



MJMC-203/JMC-07

ब्रॉडकास्ट एवं न्यू मीडिया

उत्तराखंड मुक्त विश्वविद्यालय

पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग



पाठ्यक्रम अभिकल्प समिति

प्रो. सुभाष धूलिया, कुलपति
उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी

प्रो. गिरिजा पांडे, कुलसचिव
उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी

प्रो. हेमन्त जोशी
भारतीय जनसंचार संस्थान, दिल्ली

प्रो गोविंद सिंह
अध्यक्ष, पत्रकारिता एवं जनसंचार
विभाग, उमुवि, हल्द्वानी

डॉ. गोविंद पंत राजू
वरिष्ठ पत्रकार, लखनऊ

प्रो. नीरजा टण्डन
कुमाऊं विश्वविद्यालय, नैनीताल

कार्यक्रम संयोजक— डॉ. राकेश चन्द्र रयाल

पाठ्यक्रम निर्माण समिति

प्रो गोविंद सिंह
अध्यक्ष, पत्रकारिता एवं जनसंचार
विभाग, उमुवि, हल्द्वानी
डॉ. गोविन्द पंत राजू
वरिष्ठ पत्रकार, लखनऊ,

प्रो. नीरजा टंडन
हिन्दी विभाग
कुमाऊं विश्वविद्यालय, नैनीताल

श्री दिनेश पाठक
स्थानीय सम्पादक,
दैनिक हिन्दुस्तान,, देहरादून

डॉ. राकेश चन्द्र रयाल
एकैडमिक एसोशिएट
पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय

पाठ लेखक

डॉ. गोविन्द पन्त राजू
डॉ. राकेश चन्द्र रयाल
श्री विपिन चन्द्रा

श्री ओमप्रकाश सिरोही
श्री कमल जोशी
डॉ. शिरीष कुमार मौर्य

पाठ सम्पादक

डॉ. गोविन्द पंत राजू
श्री पवन कुमार उप्रेती

डॉ. सुबोध कुमार
डॉ. राकेश चन्द्र रयाल

सर्वाधिकार सुरक्षित! इस पाठ्यक्रम का कोई भी अंश उत्तराखण्ड मुक्तविश्वविद्यालय की लिखित अनुमति प्राप्त किये बिना पुनः प्रस्तुत करना वर्जित है।

उ.मु.विश्वविद्यालय के पाठ्यक्रमों के विषय में अधिक जानकारी विश्वविद्यालय के कुलसचिव से प्राप्त की जा सकती है।

कुलसचिव, उ.मु. विश्वविद्यालय, हल्द्वानी द्वारा प्रकाशित एवं उत्तरायण प्रकाशन, हल्द्वानी द्वारा जून 2013 में मुद्रित।

विषय सूची

इकाई नं०	इकाई का नाम	पृष्ठ संख्या
इकाई 01	इलेक्ट्रॉनिक मीडिया : स्वरूप और अवधारणा	01-32
इकाई 02	टेलीविजन का इतिहास और परिचय	33-70
इकाई 03	टीवी पत्रकारिता एवं टीवी रिपोर्टिंग	71-98
इकाई 04	टेलीविजन समाचार की संगठनात्मक संरचना एवं टेलीविजन समाचारों का प्रेषण और प्रवाह	99-127
इकाई 05	रेडियो लेखन एवं प्रेषण	128-164
इकाई 06	फोटो पत्रकारिता	165-194
इकाई 07	कम्प्यूटर एवं मास मीडिया	195-226
इकाई 08	इन्टरनेट एवं ई-मेल	227-253
इकाई 09	साइबर पत्रकारिता	254-278

प्रश्नपत्र एवं इकाई परिचय

पत्रकारिता एवं जनसंचार पाठ्यक्रम के अन्तर्गत सप्तम प्रश्नपत्र 'इलेक्ट्रॉनिक एवं साइबर मीडिया' है। इस प्रश्नपत्र के माध्यम से विद्यार्थी इलेक्ट्रॉनिक एवं साइबर मीडिया की विस्तृत जानकारी प्राप्त कर सकेंगे। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में रेडियो, टीवी, फिल्म व अन्य माध्यमों की जानकारी दी गयी है। 'साइबर मीडिया' पत्रकारिता एवं जनसंचार की एक नई विधा है। वर्तमान में साइबर मीडिया ने विश्व को एक अन्तरजाल में बांध दिया है। इस प्रश्नपत्र में साइबर मीडिया की विस्तृत जानकारी दी गई है।

अंग्रेजी में साइबर एक विशेषण है, जिसे कम्प्यूटर या कम्प्यूटर्स के नेटवर्क के अर्थ में प्रयोग किया जाता है। हिंदी में भी इस शब्द को बिल्कुल इसी अर्थ में प्रयोग किया जाता है। इस प्रकार साइबर पत्रकारिता का तात्पर्य हुआ वह पत्रकारिता जिसमें कम्प्यूटर और इंटरनेट के जरिये उनकी नेटवर्किंग का उपयोग किया जाता हो।

प्रस्तुत प्रश्नपत्र में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अंतर्गत रेडियो, टीवी, फिल्म एवं फोटो पत्रकारिता के इतिहास, अर्थ, अवधारणा तथा इनके समाचारों की संरचना आदि पर विस्तृत जानकारी दी गई है। साथ ही साइबर मीडिया के अंतर्गत साइबर मीडिया का इतिहास, अर्थ, अवधारणा, कम्प्यूटर और नेटवर्किंग, इंटरनेट तथा ई-मेल की विस्तृत जानकारी देने की कोशिश की गई है। इस प्रश्नपत्र में कुल 9 इकाई हैं और प्रत्येक इकाई का संक्षिप्त विवरण इस प्रकार है—

इकाई 1— इलेक्ट्रॉनिक मीडिया : स्वरूप और अवधारणा — इस इकाई में **इलेक्ट्रॉनिक मीडिया** : स्वरूप एवं अवधारणा, टेलीविजन न्यूज, रेडियो, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के नए चेहरे, टीवी न्यूज निर्माण प्रक्रिया, न्यूज बनाम इंफोटेनमेंट आदि पर जानकारी दी गई है।

इकाई 2— टेलीविजन का इतिहास और परिचय — इस इकाई में टेलीविजन का अविष्कार एवं आरम्भिक दौर, विश्व के प्रमुख देशों में टेलीविजन का सफर, भारत में टेलीविजन की विकास यात्रा, दूरदर्शन, अन्य प्रमुख निजी चैनल, भारतीय टेलीविजन प्रसारण माध्यम, भारतीय टेलीविजन पत्रकारिता का सफर, न्यूज चैनलों में 'समाचार' का बदलता चेहरा आदि विषयों पर ज्ञान बांटने की कोशिश की गई है।

इकाई 3— टीवी पत्रकारिता एवं टीवी रिपोर्टिंग — इस इकाई में भारत में टीवी पत्रकारिता, टीवी रिपोर्टिंग, साक्षात्कार, संवाददाता सम्मेलन, संपादन और वाइस ओवर, एंकरिंग व न्यूज एंकर, परिचर्चा तथा सजीव परिचर्चा की जानकारी दी गई है।

इकाई 4— टेलीविजन समाचार की संगठनात्मक संरचना एवं टेलीविजन समाचारों का प्रेषण और प्रवाह — इस इकाई में सम्पादकीय विभाग या इनपुट विभाग, समाचार निर्माण तंत्र या आउटपुट, टेलीविजन समाचारों का तकनीकी तंत्र, टेलीविजन समाचारों का प्रेषण एवं प्रवाह आदि की जानकारी दी गई है।

इकाई 5— रेडियो लेखन एवं प्रेषण — इस इकाई में रेडियो की तकनीकी कार्यप्रणाली, रेडियो की भाषा, रेडियो प्रस्तुतिकरण, रेडियो लेखन, रेडियो के कार्यक्रम, मुख्य उद्देश्य, मुख्य विधाएं, रेडियो समाचार, एफ0 एम0 रेडियो आदि का विस्तृत अध्ययन किया गया है।

इकाई 6— फोटो पत्रकारिता — इस इकाई में फोटो पत्रकारिता का इतिहास एवं स्वर्णिम युग, फोटो पत्रकार, फोटो पत्रकार की भूमिका, फोटो कैप्सन, फोटो पत्रकारिता के उपकरण और तकनीक, पारंपरिक तथा आधुनिक तकनीक, फोटोग्राफी उपकरण कैमरा लेंस, फोटो ग्राफी आदि की जानकारी दी गई है।

इकाई —07 कम्प्यूटर एवं मास मीडिया — इस इकाई में कम्प्यूटर परिचय एवं इतिहास, कम्प्यूटर के प्रकार, कम्प्यूटर के महत्वपूर्ण तत्व, कम्प्यूटर हार्डवेयर एवं सॉफ्टवेयर, कम्प्यूटर तकनीक एवं मास-मीडिया, कम्प्यूटर व टेलीविजन का संयोजन, वीडियो एडिटिंग, वेबसाइट एवं अंकन, कम्प्यूटर एवं विज्ञापन, दृश्यात्मक डिजाइन एवं रंग आदि की जानकारी दी गई है।

इकाई— 08 इन्टरनेट एवं ई-मेल — इस इकाई में इन्टरनेट— अर्थ, कार्यविधि एवं संक्षिप्त इतिहास, इन्टरनेट की उपयोगिता, इन्टरनेट से कैसे जुड़ें, इन्टरनेट के सकारात्मक एवं नकारात्मक पक्ष, वेबसाइट (WWW), वेब पेज, सर्च इंजन, होम पेज, ई-मेल परिचय, अर्थ, अवधारणाएं, वीडियो कान्फ्रेंसिंग व टेलीफोनी एवं दृश्य माध्यम आदि की संक्षिप्त जानकारी दी गई है।

इकाई-9 साइबर पत्रकारिता – इस इकाई में साइबर पत्रकारिता की परिभाषा, अर्थ, एवं प्रस्तुतिकरण, इन्टरनेट में हिन्दी, सोशल नेटवर्किंग-ट्विटर, आर्कुट, फेसबुक, नेटलॉग, फांट प्रबन्धन : यूनीकोड-टूलकिट्स तथा ऑनलाइन एवं ई-बुक, ई-मैगज़ीन, ब्लॉग तथा ज्ञानकोश आदि विषयों पर जानकारी दी गई है।

इकाई 01

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया : स्वरूप और अवधारणा

इकाई की रूपरेखा

- 1.0 उद्देश्य
- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया : स्वरूप एवं अवधारणा
- 1.3 टेलीविजन न्यूज
- 1.4 रेडियो
- 1.5 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के नए चेहरे
- 1.6 टीवी न्यूज निर्माण प्रक्रिया
- 1.7 न्यूज बनाम इंफॉटेनमेंट
- 1.8 सारांश
- 1.9 शब्दावली
- 1.10 त्वरित अभ्यास
- 1.11 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 1.12 प्रयोगात्मक अभ्यास
- 1.13 संदर्भ ग्रंथ

1.0 उद्देश्य :

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया मुद्रित-प्रकाशित शब्दों से आगे का मीडिया है। हालाँकि छपे शब्दों की महत्ता न तो आज कम हुई है न ही भविष्य में कभी खत्म होगी

लेकिन आज इलेक्ट्रानिक मीडिया का जादू सचमुच सर चढ़ कर बोल रहा है। मोटे तौर जब हम इलेक्ट्रानिक मीडिया शब्द का प्रयोग करते हैं तो प्रायः उसका अभिप्राय टेलीविजन से होता है। हालाँकि इलेक्ट्रानिक मीडिया सिर्फ टेलीविजन ही नहीं है। रेडियो को इलेक्ट्रानिक मीडिया की पहली बड़ी सीढ़ी माना जा सकता है तो आज टेलीविजन को भी पीछे छोड़कर इंटरनेट तथा मोबाइल फोन इलेक्ट्रानिक मीडिया को नया विस्तार दे रहे हैं। इस इकाई में हम इलेक्ट्रानिक मीडिया के स्वरूप और अवधारणा को समझने का प्रयास करेंगे। हम इलेक्ट्रानिक मीडिया के अलग-अलग क्षेत्रों का परिचय प्राप्त करने का भी प्रयास करेंगे। इस इकाई में हम यह जानने की कोशिश करेंगे कि –

- इलेक्ट्रानिक मीडिया का विकास किस तरह हुआ है ?
- टेलीविजन न्यूज क्या होती है ?
- रेडियो ने किस प्रकार इलेक्ट्रानिक मीडिया के क्षेत्र में बार-बार अपनी पहचान बनाई है ?
- इलेक्ट्रानिक मीडिया के नए क्षेत्र कौन-कौन से हैं ?
- टीवी न्यूज की निर्माण प्रक्रिया क्या होती है ?
- इलेक्ट्रानिक मीडिया की सामाजिक जवाबदेही को लेकर क्या विवाद हैं ?
और
- इलेक्ट्रानिक मीडिया की क्या कमियां हैं ?

इस इकाई में हम इलेक्ट्रानिक मीडिया का संक्षिप्त परिचय हासिल करेंगे और यह जानने की कोशिश करेंगे कि इलेक्ट्रानिक मीडिया किस तरह सार्वभौमिक मीडिया बनता जा रहा है।

यह ध्यान देने की बात है कि आज प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रानिक मीडिया तकनीक के मामले में लगभग एक ही स्तर पर आ गए हैं। खबरें भेजने, उन्हें प्रकाशित करने, खबरें जुटाने, ले आउट बनाने आदि सारे काम प्रिंट मीडिया में भी

वैसे ही हो रहे हैं जैसे इलेक्ट्रानिक मीडिया में। अन्तर सिर्फ इतना है कि इलेक्ट्रानिक मीडिया उसे दृश्य-श्रव्य रूप में भी प्रस्तुत कर लेता है। यही अंतर इलेक्ट्रानिक मीडिया की ताकत है और यही उसकी कमजोरी भी। इस इकाई में हम इस सब पर भी एक नजर डालने का प्रयास करेंगे।

1.1 प्रस्तावना :

आज के युग में इलेक्ट्रानिक मीडिया की शक्ति, उसका प्रभाव और उसकी क्षमता किसी से भी छिपी नहीं है। बीसवीं सदी में पैदा हुए इस संचार माध्यम के सभी घटक जैसे रेडियो, टीवी, इंटरनेट और मोबाइल आज हर आधुनिक व्यक्ति के जीवन का अभिन्न अंग बन चुके हैं। इलेक्ट्रानिक मीडिया ने हमारी जिन्दगी को भी काफी हद तक प्रभावित कर दिया है। इसने जानकारी का प्रसार तेज कर दिया है और उसकी विश्वसनीयता भी बढ़ा दी है।

अपने देश के संदर्भ में देखें तो 15-20 वर्ष पहले तक टेलीविजन इतना जनसुलभ नहीं था। दूरदर्शन के हाथों में उसका नियंत्रण था। लेकिन देखते-देखते ही निजीकरण के बाद इलेक्ट्रानिक मीडिया घर-घर पहुंच गया। आज देश में 300 से अधिक टीवी चैनल दिखाई दे रहे हैं जिनमें से 125 से अधिक किसी न किसी रूप में न्यूज से जुड़े हैं। 50 से अधिक एफ. एम. चैनलों की भी अलग धूम है। बड़े महानगरों में जहां एफ एम सुनते-सुनते काम पर निकलने वाले लोग कहां से जाएं, कहां से न जाएं जैसी जरूरी जानकारियां पा लेते हैं, खबरों की दुनिया से रूबरू हो जाते हैं और बिना अतिरिक्त प्रयास के उन्हें ताजातरीन जानकारियां भी मिल जाती हैं।

कहने का आशय यह है कि इलेक्ट्रानिक मीडिया आज उच्च और मध्य वर्ग के लोगों की जरूरत बन चुका है। शहरों में शायद ही कोई घर ऐसा होता हो जहां शाम से रात तक टीवी सेट खोला न जाता हो। आज इस माध्यम ने पकड़ भी बना ली है और उसी के अनुरूप ताकत भी हासिल कर ली है। पत्रकारिता के बारे में कहा जाता है कि एक चित्र 10 हजार शब्दों के बराबर होता है, ऐसे में यह कल्पना

सहज ही की जा सकती है कि जहां हजारों तस्वीरें हों तो वहां उनकी ताकत क्या होगी ? यह हमेशा कहा जाता है कि कानों सुनी से ज्यादा आंखों देखी बातों पर यकीन किया जाना चाहिए। टेलीविजन आंखों से ही सब कुछ दिखाता है इसलिए उस पर यकीन भी अधिक किया जाता है। टेलीविजन की सफलता का रहस्य इसी तथ्य में छिपा हुआ है।

लेकिन जिन लोगों ने टीवी युग से पहले रेडियो में खेलों की कैमेट्री का मजा लिया है वे जानते हैं कि सुने हुए शब्दों की ताकत क्या होती है। जब कैमेटेर अपनी आवाज के उतार चढ़ाव के साथ हॉकी के खेल का आंखों देखा हाल सुना रहा होता था तो श्रोता उसके शब्दों के साथ-साथ एक गोलपोस्ट से दूसरे गोलपोस्ट तक की यात्रा करने लगता था। आज तो मोबाइल, इंटरनेट आदि ने दुनिया को और भी छोटा बना दिया है और आज दुनिया हर किसी की पहुंच के अन्दर समा गई है। फिर भी यह निर्विवाद रूप से कहा जा सकता है कि इलेक्ट्रानिक मीडिया की बादशाहत अब भी टीवी के हाथ में ही है। हालांकि यह भी सच है कि इलेक्ट्रानिक मीडिया और खास तौर पर टेलीविजन अब भी आम आदमी का मीडिया नहीं बन सका है। इसकी वजह आर्थिक है। भारत में टेलीविजन का विकास मध्य वर्ग के आसपास ही हुआ है। शहरी मध्य वर्ग तक ही यह सबसे पहले सुलभ भी था। उसी की रुचि को ध्यान में रखकर कार्यक्रम बनाए गए और आज भी वही वर्ग टीवी व्यवसाय के केन्द्र में है। टैक्नोलॉजी ड्रिवन मीडिया होने के कारण भी इलेक्ट्रानिक मीडिया की कुछ सीमाएं हैं, लेकिन इस सब के बावजूद यह कहा जा सकता है कि देश में इलेक्ट्रानिक मीडिया ने अपने शैशव काल में ही अपनी धाक जमा ली है।

1.2 इलेक्ट्रानिक मीडिया : स्वरूप एवं अवधारणा :

इलेक्ट्रानिक मीडिया अपने स्वरूप में प्रिंट मीडिया से एक दम अलग है। भले ही इसका विकास प्रिंट मीडिया से ही हुआ है और प्रिंट मीडिया के ही आदर्शों

और परम्पराओं की छाया में यह फलफूल रहा है। लेकिन इसका स्वरूप इसे कई मायनों में प्रिंट मीडिया से एकदम अलग बना देता है। बचपन में एब बोध कथा हममें से कइयों ने सुनी होगी जिसमें एक गुरु के चार शिष्य ज्ञान प्राप्त कर वापस जा रहे होते हैं तो उन्हें वन में एक शेर का अस्थिपिंजर मिलता है। एक उसे अपने मंत्र बल से जोड़कर उसका ढाँचा खड़ा कर देता है। दूसरा उसमें मांस और खाल चढ़ा देता है और तीसरा उसमें जान फूंक देता है। इस बोध कथा के शेर की तरह ही प्रिंट मीडिया जहां खबरों का ढाँचा खड़ा करता रहा है, उन्हे सजाता-संवारता रहा है, वहीं इलेक्ट्रानिक मीडिया ने खबरों में जान फूंक दी है। अखबार में एक रोमांचक फुटबाल मैच का चौथाई पृष्ठ का विवरण छपता है, उसके चित्र छपते हैं, उसकी हाइलाइट्स छपती हैं। पाठक उसे पढ़ कर सारी जानकारी हासिल कर लेता है। लेकिन वही बात जब रेडियो की खबर में उस रोमांचक मैच के कुछ लम्हों की कमेंटरी के जरिए सुनाई जाती है या टीवी न्यूज में मैच के सबसे सनसनीखेज गोल के 10 सैकेंड के वीडियो फुटेज के जरिए दिखाई जाती है तो मैच का असली रोमांच सजीव होकर श्रोता या दर्शक के पास तक पहुंच जाता है। इलेक्ट्रानिक मीडिया की यह स्वरूपगत खूबी उसे अलग पहचान देती है। हालांकि अब अखबारों के भी इंटरनेट संस्करण आने लगे हैं और वे खबरों को अधिक तेजी से पाठक तक पहुंचाने लगे हैं लेकिन इलेक्ट्रानिक मीडिया के पास यह ताकत अपने जन्म से ही है। विश्व के किसी एक भाग में हो रहे किसी आयोजन, घटना या किसी संवाददाता सम्मेलन के सजीव प्रसारण को उसी वक्त साथ-साथ सारे विश्व में उसे दिखाया या सुनाया जा सकता है। वस्तुतः इलेक्ट्रानिक मीडिया की अवधारणा ही खबरों के तेज, सजीव, वास्तविक और व्यापक प्रसारण से जुड़ी है। खबरों को सबसे तेज अथवा सजीव दिखा सुनाकर, जैसा हो रहा है वैसा ही दिखा/सुनाकर इलेक्ट्रानिक मीडिया चमत्कारपूर्ण प्रभाव पैदा कर देता है। हमारे देश में एक दौर में बीबीसी की खबरें घर-घर सुनी जाती थीं। अफ्रीका के गृह युद्धों, अमेरिका के चाँद पर जा पहुंचने और जवाहर लाल नेहरू की मौत जैसी खबरें बीबीसी रेडियो ने क्षण भर में पूरी दुनिया में पहुंचा दी थीं। भारत में टेलीविजन में भी निजी क्षेत्र के आगमन के बाद की कई घटनाएं जैसे गुजरात का भूकंप, कारगिल का युद्ध,

लोकसभा चुनाव और सुनामी आदि ऐसे मौके थे जब इलेक्ट्रानिक मीडिया के बादशाह टेलीविजन ने दर्शकों को घर बैठे-बैठे इन जगहों तक पहुंचा दिया था । यह कहना अतिशयोक्ति नहीं होगी कि इस तरह की घटनाओं के कवरेज ने देश में टेलीविजन न्यूज को एक व्यापक पहचान भी दी और विश्वसनीयता भी । घटनास्थल को सीधे टीवी स्क्रीन तक पहुंचा पाने की इसी ताकत में टेलीविजन की लोकप्रियता का राज छिपा हुआ है ।

अमेरिका में वर्ल्ड ट्रेड टावर पर हुए हवाई हमलों को दुनिया ने टेलीविजन के जरिए देखा और जिसने भी उन दृश्यों को देखा है, उन सबके मन में वो पूरी घटना इस तरह अंकित हो गई है कि मानो उन्होंने खुद अपनी आंखों से उसे देखा हो । घटना को वास्तविक या सजीव रूप में दिखा पाने की क्षमता इलेक्ट्रानिक मीडिया की एक बड़ी ताकत है तो इसकी पहुंच, इसकी दूसरी बड़ी ताकत । एक मुद्रित अखबार या पत्रिका का सीमित प्रसार क्षेत्र होता है लेकिन इलेक्ट्रानिक मीडिया के लिए विस्तार और प्रसार की कोई सीमाएं नहीं हैं । अमेरिका की 26/11 की घटनाएं पूरी दुनिया ने लगभग एक साथ देखीं । बीजिंग ओलम्पिक का उद्घाटन हो या दक्षिण अफ्रीका में विश्वकप फुटबाल के खेल । पूरा विश्व अपनी आंखों से इनका सजीव प्रसारण होते हुए देख पाता है । घटना को सजीव होते देखना अपने आप में एक रोमांचक अनुभव है । दर्शक उस घटना के एक पात्र की तरह उससे जुड़ जाता है । ऐसा कर पाना किसी दूसरे संचार माध्यम के लिए सम्भव नहीं है । इलेक्ट्रानिक मीडिया को प्रभावशाली बनाने वाली एक और बड़ी ताकत इसकी भाषा है । अखबार पढ़ने के लिए आदमी का साक्षर होना जरूरी है । दूसरी भाषा का अखबार पढ़ने के लिए उस भाषा का ज्ञान होना जरूरी है लेकिन सजीव चित्रों की भाषा इनमें से किसी की भी मोहताज नहीं । 26/11 की घटना में ट्विन टावर्स से अज्ञात विमानों का टकराना, टावर्स में आग लग जाना और उसके बाद का विध्वंस, सजीव चित्रों ने इसकी जो कहानी दिखाई उसके लिए किसी भाषा या शब्दों की जरूरत नहीं थी । संप्रेषण की यह खूबी भी इलेक्ट्रानिक मीडिया की एक बड़ी ताकत है । संक्षेप में कहा जा सकता है कि दृश्य-श्रव्य स्वरूप वाला इलेक्ट्रानिक मीडिया अपने प्रसार के विस्तार, घटना स्थल से सीधे घटना को दिखा

सकने की ताकत और शब्दों तथा भाषा से उपर उठकर किए जाने वाले वाले संप्रेक्षण के कारण आज सबसे सशक्त जन संचार माध्यम बन चुका है।

बोध प्रश्न

- प्र0 1— इलेक्ट्रानिक मीडिया की..... उसे अलग पहचान देती है।
- उ0 इलेक्ट्रानिक मीडिया की (स्वरूपगत खूबी) उसे अलग पहचान देती है।
- प्र 2— इलेक्ट्रानिक मीडिया की अवधारणा किन चीजों से जुड़ी हैं ?
- उ0 इलेक्ट्रानिक मीडिया की अवधारणा खबरों के तेज, सजीव, वास्तविक और व्यापक प्रसारण से जुड़ी है।
- प्र0 3— भारत में इलेक्ट्रानिक मीडिया को व्यापक पहचान और विश्वसनीयता किस तरह की खबरों से मिली ?
- उ0 गुजरात में भूकंप, कारगिल का युद्ध, सुनामी और लोकसभा चुनाव जैसी घटनाओं के कवरेज के कारण देश में इलेक्ट्रानिक मीडिया को व्यापक पहचान और विश्वसनीयता मिली है।
- प्र0 4— इलेक्ट्रानिक मीडिया को प्रभावशाली बनाने के पीछे कौन-कौन सी प्रमुख ताकत हैं ?
- उ0 इलेक्ट्रानिक मीडिया को प्रभावशाली बनाने वाली प्रमुख ताकत इसकी व्यापक पहुंच और चित्रों के जरिए संप्रेक्षण कर पाने की इसकी क्षमता है।

1.3 टेलीविजन न्यूज :

भारतीय पौराणिक ग्रंथ महाभारत की कथा में संजय द्वारा धृतराष्ट्र के पास बैठे-बैठे महाभारत के युद्ध क्षेत्र का आंखों देखा हाल सुनाने का उल्लेख भले ही

मिलता हो मगर आधुनिक टेलीविजन के इतिहास को अभी 100 वर्ष भी पूरे नहीं हुए हैं। सन् 1900 में पहली बार रूसी वैज्ञानिक कोंस्तातिन पेस्की ने सबसे पहली बार टेलीविजन शब्द का इस्तेमाल चित्रों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक भेजने वाले एक प्रारम्भिक यंत्र के लिए किया था। 1922 के आस-पास पहली बार टेलीविजन का प्रारम्भिक सार्वजनिक प्रदर्शन हुआ था। 1926 में इंग्लैण्ड के जॉन बेयर्ड और अमेरिका के चार्ल्स फ्रांसिस जेनकिंस ने मैकेनिकल टेलीविजन के जरिए चित्रों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक भेजने का सफल प्रयोग किया। पहले इलेक्ट्रानिक टेलीविजन का आविष्कार रूसी मूल के अमेरिकी वैज्ञानिक ब्लादीमिर ज्योर्खिन ने 1927 में किया। हालांकि इसकी दावेदारी जापान, रूस, जर्मनी, फ्रांस और ब्रिटेन भी करते रहे हैं कि पहला इलेक्ट्रानिक टेलीविजन उनके देश में बनाया गया। बहरहाल 1939 में पहली बार अमेरिकी रेडियो प्रसारण कंपनी आर सी ए ने न्यूयार्क विश्व मेले के उद्घाटन और राष्ट्रपति रूजवैल्ट के भाषण का सीधा टेलीविजन प्रसारण किया। बीबीसी रेडियो 1930 में और बीबीसी टेलीविजन 1932 में स्थापित हो गया था। इसने 1936 के आस पास कुछ टीवी कार्यक्रम बनाए भी। इसी बीच दूसरा विश्वयुद्ध छिड़ जाने से टीवी के विकास की रफ्तार कम हो गई।

1 जुलाई 1941 को अमेरिकी कंपनी कोलम्बिया ब्रॉडकास्टिंग सर्विस ने न्यूयार्क टेलीविजन स्टेशन से रोजाना 15 मिनट के न्यूज बुलेटिन की शुरुआत की। यह प्रसारण सीमित दर्शकों के लिए था। विश्वयुद्ध की समाप्ति के बाद तकनीकी विकास के दौर में 1946 में रंगीन टेलीविजन के आविष्कार ने टीवी न्यूज के विकास में एक बड़ी छलांग का काम किया। 50 के दशक में अमेरिकी प्रसारण कंपनी एनबीसी और एन सी बी एस ने रंगीन न्यूज बुलेटिन शुरू किए तो बीबीसी टीवी ने भी दैनिक न्यूज बुलेटिन शुरू कर दिए। 1980 में टेड टर्नर ने सी एन एन के 24 घंटे के न्यूज चैनल की शुरुआत की। 24 घंटे का यह न्यूज चैनल जल्द ही लोकप्रिय हो गया और 1986 में स्पेस शटल चैलेजर के दुर्घटनाग्रस्त होने के सजीव प्रसारण ने इसे बहुत ख्याति प्रदान की। लगभग 10 वर्ष बाद 1989 में ब्रिटेन में भी रूपर्ट मर्डोक ने लन्दन से स्काई न्यूज के नाम से 24 घंटे का न्यूज चैनल शुरू

किया जबकि टीवी न्यूज में काफी नाम कमा चुके बी बी सी को 24 घंटे का न्यूज चैनल शुरू करने के लिए 1997 तक इन्तजार करना पड़ा। आज विश्व के प्रायः हर देश में एक से अधिक न्यूज चैनल हैं। पश्चिमी टीवी न्यूज चैनलों का एकाधिकार और दबदबा भी अब कम होता जा रहा है और अल जजीरा जैसे चैनल टीवी खबरों की दुनिया में पश्चिमी एकाधिकार को कड़ी चुनौती देने लगे हैं।

भारत में टेलीविजन का आगमन 1959 में हो गया था। प्रारम्भ में यह माना गया था कि भारत जैसे गरीब देश में इस महंगी टेक्नोलॉजी वाले माध्यम का कोई भविष्य नहीं है। लेकिन धीरे-धीरे यह धारणा खुद ब खुद बदलती चली गई। 1964 में दूरदर्शन पर पहली बार न्यूज की शुरुआत हुई। शुरू में यह रेडियो यानी आकाशवाणी के अधीन था। इसका असर दूरदर्शन के समाचारों पर भी दिखाई देता था। लेकिन 1982 में दिल्ली एशियाई खेलों के आयोजन, एशियाड के साथ ही देश में रंगीन टेलीविजन की शुरुआत हो गई और यहीं से दूरदर्शन के समाचारों में एक नए युग की शुरुआत भी हुई। इसी दौर में हिंदी के अलावा उर्दू, संस्कृत और अन्य क्षेत्रीय भाषाओं के न्यूज बुलेटिन भी शुरू हुए। संसदीय चुनावों के कवरेज ने दूरदर्शन न्यूज को काफी लोकप्रिय बनाया मगर उसे अभी निजी चैनलों की चुनौती नहीं मिली थी।

भारतीय टेलीविजन में निजी क्षेत्र का खबरों की दुनिया में प्रवेश 1994 में हुआ। पहले जैन टीवी और फिर जी टीवी ने न्यूज बुलेटिन शुरू किए। पहला चौबीस घंटे का न्यूज चैनल भी जैन टीवी का ही था जो अधिक समय तक चल नहीं पाया। जी न्यूज ने 1 फरवरी 1999 को चौबीस घंटे का न्यूज चैनल शुरू किया जो आज भी चल रहा है। इसी बीच बी ओ आई ने भी न्यूज चैनल शुरू किया मगर खर्चीले प्रबन्धन ने उसे भी जल्द ही डुबा दिया। लेकिन भारत में टीवी न्यूज को सही मायनों में स्थापित करने का श्रेय अगर किसी को दिया जा सकता है तो वो है 'आज तक'। 17 जुलाई 1995 को आज तक 20 मिनट के न्यूज बुलेटिन के तौर पर दूरदर्शन में शुरू हुआ था। सुरेन्द्र प्रताप सिंह के कुशल संपादन व प्रस्तुतिकरण ने जल्द ही आजतक को सर्वश्रेष्ठ और विश्वसनीय समाचार बुलेटिन

बना दिया। इसकी सफलता की नींव पर 31 दिसम्बर 2000 को आज तक के 24 घंटे के निजी न्यूज चैनल की शुरुआत हुई जो अब भी सर्वश्रेष्ठ बना हुआ है। आज देश में 100 से अधिक निजी न्यूज चैनल हैं और सब अपनी-अपनी विशिष्टताओं के साथ खबरों की दुनिया में अपना प्रदर्शन कर रहे हैं। तकनीक के सस्ते होते जाने से भी टीवी न्यूज का विस्तार तेजी से हुआ है। पहले न्यूज चैनल शुरू करने में 50 करोड़ से अधिक खर्च आता था तो आज महज कुछ करोड़ रूपयों में न्यूज चैनल शुरू हो जाता है। मगर तकनीक सस्ती होने के साथ ही टीवी न्यूज में भी सस्तापन आने लगा है, गम्भीरता और लोक जिम्मेदारी की भावना कम होने से साथ-साथ सनसनी और नाटकीयता बढ़ने लगी है। टीवी न्यूज के भविष्य के लिए यह शुभ संकेत नहीं कहे जा सकते मगर विशेषज्ञ मानते हैं कि यह दौर जल्द ही खत्म हो जाएगा।

बोध प्रश्न

- प्र0 1— आधुनिक टेलीविजन का इतिहास कितना पुराना है ?
- उ0 आधुनिक टेलीविजन का इतिहास लगभग 100 वर्ष पुराना है।
- प्र0 2— पहला सीधा टेलीविजन प्रसारण कब और कहां हुआ था ?
- उ0 1939 में पहली बार अमेरिकी रेडियो प्रसारण कंपनी आरसीए ने न्यूयार्क में तत्कालीन अमेरिकी राष्ट्रपति रूजवेल्ट के भाषण का सीधा प्रसारण किया था।
- प्र0 3— रंगीन टेलीविजन का आविष्कार कब हुआ ?
- उ0 रंगीन टेलीविजन का आविष्कार 1946 में हुआ।
- प्र0 4— भारत में टेलीविजन का आगमन कब हुआ ?
- उ0 भारत में टेलीविजन का आगमन 1959 में हुआ था।

प्र0 5— भारत में टीवी न्यूज को सही मायने में स्थापित करने का श्रेय किसे दिया जा सकता है ?

उ0 भारत में टेलीविजन न्यूज को स्थापित और लोकप्रिय बनाने का श्रेय आजतक को दिया जा सकता है। आज तक की शुरुआत 17 जुलाई 1995 को दूरदर्शन पर 20 मिनट के एक न्यूज बुलेटिन के तौर पर हुई थी।

1.4 रेडियो :

इलेक्ट्रानिक मीडिया का पहला क्रांतिकारी कदम रेडियो को माना जाता है। उन्नीसवीं सदी के अंतिम दशक में सन् 1895 में इटली के वैज्ञानिक गुगलीनो मारकोनी ने बेतार संकेतों को इलेक्ट्रोमैग्नेटिक हार्टीजियन तरंगों द्वारा प्रसारित करने में सफलता हासिल कर रेडियो की अवधारणा को जन्म दिया। जल्द ही रेडियो, टेलीफोन और बेतार का तार समुद्री यातायात में संचार का प्रमुख साधन बन गये। प्रथम विश्व युद्ध में सैनिक संचार और प्रचार के लिए भी रेडियो का खूब इस्तेमाल हुआ था। विश्व युद्ध के बाद रेडियो का इस्तेमाल जनसंचार मीडिया के तौर पर किए जाने के लिए परीक्षण शुरू हुए और 1920 में अमेरिका के पिट्सवर्ग में दुनिया का पहला रेडियो प्रसारण केन्द्र स्थापित हुआ। 23 फरवरी 1920 को मारकोनी की कंपनी ने भी चैम्सफोर्ड, इंग्लैण्ड से अपने पहले रेडियो कार्यक्रम का सफल प्रसारण किया। 14 नवम्बर 1922 को लन्दन में ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कंपनी की स्थापना हुई। मारकोनी भी इसके संस्थापकों में एक थे। एक जनवरी 1927 को इस कंपनी को ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कार्पोरेशन, बीबीसी में परिवर्तित कर दिया गया।

भारत में 8 अगस्त 1921 को टाइम्स ऑफ इण्डिया के मुम्बई कार्यालय ने एक विशेष रेडियो संगीत कार्यक्रम का प्रसारण कर भारत में रेडियो प्रसारण की नींव रखी। इस प्रसारण को पुणे तक सुना गया था। इसी के साथ पश्चिम की तरह

भारत में भी शौकिया रेडियो क्लबों की स्थापना होने लगी। 13 नवम्बर 1923 को कोलकाता से रेडियो क्लब ऑफ बंगाल ने और 8 जून 1924 को बाम्बे रेडियो क्लब मुम्बई ने अपने प्रसारण शुरू किए। साथ ही चेन्नई, करांची तथा रंगून में भी ऐसे ही प्रसारण केन्द्र शुरू हो गए। आर्थिक अभावों के कारण प्रायः ये सभी रेडियो क्लब दीर्घजीवी नहीं रह पाए लेकिन इसके बावजूद रेडियो की लोकप्रियता कम नहीं हुई। 23 जुलाई 1927 को चेन्नई में इण्डियन ब्राडकास्टिंग कंपनी (आईबीसी) का विधिवत उद्घाटन तत्कालीन वायसराय लार्ड इरविन द्वारा किया गया। उस समय भारत में कुल 3594 रेडियो सेट थे। तब रेडियो सेट रखने के लिए सरकार से लाइसेंस लेना पड़ता था। लगातार घाटे के कारण जल्द ही आईबीसी को बन्द करने की नौबत आ गई लेकिन रेडियो सुनने के आदी हो चुके लोगों के तीव्र विरोध के कारण सरकार ने इसका प्रसारण जारी रखने का फैसला किया और 1 अप्रैल 1930 को इण्डियन स्टेट ब्राडकास्टिंग सर्विस की स्थापना हुई जो बाद में आकाशवाणी में परिवर्तित हो गई।

आज आकाशवाणी दुनिया का सबसे बड़ा रेडियो नेटवर्क हो चुका है। एक अरब से अधिक लोगों तक इसकी पहुंच है। देश भर में आकाशवाणी के 250 से अधिक छोटे बड़े केन्द्र हैं। 25 से अधिक भाषाओं और 150 से अधिक बोलियों में इसके कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। एफएम (फ्रीक्वेंसी मोड्युलेटर) सेवा की शुरुआत के साथ भारत में रेडियो को एक नया जीवन मिला है। आज आकाशवाणी के साथ-साथ प्रायः हर बड़े शहर में एक दो निजी एफएम रेडियो प्रसारण हो रहे हैं और लोगों को मनोरंजन के साथ सूचना भी मुहैया करा रहे हैं। रेडियो टैक्नोलॉजी के डिजीटल हो जाने से भी रेडियो को नया जीवन मिल गया है और अब तो वर्ल्ड स्पेस रेडियो भी भारत में उपलब्ध है। देश में आज 25 करोड़ से अधिक रेडियो सेट हैं और आज भी दूर दराज के इलाकों में सूचना और संचार का यह सबसे भरासेमंद साधन है।

आज आकाशवाणी दुनिया का सबसे बड़ा रेडियो नेटवर्क हो चुका है। एक अरब से अधिक लोगों तक इसकी पहुंच है। देश भर में आकाशवाणी के 250 से अधिक छोटे बड़े केन्द्र हैं । 25 से अधिक भाषाओं और 150 से अधिक बोलियों में इसके कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। एफएम (फ्रीक्वेंसी मोड्युलेटर) सेवा की शुरुआत के साथ भारत में रेडियो को एक नया जीवन मिल गया है।

हालांकि रेडियो के और भी कई उपयोग हैं, मसलन पुलिस व सेना इसे अपने विभागीय संचार तंत्र के रूप में इस्तेमाल करते हैं। विमान यात्राओं के संचालन में भी इसका प्रयोग होता है। समुद्री यात्राओं, पर्वतारोहण अभियानों व अन्य साहसिक अभियानों में भी इसका इस्तेमाल संचार के विश्वस्त साधन के रूप में किया जाता है। वैसे तो ध्वनि की रफ्तार 345 मीटर प्रति सेकेंड होती है लेकिन रेडियो प्रसारण की तकनीक के कारण इसकी गति 1,86,000 मील प्रति मिनट हो जाती है। इसी कारण रेडियो के जरिए लाखों मील दूर तक की बात हम एक सेकेंड से भी कम समय में सुन लेते हैं।

रेडियो क्योंकि बोले जाने वाले शब्दों का माध्यम है। इसलिए इसके समाचारों की भाषा भी प्रिंट मीडिया के समाचारों से कुछ अलग होती है। इसलिए रेडियो के लिए समाचार बनाते समय कुछ सावधानियां जरूरी हैं।

- 1— समाचार में शब्दों का चयन ऐसा होना चाहिए कि वो श्रोता को आसानी से समझ में आ जाएं।
- 2— वाक्य छोटे-छोटे होने चाहिये और उनमें शब्द आम बोलचाल की भाषा के होने चाहिए।
- 3— सरलता रेडियो समाचार लेखन का सबसे जरूरी तत्व है अतः रेडियो समाचार सरल ढंग से लिखा जाना चाहिए।
- 4— चूंकि श्रोता के पास रेडियो समाचार को अखबार की तरह फिर से पढ़ पाने की सुविधा नहीं होती इसलिए महत्वपूर्ण सूचना व जरूरी अंश को एक से

अधिक बार लिखा जाना चाहिए लेकिन इस तरह कि वह सिर्फ दोहराव ही न लगे ।

5— रेडियो समाचारों में उपर्युक्त, पूर्ववर्णित, निम्नलिखित, पिछले पैराग्राफ में आदि शब्दों से एकदम बचना चाहिए।

रेडियों निसन्देह आज भी इलेक्ट्रानिक संचार माध्यमों में अग्रणी है और एफएम की युवाओं के बीच बढ़ती लोकप्रियता ने इसे एक प्रकार से फिर से पुर्नजीवित कर दिया है और एक बार फिर लोग रेडियो की ओर से मुड़ने लगे हैं।

बोध प्रश्न

प्र0 1— विश्व का पहला रेडियो स्टेशन कब और कहां स्थापित हुआ था?

उ0 विश्व का पहला रेडियो प्रसारण केन्द्र 1920 में अमेरिका के पिट्सबर्ग में स्थापित हुआ था।

प्र0 2— बी बी सी का प्रारम्भिक नाम क्या था ?

उ0 बी बी सी का प्रारम्भिक ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कंपनी था।

प्र0 3— भारत में पहला रेडियो प्रसारण कब और कहां से हुआ था ?

उ0 भारत में पहला रेडियो प्रसारण 8 अगस्त 1921 को मुम्बई से हुआ था।

प्र0 4— एफ एम रेडियो के शुरू होने के बाद रेडियो को किस तरह का फायदा हुआ है ?

उ0 एफ एम रेडियो की शुरूआत ने रेडियो को एक नया जीवन दे दिया है। अब रेडियो के साथ युवा वर्ग भी तेजी से जुड़ रहा है इसके कारण रेडियो की लोकप्रियता तेजी से बढ़ रही है।

1.5 इलेक्ट्रानिक मीडिया के नए चेहरे :

इलेक्ट्रानिक मीडिया की यात्रा रेडियो और टेलीविजन तक ही सीमित नहीं है। इस यात्रा की राह में नई-नई मंजिलें जुड़ती जा रही हैं। नए जमाने का माध्यम बनने की होड़ में इलेक्ट्रानिक मीडिया के परिवार में नए-नए चेहरे भी जुड़ते जा रहे हैं। इंटरनेट के बाद अब मोबाइल फोन इलेक्ट्रानिक मीडिया का नया क्षेत्र बन रहा है। आज पूरी दुनिया संचार क्रान्ति के दौर से गुजर रही है। सूचना एवं प्रौद्योगिकी के तालमेल से पैदा हुई इस क्रान्ति ने हर चीज को प्रभावित किया है। सूचना प्रौद्योगिकी यानी इंफार्मेशन टेक्नालॉजी आज हमारे जीवन के हर क्षेत्र में अपना जर्बदस्त प्रभाव डाल रही है। सूचना प्रौद्योगिकी का आधार कम्प्यूटर है। कम्प्यूटर ने सूचना प्रौद्योगिकी के साथ जुड़कर दुनिया को ग्लोबल विलेज में बदल डाला है। इंटरनेट इसका प्रमाण है। आज विश्व में 10 लाख से भी अधिक कम्प्यूटर नेटवर्क इंटरनेट से जुड़ चुके हैं। पचास करोड़ से अधिक लोग हर रोज इंटरनेट का इस्तेमाल कर रहे हैं। इंटरनेट ने हमारी जीवन शैली को गम्भीरता से प्रभावित किया है और बहुत सन्दर्भों में तो पूरी तरह बदल ही डाला है। अमेरिका और ब्रिटेन में 75 फीसदी से अधिक लोग इंटरनेट के जरिए पढ़ाई कर रहे हैं, अपनी सारी खरीददारी कर रहे हैं और अपने रोजमर्रा के सारे काम कर रहे हैं। फेसबुक और ओरकुट जैसी बेबसाइट्स पूरी दुनिया को एक बना रही हैं। इनके माध्यम से एक क्लिक के जरिए आप पूरी दुनिया से जुड़ जाते हैं।

हालांकि भारत में पहला कम्प्यूटर 1955 में भारतीय सांख्यिकी संस्थान कोलकाता में स्थापित किया गया था। मगर आज यह देश का सबसे तेजी से बढ़ता क्षेत्र बन चुका है। फायबर ऑप्टिकल केवल नेटवर्क और उपग्रह के जरिए देश के दूरदराज के स्थान भी इंटरनेट से जुड़ चुके हैं और इसने एक मीडिया के रूप में इंटरनेट की सार्थकता भी साबित कर दी है। इंटरनेट अब ई मेल के जरिए लोगों को एक दूसरे से जोड़ने में एक तीव्रतम सेतु का काम करने लगा है।

इंटरनेट आज लोगों को एक दूसरे से जोड़ ही नहीं रहा बल्कि यह मीडिया के लिए भी वरदान बन गया है। इंटरनेट के जरिए हम प्रिंट मीडिया की तरह खबरों को पढ़ भी सकते हैं, रेडियो की तरह सुन भी सकते हैं और टेलीविजन की तरह खबरों को देख भी सकते हैं। इसी विशेषता के कारण इंटरनेट का विस्तार सबसे तेज संचार माध्यम के रूप में हो रहा है।

सेल्युलर या मोबाइल फोन भी संचार प्रौद्योगिकी का एक क्रांतिकारी साधन बन गया है। भारत जैसे विकासशील देशों में तो इसका विस्तार इंटरनेट से भी तेज गति से हो रहा है।

मोबाइल फोन आज लोगों को एक दूसरे से जोड़ तो रहा ही है यह खबरों को भी बेहद तेजी से एक स्थान से दूसरे स्थान तक भेजने का साधन बनता जा रहा है। आज मोबाइल के जरिए टेलीविजन न्यूज चैनल देखे जा सकते हैं। रेडियो सुना जा सकता है और अखबार, पत्रिकाएं या किताबें भी पढ़ी जा सकती हैं। इसमें चीजों को उनके वास्तविक रंगों में देखने की सुविधा भी है और यह इंटरनेट की तुलना में कम खर्चीला साधन है।

इंटरनेट आज लोगों को एक दूसरे से जोड़ ही नहीं रहा बल्कि यह मीडिया के लिए भी वरदान बन गया है। इंटरनेट के जरिए हम प्रिंट मीडिया की तरह खबरों को पढ़ भी सकते हैं, रेडियो की तरह सुन भी सकते हैं और टेलीविजन की तरह खबरों को देख भी सकते हैं। इसी विशेषता के कारण इंटरनेट का विस्तार सबसे तेज संचार माध्यम के रूप में हो रहा है।

इंटरनेट व मोबाइल फोन, इन दोनों ही ने इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को नई गति और नया विस्तार दे दिया है। आज इंटरनेट पर अनेक ब्लाग, वेब पोर्टल, वेबसाइट्स और वेब मैगजींस उपलब्ध हैं तो कई अखबारों या टीवी न्यूज चैनलों के इंटरनेट के लिए तैयार किए जाने वाले संस्करण भी। इनका अपना अर्थतंत्र है अपना अलग प्रसार तंत्र है और अपना अलग कार्यक्षेत्र। इसी तरह मोबाइल पर भी अब कई न्यूज एजेंसियां अपने समाचार लोगों तक पहुंचा रही हैं। क्षेत्र विशेष की

हर छोटी बड़ी घटना इनके जरिए मोबाइल धारकों तक पहुंच रही है। थ्री जी व फोर जी जैसी सेवाओं के कारण भी मोबाइल का विस्तार और व्यापार बढ़ने की सम्भावनाएं हैं। जीपीआरएस जैसी प्रणालियों को तो हम भविष्य का इलेक्ट्रानिक मीडिया भी मान सकते हैं। यानी इलेक्ट्रानिक मीडिया के विस्तार का दौर अभी खत्म नहीं हुआ है।

बोध प्रश्न

प्र0 1— इंटरनेट के बाद अब.....इलेक्ट्रानिक मीडिया का नया चेहरा बन रहा है।

उ0 इंटरनेट के बाद अब (मोबाइल फोन) इलेक्ट्रानिक मीडिया का नया चेहरा बन रहा है।

प्र0 2— सूचना प्रौद्योगिकी का आधार क्या है ?

उ0 सूचना प्रौद्योगिकी का आधार कम्प्यूटर है।

प्र0 3— इंटरनेट आज कितना प्रचलित संचार माध्यम बन गया है ?

उ0 इंटरनेट आज एक बेहद प्रचलित संचार माध्यम हो गया है। आज विश्व में 10 लाख से अधिक कम्प्यूटर नेटवर्क इंटरनेट से जुड़ चुके हैं और 50 करोड़ से अधिक लोग हर रोज इंटरनेट का इस्तेमाल कर रहे हैं।

प्र0 4— एक संचार माध्यम के रूप में मोबाइल फोन की क्या उपयोगिता है ?

उ0 मोबाइल फोन लोगों को एक दूसरे से जोड़ ही नहीं रहा बल्कि आज यह प्रिंट, रेडियो और टीवी मीडिया की खबरों को भी बेहद तेजी से एक स्थान से दूसरे स्थान में पहुंचाने में काम आने लगा है। इलेक्ट्रानिक मीडिया के एक अंग के रूप में इसकी उपयोगिता दिनोंदिन बढ़ती ही जा रही है।

1.6 टीवी न्यूज निर्माण प्रक्रिया :

यह माना जाता है कि प्रिंट मीडिया छपे हुए शब्दों और स्थिर चित्रों का माध्यम है, रेडियो ध्वनियों और टेलीविजन सजीव अथवा गतिशील चित्रों के साथ ध्वनि का। टीवी न्यूज को दृश्य माध्यम माना जाता है। इसलिए टीवी न्यूज के निर्माण में भी दृश्यों की भाषा को ही इस्तेमाल किया जाता है। जिस तरह प्रिंट मीडिया में शब्दों को जोड़कर खबर बनती है और जिस तरह वहां यह ध्यान रखना जरूरी होता है कि कौन सी बात कब लिखी जाए, ठीक उसी तरह टीवी न्यूज में यह ध्यान रखना जरूरी है कि कौन सा चित्र/दृश्य किसके बाद होना चाहिए।

टीवी न्यूज की निर्माण प्रक्रिया काफी जटिल होती है और इसके लिए सबसे जरूरी होता है खबरों का संकलन। टीवी की समाचार संकलन प्रक्रिया प्रिंट मीडिया से थोड़ी फर्क होती है। टीवी के बारे में कहा जाता है कि टीवी पत्रकार को खबरों के साथ-साथ रहना पड़ता है जबकि प्रिंट मीडिया में खबरों के पीछे रहकर भी काम चल जाता है। टीवी न्यूज के समाचार स्रोत भी प्रिंट की तरह ही हैं। यानी अपना संवाद संकलन तंत्र, न्यूज एजेंसियां और अन्य स्रोत। अन्य स्रोत के अन्तर्गत फिल्मों, टीवी शो के अंश, खेल व मैच आदि के अंश तथा प्रचार सामग्री आदि शामिल हैं।

समाचार संकलन के लिए टीवी चैनल प्रायः अपने प्रसारण क्षेत्र के हर प्रमुख स्थान में संवाददाता या रिपॉर्टर (अशंकालिक संवाददाता) नियुक्त करते हैं। ये सभी अपने-अपने इलाके की हर महत्वपूर्ण खबर उसके वीडियो फुटेज के साथ भेजते हैं। भेजने के लिए प्रायः अब वी सेट, लीज्ड लाइन या इंटरनेट का इस्तेमाल किया जाता है। चैनल के अपने स्थानीय कार्यालय से भी खबरें भेजने के लिए लीज्ड लाइन, इंटरनेट या सैटेलाइट सेवा (वी सेट) का इस्तेमाल किया जाता है। कहीं-कहीं ओबी वैन (आऊटडोर ब्राडकास्ट वैन) या डी एस एन जी (डायरेक्ट सैटेलाइट न्यूज गैदरिंग) की मदद से भी खबरें भेजी जाती हैं और कई बार हाथों-हाथ या कूरियर के जरिए भी।

न्यूज चैनल में यह सब खबरें जिस जगह पहुंचती हैं उसे इनपुट विभाग का एसाइनमेंट कहते हैं। इनपुट का काम यह होता है कि वह अपने क्षेत्र की हर छोटी बड़ी खबर पर नजर रखे। अपने संवाददाताओं से लगातार संपर्क करे और उनसे जल्द से जल्द अपने उपयोग की खबरें मंगाए। इनपुट या एसाइनमेंट से ही हर रोज खेल, राष्ट्रीय ब्यूरो, बिजनेस ब्यूरो, इंटरटेनमेंट ब्यूरो आदि से सम्पर्क कर रोज के लिए खबरों को जुटाने की तैयारी की जाती है। इनपुट ही हर रोज का डे प्लान बनाता है कि खबर को कैसे दिखाया जाए, कब दिखाया जाए आदि। लेकिन एक न्यूज चैनल में सब कुछ डे प्लान पर ही निर्भर नहीं होता। चैनल को किसी भी आकस्मिक खबर या घटना के लिए भी खुद को तैयार रखना पड़ता है और किसी आपात घटना के वक्त एसाइनमेंट को सबसे अधिक सक्रिय होना पड़ता है। आपात स्थिति में इनपुट ही सबसे पहले आउटपुट को घटना की सूचना देता है ताकि वो खबर के प्रस्तुतिकरण के लिए तैयारी कर सके। सम्बद्ध लोगों, अधिकारियों के फोन नम्बर आदि के जरिए उनसे सम्पर्क करने का काम भी इनपुट का ही होता है। सामान्य स्थितियों में भी पहले से तय घटनाओं जैसे क्षेत्र का कोई विशेष पर्व, होली-दीवाली-ईद आदि, संसद का बजट सत्र, कोई विशेष खेल आयोजन आदि के लिए इनपुट ही पहले से तैयारी करके अपनी योजनाएं बनाता है ताकि उसका बेहतर कवरेज किया जा सके।

जिस तरह खबरें जुटाने का काम इनपुट अथवा एसाइनमेंट का होता है उसी तरह आउटपुट का काम इन खबरों को संवार कर, तराश कर दर्शकों के लिए प्रस्तुत करना है। न्यूज चैनल में इनपुट और आउटपुट का जितना बेहतर तालमेल होता है उतनी ही अच्छी उसकी प्रस्तुति भी होती है। दोनों में अच्छी समझ होती है तो दोनों ही एक साथ अपनी-अपनी तैयारी शुरू कर सकते हैं और अधिक गति और उत्साह से काम हो जाता है। आउटपुट एक तरह से समाचार निर्माण तंत्र है और जिस तरह इनपुट का काम न्यूज चैनल के दफ्तर के बाहर फैला होता है वैसे ही आउटपुट का काम दफ्तर के भीतर एक ही छत के नीचे। इनपुट के जरिए आने वाली असंपादित खबरें या तो शूटिंग से लाए गए वीडियो टेप होते हैं जिन्हें

सीधे सर्वर में इनजस्ट कर दिया जाता है या फिर संवाददाताओं द्वारा इंटरनेट या लीज्ड लाइन आदि से भेजी गई फीड। फीड को भी सर्वर में ही स्टोर किया जाता है। वीडियो टेप या फीड आदि के जरिए आए इस कच्चे माल को देखकर आउटपुट स्क्रिप्ट तैयार करता है और फिर उसकी वीडियो एडिटिंग करवा कर उसमें वायस ओवर के जरिए आवाज रिकार्ड करवा कर उसे एक खबर का रूप देता है। खबर निर्माण के इस काम को पैकेजिंग कहते हैं।

आउटपुट ही मुख्य रूप से यह तय करता है कि किस-किस खबर को किस-किस बुलेटिन में स्थान दिया जाना है। इसे रन डाउन कहते हैं। रन डाउन तय हो जाने के बाद और उसकी पैकेजिंग हो जाने के बाद आउटपुट यह तय करता है कि खबर को कितना महत्व देना है। हालांकि आजकल प्रायः सभी बड़े चैनल कम से कम 10-12 घंटे लाइव न्यूज दिखाते हैं इसलिए अब पूर्व निर्धारित रन डाउन को प्रायः तोड़कर बीच बीच में आ जाने वाले बड़े समाचारों या ब्रेकिंग न्यूज को दिखा दिया जाता है। इसी वजह से अब न्यूज चैनल में प्रस्तुतकर्ता (एंकर) की जिम्मेदारी बढ़ गई है। उसे अब न सिर्फ तैयार समाचारों को प्रभावशाली और विश्वसनीय ढंग से पढ़ना होता है बल्कि ब्रेकिंग न्यूज की स्थिति में उसे संतुलित ढंग से खबर को प्रस्तुत करने के साथ खबर से सम्बद्ध लोगों से सवाल-जवाब भी करने होते हैं। हालांकि इस काम में आउटपुट के अन्तर्गत काम करने वाला पैनल प्रोड्यूसर उसकी पूरी मदद करता है।

आउटपुट के चार मुख्य भाग हैं। न्यूजरूम, वीडियो एडिटिंग, ग्राफिक्स और एनीमेशन तथा स्टूडियो और पीसीआर। इन दिनों प्रायः सभी बड़े न्यूज चैनलों में न्यूज रूम पूरी तरह ओटोमेटेड हो गए हैं। ओटोमेशन के लिए अलग-अलग साफ्टवेयर इस्तेमाल होते हैं जैसे विनक्यू, आक्टोपस, इ एन पी एस (इलेक्ट्रॉनिक न्यूज प्रोडक्सन सिस्टम) आदि। इनके जरिए रन डाउन, स्क्रिप्ट, एडिटिंग, आर्काइव आदि का काम बेहद आसान एवं सुविधाजनक हो गया है। जैसे अगर किसी खबर की स्क्रिप्ट तैयार हो गई है और रनडाउन में डाल दी गई है तो पूरे दफतर में बैठा कोई भी जिम्मेदार व्यक्ति उसे अपने कम्प्यूटर में देख सकता है और उसमें कोई

कमी होने पर उसे ठीक करवा सकता है। इसी तरह आर्काइव की सुविधा के जरिए यह देखा जा सकता है कि इसी विषय पर कोई खबर पहले कब दिखाई गई थी और उस खबर के विजुअल्स को फिर से नई खबर के साथ इस्तेमाल किया जा सकता है।

वीडियो एडिटिंग टेलीविजन में खबर को तराशने की कला है। इसके जरिए दृश्यों का संयोजन, क्रम और ग्राफिक्स आदि की मदद से खबरों को बनाया जाता है। सामान्यतः खबरों की तुलना में कार्यक्रमों की एडिटिंग में ज्यादा समय लगता है क्योंकि उसमें एडीटर के पास अपनी कला को इस्तेमाल का पूरा अवसर होता है। जबकि न्यूज की एडिटिंग अक्सर जल्दबाजी में होती है। इसे लो एंड एडिटिंग कहते हैं। एनीमेशन और ग्राफिक्स के लिए भी कई तरह के साफ्टवेयर और हार्डवेयर इस्तेमाल किए जाते हैं। ग्राफिक्स का उपयोग चैनल को नया लुक देता है। मसलन चुनाव नतीजों के दौरान जीत हार के आंकड़ों को खास तरह के ग्राफिक्स के जरिए दिखाकर अथवा चुनाव नतीजों के रुझान के लिए अलग तरह के ग्राफिक्स बना कर कोई भी चैनल अपनी अलग पहचान बना सकता है। मौसम का हाल बताने के लिए अलग-अलग चैनल अलग-अलग तरह के ग्राफिक्स बनाते हैं। बजट आदि आर्थिक समाचारों में भी ग्राफिक्स का खास महत्व होता है। इसी तरह एनीमेशन का भी इस्तेमाल चैनल को दूसरों से अलग दिखाने में काम करता है। उदाहरणार्थ किसी रेल दुर्घटना का हाल बताने के लिए प्रायः चैनल एनीमेशन का सहारा लेते हैं। अब जिस चैनल ने उस घटना का जितना सही और सरल एनीमेशन बनाया होगा उसे ही दर्शक उतना अधिक पंसद करेंगे।

स्टूडियो अगर चैनल का चेहरा है तो पीसीआर यानी प्रोडक्सन कंट्रोल रूम उसका दिल। पीसीआर से ही सही मायनों में न्यूज बुलेटिन संचालित होता है। यहीं से सारी तैयार खबरें रन डाउन के हिसाब से प्रस्तुत की जाती हैं और यहीं से एंकर को जरूरी निर्देश दिए जाते हैं। पीसीआर में विजन मिक्सर, साउंड मिक्सर, ग्राफिक्स मशीन, टेलीप्राम्पर आदि मशीनें लगीं होती हैं।

टेलीविजन की खबर में स्क्रीन पर हमें सिर्फ एंकर या न्यूज रीडर अथवा रिपोर्टर ही दिखाई देते हैं जबकि असलियत में एक खबर के पीछे कई तकनीकी जानकार और विशेषज्ञ लोग जुड़े होते हैं और उन सभी के टीम में मिलकर काम करने से टीवी न्यूज का निर्माण होता है।

बोध प्रश्न

प्र0 1— टीवी न्यूज के समाचार स्रोत क्या हैं ?

