इंदिरा गाँधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय
मानविकी विद्यापीठ

BHDS-184
रेडियो लेखन

खंड 1
रेडियो लेखन-1

खंड 2
रेडियो लेखन-2

पाठ्यक्रम विशेषज्ञ समिति

प्रो. कुलदीप चंद अग्निहोत्री, कुलपति, हिमाचल प्रदेश केन्द्रीय विश्वविद्यालय, धर्मशाला, हिमाचल प्रदेश प्रो. चंदन कुमार, प्रोफेसर, हिंदी विभाग, दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली प्रो. महेन्द्रपाल शर्मा, अवकाश प्राप्त प्रोफेसर, हिंदी विभाग, जामिया मिल्लिया इस्लामिया, नई दिल्ली प्रो. अनिल राय, प्रोफेसर, हिंदी विभाग, दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली	**संकाय सदस्य** प्रो. सत्यकाम प्रो. शत्रुघ्न कुमार प्रो. स्मिता चतुर्वेदी प्रो. जितेन्द्र कुमार श्रीवास्तव

पाठ्यक्रम संयोजक

प्रो. सत्यकाम, हिन्दी संकाय
मानविकी विद्यापीठ, इग्नू, नई दिल्ली

पाठ्यक्रम संपादक

डॉ. रवीन्द्र कुमार त्यागी
सहायक निदेशक (कार्यक्रम), आकाशवाणी, नई दिल्ली

पाठ्यक्रम निर्माण समिति

पाठ लेखन	संपादन सहयोग
श्री लक्ष्मी शंकर वाजपेयी अवकाश प्राप्त केन्द्र निदेशक आकाशवाणी, दिल्ली प्रो. अमिय भूषण शर्मा अवकाश प्राप्त प्रोफेसर मानविकी विद्यापीठ, इग्नू	डॉ. शंभुनाथ मिश्र, परामर्शदाता (हिंदी) मानविकी विद्यापीठ, इग्नू

सामग्री निर्माण

मार्च, 2021
© इन्दिरा गाँधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय, 2021

ISBN-81-266-
सर्वाधिकार सुरक्षित। इस कार्य का कोई भी अंश इन्दिरा गाँधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय की लिखित अनुमति के बिना मिमियोग्राफ अथवा किसी अन्य साधन से पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।

इन्दिरा गाँधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय के पाठ्यक्रमों के विषय में और अधिक जानकारी विश्वविद्यालय के कार्यालय, मैदान गढ़ी, नई दिल्ली–110 068 से प्राप्त की जा सकती है।

पाठ्यक्रम परिचय

पाठ्यक्रम व्यवहारमूलक है। इस पाठयक्रम में हम आपको रेडियो के लिए लिखना सिखाएंगे। वस्तुतः विद्यार्थियों को रेडियो के लिए लिखना सिखाना ही इस पाठयक्रम का मूल उद्देश्य है। इस पाठ्यक्रम के अन्तर्गत उन तमाम पहलुओं पर विचार किया जाएगा जो रेडियो लेखन के लिए आवश्यक होते हैं : उन सिद्धांतों की संक्षिप्त चर्चा की जाएगी जिन्हें रेडियो लेखन के लिए जानना जरूरी है। इसके अतिरिक्त रेडियो लेखन के विभिन्न प्रकारों की भी जानकारी दी जाएगी, जैसे समाचारों के लिए लेखन, वृत्तचित्र, रूपक के लिए लेखन, कमेंट्री (आँखों देखा हाल) तैयार करना, बातचीत और साक्षात्कार की तैयारी आदि। इस पाठ्यक्रम के अंतिम खंड में स्कूल और कॉलेज स्तरीय शिक्षा के प्रचार–प्रसार में रेडियो की भूमिका पर भी विचार किया जाएगा।

चार क्रेडिट के इस पाठ्यक्रम में दो खंड और 12 इकाइयाँ हैं। इस पाठ्यक्रम का विभाजन इस प्रकार किया गया है :

खंड 1

इकाई 1 : रेडियो : एक परिचय
इकाई 2 : रेडियो का इतिहास
इकाई 3 :रेडियो की भाषा (संकेत और कोड)
इकाई 4 : रेडियो समाचार लेखन
इकाई 5 : उद्घोषणा, कम्पीयरिंग, वार्ता, भेंटवार्ता, परिचर्चा और वार्तालाप
इकाई 6 : डोक्यूमेंट्री, रूपक, पत्रिका और व्यक्ति–चित्र

खंड 2

इकाई 7 : रेडियो नाटक
इकाई 8 : मनोरंजन संबंधी कार्यक्रम
इकाई 9 : आँखों देखा हाल (कमेंट्री)
इकाई 10 : शिक्षा के क्षेत्र में रेडियो की भूमिका
इकाई 11 : बच्चों के लिए रेडियो
इकाई 12 : मुक्त शिक्षा प्रणाली में रेडियो की भूमिका

पहले खंड में आप रेडियो संबंधी सामान्य जानकारी प्राप्त करने के साथ–साथ रेडियो लेखन के सैद्धांतिक आधारों से भी परिचित हो सकेंगे। आगे आने वाली इकाइयों में (जिनमें रेडियो के विभिन्न कार्यक्रमों के लिए आलेख तैयार करना सिखाया जाएगा) आप इन सैद्धांतिक आधारों की मदद ले सकते हैं। इसमें हम रेडियो के माध्यम से जन–सामान्य तक पहुँचने वाले विभिन्न कार्यक्रमों की तैयारी से संबंधित अभ्यास करेंगे। इसमें शामिल इकाइयों में हमने प्रयत्न किया है कि अधिक से अधिक उदाहरणों और अभ्यासों के माध्यम से आपको रेडियो लेखन में निपुण बनाया जा सके।

दूसरा खंड रेडियो लेखक से अपेक्षाकृत अधिक कल्पना शक्ति की माँग करता है। मसलन उपन्यास, कहानी और नाटक अपने लिखित रूप में होते हैं। इस लिखित रूप को श्रव्य रूप में (रेडियो रूपांतरण) परिवर्तित करने के लिए काफी कुछ फेर बदल करना पड़ता है। इसके लिए लेखक अपनी कल्पना शक्ति का उपयोग करता है और श्रोता वर्ग और रेडियो (माध्यम) को ध्यान में रखकर लिखित सामग्री की पुनर्रचना करता है।

शिक्षा के क्षेत्र में आज जनसंचार माध्यमों का जोर बढ़ गया है। आप जिस पद्धति से अध्ययन कर रहे हैं, वह इसका ज्वलंत उदाहरण है। हम इस खंड में शिक्षा के क्षेत्र में रेडियो की भूमिका पर विचार करेंगे। इस खंड को पढ़कर आप यह भी सीखेंगे कि किस प्रकार विभिन्न श्रोता वर्ग को शिक्षा प्रदान करने के लिए कार्यक्रम तैयार किए जाते हैं, खासकर उन का आलेख (स्क्रिप्ट) कैसे तैयार किया जाता है।

हम यह आशा करते हैं कि यह पाठ्यक्रम पूरा करने के बाद आप रेडियो लेखन के लिए एक दिशा प्राप्त कर सकेंगे। हम आपको एक रास्ता दिखा रहे हैं, इस रास्ते पर आगे बढ़ना और कुशल होना आपकी मेहनत और लगन पर निर्भर है।

* * *

ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

इंदिरा गाँधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय
मानविकी विद्यापीठ

BHDS-184
रेडियो लेखन

खंड
1
रेडियो लेखन-1

इकाई 1 रेडियो : एक परिचय	7
इकाई 2 रेडियो का इतिहास	21
इकाई 3 रेडियो की भाषा (संकेत और कोड)	36
इकाई 4 रेडियो समाचार लेखन	57
इकाई 5 उद्घोषणा, कम्पीयरिंग, वार्ता, भेंटवार्ता, परिचर्चा और वार्तालाप	74
इकाई 6 डोक्यूमेंट्री, रूपक, पत्रिका और व्यक्ति–चित्र	93

खंड 1 का परिचय

यह रेडियो लेखन पाठ्यक्रम का पहला खंड है। इस खंड में कुल छः इकाइयाँ हैं। यह इकाइयाँ रेडियो लेखल की पूर्वपीठिका की तरह हैं। खंड की पहली इकाई संचार माध्यम के रूप में रेडियो के परिचय पर आधारित है। इस इकाई को पढ़ते हुए आपको लग सकता है कि रेडियो लेखन का उसके तकनीकी और वैज्ञानिक पक्ष से क्या संबंध हो सकता है? क्या रेडियो लेखन सीखने के लिए उसके तकनीकी पक्ष को जानना आवश्यक है? इसका उत्तर यह है कि किसी भी माध्यम में कार्य करने से पूर्व उससे भली-भांति परिचित हो लेना आवश्यक होता है। इस इकाई का लक्ष्य आपको रेडियो की तकनीक का ज्ञान कराना नहीं बल्कि माध्यम की आवश्यकताओं को समझने के योग्य बनाना है। इसलिए इस इकाई में दूरसंचार का अर्थ, रेडियो की सामान्य तकनीकी परिचय और उसके संगठनात्मक पक्ष की चर्चा की गई है।

पाठ्यक्रम की दूसरी इकाई रेडियो के इतिहास से संबंधित है। रेडियो लेखन को समझने के लिए उसके ऐतिहासिक विकास को समझना भी आवश्यक है। तीसरी और चौथी इकाई रेडियो की भाषा (कोड एवं संकेत) तथा रेडियो समाचार लेखन पर आधारित है। इनके अध्ययन से आप रेडियो माध्यम में कोड एवं संकेतों की तकनीक, उनके उपयोग तथा विशिष्टताओं को समझेंगे। समाचार लेखन से संबंधित इकाई में रेडियो समाचारों की तैयारी उनकी तकनीक तथा महत्व पर विचार किया गया है। इसके अध्ययन से आप रेडियो समाचारों का वर्गीकरण तथा आवश्यकता समझ सकेंगे तथा रेडियो के लिए समाचार तैयार कर उसका संपादन कर सकेंगे।

पाठ्यक्रम की पाँचवीं इकाई रेडियो उद्घोषणा, कम्पीयरिंग, वार्ता, भेंटवार्ता, परिचर्चा और वार्तालाप की विशिष्टताओं, अंतर और तैयार करने की तकनीक पर केंद्रित है। यह सभी रेडियो लेखन के आवश्यक भाग हैं। छठवीं इकाई इसी क्रम में रेडियो डोक्यूमेंट्री, रेडियो रूपक, रेडियो पत्रिका और व्यक्ति-चित्र के लेखन, संपादन और आवश्यक तैयारी पर केंद्रित है।

इन इकाइयों के अध्ययन से रेडियो की पूर्वपीठिका और इतिहास के बोध के साथ ही महत्वपूर्ण कार्यक्रमों से भी आपका साक्षात्कार होगा।

इकाई 1 : रेडियो : एक परिचय

इकाई की रूपरेखा

1.0 उद्देश्य
1.1 प्रस्तावना
1.2 रेडियो : दूरसंचार का एक माध्यम
 1.2.1 दूरसंचार क्या है?
 1.2.2 रेडियो : वैज्ञानिक अर्थ
1.3 रेडियो तथा जनसंचार के अन्य माध्यम
 1.3.1 लिखित अथवा मुद्रित माध्यम
 1.3.2 सिनेमा
 1.3.3 रेडियो
 1.3.4 टेलीविजन
 1.3.5 नवीनतम इलेक्ट्रॉनिक मीडिया
 1.3.6 निष्कर्ष
1.4 रेडियो भौतिकी तथा प्रौद्योगिकी
 1.4.1 आयन मंडल (Ionosphere)
 1.4.2 रेडियो अभिग्राही (Radio Receiver)
 1.4.3 रेडियो प्रसारक
 1.4.4 तरंगों की गति
 1.4.5 तरंगों का अधिमिश्रण (Modulation of Waves)
 1.4.6 निर्वात नली से ट्रांजिस्टर
1.5 रेडियो : एक संगठन
 1.5.1 कार्यक्रम विभाग
 1.5.2 तकनीकी विभाग
 1.5.3 प्रशासनिक विभाग
 1.5.4 वाणिज्य विभाग
1.6 सारांश
1.7 शब्दावली
1.8 बोध प्रश्नों के उत्तर

1.0 उद्देश्य

यह इस पाठ्यक्रम और खंड की पहली इकाई है। इसमें रेडियो की सामान्य विशेषताओं की चर्चा की गई है। इस इकाई में आप 'रेडियो' शब्द के विभिन्न अर्थों से रूबरू हो सकेंगे। रेडियो के सामान्य और तकनीकी अर्थ के अलावा संगठन के रूप में रेडियो के ढाँचे का संक्षिप्त परिचय भी कराया गया है। इस प्रकार इस इकाई को पढ़ने के बाद आप रेडियो के सामान्य और वैज्ञानिक अर्थ के साथ–साथ इसके सांगठनिक स्वरूप को भली–भांति समझ सकेंगे। रेडियो स्टेशन से कही गई कोई बात श्रोताओं तक कैसे पहुँचती है इसका भी सामान्य ज्ञान आपको हो जाएगा।

1.1 प्रस्तावना

इस इकाई में रेडियो के संबंध में सामान्य जानकारियां दी गई हैं। इनसे आपको रेडियो लेखन में बड़ा लाभ होगा, आपके पास कार्यक्रमों को समझने की उचित तकनीक तथा ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य होंगे और आपके मन

में अपने लेखन के लिए विभिन्न संचार माध्यमों में से सबसे उपयुक्त माध्यम के चुनाव करने की क्षमता होगी।

यहाँ सबसे पहले रेडियो शब्द के विभिन्न अर्थ समझाए गए हैं (1.2)। फिर जनसंचार के अन्य माध्यमों को पृष्ठभूमि में रखकर उसका अध्ययन किया गया है।

आम तौर पर रेडियो से संबंधित साधारण तकनीक तथा वैज्ञानिक बातें हम नहीं समझते हैं। रेडियो लेखन के विद्यार्थी होने के नाते आपके लिए यह जानकारी जरूरी है। नियुक्तियों में नियोजक आपसे इन विषयों की जानकारी की अपेक्षा करेंगे। अगली इकाईयों को पढ़ने में भी इस जानकारी से लाभ होगा। फिर इनमें से कई विषय ऐसे हैं जिनकी सहायता से आप आलेख भी तैयार कर सकेंगे। वैज्ञानिक तथा तकनीकी विषयों की चर्चा 1.4 में की गई है।

अंत में 1.5 में रेडियो स्टेशन, जो एक संगठन है, की चर्चा की गई है। यह पाठ्यक्रम व्यवहारमूलक है। मात्र ज्ञान से हम यहाँ संतुष्ट नहीं होते हैं। आप जो लिखेंगे उसके विक्रय की क्षमता भी आपको ही स्वयं में लानी है क्योंकि युग क्रय–विक्रय का है। इस दृष्टिकोण से भी इस अंश का समावेश इस पाठ में किया गया है। मूलतः तो रेडियो से परिचय प्राप्त करना है और इसका संगठनात्मक स्वरूप रेडियो का एक आवश्यक पक्ष है।

इस इकाई के मुख्य भाग 1.3, 1.4 तथा 1.5 हैं। 1.2 पढ़ लेने के बाद जिस अंश में आपकी विशेष रुचि हो उसे ही पहले पढ़ लें। किसी लंबे अंश को पूरा–पूरा एक बैठक में पढ़ना न आवश्यक है और न लाभप्रद। अतः आप उपांशों को ही एक बार में पढ़ सकते हैं। 1.4 पढ़ते समय मात्र एक विचार समझ लेने पर आप इकाई को उस दिन के लिए छोड़ सकते हैं। हां, पढ़ते वक्त कागज कलम के साथ बैठना, आवश्यक बातें लिखना, चित्र बनाकर समझना आदि लाभप्रद होगा। मैंने अपने घर के कैलेंडरों के पीछे कुछ ऐसे ही चित्र तथा याद रखने योग्य शब्दावली लिख रही है जिन्हें मैं समय–समय पर उलट कर देख लिया करता हूँ। यदि जी में आए तो आप भी ऐसा करके देखिए।

1.2 रेडियो : दूरसंचार का एक माध्यम

रेडियो शब्द का जिन अर्थों में हम आम तौर पर उपयोग करते हैं वह रेडियो सेट का संक्षिप्त रूप है यानी रेडियो रिसीवर या रेडियो सेट। इन्हीं संक्षिप्त शब्दों से हम अपने अर्थ प्रकट करते हैं।

1.2.1 दूरसंचार क्या है?

संचार का अर्थ है – एक स्थान से दूसरे स्थान या यूँ कहें कि एक बिंदु से दूसरे बिंदु तक पहुंचना या पहुंचाना। गैस स्टोव पर रखा तवा रोटी को ताप पहुंचाता है, यह भी संचार है और सूर्य अपनी किरणों से धरती पर पड़े किसी पदार्थ को गर्म कर देता है, यह भी संचार है। दूसरा उदाहरण आम अर्थों में दूरसंचार का द्योतक है। यह हुआ ताप और ऊष्मा का संचार और दूरसंचार। मैं कागज पर लिखकर अपने घर में अपने बेटे को कुछ पढ़ने के लिए कहता हूं तो यह संचार है और यही कागज कबूतर के गले में बांध कर मीलों दूर पहुंचाया जाए तो दूरसंचार है। यह संदेश का दूरसंचार है। अब आप जरा सोचें यदि आपको किसी मित्र को बुलाना है तो आप आवाज लगाते हैं, वह थोड़ा दूर हो तो और जोर से आवाज लगाते हैं लेकिन अगर वह मीलों दूर हो तो आपकी आवाज वहाँ तक नहीं पहुंच पाएगी। इसके लिए किसी साधन के द्वारा हमें अपनी आवाज को पहुंचाना होगा। ये साधन टेलीफोन हो सकता है, मोबाइल फोन, इन्टरनेट हो सकता है या फिर आपका रेडियो सेट हो सकता है लेकिन रेडियो पर आवाज सुनवाने के लिए आपको किसी प्रसारण स्टुडियोका सहारा लेना पड़ेगा।

ये सभी उदाहरण ध्वनि के दूरसंचार के हैं। अर्थ यह हुआ कि ऊष्मा या ऊर्जा या ध्वनि को दूर तक पहुंचाना हो तो ये दूरसंचार कहलाता है। इसके लिए किसी माध्यम की आवश्यकता होती है। टेलीफोन माध्यम के लिए टेलीफोन एक्सचेंज, मोबाइल के लिए टॉवर और रेडियो के लिए प्रसारण व्यवस्था।

1.2.2 रेडियो : वैज्ञानिक अर्थ

मान लीजिए आपकी क्षमता 10 किलोमीटर तक चलने की है और जाना है आपको 100 किलोमीटर फिर आप क्या करेंगे? यही न कि बस में सवार होकर, रेलगाड़ी से या और साधन से यात्रा करना चाहेंगे? इसी प्रक्रिया को थोड़ा और करीब से देखें।

आपकी क्षमता 10 किलोमीटर चलने की है और जाना है 100 किलोमीटर तो मैं आपको एक ऐसा घोड़ा उपलब्ध कराता हूँ जिस पर सवार होकर आप 90 किलोमीटर तक जा सकते हैं। वहाँ पहुंच कर मैं घोड़ा वापस ले लेता हूं और आप बाकी के 10 किलोमीटर पैदल चलते हैं तो आपकी यात्रा 100 किलोमीटर सम्पन्न हो गई। यही है रेडियो प्रसारण का सिद्धांत। मैं स्टुडियोमें बैठकर कुछ बोलता हूं। यह आवाज कुछ मीटर से आगे नहीं जा सकती तब मैं आवाज को एक घोड़े पर बिठाता हूं जिसका नाम है कैरियर वेव और हवा में छोड़ देता हूं। प्रकाश की गति के समान तेज चलने वाली ये वेव (तरंग) आसमान में उड़ती है और कहीं भी इसे पकड़कर इस पर से आवाज को उतार लिया जाता है और दूसरा व्यक्ति यह आवाज सुन सकता है।

एक बात आपको और बता दें कि हमारे देश में आम तौर पर लोग रेडियो और ऑल इंडिया रेडियो या आकाशवाणी को पर्यायवाची समझते हैं। लेकिन हर रेडियो प्रसारण का अपना एक विशिष्ट ट्रेड नेम (Trade Name) या आइडेंटिटी (Identity) यानी पहचान होती है; जैसे Voice of America (अमेरिका में रेडियो प्रसारण), BBC (ब्रिटेन में रेडियो प्रसारण), Radio Nepal (रेडियो नेपाल), Radio Pakistan (रेडियो पाकिस्तान) आदि नाम विशेष प्रसारण संस्थाओं के साथ जुड़े हैं। कुछ लोग यह भूल करते हैं कि रेडियो प्रसारण को दूसरे के साथ जोड़ देते हैं। जैसे मेरे एक मित्र ने कहा कैनेडा में आकाशवाणी के तो बहुत से केंद्र हैं। उनके कहने का अर्थ था कैनेडा में बहुत से रेडियो स्टेशन हैं। अतः आकाशवाणी और ऑल इंडिया रेडियो भारत में शासकीय नियंत्रण या अब प्रसार भारती के नियंत्रण के अधीन रेडियो प्रसारण संस्थाओं का नाम है। इसी प्रकार, भारत में टेलीविजन प्रसारण को दूरदर्शन कहा जाता है। आपको यह भी बताना उचित होगा कि अब हमारे देश में रेडियो मिर्ची, रेड एफ.एम. आदि निजी क्षेत्र के रेडियो प्रसारण चैनल भी उपलब्ध हैं।

अब तो आप रेडियो का अर्थ समझ गए होंगे। रेडियो का, वैज्ञानिक शब्दावली में, वैद्युत चुम्बकीय तरंगों में से उनके लिए प्रयोग होता है जिनकी आवृत्ति 10 किलोहर्ट्स से ज्यादा तथा 100,000 मेगाहर्ट्ज से कम होती है।

बोध प्रश्न

1. दूरसंचार के किन–किन माध्यमों का उपयोग आपका विश्वविद्यालय शिक्षण के लिए करता है? (तीन पंक्तियों में उत्तर दें)

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

2. रेडियो आवृत्ति का क्या अर्थ है? (तीन पंक्तियों में उत्तर दें)

   ....
   ....

....

1.3 रेडियो तथा जनसंचार के अन्य माध्यम

किसी जानकारी का एक साथ बहुत से लोगों तक पहुँचना जनसंचार कहलाता है। इस प्रक्रिया को पूरा करने के कई साधन हैं जिन्हें माध्यम कहा जाता है। इनमें लिखित माध्यम, श्रव्य माध्यम, दृश्य माध्यम तथा नवीनतम इलेक्ट्रॉनिक माध्यम शामिल हैं। आइए इनके बारे में संक्षिप्त परिचय प्राप्त करें।

1.3.1 लिखित अथवा मुद्रित माध्यम

इनमें समाचार–पत्र, पत्रिकाएँ, पुस्तकें तथा अन्य मुद्रित सामग्री शामिल किए जाते हैं। कागज का आविष्कार दूसरी शताब्दी में चीन में हुआ था और कागज निर्माण की कला का विकास सातवीं सदी में जापान में हुआ। जापान में ही वर्ष 770 में मुद्रण कला की शुरूआत हुई है।

आधुनिक चल मुद्रण तकनीक का आविष्कार सन 1450 में जर्मनी के जॉन गुटेनबर्ग ने किया। वर्ष 1798 में अलोइस फेल्डर ने लिथोग्राफी का आविष्कार किया। फोटो कम्पोजीशन का पेटेंट वर्ष 1895 में हुआ। 1950 में आधुनिक कंप्यूटर नियंत्रित फोटो कम्पोजीशन का प्रचलन हुआ। आजकल प्रिंटिंग में लेजर तकनीक का उपयोग किया जाता है।

भारत में पहला छापाखाना 1780 ई. में श्रीरामपुर में खुला था। छपाई ज्ञान प्रसार का महत्वपर्ण साधन है। पुस्तक प्रकाशन के मामले में हमारा देश विश्व के बड़े देशों में गिना जाता है। यहाँ के समाचार–पत्रों में सबसे पुराना दैनिक 1822 में बंबई से प्रकाशित गुजराती दैनिक बंबई समाचार है। प्रमुख समाचार–पत्रों में आनंद बाजार पत्रिका, युगांतर तथा मलयालम मनोरमा शामिल रहे हैं। वर्ष 2003 तक उपलब्ध आंकड़ों के अनुसार भारत में कुल 5966 दैनिक समाचार–पत्र छपते हैं। सप्ताह में दो या तीन बार छपने वाले अखबारों की संख्या 358, साप्ताहिक पत्र 19631, पाक्षिक 7356, मासिक 16109 आदि मिलाकर पत्र–पत्रिकाओं की संख्या है 55780 जिनमें वार्षिक और अर्ध–वार्षिक तथा अनियमित अवधि के पत्र–पत्रिकाएँ शामिल हैं। दी हिंदुस्तान टाइम्स (अंग्रेजी–दिल्ली) की कुल दैनिक प्राप्तियाँ 11,12,160 छापी जाती हैं। दैनिक भास्कर (दैनिक हिंदी) अपने 18 संस्करणों में 17,17,294 प्रतियाँ छपवाता है। पत्रिकाओं में सरस सलिल (पाक्षिक हिंदी) की 10,49,362 प्रतियाँ छपकर पाठकों के हाथों तक पहुँचती है। किसी भी भारतीय भाषा में छपने वाले पत्र–पत्रिकाओं में सर्वाधिक संख्या हिंदी (22067) की है, अंग्रेजी का दूसरा (8141) स्थान है। उत्तर प्रदेश से देश की सर्वाधिक पत्र–पत्रिकाएँ (9071) छपती हैं। उड़ीसा एक ऐसा प्रदेश है जहाँ से सभी 18 प्रमुख भारतीय भाषाओं में समाचार–पत्र छपते हैं। इन प्रमुख भाषाओं के अतिरिक्त देश में 82 भाषाओं और बोलियों में समाचार–पत्र छापे जाते हैं।

1.3.2 सिनेमा

28 दिसंबर 1895 को ल्युमिऐरे बंधुओं ने फ्रांस में सिनेमा का पहला व्यावसायिक प्रदर्शन किया। सिनेमा की तकनीक को विकसित करने का श्रेय अमेरिका के एडीसन, फ्रांस के ल्युमिऐरे बंधुओं तथा ब्रिटेन के पॉल को दिया जाता है। भारत में 1899 में सिनेमा का निर्माण हरिश्चंद्र सरवाराय भाटवडेकर के ''दि रेसटर्स'' तथा ''मैन एंड मंकी'' जैसी छोटी फिल्मों से आरंभ हुआ। दादा साहब फाल्के की मूक फिल्म ''राजा हरिश्चंद्र'' मई 1913 में प्रदर्शित की गई। पहली बोलती फिल्म ''आलमआरा'' 14 मार्च 1931 को प्रदर्शित की गई। इसी साल तेलुगु में ''भक्त प्रहलाद'' तथा तमिल में ''कालिदास'' बोलती फिल्में बनीं। सिनेमा के आगमन से हमारे देश को मनोरंजन एवं सामाजिक वातावरण को समझने का सशक्त माध्यम मिला। फिल्मों में साहित्य, संगीत, फोटोग्राफी तथा कला का सम्मिश्रण जनसाधारण के लिए उपयोगी सिद्ध हुआ। सामाजिक समस्याओं,

पौराणिक गाथाओं तथा देश–भक्ति से ओत–प्रोत सिनेमा ने दर्शकों के मन पर गहरी छाप छोड़ी जिसके फलस्वरूप सिनेमा की शैक्षिक उपयोगिता भी बढ़ी।

1.3.3 रेडियो

सन 1870 में प्रो. मैक्सवेल ने विद्युत चुम्बकीय तरंगों के माध्यम से बिना तार के संदेश भेजने की संचार तकनीक पर प्रयोग किए। वर्ष 1887 में हेनरिच रूडोल्फ हर्ट्स ने रेडियो तरंगों के अस्तित्व को प्रमाणित किया और 1895 में मारकोनी ने इन्हीं रेडियो तरंगों द्वारा बिना तार के संकेत भेजने और प्राप्त करने के सफल प्रयोग किए। यहीं से शुरू हुआ संचार का एक नया सफर। 1896 में लंदन रेडियो पेटेंट होने के साथ ही इलेक्ट्रॉनिक जनसंचार माध्यमों के वर्तमान युग की शुरूआत हुई। इस प्रकार बेतार यंत्र तकनीक का विकास होना आरंभ हुआ और 20वीं शताब्दी का आरंभ रेडियो युग से शुरू हुआ। हालाँकि इसका आधार 19वीं सदी के आखिरी वर्षों में बन चुका था।

भारत में पहला रेडियो प्रसारण 1921 में हुआ। नवम्बर 1923 में कोलकाता में एक क्लब ने रेडियो प्रसारण का आरंभ किया, 1924 में मुंबई और चैन्नई से भी प्रसारण आरंभ हुये। 1927 में सरकार ने इंडियन ब्राँडकास्टिंग कंपनी के साथ समझौता किया और फलस्वरूप मुंबई और कोलकाता में 1927 में प्रसारण शुरू हुए। वर्ष 1930 में इंडियन ब्रॉडकास्टिंग सर्विस का आरंभ हुआ, प्रबन्धन और प्रसार के लिये एक सलाहकार समिति का गठन हुआ तथा 1935 में ब्रॉडकास्टिंग के लिए एक कंट्रोलर की नियुक्ति भी की गयी। जून 1936 में इंडियन स्टेट ब्राँडकास्टिंग का नाम परिवर्तित कर ऑल इंडिया रेडियो किया गया। 1 जनवरी 1936 से दिल्ली केन्द्र से प्रसारण आरंभ हुये। भारत की स्वतन्त्रता के समय ऑल इंडिया रेडियो का स्वरूप पर्याप्त रूप से विकसित हो चुका था। स्वतन्त्र भारत का पहला प्रसारण केन्द्र 1 नवम्बर 1947 को जालंधर में खोला गया फिर तो लगातार विकास का ये क्रम चलता गया जो आज तक जारी है।

देश में हरित क्रांति, श्वेत क्रांति एवं नीली क्रांति में रेडियो की सराहनीय भूमिका रही है। 99.13 प्रतिशत जनसंख्या तक पहुंच होने के कारण देश के अशिक्षित वर्ग, कमजोर वर्गों तथा दूरदराज के वासियों के लिए रेडियो मनोरंजन एवं सूचना तथा शिक्षा का सशक्त साधन बना रहा है। वर्ष 2004 में शुरू की गई डी.टी.एच. (डाइरेक्ट टू होम) सेवा द्वारा रेडियो ने कई भाषाओं में प्रसारण कर पूरे देश में अपनी सार्थकता को पुनः स्थापित किया है।

1.3.4 टेलीविजन

वर्ष 1923 में जेनकिन्स ने टेलीविजन के माध्यम से चित्र भेजने के प्रयोग किए थे और 1926 में स्कॉटिश वैज्ञानिक जॉन लॉगी बेयर्ड ने टेलीविजन प्रणाली का जन प्रदर्शन किया। वर्ष 1931 में इसाक शिऑनवर्ग के निर्देशन में गठित दल ने टेलीविजन को प्रायोगिक रूप दिया।

भारत में दूरदर्शन (अधिकृत भारतीय टेलीविजन) के प्रसारण 15 सितंबर, 1959 में दिल्ली में आरंभ हुए। 1966 में बंबई में दूसरा प्रसारण केंद्र बना। 1975 में कलकत्ता, मद्रास, श्रीनगर, अमृतसर (जालंधर) तथा लखनऊ केंद्रों से प्रसारण आरंभ होने के साथ ही भारत में टेलीविजन प्रसारण महत्वपूर्ण जनसंचार माध्यम के रूप में उभरने लगा। रंगीन टेलीविजन की प्रसारण सुविधा 1982 में दिल्ली में आयोजित एशियाई खेलों के समय से आरंभ हुई। 1982 में विभिन्न केंद्रों से सैटेलाइट लिंक सेवा भी उपलब्ध हुई अर्थात राष्ट्रीय प्रसारण भी आरंभ हुए। 1986 में दूरदर्शन द्वारा वाणिज्य प्रसारण भी शुरू किए गए।

1.3.5 नवीनतम इलेक्ट्रॉनिक मीडिया

रेडियो तथा टेलीविजन को इलेक्ट्रॉनिक मीडिया कहा जाता है। बीसवीं शताब्दी में रेडियो तथा टेलीविजन का अभूतपूर्व विकास हुआ। इक्कीसवीं सदी का आरंभ सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में नई क्रांति के साथ

हुआ। कंप्यूटर तथा माइक्रो–इलेक्ट्रॉनिक्स के सहयोग से इन्फॉरमेशन टेक्नोलॉजी (सूचना प्रौद्योगिकी) का सूत्रपात हुआ।

आज के युग में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का बड़ा महत्व है। संचार माध्यमों के कारण पूरा विश्व एक परिवार/एक गाँव जैसा हो गया है। नयी शताब्दी में संचार माध्यमों का एक व्यापक नेटवर्क है। इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में सबसे पहले श्रव्य संचार के आविष्कार हुये हैं, रेडियो भी एक श्रव्य माध्यम है जो आज की दुनिया में भी उतना ही प्रांसगिक है, जितना कि इसके शुरूआती दौर में था। रेडियो श्रव्य माध्यम है और इसका प्रसारण टेलिविज के आने के बाद भी अत्यंत महतवपूर्ण है। रेडियो प्रसारण की विकास यात्रा की एक व्यवस्थित कहानी है जो ध्वनियों के ध्वन्यांकन और प्रसारण तकनीक के इतिहास के रूप में जानी जाती है। इस यात्रा में 1922 से महत्वपूर्ण पड़ाव आये, 1925 में माइक्राफोन से पहली रिकार्डिंग की गयी, 1931 में बेल टेलीफोन लेबोरेट्रीज ने प्रयोग करते हुये पहली स्टीरियो रिकार्डिंग की, 1933 में एक फ्रीक्वेंसी माडॅयुलेशन का सिद्धांत एडिवन आर्मस्ट्रॉग ने किया, 1948 में ट्राँजिस्टर की शुरूआत हुई, पहला स्टीरियो एफ.एम. प्रसारण 1962 में आरंभ हुआ और 1975 में डिजीटल रिकॉर्डिंग का आरंभ किया गया।

आपको याद होगा कि कुछ वर्ष पूर्व संदेश संप्रेषण प्रणाली के रूप में इलेक्ट्रॉनिक संदेशवाहक युवा वर्ग में प्रचलित हुए थे, परंतु देखते ही देखते मोबाइल फोन, फैक्स, सी.डी.रोम और मल्टी मीडिया का विकास हुआ। यह प्रगति इतनी शीघ्र हुई कि आम उपभोक्ता तो भौचक्के ही रह गए। अच्छा भला शिक्षित व्यक्ति इन उपकरणों के उपयोग करने की कला से अनभिज्ञ होकर अनपढ़ सा लगने लगा। आज कंप्यूटर की उपयोगिता सही अर्थों में संसार को ग्लोबल विलेज (वैश्विक गाँव) के रूप में स्थापित करती है। इंटरनेट सुविधा के कई रूप ई–प्रशासन, ई–कॉमर्स तथा ई–मेल विलक्षण उपयोगिता रखते हैं। इन माध्यमों ने भौगोलिक सीमाएं तोड़ दी हैं तथा सूचना तंत्र के नए कीर्तिमान स्थापित किए हैं।

1.3.6 निष्कर्ष

जनसंचार के विभिन्न माध्यमों पर दृष्टि डालें तो स्पष्ट होता है कि विकास की प्रक्रिया में जहाँ साधन उपलब्ध होंगे वहीं इन माध्यमों द्वारा आवश्यकतानुसार सहयोगियों की आवश्यकता भी होगी जिनमें आलेख लिखने वाले भी आते हैं अर्थात इन माध्यमों हेतु लेखकों की जरूरत निरंतर बढ़ती जाएगी। रेडियो लेखन की दृष्टि से बात करें तो इसकी आवश्यकता तो और भी अधिक होगी। आपको यह समझना जरूरी होगा कि अन्य माध्यमों में और रेडियो लेखन में अंतर क्या है। आपको दूसरे माध्यमों के बारे में भी जानकारी होनी चाहिए। हिंदी–भाषी लेखकों के साथ अन्य भारतीय भाषाओं के लेखकों के लिए भी संचार माध्यमों में अच्छी संभावनाएँ हैं। हाँ अपने लेखन को सुरुचिपूर्ण बनाने का दायित्व आपका है।

एक सफल रेडियो अथवा टी.वी.लेखक के लिए आवश्यक है कि वह अपने को दूर तथा जनसंचार के क्षेत्र में जो नित नई घटनाएँ घट रही हैं, परिवर्तन हो रहे हैं, उनसे अवगत रखे। इस भाग पर आधारित तथा इससे इतर आम जानकारी के कुछ सवाल नीचे दिए गए हैं। आप इनके उत्तर पहले लिख लें फिर पाठ के अंत में जो उत्तर दिए गए हैं उनसे उनकी तुलना करें। आशा है आपको ये प्रश्न रोचक लगेंगे।

बोध प्रश्न

निम्नलिखित प्रश्नों के चार–चार उत्तर दिए गए हैं किंतु उनमें से एक ही सही अथवा सबसे ज्यादा उपयुक्त है। ऐसे उत्तर के सामने बने खाने में आप सही का निशान लगाएँः

3) भारत की प्रमुख भाषाओं में से किसमें कोई दैनिक समाचार–पत्र नहीं है?
   क) संस्कृत ( )
   ख) सिंधी ( )
   ग) असमिया ( )

घ) कश्मीरी ( )

4) भारत में समाचार एजेंसियों की संख्या कितनी है?
क) 30 ( )
ख) 10 ( )
ग) 5 ( )
घ) 4 ( )

5) अंग्रेजी के पाक्षिक समाचार–पत्रों में से किसकी बिक्री सबसे ज्यादा है?
क) फ्रंटलाइन ( )
ख) आउट लुक ( )
ग) इंडिया टुडे ( )
घ) प्रोब ( )

6) पहले–पहल डाक टिकटों का प्रयोग कहाँ हुआ था?
क) स्कॉटलैंड ( )
ख) इंग्लैंड ( )
ग) वेल्स ( )
घ) फिनलैंड ( )

7) सड़कों पर रखी जाने वाली पत्र–पेटियों का प्रयोग कहाँ शुरू हुआ?
क) डेनमार्क ( )
ख) फिनलैंड ( )
ग) बेल्जियम ( )
घ) हॉलैंड ( )

1.4 रेडियो भौतिकी तथा प्रौद्योगिकी

रेडियो के लिए लिखने वाले के लिए आवश्यक है कि वह जाने कि अपना ज्यादा लाभप्रद प्रयोग वह किस तरह कर सकता है, उसके श्रोता कौन–कौन लोग हैं आदि आदि। इसी उद्देश्य से इस इकाई में रेडियो की भौतिकी तथा यांत्रिकी से संबंधित जानकारी आपको दी जा रही है।

1.4.1 आयन मंडल (Ionosphere)

हमारी धरती से 50 से 175 किलोमीटर दूर की हवा में आयन तथा मुक्त इलेक्ट्रॉन की संख्या उत्तरोत्तर बढ़ती जाती है। वायु का यह आयनीकरण सूरज के प्रकाश के कारण होता है। अतः दिन की अपेक्षा रात में आयन मंडल 50 किलोमीटर की ऊँचाई से न शुरू होकर कुछ और ऊपर से शुरू होती है। अब इसका प्रभाव रेडियो प्रसारणों के आच्छादन क्षेत्र पर पड़ता है।

किसी प्रसारण बुर्ज से प्रसारित कार्यक्रम दिन की अपेक्षा रात में पृथ्वी से ज्यादा दूर स्थित आयन मंडल से परावर्तित होकर पृथ्वी के ज्यादा बड़े भाग को आच्छादित करता है। आयन मंडल की सघनता रात्रि में बढ़ जाने के कारण आकाश तरंगें ज्यादा संख्या में परावर्तित होती हैं और इस कारण रेडियो का अभिग्रहण भी ज्यादा अच्छा हो जाता है।

1.4.2 रेडियो अभिग्राही (Radio Receiver)

रेडियो अभिग्राही, जैसा आप जानते हैं, उस यंत्र का नाम है जो रेडियो स्टेशनों द्वारा प्रसारित विद्युत चुंबकीय तरंगों को ग्रहण कर ध्वनि तरंगों में परिवर्तित करता है, जिसे हम सुनते हैं। रेडियो अभिग्राही का ही संक्षिप्त रूपः रेडियो है। अब हम देखें कि एक रेडियो के अंदर क्या होता है और वह कैसे काम करता है।

1. प्रत्येक रेडियो अभिग्राही से एक एन्टेना या एरियल जुड़ा होता है। यह अपने इर्द–गिर्द के रेडियो आवृत्ति तरंगों को ग्रहण करता है।
2. ये सारी रेडियो आवृत्ति तरंगें एरियल के माध्यम से समस्वरक (Tuner) तक पहुँच जाती हैं जो इच्छित आवृत्ति तरंग को ग्रहण कर शेष की उपेक्षा कर देता
3. विशेष प्रकार से बनी निर्वात नलियों की सहायता से कार्यक्रम तरंग को वाहक तरंग से अलग कर लिया जाता है और पहले का उपयोग किया जाता है। कार्यक्रम तरंग इतना कमजोर होता है कि वह बिना सहायता के ध्वनि–विस्तारक यंत्र (Loud Speaker) को चालित नहीं कर सकती। अतः उसे प्रवर्धक (Amplifier), जो एक निर्वात नली होती है, की सहायता से वर्धित किया जाता है।
   यह याद रखने योग्य विषय है कि अब निर्वात नलियों के स्थान पर ट्रांजिस्टरों का प्रयोग होता है। ट्रांजिस्टर अंग्रेजी के दो शब्द Transfer (अंतरण) तथा Resistor (प्रतिरोधक) से बना है। हम लोग यहाँ इसकी भौतिकी में न जाकर इतना याद रखें कि निर्वात नलियों की अपेक्षा ट्रांजिस्टर कम स्थान लेते हैं। इन्हीं के चलते रेडियो के स्थान पर छोटे–छोटे ट्रांजिस्टरों का बनना संभव हो सका। ट्रांजिस्टरों की एक और खूबी है, वे निर्वात नलियों की अपेक्षा कम ऊर्जा का उपयोग करते हैं।
4. ध्वनि–विस्तारक, कार्यक्रम तरंगों को ध्वनि तरंगों में परिवर्तित करके हमें उन्हें सुना देता है।

1.4.3 रेडियो प्रसारक

रेडियो अभिग्राही, प्रसारकों द्वारा प्रसारित तरंगों का ही अभिग्रहण करते हैं। हमारे एरियल तक देश–विदेश के विविध प्रसारकों द्वारा प्रसारित वैद्युत चुंबकीय तरंगें आती हैं। अब हम रेडियो प्रसारण की यांत्रिक प्रक्रिया पर नजर दौड़ाएंगे जिससे कि हम अपने एरियल तक आने वाले वैद्युत चुंबकीय तरंगों की उत्पत्ति को समझ सकें।

(1) रेडियो स्टेशन पर प्रसारणकर्ता एक ध्वनिग्राहक (Microphone) के सामने बोलता है। यह माइक्रोफोन ध्वनि ऊर्जा को विद्युत ऊर्जा में परिवर्तित कर देता है।
   कुछ पदार्थों में यह गुण होता है कि वे दबाव पड़ने पर यांत्रिक ऊर्जा (Mechanical Energy) को विद्युत ऊर्जा (Electrical Energy) में परिवर्तित कर देता है। कार्बन अथवा कोयला एक ऐसा ही पदार्थ है।
   माइक्रोफोन के अंदर सूक्ष्म कार्बन के कण संपुटिकाओं (Capsules) में बंद होते हैं। इन संपुटिकाओं का संबंध एक तार से होता है जो कार्बन के कणों में उत्पादित विद्युत ऊर्जा को आगे बढ़ाता है।
   प्रसारणकर्ता प्लास्टिक अथवा धातु की लचीली पट्टी अथवा पटल के सम्मुख बोलता है। उसके बोलने से निकली ऊर्जा पटल और उसके पीछे स्थित कार्बन कणों को दबाकर तार के माध्यम से विद्युत ऊर्जा को आगे बढ़ाता है।

(2) यह विद्युत ऊर्जा कार्यक्रम धारा (Programme Current) कहलाती है जो दूर तक नहीं भेजी जा सकती।

(3) किंतु रेडियो स्टेशन पर निर्वात नलियाँ होती हैं जो वाहक धारा (Carrier Current) का उत्पादन करती हैं जो बहुत दूर जा सकती है।

(4) विशेष प्रकार की निर्वात नलियों में कार्यक्रम धारा के द्वारा वाहक धारा का अनुकूलन (Meditation) कर दिया जाता है।

(5) इस अनुकूलित वाहक धारा को तारों के माध्यम से रेडियो प्रसारण बुर्ज तक पहुंचा कर प्रसारित कर दिया जाता है।

1.4.4 तरंगों की गति

ऊपर 1.4.2 तथा 1.4.3 में आपने रेडियो प्रौद्योगिकी से संबंधित जानकारी प्राप्त की। प्रौद्योगिकी शब्द अंग्रेजी के टेक्नोलॉजी का अनुवाद है। इसका तथा इसके बाद वाले अंशों में हम रेडियो से संबंधित विज्ञान की चर्चा करेंगे। ऊपर हम तरंगों की बात करते रहे हैं, पर ये तरंग है क्या?

तरंग तो आप जानते ही हैं। क्या आपने पानी पर तरंग नहीं देखे हैं। किसी सवेरे अपने गाँव के तालाब की शांत सतह पर जब आप एक पत्थर मारते हैं तो पत्थर नीचे चला जाता है पर वह अपनी यांत्रिक ऊर्जा अपने चतुर्दिक जल को प्रदान कर देता है। वहाँ जल सघन हो जाता है, फिर तरंग उठती है सघन और विरल जल कणों का सिलसिला शुरू हो जाता है। ध्वनि का भी यही असर प्रयोगशाला में, विशेषकर आसानी से तैयार की जाने वाली परिस्थितियों, में देखा जा सकता है। ध्वनि तरंगों की तरह ही प्रकाश तथा ताप की तरंगें भी होती हैं अर्थात उनमें भी सघन तथा विरल की श्रृंखला होती है। प्रकाश विद्युत चुंबकीय तरंग है और सारे विद्युत चुंबकीय तरंगों की चाल (speed) एक ही अर्थात 1,86,282 मील/सेकेंड अथवा 2.9979X10..... मीटर/सेकेंड है। ये तरंग अंतरिक्ष में माध्यमहीन अवस्था में भी इसी चाल से चलती है।

तरंगें तीन प्रकार की होती है ये हैं। लघु तरंगे, मध्यम तरंगे तथा दीर्घ तरंगे। वास्तव में इन तीनों में अंतर मोटे तौर पर ही किया जाता है। लघु तरंगों में एक तरंग की चोटी (crest) से बाद वाले की चोटी की दूरी 37 से 150 फीट तक की हो सकती है। मध्यम तरंगों में यह दूरी 1800 फीट तथा दीर्घ तरंग में अधिकतम 6,000 फीट तक की हो सकती है। वैज्ञानिक तरंगों का अध्ययन हम कुछ मूलभूत संकल्पनाओं के आधार पर करते हैं। आइए हम इनसे परिचित हो लें।

तरंग की लंबाई (तरंग दैर्ध्य) (**Wave Length**)

किसी तरंग की लंबाई, माध्य रेखा (Mean Line) पर वह दूरी है जिस पर तरंग एक ही प्रवस्था (चैंम) में होती है। यहाँ प्रवस्था को हम चंद्रमा की प्रवस्था की संकल्पना की सहायता से समझ सकते हैं। प्रत्येक महीने चंद्रमा शुक्ल पक्ष के चतुर्थी को एक ही प्रवस्था में होता है अर्थात प्रत्येक चतुर्थी को उसके उगने का समय, स्थान, आकार, झुकाव तथा बढ़ने की स्थिति एक ही जैसी होती है।

आयाम (**Amplitude**)

किसी तरंग का आयाम माध्य स्थिति से उसका अधिकतम विस्थापन है। ऊपर के निदर्शन में माध्य रेखा से अधिकतम विस्थापन ल. है।

आवृत्ति (**Frequency**)

किसी तरंग की आवृत्ति, आवर्तनों, दोलनों अथवा कंपनों की वह संख्या है, जो इकाई समय में कोई दोलन (Pendulam) पूरा करता है। लघु तरंग की आवृत्ति सबसे ज्यादा और उसी प्रकार से दीर्घ तरंग की आवृत्ति सबसे कम होगी। साथ ही स्मरणीय है कि लघु तरंग का तरंग दैर्ध्य (लंबाई) सबसे कम तथा दीर्घ तरंग का सबसे ज्यादा होगा। जिस गति से ऊर्जा का विस्थापन होता है उसे तरंग की गति कहते हैं।

इकाइयाँ

आप जानते हैं कि विज्ञान में हम हर वस्तु का मापन करते हैं। आम जीवन में भी लंबाई फुट या सेंटीमीटर में, भार पाउंड अथवा किलो में तथा समय सेकेंड में हम नापते हैं। ये सारी इकाइयाँ मौलिक इकाइयाँ

(Fundamental Units) कहलाती हैं। चाल की इकाई, व्युत्पन्न इकाई (Derived Unit) है, इसे हम फुट प्रति सेकेंड में प्रकट करते हैं। ऊपर हम तरंग की गति को गति की व्युत्पन्न इकाई में प्रकट करते हैं। हाँ, ठीक उसी इकाई में जिसमें हम रेलगाड़ी अथवा अन्य किसी वाहन की गति को प्रकट करते हैं।

तरंग दैर्ध्य हम लंबाई की इकाई में नापते हैं जैसे हमने ऊपर किया है। तरंग दैर्ध्य अत्यंत छोटे हो सकते हैं जैसे कि प्रकाश के तरंग का तरंग दैर्ध्य ऐंगस्ट्राम इकाई में नापा जाता है जो ....मीटर के बराबर होता है।

तरंग की आवृत्ति को हम हर्ट्स में नापते हैं। यह SI इकाइयों (System Inernational d'unites) में एक व्युत्पन्न इकाई है। हर्ट्ज (संकेत Hz) आवृत्तियों की वह संख्या है जो आवर्ती गति (Periodic Motion) में स्थित एक पदार्थ अथवा तरंग एक सेकेंड में समाप्त करता है।

रेडियो आवृत्ति का परिसर (limits of variation) 3KHz से से लेकर 300 GHz तक है।

एक किलो हर्ट्ज से तात्पर्य 1X10° आवर्तन/सेकेंड (Cycle/second) तथा 1 GHz से से तात्पर्य 1000000000 आवर्तन/सेकेंड से है। इनके बीच आता है – मेगा हर्ट्ज अर्थात 1X10° आवर्तन/सेकेंड!
यदि अब आप अपने रेडियो अथवा ट्रांजिस्टर को उठाकर पुनः देखें तो पाएंगे कि उसकी आवृत्ति पट्टिका पर KHz, MHz आदि संकेत लिखे हैं। अब तो आप उनका अर्थ समझ गए होंगे।

1.4.5 तरंगों का अधिमिश्रण (Modulation of Waves)

आपने 1.4.1 तथा 1.4.3 में निर्वात नलियों के द्वारा तरंगों के अधिमिश्रण अथवा अनुकूलन की बात पढ़ी थी। तरंगों का अनुकूलन अधिमिश्रण अथवा मॉड्यूलेशन है क्या?

