्रम स्थानीय स्तर पर बनाने की अपेक्षा की जाती है और जहां तक संभव हो कार्यक्रम स्थानीय भाषा या बोली में हों। विकास कार्यक्रम पर जोर दिया गया है, हालांकि मनोरंजन पर कोई स्पष्ट प्रतिबंध नहीं है। भारत में सामुदायिक रेडियो पर समाचार कार्यक्रम प्रतिबंधित हैं, जैसा कि वाणिज्यिक एफएम रेडियो पर भी। हालांकि, सरकार ने हाल ही स्पष्ट किया है कि खबर की कुछ श्रेणियों को रेडियो पर प्रसारित करने की अनुमति है, जिनमें खेल समाचार और टिप्पणियां, यातायात और मौसम की स्थिति के बारे में जानकारी, सांस्कृतिक कार्यक्रमों और त्यौहारों के कवरेज, शैक्षिक घटनाओं के बारे में जानकारी, सार्वजनिक बिजली और पानी की आपूर्ति जैसी उपयोगिताओं से संबंधित घोषणाएं, आपदा चेतावनी और स्वास्थ्य सूचना शामिल हैं।

सामुदायिक रेडियो पर प्रति घंटे पांच मिनट के विज्ञापन की अनुमति है। केन्द्र या राज्य सरकार द्वारा प्रायोजित कार्यक्रम को छोड़कर प्रायोजित कार्यक्रम की अनुमति नहीं है।

देश भर के सक्रियतावादी और सामुदायिक कार्यकर्ताओं ने 'कम्युनिटी रेडियो फोरम ऑफ इंडिया' के संरक्षण में खुद को जोड़ लिया है, ताकि प्रशिक्षण को समन्वित किया जा सके और सामुदायिक रेडियो स्टेशनों की मदद की जा सके, साथ ही अधिक अग्रसक्रिय सामुदायिक रेडियो नीति के अभियान को जारी रखा जा सके। सामुदायिक रेडियो फोरम, भारत, 26 फरवरी 2008 को एक 'सोसाइटी' और 'ट्रस्ट' के रूप में पंजीकृत हुआ। इस बीच, प्रसारण प्रौद्योगिकी की पारंपरिक अवधारणाओं के चारों ओर निर्मित सरकारी प्रतिबंधों से पूरे तौर पर बच निकलते हुए मोबाइल फोन ऑपरेटरों ने जीएसएम पर वाणिज्यिक प्रसारण सेवा प्रदान करने की पेशकश शुरू कर दी।

एक जुलाई 2010 तक, भारत सरकार के सूचना व प्रसारण मन्त्रालय ने घोषणा की कि सीआर लाइसेंस के लिए 715 आवेदन पत्र प्राप्त हुए हैं, जिनमें पुराने (परिसर रेडियो) दिशा-निर्देशों के तहत 104 आवेदन भी शामिल हैं। 231 आशय के पत्र जारी किए जा चुके हैं, जिनमें से 63 पुराने दिशा-निर्देशों के तहत हैं। 102 आवेदकों के साथ ग्रांट ऑफ परमिशन एग््रीमेंट्स हस्ताक्षरित किये गये हैं और 68 सामुदायिक रेडियो स्टेशनों से प्रसारण शुरू हो चुका है। (107 आवेदनों को अस्वीकार कर दिया गया और 377 आवेदन प्रक्रिया में हैं)।

12 अगस्त 2010 तक, भारत में परिचालित सामुदायिक रेडियो स्टेशनों की संख्या 82 तक पहुँच गई थी।

सामुदायिक रेडियो के माध्यम से महिला सशक्तिकरण का अभिनव प्रयास

आज हर जगह महिला सशक्तिकरण पर चर्चा हो रही है, लेकिन क्या सामाजिक बदलाव के बिना महिलाओं का सशक्तिकरण संभव है। राष्ट्रीय मीडिया में महिला दिवस विशेष पर महिला सशक्तिकरण एवं महिला सम्मान के कई आयोजनों की खबरें खूब छपेंगी लेकिन क्या वास्तव में हम महिला सशक्तिकरण के प्रति गंभीर हैं। आज जब राष्ट्रीय मीडिया राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय मसलों और अपराध की खबरों पर आत्ममुग्ध है, ऐसे में सामुदायिक रेडियो चुपचाप समाज एवं विशेष रूप से महिला सशक्तिकरण की दिशा में सार्थक पहल के साथ उठ खड़ा हुआ है और वह महिलाओं को न सिर्फ शिक्षा के मायने सिखा रहा है बल्कि उनमें आत्मनिर्भरता का हौसला भी बढ़ा रहा है।

पहले की अपेक्षा महिलाओं की दशा पर सुधार तो हुआ है, लेकिन अभी भी देश की आधी आबादी अपने अनेक अधिकारों से वंचित है इसलिए इस तरह की पहल हो बढ़ावा देना चाहिए और सरकार को विशेष योजनाएं चलाकर ऐसे सार्थक प्रयासों को जिंदा रखने पर बल देना चाहिए।

हाशिए पर पड़े समुदायों को विकास की मुख्यधारा में शामिल करने और सामुदायिक गतिविधियों में हर स्तर पर उनकी भागीदारी सुनिश्चित करने के लिए अल्फाज-ए-मेवात सामुदायिक रेडियो एसएम सहगल फाउंडेशन (गैर सरकारी संगठन) द्वारा 2012 में नूंह के गाँव घागस में स्थापित किया गया है। रेडियो घाघस 20 किलोमीटर की परिधि में आने वाले 225 गांवों के ग्रामीणों को रोज विभिन्न सूचनापरक और मनोरंजन कार्यक्रमों का प्रसारण कर जानकारी प्रदान करता है। रेडियो समुदाय के हर वर्ग मसलन बच्चों, महिलाओं, किसानों, किशोरों तथा वृद्ध लोगों से विभिन्न कार्यक्रमों के जरिए जुड़ा है। सामुदायिक रेडियो ने यहां के लोगों में जनजागृति तो पैदा की ही है, साथ ही उनमें अपनी तकलीफ और दुखों के लिए जिम्मेदार अधिकारियों तक अपनी आवाज बुलंद करने का हौसला भी भर दिया है।

सामुदायिक रेडियो का स्वरूप लोकतांत्रिक है जिसमें हर व्यक्ति को बोलने, सुनने और कार्यक्रम बनाने की पूरी छूट है। रेडियो संचार का एक ऐसा माध्यम है जिससे ग्रामीणों के विकास और सशक्तिकरण की राह खुलती है और निरक्षर भी अपनी भागीदारी निभा सकते हैं। इसके ग्रामीण न केवल श्रोता हैं,

बल्कि कार्यक्रम निर्माण में भी उनकी प्रमुख भूमिका होती है। रेडियो के माध्यम से विभिन्न सरकारी योजनाओं, पंचायती राज और ग्रामीण विकास जैसे मुद्दों पर स्थानीय भाषा में कार्यक्रम प्रसारित किए जा रहे हैं। अब गांव वालों को यह जानकारी मिलने लगी है। हर रोज लोकप्रिय कार्यक्रमों के समय सभी ग्रामीण अपनी आवाज में अपने कार्यक्रम सुनने को लिए रेडियो सेट के सामने जमा होने लगते हैं।

गांव की शकीला बेगम कहती हैं रेडियो एक ऐसा माध्यम है, जो सस्ता है और इसकी पहुँच सब लोगों तक है। यही वजह है कि जब से रेडियो गांव में बजने लगा है, ज्यादातर लोगों ने रेडियो सेट खरीद लिया है। उन्हें लगने लगा है कि यह रेडियो उनका अपना है, जहां वे अपनी हर बात रख सकते हैं। रेडियो के स्टेशन इंचार्ज सोहराब खान के अनुसार कार्यक्रम तैयार करने के लिए 6 सदस्यों की टीम अलग-अलग गांवों का दौरा करती है। सप्ताहभर के कार्यक्रमों की रूपरेखा तैयार की जाती है और जरूरत पड़ने पर कार्यक्रम दूसरों की आवाज में रिकार्ड किये जाते हैं। यहां के ग्रामीण बहुत ज्यादा पढ़े-लिखे नहीं होने के बावजूद जिस कुशलता से कार्यक्रम तैयार करते हैं, वह किसी को भी अचंभे में डाल सकता है।

कई कार्यक्रमों का संचालन करने वाले शाकिर हुसैन बताते हैं कि कार्यक्रम तैयार करने के लिए गांव वाले खुद विषय का चुनाव करते हैं। अनुराधा रेडियो प्रस्तोता है और उसकी दिनचर्या कार्यक्रम के स्क्रिप्ट पढ़ने के अभ्यास से शुरू होती है और जरूरत पड़ने पर स्क्रिप्ट लिखनी भी पड़ती है। रिपोर्टिंग और प्रोग्राम की रिकार्डिंग के लिए गांवों के अलावा सरकारी अधिकारियों की सलाह के लिए घंटों सफर रोजमर्रा का काम है।

हरियाणा के सबसे पिछड़े नूंह जिले के गांवों में डिजिटल इंडिया के इस दौर में भी 10 प्रतिशत से कम घरों में टेलीविजन हैं। ऐसे में जो महिलाएं पढ़ना-लिखना नहीं जानतीं रेडियो सुनकर सारी जानकारियाँ पाती हैं। पिछले 5 सालों से रेडियो अल्फाज-ए-मेवात न केवल समुदाय की महिलाओं से जुड़ा है बल्कि समाज के हर वर्ग बच्चों, किशोरों, किसानों, वृद्धों को विभिन्न रेडियो कार्यक्रमों के जरिये सूचना और जानकारी देकर आत्म-निर्भर बनाने में सहयोग कर रहा है ताकि वे निर्णय लेकर समाज में अपनी भागीदारी सुनिश्चित कर सकें। समुदाय को सशक्त और जागरूक बनाने और कार्यक्रमों को जनोपयोगी बनाने के लिए रेडियो में ऐसे कार्यक्रमों को प्रमुखता दी जाती है जिसमें, विशेषज्ञों तथा

विभागों के उच्च अधिकारी लाइव चर्चाओं के माध्यम से स्वयं लोगों की समस्याओं का निदान करते हैं और यथोचित सलाह देते हैं।

पूजा मुरादा, निदेशक, संचार, रेडियो अल्फाज-ए-मेवात (अध्यक्ष-कम्युनिटी रेडियो ऐसोसिएशन) ने बताया कि पांच साल पहले 3 घंटे प्रतिदिन के प्रसारण से शुरू हुआ उनका सामुदायिक रेडियो आज 13 घंटे प्रतिदिन प्रसारण कर रहा है। यहां लोगों को सड़क, बिजली, शिक्षा और स्वास्थ्य जैसी बुनियादी सुविधाएं तक मुहैया नहीं हैं। इसलिए हमने इस क्षेत्र का चुनाव किया है जिससे यह हाशिए पर खड़े लोगों को अपनी आवाज उठाने के लिए मंच तो मुहैया करा ही रहा है बल्कि उनका हमदर्द बनकर उनकी बुनियादी जरूरतें पूरी करने में भी मदद कर रहा है। सामुदायिक रेडियो जो सामाजिक, राजनैतिक और सांस्कृतिक रूप से पिछड़े वर्गों की आवाज है, आज उनके विकास का एक प्रमुख माध्यम बन गया है। यह एक ऐसी सामाजिक प्रक्रिया है जिसमें अनेक समुदाय मिलकर कार्यक्रमों की परिकल्पना, संचालन और उनका प्रसारण करते हैं।

समुदाय के सदस्यों की भागीदारी की वजह से यह मुनाफे, प्रचार, ताकत, राजनीति और विशेषाधिकारों के लिए काम करने वाली मीडिया से भिन्न होता है। उनका कहना है कि अक्सर देखा गया है कि पारंपरिक मीडिया मसलन टी. वी. और अखबारों में ग्रामीण खबरों, समस्याओं और मुद्दों का अभाव रहता है। ऐसे में हम सामुदायिक रेडियो 'अल्फाज-ए-मेवात' के जरिए ग्रामीण भारत को शहरी भारत से जोड़ने का प्रयास कर रहे हैं।