उ0 टीवी न्यूज के समाचार स्रोत भी प्रिंट मीडिया की तरह ही यानी स्वयं का संवाद संकलन तंत्र (रिपोर्टर, स्ट्रिंगर आदि), टीवी न्यूज एजेसियां व अन्य स्रोत आदि हैं।

प्र0 2— टीवी रिपोर्टर या स्ट्रिंगर अपना समाचार किस तरह भेजते हैं ?

उ0 टीवी रिपोर्टर या स्ट्रिंगर अपना समाचार, जो वीडियो फुटेज और स्क्रिप्ट के रूप में होता है उसे हाथों-हाथ, लीड लाइन, वी सेट या इंटरनेट के जरिए भेजते हैं। कभी-कभी कूरियर आदि के जरिए या ओबी वैन या डीएसएनजी यूनिट के माध्यम से भी फुटेज भेजा जाता है।

प्र0 3— टीवी चैनल में इनपुट या एसाइनमेंट का क्या काम होता है ?

उ0 इनपुट का एसाइनमेंट का काम मुख्य रूप से चैनल के लिए खबरें जुटाना होता है। हर रोज की महत्वपूर्ण खबरों को अपने संवाद संकलन तंत्र से समय पर मंगवाने के साथ-साथ आपात स्थितियों में ब्रेकिंग न्यूज के मामले में त्वरित गति से खबरों की व्यवस्था करना और स्टूडियो में मेहमान या विशेषज्ञों का इन्तजाम आदि भी इनपुट को ही करना होता है।

प्र० 4— डे प्लान क्या होता है ?

उ० डे प्लान, दिन भर की खबरों का खाका होता है। न्यूज चैनल में इनपुट इसे तैयार करता है। इसमें अपने क्षेत्र की सम्भावित खबरों का विवरण, उन्हें किस तरह और कब मंगाया जाएगा आदि का विवरण भी होता है। बेहतर डे प्लान के कारण खबरों छूटने की सम्भावना नहीं रहती और चैनल को खबरों की प्रस्तुति के लिए पहले से तैयारी का मौका भी मिल जाता है।

प्र० 5— आउटपुट के प्रमुख भाग क्या हैं ?

उ० आउटपुट को मुख्यतः चार भागों में बांटा जा सकता है। न्यूज रूम, वीडियो एडिटिंग सेक्सन, ग्राफिक्स एवं एनीमेशन सेक्सन और स्टूडियो एवं पीसीआर।

1.7 न्यूज बनाम इंफोटेनमेंट :

किसी अखबार या पत्रिका की लोकप्रियता का प्रमाण उसका सर्कुलेशन माना जाता है। टीवी न्यूज की लोकप्रियता को मापने के लिए जिस प्रणाली का इस्तेमाल किया जाता है उसे कहते हैं टीआरपी। यह टीआरपी एक तरह का गारेखधंधा है जिसने भारत में न्यूज चैनलों की गुणवत्ता को बहुत प्रभावित किया है। पहले देश में सिर्फ दूरदर्शन का अपना दर्शक अनुसंधान विभाग, डार्ट था जो कार्यक्रमों की लोकप्रियता का विवरण देता था। निजी चैनलों के आगमन के बाद विज्ञापन एजेंसियों के दबाव में निजी चैनलों के कार्यक्रमों की लोकप्रियता मापने के लिए 1994 में मार्केट रिसर्च कंपनी, ओआरजी मार्ग ने इनटैम यानी इण्डियन टेलीविजन ओडिएंस मेजरमेंट के नाम से नई एजेंसी शुरू कर दी। इसी बीच 1998 में एक अमेरिकन कंपनी ए सी नीलसन भी भारतीय साझेदारों के साथ मिलकर टीआरपी के व्यापार में उतर पड़ी और उसने टैम (टेलीविजन ओडिएंस मेजरमेंट) के नाम से

काम शुरू कर दिया । 2001 में इनटैम का टैम में विलय हो गया और अब टीआरपी के बाजार में टैम का एकाधिकार सा हो गया है। हालांकि 2006 में एमैप नाम से एक नई ऐजेंसी भी शुरू हो गई है। फिर भी टैम के आंकड़े ही तय करते हैं कि किस हफ्ते किस न्यूज चैनल में क्या चीज सबसे ज्यादा देखी गई, किस न्यूज चैनल को कितने लोगों ने देखा आदि। लेकिन ये आंकड़े भ्रामक हैं। दरसल टैम की गणना मुख्यतः पीपुल्स मीटर नाम के एक उपकरण से की जाती है जो चुनींदा दर्शकों के टीवी सेट के साथ लगा दिए जाते हैं लेकिन इसकी कमी यह है कि इन पीपुल्स मीटर्स की संख्या बहुत कम है। पूरे देश में 10 हजार से भी कम मीटरों के जरिए 10 करोड़ से ज्यादा दर्शकों की पंसद का आकलन करना अवैज्ञानिक भी है और अव्यवहारिक भी। फिर टैम में दूरदर्शन के कार्यक्रमों की रेटिंग नहीं ली जाती, जबकि दर्शक संख्या और प्रसार क्षेत्र के मामले में दूरदर्शन अब भी निजी चैनलों से कहीं आगे है।

लेकिन फिलहाल टैम के आंकड़े ही टेलीविजन का व्यापार तय करते हैं और इसी के आधार पर न्यूज चैनलों को विज्ञापन मिलते हैं। इसलिए अब न्यूज चैनल टैम के आधार पर ही चलने लगे हैं। अगर एक चैनल ने कोई खेल-तमाशा जादू-टोना, भय-भूत-चमत्कार दिखा कर किसी हफ्ते किसी दिन ज्यादा टी आर पी बटोर ली तो अगले हफ्ते सभी चैनल उसी दौड़ में शामिल हो जाते हैं।

टीआरपी के आधार पर दर्शकों को आकर्षित करने की इस अंधी दौड़ में न्यूज चैनल मनोरंजन चैनलों से होड़ करने लगे हैं और अब खबरों में भी मनोरंजन का तड़का दिया जाने लगा है। खबरों के साथ मनोरंजन की इसी नई अवधारणा का नाम है इफोर्टेनमेंट। फिल्मों की खबरें दिखाना, फिल्मी गॉसिप पर आधारित कार्यक्रम, टीवी सीरियल्स के बारे में कार्यक्रम और मनोरंजन चैनल्स के हास्य कार्यक्रमों को जस का तस दिखा देना इसी कारण किया जाता है।

चैनल चलाने वालों के लिए इसमें कई सुविधायें भी हैं। इस तरह के कार्यक्रमों के लिए ज्यादा तैयारी नहीं करनी पड़ती। इसमें खर्च भी कम होता है और इन्हें जब चाहे तब दिखाया भी जा सकता है। आधे घंटे का एक कार्यक्रम

बनाने के लिए चैनल को कम से कम दो-तीन घंटे शूटिंग करनी होती है। फिर इतना ही समय एडिटिंग आदि में लगता है, खर्चा जो होता है वो अलग। जबकि इतनी ही देर का मनोरंजन कार्यक्रम आधे घंटे में तैयार किया जा सकता है। पूरा फुटेज आर्काइव से लिया जाता है और एक एंकर के बीच-बीच में बोलने के लिए छोटी सी स्क्रिप्ट की जरूरत होती है और तैयार हो जाता है कार्यक्रम।

हालांकि टीवी चैनल चलाने वाले इसे समय का तकाजा बताते हैं लेकिन यह गंभीर मामला है, खबरों के साथ धोखा है और अन्याय है। टेलीविजन न्यूज चैनल, चैनल चलाने के लिए तो मीडिया की सारी सुविधायें लेते हैं और जब दर्शक को न्यूज उपलब्ध कराने की बात आती है तो खबरों के साथ मजाक करने लगते हैं। भारतीय टीवी न्यूज के दिग्गजों के बीच इस समय यह एक बड़ी बहस का मुद्दा है। हालांकि कुछ विशेषज्ञ मानते हैं कि यह सब थोड़े समय का विवाद है और जल्द ही टीवी न्यूज में फिर से मनोरंजन की जगह कंटेंट ही हावी होगा।

बहरहाल मौजूदा दौर में बाजार के बढ़ते दबाव ने टीवी न्यूज का चेहरा पूरी तरह बदल दिया है। कंटेंट में मनोरंजन की भरमार है और खबर के सिवा उसमें सब कुछ होता है लेकिन प्रस्तुति को आकर्षक बनाने में कोई कसर नहीं छोड़ी जाती। इसलिए अब न्यूज चैनल पैकेजिंग और प्रोमो पर अधिक ध्यान देने लगे हैं। प्रोमो के जरिए चैनल अपने कार्यक्रमों का और अपने गुणों का बखान करते हैं और दर्शक को आकर्षित करने के लिए भय, अंध विश्वास या चमत्कार का मुलम्मा चढ़ाकर अपनी बात कहने का प्रयास करते हैं। इस वजह से आम आदमी इनकी खबरों से बाहर हो गया है। अपराध, चमत्कार, अंध विश्वास और सतही मनोरंजन का खबरों के उपर कब्जा सा हो गया है।

बोध प्रश्न

प्र० 1— टी आर पी क्या है ?

उ० टी आर पी, निजी चैनलों का प्रसार और लोकप्रियता को आंकने का एक तरीका है, जिसमें कुछ दर्शकों के घरों में लगे विशेष यंत्र,

पीपुल्स मीटर के जरिए किसी वक्त किसी चैनल को देखने वालों की संख्या पता की जाती है।

- प्र0 2— टैम का क्या काम है ?
- उ0 टैम का काम निजी टीवी चैनलों की लोकप्रियता की गणना करना है। यह एक निजी संस्था है जो हर हफ्ते टीवी चैनलों की लोकप्रियता के आंकड़े जारी करती हैं ।
- प्र0 3— खबरों के साथ मनोरंजन की इसी नई अवधारणा का नाम है।
- उ0 खबरों के साथ मनोरंजन की इसी नई अवधारणा का नाम है (इफोर्टेनमेंट) ।
- प्र0 4— न्यूज चैनलों को शुद्ध समाचार आधारित कार्यक्रमों की तुलना में मनोरंजन आधारित कार्यक्रम दिखाने से क्या फायदा है ?
- उ0 शुद्ध न्यूज आधारित कार्यक्रम बनाना बहुत मेहनत का काम है। इसके लिए मौलिक सोच, अध्ययन और भागदौड़ करनी पड़ती है। इसमें समय और धन भी अधिक लगता है । जबकि मनोरंजन आधारित कार्यक्रम एक तरह से पका पकाया भोजन नई थाली में रखकर परोस देने जितना आसान काम है। दूसरे मनोरंजन चैनल के लोकप्रिय कार्यक्रम के कुछ अंश अपने एंकर की मदद से पेश कर देना बेहद आसान भी है और इसमें खर्च भी नहीं होता ।
- प्र0 5— बाजार के बढ़ते दबाव ने टीवी चैनलों में किस तरह का बदलाव किया है ?
- उ0 बाजार के दबाव से न्यूज चैनलों में समाचारों के बजाय मनोरंजन सामग्री हावी हो गई है लेकिन चैनलों की प्रस्तुति और पैकेजिंग पहले से अधिक आकर्षक हो गई है।

1.8 सारांश :

भारत में इलेक्ट्रानिक मीडिया और खासतौर पर टीवी मीडिया एक नया मीडिया है। प्रिंट मीडिया की तुलना में इलेक्ट्रानिक मीडिया और उसमें भी टीवी मीडिया की उम्र अभी अधिक नहीं है और अपनी विकास यात्रा के क्रम में टीवी को अभी बच्चा ही कहा जा सकता है। हालांकि देश में टीवी न्यूज की शुरुआत प्रिंट मीडिया के ही आदर्शों और परम्पराओं के आधार पर हुई थी। लेकिन अपनी पहुंच, प्रभाव और पकड़ के कारण इसने जल्द ही लोकप्रियता के नए मानदण्ड स्थापित कर लिए। स्टिंग आपरेशन की विधा ने टीवी के असर को और बढ़ाया है। स्टिंग आपरेशन पर आधारित खबरें दिखाने से चैनलों की टीआरपी तो बढ़ी ही उनकी लोकप्रियता और देशव्यापी पहचान में भी भारी इजाफा हुआ। इसी तरह मीडिया ट्रायल के जरिए भी चैनलों ने काफी लोकप्रियता बटोरी। उच्चवर्ग की महिलाओं के साथ हुए अपराधों के कई मामलों में मीडिया ने अदालतों से भी आगे जाकर दोषियों को सजा सुनाने का काम करना शुरू कर दिया। शिवानी भटनागर, हत्याकाण्ड, आरूषि काण्ड, जेसिका लाल हत्याकाण्ड, मॉडल विवेका का आत्महत्या प्रकरण आदि अनेक ऐसे मामले हैं, जहां चैनलों ने मीडिया ट्रायल में पत्रकारिता की सारी मर्यादाएं तार-तार कर दीं। वास्तविकता यह है कि इस तरह के मीडिया ट्रायल पत्रकारिता के बुनियादी उसूलों के ही खिलाफ हैं। मीडिया को हर हाल में अपनी लक्ष्मण रेखा को पहचानना चाहिए और किसी भी स्थिति में उसके पार नहीं जानना चाहिए। लेकिन हमारे देश में टीवी मीडिया को बचपने में ही इतने बड़े दाँत मिल गए कि उसने इन सीमाओं को तोड़ने में कोई कसर छोड़ी नहीं और अब तो न्यूज चैनल बाजारवाद की गिरफ्त में इस तरह से आ गए हैं कि उन्होंने खबरों को दिखाने की जिम्मेदारी से ही पल्ला झाड़ लिया है। वे वही दिखाते हैं जिसकी इजाजत उन्हें उनकी टीआरपी देती है और टी आर पी विशुद्ध रूप से अविश्वसनीय और अपर्याप्त आकड़ों की बाजीगरी है।

शुरु में निजी चैनलों के आने के बाद यह माना जाने लगा था कि अब टीवी समाचारों को सरकार के प्रचार से छुटकारा मिल जाएगा और एकदम सही तथा

तटस्थ खबरें दर्शकों तक पहुंचेगी। लेकिन आज जब देश में लगभग 100 से अधिक न्यूज चैनल सक्रिय हैं तब भी स्थिति कुछ खास बदली नहीं है। दरसल दूरदर्शन पर सरकार के स्वामित्व में होने के कारण जिस तरह की बंदिशें थीं और जिस तरह के दबाव थे, निजी चैनलों के दौर में भी उसमें कोई अन्तर नहीं आया है। मौटे तौर पर हमारे यहां निजी न्यूज चैनलों के स्वामित्व के अधिकार तीन तरह के लोगों/वर्गों के पास हैं।

पहली श्रेणी उन निजी चैनलों की है जिनके मालिक अपने राजनीतिक लाभ के लिए चैनल को चला रहे हैं या उसका इस्तेमाल कर रहे हैं। दक्षिण भारत में ऐसे चैनलों की भरमार है। भाषाई चैनल इस श्रेणी में अधिक आते हैं। दूसरी श्रेणी ऐसे व्यापारियों और उद्योगपतियों की है जो अपने व्यापार और उद्योग के हितों की रक्षा के लिए चैनल चला रहे हैं। इन लोगों को चैनल के कारण मीडिया की ताकत और उसका रक्षा कवच हासिल हो जाता है। जाहिर है कि पहली श्रेणी की तरह इस दूसरी श्रेणी के चैनल भी खबरों के प्रति शत प्रतिशत तटस्थ नहीं रह सकते और उन्हें कई तरह के दबावों तथा समझौतों के साथ तालमेल करना पड़ता है। तीसरी श्रेणी में ऐसे चैनल स्वामी हैं जो मीडिया या टीवी चैनल को विशुद्ध तौर पर व्यवसाय के तौर पर देखते हैं। उनके लिए खबरें एक प्रोडक्ट हैं और वो खबरों के व्यापारी। अगर इस नजरिए को सही मानें तो यह बात स्वतः ही समझ में आ जाती है कि ऐसे चैनलों को कितना निष्पक्ष और तटस्थ माना जा सकता है। ऐसे चैनलों के मार्केटिंग और सेल्स विभाग को ही यह तय करना होता है कि क्या दिखाया जाना चाहिए। इन चैनलों के संपादक का काम मार्केटिंग विभाग की मांग को पूरा करना होता है, इसके सिवा कुछ नहीं।

प्रायः निजी चैनलों में बाजार चलाने वाले लोग खबरों की परिभाषा बनाते हैं। उन्होंने ही अप मार्केट और डाउन मार्केट जैसे शब्द गढ़े हैं। डाउन मार्केट वो है जो गरीब है, जिसमें उच्च वर्ग की चमक दमक नहीं है। गांव और कस्बे, सरकारी स्कूलों के बच्चे, आम आदमी ये सब डाउन मार्केट हैं। इनकी खबरों के लिए न्यूज चैनलों के पास समय नहीं है। अगर एक सरकारी स्कूल के बच्चों को ले जा रहा

वाहन दुर्घटनाग्रस्त हो जाए, बच्चे हताहत हो जाएं तो यह खबर चैनलों के लिए एक रूटीन खबर है लेकिन अगर यही दुर्घटना किसी पब्लिक स्कूल के वाहन के साथ हो जाए तो वह बहुत बड़ी खबर होती है।

लेकिन इस सबके बावजूद भारत में टीवी न्यूज ने अपना एक अलग मुकाम बना लिया है। यहां इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का लगातार विस्तार हो रहा है। उसमें नए-नए रंग आ रहे हैं और यह कहा जा सकता है कि आने वाला वक्त इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का ही होगा।

1.9 शब्दावली :

आकाशवाणी : आकाशवाणी भारतीय पौराणिक परम्परा में ईश्वरीय उद्घोष के लिए इस्तेमाल किया जाने वाला शब्द है। एक अप्रैल 1930 को स्थापित सरकारी रेडियो सेवा, इण्डियन स्टेट ब्राडकास्टिंग सेवा के ही आधुनिक रूप को अब आकाशवाणी कहते हैं। भारत का आकाशवाणी रेडियो नेटवर्क आज दुनिया का सबसे बड़ा रेडियो नेटवर्क है। 25 से अधिक भाषाओं और 150 से अधिक बोलियों में इसके कार्यक्रम प्रस्तुत होते हैं। विविध भारती आकाशवाणी का मनोरंजन चैनल है।

एफ एम रेडियो : एफ एम यानी फ्रीक्वेंसी माड्युलेटर रेडियो, रेडियो की एक ऐसी सेवा है, जिसे एक सीमित दायरे में ही सुना जा सकता है। कम शक्ति के ट्रांसमीटर से चलाई जा सकने वाली यह सेवा फिलहाल देश के अनेक बड़े शहरों में चल रही है और आकाशवाणी के अलावा कई निजी ऑपरेटर भी एफ एम रेडियो संचालित कर रहे हैं। एफ एम रेडियो युवाओं में विशेष रूप से लोकप्रिय है।

ओ बी वैन: ओबी अथवा आउटडोर ब्राडकास्ट वैन स्टूडियो के बाहर, दूर दराज के क्षेत्रों में सैटेलाइट के जरिए सीधे प्रसारण (लाइव) की व्यवस्था कर सकने वाला विशेष वाहन होता है। इस वाहन में एक अत्याधुनिक एंटीना लगा होता है जो कुछ ही मिनट के स्वतः ट्रेकिंग कर चैनल से सम्पर्क जोड़ लेता है। खबरों की एडिटिंग

के जरूरी उपकरण भी ओबी वैन में लगे होते हैं। इन दिनों न्यूज चैनल इस तरह के आधुनिक वाहनों को ओबी वैन का रूप देने लगे हैं जिन्हें खराब रास्तों पर भी तेज चलाया जा सकता है और जिनमें पूरी टीम बैठकर सफर कर सकती है।

पैनल प्रोड्यूसर : टीवी न्यूज चैनलों में आउटपुट विभाग से जुड़ा वह प्रोड्यूसर जो किसी भी न्यूज बुलेटिन को संचालित करता है। पैनल प्रोड्यूसर ही एंकर को पीसीआर में बैठकर जरूरी निर्देश देता है और तमाम संपादकीय गतिविधियों को संचालित करता है। वही खबरों को उनके रनडाउन के हिसाब से प्रस्तुत करता है और ब्रेकिंग न्यूज जैसी स्थितियों में एंकर के साथ तालमेल करता है।

पी सी आर : पी सी आर यानी प्रोडक्शन कंट्रोल रूम एक तरह से स्टूडियो का दिल होता है । स्टूडियो की सारी गतिविधियां यहीं से नियंत्रित और संचालित होती हैं। पीसीआर में ही तैयार खबरों के रन डाउन को प्रसारण के लिए रोल किया जाता है। पीसीआर में बहुत से यंत्र लगे होते हैं जिनमें विजन मिक्सर, साउंड मिक्सर, ग्राफिक स्टेशन, वी टी आर और टेली प्राम्पट प्रमुखतः लगे रहते हैं। पी सी आर में कई मॉनीटर भी लगे होते हैं जिनके जरिए प्रतिस्पर्धी चैनलों के प्रसारण पर भी नजर रखी जाती है।

1.10 त्वरित अभ्यास :

1. इलेक्टानिक मीडिया ने जिन्दगी को किस तरह प्रभावित किया है ?
2. इलेक्टानिक मीडिया समाज के किस वर्ग में अधिक प्रचलित है ?
3. टेलीविजन माध्यम की लोकप्रियता का मुख्य कारण क्या है ?
4. प्रसार के विस्तार से इलेक्टानिक मीडिया को क्या लाभ हुआ है ?
5. टेलीविजन का पहला सार्वजनिक प्रदर्शन कब हुआ था ?
6. बीबीसी रेडियो कब शुरू हुआ ?

7. प्रथम विश्व युद्ध में रेडियो का क्या उपयोग हुआ था ?
8. रेडियो समाचार की भाषा में किस तरह के ाषषब्दों का प्रयोग नहीं होना चाहिए ?
9. भारत में पहला कम्प्यूटर कब स्थापित हुआ था ?
10. इंटरनेट का तेजी से विस्तार क्यों हो रहा है ?
11. स्टिंगर का क्या काम होता है ?
12. रन डाउन क्या होता है ?
13. टीवी में वीडियो एडिटिंग का क्या रोल है ?
14. निजी टेलीविजन कार्यक्रमों की प्रसार संख्या जानने के लिए पहली एजेंसी कब बनी ?
15. पीपुल्स मीटर क्या है ?
16. डाउन मार्केट न्यूज से क्या तात्पर्य है ?

1.11 अभ्यासार्थ प्रश्न :

- प्रश्न 1— भारत में इलेक्ट्रानिक मीडिया का विकास किस प्रकार हुआ है ?
- प्रश्न 2— इलेक्ट्रानिक मीडिया के क्षेत्र में रेडियो की क्या खूबियां हैं ?
- प्रश्न 3— टेलीविजन न्यूज की क्या निर्माण प्रक्रिया होती है ?
- प्रश्न 4— रेडियो के लिए खबरें लिखे जाने में क्या-क्या बातें ध्यान में रखी जानी चाहिए ?
- प्रश्न 5— इंटरनेट किस प्रकार इलेक्ट्रानिक मीडिया के एक नए घटक के रूप में अपनी पहचान बना रहा है ?
- प्रश्न 6— टेलीविजन की एक जनसंचार माध्यम के रूप में क्या कमियां हैं ?

1.12 प्रयोगात्मक अभ्यास :

अपने क्षेत्र की पांच महत्वपूर्ण घटनाओं अथवा समस्याओं पर तीन-तीन मिनट के रेडियो समाचार लिखिए ?

समाचार लिखने में भाषा का विशेष ध्यान रखें और इसके लिए रेडियो पर प्रसारित होने वाले समाचारों को ध्यान से सुनें।

इसी तरह इन्हीं विषयों अथवा अन्य विषयों पर टेलीविजन न्यूज के लिए भी 5 समाचार लिखिए ? इस समाचारों के लिए जरूरी दृश्यों (फुटेज) की कल्पना कर उनका विवरण भी साथ में दीजिए।

1.13 संदर्भ ग्रंथ :

1. आर्य, पी.के. : इलेक्ट्रानिक मीडिया
2. कश्यप, श्याम, कुमार मुकेश : टेलीविजन की कहानी
3. जैदी, मुस्तफा एचएच : टेलीविजन समाचार
4. पचौरी सुधीश, शर्मा अचला : नए जनसंचार माध्यम और हिन्दी
5. वाजपेयी, पुण्य प्रसून : एंकर रिपोटर
6. Bhatt, S.C. : Broadcast Journalism-:
Basic principles
7. Srivastava, K.M. : Radio and T.V.Journalism

इकाई 02

टेलीविजन का इतिहास और परिचय

इकाई की रूपरेखा

- 2.0 उद्देश्य
- 2.1 प्रस्तावना
- 2.2 टेलीविजन का आविष्कार एवं आरम्भिक दौर
- 2.3 विश्व के प्रमुख देशों में टेलीविजन का सफर
- 2.4 भारत में टेलीविजन की विकास यात्रा
 - 2.4.1 दूरदर्शन
 - 2.4.2 अन्य प्रमुख निजी चैनल
- 2.5 भारतीय टेलीविजन प्रसारण माध्यम
- 2.6 भारतीय टेलीविजन पत्रकारिता का सफर
- 2.7 न्यूज चैनलों में 'समाचार' का बदलता चेहरा
- 2.8 सारांश
- 2.9 शब्दावली
- 2.10 त्वरित अभ्यास
- 2.11 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 2.12 प्रयोगात्मक अभ्यास
- 2.13 सन्दर्भ ग्रंथ

2.0 उद्देश्य :

टेलीविजन आज घर-घर का जनसंचार माध्यम बन चुका है। लोगों के बीच बुद्धू बक्सा कहा जाने वाला टीवी अब हर घर का जरूरी हिस्सा बनता जा रहा है।

लेकिन इस चमत्कारपूर्ण जनमाध्यम का इतिहास बहुत पुराना नहीं है। टेलीविजन शब्द को ही आज से लगभग 110 वर्ष पूर्व तक कोई जानता तक नहीं था। लेकिन आज यह दुनिया में सबसे ज्यादा इस्तेमाल होने वाले शब्दों में से एक है। नए पत्रकारों के लिए भी टीवी अब रेडियो या प्रिंट मीडिया की तुलना में अधिक आकर्षक बन गया है। कोई भी नया पत्रकार कैरियर की शुरुआत टेलीविजन से ही करना चाहता है।

ऐसे व्यापक और लोकप्रिय जनमाध्यम के इतिहास और विकास के प्रमुख चरणों की जानकारी देना ही इस इकाई का मुख्य लक्ष्य है। इस इकाई के जरिए—

- टेलीविजन के आविष्कार और प्रारम्भिक सफर की जानकारी प्राप्त की जा सकेगी।
- विश्व के प्रमुख देशों में टेलीविजन माध्यम के विकास की संक्षिप्त जानकारी दी जाएगी।
- भारतीय टेलीविजन के उद्भव और विकास की यात्रा को समझा जा सकेगा।
- भारत में टेलीविजन को घर-घर पहुंचाने वाले केबल उद्योग और अन्य माध्यमों की जानकारी हासिल की जा सकेगी और
- भारतीय टेलीविजन पत्रकारिता के इतिहास की एक झलक भी प्राप्त की जा सकेगी।

इस इकाई के अध्ययन से युवा पत्रकार को अतीत से कुछ सीखने और कुछ नया कर पाने की प्रेरणा मिल सके, यह भी इस इकाई का एक उद्देश्य है।

2.0 प्रस्तावना :

सन् 1900 से पहले दुनिया के लिए 'टेलीविजन' शब्द अनजाना शब्द था। हालाँकि फोटोग्राफी का आविष्कार 1839 में ही हो चुका था और लन्दन की

इलैस्ट्रेटेड लन्दन न्यूज नामक पत्रिका ने 1842 में फोटोग्राफ प्रकाशित करने भी प्रारम्भ कर दिए थे। 1877 में गतिमान चित्र या मोशन पिक्चर खींचने की कला ने जन्म लिया। एक संयोग से हुई इस खोज में पहली बार यह पता चला कि अगर बहुत सारे स्थिर चित्रों को एक खास गति से एक के बाद एक कर आखों के सामने लाया जाए तो वे चित्र गतिमान लगने लगते हैं। हुआ यह था कि अमेरिका में घुड़दौड़ के शौकीनों के बीच इस बात पर 25 हजार डालर की शर्त लग गई कि क्या रेस में दौड़ते घोड़े के चारों पैर किसी एक क्षण में एक साथ हवा में होते हैं अथवा नहीं ? ज्यादातर लोगों का कहना था कि घोड़े के सिर्फ तीन पैर ही एक वक्त में हवा में होते हैं और एक पैर हमेशा जमीन से जुड़ा हुआ होता है। इसकी छानबीन करने के लिए स्टेनफोर्ड विश्वविद्यालय के संस्थापक लीलैंड स्टेनफोर्ड ने एक प्रयोग किया। उन्होंने 50 से अधिक फोटोग्राफों को एक साथ एक के बगल में एक को खड़ा कर उनके सामने से घोड़े को तेजी से दौड़ाया। सारे फोटोग्राफों ने इसके चित्र खींचे। बाद में जब ये चित्र फोटोग्राफों के खड़े होने के क्रम में एक के बाद एक रखकर देखे गए तो यह स्पष्ट हो गया कि सेकेंड के बहुत छोटे भाग में घोड़े के चारों पैर एक साथ हवा में होते हैं। लेकिन एक के बाद एक देखने के इस क्रम में यह भी आभास होता था कि वे चित्र घोड़े के दौड़ने का पूरा सिलसिला दिखा रहे हैं। घोड़े के इन स्थिर चित्रों की श्रंखला के साथ बाद में कई प्रयोग किए गए और जब इन स्थिर चित्रों की श्रंखला को बहुत तेज गति से आंख के सामने गुजारा गया तो ये स्थिर चित्र ऐसा आभास देने लगे जैसे वो गतिशील चित्र हों। घोड़ा सचमुच दौड़ता नजर आने लगा। यह एक बड़ी खोज थी।

इसी खोज ने सिनेमा और सिने फोटोग्राफी को जन्म दिया। इसी के बाद 1893 में फ्रांसीसी उद्योगपति भाइयों, ल्यूमिरे बंधुओं ने मोशन पिक्चर कैमरे यानी मूवी कैमरे का आविष्कार कर दिया। एक प्रकार से यह आविष्कार ही टेलीविजन के आविष्कार के आधार बना। ल्यूमिरे बंधुओं ने अपनी बनाई छोटी-छोटी फिल्में यूरोप और अमेरिका में लोगों को दिखाकर हैरान कर दिया। जल्द ही ये अवाक फिल्में बोलने भी लगीं और अमेरिका के चार्ल्स जेनकिंग ने 1895 में प्रोजेक्टर का

आविष्कार कर इन फिल्मों का प्रदर्शन बेहद आसान कर दिया। यह प्रोजेक्टर फिल्म को कई मीटर दूरी पर किसी पर्दे पर सजीव ढंग से दिखा सकते थे। यहीं से इस बात की सम्भावना भी खोजी जाने लगी कि जब कई मीटर की दूरी तक फिल्म को पहुंचाया जा सकता है तो उसे बहुत अधिक दूरी तक भेजा क्यों नहीं जा सकता ?

इस विचार को अमली जामा पहनाने में जुटे वैज्ञानिकों में से रूसी वैज्ञानिक कॉन्स्तानिन पेस्की (Constantin Parskyi), जर्मन वैज्ञानिक पॉल निप्को (Paul Nipkow) और फ्रांसीसी वैज्ञानिक ई.ई. फार्नियर (E.E. Fournier) का नाम उल्लेखनीय है। पेस्की ने तो 1900 में पेरिस प्रदर्शनी में अपने बनाए यंत्र का प्रदर्शन कर उसे टेलीविजन का नाम भी दे दिया था।

इस पृष्ठभूमि में विकसित हुए टेलीविजन में विकास के दौर अब भी जारी हैं और निरन्तर कुछ न कुछ ऐसा घट रहा है जो इस माध्यम को अधिक उपयोगी, अधिक लोकप्रिय और अधिक असरदार बनाता जा रहा है।

2.2 टेलीविजन का आविष्कार एवं प्रारम्भिक दौर :

टेलीविजन के आविष्कार के लिए 1923 का वर्ष अत्यन्त महत्वपूर्ण माना जा सकता है। अमेरिका में बसे हुए रूसी वैज्ञानिक व्लादीमिर ज्वोर्खिन (Valdimir Zworykhin) ने 1923 में कैमरा ट्यूब पर आधारित इलेक्ट्रॉनिक टेलीविजन प्रणाली आइकोनोस्कोप का आविष्कार कर टेलीविजन के इतिहास में एक नया अध्याय लिख दिया। इसी दौरान लन्दन के एक रेडियो इंजीनियर जॉन बेयर्ड और मोशन पिक्चर प्रोजेक्टर बनाने वाले फ्रांसीसी इंजीनियर चार्ल्स जेन्किंस ने भी अलग-अलग टेलीविजन प्रणालियां विकसित कर ली थीं। लेकिन ज्वोर्खिन को ही टेलीविजन प्रणाली के आविष्कार का असली जन्मदाता माना जाता है क्योंकि आइकोनोस्कोप के आविष्कार के तीन वर्ष बाद ही उन्होंने कैथोड किरणों की मदद से काम कराने वाले काइनेस्कोप नामक एक टेलीविजन मनीटर भी बना लिया था जिसे आज के टीवी सेट का पूर्वज माना जा सकता है। लेकिन इलेक्ट्रॉनिक टीवी का पहला

व्यावसायिक प्रदर्शन करने का श्रेय अमेरिकी व्यवसायी फिल्मो फार्नस्वर्थ को दिया जाता है, जिसने 7 सितम्बर, 1927 को सैनफ्रांसिस्को में यह प्रदर्शन किया।

हालाँकि अमेरिका में टेलीविजन सबसे पहले प्रचलन में आ गया था और इसी कारण टेलीविजन के आविष्कार का श्रेय भी जेन्किंस, फार्नस्वर्थ और ज्वोर्खिन को दिया जाता है। लेकिन सच्चाई यह है कि जिस दौर में अमेरिका में टेलीविजन का आविष्कार हो रहा था, लगभग उसी दौर में पूर्व में जापान, सोवियत संघ, जर्मनी, इंग्लैण्ड और पूर्वी यूरोप के देशों में भी वैज्ञानिक, खोजकर्ता और उत्साही व्यवसायी अपने-अपने ढंग से तस्वीरों को एक जगह से दूसरी जगह भेज सकने वाले माध्यम यानी टेलीविजन की अलग-अलग प्रणालियों का आविष्कार करने में जुटे थे। इसीलिए आज भी इनमें से हर देश टेलीविजन के आविष्कार का श्रेय लेने के अपने-अपने दावों पर जोर देता रहता है। ब्रिटिश लोग इंग्लैण्ड के जॉन बेयर्ड को टेलीविजन के आविष्कार का श्रेय देते हैं तो फ्रांसीसियों का दावा है कि टेलीविजन का आविष्कार उनके देश में बेलिन और बर्थलोमी ने किया था। जापान के लोग ताकायानामी के नाम का दावा करते हैं और रूस के लोग यह श्रेय बोरिस रोसिंग को देते हैं। इन सभी दावों के साथ अलग-अलग तर्क हैं और इनमें से हर एक में कुछ न कुछ सच्चाई भी है क्योंकि इन सभी देशों में टेलीविजन के विकास के लिए कुछ न कुछ महत्वपूर्ण कार्य अवश्य हुआ था।

टेलीविजन प्रसारण की विधिवत शुरुआत स्थानीय स्तर पर अमेरिका में 11 मई 1928 को हुई, जब जनरल इलेक्ट्रिक कंपनी (GE) ने मंगलवार, गुरुवार और शुक्रवार के दिन दो घंटे के व्यावसायिक प्रसारण शुरू किए। यह प्रसारण दिन में डेढ़ बजे से साढ़े तीन बजे के बीच होते थे। जल्द ही जेन्किंस की जेन्किंस लेबोरेटरीज ने भी अमेरिका में व्यावसायिक कार्यक्रम शुरू कर दिए। हालाँकि तब तक रेडियो के जरिए समाचारों का प्रसारण शुरू हुए 10 वर्ष से अधिक हो चुके थे लेकिन इन आरम्भिक टेलीविजन कार्यक्रमों में समाचारों को कोई जगह नहीं दी गई थी। इनके कार्यक्रम मनोरंजन से परिपूर्ण होते थे और नाटकों और हास्य कार्यक्रमों की उनमें भरमार थी।

टेलीविजन के विकास में एक महत्वपूर्ण मोड़ 1929 में आया था। अमेरिकी कंपनी बेल के रेडियो इंजीनियर हर्बर्ट यूजेन (Herbert Eugene) ने 27 जून को न्यूयार्क में रंगीन टेलीविजन का पहला सार्वजनिक प्रदर्शन किया। लेकिन एक तो यह 1929 की अमेरिकी मंदी का दौर था और दूसरे विश्व युद्ध की पूर्व पीठिका में हो रहे विश्वव्यापी बदलावों के कारण टेलीविजन जैसे मंहगे माध्यम का विकास इस दौर में लगभग ठप ही हो गया था। इसी वजह से टेलीविजन और रंगीन प्रसारण के विकास का अगला दौर लगभग 15 वर्ष बाद 1946 के बाद ही शुरू हो सका और उसी के बाद टेलीविजन की लोकप्रियता दिन दूनी-रात चौगुनी बढ़ने लगी।

सही मायने में टेलीविजन को विश्वव्यापी पहचान 1946 के बाद ही मिलनी शुरू हुई। आरम्भिक दौर में तो टेलीविजन प्रसारण एक चमत्कार जैसा प्रभाव पैदा करता था लेकिन तब तक न तो प्रसारण की तकनीक का विकास हो सका था, न ही कार्यक्रम दिखाने वाले टीवी सेट भी आज जितने आधुनिक नहीं थे। कार्यक्रम प्रसारण सिग्नलों की गड़बड़ी के कारण अक्सर बाधित भी हो जाता था। 1932 में इंग्लैण्ड से बी बी सी द्वारा नियमित टेलीविजन कार्यक्रमों की शुरुआत हुई और यह घटना टेलीविजन पत्रकारिता के लिए एक यादगार घटना बन गई क्योंकि इसी के बाद टेलीविजन में समाचारों को महत्व मिलना शुरू हो पाया। इससे पहले तो उन्हें टेलीविजन के जरिए प्रसारित करने लायक चीज माना ही नहीं जाता था, क्योंकि आरम्भिक अमेरिकी टेलीविजन कंपनियां समाचारों के बजाय समाचार आधारित किसी विशेष कार्यक्रम की फील्मरीलों के कुछ अंश कभी-कभार दिखाकर संतुष्ट हो जाती थीं।

बोध प्रश्न

- प्र0 1— टेलीविजन का आविष्कार कब हुआ माना जाता है ?
- उ0 टेलीविजन का आविष्कार 1923 में हुआ माना जाता है।
- प्र0 2— काइनेस्कोप क्या था ?
- उ0 काइनेस्कोप ज्वोर्खिन द्वारा विकसित पहला इलेक्ट्रानिक टेलीविजन मानीटर था ।

- प्र0 3— ब्रिटेन के लोग टेलीविजन के आविष्कार का श्रेय किसे देते हैं।
- उ0 ब्रिटेन के लोग रेडियो इंजीनियर जॉन बेयर्ड को टेलीविजन के आविष्कार का श्रेय देते हैं।
- प्र0 4— रंगीन टेलीविजन का पहला सार्वजनिक प्रदर्शन किसने और कहाँ किया था?
- उ0 रंगीन टेलीविजन का पहला सार्वजनिक प्रदर्शन हर्बर्ट यूजेन ने 27 जून 1929 को न्यूयार्क में किया था।

2.3 विश्व के प्रमुख देशों में टेलीविजन का सफर :

दुनिया के हर महत्वपूर्ण संसाधन और खोज की तरह टेलीविजन का विकास भी दुनिया में बेहद असमान रूप से हुआ है। औद्योगिक क्रान्ति के बाद पश्चिमी देश जिस तरह तकनीक और उत्पादन के मामले में एशिया और अफ्रीका के देशों से बहुत आगे निकल गए, उसके कारण सभ्यता के विकास के लाभ भी उन्हीं देशों के हाथ सबसे पहले आए। टेलीविजन तो माध्यम ही ऐसा है कि इसका विकास तकनीक तथा धन दोनों के बिना हो ही नहीं सकता। इसलिए अमीर तथा विकसित देशों में यह अपने आविष्कार के साथ ही विकसित होता चला गया जबकि पिछड़े और गरीब देशों में यह आज भी आरम्भिक दौर में ही पहुंच पाया है। कुछ प्रमुख देशों में टेलीविजन के विकास की यात्रा कुछ इस तरह रही ।

1. अमेरिका : अमेरिका का चूंकि टेलीविजन के आविष्कार से गहरा रिश्ता रहा है इसलिए टेलीविजन के विकास की अनेक महत्वपूर्ण उपलब्धियां भी उसी के हिस्से आयीं। जी ई कंपनी के प्रारम्भिक स्थानीय प्रसारण और 1929 में पहले सार्वजनिक रंगीन प्रसारण के बाद 1930 में अमेरिका में कुछ और निजी प्रसारण शुरू हुए। 1930 में बोस्टन ऑन एयर कंपनी ने बोस्टन में और डॉन ली ने लॉस एंजिल्स में अपने प्रसारण केन्द्र शुरू किए। 31 मई 1930 को बहुराष्ट्रीय कंपनी नेशनल ब्रॉडकास्टिंग कंपनी (NBC) ने और 9 अगस्त को एसोसिएटेड प्रेस (AP) ने भी

अपने प्रसारण शुरू कर दिए और बोस्टन, लास एंजेल्स, न्यूजर्सी तथा न्यूयार्क शहरों में टेलीविजन प्रसारण उपलब्ध होने लगे। एन बी सी ने 30 अक्टूबर 1931 से न्यूयार्क की सबसे ऊंची एम्पायर स्टेट बिल्डिंग से अपने टी वी कार्यक्रमों का प्रसारण शुरू किया और 1932 में ज्वोर्खिन की देखरेख में रेडियो कार्पोरेशन ऑफ अमेरिका (RCA) ने भी पूर्ण इलेक्ट्रानिक प्रसारण केन्द्र बनाकर प्रसारण शुरू कर दिया। इस कारणों से इस दौरान अमेरिका में टेलीविजन की लोकप्रियता बढ़ने लगी और 1931 में अमेरिका में पांच हजार से ज्यादा टी वी सेट लग चुके थे। 1930 में शिकागो के मेयर का चुनाव टेलीविजन पर प्रसारित होने वाली पहली चुनाव सम्बन्धी खबर बनी और 8 नवम्बर 1932 को जब कोलम्बिया ब्रॉडकास्टिंग सर्विस (CBS) ने अमेरिकी राष्ट्रपति रूजवेल्ट के चुनाव सम्बन्धी पहली खबर दिखाई तो उसे 75 हजार से अधिक लोगों ने टीवी के जरिए देखा।

13 अप्रैल 1939 में आर सी ए ने न्यूयार्क अन्तरराष्ट्रीय व्यापार मेले के उद्घाटन समारोह और राष्ट्रपति रूजवेल्ट के भाषण का सीधा प्रसारण (लाइव) दिखाकर लोगों को हैरान कर दिया। लेकिन अमेरिका में पहले व्यावसायिक टीवी स्टेशन की स्थापना न्यूयार्क में एक जुलाई 1941 को ही हो पाई। इस दौरान अमेरिका में 5 इंच स्क्रीन वाला सेट 200 डालर में तथा 12 इंच वाला डीलक्स सेट 600 डालर में मिलता था। तब टीवी कार्यक्रमों में खाना बनाने के कार्यक्रम, हास्य कार्यक्रम व कठपुतलियों के नाटक मुख्य रूप से दिखाए जाते थे।

द्वितीय विश्वयुद्ध के बाद 50 के दशक में अमेरिका में टेलीविजन का अभूत पूर्व विस्तार हुआ। इस दौरान वहां मिकी माऊस क्लब और आई लव लूसी जैसे लोकप्रिय कार्यक्रमों का निर्माण हुआ। 1953 में रंगीन प्रसारण की शुरुआत होने से इसे और गति मिली। 1960 का दशक अमेरिका में टेलीविजन पत्रकारिता के लिहाज से काफी महत्वपूर्ण रहा। 1963 में मार्टिन लूथर किंग का चर्चित भाषण 'आई हेव ए ड्रीम' लाखों अमेरिकियों ने टीवी में देखा। 1973 में वाटरगेट काण्ड और राष्ट्रपति निक्सन का इस्तीफा अमेरिकी टेलीविजन चैनलों में 300 घंटे से भी अधिक समय तक दिखाया गया। इसी दौर में अमेरिकी टीवी में हिंसा के बढ़ते प्रदर्शन का विरोध

भी शुरू होने लगा थीं 80 के दशक में शुरू हुए CNN (केबल न्यूज नेटवर्क) और एम टीवी (MTV) जल्द ही विश्वव्यापी ब्रांड बन गए और अगस्त 1987 में रूफर्ट मर्डोक ने अमेरिका में अपने कारोबार को विस्तार देते हुए फॉक्स ब्रॉडकास्टिंग कंपनी बनाई और इसी वर्ष ए सी नील्सन कंपनी ने टीवी दर्शकों की रुचि व संख्या जानने के लिए पीपुल्स मीटर का उपयोग आरम्भ किया और टी आर पी नापने का नया पैमाना स्थापित कर दिया। आज अनेक अमेरिकी टीवी मीडिया कंपनियां विश्व के अन्य देशों में कार्यक्रम प्रसारित कर रही हैं, स्थानीय मीडिया से साझेदारी कर रही हैं। अमेरिका में टेलीविजन एक सशक्त माध्यम बन चुका है और बहुत बड़ा व्यवसाय भी ।

2. ब्रिटेन : ब्रिटेन के टेलीविजन कार्यक्रमों को आज भी तकनीक और गुणवत्ता के आधार पर सर्वश्रेष्ठ माना जाता है। हालाँकि टेलीविजन के विकास के प्रारम्भिक कार्यों में ब्रिटेन भी अमेरिका की तरह से ही अगुवाई करता रहा था, लेकिन ब्रिटेन में टेलीविजन प्रसारणों की शुरुआत 1932 में ही हो सकी, जब बीबीसी ने अपने टेलीविजन प्रसारण की शुरुआत की। लेकिन यह अनियमित प्रसारण थे। विधिवत रूप से ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कारपोरेशन (बीबीसी) ने 2 नवम्बर 1936 को लन्दन के एलैक्जेंडर पैलेस से अपनी टेलीविजन सेवा की शुरुआत की। इस प्रसारण को तब केवल 10 इंच के टीवी सेटों पर ही देखा जा सकता था, जो बेहद महंगे थे। फिर भी इस नए माध्यम की लोकप्रियता तेजी से बढ़ने लगी। 12 मई 1937 को जार्ज-छह के राज्याभिषेक का कार्यक्रम टेलीविजन के जरिए लन्दन में देखा गया और इसे काफी सराहा भी गया। लेकिन 1939 में दूसरा विश्वयुद्ध छिड़ जाने से ये टेलीविजन प्रसारण बन्द हो गये। 1 सितम्बर 1939 को जब विश्व युद्ध की घोषणा हुई तो बीबीसी पर मिकी माऊस का कार्टून कार्यक्रम चल रहा था। इसी कार्यक्रम के दौरान प्रसारण बन्द कर दिया गया और जब विश्वयुद्ध खत्म हुआ तो सात साल बाद 7 जून 1946 को मिकी माऊस के उसी कार्टून कार्यक्रम से टेलीविजन प्रसारण पुनः शुरू किया गया।

यह निर्विवाद तथ्य है कि द्वितीय विश्वयुद्ध ने टेलीविजन की विकास यात्रा को बहुत बड़ा झटका दिया। लेकिन विश्वयुद्ध के बाद के नए माहौल में लोगों में दुनिया के बारे में जानने की जिज्ञासा बहुत तेजी से बढ़ी और इस कारण टेलीविजन न्यूज के क्षेत्र में बहुत तेजी से विकास हुआ। हालाँकि बीबीसी में टीवी समाचार बुलेटिन 1939 से ही आने लगे थे लेकिन सही मायने में इनका रूप 1946 के बाद ही निखरना शुरू हुआ। रंगीन टीवी के आगमन के कारण भी टीवी समाचारों की लोकप्रियता तेजी से बढ़ने लगी। तकनीक में आ रहे बदलावों के कारण भी टेलीविजन प्रसारणों के स्तर में सुधार होने लगा। हालाँकि टीवी न्यूज बुलेटिन अब भी पुराने ढर्रे पर ही चल रहे थे और वे प्रायः न्यूजरील आधारित समाचार प्रस्तुत करते थे। 2 जून 1953 में ब्रिटेन की महारानी के ताजपोशी के कार्यक्रम को लाखों लोगों ने टीवी में देखा। इस घटना को देखने के लिए बहुत से लोगों ने टीवी खरीदे और इसके बाद टीवी की बिक्री में भी बहुत तेजी आ गई। टीवी सेट बढ़ने से बीबीसी की आय भी बढ़ने लगी क्योंकि प्रत्येक टीवी सेट की बिक्री से बीबीसी को कुछ फीस मिलती थी जो उसकी आय का प्रमुख श्रोत था।

1954 में बीबीसी ने अपने संवाददाताओं की खबरों के आधार पर न्यूज बुलेटिन प्रस्तुत करने शुरू किए। 1954 में ही ब्रिटेन में टेलीविजन के लिए टेलीविजन एक्ट बनाया गया। इस एक्ट ने आई टी वी (इंडिपेंडेंट टेलीविजन) नामक एक कंपनी को विज्ञापन की आय से चलाए जा सकने वाली टेलीविजन सेवा शुरू करने की इजाजत दे दी। सितम्बर 1955 से शुरू आईटीवी ने बीबीसी को कड़ी टक्कर देना शुरू कर दिया। यह चैनल लोकरुचि के कार्यक्रम प्रस्तुत करता था और जल्द ही इसे लोगों के चैनल के रूप में भी मान्यता मिल गई। इस दौरान 1957 में बीबीसी की दर्शक संख्या में 28 फीसदी की गिरावट आ गई थी।

लगभग इसी वक्त वीडियो टेप का आविष्कार होने से वीडियो रिकार्डिंग भी शुरू हो गई, जिसने टेलीविजन का अंदाज ही बदल दिया। 2 दिसम्बर 1967 को बीबीसी ने पहला रंगीन प्रसारण किया और दो साल बाद 1969 में मनुष्य के चन्द्रमा पर पहुंचने की तस्वीरें दिखाकर टेलीविजन समाचारों के भविष्य की ऊँचाईयां भी

तय कर दीं। 80 के दशक में सरकार के प्रयासों के कारण संसद में कानून पास करके बीबीसी के समानान्तर चैनल -4 नामक एक अलग चैनल का आरम्भ किया गया, जो मूलतः ब्रिटेन में रह रहें एशियाई और अफ्रीका लोगों की आवाज बन गया। इसी दौरान 'बिस्की-बी' नामक एक और स्वतंत्र चैनल शुरू हुआ, जिसे 1984 में रूफर्ट यर्डोक ने 'स्काई चैनल' के रूप में परिवर्तित कर दिया। ग्रैनेडा टीवी भी ब्रिटेन का एक अन्य लोकप्रिय टीवी चैनल है जिसे ब्रिटेन का पहला सोप ओपेरा चलाने का श्रेय प्राप्त है।

3. रूस : रूस में भी टेलीविजन की शुरुआत काफी पहले से हो गई थी। तत्कालीन सोवियत संघ के जमाने में 1939 में रूस की राजधानी मास्को में पहला टेलीविजन प्रसारण शुरू हुआ जो 1941 में विश्व युद्ध के कारण बन्द हो गया। 1945 में इसे फिर से शुरू किया गया। हालाँकि उन दिनों में रूस में टेलीविजन पर कोई सीधी पाबन्दी नहीं थी, लेकिन उसके कार्यक्रमों में सरकार व कम्युनिस्ट पार्टी की ओर झुकाव साफ देखा जा सकता था। 1962 में रूस में टेलीविजन पर लाइसेंस फीस खत्म कर दी गई और 1967 में वहां रंगीन टेलीविजन प्रसारण शुरू हो गया। इन दो कारणों से वहां टीवी की लोकप्रियता खूब बढ़ी। मगर 1970 तक रूस में टेलीविजन के सिर्फ 2 ही चैनल थे और टेलीविजन प्रसारण का काम 'आल यूनियन कमेटी फॉर टेलीविजन एण्ड रेडियो' देखती थी जिसका मुखिया सोवियत कम्युनिस्ट पार्टी की केन्द्रीय कमेटी का कोई सदस्य ही हो सकता था।

1991 में सोवियत संघ के विघटन के बाद रूस में 6 घंटे का एक नया स्वतंत्र चैनल भी शुरू हो गया। इसके बाद आरटीआर (आल रशियन स्टेट टेलीविजन एण्ड रेडियो कंपनी) का भी गठन हुआ और सोवियत संघ के जमाने की टीवी कंपनी आस्टैंकीनो का नाम बदल कर उसे रशियन पब्लिक टेलीविजन बना दिया गया। सन् 2000 के बाद रूस में विदेशी चैनलों का प्रवेश भी आसान हो गया और आज रूस के चैनल भी खुलेपन की नीति का इस्तेमाल करने लगे हैं।