आपने देखा होगा कि तरंगों के दो तत्व होते हैं – उनका आयाम तथा आवृत्ति। अतः स्पष्ट है कि इन दो अवयवों को प्रभावित करके हम तरंगों को प्रभावित कर सकते हैं। जब हम किसी तरंग के आयाम को प्रभावित करते हैं तो यह प्रक्रिया आयाम अधिमिश्रण अथवा आयाम अनुकूलन (Amplitude Modulation or A.M) कहलाती है।

दूसरी तरफ हम तरंग की आवृत्ति को भी दूसरे तरंग के द्वारा अधिमिश्रित कर सकते हैं। इस प्रक्रिया को आवृत्ति अधिमिश्रण (Frequency Modulation or F.M) कहेंगे।

अब आप यह प्रश्न पूछ सकते हैं कि इन दो अलग–अलग तरीकों से तरंगों का अधिमिश्रण करने के क्या–क्या लाभ हैं? सबसे पहले तो हम आपको याद दिला दें कि कार्यक्रम तरंग अपने ही बल पर श्रोताओं तक नहीं पहुंच सकता है। उसे उस तक पहुंचाने के लिए वाहक तरंगों की सहायता लेनी पड़ती है। कार्यक्रम–तरंग वाहक–तरंग को अनुकूलित करता है। किंतु ऐसा देखा गया है कि आयाम–अनुकूलित तरंग दूर–दूर तक जा सकती है। पर उस पर वैद्युत विघ्न (Electrical disturbance) का ज्यादा प्रभाव पड़ता है। यह वैद्युत विघ्न बिजली चमकने से लेकर बाल में कंघी करने तक से हो सकती है।

दूसरी ओर आवृत्ति–अनुकूलित तरंग दूर तक नहीं पहुंच सकती, पर उस पर वैद्युत विघ्न या स्टैटिक (static) का कम प्रभाव पड़ता है। यदि आप किसी बड़े नगर के समीप रहते हैं तथा आपका ट्रांजिस्टर विन्यस्त (stereoed) है तो आप आवृत्ति–अनुकूलित तरंग पर किसी संगीत कार्यक्रम को साफ–साफ सुनकर विशेष आनंद ले सकते हैं। सुनते हैं न आप FM Radio, कैसा लगता है?

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

1.4.6 निर्वात नली से ट्रांजिस्टर

निर्वात नली का उल्लेख इसी अंश में पहले किया जा चुका है। निर्वात नली तापायनिक नलिकाएँ (Thermionic Valves) हैं। तापायन ताप के प्रभाव से निकले आयन को कहते हैं। आयन (Ion) एक आवेशित (charged) अणु, परमाणु तथा उनके समूह को कहते हैं जिन पर ऋणात्मक आवेश (अथवा इलेक्ट्रन बाहुल्य) तथा घनात्मक आवेश (अथवा इलेक्ट्रन अभाव) होते हैं।

रेडियो अभिग्राही में प्रयुक्त निर्वात नली में एक एनोड (धनात्मक आवेशित विद्युदन) तथा एक कैथोड (ऋणात्मक आवेशित विद्युदन) होता है। दोनों विद्युतदग्र धातु के बने होते हैं। कैथोड को गर्म करने से उससे आयन निकलते हैं। एनोड आयन–अभाव की स्थिति में होता है अतः कैथोड से निकले आयन को वह ग्रहण कर लेता है। नली के अंदर वायु जितना ही कम होगा आयनों का बहाव उतना ही आसानी से तथा अधिक होगा। पुराने रेडियो–अभिग्राहियों में ऐसी ही निर्वात नलियाँ लगी होती थीं। इनमें कैथोड को गर्म करने के लिए बहुत ऊर्जा का व्यय होता था। शीशे की बनी निर्वात नलियाँ अक्सर टूट भी जाती थीं।
अतः उनके स्थान पर ट्रांजिस्टर आ गए। ये आकार में बहुत छोटे, कम ऊर्जा का प्रयोग करने वाले तथा आसानी से नहीं टूटने–फूटने वाले तापायनिक वाल्व हैं।

निर्वात नलियों का एक प्रमुख उपयोग प्रवर्धक के रूप में किया जाता है। अर्थात यह तरंगों की आवृत्ति को बिना प्रभावित किए उनके दैर्ध्य को बढ़ा देता है। स्मरणीय है कि तरंग के दैर्ध्य पर ध्वनि की उच्चता निर्भर करती है जबकि उसकी आवृत्ति पर उसका गुण।

रेडियो की भौतिकी तथा प्रौद्योगिकी पर इस अंश पर आधारित कुछ प्रश्न हैं। दिए गए स्थान में उनके उत्तर देकर फिर अपने उत्तरों की तुलना इस इकाई के अंत में दिए गए उत्तरों से करें। यदि आप अपने उत्तरों से संतुष्ट न हों तो इस अंश अथवा इच्छित भाग का पुनः अध्ययन करें।

बोध प्रश्न

11) बताएं कि निम्न उक्तियाँ सही ☑ हैं या गलत ☒ :

क) MW लघु तरंग के लिए संकेताक्षर है। ( )
ख) कार्बन किसी परिस्थिति में विद्युत का चालक नहीं है। ( )
ग) तरंग की गति उसके दैर्ध्य पर निर्भर करती है। ( )
घ) दिन के समय आयन मंडल पृथ्वी के समीप आ जाता है। ( )
ङ) रेडियो प्रसारक कार्यक्रमों तरंगों द्वारा अनुकूलित वाहक तरंगों को प्रसारित करता है। ( )
च) आवृत्ति अनुकूलित तरंगों पर वैद्युत विघ्न या स्टैटिक का ज्यादा प्रभाव पड़ता है। ( )
छ) प्रवर्धक (निर्वात नलियाँ) तरंगों की आवृत्ति में बिना परिवर्तन लाए उनके आयाम में वृद्धि कर देते हैं। ( )

1.5 रेडियो : एक संगठन

मैं रेडियो के लिए लिखता हूं या लिखना चाहता हूं – यह बात मन में उभरती है तो रेडियो का एक समेकित स्वरूप जो हमारे सामने आता है वह है इसका संगठनात्मक स्वरूप। रेडियो प्रसारण की कोई भी संस्था (आकाशवाणी या अन्य) आम तौर पर चार मुख्य विभागों का संयुक्त स्वरूप होती है। ये हैं :

(क) कार्यक्रम विभाग
(ख) तकनीकी विभाग
(ग) प्रशासनिक विभाग

(घ) वाणिज्य विभाग

इन विभागों का संक्षिप्त परिचय इस प्रकार है :

1.5.1 कार्यक्रम विभाग

रेडियो पर क्या और कब प्रसारित करना है, इसका निर्णय कार्यक्रम विभाग करता है। यह विभाग काम की सुविधा को ध्यान में रखते हुए कई अनुभाग में बंटा होता है जैसे – संगीत, नाटक, महिला कार्यक्रम, खेल, बाल कार्यक्रम, समाचार, वार्ता, विज्ञान, बाह्य कार्यक्रम आदि–आदि।

उद्घोषक तथा रेडियो जॉकी अथवा शो–प्रेजेंटर इसी विभाग से जुड़े होते हैं। बहुधा इस विभाग के प्रतिनिधि अलग–अलग स्थानों पर (देश या विदेश) नियुक्त रहते हैं जो टेलीफोन, फैक्स, टेलीप्रिंटर आदि साधनों द्वारा समाचार एवं सूचनाएं भेजते रहते हैं।

किसी भी प्रसारण केंद्र से श्रोताओं तक जो जानकारी अथवा मनोरंजन सामग्री पहुंचती है उसके निर्माण तथा संयोजन का दायित्व कार्यक्रम विभाग का ही होता है। यही विभाग यह भी निर्णय लेता है कि सूचना, मनोरंजन, शिक्षा एवं श्रोता–प्रतिभागिता का कितना हिस्सा कुल प्रसारित कार्यक्रमों का होगा। सूचना श्रोता तक जल्द से जल्द पहुंचे यह दायित्व भी इसी विभाग का होता है। इस विभाग में आम तौर पर निदेशक, उपनिदेशक, सहायक निदेशक, कार्यक्रम अधिशासी, कार्यक्रम निष्पादक, उद्घोषक, जॉकी आदि विभिन्न स्तरीय अधिकारी एवं कर्मचारी काम करते हैं। आवश्यकतानुसार बड़ी संख्या में कैजुअल (casual) कलाकार तथा उद्घोषक और कम्पीयर भी इसी विभाग से जुड़े रहते हैं।

1.5.2 तकनीकी विभाग

रेडियो केंद्र द्वारा चयनित सामग्री को श्रोताओं तक पहुँचाने की तकनीकी प्रक्रिया का दायित्व इस विभाग का होता है। माइक्रोफोन, टेपरिकॉर्डर, सी.डी.प्लेयर, कंप्यूटर के सही चयन एवं रख–रखाव को यही विभाग देखता है। प्रसारण केंद्र में कंट्रोल रूम होता है जहाँ सभी प्रकार की प्रसारण प्रक्रिया केंद्रित है यानी सभी स्टुडियो इस कंट्रोल रूम से जुड़े होते हैं और कंट्रोल रूम ही ध्वनि तरंगों को ट्रांसमिटर तक पहुंचाने का काम करता है। ट्रांसमिटर से ही कैरियर वेव्ज (carrier waves) के माध्यम से ध्वनि संकेत दूर–दराज इलाकों तक पहुंचते हैं। इस सारी प्रक्रिया की व्यवस्था तकनीकी विभाग करता है। इसके अलावा दूसरे शहरों (अथवा देशों) से स्टुडियोतक का लिंक संयोजन भी इसी विभाग द्वारा किया जाता है। ऑस्ट्रेलिया के मैदान से (उदाहरण स्वरूप) दिल्ली स्टुडियो तक आवाज (कमेंटेटर की) इसी विभाग द्वारा पहुँचाई जाती है। केंद्र में अधीक्षक अभियंता, केंद्र अभियंता, सहायक केंद्र अभियंता, सहायक अभियंता, तकनीकी सहायक, तकनीशियन आदि अधिकारियों एवं कर्मचारियों की पूरी श्रृंखला इस विभाग को संचालित करती हैं।

1.5.3 प्रशासनिक विभाग

प्रसारण केंद्र के विभिन्न विभागों तथा समुचित बजट व्यवस्था का दायित्व इस विभाग का होता है। कलाकारों, उद्घोषकों आदि को मानदेय तथा कार्यक्रम एवं तकनीकी विभाग द्वारा वांछित सामग्री के क्रय की व्यवस्था इस विभाग द्वारा की जाती है। अधिकारियों एवं कर्मचारियों की आवश्यकताओं, सुरक्षा व्यवस्था, कार्यालय का रख–रखाव तथा आय–व्यय का लेखा–जोखा, भर्ती संबंधी प्रक्रिया तथा वेतन का वितरण इसी विभाग द्वारा संचालित किया जाता है। इस विभाग का प्रमुख उपनिदेशक प्रशासन तथा वरिष्ठ प्रशासनिक अधिकारी, मुख्य लिपिक, अवर एवं अपर लिपिक, चतुर्थ वर्ग कर्मचारी इस विभाग में कार्यरत रहते हैं।

1.5.4 वाणिज्य विभाग

बदलते परिवेश की जरूरतों को पूरा करने के लिए वाणिज्य विभाग रेडियो केंद्र का अनिवार्य हिस्सा बन चुका है। इस विभाग द्वारा विज्ञापन संबंधी कार्य–प्रणाली को संचालित किया जाता है। प्रसारण केंद्र

बाजारवाद की संस्कृति से अलग नहीं रहे हैं। इसी कारण इस विभाग को नित्यप्रति नई–नई योजनाएं बनानी पड़ती हैं जिससे केंद्र की आय में निरंतर वृद्धि होती रहे। कार्यक्रमों की स्पॉन्सरशिप (sponsorship) तथा विज्ञापनों (commercial ads) की देख–रेख इसी विभाग द्वारा की जाती है। विज्ञापन लेखन इसी कारण रेडियो लेखन की सशक्त विधा के रूप में विकसित हो रहा है।

बोध प्रश्न

12) कल्पना कीजिए कि आपका छोटा भाई अभी–अभी अभियंत्रणा महाविद्यालय में दाखिला लेने वाला है। वह आगे चलकर निकट के रेडियो स्टेशन के तकनीकी विभाग में 4–5 वर्षों में रिक्त होने वाले पद को प्राप्त करने की इच्छा रखता है। आप उसे किस शिल्प में योग्यता हासिल करने की सलाह देंगे। सही उत्तर के सामने ☑का निशान लगाएं :

क) यांत्रिक अभियंत्रण ( )

ख) विद्युत अभियंत्रण ( )

ग) नागरिक अभियंत्रण ( )

घ) रसायनिक अभियंत्रण ( )

ङ) लोक स्वास्थ्य अभियंत्रण ( )

13) यदि आपने एक रेडियो नाटक लिखा है तो उसे आप निकट के रेडियो स्टेशन के किस विभाग के पास भेजेंगे?

....

....

अभ्यास

रेडियो के संगठनात्मक पक्ष का अध्ययन आपने किया है। अब आप निकट के किसी रेडियो स्टेशन पर जाकर वहाँ के अधिकारियों तथा कर्मचारियों से बात कर केंद्र के विभिन्न पक्षों पर, कार्यकलापों, इतिहास, संगठन आदि के दृष्टिकोण से एक निबंध लिखें तथा इन्हें शिक्षा केंद्र पर सहपाठियों को दिखाएं तथा अपने परामर्शदाता से उन पर विचार लें। यह काम आप दूसरी इकाई समाप्त कर लेने के बाद भी कर सकते हैं।

1.6 सारांश

इस इकाई के माध्यम से संक्षेप परंतु सारगर्भित रूप में आपका इस पाठ्यक्रम से परिचय हुआ होगा। आप उसके जनसंचार माध्यम के रूप को पहचानते हैं तथा उसके संगठनात्मक पक्ष से भी वाकिफ हैं। इस इकाई में आपने रेडियो शब्द के विभिन्न अर्थों की जानकारी प्राप्त की। इसमें रेडियो के तकनीकी तथा वैज्ञानिक पक्ष की भी संक्षिप्त जानकारी दी गई। आमतौर पर हम लोगों को कहते पाते हैं कि हम रेडियो सुन रहे हैं या तुम्हारे पास रेडियो है। इसका मतलब यह होता है कि रेडियो से प्रसारित होने वाले कार्यक्रम हम रेडियो सेट से सुन रहे हैं। अब रेडियो के स्थान पर ट्रांजिस्टर का प्रयोग होने लगा है। आपने इस इकाई में रेडियो और ट्रांजिस्टर के अंतर की जानकारी भी प्राप्त की है। इसके अलावा संगठन के रूप में रेडियो स्टेशन की कार्य प्रणाली से भी आपको अवगत कराया गया है।

अगली इकाई में हम रेडियो के ऐतिहासिक पक्ष पर विचार करेंगे तथा भारत में प्रसारित होने वाले विभिन्न प्रकार के कार्यक्रमों पर एक दृष्टि डालेंगे।

1.7 शब्दावली

अभिग्रहण : प्राप्त करना

अभिग्राही : प्राप्त करने वाला/रेडियो सेट

चतुर्दिक	:	चारों तरफ
वर्धित	:	बढ़ा हुआ
संकल्पना	:	धारणा
संप्रेषण	:	भेजना
सिंहावलोकन	:	समग्र रूप से देखना

1.8 बोध प्रश्नों के उत्तर

बोध प्रश्न

1) टी.वी, रेडियो, डाक
2) रेडियो आवृत्ति, विद्युत–चुंबकीय तरंगों की वह श्रेणी है जो 10 किलो हर्ट्स से ज्यादा तथा 1,00,000 मेगा हर्ट्ज से कम होती है।
3) (घ)
4) (घ)
5) (ग)
6) (ख)
7) (ग)
8) (क)
9) (ग)
10) (ख)
11) (क) ☑ (ख) ☒ (ग) ☒ (घ) ☑ (ङ) ☑ (च) ☒ (छ) ☒
12) (ख)
13) कार्यक्रम विभाग

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

इकाई 2 : रेडियो का इतिहास

इकाई की रूपरेखा

2.0 उद्देश्य
2.1 प्रस्तावना
2.2 रेडियो का उद्भव और विकास
  2.2.1 रेडियो का आविष्कार
  2.2.2 आरंभ में रेडियो का उपयोग
  2.2.3 विदेश में रेडियो का उद्भव
2.3 भारत में रेडियो प्रसारण का इतिहास
  2.3.1 स्वतंत्रता प्राप्ति के पूर्व रेडियो का स्वरूप
  2.3.2 स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद रेडियो का विकास
2.4 आकाशवाणी : सेवा के विविध आयाम
  2.4.1 समाचार सेवा प्रभाग
  2.4.2 विदेश प्रसारण सेवा
  2.4.3 विविध भारती – वाणिज्य सेवा
2.5 प्रसार भारती का गठन
2.6 रेडियो प्रसारण का बढ़ता नेटवर्क
2.7 आकाशवाणी की नई सेवाएँ
  2.7.1 एफ.एम. सेवा
  2.7.2 प्राइवेट रेडियो चैनल
  2.7.3 सामुदायिक रेडियो
  2.7.4 फोन इन कार्यक्रम
  2.7.5 रेडियो ऑन डिमांड सेवा
  2.7.6 डिजिटल रेडियो सेवा
  2.7.7 आकाशवाणी डी.टी.एच. सेवा
2.8 सारांश
2.9 बोध प्रश्नों के उत्तर

2.0 उद्देश्य

इस इकाई में हम आपको रेडियो के उद्भव और विकास की जानकारी देने जा रहे हैं। जानकारी देते समय इस इकाई में हम आपको बताएँगे कि रेडियो का आविष्कार कैसे हुआ और रेडियो किस तरह तब से अब तक विकास के विभिन्न पड़ावों को पार करता हुआ आज की स्थिति में पहुंचा है। रेडियो के विकास की कहानी रोचक और संघर्ष भरी रही है। इस इकाई में आपको रेडियो की इसी विकास यात्रा से परिचित कराया जाएगा।

रेडियो प्रसारण के इतिहास की जानकारी देना इस इकाई का उद्देश्य है। स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद भारत में रेडियो का विकास और विस्तार हुआ है। उसकी एक बानगी आपको इस इकाई में पढ़ने को मिलेगी। इसके अलावा संचार क्रांति ने रेडियो प्रसारण को किस तरह प्रभावित किया और उसने बहुजन हिताय बहुजन सुखाय की भावना को आगे बढ़ाते हुए जो नयी नयी सेवाएं प्रदान की हैं, उनकी जानकारी, आपके लेखन प्रक्रिया में सहायक हो सकेगी।

2.1 प्रस्तावना

रेडियो के आविष्कार ने जनसंचार के क्षेत्र में क्रांति ला दी। रेडियो एक श्रव्य माध्यम है। इसका संबंध सुनने से है। हम रेडियो से प्रसारित सभी कार्यक्रम सुनते हैं। जनसंचार के क्षेत्र में जो क्रांति आई इसका आकाशवाणी ने भरपूर उपयोग किया। आकाशवाणी का जो विस्तृत स्वरूप और बढ़ता नेटवर्क दिखाई देता है, वह स्वतंत्रता प्राप्ति के पूर्व नहीं था। स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद ही आकाशवाणी ने अपने नाम को सार्थक बनाया और जन साधारण को अपनी नयी-नयी सेवाएँ प्रदान कर सूचना, शिक्षा और मनोरंजन के माध्यम से अपनी सामाजिक जनप्रसारण की सार्थक भूमिका का निर्वाह किया है।

इस इकाई में आप रेडियो के उद्भव और विकास की प्रमुख घटनाओं से परिचित हो सकेंगे। भारत में रेडियो का आगमन और उसके विस्तार से आपका परिचय होगा। स्वतंत्रता प्राप्ति के पूर्व और उसके बाद रेडियो प्रसारण के इतिहास के बारे में आप जानकारी प्राप्त कर सकेंगे। इस इकाई में आप रेडियो प्रसारण तब और अब की स्थितियों को समझ सकेंगे। इस इकाई का प्रयोजन आपको रेडियो का इतिहास बताना है। रेडियो लेखन प्रक्रिया को समझने के लिए रेडियो का इतिहास समझना आवश्यक इसलिए है कि रेडियो ने अपनी विकास यात्रा में ऊबड़–खाबड़ धरती से आगे बढ़ते हुए किस प्रकार विकास की ऊँचाइयों का स्पर्श किया है।

जनसंचार के क्षेत्र में यह ध्वनि और श्रव्य के लोकप्रिय माध्यम के रूप में उभर कर सामने आया है। इस इकाई में आप रेडियो के उद्भव और विकास के साथ–साथ रेडियो प्रसारण के इतिहास को रेखांकित कर सकेंगे। इस इकाई में आप भारत में रेडियो के आगमन के बाद आकाशवाणी सेवा के विविध आयाम से परिचित हो सकेंगे। ये विविध आयाम आपके रेडियो लेखन की प्रक्रिया में सहायक सिद्ध होंगे। इस इकाई के अंत में भारत में रेडियो प्रसारण के इतिहास की प्रमुख घटनाओं का संक्षिप्त ब्यौरा, एक दर्पण की तरह आपकी मदद करेगा।

2.2 रेडियो का उद्भव और विकास

2.2.1 रेडियो का आविष्कार

विज्ञान के नये–नये आविष्कारों का मानव जीवन को सुखमय बनाने में महत्वपूर्ण योगदान है। रेडियो का आविष्कार भी इनमें से एक है। रेडियो सेट पर जब भी हम कोई समाचार या संगीत का कार्यक्रम सुनते हैं तो हमारे मन में यह जिज्ञासा उत्पन्न होती है कि रेडियो सेट पर यह आवाज हम तक कैसे पहुँचती है। (इसका विस्तृत विवेचन आप पिछली इकाई में पढ़ चुके हैं, इसलिए इस इकाई में इस पर विस्तार से चर्चा नहीं की जाएगी।) रेडियो का आविष्कार 1896 में इटली के एक वैज्ञानिक मारकोनी ने किया। इसके पूर्व रेडियो तरंगों का प्रायोगिक उपयोग जर्मन भौतिक शास्त्री हेनरिच हर्ज ने 1887 में किया था। इस संदर्भ में रदरफोर्ड, ऑलिवर लॉज के प्रयोगों ने भी उल्लेखनीय कार्य किए। लेकिन इटली के 27 वर्षीय वैज्ञानिक गुगलियो मारकोनी ने सबसे पहले संकेतों का संचार करने में सफलता प्राप्त की। उन्होंने इंग्लैण्ड के कार्नवाल इलाके के पोलघु नामक स्थान से अटलांटिक महासागर के पार कनाडा के न्यू फाउण्ड लैण्ड स्थित सन्त जॉन्स से भेजी गई आवाज को सुनने और पुनः अपनी बात दूसरी तरफ पहुँचाने में कामयाबी हासिल की। मारकोनी ने इसके पहले 1890 में बेतार के तार का आविष्कार करके इस दिशा में महत्वपूर्ण स्थान प्राप्त कर लिया था। मारकोनी के बेतार के तार (वायरलेस टेलीग्राफ) की सहायता से एक छोर से दूसरी छोर तक के व्यक्ति से बातें होने लगी। ये बातें सांकेतिक भाषा में ही होती थी। धीरे–धीरे इस दिशा में विकास हुआ और इन सांकेतिक भाषाओं ने शब्द क्रांति को जन्म दिया।

2.2.2 आरंभ में रेडियो का उपयोग

शुरूआती दौर में रेडियो के संकेतों का उपयोग नौका चालकों की सुरक्षा के लिए किया जाता था। जब नाविक किसी समुद्री तूफान में फंस जाते थे जो वे दूसरे तट पर रहने वालों तक अपनी पुकार को पहुँचाने के लिए इसका उपयोग किया करते थे, ताकि उन्हें सुरक्षा प्राप्त हो सके। इसके बाद प्रथम विश्वयुद्ध के दौरान इसका (रेडियो तरंगों का) उपयोग गोपनीय सूचनाओं को दूसरों तक पहुँचाने के रूप में किया जाने लगा।

2.2.3 विदेश में रेडियो का उद्भव

दुनिया में पहली बार 1916 में रेडियो के माध्यम से समाचार प्रसारित किया गया। यह समाचार संयुक्त राज्य अमेरिका के राष्ट्रपति के चुनाव की सूचना से संबंधित था। प्रिंट मीडिया से पहले चंद घंटों में संयुक्त राज्य अमेरिका के लोगों ने इस सूचना को सुना तो उनके कौतूहल का ठिकाना नहीं था। वे हतप्रभ थे। संयुक्त राज्य अमेरिका के लोगों को पहली बार यह अहसास हुआ कि इसका उपयोग संचार के क्षेत्र में किया जा सकता है। लोगों की उत्सुकता को देखते हुए 1919 में रेडियो कार्पोरेशन ऑफ अमेरिका की स्थापना की गई। 21 दिसम्बर 1922 को ईस्ट पिट्सबर्ग में रेडियो ब्रॉडकॉस्टिंग का श्रीगणेश हुआ। प्रसारण की दिशा में अमेरिका में हो रहे प्रयासों को देखते हुए दुनिया के अन्य देशों जैसे – कनाडा, ब्राजील, फ्रांस, इटली और रूस ने भी प्रसारण के क्षेत्र में अपने कदम आगे बढ़ाए। रेडियो का प्रयोग राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर होने लगा। इस दिशा में ब्रिटेन भी पीछे रहने वाला नहीं था।

1922 में ब्रिटेन ने रेडियो प्रसारण के लिए एक कम्पनी की स्थापना की। इस कम्पनी का नाम ब्रिटिश ब्रॉडकॉस्टिंग कम्पनी रखा गया। यही कम्पनी आगे चलकर जनवरी 1927 को ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कॉर्पोरेशन के रूप में कार्य करने लगी तथा बी.बी.सी. के नाम से पूरे विश्व में विख्यात हुई।

अमेरिका में 1921 में पहला प्रसारण केन्द्र मेसाचुसेट्स नगर में शुरू किया गया था। इसके पूर्व प्रसारण को सुचारु रूप से चलाने के लिए 1919 में संयुक्त राज्य अमेरिका में एक निगम का गठन किया गया, जिसका नाम रेडियो कॉर्पोरेशन ऑफ अमेरिका रखा गया था। इस तरह विदेशों में रेडियो के विस्तार की कल्पना साकार होने लगी। ट्रांसमिटर खुलने लगे तथा 21 दिसम्बर 1922 को विश्व में पहले रेडियो केन्द्र का जन्म हुआ।

बोध प्रश्न

1. दुनिया में पहली बार रेडियो के माध्यम से समाचार कब प्रसारित किया गया?
   (क) 1920
   (ख) 1919
   (ग) 1916
   (घ) 1925
2. आरंभिक दौर में रेडियो प्रसारण की दिशा में किन–किन देशों ने पहल की? (दो पंक्तियों में उत्तर दीजिए)
   ....
   ....
3. रेडियो प्रसारण का आरंभिक इतिहास लिखिए। (दस पंक्तियों में उत्तर दीजिए)
   ....
   ....
   ....
   ....
   ....

....

....

....

....

....

2.3 भारत में रेडियो प्रसारण का इतिहास

इस भाग में हम भारत में रेडियो प्रसारण के इतिहास से आपको परिचित कराने जा रहे हैं। इससे आपको भारत में हुए रेडियो विकास की जानकारी हो सकेगी।

2.3.1 स्वतंत्रता प्राप्ति के पूर्व रेडियो का स्वरूप

अमेरिका और ब्रिटेन में ब्रॉडकास्टिंग कॉर्पोरेशन के गठन के बाद भारत में भी इस दिशा में सोचा जाने लगा।

स्वतंत्रता प्राप्ति के पूर्व भारत में रेडियो से पहला प्रसारण 23 जुलाई 1927 में बंबई से शुरू हुआ। भारत के तत्कालीन वायसराय लार्ड इर्विन ने बंबई में इस केन्द्र का उद्घाटन किया। उसी वर्ष 26 अगस्त 1927 को कलकत्ता केन्द्र का भी उद्घाटन बंगाल के गवर्नर सर स्टैनले जेक्सन ने किया।

बंबई प्रसारण केन्द्र का उद्घाटन भाषण देते हुए लार्ड इरविन ने कहा कि प्रसारण के लिए भारत में विशेष संभावनाएँ हैं। क्षेत्र का विस्तार और उसकी दूरियाँ इस देश को प्रसारण के लिए विशेष रूप से उपयुक्त बना देती हैं। मनोरंजन और शिक्षा दोनों ही दृष्टियों से इसकी संभावनाएँ अधिक हैं, यद्यपि इस समय हम शायद उनकी सीमा का अनुमान नहीं लगा पा रहे हैं।

इरविन का यह कथन सही निकला और भारत में प्रसारण के विस्तार की संभावनाएँ दिखाई देने लगी थीं। हालांकि भारत में रेडियो का प्रसारण 1927 के पूर्व प्राइवेट कम्पनियों और क्लबों द्वारा शुरू हो गया था। शुरू–शुरू में टाइम्स ऑफ इंडिया और डाक–तार विभाग ने आपस में मिल–जुलकर बंबई से प्रसारण का कार्य शुरू किया था। इन्हीं दिनों मद्रास प्रेसीडेन्सी रेडियो क्लब ने भी हल्के फुल्के मनोरंजन कार्यक्रमों का प्रसारण शुरू कर दिया था। इस रेडियो क्लब का प्रसारण 21 जुलाई 1924 से शुरू हुआ था। क्लब के सदस्यों ने आपस में पैसा इकट्ठा करके एक किलोवॉट का एक ट्रांसमिटर भी लगाया था। लेकिन आर्थिक कठिनाइयों के कारण यह रेडियो क्लब अधिक समय तक प्रसारण कार्य जारी नहीं रख सका। सन 1926 में यह क्लब बंद हो गया था। लेकिन प्रसारण में रुचि रखने वालों की संख्या में वृद्धि होने लगी थी। रेडियो स्टेशन चालू करने के लिए क्या प्रक्रियाएँ अपनाई जाएँ इस संबंध में रेडियो निर्माताओं और प्रेस के प्रतिनिधियों ने सरकार से बातचीत करना शुरू कर दिया।

मार्च 1926 में इंडिया ब्रॉडकास्टिंग कम्पनी बनाई गई और कम्पनी ने 13 सितम्बर 1926 को प्रसारण करने का लाइसेंस सरकार से प्राप्त कर लिया। इस कम्पनी ने बंबई और कलकत्ता में डेढ़–डेढ़ किलोवॉट क्षमता वाले ट्रांसमिटर लगाए। इन केन्द्रों से लगभग 55 किलोमीटर के दायरे में कार्यक्रम आसानी से सुने जा सकते थे। इस तरह भारत में प्रसारण की शुरूआत हुई। लेकिन आर्थिक संकट के कारण यह कम्पनी घाटे में चलने लगी थी। कम्पनी की आय लाइसेंसों से प्राप्त होती थी। लाइसेंसों से कम्पनी को इतनी आय नहीं होती थी कि वह अपना सारा काम सुचारु रूप से चला सके। कम्पनी ट्रांसमिटर का खर्चा, रखरखाव, कार्यक्रमों का खर्चा वहन नहीं कर पा रही थी। इसलिए कम्पनी ने सरकार से अनुरोध किया कि वह आर्थिक स्थिति को सुधारने का प्रयास करे। भारत सरकार ने कम्पनी को अपने अधीन कर लिया और

इसका नाम इंडियन स्टेट ब्रॉडकास्टिंग सर्विस कर दिया। नाम बदल जाने पर आर्थिक दृष्टि से कोई सुधार नहीं आया। सरकार ने 9 अक्टूबर 1931 को इंडियन स्टेट ब्रॉडकास्टिंग सर्विस को बंद करने का निर्णय लिया तो इसका भारी विरोध हुआ। जनमानस की रुचि और आक्रोश को देखते हुए इस सर्विस को चालू रखने का निर्णय लिया गया और सरकार ने कम्पनी के विकास के लिए 40 लाख रुपये दिए। श्री पी.जी. एडमन्ड्स को कम्पनी के कन्ट्रोलर ऑफ ब्रॉडिकास्टिंग के पद पर नियुक्त किया गया।

दिल्ली में रेडियो स्टेशन की स्थापना के लिए सरकार ने जनवरी 1934 में ढाई लाख रुपए स्वीकृत किए। सरकार ने आय में वृद्धि के लिए ग्रामोफोन रिकार्ड तथा रेडियो सेट पर आयात शुल्क में 50 प्रतिशत की वृद्धि कर दी। परिणामस्वरूप 'ब्रॉडकास्टिंग सर्विस' की आय में दुगुनी वृद्धि हो गई। इसके अलावा सरकार को ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कॉर्पोरेशन की प्रसारण प्रणाली के बारे में भी पर्याप्त जानकारी प्राप्त हो चुकी थी। अतः दिल्ली में रेडियो स्टेशन खोलने के लिए ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कॉर्पोरेशन के एक वरिष्ठ अधिकारी श्री लायनेल फील्डन को सन 1935 में अगस्त माह में भारत भेजा गया। उन्होंने 30 अगस्त 1935 को कन्ट्रोलर ऑफ ब्रॉडकास्टिंग का पद सम्भाला।

भारत सरकार ने उनके लिए एक अलग ऑफिस खोला। उस समय यह ऑफिस उद्योग और श्रम विभाग के अधीन रखा गया था। भारत में रेडियो स्टेशन की शुरूआत के लिए फील्डन ने बी.बी.सी. के अनुसंधान विभाग के प्रमुख श्री एच.एल. किर्की की सेवाओं की मांग की। किर्की ने भारत आकर पहले तो विभिन्न स्थानों का दौरा किया और बाद में एक योजना का प्रारूप प्रस्तुत किया जिसमें पूरे देश में मध्यम तरंग (मीडियम वेब) के ट्रांसमिटर लगाने का सुझाव दिया। अगस्त 1936 में बी.बी.सी. के श्री सी. डब्ल्यू गोयडर भारत आए और उन्होंने चीफ इंजीनियर के रूप में पदभार संभाला।

उन्होंने यह अनुभव किया कि ट्रांसमिटरों के निर्माण के लिए जो धनराशि निर्धारित की गई है, वह पर्याप्त नहीं है। इसलिए उन्होंने मीडियम वेब तथा शॉटवेब की मिली–जुली सेवा प्रदान करने का प्रस्ताव किया। फील्डन के भारत आगमन के बाद प्रसारण के विकास में कार्य आरम्भ होने लगा और एक जनवरी 1936 को दिल्ली में इंडियन स्टेट ब्रॉडकास्टिंग सर्विस ने प्रसारण आरम्भ कर दिया। दिल्ली में प्रसारण के इतिहास में यह महत्वपूर्ण घटना हुई। 8 जून 1936 में इंडियन स्टेट ब्रॉडकास्टिंग सर्विस का नाम बदल दिया गया और इसके स्थान पर ऑल इंडिया रेडियो रखा गया। दिल्ली केन्द्र से जब प्रसारण आरम्भ हुए तो इस बात का ध्यान रखा गया कि रेडियो से प्रसारित कार्यक्रम शहरों तक ही न हो इसका विस्तार ग्रामीण क्षेत्रों तक हो। कार्यक्रमों में सुधार के लिए सलाहकार समितियाँ, सलाहकार परामर्श परिषद बनाई गई, जो कार्यक्रमों की गुणवत्ता पर ध्यान देती थी। जनवरी 1937 को श्रोताओं की प्रतिक्रियाएँ जानने के लिए श्रोता अनुसंधान एकक खोला गया। इसी प्रकार दिल्ली में 9 सितम्बर 1937 को चार्ल्स बार्न्स को समाचार वाचक (न्यूज रीडर) के पद पर नियुक्त किया गया। ऑल इंडिया रेडियो के वे पहले समाचार संपादक (न्यूज एडीटर) थे जो बाद में सेन्टर न्यूज ऑर्गेनाइजेशन के प्रथम समाचार निदेशक (डायरेक्टर ऑफ न्यूज) बने।

2.3.2 स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद रेडियो का विकास

स्वतंत्रता प्राप्ति के पूर्व 1944 में ऑल इंडिया रेडियो के महानिदेशक अहमदशाह बुखारी के कार्यकाल के दौरान प्रसारण के विस्तार की योजना बनाई गई। स्वतंत्र भारत का पहला रेडियो स्टेशन 1 नवम्बर 1947 को जालंधर में खोला गया। पहली जुलाई 1948 को श्रीनगर में रेडियो स्टेशन से प्रसारण आरम्भ हुआ, इसके बाद से देश के विभिन्न क्षेत्रों में ट्रांसमिटर लगाए गये और प्रसारण को गति मिली।

1948 में पटना, कटक, अमृतसर, शिलांग, नागपुर, विजयवाड़ा और पणजी में प्रसारण के लिए केन्द्र खोले गए। 1950 के बाद प्रसारण केन्द्रों के लिए जो योजनाएँ बनाई गई उन्हें पंचवर्षीय योजनाओं में प्राथमिकताएँ दी गई। देश की सांस्कृतिक और राष्ट्रीय एकता को बनाए रखने में रेडियो की भूमिका के महत्व को समझा

गया। स्वाधीनता प्राप्ति के बाद सरदार वल्लभभाई पटेल भारत के पहले सूचना एवं प्रसारण मंत्री बने। उन्होंने भारतीय संदर्भ में प्रसारण को आगे बढ़ाने में नयी दिशा दी।

जिस समय देश का बँटवारा हुआ, (15 अगस्त 1947) तब छह रेडियो स्टेशन दिल्ली, बंबई, कलकत्ता, मद्रास, तिरुचि और लखनऊ भारत में रह गए और तीन रेडियो स्टेशन लाहौर, पेशावर और ढाका तत्कालीन पाकिस्तान में चले गए। लेकिन आजादी के बाद जब देश में स्थितियाँ अनुकूल हुई तब प्रसारण की योजना और विस्तार पर अधिक ध्यान दिया गया। प्रसारण केन्द्रों का विस्तार हुआ। बहुजन हिताय बहुजन सुखाय की भावना को ध्यान में रखते हुए देश के कोने–कोने में ट्रांसमिटर लगाने के काम को प्राथमिकता दी गई और सूचना, शिक्षा और मनोरंजन का माध्यम बनकर रेडियो प्रसारण श्रोताओं के समक्ष उपस्थित हुआ। 1957 में ऑल इंडिया रेडियो का नाम बदलकर भारतीय परम्परा और संस्कृति से अनुप्रेरित होकर इसका नाम 'आकाशवाणी' हो गया।

आजादी के बाद भारत में लोकतंत्र आया। भारत के पहले प्रधानमंत्री पंडित जवाहरलाल नेहरू ने आधुनिक भारत के निर्माण के लिए पंचवर्षीय योजनाएँ बनाईं। इन योजनाओं में भारत के समग्र विकास की कहानी छिपी हुई थी। सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक, औद्योगिक, शैक्षिक और कृषि के क्षेत्र में विकास की योजनाएँ बनाकर उन्हें क्रियान्वित करने पर विशेष बल दिया गया। इस दिशा में प्रसारण के विकास को भी पंचवर्षीय योजनाओं में प्राथमिकता दी गई।

1947 में भारत में रेडियो स्टेशनों की कुल संख्या छह थी जो अब बढ़कर 326 हो गयी है। वर्तमान में विभिन्न श्रेणियों के रेडियो स्टेशनों का विवरण निम्न तालिका से समझा जा सकता है :

Name of Channel	Number
Primary Channels	119
Local Radio Stations (LRS)	92
Vividh Bharati Service (VBS)	43
FM Rainbow Channels	25
FM Gold Channels	4
Community Radio Station (CRS)	5
North Eastern Service (NES)	5
Maitree Service (SBS)	1
Ragam	1
Additional FM Channel Service	35
Total number of Channels	326

बोध प्रश्न

4. इंडिया ब्रॉडकास्टिंग कम्पनी को इंडियन स्टेट ब्रॉडकास्टिंग सर्विस बनाने के पीछे क्या उद्देश्य था? क्या इस उद्देश्य में सफलता मिली? (पाँच पंक्तियों में उत्तर दीजिए)

....

....

....

....

....

5. इंडियन स्टेट ब्रॉडकास्टिंग सर्विस का नाम बदल कर क्या रखा गया?

(क) ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कॉरपोरेशन
(ख) दूरवाणी
(ग) ऑल इंडिया ब्रॉडकास्टिंग सर्विस
(घ) ऑल इंडिया रेडियो

6. देश के बँटवारे के बाद कौन–कौन से रेडियो स्टेशन भारत में रह गए? (एक पंक्ति में उत्तर दीजिए)
....

7. फिलहाल भारत में कितने रेडियो स्टेशन हैं?
(क) 210
(ख) 326
(ग) 215
(घ) 227

2.4 आकाशवाणी : सेवा के विविध आयाम

आकाशवाणी से तीन स्तरों पर कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं। पहला राष्ट्रीय, दूसरा क्षेत्रीय और तीसरा स्थानीय। इसके अलावा आकाशवाणी से समाचार सेवा, विदेश प्रसारण सेवा, विविध भारती – विज्ञापन प्रसारण सेवा भी उपलब्ध है। आइए, इन सेवाओं के बारे में जान लें:

2.4.1 समाचार सेवा प्रभाग

आकाशवाणी का समाचार सेवा प्रभाग विश्व का सबसे बड़ा समाचार सेवा प्रभाग है। यह राष्ट्रीय, अन्तर्राष्ट्रीय तथा क्षेत्रीय सभी घटनाओं के विषय में समाचार एकत्रित करने वाला बड़ा संगठन है। 1937 में फील्डन की सलाह पर केन्द्रीय समाचार संगठन का निर्माण हुआ। तब से आज तक समाचार बुलेटिन दिल्ली में ही तैयार किए जाते हैं। बाद में उनके अनुवाद विभिन्न भाषाओं में करके विभिन्न केन्द्रों से प्रसारित किए जाते हैं।

आकाशवाणी का समाचार सेवा प्रभाग देश और विदेश में रहने वाले भारतीयों के लिए समाचार तथा समाचारों पर टिप्पणियाँ आदि प्रसारित करता है। 1947 में केवल छह रेडियो स्टेशनों से प्रसारण उपलब्ध था जबकि अब यह 200 से अधिक समाचार बुलेटिन प्रतिदिन समाचार सेवा प्रभाग तथा उसकी 45 क्षेत्रीय समाचार इकाइयों से प्रसारित किए जाते हैं।

भारत में रेडियो प्रसारण का आरंभ 23 जुलाई 1927 को बंबई रेडियो स्टेशन से औपचारिक रूप से लार्ड इरविन के उद्घाटन कार्यक्रम से माना जाता है और यही तिथि देश में समाचार सेवा की शुरूआत की मानी जाती है क्योंकि वह समूचा कार्यक्रम इरविन के उद्घाटन भाषण से ही आरम्भ हुआ था।
सम्पूर्ण देश में आकाशवाणी के विस्तार में समाचारों के प्रसारण की भूमिका महत्वपूर्ण रही है। 21वीं शताब्दी के प्रथम चरण के बाद देश में जो व्यापक जनचेतना का ज्वार उठा था, समाचार सेवा प्रभाग उसका सदैव साक्षी रहा है।

यूँ तो आरम्भिक दिनों में जब ऑल इंडिया रेडियो से पूर्व देश में इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कम्पनी से समाचार प्रसारित किए जाते थे, तब खबरों को देने के लिए एकमात्र साधन एक एजेन्सी 'राइटर' थी। उसके समाचारों को ही बाद में अंग्रेजी और हिन्दुस्तानी भाषा में प्रसारित किया जाने लगा। सबसे पहले सन 1935 में समाचारों का प्रसारण अंग्रेजी और हिन्दुस्तानी में शुरू हुआ। जबकि उसी वर्ष कलकत्ता से बंगाली में

बुलेटिन शुरू हुआ। इसके बाद दिनों दिन विभिन्न भाषाओं में धीरे–धीरे बुलेटिन तैयार होने लगे थे। वर्ष 1992 में समाचार सेवा प्रभाग से प्रतिदिन 284 बुलेटिन प्रसारित होने लगे थे जिनका प्रसारण 40 से अधिक आकाशवाणी के केन्द्रों से किया जाता था।

समाचार सेवा प्रभाग दिल्ली, मुंबई, चेन्नई, कोलकाता, बंगलौर और लखनऊ एफ.एम. चैनलों पर प्रतिदिन 65 समाचार बुलेटिन का प्रसारण करता है।

2.4.2 विदेश प्रसारण सेवा

भारत और विश्व के अन्य देशों के बीच सम्पर्क अधिक से अधिक बनाए रखने के उद्देश्य से 1 अक्टूबर 1939 से विदेश प्रसारण सेवा की शुरूआत की गई। इस प्रसारण सेवा से विदेशों में रहने वाले भारतीयों के हितों को ध्यान में रखते हुए राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय महत्व के अनेक कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं। विदेश प्रसारण सेवा विदेश में रहने वाले लोगों के साथ भारत की विविधतापूर्ण झाँकी, सामाजिक, सांस्कृतिक, साहित्यिक विभिन्न पहलुओं की जानकारी कार्यक्रमों के माध्यम से प्रस्तुत करते हैं। लगभग 27 भाषाओं में प्रस्तुत किए जाने वाले ये प्रसारण विश्व के लगभग 100 देशों में रहने वाले भारतीयों के दिलोदिमाग को तरोताजा करते रहते हैं और भारत की भौगोलिक, राजनैतिक जीवन के विविध विषयों से अवगत कराते रहते हैं।

विदेश सेवा प्रभाग विश्व के सभी महाद्वीपों से भारत का सम्पर्क कराता है। विशेष रूप से पश्चिम एशिया – उत्तर पश्चिम और पूर्व अफ्रीका, आस्ट्रेलिया, न्यूजीलैण्ड, ब्रिटेन, फ्रांस, नेपाल, पाकिस्तान, इंडोनेशिया, चीन, जापान और यूरोप के क्षेत्रों में रहने वाले लोगों विशेष रूप से भारतीयों को हिन्दी, उर्दू, बंगाली, पंजाबी, नेपाली, सिंधी, तमिल, तेलुगु, मलयालम और गुजराती भाषा में भी कार्यक्रम प्रसारित करता है।

2.4.3 विविध भारती – वाणिज्य सेवा

आकाशवाणी की विविध भारती सेवा 40 वाणिज्यिक प्रसारण केन्द्रों और मुंबई, चेन्नई तथा गुवाहाटी के शॉर्टवेव ट्रांसमिटरों के माध्यम से प्रतिदिन 15 घंटे की सेवा उपलब्ध कराती है। इसके कार्यक्रम अन्य केन्द्रों से भी रिले करने की सुविधा उपलब्ध है। इस समय विविध भारती के 18 केन्द्र हैं जहाँ से नियमित रूप से प्रसारण किया जाता है।

आजादी के बाद हमारे देश में प्रसारण की दिशा में नये–नये द्वार खुले हैं। इनमें मनोरंजन कार्यक्रमों के लिए रेडियो में एक अलग सेवा 1957 में विविध भारती नाम से शुरू की गई। इसका उद्देश्य श्रोताओं को विशुद्ध रूप से संगीत के माध्यम से मनोरंजन करना है। इसके लिए देश के सभी प्रमुख शहरों में यह सेवा उपलब्ध है। श्रोताओं के मनोरंजन के साथ–साथ विविध भारती सेवा से विज्ञापन कार्यक्रम भी 1967 से मुंबई, पुणे, नागपुर से प्रायोगिक तौर पर शुरू किए गए। श्रोताओं के उत्साह को देखते हुए इस सेवा का विस्तार करते हुए – 1985 से प्राइमरी चैनल पर भी विज्ञापन प्रसारित करने की व्यवस्था की गई है। एफ. एम. मेट्रो सेवा इस समय दिल्ली, मुंबई, चेन्नई, कोलकाता और पणजी से (1993–1998 के बीच) शुरू हुई। इससे राजस्व अर्जित करने की दिशा में बहुत अच्छी सफलता मिली है।

बोध प्रश्न

8. आकाशवाणी के विभिन्न सेवा प्रभागों के नाम बताइए।

....

....

9. समाचार सेवा प्रभाग के सतत विकास का उल्लेख कीजिए। अपना उत्तर दस पंक्तियों में दीजिए।

....

