टिप्पणी

301hi37A

37

संचार माध्यमों के प्रमुख अवयव

पिछले पाठों में आपने विभिन्न संचार माध्यमों के स्वरूप, प्रकार, समाचार संकलन की प्रक्रिया तथा उनके प्रकाशन-प्रसारण संबंधी पहलुओं के बारे में विस्तार से पढ़ा। इन संचार माध्यमों यानी पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो, दूरदर्शन आदि के कुछ और महत्त्वपूर्ण अंग भी हैं, जो इनके मुख्य उद्देश्य अर्थात् मनोरंजन, सूचना और शिक्षा में सहायक बनते हैं। जिस तरह हमारे शरीर में मुँह, आँख, कान, हाथ, पाँव के अलावा और भी बहुत से अंग हैं जो हमारे जीवन के लिए आवश्यक हैं, इसी तरह जनसंचार के ऐसे अनेक अंग हैं, जिनके अध्ययन के बिना जनसंचार के बारे में हमारा ज्ञान अधूरा रहेगा। इस पाठ में हम ऐसे ही कुछ प्रमुख अंगों की चर्चा करेंगे।

उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- संचार माध्यमों के प्रमुख अवयवों की पहचान कर सकेंगे;
- विज्ञापन के महत्त्व की चर्चा कर सकेंगे;
- अखबार, रेडियो तथा दूरदर्शन के विज्ञापन का स्वरूप स्पष्ट कर सकेंगे;
- फोटो तथा कार्टून में अंतर बता सकेंगे;
- वार्ता, भेंटवार्ता तथा फीचर में भेद कर सकेंगे;
- आँखों देखा हाल तथा धारावाहिक की अलग-अलग व्याख्या कर सकेंगे।

क्रियाकलाप

1. अखबार तो आप पढ़ते ही हैं। उसमें समाचारों के अलावा और क्या-क्या चीजें प्रकाशित होती हैं। किन्हीं चार का उल्लेख कीजिए।

   1...3...

   2...4...

2. क्या आपने कभी सोचा है कि अखबार या पत्रिकाओं में फोटो प्रकाशित करने के पीछे क्या उद्देश्य होता है? संक्षेप में बताइए–

....

....

....

....

37.1 आइए समझें

संचार माध्यम के प्रमुख अवयवों का परिचय

संचार माध्यम के प्रमुख अवयव हैं :

1. विज्ञापन
2. फोटो
3. कार्टून अथवा व्यंग्य चित्र
4. भेंटवार्ता
5. वार्ता
6. परिचर्चा
7. आलेख
8. फीचर
9. धारावाहिक
10. आँखों देखा हाल

आपने अख़बार पढ़ते, रेडियो सुनते अथवा दूरदर्शन पर कार्यक्रम देखते समय निश्चित रूप से महसूस किया होगा कि इनमें एक ही तरह की सामग्री नहीं होती। अखबारों में समाचार प्रमुख होते हैं लेकिन उनके साथ-साथ विज्ञापन, संपादकीय, लेख, चित्र, कार्टून आदि विविध प्रकार की सामग्रियों से उसे सजाया जाता है। इसी प्रकार रेडियो पर भी समाचारों के अलावा भेंटवार्ताएँ, वार्ताएँ, धारावाहिक रचनाएँ, गीत-संगीत, नाटक आदि का भी प्रसारण होता है। बीच-बीच में (ब्रेक के बाद) विज्ञापन भी प्रसारित होते हैं। यही प्रक्रिया दूरदर्शन पर भी होती है। वहाँ भी अलग-अलग प्रकार की सामग्री दिखाई जाती है। शायद आप उन सब से परिचित होंगे किंतु उनके बारे में विशेष रूप से जानने के उत्सुक होंगे। आइए, अब इस पाठ में हम आपका परिचय संचार माध्यमों में प्रयोग होने वाले प्रमुख अवयवों से करवाते हैं।

1. विज्ञापन

विज्ञापन उपभोक्ताओं के बीच वस्तुओं की बिक्री बढ़ाने का एक साधन है, किंतु साथ ही यह संचार माध्यमों की आय का भी मुख्य स्रोत होता है। यदि अखबारों में विज्ञापन प्रकाशित न हों तो जो अखबार हमें एक-डेढ़ रुपए में मिलता है, वह 8-10 रुपए में मिलेगा। इसी तरह रेडियो और दूरदर्शन पर भी खूब विज्ञापन प्रसारित होते हैं, जिनसे दोनों माध्यमों की आय होती है। आकाशवाणी की 'विविध भारती' सेवा मूलतः विज्ञापन प्रसारण सेवा ही है। दूरदर्शन पर भी छोटे-बड़े विज्ञापन विभिन्न कार्यक्रमों से पहले और बाद में प्रसारित किए जाते हैं। विज्ञापनों की दरें किसी अखबार की प्रसार संख्या यानी उसे पढ़ने वाले लोगों की संख्या के हिसाब से तय होती हैं। विज्ञापन देने वाले व्यापारिक संगठन अखबारों के पाठक वर्ग के आर्थिक, सामाजिक स्तर को ध्यान में रखकर विज्ञापन छपवाते हैं।

उपभोक्ता वस्तुओं की बिक्री के लिए अखबार तथा रेडियो/दूरदर्शन विज्ञापन प्रकाशित/प्रसारित करते हैं।

कुछ विज्ञापन लोकहित में प्रकाशित या प्रसारित किए जाते हैं। राष्ट्रीय एकता, सांप्रदायिक सद्भाव, परिवार नियोजन, रोगों से बचाव, नशीले पदार्थों से परहेज जैसे विज्ञापन इसी श्रेणी में आते हैं। इस तरह के विज्ञापन प्रायः सरकारी विभाग या स्वयंसेवी संस्थाएँ देती हैं।

पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो और दूरदर्शन में प्रकाशन/प्रसारण के अलावा विज्ञापन के और भी अनेक माध्यम हैं। सिनेमा स्लाइड, इश्तेहार, होर्डिंग, रेलगाड़ियों, बसों, ट्रकों, दीवारों

