

© Maulana Azad National Urdu University, Hyderabad

Course : Master of Arts

Edition : 2021

प्रकाशक	:	रजिस्ट्रार, मौलाना आज़ाद नेशनल उर्दू यूनिवर्सिटी, हैदराबाद
प्रकाशन	:	2021
मूल्य	:	
प्रतियां	:	
कम्पोजिंग	:	एस पी हाई-टेक प्रिंटर्स प्राइवेट. लिमिटेड. हैदराबाद
डिजाइनिंग	:	डॉ. मो. अकमल ख़ान, दूरस्थ शिक्षा निदेशालय,
एंड सटिंग	:	मौलाना आज़ाद नेशनल उर्दू यूनिवर्सिटी, हैदराबाद
मुद्रक	:	एम/एस. प्रिंट टाइम & बिज़नेस इंटरप्राइसेस, हैदराबाद

प्रयोजनमूलक हिंदी

(Prayojanmoolk Hindi)

For M.A. 1<sup>st</sup> Semester

*On behalf of the Registrar, Published by:*

**Directorate of Distance Education**

Maulana Azad National Urdu University

Gachibowli, Hyderabad-500032 (TS), Bharat

Director: [dir.dde@manuu.edu.in](mailto:dir.dde@manuu.edu.in) Publication: [ddepublication@manuu.edu.in](mailto:ddepublication@manuu.edu.in)

Phone number: 040-23008314 Website: [manuu.edu.in](http://manuu.edu.in)

---

## इकाई 13 : जनसंचार माध्यम में हिंदी

---

### रूपरेखा

- 13.1 प्रस्तावना
- 13.2 उद्देश्य
- 13.3 मूल पाठ : जनसंचार माध्यम में हिंदी
  - 13.3.1 संचार और जनसंचार
  - 13.3.2 जनसंचार का स्वरूप
  - 13.3.3 जनसंचार के विविध माध्यम
  - 13.3.4 जनसंचार के विविध माध्यम : हिंदी
- 13.4 पाठ सार
- 13.5 पाठ की उपलब्धियाँ
- 13.6 शब्द संपदा
- 13.7 परीक्षार्थ प्रश्न
- 13.8 पठनीय पुस्तकें

---

### 13.1 प्रस्तावना

---

प्रिय छात्रो! आप सब जानते ही हैं कि भाषा के माध्यम से हम अपने विचारों को दूसरों तक आसानी से पहुँचा सकते हैं तथा दूसरों के विचारों को भी ग्रहण कर सकते हैं। इसका अर्थ यह नहीं है कि सिर्फ भाषा के माध्यम से ही हम अपने विचारों और भावों का आदान-प्रदान कर सकते हैं, बल्कि हम विभिन्न माध्यमों को अपनाकर संप्रेषण कर सकते हैं। संप्रेषण का सामान्य अर्थ है, अपने विचारों को दूसरों तक पहुँचाना और दूसरों के विचारों को समझना। अतः भाषा लिखित और मौखिक दोनों ही रूपों में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। किसी भी बात का महत्व तभी होता है जब वह किसी व्यक्ति के पास पहुँचती है। एक स्थान से दूसरे स्थान तक जब बात पहुँचती है तो उसे संचार की संज्ञा दे सकते हैं। संचार के साथ संप्रेषण शब्द का भी प्रयोग किया जाता है जिसका अर्थ है बात को या संदेश को एक स्थान से दूसरे स्थान भेजना। जब बात विशाल जन समुदाय तक पहुँचती है तो उसे जनसंचार कहा जा सकता है। जनसंचार के विभिन्न माध्यम हैं। इन माध्यमों में अलग-अलग भाषिक प्रयुक्ति का प्रयोग किया जाता है जिसका अपना एक महत्व है। छात्रो! आप इस इकाई में जनसंचार माध्यमों में प्रयुक्त हिंदी का अध्ययन करेंगे। साथ ही संचार, संप्रेषण और जनसंचार जैसी अवधारणाओं से परिचित होंगे तथा जनसंचार की प्रकृति के बारे में जान सकेंगे।

---

### 13.2 उद्देश्य

---

छात्रो! इस इकाई के अध्ययन से आप -

- संचार, संप्रेषण और जनसंचार के अर्थ और स्वरूप की चर्चा कर सकेंगे।

- राष्ट्रीय विकास में जनसंचार की भूमिका को रेखांकित कर सकेंगे।
- जनसंचार में भाषा के महत्व पर प्रकाश डाल सकेंगे।
- जनसंचार के विविध माध्यमों में हिंदी के प्रयोग के बारे में बता पाएँगे।
- विभिन्न जनसंचार माध्यमों में प्रयुक्त हिंदी के विभिन्न रूपों पर प्रकाश डाल सकेंगे।
- जनसंचार माध्यमों में प्रयुक्त हिंदी के स्वरूप का परिचय दे सकेंगे।
- जनसंचार माध्यमों के लिए किए जाने वाले लेखन की विशेषताओं के बारे में बता सकेंगे।

---

### 13.3 मूल पाठ : जनसंचार माध्यम में हिंदी

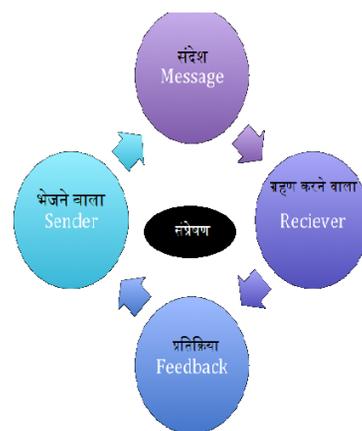
---

छात्रो! जनसंचार (मास कम्यूनिकेशन) में विभिन्न माध्यमों का उपयोग करके व्यापक जन समुदाय तक सूचनाओं/ संदेश को पहुँचाया जाता है। आज तकनीकी विकास के कारण यह बहुत ही आसान हो चुका है। अब हम जनसंचार के विभिन्न उपादानों पर दृष्टि केंद्रित करेंगे। आँखों देखा हाल, विज्ञापन, भेंटवार्ता, समाचार पत्र, टेलीविजन, रेडियो, इंटरनेट आदि ऐसे माध्यम हैं जिनकी सहायता से व्यापक जन समुदाय तक हम अपनी बात को आसानी से पहुँचा सकते हैं। वैसे तो भाषा से संबंधित इस इकाई में इन माध्यमों की विस्तृत जानकारी की आवश्यकता नहीं है, फिर भी संक्षिप्त चर्चा इसलिए की जा रही है क्योंकि कि इन्हें समझे बिना आप भाषा के उचित प्रयोग का महत्व समझ नहीं पाएँगे। आप यदि समाचार पढ़ने और सुनने में रुचि रखते हैं, तो एक समाचार पहले पढ़िए। फिर उसी समाचार को रेडियो पर सुनिए और उसके बाद टीवी पर या यूट्यूब पर देखिए। इसी प्रकार खेल समाचार, विज्ञापन आदि के साथ दुहराइए। क्या आपको पढ़ने और सुनने में कोई अंतर लगा? आपने यह देखा होगा कि समाचार पत्र में विस्तार से किसी घटना के बारे में समझाया जाता है। इतना विस्तार रेडियो समाचार में नहीं होगा। यहाँ समुचित प्रभाव के लिए ध्वनियों का प्रयोग किया जाता है। टेलीविजन की प्रक्रिया इससे बिल्कुल अलग है। इसमें दृश्यों को दिखाकर समय के साथ-साथ शब्दों की बचत भी की जा सकती है। कहने का तात्पर्य है कि हर माध्यम के लिए अलग प्रकार की भाषा की आवश्यकता होती है।

समाचार पत्र को ले लीजिए। पहले पृष्ठ पर प्रकाशित समाचार को पढ़िए। दूसरे पृष्ठ के समाचार को पढ़िए। खेल पृष्ठ, संपादकीय पृष्ठ, विज्ञापन आदि पढ़िए। आपको भाषा में कोई अंतर दिख रहा है? आप कह सकते हैं कि समाचार पत्र में आदि से लेकर अंत तक हिंदी भाषा का प्रयोग है, तो अंतर कैसा! आपका कहना भी ठीक ही है, पर ध्यान से देखिए। राजनैतिक समाचार की भाषा आर्थिक, सामाजिक और बाज़ार समाचारों की भाषा से अलग होती है। संपादकीय की भाषा अलग होती है। विज्ञापनों की भाषा अलग होती है। विज्ञापनों में भी प्रथम पृष्ठ पर प्रकाशित विज्ञापनों की भाषा और वर्गीकृत विज्ञापनों की भाषा में अंतर होती है। अतः जनसंचार के विविध माध्यमों में प्रयुक्त हिंदी के बारे में जानने की कोशिश करेंगे। इससे पहले संचार और जनसंचार क्या है, इसकी जानकारी प्राप्त करेंगे।

### 13.3.1 संचार और जनसंचार

आमतौर पर संचार और संप्रेषण का प्रयोग पर्याय के रूप में किया जाता है। अंग्रेजी में इसके लिए 'कम्यूनिकेशन' शब्द का प्रयोग किया जाता है। परंतु इनमें अंतर है। संदेश को एक स्थान से दूसरे स्थान पर पहुँचाने का भाव संचार में निहित है। संचार वस्तुतः दो वस्तुओं के बीच भौतिक संपर्क है। यह सड़क, रेल, हवाई जहाज, कंप्यूटर, टेलीफोन आदि किसी भी माध्यम के जरिए हो सकता है। इनके माध्यम से सूचनाएँ एक जगह से दूसरी जगह पहुँचाई जाती हैं।



संप्रेषण में संदेश को प्रेषित करने का अर्थात् भेजने का भाव निहित है। इसमें संदेश भेजने वाले, उसे ग्रहण करने वाले और संदेश का माध्यम शामिल होता है। इस प्रक्रिया में संदेश ग्रहण करने वाला व्यक्ति प्रतिक्रिया दे सकता है। यही संदेश जब रेडियो, टेलीविजन, समाचार पत्र अथवा इंटरनेट के माध्यम से व्यापक जनसमूह तक पहुँचता है तो उसे जनसंचार कहते हैं। आइए, अब इन पर थोड़ी सी चर्चा करेंगे।

आप जान ही चुके हैं कि संचार का सामान्य अर्थ किसी भी संदेश को एक स्थान से दूसरी स्थान पर पहुँचाना। कोई भी व्यक्ति अथवा समूह आपस में विचारों का आदान-प्रदान कर सकते हैं। अपने अनुभवों को एक-दूसरे से बाँट सकते हैं। इस तरह से यदि कहें तो संचार मानव जीवन का अभिन्न और महत्वपूर्ण अंग है तो गलत नहीं होगा। संचार के लिए भी अंग्रेजी में कम्यूनिकेशन शब्द का प्रयोग किया जाता है। हम अपने हाव-भाव, भाषा, संगीत, नृत्य, शिक्षण, कविता, चित्रकला, मूर्तिकला आदि के माध्यम से अपने भावों को अभिव्यक्त कर सकते हैं। संचार का अर्थ व्यापक है, क्योंकि इसमें हर तरह का संचार शामिल हो सकता है। व्यक्तियों के बीच वार्तालाप को अंतर-वैयक्तिक संचार कह सकते हैं। समूह संचार भी इसके अंतर्गत शामिल हो सकता है। संप्रेषण वस्तुतः एक प्रक्रिया है। यह कई चरणों में पूरी होती है। संप्रेषण के प्रमुख घटक हैं- संप्रेषक, संदेश, माध्यम, पाठक/ श्रोता/ दर्शक तथा प्रतिक्रिया। एक कुशल वक्ता अथवा संप्रेषक अर्थात् संदेश देने वाला उचित माध्यम द्वारा उपयोगी संदेश को श्रोता तथा पहुँचाता है और श्रोता को वांछित प्रतिक्रिया के लिए प्रेरित करने में सफल रहता है। तब संप्रेषण पूरा माना जाता है। संप्रेषण को चार प्रकारों में विभाजित कर सकते हैं - आत्म संप्रेषण, परस्पर संप्रेषण, समूहगत संप्रेषण और सामाजिक संप्रेषण अथवा जनसंचार।

#### आत्म संप्रेषण

हम सब आत्मचिंतन करते हैं। चिंतन के दौरान अपने-आप से विचार-विमर्श करते हैं। यह प्रक्रिया निरंतर चलती रहती है। यह आत्मसंतोष देने के साथ-साथ हमें अपने विचारों को सुनियोजित ढंग से प्रस्तुत करने के लिए भी सहायक सिद्ध होती है।

## परस्पर संप्रेषण

यह दो या तीन व्यक्तियों के बीच सीधा संवाद होता है। हम माँ-बाप, भाई-बहन, नौकर-चाकर और दोस्तों से विचार-विमर्श करते रहते हैं, जिसे परस्पर संप्रेषण कहा जा सकता है। संप्रेषण के लिए संकेतों का प्रयोग भी कर सकते हैं। इस तरह के संप्रेषण में हम यह आसानी से समझ सकते हैं कि सामने वाला व्यक्ति हमारी बात को समझ रहा है या नहीं। वह हमारी बात का सही अर्थ लगा पा रहा है या नहीं तथा हमारी बात पर उसकी क्या प्रतिक्रिया है।

## समूहगत संप्रेषण

शिक्षा, आयु, आय आदि अनेक स्तरों पर विवधता के बावजूद हमारे समाज में कई ऐसे समूह होते हैं जिनकी रुचियाँ एक होती हैं। ऐसे समूह में सम्मिलित व्यक्ति आपस में चर्चा-परिचर्चा करते हैं। कक्षा में छात्रों के बीच की चर्चा, पनघट पर स्त्रियों के बीच वार्तालाप, चौपालों पर बातचीत आदि को समूहगत संप्रेषण कह सकते हैं।

## सामाजिक संप्रेषण अथवा जनसंचार

यह विशाल जनसमुदाय के बीच संपन्न होता है। आगे हम जनसंचार पर विस्तृत चर्चा करेंगे।

## बोध प्रश्न

- सामान्य रूप से संचार, संप्रेषण और जनसंचार में क्या अंतर है?
- संप्रेषण के प्रमुख घटकों के नाम बताइए।
- आत्म संप्रेषण किसे कहते हैं?
- परस्पर संप्रेषण से क्या लाभ हो सकता है?
- समूहगत संप्रेषण से क्या अभिप्राय है?

### 13.3.2 जनसंचार का स्वरूप

छात्रो! आप जान ही चुके हैं कि जनसंचार अथवा मास कम्युनिकेशन में विशाल जनसमुदाय तक संदेश को संप्रेषित किया जाता है। समाचार पत्र, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट आदि के माध्यम से यह कार्य आसानी से किया जा सकता है। डॉ. अर्जुन तिवारी के अनुसार 'किसी तथ्य, सूचना, ज्ञान, विचार और मनोरंजन को व्यापक ढंग से जनसामान्य तक पहुँचाने की प्रक्रिया जनसंचार है।' कहने का आशय है कि व्यापक रूप से सूचनाओं को विशाल जनसमूह तक पहुँचाने की प्रक्रिया जनसंचार कहलाता है। जनसंचार में या अधिक व्यक्तियों द्वारा व्यापक जनसमूह तक जानकारी उपलब्ध की जाती है। इसके लिए विविध संचार माध्यमों का उपयोग किया जाता है। जनसंचार के कुछ तत्व हैं - स्पष्टता, सत्यता, पूर्णता, रोचकता, उद्देश्यपूर्णता, संक्षिप्तता, निरंतरता और जागरूकता।

## राष्ट्रीय विकास में जनसंचार की भूमिका

राष्ट्रीय विकास में जनसंचार की भूमिका महत्वपूर्ण है। इससे विकास की प्रक्रिया को बढ़ावा मिलता है। यह सूचना का स्रोत है। संचार के साधन दुनिया का ढाँचा ही बदल सकते हैं। सिर्फ सूचना उपलब्ध कराना ही जनसंचार का उद्देश्य नहीं है बल्कि सामाजिक परिवर्तन अंतिम लक्ष्य है। इससे सामाजीकरण भी संभव होता है। यदि इन माध्यमों का समुचित उपयोग नहीं होगा तो दायित्वहीनता बढ़ सकता है जो समाज के लिए घातक है।

जनसंचार का विकास समाज की जरूरतों को पूरा करने के लिए हुआ। मनुष्य हमेशा ही अपने विचारों और तथ्यों को एक-दूसरे से बाँटना चाहता है और दूर-दूर तक फैलाना चाहता है। इसी उद्देश्य की पूर्ति हेतु जनसंचार के साधन सामने आए। जनसंचार परिवेश के प्रति जागरूकता पैदा करते हैं तथा जनता को खतरों और अवसरों की जानकारी प्रदान करते हैं।

### बोध प्रश्न

- सामान्य रूप से जनसंचार का क्या अर्थ है?
- जनसंचार के तत्वों का नाम बताइए।
- जनसंचार का अंतिम लक्ष्य क्या है?

### 13.3.3 जनसंचार के विविध माध्यम

जनसंचार माध्यमों में हिंदी के महत्व और भाषा के प्रयोग पर चर्चा करने से पहले जनसंचार के विविध रूपों पर संक्षिप्त रूप से चर्चा करेंगे। छात्रो! आप होर्डिंग, पर्चे, डुगडुगी, लाउडस्पीकर, रेडियो, टीवी, समाचार पत्र आदि विविध जनसंचार माध्यमों के बारे में तो जानते ही हैं। इनमें से कुछ मुद्रण माध्यम हैं तो कुछ श्रव्य और कुछ दृश्य-श्रव्य। आप अगले अध्याय में विस्तार से इन माध्यमों के बारे में अध्ययन करेंगे। अब हम जनसंचार माध्यमों में हिंदी के महत्व के बारे में जानकारी प्राप्त करेंगे।

### 13.3.4 जनसंचार के विविध माध्यम : हिंदी

बात को अभिव्यक्त करने के लिए जनसंचार के विविध माध्यमों में अलग-अलग प्रकार से भाषा का प्रयोग किया जाता है। जनसंचार माध्यमों की उपयोगिता को बढ़ाने में भाषा की भूमिका महत्वपूर्ण है। आप यह जानते ही हैं कि जनसंचार माध्यमों में अनेक उपादानों का प्रयोग किया जाता है। जैसे, समाचार पत्र, रेडियो, टीवी आदि। इन माध्यमों के अनुसार भाषा का प्रयोग करना पड़ता है। इन माध्यमों का उद्देश्य है विश्व के घटनाक्रम से पाठकों/ दर्शकों/ श्रोताओं को परिचित कराना। मुद्रित माध्यमों में प्रकाशित जानकारी को आप अपने समय के अनुरूप पढ़ सकते हैं। अन्य माध्यमों की तुलना में यह अधिक स्थायी होता है। शेष दोनों माध्यम आपको बाँधकर रखते हैं। इन माध्यमों में जिस भाषा का प्रयोग किया जाता है वह आसानी से समझने में आने वाली होनी चाहिए। कहने का अर्थ है, कि बात को व्यक्त करने के लिए सरल वाक्यों और

बोधगम्य शब्दों का प्रयोग करना चाहिए। अब आइए, जनसंचार के विविध माध्यमों में प्रयुक्त हिंदी भाषा के बारे में जानकारी प्राप्त करेंगे।

### (i) दृश्य माध्यम की भाषा

यहाँ दृश्य माध्यम में प्रमुख रूप से समाचार पत्रों की भाषा पर चर्चा की जा रही है। इसके अंतर्गत समाचारों की भाषा, संपादकीय की भाषा और विज्ञापनों की भाषा की जानकारी प्राप्त करेंगे।

### समाचारों की भाषा

किसी भी समाचार के तीन अंग होते हैं - शीर्षक, आमुख और शरीर। इन तीनों अंगों की भाषा अपनी विशेषताओं के कारण भिन्न होती है।

### समाचार का शीर्षक

समाचार शीर्षक का उद्देश्य पाठक/ श्रोता को समाचार के वर्ण्य विषय के बारे में बताना और समाचार पढ़ने की जिज्ञासा जगाना। समाचार के शीर्षक की भाषा की कुछ विशेषताएँ इस प्रकार हैं -

1. शीर्षक बहुअर्थी नहीं होना चाहिए।
2. शीर्षक का आरंभ क्रिया से नहीं होना चाहिए।
3. शीर्षक में पुनरावृत्ति नहीं होनी चाहिए।
4. शीर्षक में निषेधात्मक शब्द का प्रयोग नहीं करना चाहिए।
5. शीर्षक विषय के अनुरूप होना चाहिए।

समाचार पत्रों में प्रायः तीन प्रकार के शीर्षक देखने को मिलते हैं - प्रासंगिक शीर्षक, मुख्य शीर्षक और गौण शीर्षक।

**प्रासंगिक शीर्षक :** इस शीर्षक को मुख्य शीर्षक से ऊपर लिखा जाता है। यह मुख्य शीर्षक की बात को अधिक स्पष्ट करने में सहायक सिद्ध होता है। यथा -

पुंछ सीमा (छोटे अक्षरों में)

पाक सेना की गोलीबारी (बड़े अक्षरों में)

उपर्युक्त उदाहरण में 'पुंछ सीमा' प्रासंगिक शीर्षक है। प्रासंगिक शीर्षक पाठक को मुख्य शीर्षक के बारे में स्पष्ट कर देता है जिससे पाठक अपनी रुचि के अनुरूप समाचार का चयन करके पढ़ सकें।

**मुख्य शीर्षक :** कुछ शीर्षकों में ऊपर छोटे अक्षरों में प्रासंगिक शीर्षक होता है और उसके नीचे बड़े अक्षरों में मुख्य शीर्षक होता है। उपर्युक्त उदाहरण में 'पुंछ सीमा' प्रासंगिक शीर्षक है तथा 'पाक सेना की गोलीबारी' मुख्य शीर्षक।

**गौण शीर्षक :** कभी-कभी यह देखने को मिलता है कि मुख्य शीर्षक के नीचे छोटे अक्षरों में एक और शीर्षक दिया जाता है जो मुख्य शीर्षक की बात को अधिक विस्तृत करता है। यह गौण शीर्षक है। यथा -

**बाढ़ से आंध्र बेहाल (बड़े अक्षरों में - मुख्य शीर्षक)**

मृतकों की संख्या 31 हुई, सैकड़ों फँसे, सड़क व रेल संपर्क टूटा (छोटे अक्षरों में - गौण शीर्षक)

इनके अतिरिक्त कुछ और प्रकारों के शीर्षकों का भी प्रयोग किया जाता है। जैसे - एक पंक्ति का शीर्षक, दो पंक्ति का शीर्षक, विलोम स्तूपी शीर्षक, सोपानी शीर्षक, आयताकार शीर्षक, ब्लाक शीर्षक, पताका शीर्षक, राकेट शीर्षक, गगन रेखा आदि।

**एक पंक्ति का शीर्षक (Cross Line) :** इसे vey line भी कहा जाता है। यह शीर्षक एक ही पंक्ति की होती है। इसमें यह ध्यान रखा जाता है कि कॉलम की चौड़ाई से अधिक न हो।

**दो पंक्ति का शीर्षक (Double Cross Line) :** नाम से ही स्पष्ट है कि यह शीर्षक दो पंक्तियों की होती है। यह एक से अधिक कॉलम में फैली होती है।

**विलोम स्तूपी शीर्षक (Inverted Pyramid) :** इस तरह के शीर्षकों में पहली पंक्ति क्रॉस लाइन के समान पूरे कॉलम में फैली होती है, दूसरी पंक्ति उससे छोटी होती है तथा तीसरी पंक्ति उससे भी छोटी।

**सोपानी शीर्षक (Stepped or Drop Line) :** यह शीर्षक वस्तुतः तीन पंक्तियों की होती है। पहली पंक्ति के बाद की पंक्तियाँ बढ़ते क्रम में होती हैं। इसका आकार देखने में सीढ़ीनुमा होता है। इसलिए इसे सीढ़ीदार शीर्षक भी कहा जाता है।

**आयताकार शीर्षक (Square Indention) :** इस तरह के शीर्षक का स्वरूप आयताकार होता है। कहने का अर्थ है कि शीर्षक की पंक्तियाँ कॉलम को पूरी तरह से भर देती हैं।

**ब्लाक शीर्षक (Block Head) :** मुख्य शीर्षक बाईं ओर से आरंभ होकर कॉलम पूरा भर जाता है। उसके नीचे एक बिंदु (□) देकर उसके आगे दूसरा शीर्षक कुछ छोटे व हल्के टाइप में दिया जाता है।

**पताका शीर्षक (Banner) :** समाचार पत्र के मुख पृष्ठ पर सबसे ऊपर आठ कॉलम में फैले हुए मोटे टाइप में जो शीर्षक दिया जाता है उसे पताका शीर्षक अथवा प्रमुख शीर्षक कहा जाता है। इसका प्रयोग महत्वपूर्ण समाचार को प्रमुखता से प्रदर्शित करने के लिए किया जाता है।

छात्रो! अब हम कुछ समाचारों के शीर्षकों पर ध्यान देंगे -

**खेल समाचार**

- भारतीय कोच कम नहीं

- ट्वेंटी-20 का ट्रेड मार्क
- गेंद अब भारत के पाले में
- भारत को कांस्य
- आईसीसी टेस्ट रैंकिंग में विराट सातवे नंबर पर खिसके
- आक्रामक शैली से मिला रजत

### राजनैतिक समाचार

- वोटतंत्र सुधार पर संसद की मुहर
- नोट देकर वोट माँगने वाला नेता
- चुनाव आयोग के तेवर
- केंद्र ने फिर नीति बदली
- भाजपा-तेरसा गठजोड़
- वर्चुअल माध्यमों से ही चुनाव प्रचार

### बाजार समाचार

- सेंसेक्स 264 अंक उछला
- सोना लुढ़की, चाँदी उछला
- चीनी तेज
- मसालों की माँग बढ़ी
- गतिविधियाँ पटरी पर लौटी

### 'को' वाली शीर्ष पंक्तियाँ

- आदिवासियों को ईसाई धर्म अपनाने का लालच
- वर्तमान राजनैतिक नेतृत्व को चुनौतियाँ
- यूजीसी मान्यता को लेकर गरमाई राजनीति

### 'के' वाली शीर्ष पंक्तियाँ

- कोरोना के 188 केस दर्ज
- सरकार के खिलाफ निर्णायक लड़ाई
- घटे तेलों के दाम

### 'ने' वाली शीर्ष पंक्तियाँ

- पुलिस ने दो आरोपियों को किया फिरफ़्तार
- हाईकोर्ट ने हर्षवर्धन पर ठोंका जुर्माना
- ऑस्ट्रेलिया ने इंग्लैंड को रौंदा
- खेल मंत्री ने किया सम्मानित

## ‘के लिए’ वाली शीर्ष पंक्तियाँ

- सफलता के लिए मकसद जरूरी
- लोकतंत्र के लिए खतरा?
- चुनावों के लिए अधिसूचना
- विश्वकप के लिए

छात्रो! आप यह भी देख सकते हैं कि शीर्ष पंक्तियों में प्रश्न चिह्न और विस्मय बोधक चिह्नों का भी प्रयोग किया जाता है।

## बोध प्रश्न

- समाचार पत्रों में शीर्षकों के महत्व पर प्रकाश डालिए।
- समाचार के शीर्षक की भाषा की क्या विशेषताएँ हैं?