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

10. विदेश प्रसारण सेवा की स्थापना का क्या उद्देश्य था? पाँच पंक्तियों में उत्तर दीजिए।

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

11. विविध भारती प्रसारण सेवा की विशेषताएँ बताइए। पाँच पंक्तियों में उत्तर दीजिए।

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

2.5 प्रसार भारती का गठन

भारत सरकार ने 4 सितम्बर 1964 को श्री अशोक चंदा की अध्यक्षता में एक समिति का गठन किया। इस समिति को आकाशवाणी और दूरदर्शन के बारे में सूचना और प्रसारण मंत्रालय को अपनी रिपोर्ट प्रस्तुत करनी थी। इस समिति ने आकाशवाणी के बारे में 219 सिफारिशें प्रस्तुत की तथा आकाशवाणी और दूरदर्शन को अलग–अलग संगठन के रूप में कार्य करने की सिफारिश की। समिति ने अपनी सिफारिश और सुझाव की रिपोर्ट सूचना और प्रसारण मंत्रालय को 18 अप्रैल 1966 को सौंप दी।

चंदा समिति की रिपोर्ट पेश करने के बाद प्रसारण के स्वायत्त निगम की बात सोची गई। जनता पार्टी की मिली जुली सरकार मार्च 1977 में सत्ता में आई। जनता पार्टी की सरकार के समय पहली बार राजनैतिक दलों के चुनाव प्रसारण आकाशवाणी और दूरदर्शन से प्रसारित किए गए। तत्कालीन सरकार ने आकाशवाणी और दूरदर्शन, जो सरकार के सूचना और प्रसारण मंत्रालय के अधीन कार्य कर रहे थे, दोनों संगठनों को स्वायत्तता प्रदान करने के लिए एक समिति का गठन किया गया। इस समिति में 11 सदस्य थे, समिति के अध्यक्ष श्री वी.जी.वर्गीज थे। समिति ने अपनी रिपोर्ट 24 फरवरी 1978 को सरकार को पेश कर दी। इस रिपोर्ट में समिति ने आकाशवाणी को स्वायत्त संगठन के रूप में कार्य करने की सिफारिश की।

12 मार्च 1978 को संसद में 'आकाश भारती' विधेयक पेश किया गया, लेकिन वह पारित नहीं हो सका। आकाश भारती विधेयक में कुछ संशोधन किए गए और मई 1979 में प्रसार भारती विधेयक पेश किया गया।

इसी बीच जनता पार्टी की सरकार सत्ता से बाहर हो गई और यह विधेयक भी पास नहीं हो सका। श्रीमती इंदिरा गांधी के पुनः प्रधानमंत्री बनने के बाद 28 नवम्बर 1980 को श्री पार्थसारथी की अध्यक्षता में 14 सदस्यों की एक समिति का गठन किया गया और स्वायत्तता की दिशा में विचार–विमर्श चलता रहा।
'प्रसार भारती' का गठन भारत सरकार ने स्वायत्त प्रसारण निगम के रूप में किया। इसका प्रयोजन इलेक्ट्रॉनिक मीडिया (आकाशवाणी–दूरदर्शन) को भारत सरकार के नियंत्रण से मुक्त करके अपनी वचनबद्धता को पूरा करना था। आकाशवाणी और दूरदर्शन का प्रबंधन करने के लिए प्रसार भारती बोर्ड की नियुक्ति नवम्बर 1997 में की गई।

प्रसार भारती बोर्ड ने 23 नवम्बर 1997 को आकाशवाणी और दूरदर्शन संगठन का नियंत्रण अपने हाथ में ले लिया। उस बोर्ड के चेयरमैन एन.के. चक्रवर्ती और कार्यकारी सदस्य एस.एस. गिल थे।

2.6 रेडियो प्रसारण का बढ़ता नेटवर्क

पिछले एक दशक में प्रसारण की दिशा में महत्वपूर्ण परिवर्तन हुए। संचार क्रांति ने प्रसारण की तकनीक को नयी दिशा प्रदान की। एनालॉग रिकॉर्डिंग के स्थान पर डिजिटल रिकॉर्डिंग को अपनाया गया। रेडियो प्रसारण के विस्तार ने श्रोताओं को अपनी ओर आकर्षित किया।

आकाशवाणी के पास शॉर्टवेब, मीडियम वेब और एफ.एम. ट्रांसमीटरों का विशाल नेटवर्क मौजूद है जिसके कारण यह देश के कोने–कोने में रहने वाले लोगों तक अपने प्रसारणों को पहुंचाने में सक्षम है। दूर–दराज के इलाकों में रहने वाले लोग भी ट्रांजिस्टर रेडियो के जरिए रेडियो कार्यक्रमों को भलीभाँति सुन सकते हैं। नयी तकनीक के आगमन से प्रसारण की पहुँच लोगों तक बढ़ी है। आकाशवाणी 'बहुजन हिताय बहुजन सुखाय' के अपने उद्देश्य को सूचना, शिक्षा और मनोरंजन के माध्यम से श्रोताओं तक अपनी बात को पहुँचा रहा है। आकाशवाणी में प्रसारणों की तीन स्तरों की प्रणाली प्रचलित है। राष्ट्रीय, क्षेत्रीय और स्थानीय। इसके प्रसारण की सेवा प्राइमरी चैनल नेशनल चैनल और समाचार सेवा, एफ.एम. चैनल, विदेश सेवा और समाचार सेवा के माध्यम से उपलब्ध कराई जा रही है।

लगभग 8 दशकों की सेवा के दौरान रेडियो प्रसारणों ने लगभग एक अरब की आबादी वाले देश के अधिकांश भागों तक अपनी पहुँच बनाने में सफलता हासिल कर ली है।

विश्व में जितने भी रेडियो संगठन हैं, उनमें विस्तार की दृष्टि से आकाशवाणी सबसे अधिक पहुँच वाले संगठनों में से एक है। इस संगठन के कार्यक्रम लगभग 13 करोड़ रेडियो सेटों के माध्यम से ग्रामीण इलाकों के कोने–कोने तक पहुँचने लगे हैं। हाल ही में एफ.एम. चैनल के आने से रेडियो श्रोताओं का एक नया वर्ग उभर कर सामने आया है। इस चैनल के साथ ही टेक्नोलॉजी के क्षेत्र में बड़ी तेजी से अभूतपूर्व प्रगति होने लगी है जिसका प्रभाव लोगों के जन जीवन के विविध पक्षों पर परिलक्षित होने लगा है।

देश में इस समय 77 से अधिक एफ.एम. प्रणाली के केन्द्रों से प्रसारण उपलब्ध होने लगा है। एफ.एम. चैनल पर खबरों और संगीत के अलावा (पॉप म्यूजिक) पाश्चात्य संगीत और फिल्म संगीत भी पर्याप्त मात्रा में श्रोताओं को सुनने को मिल रहा है।

2.7 आकाशवाणी की नई सेवाएँ

इस भाग में हम आकाशवाणी द्वारा शुरू की गई नई सेवाओं जैसे एफ एम, प्राइवेट रेडियो चैनल, सामुदायिक रेडियो, फोन इन रेडियो ऑन डिमांड, डिजिटल रेडियो, डी टी एच की चर्चा करने जा रहे हैं।

इन सेवाओं को शुरू किए जाने से न केवल रेडियो का विस्तार हुआ है बल्कि यह अधिक प्रासंगिक और उपादेय भी हो गया है। यह समय की माँग को भी पूरा करता है।

2.7.1 एफ.एम. सेवा

प्रसारण के क्षेत्र में मीडियम वेव और शॉर्टवेव के बाद एफ.एम. चैनल के कार्यक्रम अधिक लोकप्रिय होने लगे। दिल्ली, कोलकाता, चेन्नई और बंगलौर जैसे महानगरों में एफ.एम. चैनल पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों ने मनोरंजन की दृष्टि से श्रोताओं को अपनी ओर आकर्षित किया है। इन महानगरों के अलावा लोकल स्टेशनो पर भी एफ.एम. ट्रांसमिटर लगाए गए हैं जिनकी संख्या 2004 तक 139 हो गई है।

हालाँकि एफ.एम. सेवा की शुरूआत सातवें दशक के बाद से आरम्भ हो गई थी। आकाशवाणी के इतिहास में एफ.एम. सेवा की शुरूआत के बाद अभूतपूर्व परिवर्तन आया। विशेषकर स्वदेशी सेवा के प्रसारणों में नयी टेक्नोलॉजी फ्रीक्वेंसी मॉड्यूलेशन (एफ.एम.) बड़े पैमाने पर शुरू किए जाने से कई देशों में परिवर्तन की लहर दौड़ने लगी और भारत भी ऐसी स्थिति में पीछे कैसे रह सकता था। एफ.एम. ट्रांसमिटरों से प्रसारित कार्यक्रम लगभग 70–80 किलोमीटर के दायरे में सुने जाते हैं। इस टेक्नोलॉजी के बारे में पहले यह धारणा थी कि यह मीडियम वेब और शॉर्टवेब प्रणाली से जटिल प्रणाली है और इस प्रणाली पर खर्च भी अधिक आता है। लेकिन यह धारणा सही नहीं रही। भारत में सबसे पहले प्रायोगिक तौर पर सन 1977 में मद्रास रेडियो स्टेशन से 3 किलोवॉट के ट्रांसमिटरों के माध्यम से एफ.एम. की नयी सेवा का आरम्भ हुआ था जो बाद में चार महानगरों और उसके बाद कई अन्य नगरों में बढ़ता गया। आज एफ.एम. के 139 ट्रांसमिटरों से कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं जो अल्प अवधि में अपने आप में एक रिकार्ड है। कुछ ही दिनों में एफ.एम. की प्रसारण सेवा की इतनी धूम मची कि उसने ए.एम. और एस.डब्ल्यू. अर्थात मीडियम वेब तथा शॉर्टवेब को पीछे छोड़ दिया और बहुत ही कम अवधि में सैकड़ों एफ.एम. स्टेशन सक्रिय रूप से प्रसारण करने लगे।

2.7.2 प्राइवेट रेडियो चैनल

एफ.एम. चैनल की लोकप्रियता दिनों दिन बढ़ने लगी तो इस दिशा में प्राइवेट कम्पनियों का आकर्षण भी बढ़ने लगा। उन्होंने सरकार से लाइसेंस लेकर प्राइवेट एफ.एम. रेडियो शुरू किए। एफ.एम. की बढ़ती लोकप्रियता से प्रभावित होकर आकाशवाणी ने प्रायोगिक तौर पर 15 अगस्त 1993 से प्राइवेट पार्टियों को एफ.एम. चैनल पर (टाइम स्लॉट) समय देने का निर्णय लिया। धीरे–धीरे समय लेने की माँग बढ़ती गई। अब तक प्रसारण पर आकाशवाणी का ही एकाधिकार था, लेकिन वर्ष 2000 के आसपास प्राइवेट चैनलों का एफ.एम. पर प्रवेश शुरू हो गया। प्राइवेट पार्टियों को कुछ सेवा शर्तों के आधार पर एफ.एम. सेवा खोलने का लाइसेंस दिया गया। रेडियो मिर्ची, रेडियो सिटी, रेड एफ.एम. अपने कार्यक्रमों को लेकर श्रोताओं के सामने आए और प्राइवेट चैनल दिनों दिन लोकप्रिय होने लगे।

2.7.3 सामुदायिक रेडियो

प्रसारण के क्षेत्र में लोकल रेडियो स्टेशन यानी स्थानीय रेडियो स्टेशन एक नयी अवधारणा है। सामुदायिक रेडियो स्थानीय रेडियो की श्रेणी में आता है। सामुदायिक रेडियो का मुख्य प्रयोजन ग्रामीण क्षेत्रों और शैक्षणिक संस्थाओं में सूचना और शिक्षा का प्रचार–प्रसार करना तथा शैक्षिक आवश्यकताओं की पूर्ति करना है। इस दिशा में स्वयंसेवी संस्थाओं, शैक्षिक संस्थाओं और ग्राम पंचायतों को यह दायित्व सौपा गया है। एक निर्धारित राशि जमा कर ये संस्थाएँ सरकार से लाइसेंस लेकर सामुदायिक रेडियो स्टेशन खोल सकती हैं। इसकी लागत लगभग 10–15 लाख रुपये तक की आती है।

प्रायोगिक तौर पर तमिलनाडु राज्य में अन्नामलाई विश्वविद्यालय ने इस तरह के रेडियो स्टेशन की शुरूआत कर दी है। इस समय 5 सामुदायिक रेडियो स्टेशन हमारे देश में चालू हो गये हैं। आगामी कुछ ही सालों में इस दिशा में नये और स्टेशनों के खुलने की संभावनाएँ हैं।

2.7.4 फोन इन कार्यक्रम

सूचना, शिक्षा और मनोरंजन की सेवा प्रदान करने में आकाशवाणी सदा आगे रहा है। आकाशवाणी से प्रसारित किए जा रहे कार्यक्रम को श्रोता सुनते हैं। लेकिन सुनते समय उस कार्यक्रम पर अपनी राय नहीं दे सकते या प्रश्न नहीं पूछ सकते। मात्र सुनना ही उनकी नियति है। लेकिन अब कार्यक्रमों के प्रति श्रोताओं की अभिरुचि को देखते हुए शिक्षा, स्वास्थ्य और जनसमस्याओं से जुड़े विषयों पर स्टुडियोमें विशेषज्ञों के विचार प्रस्तुत किए जाते हैं। ये विचार प्रसारित होते हैं। लेकिन अब श्रोता घर पर बैठ ही इन्हें सुनकर अपनी जिज्ञासा, प्रश्न या अपनी किसी प्रकार की समस्या का समाधान फोन इन कार्यक्रमों द्वारा प्राप्त कर सकता है।

10 जनवरी 1993 से दिल्ली से पहला 'फोन इन' कार्यक्रम आरम्भ किया गया और यह कार्यक्रम काफी लोकप्रिय रहा। धीरे–धीरे आकाशवाणी के विभिन्न केन्द्रों से फोन इन कार्यक्रम शुरू किए गए। एफ.एम. और प्राइमरी चैनल पर अब तो दिल्ली से ही सप्ताह में 10–12 कार्यक्रम से अधिक का प्रसारण किया जाता है।

2.7.5 रेडियो ऑन डिमांड सेवा

सूचना प्रौद्योगिकी के विस्तार के साथ ही आकाशवाणी अपने परम्परागत प्रसारण के साथ–साथ प्रसारण की नयी तकनीकों को अपना कर श्रोताओं के निकट पहुँचने का प्रयास कर रहा है। आकाशवाणी के कार्यक्रम इंटरनेट पर भी सुने जा सकते हैं। इसके अलावा 26 जनवरी 1998 से आकाशवाणी ने रेडियो ऑन डिमांड की सेवा आरम्भ करके मनोरंजन की दिशा में एक और कदम आगे बढ़ाया है। एफ.एम. चैनलों पर आकाशवाणी ने कम्प्यूटर आधारित इस सेवा को कुछ महानगरों में शुरू किया है। इस सेवा के माध्यम से श्रोता अपनी इच्छा का गीत–संगीत सुन सकते हैं।

2.7.6 डिजिटल रेडियो सेवा

आकाशवाणी ने 27 फरवरी 2002 से वर्ल्ड स्पेस रेडियो के माध्यम से डिजिटल सैटेलाइट होम सर्विस भारतीय उपमहाद्वीप और दक्षिण–पूर्वी एशिया के लिए शुरू किया है। यह एक नया प्रयोग है।

2.7.7 आकाशवाणी डी.टी.एच. सेवा

प्रसार भारती की डायरेक्ट टू होम (डी टी एच) सेवा की शुरूआत 16 दिसम्बर 2004 को हुई थी। इसका उद्घाटन तत्कालीन प्रधानमंत्री डॉ. मनमोहन सिंह ने किया।

इसके लिए सिर्फ आपको इतना करना होगा कि एक डिश एंटेना टेलीविजन सेट के साथ लगाना होगा जिसकी कीमत बहुत अधिक नहीं है। करीब 3–4 हजार रुपये में यह एंटेना खरीदा जा सकता है। दूरदर्शन डी.टी.एच. सेवा की सबसे बड़ी खूबी यह है कि आकाशवाणी के 12 चैनलों को भी इसमें शामिल किया गया है। टेलीविजन की वजह से रेडियो की लोकप्रियता में जो कमी आयी थी, उसकी भरपाई करने में अब स्वयं टेलीविजन आगे आया है। डी.टी.एच. में शामिल किए गए आकाशवाणी चैनलों में विविध भारती, एफ.एम. रैनबो, एफ.एम. गोल्ड के अलावा हिन्दी, बंगला, पंजाबी और पूर्वोत्तर की कई भाषाओं के चैनल भी इसमें शामिल हैं। एक अन्य महत्वपूर्ण बात यह है कि ये सभी चैनल डिजिटल रूप से उपलब्ध हैं, यानी कार्यक्रम बहुत ही स्पष्ट सुनाई देते हैं। रेडियो चैनलों को सुनने के लिए अलग से कोई रेडियो सेट की आवश्यकता नहीं है, बल्कि टेलीविजन सेट पर ही उन्हें सुना जा सकेता है। डी.टी.एच. सेवा से हमारे देश में सूचना क्रांति की एक मौन शुरूआत हो रही है। यह क्रांति देश में सामाजिक, आर्थिक क्रांति का भी सूत्रपात करेगी क्योंकि सूचना, शिक्षा और मनोरंजन को समर्पित दूरदर्शन और आकाशवाणी के कार्यक्रमों से लोगों के मानसिक क्षितिज का विस्तार हुआ है।

विश्व में किसी भी सार्वजनिक प्रसारणकर्ता द्वारा उपलब्ध कराई जा रही यह अपनी तरह की पहली सेवा है। डी.टी.एच. सेवा 24 घंटे उपलब्ध की जा रही है। फिलहाल 11 भाषाओं के टेलीविजन चैनल दूरदर्शन की डी.टी.एच. सेवा के माध्यम से उपलब्ध हैं।

दूरदर्शन डी.टी.एच. सेवा की संभावनाओं को देखते हुए निजी चैनल भी इसके साथ शामिल होने हो गये है। जिनके शामिल होने से दूरदर्शन डी.टी.एच. का दायरा और भी बढ़ जाएगा।

दूरदर्शन की डी.टी.एच. सेवा का सबसे बड़ा लाभ राष्ट्रीय एकता को सुदृढ़ करने में मिलेगा। डी.टी.एच. के गुलदस्ते में रेडियो और दूरदर्शन के चैनल एक साथ उपलब्ध होंगे तो इससे लोगों में एक दूसरे के बारे में समझ बढ़ेगी।

बोध प्रश्न

12. प्रसार भारती क्या है? इसका गठन क्यों किया गया? पाँच पंक्तियों में उत्तर दीजिए।

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

13. रेडियो प्रसारण के विस्तार का संक्षिप्त परिचय दीजिए। आठ पंक्तियों में उत्तर दीजिए।

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

14. भारत में एफ.एम. सेवा सबसे पहले किस शहर में शुरू हुई?
(क) दिल्ली
(ख) मद्रास (चेन्नई)
(ग) कोलकाता
(घ) बैंगलोर

15. सामुदायिक रेडियो का क्या उद्देश्य है?
(क) ग्रामीण क्षेत्रों में सूचना और शिक्षा का प्रचार–प्रसार
(ख) स्त्री केन्द्रित कार्यक्रमों की शुरूआत
(ग) मनोरंजन
(घ) रेडियो कथाओं की श्रृंखला प्रस्तुत करना

16. नीचे दिए गए विकल्पों में सर्वोत्तम विकल्प चुनिए।
रेडियो 'फोन इन' कार्यक्रम में .... संवाद होता है
(क) एकतरफा

(ख) तीन तरफा
(ग) दो तरफा
(घ) दृश्य

17. रेडियो ऑन डिमांड सेवा का परिचय दीजिए। (चार पंक्तियों में उत्तर दीजिए।)

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

18. डी.टी.एच. सेवा की मुख्य विशेषताएँ बताइए। (पाँच पंक्तियों में उत्तर दीजिए।)

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

2.8 सारांश

इस इकाई में आपने रेडियो के उद्‌भव और विकास के साथ–साथ रेडियो प्रसारण के इतिहास का परिचय प्राप्त किया है। इस इकाई को पढ़कर आपने यह जाना कि स्वतंत्रता प्राप्ति के पूर्व रेडियो की क्या स्थिति थी। किस प्रसार रेडियो प्रसारण का विकास हुआ और आजादी के बाद किस तेजी के साथ रेडियो का विस्तार हुआ।

पिछले लगभग आठ दशकों की सेवा के दौरान रेडियो प्रसारण ने लगभग एक अरब की आबादी वाले देश के अधिकांश भागों तक अपनी पहुँच बनाने में सफलता प्राप्त कर ली है। विश्व में जितने भी रेडियो संगठन हैं उनमें विस्तार की दृष्टि से आकाशवाणी सबसे अधिक पहुँच वाले प्रसारण संगठनों में से एक है। इसका नेटवर्क काफी विशाल है। इस संगठन के कार्यक्रम लगभग 13 करोड़ रेडियो सेटों के माध्यम से ग्रामीण और शहरी इलाकों के कोने–कोने तक पहुँचने लगे हैं। हाल ही में एफ.एम. चैनल के प्रसारण से रेडियो श्रोताओं का एक नया वर्ग उभरकर सामने आया है। आज 139 एफ.एम. टांसमिटरों से कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है। आकाशवाणी 215 रेडियो स्टेशनों से कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। 1947 में आकाशवाणी के पास केवल 18 ट्रांसमिटर थे। जबकि अब ट्रांसमिटरों की संख्या 337 तक पहुंच गई है। सूचना, शिक्षा और मनोरंजन प्रदान करने में रेडियो प्रसारण की भूमिका महत्वपूर्ण रही है।

प्रसारण इतिहास की मुख्य घटनाएँ		
क्र.स.	*महत्वपूर्ण तिथि*	*संबंधित घटना*
1	23 जुलाई 1927	भारत में रेडियो प्रसारण का आरम्भ
2	19 जनवरी 1936	पहला समचार बुलेटिन का प्रसारण
3	1 जनवरी 1936	दिल्ली से प्रसारण आरम्भ
4	24 अक्टूबर 1941	सूचना और प्रसारण विभाग की स्थापना संसद मार्ग स्थित दिल्ली केन्द्र से प्रसारण
5	12 नवम्बर 1947	राष्ट्रपिता महात्मा गांधी द्वारा प्रसारण भवन, नई दिल्ली से प्रसारण

6	20 जुलाई 1952	संगीत का अखिल भारतीय कार्यक्रम का प्रसारण
7	29 अप्रैल 1953	अंग्रेजी में राष्ट्रीय कार्यक्रम (वार्ताओं का अखिल भारतीय कार्यक्रम)
8	14 जुलाई 1956	नाटकों का अखिल भारतीय कार्यक्रम का प्रसारण
9	15 अगस्त 1956	रूपकों का अखिल भारतीय कार्यक्रम का प्रसारण
10	03 अक्टूबर 1957	ऑल इंडिया रेडियो का नाम आकाशवाणी रखा गया
11	14 फरवरी 1961	संसद की कार्यवाही का प्रसारण आरम्भ
12	अगस्त 1963	हिंदी में वार्ताओं का अखिल भारतीय कार्यक्रम आरम्भ
13	21 नवम्बर 1967	आकाशवाणी से विज्ञापन प्रसारण सेवा का आरम्भ
14	10 जनवरी 1993	आकाशवाणी दिल्ली से फोन इन कार्यक्रम का प्रसारण
15	01 अप्रैल 1994	स्काई रेडियो का प्रसारण
16	26 जनवरी 1998	रेडियो ऑन डिमांड आरम्भ
17	27 फरवरी 2002	डिजिटल सैटेलाइट होम सर्विस आरम्भ
18	16 दिसम्बर 2004	डायरेक्ट टू होम – डी.टी.एच. सेवा का आरम्भ

2.9 बोध प्रश्नों के उत्तर

1. ग
2. अमेरिका, इंगलैंड, कनाडा, ब्राजील, फ्रांस, इटली और रूस
3. देखिए भाग 2.2
4. देखिए उप–भाग 2.3.1
5. घ
6. दिल्ली, बंबई, कलकत्ता, मद्रास, तिरुचि, लखनऊ
7. ग
8. समाचार सेवा प्रभाग, विदेश प्रसारण सेवा, विविध भारती
9. देखिए उप–भाग 2.4.1
10. देखिए उप–भाग 2.4.2
11. श्रोताओं का मनोरंजन, गीत–संगीत के कार्यक्रम, विज्ञापन कार्यक्रम का आरंभ
12. देखिए भाग 2.5
13. देखिए भाग 2.6
14. (ख)
15. क
16. ग
17. रेडियो ऑन डिमांड सेवा के तहत आकाशवाणी के कार्यक्रम कम्प्यूटर की मदद से इंटरनेट से भी सुने जा सकते हैं। इस सेवा के जरिए श्रोता अपना मनपसंद कार्यक्रम सुन सकते हैं।
18. देखिए उप–भाग 2.7.7

इकाई 3 रेडियो की भाषा (संकेत और कोड)

इकाई की रूपरेखा

3.0 उद्देश्य
3.1 प्रस्तावना
3.2 रेडियो माध्यम
3.3 अन्य माध्यमों की तुलना में रेडियो
3.4 रेडियो की विशिष्टताएँ (दृश्यहीनता के लाभ)
 3.4.1 कल्पना शक्ति को जगाना
 3.4.2 वर्तमान का बोध
 3.4.3 रेडियो का लचीलापन
 3.4.4 रेडियो की तत्परता
3.5 रेडियो 'कोड' एवं 'संकेत'
 3.5.1 शब्द
 3.5.2 ध्वनि
 3.5.3 संगीत
 3.5.4 मौन या पॉज
3.6 रेडियो लेखन की तैयारी
 3.6.1 रेडियो लेखन का महत्व
 3.6.2 रेडियो लेखन किसके लिए
 4.6.3 रेडियो कार्यक्रम की अवधि एवं विधाएँ
3.7 छपे लेखन एवं रेडियो लेखन में अंतर
 3.7.1 श्रव्य माध्यम की भाषा
 3.7.2 छोटे–छोटे वाक्यों की अनिवार्यता
 3.7.3 सरल शब्दों का प्रयोग
3.8 रेडियो लेखन में सावधानियाँ
 3.8.1 आकर्षक आरम्भ
 3.8.2 विषय सामग्री में नयापन
 3.8.3 संक्षिप्तता
 3.8.4 स्वमूल्यांकन
 3.8.5 आपत्तिजनक सामग्री से परहेज
3.9 सारांश
3.10 शब्दावली
3.11 बोध प्रश्नों के उत्तर

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

3.0 उद्देश्य

इस इकाई के द्वारा आपको रेडियो की भाषा यानी कि रेडियो माध्यम के अनुरूप भाषा का परिचय दिया जाएगा। या यूँ कहें कि रेडियो लेखन के लिए आवश्यक भाषा की जानकारी दी जाएगी। जिन 'कोड' एवं 'संकेतों' से रेडियो की भाषा बनती है, उनसे परिचित कराया जाएगा। इस इकाई को पढ़ने के बाद आप – एक इलेक्ट्रॉनिक जनसंचार माध्यम के रूप में रेडियो को पहचान सकेंगे; अन्य माध्यमों से रेडियो माध्यम की तुलना कर सकेंगे; अन्य माध्यमों की तुलना में रेडियो की श्रेष्ठताओं एवं कमियों का अन्तर बता सकेंगे; रेडियो माध्यम की विशिष्टताओं की व्याख्या कर सकेंगे; रेडियो के 'कोड' एवं 'संकेतों' से परिचित होंगे, जिनसे रेडियो की भाषा बनती है; छपे हुए लेखन से रेडियो लेखन की भिन्नता को समझ सकेंगे; विभिन्न

श्रोतावर्गों के लिए, विभिन्न कार्यक्रमों के अनुसार रेडियो की भाषा में बदलाव कर सकेगे एवं रेडियो कार्यक्रम का आलेख तैयार करने के संबंध में बुनियादी जानकारियाँ प्राप्त कर सकेंगे।

3.1 प्रस्तावना

इस खण्ड की प्रथम दो इकाइयों में आप रेडियो माध्यम से भली–भाँति परिचित हो चुके हैं। आप उसके इतिहास से भी परिचित हो चुके हैं तथा उसकी शक्ति से भी। 75 वर्षों से अधिक की प्रसारण यात्रा के बाद रेडियो वर्तमान में नयी–नयी तकनीकी उपलब्धियों के जरिए कितना प्रासंगिक है तथा कैसे नए क्षितिज छू रहा है यह भी आप जान चुके हैं। आप जानते हैं कि यह पाठ्यक्रम व्यवहारमूलक है और इसमें आपको रेडियो लेखन के सैद्धांतिक एवं व्यावहारिक पक्ष की जानकारी दी जाएगी। आप एक अच्छे रेडियो लेखक बनें इसके लिए यह भी आवश्यक है कि रेडियो माध्यम के प्रति अनुराग हो, उसकी क्षमताओं के प्रति विश्वास हो। पिछली इकाइयों ने पूर्वपीठिका के तौर पर आपको अपेक्षित जानकारियाँ देकर रेडियो माध्यम के प्रति आकर्षित किया होगा।

अब इस इकाई के माध्यम से हम रेडियो लेखन के सैद्धान्तिक पक्ष पर विचार करने जा रहे हैं। इस इकाई के माध्यम से हम यह जानने का प्रयास करेंगे कि संचार माध्यम के रूप में रेडियो की क्या–क्या विशेषताएँ है? रेडियो माध्यम की विशेषताएँ जानने के बाद आप स्वयं जान जाएँगे कि रेडियो की भाषा कैसी हो। हम रेडियो के 'कोड' एवं 'संकेतों' का विस्तृत परिचय देकर यह समझाने का प्रयास करेंगे कि ये 'कोड' एवं 'संकेत' मिलकर रेडियो की एक नयी भाषा तैयार करते हैं। इसके बाद हम रेडियो लेखन की तैयारी के लिए आवश्यक तथ्यों एवं सावधानियों की जानकारी ग्रहण करेंगे। रेडियो की भाषा सरल क्यों होनी चाहिए, उसमें बोलचाल की शैली क्यों हो, छोटे–छोटे वाक्य क्यों होने चाहिए आदि मूलभूत जानकारियाँ हम इस इकाई से प्राप्त कर सकते हैं। रेडियो आलेख तैयार करते समय आकर्षक आरम्भ की अनिवार्यता, सामग्री में नयापन, संक्षिप्तता की जरूरत तथा शोध की आवश्यकता भी आप समझ सकेंगे। इसके अलावा क्या–क्या सावधानियाँ जरूरी हैं, हम इस इकाई से समझ सकेंगे।

संक्षेप में, आप रेडियो माध्यम की आवश्यकताएँ समझ लें, दूसरे माध्यमों से इसका अंतर समझ लें और अच्छा रेडियो आलेख तैयार कर सकें यही इस इकाई का उद्देश्य है।

आप एक बात और भी पक्की तौर पर समझ लें कि रेडियो लेखन किसी भी अन्य माध्यम की तुलना में सबसे ज्यादा चुनौतीपूर्ण है। यदि आप एक अच्छा रेडियो आलेख लिख सकते हैं तो टी.वी. या फिल्म या पत्र–पत्रिकाओं के लिए भी सफलतापूर्वक लिख सकते हैं।

इस इकाई में बीच–बीच में बोध प्रश्न और अभ्यास दिए गए हैं। इनके माध्यम से आप अपना मूल्यांकन कर सकते हैं। आप अपने उत्तर अध्ययन केन्द्र के काउंसिलर को दिखा सकते हैं।

3.2 रेडियो माध्यम

यूँ तो आप पिछली इकाइयों के जरिये रेडियो माध्यम से परिचित हो चुके हैं किंतु यहाँ हम एक अलग दृष्टिकोण से इस माध्यम को समझना चाहेंगे। रेडियो प्रसारण का अपना एक अनूठा एवं आकर्षक संसार है। अक्सर इसे 'आवाज की दुनिया' के रूप में जाना जाता है और इस दुनिया का अपना ही जादू है अपना ही सम्मोहन है। रेडियो के 'दीवानों' और उनकी 'दीवानगी' की एक लंबी परंपरा है। देश भर में हजारों की संख्या में 'रेडियो श्रोता क्लब' इसी दीवानगी का प्रतिफलन है, जो स्थानीय या प्रादेशिक या राष्ट्रीय स्तर पर 'स्मारिकाएं' प्रकाशित करते हैं। टेलीविजन के सैकड़ों चैनलों एवं इंटरनेट पर लाखों 'वेबसाइटों' के

बावजूद रेडियो के श्रोताओं की दीवानगी अपनी जगह है। कुछ ऐसे भी श्रोता हैं जो मात्र रेडियो सुनने के शौक के कारण दूसरे देशों के रेडियो संगठनों द्वारा सम्मानित किए गए हैं या अपने छोटे से कस्बे से निकल कर कई देश घूम आए हैं।

रेडियो की 'आवाज की दुनिया' में हम पल भर में न जाने कहां से कहाँ पहुँच जाते हैं। ट्रांजिस्टर की सुई थोड़ी–थोड़ी देर में इधर से उधर घुमाते रहना लाखों लोगों का बाकायदा शौक होता है। श्रोता को पूरी छूट रहती है कि वह संगीत का रसास्वादन करे, नवीनतम सूचनाएँ प्राप्त करे, ताजा से ताजा समाचार सुने या ज्ञानवर्धन करे। वह किसी नाटक के माध्यम से कल्पना और यथार्थ के बीच अपनी भावनाओं को तरंगित करे या किसी 'वृत्त रूपक' में यथार्थ के कठोर धरातल पर उतरे या 'क्विज' से अपने ज्ञान की परीक्षा करे या किसी विदेशी स्टेशन से वहाँ के समाज, संस्कृति को जाने आदि आदि। दूसरे माध्यमों की तुलना में इस माध्यम की अपनी ही श्रेष्ठताएं हैं तो वहीं दूसरी ओर कुछ कमियां भी हैं। हाँ, एक विचित्र बात ये है कि इसकी कमियां ही इसकी अच्छाइयाँ बन जाती हैं कि इसे लाभ पहुंचाती हैं। कैसे? यह अभी आप स्वयं जान जाएंगे।

3.3 अन्य माध्यमों की तुलना में रेडियो

यहाँ अन्य माध्यमों से रेडियो माध्यम की तुलना का उद्देश्य सिर्फ रेडियो की भाषा को समझना है। हम यह देखने का प्रयास करेंगे कि रेडियो के 'संदेश' कैसे 'श्रोता' तक पहुँचते हैं? जो भी कार्यक्रम प्रसारित होते हैं, वे मूल रूप से 'प्रसारकों' द्वारा भेजे गए 'संदेश' हैं जिन्हें श्रोता 'सुनते हैं' तथा 'समझते हैं'। यानी रेडियो 'संदेश' पहुंचाने का एक 'इलेक्ट्रॉनिक' जनसंचार माध्यम है। दूसरे माध्यम भी अपने–अपने तरीके से या अपनी अपनी भाषा में अपना 'संदेश' पाठकों या दर्शकों तक पहुँचाते हैं। तो आइए देखें कि 'संदेश' पहुंचाने के विभिन्न तरीके क्या क्या हैं और उनमें किस तरह के 'कोड' काम करते हैं (कोड के शाब्दिक अर्थ हैं 'न्याय संहिता', 'विधि संग्रह' 'रीति–रिवाजों एकत्रीकरण' कला या शिष्टाचार के नियम तथा 'सांकेतिक चिन्हों का संग्रह' आदि। हमारी इस इकाई के लिए 'कोड' का अर्थ सांकेतिक चिन्हों का संग्रह ही उपयुक्त रहेगा। हालाँकि हम पूरी इकाई में 'कोड' शब्द ही प्रयोग में लाएंगे)। दूसरे शब्दों में कहें तो हम यह जानने का प्रयास करेंगे कि वे कौन से 'साधन' या 'औजार' हैं जिनसे विभिन्न माध्यमों की भाषा बनती है और हम उनके 'संदेश' समझ पाते हैं या 'डिकोड' कर पाते हैं।

संदेश देने का मूलभूत और सर्वाधिक प्रयोग होने वाला तरीका है आमने सामने की बातचीत। इस बातचीत में संदेश पहुंचाने वाले 'कोड' हैं, 'बोले हुए शब्द', 'चेहरे के हावभाव' एवं 'अंग संचालन'। सामने वाला इस संदेश को पूरी तरह 'डिकोड' कर लेता है यानी कि समझ लेता है। बातचीत में यह सुविधा रहती है कि संदेश देने वाला बीच बीच में 'ठीक है न' जैसे कुछ शब्दों से इस बात की पुष्टि कर सकता है कि संदेश ठीक-ठीक ग्रहण किया जा रहा है। आपसी बातचीत की तुलना में, जनसंचार माध्यमों से कही गई बात हजारों लाखों लोगों तक पहुँचती है और यह जानने की सुविधा नहीं होती कि संदेश ठीक से समझा भी जा रहा है अथवा नहीं! छपे हुए माध्यम जैसे किताबों, समाचार पत्रों या पत्रिकाओं में लिखित शब्दों के साथ साथ संख्याओं, चित्रों, रेखाचित्रों, फोटोग्राफ, ग्राफ, सारणी (टेबल) आदि के 'कोड' के जरिए संदेश पहुँचाया जाता है। छपी हुई सामग्री के साथ, लेखक यानी संदेश देने वाला स्वयं व्यक्तिगत रूप से उपस्थित नहीं होता, किन्तु छपी हुई सामग्री के साथ यह सुविधा होती है कि यह हमेशा के लिए अपने साथ रखी जा सकती है। इसे बार–बार पढ़ा जा सकता है। साथ ही इसे जब हमारी सुविधा या इच्छा हो तब पढ़ा जा सकता है। या यूं कहे कि 'संदेश' को तुरंत 'डिकोड करने की अनिवार्यता नहीं होती।

'फिल्म' या 'टेलीविजन' में 'बोले हुए शब्दों के साथ–साथ 'तस्वीरें' तथा परदे पर लिखे 'कैप्शन' संदेश पहुंचाते हैं किन्तु इन माध्यमों में साथ के साथ संदेश ग्रहण करना होता है यानी 'संदेश' को तुरंत 'डिकोड

करना होता है। फिल्म या टेलीविजन में यह सुविधा भी है कि परदे पर एक 'साइनबोर्ड' दिखाकर ही किसी शहर या मोहल्ले का नाम आदि अनेक सूचनाएं दी जा सकती हैं यानी कम समय में अधिक जानकारी दी जा सकती है। इसके अलावा कैप्शन देने की सुविधा भी रहती ही है।

आमने–सामने की बातचीत, छपी हुई सामग्री, फिल्म और टेलीविजन के बाद आइए देखें कि रेडियो के संदेश प्रसारित करने के 'कोड' कौन–कौन से हैं और उनकी डिकोडिंग कैसे होती है!

रेडियो माध्यम के संदर्भ में सबसे बुनियादी बात यह है कि इसके संदेश देखे नहीं जा सकते, यानी कि रेडियो एक 'दृश्यहीन' माध्यम है। रेडियो के संदेशों में न 'छपे हुए शब्द' होते हैं न कोई 'तस्वीर'। इसके संदेश 'कान' के द्वारा यानी सुनकर ही ग्रहण किए जा सकते हैं। यह भी वैज्ञानिक तथ्य है कि कान उतनी सशक्त इन्द्रिय नहीं है जितनी कि हमारी आंखें हैं। हम आंखों से एक साथ कई दृश्य एक ही बार में देख लेते हैं। उदाहरण के लिए हम स्कूटर चलाते हुए सड़क के दोनों तरफ देखने के साथ–साथ, पोस्टर, होर्डिंग तथा अन्य वाहन में बैठे किसी परिचित को देख लेते हैं। लेकिन एक ही साथ कई लोग बोल रहे हों तो क्या किसी एक व्यक्ति की बात को आसानी से सुना जा सकता है? बहुत सारे संदेशों अथवा आवाजों को एक साथ सुनकर उन्हें विश्लेषित कर पाना अथवा याद रखना आसान नहीं होता तभी तो फोन पर बात करते समय हम आसपास बैठे लोगों को चुप्पी का संकेत देते हैं। श्रव्य माध्यम होने के कारण रेडियो के संदेश विशिष्ट रूप में ढालने पड़ते हैं। यह प्रयास किया जाता है कि रेडियो की भाषा में उपयोग किए जाने वाले 'कोड' बहुत सरल बनाए जाएँ। अन्यथा हो सकता है कि रेडियो के संदेश 'अस्पष्ट' रहें, समझ न आएं और संचार सफल न हो पाए। रेडियो की इसी कमी का प्रभाव कम से कम करने के लिए विशेष प्रयास करने होते हैं और यही प्रयास रेडियो लेखक के लिए चुनौती प्रस्तुत करते हैं। हमें यह भी ध्यान रखना चाहिए कि रेडियो के संदेश भी तुरंत 'डिकोड' किए जाते हैं यानी उनको साथ–साथ समझना जरूरी होता है अन्यथा वे हवा में विलीन हो जाते हैं। उन्हें छपी हुई सामग्री की तरह बार बार समझा नहीं जा सकता।

श्रव्य माध्यम होने के कारण ही रेडियो पर सारे संदर्भ बताकर ही स्थापित किए जाते हैं जैसे कि रेडियो पर थोड़ी थोड़ी देर में प्रसारण कर रहे केन्द्र की पहचान उद्घोषित होती रहती है। जैसे–ये आकाशवाणी दिल्ली का इन्द्रप्रस्थ चैनल है, ये आकाशवाणी की राष्ट्रीय प्रसारण सेवा है ... मीडियम वेव 191.6 मीटर पर। जहाँ फिल्म या टेलीविजन में एक दृश्य से काफी सूचनाएं दी जा सकती हैं, रेडियो में प्रायः हर बात शब्दों के माध्यम से ही बताई जा सकती है। रेडियो में संदेश पहुंचाने वाले कोड है 'शब्द' 'ध्वनि' 'संगीत' एवं 'मौन' जिन पर हम विस्तर से चर्चा करेंगे।

बोध प्रश्न

1. सही वक्तव्य पर ☑ और गलत पर ☒ का निशान लगाइए

(क) जनसंचार माध्यमों से प्रसारित संदेश लाखों लोगों तक पहुँचाता है। (   )
(ख) मुद्रित माध्यम की भाषा एवं रेडियो की भाषा में कोई अन्तर नहीं होता। (   )
(ग) रेडियो माध्यम को समझने वाला अच्छा रेडियो लेखक बन सकता है। (   )
(घ) दूसरे माध्यमों की तुलना में रेडियो में कुछ कमियां होती हैं। (   )

2. खाली स्थान भरिए

(क) रेडियो एक .... माध्यम है।
(ख) छपी हुई सामग्री को .... पढ़ा जा सकता है।
(ग) रेडियो के कोड .... होने चाहिए ताकि ठीक से समझे जा सकें।
(घ) आपसी बातचीत में संदेश पहुंचाने वाले कोड हैं .... एवं ....।
(ड.) रेडियो पर सारे संदर्भ .... स्थापित किए जाते हैं।

नोट : इकाई के अंत में दिए गए उत्तर से अपने उत्तर मिलाएं।

अभ्यास

1) रेडियो से समाचार सुनिए फिर उन्हीं समाचारों को अखबार में पढ़िए। दोनों की भाषा का अन्तर समझने का प्रयास कीजिए।

3.4 रेडियो की विशिष्टताएँ (दृश्यहीनता के लाभ)

जैसा कि हमने अन्य माध्यमों से रेडियो की तुलना करते हुए पढ़ा था कि रेडियो की कमियां ही उसकी विशिष्टताएं बन जाती हैं। यह बात कुछ कुछ अटपटी जरूर लगती है। पर सच्चाई यही है कि फिल्म एवं टेलीविजन माध्यमों से, रेडियो अपनी दृश्यहीनता के कारण ही लाभ की स्थिति में आ जाता है। आइए, इन विशिष्टताओं की विस्तृत चर्चा करें। इस चर्चा से स्वत। ही ऐसे बिन्दु उभर कर आएंगे जिनसे रेडियो की भाषा की बारीकियों को समझने व अच्छे रेडियो लेखन में सहायता मिले।

3.4.1 कल्पना शक्ति को जगाना

रेडियो का सबसे बड़ा सकारात्मक पहलू है – श्रोताओं की कल्पना शक्ति को जगाना एवं उसे साथ लेकर चलना। दृश्य माध्यम में कल्पना के लिए बहुत कम गुंजाइश रहती है। एक तो दृश्यों के कारण कल्पना की आवश्यकता भी कम रहती है, साथ ही पल-पल बदलते दृश्यों और परदे पर 'सब-टाइटल' या 'कैप्शन' पर टिके ध्यान के कारण समय भी नहीं रहता। दृश्य माध्यमों में कल्पना का नकारात्मक पहलू भी शामिल है। दृश्य यदि हमारी कल्पना के विपरीत है तो हमें 'आघात' सा लगता है। मसलन 'उर्वशी' या 'मेनका' जैसी अप्सराओं को लेकर हमारी अपनी कल्पनाएं हैं और यदि किसी 'फिल्म' या 'धारावाहिक' में इनकी भूमिका कर रही पात्र हमारी कल्पना के अनुरूप नहीं हो तो कार्यक्रम असफल होता है।

इसी प्रकार कई काल्पनिक चित्रणों में – जैसे किसी दूसरे ग्रह या प्राचीन काल या भविष्य काल से जुड़े कार्यक्रम में टेलीविजन पर उस काल्पनिक स्थान/चरित्र/पात्र को साकार रूप देना ही पड़ेगा, जो अपेक्षा के विपरीत भी लग सकता है!

कई बार युद्ध या दंगे के वीभत्स दृश्य हम उसी वीभत्सता के साथ नहीं दिखा सकते तब 'फिल्म' या 'टेलीविजन' को आवाजों का ही सहारा लेना पड़ता है!

रेडियो में चूंकि कुछ भी दिखायी नहीं पड़ता इसलिए श्रोता अपने लिए अपनी कल्पना शक्ति के सहारे दृश्य जुटाता है। यदि किसी राजा का वर्णन है तो उसकी वेशभूषा, डीलडौल, साजश्रृंगार, सब कुछ उसकी कल्पना के अनुरूप ही होगा। यदि पौराणिक पात्र या अप्सराएं हैं तो उनका 'तेज' 'चेहरे की भाषा' 'प्रभामंडल', 'सौन्दर्य' सब कुछ उनकी कल्पना के अनुरूप होगा। रेडियो के कार्यक्रम हजारों वर्ष पहले या बाद का चित्रण सफलता पूर्वक कर सकते हैं। काल्पनिक दृश्यों, जैसेकि दूसरे ग्रह से संबंधित कार्यक्रम, अत्यंत प्राचीन या भविष्य की दुनिया से जुड़े कार्यक्रम रेडियो पर बड़ी सफलता के साथ प्रस्तुत किए जा सकते हैं।

रेडियो कार्यक्रमों के प्रस्तुतकर्ताओं की भी श्रोता एक मनचाही तस्वीर बना लेता है तथा उनसे एक अंतरंग रिश्ता बना लेता है। रेडियो लेखकों की लेखनी से उपजे कई काल्पनिक पात्र इतने लोकप्रिय हुए हैं कि लाखों घरों में परिवार के सदस्य जैसे बन गए हों। आकाशवाणी लखनऊ के 'बहरे बाबा', आकाशवाणी पटना के 'लोहासिंह', रेडियो कश्मीर श्रीनगर के 'मुंशी अल्लारख्खा' आदि ऐसे ही अमर पात्र हैं।

एक और बात भी महत्वपूर्ण है। दुनिया भर के वैज्ञानिक मानते हैं कि दृश्य माध्यम हमारी कल्पना शक्ति, विचार शक्ति, संवेदनाओं को कुंठित या कमजोर करते हैं जबकि इसके विपरीत रेडियो विचारों, भावनाओं, संवेदनाओं को प्रोत्साहित करता है।

3.4.2 वर्तमान का बोध

रेडियो के कार्यक्रम आवाजों के माध्यम से हम तक पहुंचते हैं, इस कारण रेडियो हमेशा 'सामयिकता' 'जीवन्तता' और 'वर्तमान' का बोध होता है। उदाहरण के लिए हम एक किताब पढ़ते हैं तो उस किताब के हमारे हाथ में होने का अर्थ है कि उस किताब का अंतिम पृष्ठ हमारे हाथ में हैं! यानी कि हम जो कुछ पढ़ रहे हैं उसका अंत पहले ही लिखा जा चुका है तथा वह हमारी पकड़ में भी है। रेडियो के साथ ऐसा नहीं है। रेडियो कार्यक्रम में एक जिज्ञासा, एक 'कौतूहल' और 'अंत कैसा होगा' की प्रतीक्षा बनी रहती है। उदाहरण के लिए – भारत अमेरिका संबंधो पर तैयार कार्यक्रम का सूत्रधार (नैरेटर) जब कहता है कि ''आइए अमेरिका और भारत के संबंधों पर अमेरिका में बसे भारतीयों के विचार सुने'' तब ऐसा जरूरी नहीं है कि वह सचमुच स्टुडियोमें बैठा होगा तथा वे भारतीय भी वहाँ बैठे होंगे या वे उसी समय बोल रहे होंगे किंतु प्रसारण के समय श्रोता को ऐसा ही आभास होगा। वह सूत्रधार की आवाज के साथ–साथ चलेगा भले ही उस कार्यक्रम का टेप एक सप्ताह पहले बन चुका हो!