टिप्पणी

पर लिखवाना, खेल प्रतियोगिताओं, प्रदर्शनियों, मेलों आदि के मौकों पर किसी वस्तु या संदेश का प्रचार-प्रसार इसी श्रेणी में आता है। विज्ञापनों की भाषा और सजावट उसके पाठकों/दर्शकों के स्तर के अनुसार होती है। आमतौर पर आकर्षक और लुभाने वाले शब्द या मुहावरे इस्तेमाल करके ग्राहकों को आकर्षित किया जाता है। आजकल दूरदर्शन पर इतने सुंदर और लुभावने विज्ञापन आ रहे हैं कि लोग, खास कर बच्चे, इन्हें देखने में बहुत रुचि लेते हैं।

आपने अखबार, रेडियो तथा दूरदर्शन पर प्रकाशित अथवा प्रसारित होने वाले विज्ञापनों की ओर ध्यान दिया होगा तो देखा होगा कि एक ही वस्तु का विज्ञापन अलग-अलग माध्यमों पर अलग-अलग ढंग से प्रस्तुत किया जाता है। इसके पीछे संचार माध्यमों के स्वरूप मुख्य कारण होते हैं।

किसी संदेश का प्रचार भी विज्ञापन द्वारा किया जाता है।

चूँकि अखबार संचार माध्यम की मुद्रित विधा है इसलिए इसमें प्रकाशित होने वाले विज्ञापनों को सुंदर-सुंदर चित्रों तथा वाक्यों से सजाया जाता है, जिससे कि वह एक दृष्टि में देखते ही पाठक को अपनी तरफ आकर्षित कर लें।

रेडियो एक सशक्त श्रव्य माध्यम है अतः इस पर केवल किसी भी संदेश को सुना जा सकता है। इसलिए रेडियो पर प्रसारित होने वाले विज्ञापनों में गीत-संगीत के टुकड़े, विशेष प्रकार की ध्वनियों और वाक्यों का प्रयोग किया जाता है, जिससे कि श्रोता का ध्यान आसानी से आकर्षित हो सके। कई बार विज्ञापनों के द्वारा मनोरंजन भी करने का प्रयास किया जाता है ताकि काफ़ी देर तक लोगों के मन में विज्ञापन का प्रभाव बना रहे।

दूरदर्शन पर प्रसारित किए जाने वाले विज्ञापनों में चित्रों के साथ-साथ रेडियो की भाँति ध्वनियों तथा गीत-संगीत का भी प्रयोग किया जाता है। जहाँ ज़रूरत होती है वहाँ लिखित रूप भी दिया जाता है। इसमें विज्ञापनों की गुणवत्ता निर्धारित करते समय यह ध्यान में रखा जाता है कि विज्ञापन देखने और सुनने दोनों में आकर्षक हों और विज्ञापनदाता का ठीक-ठाक संदेश भी पहुँचा सकें। आजकल तो इंटरनेट पर किसी वेबसाइट को देखते समय भी अनेक आकर्षक विज्ञापन चलते रहते हैं और मोबाइल फोन में भी अक्सर विज्ञापन वाले संदेश आते रहते हैं।

2. फोटो

उपग्रह द्वारा तत्काल फोटो खींच कर एक स्थान से दूसरे स्थान पर भेजा जा सकता है।

पत्र-पत्रिकाओं में फोटो का महत्त्व बहुत बढ़ गया है। रंगीन छपाई के क्षेत्र में प्रगति होने के साथ-साथ फोटो छापने की अनिवार्यता भी बढ़ती जा रही है। रेडियो में तो फोटो देना संभव नहीं है, पर बिना चित्रों के दूरदर्शन और पत्र-पत्रिकाओं की तो कल्पना ही नहीं की जा सकती। फोटोग्राफी की तकनीक अब इतनी विकसित हो चुकी है कि उपग्रह के ज़रिए दूर से फोटो तत्काल प्रेषित किए जा सकते हैं।

यदि किसी समाचार के साथ उससे संबंधित फोटो दे दिए जाएँ तो उसका प्रभाव बढ़ जाता है। जिन पत्रिकाओं में फोटो कम छपते हैं, उनके प्रति पाठक का आकर्षण कम होता है। खेल, फिल्म, कला, विज्ञान आदि विषयों की पत्रिकाएँ तो बिना चित्रों के छप

ही नहीं सकतीं। कुछ फोटो अपने आप में समाचार होते हैं। संचार माध्यमों के फोटोग्राफर भी किसी संवाददाता या पत्रकार से कम नहीं होते। वास्तव में फोटोग्राफी कला भी है और पत्रकारिता भी। फोटो के कारण किसी समाचार या खबर की विश्वसनीयता बढ़ जाती है। दूरदर्शन तो है ही दृश्य माध्यम, और फोटो उसका आधार है। कैमरामैन या फोटोग्राफर कई कोणों से तथा कई पहलुओं को ध्यान में रखकर एक ही घटना के असंख्य चित्र खींचता है, जिनमें से सबसे सटीक चित्र छाँटकर प्रकाशित या प्रसारित किया जाता है। कुछ अखबारों के फोटोग्राफर तो अंतर्राष्ट्रीय स्तर की ख्याति प्राप्त कर चुके हैं। यों तो फोटो अपने आप में मुखर होता है और उसकी रेखाएँ और रंग ही बोलते हैं, पर कभी-कभी उसका शीर्षक (कैप्शन) इतना चुटीला और मन को छू लेने वाला होता है कि जितना प्रभाव एक चित्र और चार-पाँच शब्दों से हो जाता है, उतना 20-25 पृष्ठों या दो घंटे के भाषण से भी नहीं हो सकता।

दूरदर्शन पर दिखाए जाने वाले विज्ञापनों में तो चित्र ही महत्त्वपूर्ण होते हैं। यद्यपि वहाँ पर चित्रों के साथ-साथ ध्वनि का भी महत्त्व होता है। लेकिन कई बार विज्ञापनदाता चित्र के साथ कुछ वाक्य लिखकर ही बिना किसी ध्वनि के अपना संदेश दर्शकों तक पहुँचा देता है।