## समाचार का आमुख

छात्रो! आप समाचारों की शीर्ष पंक्तियों के बारे में जानकारी प्राप्त कर ही चुके हैं। अब हम आमुख की भाषा पर ध्यान देंगे क्योंकि आमुख समाचार का प्राण तत्व होता है। आमुख/ इंट्रो/ मुखड़ा समाचार का प्राण है। इसे अग्रसार अथवा कथामुख भी कहा जाता है। यह अंग्रेजी शब्द ‘इंट्रो’ का पर्याय है जो ‘इंट्रोडक्शन’ के संक्षिप्त रूप है। यह समाचार का आरंभिक अंश होता है। इसमें समग्र समाचार का सार प्रस्तुत होता है। आमुख में समाचार संबंधी छह जिज्ञासाओं (छह ककार - क्या, कब, कहाँ, क्यों, कैसे, किसने) का समाधान करने वाली संक्षिप्त सामग्री रहती है। समाचार आमुख वास्तव में शीर्षक का ही विस्तार होता है। विवरणात्मकता और सूचनात्मकता आमुख की भाषा के गुण हैं। आमुख की भाषा के लिए कोई नियम नहीं है। आमुख लिखते समय एक बात का ध्यान रखना चाहिए - आमुख और पूरे समाचार की संरचना विलोम स्तूपी होनी चाहिए। अर्थात् आवश्यक और महत्वपूर्ण सूचनाएँ पहले और कम महत्वपूर्ण सूचनाएँ बाद में देनी चाहिए।

## बोध प्रश्न

- आमुख किसे कहते हैं?

## समाचार का शरीर

समाचार के शरीर की भाषा सरल होनी चाहिए। कहने का अर्थ है कि आम जनता को समाचार समझने में कठिनाई न हो, ऐसी सरल और सुबोध भाषा का प्रयोग करना चाहिए। बहुअर्थी शब्दों का प्रयोग नहीं करना चाहिए, नहीं तो अर्थ का अनर्थ हो सकता है। समाचारों में व्यर्थ शब्द-जाल का भी प्रयोग नहीं करना चाहिए। आडंबरयुक्त विशेषणों से बचना चाहिए। समाचारों की संरचना विलोम स्तूपी होनी चाहिए। विलोम स्तूपी संरचना से यह लाभ होता है कि यदि समाचार बड़ा हो जाए और उसे घटाना पड़े तो बाद के अनुच्छेदों को हटाया जा सकता

है जिससे मुख्य समाचार को कोई क्षति नहीं पहुँचेगी। लंबे और जटिल वाक्यों का प्रयोग नहीं करना चाहिए।

### बोध प्रश्न

- विलोम स्तूपी संरचना से क्या लाभ हो सकता है?

### समाचार एक नमूना

#### नकली नोट रखने के आरोप में दो युवक गिरफ्तार

भोपाल - 11 दिसंबर (भाषा)। भोपाल पुलिस ने दो लोगों को गिरफ्तार कर उनके पास से 12 लाख रुपए से अधिक मूल्य के नकली नोट जब्त किए हैं। पुलिस ने बताया कि आरोपी भोपाल के छोटे बाजारों और जुआरियों के बीच नकली नोटों की खपत करते थे।

अतिरिक्त पुलिस अधीक्षक (एएसपी) अंकित जायसवाल ने कहा कि पुलिस की अपराध शाखा के एक दल ने आरोपियों को गिरफ्तार कर और उनके कब्जे से 500 रुपए के नोटों के रूप में 12.17 लाख मूल्य रुपए के नकली नोट जब्त किए। उन्होंने कहा कि आरोपियों के पास एक स्कैनर प्रिंटर और पटवारी तथा रजिस्ट्रार की नकली सील और एक बाइक बरामद की गई है। जायसवाल ने बताया, एक गुप्त सूचना के आधार पर 26 वर्षीय सतीश शंकर को मुबारकपुर परवलिया में नकली नोटों से भरे बैग के साथ पकड़ा गया था। उन्होंने कहा कि पूछताछ के दौरान शंकर ने बताया कि उसे 32 वर्षीय रुद्र चौहान ने नकली नोट दिए थे। इसके बाद पुलिस ने चौहान को भी पकड़ लिया।

### बोध प्रश्न

- आप किसी घटना का समाचार लिखिए।

### विज्ञापनों की भाषा

बाजार और व्यापार के क्षेत्रों में निर्धारित लक्ष्य को प्राप्त करने का महत्वपूर्ण साधन विज्ञापन है। इसके प्रमुख उद्देश्यों पर ध्यान देने से यह स्पष्ट होता है कि किसी भी उत्पाद के बारे में ग्राहकों तक जानकारी पहुँचाने के लिए विज्ञापन सहायक होते हैं। इनके मुख्य उद्देश्यों को इस प्रकार सूचीबद्ध किया जा सकता है -

1. उत्पादों की जानकारी देना
2. विक्रय वृद्धि करना
3. विश्वसनीयता जगाना
4. वितरण प्रणाली को सहज बनाना
5. उत्पादक और उपभोक्ता के बीच संबंध स्थापित करना
6. प्रतिस्पर्धा की क्षमता रखना

मोटे तौर पर विज्ञापन दो प्रकार के होते हैं - वर्गीकृत विज्ञापन और प्रायोजित विज्ञापन। इनको फिर से विभाजित किया जा सकता है। विषयों के अनुसार विभाजित विज्ञापन वर्गीकृत विज्ञापन के अंतर्गत आते हैं। उदाहरण के लिए - टेंडर नोटिस, जन्म-विवाह-मृत्यु से संबंधित, मकान खरीददारी एवं किराए संबंधित, पुस्तक प्रकाशन, क्रय-विक्रय संबंधी आदि। प्रायोजित विज्ञापन मूलतः सरकारी अथवा गैर-सरकारी संस्थानों, व्यावसायिक संगठनों, स्वैच्छिक संस्थाओं के द्वारा दिया जाता है।

विज्ञापन बनाने के लिए रोचक, आकर्षक, चमत्कारपूर्ण और प्रभावशाली भाषा का प्रयोग करना चाहिए। 'आकर्षण' विज्ञापन का अनिवार्य गुण है। लेकिन इतना ही काफी नहीं है। इसके लिए भाषा के सरस, सहज, आकर्षक तुकबंदी से युक्त होने के साथ ही 'पंच' होना अनिवार्य है। कुछ उदाहरण देखें -

- एक आइडिया दुनिया बदल डाले

(यह विज्ञापन का आइडिया कंपनी का है। इसमें प्रयुक्त शब्द 'आइडिय' सामान्य शब्द है। अर्थ के स्तर पर देखें ओ इसमें दो अर्थ ध्वनित होते हैं - एक यह कि विचार दुनिया को बदल देगा और दूसरा यह कि 'आइडिया प्रोडक्ट' दुनिया को बदल देगा)

- क्लियरसिल मुहाँसों को खोलती है, उन्हें माँजती है, साफ करती है, दूर करती है।

(यहाँ क्रिया प्रयोग को देखा जा सकता है - खोलना, माँजना, साफ करना और दूर करना। ध्यान देने की बात है - 'खोलना' क्रिया का प्रयोग हम विविध संदर्भों में करते हैं। जैसे - ढक्कन खोलना, दरवाजा खोलना आदि। इसी तरह 'माँजना' शब्द सामान्य रूप से बर्तन माँजने के लिए प्रयोग किया जाता है। लेकिन यहाँ मुहाँसों को खोलने की बात कही गई है। मुहाँसा जो ठोस हो चुका है उसे मुलायम करके, नरम करके एकदम से सॉफ्ट करके खोलना, उसे अंदर तक माँजना, साफ करना और उसके बाद उसे दूर करना। इसमें 'खोलना' प्राण क्रिया है।)

- कर लो दुनिया मुट्टी में

(दुनिया को मिट्टी में करने का अर्थ है अपने वर्चस्व को बनाना। यहाँ 'रिलायंस' दुनिया भर पर अपना राज कायम करना चाहता है।)

- कुछ मीठा हो जाए

(यह कैडबरी का विज्ञापन है। यहाँ 'मीठा' मिठाई के प्रतीक के रूप में प्रयुक्त हुआ है। विज्ञापनदाता ने इसमें अनेक सांस्कृतिक आयामों को जोड़ा है - छोटी छोटी खुशियाँ, पप्पू का पास होना, तीज-त्योहार आदि। कुछ मीठा हो जाए में अनेक व्यंजनाएँ हैं।)

कहने का आशय है कि विज्ञापनों के लिए आकर्षक और सृजनात्मक भाषा का प्रयोग अनिवार्य है। विज्ञापनों में लोकतत्व का भी समावेश किया जाता है।

## बोध प्रश्न

- विज्ञापन की भाषा कैसी होनी चाहिए?
- विज्ञापन के प्रमुख उद्देश्य क्या हैं?

## संपादकीय की भाषा

अब थोड़ी सी चर्चा संपादकीय की भाषा पर भी कर लेंगे क्योंकि इसकी भाषा समाचारों और विज्ञापनों की भाषा से अलग होती है। संपादकीय पृष्ठ पर प्रकाशित अग्रलेख या संपादकीय समाचार पत्र का प्राण होता है। इसमें किसी भी समसामयिक विषय पर बेबाक विश्लेषण रहता है। विषय का गंभीर विवेचन होना चाहिए तथा शैली रोचक। पाँच सौ अथवा छह सौ शब्दों के संपादकीय को आदर्श माना जाता है।

## संपादकीय का नमूना

### प्रेस के लिए सबसे खतरनाक वक्त (डेली हिंदी मिलाप, 20 अप्रैल, 2019)

एक तरफ पूरी देश में आम चुनाव के रूप में लोकतंत्र का महापर्व चल रहा है, तो दूसरी ओर 'रिपोर्टर्स विदाउट बॉर्डर्स' की रिपोर्ट आई है कि दुनिया भर में प्रेस की आजादी के मामले में भारत का प्रदर्शन लगातार बदतर होता जा रहा है। इसे भारतीय लोकतंत्र पर अशोभनीय टिप्पणी माना जा सकता है क्योंकि प्रेस किसी लोकतांत्रिक व्यवस्था का चौथा स्तंभ होती है। विडंबना है कि दुनिया का सबसे बड़ा लोकतंत्र इस वर्ष प्रेस की आजादी के लिहाज से 2 सीढ़ी नीचे खिसक गया है। कुल 180 देशों में हम 140 वें स्थान पर हैं। यह तथ्य और भी चिंताजनक है कि भारत में चल रहे चुनाव प्रचार के दौर को पत्रकारों के लिए खास तौर पर सबसे खतरनाक वक्त के तौर पर चिह्नित किया गया है। इसे झुठलाया नहीं जा सकता कि चुनावी दौर में प्रेस की नैतिकता भी दाँव पर होती है - जान तो खैर जोखिम में रहती ही है!...

## बोध प्रश्न

- संपादकीय की भाषा कैसी होनी चाहिए?
- आप किसी भी विषय पर एक संपादकीय लिखिए।

## (ii) श्रव्य माध्यम की भाषा

श्रव्य माध्यमों के अंतर्गत हम यहाँ प्रमुख रूप से रेडियो की भाषा पर दृष्टि केंद्रित करेंगे। आप रेडियो में सिर्फ वक्ता की आवाज को सुन सकेंगे। ध्वन्यात्मकता इस माध्यम का प्रमुख लक्षण है। यहाँ श्रोता अपनी कल्पनाशक्ति का उपयोग कर सकता है। यहाँ ध्वनियों के माध्यम से ही विभिन्न भावों की अभिव्यक्ति होती है। रेडियो की भाषा के संबंध में कहें तो यह सहज होते हुए भी औपचारिक होती है। रेडियो में जो कुछ बोला जाता है उसे पहले ही लिख लिया जाता

है। रेडियो में प्रसारित होने वाले हर शब्द को लिखा जाना आवश्यक भी है। यहाँ तक की उद्घोषणाएँ भी पहले लिखी जानी चाहिए। क्योंकि यदि बिना लिखे उद्घोषणाएँ प्रसारित की गईं तो हमेशा इस बात की संभावना बनी रहती है कि कहीं कोई आवश्यक बात उसमें शामिल न कर पाएँ या फिर बोलते समय वाक्य रचना में गलती हो जाए। इतना ही नहीं, लिंग और वचन में गलती हो सकती है। त्रुटिपूर्ण या अधूरी वाक्य रचना सुनते समय श्रोता को अटपटी लग सकती है। यहाँ उद्घोषणा, सूचना, मौसम का हाल से लेकर नाटक, कविता, कहानी तक सबको लिखा जाना आवश्यक है।

## उद्घोषणा की भाषा

यदि आप रेडियो कार्यक्रम सुनते हैं तो आपको एक आवाज सुनाई देगी ... मीडियम वेव इतने मीटर पर अर्थात् इतने किलोहर्ट्ज पर आकाशवाणी का अमुक केंद्र ... आप सुन रहे हैं..... आपके साथ आपका.....

यही उद्घोषणा है। यह भी एक तरह का मुनादी ही है। किसी भी रेडियो केंद्र के प्रसारण की शुरुआत इसी तरह उद्घोषण के स्वर से ही होती है और समापन भी। यह भी कहा जा सकता है कि उद्घोषक की आवाज उस रेडियो केंद्र की पहचान बन जाती है। उद्घोषक प्रसारण केंद्र का परिचय देने के साथ-साथ हर कार्यक्रम के समय और नाम का भी ऐलान करता है। कहने का आशय है कि सार्वजनिक जानकारी के लिए दी जाने वाली सूचना को उद्घोषणा कहा जा सकता है।

## उद्घोषक के लिए कुछ ध्यान देने योग्य बातें

हर उद्घोषक को चुनने से पहले उसकी आवाज की परीक्षा की जाती है। उद्घोषक के लिए कुछ आवश्यक बातें इस प्रकार हैं - प्रसारण योग्य स्वर, शुद्ध उच्चारण, स्वर में उतार-चढ़ाव, सामान्य ज्ञान और आलेख लेखन की क्षमता।

### 1. प्रसारण योग्य स्वर

यह किसी भी उद्घोषक की मूलभूत आवश्यकता है। रेडियो एक श्रव्य माध्यम है अतः यहाँ सब कुछ आवाज पर ही चलता है। इसलिए कर्णप्रिय और आकर्षक आवाज होना उद्घोषक के लिए अनिवार्य है। नियमित अभ्यास से भी आवाज को निखारा जा सकता है।

### 2. शुद्ध उच्चारण

रेडियो कार्यक्रमों में उच्चारण की शुद्धता का अधिक महत्व रहता है। आकाशवाणी को उच्चारण के लिए मानक माना जाता है। गलत उच्चारण से शब्द का अर्थ ही बदल जाता है। अक्सर 'श', 'ष' और 'स' के उच्चारण में गलती करते रहते हैं। 'ष' के स्थान पर 'स' का उच्चारण करते हैं- 'भाषा' के स्थान पर 'बासा'। 'आकाश' के लिए 'अकास', 'गृहमंत्री' के लिए 'ग्रहमंत्री', 'स्त्री' के लिए 'इस्तरी', 'स्थायी' के लिए 'अस्थायि', 'स्कूल' के लिए 'इसकूल' आदि कुछ ऐसे ही

प्रयोग हैं। 'ग़म' को यदि 'गम' के रूप में उच्चारण के करें तो दुख के स्थान पर गोंद (gum) बन जाएगा। तो आइए, हम कुछ वाक्यों पर ध्यान देंगे जिनमें नुक्ते के प्रयोग के कारण अर्थ में बदलाव होता है -

- 'ज़माना' ही ऐसा है, रौब 'जमाना' पड़ रहा है।
- 'खुदा' ने बचाया, वहाँ तो गहरी गड्ढा 'खुदा' हुआ था।

### 3. स्वर में उतार-चढ़ाव

उद्धोषणा भले ही कागज़ पर लिखा हुआ होता है, उसे पढ़ना नहीं बल्कि लाखों लोगों को सुनाना होता है। ऐसा बोलना पड़ता है कि श्रोता को यह लगे कि उद्धोषक उससे ही बात कर रहा है। उसे अपनी आवाज़ को इस प्रकार ट्यून करना चाहिए कि उसमें से भावनाएँ स्पष्ट रूप से अभिव्यक्त हो सके। छोटे से पाँज से या फिर शब्दों के अतार-चढ़ाव वाक्य का पूरा अर्थ बदल सकता है। उदाहरण के लिए देखिए -

सामान्य वाक्य : रुको मत जाओ।

पाँज के साथ : रुको ... मत जाओ।

उतार-चढ़ाव के साथ : रुको मत... जाओ...

उपर्युक्त तीनों वाक्यों में अर्थ भेद को स्पष्ट रूप से देखा जा सकता है।

### 4. सामान्य ज्ञान

हर कार्यक्रम के लिए सटीक उद्धोषणा लिखने के लिए भी उद्धोषक को सामान्य ज्ञान होना चाहिए। कहने का अर्थ है कि उसे हर विषय कि थोड़ी सी जानकारी होनी चाहिए जिसे समय आने पर उपयोग किया जा सके।

### 5. आलेख लेखन की क्षमता

उद्धोषणाओं को आकर्षक एवं रोचक बनाने के लिए भाषा पर गहरी पकड़ के साथ-साथ लिखने की क्षमता भी होनी चाहिए।

### 6. संभाषण कला का विकास

उद्धोषक को धाराप्रवाह बोलने का अभ्यास होना चाहिए। वाचन करते समय या उद्धोषणा के दौरान अटकना नहीं चाहिए। अतः उसे संभाषण कला में निपुण होना चाहिए। सुर में आरोह-अवरोह के माध्यम से तथा छोटे-छोटे 'पाँज' देकर वाचन तथा उद्धोषणा को प्रभावी बनाया जा सकता है। उदाहरण के लिए देखिए एक सामान्य वाक्य - पिताजी ने मुझे सौ रुपए दिए। अब इसी वाक्य को जब हम विराम देकर उच्चारण करेंगे तो अलग-अलग अर्थ निकल सकता है। जैसे -

(आ) पिताजी ने मुझे सौ रुपए दिए।

(इस वाक्य में 'पिताजी ने' पर बल है और उसके बाद छोटा सा विराम। इससे यह अर्थ निकलता है कि पिताजी ने ही मुझे सौ रुपए दिए, किसी और ने नहीं।)

(आ) पिताजी ने मुझे सौ रुपए दिए।

(इस वाक्य में 'मुझे' पर बल है और उसके बाद विराम। इससे यह अर्थ निकलता है कि पिताजी ने सर्फ मुझे दिए हैं और किसीको नहीं।)

(इ) पिताजी ने मुझे सौ रुपए दिए।

(इस वाक्य में 'सौ रुपए' पर बल है और उसके बाद विराम। इससे यह अर्थ निकलता है कि सिर्फ सौ रुपए ही दिए हैं।)

वाक्य एक ही है लेकिन बल और विराम के कारण अलग अर्थ ध्वनित होता है। गलत जगह पर वाक्य को तोड़ने से या विराम देने से प्रभाव नष्ट हो जाता है।

इसी प्रकार जब हम किसी वर्ण या शब्द के बाद थोड़ा पॉज़ देकर दूसरा वर्ण या शब्द का उच्चारण करेंगे तो भी अर्थ बदल सकता है। उदाहरण के लिए -

(अ) पीली (रंग) = पी.... ली....

(आ) तुम्हारे = तुम.... हारे....

(इ) होली = हो.... ली....

### बोध प्रश्न

- किसी भी रेडियो कार्यक्रम की उद्घोषणा ध्यान से सुनिए। आपको उनमें क्या अच्छाइयाँ और कमियाँ नज़र आईं, उन्हें लिखिए।
- उद्घोषक के लिए अपेक्षित गुण क्या हैं?

### रेडियो समाचारों की भाषा

रेडियो समाचार स्पष्ट, सूचनाप्रद और निष्पक्ष होने चाहिए। रेडियो समाचार में कुछ बातों पर विशेष ध्यान रखना चाहिए-

श्रोता समाचार सुन रहा होता है। इसलिए समाचार की भाषा सरल और बोलचाल की भाषा होनी चाहिए। तभी सूचनाओं को श्रोता तक सही रूप से पहुँचाया जा सकता है। समाचारों की भाषा में आडंबरता, आलंकारिकता और लाक्षणिकता का प्रयोग नहीं करना चाहिए। छोटे-छोटे और सरल वाक्यों का प्रयोग करना चाहिए। रेडियो समाचार केवल सुने जाते हैं अतः पुनरावृत्ति से बचना चाहिए। समाचार में जिस व्यक्ति का उल्लेख किया जा रहा हो

उसकी गरिमा के अनुरूप शब्दों का प्रयोग करना चाहिए। अधिकांश बुलेटिन दस मिनट के होते हैं। एक मिनट में सौ से एक सौ बीस शब्द तक बोले जा सकते हैं। प्रिंट मीडिया में जहाँ समाचार को विस्तार से दिया जाता है वहीं रेडियो समाचार संक्षिप्त होता है। रेडियो समाचार की भाषा का एक उदाहरण देखिए -

यह आकाश वाणी है। अब आप आशा त्रिवेदी से समाचार सुनिए।

संसद का बजट सत्र इक्कीस फरवरी से शुरू होगा और दस मई तक चलेगा। रेल बजट छब्बीस फरवरी और आम बजट अट्ठाईस फरवरी को पेश किया जाएगा। सात सप्ताह से अधिक चलने वाले सत्र में बाईस मार्च से बाईस अप्रैल तक करीब एक महीने तक अवकाश होगा। आज मंत्री मंडल की संसदीय मामलों की समिति की बैठक में यह फैसला किया गया। समिति की सिफारिशें अब राष्ट्रपति के पास भेजी जाएँगे ताकि इस संबंध में अधिसूचना जारी हो सके। सार्वजनिक क्षेत्र की कंपनी ऑइल इंडिया के शेयरों की आज भारी माँग रही। सरकार को मौजूदा वित्त वर्ष में इस विनिवेश से कम से कम तीन हजार एक सौ करोड़ रुपए मिलने का अनुमान है। नेशनल स्टॉक एक्सचेंज के अनुसार दिन में लगभग तीन बजे तक साढ़े सात करोड़ शेयरों की माँग थी जबकि विनिवेश छह करोड़ एक लाख शेयरों का होना है। सरकार ऑइल इंडिया के अपने दस प्रतिशत शेयरों की बिक्री कर रही है और उसके लिए न्यूनतम कीमत पाँच सौ दस रुपए प्रति शेयर रखी गई है।

## बोध प्रश्न

- रेडियो समाचारों की भाषा कैसी होनी चाहिए?
- रेडियो समाचार में किन बातों पर ध्यान देना आवश्यक है?

## रेडियो विज्ञापनों की भाषा

रेडियो में विज्ञापनों को पात्रानुकूल भाषा में सुनाया जा सकता है। ध्वनि संयोजन और संगीत के मिश्रण से विज्ञापनों को आकर्षक बनाया जा सकता है। छोटे-छोटे सरल वाक्यों का प्रयोग करते हुए आवाज़ में उतार-चढ़ाव लाने से प्रभाव को बनाया जा सकता है। उदाहरण के लिए -

एक बात बताएँगे आप  
खीर की खुशबू कभी फोन पर आई थी?  
फोन पर किसी ने आपको गरमा गरम रोटियाँ खिलाई थी?  
याद कीजिए।  
सर्दियों में फोन पर ही किसी ने कंबल ओढ़ाया था?  
बुखार में माथे पर पट्टियाँ किसी ने फोन से तो नहीं रखी थी ?  
और कहानियाँ भी सुनी थी तो किसी की गोद में बैठकर  
फोन पर नहीं।

एकजाम्स से पहले दही और पास हुए तो मीठा  
फोन पर तो नहीं खाया गया था न!  
आपके भी किसी दूर रहने वाली चाची, पड़ोसवाली दादी या मौसी ने  
आपके लिए यही सब किया होगा।  
इसलिए इस दिवाली उन्हें आप फोन मत कीजिए।  
कुछ मीठा लीजिए और जाकर मिलिए।  
और वैसे भी फोन पर पैर नहीं छू सकते आप।  
तो इस दीवाली आप उन्हें कैसे खुश करेंगे?  
कैडबरी सेलेब्रेशनस्  
कुछ मिठास हो जाए!

इस विज्ञापन में भावों को प्रभावशाली ढंग से अभिव्यक्त करने के लिए आवाज के उतार-चढ़ाव के साथ विराम का प्रयोग किया गया है। साथ ही पार्श्व में मधुर संगीत सुनाई देती है।

### बोध प्रश्न

- रेडियो विज्ञापनों की भाषा कैसी होनी चाहिए?

### (iii) दृश्य-श्रव्य माध्यम की भाषा

दृश्य माध्यमों के अंतर्गत सिनेमा, टीवी, वीडियो फिल्म आदि को सम्मिलित किया जा सकता है। इन माध्यमों से सूचनात्मक, ज्ञानवर्धक, विश्लेषणात्मक और मनोरंजनात्मक कार्यक्रमों का प्रसारण होता है।

### सिनेमा की भाषा

सिनेमा की भाषा वह है जो निर्देशक कैमरा की आँख से दर्शक को दिखाता है। इसलिए हम यह कह सकते हैं कि कैमरे का एंगल, गति, गीत, संगीत, पार्श्व संगीत, नृत्य, अभिनय, रंग-सज्जा, साज-सज्जा, वेश-भूषा, सेट्स, संवाद आदि सिनेमा की भाषा के प्रमुख तत्व हैं। कभी कभी तो मौन भी बहुत कुछ कह देता है। जिस बात को हम दो-तीन पृष्ठों में वर्णन करते हैं, उसी को सिनेमा में दृश्यों के माध्यम से कहना होता है। साहित्य में भावों का वर्णन शब्दों के माध्यम से किया जाता है, वहीं सिनेमा में अभिनय के माध्यम से दिखाया जाता है। यह सिनेमा की शक्ति है और उसकी सीमा भी। सिनेमा में छायांकन और चित्रांकन पर ध्यान देना होता है।

भारतीय सिनेमा का शलाका पुरुष है दादा साहब फाल्के। उन्होंने 'राजा हरिश्चंद्र' नामक पहली फीचर फिल्म बनाई थी लेकिन वह मूक फिल्म थी। इसका प्रदर्शन 1913 में हुआ। 'आलम आरा' भारत में बनी पहली बोलती फिल्म थी जिसका प्रदर्शन भी 1913 में हुआ। 1932 में फिल्म 'इंद्रसभा' आई जिसमें 70 गाने थे। कुछ ऐसे भी फिल्म हैं जिनमें संवाद कम हैं लेकिन

दृश्यों और अभिनयों के माध्यम से बहुत कुछ कहा गया है। उदाहरण के लिए 'मुगल-ए-आजम'। कुछ फिल्म के संवाद लोकप्रिय हो जाते हैं। जैसे - शोले - 'तेरा क्या होगा कालिया....'

कुछ लोकप्रिय फिल्मी संवाद देखें -

- जली को आग कहते हैं, बुझी को राख कहते हैं। जिस राख से बारूद बने उसे विश्वनाथ कहते हैं (विश्वनाथ)
- जिंदगी का दूसरा नाम प्रॉब्लम है (बॉर्डर)
- आल ईज़ वेल (3 इडियट्स)

**बोध प्रश्न**

- सिनेमा की भाषा के प्रमुख तत्व क्या हैं?

**टेलीविजन समाचार की भाषा**

टेलीविजन समाचार में किसी स्टोरी को कम समय में दिखाना होता है। इसलिए वाक्य विन्यास को बातचीत की शैली के अधिक निकट रखा जाता है। इस माध्यम में विजुअल्स को प्रमुखता दी जाती है। टेलीविजन की भाषा में तात्कालिकता और गति पर बल दिया जाता है। डॉ. हरिमोहन ने टेलीविजन समाचार लेखन के लिए कुछ महत्वपूर्ण बातों को रेखांकित किया है- घटना में तारतम्यता, चित्रात्मकता, संक्षिप्तता, संभाषणशीलता, रिपोर्ट का समायोजन, समय सापेक्षता आदि। कुछ टीवी समाचारों की शीर्ष पंक्तियों की भाषा देखें -

- कर्ज़माफ़ी को लेकर हाइवे पर उतरे किसान
- देश का गुनहगार क्या बच जाएगा!!
- पुलवामा हमलों का मास्टरमाइंड ढेर
- आतंकियों के पास से भारी मात्रा में गोला-बारूद बरामद

**दूरदर्शन द्वारा प्रसारित समाचारों की भाषा का नमूना**

नमस्कार। आप देख रहे हैं डीडी न्यूज़। आपके साथ मैं हूँ शैला निगार।

यदि कहा जाए कि आतंकी संगठन जम्मू-कश्मीर में अपनी आखिरी दिन गिन रहा है तो शायद गलत नहीं होगा। जी हाँ, आज पुलवामा में चौदह फरवरी को सी आर पी एफ के काफिले पर आतंकी हमले की साजिश रचने वाले अबस को सुरक्षा बालों ने मौत के घाट उतार दिया। आँकड़े यह भी बताते हैं कि पिचले इक्कीस दिनों में ही कश्मीर घाटी में अट्टारह आतंकियों को मार गिराया गया है।

(छात्रो! अब आप इस समाचार को पढ़िए - आरोह और अवरोह के साथ। जी हाँ, जब आप आरोह और अवरोह के साथ पढ़ेंगे तो आप यह पाएँगे कि आप सामने वाले व्यक्ति से बात कर रहे हैं।

## बोध प्रश्न

- टीवी समाचारों की भाषा कैसी होनी चाहिए?