3.4.3 रेडियो का लचीलापन

दूसरे माध्यमों के साथ परेशानी यह है कि उनके साथ बंधकर, एकाग्रचित्त होकर बैठना पड़ता है। दृश्य माध्यमों में पल पल बदलते दृश्यों को छोड़ना संभव नहीं होता क्योंकि फिर पूरे कार्यक्रम को समझना, उसका आनंद लेना असंभव होगा। दृश्य माध्यमों में कार्यक्रम देखते हुए कोई अन्य कार्य कर पाना संभव नहीं होता। फिल्म देखने के लिए हमें सिनेमाहाल के अंधेरे में तीन घंटे बैठना होता है। टेलीविजन पर भी फिल्म या अन्य कार्यक्रम के लिए लग कर बैठना पड़ता है। किताब या पत्र पत्रिका पढ़ने के साथ भी अन्य कार्य करना संभव नहीं होता। कुछ भी पढ़ने के लिए हमें उसे एकटक देखना पड़ेगा तथा उसी पर ध्यान केन्द्रित करना होगा। यहीं पर रेडियो की दृश्यहीनता वरदान बन जाती है। रेडियो के लिए एक जगह टिककर बैठने की आवश्यकता नहीं होती। रेडियो कार्यक्रम सुनते हुए, दूसरे मनचाहे काम किए जा सकते हैं। सफर करते हुए, रसोई में खाना बनाते, खेत में हल चलाते, पढ़ाई करते हुए आदि रेडियो मजे से सुना जा सकता है।

ट्रांजिस्टर के आगमन से रेडियो प्रसारण में क्रांति आ गयी और बड़े बड़े रेडियो सेट की जगह छोटे छोटे ट्रांजिस्टर वरदान बन गए। ट्रांजिस्टर इतने सस्ते, इतने छोटे आकार के मिलते हैं कि गरीब से गरीब इन्हें आसानी से खरीदकर ज्ञान एवं मनोरंजन प्राप्त करता है।

ट्रांजिस्टर क्रांति से प्रसारण शैली भी प्रभावित हुई है। पहले बड़े आकार के रेडियो के सामने लोग समूह में बैठते थे। तब समूह को संबोधित करने में भाषण शैली का जोर था। ट्रांजिस्टर के आगमन से रेडियो सुनना एक निजी एवं अंतरंग क्रिया हो गई है। जैसे, हम साथ बैठे एक आत्मीय दोस्त से जोर जोर से बोलने या औपचारिक भाषा में बोलने की बजाय प्रेम से, आत्मीयता से, अनौपचारिकता से बात करते हैं उसी तरह ट्रांजिस्टर और मोबाईल के दौर में प्रसारण की शैली भी बिल्कुल आत्मीय, अनौपचारिक, अंतरंग, दोस्ताना हो गई।

3.4.4 रेडियो की तत्परता

दृश्य माध्यमों के लिए जितने मंहो या जितने ज्यादा उपकरणों की आवश्यकता होती है उसकी तुलना में रेडियो प्रसारण की तकनीक एवं कार्यक्रम निर्माण एवं प्रसारण की आवश्यकताएं भी जटिल नहीं होती। इसलिए समाचार एवं सूचनाएं तुरंत देने में कोई दूसरा माध्यम रेडियो की बराबरी मुश्किल से कर सकता

है। इलेक्ट्रॉनिक्स के अभूतपूर्व विकास के कारण टेलीविजन पर भी ताजा जानकारियां देना संभव हो गया है किंतु महंगी तकनीक एवं जटिलताओं के कारण छोटी से छोटी सूचना देना उतना सरल नहीं है जितना कम से कम लागत एवं कम से कम श्रम के साथ रेडियो पर संभव है। हर छोटी सी गतिविधि के लिए कैमरा टीम भेज पाना, टेलीविजन चैनलों के लिए संभव नहीं हो पाता।

प्राकृतिक विपदाओं के समय जब संचार व्यवस्था छिन्न भिन्न हो जाती है या बिजली व्यवस्था ठप पड़ जाती है तब राहत पुनर्वास कार्यो में या सूचना देने में ट्रांजिस्टर ही अपनी भूमिका निभा पाता है तथा विपदाग्रस्त परिवारों की जीवनरेखा बन जाता है। अनेक जन उपयोगी सूचनाएं देने जैसे, रक्तदान की अपील, मौसम संबंधी चेतावनी, सड़कों पर ट्रैफिक की स्थिति, रास्तों के बंद होने की सूचना, रेलगाड़ियों के देर से आने जाने की सूचना, में रेडियो बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

बोध प्रश्न

खाली स्थान भरिए :

3. क) दृश्य माध्यमों में कल्पना की बहुत .... आवश्यकता होती है। (कम / अधिक)
   ख) रेडियो में .... दृश्यों के लिए कल्पना का सहारा लेना पड़ता (कुछ / सभी)
   ग) रेडियो के कोड सिर्फ .... घेरते हैं। (समय / स्थान)
   घ) जन उपयोगी सूचनाएँ देने के लिए रेडियो सबसे ....माध्यम है। (सशक्त / कमजोर)

4. इन वाक्यों के सामने ☑ या ☒ का निशान लगाएं
   क) सिर्फ धनवान ही ट्रांजिस्टर खरीद सकते हैं। (   )
   ख) रेडियो कार्यक्रम सुनते हुए कुछ और काम करना संभव नहीं होता। (   )
   ग) काल्पनिक दृश्यों के चित्रण में रेडियो अधिक सक्षम है। (   )
   घ) दृश्य माध्यम पर सभी दृश्य हमारी कल्पना के अनुकूल होते हैं। (   )

अभ्यास

2. रेडियो नाटक सुनकर, यह विवेचना करें कि उसके पात्रों के संबंध में आपकी कल्पना क्या रही। नाटक, आपकी कल्पना शक्ति को जगाने में कितना सफल रहा।

3.5 रेडियो 'कोड' एवं 'संकेत'

इस अध्याय में, रेडियो के 'संदेश' जिन संकेतों एवं उनसे बने 'कोड' के जरिए प्रेषित होते हैं, उन पर विस्तार से चर्चा की जाएगी। इस इकाई के भाग 3.3. (अन्य माध्यमों की तुलना में रेडियो) में हम जान ही चुके हैं कि आपसी बातचीत में हमारे संदेश पहुंचाने वाले कोड होते हैं रू भाषा, चेहरे के हावभाव एवं अंग संचालन। छपे माध्यम में कोड होते हैं : 'लिखित शब्द', 'चित्र' 'फोटो' 'सारणी' 'ग्राफ' आदि। दृश्य माध्यमों जैसे फिल्म एवं टेलीविजन में 'तस्वीरें', 'संवाद' और 'परदे पर आने वाले कैप्शन' कोड का काम करते है। इसी तरह रेडियो के कोड हैं 'शोर' और 'मौन'। शोर स्वयं शब्दों, ध्वनियों और संगीत से मिलकर बनता है। इन पर बात आगे बढ़ाने से पहले संकेतों के वर्गीकरण पर गौर सकते हैं।

संकेतों के वर्गीकरण का कार्य अमेरिकी दार्शनिक श्री सी.एस. पीर्स ने किया था। पीर्स के अनुसार वह संकेत जो किसी पदार्थ के समरूप होता है 'आइकान' या 'बिम्ब' कहलाता जैसे कि फोटोग्राफ। जो संकेत किसी पदार्थ से 'किसी क्रम के अनुसार जुड़ा होता है 'सूचक' या 'इन्डेक्स' कहलाता है जैसे धुआं आग का सूचक है। वह संकेत जो किसी पदार्थ से न कोई संबंध रखते हैं, न ही समरूपता, किंतु पदार्थ का प्रतिनिधित्व

करते हैं, प्रतीक या सिम्बल कहलाते हैं जैसेकि तिरंगा झंडा भारत देश का प्रतीक है। अब रेडियो के श्रव्य संकेतों और कोड पर अलग अलग विस्तार से चर्चा करते हैं।

3.5.1 शब्द

जैसे कि फिल्म या टेलीविजन पर किसी पदार्थ या वस्तु की तस्वीर या 'बिम्ब' बनता है, उस अर्थ में 'शब्द' प्रतीकात्मक संकेत मात्र है यानीकि कोई शब्द सुनकर श्रोता को स्वयं ही उस पदार्थ की कल्पना करनी होती है। किंतु ''लिखे हुए और छपे हुए शब्दों'' तथा 'रेडियो से आने वाले शब्दों' में एक बुनियादी अंतर है। यह महत्वपूर्ण अंतर है कि रेडियो से आने वाले शब्द हमेशा और अनिवार्य रूप से बोले हुए होते हैं। इसलिए रेडियो के शब्द दोहरे 'कोड' की रचना करते हैं। इस दोहरे कोड के अंतर्गत 'शब्द' स्वयं तो कार्यक्रम की सामग्री का प्रतिनिधित्व करते हैं और उन्हें बोलने वाला स्वर, उस व्यक्ति या पात्र का सूचक बन जाता है, जो उन शब्दों को प्रस्तुत करता है।

आवाज, अपने उतार चढ़ाव से, शैली से, कार्यक्रम को और भी प्रभावशाली बना सकती है तथा श्रोता को बांधे रख सकती है। साथ ही वाचक स्वर न सिर्फ उद्घोषक या 'कम्पेयर' का सूचक बन जाता है बल्कि वह 'स्वर' परे रेडियो स्टेशन का भी परिचायक बन जाता है या बन सकता है। मसलन, रेडियो की सुई घुमाते ही वाचक स्वर की विशेष भाषा शैली से जाना जा सकता है कि यह बी.बी.सी. की हिन्दी सेवा है या ऑल इंडिया रेडियो की उर्दू सर्विस है या कोई एफ.एम. चैनल है। यूं भी रेडियो पर अपना मनपसंद स्टेशन लगाते समय, शायद ही कोई 'मीटर' या 'किलोहर्ट्ज' को नापने बैठता है।

यानि कि रेडियो से बोले हुए शब्द –
(क) मानवीय उपस्थिति का संकेत देते हैं
(ख) पात्र या चरित्र का संकेत देते हैं
(ग) किसी 'कार्यक्रम', 'प्रसारण संस्था' (रेडियो स्टेशन) या 'समूचे देश' का सूचक बनते हैं।

3.5.2 ध्वनि

ध्वनि प्रकृति की देन है और जब भाषा एवं शब्दों का आविष्कार नहीं हुआ था, तब भी विभिन्न रूपों में उपस्थित थी। 'ध्वनि' होने का आशय है, कुछ घटित हो रहा है यानी ध्वनियां चाहे कहीं दूसरी जगह हों या रेडियो में, सूचक का काम कर रही होती हैं। दरवाजे की घंटी की ध्वनि, किसी के आगमन की सूचना देती है।

हमारे आसपास अक्सर कई प्रकार की ध्वनियां मौजूद रहती हैं, लेकिन अधिकांश पर हमारा ध्यान ही नहीं जाता। हमारा ध्यान उन ध्वनियों पर रहता है जिनसे हमारा कुछ सरोकार होता है। मान लीजिए कि आप बड़ी तन्मयता से अखबार पढ़ रहे हैं और उसी समय आपके मित्र को आपके घर आना है तो आसपास बिखरी अनेक ध्वनियों और अखबार की तन्मयता के बीच भी आपका ध्यान मित्र के स्कूटर की आवाज पर अवश्य जाएगा। हम अनेक ध्वनियों में से, अपनी मर्जी के मुताबिक ध्वनि का चयन कर लेते हैं। किन्तु रेडियो के माध्यम में, श्रोता को इस तरह विभिन्न ध्वनियों के बीच, ध्यान केंद्रित करके एक ध्वनि का चुनाव करने का कष्ट देना ठीक न होगा। अनेक ध्वनियों में से एक ध्वनि का चुनाव श्रोता के लिए तनाव पैदा करेगा। इसीलिए प्रसारणकर्ता को उन ध्वनियों को प्रमुखता से प्रस्तुत करना पड़ता है जो आवश्यक हैं और अनावश्यक ध्वनियों को दूर रखना पड़ता है।

यदि अप्रासंगिक ध्वनियों को बिल्कुल दूर करना असंभव हो तो ऐसी ध्वनियों को कम से कम करने का प्रयत्न करना पड़ता है। उदाहरण के लिए – किसी रेडियो नाटक में रेलगाड़ी के अन्दर बातचीत का प्रसंग है तो रेलगाड़ी की ध्वनि सुनाकर उसे 'फेड आउट' कर दिया जाता है यानी कि उसे धीरे धीरे कम करके पात्रों की बातचीत को उभारा जाता है। इसके बाद गाड़ी की ध्वनि, पार्श्व में अत्यंत कम आवाज में जारी

रह सकती है या पूरी तरह खत्म की जा सकती है और दृश्य बदलते समय यानी कि पात्रों की बातचीत समाप्त होने के बाद फिर उसका (रल की ध्वनि का) प्रयोग किया जाता है।

किसी रेडियो कार्यक्रम में किसी ध्वनि की प्रासंगिकता या अप्रासंगिकता कार्यक्रम के विषय एवं सामग्री पर निर्भर करती है। मान लीजिए कि मजदूरों के किसी कार्यक्रम के लिए, मजदूरों से लिए गए साक्षात्कार में, फैक्ट्री की मशीनों की आवाज, पार्श्व में थोड़ी सी आती भी रहे तो यह आवाज प्रासंगिक एवं उपयक्त ही लगेगी तथा इसका प्रभाव ठीक रहेगा। किंतु मजदूरों के लोकगीत गाते समय भी, मशीनों की आवाजें आएं, तो उतना अच्छा नहीं लगेगा। इसी प्रकार यदि किसी अभिनेता से उसकी कार में भेटवार्ता रिकॉर्ड की जाए, तो मोटरों के हार्न की आवाजें या ट्रैफिक का शोरगुल बाधा ही पैदा करेगा। इसीलिए रेडियो स्टेशन में श्साउंडप्रूफश श्स्टुडियोश में रिकॉर्डिंग की सुविधा रखी जाती है ताकि रेडियो से प्रसारण के समय एक एक शब्द साफ साफ सुनायी पड़ सके।

ध्वनियों की प्रासंगिकता अथवा अप्रासंगिकता की पहचान के साथ साथ ध्वनि की प्रासंगिकता का स्तरश समझना भी आवश्यक हो जाता है। 'मुर्गे का बांग देना' सिर्फ मुर्गे की आवाज ही नहीं होती वरन् उससे सुबह होने का भी संकेत मिलता है यानी एक ध्वनि अपने स्वरूप से आगे बढ़कर विशेष महत्व प्राप्त कर लेती है। यदि किसी कार्यक्रम की शुरूआत 'उल्लू की आवाज' से हो रही है तो यह भी चिड़िया की आवाज मात्र न होकर अपने साथ रात का, रहस्य का वातावरण उपस्थित करती है। श्रोता उल्लू की आवाज के साथ ही अंधेरे की कल्पना करने लगता है। सामान्य रूप से स्टुडियो में कलाकारों के कदमों की आवाजों पर कभी किसी का ध्यान नहीं जाता लेकिन रेडियो नाटक के किसी दृश्य में 'कदमों की आहट' बहुत प्रभाशाली बनकर उपस्थित हो सकती है, यानी कि रेडियो पर आने के बाद ध्वनियों का अर्थ 'और गहरा' तथा 'विस्तृत' हो जाता है।

ध्वनियों के अर्थपूर्ण होने के बावजूद उनके साथ आने वाले 'शब्द' ही संदर्भ को पूरी तरह स्पष्ट करते हैं। जैसे कि उल्लू की आवाज से शुरू हुए कार्यक्रम में साथ के शब्द ही बता सकेंगे कि कार्यक्रम चिड़ियों पर रूपक का है या किसी जंगल के दृश्य वाले रेडियो नाटक का।

रेडियो पर आनेवाली ध्वनियों के संदर्भ में एक बात और भी ध्यान देने की है। कई बार एक ही प्रकार की ध्वनि से भिन्न भिन्न स्थितियों/दृश्यों का आभास होता है। कई बार स्टुडियो में कृत्रिम रूप से तैयार ध्वनियां जीवन की असली ध्वनियों का आभास देती हैं।। मसलन बंदूक की आवाज के लिए सचमुच की बंदूक ले जाने की जरूरत नहीं होती। 'आंधी' या 'बरसात' या 'नदी' की लहरों के ध्वनि प्रभाव स्टुडियो में ही तैयार हो जाते हैं। किसी भी ध्वनि की प्रकृति या स्वरूप स्पष्ट करने के लिए संवाद या सूत्रधार की आवश्यकता होती है। उदाहरण के लिए एक ही तरह की ध्वनि से मशीन का भी आभास हो सकता है और झरने के बहने का भी। इसीलिए ऐसी ध्वनि के साथ ''अरे, तुम अभी फैक्ट्री में ही हो, तुम्हें तो कहीं जाना था'' वाले संवाद से लगेगा कि ध्वनि मशीन की है और ''मन कर रहा है, इस झरने के पास यूं ही खड़े रहें'' से पता चलेगा कि यह झरने की आवाज है। यानी कि ध्वनियों के साथ शब्दों की आवश्यकता होती है ताकि सही संदर्भ, सही स्वरूप, समझा जा सके।

रेडियों पर ध्वनि के बारे में रोचक बात यह है कि कई बार नकली तरीकों से असली ध्वनियाँ तैयार कर भी जाती हैं जैसे कि नारियल के खोलों के टकराने से घोडे की टाप पैदा की जा सकती है।

3.5.3 संगीत

संगीत रेडियो के संदेशों यानी कार्यक्रमों में प्रमुख भूमिका निभाता है। किसी भी रेडियो स्टेशन से सर्वाधिक प्रसारण संगीत का ही होता है। संगीत का प्रसारण आम तौर पर मनोरंजन प्रदान करने के लिए किया जाता है – जैसे शास्त्रीय संगीत, सुगम संगीत, लोक संगीत, फिल्म संगीत एवं पाश्चात्य संगीत। यूं तो

रेडियो और सी.डी. या ग्रामोफोन से सने जाने वाले संगीत में कोई अंतर नहीं होता किंतु विशेष रूप से तैयार संगीत अथवा शब्दों के तालमेल से संगीत एक 'कोड' का काम करता है अर्थात रेडियो पर एक विशिष्ट भूमिका निभाता है। एक सामान्य फिल्मी गीत भी, जिसे हम सीडी पर कई बार सुन चुके होते हैं, रेडियो के किसी विशेष कम्पेयर्ड प्रोग्राम में नया स्वरूप ग्रहण कर लेता है। इसी तरह किसी 'गीतों भरी कहानी' में वही गीत कहानी को अधिक प्रभावशाली बनाता है। गीतों के इस तरह प्रभावपूर्ण प्रयोग का एक उदाहरण – आकाशवाणी दिल्ली के इंद्रप्रस्थ चैनल के लोकप्रिय कार्यक्रम 'आज सुबह' का हो सकता है। जन समस्याओं पर आधारित इस कार्यक्रम में किसी समस्या या सवाल को उठाकर कार्यक्रम प्रस्तुतकर्ता, समाधानकर्ता के साक्षात्कार के बाद एक गीत प्रस्तुत करता है। यह जुड़ा हुआ गीत कई बार जनाक्रोश को अभिव्यक्ति करता है, कई बार व्यंग्य का तीखा वार करता है, कई बार श्रोताओं को करूणा से भर देता है या समाधनकर्ता के झूठे आश्वासनों को निशाना बनाता है, आदि आदि। एक ही गीत अलग अलग स्थितियों में, अलग अलग शब्दों के साथ नये अर्थ ग्रहण करता है।

संगीत मनोरंजन प्रदान करने के अलावा, रेडियो पर कोई विशिष्ट भूमिकाएं निभाता है तथा रेडियो की भाषा का एक महत्वपूर्ण अंग बन जाता है। इनमें से कुछ भूमिकाओं पर नजर डालते हैं –

1. किसी विशेष संगीत रचना में ढलने के बाद, किसी प्रसारण सेवा की संकेत धुन बनकर उसकी पहचान बनना। आकाशवाणी की विशिष्ट संकेत धुन सुनकर ही कोई भी जान सकता है कि आकाशवाणी का कोई केन्द्र प्रसारण आरम्भ करने जा रहा है।

2. किसी कार्यक्रम की आरंभिक एवं समापन धुन के रूप में कार्यक्रम की सीमाबन्दी का काम कर सकता है। मात्र एक विशेष धुन सुनकर श्रोता यह पहचान कर सकते हैं कि बी.बी.सी का 'विश्व भारती' कार्यक्रम है या राष्ट्रीय प्रसारण सेवा का विविधाष या एफ एम गोल्ड का श्अंदाजे बयांश कार्यक्रम। संगीत की विशिष्ट रचना से ही बच्चों के कार्यक्रम, ग्रामीण कार्यक्रम, महिला कार्यक्रम आदि के लिए विशिष्ट धुनें, कार्यक्रम के अनुरूप मनोभूमि बनाने में सहयोग कर सकता है यानी कि संगीत कार्यक्रमों को जोड़ने का कार्य करता है।

3. मंचीय नाटक में दृश्य बदलने का जो कार्य परदा उठाने गिराने से किया जाता है उसी तरह का काम रेडियो नाटक में संगीत के द्वारा किया जाता है। संगीत को 'फेड इन' करके यानी धीरे–धीरे संगीत का स्वर बढ़ाकर दृश्य की शुरूआत हो सकती है। 'फेड आउट' करके यानी संगीत का स्वर धीरे धीरे घटाकर दृश्य की समाप्ति की जा सकती है। इसी तरह एक विशिष्ट प्रकार का संगीत किसी कार्यक्रम की निरंतरता बनाए रख सकता है अथवा उसकी गति क्रमशः बढ़ा सकता है।

4. रेडियो नाटक या रूपक के बीच में दृश्य की स्थति और पात्रों की मनःस्थिति के अनुकूल संगीत नाटक को मार्मिकता प्रदान करता है। वह श्रोता को अपने साथ बहाकर, पात्रों के दुख दर्द से जोड़ता है।

5. कई बार विशिष्ट प्रकार का संगीत, अनेक ध्वनि प्रभावों के स्थान पर प्रयोग कर किया जाता है, जैसे किसी युद्ध के दृश्य में ।

6. कोई विशेष गीत, किसी विशेष कालखंड या स्थान को इंगित करने के लिए प्रयुक्त किया जा सकता है, जैसे कि स्वाधीनता संग्राम संबंधी गीत, देश की गुलामी के कालखंड की सूचना दे सकता है।

7. संगीत, 'सूचक के रूप में कार्य कर सकता है जैसेकि गणतंत्र दिवस पर फौजी बैंड की धुन गणतंत्र दिवस समारोह की सूचक बन सकती है। इसी तरह किसी अंतर्राष्ट्रीय मेले, विशेष खेल समारोह की धुन, उस समारोह की सूचक बन जाती है।

3.5.4 मौन या पॉज

यूं तो रेडियो ध्वनि का ही माध्यम है किन्तु रेडियो पर ध्वनि की 'अनुपस्थिति' का भी विशेष महत्व है और वह रेडियो के संदेशों में एक महत्वपूर्ण कोड का काम करता है। रेडियो पर 'पॉज' यानी 'चुप्पी' या 'मौन' को भी सुना जा सकता है और महसूस भी किया जा सकता है। रेडियो में 'मौन' की भूमिका दो प्रकार की हो सकती है –

1. पहली भूमिका यह हो सकती है कि 'मौन' रेडियो पर कार्यक्रम समाप्त होने की सूचना दे। किसी कार्यक्रम की सीमारेखा तय करने का काम भी 'मौन' करता है। यानी कि किसी संदेश के शुरू और अंत में थोड़े से पॉज से कार्यक्रम का स्वरूप नियत होता है। जैसेकि समाचारों के बीच में पॉज, एक प्रकार के समाचार के बाद दूसरे प्रकार के समाचार को आसानी से समझने में मदद करता है। किसी वार्ता में पैराग्राफ बदलने का कार्य पॉज से ही संभव होता है। समाचार बुलेटिन में यदि पॉज का. सहारा नहीं लिया जाय तो एक समाचार दूसरे समाचार से जुड़कर हास्यास्पद स्थिति पैदा कर सकता है अथवा अर्थ का अनर्थ करके अप्रिय स्थिति को जन्म दे सकता है। मौन को बेहतर समझने के लिए एक वाक्य का उदाहरण उपयुक्त रहेगा :

   रूको, मत जाओ।

   अब यदि विराम चिन्ह बदल दिया जाए तो वाक्य का अर्थ उलट जाएगा रूको मत, जाओ किंतु रेडियो पर विराम चिन्ह का कार्य 'पॉज' से लेना पडता है –

   रूको....... (पॉज)..........मत जाओ
   रूको...... मत............. (पॉज).........जाओ

2. ध्यान रहे कि यह पॉज कुछ क्षण मात्र का होता है किंतु लंबा पॉज या मौन रेडियो माध्यम के लिए खतरनाक हो सकता है। श्रोता के लिए लम्बे पॉज का अर्थ होगा ट्रांसमिटर या स्टुडियो में कोई खराबी आ गई है या फिर प्रस्तुतकर्ता से कोई गंभीर भूल हो गई है। मौन के इस रूप को, नकारात्मक प्रभाव पैदा करने के रूप में देखा जा सकता है। मौन की दूसरी भूमिका यह हो सकती है कि रेडियो पर कुछ विशेष हो रहा है। यह स्थिति, पहली स्थिति यानी 'कुछ नहीं हो रहा है' की उलट स्थिति है। इसीलिए इस मौन को सकारात्मक प्रभाव वाला मौन कहा जा सकता है। यह मौन रेडियो नाटक के किसी गंभीर दृश्य में तनावपूर्ण स्थिति में अत्यंत मार्मिक एवं गहरा प्रभाव प्रकट कर सकता है। रेडियो का मौन, टेलीविजन अथवा फिल्म के मौन से अधिक प्रभावशाली होता है, सकारात्मक मौन का एक उदाहरण रेडियो नाटक के इस गंभीर दृश्य में देख सकते हैं .... (कांपती आवाज) मेरे ......पास ....आओ बेटे ....मेरी.........(मौन) पिताजी! .... बोलिए पिताजी ....

3. यहाँ 'मौन' मौत से जुड़ी लाचारी, भावुकता एवं मार्मिकता को अभिव्यक्ति देता है तथा श्रोता की कल्पना शक्ति को गहराई प्रदान करता है। दूसरा उदाहरण, हास्य कविताओं या हास्य के कार्यक्रमों में चुटीले व्यंग्यपूर्ण संवादों के बाद हल्का सा मौन ... फिर उभरती हुई हँसी का, ले सकते हैं। यहाँ मौन कविताओं या संवादों के व्यंग्य एवं चुटीलेपन को पूरी तरह उभार देता है।

बोध प्रश्न

5) खाली स्थान भरिये

क) रेडियो से बोले हुए शब्द ....कोड की रचना करते हैं।
ख) ध्वनि होने को आशय है.....................।
ग) रेडियो पर आने के बाद ध्वनियों का अर्थ ....।

6) सही वक्तव्य पर ☑ तथा गलत ☒ पर लगाइए :

क) रेडियो पर मौन की कोई भूमिका नहीं होती।	( )
ख) रेडियो पर कोई विशेष ध्वनि, हमेशा वास्तविक ध्वनि ही होती है।	( )
ग) ध्वनियों का सही संदर्भ स्थापित करने के लिए संवादों की आवश्यकता होती है।	( )

7) संगीत, विशेष रचना के रूप में क्या–क्या भूमिकाएं निभा सकता है? (दो पंक्तियों में उत्तर दीजिए)
....
....

अभ्यास

2. रेडियो पर कार्यक्रम सुनने के लिए स्टेशन लगाते समय, क्या आप किसी विशेष धुन से स्टेशन या कार्यक्रम की पहचान कर सकते हैं? विभिन्न रेडियो चैनलों/कार्यक्रमों की धुनों को ध्यान से सुनें।

3. रेडियो नाटक सुनकर 'मौन' की भूमिका पर विचार कीजिए।
....
....
....
....
....

4. किसी ध्वनि से मशीन का भी आभास हो रहा है और बस में बैठे होने का भी। संवादों से दानों स्थितियां अलग–अलग कीजिए ताकि ध्वनि पहचानी जा सके।
....
....
....
....
....

3.6 रेडियो लेखन की तैयारी

रेडियो प्रसारण के लिए आवश्यक भाषा के तत्वों यानी 'शब्द', 'ध्वनि' और मौन (पॉज) की विस्तृत जानकारी के बाद, आइए देखें कि रेडियो के लिए आलेख लिखने से पहले किन बातों का ध्यान रखना आवश्यक है। हम यह तो समझ ही चुके हैं कि रेडियो में बोलचाल की आसान भाषा का प्रयोग करना चाहिए। लेकिन

रेडियो के लिए कुछ भी लिखने से पहले यह भी आवश्यक है कि रेडियो माध्यम के प्रति हमारे मन में एक आस्था, एक आकर्षण, एक लगाव हो। साथ ही कार्यक्रम क्या है? कार्यक्रम की विधा क्या है? कार्यक्रम के श्रोता कौन होंगे? कार्यक्रम की अवधि क्या है? आलेख लिखते समय क्या–क्या सावधानियां बरती जानी चाहिए, आदि का ध्यान रखना आवश्यक है। आइए आलेख लेखन संबंधी बातों को विस्तार से समझें।

3.6.1 रेडियो लेखन का महत्व

रेडियो पर जो कुछ प्रसारित होता है उसे 'बोले हुए शब्द' कहा जाता है क्योंकि वे किसी आवाज में प्रसारित होते हैं। सब कुछ ऐसे प्रसारित होता है जैसेकि प्रसारणकर्ता, हर श्रोता से आमने सामने बैठकर बातचीत कर रहा हो। किंतु रेडियो से आम तौर पर जो कुछ भी प्रसारित होता है वह सब लिखा हुआ होता है। यानी कि उसका आलेख होता है।

एक छोटी सी उद्‌घोषणा कि ''ये आकाशवाणी का इन्द्रप्रस्थ चैनल है'' भी लिखी हुई होती है। चाहे कार्यक्रम विवरण हो, फर्माइशी फिल्मी गीतों का कार्यक्रम हो, युवाओं या बच्चों का कार्यक्रम हो, सभी के लिए आलेख लिखा जाता है। साक्षात्कार या परिचर्चा अथवा किसी समारोह या मैच के आंखों देखे हाल के अलावा हर कार्यक्रम के लिए मूलभूत आवश्यकता आलेख की होती है। हम यह भी जान चुके हैं कि रेडियो की भाषा का प्राथमिक कोड भी 'शब्द' ही है। इसलिए कार्यक्रम की सफलता 'शब्दों' पर यानी कि उन्हें रचने वाले रेडियो लेखकों पर भी निर्भर है।

3.6.2 रेडियो लेखन किसके लिए

रेडियो लेखक को लिखने से पहले यह जानना आवश्यक है कि वह किनके लिए लिख रहा है? उसके श्रोता कौन हैं? उनकी समझ एवं ज्ञान का स्तर क्या हैं? उनकी रुचियां क्या हैं हैं? उनका मनोविज्ञान क्या है? उनकी आवश्यकताएं क्या हैं? क्या कार्यक्रम किसी विशिष्ट वर्ग के लिए है, जैसे 'श्रमिकों के लिए कार्यक्रम', 'किसानों के लिए कार्यक्रम' या फिर 'शिशुओं के लिए', 'बच्चों के लिए', 'बुजुर्गों के लिए' इसी प्रकार साहित्यिक कार्यक्रम या विज्ञान कार्यक्रम आदि के भी श्रोता अलग होते हैं। यदि कार्यक्रम विशिष्ट वर्ग या विशेष आयु वर्ग के लिए है तो स्वाभाविक है कि उसकी भाषा, उस वर्ग के अनुरूप होगी। उदाहरण के लिए साहित्यिक कार्यक्रम की भाषा, श्रमिक या किसानों के कार्यक्रम के लिए उपयुक्त नहीं होगी। बुजुर्गों के कार्यक्रम की भाषा बच्चों के कार्यक्रम की भाषा से बिल्कुल भिन्न होगी।

यदि कार्यक्रम किसी विशिष्ट वर्ग के लिए नहीं हैं तो रेडियो के सामान्य श्रोताओं के विषय में कुछ सामान्य बातों का ज्ञान आवश्यक है :

1) रेडियो का एक बड़ा श्रोता वर्ग, निम्न मध्यम वर्ग या गरीब वर्ग का होता है।

2) रेडियो का दूसरा श्रोता वर्ग बुद्धजीवियों, अवकाश प्राप्त बुजुर्गों, हॉस्टल के छात्रों/छात्राओं का है जो बौद्धिक सामग्री की तलाश करते हैं या रेडियो सुनते हुए अपना काम करना चाहते हैं या संगीत सुनना पसंद करते हैं। बुद्धिजीवी वर्ग के पास एक तो टेलीविजन से लगकर बैठने का समय नहीं होता, दूसरे उन्हें हल्के फुल्के कार्यक्रम पसंद भी नहीं आते।

3) श्रोताओं का एक वर्ग ऐसा है जो घर से दूर ट्रांजिस्टर को अपना मित्र बनाता है। ऐसे श्रोता, कार्यक्रम प्रस्तुतकर्ताओं में अपने साथी की तलाश करते हैं।

4) अपनी दुकानों पर बैठे दुकानदार या अपने स्टुडियो में बैठे चित्रकार, मूर्तिकार आदि जहाँ मनोरंजन के लिए ट्रांजिस्टर का सहारा लेते हैं वहीं अनेक पत्रकार ताजा समाचारों या सूचनाओं/जानकारियों के लिए ट्रांजिस्टर सुनते हैं।

5) रेडियो का एक श्रोता वर्ग ऐसा है जिसकी लेखक या प्रस्तुतकर्ता कल्पना भी नहीं कर सकता है। रात के समय रेडियो की तरंगें दूर दूर तक जाती हैं और न मालूम किस स्थान पर कौन सा श्रोता या महत्वपूर्ण व्यक्ति आपका कार्यक्रम सुन रहा हो। कई बार देश की सीमा के बाहर भी लोग कार्यक्रम सुनते हैं। ऐसे श्रोता वर्ग का उल्लेख इसलिए आवश्यक है कि रेडियो के किसी भी कार्यक्रम में कभी भी जरा भी लापरवाही नहीं बरती जा सकती।

यानी कि रेडियो का श्रोता वर्ग बड़ा जटिल, व्यापक एवं विरोधाभास युक्त होता है। एक तरफ अनपढ़ तो दूसरी तरफ बुद्धिजीवी। एक तरफ मनोरंजन चाहने वाले तो दूसरी और जानकारियां तलाशने वाले। इसलिए रेडियो कार्यक्रम एक ओर तो अपनी भाषा में अत्यंत सरल सहज हो, वहीं सामग्री ऐसी कि बुद्धजीवी भी पसंद करें।

3.6.3 रेडियो कार्यक्रम की अवधि एवं विधाएँ

रेडियो के लिए लिखने से पहले कार्यक्रम की अवधि का ध्यान रखना बहुत जरूरी है। यदि किसी विषय पर 5 मिनट की वार्ता प्रसारित होनी है तो पूरे विषय को मात्र 4.30 मिनट (30 सेकेंड उद्घोषणा के लिए छोड़कर) में समेटना चुनौतीपूर्ण कार्य है। साथ ही रेडियो कार्यक्रम की विधाओं और उनकी विशेषताओं से परिचित होना भी आवश्यक है। जैसे कि एक अच्छी वार्ता की विशेषताएं क्या हैं। रेडियो कार्यक्रम विधाओं पर इसी पाठ्यक्रम में आपको विस्तृत जानकारी उपलब्ध है। अलग अलग विधाओं के लिए अलग अलग कौशल की आवश्यकता होती है। यूं कार्यक्रम किसी भी विधा में हो, कुछ बातें रेडियो लेखन में सभी के लिए लागू होती हैं। जैसे कि रेडियो कार्यक्रम का आकर्षक प्रारम्भ, विषय सामग्री में नयापन आदि, जिन पर विस्तृत चर्चा इसी इकाई में की जाएगी।

3.7 छपे लेखन एवं रेडियो लेखन में अंतर

छपे हुए लेखों में हम पैराग्राफ बनाकर लिखते हैं इसलिए कई बार नीचे के पैराग्राफ में, पहले के पैराग्राफ का संदर्भ देकर हम लिखते हैं, ''जैसा कि आपने ऊपर पढ़ा है'' या ''जैसा ऊपर लिखा गया है'' आदि। किंतु रेडियो वार्ता में यदि हम इसी प्रकार बोलें तो हास्यास्पद एवं मूर्खतापूर्ण लगेगा क्योंकि श्रोता को ऊपर देखने पर छत या आसमान ही दिखेगा। इसी प्रकार 'निम्नलिखित' या 'निम्नांकित' या नीचे लिखे अनुसार जैसे प्रयोग अनुचित होंगे। मुद्रित माध्यम में हम 'यह' और 'वह' लिखते हैं किंतु रेडियो मे इन्हें 'ये' और 'वो' बोला जाता है। रेडियो में 'एवं' और 'तथा' की जगह 'और' का ही प्रयोग किया जाता है। रेडियो पर 'अतएव' के स्थान पर 'इसीलिए' का प्रयोग अधिक उचित रहता है।

अखबार में हम किसी माह की 10 तारीख को 8 या 7 या 6 तारीख की किसी घटना की खबर पढ़ते हैं तो ''विगत 8 तारीख को ....'' जैसा वाक्य पढ़ते हैं। किंतु रेडियो पर 'परसों' या 'दो दिन पूर्व' या 'पिछले दिनों' जैसे प्रयोग अधिक उचित रहेंगे। यानी मुद्रित माध्यम के 'शब्दो' और 'वाक्यों' को बोलचाल की भाषा में रेडियो के अनुरूप बनाने का प्रयास किया जाता है। एक 'श्रव्य माध्यम' होने के कारण रेडियो की भाषा में और किस किस प्रकार के परिवर्तनों की जरूरत होती है इस पर चर्चा करते हैं।

3.7.1 श्रव्य माध्यम की भाषा

श्रव्य माध्यम की भाषा का अर्थ है ऐसी भाषा जो रेडियो की दृश्यहीनता की कमी को कम से कम कर सके (पूरा करना तो संभव ही नहीं है)। यानी कि ऐसी भाषा जो श्रोता के मस्तिष्क में 'दृश्य प्रभाव' उत्पन्न कर सके। उसकी कल्पना शक्ति या कल्पना के संसार को जगा सके। एक सरल सा उदाहरण उपयुक्त होगा। जब हम रेडियो पर बोलते हैं कि भाखड़ा बांध की ऊंचाई 740 फीट हैं तो रेडियो सुनने वाले को उसकी

ऊंचाई का विशेष बोध नहीं हो पाता और '740 फीट' एक साधारण सा आंकड़ा बनकर हवा में उड़ जाता है और 740 या 640 या 540 का कोई फर्क नहीं पड़ता। लेकिन जब हम रेडियो के लिए आलेख में यह लिखते हैं कि भाखड़ा बांध की ऊंचाई ''एक के ऊपर एक रखे तीन कुतुबमीनारों जितनी है'' या कि ''भाखड़ा बांध की ऊंचाई इतनी है जितनी 125 लोगों के एक के ऊपर एक खड़े होने से बनेगी'' जो हमें भाखड़ा बांध की ऊंचाई का एक दृश्य प्रभाव नजर आता है।

इस प्रकार रेडियो पर सन् 1500 या सन् 1200 कहना उतना उपयुक्त नहीं होगा जितना की आज से 500 वर्ष पहले या 800 वर्ष पहले कहना उपयुक्त होगा।

आंकड़ों का प्रयोग भी रेडियो पर सावधानी से किया जाता है, ''चार लाख पचपन हजार सात सौ'' जैसी किसी संख्या को लगभग साढे चार लाख कहना अधिक उपयुक्त होगा।

मुद्रित माध्यम में क्रमशः का प्रयोग करके दो तीन अलग चीजों को एक साथ मिलाया जाता है किंतु रेडियो की भाषा में इस तरह का प्रयोग श्रोता को परेशानी में डाल सकता है। उदाहरण के लिए – 'थाईलैण्ड', 'मलेशिया' एवं 'पोलैंड' की राजधानियों के नाम क्रमशः 'बैकांक', 'कुआलालम्पुर' एवं 'वॉरसा' हैं।

यही वाक्य रेडियो से बोला ,जाए तो श्रोता को क्रमशः के पहले और बाद के संदर्भ जोड़ने में मुश्किल होगी। इसलिए बेहतर होगा कि देश और राजधानी का नाम साथ साथ बताया जाए।

मुद्रित माध्यम में अक्सर जटिल वाक्यों का प्रयोग किया जाता है किंतु रेडियो पर जटिल वाक्य के लिए स्थान नहीं होता। उदाहरण के लिए यह वाक्य – राष्ट्रपति के साथ विदेश यात्रा पर गए, रक्षा मंत्री ने, जिन्होंने कल ब्रिटेन के रक्षा मंत्री के साथ एक दीर्घकालीन रक्षा समझौते पर हस्ताक्षर किए थे, आज लंदन में एक संवाददाता सम्मेलन में भारत और ब्रिटेन के आतंकवाद के विरुद्ध संघर्ष के संकल्प को दोहराया। ऐसा वाक्य रेडियो के लिए उपयुक्त नहीं है।

3.7.2 छोटे–छोटे वाक्यों की अनिवार्यता

हम जानते हैं कि रेडियो की भाषा के 'कोड' श्रव्य होने के कारण सिर्फ 'समय' में ही रहते हैं यानी जो कुछ बोला जाता है वह तुरंत हवा में विलीन हो जाता है। एक बात और भी गौर करने की है। 'टेलीविजन' फिल्म देखने के लिए दर्शक को अनिवार्य रूप से केवल टेलीविजन या फिल्म को ही देखना होगा। किताब पढ़ने के लिए उसे किताब को ही देखना होगा। रेडियो के साथ सुविधा ये है कि उसे कोई भी काम करते हुए सुना जा सकता है। अर्थात रेडियो के श्रोता का ध्यान बंटा हुआ होता है। इसलिए रेडियो पर यदि वाक्य लम्बा हुआ, कठिन हुआ, उलझा हुआ तो संभव है श्रोता इसे न समझ सके और 'संदेश' असफल हो जाए। किताब या पत्रिका की सामग्री तो बार बार पढ़ी जा सकती है, समझी जा सकती है, शब्दकोश देखा जा सकता है किंतु रेडियो पर श्रोता को सब कुछ साथ साथ समझ में भी आना चाहिए तथा पसंद भी आना चाहिए। इसीलिए छोटे छोटे वाक्य, सीधी, सरल बोलचाल की भाषा का होना जरूरी होता है। उदाहरण के लिए समाचार पत्र में छपे एक लेख के एक पैराग्राफ का नमूना देखें। क्या रेडियो का श्रोता इतने लम्बे वाक्य या कठिन भाषा को समझ पाएगा –

''पुण्य भूमि भारत की विशाल ऐतिहासिक परंपरा में आज से 2037 वर्ष पूर्व, वह मंगलमय पर्व आया जिस दिन के वैभवशाली अतीत की स्मृति मात्र से, कोट्यावधि भारतीयों के वक्षस्थल गर्व से फूल उठते हैं ग्रीवाएं उन्नत हो जाती हैं। जब स्वर्णयुग प्रणेता, हूण शकादि दुष्टदल विजेता, नव संवत्सर जन्मदाता, सुख शांति न्याय धर्मनीति निर्माता, सर्वाधिक प्रतापी, प्रजावत्सल सम्राटश्रेष्ठ वीरवर विक्रमादित्य ने अपने राजकोष से इस राष्ट्र के प्रत्येक व्यक्ति को ऋण से मुक्त किया था।''

दोंनो ही वाक्य 40 और 39 शब्दों से बने हैं। इन 79 शब्दों में रेडियो श्रोताओं के मतलब की बात इतनी भर है कि 2037 वर्ष पहले एक महान पराक्रमी राजा विक्रमादित्य हुए थे जिन्होंने विक्रमी संवत चलाया था।

3.7.3 सरल शब्दों का प्रयोग

हमने मुद्रित लेखन एवं रेडियो लेखन के बीच अंतर को समझते हुए देखा है कि रेडियो पर हमेशा बोले जाने वाले यानी आम बोलचाल के प्रचलित एवं असान शब्द ही प्रयोग किए जाने चाहिए। कठिन शब्दों का प्रयोग 'संदेश' को असफल कर सकता है। पिछले पैराग्राफ में हम देखें तो 'कोट्यावधि भारतीयों', 'ग्रीवाएं उन्नत' 'शकादि दृष्टदलविजेता' जैसे क्लिष्ट शब्दों का प्रयोग किया गया है। इस तरह के प्रयोग रेडियो की भाषा में उचित नहीं है। इसी तरह अन्ततोगत्वा, अन्योन्याश्रित, द्रष्टव्य, अपरिवर्तनीय जैसे शब्दों का प्रयोग भी नहीं करना चाहिए। श्रोता एक भी कठिन शब्द न समझ पाया तो पूरा कार्यक्रम चौपट हो जाएगा। कोई भी श्रोता शब्दकोश लेकर कार्यक्रम नहीं सुन रहा होगा। यदि शब्दकोश हो भी तो जब तक श्रोता शब्दकोश देखेगा कार्यक्रम आगे निकल चका होगा। जहाँ मद्रित माध्यम में विद्वानगण अक्सर भारी भरकम शब्दों लम्बे लम्बे जटिल वाक्यों के साथ अपनी विद्वता का प्रदर्शन करते हैं वहीं रेडियो पर ऐसा 'पराक्रम' घातक सिद्ध हो सकता है। बोलचाल के शब्द अगर 'अंग्रेजी' या 'उर्दू' के भी हों तो उनका प्रयोग उचित होगा जैसे 'चेयरमैन ...., 'एम एल ए', 'जिक्र', 'कम्प्यूटर' जैसे शब्दों का प्रयोग हम रेडियो कार्यक्रमों में अक्सर सुनते ही हैं।

बोध प्रश्न

8. सही वक्तव्य पर ☑ और गलत ☒ के निशान लागाइए

    क) रेडियो वार्ता में 'निम्नलिखित' एव 'उपरोक्त' शब्दों का प्रयोग आवश्यक है। ( )

    ख) रेडियो पर ऐसी भाषा आवश्यक है जो दृश्य प्रभाव उत्पन्न कर सके। ( )

    ग) लम्बे लम्बे वाक्यों के प्रयोग से रेडियो कार्यक्रम प्रभावशाली बनते हैं। ( )

9. खाली स्थान भरिये –

    क) रेडियो पर .... शब्दों का प्रयोग उचित होता है। ( )

    ख) रेडियो पर जो कुछ प्रसारित होता है उसे.............. समझना होता है। ( )

    ग) रेडियो की भाषा में सन् 1800 की बात है, की जगह .... कहना ठीक होगा। ( )

अभ्यास

5. उप–भाग 3.7.1 तथा 3.7.2 में उदाहरण में दिए गए पैराग्राफों को सरल भाषा में, छोटे ृ छोटे वाक्यों में बांटकर लिखिए।

6. नीचे लिखे पैराग्राफ को रेडियो की भाषा में बदलिए शकिसी भी समाज में संज्ञानात्मक प्रक्रियाओं में बदलाव, तर्कमूलक दायरे से बाहर भी जाता है। अगर हम चाहते हैं कि चिंतन के मामले में लोग नए क्षितिजों तक पहुँचने में आत्मनिर्भर हो सकें तो यह भी जरूरी होगा कि वे साथ ही साथ उत्पीड़क सामाजिक संबंधों से मुक्ति पा ले।श

3.8 रेडियो लेखन में सावधानियाँ

रेडियो की भाषा को समझते हुए हम जान चुके हैं कि मुद्रित माध्यम एवं रेडियो माध्यम की आवश्यकताएं अलग अलग हैं। सरल बोलचाल के शब्द एवं छोटे छोटे वाक्यों की बुनियादी आवश्यकताओं के अलावा कुछ दूसरी आवश्यकताएं भी हैं जिन पर 'आलेख' तैयार करते समय ध्यान रखना जरूरी होता है। आइए विस्तार से चर्चा करें।

3.8.1 आकर्षक आरम्भ

यूं तो किसी भी माध्यम और किसी भी विधा के कार्यक्रम के लिए 'आकर्षक आरम्भ' होना महत्वपूर्ण है किंतु रेडियो पर कार्यक्रम का आकर्षक होना खास तौर पर अनिवार्य है। पूरे रेडियो कार्यक्रम का भविष्य आकर्षक आरम्भ पर ही निर्भर करता है। फिल्म या टेजीविजन के पर्दे पर अगर मनचाहा फिल्मी सितारा है तो कार्यक्रम अच्छा न होते हुए भी दर्शक उसे देखना जारी रख सकता है, भले ही कार्यक्रम की सामग्री उसे अच्छी न लग रही हो। किंतु रेडियो पर न कोई 'सुन्दर' चेहरा होता है न कोई सुंदर दृश्य! सिर्फ आवाज और 'शब्द' ही होते हैं जो श्रोताओं को अपना बना सकते हैं, अपने प्रति आकर्षित कर सकते हैं। प्रारम्भ के कुछ ही शब्द यदि अपनी रोचकता से, अपनत्व से श्रोता को बांध लेते हैं, कार्यक्रम से जोड़ देते हैं, उसमें एक जिज्ञासा जगा देते हैं तो कार्यक्रम सुना जाएगा अन्यथा श्रोता कार्यक्रम को बन्द कर देगा या किसी और कार्यक्रम सुनने का प्रयास करेगा। किसी भी विषय पर कार्यक्रम हो तो श्रोता को उस विषय से जोड़ने का प्रयास किया जाना चाहिए। उदाहरण के लिए प्रदूषण पर कोई वार्ता या रूपक लिखा जाना है तो यदि शुरूआत औपचारिक ढंग से करें जैसे – ''प्रदूषण वर्तमान समय की एक गम्भीर समस्या है। भारत ही नहीं पूरा विश्व इससे परेशान है ....'' तो श्रोताओं में कोई जिज्ञासा नहीं जागती। यदि इसी कार्यक्रम को श्रोताओं से सीधे सीधे जोड़ा जाए जैसे – श्क्या दुनिया का आठवां आश्चर्य कहा जाने वाला हमारा ताजमहल काला पड़ जाएगा? तो श्रोता की जिज्ञासा जागेगी, क्योंकि ताजमहल की चिन्ता किसे नहीं है।

इस प्रकार कोई भी कार्यक्रम हो उसकी शुरूआत ऐसी होनी चाहिए कि वो श्रोताओं का ध्यान तुरंत आकर्षित कर सके, उन्हें अपने साथ जोड़ सके।

3.8.2 विषय सामग्री में नयापन

दुनिया के हर क्षेत्र में कुछ न कुछ नया होता ही रहता है। विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में तो नए नए आविष्कार होते ही रहते हैं, इतिहास एवं पुरातत्व जैसे विषयों में भी नए नए तथ्य, नयी नयी व्याख्याएँ सामने आती रहती हैं। जैसेकि पृथ्वीराज चौहान एवं जयचंद को लेकर कुछ नए तथ्य सामने आए हैं। खेल के क्षेत्र में भी नए नए नियम जुड़ जाते हैं। कोई भी श्रोता नई से नई जानकारियाँ हासिल करने की उत्सुकता रखता है। छोटे शहरों, कस्बों या गांवों के श्रोता तो रेडियो से ही उम्मीद लगाए रखते हैं क्योंकि पत्रिकाएं वहाँ पहुंच नहीं पातीं, पुस्तकालय सुविधाओं का अभाव होता है। टेलीविजन यदि है भी तो बिजली संकट बना रहता है। महानगरों में भी गाड़ियों में लोग, संगीत के साथ साथ, नयी नयी सूचनाएँ, समाचार, जानकारियां प्राप्त करने में रुचि रखते हैं।

इसलिए किसी भी रेडियो कार्यक्रम का आलेख लिखते समय, कार्यक्रम के विषय से जुड़ी नयी नयी जानकारियां, शोध करके रखी जानी चाहिए। इसी प्रकार कार्यक्रमों के प्रस्तुतिकरण में भी नयी शैलियां, नए प्रयोग अपनाकर उसे अधिकाधिक रोचक बनाने का प्रयास करना चाहिए। हम विज्ञापनों में नये नये 'आइडिया' रोज ही देखते सुनते हैं जो कुछ पलों में ही हमें लुभा लेते हैं। रेडियो कार्यक्रमों को लिखते समय भी ऐसी ही कल्पनाशीलता, नवीनता और रोचकता की आवश्यकता होती है।

3.8.3 संक्षिप्तता

रेडियो पर किसी भी कार्यक्रम के प्रसारण के लिए सीमित समय ही मिलता है। कोई भी प्रसारण संस्था हो उसका कार्यक्रमों का 'शेड्यूल' बहुत ही सघन एवं जटिल होता है। किसी भी कार्यक्रम के जरा सा भी आगे बढ़ने पर पूरा प्रसारण प्रभावित होता है। शायद ही किसी भी प्रसारण सेवा के पास 'फालतू' या 'खाली' समय होता हो। साथ ही साथ श्रोताओं के पास भी किसी कार्यक्रम को लगातार सुनने की सीमित क्षमता होती है। अतः किसी भी कार्यक्रम को एक सीमित समय में अधिकाधिक प्रभावशाली बनाने की

आवश्यकता होती है। अर्थात किसी भी रेडियो कार्यक्रम के लिए 'संक्षिप्तता' बहुत महत्वपूर्ण है। जिस प्रकार एक विज्ञापन मात्र 10 से 30 सेकेंड की अवधि में लोगों का न केवल ध्यान आकर्षित कर लेता है वरन हजारों लोगों की जुबान पर भी चढ़ जाता है या मुहावरा बन जाता है, उसी प्रकार का दृष्टिकोण रेडियो कार्यक्रम के लिए भी अपनाया जाना चाहिए। किसी भी रेडियो आलेख में एक भी 'फालतू' या अप्रासंगिक शब्दध्वाक्य कार्यक्रम को कमजोर करता है। इसलिए आलेख लिखते समय लम्बी लम्बी भूमिका, दोहराव या अनावश्यक संदर्भो से बचना चाहिए। मात्र चार या साढ़े चार मिनट की वार्ता लिखना, उसमें किसी विषय को समेटना चुनौती भरा कार्य है । अतः गागर में सागर भरने वाला कार्य करना चाहिए।

3.8.4 स्वमूल्यांकन

रेडियो लेखक के लिए यह आवश्यक होता है कि वह अपने आलेख की स्वयं ही जांच परख कर ले तथा यह देख ले कि आलेख रेडियो के माध्यम के अनुकूल है अथवा नहीं। वह अपने आलेख को जोर जोर से बोलकर स्वयं भी सुन सकता है या कैसेट पर रिकॉर्ड कर सुन सकता है अथवा अपने मित्रों, परिवारजनों को भी सुना सकता है तथा उनकी प्रतिक्रिया जान सकता है – उनके चेहरों के भाव कैसे रहे ? क्या उन्हें आलेख में कुछ अनुचित लगा? क्या वे किसी तरह का बदलाव चाहते हैं?

यदि आलेख महिला कार्यक्रम के लिए है तो उसे कुछ महिलाओं को सुनाना ही उपयुक्त होगा और यदि बच्चों के लिए है तो उसे बच्चों को सुनाना फायदेमंद होगा।

कई बार रेडियो नाटक की रिकॉर्डिंग के समय निर्देशक अथवा अभिनेता को संवादों में बार बार परिवर्तन करने पड़ते हैं। स्वाभाविक है कि यदि लेखक ने आलेख को जांच परख लिया होता तो रिकॉर्डिंग के समय असुविधा से बचा जा सकता था।

3.8.5 आपत्तिजनक सामग्री से परहेज

रेडियो आम जनता का माध्यम है यानी लाखों लोगों से जुड़ा हुआ माध्यम है, जिनमें हर जाति, धर्म, वर्ग का व्यक्ति शामिल होता है।

दूसरे रेडियो जितना अंतरंग माध्यम है उतना शायद ही दूसरा माध्यम हो। रेडियो लाखों लोगों को भरोसेमंद साथी लगता है, उनके सुख दुःख का भागीदार होता है। कई श्रोता जो बातें अपने मां बाप तक से छुपाते हैं वह कार्यक्रम प्रस्तुतकर्ताओं से साझा करने का प्रयास करते हैं। इसलिए रेडियो कभी भी किसी भी श्रोता को नाराज करने की कल्पना भी नहीं कर सकता। किसी भी कार्यक्रम का आलेख तैयार करते समय रेडियो लेखक को ध्यान रखना चाहिए कि कोई भी ऐसी बात, ऐसी टिप्पणी न हो जिससे किसी की भावनाओं को चोट पहुंचे। धार्मिक विषयों पर या त्योहारों आदि पर लिखते समय अतिरिक्त सावधानी की आवश्यकता होती है। हास परिहास के कार्यक्रमों या नाटकों आदि में देवी, देवताओं, धार्मिक रीति–रिवाजों के उपहास से बचा जाना चाहिए। किसी वर्ग विशेष, जाति विशेष या किसी महापुरुष पर कटाक्ष करने वाली या किसी को 'हीन' प्रदर्शित करने वाली सामग्री से बचना चाहिए। रेडियो पर विकलांगों का उपहास करने वाले चुटकले वर्जित होते हैं। रेडियो की भाषा में 'अंधा' 'लंगड़ा' 'लूला' 'कोढ़ी' जैसे शब्द वर्जित होते हैं। रंगमंच के नाटकों या पत्रिकाओं में प्रकाशित होने वाली कहानियों में गालियां आम हो गयी हैं किंतु रेडियो पर गालियां पूरी तरह निषिद्ध होती हैं। रेडियो पर किसी प्रकार की 'अश्लीलता' 'फूहड़ता' या 'द्विअर्थी' संवादों का प्रसारण घातक हो सकता है। इस संदर्भ में प्राइवेट एफ. एम. चैनल कई बार जनाक्रोश के शिकार हो चुके हैं तथा कुछ मामले अदालतों तक गए हैं। किसी 'पत्रिका' या 'किताब' या 'फिल्म' को तो श्वयस्कों के लिए श का प्रमाणपत्र देकर उसी तरह से 'वितरण' या 'प्रदर्शन' की व्यवस्था की जा सकती है किंतु रेडियो जैसे व्यापक माध्यम में यह संभव नहीं है। 'सेक्स' संबंधी विषयों या 'कथानकों' पर जानकारी या

अन्य कार्यक्रम प्रसारित करते समय फूंक फूंक कर कदम रखने की जरूरत होती है। एक बात और ध्यान देने की है। कई बार समाचारपत्रों में अनजाने में या साहस दिखाने को या सनसनी फैलाने के लिए कुछ गलत तथ्य या आपत्तिजनक बातें छप जाती हैं। कई बार दो दिन बाद उनका खंडन भी छप जाता है या खेद प्रकट कर दिया जाता है किंत रेडियो जैसे भरोसेमंद माध्यम में ऐसा करना अनुचित होगा। रेडियो पर कही गई बात को, लोग पत्थर की लकीर मानते हैं, उस पर विश्वास करते हैं। इस संदर्भ में एक ही उदाहरण पर्याप्त होगा। श्रीमती इंदिरा गांधी की हत्या के समय, एक विदेशी प्रसारण सेवा से मात्र एक 'जातिसूचक शब्द' के प्रयोग से कई बेगुनाह नागरिक मारे गए तथा करोड़ो की संपत्ति का नुकसान हुआ।

बोध प्रश्न

10. खाली जगह भरिए :

क) रेडियो पर कार्यक्रम का आरम्भ आकर्षक होना ....।

(जरूरी है / जरूरी नहीं है)

ख) कोई कार्यक्रम पसंद न आने पर, दूसरे कार्यक्रम सुनने के विकल्प ....।

(उपलब्ध रहते हैं / उपलब्ध नहीं रहते)

ग) सरल प्रसारण तकनीक के कारण रेडियो पर नवीनतम सूचनाएं दे पाना .... है।

(असंभव / आसान)

11. रेडियो लेखन में किन बातों का ध्यान रखना आवश्यक है –

1) ....   5) ....
2) ....   6) ....
3) ....   7) ....
4) ....   8) ....