फोटो पत्रकारिता एक स्वतंत्र विधा के रूप में उभरी है।

अब तो फोटो पत्रकारिता एक स्वतंत्र विधा के रूप में उभर चुकी हैं। 'राष्ट्रीय सहारा' नामक दैनिक-पत्र **फोटो फीचर** के नाम से हर सप्ताह किसी स्थान, घटना अथवा प्रकृति के सौंदर्य को चित्रित करता है।

3. कार्टून अथवा व्यंग्य चित्र

कार्टून अथवा व्यंग्य चित्र भी अब पत्र-पत्रिकाओं का अनिवार्य हिस्सा बन चुके हैं। और ये व्यंग्यचित्र परोक्ष रूप से अपना संदेश प्रेषित करते हैं। कार्टून बनाना भी फोटोग्राफर की तरह एक कला है, किंतु इसमें कैमरे जैसे उपकरण नहीं बल्कि मात्र पेंसिल या कलम और कागज़ की आवश्यकता पड़ती है, जिससे कार्टूनिस्ट आड़ी-तिरछी रेखाएँ खींच कर किसी घटना, व्यक्ति, या विचार पर ऐसी तीखी टिप्पणी कर डालते हैं कि बड़े-बड़े लेख और संपादकीय भी उनके सामने फीके पड़ जाते हैं। कार्टून असल में स्वस्थ लोकतंत्र का लक्षण है। कार्टूनकार बड़े से बड़े नेता, विद्वान, अभिनेता या संत-महात्मा तक को माफ नहीं करते। किसी को बिल्ली बना दिया जाता है तो किसी को लोमड़ी। कोई मक्खी या तितली के रूप में चित्रित किया जाता है तो कोई रीछ या कुत्ते के रूप में। मज़े की बात यह है कि कोई भी इसमें बुरा नहीं मानता। कार्टून का उद्देश्य किसी पर कीचड़ उछालना या मज़ाक उड़ाना नहीं बल्कि किसी घटना या विचार को तीखेपन तथा कचोट के साथ प्रस्तुत करना है। कार्टून किसी समाचार को टिप्पणी के

टिप्पणी

किसी भी विषय की व्यंग्यात्मक प्रस्तुति कार्टून कहलाती है।

साथ पेश करता है। दुनिया के सभी छोटे-बड़े अखबार और पत्रिकाओं में कार्टून के लिए स्थान अवश्य रहता है। कुछ पत्रिकाएँ तो कार्टून पत्रिका के रूप में ही निकलती हैं। कार्टून किसी भाषा का भी मोहताज नहीं होता, पर कई बार कार्टून में बनाए गए पात्रों को स्पष्ट करने के लिए भाषा का भी इस्तेमाल किया जाता है। यह केवल कुछ शब्दों या एकाध वाक्य के रूप में होती है।

अब दूरदर्शन पर भी समाचारों के साथ अथवा राजनीतिक टिप्पणियों के साथ कार्टून दिखाए जाने का प्रचलन शुरू हो गया है।

कार्टून के माध्यम से फिल्में भी बनाई जाती हैं, जो बच्चों को विशेष रूप से पसंद आती हैं। इन्हें ऐनीमेशन फिल्में कहा जाता है।

अब कार्टूनिस्ट पेंसिल अथवा कलम के साथ-साथ कंप्यूटर की सहायता से भी कार्टून बनाते हैं। समाचार पत्रों में कार्टूनिस्टों को संपादकों और संवाददाताओं के समान प्रतिष्ठा तथा वेतन मिलता है।

पाठगत प्रश्न 37.1

दिए गए विकल्पों में से सही विकल्प चुनकर निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर दीजिए:

1. रेडियो की 'विविध भारती' सेवा मुख्य रूप से किस प्रकार की सेवा है?
   (क) गीत-संगीत सुनवाने की सेवा
   (ख) विज्ञापन प्रसारण सेवा
   (ग) चुटकुले सुनवाने की सेवा
   (घ) नाटक प्रसारण सेवा
2. क्या रेडियो पर विज्ञापन प्रसारित करने के लिए चित्रों की आवश्यकता होती है?
   (क) हाँ (ग) नहीं
   (ख) कभी-कभी (घ) जरूरत पड़ने पर
3. समाचारों के साथ चित्र इसलिए दिए जाते हैं ताकि
   (क) देखकर लोगों को आनंद आए
   (ख) समाचार कम देने पड़ें
   (ग) खबरों की विश्वसनीयता बढ़ जाए
   (घ) अखबार देखने में सुंदर लगे।
4. किसी भी पत्र-पत्रिका में नियमित रूप से प्रकाशित कार्टून का उद्देश्य
   (क) अखबारों या पत्रिकाओं की बिक्री बढ़ाना होता है;
   (ख) किसी विषय को तीखेपन तथा कचोट के साथ प्रस्तुत करना होता है;
   (ग) नेताओं का मज़ाक उड़ाना होता है;
   (घ) रीति निभाना होता है।

टिप्पणी

किसी घटना, विषय या समस्या पर विषय विशेषज्ञ से विशिष्ट बातचीत भेंटवार्ता कहलाती है।

4. भेंटवार्ता

भेंटवार्ता भी फोटो तथा कार्टून की तरह समाचार की विश्वसनीयता बढ़ाते हैं। इसमें किसी घटना, विषय या समस्या से जुड़े एक या अधिक लोगों से कोई संवाददाता या पत्रकार एकांत में सवाल-जवाब करके कुछ जानकारी प्राप्त करता है। भेंटवार्ताएँ पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित होती हैं और साथ ही रेडियो तथा दूरदर्शन से प्रसारित भी होती हैं। कभी-कभी भेंटवाताओं से बहुत बड़े समाचार भी निकल आते हैं। भेंटवार्ताएँ किसी खास समाचार अथवा घटना के बारे में भी हो सकती हैं और किसी राजनेता, अधिकारी या विषय के जानकार से सामान्य तौर पर बातचीत भी हो सकती हैं। आकाशवाणी से तो 'समाचार दर्शन' या 'न्यूजरील' जैसे कार्यक्रम भी प्रसारित किए जाते हैं जो पूरी तरह भेंटवार्ताओं पर आधारित हैं।