## टीवी विज्ञापनों की भाषा

टीवी विज्ञापनों की भाषा को विकसित करने के लिए भाषा मिश्रण और भाषा परिवर्तन जैसी प्रवृत्तियों का समावेश किया जा रहा है। टीवी विज्ञापन विजुअल है। 'सन डायरेक्ट डीटीएच' का विज्ञापन देखें -

दो आदमी छत पर खड़े हैं। एक आदमी 'सन डायरेक्ट' फिट करता हुआ।

दूसरा व्यक्ति : क्यों? नया डिश!

पहला व्यक्ति : हाँ।

दूसरा व्यक्ति : मेरा भी 65 चैनल।

पहला व्यक्ति : अरे! ये तो मेरा ज्यादा है - 130

दूसरा व्यक्ति : ज़ी, स्टार प्लस, कलर्स है!

पहला व्यक्ति : इससे से भी ज्यादा है। NDTV, Imagine, सोनी और बिंदास भी।  
कितने में लिया?

दूसरा व्यक्ति : सिर्फ 2490

पहला व्यक्ति : शिट! ये तेरा ज्यादा है। सिर्फ 499 ऑनली। (आँखों से इशारे से मुस्कुराकर चला जाता है)

(संगीत)

नेपथ्य : सन डायरेक्ट डी टी एच इंडिया का पहला एम पी ई जी और टेक्नोलॉजी सिर्फ 499 में 5 महीने का सब्सक्रिप्शन। सिर्फ 99/- हर महीना। 130 से ज्यादा चैनल।

छात्रो! इस विज्ञापन को पढ़ने के बाद आप समझ ही चुके होंगे। विज्ञापक ने बहुत आसानी से सन डायरेक्ट की तुलना दूसरे डिश टीवी से करके सन डायरेक्ट की कीमत को कम बताया और ज्यादा उपयोगी सिद्ध किया। इसमें हिंदी-अंग्रेजी भाषा मिश्रण का प्रयोग किया गया है।

एक और उदाहरण देखें -

दूध दूध दूध

पियो ग्लास फुल दूध

दूध है मस्ती एवरी सीजन

## पियो दूध फॉर हेल्दी रीजन

यह मदर डेरी का विज्ञापन है। इसमें दूध की विशेषताओं को बताते हुए बच्चों को दूध पीने के लिए प्रेरित किया गया है। 'हिंग्लिश' (हिंदी-अंग्रेजी मिश्रण) के प्रयोग से तुक और लय उत्पन्न किया गया है।

टीवी विज्ञापनों की भाषा वैविध्यपूर्ण होती है। अपनी वस्तु के बारे में ग्राहक को बताने के लिए तथा वस्तु की बिक्री के लिए आकर्षक विज्ञापनों का सहारा लेना पड़ता है। ऐसी स्थिति में सर्जनात्मकता का प्रयोग करते हुए दो भाषाओं के शब्दों को मिलाकर भी विज्ञापन बनाया जाता है। जैसे - हंगरी क्या (डोमिनोज), ये है 'youngistan' मेरे जान (पेप्सी)। यह सर्जनात्मकता विज्ञापनों की भाषा का प्रमुख गुण है। कभी कभी प्रश्रवाचक और आश्चर्यसूचक प्रयोग किया जाता है। जैसे क्या आपके पेस्ट में नमक है? (कलोस अप), चौंक गए! (टाइड)। प्रेरक प्रतिक्रियाओं का भी प्रयोग किया जाता है - बीवी से जो करे प्यार, परिस्टेज को कैसे इनकार?

### बोध प्रश्न

- टीवी विज्ञापनों में किन प्रवृत्तियों का समावेश किया जाता है?
- सर्जनात्मकता का प्रयोग करते हुए आप एक विज्ञापन बनाइए।

प्रिय छात्रो! अब तक के अध्ययन से आप समझ ही चुके होंगे कि जनसंचार के विविध माध्यमों की भाषा अलग-अलग होती है। अर्थात् श्रव्य, दृश्य और दृश्य-श्रव्य माध्यमों की भाषा एक-दूसरे से भिन्न होती है।

---

## 13.4 पाठ सार

---

प्रिय छात्रो! इस इकाई को पढ़ने के बाद आप समझ ही चुके होंगे कि संचार दो वस्तुओं के बीच भौतिक संपर्क है जो सड़क, रेल, टेलीफोन, कंप्यूटर आदि किसी भी माध्यम के जरिए हो सकता है। जबकि संप्रेषण में संदेश को भेजने का भाव निहित है। इसमें संदेश भेजने वाले, उसे ग्रहण करने वाले और संदेश का माध्यम शामिल होता है। इस प्रक्रिया में संदेश ग्रहण करने वाला व्यक्ति प्रतिक्रिया दे सकता है। यही संदेश जब रेडियो, टेलीविजन, समाचार पत्र अथवा इंटरनेट के माध्यम से व्यापक जनसमूह तक पहुँचता है तो उसे जनसंचार कहते हैं।

जनसंचार माध्यमों का स्वरूप तेजी से बदल रहा है। ये राष्ट्रीय विकास में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। यदि इनका समुचित उपयोग नहीं किया गया तो घातक परिणाम उत्पन्न हो सकते हैं।

जनसंचार माध्यमों को ध्यान में रखते हुए भाषा का प्रयोग करना चाहिए। मुद्रित माध्यम की भाषा दृश्य और दृश्य-श्रव्य माध्यमों की भाषा से अलग होती है। समाचारों की भाषा भी अलग होती है। खेल समाचार की भाषा राजनैतिक समाचार से अलग होती है,

संपादकीय की भाषा विज्ञापनों से अलग होती है। जनसंचार माध्यमों में प्रयुक्त होने वाली भाषा सरल और सुबोध होनी चाहिए। जहाँ तक हो सके छोटे-छोटे वाक्यों का प्रयोग करना चाहिए। शब्द चयन सावधानी से करना होगा। पारदर्शिता होनी चाहिए।

---

### 13.5 पाठ की उपलब्धियाँ

---

इस इकाई अध्ययन से निम्नलिखित निष्कर्ष प्राप्त हुए -

1. जनसंचार (मास कम्यूनिकेशन) में विभिन्न माध्यमों का उपयोग करके व्यापक जन समुदाय तक सूचनाओं/ संदेश को पहुँचाया जाता है।
2. संदेश को एक स्थान से दूसरे स्थान पर पहुँचाने का भाव संचार में निहित है।
3. संप्रेषण को चार प्रकारों में विभाजित कर सकते हैं - आत्म संप्रेषण, परस्पर संप्रेषण, समूहगत संप्रेषण और सामाजिक संप्रेषण अथवा जनसंचार।
4. संप्रेषण के प्रमुख घटक हैं- संप्रेषक, संदेश, माध्यम, पाठक/ श्रोता/ दर्शक तथा प्रतिक्रिया।
5. जनसंचार के कुछ तत्व हैं - स्पष्टता, सत्यता, पूर्णता, रोचकता, उद्देश्यपूर्णता, संक्षिप्तता, निरंतरता और जागरूकता।
6. जनसंचार के माध्यमों के अनुरूप भाषा का प्रयोग बदलता है। अर्थात् माध्यम को ध्यान में रखकर भाषा का प्रयोग किया जाता है।

---

### 13.6 शब्द संपदा

---

1. अग्रलेख = संपादकीय लेख, किसी पत्र-पत्रिका के संपादक की मुख्य नियमित टिप्पणी
2. अधिसूचना = अधिकृत सूचना, विज्ञप्ति, सरकारी गजट में छपी हुई सूचना
3. आमुख = समाचार का महत्वपूर्ण अंश, इंट्रो
4. उद्घोषक = किसी सूचना की घोषणा करने वाला
5. उद्घोषणा = सार्वजनिक जानकारी के लिए दी जाने वाली सूचना
6. चित्रांकन = चित्र बनाना, चित्र अंकित करना
7. छायांकन = फोटो खींचने की क्रिया
8. प्रतिक्रिया = किसी कार्य या घटना के परिणाम स्वरूप होने वाला कार्य
9. सामाजीकरण = समाज के रीति-रिवाज के अनुरूप अपने आपको ढालना

---

## 13.7 परीक्षार्थ प्रश्न

---

### खंड (अ)

#### (अ) दीर्घ श्रेणी के प्रश्न

निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लगभग 500 शब्दों में दीजिए।

1. संचार, संप्रेषण और जनसंचार के अर्थ और स्वरूप पर प्रकाश डालिए।
2. 'जनसंचार के विविध माध्यमों को ध्यान में रखकर भाषा का प्रयोग किया जाता है।' इस कथन को उदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए।
3. समाचारों में प्रकाशित विभिन्न प्रकार के शीर्षकों पर प्रकाश डालते हुए उनके महत्व को स्पष्ट कीजिए।
4. समाचारों की भाषा कैसी होनी चाहिए, उदाहरण स्पष्ट कीजिए।
5. उत्पादक और उपभोक्ता के बीच संबंध स्थापित करने के लिए विज्ञापनों में किस प्रकार की भाषा का प्रयोग करना चाहिए।
6. उद्घोषक के गुण की चर्चा करते हुए उद्घोषणा की भाषा पर प्रकाश डालिए।
7. समाचार पत्र, रेडियो और टेलीविजन के समाचारों के एक-एक उदाहरण देते हुए भाषा वैविध्य को रेखांकित कीजिए।

### खंड (ब)

#### (आ) लघु श्रेणी के प्रश्न

निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लगभग 200 शब्दों में दीजिए।

1. समाचारों की भाषा पर टिप्पणी लिखिए।
2. जनसंचार के स्वरूप को स्पष्ट करते हुए राष्ट्रीय विकास में जनसंचार की भूमिका पर प्रकाश डालिए।
3. संचार के प्रकारों पर टिप्पणी लिखिए।
4. संपादकीय की भाषा पर टिप्पणी लिखिए।
5. फिल्म की भाषा पर प्रकाश डालिए।
6. किसी भी घटना एक समाचार लिखिए।

### खंड (स)

#### I. सही विकल्प चुनिए

1. टीवी समाचारों में किसको प्रमुखता दी जाती है? ( )  
(अ) विचार (आ) विजुअल्स (इ) संकेत (ई) घटना

2. विज्ञापनों की भाषा का प्रमुख गुण क्या है? ( )  
(अ) संवादता (आ) क्लिष्टता (इ) सर्जनात्मकता (ई) रूढ़िवादिता
3. सार्वजनिक जानकारी के लिए दी जाने वाली सूचना को क्या कहा जाता है? ( )  
(अ) बहस (आ) उद्घोषणा (इ) वार्तालाप (ई) सामाजिकता
4. श्रव्य माध्यम का प्रमुख लक्षण क्या है? ( )  
(अ) लक्षणिकता (आ) ध्वन्यात्मकता (इ) दृश्यात्मकता (ई) व्यंग्य
5. संप्रेषण का घटक नहीं है? ( )  
(अ) वक्ता (आ) श्रोता (इ) प्रतिक्रिया (ई) झगड़ा

## II. रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए

1. विज्ञापन का अनिवार्य गुण ..... है।
2. व्यक्तियों के बीच वार्तालाप को ..... संचार कह सकते हैं।
3. .... समाचार का प्राण है।
4. आमुख और पूरे समाचार की संरचना ..... होनी चाहिए।
5. टीवी विज्ञापनों की भाषा को विकसित करने के लिए ..... और ..... प्रवृत्तियों का समावेश किया जा रहा है।

## III. सुमेल कीजिए

- |                |                       |
|----------------|-----------------------|
| 1. समाचार      | (अ) अग्रलेख           |
| 2. विज्ञापन    | (आ) विलोम स्तूपी      |
| 3. संपादकीय    | (इ) वर्गीकृत विज्ञापन |
| 4. टेंडर नोटिस | (ई) सर्जनात्मकता      |

---

## 13.8 पठनीय पुस्तकें

---

1. जनसंचार : सिद्धांत और प्रयोग, विष्णु राजगढ़िया
2. हिंदी पत्रकारिता और जनसंचार, ठाकुरदत्त शर्मा 'आलोक'
3. नए जन-संचार माध्यम और हिंदी, (सं) सुधीश पचौरी, अचला शर्मा
4. जनसंचार के सामाजिक संदर्भ, जवारीमाल पारख

---

## इकाई 14 : जनसंचार माध्यम के विविध आयाम

---

### रूपरेखा

- 14.1 प्रस्तावना
- 14.2 उद्देश्य
- 14.3 मूल पाठ : जनसंचार माध्यम के विविध आयाम
  - 14.3.1 परंपरागत लोक जनसंचार माध्यम
  - 14.3.2 मुद्रण माध्यम
  - 14.3.3 श्रव्य माध्यम
  - 14.3.4 दृश्य माध्यम
  - 14.3.5 संपादन कला
  - 14.3.6 साक्षात्कार
- 14.4 पाठ सार
- 14.5 पाठ की उपलब्धियाँ
- 14.6 शब्द संपदा
- 14.7 परीक्षार्थ प्रश्न
- 14.8 पठनीय पुस्तकें

---

### 14.1 प्रस्तावना

---

छात्रो! आप संचार, संप्रेषण और जनसंचार की अवधारणाओं को समझ चुके हैं। मनुष्य अपने विचारों को अभिव्यक्त करने के साथ ही उन्हें एक व्यक्ति से दूसरे तक संप्रेषित करता है। संचार और संप्रेषण मनुष्य जीवन के अभिन्न अंग हैं। मौखिक संचार के साथ-साथ हम शारीरिक क्रियाओं एवं विभिन्न संकेतों के माध्यम से भी अपनी बात को समझा सकते हैं। यह दो व्यक्तियों के बीच हो सकता है या समूहों के बीच। जब संप्रेषण जन समूह के बीच संपन्न होता है, तो इसे जनसंचार कहा जाता है। यह वह प्रक्रिया है जिसके द्वारा संचारक अपने विचारों व संदेश को प्राप्त तक पहुँचाता है और प्रतिपुष्टि अर्थात् प्रतिक्रिया भी प्राप्त करता है। इस इकाई में आप जनसंचार माध्यम के विविध आयामों का अध्ययन करेंगे।

---

### 14.2 उद्देश्य

---

छात्रो! इस इकाई में आप जनसंचार माध्यम के विविध आयामों का अध्ययन करेंगे। इस इकाई के अध्ययन से आप -

- जनसंचार माध्यम के विविध आयामों के बारे में सामान्य जानकारी प्राप्त करेंगे।
- परंपरागत लोकसंचार की सामाजिक-सांस्कृतिक भूमिका से परिचित हो सकेंगे।

- मुद्रित माध्यम की उपयोगिता को पहचान सकेंगे।
- मुद्रण कला के उद्भव और विकास की कहानी से परिचित हो सकेंगे।
- श्रव्य माध्यम के रूप में रेडियो की भूमिका को रेखांकित कर सकेंगे।
- सूचना और शिक्षा के लिए दृश्य, दृश्य-श्रव्य माध्यमों की उपयोगिता पर प्रकाश डाल सकेंगे।
- संपादन कला से परिचित हो सकेंगे।
- संप्रेषण में साक्षात्कार की भूमिका पर विचार कर सकेंगे।

---

### 14.3 मूल पाठ : जनसंचार माध्यम के विविध आयाम

---

जनसंचार के प्रमुख कार्य हैं सूचना देना, शिक्षित करना, मनोरंजन करना, एक निश्चित एजेंडा तय करना। संदेशवाहक अथवा संचारक को कुछ बातों पर ध्यान अवश्य देना चाहिए। जैसे - स्पष्टता, संक्षिप्तता, समयबद्धता, भाषा नियंत्रण। बीसवीं सदी के प्रारंभ में जनसंचार के संबंध में 'बुलेट थियोरी' का प्रचलन था। इसमें संचारक मुख्य होता है और संप्रेषण एकचरणीय। इसमें प्राप्तकर्ता निष्क्रिय रहता है। लेकिन समय के साथ-साथ संचार के सिद्धांतों में भी बदलाव आने लगा और श्रोता सक्रिय होने लगे। जनसंचार माध्यम के विविध आयाम सामने आने लगे।

#### 14.3.1 परंपरागत लोक जनसंचार माध्यम

परंपरागत लोक जनसंचार माध्यमों से हमारा अभिप्राय है - स्थानीय माध्यम अर्थात् बिना किसी तकनीकी माध्यम के संप्रेषण। दरअसल परंपरागत रूप से कलात्मक अभिव्यक्ति के लिए प्रयुक्त सभी माध्यम संप्रेषण के साधन हैं। इन्हें स्थानीय या देशी माध्यम भी कहा जा सकता है। स्वतंत्रता संग्राम में लोक माध्यमों ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। बंगाल का रंगमंच जात्रा, आंध्र प्रदेश की बुरकथा, कर्नाटक के यक्षगान आदि सामाजिक जागरूकता के औजार बने। शोषण के विरुद्ध लोगों को चेताने के लिए ग्रामीण गायकों और क्षेत्रीय कवियों ने अनेक गीत लोक शैलियों में बनाए। कुछ परंपरागत लोक माध्यम निम्न प्रकार से हैं -

1. लोक रंगमंच अर्थात् ग्रामीण नाट्य विधाएँ, नृत्य नाटक, कठपुतलियाँ, मुखौटा नाट्य, लोक नृत्य
2. मौखिक साहित्य और संगीत विधियों का मिलाजुला रूप - लोकगीत, लोक कथाएँ, पहेलियाँ, कवि सम्मेलन
3. मेले और त्योहार
4. लोक चित्रकला, ग्रामीण प्रतीक, भित्ति चित्र, हस्तकलाएँ आदि
5. ध्वनि संकेत

## बोध प्रश्न

- स्वतंत्रता संग्राम में लोक माध्यमों की क्या भूमिका रही?
- कुछ परंपरागत लोक माध्यमों के उदाहरण दीजिए।

## ग्रामीण नाट्य विधाएँ

ग्रामीण नाट्य विधाएँ अथवा परंपरागत लोक रंगमंच वस्तुतः मनोरंजन का एक प्रमुख साधन रहा है। आज भी लोक रंगमंच समाज में विद्यमान है। लोक नाट्यों में संवाद तत्व की प्रधानता रहती है। नृत्य और संगीत के साथ-साथ शारीरिक हाव-भाव पर ध्यान केंद्रित किया जाता है। भारत में लोक रंगमंच के अनेक स्वरूप मिलते हैं। जैसे उत्तर भारत में रामलीला, रास लीला, स्वांग, नकल, नौटंकी, राजस्थान में घूमर, महाराष्ट्र में तमाशा, बिहार में जात्रा, केरल में कुट्टीचातान आटम, कर्नाटक में यक्षगान, आंध्र में बुरकथा, हरिकथा, तेलंगाना में बतुकम्मा, तमिलनाडु में करगाट्टम, छत्तीसगढ़ में माच, असम में भोरताल, मणिपुर में शुमाङ् लीला आदि उल्लेखनीय हैं। इन लोक नाट्य माध्यमों में प्रायः विदूषक और सूत्रधार का प्रयोग किया जाता है। सूत्रधार अतीत और वर्तमान को जोड़ता है। संप्रेषण की दृष्टि से लोक रंगमंच की अपनी विशेषता है। कहा जा सकता है कि मनोरंजन के साथ-साथ संप्रेषण लोक रंगमंच का महत्वपूर्ण कार्य रहा है। इसका उपयोग अनेक बार अनेक अवसरों पर किया गया है।

## बोध प्रश्न

- लोक रंगमंच का महत्व क्या है?
- लोक नाट्य माध्यमों में सूत्रधार की क्या भूमिका है?
- लोक नाट्यों में किस तत्व की प्रधानता रहती है?

## पुतलियाँ

पुतली खेल मनोरंजन, शिक्षा और प्रचार का उपयुक्त माध्यम है। यह वस्तुतः गुड़िया है। लेकिन संचालन से जीवित वस्तु की तरह काम करती है। दर्शक के मस्तिष्क में कल्पना लोक का जन्म होता है। कहने का आशय है पुतली खेल के माध्यम से संचालक या अभिनेता जो पुतली को संचालित कर रहे होते हैं दर्शक के सामने एक जीवंत वातावरण प्रस्तुत करते हैं। इस खेल का मुख्य उद्देश्य मनोरंजन है। संचालक पुतलियों की सहायता से अपनी भावनाओं का प्रदर्शन करता है। अभिनेता कुछ गिने-चुने क्रियाकलापों की सहायता से अपनी बात दर्शक तक पहुँचाता है।



पुतली खेल को अंग्रेजी में पपेट्री कहा जाता है। पुतलियाँ बनाने के लिए काठ, चमड़ा, कागज, दस्ताना आदि का प्रयोग किया जाता है। दक्षिण भारत में लगभग एक हजार सालों से कठपुतली और चमड़े से बनी छाया पुतलियों का खेल लोकप्रिय रहा है।

पुतली खेल में मूल तत्व व्यंग्य है। पुतली संचालक आवश्यकता के अनुसार अपने संवादों में स्थानीय बोली का प्रयोग कर सकता है। पहले इस खेल के माध्यम से पुराण कथाएँ, वीर गाथाएँ आदि का प्रदर्शन होता था। धीरे-धीरे समय के अनुसार इनके माध्यम से समाज सुधार, बाल शिक्षा, प्रौढ शिक्षा, जीवन बीमा, नशाबंदी आदि विषयों का प्रचार किया जाने लगा। पुतली खेल सिर्फ मनोरंजन तक सीमित न रहकर शिक्षा, जनसंचार और प्रचार का सशक्त माध्यम बन चुका है। भारत से यह खेल विदेशों में भी पहुँची। वहाँ कक्षा में पुतलियों के माध्यम से पढ़ाया जाता है। आजकल भारत में भी छोटे बच्चों को पढ़ाने के लिए फिंगर पप्पेट्स, हैंड पप्पेट्स आदि का प्रयोग किया जा रहा है।

पुतली खेल चित्रकला, हस्तशिल्प, नृत्य, संगीत और नाट्य का सम्मिश्रण है। कभी उत्सवों में मनोरंजन के लिए इस खेल का उपयोग किया जाता है तो कभी शिक्षण संस्थानों में दृश्य-श्रव्य उपकरण के रूप में प्रयोग किया जाता है, तो कभी मानसिक रूप से अस्वस्थ या मनोबाधित बच्चों को पढ़ाने व उनके उपचार के लिए माध्यम के रूप में भी विभिन्न प्रकार की पुतलियों का प्रयोग किया जाता है।

**छाया पुतली :** इन पुतलियों की परंपरा प्राचीन है। इन पुतलियों को वस्तुतः चमड़े से बनाया जाता है। इनकी परछाई परदे पर दिखाई जाती है। पुतलियों के अंग क्रियाओं को छड़ों से संचालित करते हैं।



चमड़े की पुतलियाँ



**दस्ताना पुतली :** यह सबसे अधिक प्रचलित है और इसका संचालन भी आसान है। सिर और हाथों की क्रियाएँ उंगलियों से की जाती हैं। इनका प्रयोग आज भी बच्चे करते हैं। ऐसी पुतलियाँ लगभग सभी देशों में पाई जाती हैं।

**छड़ पुतली :** ये पुतलियाँ बड़ी होती हैं। इन्हें छड़ से संचालित किया जाता है।

**कठपुतली :** इन्हें डोरी या सूत्र के सहारे मंच पर ऊपर से लटकाया जाता है और उन्हीं डोरियों के द्वारा संचालित किया जाता है। भारत में कठपुतलियों का खेल तो काफी पुराना है। कहा जाता है कि महाराजा विक्रमादित्य के समय इस खेल का जन्म हुआ। महाराजा के सिंहासन में बनी 64 योगिनियों की पुतलियाँ ही इन कठपुतलियों की जननी मानी जाती है। (इंद्रधनुषी डाक टिकट, पृ. 30)।



## बोध प्रश्न

- पुतली खेल किसे कहते हैं?
- पुतली खेल का मूल तत्व क्या है?
- पुतली खेल का प्रयोग जनसंचार के माध्यम के रूप में किस तरह से किया जा सकता है?
- विभिन्न प्रकार की पुतलियों के बारे में आप क्या जानते हैं?

## लोक कथाएँ

कहानी सुनना-सुनाना परंपरागत कला है। मनोरंजन के साथ-साथ कहानियों के माध्यम से शिक्षा भी प्रदान की जा सकती है। संप्रेषण के लिए यह प्रभावशाली माध्यम है। भारत में लोक कथाओं का भंडार है। लोक कथाओं को साहित्यिक रूप में ढाला जाता है। जातक, पंचतंत्र, हितोपदेश, कथा-सरितसागर, बैताल पच्चीसी, सिंहासन बत्तीसी आदि लोक कथाएँ प्रचलित हैं। इनके माध्यम से मनोरंजन के साथ-साथ मूल्य शिक्षा भी प्राप्त होती है। राजस्थान में पड़ प्रचलित है। इसका साधारण अर्थ है कपड़े पर बनाए गए कथात्मक चित्र। यहाँ कुछ लोक गाथाओं का चित्र एक लंबे कपड़े के टुकड़े पर खास शैली में किया जाता है। इसे पड़ कहा जाता है। इसका उपयोग दृश्य माध्यम के रूप में किया जाता है। बोधगम्यता की दृष्टि से लोक कथाएँ उपयुक्त हैं। अतः इन्हें जनसंचार के उपयुक्त साधन के रूप में प्रयोग किया जा सकता है। इनका प्रयोग करके स्कूली बच्चों के लिए रोचक ढंग से पढ़ाया जा सकता है।

## बोध प्रश्न

- लोक कथाओं का उपयोग कैसे किया जाता है?
- पड़ किसे कहते हैं? जनसंचार के माध्यम के रूप में इसका प्रयोग कैसे किया जा सकता है?

## लोक कलाएँ

लोक संस्कृति के संदर्भ में बनाई गई चित्र कलाओं को लोक कलाओं के अंतर्गत सम्मिलित किया जा सकता है। प्राकृतिक रंगों की सहायता से घर की दीवारों पर या कहीं सजावट के लिए बनाई जाने वाली विशेष आकृतियों आदि के माध्यम से भी संचार संभव है। रंगोली को भी इसके अंतर्गत सम्मिलित किया जा सकता है, क्योंकि हर अवसर की रंगोली अलग होती है। मिट्टी से मूर्तियाँ भी बनाई जाती हैं और विविध रंगों का प्रयोग किया जाता है। आंध्र प्रदेश के कुछ स्थानों पर कागज से मूर्तियाँ बनाई जाती हैं तथा प्राकृतिक रंगों का प्रयोग किया जाता है। दृश्यात्मक संप्रेषण के लिए लोक कलाओं का समुचित उपयोग किया जा सकता है।

## बोध प्रश्न

- लोक कलाओं का उपयोग संचार के लिए कैसे किया जा सकता है?