अभ्यास

7. अखबार के किसी लेख से दो पैराग्राफ लेकर उसे रेडियो की भाषा में बदलिए।

3.9 सारांश

जो भी रेडियो माध्यम की आवश्यकताओं को समझकर लिख सकता है, अच्छा रेडियो लेखक बन सकता है। रेडियो प्रसारण का अपना ही अनूठा संसार है। इस माध्यम में कुछ कमियाँ हैं तो श्रेष्ठताएं भी हैं। संदेश देने का मूलभूत तरीका है आपसी बातचीत, जिसमें 'भाषा' 'हावभाव' 'अंग संचालन' के कोड कार्य करते हैं। इसमें संदेश ग्रहण करने की गारंटी होती है। छपे हुए माध्यम में 'लिखित सामग्री' 'चित्र' 'रेखाचित्र' 'ग्राफ' आदि 'कोड' संदेश पहुंचाते हैं। संदेश स्थायी होते हैं तथा कभी भी समझे जा सकते हैं। फिल्म या टेलीविजन पर 'तस्वीरें' 'बोले हुए शब्द' 'परदे पर लिखी इबारत (कैप्शन)' आदि संदेश पहुंचाते हैं किंतु उन्हें तुरंत ग्रहण करना पड़ता है। रेडियो कार्यक्रम में बोलती हुई आवाज के कारण, वर्तमान का बोध बना रहता है। श्रोता उद्‌घोषक या कम्पेयर के साथ साथ चलता है। रेडियो के कोड हैं 'शोर' और 'मौन'। शोर स्वयं शब्दों ध्वनियों और संगीत से मिलकर बनता है। शब्द रेडियो से प्रसारित होने पर 'बोले हुए शब्द' के रूप में दोहरे कोड की रचना करते हैं। 'शब्द' कार्यक्रम की सामग्री के और आवाज व्यक्ति या पात्र की सूचक बनती है। रेडियो पर जो कुछ प्रसारित होता है उसका आलेख अवश्य होता है। किसी कार्यक्रम की सफलता रेडियो लेखक पर निर्भर करती है। रेडियो लेखक को श्रोताओं की रुचियाँ और मनोविज्ञान जानना जरूरी होता है। रेडियो लेखन मुद्रित माध्यम से भिन्न होता है। रेडियो पर बोलचाल के शब्दों का प्रयोग किया जाना चाहिए। रेडियो पर ऐसी भाषा का प्रयोग होना चाहिए जो 'दृश्य' उपस्थित करे। कठिन एवं जटिल भाषा से बचना चाहिए। रेडियो पर संक्षिप्तता का ध्यान रखना चाहिए। किसी भी प्रकार की ऐसी बात नहीं लिखी जानी चाहिए जो श्रोताओं की भावनाओं को ठेस पहुंचाए।

3.10 शब्दावली

कम्पेयर : किसी कार्यक्रम के विभिन्न आइटमों को अपनी उद्घोषणाओं और समुचित आलेख से जोड़ने वाले को 'कम्पेयर' कहते हैं। इसे प्रेजेन्टर या एन्कर भी कहते हैं। हिन्दी में इसे निवेदक या प्रस्तुतकर्ता कहते हैं। आजकल इसके लिए रेडियो 'जॉकी' शब्द का भी इस्तेमाल किया जाता है।

प्रसारक : जो प्रसारण करता है यानी कार्यक्रम प्रस्तुतकर्ता वार्ताकार या कलाकार।

फेड इन : संगीत या ध्वनि प्रभाव को कम स्तर पर कार्यक्रम में रिकॉर्ड करना फिर धीरे धीरे आवाज बढ़ाना। जैसे दूर से नजदीक आती भीड़ का शोर धीरे धीरे बढ़ाना।

फेड आउट : किसी संगीत या ध्वनि प्रभाव की आवाज धीरे–धीरे कम करना। जैसे नजदीक से दूर जाती भीड़ का शोर धीरे–धीरे कम कर कम करना।

सूत्रधार (नैरेटर) : जैसे किसी रंगमंचीय नाटक में सूत्रधार, नाटक के पात्रों और दृश्यों के विषय में सामने आकर बताता है वैसे ही रेडियो नाटक या रूपक मे सूत्रधार विषय सामग्री के सूत्र हमें बताता है।

3.11 बोध प्रश्नों के उत्तर

1. क) ☑ ख) ☒ ग) ☑ घ) ☑

2. क) दृश्यहीन/श्रव्य/लचीला/त्वरित
   ख) बार–बार
   ग) सरल
   घ) बोले हुए शब्द, चेहरे के हावभाव एवं अंग संचालन
   ड.) बताकर

3. क) कम, ख) सभी, ग) समय, घ) सशक्त

4. क) ☒ ख) ☒ ग) ☑ घ) ☒

5. क) दोहरे
   ख) कुछ घटित होना
   ग) गहरा और विस्तृत हो जाता है

6. क) ☒ ख) ☒ ग) ☑

7. संकेत धुन, कार्यक्रम का आरंभ और समापन, वातावरण निर्माण, दृश्य बदलना, पात्रों की मनःस्थिति, काल खंड या स्थान की सूचना।
8. क) ख) ग)

9. क) सरल, ख) तुरंत, ग) 200 वर्ष पहले

10. क) जरूरी है, ख) उपलब्ध रहते हैं, ग) आसान

11. (1) श्रोता वर्ग की पहचान
    (2) छोटे छोटे वाक्य
    (3) सरल शब्द
    (4) आकर्षक आरंभ
    (5) विषय सामग्री में नवीनता
    (6) संक्षिप्तता
    (7) स्वमूल्यांकन
    (8) आपत्तिजनक सामग्री से परहेज

ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

इकाई 4 रेडियो समाचार लेखन

इकाई की रूपरेखा

4.0 उद्देश्य
4.1 प्रस्तावना
4.2 समाचार
 4.2.1 समाचार : परिभाषा और प्रमुख तत्व
 4.2.2 समाचार सिद्धांत
4.3 रेडियो समाचार
 4.3.1 रेडियो समाचार : परिभाषा और अन्य माध्यमों से अंतर
 4.3.2 रेडियो समाचार के स्रोत
4.4 रेडियो के लिए समाचार लेखन
 4.4.1 रेडियो समाचार की संरचना
 4.4.2 रेडियो के लिए समाचार लेखन : बुनियादी बातें
4.5 रेडियो समाचार की भाषा शैली
 4.5.1 रेडियो समाचार की भाषा
 4.5.2 रेडियो समाचार के लिए अनुवाद
4.6 रेडियो समाचार की आचार संहिता
4.7 सारांश
4.8 शब्दावली
4.9 बोध प्रश्नों के उत्तर

4.0 उद्देश्य

रेडियो मनोरंजन और शिक्षा के साथ–साथ सूचना और समाचारों का प्रमुख माध्यम है। भारत जैसे विकासशील देश के ग्रामीण इलाकों में रेडियो सूचना और समाचारों का एकमात्र माध्यम है। हालांकि जनसंचार के अन्य प्रमुख माध्यमों, जैसे अखबार और टी.वी. के साथ–साथ रेडियो के समाचारों की विषय–वस्तु आमतौर पर एक ही होती है लेकिन इन माध्यमों की विभिन्नताओं और विशेषताओं के मुताबिक समाचारों के लेखन और प्रस्तुति में काफी अंतर होता है। रेडियो के लिए समाचार लिखते हुए इस बात का ध्यान रखना बहुत जरूरी है कि वह समाचार पढ़ा या देखा नहीं बल्कि सुना जाएगा। प्रस्तुत इकाई के माध्यम से यह स्पष्ट करने की कोशिश की जाएगी।

इस इकाई के अध्ययन के बाद आप समाचार के बुनियादी तत्वों और सिद्धांतों से अवगत हो सकेंगे, समाचारपत्रों और टीवी से रेडियो समाचार के अंतर को समझ सकेंगे, रेडियो समाचार लेखन की तकनीक सीख सकेंगे, रेडियो समाचारों के लिए अनुवाद की प्रक्रिया से अवगत हो सकेंगे और रेडियो समाचार लेखन में आचार संहिता का ध्यान रख सकेंगे।

4.1 प्रस्तावना

रेडियो और समाचारों के बीच बहुत गहरा रिश्ता रहा है। टी.वी. के आने और फैलने से पहले देश के एक बड़े हिस्से के लिए रेडियो समाचारों का प्रमुख और पहला स्रोत रहा है। आज भी ग्रामीण क्षेत्रों में रेडियो ही समाचारों का एकमात्र और पहला स्रोत है। लोगों तक सबसे पहले और सबसे तेजी से समाचार पहुंचाने के मामले में रेडियो की क्षमता का कोई जवाब नहीं है। लेकिन रेडियो के लिए समाचार लेखन आसान काम

नहीं है। इस इकाई में हम रेडियो के लिए समाचार लेखन के विभिन्न पक्षों की चर्चा करेंगे। समाचार लेखन की बारीकियों से परिचित होने से पहले समाचार की परिभाषा, उसके बुनियादी तत्वों ओर सिद्धांतों को समझने की कोशिश करेंगे।

इस इकाई के भाग 4.3 में रेडियो समाचार की विशेषताओं और समाचार के स्रोतों की चर्चा की जाएगी और भाग 4.4 में रेडियो समाचार लेखन के कौशल और कला को स्पष्ट करने की। कोशिश की जाएगी। 4.5 में रेडियो समाचार लेखन में भाषा और शैली के अलावा अनुवाद के महत्व पर भी रोशनी डाली जाएगी।

इकाई के आखिरी हिस्से में रेडियो समाचार की आचार संहिता के अलावा समाचार कक्ष में इस्तेमाल होनेवाली शब्दावली भी दी गयी है ताकि आप रेडियो समाचार कक्ष में काम करने में कठिनाई न महसूस करें।

4.2 समाचार

रेडियो समाचार पर चर्चा से पहले यह समझना बहुत जरूरी है कि समाचार से हमारा आशय क्या है? क्या हर घटना, समस्या या विचार समाचार है? कहने की जरूरत नहीं है कि हमारे आसपास, मुहल्ले–गांव या शहर में, पड़ोसी शहर या राज्य में, देश में या देश के बाहर रोज अनगिनत घटनाएं घटती हैं, महत्वपूर्ण लोग विचार प्रकट करते या बयान देते हैं और बहुतेरी समस्याएं होती हैं लेकिन उनमें से कुछ चुनिंदा घटनाएं, विचार और समस्याएं ही समाचार के रूप में रेडियो, टीवी और समाचार पत्रों के जरिए हम तक पहुंचती हैं। ऐसे में स्वाभाविक तौर पर यह सवाल उठता है कि आखिर वे कौन से कारक हैं जिनके होने से कोई घटना, विचार या समस्या समाचार बन जाती है और बाकी समाचार नहीं बन पाते?

किसी घटना, विचार और समस्या में छिपे समाचारीय मूल्य को समझने और उसे ठीक तरीके से पकड़ने की क्षमता ही किसी पत्रकार की सफलता की पहली शर्त है। निश्चय ही, समाचार मूल्य की पहचान की क्षमता धीरे–धीरे अनुभव के साथ बढ़ती है लेकिन एक नवागंतुक रेडियो पत्रकार के रूप में आपसे यह अपेक्षा की जाती है कि आप अपने कार्यक्षेत्र में घटनेवाली घटनाओं, बयानों/विचारों और समस्याओं में से उन घटनाओं, विचारों और समस्याओं को छांट सके जो आपके रेडियो स्टेशन के श्रोताओं के लिए समाचार हैं। इसलिए एक पत्रकार के रूप में आपका उन तत्वों से परिचित होना बहुत जरूरी है जिससे कोई घटना, विचार या समस्या समाचार बन जाती है।

4.2.1 समाचारः परिभाषा और प्रमुख तत्व

समाचार की दर्जनों परिभाषाएं हैं। अक्सर मजाक में कहा जाता है कि जब कुत्ता आदमी को काटे तो वह समाचार नहीं है लेकन जब आदमी कुत्ते को काट ले तो वह समाचार है। मजाक में ही सही लेकिन यह परिभाषा समाचार के एक अत्यंत महत्वपूर्ण पहलू की ओर इशारा करती है– कोई भी अनपेक्षित या अनोखी घटना, जो सामान्यतया नहीं होती है, समाचार बन सकती है। लेकिन यह समाचार का एक तत्व है और समाचार का दायरा इससे काफी बड़ा है। जैसे इसी उदाहरण को लीजिए – अगर कुत्ता किसी महत्वपूर्ण व्यक्ति (जैसे प्रधानमंत्री, मुख्यमंत्री, कमिश्नर या जिलाधिकारी, किसी फिल्म या क्रिकेट स्टार) को काट ले या फिर किसी महत्वपूर्ण स्थान (जैसे राष्ट्रपति भवन, संसद भवन, हवाई अड्डा या दिल्ली के कनाट प्लेस के व्यस्त बाजार) में कई लोगों का काट ले तो वह भी समाचार बन सकता है। इसमें असामान्यता का तत्व मौजूद है लेकिन साथ ही महत्त्वपूर्ण व्यक्तियों या महत्त्वपूर्ण स्थानों पर होनेवाली घटनाओं को भी जानने में श्रोताओं की रुचि होती है। यही कारण है कि महत्वपूर्ण लोगों से जुड़ी छोटी–बड़ी बातें या घटनाएं भी समाचार बन जाती हैं।

इस तरह से श्रोताओं की रुचि भी समाचार मूल्य तय करने की एक प्रमुख कसौटी हैं। कुछ पत्रकार इस कारक को बहुत महत्व देते हैं। इस आधार पर उन सभी विषयों और मुद्दों पर समाचार देने की कोशिश की जाती है जिनके बारे में श्रोता जानना–सुनना चाहते हैं। लेकिन सवाल उठता है कि श्रोता क्या और क्यों सुनना चाहते हैं? इस प्रश्न के उत्तर में समाचार को परिभाषित करनेवाले कई कारक छिपे हुए हैं।

जाहिर है कि श्रोताओं की सर्वाधिक रुचि अपने आसपास घटनेवाली घटनाओं में होती है। इसे निकटता (Proximity) या स्थानीयता का तत्व कहते हैं। इसी निकटता के आधार पर आप जिस शहर या इलाके में रहते हैं, उसकी छोटी सी घटना या समस्या या बयान भी आपके लिए खबर बन जाती है जबकि सैकड़ों मील दूर किसी जगह पर घटी वैसी ही या उससे बड़ी घटना आपके लिए समाचार नहीं बन पाती। लेकिन निकटता का तत्व केवल भौगोलिक निकटता से ही नहीं बल्कि सांस्कृतिक–सामाजिक निकटता का भी परिचायक है। यही कारण है कि हजारों मील दूर विदेश में भारतीय समुदाय के साथ जुड़ी कोई घटना, समस्या और विचार को भी जानने में श्रोताओं की गहरी दिलचस्पी होती है। इसी तरह श्रोताओं की रुचि उन घटनाओं, विचारों और समस्याओं के बारे में जानने में अधिक होती है, जिनका उनके जीवन पर परोक्ष या सीधा प्रभाव पड़ता है। अगर किसी राज्य में बिजली की दरों में इजाफा होता है तो वह उस राज्य के श्रोताओं के लिए बड़ी खबर है बनिस्पत किसी अन्य राज्य में स्कूलों की फीस में वृद्धि के। इसी तरह मुट्ठी भर लोगों के जीवन को प्रभावित करनेवाली घटनाओं की तुलना में सैकड़ों या हजारों लोगों के जीवन को प्रभावित करनेवाली घटनाएं समाचार हैं।

इसके अलावा लोगों की रुचि विभिन्न तरह के विषयों के बारे में जानने की होती है। जनरुचि के विषयों जैसे सामाजिक संबंध और मुद्दे, फिल्में, खेल, फैशन, यात्रा, शॉपिंग, संस्कृति, जीवनशैली, लोकाचार आदि से जुड़ा घटनाक्रम या कोई नयी चीज भी समाचार बन सकती है। हालांकि ऐसी खबरों को 'सॉफ्ट स्टोरीज' कहा जाता है और उन्हें बुलेटिन में 'हार्ड न्यूज' यानी ताजा समाचारों के प्रसारण के बाद बचे समय में ही जगह मिल पाती है। 'हार्ड न्यूज' दुर्घटना, आपराधिक घटनाएं, राजनीतिक–आर्थिक क्षेत्र में कोई नया घटनाक्रम और उन घटनाओं को कहते हैं जिनकी खबरों को प्रसारण के लिए रोका नहीं जा सकता है जबकि 'सॉफ्ट स्टोरीज' के प्रसारण को टाला भी जा सकता है।

समाचार का एक सबसे महत्वपूर्ण तत्व है – नवीनता या तात्कालिकता। अगर अन्य बातें एक जैसे होती हों तो कल हुई घटना की तुलना में आज और बुलेटिन के पांच घंटे पहले हुई घटना की तुलना में थोड़ी देर पहले घटी घटना समाचार बन जाती है। चौबीस घंटे के चैनलों और रेडियो बुलेटिनों के इस युग में खबरें जितनी तेजी से आती हैं, उतनी ही तेजी से बासी भी हो जाती हैं। इसलिए बुलेटिन तैयार करते हुए संपादक ताजा समाचारों या पहले की किसी खबर के ताजा विकासक्रम को काफी महत्व देते हैं।

इसके अलावा किसी रेडियो स्टेशन या नेटवर्क के श्रोता वर्ग की रुचियों, जरूरतों और पसंद–नापसंद का ख्याल भी रखना पड़ता है। जैसे अगर आप छात्रों और युवाओं के रेडियो चैनल के लिए बुलेटिन तैयार कर रहे हैं तो जाहिर है उसमें शिक्षा, रोजगार, खेल और मनोरंजन जगत से जुड़ी खबरों को प्राथमिकता देनी होगी। इसी तरह आपके रेडियो स्टेशन या नेटवर्क की नीतियां भी समाचारों के निर्धारण और चयन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। जैसे बी.बी.सी. रेडियो और आकाशवाणी के बुलेटिनों को सुनते हुए आप यह देख सकते हैं कि कैसे समाचारों के चयन और प्रस्तुति में नीतियों के अनुसार फर्क साफ दिखता है। समाचार के अन्य तत्वों में दुर्घटनाएं और प्राकृतिक हादसे, टकराव या संघर्ष और ऐसी जानकारियां या सूचनाएं आती हैं जो श्रोताओं के रोजमर्रा के जीवन को प्रभावित करती हों। इस तरह से जिस भी घटना, विचार या समस्या में इनमें से कोई एक तत्व या कुछेक तत्व शामिल हों, वह समाचार बन जाती है।

इस आधार पर अब हम समाचार को परिभाषित कर सकते हैं :

"समाचार किसी भी घटना, विचार, समस्या की ऐसी रिपोर्ट को कहते हैं जिसमें नवीनता, अधिक से अधिक लोगों को प्रभावित करने की क्षमता और असामान्यता के अलावा बड़े पाठक/श्रोता/दर्शक वर्ग की रुचि हो।''

4.2.2 समाचार सिद्धांत

माना जाता है कि समाचार सच्चाई को सामने लाते हैं। श्रोता अपने रेडियो नेटवर्क पर इसलिए भरोसा करते हैं कि वह किसी घटना, विचार या समस्या के बारें में निष्पक्ष तरीके से वास्तविकता को सामने लाएगा। कोई भी समाचार माध्यम अपने श्रोताओं का भरोसा जीते बगैर सफल नहीं हो सकता है और इसके लिए उसे कई कसौटियों पर समाचारों की साख को बनाए रखना होता है।

इन कसौटियों को समाचार सिद्धांत भी कहा जाता है और किसी भी रिपोर्टर को खबर लिखते हुए और संपादक को उसका चुनाव और प्रस्तुत करते ध्यान रखना चाहिए। ये सिद्धांत हैं :

परिशुद्धता या यथार्थता (Accuracy): समाचार लेखन या संपादन में जहां तक संभव हो, यथार्थ या वास्तविकता को ज्यों का त्यों पेश किया जाना चाहिए। तथ्यों के साथ छेड़छाड़, तोड़–मरोड़ करने पर वास्तविकता सामने नहीं आ पाएगी। इसलिए यह जरूरी है कि तथ्यों और सूचनाओं की शुद्धता को अच्छी तरह से जांच परख लिया जाए और समाचार में उन सभी तथ्यों का चयन किया जाए जो संपूर्णता से यथार्थ को प्रतिबिंबित करते हैं।

वस्तुपरकता (Objectivity): वस्तुपरकता का संबंध इस बात से है कि हम किसी घटना और उससे जुड़े तथ्यों को कैसे देखते हैं? दरअसल, कई बार हम किसी घटना से जुड़े तथ्यों को अपने व्यक्तिगत नजरिए और धारणाओं के आधार पर देखते हैं और इस प्रक्रिया में उन तथ्यों और पहलुओं की उपेक्षा कर देते हैं जो उस घटना, विचार या समस्या को यथार्थता के साथ प्रस्तुत करने के लिए जरूरी है। वस्तुपरकता से आशय यह है कि किसी घटना, विचार या समस्या के बारे में समाचार लिखते हुए अपने व्यक्तिगत सोच और धारणाओं को अलग रखते हुए उसे पूरी यथार्थता के साथ रिपोर्ट करना चाहिए।

निष्पक्षता (Impartiality) : निष्पक्षता से तात्पर्य यह है कि पत्रकार को किसी भी घटना, विचार या समस्या से जुड़े किसी भी गुट या समूह का पक्ष नहीं लेना चाहिए और निष्पक्ष रहते हुए यथार्थपूर्ण और वस्तुपरक रिपोर्टिंग करनी चाहिए। लेकिन निष्पक्षता का अर्थ तटस्थता नहीं है और निष्पक्ष होते हुए भी पत्रकार को सही और न्याय के पक्ष में होना चाहिए।

संतुलन (Balance) : संतुलन का अर्थ यह है कि अगर किसी घटना, विचार या समस्या से जुड़े कई पक्ष हैं तो रिपोर्ट लिखते हुए उन सभी पक्षों को सामने लाया जाए या उन्हें अपनी स्थिति स्पष्ट करने दी जाए। संतुलन की मांग है कि अगर किसी व्यक्ति या संस्था के खिलाफ कोई बात कही जा रही है तो संबंधित व्यक्ति या संस्था को भी अपना पक्ष स्पष्ट करने का अवसर मिलना चाहिए। लेकिन कुख्यात अपराधियों आदि के मामले में संतुलन के नाम पर उनका पक्ष देने की कोई तुक नहीं है।

स्रोतीकरण (Attribution) : निष्पक्षता, संतुलन, यथार्थता और वस्तुपरकता बरतने के लिए एक बेहतर तरीका यह है कि सूचनाओं और तथ्यों के स्रोत का स्पष्ट रूप से उल्लेख किया जाए। एक पत्रकार को तमाम जानकारियां विभिन्न स्रोतों से मिलती हैं और अपनी निष्पक्षता और वस्तुपरकता साबित करने के लिए यह अच्छा तरीका है कि विशिष्ट, विवादास्पद और आरोप–प्रत्यारोप वाले बयान और सूचनाएं उन्हीं स्रोतों के हवाले से दी जाएं। स्रोत के उल्लेख से खबर में विश्वसनीयता आ जाती है।

बोध प्रश्न

1. समाचार तैयार करते समय किन–किन बातों का ध्यान रखना होता है? (पांच पंक्तियों में उत्तर दीजिए)

....

....

....

....

....

2. समाचार के गुण बताइए (पांच पंक्तियों में उत्तर दीजिए)

....

....

....

....

....

4.3 रेडियो समाचार

4.3.1 रेडियो समाचार : परिभाषा और अन्य माध्यमों से अंतर

रेडियो मूलतः श्रव्य माध्यम है। इसमें सब कुछ ध्वनि, स्वर और शब्दों का खेल है। इन सब वजहों से रेडियो को श्रोताओं से संचालित माध्यम माना जाता है। रेडियो पत्रकारों को अपने श्रोताओं का पूरा ध्यान रखना चाहिए। इसकी वजह यह है कि समाचारपत्र के पाठकों को यह सुविधा उपलब्ध रहती है कि वे अपनी पसंद और इच्छा से कभी भी और कहीं से भी पढ़ सकते हैं। अगर किसी समाचार/लेख या फीचर को पढ़ते हुए कोई बात समझ में नहीं आई तो पाठक उसे फिर से पढ़ सकता है या शब्दकोश में उसका अर्थ देख सकता है या किसी से पूछ सकता है।

लेकिन रेडियो के श्रोता को यह सुविधा उपलब्ध नहीं है। वह अखबार की तरह रेडियो समाचार बुलेटिन को कभी भी और कहीं से भी नहीं सुन सकता है। उसे बुलेटिन के प्रसारण समय का इंतजार करना होगा और फिर शुरू से लेकर अंत तक बारी–बारी से एक के बाद दूसरा समाचार सुनना होगा। इस बीच, वह इधर–उधर नहीं आ जा सकता है और न ही किसी गूढ़ शब्द या वाक्यांश के आने पर शब्दकोश का सहारा लेने का समय होता है। अगर वह शब्दकोश में अर्थ ढूंढने लगेगा तो बुलेटिन आगे निकल जाएगी। अगर वह किसी शब्द या वाक्यांश का अर्थ नहीं समझ पाता है तो संभव है कि आगे की बुलेटिन में उसकी रुचि खत्म हो जाए।

स्पष्ट है कि रेडियो में अखबार की तरह पीछे लौटकर सुनने की सुविधा नहीं है। अगर रेडियो बुलेटिन में कुछ भी भ्रामक या अरुचिकर है तो संभव है कि श्रोता स्टेशन बदल दे या रेडियो स्विच ऑफ कर दे। रेडियो प्रसारणकर्ताओं को यह समझना होगा कि **रेडियो मूलतः एक रेखीय (linar) माध्यम है और रेडियो समाचार बुलेटिन का स्वरूप, ढांचा और शैली इस आधार पर ही तय होती है।** रेडियो की तरह टेलीविजन भी एक रेखीय माध्यम है लेकिन वहां शब्दों और ध्वनियों की तुलना में दृश्यों/तस्वीरों का महत्व सर्वाधिक होता है। टीवी में शब्द दृश्यों के अनुसार और उनके सहयोगी के रूप में चलते हैं लेकिन रेडियो में शब्द और आवाज ही सब कुछ है।

वैसे तो तीनों ही माध्यमों–प्रिंट, रेडियो और टीवी की अपनी–अपनी चुनौतियां हैं लेकिन संभवतः रेडियो प्रसारणकर्ताओं के लिए अपने श्रोताओं को बांधे रखने की चुनौती सबसे कठिन है।

4.3.2 रेडियो समाचार के स्रोत

रेडियो के समाचारों के स्रोत भी वही हैं जो अन्य माध्यमों के होते हैं। समाचार तो सभी माध्यमों में वही होते हैं, फर्क सिर्फ प्रस्तुति, शैली और लेखन का होता है। चूंकि भारत में रेडियो के क्षेत्र में आकाशवाणी (ऑल इंडिया रेडियो या ए आई आर) का एकाधिकार सा रहा है जो कि कछ वर्षों पहले एफ.एम. के क्षेत्र में निजी प्रसारकों को अनमति मिलने के बाद एक हद तक टूटा है लेकिन निजी प्रसारकों को समाचार प्रसारण की अनुमति न मिलने के कारण समाचारों के मामले में आकाशवाणी का एकाधिकार बना हुआ है। इसलिए हम यहां आकाशवाणी के समाचार सेवा प्रभाग से प्रसारित होने वाले समाचारों के स्रोत की चर्चा करेंगे।

अन्य समाचार संगठनों की तरह आकाशवाणी के समाचारों का प्रमुख स्रोत खुद उसके रिपोर्टर और संवाददाता हैं। संभवतः आकाशवाणी के पास देश भर में पूर्णकालिक और अंशकालिक संवाददाताओं का सबसे बड़ा और विस्तृत नेटवर्क है। आकाशवाणी के समाचार सेवा प्रभाग के दिल्ली मुख्यालय में रिपोर्टिंग यूनिट में 10 से अधिक संवाददाता हैं जबकि सभी राज्यों की राजधानियों और प्रमुख शहरों में भी पूर्णकालिक संवाददाता सक्रिय हैं। इनके अलावा देश के लगभग 524 जिलों में स्थानीय अंशकालिक संवाददाता खबरें जुटाने और उनकी महत्ता के मुताबिक उन्हें राज्य मुख्यालय या दिल्ली भेजने को तत्पर रहते हैं। आकाशवाणी के लगभग आधा दर्जन संवाददाता विदेशों में भी हैं। इस तरह आकाशवाणी से 24 घंटे प्रसारित होनेवाले राष्ट्रीय और राज्य स्तरीय/क्षेत्रीय समाचारों का प्रमुख स्रोत उसके अपने संवाददाता हैं।

आकाशवाणी के समाचारों का दूसरा प्रमुख स्रोत समाचार एजेंसियां–पी टी आई/भाषा और यू एन आई/यूनीवार्ता हैं। समाचार प्रभाग में दोनों एजेंसियों की सेवाएं उपलब्ध हैं और देश–दुनिया की तमाम खबरें समाचार कक्ष में टेलीप्रिंटर पर आती रहती हैं। इसके अलावा विभिन्न राजनीतिक, व्यापारिक, सामाजिक और सांस्कृतिक संगठनों/व्यक्तियों की प्रेस विज्ञप्तियां, हैंडआउट्स और बयान भी फैक्स, ईमेल वगैरह के जरिए समाचार कक्ष में पहुंचती रहती हैं जिन्हें समाचारों की कसौटी पर उपयुक्त होने पर समाचारों में शामिल कर लिया जाता है। आकाशवाणी के समाचारों का एक स्रोत दूसरे समाचार माध्यम भी हैं। समाचार कक्ष में विभिन्न टी.वी. चैनलों और समाचारपत्रों में प्रकाशित–प्रसारित खबरों पर भी नजर रखी जाती है। इसके अलावा आकाशवाणी का मानिटरिंग केन्द्र प्रमुख विदेशी रेडियो प्रसारणों (जैसे बी बी सी, वी ओ ए, रेडियो डचेवेले, रेडियो पाकिस्तान आदि) को सुनता रहता है और उनकी अहम खबरों से समाचार कक्ष को अवगत कराता रहता है।

4.4 रेडियो के लिए समाचार लेखन

रेडियो के लिए समाचार लेखन समाचारपत्रों के लिए समाचार लेखन से कई मामलों में समान और कई मामलों में भिन्न है। चूंकि दोनों माध्यमों की प्रकृति भिन्न है, इसलिए समाचार लेखन करते हुए उसका ध्यान जरूर रखा जाना चाहिए।

4.4.1 रेडियो समाचार की संरचना

रेडियो समाचार की संरचना समाचारपत्रों या टी.वी. की तरह उल्टा पिरामिड (इन्वर्टेड पिरामिड) शैली पर आधारित होती है। चाहे आप किसी भी माध्यम के लिए समाचार लिख रहे हों, समाचार लेखन की सबसे प्रचलित, प्रभावी और लोकप्रिय शैली उल्टा पिरामिड शैली ही है। सभी तरह के जनसंचार माध्यमों में सबसे अधिक समाचार या स्टोरीज इसी शैली में लिखे जाते हैं, लगभग 90 प्रतिशत खबरें इसी संरचना में प्रस्तुत की जाती हैं।

उल्टा पिरामिड शैली में समाचार के सबसे महत्वपूर्ण तथ्य को सबसे पहले लिखा जाता है और उसके बाद घटते हुए महत्वक्रम में अन्य तथ्यों या सूचनाओं को लिखा या बताया जाता है। इस शैली में किसी घटना/विचार/समस्या का ब्यौरा कालानुक्रम के बजाए सबसे महत्वपूर्ण तथ्य या सूचना से शुरू होता है। तात्पर्य यह कि उल्टा पिरामिड में कहानी की तरह क्लाइमेक्स आखिर में नहीं बल्कि खबर के बिल्कुल शुरू में आ जाता है। उल्टा पिरामिड में कोई निष्कर्ष नहीं होता है।

उल्टा पिरामिड संरचना में समाचार लेखन के कई फायदे हैं। इसका पहला लाभ यह है कि यह श्रोताओं की जिज्ञासा के अनुकूल है क्योंकि वे सबसे पहले क्या हुआ, यह जानना चाहते हैं न। कि पूरी कहानी। अगर उनके पास समय का अभाव है तो खबर की पहली कुछ लाइनें सुनकर या पढ़कर ही उनका काम चल जाता है। लेकिन सबसे बड़ा फायदा यह है कि सबसे महत्वपूर्ण बातें समाचार के शुरू में होने के कारण उसे जरूरत और समय सीमा की पाबंदी को देखते हुए छोटा–बड़ा किया जा सकता है। इससे रेडियो बुलेटिन के संपादक को बहुत सहूलियत होती है।

उल्टा पिरामिड के तहत समाचार को तीन हिस्सों में विभाजित किया जा सकता है – इंट्रो (लीड), बॉडी और समापन। इसमें समाचार का इंट्रो या लीड (हिंदी में मुखड़ा भी कहते हैं) सबसे महत्वपूर्ण है। यह समाचार की पहली एक या दो लाइनों को कहा जाता है। इसके बाद बॉडी में समाचार के विस्तृत ब्यौरे को घटते हुए महत्व क्रम में लिखा जाता है। हालांकि उल्टा पिरामिड में अलग से समापन जैसी कोई चीज नहीं होती है और जहां तक प्रासंगिक तथ्य और सूचनाएं दी जा सकती हैं, दी जाती हैं और खबर पूरी हो जाती है। लेकन अगर जरूरी हो तो समय की कमी को देखते हुए आखिरी कुछ लाइनों या पैराग्राफ को काटकर हटाया जा सकता है और उस स्थिति में खबर वहीं समाप्त हो जाएगी।

उल्टा पिरामिड शैली में इंट्रो लेखन को सबसे अधिक महत्व दिया जाता है। समाचार लेखन की सफलता की असली कसौटी इंट्रो लेखन को माना जाता है। इंट्रो से ही समाचार के मिजाज और उसके प्रवाह की दिशा तय होती है। इंट्रो से ही खबर की जान है। अगर इंट्रो आकर्षक, दिलचस्प और उत्सुकता जगानेवाला होगा तो श्रोता पूरी खबर सुनना चाहेगा अन्यथा वह रेडियो बंद कर देगा। इसलिए समाचार के इंट्रो को इस तरह से लिखा जाता है कि वह तुरंत श्रोताओं का ध्यान खींच ले और उन्हें पूरी खबर सुनने के लिए बाध्य कर दे।

इंट्रो ऐसा होना चाहिए कि उसमें खबर की सबसे महत्वपूर्ण बात आ जाए। लेकिन उसे प्रभावी और आकर्षक भाषा में लिखा जाना चाहिए। वह बिल्कुल स्पष्ट, सीधा और सरल होना चाहिए। एक आदर्श इंट्रो 15 से 30 शब्दों के बीच का होना चाहिए। वाक्य छोटा, सरल और सीधा होना चाहिए। इंट्रो में एक साथ सभी या कई सूचनाएं या तथ्य डालने से बचना चाहिए क्योंकि इससे श्रोता भ्रम में पड़ जाता है। आमतौर पर इंट्रो में किसी घटना/विचार/समस्या से जुड़े प्रमुख तथ्य यानी क्या, कब, कहां और कौन (या किसके) के बारे में बताया जाता है। इसके बाद खबर के विस्तार में कैसे और क्यों का उत्तर दिया जाता है।

रेडियो समाचार के एक इंट्रो पर गौर कीजिएः

''उत्तर प्रदेश के उन्नाव जिले में एक बस दुर्घटना में आज बीस लोगों की मौत हो गयी। मृतकों में पांच महिलाएं और तीन बच्चे शामिल हैं।''

एक और उदाहरण देखिएः

''महाराष्ट्र में बाढ़ का संकट गहराता जा रहा है। राज्य में बाढ़ से मरनेवालों की संख्या बढ़कर चार सौ पैंसठ हो गयी है।''

इंट्रो का एक और नमूना–देखिए :

''प्रधानमंत्री ने कहा है कि रोजगार के अधिक से अधिक अवसर पैदा करना सरकार की पहली प्राथमिकता है। वे आज नई दिल्ली में युवाओं के अखिल भारतीय सम्मेलन को संबोधित कर रहे थे।'' इंट्रो कई तरह से लिखा जा सकता है लेकिन एक अच्छे और प्रभावी इंट्रो की खासियत यह होती है कि वह आसानी से समझ में आ सकनेवाली भाषा और शैली में लिखा जाना चाहिए। वैसे इंट्रो के तीन प्रकारों का सबसे अधिक इस्तेमाल होता है।

क) **सारांश इंट्रो**ः अधिकांश इंट्रो इसी शैली में लिखे जाते हैं। जैसा कि नाम से ही स्पष्ट है सारांश इंट्रो में खबर की मुख्य बातों को इंट्रो में पेश किया जाता है। इस तरह के इंट्रो में मुख्यतः क्या, कब और कहां का उत्तर दिया जाता है। यह इंट्रो उन खबरों के साथ बहुत अनुकूल और कारगर बैठता है जहां खबर की केंद्रीय थीम नाटकीय हो और एक ही साथ कई और अंतर्विरोधी तथ्य न हों। एक उदाहरण देखिए :

''उत्तर प्रदेश के जौनपुर शहर के पास श्रमजीवी एक्सप्रेस के जनरल डिब्बे में आज एक बम विस्फोट में बारह यात्रियों की मौत हो गई और पचास से अधिक लोग घायल हो गए हैं। ट्रेन पटना से दिल्ली आ रही थी।''

सारांश इंट्रो में एक तरह से किसी घटना का सार होता है।

ख) **छतरी इंट्रो** : जब किसी खबर में कई महत्वपूर्ण तथ्य हों और यह तय करना मुश्किल हो रहा हो कि किसे प्राथमिकता दी जाए, उस स्थिति में छतरी इंट्रो बहुत कारगर साबित होता है। खासकर जब खबर के महत्वपूर्ण तथ्य अंतर्विरोधी भी हों। छतरी इंट्रो के तहत सभी महत्वपूर्ण तथ्यों को इंट्रो में इस तरह दिया जाता है कि श्रोताओं की उत्सुकता बनी रहे। एक उदाहरण पर ध्यान दीजिएः

''महाराष्ट्र में बाढ़ के बाद फैली महामारी से निबटने के लिए राज्य सरकार ने बाढ़ प्रभावित इलाकों में मेडिकल इमर्जेंसी लगाने की घोषणा की है। इस बीच महामारी से आज दस और लोगों की मौत हो गयी। इसके साथ ही महामारी से मरनेवालों की संख्या बढ़कर अठहत्तर हो गयी है। उधर कांग्रेस अध्यक्ष श्रीमती सोनिया गांधी राज्य के बाढ़ग्रस्त सांगली और सतारा जिलों का दौरा कर रही हैं।''

इस छतरी इंट्रो के बाद समाचार की बॉडी में तीनों प्रमुख बिंदुओं – बाढ़ग्रस्त इलाकों में मेडिकल इमर्जेंसी की घोषणा, महामारी से हो रही मौतें और कांग्रेस अध्यक्ष के दौरे – को अलग–अलग विस्तार से बताया जा सकता है। एक और उदाहरण देखिए :

''इराक में नए संविधान के मसौदे और नए चुनावों के कार्यक्रम पर विचार के लिए राजधानी बगदाद में प्रमुख राजनीतिक दलों की बैठक शुरू हो गयी है लेकिन उधर, उत्तरी शहर मोसुल में आज एक आत्मघाती हमले में तीस इराकी सैनिकों की मौत हो गयी है।''

ऊपर के दोनों ही उदाहरणों में प्रमुख तथ्यों को इंट्रो में प्रस्तुत करने के लिए 'इस बीच', 'उधर' जैसे वाक्यों को जोड़नेवाले शब्दों का इस्तेमाल किया गया है ताकि श्रोताओं को समझने में दिक्कत नहीं हो।

ग) **विलंबित इंट्रो** : यह एक विशेष प्रकार का इंट्रो है और इसका इस्तेमाल कुछ खास तरह के समाचारों, जिन्हें हम 'सॉफ्ट स्टोरीज' कहते हैं, को पेश करने के लिए किया जाता है। विलंबित

इंट्रो में समाचार के सबसे महत्वपूर्ण तथ्य को पहले वाक्य में देने के बजाए थोड़ा रोककर दूसरे या तीसरे वाक्य में प्रस्तुत किया जाता है। एक उदाहरण देखिए :

''यह प्रकृति और इंसान के बीच घंटों चली लड़ाई थी। आखिरकार इसमें जीत इंसानी जिजीविषा की ही हुई। मुंबई में मूसलाधार बारिश से आई बाढ़ में फंसे एक सौ तीस स्कूली बच्चों को कोलाबा में तीन नौजवानों ने सकुशल बाहर निकालकर शानदार साहस का उदाहरण पेश किया है।''

इस इंट्रो में मुख्य बात दो वाक्यों के बाद आती है। यही विलंबित इंट्रो है लेकिन इसका इस्तेमाल कभी–कभार और सावधानी से किया जाना चाहिए।

रेडियो में इंट्रो की शुरुआत कभी भी उद्धरण से नहीं करनी है। "सरकार किसी भी विदेशी हमले से निपटने के लिए तैयार है। यह बात आज प्रधानमंत्री ने नई दिल्ली में पत्रकारों से बातचीत करते हुए कही।'' इसके बजाय यह लिखना बेहतर है – ''प्रधानमंत्री ने कहा है कि सरकार किसी भी विदेशी हमले से निपटने के लिए तैयार है। आज नई दिल्ली में पत्रकारों से बातचीत करते हुए प्रधानमंत्री ने रक्षा तैयारियों पर संतोष जताया।''

इसके अलावा रेडियो में समाचारपत्र की तरह डेटलाइन शुरु में 'नई दिल्ली, 10 जून।' की तरह नहीं दी जाती है बल्कि उसे इंट्रो में ही शामिल कर लिया जाता है। इंट्रो में 'कब और कहाँ' का उत्तर देते हुए डेटलाइन खबर का हिस्सा बन जाती है।

समाचार की संरचना में इंट्रो महत्वपूर्ण है लेकिन इसका अर्थ यह नहीं है कि बॉडी कम महत्वपूर्ण है। इंट्रो के जरिए श्रोताओं में दिलचस्पी पैदा करने के बाद अगर खबर की बॉडी में चुस्ती, प्रभाव और आकर्षण नहीं होगा तो श्रोता निराश हो जाएगा। हो सकता है कि फिर वह बुलेटिन की बाकी खबरें न सुने। इसलिए खबर की बॉडी के प्रति इंट्रो की एक जिम्मेदारी है। इंट्रो में जो बातें कही गयी हैं, उनका विस्तार बॉडी में दिखना चाहिए। ऐसा नहीं होना चाहिए कि इंट्रो और बॉडी के बीच कोई संबंध या तारतम्यता ही नहीं है।

एक संपूर्ण समाचार को पहले से आखिरी वाक्य के बीच सहजता के साथ प्रवाहित होना चाहिए। वाक्यों के बीच सहज और तार्किक संबंध होना चाहिए। वाक्य छोटे, सरल और सीधे होने चाहिए लेकिन अगर पूरी स्टोरी में सभी वाक्य एक ही तरह के होंगे तो वह कुछ अस्वाभाविक सा लगने लगता है। इसलिए कुछ छोटे, कुछ मध्यम और एकाध बड़े वाक्य से सजी रेडियो स्टोरी बेहतर होती है। भाषा बोलचाल की और स्वाभाविक होनी चाहिए।

समाचार की बॉडी, इंट्रो का ही विस्तार है। अगर इंट्रो में एक तथ्य को प्राथमिकता दी गयी है तो बॉडी में भी उसी से जुड़ी सूचनाओं को विस्तार दिया जाएगा। एक उदाहरण पर गौर करिए :

''पंजाब के पठानकोट शहर में आज एक शक्तिशाली बम विस्फोट में चार लोगों की मौत हो गयी और दो अन्य घायल हो गए। घायलों को स्थानीय अस्पताल में भर्ती करा दिया गया है। मृतकों में दो की शिनाख्त हो गयी है। पुलिस के अनुसार पठानकोट के नंदपुरा में बस अड्डे के पीछे कबाड़खाने में गोले से धातु निकालने के दौरान यह विस्फोट हुआ। प्रत्यक्षदर्शियों ने आकाशवाणी के संवाददाता को बताया कि विस्फोट इतना शक्तिशाली था कि उसकी आवाज एक किलोमीटर तक सुनी गयी। पुलिस मामले की छानबीन कर रही है। जिला प्रशासन ने मृतकों के परिजनों को दस–दस हजार रूपए मुआवजा देने की घोषणा की है।''

लेकिन अगर खबर में एक साथ कई महत्वपूर्ण तथ्य हों तो बॉडी लिखने में थोड़ी सावधानी जरूरी है। ऐसे में बेहतर तरीका यह है कि इंट्रो में जिस तथ्य को सबसे अधिक महत्व दिया गया है, बॉडी में भी पहले

उसी को विस्तार दिया जाए और उसके बाद दूसरे पैराग्राफ में दूसरे। महत्वपूर्ण तथ्य को आगे बढ़ाया जाए। एक उदाहरण पर विचार कीजिए :

> **इराक में बंधक भारतीयों के छूटने की संभावनाएं बढ़ गयी हैं। इराकी छापामार गुट द होल्डर्स ऑफ ब्लेक बैनर्स ने बंधकों की हत्या की धमकी अनिश्चितकाल के लिए टाल दी है। विदेश मंत्रालय के प्रवक्ता ने आज नई दिल्ली में पत्रकारों को बताया कि अपहरणकर्ताओं से बातचीत सही दिशा में आगे बढ़ रही है। आज अल अरबिया टी.वी. पर प्रसारित वीडियो फुटेज में बंधकों के पीछे खड़े तीन नकाबपोश अपहर्ताओं को दिखाया गया। उन्हीं में से एक अपहर्ता ने यह लिखित संदेश पढ़कर सुनाया कि बंधकों को मार डालने की धमकी फिलहाल वापस ले ली गयी है क्योंकि अभी बातचीत चल रही है।**

उधर, कुवैत गल्फ लिंक – के.जी.एल. ट्रांसपोर्ट कंपनी के प्रवक्ता ने बगदाद में बताया कि कंपनी के प्रतिनिधि की अपहरणकर्ताओं से सीधी बात हुई है और सभी बंधक सुरक्षित हैं। कंपनी ने बंधकों के जल्दी छूटने की उम्मीद जताई है।

इधर, अपहर्ताओं की नई घोषणा से बंधकां के परिजनों ने राहत की सांस ली है। हिमाचल प्रदेश के मंडी जिले में इस खबर के आने के बाद से खुशी का माहौल है। इराक में बंधक तीनों ट्रक ड्राइवर – अंतर्यामी, सुखदेव और तिलकराज इसी जिले के निवासी हैं।

स्पष्ट है कि समाचार की बॉडी के विभिन्न पैराग्राफ के बीच एक सहज और तार्किक संबंध है। हर पैराग्राफ किसी खास तथ्य/सूचना का विस्तार है और उनके बीच कोई घालमेल नहीं किया गया है।

बोध प्रश्न

3. रेडियो समाचार अन्य संचार माध्यमों द्वारा प्रसारित समाचार से कैसे अलग होता है? (पांच पंक्तियों में उत्तर दीजिए)

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

4. रेडियो समाचार के प्रमुख स्रोतों का उल्लेख कीजिए? (दो पंक्तियों में उत्तर दीजिए)

   ....
   ....

5. समाचार लेखन की उल्टा पिरामिड शैली से आप क्या समझते हैं? (पांच पंक्तियों में उत्तर दीजिए)

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

6. 'इंट्रो' क्या है?