दूरदर्शन के समाचारों तथा समसामयिक कार्यक्रमों में भेंटवार्ताओं का खूब इस्तेमाल किया जाता है। किसी घटना या समाचार के अलग-अलग पहलू समझने और पाठकों, श्रोताओं और दर्शकों तक पहुँचाने में भेंटवार्ता विधा बहुत उपयोगी है। उदाहरण के लिए कहीं दंगा हो जाए तो पीड़ित लोगों, वहाँ मौजूद व्यक्तियों, पुलिस तथा किसी सामाजिक कार्यकर्ता के विचार प्रकाशित/प्रसारित कर दिए जाएँ तो सारी बात की सच्चाई सामने आ जाएगी। भेंटवार्ताएँ आमतौर पर रिकार्ड कर ली जाती हैं और उनका संपादन करके आवश्यकता के अनुरूप उनके अंश या पूरे रूप में प्रकाशित/प्रसारित की जाती हैं।

इंटरव्यू लेने वाले पत्रकार को अत्यंत विनम्र, विवेकशील और मृदुभाषी होना चाहिए।

भेंटवार्ता या इंटरव्यू लेने वाले पत्रकार को अत्यंत विनम्र, विवेकशील और मृदुभाषी होना चाहिए, तभी वह किसी व्यक्ति से सच्चाई मालूम करने में सफल हो सकेगा। धीरज और संयम उसके अन्य गुण हैं। समाचार को विश्वसनीयता के साथ पेश करने की यह उत्तम विधा है। भेंटवार्ताओं को प्रकाशित करने से पहले व्यक्ति विशेष से कथनों की पुष्टि करवा लेनी चाहिए।

भेंटकर्ता को प्रश्न पूछते हुए ऐसी भाषा का इस्तेमाल करना चाहिए जो उस व्यक्ति की समझ में आती हो और जिसे पाठक और श्रोता समझ सकते हों। प्रश्न सरल भाषा में और स्पष्ट होने चाहिए।

आपने समाचारों के स्रोत के रूप में संवाददाता सम्मेलन के बारे में पढ़ा। संवाददाता सम्मेलन भी एक तरह से भेंटवार्ता का विस्तृत रूप है। सामान्य भेंटवार्ता में प्रायः एक व्यक्ति से एक पत्रकार प्रश्न करता है, जबकि संवाददाता सम्मेलन में बारी-बारी से अनेक पत्रकार प्रश्न पूछते हैं। राजनेताओं से की गई भेंटवार्ताओं में बड़ी चतुराई से प्रश्न पूछे जाते हैं, जिनमें ऐसी जानकारी प्राप्त करने का प्रयास किया जाता है, जो राजनेता आसानी से बताना नहीं चाहते।

5. वार्ता

वार्ता या टॉक आकाशवाणी की विधा है, जिसमें किसी विषय पर विस्तार से चर्चा की जाती है। इसमें कोई जानकार व्यक्ति निर्धारित समय में दिए गए विषय के विभिन्न पहलुओं पर सरल और सुबोध भाषा में प्रकाश डालता है। यह ध्यान रखा जाना चाहिए कि विषय अधिकतम लोगों के हित व रुचि का हो। ये विषय सामयिक भी हो सकते हैं और स्थायी महत्त्व के भी।

चूँकि वार्ता में एक ही व्यक्ति की भागीदारी होती है, इसलिए इसकी अवधि 5 से 10 मिनट की रहती है, ताकि श्रोता ऊबने न लगें। वार्ताकार स्वयं अपनी आवाज़ में वार्ता प्रसारित करे तो उसका प्रभाव अच्छा होता है। यदि उसकी आवाज़ प्रसारण योग्य न हो तो उद्घोषक या समाचार वाचक भी वार्ता पढ़ सकते हैं। बीच-बीच में उदाहरणों, उक्तियों आदि का हवाला देने से वार्ता में रोचकता का पुट आ जाता है।

टिप्पणी

किसी विषय पर विस्तार से चर्चा वार्ता कहलाती है। यह आकाशवाणी की एक विधा है।

विषय की स्पष्टता, विचारों की निष्पक्षता और भाषा की सरलता के साथ-साथ सफल वार्ता की एक महत्त्वपूर्ण पहचान है उसका सही प्रस्तुतीकरण। बोलते समय यदि आवाज़ का कुशलता के साथ उपयोग किया जाए तो श्रोता का ध्यान भंग नहीं होता और विषय उस तक अच्छी तरह पहुँच जाता है। समाचार प्रभाग की सामयिकी, समाचार चर्चा, समाचार दर्शन, सप्ताह की झाँकी, स्पॉटलाइट, वाक्यांश, राज्यों की चिट्ठी आदि प्रमुख कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं। इन कार्यक्रमों के अलावा वार्ताओं का अखिल भारतीय कार्यक्रम भी है, जिसमें सप्ताह में एक बार आकाशवाणी के सभी केंद्रों से एक साथ कोई वार्ता प्रसारित की जाती है। अब आकाशवाणी के सुबह के समाचारों के बदले हुए स्वरूप में प्रतिदिन एक वार्ता भी प्रसारित की जाती है। साथ ही दैनिक समाचारपत्रों में प्रकाशित मुख्य समाचारों की सूचना भी प्रसारित होती है।

6. परिचर्चा

परिचर्चा एक तरह से वार्ता का ही विस्तार है। इसमें तीन या उससे अधिक लोग एक साथ बैठकर आपसी बातचीत के माध्यम से किसी विषय या समस्या को श्रोताओं/दर्शकों के सामने रखते हैं। कोशिश यह होनी चाहिए कि इसमें भाग लेने वाले लोग विषय के अलग-अलग पहलुओं से जुड़े हुए हों। उदाहरण के लिए यदि मुक्त विद्यालयी शिक्षा पद्धति की उपयोगिता या विद्यार्थियों के निर्णय लेने की क्षमता पर परिचर्चा आयोजित की जाए तो उसमें शिक्षा मंत्रालय के किसी वरिष्ठ अधिकारी, राष्ट्रीय मुक्त विद्यालयी शिक्षा संस्थान में शिक्षा प्राप्त व्यक्ति या शिक्षा पा रहे विद्यार्थी, किसी अध्यापक, शिक्षा शास्त्री और किसी समाजसेवक अथवा पत्रकार को शामिल किया जा सकता है।