4. चीन : दुनिया में सर्वाधिक आबादी वाले और विश्व अर्थव्यवस्था में दूसरे नम्बर के देश चीन में टेलीविजन का प्रवेश काफी देर से हुआ। लगभग भारत के ही साथ-साथ। एक मई 1958 को चीन में पहले टेलीविजन केन्द्र ने काम करना शुरू किया। इसके दो दिन बाद ही शंघाई सहित अनेक शहरों में एक दर्जन टेलीविजन केन्द्र खुल गए। अगले 8-9 वर्ष तक तेजी से प्रगति करते रहने के बाद चीन के टेलीविजन उद्योग को 1966 में तब बहुत बड़ा झटका लगा, जब सोवियत संघ ने चीन को सारी आर्थिक सहायता एकदम बन्द कर दी। यह चीनी टीवी के लिए बड़ा धक्का था। इससे चीन के टेलीविजन केन्द्रों की संख्या 23 से घटकर 5 हो गई। यहां तक कि जनवरी 1967 में बीजिंग टेलीविजन ने अपनी नियमित सेवाएं भी रोक दीं, इसके लगभग दस वर्ष बाद चीन ने फिर से अपने दम पर टेलीविजन का विस्तार शुरू किया। मई 1978 में बीजिंग टेलीविजन का नाम बदल कर चायनीज सेंट्रल टेलीविजन (CCTV) कर दिया गया। वर्तमान में यह देश का एकमात्र और दुनिया का सबसे बड़ा टेलीविजन नेटवर्क है।

आज भी चीन में निजी टेलीविजन की इजाजत नहीं है। केबल के जरिए भी सरकार द्वारा स्वीकृत चैनल ही दिखाए जा सकते हैं। दुनिया के सबसे बड़े केबल नेटवर्क शंघाई केबल टेलीविजन (SCTV) के जरिए भी विदेशी सेटेलाइट चैनल नहीं दिखाए जाते। शंघाई के ही ओरियंटल टेलीविजन नामक व्यावसायिक चैनल पर भी अनेक प्रतिबन्ध हैं। हालांकि सीसी टीवी कई अंग्रेजी चैनल भी प्रसारित करता है लेकिन चीन में बाहरी चैनलों पर अब भी बेहद कड़े प्रतिबन्ध जारी हैं।

5. जापान : जापान में वैसे तो टेलीविजन का प्रसारण 1939 में ही शुरू हो गया था लेकिन टेलीविजन की विधिवत शुरूआत वहां 1950 के बाद ही हो सकी। 1951 में जापान में एनएचके और निप्पोन टीवी (NTV) नामक दो चैनलों की शुरूआत हुई। टीवी सेट मंहगे होने के कारण सरकार ने बड़ी संख्या में बाजारों, स्टेशनों, दुकानों व अन्य सर्वजनिक स्थानों में टीवी लगवा दिए। इन कम्युनिटी टेलीविजनों की वजह से जापान में टीवी की लोकप्रियता बहुत तेजी से बढ़ने लगी। 1980 तक ज्यादातर कार्यक्रम विदेशों से मंगाए जाते थे लेकिन 1980 में इनकी संख्या घट कर 5

फीसदी ही रह गई। आज आपान के 100 फीसदी घरों में कम से कम एक टेलीविजन सेट जरूर हैं और वहाँ के लोग औसत रूप से 6 से 8 घंटे तक हर रोज टीवी देखते हैं।

जापान में इस समय 5 प्रमुख व्यावसायिक टेलीविजन प्रसारण कंपनियां फूजी टेलीविजन, टोक्यो ब्रॉडकास्टिंग सिस्टम, असाही न्यूज नेटवर्क, निप्पोन टेलीविजन और टेलीविजन टोक्यो शामिल हैं।

6. आस्ट्रेलिया : खेल प्रसारणों के लिए दुनिया भर में घर जमा चुके आस्ट्रेलिया में टीवी की शुरुआत 16 सितम्बर 1956 को हुई। 'आस्ट्रेलिया ब्रॉडकास्टिंग कारपोरेशन', एबीसी के अर्न्तगत इस प्रसारण के साथ-साथ दो व्यवसायिक चैनल भी आस्ट्रेलिया में 1956 में ही शुरू हो गए थे। प्रारम्भ में वहाँ अमेरिकी और ब्रिटिश कार्यक्रम अधिक दिखाए जाते थे लेकिन आज एबीसी के शतप्रतिशत कार्यक्रम खुद के बनाए हुए होते हैं। यह चैनल अपने कार्यक्रमों की गुणवत्ता और उत्कृष्टता के लिए पहचाना जाता है। आस्ट्रेलिया के अन्य प्रमुख चैनलों में चैनल सेवन और चैनल-नाइन प्रमुख हैं। आज तकनीक के लिहाज से आस्ट्रेलियन टीवीजगत दुनिया में सर्वश्रेष्ठ है।

दुनिया के कई अन्य देशों के टेलीविजन की भी अपनी अपनी खूबियां हैं। ब्राजील का टेलीविजन उद्योग अपने 'टेजीनावेला' के कारण दुनिया भर में जाना जाता है। 'टेजीनावेला' महत्वपूर्ण उपन्यासों के टीवी रूपान्तर हैं। जो ब्राजील ही नहीं दुनिया के अन्य देशों में भी काफी लोकप्रियता हैं। अल जजीरा एक ऐसा टेलीविजन नेटवर्क है जो मध्य पूर्व के देशों की खबरें दुनिया को उपलब्ध कराता है। दुनिया के कई देशों में धार्मिक चैनलों से प्रसारित कार्यक्रम अपने कथ्य के कारण पसंद किए जाते हैं तो खेल चैनलों ने तो पूरी दुनिया को ही एक देश बना दिया है।

बोध प्रश्न

- प्र0 1— अमेरिका में एनबीसी ने अपना पहला टेलीविजन प्रसारण कब किया था ?
- उ0 एनबीसी ने अपना पहला टीवी प्रसारण 30 मई 1930 को किया था।
- प्र0 2— आरसीए ने किस अमेरिकी राष्ट्रपति का भाषण सबसे पहली बार टीवी पर दिखाया था ?
- उ0 आरसीए ने अमेरिकी राष्ट्रपति रूजवैल्ट का भाषण सबसे पहली बार टेलीविजन पर प्रसारित किया था।
- प्र 3— द्वितीय विश्वयुद्ध की घोषणा के वक्त ब्रिटिश टीवी में क्या कार्यक्रम चल रहा था।
- उ0 द्वितीय विश्वयुद्ध की घोषणा के वक्त ब्रिटेन में टीवी पर मिकी माऊस पर आधारित कार्टून कार्यक्रम चल रहा था।
- प्र0 4— ब्रिटेन में टेलीविजन एकट कब बना ?
- उ0 ब्रिटेन में टेलीविजन एकट 1954 में बनाया गया।
- प्र0 5— चीन के सरकारी टीवी नेटवर्क का क्या नाम है ?
- उ0 चीन के सरकारी टीवी नेटवर्क का नाम चायनीज सेंट्रल टेलीविजन (CCTV) है और यह दुनिया का सबसे बड़ा टीवी नेटवर्क है।

2.4 भारत में टेलीविजन की विकास यात्रा :

भारतीय परम्परा में संजय द्वारा नेत्रहीन धृतराष्ट्र को महाभारत के युद्ध का आखों देखा हाल सुनाने की कथा जरूर प्रचलित है लेकिन टेलीविजन को भारतीय धरती में अवतरित होने के लिए 1955 तक इन्तजार करना पड़ा। 1955 में इलेक्ट्रॉनिक उत्पाद बनाने वाली बहुराष्ट्रीय कंपनी फिलिप्स ने दिल्ली के औद्योगिक

मेले में पहली बार टेलीविजन प्रसारण का प्रदर्शन किया। आकाशवाणी के इंजीनियरों सहित अनेक राजनेताओं ने भी इस प्रदर्शन को देखा। लेकिन तब तक प्रधानमंत्री जवाहर लाल नेहरू सहित भारत सरकार की यह धारणा थी कि इतना महंगा माध्यम भारत जैसे गरीब देश के लिए उपयोगी नहीं है। तब सरकार रेडियो को ही अधिक विकसित करने के पक्ष में थी।

1956 में युनैस्को का एक बड़ा सम्मेलन भारत में हुआ। इस दौरान यूनैस्को ने भारत सरकार को देश में टेलीविजन प्रसारण शुरू करने के लिए प्रोत्साहित किया और इसके लिए आर्थिक मदद का वायदा भी किया।

इसी बीच 1957 के दिल्ली व्यापार मेले में आई फिलिप्स कंपनी ने व्यापार मेले में लाए गए टेलीविजन प्रसारण यंत्र भारत में बेचने का प्रस्ताव किया और इस तरह 40 लाख रुपये में देश में पहला टीवी ट्रांसमीटर व अन्य उपकरण खरीद लिए गए। अप्रैल, 1958 में आकाशवाणी भवन में यह ट्रांसमीटर लगाया गया और वहीं से प्रायोगिक प्रसारण शुरू करने का काम आरम्भ हो गया।

2.4.1 दूरदर्शन :

15 सितम्बर, 1959 को दिल्ली के आकाशवाणी भवन की पांचवी मंजिल में बने एक स्टूडियो से राष्ट्रपति डा. राजेन्द्र प्रसाद के हाथों देश की पहली टेलीविजन सेवा 'दूरदर्शन' शुरू हो गई। प्रायोगिक प्रसारण मंगल और शुक्रवार से होता था और इसकी अवधि 60 मिनट थी। इसे ट्रांसमीटर की क्षमता के अनुसार दिल्ली में 25 किलोमीटर क्षेत्र में देखा जा सकता था और इसे देखने के लिए क्षेत्र में इक्कीस सामुदायिक टीवी सेट लगाए गए थे। इसके कार्यक्रमों में स्वास्थ्य सम्बन्धी जानकारियों पर खास ध्यान दिया जाता था और इसके संचालन में यूनैस्को के विशेषज्ञ भी शामिल थे। 1961 में इस प्रायोगिक कार्यक्रम को नियमित सेवा में बदल दिया गया। 25 अक्टूबर 1961 को अमेरिकी संस्था फोर्ड फाउण्डेशन के सहयोग से

दिल्ली के स्कूली बच्चों के लिए भी एक कार्यक्रम शुरू कर दिया गया। दिल्ली के 600 स्कूलों में लगे टीवी सेटों पर इसे देखा जा सकता था।

दूरदर्शन पर समाचारों का सिलसिला 15 अगस्त 1965 से शुरू हुआ। दूरदर्शन का यह पहला दैनिक न्यूज बुलेटिन आकाशवाणी द्वारा तैयार होता था और समाचारों के साथ स्थिर चित्र ही दिखाए जाते थे। ठीक वैसे ही जैसे किसी सचित्र अखबार को पढ़ने वाले व्यक्ति को टीवी के जरिए देखा जा रहा हो। इस बीच देश में हरित क्रान्ति का जोर था और वैज्ञानिक डा. एम.एस. स्वामीनाथ और डा. विक्रम साराभाई के प्रयासों से 26 जनवरी 1967 से प्रसारित कृषिदर्शन नामक प्रसारण को इसी दृष्टि से बनाया गया था। बुधवार और शुक्रवार को प्रसारित होने वाला यह कार्यक्रम 20 मिनट का था और इसे दिल्ली तथा हरियाणा के 80 गावों में सामुदायिक टेलीविजन सेटों के जरिए देखा जा सकता था। 2 अक्टूबर 1972 को मुम्बई में देश का दूसरा टेलीविजन केन्द्र शुरू हुआ और पाकिस्तान के दुष्प्रचार का जवाब देने के लिए 26 जनवरी 1973 को श्रीनगर तथा 29 सितम्बर 1973 को अमृतसर में दूरदर्शन केन्द्र खोल दिए गए। 1975 में देश में पहली बार प्रायोगिक सेटेलाइट प्रसारण की शुरुआत हुई जिससे टेलीविजन को बहुत विस्तार मिलने लगा। आपातकाल ने दूरदर्शन की विश्वसनीयता समाप्त कर दी थी मगर 1 जनवरी 1976 से विज्ञापनों का प्रसारण शुरू होने के बाद दूरदर्शन का प्रसार बढ़ता चला गया और लोकप्रियता भी एक अप्रैल 1976 को दूरदर्शन को आकाशवाणी से अलग कर दिया गया।

1982 का वर्ष दूरदर्शन के लिए काफी महत्वपूर्ण रहा। इसी वर्ष देश का पहला संचार उपग्रह छोड़ा गया। 1982 में ही 19 नवम्बर से शुरू दिल्ली एशियाई खेलों का सफल सीधा प्रसारण कर भारत ने अपनी तकनीकी श्रेष्ठता व कुशलता प्रदर्शित की। इसी वर्ष 15 अगस्त से दूरदर्शन का राष्ट्रीय प्रसारण शुरू हुआ और 15 अगस्त से ही देश में रंगीन टेलीविजन प्रसारण की भी शुरुआत हो गई। 1984 में देश का पहला प्रायोजित धारावाहिक हम लोग दूरदर्शन पर शुरू हुआ जो 156 कडियों का था और इसे भारतीय टेलीविजन के इतिहास में एक मील का पत्थर

माना जा सकता है। 1984 में ही दूरदर्शन का दूसरा चैनल डीडी-2 भी शुरू हो गया ।

1992 में देश का पहला निजी चैनल जी टीवी शुरू हुआ इसके बाद निजी चैनलों तथा निजी निर्माताओं की होड़ के चलते दूरदर्शन ने डीडी न्यूज चैनल शुरू किया । मगर यह अपेक्षित प्रभाव नहीं पैदा कर सका। आज दूरदर्शन की पहुँच 90 फीसदी टीवी दर्शकों तक है। 7 राष्ट्रीय चैनल, 2 संसदीय चैनल, एक अन्तराष्ट्रीय चैनल व एक दर्जन से अधिक क्षेत्रीय चैनलों के साथ अब भी दूरदर्शन देश का सबसे नेटवर्क है।

2.4.2 अन्य प्रमुख निजी चैनल :

भारत में उपग्रह टेलीविजन की शुरूआत खाड़ी युद्ध के बाद 1991 में हुई। तब तक देश के कुछ पांच सितारा होटलों और विदेशी दूतवासों में ही विशेष डिश की मदद से विदेशी सेटेलाइट चैनल देखे जा सकते थे । लेकिन खाड़ी युद्ध के दौरान सीएनएन चैनल के लाइव कवरेज को देखने के लिए लोगो में होड़ लग गई और इसी के साथ देश में केवल नेटवर्क का कारोबार भी शुरू हो गया। 1991 में एक केवल आपरेटर सिद्धार्थ श्रीवास्तव ने लन्दन से ए टी एन नाम एक चैनल शुरू किया, मगर वह अधिक दिन तक चल नहीं पाया।

भारत में निजी क्षेत्र में टेलीविजन प्रसारण का वास्तविक श्रेय जी समूह को ही जाता है। हागकांग की एक कंपनी एशिया सेट-1 नाम उपग्रह के जरिए कुछ देशों में टीवी प्रसारण का काम कर रही थी। यही कंपनी भारत में स्टार टेलीविजन का भी प्रसारण करती थी। इसी कंपनी से सुभाषचन्द्र गोयल ने मंहगा सौदा कर 1992 में जी टीवी के प्रसारण की नींव रखी। शुरू में स्टार और जी समूह के बीच पचास फीसदी हिस्सेदारी में एशिया टुडे लिमिटेड का गठन किया गया । मगर 1993 में स्टार टीवी में रूपर्त मर्डोक की हिस्सेदारी हो जाने के बाद बढ़ती प्रतिस्पर्धा के कारण सुभाष गोयल ने सारी हिस्सेदारी खुद ही खरीद ली और 1999

को जी टीवी पूरी तरह गोयल के स्वामित्व में आ गया और इसका नया नाम 'जी इण्डिया' रखा गया।

जी टीवी ने 9 अप्रैल 1995 को जी सिनेमा और जुलाई 1997 में म्यूजिक एशिया चैनल शुरू किए और इसी दौर में जी यू.के तथा जी अफ्रीका भी शुरू किए थे। 1999 में जी ने 15 अगस्त को पहला क्षेत्रीय चैनल अल्फा मराठी शुरू किया और इसी वर्ष इसके अल्फा बांग्ला और अल्फा पंजाबी चैनल भी प्रसारित होने लगे थे। इस समय जी समूह न्यूज चैनलों सहित पांच क्षेत्रीय चैनल, कई अन्तर्राष्ट्रीय चैनल और फैशन चैनल ट्रेण्ड्स, जी क्लासिक, और स्माइल सहित डीटीएच के 5 चैनल भी चला रहा है।

स्टार समूह भी देश की एक प्रमुख टेलीविजन प्रसारण कंपनी है। दुनिया के मीडिया जाइंट रूपर्ट मर्डोक की कंपनी न्यूज कार्पोरेशन ने 1993 में स्टार टीवी को खरीद लिया था और तब से ही स्टार ने भारत में प्रसारण का काम शुरू कर दिया था। इस समूह का स्टार प्लस देश का लोकप्रिय मनोरंजन चैनल है। सरकारी नीतियों के कारण इस चैनल के स्वामित्व में कई बार बदलाव हुए और वर्तमान में मर्डोक के साथ-साथ पश्चिम बंगाल के 'आनन्द बाजार पत्रिका समूह' की भी इसमें हिस्सेदारी है। स्टार स्पोर्ट्स, स्टार मूवीज, और स्टार न्यूज समेत स्टार समूह निरन्तर अपने कार्यक्रमों के सुधार करने का प्रयास करता रहता है और दर्शकों पर अपनी पकड़ बनाए रखने की कोशिशों में जुटा रहता है।

सन समूह देश का दूसरा सबसे बड़ा निजी टेलीविजन नेटवर्क है। कलानिधि मारन इसके स्वामी हैं और इसका कारोबार मुख्यतः दक्षिण भारत में है। मई 1993 में तमिल में सन टीवी का पहला प्रसारण शुरू हुआ। यह तीन घंटे का कार्यक्रम होता था लेकिन जल्द ही दक्षिण भारतीय फिल्मों के जरिये सन टीवी का प्रसारण समय और लोकप्रियता दोनों ही बढ़ने लगी। सन् 2000 तक दक्षिण भारत की 70 फीसदी फिल्मों के प्रदर्शन अधिकार सन टीवी के हाथ में आ चुके थे। 1994 में सन ने कन्नड़ चैनल 'उदय टीवी', 1996 में तेलगू चैनल 'जैमिनी' और 1998 में मलयालम चैनल 'सूर्या' शुरू करके पूरे दक्षिण भारत में एकाधिकार स्थापित कर

लिया । वर्तमान में इस समूह के 4 तमिल, 4 कन्नड़, 4 तेलगू और दो मलयालम चैनल प्रसारित रहे हैं। वर्तमान में देश में आस्था, श्रद्धा, साधना आदि अनेक धार्मिक चैनल भी प्रसारित हो रहे हैं। एन डीटीवी इमेजिन, यूटीवी, सहारावन, सब टीवी आदि अनेक मनोरंजन चैनल दर्शकों को उपलब्ध हैं। सोनी टीवी के प्रसारण, कलर्स टीवी, टाइम्स मूवीज जैसे अनेक चैनल भी अपने कार्यक्रम दिखा रहे हैं। भारत में टेलीविजन अभी विकास के दौर में है। इसलिए यहां उनमें हमेशा नए प्रयोग हो रहे हैं जो भविष्य के लिए बेहतर उम्मीदें दिखाते हैं।

बोधप्रश्न

- प्र0 1— भारत में पहली बार टेलीविजन प्रसारण का प्रदर्शन कब हुआ ?
- उ0 भारत में 1955 में दिल्ली के उद्योग-व्यापार मेले में फिलिप्स ने टेलीविजन प्रसारण का पहला प्रदर्शन किया था।
- प्र0 2— दूरदर्शन पर पहला न्यूज बुलेटिन कब प्रसारित हुआ था ?
- उ0 दूरदर्शन पर समाचारों का सिलसिला 15 अगस्त 1965 से शुरू हुआ, जब दिल्ली से पहला न्यूज बुलेटिन प्रसारित किया गया था।
- प्र0 3— वर्ष 1984 का दूरदर्शन के लिए क्या महत्व है ?
- उ0 1984 में 15 अगस्त को देश में रंगीन टीवी प्रसारण की शुरुआत हुई और इसी के साथ देश का पहला राष्ट्रीय प्रसारण भी शुरू हुआ ।
- प्र0 4— देश का दूसरा सबसे बड़ा निजी टीवी नेटवर्क कौन सा है ?
- उ0 देश का दूसरा सबसे बड़ा निजी टेलीविजन नेटवर्क सन टीवी है जो मुख्यतः दक्षिण भारतीय भाषाओं में अपने प्रसारण करता है।

2.5 भारतीय टेलीविजन प्रसारण माध्यम :

टेलीविजन के सिग्नल तरंगों के जरिए एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुंचते हैं और इन तरंगों को प्रसारण केन्द्र से दर्शकों तक पहुंचाने में उपग्रहों की

मदद ली जाती है। लेकिन इन तरंगों को टेलीविजन तक पहुँचाने के लिए भी किसी साधन की जरूरत होती है। सबसे पहले यह काम टेलीविजन में लगाए जाने वाले विशेष ऐंटीना की मदद से किया जाता था। घरों की छतों या अन्य ऊँचे स्थानों पर लगाए जाने वाले धातु के बड़े-बड़े ये ऐंटीना एक तार के जरिए जिस 'कोएक्सल वायर' कहते हैं। टीवी से जोड़ दिख जाते थे। स्थानीय ट्रांसमीटर से प्राप्त होने वाले संदेशों को ग्रहण कर ये ऐंटीना टीवी तक पहुंचा देते थे और दर्शकों को टीवी प्रसारण दिया जाता था। लेकिन एक तो इसमें बहुत तामझाम की जरूरत होती थी और दूसरे इनके जरिए प्राप्त होने वाले सिग्नल कई बार साफ नहीं होते थे। बार-बार ऐंटीना की दिशाएं बदलनी पड़ती थीं।

इन समस्याओं को निपटाने के लिए पहले प्रयास अमेरिका में हुए। 1948 में अमेरिका में पेंसिलवेनिया के पहाड़ी इलाके में रहने वाले लोगों तक टेलीविजन सिग्नल पहुंचाने के लिए केबल का प्रयोग किया गया। 60 के दशक में कोएक्सल केबलों के जरिए टीवी सिग्नल प्रसारण अमेरिका में काफी लोकप्रिय हो गया था क्योंकि कोएक्सल तारों के जरिए टेलीविजन प्रसारण न केवल टिकाऊ था बल्कि इसके प्रसारण से गुणवत्ता भी बरकरार रहती थी।

भारत में 80 के दशक में वीडियो बूम के दौरान बीडियो कैसेट के जरिए फिल्में देखना भारतीय मध्यवर्ग का नया शौक बन गया था। जगह-जगह खुले वीडियो पार्लरों में लोगों को मनचाहे वीडियो कैसेट उपलब्ध हो जाते थे, लेकिन इन्हें दिखा सकने वाला वीडियो कैसेट प्लेयर (बीसीपी) सबके पास नहीं होता था और रंगीन टीवी तथा बीसीपी किराय में आसानी से मिल नहीं पाते थे इसलिए कई वीडियो पार्लर वाले अपने यहां ही वीडियो कैसेट दिखाने का काम करने लगे। इन्हीं वीडियो पार्लरों में से कुछ ने केबल के जरिए अपने बीसीपी में चल रही कैसेट को घर-घर दिखाने के लिए केबल टीवी का कारोबार शुरू कर दिया। मुंबई, दिल्ली जैसे बड़े शहरों से शुरू यह कारोबार जल्द ही छोटे शहरों तक भी पहुंच गया और केबल टीवी एक लोकप्रिय जनमाध्यम बन गया। धीरे-धीरे इसमें स्थानीय समाचार और विज्ञापन भी दिखाए जाने लगे। बाद में केबल की बढ़ती लोकप्रियता

के कारण फिल्म निर्माता ने इसके जरिए फिल्म प्रदर्शन का विरोध शुरू कर दिया और यह मामला अदालतों में भी पहुंच गया।

इसी बीच हांगकांग की हचिसन कंपनी ने एशिया सेट-1 उपग्रह के जरिए टीवी का सेटेलाइट प्रसारण शुरू कर दिया। रूपर्ट मर्डोक ने इस मौके का फायदा उठाकर हचिसन कंपनी और उसके स्टार (Star Satellite Television in Asian Region) नेटवर्क को खरीद लिया। 1991 में स्टार के जरिए पांच विदेशी चैनल—स्टारप्लस, बीबीसी, सीएनएन, एमटीवी, और प्राइम स्पोर्ट्स ही केबल नेटवर्क में देखे जा सकते थे। धीरे-धीरे उपग्रह चैनल बढ़ने लगे और केबल के जरिए इन्हें दिखाने वाले छोटे कारोबारियों का कारोबार भी। 1984में देश में कुल 100 केबल आपरेटर थे मगर सन् 2000 में यह संख्या एक लाख से ज्यादा हो गई थी। एंटीना पूरी तरह गायब हो चुके थे और घर-घर में केबल के जरिए टीवी देखा जाने लगा था। अब तक केवल व्यवसाय के लिए पर्याप्त नियम कानून भी नहीं बन पाए थे और छोटे केबल ऑपरेटरों को सरकारी एजेंसियों द्वारा बार-बार परेशान भी किया जाता था। इसी दौर में केबल व्यवसाय में कुछ बड़े समूह भी एमएसओ (मल्टी सर्विस ऑपरेटर) के रूप में प्रवेश कर चुके थे। इन्होंने छोटे-छोटे आपरेटरों पर शिकंजा कसते हुए पूरे बाजार पर अधिकार कर लिया। उत्तर भारत में जी समूह के सिटीकेबल, पश्चिमी भारत में हिन्दुजा ग्रुप के इन केबल, पूर्वी हिस्से में गोयनका समूह के आरपीजी केबल का और दक्षिण भारत में सन समूह के एससीबी (सुमंगली केबल विजन) का कब्जा हो गया।

29 सितम्बर 1994 की रात भारत सरकार ने केबल टीवी संचालन पर नियंत्रण के लिए केबल टेलीविजन नेटवर्क रेगुलेशन आर्डिनैस लागू कर दिया जो 1995 में कानून बन गया। इसके तहत केबल आपरेटरों का पंजीकरण आवश्यक था। अश्लील प्रसारण पर रोक लगा दी गई थी और विज्ञापन आचार संहिता भी बन ही गई थी। वर्तमान में भारत का केबल उद्योग चीन और अमेरिका के बाद तीसरे स्थान पर है। देश में इस समय केबल का कारोबार 18,000 करोड़ से अधिक हो गया है। बड़े आपरेटरों में सिटी केबल, इन केबल, आरपीजी नेटकाम, सुमंगली

केबल विजन, हैथवे बल (पूर्ववर्ती विन केबल), ऊड़ीसा की ऑरटेल, मध्यप्रदेश और राजस्थान का भाष्कर टीवी, मध्य प्रदेश के राज टीवी और ओटीसी आदि प्रमुख हैं। अनेक क्षेत्रों में स्थानीय छोटे केबल आपरेटर भी अपने संगठन बनाकर एक सिंडिकेट केबल आपरेटर के रूप में काम करने लगे हैं।

वर्तमान में केबल टीवी का स्वरूप बदल रहा है। डिजीटल तकनीक अपनाई जाने लगी है और कोएक्स केबलों के स्थान पर ऑप्टिकल फाइबर का इस्तेमाल होने लगा है। केबल के साथ इंटरनेट सेवा भी उपलब्ध कराई जाने लगी है और यह कहा जा सकता है कि टेलीविजन प्रसारण की नई-नई तकनीकों के खतरे के बावजूद केबल का भविष्य अब भी सम्भावनाओं से भरपूर है।

भारत में एंटीना के बाद केबल और अब डीटीएच के जरिए भी टीवी का प्रसारण-वितरण हो रहा है। डीटीएच यानी डायरेक्ट टु होम एक ऐसी विशेष सेवा है जिसमें उपभोक्ता अपने घर पर एक छोटी डिश के जरिए उपग्रह से भेजे जाने वाले टेलीविजन संकेतों को प्राप्त कर सकता है और एक अन्य उपकरण सेट टॉप बॉक्स के द्वारा उन्हें टीवी पर देख सकता है। यह सेवा केबल से इस मायने में बेहतर है कि इसमें कोएक्सल केबल का जाल नहीं बिछाना पड़ता और प्रसारण की गुणवत्ता भी अधिक अच्छी होती है।

भारत में इस सेवा की शुरुआत 2001 में हुई। हालाँकि स्टार टीवी ने 1997 में इसके लिए काम शुरू कर दिया था मगर उस वक्त सरकार ने इस सेवा पर प्रतिबन्ध लगा दिया। बाद में इसके लिए कायदे-कानून बनाए गए और 2001 में सबसे पहले दूरदर्शन को डीटीएच सेवा शुरू करने की अनुमति मिली। दूरदर्शन की डीटीएच सेवा का नाम 'डीडी-डायरेक्ट' था। इस सेवा के तहत एक डिश की मदद से देश भर में किसी भी स्थान पर दूरदर्शन के सारे चैनल देखे जा सकते हैं। यह सेवा पूरी तरह निःशुल्क है और इसमें दूरदर्शन के चैनलों के अलावा 56 टीवी चैनल तथा रेडियो चैनल भी निःशुल्क उपलब्ध होते हैं। ये सब इनसेट 2 -ई उपग्रह से प्रसारित होने वाले चैनल हैं। पूरी तरह निःशुल्क होने के कारण यह

ग्रामीण क्षेत्रों में खूब लोकप्रिय है। लेकिन थे चैनल इसमें न दिखाए जाने के कारण शहरों में इसका अपेक्षित विस्तार नहीं हो सका है।

देश में निजी क्षेत्र को डीटीएच सेवा शुरू करने की इजाजत कुछ शर्तों के साथ मिली है। जैसे पहले से प्रसारण करने वाली या केबल का कारोबार करने वाली कंपनियां इसमें 20 फीसदी से अधिक भागीदारी नहीं रख सकतीं। साथ ही डीटीएच में विदेशी निवेश की सीमा 49 फीसदी से अधिक नहीं बढ़ाई जा सकती। जी समूह ने सबसे पहले डिश टीवी के जरिए अपनी डीटीएच सेवा की शुरुआत की। इसके बाद टाटा समूह की स्टार के साथ टाटा स्काई सेवा शुरू हुई। संचार क्षेत्र में कार्यरत रिलायंस समूह (अनिल अम्बानी) की बिग टीवी, एयरटेल की एयरटेल डिजीटल टीवी और सन टीवी की सन डायरेक्ट तथा वीडियों को डी2एच देश में कार्यरत प्रमुख डीटीएच कंपनियां हैं। ये कंपनियां जो देश के लगभग 14 फीसदी टीवी दर्शकों को अपनी सेवा दे रहीं हैं और इनका दायरा लगातार बढ़ता जा रहा है। डीटीएच की शुरुआत के समय पर माना जा रहा था कि इसके आने पर केवल टीवी खत्म ही हो जायेगा, मगर ऐसा हुआ नहीं। हालाँकि डीटीएच की गुणवत्ता केबल से कट्टीं बेहतर है। लेकिन आरम्भिक लगात मूल्य अधिक होने तथा अधिक मंहगी होने के कारण यह सेवा अभी चुर्नीदा शहरी उपभोक्ताओं के बीच ही लोकप्रिय हो पायी है। इसलिए डीटीएच प्रदाता कंपनियां अपनी-अपनी सेवा को लोकप्रिय बनाने की होड़ में नए-नए तरीके अपना रहीं हैं। कभी कीमतों में कमी करके तो कभी नई-नई सेवाएं और सुविधाएं बढ़ाकर दर्शकों को लुभाने में जुटी हुई हैं।

बोध प्रश्न

- प्र0 1— केबल प्रसारण में संकेतों को ले जाने के लिए किस प्रकार के माध्यम का प्रयोग होता है ?
- उ0 केवल प्रसारण में संकेत कोएक्सल वायरों के जरिए ले जाए जाते हैं। अब कोएक्सल केबलों की जगह ऑप्टिकल फायबर भी इस्तेमाल होने लगा है।

- प्र0 2— टेलीविजन प्रसारण में सबसे पहले केबल का प्रयोग कहां किया गया?
- उ0 अमेरिका के पेंसिलवेनिया प्रान्त में पहली बार 1948 में टीवी प्रसारण के लिए केबल का उपयोग हुआ था।
- प्र0 3— देश के कुछ प्रमुख केबल ऑपरेटरों के नाम बताइए।
- उ0 देश के प्रमुख केबल ऑपरेटरों में सिटी केबल, इनकेबल, सुमंगली केबल विजन व हैथवे आदि शामिल हैं।
- प्र0 4— भारत में डीटीएच सेवा कब शुरू हुई ?
- उ0 भारत में डीटीएच सेवा 2001 में शुरू हुई।

2.6 भारतीय टेलीविजन पत्रकारिता का सफर :

समूचे विश्व में समाचार माध्यम के रूप में टेलीविजन की शुरुआत बहुत धीरे-धीरे हुई। सीएनएन ने टीवी न्यूज को पहली बड़ी पहचान दी। खासकर 1986 में स्पेस शटल चैलेंजर की दुर्घटना और 1990 के खाड़ी युद्ध के दिनों में, ब्रिटेन में 24 घंटे का पहला न्यूज चैनल रूपर्ट मर्डोक का स्काई न्यूज था जो 1989 में लन्दन से शुरू हुआ। इसके कई वर्ष बाद 1997 में बीबीसी ने अपना 24 घंटे का न्यूज चैनल शुरू किया।

भारत में टीवी न्यूज की शुरुआत दूरदर्शन से हुई। लेकिन भारतीय टीवी पत्रकारिता की असली कहानी तो निजी न्यूज चैनलों के आगमन के बाद ही लिखी गई। जैन टीवी ने सबसे पहले जनवरी 1994 में निजी क्षेत्र में पहला न्यूज कार्यक्रम शुरू किया। इसके बाद 13 मार्च 1995 से जी टीवी पर भी शाम को खबरों का प्रसारण शुरू हो गया। जीटीवी ने ही एक फरवरी 1999 को अपना 24 घंटे का न्यूज चैनल भी शुरू कर दिया। इसी दौर में बिजनेस इण्डिया ग्रुप ने बी आई टीवी

के नाम से खबरों की दुनिया में उतरने की तैयारी शुरू की लेकिन यह पखान नहीं चढ़ सकी और तैयारी के स्तर पर ही धराशाई हो गई।

देश में टेलीविजन न्यूज को निर्णायक मोड़ देने वाला 'आजतक' था। 17 जुलाई 1995 को 'आजतक' बीस मिनट के एक बुलेटिन के रूप में दूरदर्शन पर प्रसारित होना शुरू हुआ और जल्द ही इसने अपनी प्रस्तुति, अंदाज, तेवर तथा भाषा की मदद से दर्शकों को बांध लिया। दूरदर्शन के बांधे बंधाए ढर्रे से अलग आज तक की शैली और संपादकीय नजर के चलते आज तक की खबरें टीवी न्यूज के दर्शकों की मनपसन्द खबरें बन गईं। आज तक की इस सफलता के पीछे एस पी सिंह और उनकी बनाई हुई टीम साफ नजर आती थी और आज भी देश के प्रायः सभी प्रमुख चैनलों में इसी टीम के सदस्य महत्वपूर्ण पदों पर नजर आते हैं। आज तक की इस अभूतपूर्व सफलता ने आज तक को तो एक ब्रैंड बना ही दिया हिन्दी को भी बहुत महत्वपूर्ण स्थान पर स्थापित कर दिया और यह मान लिया गया कि हिन्दी न सिर्फ भारतीय जनमानस की भाषा है बल्कि यह भी कि हिन्दी बाजार की सफल भाषा भी है। उन दिनों दक्षिण में चेन्नई और बंगलौर और त्रिवेन्दम में भी आजतक की खबरों का इन्तजार किया जाने लगा था और विज्ञापनकर्ताओं को तो 10-12 महीने पहले बुकिंग करने पर भी मनचाहा समय नहीं मिल पाता था।

हाँलाकि 1998 में शुरू हुए स्टार न्यूज ने शुरू में हिन्दी के बजाय अंग्रेजी को प्रमुखता दी और उसके हिन्दी बुलेटिन अंग्रेजी के अनुवाद भर होते थे। इसलिए इसे प्रारम्भ में स्वीकार्यता नहीं मिल पाई। स्टार न्यूज ने दूरदर्शन पर न्यूज टुनाइट और वर्ल्ड दिस वीक कार्यक्रमों से चर्चित हुए प्रणव राय के एनडीटीवी से समझौता कर अपना न्यूज चैनल शुरू किया और यह 24 घंटे का न्यूज चैनल मार्च 2003 तक स्टार नेटवर्क पर चलता रहा। इसके बाद प्रणव राय ने एनडीटीवी 24x7 अंग्रेजी में तथा एनडीटीवी इण्डिया नाम 24 घंटे हिन्दी न्यूज चैनल शुरू किया जो आज भी प्रसारित हो रहे हैं। एक वक्त में एनडीटीवी 24x7 अंग्रेजी का नम्बर एक चैनल था। मगर आज टाइम्स ऑफ इण्डिया का टाइम्स नारु और आईवीएन -7 उसे पछाड़ रहे हैं। आज तक समूह का हेड लाइंस टुडे भी होड़ में बना हुआ है

हालाँकि इसकी खबरों की प्रस्तुति सबसे अलग होती है। एनडीटीवी से करार टूटने पर स्टार ने मार्च 2003 के अन्त में स्टार न्यूज चैनल शुरू कर दिया। शुरू में इसका मुख्यालय मुम्बई में था। मगर अब यह भी दिल्ली (नोयडा) में आ गया है। हाँलाकि आज तक 24 घंटे के न्यूज चैनल के रूप में 31 दिसम्बर 2000 से परिवर्तित हुआ था लेकिन दर्शकों के बीच आते ही इसकी लोकप्रियता सबसे उपर हो गई। आज तक ने 24 घंटे के न्यूज चैनल के रूप में भी अपना अलग अंदाज और खबर को सबसे पहले कवर करने की परम्परा जारी रखी और अनेक उतार चढ़ावों के बावजूद यह अब भी देश का नम्बर एक निजी न्यूज चैनल बना हुआ है।

सीएनएन के सहयोग से शुरू हुआ आईबीएन -7 भी वर्तमान में एक विशिष्ट चैनल की पहचान बना चुका है। यह चैनल जागरण समूह द्वारा शुरू किए गए चैनल-7 को आईबीएन समूह द्वारा खरीद कर नए अंदाज में पेश किया गया था। न्यूज ट्वेंटी फोर, लाइव इण्डिया, इण्डिया टीवी आदि हिन्दी के कुछ अन्य चर्चित न्यूज चैनल हैं जो 24 घंटे समाचार और समाचारों के साथ मनोरंजन परोस कर दर्शकों को आकृष्ट करने का प्रयास कर रहे हैं।

देश में क्षेत्रीय चैनलों और भाषाई चैनलों की अपनी अलग दुनिया है। ई टीवी, जी टीवी और स्टार न्यूज कई क्षेत्रीय भाषाओं में भी अपने न्यूज चैनल चला रहे हैं। जबकि तमिल, तेलगू, कन्नड़, मलयालम, बांग्ला, उड़िया, पंजाबी, मराठी और गुजराती भाषाओं में अनेक क्षेत्रीय न्यूज चैनल समाचार व अन्य कार्यक्रम प्रस्तुत कर रहे हैं। मार्च 2003 में जब सहारा समय 24 घंटे के राष्ट्रीय न्यूज चैनल के रूप में आया तो उसने पहले उत्तर प्रदेश उत्तराखण्ड और 6 महीने बाद मध्य-प्रदेश छत्तीसगढ़ नामक दो क्षेत्रीय न्यूज चैनल भी शुरू कर दिए थे। इसी तरह दिल्ली और निकटवर्ती दर्शकों को ध्यान में रखकर अनेक एनसीआर न्यूज चैनल भी समय-समय पर दर्शकों को देखने को मिलते रहते हैं। टोटल टीवी, एस-वन, सहारा एनसीआर, तथा दिल्ली आज तक ऐसे ही चैनल हैं।

आज टेलीविजन न्यूज चैनल शुरू करना कोई बहुत मंहगा उपक्रम नहीं रह गया है और टीवी न्यूज चैनल का मालिक होना किसी भी व्यक्ति या संस्था के सामाजिक- राजनीतिक संदर्भ और हैसियत दोनों ही बदल देता है। इसलिए इस समय चैनल चलाने वालों में होड़ सी मची है नए-नए व्यवसायी बिल्डर्स और दूसरी कंपनियां इस कारोबार में उतरने के लिए तैयार हैं। सूचना और प्रसारण मंत्रालय के कुछ नियंत्रण न होते तो अब तक शायद सैकड़ों न्यूज चैनल शुरू हो गए होते। बहरहाल न्यूज चैनलों की इस होड़ के बाद भी चैनलों के विस्तार की सम्भावनाएं खत्म नहीं हुई हैं। हालाँकि न्यूज चैनलों के कंटेंट में लगातार गिरावट आती जा रही है और यह जागरूक लोगों के लिए एक बड़ी चिन्ता का विषय है।

बोध प्रश्न

- प्र0 1- देश का पहला निजी 24 घंटे का न्यूज चैनल कौन सा था ?
- उ0 एक फरवरी 1999 से शुरू हुए जी न्यूज को देश का पहला 24 घंटे का न्यूज चैनल माना जाता है ।
- प्र0 2- आज तक का पहला प्रसारण कब हुआ था ?
- उ0 एस पी सिंह के संपादकत्व में आज तक का पहला प्रसारण 17 जुलाई 1995 को हुआ था।
- प्र0 3- 'वर्ल्ड दिस वीक' क्या था ?
- उ0 'वर्ल्ड दिस वीक' प्रणव राव के एनडीटीवी द्वारा बनाया गया एक साप्ताहिक न्यूज बुलेटिन था, जिसमें विदेशों की खबरें दिखाई जाती थीं और यह दूरदर्शन पर प्रसारित होता था।
- प्र0 4- कुछ प्रमुख हिन्दी न्यूज चैनलों के नाम बताइए ?
- उ0 प्रमुख हिन्दी न्यूज चैनलों में आजतक, जी न्यूज, स्टार न्यूज, एन डीटीवी इण्डिया, आईबीएन-सेवन, इण्डिया टीवी, लाइव इण्डिया, न्यूज ट्वेंटी फोर आदि हैं।

2.7 न्यूज चैनलों में 'समाचार' का बदलता चेहरा :

देश में निजी न्यूज चैनलों का जन्म और विकास इसलिए हुआ कि देश में दूरदर्शन पर प्रस्तुत समाचार लोगों की जिज्ञासा और अभिरुचि को संतुष्ट नहीं कर पा रहे थे। दूरदर्शन पर सरकारी एजेंसी की तरह पक्ष विशेष के लिए काम करने का आरोप भी लगता था। लेकिन निजी न्यूज चैनलों को शुरू हुए दस वर्ष भी नहीं बीते थे कि इन चैनलों से भी दर्शकों का मोह भंग होने लगा।

1975 में आपातकाल का असर दूरदर्शन पर भी हुआ था। इसके बाद बनी जनता पार्टी की सरकार ने दूरदर्शन को स्वायत्तता देने के लिए वरिष्ठ पत्रकार बी. जी. वर्गीज की अध्यक्षता में वर्गीज समिति का गठन किया। इस समिति ने केन्द्र सरकार को 3 फरवरी 1978 को 'आकाश भारती' नाम से अपनी रिपोर्ट प्रस्तुत की, जिसमें जनसंचार माध्यमों के लोकतंत्रीकरण पर जोर देते हुए सुझाव दिया गया था कि "जनसंचार माध्यम के रूप में रेडियो और टेलीविजन को व्यापक परिप्रेक्ष्य के अनुरूप तथा संचार की राष्ट्रीय नीति के दिशा निर्देशों के अनुकूल होना चाहिए।" इसमें जनता के साथ संवाद की भी वकालत की गई थी। लेकिन इस समिति की सिफारिशों पर सही ढंग से अमल नहीं हो सका और दूरदर्शन पर नौकरशाही ही हाबी होते रहे।

1984 में जब दूरदर्शन ने प्रायोजित कार्यक्रमों की शुरुआत की तो इसके बाद दूरदर्शन की आय में तो अभूतपूर्व वृद्धि हुई ही, इसके कटेंट में भी बदलाव आने लगा। इसी के बाद मनोहर श्याम जोशी द्वारा लिखा गया हम लोग ,खानदान, बुनियाद आदि सोप औपेरा शुरू हुए । 78 एपीसोड वाले रामायण और 104 एपीसोड वाले महाभारत ने दर्शकों को बांधने और विज्ञापन बटोरने में सारे रिकार्ड तोड़ दिए थे। इसी दौर में जवाहर लाल नेहरू की किताब 'डिस्कवरी ऑफ इंडिया' पर आधारित श्याम बेनगल का 'भारत एक खोज' जैसे महत्वपूर्ण सीरियल भी दूरदर्शन पर प्रस्तुत हुए। दूरदर्शन के समाचार तब तक ड्राइ एंकर रीड और एंकर ऑन बिजुअल के फार्मेट में ही थे लेकिन कई स्तरीय समसामयिक विषयों के

कार्यक्रमों ने दूरदर्शन को तब भी अलग पहचान दी थी। 'फोक' ऐसा ही एक कार्यक्रम था, जिसमें समसामयिक विषयों पर चर्चा की जाती थी। एम जे अकबर द्वारा प्रस्तुत 'न्यूज लाइन' भी अपनी खोज परक रिपोर्टिंग के कारण एक चर्चित समसामयिक कार्यक्रम के रूप में पहचान बना चुका था।

कमलेश्वर द्वारा प्रस्तुत 'परिक्रमा' एक ऐसा कार्यक्रम था जिसने हिन्दी में टीवी फीचर पत्रकारिता को एक नया रूप दिया। विनोद दुआ का 'जनवाणी' एक ऐसा कार्यक्रम था जिसमें आम जनता के सवालों के जवाब मंत्रियों और अधिकारियों द्वारा दिए जाते थे। सच की परछाईयां भी एक उल्लेखनीय कार्यक्रम था, जो विकास का असली सच प्रस्तुत करता था। विनोद दुआ का ही 'परख' एक लोकप्रिय समाचार फीचर था। सिद्धार्थ काक का 'सुरभि' भारत की सांस्कृतिक विरासत को बताता था और एनटीवी का 'वर्ल्ड दिस वीक' दुनिया भर की खबरों का बेहतरीन प्रस्तुतिकरण था। 1989 में संसदीय चुनावों में दूरदर्शन ने निजी क्षेत्र को चुनाव कवरेज का मौका दिया और इस तरह भारत के निजी क्षेत्र में न्यूज और समसामयिक विषयों पर आधारित कार्यक्रमों के चैनलों के जन्म की पृष्ठभूमि तैयार हुई।

आज तक ने 24 घंटे के न्यूज चैनल के रूप में शुरू होते ही पहले इलाहाबाद कुम्भ और फिर गुजरात भूकम्प की खबरों के प्रस्तुतिकरण में जो तेजी दिखाई उसने भारतीय टीवी समाचारों के लिए नयी सम्भावनाओं के द्वार खोल दिए। 2003 में डिजीटल तकनीक के आगमन के बाद न्यूज चैनलों को चलाने में ज्यादा आसानी हो गई। इस तकनीकी के कारण लाइव रिपोर्टिंग भी आसान हो गई और टीवी रिपोर्टों को युद्ध के मोर्चों से लेकर सुनामी की तबाही तक हर जगह घटना के बीच में जाकर काम करने के अवसर भी मिलने लगे। लेकिन चैनलों की बढ़ती संख्या और टीआरपी में बने रहने यानी दर्शकों के बीच बने रहने के लिए टीवी न्यूज चैनलों में तरह-तरह के नए हथकण्डे अपनाने शुरू कर दिए।

यह वह वक्त था जब भारतीय टीवी न्यूज पर सनसनी का हमला हुआ । 2003 में दर्शकों को आकृष्ट करने की होड़ में न्यूज चैनलों ने अपराध का सहारा लेना शुरू किया। अमेरिका का उदाहरण सामने रखकर एक के बाद एक, सभी चैनलों ने 'क्राइम शो' शुरू कर दिए। न्यूज चैनलों में इस सनसनी की शुरुआत घटती दर्शक संख्या को रोकने के लिए एनडीटीवी ने की। उसके 'क्राइम शो' एफआईआर के बाद जी न्यूज ने 'क्राइम फाइल', स्टार न्यूज ने 'रेड अलर्ट' और आजतक ने 'जुर्म' जैसे अपराध की खबरों पर आधारित कार्यक्रम शुरू कर दिए। हालाँकि अपराध समाचारों पर प्रदर्शित होने वाला पहला कार्यक्रम जी टीवी का 'इंडियाज मोस्ट वांटेड' नाकम कार्यक्रम था। यह कार्यक्रम 'अमेरिकन मोस्ट वांटेड' की नकल में बनाया गया था और इस साप्ताहिक कार्यक्रम के कुल 86 एपिसोड दिखाए गए थे। हालाँकि ऐसे ज्यादातर कार्यक्रम रात 11 बजे के आस-पास दिखाए जाते थे लेकिन फिर भी इन्होंने भारतीय दर्शकों की रुचि को काफी हद तक विकृत किया। जी न्यूज के क्राइम फाइल और क्राइम रिपोर्टर, स्टार न्यूज के रेड अलर्ट और सनसनी, आज तक के जुर्म, बारदात और हत्यारा कौन, एनडीटीवी का एफ आईआर और डायल हंड्रेड आदि ऐसे प्रमुख कार्यक्रम थे जिन्होंने टेलीविजन पत्रकारिता की मर्यादा और स्तर दोनों को ही गहरी क्षति पहुंचाई। हालाँकि टी आरपी बटोरने में इनसे चैनलों को थोड़ी मदद जरूर मिली।

निजी न्यूज चैनलों की पत्रकारिता में एक अहम मोड़ 'स्टिंग आपरेशन' यानी खुफिया पत्रकारिता का आगमन था। 19 मार्च 2010 को प्रदर्शित रक्षा सौदों में दलाली की पोल खोलता 'आपरेशन वेस्टएंड' तहलका डॉट कॉम बेब साइट द्वारा किया गया था। हाँलाकि इस आपरेशन के लिए तहलका को कई मुकदमें झेलने पड़े लेकिन इसके कारण कई नेताओं और अधिकारियों को अपने पदों से हाथ भी धोने पड़े । 2005 में आज तक ने कोबरा पोस्ट डॉट काम के सहयोग से संसद में सवाल पूछने के लिए सांसदों के रिश्वत लेने की पोल खोलता आपरेशन दुर्योधन प्रसारित किया। जिसके बाद 11 सांसदों की सदस्यता समाप्त कर दी गई । 2005 में ही आज तक पर बिक्री कर विभाग की घूसखोरी, इण्डिया टीवी पर कास्टिंग काऊच के मामले, तिहाड़ जेल में घूसखोरी आदि कई स्टिंग आपरेशन दिखाए।

स्टार न्यूज के ऑपरेशन चक्रव्यूह ने सांसदों द्वारा सांसद निधि की सौदेबाजी दिखाई। मगर इसी के साथ स्टिंग ऑपरेशन बेडरूम और सैक्स सम्बन्धों के खुलासों पर केन्द्रित होने लगे और टेलीविजन पत्रकारिता का एक महत्वपूर्ण हथियार विवादों में घिर गया।

2006 के बाद चैनल अपराध के साथ अंधविश्वास, भय और भूत की शरण में जाने लगे। मार्च 2006 में स्टार न्यूज पर कौन है। शुरू हुआ तो आज तक ने खौफ और जी न्यूज ने भूत बंगला शुरू कर दिया। चमत्कार, अंधविश्वास तो आज भी चैनलों की प्रिय विषय हैं। हस्तरेखा, टैरोकार्ड, भविष्यफल, और ज्योतिष की सलाह जैसे कार्यक्रम सभी प्रमुख टीवी न्यूज चैनलों के कार्यक्रमों का अहम हिस्सा बन गए हैं। सिनेमा और खेल का इतना हस्तक्षेप बढ़ गया है कि लोगों ने न्यूज चैनलों को न्यूज चैनल के बजाय नफोटेनमेंट चैनल यानी मनोरंजन के साथ सूचना चैनल कहना शुरू कर दिया है। ऐसा ही हाल अंधविश्वास और अपराध के कार्यक्रम के नाट्य रूपान्तरण का है। खबरों को इस तरह रूपांतरित किया जाता है कि आलोचक अब यह कहने लगे हैं कि टीवी पत्रकार को रंगकर्म भी सिखाया जाना चाहिए। टेलीविजन न्यूज आज अपना रूप बदल कर 'निक्शन' हो गई है निक्शन यानी न्यूज आधारित फिक्शन इनमें न्यूज के सारे सिद्धान्त, सारे कायदे उल्टे होने लगे हैं। पेज— श्री जर्नलिज्म, सेलीब्रिटी जर्नलिज्म, इंटरट्रेनमेंट जर्नलिज्म और आइटम जर्नलिज्म जैसे नए अध्यायों से सजती टेलीविजन न्यूज में असली खबर आज कहीं खोती जा रही है। भारतीय दर्शकों की रुचि अवश्य बदल रही है, लेकिन टेलीविजन न्यूज उसे बदलने में सकारात्मक नहीं नकारात्मक प्रभाव अधिक पैदा कर रही है।

बोधप्रश्न

- प्र0 1— दूरदर्शन में सुधारों पर वर्गीज कमेटी ने अपनी रिपोर्ट कब प्रस्तुत की थी?
- उ0 वर्गीज कमेटी ने 'आकाश भारती' नामक अपनी रिपोर्ट 8 फरवरी 1978 को केन्द्र सरकार को सौंपी थी।

- प्र0 2— दूरदर्शन में प्रायोजित कार्यक्रमों की शुरुआत कब हुई ?
- उ0 दूरदर्शन में प्रायोजित कार्यक्रमों की शुरुआत 1984 में हुई।
- प्र0 3— न्यूज चैनलों में अपराध कार्यक्रम की शुरुआत कब हुई ?
- उ0 न्यूज चैनलों में अपराध कार्यक्रम की शुरुआत 2003 में हुई।
- प्र0 4— न्यूज चैनलों में प्रदर्शित पहला स्टिंग ऑपरेशन कौन सा था ?
- उ0 तहलका डॉट काम द्वारा किया गया 'ऑपरेशन वेस्टएंड' देश का पहला टीवी स्टिंग ऑपरेशन था। इस ऑपरेशन में छिपे कैमरों के जरिए रक्षा सौदों में दलाली का खुलासा किया गया था।

2.8 सारांश :

टेलीविजन का जन्म बहुत पहले नहीं हुआ और टीवी प्रसारण ने तो अभी अपने 75 वर्ष ही पूरे किए हैं। लेकिन लगभग 75 वर्ष की इस अवधि में ही इस माध्यम ने अपनी जो पकड़ और विस्तार कायम किया है वह हैरान करने वाला है। इससे कुछ पहले विकसित रेडियो अपने चरम उत्कर्ष के बाद अब फिर से लोगों के बीच लोकप्रिय होने का प्रयास कर रहा है और प्रिंट मीडिया बेहद स्थानीय होते जाने के कारण अपने प्रभाव और पकड़ को कमजोर करता जा रहा है। लेकिन टीवी का न सिर्फ विस्तार हो रहा है। बल्कि इसने दुनिया को बेहद करीब भी ला दिया है। आज मिश्र में जो हो रहा है, यमन या लीबिया में जो घट रहा है। वह विश्व के किसी भाग में रह रहा आदमी टीवी की मदद से सजीव रूप में देख सकता है। टीवी न सिर्फ दिखाता है बल्कि यह दर्शक की विचारधारा, उसकी सोच और उसकी पसंद— नापसंद को भी प्रभावित करता है।

समाज विज्ञानी भी इस रूप में टीवी के महत्व को स्वीकार करते हैं भारत जैसे देशों में टीवी की शुरुआत के पीछे यही सबसे बड़ा तर्क भी था कि टीवी के

जरिए जनशिक्षण किया जा सकता है। इसी के तहत 1975 में भारतीय दूरदर्शन पर उपग्रह के जरिए साइट नामक प्रयोग शुरू किया गया। सैटेलाइट इंस्ट्रक्शनल टेलीविजन एक्सपेरीमेंट (SITE) नामक इस परियोजना में अमेरिकी उपग्रह ATS-6 को एक साल के लिए किराए पर लिया गया और बिहार, उड़ीसा, आंध्र प्रदेश, राजस्थान और कर्नाटक आदि के 240 सबसे पिछड़े गांवों में उपग्रह के जरिए 1 अगस्त 1975 से एक वर्ष तक विशेष कार्यक्रमों का प्रसारण किया गया। कृषि, स्वास्थ्य, परिवार नियोजन और राष्ट्रीय एकता के विषयों पर प्रस्तुत ये कार्यक्रम हिन्दी, उड़िया, कन्नड़ व तेलगू में थे और रोज सुबह – शाम चार घंटे प्रसारित होने वाले इन कार्यक्रमों का सम्बन्धित गांवों में जबर्दस्त प्रभाव भी हुआ था। लेकिन दुर्भाग्यवश 'साइट' के अनुभव का अधिक लाभ नहीं उठाया जा सका और बाद में इसी सोच पर चलने की कोशिश करते हुए दूरदर्शन पर 'सरकारी माध्यम' होने की मोहर सी लग गई और उसकी विश्वसनीयता पर संदेह होने लगा। ऐसी स्थिति में जब निजी चैनल आए तो उनसे लोगों की अपेक्षाएं और उम्मीदें बहुत बढ़ गई थीं।

समाचार चैनलों ने कई मायनों में लोगों की उम्मीदों को पूरा भी किया और एक जनमाध्यम के दायित्वों के निर्वहन के प्रयासों पर खरा उतरने की कोशिश भी की। लेकिन जल्द ही बाजारवाद की छाया ने लोगों का भरम तोड़ दिया। मनोरंजन चैनलों की तरह ही न्यूज चैनलों ने भी 'जनता जो देखना चाहती है वही हम दिखाते हैं' या "बाजार में बने रहने के सब कुछ करना पड़ता है" जैसे तर्क देते हुए अपने असल दायित्वों से मुंह फिर लिया। सनसनी, खुद फैसले देने की जल्दबाजी, दायित्वहीनता, अश्लीलता अंधविश्वास, भय और चमत्कार का सहारा लेकर दर्शकों को बांधे रखने की कोशिशों ने न्यूज चैनलों को जागरूक लोगों की आलोचना का भी शिकार बनाया और सरकार की ओर से भी निजी चैनलों पर अंकुश के लिए 'ब्रॉडकास्ट बिल' जैसे प्रयास होने लगे। ऐसे में न्यूज चैनल मालिकों ने मीडिया की स्वायत्तता का सवाल उठाकर सरकारी प्रयासों का विरोध शुरू किया और इण्डिया ब्रॉडकास्टर एसोशिएसन बना कर स्वयं की आचार संहिता की वकालत शुरू कर दी।

अब आम दर्शक यह एक मानता है आचार संहिता कि चाहे सरकारी हो अथवा चैनल मालिकों की खुद की, लेकिन भारतीय न्यूज चैनलों के लिए किसी न किसी तरह की आचार संहिता होनी जरूर चाहिए। चैनलों को दर्शकों के साथ-साथ समाज, संस्कृति और लोकतंत्र के लिए भी जिम्मेदार होना चाहिए।

आज तकनीक का जमाना है और टेलीविजन ने तकनीक में निरन्तर हो रहे विकास का भरपूर लाभ भी उठाया है। टेलीविजन प्रसारण के मामले में भी इसका असर साफ देखा जा सकता है। एक और केबल टेलीविजन के डिजिटलीकरण की प्रक्रिया शुरू हो रही है और दूरसंचार नियामक आयोग के अनुसार 2015 तक हर हाल में केवल टीवी का डिजिटलीकरण पूरा कर लिया जाएगा। यानी 2015 के बाद मौजूदा तरीके से केबिल के जरिए टीवी का वितरण-प्रसारण नहीं किया जा सकेगा। दूसरी ओर डिश के जरिए टेलीविजन प्रसारण करने वाली कंपनियां लगातार अपनी गुणवत्ता सुधार रहीं हैं। हाई डिफिकेशन (एच डी) चैनल शुरू करने के लिए डिश के जरिए प्रसारण करने वाले डिश टीवी ने 30 एच डी चैनल शुरूकर बाजार में पहला धमाका कर दिया है। एच डी चैनल की खूबी यह है कि इसमें प्रसारण का स्तर बेहद सुधर जाता है और टीवी पर असल दृश्यों का मजा मिलने लगता है। भविष्य में जब सभी चैनल एच डी बन जाएंगे तो टीवी दर्शकों को अधिक गुणवत्ता वाला प्रसारण देखने को मिल सकेगा। यानी टीवी प्रसारण के में और बेहतर होने की उम्मीद अब भी बरकरार हैं।

2.9 शब्दावली :

आइकोनोस्कोप : आइकोनोस्कोप अमेरिका में बसे रूसी वैज्ञानिक ब्लादीमिर ज्वोर्खिन द्वारा 1923 में बनाया गया एक यंत्र था, जिसे इलेक्ट्रानिक टेलीविजन प्रणाली का आधार माना जाता है। ज्वोर्खिन ने ही 1926 में कैथोड किरणों की मदद से काम करने वाला काइनेस्कोप नामक टेलीविजन यंत्र भी बनाया था। काइनेस्कोप और आइकोनोस्कोप मिलकर पूर्ण टेलीविजन प्रणाली बनाते थे।

एनबीसी. : एनबीसी यानी नेशनल ब्रॉडकास्टिंग कारपोरेशन ने अमेरिका में टेलीविजन प्रसारण की शुरुआत करने में अहम भूमिका निभाई थी। इसने जब 30 अक्टूबर 1931 को अमेरिका की सबसे ऊंची इमारत, एम्पायर स्टेट बिल्डिंग से अपने प्रसारण की शुरुआत की तो उसके कारण अमेरिका में टेलीविजन प्रसारण का क्षेत्र बहुत बढ़ गया था। एन बी सी ने ही अमेरिकी कंपनी सीबीएस के साथ साथ 1946 से 15-15 मिनट के नियमित न्यूज बुलेटिनों की भी शुरुआत की थी।

टेलीनॉवेला : टेलीनॉवेला ब्राजील के टीवी की देन है। 60 के दशक में ब्राजील के टेलीनॉवेला कार्यक्रम निर्माताओं ने ब्राजील की जनता की पंसद के आधार पर नए प्रयोग के तौर पर ऐसे धारावाहिकों का निर्माण शुरू किया जो उपन्यासों की तरह कथावस्तु वाले होते थे। इन्हीं धारावाहिकों को टेलीनॉवेला (Television Novel) कहा जाता है। ब्राजील टीवी के ये टेलीनॉवेला सिर्फ ब्राजील ही नहीं यूरोप, एशिया, अफ्रीका और अन्य लेटिन अमेरिकी देशों में बहुत लोकप्रिय हुए। 'इसाउरा द स्लेव' (Isavra - The Slave) नामक एक ऐसा ही टेलीनॉवेला पोलैण्ड, चीन, क्यूबा और अमेरिकी देशों में भी निर्यात किया गया और खूब लोकप्रिय हुआ। यह ब्राजील में दासता के खिलाफ संघर्ष की कहानी पर आधारित था।

साइट : साइट (Site) यानी सैटेलाइट इंस्ट्रक्शन टेलीविजन एक्स पेरिमेंट 1975 में भारतीय दूरदर्शन पर जनकल्याण के लिए शुरू किया गया एक विशेष कार्यक्रम था। इस कार्यक्रम के तहत अमेरिका के उपग्रह एटीएस-6 को एक वर्ष के लिए किराए पर लिया गया था और उसकी मदद से बिहार, उड़ीसा, कर्नाटक, आंध्रप्रदेश, और राजस्थान के 2400 सबसे पिछड़े गांवों में एक वर्ष के लिए रोजाना 4 घंटे के विशेष कार्यक्रम प्रसारित किए गए। इसमें कृषि, स्वास्थ्य, परिवार नियोजन और राष्ट्रीय एकता के बारे में लोगों को जागरूक किया गया। लेकिन इस कार्यक्रम का विस्तार नहीं हो सका और दूरदर्शन के अन्य कार्यक्रमों की विषयवस्तु के निर्धारण के बारे में भी इसके अनुभवों की खास मदद नहीं ली जा सकी।

जनवाणी : जनवाणी दूरदर्शन पर प्रसारित होने वाला एक ऐसा कार्यक्रम था जिसमें आम लोगों की समस्याओं और उनके सवालों के जवाब मंत्रियों और अधिकारियों द्वारा दिए जाते थे। विनोद दुआ द्वारा प्रस्तुत इस कार्यक्रम को टेलीविजन के जरिए जनता से दो तरफा संवाद के कार्यक्रम के रूप में भी जाना जाता है।

2.10 त्वरित अभ्यास :

1. ब्लादिगिर ज्वोर्खिन द्वारा विकसित टेलीविजन प्रणाली का क्या नाम था ?
2. इलेक्ट्रॉनिक टीवी का पहला व्यावसायिक प्रदर्शन कहां हुआ था, इसे किसने किया था?
3. जीई कंपनी ने स्थानीय स्तर पर टेलीविजन प्रसारण की शुरुआत कब की थी ?
4. बीबीसी द्वारा टेलीविजन प्रसारण का आरम्भ कब किया गया ?
5. 30 अक्टूबर 1931 को एनबीसी ने अपना प्रसारण कहां से शुरू किया था ?
6. 1930 तक अमेरिका में कितने टेलीविजन सेट लग चुके थे ?
7. ए सी नील्सन कंपनी ने टेलीविजन का प्रसार नापने के लिए क्या तरीका अपनाया था?
8. ब्रिटेन की महारानी की ताजपोशी का दृश्य बीबीसी टीवी ने कब दिखाया था?
9. रूस में टेलीविजन पर लाइसेंस फीस कब माफ हुई थी ?
10. जापान के पहले टेलीविजन नेटवर्क कौन से थे ?
11. देश में दूरदर्शन का पहला प्रसारण कब और कहां से हुआ ?
12. मुम्बई में देश का दूसरा दूरदर्शन केन्द्र कब खुला ?

