तृतीय वर्ष कला

सत्र - V (CBCS)

प्रश्नपत्र क्र. IX

संचार माध्यम

(MASS MEDIA)

पेपर कोड - 97168

© UNIVERSITY OF MUMBAI

प्रा. सुहास पेडणेकर
कुलगुरू,
मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

प्रा. रवींद्र कुलकर्णी,
प्र-कुलगुरू,
मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

प्रा. प्रकाश महानवार, संचालक,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था,
मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

कार्यक्रम समन्वयक : **प्रा. अनिल बनकर**
सहयोगी प्राध्यापक, इतिहास विभाग व प्रमुख, मानव्य विद्याशाखा,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई.

अभ्यास समन्वयक एवं संपादक : **डॉ. अनिल गो. चौधरी**
सहायक प्राध्यापक (हिन्दी), दूर व मुक्त अध्ययन संस्था (IDOL),
मुंबई विश्वविद्यालय, कलिना, सांताक्रुज (ई), मुंबई-४०० ०९८.

लेखक : **डॉ. बालाजी गायकवाड़**
अध्यक्ष, हिंदी विभाग,
सिद्धार्थ कला, विज्ञान और वाणिज्य महाविद्यालय, बुद्ध भवन, फोर्ट, मुंबई.

: **डॉ. झेलम झेंडे**
अध्यक्ष, हिंदी विभाग,
रयत शिक्षण संस्थान, वीर वाजेकर कला, विज्ञान और वाणिज्य महाविद्यालय,
फुंडे, ता. उरण, जि. रायगड.

: **प्रा. निलेश सखाराम डामसे**
अध्यक्ष, हिंदी विभाग,
मालती वसंतदादा पाटील कन्या महाविद्यालय, इस्लामपुर,
ता. वालवा, जिल्हा - सांगली.

सप्टेंबर २०२२, प्रथम मुद्रण

प्रकाशक
संचालक,
दूर व मुक्त अध्ययन संस्था, मुंबई विद्यापीठ, मुंबई - ४०००९८.

अक्षरजुळणी
मुंबई विद्यापीठ मुद्रणालय,
सांताक्रुझ, मुंबई - ४०००९८.

अनुक्रमणिका

क्रमांक	अध्याय	पृष्ठ क्रमांक
१.	जनसंचार माध्यम	१
२.	मुद्रण कला सामान्य परिचय	१५
३.	इलेक्ट्रॉनिक दृश्य, श्रव्य जनसंचार माध्यम	२५
४.	अत्याधुनिक जनसंचार माध्यम उपयोग एवं दिशाएं	३८

*****

NAME OF PROGRAM	T. Y. B. A. (C.B.C.S.) IX
NAME OF THE COURSE	T.Y.B.A. HINDI
SEMESTER	V
PAPER NAME	MASS MEDIA, संचार माध्यम
PAPER NO.	IX
COURSE CODE	97168
LACTURE	45
CREDITS & MARKS	CREDITS - 4 & MARKS - 80

संचार माध्यम

इकाई– I जनसंचार माध्यम–

- जनसंचार : अर्थ, परिभाषा, अवधारणा एवं स्वरूप
- जनसंचार : तत्त्व एवं विशेषताएँ
- जनसंचार : प्रक्रिया, उपयोगिता, महत्व एवं बदलता स्वरूप

इकाई– II मुद्रण कला सामान्य परिचय–

- मुद्रण कला का अर्थ एवं स्वरूप एवं विशेषताएँ
- मुद्रण कला का इतिहास एवं विकास
- प्रूफ़ शोधन : अर्थ, स्वरूप, प्रूफ़ शोधक के गुण एवं कर्तव्य

इकाई– III इलेक्ट्रॉनिक दृश्य, श्रव्य जनसंचार माध्यम–

- रेडियो : अवधारणा, विकास, कार्यक्रम एवं उद्घोषक के गुण–कर्तव्य
- सिनेमा : स्वरूप, विकास एवं पटकथा लेखन
- टेलीविज़न : स्वरूप, विकास एवं धारावाहिक लेखन

इकाई– IV अत्याधुनिक जनसंचार माध्यम : उपयोग एवं दिशाएँ–

- वेब पत्रकारिता अवधारणा एवं विशेषताएँ
- वेब पत्रकारिता तकनीक, उपयोगिता एवं भविष्य
- प्रमुख वेब संस्करण : समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, रेडियो एवं समाचार चैनल

सूचना: प्रकल्प – 20 अंक

(पाठ्यक्रम से संबंधित किसी भी विषय पर 15 से 20 पृष्ठों का प्रकल्प तैयार करना अपेक्षित है।)

संदर्भ ग्रंथ सूची–

1. सूचना प्रौद्योगिकी और समाचार पत्र – रवीन्द्र शुक्ल, राधाकृष्ण प्रकाशन, नई दिल्ली
2. सूचना प्रौद्योगिकी और जन-माध्यम – प्रो. हरिमोहन, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली
3. सोशल मीडिया में साहित्य का बदलता स्वरूप –आरती सिंह, डॉ. विभा ठाकुर (सं.), स्वराज प्रकाशन, नई दिल्ली
4. मीडिया लेखन – सुमित मोहन, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली
5. मीडिया लेखन कला – निशांत सिंह, ओमेगा पब्लिकेशन, नई दिल्ली
6. आधुनिक जन–संचार और हिन्दी – प्रो. हरिमोहन, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली
7. मीडिया और हिन्दी भाषा का स्वरूप – डॉ. मनीष गोहिल, साधना प्रकाशन, कानपुर
8. मीडिया कालीन हिन्दी स्वरूप एवं संभावनाएँ – डॉ. अर्जुन चव्हाण, राधाकृष्ण प्रकाशन, नई दिल्ली
9. कंप्यूटर और हिन्दी – प्रो. हरिमोहन, तक्षशीला प्रकाशन, नई दिल्ली
10. दूरसंचार और सूचना प्रौद्योगिकी – डी. डी. ओझा, सत्यप्रकाश, ज्ञान गंगा प्रकाशन, दिल्ली
11. जनसंचार का समाजशास्त्र – लक्ष्मेंद्र चोपड़ा, आधार प्रकाशन, पंचकुला
12. जनसंचार एवं समाज – डॉ. मोनिका नागोरी, अंकुर प्रकाशन, उदयपुर
13. संचार से जनसंचार और जनसम्पर्क तक – बलवीर कुंदरा, के. के. पब्लिकेशन, नई दिल्ली
14. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया एवं सायबर पत्रकारिता – राकेश कुमार, श्री. नटराज प्रकाशन, दिल्ली
15. नए जनसंचार माध्यम और हिन्दी – सं. सुधीश पचौरी, अचला शर्मा, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली
16. समकालीन भारत एवं जनसंचार माध्यम – डॉ. सुधीर सोनी, युनिवर्सिटी पब्लिकेशन, जयपुर
17. जनसंचार माध्यम भाषा और साहित्य – सुधीश पचौरी, श्री. नटराज प्रकाशन, नई दिल्ली
18. इंटरनेट पत्रकारिता – सुदेश कुमार, तक्षशीला प्रकाशन, नई दिल्ली
19. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया लेखन – डॉ. हरीश अरोड़ा, के. के. पब्लिकेशन, नई दिल्ली
20. मीडिया और साहित्य – डॉ. योगेंद्र प्रताप सिंह, साहित्य रत्नाकर, कानपुर
21. मीडिया के बदलते तेवर – अनामीशरण बबल, नटराज प्रकाशन, दिल्ली
22. वेब पत्रकारिता – श्याम माथुर, राजस्थान हिन्दी ग्रंथ अकादमी, जयपुर
23. जनसंचार माध्यमों में हिन्दी – चन्द्र कुमार, क्लासिकल पब्लिशिंग कंपनी, नई दिल्ली
24. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया – डॉ. सुधीर सोनी, युनिवर्सिटी पब्लिकेशन, जयपुर
25. विकास संचार एवं नयी सूचना प्रौद्योगिकी – डॉ. सुधीर सोनी, युनिवर्सिटी पब्लिकेशन, जयपुर
26. रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता – डॉ. हरिमोहन, तक्षशीला प्रकाशन, दरियागंज, नई दिल्ली
27. हिन्दी ब्लॉगिंग स्वरूप,व्याप्ति और संभावनाएं–सं. डॉ.मनीष कुमार,युवा साहित्य चेतना मण्डल, नई दिल्ली
28. भूमंडलीकरण के परिप्रेक्ष्य में साहित्य,सम्माज,संस्कृति और भाषा–सं.डॉ. प्रदीपकुमार सिंह
29. वेब पत्रकारिता– सं.हंसराज सुमन, नटराज प्रकाशन, दिल्ली
30. जनसंचार,जनसम्पर्क एवं विज्ञापन–डॉ. सुजाता वर्मा,साहित्य रत्नाकर,कानपुर

नमूना प्रश्न पत्र

Semester – VI | Course – IX
अवधि : 02:30 घंटे | पूर्णांक : 80

सूचना : 1. अंतिम प्रश्न अनिवार्य हैं।
2. शेष 4 प्रश्नों में से किन्हीं 3 प्रश्नों के उत्तर लिखें।
3. सभी प्रश्नों के लिए समान अंक हैं।

प्रश्न 1. जनसंचार की अवधारणा एवं स्वरूप पर प्रकाश डालिए। 20

अथवा

जनसंचार की प्रक्रिया को स्पष्ट कीजिए।

प्रश्न 2. मुद्रण कला का अर्थ एवं स्वरूप एवं विशेषताएँ स्पष्ट करें। 20

अथवा

प्रूफ़ शोधक के गुण एवं कर्तव्य स्पष्ट करें।

प्रश्न 3. सिनेमा का स्वरूप और विकास दर्शाएँ। 20

अथवा

रेडियो उद्घोषक के गुण–कर्तव्य स्पष्ट करें।

प्रश्न 4. वेब पत्रकारिता अवधारणा एवं विशेषताएँ लिखिए। 20

अथवा

वेब पत्रकारिता तकनीक, उपयोगिता दर्शाइए।

प्रश्न 5. किन्हीं दो विषयों पर टिप्पणियाँ लिखिए। 20

क) जनसंचार के तत्त्व
ख) मुद्रण कला की विशेषताएँ
ग) धारावाहिक लेखन
घ) वेब संस्करण समाचार पत्र

१

जनसंचार माध्यम

इकाई की रूपरेखा

१.० इकाई का उद्देश्य

१.१ प्रस्तावना

१.२ जनसंचार : अर्थ, परिभाषा, अवधारणा एवं स्वरुप

१.२.१ जनसंचार : अर्थ

१.२.२ जनसंचार की परिभाषा

१.२.३ जनसंचार की अवधारणा एवं स्वरूप

१.३. जनसंचार : तत्व एवं विशेषताएँ

१.३.१ जनसंचार के तत्व

१.३.२ जनसंचार की विशेषताएँ

१.४ जनसंचार : प्रक्रिया, उपयोगिता, महत्व एवं बदलता स्वरूप

१.४.१ जनसंचार : प्रक्रिया

१.४.२ जनसंचार उपयोगिता एवं महत्व

१.४.३ जनसंचार का बदलता स्वरूप

१.५ सारांश

१.६ लघु उत्तरीय प्रश्न

१.७ दीर्घोत्तरी प्रश्न

१.८ संदर्भ ग्रंथ

१.० इकाई का उद्देश्य

प्रस्तुत इकाई में छात्र निम्नलिखित बिंदुओं का अध्ययन करेंगे।

- जनसंचार का अर्थ समझ सकेंगे।
- जनसंचार की अवधारणा तथा स्वरूप को समझ सकेंगे।
- जनसंचार के तत्वों को जान सकेंगे।
- जनसंचार की विशेषताओं से परिचय होगा।
- जनसंचार की समग्र प्रक्रिया एवं महत्व को समझ सकेंगे।

१.१ प्रस्तावना

जनसंचार भाषा के माध्यम से प्रचार-प्रसार करने की एक प्रभावी प्रक्रिया है। इक्कीसवीं शताब्दी को हम संचार क्रांति का युग कहते हैं, इस युग में जनसंचार का महत्व बहुत ही बढ़ गया है। जनसंचार की प्रक्रिया में सूचना, ज्ञान तथा जानकारी का आदान-प्रदान होता है। आज के युग में किसी विषय की जानकारी या ज्ञान होना ताकत से कम नहीं है। 'ज्ञान ही शक्ति है' ऐसा कहा भी जाता है। मनुष्य की ज्ञान-पिपासा ने ही कई ज्ञानों को जनम दिया है। अज्ञात रहस्यों को जानना और ज्ञात ज्ञान का विवेचन करना मनुष्य की वृत्ती है। इस विवेचन और विस्तारण की क्रिया में जनसंचार महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। श्री रुपचन्द गौतम के अनुसार "संचार का काम है एक-दूसरे से बातचीत करना, लेकिन जब इसका विस्तार कर दिया जाता है यानी आदमियों से परिवार, परिवार से गाँव, गाँव से शहर, शहर से राज्य, राज्य से देश, देश से विदेश तब संचार जनसंचार के दायरे में आता है।" शुरू में कबूतरों के पैर में संदेश बांध कर भेजा जाता था, और संचार की प्रक्रिया होती थी। आगे जैसे-जैसे मनुष्य सभ्यता का विकास होता गया वैसे-वैसे संचार की तकनीकों में भी परिवर्तन होने लगा। संचार की इस सारी प्रक्रिया में भाषा ही प्रमुख रही है, अर्थात भाषा के माध्यम से ही जादा संचार होकर संचार को एक व्यवस्थित रूप प्राप्त हुआ। शुरू में मनुष्य अपने मुहँ से रोने, चिल्लाने की आवाज निकालकर अपना काम चला लेता था। साथ ही अपने हाथ-पैर चलाकर, इशारों से अपने विचारों को व्यक्त करता था।

"कहत, नटत, रीझत, खिझत, मिलत, खिलत, लजियात।

भरे भौन में करत हैं, नैननु ही सौ बात।"

बिहारी के इस दोहे के नायक-नायिका जिस प्रकार भरे भवन में आँखों के इशारों से बात करते हैं ठीक उस प्रकार संचार भाषा के बिना भी संभव है। किन्तु भावों और विचारों की अभिव्यक्ति व्यापक रूप में भाषा के माध्यम से जितनी अच्छी होती है, उतनी अन्य माध्यमों से नहीं होती। जनसंचार में भाषा बहुत महत्वपूर्ण है। जनसंचार में हम जिस माध्यम से जुड़ते हैं बातचीत करते हैं। जिनके लिए बातचीत करते हैं यदि भाषा उनके अनुरूप न हो तो संचार पूरा नहीं होगा। भाषा के कारण ही जनसंचार को गति मिलती है। जनसंचार की प्रक्रिया में मनुष्य के विभन्न अंगो की भूमिका होती है। मनुष्य के मुहँ, हाथ, बाह, चेहरा, नाक, कान आदि अंग सूचना का सम्प्रेषण करते हैं। हम समाचार पत्र पढ़ते हैं, लिखते हैं, रेडिओ-टेलिविज़न आदि पर कार्यक्रम देखते-सुनते है। नाटक-सिनेमा देखते हैं। नेताओं के भाषण सुनते हैं, इंटरनेट के माध्यम से मनोरंजन करते हैं, यह सभी जनसंचार के अंतर्गत आता है। जनसंचार एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें एक या दो से ज्यादा लोगों के बीच अर्थपूर्ण संदेशों का आदान-प्रदान किया जाता है। ये संदेश, संदेश भेजने वाला प्रेषक और संदेश प्राप्त करने वाले प्रापक के बीच समझदारी निर्माण करते हैं। जनसंचार की यह प्रक्रिया मुद्रित माध्यम, श्रव्य माध्यम और दृश्य-श्रव्य माध्यम से होती है।

१.२ जनसंचार : अर्थ, परिभाषा, अवधारणा एवं स्वरुप

१.२.१ जनसंचार : अर्थ

जनसंचार यह शब्द अंग्रेजी के 'Mass Communication' इस शब्द का हिंदी रूप है। वास्तव में 'जनसंचार' एक यौगिक शब्द है। जो 'जन' (Mass) और 'संचार' (Communication) इन शब्दों से बना है। इस शब्द में 'जन' का अर्थ होता है समूह, समाज, तथा जनता और 'संचार' का अर्थ होता है सम्प्रेषण, एक अर्थपूर्ण संदेश का एक स्थान से दूसरे स्थान तक आना-जाना। इस अर्थ में जनसंचार वह प्रक्रिया है जिसमें जन समूहों के बीच अर्थपूर्ण संदेशों तथा सूचनाओं का आदान-प्रदान होता है। संचार को अंग्रेजी में Communication कहा जाता है। Communication यह शब्द लॅटिन भाषा के Communis इस शब्द से बना है। इस शब्द का अर्थ होता है to make common अर्थात सामान्यीकरण, सामान्य भागीदारी। एक व्यक्ति द्वारा दूसरे व्यक्ति को या अन्य कई व्यक्तियों को चिन्हों, संकेतों या सार्थक प्रतीकों द्वारा विचार, ज्ञान तथा मनोभावों का आदान-प्रदान संचार है। संचार एक सामाजिक प्रक्रिया है। संचार के द्वारा मनुष्य अपने विचारों तथा भावों को व्यक्त करता है इस कारण मनुष्य में समझदारी निर्माण होती है। आज बिना संचार के कोई भी कार्य पूरा नहीं हो सकता। अंग्रेजी में एक कहावत है कि, 'Many people many brains' अर्थात लोगों के विचार अलग-अलग होते हैं। ऐसे अलग-अलग विचारों के लोगों को एकसाथ लाने में महत्वपूर्ण भूमिका 'संचार' की होती है। संचार के अभाव में किसी भी क्षेत्र का काम सफल और पूर्ण नहीं हो सकता। संचार के कारण ही विचारों की समझदारी विकसित होती है। संचार की प्रक्रिया में दो व्यक्तियों, व्यक्ति समूहों में सूचना का आदान-प्रदान तथा सम्प्रेषण होता है। संचार प्रक्रिया के कारण ही मनुष्य के जीवन का संचलन होता है। जीवन में भूख, प्यास जिस प्रकार महत्वपूर्ण हैं उसी प्रकार संचार प्रक्रिया भी महत्वपूर्ण है। संचार समाज की आवश्यकता है, संचार के बिना किसी समाज का निर्माण नहीं हो सकता। संचार के कारण ही मानव के सामाजिक संबंधों का निर्माण होता है। संप्रेषक एवं श्रोता के बीच होने वाले संदेशों के आदान-प्रदान के माध्यम से संचार की प्रक्रिया सम्पन्न होती है।

'संचार' की यह प्रक्रिया जब व्यक्ति से निकल कर बड़े जन समूह से जुड़ जाती है तब उसे 'जनसंचार' कहा जाता है। उदाहरण के लिए समाचार पत्र में छपा समाचार एक ऐसा संदेश होता है जीसे एक स्थान से दूसरे स्थान भेजा जाता है। यहाँ समाचार को एक स्थान से दूसरे स्थान ले जाने की प्रक्रिया को हम जनसंचार कहेंगे। देश का कोई बड़ा नेता जब रेडिओ, टेलिविज़न जैसे माध्यमों की सहायता से कोई संदेश देश की जनता के हित में देता है तब उस प्रक्रिया को हम 'जनसंचार' कहेंगे।

१९३९ में हर्बर्ट ब्लूमर ने 'जनसंचार' शब्द में प्रयुक्त होने वाले समानार्थी शब्दों को परिभाषित करते हुए जनसंचार का अर्थ स्पष्ट करने का प्रयास किया है। ये शब्द 'समूह' (Group), 'भीड़' (Crowd), और 'जन-समुदाय' (Public) हैं। समूह के सारे लोग या सदस्य एक-दूसरे से परिचित होते हैं। एक समान दृष्टिकोण और उद्देश्य रखने वाले एकसाथ आने पर समूह निर्माण होता है। भीड़ का स्वरूप अस्थाई होता है इसकी भौगोलिक सीमा भी निश्चित होती है, इसमें कभी भावनात्मक और वैचारिक एकरूपता हो सकती है किन्तु इसका

कोई संरचनात्मक स्वरूप नहीं होता। 'जन-समुदाय' समूह और भीड़ से आकार में बड़ा होता है। जन-समुदाय की कोई भौगोलिक सीमा नहीं होती, किन्तु इसमें एक 'विचार' होना आवश्यक होता है। 'जनसंचार' शब्द में प्रयुक्त होनेवाला 'जन' शब्द 'समूह','भीड़' और जन-समुदाय से आकार में विस्तृत होता है। इसमें सूचना प्रेषित करनेवाला प्रेषक और सूचना ग्रहण करने वाले ग्राहियों के बीच एक-साथ संपर्क स्थापित होता रहता है। जनसंचार में इस बात की संभावना बनी रहती है कि, प्रेषक द्वारा प्रेषित सूचना से सूचना प्राप्त करनेवाले अधिकांश लोगों में कुछ-न-कुछ प्रतिक्रिया अवश्य निर्माण होगी। जनसंचार की यह सारी प्रक्रिया माध्यम से सम्पन्न होती है।

१.२.२ जनसंचार की परिभाषा:

जनसंचार को कई विद्वानों ने परिभाषित किया है जो इस प्रकार है।

- **डी. एस. मेहता:** कहते है "जनसंचार का तात्पर्य सूचनाओं, विचारों और मनोरंजन के विस्तृत आदान-प्रदान (विस्तारीकरण) से है जो किसी माध्यम जैसे रेडियो, टी.व्ही., फिल्म और प्रेस के द्वारा होता है।

- **जवरीमल्ल पारेख:** कहते हैं "जनसंचार का अर्थ है जन के लिए संचार के माध्यम। इसमें जनता न तो निष्क्रिय भागीदार होती है और न ही प्रत्येक प्रेषित संदेश को आसानी से स्वीकार कर लेती है, बल्कि इन माध्यमों को प्रभावित भी करती है और प्रभावित भी होती है। आज के विकसित प्रौद्योगिकी के युग में व्यक्ति अकेले घर बैठे फिल्म देख सकता है और घर बैठे ही दुनिया से संपर्क कर सकता है।"

- **जॉर्ज ए. मिलर:** कहते हैं "जनसंचार का तात्पर्य सूचनाओं को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुंचाना है।"

- **एमसे मोटगु और फ्लोएड मेन्स:** कहते हैं "वह असंख्य ढंग जिससे मानवता से संबंध रखा जा सकता है, केवल शब्दों या संगीत, चित्रों या मुद्रण द्वारा, इशारों या अंग प्रदर्शन द्वारा, शारीरिक मुद्रा या पक्षियों के परों से सभी की आँखों तथा कानों तक संदेश पहुँचाना ही जनसंचार कहलाता है।

- **फ्रेंकलिंग, फ़ियरिंग:** कहते हैं "जनसंचार को उस स्वरूप के रूप में परिभाषित किया जा सकता है जो बिखरे हुए विशाल समुदाय के सदस्यों के पास एक साथ संदेश को पहुँचाने में समर्थ है।"

- **जान्डेन:** कहते हैं कि, जनसंचार में "संगठित स्त्रोत द्वारा विस्तृत, विजातीय, बिखरी हुई जनता को तकनीकी माध्यम से संदेश प्राप्त होता है।"

- **आल्ट एवं एगी:** कहते है "जनसंचार का अर्थ किसी उद्देश्य के लिए विकसित संचार माध्यमों के उपयोग द्वारा विस्तृत आकार के विभिन्न प्रापकों तक सूचनाओं एवं विचारों को पहुँचाना है।"

- **एडवर्ड सिल्स और डेविड एम. राइट:** कहते हैं- "जनसंचार विश्व के लिए एक झरोका प्रदान करता है। जनसंचार के द्वारा जो चीजें आम आदमी को उपलब्ध नहीं थी, अब

होने लगी। जनसंचार एक ऐसा संपर्क है जो एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक बहुगुणित रूप से स्थापित होता है।"

- **जोसेफ डिनिटी:** कहते हैं "जनसंचार बहुत से व्यक्ति में एक मशीन के माध्यम से सूचनाओं, विचारों और दृष्टिकोण को रूपांतरित करने की प्रक्रिया है।"
- **टीड:** कहते हैं कि संचार का लक्ष्य समान विषयों पर मस्तिष्कों में मेल स्थापित करना है।
- **लोरेंस ए एप्ली:** कहते हैं "संचार वह प्रक्रिया है जिसमें एक व्यक्ति अपने विचारों से दूसरे को अवगत करता है।"
- **लुई ए एलन:** कहते हैं कि "एक व्यक्ति के मस्तिष्क को दूसरे से जोड़ने का पुल संचार है।"
- **थियो हेमन:** कहते हैं "एक व्यक्ति से दूसरे की संरचनाएँ एवं समझ हस्तांतरित करने की प्रक्रिया संचार है।"
- **न्यू मैन एवं समर:** कहते हैं कि "दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच तथ्यों,विचारों,सम्मतियों अथवा भावनाओं का आदान-प्रदान संचार है।"
- **एफ.जी. मेयर:** कहते हैं "मानवीय विचारों और सम्मतियों का शब्दों,पन्नों एवं संदेशों के जरिए आदान-प्रदान संचार है।