किसी विषय या समस्या पर कई विशेषज्ञों की आपस में विस्तार से बातचीत परिचर्चा कहलाती है। यह रेडियो और दूरदर्शन की एक लोकप्रिय विधा है।

परिचर्चाएँ आकाशवाणी तथा दूरदर्शन दोनों माध्यमों में प्रसारित की जाती हैं। यह दूरदर्शन की तो बहुत ही लोकप्रिय विधा है। चुनाव, बजट, कानून, खेल तथा अन्य राष्ट्रीय मसलों पर अक्सर परिचर्चाएँ प्रसारित की जाती हैं। पत्र-पत्रिकाओं में भी लिखित विचार प्रकाशित किए जाते हैं।

परिचर्चा में किसी एक व्यक्ति को संयोजक (मॉडरेटर) तय किया जाता है, जो एक तरह से सूत्रधार होता है और परिचर्चा का संचालन करता है। उसे ध्यान रखना होता है कि विषय के सभी मुख्य पहलुओं पर विचार हो जाए और उसमें भाग लेने वाले सब लोगों को अपनी राय व्यक्त करने का मौका मिले। परिचर्चा का उद्देश्य विषय के विभिन्न पहलुओं की जानकारी श्रोताओं/दर्शकों को देना है, इसलिए इस बात का ध्यान रखना आवश्यक है कि कहीं चर्चा बहस का रूप न ले ले। परिचर्चा प्रायः 20 मिनट से एक घंटे तक की हो सकती है। परिचर्चा सफल तभी होगी जब वह अनौपचारिक तथा घरेलू वातावरण में की जाए।

टिप्पणी

परिचर्चा में भाग लेने वालों को यह ध्यान रखना चाहिए कि उनका असली मकसद श्रोताओं/दर्शकों को विषय की सही जानकारी देना है अपने ज्ञान व विद्वता का सिक्का जमाना नहीं। उन्हें ऐसी भाषा का इस्तेमाल करना चाहिए जिसे आम लोग आसानी से समझ लें। गहरी से गहरी बात को सरल और बोलचाल की भाषा में पेश करना ही अच्छे परिचर्चाकार की पहचान है।

7. आलेख

आलेखों का स्वरूप भी रेडियो वार्ता की तरह ही होता है। जब कोई भी वार्ता अखबार/पत्रिका में प्रकाशित होती है तो उसे आलेख कहा जाता है। वार्ताओं की तरह आलेख भी विभिन्न विषयों पर लिखे जाते हैं। इसमें राजनीतिक समसामयिक घटनाएँ, नारी अधिकार, यौन शोषण, बच्चों, किशोरों की दशा-दिशा की राष्ट्रीय-अंतर्राष्ट्रीय समस्याएँ, साहित्य, कला, संस्कृति, कृषि, नीति, बजट, आर्थिक परिदृश्य आदि विषय आते हैं। इन आलेखों के प्रकाशित होने के अनुरूप ही इसे संपादकीय, समीक्षा, टिप्पणी, चर्चा आदि नामों से जाना जाता है।

समसामयिक घटना पर आधारित पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित लेख आलेख कहलाते हैं।

आलेख प्रायः गंभीर विषयों पर लिखे जाते हैं। बिना आलेख के समाचारपत्र अधूरे होते हैं।

8. संपादकीय

संपादकीय में किसी महत्त्वपूर्ण घटना, सरकार के फैसले, सामाजिक समस्या आदि पर टिप्पणी होती है। समाचार जहाँ घटनाओं या स्थितियों की तथ्यात्मक जानकारी देते हैं, वहीं संपादकीय उन पर विचारात्मक टिप्पणी करते हैं। संपादकीय से समाचार पत्रों की दृष्टि का अंदाजा भी लगाया जा सकता है। इसमें किसी घटना, समस्या या नीतिगत फैसले पर संपादक क्या टिप्पणी करता है उससे उसके साहस और विचारों का पता चलता है।

किसी विशिष्ट समाचार पर विशेष विचारात्मक टिप्पणी संपादकीय कहलाती है।

कई बार संपादकीय पढ़ने के बाद सरकारें फैसला बदलने पर मज़बूर हो जाती हैं, किसी घटना पर तुरंत कार्रवाई के लिए तत्पर हो जाती हैं। जिस नियम पर संपादकीय लिखा जाता है उसे माना जाता है कि गंभीर मुद्दा है। इससे पाठकों में जागरूकता भी पैदा होती है। कई बार किसी समाचार को पढ़कर पाठक उतना आंदोलित नहीं होता जितना संपादकीय पढ़कर हो जाता है।

संपादकीय मुख्यतः अखबारों और पत्रिकाओं में संपादक की ओर से संपादकीय पृष्ठ पर लिखा जाता है। कभी-कभी संपादकीय अति महत्त्वपूर्ण होने पर प्रथम पृष्ठ पर भी स्थान पा जाता है।

9. फीचर

आप जानते हैं कि समाचार पत्रों में हम दैनिक जीवन में घटित महत्त्वपूर्ण सूचनाएँ देते हैं, जबकि फीचर में किसी समाचार के व्यापक प्रभाव का दर्शन और मूल्यांकन होता है। साथ ही एक शब्दचित्र खींचा जाता है। यह विशेष सत्य पर आधारित होता है जो पाठक अथवा दर्शक की जिज्ञासा, सहानुभूति, आशंका, विनोद, संत्रास आदि संवेदनाओं को उत्पन्न करने में सहायक होता है। किसी अच्छे फीचर को पढ़ अथवा देखकर संतोष प्राप्त होता है और भावनाओं की तुष्टि होती है। यह मूलतः मनोरंजन के साथ सूचना देने के उद्देश्य से लिखा जाता है।