सही उत्तर पर (☑) का निशान लगाइए

क) समाचार का सारांश ( )

ख) समाचार का विस्तार ( )

ग) समाचार का आरंभ ( )

घ) समाचार का विश्लेषण ( )

अभ्यास

समाचार पत्र में छपी किसी खबर को पढ़कर रेडियो के लिए उसका 'इंट्रो' तैयार कीजिए।

4.4.2 रेडियो के लिए समाचार लेखनः बुनियादी बातें

रेडियों के लिए समाचार कॉपी तैयार करते हुए कुछ बुनियादी बातों का ध्यान रखना बहुत जरूरी है।

क) **साफ–सुथरी और टाइप्ड कॉपी** : रेडियो समाचार कानों के लिए यानी सुनने के लिए होते हैं, इसलिए उनके लेखन में इसका ध्यान काफी ज्यादा रखा जाता है। लेकिन एक महत्वपूर्ण तथ्य नहीं भूलना चाहिए कि सुने जाने से पहले समाचारवाचक या वाचिका उसे पढ़ते हैं और तब वह श्रोताओं तक पहुंचता है। इसलिए समाचार कॉपी ऐसे तैयार की जानी चाहिए कि उसे पढ़ने में वाचक/वाचिका को कोई दिक्कत नहीं हो। अगर समाचार कॉपी टाइप्ड और साफ–सुथरी नहीं है तो उसे पढ़ने के दौरान वाचक/वाचिका के अटकने या गलत पढ़ने का खतरा रहता है और इससे श्रोताओं का ध्यान बंटता है या वे भ्रमित हो जाते हैं। प्रसारण के लिए तैयार की जा रही समाचार कॉपी को कम्प्यूटर पर ट्रिपल स्पेस में टाइप किया जाना चाहिए। कॉपी के दोनों ओर पर्याप्त हाशिया छोड़ा जाना चाहिए। एक लाइन में अधिकतम 12–13 शब्द होने चाहिए। पंक्ति के आखिर में कोई शब्द विभाजित नहीं होना चाहिए और पृष्ठ के आखिर में कोई लाइन अधूरी नहीं होनी चाहिए। प्रत्येक लाइन में कितने शब्द हैं, इस बारे में एक सुसंगतता होने से बुलेटिन के संपादक को यह तय करने में सुविधा होती है कि कुल शब्द संख्या के आधार पर कितनी खबरें लेनी हैं और किस खबर को कितना बड़ा लेना है। समाचार कॉपी में ऐसे जटिल और उच्चारण में कठिन शब्द, संक्षिप्ताक्षर (एबीवियेशन्स), अंक आदि नहीं लिखने चाहिए जिन्हें पढ़ने में जुबान लड़खड़ाने लगे।

अंकों को लिखने के मामले में खास सावधानी रखनी चाहिए। जैसे 1 से 11 तक के अंकों को शब्दों में और 12 से 999 तक अंकों में लिखा जाना चाहिए। लेकिन 2837550 लिखने के बजाय, अट्ठाइस लाख सैंतीस हजार पांच सौ पचास लिखा जाना चाहिए अन्यथा वाचक/वाचिका को पढ़ने में बहुत मुश्किल होगी। इसे हमेशा ध्यान में रखना चाहिए। इसी तरह समाचार पत्रों में %, $ जैसे संकेत चिन्हों से काम चल जाता है लेकिन रेडियो में यह पूरी तरह वर्जनीय है यानी प्रतिशत और डालर लिखा जाना चाहिए। जहां भी संभव और उपयुक्त हो, दशमलव को उसके नजदीकी पूर्णांक में लिखना बेहतर होता है। इसी तरह 2837550 रूपए को रेडियो में लगभग अट्ठाइस लाख रूपये लिखना श्रोताओं को समझने के लिहाज से बेहतर है। इस तरह की वित्तीय संख्याओं को उनके नजदीकी पूर्णांक में लिखना चाहिए। लेकिन इसके कुछ अपवाद भी हैं। जैसे खेलों के स्कोर को उसी तरह लिखना चाहिए। सचिन तेंदुलकर ने अगर 98 रन बनाए हैं तो उसे लगभग सौ रन नहीं लिख सकते हैं। इसी तरह मुद्रास्फीति के आंकड़े नजदीकी पूर्णांक में नहीं बल्कि दशमलव में ही लिखे जाने चाहिए।

वैसे रेडियो समाचार में अत्यधिक आंकड़ों और संख्याओं का इस्तेमाल नहीं करना चाहिए क्योंकि श्रोताओं के लिए उन्हें समझ पाना काफी कठिन होता है। आंकड़े तुलनात्मक हों तो बेहतर होता है। ''इस साल गेहूं का उत्पादन पिछले वर्ष के 80 लाख टन से बढ़कर 86 लाख टन हो गया है।'' की तुलना में ''इस साल गेहूं का उत्पादन पिछले वर्ष की तुलना में साढ़े सात फीसदी बढ़कर 86 लाख

टन पहुंच गया ह" ज्यादा सम्प्रेषणीय है। रेडियो समाचार कभी भी संख्या से नहीं शुरू होना चाहिए। इसी तरह तिथियों को उसी तरह लिखना चाहिए जैसे हम बोलचाल में इस्तेमाल करते हैं – ''15 अगस्त उन्नीस सौ पचासी न कि ''अगस्त 15, 1985''।

ख) **डेटलाइन, संदर्भ, संक्षिप्ताक्षर और सम्मानसूचक शब्दों का प्रयोग** : रेडियो में समाचारपत्रों की तरह डेटलाइन अलग से नहीं बल्कि समाचार में ही गुंथी होती है। हम इसकी चर्चा पहले कर चुके हैं। इसी तरह समाचार में समय संदर्भ का मसला भी महत्वपूर्ण है। अखबार दिन में एक बार और वह भी सुबह (और कहीं शाम) छपकर आता है जबकि रेडियो पर चौबीसों घंटे समाचार चलते रहते हैं। श्रोता के लिए समय का फ्रेम हमेशा 'आज' होता है। इसलिए समाचार में 'आज', 'आज सुबह', 'आज दोपहर', 'आज शाम', 'आज तड़के' आदि का इस्तेमाल किया जाता है। इसी तरह ''... बैठक कल होगी'' या ''कल हुई बैठक में...'' का प्रयोग 'पिछले महीने', 'इस साल', 'पिछले साल', 'अगले साल', 'अगले बुधवार' या 'पिछले शुक्रवार' का इस्तेमाल करना चाहिए।

संक्षिप्ताक्षरों के इस्तेमाल में काफी सावधानी बरतनी चाहिए। बेहतर तो यही होगा कि उनके प्रयोग से बचा जाए और अगर जरूरी हो तो समाचार के शुरू में पहले उसे पूरा बता दिया जाए, फिर संक्षिप्ताक्षर का प्रयोग किया जाए। संक्षिप्ताक्षरों के प्रयोग के दौरान यह देखा जाना चाहिए कि वह कितना लोकप्रिय है। जैसे डब्ल्यू.टी.ओ., यूनिसेफ, सार्क, आइ.सी.आइ.सी.आइ. बैंक का इस्तेमाल सीधे भी किया जा सकता है।

रेडियो समाचार में सम्मान सूचक शब्दों का इस्तेमाल समाचार संगठन की शैली पुस्तिका से निश्चित होता है। आकाशवाणी में सम्मानसूचक शब्दों का इस्तेमाल किया जाता है। 'श्री', 'श्रीमती', 'सुश्री' का उपयोग सभी महत्वपूर्ण व्यक्तियों के नामों के पहले किया जाता है। खिलाड़ी इसके अपवाद हैं। लेकन जब पदनाम का इस्तेमाल कर रहे हों तो सम्मानसूचक लगाने की जरूरत नहीं है – 'प्रधानमंत्री श्री नरेन्द्र मोदी के स्थान पर 'प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी' कहना बेहतर है। इसी तरह 'महाराज', 'सुल्तान', 'महारानी', 'राजकुमार', 'शंकराचार्य', 'मौलाना', 'आर्कबिशप' के बाद सम्मानसूचक लगाने की जरूरत नहीं होती

4.5 रेडियो समाचार की भाषा शैली

4.5.1 रेडियो समाचार की भाषा

रेडियो आम आदमी का माध्यम है। भारत जैसे विकासशील देश में उसके श्रोताओं में पढ़े–लिखे लोगों से लेकर निरक्षर तक और मध्यम वर्ग से लेकर किसान–मजदूर तक सभी हैं। रेडियो को इन सभी लोगों की सूचना जरूरतें पूरी करनी हैं। जाहिर है कि लोगों तक पहुंचने का माध्यम भाषा है और इसलिए भाषा ऐसी होनी चाहिए कि वह सभी को आसानी से समझ में आ सके लेकिन साथ ही भाषा के स्तर और गरिमा के साथ कोई समझौता भी न करना पड़े।

हम कई बार दुहरा चुके हैं कि रेडियो श्रव्य माध्यम है, इसलिए रेडियो समाचारों की भाषा भी आम बोलचाल की भाषा होनी चाहिए। इस कारण हमारा यह दायित्व है कि हम आपसी बोलचाल में जिन भारी–भरकम शब्दों का इस्तेमाल नहीं करते हैं, उसका इस्तेमाल रेडियो समाचार में भी न करें। सरल भाषा लिखने का सबसे बेहतर उपाय यह है कि वाक्य छोटे, सीधे और स्पष्ट लिखे जाएं। असल में, जब आप खुद किसी चीज को ठीक से समझ नहीं पाते तो उसे जटिल तरीके से लिखते हैं। इसलिए आप जब भी कोई खबर लिख रहे हों तो पहले यह सोचिए कि यह बात आपको बतानी होती तो कैसे बताते?

रेडियो में आप कितनी सरल, सम्प्रेषणीय और प्रभावी भाषा लिख रहे हैं, यह जांचने का एक बेहतर तरीका यह है कि आप समाचार लिखने के बाद उसे बोल–बोलकर पढ़ें। इस प्रक्रिया में आपको स्वयं यह अहसास हो जाएगा कि भाषा में कितना प्रवाह है, उसे पढ़ने में समाचार वाचक/वाचिका को कोई दिक्कत तो नहीं होगी, क्या उसे सभी लोग आसानी से समझ जाएंगे।

रेडियो समाचार में भाषा और शैली के स्तर पर काफी सावधानी बरतनी पड़ती है। ऐसे कई शब्द हैं जिनका अखबारों में धड़ल्ले से इस्तेमाल होता है लेकिन रेडियो में उनके प्रयोग से बचा जाता है। जैसे रेडियो में निम्नलिखित 'उपरोक्त', 'अधोहस्ताक्षरी' और 'क्रमशः' आदि शब्दों का प्रयोग बिल्कुल मना है। इसी तरह 'द्वारा' शब्द के इस्तेमाल से भी बचने की कोशिश की जाती है क्योंकि इसका प्रयोग कई बार बहुत भ्रामक अर्थ देने लगता है। उदाहरण के लिए इस वाक्य पर गौर कीजिए : ''पुलिस द्वारा चोरी करते हुए दो व्यक्तियों को पकड़ लिया गया'' इसके बजाय ''पुलिस ने दो व्यक्तियों को चोरी करते हुए पकड़ लिया'' ज्यादा उपयुक्त और स्पष्ट है।

इसी तरह रेडियो समाचार में 'तथा', 'एवं', 'अथवा', 'व', 'किंतु', 'परंतु' और 'यथा' जैसे शब्दों के प्रयोग से बचना चाहिए और उनकी जगह 'और', 'या', 'लेकिन' और जैसे शब्दों का इस्तेमाल करना चाहिए। साफ–सुथरी और सरल भाषा लिखने कि लिए गैर जरूरी विशेषणों, सामासिक और तत्सम शब्दों, अतिरंजित उपमाओं से बचना चाहिए। इनसे भाषा कई बार बोझिल होने लगती है। मुहावरों के इस्तेमाल से भाषा आकर्षक और प्रभावी बनती है और उनका प्रयोग होना चाहिए लेकिन मुहावरों का इस्तेमाल स्वाभाविक होना चाहिए और जहां जरूरी हो, वहीं होना चाहिए अन्यथा वह भाषा के स्वाभाविक प्रवाह को बाधित करते हैं।

अभ्यास

एक दिन का अखबार पढ़िए और दस मिनट (लगभग एक हजार शब्द) का रेडियो समाचार तैयार कीजिए।

4.5.2 रेडियो समाचार के लिए अनुवाद

अन्य माध्यमों की तरह रेडियो समाचार में भी समाचारों को विभिन्न भाषाओं में अनुवाद करना पड़ता है। चूंकि भारत जैसे देश में रेडियो (यानी आकाशवाणी) को कई भाषाओं में प्रसारण जनसामान्य तक पहुंचाना पड़ता है, इसलिए विभिन्न भारतीय भाषाओं में समाचार बुलेटिन तैयार करने के लिए मूलतः अंग्रेजी से हिंदी या अन्य भारतीय भाषाओं में काफी अनुवाद होता है। इसकी एक बड़ी वजह यह है कि समाचार के प्रमुख स्रोतों – समाचार एजेंजियों आदि से समाचार अंग्रेजी में प्राप्त होता है। दूसरी वजह यह है कि आकाशवाणी के समाचार सेवा प्रभाग में समाचारों की प्रस्तुति में एकरूपता, विश्वसनीयता और नीतिगत संतुलन बनाए रखने के लिए समाचार सबसे पहले अंग्रेजी में तैयार किए जाते हैं और उसके बाद उसकी प्रतियां विभिन्न भाषाई यूनिटों में – भेज दी जाती हैं, जहां उनका अनुवाद किया जाता है। जाहिर है कि अनुवाद में सिद्धहस्तता बहुत जरूरी है। इसके लिए दोनों भाषाओं पर पकड़ बहुत जरूरी है। अच्छे अनुवाद की पहली शर्त यह है कि अनुवाद के बावजूद अर्थ में कोई अंतर न आए। दूसरी शर्त यह है कि अनुवाद के बावजूद यह नहीं लगना चाहिए कि यह मूल रूप से अनुवादित भाषा में लिखी कॉपी नहीं है। इसका तात्पर्य यह है कि अनुवाद के चक्कर में मूल भाषा के वाक्य विन्यास और शैली को अनुवादित भाषा पर थोपने की कोशिश नहीं करनी चाहिए। हर भाषा का अपना एक मिजाज होता है और अनुवाद करते हुए उसका पूरा ध्यान रखना चाहिए। अनुवाद में शब्दशः अनुवाद यानी मक्खी पर मक्खी बैठाने से बचना चाहिए। उदाहरण के लिए :

''उत्तर प्रदेश के मुख्यमंत्री ने जो राज्य के वित्त मंत्री भी हैं, ने आज चालू वित्तीय वर्ष का बजट पेश कया।'' यह अंग्रेजी की शैली और वाक्य विन्यास की नकल है। इसके बजाय इसे तोड़कर लिखा जाता तो बेहतर होता :

''उत्तर प्रदेश के मुख्यमंत्री योगी आदित्य नाथ ने आज चालू वित्तीय वर्ष का बजट पेश किया। वे आजकल वित्त और नियोजन विभाग का कार्यभार संभाल रहे हैं।''

अनुवाद एक कला है। अच्छे अनुवाद के लिए जरूरी है कि अनुवादक पहले मूल भाषा में लिखी गयी खबर को ध्यान से पढ़े और यह समझने की कोशिश करे कि खबर में क्या कहा गया है। इसके बाद उसे यह सोचना चाहिए कि अगर इसी खबर को हिंदी में कहना होता तो इसे कैसे लिखा जाता। उसे भूल जाना चाहिए कि वह अनुवाद कर रहा है बल्कि उसे मानकर चलना चाहिए कि वह मूल रूप से समाचार लिख रहा है। अनुवाद करते हए उसे सिर्फ तथ्यों और अर्थ का ध्यान रखना चाहिए कि उनके साथ कोई छेड़छाड़ न हो।

अभ्यास

अंग्रेजी का अखबार पढ़ें और उसका अनुवाद कर पांच मिनट (लगभग 500 शब्द) का रेडियो समाचार तैयार करें।

4.6 रेडियो समाचार की आचार संहिता

हर प्रसारण या मीडिया संगठन की अपनी एक आचार संहिता या प्रसारण नीति होती है जिसका पालन करना उस संगठन के कर्मचारियों और अधिकारियों के लिए अनिवार्य होता है।

आकाशवाणी की भी अपनी एक आचार संहिता है। आकाशवाणी के प्रसारणों (समाचारों सहित) में निम्नलिखित बातों की अनुमति नहीं है :

1) मित्र देशों की आलोचना या निंदा
2) धर्मों या समुदायों की निंदा
3) अश्लील या अवमाननापूर्ण सामग्री का प्रसारण
4) हिंसा भड़काने वाली या कानून और व्यवस्था बनाए रखने में बाधक बातों का प्रसारण
5) न्यायालय की अवमानना
6) राष्ट्रपति, राज्यपाल या न्यायपालिका की ईमानदारी पर आक्षेप करना
7) नाम लेकर किसी राजनीतिक पार्टी की आलोचना करना
8) किसी राज्य सरकार या केन्द्र सरकार की दुश्मनीपूर्ण आलोचना करना
9) संविधान का अपमान करना या हिंसा के जरिए संविधान में बदलाव की वकालत करना लेकिन कानूनी तरीकों से परिवर्तन की हिमायत पर रोक नहीं है।
10) प्रधानमंत्री राष्ट्रीय राहत कोष या बाढ़, भूकंप और चक्रवात/तूफान जैसी प्राकृतिक आपदाओं के समय राहत कोष में चंदा देने की अपील के अलावा अन्य किसी प्रकार चंदे के लिए अपील नहीं की जा सकती है।
11) किसी व्यक्ति या संगठन के निजी लाभ के लिए प्रचार।
12) किसी व्यक्ति या उत्पाद का सीधे प्रचार करना।

इसके अलावा आकाशवाणी से समाचारों के प्रसारण के दौरान किन बातों का ध्यान रखा जाना जरूरी है, इसके लिए अलग से 1982 में जी. पार्थसारथी की अध्यक्षता में बनी समिति के निर्देशों का पालन आवश्यक है। इसके अलावा संसद और विधानसभाओं की कार्यवाही की रिपोर्टिंग के लिए 1993 में बनी गीता मुखर्जी समिति के निर्देशों का पालन जरूरी है। इसके साथ ही चुनावों के दौरान कवरेज के लिए अलग निर्देश हैं। ये सभी निर्देश आकाशवाणी के समाचार प्रभाग की ओर से प्रकाशित शैली पुस्तिका में मिल जाएंगे।

बोध प्रश्न

7) रेडियो समाचार की आचार संहिताओं का उल्लेख कीजिए (दस पंक्तियों में उत्तर दीजिए)

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

4.7 सारांश

समाचार की कई परिभाषाएं हैं लेकिन इस बात पर सभी सहमत हैं कि समाचार में नवीनता (तात्कालिकता), प्रभाव, नजदीकी, असामान्यता (अनोखापन), श्रोताओं की रुचि, महत्वपूर्ण व्यक्ति (सेलिब्रिटी), दुर्घटनाएं, प्राकृतिक आपदा, टकराव संघर्ष जैसे तत्व होने चाहिए। इस आधार पर समाचार की परिभाषा यह हो सकती है : "समाचार किसी भी घटना, विचार, समस्या की ऐसी रिपोर्ट को कहते हैं जिसमें नवीनता, अधिक से अधिक लोगों को प्रभावित करने की क्षमता और असामान्यता के अलावा भौगोलिक और सामाजिक निकटता के भाव के साथ बड़े श्रोता वर्ग की रुचि हो।''

समाचार को सच्चाई का पर्याय माना जाता है लेकिन समाचारों की विश्वसनीयता बनाए रखने के लिए कुछ सिद्धांतों का पालन जरूरी है। इन समाचार सिद्धांतों में परिशुद्धता वस्तुपरकता, निष्पक्षता, संतुलन और स्रोतीकरण प्रमुख हैं। समाचार लेखन में इन सिद्धांतों या मूल्यों का ध्यान अवश्य रखा जाना चाहिए।

रेडियो मूलतः श्रव्य माध्यम है। यह मूलतः एक रेखीय माध्यम है और रेडियो समाचार बुलेटिन का स्वरूप, ढांचा और शैली इस आधार पर ही तय होती है। रेडियो में शब्द और आवाज ही सब कुछ है। रेडियो में समाचारपत्रों की तरह खबर को फिर से पढ़ने या कठिन शब्दों का अर्थ देखने के लिए शब्दकोश का सहारा लेने या फिर अपनी इच्छा से समाचार चुनने या पढ़ने की सुविधा नहीं होती है। रेडियो में श्रोता की दिलचस्पी बनाए रखने की चुनौती है।

रेडियो के प्रमुख समाचार स्रोत वही हैं जो अन्य माध्यमों के होते हैं। रेडियो अपने संवाददाताओं के अलावा मुख्य रूप से समाचार एजेंसियों पर निर्भर रहता है। आकाशवाणी के पास पूर्णकालिक और अंशकालिक संवाददाताओं का सबसे विशाल नेटवर्क है।

रेडियो समाचार की संरचना समाचार पत्रों या टी.वी. की तरह उल्टा पिरामिड (इन्वर्टेड पिरामिड) शैली पर आधारित होती है। इस शैली में समाचार के सबसे महत्वपूर्ण तथ्य को सबसे पहले लिखा जाता है और उसके बाद घटते हुए महत्वक्रम में अन्य तथ्यों या सूचनाओं को लिखा जाता है। उल्टा पिरामिड के तहत समाचार लेखन को तीन हिस्सों में विभाजित किया जा सकता है – इंट्रो (लीड), बॉडी और समापन। समाचार की पहली एक या दो लाइनों को इंट्रो या लीड कहा जाता है। इंट्रो खबर की जान है। इंट्रो में

आमतौर पर क्या, कौन, कब और कहां का उत्तर दिया जाता है जबकि समाचार की बॉडी कैसे और क्यों के जरिए उसका विस्तार प्रस्तुत किया जाता है।

इंट्रो मुख्यतः तीन प्रकार के होते हैं – सारांश इंट्रो, छतरी इंट्रो और विलंबित इंट्रो। एक अच्छे और प्रभावी इंट्रो की खासियत यह होती है कि वह आसानी से समझ में आ सकने वाली भाषा और शैली में लिखा जाना चाहिए। वाक्य छोटे, स्पष्ट और सीधे होने चाहिए। पूरी समाचार कॉपी में छोटे वाक्यों के साथ कुछ मध्यम और बड़े वाक्य भी चल सकते हैं बल्कि उससे गति बनी रहती है और एकरूपता से पैदा होनेवाली नीरसता नहीं आ पाती है।

रेडियो के लिए समाचार लिखते हुए कुछ बुनियादी बातों का ध्यान रखना जरूरी है। समाचार कॉपी साफ–सुथरे और पढ़ने में आसान रूप से टाइप्ड होनी चाहिए। अंकों को लिखने में खास सावधानी रखनी चाहिए। समाचार में अत्यधिक आंकड़ों और संख्याओं की भरमार नहीं करनी चाहिए। रेडियो समाचार में डेटलाइन अलग से नहीं बल्कि इंट्रो में ही गुंथी होती है। रेडियो में समय संदर्भ का भी ध्यान रखा जाना अनिवार्य है। संक्षिप्ताक्षरों के इस्तेमाल में सावधानी रखना चाहिए। रेडियो में पदनाम और सम्मानसूचक शब्दों के इस्तेमाल की एक नीति है।

रेडियो आम आदमी का माध्यम है, इसलिए इसकी भाषा भी आम बोलचाल की होनी चाहिए। भाषा में प्रवाह और गति होनी चाहिए। ऐसे कठिन, जटिल, तत्सम और सामासिक शब्दों के इस्तेमाल से बचना चाहिए जिसका अर्थ जानने के लिए शब्दकोश देखना पड़े या समाचारवाचक या वाचिका को पढ़ने में कठिनाई हो। मुहावरों का इस्तेमाल स्वाभाविक रूप से होना चाहिए।

रेडियो के लिए समाचारों का अंग्रेजी से हिंदी में अनुवाद करते हुए ध्यान रखना चाहिए कि अर्थ में अंतर न आए और अनूदित समाचार की संरचना मूल हिंदी की लगनी चाहिए।

आकाशवाणी के समाचार प्रसारण के लिए एक आचार संहिता है जिसका पालन सभी अधिकारियों और कर्मचारियों को करना पड़ता है।

4.8 शब्दावली

बइलाइन : जब किसी विशेष समाचार के साथ उसे देनेवाला संवाददाता का नाम प्रसारित किया जाता है तो उसे बाइलाइन कहा जाता है। इसके जरिए उस खास खबर का श्रेय संवाददाता को दिया जाता है।

बाइट : समाचारों में किसी प्रमुख राजनेता, अधिकारी या प्रवक्ता आदि के जाता है।

डेटलाइन : समाचार जहां से और जिस तिथि को निकल रहा है, उसे डेटलाइन कहा जाता है। रेडियो में यह समाचार का हिस्सा होता है।

डेडलाइन : किसी समाचार बुलेटिन में शामिल होने के लिए किसी समाचार के प्राप्त होने की समय सीमा को डेडलाइन कहा जाता है।

फ्लैश/ब्रेकिंग न्यूज : बुलेटिन के प्रसारण के दौरान प्राप्त होनेवाली अत्यधिक महत्वपूर्ण खबर जिसे अन्य समाचारों को रोककर प्रस्तुत किया जाता है।

हेडलाइन : प्रमुख समाचारों के शीर्षक।

वॉयसकास्ट : संवाददाता की स्वयं की आवाज में फाइल की गयी रिपोर्ट वायसकॉस्ट कही जाती है। इससे बुलेटिन में एक नया रंग आ जाता है।

स्टोरी : समाचार या खबर को स्टोरी भी कहते हैं।

स्लग	:	किसी स्टोरी के अति संक्षिप्त शीर्षक को स्लग कहते हैं।
साइन ऑफ	:	वायसकॉस्ट के आखिर में जब संवाददाता अपना नाम और जहां से रिपोर्ट भेज रहा है, बताकर समाप्त करता है, उसे साइन ऑफ कहते हैं।

4.9 बोध प्रश्नों के उत्तर

1) जनरुचि, नवीनता, तात्कालिकता अधिक से अधिक लोगों को प्रभावित करने की क्षमता।
2) परिशुद्धता या यथार्थता, वस्तुपरकता, निष्पक्षता, संतुलन, स्रोतीकरण।
3) रेडियो श्रव्य माध्यम है।अतएव इसकी भाषा, वाक्य और शब्द सरल और बोधगम्य हो।
4) संवाददाता तथा समाचार एजेंसियां।
5) महत्वपूर्ण खबर सबसे पहले, क्लाइमेक्स आरंभ में कोई निष्कर्ष नहीं।
6) ग
7) देखिए 4.4.1

ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

इकाई 5 उद्घोषणा, कम्पीयरिंग, वार्ता, भेंटवार्ता, परिचर्चा और वार्तालाप

इकाई की रूपरेखा

5.0 उद्देश्य
5.1 प्रस्तावना
5.2 उद्घोषणा
    5.2.1 उद्घोषक के लिए ध्यान देने योग्य बातें
5.3 कम्पीयरिंग
    5.3.1 उदाहरण
5.4 वार्ता
    5.4.1 वार्ता के आवश्यक तत्व
    5.4.2 वार्ताओं के विविध रूप
5.5 साक्षात्कार या भेंटवार्ता
    5.5.1 भेंटवार्ता की तैयारी
    5.5.2 भेटवार्ता के आवश्यक तत्व
    5.5.3 भेंटवार्ता के समय सावधानियां
5.6 परिचर्चा
    5.6.1 परिचर्चा के लिए प्रतिभागियों का चयन
    5.6.2 परिचर्चा में संचालक की भूमिका
    5.6.3 परिचर्चा संबंधी सावधानियां
5.7 वार्तालाप
5.8 सारांश
5.9 शब्दावली
5.10 बोध प्रश्नों के उत्तर

5.0 उद्देश्य

इस इकाई में आप उद्घोषणा, कम्पीयरिंग, वार्ता, साक्षात्कार, परिचर्चा एवं वार्तालाप के विभिन्न पहलुओं से परिचित हो सकेंगे और इसे पढने के बाद आप उदघोषक की विशेषताएं समझ सकेंगे, उद्घोषक बनने की तैयारी कर सकेंगे, कम्पीयरिंग का आलेख लिख सकेंगे, वार्ता विधा से परिचित होंगे, अच्छी वार्ता का आलेख तैयार कर सकेंगे, भेटवार्ता विधा की बारीकियां समझ सकेंगे भेंटवार्ता के रूप में अच्छी भेंटवार्ता कर सकेंगे, परिचर्चा का आयोजन करना सीख सकेंगे, परिचर्चा का संचालन करना सीख पाएंगे और वार्तालाप विधा से परिचित होंगे वार्तालाप का संचालन कर सकेंगे।

5.1 प्रस्तावना

इस इकाई में आप रेडियो कार्यक्रमों की 5 अत्यंत महत्वपूर्ण विधाओं उद्घोषणा, कम्पीयरिंग, वार्ता, साक्षात्कार, परिचर्चा और वार्तालाप से परिचित होंगे। इस इकाई में न केवल आप इन विधाओं का सैद्धांतिक परिचय प्राप्त कर सकेंगे वरन् इनके व्यावहारिक स्वरूप को भी समझ सकेंगे।

अच्छे उद्घोषक कैसे बने, अच्छे कम्पीयर कैसे बने, अच्छी वार्ता का आलेख कैसे तैयार करें, एक अच्छी भेंटवार्ता के लिए भेंटकर्ता को कैसे तैयारी करनी है, क्या क्या सावधानियां रखनी हैं, परिचर्चा का कुशल संचालन कैसे किया जाता है, वार्तालाप का संचालन कैसे करें, ये सब आप सकेंगे तथा खूब अभ्यास कर

सकते हैं। आप किसी रेडियो केन्द्र में उद्घोषक या कम्पीयर के रूप में ही प्रवेश लेंगे तो इस इकाई को ध्यान से पढ़ें और अपना भविष्य संवारें।

5.2 उद्घोषणा

आप जब भी कोई रेडियो केन्द्र सुनते हैं तब एक आवाज आपको बताती है... मीडियम वेव 'इतने' दशमलव 'इतने' मीटर अर्थात इतने 'किलोहर्ट्ज' पर ये आकाशवाणी का अमुक केन्द्र है। आप सुन रहे हैं हमारी तीसरी सभा के प्रसारण ...।

यही उद्घोषणा है। किसी भी रेडियो केन्द्र के प्रसारण की शुरूआत उद्घोषक के स्वर से ही होती है और समापन भी उद्घोषक की आवाज से होती है। उद्घोषक की आवाज रेडियो केन्द्र की पहचान बन जाती है। वह हजारों परिवारों का एक सदस्य सा बन जाता है। वह न केवल प्रसारण केन्द्र का परिचय देता है वरन् हरेक कार्यक्रम के समय एवं नाम की भी उद्घोषणा करता है। वह कई संगीत कार्यक्रमों की 'कम्पीयरिंग' यानी प्रस्तुति भी करता है। यानकि उद्घोषक का कार्य प्रसारण केन्द्र पर बहुत महत्व का होता है।

5.2.1 उद्घोषक के लिए ध्यान देने योग्य बातें

एक अच्छा उद्घोषक ही अच्छी उद्घोषणाएं कर सकता है और अधिक से अधिक श्रोताओं को प्रसारण केन्द्र से जोड़ सकता है, प्रशंसक बना सकता है। आइए, अच्छे उद्घोषक में क्या क्या विशेषताएं हों, उन पर विचार करें। विशेषताएं बताने से पहले, हम आपको यह भी बता दें कि हर केन्द्र पर अस्थाई उद्घोषकों का एक पैनल (सूची) होता है जिन्हें बारी बारी से उद्घोषक के रूप में कार्य करने को बुलाया जाता है। अस्थाई उद्घोषक चुनने के लिए स्वर परीक्षा की जाती है, जिसमें वही विशेषताएं देखी जाती हैं जिनका हम विश्लेषण करने जा रहे हैं।

क) **प्रसारण योग्य स्वरः** प्रसारण योग्य स्वर उद्घोषक की मूलभूत आवश्यकता है। रेडियो का माध्यम श्रव्य माध्यम है और सब कुछ आवाज के सहारे पर ही चलता है। इस कारण कर्णप्रिय, आकर्षक उद्घोषक के लिए अनिवार्य है। आवाज यूं तो कुदरत की देन है तो भी उसे नियमित अभ्यास से निखारा जा सकता है। आजकल अच्छे रिकॉर्डर के उपलब्ध होने के कारण बोलने एवं आवाज को अच्छा बनाने का अभ्यास आसान हो गया है।

ख) **शुद्ध उच्चारणः** रेडियो केन्द्र से प्रसारित कार्यक्रमों में उच्चारण की शुद्धता बहुत अधिक महत्व रखती है। लाखों लोगों ने आकाशवाणी को उच्चारण के लिए मानक माना है तथा सही उच्चारण सीखने का प्रयास किया है। गलत उच्चारण से शब्द का मतलब ही बदल जाता है। हिन्दी शब्दों की बात करें तो कई लोग 'फूल' को 'फ़ूल' (अंग्रेजी के एफ की ध्वनि) बोल देते हैं जबकि फ़ूल माने मूर्ख होता है। फल को लोग फ़ल बोल देते हैं जबकि फ़ल तो चाकू की धार को कहते हैं। अक्सर लोग 'श' को 'स' बोलते हैं जो बहुत अखरता है। कई लोग आकाश को 'अकाश' बोलकर उसे छोटा कर देते हैं। गृह मंत्री को ग्रहमंत्री बोलते हैं जैसे कि उन पर मंगल बुध शुक्र आदि का भी कार्यभार हो। अक्सर स्त्री को 'इस्त्री' या स्कूल को 'सकूल' बोल दिया जाता है।

रेडियो उद्घोषक के लिए अनेक उर्दू शब्दों का प्रयोग भी अनिवार्य होता है। वह अपने आलेख में भले ही ख़त की जगह पत्र शब्द का प्रयोग करे किंतु फिल्म आखिरी ख़त का नाम तो उसे लेना ही पड़ेगा। 'कभी खुशी कभी गम' में ख और ग के नीचे नुक्ता लगा होता है। यदि गम को गम बोला जाए तो वह दुख की बजाए गोंद बन जाएगा। आइए कुछ वाक्यों पर ध्यान दें कि नुक्ते के कारण अर्थ में कैसा बदलाव हो जाता है।

1) '**खुदा**' ने बचाया वरना गहरा गढ़ढा **खुदा** था।
2) आज के **ज़माने** में रौब **जमाने** से काम नहीं चलता।
3) **ग़लती** से बर्फ खुली रह गयी और **गलती** रही।
4) **खाना** ऊपर वाले **ख़ाने** में रखा है।

ग) **स्वर में उतार चढ़ावः** उद्घोषक को उद्घोषणा पढ़नी नहीं होती बल्कि लाखों लोगों को सुनानी होती है। स्वाभाविक है कि उसे ऐसे बोलना है कि हर श्रोता ये समझे कि उद्घोषक उसी से बात कर रहा है। उसे हर शब्द में भावनाएं पिरोनी पड़ती हैं। उसे अपने स्वर में, बोलने के अन्दाज में ऐसी विनम्रता, प्रेम, आत्मीयता भरनी होती है कि श्रोता के साथ एक गहरा रिश्ता बने। हम जानते हैं कि छोटा से पॉज से या शब्दों के उतार–चढाव से वाक्य का परा अर्थ देते हैं किस उद्घोषणा के समय। कैसा समय है। कैसा कार्यक्रम है, कैसे श्रोता हैं उसी के अनुसार उद्घोषक को अपना लहजा बदलना होगा। भक्ति संगीत के कार्यक्रम की उद्घोषणा का लहजा निश्चय ही हास्य व्यंग्य कार्यक्रम की उद्घोषणा से कुछ भिन्न होगा।

घ) **उत्तम सामान्य ज्ञानः** रेडियो केन्द्र से भिन्न–भिन्न विषयों पर भिन्न–भिन्न प्रकार के कार्यक्रम होते हैं इसलिए अच्छी सटीक उद्घोषणा लिखने के लिए उत्तम श्रेणी का सामान्य ज्ञान रखना उद्घोषक के लिए जरूरी है। किसी रेडियो केन्द्र से नए–नए चुने गए अस्थाई उद्घोषक ने उद्घोषणा की 'अब आप शमशाद खाँ से सारंगी गायन सुनेंगे' स्वाभाविक है रेडियो केंद्र उपहास का पात्र बना। एक केंद्र के उद्घोषक ने एक गजल सुनाई जिसके गायक ने ही से लिखा भी था इसलिए रिकॉर्ड में शायर के नाम के आगे अंग्रेजी में सेल्फ लिखा था यानी स्वयं। उद्घोषक ने उद्घोषणा कर दी – इस गजल के गायक थे 'क' और शायर थे... सेल्फ। ऐसी गड़बड़ियां सामान्यज्ञान के अभाव में ही होती हैं। अक्सर नज्म या नगमा को भी उद्घोषक गजल बना देते हैं जबकि तीनों अलग अलग हैं। कई बार 'कम्पीयर' अचानक नहीं आए तो उद्घोषक को ही 'कम्पीयर' का दायित्व संभालना पड़ता है इसलिए भी उसे सामान्य ज्ञान तथा संगीत का भरपूर ज्ञान होना चाहिए। विज्ञान हो या आर्थिक जगत या साहित्य या अन्य क्षेत्र उसे हर विषय की थोड़ी–थोड़ी जानकारी होनी चाहिए।

च) **आलेख लेखन की क्षमताः** उद्घोषक को अपनी उद्घोषणाओं को आकर्षक एवं रोचक बनाने के लिए भाषा पर गहरी पकड़ तो होनी ही चाहिए आलेख तैयार करने की भी क्षमता होनी चाहिए। अच्छी भाषा के बलबूते पर ही वह अपनी उद्घोषणाओं में नवीनता ला सकता है वरना वह घिसी पिटी उद्घोषणाएं ही दोहराता रहेगा। उद्घोषणाओं के अलावा उसे फिल्म संगीत के व अन्य कार्यक्रम प्रस्तुत करते समय भी अच्छे आलेख के लिए, अच्छी भाषा तथा लेखन की कुशलता का परिचय देना होगा।

बोध प्रश्न

1) **सही उत्तर के सामने ☑ तथा गलत के सामने ☒ निशान लगाएं**

क) उद्घोषक की आवाज का कोई महतव नहीं होता। ( )
ख) उद्घोषणा में सही उच्चारण का बहुत महत्व है। ( )
ग) यदि किसी का उच्चारण खराब है तो सुधारा नहीं जा सकता। ( )
घ) आवाज के उतार–चढ़ाव से ही भावनाओं को प्रकट किया जा सकता है। ( )

अभ्यास

किसी रेडियो केन्द्र की उद्घोषणाएं ध्यान से सुनिए। आपको उनमें क्या अच्छाइयां या कमियां नजर आयीं लिखें।

5.3 कम्पीयरिंग

जैसे ही उद्घोषक रेडियो केन्द्र की फ्रिक्वेन्सी इत्यादि बताकर किसी कार्यक्रम की उद्घोषणा करता है जैसे कि–लीजिए अब प्रस्तुत है 'महिलाओं का कार्यक्रम घर संसार' वैसे ही कम्पीयर की भूमिका प्रारंभ हो जाती है। कम्पीयरिंग यानी कि कार्यक्रम का प्रस्तुतिकरण। कम्पीयर को, 'एन्कर' भी कहते हैं और उर्दू में मेजबान तथा अंग्रेजी में 'होस्ट' भी। कम्पीयर की भूमिका समझने के लिए हम किसी कवि सम्मेलन का उदाहरण ले सकते हैं। वहां मंच संचालक की कविता से जनता को परिचित कराना। जो कविता सुनाई गई है उसी के समानांतर अन्य कविता पंक्तियां सुनाना। वह सोच विचार कर कवियों को बुलाता है कि माहौल जमा रहे। जरूरत के अनुसार वह रोचक किस्से भी सुनाता है, लतीफे भी। कवि सम्मेलन की सफलता बहुत कुछ उस पर भी निर्भर करती है। लगभग इसी प्रकार रेडियो कार्यक्रम का कम्पीयर, हजारों श्रोताओं को उन आइटमों की बढ़िया भूमिका बनाकर पेश करता है जो उस कार्यक्रम में सुनाए जाने हैं। वह गीत संगीत भी सुनाता है तथा अपनी ओर से भी कई सारी सूचनाएं व जानकारियां बताता है। कार्यक्रम की सफलता बहुत कुछ उसकी कॅम्पीयरिंग पर निर्भर करती है।

हमने शुरू में ही महिलाओं के कार्यक्रम 'घर संसार' का जिक्र किया था। मान लीजिए 30 मिनट के इस कार्यक्रम में दो टेप बजने हैं – (1) मां के दूध के महत्व पर डॉक्टर से भेंटवार्ता (2) कवयित्री का कवितापाठ। इन दोनों आइटमों की कुल अवधि है लगभग 13 मिनट। बाकी के 17 मिनट में गाने बजने हैं तथा कम्पीयरिंग की जानी है। महिला कम्पीयर कार्यक्रम की संकेत धुन के बाद महिला श्रोताओं से कुछ मौसम की, बच्चों की पढ़ाई आदि की या किसी ज्वलंत खबर की बात करेगी फिर श्रोताओं का मूड हल्का फुल्का बनाने के लिए छोटा सा गीत/लोकगीत सुनवाएगी। फिर वह छोटी सी रोचक भूमिका बनाकर महिलाओं को 'मां के दूध के महत्व' वाली भेंटवार्ता सुनवाएगी। फिर कोई छोटा सा गीत सुनवाकर कोई छोटी सी उपयोगी जानकारी देकर, उनका कविता पाठ का मूड बनाएगी तथा कविता पाठ का टेप सुनवाएगी। फिर वह कुछ विशेष पंक्तियां दुहरा सकती है, किसी अन्य कवि की पंक्तियां भी सुना सकती है तथा कार्यक्रम के अंतिम चरण में महिला श्रोताओं के एक दो पत्र पढ़ सकती है या कोई और रोचक जानकारी दे सकती है।

इसी तरह का कार्य अलग अलग प्रकार के कार्यक्रमों में अलग अलग कम्पीयर करते हैं। बच्चों के कार्यक्रम के कम्पीयर बच्चों की उम्र, भावनाओं, आवश्यकताओं के अनुसार बातचीत करते हैं। कृषि कार्यक्रम के कम्पीयर किसान भाइयों से ग्रामीण बोली में बातचीत करते हैं। लोकगीत सुनवाते हैं, उपयोगी जानकारियां देते हैं। कम्पीयर के लिए भी उद्घोषक की ही तरह भाषा पर पूरी पकड़, सही उच्चारण धाराप्रवाह बोलने की महारत, आलेख लेखन की कुशलता जैसे गुण होना जरूरी है। कॅम्पीयर को पूरा कार्यक्रम प्रस्तुत करने के कारण अपनी कुशलता दिखाने का अवसर अधिक मिलता है। अच्छे कॅम्पीयर हजारों श्रोताओं के चहेते बन जाते हैं। श्रोता उन्हें अपना दोस्त मानते हैं तथा कई बार ऐसी बातें साझी कर लेते हैं जो अपने सगे संबंधियों से भी नहीं करते।

कॅम्पीयर को किसी भी कार्यक्रम में पहले से तैयार आइटमों को पूरी तरह सुन लेना चाहिए। फिर कार्यक्रम की अवधि के अनुसार अपनी ओर से छोटी छोटी उपयोगी जानकारियों का समावेश करना चाहिए। साथ ही आइटमों से तालमेल बैठाते हुए उपयुक्त गीत बजाने चाहिए। आजकल एफ.एम. चैनलों पर कम्पीयर ही

उद्‌घोषक का भी दायित्व संभालते हैं। कम्पीयर विभिन्न प्रकार के कार्यक्रमों में संगीत सुनवाते रहते हैं तथा ट्रैफिक संबंधी, स्वास्थ्य संबंधी या नागरिक जीवन संबंधी जानकारियां देते रहते हैं।

5.3.1 उदाहरण

आइए अब राष्ट्रीय प्रसारण सेवा के विविध कार्यक्रमों की कम्पीयरिंग के अंश का एक उदाहरण देखते हैं:

विविधा की इस इंद्रधनुषी महफिल में आप सभी श्रोताओं का स्वागत है और आज इस महफिल में मैं हूं आपके साथ ममता किरण नमस्कार

श्रोताओं नए वर्ष में हममें से बहुत से लोग कुछ न कुछ संकल्प लेते हैं, कुछ अपनी बुरी आदतों को छोड़ने का तो कुछ नया हासिल करने का। किंतु हममें से कितने हैं जो अपने इन संकल्पों को पूरा कर पाते हैं? दो चार दिन तो संकल्प का सख्ती से पालन किया जाता है किंतु फिर अपने उसी रूटीन पर आ जाते हैं। दोस्तो कोई भी चीज पाना या अपनी मंजिल या लक्ष्य तक पहुंचना इतना आसान तो नहीं होता बाधाएं तो आती ही हैं और इन बाधाओं को ही पार करना होता है अपनी दृढ़ इच्छा शक्ति से ताकि अपनी मंजिल तक जरूर पहुँचा जाए। जो कुछ आपने इस नए वर्ष में पाने का संकल्प लिया है उसे जरूर पाएं यही हमारी कामना है।

गीत : सुनो गुजर क्या गाए –समय बदलता जाए ....

गायन की परम्परा हमारे यहां शुरू से रही है कोई भी काम करते समय गुनगुनाना या फिर बच्चों को सुलाते समय लोरी गाना। जब भी हम अकेले होते हैं तो भी अक्सर गुनगुनाते हैं। इस गायन में हमारे मन के अनेक भाव प्रकट होते हैं। गायन की–शैलियां विभिन्न प्रांतों में भले ही अलग अलग हों किंतु भावनाएं तो सर्वत्र एक जैसी ही रहती हैं। इसी कड़ी में आज हम आपको हरियाणा लिए चलते हैं और वहां की एक लोकप्रिय गायन शैली रागिनी के बारे में जानते हैं डॉ जय नारायण कौशिक से...

वार्ता

वार्ता के बाद – रागिनी का टेप

बोध प्रश्न

2) **सही ☑ या गलत ☒ निशान लगाएं**

- क) किसी कार्यक्रम की सफलता में कम्पीयर की कोई भूमिका नहीं होती। ( )
- ख) कॅम्पीयर के लिए भाषा की जानकारी होना जरूरी नहीं है। ( )
- ग) कॅम्पीयर को कार्यक्रम में शामिल हर आइटम सुनना चाहिए। ( )
- घ) कॅम्पीयर को अपनी ओर से कोई जानकारी नहीं देनी चाहिए। ( )

अभ्यास

किन्हीं तीन कॅम्पीयरिंग कार्यक्रमों की कॅम्पीयरिंग ध्यान से सुनें तथा तुलना करें कि किस में क्या अच्छा था?

5.4 वार्ता

वार्ता उच्चारित–शब्द कार्यक्रमों की मूलभूत विधा है। यदि आप किसी भी रेडियो केन्द्र के कार्यक्रमों की सूची और उसके अन्तर्गत प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों का विवरण सुनेंगे तो उनमें आपको कई वार्ताओं का जिक्र

अवश्य मिलेगा। 'वार्ता' आमतौर पर कार्यक्रम प्रसारित करने का आसान तरीका माना जाता है। कोई पर्व, त्यौहार हो, महत्वपूर्ण घटना हो या अचानक किसी विषय पर कार्यक्रम प्रसारित करना हो तो बस किसी को फोन किया और वार्ता लिख लाने का अनुरोध कर दिया। हालांकि सच्चाई यही है कि 'वार्ता' का 'सचमुच' वार्ता बन पाना कम ही हो पाता है। यानीकि वार्ता लिखना एक चुनौतीपूर्ण कार्य है।

वार्ता यानी अंग्रेजी में 'टॉक' का हिन्दी नाम। समझने के लिए हम समझ सकते हैं कि जैसे अखबारों या पत्र पत्रिकाओं में लेख छपते हैं उसी तरह रेडियो पर वार्ता होती है। किंतु यदि अखबार में छपा लेख सीधे सीधे रेडियो पर पढ़ दिया जाए तो क्या वह 'वार्ता' बन जाएगा? नहीं, क्योंकि आपको पता है कि छपी हुई भाषा और रेडियो की भाषा में बहुत अन्तर होता है। वार्ता का अर्थ है बातचीत करना। वार्ता का रेडियो पर अर्थ बन जाता है श्रोताओं से बातचीत करना। स्वाभाविक है कि भाषण भी 'वार्ता' नहीं है। रेडियो वार्ता का अर्थ है किसी विषय का जानकार श्रोताओं से बातचीत की शैली में उस विषय की जानकारी दे।

5.4.1 वार्ता के आवश्यक तत्व

जैसे कि हमने बात की थी कि वार्ता का सचमुच वार्ता हो पाना कठिन होता है। आइए यह देखने का प्रयास करें कि अच्छी वार्ता कैसे लिखी जा सकती है? अच्छी वार्ता के जरूरी तत्व क्या हैं?

सबसे पहले तो यह समझ लें कि अच्छी वार्ता किसे कहेंगे। वार्ता को सुनते ही श्रोता की रुचि जगे। पूरी वार्ता कब समाप्त हुई पता न चले। श्रोता को कुछ नयी एवं अनूठी एवं रोचक जानकारी मिले। आइए अब वार्ता के तत्वों पर विस्तृत विचार करें :

i) **आकर्षक आरम्भ** : वार्ता का सबसे महत्वपूर्ण तत्व उसका आकर्षक आरम्भ है। पहला वाक्य सुनते ही श्रोता वार्ता के विषय के प्रति उत्सुक हो जाए यह आवश्यक ही नहीं अनिवार्य होता है। अन्यथा श्रोता कोई और कार्यक्रम सुनने लग सकता है। कोई भी विषय हो उसकी शुरुआत ऐसे हो कि वह आम श्रोताओं के जीवन से या परिचित सन्दर्भो से जुड़े। एक उदाहरण देखें :

   मान लीजिए कि 'ट्रांसजीनिक पौधों', पर विज्ञान वार्ता है यदि वैज्ञानिक शब्दावली वाली औपचारिक शुरुआत हुई तो एक आम श्रोता नहीं समझ जाएगा। लेकिन इस विषय पर वार्ता की शुरुआत निम्नलिखित तरह से की जाय तो एक अनपढ़ श्रोता की रुचि भी विषय के प्रति जगेगी :

   क) अगर किसी पौधे की जड़ से आलू निकालें और शाखाओं पर टमाटर लगें तो आपको कैसा लगेगा। यह कोई गप्प या चमत्कार नहीं बल्कि सच्चाई है। वैज्ञानिकों ने जीन तकनीक से ऐसा ही पौधा तैयार कर लिया है। आइए इस तकनीक पर विस्तार से चर्चा करें।

   ख) यदि बच्चे को गेंद की जरूरत है और गेंद नहीं है तथा बाजार भी दूर है तो आप उसे गेंद की जगह 'टमाटर' खेलने को दे सकते हैं। यह कोई गप्प या परीकथा न होकर एक सच्चाई है। वैज्ञानिकों ने जीन तकनीक से ऐसा टमाटर विकसित करने में लगभग सफलता पा ली है। आइए इस तकनीक को विस्तार से जानने का प्रसास करें।

   अक्सर किसी महापुरुष पर वार्ता लिखते समय वार्ताकार (वार्ता लेखक) यूं शुरुआत करता है 'क' का जन्म अमुक स्थान पर अमुक सन् में हुआ था उनके पिता का नाम 'ख' और मां का नाम 'ग' था... ऐसी औपचारिक शुरुआत की बजाय महापुरुष के जीवन के किसी प्रेरक प्रसंग से या उनके किसी अनूठे योगदान से शुरुआत उचित होगी।

ii) **बोलचाल की भाषा** : वार्ता चाहे जिस विषय पर भी हो वह ऐसी सरल सहज बोलचाल की भाषा में होनी चाहिए कि सभी श्रोता उसे आसानी से समझ सकें। वार्ता में सामग्री तो ऐसी हो कि विद्वान से विद्वान को भी रुचिकर लगे तथा उन्हें भी कुछ नयी जानकारी मिल सके किन्तु भाषा इतनी सरल हो कि पान की दुकान पर बैठे श्रोता भी उस विषय में कुछ जान सकें। आंकड़ों की भरमार वार्ता को नीरस बनाती है। आंकड़ों का प्रयोग अत्यंत सूझबूझ के साथ किया जाना चाहिए। भाषा में एक प्रकार की चित्रात्मकता लाने का प्रयास किया जाना चाहिए यानी ऐसी भाषा जिससे दृश्य का निर्माण होता हो। भाषा में जरा सी भी जटिलता या उलझाव, वार्ता के प्रसारण असफल कर देगा। हम रेडियो की भाषा की इकाई में यह जान ही चुके हैं कि रेडियो 'यह' 'ये', वह 'वा' बन जाते हैं। 'अतः', 'एंव', 'तथा', 'अतएंव', 'चूंकि' जैसे कई शब्द भी प्रयोग नहीं किए जाते। बड़े बड़े वाक्यों की जगह, छोटे छोटे वाक्यों का प्रयोग किया जाता है। वार्ता में जब भी किसी स्थान, उपकरण, किताब या अन्य कोई नाम आए तो यह स्पष्ट उपकरण आदि। संभव है श्रोता उस स्थान, किताब या उपकरण आदि से परिचित न हो। कुल मिलाकर ऐसी भाषा का प्रयोग होना अपेक्षित है कि श्रोता आसानी से समझ भी सकें तथा उन्हें विषय में रुचि भी जगे।

यहां एक और बात भी ध्यान देने की है – वार्ता का अर्थ है बातचीत। आमने सामने की बातचीत में तो सामने वाला 'हां', 'हूं' करता रहता है किंतु रेडियो वार्ता में वार्ताकार स्टुडियो में अकेला होता है और श्रोता उससे सैकड़ों किलोमीटर दूर हो सकते हैं। इसलिए उसे वार्ता में इसी 'आइए हम देखें', 'चलिए अब हम देखते हैं', 'आपने अक्सर देखा होगा', 'क्या आपको नहीं लगता'... जैसे वाक्यांश का प्रयोग कर अपने साथ जोड़े रखना चाहिए।

iii) **सतत प्रवाह** : किसी भी वार्ता की अवधि 5 मिनट से लेकर 7 मिनट तक ही उचित होती है। इससे अधिक अवधि में आम तौर पर श्रोता का ध्यान हटने की संभावना रहती है इसलिए सीमित समय में ही वार्ता के विषय की जानकारी देनी हाती है। इसीलिए आकर्षक आरम्भ करके श्रोता की रुचि उस विषय में जगा देने के बाद यह भी आवश्यक है कि जानकारी में एक सहज एवं सतत प्रवाह बना रहे। ऐसा नहीं कि वार्ता के विषय का कोई एक पहलू ज्यादा समय ले जाए और कई जरूरी पहलू समय न पा सकें। विषय को अपने आलेख में इस प्रकार बांटा जाए कि श्रोता को बिल्कुल कहानी जैसा आनंद मिले। वार्ता का अन्त भी प्रभावपूर्ण होना चाहिए। उसका अंत अधूरा अधूरा सा नहीं लगना चाहिए।

5.4.2 वार्ताओं के विविध रूप

अक्सर रेडियो केन्द्र से आपको इस तरह की उद्घोषणाएं सुनने को मिल सकती हैं 'लीजिए सुनिए एक व्यंग्य वार्ता' 'प्रस्तुत है एक स्वास्थ्यवार्ता' 'अब समय है विज्ञान वार्ता का' 'सुनिए एक संस्मरणात्मक वार्ता'... आदि आदि। दरअसल 'वार्ता' तो कार्यक्रम की विधा मात्र है और उसके सभी सिद्धान्त या तत्व एक ही जैसे होते हैं। मात्र विषय के आधार पर नाम बदल जाता है। हां, विषय के अनुसार ही वार्ता का थोड़ा सा स्वरूप भी बदल सकता है। जैसे 'व्यंग्यवार्ता' में भाषा हल्की फुल्की हो जाएगी उसमें एक तरह की शरारत या चुलबुलापन या कटाक्ष हो सकता है। साहित्यिक वार्ता की भाषा कुछ परिष्कृत हो सकती है। संस्मरणात्मक वार्ता में एक प्रकार की भावुकता या व्यक्तिगत स्पर्श (पर्सनल टच) का होना स्वाभाविक है। स्वास्थ्य वार्ता का स्वरूप कुछ अलग ही होगा क्योंकि उसमें किसी रोग के लक्षण, उपचार आदि की बातें होंगी।

आइए अब कुछ वार्ताओं के आरम्भ के उदाहरणों पर नजर डालें। किसी में कहानी शैली का प्रयोग है, किसी में चौकाने वाली सूचना है, किसी में कविता जैसी भाषा...