प्रस्तुत परिभाषाओं को देखने के पश्चात हम संक्षेप में कह सकते हैं कि, जनसंचार एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें संदेश को यंत्रों की सहायता से दुगुना-तिगुना करके दूर-दूर तक भेजा जाता है।

१.२.३ जनसंचार की अवधारणा एवं स्वरूप:

भारत में जनसंचार की अवधारणा बहुत पुरानी है ऐसा हम कह सकते हैं। पौराणिक पात्र महर्षि नारद तीनों लोकों में घूम घूमकर संचार का कार्य किया करते थे यह उल्लेख मिलता है। महाभारत के पात्र संजय को दिव्य दृष्टि प्राप्त थी इस कारण कुरुक्षेत्र के युद्ध मैदान में न जाते हुए भी वे हस्तिनापुर के राज महल में रहकर महाराज धृतराष्ट्र को युद्ध का वर्णन सुनाते थे। किन्तु आज हम जिस जनसंचार की अवधारणा को देख रहे है उसमें शुरू में कबूतरों के माध्यम से संचार होता था। आगे जैसे-जैसे मनुष्य सभ्यता का विकास होता गया वैसे-वैसे जनसंचार की तकनीकों में परिवर्तन होता गया।

बीसवीं सदी के आरंभिक समय को हम आज के जनसंचार का आरंभिक काल कह सकते हैं। १९१० के बाद अमरीका, यूरोप तथा विश्व के अन्य सभी राष्ट्रों में समाचार पत्रों की बिक्री बढ़ने लगी। प्रथम विश्व युद्ध के समय जनता ने समाचार पत्रों की शक्ति का अनुभव किया। जर्मनी में सत्ता पक्ष द्वारा अपनी शक्ति बढ़ाने के लिए एक प्रचारक के रूप में जनसंचार का सहारा लिया गया। बाद में जब पूँजीवाद का आगमन हुआ, औद्योगीकरण और शहरीकरण बढ़ने लगा। अब नये से निर्माण हुए व्यापरी वर्ग को अपने उत्पाद (प्रोडक्ट) की

बिक्री बढ़ाने के लिए उस समय जो उपलब्ध यातायात और संचार के संसाधन थे वे कम पड़ने लगे। राजनीतिक दलों को भी अपने विचार अधिक से अधिक लोगों तक, सत्ता तक पहुँचाने की आवश्यकता निर्माण होने लगी। इन आवश्यकताओं की पूर्ति करने के लिए ही संचार के मुद्रित माध्यम, तार, टेलीफोन, टेलीविजन, रेडिओ, कंप्यूटर आदि संसाधनों का तेजी से विकास होने लगा। आगे सूचना प्रौद्योगिकी के विकास के कारण जनसंचार के क्षेत्र में बहुत बड़ी क्रांति हुई। इस प्रौद्योगिकी के माध्यम से ही जनसंचार की प्रक्रिया संपन्न होती है।

जनसंचार के स्वरूप को देखने पर इसके सकारात्मक और नकारात्मक दोनों ही परिणामों को हम आज देख सकते हैं। जहाँ एक ओर इसने स्थानों की दूरी कम करके सम्पूर्ण विश्व को एक गाँव के समान बनाकर विश्व का ज्ञान-विज्ञान, संस्कृति, विचार आदि को समझने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। वहीं दूसरी ओर मोबईल गेम, पोर्नोग्राफी आदि के संचार के कारण समाज को भयभीत भी कर दिया है। हिंसा, क्रूरता, अश्लीलता, यौन अपराध आदि में होती हुई बढ़ोत्तरी के कारण अब जनसंचार के दुष्परिणाम भी सामने आने लगे हैं।

१.३. जनसंचार : तत्व एवं विशेषताएँ

१.३.१ जनसंचार के तत्व:

तत्व शब्द से तात्पर्य वे घटक या उपकरण से होता है जो किसी वस्तु के निर्माण में सहायक होते हैं। जनसंचार के निम्नलिखित तत्व है।

१. संचारक (Sender):

जनसंचार प्रक्रिया में सूचना संचारित करनेवाला कोई एक व्यक्ति नहीं होता। बल्कि एक संगठन होता है। जिसमें बहुत सारे लोग मिलकर काम करते हैं, और किसी सूचना को लोगों तक पहुँचाने में अपना योगदान देते हैं। जनसंचार में सीधी, सरल और व्यवहारिक भाषा का प्रयोग किया जाता है। संचारक द्वारा प्रयुक्त भाषा में कलात्मकता भी होती है। प्रचलित शब्दावली का प्रयोग संचारक द्वारा किया जाता है। भाषिक क्षेत्र में प्रचलित शब्दों का तथा जरूरत पड़ने पर देशज शब्दों का भी प्रयोग किया जाता है। प्रचलित विदेशी शब्द, पारिभाषिक शब्दावली का प्रयोग भी संचारक द्वारा किया जाता है।

२. संदेश (Message):

जनसंचार की प्रक्रिया में संचारक द्वारा कोई संदेश प्रसारित किया जाता है, जो समाज के हित में होता है। जनसंचार प्रक्रिया में कोई निजी संदेश प्रसारित नहीं किया जाता। जो संदेश समाज के लिए लाभदायक होते हैं वहीं संदेश जनसंचार की प्रक्रिया में आते हैं।

जनसंचार में संदेशों का सम्प्रेषण होता है। साथ ही सम्प्रेषण की समस्या भी बहुत बड़ी होती है। जनसंचार का उद्देश्य ही संदेश रूप जानकारी को सर्वत्र पहुँचाना होता है। जनसंचार व्यवस्था में संदेश वक्ता और श्रोता के बीच माध्यम के द्वारा कार्य करती है।

३. माध्यम (Channel):

जनसंचार की प्रक्रिया में सूचनाओं को प्रसारित करने के लिए माध्यम की आवश्यकता होती है। कोई भी सूचना लोगों तक पहुँचाने के लिए आवश्यकता नुसार समाचार पत्र, पत्रिका, रेडियो, टेलिविज़न, इंटरनेट आदि माध्यमों का चयन करना पड़ता है। तभी वह सूचना दूर-दूर तक बैठे हुए लोगों तक पहुँच जाति है।

४. प्राप्तकर्ता (Receiver):

जनसंचार की प्रक्रिया में सूचना या संदेश को प्राप्त करनेवाले कई लोग होते है। इन्हे ही प्राप्तकर्ता कहा जाता है, जो संचारित संदेश को प्राप्त करते हैं। ये संदेश प्राप्तकर्ता भिन्न भिन्न रुचि रखने वाले, अलग-अलग परंपरा का पालन करने वाले, भिन्न-भिन्न संस्कृति तथा भिन्न भाषा के भी होते है।

५. प्रतिक्रिया (Feed Back):

जनसंचार की प्रक्रिया में प्रतिक्रिया बहुत महत्वपूर्ण होती है। कभी यह प्रतिक्रिया धीरे मिलती है तो कभी देरी से मिलती है। जनसंचार की प्रक्रिया प्रभावशील होने के लिए प्रतिक्रिया बहुत सहायक होती है। किन्तु कई बार प्रतिक्रिया मिलती नहीं।

६. शोर (Noise):

जनसंचार प्रक्रिया का अंतिम महत्वपूर्ण तत्व शोर है। जनसंचार की प्रक्रिया को किसी भी प्रकार का शोर बाधित कर सकता है। उदाहरण के लिए टेलिविज़न या रेडियो द्वार कोई संदेश प्रसारित होते समय बिजली कट हो जाने से जनसंचार की प्रक्रिया बाधित हो सकती है। पढ़ते या सुनते समय घर के अंदर से या बाहर से होनेवाला शोर जनसंचार को बाधित करता है।

१.३.२ जनसंचार की विशेषताएँ:

जनसंचार की निम्नलिखित विशेषताएँ बताई जा सकती हैं।

- जनसंचार में प्रकाशित या प्रसारित संदेशों की प्रकृति सार्वजनिक होती है।
- जनसंचार में संदेश का निर्माण कोई एक व्यक्ति नहीं करता बल्कि एक समूह संदेश निर्माण का कार्य करता है। उदाहरण के लिए प्रसारित एक समाचार में पत्रकार, संपादक, सहसंपादक, फोटोग्राफर, कैमरामन आदि का योगदान होता है।
- जनसंचार में संदेश की विषय वस्तु का चयन आम पाठक,श्रोता को ध्यान में रखकर किया जाता है।
- जनसंचार में संदेश प्राप्त करने वाले समान नहीं होते। अर्थात वे अलग-अलग सामाजिक वर्ग, संस्कृति, भाषा तथा आयु के होते हैं। उदाहरण के लिए प्रधानमंत्री का राष्ट्र के लिए प्रेषित संदेश प्राप्त करने वाले अलग-अलग राज्य के, अलग-अलग भाषा के, अलग-अलग लिंग के, अलग-अलग आयु के लोग होते हैं।

- जनसंचार में संदेश प्राप्त करनेवाले अपेक्षाकृत गुमनाम होते है। संचारक संदेश प्राप्त करनेवाले व्यक्ति को नहीं जानता किन्तु उनके बारे में सामान्य विशेषताएँ जानता है। जैसे की प्रधानमंत्री जब बिहार की जनता को कोई संदेश देंगे तब बिहार की सामान्य विशेषताओं का ध्यान रखेंगे।

- प्रतिपुष्टी या फीडबैक जनसंचार की एक और महत्वपूर्ण विशेषता है। यदि किसी व्यक्ति को टि. व्ही. पर प्रसारित किसी कार्यक्रम पर आपत्ति है, या प्रशंसा करनी है तो वह चैनल से संपर्क कर सकता है।

जनसंचार में कुछ बाधाएं भी हो सकती हैं वे इस प्रकार से हैं:

- **भाषा:** जनसंचार की अपनी कोई भाषा नहीं होती। लोगों द्वारा प्रयुक्त भाषा से ही जनसंचार का कार्य चलता है। देखा जाए तो सभी लोगों की भाषा एक नहीं होती। कभी-कभी भाषा जटिल भी होती है जिस से जनसंचार में बाधा उत्पन्न होती है।

- **जनसंचार में इच्छा का अभाव:** जनसंचार एक निर्जीव प्रक्रिया है। इसकी अपनी कोई संवेदना नहीं होती। अपना विवेक नहीं होता वह केवल सूचनाओं की वाहक या डाकिया है। यही कारण है की कई बार अफवाएं भी बड़ी तेजी से संप्रेषित होती है।

- **आकार तथा दूरी की बाधा:** जनसंचार प्रक्रिया में कई बार स्वरूप तथा दूरी से संबंधित बाधा भी निर्माण होती है। सूचना या संदेश के स्वरूप में कई बार परिवर्तन होता रहता है, दूरी के कारण संदेश के आने-जाने में बाधा निर्माण होती है।

- **भिन्नताएँ:** जनसंचार प्रक्रिया के अंतर्गत सम्प्रेषण में किसी न किसी स्तर पर समानता होना आवश्यक होता है। किन्तु व्यक्ति-व्यक्ति में भिन्नता होती है जिस से जनसंचार प्रक्रिया में बाधा निर्माण होती है।

- **अन्य बाधाएँ:** जनसंचार प्रक्रिया में संदेश का अर्थ विकृत करनेवाली बाते तथा समझ पैदा न करनेवाली बाते जनसंचार में बाधा निर्माण करती है। एक दूसरे के प्रति दुजाभव, दुर्भावना, गलत फहमी आदि जनसंचार प्रक्रिया को बाधित करते हैं।

१.४ जनसंचार : प्रक्रिया, उपयोगिता, महत्व एवं बदलता स्वरूप

१.४.१ जनसंचार : प्रक्रिया:

संचार की प्रक्रिया ही जनसंचार की प्रक्रिया है। जनसंचार की प्रक्रिया को स्पष्ट करनेवाला सबसे लोकप्रिय सूत्र अमेरिकी संचार सिद्धांतकार हेरॉल्ड लॉसवेल द्वारा बताया गया "क्लासिक मॉडल" है। इस मॉडल में वे कहते हैं कि, जनसंचार में जब "कौन कहता है?, क्या कहता है?, किस माध्यम में कहता है?, किसको कहता है? उसका क्या प्रभाव पड़ता है?" इन प्रश्नों के जवाब मिल जाते हैं तब जनसंचार की प्रक्रिया संपन्न होती है। इस मॉडल के अनुसार कौन? यह सवाल पूछने पर जवाब "संचारक" मिलता है, जो संदेश तैयार करता है। क्या? सवाल पूछने पर जवाब 'संदेश' यह मिलता है। किस माध्यम में? इस सवाल का जवाब "संचार का माध्यम" (चैनल – रेडियो, टीव्ही आदि) मिलता है। किसको कहता है?

इस सवाल का जवाब “श्रोता” यह मिलता है। इस प्रक्रिया में प्रभाव का संदर्भ “परिणाम” से है। जो संदेश का प्रभाव होगा। उदाहरणार्थ टेलिविज़न के माध्यम से जब राष्ट्रपति का राष्ट्र के नाम संदेश प्रसारित होगा तो इस स्थिति में हमें उपरोक्त सभी सवालों के जवाब मिल जाएंगे। और तब जनसंचार की प्रक्रिया संपन्न हुई यह कहा जाएगा।

जनसंचार प्रक्रिया को स्पष्ट करनेवाला दूसरा मॉडेल मेल्विन डी फ्लुयर द्वारा दिया गया है। इस मॉडेल में वे कहते हैं कि, स्त्रोत तथा ट्रांसमीटर को जनसंचार कार्य की विभिन्न अवस्थाओं के रूप में माना जाता है। जो स्त्रोत द्वारा कार्यान्वित होता है। इस में जनसंचार के माध्यम जन माध्यम होते है, जिनसे सूचना या जानकारी संप्रेषित की जाती है। रिसीवर अर्थात प्राप्तकर्ता जानकारी प्राप्त करके अर्थ निकालता है और उसे संदेश का रूप देता है। उसे गंतव्य में बदलकर व्याख्या करता है। हमारा दिमाग भी यही क्रिया करता है। फीडबैक या प्रतिक्रिया स्त्रोत के प्रति गंतव्य की प्रतिक्रिया होती है। जनसंचार के इस मॉडेल से यह स्पष्ट होता है की जनसंचार प्रक्रिया में ‘शोर’ किसी भी स्तर पर दखल दे सकता है। यह केवल जनसंचार माध्यम से ही संबंधित नहीं होता।

जनसंचार प्रक्रिया को स्पष्ट करनेवाला और एक मॉडेल ब्रूस वेस्ले और मैल्कम मैक्लीन ने बताया है। इनके अनुसार जनसंचार मे गेटकीपर अर्थात चौकीदार की भूमिका महत्वपूर्ण है। जनसंचार प्रक्रिया में व्यक्ति या संगठन करता है कि, क्या संदेश संप्रेषित किया जाएगा। ‘गेटकीपर’ सूचना प्राप्तकर्ता के एजंट का काम करता है, जो सूचना को चुनता है तथा उसे स्त्रोत से प्राप्तकर्ता तक पहुँचाता है। जनसंचार प्रक्रिया में संदेश को प्राप्तकर्ता तक पहुंचाने से पहले ‘गेटकीपर’ संदेश का विस्तार करता है, या उसमें दखल देता है। संदेश की विषयवस्तु में हेर-फेर करने का अधिकार उसे होता है। जनसंचार माध्यमों में कई स्तर पर गेटकीपर होते हैं। वे कई तरह के काम करते हैं। जैसे कि, समाचार का संपादक रिपोर्टर से प्राप्त जानकारी में अपनी तरफ से तथा अन्य स्त्रोतों से आई जानकारी जोड़कर समाचार को नया रूप दे सकता है।

१९४९ में अमेरिका में हुए राष्ट्रपति अध्यक्षीय चुनाव के परिणामों के अध्ययन से लेजर फेल्ड तथा उनके सहयोगियों ने जनसंचार का एक मॉडेल द्विचरणीय सूचना प्रवाह विकसित किया। इस अध्ययन में पता चला था की एक भी मतदाता जनमाध्यम से सीधा प्रभावित नहीं हुआ था। रेडिओ या प्रिन्ट माध्यम से विचारों को महत्व दिया गया। जैसा की आज-कल चुनाव से पूर्व ओपिनियन पोल होता है। इन ओपिनियन लीडरों का मत जनता तक पहुँचा था। इस मॉडेल के अनुसार ‘ओपिनियन लीडर’ सूचना पहले प्राप्त करते हैं। ये लीडर आम लोगों की तुलना में ज्यादा पढ़े-लिखे, प्रभावशाली होते हैं। ये लीडर पहले सूचना प्राप्त करते हैं, फिरसे उसकी व्याख्या करते हैं और फिर उसे दूसरों को बताते है।

१.४.२ जनसंचार : उपयोगिता एवं महत्व

जनसंचार की प्रक्रिया समाज के लिए विभिन्न रूप से उपयोगी एवं महत्वपूर्ण है। देश के सम्पूर्ण विकास में यह महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। जनसंचार प्रक्रिया की उपयोगिता एवं महत्व निम्न प्रकार से है।

- जनसंचार का उपयोग महत्वपूर्ण सार्वजनिक तथ्यों, जानकारी को प्रचारित एवं प्रसारित करने के लिए किया जाता है। इन तथ्यों एवं जानकारी का हमारे दैनंदिन जीवन में बड़ा महत्व होता है। उदाहरणार्थ कोविड १९ के प्रादुर्भाव में समाज के लिए आवश्यक सभी महत्वपूर्ण जानकारी जनसंचार के माध्यम से प्रचारित, प्रसारित की गई। जनसंचार में सूचनाओं का संग्रह एवं प्रसार होता है। आज हर दिन समाचार-पत्र, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट आदि माध्यमों द्वारा समाज की विविध घटनाओं, त्रासदीपूर्ण घटनाएं, नई खोज-आविष्कार, वैज्ञानिक प्रगति, सामाजिक उन्नति, राजनीतिक परिस्थितियों से समाज को अवगत कराने का महत्वपूर्ण कार्य जनसंचार प्रक्रिया द्वारा होता है।

- जनसंचार के द्वारा ही किसी घटना का उचित विश्लेषण समाज के सामने प्रस्तुत होता है।

- जनसंचार के द्वारा शैक्षिक कार्य किया जाता है। शैक्षिक क्षेत्र, सामाजिक क्षेत्र, धार्मिक क्षेत्र, सामाजिक आरोग्य आदि क्षेत्रों से संबंधित महत्वपूर्ण कार्य जनसंचार के द्वारा संपन्न होता है।

- जनसंचार के द्वारा आर्थिक क्षेत्र में मार्केटिंग तथा वितरण का कार्य आसान होता है। विज्ञापन द्वारा लोगों को प्रोडक्ट्स की जानकारी मिलती है, लोगों के मन में विश्वास निर्माण होकर उसे खरीदने के लिए राजी होते हैं।

- जनसंचार के द्वारा मूल्यांकन का महत्वपूर्ण कार्य संपन्न होता है। प्रशासक के आदेश, निर्देश आदि का सम्प्रेषण जनसंचार के द्वारा होता है। प्रशासक के कार्यों की निंदा या प्रशंसा जनसंचार के द्वारा होती है। इसकी सहायता से प्रशासक प्रशासन को प्रभावी बनाने का प्रयास करता है।

- जनसंचार के द्वारा मानवीय जीवन की नीरसता और तनाव दूर हो जाता है। फिल्म, संगीत, नाटक, कार्टून, कविता, धारावाहिक आदि के द्वारा समाज का मनोरंजन होता है साथ ही अनेक महत्वपूर्ण संदेश भी संप्रेषित होते है।

- भारत जैसे विभिन्नता वाले देश में जनसंचार की उपयोगिता एवं महत्व बहुत बड़ा है। भारत की अखंडता जनसंचार के द्वारा ही बरकरार है। अनेक भाषा बोले जानेवाले भारत देश में लोगों को राष्ट्र के प्रति एक होने के लिए प्रेरित करने का संदेश अनेक भाषाओं में जनसंचार के द्वारा ही प्रसारित किया जाता है।

- देश की संस्कृति को विश्वस्तर पर ले जाने में जनसंचार की उपयोगिता होती है। देश की अनेक महान उपलब्धियों को विश्वस्तर पर प्रसारित एवं प्रचारित करने का महत्वपूर्ण काम जनसंचार द्वारा संपन्न होता है।

- जनसंचार के द्वारा समाज की सोच प्रभावित होती है। जनमत निर्माण करने का महत्वपूर्ण कार्य भी जनसंचार के द्वारा संपन्न होता है।

- जनसंचार के द्वारा ही समाज में रहने वाले लोगों का समाजीकरण होता है। किसी भी समाज में लोगों के बीच आपसी सहयोग और साझेदारी निर्माण करने का कार्य जनसंचार करता है।

- जनसंचार में केवल सूचनाएं ही संप्रेषित नहीं की जाती बल्कि कई अनसुलझे प्रश्नों का जवाब तथा कई समस्याओं के परिणाम भी समाज तक पहुंचाए जाते है, जिनसे समाज का मार्गदर्शन होता है।

वास्तव में कह सकते हैं कि आज के समय में जनसंचार की दृष्टि से पूरे विश्वभर में समाचार पत्रों, रेडियो, टेलिविज़न, फिल्म, इंटरनेट आदि जनसंचार साधनों का महत्व बहुत बढ़ गया है। पूरे विश्वभर में हर रोज लाखों समाचार पत्र प्रकाशित होते हैं, जिनके पाठक करोड़ों में है। इसी प्रकार देशी-विदेशी चैनलों की संख्या भी बहुत बड़ी है, जिनके माध्यम से अपने घर में बैठकर लोग दुनिया भर की जानकारी कुछ ही क्षणों में प्राप्त करते हैं। इंटरनेट ने तो दूरियाँ मिटा कर सभी लोगों को एक साथ जोड़ दिया है। विश्व के किसी भी कोने में रहने वाले परिचितों के साथ कुछ ही क्षणों में जहाँ संपर्क स्थापित हो जाता है, वहीं जो चाहो वह सामान घर बैठे मँगा सकते है। इस प्रकार जनसंचार का महत्व और उपयोगिता बढ़ती ही जा रही है।

१.४.३ जनसंचार का बदलता स्वरूप:

आज आम जन-जीवन से जनसंचार इतने व्यापक स्तर पर जुड़ चुका है कि, किसी भी राष्ट्र के विकास में जनसंचार की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण है। विश्व के कई विकसित देशों में आज जनसंचार के द्वारा शिक्षा में गुणात्मक विकास किया जा रहा है। कई विद्वानों की मान्यता है कि, जनसंचार द्वारा हम में काल्पनिक सोच पैदा होती है। इस से कुछ नया सीखने की प्रेरणा मिलती है। टेलीविजन, रेडिओ, समाचारपत्र आदि जनसंचार माध्यमों द्वारा योग्य विद्वान लोगों के विचार प्रसारित किए जाते है जो आम आदमी को बहुत प्रभावित करते हैं। सिनेमा, टेलिविज़न के कारण फॅशन की चकाचौंध बच्चों और युवाओं को प्रभावित कर रही है। जनसंचार माध्यमों द्वारा प्रकाशित रोजगार संबंधी समाचार युवा वर्ग तथा कारोबारियों के लिए बहुत ही महत्वपूर्ण साबित होते हैं।

आज हम देख सकते हैं कि, मनुष्य के जीवन में जनसंचार का महत्व एवं उपयोगिता बहुत बढ़ गई है। मनुष्य अपने भावों को शुरू से ही विभिन्न साधनों के द्वारा दूसरों तक भेजता रहा है। जैसे-जैसे समय बदलता गया इन साधनों में भी परिवर्तन होता गया। महाराष्ट्र की बात करें तो शुरू में लोकनाट्य, पोवाड़ा, भजन, कीर्तन आदि जनसंचार के परंपरागत साधन थे। इन साधनों में समयानुसार परिवर्तन भी हुआ है। लोकनाट्य, भजन, कीर्तन आदि ने समाज के मनोरंजन तथा शिक्षा का काम किया है। आगे चलकर बीसवीं शताब्दी में 'रेडियो और दूरदर्शन' संचार के सबसे महत्वपूर्ण साधन रहें है। रेडियो ने कम समय में कम खर्च में अधिक से अधिक लोगों तक जानकारी पहुँचाने का काम किया। श्रव्य माध्यम के रूप में रेडियो ने बहुत लोकप्रियता प्राप्त कर ली। जहाँ जनसंचार के मुद्रित माध्यम से केवल शिक्षित वर्ग जुड़ा था और अशिक्षित वर्ग जनसंचार की प्रक्रिया से बाहर था, वहीं रेडियो ने यह कमी दूर करके अशिक्षित बड़े जन-समुदाय को भी जनसंचार की प्रक्रिया से जोड़ दिया। भारत के पहले प्रधानमंत्री पं. जवाहरलाल नेहरू ने 'रेडियो' के संदर्भ में कहा था कि, रेडियो मानव

को विज्ञान का एक वरदान है, जो पलभर में हजारों मिल दूर बैठे लोगों की आपसी स्थिति से अवगत करता है और उनमें खुशी की लहर भर देता है। वहीं जवरिमल पारेख कहते हैं कि, "रेडियो निरक्षरों के लिए भी एक वरदान है। जिसके द्वारा वे सिर्फ सुनकर अधिक से अधिक सूचना, ज्ञान और मनोरंजन हासिल कर लेते हैं।" आज स्थानीय बोलियों में प्रसारित रेडियो के कार्यक्रम बहुत लोकप्रिय रहे।