### 14.3.2 मुद्रण माध्यम

लोकतंत्र में जन-जन तक सूचना पहुँचाने के लिए मुद्रित माध्यम उपयोगी है। लिखित भाषा के माध्यम से जब किसी सूचना या जानकारी को यंत्रों के माध्यम से मुद्रित किया जाता है तो इसे मुद्रण या मुद्रित माध्यम कहा जाता है। परंपरागत माध्यम वस्तुतः मौखिक माध्यम हैं। मौखिक रूप को यथावत अनेक वर्षों तक सुरक्षित रखना संभव नहीं है अतः लेखन की आवश्यकता पड़ी। जब चीन और जापान में मुद्रण कला का विकास हुआ तो हस्तलिखित पांडुलिपि पुस्तक के रूप में मुद्रित होकर सामने आई। कालांतर में मुद्रित सामग्री का व्यापक प्रसार होने लगा। मुद्रण माध्यम के अंतर्गत पुस्तक, समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, पोस्टर, पर्चे, विज्ञापन आदि को सम्मिलित किया जा सकता है। इन पर चर्चा करने से पहले मुद्रण कला के बारे में चर्चा करेंगे।

#### मुद्रण कला : उद्भव और विकास

छात्रो! आप जान ही चुके हैं कि लोक कलाओं का प्रयोग संचार के लिए किया जाता है। कालांतर में संचार में मुद्रित माध्यमों का उपयोग किया जाने लगा। छापाखाने के आविष्कार से मुद्रण कला में तेजी से बदलाव आया। किसी धातु की सहायता से अक्षरों को बनाया जाता है। इन्हें टाइप कहा जाता है। इन अक्षरों पर स्याही लगाकर छापा जाता है। इसे मुद्रण कला कहा जाता है। मुद्रण का सामान्य अर्थ है छपाई। लकड़ी, ईंट, दीवार, कागज, कपड़ा या अन्य किसी भी वस्तु पर छापने की कला को मुद्रण कहा जाता है और यह संदेश को व्यापक जनसंचार तक पहुँचाने का उचित माध्यम है।



इन्साक्लोपीडिया ब्रिटानिका के अनुसार छठी शताब्दी में चीन में मुद्रण कला का प्रादुर्भाव हुआ। उस समय मिट्टी की लेई को समतल बनाकर अक्षर उकेरे जाते थे, लेकिन ऐसे अक्षर दुबारा काम में नहीं आते थे। चीन के पी शेंग ने सन 1041 में चीनी मिट्टी के अक्षर तैयार कर लिए थे। यूरोप में भी अक्षरों या चित्रांकन को किसी चीज पर दबा कर उसकी आकृति बना ली जाती थी। लेकिन इस प्रक्रिया की सहायता से प्रतिकृतियाँ नहीं बनाई जा सकती थीं। इसमें गुणवत्ता भी नहीं होती थी। योहान गुटेनबर्ग के आविष्कार ने मुद्रण कला में क्रांति ला दी। जर्मनी के माइन्स नगर में सन 1456 में गुटेनबर्ग ने दुनिया का जो पहला छापाखाना स्थापित किया, उस पर पहले पहल 42 और 36 पंक्तियों वाली बाइबिल के प्रारंभिक अंशों की 180 प्रतियाँ छापी गईं। इनमें से दो प्रतियाँ माइन्स के गुटेनबर्ग संग्रहालय में आज भी सुरक्षित हैं। (भारतीय पत्रकारिता कोश, सं. विजयदत्त श्रीधर, पृ. 4)।

मुद्रण के लिए उपयुक्त स्याही बनाई गई। सीसा और टिन के सम्मिश्रण से धातु बनाने लगे। हैंड प्रेस के कारण मुद्रण प्रक्रिया में गति आई और उसका स्वरूप भी निखरा। इसके बाद मुद्रण कला यूरोप पहुँची। विलियम कैक्सटन इंग्लैंड का पहला मुद्रक है। उन्होंने 1475 में ब्रिटेन

में पहला छापाखाना स्थापित किया था। जर्मनी के फ्रेडरिक कोनिंग ने बाष्प से चलने वाली पहली ऊर्जा चालित प्रिंटिंग मशीन बनाई। इससे छपाई की गति बढ़ी। 1836 में इंग्लैंड में पहला रोटरी सिलिंडर प्रेस लगाया गया था। बीसवीं शताब्दी में मुद्रण कला का विकास तेजी से हुआ।

बोध प्रश्न

- मुद्रण कला की क्या उपयोगिता है?

### भारत में मुद्रण कला

छात्रो! यदि हम कहें कि भारत में मुद्रण चित्रों के माध्यम से प्रारंभ हुआ तो गलत नहीं होगा। आज भी आप गुफाओं में तथा शिलालेखों पर देख सकते हैं। भारत में मुद्रण कला का आरंभ 1556 में पुर्तगाली पादरियों ने गोवा में किया था। उस समय धार्मिक ग्रंथों की छपाई होती थी। ईस्ट इंडिया कंपनी ने राजकाज और व्यापार के लिए मुद्रण कला के विकास और उपयोग को प्रोत्साहित किया था। 1778 में बंगला-अंग्रेजी व्याकरण की पुस्तक छपी। चार्ल्स बिल्किंस ने देवनागरी अक्षरों के टाइप को तैयार किया था। टाइपों के भारतीयकरण का श्रेय चार्ल्स बिल्किंस को जाता है। 1812 में कोलकाता के निकट स्थित सेरामपुर मुद्रण केंद्र के रूप में विकसित हुआ था।

1960 के दशक में भारत में भी फोटो कम्पोजिंग और ऑफसेट मुद्रण पद्धति को अपना लिया गया था। ट्रेडिल मशीनों और टाइप कम्पोजिंग का प्रयोग समाप्त हो ही चुका था। कंप्यूटर के आविष्कार से कम्पोजिंग, ग्राफिक्स, पृष्ठ सज्जा आदि का स्वरूप बदल गया। सूचना प्रौद्योगिकी की क्रांति के कारण मुद्रण कला में भी बदलाव आया। इंटरनेट के कारण भी बदलाव आया।

बोध प्रश्न

- भारत में मुद्रण की शुरुआत कैसी हुई?

### मुद्रण की प्रणालियाँ

छात्रो! आपने मुद्रण के उद्भव और विकास की जानकारी प्राप्त कर ही चुके हैं। अब थोड़ी सी जानकारी विविध मुद्रण प्रणालियों के बारे में भी प्राप्त करेंगे। पारंपरिक मुद्रण प्रणालियों में अक्षर मुद्रण, लिथोग्राफी, ऑफसेट मुद्रण और ग्रेवियोर मुद्रण प्रमुख हैं तो आज कंप्यूटर मुद्रण।

**अक्षर मुद्रण :** अक्षर मुद्रण से ही मुद्रण का आरंभ माना जाता है। इस प्रक्रिया में उभरे हुए अक्षरों को मुद्रण तल पर रखकर स्याही लगाई जाती है। स्याही लगाने के बाद उसे कागज पर रखकर मुद्रण मशीन की सहायता से दबाया जाता है ताकि अक्षरों का छाप पड़ जाए। उभरी हुई अक्षरों की छाप छोड़ने के लिए भी इसी प्रक्रिया का प्रयोग किया जाता है। इसे 'एंबोसिंग' कहा जाता है।

**लिथोग्राफी मुद्रण :** 1771 में जर्मन के एलोइस जेनेफेल्डर ने इस प्रक्रिया का आविष्कार किया था। इसे समतल मुद्रण भी कहा जाता है क्योंकि मुद्रण तल और अमुद्रणीय तल दोनों समतल होते हैं। जिस पर चित्र बनाना है उस पर पहले पहल गम लगाया जाता है। गम सूखने के बाद मोम, क्रयान, लिथोग्राफी क्रयान, पेंसिल, ग्लास मार्किंग पेंसिल आदि का उपयोग करके डिजाइन बनाया जाता है। उसके बाद डिजाइन पर गम और नाइट्रिक एसिड लगाया जाता है। 10-12 घंटे बाद पानी द्वारा स्पंज की सहायता से धोया जाता है। उसके बाद स्याही लगाई जाती है। डिजाइन को स्थायी बनाने के लिए वाश आउट सोल्यूशन की सहायता से धोना पड़ता है। सूखने के बाद इसके ऊपर कागज लगाकर मशीन द्वारा मुद्रण किया जा सकता है।

**ऑफसेट मुद्रण :** ऑफसेट मुद्रण के कारण मुद्रण का काम आसान हो गया है। मुद्रण तल सपाट होता है। छपने वाली प्लेट की छाप सीधे कागज पर नहीं पड़ती। इसमें डिजाइन या टेक्स्ट का नेगेटिव या फिल्म बनाया जाता है। उसे पतली एल्यूमीनियम प्लेट पर एक्सपोज करके छपाई की जाती है। इसमें तीन सिलेंडर होते हैं - प्लेट सिलेंडर, ब्लैकेट सिलेंडर और इंप्रेशन सिलेंडर।

**ग्रेवियोर मुद्रण :** इस मुद्रण मशीन में दो सिलेंडर होते हैं। ऊपर के सिलेंडर पर रबर पैकिंग होती है और नीचे के सिलेंडर पर प्लेट। इसके नीचे इंक डक्ट होता है। जब रोलर घूमता है तो स्याही भर जाती है। कागज पर चित्र की आकृति बनती है। पोलिथीन पाउच व पैकिंग पर मुद्रण के लिए इस तकनीक का प्रयोग किया जाता है।

### कंप्यूटर मुद्रण

कंप्यूटर के कारण मुद्रण प्रणाली में काफी विकास हुआ। डिजिटल मुद्रण, डॉट मैट्रिक्स मुद्रण, इंकजेट मुद्रण, लेसर मुद्रण और श्री डी मुद्रण आदि कंप्यूटर के कारण विकसित हुए।

**डिजिटल मुद्रण :** डिजिटल मुद्रण ने मुद्रण प्रणाली को आसान बना दिया। कंप्यूटर के माध्यम से मुद्रित आउटपुट तकनीकी रूप से डिजिटल है। इसमें मैट्रिक्स डॉट्स से छवियों को कैप्चर किया जाता है। डिजिटलाइज़ की गई छवियों का उपयोग डेटा को पुनः उत्पन्न करने के लिए किया जाता है। इस प्रक्रिया में स्याही, टोनर या विद्युत चुंबकीय ऊर्जा के संपर्क को नियंत्रित किया जाता है। डिजिटल मुद्रण में रंग प्रबंधन प्रणाली का उपयोग किया जाता है। 1993 में इंडिगो के नाम से विश्व के प्रथम डिजिटल मुद्रण प्रेस की स्थापना की गई।

**डॉट मैट्रिक्स मुद्रण :** डॉट मैट्रिक्स मुद्रण को इम्पैक्ट मैट्रिक्स मुद्रण भी कहा जाता है। इसमें अक्षर अपना छाप छोड़ते हैं। मैट्रिक्स प्रिंटर मुद्रण करते समय बहुत आवाज करता है। इस प्रिंटर के प्रिंट हेड में अनेक पिनों का मैट्रिक्स होता है। जब पिन रिबन और कागज को स्पर्श करता है, तो एक डॉट छपता है। इस तरह अनेक डॉट मिलकर एक कैरेक्टर बनाते हैं। यहाँ कैरेक्टर का अर्थ है अक्षर। डॉट मैट्रिक्स की मुद्रण गति 30 से 600 कैरेक्टर प्रति सेकंड होती है।

**इंकजेट मुद्रण :** हमारे घर या ऑफिस में जो प्रिंटर उपलब्ध है वह इंकजेट प्रिंटर है। इंकजेट मुद्रण के लिए विशेष स्याही का उपयोग किया जाता है। उच्च गुणवत्ता वाले रंगीन आउटपुट के कारण फोटो और ग्राफिक्स मुद्रित करने के लिए इस प्रिंटर का उपयोग किया जाता है। इस प्रिंटर का आउटपुट बहुत स्पष्ट होता है। इस प्रिंटर में चार रंगों - सयान, मेजेंटा, पीला और काला - की कार्टरिड्ज होती है। इन्हीं रंगों से मिलकर सभी प्रकार की रंगीन छपाई होती है।

**लेसर मुद्रण :** आज मुद्रण के लिए लेसर बीम का उपयोग किया जा रहा है। इसकी गति तीव्र होती है। इस प्रक्रिया में कुल सात चरण होते हैं - प्रोसेसिंग करना, चार्ज करना, एक्स्पोजिंग करना, डेवलपिंग करना, स्थानांतरित करना, फ्यूजिंग करना और साफ करना। ये सात चरण एक ही समय में तेजी से घटित होते हैं और कागज पर चित्र मुद्रित हो जाता है।

**श्री डी मुद्रण :** त्रि-आयामी मुद्रण में किसी वस्तु को उसकी लंबाई, चौड़ाई और मोटाई में छापा जा सकता है। रॉकेट इंजन का एक हिस्सा बनाने के लिए नासा में इस तकनीक का उपयोग किया जाता है। चिकित्सा के क्षेत्र में भी इसका उपयोग करके अंगों को बनाया जा रहा है।

### बोध प्रश्न

- कुछ मुद्रण प्रणालियों की जानकारी दीजिए जो संचार में सहायक सिद्ध होते हैं?

छात्रो! अब तक आपने मुद्रण कला के उद्भव और विकास तथा उसकी विभिन्न प्रणालियों के बारे में जानकारी प्राप्त कर चुके हैं। आगे हम मुद्रित माध्यम के अंतर्गत सम्मिलित सामग्री के बारे में जानकारी प्राप्त करेंगे।

**पुस्तक :** सबसे प्राचीन, स्थाई और व्यापक प्रकार का मुद्रित माध्यम है पुस्तक। कहा जा सकता है कि हस्तलिखित पांडुलिपियों को सुरक्षित करने के लिए मुद्रित माध्यम सामने आया। मोटे तौर पर गुटनबर्ग की यांत्रिक मुद्रण व्यवस्था के समय से पुस्तक की शुरुआत मानी जा सकती है। इससे पहले भी कुछ पुस्तकें अस्तित्व में थीं लेकिन उन्हें पांडुलिपियाँ कहते थे क्योंकि ये पुस्तकें हाथ से लिखी जाती थीं। 19 वीं शताब्दी में पुस्तक प्रकाशन में कई परिवर्तन हुए। फोटोग्राफी के आविष्कार के कारण पुस्तक की रूप-सज्जा में भी परिवर्तन आया। ले-आउट, फॉन्ट आदि में भी बदलाव आते गए और आज पूरी तरह से डिजिटल पुस्तकें प्रकाशित हो रही हैं।

### बोध प्रश्न

- पुस्तक लेखन की आवश्यकता क्यों पड़ी?
- पांडुलिपि किसे कहते हैं?

**समाचार पत्र :** समाचार पत्र की एक महत्वपूर्ण विशेषता है कि इसकी प्रसार संख्या पुस्तकों से ज्यादा होती है। व्यापक जन समूह तक जानकारी पहुँचाने में समाचार पत्रों की

भूमिका महत्वपूर्ण है। भारत में हजारों की संख्या में हर रोज समाचार पत्र छपते हैं। कुछ समाचार पत्रों के अनेक संस्करण भी छपते हैं। भारत में सबसे पहला समाचार पत्र बंगाल गजट को माना जाता है जिसे 1780 में जेम्स अगस्टस हिक्की ने निकाला था। संचार प्रौद्योगिकी के तेज विकास ने समाचार पत्र उद्योग में भी क्रांतिकारी परिवर्तन लाने के लिए मजबूर किया।

समाचार पत्रों में प्रयुक्त कागज एक विशेष प्रकार का होता है जिसे न्यूज प्रिंट या अखबारी कागज कहा जाता है। यह अन्य कागजों से सस्ता होता है, क्योंकि दुनिया भर में सबसे ज्यादा कागज समाचार पत्रों को छापने के लिए ही प्रयुक्त होता है।

फोटोग्राफी के आविष्कार ने समाचार पत्रों के पन्नों को भी आकर्षक बनाया। समाचार पत्रों की रूप सजा, प्रस्तुतीकरण, ले-आउट आदि में काफी परिवर्तन आ चुका है। श्वेत-श्याम के बाद समाचार पत्र के पृष्ठों पर रंगीन चित्रों के साथ सामग्री प्रकाशित की जा रही है। इससे दर्शनीयता बढ़ती है। लोकतांत्रिक देश में समाचार पत्रों का उत्तरदायित्व कम नहीं होता। जनता को जागरूक करने में समाचार पत्र महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। आजादी से पूर्व 'मिशन वाले पत्र' थे। अर्थात् एक निश्चित उद्देश्य लेकर चलेते थे और उनका मुख्य उद्देश्य यही था कि देश को पराधीनता से मुक्त करना। लक्ष्य सिद्धि के लिए प्रारंभ किए गए समाचार पत्रों का प्रारंभ लोकमान्य बालगंगाधर तिलक के 'केसरी' से माना जाता है। जैसे ही इस क्षेत्र में पूँजीपतियों का प्रवेश शुरू हुआ वैसे ही लक्ष्य बदलने लगा। फिर भी व्यापक जनसंचार में समाचार पत्रों का योगदान सराहनीय है। समाचार पत्रों की उपयोगिता उनकी विविधता से है। जनता को विभिन्न क्षेत्रों की जानकारी समाचार पत्रों के माध्यम से प्रदान की जा सकती है।

## बोध प्रश्न

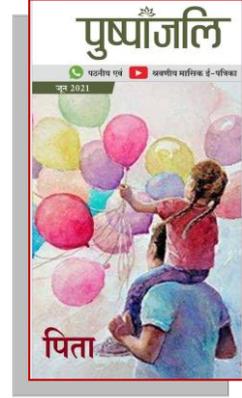
- न्यूज प्रिंट किसे कहते हैं?

**पत्रिकाएँ :** जनसंचार की आवश्यकताओं की पूर्ति करने में पत्रिकाओं की भूमिका भी महत्वपूर्ण है। ये पुस्तकों की तरह ही संग्रहणीय होती हैं। पत्रिकाएँ गंभीर चिंतन, सामाजिक, राजनैतिक, आर्थिक, सांस्कृतिक आदि घटनाओं के विस्तृत विश्लेषण की सशक्त माध्यम हैं। स्वतंत्रता पूर्व हिंदी में सरस्वती, हंस, चाँद जैसी पत्रिकाओं ने जनमानस की चेतन को जागृत करने का कार्य किया। उस समय की पत्रिकाएँ एक निश्चित मिशन को लेकर काम करती थीं। स्वतंत्रता के बाद अनेक पत्रिकाओं का उदय हुआ। साप्ताहिक हिंदुस्तान, धर्मयुग, दिनमान जैसी पत्रिकाओं ने सामाजिक चेतना जगाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। नंदन और पराग जैसी बाल पत्रिकाओं और सारिका, सहेली आदि महिलोपोयोगी पत्रिकाओं का भी उदय हुआ। अनेक साहित्यिक एवं सामाजिक पत्रिकाओं ने जनता को जागृत करने का कार्य किया। पिछले कुछ वर्षों में लघु पत्रिकाओं की बाढ़ सी आ गई।

पत्रिकाओं के स्वरूप में तेजी से परिवर्तन होने लगा। पहले हस्तलिखित पत्रिकाएँ निकलती थीं। स्वतंत्रता पूर्व काशी से 'भारतेंदु' नामक पत्रिका का प्रकाशन होता था। इसके छह सात अंक हस्तलिखित पत्रिका के रूप में निकले थे। 1905 में इसका मुद्रण-प्रकाशन प्रारंभ हुआ।

इसके संपादक मंडल में ब्रजचंद्र, शिवप्रसाद गुप्त, राजा राम, मुन्नीलाल गर्ग, गोकुल दास और लक्ष्मण दास सम्मिलित थे। इस पत्रिका का उद्देश्य स्पष्ट करते हुए संपादक मंडल ने कहा कि “हम लोगों के मन में यह विचार उत्पन्न हुआ कि एक ऐसा मासिक पत्र निकाला जाए, जिससे हिंदी का उपकार हो और सर्वसाधारण में विद्या का प्रचार बढ़े। यूँ तो कई एक मासिक पत्रिका काशी से निकलते हैं, परंतु विज्ञान तथा कला-कौशल की बातें न सिखलाकर केवल ऐय्यारी और तिलिस्मों ही से मन को मोह लेते हैं। इसी हेतु इस पत्र में काव्य, साहित्य, जीवन चरित्र, पुरातत्व, विज्ञान, व्यायाम, समाज-सुधार आदि विषय के लेखों पर अधिक ध्यान दिया गया है।” (भारतीय पत्रकारिता कोश भाग 2, पृ. 514)

सभी पत्रिकाओं का मुख्य उद्देश्य होता है जनता को जागृत करना और जनसंपर्क स्थापित करना। तकनीकी विकास के साथ-साथ पत्रिका प्रकाशन में भी अनेक परिवर्तन आते गए। आज कल कुछ ऐसी डिजिटल पत्रिकाएँ निकल रही हैं जिनमें यह सुविधा उपलब्ध है कि हम चाहे तो मुद्रित सामग्री को सुन भी सकते हैं।



### बोध प्रश्न

- जनसंचार में पत्रिकाओं का क्या स्थान है?
- बाल पत्रिकाओं के नाम बताइए।
- ‘भारतेन्दु’ पत्रिका का क्या उद्देश्य था?

**अन्य मुद्रित माध्यम :** पुस्तकों, समाचार पत्रों, पत्रिकाओं आदि के अतिरिक्त पोस्टर, परचे और विज्ञापन भी मुद्रण माध्यम के अंतर्गत आते हैं जो जनसंचार में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। ये माध्यम ढोल पीटने, मुनादी जैसे पुराने मौखिक/ श्रव्य जनसंचार माध्यमों का स्थान ले चुके हैं। आज भी हम देख सकते हैं कि दीवारों पर पोस्टर छिपके रहते हैं। बस अड्डे या फिर सार्वजनिक स्थलों पर परचे बाँटे जाते हैं।

**पोस्टर :** पोस्टर जनसंपर्क का पुराना और प्रचलित माध्यम है। पहले कागज पर संदेश लिखकर दीवारों पर चिपकाया जाता था। छापाखाने के आविष्कार के बाद संदेश को मुद्रित करके दीवारों पर या बोर्डों पर चिपकाया जाने लगा। दीवारों पर चिपकाए गए संदेश पर एक बार ही सही किसी की नज़र पड़ना स्वाभाविक है। यदि संदेश महत्वपूर्ण लगा तो हम रुककर उसे जरूर पढ़ेंगे। पोस्टर के माध्यम से कम कीमत और कम समय में अधिक से अधिक लोगों तक जानकारी पहुँचाई जा सकती है। क्षेत्रीय प्रचार के लिए पोस्टर अत्यंत उपयोगी साधन है। पोस्टरों में कलात्मकता का समावेश होने लगा है। चित्रों और आकर्षक रंगों का प्रयोग होने लगा है।



पोस्टरों में घोषणा या संदेश को कम-से-कम शब्दों में अंकित करना चाहिए। बोधगम्य भाषा और सरल शब्दों का प्रयोग करना चाहिए। मूल संदेश का टाइटल बड़ा होना चाहिए ताकि दूर से भी आसानी से पढ़ा जा सके। पोस्टर दीर्घकालीन नहीं होते क्योंकि दीवार पर या बोर्ड पर लगे पोस्टर जल्दी ही खराब हो जाते हैं। या फिर एक पोस्टर के ऊपर दूसरा पोस्टर चिपका दिया जाता है। अतः यह अल्पकालिक जनसंचार माध्यम है।

सरकार ने मनमाने स्थान पर पोस्टर लगाने पर पाबंदी लगा दी है। पोस्टर लगाने के लिए कुछ विशेष स्थल निर्धारित कर दिए गए हैं। उदाहरण के लिए स्वास्थ्य-शिक्षा संबंधी पोस्टर के लिए अस्पताल, सरकारी क्षेत्र के पोस्टर के लिए बस अड्डे और रेलवे स्टेशन आदि। आज हर तरह के पोस्टर निकलने लगे। व्यावसायिक और गैर-व्यावसायिक पोस्टरों की बाढ़-सी आने लगी तो 'डीफेंसमेंट ऑफ गवर्नमेंट प्रॉपर्टी एक्ट' बना। इस अधिनियम के तहत सरकारी इमारतों या अन्य निजी भवनों पर कोई भी बिना अनुमति के पोस्टर नहीं चिपका सकते हैं।

### बोध प्रश्न

- पोस्टर को अल्पकालिक जनसंचार माध्यम क्यों कहा जाता है?
- डीफेंसमेंट ऑफ गवर्नमेंट प्रॉपर्टी एक्ट क्या है?

**बुकलेट या ब्रोशर :** छोटी-छोटी सूचना पुस्तिका या बुकलेट तथा ब्रोशर जनसंचार का उपयुक्त माध्यम है। पुस्तिका या बुकलेट छोटी सी किताब के रूप में भी हो सकती है या फिर फ़ोल्डर के रूप में भी। सरकारी और गैर सरकारी संस्थाएँ, राजनैतिक दल, व्यावसायिक संस्थाएँ, शिक्षण संस्थाएँ आदि सूचनाओं तथा योजनाओं को जनता तक पहुँचाने के लिए इस माध्यम का प्रयोग करते हैं। इन्हें 'प्रेस-पत्र' माना जाता है, जिनका उपयोग जनता को आकर्षित करने के लिए किया जाता है। मुद्रण तकनीक, संचार क्रांति तथा प्रचार कला के विकास के कारण साज-सज्जा में बदलाव आया। सभी क्षेत्रों में इनका प्रयोग किया जा रहा है। शैक्षणिक संस्थाओं में आवेदन पत्र के साथ इस तरह की पुस्तिकाएँ प्रचार सामग्री की तरह उपलब्ध करवाई जाती हैं। इससे संस्था की विशेषताएँ, उपलब्धियाँ, पढ़ाए जाने वाले विषय, नियम, वर्ग शुल्क, छात्रावास, छात्रवृत्ति आदि की जानकारी आसानी से मिल जाती है।



सामग्री की भाषा शैली और शब्द चयन पर ध्यान देना चाहिए। सरल और सुबोध भाषा का प्रयोग करना चाहिए। यह ध्यान रखना चाहिए कि लक्षित जन-समूह तक आसानी से बात प्रेषित हो जाए। चित्रों का प्रयोग भी करके सामग्री को पठनीय और रोचक बना सकते हैं।

### बोध प्रश्न

- प्रेस पत्र क्या है?
- बुकलेट या ब्रोशर को प्रचार सामग्री की तरह कैसे प्रयोग किया जा सकता है?

**परचे :** परचे या पैम्फलेट को आमतौर पर समाचार पत्रों के साथ घर-घर में पहुँचाया जाता है। यह स्थानीय जनसंचार का सस्ता और आसान साधन है। स्कूल या विश्वविद्यालय, सूपर मार्केट, दूकान या फिर व्यावसायिक गतिविधियों, वस्तुओं के उत्पादों आदि से संबंधित जानकारी के प्रचार-प्रसार के लिए परचों का प्रयोग किया जाता है। इतना ही नहीं धार्मिक कार्यक्रमों और चुनाव प्रचार में भी इनका प्रयोग किया जाता है। जनता में सीधे वितरण किया जाता है। किसी स्कूल या विश्वविद्यालय के सामने या बस अड्डे या फिर राह चलते लोगों को सीधे वितरित किया जाता है।

### बोध प्रश्न

- जनसंपर्क के लिए परचे का प्रयोग किस तरह से कर सकते हैं?

**समाचार चिट्ठी या बुलेटिन :** प्रायः पुस्तिका या बरोशर या परचे को लोग बिना पढ़े नष्ट कर देते हैं। इनके स्थान पर आजकल समाचार चिट्ठी या न्यूज लेटर का प्रचलन बढ़ने लगा है। उदाहरण के लिए अध्यापक संघ या किसी भी संगठन के चुनाव के दौरान प्रत्याशी इसकी सहायता से अध्यापकों/ मतदाताओं से संपर्क कर सकता है अपने लिए वोट माँग सकता है। इसका असर ज्यादा पड़ता है। समाचार चिट्ठी के सही वितरण के लिए वितरक के पास लोगों के नाम और सही पतों की सूची होनी चाहिए।

### बोध प्रश्न

- समाचार चिट्ठी कैसे सहायक हो सकती है?