रेडियो के शुरूआती दौर के बारे में पूजा बताती है और कि "एक समय था जब यहाँ की महिलाएं हमें देखकर ही दरवाजा बंद कर लेती थीं लेकिन धीरे-धीरे महिलाओं और स्थानीय समुदाय को समझ आया कि यह उनकी भलाई के लिए है और आज हमारे रेडियो स्टेशन में ऐसा कोई प्रोग्राम नहीं है जिसमें ग्रामीणों और महिलाओं की आवाज व भागीदारी न हो।' सहगल फाउंडेशन के प्रयास से आज से करीब छह साल पहले इस सामुदायिक रेडियो की शुरूआत हुई थी। आज इस रेडियो में कृषि विभाग, मेवाती संस्कृति, स्वास्थ्य विभाग, शिक्षा विभाग, पुलिस, कानून जैसे तमाम विषयों के विषय विशेषज्ञ से ग्रामीणों की सीधी बात कराई जाती है। इसमें एक किसान से लेकर घर में काम करने वाली गृहणी तक सरकारी योजनाओं की जानकारी कैसे पहुँचे इसके लिए सामुदायिक रेडियो एक महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

गाँव के चार साल के बच्चे से लेकर एक उम्रदराज व्यक्ति तक हर कोई हमारे कार्यक्रम को सुनते हैं। सामुदायिक रेडियो में हर उम्र को ध्यान में रखकर रेडियो कार्यक्रम बनते हैं और उन्हीं की भाषा और आवाज में होते हैं जिससे लोग इसे अपना रेडियो मानते हैं। घाघस गाँव के ताहिर ने बताया, “मैं 1960 से रेडियो सुनता हूँ लेकिन 2012 से हमारा अपना रेडियो अल्फाज-ए-मेवात खुला है तबसे यही सुन रहा हूँ। हम रेडियो स्टेशन में फोन करते हैं तो हमें हमारी आवाज सुनाई पड़ती है। हमारी समस्याओं की बात होती है और हमें सारी सरकारी योजनाओं की जानकारी घर बैठे रेडियो से मिल जाती है। हमारी पसंद के गाने एवं लोकगीत बजते हैं। बच्चों, महिलाओं के स्वास्थ्य और शिक्षा की बात होती है। रेडियो पर सरकारी अफसर खुद सारी जानकारी देते हैं।”

जब से मेवात में इस रेडियो की शुरुआत हुई है, गाँव वालों में जैसे जोश और जागरूकता आ गई है। सामुदायिक रेडियो के रूप में गाँववालों को एक ऐसा माध्यम मिल गया है जिसके जरिए वह प्रशासन तथा नीति-निर्माताओं तक अपनी समस्याएं तथा जरूरतें बता सकते सकते हैं। प्रोग्राम लीडर आरती मनचंदा ग्रोवर बताती हैं कि गाँव की महिलाएं आज भी अत्यंत संकुचित माहौल में रहती हैं और अपनी स्वास्थ्य संबंधी समस्याएं तक किसी से नहीं कह पाती हैं। ऐसे में सामुदायिक रेडियो ने उन्हें एक ऐसा अवसर दिया है जहां महिलाएं परिवार नियोजन, स्त्री रोग, बच्चों के टीकाकरण और गर्भावस्था में स्वास्थ्य की देखभाल संबंधी जानकारी पा सकती हैं और अपने सवाल पूछ सकती हैं। वह बताती हैं कि अब महिलाएं खुलकर परिवार नियोजन और गर्भनिरोधक उपायों के बारे में बात करने लगी हैं। रेडियो पर लिंग समानता के कई कार्यक्रम चलाए जाते हैं जिससे पुरुषों की सोच भी बदलना शुरू हुई है और महिलाएं ज्यादा सशक्त होकर उभरी हैं।

सामुदायिक रेडियो का अनूठा उदाहरण

लेटिन अमरीकी देश बोलीविया में खदान श्रमिकों द्वारा 1949 में आरम्भ किया गया रेडियो केन्द्र, सामुदायिक रेडियो का अनूठा उदाहरण है। बोलीविया अपनी चांदी एवम् टिन की खानों के लिए एक समय विश्व प्रसिद्ध था। शहरों से मीलों दूर इन खानों में हजारों श्रमिक कार्य करते थे। इनके लिए मनोरंजन और संचार के माध्यमों का नितांत अभाव था। इन श्रमिकों ने अपने वेतन का एक भाग संचित कर उस राशि से एक रेडियो केन्द्र स्थापित किया।

प्रसारण की लोकप्रियता इस कदर बढ़ी कि इसने स्थानीय पत्र और तार सेवा के महत्त्व को तक कम दिया। श्रमिकों के संदेश सांस्कृतिक गतिविधियों की सूचना आपातकालीन उद्घोषणाएं, सामाजिक और सांस्कृतिक कार्यक्रमों सम्बन्धी जानकारियों के साथ-साथ ट्रेड यूनियन और सरकार के बीच संवाद के समाचार प्रसारित होने लगे। कुछ ही वर्षों में बोलीविया में ऐसे 26 सामुदायिक रेडियो केन्द्रों से प्रसारण आरम्भ हो गया।

सैन्य शासन के दौरान कई बार इन केन्द्रों को कुचल दिया गया किन्तु इस विचार में इतनी शक्ति थी कि ये बार-बार उठ खड़ा हुआ। इंग्लैंड में कम्युनिटी रेडियो का विचार उन अवैधानिक रेडियो स्टेशनों से आरम्भ हुआ जो सत्तर के दशक में बरमिंघम, बिस्टल, लंदन और मैनचेस्टर में ऐफ्रो-कैरिबियाई अप्रवासियों द्वारा आरम्भ किए गए।

भारत, गांव में बसता है

भारत में निजी एफएम और कम्युनिटी रेडियो पर अब तक समाचारों के प्रसारण की अनुमति नहीं है। एक घंटे के प्रसारण समय में पांच मिनट के विज्ञापन बजाए जा सकते हैं। प्रायोजित कार्यक्रमों के प्रसारण की अनुमति नहीं है किन्तु राज्य अथवा केन्द्र सरकार से प्रायोजित कार्यक्रम प्राप्त होने की दशा में इन्हें प्रसारित किया जा सकता है। आने वाले कुछ वर्षों में भारत भर में लगभग चार हजार कम्युनिटी रेडियो केन्द्र खोले जाने का अनुमान है मीडिया का निजीकरण और पूर्णतः स्वतंत्र मीडिया आम भारतीय के लिए मायने नहीं रखता।

आज भी भारत, गांव में बसता है और भारतीय ग्रामीणों की प्रसारण आवश्यकताओं की पूर्ति बड़े प्रसारक नहीं कर सकते। जिस देश में बहुत कम दूरियों पर लोगों की जरूरतें, भाषा और संस्कृति बदल जाती हों वहां यह संभव भी नहीं है। सामुदायिक रेडियो, सामुदायिक कल्याण, पर्यावरण जागरुकता, विविधता में एकता और समग्र विकास के क्षेत्र में महत्त्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह कर सकता है। यही नहीं कुछ और स्वतंत्रता मिलने पर यह छोटे-छोटे केन्द्र प्रजातंत्र को उसका सही अर्थ प्रदान कर सकते हैं।

कम्युनिटी रेडियो की शक्ति

हालाकि ब्रिटिश सरकार ने इन्हें 'पाइरेट रेडियो' की संज्ञा दी थी किन्तु अवैधानिक होने के बावजूद इन केन्द्रों ने कम्युनिटी रेडियो की शक्ति को सिद्ध

कर दिया। मैं सामुदायिक रेडियो की आधारशिला सर्वोच्च न्यायालय ने 1995 में रखी जब उसने अपने एक महत्वपूर्ण फैसले में यह कहा कि 'रेडियो तरंगे लोक सम्पत्ति हैं'।

अन्नामलाई विश्वविद्यालय, चेन्नई का 'अन्ना एफएम' भारत का पहला कैम्पस कम्युनिटी रेडियो केन्द्र बना, जिसका प्रसारण 01 फरवरी 2004 से आरम्भ हुआ। इसे ईएमआरसी द्वारा संचालित किया जाता है। 16 नवम्बर 2006 को भारत सरकार द्वारा एक नई कम्युनिटी रेडियो नीति को अधिसूचित किया गया। इसके अनुसार गैरव्यावसायिक संस्थायें, जैसे स्वयंसेवी संस्थायें, कृषि विश्वविद्यालय, सामाजिक संस्थायें, भारतीय कृषि अनुसंधान की संस्थायें, कृषि विज्ञान केन्द्र तथा शैक्षणिक संस्था कम्युनिटी रेडियो के लाइसेंस के लिए आवेदन कर सकती हैं।

ऐसी कोई भी संस्था, जो व्यावसायिक, राजनैतिक, आपराधिक गतिविधियों से सम्बद्ध हो या जिसे केन्द्र अथवा राज्य सरकार द्वारा अवैध घोषित किया गया हो, कम्युनिटी रेडियो खोलने की हकदार नहीं है। व्यक्ति विशेष को भी यह अधिकार प्राप्त नहीं है। ऐसी पंजीकृत संस्थायें जो कम से कम तीन वर्षों से सामुदायिक सेवा के क्षेत्र में कार्य कर रही हों, कम्युनिटी रेडियो के लाइसेंस के लिए आवेदन कर सकती हैं।

11

रेडियो एवं टेलीविजन के लिए समाचार लेखन

विभिन्न स्रोतों से जानकारियां हासिल करने के बाद पत्रकार उस सूचनाओं को समाचार के प्रारूप में ढालकर पाठकों की जिज्ञासा पूर्ति करने लायक बनाता है। समाचार लेखन की एक अलग शैली होती है, जो साहित्य लेखन से भिन्न होती है। समाचार में पाठकों की जिज्ञासा जैसे कौन, क्या, कब, कहां, क्यों और कैसे प्रश्नों का उत्तर देना होता है। समाचार लिखते समय एकत्रित सामग्री से इन्हीं प्रश्नों का उत्तर पत्रकार को तलाशना होता है और पाठको तक उसके संपूर्ण अर्थ में पहुँचाना होता है। जब एक पत्रकार इन प्रश्नों के उत्तर समाचार में देने में सक्षम होता है तो पाठक/दर्शक/श्रोता में संबंधित समाचार संगठन के प्रति विश्वसनीयता बनी रहती है।

समाचार लेखन के सूत्र

विज्ञान विषय की तरह समाचार लिखने का एक सूत्र है। इसे उल्टा पिरामिड सिद्धांत कहा जाता है। यह समाचार लेखन का सबसे सरल, उपयोगी और व्यावहारिक सिद्धांत है। समाचार लेखन का यह सिद्धांत कथा या कहानी लेखन की प्रक्रिया के ठीक उल्टा है। इसमें किसी घटना, विचार या समस्या के सबसे महत्वपूर्ण तथ्यों या जानकारी को सबसे पहले बताया जाता है, जबकि कहानी या उपन्यास में क्लाइमेक्स सबसे अंत में आता है। इसे उल्टा पिरामिड इसलिये कहा जाता है क्योंकि इसमें सबसे महत्वपूर्ण तथ्य या सूचना पहले

बताना पड़ता है। इसके बाद घटते हुये क्रम में सबसे कम महत्व की सूचनायें सबसे निचले हिस्से में होती हैं। समाचार लेखन की उल्टा पिरामिड शैली के तहत लिखे गये समाचारों को सुविधा की दृष्टि से मुख्य रूप से तीन हिस्सों में विभाजित किया जाता है—मुखड़ा या इंट्रो या लीड, बाडी या विवरण और निष्कर्ष या पृष्ठभूमि। इसमें मुखड़ा या इंट्रो समाचार के पहले और कभी-कभी पहले और दूसरे दोनों पैराग्राफ को कहा जाता है। मुखड़ा किसी भी समाचार का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा होता है क्योंकि इसमें सबसे महत्वपूर्ण तथ्यों और सूचनाओं को लिखा जाता है। इसके बाद समाचार की बाडी आती है, जिसमें महत्व के अनुसार घटते हुये क्रम में सूचनाओं का ब्यौरा देने के अलावा उसकी पृष्ठभूमि का भी जिक्र किया जाता है।

श्रेष्ठ समाचार लेखन की विशेषताएँ

एक अच्छे पत्रकार के लिए यह जानना आवश्यक है कि सिर्फ घटनाओं का उसी रूप में प्रस्तुत कर दिया जाना काफी नहीं होता है आज के समाचार-पत्र किसी समाचार की पृष्ठभूमि को काफी महत्व प्रदान करते हैं क्योंकि समाचार-पत्रों द्वारा दी गई सूचनाओं पर व्यक्ति की निर्भरता में निरंतर वृद्धि हुई है। इसलिए शुद्ध और सटिक रिपोर्टिंग की आवश्यकता बढ़ी है। अतः समाचार लिखना भी एक कला है। इस कला में प्रवीण होने के लिए कई चीजों पर ध्यान देना होता तब जाकर कोई समाचार श्रेष्ठ समाचार की श्रेणी में आता है।