दूरदर्शन अर्थात टेलिविज़न ने लोगों तक संस्कृति, खेल, संगीत को दृश्य रूप में पहुँचाया। आज भी दूरदर्शन की लोकप्रियता और विश्वसनीयता बरकरार है। भारत में पहली बार दूरदर्शन का प्रायोगिक रूप में प्रसारण का उद्घाटन १५ सितंबर १९५९ को तत्कालीन राष्ट्रपति डॉ. राजेन्द्र प्रसाद द्वारा दिल्ली में किया गया था। आगे चलकर १५ अगस्त १९६५ से नियमित रूप से एक घंटे का दैनिक कार्यक्रम दूरदर्शन से प्रसारित होना शुरू हो गया। यह कार्यक्रम शुरुवात में शिक्षा के रूप में हफ्ते में चार दिन प्रसारित होते थे। १५ अगस्त १९६५ को ही दूरदर्शन से पहला समाचार प्रसारित हुआ। आगे किसानों के लिए नई तकनीक, प्रौद्योगिकी पर आधारित कृषि से संबंधित कार्यक्रम प्रसारण शुरू हुआ। १५ अगस्त १९८४ से सारे देश में प्रसारित होने वाले राष्ट्रीय कार्यक्रमों की शुरुवात हुई। २३ जनवरी १९८७ से प्रातःकालीन प्रसारण और २६ जनवरी १९८९ से दोपहर का प्रसारण दूरदर्शन पर शुरू हुआ। १९९३ में मेट्रो चैनल के साथ-साथ प्रादेशिक चैनल की शुरुआत हुई। सन १९९६ से दूरदर्शन पर विज्ञापन प्रसारण की शुरुआत हुई। आज भारत में ९०० से अधिक दूरदर्शन चैनल हैं, जो विषयानुसार, आयु नुसार जनसंचार का काम कर रहे हैं। लगबघ ४०० चैनल दिन-रात समाचार प्रसारित करते हैं। कई चैनल ऐसे हैं जो केवल सिनेमा, संगीत प्रसारित करते रहते हैं। आज लोगों की रुचि नुसार पर्यटन, खाद्य-संस्कृति, फॅशन, कृषि, अध्यात्म, आरोग्य जैसे विषयों को लेकर कई चैनल है, जो लोकप्रिय हैं और जनसंचार का कार्य कर रहे हैं।

२१ वी शती में जनसंचार का स्वरूप बहुत तेजी से बदल चुका है। आज जो रोज नये-नये अनुसंधान और आविष्कार हो रहे है, उनसे जनसंचार प्रभावित हुआ है। आज कई देशों में अंतरिक्ष में उपग्रह छोड़ने की होड लगी हुई है। इन उपग्रहों द्वारा कई रेडियो और टेलिविज़न चैनल प्रसारित हो रहे हैं। आज हर देश संचार उपग्रह अंतरिक्ष में छोड़कर विश्व से जुड़ना चाहता है।

पहले कबूतरों द्वारा लिखित संदेश भेजा जाता था, बाद में टेलीफोन द्वारा आवाज के रूप में संदेश भेजना शूर हुआ, और आज वीडियो कॉलद्वारा कुछ ही क्षणों में आमने-सामने वार्तालाप होता है। इंटरनेट के आविष्कार ने जनसंचार को काफी बड़े प्रभाव से बदल दिया है। मोबाईल फोन ने जनसंचार के क्षेत्र में एक क्रांति ही ला दी है। इसके माध्यम से अत्यंत कम समय में सस्ते में और अत्यंत तेजी से जनसंचार का कार्य संपन्न हो रहा है। मोबाईल और इंटरनेट के माध्यम से आज बदला हुआ जनसंचार का लोकप्रिय रूप सोशल मीडिया है। एस.एम.एस., एम.एम.एस., व्हॅट्सअप, फ़ेसबुक, ट्विटर, यूट्यूब, फिल्म, डाकोमेन्टरी आदि इसके अंतर्गत आते है। आज लोगों की रुचि नुसार, विषय नुसार जनसंचार के साधन उपलब्ध है। और दिन-ब-दिन तकनीकी में हो रहे आविष्कारों के कारण जनसंचार का रूप भी बदल रहा है।

१.५ सारांश

जनसंचार भाषा के माध्यम से प्रचार-प्रसार करने की एक प्रभावी प्रक्रिया है। जनसंचार की प्रक्रिया में सूचना, ज्ञान तथा जानकारी का आदान-प्रदान होता है। जनसंचार यह शब्द अंग्रेजी के 'Mass Communication' इस शब्द का हिंदी रूप है। जनसंचार वह प्रक्रिया है जिसमें जन समूहों के बीच अर्थपूर्ण संदेशों तथा सूचनाओं का आदान-प्रदान होता है।

जनसंचार की परिभाषाओं को देखने के पश्चात हम संक्षेप में कह सकते हैं कि, जनसंचार एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें संदेश को यंत्रों की सहायता से दुगुना-तिगुना करके दूर-दूर तक भेजा जाता है। भारत में जनसंचार की अवधारणा बहुत पुरानी है ऐसा हम कह सकते हैं। पौराणिक पात्र महर्षि नारद तीनों लोकों में घूम घूमकर संचार का कार्य किया करते थे यह उल्लेख मिलता है। आगे जैसे-जैसे मनुष्य सभ्यता का विकास होता गया वैसे-वैसे जनसंचार की तकनीकों में परिवर्तन होता गया। जनसंचार के स्वरूप को देखने पर इसके सकारात्मक और नकारात्मक दोनों ही परिणामों को हम आज देख सकते हैं।

जनसंचार के निम्नलिखित ६ तत्व है। संचारक (Sender), संदेश (Message), माध्यम (Channel), प्राप्तकर्ता (Receiver**),** प्रतिक्रिया (Feed Back) और शोर (Noise)। अमेरिकी संचार सिद्धांतकार हेरॉल्ड लॉसवेल अपने जनसंचार के "क्लासिक मॉडल" में बताते हैं कि, जनसंचार में जब "कौन कहता है?, क्या कहता है?, किस माध्यम में कहता है?, किसको कहता है? उसका क्या प्रभाव पड़ता है?" इन प्रश्नों के जवाब मिल जाते हैं तब जनसंचार की प्रक्रिया संपन्न होती है।

जनसंचार के द्वारा मानवीय जीवन की नीरसता और तनाव दूर हो जाता है। फिल्म, संगीत, नाटक, कार्टून, कविता, धारावाहिक आदि के द्वारा समाज का मनोरंजन होता है साथ ही अनेक महत्वपूर्ण संदेश भी संप्रेषित होते है। जनसंचार के द्वारा समाज की सोच प्रभावित होती है। जनमत निर्माण करने का महत्वपूर्ण कार्य भी जनसंचार के द्वारा संपन्न होता है। मनुष्य के जीवन में जनसंचार का महत्व एवं उपयोगिता बहुत बढ़ गई है। बीसवीं शताब्दी में 'रेडियो और दूरदर्शन' संचार के सबसे महत्वपूर्ण साधन रहें है। २१ वी शती में जनसंचार का स्वरूप बहुत तेजी से बदल चुका है। आज जो रोज नये-नये अनुसंधान और आविष्कार हो रहे है, उनसे जनसंचार प्रभावित हुआ है। आज कई देशों में अंतरिक्ष में उपग्रह छोड़ने की होड लगी हुई है। इन उपग्रहों द्वारा कई रेडियो और टेलिविज़न चैनल प्रसारित हो रहे हैं। आज हर देश संचार उपग्रह अंतरिक्ष में छोड़कर विश्व से जुड़ना चाहता है। इस प्रकार जनसंचार मनुष्य के जीवन को प्रभावित करनेवाली एक महत्वपूर्ण प्रक्रिया है।

१.६ लघु उत्तरीय प्रश्न

१. जनसंचार किस माध्यम से प्रचार-प्रसार करने की एक प्रभावी प्रक्रिया है।

उ. भाषा।

२. 'संचार' का अर्थ क्या होता है।

उ. सम्प्रेषण।

३. जनसंचार में संदेश एक स्थान से दूसरे स्थान तक आता–जाता है। उसे क्या कहा जाता है।

उ. अर्थपूर्ण संदेश।

४. 'जनसंचार' ऐसी प्रक्रिया है जिसमें संदेश को किसकी सहायता से भेजा जाता है।

उ. यंत्रों की सहायता से।

५. 'जनसंचार' के कितने तत्व है।

उ. 6।

६. जनमत निर्माण करने का कार्य किसके द्वारा संपन्न होता है।

उ. जनसंचार।

१.७ दीर्घोत्तरी प्रश्न

१. जनसंचार की उपयोगिता एवं महत्व को स्पष्ट कीजिए।

२. जनसंचार प्रक्रिया के तत्वों पर प्रकाश डालिए।

३. जनसंचार की परिभाषा देते हुए जनसंचार की विशेषताएँ स्पष्ट कीजिए।

४. जनसंचार के लोकप्रिय माध्यम 'दूरदर्शन' का परिचय दीजिए।

१.८ संदर्भ ग्रंथ

१. संचार से जनसंचार – रुपचन्द गौतम

२. जनसंचार एवं समाज – डॉ. मोनिका नागौरी

३. जनसंचार : कल, आज और कल – प्रो. चंद्रकांत सरदाना और प्रो. कृ. शि. मेहता

४. जनसंचार माध्यम लेखन कला – डॉ. संतोष गोयल

५. जनसंचार सिद्धांत और अनुप्रयोग – विष्णु राजगढ़िया

*****

२

मुद्रण कला सामान्य परिचय

इकाई की रूपरेखा

२.० इकाई का उद्देश्य

२.१ प्रस्तावना

२.२ मुद्रण कला का अर्थ, स्वरूप एवं विशेषताएं

२.३ मुद्रण कला का इतिहास एवं विकास

२.४ प्रूफ शोधन का अर्थ, स्वरूप, प्रूफ शोधक के गुण एवं कर्तव्य

२.४.१ प्रूफ शोधन का अर्थ, स्वरूप,

२.४.२. प्रूफ शोधक के गुण एवं कर्तव्य

२.५ सारांश

२.६ लघुत्तरीय प्रश्न

२.७ दीर्घोत्तरी प्रश्न

२.८ संदर्भ ग्रंथ

२.० इकाई का उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन के उपरांत छात्र परिचित होंगे:

- मुद्रण कला का अर्थ, स्वरूप एवं विशेषताएं से परिचित हो जाएंगे।
- मुद्रण कला का इतिहास एवं विकास को जान पाएंगे।
- प्रूफ शोधन का अर्थ, स्वरूप, प्रूफ शोधक के गुण एवं कर्तव्य को समझ सकेंगे।

२.१ प्रस्तावना

एक मास्टर फॉर्म या टेम्प्लेट का उपयोग करके किसी टेक्स्ट या/और छबि (इमेज) की अनेक प्रतियाँ बनाना मुद्रण या छपाई (प्रिंटिंग) कहलाता है। मुद्रण का इतिहास कम से कम तेरह-चौदह सौ वर्ष पुराना है। आधुनिक छपाई प्रायः कागज पर स्याही से मुद्रण मशीन के द्वारा की जाती है। इसके अलावा धातुओं पर, प्लास्टिक पर, वस्त्रों पर तथा अन्य मिश्रित पदार्थों पर भी छपाई की जाती है। सामान्यत: मुद्रण का अर्थ छपाई से है जो कागज, कपड़ा, प्लास्टिक, टाट इत्यादि पर हो सकता है।

२.२ मुद्रण कला अर्थ, स्वरूप एवं विशेषताएं

किसी धातु या मिश्रधातु से ढाले हुए वर्णमाला के अक्षरों को 'टाइप' (Type) कहते हैं। टाइप का समूह बनाकर और उसपर स्याही लगाकर छापने की कला को मुद्रण कला या टाइप कला (Typography) कहते हैं। छपाई की प्रमुख कला होने के नाते टाइप कला का आविष्कार मानव के सर्वोत्तम आविष्कारों में उल्लेखनीय है। विद्वानों की विद्वत्ता, बुद्धिमानों की बुद्धिमत्ता, नेताओं के आदेश, कलाकारों की कला, सभी को टाइपकला ने अमर बनाया है। मानव को वैज्ञानिक, आर्थिक, राजनीतिक तथा सामाजिक क्षेत्रों में प्रगति के पथ पर निरंतर अग्रसर करनेवाली यही कला है।

छपाई की विविध कलाओं में टाइपकला का स्थान अन्यतम है। इसकी प्रमुख प्रतिद्वंद्वी कलाएँ, लिथो ऑफसेट तथा फोटोग्रैव्योर अत्यधिक प्रगतिशील हैं। किंतु टाइप कला अपने विस्तृत क्षेत्र तथा अगण्य सुविधाओं का निवारण करने के जितने साधन टाइप कला में उपलब्ध हैं उतने छपाई की किसी और कला में नहीं हैं। टाइप से छापनेवाली मशीनें भी दूसरी कलाओं की मशीनों की तुलना में अत्यधिक तेज चलती हैं। टाइप कला से छपाई, कुछ प्रकार के रंगीन कार्यों को छोडकर, सस्ती भी पड़ती है। अतएव टाइप कला का प्रयोग पुस्तकों, समाचारपत्रों पत्रिकाओं, लेखन सामग्री, फार्म, डिब्बे, डिब्बियाँ इत्यादि छापने में व्यापक रूप से होता है। फोटोग्राफी अथवा यांत्रिक विधियों से चित्र बनाने तथा यंत्रों द्वारा टाइप को कंपोज (संयोजन) तथा फोटो चित्रों को कंपोज करने की प्रणालियों का विकास हो जाने के कारण टाइप कला की उपयोगिता अत्यधिक बढ़ गई है।

एक मास्टर फॉर्म या टेम्प्लेट का उपयोग करके किसी टेक्स्ट या/और छबि (इमेज) की अनेक प्रतियाँ बनाना मुद्रण या छपाई (प्रिंटिंग) कहलाता है। मुद्रण का इतिहास कम से कम तेरह-चौदह सौ वर्ष पुराना है। आधुनिक छपाई प्रायः कागज पर स्याही से मुद्रण मशीन के द्वारा की जाती है। इसके अलावा धातुओं पर, प्लास्टिक पर, वस्त्रों पर तथा अन्य मिश्रित पदार्थों पर भी छपाई की जाती है। कपड़ा या कागज आदि पर एक स्याही-युक्त सतह रखकर उसपर दाब डाला जाता है जिससे स्याहीयुक्त सतह पर बनी छवि उल्टे रूप में कागज या कपड़े पर छप जाती है।

हिन्दी शब्दकोश में मुद्रण की परिभाषा:

१. किसी चीज पर अक्षर आदि अंकित करना। छपाई।

२. ठप्पे आदि की सहायता से अंकित करके मुद्रा तैयार करना।

३. ठीक तरह से काम चलाने के लिये नियम आदि बनाना और लगाना।

४. बंद करना। मूँदना।

२.३ मुद्रण कला का इतिहास एवं विकास

मुद्रण का अर्थ छपाई से है, जो कागज, कपड़ा, प्लास्टिक, टाट इत्यादि पर हो सकता है। डाकघरों में लिफाफों, पोस्टकार्डों व रजिस्टर्ड चिट्ठियों पर लगने वाली मुहर को भी 'मुद्रण'

कहते हैं। प्रसिद्ध अंग्रेजी विद्वान चार्ल्स डिक्नस ने मुद्रण की महत्ता को बताते हुए कहा है कि स्वतंत्र व्यक्ति के व्यक्तित्व को बनाए रखने में मुद्रण महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। प्रारंभिक युग में मुद्रण एक कला था, लेकिन आधुनिक युग में पूर्णतया तकनीकी आधारित हो गया है। मुद्रण कला पत्रकारिता के क्षेत्र में पुष्पित, पल्लवित, विकसित तथा तकनीकी के रूप में परिवर्तीत हुई है।

वैदिक सिद्धांत के अनुसार- परमेश्वर की इच्छा से ब्रह्माण्ड की रचना और जीवों की उत्पत्ति हुई। इसके बाद 'ध्वनि' प्रकट हुआ। ध्वनि से 'अक्षर' तथा अक्षरों से शब्दज् बनें। शब्दों के योग को 'वाक्य' कहा गया। इसके बाद पिता से पुत्र और गुरू से शिष्य तक विचारों, भावनाओं, मतों व जानकारियों का आदान-प्रदान होने लगा। भारतीय ऋषि-मुनियों ने सुनने की क्रिया को श्रुति और समझने को प्रक्रिया को स्मृति का नाम दिया। ज्ञान के प्रसार का यह तरीका असीमित तथा असंतोषजनक था, जिसके कारण मानव ने अपने पूर्वजों और गुरूजनों के श्रेष्ठ विचारों, मतों व जानकारियों को लिपिबद्ध करने की आवश्यकता महसूस की। इसके लिए लिपि का आविष्कार किया तथा पत्थरों व वृक्षों की छालों पर खोदकर लिखने लगा। इस तकनीकी से भी विचारों को अधिक दिनों तक सुरक्षित रखना संभव नहीं था। इसके बाद लकड़ी को नुकिला छीलकर ताड़पत्रों और भोजपत्रों पर लिखने की प्रक्रिया प्रारंभ हुई। प्राचीन काल के अनेक ग्रंथ भोजपत्रों पर लिखे मिले हैं।

सन् १०५ ई. में चीनी नागरिक टस्-त्साई लून ने कपस एवं सलमल की सहायता से कागज का आविष्कार किया। सन् ७१२ ई. में चीन में एक सीमाबद्ध एवं स्पष्ट ब्लाक प्रिंटिंग की शुरूआत हुई। इसके लिए लकड़ी का ब्लाक बनाया गया। चीन में ही सन् ६५० ई. में हीरक सूत्र नामक संसार की पहली मुद्रित पुस्तक प्रकाशित की गयी। सन् १०४१ ई. में चीन के पाई शेंग नामक व्यक्ति ने चीनी मिट्टी की मदद से अक्षरों को तैयार किया। इन अक्षरों को आधुनिक टाइपों का आदि रूप माना जा सकता है। चीन में ही दुनिया का पहला मुद्रण स्थापित हुआ, जिसमें लकड़ी के टाइपों का प्रयोग किया गया था। टाइपों के ऊपर स्याही जैसे पदार्थ को पोतकर कागज के ऊपर दबाकर छपाई का काम किया जाता था।

प्रकार, मुद्रण के आविष्कार और विकास का श्रेय चीन को जाता है। यह कला यूरोप में चीन से गई अथवा वहां स्वतंत्र रूप से विकसित हुयी, इसके संदर्भ में कोई अधिकारिक विवरण उपलब्ध नहीं है। एक अनुमान के मुताबिक कागज बनाने की कला चीन से अरब देशों में तथा वहां से यूरोप में पहुंची होगी। एक अन्य अनुमान के मुताबिक १४वीं - १५वीं सदी के दौरान यूरोप में मुद्रण-कला का स्वतंत्र रूप से विकास हुआ। उस समय यूरोप में बड़े-बड़े चित्रकार होते थे। उनके चित्रों की स्वतंत्र प्रतिक्रिया को तैयार करना कठिन कार्य था। इसे शीघ्रतापूर्वक नहीं किया जा सकता था। अत: लकड़ी अथवा धातु की चादरों पर चित्रों को उकेर कर ठप्पा बनाया जाने लगा, जिस पर स्याही लगाकर पूर्वोक्त रीति से ठप्पे को दो तख्तों के बीच दबाकर उनके चित्रों की प्रतियां तैयार की जाती थी। इस तरह के अक्षरों की छपाई का काम आसान नहीं था। अक्षरों को उकेर कर उनके छप्पे तैयार करना बड़ा ही मुश्किल काम था। उसमें खर्च भी बहुत ज्यादा पड़ता था। फिर भी उसकी छपाई अच्छी नहीं होती थी। इन असुविधाओं ने जर्मनी के लरेंस जेंसजोन को छुट्टे टाइप बनाने की प्रेरणा दी। इन टाइपों का प्रयोग सर्वप्रथम सन् १४०० ई. में यूरोप में हुआ।

जर्मनी के जॉन गुटेनबर्ग ने सन् १४४० ई. में ऐसे टाइपों का आविष्कार किया, जो बदल-बदलकर विभिन्न सामग्री को बहुसंख्या में मुद्रित कर सकता था। इस प्रकार के टाइपों को पुनरावर्तक छापे (रिपीटेबिल प्रिण्ट) के वर्ण कहते हैं। इसके फलस्वरूप बहुसंख्यक जनता तक बिना रूकावट के समाचार और मतों को पहुंचाने की सुविधा मिली। इस सुविधा को कायम रखने के लिए बराबर तत्पर रहने का उत्तरदायित्व लेखकों और पत्रकारों पर पड़ा। जॉन गुटेनबर्ग ने ही सन् १४५४-५५ ई. में दुनिया का पहला छापाखाना (प्रिंटिंग-प्रेस) लगाया तथा सन् १४५६ ई. में बाइबिल की ३०० प्रतियों को प्रकाशित कर पेरिस भेजा। इस पुस्तक की मुद्रण तिथि १४ अगस्त १४५६ निर्धारित की गई है। जॉन गुटेनबर्ग के छापाखाने से एक बार में ६०० प्रतियां तैयार की जा सकती थी। परिणामत: ५०-६० वर्षों के अंदर यूरोप में करीब दो करोड़ पुस्तकें प्रिंट हो गयी थी।

इस प्रकार, मुद्रण कला जर्मनी से आरंभ होकर यूरोपीय देशों में फैल गयी। कोलने, आगजवर्ग बेसह, टोम, पेनिस, एन्टवर्ण, पेरिस आदि में मुद्रण के प्रमुख केंद्र बने। सन् १४७५ ई. में सर विलियम केकस्टन के प्रयासों के चलते ब्रिटेन का पहला प्रेस स्थापित हुआ। ब्रिटेन में राजनैतिक और धार्मिक अशांति के कारण छापाखाने की सुविधा सरकार के नियंत्रण में थी। इसे स्वतंत्र रूप से स्थापित करने के लिए सरकार से विधिवत आज्ञा लेना बड़ा ही कठिन कार्य था। पुर्तगाल में इसकी शुरूआत सन् १५४४ ई. में हुई।

मुद्रण के इतिहास की पड़ताल से स्पष्ट है कि छापाखाना का विकास धार्मिक-क्रांति के दौर में हुआ। यह सुविधा मिलने के बाद धार्मिक ग्रंथ बड़े ही आसानी से जन-सामान्य तक पहुंचने लगे। इन धार्मिक ग्रंथों का विभिन्न देशों की भाषाओं में अनुवाद करके प्रकाशित होने लगे। पूर्तगाली धर्म प्रचार के लिए मुद्रण तकनीकी को सन् १५५६ ई. में गोवा लाये और धर्मग्रंथों को प्रकाशित करने लगे। सन् १५६१ ई. में गोवा में प्रकाशित बाइबिल पुस्तक की एक प्रति आज भी न्यूयार्क लाइब्रेरी में सुरक्षित है। इससे उत्साहित होकर भारतीयों ने भी अपने धर्मग्रंथों को प्रकाशित करने का साहस दिखलाया। भीम जी पारेख प्रथम भारतीय थे, जिन्होंने दीव में सन् १६७० ई. में एक उद्योग के रूप में प्रेस शुरू किया।

सन् १६३८ ई. में पादरी जेसे ग्लोभरले ने एक छापाखाना जहाज में लादकर संयुक्त राज्य अमेरिका के लिए प्रस्थान किया, लेकिन रास्ते में ही उसकी मृत्यु हो गयी। उसके बाद उनके सहयोगी म्याश्यु और रिटेफेन डे ने उक्त छापाखाना (प्रिंटिंग-प्रेस) को स्थापित किया। सन् १७९८ ई. में लोहे के प्रेस का आविष्कार हुआ, जिसमें एक लिवर के द्वारा अधिक संख्या में प्रतियां प्रकाशित करने की सुविधा थी। सन् १८११ ई. के आस-पास गोल घूमने वाले सिलेण्डर चलाने के लिए भाप की शक्ति का इस्तेमाल होने लगा, जिसे आजकल रोटरी प्रेस कहा जाता है। हालांकि इसका पूरी तरह से विकास सन् १८४८ ई. के आस-पास हुआ। १९वीं सदी के अंत तक बिजली संचालित प्रेस का उपयोग होने लगा, जिसके चलते न्यूयार्क टाइम्स के १२ पेजों की ९६ हजार प्रतियों का प्रकाशन एक घंटे में संभव हो सका। सन् १८९० ई. में लिनोटाइप का आविष्कार हुआ, जिसमें टाइपराइटर मशीन की तरह से अक्षरों के सेट करने की सुविधा थी। सन् १८९० ई. तक अमेरिका समेत कई देशों में रंग-बिरंगे ब्लॉक अखबार छपने लगे। सन् १९०० ई. तक बिजली संचालित रोटरी प्रेस, लिनोटाइप की सुविधा और रंग-बिरंगे चित्रों को छापने की सुविधा, फोटोग्राफी को छापने की व्यवस्था होने से सचित्र समाचार पत्र पाठको तक पहुंचने लगे।