13. जी समूह का पहला क्षेत्रीय चैनल कौन सा था ?
14. दूरदर्शन की डीटीएच सेवा का क्या नाम है ?
15. कुछ प्रमुख डीटीएच कंपनियों के नाम बताइए ?
16. आज तक के संस्थापक संपादक कौन थे ?
17. तीन एनसीआर चैनलों के नाम बताइए ?
18. दूरदर्शन पर रामायण और महाभारत के कितने-कितने एपीसोड प्रसारित हुए थे ?
19. किस न्यूज चैनल पर पहला क्राइम शो प्रसारित होना शुरू हुआ था ?

2.11 अभ्यासार्थ प्रश्न :

- प्रश्न 1. टेलीविजन के आविष्कार के प्रारम्भिक दौर के बारे में बताइए?
- प्रश्न 2. अमेरिका में टेलीविजन प्रसारण के विकास के बारे में आप क्या जानते हैं ?
- प्रश्न 3. भारत में टेलीविजन के विस्तार के बारे में जानकारी दीजिए ?
- प्रश्न 4. भारत में टेलीविजन प्रसारण को घर-घर पहुंचाने के माध्यमों के बारे में विस्तार से बताइए ?
- प्रश्न 5. भारत में टेलीविजन न्यूज की दशा-दिशा के बारे में आप क्या जानते हैं ?

2.12 प्रयोगात्मक अभ्यास :

किन्हीं 4 निजी न्यूज चैनलों में किन्हीं दो मुद्दों पर प्रसारित कार्यक्रमों को देखकर उन दोनों मुद्दों पर अलग-अलग चैनलों के प्रस्तुतिकरण पर विस्तार से टिप्पणी लिखिए। हर चैनल के कार्यक्रम की खूबियों और खामियों पर भी लिखिए। तुलनात्मक अध्ययन के लिए किसी एक दिन चारों चैनलों को अलग-अलग समय

पर देखकर ऐसा किया जा सकता है। उदाहरणार्थ एक चैनल पर रात आठ बजे के बुलेटिन में, दूसरे पर अगले बुलेटिन में। इसी तरह तीसरे व चौथे चैनल के कार्यक्रम देखे जा सकते हैं।

2.13 सन्दर्भ ग्रन्थ :

1. आर्य. पी. के. : इलेक्ट्रानिक मीडिया प्रतिभा प्रतिष्ठान, नई दिल्ली।
2. कश्यप, श्याम : खबरें विस्तार से कुमार मुकेश राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली।
3. भानावत, संजीव : इलेक्ट्रानिक मीडिया राजस्थान हिन्दी ग्रंथ अकादमी, जयपुर।
4. सिंह, देववृत्त, : भारतीय इलेक्ट्रानिक मीडिया प्रभात प्रकाशन, दिल्ली।
5. Chaterjee P.C. : Broadcasting in India, Saga Publication N. Delhi
6. Singh C.P. : Before the Headlines: A Handbook of Television Journalism. Mac Millan India, N. Delhi.

इकाई 03

टीवी पत्रकारिता एवं टीवी रिपोर्टिंग

इकाई की रूपरेखा

- 3.0 उद्देश्य
- 3.1 प्रस्तावना
- 3.2 भारत में टीवी पत्रकारिता
- 3.3 टीवी रिपोर्टिंग
 - 3.3.1 साक्षात्कार
 - 3.3.2 संवाददाता सम्मेलन
- 3.4 संपादन और वाइस ओवर
- 3.5 एंकरिंग व न्यूज एंकर
- 3.6 परिचर्चा तथा सजीव परिचर्चा
- 3.7 सारांश
- 3.8 शब्दावली
- 3.9 त्वरित अभ्यास
- 3.10 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 3.11 प्रयोगात्मक अभ्यास
- 3.12 संदर्भ ग्रन्थ

3.0 उद्देश्य :

वर्तमान युग सूचना तकनीकी का युग है, आज इलेक्ट्रॉनिक मीडिया इतना प्रचलित संचार माध्यम हो गया है कि इसने समाज के हर क्षेत्र को

प्रभावित कर डाला है। सम्पूर्ण समाज आज आधुनिक जनसंचार युग का भरपूर लाभ उठा रहा है। आज टीवी के रिमोट का एक बटन दबाते ही आप सारी दुनिया की खबरों से रूबरू हो सकते हैं। दुनिया के किसी भी क्षेत्र में घट रही घटनाओं का सजीव प्रसारण घर बैठे देख सकते हैं यानी इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की कान्ति ने विश्व की दूरियां खत्म कर दी हैं।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अंतर्गत आज 'टीवी', जनसंचार माध्यम की एक विकसित विधा के रूप में प्रचलन में है। केबल टीवी, डिस टीवी, डीटीएच, मोबाइल टीवी आदि माध्यम टीवी के ही विकसित रूप हैं। इन सबने समाज को भी प्रभावित किया है और जनसंचार माध्यम के रूप में यह स्वयं भी समाज से प्रभावित होते रहे हैं। टीवी के इसी महत्व को देखते हुए प्रस्तुत इकाई में संचार माध्यमों के रूप में टेलीविजन को समझने का प्रयास किया गया है।

इस इकाई के निम्नलिखित उद्देश्य हैं—

- भारत में टीवी पत्रकारिता के उद्गम व कार्य प्रणाली की जानकारी छात्रों को देना।
- छात्रों को टीवी रिपोर्टिंग की जानकारी देना, जिससे वे जब कभी टीवी रिपोर्टिंग के क्षेत्र में जायें तो टीवी रिपोर्टिंग की बारीकियों से अनजान न रहें।
- छात्रों को टीवी पत्रकारिता के विभिन्न क्षेत्रों जैसे— फीचर, वाइस ओवर, न्यूज कैप्सूल, सम्पादन, एंकरिंग, न्यूज एंकर, इंटरव्यू, संवाददाता सम्मेलन, वृत्त चित्र, परिचर्चा, सजीव परिचर्चा, समाचार वाचन से परिचित कराना।

3.1 प्रस्तावना :

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अन्तर्गत टीवी एक ऐसा जनसंचार माध्यम है जिसका वर्तमान समाज में अत्यधिक प्रचलन हो गया है। इसका समाज पर प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्ष प्रभाव हो रहा है। आज प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रानिक मीडिया तकनीक के मामले में लगभग एक-दूसरे की बराबरी पर आ गये हैं। लेकिन प्रसार क्षेत्र की सीमाओं के मामले में तो इलेक्ट्रानिक मीडिया ने प्रिंट मीडिया को कहीं पीछे छोड़ दिया है।

आज के युग में इलेक्ट्रानिक मीडिया की शक्ति, उसका प्रभाव और उसकी क्षमता किसी से भी व्यक्ति से छिपी नहीं है। इलेक्ट्रानिक मीडिया ने हमारी जिन्दगी को भी काफी हद तक प्रभावित कर दिया है। हमारे आचरण, हमारी सोच और हमारा व्यवहार तक इलेक्ट्रानिक मीडिया से प्रभावित होने लगा है। आज टीवी ने समाज में ऐसी पकड़ बना ली है कि शहरों में शायद ही कोई घर ऐसा होता हो जहां शाम से रात तक टीवी सेट खोला न जाता हो। पत्रकारिता के बारे में कहा जाता है कि एक चित्र 10 हजार शब्दों के बराबर होता है, ऐसे में यह कल्पना सहज ही की जा सकती है कि जहां तस्वीरें ही तस्वीरें हों, तो वहां उनकी ताकत कितनी ज्यादा होगी। टेलीविजन चित्रों के जरिए आंखों से ही सब कुछ दिखाता है इसलिए उस पर यकीन भी अधिक किया जाता है। टेलीविजन के आकर्षण और उसकी सफलता का रहस्य भी इसी तथ्य में छिपा हुआ है। लेकिन एक जनसंचार माध्यम के रूप में टेलीविजन सिर्फ चित्रों का प्रस्तुतिकरण ही नहीं है। टेलीविजन के पर्दे पर 40-50 सेकेंड के समाचार को प्रस्तुत करने के लिए संवाददाता से लेकर एंकर तक अनेक विशेषज्ञों की आवश्यकता होती है। समाचारों के अलावा टेलीविजन के जरिए सूचनाओं और ज्ञान के प्रसार के लिए अनेक अन्य स्वरूपों का भी इस्तेमाल किया जाता है। जिनमें फीचर, न्यूज कैप्सूल आदि प्रमुख हैं। इसी तरह प्रस्तुति के स्तर पर भी टेलीविजन में समाचार संपादक और एंकरिंग जैसे अनेक महत्वपूर्ण कार्य होते हैं। इन सब का मिला-जुला स्वरूप टेलीविजन को एक संचार माध्यम के रूप में प्रस्तुत करता है।

3.2 भारत में टीवी पत्रकारिता :

भारत में टीवी का उद्गम दूरदर्शन के स्वरूप में हुआ। प्रारम्भ में दूरदर्शन सरकार का ऐसा माध्यम है जिसके जरिये उनकी योजनायें, नीतियां, मनोरंजन, संदेश और कार्यक्रम प्रस्तुत किए जाते हैं लेकिन अब धीरे-धीरे एक समाचार माध्यम के रूप में भी इसने अपनी पहचान बनाई है। भारत में वर्षों तक टेलीविजन न्यूज के क्षेत्र में दूरदर्शन का ही एकाधिकार रहा। पहले दूरदर्शन का एक ही चैनल हुआ करता था बाद में क्षेत्रीयता की मांग के चलते दूरदर्शन के राष्ट्रीय चैनल के साथ-साथ क्षेत्रीय चैनल भी अलग-अलग भाषाओं में प्रसारित होने लगे। दूरदर्शन पर राष्ट्रीय प्रसारण कभी भी डीडी-1 पर किया जाता है। अब डीडी मेट्रो को बदल कर डीडी न्यूज कर दिया गया है। क्षेत्रीय चैनल में हिन्दी के अलावा गुजराती, बांग्ला, तमिल, तेलगू, कन्नड़, मराठी, मलयालम, पंजाबी और उड़िया आदि भाषाओं के चैनल प्रमुख हैं। कश्मीर पर केन्द्रित कश्मीर चैनल और चौबीस घंटे का पूर्वोत्तर चैनल और डीडी भारती चैनल भी दूरदर्शन के प्रमुख चैनलों में हैं। नवगठित राज्यों उत्तराखण्ड, छत्तीसगढ़ और झारखण्ड में भी दूरदर्शन के क्षेत्रीय केंद्र हैं। इस तरह आज भी दूरदर्शन देश का एक प्रमुख जनसंचार माध्यम बना हुआ है। मगर अब देश में निजी क्षेत्र के भी लगभग सौ से अधिक छोटे-बड़े न्यूज चैनल समाचारों का प्रसारण कर रहे हैं। हिन्दी व अंग्रेजी के कई चैनल राष्ट्रीय न्यूज चैनलों की तरह तो भाषायी चैनल क्षेत्रीय चैनलों के रूप में दर्शकों को खबरों की दुनिया तक पहुंचाने में लगे हैं। टेलीविजन आज एक ऐसा संचार माध्यम बन गया है कि कहीं भी कुछ भी घटे वह टीवी कैमरों की नजरों से बच नहीं सकता। किसी खबर को कैमरे में कैद करने में कैमरामैन की भूमिका अहम होती है, इसे खबर का रूप देने में रिपोर्टर की भूमिका होती है तो इसे टीवी के पर्दे पर प्रस्तुत करने लायक बनाने में संपादन टीम का रोल होता है। इस सब के बाद यह समाचार

तैयार होकर एंकर या समाचार वाचक तक पहुंचता है जो इसे दर्शकों तक पहुंचाता है। यानी सारा काम एक टीम करती है और इस टीम में जितना सामंजस्य और तालमेल होता है उतनी ही बेहतर प्रस्तुति होती है। यह देखा गया है कि जिस न्यूज चैनल में संपादकीय टीम के बीच जितना बेहतर तालमेल होता है उस चैनल पर प्रसारित समाचारों का स्वरूप उतना निखर कर सामने आता है। इसलिए किसी भी न्यूज चैनल को बेहतर बने रहने के लिए यह जरूरी है कि चैनल में कामकाज का माहौल दोस्ताना बना रहे, संपादकीय टीम का नजरिया पेशेवर हो और वरिष्ठ सहयोगियों में सबको साथ लेकर चलने की क्षमता हो।

अखबार, पत्रिका, रेडियो सभी की रिपोर्टिंग के तरीके अलग-अलग होते हैं जिनमें सबसे अलग तरह की रिपोर्टिंग टीवी की रिपोर्टिंग मानी जाती है। टीवी में रिपोर्टिंग का महत्व इसलिए ज्यादा होता है क्योंकि इसमें घटना के तथ्यों का संकलन दृश्य श्रव्य दोनों माध्यमों को मिलाकर किया जाता है। घटना होने पर उपलब्ध वीडियो फुटेज के आधार पर उसकी स्क्रिप्ट तैयार की जाती है। स्क्रिप्ट लिखने के लिए घटना के सभी तथ्यों को इकट्ठा कर उसको जोड़कर घटना का प्रस्तुतीकरण किया जाता है। स्क्रिप्ट के आधार पर ही बनी खबर को एंकर पढ़ता है और दर्शक उस खबर को दृश्यों के माध्यम से सजीव टीवी पर देख पाते हैं।

रेडियो और टीवी में समाचारों का अपना अलग स्वरूप होता है। टीवी पर समाचार वाचकों को देखा जा सकता है। विदेशों में टीवी समाचारों में वाचक का चेहरा कम से कम और खबर से जुड़े दृश्य अधिक से अधिक होते हैं। हमारे देश में भी अब टीवी समाचारों के स्तर और गुणवत्ता में भी लगातार सुधार हो रहा है। तकनीकी स्तर भी लगातार सुधरता जा रहा है। हालांकि समाचार की विषयवस्तु को लेकर अब भी तरह-तरह के प्रयोग जारी हैं। जिस वजह से कभी-कभी न्यूज चैनलों को इनफोटेनमेंट चैनल तक कह दिया जाता है।

चित्रात्मकता टीवी समाचार का प्राण तत्व है। एक चित्र हजार शब्दों के बराबर होता है। तात्पर्य यह है कि हजारों शब्दों में जिस स्थिति, भाव या घटना की अभिव्यक्ति नहीं हो सकती उसे हम एक चित्र द्वारा स्पष्ट कर सकते हैं। चित्र तो शब्दरहित काव्य जैसे होते हैं। चित्र समाचार के आभूषण तो होते ही हैं वे दर्शकों के मानस को मथने वाले भी होते हैं। टीवी के चित्र स्वतः बोलते हैं, दर्शकों को भाव विह्वल कर देते हैं। उन्हें उत्तेजित कर देते हैं, उन्हें भावुक बना देते हैं और उन्हें प्रेरित भी कर देते हैं। इन चित्रों से किस तरह अधिक से अधिक भाव पैदा किया जाये यह काम रिपोर्टर का होता है। इस काम के लिये यह बहुत जरूरी है कि टीवी रिपोर्टर को माध्यम और टीवी भाषा की समझ हो, दर्शकों की मनोवृत्ति की समझ हो और इस बात की भी जानकारी हो कि उसका दर्शक वर्ग कैसा है?

बोध प्रश्न

- प्र० 1—** दूरदर्शन का उपयोग सरकार किस तरह करती है ?
- उ०** दूरदर्शन के माध्यम से सरकार की योजनाओं, नीतियों के, संदेश और कार्यक्रम प्रस्तुत किए जाते हैं। इसके जरिए आम नागरिकों को स्वस्थ मनोरंजन और समाचार भी प्राप्त होते हैं।
- प्र० 2—** समय के साथ-साथ दूरदर्शन में किस तरह के बदलाव आए हैं?
- उ०** समय बदलने के साथ ही क्षेत्रीय कार्यक्रमों की मांग बढ़ी है और दूरदर्शन पर राष्ट्रीय के साथ-साथ क्षेत्रीय समाचार भी प्रसारित होने लगे हैं। दूरदर्शन पर संस्कृति, राष्ट्रीय एकता, खेल एवं पर्यावरण पर भी बेहतरीन कार्यक्रम प्रस्तुत किये जाते हैं।

- प्र० 3—** दूरदर्शन के कौन-कौन से प्रमुख क्षेत्रीय चैनल हैं ?
- उ०** दूरदर्शन के प्रमुख क्षेत्रीय चैनलों में गुजराती, बांग्ला, तमिल, तेलगू, कन्नड़, मराठी, मलयालम, पंजाबी और उड़िया आदि भाषायी चैनल शामिल हैं। कश्मीर को लक्षित कश्मीर चैनल और चौबीस घंटे का पूर्वोत्तर चैनल भी ऐसे ही चैनल हैं।
- प्र० 4—** टीवी समाचारों में चित्र का क्या महत्व है ?
- उ०** चित्र शब्दरहित काव्य जैसे होते हैं। चित्र समाचार के आभूषण तो होते ही हैं साथ में दर्शकों के मानस को मथने वाले भी होते हैं। टीवी के चित्र स्वतः बोलते हैं और दर्शकों को भाव विह्वल कर देते हैं। दरअसल चित्र टीवी की भाषा जैसे होते हैं।

3.3 टीवी रिपोर्टिंग :

किसी भी समाचार संगठन में रिपोर्टिंग एक महत्वपूर्ण आयाम होता है। टेलीविजन भी इसका अपवाद नहीं। मगर इसकी शैली रेडियो, समाचार पत्रों और संवाद एजेंसियों से भिन्न होती है। टीवी समाचार की रिपोर्टिंग में टेलीफोन पर संपादक को संवाद बोलने या लिखवाने से काम पूरा नहीं होता। प्रेस विज्ञप्तियां भी सार्थक नहीं होतीं। टीवी न्यूज के लिए तो कैमरा टीम को घटना स्थल पर ही जाना होता है। वहां विभिन्न लोगों/प्रत्यक्षदर्शियों से भेंट करनी होती है ताकि दर्शकों को किसी भी महत्वपूर्ण घटना के विभिन्न आयामों की पूरी-पूरी जानकारी हो सके। टीवी संवाददाता के लिए सामान्य रूप से समाचार लिखने की योग्यता ही काफी नहीं है उसे समाचारों के महत्व का ज्ञान तो होना ही चाहिए। समाचार को चैनल तक शीघ्रता तक पहुंचाने के लिए समय के प्रबंधन का विशेषज्ञ भी होना चाहिए। समाचार स्थल से अपने स्वर में बोलने की

योग्यता के साथ उसका व्यक्तित्व भी टेलीविजन के अनुकूल होना जरूरी है। उसके लिए हर प्रकार की प्रतिकूल परिस्थितियों में काम करने की क्षमता, भाषा पर अच्छी पकड़, सौम्यता तथा प्रस्तुतीकरण की योग्यता भी आवश्यक है।

किसी भी आदर्श समाचार बुलेटिन में संवाददाता द्वारा 'पीस टू कैमरा' अनिवार्य माना जाता है। इसमें वह कुछ सेकेंड तक दर्शकों को सीधे संबोधित कर तुरंत दृश्यों के आधार पर तथ्यों और घटनाओं की गहराई में चला जाता है। विकसित देशों में टीवी समाचार बुलेटिनो में अधिकतर अंश उनके अपने संवाददाताओं को ही प्रस्तुत करने होते हैं। जो प्रायः घटनास्थल से लाइव या पीस टू कैमरा के जरिए प्रस्तुत किये जाते हैं।

एक जमाने में प्रिंट मीडिया का नारा था 'जहां कुछ भी घटना है, हम वहां होते हैं।' तब समाचार पत्र घटनास्थल के चित्रों और विवरणों से घटनास्थल पर अपनी उपस्थिति प्रदर्शित करते थे। आज टीवी समाचार बुलेटिनो का नारा है— जहां कुछ भी घटता है, हम आपको वहां ले चलते हैं। टीवी के द्वारा दर्शक घटनास्थल तक स्वयं पहुंच जाता है। इस प्रकार आज आंखों पढ़ी के स्थान पर आंखों देखी की बात टेलीविजन न्यूज के द्वारा सार्थक हो चुकी है।

टीवी पर वह भी देखा जा सकता है जो सामने घटित हो रहा है। सूचना का यह अभूतपूर्व सम्प्रेषण है। मुद्रित पत्रकारिता की पहुंच किसी देश में सत्ता षडयंत्र, सीमा पर हो रहे कुचक, राजनीतिक उठापटक, गुप्त बैठकों तक ही होती है। मगर टीवी की पकड़ और पहुंच कहीं अधिक गहराई तक होती है।

क्योंकि टीवी का असली पत्रकार कैमरा होता है, कैमरामैन होता है। जैसा कि ओरियाना फलाची का कथन है—

‘कैमरामैन ही टीवी का असली पत्रकार है जो बिम्बों को लिपि में लिखता है और जानता है कि कब क्या फोकस करना है। टीवी मूलतः बिम्बों की पोटली है। हम उसमें देखते ज्यादा, सुनते कम हैं, जो सुनते भी हैं बिम्ब उसमें बाधा डालते हैं। फिर बिम्ब खुद भी स्थिर नहीं रहते। उनमें गत्यात्मकता होती है। यह गत्यात्मकता जितनी ज्यादा हो, उतना ही अच्छा। अपने दृश्यों के द्वारा कैमरामैन दर्शकों को उद्वेलित कर देता है।’

टीवी रिपोर्टिंग दृश्य और श्रव्य के तालमेल, तथ्यात्मक सूचना और पुष्टि करके दी गयी सूचना है जिसका सजीव वर्णन टेलीविजन पर होता है। इसे प्रस्तुत करने का काम टीवी रिपोर्टर का होता है और एक अच्छे टीवी रिपोर्टर के लिए कुछ खास गुणों की जरूरत होती है।

टीवी पत्रकार के गुण

1. घटना के दौरान पत्रकार की खोजी नजर।
2. तथ्यों को संकलन कर व्यवस्थित करना।
3. पक्ष और विपक्ष दोनों स्तर पर वार्ता करना।
4. दृश्यों का सही समय पर कैमरामैन के साथ संकलन करना।
5. निर्धारित समय पर अपने समाचार को टीवी पर ब्राडकास्ट करने के लिए पहुंचाना।
6. कम शब्दों में अपनी बात दर्शकों तक पहुंचाना।
7. और तर्कसंगत तथा पक्षपात रहित विवरण देना।

3.3.1 साक्षात्कार :

साक्षात्कार, भेंटवार्ता या इंटरव्यू लेना अपने आप में एक कला है तथा यह पत्रकारिता के पेशे का एक महत्वपूर्ण अंग है। साक्षात्कार के

जरिये पत्रकार अपने समाचार संगठन की आवश्यकता के अनुरूप समाचार प्राप्त कर सकता है। साक्षात्कार किसी भी व्यक्ति, स्थान, विषय पर लिया जा सकता है। कुशल पत्रकार वही होता है जो साक्षात्कार के दौरान साक्षात्कार देने वाले व्यक्ति से अपने मतलब की बातें निकलवा ले। भेंटवार्ताएं पत्रकार के लिए समाचार प्राप्त करने का माध्यम है। साक्षात्कार लेना एक कला है और वही पत्रकार सफल साक्षात्कारकर्ता साबित होता है जो साक्षात्कार देने वाले व्यक्ति से अपने संगठन की नीतियों, विचारों के अनुकूल समाचार प्राप्त कर सके। एक अच्छे टीवी रिपोर्टर के लिए कला में महारित हासिल करना बहुत जरूरी होता है क्योंकि टीवी में अच्छे सवालों के जरिए ही अच्छे समाचार हासिल किये जाते हैं। टीवी रिपोर्टर के एक सवाल पर ही पूरी खबर तैयार हो जाती है।

3.3.2 संवाददाता सम्मेलन :

संवाददाता सम्मेलन व प्रेस से मिलिये कार्यक्रम भी टीवी रिपोर्टरों के लिए महत्वपूर्ण कार्यक्रम होते हैं जिसके जरिए टीवी रिपोर्टर अपनी खबर को डेवलप कर सकता है। संवाददाता सम्मेलन में टीवी रिपोर्टर अपनी-अपनी आवश्यकताओं के अनुरूप प्रश्न पूछ कर इच्छित विषय पर जबाव प्राप्त करते हैं। कई बार संवाददाता सम्मेलन समाप्त होने के बाद टीवी रिपोर्टर अपनी सुविधा के अनुसार अलग से भी सवाल पूछ कर अपना काम करते हैं। संवाददाता सम्मेलन में सवाल पूछने से पूर्व कई बातों पर ध्यान रखना चाहिए। जैसे –

- जिस विषय पर संवाददाता सम्मेलन हो रहा है उस विषय पर संदर्भ सामग्री इकट्ठी कर लेनी चाहिए।

- रिपोर्टर को जिस व्यक्ति से सवाल पूछे जाने हैं उसके व्यक्तित्व के विभिन्न पहलुओं व उसके क्रियाकलापों के संबंध में भी यथासंभव जानकारी हासिल कर लेनी चाहिए।
- प्रश्न पूछने वाले को कम बोलना चाहिए और उत्तर देने वाले को अधिक से अधिक अवसर देना चाहिए।

बोध प्रश्न

प्र01— पीस टू कैमरा क्या है?

उ0 किसी भी आदर्श समाचार बुलेटिन में संवाददाता द्वारा जब खुद कैमरे के सामने आकर खबर के बारे में कुछ बताया जाता है तो उसे 'पीस टू कैमरा' कहते हैं। पीस टू कैमरा के द्वारा रिपोर्टर दर्शकों को सीधे संबोधित करके उन्हें दृश्यों के आधार पर तथ्यों और घटनाओं की गहराई तक पहुंचा देता है।

प्र02— टीवी संवाददाता में क्या गुण होने चाहिए?

उ0 टीवी संवाददाता के लिए सामान्य रूप से समाचार लिखने की योग्यता ही काफी नहीं होती है। उसे समाचारों के महत्व का ज्ञान तो होना ही चाहिए। समाचार स्थल से अपने स्वर में बोलने की योग्यता के साथ टेलीविजन के अनुकूल व्यक्तित्व होना भी वांछनीय है।

प्र0 3— साक्षात्कार के दौरान टीवी रिपोर्टर को किन बातों का ध्यान रखना चाहिए?

उ0 कुशल टीवी रिपोर्टर होता है जो साक्षात्कार के दौरान साक्षात्कार देने वाले व्यक्ति से अपने मतलब की बातें निकलवा लें। भेंटवार्ता पत्रकार के लिए समाचार प्राप्त करने

का माध्यम है। इसलिए टीवी रिपोर्टर को हमेशा इस बात का ध्यान रखा जाना चाहिए कि वह ऐसे सवाल पूछे जिससे उसे अपनी इच्छित खबर बनाने लायक उत्तर मिल जाए।

प्र० 4— संवाददाता सम्मेलन किसे कहते हैं?

उ० संवाददाता सम्मेलन व प्रेस से मिलिये कार्यक्रम वह कार्यक्रम होता है जिसमें कोई संगठन और वक्ता अपनी कोई बात मीडिया के सामने रखता है। इस कार्यक्रम में कई समाचार चैनल के संवाददाता होते हैं लेकिन जो रिपोर्टर उस सम्मेलन में अपना महत्वपूर्ण प्रश्न पूछ कर अपना इच्छित जवाब हासिल कर ले उसी को सफल कहा जा सकता है।

3.4 संपादन और वाइस ओवर :

संपादन टेलीविजन न्यूज का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा होता है। संपादन का काम संपादक करते हैं जो रिपोर्टर द्वारा भेजी गई खबर के दृश्यों को एडिटिंग मशीन द्वारा सिलसिलेवार ढंग से प्रस्तुत करते हैं। रिपोर्टर की खबर को स्क्रिप्ट में आऊटपुट डेस्क या कॉपी एडीटर द्वारा किए गए संशोधनों के बाद उसी स्क्रिप्ट के मुताबिक दृश्यों और लोगों की बातों (Bites) को कम से लगाकर लिखित स्क्रिप्ट की तरह ही दृश्यों को संयोजित कर देना संपादक का काम होता है। एडीटिंग या संपादन के लिए अनेक तकनीक व यंत्र हैं। कम्प्यूटरों के प्रयोग से एडीटिंग अब बेहद आसान हो गयी है और अब इसके लिए एक से एक आधुनिक साफ्टवेयर बाजार में उपलब्ध हैं।

पत्रकारिता के सर्वमान्य सिद्धांतों के अनुसार टीवी के समाचारों का भी निश्चित आरंभ और अंत होता है। सभी समाचारों में मूल तत्व कौन,

क्या, कहां, कब, क्यों और कैसे की जिज्ञासा का समाधान टेलीविजन समाचारों में भी वांछनीय है। अन्यथा समाचार पूर्ण नहीं होता। दर्शकों को किसी भी दुविधा में छोड़ना टेलीविजन की संहिता के विपरीत है। उन्हें स्पष्ट रूप में यह बताना आवश्यक है कि कोई घटना कब, क्यों, कैसे और कहां हुई तथा उसका परिणाम क्या हुआ ? अब ये संपादक या संवाददाता पर निर्भर करता है कि वह समाचार किस दृष्टिकोण से आरंभ कर उसे कहां पर समाप्त करे। टीवी के सभी समाचारों की अवधि मिनट व सेकेंड में मापी जाती है। समय सीमित होने के कारण कम से कम शब्दों में विवरण दिया जाता है। एक मिनट के दृश्य 12 टंकित पंक्तियों के बराबर होते हैं लेकिन जीवंत चित्रों के कारण अभिव्यक्ति इतनी सक्षम होती है कि हजारों शब्द भी उसके पर्याय नहीं बन सकते।

टीवी के समाचारों की भाषा एकदम सरल होना वांछनीय है। टीवी के समाचार की पहली स्क्रिप्ट रिपोर्टर की लिखी हुई होती है। इस स्क्रिप्ट में सुधार का काम कापी एडीटर या आऊटपुट डेस्क का होता है। एक बार स्क्रिप्ट को अंतिम रूप देने के बाद इसे उपलब्ध वीडियो फुटेज के साथ इसे एडीटिंग विभाग को दे दिया जाता है। टीवी में खबरों के वीडियो संपादन अथवा एडीटिंग के लिए हर चैनल की अपनी-अपनी व्यवस्थाएं हैं। कहीं-कहीं इस काम में वीडियो एडीटर के साथ-साथ आऊटपुट के लोग भी मदद करते हैं। वीडियो एडीटिंग खास तरह की एडीटिंग मशीनों और साफ्टवेयर की मदद से की जाती है।

जिन चैनलों में सर्वर की व्यवस्था होती है वहां पहले सारा वीडियो इनपुट खबरों के रूप में संवाददाताओं या न्यूज एजेंसियों से आया वीडियो फुटेज पहले सर्वर में ही इनजस्ट कर दिया जाता है वहां से इसे एडीटिंग मशीन पर एडिट किया जा सकता है। एडीटिंग और वाइस ओवर का काम पूरा होने के बाद खबर पूरी तरह से तैयार हो गई मान ली जाती है और इसके बाद इस खबर को एक नाम देकर वापस सर्वर में

डाल दिया जाता है। सर्वर में आई इस खबर को चैनल के दफ्तर के किसी भी कमरे में बैठा वरिष्ठ व्यक्ति देख सकता है। एक बार किसी वरिष्ठ व्यक्ति द्वारा इसे देखने के बाद इसे प्रसारण के लिए रन डाउन में डाल दिया जाता है। जिसे पीसीआर सही वक्त पर एंकर के साथ तालमेल के आधार पर प्ले कर देता है और खबर का प्रसारण होने लगता है। आजकल प्रायः सभी चैनलों में लीनियर एडीटिंग के बजाय नॉन लीनियर एडीटिंग की जाती है। यह एक प्रकार की डिजीटल एडीटिंग होती है।

सामान्य स्तर की ऐसी एडीटिंग तो पत्रकार भी कर लेते हैं परन्तु टीवी के खास कार्यक्रमों की एडीटिंग अधिक अनुभवी वीडियो एडीटर ही करते हैं। प्रायः टीवी चैनलों के कार्यक्रमों के लिए अलग एडीटर रखे जाते हैं जो इस एडीटिंग में अपने रचनात्मक कौशल का भी प्रदर्शन करते हैं। ऐसे कार्यक्रम के लिए प्रोमो भी बनाए जाते हैं। यूं तो सामान्य समाचारों के लिए भी यदा-कदा ग्राफिक्स का इस्तेमाल होता है लेकिन खास कार्यक्रमों या खास अवसरों के न्यूज बुलेटिन के लिए विशेष ग्राफिक्स का इस्तेमाल किया जाता है। टीवी चैनलों में ग्राफिक्स बनाने का काम खास तरह के ग्राफिक आर्टिस्ट की जिम्मेदारी पर होता है। इन ग्राफिक्स के जरिए खबरों में विशेष प्रभाव पैदा किये जाते हैं और दर्शकों के लिए खबरों को समझना आसान हो जाता है। उदाहरणार्थ अभी हाल में मुंबई में नौसेना के एक जहाज से एक विदेशी मालवाहक पोत टकरा गया था। दोनों जहाज टेढ़े हुये और बाद में एक डूब भी गया। इस खबर के लिए जहाजों के टकराने के दृश्य मिल पाने असम्भव थे। इसलिए प्रायः हर चैनल ने जहाजों की टक्कर और उनको डूबते दिखाने के लिए ग्राफिक्स का इस्तेमाल किया। और जिस चैनल ने सबसे अच्छे ग्राफिक्स अथवा एनीमेशन बनाए उसे दर्शकों ने सबसे अधिक देखा। एनीमेशन ग्राफिक्स का काम पूरी तरह कम्प्यूटर पर निर्भर होता है और इसके लिए भी तरह-तरह के साफ्टवेयर बाजार में उपलब्ध हैं।

वाइस ओवर : वाइस ओवर टीवी समाचारों का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है। शब्द स्क्रिप्ट और चित्रों वीडियो फुटेज के जरिए जो खबर तैयार होती है उसमें प्रसारण से के पूर्व जान फूंकने का काम वाइस ओवर के जरिए होता है। यानी वाइस ओवर के द्वारा टीवी की खबर को आवाज दी जाती है। वाइस ओवर में अंतिम रूप से संपादित स्क्रिप्ट को किसी टीवी पत्रकार या कलाकार द्वारा अपनी आवाज देता है। वाइस ओवर ही वह शब्द हैं जिनके माध्यम से दर्शक दृश्यों के जरिए चल रहे घटनाक्रम को समझते हैं। कुछ चैनलों में जिस संवाददाता ने खबर बनाई होती है उसकी की आवाज में वाइस ओवर कराए जाते हैं। जबकि कुछ में सुविधा के अनुसार जो भूली पत्रकार उपलब्ध होता है उसी से वाइस ओवर करा लिया जाता है। कुछ चैनलों ने अपने पत्रकारों में से ही चयन के आधार पर ऐसे लोगों का पैनल बनाया होता है जिन्हें वाइस ओवर के लिए योग्य माना जाता है और उन्हीं में से आवश्यकतानुसार बारी-बारी से वाइस ओवर करवाया जाता है। वाइस ओवर चाहे कोई भी करे मगर एक मोटा सिद्धान्त हर जगह मान्य है कि पुरुष संवाददाता की खबर में पुरुष और महिला संवाददाता की खबर में महिलाओं से ही वाइस ओवर करवाया जाता है।

वाइस ओवर के लिए एक खास तरह का माइक इस्तेमाल किया जाता है जिसे लिप माइक कहते हैं। इसलिए माइका को मुंह से बिल्कुल सटाकर वाइस ओवर करने वाला स्क्रिप्ट को पढ़ता जाता है। इस आवाज को रिकार्ड कर लिया जाता है। और एडिटिंग के दौरान इसे दृश्यों के साथ मिला दिया जाता है।

बोध प्रश्न

प्र० 1— टीवी समाचारों की भाषा कैसी होनी चाहिए ?

उ० टीवी के समाचारों की भाषा एकदम सरल होनी चाहिए। उसमें आम बोलचाल के शब्दों का इस्तेमाल होना चाहिए।

- प्र0 2—** रिपोर्टर की स्क्रिप्ट को अंतिम रूप कौन देता है ?
- उ0** रिपोर्टर की स्क्रिप्ट को अंतिम रूप कापी एडीटर या आऊटपुट के लोग देते हैं।
- प्र0 3—** टीवी की खबरों की वीडियो एडीटिंग कैसे होती है ?
- उ0** टीवी की खबरों की वीडियो एडीटिंग खास तरह की एडीटिंग मशीनों के द्वारा होती है। जिसके लिए अलग-अलग चैनलों में अलग-अलग तरह के साफ्टवेयर इस्तेमाल किये जाते हैं।
- प्र0 4—** वाइस ओवर किसकी मदद से किया जाता है ?
- उ0** वाइस ओवर खास तरह के माइक्रोफोन के जरिए किया जाता है। इन माइकों को मुंह के एकदम पास सटाकर स्क्रिप्ट को पढ़ा जाता है।

3.5 एंकरिंग व न्यूज एंकर :

एंकरिंग टीवी समाचार की प्रस्तुति का महत्वपूर्ण अंग है। किसी न्यूज चैनल के स्तर का पता उसमें प्रस्तुत समाचारों के स्तर से तो चलता ही है। वस्तुतः एंकरिंग ही वह जादू है जिसके जरिए दर्शक बंधा रहता है। जिसके कारण दर्शक की खबर में दिलचस्पी पैदा होती है। एंकरिंग के जरिए खबरों और कार्यक्रमों को प्रस्तुत किया जाता है और जो व्यक्ति यह काम करता है उसे एंकर या न्यूज एंकर कहते हैं। ये एंकर ही किसी चैनल का चेहरा होते हैं। टीवी एंकर वह महत्वपूर्ण सूत्रधार होता है जो दर्शकों को टीवी के साथ बांधे रखता है। यह दर्शकों तथा कार्यक्रमों के बीच की कड़ी है जो दर्शकों को कार्यक्रम के साथ जोड़ती है। कार्यक्रम चाहे समाचार पर आधारित हों या करेंट अफेयर्स पर या फिर इंटरटेनमेंट पर आधारित, सभी में एंकर की भूमिका

सबसे महत्वपूर्ण होती है। इस व्यावसायिक युग में आज दर्शक सिर्फ दर्शक नहीं रह गया है अपितु वह एक उपभोक्ता हो गया है, वह गुणवत्ता की कसौटी बन गया है। आज दर्शकों को बांधे रखना टीवी चैनलों के लिए साख का विषय है। टीआरपी रेट उसी चैनल के सबसे ज्यादा होते हैं जिस चैनल को दर्शक वर्ग सबसे ज्यादा पसंद करता है और दर्शक किस चैनल को कितना पसंद करता है यह उस चैनल के एंकरों पर निर्भर करता है। बिग बी यानी अमिताभ बच्चन जो एक फिल्म स्टार होते हुए भी आज टीवी पर अपने आपको स्थापित कर चुके हैं तथा 'कौन बनेगा करोड़पति' की कामयाबी का लगभग 80 प्रतिशत श्रेय उन्हीं को दिया जाता है। एंकरिंग वह कला है जिसके जरिए चैनल को पहचान मिलती है, चरित्र मिलता है और दर्शकों का प्यार मिलता है। आजतक की सफलता का श्रेय आज एसपी सिंह को दिया जाता है तो इसमें उनकी खास अंदाज की एंकरिंग का सबसे ज्यादा योगदान था। एंकरिंग से ही दर्शक का चैनल से जुड़ाव बनता है। आमतौर पर भारत में चैनलों में कार्यरत पत्रकारों में ही एंकर चने जाते हैं। कभी कभर अपराध या धर्म कर्म जैसे विशेष कार्यक्रमों के लिए पेशेवर कलाकारों से भी एंकरिंग कराई जाती है।

आऊटपुट विभाग यह तय करता है कि किस वक्त, किस कार्यक्रम में कौन एंकरिंग करेगा। किस एंकर में किस तरह की प्रतिभा और क्षमता है उसी के आधार पर उनके लिए उपयुक्त कार्यक्रम चुने जाते हैं। एंकरिंग करने वाले टीवी पत्रकार का बोलने का अंदाज, उसका आत्मविश्वास, भाषा पर उसकी पकड़ और असहज स्थितियों में सहज बने रहने की क्षमता से ही एंकरिंग का स्तर प्रकट होता है।

न्यूज एंकर : न्यूज एंकर टेलीविजन की खबरों और दर्शकों के बीच की सबसे महत्वपूर्ण कड़ी होते हैं। न्यूज एंकर का ही यह दायित्व होता है कि वे चैनल पर दिखाए जाने वाले समाचारों को प्रभावशाली और

विश्वसनीय ढंग से प्रस्तुत करें। किसी चैनल की लोकप्रियता उसकी खबरों के स्तर के साथ-साथ इस इस बात पर भी बहुत अधिक निर्भर करती है कि उसके एंकर कैसे हैं ? वे किस तरह खबरें प्रस्तुत करते हैं ? कैसे पढ़ते हैं ? कैसे दिखते हैं ? एंकर होने के लिए आकर्षक व्यक्तित्व के साथ भाषा पर अच्छी पकड़ भी जरूरी है। एंकर में गम्भीरता भी होनी चाहिए और सहजता भी। उसे चीजों की समझ और उन्हें विश्लेषित करने की कला भी आनी चाहिए। हालांकि एंकर की प्रस्तुति में आधा सहयोग आऊटपुट डेस्क का भी होता है। लाइव प्रदर्शन के दौरान भी आऊटपुट एंकर को टेली प्राम्पटर या कान में में लगे इयरफोन के जरिए जरूरी अपडेट देता रहता है। प्रायः समाचारों की प्रस्तुति में भी एंकर को बीच-बीच में संवाददाता या स्टूडियो में मौजूद अतिथियों से पूछे जाने वाले सवाल टेली प्राम्पटर के जरिए आऊटपुट डेस्क की ओर से या इयरपीस के जरिए पैनल प्रोड्यूसर द्वारा बनाए जाते हैं। चूंकि एंकरिंग का काम एक विशेषज्ञता वाला काम है। इसलिए अनेक न्यूज चैनलों में अलग-अलग विषयों के लिए अलग-अलग एंकर रखे जाते हैं जैसे -जैसे सामान्य न्यूज और सम सामायिक विषयों के लिए अलग-अलग एंकर होते हैं, खेल के लिए अलग। इसी तरह अपराध के कार्यक्रमों के अलग एंकर होते हैं तो धार्मिक कार्यक्रमों के लिए अलग। बिजनेस चैनल के लिए ऐसे न्यूज एंकर उपयुक्त होते हैं जो व्यवसाय, आर्थिक मामलों और बाजार के विशेषज्ञ होते हैं।

एंकर चाहे जिस विषय के भी हों, उन्हें अपने विषय के बारे में ज्ञान होना चाहिए। बहुत से अच्छे एंकर अपना कार्यक्रम शुरू होने से पहले उमें शामिल खबरों को पढ़ कर जरूरी जानकारी हासिल कर लेते हैं जो जरूरी और लाभदायक है। एंकर की क्षमता की पहचान असामान्य अवसरों पर अधिक होती है। न्यूज के दौरान बड़ी ब्रेकिंग न्यूज आ जाने या किसी बड़ी घटना- दुर्घटना की खबर आने पर एंकर के ही कंधों पर

पूरा भार होता है कि वह किस तरह से दर्शक को बांधे रखे। इसलिए एंकरिंग एक मुश्किल और चुनौती भरा काम है। लेकिन यह काम जितना कठिन और चुनौतीपूर्ण है उतना ही ग्लैमर भरा भी। अच्छे एंकर को लोग चेहरों से ही पहचान जाते हैं, उन्हें टीवी रिपोर्टर की तुलना में अधिक लोकप्रियता मिलती है, नाम होता है सो अलग।

बोध प्रश्न

प्र0 1— एंकरिंग क्या है ?

उ0 एंकरिंग एक कला है जिसके जरिए टीवी समाचार और दर्शकों के बीच सम्बन्ध कायम होता है। एंकरिंग करने वाले एंकर ही एक तरह से चैनल की पहचान होते हैं।

प्र0 2— टीवी एंकर होने के लिए किन गुणों का होना आवश्यक है ?

उ0 एंकरिंग एक गरिमामय क्षेत्र है, जिसके लिए आकर्षक चेहरा, प्रभावशाली आवाज, विषय की समझ, गम्भीरता, तटस्थता, विशिष्ट वाक शैली की आवश्यकता होती है।

प्र0 3— किस एंकर को कब एंकरिंग दी जाए यह कौन तय करता है?

उ0 आरूटपुट विभाग मुख्यरूप से यह तय करता है कि किस कार्यक्रम के लिए किस व्यक्ति से एंकरिंग करवाई जाए।

प्र0 4— फाइनेंशियल एंकर से आप क्या समझते हैं ?

उ0 व्यवसायिक न्यूज चैनलों के एंकरों या सामान्य न्यूज चैनलों में वित्त वाणिज्य की खबरें प्रस्तुत करने वाले एंकर फाइनेंशियल एंकर कहलाते हैं। इसमें बिजनेस संबंधी खबर ही आती है। जिसके दर्शक ऐसे एंकरों को व्यवसायिक जानकारी, स्टॉक एक्सचेंज, उद्योगपतियों और उद्योगों की जानकारी और उनके उतार-चढ़ाव की समझ होनी चाहिए।

3.6 परिचर्चा तथा सजीव परिचर्चा :

परिचर्चा टेलीविजन न्यूज का विचार पक्ष है। न्यूज के जरिए दर्शक को खबरें मिलती हैं वहीं टॉक शो या परिचर्चा के जरिए दर्शक वैचारिक रूप से कुछ सोचने को मजबूर होता है। प्रायः हर एक न्यूज चैनल में इस तरह के कार्यक्रम अवश्य प्रसारित किए जाते हैं जिनके जरिए चैनल अपना वैचारिक पक्ष सामने रखता है। अने बार किसी खास मौके पर, किसी खास विषय पर भी परिचर्चाएं आयोजित की जाती हैं। परिचर्चाओं में प्रायः चैनल के एक अथवा दो एंकर तथा अन्य अतिथि शामिल होते हैं। अतिथि वक्ताओं की संख्या चैनल के स्वरूप तथा कार्यक्रम के स्वरूप पर निर्भर करती है। परिचर्चा के विषय प्रायः ऐसे होते हैं कि जिन पर पक्ष और विपक्ष को सुनकर ही कोई निष्कर्ष निकाला जा सकता है। परिचर्चाएं परिस्थिति अनुसार केंद्रीय, क्षेत्रीय या सजीव स्टूडियो में कहीं भी हो सकती हैं। जिसमें पक्ष और विपक्ष के विश्लेषक और एंकर शामिल होते हैं। चैनलों के अपने परिचर्चा कार्यक्रमों का स्वरूप अलग-अलग तरह का होता है। इसी के आधार पर विषय के जानकार लोगों को अपनी बात कहने का मौका दिया जाता है। किसी चैनल में एंकर एक-एक करके सभी विशेषज्ञों या अतिथियों को बोलने का अवसर देते हैं तो किसी चैनल में विशेषज्ञों की कही बातों के आधार पर ही एक दूसरे को बोलने का मौका दिया जाता है। कई बार अतिथियों के बीच वाद-विवाद कटुता की स्थिति तक पहुंच जाता है। ऐसे में एंकर को बड़ी जिम्मेदारी से मामला संभालते हुये विषय या चर्चा को आगे बढ़ाना पड़ता है।

परिचर्चा के लिए मंच सज्जा का भी खास ध्यान रखा जाता है। ऐसी परिचर्चाएं जिनमें तीन, चार या पांच लोग शामिल होते हैं, उनको तो छोटे स्टूडियो में भी करवाया जा सकता है। लेकिन ऐसी परिचर्चाएं जिनमें अधिक संख्या में लोग शामिल होते हैं उन्हें आयोजित करने के लिए खास तरह के सेट बनवाए जाते हैं या बड़े स्टूडियो का इस्तेमाल

किया जाता है। परिचर्चा इस तरह के कार्यक्रम हैं कि इनके लिए पूरी टीम की जरूरत होती है और खास तैयारी की भी। परिचर्चाओं की गम्भीरता से चैनल की साख पर असर पड़ता है और परिचर्चा में प्रस्तुत तथ्यों से दर्शक की सोच पर।

सजीव परिचर्चा : सजीव परिचर्चा भी परिचर्चा का ही एक स्वरूप है। सामान्य परिचर्चाएं प्रायः प्रसारित होने वाले समय से पूर्व रिकार्ड कर ली जाती हैं। पहले रिकार्ड हो जाने से इनकी प्रस्तुति में संशोधन करना सम्भव होता है। कोई अनुचित आरोप, कोई अमर्यादित शब्द, अभद्र भाषा या गलत तथ्य होने पर अंतिम प्रस्तुति से पहले उसे ठीक कर लिया जाना सम्भव होता है। लेकिन सजीव परिचर्चा जिस रूप में बात हो रही है उसी रूप में सजीव दर्शकों तक पहुंचती है। अतः इसमें संशोधन की कोई गुंजाइश नहीं होती, ऐसी सजीव परिचर्चा में एंकर की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण होती है क्योंकि एंकर ही कोई अप्रिय स्थिति आने पर उसे संभाल सकता है। चुनावों के अवसरों पर ऐसी परिचर्चाएं दर्शकों को बहुत बांधती हैं।

सजीव परिचर्चाएं चैनल के स्टूडियो में भी आयोजित करवाई जा सकती हैं और कई बार इनका आयोजन घटना स्थल या किसी अन्य बाहरी स्थान पर भी किया जाता है। बाहरी स्थान पर सजीव परिचर्चा होने पर ओबी वैन या डीएसएनजी यूनिट की जरूरत होती है। ओबी वैन या डीएसएनजी यूनिट चर्चा स्थल से सिग्नल स्टूडियो तक पहुंचा देते हैं और इस तरह परिचर्चा का लाइव प्रसारण हो जाता है। टैक्नालॉजी में हो रहे सुधारों के कारण अब लाइव प्रसारणों के लिए इस्तेमाल होने वाली ओबी वैन भी बेहद आधुनिक हो गई हैं। इनके जरिए कुछ ही मिनट की तैयारी में घटना स्थल का स्टूडियो से सीधा सम्पर्क जुड़ जाता है। आधुनिक ओबी वैन में मल्टीकैम शूटिंग (एक से अधिक कैमरे द्वारा की जाने वाली शूटिंग) से प्राप्त फुटेज की सुविधा के लिए भी जरूरी

उपकरण लगे होते हैं और यह स्टूडियो से बाहर पूरी तरह से एक मिनी स्टूडियो की तरह काम कर सकती है।

सजीव परिचर्चाओं में एंकर या प्रस्तोता की भूमिका अधिक महत्वपूर्ण होती है, क्योंकि सारी जिम्मेदारी उसी के हाथ में होती है। चर्चा को किस तरह आगे बढ़ाया जाए, किन मुद्दों को उभारा जाए, दर्शकों की रुचि के अनुसार कैसे प्रश्न किये जाएं यह सब उसे खुद ही तय करना होता है। इस सबके साथ-साथ उसे भीड़ को नियंत्रण में रखने की कला भी आनी चाहिए।

बोध प्रश्न

प्र0 1— ओबी वैन का क्या अर्थ है?