व्यावहारिक बातों अथवा घटनाओं की मनोरंजक प्रस्तुति फीचर कहलाती है।

टिप्पणी

एक फीचर में व्यावहारिक क्षेत्र की बात को मनोरंजक ढंग से प्रस्तुत किया जाता है। इसी प्रकार सूचना का अधिकार, भोज्य पदार्थ, बागवानी, मशीनों की मरम्मत, डाक टिकट, लिंग भेद, एच.आई.वी./एड्स, फूलों की खेती आदि जैसे किसी भी विषय पर फ़ीचर आधारित हो सकता है। फ़ीचर के अन्य अनेक विषय हो सकते हैं। बच्चों व किशोरों की समस्याएँ जैसेः धैर्यशीलता, परीक्षा से पूर्व स्ट्रैस मैनेजमेंट अर्थात तनाव मुक्त कैसे रहा जाए, बच्चों में मादक पदार्थों का बढ़ता सेवन और रोकथाम, खाली समय का सदुपयोग कैसे करें, रुचियाँ–अभिरुचियाँ। शौर्य-बहादुरी की गाथाएँ, बाल विवाहः कुप्रथा, लिंगभेद की समस्या, एचआईवी एड्स रोग/भ्रांतियों के प्रति जागरूकता इत्यादि।

फीचर का शीर्षक सदैव आकर्षक और दिल को छू लेने वाला होता है। फीचर अखबार और पत्रिका में प्रकाशित होता है, रेडियो पर सुना जा सकता है और दूरदर्शन पर देखा भी जा सकता है।

व्यावहारिक बातों अथवा घटनाओं की मनोरंजक प्रस्तुति फीचर कहलाती है।

10. धारावाहिक

धारावाहिक शब्द का प्रचलन सभी संचार माध्यमों में लगभग एक ही रूप में है। धारावाहिक का अर्थ होता है किसी भी लंबी सामग्री को निर्धारित समय पर क्रमशः प्रकाशित अथवा प्रसारित करना। धारावाहिक को अंग्रेज़ी में सीरियल कहा जाता है। अखबारों में साहित्य, कला तथा संस्कृति, बच्चों के प्राकृतिक स्वास्थ्य से संबंधित किसी घटना अथवा समस्या पर आधारित खबरें तथा सामग्री भी धारावाहिक रूप में प्रकाशित की जाती है। अखबारों में लंबी कहानियों, उपन्यासों आदि को भी धारावाहिक रूप में प्रकाशित किया जाता है।

किसी लंबी सामग्री को निर्धारित समय पर क्रमशः प्रकाशित अथवा प्रसारित करना धारावाहिक कहलाता है।

रेडियो पर कहानी, नाटक तथा संगीत समारोहों से संबंधित कार्यक्रमों के अलावा किसी समस्या से जुड़ी वार्ताएँ भी धारावाहिक रूप में प्रसारित की जाती हैं।

दूरदर्शन पर धारावाहिक का प्रचलन अधिक है। दूरदर्शन पर धारावाहिक रूप में कहानियाँ, नाटक, फिल्में तथा प्रतियोगितापरक कार्यक्रम अधिक दिखाए जाते हैं। अलग-अलग विषयों जैसे संगीत, नृत्य तथा किसी घटना से संबंधित धारावाहिक भी प्रसारित होते हैं। कहानियों तथा फिल्मों पर आधारित धारावाहिक न होकर, 'नूपुर' तथा 'परमवीर चक्र' नामक धारावाहिक नृत्य तथा फौजी घटनाओं पर आधारित प्रचलित धारावाहिक थे। 'हम लोग', 'शांति' आदि धारावाहिक सबसे पहले लंबे समय तक चलने वाले लोकप्रिय धारावाहिक रहे हैं। आजकल भी 'कहानी घर-घर की', 'कुसुम', कालचक्र, यात्रा जैसे अनेक धारावाहिक घर-घर देखे जा रहे हैं।

पाठगत प्रश्न 37.2

दिए गए विकल्पों में से सही विकल्प चुनकर रिक्त स्थानों की पूर्ति कीजिए:

1. वार्ताएँ .... पर सुनाई जाती हैं।

   (क) रेडियो
   (ख) दूरदर्शन
   (ग) लाउडस्पीकर
   (घ) किसी भी संचार माध्यम

2. परिचर्चा में .... व्यक्ति भाग लेते हैं।
   (क) एक (ग) तीन
   (ख) दो (घ) तीन या उससे अधिक
3. धारावाहिक ....पर प्रस्तुत किया जाता है।
   (क) रेडियो (ग) अखबार
   (ख) दूरदर्शन (घ) तीनों माध्यमों

---

11. आँखों देखा हाल

हमारे देश में आँखों देखा हाल का पहला उदाहरण महाभारत के समय का है जब संजय ने धृतराष्ट्र को कौरव-पांडव युद्ध का विस्तृत वर्णन सुनाया था। उसमें नेत्रहीन होते हुए भी धृतराष्ट्र को युद्ध की पूरी जानकारी राजमहल में बैठे-बैठे मिल जाती थी। जो बात हमने महाभारत में पढ़ी थी उसे इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने हमारे सामने संभव कर दिखाया है। रेडियो से आँखों देखा हाल सुनने से आगे बढ़कर अब टेलीविज़न पर हम सब कुछ अपने सामने होते देखते भी हैं और सुनते भी हैं।

आँखों देखा हाल प्रसारण माध्यमों की सबसे अधिक विश्वसनीय विधा है। इसमें दर्शक/श्रोता तथा वास्तविक घटना के बीच कम दूरी रहती है। टेलीविज़न में तो यह दूरी नाम मात्र की रह जाती है, क्योंकि उसमें कैमरे की आँखों से सब कुछ दर्शक के सामने ही आ जाता है और कमेंटेटर या आँखों देखा हाल बताने वाला व्यक्ति सिर्फ सहायक जानकारी देता है।