२.४ प्रूफ शोधन : अर्थ, स्वरूप, प्रूफ शोधक के गुण एवं कर्तव्य

२.४.१ प्रूफ शोधन : अर्थ, स्वरूप:

जब भी कोई समाचार पत्र पत्रिकाएं एवं पुस्तकें छाप जाती हैं ,उसके पूर्व की त्रुटियों को सही करने की प्रक्रिया को प्रुफ शोधन कहा जाता है। प्रुफ शोधन को अंग्रेजी में प्रूफ रीडिंग शब्द का प्रयोग किया जाता है। वर्तमान समय में समाचार पत्र, पत्रिकाएं तथा ज्ञान विज्ञान से संबंधित रूप में अत्याधिक पुस्तकों का लेखन हो रहा है। विशेषतः कंप्यूटर के आ जाने से इस क्षेत्र में पर्याप्त मात्रा में प्रकाशन में वृद्धि हो चुकी है। प्रकाशन स्तर में मुद्रणालय का द्वितीय स्थान रहा है। ज्ञान विज्ञान के प्रचार-प्रसार का मुख्य आधार मुद्रण होने के कारण मुद्रण का महत्व अत्याधिक रूप में बढ़ गया है। प्रकाशन एक विशेष प्रक्रिया है, जिसमें कंपोजिंग या टाइपिंग प्रूफ संशोधन, पृष्ठ निर्धारण और छपाई आदि प्रक्रिया से गुजरना पड़ता है।

कंप्यूटर पूर्व समय में मुद्रण प्रक्रिया में कंपोजिटर को एक- एक अक्षर और मात्रा को उठाकर जोड़ना पड़ता था। इस प्रक्रिया के अंतर्गत कंपोजीशन द्वारा कई प्रकार की गलतियां हो जाती थी । इस प्रक्रिया में समय की भी अधिक आवश्यकता महसूस होती थी। किंतु वर्तमान समय में कंप्यूटर के कारण यह कार्य रुप से आसान हो गया है। कंप्यूटर पर पांडू लिपि के आधार पर टाइपिंग कार्य किया जाता है। इसमें गलतियों की संभावनाएं बहुत कम होती है। अगर हो भी जाए तो उसे कम समय में सुधारा जा सकता है। इसके पश्चात प्रुफ शोधन करना आवश्यक है। प्रुफ पठन के अंतर्गत व्याकरण संबंधी त्रुटियों को कम करना, विशेषतः, अर्धविराम, उद्गारवाचक चिन्ह आदि महत्वपूर्ण पहलुओं पर ध्यान देना आवश्यक होता है।

प्रूफ शोधन को इस प्रकार परिभाषित किया जा सकता है:

"कंपोज की गई अथवा कंप्यूटर पर टाइप की गई सामग्री को पांडुलिपि के अनुरूप संशोधन करके सामने लाना संशोधन कहलाता है।"

इस प्रकार कह सकते हैं कि प्रकाशन पूर्वक कंपोजिंग या टाइपिंग की गई सामग्री को पांडुलिपि के अनुरूप शुद्ध रूप में तैयार करने हेतु गलतियों को सुधारने की प्रक्रिया के साथ-साथ व्याकरण संबंधित त्रुटियों से मुक्त कराना कि 'प्रुफ शोधन' है।

किसी भी पत्र-पत्रिका पुस्तकें आदि का प्रकाशन करने से पूर्व प्रुफ रीडर द्वारा चार प्रकार से संशोधन करना आवश्यक होता है -

अ. गैली प्रूफ (विशेष ट्रे):

यह प्रकाशन पुर्व प्रथम प्रूफ होता है। मशीन में सांचे नुमा चौकोर प्लेट होती है। पृष्ठ को इस चौकोर प्लेट पर दोनों और से धागों से बांध दिया जाता है। इंक रोलर की सहायता से प्रूफ निकाला जाता है। इसे गैली प्रूफ निकालने के लिए कागज को गिला करना पड़ता है। कागज के सूख जाने के बाद ही प्रुफ शोधन' कर संशोधित किया जाता है। कंप्यूटर में पांडुलिपि की सामग्री को टाइप करने के बाद प्रिंट निकाला जाता है। वह प्रथम प्रुफ होता है। जिसे गैली प्रूफ कहा जाता है।

ब. पृष्ठ प्रूफ:

प्रत्येक पृष्ठ पर जो भी गलतियां हो जाती है, जैसे विराम चिन्ह, मात्राएं, अक्षर कट जाना, धब्बा आना, या अस्पष्टता आदि गलतियों को उसी पृष्ठ पर नीचे अंकित कर दिया जाता है। उसे फिर एक बार प्रूफ शोधन किया जाता है इसे पृष्ठ प्रूफ कहा जाता है।

क. स्टोन प्रूफ या मशीन प्रूफ:

यह तृतीय तथा अंतिम प्रूफ होता है। कंप्यूटर और कंप्यूटर चलाने वाला पूर्व प्रक्रिया के अनुसार पाठ के द्वारा संकेत की गई गलतियों का संशोधन करता है। यहां यह विचारणीय है कि दूसरे प्रूफ में बहुत कम गलतियां रहे जाने पर तीसरा प्रूफ मूल लेखक से ही पढ़वाकर प्रूफ संशोधन कराया जाता है। यदि दूसरे प्रूफ में भी संभावना से अधिक गलतियां हो तो तीसरा प्रूफ व्यावसायिक प्रूफ्रीडर से पढ़वाते हैं। ऐसे में तीसरे संशोधन के बाद एक अतिरिक्त प्रूफ निकालकर लेखक से संशोधन करवाते हैं । यदि लेखक उस पर छपाई का संकेत कर दे तो उसे प्रिंट आर्डर प्रूफ कहेंगे। इस प्रकार छपाई के लिए उपयुक्त आदेश प्राप्त पूर्व को प्रिंट आर्डर प्रूफ कहते हैं। इन चरणों से निकलकर प्रूफ संशोधन हो जाता है, तो शुद्ध प्रकाशन की संभावनाएं होती है।

ड. कापी होल्डर:

प्राय: यह देखा जाता है कि प्रूफ -शोधक मूल प्रति से प्रूफ को मिलाते जाते हैं। जहां कहीं समाचार या पाठ में कोई गड़बड़ी दिखाई देती है वहां पर मूल प्रति को देख लेते हैं। इससे समय अधिक लगता है और अशुद्धि रह जाने की संभावना भी बनी रहती है। इसलिए प्रूफ शोधक के पास एक सहायक रखा जाता है जिसे 'काफी होल्डर' कहते हैं। इसका कार्य है कि मूल प्रति को ऊंचे स्वर से पढ़ना ताकि प्रूफ शोधक मिलान करके प्रूफ में सुधार करता जाए।

२.४.२. प्रूफ शोधक के गुण एवं कर्तव्य:

प्रकाशन प्रक्रिया के अंतर्गत प्रूफ रीडर का महत्वपूर्ण योगदान होता है श्रेष्ठ पुरुष संशोधन के आधार पर उत्तम प्रकाशन सुनिश्चित हो जाता है प्रूफ्रीडर का मूल कार्य पांडुलिपि के अनुसार ग्रुप को संशोधित करना होता है उसे इसके साथ कंपोजिंग टाइपिंग और प्रकाशन प्रक्रिया का सामान्य ज्ञान होना आवश्यक होता है। प्रूफ रीडर किसी भाषा विशेष से संबंधित होता है। उसे संबंधित भाषा की लिपि और उसके व्याकरण का ज्ञान भी अनिवार्य होता है। इस प्रकार प्रकाशन प्रक्रिया में प्रूफ रीडर एक महत्वपूर्ण कड़ी है, क्योंकि उसका ही दायित्व होता है कि, पांडुलिपि का शुद्ध रूप में मुद्रण हो। प्रूफ रीडर की गुण तथा विशेषताएं निम्न प्रकार देखी जा सकती है, जिससे वह अपने कर्तव्य का उत्तम रूप से पालन कर सकता है।

१. मक्षिका स्थाने मक्षिका:

प्रूफ रीडर को अपने कर्तव्य के अनुसार पुरुष को पांडुलिपि से मिलान करना चाहिए और इसी के आधार पर संशोधन करना चाहिए। प्रूफ रीडर को संशोधन प्रक्रिया में अतिरिक्त स्वतंत्रता नहीं लेनी चाहिए मुद्रण कला में उन्हें केवल मात्र त्रुटियों को जांचना है। उसका

कार्य 'मक्षिका स्थाने मक्षिका' रखना है। इसका अर्थ यह है कि प्रूफ रीडर को संशोधन प्रक्रिया के अंतर्गत कुछ घटाना नहीं और कुछ जोड़ना नहीं है।

२. भाषा का प्रचूर ज्ञान:

एक अच्छे प्रूफ रीडर को अपनी मातृभाषा के साथ साथ अन्य भाषाओं का ज्ञान भी होना आवश्यक है। तभी वह व्याकरणिक त्रुटियों को दूर कर सकता है। अशुद्धियों को भी दूर कर सकता है। प्रूफ रीडर को भाषा का प्रचुर ज्ञान तथा भाषा पर अधिकार होना चाहिए।

३. प्रूफ शोधन को दायित्व समझे:

एक अच्छे प्रूफ रीडर को प्रूफ संशोधन करते समय वह अपना दायित्व समझ कर तथा अपनी जिम्मेदारी समझ कर संशोधन कार्य करना चाहिए। अगर वह अपनी जिम्मेदारी समझ कर काम नहीं करता है, तो उसमें त्रुटियां शेष रह सकती है। अपने संशोधन में कोई भी व्याकरणिक या कोई भी प्रकार की गलती ना रहे इसीलिए बड़ी ईमानदारी एवं लगन से प्रूफ रीडर को अपना संशोधन कार्य करना चाहिए। अन्यथा इसका प्रभाव पाठक पर पड़ सकता है और पाठक की आस्था कम हो सकती है।

४. प्रूफ सही-सही पढ़ना:

प्रूफ रीडर सामग्री को समझकर पड़ेगा तो त्रुटियां मिलेगी नहीं । सामग्री का पठन अगर तीव्र गति से होता है तो त्रुटियां छूट सकती है। और सामग्री में त्रुटियां अधिक रहने की संभावना होती है।

५. कंपोजिंग तथा मुद्रण का ज्ञान:

प्रकाशन पूर्व पांडुलिपि के आधार पर मुद्रण किया जाता है। कुछ पर्याप्त समय बाद शोधन करना चाहिए क्योंकि प्लेट गीली होती है। उसे आडा-तेडा उठाने से धब्बे-धब्बे आ जाते हैं। गैली सूखने के बाद ही प्रूफ पठन का कार्य कर सकते हैं। इसीलिए प्रूफ रीडर को कंपोजिंग तथा मुद्रण का ज्ञान होना आवश्यक है।

६. अन्य विषयों का ज्ञान:

समाचार पत्र पत्रिकाएं पुस्तकों के प्रकाशन पूर्व ग्रुप शोधन के लिए प्रूफ रीडर को सभी विषयों का ज्ञान होना आवश्यक है । जैसे - खेलकूद, अर्थव्यवस्था, राजनीति, समाज दर्शन, ज्ञान विज्ञान का क्षेत्र आदि की जानकारी होनी चाहिए। इसे समझ लेने की क्षमता होनी चाहिए। तभी वह पढ़कर-समझकर गलतियों को कम कर सकता है।

७. मानक चिन्हों का पर्याप्त ज्ञान:

प्रूफ संशोधन के लिए निर्धारित चिन्ह / छूटा अंश प्रयोग करो, अल्पविराम (,), अर्धविराम (;), प्रश्नवाचक चिन्ह (?), विसर्ग चिन्ह (:), योजक चिन्ह (-), पूर्ण विराम (I), हलंत, उकार, अनुस्वार (ं) आदि चिन्ह कहां पर आते है। इसका ज्ञान प्रूफ रीडर को होना चाहिए। अन्यथा त्रुटियों की संभावना अधिक होती है।

८. पांडुलिपि को साथ साथ पढ़ना:

गैली प्रूफ का प्रथम प्रूफ के संशोधन हेतु पांडुलिपि को साथ- साथ पढ़ना अनिवार्य होता है। इससे स्पष्ट हो जाता है कि, कंपोजिंग या टाइपिंग पूर्णरूपेण हुई है या कोई अंश छूट गया है। इससे पांडुलिपि का मूल रूप सुनिश्चित हो जाता है।

९. व्याकरण संबंधी ज्ञान:

एक अच्छे प्रूफ रीडर को व्याकरण संबंधी ज्ञान होना आवश्यक है क्योंकि कभी-कभी मूल सामग्री अर्थात पांडुलिपि में भी व्याकरण की दृष्टि से त्रुटियां रह सकती है। उन त्रुटियों को प्रूफ रीडर लेखक से संवाद कर उनकी सहमति से व्याकरणिक गलतियों को सुधार सकता है।

१०. सावधानी बरतना:

प्रूफ रीडर को प्रूफ पढ़ते समय सावधानी से देख लेना चाहिए कि, प्रूफ का विषय किसी भी मानहानि, किसी का अपमान से संबंधित या कानून की दृष्टि से आपत्तिजनक है। ऐसा होने पर व्यवस्थापक को सूचित करते हुए प्रूफ ना पढ़ने का निर्णय लेना चाहिए। प्रूफ शोधक के पास छिद्रान्वेषिणी शक्ति, दृष्टि की तीव्रता, धैर्य, सतर्कता और श्रम शीलता होनी चाहिए। प्रूफ संशोधन करते हुए हैं कुछ सावधानियां रखनी चाहिए

प्रूफ संशोधन के लिए सावधानियां:

- प्रूफ रीडर को छपाई की सामग्री के साथ-साथ विभिन्न शिर्षकों, उप शिर्षकों के साथ तिथि, क्रम, पृष्ठ संख्या आदि को भी देखना चाहिए।
- मुद्रण तकनीकी की विशेष जानकारी होनी चाहिए।
- सामान्य ज्ञान की जानकारी होनी चाहिए।
- व्याकरण वर्ण विन्यास तथा विराम चिन्हों का ज्ञान होना चाहिए।
- अस्पष्ट अक्षरों को इस (×) चिन्ह से काट देना चाहिए।
- प्रूफ संशोधन की सुविधा और व्यवस्था के लिए प्रूफ के क्रम अर्थात प्रथम, द्वितीय और तृतीय प्रूफ लिख देना चाहिए।
- प्रूफ पढ़ते समय यदि प्रूफ रीडर को पांडुलिपि की सामग्री में शंका हो तो हाशिए पर तीन प्रश्नवाचक (???) बना देना चाहिए। शंका का समाधान कर लेना चाहिए।
- 'करेक्शन' के बाद जो पृष्ठ दूसरी बार रिवीजन के लिए आता है उसे भी पुनः देख लेना चाहिए क्योंकि कई बार टाइप भी बदल जाते हैं।
- कई बार छपने में मात्राएं टूट जाती हैं या अक्षर निकल जाते हैं, प्रूफ शोधक को इनका भी ध्यान रखना चाहिए।

- पहला प्रूफ भेजते समय 'संशोधन करो' लिखकर नीचे हस्ताक्षर करने चाहिए दूसरे प्रूफ में 'संशोधन करो और मेक -अप लिखना होता है। तथा तीसरे प्रूफ में 'मशीन प्रूफ' लिखना चाहिए।
- अंतिम प्रूफ पढ़ने के पश्चात मुद्रण का निर्देश रूप संशोधन के साथ 'छाप दिया जाए' या 'छोड़ दिया जाए' अवश्य लिख देना चाहिए।
- प्रूफ पढ़ लेने के पश्चात अंत में अपना संक्षिप्त हस्ताक्षर कर देना चाहिए।

किसी भी समाचार पत्र पत्रिका पुस्तक का प्रूफ शोधन महत्वपूर्ण भाग होता है। जिसका प्रूफ शोधन शुद्ध होता है। उसको पाठक स्वीकार करता है। पढ़ने में रुचि लेता है, और उस सामग्री के प्रति विश्वास रखता है।

२.५ सारांश

इस इकाई के माध्यम से मुद्रण कला का अर्थ, स्वरूप एवं विशेषताओं से परिचित कराने का प्रयास किया गया है। मुद्रण कला का इतिहास एवं विकास का सामान्य परिचय भी दिया गया है। प्रूफ शोधन अर्थ स्वरूप, प्रूफ शोधक के गुण एवं कर्तव्य किस प्रकार है इस पर विवेचन किया गया है।

२.६ लघुत्तरीय प्रश्न

१. मुद्रण का इतिहास कितने वर्षों पुराना हैं?

उ : मुद्रण का इतिहास तेरह-चौदह सौ वर्षों पुराना हैं।

२. किसी धातु या मिश्रधातु से ढाले हुए वर्णमाला के अक्षरों को क्या कहाँ जाता है?

उ : 'टाइप' (Type) I

३. किस सिद्धांत के अनुसार ब्रह्माण्ड की रचना और जीवों की उत्पत्ति हुई है?

उ : परमेश्वर की इच्छा से ब्रह्माण्ड की रचना और जीवों की उत्पत्ति वैदिक सिद्धांत के अनुसार हुई है।

४. किस अविष्कार के बाद टाइप राइटर मशीन की तरह से अक्षरों के सेट करने की सुविधा आसान हुई?

उ : सन १८९० ई. में लिनोटाइप के अविष्कार से टाइप राइटर मशीन की तरह से अक्षरों के सेट करने की सुविधा आसान हुई।

५. किसी भी प्रकार की पत्र-पत्रिकाएँ और किताब के प्रकाशन के पहले कितने प्रकार से संसोधन करना आवश्यक हैं?

उ : पत्र-पत्रिकाएँ और किताब के प्रकाशन के पहले पूर्व प्रूफ रीडर के द्वारा चार प्रकार से संसोधन करना आवश्यक होता है।

२.७ दीर्घोत्तरी प्रश्न

१. मुद्रण कला का अर्थ, स्वरूप एवं विशेषताओं को विवेचित कीजिए।

२. मुद्रण कला का इतिहास एवं विकास का परिचय दीजिए।

३. प्रूफ शोधन अर्थ एवं स्वरूप बताते हुए प्रूफ शोधक के गुणों पर प्रकाश डालिए।

२.८ संदर्भ ग्रंथ

१. मीडिया लेखन - सुमित मोहन

२. कंप्यूटर और हिंदी - प्रो. हरिमोहन

३. इंटरनेट पत्रकारिता - सुदेश कुमार

४. विकिपीडिया

*****

३

इलेक्ट्रॉनिक दृश्य, श्रव्य जनसंचार माध्यम

इकाई की रूपरेखा

३.० इकाई का उद्देश्य

३.१ प्रस्तावना

३.२ रेडियो : अवधारणा, विकास, कार्यक्रम एवं उद्धघोषक के गुण-कर्तव्य

३.२.१ रेडियो की अवधारणा

३.२.२ रेडियो का विकास

३.२.३ रेडियो : कार्यक्रम एवं उद्धघोषक के गुण-कर्तव्य

३.३ सिनेमा : स्वरुप, विकास एवं पटकथा लेखन

३.३.१ सिनेमा : स्वरूप

३.३.२ सिनेमा का विकास

३.३.३ पटकथा लेखन

३.४ टेलीविजन : स्वरुप, विकास एवं धारावाहिक लेखन

३.४.१ टेलीविजन का स्वरुप

३.४.२ टेलीविजन का विकास

३.४.३ धारावाहीक लेखन

३.५ सारांश

३.६ लघुत्तरीय प्रश्न

३.७ दीर्घोत्तरी प्रश्न

३.८ संदर्भ ग्रंथ

३.० इकाई का उद्देश्य

प्रस्तुत इकाई में निम्नलिखित बिंदुओं का छात्र अध्ययन करेंगे।

- रेडियो की अवधारणा और विकास से छात्र परिचित हो जायेंगे।
- रेडियो के कार्यक्रम, उद्धघोषक के गुण-कर्तव्य क्या हैं उसका विस्तार से अध्ययन करेंगे।
- सिनेमा का स्वरुप, विकास एवं पटकथा लेखन की जानकारी प्राप्त होगी।
- टेलीविजन का स्वरुप, विकास एवं धारावाहिक लेखन का छात्र अध्ययन करेंगे।

३.१ प्रस्तावना

आज का विश्व इलेक्ट्रॉनिक माध्यक के साथ जुड़ गया है और यह इलेक्ट्रॉनिक माध्यम विश्व में तेजी से प्रगति की ओर बढ़ रहा है। विश्व में बढ़ती लोकसंख्या की जरूरतों को देखते हुए तरह-तरह के संचार माध्यमों का विकास हुआ है। नई-नई सूचना पहुँचाने की दुनिया में होड़ लगी हुई है। रेडियो अविष्कार से कई प्रकार के कार्यक्रम जनसमुदाय द्वारा रूचि के साथ सुना जाते थे। इसी के साथ उसका विकास होता चला गया। दुनिया में पहले सिर्फ टेलीविजन पर समाचार देखा करते थे परंतु आज की दुनिया में चैबीसों घंटे देश-दुनिया की खबरों का प्रसारण दूरदर्शन के माध्यम से चल रहा है। नए-नए अविष्कार से दुनियाँ और नज़दीक आ रहीं हैं। इसी का नतीजा यह रहा है की जनसंचार माध्यमों का विकास तेज गती से हो रहा है। इसीलिए संचार माध्यमों में रेडियो, सिनेमा और टेलीविज़न आदि का महत्वपूर्ण स्थान रहा है।

३.२ रेडियो : अवधारणा, विकास, कार्यक्रम एवं उद्धघोषक के गुण-कर्तव्य

३.२.१ रेडियो की अवधारणा:

मुद्रण माध्यम के अविष्कार के पश्चात दूसरा महत्वपूर्ण और प्रभावशाली अविष्कार श्रव्य माध्यम के रूप में रेडियो का हुआ। रेडियो अविष्कार के द्वारा जीवन में काफी परिवर्तन हुए। मुद्रण माध्यम के अविष्कार से जनसंचार के विकास और समाज परिवर्तन में तो क्रांति निर्माण हो चुकी थी, किंतु रेडियो के द्वारा एक साथ देश के कोने कोने में असंख्य लोगों तक एक साथ आवाज पहुंचाना अधिक सुलभ बन गया। भारत में बहुत से गाँव अत्यंत दुर्गम क्षेत्र में बसे है। ऐसे दुर्गम क्षेत्र के लोगों के लिए रेडियो प्रसारण बहुत बड़ी खोज है।

रेडियो विद्युत ऊर्जा के द्वारा ध्वनि तरंगो को काफी दूर तक भेजता है। रेडियो स्टेशन से जिस समय संदेश भेजा जाता है, ठिक उसी समय हजारों मील दूर बैठे लोग रेडियो सेट पर उसे सुन सकते है। रेडियो माध्यम ध्वनि पर आधारित होने के कारण समाचार पत्रों कीं शैली से रेडियो पत्रकारिता की शैली काफी भिन्न होती है। रेडियो श्रव्य माध्यम होने के कारण व्यक्ति का शिक्षित होना आवश्यक नहीं होता। रेडियो अशिक्षितों के लिए भी मनोरंजन और ज्ञान प्राप्त करने का प्रभावी माध्यम है।

मुद्रित और इलेक्ट्रॉनिक जनसंचार माध्यमों के अविष्कार के पूर्व भी मनुष्य के द्वारा सूचना के लेन-देन की प्रक्रिया देखी जा सकती है। इन माध्यमों के अविष्कार से पूर्व मनुष्य पुकार, पुकार कर संदेश देता था। लोगों को एकत्रित कर सभा का आयोजन किया जाता था। किंतु इस पारंपरिक पद्धति से दूर विशाल जनसमुदाय तक पहुंच पाना आसान नहीं था। अपने विचारों को विशाल जन समुदाय तक पहुंचाने के प्रयास से ही मुद्रण माध्यम का आविष्कार हुआ। परंतु यह माध्यम केवल शिक्षित लोगों के लिए प्रभावि थे। इन से प्राप्त संदेशों को प्राप्त करने के लिए मनुष्य का पढ़ा लिखा होना आवश्यक था, तथा उन्हें दुर्गम भागों तक पहुंचाना आसान नहीं था। रेडियो के अविष्कार से इस समस्या का हल प्राप्त हुआ देखा जा सकता है।

३.२.२ रेडियो का विकास:

रेडियो एक क्रांतिकारी अविष्कार है। जिससे ध्वनि तरंगों के द्वारा दुर्गम गाँवों, पहाड़ों, घने जंगलों, रेगिस्तान सभी क्षेत्रों में अपनी आवाज पहुँचाने में समर्थ है । रेडियो विद्युत ऊर्जा शक्ति के द्वारा ध्वनि तरंगों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक भेजता है। किंतु ट्रांजिस्टर के आगमन से विद्युत ऊर्जा की अनिवार्यता समाप्त हो गई। मुद्रित माध्यम से श्रव्य माध्यम अधिक जन सुलभ हो गया । मूल्य की दृष्टि से अगर विचार किया जाए तो यह कम मूल्य के कारण गरीब व्यक्ति के लिए भी उसे खरीद पाना आसान हो गया।