उ0 ओबी वैन का अर्थ आउटडोर ब्राडकास्टिंग वैन है, इसमें कैमरामैन और रिपोर्टर के साथ एडीटिंग मशीन और सेटेलाइट से जोड़ने के लिए एक एंटीना लगा होता है। इसी के माध्यम से खबर को घटना स्थल से स्टूडियो में भेजा जाता है और वह दुनिया के सामने कुछ सेकेंडों में ही प्रसारित होने लगती है।

प्र0 2— परिचर्चा से आप क्या समझते हैं?

उ0 हर समाचार में कुछ न कुछ ऐसा महत्वपूर्ण बिंदु निकल आता है जिस पर चर्चा करने पर उसके पक्ष व विपक्ष को सुनकर ही कोई निष्कर्ष निकाला जा सकता है। टीवी में समाचारों के वैचारिक विश्लेषण के जरिए यह काम किया जाता है और इसका मुख्य तरीका परिचर्चा है।

प्र0 3— सजीव परिचर्चा किसे कहते हैं ?

उ0 सजीव परिचर्चा का दूसरा नाम लाइव टॉक शो है। किसी भी ऐसी घटना जिसको जल्द से जल्द समाचार चैनल पर विश्लेषणात्क रूप

से प्रसारित किया जाना है उसको सजीव परिचर्चा के जरिए प्रस्तुत किया जाता है। परिचर्चा के लिए ओबी वैन की आवश्यकता होती है।

प्र० 4- सजीव परिचर्चा में एंकर की क्या भूमिका होती है?

उ० सजीव परिचर्चा में एंकर की भूमिका सबसे महत्वपूर्ण होती है। सामान्य परिचर्चा की तुलना में यहां सब कुछ एंकर को ही संभालना होता है। उसे चर्चा को रोचक भी बनाए रखना होता है। अप्रिय स्थितियों को भी रोकना होता है और भीड़ को भी नियंत्रित करना होता है।

3.7 सारांश :

टेलीविजन की पत्रकारिता में रिपोर्टिंग का स्थान सबसे महत्वपूर्ण है। रिपोर्टिंग के जरिए ही टेलीविजन को प्रस्तुत करने के लिए जरूरी खबरें मिल पाती हैं। कई बार चैनल अपनी जरूरतों और अपनी नीतियों के मुताबिक खबरें तय करते हैं। लेकिन अक्सर खबरें ही खुद-ब-खुद यह तय कर लेती हैं कि उन्हें किस रूप में और किस महत्व के साथ प्रस्तुत किया जाना चाहिए। 2001 में उत्तर प्रदेश विधानसभा सत्र चल रहा था। समाजवादी पार्टी जो मुख्य विपक्षी दल थी, उसके सभी 104 विधायकों ने एक साथ अपनी सदस्यता से त्यागपत्र दे दिया। यह एक अभूतपूर्व स्थिति थी। सभी प्रमुख न्यूज चैनलों में इस खबर को प्रमुखता मिली। रात हर घंटे में इसके प्रसारण के लिए अलग-अलग योजनाएं बना ली गईं। स्टूडियो में अतिथियों को बुलाने के इन्तजाम कर लिए गए। कई अतिथि तो चैनलों के स्टूडियो में पहुंच भी गए। मगर तभी शाम 7 बजे के आसपास अमेरिका में वर्ल्ड ट्रेड सेंटर पर आतंकी हमले की खबरें आनी शुरू हुईं और फिर पूरी रात सारे टीवी न्यूज चैनल टिवन टावर्स

पर विमानों के टकराने की खबरें दिखाते रहे और समाजवादी पार्टी के विधायकों के सामूहिक इस्तीफे की खबर टिकर पर सिमट कर रह गयी।

भले ही टीवी न्यूज चैनल मनोरंजन चैनल बनते जा रहे हों, भले ही उनमें समाचारों का महत्व और गुणवत्ता कम होती जा रही हो मगर अब भी खबरें ही वो चीज हैं जिनके लिए दर्शक इन चैनलों को देखना पसंद करते हैं। टीवी की खबरों के लिए रिपोर्टिंग का जितना महत्व है, रिपोर्टर द्वारा लिये गये साक्षात्कारों और संवाददाता सम्मेलनों में उसके द्वारा पूछे गए प्रश्नों का भी उससे कम महत्व नहीं है। इन प्रश्नों से ही उसकी खबर का स्वरूप बनता है, खबर का महत्व तय होता है। रिपोर्टिंग के बाद टीवी न्यूज का दूसरा महत्वपूर्ण काम खबरों का संपादन होता है। नई तकनीकों और कम्प्यूटर के उपयोग ने मुश्किल समझे जाने वाले वीडियो संपादन के काम को बहुत आसान बना दिया है। फिर भी वीडियो संपादन की कला और वीडियो सम्पादक का महत्व बरकरार है। किसी अच्छी खबर की जो प्रस्तुति दर्शक तक पहुंचती है वह संपादक के हाथों के कमाल के बाद ही पहुंचती है। संपादक अनगढ़ खबर को सजीव और सुपर बना देता है। इसके बाद बारी आती है खबरों की प्रस्तुति की। टीवी में यह काम एंकर के हिस्से आता है। आज एंकरिंग के तरीके और शैलियों में निरन्तर बदलाव हो रहे हैं। एंकरिंग अब सिर्फ खबरों को पढ़ने की कला ही नहीं रह गई है बल्कि यह खबरों को प्रभावशाली बनाने की भी कला बन गई है। एंकरों के जरिए चैनलों को पहचान मिलती है ता एंकरों को भी अपनी प्रस्तुति के लिए नाम और प्रसिद्धि मिलती है।

टीवी न्यूज की प्रस्तुति एक सामूहिक काम है। इसमें कुछ लोगों को टीवी के सामने आने का अवसर मिलता है तो अनेक लोग ऐसे होते हैं जिन्हें सिर्फ पीछे रह कर ही संतुष्टि कर लेनी पड़ती है। लेकिन इससे इन लोगों के काम का महत्व कम नहीं होता। कुल मिलाकर टेलीविजन

की खबरों को तैयार करना, उनका संपादन करना और उन्हें दर्शकों के सम्मुख प्रस्तुत करना एक दूसरे से जुड़े काम हैं और जिस चैनल में इन सब के बीच जितना अच्छा तालमेल होता है, उस चैनल की प्रस्तुति उतनी ही अच्छी होती है।

3.8 शब्दावली :

पीस टू कैमरा : पीस टू कैमरा या पीटीसी टीवी न्यूज का एक ऐसा हिस्सा है जिसमें रिपोर्टर खबर बनाते समय घटना स्थल से ही अपनी बात प्रस्तुत करता है। एडीटिंग के वक्त इस अंश को खबरों, दृश्यों और स्क्रिप्ट के आधार पर खबर के अन्त में या बीच में लगा दिया जाता है। पीटीसी के जरिए जहां रिपोर्टर को चैनल में प्रस्तुत समाचार के साथ दिखाई देने का अवसर मिल जाता है वहीं वह इसके जरिए वो बात भी कह देता है जो चित्रों के अभाव में दिखाई नहीं जा सकती। खबर के अन्त में प्रयोग होने वाले पीस टू कैमरा में प्रायः रिपोर्टर अपने नाम के साथ जगह का भी उल्लेख करता है। भारतीय न्यूज चैनलों में चैनल के नाम का भी उल्लेख किया जाता है।

स्क्रिप्ट : टेलीविजन न्यूज में स्क्रिप्ट उस आलेख को कहते हैं जिसके आधार पर खबर की वीडियो एडीटिंग की जाती है और जिसके आधार पर खबर को प्रस्तुत किया जाता है। सरल शब्दों में स्क्रिप्ट टीवी पर प्रस्तुत होने वाली लिखित खबर है।

टेली प्राम्पटर : टेली प्राम्पटर एक ऐसा उपकरण है जिसकी मदद से एंकर खबरें और खबरों की हेडलाइंस प्रस्तुत करता है। यह उपकरण एंकर के ठीक सामने कैमरे के साथ ही लगा होता है और इसमें पैनल प्रोड्यूसर वह सारी खबरें सिलसिलेवार भेजता जाता है जो खबरें एंकर को प्रस्तुत करनी होती हैं। एंकर को खबर को जिस रूप में पढ़ना होता

है वहीं स्क्रिप्ट टेली प्राम्पटर पर बड़े-बड़े अक्षरों में उसको दिखती रहती है।

डीएसएनजी यूनिट : डीएसएनजी यूनिट यानी डायरेक्ट सेटेलाइट न्यूज गैदरिंग यूनिट एक प्रकार की ओबी वैन ही है, जिसके जरिए घटना स्थल से खबरों का लाइव प्रसारण किया जाता है। दरअसल यह ओबी वैन से पहली पीढ़ी का उपकरण है। छोटे-छोटे बक्सों के रूप में यह यूनिट आधे घंटे में जोड़ी जा सकती है। हालांकि अब यह धीरे-धीरे प्रयोग से बाहर होती जा रही है।

लिप माइक : यह विशेष प्रकार के संवेदनशील माइक होते हैं जिन्हें एकदम मुंह के पास सटाकर बोलने से आवाज की बेहतरीन रिकार्डिंग होती है। इनमें आसपास की आवाज रिकार्ड नहीं होती इसलिए भीड़भाड़ वाली जगहों में भी ये रिकार्डिंग के लिए बेहद उपयुक्त होते हैं। टीवी न्यूज में वाइस ओवर रिकार्ड करने के लिए इनका इस्तेमाल होता है। खेलों की कमेंट्री में भी इन्हीं माइकों का इस्तेमाल किया जाता है।

3.9 त्वरित अभ्यास :

- 1- रेडियो और टीवी के समाचार एक दूसरे से किस तरह भिन्न हैं ?
- 2-कैमरामैन को टीवी का असली पत्रकार क्यों कहा जाता है ?
- 3-टीवी एंकर का क्या काम होता है ?
- 4-ग्राफिक आर्टिस्ट क्या काम करता है ?
- 5-साक्षात्कार लेने से पूर्व संवाददाता को किस तरह की तैयारी आवश्यक है ?
- 6-वाइस ओवर में किस चीज का खास ध्यान रखा जाता है ?
- 7-इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने हमारे जीवन को कैसे प्रभावित किया है ?

- 8—दूरदर्शन के कश्मीर पर केन्द्रित चैनल का क्या नाम है ?
- 9—कैमरामैन के महत्व के बारे में ओदियाना फलाची ने क्या कहा है ?
- 10—संवाददाता सम्मेलन में टीवी पत्रकार को किन चीजों पर ध्यान देना चाहिए?
- 11—एडीटिंग मशीन क्या होती है ?
- 12—ग्राफिक्स का क्या उपयोग होता है ?
- 13—अपना बुलेटिन प्रस्तुत करने से पूर्व एंकर को क्या करना चाहिए ?
- 14—ओबी वैन क्या होती है ?
- 15—मल्टी कैम शूटिंग क्या होती है ?

3.10 अभ्यासार्थ प्रश्न :

- प्रश्न 1— टीवी समाचारों में अच्छा इंटरव्यू हासिल करने के लिए पत्रकार को क्या करना चाहिये ?
- प्रश्न 2— टीवी न्यूज में रिपोर्टर की क्या भूमिका होती है ?
- प्रश्न 3— टीवी न्यूज को तैयार करने में संपादन का महत्व बताइए ?
- प्रश्न 4— अच्छा न्यूज एंकर बनने के लिए पत्रकार में क्या गुण होने चाहिए?
- प्रश्न 5— परिचर्चा क्या है ?

3.11 प्रयोगात्मक अभ्यास :

अपने आसपास की कम से कम 5 घटनाओं या समस्याओं का अध्ययन करके टीवी न्यूज के लिए स्क्रिप्ट लिखिए। अगर वीडियो कवरेज भी कर सकें तो बेहतर होगा। लेकिन वीडियो कवरेज न हो पाने की स्थिति में

कल्पना के आधार पर सम्भावित दृश्यों की सूची स्क्रिप्ट के साथ अवश्य होनी चाहिए ?

3.12 संदर्भ ग्रन्थ :

1. आर्य, पी.के. : इलेक्ट्रानिक मीडिया
2. कश्यप श्याम, कुमार मुकेश : टेलीविजन की कहानी
3. जैदी, मुस्तफा एचएच : टेलीविजन समाचार
4. पचौरी सुधीश, शर्मा अचला : नए जनसंचार माध्यम और हिन्दी
5. वाजपेयी, पुण्य प्रसून : एंकर रिपोटर
6. Bhatt, S.C. : Broadcast Journalism-:
Basic principles
7. Srivastava, K.M. : Radio and T.V.Journalism

इकाई 04

टेलीविजन समाचार की संगठनात्मक संरचना एवं टेलीविजन समाचारों का प्रेषण और प्रवाह

इकाई की रूपरेखा

- 4.0 उद्देश्य
- 4.1 प्रस्तावना
- 4.2 सम्पादकीय विभाग या इनपुट विभाग
- 4.3 समाचार निर्माण तंत्र या आउटपुट
- 4.4 टेलीविजन समाचारों का तकनीकी तंत्र
- 4.5 टेलीविजन समाचारों का प्रेषण एवं प्रवाह
- 4.6 सारांश
- 4.7 शब्दावली
- 4.8 त्वरित अभ्यास
- 4.9 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 4.10 प्रयोगात्मक अभ्यास
- 4.11 सन्दर्भ ग्रंथ

4.0 उद्देश्य :

टेलीविजन में प्रसारित होने वाली एक छोटी सी खबर को तैयार होने में कई लोगों की अलग-अलग भूमिकाएं होती हैं। खबर की शुरुआत स्टोरी आइडिया यानी खबर की संक्षिप्त सूचना से होती है और

फिर इसे अंतिम रूप यानी टेलीविजन में प्रसारित होने से पहले तक कई हाथों और मशीनों से गुजरना होता है। यह काम जितना मानवीय दक्षता और विशेषज्ञता का है उतना ही इस काम में मशीनों और कम्प्यूटर का भी योगदान होता है। मनुष्य और मशीन में तालमेल बनने से ही टीवी की न्यूज तैयार होती है और इस प्रक्रिया में अलग-अलग स्तरों पर अनेक लोगों की भूमिकाएं होती हैं। प्रस्तुत इकाई के जरिए हम इसी बात को समझने का प्रयास करेंगे कि आखिर टेलीविजन में प्रसारित होने वाली खबर दर्शक तक पहुंचने लायक बनती कैसे है ? इस इकाई के जरिए खबर तैयार होने की प्रक्रिया के अलग-अलग अंगों के बारे में भी संक्षिप्त जानकारी प्राप्त की जा सकेगी। इस इकाई के जरिए हम—

- टेलीविजन समाचार संकलन तंत्र की बनावट को समझ सकेंगे।
- टेलीविजन की खबरें तैयार करने में संपादकीय विभाग की क्या भूमिका होती है, इस बात का अध्ययन कर सकेंगे।
- टेलीविजन समाचारों को तैयार होने के बाद प्रसारण से पहले किस-किस प्रक्रिया से गुजरना पड़ता है, इसका अध्ययन कर सकेंगे।
- टीवी समाचार के निर्माण के तकनीकी पहलुओं की जानकारी हासिल कर सकेंगे।
- और टीवी के प्रसारण के तौर तरीकों को भी समझ सकेंगे।
- यह इकाई नए पत्रकारों को टेलीविजन की खबरों की दुनिया के अंचर के पहलुओं की जानकारी देने के उद्देश्य से प्रस्तुत की जा रही है।

4.1 प्रस्तावना :

टेलीविजन की खबरों की दुनिया एक अलग तरह की दुनिया है। अखबारी दुनिया के मुकाबले यहां अधिक प्रतिस्पर्धा है, अधिक व्यस्तता है और उतना ही अधिक काम भी है। 30-40 सेकेंड का एक समाचार तैयार करने में 30-40 अलग-अलग लोगों की अलग-अलग भूमिका होती है। समय की बेहद कमी होती है। खबर को सबसे जल्दी ही हासिल करने से काम पूरा नहीं होता। टीवी की दुनिया में इसे सबसे जल्दी प्रसारित करना भी आवश्यक होता है। इस जल्दबाजी में कोई गड़बड़ न हो जाए, कोई गलती न हो जाय यह ध्यान रखना भी बहुत जरूरी होता है। कुल मिला कर टीवी में खबर तैयार करना एक टीम का काम है और बेहतर तालमेल वाली टीम ही वहां बेहतर काम कर पाती है। मूलतः टीवी न्यूज को तैयार करने में तीन अलग-अलग विभागों का रोल होता है। ये विभाग हैं— सम्पादकीय विभाग, उत्पादन विभाग और तकनीकी विभाग। अलग-अलग चैनलों में इनके लिए अलग-अलग सम्बोधन होते हैं। कहीं इन्हें इनपुट, आउट पुट और टेक्निकल कह कर सम्बोधित किया जाता है। तो कहीं असाइनमेंट प्रोडक्शन और डिस्ट्रीब्यूशन भी कहा जाता है। यह तीनों विभाग ही मिलकर किसी समाचार को प्रसारित करने लायक बनाते हैं, उसे प्रसारित करते हैं।

इनपुट और आउटपुट विभागों में जितने ऊर्जावान और कल्पनाशील पत्रकार होते हैं चैनल पर उतनी ही बेहतर खबरें प्रसारित हो पाती हैं। चूंकि यह पूरा काम एक टीम का काम होता है इसलिए इसमें टीम के मुखिया यानी न्यूज डायरेक्टर या चैनल के मुख्य संपादक की अत्यन्त महत्वपूर्ण भूमिका होती है। जिस तरह अच्छे कप्तान के कारण किसी खेल की टीम का खेल निखर आता है उसी तरह अच्छा न्यूज डायरेक्टर चैनल को निखार देता है। लेकिन वर्तमान में टीआरपी का दबाव यानी चैनल की लोकप्रियता का दबाव न्यूज चैनलों के स्तर को बहुत प्रभावित कर रहा

है। चैनल की मार्केटिंग टीम हर हफ्ते के अन्त में हफ्ते के अलग-अलग दिन अलग-अलग चैनलों में प्रसारित कार्यक्रम और उन्हें देखने वाले दर्शकों का आंकड़ा लेकर हाजिर हो जाती है और आउटपुट पर दबाव बनाती है कि वह वैसे ही कार्यक्रम बनाए जो ज्यादा देखे जा रहे हैं। इसका नतीजा यह होता है कि चैनल का सम्पादकीय विभाग वैसे ही खबरें हासिल करने की योजना बनाने लगता है। कुल मिला कर इसका असर चैनलों की पहचान पर पड़ता है, उनके स्तर पर पड़ता है। यही वजह है कि इन दिनों प्रायः सभी न्यूज चैनल एक जैसे लगने लगे हैं। सभी में एक जैसे कार्यक्रम और एक जैसी प्रस्तुति। हालांकि अब कुछ लोग यह उम्मीद करते हैं कि न्यूज चैनलों में फिर से खबरों की वापसी होगी। बहरहाल चैनलों के समाचार का स्तर चाहे जैसा भी हो, उनके निर्माण की प्रक्रिया में तो लगातार सुधार हो रहे हैं और इस प्रक्रिया के अलग-अलग चरणों को समझना अब भी बेहद दिलचस्प काम है।

4.2 सम्पादकीय विभाग या इनपुट विभाग :

न्यूज चैनलों में सम्पादकीय विभाग का अधिकांश कार्य इनपुट टीम करती है। न्यूज चैनलों के मुखिया को अलग-अलग चैनलों में अलग-अलग नाम से पुकारा जाता है। कहीं इसे न्यूज डायरेक्टर कहते हैं तो कहीं एग्जीक्यूटिव प्रोड्यूसर या ईपी। इस मुखिया के मुख्य रूप से दो विभाग होते हैं। इनपुट डेस्क ही मुख्य रूप से चैनलों के लिए खबरें जुटाने और कार्यक्रम के लिए विशेषज्ञ बुलाने आदि का इन्तजाम करती है। इनपुट डेस्क ही वह प्रवेश द्वार है जिसके माध्यम से चैनल को खबरें मिलती हैं। अलग-अलग चैनलों में इनपुट विभाग को अलग-अलग नामों से पुकारा जाता है। यहां पर सुविधा के लिये हम उसे सम्पादकीय विभाग कहेंगे। सम्पादकीय विभाग के मुखिया को इनपुट हेड कहा जाता है।

किसी भी समाचार चैनल का प्रमुख विभाग संपादकीय होता है। न्यूज रूम में संवाददाता द्वारा अलग-अलग क्षेत्रों से समाचार संकलन करके इसी विभाग में लाता है। समाचार महत्वपूर्ण है या अति महत्वपूर्ण। सकारात्मक है या फिर नकारात्मक। इन सभी बातों को जाँचने की जिम्मेदारी इसी विभाग की होती है। सम्पादकीय विभाग के अधीन में कई पद होते हैं जिनमें प्रमुख इस प्रकार हैं :

- 1 रिपोर्टर
- 2 इनपुट प्रमुख
- 3 शोधकर्ता
- 4 एंकर्स
- 5 डेस्क
- 6 समन्वयक
- 7 समाचार सम्पादक
- 8 समाचार निमाता

1. रिपोर्टर : टीवी में समाचार का मुख्यतः संकलन रिपोर्टर के हाथ में होता है। रिपोर्टर चैनल के आंख-कान जैसे होते हैं। प्रायः हर रोज सुबह न्यूज चैनलों में सम्पादकीय बैठक होती है जिसमें दिन की प्रमुख सम्भावित खबरों पर चर्चा होती है। इसी बैठक में रिपोर्टरों द्वारा तैयार की जाने वाली सम्भावित खबरों की भी चर्चा होती है। यह खबरें स्टोरी आइडिया के रूप में होती हैं और इन्हें चीफ रिपोर्टर या रिपोर्టిंग हेड के जरिए मीटिंग में रखा जाता है। जिन स्टोरी आइडियाज को सही समझा जाता है उनसे सम्बद्ध रिपोर्टर को उस खबर को तैयार करने को कह दिया जाता है। सम्पादकीय विभाग में इनपुट डेस्क या एसाइनमेंट डेस्क

से रिपोर्टर को खबरें तैयार करने के निर्देश दिये जाते हैं। मुख्यतः रिपोटरों की श्रेणियां होती हैं :

- **नेशनल ब्यूरो** : राष्ट्रीय स्तर की खबरों को तैयार करने वाले रिपोर्टर इस ब्यूरो में शामिल होते हैं। संसद, विभिन्न मंत्रालय एवं प्रमुख राजनीतिक दलों को कवर करने वाले रिपोर्टरों की टीम से मिलकर राष्ट्रीय नेशनल ब्यूरो बनता है। इसमें तुलनात्मक रूप से वरिष्ठ रिपोटरों को स्थान दिया जाता है।
- **आऊट स्टेशन ब्यूरो** : इस ब्यूरो में चैनल के स्वरूप के अनुसार बाहरी स्थानों पर तैनात रिपोर्टर शामिल होते हैं। दिल्ली से संचालित राष्ट्रीय न्यूज चैनल के आऊट स्टेशन ब्यूरो मुख्यतः सभी राज्यों की राजधानियों व अन्य प्रमुख शहरों में तैनात रिपोर्टर शामिल होते हैं। यह ब्यूरो अपने अपने राज्य व क्षेत्र की प्रमुख खबरों को भेजने की जिम्मेदारी निभाता है।
- **मुख्यालय ब्यूरो** : चैनल जिस शहर से प्रसारित होता है वहां की खबरों को महत्व देने के लिए उस शहर के लिए भी एक अलग ब्यूरो बनाया जाता है। मसलन दिल्ली से प्रसारित होने वाले चैनल के लिए दिल्ली ब्यूरो या चैन्नई से प्रसारित होने वाले चैनल के लिए चैन्नई ब्यूरो। यह ब्यूरो अपने शहर की महत्वपूर्ण खबरों के लिए उत्तरदायी होता है।
- **विशेष ब्यूरो** : इसके तहत अलग-अलग विधाओं के लिए अलग-अलग ब्यूरो बनाए जाते हैं। मसलन काइम ब्यूरो, खेल ब्यूरो, बिजनेस ब्यूरो, मनोरंजन ब्यूरो आदि। यह सभी ब्यूरो अपने-अपने विषयों के कार्यक्रम और समाचारों के लिए जिम्मेदार होते हैं।

- **एसआईटी** : आजकल कई न्यूज चैनलों में अलग तरह की खोजी खबरों के लिए एसआईटी यानी स्पेशल इनवेस्टिगेटिव टीम जैसे विशेष ब्यूरो भी बनाए जाने लगे हैं। ये ब्यूरो चैनल के रोजाना के कामकाज से प्रायः अलग रहते हैं और कई-कई दिनों की छानबीन के बाद खबर तैयार करते हैं। यही ब्यूरो हिडन कैमरा और स्टिंग आपरेशन आदि नई तकनीकों का भी इस्तेमाल करते हैं। इन ब्यूरो में काम करने वाले लोगों के पद नाम भी अलग-अलग होते हैं और वरिष्ठता के आधार पर रिपोर्टर, कोसपोडेंट, सीनियर कोसपोडेंट, प्रिसिंपल कोसपोडेंट, स्पेशल कोसपोडेंट, ब्यूरो चीफ या ब्यूरो हेड आदि होते हैं। लेकिन सामान्य भाषा में इन सभी को रिपोर्टर यानी संवाददाता ही कहा जाता है। संवाददाता कैमरामैन के साथ मिलकर खबर तैयार करता है और फिर उसकी स्क्रिप्ट तैयार करता है, जो दृश्यों और उपलब्ध बाइट्स से मिल कर बनती है।

संवाददाता की स्क्रिप्ट के आधार पर ही दृश्यों को एडिट करके खबर को प्रसारण के लिये तैयार किया जाता है। टीवी की खबरों की अच्छी एडिटिंग के लिए यह जरूरी काम माना जाता है कि स्क्रिप्ट के साथ डोपशीट भी अवश्य बनाई जाती है। खास तौर पर आऊट स्टेशन रिपोर्टों की खबरों में तो इसका होना अनिवार्य माना जाता है।

डोपशीट, टेलीविजन कैमरामैन द्वारा तैयार की गयी उस शाट सूची को कहते हैं जिसे वह अपने व्यक्तिगत अनुभव या एसाइनमेंट हेड के पूर्व परामर्श के अनुसार तैयार करता है। कैमरामैन किसी घटना का चित्रांकन करते समय उसका विवरण एक नोटबुक में नोट करता जाता है। इस विवरण में प्रत्येक शाट की क्रम संख्या, शाट का विवरण (लॉग शाट, क्लोजअप शाट आदि)। शाट की लम्बाई और सम्बन्धित घटना का संक्षिप्त विवरण इस प्रकार लिखा रहता है कि उसके आधार पर वीडियो सम्पादक

और एसाइनमेंट हेड को खबरों की एडिटिंग में किसी प्रकार की असुविधा न हो। डोपशीट पर सरसरी नजर डाल कर ही वीडियो संपादक को यह पता चल जाता है कि खबर के साथ किस तरह के दृश्य हैं।

2. इनपुट प्रमुख : इनपुट प्रमुख संपादकीय विभाग का प्रमुख होता है। उसका काम मुख्य रूप से खबरों की योजना बनाना और खबरें समय से हासिल करने के इंतजाम करना हवै वही हर रोजे सम्पादकीय विभाग की ओर से चैनल के कार्यक्रमों की रूपरेखा बनाने के लिए जिम्मेदार होता है। वही मार्केटिंग और आऊटपुट विभाग के साथ तालमेल रखता है। ओवी वैन कहां और कब जानी है। इसका इन्तजाम भी वही करता है वही को-आर्डिनेशन से तालमेल करके टीमों को जगह-जगह भिजवाने की व्यवस्था करता है। यह काम प्रायः अनुभवी व्यक्ति को सौंपा जाता है।

3. शोधकर्ता : किसी भी समाचार को प्रसारित करने से पहले उसकी सत्यता तथा तथ्यों को प्रमाणित किया जाता है। खबर तभी बेहतर बन सकती है जब उससे जुड़े सभी तथ्य सही हों। यह काम शोधकर्ताओं का होता है। शोधकर्ता खबर की शुरुआत से लेकर आखिर तक सभी बिंदुओं को ध्यान में रखकर तथ्यों की छानबीन करता है। शोधकर्ता का महत्व खबरों के बारे में संदर्भ जुटाना भी है। प्रायः इस पद पर नए प्रशिक्षुओं को नियुक्त किया जाता है। एक अच्छा टीवी पत्रकार बनने की यह पहली सीढ़ी है। हालांकि अब कई चैनलों में इस पद पर अलग से नियुक्ति नहीं की जाती बल्कि ट्रेनी पत्रकारों से ही शोध का काम करा लिया जाता है। कई चैनलों में शोध का काम रिपोर्टर खुद भी करते हैं।

4. एंकर्स : टेलीविजन में समाचारों का प्रसारण एंकरों के द्वारा किया जाता है। पहले जब केवल दूरदर्शन ही एक मात्र न्यूज चैनल था तो एक एंकर सुबह सात बजे से दोपहर एक बजे तक और दूसरा रात नौ बजे तक हुआ करता था। तब दो एंकर की टीम ही दूरदर्शन के लिये काफी

थी। लेकिन आज जमाना प्रतिस्पर्धा का है। 24 घण्टे के न्यूज चैनलों में हर पल नई खबर आती रहती हैं इसलिए अब न्यूज रीडिंग के लिये कई एंकर्स की आवश्यकता होती है एक न्यूज रूम में 24 घण्टे में 8-8 घण्टे की तीन शिफ्ट लगती हैं जिसमें सात से आठ एंकर्स होते हैं। स्पेशल खबर या प्रोग्राम के लिये स्पेशल एंकर होते हैं।

5. डेस्क : टीवी में संवाददाता के पास से आकर समाचार न्यूज डेस्क पर जाता है। संवाददाता की स्क्रिप्ट में उसमें व्याकरण की गलतियां या फिर भाषा की अशुद्धियां, या खबर को व्यवस्थित ढंग से लिखने की जिम्मेदारी डेस्क या कापी डेस्क की होती है। यहां पर स्क्रिप्ट तैयार होने के बाद किसी वरिष्ठ व्यक्ति को भेजी जाती है और उसके देखने के बाद ही उसे अंतिम रूप मिलता है। इसके बाद स्क्रिप्ट की रीडिंग होने के बाद ही उसको एडिटिंग के लिये कम्प्यूटर पर डालकर अलग-अलग प्रक्रिया में भेजा जाता है।

6. समाचार समन्वयक : न्यूज रूम में समाचार अलग-अलग क्षेत्रों और ब्यूरो से आते हैं, कौन सी खबर किस समय आयेगी इसकी जिम्मेदारी समाचार समन्वयक यानी न्यूज कोऑर्डिनेटर की होती है। कई बार एक ही समाचार में एक बाइट या इण्टरव्यू दिल्ली से और दूसरा इण्टरव्यू किसी अन्य जगह से आना होता है। खबर पूरी होने के लिए दोनों ही समय पर मिलनी जरूरी होती है। ऐसे में समन्वयक दोनों रिपोर्टों से बात करके पूरी खबर मंगाकर आगे की कार्रवाई शुरू करवाता है। समन्वयक का एक काम डे प्लान तैयार करवाना भी होता है। आजकल न्यूज चैनलों में एक दिन पहले शाम को ही सम्पादकीय में अगले दिन का डे प्लान तैयार कर लिया जाता है। इस अग्रिम प्लानिंग की जिम्मेदारी भी कोऑर्डिनेटर या समन्वयक की ही होती है। वह तमाम ब्यूरो और आऊटस्टेशन ब्यूरो के संवाददाताओं से बातचीत कर डेप्लान या स्टोरी आइडिया मंगवाता है और मीटिंग में आइडिया स्वीकार हो जाने पर वही

रिपोर्टर को इस बात की जानकारी देता है और खबर का सम्भावित समय पता करता है। समन्वयक एसाइनमेंट डेस्क का ही हिस्सा होता है।

7. समाचार सम्पादक : न्यूज रूम में सबसे अहम पद समाचार सम्पादक का होता है। समाचार समन्वयक के माध्यम से न्यूज रूम में इनपुट विभाग के पास आते हैं। यह विभाग समाचारों की महत्वता को समझकर यह तय करता है कि समाचार का महत्व कैसा है। वह किस बुलेटिन में चलने लायक है ? और किस वक्त उसका प्रसारण सबसे उपयुक्त होगा। इसी आधार पर खबर आउटपुट को भेज दी जाती है। समाचार संपादक या न्यूज एडीटर का काम आउटपुट और इनपुट के बीच तालमेल बनाने का है। कहीं-कहीं यह काम शिफ्ट इंचार्ज को भी सौंपा जाता है। समाचार संपादक ही अपने सहयोगियों के साथ संवाददाताओं से भी तालमेल रखता है।

8. समाचार निर्माता : टेलीविजन समाचार में समाचार निर्माता यानी न्यूज प्रोड्यूसर की भूमिका न्यूज रूम में महत्वपूर्ण होती है। वही यह निर्णय लेता है कि कौन सी खबर किस फारमेट में जायेगी। कुछ चैनलों में न्यूज प्रोड्यूसर ही समाचार सम्पादक की भूमिका भी निभाता है जबकि कई चैनलों में न्यूज प्रोड्यूसर अपने अधीन तैनात अलग-अलग प्रोड्यूसरों की मदद से आउट स्टेशन ब्यूरो व अन्य खबरों को तैयार करवाते हैं।

बोध प्रश्न

- प्र0 1—** न्यूज चैनल की संगठनात्मक संरचना में सबसे महत्वपूर्ण विभाग कौन सा है?
- उ0** न्यूज चैनल की संगठनात्मक संरचना में सबसे ज्यादा महत्वपूर्ण विभाग सम्पादकीय विभाग होता है। इस विभाग में रिपोर्टर, शोधकर्ता एंकर्स, डैस्क, समन्वयक, समाचार सम्पादक, समाचार निर्माता आदि होते हैं।

- प्र0 2— शोधकर्ता का क्या कार्य है ?
- उ0 शोधकर्ता खबरों से जुड़े तथ्यों की छानबीन करते हैं। कई बार खबरों के लिए जरूरी सामग्री और संदर्भ भी जुटाते हैं। एक प्रकार से वह खबर के लिए कच्चा माल तैयार करते हैं।
- प्र0 3 — समाचार सम्पादक का क्या महत्व होता है ?
- उ0 न्यूज रूम में सबसे अहम पद समाचार सम्पादक का होता है। समन्वयक के माध्यम से जो समाचार न्यूज रूम में इनपुट विभाग के पास आते हैं फिर वही समाचार आउटपुट में जाते हैं। आउटपुट के लोग खबर को पॉलिश करने के बाद प्रसारण करने के लिये दे देते हैं इन दोनों विभागों में सामंजस्य बैठाने की जिम्मेदारी समाचार सम्पादक की ही होती है।
- प्र0 4— डे प्लान क्या होता है ?
- उ0 टेलीविजन चैनलों में डे प्लान के जरिए हर दिन प्रकाशित होने वाले समाचारों की सूची बनाई जाती है। डे प्लान में आऊट स्टेशन ब्यूरो और अन्य सभी महत्वपूर्ण ब्यूरो से मिलने वाली सम्भावित खबरों का जिक्र होता है। किस खबर को कितना और कैसा महत्व दिया जाना है यह भी डे प्लान का हिस्सा होता है।

4.3 समाचार निर्माण तंत्र या आऊटपुट :

आऊटपुट या समाचार निर्माण तंत्र चैनल का दिल है। इनपुट या समाचार संकलन तंत्र का काम जहां खबरें लाना है वहीं आऊटपुट का काम उन्हें तराशना और प्रसारण करना है। आऊटपुट भी एक बड़ा विभाग

होता है लेकिन इनपुट में विपरीत इसके सारा काम चैनल के मुख्यालय या स्टूडियो में ही हो जाता है। आऊट स्टेशन ब्यूरो या खबर लाने वाले संवाददाताओं से इसका सीधा सम्पर्क नहीं है। आऊटपुट का भी एक प्रमुख होता है, प्रायः यह पद एग्जीक्यूटिव प्रोड्यूसर स्तर के किसी वरिष्ठ पत्रकार को सौंपा जाता है। आऊटपुट प्रमुख का काम चैनल के हर बुलेटिन पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों और उनमें प्रसारित होने वाली खबरों का चयन और उन्हें प्रसारण योग्य बनाना होता है। आऊटपुट प्रमुख हर रोज चैनल के वरिष्ठ सहयोगियों के साथ बैठ कर यह रूपरेखा बनाता है। महत्वपूर्ण समाचार अचानक आ जाने पर उसी तरह आकस्मिक योजना बनाना भी उसी की जिम्मेदारी होती है। उसके अधीन एक पूरी टीम काम करती है। हालांकि इस टीम का स्वरूप हर चैनल में अलग-अलग होता है। परन्तु मुख्य रूप से इसमें निम्न दो प्रमुख घटक होते हैं। न्यूज डेस्क और न्यूज प्रसारण से जुड़े लोग।

न्यूज डेस्क : आऊटपुट की न्यूज डेस्क वह जगह है जहां किसी न्यूज चैनल के किसी खास बुलेटिन में प्रसारित होने वाली सारे खबरें आती हैं। इन खबरों को देख कर न्यूज डेस्क ही यह तय करती है कि कि इन खबरों को चैनल में कब और किस क्रम से दिखाया जाना है। प्रायः चैनलों में एक सामान्य न्यूज डेस्क होती है और खेल व्यापार, अपराध, मनोरंजन व विदेशी खबरों से जुड़ी डेस्क अलग होती है। न्यूज डेस्क का प्रभारी शिफ्ट इंचार्ज होता है।

24 घंटे के चैनलों में प्रायः 8-8 घंटे की तीन शिफ्ट होती हैं और हर शिफ्ट के लिए एक अलग शिफ्ट इंचार्ज होता है। प्रायः सीनियर प्रोड्यूसर स्तर के इस पत्रकार का काम बुलेटिन प्रोड्यूसर व अन्य सहयोगियों की मदद से बुलेटिनों को प्रसारण से पूर्व अंतिम रूप देना होता है। शिफ्ट इंचार्ज अपनी शिफ्ट के लिए पूर्ण रूप से उत्तरदायी

होता है और शिफ्ट छोड़ने से पूर्व वही अगले शिफ्ट इंचार्ज को पूरी जानकारी भी हस्तान्तरित करता है।

बुलेटिन प्रोड्यूसर : बुलेटिन प्रोड्यूसर की जिम्मेदारी अपने न्यूज बुलेटिन को प्रसारण से पूर्व पूरी तरह से तैयार करने की होती है। टीवी में खबरों को जिस कम से किसी बुलेटिन में प्रसारित किया जाता है, उस कम को रन डाउन कहते हैं। इन रन डाउन को अंतिम रूप बुलेटिन प्रोड्यूसर ही देता है। रन डाउन यानी खबरों का कम निर्धारित करने के कारण कुछ चैनलों में बुलेटिन प्रोड्यूसर को रन डाउन प्रोड्यूसर भी कहा जाता है। बुलेटिन प्रोड्यूसर तैयार खबरों को देख कर उनकी कमियां दूर करता है। वहीं खबरों के एंकर लिंक (एंकर द्वारा खबर प्रसारण से पूर्व खबर के बारे में दी गयी जानकारी) भी लिखता है। कई बार उसे खबरों में आ गए बदलाव के कारण बुलेटिन के बीच-बीच में हेडलाइन भी बदलनी पड़ती हैं। वही फोनो और सिमसेट के लिए व्यवस्था करवाता है और वही ब्रेकिंग न्यूज तथा टिकर पर चलने वाली खबरों पर नजर रखता है। वही बुलेटिन के बीच में उसमें नई खबरें शामिल करवाने और कम महत्व की खबर को बुलेटिन से हटाने का काम भी करवाता है। उसके काम में मुख्य सहयोगी की भूमिका पैनल प्रोड्यूसर की होती है।

पैनल प्रोड्यूसर : पैनल प्रोड्यूसर एक प्रकार से न्यूज चैनल का पायलट है। वही चैनल के स्वरूप को नियंत्रित करता है। वही खबरों को उनके कम के अनुसार (रनडाउन) प्ले करता है, यानी प्रसारण के लिए प्रस्तुत करता है। अमूमन पैनल प्रोड्यूसर का काम तकनीकी कौशल का काम होता है हालांकि उसमें पत्रकार जैसी तीखी नजर भी होनी जरूरी है। पैनल प्रोड्यूसर एक ओर बुलेटिन प्रोड्यूसर से निर्देश लेता रहता है। दूसरी ओर वह न्यूज एंकरों को भी लगातार निर्देश देता रहता है। खबरों के बीच में फोनो आदि होने पर वही एंकर को सवाल बताता है और वही ब्रेकिंग न्यूज की जानकारी भी देता है। पैनल प्रोड्यूसर न्यूज डेस्क के

बजाए प्रोडक्शन कंट्रोल रूम (पीसीआर) में बैठा है यानी वह न्यूज प्रसारण से जुड़े लोगों का भी सहयोगी होता है।

पैकेज प्रोड्यूसर : पैकेज प्रोड्यूसर का काम खबर को संबंधित लोगों के सहयोग से सम्पादित करवाना होता है। न्यूज चैनलों में व्यस्त समय में अधिक पैकेज प्रोड्यूसर काम करते हैं और हर पैकेज प्रोड्यूसर एक खबर तैयार करवाने के बाद दूसरी खबर की तैयारी में जुटा रहता है। टीवी में पैकेज से आशय एक पूरी खबर से होता है। एक पैकेज प्रोड्यूसर को एक बात में एक पैकेज की ही जिम्मेदारी दी जाती है। प्रायः यह काम असिस्टेंट प्रोड्यूसर स्तर के कनिष्ठ लोगों को दिया जाता है। कुछ चैनलों में पैकेज प्रोड्यूसर स्क्रिप्ट में सुधार भी करते हैं जबकि कई चैनलों में इस काम के लिए कापी एडिटर नामक अलग व्यक्ति नियुक्त किये जाते हैं। जो स्क्रिप्ट को सुधार कर अंतिम रूप देकर पैकेज प्रोड्यूसर को सौंपते हैं।

असिस्टेंट प्रोड्यूसर : न्यूज चैनलों में प्रायः हर शिफ्ट के साथ कुछ असिस्टेंट प्रोड्यूसर भी तैयार रहते हैं जो अलग-अलग काम करते हैं। टीवी की स्क्रीन के पहले भाग में चलने वाली खबरों की पट्टी (टिकर) ब्रेकिंग न्यूज की सूचना, लाइव स्कोर, शेयर मार्किट चीजों आदि को लगातार ताजा बनाए रखने की जिम्मेदारी इन्हीं की होती है। ये असिस्टेंट प्रोड्यूसर चैनल की सारी छोटी-छोटी किन्तु महत्वपूर्ण जिम्मेदारियों का निर्वाह करते हैं।

आऊटपुट चूंकि खबरों के प्रसारण से सीधे जुड़ा होता है। इसलिए आऊटपुट में तैनात बुलेटिन प्रोड्यूसर और पैनल प्रोड्यूसर का काम बेहद जिम्मेदारी भरा होता है। उन्हें हर क्षण चौकन्ना रहना होता है और दूसरे चैनलों की खबरों पर भी नजर रखनी होती है।

बोध प्रश्न

- प्र० 1— न्यूज चैनल में आऊटपुट का क्या काम होता है ?
- उ० न्यूज चैनल में आऊटपुट का काम खबरों को तराशना और उन्हें प्रसारण योग्य बनाना होता है ।
- प्र० 2— आऊटपुट प्रमुख पर किस पद के पत्रकार की नियुक्ति होती है?
- उ० आऊटपुट में प्रमुख के पद पर प्रायः एग्जीक्यूटिव प्रोड्यूसर पद के पत्रकार को तैनात किया जाता है ।
- प्र० 3— बुलेटिन प्रोड्यूसर की क्या जिम्मेदारियां होती हैं ?
- उ० बुलेटिन प्रोड्यूसर की जिम्मेदारी अपने न्यूज बुलेटिन को अंतिम रूप से तैयार कर, संवार कर प्रसारण के लिए भेजने की होती है ।
- प्र० 4— टिकर क्या होता है ?
- उ० टेलीविजन प्रसारण के दौरान खबरों के प्रस्तुतिकरण के साथ स्क्रीन के निचले हिस्से में दिखाई जाने वाली समाचारों की पट्टी को टिकर कहते हैं । कभी-कभी यह एक से अधिक लेयर में होते हैं । एक लेयर में विज्ञापन, एक में खबरों ओर तीसरी लेयर में आदि दिखाए जाते हैं ।

4.4 टेलीविजन समाचारों का तकनीकी तंत्र :

टेलीविजन में समाचारों का प्रसारण मानवीय कौशल और तकनीकी क्षमता का मिला-जुला स्वरूप है । टेक्नोलाजी के विकास में साथ-साथ टेलीविजन में समाचारों की निर्माण प्रक्रिया में भी बहुत सुधार आ गया है

और यह अब अपेक्षाकृत आसान भी हो गयी है। लेकिन इस आसानी का एक पहलू यह भी है कि अब टेक्नोलॉजी पर उसकी निर्भरता भी बहुत बढ़ गयी है। टीवी समाचार निर्माण से जुड़े तकनीकी तंत्र को कई हिस्सों में बांटा जा सकता है।

न्यूज रूम आटोमेशन : यह अपेक्षाकृत नई तकनीक है। शुरुआती न्यूज चैनलों में खबरों के निर्माण की सारी प्रक्रिया वीडियो टेप के जरिए पूरी होती थी। लेकिन न्यूज रूम आटोमेशन तकनीक के आने के बाद अब सारा काम कम्प्यूटर के जरिए हो जाता है। आजतक, 24 घंटे का पहला न्यूज चैनल था जिसने आटोमेशन तकनीक का इस्तेमाल किया था। आजतक ने इसके लिए आक्टोपस साफ्टवेयर इस्तेमाल किया था। आज प्रायः सभी न्यूज चैनल इसी तकनीक का प्रयोग कर रहे हैं। आटोमेशन के प्रमुख साफ्टवेयरों आक्टोपस, तिनक्यू और इएनपीएस (इलेक्ट्रॉनिक न्यूज प्रोडक्शन सिस्टम) आदि प्रमुख हैं। इन साफ्टवेयरों की मदद से रनडाउन, स्क्रिप्ट, आर्काइव, एडीटिंग, ग्राफिक्स, ई मेल आदि सारे कार्य किए जा सकते हैं। इनके कारण चैनल का काम बेहद आसान हो गया है। इस टेक्नालॉजी के इस्तेमाल के बाद एक जगह लिखी गई स्क्रिप्ट को रन डाउन में आने के बाद सभी जिम्मेदार लोग देख सकते हैं। रनडाउन में आईडी यानी खबर का नाम डालते ही उसका विस्तृत विवरण सामने आ जाता है। आर्काइव की सुविधा के चलते किसी व्यक्ति, संस्था, घटना आदि से जुड़े विजुअल क्षण भर में ढूँढे जा सकते हैं। पहले प्रसारित खबरों के अंश क्षण भर में ढूँढे जा सकते हैं। ग्राफिक्स आदि के इस्तेमाल की सुविधा भी इनके कारण बहुत बढ़ गई है।

वीडियो सम्पादन : वीडियो एडीटिंग का काम भी अब पूरी तरह आधुनिक टेक्नालॉजी के इस्तेमाल के कारण बेहद आसान हो गया है। वीडियो एडीटिंग के लिए भी एक से एक बेहतर साफ्टवेयर अब उपलब्ध है जिनसे प्रयोग से वीडियो संपादन का कार्य न सिर्फ आसान हो गया है बल्कि इसे

अधिक तेजी से भी किया जा सकता है और क्वालिटी तो सुधर ही जाती है। अब प्रायः सभी न्यूज चैनलों में डिजीटल वीडियो टैक्नालॉजी पर आधारित नॉन लीनियर एडीटिंग ही होने लगी है। इसमें सारे वीडियो और आडियो को कम्प्यूटर की हार्ड डिस्क में सुरक्षित कर लिया जाता है। डिजीटल रूप में बदलने के बाद इसे किसी उपयुक्त एडीटिंग साफ्टवेयर की मदद से एडिट किया जा सकता है। प्रायः न्यूज चैनलों में न्यूज बुलेटिन के समाचारों और कार्यक्रमों के लिए अलग-अलग मशीनों (कम्प्यूटर प्रणाली) और अलग-अलग वीडियो सम्पादकों की टीम से कराया जाता है।

ग्राफिक्स और एनीमेशन के लिए भी अलग-अलग साफ्टवेयर इस्तेमाल किए जाते हैं और इनकी मदद से एडीटिंग का स्तर सुधारा जाता है तथा उमें अपेक्षित प्रभाव पैदा किए जाते हैं।

स्टूडियो और पीसीआर : पीसीआर यानी प्रोडक्शन कंट्रोल रूम एक ऐसा कक्ष है जिसे टीवी न्यूज प्रसारण का मशीनी दिमाग कहा जा सकता है। पीसीआर के द्वारा ही स्टूडियो की सारी गतिविधियों को नियंत्रित व संचालित किया जाता है। पीसीआर में ही खबर पूरी तरह सम्पादित होकर पहुंचती है और यहां से ही उसे प्रसारण के लिये भेजा जाता है। पीसीआर में बहुत सारे मानीटर लगे होते हैं जिनकी मदद से दूसरे चैनलों में चल रहे कार्यक्रमों के साथ-साथ स्टूडियो की गतिविधियों को भी देखा जा सकता है। स्टूडियो के हर कैमरे से एक अलग मानीटर जुड़ा होता है। पीसीआर में एक विजन मिक्सर भी होता है जिसकी मदद से स्टूडियो से क्या-क्या लेना है यह तय कर चैनल में संपादित खबरों के साथ उसे जोड़ा जाता है। विजन मिक्सर की तरह ही वहां एक आडियो मिक्सर भी होता है जो चैनल में प्रसारित होने वाली ध्वनि पर नियंत्रण रखता है। आडियो और विजन मिक्सर पर एक-एक एडीटर तैनात होते हैं। इसी तरह तत्काल जरूरत के लिए पीसीआर में ग्राफिक्स

स्टेशन भी होता है जो जरूरत के आधार पर लाइव बुलेटिन के लिए क्षण भर में ग्राफिक्स उपलब्ध करा देता है। टेली प्राम्पटर भी पीसीआर से जुड़ा होता है। टेली प्राम्पटर मशीन से जुड़े आपरेटर पर बहुत जिम्मेदारी होती है क्योंकि वह ही एंकर की जरूरत के हिसाब से टीपी मशीन का संचालन करता है। पीसीआर में कुछ वीडियो टेप रिकार्डर भी लगे होते हैं जिनकी मदद से अंतिम क्षणों में टेप पर उपलब्ध सामग्री को भी प्रदर्शित किया जा सकता है। फोन इन यूनिट भी पीसीआर का जरूरी हिस्सा होती है और यहीं से फोनो प्लेट भी डाली जाती है। इस यूनिट की मदद से संवाददाता से होने वाली फोने की बातचीत को सीधे प्रसारित किया जा सकता है। कुछ चैनलों में टिकर चलाने वाली टिकर मशीन भी पीसीआर में ही होती है। इस सब कामों को पीसीआर में मौजूद बुलेटिन प्रोड्यूसर नियंत्रित करता है।

निर्माता नियंत्रण कक्ष वोके कक्ष होता है जिसमें पूरी गैलरी होती है यही से स्टूडियो का नियंत्रण किया जाता है जिसमें प्रोग्राम को बनाकर आगे तक तैयार कर भेजा जाता है। पी० सी० आर० में इस तरह सभी सुविधाये दी जाती है।

वीडियो मॉनीटर रूम : वीडियो मॉनीटर रूम में एक स्टोरी को पूरी तरह से देखा जा सकता है जो दीवार पर होता है। उसी में कार्यक्रम को दिया जाता है जिसमें वी० टी० आर० यानि वीडियो टेप रिकार्डर भी होता है। इसमें टेप को रखकर चलाया जाता है और मानीटर पर उसके वीडुअल देख सकते हैं कैमरा यूनिट, ग्राफिक्स ईयरफोन सभी तरह की सुविधाओं से युक्त होता है। पी०सी०आर० में काफी सारे मॉनीटर लगे होता है जिसमें अलग-अलग तरह की स्क्रीन पर चैनल की तैयारियाँ सम्पादन के दौरान जैसे प्रोमो, एंकर लाइव देते हुये खड़ा है, सुपर्स, खबर देखनी है तो खबर सभी कुछ उस पर

मास्टर नियंत्रण रूम या एमसीआर : एमसीआर से गुजरने के बाद खबर डाटा, फोलडर आदि हर तैयार वस्तु मास्टर नियंत्रण कक्ष में जाँच के लिये जाती है। इसमें बैठे हुये प्रोड्यूसर उस पैकेज खबर की हर बारीकी को देखते हैं। कितने सेकेंड की खबर है, कितने ग्राफिक्स लिये गये हैं, वे ठीक से प्रदर्शित हो रहे हैं या नहीं। इस सब की जांच एमसीआर में होती है तथा कई बार खबर में कुछ गलतियां भी हो जाती हैं इन गलतियों को भी एमसीआर में ही ठीककर खबर प्रसारण के लिए भेज दी जाती है। एमसीआर में भी कैमरा, विजन मिक्सर, वीडिआर आदि सब आधुनिक मशीनें लगी होती हैं। यहां पर सुपर्स तैयार करने और डिजीटल वीडियो इम्पैक्ट तैयार पैदा करने वाली मशीनें भी लगी होती हैं।

बोध प्रश्न

प्र 0 1— न्यूज रूम आटोमेशन क्या है ?

उ 0 न्यूज रूम आटोमेशन कम्प्यूटर पर आधारित एक ऐसी तकनीक है जिसकी मदद से खबरों के निर्माण की सारी प्रक्रिया कम्प्यूटर के जरिए पूरी की जाती है। इस तकनीक के कारण टीवी खबरों का निर्माण और प्रस्तुतिकरण बेहद आसान हो गया है और स्तरीय भी।

प्र 0 2— देश में न्यूज रूम आटोमेशन की शुरुआत किस न्यूज चैनल ने की थी ?

उ 0 आज तक 24 घंटे का पहला न्यूज चैनल था जिसने न्यूज रूम आटोमेशन किया था।

प्र 0 3— पीसीआर का क्या अर्थ है ?

उ 0 पीसीआर का अर्थ है प्रोडक्शन कंट्रोल रूम या निर्माण नियंत्रण कक्ष।

प्र0 4— पीसीआर में वीटीआर क्यों लगे होते हैं ?

उ0 पीसीआर में वीटीआर इसलिए लगे होते हैं क्योंकि इनकी मदद से अंतिम क्षणों में टेप पर उपलब्ध समाचार को भी चैनल में प्रसारित किया जा सकता है। एक्सक्लूसिव या ब्रेकिंग न्यूज या लाइव कार्यक्रमों में प्रायः कई बार इसका उपयोग होता है।

4.5 टेलीविजन समाचारों का प्रेषण एवं प्रवाह :

टेलीविजन में चैनल के स्टूडियो से खबर का प्रसारण होने के बाद वह सीधे दर्शकों के घरों तक वहीं पहुंच जाता। स्टूडियो और दर्शक के टीवी सेट के बची भी एक बड़ा तंत्र है जो टेलीविजन समाचारों के प्रेषण एवं प्रवाह से जुड़ा होता है। इसमें कई तरह के ट्रांसमीटर, कई तरह की उपग्रह प्रणालियां और अन्य संचार तंत्र की जबर्दस्त भूमिका होती है। टेलीविजन से समाचारों के प्रेषण एवं प्रवाह से जुड़े कुछ महत्वपूर्ण घटक इस प्रकार हैं –

1. **टेरेस्ट्रीयल ट्रांसमिटर** : टेरेस्ट्रीयल ट्रांसमिटर उस यन्त्र को कहते हैं, जो जमीन पर स्थापित किया जाता है और टेलीविजन प्रसारणों को प्रक्षेपित करता है। इसके द्वारा प्रसारित रेडियो या टेलीविजन प्रसारण को साधारण एंटीना के माध्यम से सीधे टेलीविजन सेट पर देखा जा सकता है। अर्थात् इसके लिए उपग्रह के डिश एंटीना या केबल की जरूरत नहीं होती है। आकाशवाणी और दूरदर्शन के प्रसारण इसी प्रकार के ट्रांसमिटर्स के जरिए दर्शकों और श्रोताओं तक पहुंचते हैं।

2. **डिजीटल टेरेस्ट्रीयल ट्रांसमिटर** : पूर्ववर्ती टेरेस्ट्रीयल ट्रांसमिटर एनॉलॉग रूप में सिग्नल का प्रसारण करते हैं। इनमें वातावरणीय व्यवधान

के कारण सिग्नल के कमजोर होने की संभावना रहती है और पिक्चर की क्वालिटी भी प्रभावित होती है। इनके स्थान पर अब डिजीटल टेरेस्ट्रीयल ट्रांसमिटर लगाये जा रहे हैं। इनमें इस प्रकार की समस्याएं नहीं आतीं। एनॉलॉग ट्रांसमिटर्स में जहां एक ओर केवल एक चैनल का प्रसारण ही किया जा सकता है वहीं डिजीटल ट्रांसमिटर्स में एक साथ पाँच से छः टेलीविजन चैनल प्रसारित किये जा सकते हैं। इसके बाद भी इन ट्रांसमिटर्स के फ्रीक्वेंसी बैंड में रेडियो प्रसारण के लिए पर्याप्त स्थान बचा रहता है। प्रसार भारती ने वर्ष 2002 में देश के चार महानगरों—दिल्ली, मुम्बई, कोलकाता और चेन्नई में प्रयोग के तौर पर एक-एक डिजीटल टेरेस्ट्रीयल ट्रांसमिटर स्थापित किये थे। अब हर जगह यही ट्रांसमीटर लगाए जा रहे हैं।

3. इन्सैट श्रृंखला और प्रसारण : भारत में देशी उपग्रह प्रणाली के विकास ने टेलीविजन तथा रेडियो के प्रसारण में अपना महत्वपूर्ण योगदान दिया है। उपग्रह के सी-बैंड तथा के, यू, बैंड अब न केवल राष्ट्रीय प्रसारक (प्रसार भारती) को उपलब्ध हैं, बल्कि कई निजी क्षेत्र की कंपनियों भी इन्सैट श्रृंखला के विभिन्न उपग्रहों का इस्तेमाल करके कार्यक्रमों का प्रसारण और डेटा संप्रेषण का काम कर रही हैं। इसके अलावा अब देश में वी-सैट यानी वैरी स्माल एपरचर टर्मिनल का उपयोग भी तेजी से बढ़ा है। वी सैट के माध्यम से विभिन्न चैनलों के न्यूज ब्यूरो स्थित या चल-उपग्रह प्रक्षेपण उपकरणों के माध्यम से घटनाक्रमों का सजीव संप्रेषण देश के किसी कोने से कर सकते हैं। इसके लिए डिश एंटीना युक्त मोबाइल वैन समाचार संग्रह स्थल तक ले जायी जाती हैं। यह ओबी वैन अपने एंटीना के जरिए घटनास्थल से उपग्रह तक संकेत भेजती हैं। जहां से यह डाउनलिक होकर चैनल के स्टूडियो तक पहुंचते हैं और फिर वहां से एक बार फिर उपग्रह के माध्यम से दर्शकों तक।

4. **डायरेक्ट-टू-होम (डी,टी,एच) सेवा** : डायरेक्ट-टू-होम सेवा यानी उपभोक्ता (श्रोता-दर्शक) के घर तक सीधा प्रसारण अब के, यू, बैंड के माध्यम से संभव हो गया है। अब तक प्रसारण के, सी, बैंड पर होते थे, जिनके लिए बड़े आकार के डिश एंटीना की आवश्यकता होती थी। साथ ही पे-चैनलों के लिए अलग और फ्री टू एयर चैनलों के लिए अलग डिश एंटीना लगाने होते थे। यही काम अब डीटीएच सेवा के जरिए एक छोटी सी डिश से पूरा हो जाता है। इस डिश के साथ एक डिकोडर और सेट टाप बाक्स भी लगाया जाता है। हर डीटीएच सेवा प्रदाता के संकेतों को ग्रहण करने के लिए उसी की डिश व उपकरण संकेतों को ग्रहण कर सकते हैं। इस सेवा के लिए सेवा प्रदाता हर महीने नियत शुल्क भी वसूल करते हैं। केबल तथा ऑप्टिकल फाइबर भी टेलीविजन समाचारों के प्रेषण एवं प्रवाह में मददगार साधन हैं। केबल जहां अब भी देश के बड़े हिस्से को घर में सारे चैनल्स उपलब्ध करवाते हैं वहीं अब ऑप्टिकल फाइबर भी तेजी से देश के संचार तंत्र को मजबूती प्रदान कर रहा है और इसका प्रभाव टेलीविजन प्रसारण पर भी पड़ रहा है।

मोबाइल टैक्नालॉजी ने भी टेलीविजन समाचारों के प्रेषण और प्रवाह में क्रांतिकारी परिवर्तन कर दिए हैं। मोबाइल पर इंटरनेट सेवा आ जाने से मोबाइल एक तरह का ऐसा उपकरण बन गया है जो टेलीविजन समाचारों के प्रेषण और प्रवाह में नए चमत्कार पैदा कर सकता है। अब अगर किसी व्यक्ति के मोबाइल पर इंटरनेट है और वह कहीं ऐसी जगह पर मौजूद होता है जहां कोई बड़ी घटना-दुर्घटना हो रही है तो वह घटनास्थल से ही खबर का वीडियो फुटेज मोबाइल इंटरनेट के जरिए किसी टीवी नेटवर्क तक भेज सकता है। सिटीजन जर्नलिस्ट की प्रणाली को मजबूत करने के लिए कई न्यूज चैनल इस तरह के प्रयोग करने भी लगे हैं। भारत में 2 जी के बाद 3 जी सेवाएं शुरू होने से इस क्षेत्र में

और नए प्रयोग तथा तकनीकी चमत्कार होने की सम्भावनाएं बहुत बढ़ गई हैं।

बोध प्रश्न

प्र01— भारत में डिजीटल टेलीस्ट्रीयल प्रसारण कब से शुरू हुआ?