किसी सूचना को सर्वश्रेष्ठ समाचार बनने के गुण कौन, क्या, कब, कहाँ, क्यों और कैसे के प्रश्नों में छिपा हुआ रहता है। पत्रकारिता में इसे छ 'क' कार कहा जाता है। यह छह क कार ('क' अक्षर से शुरू होनेवाले छ प्रश्न) समाचार की आत्मा है। समाचार में इन तत्त्वों का समावेश अनिवार्य है। इन छह सवालों के जवाब में किसी घटना का हर पक्ष सामने आ जाता है। और समाचार लिखते वक्त इन्हीं प्रश्नों का उत्तर पत्रकार को तलाशना होता है और पाठकों तक उसे उसके संपूर्ण अर्थ में पहुँचाना होता है, जैसे—

क्या— क्या हुआ? जिसके संबंध में समाचार लिखा जा रहा है।

कहाँ— कहाँ? 'समाचार' में दी गई घटना का संबंध किस स्थान, नगर, गांव प्रदेश या देश से है।

कब— 'समाचार' किस समय, किस दिन, किस अवसर का है।

कौन— 'समाचार' के विषय (घटना, वृत्तांत आदि) से कौन लोग संबंधित हैं।

क्यों- 'समाचार' की पृष्ठभूमि।

कैसे- 'समाचार' का पूरा ब्योरा।

उपरोक्त छ 'क' कार के उत्तर किसी समाचार में पत्रकार सही ढंग से दे दिया तो वह सर्वश्रेष्ठ समाचार की श्रेणी में आ जाता है।

दूसरी विशेषता है समाचार में तथ्य के साथ नवीनता हो। साथ ही यह समसामयिक होते हुए उसमें जनरुचि होना चाहिए। समाचार पाठकधर्षकध्श्रोता के निकट यानी की उससे जुड़ी कोई चीज होनी चाहिए। इसके साथ-साथ यह व्यक्ति, समूह एवं समाज तथा देश को प्रभावित करने में सक्षम होना चाहिए। पाठक वर्ग की समस्या, उसके सुख दुख से सीधे जुड़ा हुआ हो। समाचार समाचार संगठन की नीति आदर्श का प्रतिनिधित्व करना चाहिए। सामान्य से हटकर कुछ नया होना चाहिए और व्यक्ति, समाज, समूह एवं देश के लिए कुछ उपयोगी जानकारियां होनी चाहिए। उपरोक्त कुछ तत्त्वों में से कुछ या सभी होने से वह समाचार सर्वश्रेष्ठ की श्रेणी में आता है।

तीसरी विशेषता है समाचारों की भाषा, वाक्य विन्यास और प्रस्तुतीकरण ऐसा हो कि उन्हें समझने में आम पाठक को कोई असुविधा या मुश्किल या खीज न हो। क्योंकि आमतौर पर कोई भी पाठक/दर्शक/श्रोता हाथ में शब्दकोष लेकर समाचार-पत्र नहीं पढ़ता है या देखता है या सुनता है। समाचार सरल भाषा, छोटे वाक्य और संक्षिप्त पैराग्राफ में लिखे जाने चाहिए। पत्रकार को अपने पाठक समुदाय के बारे में पूरी जानकारी होनी चाहिए। दरअसल एक समाचार की भाषा का हर शब्द पाठक के लिए ही लिखा जा रहा है और समाचार लिखने वाले को पता होना चाहिए कि वह जब किसी शब्द का इस्तेमाल कर रहा है तो उसका पाठक वर्ग इससे कितना वाकिफ है और कितना नहीं।

चौथी विशेषता है, समाचार लिखे जाने का उल्टा पिरामिड सिद्धांत को अपनाना चाहिए। इस शैली में समाचार में सबसे पहले मुखड़ा या इंट्रो या लीड होता है। दूसरे क्रम में समाचार की बाडी होती है जिसमें घटते हुए क्रम में सूचनाओं का विवरण दिया जाता है। इसका अनुपालन कर समाचार लिखे जाने से समाचार सर्वश्रेष्ठ समाचार की श्रेणी में गिना जाता है।

समाचार संपादन

समाचार लेखन के विभिन्न बिंदुओं की जानकारी के बाद अब प्रश्न उठता है कि उपलब्ध तथ्यों को समाचार के रूप में कैसे दिया जाए? कौन सी बात

पहले रखी जाए और कानै सी बात बाद में। घटनाओं को क्रमबद्ध करने का कौन सा तरीका अपनाया जाए कि समाचार अपने में पूर्ण और बोलता हुआ सा लगे। हमने पहले से चर्चा की है कि समाचार लेखन में उल्टा पिरामिड सिद्धांत सबसे प्रभावी होता है। इस हिसाब से क्रम इस प्रकार होगा-शीर्षक, आमुख या इंट्रो और विवरण।

समाचार का शीर्षक लेखन

समाचार को आकर्षक बनाने में शीर्षक की भूमिका महत्वपूर्ण होती है। समाचारों के लिए शीर्षक लिखना भी एक कला है, साथ ही महत्वपूर्ण भी। समाचार को उचित ढंग से प्रस्तुत करने के लिए उचित शीर्षक अत्यंत जरूरी होता है। शीर्षक के द्वारा किसी समाचार को संवारा-बिगाड़ा जा सकता है। कभी कभी एक बहुत अच्छा समाचार उचित शीर्षक के अभाव में पाठकों का ध्यान आकर्षित नहीं कर पाता है। दूसरी बात यह है कि कुछ लोग केवल समाचारों के शीर्षक पढ़ने के आदि होते हैं और वे इसी आधार पर ही समाचार के बारे में निर्णय ले लेते हैं। इस तरह यह कहा जा सकता है कि शीर्षक पाठकों को प्रभावित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निर्वाह करता है। इसके साथ ही समाचार-पत्र की पाठकों में एक छवि बनती है। समाचारों के लिए शीर्षक देते समय निम्न बातों का ध्यान रखना चाहिए-

1. शीर्षक संक्षिप्त और सारगर्भित हो।
 2. शीर्षक स्पष्ट, अर्थपूर्ण और जीवंत होने चाहिए
 3. भाषा विषयानुकूल होनी चाहिए
 4. शीर्षक इस तरह होने चाहिए कि वह सीमित स्थान पर पूरी तरह फिट बैठे।
 5. शीर्षक विशेष ढंग का और डायरेक्ट होना चाहिए
 6. केवल सुप्रचलित सक्षिप्त शब्दों का ही प्रयोग शीर्षक में होना चाहिए, अप्रचलित का नहीं।
 7. शीर्षक में है, हैं, था, थे आदि शब्दों के इस्तेमाल से बचना चाहिए।
- समाचार-पत्र में छपे कुछ नमूने इस प्रकार हैं-
- दिमाग से भी हटनी चाहिए लाल बत्ती
 - गुजरात को भी काबू करने उतरेगी दिल्ली
 - शेयर बाजार धडाम

- दाल में नरमी चीनी में गरमी
- आमूख या इंट्रो या लीड

समाचार का पहला आकर्षण उसका शीर्षक होता है। शीर्षक के बाद जो पहला अनुच्छेद होता है उसे आमूख या इंट्रो(अंग्रेजी के इंट्रोडक्शन का संक्षिप्त रूप) कहते हैं। पहला अनुच्छेद और बाद के दो-तीन अनुच्छेदों को मिलाकर समाचार प्रवेश होता है जिसे अंग्रेजी में 'लीड' नाम दिया गया है।

शीर्षक द्वारा जो आकर्षण पाठक के मन में पैदा हुआ, यदि समाचार का प्रथम अनुच्छेद उसे बनाए नहीं रख सका तो समाचार की सार्थकता संदिग्ध हो जाती है। पहला पैराग्राफ समाचार की खिड़की की तरह होता है। पहले पैराग्राफ को पढ़ने के बाद यदि पाठक में आगे पढ़ने की जिज्ञासा जमी तो वह पूरा समाचार बिना रूके पढ़ा जायेगा। इंट्रो की भाषा सरल और स्पष्ट होनी चाहिए। इंट्रो लिखते समय खंड वाक्यों का प्रयोग नहीं करना चाहिए। कम से कम शब्दों में अधिक से अधिक संदेश पहुँचाने में ही इंट्रो की सफलता निहित है। समाचार-पत्रों के भी अपने अपने दृष्टिकोण होते हैं और इसलिए एक ही समाचार को विभिन्न पत्र अलग अलग लीड देकर प्रकाशित करते हैं। फिर भी समाचार लेखन में अच्छे इंट्रो या लीड के कुछ सामान्य मापदंड हैं, जिन्हें सर्वत्र अपनाया जाना चाहिए-

उसे समाचार के अनुकूल होना चाहिए। यदि समाचार किसी गंभीर या दुखांत घटना का है तो लीड में छिछोरापन नहीं होना चाहिए। मानवीय रुचि या हास्यास्पद घटनाओं के समाचारों की लीड गंभीर न होकर हल्की होनी चाहिए, उसे हास्य रस का पुट देकर लिखा जाए तो और भी अच्छा है। उसमें समाचारों की सबसे महत्त्वपूर्ण या सर्वाधिक रोचक बातें तो आ जानी चाहिए।

लीड यथासंभव संक्षिप्त हाने चाहिए। संक्षिप्त लीड पढ़ने में तो आसानी होते हैं उसमें संप्रेषणीयता भी अधिक होती है। लीड लिखने से पूरा समाचार अपने दृष्टि पटल पर लाइए, इसके बाद स्वयं अपने से प्रश्न कीजिए कि उसमें सबसे महत्त्वपूर्ण और रोचक क्या है? किन्तु निर्णय करते समय अपनी रुचि के स्थान पर बहुसंख्यक पाठकों की रुचि का ध्यान रखिए।

विवरण

उपयुक्त और शीर्षक और अच्छा आमूख या इंट्रो लिखे जाने के बाद समाचारों की शेष रचना सरल जरूर हो जाता है, लेकिन सही इंट्रो लिख देने से

ही पत्रकार की संपूर्ण दक्षता का परीक्षण समाप्त नहीं हो जाता। यदि आपका इंद्रो ने पाठक के मन में पूरी खबर पढ़ने की रुचि पैदा की है तो उसे समाचार के अंत तक ले जाना भी आपका काम है। अतः समाचार इस प्रकार लिखा जाना चाहिए कि पाठक उसे अद्योपांत पढ़े और पढ़ने के बाद उसे पढ़ने का पूर्ण संतोष मिले। समाचार उल्टा पिरामिड के समान होता है जिसका चौड़ा भाग ऊपर और पतला भाग नीचे होता है। समाचार लेखन में सबसे पहले महत्वपूर्ण तथ्यों को समेटा जाता है फिर धीरे धीरे कम महत्वपूर्ण तथ्य सामने आते हैं। यह पत्रकारिता की दृष्टि से भी सहायक तरीका है। कभी कभी समाचार प्रकाशन करने के लिए पर्याप्त स्थान नहीं होता है तो समाचार को आसानी से काटा जा सकता है, जिसका पूरे समाचार की समग्रता पर बहुत कम असर पड़ता है। समाचार लिखते समय निम्न बातों पर ध्यान देना चाहिए-

- (क) सरलता
- (ख) सुस्पष्टता
- (ग) तारतम्य
- (घ) छह प्रकारों के उत्तर
- (ङ) आवश्यक पृष्ठभूमि
- (च) विषयानुकूल भाषा

समाचार में अनुच्छेदों का आकार छोटा रखा जाना चाहिए।

इससे पठनीयता बढ़ती है और समाचार रोचक और अच्छा लगता है। एक ही प्रकार के शब्दों या वाक्य खंडों का बार-बार प्रयोग नहीं करना चाहिए। 'कहा', 'बताया', 'मत व्यक्त किया', 'उनका विचार था' आदि शब्दों और खंड वाक्यों का भाव के अनुरूप बदल बदलकर प्रयोग करना चाहिए। समाचार का समापन करते समय यह ध्यान रखना चाहिये कि न सिर्फ उस समाचार के प्रमुख तथ्य आ गये हैं बल्कि समाचार के मुखड़े और समापन के बीच एक तारतम्यता भी होनी चाहिये समाचार में तथ्यों और उसके विभिन्न पहलुओं को इस तरह से पेश करना चाहिये कि उससे पाठक को किसी निर्णय या निष्कर्ष पर पहुँचने में मदद मिले।