### 14.3.3 श्रव्य माध्यम

छात्रो! अब तक आपने मुद्रित जनसंचार माध्यमों का अध्ययन कर चुके हैं। अब आगे श्रव्य माध्यमों के बारे में जानकारी प्राप्त करेंगे। प्रमुख और लोकप्रिय श्रव्य जनसंचार माध्यम है रेडियो। कहा जा सकता है कि रेडियो ने जनसंचार के क्षेत्र में क्रांति ला दी। यह विद्युत तरंगों के माध्यम से संदेश को विशाल जनसमूह तक पहुँचाता है। मनोरंजन, सूचना एवं शिक्षा के लिए इसका उचित प्रयोग किया जा सकता है। इस माध्यम में सिर्फ आवाज ही आवाज होती है। शब्द, ध्वनि और संगीत के माध्यम से श्रोताओं को बाँधकर रखना होता है। आकाशवाणी के विविध भारती के युवा वाणी, बिनाका गीतमाला आदि कार्यक्रम लोकप्रिय हैं। धीरे-धीरे नया मोड आने लगा। एफ.एम. और उपग्रह संचार के कारण रेडियो में परिवर्तन हुआ। आज रेडियो कार्यक्रम नई क्षमताओं से युक्त हैं। फोन इन प्रोग्राम, रेडियो ब्रिज कार्यक्रम आदि के कारण इसका एक बेहतर स्वरूप प्रस्तुत हो रहा है।

रेडियो के माध्यम से सुनकर संदेश ग्रहण किया जा सकता है। श्रव्य माध्यम होने के कारण संदेश को विशिष्ट रूप से ढालना पड़ता है। भाषा सरल और उच्चारण स्पष्ट होने से श्रोता को आकर्षित किया जा सकता है। यहाँ ध्वनि के माध्यम से ही श्रोता के सामने दृश्य पैदा करना पड़ता है। अतः प्रस्तुतकर्ता की विशेष भूमिका होती है। रेडियो श्रोताओं की कल्पनाशक्ति को

साथ लेकर चलता है। रेडियो का कार्यक्रम चाहे साक्षात्कार हो या वार्ता, नृत्य, गीत-संगीत, कमेंट्री तभी सफल हो सकता है जब वह श्रोता को बाँध सके। अतः कार्यक्रम की शुरुआत रोचक ढंग से होनी चाहिए। शिथिलता किसी भी प्रकार के रेडियो कार्यक्रम के लिए घातक सिद्ध हो सकती है। छोटे-छोटे वाक्यों और सरल शब्दों का प्रयोग करना चाहिए। जहाँ मुद्रित माध्यम नहीं पहुँच सकता वहाँ भी रेडियो पहुँच जाता है। कहने का आशय है कि अशिक्षित लोग भी रेडियो सुनकर आसानी से समझ सकते हैं। जन-जन तक पहुँचने की शक्ति रेडियो में है। यह मनोरंजन के साथ-साथ शिक्षा का सशक्त साधन है। आजकल रेडियो के माध्यम से अनौपचारिक शिक्षा के प्रचार-प्रसार पर बल दिया जा रहा है। दृष्टिहीन व्यक्ति के लिए रेडियो वरदान है।

### बोध प्रश्न

- रेडियो के माध्यम से जनता तक संदेश कैसे पहुँचाया जा सकता है?
- शिक्षा के क्षेत्र में रेडियो का उपयोग किस तरह किया जा सकता है?

### 14.3.4 दृश्य माध्यम

आधुनिक दृश्य जनसंचार माध्यमों में सिनेमा, टेलीविजन और अब कंप्यूटर प्रमुख हैं। ये रेडियो की तरह ही विद्युत संचार माध्यम हैं। इनकी प्रक्रिया पूरी तरह यांत्रिक होती है। इनके माध्यम से कम समय में अधिक लोगों तक समाचार को संप्रेषित किया जा सकता है।

### सिनेमा

विद्युतीय संचार माध्यमों में सिनेमा एक महत्वपूर्ण विधा है। यह दृश्य-श्रव्य माध्यम है। फिल्मों में संकेतों और बिंबों की भाषा का प्रयोग किया जाता है। इसकी केंद्रीय विशेषता है गतिशीलता। यह दृश्यों के संयोजन द्वारा व्यक्त होती है। भारत में फिल्मों का विकास सामाजिक और राजनैतिक प्रभाव के कारण हुआ। फ़िल्में स्वतंत्रता आंदोलन के अनुरूप बनने लगीं। मनोरंजन के साथ-साथ समाज-सुधार के लिए तथा व्यापक जनसंचार के लिए भी फिल्मों का प्रयोग किया जाने लगा। फिल्म उद्योग के विकास के साथ-साथ फिल्म निर्माण की तकनीक भी बदलने लगी। अनेक प्रकार की फ़िल्में बनने लगीं। फीचर, डॉक्युमेंट्री, कार्टून, व्यावसायिक फ़िल्में, टेलीफ़िल्म, एनीमेशन और विज्ञापन आदि।

फिल्म पत्रकारिता का भी विकास हुआ। 1931 में 'मंच' नामक पत्रिका से फिल्म पत्रकारिता का प्रारंभ हुआ। फ़िल्में आम आदमी की चिंताओं, आकांक्षाओं, उपलब्धियों और संघर्षों को प्रतिबिंबित करने लगीं। फ़िल्में व्यापक जनसमूह तक अपनी बात आसानी से पहुँचा सकती हैं। इनके माध्यम से हम मनोरंजन भी कर सकते हैं और साथ ही जनता में जागृति ला सकते हैं। अन्य भाषा शिक्षण में भी इनका उपयोग करके आसानी से संस्कृति, साहित्य, व्याकरण, भाषिक प्रयोग आदि अनेक आयामों को सिखा सकते हैं।

## बोध प्रश्न

- फिल्म पत्रकारिता का प्रारंभ कब हुआ?
- व्यापक जनसंचार के लिए फिल्म कैसे उपयोगी है?

## टेलीविजन

टेलीविजन मनोरंजन के साथ-साथ सूचना और शिक्षा के लिए उपयोगी माध्यम है। टेलीविजन प्रौद्योगिकी के विकास के कारण टेलीविजन प्रसारण में परिवर्तन आया। पूरी दुनिया की खबरें टेलीविजन के माध्यम से कुछ ही क्षणों में घर बैठे-बैठे हम प्राप्त कर सकते हैं। टेलीविजन कैमरे की एक विशेषता यह होती है कि वह चेहरे के छोटे-से-छोटे भाव को भी बढ़ा-चढ़ा कर प्रस्तुत करता है। कैमरे से कुछ भी छिप नहीं पाता। अतः टेलीविजन न्यूस रीडर या एंकर को बोलते समय सहज रूप से अभिव्यक्त करना होता है। टेलीविजन की दुनिया में हाव-भावों का महत्व अधिक रहता है।

टेलीविजन की भाषा ध्वनि संकेतों और दृश्यों का सम्मिलित रूप है। अर्थात् यह भाषा दृश्य और शब्द से मिलकर बनती है। यह जनसंचार माध्यम दर्शक को हर क्षण सूचनाएँ प्रदान करता है। यहाँ दर्शक को रुककर उस बात पर सोचने या विचार करने के लिए समय नहीं मिलता।

भारत में अनेक भाषाएँ और बोलियाँ हैं। टेलीविजन प्रसारण लगभग सभी भाषाओं और बोलियों में उपलब्ध है। बच्चों के लिए अलग चैनल और कार्यक्रम हैं। इसी प्रकार स्त्रियों के लिए भी अलग कार्यक्रम हैं। खेल संबंधी, चिकित्सा संबंधी, धर्म और आध्यात्म संबंधी, साहित्य संबंधी आदि अनेक अलग-अलग चैनल उपलब्ध हैं जहाँ 24 घंटे सूचनाएँ प्रदान की जाती हैं। करोड़ों जनता तक ये सूचनाएँ पल भर में पहुँच जाती हैं। कंपनियाँ भी उन्हीं चैनलों और कार्यक्रमों को ज्यादा विज्ञापन देती हैं जिन्हें ज्यादातर दर्शक देखते हैं। अब हम यह देखेंगे कि दृश्य-श्रव्य जनसंचार माध्यम सूचना, शिक्षा और मनोरंजन के लिए कैसे उपयोगी है।

**(i) सूचना :** इसमें मुख्य कार्यक्रम है समाचार प्रसारण। दर्शक समाचारों को दृश्यों के माध्यम से देखते हैं। इसका प्रभाव ज्यादा रहता है और विश्वसनीयता बढ़ती है। न्यूज चैनल कई भाषाओं में 24 घंटे प्रसारित होती है। समाचार चैनलों में सामाजिक, आर्थिक, व्यावसायिक और राजनैतिक समाचारों के साथ-साथ कुछ अन्य महत्वपूर्ण जानकारी भी दी जाती है। इन चैनलों में विभिन्न महत्वपूर्ण विषयों पर वृत्त चित्र भी प्रसारित किए जाते हैं। बधिरो के लिए भी समाचार प्रसार किया जाता है।

**(ii) मनोरंजन :** 1982 के एशियाई खेलों के अवसर पर टेलीविजन का प्रचलन और बढ़ गया। विज्ञापनों, सिनेमा और गीतों के प्रसारण के साथ-साथ हम लोग, बुनियाद, महाभारत, रामायण, सुरभि, भारत एक खोज आदि। धारावाहिकों के कारण टेलीविजन मनोरंजन का सफल माध्यम सिद्ध हुआ। साहित्यिक, सांस्कृतिक, धार्मिक कार्यक्रम भी प्रसारित होने लगे। इस

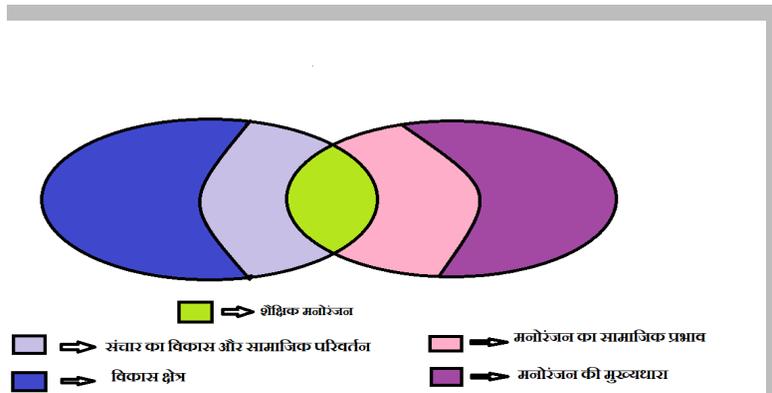
समय अनेक मनोरंजन प्रधान चैनल हैं। इनमें परिवार और समाज केंद्रित अनेक कार्यक्रमों का प्रसारण हो रहा है। दिन ब दिन मनोरंजन प्रधान चैनलों की माँग बढ़ती जा रही है।

(iii) शिक्षा : टेलीविजन शिक्षा के क्षेत्र में भी काफी उपयोगी है। जहाँ बच्चे औपचारिक रूप से स्कूल जाकर शिक्षा अर्जित नहीं कर सकते, वहाँ टेलीविजन सहायक सिद्ध हो रहा है। अनेक ग्रामीण क्षेत्रों में अध्यापकों का अभाव है। वहाँ स्कूल-टेलीविजन लोकप्रिय होने लगा। बच्चों को दृश्य-श्रव्य माध्यम की सहायता से समझाना अत्यंत आसान होता है। छोटी आयु के बच्चों के लिए यह माध्यम काफी उपयोगी सिद्ध हुआ है। 'ड्रॉप ऑउट्स' के लिए और दूरस्थ शिक्षा माध्यम से शिक्षा अर्जित करने वाले बच्चों के लिए टेलीविजन वरदान है। नेशनल जियोग्राफिक, डिस्कवरी, हिस्ट्री, एनिमल प्लेनट, साइंस, नासा टेलीविजन आदि अनेक ऐसे चैनल हैं जिनके माध्यम से शिक्षा प्रदान की जाती है। इस माध्यम की शैक्षणिक उपयोगिता 2020-21 में उस समय विशेष रूप से सामने आई जब कोरोना महामारी और लॉक डाउन (तालाबंदी) के कारण बच्चे स्कूल नहीं जा पा रहे थे। ऐसी स्थिति में उनकी शिक्षा बाधित न हो, इस उद्देश्य से सरकार ने अनेक प्रयास करके स्वयं प्रभा, डीडी ज्ञानदर्शन, एन सी ई आर टी चैनल आदि के माध्यम से 24 × 7 उच्च गुणवत्ता युक्त शिक्षा कार्यक्रम चलाए। कंप्यूटर और इंटरनेट क्रांति के कारण आज अनेक वेबसाइटें उपलब्ध हैं, जिनकी सहायता से बच्चों को शिक्षित किया जा सकता है। 100 से भी अधिक शिक्षा से संबंधित यूट्यूब चैनल हैं।

### कुछ शैक्षणिक परियोजनाएँ

- **माध्यमिक विद्यालय टेलीविजन परियोजना** : यह माध्यमिक विद्यालय के छात्रों के शिक्षण में सुधार के लिए डिजाइन किया गया कार्यक्रम है। 1961 में इसकी शुरुआत हुई।
- **दिल्ली कृषि टेलीविजन परियोजना (डी ए टी वी)** : 1966 में विशेष रूप से कृषि से संबंधित जानकारी प्रदान करने के लिए शुरू किया गया था। इसे कृषि दर्शन भी कहा जाता है।
- **यूजीसी उच्च शिक्षा टेलीविजन परियोजना** : 1984 में प्रारंभ इस परियोजना का मुख्य उद्देश्य है शिक्षा की गुणवत्ता को उन्नत और समृद्ध करना। इसे सामान्य रूप से 'कंट्री वाइड क्लासरूम' (देश व्यापी कक्षा कक्ष) कहा जाता है।
- **इग्नू-दूरदर्शन प्रसारण** : यह 1991 में मुख्य रूप से इग्नू और दूरदर्शन के सहयोग से दूरस्थ शिक्षार्थियों के लिए डिजाइन किया गया कार्यक्रम है। इसका मुख्य उद्देश्य है ग्रामीण क्षेत्रों में मुक्त विश्वविद्यालयों के छात्रों को टेली-काउंसलिंग प्रदान करना।
- **ज्ञान दर्शन** : 26 जनवरी, 2000 में इसकी शुरुआत हुई थी। इसमें मुक्त और नियमित विश्वविद्यालयों के छात्रों की जरूरतों की पूर्ति पर ध्यान केंद्रित किया जाता है। 24 घंटे प्रसारण चलता रहता है।

- **ई-पीजी पाठशाला** : राष्ट्रीय शिक्षा मिशन के तहत एमएचआरडी ने इसकी शुरूआत की। यह यूजीसी द्वारा निष्पादित है। सामग्री और इसकी गुणवत्ता शिक्षा प्रणाली के प्रमुख घटक हैं। समाज विज्ञान, कला, ललित कला और मानविकी, गणित, भाषा विज्ञान आदि लगभग 70 से ज्यादा विषयों पर गुणवत्तापूर्ण सामग्री उपलब्ध है। इस इंटरैक्टिव ई-सामग्री को भारतीय विश्वविद्यालयों और देश भर में अन्य शोध संस्थानों में काम कर रहे विषय विशेषज्ञों द्वारा विकसित किया गया है। यह एक टीम वर्क है - प्रमुख अन्वेषक, प्रश्नपत्र समन्वयक, इकाई लेखक, इकाई समीक्षक और भाषा समीक्षक का।
- **एडुटैनमेंट** : अर्थात् शैक्षणिक मनोरंजन। यह मनोरंजन के माध्यम से शिक्षित करने के लिए डिज़ाइन किया गया मीडिया है। इसमें ऐसी सामग्री शामिल होती है जिसे मनोरंजन के साथ सिखाया जाता है। शिक्षा को अधिक रोचक और सरल बनाना इसका प्रमुख उद्देश्य है। उदाहरण के लिए फिल्मी गाने के माध्यम से पाठ पढ़ाना। जिस गाने की सहायता से पाठ सिखाया जाता है उसे पहले ही विद्यार्थियों को उपलब्ध कराया जाता है तथा उस गाने को सीखने का निर्देश भी दिया जाता है। विलोम शब्दों को आसानी से समझाने के लिए राजकपूर की फिल्म 'मेरा नाम जोकर' के इस गाना का उपयोग किया जा सकता है - 'ये भाई जरा देख के चलो, आगे ही नहीं पीछे भी। दायें ही नहीं बायें भी। ऊपर ही नहीं नीचे भी। ये भाई जरा देख के चलो'। अब आप ध्यान से रेखांकित शब्दों को देखिए - सभी विलोम शब्द हैं - आगे और पीछे, दायें और बायें, ऊपर और नीचे। क्रिया शब्दों को आसानी से 'बाँबी' फिल्म के इस गाने की सहायता से सिखाया जा सकता है - बाहर से कोई अंदर न आ सके अंदर से कोई बाहर न जा सके'। बाहर-अंदर जैसे विलोम शब्दों के साथ-साथ आना-जाना जैसे क्रिया शब्दों को भी आसानी से सिखाया जा सकता है। मुख्य रूप से अन्य भाषा के रूप में हिंदी सिखाते समय इस तरह का प्रयोग किया जा सकता है।



## बोध प्रश्न

- जनसंचार माध्यम के रूप में टेलीविजन कैसे उपयोगी है?
- कुछ शैक्षणिक परियोजनाओं का परिचय दीजिए जो जनसंचार में सहायक हैं?
- एडुटैनमेंट कैसे सहायक सिद्ध हो सकता है?

### 14.3.5 संपादन कला

प्रिय छात्रो! अभी तक हम जनसंचार के विविध माध्यमों की चर्चा कर रहे थे। भाषा के विद्यार्थी के रूप में आप के लिए यह जानना जरूरी है कि इन सभी माध्यमों के लिए विविध प्रकार की सामग्री का लेखन किया जाता है। लिखी हुई सामग्री का जनसंचार माध्यम की प्रकृति के अनुरूप संपादन किया जाता है। संपादन करने वाले को संपादक कहा जाता है। संपादक का कार्य बेहद जिम्मेदारी का कार्य होता है। उसे विषय वस्तु से लेकर भाषा शैली तक पर गहरी नज़र रखनी पड़ती है। इसलिए यह जरूरी है कि आप संपादन के संबंध में भी जानकारी प्राप्त करें। आगे हम इसी बिंदु पर विचार करेंगे।

किसी भी सामग्री का संपादन करना एक कला है। इसके लिए परिश्रम, अभ्यास और निपुणता की आवश्यकता होती है। यह काम उत्तरदायित्वपूर्ण काम है। इस काम को व्यवस्थित ढंग से करने का दायित्व संपादक पर होता है। समाचार या लेख या फिर प्रचार सामग्री की गुणवत्ता संपादन कला पर आधारित रहता है। सामग्री की काट-छाँट करना, सजाना, संवारना और उसे एक वांछित आकार प्रदान करना संपादन कार्य में सम्मिलित हैं। इसे अभ्यास द्वारा ही सही ढंग से सीखा जा सकता है।

भारत में मौजूदा प्रेस कानूनों में सबसे पुराना कानून है प्रेस एंड रजिस्ट्रेशन ऑफ बुक्स एक्ट 1867। इसके अनुसार समाचार पत्र, पत्रिका या संपादित कृति में प्रकाशित होने वाली सामग्री का नियंत्रण संपादक के अधीन होता है। यह संपादक का दायित्व होता है कि किस सामग्री को प्रकाशित करना है और किस तरह करना है ताकि उसका प्रभाव बना रहे।

संपादन कार्य करते समय निम्नलिखित बिंदुओं को ध्यान में रखना चाहिए -

1. छह ककारों (क्या, कब, कहाँ, कौन, क्यों, कैसे) को ध्यान में रखना चाहिए।
2. भाषा की स्पष्टता और बोधगम्यता पर ध्यान रखना चाहिए।
3. अनावश्यक एवं विवादास्पद शब्द, वाक्य तथा तथ्य को हटाना चाहिए।
4. एक से अधिक बार लिखे गए वाक्यों को हटाना चाहिए। पुनरावृत्ति से बचना चाहिए।
5. कथ्य पर ध्यान देना चाहिए।

सामान्य रूप से संपादन का अर्थ है समाचार या किसी भी सामग्री को संशोधित करना, शीर्षक लगाना और व्याकरण दोषों को दूर करना। यह काम तभी हो सकता है जब डेस्क पर रिपोर्ट, समाचार, लेख, अग्रलेख या कोई सामग्री उपलब्ध हो। संपादन स्तर सामग्री की सत्यता परखी जाती है। संपादन द्वारा किसी उपलब्ध सामग्री को छपने, प्रसारित अथवा प्रदर्शित करने योग्य बनाया जाता है। संपादन का पहला सिद्धांत है सामग्री को गंभीरतापूर्वक पढ़ना। उसके बाद ही संपादन कार्य शुरू करना चाहिए। सामग्री में दर्ज तथ्य, नाम, स्थान, तिथि, आँखिया, आंकड़ा आदि को बार-बार क्रॉस चेक कर लेना चाहिए। संपादन करते समय विरामचिह्नों, गूढ़

शब्दों, व्याकरण, भाषा प्रयोग आदि पर ध्यान रखना चाहिए। कुछ अन्य प्रमुख सिद्धांत हैं - शुद्धता, संतुलन, निष्पक्षता, संक्षिप्तता, स्पष्टता, पठनीयता, पाठकों की रुचि और तीक्ष्ण अवलोकन। कुछ संपादन चिह्न निम्नप्रकार हैं -

,	कॉमा लगाएं	L	नया पैरा यहां से शुरू करें	
	फुल स्टॉप लगाएं	L	इसे पैराग्राफ में बदलें	
(/)	छोटे कोष्ठक लगाएं	Q	यहां से पैरा समाप्त करें	
=	लाइन सीधी करें		आज सात तारीख है।	रन ऑन
-	हाइफन लगाएं		→ आज चांद निकलेगा	
d	निकाल दें		वहां	
#	जगह छोड़ें		आजकल क्या चल रहा है	एक शब्द जोड़ें वहां
⌒	जगह जोड़ें		वह सेमिनार वहां मद्रास में होगी	वहां को हटा दें
क या क	बड़ा अक्षर करें		10	
पैरा	प को हटा दें		इस समय वहां दस बजे हैं	अंकों में बदल दें

### बोध प्रश्न

- प्रेस एंड रजिस्ट्रेशन ऑफ बुक्स एक्ट क्या है?
- संपादन कार्य में प्रमुख रूप से किन बिंदुओं पर ध्यान रखना चाहिए?

### 14.3.6 साक्षात्कार

जनसंचार की एक महत्वपूर्ण विधा है साक्षात्कार। इसका अपना एक महत्व है। अंग्रेजी में इसका पर्याय है 'इंटरव्यू' इंटर अर्थात् भीतर तथा व्यू का अर्थ है दर्शन या झाँकना। अतः यह कहा जा सकता है कि साक्षात्कार का अर्थ है किसी व्यक्ति के भीतर झाँकना और महत्वपूर्ण बातों को जानना। यह भेंटवार्ता एक विशेष प्रकार की बातचीत है।

साक्षात्कार एक-दूसरे से संपर्क स्थापित करने का साधन है क्योंकि यह दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच संबंध निर्मित करता है। साक्षात्कार के तीन प्रमुख यंग हैं - साक्षात्कार कर्ता, साक्षात्कार देने वाला और साक्षात्कार हेतु प्रश्न। सामान्य रूप से हम कह सकते हैं कि दो व्यक्तियों के बीच बातचीत साक्षात्कार है लेकिन यदि बातचीत उद्देश्यहीन हो तो उसे साक्षात्कार नहीं कहा जा सकता। यह वस्तुतः जाँच-पड़ताल की प्रत्यक्ष विधि है।

साक्षात्कार कर्ता से निम्नलिखित गुणों की अपेक्षा की जाती है - विषय का ज्ञान, आत्मीयता, दूरदर्शिता, अंतर्दृष्टि, पूर्वाग्रहहीनता, संवेदनशीलता और मित्रवत व्यवहार। साक्षात्कार के अनेक प्रकार हैं - व्यक्तिगत, सामूहिक, उपचारमूलक, आवृत्तिमूलक, नियंत्रित और अनियंत्रित साक्षात्कार।

व्यक्तिगत साक्षात्कार :- किसी व्यक्ति-विशेष से बातचीत करें तो यह व्यक्तिगत साक्षात्कार कहलाता है। जैसे किसी राजनेता, अभिनेता, प्रख्यात विद्वान, चित्रकार, साहित्यकार या पत्रकार आदि।

सामूहिक साक्षात्कार :- जब किसी घटना या समस्या पर समूह से बातचीत की जाए तो वह सामूहिक साक्षात्कार कहा जाता है।

उपचारमूलक साक्षात्कार :- इसे चिकित्सामूलक साक्षात्कार भी कहा जाता है। किसी रोगी की मानसिक दशा के बारे में जानने के लिए जो बातचीत की जाती है उसे उपचारमूलक या चिकित्सामूलक साक्षात्कार कहा जाता है।

आवृत्तिमूलक साक्षात्कार :- किसी घटना के संबंध में पूरी जानकारी प्राप्त करने के लिए आवृत्तिमूलक साक्षात्कार की सहायता ली जाती है। इसमें घटना को भागों में विभाजित किया जाता है और हर भाग पर विस्तृत जानकारी प्राप्त की जाती है। चुनाव सर्वेक्षण इस श्रेणी के अंतर्गत आता है।

नियंत्रित साक्षात्कार :- इस तरह के साक्षात्कार में पूछे जाने वाले प्रश्नों की एक प्रश्नावली तैयार कर ली जाती है। इन प्रश्नों के उत्तर विकल्प के रूप में दिए जाते हैं। उत्तरदाता को इन्हीं विकल्पों से उत्तर ढूँढना होगा। इस प्रकार के साक्षात्कार में प्रश्न और उत्तर पहले से ही निर्धारित होते हैं।

अनियंत्रित साक्षात्कार :- इस तरह के साक्षात्कार में विषय निर्धारित होते हैं लेकिन न ही प्रश्न पूर्वनिर्धारित होते हैं और न ही उत्तर। उत्तरदाता को अपनी बात कहने की पूरी छूट रहती है। इस तरह के साक्षात्कार से विस्तृत विवरण और सूचनाएँ प्राप्त की जा सकती हैं।

### बोध प्रश्न

- साक्षात्कार किसे कहते हैं?
- उपचारमूलक साक्षात्कार से क्या अभिप्राय है?
- साक्षात्कार के प्रमुख अंग क्या हैं?
- साक्षात्कार कर्ता से किन गुणों की अपेक्षा की जाती है?