उ0 प्रसार भारती द्वारा डिजीटल प्रसारण के लिए वर्ष 2002 के दौरान चार महानगरों दिल्ली, मुंबई, कोलकाता और चेन्नई में प्रयोग के तौर पर एक-एक डिजीटल ट्रांसमिटर स्थापित किये गये थे।

प्र02— वी-सैट क्या है ?

उ0 वी-सैट यानी वेरी स्मॉल एंपरचर टर्मिनल एक इस तरह की तकनीक है जिसके माध्यम से एजेंसी के मुख्यालयों से डिश एंटीना के माध्यम से उपग्रह के जरिए 'अपलिंग' किए जाते हैं। देश के किसी भी स्थान पर उपभोक्ता इन संप्रेषित समाचारों को अपने कम्प्यूटर पर उपग्रह और डिश एंटीना के माध्यम से डाउनलिंग करके उपयोग में ला सकते हैं।

प्र0 3— मोबाइल टेक्नालॉजी का टेलीविजन समाचार प्रेक्षण एवं प्रवाह में क्या महत्व है ?

उ0 मोबाइल में इंटरनेट सेवा उपलब्ध होने से अब मोबाइल एक मिनी ओबी वैन की तरह काम कर सकने वाला उपकरण बन गया है। इससे वीडियो भी शूट किया जा सकता है और उसे इंटरनेट के जरिए टीवी चैनल तक भी भेजा जा सकता है।

प्र० 4— सेट टाप बाक्स क्या है ?

उ० सेट टाप बाक्स एक ऐसा उपकरण है जो केबल या उपग्रह से प्राप्त टीवी संकेतों को टेलीविजन सेट पर दिखाने में मदद करता है। डीटीएच सेवा में हर सेवा प्रदाता का अपना अलग सेट टाप बाक्स होता है।

4.6 सारांश :

टेलीविजन प्रसारण एक अत्याधुनिक तकनीकी जटिलताओं वाला संचार माध्यम है। टीवी न्यूज का संग्रह, उसका निर्माण और उसका प्रसारण तीन अलग-अलग काम हैं लेकिन इन तीनों का गहरा अन्तर्सम्बन्ध है। आज वीडियोग्राफी को नई-नई तकनीकों ने बेहद आसान और गुणवत्ता वाला काम बना दिया है। मोबाइल के विस्तार ने खबरों व सूचनाओं का प्रवाह आसान बना दिया। डिजीटलाइजेशन ने खबरों को भेजने जाने की समस्याएं खत्म कर दी हैं। कम्प्यूटर ने खबरों का बनान इतना आसान कर दिया है कि पहले जो काम घंटे में होता था वह अब चुटकियों में हो जाता है। इससे निर्माण का समय तो कम हुआ ही है,

खबरों में ग्राफिक्स, एनीमेशन आदि का प्रयोग कर पाना भी कठिन नहीं रह गया है। इसी तरह उपग्रहों ने खबरों के प्रसारण को आसान बना दिया है। यानी टीवी की खबरों की दुनिया में टैक्नालॉजी ने हैरान कर देने वाले सकारात्मक प्रभाव पैदा कर दिये हैं।

लेकिन यह टेलीविजन में खबरों के संग्रह, निर्माण और प्रसारण से जुड़ा पहलू है। टैक्नालॉजी के तमाम चमत्कारों के बावजूद टीवी अब भी पूरी तरह पत्रकारों और तकनीकी लोगों की मानवीय कुशलता का माध्यम है। पत्रकार का हुनर उसमें अब भी सबसे उपर है। किसी भी चैनल में

खबरों की प्रस्तुति से यह साफ पता चल जाता है कि उसमें काम करने वाले पत्रकारों का स्तर कैसा है। टेलीविजन में खबरों का स्तर, उनका पैनापन, उनका तकनीकी पक्ष व्यक्तिगत कौशल पर तो निर्भर रहता ही है मगर सभी लोगों के मिले-जुले प्रयासों अर्थात् टीम वर्क का भी उसमें काफी योगदान होता है। सच कहा जाए तो टीवी माध्यम पूरी तरह से टीम का माध्यम है और अच्छा प्रदर्शन के लिए टीम के सभी सदस्यों को अपना-अपना बेहतरीन प्रदर्शन करना पड़ता है।

टीम माध्यम होने के कारण ही टेलीविजन में वरिष्ठ लोगों की जिम्मेदारी भी ज्यादा होती है। खासकर इस बात के लिए कि वे किस तरह टीम को प्रभावित करते हैं, उत्प्रेरित करते हैं और उनमें जोश भरते हैं। साथ ही साथ उनकी यह भी जिम्मेदारी होती है कि वो गलतियां होने की गुंजाइश ही न रहने दें। दबाव में काम करने पर भी गलतियां न करना टीवी पत्रकार के लिए सबसे जरूरी गुण है। फिर भी कोई गलती हो जाए तो उसे खबर के प्रसारण से पहले पकड़ लेना और ठीक करवा देना टेलीविजन के वरिष्ठ कर्मियों का काम होता है। कुल मिला कर यह करना और सोचना तो पत्रकार को ही होता है तकनीक टीवी न्यूज की राह को आसान जरूर बना देती है।

टीवी की खबरों की दुनिया में टीम का महत्व इस तरह का है कि उसमें ट्रांसपोर्ट कोऑर्डिनेटर से लेकर वाहन चालकों तक का सहयोग होता है। सबसे तेज चैनल का सबसे तेज रिपोर्टर भी घटन स्थल पर सबसे पहले पहुंच कर बेकार हो जाता है अगर उसकी ओबी वैन का ड्राइवर वैन को समय से घटनास्थल तक पहुंचाने में सफल न हो पाए। लेकिन अगर सब लोग अपना काम सही ढंग से कर लें तो वही चैनल उस खबर को सबसे पहले दिखाकर इसमें से बढ़त हासिल कर सकता है। टीवी ने दुनिया छोटी कर दी है, दुनिया को एक नई पहचान दे दी है। उसने लोगों के सोचने का ढंग बदल दिया है। समाज की मान्यताएं,

परम्पराएं बदल दी हैं। और इस सबके साथ टेलीविजन भी लगातर बदल रहा है। यही बदलाव टेलीविजन की ताकत है और यही उसके लगातार प्रभावशाली बनते जाने का रहस्य भी।

4.7 शब्दावली :

डोपशीट : डोपशीट किसी खबर के साथ आने वाले वीडियो फुटेज का विवरण होता है। इस विवरण में दृश्यों का उल्लेख वीडियो टेप में उनके काउंटर के हिसाब से होता है। इसी तरह साउण्ड बाइट का भी समय क हिसाब से विवरण होता है। डोपशीट के कारण खबरों के संपादन में बहुत सुविधा हो जाती है।

आक्टोपस : यह एक प्रकार का विशेष साफ्टवेयर है जिसका इस्तेमाल टेलीविजन चैनल के आटोमेशन में किया जाता है। ऑक्टोपस की मदद से खबरों का संपादन, कार्यक्रम का निर्माण और खबरों के प्रसारण में समय की भी बचत होती है और उसकी गुणवत्ता भी सुधर जाती है।

टेरेस्ट्रीयल ट्रांसमीटर : टेलीविजन प्रसारण की पुरानी टेक्नालॉजी में इस तरह के ट्रांसमीटरों का ही उपयोग किया जाता था। यह टीवी और रेडियो तरंगों के प्रसारण की एक प्रणाली है जिसके जरिए प्रसारित संकेतों को सामान्य एंटीना की मदद से भी प्राप्त किया जा सकता है।

आईडी : आईडी टेलीविजन न्यूज की भाषा में खबरों की पहचान या नाम के लिए प्रयुक्त शब्द है। आईडी की मदद से ही आटोमेशन वाले चैनलों में खबरों की पहचान होती है। इसी की मदद से आर्काइव्स से खबरों को ढूंढा जा सकता है। खबरों की तरह ही ग्राफिक्स विज्ञापन आदि की भी अलग-अलग आईडी होती है।

फोनो प्लेट : फोनो प्लेट का इस्तेमाल न्यूज चैनल में संवाददाता या किसी अन्य व्यक्ति से खबरों के प्रसारण के दौरान फोन पर होने वाली बातचीत यानी फोनो के वक्त किया जाता है। फोनो प्लेट एक तरह की ग्राफिक प्लेट होती है जिसमें यह दर्शाया जाता है कि किस व्यक्ति या संवाददाता से और किस जगह से बात हो रही है, कभी-कभी फोनो प्लेट में संवाददाता की तस्वीर भी दिखाई जाती है।

4.8 त्वरित अभ्यास :

1. टेलीविजन न्यूज तैयार करने में मुख्यतः कितने विभाग जिम्मेदार होते हैं?
2. इनपुट विभाग क्या है ?
3. सम्पादकीय विभाग के 5 प्रमुख पदों के नाम बताइए ?
4. स्टोरी आइडिया क्या होता है ?
5. नेशनल ब्यूरो का क्या कार्यक्षेत्र होता है ?
6. एसआईटी का क्या अर्थ है ?
7. कोसपोडेंट क्या होता है ?
8. 24घंटे के चैनल में प्रायः कितने-कितने घंटे की कितनी शिफ्ट होती हैं?
9. पैकेज प्रोड्यूसर क्या काम करता है?
10. आटोमेशन क्या है?
11. तिन क्यू क्या है और इसका कहां उपयोग होता है?
12. आर्काइव्स से आप क्या समझते हैं?
13. पीसीआर में लगे मॉनीटर क्या देखने के काम आते हैं?

14. फोन इन यूनिट क्या होती है?

15. के यू बैण्ड क्या है?

4.9 अभ्यासार्थ प्रश्न :

प्रश्न 1— टेलीविजन के इनपुट विभाग की क्या कार्यप्रणाली है ?

प्रश्न 2— आऊटपुट विभाग कैसे काम करता है ?

प्रश्न 3— पीसीआर क्या होता है ? इसमें कौन-कौन से उपकरण लगे होते हैं?

प्रश्न 4— टेलीविजन समाचारों का प्रेक्षण व प्रवाह तंत्र क्या है ?

प्रश्न 5— टीवी एक टीम माध्यम क्यों कहा जाता है ?

4.10 प्रयोगात्मक अभ्यास :

अपने क्षेत्र में हाल के दिनों में घटी दो बड़ी घटनाओं या किसी अन्य महत्वपूर्ण विषय पर कम से कम 2 स्थानीय समाचार पत्रों की कटिंग एकत्र कीजिए। इन कटिंगों में प्रकाशित विवरण के आधार पर एक विस्तृत योजना बनाइए कि अगर आज इन खबरों को एक टेलीविजन पत्रकार की तरह कवर करते तो आप क्या करते ? किस तरह खबर की पहली सूचना अपने चैनल को देते ? किस तरह घटनास्थल तक पहुंचते, कैसे खबर बनाते, कैसे उसे भेजते आदि-आदि। इस योजना में दूरी और समय का विवरण भी दीजिए।

4.11 सन्दर्भ ग्रन्थ :

पांतजलि, प्रेम	:	संचार क्रान्ति और विश्व जन माध्यम
अंकित, अनिल	:	भारत बुक सेंटर, लखनऊ
सोनी, सुधीर	:	इलेक्ट्रानिक संचार माध्यम राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी, जयपुर
सिंह, देवव्रत,	:	भारतीय इलेक्ट्रानिक मीडिया प्रभात प्रकाशन, दिल्ली
कश्यप, श्याम	:	खबरें विस्तार से
कुमार, मुकेश	:	राजकमल, दिल्ली
Kumar, K.J.	:	Mass Communication in India Jaico, New Delhi.
Saxena, Gopal	:	Television in India. Vikas Publication, Delhi.

इकाई 05

रेडियो लेखन एवं प्रेषण

इकाई की रूपरेखा

- 5.0 उद्देश्य
- 5.1 प्रस्तावना
- 5.2 रेडियो की तकनीकी कार्यप्रणाली
 - 5.2.1 रेडियो की भाषा
 - 5.2.2 रेडियो प्रस्तुतिकरण
- 5.3 रेडियो लेखन
- 5.4 रेडियो के कार्यक्रम
 - 5.4.1 मुख्य उद्देश्य
 - 5.4.2 मुख्य विधाएं
- 5.5 रेडियो समाचार
- 5.6 एफ0 एम0 रेडियो
- 5.7 सारांश
- 5.8 शब्दावली
- 5.9 त्वरित अभ्यास
- 5.10 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 5.11 प्रयोगात्मक अभ्यास
- 5.12 सन्दर्भ ग्रन्थ

5.0 उद्देश्य :

रेडियो पहला इलेक्ट्रानिक संचार माध्यम था जिसने अपने आगमन के साथ ही संचार के क्षेत्र में एक बड़ी क्रान्ति कर दी थी। रेडियो से जब समाचारों का प्रसारण शुरू हुआ तो उसने अखबारों और पत्र-पत्रिकाओं की जमीन हिला दी थी। शुरू में ऐसा लगने लगा था कि मुद्रित माध्यमों का अस्तित्व ही खत्म न हो जाए। लेकिन ऐसा हुआ तो नहीं लेकिन रेडियो खबरों को आम आदमी के करीब लाने वाला जनमाध्यम जरूर बन गया। गांव देहात से लेकर दूर दराज के इलाकों तक, पढ़े लिखों से अनपढ़ों तक सब कोई रेडियो की खबरों का दीवाना बन गया। एफ एम के रूप में रेडियो इक्कीसवीं सदी में एक और नए स्वरूप में दस्तक दे रहा है। और अपनी नई पहचान बनाने लगा है। प्रस्तुत इकाई के जरिए हम एक जनसंचार माध्यम के रूप में रेडियो की उपयोगिता पर जानकारी प्राप्त कर सकेंगे। इस इकाई के उद्देश्य इस प्रकार हैं—

- रेडियो की तकनीकी कार्यप्रणाली का अध्ययन करना।
- रेडियो की भाषा और प्रस्तुतिकरण की जानकारी हासिल करना।
- रेडियो लेखन कैसे किया जाता है। इस बात को समझना।
- रेडियो के विभिन्न कार्यक्रम और रेडियो समाचारों के बारे में जानकारी प्राप्त करना।
- एफ एम रेडियो के बारे में जानकारी भी इस इकाई के जरिए हासिल की जाएगी।
- रेडियो की नए दौर में नई भूमिकाओं के बारे में भी इस इकाई से जानकारी प्राप्त की जा सकेगी।

5.1 प्रस्तावना :

रेडियो एक जनसंचार माध्यम के रूप में चमत्कारिक अविष्कार था। इसने संचार की परम्परागत अवधारणाओं को रातों रात बदल दिया था। हालांकि ध्वनि के माध्यम से संचार करना मनुष्य ने सभ्यता के विकास के दौर में बहुत पहले ही सीख लिया था।

जब से मानव पृथ्वी पर आया है, तभी से ही वह स्वयं को भावनात्मक रूप से अकेला महसूस करता रहा है। प्रारम्भ में वह संकेतों या ध्वनि के माध्यम से अपनी बात दूसरों तक पहुँचाता रहा, समय बीतते उसने भाषा की खोज की और आसानी से अपनी बात कहने लगा। जैसे-जैसे मानव का विकास होता गया उसने परिवार बसाया, समाज का अंग बना। फिर उसकी दुनिया और बड़ी होती चली गई और उसे अपनी बात ज्यादा दूर तक पहुँचाने की जरूरत पड़ने लगी।

प्रसिद्ध वैज्ञानिक मारकोनी ने संदेश दूर तक पहुँचाने का प्रयास करते-करते शब्दों को ध्वनि कोड का रूप दिया, जिन्हें मोर्स कोड की संज्ञा दी गयी। इस कोड के जरिए संदेश कुछ ही देर में एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँचने लगे। बस यहीं से आधुनिक रेडियो का जन्म हुआ। विश्व का पहला रेडियो स्टेशन खोलने का प्रयास इंग्लैण्ड में मारकोनी कम्पनी द्वारा 23 फरवरी 1920 को चेम्स फोर्ड नामक स्थान पर किया गया।

भारत में एक छोटे मारकोनी ट्रांसमीटर के जरिए नवम्बर 1923 को कलकत्ता में बंगाल रेडियो क्लब को प्रसारण की अनुमति मिली। मद्रास प्रेसीडेन्सी रेडियो क्लब मई 1924 में प्रसारण का अधिकार पाने में सफल रहा। वहीं बोम्बे रेडियो क्लब का प्रसारण जून 1924 को शुरू हुआ। इन सभी के पास मारकोनी कम्पनी के छोटे ट्रांसमीटर (Transmitter) थे जो बहुत थोड़ी दूरी तक प्रसारण कर सकते थे।

कालान्तर में 31 मार्च, 1926 को इंडियन ब्राडकास्टिंग कम्पनी पंजीकृत हुई। इस कम्पनी का पहला केन्द्र 23 जुलाई, 1927 को बम्बई में अस्तित्व में आया। तभी

से भारत में रेडियो का विधिवत् प्रसारण शुरू हुआ। कम्पनी ने बाद में देश के विभिन्न शहरों में अपने केन्द्र खोले। बाद में इसी कम्पनी ने भारतीय ब्राडकास्टिंग कारपोरेशन का रूप ले लिया। धीरे-धीरे प्रसारण को कानून अस्तित्व में आए और सभी रिहासतों व क्लबों के रेडियो केन्द्रों को एक छत के नीचे लाया गया तथा इसे आल इंडिया रेडियो के नाम से जाना गया। अभी भी श्रीनगर (कश्मीर) का रेडियो केन्द्र, रेडियो कश्मीर के नाम से जाना जाता है, हालांकि इसके प्रसारण ऑल इंडिया रेडियो की आचार संहिता के अनुसार ही प्रसारित होते हैं।

5.2 रेडियो की तकनीकी कार्यप्रणाली :

रेडियो एक जनसंचार माध्यम है, जिसमें नई तरह के उपकरणों व प्रणालियों का उपयोग होता है। रेडियो स्टेशन का मुख्य यंत्र ट्रान्समीटर (Transmitter) कहलाता है, जिसके जरिए प्रस्तुतकर्ता की आवाज वायुमण्डल से होती हुई उपग्रह तक जाती है जो पुनः इसे वायु मण्डल में भेज देता है। सामान्यतः श्रोताओं के पास जो रेडियो (Receiver) होता है, उसे आम भाषा में रेडियो सैट कहा जाता है। वह वास्वत में एक रिसेवर है, जो ट्रान्समीटर द्वारा भेजी गयी तरंगों को ग्रहण कर लेता है। प्रस्तुतकर्ता की आवाज इसी सैट के माध्यम से श्रोताओं के कानों तक पहुँचती है।

तकनीकी कार्यप्रणाली : प्रत्येक रेडियो केन्द्र को एक आवृत्ति (Frequency) दी जाती है, इसी आवृत्ति पर केन्द्र प्रसारण करता है। केन्द्र का ट्रान्समीटर इसी आवृत्ति के अनुसार कार्य करता है। केन्द्र के पास अपने स्टूडियो होते हैं, जिनमें कार्यक्रम तैयार एवं सम्पादित होते हैं। तत्पश्चात् प्रस्तुतकर्ता द्वारा प्रसारित किए जाते हैं। प्रस्तुतकर्ता अपने लिए निश्चित स्टूडियो से कार्यक्रम का प्रसारण करता है और श्रोताओं से सीधा वार्तालाप भी करता है।

प्रस्तुतकर्ता के स्टूडियो में विभिन्न प्रकार की मशीनें व कम्प्यूटर आदि यंत्र लगे होते हैं, जिनके माध्यम से वह प्रसारण की प्रक्रिया पूरी करता है। वह अपने

सामने रखे माइक्रोफोन के माध्यम से श्रोताओं के सम्पर्क में होता है। हमारी आवाज तकनीकी शब्दावली में आडियो आवृत्ति (Audio Frequency) कहलाती है। जो ध्वनि तरंगों के रूप में माइक्रोफोन तक पहुँचती है। ध्वनि तरंगों की गति 1160 किमी. प्रति घंटा होती है। माइक्रोफोन इस ध्वनि को विद्युत तरंगों में परितवर्तित कर देता है। विभिन्न तकनीकी प्रक्रियाओं से गुजरती हुई ये विद्युत तरंगें ट्रांसमीटर तक पहुँचती हैं जो इन्हें रेडियो तरंगों में बदल देता है। ट्रांसमीटर से ये तरंगें एन्टीना तक पहुँचती हैं। एन्टीना द्वारा रेडियो तरंगें वायुमण्डल में चारों ओर फैल जाती हैं। ये तरंगें सूर्य की किरणों की गति से चलती हैं अर्थात् इनकी गति 3 लाख किमी. प्रति सेकण्ड होती है। सामान्यतः आदमी की आवाज वायुमण्डल में 1160 किमी प्रतिघंटा की रफ्तार से चलती है। जब हम अपने ट्रांजिस्टर (Transistor) सेट की आवृत्ति ट्यून करते हैं, तब वह रेडियो के ट्रांसमीटर से सम्बन्ध स्थापित कर लेता है। रेडियो तरंगें जब हमारे ट्रांजिस्टर (Transistor) सेट में आती हैं तब हमारा सेट उन्हें ध्वनि तरंगों में परिवर्तित कर देता है। इस प्रकार प्रस्तुतकर्ता की आवाज हमारे कानों तक पहुँच जाती है। वास्तव में यह पूरी प्रक्रिया ही “रेडियो” कहलाती है।

5.2.1 रेडियो की भाषा :

रेडियो आम आदमी का संचार माध्यम है। समाज के सभी वर्ग किसी न किसी रूप में रेडियो से जुड़े हैं। एक छोटा बच्चा, उम्र के अंतिम पड़ाव पर पहुँचा एक वृद्ध, गाँव का एक अनपढ़ सीधा-साधा किसान, विश्वविद्यालय का बुद्धिजीवी प्राध्यापक, बोझा ढोने वाला एक मजदूर या शहर का बड़ा व्यवसायी, स्त्री-पुरुष, युवा, बच्चे, वृद्ध सभी रेडियो के बहुत करीब हैं। दूर-दराज के ऐसे गाँव और कस्बे जहाँ समाचार पत्र भी समय पर नहीं पहुँच पाते रेडियो सबसे पहले वहाँ खबरें पहुँचा देता है। समुद्र की लहरों के बीच मछली पकड़ता मछुआरा हो या पहाड़ के जंगल में घास काटती घसियारी, रेडियो सबके करीब है।

इतना विस्तृत दायरा अपनाने के बाद प्रश्न यह उठता है कि रेडियो की भाषा क्या होनी चाहिए? वास्तव में रेडियो की भाषा उसके आम श्रोता की भाषा

होती है। रेडियों वही भाषा बोलता है जिसे उसके श्रोता आसानी से समझ और महसूस कर सकते हैं। यह भाषा सहज, स्पष्ट, हल्की, लचीली और प्रत्येक वर्ग की समझ में आने वाली होनी चाहिए। रेडियो की भाषा का क्षेत्र भी बहुत विशाल है, विभिन्न कार्यक्रमों के अनुसार यह बदलती रहती है। बच्चों के कार्यक्रम में यह बाल सुलभ हो जाती है तो ग्रामीण अंचलों के कार्यक्रमों में यह गॉव की बोली बन जाती है। बुद्धिजीवी वर्ग के लिए यह साहित्यिक श्रृंगारिक और उच्च स्तर का रूप धारण कर लेती है।

निष्कर्ष यह है कि रेडियों समाज के सभी वर्गों को साथ में लेकर चलता है। अतः उसकी भाषा बहुत सीधी, सरल तथा आम आदमी की भाषा होनी चाहिए। उसमें ऐसे शब्दों का प्रयोग नहीं होना चाहिए जो दृश्य या मुद्रित माध्यमों के लिए इस्तेमाल किए जाते हैं।

5.2.2 रेडियो प्रस्तुतिकरण :

दुनिया में जितने भी चमत्कार हुए हैं, उनमें मानव की सृष्टि सबसे बड़ा चमत्कार है। मनुष्य को बोलने की कला आती है, यही कला रेडियो प्रसारण की आत्मा है। रेडियो ध्वनि का प्रसारण करता है। इसके जरिए शब्दों, ध्वनि चित्र भी बनाये जाते हैं। किसी व्यक्ति के बोलने की कला उसके सम्पूर्ण व्यक्तित्व को प्रदर्शित करती है। अतः रेडियो के माध्यम से कार्यक्रम प्रस्तुत करने वाले व्यक्ति की आवाज जितनी आकर्षक होगी, कार्यक्रम उतना ही प्रभावशाली होगा। एक अच्छे प्रस्तुतकर्ता में निम्न आवश्यक गुण होने चाहिए –

1. **आवाज की पिच** : पिच (Pitch) गले से निकलने वाली आडियो-आवृत्ति का तकनीकी नाम है। (जैसे— पतली आवाज, मोटी आवाज, भारी आवाज आदि)। पुरुषों में पिच की सीमा 80 आवृत्ति से 150 आवृत्ति प्रति सेकण्ड होती है जबकि महिलाओं में यही सीमा 180 से 280 आवृत्ति प्रति सेकण्ड तक होती है। प्रत्येक व्यक्ति की आवाज की पिच अलग-अलग होती है

अच्छे प्रस्तुतकर्ता को अपनी वास्तविक पिच का ही प्रयोग करना चाहिए, दूसरों की नकल करने से अपनी स्वाभाविक आवाज में कमी आ जाती है।

2. **आवाज का आयतन** : रेडियो प्रसारण में काम आने वाले माइक्रोफोन श्वांस लेने की प्रक्रिया को भी ग्रहण कर लेते हैं। अतः प्रस्तुतकर्ता को आवश्यकतानुसार धीमे या उच्च स्वर में बोलना चाहिए। बहुत धीमे या बहुत ऊँचा बोलने से आवाज या तो बहुत कम सुनाई देती है या फट जाती है।
3. **बोलने की गति** : भावावेश में व्यक्ति कभी-कभी बहुत जल्दी-जल्दी और कभी बहुत धीरे-धीरे बोलता है। हमारे कान की सुनने की क्षमता 140 से 180 शब्द प्रति मिनट होती है। माइक्रोफोन पर प्रति मिनट हमें कितने शब्द बोलने चाहिए इसका ज्ञान होना प्रस्तुतकर्ता के लिए अति आवश्यक है। यदि वह 180 शब्द प्रति मिनट में अधिक गति से बोलता है तो सुनने वाले की समझ में कुछ भी नहीं आयेगा। इसी प्रकार 120 शब्द प्रति मिनट से कम बोलने पर भी श्रोता असहज महसूस कर सकता है।
4. **आकर्षक आवाज** : आकर्षक आवाज का होना रेडियो प्रस्तुतकर्ता के लिए सबसे जरूरी गुण है। प्रस्तुतकर्ता की आकर्षक और प्रभावशाली आवाज कार्यक्रम में चार चाँद लगा देती है। बहुत से रेडियो प्रस्तोताओं को श्रोता उनकी आवाज के लिए ही याद करते हैं।
5. **भाषा पर पूर्ण अधिकार** : प्रस्तुतकर्ता का अपनी भाषा और बोली पर पूर्ण अधिकार होना चाहिए। उसका उच्चारण भाषा की मानक दृष्टि के अनुरूप होना चाहिए। दोषपूर्ण उच्चारण प्रस्तुति के स्तर को गिरा देता है।

बोध प्रश्न

प्र० 1— रेडियो स्टेशन का मुख्य यंत्र क्या होता है?

उ० रेडियो स्टेशन का मुख्य यंत्र ट्रांसमीटर होता है।

प्र० 2— फ्रीक्वेंसी या आवृत्ति का क्या उपयोग होता है?

उ० आवृत्ति या फ्रीक्वेंसी रेडियो प्रसारण का कोड़ है। प्रत्येक रेडियो स्टेशन की एक अलग फ्रीक्वेंसी या आवृत्ति होती है। इसी आवृत्ति पर स्टेशन अपने प्रसारण करता है और इसी आवृत्ति पर रेडियो को सेट कर इस प्रसारण को सुना जा सकता है।

प्र० 3— रेडियो की भाषा कैसी होनी चाहिए?

उ० रेडियो की भाषा सरल, सीधी तथा आम आदमी की समझ में आने वाली होनी चाहिए।

प्र० 4— रेडियो प्रस्तुतकर्ता की आवाज कैसी होनी चाहिए?

उ० रेडियो प्रस्तुतकर्ता की आवाज आकर्षक और प्रभावशाली होनी चाहिए।

5.3 रेडियो लेखन :

रेडियो ध्वनि का माध्यम है। रेडियो सुनते समय श्रोता न तो चित्र देखता है, न ही शब्द पढ़ सकता है। इसलिए रेडियो से प्रसारित होने वाले कार्यक्रम को लिखने से पहले लेखक को ध्वनि की प्राकृतिक विशेषताओं के बारे में समझ लेना चाहिए। ध्वनि तरंगे मस्तिष्क में एक चित्र प्रस्तुत करती है, इसलिए रेडियो लेखन में शब्दों का चयन बहुत सोच समझ कर किया जाना चाहिए। रेडियो आलेख लिखने से पहले कुछ विशेष बातों का ध्यान रखना आवश्यक है। जैसे—

1. रेडियो एक मास मीडिया है : रेडियो का संदेश असंख्य लोगों तक तथा लम्बी दूरी तक एक साथ पहुँचता है। अमीर, गरीब, अनपढ़, बुद्धिजीवी, बच्चों, युवा और वृद्ध, ग्रामीण व शहरी सभी वर्ग के श्रोता रेडियो से जुड़े होते हैं।

2. रेडियो शब्द—ध्वनि पैदा करता है : रेडियो भावनात्मक प्रसारण का माध्यम है। जब शब्द श्रोता के कानों में पड़ते हैं, वे मस्तिष्क में जाकर एक चित्र बनाते हैं। जब शब्दों के साथ उचित ध्वनि का प्रयोग होता है तब घटना का वास्तविक पहलू श्रोताओं की आँखों के सामने घूमने लगता है।

3. रेडियो से प्रसारित शब्द केवल एक ही बार सुने जाते हैं: जब तक किसी कार्यक्रम का पुनः प्रसारण नहीं होता तब तक श्रोता रेडियो से प्रसारित शब्दों को केवल एक ही बार सुन पाता है। इसलिए लेखन इस तरह का होना चाहिए कि श्रोता संदेश केवल सुने ही नहीं वरन् उसे समझ भी लें। अति महत्वपूर्ण बात को एक से अधिक बार अलग—अलग रूप में लिखा जाना चाहिए।

4. रेडियो द्वारा प्रसारित संदेश खो जाते हैं : यदि लेखन और प्रस्तुति प्रसारण के स्तर की नहीं है तो ऐसे कार्यक्रम श्रोताओं की समझ से परे हो जाते हैं। टेलीविजन में चित्रों के जरिए दर्शक घटना को समझ सकता है किन्तु रेडियो में जब तक सुनकर श्रोता समझ नहीं पाता संदेश अधूरा रहता है।

5. रेडियो की एक पहचान है : रेडियो हमें हँसाता है, रूलाता है, भावनात्मक आवेश को उत्साहित करता है। मस्तिष्क में उभरते चित्र हमें सक्रिय होने पर मजबूर करते हैं। अतः रेडियो लेखन आम आदमी से जुड़ा होना चाहिए ताकि वह स्वयं को रेडियो प्रसारण का हिस्सा समझ सकें।

अच्छा आलेख किसी भी माध्यम के लिए सशक्त भूमिका अदा करता है। रेडियो का लेख तैयार करते समय हमें इस बात का विशेष ध्यान रखना होता है कि हम कानों के लिए लिख रहे हैं। रेडियो आलेख एक सजीव चित्रण प्रस्तुत करता है, जिसे आधार मानकर निर्माता कार्यक्रम तैयार करता है। रेडियो आलेख तैयार करते समय कुछ महत्वपूर्ण बिन्दुओं का ध्यान में रखना जरूरी है। जो निम्नवत् हैं —

- भाषा और शब्दों का चयन उन श्रोताओं को ध्यान में रखकर करना चाहिए जिनके लिए हमें आलेख तैयार करना है।

- वाक्य छोटे और आसानी से समझ में आने वाले होने चाहिए।
- शब्दों का चयन क्षेत्र की संस्कृति को ध्यान में रखकर किया जाना चाहिए।
- लेखन इस प्रकार का हो ताकि उसे पढ़ते समय लयबद्ध किया जा सके।
- भाषा में आधुनिक प्रचलित शब्दों का प्रयोग बहुतायत से होना चाहिए।
- विषय-वस्तु के महत्वपूर्ण बिन्दुओं को पहले ही क्रमबद्ध कर लेना चाहिए ताकि आलेख में पुनरावृत्ति से बचा जा सके।
- लिखते समय यह भी ध्यान रखना चाहिए कि श्रोता पर उसका क्या प्रभाव होगा?
- लिखे हुये को बोलकर भी देखा जाना चाहिए ताकि यह समझा जा सके कि उसका प्रसारण होते समय उसका कैसा प्रभाव होगा।
- एक लेख में बहुत अधिक विचारों को समायोजित नहीं किया जाना चाहिए।
- आम आदमी की भाषा का प्रयोग किया जाना चाहिए।
- उपरोक्त, निम्नलिखित, पहले कहा गया आदि शब्द, वाक्यों का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए।

बोध प्रश्न

- प्र0 1— रेडियो लेखन में किन-किन बातों को ध्यान में रखना जरूरी है?
- उ0 रेडियो लेखन में यह ध्यान रखा जाना चाहिए कि रेडियो एक जनसंचार माध्यम है,
- प्र0 2— रेडियो लेखन की भाषा के चयन में किस बात को प्रमुखता दी जानी चाहिए?

- उ० रेडियो लेखन में भाषा के चयन में इस बात का खास ध्यान रखा जाना चाहिए कि कार्यक्रम का प्रसारण किस तरह के श्रोता समूह के लिए होना है।
- प्र० 3— अति महत्वपूर्ण बात को लिखने में क्या सावधानी रखी जानी चाहिए?
- उ० चूंकि रेडियो प्रसारण में दोहराव की सम्भावना नहीं होती और एक बात को केवल एक ही बार कहा जाता है, इसलिए अतिमहत्वपूर्ण बात को एक से अधिक बार इस तरह से लिखा जाना चाहिए कि उसमें दोहराव भी हो जाए और वह सुनने में अटवटा भी न लगे।
- प्र० 4— रेडियो लेखन में 'निम्नलिखित', 'उपरोक्त', 'पहले कहा गया' जैसे शब्दों का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए।

5.4 रेडियो के कार्यक्रम :

रेडियो के अनेक उपयोग हैं। यह मनोरंजन का एक अच्छा साधन है। गीत-संगीत की प्रस्तुति भी इसके जरिए खूब होती रही है। फिल्मी गीतों को घर-घर तक और आम आदमी की जुबान तक पहुंचाने में रेडियो की अहम भूमिका रही है। लेकिन रेडियो की एक जनसंचार के साधन के तौर पर और एक सूचना के प्रसारण के माध्यम के तौर पर भी महत्वपूर्ण भूमिका है।

रेडियो श्रोताओं के साथ बात करता है, यह उनके मन में गाता है। रेडियो की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि यह श्रोताओं की भाषा में बात करता है, उन्हीं की भाषा में सूचनाएं भेजता है, उन्हें शिक्षित करता है और उनका मनोरंजन करता है। यह श्रोताओं को कानों के माध्यम से वास्तविक दृश्य दिखाता है, जो मस्तिष्क में अमिट छाप छोड़ते हैं। मानव समाज की आवश्यकता, उत्सुकता एवं उसकी भावना को ध्यान में रखते हुए मानव को मानवता से जोड़ता है।

5.4.1 मुख्य उद्देश्य :

रेडियो एक उद्देश्यपरक संचार माध्यम है। मुख्य रूप से रेडियो कार्यक्रमों के तीन प्रमुख उद्देश्य माने जाते हैं। ये उद्देश्य हैं सूचना, शिक्षा और मनोरंजन। इन्हीं तीन प्रमुख उद्देश्यों को ध्यान में रखते हुए रेडियो के विभिन्न कार्यक्रम तैयार किए जाते हैं।

- **सूचना** : जीवन में घटित होने वाली ऐसी घटनाएं जो हमारी दिनचर्या से, हमारे भविष्य से जुड़ी होती हैं सूचना के अन्तर्गत आती हैं। सूचना भी अनेक प्रकार की होती हैं। य

(क) **उद्घोषणा** : कुछ सूचनाएं उद्घोषणा के द्वारा श्रोताओं तक पहुँचाई जाती है। जैसे मौसम सम्बन्धी जानकारी, बाजार मूल्य, आपातकालीन सूचनाएँ, रेल सम्बन्धी जानकारियाँ, विशेष उत्सव व मेले सम्बन्धी सूचनाएँ आदि।

(ख) **संदेश** : राष्ट्रपति, प्रधानमंत्री या अन्य उच्च अधिकारियों द्वारा समय-समय पर राष्ट्र की जनता के नाम सम्बोधन किया जाता है। स्वतंत्रता दिवस व गणतंत्र दिवस जैसे राष्ट्रीय उत्सवों पर राष्ट्रपति और प्रधानमंत्री द्वारा राष्ट्र को सम्बोधित किया जाता है। ऐसी सूचनाएं संदेश कहलाती हैं।

(ग) **समाचार** : विश्व, राष्ट्र, प्रदेश और आस-पड़ोस में होने वाली त्वरित घटनाएं भी रेडियो समाचारों के माध्यम से जनता तक सीधी पहुँचाई जाती हैं।

(घ) **रेडियो रिपोर्ट** : किसी विशेष समारोह या घटना के मुख्य अंश तैयार कर उसकी संक्षिप्त रिपोर्ट बनाई जाती है। इस रिपोर्ट की समारोह स्थल पर जाकर रिकार्डिंग की जाती है तथा इसे वाह्य ध्वन्यांकन की संज्ञा दी जाती है जिसे समारोह सम्पन्न होने के उपरान्त प्रसारित किया जाता है।

(ड.) आँखों देखी : किसी घटना विशेष की सूचना जो अतिशीघ्र प्रसारित की जाती है। जैसे किसी बड़ी दुर्घटना का होना या प्राकृतिक आपदा आदि के बारे में रिपोर्टर द्वारा स्वयं देखा हुआ संक्षिप्त विवरण। इस तरह की सूचनाएं रेडियो की लोकप्रियता को बढ़ाती हैं।

(च) समीक्षा : किसी घटना या कार्यवाही का संक्षिप्त ब्यौरा जैसे संसद या विधानसभा में हुई कार्यवाही की समीक्षा।

(छ) आँखों देखा हाल : यह एक लोकप्रिय सूचना की विधा है। विशेषकर खेल के मैदान से आँखों देखा हाल, किसी समारोह का आँखों देखा हाल आदि-आदि।

(ज) यात्रा वृतान्त : व्यक्तिगत तौर पर यात्रा का विवरण।

(झ) पत्रोत्तर, फोन-इन कार्यक्रम : इसमें श्रोता सीधे अपनी प्रतिक्रिया व्यक्त करता है जिसका उत्तर प्रतिनिधि द्वारा संतुष्टि प्रदान करते हुए दिया जाता है।

(ट) जिंगल : संगीत के साथ छोटे-छोटे वाक्य जो श्रोताओं को बाजार में आए सामान या उत्पाद के बारे में बताते हैं। इसी तरीके से क्रम में सरकार द्वारा विभिन्न योजनाओं को भी श्रोताओं तक पहुँचाया जाता है।

- शिक्षा : आधुनिक युग में यह अति आवश्यक हो गया है कि मनुष्य को अपने चारों ओर होने वाली घटनाओं में दुष्परिणामों के बारे में जागरूक किया जाए। पर्यावरण सम्बन्धी जागरूकता, स्वच्छता, सामाजिक, धार्मिक, राजनैतिक, स्वास्थ्य सम्बन्धी जागरूकता आदि-आदि ऐसी चीजें हैं जिनके बारे में रेडियो के माध्यम से समाज को शिक्षित किया जा सकता है। रेडियो इस प्रकार की शिक्षा में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। इसके लिए वार्ता, भेट वार्ता, परिसंवाद और परिचर्चा आदि के जरिए श्रोताओं को जागरूक किया जाता है।

- **मनोरंजन** : रेडियो वास्तव में ध्वनि का प्रसारण माध्यम है संगीत रेडियो की मुख्य प्रसारण वस्तु है। श्रोताओं की भावनाओं को आधार मान कर रेडियो से संगीत का प्रसारण किया जाता है।

संगीत : संगीत रेडियो द्वारा मनोरंजन का मुख्य स्रोत है। रेडियो से प्रसारित होने वाले संगीत को निम्नलिखित भागों में बाँटा जा सकता है।

1. शास्त्रीय संगीत : गायन व वादन
2. सुगम संगीत : भक्ति संगीत, गीत और गजल
3. लोक संगीत
4. जन जातीय संगीत
5. फिल्म संगीत

नाटक : रेडियो द्वारा होने वाले मनोरंजन का दूसरा साधन नाटक है। जो बहुत लोकप्रिय है। नाटक मनोरंजन के साथ-साथ ज्ञानवर्धक भी होते हैं।

कहानी : कहानी रेडियो द्वारा साहित्यिक कहानियों के साथ-साथ फिल्मों की कहानियां भी प्रसारित होती हैं। कहानी वास्तव में वार्ता की ही विधा है जो जानकारी और ज्ञान के साथ मनोरंजन का भी साधन है।

1.4.2 मुख्य विधाएं :

रेडियों से प्रसारित कार्यक्रम कई प्रकार के होते हैं। रेडियो के लिए श्रेष्ठ कार्यक्रमों की रचना करने के लिए निम्नलिखित तथ्य ध्यान में रखने आवश्यक हैं –

1. रेडियो मीडिया को जनहित के कार्यक्रमों, जनहितकारी नीतियों और जनोपयोगी कार्यक्रमों की अधिकाधिक कवरेज करनी चाहिए। विकास सम्बन्धी सूचनाओं के प्रचार प्रसार और तथ्यों सहित कार्यक्रमों पर विशेष

ध्यान दिया जाना चाहिए। जैसे— कृषि, शिक्षा, स्वास्थ्य, परिवार कल्याण, विज्ञान एवं टेक्नोलॉजी आदि।

2. रेडियो के लिए युवा वर्ग से संबंधित कार्यक्रम तैयार करने चाहिए, जिनमें विभिन्न क्षेत्रों में पैदा हो रहे रोजगार के अवसरों संबंधी सूचनाएं, शिक्षा और तकनीकी शिक्षा आदि की सूचनाएं शामिल हों।
3. कार्यक्रमों में अशिक्षित ग्रामीण जनता, अल्पसंख्यक समुदाय, महिलाओं और बच्चों सहित समाज के अन्य असुरक्षित और कमजोर वर्गों को उत्साहित करने वाले कारण उठाने चाहिए।
4. समाज के अक्षम लोगों जैसे नेत्रहीन, बधिर, मूक और अन्य विकलांग व्यक्तियों एवं संस्थाओं द्वारा समाज के इस वर्ग की सेवा में किए जा रहे प्रयासों को प्रोत्साहित करने के प्रयत्न करने चाहिए। कुष्ठ रोग जैसी बीमारियों और उनके प्रतिरोध को दूर किए जाने वाले अच्छे कार्यों को प्रचारित करने के प्रयास करने चाहिए।
5. असमानता और शोषण जैसी सामाजिक बुराईयों को दूर करने वाले उपयुक्त कार्यक्रम तैयार करने चाहिए। मुद्दों को भी रेडियो कार्यक्रमों का हिस्सा बनाया जाना चाहिए।
6. शुरू-शुरू में रेडियो सिर्फ मनोरंजन का माध्यम था। अतः गाना-बजाना ही इसका एकमात्र उद्देश्य था। धीरे-धीरे जब रेडियो ने अपने स्वरूप को बदला तो इसके कार्यक्रमों में निखार आने लगा। भारत में आकाशवाणी के रूप में रेडियो ने अपने कार्यक्रमों के लिए नए उद्देश्य तय किये। जब रेडियो कार्यक्रमों के लिए त्रिकोणात्मक ध्येय तय किया गया तो ज्ञान-विज्ञान के कार्यक्रम शुरू हुए इसी के बाद वार्ताओं, रूपकों, साक्षात्कारों तथा शब्दों की दूसरी विधाओं में कार्यक्रमों की आवश्यकता हुई। त्रिकोणात्मक ध्येय का दूसरा ध्येय था सूचनाएं प्रसारित करना। फलस्वरूप समाचारों का प्रसारण

सुनिश्चित किया गया। तीसरा ध्येय मनोरंजन था। मनोरंजन के लिए गीत संगीत, नाटक के साथ-साथ झलकियों की प्रस्तुति सुनिश्चित की गयी।

रेडियो में प्रचलित विधाएं न केवल निश्चित हैं वरन् उनका एक विशेष महत्व भी है। वार्ता, भेटवार्ता, रूपक, दस्तावेजी रूपक, संगीत रूपक, ओपेरा, परिचर्चा, नाटक, संवाद आदि सभी विधाएं रेडियों की देन है। यद्यपि बाद में इन विधाओं को प्रिंट मीडिया और टेलीविजन ने भी अंगीकार कर लिया। लेकिन इन विधाओं को आधारभूत चेतना रेडियो ने ही दी है और रेडियो के माध्यम से ही ये पल्लवित हुई है।

वार्ता : वार्ता रेडियो की अति चर्चित और महत्वपूर्ण विधा है। किसी विषय विशेष पर लिखी जाने वाली जो सूचनात्मक और ज्ञानवर्धक रचना सीधी, सहज और स्पष्टभाषी हो वह वार्ता कहलाती हैं आजकल श्रोताओं को त्वरित ज्ञान की आवश्यकता रहती है। समय का अभाव रहता है। इसलिए वार्ता की समयावधि 6 मिनट से 9 मिनट के बीच ही रखी जाती है। वार्ता बिना किसी भूमिका के सीधे अपने विषय को लेकर चलती है। समय सीमित होने के कारण भूमिका को छोड़ दिया जाता है। विषय को उचित ढंग से रूपायित कर निष्कर्ष तक पहुँचा दिया जाता है। निष्कर्ष के बाद कोई उपदेशात्मक शब्द नहीं होते। विषय के अनुसार वार्ता को विभिन्न भागों में वर्गीकृत किया जा सकता है, जैसे –

1. **सूचनात्मक वार्ता :** विज्ञान, इतिहास, अर्थशास्त्र, खेल, ज्योतिषशास्त्र,

खगोलशास्त्र आदि विषय इस प्रकार की वार्ताओं के विषय हो सकते हैं।

2. **ज्ञानात्मक वार्ता :** जब अनुभवी वैज्ञानिक, इतिहासकार, खगोलशास्त्री,

अर्थशास्त्री आदि विवेचना प्रस्तुत करते हैं तब निश्चय ही वह मात्र सूचनाओं का संग्रह नहीं होता अपितु ये वार्ताएं श्रोताओं की तर्कशक्ति, सोच और विश्लेषण को भी प्रभावित करती हैं। ऐसी वार्ताओं को ज्ञानात्मक वार्ता कहा जाता है।

3. **साहित्यिक वार्ता** : जब किसी साहित्यिक विषय को अपनी विशेष शैली में वार्ताकार अपनी बात कहता है तो वह साहित्यिक वार्ता कहलाती है। इस वार्ता में साहित्यिक भाषा तथा सटीक शब्दों का चयन अनिवार्य शर्त है। इनकी भाषा सारगर्भित, सहज तथा सुगम होनी चाहिए।
4. **व्यंग्यात्मक वार्ता** : रेडियो की आचार संहिता के अनुसार किसी व्यक्ति, संगठन, समुदाय, धर्म या जाति पर सीधे प्रहार नहीं किया जा सकता। किन्तु परोक्षा में बिना नाम लिए व्यंग्यात्मक भाषा का इस्तेमाल किया जा सकता है इसमें अक्सर सामाजिक वर्जनाओं, राजनैतिक फूहड़पन तथा पाखंड का पर्दाफाश करने के लिए कटाक्ष से भरे वाक्यों, व्यंग्यों तथा मुहावरों आदि का भरपूर इस्तेमाल किया जाता है।

भेंट वार्ता : वार्ता के बाद रेडियों की दूसरी सबसे चर्चित विधा है भेंट वार्ता। किसी के साथ भेंट कर उससे की जाने वाली वार्ता भेंटवार्ता कहते हैं। भेंट वार्ता दो व्यक्तियों का वार्तालाप होती है। एक व्यक्ति किसी विशेष क्षेत्र में अनुभवी विशेषज्ञ होता है और दूसरा व्यक्ति विशेषज्ञ से ज्ञान हासिल कर श्रोताओं तक पहुँचाता है।

भेंट वार्ता के अनेक स्वरूप होते हैं, जैसे –

1. **विषय विशेष पर** : जब किसी विषय विशेष पर जानकारी हेतु किसी विशेषज्ञ जैसे—वैज्ञानिक, खगोलशास्त्री, साहित्यकार, खेल विशेषज्ञ, खेती किसानों का जानकार, डाक्टर आदि लोगों से बातचीत की जाती है। वार्ता में भेंट करने वाले व्यक्ति को भी विषय विशेष की जानकारी होनी चाहिए और उसे श्रोताओं की आवश्यकता को ध्यान में रखकर विशेषज्ञ से जानकारी हासिल करनी चाहिए।

चूँकि भेंटकर्ता श्रोताओं का प्रतिनिधि होता है। अतः श्रोताओं के मन में उठने वाले प्रश्नों के बारे में उसे जानकारी होनी चाहिए ताकि वह

श्रोताओं की मनःस्थिति को ध्यान में रखकर कम से कम समय में अधिक जानकारी प्राप्त कर सके।

2. **व्यक्ति विशेष पर** : जब किसी व्यक्ति को उसकी उपलब्धियों के लिए सम्मानित किया गया हो, पुरस्कृत किया गया हो अथवा उसने किसी विशेष कार्य को पूर्ण किया हो। ऐसे विशेष व्यक्ति के जीवन के बारे में रेडियो के लिए भेंट वार्ता की जाती है, जिसका उद्देश्य प्रेरणादायक होता है।

उच्च स्तर के खिलाड़ी, वैज्ञानिक, साहित्यकार, समाजशास्त्री, अर्थशास्त्री या पद्मश्री, पद्मभूषण आदि उपाधियों से अलंकृत आदि व्यक्तियों से इस तरह की भेंट वार्ता की जाती है।

3. **स्थिति विशेष पर** : अचानक आयी प्राकृतिक आपदा, सड़क, दुर्घटना भीषण अग्निकाण्ड महामारी आदि स्थितियों में इनका कारण, निदान और प्रशासनिक व्यवस्था, सावधानियों आदि के बारे में जानकारी पाने के लिए इस तरह की भेंटवार्ता की जाती है।

भेंटवार्ता के लिए वार्ताकार को कुछ तैयारियां करनी चाहिए ताकि भेंटवार्ता अच्छी बन सके।

परिसंवाद : जब एक ही विषय पर अलग-अलग प्रतिभागी अपनी राय रखें तो निश्चय ही बातचीत बहुआयामी हो जाती है। ऐसी बातचीत को परिसंवाद कहा जाता है। इसमें तीन या तीन से अधिक प्रतिभागी भाग लेते हैं। अक्सर किसी ज्वलंत समस्या, घटना या स्थिति आदि पर परिसंवाद रखे जाते हैं। इसमें राष्ट्रीय मुद्दों पर भी चर्चा होती है। उदाहरण स्वरूप भारत-पाक सम्बन्ध, परमाणु संधि, राष्ट्रपति विदेश यात्रा आदि। जिन विषयों पर जनता जानना चाहती है उनके ऐसी स्थिति में विशेषज्ञों को बुलाकर चर्चा कराई जाती है। ऐसी चर्चाओं में अक्सर विदेश नीति के जानकार, विशेषज्ञ, प्रोफेसर, रिटायर्ड राजनयिक, पत्रकारिता के अग्रणी सलाहकार, अन्वेषक आदि लोग प्रतिभागी हो सकते हैं।

परिसंवाद में राज्य स्तर पर चर्चित मुद्दों पर बात की जा सकती है। आतंकवाद, चुनाव प्रक्रिया, भ्रस्टाचार आदि विषय लिए जा सकते हैं। स्थानीय स्तर पर प्रोफेशनल टैक्स, वेट, भ्रूणहत्या, बढ़ते जुर्म आदि परिसंवाद के विषय हो सकते हैं।

परिसंवाद में विषय एक ही रहता है। सभी प्रतिभागी उस पर अपनी राय रखते हैं। संचालक उसको आगे बढ़ाता रहता है। परिसंवाद में रेडियो की आचार संहिता का भी पालन किया जाता है। संचालन को इसका ध्यान रखना पड़ता है। परिसंवाद में संचालक को रेडियो कार्य प्रणाली का जानकार होना चाहिए।

परिचर्चा : परिचर्चा में भी अनेक प्रतिभागियों में संवाद की ही स्थिति होती है परन्तु इसमें विषय विशेषज्ञों के बीच वाद-विवाद होता है, वहस होती है। प्रतिभागी अक्सर दो हिस्सों में बट जाते हैं, पक्ष और विपक्ष। इसमें अक्सर चार प्रतिभागी और एक संचालक होता है। संचालक को विषय का जानकार होना चाहिए क्योंकि इस कार्यक्रम में तर्क और वितर्क के चलते बहस की स्थिति उत्पन्न हो सकती है। परिचर्चा की योजना बनाते समय इस बात का विशेष ध्यान रखा जाता है कि प्रतिभागी अपने कार्यक्षेत्र में प्रवीण हों और अपनी बात कहने में सक्षम हों, अपना पक्ष सटीक तर्क के साथ रख सकें अन्यथा बहस एकांगी हो जाती है। परिचर्चा सुचारु रूप से चले और श्रोता ठीक प्रकार से सुन सकें और आवाज से प्रतिभागी को पहचान सकें, इसके लिए जरूरी हो जाता है कि प्रतिभागियों की आवाज आपस में मिलती न हों। बहस को शालीनता से आगे बढ़ाने के लिए जरूरी है कि पक्ष-प्रतिपक्ष के प्रतिभागी एक दूसरे को भी धैर्य से सुनें, बीच में ही एक दूसरे की बातों को न काटें अन्यथा श्रोताओं को कुछ भी समझ में नहीं आयेगा।

परिचर्चा का विषय अक्सर विवादास्पद इसलिए होता है ताकि पक्ष अथवा विपक्ष में खुलकर बातचीत की जा सके और श्रोता दोनों स्थितियों को समझ सकें। इसलिए परिचर्चा में संचालक की भूमिका बहुत अहम होती है, जो प्रतिभागियों को विषय वस्तु में बांध कर रखता है। परिचर्चा के लिए प्रतिभागियों का चयन निष्पक्ष

होना चाहिए अन्यथा परिचर्चा के सफल होने में संदेह हो जाता है और कार्यक्रम अपने उद्देश्य से भटक जाता है।

परिसंवाद या परिचर्चा का संचालन करना भी एक कला है। संचालक तो रेडियो की आचार संहिता से पूर्ण रूप से परिचित होता है, किन्तु जिन प्रतिभागियों को आमंत्रित किया जाता है जरूरी नहीं कि उन्हें रेडियो के कायदे-कानून का पता हो। अतः संचालक को निम्नलिखित कुछ मुख्य बातों का ध्यान रखना चाहिए।