सैम्युअल मार्स द्वारा टेलीग्राफ (१८४४), अलेंक्झेंडर ग्राहम बेल द्वारा टेलीफोन (१८७६) और एडीसन द्वारा बल्ब खोज के बाद दुनिया ने 'विद्युत युग' प्रवेश किया । रेडियो का आविष्कार १९ शताब्दी में हुआ। १८९० में इटली के एक इंजीनियर गूग्लियों मार्कोनी ने रेडियो टेलीग्राफी के जरिए पहला संदेश प्रसारित किया । जिससे बगैर तार (वायरलेस) के समुद्र में जहाजों और नौकाओं में संदेश भेजना संभव होने लगा। सन १९०६ में पहली बार रेडियो पर मनुष्य की आवाज सुनाई दी। यह अविष्कार ली डे फॉरेस्ट द्वारा हुआ । ली डे फॉरेस्ट ने रेडियो के लिए उपर्युक्त वाफ रहित नली (वैक्युम ट्यूब) बनाई, जिससे आवाज का प्रसारण संभव हो पाया।

भारत में रेडियो का आरंभ १९२६ से शुरू हुआ। मुंबई, कोलकाता, चेन्नई में व्यक्तिगत रेडियो क्लब स्थापित किया। इन क्लबों के व्यावसायिकों ने एक निजी प्रसारण सेवा शुरू की। १९२६ में भारत सरकार के जरिए देश में प्रसारण केंद्र प्रस्थापित करने के लिए लाइसेंस प्रदान किया । २३ जुलाई १९२७ में इस कंपनी के जरिए मुंबई से पहला प्रसारण हुआ । १९३० में भारत सरकार के जरित प्रसारण-सेवा का प्रबंध अपने अधिकार में लिया। तथा १९३० ई में ही 'इंडियन ब्रॉडकास्टिंग सर्विस' के नाम से नया उपक्रम शुरू किया। इसके केंद्र मुंबई कोलकाता में स्थापित किए गए। कालांतर में इसका नाम 'इंडियन स्टेट ब्रॉडकास्टिंग सर्विस' हो गया। १९३६ में इसका नाम 'ऑल इंडिया रेडियो' के रूप में बदल गया। १९३५ में तत्कालीन देसी रियासत, मैसूर में एक स्वतंत्र रेडियो स्टेशन की स्थापना हुयी। तत्कालीन मैसूर रियासत ने इसे 'आकाशवाणी' नाम दिया। स्वतंत्रता के समय, १९४७ में रेडियो स्टेशन सिर्फ मुंबई, दिल्ली, चेन्नई, लखनऊ, चंडीगढ़ जो आज बढ़कर १०० से अधिक है। ये रेडियो स्टेशन देश के तीन चौथाई से अधिक भौगोलिक क्षेत्र तथा ९० प्रतिशत से अधिक जनसंख्या को अपने प्रसारण क्षेत्र में लिए हुए हैं। १९५६ तक 'रेडियो सीलोन' अधिक प्रसिद्ध था, किंतु १९५६ में विविध भारती के आगमन के पश्चात उसकी रूचि कम हो गई देखी जाती है । शहरों की अपेक्षा गांवों में रेडियो सुनने की संख्या अधिक देखी जाती है। इसकी लोकप्रियता को देखते हुए भारत सरकार ने आकाशवाणी को अलग विभाग के रूप में गठित किया है। आज सूचना और प्रसारण मंत्रालय के सभी विभागों में 'आकाशवाणी' विभाग सबसे बड़ा है।

३.२.३ रेडियो : कार्यक्रम एवं उद्घघोषक के गुण-कर्तव्य:

१. कार्यक्रम

भारत में रेडियो पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों की चर्चा की जाए तो इसमें भी भारत पीछे नहीं है। आकाशवाणी के जरिए सूचना, समाचार, मनोरंजन, शिक्षा, विज्ञापन आदि का प्रसारण किया जाता है। वर्तमान समय में आकाशवाणी के द्वारा २४ घंटों में २८४ समाचार बुलेटिन प्रसारित किए जाते हैं । एक छोटा समाचार बुलेटिन ५ मिनट और बड़ा समाचार बुलेटिन १५ मिनट का होता है। सामान्य समाचार बुलेटिन के साथ-साथ समाचार पत्रों से टिपण्णियॉ लोकरुचि के समाचार जैसे बुलेटिन भी प्रसारित होते हैं। समाचार के अलावा श्रोताओं से बातचीत का कार्यक्रम भी प्रसारित होता है। इसके अतिरिक्त साप्ताहिकी, संसद की कार्रवाई, न्यूज रील, चुनाव और उसके परिणामों को जन-जन तक पहुंचाने के लिए विशेष समाचार बुलेटिन आदि प्रभावशाली एवं लोकप्रिय कार्यक्रम में प्रसारित होते हैं। आकाशवाणी के कार्यक्रमों को दो भागों में बांटा जाता है -

अ) आंतरिक प्रसारण सेवा

ब) विदेश प्रसारण सेवा

रेडियो द्वारा प्रतिदिन हर घंटे की सूचना तथा समाचार की जानकारी दि जाती है। शैक्षणिक दृष्टि से स्कूल तथा महाविद्यालयीन शिक्षा संबंधित विविध कार्यक्रमों का आयोजन किया जाता है। मनोरंजन, खेल प्रसारण की भी रेडियो की विशिष्ट सेवा है। विज्ञापन को रेडियो के माध्यम से व्यापक मंच प्राप्त हुआ है। विभिन्न कार्यक्रमों की विभिन्न समय पर कार्यक्रम के बीच में रेडियो विज्ञापन प्रसारित किए जाते हैं। रेडियो जन-जीवन का आवश्यक अंग बन चुका है। हम घर में हो, बाहर हों, बाहर जा रहे हो, कोई कार्य कर रहे हो रेडियो हमारे साथी का काम करता है। केवल शिक्षित बल्कि अशिक्षितों की आत्मीयता रेडियो रखता है।

रेडियो पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों में लंबी श्रृंखला देखी जाती है। सभी कार्यक्रम सभी जनसमुदाय द्वारा रुचि के साथ सुने जाते हैं।

शास्त्रीय संगीत, नाटक, डॉक्यूमेंट्री, विज्ञापन, ऋषि, राजनीति, न्यूज़रील, समाचार, हास्य मनोरंजन, साहित्यिक, महिला विशेष, आरोग्य विषयक, फिल्मी गीत, लोकगीत, आदि सभी प्रकार के कार्यक्रमों को श्रोता वर्ग द्वारा रुचि के साथ सुना जाता है।

रेडियो पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों की लंबी सूची देखी जाती है। समाचार, फीचर, वार्ता, साक्षात्कार, डॉक्यूमेंट्री, पत्रिका, विचार गोष्टी, आंखों देखा हाल, नाटक, कहानी, काव्यपाठ, कवि सम्मेलन, विशेष प्रसारण कार्यक्रम, न्यूज रील, रेडियो रिपोर्ट, बच्चों का कार्यक्रम, महिला कार्यक्रम, युवा कार्यक्रम, ऋषकों के लिए संगीत के विविध कार्यक्रम, खेल जगत्, पर्व और जयंतीया आदि। उनके अतिरिक्त भी समय समय पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों में विज्ञान जगत्, स्थल रिकॉर्डिंग, आज का विचार, आमंत्रित श्रोताओं के समक्ष आयोजित कार्यक्रम, बुजुर्गों के लिए परिवार-कल्याण, और स्वास्थ्य संबंधी कार्यक्रम भी प्रसारित किए जाते हैं।

२. उद्घोषक के गुण:

रेडियो श्रव्य माध्यम होने के कारण इसमें उद्घोषक का बहुत ही महत्वपूर्ण स्थान रहता है। एक अच्छा उद्घोषक ही अच्छी उद्घोषणा कर सकता है। उद्घोषक को चुनने के लिए स्वर परिक्षा ली जाती है। उद्घोषक निम्नांकित गुणों का होना अनिवार्य होता है।

१. प्रसारण योग्य स्वर:

प्रसारण योग्य स्वर उद्घोषक का महत्वपूर्ण गुण है। रेडियो श्रव्य माध्यम होने के कारण रेडियो प्रसारित होने वाले कार्यक्रम आवाज के सहारे ही लोकप्रिय हो जाते हैं। इसलिए उद्घोषक की आवाज कर्णप्रिय, आकर्षक होनी अनिवार्य होती है। निरंतर अभ्यास से आवाज में निखारपन लाया जा सकता है। आजकल कैसेट रिकॉर्डिंग उपलब्धता के कारण आवाज को अच्छा बनाने और सही उच्चारण के लिए आसानता आ गई है।

२. शुद्ध उच्चारण:

प्रसारण योग्य स्वर के साथ ही रेडियो पर प्रसारित कार्यक्रमों में उच्चारण की शुद्धता भी बहुत महत्व रखती है । गलत उच्चारण से शब्द का अर्थ ही बदल जाता है। हिंदी के शब्दों की चर्चा की जाए तो 'श' को 'स' बोलते है जो गलत है। आकाश को अकाश बोल कर उसे छोटा कर दिया जाता है। स्त्री हो तो इस्त्री, स्कूल हो तो सकुल, गृह मंत्री को ग्रहमंत्री आदि। इससे शब्दों के अर्थ में परिवर्तन आ जाता है।

३. स्वर में उतार चढाव:

उद्घोषक को इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि उसे उद्घोषणा लोगों को सुनानी होती है। इसीलिए उसे शब्दों में भावनाओं का ध्यान रखना चाहिए। अपने स्वर में बोलने के अंदाज में विनम्रता, प्रेम, आत्मीयता लानी चाहिए, जिससे श्रोता के साथ अपनेपन का रिश्ता निर्माण हो जाता है। छोटे से पॉज या शब्दों के उतार-चढाव से वाक्य का पूरा अर्थ बदल जाता है। जैसे – रूको मत .... आओ

रूको मत...... जाओ

इसीलिए समय, कार्यक्रम के अनुसार उद्घोषणा का होना आवश्यक हो जाता है।

४. उत्तम सामान्य ज्ञान:

रेडियो के ऊपर केवल समाचार खबरे ही नहीं तो भिन्न–भिन्न प्रकार के कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है। इसलिए उद् घोषक को उद् घोषणा लिखने के लिए सामान्य ज्ञान की आवश्यकता होती है। एक रेडियो केन्द्र के उद् घोषक ने एक गजल सुनाई, जिस गायक उसे लिखा था। उद्घोषक ने उद्घोषणा कर दी- इस गजल के गायक 'क' और शायर थे – सेल्फ। यह जो गलती उद्घोषक से होती है यह मुख्यतः सामान्य ज्ञान का अभाव है। नज़्म या नगमा को उद्घोषक गजल बनाता है, जो कि गलत है। क्योंकि तीनों ही अलग अलग है। जब कभी कम्पीयर अचानक नहीं आए तो उद्घोषक को ही कम्पीयर का काम करना पड़ता है। इसलिए भी उद्घोषक को सामान्य ज्ञान, संगीत का ज्ञान होना आवश्यक होता है। इसी के

साथ-साथ साहित्य, आर्थिक, खेल, राजनीति जैसे क्षेत्र की भी जानकारी होना आवश्यक होता है।

५. आलेख लेखन की क्षमता:

उद्घोषक को भाषा पर पकड़ होना आवश्यक होता है इसी के आधार पर वह उद्घोषणा को आकर्षक, रोचक बना सकता है। भाषा ज्ञान के सहारे ही उद्घोषणा में नाविन्यपूर्णता लाई जा सकती है। उद्घोषणा के अतिरिक्त फिल्म, संगीत जैसे कार्यक्रमों का प्रस्तूतीकरण करते समय भी आलेख के लिए अच्छी भाषा तथा लेखन की कुशलता का परिचय देना होगा।

३.३ सिनेमा : स्वरुप, विकास एवं पटकथा लेखन

३.३.१ सिनेमा का स्वरूप:

सिनेमा भारतीय संस्कृति के संदर्भ में सर्वाधिक लोकप्रिय और शक्तिशाली संचार माध्यम है। अन्य भाषाओं में निर्मित सिनेमा की तुलना में हिंदी सिनेमा अधिक लोकप्रिय दिखाई देता है। सिनेमा के बारे में कहा जाए तो सिनेमा मनुष्य की गहन अनुभूतियों और संवेदनाओं को प्रकट करनेवाला एक आधुनिक माध्यम है। जिसमें लेखन, दृश्य, कल्पना, मंच-निर्देशन रूप सज्जा के साथ प्रकाश विज्ञान, इलेक्ट्रॉनिक और वैज्ञानिक तकनीकी का योगदान होता है।

सिनेमा के बारे में प्रसिद्ध निर्माता तथा निर्देशक सत्यजीत रे कहते हैं, “फिल्म सचित्र है, फिल्म शब्द है, फिल्म आंदोलन है, फिल्म नाटक है, फिल्म एक कहानी है, फिल्म हजारों अभिव्यक्ति पूर्ण श्रव्य एवं दृश्य आख्यान है।”

फिल्मकार कमलस्वरूप:

“‘सिनेमा’ अनुभूति और संवेदना व्यष्टि और समष्टी के संबंध का विज्ञान है। विभिन्न नाट्य एवं ललित कलाओं का सम्मिश्रण है। किसी घटना के काल और दिक् के आयामों का रूपांकन है।”

विजय शर्मा:

“‘फिल्म साहित्य से अलग एक भिन्न विद्या है’। यहा कथानक होता है मगर वही सबकुछ नहीं होता है। फिल्म भिन्न मुहावरों में बात करती है।”

आलोक पांडेय:

“दरअसल सिनेमा सिर्फ अभिव्यक्ति नही है, वह एक अन्वेषणकारी माध्यम भी है। वह बहुत कुछ ऐसा भी कहता और करता है जिसे शब्दों में नही कहा जा सकता।”

वसंतकुमार तिवारी:

“सिनेमा एक बडा धोखा है। कुछ भी नहीं होकर वह चलचित्रों से दर्शक को इतना आत्मविभोर कर देता है कि कुछ समय के लिए वह अपने अस्तित्व को भी भूल जाता है।”

डॉ. कैलाशनाथ पांडेय:

"जीवन की हर झांकी और मंजर को रूपायित करनेवाला सिनेमा संसार का सबसे सुंदर सांस्कृतिक उपहार है।"

शुचिता शरण:

"सिनेमा को एक कला, एक व्यवसाय, एक उपयोग, एक नकली दुनिया, चकाचौंध, एक हकीकत अनेक विशेषणों से संबोधित किया जा सकता है।"

डॉ. गजेंद्रप्रताप सिंह:

"फ़िल्म मनोरंजन के साथ-साथ हमारे देश की संस्कृति, सभ्यता और नए युग को प्रदर्शित करती है। फ़िल्म ही एक ऐसा माध्यम है, जिसके जरिए लोक लोग हर चीज से प्रभावित होते है।"

विनोद दास:

"सिनेमा एक कला है और अन्य कलाओं की तरह यह भी हमारे समय और समाज की बुनियादी तथा तात्कालिक चिंताओं-जिज्ञासाओं की अपनी सृजनशीलता का एक अनिवार्य अंश बनाता रहा है।"

ब्लादीमिर उल्वीच ल्येनिन:

"हमारे लिए सिनेमा सभी कलाओं से अधिक महत्वपूर्ण है। सिनेमा न केवल लोगों के मनबहलाव का बल्कि सामाजिक शिक्षा, संवाद स्थापित करने का तथा हमारी विशाल जनसंख्या को एक सूत्र में बाँध लेने का सशक्त साधन है।"

लुई बुनुएल:

"सिनेमा स्वप्नलोक मानवीय भावनाओं को उनकी सम्पूर्णता में दिखाने और भावनीय संवेगों को चित्रित करने का सर्वोत्तम माध्यम है।"

सिनेमा मनोरंजन का एक महत्वपूर्ण साधन है। सिनेमा को मास स्केल वाली कला भी कहा जा सकता है। सिनेमा राजनीती, सामाजिक, धार्मिक, आर्थिक सभी विषयों, परिस्थितियों को साथ लेकर रचनात्मक अभिव्यक्ति के रूप में चित्रित होता है।"

सिनेमा में फीचर फ़िल्म (प्रेमप्रधान फिल्में, हिंसाप्रधान फिल्में, हास्यप्रधान फिल्में, सामाजिक फिल्में, राजनितिक, पारिवारिक फिल्में) डॉक्यूमेंट्री फिल्में, टेलीफिल्म, एनिमेशन और कार्टून फ़िल्म, विज्ञापन फ़िल्म सभी प्रकार के फ़िल्मों की निर्मिति की जाती है।"

३.३.२ सिनेमा का विकास:

सिनेमा के विकास पर प्रकाश डाला जाए तो उसकी शुरुआत १८९५ में ल्युमियर बंधूओं के चलचित्र के रूप में हुयी। भारत में ७ जुलाई १८९६ में मुंबई के वाटसन होटल में भारतीय

सिनेमा का विकास प्रारम्भ हुआ जो आज तक नई नई वैज्ञानिक तकनीकी के रुप में निरंतर सफलता प्राप्त कर रहा है। वास्तव में भारत में सिनेमा का इतिहास तब शुरू हुआ, जब ल्यूमेरे ब्रदर्स से प्रभावित होकर हरिशचंद्र सखाराम भाटवडेकर ने इंग्लैंड से एक कैमरा मँगवाया । मुंबई में उनकी पहली फ़िल्म 'द रेसलर' हैगिंग गार्डन में शुट की जो १८९९ में प्रदर्शित हो गई।

भारत में सबसे पहले दादा साहब फालके और हिरालाल ने पहली पुण्डलिक नामक लघु कथा फ़िल्म बनाई। पहली लंबी फीचर फ़िल्म बनाने का श्रेय भी दादासाहेब फालके को दिया जाता है। उन्होंने 'राजा हरिश्चंद्र' नामक पहली मूक फ़िल्म बनाई जो सन् १९१३ में प्रदर्शित हुई। 'राजा हरिश्चंद्र फ़िल्म को १९१४ में लंदन में प्रदर्शित कराया गया। दादा साहेब फालके ने १९१३ से लेकर १९१८ तक २३ फिल्मों का निर्माण किया।

'आलमं आरा' नामक पहली बोलती फ़िल्म १९३१ में प्रदर्शित हुई । जिसकी निर्मिति अदैशित ईरानी द्वारा की गई जो बॉम्बे में प्रदर्शित हुई। १९३७ में पहली रंगीत फ़िल्म 'किसान कन्या' बनाई गयी। १९४८ में भारतीय फ़िल्म डिवीजन की स्थापना की गई। फ़िल्म डिवीजन के द्वारा समाज, संस्कृति, साहित्य, जैसे विविध प्रश्नों पर फिल्मे तैयार की जाने लगी।

हिंदी सिनेमा ही नहीं बल्कि हिंदी सिनेमा के साथ साथ क्षत्रिय फिल्मों का विकास भी हो रहा था। १९१७ में पहली बंगाली फीचर फ़िल्म 'नल दमयंती' जो एक मदान द्वारा बनाई गई। १९१९ में पहली दक्षिण भारतीय फीचर फ़िल्म 'कीचक वधम' नामक मूक फ़िल्म और नटराज मुदलियार द्वारा बनायीं गई। दादा साहब फाल्के की बेटी मंदाकिनी पहली बाल कलाकार थी। जिन्होंने १९१९ में 'कालिया मर्दन' फ़िल्म में बाल कृष्ण की भूमिका निभाई। उसके साथ ही बंगाल की पहली ध्वनि फ़िल्म 'जमाई षष्ठी 'जो १९३१ में प्रदर्शित की गई जिसे मदन थियेटर लिमिटेड द्वारा निर्मित किया गया। तमिल भाषा की पहली ध्वनि फ़िल्म एचएम रेड्डी द्वारा निर्देशित 'कालिदास' ३१ अक्तूबर १९३१ को मद्रास में प्रदर्शित की गई। बंगाली, दक्षिण भारतीय भाषाओं के साथ मराठी, असमी, उड़िया, पंजाबी आदि क्षेत्रीय भाषाओ में भी फ़िल्में तैयार की जा रही थी।

'अयोध्येचा राजा' पहली मराठी फ़िल्म जो. वी. शांताराम द्वारा १९३२ में निर्देशित किया गया। यह फ़िल्म २ भाषाओं में बनाई गई। हिंदी में 'अयोध्या का राजा' और मराठी में 'अयोध्येचा राजा।'

हिंदी क्षेत्रीय फिल्मो के साथ १९७० के दशक में बॉलीवुड में मसाला फिल्मों का आगमन हुआ। १९८० के दशक में कई महिला निर्देशक जैसे मीरा नायर, अपर्णा सेन और अन्य लोगों ने अपनी प्रतिभा का प्रदर्शन किया। १९८१ में 'उमराव जान' जिसमें रेखा की असाधारण अदाकारीया को लोग भूल नहीं सकते। वर्ष २००८ में भारतीय फ़िल्म उद्योग के लिए भारतीय फ़िल्म 'स्लमडॉग मिलियनयेर' में सर्वश्रेष्ठ संगीत के लिए ए. आर. रहमान को दो अकादमी पुरस्कार भी प्राप्त हुए। २०१३ में भारत के नेशनल स्टॉक एक्सेंज में ३० फ़िल्म प्रोडक्शन कम्पनिओं को सूचीबद्ध किया गया था।

फिल्मों को प्रोत्साहन देने के लिए प्रतिवर्ष राष्ट्रीय पुरस्कार दिए जाते है। राष्टीय तथा अंतरराष्ट्रीय फ़िल्म समारोह का आयोजन किया जाता है। भारतीय सिनेमा हमारे दैनिक जीवन का एक हिस्सा बन गया है। सिनेमा मनोरंजन का एक प्रभावी माध्यम के रूप में अपनी लोकप्रियता निरंतर बढाता हुआ देखा जाता है।

३.३.३ पटकथा लेखन:

फिल्म के लिए स्क्रिप्ट राइटिंग का कार्य तीन चरणों में किया जाता है।

१) कहानी लेखन

२) स्क्रीन प्ले या पटकथा तैयार करना

३) डायलॉग या संवाद

लेखक साहित्यकर का कार्य कागज, कलम तक मर्यादित रहता है। लेकिन फिल्म लेखकों को अपनी कला परफोर्मिंग ॲक्ट में परिवर्तित करनी होती है। इन्हें पटकथा को लिखते समय परदे पर उतरे जाने वाले दृश्यों की सीमाओं और फ़िल्म के बजट इन दोनों का ध्यान रखना होता है।

पटकथा लेखन में अगर सफलता प्राप्त करनी है तो भाषा पर प्रभुत्वः होना बहोत आवश्यक होता है। भाषा के प्रभुत्व के साथ क्रिएटिविटी में भी सक्षम होना आवश्यक होता है। शब्द भंडार जितना विस्तृत होगा उतना ही विचारों को उचित शब्दों के साथ अभिव्यक्त किया जाता है ।

पटकथा लेखन एक कला है, जो मनुष्य में मौलीक रूप से होती है। इस मौलीक कला कों विकसित और परिमर्जित करने का कार्य पुस्तकों तथा शिक्षा के द्वारा किया जाता है। अंग्रेजी, अमरिका में इसके लिए अलग कोर्स चलाये जा रहे हैं, पुस्तकें लिखी जा रही है। पर हिन्दी में सीमित किताबों, गाईड के जरिए उसे विकसित करने का प्रयत्न किया जाता है।

३.४ टेलीविजन : स्वरुप, विकास एवं धारावाहिक लेखन

३.४.१ टेलीविजन का स्वरुप:

इलेक्ट्रॉनिक जनसंचार माध्यमों में टेलीविजन को अधिक प्रभावी माध्यम देखा जाता है। फ़िल्म के साथ ही टेलीविजन भी अधिक लोकप्रिय जनसंचार माध्यम है। टेलीविजन बहुअयामी माध्यम दिखाई देता है। टेलीविजन के अविष्कार से सारी दुनिया को एक साथ जोडना संभव हो पाया। इलेक्ट्रॉनिक जनसंचार माध्यमों के विकास से विश्व को नजदीक कर दिया है, किन्तु इसके साथ हमारी आदतें इन साधनों की वजह से बिगडती जा रही है। टेलीविजन की वजह से हमारी पढ़ने की क्षमता कम हो गयी है तो कंम्प्यूटर के कारण गणिती क्षमता को बांध दिया है। लेकिन ऐसा होते हुए भी फ़िल्म, टेलीविजन, कम्प्यूटर अधिक लोकप्रिय माध्यम देखे जा सकते है।

टेलीविजन के अविष्कार ने पत्रकारिता के क्षेत्र में एक तरह से क्रांती कर दी है। फ़िल्म की अपेक्षा टेलीविजन बहुत महत्वपूर्ण है। टेलीविजन के सहारे किसी भी घटना का सीधा प्रसारण घर बैठे देखा जा सकता है। कुछ वर्ष पूर्व मुंबई में हुए आतंकवादी हमले को सारी दुनिया ने घर बैठे देख लिया था। इसतरह से कोई भी घटना, कार्यक्रम का सीधा प्रसारण देख पाना सभी वर्ग के लिए आसान हो गया।