सूचना क्रांति ने समाचार संकलन को एक नई दिशा दे दी है। नई तकनीक के कारण प्रिंट मीडिया हो या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया सब में सबसे पहले समाचार देने की होड़ लगी रहती है। ऐसी स्थिति में समाचार संकलन में महत्वपूर्ण

भूमिका घटना स्थल पर सर्वप्रथम पहुँचने की हो गई है। उसके बाद दूसरा स्थान नई तकनीक का आता है। नई तकनीक के सहारे ही पत्रकार संकलित किये गए समाचार को न्यूज रूम तक या अपने कार्यालय तक पहुँचा पाता है। किसी भी समाचार की खोज, उसका निरीक्षण और परीक्षण करने के बाद सत्य और सही जानकारी की खोज करना ही समाचार संकलन है। संकलन के स्थल कई हो सकते हैं जैसे- अस्पताल, धरना, जुलूस, प्रदर्शन, सभा, बैठक, समारोह, आमसभा, प्राकृतिकआपदा, सडकदुर्घटना, रेलदुर्घटना, हवाईदुर्घटना, शैक्षणिकस्थल, स्कूल, महाविद्यालय, विश्वविद्यालय, अदालत, विधानसभा, लोकसभा और विभिन्न सरकारी कार्यालय इत्यादि। समाचार संकलन की पूरी प्रक्रिया को जानने से पहले पत्रकारिता के छात्र को यह जानना आवश्यक है, कि समाचार क्या है। क्योंकि जब हमें यह नहीं मालूम होगा कि समाचार किसे कहते हैं, तब तक समाचार संकलन के लिए गया कार्य अंधेरे में तीर चलाने के समान होगा।

समाचारों का चयन

समाचारों के चयन के लिए संवाददाता को अपने कौशल, अनुभव और धैर्य का परिचय देना होता है। संवाददाता में जब तक समाचार सूँधने की कला नहीं होगी तब तक वह कितना भी नगर या क्षेत्रों की परिक्रमा कर ले। उसे समाचार नहीं मिलेगा। सूचना प्रौद्योगिकी ने जहां समाचार चयन की विधि में क्रांतिकारी परिवर्तन ला दिया है। इसके विपरीत इस कारण संवाददाताओं की चुनौतियां भी बढ़ गई हैं। समाचार चयन करने की कला में महारथ हासिल होना यह संवाददाता की पहली और सबसे बड़ी अहर्ता है। इसके लिए संवाददाता को सदैव सजग और जागरूक रहना पड़ता है। समाचार सूँधने का कौशल संवाददाता की इच्छा और प्रतिभा पर भी निर्भर करता है। किसी ने ठीक ही कहा है कि समाचार प्रत्येक स्थान पर है, बस जरूरत है उसे पहचानने की और उस पर कार्य करने की। समाचार संकलन के लिए संवाददाता अपने अपने क्षेत्र के अनुसार योजना तैयार करता है। इसके अंतर्गत संवाददाता अपने समाचार के फालोअप पर विशेष नजर रखता है। समाचारों के चयन के लिए अब संवाददाताओं द्वारा धड़ल्ले से मोबाइल का प्रयोग किया जाता है। यहां तक की खोजी खबर के लिए मोबाइल के जरिए फोटो लेने की प्रक्रिया संवाददाताओं ने प्रारंभ कर दी है। दूसरी ओर समाचार अब डाक या फैंक्स के माध्यम की बजाए ई मेल या फिर मॉडम के जरिए भेजे जाने लगे हैं। इस प्रक्रिया के कारण समाचार भेजने में जहां समय की

बचत हो रही है, वहीं पाठकों को कम से कम समय में अधिक जानकारी प्राप्त हो रही है। इसके विपरीत इस पर लागत भी कम आ रही है। समाचार का चयन कैसे किया जाता है की प्रक्रिया को निम्नलिखित उदाहरणों के माध्यम से समझा जा सकता है—

यदि किसी संवाददाता के पास एक अज्ञात फोन आया कि अमुक स्थान पर बस या रेल दुर्घटनाग्रस्त हो गई है। उस स्थिति में सबसे पहले संवाददाता क्या करेगा, यदि संभव हो तो सूचना देने वाले व्यक्ति से पहले घटना स्थल पर जाने की जानकारी प्राप्त कर लें। साथ ही वहां की क्या स्थिति है उसका एक अनुमान ले लें। यदि बड़ी दुर्घटना हुई है तो, सबसे पहले इसकी सूचना अपने मुख्य संवाददाता या संपादक को दें तथा फोटोग्राफर को साथ लेकर घटना स्थल की ओर जाएं। यदि रास्ते में सरकारी अस्पताल है तो वहां, जाकर यह पता लगाएं कि कोई घायल यात्री इलाज के लिए आया है या नहीं। यदि आया है तो उसे देखें। बात करने की स्थिति में है तो बात करें या उसके समीप कुछ समय चुपचाप रख रहकर वस्तु स्थिति को समझने का प्रयास करें। वहां जाते ही अपने आप को महिमा मंडित करने का कदापि प्रयास न करें, क्योंकि कई बार ऐसा देखने में आया है कि अस्पताल प्रशासन को आपकी उपस्थिति का एहसास हो जाने के बाद उनके कार्य करने की शैली में भी बदलाव आ जाता है। ऐसी स्थिति होने पर आप को मानवीय पहलु से संबंधित स्टोरी करने का सुअवसर हाथ से निकल सकता है। स्थिति का अवलोकन करने के बाद एक बार घटना स्थल पर अवश्य जाएं, क्योंकि घटना स्थल पर नहीं जाने से और प्रत्यक्षदर्जियों के हवाले से समाचार लिखने पर त्रुटि की संभावना बनी रहती है।

समाचार लेखन की आधुनिक तकनीक

समाचार संकलन और लेखन विशेष तकनीक की मांग करता है। भाग दौड़ की जिंदगी के कारण यह संभव नहीं है कि सभी पाठक समाचार के सभी पृष्ठ पढ़ ले। प्रत्येक पाठक की कोशिश होती है कि वह कम से कम समय में अधिक से अधिक समाचारों को पढ़ ले। फिर भी कई बार ऐसा होता है कि समय की कमी के कारण पाठक सिर्फ मुख्य-मुख्य समाचारों को ही पढ़ना चाहता है। ऐसे में संवाददाता के लिए यह जानना जरूरी है कि वह समाचार संकलन से लेकर लेखन तक किन-किन तकनीकों का प्रयोग करें जिससे कि वह अपने द्वारा लिखे गए समाचार को अधिक से अधिक पाठकों को पढ़ा सकें।

इन सब चीजों को देखते हुए प्रत्येक समाचार-पत्र द्वारा एक नीति तैयार की गई है, जिससे कि पाठक को अपने रूचि का समाचार पढ़ने के लिए अलग से माथापच्ची नहीं करना पड़े। इस क्रम में समाचार पत्र के प्रथम पृष्ठ से लेकर अंतिम पृष्ठ तक के स्थान निर्धारित कर दिये गए हैं। यही कारण है कि कई समाचार-पत्रों ने स्थानीय समाचारों को प्रमुखता देने के लिए अलग से चार या छह पृष्ठ का जिलावार संस्करण प्रकाशित करना शुरू कर दिया है। ऐसा करने के पीछे यह समाचार प्रबंधकों और संपादकों द्वारा तर्क दिया गया कि सोलह पृष्ठ के अखबार में स्थानीय समाचारों को स्थान या प्रमुखता नहीं मिल पाती है।

इस कारण देश विदेशों की खबरों की अधिकता बनी रहती है। ऐसे में स्थानीय समाचारों के लिए उपयुक्त स्थान ही नहीं मिल पाता है। समाचार लेखन में सबसे महत्त्वपूर्ण जानकारी पहले दी जाती है। उसके बाद महत्त्व के अनुसार घटते क्रम में पृष्ठ जानकारी प्रदान की जाती है। इसलिए संवाददाता के लिए यह जानना जरूरी है कि समाचार लेखन में कोई सी ऐसी तकनीक है कि जिनका प्रयोग करना अनिवार्य है।

समाचार के सारांश को आमुख कहा जाता है। इसके अंतर्गत किसी घटना के संबंध में क्या, कहां, कब, कौन, कैसे, क्यों इत्यादि की जानकारी देना अनिवार्य होता है। इनमें से पहले के चार क्रमशः चार प्रकार मूल जिज्ञास को और बाद के दो प्रकार कैसे और क्यों कारण को बताते हैं। इसका लेखन के बाद ही समाचार का विवरण संवाददाता द्वारा दिया जाता है। जनसंचार के विशेषज्ञों का मानना है कि कारण जिज्ञासा की पूर्ति आमुख की जगह समाचार कथा के पृष्ठ कलेवर में किया जाना चाहिए। आमुख को दूसरे शब्दों में मुखड़ा भी कहा जाता है। अंग्रेजी में इसे इंट्रो कहा जाता है। इंट्रो अंग्रेजी शब्द इंट्रोडक्शन का संक्षिप्त रूप है, जिसका प्रचलन समाचार जगत में अपेक्षाकृत अधिक होता है। मुखड़ा का शब्दकोश में प्रयुक्त अर्थ चेहरा अथवा मुख होता है, जबकि आमुख का अर्थ आरंभ प्रस्तावना अथवा भूमिका होता है। आमुख के आकार को लेकर जनसंचार विशेषज्ञों में मतभेद है।

एक अच्छा आमुख लिखने को लेकर कई बार संवाददाता उलझन में फंस जाता है। यही कारण है कि कई बार आमुख में प्रकार और सारे तत्वों को समेटने की कोशिश में समाचार की ऐसी रचना हो जाती है, जिससे पाठक उलझन में फंस जाता है। इसके लिए विशेषकर नए संवाददाताओं को आमुख लिखते समय विशेष सर्तक रहने की सलाह दी जाती है। प्रायः यह देखा गया है कि एक अच्छा

आमुख लिखने की कला संवाददाता में समाचार लेखन के साथ-साथ अनुभव के साथ भी आती है। समाचार पत्रों में कई बार आमुख रहस्य और नाटकीयता लिये हुए होता है। इस कारण समाचार पढ़ने के प्रति पाठकों में जिज्ञासा काफी अधिक बढ़ जाती है। शायद यही कारण है कि इन दिनों समाचार-पत्रों में आमुख लिखने की परंपरागत परिपाटी समाप्त होती जा रही है। इससे एक कदम आगे बढ़ते हुए एक राष्ट्रीय समाचार पत्र के संपादकीय बोर्ड ने एक प्रस्ताव पारित कर अपने सभी उपसंपादकों और संवाददाताओं को आमुख नहीं लिखने की सलाह दी है और कहा है कि वह समाचार का लेखन इस प्रकार के जिससे कि पाठक को उसकी बात आसानी से समझ में आ जाए और पाठकों में समाचार पढ़ने को लेकर जिज्ञासा बनी रहे।

समाचार लिखने से पूर्व समाचार-पत्रों में डेट लाईन देने की परंपरा है, जबकि इलैक्ट्रॉनिक मीडिया में समाचार के अंत में डेट लाईन का उपयोग किया जाता है। समाचार एजेंसियों में भी डेट लाईन देने की परंपरा है। इन दिनों यह देखने में आया है कि कई समाचार-पत्रों में भी डेट लाईन अब समाचार के नीचे दिया जाने लगा है। पहले यह परंपरा थी कि संवाददाता जिस स्थान से समाचार का लेखन करता है उस स्थान का नाम पहले लिखता था, उसकी बाद में तिथि लिखता था, तथा इन्हें लिखने के बाद ही समाचार का आमुख लिखता था। लेकिन इस परिपाटी में भी तेजी से बदलाव आया है। अब प्रायः सभी समाचार-पत्रों ने डेट लाईन में से तिथि देना बंद कर दिया है। तिथि देना बंद करने के पीछे यह तर्क दिया गया कि यदि किसी कारण भूलवश डेट लाईन में एक दिन पूर्व की तिथि लिख दी गई तो पाठक को लगता है कि समाचार-पत्र ने उसके साथ धोखा किया है। इस प्रकार की गलतियों का खामियाजा कई बड़े समाचार-पत्रों को भी भुगतना पड़ा है। इस कारण होने वाली असुविधा को देखते हुए अधिकांश समाचार-पत्रों ने डेट लाईन देने की परिपाटी बंद ही कर दी है।