1. प्रतिभागियों को आमंत्रित करने से पहले उनके विषय में पूर्ण जानकारी प्राप्त कर लेनी चाहिए।
2. रेडियो केन्द्र पर प्रतिभागी को अजनबीपन का एहसास न हो, इसके लिए परिचर्चा शुरू होने से पहले संचालक को सभी प्रतिभागियों के साथ अनौपचारिक बातचीत करनी चाहिए।
3. सभी प्रतिभागियों का एक-दूसरे से विधिपूर्वक परिचय करा देना चाहिए।
4. चर्चा के विषय के बारे में प्रतिभागियों के साथ मिलकर कार्यक्रम प्रारम्भ होने से पूर्व बातचीत कर लेनी चाहिए।
5. प्रतिभागियों को रेडियो की आचार संहिता से अवगत करा देना चाहिए।
6. परिचर्चा आरम्भ होने के उपरान्त यदि कोई प्रतिभागी दायरे के बाहर आता है तो संचालक का कर्तव्य है कि वह चतुराई से दूसरे प्रतिभागी को बोलने का अवसर प्रदान करे।
7. संचालक को कम से कम बोलना चाहिए क्योंकि श्रोता प्रतिभागी की राय जानना चाहते हैं।
8. चर्चा समाप्त होने पर संचालक को सभी प्रतिभागियों का आभार प्रकट करना चाहिए।

डाक्यूमेंटरी : रेडियो की विधाओं में डाक्यूमेंटरी रूपक अथवा फीचर बहुचर्चित और महत्वपूर्ण विधा है जो वार्ता, भेटवार्ता, संवाद आदि के मिले-जुले माध्यम से ज्ञान और सूचनाएं श्रोताओं तक सीधे पहुँचाती है। कभी-कभी श्रोताओं की समझ में नहीं आती वही जानकारियाँ सूचनाएं, ज्ञान दस्तावेजों, नाटकीय स्थितियों और संगीत आदि के माध्यम से हल्के-फुल्के लेकिन प्रभावशाली ढंग से बात को प्रस्तुत किया जाता है। वस्तुतः रूपक या डाक्यूमेंटरी रेडियो की एक सशक्त विधा है जिसके लेखन से लेकर प्रस्तुति तक अनेक सोपान होते हैं।

प्रथम काम रूपक का आलेख तैयार करना है। जिसमें वातावरण पैदा किया जाता है ताकि श्रोता का मन उसमें रच-बस कर तादात्म्य बैठाने लगे। उदाहरण के तौर पर एक प्राचीन किले की दास्तां कहते आलेख में पाषाण प्राचीरों से टकरा कर गूँज पैदा करने की क्षमता होनी चाहिए। ऐसा वातावरण पैदा करने के लिए गीत संगीत और ध्वनियों का सहारा लेना पड़ता है जो श्रोताओं के मानस पटल पर अंकित हो कर अपना प्रभाव कायम करती हैं।

दूसरे चरण में रूपक के ध्येय को विकसित किया जाता है। रूपक के सूचनात्मक अथवा ज्ञानवर्धक होने पर सूचनाओं के ताने-बाने बुने जाते हैं ज्ञान के स्रोत को तलाशा जाता है। इसमें दस्तावेजों को उकेरा जाता है। दस्तावेज जरूरी नहीं कि लिखित तौर पर पाण्डुलिपियाँ हों, पत्थर पर उकेरी गयी सूचनाएं, आँखों देखी घटना, रिकार्डिंग किए अथवा चित्रों के रूप में पाये जाने वाले दस्तावेजों को भी इस्तेमाल किया जा सकता है। सूचनाओं को ग्रहण करने का कोई भी स्रोत हो सकता है पर यह निश्चय कर लेना चाहिए कि सूचनाएं प्रमाणिक हैं और उन्हें प्रसारित किया जा सकता है।

वस्तुतः रूपक के लेखक को एक अनुसंधानकर्ता की तरह कार्य करना होता है। इतिहास के पन्नों को खगालना पड़ता है। घटना के समीप जाकर एक सजीव खाका तैयार करना होता है और अपनी कल्पना शक्ति से यथार्थ के रंग भरने होते हैं। जिन घटनाओं को इतिहासकार अक्सर फिजूल समझ कर दरकिनार कर देते हैं,

उन्हें बीनकर उनमें से मानवीय रिश्तों को तलाशना और अपनी शब्द शक्ति के माध्यम से अभिव्यक्त करना रचनाकार का सबसे महत्वपूर्ण कार्य होता है।

कार्यक्रम को सजीवता प्रदान करने और आलेख को यथार्थ रूप देने में जहां स्थितियों, घटनाओं का महत्वपूर्ण स्थान होता है वहीं पर पात्रों के माध्यम से इस सजीवता को श्रोताओं तक पहुँचाया जाता है। पटकथा के अनुरूप सम्वाद रचे जाते हैं। अक्सर रूपकों या दस्तावेजी रूपकों में वाचक का रोल ज्यादा होता है। वाचन के अन्तर को दर्शाने के लिए अक्सर दो वाचक होते हैं। स्त्री पुरुष द्विभाषी वाचक फीचर को आगे बढ़ाने में मददगार हाते हैं।

बोध प्रश्न

- प्र0 1— रेडियो कार्यक्रमों के कितने प्रमुख उद्देश्य होते हैं?
- उ0 रेडियो कार्यक्रमों के तीन प्रमुख उद्देश्य होते हैं। सूचना, शिक्षा और मनोरंजन।
- प्र0 2— रेडियो में प्रसारित संगीत कितने रूपों में होता है?
- उ0 रेडियो में संगीत कई रूपों में प्रसारित होता है जिसमें शास्त्रीय संगीत, सुगम संगीत, लोक संगीत, जनजातीय संगीत और फिल्म संगीत प्रमुख हैं।
- प्र0 3— रेडियो वार्ता क्या होती है?
- उ0 रेडियो वार्ता का आशय रेडियो में प्रसारित होने वाले लेखों से है। अखबारी लेखों से अलग रेडियो लेखों में भाषा शैली में थोड़ा अन्तर होता है और बिना भूमिका बांधे सीधे विषय की चर्चा की जाती है।
- प्र0 4— परिचर्चा में संचालक की क्या भूमिका होती है?
- उ0 परिचर्चा में संचालक की भूमिका सूत्रधार की होती है। उसे बातचीत को आगे बढ़ाना होता है। प्रतिभागियों के बीच बहस बढ़ने पर स्थिति

को सभालना पड़ता है। उसे परिचर्चा का आरम्भ और निष्कर्षों के साथ समापन भी करना पड़ता है।

5.5 रेडियो समाचार :

हमारे चारों तरफ होने वाली घटनाओं का हमारे जीवन पर सीधा प्रभाव पड़ता है। ये घटनाएं जहाँ विश्व या किसी राष्ट्र की उन्नति और अवनति पर प्रभाव डालती हैं वहीं हमारे जीवन की दिनचर्या और उसके भविष्य पर भी असरकारक होती है। इसलिए प्रत्येक व्यक्ति का यह अधिकार है कि उसे अपने आस-पास घट रही सभी घटनाओं की जानकारी हो। रेडियो इस दिशा में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय घटनाओं के साथ-साथ मौसम की जानकारी, दुर्घटनाएं, प्राकृतिक आपदा, कानून व्यवस्था, सरकार द्वारा समय-समय पर जारी की जाने वाली घोषणाओं व योजनाओं आदि सभी की जानकारी रेडियो समाचार के माध्यम से जन-जन तक पहुँचती है। दूर-दराज के ग्रामीण इलाकों में जहाँ टेलीविजन की सुविधा नहीं है, जहाँ तक समाचार पत्र भी नहीं पहुँच पाते हैं वहाँ भी रेडियो समाचार पहुँचा देता है।

देश-विदेश की खबरें जन-जन तक पहुँचाने के लिए रेडियो का एक व्यापक तंत्र होता है। रेडियो अपने प्रतिनिधि के रूप में प्रत्येक राष्ट्र, शहर और क्षेत्र में अपने रिपोर्टर नियुक्त करता है। जो अपनी एकत्रित खबरें उस क्षेत्र या राज्य में नियुक्त संवाददाता तक पहुँचाते हैं। संवाददाता विभिन्न रिपोर्टरों द्वारा प्राप्त समाचारों को क्षेत्रीय समाचार केन्द्र पर पहुँचा देते हैं। क्षेत्रीय समाचार कक्ष इन खबरों को संपादित करता है और प्रसारित करता है। जो समाचार राष्ट्रीय स्तर पर प्रसारित होने लायक होता है उस खबर को राष्ट्रीय समाचार कक्ष में भेज दिया जाता है।

रिपोर्टरों द्वारा एकत्र खबरें समाचार कक्ष को भेजी जाती हैं। समाचार कक्ष में उपस्थित समाचार संग्रहक विश्व के विभिन्न कोनों से आयी खबरों का संग्रह करता

है। विभिन्न भाषाओं में प्राप्त ये खबरें अनुवादकों के पास भेज दी जाती है जो वांछित भाषा में उनका अनुवाद करते हैं और सब एडिटर को दे देता है। क्योंकि समाचारों को प्रसारित करने की समयावधि बहुत कम होती है। अतः मुख्य-मुख्य खबरों को सब एडिटर द्वारा छॉट लिया जाता है। इस प्रक्रिया को एडिटिंग कहते हैं। सब एडिटर इन समाचारों को एडिटर के पास भेज देता है, जो रेडियो की आचार संहिता के अनुसार उसमें एडिटिंग करता है और न्यूज डाइरेक्टर की अनुमति प्राप्त करता है। तत्पश्चात् प्रसारण के लिए इन समाचारों को प्रसारण कक्ष में भेज दिया जाता है। जहाँ समाचार वाचक इन समाचारों को पढ़ता है।

समाचार पढ़ना एक कला है। रेडियो में समाचार एक ही बार पढ़ा जाता है और श्रोता उसे सुनकर घटना का चित्र अपने मस्तिष्क में बनाता है। एक सफल समाचार वाचक में निम्न गुण होने चाहिए –

1. वह शब्दों की ग्राह्य ध्वनि पैदा करता हो।
2. उसे अपनी भाषा पर उसे पूर्ण अधिकार हो। उसमें शब्दों की ध्वनि, भाषा के मानक के अनुसार हो।
3. समाचार पढ़ते समय वाचक को स्वयं पर पूर्ण विश्वास हों।
4. प्रत्येक शब्द की पूर्ण ध्वनि पैदा की जाए। विराम, अर्द्ध विराम आदि का सही प्रयोग हो।
5. उसके द्वारा समाचार पढ़ते समय घटना के अनुरूप भाव ध्वनि में झलकते हों। मसलन दुखद घटना का समाचार शोक भाव प्रकट करता हो। खुशी का समाचार उल्लास का भाव प्रकट करे।
6. समाचार पढ़ने की गति 150 से 180 शब्द प्रति मिनट के बीच होनी चाहिए ताकि आम श्रोता समाचार आसानी से समझ सकें।

7. घटना का मुख्य प्रभाव रखने वाले शब्दों पर आवश्यकतानुसार जोर दिया जाना चाहिए।

समाचार सम्पादन : समाचारों को बिना किसी सजावट बिना भेदभाव, तथ्यों सहित तैयार किया जाता है। समाचारों के मूल्यांकन के मुख्य सिद्धांत इस प्रकार हैं –

1. प्रत्येक समाचार का निर्णय सख्ती से समाचार के मूल्य के आधार पर किया जाता है।
2. समाचार के तत्व एकदम सही हों।
3. समाचार, वस्तुपरक, तथ्यात्मक और विश्लेषणात्मक हों परन्तु सनसनी खेज नहीं होने चाहिए।
4. डर तथा आतंक फैलाने वाली समाचार रिपोर्टिंग की विधियों से बचा जाता है।
5. ऐसे राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय आदर्श प्रस्तुत किए जाते हैं जिनकी देश को जरूरत होती है।
6. समाचार सम्पादन करते समय क्षेत्रीय अखण्डता, राष्ट्रीय अखण्डता, धर्म निरपेक्षता, जनता की शालीनता के आदर्शों, जनता में शांति बनाए रखने के तरीको और संसद, विधायिका, न्यायपालिका की गरिमा और प्रतिष्ठा का पूरा ध्यान रखा जाता है।
7. विभिन्न क्षेत्रों में राष्ट्रीय उपलब्धियों पर विशेष ध्यान दिया जाता है।
8. व्यक्तिगत या अपमानजनक समाचारों से बचा जाता है।
9. लिंग व अपराध सम्बन्धी समाचारों से बचा जाता है, यदि वह व्यापक जनता के हित में न हों।

10. समाचार सम्पादन करते समय राजनैतिक विवादों से बचने के लिए शिष्टाचारहीन या भेदभावपूर्ण विवरण की संतुलित कवरेज का पूरा ध्यान रखा जाता है।
11. धर्म, राष्ट्र या सरकार के सम्मान को सुनिश्चित किया जाता है।
12. ऐसे समाचारों से बचा जाता है जो विद्रोह को बढ़ावा देने वाले हों।
13. जुआ, शराब या इस प्रकार की सूचना संबंधी घटनाओं के समाचारों से बचा जाता है जो श्रोताओं को इन कुरीतियों की ओर प्रेरित करने वाले हों।
14. समाचारों में किसी व्यक्ति, संस्था या व्यापारी के हित के लिए या व्यापार के प्रचार, उसको आगे बढ़ाने या उसे प्रचार देने के लिए उनके नाम का उल्लेख नहीं होना चाहिए। यदि उस समाचार में उनके नाम का संदर्भ अनिवार्य न हो।

अतिआवश्यक समाचार (Breaking News) : राष्ट्र की एकता अखण्डता को खतरा, दुश्मन राष्ट्र का हमला, किसी महत्वपूर्ण व्यक्ति का दुर्घटनाग्रस्त हो जाना, ऐसी दुर्घटना जहाँ जान-माल की भारी क्षति हुई हो या कोई बड़ी प्राकृतिक आपदा आदि के समाचार की जानकारी तुरन्त देश की जनता तक पहुँचनी चाहिए। इसलिए सम्पादित समाचारों के प्रसारण को बीच में रोककर एक वाक्य या बहुत ही संक्षेप में इन घटनाओं का समाचार प्रसारित किया जाता है। इसे अति आवश्यक समाचार या ब्रेकिंग न्यूज (Breaking News) कहा जाता है।

ध्वनि प्रेषण (Voice Dispatch) : समाचार प्रसारण के समय देश-विदेश की घटनाओं को सूचना के रूप में पढ़ा जाता है। श्रोता के मन में एक विचार पैदा होता है कि समाचार वाचक जो कुछ बोल रहा है इसमें सत्यता कितनी है। अपने कार्यक्रम की सत्यता को साबित करने के लिए यह आवश्यक हो जाता है कि जिस क्षेत्र विशेष के लिए या घटना विशेष के लिए जानकारी दी जा रही है, उस स्थान विशेष पर उपस्थित सवांददाता की आवाज समाचार के साथ प्रसारित की जाए।

उदाहरण के तौर पर जम्मू-कश्मीर की किसी घटना का समाचार पढ़ते समय समाचार वाचक जब समाचार के बीच में श्रीनगर संवाददाता बात कर उसी की आवाज में खबर का कोई विवरण प्रस्तुत करवा देता है तो यह प्रमाणित हो जाता है, कि जो समाचार श्रीनगर से संकलित किया गया वह सत्य है। समाचार की रिपोर्टिंग करते समय संवाददाता की आवाज को सम्पादित कर लिया जाता है। घटना स्थल से प्राप्त आवाज जिसे सत्यता के दृष्टिकोण से प्रसारित किया जाए, ध्वनि प्रेषण (Voice Dispatch) प्रक्रिया कहलाती है। यह शब्द ध्वनि या घटना के समय हुई किसी भी प्रकार की सजीव ध्वनि हो सकती है। मुख्यतया: संवाददाता की आवाज के साथ घटना स्थल की अन्य हल्की ध्वनियां प्रसारित कर दी जाती हैं तकि श्रोता को घटनास्थल पर होने का आभास हो।

रेडियो रिपोर्ट : राष्ट्रीय, अन्तरराष्ट्रीय, राज्य तथा क्षेत्रीय स्तर पर आये दिन समारोहों का आयोजन होता रहता है। जैसे – खेल समारोह, विभिन्न राष्ट्रों के अध्यक्षों के कार्यक्रम करना, बड़े सांस्कृतिक आयोजन धार्मिक स्थलों पर समारोह आदि। रेडियो मीडिया इन समारोहों को जनता तक पहुँचाने का कार्य करता है। कभी आँखों देखा हाल सुना कर और कभी उस समारोह के थोड़े समय में प्रसारित किया जाता है तब उसके सम्पादित मुख्य अंश ले लिए जाते हैं। हों इस समारोह के स्थल पर जाकर सजीव रिकार्डिंग के बाद मुख्य अंशों को लेकर उन्हें सम्पादित करके कैप्सूल बना कर प्रसारित कर दिया जाता है। इस प्रक्रिया को रेडियो रिपोर्टिंग कहते हैं। इसकी विशेषता यही है कि स्थल ध्वन्यांकन पर आधारित सारी गतिविधियाँ इस कार्यक्रम में समाहित होती हैं। स्टूडियों के बाहर किसी समारोह या विशेष व्यक्तियों से बातचीत करना या आम लोगों के विचार रिकार्ड करना ये सब गतिविधियाँ वाह्य ध्वन्यांकन प्रक्रिया का हिस्सा है। इसे ओ.बी.रिकार्डिंग के नाम से भी जाना जाता है।

साउंड बाइट (Sound Byte) : रिपोर्टिंग के समय, जिस समारोह या उत्सव का आयोजन हो रहा होता है, रिपोर्टर उस स्थान पर जाकर रिकार्डिंग करता है। समारोह में होने वाली बातचीत उसमें होने वाली अन्य गतिविधियाँ यथा-सांस्कृतिक

कार्यक्रम, संगीत वादन, नृत्य आदि की ध्वनि रिकार्ड कर ली जाती है। रिपोर्ट तैयार करते समय मुख्य मुख्य बिन्दुओं की रिकार्डिंग के छोटे-छोटे अंश ले लिए जाते हैं। ध्वनि के ये छोटे अंश समारोह विशेष की झलकियाँ प्रस्तुत करते हैं और उसके बारे में जानकारी प्रदान करते हैं, ध्वनि के इन छोटे अंशों को साउंड बाइट (Sound Byte) की संज्ञा दी जाती है।

रूपक या नाटक का निर्माता भी ध्वनि के माध्यम से अपने कार्यक्रम में सजीवता लाता है। इस प्रकार प्रयोग में लाए गये विभिन्न प्रकार की ध्वनियों के छोटे-छोटे अंश भी साउंड बाइट ही कहलाते हैं। जैसे- चिड़ियों का चहकना, झरने की आवाज, घुघरू की छम-छम, घाटी में गूँजती हवा आदि की ध्वनि।

बोध प्रश्न

प्र0 1— रेडियो समाचार वाचन के समाचार पढ़ने की आदर्श गति क्या होनी चाहिए?

उ0 रेडियो समाचार वाचक के समाचार पढ़ने की आदर्श गति 150 से 180 शब्द प्रति मिनट के बीच होनी चाहिए। इस गति से पढ़े गये समाचार सुनने में स्पष्ट होते हैं।

प्र0 2— ब्रेकिंग न्यूज क्या होती है?

उ0 ब्रेकिंग न्यूज उन समाचारों को कहते हैं जो किसी आकस्मिक घटना पर आधारित होते हैं और अति महत्वपूर्ण होते हैं। ऐसे समाचारों को किसी भी कार्यक्रम को बीच में रोक कर संक्षिप्त सूचना के रूप में प्रसारित किया जाता है।

प्र0 3— ध्वनि प्रेषण क्यों किया जाता है?

उ0 वॉयस डिस्पैच या ध्वनि प्रेषण का प्रयोग रेडियो समाचारों को विश्वसनीय बनाने के लिए और श्रोता को समाचार की सजीवता दिखलाने के लिए किया जाता है।

प्र० 4— साउण्ड बाइट का क्या महत्व है?

उ० साउण्ड बाइट रेडियो कार्यक्रम या समाचारों को जीवन्त रूप देते हैं। घटना स्थल की ध्वनियों के कारण समाचार अधिक विश्वसनीय लगने लगते हैं। कई बार इन साउण्ड बाइट के कारण ही शब्दों की जरूरत नहीं रह जाती है। थोड़े से सेकंडों की साउण्ड बाइट बहुत कुछ कह देती है।

5.6 एफ.एम. रेडियो :

रेडियों तकनीक का जैसे-जैसे विकास होता गया वह आम आदमी तक सहजता से पहुँचता गया। धीरे-धीरे छोटे-छोटे शहरों तक रेडियो केन्द्र खुलने लगे। सरकार द्वारा खोले गये बड़े केन्द्र ए.एम. (Amplitude Modulation) रेडियो हैं। ये एम्प्लीट्यूड मोड्यूलेशन के सिद्धांत पर कार्य करते हैं। इनके लिए अधिक स्थान व श्रम शक्ति की आवश्यकता पड़ती है। लेकिन अब तकनीक के चमत्कार ने छोटे-छोटे रेडियो स्टेशन खोलना आसान कर दिया है। एफ० एम० रेडियो भी ऐसा ही एक चमत्कार है। एफ० एम० यानी फ्रीक्वेंसी मोड्यूलेशन तकनीक के रेडियो प्रसारण सीमित क्षेत्र में सुने जाते हैं। 50 हजार से 5-10 लाख तक आवादी के लिए होने वाले एफ० एम० प्रसारण इन दिनों बेहद लोक प्रिय होने लगा है।

एफ एम की विशेषता यह है कि इसमें खर्च बहुत कम आता है। श्रम शक्ति की कम आवश्यकता होती है। एक कमरे में रेडियो केन्द्र खोला जा सकता है। हालांकि इसकी तरंगे बहुत दूर तक नहीं जाती और इनकी क्षमता 50 से 80 किमी के बाद क्षीण हो जाती है। किन्तु जहाँ तक भी पहुँचती है, एक जैसी सुनाई देती हैं। हालांकि इसमें एक बड़ी कमी यह है कि एफ.एम. तरंगे सीधी चलती हैं। यदि इनके सामने ऊँची पहाड़ी जैसा कोई व्यवधान आ जाए तो उससे टकरा कर ये क्षीण हो जाती हैं और इनकी पहुँच कम होती जाती है। एफ एम प्रसारण 88 से 108 मेगाहर्ट्ज पर होता है। सरकार द्वारा देश में एफ एम प्रसारण के अधिकार

निजी क्षेत्र को भी सौंपे जाने से एफ एम प्रसारणों में क्रांतिकारी बदलाव आ गया। अज देश के अनेक महानगरों में एक से अधिक एफ एम चैनल प्रसारित हो रहे हैं। इन चैनलों का प्रसारण महानगरों में कारों से घर से दफ्तर जाने वाले लोगों के बीच भी बहुत लोकप्रिय है। ऐसे लोग सफर में बीच के समय एफ एम रेडियो के जरिए संगीत का भी आनन्द लेते हैं। विज्ञापनों के जरिए नए-नए उत्पादों की जानकारी भी प्राप्त करते हैं और बीच बीच में जरूरी खबरें भी उन्हें मिलते रहती हैं। चूंकि निजी एफएम रेडियो आकाशवाणी की तरह बहुत औपचारिक नहीं हैं इसलिए ये कार्यक्रमों के बीच बीच में चुटकले, फिल्मी बातें और जरूरी सूचनाएं भी देते रहते हैं। मसलन शहर में कहां ट्रैफिक जाम है। कहां से आवागमन प्रतिबंधित है आदि –आदि सूचनाएं भी एफएम रेडियो के जरिए श्रोताओं को मिल जाती हैं। शहर में चल रही किसी प्रदर्शनी, किसी समारोह या किसी सेल आदि के बारे में भी इसके जरिए सूचनाएं मिल जाती हैं। इसी तरह कार्यक्रमों के बीच-बीच में खेलों का स्कोर आदि भी एफएम रेडियो से पता चल जाता है।

एफ.एम.रेडियो और कामर्शियल सेवा : एफ.एम.रेडियो की तरंगें जहाँ तक पहुँचती हैं उनमें एक जैसी धारिता बनी रहती है। उसका प्रसारण स्तर एक सा रहता है। इस विशेषता को ध्यान में रखते हुए एफ.एम.रेडियो व्यावसायीकरण का माध्यम भी बन गया है। इन पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों से विज्ञापन भी बटोरे जाते हैं।

एफएम रेडियो का प्रस्तुतकर्ता पुराने नियमों को हल्का करके चलता है। उसके हाव-भाव समयानुसार उसकी आवाज में झलकते हैं, यदि कहा जाए कि एफ.एम. प्रसारण आधुनिकता का लिबास ओढ़े हुए है तो गलत न होगा। इसी लिए इस तरह के प्रसारण युवा पीढ़ी को बहुत जल्दी आकर्षित करते हैं।

एफ.एम.रेडियो एक प्रकार से स्थानीय या लोकल रेडियो का रूप है। शहर में होने वाली घटनाएं, मौसम की जानकारी, ट्रैफिक से सम्बन्धित खबरें, शहर में होने वाले उत्सव, समारोह, रेल टिकट आरक्षण जैसी सभी जानकारियां इसमें होती हैं। इस प्रकार का प्रचार-प्रसार आम आदमी को एफएम से बांधता है।

एफ.एम. रेडियो का मुख्य कार्य वाणिज्य से जुड़ा है। अतः विज्ञापन की ओर इसका रुझान अधिक है। क्योंकि निजी चैनल मालिक का असल उद्देश्य इन चैनलों के संचालन के जरिए पैसा कमाना होता है। अतः इसके कार्यक्रमों और प्रस्तुति में व्यावसायिक अंदाज साफ झलकता है फिर भी यह बात सच है कि एफएम रेडियो ने रेडियो को नया जीवन दिया है और यह नए जमाने का एक वेहद लोकप्रिय माध्यम बन गया है।

रेडियो पेजिंग : एफ.एम. प्रसारण तकनीक में एक सुविधा यह है कि इसके लिए रखे गये फ्रीक्वैन्सी बैंड में कुछ खाली जगह बचती है, जहाँ अतिरिक्त सिग्नल के माध्यम से सूचनाएं एकत्रित की जा सकती हैं। ये सूचनाएं एकल फोन प्रक्रिया की तरह प्रयोग की जा सकती है। इस तरह रेडियो पेजिंग सेवा चेतनशील सिग्नल प्रसारित करती है और अपरिहार्य संदेशों की वाहक है।

वर्तमान में अनेक डीटीएच प्रसारण भी एफएम सेवाओं का प्रसारण करने लगे हैं। इससे एफएम का दायरा शहरी सीमा से बाहर भी बढ़ने लगा है। यह बात एफएम के लिए बहुत शुभ संकेत है क्योंकि इनके जरिए एफएम प्रसारण ग्रामीण क्षेत्रों तक भी पहुंच सकेगा।

हालांकि देश में एफएम रेडियो की शुरुआत 1977 में ही हो गयी थी और जुलाई 1977 में मद्रास (वर्तमान चैन्नई) में एफएम ट्रांसमीटर ने प्रसारण शुरू कर दिया था और जल्द ही दिल्ली, कलकत्ता, मुंबई में भी एफएम प्रसारण शुरू हो गया था लेकिन यह तब अधिक लोकप्रिय नहीं हो सके। सातवीं पंचवर्षीय योजना में एफ एम रेडियो ट्रांसमीटरों की स्थापना पर खूब जोर दिया गया। इसके दो कारण थे एक तो एफ एम ट्रांसमीटरों की अत्यधिक संख्या के कारण उसमें विस्तार की सम्भावनाएं कम थी दूसरे एफ एम ट्रांसमीटर की स्थापना और रखरखाव बेहद महंगा था। एफ एम प्रसारणों पर मौसम की खराबी का प्रतिकूल असर पड़ता था। ध्वनि का स्तर भी एफ एम से कई गुना श्रेष्ठ था। फिर भी सरकारी क्षेत्र में रहने तक पर्याप्त विस्तार के बावजूद एफ एम की लोकप्रियता में कोई बड़ा

अन्तर नहीं आया। यह अन्तर तो एफ एम रेडियो को निजी क्षेत्र के लिए खोलने के बाद नजर आने लगा हांलाकि देश का पहला निजी एफ एम स्टेशन रेडियो सिटी के नाम से बंगलौर में 2001 में शुरू हो गया था मगर इसे व्यापक विस्तार 2006 के बाद सरकारी नीतियों में परिवर्तन के बाद मिला। आज निजी क्षेत्र के कार्यक्रमों के कारण ही एफ एम प्रसारण रेडियो का सबसे अधिक लोकप्रिय हिस्सा बन गया है।

बोध प्रश्न

- प्र0 1— एफ एम रेडियो किस तकनीक पर कार्य करता है?
- उ0 एफ एम रेडियो फ्रीक्वेंसी मोड्यूलेशन या आवृत्ति नियमक तकनीक पर आधारित होता है।
- प्र0 2— एफ एम तरंगे कितनी दूर तक पहुंच सकती हैं?
- उ0 एफ एम तरंगे बहुत दूर तक नहीं जा सकती। इनकी क्षमता 50 से 80 किमी की दूरी तक जाने के बाद एकदम क्षीण हो जाती हैं।
- प्र0 3— भारत में अभी एफ एम चैनल देश के किन हिस्सों में अधिक लोकप्रिय हैं।
- उ0 हांलाकि देश में दूर दराज के इलाकों में भी एफ एम रेडियो स्टेशन हैं। लेकिन देश में इनकी अधिक लोकप्रियता उन्हीं शहरों में अधिक है जहां निजी एफ एम प्रसारण हो रहे हैं।
- प्र0 4— भारत में एफ एम प्रसारण की शुरूआत कब और कहां हुई?
- उ0 भारत में एफ एम प्रसारण की शुरूआत जुलाई 1977 में तत्कालीन मद्रास में हुई।

5.7 सरांश :

रेडियो ने अपने जन्म के साथ ही जनसंचार की दुनिया में जोरदार हलचल मचा दी थी। रेडियो पर खबरों का प्रसारण शुरू होने पर से यह कहा जाने लगा था कि रेडियो पर खबरे आ जाने से अब अखबारों को कौन खरीदेगा। अमेरिका में तो अखबार मालिकों ने समूह बना कर रेडियो पर खबरों के प्रसारण का विरोध भी किया था। लेकिन जल्द ही उनका विरोध खत्म हो गया क्योंकि रेडियो पर खबरें आने के बाद से अखबारों की प्रसार संख्या कम होने के बजाय अधिक होने लगी थी। इसकी वजह यह थी कि रेडियो पर खबरें आने के बाद खबरों का एक नया ग्राहक वर्ग तैयार होने लगा था क्योंकि रेडियो के कारण खबरों का विस्तार बढ़ गया था और रेडियो पर खबरें सुनने के बाद लोगों में खबरों को विस्तार से जानने की उत्कंठा बढ़ गई थी। रूसी क्रांतिकारी नेता लेनिज तो रेडियो को बिना कागज और बिना दूरी का समाचार पत्र कहते थे।

भारत में 23 जुलाई 1927 को इण्डियन ब्राडकास्टिंग कम्पनी का प्रसारण शुरू करते समय तत्कालीन वायसराय लार्ड डरविन ने कहा था “भारत के दूरदराज के गावों के लिए और इनके अलावा अन्य बहुत से लोगों के लिए यह प्रसारण एक बरदान साबित होगा। मनोरंजन और शिक्षा दोनों ही दृष्टियों से इसकी सम्भावनाएं बहुत व्यापक हैं। इतनी कि इस बक्त हम उनका अनुमान भी नहीं लगा पा रहे हैं।” समय बीतने के साथ यह बात सच साबित भी हुई। भारत में रेडियो ने गावों में किसानों को खेती-किसानी की जानकारियां देने, मछुआरों का समुद्रतटीय लोगों को मौसम की खराबी की जानकारी देने और सीमाओं में तैनात फौजियों को बाकी देश से जोड़े रखने और उनका मनोरंजन करने जैसे कार्यों को अंजाम देकर यह साबित कर दिया है कि देश में रेडियो कितनी सम्भावनाओं वाला माध्यम है।

हालांकि भारत में लम्बे समय तक रेडियो का अर्थ आकाशवाणी या ऑल इण्डिया रेडियो ही होता था। आकाशवाणी की अनेक सेवाओं के अलावा बीबीसी तथा रेडियो सीलोन भारत में रेडियो श्रोताओं के लिए दूसरे परिचित नाम थे।

लेकिन एफ एम रेडियो का विस्तार होने तथा इसमें निजी क्षेत्र के प्रवेश के बाद से रेडियो प्रसारण में अनेक नए नाम भी जुड़ गए हैं और श्रोताओं का एक नया शहरी युवा वर्ग भी तैयार हो गया है। इस नए श्रोतावर्ग ने भारत में रेडियो के लिए नये विज्ञापन दाताओं का वर्ग भी तैयार कर दिया है। विज्ञापनदाताओं की रूचि बढ़ जाने के कारण रेडियो का व्यावसायिक पहलू भी मजबूत हो गया है। और रेडियो फिर से एक चर्चित तथा लाभप्रद संचार माध्यम बन गया है।

5.8 शब्दावली :

ट्रांसमीटर : ट्रांसमीटर एक ऐसा उपकरण होता है जो हमारी आवाज को रेडियो तरंगों में बदल देता है। फिर इन तरंगों को प्रसारण एंटीना के जरिए वायुमण्डल में प्रसारित कर दिया जाता है। ट्रांसमीटर शब्द का उपयोग रेडियो संचार में प्रसारण यंत्र के लिए भी किया जाता है और किसी रेडियो स्टेशन की पहचान उसमें लगे ट्रांसमीटर की क्षमता से होती है।

पिच : पिच का आशय रेडियो प्रसारण में आवाज की पिच से है। मनुष्य के गले से निकलने वाली आदियो आवृत्ति को ही आवाज की पिच कहते हैं। पुरुषों की आवाज के पिच की सीमा 80 से 150 आवृत्ति प्रति सेकेण्ड होती है जबकि महिलाओं में यह सीमा 180 से 280 आवृत्ति प्रति सेकेण्ड होती है। इसीलिए महिलाओं की आवाज पुरुषों की तुलना में पतली होती है।

परिसंवाद : रेडियो में जब किसी विषय पर दो या अधिक विशेषज्ञ अपनी राय प्रस्तुत करते हैं तो ऐसे कार्यक्रम को परिसंवाद कहा जाता है। परिसंवाद का विषय एक ही होता है मगर उस पर प्रतिभागियों की राय अलग-अलग होती है। परिसंवाद में संचालक की भूमिका सबसे अधिक महत्वपूर्ण होती है क्योंकि वही परिसंवाद को आगे बढ़ाता है।

वॉयसडिस्पैच : वॉयस डिस्पैच या ध्वनि प्रेषण रेडियो समाचारों के साथ घटनास्थल पर मौजूद संवाददाता की आवाज प्रसारण की प्रक्रिया है। वॉयस डिस्पैच से रेडियो की खबरों की विश्वसनीयता बढ़ जाती है। खबरों के साथ घटना स्थल से संवाददाता की आवाज श्रोताओं को खुद भी घटनास्थल के करीब पहुंचा देता है।

फोन इन कार्यक्रम : फोन इन रेडियो कार्यक्रमों की एक विशेष विधा है। इसमें किसी विषय या समस्या पर विषय विशेषज्ञ या जिम्मेदार अधिकारी श्रोताओं के प्रश्नों का उत्तर देते हैं। इन कार्यक्रमों के लिए स्टूडियो को टेलीफोन लाइनों से जोड़ दिया जाता है। श्रोता कार्यक्रम सुनते हुए बीच-बीच में फोन के जरिए अपनी बात या सवाल विशेषज्ञों के सामने रख सकता है।

5.9 त्वरित अभ्यास :

1. रेडियो वार्ता कितने प्रकार की होती हैं?
2. विश्व का पहला रेडियो स्टेशन कब और कहां स्थापित हुआ था?
3. रेडियो स्टेशन का मुख्य यंत्र क्या होता है?
4. रेडियो प्रसारण में प्रस्तुतकर्ता के बोलने की गति का क्या महत्व है?
5. ब्रेकिंग न्यूज क्या होती है?
6. रेडियो वार्ता की भाषा कैसी होनी चाहिए?
7. जिगल क्या है?
8. परिसवाद (Discussion) और परिचर्चा (Debate) में क्या अन्तर है?
9. परिचर्चा के संचालक में क्या गुण होने चाहिए?

10. भेटवार्ता क्या होती है?
11. भेटवार्ता कितने प्रकार की हो सकती है?
12. एक अच्छे भेटकर्ता में क्या-क्या गुण होने चाहिए?
13. रेडियो रिपोर्ट से आप क्या समझते हैं?
14. साउंड बाइट (Sound Byte) को संक्षेप में समझाइए?
15. एफ.एम. प्रसारण क्या है?
16. रेडियो पेजिंग क्या है?

5.10 अभ्यासार्थ प्रश्न :

- प्रश्न 1— रेडियो प्रस्तुतिकरण को विस्तार में समझाइए।
- प्रश्न 2— रेडियो लेखन के महत्वपूर्ण बिन्दु क्या हैं?
- प्रश्न 3— रेडियो के विभिन्न कार्यक्रमों के बारे में आप क्या जानते हैं?
- प्रश्न 4— रेडियो समाचार के लेखन और सम्पादन प्रक्रिया को समझाइए।
- प्रश्न 5— एफ एम रेडियो के बारे में विस्तार से बताइए।

5.11 प्रयोगात्मक अभ्यास :

अपने क्षेत्र की प्रमुख घटनाओं पर रेडियो के लिए 10 अलग-अलग समाचार लिखिए। इन समाचारों को वायस दिस्पैच और साउण्ड बाइट्स का भी प्रयोग कीजिए।

5.12 सन्दर्भ ग्रन्थ :

- पाण्डेय, विश्वनाथ : सम्प्रेषण और रेडियो शिल्प, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी।
- सोनी, सुधीर : इलेक्ट्रानिक संचार माध्यम, राजस्थान हिन्दी ग्रन्थ अकादमी, जयपुर।
- वशिष्ठ, मीनाक्षी : इलेक्ट्रानिक युग में पत्रकारिता का बदलता स्वरूप, राजस्थान हिन्दी ग्रन्थ अकादमी, जयपुर।
- आर्य, पी० के० : इलेक्ट्रानिक मीडिया प्रतिभा प्रतिष्ठान, नई दिल्ली।
- सिंह, देवव्रत : भारतीय इलेक्ट्रानिक मीडिया, प्रभात प्रकाशन, दिल्ली।

इकाई 06

फोटो पत्रकारिता

इकाई की रूपरेखा

- 6.0 उद्देश्य
- 6.1 प्रस्तावना
- 6.2. फोटो पत्रकारिता का इतिहास एवं स्वर्णिम युग
- 6.3 फोटो पत्रकार
 - 6.3.1 फोटो पत्रकार की भूमिका
 - 6.3.2 फोटो कैप्सन
- 6.4 फोटो पत्रकारिता के उपकरण और तकनीक
 - 6.4.1 पारंपरिक तथा आधुनिक तकनीक
 - 6.4.2 फोटोग्राफी उपकरण
 - 6.4.3 कैमरा लेंस
- 6.5 फोटो ग्राफी
- 6.6 सारांश
- 6.7 शब्दावली
- 6.8 त्वरित अभ्यास
- 6.9 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 6.10 प्रयोगात्मक अभ्यास
- 6.11 संदर्भ ग्रन्थ

6.0 उद्देश्य :

इस फोटो पत्रकारिता इकाई का उद्देश्य फोटो पत्रकारिता की जानकारी देना है। इस इकाई के अध्ययन से फोटो पत्रकारिता का विकास, फोटो पत्रकारिता के महत्वपूर्ण बिंदु, फोटो पत्रकारिता में उपयोग होने वाले यंत्रों तथा तकनीक की संक्षिप्त जानकारी हासिल होगी। इस इकाई के अध्ययन के पश्चात फोटो पत्रकारिता के बारे में आधुनिक ज्ञान मिल सकेगा। इस इकाई के जरिए

- फोटो पत्रकारिता के इतिहास की जानकारी हासिल हो सकेगी।
- फोटो पत्रकार के गुणों और उसकी भूमिका के बारे में जाना जा सकेगा
- फोटो पत्रकारिता की पारंपरिक और आधुनिक तकनीकों के बारे में जानकारी मिलेगी
- फोटो पत्रकारिता के उपकरणों और पत्रकारिता में इस्तेमाल होने वाले तरह-तरह के लेंसों के बारे में जाना जा सकेगा।
- और फोटोग्राफी के माध्यमों के बारे में जानकारी प्राप्त की जा सकेगी।

6.1 प्रस्तावना :

फोटो पत्रकारिता एक विशेष प्रकार की पत्रकारिता है जिसमें फोटो की सहायता से समाचार (न्यूज स्टोरी) तैयार किया जाता है। सामान्य पत्रकारिता में केवल भाषा तथा शब्दों द्वारा समाचार संकलित कर प्रकाशित किए जाते हैं। जबकि फोटो पत्रकार अपने समाचार या न्यूज स्टोरी को फोटो के माध्यम से अपने पाठकों तक पहुंचाता या पहुंचाती है। इस तरह फोटो के माध्यम से समाचारों को प्रस्तुत प्रदान करने की विद्या फोटो पत्रकारिता है। समाचार के प्रभाव के हिसाब से फोटो

पत्रकारिता ज्यादा असरकारक होती है क्योंकि फोटो के माध्यम से पाठक सीधे घटनास्थल पर स्वयं होने का सा अनुभव करने लगता है।

क्योंकि सामान्य जीवन में हम जानकारी के लिए सबसे ज्यादा अपने देखने की इन्द्रि यानी आंख का प्रयोग करते हैं— इसलिए फोटो के माध्यम से घटना की जानकारी पाठकों को ज्यादा प्रभावित करती है। मनोवैज्ञानिक तथ्य है कि शब्दों से अनुभव करने से ज्यादा प्रभावी घटना को अपनी आंखों से देखना होता है। अतः फोटो पत्रकारिता के माध्यम से देखी गई घटना या समाचार की जानकारी ज्यादा विश्वसनीय मालूम होती है यह एक मनोवैज्ञानिक क्रिया है।

यह जानना जरूरी है कि फोटो दस्तावेजीकरण (फोटो डाक्यूमेंटेशन) तथा फोटो पत्रकारिता (फोटो जर्नलिस्म) दो अलग-अलग विधाएं हैं। हालांकि दोनों ही फोटोग्राफी का इस्तेमाल करती हैं। फोटो दस्तावेजीकरण में किसी भी वस्तु, गतिविधियों या हालत का फोटो के माध्यम से दस्तावेज बनाना होता है जिसे भविष्य में संदर्भ के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता है। जबकि फोटो पत्रकारिता किसी विशेष घटना या घटनाक्रम को दर्शाती है या किसी विशेष समय में किसी जगह, विषय या घटना की जानकारी पाठकों की रुचि के अनुरूप प्रदर्शित करती है।

6.2 फोटो पत्रकारिता का इतिहास एवं स्वर्णिम युग :

घटनाओं को चित्रों के माध्यम से प्रदर्शित करने का प्रचलन आदिकाल से रहा है। आदि मानव द्वारा बनाए गए गुफाओं के शैल चित्र इसके उदाहरण हैं। राजे-रजवाड़े अपने जीवन काल में हुई घटनाओं के चित्र बनवाकर उस घटना की स्मृति को स्थाई रखते थे। यह प्रचलन हस्तलिखित पाण्डुलिपियों में भी रहा। पाण्डुलिपियों में घटनाओं के साथ-साथ उसका प्रभाव बढ़ाने के राजे-रजवाड़ों के अपने चित्र भी बनाए जाते थे। रोचकता तथा सुंदरता के लिए चित्रों का प्रयोग लगातार किया जाता रहा है।

समाचार पत्रों की छपाई की तकनीक के विकास के साथ-साथ चित्रों के प्रदर्शित करने की विधा का भी विकास हुआ। पहले बड़े संसाधन वाले अखबार चित्रकारों से एनग्रेविंग बनवाकर अपने समाचार पत्रों में छापते थे। इससे उनके समाचार पत्र ज्यादा रोचक तरीके से समाचार पाठकों तक पहुंचाते थे। इससे उनकी और प्रसार संख्या बढ़ी। 1880 से 1897 के मध्य प्रिंटिंग तकनीक तथा फोटोग्राफी तकनीक में महत्वपूर्ण प्रगति हुई। हालांकि महत्वपूर्ण घटनाओं के फोटोग्राफ सन् 1850 से ही लिए जाने लगे थे। परन्तु उन्हें अखबार में छापने की तकनीक उपलब्ध नहीं थी। ऐसे में फोटोग्राफ से चित्रकार की मदद से एनग्रेविंग बनाई जाती थी, जिसे बाद में अखबार में ब्लॉक बनाकर छपा जाता था।

घटनाओं की जानकारी देने वाली फोटो सबसे पहली तस्वीरें रोमानिया के कार्ल साथमारी ने 1853 से 1856 के बीच क्रीमिया युद्ध के दौरान खींची। इस तरह से उन्हें पहला फोटो पत्रकार माना जा सकता है। युद्ध की घटनाओं को दर्शाने वाले उनके एलबम शाही घराने तथा बड़े कुलीन लोगों द्वारा खरीदे गए तथा युद्ध के हालात बताने के लिए इस्तेमाल किए गए। इसी तरह रोजर फ्रैण्टन ने भी समाचारों से संबंधित फोटोग्राफ खींचे। परन्तु तकनीक के अभाव में इन तस्वीरों को प्रकाशित करने के लिए उनको भी एनग्रेविंग चित्रकारों (एनग्रेवर) का सहारा लेना पड़ा था।

अमेरिकी गृहयुद्ध के दौरान फोटोग्राफर **मैथ्यू ब्रैडी** ने बहुत तस्वीरें खींची, इन तस्वीरों को एनग्रेवर की सहायता से हार्पर्स वीकली पत्रिका ने नियमित रूप से प्रकाशित किया क्योंकि अमेरिकी जनता युद्ध की वास्तविक स्थितियां जानना चाहती थी। जनता तक घटनाओं की वास्तविकता पहुंचाने के लिए ये फोटोग्राफर जगह-जगह अपनी फोटो प्रदर्शनी लगाकर युद्ध की वास्तविक स्थितियों को आम जनता तक पहुंचाते थे। इस तरह **मैथ्यू भी शुरूआती दौर के फोटो जर्नलिस्ट (फोटो पत्रकार) माने जाते हैं।** यद्यपि उनकी वास्तविक फोटो पत्रिकाओं में कभी नहीं छपी। परन्तु घटनाओं की वास्तविकता को फोटो के माध्यम से समाचार की तरह वे आम जनता

के बीच ले गए। उन के खींचे गए ताजा फोटो के एलबमों की निरंतर मांग रहती थी।

हाफ टोन तकनीक से पहला फोटोग्राफ न्यूयार्क के **द डेली ग्राफिक** में 4 मार्च 1880 को छपा। यह पहला मौका था जब घटना का फोटोग्राफ किसी पत्रिका में फोटोग्राफ के रूप में छपा। इससे पूर्व फोटोग्राफ को एनग्रेविंग आर्टिस्ट की मदद से एनग्रेव के रूप में छापा जाता था। लेकिन ये फोटोग्राफ भी धूप की रोशनी में होने वाली घटनाओं से ही संबधित होते थे क्योंकि तब भी फोटोग्राफी की तकनीक इतनी उन्नत नहीं हो पाई थी कि कमरे के अंदर हो रही घटनाओं को फोटोग्राफ किया जा सके। नेगेटिव फोटो मैटीरियल इतने संवेदनशील नहीं थे कि वे कम रोशनी में फोटो ले सकें। 1887 में प्लैश पाउडर का आविष्कार हुआ। बैटरी की चिंगारी के माध्यम से मैग्नीशियम पाउडर को जलाया जाता जो क्षणिक रूप से इतना प्रकाश दे देता कि कमरे के अंदर फोटो खींचा जा सके। इस तकनीक ने जैकब रीश जैसे फोटोग्राफर को कमरे के अंदर तथा घिरे हुए बाड़े के अंदर रहने वालों की जिदंगी तथा घटनाओं के फोटो खींचने की क्षमता प्रदान की। इन्हीं फोटोग्राफ्स की मदद से उन्होंने चर्चित फोटोग्रेफिक बुक **हाउ द अदर हाफ लिक्स** प्रकाशित की जो फोटो पत्रकारिता के इतिहास में मील का पत्थर बनी।

1897 तक फोटोग्राफ्स को छापने की हाफ टोन तकनीक ने इतनी प्रगति कर ली थी कि तीव्र गति की प्रिंटिंग मशीनों में इसका इस्तेमाल किया जा सके। परन्तु न्यूज फोटोग्राफ को पत्रिका प्रकाशन स्थल तक तुरंत पहुंचाने का काम बहुत कठिन था। घटनास्थल से पत्रिका के संपादन कक्ष तक फोटो को पहुंचने में कभी-कभी महीनों लग जाते थे। इस बीच फोटोग्राफ की गई घटना पुरानी पड़ जाती थी या उसमें पाठकों की दिलचस्पी कम हो जाती थी। वह दौर विश्व युद्धों का दौर था। समुद्र पार लड़ी जा रही लड़ाइयों के फोटोग्राफ की बहुत मांग थी। परन्तु संचार तथा परिवहन की सीमा की वजह से वे तुरंत नहीं पहुंचायी जा सकती थी। इस बाधा को 1921 में तोड़ा जा सका। समुद्री केबल के माध्यम से वायरफोटो तकनीक का इस्तेमाल कर फोटो तुरंत एक स्थान से दूसरे स्थान पर भेजना संभव

हुआ। बाद में रेडियो तरंगों के माध्यम से भी फोटो भेजे जाने लगे। इससे पत्रिकाओं को घटनाओं की फोटो स्टोरी तुरंत प्राप्त होने लगी तथा फोटो पत्रिकाओं के काम का प्रकाशित होने तथा पाठकों तक पहुंचने का मौका मिला।

फोटो पत्रकारिता एक ऐसा कार्य है जिसमें फोटोग्राफर को अपने उपकरणों के साथ घटनास्थल पर मौजूद होना आवश्यक है। अतः फोटोग्राफी के कैमरों तथा तकनीक ने भी इसकी गति को प्रभावित किया। शुरुआती फोटोग्राफर को अपने निगेटिव खुद ही फोटो लेने के स्थल पर ही बनाने पड़ते थे। इससे फोटो लेने में बहुत समय लगता था। इसका निदान कोडैक कंपनी द्वारा जिलेटिन की फोटो रील तथा बाक्स कैमरे के आविष्कार के साथ किया गया। तब फोटोग्राफर फोटो की रील तथा कैमरा ले जाकर तुरंत फोटो खींच सकता था। फोटो पत्रकारिता को और ज्यादा गति तब मिली जब जर्मनी की लाइका कंपनी ने 35 एम एम का कैमरा बनाया। यह हल्का तथा ज्यादा डीटेल देने वाले कैमरा एक रील में 36 फोटो खींचने में सक्षम था जो न्यूज फोटोग्राफरों व लिए किसी वरदान से कम नहीं था।

इसी तरह 1927 से लेकर 1930 के बीच फ्लैश बल्ब का आविष्कार होने से कमरे के अंदर सीमित प्रकाश के तुरंत फोटो खींचने की सुविधा हो गई। यद्यपि ये सुविधाएं आज के फोटो खींचने के यंत्रों के सम्मुख बहुत आदिम तथा पिछड़ी हुई लगती हैं, परन्तु उस दौर में इन आविष्कारों की मदद से फोटो पत्रकारिता के स्वर्णिम युग की शुरुआत तो हो ही गई थी।

समाचार पत्रों की बढ़ती संख्या के साथ-साथ उनकी प्रतिस्पर्धा भी बढ़ती गई। संसाधनों से समृद्ध अमेरिका तथा यूरोप में पाठकों को अपनी ओर खींचने के लिए प्रयास शुरू हुए। समाचार पत्रों ने अपने सचित्र संस्करण निकालने शुरू किए। इसी दौरान प्रिंटिंग की तकनीक के विकास, फोटोग्राफी के उन्नत यंत्रों तथा फोटो को वायर फोटो से तुरंत भेजने की सुविधा ने भी अपना असर दिखाया। अखबारों ने अपने आपको रोचक तथा प्रभावशाली बनाने के लिए फोटो छापने शुरू किए। घटनाओं तथा समाचारों की विश्वसनीयता के लिए फोटोग्राफ्स ने बहुत प्रभावी ढंग

से भूमिका अदा की। 1930 के बाद लंदन की **पिक्चर पोस्ट**, पोरिस की **पेरिस मैच**, बर्लिन (जर्मनी) की **अर्बेट-इलैस्ट्रेटेट जेटंग**, बर्लिन के ही **बर्लिनेट-इलैस्ट्रेटेट जेटंग**, अमेरिका की **लाइफ**, **लुक** तथा **स्पोर्ट्स इलैस्ट्रेटेड** पत्रिकाओं ने समाचार फोटो तथा फोटो फीचर छापने शुरू किए।

दैनिक समाचार पत्रों ब्रिटेन के **द डेली मिरर** तथा न्यूयार्क अमेरिका के **द न्यूयार्क डेली न्यूज** आदि ने समाचारों के सचित्र वर्णन छापकर लोकप्रियता हासिल की। 1930 से लेकर 1950 तक का यह दौर फोटो पत्रकारिता के इतिहास में स्वर्णिम युग कहलाता है क्योंकि इसी दौर ने सारी दुनिया के समाचार पत्रों को फोटो पत्रकारिता को महत्व को समझाया। इसी का असर था कि भारत में **इलैस्ट्रेटेड वीकली आफ इण्डिया** जैसी पत्रिका शुरू हो पाई जो अंग्रेजी पाठकों में लोकप्रिय हुई। यूरोप तथा अमेरिका के फोटो पत्रकारिता के स्वर्णिम युग को संवारने वाले चर्चित फोटो पत्रकारों में प्रमुख नाम था **राबर्ट काप्पा**, **एलफ्रेड एसनेस्टेड**, **डब्लू इयूजीन स्मिथ**। उस दौरान कई महिला फोटो पत्रकार भी अपना योगदान फोटो पत्रकारिता को बढ़ाने के लिए कर रही थीं। इनमें प्रमुख नाम **मार्गटेट बोर्क व्वाहट** का है।

सिपाही **टोनी वैक्कारो** ने द्वितीय विश्व युद्ध में पहली बार मोर्चे से फोटो खींची तथा समाचार पत्रों को उपलब्ध कराई। इसी तरह कापा ने फोटोग्राफर होते हुए भी युद्ध के मोर्चे से फोटो खींची तथा सिपाहियों के हालात का ताजा विवरण फोटो के माध्यम से पाठकों को दिया। यह बेहद खतरनाक काम था और आज भी फोटो पत्रकार को ऐसी ही खबरों के बीच काम करना होता है।

1980 तक समाचार पत्र तथा पत्रिकाएं पुरानी लैटर प्रेस तकनीक से छपती थी। इन छपाई मशीनों में लिखित सामग्री तो बेहतर ढंग से छप जाती था परन्तु फोटो बहुत बेहतर नहीं छपती थी। परन्तु 1980 के बाद समाचार पत्रों तथा पत्रिकाओं की छपाई के लिए बेहतर आफसेट तकनीक अपनाई जाने लगी। इससे फोटोग्राफ्स को ज्यादा अच्छे तरीके से छापा जाने लगा। छपाई की इस तकनीक

का यह असर रहा कि पत्रिकाएं भी ज्यादा आकर्षक रूप से छपने लगी। समाचार पत्रों की पाठक संख्या बढ़ाने के लिए समाचार पत्र-पत्रिकाओं ने ज्यादा से ज्यादा फोटोग्राफ्स को छापना शुरू किया। इसके कारण फोटो जर्नलिस्ट की मांग बढ़ने लगी और आज भी इनकी मांग बरकरार है।

बोध प्रश्न

- प्र0 1— चित्रों के माध्यम से घटनाओं के प्रदर्शन के प्रारम्भिक उदाहरण क्या हैं?
- उ0 चित्रों आदि के माध्यम से मानव द्वारा बनाए गए गुफाओं के शैल चित्र घटनाओं के प्रारम्भिक उदाहरण हैं।
- प्र0 2— अमेरिकी गृह युद्ध के दौरान किस फोटोग्राफर की खींची तस्वीरें हार्पर्स वीकली में प्रकाशित हुई ?
- उ0 फोटोग्राफर मैथ्यू ब्रेडी की खींची तस्वीरें अमेरिकी गृह युद्ध के दौरान एनग्रेवर की मदद से हार्पर्स वीकली में प्रकाशित हुई।
- प्र0 3— फ्लैश बल्ब का आविष्कार होने से फोटोग्राफी में क्या बदलाव आए ?
- उ0 1927 से 1930 के बीच फ्लैश बल्ब का आविष्कार होने से कमरे के अन्दर अथवा अंधेरे में स्थानों में सीमित प्रकाश में भी फोटो खींचने सकने की शुरुआत हो गई।
- प्र0 4— फोटो पत्रकारिता में टोनी वैक्कारो का क्या महत्व है ?
- उ0 टोनी वैक्कारो एक फौजी था जिसने पहली बार द्वितीय विश्व युद्ध के दौरान मोर्चे से युद्ध की तस्वीरें खींची जो अखबारों में प्रकाशित हुई।

6.3 फोटो पत्रकार :

एक फोटो पत्रकार शब्दों के बजाय फोटो के माध्यम से अपना समाचार/दृष्टिकोण/कहानी/जानकारी देता या देती है। इसलिए फोटो पत्रकार को कुशल

फोटोग्राफर होना तो जरूरी है ही लेकिन फोटो पत्रकार केवल एक फोटोग्राफर ही नहीं होता। क्योंकि वह फोटो के माध्यम से कुछ कहना भी है इसलिए उसमें एक पत्रकार की खोजी नजर भी होना जरूरी है।

एक फोटोग्राफर का कार्य विषयवस्तु का फोटो लेकर उसका दस्तावेजीकरण करना होता है। परन्तु फोटो पत्रकार विषय वस्तु से आगे अपने दृष्टिकोण, घटना या वस्तु के वातावरण को संवेदना के साथ फोटो में पकड़ना चाहता है जिससे फोटो प्रकाशित होने के बाद पाठक केवल फोटो में दिखाई देने वाली वस्तुओं तक ही सीमित न रहे, बल्कि फोटो के माध्यम से वह घटना या जानकारी को समझ भी सके। फोटोग्राफर के लिए यह जरूरी नहीं होता कि फोटो का दर्शक फोटो से संवाद स्थापित करें तथा जानकारी हासिल करें। परन्तु फोटो पत्रकार के लिए संवाद तथा जानकारी का प्रवाह बेहद जरूरी है तब ही वह फोटो ग्राफर से फोटो पत्रकार बन सकता है।

अतः फोटो पत्रकार के लिए उसके नाम के अनुरूप फोटोग्राफर तथा पत्रकार दोनों के गुणों का होना आवश्यक है। इसी दोहरी जिम्मेदारी की वजह से फोटो पत्रकारिता एक गंभीर विषय होता है। फोटोग्राफर के लिए यह जरूरी नहीं होता कि उसे फोटोग्राफ की गई वस्तु के बारे में गहन जानकारी हो। फोटोग्राफी में सिर्फ वस्तु का दृश्यक (विजुअल) दस्तावेजीकरण ही होता है। परन्तु फोटो पत्रकार के लिए विषय वस्तु की जानकारी का होना अति आवश्यक है। जब तक वह घटना उसके कारणों तथा उससे पड़ने वाले असर की जानकारी न रखता हो वह फोटो पत्रकार के रूप में उस विषय से पूरा न्याय नहीं कर सकता/ सकती।

अतः फोटो पत्रकार के लिए यह बहुत जरूरी होता है कि वह विषय वस्तु के बारे में अध्ययन करे तथा उसके ज्यादा से ज्यादा पक्षों को समझने की कोशिश करे। तब ही वह किसी घटना की गंभीरता समझ सकेगा। इसी गंभीरता की समझ के बाद लिया गया फोटो ज्यादा प्रभावशाली तथा पाठकों पर असर डालने वाला होता है।

फोटोग्राफर से फोटो पत्रकार बनने की प्रक्रिया एक आंतरिक प्रक्रिया होती है। आज फोटोग्राफी तकनीक इतनी उन्नत हो चुकी है कि फोटोग्राफर बनने के लिए किसी विशेष तकनीकी प्रशिक्षण की जरूरत नहीं। सामान्य फोटोग्राफी तो कोई भी व्यक्ति बहुत आसानी से कर सकता है क्योंकि अब आटोमेटिक एक्सपोजर के साथ-साथ आटोफोकस कैमरे उपलब्ध हैं।

लेकिन फोटो पत्रकार होना इतना आसान नहीं है। इसके लिए विषय की समझ, पूर्व ज्ञान, विषय का अध्ययन तथा जीवन के अनुभव को इस विधा से जोड़ने की जरूरत होती है। यही कारण है कि एक ही घटना को दो फोटो पत्रकार अलग-अलग दृष्टि से कवरेज करते हैं। उनके फोटोग्राफ में घटना के अलग पक्ष दिखाई देते हैं जो फोटो पत्रकार की घटना के प्रति समझ को प्रदर्शित करते हैं।

कुछ लोगों का मत है कि फोटो पत्रकारिता एक किस्म की कला है। फोटो पत्रकारों का अपने कार्य से उन्मादी लगाव होता है जैसे कि एक कलाकार का होता है। वे अपने कार्य में उसी तरह की संवेदनाएं पैदा करते हैं जैसे कलाकार करता है।

6.3.1 फोटो पत्रकार की भूमिका :

फोटो पत्रकार की भूमिका सामान्य पत्रकार से कठिन होती है। जहां सामान्य पत्रकार घटना की जानकारी द्वितीयक स्रोतों से प्राप्त कर भी रिपोर्ट बना सकता है, परन्तु फोटो पत्रकारिता में संभव नहीं है।

फोटो पत्रकार को घटना के केन्द्र में उपस्थित रहना पड़ता है जिससे वह घटनाक्रम की सजीव फोटो कवरेज कर सके। क्योंकि घटना के बीत जाने के बाद फोटो पत्रकार के लिए कुछ भी बचा नहीं रहता है। जबकि सामान्य पत्रकार लोगों से पूछकर या अन्य स्रोतों से जानकारी जुटाकर अपनी रिपोर्ट बना सकता है। इसीलिए फोटो पत्रकारिता में सफलता अनुशासन तथा दृढ़ निश्चय से ही प्राप्त की जा सकती है। जरा सा भी आलस्य या लापरवाही से फोटो पत्रकार घटना को

कवर करने से चूक सकता है। इसके लिए फोटो पत्रकार को पूर्ण रूप से तैयारी करनी होती है। यह तैयारी घटना की जानकारी, घटनास्थल तक पहुंच तथा फोटोग्राफी के यंत्रों की कुशलता के साथ-साथ मानसिक रूप से भी करनी पड़ती है।

सामान्य पत्रकार बिना अपनी उपस्थिति दर्ज किए रिपोर्टिंग कर सकता है, परन्तु फोटो पत्रकार को काम करते हुए स्पष्ट देखा जा सकता है। घटनाओं के मध्य रहने की वजह से वे दुर्घटनाग्रस्त भी होते हैं। कई बार असामाजिक तत्वों की हिंसा का शिकार भी हो जाते हैं। दंगों, युद्ध, आतंकवादी घटनाओं तथा एडवेंचर से जुड़ी गतिविधियों के कवरेज के समय फोटो पत्रकारों पर खतरा मंडराता रहता है क्योंकि उन्हें घटनास्थल के ज्यादा से ज्यादा समीप रहना होता है।

6.3.2 फोटो कैप्सन :

फोटो पत्रकार अपनी खींची हुई तस्वीरों के साथ विषय वस्तु, घटना या संदर्भ के लिए जो संक्षिप्त विवरण प्रदान करता है उसे फोटो कैप्सन कहा जाता है।

फोटो कैप्सन लिखना एक महत्वपूर्ण व गंभीर कार्य है। फोटो पत्रकार द्वारा अपनी फोटो पर दिया गया कैप्सन पाठक को फोटो को समझने तथा अनुभव करने की दृष्टि प्रदान करता है। प्रभावी कैप्सन ज्यादा विवरणात्मक नहीं होना चाहिए। वह फोटो की प्रासंगिकता तथा संदर्भ को बताने में सहायक होना चाहिए। शेष जानकारी का संवाद फोटोग्राफ द्वारा खुद ब खुद हो जाता है।

एक ही फोटोग्राफ में दो अलग-अलग कैप्सन फोटो का अलग-अलग अर्थ दे सकते हैं। इसीलिए फोटो कैप्सन बहुत महत्वपूर्ण होते हैं और फोटो पत्रकार को कैप्सन लिखने में बेहद सावधानी बरतनी चाहिए।

बोध प्रश्न

प्र0 1— फोटोग्राफर और फोटो पत्रकार में क्या अन्तर होता है ?