1) वार्ता: लाख की कला

जैसे ही पांचों पाण्डव सुरंग से बाहर निकले कि उनका महल धू–धू करके जलने लगा और देखते ही देखते वह शाही प्रासाद राख के ढेर में बदल गया। दरअस्ल यह लाख का महल था – लाक्षागृह। इसे बनाया था पुरोचन नामक वास्तुविद ने, बनवाया था दुर्योधन ने।

2) वार्ता: हमारी धरोहर विदेशों में

यह बिल्कुल सच है कि ताजमहल को वैज्ञानिक ढंग से टुकड़ों टुकड़ों में पूरा उखाड़ कर पानी के जहाज से लन्दन ले जाने और वहां पुनः स्थापित करने की पूरी तैयारी हो चुकी थी। भगवान का लाख लाख शुक्र है कि यातायात की कठिनाइयों और प्रबल जन प्रतिरोध के कारण हमारा ताज उखड़ने से बच गया। पर इससे क्या? आज भी सर्वोत्तम भारतीय कलाकृतियां भारत के बाहर हैं।

3) हमारा समुद्र खजाना

नीले आसमान के नीचे दूर क्षितिज तक लेटा हुआ विशाल सागर। अपनी ऊंची–नीची इठलाती लहरों से गम्भीर गर्जन करता हुआ सागर। ज्वार भाटे के साथ धरती के पैर पखारता हुआ सागर। सागर शांत हो या गंभीर गर्जन करता हो – मानव के लिए सदैव कौतूहल बना रहा है...

बोध प्रश्न

3) वार्ता के तीन आवश्यक तत्व तीन पक्तियों में लिखें।

....

....

....

4) साहित्यिक वार्ता और व्यंग्य वार्ता में किस तरह का अंतर होगा (दो पंक्तियों में उतर दीजिए)।

....

....

5) सही ☑ या गलत ☒ के सामने उचित निशान लगाएं:

क) अच्छी वार्ता के लिए भाषा का संस्कृतनिष्ठ होना जरूरी है। (   )

ख) छपे हुए लेख और रेडियो वार्ता में कोई अन्तर नहीं होता। (   )

ग) वार्ता का प्रारम्भ हमेशा औपचारिक ही होना चाहिए। (   )

घ) वार्ता लिखने के लिए विषय का जानकार होना जरूरी होता। (   )

अभ्यास

1) किसी रेडियो केन्द्र से दो या तीन वार्ताएं सुनकर विवेचन करें कि अच्छाइयां या कमियां क्या थीं।
2) किसी भी मनचाहे विषय पर 5 मिनट की वार्ता का आलेख लिखिए।

5.5 साक्षात्कार या भेटवार्ता

साक्षात्कार अथवा भेंटवार्ता रेडियो कार्यक्रमों की अत्यंत महत्वपूर्ण विधा है। संभवतः रेडियो और टेलीविजन के विभिन्न कार्यक्रमों एवं समाचारों में इस विधा का सर्वाधिक प्रयोग किया जाता है। जैसाकि इसके नाम से ही स्पष्ट है, जहां वार्ता में एक ही व्यक्ति अपना आलेख पढ़कर सुनाता है, इस विधा में किसी से भेंट की जाती है। दूसरे एक व्यक्ति 'भेंटकर्ता' के रूप में, किसी विशेषज्ञ अथवा व्यक्ति से प्रश्न पूछता है और वह विशेषज्ञ अथवा व्यक्ति उनके उत्तर देता है। किसी वैज्ञानिक, अर्थशास्त्री या अन्य विशेषज्ञ से किसी विषय की जानकारी लेने के लिए अथवा किसी नेता, खिलाड़ी या कलाकार आदि से उसके जीवन के बारे में जानने के लिए इस विधा का प्रयोग किया जा सकता है। कई बार भेंटवार्ताओं के माध्यम से आम जनता की राय अथवा विचार जानने का प्रयास किया जाता है।

उदाहरण के लिए, आम बजट की प्रस्तुति के बाद आम जनता से यह जानने का प्रयास किया जाता है कि उसे बजट कैसा लगा। कई फिल्म संबंधी कार्यक्रमों में, सिनेमा दर्शकों से किसी फिल्म के विषय में उनके विचार, भेटवार्ता के माध्यम से रिकॉर्ड लिए जाते हैं। भेटवार्ता चाहे लता मंगेशकर जैसी महान कलाकार से करनी हो या सुनील गावस्कर जैसे खिलाड़ी या अमिताभ जैसे अभिनेता से अथवा किसी सामान्य व्यक्ति से, अत्यंत कुशलता की आवश्यकता होती है। आइए, भेंटवार्ता के लिए आवश्यक तैयारी पर विस्तार से चर्चा करें।

5.5.1 भेटवार्ता की तैयारी

इस तैयारी के लिए, भेंटकर्ता को उस विषय पर अधिकाधिक जानकारी जुटाने की सूचनाएं एकत्र करने की, किसी विशेष स्थान का भ्रमण करने की भी आवश्यकता पड़ सकती है। यदि किसी खिलाडी, कलाकार आदि से व्यक्तिगत जीवन पर भेंटवार्ता करनी है तो उसके जीवन के हर पहलू को गहराई से जानने की आवश्यकता होती है।

उदाहरण के लिए यदि किसी प्रदेश के मुख्यमंत्री से भेंट की जानी है तो उसे उस प्रदेश की सभी प्रमुख समस्याओं जैसे बिजली, पानी, स्वास्थ्य, शिक्षा, कानून व्यवस्था आदि की पूरी जानकारी होनी चाहिए। प्रदेश सरकार की प्रमुख योजनाओं, उनके क्रियान्वयन की स्थिति आदि का भी लेखा-जोखा होना चाहिए। प्रदेश में उद्योग लगाने के लिए क्या क्या सुविधाएं या असुविधाएं हैं। भेंटकर्ता के पास जितनी ज़्यादा एवं जितनी सही जानकारी होगी उतना ही वह आत्मविश्वास के साथ प्रश्न कर सकेगा। इसी प्रकार यदि सुप्रसिद्ध खिलाड़ी सचिन तेंदुलकर से भेंटवार्ता करनी है तो ऐसे प्रश्न पूछे जाने चाहिए जिससे श्रोताओं को नयी से नयी बातें जानने को मिलें।

यह दो उदाहरण तो बड़ी हस्तियों के उदाहरण थे, किसी भी रेडियो केन्द्र पर लगभग हर रोज कई प्रकार की भेंटवार्ताएं रिकॉर्ड की जाती हैं। किसी डॉक्टर से स्वास्थ्य संबंधी भेंटवार्ता, किसी अधिकारी से जन समस्याओं पर भेंटवार्ता, कृषि विशेषज्ञ से कृषि संबंधी भंटवार्ता, किसी साहित्यकार से साहित्यिक भेंटवार्ता, किसी युवा प्रतिभा से भेंटवार्ता आदि। अक्सर किसी केन्द्र पर विशिष्ट उपलब्धि वाले कुछ व्यक्तित्व अन्य प्रदेशों/शहरों से अतिथि के तौर पर आ जाते हैं और अचानक उनसे भेंटवार्ता कर ली जाती है। ऐसी भेंटवाताओं की तैयारी का सबसे आसान सूत्र है इस तरह के प्रश्न सोचना – क्या, क्यों, कैसे, कहां, कितना, कब ... आदि। अर्थात् उस व्यक्ति की उपलब्धियों के प्रति श्रोताओं की जिज्ञासा का ध्यान रखना। भेंटकर्ता को भेंटवार्ता के लिए निर्धारित समय का ध्यान रखते हुए बहुत सारे प्रश्नों की सूची बना लेनी चाहिए। भेंटकर्ता ने जब किसी व्यक्तित्व की जीवन की पूरी जानकारी जुटा कर प्रश्न लिख लिए हैं अथवा विषय से जुड़े सवाल तैयार कर लिए हैं तो वह भेंटवार्ता की रिकॉर्डिंग के लिए तैयार है। यहाँ एक बात और ध्यान देने की है। जैसे कि तैयारी के लिए किसी स्थान स्थल विशेष के भ्रमण की बात कही गई थी,

तो यदि रेलवे स्टेशन के प्लेटफार्म जाकर नोट्स बनाने होंगे। यदि किसी किले के संरक्षण पर भेंटवार्ता हो तो किले की गहन पड़ताल वहीं जाकर करनी होगी। तो अब भेंटवार्ता की तैयारी के बाद भेटवार्ता के आवश्यक तत्वों पर बात करें जो भंटवार्ता को सफल एवं रोचक बनाएंगे।

5.5.2 भेंटवार्ता के आवश्यक तत्व

भेंटवार्ता के संबंध में सबसे अधिक ध्यान रखने की बात यह है कि जब भी रेडियो श्रोता किसी भेटवार्ता का प्रसारण सुन रहा होता है तो वह भेंटवार्ता के स्थान पर स्वयं को महसूस करता है। यदि क्रिकेट खिलाड़ी कपिल देव से साक्षात्कार का प्रसारण हो रहा है तो श्रोता को महसूस होगा जैसे कि वह स्वंय कपिल देव से बात कर रहा है। भेंटकर्ता को हमेशा यह दिमाग में बैठाकर रखना चाहिए कि श्रोताओं की जिज्ञासाएं क्या होंगी? यदि वह उन जिज्ञासाओं के अनुरूप प्रश्न नहीं कर पाया तो श्रोता को खीझ ही होगी। उदाहरण के लिए किसी स्थान पर प्रदर्शन कर रहे मजदूरों को पुलिस ने बिना कसूर बुरी तरह लाठी चार्ज करके पीटा है और कई मजदूर घायल हुए हैं। अब इस घटना पर रेडियो का प्रतिनिधि डायरेक्टर जनरल पुलिस (डी जी पी) से भेंटवार्ता करता है और वह डी जी पी लीपापोती करने का प्रयास करता है तो रेडियो श्रोता जो इस घटना से क्षुब्ध हैं, गुस्से में हैं यह अपेक्षा करेंगे कि रेडियो का प्रतिनिधि ध्यान दिलाए। यदि वह ऐसा करता है तो श्रोताओं की दृष्टि से भेंटवार्ता सफल होगी और यदि रेडियो प्रतिनिधि ने डी जी पी के उस बयान पर ही संतोष कर लिया तो श्रोताओं की दृष्टि से

आइए अब देखें कि एक अच्छी और रोचक भेंटवार्ता में क्या क्या अन्य तत्व होते हैं। एक भेंटवार्ता सुनते समय श्रोता को समय का पता ही न चले कि वह कब समाप्त हो गयी तो यह उसकी रोचकता का सबसे बड़ा प्रमाण होगा। पूरी भेंटवार्ता में अनौपचारिकता और आत्मीयता के साथ बातचीत हो। भेटवार्ता में एक सहज प्रवाह हो। भेंटकर्ता के प्रश्न सटीक एवं जिज्ञासा श्रोताओं को नयी एवं अनूठी जानकारियां मिलें। ऐसी भेंटवार्ता को सफल भेंटवार्ता माना जाएगा।

इसी के ठीक विपरीत यदि भेंटकर्ता बड़े औपचारिक अन्दाज से सवाल पूछता है और भेंट देने वाला भी औपचारिक सा जवाब दे देता है। सवाल जवाब का सीधा–सीधा क्रम चलता जाता है और भेंटकर्ता, भेंट देने वाले के जवाब में से कोई नया प्रश्न नहीं कर पाता, बातचीत का सहज प्रवाह नहीं बन पाता। भेटवार्ता में घिसे पिटे सवाल पूछे गए हों तथा उससे कोई नयी जानकारी न निकल पाई हो तो ऐसी भेंटवार्ता नीरस एवं बोझिल हो जाती है।

5.5.3 भेटवार्ता के समय सावधानियाँ

भेंटवार्ता के समय यदि कुछ बातों का ध्यान रखा जाए तो भेटवार्ता को गड़बड़ियों से बचाया जा सकता है। सावधानियों की बात करने से पहले आइए उन गड़बड़ियों की बात कर ली जाए जो आम तौर पर देखने में आती हैं। कभी कभी भेंटकर्ता इस तरह प्रश्न करता है जैसे वह कागज से पढ़ रहा हो। इससे बातचीत का लहजा नहीं बन पाता और सुनने में खराब लगता है। कुछ भेंटवार्ताओं में, किसी प्रश्न का जवाब भेंट देने वाला पहले ही दे चुका होता है। उदाहरण के लिए भेंटकर्ता ने कुछ प्रश्न बना रखे हैं। पहला प्रश्न है – आपने किस विषय में पीएचडी की है? दूसरा प्रश्न है – आपने कितने वर्षों में शोध पूरा किया?

अब पहले प्रश्न के जवाब में ही विषय के साथ ही, भेंट देने वाला बता देता है कि शोध में इतने वर्ष लगे। अब यदि भेंटकर्ता अपने प्रश्नों में ही डूबा है और जवाब के बाद फिर से दूसरा प्रश्न करेगा तो अटपटा लगेगा। भेंटकर्ता को बिल्कुल सचेत होकर बैठना चाहिए तथा हर जवाब को सावधानी से सुनना चाहिए तथा जवाब में से कोई नया प्रश्न, नई जिज्ञासा उभरती है तो अपने पूर्व निर्धारित प्रश्न छोड़कर वह प्रश्न पूछना चाहिए।

कुछ भेंटवार्ताओं में भेंटकर्ता, भेंटदाता की हर बात पर हां जी, हां जी, अच्छा जी, जी, आदि लगातार बोलता ही रहता है जो बहुत ही बुरा लगता है। इसी तरह की कई गड़बड़ियां देखने में आती हैं। आइए अब भेंटवार्ताओं के समय सावधानियों पर चर्चा करें।

भेंटकर्ता को भेंटवार्ता करने से पूर्व भेंट देने वाले के साथ बैठकर आवश्यक जानकारियां जुटा लेना चाहिए तथा किसी तरह की सूचना में कोई संशय हो तो उसकी पुष्टि कर लेना चाहिए। ऐसा न हो कि रिकॉर्डिंग अथवा प्रसारण के समय गलत प्रश्न पूछा जाए और कोई अप्रिय अथवा हास्यास्पद स्थिति बने।

भेंटकर्ता को भेंट देने वाले के साथ अत्यंत विनम्रता एवं आत्मीयता का व्यवहार करना चाहिए और एक प्रकार का मैत्रीभाव (Rapport) बना लेना चाहिए ताकि भेंटदाता सहज वातावरण में प्रश्नों के जवाब दे सके और उस पर रिकॉर्डिंग के समय किसी प्रकार का तनाव न हो।

भेंटकर्ता को पहले से तैयार प्रश्नों को अथवा पूछेजाने वाले बिन्दुओं को रिकॉर्डिंग के समय सामने अवश्य रखना चाहिए ताकि बातचीत के बहाव में कोई महत्वपूर्ण प्रश्न छूट न जाए।

भेंटकर्ता को लम्बे या उलझे हुए प्रश्न नहीं पूछना चाहिए, न ही एक साथ कई कई प्रश्न पूछना चाहिए। भेंटकर्ता को इस प्रकार से सवाल भी नहीं पूछने चाहिए कि भेंट देने वाले के पास सिर्फ हां या नहीं का ही विकल्प बचे। कुछ भेंटकर्ता प्रश्न करते हुए उत्तर भी स्वयं ही देने लगते हैं फिर भेंटदाता से उसका समर्थन मांगते हैं। भेंटकर्ता को मात्र एक ही प्रश्न एक बार में पूछना चाहिए। प्रश्न छोटा एवं स्पष्ट होना चाहिए। भेंटकर्ता को बड़े से बड़े व्यक्तित्व का साक्षात्कार करते हुए भी स्वयं को संयत एवं संतुलित रखना चाहिए तथा उसे स्वयं को तनिक छोटा या हीन समझे बिना खुलकर सहजता से बातचीत करना चाहिए। ठीक इसी के विपरीत जब वह गरीब मजदूरों या रिक्शे तांगे वाले या जूता गांठने वाले से भी भेंटवार्ता करे तो उसके स्वर में किसी प्रकार से भी स्वयं के लिए बड़प्पन या ऊंचा होने का भाव तथा भेंट देने वालों के प्रति असम्मान का भाव नहीं होना चाहिए।

भेंटकर्ता को सत्य के प्रति समर्पित रहते हुए, निडर होकर भेंट देने वाले सरकारी अधिकारी या मंत्री से सच्चाई जानने का प्रयास करना चाहिए। लेकिन इस कार्य के लिए उसे तथ्यों एवं आंकड़ों का सहारा लेना चाहिए न कि अपनी आवाज या लहजे में अनावश्यक जोश या भावुकता लाकर। कड़े से कड़े सवाल भी उसे सहजता से, हंसते मुस्कराते पूछ लेना चाहिए। कभी भी किसी अप्रिय अथवा अनावश्यक विवाद की स्थिति से बचा जाना चाहिए।

कई बार भेंटकर्ता को, किसी ऐसे व्यक्ति से भेंटवार्ता करनी पड़ सकती है, जो बोलने में संकोच करता हो, बहुत कम बोलता है या माइक्रोफोन के सामने बोलने से घबराता है। हर कोई अच्छा वक्ता नहीं होता। ऐसी स्थिति में भेंटकर्ता को बड़ी कुशलता एवं चतुराई से स्थिति को संभालना पड़ता है तथा ऐसे वक्ताओं से भी बात निकलवानी पड़ती है।

भेंटकर्ता को यह भी प्रयास करना चाहिए कि भेटवार्ता अत्यंत रोचक रेडियो कार्यक्रम बने। मात्र सवाल जवाब से, अच्छे सवाल और अच्छे जवाब से भी भेंटवार्ता के रोचक होने की गारन्टी नहीं मिल जाती। भेंटकर्ता को एक हास्यबोध अवश्य रखना चाहिए तथा जहां भी उचित अवसर हो, व्यंग्य एवं चुटीलेपन का प्रयोग भाषा या प्रश्न के स्तर पर अवश्य करना चाहिए।

जिस विषय पर भी भेंटवार्ता की जा रही हो, उस विषय का विद्वान होने के बावजूद, भेंटकर्ता को अपने जिज्ञासा भाव को बनाए रखते हुए एक आम श्रोता की भांति ही प्रश्न करना चाहिए क्योंकि वह श्रोताओं के लिए ही भेटवार्ता कर रहा है। उसे अपने ज्ञान प्रदर्शन से हमेशा बचना चाहिए। साथ ही साथ कितनी भी

घनिष्ठता के बावजूद, उसे ऐसे व्यक्तिगत वार्तालाप से बचना चाहिए जो श्रोताओं की समझ से परे हो या उसे बोझिल लगे। एक उदाहरण देखिए – इस उदाहरण में एक साहित्यकार, दूसरे साहित्यकार से भेंटवार्ता कर रहे हैं– भेंटकर्ताः अब देखिए मैं 5 वर्ष पूर्व आपसे लखनऊ में मिला था एक सेमिनार में। बल्कि एक सत्र में तो आप अध्यक्ष थे और मैंने पर्चा पढ़ा था। फिर ऐसा संयोग ही नहीं बना हालांकि मैं भी कई जगह सेमिनार में गया, आप भी गए होंगे। तो आप इस तरह के सेमिनारों की उपयोगिता के बारे में हमारे श्रोताओं को क्या बताना चाहेंगे?

अब इस प्रश्न में बहुत सी बातें अप्रासंगिक हैं जिनसे भेंटकर्ता को बचना चाहिए था। भेंटकर्ता को भेंट दे रहे अतिथि की बात पूरी हुए बिना बीच में ही टोका टोकी करने या सवाल पूछने से बचना चाहिए। जब अतिथि अपनी बात समाप्त कर ले तभी प्रश्न पूछना उचित होता है अन्यथा बातचीत का प्रवाह तो बाधित होता ही है अतिथि का मूड भी उखड़ सकता है और श्रोताओं को भी खराब लगता है।

कुल मिलाकर भेंटकर्ता को भेंटवार्ता के विषय से जुड़े सभी पहलुओं पर भरपूर जानकारी के साथ, रिकॉर्डिंग के लिए जाना चाहिए तथा भेंट दे रहे अतिथि के साथ बड़ी आत्मीयता एवं अनौपचारिकता के साथ सहज बातचीत करना चाहिए। उसे हर क्षण सचेत एवं सतर्क रहना चाहिए तथा नयी से नयी एवं अनूठी जानकारियां प्राप्त करने का प्रयास करना चाहिए। उसे हाजिर जवाबी एवं हास्यबोध का भी भरपूर उपयोग करते रहना चाहिए।

अब प्रस्तुत है राष्ट्रीय कार्यक्रम में प्रसारित शहीद भगत सिंह के छोटे भाई एवं स्वाधीनता सेनानी श्री कुलतार सिंह से की गई भेंटवार्ता के कुछ अंश।

भेंटकर्ता : कुलतार जी, आप एक ऐसे महापुरुष के छोटे भाई हैं जो लाखों करोड़ों भारतीयों के हृदय में बसा हुआ है। तो ये अहसास आपकी जिन्दगी में किस रूप में रहता है।

कुलतार : सबसे बड़ी बात यही रही कि हमें हमेशा यही खयाल रहता है कि हम उस स्तर तक भले ही नहीं पहुंच पाए पर उस रास्ते पर चलें...। जिन्दगी में कई दुख तकलीफें देखी... पार्टीशन के बाद परिवार भारत आया लेकिन उस आदर्श को कायम रखना जो क्रांतिकारी आदर्श भगतसिंह जी ने रखा था। जो भी सेवा लोगों की की उसका मुआवजा लेने की बात नहीं सोची। यह हमारी जिन्दगी में रहा। इत्तफाक ऐसा हुआ कि अंग्रेजी का टाइम भी देखा पार्टीशन भी देखा, आजादी का भी वक्त देखा तो सारी चीजें ऐसे नजर आती हैं जैसे कि किसी फिल्म में होता है...

भेंटकर्ता : जिस समय भगत सिंह जी को फांसी हुयी ... सन् 1931 में तो उन दिनों स्वाभाविक है आप छोटे रहे होंगे उम्र से ... तो उस समय की कुछ स्मृतियां बताइए...

कुलतार : मैं 12–13 साल का रहा होऊंगा जब उन्हें फांसी हुयी थी। उससे पहले उन पर मुकदमा चलता रहा तो जेल में भी जाते रहे अक्सर। अदालत में भी जाते रहे। उनकी भूख हड़ताल जो अब ऐतिहासिक बन गई है और बाकी सारी चीजें देखते रहे ... उसका दिमाग पर असर रहा। उसी दौर में लाहौर में कांग्रेस का अधिवेशन हुआ वहां बतौर स्वयं सेवक रहा। उस वक्त मोतीलाल नेहरू एवं गांधी जी के संपर्क में आये सब लोग बहुत प्यार देते थे कि भगतसिंह का भाई है तो सबके बड़े निकट संपर्क में आने का मौका मिला।

भेंटकर्ता : भगत सिंह जी तो अपने क्रांति के काम में डूबे रहते होंगे तो उनसे कितना संपर्क हो पाता होगा? एक व्यक्ति के रूप में उनके जीवन के विषय में कुछ बताइए...

कुलतार : ये सही बात है कि भगतसिंह जी पूरी तरह क्रांति के लिए जुटे रहते थे। लेकिन संपर्क तो बना ही रहता था। भगतसिंह जी बहुत महान इंसान थे। हरेक के मुतल्लिक सोचना ... मुझे भी चिट्ठी लिखते रहना हालांकि मैं छोटा था... बड़े भाई साहब को भी चिट्ठी लिखना, जितने भी दोस्त साथ थे उनको लिखना बटुकेश्वर दत्त जी दूसरी जेल में थे तो उन्हें भी लिखना, उनकी बहन को भी लिखना सबका खयाल रखना और उसे उसका ड्यू देना, हमारे परिवार में मुकदमे की वजह से हालात बहुत खराब थे लेकिन इसके बावजूद जब भी मिलता था तो कहते थे कि अच्छा लिबास पहनो। मुझे पगड़ी अच्छी कर रहा था जो जेल से उन्होंने ट्यूशन का इंतजाम किया। तो जब मैं पास हो गया और जेल में जाकर बताया तो बोले ऐसे नहीं मानते कुछ मिठाई-विठाई लेकर आओ तब सबको बताएं... तो मिठाई लेकर गए तब सबको बताया। आखिरी चिट्ठी में भी लिखा था वर्जिश करना सेहत का ध्यान रखना... पढ़ाई करना... हर बात में दिलचस्पी लेना।

बोध प्रश्न

6) भेंटवार्ता करते समय क्या तैयारी करेंगे (दस पंक्तियों में जवाब दें)।

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

7) भेंटवार्ता करते समय क्या क्या सावधानियां रखनी चाहिए (दस पंक्तियों में उत्तर दें)।

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

8) सही ☑ या गलत ☒ पर निशान लगाएं

क) भेंटकर्ता को भेंट दे रहे अतिथि से अत्यंत आत्मीयता का व्यवहार करना चाहिए। ( )
ख) भेंटवार्ता को अतिथि के जवाब देते समय हां, हूं अवश्य करना चाहिए। ( )
ग) भेंटवार्ता को गम्भीर रहकर ही प्रश्न पूछना चाहिए। ( )
घ) भेंटकर्ता को जवाब में से कोई प्रश्न उभरे तो पूछ लेना चाहिए। ( )

अभ्यास

1) रेडियो से भेंटवार्ताएं सुनें तथा नोट्स बनाएं।
2) अपने मित्रों के साथ भेंटवार्ता करने का अभ्यास करें।

5.6 परिचर्चा

आप इसी इकाई में वार्ता विधा का परिचय प्राप्त कर चुके हैं। इस विधा में, किसी विशेष विषय पर एक विशेषज्ञ, जिसे हम वार्ताकार कहते है, सरल भाषा में जानकारी देता है। कई बार वार्ता का विषय ऐसा भी होता है जिसमें तथ्यात्मक या सूचनात्मक जानकारी के स्थान पर वार्ताकार अपने विचार प्रदान करता है जैसे 'राष्ट्रीय विकास में युवाओं की समस्या' या 'बाल अपराध की समस्या' आदि। इस प्रकार की वार्ताओं में किसी एक ही व्यक्ति के विचार सामने आते हैं। हम यह भी जानते हैं कि एक ही विषय पर अलग अलग विशेषज्ञों या व्यक्तियों के अलग अलग विचार होते हैं। इसलिए, ऐसे विषय जो विचार विमर्श की मांग करते हैं, उन पर अलग अलग दृष्टिकोण सामने आएं। परिचर्चा विधा इसी आवश्यकता की पूर्ति करती है। परिचर्चा में एक ही विषय पर, उस विषय से जुड़े चार लोग विचार विमर्श करते हैं। आम तौर पर परिचर्चा में चार प्रतिभागी होते हैं। कभी कभी आवश्यकता पड़ने पर पांच प्रतिभागी भी हो सकते हैं अथवा किसी परिस्थिति में (जैसे किसी प्रतिभागी के अचानक न आ पाने के कारण) तीन प्रतिभागी भी हो सकते हैं। चार प्रतिभागियों में से कोई एक परिचर्चा के संचालक या नियामक (मॉडरेटर) का दायित्व संभालता है। आइए पहले प्रतिभागियों के चयन पर विचार करें जो किसी परिचर्चा की सफलता की मूलभूत आवश्यकता है।

5.6.1 परिचर्चा के लिए प्रतिभागियों का चयन

किसी भी विषय पर आमंत्रित किए गए प्रतिभागी जितने ज्यादा उस विषय के जानकार होंगे, उतने ही उस विषय के विभिन्न पहलुओं पर विस्तृत चर्चा कर सकेंगे। परिचर्चा के माध्यम से हजारों लाखों लोग उस विषय पर अलग अलग प्रकार के विचार/दृष्टिकोण/की जानकारी प्राप्त करते हैं। अक्सर किसी भी विषय के संबध में आम लोगों के बीच अनेक भ्रांतियां अथवा गलत जानकारी रहती है। परिचर्चा का उद्देश्य ही सच्चाई के पक्ष में जनमत बनाना अथवा आम लोगों को सच्चाई से अवगत कराना होता है। यदि प्रतिभागी विषय के सही जानकार न हुए तो विषय के साथ न्याय नहीं होगा। इसीलिए रेडियो केन्द्र को अपने क्षेत्र के सबसे प्रतिष्ठित, सबसे वरिष्ठ वार्ताकारों को परिचर्चा हेतु आमंत्रित करना चाहिए। यदि शिक्षा संबंधी विषय पर चर्चा हो रही है तथा उसमें उस क्षेत्र के विश्वविद्यालय के कुलपति भी हिस्सा ले रहे हैं तो श्रोताओं में कार्यक्रम की विश्वसनीयता बनती है। यदि शिक्षा संबंधी विषय पर राष्ट्रीय स्तर पर प्रसारण हेतु परिचर्चा का आयोजन करना है तो स्वाभाविक तौर पर (1) राष्ट्रीय ख्याति प्राप्त शिक्षाविद (2) शिक्षा के क्षेत्र में कार्य कर रही किसी स्वयंसेवी संस्था के प्रतिनिधि (3) योजना आयोग में शिक्षा का दायित्व संभाल रहे सदस्य (4) भारत के शिक्षा मंत्री तथा संचालन के लिए शिक्षा क्षेत्र पर विशेषज्ञता वाले पत्रकार या लेखक को आमंत्रित किया जा सकता है।

किसी ऐसे विषय पर आयोजित परिचर्चा में, जिसका संबंध उन प्रदेश की सरकार या भारत सरकार से है तो प्रदेश या भारत सरकार के एक प्रतिनिधि की भागीदारी अवश्य होनी चाहिए अन्यथा परिचर्चा असंतुलित हो जाएगी। कुल मिलाकर किसी भी परिचर्चा के लिए प्रतिभागियों का चयन बहुत ही महत्वपूर्ण प्रक्रिया है तथा इसके लिए गहरी छानबीन की आवश्यकता होती है।

5.6.2 परिचर्चा में संचालक की भूमिका

किसी भी परिचर्चा में संचालक की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण होती है। जिस प्रकार किसी बस के ड्राइवर के पास रास्तों और मंजिल तथा सफर के समय का एक स्पष्ट नक्शा होता है उसी प्रकार परिचर्चा के संचालक के मस्तिष्क में भी कार्यक्रम अवधि का पूरा नक्शा होना चाहिए। संचालक ही विषय को प्रस्तुत करके, उसमें से कुछ प्रश्न उपस्थित करता है जिनका समाधान परिचर्चा में खोजा जाता है। संचालक ही यह देखता है कि विषय के सभी पहलुओं को पर्याप्त समय मिले। ऐसा न हो कि किसी एक पहलू पर 30 में से 20 मिनट चर्चा हो जाए तथा बाकी कई पहलू 10 मिनट में ही निबट जाएं अथवा कुछ चर्चा से छूट ही जाएं। संचालक को ही यह देखना पड़ता है कि सभी प्रतिभागी खुल कर बोलें। ऐसा न हो कि कोई प्रतिभागी बोले ही नहीं अथवा बहुत कम बोले तथा कोई इतना अधिक बोले कि अन्य को बोलने का मौका ही न मिल पाये। संचालक को प्रतिभागियों को विषय से भटकने पर रोकना पड़ता है। संचालक को यह भी देखना पड़ता है कि परिचर्चा कितनी ही विचारोत्तेजक क्यूं न हो किंतु किसी प्रकार की उत्तेजना या कटुता की स्थिति न बने। परिचर्चा सहज रूप से आगे बढ़े। संभव हो तो हास परिहास का भी समावेश भी किया जाना चाहिए। परिचर्चा के अंत में, संचालक को श्रोताओं की सुविधा के लिए, परिचर्या से उभरे बिन्दुओं को दोहरा देना चाहिए। कुल मिलाकर परिचर्चा को सफल बनाने में संचालक की बहुत बड़ी भूमिका होती है। उसे परिचर्चा के विषय के सभी पहलुओं की पूरी जानकारी होनी चाहिए। उसे इस जानकारी के लिए खूब अध्ययन तथा शोध की आवश्यकता होती है। उसे रिकॉर्डिंग के समय विषय के संबंध में महत्वपूर्ण बिंदु नोट करके सामने रखना चाहिए।

5.6.3 परिचर्चा संबंधी सावधानियां

कई बार परिचर्चा में प्रतिभागी तभी बोलते हैं जब संचालक उन्हें बोलने को आमंत्रित करता है। संचालक पूछता चलता है और प्रतिभागी उत्तर देते रहते हैं। ऐसी परिचर्चा बहुत नीरस एवं शुष्क हो जाती है। परिचर्चा का आनंद तभी आता है जब एक सहज प्रवाह बने। जब वह बिल्कुल ड्राइंग रूप या चौपाल पर होने वाली बहस की ही तरह सहज एवं स्वाभाविक हो। हां, चूंकि बहस रेडियो पर है और श्रोता प्रतिभागी का चेहरा नहीं देख सकते अतएव हर प्रतिभागी को एक दूसरे को नाम लेकर संबोधित करते रहना चाहिए ताकि श्रोता को यह पता चलता रहे कि कौन बोल रहा है। इसी प्रकार ड्राइंगरूम या चौपाल में समय की सीमा नहीं होती किंतु रेडियो पर सीमित समय होता है अतः संचालक को अपनी भूमिका निभानी पड़ती है। परिचर्चा में यह सावधानी रखनी भी जरूरी है कि सब एक साथ न बोलें अन्यथा श्रोता को कुछ भी समझ नहीं आएगा। परिचर्चा के प्रसारण के समय इस बात की सावधानी, रखनी चाहिए कि यदि संचालक ने प्रतिभागियों का परिचय दे दिया है तो उद्घोषक सिर्फ परिचर्चा के विषय एवं संचालक के नाम की ही उद्घोषणा करे। कई बार उद्घोषक सभी प्रतिभागियों का विस्तृत परिचय देता है फिर परिचर्चा प्रारंभ होते ही संचालक भी परिचय देता है जो अटपटा लगता है।

बोध प्रश्न

9) परिचर्चा के प्रतिभागियों का चयन करते समय किन बातों का ध्यान रखना चाहिए (पाँच पंक्तियों में लिखें)।

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

....

10) परिचर्चा में क्या क्या सावधानियां रखनी चाहिए (10 पंक्तियों में लिखें)।

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

11) परिचर्चा में से संचालक की क्या भूमिका होती है (10 पंक्तियों में लिखें)।

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

12) सही ☑ या गलत ☒ पर निशान लगाएं :

क) परिचर्चा में सब एक साथ बोलें तो चर्चा रोचक बनती हैः ( )
ख) परिचर्चा में संचालक के आमंत्रण पर ही बोलना चाहिए। ( )
ग) परिचर्चा में संचालक को विषय से भटकने पर प्रतिभागियों को विषय पर वापस लाना चाहिए। ( )
घ) परिचर्चा में प्रतिभागियों की ही असली भूमिका होती है संचालक की कोई भूमिका नहीं होती। ( )

अभ्यास

1) रेडियो से परिचर्चाएं सुने एवं नोट्स बनाएं। यदि आप संचालक होते तो क्या क्या और मुद्दे उठाते।
2) अपने मित्रों के साथ किसी विषय पर परिचर्चा करें।

5.7 वार्तालाप

परिचर्चा विधा से आप परिचित हो चुके हैं। परिचर्चा विधा में आम तौर पर चार विशेषज्ञ किसी विषय पर विचार विमर्श करते हैं। वार्तालाप विधा परिचर्चा का ही विस्तार है। इस विधा में कार्यक्रमों का प्रसारण आकाशवाणी दिल्ली द्वारा अखिल भारतीय कार्यक्रम के अन्तर्गत किया गया। वार्तालाप विधा में भी किसी विषय पर विमर्श के लिए विशेषज्ञ आमंत्रित किए जाते हैं। साथ ही साथ उसी विषय से जुड़े 10–12 अन्य लोगों को भी अतिथि के तौर पर कार्यक्रम में भागीदारी के लिए बुलाया जाता है। ये लोग अपने अनुभवों के आधार के प्रश्न उठाकर विमर्श को अधिक उपयोगी बनाने का प्रयास करते हैं। इस कार्यक्रम विधा के लिए भी परिचर्चा की ही तरह एक नियामक की आवश्यकता होती है जो विमर्श को आगे बढ़ाता है। नियामक, विषय को उचित प्रकार से प्रस्तुत करता है, विशेषज्ञों से परिचय कराता है तथा किसी एक मुद्दे से चर्चा की शुरुआत करने के लिए किसी एक विशेषज्ञ का आमत्रित करता है। विशेषज्ञ की किसी बात की पुष्टि अथवा खंडन के लिए वह किसी अतिथियों को बोलने को कह सकता है। फिर अन्य विशेषज्ञ अपनी बात कहते हैं और विमर्श का सिलसिला चल निकलता है। अतिथि विशेषज्ञ से वार्तालाप के बीच में अपनी जिज्ञासा या उपयुक्त प्रश्न भी रख सकते हैं। वार्तालाप विधा में भी विचारोत्तेजक बहस की पूरी गुंजाइश रहती है।

परिचर्चा विधा और वार्तालाप विधा में अंतर स्पष्ट करने के लिए एक उदाहरण लेना उचित रहेगा। मान लीजिए 'महिला सशक्तीकरण' (Women Empowerment) पर एक परिचर्चा आयोजित की जानी है, राष्ट्रीय स्तर पर प्रसारण के लिए। परिचर्चा के लिए, स्वाभाविक तौर पर इन प्रतिभागियों को आमंत्रित किया जाना चाहिए।

क) भारत सरकार की महिला विभाग की मंत्री
ख) राष्ट्रीय महिला आयोग की अध्यक्ष
ग) एक प्रख्यात महिला व्यक्तित्व
घ) संचालन के लिए महिला पत्रकार

इतने अच्छे पैनल के साथ एक अच्छी परिचर्चा की उम्मीद की जा सकती है। किन्तु कुछ। प्रश्नों पर ध्यान देने की आवश्यकता है इस परिचर्चा में किसी प्रतिष्ठित स्वयंसेवी संस्था की सामाजिक कार्यकर्ता, जिसका इस संघर्ष में भागीदारी का इतिहास हो, भाग लेना जरूरी नहीं लगता? कार्यक्रम में किसी वरिष्ठ महिला अधिकारी/महिला पुलिस अधिकारी का होना उसे और रोचक नहीं बनाएगा? सरकार की कमियां गिनाने के लिए किसी विपक्षी दल की वरिष्ठ राजनेता की भागीदारी उचित नहीं होगी? किसी वरिष्ठ लेखिका की हिस्सेदारी कार्यक्रम को और बेहतर नहीं बनाएगा? महिला सशक्तीकरण का संबंध तो देश की आधी आबादी से है तो फिर एक आम गृहिणी, किसी युवती, किसी ग्रामीण महिला, किसी
क्यों न सम्मिलित किए जाएं?

परिचर्चा के मात्र चार विशेषज्ञ 50 करोड़ महिलाओं पर विमर्श कर दें उसकी बजाय महिलाओं के अधिकाधिक वर्गों के विचार कार्यक्रम को अधिक प्रतिनिधि बनाएंगे या नहीं?

इन सभी प्रश्नों के समाधान हमें वार्तालाप विधा में मिल सकते हैं। वार्तालाप विधा में संचालक के रूप में किसी महिला पत्रकार के अलावा 6 या 7 विशेषज्ञ आमंत्रित की जा सकती हैं। साथ ही विभिन्न वर्गों से महिलाओं को अतिथि रूप में बुलाया जा सकता है। यदि पूरा कार्यक्रम आमन्त्रित श्रोताओं की उपस्थिति में रिकॉर्ड किया जाए तो तालियों की आवाज कार्यक्रम को और भी रोचक बना देती है। हम यह भी कह सकते हैं कि दुनिया के सबसे बड़े लोकतंत्र भारत में, जहां हर क्षेत्र में जन भागीदारी की बात की जाती है, वार्तालाप विधा, एक प्रकार से परिचर्चा विधा का लोकतन्त्रीकरण जैसा महत्व है। टेलीविजन ने इस विधा को अपनाया है किन्तु रेडियो में इस विधा का अधिक उपयोग अभी नहीं प्रारम्भ हुआ है।

बोध प्रश्न

13) यदि आपको शिक्षा में सुधार पर वार्तालाप करना है तो विशेषज्ञ एवं अतिथि के तौर पर किन्हें चुनेंगे?

....

14) वार्तालाप में संचालक की क्या भूमिका होती है? (5 पंक्तियों में लिखें)

....

....

....

....

....

5.8 सारांश

1) उद्घोषणाओं से ही रेडियो केन्द्र, प्रसारण सभा एवं कार्यक्रमों का परिचय मिलता है।

2) एक अच्छे उद्घोषक के लिए अच्छी आवाज शुद्ध उच्चारण, आवाज में उतार चढ़ाव के साथ बोलने का लहजा एवं अच्छे सामान्य ज्ञान की आवश्यकता होती है।

3) कम्पीयर किसी कार्यक्रम को विभिन्न आइटमों को गीत, संगीत एवं अपनी छोटी छोटी जानकारियों के माध्यम रोचक ढंग से प्रस्तुत करता है।

4) वार्ता का अर्थ है किसी जानकारी को श्रोताओं तक बातचीत के लहजे में पहुंचाना।

5) वार्ता के लिए आकर्षक आरम्भ, बोलचाल की भाषा सामग्री में संतुलन, सहज प्रवाह की आवश्यकता होती है।

6) भेंटवार्ता की तेयारी के लिए भेंटकर्ता को उस विषय पर खूब जानकारी एकत्र करनी चाहिए।

7) भेंटकर्ता को भेंट–दाता से आत्मीयता से बातचीत करते हुए प्रश्न करना चाहिए तथा उससे अधिक से अधिक व नयी से नयी जानकारी प्राप्त करने का प्रयास करना चाहिए।

8) परिचर्चा किसी विषय पर विचार विमर्श के लिए होती है। परिचर्चा में आम तौर पर एक संचालक के अलावा विषय से जुड़े तीन विशेषज्ञ होते हैं। परिचर्चा में विषय प्रस्तुति एव विमर्श को बढ़ाने में संचालक की महत्वपूर्ण भूमिका होती है।

9) वार्तालाप, परिचर्चा का ही विस्तार है। इसमें 5–6 विशेषज्ञों के अतिरिक्त विषय से जुड़े 10–12 अतिथि भी भग लेते हैं तथा प्रश्न पूछते हैं।

5.9 शब्दावली

वार्ताकार : जो वार्ता लिखकर प्रसारित करता है।

एन्कर	:	कम्पीयर को ही एन्कर भी कहते हैं।
आइटम	:	किसी कार्यक्रम में प्रसारण हेतु दिए गए वार्ता, भेंटवार्ता या परिचर्चा आदि को आइटम कहते हैं।

5.10 बोध प्रश्न के उत्तर

(1) क) ☒ ख) ☑ ग) ☒ घ) ☑
(2) क) ☒ ख) ☒ ग) ☑ घ) ☒
(3) देखें 5.4
(4) देखें 5.4
(5) क) ☒ ख) ☒ ग) ☒ घ) ☒
(6) देखें 5.5
(7) देखें 5.5
(8) क) ☑ ख) ☒ ग) ☒ घ) ☑
(9) देखें 5.6
(10) देखें 5.6
(11) देखें 5.6
(12) क) ☒ ख) ☒ ग) ☑ घ) ☒
(13) देखें 5.7
(14) देखें 5.7

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

इकाई 6 डोक्यूमेंट्री, रूपक, पत्रिका और व्यक्ति–चित्र

इकाई की रूपरेखा

6.0 उद्देश्य
6.1 प्रस्तावना
7.2 डोक्यूमेंट्री और रेडियो रूपक
6.2.1 डोक्यूमेंट्री और रेडियो रूपक की प्रकृति
6.2.2 डोक्यूमेंट्री और रूपक के आवश्यक तत्व
6.3 डोक्यूमेंट्री और रेडियो रूपक के लिए शोध कार्य
6.4 डोक्यूमेंट्री और रूपक में वाचन
6.5 डोक्यूमेंट्री/रूपक का संयोजन
6.5.1 संयोजन की प्रविधि
6.5.2 विषयवस्तु का निर्माण
6.6 रेडियो पत्रिका
6.6.1 रेडियो पत्रिका की आवश्यकता
6.7 व्यक्ति–चित्र
6.8 सारांश
6.9 उपयोगी पुस्तकें
6.10 बोध प्रश्नों के उत्तर

6.0 उद्देश्य

इस इकाई में आप डोक्यूमेंट्री/रूपक, रेडियो पत्रिका और व्यक्ति–चित्र का आलेख तैयार करना सीख सकेंगे। इस इकाई को पूरा करने के बाद आप :

- डोक्यूमेंट्री/रूपक, पत्रिका और व्यक्ति–चित्र कार्यक्रमों के लेखन के आधारभूत तत्व को बता सकेंगे,
- इन कार्यक्रमों की तैयारी के लिए शोध, संयोजन, रूपरेखा निर्माण प्रक्रिया की व्याख्या कर सकेंगे,
- इन कार्यक्रमों के आलेख तैयार करने के आधारभूत नियम सीख सकेंगे और इसके आधार पर लिखना भी शुरू कर सकेंगे।

6.1 प्रस्तावना

आपने इससे पहले समाचार लिखना सीख लिया है। अब आप डोक्यूमेंट्री/रूपक, रेडियो पत्रिका और रेडियो व्यक्ति–चित्र जैसे रेडियो कार्यक्रमों के आलेख तैयार करना सीख सकेंगे। इन सभी कार्यक्रमों के आलेख निर्माण के मूलभूत सिद्धांतों की चर्चा करने के साथ–साथ उदाहरण भी दिए जा रहे हैं ताकि आप इन्हें ठीक से समझ सकें। लेखन में आपकी . कुशलता आपकी मेहनत, भाषा–कौशल और कल्पनाशीलता पर निर्भर है।

डोक्यूमेंट्री और रेडियो रूपक का आलेख तैयार करने से पहले कुछ पूर्वाभ्यास करने पड़ते हैं, जैसे तथ्यों का संकलन और उनकी जाँच, उनमें तारतम्य स्थापित करना, उन्हें एक सूत्र में पिरोना आदि–आदि। यह पूर्वाभ्यास पत्रिका और व्यक्ति–चित्र संबंधी कार्यक्रम में भी करना पड़ता है। इस सभी तथ्यों की जानकारी के बाद आपको लेखन के लिए एक आधार प्राप्त हो जाएगा।

6.2 डोक्यूमेंट्री और रेडियो रूपक

रेडियो विशेषज्ञ डोक्यूमेंट्री और रूपक में अंतर करना ठीक नहीं समझते हैं और अभी तक प्रसारण की दृष्टि से इन्हें एक ही माना गया है। वास्तविकता यह है कि रूपक और डोक्यूमेंट्री में अभी तक कोई स्पष्ट अंतर नहीं किया गया है और रेडियो प्रसारण में इन्हें समानार्थी या पयार्यवाची माना जाता रहा है। डॉ. मधुकर गंगाधरण के अनुसार पहली बार डोक्यूमेंट्री शब्द का प्रयोग रूपक के साथ जान ग्रियर्सन ने 1926 में किया था जिसे हिंदी में आलेख–रूपक कहा जाता है। डॉ. सिद्धनाथ कुमार सही अर्थ में फीचर या डोक्यूमेंट्री कही जाने वाली रचनाओं को आलेख रूपक या वस्तु रूपक कहना उचित मानते हैं तथा अन्य सामान्य रचनाओं को मात्र रूपक।

इस तथ्य को ध्यान में रखते हुए हम डोक्यूमेंट्री और रेडियो रूपक की अलग–अलग चर्चा नहीं कर रहे हैं। डोक्यूमेंट्री या रेडियो रूपक लिखते समय लेखक को समान प्रयास करना पड़ता है।