विलोम पिरामिड शैली का प्रयोग समाचार लेखन के लिए किया जाता है। पिरामिड का आधार भाग चौड़ा होता है और शीर्ष तक पहुँचते हुए उसकी चौड़ाई क्रमशः कम हो जाती है और पिरामिड की चोटी नुकीली हो जाती है। पिरामिड को उलट दिया जाए तो चौड़ा भाग उपर तथा नुकीला भाग नीचे होगा। संवाद संप्रेषण की तकनीक के तहत विलोम पिरामिड शैली का तात्पर्य यह है कि सबसे पहले महत्त्व की चीजें उपर तथा कम महत्त्व की चीजें बाद में नीचे लिखी जाएं। क्योंकि समाचार के महत्त्व का क्रम उपर से नीचे आते हुए क्रमशः घटता

जाता है। इसलिए सबसे पहले समाचार का चरमोत्कर्ष पाठक को बता दिया जाता है। समाचार लेखन की परंपरागत शैली आज भी यह विद्यमान है, क्योंकि इसका लाभ यह है कि पाठक को सबसे पहले उसे जानने योग्य महत्त्वपूर्ण बातें बता दी जाती हैं। इस शैली का सबसे महत्त्वपूर्ण लाभ उपसंपादकों को उस समय मिलता है जब उसे स्थान की कमी के कारण समाचार को नीचे से काट कर छोड़ने में आसानी होती है। यदि ऐसा नहीं होता तब उपसंपादकों को समाचारों के संपादन करते समय जगह की कमी होने पर उसे बार-बार समाचार का लेखन करना पड़ता। कई बार विलोम पिरामिड शैली में समाचार लिखने के कारण कुछ खामियां भी रह जाती हैं। आमुख में संपूर्ण समाचार का सारांश अथवा सार संक्षेप लिखने के कारण श्रेष्ठ कलेवर में उसकी पुनरावृत्ति होती है। आमुख में छह प्रकार अथवा अधिकतम महत्त्वपूर्ण तथ्यों का समावेश कराने पर कई बार समाचार बोझिल हो जाता है तथा वाक्य संरचना जटिल हो जाती है। इस कारण समाचार की रोचक प्रस्तुति नहीं हो पाती है। जिससे आमुख के नीचे का समाचार पढ़ने के प्रति पाठक की जिज्ञासा समाप्त हो जाती है। इसके चलते अब समाचार-पत्रों में इस शैली का प्रयोग घटने लगा है।

समाचार में आमुख के बाद बचे भाग को श्रेष्ठ कलेवर कहते हैं। इसके अंतर्गत समाचार का न केवल विस्तार किया जाता है, अपितु पूरे घटना क्रम की जानकारी विस्तार से भी दी जाती है। इसीलिए कहा गया है कि यदि समाचार का आमुख यदि सिर है तो श्रेष्ठ कलेवर उसका धड़ है। श्रेष्ठ कलेवर का विभाजन चार से पांच या अनके अनुच्छेदों में किया जाता है। इसमें समाचार के कारण और अन्य विवरणों की विस्तार से दी जाती है। ऐसा करने से समाचार में सजीवता का संचार बना रहता है और पाठक में समाचार पढ़ने की लालसा बनी रहती है। भाषणों का समाचार संकलन करते समय यह आवश्यक नहीं है कि संप्रेषक द्वारा पहले कही गई बात को पहले लिखी जाए। ऐसी स्थिति में समाचार तत्त्व के घटते हुए महत्त्व में समाचार लिखा जाता है। समाचार के श्रेष्ठ कलेवर में भाषा की सरलता होनी चाहिए तथा उसमें रोचकता के साथ-साथ अच्छी प्रस्तुति का होना भी आवश्यक है।

आकाशवाणी (रेडियो) समाचार-लेखन की प्रक्रिया

रेडियो अपनी प्रकृति में मुद्रण और श्रव्य-दृश्य दोनों ही माध्यमों से विविध है। रेडियो की भिन्नता उसकी भाषा के सन्दर्भ में भाषित होती है। चूँकि वह

केवल सुनी जा सकती है। इसलिए उसकी भाषा का वैशिष्ट्य कतिपय अलग तरह का ही होता है, अथवा यों कहा जाय कि उसे अलग ही तरह से प्रस्तुत किया जाना सम्भव होता है। इस कारण यह भी कहा जा सकता है कि रेडियो की भाषा उसकी अपनी भाषा है। तकनीकी दृष्टि से रेडियो ध्वनियों का प्रसारण करता है। इसलिए जब हम जनसंचार के फलक में केवल ध्वनियों के माध्यम से प्रवेश करते हैं तो श्रोताओं के मन में एक कल्पनालोक का सृजन करके ही उनके ज्ञान चक्षुओं को किसी घटना की प्रतिच्छवि प्रदान कर सकते हैं। इसलिए रेडियो के माध्यम से ऐसी भाषा का उपयोग आवश्यक होता है, जो श्रोताओं के मन में विविध बिम्बों की रचना करने में सक्षम होगी, उसी में रेडियो के माध्यम से सम्प्रेषण हेतु लिखे गये समाचार श्रेष्ठ होंगी, यह एक स्वाभाविक बात है।

रेडियो प्रोड्यूसर के पास ध्वनियों की विविधतामयी श्रृंखला रहती है। यह उसका अपना तकनीकी कौशल है कि वह रेडियो प्रसारण के लिये सार्थक तौर पर ध्वनि प्रतीकों का चयन करे। रेडियो की शब्दावली भी तीन तरह की सामग्री से तैयार होती है न वाक (Speech), संगीत सहित ध्वनि प्रभाव (Sound effect including music) और मौन (Silence) यानी वाक् यानी वाणी का रेडियो-प्रसारण विशेष ढंग से करना होता है जबकि वह बिना ध्वनि प्रभावों के भी सम्प्रेषित की जा सकती है। इसलिए जो कुछ बोला जाता है वह जितना सरल होगा उतना ही अच्छा और साफ सुनाई देगा और बोला वह जायेगा जो लिखा जायेगा। यह जरूरी है कि जो कुछ बोला जाय वह श्रोता के मस्तिष्क में दृश्यात्मक बिम्बों का स्पष्ट सृजन करे। मुद्रित वाक्यों को दुबारा-तिबारा पढ़कर समझा जा सकता है, किन्तु रेडियो श्रोताओं को यह सुविधा नहीं देता। अतः रेडियो हेतु समाचार अथवा संवाद लेखन में यह ध्यान रखने की बात होती है कि जो भाषा श्रव्य का माध्यम बनाई जा रही है वह श्रोता के मस्तिष्क में तुरन्त, जो कहा जा रहा है उसका बिम्ब बना दे। लेकिन यह तभी हो सकता है जब लेखन की भाषा सरल और सहज हो। यह सभी जानते हैं कि रेडियो में वाचन भी लेखन की तरह ही मुख्य होता है। भाषा, में अटकाव, वाचन को अवरूद्ध करता है इसलिए ऐसे शब्दों से बचना जरूरी होता है, जो उनके वाचन को अवरूद्ध करें। फिर भी रेडियो-सम्प्रेषण में श्रोताओं का ध्यान आकर्षित करने के लिय वक्ता को अपनी वाणी में उतार-चढ़ाव तथा ताल (Tempo) और स्वर (Tone) में विभिन्नता लानी पड़ती है। इसलिए समाचार लेखन में इस बात का भी ध्यान रखना जरूरी होता है, कि लेखक वक्ता को अपनी भाषा में उचित

उतार-चढ़ाव, ताल और स्वर के सार्थक उपयोग का अवसर दें। ध्वनि प्रभावों के माध्यम से जीवन के विविध दृश्यों को विम्बित करने में सहायता मिलती है। अतएव वह जब किसी कहानी का भाग होते हैं तो स्वयंमेव शब्दों का काम करते हैं। यह कौशल प्रोड्यूसर के माध्यम से पैदा किया जाता है। मौन अथवा चुप्पी क्षणिक निःशब्दता, शब्दों के असर को बढ़ाता है, लेकिन लेखक को भी यह ध्यान देना आवश्यक है कि वक्ता को वह मौन का अवकाश किन शब्दों में प्रभाव उत्पन्न करने के लिये होता है। नाटक हो अथवा वार्ता, समाचार हो या अन्य कोई विधा रेडियो के लिये लेखन में रेडियो की भाषा की प्रकृति अवश्य ध्यान रखनी चाहिये। इसके साथ निम्न बातें भी ध्यान में रखनी चाहिये।

1. रेडियो हेतु लेखन के लिए सबसे महत्त्व की बात है-समय सीमा। लेखक को उस समय सीमा का ध्यान रखना चाहिये जो समाचार वार्ता, अथवा अन्य विधा के लिये निर्धारित है।
2. विषय के अनुसार भाषा में प्रभाव क्षमता लाने की चेष्टा करनी चाहिये।
3. साधारण बोलचाल में आने वाले शब्दों का यथासम्भव उपयोग करना चाहिये।
4. यह भी रेडियो पर प्रसारण के लिए लेखन में ध्यान रखने की बात होती है कि लेखक अपनी बात की क्या प्रतिक्रिया चाहता है यानी उसे ऐसी भाषा का उपयोग करना चाहिये जो श्रोताओं के मन में वही प्रतिक्रिया पैदा करे, जिसकी उसे उनसे आशा हो सकती है।
5. वाक्य विधान लम्बा नहीं होना चाहिये। किसी बात को छोटे-छोटे वाक्यों में बाँधना उचित है। यह ध्यान देने की बात है कि छोटे-छोटे वाक्यों के बीच यदि मौन को प्रक्षेपित कर दिया जाय तो वह वाक्य के असर को उसकी लम्बाई का रूप दे सकता है।

संकलन और प्रेषण हेतु आकाशवाणी द्वारा भी संवाददाता नियुक्त किये जाते हैं, जिनका कार्य अप्रत्याशित घटनाओं के कथ्य संग्रह करना तथा अन्य ऐसे कार्यक्रमों में जाकर सूचनाएँ जमा करने का होता है, जो आकाशवाणी को अपेक्षित होती है। संवाददाताओं द्वारा प्रेषित तथा अन्य स्रोतों से प्राप्त सामग्री में से ऐसी सामग्री का उपयोग करना, जो सम्प्रषणीय होती है, रेडियो स्टेशन में स्थित जनरल न्यूज रूम का कार्य होता है। रेडियो स्टेशन में स्थित जनरल न्यूज का वही काम होता है, जो किसी समाचार-पत्र के सम्पादन-कक्ष का

होता है। रेडियो स्टेशन से प्रेषित किये जाने वाले अक्सर सभी समाचार जनरल न्यूज रूम द्वारा ही लिखे जाते हैं एवं चूँकि भारत में आकाशवाणी एक सरकारी तन्त्र है। अतः वहाँ से जो समाचार अथवा अन्य आलेख प्रसारित किये जाते हैं, वह निर्धारित सरकारी नीति के अनुसार ही किये जाते हैं।

सभी स्रोतों से प्राप्त समाचारों का अन्तिम रूप से लेखन कार्य पूर्ण हो जाने पर उन्हें पूल में, जिसे हिन्दी में 'समाचार सरोवर' कहा जाता है, में रख दिये जाते हैं। वहाँ से वाचन हेतु उनमें चयन किया जाता है तथा वाचन हेतु अभीष्ट समाचार वाचक को दिये जाते हैं।

दूरदर्शन समाचार लेखन की प्रक्रिया

वर्तमान समय में अनेक वैज्ञानिक आविष्कारों के कारण टेलीविजन तकनीक में व्यापक परिवर्तन हो चुका है। वैसे भी टेलीविजन संचार के कई माध्यमों से मिलकर बना है। इसमें जहाँ रेडियो तकनीक के जरिये आवाज़ का प्रयोग किया जाता है, वहाँ रंगीन तस्वीरों को भी प्रसारित किया जाता है। गतिमान तस्वीरों को कैमरे में कैद कर लेना और फिर उसको अपने अनुसार संपादित करने की तकनीक भी टेलीविजन के निर्माण में काफी उपयोगी रही। अगर दूसरे दृष्टिकोण से देखा जाए तो टेलीविजन ने मल्टीमीडिया का रूप धारण कर लिया है। अनेक तकनीकों को समेटे होने के बावजूद ये सवाल भी बार-बार उठता है कि टेलीविजन की अपनी ऐसी क्या विशेषताएं हैं, जो इसे दूसरे माध्यमों-रेडियो, सिनेमा और प्रिंट मीडिया से अलग पहचान देती है।