---

### 14.4 पाठ सार

---

प्रिय छात्रो! इस इकाई में हमने यह जाना कि लोकतंत्र में जन-जन तक सूचना पहुँचाने और जनमत निर्माण करने में जनसंचार माध्यमों की भूमिका महत्वपूर्ण है। जनसंचार के विविध आयामों के अंतर्गत आपने विविध माध्यमों का अध्ययन किया है जिनकी सहायता से संदेश बड़े जनसमूह तक आसानी से पहुँचता है। पुराने जमाने में जब प्रौद्योगिकी और यांत्रिक तकनीकों का विकास नहीं हुआ उस समय परंपरागत लोक जनसंचार माध्यमों का प्रयोग करके विशाल

जनसमूह तक संदेश पहुँचाया जाता था। लोक माध्यमों का उद्भव और विकास जनता के बीच हुआ है, अतः जनता ही इनकी स्रष्टा, श्रोता और दर्शक है। इसीलिए हम यह कह सकते हैं कि लोक जनसंचार माध्यमों का सीधा प्रभाव जनता पर पड़ता है। आज भी ये माध्यम सूचना, शिक्षा और मनोरंजन के लिए सहायक सिद्ध हो रहे हैं। स्वतंत्रता संग्राम में भी लोक माध्यमों की भूमिका थी। इनके साथ हमारी सांस्कृतिक चेतना जुड़ी हुई है।

मुद्रित माध्यम लिखित भाषा का विस्तार है। इसी माध्यम ने मनुष्य को सोचने और विचारने की शक्ति प्रदान की है। बाद में श्रव्य माध्यमों का विकास हुआ। प्रौद्योगिकी के विकास के साथ-साथ दृश्य-श्रव्य माध्यमों की बाढ़ सी आ गई। इन माध्यमों के कारण सूचना, शिक्षा और मनोरंजन के क्षेत्र में काफी परिवर्तन आए। साक्षात्कार भी जनसंचार की ही एक महत्वपूर्ण विधा है जिसकी सहायता से अनेक महत्वपूर्ण मुद्दों की जानकारी प्राप्त कर सकते हैं। कुल मिलाकर यह कहा जा सकता है कि जनता तक संदेश को प्रभावशाली रूप से पहुँचाने तथा राष्ट्र के विकास में सहायक सिद्ध होने में जनसंचार माध्यमों का योगदान उल्लेखनीय है।

---

#### 14.5 पाठ की उपलब्धियाँ

---

इस इकाई के अध्ययन से निम्नलिखित निष्कर्ष प्राप्त हुए हैं -

1. जनसंचार माध्यमों की सहायता से आसानी से व्यापक जनसमूह तक संदेश पहुँचाया जा सकता है।
2. परंपरागत लोक जनसंचार माध्यम बहुत कम खर्चीले होते हैं। इनके माध्यम से जनसमूह के बीच जाकर आसानी से बात को संप्रेषित कर सकते हैं।
3. मुद्रित माध्यम ने साक्षरता को अनिवार्य बना दिया है। लिखित या मुद्रित शब्द की विश्वसनीयता मौखिक से अधिक होती है।
4. जनसंचार माध्यम के रूप में रेडियो की सबसे बड़ी शक्ति इसकी सुलभता है। यह निरक्षर व्यक्ति तक भी संदेश पहुँचा सकता है।
5. सिनेमा के माध्यम से अधिक व्यापक जनसमूह तक संदेश को प्रभावी रूप से पहुँचाया जा सकता है।
6. साक्षात्कार के माध्यम से भी विस्तृत विवरण या प्रामाणिक सूचनाएँ प्राप्त की जा सकती हैं।

---

#### 14.6 शब्द संपदा

---

1. परियोजना = विशेष प्रयोजन से किए जाने वाले कार्यों की योजना
2. पांडुलिपि = किसी पुस्तक या लेख की हस्तलिखित मूल प्रति जो छपाई हेतु तैयार की गई हो
3. पूर्वाग्रह = किसी विषय में पहले से ही बनी हुई कोई धारणा

4. प्रतिपुष्टि = फीडबैक, किसी सूचना के प्राप्तकर्ता द्वारा सूचना प्राप्त होने का पुष्टीकरण  
5. विश्वसनीयता = विश्वास करने योग्य होने का गुण

---

#### 14.7 परीक्षार्थ प्रश्न

---

#### खंड (अ)

##### (अ) दीर्घ श्रेणी के प्रश्न

निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लगभग 500 शब्दों में दीजिए।

1. परंपरागत लोक जनसंचार माध्यम किसे कहते हैं? उसके विभिन्न रूपों का संक्षिप्त परिचय दीजिए।
2. मुद्रित माध्यम के विभिन्न प्रकारों का उल्लेख करते हुए इनकी उपयोगिता पर प्रकाश डालिए।
3. कुछ शैक्षणिक परियोजनाओं का उल्लेख करते हुए यह सिद्ध कीजिए कि टेलीविजन शिक्षा के प्रचार-प्रसार में योगदान कर सकता है।
4. जनसंचार के रूप में साक्षात्कार की भूमिका पर चर्चा कीजिए।
5. संपादन कला किसे कहते हैं? जनसंचार में इसकी क्या भूमिका है?
6. कुछ मुद्रण प्रणालियों का संक्षिप्त परिचय दीजिए।

#### खंड (ब)

##### (आ) लघु श्रेणी के प्रश्न

निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लगभग 200 शब्दों में दीजिए।

1. परंपरागत लोक माध्यमों की प्रासंगिकता पर विचार कीजिए।
2. पुतली खेल किसे कहते हैं? विभिन्न प्रकार के पुतली खेलों का संक्षिप्त परिचय दीजिए।
3. मुद्रण कला के इतिहास पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए।
4. भाषा शिक्षण में फिल्म गाने कैसे उपयोगी सिद्ध हो सकते हैं? स्पष्ट कीजिए।
5. श्रव्य माध्यम के रूप में रेडियो की भूमिका को रेखांकित कीजिए।

#### खंड (स)

##### I. सही विकल्प चुनिए

1. सबसे प्राचीन, स्थायी और व्यापक प्रकार का मुद्रित माध्यम क्या है? ( )  
(अ) समाचार पत्र (आ) पुस्तक (इ) पोस्टर (ई) पुतली खेल

2. हस्तलिखित सामग्री को क्या कहा जाता है? ( )  
 (अ) पांडुलिपि (आ) पुस्तक (इ) ब्रोशर (ई) परचे
3. लोक नाट्य माध्यमों में किसका प्रयोग किया जाता है? ( )  
 (अ) संपादक (आ) सूत्रधार (इ) दूत (ई) दूती
4. किस साक्षात्कार में प्रश्न और उत्तर पहले से ही निर्धारित होते हैं? ( )  
 (अ) उपचारमूलक (आ) नियंत्रित (इ) अनियंत्रित (ई) व्यक्तिगत

## II. रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए

1. लोक नाट्यों में ..... तत्व की प्रधानता रहती है।
2. पोस्टर एक ..... जनसंचार माध्यम है।
3. समाचार पत्रों को छापने के कागज़ को ..... कहा जाता है।
4. संपादन चिह्नों में 'L' का अर्थ ..... है।
5. मनोरंजन के साथ शिक्षा के सरल और रोचक बनाने को ..... कहा जाता है।

## III. सुमेल कीजिए

- |              |                               |
|--------------|-------------------------------|
| 1. पड़       | (अ) फिल्म पत्रिका             |
| 2. बंगाल गजट | (आ) तिलक                      |
| 3. केसरी     | (इ) 1780                      |
| 4. इंडिगो    | (ई) लोक कला                   |
| 5. मंच       | (उ) प्रथम डिजिटल मुद्रण प्रेस |

---

## 14.8 पठनीय पुस्तकें

---

1. जनसंचार : सिद्धांत और अनुप्रयोग, विष्णु राजगढ़िया
2. संपादन कला, राजशेखर मिश्रा
3. समाचार संपादन, रामशरण जोशी
4. सूचना प्रौद्योगिकी, सी.के.शर्मा और हेमंत शर्मा।

---

## इकाई 16 : जनसंचार माध्यम के विविध रूप : समाचार लेखन और हिंदी

---

### रूपरेखा

- 16.1 प्रस्तावना
- 16.2 उद्देश्य
- 16.3 मूल पाठ : जनसंचार माध्यम के विविध रूप : समाचार लेखन और हिंदी
  - 16.3.1 समाचार : अर्थ और परिभाषा
  - 16.3.2 समाचार लेखन की परिभाषा
  - 16.3.3 समाचार लेखन के तथ्य
  - 16.3.4 समाचार लेखन के सिद्धांत
  - 16.3.5 समाचार लेखन में संवाददाता की भूमिका
  - 16.3.6 विविध जनसंचार माध्यमों के लिए समाचार लेखन
  - 16.3.7 विशिष्ट शब्दावली
- 16.4 पाठ सार
- 16.5 पाठ की उपलब्धियाँ
- 16.6 शब्द संपदा
- 16.7 परीक्षार्थ प्रश्न
- 16.8 पठनीय पुस्तकें

---

### 16.1 प्रस्तावना

---

छात्रो! अब तक आप जनसंचार माध्यम के विविध आयामों से परिचित हो चुके हैं और यह भी जान चुके हैं कि ये आयाम मनोरंजन, सूचना और शिक्षा के प्रसार में उपयोगी हैं। यह भी जान चुके हैं कि सामग्री को प्रसारित व प्रचारित करने के लिए उसका संपादन अनिवार्य है। आप यह भी जानते हैं कि हर दिन हमारे आस-पास कोई-न-कोई घटना घटती रहती है। तरह-तरह के समाचार सुनते रहते हैं। प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया समसामयिक घटनाओं, समस्याओं और विचारों से भरा रहता है। इनका प्रभाव समाज और हर व्यक्ति पर पड़ता है। जब प्रौद्योगिकी का विकास नहीं हुआ तब हरकारों, पशु-पक्षियों की सहायता से संदेशों का आदान-प्रदान होता था। जैसे-जैसे प्रौद्योगिकी का विकास हुआ वैसे-वैसे जनसंचार माध्यमों की बाढ़ सी आ गई। शिक्षित लोगों के लिए समाचार पत्र वरदान सिद्ध हुआ तो हर वर्ग के लोगों के लिए रेडियो, टेलीविजन, विज्ञापन आदि वरदान बने।

मीडिया में एक ही समाचार को तोड़-मरोड़ कर दिलचस्प रूप से प्रकाशित एवं प्रसारित करना पड़ता है। प्रकाशित व प्रसारित करने से पहले समाचार लिखना पड़ता है। जनसंचार के विविध माध्यमों के लिए अलग तरीके से ही समाचार लिखना पड़ता है। यह एक कला है। छात्रो! आप इस इकाई में यह सीखेंगे कि विविध माध्यमों के लिए समाचार कैसे लिखना होगा।

---

### 16.2 उद्देश्य

---

छात्रो! इस इकाई में आप विविध जनसंचार माध्यमों के लिए समाचार लेखन का अध्ययन करेंगे। इस इकाई के अध्ययन से आप -

- समाचार क्या है, यह बता पाएँगे।

- समाचार के स्वरूप से परिचित हो सकेंगे।
- समाचार को एकत्रित करने की विभिन्न पद्धतियों को जान पाएँगे।
- समाचार लेखन के तथ्यों से परिचित हो सकेंगे।
- समाचार लेखन की विशेषताओं को बता सकेंगे।
- समाचार लेखन की प्रक्रिया का ज्ञान प्राप्त कर सकेंगे।
- समाचार लेखन में संवाददाता की भूमिका को पहचान सकेंगे।
- समाचार लेखन में प्रयुक्त होने वाले कुछ विशिष्ट शब्दों का ज्ञान प्राप्त करेंगे।
- विभिन्न जनसंचार माध्यमों के लिए समाचार लिखना सीख जाएँगे।

## 16.3 मूल पाठ : जनसंचार माध्यम के विविध रूप : समाचार लेखन और हिंदी

समाचार समसामयिक घटनाओं का ब्यौरा है। हमें हर वक्त यह जानने की रुचि रहती है कि हमारे आस-पास क्या घट रहा है। यदि हम लंबी छुट्टी पर गए तो वापस आने के बाद हम यह जानने की कोशिश करेंगे कि हमारी अनुपस्थिति में क्या हुआ था। हम समाचार बटोरने की कोशिश करते हैं। हमने यह कहा कि समाचार समसामयिक घटनाओं का ब्यौरा है। लेकिन हर घटना समाचार नहीं है। तो फिर समाचार है क्या? आइए छात्रो! समाचार क्या है और उसके क्या तत्व हैं जानने की कोशिश करेंगे।

### 16.3.1 समाचार : अर्थ और परिभाषा

हर व्यक्ति को समाचार जानने में रुचि होती है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से घटनाओं से संबंधित महत्वपूर्ण सूचनाएँ उपलब्ध होती हैं। इनका एक विस्तृत विवेचन प्रिंट मीडिया के माध्यम से प्राप्त होता है। समाचार के महत्व के अनुसार समाचार पत्रों में उसे प्रकाशित करने का स्थान निर्धारित होता है। सबसे मुख्य और महत्वपूर्ण समाचार को मुख्य पृष्ठ पर सबसे ऊपर प्रकाशित किया जाता है। पाठकों का ध्यान आकर्षित करने के लिए मोटे अक्षरों में उस समाचार के लिए एक शीर्षक भी दिया जाता है।

रेडियो और टेलीविजन पर समाचार के बुलेटिन का प्रसारण 5 मिनट से 30 मिनट की अवधि के लिए होता है। वस्तुतः समाचार देश-विदेश में घटित घटनाओं या गतिविधियों की सूचनाएँ होती हैं जिनका महत्व होता है। हर घटना समाचार नहीं है। जिन घटनाओं की चर्चा आवश्यक हो वे ही समाचार का रूप धारण करते हैं। यहाँ 'स्वतंत्र वार्ता' (26 मार्च, 2021) में प्रकाशित समाचार का एक नमूना देखिए -

## कोरोना को लेकर डराने वाला दावा

15 फरवरी से दूसरी सहर शुरू हुई, जॉल-मंड में पीक पर आया, इस दौरान 25 लाख केस आ सकते हैं

उपर्युक्त समाचार में कोरोना वाइरस के कारण लोगों में फैला हुआ डर और आतंक का खुलासा है। यह एक ज्वलंत समस्या है। इस समाचार को ध्यान से देखिए - यह एजेंसियों से प्राप्त समाचार है। शीर्षक मोटे अक्षरों में है तथा प्रभाव उत्पन्न करने के लिए दो रंगों का प्रयोग किया गया है। सुर्खियाँ मुख्य शीर्षक के नीचे हैं। प्रभावशाली दृश्य के साथ-साथ बगल में मुख्य बिंदुओं को उजागर किया गया है। इस समाचार में अंग्रेजी मिश्रित हिंदी का प्रयोग किया गया है - वैक्सीनेशन की गति बढ़ाने की जरूरत, टीकाकरण की स्पीड, कोरोना का डबल म्यूटेंट वेरिएंट, रीसर्च टीम की एक रिपोर्ट लॉकडाउन का कोई असर नहीं जैसी हिंदी-अंग्रेजी मिश्रित उक्तियों का प्रयोग किया गया है।

यदि सामान्य रूप से कहा जाए तो समाचार वह है जिसमें अनेक व्यक्तियों की दिलचस्पी हो, जिसे सुनने और जानने की इच्छा हो। समाचार तो वह है जो नवीन है। पाठक बासी समाचार पढ़ना रुचिकर नहीं समझता। समाचार को परिभाषित करने के लिए कुछ प्रमुख आधार हैं। जैसे - सामान्य परिभाषा, शास्त्रीय परिभाषा, शाब्दिक परिभाषा और विद्वानों द्वारा दी गई परिभाषा। इन आधारों की सहायता से यह जानने का प्रयास करेंगे कि वास्तव में समाचार क्या है।

### सामान्य परिभाषा

सामान्य रूप से व्यक्ति 'समाचार' के संबंध में जो धारणा बना लता है उसे समाचार की सामान्य परिभाषा माना जा सकता है। कुछ सामान्य परिभाषाएँ इस प्रकार प्रकार हैं -

- एक-दूसरे से जानकारी लेने और देने का प्रयास।
- पाठक की रुचि जिसमें हो।
- संपादक जिसे प्रकाशित करना चाहते हो।
- वह जानकारी जो अत्यंत तीव्र गति से व्यापक जनसमूह तक पहुँचे।
- घटनाओं, सूचनाओं या तथ्यों का ब्यौरा जिसे जानने के लिए एक बड़ा वर्ग दिलचस्पी दिखाता है।
- वह सत्य जिसकी जानकारी कल तक किसी को न हो।

### शास्त्रीय परिभाषा

- जिस जानकारी को दबाने का प्रयत्न किया जा रहा हो वह समाचार है और शेष सब विज्ञापन।
- कुत्ता अगर आदमी को काटे तो इसमें कोई अचरज वाली खबर नहीं है। यदि आदमी किसी कुत्ते को काटता है तो वह सनसनीखेज समाचार बन जाता है।

### शाब्दिक परिभाषा

- अंग्रेजी NEWS का हिंदी रूपांतर है समाचार। NEWS शब्द की उत्पत्ति NEW शब्द से मानी जाती है। इसका अर्थ है नया, नवीन, नूतन। अतः इस दृष्टि से यह कहा जा सकता है कि किसी घटना या सूचना की जानकारी किसी को पहले से न हो तो वह नया है और समाचार है।
- NEWS के आद्याक्षरों से चार दिशाओं - North (उत्तर), East (पूर्व), West (पश्चिम) और South (दक्षिण) का बोध होता है। अतः यह भी कहा जाता है कि जो चारों दिशाओं का बोध कराए वह समाचार है।
- NEWS के आद्याक्षरों को इस तरह भी परिभाषित किया जाता है - Newness (नयापन), Eventful (घटनापूर्ण होना), Wanted (पाठकों द्वारा वांछित) तथा Serious (गंभीर)।

- यह कहा जा सकता है कि सत्यपूर्ण और महत्वपूर्ण विवरण जिससे किसी रहस्य का उद्घाटन होता हो और व्यापक जनसमूह उसे जानने की इच्छा रखता हो वह समाचार है।

### भारतीय विद्वानों द्वारा दी गई परिभाषा

- अंबिका प्रसाद वाजपेयी के अनुसार हर घटना समाचार नहीं है। वही घटना समाचार बन सकती है जिसका कमोबेश सार्वजनिक हित हो। (उदाहरण के लिए लोग बीमारी की स्थिति में अस्पताल जाते हैं। कुछ लोगों को भरती होना पड़ता है, कुछ लोग स्वस्थ होकर घर वापस लौटते हैं तो कुछ लोग वापस नहीं लौट पाते। ये सभी घटनाएँ समाचार नहीं हैं। तो फिर छात्रो! समाचार क्या है? समाचार तब बनता है जब कोई व्यक्ति डॉक्टर की फर्जी डिग्री रखकर ऑपरेशन करता है तथा ऑपरेशन के समय कोई औजार पेट में रखकर भूल जाता है या फिर डॉक्टर की गैरहाजरी में कंपाउंडर ने गलत इलाज किया हो।)
- रामचंद्र वर्मा के अनुसार समाचार का अर्थ है आगे बढ़ना, चलना, अच्छा आचरण करना, ताजा या हाल की घटना की सूचना जिसके संबंध में पहले से ही लोगों को जानकारी न हो वह समाचार है।

अतः यह कहा जा सकता है कि समाचार की नवीनता इसमें है कि वह किसी भी परिवर्तन की सही-सही जानकारी दे। यह परिवर्तन सामाजिक, राजनैतिक, आर्थिक अथवा सांस्कृतिक भी हो सकता है।

### पाश्चात्य विद्वानों द्वारा दी गई परिभाषा

- जॉर्ज एच. मोरिस : News is a history in a hurry. (समाचार जल्दी में लिखा गया इतिहास है)
- लाइल स्पेन्सर : The News may be defined as any accurate fact or idea that will interest a large number of readers. (वह तथ्य, घटना या विचार जिसमें बहुसंख्यक पाठकों की रुचि हो वह समाचार कहलाता है।)
- ई. वॉव स्कूप : News is what a chap who doesn't care much about anything wants to read. And its only news he's read it. After that it's dead. (समाचार वह है जिसे ऐसा व्यक्ति भी पढ़ना चाहता है जो किसी भी चीज की परवाह नहीं करता। जब तक वह उसे पढ़ता है तब तक ही वह समाचार है। पढ़ने के बाद वह समाचार नहीं रह जाता।)
- हार्पर लीच एवं जॉन सी करोल : News is very dynamic literature. (समाचार अति गतिशील साहित्य है)
- जे जे सिडलर : पर्याप्त संख्या में मनुष्य जिससे जानना चाहे वह समाचार है। शर्त यह है कि सुरुचि तथा प्रतिष्ठा के नियमों का उल्लंघन न करे।
- विलियम ब्लेयर : अनेक व्यक्तियों की अभिरुचि जिस सामयिक बात में हो वह समाचार है। सर्वश्रेष्ठ समाचार वह है जिसमें बहुसंख्यकों की अधिकतम रुचि हो।
- चिल्टन बुश : समाचार सामान्यतः वह उत्तेजक सूचना है जिससे कोई व्यक्ति संतोष अथवा उत्तेजना प्राप्त करता है।

कहने का आशय है कि जब तक किसी घटना या सूचना या जानकारी में नवीनता हो, रोचकता हो, रहस्य हो तब तक ही वह समाचार है। जैसे ही घटना बासी हो जाती है या रहस्य का उद्घाटन हो जाता है तो वह समाचार नहीं रह जाता। इस आधार पर यह कहा जा सकता है कि समाचार वह है जो रोचकता और जिज्ञासा पैदा करे। साथ ही नवीन सूचना प्रदान करे।

उपर्युक्त दी गई परिभाषाओं के आधार पर यह कहा जा सकता है कि समाचार को रोचक, प्रभावी, संतुलित और सुनियोजित होना चाहिए। इसके लिए समाचार लिखते समय कुछ बिंदुओं पर ध्यान देना आवश्यक है। जैसे नयापन, समसामयिक घटनाएँ, असाधारण सूचनाएँ, जनहितकारी, रहस्यमयी, खोजी वृत्ति, दुर्घटना, दुःसाहस, विश्वसनीयता, रोचकता, जिज्ञासा, प्रभावपूर्ण तथ्य, छह ककार (क्या, कब, कैसे, क्यों, कहाँ और किसने) आदि। अतः समाचार लिखते समय पाठकों की जिज्ञासा व रुचि को ध्यान में रखकर समाचार की गुणवत्ता को बनाए रखना चाहिए।



बहरे एवं अंधे व्यक्ति भी समाचार प्राप्त करने के लिए उत्साहित रहते हैं। उनके लिए विशेष प्रावधान की आवश्यकता है। यदि बहरे लोग शिक्षित हैं तो वे समाचार पत्र पढ़कर जानकारी प्राप्त कर सकेंगे। अन्यथा उनके लिए विशेष प्रावधान की आवश्यकता होती है। हम सब यह जानते ही हैं कि हर रविवार को दूरदर्शन में दोपहर के समय उनके लिए समाचार बुलेटिन का प्रसारण होता है। हाथों के इशारों से बात को समझाया जाता है। अब तो अनेक समाचार चैनल 24 घंटे समाचार का प्रसारण कर रहे हैं।

दृष्टिहीन लोगों के लिए ब्रेल विधि से पढ़े जाने वाले समाचार पत्र निकाले जा रहे हैं। इन समाचार पत्रों में उभरे हुए शब्दों का प्रयोग किया जाता है जिसे वे लोग हाथ की उंगलियों से छू-छूकर पहचानते एवं पढ़ते हैं। पत्रकारिता के क्षेत्र में ब्रेल पत्रकारिता अनूठी विधा है। दृष्टिहीनों के लिए लिपि निर्माण के प्रयोग 1517 से ही चल रहे थे। 1882 में फ्रांस के लुई ब्रेल ने इस लिपि का आविष्कार किया जो एक मोची का लड़का था। इस लिपि को स्पर्श लिपि कहा जाता है क्योंकि उभरे हुए अक्षरों पर उंगलियों के स्पर्श से पढ़ा जाता है। 1951 में ब्रेल लिपि का भारत में आगमन हुआ। देश के प्रथम ब्रेल संपादक बनने का श्रेय ठाकुर विश्वनारायण सिंह को जाता है। उन्हें भारतीय ब्रेल पत्रकारिता के जनक कहा जाता है। 1957 में प्रयोग के तौर पर भारत सरकार ने 'आलोक' नामक त्रैमासिक पत्रिका ठाकुर विश्वनारायण सिंह के संपादन में प्रारंभ की। 1968 में यह मासिक बना और उसका नाम 'नयन रश्मि' रखा गया। 1971 में दृष्टिहीन बालकों के लिए 'शिशु आलोक' नामक वैज्ञानिक हिंदी ब्रेल पत्रिका आरंभ की गई।

**Headline:** They say the virus was...  
 ...and you make almost...  
 ...everything speeds around it...  
 Lanka's Farveez Maharoof struck in his...  
 ...and produced a sensational hat...  
 ...to break the Indian batting lineup...  
 The impact of his death was such...  
 ...that it helped Sri Lanka to comfortably...  
 ...ougly India by seven wickets in the...  
 ...last league game of the Asia Cup at the...  
 ...Rangiri Dambulla International stadium...  
 ...here on Tuesday. When the Indian all-...  
 ...rounder came on to bowl in the 19th...  
 ...over, just as the Indian skipper MS Dhoni...  
 ...was run out, India were on a rather...  
 ...strong position at 189 for five. But the...  
 ...paceman misread a deadly one, ...  
 ...claiming his first hat-trick that brought...  
 ...the century down on Indian innings in a...  
 ...pally 109, the last five wickets falling...  
 ...just 20 runs. In reply, Sri Lanka rounded...  
 ...up the match with 75 balls to spare...  
 ...India will take on the same opposition in...  
 ...the Asia Cup final on Thursday.

अन्य लिपि में समाचार

### बोध प्रश्न

- आपके अनुसार समाचार का है?
- समाचार लेखन के लिए किन-किन तत्वों की आवश्यकता होती है?
- दृष्टिहीन लोग किस तरह से समाचार प्राप्त कर सकते हैं?
- बधिरों के लिए क्या प्रावधान है?
- ब्रेल पत्रकारिता के जनक कौन हैं?

### 16.3.2 समाचार लेखन की परिभाषा

छात्रो! अभी तक आपने समाचार क्या है, इसकी जानकारी प्राप्त कर ही चुके हैं। पाठकों तक समाचार पहुँचाने के लिए समाचार को संकलित करना और फिर सुनियोजित ढंग से लिखने की आवश्यकता होती है। अब हम थोड़ी सी चर्चा इन दोनों प्रक्रियाओं पर करेंगे। सबसे पहले समाचार संकलन की बात करेंगे।

## समाचार संकलन

चाहे समाचार पत्र हो या रेडियो, टेलीविजन उनकी प्रतिष्ठा बनाए रखने के लिए हमेशा नए-नए समाचारों का संकलन करना पड़ता है। समाचारों को संकलित करने की इस प्रक्रिया को रिपोर्टिंग तथा समाचार संकलनकर्ता को रिपोर्टर या संवाददाता कहा जाता है। संवाददाता अपने समाचार पत्र या रेडियो या टेलीविजन के लिए समाचार प्रेषित करता है। यह रिपोर्टिंग करना कहलाता है। संवाददाता समाचार लिखता है तो संपादक उसे सुसज्जित करके प्रकाशन हेतु भेजता है।

पेड़ न्यूज का भी प्रचलन है। निजी संगठनों व संस्थानों द्वारा पत्रकारों और मीडिया संगठनों को समाचार प्रकाशित व प्रसारित करने के लिए नकद भुगतान किया जाता है और यह सुनिश्चित किया जाता है कि उनके द्वारा दी गई जानकारी समाचार पत्रों में प्रकाशित होगी। यह प्रथा 1950 के दशक से ही शुरू हो चुकी थी। भारत में औपचारिक अनुबंधों के माध्यम से पेड़ न्यूज का प्रचलन है।

## बोध प्रश्न

- रिपोर्टिंग क्या है?
- पेड़ न्यूज किसे कहते हैं?
- समाचार संकलन से क्या अभिप्राय है?