टेलीविजन तरंगों के माध्यम से एक साथ दृश्य और आवाज को सभी स्थानों तक आसानी से पहुँचाता है। टेलीविजन दृश्य-श्रव्य माध्यम होने के कारण अधिक लोकप्रियता को प्राप्त कर पाया। रेडियो और टेलीविजन में यह फर्क है की रेडियो के जरिए केवल आवाज को सुना जा सकता था तो टेलीविजन के द्वारा आवाज के साथ-साथ दृश्य भी देखे जाते है। रेडियो पर जो भी जानकारी दी जाती है उसका कोई प्रमाण या पुष्टि के लिए यथार्थ का आधार नहीं था। किंतु टेलीविजन पर सीधा प्रसारण और दृश्य दिखाई देने के कारण लोगों का विश्वास संपादित किया जाता है। टेलीविजन केवल समाचार ही नहीं तो सभी वर्ग के व्यक्ति के लिए मनोरंजन का खजाना भी उपलब्ध हुआ है। रेडियो की अपेक्षा टेलीविजन महंगा होने पर लोकप्रिय है। दृश्य-श्रव्य होने के कारण समाज के विशाल जनसमूदाय का ध्यान आकर्षित करने में सफल साबित हुआ है।

३.४.२ टेलीविजन का विकास:

रेडियो की कमियों को टेलीविजन के अविष्कार से दूर करना संभव हो पाया। दूर तक तस्वीरों को प्रसारित करने की कला १८९० में ज्ञात हो चुकी थी। १९२० में चित्र को वाणी देने में वैज्ञानिक सफल हो गए थे। १९३० के अंत में टेलीविजन ब्रिटन में घरेलु शब्द बन गया बल्कि १९३६ से संसार का पहला सार्वजनिक प्रसारण प्रारम्भ हुआ।

जे. एल. बेयर्ड ने १९२५ में तस्वीरों को प्रभावशाली ढंग से प्रसारित करनेवाला पहला उपकरण बनाकर उसका प्रदर्शन भी किया। १९२७ में बेल टेलिफोन कंपनी के इंजीनियर सी. एफ. जेकिन्स ने अमरीका में पहली बार प्रसारित तस्वीर दिखाई। प्रारम्भ में टेलीविजन यांत्रिक थे। स्टूडियो में तीव्र प्रकाश जलता था जो छिद्रित डिस्क पर डालकर डिस्क घूमती थी, जिससे पर्दे पर दृश्य देखे जाते थे। १९३० ई. के आसपास इस यांत्रिकी प्रणाली की जगह इलेक्ट्रॉनिक प्रणाली ने ले ली। १९३० में आवाज के साथ टी. वी. का प्रथम सार्वजनिक प्रसारण ब्रिटेन में हुआ।

१९३७ में सर्वप्रथम बी. बी. सी. ने नियमित कार्यक्रम का प्रारंभ किया। कुछ ही समय में टेलीविजन का प्रसार तीव्र गति से फैलने लगा। सन १९३० से लेकर १९३८ के बीच ब्रिटन ३०० व्यक्तिगत रीसिवर से यह संख्या ४००० हो गयी। १९३९ में ७००० सेट बिक गए। फ्रांस में टेलीविजन का नियमित प्रसारण १९३८ में तथा अमरिका में १९४१ में प्रारंभ हुआ।

रंगीन टेलीविजन प्रसारण की शुरुआत १९५३ में संयुक्त राज्य द्वारा पुरे विश्व में हो गयी। १९५५ से 'युरोविजन' नेटवर्क विधिवत देखा गया। ब्रिटेन, फ्रांस, इटली, डेनमार्क, स्विज़रलैंड, प. जर्मनी, बेल्जियम तथा नेदरलँड को जोडा गया। १९६२ में सेटेलाइट के जरिए पहले सीधे (live) कार्यक्रम का आदान-प्रदान यूरोप तथा अमेरिका के बीच हुआ।

भारत में ही टेलीविजन का आरम्भ १५ सितंबर १९५९ को हुआ। भारत के प्रथम राष्ट्रपति डॉ. राजेंद्र प्रसाद के हाथों प्रथम प्रायोगिक टी. वी. कार्यक्रम का उद्घाटन किया गया। १९५९ में नई दिल्ली में युनेस्को का संम्मेलन हुआ था। उस संम्मेलन में यूनेस्को ने भारत को टेलीविजन कार्यक्रम शुरू करने के लिए २०,००० डॉलर का अनुदान दिया। यूनेस्को ने टेलीक्लबों के सदस्यों को दिल्ली-द्वारा निर्मित तथा प्रसारित कार्यक्रमों को देखने के लिए निःशुल्क सेट प्रदान किए। १९६१ में उच्चतर विद्यालयों में नियमित स्कूल टी. वि कार्यक्रम शुरू किया। १९६५ में जनता की माँग के अनुसार सरकार शिक्षा के साथ मनोरंजन के कार्यक्रमों को प्रसारित करने के लिए सहमत हो गयी। १ अप्रैल १९७६ को टेलीविजन 'दूरदर्शन' नाम से आकाशवाणी से पृथक हो गया। आज टेलीविजन पर विभिन्न प्रकार के चैनल, शिक्षा, मनोरंजन, समाचार आदि उपलब्ध है।

दूरदर्शन पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रम को दो वर्ग में विभाजित किया जा सकता है:

१. ऐसे कार्यक्रम जिसमें उच्चरित शब्द का महत्व अधिक है।

२. ऐसे कार्यक्रम जिनमे संगीत और मनोरंजन एकमात्र लक्ष्य है।

प्रथम वर्ग के कार्यक्रमों में समाचार, वार्ता, साक्षात्कार, रिपोर्ट, नाटक, परिचर्चा, रूपक या फीचर, कॉमेंट्री, खेल का ऑखो देखा प्रसारण, वृत्तचित्र, कवि सम्मलेन, मुशायरा, यू. जी. सी / एन. सी. ई. आर. टी. के शिक्षण कार्यक्रम इ. आते हैं।

दूसरे वर्ग में फीचर फ़िल्म, फिल्मी गीत एवं संगीत, लोकगीत-संगीत, पारंपरिक संगीत, सुगम संगीत, शास्त्रीय संगीत, गायन, वाद्य संगीत आदि आते है।

इस तरह से दूरदर्शन (टेलीविजन) दिन-ब-दिन अपने विकास के शिखर पर पहुँचता हुआ समाज के हर वर्ग के लिए ज्ञानवर्धक, मनोरंजन का प्रभावी माध्यम बन रहा है।

३.४.३ धारावाहीक लेखन:

धारावाहीक लेखन की शुरुआत फ़िल्म धारावाहिक के आगमन के साथ २० वी शताब्दी में हुई। टेलीविजन धारावाहिक के जिस प्रारूप को आज जाना जाता है उसकी शुरुआत रेडियो से हुयी। जो बच्चों के साहसिक शो और दैनिक १५ मिनिट के कार्यक्रमों के रूप में 'सापे ओपेरा' का रूप में जाना जाता है। सापे ओपेरा विशेषतः महिलाओं को आकर्षित करने के लिए बनाए गए थे। ये हर दिन सोमवार से शुक्रवार एक ही समय पर चलते थे। रेडियो के इतिहासकार फ्रांसिस चेज जूनियर द्वारा 'द. स्मिथ फैमिली' नामक एक शो को सापे ओपेरा के परदादी के रूप में चलाया। जो सप्ताह में एक बार रात के समय प्रसारित किया जाता था जो १९३० के दशक की शुरुआत में शिकागो में WENR पर शुरू हुआ।

३.५ सारांश

सारावंशतः कह सकते है कि इलेक्ट्रॉनिक दृश्य और श्रव्य के माध्यम से विश्व में कहीं माध्यमों का विकास हुआ हैं। इसमें प्रमुखता रेडियो, सिनेमा और टेलीविजन आदि की महत्वपूर्ण भूमिका रही है। इसी माध्यमों के द्वारा देश की जनता को कहीं प्रकार की

जानकारी प्राप्त होती हैं। आधुनिक युग में इलेक्ट्रॉनिक दृश्य-श्रव्य जनसंचार माध्यमों का उपयोग शिक्षित, अशिक्षित और अंध व्यक्ति आदि सभी को होता है।

३.६ लघुत्तरीय प्रश्न

१. मुद्रण माध्यम के अविष्कार के पश्चात दूसरा श्रव्य माध्यम अविष्कार कौनसा हुआ हैं?

उ. रेडियो।

२. रेडियो टेलीग्राफी के माध्यम से पहला प्रसारित संदेश किस विद्वान ने किया?

उ. इटली के एक प्रसिद्ध इंजीनियर गूग्लियों मार्कोनी ने किया।

३. भारत में रेडियों का आरंभ कब हुआ?

उ. भारत में रेडियों का आरंभ सन १९२६ में हुआ।

४. आकाशवाणी के कार्यक्रमों को कितने भागों में बाटा जाता है?

उ. आतंरिक प्रसारण सेवा और विदेश प्रसारण सेवा इन दो भागों में बाटा हैं।

५. भारत में प्रदर्शित हुई पहली मूक फ़िल्म कौनसी हैं?

उ. भारत की पहली मूक फ़िल्म 'राजा हरिश्चंद्र' सन १९१३ में प्रदर्शित हुई।

६. किस विद्वान ने सन १९२५ में तस्वीरों को प्रभावशाली ढंग से प्रसारित करनेवाला पहला उपकरण बनाया था?

उ. जे. एल. बेयर्ड।

७. पटकथा लेखन में स्क्रिप्ट राइटिंग कितने चरणों में की जाती हैं?

उ. पटकथा लेखन में स्क्रिप्ट राइटिंग तीन चरणों में की जाती हैं।

३.७ दीर्घोत्तरी प्रश्न

१. रेडियो के विकास को स्पष्ट करते हुए उद्घोषक के गुण-कर्तव्य को स्पष्ट करें?

२. सिनेमा का स्वरुप और विकास पर विस्तार से प्रकाश डालिए?

३. टेलीविजन के विकास को दर्शाते हुए धारावाहिक लेखन का परिचय दीजिए?

३.८ संदर्भ ग्रंथ

१. मीडिया लेखन – सुमित मोहन

२. सूचना प्रौद्योगिकी और जन-माध्यम - प्रो. हरिमोहन

३. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया - डॉ. सुधीर सोनी

४. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया लेखन - डॉ. हरीश अरोड़ा

५. रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता - डॉ. हरिमोहन

६. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया एवं सायबर पत्रकारिता - राकेश कुमार

*****

४

अत्याधुनिक जनसंचार माध्यम : उपयोग एवं दिशाएं

इकाई की रूपरेखा

४.० इकाई का उद्देश

४.१ प्रस्तावना

४.२ वेब पत्रकारिता अवधारणा एवं विशेषताएं

४.३ वेब पत्रकारिता तकनीक, उपयोगिता एवं भविष्य

४.३.१. वेब पत्रकारिता तकनीक और उपयोगिता

४.३.२. वेब पत्रकारिता का भविष्य

४.४ प्रमुख वेब संस्करण : समाचार पत्र, पत्रिकाएं, रेडियो, समाचार चैनल

४.४.१ वेब समाचार पत्र

४.४.२ ई-पत्रिकाएं

४.४.३ समाचार चैनल

४.४.४ इंटरनेट रेडियो

४.५ सारांश

४.६ लघुत्तरीय प्रश्न

४.७ दीर्घोत्तरी प्रश्न

४.८ संदर्भ ग्रंथ

४.० इकाई का उद्देश

प्रस्तुत इकाई में निम्नलिखित बिंदुओं का अध्ययन करेंगे:

- वेब पत्रकारिता अवधारणा एवं विशेषताओं की भली-भांति परिचित हो जाएंगे।
- वेब पत्रकारिता की तकनीकी, उपयोगिता एवं भविष्य के प्रति जानकारी प्राप्त कर सकेंगे।
- प्रमुख वेब संस्करणों के प्रति अवगत हो सकेंगे।
- प्रमुख वेब समाचार पत्रों के प्रति जानकारी प्राप्त कर सकेंगे।
- प्रमुख वेब रेडियो के प्रति जानकारी प्राप्त कर सकेंगे।
- प्रमुख वेब पत्रिकाओं के प्रति जानकारी प्राप्त कर सकेंगे।
- समाचार चैनलों के प्रति जानकारी प्राप्त कर सकेंगे।

४.१ प्रस्तावना

इंटरनेट के माध्यम से जुड़े साइबर मीडिया, साइबर जर्नलिज्म, ऑनलाइन जर्नलिज्म, इंटरनेट जर्नलिज्म, कंप्यूटराइज्ड जर्नलिज्म, वेबसाइट पत्रकारिता व वेब पत्रकारिता सहित कई समानार्थी नामों से पुकारे जाने वाला 'कलम रहित' नए मीडिया अर्थात वेब पत्रकारिता। वेब पत्रकारिता का अर्थ 'वेब' यानी वर्ल्ड वाइड वेब (www) अर्थात इंटरनेट के माध्यम से विश्व के विभिन्न देशों में पाठकों से वेब यानी तरंगों के जरिए संपर्क करना है। यह पत्रकारिता इंटरनेट पर ऑनलाइन यानी लाइन अर्थात तरंगों पर हमेशा ऑन यानी उपलब्ध होने की वजह से ऑनलाइन पत्रकारिता तथा साइबर पत्रकारिता भी कहा जाता है। यह इंटरनेट और कंप्यूटर के सहारे संचालित ऐसी पत्रकारिता है जिसकी पहुंच किसी एक पाठक, गांव, एक प्रखंड, एक प्रदेश या एक देश तक सीमित नहीं रहती वरना डिजिटल तरंगों के माध्यम से पूरी दुनिया में प्रदर्शित हो जाती है। इसका सारा कार्य ऑनलाइन यानी 'रियल टाइम' में होता है।'

४.२ वेब पत्रकारिता अवधारणा एवं विशेषताएं

भारत में इंटरनेट की सुविधा सन १९९० से मिलने लगी तत्पश्चात वेब पत्रकारिता की शुरुआत १९९५ मैं चेन्नई से निकलने वाले 'हिंदू' समाचार पत्र ने सबसे पहले अपना इंटरनेट संस्करण जारी किया। उसके बाद इंदौर के 'नई दुनिया' अखबार ने 'वेब दुनिया' के नाम से हिंदी का पहला समाचार पोर्टल शुरू कर हिंदी पत्रकारिता में एक नए युग की शुरुआत की। उसके बाद दिल्ली से पत्रकार हरिशंकर व्यास ने हिंदी पोर्टल नेट जाल शुरू किया। आगे रेडिफ डॉट काम, इंफोलाइन डॉट काम, सत्यम जैसे कुछ बड़े वेब पोर्टलों ने भी हिंदी के लिए योगदान दिया। साथ ही अन्य राष्ट्रीय समाचार पत्रों ने भी इंटरनेट संस्करण समाचार पोर्टल जारी किए। इसकी यह गति तेज रही। सन १९९८ तक आते - आते लगभग ४८ समाचार पत्रों ने अपने इंटरनेट संस्करण शुरू कर दिए थे। कुछ समाचार पत्र अपनी कार्य पद्धति में परिवर्तन कर वेब एवं प्रिंट संस्करण के लिए अलग-अलग तरीके से समाचार, फिचर और सूचनाएं तैयार कर रहे हैं। इसकी शुरुआत वेबदुनिया, प्रभासाक्षी, और बीबीसी हिंदी ने अपने ऑनलाइन वेब संस्करणों के लिए अलग से संपादकीय विभाग रख कर की है। साथ ही मोबाइल फोन के उपयोगकर्ताओं के लिए अलग से मोबाइल ऐप भी तैयार किए गए है।

अमेरिका और यूरोपीय देशों से शुरू हुई समाचार पत्रों के घटते प्रसार की यह चिंता इधर एशिया तक पहुंच गई है। दिसंबर २००९ में हैदराबाद में आयोजित हुए १६ वर्ड एडिटर फोरम और ६२ वे न्यूज़पेपर कांग्रेस सहित अनेक मंचों पर देश के साथ ही विश्व भर के समाचार पत्र-पत्रिकाओं के संपादकों और मालिकों के बीच समाचार पत्रों की घटती लोकप्रियता बडी चिंता का कारण बन चुका था। मीडिया के क्षेत्र में विश्व में भारत, चीन, ब्राजील, जापान और वियतनाम सहित कुछ देशों को छोड़कर अधिकतर देशों और विशेषकर अमेरिका और यूरोप में समाचार पत्रों का प्रसार और प्रभाव लगातार घट रहा है। इस पर भी टीवी चैनलों ने रही -सही कसर तोड़ दी है, और नई पीढ़ी अधिकतर इंटरनेट की ओर बढ़ रही है। पहले ही खबर को टीवी, इंटरनेट पर देख चुके लोग अब २४ घंटे पुरानी खबर के लिए किसी समाचार पत्र का इंतजार नहीं करना चाहते हैं।

एक रिपोर्ट के अनुसार लंदन में वर्ष २००२ में ही अखबारों यानी इंटरनेट पर उपलब्ध समाचार पत्रों ने प्रिंट पत्रकारिता के पारंपरिक माध्यम को चौथे स्थान पर विस्थापित कर दिया है। यही कारण है कि कई देशों में इस नए मीडिया माध्यम को अखबारों के लिए नए शत्रु के रूप में बताया जा रहा है। प्रिंट मीडिया ही नहीं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया सहित पूरे परंपरागत मीडिया के समानांतर खड़े होकर वैकल्पिक मीडिया के रूप में उभरे नए मीडिया की इस चुनौती का परिणाम विश्व के विकसित देशों में साफ तौर पर दिखाई दे रहा है।

वेब पत्रकारिता उपयोगकर्ताओं को घर बैठे जल्दी और अधिकांश तथा बिना अतिरिक्त खर्च किए प्राप्त हो जाती है। यहां उपयोगकर्ता सूचनाओं तथा समाचारों को पढ़ देख और सुन भी सकते हैं। साथ ही तुरंत अपनी प्रतिक्रिया भी दे सकते हैं। यहां समाचार पत्र, रेडियो, और टेलीविजन निजी कंप्यूटर, लैपटॉप या कहीं भी चलते फिरते टेबलेट मोबाइल स्मार्टफोन आदि पर उपलब्ध हो जाते हैं तथा इनका प्रयोग न केवल कभी भी कर सकते हैं, वरना उन्हें भविष्य के उपयोग के लिए हमेशा अपने पास ही रख सकते हैं। इसके लिए मात्र इंटरनेट और कंप्यूटर, लैपटॉप, पॉमटॉप या अब मोबाईल की ही जरूरत होती है । जिसमें ख़बरें दिन के चौबीसों घंटे और हफ़्ते के सातों दिन उपलब्ध रहती हैं ।

ऑनलाइन पत्रकारिता में समय की भारी बचत होती है क्योंकि इसमें समाचार या पाठ्य सामग्री निरंतर अपडेट होती रहती है । इसमें एक साथ टेलिग्राफ़, टेलिविजन, टेलिटाइप और रेडियो आदि की तकनीकी दक्षता का उपयोग सम्भव होता है । इसमें उपलब्ध किसी दैनिक, साप्ताहिक, मासिक पत्र-पत्रिका को सुरक्षित रखने के लिए किसी किसी आलमारी या लायब्रेरी की जरूरत नहीं होती । आर्काइव में पुरानी चीजें यथा मुद्रण सामग्री, फिल्म, आडियो जमा होती रहती हैं जिसे जब कभी सुविधानुसार पढ़ा जा सकता है । ऑनलाइन पत्रकारिता में मल्टीमीडिया का प्रयोग होता है जिसमें टैक्स्ट, ग्राफिक्स, ध्वनि, संगीत, गतिमान वीडियो, थ्री-डी एनीमेशन, रेडियो ब्रोडकास्टिंग, टीव्ही टेलीकास्टिंग प्रमुख हैं । और यह सब ऑनलाइन होता है, यहाँ तक कि पाठकीय प्रतिक्रिया भी ऑनलाइन होती है ।

भारत में इंटरनेट के प्रसार के तुरंत १ वर्ष बाद कंप्यूटर पर हिंदी लेखन ने एक नई दिशा दी। माइक्रोसॉफ्ट के ऑपरेटिंग सिस्टम विंडोज २००० में यूनिकोड इनकोडिंग का इस्तेमाल करते हुए हिंदी को जोड़े जाने की ऐतिहासिक घटना से इसकी शुरुआत हुई । इससे फोंट और कीबोर्ड की समस्याओं के स्थाई समाधान का मार्ग खुला 'मंगल' नामक यूनिकोड फोंट जारी किया गया। हिंदी में टाइप करने के लिए इनस्क्रिप्ट का बोर्ड आया और कई तरह के इनपुट मैथड एडिटर जारी हुए, जिन्होंने रोमन में टाइप करते हुए देवनागरी में काम करना संभव बनाया। आगे वर्ष २००० में एंड्रॉयड, आईओएस और विंडोज मोबाइल भी हिंदी को समर्थन उपलब्ध हुए हैं । आज वर्तमान में कंप्यूटर के साथ मोबाइल, स्मार्टफोन और टेबलेट आदि पर भी हिंदी में लिखने पढ़ने की सुविधा उपलब्ध हो गई है।

संचार क्रांति के इस दौर में जन संचार माध्यमों के भी आयाम बदल चुके हैं। सूचना जगत को तेज गति प्राप्त हो चुकी हैं। जिसका प्रभाव जनसंचार माध्यमों पर पड़ा है। पारंपरिक मुद्रित, इलेक्ट्रॉनिक जनसंचार माध्यम जिसमें समाचार पत्र, रेडियो और टेलीविजन की जगह अब वेब मीडिया ने ली है। भारतीय लोकतंत्र में मीडिया को अत्याधिक महत्व प्राप्त है। पारंपरिक मीडिया को चौथा खंबा माना गया है। इस संबंध में अगर कहा जाए तो विगत दो

दशकों में वेब पत्रकारिता पांचवा खंबा बन चुकी है। इसके पूर्व विश्व भर की खबरें सूचनाओं एवं जानकारी परंपरागत माध्यम रेडियो, समाचार पत्र, टेलीविजन के जरिए प्राप्त होती थी। डिजिटल इंडिया के तहत ब्रॉडबैंड की सुविधाएं अधिक से अधिक लोगों तक पहुंच जाने के कारण इंटरनेट ने तस्वीर पूरी की पूरी बदल दी है। विश्व के लगभग दूर दराज के गांव में इंटरनेट पहुंच की वजह से सभी अखबार या विभिन्न समाचार चैनल समूह ने अपनी वेबसाइट बना ली है। मोबाइल कंपनियों द्वारा इंटरनेट के प्रसार के कारण वेब पत्रकारिता आज की जरूरत बन गई है, जो कंप्यूटर, लैपटॉप, मोबाइल फोन पर सहजता से उपलब्ध होती है इसके लिए किसी भी प्रकार का कोई मूल्य चुकाना नहीं पड़ता जो कि परंपरागत मीडिया के लिए समय और आर्थिक प्रबंधन की आवश्यकता होती है। कम लागत तथा इंटरनेट की सुविधा के कारण इसके विकास में गतिशीलता आ चुकी है।

वेब पत्रकारिता हमारे देश में विगत कुछ वर्षों से तेजी से विकसित हो रही है शुरू के समय में इंटरनेट की सुविधा बड़े शहरों में उपलब्ध थी। इंटरनेट से जुड़े वेब मीडिया, सोशल मीडिया का प्रभाव समाज के विभिन्न घटकों पर दिखाई देता है। सूचना या खबर हम हिंदी चैनलों पर देखते थे। किन्तु अब यह सुविधा इंटरनेट से विकसित हुई वेब पत्रकारिता के कारण जब चाहे तब समाचार चैनल कि वेबसाईट या वेब पत्र-पत्रिकाओं को खोलकर पढ़ा या देखा - सुना जा सकता है। वेब मीडिया आज काफी सशक्त, स्वतंत्र और प्रभाव युक्त बन चुका है। वेब या आनलाइन पत्रकारिता आज की जरूरत बन चुकी है। वेब पत्रकारिता कम मूल्य लागत में इंटरनेट के जरिए प्रचारित किया जाता है। इसके लिए संपादन, प्रिंट एवं प्रसारण की जरूरत नहीं होती। इसमें समसामयिक परिस्थितियों पर टेक्स्ट, पिक्चर, लेख, ऑडियो, वीडियो आदि को डिजिटल मंचों पर प्रसारित किया जाता हैं। जिसे हम एक क्लिक पर देख, सुन, पढ सकते हैं। इसमें समाचार पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो और टेलीविजन द्वारा नियंत्रित सूचनाओं के बहाव को लोकतांत्रिक बना दिया है। वेब पत्रकारिता के संदर्भ में विद्वानों द्वारा निम्नप्रकार परिभाषाएं दी गयी है।

१. जॉन हर्बर्ट ने कहा है, "भीतर जाने के लिए कम बाधाएं, प्रसारित करने का कम खर्चा, और कंप्यूटर तकनीक के अधिक फैलाव ने डिजिटल जर्नलिज्म को वैश्विक बना दिया है।”