आँखों देखा हाल प्रसारण माध्यमों की सबसे अधिक विश्वसनीय विधा है।

आँखों देखा हाल मुख्य रूप से खेल प्रतियोगिताओं, महत्त्वपूर्ण कार्यक्रमों और राष्ट्रीय समारोह, किसी महान व्यक्ति की मृत्यु आदि के बारे में प्रसारित किया जाता है। 15 अगस्त, 26 जनवरी, मंत्रियों के शपथ-ग्रहण समारोह, अलंकरण समारोह जैसे बड़े आयोजनों का आँखों देखा हाल आप अक्सर सुनते/देखते होंगे। इसी तरह प्रधानमंत्री, राष्ट्रपति की मृत्यु, उनकी शवयात्रा और अंतिम संस्कार का आँखों देखा हाल रेडियो तथा दूरदर्शन से प्रसारित किया जाता है। अब तो संसद की कार्यवाही का सीधा प्रसारण होता है और इसके लिए अलग से दो चैनल भी शुरू किए जा चुके हैं। सबसे अधिक लोकप्रिय आयोजन होते हैं खेल प्रतियोगिताएँ। इनमें भी क्रिकेट की कमेंटरी सुनने, देखने वालों की संख्या बहुत अधिक है। कभी-कभी ऐतिहासिक उपलब्धियों की कमेंटरी भी सुनाई जाती है। उदाहरण के लिए कुछ वर्ष पूर्व जब भारतीय अंतरिक्ष यात्री राकेश शर्मा अंतरिक्ष में गए तो मॉस्को से उस घटना का आँखों देखा हाल आकाशवाणी ने प्रसारित किया था।

आँखों देखा हाल सुनने व देखने वालों में अनपढ़, शिक्षित तथा कम पढ़े-लिखे सब तरह के लोग होते हैं। इसलिए कमेंटेटर को सरल और बोलचाल की भाषा का इस्तेमाल करना आना चाहिए। जिस तरह का कार्यक्रम होगा, उस तरह के कुछ तकनीकी और विशेष शब्द तो बोलने ही पड़ते हैं, लेकिन सामान्य वर्णन में कठिन और भारी-भरकम शब्दों से बचना चाहिए। कमेंटेटर को खेल या विशेष अवसर से संबंधित शब्दावली की पूरी जानकारी के साथ-साथ उन शब्दों के शुद्ध उच्चारण का भी ज्ञान होना आवश्यक है। जिस अवसर का हाल सुनाया या दिखाया जाए उसके सभी पहलुओं की समुचित

जानकारी के बिना कमेंटेटर अपना कर्त्तव्य पूरा नहीं कर सकता। उदाहरण के लिए क्रिकेट के मैच के कमेंटेटर को उसके सब तरह के तकनीकी शब्दों, किस मैच में कौन हारा, कौन जीता, किस देश का कौन-सा खिलाड़ी किस क्षेत्र में आगे है, किस-किस ने क्या-क्या रिकार्ड बनाए हैं, आदि की जानकारी होनी चाहिए। हमारे यहाँ जसदेव सिंह जैसे कमेंटेटर हैं, जो ओलंपिक खेल प्रतियोगिता से लेकर स्वतंत्रता दिवस समारोह तक हर प्रकार के कार्यक्रमों का आँखों देखा हाल समान कुशलता व रोचकता के साथ प्रस्तुत कर सकते हैं।

12. अन्य

उपरोक्त के अलावा भी बहुत सारे अवयव ऐसे हैं, जो संचार माध्यमों को निरंतर कार्य करते रहने में सहायता प्रदान करते रहते हैं। इनमें से कुछ तो नियमित प्रकाशित-प्रसारित होते हैं और कुछ साप्ताहिक अथवा मासिक रूप से प्रसारित किए जाते हैं।

साहित्य से संबंधित सामग्री जैसे कहानी, कविता, नाटक, पुस्तक समीक्षा आदि साप्ताहिक अथवा मासिक रूप से अखबार, रेडियो तथा दूरदर्शन तीनों माध्यमों द्वारा प्रस्तुत की जाती हैं। इसी प्रकार बाल-जगत कार्यक्रम के अंतर्गत चुटकुले, बच्चों के लिए कहानियाँ, कविताएँ, प्रतियोगिताएँ आदि प्रकाशित-प्रसारित होते हैं। बच्चों के लिए भाषा शिक्षा तथा संगीत शिक्षा जैसे कार्यक्रम आकाशवाणी पर नियमित रूप से प्रसारित किए जाते हैं।

फिल्में तथा कला-संस्कृति से संबंधित कार्यक्रम भी संचार माध्यमों के मुख्य आकर्षण होते हैं। आपने अखबार पढ़ते समय ध्यान दिया होगा कि खान-पान, रोज़गार, प्रोपर्टी व्यवसाय, शेयर बाजार, अध्यात्म, खेलकूद, कृषि आदि से संबंधित विशेष सामग्री नियमित रूप से प्रकाशित होती हैं। इनके अतिरिक्त भविष्यफल, पाठकों के पत्र, एच. आई.वी. एड्स समाज के सामूहिक स्वास्थ्य के लिए कैसे घातक जैसी प्रतिक्रियाएँ तथा सुभाषित वाक्यों जैसी सामग्रियाँ भी अखबारों में नियमित रूप से प्रकाशित होती हैं। रेडियो तथा दूरदर्शन पर समाचारों और गंभीर विषयों से संबंधित सामग्रियों के अलावा गीत, गज़ल, चित्रपट, फिल्म, संगीत, लोक गीत आदि विविध मनोरंजक कार्यक्रम नियमित प्रसारित होते हैं।

पाठगत प्रश्न 37.3

दिए गए विकल्पों में से सही विकल्प चुनकर निम्नलिखित वाक्यों को पूरा कीजिए :

1. आँखों देखा हाल .... पर प्रस्तुत किया जाता है।
   (क) अखबार — (ग) दूरदर्शन
   (ख) सिर्फ रेडियो — (घ) रेडियो और दूरदर्शन दोनों
2. फीचर .... होता है।
   (क) रोचक, व्यावहारिक तथा किसी एक विषय पर आधारित
   (ख) कई विषयों पर आधारित