## समाचार संकलन के स्रोत

समाचार पत्र, रेडियो और टेलीविजन संवाददाता विभिन्न स्रोतों से समाचार संकलित करता है। अस्पताल, प्रेस कॉन्फ्रेंस, प्रेस विज्ञप्ति, साक्षात्कार, घटना स्थल, शिक्षण केंद्र, पुलिस थाना, सरकारी व गैर सरकारी कार्यालय, सरकारी सूचनाएँ, सार्वजनिक सम्मेलन आदि विभिन्न स्रोतों से समाचार प्राप्त किया जा सकता है।

**1. अस्पताल :** अस्पताल एक ऐसा स्थान है जहाँ से शहर के दंगे-फसादों, दुर्घटनाओं, आत्महत्या, नशीले पादार्थों से मरने वाले आदि की सही जानकारी प्राप्त की जा सकती है। अतः संवाददाता अस्पतालों से संपर्क स्थापित करके किसी भी घटना का सही-सही जानकारी प्राप्त करके आम जनता तक पहुँचा सकता है।

**2. प्रेस विज्ञप्ति :** सरकारी और गैर सरकारी संगठनों, संस्थानों द्वारा समय-समय पर अपनी नीतियों, गतिविधियों, कार्यक्रमों, उद्देश्यों आदि की जानकारी प्रस्तुत करने के लिए किए जाने वाले कार्य को प्रेस विज्ञप्ति कहा जाता है। यह जानकारी समाचार पत्रों में प्रकाशित करने के लिए प्रेषित की जाती है। शासकीय समाचारों से संबंधित प्रेस विज्ञप्तियाँ निम्नलिखित प्रकार की होती हैं -

**हैंड बिल :** इसे हैंड आउट भी कहा जाता है। दिन-प्रतिदिन के विविध विषयों, मंत्रालय के क्रियाकलाप, प्रमुख लोगों के भाषण, संसद के प्रश्नोत्तर आदि पर हस्तलिखित, टंकित या मुद्रित परचे जारी किए जाते हैं। इनको हैंड बिल या हैंड आउट कहा जाता है।

**प्रेस कम्युनिक :** शासन के अत्यधिक महत्वपूर्ण निर्णयों पर प्रेस कम्युनिक जारी किए जाते हैं। इन महत्वपूर्ण निर्णयों में मात्रिमंडल में फेर-बदल, विदेशी राज्य के अध्यक्षों से संपन्न हुई वार्ताएँ, समझौते आदि सम्मिलित होते हैं। इस तरह के समाचारों में औपचारिकता अधिक होती है। संपादन की आवश्यकता नहीं होती।

**प्रेस नोट्स :** समाचार नीतियों, रेल-बस भाड़े में वृद्धि, ब्याज दरों में परिवर्तन आदि से संबंधित प्रमुख शासकीय विषयों पर प्रेस नोट्स जारी किए जाते हैं। यह प्रेस कम्युनिक की अपेक्षा कम औपचारिक होते हैं।

**3. पुलिस थाना :** समाचार प्राप्त करने का एक और महत्वपूर्ण स्रोत है। पुलिस थानों से अपराध जगत अर्थात् चोरी, डकैती, हत्या, मार-पीट आदि से संबंधित जानकारी प्राप्त की जा सकती है। पुलिस विभाग के कर्मचारियों और अधिकारियों से संपर्क स्थापित करके तथा उनका विश्वास प्राप्त करके संवाददाता उचित जानकारी प्राप्त करते हैं।

**4. न्यायालय :** यह एक और महत्वपूर्ण स्रोत है। जिन मामलों को पुलिस विभाग के कर्मचारी नहीं सुलझा पाते उनको न्यायालयों के हवाले कर दिया जाता है। इस स्रोत से जघन्य अपराध के मामलों के बारे में समाचार प्राप्त किया जा सकता है।

**5. समाचार एजेंसियाँ :** समाचार प्राप्त करने के स्रोतों में समाचार एजेंसियाँ महत्वपूर्ण हैं। समाचार एजेंसियाँ दुनिया के विभिन्न हिस्सों से समाचार एकत्रित करके उन्हें विभिन्न जनसंचार माध्यमों तक पहुँचाते हैं। ये समितियाँ समाचार पत्रों के अतिरिक्त इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को भी समाचार उपलब्ध कराती हैं। ये समाचार संकलन एवं वितरण करती हैं। वस्तुतः 1825 में चार्ल्स आवास द्वारा फ्रांस में न्यूज ब्यूरो की स्थापना से समाचार समिति का आरंभ हुआ। 1848 में नेशनल त्रितांग की स्थापना हुई जिसने समाचार सेवा का प्रारंभ किया। 1848 में हार्वर्ड न्यूज एजेंसी की स्थापना हुई। 1849 में बर्नार्ड वूल्फ द्वारा वूल्फ एजेंसी की स्थापना हुई। 1850 में जूलियस रायटर द्वारा रायटर न्यूज एजेंसी की स्थापना हुई। 1857 में नेशनल न्यूयार्क एसोसिएशन प्रेस की स्थापना हुई। अंतरराष्ट्रीय स्तर पर मुख्य समाचार समितियाँ हैं - एपी (एसोसिएटेड प्रेस, अमेरिका), आई एन एस (इंटरनेशनल न्यूज सर्विस, अमेरिका), रायटर (ब्रिटेन), ए एफ पी (फ्रांस), तास (TAS, रूस ) आदि। भारतीय समाचार एजेंसियाँ हैं प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया (PTI), यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया (UNI), हिंदुस्तान समाचार, समाचार भारती, यूनीवार्ता, नेशनल न्यूज सर्विस, भाषा, एसोसिएटेड न्यूज एंड फीचर्स (ANF)।

**6. सरकारी साधन :** समाचार प्राप्त करने में इनका विशेष महत्व है। इनके अंतर्गत सूचना एवं प्रसारण विभाग सम्मिलित हैं। ये अपने विभागों में होने वाली महत्वपूर्ण गतिविधियों की जानकारी देती हैं।

**7. साक्षात्कार :** व्यक्तिगत संपर्क तथा साक्षात्कार द्वारा समाचार प्राप्त किया जा सकता है। साक्षात्कार एक विशेष प्रकार की बातचीत है। यह अपने आप में एक विकसित कला है।

**8. पत्रकार सम्मेलन :** इस आयोजन में संवाददाता सम्मिलित होते हैं और अधिकारी, राजनेता, विशिष्ट व्यक्ति आदि से प्रश्न पूछते हैं। यह सम्मेलन सभी पत्रकार साथियों द्वारा पूछे गए प्रश्नों का आयोजन होता है। पत्रकार सम्मेलन, संवाददाता सम्मेलन तथा ब्रीफिंग पर्यायवाची शब्द हैं। संवाददाता सम्मेलन तथा ब्रीफिंग (विवरण देना) में थोड़ा सा अंतर है। ब्रीफिंग कम औपचारिक है जबकि संवाददाता सम्मेलन अधिक औपचारिक।

छात्रो! आगे हम समाचार लेखन में संवाददाता की भूमिका पर चर्चा करेंगे। उससे पहले समाचार लेखन को समझने की कोशिश करेंगे।

### बोध प्रश्न

- समाचार को कहाँ-कहाँ से प्राप्त किया जा सकता है?
- प्रेस विज्ञप्ति क्या है?
- हैंड आउट किसे कहा जाता है?
- ब्रीफिंग किसे कहते हैं?
- समाचार एजेंसियों का क्या काम है?
- पत्रकार सम्मेलन से क्या अभिप्राय है?

## समाचार लेखन

समाचार लेखन एक विशिष्ट कला है। इसे समझने के लिए तीन आयामों का अध्ययन आवश्यक है - समाचार लेखन क्या है, समाचार के महत्वपूर्ण पक्ष और कुछ उदाहरण। पहले समाचार लेखन क्या है इस पर विचार करेंगे।

पहले यह स्थिति थी कि संवाददाता जो देखता था उसे हू-ब-हू लिखकर छपने के लिए भेज देता था। लेकिन अब समाचार लेखन अत्यंत महत्वपूर्ण क्षेत्र बन गया है। इसका विधिवत प्रशिक्षण दिया जा रहा है। समाचार लेखन में प्रमुख रूप से निम्नलिखित बातों पर ध्यान देना चाहिए। तब पर्याप्त जानकारी प्राप्त कर सकते हैं। कोई भी सूचना तभी समाचार बनती है जब निम्नलिखित बिंदुओं पर ध्यान दिया जाएगा -

- |                                       |       |
|---------------------------------------|-------|
| 1. क्या हुआ?                          | what  |
| 2. कहाँ हुआ?                          | where |
| 3. कब हुआ?                            | when  |
| 4. कौन-सी घटना हुई? या किसके साथ हुआ? | who   |
| 5. क्यों हुई?                         | why   |
| 6. कैसी घटी?                          | How   |

अब इन छह ककारों (क्या, कहाँ, कब, कौन-सी, क्यों और कैसे - 5 W 1 H) के आधार पर आसानी से समाचार लिखा जा सकता है।

## बोध प्रश्न

- छह ककार क्या हैं?
- समाचार लेखन में प्रमुख रूप से किन बातों पर ध्यान देना आवश्यक है?

### 16.3.3 समाचार लेखन के तथ्य

छात्रो! अब तक आप समझ ही चुके हैं कि हर घटना समाचार नहीं हो सकती। समाचार वही हो सकती है जिसमें जनता की रुचि हो और वह किसी रहस्य को उद्घाटित करने में सक्षम हो। आप यह भी जान चुके हैं कि विभिन्न स्रोतों से समाचार प्राप्त किया जा सकता है। वस्तुतः समाचार लेखन एक महत्वपूर्ण कार्य है क्योंकि इसमें यह ध्यान रखा जाता है कि समाचार को कैसे रोचक बनाया जाए तथा जन समूह तक जानकारी पहुँचाया जाए। अब हम थोड़ी सी चर्चा समाचार लेखन के तथ्यों की करेंगे।

आप जान ही चुके हैं कि समाचार वह है जिसमें पाठक की रुचि हो, नवीनता हो। नवीनता, जनरुची, उपयोगी जानकारी, अनोखापन, सत्यता, स्पष्टता, प्रभावोत्पादकता और संक्षिप्तता आदि समाचार लेखन के कुछ प्रमुख तथ्य हैं। आगे इन पर चर्चा करेंगे।

## नवीनता

यह पहले भी कहा जा चुका है कि हिंदी शब्द 'समाचार' अंग्रेजी शब्द 'न्यूज' के पर्याय रूप में प्रचलित है। न्यूज शब्द में लैटिन का 'नोवा' और संस्कृत का 'नव' निहित है। अर्थात् नयापन, नवीनता, जो हमेशा नूतन हो। समाचार वह है जिसे हम कल तक नहीं जानते थे। एक बार जान जाएँगे तो वह समाचार नहीं रह जाएगा। नवीनता समाचार का एक विशेष गुण है।

मनुष्य का उद्देश्य नवीन जानकारी प्राप्त करना ही होता है। और समाचार मनुष्य की इसी जिज्ञासा प्रवृत्ति की पूर्ति करती है। एक बार समाचार प्रकाशित व प्रसारित हो जाए तो वह बासी बन जाती है। इस नवीनता के साथ-साथ समसामयिकता का तत्व भी जुड़ा रहता है। अर्थात् समकालीन घटनाओं का विवरण। ध्यान देने की बात है कि समकालीन समाचारों को नवीनता के कारण ही महत्व प्राप्त होता है। जनता की रुचि नवीनतम समाचारों में होती है।

### अनोखापन

समाचार लेखन के संदर्भ में यह उदाहरण हमेशा दिया जाता है कि कुत्ता अगर आदमी को काटता है तो समाचार नहीं होता, लेकिन आदमी कुत्ते को काटता है तो समाचार बन जाता है। समाचार के लिए सामान्य से परे कुछ विशेष, लीक से हटकर, अनोखा व विलक्षण होना अनिवार्य है।

### लोक रुचि

समाचार लेखन के तथ्यों में लोक रुचि अथवा जन रुचि का विशेष स्थान है क्योंकि जिस घटना के प्रति बहुसंख्यक लोगों की रुचि हो, सामान्य से परे हो तो वह समाचार बन जाता है। यह भी ध्यान रखना चाहिए कि लोक रुचि के साथ-साथ समाचार लेखन में नैतिकता एवं मूल्यों का हनन न हो। किसी भी घटना, विचार या तथ्य के साथ पाठक का घनिष्ठ संबंध होना चाहिए।

### सत्यता

Whole truth and nothing but the truth समाचार का मूल मंत्र है। इसी सत्यता के कारण समाचारों को हार्ड न्यूज के रूप में जाना जाता है। अर्थात् दिन-प्रतिदिन नई-नई घटनाएँ, दुर्घटनाएँ घटित होती रहती हैं जो कि प्रायः समाचार का रूप धरण कर लेती हैं। (Hard News means minute to minute news and events that are reported immediately)। कल्पना सनसनीखेज समाचार पैदा कर सकती है लेकिन सत्य नहीं। इससे पाठक/ दर्शक भ्रमित हो सकते हैं। इससे विश्वसनीयता समाप्त हो जाता है।

सत्यता के साथ-साथ समाचारों में संतुलन होना भी अनिवार्य है। सांप्रदायिक, धार्मिक, सामाजिक व सांस्कृतिक मुद्दों पर लिखते समय संतुलन बनाए रखना आवश्यक है। नहीं तो दंगे उत्पन्न हो सकती हैं। अतः समाचार लेखन में सत्यता एवं संतुलन दोनों अनिवार्य तथ्य हैं।

### रहस्यपूर्णता

रहस्यपूर्ण घटनाएँ या जानकारियाँ जन सामान्य को आकर्षित करती हैं। समाचार लेखन में यह प्रयास किया जाता है कि किसी भी घटना से जुड़ी हुई गुप्त जानकारी का रहस्य उद्घाटन हो जाए। रहस्यों को जानने की उत्सुकता मनुष्यों में रहती है। अतः यह भी समाचार लेखन का एक महत्वपूर्ण तथ्य है।

### परिवर्तन बोध

आज का समय प्रतिस्पर्धा का समय है। हर व्यक्ति सफलता प्राप्त करने की इच्छा रखता है। अतः नई विधि अथवा प्रणाली की जानकारी रखने की कोशिश करता है। समाचार लेखन की नवीनता इसी तथ्य पर आधारित है कि वह परिवर्तनशीलता की जानकारी प्रदान करे। यह परिवर्तन सामाजिक, राजनैतिक अथवा आर्थिक भी हो सकता है।

### बोध प्रश्न

- समाचार का मूल मंत्र क्या है?
- समाचार लेखन के कुछ प्रमुख तथ्यों का उल्लेख करें?

- समाचार में नवीनता का क्या अर्थ है?
- हार्ड न्यूज किसे कहते हैं?
- समाचार लेखन की नवीनता किस तथ्य पर आधारित है?

### समाचार लेखन के प्रमुख चरण

छात्रों अभी तक आपने समाचार लेखन में ध्यान देने वाली तथ्यों के बारे में जानकारी प्राप्त कर चुके हैं। अब हम समाचार लेखन के प्रमुख चरणों पर के बारे में चर्चा करेंगे।

#### 1. तथ्यों का संकलन

यह प्रथम चरण है। तथ्यों को संकलित करते समय संवाददाता को ऊपर उल्लेखित तत्वों का ध्यान रखना चाहिए। संकलन के लिए उसे समाचार स्रोतों पर निर्भर रहना होगा। जिस स्रोत से भी हो सके सभी तथ्यों को संकलित करना चाहिए। तथ्य संकलन में सवादादाता को नवीनता, विलक्षणता, लोक रुचि, सत्यता, परिवर्तनशीलता, रहस्यपूर्णता आदि का विशेष ध्यान रखना चाहिए।

#### 2. कथा योजना

कथा की योजना को ठीक तरह से बनाना होगा और फिर लिखना होगा। उसे इस तरह लिखना होगा कि पहले अनुच्छेद में ही घटना की जानकारी प्राप्त हो जाए। फिर कथा की पृष्ठभूमि को बताते हुए कथा का विस्तार किया जाता है।

#### 3. शीर्षक

समाचार लिखने के बाद उचित शीर्षक दिया जाता है। यह समाचार का प्राण होता है। इसमें समाचार का सार, घटना तथा स्थिति का संकेत होता है। समाचार का शीर्षक लिखना वास्तव में एक कला है। वस्तुतः शीर्षक के कुछ मुख्य उद्देश्य हैं। पहला उद्देश्य है समाचार को विज्ञापित करना, अर्थात् उसे प्रकाश में लाना। दूसरा उद्देश्य है समाचार के मुख्य अंश को सार रूप में प्रस्तुत करना। प्रिंट मीडिया के संदर्भ में समाचार का उद्देश्य है पृष्ठ को साज सजा की दृष्टि से सुंदर और आकर्षक बनाना।

समाचार के शीर्षक लिखते समय कुछ पहलुओं पर ध्यान देना आवश्यक है -

1. शीर्षक के अंतर्गत समाचार का मूल भाव निहित हो।
2. शीर्षक संक्षिप्त, सार्थक, सरल और रोचक हो।
3. भूतकाल में नहीं लिखा जाना चाहिए।
4. द्विअर्थी शीर्षकों का प्रयोग अवांछनीय है।
5. अकारात्मक क्रिया का कम प्रयोग होना चाहिए। (मीडिया लेखन के सिद्धांत, पृ. 82)

#### शीर्ष पंक्तियाँ

##### अपराध समाचार

- अस्पताल पर हमला हमारी गलती : अल कायदा
- छात्रा के साथ बलात्कार का आरोपी शिक्षक गिरफ्तार
- अवैध खनन के आरोप में गिरफ्तार
- जमीन की खरीद फरोख्त में धोखाधड़ी का मामला दर्ज
- नासूर बनती बाल तस्करी

- गुजराती समाचार पोर्टल के संपादक पर राजद्रोह के आरोप में मुकदमा दर्ज

#### राजनैतिक समाचार

- चुनाव आयोग के कड़े तेवर
- राजनैतिक गठबंधन
- नोट की राजनीति
- टॉप 3 लीडर
- सरकार ने दी सौगात

#### खेल समाचार

- कोहली की बल्लेबाजी भारत के लिए चिंता
- पहले दिन का खेल बारिश की भेंट चढ़ा
- शतक नहीं बनाने का मलाल
- गेंद अब भारत के पाले में

#### बाजार समाचार

- सोना उछली
- चाँदी लुढ़का
- बाजार गरम
- बाजार मंदा
- चीनी तेज
- चाँदी 393 रुपए फिसली

ऊपर कुछ शीर्ष पंक्तियों के उदाहरण दिए गए हैं। शीर्ष पंक्तियों में को, के लिए, ने, के वाली पंक्तियों को भी देख सकते हैं। आंध्र के सभी गरीबों को मिलेगा अन्न, 'महा' मारी -3 जैसे शीर्षकों से विषय का आभास हो रहा है और साथ ही उसका महत्वा केंद्र का कड़ा एकशन, किसके सिर सजेगा ताज? जंग बादशाहत की जैसे शीर्षकों से कोई महत्वपूर्ण जानकारी पता नहीं चल रहा है। शीर्षक समाचारों को पढ़ने के लिए बाध्य करता है। यदि आप समाचार पत्रों को ध्यान से देखेंगे तो यह पाएँगे कि शीर्षक तरह-तरह के होते हैं। एक पंक्ति का शीर्षक (cross line), दो पंक्तियों का शीर्षक (double cross line), विलोप स्तूपी (inverted pyramid), सोपानी शीर्षक (stepped or drop line), विलोप सोपानी, आयताकार, कटी शीर्षक, ब्लॉक शीर्षक, राकेट शीर्षक आदि। कहने का आशय है कि कुछ शीर्षक एक पंक्ति के होते हैं तो कुछ कई पंक्तियों के। अर्थात् सीढ़ीदार शीर्षक। इसे अंग्रेजी में ड्रॉप लाइन या स्टेप्पड हेडलाइन कहा जाता है। इसमें शीर्षक की एक ही खंड की एक से अधिक पंक्तियों को इस प्रकार दिया जाता है कि सीढ़ियों के समान दिखने लगती है।

#### 4. सूत्रोल्लेख

शीर्षक के बाद समाचार के स्रोत का उल्लेख किया जाता है। उदाहरण के लिए -

**'महा' मारी - 3**

महाराष्ट्र में अगले माह

से फिर तबाही मचा

सकता है कोरोना

नई दिल्ली, 17 जून - (एजेंसियाँ)

## 5. आमुख

समाचार का प्रथम अनुच्छेद आमुख (इंट्रो अथवा लीड) कहलाता है। डॉ. अर्जुन तिवारी इसे समाचार दुर्ग के प्रवेश द्वार मानते हैं। इसमें छह ककारों का परिचय होना चाहिए। यह समाचार के अनुरूप होना चाहिए तभी पाठक में समाचार पढ़ने के लिए जिज्ञासा जागती है।

## 6. समाचार की शेष संरचना

इसे कथा शरीर माना जाता है। इसमें क्रमबद्ध ढंग से घटनाओं का समायोजन किया जाता है। आमुख को अनुच्छेदों में विस्तार किया जाता है। छोटे-छोटे अनुच्छेदों में समाचार लिखा जाता है।

## 7. समाचार की भाषा

समाचार की भाषा सरल और सुबोध होना चाहिए। लंबे-लंबे मिश्रित वाक्यों के प्रयोग से बचना चाहिए। अप्रचलित शब्दों के प्रयोग से बचना चाहिए। कम शब्दों में अधिक अभिव्यक्ति समाचार का प्राण है।

कुल मिलकर यह कहा जा सकता है कि समाचार लेखन के लिए निम्नलिखित प्रक्रियाओं का विशेष महत्व होता है -

1. समस्त तथ्यों को संकलित करना।
2. कथा की योजना बनाना तथा उसे स्पष्ट रूप से लिखना।
3. समाचार का आमुख (इंट्रो) लिखना।
4. समाचार लिखते समय परिच्छेदों का निर्धारण करना।
5. वक्ता के कथन का अविकल रूप में प्रस्तुत करना।
6. समाचार सूत्रों के संकेतों को उद्धृत करना। आदि। (मीडिया लेखन के सिद्धांत, पृ. 79)

## बोध प्रश्न

- स्टेप्पड हेडलाइन क्या है?
- समाचार शीर्षक लिखते समय किन बातों पर ध्यान देना आवश्यक है?
- आमुख किसे कहते हैं?
- समाचार की भाषा कैसी होनी चाहिए?

## 16.3.4 समाचार लेखन के सिद्धांत

समाचार लेखन के समय कुछ विशेष सिद्धांतों पर ध्यान देना चाहिए। अमेरिकी पत्रकारिता के प्रवर्तक जोसेफ पुलिजर ने समाचार लेखन के तीन सिद्धांत बनाए हैं - यथार्थता, संक्षिप्तता और रोचकता। आइए छात्रो! अब हम इन तीनों के बारे में संक्षिप्त जानकारी प्राप्त करेंगे।

## यथार्थता

अर्थात् समाचार में वास्तविक स्थिति को ज्यों-का-तीन प्रस्तुत करना। तथ्यों और आंकड़ों, घटनाओं के स्वरूप, व्यक्तियों के आचरण और विचार आदि कि यथावत प्रस्तुत करना।

## संक्षिप्तता

समाचार लेखन की सबसे बड़ी कसौटी है। व्यर्थ की किससगोई अथवा विवरण की आवृत्ति से बचना चाहिए। उदाहरण के लिए घंटों चलने वाले कार्यक्रमों का समाचार सार रूप में प्रस्तुत करना, मुख्य बिंदुओं को उजागर करना।

### रोचकता

इसके बल पर ही समाचार पत्र की लोकप्रियता निर्भर रहता है। यहाँ रोचकता से अभिप्राय कल्पना या अतिशयोक्ति नहीं। समाचार लिखते समय पाठक वर्ग की जिज्ञासा को ध्यान में रखते हुए समाचार प्रस्तुत करना।

भारतीय परिप्रेक्ष्य में समाचार लेखन का प्रमुख सिद्धांत है लोक हित का संरक्षण। समाचार चाहे किसी भी क्षेत्र का हो संपादक को लोकहित की भावना को वरीयता देनी चाहिए। भय, प्रलोभन, दुविधा आदि से बचना चाहिए। और जिस बात को उजागर करने से लोक का हित होगा उसे निर्भीक रूप से व्यक्त करना चाहिए। यह भी ध्यान रखना चाहिए कि एकदम सच्चे समाचार से लोकहित को क्षति न पहुँचे। अतः संयम बरतना आवश्यक है।

### बोध प्रश्न

- समाचार लेखन के प्रमुख सिद्धांत क्या है?
- अमेरिकी पत्रकारिता के जनक कौन हैं?

### 16.3.5 समाचार लेखन में संवाददाता की भूमिका

संवाददाता समाचार पत्र का सप्लयर होता है। वह घटना स्थल से सूचनाएँ एकत्रित करता है और उनका विश्लेषण करके सही ढंग में समाचार का रूप देकर उसे संपादक के पास भेजता है। पाठक वर्ग उससे यह अपेक्षा रखता है कि वह वस्तुस्थिति की सही जानकारी प्रदान करें। संवाददाता दो जहाँ तक हो सके आलराउंडर होना चाहिए।

संवाददाता को उनके कार्यों के आधार पर विभिन्न नाम दिए जाते हैं - लाइनर, स्ट्रिंगर, फुलफ्लेज्ड और स्टाफर्स। लाइनर छोटे-छोटे कस्बों से समाचार एकत्रित करके भेजता है। प्रकाशित पंक्तियों के आधार पर पारिश्रमिक दिया जाता है। इन्हें अंशकालिक या शौकिया संवाददाता कहा जाता है। पूर्णकालिक न होते हुए भी उन्हें एकमुश्त वेतन दिया जाता है। इन्हें स्ट्रिंगर के नाम से भी जाना जाता है। फुलफ्लेज्ड अर्थ पूर्णकालिक संवाददाता। उपसंपादक के समान सभी सुविधाएँ मिलती हैं। प्रांत की राजधानियों में नियुक्त संवाददाता को स्टाफर्स कहा जाता है। नियमित कर्मचारी हैं। इनका सीधा संपर्क मुख्य कार्यालय से होता है। विषय के आधार पर खेल संवाददाता, वाणिज्य संवाददाता, विदेशी संवाददाता आदि होते हैं।

संवाददाता में कुछ विशेष योग्यताएँ होनी चाहिए। जैसे पैनी दृष्टि, अच्छी श्रवण शक्ति, आशुलेखन का अज्ञान, टंकण का ज्ञान, निर्भीकता, सत्यनिष्ठता, मातृभाषा के अतिरिक्त विदेशी भाषा पर अधिकार, जटिल समस्याओं को समझने की शक्ति, जिज्ञासा वृत्ति आदि।

समाचार लेखन के समय समाचार को रोचक और ग्राह्य बनाने के लिए संवाददाता को कुछ विशेष बातों पर ध्यान रखना चाहिए। जैसे - समाचार का स्वरूप सही है या नहीं, समाचार की भाषा सरल और सहज हो, छोटे-छोटे अनुच्छेद हो, जहाँ तक संभव हो वहाँ तक बोलचाल की भाषा का प्रयोग हो, संपूर्ण घटनाचक्र का शब्दचित्र उपस्थित हो।

### बोध प्रश्न

- समाचार लेखन में संवाददाता को किन-किन बातों पर ध्यान देना चाहिए?