मूलरूप में टेलीविजन का दृश्य माध्यम होना उसे रेडियो से पृथक कर देता है। इसमें आवाज के रूप में बोले गये शब्द और संगीत दृश्यों के सहयोगी का काम करते हैं। उनका अलग से कोई वजूद अक्सर नहीं होता। जैसे समाचारों में अगर किसी खबर के दृश्य नहीं हैं तो दर्शकों के लिए वो लगभग रेडियो पर समाचार सुनने जैसा ही होगा, लेकिन अगर दृश्य हमारे पास मौजूद हैं और नैरेशन नहीं है तो भी दर्शक उस कहानी को समझ पाने में समर्थ होंगे। शब्दों का महत्त्व दृश्यों को विशेष अर्थ देने में है। टेलीविजन की दृश्य तकनीकी इसकी सबसे बड़ी विशेषता है। इसी कारण टेलीविजन अन्य संचार माध्यमों पर भारी पड़ता है। आज भी लोग सुनी-सुनाई बातों की अपेक्षा आँखों देखी बातों पर ज्यादा भरोसा करते हैं।

टीम वर्क-टेलीविजन लेखन को एक लेखक हेतु चुनौतीयुक्त कार्य कहा गया है। अक्सर साहित्य के क्षेत्र में स्थापित नाट्यप्रकारों और कहानीकारों की यह धारणा होती है कि उनके लिये यह कोई दुष्कर काम नहीं है। परन्तु जब वह क्रियात्मक स्थिति में पहुँचते हैं तो उन्हें यह देखकर आश्चर्य होता है कि ऐसे लेखक जिन्हें न कोई साहित्यिक समझ होती है और न लेखन कला की गहराइयों की अनुभूति, बड़ी सहजता से सिनेमा और टेलीविजन के क्षेत्र में प्रतिष्ठित हो रहे हैं तथा उनके सामने फिल्म अथवा टेलीविजन पर दिखाये जाने वाले सीरियलों के निर्माता स्थापित साहित्यकारों को पूछता तक नहीं है।

वास्तविक बात यह है कि टेलीविजन हेतु लेखन कार्य एक पृथक तरह की तकनीकी लेखन कला है और रेडियो आलेखन से ज्यादा बारीक है, क्योंकि लेखक को हर स्थिति में दृश्यों और बिम्बों में सोचना पड़ता है। उसे इन दोनों बातों में उचित सामंजस्य तो करना ही पड़ता है, परन्तु इस बात के अलावा निर्माता, निर्देशक, निर्माण सहायक, तल प्रबन्धक, अभिनयकर्मियों, कैमरा मैन, दृश्य बन्ध अभिकल्पकार, लेखचित्र तथा पर्यवेक्षक एवं कलाकार, रूप सज्जाकार, सामग्री पर्यवेक्षक, आदि चित्रण-टीम के लोगों की सुविधाओं, जरूरतों का ध्यान भी रखना होता है। विशेष रूप से निर्देशक, निर्माता तथा अभिकल्पकार के साथ जो दृश्य बन्ध की रूपरेखा बनाता है, टेलीविजन-लेखन में सामंजस्य होना बहुत जरूरी है। अतः टेलीविजन-लेखन केवल लेखन या मात्र लेखक कल्पना बन्ध न होकर टीम-प्रसूत परिणाम होता है।

टेलीविजन भाषा- यूँ तो टेलीविजन के स्क्रीन पर दिखाई पड़ने वाले पात्र वही भाषा बोलते हैं, जो कागज पर अंकित भाषा को जो भाषा चैतन्यता प्रदान करती है, वह टेलीविजन की भाषा होती है। यह भाषा यान्त्रिक और तकनीकी वर्णमाला की होती है। जिस तरह रेडियो की भाषा का वेश दूसरा है, उसी तरह टेलीविजन की भाषा का विन्यास भी भिन्न होता है। इस भाषा के शब्द भी बोलते हैं, रंग भी, चेहरे भी, दृश्य और उसका वातावरण भी, मौन भी, संगीत भी तथा सज्जा भी। अतः लेखक हेतु यह जरूरी है कि वह टेलीविजन की भाषा की प्रकृति को समझे। टेलीविजन की भाषा वह है, जो उसके बिम्बों से वह अनुभूति प्रदान करवा सके जिसकी लेख कल्पना करता है। अतएव उसे टेलीविजन कार्यक्रम के लिये लिखते समय यह ध्यान में रखना पड़ेगा कि दृश्य बन्ध में शिथिलता तो नहीं है, वह अचेतन अथवा गतिहीन तो नहीं है। पात्र जो बोलते हैं, वह टेलीविजन की भाषा में रूपान्तरित हो रहा

है या नहीं। दृश्यों की तारतम्यता स्वाभाविक रूप से जुड़ी हुई है अथवा नहीं।

टेलीविजन में भी रेडियो की तरह ही वाणी, ध्वनियों तथा मौन का सार्थक प्रयोग किया जा सकता है, परन्तु कैसे। अगर ऐसे प्रयोग द्वारा कही कथा-कहानी या अन्य आलेख-दृश्यों में ज्यादा ऊर्जा प्रदान की जा सकती है तो लेखक को ऐसी दृश्यात्मकता उत्पन्न करने की कला का निक्षेप लेखन में करना उपयुक्त रहता है ताकि ओजस्वी दृश्य बन्ध की कल्पना की जा सके। वस्तुतः किसी भी आलेख के आधार पर निर्देशक भाति-भाति के दृश्यांकन की कल्पनाएँ करते हैं, उस स्थिति में ज्यादातर वह लेखनीय दृश्य बन्ध या सीक्वेंस (दृश्य-क्रम) में वाणी, ध्वनियों तथा मौन के उपयोग से प्रभाव लाने हेतु उन्हें बदल देते हैं। कभी यह कार्य सम्पादन कक्ष में होता है, कभी दृश्यांकन (शूटिंग) के अवसर पर।

दूरदर्शन की पत्रकारिता में लेखन-दूरदर्शन विधा का जो प्रयोग पत्रकारिता के क्षेत्र में किया गया है, वह एक बहुत बड़ा चमत्कार है। विश्व में किसी भी कोने में घटित होने वाली घटनाओं को आज हम प्रत्यक्ष रूप में उसी क्षण देख भी सकते हैं जब वह घटित होती है अथवा फिर उनके दृश्यांकन को बार-बार उनके जीवन्त रूप में देख सकते हैं। यह सबसे प्रभावशाली 'इलैक्ट्रॉनिक जनमाध्यम' के रूप में आज प्रकट हुआ है, जिसने समस्त विश्व को एक ऐसे छोटे से ग्राम के रूप में परिवर्तित कर दिया है, जहाँ कोई भी व्यक्ति शीघ्र ही किसी घटना को उसी तरह देख सकता है जैसे वह उसके पास ही घटित हो रही हो। ऐसी स्थिति हालांकि बड़ी अविश्वसनीय सी लगती है, परन्तु विज्ञान ने उसे वास्तविक रूप दे दिया है। दूरदर्शन-पत्रकारिता द्वारा यह साध्य हो गया है कि वह प्रमाण सहित कठिनाइयों का प्रसारण कर सकती है।

आधुनिक युग में पत्रकारिता का अभिप्राय मात्र समाचारों का ज्ञान कराना अर्थात् किसी घटना की यथावत सूचना दे देने तक ही सीमित नहीं रहा है, वह सर्वांगीण ज्ञान-प्रसार का मूर्तरूप बन चुकी है, वैचारिक उद्वेलन की कारक और ज्ञान की गहराइयों तक पहुँचाने के उसके प्रयत्नों ने व्यापक रूप ले लिया है। अतः जब हम विभिन्न ज्ञान-विज्ञान की सूचना देने वाले कार्यक्रमों को घटनाओं की सूचना देने के अलावा देखते हैं तो समझना चाहिये कि वह दूरदर्शन पत्रकारिता के ही रूप हैं। इसी तरह की बात समाचार-पत्रों तथा रेडियो द्वारा ज्ञान-विज्ञान वृत्क लेखों, रूपकों आदि को देखकर समझी जानी चाहिये। प्रायः सभी टी.वी. चैनल आज समाचार-प्रसारण कार्यक्रम प्रस्तुत करने लगे हैं। अतः दूरदर्शन हेतु पत्रकारिता लेखन पर भी विशेष तौर पर दृष्टि डालनी उचित है।

दूरदर्शन समाचार-लेखन और प्रस्तुतीकरण—जैसा कि हमने दूरदर्शन-लेखन पर पूर्व में लिखा है, वह सब तो टी.वी. के आलेखों में जरूरी है ही, परन्तु पत्रकारिता के दृष्टिकोण से किस जरूरी के लेखन की उपयुक्तता होती है, वह उससे कतिपय भिन्न है। टी.वी. समाचार चैनलों ने समाचार लेखन और उसकी प्रस्तुतीकरण को नया आयाम प्रदान किया है। यह स्मरणीय बात है कि दूरदर्शन द्वारा प्रेषित किये जाने वाले समाचारों में केवल वाचक की ही भूमिका नहीं रहती, अपितु उन दृश्यों की भी होती है, जो हमें समाचारों के साथ दिखाये जाते हैं और दूरदर्शन-संवाददाताओं द्वारा हमें घटनाओं की यथास्थिति से भी अवगत कराया जाता है तथा घटनास्थलों के चित्र भी दिखाये जाते हैं। अतः दूरदर्शन के पत्रकार लेखकों को भी अविलम्ब दृश्यों एवं बिम्बों में सोचना पड़ता है। दूरदर्शन-समाचार सम्प्रेषण के दो प्रधान पक्ष हैं—

- (1) निर्माण पक्ष, जिसमें समाचार संयोजन और सम्पादन भी शामिल हैं।
- (2) वाचन द्वारा समाचार सम्प्रेषण।

(1) **समाचार संयोजन, निर्माण तथा सम्पादन**—दूरदर्शन हेतु समाचार लेखन क्रियाओं को समाचार-पत्र और रेडियो हेतु लेखन का ऐसा परिष्कृत रूप कह सकते हैं, जो समाचार केन्द्रित भी हो, बिम्बधारक भी हो तथा दृश्य बिन्दुओं की पूर्णरूपेण सापेक्षिक भी हो अर्थात् उसका दृश्यात्मक चरित्र पूर्ण रूपेण उभरकर सामने आता है। इस कार्य में समाचार वाचन के साथ दिखाई जाने वाली सामग्री की समय सीमा तथा दृश्यों के सन्दर्भों का विशेष ध्यान रखा जाता है। यदा-कदा दृश्य अथवा चित्र उपलब्ध नहीं होते तो लेखन द्वारा ही समाचार में भाव-प्रवणता का समावेश करना पड़ता है। अतः दूरदर्शन लेखन में ध्यान रखने की मुख्य बातें निम्नांकित हैं।

(i) **चित्रात्मकता**—दूरदर्शन-समाचारों में चित्रात्मकता होती है। दर्शकों को दूरदर्शन से यह अपेक्षा होती है कि वह समाचारों को चित्रों के द्वारा प्रेषित करे। दूरदर्शन विधा में ध्वनि तथा दृश्य(दोनों ही विशेष आकर्षण की वस्तु होते हैं। यही कारण है कि जिन समाचारों को दृश्यात्मक बनाया जाता है, उनके उन अंशों को ज्यादा उजागर किया जाता है जिनमें दृश्यों अथवा चित्रों के प्रयोग का संयोजन किया गया होता है।

(ii) **तारतम्यता**—समाचारों की विषय-वस्तु और दृश्य तथा चित्र-सामग्री के क्रम में तारतम्य तथा पूर्ण सापेक्षता महत्त्वपूर्ण होता है। अतः लेखक को घटना

इस तरह उल्लेखित करनी चाहिए, जिस प्रकार वह घटी हो और जिस तारतम्य में उसके चित्रों का प्रसारण किया जाना हो। किसी महत्वपूर्ण भाषण को ज्यों का त्यों दिखाना समाचार-प्रसारण में न तो उपयुक्त होता है एवं न दर्शकों हेतु रुचिपूर्ण। अतः उसके मुख्य अंश को बोलते हुए ही, या फिर वाचक द्वारा कहलवाते हुए ही दिखाना उचित समझा जाता है। अतएव ऐसे भाषण के अंशों को सम्पादित करना भी समाचार लेखक का काम है तथा अगर दृश्यों के साथ समाचार प्रकाश में लाना है तो उनके विवरण में तारतम्य होना जरूरी है।