(ग) जटिल विषय पर आधारित

(घ) में भावनाओं का महत्त्व नहीं

3. आलेख में .... का विश्लेषण होता है।

(क) समाचारों

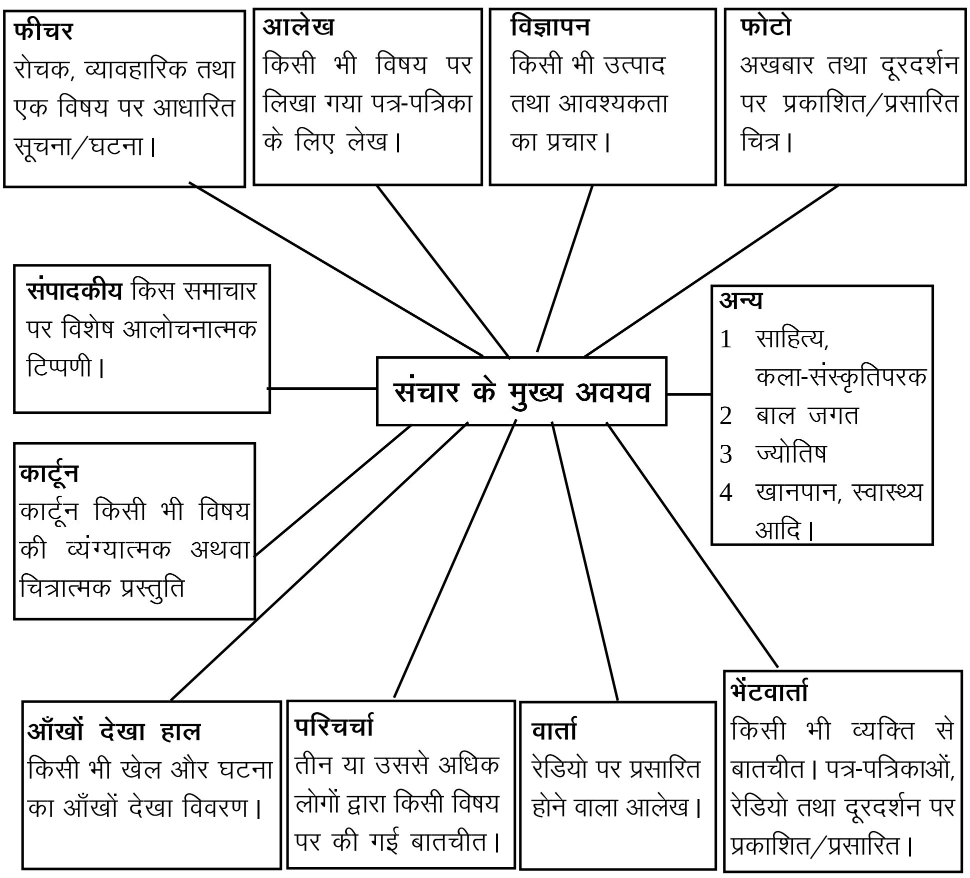
(ख) खेलों

(ग) किसी घटना

(घ) किसी भी घटना अथवा समस्या

4. धारावाहिक किसे कहते हैं? किन्हीं दो प्रसिद्ध दूरदर्शन धारावाहिकों के नाम लिखिए।

37.2 आपने क्या सीखा



टिप्पणी

37.3 योग्यता विस्तार

1. समाचार-पत्र और विभिन्न पत्रिकाओं के स्तंभों का वाचन कीजिए।
2. पत्र-पत्रिकाओं और अखबारों से काटकर निम्नलिखित की अलग-अलग फाइलें तैयार कीजिए :

   1. कार्टून, 2. फोटो फीचर, 3. विज्ञापन, 4. संपादकीय

37.4 पाठांत प्रश्न

1. वार्ता तथा भेंटवार्ता में क्या अंतर होता है? दोनों के बारे में विस्तार से समझाइए।
2. फीचर किसे कहते हैं तथा इसे कैसे प्रस्तुत किया जाता है?
3. विज्ञापन किसे कहते हैं? उनकी उपयोगिता स्पष्ट कीजिए।
4. पल्स पोलियो की रोकथाम के लिए एक जन अभियान चलाए जाने की ज़रूरत है। इसके लिए समाचार पत्र हेतु एक विज्ञापन तैयार कीजिए।
5. किशोरों में धूम्रपान की बढ़ती प्रवृत्ति की रोकथाम पर सीमित शब्दों और ध्वनि के माध्यम से एक प्रभावी विज्ञापन तैयार करें जिसे टेलीविज़न पर दिखाया जा सके।
6. निम्नलिखित पर टिप्पणी कीजिए :

   (क) फोटो (ख) कार्टून (ग) आलेख (घ) आँखों देखा हाल
7. आपके शहर में 'संजीवनी' नामक संस्था ने एड्स जागरूकता अभियान के तहत एक संगोष्ठि का आयोजन किया है। इसमें देश-विदेश के जाने माने स्वास्थ्य विशेषज्ञ और जागरूकता अभियान से जुड़े फिल्म अभिनेता अभिताभ बच्चन भी भाग ले रहे हैं। संगोष्ठि के संबंध में एक समाचार आइटम तैयार करें।
8. भ्रूण हत्या के विरोध में सभी राजनीतिक दलों ने दिल्ली के जंतर-मंतर पर आज विरोध प्रदर्शन किया। भ्रूण हत्या के कारण देश के कई राज्यों में बालक-बालिकाओं के बीच बढ़ते अंतर और राजनीतिक दलों के विरोध प्रदर्शन के बारे में एक समाचार रिपोर्ट रेडियो के लिए तैयार करें।

37.5 उत्तरमाला

पाठगत प्रश्नों के उत्तर

37.1	1. (ख)	2. (ग)	3. (ग)	4. (ख)
37.2	1. (क)	2. (घ)	3. (घ)	
37.3	1. (घ)	2. (क)	3. (घ)	

4. नियत दिन, नियत समय पर प्रकाशित/प्रसारित कार्यक्रम; हम लोग, महाभारत।