२. यूनिवर्सिटी ऑफ साउदर्न केलिफोर्निया व न्यूज कंटेंट के अनुसार "जो इंटरनेट के माध्यम से निर्मित और प्रसारित किया जाता है। विशेषकर वह कंटेंट जो मुख्यधारा में काम कर रहे पत्रकारों द्वारा निर्मित किया गया हो ऑनलाइन जर्नलिज्म कहा जाता है।"

३. वरिष्ठ पत्रकार डग मिलिसन के अनुसार, “ऑनलाइन मीडिया यानी ऑनलाइन की जाने वाली पत्रकारिता।”

४. एक अन्य विद्वान के अनुसार, “जर्नलिज्म में परंपरागत पत्रकारिता और परंपरागत माध्यमों की अपेक्षा अधिक रचनात्मकता का प्रयोग किया जा सकता है। पत्रकार इस संदेश में डिजिटल पक्ष के केंद्र में रखना है अथवा नहीं यह निर्णय पूरी तरह से लेखक, संपादक अथवा प्रकाशक के हाथ में रहता है। अतः यह स्पष्ट रूप से कहा जा सकता है कि, ‘इंटरनेट के जरिए सूचना प्रौद्योगिकी पाठ सामग्री एवं सूचना को विश्व भर में एक

स्थान से दूसरे स्थान पहुँचाने का एक नवीन माध्यम है , जो शीघ्रता के साथ अल्प व्यय, समय में सुगमता पूर्वक संचार करता है, वही वेब पत्रकारिता है ।”

वेब पत्रकारिता की विशेषताएँ निम्न प्रकार है:

वेब मीडिया में जगह की कोई सीमा नहीं होती है, जो परंपरागत मीडिया समाचार पत्र, रेडियो, तथा टेलीविजन के लिए जगह की आवश्यकता होती है । किन्तु यहाँ हमें वैचारिक दृष्टि से अपनी बात रखनी होती हैं। इंटरनेट पर लिखते समय हमें कई बातों का खयाल रखना होता है । जगह की कोई सीमा नहीं होती है, इसका मतलब यह नहीं कि हम कुछ भी लिखें । हमें कम से कम शब्दों में अपनी बात कहने की आवश्यकता होती है।

साइबर पत्रकारिता के इस दौर में आप देश-विदेश कहीं भी रह कर किसी दूसरे मुल्क की खबरें समसामयिक घटनाक्रम को आसानी से पढ़, समझ और जान सकते हैं। परंपरागत मीडिया की अपनी कुछ सीमाएं होती है। भारत में रहने वाले व्यक्ति को विदेशों के अखबार पढ़ पाना संभव नहीं है, लेकिन इंटरनेट ने इस दुविधा का अंत कर दिया है। आज आप भारत के किसी भी हिस्से में बैठकर आप अमेरिका के ‘न्यूयार्क टाइम्स’ से लेकर पाकिस्तान का ‘डॉन’ तक कोई भी अखबार पढ़ सकते हैं। खास बात यह है कि अब तो ई-पेपर भी नेट पर उपलब्ध है। इसका अर्थ यह है कि आप वही अखबार पढ़ सकते हैं, जो न्यूयार्क इस्लामाबाद के पाठक पढ़ रहे होंगे।

मल्टीमीडिया साइबर पत्रकारिता केवल शब्दों और चित्रों का ही मेल नहीं है। अभी तो इसमें तमाम नई तकनीकों का समावेश किया जा सकता है इसमें ऑडियो, वीडियो, मल्टीमीडिया, ग्राफिक्स आदि शब्द का उपयोग किया जा सकता है। खबरों की लिंक द्वारा आप इंटरनेट पर आप यूजर को बड़ी आसानी और रोचक तरीके से संबंधित जानकारी पहुंचा सकते हैं। इसके लिए आपको उस खबर अथवा लेख में संबंधित खबरों का लिंक डालना है और इसके बाद आप उसे एक के बाद एक कडी थमा सकते हैं।

इंटरनेट पत्रकारिता में आपको पाठक, श्रोता, दर्शक की राय का फौरन पता चल जाता है। यदि किसी बात से सहमत नहीं है, तो वह बिना देर किए अपनी राय जाहिर कर देगा। अगर कहीं वह आपसे सहमत हैं उसे बताने में भी उसे देर नहीं लगेगी। इंटरनेट पर पत्रकारिता करते समय आपको अपने पाठक, श्रोता अथवा दर्शक की त्वरित प्रतिक्रिया मिल जाती हैं। इसके साथ ही इंटरनेट पर आप इसी विषय पर चर्चा आदि भी आरंभ कर सकते हैं, जिस पर आपको अलग-अलग लोगों की राय मिल सकती हैं। किन्तु परंपरागत समाचार पत्र, रेडियो, टेलीविजन मीडिया में लोगों की राय कम शामिल हो पाती है। जिसमें पाठक की त्वरित प्रतिक्रिया जान पाने की गुंजाइश जरा कम होती है।

इंटरनेट पर बहुत ही आसानी से अपनी सामग्री को हम स्टोर कर सकते है। साथ ही सामग्री को तलाशने में भी हमें ज्यादा मेहनत नहीं करनी पड़ेगी । खोजने पर वह सामग्री तुरंत प्राप्त हो जाएगी । साथ ही कोई खबर या सूचना प्रसारित करने के लिए आपको बड़ी-बड़ी मशीनों की जरूरत नहीं होती बस एक क्लिक करने की देर होती हैं।

४.३ वेब पत्रकारिता तकनीक, उपयोगिता, भविष्य

४.३.१. वेब पत्रकारिता तकनीक और उपयोगिता:

अमेरिका के टाइम्स मैगजीन ने इंटरनेट पर संस्करण शुरू किया। तुरंत एक वर्ष बाद भारत में चेन्नई से प्रकाशित 'द हिंदू' ने अपना ई- संस्करण शुरू किया। पश्चात विभिन्न भारतीय भाषाओं के समाचार पत्र ऑनलाइन हो चुके थे। उस समय तीन वेबसाइट वेबदुनिया, रीडिफ और इंडियाइंफो ने खबरों को इंटरनेट के माध्यम से जनता तक पहुंचाने की शुरुआत की थी। अतः वेब पत्रकारिता उपयोगिता निम्न प्रकार देखी जा सकती हैं।

वेब मीडिया जिसे हम न्यूज मीडिया भी कहते हैं, प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का सबसे उम्दा विकल्प है। एक टीवी चैनल की शुरुआत के लिए लाइसेंस फीस, नेटवर्थ, परफोरमेंस, बैंक गारंटी, अपलिंकिंग शुल्क, हर एक भाषा के लिए अलग से शुल्क, मशीनरी, स्टूडियो, स्टॉफ का खर्चा, वितरण एवं संचालन के अन्य खर्च इतनी बड़ी राशि होती है जिसे वहन करना हर किसी के बूते की बात नहीं है। ऐसा ही खर्च एक रेडियो स्टेशन स्थापित करने पर भी आता है। अखबार की बात करें तो वहां छोटे या स्थानीय स्तर पर किए गए प्रयास में पैसा कुछ कम लगता है, लेकिन राष्ट्रीय स्तर या राज्य स्तर पर की गई शुरुआत काफी महंगी बैठती है। मीडिया के इन माध्यमों में बड़ी धनराशि खर्च करने के बाद भी यह तय नहीं है कि पहुंच जन-जन तक होगी या सीमांत और दूरस्थ क्षेत्रों तक पहुंच बन पाएगी। जबकि, वेब न्यूज मीडिया में ऐसा नहीं है। इस क्षेत्र में लागत कुछ हजार ही रहती है। अपनी इच्छा के नाम के साथ मामूली फीस अदाकर सिर्फ एक कंप्यूटर, कैमरा, स्कैनर, इंटरनेट कनेक्शन और सर्वर स्पेस के साथ इसकी शुरुआत कर सकते हैं। लंबे चौड़े आफिस स्पेस की कतई जरूरत नहीं है। लेकिन आपकी पहुंच समूची दुनिया तक होगी, इसकी गारंटी है जो अन्य मीडिया माध्यमों के साथ नहीं है।

हमारे देश में इसका जिस तेज गति से विस्तार हो रहा है उसे देखते हुए अगले दो से तीन साल बाद किसी भी अखबार, टीवी चैनल का मुख्य चेहरा यही होगा। मीडिया हाउस केवल प्रिंट माध्यम का काम जानने वालों को नौकरी नहीं दे रहे बल्कि न्यूज लिखने की कला के अलावा कैमरे का उपयोग करने में निपुण और वेब माध्यम की आवश्यकताओं को समझने वाले मीडियाकर्मियों की ही भर्ती कर रहे हैं। यह स्पष्ट है कि उनका लक्ष्य अखबार के बजाय वेब के जरिये लोगों तक पहुंचाना रहा है। बदले समय और बदली रुचि में हरेक अखबार, टीवी चैनल की यह जरूरत बन गई है कि सारी खबरों को टैक्स्ट के अलावा ऑडियो-वीडियो फार्म में वेब पर लाया जाए। बदले माहौल में खासकर युवाओं के पास कतई समय नहीं है कि वे अखबार को बैठकर पढ़ें या टीवी के सामने सभी कामधाम छोड़कर न्यूज जानने के लिए बैठ रहें और अपनी पसंद की खबरों के आने तक इंतजार करें। कम समय में तेजी से सूचनाएं वेब में आप जब जी चाहे और जो पसंदीदा खबर हो उसे देख सकते हैं जबकि टीवी में एक खबर के बाद ही दूसरी खबर को आने में वक्त लगता है और इस बीच विज्ञापन आ जाए तो अगली खबर में काफी देरी हो जाती है। मौजूदा स्थिति को देखें तो दुनिया के हरेक मीडिया हाउस ने यह मान लिया है कि बगैर वेब में गए उनका उद्धार नहीं हैं।

भारतीय बैंकिंग क्षेत्र में सबसे बड़ी क्रांति एटीएम (ऑटोमैटिक टेलर मशीन) मशीन के आने से हुई एवं बैंकिंग जगत का जो चेहरा बदला उसकी कल्पना इससे पहले शायद ही किसी ने की होगी जब हर आदमी अपने वित्तीय लेनदेन के लिए बैंक की शाखा खुलने का इंतजार करता रहता था। ठीक इसी तरह, न्यूज मीडिया में जोरदार क्रांति का जनक मोबाइल को माना जा सकता है। मोबाइल खासकर स्मार्ट फोन के आने के बाद लोगों की आदतों में तेजी से बदलाव आया और इंटरनेट कनेक्शन के माध्यम से वे चलते फिरते, आफिस में काम करते अथवा कहीं भी, कभी भी समाचार जान सकते हैं, अपने मनपसंदीदा कार्यक्रम को देख या सुन सकते हैं। यह बात सही है कि शहरों, कस्बों और गांवों तक मोबाइल ने अपनी पहुंच बना ली है। सस्ते स्मार्ट फोन आपको आबादी के बड़े हिस्से के हाथों में देखने को मिल जाएंगे।

हमारे देश में बिजली एक बड़ी समस्या है जिसकी वजह से हर समय टीवी देख पाने में दिक्कत आती है। आजादी के इतने साल बीत जाने के बावजूद खराब परिवहन व्यवस्था की वजह से कई कई गांवों तक अखबार नहीं पहुंच पाए हैं लेकिन मोबाइल, टेबलेट और नेटबुक ने अपनी पहुंच बनाकर लोगों को खबरों के संसार से जोड़ दिया है। इस तरह, वेब मीडिया प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक पर भारी पड़ता जा रहा है।

एक अखबार, टीवी चैनल या रेडियो स्टेशन की पहुंच की एक सीमा होती है और वह क्षेत्र विशेष में ही अपनी पहुंच बना पाते हैं जबकि वेब मीडिया में ऐसा नहीं है। आप दुनिया के किसी भी कोने में रहे लेकिन मनचाही सूचनाओं को वहीं पा सकते हैं। मसलन आप मुंबई के रहने वाले हैं, लेकिन आप चेन्नई में हैं तो संभव है आपको आपके क्षेत्र की सूचनाएं वहां किसी अखबार या टीवी चैनल पर न मिले लेकिन वेब मीडिया ने इस समस्या को दूर कर दिया है। अपने देश से बाहर रहते हुए भी आप वेब मीडिया की बदौलत अपने को उन सभी खबरों से अपडेट रख सकते हैं जो आप चाहते हैं।

टीवी चैनल केवल अपनी बात ही कहते हैं वहां अपने दर्शकों से सीधे फीडबैक की कोई सुविधा नहीं है जबकि वेब मीडिया में आप किसी समाचार को पढ़ने या कार्यक्रम को देखने के बाद तत्काल अपनी टिप्पणी दे सकते हैं और वह उसी समय प्रकाशित हो जाती है। यह माध्यम सीधे अपने यूजर्स से संवाद स्थापित करता है जिसकी वजह से यूजर स्वयं रिपोर्टर की भूमिका निभा सकता है। यूजर अपने आसपास घटने वाली घटनाओं की जानकारी तत्काल वीडियो, ऑडियो या टैक्स्ट के माध्यम से संपादक या उसके सहयोगियों को दे सकता है एवं समूची दुनिया इसे जान सकती है।

वेब मीडिया में स्पेस की कोई समस्या नहीं है। जबकि, एक अखबार जो आठ से बीस-चौबीस पेज का निकलता है, हरेक तरह की न्यूज और व्यूज के लिए निश्चित जगह रखता है। इस वजह से अनेक समाचार-विचार छपने से वंचित रह जाते हैं। टीवी चैनल में तो यह समस्या इससे भी ज्यादा बड़ी है। वहां हम देखें तो एक चैनल कई-कई घंटे तक सिर्फ पांच से छह खबरों में खेलते रहते हैं। इन खबरों का भी पूरा कवरेज नहीं होता या किसी मसले का गहराई से विश्लेषण नहीं किया जाता। एक समाचार को कुछ सैकंड से लेकर दो मिनट में निपटा दिया जाता है। जबकि, वेब में स्पेस की कोई दिक्कत नहीं होती। यहां दो लाइन से लेकर हजारों लाइन तक की खबरें जारी की जा सकती हैं। इन समाचारों को अधिक

आकर्षक एवं प्रामाणिक बनाने के लिए फोटो एवं वीडियो का साथ ही उपयोग किया जा सकता है। आप एक टीवी चैनल की तुलना में कहीं तेज गति से यहां ब्रेकिंग न्यूज दे सकते हैं। टीवी चैनल एक रिपोर्ट को शूट कर जब तक इसका प्रसारण करता है आप वेब मीडिया में उससे कई गुना तेजी से पूरी खबर को समूची दुनिया के सामने पेश कर बाजी मार सकते हैं। कई बड़ी घटनाओं और दुर्घटनाओं की सूचना जितनी तेजी से इस माध्याम से दी जा सकती है, वह मीडिया के अन्य किसी रूप में संभव नहीं है।

खबरों के अलावा भी बहुत कुछ आपको वेब मीडिया के माध्यम से सुविधाएं प्राप्त होती है जैसे पर्यटन, होटल बुकिंग, रेल-हवाई टिकट, बीमा, कर्ज, बैंकिंग सेवाएं, शॉपिंग, कारोबार, जॉब, शिक्षा, स्वास्थ्य, मनोरंजन सुविधाएं पाने के अलावा और तो और शादी-विवाह तक की झंझट से मुक्ति दिलाने में वेब मीडिया ने अहम भूमिका निभाई है। असल में ग्लोबलाइजेशन का अहम औजार वेब है जिसकी वजह से हम न केवल अपनी दैनिक जरूरतों को पूरा कर पा रहे हैं बल्कि हर किसी को जानने, समझने के लिए हजारों किलोमीटर की यात्रा और खर्च से बचकर मिनटों में यह कार्य निपटा पा रहे हैं।

हम यदि आय की बात करें तो वेब मीडिया में इसकी स्थिति दिन प्रतिदिन सुधर रही है। सरकारी और निजी कंपनियां गांव गांव तक अपनी पहुंच बनाने के लिए वेब विज्ञापन का सहारा ले रही हैं। प्रिंट और टीवी चैनल में विज्ञापन की ऊंची दरें और सीमित पहुंच ने विज्ञापनदाताओं का नजरिया बदलना शुरू किया है। प्रिंट एवं टीवी चैनल में विज्ञापन लाने के लिए भी एक पूरी टीम रखनी होती है, लेकिन वेब में एक व्यक्ति खुद ही विज्ञापन के लिए बगैर कहीं गए सिर्फ एक ईमेल के जरिए अप्रोच कर सकता है। गूगल, जेडो, मैनहटन, कोमली सहित अनेक ऐसी एजेंसियां हैं जो वेबसाइटों के लिए विज्ञापन जारी करती हैं एवं उनके भुगतान सीधे बैंक खातों में करती हैं। केंद्र सरकार और अनेक राज्य सरकारें भी अब वेबसाइटों को विज्ञापन दे रही हैं, जिनसे इनके संचालकों को अच्छी खासी आय हो रही है। इसी तरह, यूट्यूब चैनल के माध्यम से आप अपने वीडियो पर रेवेन्यू पा सकते हैं।

अखबार में समाचार और विज्ञापन का एक अनुपात है जिससे ज्यादा विज्ञापन लेने पर पाठकों की संख्या कम होने का डर रहता है। इसी वजह से टीवी चैनल में नियामक संस्था ट्राई ने यह आदेश जारी किया है कि कोई भी टीवी चैनल एक घंटे में 12 मिनट से ज्यादा के विज्ञापन नहीं दिखा सकेगा। जबकि वेब मीडिया में इस तरह की कोई सीमा नहीं है। यहां आपकी मेहनत और नए आइडिया आपको मनचाही आय दिला सकते हैं।

४.३.२. वेब पत्रकारिता का भविष्य:

विश्व के कोने- कोने में पहुंचे इंटरनेट ने पारंपारिक पत्रकारिता प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की जगह ऑनलाइन मीडिया तथा वेब मीडिया को गति प्रदान की है । परंपरागत मीडिया पर आधुनिक मीडिया हावी हो चुकी है। जिसका कारण यह है कि इंटरनेट से जुड़े कंप्यूटर, लैपटॉप, स्मार्टफोन के जरिए इंटरनेट उपभोक्ता जहां कहीं भी बैठकर जब चाहे तब समाचार चैनल की वेबसाइट या वेब पत्रिका को खोल कर विश्व के किसी भी शहर की या किसी भी कोने की खबर आसानी से देख, पढ़, सुन सकते हैं। व्यापार, राजनीति, साहित्य, संस्कृति, शिक्षा आदि क्षेत्र में उपयोगी तथा घर बैठे सहज मुख्य रूप में दुनिया के किसी भी कोने में अपनी बात, विचार पल भर में भेज सकते हैं तथा खबरों का आदान -प्रदान कर

सकते हैं। इसीलिए आज वेब पत्रकारिता उत्तरोत्तर विकास की ओर बढ़ रही है। आज वह युवा तथा समाज के विभिन्न घटकों की आवश्यकता बनने लगी है।

'जिस तरह से प्रौद्योगिकी केंद्रित होती जा रही है और जिस तरह से विश्वमानव का रूझान साफ़ झलक रहा है उसे देखकर कहा जा सकता है कि भविष्य में उसकी दिनचर्चा को कंप्यूटर और इंटरनेट जीवन-साथी की तरह संचालित करेंगे, यह कहना अतिशयोक्ति नहीं होगा कि सूचना और संचार पूरी दुनिया भविष्य में इंटरनेट आधारित पत्रकारिता पर अधिक निर्भर और विश्वास करेगी ।' वरिष्ठ पत्रकार आनंद प्रधान ने एक जगह कहाँ है 'एक शोध अध्ययन के अनुसार यूएस में अप्रैल २०४० में समाचार पत्र की आखिरी प्रति छपेगी, यानी स्थिति के उपरांत यूएस में समाचार पत्र प्रकाशित नहीं होगा, और इसका स्थान वेब पत्रकारिता और दूसरे नए मीडिया माध्यम ले लेंगे।' यह बात हमें सोचने पर विवश कर देती हैं।

पश्चिमी देश के परिदृश्य यही सिद्ध करते हैं जहाँ प्रिंट मीडिया का स्थान धीरे-धीरे इलेक्ट्रानिक मीडिया ने ले लिया और अब वहाँ वेब-मीडिया या ऑनलाइन मीडिया का बोलबाला है । १९ वी सदी की उत्तरार्ध में जब कंप्यूटर का व्यापक प्रयोग होने लगा तब समाचार पत्र के उत्पादन विधि में परिवर्तन आने लगा । तब यह किसे पता था कि यही कंप्यूटर एक दिन ऑनलाइन पत्रकारिता की जगह ले लेगा । डिजिटल पत्रकारिता की बढ़ती लोकप्रियता के कारण भविष्य में बड़े शहरों में समाचार पत्र नहीं होंगे या कम संख्या में होंगे या फिर समाचार-पत्र अन्य समाचार-पत्रों के साथ मिलकर संयुक्त रूप से उन्हें प्रकाशित करेंगे, विभिन्न संस्करण भी समाप्त हों जाएंगे या फिर अन्य किसी व्यवसाय के साथ मिलकर समाचार पत्रों को निकाला जाएगा।

भविष्य में हर पत्र-पत्रिका ऑन-लाईन होगी। साथ ही साथ स्वतंत्र न्यूज पोर्टल की संख्या में भी वृद्धि होगी। यह आसार लगाया जा रहा है कि समाचार-पत्र घाटे से बचने के लिए प्रिंट संस्करण बंद कर ऑन-लाईन से अपनी सेवा जारी रखेगा। बात स्पष्ट है कि जिस पत्र का लक्षित समूह उच्च वर्ग है और जिनके पास इंटरनेट आसानी से उपलब्ध है, वह धीरे-धीरे प्रिंट संस्करण बंद कर पूर्ण रूप से ऑन-लाईन हो जायेगा। विश्व बैंक के मुताबिक २०११ तक भारत में १२.५ करोड़ लोग इंटरनेट इस्तेमाल कर रहे थें जिसकी संख्या में तीव्र वृद्धि होगी। वेब पत्रकारिता का उज्जवल भविष्य इस बात से भी आंका जा सकता है। परंपरागत समाचार पत्रों और टेलिविज़न की तुलना में इंटरनेट पत्रकारिता की उम्र बहुत कम होते हुए भी उसका विस्तार विश्व में तेज़ी से हो रहा है ।

४.४ प्रमुख वेब संस्करण : समाचार पत्र, पत्रिकाएं, रेडियो, समाचार चैनल

४.४.१ वेब समाचार पत्र:

'वेबदुनिया' पोर्टल से हिंदी में नेट पत्रकारिता का आरंभ हुआ। यह पोर्टल इंदौर के 'नई दुनिया' समूह ने आरंभ किया था। यह हिंदी का संपूर्ण पोर्टल है। इसके पश्चात हिंदी में विभिन्न प्रमुख समाचार पत्र तथा पत्र पत्रिकाएं इंटरनेट से जुड़ने लगी है। इंटरनेट आधारित पत्र-पत्रिकाओं की संख्या निरंतर बढ़ती जा रही है । इंटरनेट पर ऑनलाइन सुविधा के कारण स्थानीयता का कोई मतलब नहीं रहा है किन्तु समाचारों की महत्ता और प्रांसगिकता

के आधार पर वर्गीकरण करें तो ऑनलाइन पत्रकारिता को भी हम स्थानीय, प्रादेशिक, राष्ट्रीय या अंतरराष्ट्रीय स्तर देख सकते हैं । जैसे भोपाल की www.com को स्थानीय, नई दुनिया डॉट कॉम, या दैनिक छत्तीसगढ़ डॉट कॉम को प्रादेशिक, नवभारत टाइम्स डॉट कॉम को राष्ट्रीय और बीबीसी डॉट कॉम आदि को अंतरराष्ट्रीय स्तर की ऑनलाइन समाचार पत्र मान सकते हैं।

नेट पर हिंदी अखबार नई सूचना प्रौद्योगिकी और वेब तकनीक को देश के बड़े अखबार वालों ने जल्दी अपनाया। आज हम देश-विदेश की कई हिंदी दैनिकों को घर बैठे पढ़ सकते हैं। इनमें अमर उजाला, अमेरिका की आवाज़ (वायस औफ़ अमेरिका) आगरा न्यूज़, आज, आज तक, इरान समाचार, उत्तराँचल टाइम्स, एक्सप्रेस न्यूज़, ख़ास ख़बर, जन समाचार (भारतीय व भारतीय ग्रामीण मुद्दों से सम्बन्धित समाचार पत्र), डियूश वेल्ल (जर्मन रेडियो द्वारा प्रसारित हिन्दी कार्यक्रम) पाञ्चजन्य, इंडिया टुडे, डेली हिन्दी मिलाप, द गुजरात, दैनिक जागरण , दैनिक जागरण ई-पेपर , दैनिक भास्कर , नई दुनिया - नव भारत अखबार, नवभारत टाइम्स, पंजाब केसरी, प्रभा साक्षी, प्रभात खबर, राजस्थान पत्रिका, राष्ट्रीय सहारा, रेडियो चाइना ऑनलाइन, लोकतेज, ताप्तिलोक, लोकवार्ता समाचार, विजय द्वार, वेबदुनिया, समाचार ब्यूरो, सरस्वती पत्र (कनाडा का हिन्दी समाचार) सहारा समय, सिफ़ी हिन्दी, सुमनसा (कई स्त्रोतों से एकत्रित हिन्दी समाचारों के शीर्षक) हरिभूमि , ग्वालियर टाइम्स, दैनिक मध्यराज, राजमंगल, अमर उजाला, नवभारत टाइम्स, हिंदी मिलाप, स्वतंत्र चेतना, नवभारत, हिंदुस्तान टाइम्स, टाइम्स ऑफ़ इंडिया, पोर्टल या न्यूज साइट प्रभासाक्षी डॉट कॉम आदि प्रमुख हैं।