6.2.1 डोक्यूमेंट्री और रेडियो

रूपक की प्रकृति डोक्यूमेंट्री अंग्रेजी शब्द है और इसका मुख्य तत्व है डोक्यूमेंटेशन अथवा डोक्यूमेंट्स, हिंदी में इसे दस्तावेजी वृत्तांत कहा जा सकता है। कहने का तात्पर्य यह कि जिस रूपक में दस्तावेजों और आलेखों का अधिक प्रयोग हो वह डोक्यमेंटी कहलाएगी। लेकिन यह डोक्यूमेंट्री की संकुचित परिभाषा है – डोक्यूमेंट्री इससे एक कदम आगे जाकर लोगों में किसी समस्या के प्रति, किसी घटना के प्रति, किसी यथार्थ के प्रति, जागरूकता उत्पन्न करने की कोशिश करती है। अपनी इस कोशिश में वह नाटकीयता भी अपनाती है । भावुक प्रसंगों को समेटती है। इस प्रकार वह रूपक में परिवर्तित हो जाती है।

रूपक : रूपक विधा का जन्म, विकास और अस्तित्व वास्तव में रेडियो प्रसारण से ही हुआ है। प्रस्तुतकर्ताओं का सदैव यह प्रयत्न रहा है कि वे अपने श्रोताओं को दी जाने वाली उद्देश्यपूर्ण तथा सूचनाप्रद सामग्री को विविध और आकर्षक ढंग से प्रस्तुत करें। इन्हीं प्रयत्नों का परिणाम है, विभिन्न विधाओं का आविष्कार और विकास । इन्हीं में एक विधा है रूपक अथवा फीचर और आज यह एक महत्वपूर्ण प्रसारण विधा है।

प्रश्न है – रूपक है क्या? कभी–कभी हम कहते हैं आप रूपकात्मक कार्यक्रम सुनेंगे? इसका क्या अर्थ है? रूपकात्मक कार्यक्रम क्या होता है? वास्तव में रूपक एक ऐसा शिल्प है जिसकी सहायता से हम अपने वातावरण तथा अपने आसपास में होने वाली, बनने वाली अथवा पूर्व निर्मित वस्तु अथवा घटना को एक विशेष आकर्षण से देखते हैं। डॉ. जय भगवान गुप्त के अनुसार ''रूपक हमारे सामाजिक जीवन को मानों दर्पण में हमें दिखाता है। इस उद्देश्य की पूर्ति हेतु रूपककार रेडियो पर प्रयुक्त होने वाली नाट्य शिल्प की सभी युक्तियों तथा रचनातंत्र के सभी उपकरणों तथा शैलियों का सहारा लेता है ताकि सूचनाओं को रोचक ढंग से सम्प्रेषित किया जा सके''। रूपक में प्रस्तुतकर्ता अथवा निर्माता की अंतर्दृष्टि का सीधा जुड़ाव होता है। किसी भी विषयवस्तु के प्रस्तुतीकरण में विषयवस्तु की वास्तविकता, यर्थाथपरकता तथा ऐतिहासिकता को अपनी परिकल्पना, अनुभवशीलता तथा कलात्मकता के साथ जिस शैली का वह उपयोग करता है, वही रूपक कहलाता है। रूपक में वास्तविकता अथवा यथार्थता भी आवश्यक है और कृत्रिमता भी ऐतिहासिकता भी चाहिये और कल्पनाशीलता भी इसमें निर्माता की अपनी सुरुचि भी होनी चाहिये और उसका अनुभव भी। इस सबका सम्मिलित जो रूप निखर कर हमारे सामने आये उसे रूपक की संज्ञा दी जा सकती है।

प्रस्तुतकर्ता की अपनी जीवन दृष्टि उसे श्रोता से जोड़ती है, यही कार्यक्रम को जीवंतता प्रदान करती है। इसी जीवंतता के कारण श्रोता और प्रस्तुतकर्ता में एक रागात्मक संबंध जुड़ता है और इसी संबंध को जोड़ने के लिये प्रस्तुतकर्ता एक विभिन्न शैली का प्रयोग करता है जो न तो पूर्णतः नाटक होती है और न पूर्णतः

संगीत, न पूर्णतः बातचीत और न पूर्णतः वर्णनीय वरन् इन सबका एक मिला जुला रूप होता है जो रूपक बन जाता है।

6.2.2 डोक्यूमेंट्री और रूपक के आवश्यक तत्व

ऊपर की गयी चर्चा के आधार पर डोक्यूमेंट्री और रूपक के कुछ आवश्यक तत्व निश्चित किये जा सकते हैं:

1. **यथार्थता** : रूपक और डोक्यूमेंट्री की विषयवस्तु यथार्थता पर आधारित होनी चाहिये। यह कोई वास्तविक घटना हो सकती है, स्थान हो सकता है, कोई महान व्यक्तित्व हो सकता है, औद्योगिक संयंत्र हो सकता है – अर्थात् विषय वस्तु का अस्तित्व होना चाहिये। जैसे चौतन्य महाप्रभु, पं. गोविंद वल्लभ पंत, इंदिरा गांधी (व्यक्तित्व), आर्थिक विकास के वाहक – बैंक (संस्था), वंदे मातरम् (राष्ट्र गान)। इसकी विषयवस्तु किसी समस्या, सूचना, घटना पर भी आधारित हो सकती है।
2. **सूचनाप्रद** : रूपक के माध्यम से सूचना दी जानी चाहिये । यह सूचना किसी नोटिस बोर्ड अथवा टेंडर की सूचना न होकर मनोरंजक एवं आकर्षक रूप में प्रस्तुत की जानी चाहिये, जिससे कि श्रोता बरबस इसकी ओर आकर्षित हो जाये।
3. **नाटकीयता** : रूपक में नाटकीय तत्व का होना इसकी विविधता में वृद्धि करता है। वास्तव में नाटकीय ढंग से कहे गये वृत्तांत का श्रोता पर अधिक प्रभाव पड़ता है अपेक्षाकत सीधे स्पष्ट ढंग से कही गई बात के। रूपककार अपनी तथ्य–पूर्ण बात को नाटकीय संवादों के रूप में प्रस्तुत करता है। दूसरे शब्दों में वार्ता के आँकड़ों को वह दो संवादों के माध्यम से अधिक प्रभावशाली ढंग से कह सकता है। इसमें रुपक लेखक को अपनी कल्पनाशीलता का सहारा लेना होता है। उदाहरण के लिए ऐतिहासिक गुजरी महल के रूपक में लेखक को बादशाह और गूजरी के प्रेम संवादों की कल्पना करना आवश्यक है तथा प्रस्तुतकर्ता का काम उन संवादों को जीवंतता प्रदान करना है।
4. **मानवीय पक्ष** : रूपक में मानवीय पक्ष का होना भी एक आवश्यक तत्व है। यह पक्ष साक्षात्कारों अथवा स्थल रिकार्डिंग पर आधारित हो सकता है। उदाहरणार्थ –बैंक राष्ट्रीयकरण की वार्षिकी पर बनाये गये रूपक में बैंक–ग्राहक के संबंध तथा मानव–विकास में बैंकों की भूमिका पर प्रकाश डालना आवश्यक है।
5. **वातावरण निर्माण** : रूपक को आकर्षित तथा तथ्यपूर्ण बनाने की दृष्टि से इसमें विषयवस्तु से संबंधित ध्वनि–प्रभाव संयोजन से वातावरण निर्माण करना आवश्यक होता है जिससे श्रोता कुछ समय के लिये स्वयं को उसी मनःस्थिति में रख सके। उदाहरण के लिए दीवाली पर्व के रूपक में आतिशबाजी और फूलझड़ियों के चलने की आवाजें, बच्चों का शोर, लक्ष्मी पूजन के लिए मंत्रोच्चारण आदि के ध्वनि प्रभावों से श्रोताओं के मस्तिष्क में दीवाली की रात का वातावरण प्रत्यक्ष हो जाता है।
6. **समय सूचना संकेत** : रूपक में विषयवस्तु के अनसार समय सूचना संकेत होना भी अनिवार्य है। वंदे मातरम रूपक में राष्ट्रीय आंदोलन की ऐतिहासिकता, इस गीत का प्रथम प्रयोग, 15 अगस्त 1947 की मध्य रात्रि, संसद भवन के केंद्रीय कक्ष में सत्ता हस्तांतरण समारोह तथा ब्रॉडकास्टिंग हाउस में हीराबाई बड़ौदकर द्वारा इस गान की प्रस्तुति – इन सबका आभास श्रोता को होना अनिवार्य है। 'महाप्रभु चौतन्य' पर बनाये गये एक रूपक का अंश ''मनोहर संध्या का समय। चौदह सौ छियासी ईस्वी की फाल्गुन पूर्णिमा। सिंह लग्न । चंद्र ग्रहण लगा हुआ। नवद्वीप यानी नदिया ग्राम की नर नारी ग्रहण स्थान के लिए भगवत नाम लेते हुए गंगा की ओर जा रहे हैं – तभी एक शिशु का जन्म।'' लेखक के इस वर्णन को ध्वनि प्रभावों तथा संवादों के माध्यम से प्रस्तुतकर्ता द्वारा चित्रित करना आवश्यक है।
7. **पात्र संख्या** : रूपक में पात्रों की संख्या का महत्वपूर्ण स्थान है। अधिक पात्र रूपक को नीरस बना सकते हैं तो कम पात्र इसे उबाऊ कर सकते हैं। वाचक–वाचिका की तकनीक अब पुरानी हो चुकी है। अतः नाटकीय संवादों का पुट अनिवार्य माना जाने लगा है।
8. **स्वाभाविकता एवं बोधगम्यता** : रूपक की सफलता इसी तथ्य पर आधारित है कि वह श्रोताओं पर कितना प्रभाव छोड़ सकता है। इस प्रभाव के लिए यह आवश्यक है कि उसमें स्वाभाविकता तथा सहजता बनी रहे जिससे कि श्रोताओं में वह बोधगम्य हो सके। भाषा न साहित्यिक हो और न ही ठेठ बोलचाल की वरन् विषयवस्तु के अनुकूल सम्प्रेषण की भाषा होनी चाहिये।

अभ्यास

1. ध्यानपूर्वक रेडियो में प्रसारित डोक्यूमेंट्री और रूपक सुनें । आपने. रूपक और डोक्यूमेंट्री के तत्वों की जानकारी प्राप्त कर ली है। इनके आधार पर आप रेडियो में प्रसारित होने वाले डोक्यूमेंट्री और रूपक का विश्लेषण करें।

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

6.3 डोक्यूमेंट्री और रेडियो रूपक के लिए शोध कार्य

डोक्यूमेंट्री और रेडियो रूपक में कुछ तथ्य प्रस्तुत किए जाते हैं। तथ्यों का प्रामाणिक होना इसमें अनिवार्य है। अतः डोक्यूमेंट्री रूपक तैयार करने के पहले लेखक–निर्माता को इस संबंध में छानबीन करनी होती है। ऐसा न करने से इन कार्यक्रमों में तथ्यात्मक भूल रह जाने की संभावना रह जाती है। मसलन, आप 1942 के आंदोलन पर एक रूपक . बनाते हैं। उसमें आप एक स्वतंत्रता सेनानी के अनुभव रिकार्ड करते हैं और इन अनुभवों को रूपक में सम्मिलित करते हैं। प्रसारण के बाद स्वतंत्रता सेनानियों का विरोध पत्र आता है कि उक्त सज्जन तो 6 अगस्त 1942 को उस स्थान पर थे ही नहीं। यह भूल इसलिए हुई कि स्वतंत्रता सेनानी के कथन की छानबीन नहीं की गयी, उसकी प्रामाणिकता संबंधी शोध से लेखक ने बचकर निकलना चाहा, इसलिए उसका बनाया. रूपक त्रुटिपूर्ण हो गया।

लेखक और निर्माता को साथ मिलकर तथ्यों की प्रामाणिकता की जाँच करनी चाहिए। उन्हें उन सभी स्रोतों की खोज करनी चाहिए, जिससे तथ्यों को प्रामाणिक रूप में प्रस्तुत किया जा सके। अगर खोज का क्षेत्र बड़ा है और उसे एक आदमी पूरा नहीं कर सकता, तो एक साथ कई लोग मिलकर भी खोज कर सकते हैं। वस्तुतः लेखक के लिए कार्यक्रम के लिए आवश्यक सभी उपलब्ध सूचनाओं को इकट्ठा करना वांछनीय है।

रेकार्डिंग करने के पूर्व आधारभूत शोध का काम पूरा हो जाना चाहिए । शोध के तीन मुख्य स्रोत हैं– पहला है पुस्तकालय पर आधारित खोज – इसके अंतर्गत न केवल पुस्तकों में उपलब्ध सामग्री का उपयोग करना चाहिए, बल्कि अप्रकाशित रचनाओं में उपलब्ध सामग्री की भी सहायता ली जानी चाहिए। मसलन कार्यक्रम से संबंधित सामग्री गैर सरकारी स्वशासी संस्थाओं में भी मिल सकती है शोध का दूसरा स्रोत है– विषय का विशेषज्ञ। ''विषय विशेषज्ञ'' । विभिन्न संदर्भो में विभिन्न प्रकृति के हो सकते हैं। अगर हम नर्मदा नदी बांध परियोजना पर कोई कार्यक्रम बनाने जा रहे हैं, तो न केवल बांध बनाने में लगी संस्था में शामिल व्यक्ति विषय विशेषज्ञ के अंतर्गत आएंगे बल्कि वे लोग भी उसमें शामिल होंगे जिन्हें इसका दुष्परिणाम भुगतान पड़ रहा है। एक तरफ इसमें बाबा आम्टे के विचारों को ध्यान में रखना होगा, दूसरी तरफ इस

योजना के कारण विस्थापित हुए लोग भी ''विषय विशेषज्ञ'' की हैसियत से अपने विचार प्रकट करेंगे। वस्तुतः इसे ''विषय विशेषज्ञ'' की अपेक्षा ''जानकार लोग'' कह सकते हैं। शोध का तीसरा स्रोत है– स्थल विशेष का मुआयना । इसके अंतर्गत स्थल विशेष का दौरा करना चाहिए और उपलब्ध सूचनाएँ इकट्ठी करनी चाहिए।

शोध की यह प्रक्रिया डोक्यूमेंट्री और रूपक बनाने के दौरान भी चलती रहती है। लोगों से साक्षात्कार लेने और परिचर्चा करने के दौरान अनेक नये तथ्य तथा सूचनाएँ समाने आती हैं। इनके अनुसार आलेख में परिवर्तन भी करना पड़ सकता है।

अभ्यास

2. आपको कुछ विषय दिए जा रहे हैं। इकाई में वर्णित शोध प्रक्रिया ध्यान में रखते हुए इन विषयों से संबंधित शोध पर ध्यान दें:
   क) अंतर्राष्ट्रीय मई दिवस
   ख) इंदिरा नहर परियोजना
   ग) साक्षरता अभियान

   कुछ संकेत
   क) इन विषयों पर उपलब्ध पुस्तकें
   ख) अखबार और पत्रिका में छपे लेख
   ग) इन क्षेत्रों से संबंधित लोगों का साक्षात्कार
   घ) इनसे प्रभावित लोग, किन लोगों को फायदा हुआ, कौन सा समूह इसके दुष्प्रभाव से प्रभावित हुआ आदि–आदि।

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

6.4 डोक्यूमेंट्री और रूपक में वाचन

डोक्यूमेंट्री और रूपक में वाचन एक आवश्यक तत्व है। डॉ. सिद्धनाथ कुमार ने लिखा है कि रूपकों में नेरेटर होते ही हैं (रेडियो नाट्य शिल्प)। डोक्यूमेंट्री में कुछ ऐसे तथ्य होते हैं जिनका प्रस्तुतीकरण यदि वाचक–वाचिका के माध्यम से किया जाए तो वह अधिक प्रभावशाली होता है। इसके अतिरिक्त विषयवस्तु के निर्वाह के लिए अथवा आँकड़ों, दस्तावेजों, संस्मरणों की नीरसता को तोड़ने के लिए वाचन की आवश्यकता होती है।

वाचक डोक्यूमेंट्री में टिप्पणी करता चलता है। यह टिप्पणी पूरे कार्यक्रम को एक दिशा और दृष्टि प्रदान करती है। इस प्रकार की टिप्पणी का लेखन पूरा कार्यक्रम बन जाने के बाद किया जाना चाहिए और फिर उपयुक्त जगह पर उसका समावेश करना चाहिए । इसका एक मामूली कारण यह है कि कार्यक्रम बनने के बाद ही यह तय करना समाचीन होता अपूगेद्री, लपक, पत्रिका और व्यक्ति–चित्र है कि कार्यक्रम का कौन सा अंश टिप्पणी की माँग करता है। अगर कार्यक्रम सम्पादित होने के पूर्व टिप्पणी लिख दी गयी तो इसके संदर्भ विहीन और सतही बन जाने का खतरा होता है।

टिप्पणी लिखते समय लेखक को बीच का रास्ता अपनाना चाहिए। कहने का तात्पर्य यह कि लेखक को इतनी कम टिप्पणी भी नहीं देनी चाहिए कि उससे बात ही स्पष्ट न हो और इतनी ज्यादा टिप्पणी भी नहीं करनी चाहिए कि कार्यक्रम उबाऊ और बोझिल हो जाए । इसके अतिरिक्त टिप्पणी की भाषा बातचीत के रूप में होनी चाहिए, भाषा सरल और बोधगम्य होनी चाहिए। समग्र रूप में इसे सम्प्रेष्य होना चाहिए। सम्प्रेष्यता रेडियो लेखन का सबसे बड़ा गुण है और यह टिप्पणी–लेखन पर भी लागू होता है।

अभ्यास

3. आप कुछ रेडियो डोक्यूमेंट्री/रूपक सुनें । इस बार, टिप्पणी/वाचन पर ध्यान केंद्रित करें। आप ध्यान दें कि वाचन क्या भूमिका निभा रहा है? आगर आपको कोई टिप्पणी पसंद आए, तो उसे नोट करें और बताएं कि क्यों आपको यह पसंद आया?

   कुछ संकेत

   - वाचन की भूमिका क्या है?
   - तर्क को मजबूत बनाता है।
   - विचारों को स्पष्ट करता है।
   - विचारों को सुसंगत ढंग से रखता है।
   - विचारों का विस्तार करता है।

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

6.5 डोक्यूमेंट्री/रूपक का संयोजन

डोक्यूमेंट्री/रूपक बनाते समय संयोजन की मुख्य भूमिका होती है। डोक्यूमेंट्री/रूपक एक खास संदेश लोगों तक पहुँचाते हैं। सफल संयोजन से ही संदेश प्रभावशाली ढंग से श्रोता के पास पहुँच सकता है। कार्यक्रम में संयोजन के परिणामस्वरूप एक तारतम्यता आती है। पर रूपरेखा प्रस्तुत करने का कोई जटिल

और बंधा बंधाया नियम नहीं है। लेखक/निर्माता हमेशा इस संदर्भ में प्रयोग करते रहते हैं। आरम्भिक दिनों में डोक्यूमेंट्री बनाने के कुछ बंधे–बंधाए तरीके सामने आये थे । मसलन समस्या समाधान का तरीका। इसमें कोई समस्या ली जाती है, उसके विभिन्न पहलुओं पर विचार होता है और एक समाधान प्रस्तुत कर दिया जाता है। पर इस क्षेत्र में अब लगातार प्रयोग हुए हैं और लेखक/निर्माता इस लीक से अलग हटकर कार्यक्रम बना रहे हैं। अतः रूपरेखा के बारे में कोई अंतिम निर्णय नहीं किया जा सकता है। इस तथ्य के बावजूद रूपरेखा के महत्व को नकारा नहीं जा सकता है क्योंकि श्रोता तक बात केवल शब्दों के सहारे नहीं पहुँचती, उसमें रूपरेखा की भी अहम भूमिका होती है।

6.5.1 संयोजन की प्रविधि

डोक्यूमेंट्री/रूपक के लेखन में रूपरेखा का विशेष महत्व है। इसका कारण यह है कि विषय के अनुसार कार्यक्रम की रूपरेखा में भी परिवर्तन करना पड़ता है। रूपक के कई शिल्प इस संदर्भ में उभरे हैं – मसलन वर्णनात्मक रूपक, काव्य रूपंक, संगीत रूपक आदि–आदि। आइए इन विभिन्न शिल्प–प्रारूपों का अवलोकन करें :

1. **वर्णनात्मक रूपक** : इनमें विषयवस्तु का निरुपण, पुरुष–महिला दो स्वरों में वाचन, स्थल रिकार्डिंग, साक्षात्कार आदि का प्रमुख स्थान होता है। इनमें ध्वनि–प्रभाव अथवा संगीत होते हैं परंतु नाममात्र के लिए – अर्थात उनका स्थान गौण होता है। पूर्व पृष्ठों में दिये गये उदाहरण इन्हीं रूपकों के हैं। इनमें गत्यात्मकता होती है।

2. **काव्य रूपक** : ये रूपक काव्य प्रधान होते हैं। इनमें गद्य का पुट न के बराबर होता है – मुख्य कवित्व होता है। यद्यपि यह शैली बहुत नई है और इसके प्रयोग अभी सतही हैं। रेडियो प्रसारण में काव्य–नाटक काफी समय से चले आ रहे हैं और इनमें धर्मवीर भारती के "अंधायुग" का नाम सर्वोपरि है। इसके अतिरिक्त अन्य मुख्य काव्य नाटक सिद्धनाथ कुमार का 'संघर्ष', उदय शंकर भट्ट का 'विश्वामित्र' आदि भी प्रमुख हैं। इन्हीं काव्य नाटकों से प्रेरित होकर काव्य–रूपकों पर भी प्रयोग किये जाने लगे और अब प्रसारण के इतिहासकार 'अंधायुग' को काव्य–रूपक कहना अधिक उचित मानते हैं। अभी राष्ट्रीय स्तर पर इस शिल्प को मान्यता नहीं मिल पाई है। मधुकर गंगाधर ने अपनी पुस्तक 'रेडियो लेखन' में काव्य–रूपक की चर्चा की है। कुछ विद्वानों ने इसे 'पद्य–नाटक' की संज्ञा भी दी है। 21 अगस्त 1979 को आकाशवाणी दिल्ली से 9.30 रात्रि में श्रृंखला नाटक के अन्तर्गत डॉ. विनय का 'स्वयं साक्षी' प्रसारित हुआ था। इसे पद्यनाटक कहा गया था परन्तु मेरी दृष्टि में इसे काव्य–रूपक कहना अधिक उपयुक्त होगा।

3. **संगीत रूपक** : जिस रूपक में गीतों की प्रधानता हो, संगीतात्मकता हो और जिसे संगीत कलाकारों द्वारा प्रस्तुत किया गया हो, वह संगीत रूपक कहलाता है। संगीत रूपक को संगीत वालों ने ओपेरा भी कहा है परन्तु ओपेरा संगीत का ही एक प्रकार है जो दृश्य अधिक है श्रव्य कम । संगीत रूपक में मुख्यतः सूत्रधार होता है जैसे कि गद्यात्मक रूपकों में वाचक–वाचिका होते हैं तथा नाटकीय तत्व को पात्रों द्वारा दर्शाया जाता है जो अपनी बात और संवाद संगीत के माध्यम से प्रस्तुत करते हैं। प्रायः संगीत रूपकों का प्रसारण आकाशवाणी से होता है विशेषकर पर्वो और उत्सवों पर। लेकिन जैसा कि काव्य–रूपक में कहा गया था, इस शैली के रूपक अखिल भारतीय स्तर पर प्रसारित नहीं किये जाते । रूपकों के अखिल भारतीय कार्यक्रमों का अर्थ केवल गद्यात्मक रूपकों से ही लिया जाता है।

उदाहरण : श्री कृष्ण जन्माष्टमी के अवसर पर प्रसारित डॉ. हरिश्चन्द्र वर्मा द्वारा लिखित रूपक जिसमें श्रीकृष्ण की प्रासंगिकता आज के सन्दर्भ में प्रदर्शित की गई है :

सुबल (एक पात्र) : यह लीला है प्रतिहिंसा की
प्रतिहिंसा जो अंधी होती।

कृष्ण (आवेश में) : मैं मुरली को मौन करूंगा।
चक्र सुदर्शन को गाने दूंगा।
अब राग आग का
एक अंश की गायक है यह मेरी मुरली
अंश दूसरे का उद्‌घोषक चक्र सुदर्शन
दोनों के संगम से ही तो
पूर्ण सत्य गाया जाता है।

श्रीदामा (दूसरा पात्र) : जब से तुमने विफल किया यज्ञ इन्द्र का
वह पागल सा भटक रहा है देवलोक में
उसे भूख है सत्ता की, साम्राज्यवाद की
और सहारा है ऊँचे आतंकवाद का
भेज रहा है कितने ही रणधीर लड़ाके,
गुप्त प्रचारक और भेदिये तरह तरह के।

डोक्यूमेंट्री/रूपक बनाते समय संगीत नियोजन और प्रवाहमयता पर विशेष ध्यान दिया जाना चाहिए । इस प्रकार के कार्यक्रम में संगीत की प्रभावशाली भूमिका होती है। कार्यक्रम बनाते समय सहजता, तर्कसंगतता और स्पष्टता का विशेष ध्यान रखना चाहिए ताकि केन्द्रीय विचार उभर कर सामने आये। आइए, इस पक्ष पर अलग से विचार किया जाए।

1. **संगीत नियोजन** : ऐतिहासिक विषयवस्तु में विशेष रूप से संगीत नियोजन के लिए कौशल की आवश्यकता है। डोक्यूमेंट्री में यद्यपि दस्तावेज और संस्मरणों की मुख्य भूमिका होती है तथापि तत्कालीन समय का आभास देने में संगीत की भूमिका अहम होती है। 15 अगस्त 1947 की मध्य रात्रि में आकाशवाणी, दिल्ली से हीराबाई बड़ोदकर की आवाज में वन्देमातरम् का सीधा (लाइव) प्रसारण हुआ था। उसकी रिकार्डिंग का उपयोग 'वन्देमातरम' राष्ट्रगान की डोक्यूमेंट्री में तत्कालीन सन्दर्भ देकर किया गया। परन्तु स्वतंत्रता आन्दोलन के दौरान . प्रचलित गीतों (यथा झंडा ऊंचा रहे हमारा, उठ जाग मुसाफिर भोर भई, मजहब नहीं सिखाता) का संगीत नियोजन बाद में किया गया और किसी भी ऐसी डोक्यूमेंट्री में इनका उपयोग उसी प्रकार के संगीत से होना चाहिये। बौद्धकालीन विषय से सम्बन्धित डोक्यूमेंट्री में उसी समय के संगीत का पुट आना अनिवार्य है। महाप्रभु चौतन्य के रूपक में संकीर्तन का प्रयोग अति आवश्यक है।
2. **प्रवाहमयता** : डोक्यूमेंट्री बनाने वालों के सामने प्रवाहमयता का प्रश्न प्रायः उठता है। अकबर के रूपक में क्या उर्दू भाषा का प्रयोग होना चाहिये? महाप्रभु चौतन्य में क्या बंगला भाषा का प्रयोग आवश्यक है? वास्तव में डोक्यूमेंट्री को प्रामाणिकता प्रदान करने के लिए वास्तविक आलेखों, दस्तावेजों को उसी रूप में उद्धृत करना आवश्यक है।

इसी प्रकार संस्मरणों में संस्मरणदाता की स्वयं की आवाज अनिवार्य है परन्तु ये अन्य भाषा में है तो इन्हें पृष्ठभूमि में देकर इनका भावार्थ मुखर रूप में दिया जाना चाहिये । यद्यपि संवादों का निर्वाह, विषय तथा प्रसंग के अनुसार ही होता है परन्तु श्रोता की समझ में आ जाये और उसे यह नीरस न लगे, यही सबसे पहली आवश्यकता है।

6.5.2 विषयवस्तु का निर्माण

कार्यक्रम के आलेख की रूपरेखा तैयार करते समय केन्द्रीय विचार स्पष्ट होने चाहिए। कहने का तात्पर्य यह कि आपके सामने यह स्पष्ट रहना चाहिए कि आप श्रोता तक कौन सा और कैसा संदेश पहुँचाने जा रहे हैं। आप कोई सामाजिक या राजनीतिक मुद्दा ले सकते हैं, आपका प्रयत्न यह भी हो सकता है कि किसी खास विचार या दृष्टिकोण अपनाने के लिए श्रोता को प्रेरित किया जाए या कोई कार्य करने के लिए प्रेरित किया जाए। मसलन, सूचना प्रधान अथवा विकासात्मक कार्यक्रम तथा प्रचारात्मक रूपक।

1. **सूचना प्रधान अथवा विकासात्मक** : 2017 में देश ने स्वतंत्रता प्राप्ति के 70 वर्ष पूरे किये। इस पूरे वर्ष में आकाशवाणी द्वारा रूपकों की एक श्रृंखला 'आजादी के सत्तर वर्ष' प्रसारित की गयी। इसके अतिरिक्त विभिन्न क्षेत्रों में की गई प्रगति का लेखा–जोखा प्रसारित किया। इसके अंतर्गत जिन विषयों को लिया गया उनमें मुख्य थे – सिंचाई सुविधाएँ, जनसंचार, यातायात, बैंक सुविधा, आवास आदि। ये वस्तुतः शोध परक रूपक थे। इनका उद्देश्य श्रोताओं को एक विषय–विशेष को सूक्ष्मतम सूचना देना तथा इस क्षेत्र विशेष में विकास के लिए उठाये गये कदमों का पूरा ब्योरा देना था।

   इन रूपकों में आँकड़ों की बहुलता होती है परन्तु प्रस्तुतीकरण की शैली पर बहुत कुछ निर्भर करता है। सिंचाई सुविधाओं के रूपक में राजस्थान, उड़ीसा, आंध्र प्रदेश के किसानों से बातचीत, विभिन्न परियोजनाओं जैसे रामगंगा परियोजना, शारदा सहायक योजना, इंदिरा गांधी नहर आदि का तथ्यात्मक विवरण, 1947 और 2017 के तुलनात्मक आँकड़े, खाद्य–उत्पादन की स्थिति आदि के विवेचन से रूपक को जहाँ सूचनाप्रद बनाया गया वहाँ ध्वनि प्रभावों तथा वास्तविक स्थल रिकार्डिंग द्वारा इसमें विश्वसनीयता भी आई। रूपक "आर्थिक विकास के वाहक बैंक अखिल भारतीय कार्यक्रम में प्रसारित हुआ था। इसमें आर्थिक और सामाजिक विकास का एक इतिहास, कमजोर वर्गों के विकास में बैंकों की भूमिका, आई.आर.डी.पी. जैसी योजनाएँ, सेठ–साहुकारों द्वारा निर्धन किसानों का उत्पीड़न आदि का निरूपण किया गया है। समस्या की गम्भीरता को दर्शाने के लिए नाटकीय संवाद दिये गये थे तथा विकास को दिखाने के लिए लाभार्थियों के इंटरव्यू, बैंक अधिकारियों से बातचीत तथा कर्ज के आँकड़े दिये गये थे।

   ''यातायात'' संबंधी रूपक में सड़क परिवहन की व्यवस्था, राष्ट्रीय राजमार्गों का इतिहास, देश के 57 राज्य सड़क परिवहन उपक्रमों का विवरण, 11000 रेलगाड़ियों और 8 हजार रेलवे स्टेशनों के जुड़ाव, जहाजरानी का फैलाव तथा विमान सेवाओं के उड़ान की पूरी कथा दी गई थी। देश के आर्थिक विकास और सामाजिक क्रांति में यातायात. और आवागमन के इन साधनों का पूर्ण विवेचन इसमें था।

   इन सभी रूपकों को सूचना तथा विकासात्मक रूपक के उत्कृष्ट उदाहरण कहा जा सकता है।

2. **प्रचारात्मक रूपक** : प्रचारात्मक रूपको के अन्तर्गत नीतियों, कार्यकलापों और घोषणाओं का प्रचार–प्रसार करने की दृष्टि से रूपक विधा का प्रयोग सामने आया है। इनका उद्देश्य मुख्यतः देश में चल रहे विकासात्मक कार्यों का प्रचार है। ये रूपक सूचनाप्रद भी होते हैं। सभी कार्यक्रमों के अंतर्गत किये गये कार्य इनमें विशेष रूप से लिये जाते हैं। इनमें यही ध्यान रखा जाता है कि किसी योजना अथवा नीति का कोई नकारात्मक पहलू सामने न आये।

   इस श्रेणी में किसी संस्था अथवा संगठन पर बनाये गये रूपकों को भी लिया जा सकता है जो देश में अपनी किस्म के अनूठे हैं और जिनका देश की प्रगति और विकास में योगदान है और जिनका प्रचार होना आवश्यक है।

   इसके अतिरिक्त किसी व्यक्ति, समस्या और घटना को केन्द्र में रखकर भी रूपक बनाए जा सकते हैं।

3. **व्यक्तित्व प्रधान** : इसमें किसी प्रभावशाली व्यक्तित्व को लेकर उसके सद्‌गुणों, उसके कार्यों, विचारधारा, योगदान . तथा समाज पर उसके प्रभाव आदि को लेकर विवेचना की जाती है। यदि वह कोई युग पुरुष है तो आज के युग में उसकी प्रासंगिकता का वर्णन भी आवश्यक है।

4. **समस्या प्रधान** : गत एक दशक में समस्या प्रधान रूपकों की बहुलता रही है। भारतीय समाज में कुछ ऐसी समस्याएँ हैं जिनका निराकरण संभवतः निकट भविष्य में नजर नहीं आता जबकि उनकी तरफ से आँखें बंद नहीं की जा सकतीं। ये समस्याएँ हैं, बेरोजगारी, अशिक्षा, अंधविश्वास, बालश्रमिक, स्त्री शोषण आदि । इन पर आकाशवाणी से समय–समय पर रूपक प्रसारित हुए हैं। समस्याप्रधान रूपकों में समस्या की ऐतिहासिकता, उसका। निरूपण, उसका प्रभाव, उसकी व्यापकता, निराकरण संबंधी किये गये उपाय तथा भावी योजनाएँ, इन सबका आना आवश्यक है। इनमें यद्यपि आँकड़ों से बचना कठिन है परंतु आँकड़े समस्या की गहनता को प्रदर्शित करने के लिए होते हैं न कि नीरसता के लिए। इनमें समस्याग्रस्त व्यक्तियों के साथ बातचीत होनी भी आवश्यक है।

अब आपके सामने रूपक तथा डोक्यूमेंट्री के संरचना संबंधी तथ्य स्पष्ट हैं। आप रूपक के विविध रूपों से परिचित हो गये हैं। रूपरेखा बनाते समय निम्नलिखित बातों का भी ध्यान रखना चाहिए :

- रूपरेखा बनाते समय पूरा वाक्य लिखना चाहिए । अधूरा वाक्य लिखने से विचारों में अस्पष्टता आ जाने की गुंजाइश होती है । इसके अलावा विभिन्न तथ्यों को एक साथ पिरोने में भी कठिनाई होती है।
- एक कार्यक्रम में मुख्य मुद्दा दो से कम तथा पाँच से अधिक नहीं होना चाहिए।
- इस बात की जाँच कर लेनी चाहिए कि प्रस्तुतीकरण में तारतम्यता और प्रवाहमयता हो।
- जटिल वाक्यों के निर्माण से बचें । एक ही वाक्य में कई बातों को शामिल करने से परहेज रखें। कोशिश करें कि आपके वक्तव्य सकारात्मक हों नकारात्मक नहीं। वक्तव्य प्रश्न की शैली में भी नहीं होना चाहिए ।

बोध प्रश्न

1. निम्नलिखित विषयों पर किस प्रकार का रूपक अधिक प्रभावशाली होगा।
   क) अस्पृश्यता ....
   ख) मजहब नहीं सिखाता आपस में बैर रखना ....
   ग) ऊर्जा के वैकल्पिक स्रोत ....
   घ) समाचार पत्रों की स्वतंत्रता ....

2. डोक्यूमेंट्री में वाचन की क्या भूमिका है? (तीन पंक्तियों में उत्तर दें)
   ....
   ....
   ....

3. विषय के आधार पर रूपक कितने प्रकार के हो सकते हैं? किन्हीं तीन का नामोल्लेख करें। (तीन पंक्तियों में उत्तर दें)
   ....
   ....
   ....

4. रूपक और डोक्यूमेंट्री के चार तत्वों का नामोल्लेख करें।

   क) ....

   ख) ....

   ग) ....

   घ) ....

अभ्यास

4 आप बेरोजगारी पर एक डोक्यूमेंट्री/रूपक तैयार करें।

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

कुछ संकेत

1. यह समस्या प्रधान विषय है।
2. समस्या–समाधान वाली रूपरेखा अपनायी जा सकती है।
3. वर्णनात्मक शैली अपनायी जा सकती है।
4. तथ्यों को जुटाने में पुस्तकालय और मंत्रालय में आँकड़ों का सहारा लीजिए।
5. बेरोजगार युवकों का साक्षात्कार लीजिए।
6. अर्थशास्त्र के विशेषज्ञों का साक्षात्कार लीजिए।
7. राजनीतिज्ञों से बातचीत

इसी प्रकार अभ्यास के लिए आप निम्नलिखित विषयों पर रूपक/डोक्यूमेंट्री बना सकते हैं :

1. अंतर्राष्ट्रीय मई दिवस
2. नेहरू पर्वतारोहण संस्थान
3. अग्नि मिसाइल का प्रक्षेपण
4. इंदिरा नहर परियोजना
5. साक्षरता अभियान

6.6 रेडियो पत्रिका

रेडियो पत्रिका प्रसारण के क्षेत्र में एक महत्वपूर्ण विधा है । प्रश्न उठता है कि आखिर रेडियो पत्रिका है क्या? अन्य विधाओं से यह किस प्रकार भिन्न है? पत्रिका, जैसा कि नाम से स्पष्ट है एक ऐसी मैगजीन को कहते हैं जिसमें प्रत्येक रुचि के पाठक को पढ़ने के लिये उसके मनोनुकूल सामग्री मिल जाती है । इसमें गद्यात्मक लेख भी होते हैं, गीत और कविता होती हैं, समाचार–टिप्पणियाँ होती हैं, कुछ चित्र, कुछ पहेली, कुछ चुटकुले, कुछ संस्मरण तथा प्रारम्भ में एक सम्पादकीय होता है। सम्पादकीय का विषय कोई घटना हो

सकती है, अथवा कोई ज्वलन्त समस्या हो सकती है। पत्रिका का विषय क्षेत्र भी निश्चित होता है, खेल पत्रिका, फिल्मी पत्रिका, विज्ञान पत्रिका, साहित्यिक पत्रिका, समाचार पत्रिका आदि—आदि। इसकी आवृत्ति भी निश्चित होती है कोई साप्ताहिक तो कोई मासिक, कोई त्रैमासिक तो कोई पाक्षिक।

इसी प्रकार प्रसारण में भी पत्रिका का प्रयोग किया गया। यह प्रयोग विशेष रूप से साहित्य, खेलकूद तथा विज्ञान के प्रसारणों में किया गया और काफी सीमा तक यह एक सफल प्रयोग है। प्रश्न उठता है कि प्रसारण में इस तरह की विधा की क्या आवश्यकता हुई?

6.6.1 रेडियो पत्रिका की आवश्यकता

रेडियो प्रसारण के शिक्षा, सूचना और मनोरंजन ये तीन उद्देश्य कहे जाते हैं। परन्तु ये उद्देश्य अब इतने पुराने हो गये हैं कि अब रेडियो को कहीं इनसे आगे सोचना होता है। अब रेडियो की प्रतियोगिता प्रेस से है। इलैक्ट्रोनिक मीडिया की होड़ अब प्रिन्ट मीडिया से है। प्रसारण के समय में भी वृद्धि हुई है और प्रसारण की पहुँच भी अब देश की 95% जनसंख्या तक है। इस प्रकार जन साधारण की अपेक्षाओं में भी वृद्धि हुई है । यदि ये अपेक्षाएँ अधूरी रहती हैं तो श्रोता के हाथ में रेडियो/ट्रांजिस्टर की नौब रहती है जिसे धुमाकर वह ऑफ कर सकता है। कहने का तात्पर्य कि प्रसारण में श्रोता अपने ज्ञान की भूख का समाधान खोजता है, अपनी शंकाओं का निराकरण चाहता है, अपने प्रश्नों का उत्तर ढूँढता है तथा अपनी दैनिक समस्याओं का निदान चाहता है। कार्यक्रमों में भी श्रोताओं को विभिन्नता चाहिए, समग्रता चाहिए। सहजता चाहिए तथा चाहिए सजगता।

इस उद्देश्य की पूर्ति के लिये 'पत्रिका' विधा का अभ्युदय हुआ । रेडियो की इस पत्रिका में भी वैधिध्यपूर्ण सामग्री एक निश्चित समय के अन्तराल से दी जाती है । इसमें भी एक सम्पादकीय होता है, उस समय अन्तराल में घटित घटनाओं के सम्पादित अंश होते हैं तथा समाचार होते हैं। यह मोटे तौर पर एक पत्रिका का कलेवर होता है। सामान्यतः आकाशवाणी केन्द्रों से विज्ञान पत्रिका, खेल पत्रिका, साहित्यिक पत्रिकाओं का नियमित प्रसारण साप्ताहिक पाक्षिक या मासिक रूप से किया जाता है।

6.6.2 रेडियो पत्रिका के आवश्यक तत्व

1. इसमें एक शीर्षक धुन अवश्य होनी चाहिये जिससे कि इसकी अपनी एक पहचान बने।
2. इसमें विविधता होनी आवश्यक है। खेलकूद पत्रिका में किसी रनिंग कमेंट्री, जो उस समयावधि में हुई होती है, के अंश दिये जाने चाहिएरू खेलों पर टिप्पणी, खेल समाचार, खेल समीक्षक के विचार आदि का भी समावेश किया जा सकता है। इसी प्रकार साहित्यिक पत्रिका में उस अवधि में जन्में और स्वर्गवासी साहित्यकार के कतित्व और व्यक्तित्व पर परिचर्चा अथवा चर्चा, कविता अथवा कहानी तथा साहित्यिक समाचार दिये जाने चाहिए।
3. पत्रिका सम्पादन विषय के विशेषज्ञ द्वारा किया जाना चाहिये।
4. इसकी आवृत्ति का निर्धारण, केन्द्र के सेवा क्षेत्र की आवश्यकताओं, उपलब्ध प्रतिभाओं के उपयोग तथा प्रसारण समय को ध्यान में रखकर किया जाना चाहिये।
5. इसकी आवृत्ति का निर्धारण, केन्द्र के सेवा क्षेत्र की आवश्यकताओं, उपलब्ध प्रतिभाओं के उपयोग तथा प्रसारण समय को ध्यान में रखकर किया जाना चाहिये।

6.7 व्यक्ति—चित्र

व्यक्ति—चित्र का कार्यक्रम किसी व्यक्ति से संबंधित होता है। इसमें कार्यक्रम का विषय कोई व्यक्ति होता है। यह कार्यक्रम वार्ता रूपक, पत्रिका यहाँ तक कि वृत्तचित्र के रूप में भी प्रस्तुत किया जा सकता है। रेडियो व्यक्ति—चित्र की प्रस्तुति का कोई बंधा बंधाया तरीका नहीं है। यह प्रस्तुतीकरण के ढंग और मौजूदा

परिस्थिति पर बहुत कुछ निर्भर करता है। इसके माध्यम से हम किसी चर्चित व्यक्ति का परिचय श्रोताओं से करवाते हैं। रेडियो व्यक्ति–चित्र बनाने के लिए कई कार्य करने पड़ते हैं। इनका जिक्र हम आगे करने जा रहे हैं।

1. सबसे पहला कार्य होता है उस व्यक्ति का साक्षात्कार लेना, जिस पर व्यक्ति–चित्र बनाना है। साक्षात्कार से संबंधित जानकारी आप पूर्व की इकाइयों में प्राप्त कर चुके हैं। उसमें व्यक्ति आधारित साक्षात्कार की चर्चा की गयी है । आप इस इकाई में दिए गये निर्देशों के अनुसार साक्षात्कार ले सकते हैं।
2. अगर आपको कार्यक्रम शीघ्र तैयार करना है और व्यक्ति आपके शहर में उपलब्ध नहीं है, तो आप इस बात की कोशिश कीजिए कि उससे लिया गया कोई पहले का साक्षात्कार उपलब्ध हो जाए। अगर आपको कोई साक्षात्कार उपलब्ध हो जाए तो उसका उपयोग आप अपने कार्यक्रम के लिए कर सकते हैं । वस्तुतः साक्षात्कार को शामिल करने से कार्यक्रम जीवंत हो उठता है।
3. दुर्भाग्य से अगर कहीं उस व्यक्ति का पहले से रिकार्डेड साक्षात्कार प्राप्त नहीं हो, तब आप क्या करेंगे? क्या एक सपाट वार्ता लिख डालेंगे? नहीं, ऐसा करने से कार्यक्रम आकर्षक नहीं बन पाएगा। इस स्थिति में आप विभिन्न विशेषज्ञों से साक्षात्कार ले सकते हैं, जो उस व्यक्ति और उस व्यक्ति के कार्य–क्षेत्र से परिचित हों । इससे आपके पास विभिन्न प्रकार की रोचक सूचनाएँ इकट्ठी हो जाएँगी, जिनका उपयोग आप अपने कार्यक्रम में कर सकेंगे।
4. अगर आप खुश नसीब हैं और आपको उस व्यक्ति का वक्तव्य, साक्षात्कार, विशेष का वक्तव्य आदि एक साथ प्राप्त हो जाता है, तो आप एक रेडियो रूपक या रेडियो वृत्तचित्र भी तैयार कर सकते हैं।
5. अगर आपके पास इनमें से कोई स्रोत उपलब्ध नहीं है, तो निराश होने की बात नहीं है। आप एक सुरुचिपूर्ण और आकर्षक वार्ता तो तैयार कर सकते हैं। लेकिन यह अंतिम प्रयास होगा।

रेडियो व्यक्ति–चित्र का आलेख तैयार करते समय इन नियमों का पालन करें, मसलन भाषा सरल और समझ में आनेवाली हो, लम्बे और उलझे हुए वाक्य न हों, आरंभ आकर्षक हो आदि–आदि।

हालाँकि व्यक्ति–चित्र तैयार करने के लिए कोई बंधा–बंधाया नियम नहीं है, पर कुछ बातों का ध्यान रखने से कार्यक्रम तैयार करने में निश्चित रूप से सुविधा रहेगी :

1. इसका आलेख तैयार करने के पहले शोध की आवश्यकता पड़ती है। आप सारी इकटूठी सूचनाओं का उपयोग कार्यक्रम में करें या न करें, आपको व्यक्ति से संबंधित ज्यादा से ज्यादा जानकारी होनी चाहिए। हाँ, आप जुटाए गये तथ्यों की जाँच अवश्य कर लें।
2. कार्यक्रम बनाते समय तिथियों, अंकों और तकनीकी उलझनों में पड़ने की कोशिश न करें । मसलन, अगर आपकिसी साहित्यकार पर व्यक्ति–चित्र तैयार करने जा रहे हैं, तो यंह–ध्यान रखें कि आपका श्रोता इस बात में कोई . रुचि नहीं रखता है कि साहित्यकार विशेष ने कितने लेख लिखे हैं और ये लेख कब प्रकाशित हुए हैं और ये किस पत्रिका के किस अंक में प्रकाशित हुए हैं। अतः इस प्रकार के आँकड़ों से भरसक बचने का प्रयत्न करें।
3. आपकी प्रस्तुति अनौपचारिक होनी चाहिए । आप निश्चित रूप से एक साहित्यकार पर व्यक्ति–चित्र तैयार कर रहे डोक्यूमेंट्री, रूपक, पत्रिका और व्यक्ति–चित्र हैं, पर इसमें भावनात्मक प्रवाह में बहने की जरूरत नहीं है।
4. व्यक्ति–चित्र तैयार करते समय चुनाव की अहम भूमिका होती है। एक व्यक्ति के व्यक्तित्व के अनेक पहलू होते हैं। एक ही कार्यक्रम में अगर आपने सारे पहलुओं को चित्रित करने की कोशिश की, तो आपके कार्यक्रम में अस्पष्टता आ जाएगी। व्यक्तित्व का कोई भी पहलू उभर कर सामने नहीं आ सकेगा। इसलिए आवश्यक है कि आप उसके व्यक्तित्व के किसी एक पक्ष पर अपनी नजर गढ़ाए रखें और अन्य पहलुओं का जिक्र मात्र कर दें।

बोध प्रश्न

5. रेडियो पत्रिका के तीन प्रकारों का उल्लेख करें।
   क) ....
   ख ....
   ग) ....

6. विज्ञान पत्रिका और खेल पत्रिका में क्या अन्तर है? (दो पंक्तियों में उत्तर दें)।

   ....

   ....

7. सही कथन के आगे ☑ का और गलत कथन के आगे ☒ का चिह्न लगाएँ ।
   क) रेडियो पत्रिका में एक संपादकीय अवश्य होता है।
   ख) रेडियो पत्रिका का समसामयिकता से कोई संबंध नहीं है। ।
   ग) रेडियो पत्रिका में एक शीर्षक धुन होती है।
   घ) रेडियो पत्रिका रूपक का अंग है।

अभ्यास

5 अब आप पाँच मिनट का रेडियो व्यक्ति–चित्र आलेख तैयार करें। आप किसी भी प्रसिद्ध व्यक्ति को चुन सकते। हैं। हम तीन नाम आपके सामने रख रहे हैं – सर्वश्री आर.के. लक्ष्मण, विष्णु प्रभाकर, बाबा आम्टे । आप अपना आलेख अध्ययन केंद्र के परामर्शदाता को दिखा सकते हैं।

6.8 सारांश

इस इकाई में आप डोक्यूमेंट्री/रूपक, रेडियो पत्रिका और रेडियो व्यक्ति–चित्र का आलेख लिखने के आधारभूत तथ्यों की जानकारी प्राप्त कर चुके हैं।

- जिस रूपक में दस्तावेजों और आलेखों का अधिक प्रयोग हो वह डोक्यूमेंट्री है। यथार्थता, सूचनाप्रद होना, नाटकीयता आदि रूपक के कुछ विशेष तत्व हैं।
- डोक्यूमेंट्री और रूपक बनाने के लिए तथ्य संबंधी शोध आवश्यक है।
- डोक्यूमेंट्री और रूपक में वाचन की विशेष भूमिका होती है।
- इन कार्यक्रमों के निर्माण में संयोजन, रूपरेखा निर्माण का कार्य आवश्यक होता है।
- रेडियो पत्रिका सभी प्रकार की रेडियो विधा का मिला–जुला रूप है, जिसमें किसी सामयिक विषय पर चर्चा की जाती है।
- रेडियो व्यक्ति–चित्र में किसी व्यक्ति को केन्द्र में रखा जाता है और उसके व्यक्तित्व के विभिन्न पहलुओं को उजागर किया जाता है।

6.9 उपयोगी पुस्तकें

1. कुमार सिद्धनाथ, रेडियो नाट्य शिल्प, राधाकृष्ण प्रकाशन, दिल्ली
2. गंगाधर, मधुकर, भारतीय प्रसारणः विविध आयाम, हिंदी बुक सेंटर, दिल्ली
3. सहगल, प्रताप, अपनी–अपनी भूमिका, प्रतिमान प्रकाशन, दिल्ली

6.10 बोध प्रश्नों के उत्तर

बोध प्रश्न

1. क) वर्णनात्मक
   ख) काव्य रूपक/संगीत रूपक
   ग) वर्णनात्मक
   घ) वर्णनात्मक
2. देखें 6.4
3. मसलन, सूचना प्रधान आदि
4. क) यथार्थता
   ख) सूचनाप्रद
   ग) नाटकीयता
   घ) मानवीय पक्ष
5. क) खेल पत्रिका
   ख) विज्ञान पत्रिका
   ग) साहित्यिक पत्रिका
6. विज्ञान पत्रिका में समसामयिक वैज्ञानिक उपलब्धियों की चर्चा की जाती है, जबकि खेल पत्रिका में खेल से संबंधित सूचनाएँ दी जाती हैं।
7. क) ☑
   ख) ☒
   ग) ☑
   घ) ☒