(iii) **प्रमाणक ग्राह्यता**-दूरदर्शन से समाचार प्रेषण के साथ-साथ घटनास्थलों को दिखाना, घटना से प्रभावित लोगों, या भाषण स्थलों से भाषणकर्ताओं को सीधे दृश्य प्रसारण आदि ऐसी क्रियाएँ हैं जिनका समावेश समाचार-लेखन में प्रसारण के प्रति ग्राह्यता एवं प्रामाणिक होने का विश्वास उत्पन्न करते हैं। अतः लेखन में इनके समावेश तथा वाचन-सामंजस्य करना दूरदर्शन पत्रकारिता की स्वयं की विशेषता है। यह विशेषता अधिकाधिक कुशलता से लाना समाचार लेखन को विशेषता प्रदान करती है।

(iv) **संक्षिप्तता**-दूरदर्शन समाचार लेखन में भी रेडियो समाचार लेखन की तरह यथार्थ घटना का पूर्ण विवरण संक्षिप्त अभिलेखों में होना चाहिये। जिन चित्रों को दिखाया जा रहा है, वह अपने आप में दूरदर्शन की वाणी की तरह ही दर्शक स्वीकार करते हैं। अतएव ऐसे दृश्यों के सम्बन्ध में क्या कहता है, यह अत्यन्त संक्षिप्त होना चाहिये।

(2) **समाचार-बुलेटिन की तैयारी और प्रसारण**-दूरदर्शन द्वारा प्रसारित किये जाने वाले समाचार भी उनके कुशल सम्पादन की देन होते हैं। दूरदर्शन में समाचार-संकलन के प्रमुख स्रोत हैं रिपोर्ट्स, एजेन्सीज की फीड, एम. एस. आर. (बाहर की फीड), सैटेलाइट, डी. एल. एस आदि। समाचारों के साथ प्राप्त चित्रात्मक सामग्री यथा-फिल्म, वी.सी.आर. कवरेज आदि तथा अन्य सामग्री भी प्रसारण काल तक अपेक्षित रहती है। समाचार सम्पादक का काम शुरू होता है प्राप्त समाचारों की भीड़ में से प्रसारण योग्य समाचारों का चुनाव करने और उसके साथ दृश्यात्मक सामग्री को संयुक्त करने के लिये उसका सम्पादन करने से। इस तरह से चयन करते हुए वह हर समाचार में लगने वाले समय का भी निर्धारण करता है। समाचार-सम्पादक और समाचार-वाचक के अलावा एक महत्वपूर्ण व्यक्ति और सम्पादक-कक्ष से जुड़ा होता है एवं वह है समाचार-प्रस्तुतकर्ता। यह व्यक्ति सम्पादक के परामर्श से चित्रों का सम्पादन करता है और क्रम से

उन्हें भिन्न-भिन्न टेपों पर चिपका देता है। यह कार्य समाचार-प्रसारण हेतु निर्धारित समाचार-क्रम के अनुसार किया जाता है। इन टेपों के अनुसार समाचार सम्पादक समाचारों का लेखन करता है। उनका सम्पादन भी करता है एवं उन पर संख्या क्रम लिखकर समाचार वाचक को सौंप देता है। दूरदर्शन की समाचार-प्रसारण क्रिया में इलेक्ट्रॉनिक स्लाइड प्रोजेक्टर तथा फिल्म चलाने का एक दूसरे प्रोजेक्टर, जिससे फिल्म चलाई जाती है, भी होता है जिसे **टैलीसिने** कहते हैं। वर्तमान में टैलीसिने का उपयोग बहुत कम हो गया है क्योंकि उसकी जगह वी.डी.ओ. टेप का प्रयोग किया जाता है।

समाचार सम्पादक के अन्य कार्य हैं—(1) समाचार के आलेख पर उससे सम्बन्धित चित्र सामग्री का उपयोग समाचार में कहाँ करना होगा। (2) इन वी. सी.आर. को कहाँ होल्ड करना है और उसे पुनः कहाँ चालू करना है। समाचार वाचक जब दो व्यक्ति होते हैं तो जो समाचार जिस वाचक को दिये जाते हैं, उसका नाम समाचार के हर पृष्ठ पर सम्पादक द्वारा अंकित किया जाता है अतः जिस समाचार पर जिस वाचक का नाम अंकित करना है, वह उसी को वाचन हेतु दिया जाता है। समाचार वाचक में निम्नांकित विशेषताएँ होनी चाहियें—

1. वाचक की वाणी में सहज प्रवाह और लोच होनी चाहिये, जिससे वह समाचार का प्रभावशाली वाणी में प्रेषण कर सकें।
2. त्वरित बुद्धि हो तो वाचक प्रसारण में गलती होने पर उसे उसी क्षण सुधार लेता है।
3. वाचक को आत्म-विश्वास होना चाहिये।
4. वाचक का उच्चारण स्पष्ट एवं दोष रहित होना चाहिये।
5. प्रसारणीय समाचार की भाषा का तो समाचार-वाचक को पूरा ज्ञान होना चाहिये तथा उसे अन्य प्रमुख भाषाओं की भी पूरी तरह से जानकारी होनी चाहिये, अगर उसमें कोई कमी है तो अन्य भाषा में प्रसारण सुनने से अपनी गलतियों में सुधार होता है।
6. एक अन्य विशेषता समाचार वाचन करने वाले में होनी चाहिये। वह हैंदू उसका प्रियदर्शी होना अर्थात् वह जितना वाणी से प्रभावशाली हो, उतना ही अपने स्वरूप से भी सुदर्शन होना चाहिये।

टेलीविजन समाचारों में मुहावरे एवं अलंकार

हिन्दी भाषा में मुहावरे एवं लोकोक्तियों का प्रयोग भाषा को बेहद सुन्दर एवं आकर्षक बना देता है। इनके प्रयोग से भाषा चुस्त एवं जीवंत हो जाती है।

लोकोक्ति और वाग्धाराएं वाक्य या वाक्यांश का वह सुगठित एवं परिष्कृत रूप हैं जिसमें किसी भी प्रकार का फेरबदल संभव नहीं है। वह जिस रूप में चल पड़ता है, उसी रूप में प्रभावी होता है। अक्सर मुहावरे और कहावत को पहचानने में भ्रम की स्थिति बनी रहती है। इसके लिए दोनों में अंतर समझना बहुत अनिवार्य है। कहावत एक पूरे वाक्य के रूप में होती है, जिसका आधार कोई कहानी या घटना विशेष होती है। किसी भी विषय को स्पष्ट करने के लिए कहावतों का प्रयोग होता है साथ ही खास बात ये है कि कहावतों का प्रयोग बिल्कुल स्वतंत्र रूप में होता है। जबकि मुहावरों का प्रयोग वाक्यों के अंतर्गत ही संभव है। हिन्दी भाषा में मुहावरों की अपनी एक स्वतंत्र पहचान होती है।

मुहावरे—मुहावरा अरबी भाषा का परिवर्तित शब्द है। मुहावरा शब्द का वास्तविक अर्थ है अभ्यास या बातचीत। मुहावरा एक ऐसा वाक्यांश है, जो सामान्य अर्थ का बोध ना करा कर किसी विलक्षण अर्थ का बोध कराता है। मुहावरे का शब्दार्थ नहीं अपितु उसका भावार्थ ही ग्रहण किया जाता है।

अलंकार—अलम् और कार-इन दो शब्दों से मिलकर अलंकार बना है। अलम् का अर्थ है भूषण, सजावट अर्थात् जो अलंकरित या भूषित करे वह अलंकार है। कहना चाहिए अलंकार भाषा काशृंगार है इनके द्वारा अभिव्यक्ति में स्पष्टता, प्रभावोत्पादकता और चमत्कार आ जाता है। अलंकार मोटे तौर पर दो तरह के होते हैं—अर्थालंकार एवं शब्दालंकार।

शब्दालंकार के अंतर्गत अनुप्रास, यमक और श्लेष अलंकार आते हैं और अर्थालंकार में मुख्यतः उपमा, रूपक, उत्प्रेक्षा, अतिशयोक्ति और अन्योक्ति अलंकारों को शामिल किया जाता है।

(1) **उपमा**—अत्यंत समानता के कारण पूरी तरह भिन्न होते हुए भी जहां एक वस्तु या प्राणी की तुलना दूसरी प्रसिद्ध वस्तु या प्राणी से की जाती है वहां उपमा अलंकार होता है। उदाहरणार्थ— असम में हालात गृहयुद्ध की तरह हो गये हैं।

(2) **अनुप्रास**—वाक्य में जहां व्यंजनों की बार-बार आवृत्ति हो वहां अनुप्रास अलंकार होता है। उदाहरण के लिए— पवार बिना प्रचार।

(3) **अतिशयोक्ति**—जहां किसी वस्तु, पदार्थ अथवा कथन का वर्णन लोक-सीमा से बढ़ाकर प्रस्तुत किया जाए, वहां अतिशयोक्ति अलंकार होता है। जैसे— भारत का पहाड़ सा स्कोर।

(4) **उत्प्रेक्षा**—जहां उपमेय में उपमान की संभावना अथवा कल्पना कर ली गयी हो, वहां उत्प्रेक्षा अलंकार होता है। जैसे— मानों, ज्यों।

(5) **यमक**—जब एक ही शब्द दो या दो से अधिक बार वाक्य में आये और उसका अर्थ हर बार भिन्न हो तो वहाँ यमक अलंकार होता है। उदाहरणार्थ—कमाल ने खेली कमाल की पारी।

(6) **श्लेष**—टेलीविजन स्क्रिप्ट में इसका शाब्दिक आशय है चिपकना। जहां एक शब्द एक ही बार प्रयोग होने पर दो अर्थ दे वहां श्लेष अलंकार होता है। जैसे—कमाल की पारी।

(7) **रूपक**—जहाँ गुण की अत्यंत समानता के कारण उपमेय में ही उपमान का अभेद आरोप कर दिया गया हो, वहां रूपक अलंकार होता है। उदाहरणार्थ—बोफोर्स का भूत कांग्रेस का पीछा नहीं छोड़ रहा।

आकाशवाणी एवं दूरदर्शन हेतु समाचार लेखन में अन्तर

आकाशवाणी और दूरदर्शन की अपनी-अपनी विशेषताएँ हैं और सीमाएँ भी हैं। आकाशवाणी से आपको समाचार सुनाये जा सकते हैं, आप समाचार वाचक के दर्शन नहीं कर सकते, जबकि दूरदर्शन पर ऐसा नहीं है। आपको समाचार वाचक सामने पर्दे पर दिखाई देता है। अतः स्वाभाविक है कि दोनों के समाचार वाचन में जिस तरह अन्तर होता है, उसी तरह उनके लिये जो समाचार लिखे जाते हैं, वह रेडियो प्रसारण के लिये तैयार किये गये आलेख से भिन्न प्रकार का होता है। टेलीविजन समाचार प्रेषण कक्ष में माइक्रोवेव सर्किट द्वारा तस्वीर तथा वर्णन भेजना एक साधारण सी प्रक्रिया में उपलब्ध है, अतः दूरदर्शन के लिये समाचार लेखन तकनीक भी उसकी अपनी ही तरह की है।

रेडियो के लिये तैयार समाचार बुलेटिन की भाषा एवं दूरदर्शन के समाचार बुलेटिन की भाषा में अन्तर होता है। हालाँकि दोनों की भाषा लोगों को आसानी से ग्राह्य हो, ऐसी होती है, लेकिन दूरदर्शन में वाचन के साथ दिखाये जाने वाले यथार्थ दृश्यों से उसके लेखन का समन्वय एक अतिरिक्त प्रकरण है, जो वाचन के मध्य में समाचार के साथ प्रकट कर दिया जाता है। तकनीकी दृष्टि से रेडियो-प्रसारण सिर्फ ध्वनि का प्रसारण है, जिसे समझ कर समाचारों के कल्पना लोक का सृजन करना श्रोताओं का कार्य है। उसे सुनने को जो बिम्ब प्राप्त होते हैं वह लेखन द्वारा निर्मित होते हैं, जिनका रूप श्रोता बनाते हैं। रेडियो समाचार लेखन की यही विशेषता होती है कि वह ऐसी भाषा में लिखे जायें, जिसे सुनकर