४.४.२ ई-पत्रिकाएं:

वेब पत्रिकाएं इण्टरनेट के माध्यम से खुली पहुँच द्वारा उपलब्धता और संख्या बढ़ रही है। खुली पहुँच होने पर अंशदान की आवश्यकता नहीं होती है। इन सामग्रियों को निःशुल्क ऑनलाइन देखा जा सकता है। अधिकांशतः ई-जरनल एच.टी.एम.एल. (HTML) में प्रकाशित होते हैं और इनका फार्मेट डी.पी.एफ. (DPF) होता है। कुछ जरनल एक अथवा दो फार्मेट में भी उपलब्ध होते हैं। छोटे प्रकाशक जरनल को DOC पर प्रकाशित करते हैं और कुछ प्रकाशक एम.पी.३ श्रव्य सामग्री के आधार पर ई-जरनल को प्रकाशित करते हैं। कुछ जरनल ऐसे भी होते हैं जो पहले ASCII पर प्रकाशित हो चुके होते हैं जबकि कुछ अनौपचारिक रूप से एक ही फार्मेट पर प्रकाशित होते हैं। वेब पत्र- पत्रिकाएं काफी मात्रा में ऑनलाइन प्रकाशित हो रही है। विषय वस्तु की दृष्टि से इन्हें हम समाचार प्रधान, शैक्षिक, राजनैतिक, आर्थिक , समाज, साहित्य, कला, संस्कृति, धर्म, दर्शन तथा अनुसंधान आदि विभिन्न क्षेत्र में लिखी जा रही है। जो दैनिक, साप्ताहिक, मासिक, त्रैमासिक सभी तरह की आवृत्तियों वाले समाचार पत्र और पत्रिकाएँ शामिल हैं।

हिंदी में प्रकाशित की जाने वाली ई-पत्रिकाएं इस प्रकार है - साहित्य रचना, विशिष्ट ध्यान, अखंड ज्योति, अनंत अविराम, अनुभूति अभिव्यक्ति, हिंदी नेस्ट, सराय, साप्ताहिक, भारत संदेश, भारत दर्शन, गीत-पहल, हिंदीकुंज. कॉम, हिंदीनेस्ट डॉट कॉम, हिंदुस्तान बोल रहा है, इंडिया टुडे, शोधादर्श, शोध संचयन। (अर्ध वार्षिक) सीमापुरी टाइम्स, सृजनगाथा, स्वर्गविभा, वटवृक्ष, विचार मीमांसा, समय, इन कॉम, गूगल समाचार, तहलका बीबीसी हिंदी,

प्रभासाक्षी, वेबदुनिया, रविवार, शुक्रवार, भोपाल समाचार, आईबीएन खबर, P7 न्यूज़, एनडीटीवी खबर, प्रवक्ता, हिंदी समय, पूर्वाभास, युग मानस, स्वर्ग विभा, विचार मीमांसा, हिंदी मासिक पत्रिका, 'प्रतियोगिता दर्पण' हिंदी पत्रिका, 'सरस सलिल', हिंदी साप्ताहिक पत्रिका, 'इंडिया टुडे' हिंदी समय, परिकल्पना, ई प्रदीप आदि। महिलाओं को केंद्र में रखकर प्रकाशित की जाने वाली ई-पत्रिकाएं इस प्रकार है - बिंदिया, मेरी सहेली, मनोरमा, सखी, वनिता, गृह शोभा आदि। तथा बालकों को केंद्र में रखकर प्रकाशित होने वाली ई-पत्रिकाएं - अभिनव बालमन, चकमक, चन्दामामा, चंपक, देवपुत्र, नंदन, बाल भास्कर, बाल वाणी आदि।

इस प्रकार वेब पत्रिकाएं सहज सरल आसान सस्ता मध्यम होने के कारण आज विश्व भर में काफी मात्रा में प्रकाशित हो रही है। दैनिक समाचर-पत्र तथा साप्ताहिक-पत्र, पाक्षिक एवं मासिक पत्रिकाओं में भारत में शिक्षा तथा निरक्षरता का ब्यौरा रहता है। इसे देखकर निरक्षर वयस्कों तथा शिक्षित व्यक्तियों के मन में उन पत्र-पत्रिकाओं को पढ़ने तथा समझने की ललक उत्पन्न होती है। स्वास्थ्य बीमारियों, व्यक्तियों के उत्तम कार्यों आदि के विषय में भी समाचार मिलते हैं जो ज्ञान की वृद्धि करते हैं। धार्मिक, सांस्कृतिक, व्यावसायिक, समाज कल्याण की बातें आदि भी ई-पत्रिकाओं से प्राप्त होती हैं। इस बहाने से पढ़े-लिखे लोग उनको समझने का प्रयास करते हैं। ई-पत्र-पत्रिकाओं से सम्प्रेषण तथा समाचार की प्रक्रिया होती है जिसके द्वारा व्यक्ति अपने विचारों को दूसरे व्यक्तियों तक पहुँचाते हैं। इससे एक ओर सम्प्रेषण व समाचार सरलता से प्राप्त हो जाता है, तो दूसरी ओर शिक्षा का प्रसार भी हो जाता है।

४.४.३ समाचार चैनल:

इंटरनेट टेलीविज़न (आइ. टीवी (i TV), ऑनलाइन टीवी या इंटरनेट टीवी भी कहते हैं) इंटरनेट के माध्यम से प्रसारित दूरदर्शन सेवा होती है। ये सेवा २१ वीं शताब्दी में काफी प्रचलित हो चुकी है। इसके उदाहरण हैं संयुक्त राज्य में ह्यूलु एवं बीबीसी आईप्लेयर, नीदरलैंड्स में नीदरलैंड २४ सेवा। इसके लिये तेज गति वाला ब्रॉडबैंड कनेक्शन चाहिये, जिसके द्वारा इंटरनेट पर उपलब्ध टीवी चैनलों की स्ट्रीमिंग करके लाइव खबरें व अन्य सामग्री देख सकते हैं। अभी तक उपभोक्ता पहले सीधे उपग्रह, फिर केबल टीवी और उसके बाद डीटीएच यानी डायरेक्ट टू होम डिश के माध्यम से टीवी देखते रहे हैं। इंटरनेट अब नया माध्यम है, जिस पर टीवी देखा जा सकता है। यह आम आदमी तक देश और दुनिया के समाचार व मनोरंजन सामग्री पहुंचाने का नया तरीका है और एकदम वैसा ही, जैसे बाकी माध्यम है। भारत में इस पूरी प्रक्रिया की शुरुआत को इंटरनेट प्रोटोकाल टेलीविजन (आईपीटीवी) के रूप में समझ सकते हैं। इसमें इंटरनेट, ब्राडबैंड की सहायता से टेलीविजन कार्यक्रम घरों तक पहुंचाता है। इस नेट नियोजित प्रणाली में टेलीविजन के कार्यक्रम डीटीएच या केबल नेटवर्क के बजाय, कंप्यूटर नेटवर्क में प्रयोग होने वाली तकनीकी मदद से देखे जाते हैं।

संभवत: दुनिया में एबीसी का वर्ल्ड न्यूज नाउ पहला टीवी कार्यक्रम रहा है, जिसे इंटरनेट पर प्रसारित किया गया था। इंटरनेट के लिए एक वीडियो उत्पाद तैयार किया गया, जिसका नाम आईपीटीवी रखा गया था। लेकिन सबसे पहले जो टेलीविजन के कार्यक्रम इंटरनेट

ब्राडबैंड के द्वारा प्रसारित किए गए तो उस फार्मेट को भी आईपीटीवी का ही नाम दिया गया। भारत सरकार ने भी इसे स्वीकृति दे दी है और भारत के कई शहरों में यह सेवा चालू हो चुकी है।

टीवी और इंटरनेट साथ-साथ उपलब्ध होने के इन विकल्पों को उपलब्ध कराने हेतु कई टीवी कंपनियां इंटरनेट संपर्को को साधने में समर्थ टीवी निर्माण कर रही हैं। इनमें सोनी, सैमसंग और एलजी शामिल हैं। एलजी के अनुसार नया टीवी ऑनलाइन प्रदर्शन को आसान और बेहतर बनाएगा। एलजी ने ऑनलाइन टीवी विकल्पों को प्रदर्शित करने के लिए जिस टीवी सेट का निर्माण किया है। एलजी नेटफ्लिक्स के सहयोग से जल्द ही ऐसे टीवी सेट का उत्पादन करने जा रही है, जो सीधे इंटरनेट से जुड़े रह सकेंगे और इंटरनेट उपभोक्ता बिना किसी दूसरे उपकरण के इंटरनेट के माध्यम से टीवी और वीडियो भी देख सकेंगे। नेटफ्लिक्स सेवा वर्तमान में नाममात्र के मासिक किराये पर असीमित फिल्मों और ऑनलाइन टीवी शो उपलब्ध कराती है। इस कंपनी की लाइब्रेरी में इस समय १ लाख से भी अधिक फिल्में उपलब्ध हैं।

इसके द्वारा दर्शक के रूप में क्रिकेट, समाचार, टीवी कार्यक्रम आदि अपने कंप्यूटर या लैपटॉप के द्वारा, कहीं भी, कभी भी देख सकते हैं। और इसके लिए कोई अलग से साफ्टवेयर की भी आवश्यकता न रहेगी। हालांकि इस मामले में दूरदर्शन का विकल्प कंप्यूटर पहले से ही बना हुआ है। एक टीवी कॉम्बो बॉक्स और उसके साथ सैट टॉप बॉक्स या टीवी ट्यूनर कार्ड को जोड़ कर कंप्यूटर को दूरदर्शन में बदला जा सकता है। ये कार्ड या युक्तियां कंप्यूटर में बाहरी या आंतरिक हो सकती हैं। हां एक्सटर्नल कार्ड्स का कोई दुष्प्रभाव भी कंप्यूटर पर नहीं पड़ता, जबकि इंटरनल टीवी ट्यूनर के कारण कई बार कंप्यूटर में आंतरिक खराबी की शिकायतें मिल सकती हैं। और जब एक ही मॉनीटर पर दूरदर्शन और इंटरनेट के दोनों विकल्प उपलब्ध हों तो अलग-अलग कंप्यूटर और टीवी की आवश्यकता नहीं रहती है। हां जहां देखने वाले और उनकी आवश्यकताएं अलग-अलग हैं वहां की बात अलग है।

ऐसी बहुत सारी इंटरनेट साइट हैं जहां पर जाकर थर्ड पार्टी की वीडियो स्ट्रीमिंग करके ऑडियो-वीडियो सामग्री कंप्यूटर पर देख सकते हैं। इसी क्रम में आइडब्लूआई जैसे विकल्प भी इंटरनेट पर हैं जहां से विश्व में हजारों टीवी चैनलों में से फ्री टू एयर चैनलों का सीधा प्रसारण अपने कंप्यूटर पर देख सकते हैं। लोग इसके माध्यम से कार्यक्रम और समाचार चुन-चुन कर देख सकते हैं।

इंटरनेट में आई हुई गति के कारण वर्तमान समय में ऑनलाइन समाचार चैनलों में तेज गति प्राप्त हुई है। स्वास्थ्य, व्यापार, साहित्य, कला एवं राजनीति आदि क्षेत्र में विचारों का आदान-प्रदान हो रहा है । वर्तमान समय में कंप्यूटर, लैपटॉप, मोबाइल की उपलब्धता के कारण विश्व का बहुसंख्य समाज आसानी से समाचारों को पा सकते हैं। इसीलिए उनकी मांग तथा व्यापारिक दृष्टिकोण से विभिन्न न्यूज़ समूह ने अपने-अपने ऑनलाइन समाचार चैनलों का निर्माण किया है। पिछले कई वर्षों में यह भी देखने में आया कि "स्टार न्यूज' जैसे चैनल जो अंग्रेजी में आरंभ हुए थे वे विशुद्ध बाजारीय दबाव के चलते पूर्णत: हिंदी चैनल में रूपांतरित हो गए। साथ ही, "ई.एस.पी.एन' तथा "स्टार स्पोर्ट्स' जैसे खेल चैनल भी हिंदी में

कमेंट्री देने लगे हैं। देखते देखते आज समाचार चैनलों की भरमार आ चुकी है। हिंदी मैं प्रमुख समाचार चैनल है आज तक, एबीपी माझा, डीडी न्यूज़, ईटीवी, इंडिया टीवी, सहारा समय, इंडिया न्यूज़, P7 न्यूज़, तेज टीवी, रिपब्लिक भारत, TV9, एनडीटीवी, सीएनबीसी, आवाज, टोटल टीवी, जी न्यूज़, न्यूज़ १८ इंडिया, राजस्थान पत्रिका, आयबीएन 7, हिंदी समाचार पोर्टल के जरिए हिंदी का मान बढ़ाया है। हिंदी को वैश्विक संदर्भ देने में उपग्रह-चैनलों, विज्ञापन एजेंसियों, बहुराष्ट्रीय निगमों तथा यांत्रिक सुविधाओं का विशेष योगदान है।

४.४.४ इंटरनेट रेडियो:

तकनीकी के विकास के कारण रेडियो में क्रांति आ गई है। १० जुलाई १९६२ में दुनिया के प्रथम संचार सेटेलाइट में प्रायोगिक तौर पर कार्य करना आरंभ किया था। रेडियो की गति और शक्ति में अभूतपूर्व विकास हो चुका है। इसके वजह से संदेशों का आदान-प्रदान सहज रूप से होने लगा है ।आज वर्तमान समय में रेडियो की नई छवि उभर कर सामने आई है। सहज सुलभ जन उपयोगी है । २ मई १९६५ दुनिया के सबसे पहले व्यवसायिक संचार सेटेलाइट अर्ली बर्ड द्वारा नियमित रूप से रेडियो का प्रारंभ हुआ । आज डिजिटल तकनीकी के कारण श्रोता बिना किसी रूकावट के रेडियो सुन सकते हैं।

इंटरनेट रेडियो (वेब रेडियो, नेट रेडियो, स्ट्रीमिंग रेडियो, ई-रेडियो, आईपी रेडियो, ऑनलाइन रेडियो भी) इंटरनेट के माध्यम से प्रसारित एक डिजिटल ऑडियो सेवा है, जो सन १९९३ में शुरू की गई थी । इंटरनेट पर प्रसारण को आमतौर पर वेबकास्टिंग के रूप में संदर्भित किया जाता है क्योंकि यह व्यापक रूप से वायरलेस माध्यमों से प्रसारित नहीं होता है । इसे या तो इंटरनेट के माध्यम से चलने वाले स्टैंड-अलोन डिवाइस के रूप में, या किसी एकल कंप्यूटर के माध्यम से चलने वाले सॉफ़्टवेयर के रूप में उपयोग किया जा सकता है। इंटरनेट रेडियो का उपयोग आम तौर पर बातचीत के माध्यम से संदेशों को आसानी से प्रसारित करने और फैलाने के लिए किया जाता है। यह एक प्रकट स्रोत के माध्यम से एक स्विच पैकेट नेटवर्क (इंटरनेट) से जुड़े वायरलेस संचार नेटवर्क के माध्यम से वितरित किया जाता है। इंटरनेट रेडियो में स्ट्रीमिंग मीडिया शामिल है, श्रोताओं को ऑडियो की एक सतत धारा के साथ प्रस्तुत करता है जिसे आमतौर पर पारंपरिक प्रसारण मीडिया की तरह रोका या फिर से चलाया नहीं जा सकता है; इस संबंध में, यह ऑन-डिमांड फ़ाइल सेवा से अलग है। इंटरनेट रेडियो पॉडकास्टिंग से भी अलग है, जिसमें स्ट्रीमिंग के बजाय डाउनलोड करना शामिल है । इंटरनेट रेडियो सेवाएं समाचार, खेल, बातचीत और संगीत की विभिन्न शैलियों की पेशकश करती हैं - हर प्रारूप जो पारंपरिक प्रसारण रेडियो स्टेशनों पर उपलब्ध है । कई इंटरनेट रेडियो सेवाएं संबंधित पारंपरिक (स्थलीय) रेडियो स्टेशन या रेडियो नेटवर्क से जुड़ी हुई हैं, हालांकि कम स्टार्ट-अप और चल रही लागत ने स्वतंत्र इंटरनेट-केवल रेडियो स्टेशनों के पर्याप्त प्रसार की अनुमति दी है।

उपयुक्त इंटरनेट कनेक्शन के साथ इंटरनेट रेडियो सेवाएं आमतौर पर दुनिया में कहीं से भी उपलब्ध हैं । उदाहरण के लिए कोई भी यूरोप और अमेरिका के एक ऑस्ट्रेलियाई स्टेशन को सुन सकता है। इसने इंटरनेट रेडियो को प्रवासी श्रोताओं के बीच विशेष रूप से अनुकूल और लोकप्रिय बना दिया है। फिर भी, कुछ प्रमुख नेटवर्क जैसे ट्यूनइन रेडियो, एंटरकॉम, पेंडोरा रेडियो, आईहार्टरेडियो और सिटाडेल ब्रॉडकास्टिंग (समाचार / वार्ता और खेल

स्टेशनों को छोड़कर) संयुक्त राज्य अमेरिका में, और यूनाइटेड किंगडम में क्रिसलिस, देश में सुनने को प्रतिबंधित करते हैं। इंटरनेट रेडियो विशेष रुचि वाले श्रोताओं के लिए भी उपयुक्त है, जिससे उपयोगकर्ता विभिन्न स्टेशनों और शैलियों की भीड़ से चुन सकते हैं जो पारंपरिक रेडियो पर कम प्रतिनिधित्व करते हैं। ७ नवम्बर १९९४ को, डब्लूएक्सवाईसी (८९.३ एफएम (FM) चैपल हिल, एनसी (NC) यूएसए) इंटरनेट पर प्रसारण की घोषणा करने वाला पहला पारंपरिक रेडियो स्टेशन बन गया। माइक्रोसॉफ्ट और नलसॉफ्ट जैसी कंपनियों ने स्ट्रीमिंग ऑडियो प्लेयर मुफ्त डाउनलोड के रूप में जारी किये । सॉफ्टवेयर ऑडियो प्लेयर जब उपलब्ध हो गए, "कई वेब आधारित रेडियो स्टेशनों की बारिश शुरू हो गयी।"

मार्च १९९६ में, वर्जिन रेडियो-लंदन, इंटरनेट पर अपना पूरा कार्यक्रम सीधा प्रसारित करने वाला पहला यूरोपीय रेडियो स्टेशन बन गया। इसने स्रोत से अपना एफएम (FM) संकेत, सतत रूप से दिन के २४ घंटे इंटरनेट पर प्रसारित किया। रेडियो मिर्ची ९८.३ एफएम हिंदी रेडियो बिग एफएम एयर एफएम रेनबो विविध भारती ऑल इंडिया रेडियो लाइव रेड एफएम तकनीकी के कारण रेडियो के कार्यक्रमों में भी नए परिवर्तन होते हुए दिखाई देते हैं। डिजिटल क्रांति का प्रभाव इस रेडियो के विकास पर रहा है । इस इंटरनेट की वजह से रेडियो को उच्च गुणवत्ता प्राप्त हो चुकी है। नई तकनीकी के कारण जन सहभागिता बढ़ चुकी है और कार्यक्रमों का संपादन सरल, सहज ,सुबोध बन सका है।

४.५ सारांश

डिजिटल मीडिया का नया स्वरूप दुनिया की पत्रकारिता में व्यापक बदलाव लाने में कामयाब हो चुका है। भारतीय पत्रकारिता में इसके जरिए बदलाव भी देखने लगा है। लेकिन इसका ज्यादा असर और फायदा खासतौर पर संचार की 4जी तकनीक के विस्तार के बाद बढ़ता ही जा रहा है। जिसका प्रभाव निश्चित तौर पर भावी पत्रकारिता और संचार पर भी पड़ना ही है। अब इंटरनेट और मोबाइल फोन पर टेलीविजन का प्रसार तो हो ही रहा है। जल्द ही फिल्मों का प्रीमियर भी मोबाइल फोन और इंटरनेट पर होना संभावित है। लेकिन सबसे बड़ी बात यह है कि भारतीय भाषाओं और कंपनियों के पास उच्च डिजिटल कृत सामग्री न के बराबर है । डिजिटलीकरण दरअसल अखबार रेडियो तक ही सीमित नहीं रहा बल्कि यह पाठ्य पुस्तकों और सामान्य सूचनाओं तक विस्तारित हो चुका है। इसकी एक बड़ी खासियत है इसका समावेशी स्वभाव जिसकी वजह से यह खासकर नई पीढ़ी के लिए सहज शिकारी हो गया है। भारत जैसे देश में जहां बिजली बड़ी चुनौती है डिजिटलीकरण की प्रक्रिया और इसके जरिए विस्तारित सूचना तंत्र के फायदे उठाने के लिए संभावनाएं हसीन है भारत में डिजिटल मीडिया के लिए संभावनाएं बनी और बची हुई है जैसी पश्चिमी देशों में क्रांति हुई हैं। अखबार तो तकरीबन खात्मे के कगार पर है या खत्म हो चुके हैं कागज पर छपाई आधारित मीडिया अपने आखिरी दौर में हैं देखा जाए तो डिजिटल मीडिया के दौर में पत्रकारिता भी बदल रही है और इसके लिए नए पत्र कार्य मानदंडों वाला सेटअप और नए किस्म के पत्रकार तैयार किए जाने चाहिए। डिजिटल इंडिया के तहत इंटरनेट के हो रहे तेजी से विस्तार के कारण ऑनलाइन पत्रकारिता की लोकप्रियता बढ़ती जा रही है। यह पत्रकारिता अंग्रेजी के साथ-साथ हिंदी तथा विभिन्न भारतीय भाषाओं में हो रही है। इस वजह से उसकी ताकत बढ़ रही है। साथ ही इस क्षेत्र में रोजगार के अवसर भी बढ़ने लगे हैं।

४.६ लघुत्तरीय प्रश्न

१. भारत में इंटरनेट की सुविधा कब उपलब्ध हुई?

उ : सन १९९० से इंटरनेट की सुविधा मिलने लगी।

२. माइक्रोसॉफ्ट के ऑपरेटिंग सिस्टिम विंडोज ने हिंदी को जोड़ने के लिए किस फॉण्ट का निर्माण किया?

उ : माइक्रोसॉफ्ट के ऑपरेटिंग सिस्टिम विंडोज २००० में यूनिकोड इनकोडिंग का इस्तेमाल करते हुए हिंदी के लिए 'मंगल' नामक फॉण्ट जारी किया।

३. भारत में चेन्नई से किसने ई-संस्करण शुरू किया?

उ : भारत में चेन्नई से प्रकाशित 'द हिंदू' ने ई-संस्करण शुरू किया।

४. भारतीय बैंकिंग क्षेत्र में सबसे बड़ी क्रांति क्या आने से हुई?

उ : भारतीय बैंकिंग क्षेत्र में सबसे बड़ी क्रांति एटीएम (ऑटोमैटिक टेलर मशीन) आने से हुई।

५. ई-पत्रिकाएँ एच.टी.एम.एल. (HTML) में प्रकशित होते है तब उनका फॉर्मेट क्या होता हैं?

उ : डी.पी.एफ. (DPF) ।

६. दुनिया में नियमित रूप से रेडियो का प्रारंभ कब और किसके द्वारा हुआ?

उ : सन २ मई १९६५ में व्यवसायिक संचार सेटेलाइट अर्ली बर्ड के द्वारा दुनिया में नियमित रूप से रेडियो का प्रारंभ हुआ।

७. इंटरनेट के माध्यम से रेडियो के लिए डिजिटल ऑडियो सेवा कब शुरू की गई थी?

उ : सन १९९३ में ।

४.७ दीर्घोत्तरी प्रश्न

१. वेब पत्रकारिता की अवधारणा एवं विशेषताएं लिखिए।

२. वेब पत्रकारिता तकनीकी एवं उपयोगिता पर प्रकाश डालिए ।

३. प्रमुख वेब संस्करणों को अपने शब्दों में विस्तार से स्पष्ट करों।

४.८ संदर्भ ग्रंथ

१. इंटरनेट पत्रकारिता - सुरेश कुमार

२. हिंदी ब्लॉगिंग स्वरूप, व्याप्ति और संभावनाएं - संपादक डॉ. मनीष कुमार मिश्र

३. वर्चुअल रियलिटी और इंटरनेट - जगदीश्वर चतुर्वेदी

४. प्रयोजनमूलक हिंदी - डॉ. पी. लेता,

५. वेब पत्रकारिता - श्याम माथुर

६. वेब पत्रकारिता - सं. हंसराज सुमन

७. कंप्यूटर और हिंदी - प्रो. हरिमोहन

८. नए जनसंचार माध्यम और हिंदी - सं. सुधीश पचौरी

९. विकिपीडिया

*****