- स्ट्रिंगर कौन हैं?
- शौकिया संवाददाता किसे कहा जाता है?
- संवाददाता की योग्यताओं के बारे में बताइए।

### 16.3.6 विविध जनसंचार माध्यमों के लिए समाचार लेखन

समाचार पत्र, रेडियो और टेलीविजन के लिए समाचार लेखन की प्रक्रिया थोड़ी सी अलग होती है। क्योंकि समाचार पत्र में पाठक पढ़कर घटनाओं के बारे में जानकारी प्राप्त करते हैं। यहाँ पाठक को सोचने-विचरने का स्पेस मिलता है। रेडियो में सुनकर समाचार ग्रहण करना होगा। और टेलीविजन में दृश्य-श्रव्य के माध्यम से जानकारी ग्रहण किया जाता है। आइए, तो हम देखते हैं कि इन विविध जनसंचार माध्यमों के लिए समाचार कैसे लिखा जाता है।

#### समाचार पत्र के लिए समाचार लेखन

समाचार लेखन की सर्वाधिक लोकप्रिय पद्धति है विलोप स्तूपी (inverted pyramid) पद्धति। समाचार का आरंभ उस चरमोत्कर्ष से करना चाहिए जिसको लघुकथा लेखक या कहानीकार अंत में प्रस्तुत करता है। इस पद्धति में सर्वाधिक महत्वपूर्ण बात को सबसे ऊपर, फिर कम महत्वपूर्ण बात को दूसरे और तीसरे अनुच्छेद में तथा सबसे कम महत्वपूर्ण बात को अंत में प्रस्तुत किया जाता है। इस पद्धति को 'उल्टा पिरामिड' भी कहा जाता है।



समाचार लेखन में आमुख का अपना विशेष महत्व होता है। इसे अंग्रेजी में 'इंट्रो' कहा जाता है। यह अंग्रेजी 'इंटरोडक्शन' का संक्षिप्त रूप है। इसे समाचार विशेष का लीड कहा जाता है। यह एक तरह से समाचार का प्राण है। किसी भी समाचार के तीन भाग होते हैं - शीर्षक, आमुख और शेष भाग। शीर्षक को आकर्षक बनाना होगा ताकि पाठकों का ध्यान उस ओर आकर्षित हो जाए। शीर्षक के बाद पाठकों का ध्यान आमुख पर ही पड़ता है क्योंकि यह समाचार का पहला अनुच्छेद है। यह समाचार का सार रूप तथा उसके मौख्य तथ्यों को उद्घाटित करता है। इसे समाचार का परिचय भी कहा जा सकता है। इस आमुख में ही छह ककारों का उत्तर मिल जाता है। समाचार लेखन के लिए प्रमुख रूप से इन तत्वों की आवश्यकता होती है - समाचार मूल्यों और घटनाओं को ठीक से पहचानने की शक्ति, जी से काम करने की क्षमता, तथ्यों को सही और रोचक ढंग से प्रस्तुत करने की योग्यता।

समाचार एक उदाहरण देखें (स्वतंत्र वार्ता, 14 जून, 2021)-

नई दिल्ली, 13 जून (एजंसियाँ)। कोरोना वायरस संक्रमण की दूसरी लहर के बीच ऑक्सीजन एक्सप्रेस ट्रेनों के माध्यम से विभिन्न राज्यों और केंद्र प्रदेशों को 30 हजार टन से अधिक लिक्विड मेडिकल ऑक्सीजन (एलएमओ) पहुँचाया गया है। रेल मंत्रालय की ओर से जारी एक आधिकारिक बयान के अनुसार अब तक भारतीय रेलवे ने 1734 से अधिक टैंकों में करीब 20,182 मेट्रिक टन एलएमओ देश के विभिन्न राज्यों में पहुँचाया है।

उल्लेखनीय है कि ऑक्सीजन एक्सप्रेस ट्रेनों की शुरुआत करीब 50 दिन पहले 24 अप्रैल को महाराष्ट्र में 126 मेट्रिक टन ऑक्सीजन पहुँचाने के साथ हुई थी। 15 राज्यों तक अब तक ऑक्सीजन राहत पहुँचाई जा चुकी है।

#### बोध प्रश्न

- समाचार लेखन विलोप स्तूपी पद्धति का महत्व है?

- आमुख या इंट्रो को समाचार का प्राण क्यों कहा जाता है?
- छह ककारों के आधार पर आप स्वयं एक समाचार लिखिए।

## रेडियो के लिए समाचार लेखन

रेडियो में व्यापक रूप से सुना जानेवाला प्रसरण है समाचार। समाचार बुलेटिनों की बढ़ती संख्या के अनुरूप लगातार संचार संकलित करने एवं व्यवस्थित रूप से बुलेटिन के लिए सामग्री उपलब्ध होना चाहिए। इसलिए 'पूल प्रणाली' बनाई गई है। इसका प्रारंभ 1949 में हुई थी। विभिन्न स्रोतों से प्राप्त समाचारों को एकत्र कर लिया जाता है। इन एकत्रित समाचारों को संपादक देख कर उपयुक्त और महत्वपूर्ण समाचारों की कॉपी बनाते हैं। पूल कॉपियाँ तैयार करने का मुख्य उद्देश्य यही है कि समाचारों में एकरूपता बनी रहे और एक ही समाचार अलग-अलग तरीके से दोहराया न जाए। पूल कॉपियों के आधार पर समाचार बुलेटिन तैयार की जाती है। इसके बाद इन्हें विविध भाषाओं के अनुवाद के लिए संबंधित एकांकों को भेजा जाता है।

रेडियो के लिए समाचार कॉपी तैयार करते समय कुछ बुनियादी बातों पर ध्यान रखना चाहिए। जैसे

1. रेडियो समाचार श्रव्य है। समाचार वाचक पहले समाचार पढ़ता है और तब उसे श्रोताओं के पास पहुँचाता है। अतः समाचार कॉपी ऐसे तैयार की जानी चाहिए कि उसे पढ़ने में वाचक को कोई समस्या न हो।
2. प्रसारण के लिए तैयार की जा रही कॉपी को कंप्यूटर पर ट्रिपल स्पेस में टाइप किया जाना चाहिए। पृष्ठ के अंत में कोई पंक्ति अधूरी नहीं होनी चाहिए।
3. जटिल और उच्चारण में कठिन सबद, संक्षिप्ताक्षर, अंक आदि का प्रयोग नहीं करना चाहिए। अंकों को लिखना हो तो शब्दों में स्पष्ट रूप से लिखना चाहिए।
4. समाचार पत्रों में %, \$ जैसे संकेत चिह्नों से काम चल जाता है लेकिन रेडियो में संकेत चिह्नों के स्थान पर प्रतिशत, डालर लिखा जाना चाहिए।
5. समाचारों की भाषा सरल और बोलचाल की होनी चाहिए।
6. वाक्य संरचना में छोटे-छोटे वाक्यों का प्रयोग करना चाहिए।
7. एक वाक्य में एक प्रकार की ही सूचना होनी चाहिए।
8. समाचार प्रामाणिक एवं विश्वसनीयता सहित बनाने चाहिए। इसके लिए छह ककारों को भी ध्यान में रखना चाहिए।
9. निम्नलिखित, उपर्युक्त, क्रमशः आदि शब्दों का प्रयोग नहीं करना चाहिए।
10. रेडियो समाचार का समय सीमित रहता है। प्रायः 10 मिनट के सांचार बुलेटिन में एक हजार शब्द पढ़े जाते हैं। समय की सीमा में सभी महत्वपूर्ण समाचारों को देना रेडियो पत्रकारिता का मुख्य दायित्व है।

समाचार पत्रों के लिए जहाँ विलोप स्तूपी आकार में समाचार लिखा जाता है वही रेडियो समाचार ब्रायलेट डायमेंड (हीराकार) की तरह लिखा जाता है। समाचार के प्रारंभ में प्रमुख समाचार सुनाए जाते हैं। इसके बाद समाचार के प्रमुख अंग को प्रारंभ में ही लिया जाता है। इसे 'इंट्रो' या आमुख कहा जाता है। यह ध्यान रखना चाहिए कि अनावश्यक रूप से समाचार लंबा न हो और पुनरावृत्ति भी न हो।

## रेडियो समाचार बुलेटिन



रेडियो पर प्रसारित समाचार को रेडियो की भाषा में बुलेटिन कहा जाता है। बुलेटिन में समाचारों के महत्व के आधार पर प्रस्तुत किया जाता है। बुलेटिन में आम बोलचाल की भाषा का प्रयोग किया जाता है क्योंकि सभी श्रोता शिक्षित नहीं होते। रेडियो बुलेटिन मुख्य रूप से दो प्रकार के हो सकते हैं - देशी श्रोताओं के लिए (सार्वदेशिक बुलेटिन, प्रादेशिक बुलेटिन) और विदेशी श्रोताओं के लिए बुलेटिन (विशुद्ध विदेशी श्रोताओं के लिए, प्रवासी भारतीयों के लिए)।

### रेडियो समाचार बुलेटिन का एक प्रारूप

समाचार पत्रों में प्रथम पृष्ठ की साज सज्जा पर ध्यान दिया जाता है। इसी तरह रेडियो समाचार बुलेटिन को भी राष्ट्रीय, अंतरराष्ट्रीय, स्थानीय तथा विषय के अनुरूप समाचारों और गतिविधियों को दृष्टि में रखकर तैयार किया जाता है। 15 मिनट के अंतरराष्ट्रीय समाचार बुलेटिन का प्रारूप इस प्रकार हो सकता है -

1. पहले मुख्य समाचारों के शीर्षक (मुख्य बिंदु) = 100 से 120 शब्दों के (समय एक मिनट)
2. विस्तार से चार या पंच समाचार = 500 से 600 शब्द (5-6 मिनट)
3. ब्रेक - यह आकाशवाणी है या ये समाचार आपको आकाशवाणी से सुनाए जा रहे हैं। (मौन)
4. विस्तार से पाँच-छह समाचार = 500 से 600 शब्द (5-6 मिनट)
5. संक्षिप्त समाचार - खेल आदि के एक या दो = 50 से 100 शब्द (1-2 मिनट)
6. मुख्य समाचारों की पुनरावृत्ति या तुरंत ये महत्वपूर्ण समाचारों की घोषणा (अगर समय हो)

### बोध प्रश्न

- पूल प्रणाली क्या है?
- बुलेटिन किसे कहा जाता है?
- रेडियो समाचार लिखने के लिए किस पद्धति का प्रयोग किया जाता है?

### टेलीविजन के लिए समाचार लेखन

टेलीविजन दृश्य-श्रव्य माध्यम है। इसमें ध्वनि संकेतों के साथ-साथ चित्रों का संयोजन किया जाता है। टेलीविजन लेखन एक चुनौतीपूर्ण कार्य है। लेखन के समय कुछ बातों पर ध्यान देना चाहिए-

1. **चित्रात्मकता** : टेलीविजन में ध्वनि के साथ-साथ चित्रों का समावेश किया जाता है। शब्दों का कम-से-कम प्रयोग करके चित्रों का प्रयोग किया जाता है। दृश्य और शब्दों का संयोजन आवश्यक है। तभी प्रभाव उत्पन्न होगा। यह टेलीविजन का प्राण तत्व है। चित्र स्वतः ही बलते हैं। ये दर्शकों का ध्यान आकर्षित करते हैं।
2. **संभाषणशीलता** : संभाषण के माध्यम से विश्वसनीयता पैदा करना चाहिए। वार्तालाप दर्शक को रोचक और आकर्षक लगना चाहिए।
3. **तकनीक** : यह दृश्य-श्रव्य इलेक्ट्रॉनिक माध्यम है। वीडियो, साउंड तथा फिल्म तकनीक का प्रयोग अनिवार्य है। चार्ट, नशे, ग्राफिक्स आदि का प्रयोग लेखन को रोचक बनाते हैं।
4. **भाषा** : सरल, सर्वग्राह्य और सहज भाषा का प्रयोग करना चाहिए। छोटे-छोटे वाक्यों का प्रयोग करना चाहिए। वाचन के लिए सुविधाजनक भाषा का प्रयोग करना चाहिए। प्रश्न वाचक वाक्यों से समाचार की शुरुआत नहीं होनी चाहिए।
5. **शैली** : संवाद शैली का प्रयोग करना चाहिए। इससे दर्शक के मन-मस्तिष्क पर प्रभाव पड़ता है।

**6. समाचार वाचन :** भाषा पर अधिकार, ध्वनि संयोजन, उच्चारण में स्पष्टता यदि समाचार वाचक के लिए अपेक्षित है। समाचार की संप्रेक्षणीयता वाचक की कुशलता पर निर्भर करती है। समाचार वाचक के महव को उद्घाटित करते हुए अर्जुन तिवारी लिखते हैं कि “समाचार वाचक ऐसा कुशल अभिनेता होता है जो दूरदर्शन के पर्दे पर Motion picture play, variety show अथवा stage play का देदीप्यमान नायक बनता है। यह समाचार को प्रदर्शन के योग्य बनाता है। वह व्यक्तिगत रिपोर्टअज, समाचार लेखन शैली, विविध संवादों की क्रमबद्धता और चित्रात्मकता द्वारा प्रभावपूर्ण प्रस्तुति पर विशेष जोर देता है। वाचक का व्यक्तित्व, उसकी वाणी का उतार-चढ़ाव एवं समाचार वचन की शैली समाचार को जीवंत बनाती है। वाचक के मुस्कुराने, आँख झपकने और बहउहोन के तानने का दूरदर्शन समाचार पर वही प्रभाव पड़ता है जो समाचार पत्रों के संवाद में सम्मति जोड़ने का होता है।” (मीडिया लेखन के सिद्धांत, पृ. 193)

रेडियो और टेलीविजन समाचार लेखन का तरीका लगभग एक सा है। टेलीविजन समाचार लेखन की प्रविधि विशिष्ट है जो समाचार पत्र और रेडियो से उसे अलग पहचान प्रदान करती है। टेलीविज समाचार न ही समाचार पत्रों की तरह विलोप स्तूपी होती है और न रेडियो के समान हीराकार की संरचना। टेलीविजन के लिए संवाद संरचना में वही प्रकार सफल हो सकते हैं भाषा शैली पर जिनका पूरा अधिकार हो, उपलब्ध चित्रात्मक सामग्री तथा तथ्यों की क्रमबद्धता का व्यावहारिक अनुभव रखता हो। प्रदर्शन टेलीविजन का एक विशेष गुण होता है जो रेडियो में नहीं होता। टेलीविजन में जो कुछ चित्रों से दिखाया जाता है, उसीको शब्दों में बताया जाता है। टेलीविजन में नाटकीयता का विशेष महत्व होता है।

फिर भी टेलीविजन सामाचार लेखन के समय कुछ बातों पर ध्यान देना आवश्यक है -

1. समाचार संक्षिप्त तथा पठनीय हो जिससे यह बातचीत की तरह लगे।
2. समाचार सत्यता पर आधारित हो।
3. शब्द और तथ्य को इस तरह प्रस्तुत करना चाहिए कि दर्शक आसानी से समझ सके।
4. आकर्षक चित्रों को दिखाना चाहिए क्योंकि चित्र स्वयं बोलते हैं।
5. चित्रों, चार्टों, नक्शों आदि के साथ पढ़ा जाने वाला समाचार तैयार करना चाहिए। यह प्रक्रिया वॉइस ओवर कहलाती है।
6. टेलीविजन दृश्य-श्रव्य माध्यम है। अतः समाचार आँख और कान दोनों के लिए बनाना चाहिए।
7. समाचार के हर वाक्य में एक ही विचार या चित्र होना चाहिए।
8. कोई भी बात अस्पष्ट नहीं होनी चाहिए। भाषा और शब्द का चयन सोच-समझकर करना चाहिए।

### समाचार बुलेटिन

मुख्य अंशों को प्रारंभ में प्रस्तुत किया जाता है तथा दर्शक को यह बताया जाता है कि बुलेटिन में किन-किन विषयों से संबंधित समाचाराओं का समावेश किया जाता है। साथ ही समाचारों से जुड़े प्रभावशाली दृश्यों को दिखाया जाता है। मुख्य अंशों को बुलेटिन के अंत में दोहराया जाता है। प्राप्त दृश्यों के आधार पर समाचार लिखना सबसे बड़ी चुनौती का कार्य है। लेखन के लिए लगभग शब्द सीमा निश्चित कर लेखन कार्य किया जाता है। उदाहरण के लिए दो प्रकार से समाचार लिखा जा सकता है। प्राप्त दृश्यों की तालिका तैयार करके उसके अनुरूप समाचार लिखा जा सकता है। उदाहरण के लिए -

शॉट	समय	कुल समय
प्रदर्शनकारी	6 क्षण	6 क्षण
पुलिस व्यवस्था	5 क्षण	11 क्षण

नारे लगाने वाले	4 क्षण	15 क्षण
लाठी चार्ज	6 क्षण	21 क्षण

दूसरा तरीका है की प्राप्त दृश्यों के आधार पर समाचार लिखा जाता है और फिर लेखन के आधार पर दृश्यों को चुना जाता है। इस प्रकार समाचार बुलेटिन तैयार किया जाता है। अनेक अवसरों पर घटना स्थल से सीधी रिपोर्ट प्रसारित की जाती है। ऐसे समय में संवाददाताओं को कहने से पहले सचने का थोड़ा बहुत समय मिल जाता है। इना लिखे समाचार देना एक जिम्मेदारी का काम है। ऐसे संवाददाताओं को विषय का ज्ञाता होना चाहिए और शब्दों को चुनने में दक्ष।

### बोध प्रश्न

- टेलीविजन समाचार बुलेटिन किस प्रकार लिखा जाता है?
- टेलीविजन का प्राण तत्व है?
- वॉइस ओवर क्या है?

### 16.3.7 विशिष्ट शब्दावली

**इंट्रो :** आमुखा। यह समाचार का प्राण है। इसे समाचार विशेष का लीड कहा जाता है। यह समकहर को सार रूप में प्रस्तुत करता है। इसमें मुख्य तथ्यों पर प्रकाश डाला जाता है। छह ककारों (कब, कहाँ, क्या, कैसे, क्यों और किसने) का उत्तर मिल जाता है।

**विलोप स्तूपी :** इसे उल्टा पिरमिड कहा जाता है। समाचार लेखन की सर्वाधिक लोकप्रिय पद्धति। समाचार का आरंभ घटना के चरमोत्कर्ष से होता है। फिर कुछ कम महत्वपूर्ण विवरण और अंत में सबसे कम महत्व का विवरण दिया जाता है।

**ब्रेल पत्रकारिता :** ब्रेल लिपि के माध्यम से दृष्टिहीन व्यक्ति भी पत्र-पत्रिका को पढ़ सकते हैं। इसे स्पर्श लिपि कहा जाता है। भारत में ब्रेल पत्रकारिता के जनक के रूप में ठाकुर विश्वनारायण सिंह को जाना जाता है। इनके संपादन में आलोक त्रैमासिक पत्रिका का प्रकाशन भारत सरकार ने 1957 में किया। यह हिंदी ब्रेल लिपि की प्रथम पत्रिका है।

**छह ककार :** किपलिंग ने अपनी पुस्तक 'प्रकटिकाल जर्नलिज़्म' में समाचारों की संरचना पर ध्यान दिया। उन्होंने समाचार लेखन के लिए पाँच डब्ल्यू और एक एच (5 W 1 H) का सिद्धांत प्रतिपादित किया। इसे हिंदी में छह ककार कहा जाता है - क्या (what), कहाँ (where), कब (when), किसने (who), क्यों (why) और कैसे (how)।

**हैंड आउट :** दिन-प्रतिदिन के विविध विषयों, मंत्रालयों के क्रियाकलाप, प्रमुख पुरुषों के भाषण और संसद के प्रश्नोत्तर आदि मामलों पर हैंड आउट जारी किए जाते हैं।

**सॉफ्ट न्यूज :** फीचर को सॉफ्ट न्यूज कहा जाता है। मन की संवेदना और अनुभूतियों को छूने वाले विशेष लेख की फीचर कहते हैं।

**बुलेटिन :** रेडियो और टेलीविजन पर समाचार प्रसारणों को बुलेटिन कहा जाता है।

### 16.4 पाठ सार

छात्रो! इस इकाई के अध्ययन से आप जान ही चुके हैं कि किसी घटना या सूचना या जानकारी जब तक नवीन, रोचक और रहस्यपूर्ण हो तब तक वह समाचार है। जैसे ही रहस्य का उद्घाटन हो जाता है वह समाचार

नहीं रह जाता। समाचार के संकलनों में संवाददाता, समाचार एजेंसियों और विज्ञप्तियों को आधार बनाया जा सकता है। आज की तकनीकी दुनिया में अनेक संसाधनों का उपयोग किया जा रहा है।

समाचार लिखते समय कुछ बिंदुओं पर ध्यान देना आवश्यक है। जैसे नयापन, समसामयिक घटनाएँ, असाधारण सूचनाएँ, जनहितकारी, रहस्यमयी, खोजी वृत्ति, दुर्घटना, दुःसाहस, विश्वसनीयता, रोचकता, जिज्ञासा, प्रभावपूर्ण तथ्य, छह ककार (क्या, कब, कैसे, क्यों, कहाँ और किसने) आदि। ब्रेल लिपि के माध्यम से दृष्टिहीन व्यक्ति भी पत्र-पत्रिका को पढ़ सकते हैं। इसे स्पर्श लिपि कहा जाता है। भारत में ब्रेल पत्रकारिता के जनक के हैं ठाकुर विश्वनारायण सिंह।

संवाददाता विभिन्न स्रोतों से सामाचार संकलित करके छह ककारों के आधार पर समाचार लिखकर प्रकाशन हेतु संपादक के पास भेजता है। समाचार पत्र के लिए विलोप स्तूपी प्रक्रिया का प्रयोग किया जाता है। इस प्रक्रिया के अनुसार मुख्य समाचार को सार रूप में सबसे पहले दिया जाता है। इसे आमुख या लीड या इंट्रो कहा जाता है। उसके बाद कुछ कम महत्वपूर्ण समाचार और अंत में सबसे कम महत्वपूर्ण समाचार। रेडियो समाचार के लिए ब्रायलेट डायमेंड (हीराकार) पद्धति का प्रयोग किया जाता है। रेडियो समाचार का समय सीमित रहता है। प्रायः 10 मिनट के समाचार बुलेटिन में एक हजार शब्द पढ़े जाते हैं। समय की सीमा में सभी महत्वपूर्ण समाचारों को देना रेडियो पत्रकारिता का मुख्य दायित्व है। टेलीविजन समाचार लेखन की प्रविधि विशिष्ट है। इसमें वाइस ओवर का प्रयोग किया जाता है।

---

### 16.5 पाठ की उपलब्धियाँ

---

इस इकाई अध्ययन से निम्नलिखित निष्कर्ष प्राप्त हुए -

1. जब तक किसी घटना या सूचना या जानकारी में नवीनता हो, रोचकता हो, रहस्य हो तब तक ही वह समाचार है।
2. जैसे ही रहस्य का उद्घाटन हो जाता है, घटना बासी हो जाती है तो वह समाचार नहीं है।
3. समाचार वह है जिसमें अनेक व्यक्तियों की दिलचस्पी हो, जिसे सुनने और जानने की इच्छा हो।
4. ठाकुर विश्वनारायण सिंह भारतीय ब्रेल पत्रकारिता के जनक हैं और आलोक हिंदी ब्रेल लिपि की प्रथम पत्रिका।
5. 1971 में दृष्टिहीन बालकों के लिए 'शिशु आलोक' नामक वैज्ञानिक हिंदी ब्रेल पत्रिका आरंभ की गई।
6. समाचारों को संकलित करने की प्रक्रिया को रिपोर्टिंग तथा समाचार संकलनकर्ता को रिपोर्टर या संवाददाता कहा जाता है।
7. समाचार पत्र, रेडियो और टेलीविजन संवाददाता विभिन्न स्रोतों से समाचार संकलित करता है।
8. समाचार का मुख्य भाग आमुख या इंट्रो है। इसे लीड भी कहा जाता है। इसमें सार रूप में संपूर्ण समाचार को प्रस्तुत किया जाता है। इसमें छह ककारों के उत्तर सम्मिलित होता है।
9. किपलिंग ने समाचार लेखन के लिए पाँच डब्ल्यू और एक एच (5 W 1 H) का सिद्धांत प्रतिपादित किया। इसे हिंदी में छह ककार कहा जाता है।
10. समाचार पत्र के लिए समाचार लिखते समय विलोप स्तूपी प्रक्रिया का प्रयोग किया जाता है।
11. रेडियो समाचार लेखन के लिए हीराकार प्रक्रिया का प्रयोग किया जाता है।
12. टेलीविजन में वाइस ओवर का प्रयोग किया जाता है।

---

## 16.6 शब्द संपदा

---

1. अविकल = पूरा का पूरा
2. जिज्ञासा = जानने की इच्छा
3. प्रौद्योगिकी = उद्योग विज्ञान
4. वितरण = बाँटने की क्रिया
5. सनसनीखेज = रोमांचक
6. समसामयिक = वर्तमान समय का
7. हरकारा = संदेशवाचक, दूत

---

## 16.7 परीक्षार्थ प्रश्न

---

### खंड (अ)

(अ) दीर्घ श्रेणी के प्रश्न

निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लगभग 250 शब्दों में दीजिए।

1. समाचार क्या है? स्पष्ट करते हुए उसके स्वरूप पर प्रकाश डालिए।
2. समाचार संकलन की विभिन्न पद्धतियों पर प्रकाश डालिए।
3. समाचार लेखन के संवाददाता की भूमिका पर प्रकाश डालिए।
4. समाचार संकलन के स्रोतों पर संक्षिप्त चर्चा कीजिए।

### खंड (ब)

(आ) लघु श्रेणी के प्रश्न

निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लगभग 100 शब्दों में दीजिए।

1. समाचार लेखन की विशेषताओं को रेखांकित कीजिए।
2. छह ककारों के आधार पर प्रिंट मीडिया के लिए किसी एक घटना का समाचार तैयार कीजिए।
3. समाचार लेखन में शीर्षक का क्या महत्व है?
4. समाचार लेखन में किन बातों पर ध्यान देना चाहिए।
5. एक अंधा व्यक्ति समाचार कैसे प्राप्त कर सकता है?
6. टेलीविजन समाचार लेखन में किन बातों पर ध्यान दिया जाता है? टेलीविजन समाचार बुलेटिन का क प्रारूप तैयार कीजिए।
7. रेडियो समाचार लेखन में कॉपी तैयार करते समय किन बातों पर ध्यान देना आवश्यक है? स्पष्ट करते हुए एक प्रारूप तैयार कीजिए।

## खंड (स)

### I. सही विकल्प चुनिए

1. भारतीय ब्रेल पत्रकारिता के जनक कौन हैं? ( )  
(अ) ठाकुर विश्वनारायण सिंह (आ) अंबिका प्रसाद (इ) लुई ब्रेल (ई) रामचंद्र वर्मा
2. इनमें से कौन समाचार संकलन का माध्यम नहीं है? ( )  
(अ) संवाददाता (आ) समाचार एजेंसी (इ) विज्ञप्ति (ई) गपशप
3. समाचार प्रकाशित करने के लिए नकद भुगतान किया जाता है इसे क्या कहते हैं? ( )  
(अ) प्रकाशन समाचार (आ) प्रेस विज्ञप्ति (इ) पेड न्यूज (ई) हैंड आउट
4. रूस की समाचार एजेंसी का क्या नाम है? ( )  
(अ) हार्डवर्ड (आ) नेशनल त्रितांग (इ) रायटर (ई) तास

### II. रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए

1. भारत की प्रमुख समाचार एजेंसी ..... है।
2. दृष्टिहीन बालकों के लिए ..... वैज्ञानिक हिंदी ब्रेल पत्रिका आरंभ की गई।
3. टेलीविजन का एक विशेष गुण ..... है।
4. प्रमुख शासकीय विषयों पर ..... जारी किए जाते हैं।
5. अमेरिकी पत्रकारिता के प्रवर्तक ..... है।

### III. सुमेल कीजिए

1. आलोक (अ) समाचार का प्राण
2. हार्डवर्ड न्यूज एजेंसी (आ) अंशकालिक संवाददाता
3. शीर्षक (इ) ब्रेल पत्रकारिता
4. स्ट्रिंगर (ई) रेडियो समाचार
5. बुलेटिन (उ) 1848

---

## 16.8 पठनीय पुस्तकें

---

1. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, पी.के.आर्य
2. भारतीय पत्रकारिता कोश भाग 2, सं. विजयदत्त श्रीधर
3. मीडिया लेखन के सिद्धांत, एन सी पंत
4. मीडिया लेखन, सुमित मोहन
5. मीडिया समग्र, अर्जुन तिवारी

6. रेडियो लेखन, डॉ. मधुकर गंगाधर
7. समाचार लेखन, पी. के. आर्य
8. समाचार संरचना एवं प्रस्तुति, डॉ. पवन अग्रवाल
9. Broadcast News : Writing, Reporting and Producing, Frank Barnas
10. Reporting, David Remnick
11. Writing for News Media, Ian Pickering