श्रोता तत्क्षण समझ जाय, उसे समझने हेतु श्रोता को अपने मन-मस्तिष्क पर जोर न देना पड़े। रेडियो लेखन ऐसे रूप में किया जाता है कि उसके शब्दों में ध्वनि प्रभाव उत्पन्न करने की शक्ति हो। उसमें ऐसी सहजता भी हो कि वाचक को अपनी वाचन क्रिया में खबर के उतार-चढ़ाव से प्रवाह उत्पन्न करने का भी अवसर रहे।

टेलीविजन का लेखन एक टीम की अनिवार्य अपेक्षाओं से नियन्त्रित होता है। उसमें लेखक को निर्माण सहयोगियों की सुविधा का स्मरण रखना होता है। टेलीविजन की तकनीक का लेखक की भाषा से प्रत्यक्ष सम्बन्ध होता है। टेलीविजन दर्शकों को वाणी द्वारा प्रेषित समाचारों में श्रोताओं को बिम्ब कल्पना भी देता है, तो सीधे-सीधे समाचारों के बिम्बों को भी इस गति को प्रदान करने की कला भी टेलीविजन आलेख में समाहित होती है।

आकाशवाणी और दूरदर्शन द्वारा समाचार सम्प्रेषण वाचन क्रिया द्वारा होता है। दोनों माध्यमों में क्रिया रूप में वाचन समान होता है, परन्तु तकनीकी रूप में भेद है। साधारणतः हम यही समझते हैं कि किसी समाचार को प्रसारण हेतु जब रेडियो या टेलीविजन पर कोई व्यक्ति सुनाता है तो उसे समाचार-वाचक की संज्ञा दी जाती है। स्थूल तौर पर वाचन होता भी यही है। परन्तु इतनी ही बात वाचन क्रिया को पूरी तरह स्पष्ट नहीं करती। समाचार-वाचन का अभिप्राय है, जिस माध्यम से समाचार-सम्प्रेषण वाचन द्वारा हो, वह तकनीकी तौर पर भी उस माध्यम के अनुसार हो, अतः समाचार वाचक को सम्बन्धित माध्यम की सम्प्रेषण तकनीक का समुचित जानकारी भी होना चाहिये तथा उसे उस माध्यम पर वाचन करने में भी कुशल होना चाहिए।

आकाशवाणी तथा दूरदर्शन, दोनों ही आम जनता को जानकारी देने के लिये समाचारों को प्रसारित करते हैं, अतः यह स्पष्ट है कि उनका प्रसारण आम बोलाचाल की भाषा में होने चाहिए। इसलिए समाचारों की भाषा सहज तथा प्रवाह युक्त होनी चाहिये। वाचन क्रिया उसे सहज भी बना देती है। यह बात वाचक के बोलने की कुशलता पर आधारित होती है। बहुत से श्रोता किसी खास वाचक की वाणी सुनने हेतु ही समाचार सुनते हैं। वाचक नीरस समाचारों को भी अपनी वाणी से उसमें प्रवाह उत्पन्न कर देता है। रेडियो के प्रसारण इस प्रकार किये जाते हैं कि जिस बारे में कहा जा रहा है, उसे स्वतः निर्मित बिम्बों के रूप में श्रोता कल्पना कर सके। इस बात के लिये जरूरी है कि वाचक की वाणी में

स्पष्टता और माधुर्य होना चाहिये। रेडियो समाचारों में सपाटता होती है, क्योंकि जो भी यथार्थ समाचार है उसका लेखन भी बड़े सपाट रूप में, किन्तु बहुत स्पष्ट होती है, क्योंकि जो भी यथार्थ समाचार है उसका लेखन भी बड़े सुचारुरूप में, किन्तु बहुत स्पष्ट होता है। उसके बीच में समाचार को अधिकतम रूप में ग्राह्य बनाने हेतु कोई अन्य उपक्रम नहीं होता।

दूरदर्शन पर समाचार वाचन के मध्य, समाचार की पुष्टि अथवा श्रोता दर्शक का स्पष्ट सम्बन्ध घटनास्थल से भी कर दिया जाता है। उस समय उसे संवाददाता से स्पष्ट जानकारी प्राप्त होती है जहाँ वह मौजूद होता है, अर्थात् घटनास्थल पर दूरदर्शन का समाचार-लेखन भी उसी प्रकार का होता है। बीच-बीच में सीधे संवाददाता से समाचारों की जानकारी देने हेतु दूरदर्शन कक्ष से उसका सम्पर्क जोड़ा जाता है।

आकाशवाणी की वाचन प्रणाली एवं दूरदर्शन की वाचन क्रिया में अन्तर होता है। दूरदर्शन में वाचक की वाणी द्वारा प्रसारित किये जा रहे समाचारों के साथ घटनाओं अथवा हालातों के चित्रों का संयोजन भी रहता है। अतः श्रोताओं का घटना के पात्रों से प्रत्यक्ष सम्पर्क भी जुड़ता है और भावात्मक बिम्बों का सृजन होता है। निश्चय ही समाचारों की दृश्यावली के साथ वाणी का सामंजस्य रहता है, परन्तु श्रोता उससे ज्यादा समाचार के दृश्यों पर अपना ध्यान केन्द्रित रखता है। समाचार वाचन के मध्य में समाचार से सम्बन्धित दृश्यों को दिखाने के अन्तराल में वाचक से कतिपय विश्राम मिलता रहता है, जो आकाशवाणी के वाचक को उपलब्ध नहीं होता। अतः उसे ज्यादा सजग रहना पड़ता है।

रेडियो पर प्रायः 15 मिनट का समाचार बुलेटिन सबसे बड़ा होता है। इस बड़े बुलेटिन में दो विराम होते हैं। इससे छोटा बुलेटिन दस मिनट का होता है जिसमें एक विराम होता है। सबसे छोटे पाँच मिनट के बुलेटिन में कोई विराम नहीं होता। हर बुलेटिन में विराम पाँच मिनट के अन्तर पर रखे जाते हैं। विराम, सामान्यः अभिप्रेरित होते हैं। जैसे इनमें व्यावसायिक विज्ञापनों का प्रसारण एवं आकाशवाणी या दूरदर्शन समाचार-सम्पादक को समाचार क्रम में यदि कोई परिवर्तन करना हो तो उसके लिये मौका। आकाशावाणी पर विराम के लिये प्रायः तीन तरह की अभिव्यक्तियाँ होती हैं,—“यह आकाशवाणी है”, “ये समाचार आप आकाशवाणी से सुन रहे हैं”, और “ये समाचार आकाशवाणी से प्रसारित किये जा रहे हैं।” आकाशवाणी अथवा दूरदर्शन पर समाचार प्रसारण एक यान्त्रिक पद्धति है, जो लेखन स्तर से वाचक स्तर तक वर्तमान तक है। आकाशवाणी

या दूरदर्शन पर समाचार प्रसारण में वाचक को कोई स्वतन्त्रता नहीं होती, यहाँ तक कि शब्दों के हेर-फेर भी नहीं, क्योंकि जो कुछ अन्तिम रूप से उसके सामने होता है वह एक 'टीम वर्क' का परिणाम होता है, जिसे समाचार-प्रसारण नीति के अनुसार रूप दिया गया है। किसी समाचार को वाचन रूप देने तक आकाशवाणी में यह पद्धति चलती रहती है।

लिखे हुए समाचार 'पूल' में रखे जाते हैं। पूल का अभिप्राय है समाचारों का 'भण्डारण-गृह'। पूल (समाचार-सरोवर) प्रायः दो विभागों में होता है—पहला विभाग देशीय समाचारों हेतु होता है, दूसरा भाग विदेशी समाचारों के लिये। पहले विदेशी समाचार पूल के खेल-समाचार भी होते थे, लेकिन अब इसके लिये पृथक् पूल व्यवस्थित किया गया है, अतः इसे पूल का अनुभाग कहना चाहिये। इनके अनुसार इन्हें क्रमशः मार्निंग पूल, डे-पूल, ईवनिंग पूल तथा नाइट पूल कहते हैं। समय के अनुसार समाचार प्रसारण हेतु निर्धारित पूलों को संक्षेप में संकेताक्षरों से जाना जाता है, जैसे—मार्निंग पूल को एम. पी., दिन के पूल को डी. पी., शाम के पूल को ई. पी. और रात्रि के पूल को एन. पी. कहा जाता है। पूल से प्रसारण हेतु प्रसारणीय अर्थात् प्रसारण हेतु उपयुक्त समाचारों का चयन प्रसारण कार्यक्रम का काफी महत्वपूर्ण भाग होता है। इस स्थिति में समाचारों के पुनर्लेखन की भी जरूरत होती है और चुने गये समाचारों को शीर्षक देने की भी।

बुलेटिन के समाचारों में अगर कोई सुधार प्रसारण की दृष्टि से आवश्यक होता है तो सम्पादक उन्हें पुनः लिखता है। इस प्रकार के पुनर्लेखन में जो काट-छाँटकर समाचार को अन्तिम रूप देने की चेष्टा होती है उसमें लेखन तो मुख्य है ही, उसका वाचन भी प्रमुख होता है, क्योंकि समाचार के पुनर्लेखन के पश्चात् उसे पुनः बोलकर भी देखा जाता है अर्थात् यह सुनिश्चित किया जाता है कि वह वाचन योग्य बन गया है या नहीं। अगर उसमें वाचन दृष्टि से कोई कमी होती है तो उसे पुनः वाचन योग्य बनाने हेतु सुधारा जाता है। इसके पश्चात् चयनित समाचारों में से ऐसा समाचार चयन किया जाता है, जो सबसे पूर्व प्रसारित किये जाने योग्य हो। इसे 'लीड' समाचार कहते हैं। इस क्रिया में समाचारों को क्रम दिया जाता है एवं उनके शीर्षक क्रमवार किये जाते हैं। इस तरह वाचन के लिये प्रस्तुत बुलेटिन तीन वर्गों में बाँटा जाता है—

1. शीर्षक (हैड लाइन)
2. समाचार का विवरण,
3. विराम (ब्रेक)।

आकाशवाणी या दूरदर्शन पर समाचारों की क्रम पद्धति समाचार-पत्रों की विविध से पृथक् होती है। रेडियो से प्रसारित होने वाले समाचारों तथा समाचार-पत्रों में प्रकाशित होने वाले समाचारों में न सिर्फ संरचना और लेखन के स्तर पर अन्तर होता है, बल्कि उनके क्रम में भी अन्तर आता है। रेडियो पर संक्षेप में ज्यादा-से-ज्यादा समाचार दिये जाते हैं, इसलिये उसका क्रम निर्धारण भी इसी योजना से किया जाता है। समाचार-पत्र में अक्सर प्रथम पृष्ठ पर ही सबसे जरूरी अथवा महत्त्व के समाचार दिये जाते हैं। यह समाचार किसी भी तरह के हो सकते हैं। ये सब एक ही पृष्ठ पर प्रकाशित किये जाने में तारतम्यता का ध्यान रखना जरूरी नहीं है। समाचार को पूरक रूप में दिया जाना यदि एक पृष्ठ पर सम्भव नहीं रह पाता तो उसका शोषांश दूसरे या अन्य पृष्ठ पर दिया जाता है। प्रायः सभी महत्त्वपूर्ण समाचारों के अंशात्मक रूप में मुख पृष्ठ पर एवं उनके शेषों को दूसरे पृष्ठ पर देखने की परम्परा है। स्वाभाविक है कि रेडियो बुलेटिन में यह सम्भव नहीं है और न ही दूरदर्शन के समाचार बुलेटिन में। रेडियो अथवा दूरदर्शन पर प्रमुख समाचार एक क्रम में ही प्रसारित किये जाते हैं। अगर किसी समाचार में कतिपय और वृद्धि समाचार में भी उसे जोड़ दिया जाता है, परन्तु समाचार श्रृंखला को भंग करके ऐसा नहीं किया जाता। रेडियो और दूरदर्शन में पहले समाचार क्रम के अनुसार हेड लाइनों अर्थात् उनके शीर्षकों का वाचन किया जाता है, तत्पश्चात समाचारों को विस्तृत रूप में प्रस्तुत किया जाता है। रेडियो पर पाँच मिनट के प्रसारण में कोई हेड लाइन देने की प्रथा नहीं है। दस मिनट के बुलेटिन में प्रायः तीन-चार तथा पन्द्रह मिनट के बुलेटिन में प्रायः पाँच-छः हेड लाइन दी जाती है।