- उ० फोटोग्राफर का काम विषय का चित्र के रूप में दस्तावेजीकरण करना होता है जबकि फोटो पत्रकार चित्र के जरिए खबर या संदेश को पेश करता है।
- प्र० 2— फोटो पत्रकार में क्या गुण होने चाहिए ?
- उ० फोटो पत्रकार को विषय की समझ होनी चाहिए। उसमें एक पत्रकार की खोजी नजर और फोटोग्राफर की कला संवेदना दोनों ही चीजें होनी चाहिए।
- प्र० 3— फोटो पत्रकार की भूमिका सामान्य पत्रकार से कठिन क्यों है ?
- उ० सामान्य पत्रकार घटना की जानकारी दूसरों की मदद से भी कर सकता है लेकिन फोटो पत्रकार को घटनास्थल पर ही मौजूद रहकर ही काम करना होता है, इसलिए उसकी भूमिका सामान्य पत्रकार से अधिक कठिन है।
- प्र० 4— फोटो कैप्शन क्या है ?
- उ० फोटो पत्रकार अपनी तस्वीरों के साथ विषय वस्तु, घटना या संदर्भ के रूप में जो संक्षिप्त विवरण देता है उसे फोटो कैप्शन कहते हैं।

6.4 फोटो पत्रकारिता के उपकरण और तकनीक :

हम यह जानते हैं कि फोटो पत्रकार के शब्दों की जगह फोटोग्राफ्स की सहायता से अपना कथन तथा स्टोरी को पाठकों तक पहुंचाते हैं। अतः फोटो पत्रकारिता में फोटोग्राफी उपकरणों तथा तकनीक की बहुत बड़ी भूमिका है। फोटो पत्रकार बनने के लिए फोटो पत्रकारिता वर्तमान उपयोग हो रहे उपकरणों तथा तकनीक की समझ आवश्यक है। आज क्योंकि इस क्षेत्र में निरन्तर बदलाव भी आ

रहे हैं इसलिए पहले से काम कर रहे फोटो पत्रकार को भी लगातार नई तकनीक और उपकरणों की जानकारी हासिल करते रहना चाहिए।

6.4.1 पारंपरिक तथा आधुनिक तकनीक :

हाल के वर्षों में विज्ञान की नई खोजों तथा इन्फार्मेशन टेक्नालॉजी के प्रसार के साथ फोटोग्राफी के उपकरणों और तकनीक में क्रांतिकारी बदलाव आया है। आज से लगभग पच्चीस-तीस वर्ष पहले तक स्थानीय स्तर पर खींची गई फोटो को भी समस्त सुविधाओं के बावजूद पत्रिका तक पहुंचाने के लिए कम से कम आधा घंटा लगता था क्योंकि फोटो को खींचने के बाद उसे डार्करूम में रसायनों की मदद से डेवैलप करना पड़ता था। निगेटिव या स्लाइड फिल्म के सूखने के बाद, यदि जरूरत हो तो उसका फोटो पेपर पर पाजोटिव प्रिंट बनाना पड़ता था। इस पूरे प्रकरण में कम से कम आधा घंटा लगता था। यदि फोटो बाहर या मुद्रण स्थल से दूर के स्थान पर खींची गई है तो उसे सबसे तेज माध्यम से भेजने पर भी 6-7 घंटे या कभी-कभी दिन भी लग जाते थे।

इसके विपरीत आज के इन्फार्मेशन टेक्नालॉजी के युग में फोटोग्राफी का डिजिटल अवतार, यदि समुचित सुविधा व उपकरण मौजूद हो तो, समय की बाधा से किसी हद तक पार पा चुका है। डिजिटल कैमरे, इंटरनेट सुविधाएं, सेटेलाइट फोन तथा लैपटॉप जैसे उपकरण व फोटो एडीटिंग साटवेयर जैसे साधन एक मिनट के अंदर ही दुनिया के किसी कोने से कहीं भी फोटो भेज सकते हैं। डिजिटल फोटोग्राफी की तकनीक फोटो को आश्चर्यजनक गति से कार्यक्षेत्र से लक्ष्य (मुद्रण स्थल) तक पहुंचा देती है। इस टेक्नोलाजी ने तो फोटो पत्रकारिता की मूल अवधारणा ही बदल दी है।

6.4.2 फोटोग्राफी उपकरण :

पारंपरिक फोटोग्राफी का मूल स्वरूप इसके डेढ़ सौ साल से ज्यादा के इतिहास में ज्यादा नहीं बदला है। केवल इसके माध्यमों में थोड़ा बहुत बदलाव हुआ है। फोटो ग्राफिक उपकरणों तथा तकनीक में तीन चीजों की भूमिका मुख्य है—

1. कैमरा
2. फोटो माध्यम रोल/मैमोरी चिप
3. डार्क रूम

कैमरा: जिस तरह सामान्य पत्रकार बिना कलम के पत्रकारिता नहीं कर सकता, उसी तरह बिना कैमरे के भी कोई फोटो पत्रकार पत्रकारिता नहीं कर सकता। फोटोग्राफी का आविष्कार के समय कमरों में पिन-होल (पिन-छिद्र) की सहायता से दीवार पर फोटोग्राफिक बिंब को देखा गया था तथा उसी पर फोटो संवेदी रसायनों की मदद से फोटोग्राफ प्राप्त किया गया था। अन्तर सिर्फ यह है कि आज भी कमोबेश वही तकनीक फोटोग्राफी के लिए इस्तेमाल होती है। अब कैमरे के स्थान पर हाथ के समा सकने वाले 35 एम.एम. के कैमरे उपलब्ध हैं। पिन होल की जगह बेहतरीन तथा जटिल कैमरा लेंस ने ले ली है।

फोटो पत्रकारिता में फोटोग्राफर को अपने फोटो उपकरण साथ लेकर चलने पड़ते हैं। अतः यह जरूरी है कि फोटो उपकरण छोटे तथा हल्के हों। 1930 के बाद से जब से कैमरों में 35 एमएम की रील इस्तेमाल होने लगी। कैमरों का आकार छोटा होने लगा। बाद के समय में टन्गस्टन जैसी हल्की, परन्तु मंहगी धातुओं के इस्तेमाल से कैमरे हल्के भी होने लगे हैं। अब तो प्लास्टिक या हल्के एलोटरो से बने कैमरे ही ज्यादा प्रयोग में आ रहे हैं।

पारंपरिक फोटोग्राफी के स्वर्ण युग में भी बाजार में ऐसे कैमरे उपलब्ध थे जिन्हें हथेली में छिपाया जा सकता था। ये फोटो पत्रकार को खोजी पत्रकारिता में बहुत सहायक होते हैं। इनसे घटना या विषय वस्तु की बिना उसके ध्यान में आए फोटोग्राफी की जा सकती थी। इन कैमरों में दूसरा विकास इनमें ऑटोमेटिक क्रियाओं का समावेश था। पहले हर फोटो को खींचने के बाद रील को आगे बढ़ाना पड़ता था इससे विशेष स्थितियों में जहां तेज गति से फोटो लेने होते थे,

फोटोग्राफर बहुत दिक्कत महसूस करते थे। मोटोराइज्ड कैमरों ने फोटोग्राफरों की यह दिक्कत दूर कर दी।

फोटोग्राफी में तकनीक तथा अनुभव का सम्मिश्रण होता है। फोटोग्राफी का आधार विषय वस्तु पर पड़ने वाली रोशनी होता है। इसीलिए रोशनी के अनुसार सटीक फोटो खींचने के लिए शटर स्पीड तथा एपरचर का संयोजन करना पड़ता है। इस क्रिया को फोटो-एक्सपोजर कहा जाता है। कभी-कभी फोटोग्राफर विशेष कर नए फोटोग्राफर अपनी विषय वस्तु में इतना खो जाते हैं, कि वे उपलब्ध रोशनी के अनुरूप कैमरा एडजस्ट नहीं कर पाते। अतः बहुत महत्वपूर्ण फोटो भी खराब हो जाती हैं। पहले लंबे अनुभव के बाद ही उपलब्ध रोशनी के अनुसार शटर स्पीड तथा अपरचर का संयोजन सीख पाना संभव होता था। परन्तु विज्ञान की नई खोजों ने फोटोग्राफर्स की इस मुश्किल को भी खत्म कर दिया है। लाइट मीटर से उपलब्ध रोशनी को मापा जाने लगा तथा इसके अनुसार शटर स्पीड तथा एपरचर संयोजित की जाने लगी। उसके बाद अगले बड़े कदम के रूप में आटो एक्सपोजर तकनीक के कैमरों का आगमन हुआ। जिसके बाद फोटोग्राफर को कैमरे को विषय वस्तु पर फोकस ही करना पड़ता है तथा कैमरा विषय वस्तु पर पड़ने वाली रोशनी के हिसाब से खुद ही एक्सपोजर तय कर देता है। इससे फोटो ग्राफर को केवल विषय वस्तु पर केन्द्रित करने तथा फोकस ठीक करने का ही कार्य करना पड़ता है। इस तकनीक ने नए फोटोग्राफरों व पत्रकारों के लिए बेहतर फोटो मिलने की संभावना को बहुत ज्यादा बढ़ा दिया।

कैमरा विकास के अगले महत्वपूर्ण कदम में कैमरे आटो फोकस होने लगे। यानी कैमरे को फोटोग्राफर द्वारा फोकस करने के झंझट से मुक्ति मिल गई। इस तकनीक में कैमरे की फोटो स्क्रीन के मध्य में जो भी वस्तु होती है, कैमरा स्वतः ही उसे फोकस कर देता है। इस तरह फोटो पत्रकार को घटना तथा विषय वस्तु पर ही ध्यान केन्द्रित करने का मौका मिलता है तथा ज्यादा सृजनात्मक (क्रिएटिव) फोटोग्राफी के लिए समय मिलता है।

6.4.3 कैमरा लेंस :

कैमरा उपकरण में लेंस की अहम् भूमिका होती है क्योंकि इसी की सहायता से घटना की छवि फिल्म पर अंकित होती है। कैमरे में जो लेंस लगा होता है उसे **नार्मल लेंस** कहा जाता है। यह लेंस उतना ही दृश्य पकड़ता है जितना सामान्य (नार्मल) रूप से नंगी आंख से दिखाई देता है। इसीलिए ज्यादातर फोटोग्राफी में इसी तरह का लेंस इस्तेमाल होता है।

गंभीर फोटोग्राफी या फोटो पत्रकारिता के लिए विशेष कैमरों तथा लेंसों की जरूरत पड़ती है। सामान्य कैमरे में लेंस को बदलने की व्यवस्था नहीं होती, लेकिन गंभीर फोटोग्राफी/फोटो पत्रकारिता के लिए प्रयोग किए जाने वाले कैमरों में दृश्य, घटना या विषय वस्तु की जरूरत के अनुसार लेंस बदलने की सुविधा होती है। इन कैमरों का **सिंगल लेंस रिफ्लेक्स** (एस एल आर)इसलिए कहते हैं क्योंकि इन कैमरों में विषय वस्तु को देखने तथा फोटो खींचने के लिए एक ही लेंस का इस्तेमाल होता है। जबकि अन्य कैमरों में जिस लेंस से फोटो खींची जाती है उससे देखा नहीं जाता। बल्कि उनमें विषय वस्तु को देखने के लिए अलग से विंडो या छिद्र होता है। जिसे व्यू फाइंडर भी कहा जाता है।

एस एल आर कैमरों में लेंस को बदलने से देखने के क्षेत्र भी बदल जाता है क्योंकि दृश्य बदले हुए लेंस से उसकी विशेषता के अनुरूप दृश्य दिखाई देता है। यह बेहतर परिणामों तथा फोटो संयोजन के लिए सरलता उत्पन्न करता है।

विशेषज्ञ फोटोग्राफी में काम आने वाले लेंस: विशेषज्ञ फोटोग्राफी व फोटो पत्रकारिता में उपयोग होने वाले कैमरा लेंसों की बहुत बड़ी श्रृंखला है। ये लेंस फोटोग्राफी की विशेषज्ञता वाले विधाओं के हिसाब से इस्तेमाल होते हैं।

लेंस की फोकल लेंथ : प्रत्येक लेंस की एक फोकल लेंथ होती है। साधारण रूप से किसी लेंस की फोकस लेंथ उतनी होती है जितनी दूरी पर वह सूर्य से आने वाले प्रकाश को केन्द्रित करता है। इसे एम एम यानी मिलीमीटर में नापा जाता है। यदि

किसी लेंस की फोकस लेंस 100 एम.एम है तो इसका मतलब यह हुआ कि यदि उसको सूर्य के प्रकाश के सम्मुख रखा जाय तो वह इस पर पड़ने वाले प्रकाश को 100 मिलीमीटर दूर बिंदु पर केन्द्रित करेगा क्योंकि सूर्य का प्रकाश समानान्तर रेखा में होता है तथा हर लेंस समान्तर रूप से आने वाले प्रकाश को अपनी फोकल लेंथ पर फोकस करता है। फोकल लेंथ वाले तथ्य को इसलिए जानना जरूरी है कि इससे ही लेंस की क्षमता यानी दृश्य पर असर पड़ता है।

किसी भी कैमरे में जो भी निगेटिव इस्तेमाल होता है— उसके विकर्ण (दो विपरीत कोनों के बीच की दूरी) की लंबाई के बराबर वाले फोकल लेंस से खींची गई फोटो का दृश्य उतना ही होगा जितना दृश्य सामान्य मनुष्य की आंख से दिखाई देता है। 35 एमएम के नेगेटिव या पाजोटिव स्लाइड के विकर्ण की लंबाई लगभग 50 एमएम होती है। अतः 35 एमएम कैमरे के लिए 50 एमएम फोकस लेंथ वाला लेंस नार्मल लेंस होगा। सामान्य 35 एमएम कैमरों में इसीलिए 40 से 50 एमएम के लेंस होते हैं जिससे सामान्य दृष्टि के क्षेत्र के हिसाब से फोटो खींची जा सके।

फोटोग्राफी व फोटो पत्रकारिता में सबसे ज्यादा इस्तेमाल होने वाले लेंस: फोटोग्राफी व फोटो पत्रकारिता में सबसे ज्यादा उपयोग होने वाले लेंसों को तीन श्रेणियों में बांटा जा सकता है—

- 1.वाइड एंगल लेंस
- 2.टैली फोटो लंस
- 3.जूम लेंस

वाइड एंगल लेंस : कभी—कभी एक ही फोटों में सामान्य दृष्टि क्षेत्र ज्यादा क्षेत्र को दिखाए जाने की आवश्यकता होती है या जब कमरे के अंदर जहां सीमित क्षेत्र होता है वहां के स्थल का ज्यादा से ज्यादा हिस्सा कवर करना होता है तो **वाइड एंगल लेंस** का इस्तेमाल किया जाता है।

जैसे कि इनके नाम से ही प्रकट है ये सामान्य दृष्टि से ज्यादा चौड़े (वाइड) कोण (एंगल) के दृश्य को कवर करते हैं। लेंस की फोकल लेंथ यदि नार्मल से कम होती है तो उसमें ज्यादा क्षेत्र के दृश्य को कवर करने की क्षमता आ जाती है। वाइड एंगल लेंस विभिन्न फोकल लेंथ में उपलब्ध होते हैं तथा फोटोग्राफर अपनी जरूरत के अनुरूप फोकल लेंथ वाले लेंस का इस्तेमाल करते हैं। वाइड एंगल लेंस के अपने गुण दोष भी होते हैं। इनके ज्यादा दृश्य क्षेत्र को कवर करने के गुण के साथ-साथ नजदीक तथा दूर की वस्तुओं को ज्यादा फोकस में रखने का गुण भी होता है। इसे ज्यादा **डेथ ऑफ फील्ड** कहते हैं।

इसकी एक कमी यह है कि यह कैमरे के नजदीक की वस्तु को बहुत बड़ा तथा दूर की वस्तु को बहुत छोटा कर देता है। इसे **फोटो डिस्टॉर्सन** कहते हैं। लेकिन इस कमी का उपयोग फोटोग्राफर या फोटो पत्रकार सृजन शीलता लाने के लिए भी कर लेते हैं।

टेली फोटो लेंस : टेलीफोटो लेंस जैसा कि इसके नाम से स्पष्ट हो जाता है कि यह दूर (टेली) की वस्तुओं की तस्वीरें खींचने के काम आता है। इसके लेंस की बनावट दूरबीन के लेंस से मिलती जुलती है। अतः यह दूरबीन की तरह ही दूर की वस्तुओं को बड़ा तथा स्पष्ट दिखाता है। इस लेंस की मदद से दूर की वस्तुओं की स्पष्ट तथा बड़ी फोटो खींची जा सकती है। टेली फोटो की फोकस लेंथ नार्मल लेंस की फोकल लेंथ से ज्यादा होती है। अतः 35 एमएम के कैमरा के लिए 70 एमएम से ज्यादा फोकल लेंथ के लेंसों को टेली फोटो लेंस कहते हैं। टेली फोटो लेंस भी जरूरत के अनुरूप शार्ट टेली लेंस तथा लांग टेली लेंस की श्रेणी में रखा जाता है। 35 एमएम कैमरे के लिए 70 से 150 एमएम के लेंस को **शार्ट टेली फोटो लेंस** कहते हैं। 300 से से ज्यादा फोकल लेंथ के लेंसों को **लांग टेली फोटो लेंस** कहते हैं।

टेली फोटो लेंस का खूबी यह होती है कि वह दूर की वस्तुओं की साफ-साफ फोटो खींचने में मददगार होते हैं। लेकिन

उनमें यह कमी होती है कि उनकी "डैप्थ ऑफ फील्ड" बहुत कम होती है। यानी जिस वस्तु को फोकस किया गया है उसके आगे या पीछे की वस्तुएं फोकस में नहीं रहती तथा धुंधली हो जाती हैं।

लेकिन सृजनशील (क्रिएटिव) फोटोग्राफर लेंस की इस कमी को बहुत बेहतर ढंग से इस्तेमाल करते हैं। भीड़ में किसी व्यक्ति की फोटो सामान्य लेंस से खींचने पर सारी भीड़ के लोग ही कमोबेश फोकस में होते हैं। लेकिन टेली फोटो का इस्तेमाल कर भीड़ में से सिर्फ किसी एक व्यक्ति को अलग किया जा सकता है। इसी तरह किसी वस्तु को उसकी पृष्ठभूमि से टेलीफोटो लेंस से फोकस कर अलग से उभारा जा सकता है।

जूम लेंस : वाइड एंगल लेंस तथा टेली फोटो लेंस एक खास फोकल लेंथ के लिए बने होते हैं। इन्हें **फिक्सड फोकल लेंथ लेंस** भी कहते हैं। परन्तु जूम लेंस की खसियत यह होती है कि इनकी **फोकल लेंथ** को बदला जा सकता है। इन्हें तकनीकी भाषा में इन्हें **वैरिएबल फोकल लेंथ लेंस** कहते हैं। क्योंकि इन की फोकल लेंथ सैटिंग को बदल कर दिखने वाले दृश्य को ज्यादा या कम किया जा सकता है— यानि जूम किया जा सकता है। अतः इन्हें **जूम लेंस** भी कहते हैं। जूम लेंस तीन तरह के होते हैं।

(1) वाइड टु वाइड जूम लेंस

(2) वाइड टु टेली जूम लेंस

(3) टेली टु टेली जूम लेंस

(1) **वाइड टु वाइड जूम लेंस** : इन जूम लेंसों की वैरिएबल फोकल लेंथ वाइड एंगल लेंस के क्षेत्र के बीच रहती है। यह ज्यादा वाइड एंगल लेंस से कम वाइड एंगल लेंस के बीच के दृश्य लेने के काम आता है। सामान्य रूप से 35 एम एम कैमरे के लिए 35 टु 21 एम एम (35 से 21 एम एम) जूम लेंस उपलब्ध होते हैं।

(2) वाइड टु टेली जूम लेंस : ये जूम लेंस सबसे ज्यादा प्रचलित हैं तथा आधुनिक कैमरों में स्टैंडर्ड नार्मल लेंस की जगह इन्हीं जूम लेंसों का इस्तेमाल किया जा रहा है।

आमतौर पर 35 एम एम से 70 एम एम तक के जूम सामान्य फोटो ग्राफी के लिए वाइड एंगल से लेकर टेलीलेंस की जरूरत पूरी कर देते हैं। इसीलिए इनका सबसे ज्यादा प्रयोग होता है।

(3) टेली टु टेली जूम लेंस : इस श्रेणी के जूम लेंस की फोकल लेंस टेलीफोटो लेंस की श्रेणी की होती है। इस श्रेणी में सबसे ज्यादा प्रचलित 70 एम एम से 200 एम एम टेली जूम हैं। इससे दूर की वस्तुओं को अपनी जरूरत के अनुसार साइज में लाकर फोटो खींची जा सकती है।

बोध प्रश्न

प्र0 1— फोटोग्राफी के प्रमुख उपकरण क्या हैं ?

उ0 फोटोग्राफी के प्रमुख उपकरणों में कैमरा, फोटो, रोल, मैमोरी चिप और डार्क रूम आदि हैं।

प्र0 2— शुरुआती कैमरे किस तकनीक पर आधारित थे ?

उ0 शुरुआती कैमरे पिन होल पिन छिद्र तकनीक पर आधारित थे।

प्र0 3— कैमरा लेंस क्या होता है ?

उ0 कैमरा लेंस कैमरे का सबसे महत्वपूर्ण भाग होता है। इसी की सहायता से विषय वस्तु की तस्वीर फिल्म या मैमोरी चिप में अंकित होती है।

प्र0 4— फोटो पत्रकारिता में अधिक इस्तेमाल होने वाले लेंस कौन-कौन से हैं?

उ0 फोटो पत्रकारिता में सर्वाधिक इस्तेमाल होने वाले लेंसों में वाइड एंगल लेंस, टेलीफोटो और जूम लेंस प्रमुख हैं।

6.5 फोटोग्राफी माध्यम :

जिस माध्यम में फोटोग्राफिक छवि को अंकित किया जाता है— उसे फोटोग्राफिक माध्यम कहते हैं। समय के साथ-साथ इन माध्यमों में बदलाव हुआ है। पहले नेगेटिव के लिए कांच की प्लेटों तथा तुरंत बनाए जाने वाले रसायनों का उपयोग होता था। बाद में फोटोग्राफ तकनीक के विकास के साथ कांच का स्थान पहले जिलेटिन शीट ने तथा बाद में पौलीएस्टर शीट रोल ने ले लिया। इससे फोटोग्राफों को इन्हे ले जाने तथा इस्तेमाल करने में बहुत सुविधा हुई। लगभग खत्म होती जा रही पारम्परिक फोटोग्राफी में फोटो अंकित करने के माध्यम के रूप में फोटोग्राफी फिल्म रील का इस्तेमाल होता है, ये तीन तरह की होती हैं।

- (1) ब्लैक एण्ड व्हाइट फिल्म
- (2) रंगीन निगेटिव फिल्म
- (3) रंगीन पोजेटिव या स्लाइड फिल्में

(1) ब्लैक एण्ड व्हाइट फिल्म : पहले जब रंगीन फोटोग्राफी का अविष्कार नहीं हुआ था तो सारी फोटोग्राफी ब्लैक एण्ड व्हाइट यानि श्वेत-श्याम रंग में होती थी। इस फोटोग्राफी का फायदा यह था कि इसे फोटोग्राफर अपने निजी डार्करूम में रील डेवलप कर पोजेटिव बनाता था तथा इस प्रक्रिया में उसका नियंत्रण रहता था। वह मनचाहा परिणाम पा सकता था। रंगीन फोटोग्राफी के प्रचलन के बाद श्वेत श्याम फोटोग्राफी पिछड़ गई तथा अब विशेष परिस्थितियों में ही इसका प्रयोग होता है।

(2) कलर निगेटिव फिल्म : इसमें भी रील को कैमरे से एक्सपोज करने के बाद डार्क रूम में डेवलप किया जाता है। फिर कलर पोजेटिव पेपर पर उसका पोजेटिव प्रिंट बनाया जाता है। एक निगेटिव से हजारों कलर प्रिंट बना सकते हैं। परन्तु कलर निगेटिव रील को व्यक्तिगत डार्क रूम में धोना बहुत मुश्किल होता है क्योंकि इसको डेवलप करते वक्त एक निश्चित तापमान तथा समय तक डेवलप करना पड़ता है। यदि तापमान में अन्तर आया तो रील खराब हो जाती है तथा

फोटो नहीं मिल पाते। इन्हें स्पेशिलाइज्ड कलर लैब में डैवलैप तथा प्रिन्ट किया जा सकता है।

(3) कलर पोजेटिव फिल्म (स्लाइड, ट्रान्सपैरेन्सी) : इस विशेष रील में निगेटिव नहीं बनता वरन् फिल्म से सीधे पाजेटिव बिम्ब मिलता है, यानि जैसा दृश्य तथा रंग होते हैं वैसा ही सीधे रील में ही दिखाई देता है।

इस तरह की रंगीन स्लाइड का प्रयोग क्वालिटी प्रिन्टिंग तथा स्लाइड शो प्रजेंटेशन में प्रोजेक्टरों के माध्यम से किया जाता है। इस रील की कमी यह है कि इससे फोटो की एक ही प्रति प्राप्त होती है। ज्यादा फोटो के लिए इस स्लाइड या ट्रान्सपैरेन्सी की कापी करानी पड़ती है जो कुछ विशेष स्थानों पर ही होती है तथा बहुत महंगी होती है। साथ ही कापी करने पर वह आरीजिनल (मूल) से थोड़ा कम हो जाती है।

मैमोरी कार्ड : डिजिटल फोटोग्राफी में रील का झंझट नहीं रहता है। डिजिटल कैमरा दृश्य को अपने सेंसर से स्कैन का उसकी एक डिजिटल फाइल बनाता है वह अपनी **आन्तरिक मैमोरी (इन्टरनल मैमोरी)** में सेव कर लेता है। हर कैमरे में एक **एक्सटरनल मैमोरी** भी होती है जो **मैमोरी कार्ड** के रूप में होती है। डिजिटल कैमरे के मैमोरी कार्ड स्लॉट में इस मैमोरी कार्ड को डाला जाता है। सामान्यतः कैमरा स्कैन की हुई फोटो को इस मैमोरी कार्ड में फोटो खींचते वक्त सेव कर लेता है। बाद में इस मैमोरी कार्ड में सेव फोटो को कम्प्यूटर में ट्रान्सफर कर दिया जाता है।

मैमोरी कार्ड कई तरह के होते हैं। प्रत्येक कैमरा किसी खास किस्म के मैमोरी कार्ड का ही इस्तेमाल करता है। अतः कैमरों में मैमोरी कार्ड इस्तेमाल से पूर्व कैमरा मैन्यूअल में उसमें उपयोग होने वाले कार्ड की जानकारी ले लेनी चाहिए। मैमोरी कार्ड की फोटो संग्रह की क्षमता दो बातों पर निर्भर होती है।

(1) फोटो कितने मेगापिक्सल की हैं

(2) फोटो कार्ड की अपनी धारक क्षमता कितनी है।

डिजिटल कैमरे की फोटो खींचने की गुणवत्ता उसके सेन्सर की संवेदनशीलता पर निर्भर होती है। सामान्य भाषा में उसे **मेगापिक्सल** कहते हैं। पिक्सल कम्प्यूटर ग्राफिक के वे आधार बिन्दु हैं जिनसे किसी दृश्य का निर्माण होता है अतः जितने ज्यादा मेगा पिक्सल पर कैमरा फोटो खींचता है— वह उतनी ही गुणवत्ता वाली फोटो होती है, जिसे उतना ही बड़ा भी किया जा सकता है। उदाहरण के लिए 3.5 मेगापिक्सल फोटो खींचने वाले कैमरे से 8 इंच गुणा 12 इंच तक का फोटो बनाया जा सकता है। इससे बड़ा बनाने पर वह धुंधला होगा या अच्छी गुणवत्ता वाला नहीं होगा। परन्तु 10 मेगापिक्सल की फोटो खींचने वाले कैमरे से 3 फुट गुणा 6 फुट की फोटो भी साफ दिखाई देगी।

परन्तु जितने ज्यादा मेगापिक्सल की फोटो होगी, उसकी डिजिटल फाइल भी उतनी ही बड़ी होगी, इसलिए किसी निश्चित धारक क्षमता वाले मैमोरी कार्ड में कम मेगा पिक्सल वाली ज्यादा फोटो आयेंगी। मैमोरी कार्ड की धारक क्षमता बाइट में नापी जाती है। **मेगाबाइट** में हजार गुणा हजार बाइट होती है और गैगा बाइट में हजार मेगाबाइट होती है। सामान्य तौर पर 250 मेगाबाइट से लेकर 16 गैगाबाइट तक की मैमोरी चिप आम है। मेगाबाइट को **एमबी** तथा गैगाबाइट को **जीबी** भी कहते हैं। ज्यादा मेगापिक्सल के फोटो खींचने वाले कैमरों में ज्यादा धारक क्षमता का मैमोरी कार्ड लगाना चाहिए।

जब मैमोरी कार्ड की मैमोरी फुल हो जाती तो इसकी फोटो फाइल कम्प्यूटर में ट्रांसफर कर दी जाती है। फिर मैमोरी कार्ड की फोटो को कम्प्यूटर या कैमरे की मदद से **इरेज** या मिटा दिया जाता है। जिससे उसमें फिर से कैमरे से फोटोग्राफ्स सेव किये जा सकते हैं।

डार्क रूम : फोटोग्राफ तथा फोटो सामग्री को जहां प्रोसेस किया जाता है उसे डार्क रूम कहते हैं। पारंपरिक फोटोग्राफी में इस प्रोसेस को अंधेरे कमरे में किया जाता है क्योंकि फोटो रील, फोटो प्रिंट पेपर तथा इसमें इस्तेमाल होने वाले रसायन रोशनी

के प्रति संवेदनशील होते हैं। अतः फोटो प्रोसेस के स्थान को अंधेरा रखा जाता है। इसीलिए इसे **डार्क रूम** कहते हैं। डार्क रूम में रसायन घोल की मदद से फिल्म रील को डेवेलप किया जाता है तथा फिक्सर कैमिकल की मदद से उसे प्रकाश के प्रति असंवेदी बनाया जाता है, जिसमें उस पर प्रकाश का असर न हो। डार्क रूम में प्रायः लाल रोशनी का इस्तेमाल होता है।

डार्क रूम में रील से नेगेटिव को एनलार्जर यंत्र की मदद से वांछित नाप का बनाकर फोटो प्रिंट पेपर में पोजिटिव प्रिंट डैवलप किया जाता है तथा फिक्सर से उसे स्थाई बनाते हैं। इस तरह खींची गई फोटो का प्रिंट तैयार होता है। जब ब्लैक एण्ड व्हाइट फोटो का प्रचलन था तो सभी फोटोग्राफर तथा फोटो पत्रकार अपने-अपने डार्क रूम बनाते थे तथा अपने फोटो प्रिंट भी खुद बनाते थे।

लेकिन कलर फोटोग्राफी के साथ कलर फोटो प्रिंटिंग की धुलाई वाले डार्क रूम बनाना बहुत मंहगा हो गया क्योंकि उसमें ज्यादा मंहगे उपकरणों की जरूरत होती है और खर्चा भी ज्यादा होता है। जबकि व्यवसायिक कलर लैब से सस्ते में फोटो प्रिंट उपलब्ध हो जाते हैं। अतः अब फोटो पत्रकार अपना डार्क रूम नहीं रखते।

डिजिटल फोटोग्राफी में तो डार्क रूम की जरूरत ही नहीं पड़ती। डिजिटल फोटोग्राफी ने डार्क रूम की अवधारणा को खत्म कर दिया है। कैमरे से फोटो खींचने के बाद उसे कम्प्यूटर में फोटो फाइल लोड करने के बाद फोटो एडीटिंग साफ्टवेयर में उसे संपादित कर डिजिटल फाइल के रूप में सीडी, पैन ड्राइव या इंटरनेट की मदद से पत्र/पत्रिकाओं के कार्यालय तक पहुंचा दिया जाता है। यदि फोटो के प्रिंट की जरूरत होती है तो इंक जैट प्रिंटर की मदद से तुरंत उसके प्रिंट भी निकाले जा सकते हैं। ज्यादा प्रिंट के लिए फोटो फाइल को कलर लैब से प्रिंट करवाया जा सकता है।

बोध प्रश्न

- प्र0 1— प्रारम्भिक फोटोग्राफी माध्यम क्या थे ?
- उ0 प्रारम्भिक फोटोग्राफी माध्यम के रूप में कांच की प्लेटों तथा तुरन्त बनाये जाने वाले रसायनों का इस्तेमाल किया जाता था।
- प्र0 2— कलर निगेटिव फिल्म को खुद प्रोसेस करना क्यों मुश्किल है ?
- उ0 कलर निगेटिव फिल्म को प्रोसेस करने में एक निश्चित तापमान तथा समय तक डेवलेप करना पड़ता है। इसलिए इन्हें स्पेशलाइज्ड कलर लैब में डेवलेप तथा प्रिंट किया जाता है।
- प्र0 3— कलर पोजेटिव फिल्म क्या होती है ?
- उ0 कलर पोजेटिव फिल्म को स्लाइड या ट्रांसपैरेंसी भी कहा जाता है। इस फिल्म में तस्वीर का निगेटिव नहीं बल्कि सीधे पोजेटिव छवि ही उभरती है।
- प्र0 4— मेगा पिक्सल क्या है ?
- उ0 फोटोग्राफी में मैगापिक्सल डिजिटल कैमरे की तस्वीर खींचने की गुणवत्ता को प्रदर्शित करता है। पिक्सल वे आधार बिन्दु हैं जिनसे तस्वीर का निर्माण होता है। इनके सामूहिक रूप को मेगापिक्सल के रूप में प्रदर्शित किया जाता है। जितने अधिक मेगापिक्सल का कैमरा होता है वह उतनी ही गुणवत्ता वाली तस्वीरें खींच सकता है और उन तस्वीरों को उसी आधार पर बड़ा भी किया जा सकता है।

6.6 सारांश :

हालांकि पत्रकारिता और फोटोग्राफी का रिश्ता डेढ़ सौ साल से कुछ ही अधिक पुराना है, लेकिन इतनी सी अवधि में ही फोटो पत्रकारिता ने अपना एक

अलग मुकाम बना लिया है। किसी अच्छे समाचार समूह में उसके सम्पादक की तरह ही उसके फोटो सम्पादक का नाम भी समान रूप से महत्वपूर्ण होता है। इसी तरह का महत्व फोटो पत्रकार का भी होता है। फोटो पत्रकार जैसे एक सामान्य फोटोग्राफर से अलग होता है। इस बारे में चर्चा की। सामान्य फोटोग्राफर केवल विषय वस्तु के छायांकन तक अपने को सीमित रखता है। जबकि फोटो पत्रकार अपनी बात, दृष्टिकोण जानकारी या सूचना को शब्दों के बजाय फोटोग्राफ्स के माफत कहता या कहती है। इसके लिए उसको विषय वस्तु की पूरी जानकारी होनी चाहिए। पूर्व अध्ययन होना चाहिए तथा समझ विकसित करनी चाहिए।

फोटो पत्रकार द्वितीयक स्रोतों का प्रयोग नहीं कर सकता। अतः उसे स्वयं घटनास्थल पर उपस्थित होना अनिवार्य होता है। इसके लिए उसे समय पर घटनास्थल या कार्यस्थल पर पहुंचना होता है। इसके लिए अनुशासन तथा खतरे उठाने के लिए भी तैयार होना पड़ता है। फोटो पत्रकार को पाठक को सोचने की दिशा देने के लिए कभी-कभी फोटो के साथ संक्षिप्त विषय या फोटो कैप्शन भी देने होते हैं, जिससे फोटो का उद्देश्य ज्यादा स्पष्ट हो सके।

फोटो पत्रकार के पास अपनी बात कहने या खबर बताने का माध्यम फोटोग्राफ है अतः उसे अच्छा पत्रकार होने के साथ-साथ अच्छा फोटोग्राफर होना भी आवश्यक है। इसके लिए उसे फोटोग्राफी के ज्ञान से लैस होना चाहिए। फोटोग्राफी में उपयोग में आने वाले उपकरणों की भी जानकारी फोटोग्राफी को ज्यादा प्रभावी बनाती है। फोटोग्राफी उपकरणों में कैमरा तथा इसका प्रयोग, विभिन्न प्रभावों के लेंस, उनकी विशेषताओं और उनकी सीमाओं के बारे में भी हर फोटो पत्रकार को ताजा तरीन जानकारी से लैस होना चाहिए। क्योंकि फोटोग्राफी में तकनीक के स्तर पर निरन्तर बदलाव होते जा रहे हैं इसलिए किसी भी नई तकनीक की जानकारी न होने पर फोटो पत्रकार दूसरों से पिछड़ सकता है। तकनीक ने फोटो पत्रकारों का काम जितना आसान बना दिया है उसमें चुनौतियां भी उतनी बढ़ गयी हैं। फिर भी फोटो पत्रकार के लिए आज दुनिया बहुत छोटी हो गयी है। इंटरनेट के जरिए वो अपनी खींची तस्वीर सारी दुनिया में कुछ ही

सकेंकेडों में पहुंचा सकता है। सामान्य पत्रकार की खबरा को विश्वव्यापी होने में भाषा की समस्या आड़े आ सकती है लेकिन चित्रों की तो अपनी खुद की भाषा होती है। जिसे हर कोई पढ़ सकता है इसलिए फोटो पत्रकार का चित्र उसकी बात को उसकी खबर को पूरी दुनिया के लिए प्रस्तुत कर देता है।

इलेक्ट्रानिक मीडिया के विराम ने भी फोटो पत्रकारिता को एक नया आयाम दे दिया है क्योंकि इलेक्ट्रानिक मीडिया तो पूरी तरह कैमरे की भाषा का ही गुलाम है। इसी तरह मोबाइल कैमरों के विकास ने भी फोटो पत्रकारिता के विकास को नया आयाम दे दिया है और आज हर मोबाइल कैमरा रखने वाला व्यक्ति एक प्रकार का फोटो पत्रकार बन गया है।

6.7 शब्दावली :

फोटो पत्रकारिता : फोटो पत्रकारिता या फोटो जर्नलिज्म पत्रकारिता की एक ऐसी विधा है जिसमें खबर चित्रों के जरिए दिखाई जाती है। इस काम को करने वाले यानी तस्वीर खींचने वाले को फोटो पत्रकार कहा जाता है। फोटो पत्रकारिता आधुनिक पत्रकारिता की एक महत्वपूर्ण विधा है और फोटो पत्रकारों का महत्व दिन ब दिन बढ़ता ही जा रहा है।

फोटो कैप्सन : फोटो कैप्सन, फोटो पत्रकार द्वारा खींची गई तस्वीरों का संक्षिप्त परिचय होता है। फोटो पत्रकार का कैप्सन ऐसा हेना चाहिए कि इससे तस्वीर की सारी बात कुछ शब्दों में स्पष्ट हो जाए। कई बार फोटो पत्रकार के भेजे कैप्सन हूबहू प्रकाशित हो जाते हैं और कई बार संपादकीय टीम उनमें संशोधन और सुधार करती है।

लाइट मीटर : लाइट मीटर एक ऐसा उपकरण है जो फोटोग्राफरों को अच्छी तस्वीर खींचने में मदद करता है। इसकी मदद से फोटोग्राफी की विषय वस्तु के आसपास

उपलब्ध प्रकाश को नापा जा सकता है और इसी आधार पर फोटोग्राफर कैमरे की शटर स्पीड व एपरचर को संयोजित करता है।

एसएलआर कैमरा : एसएलआर कैमरा एक आधुनिक कैमरा तकनीक है। इन कैमरों में विषय वस्तु से जितना प्रकाश लेंस के जरिए आता है उतना ही व्यू फाइंडर से भी दिखता है। इस वजह से फोटोग्राफर को अच्छी तस्वीरें खींचने में मदद मिलती है।

मैगाबाइट : यह एक इकाई है जिसका उपयोग डिजिटल सूचनाओं के संग्रह करने की क्षमता को प्रदर्शित करने के लिए किया जाता है। उदाहरणार्थ फोटोग्राफी के डिजिटल कैमरे में इस्तेमाल होने वाले मैमोरी कार्ड की क्षमता मैगा बाइट में आंकी जाती है। मैगा बाइट बाइट से बड़ी इकाई है जबकि 1000 मैगाबाइट से एक गैगाबाइट बनता है। मैगाबाइट को सामान्य बोलचाल में (MB) एमबी कहा जाता है।

6.8 त्वरित अभ्यास :

1. पहला फोटो पत्रकार किसे माना जाता है?
2. हाफ टोन तकनीक से पहला फोटोग्राफ कब ओर किस अखबार में छपा था।
3. पहला कैमरा किस कंपनी ने कब बनाया था?
4. फोटो पत्रकार क्या होता है?
5. फोटो कैंप्शन कैसे होने चाहिए?
6. डिजिटल टेक्नोलॉजी ने फोटो पत्रकारिता में क्या बदलाव किए हैं ?
7. एसएलआर कैमरे क्या होते हैं?

8. वाइड एंगल लेंस क्या काम करता है?
9. जूम लेंस कितने प्रकार के होते हैं?
10. ब्लैक एंड व्हाइट फिल्म क्या होती है?
11. मैमोरी कार्ड क्या है?
12. डार्क रूम का क्या महत्व है?
13. डिजिटल फोटो को पत्र-पत्रिकाओं के कार्यालय तक कैसे पहुंचाया जा सकता है?
14. डिजिटल प्रिंट कैसे निकाले जाते हैं
15. मोबाइल कैमरों से फोटो पत्रकारिता पर क्या प्रभाव पड़ा है ?

6.9 अभ्यासार्थ प्रश्न :

प्रश्न 1— फोटो पत्रकारिता के इतिहास के बारे में आप क्या जानते हैं ?

प्रश्न 2— फोटो पत्रकार में क्या-क्या गुण होने चाहिए और उसकी भूमिका क्या होती है ?

प्रश्न 3— कैमरा के विकास के इतिहास पर प्रकाश डालिए ?

प्रश्न 4— जूम लेंस कितने प्रकार के होते हैं और किस तरह काम करते हैं ?

प्रश्न 5— मैमोरी कार्ड क्या होते हैं और किस प्रकार कार्य करते हैं ?

6.10 प्रयोगात्मक अभ्यास :

अपने क्षेत्र की किसी समस्या, पर्यटन स्थल, सांस्कृतिक पक्ष अथवा सामाजिक-आर्थिक बदलावों को प्रदर्शित करने वाले दो फोटो फीचर तैयार करें जिनमें कम से कम 12-12 तस्वीरों का इस्तेमाल हो।

दैनिक समाचार पत्रों में उपयोग आने वाली 10 तस्वीरें खींचें जिनके साथ कैप्शन भी लिखें हों।

6.11 संदर्भ ग्रन्थ :

सक्सेना, अभिषेक : फोटो पत्रकारिता— एक विश्लेषणात्मक अध्ययन, साद
पब्लिकेशन, नई दिल्ली

Nalini Ranjan : 21st Century journalism in India sage
Publications India, New Delhi.

इकाई 07

कम्प्यूटर एवं मास मीडिया

इकाई की रूपरेखा

- 7.0 उद्देश्य
- 7.1 प्रस्तावना
- 7.2 कम्प्यूटर परिचय एवं इतिहास
- 7.3 कम्प्यूटर के प्रकार
- 7.4 कम्प्यूटर के महत्वपूर्ण तत्व
- 7.5 कम्प्यूटर हार्डवेयर एवं सॉफ्टवेयर
- 7.6 कम्प्यूटर तकनीक एवं मास-मीडिया
 - 7.6.1 कम्प्यूटर व टेलीविजन का संयोजन
 - 7.6.2 वीडियो एडिटिंग
 - 7.6.3 वेबसाइट एवं अंकन
 - 7.6.4 कम्प्यूटर एवं विज्ञापन
 - 7.6.5 दृश्यात्मक डिजाइन एवं रंग
- 7.7 सारांश
- 7.8 शब्दावली
- 7.9 त्वरित अभ्यास
- 7.10 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 7.11 प्रयोगात्मक अभ्यास
- 7.12 सन्दर्भ ग्रन्थ

7.0 उद्देश्य :

इक्कीसवी सदी में तकनीकी विकास ने विश्व को वर्तमान ग्लोबलाइजेशन के युग में पहुंचा दिया है। आज पूरा विश्व एक परिवार की तरह सिमट गया है। विश्व की किसी एक छोर पर स्थित जनसमुदाय में हो रही हलचल से विश्व के दूसरे छोर पर स्थित जनसमुदाय भी प्रभावित हो रहा है, यह शायद तकनीकी विकास में हो रही असीमित क्रांति का ही परिणाम है।

आज कम्प्यूटर का युग है। हर क्षेत्र में कम्प्यूटर की उपयोगिता इतनी बढ़ गयी है कि आदमी कम्प्यूटर पर बहुत अधिक निर्भर हो गया है। कम्प्यूटर ने वैज्ञानिक क्षेत्र से लेकर व्यावसायिक क्षेत्र तक और इन्जिनियरिंग के क्षेत्र से लेकर सामान्य जीवन तक हर जगह अपना वर्चस्व कायम कर लिया है। सूचना एवं संचार तकनीकी में तो कम्प्यूटर की महत्वपूर्ण भूमिका है ही साथ ही जनसंचार माध्यमों में भी इसका महत्वपूर्ण योगदान है। ऐसी विधा, जिसका विश्व के हर एक क्षेत्र में इतना महत्वपूर्ण योगदान हो कि जस पर जीवन ही निर्भर हो जाए तो उस विधा का अध्ययन करना भी आवश्यक हो जाता है। इस इकाई का उद्देश्य छात्रों को कम्प्यूटर की जानकारी देना तथा कम्प्यूटर से उनका परिचय करना है। इस इकाई के मुख्य उद्देश्य निम्नलिखित हैं—

- छात्रों को जनसंचार माध्यम में कम्प्यूटर की उपयोगिता की जानकारी देना।
- कम्प्यूटर के महत्वपूर्ण तत्वों के बारे में समझाना।
- कम्प्यूटर हार्डवेयर, साफ्टवेयर, कम्प्यूटर व टेलीविजन का संयोजन का ज्ञान करना।
- कम्प्यूटर द्वारा वीडियो एडिटिंग को समझाना।
- कम्प्यूटर के महत्वपूर्ण घटकों से छात्रों को परिचित कराना जिससे वे जनसंचार माध्यम में कम्प्यूटर की उपयोगिता को समझ सकें और

आवश्यकता पड़ने पर मीडिया के क्षेत्र में जाने पर कम्प्यूटर का प्रयोग कर सकें।

7.1 प्रस्तावना :

आज कम्प्यूटर हमारे जीवन का अभिन्न अंग बन गया है। आज जो व्यक्ति कम्प्यूटर से परिचित नहीं या कम्प्यूटर की जानकारी नहीं रखता वह अपने आपको अधूरा महसूस करता है। हमारे जीवन में कम्प्यूटर का हस्तक्षेप इतना अधिक बढ़ गया है कि आज दैनिक कामकाज से लेकर जीवन की प्रत्येक आवश्यकता के अनुरूप यह उसमें अपनी पैठ बनाने में कायम हो रहा है। यह एक ऐसी इलेक्ट्रॉनिक मशीन है जो सौ प्रतिशत सही व सटीक परिणाम देती है।

जिस तरह से कम्प्यूटर ने हर क्षेत्र में अपना हस्तक्षेप बढ़ाया है उसी तरह जनसंचार माध्यमों में भी इसका महत्वपूर्ण योगदान है। इसलिए पत्रकारिता एवं जनसंचार के क्षेत्र में कम्प्यूटर की जानकारी होना अनिवार्य हो गया है।

कम्प्यूटर का वर्तमान स्वरूप, कई पड़ावों से गुजरने के बाद मौजूदा स्वरूप में आया है। इन पड़ावों को हम पीढ़ी भी कह सकते हैं। मुख्यतः कम्प्यूटर के विकास को हम पांच पीढ़ियों में विभाजित कर सकते हैं। कम्प्यूटर को हिन्दी में संगणक संरचना संयंत्र कहा जाता है। यह एक इलेक्ट्रॉनिक मशीन है, जिसके मुख्यतः तीन घटक, मॉनीटर, सीपीयू व इनपुट डिवाइस होते हैं। मॉनीटर को डिस्प्ले यूनिट भी कहा जाता है।

इस इकाई में जनसंचार माध्यम और कम्प्यूटर की उपयोगिता, कम्प्यूटर के महत्वपूर्ण तत्व, कम्प्यूटर में उपयोग होने वाले सॉफ्टवेयर, हार्डवेयर आदि घटकों की जानकारी दी जायेगी।

7.2 कम्प्यूटर : परिचय एवं इतिहास :

वर्तमान युग कम्प्यूटर के युग के नाम से जाना जाता है। आज दैनिक क्रियाकलापों से लेकर रक्षाविज्ञान, शिक्षा उद्योग, व्यवसाय, मनोरंजन, उपचार, रेलवे आरक्षण, यातायात, टेलीफोन, टेलीग्राफ, दूरसंचार, अंतरिक्ष विज्ञान, मौसम की जानकारी, अभियान्त्रिकी, डिजायन तथा अन्वेषण एवं शोध तक कम्प्यूटर अपनी अहम् भूमिका निभा रहा है।

कम्प्यूटर एक ऐसी इलेक्ट्रानिक मशीन है जो कम समय में तीव्र गति से अधिक से अधिक कार्य करने की क्षमता रखती है। इस मशीन द्वारा किये गये कार्य के परिणाम में हमेशा शत-प्रतिशत सत्यता होती है। यह निर्धारित प्रोग्राम के अनुसार डाटा को ग्रहण करके परिणाम को आउटपुट इकाई में भेज कर इच्छित परिणाम प्रदान करता है। 'कम्प्यूटर' शब्द की उत्पत्ति अंग्रेजी में 'कम्प्यूट' शब्द से हुई है जिसका तात्पर्य है गणना करना। प्रारम्भ में कम्प्यूटर का प्रयोग मूल रूप से गणनात्मक कार्यों के लिए ही हुआ परन्तु आज उसका कार्यक्षेत्र काफी विस्तृत व व्यापक हो चुका है। आज यह जीवन के छोटे से छोटे क्षेत्र से लेकर बड़े से बड़े क्षेत्र तक हर ओर यह सरल से लेकर अत्यन्त जटिल तक हर गणना करने में समर्थ हो गया है।

कम्प्यूटर प्रोग्राम (निर्देशों) को इनपुट उपकरणों द्वारा ग्रहण किया जाता है, फिर इन निर्देशों को 'सेंट्रल प्रोसेसिंग यूनिट' (CPU) द्वारा प्रोसेस किया जाता है। प्राप्त परिणाम आउटपुट उपकरणों द्वारा प्रदर्शित किया जाता है। कम्प्यूटर एक ऐसी इलेक्ट्रानिक मशीन है जो ऑपरेटर या यूजर के निर्देशों के आधार पर कार्य करती है। बिना निर्देशों का कम्प्यूटर कार्य नहीं करता।

कम्प्यूटर की अपनी भाषा होती है जिसमें वह कार्य करता है। जिसे इसकी भाषा कहते हैं। कम्प्यूटर हमेशा डिजिटल भाषा में कार्य करता है। कम्प्यूटर की इस भाषा को बाइनेरी सिस्टम भी कहते हैं जो '0,1' के रूप में होती है। हमारे द्वारा

दिये गये निर्देशों (प्रोग्रामों) को मशीनी भाषा में परिवर्तन करने के लिए या अनुवाद के लिए इसमें एक एसेम्बलर या ट्रांसलेटर होता है।

कम्प्यूटर आई/ओ (I/O) (इनपुट/आउटपुट) सिस्टम के आधार पर कार्य करता है। आउट पुट में मानीटर, स्पीकर, प्रिन्टर आदि युक्ति आती हैं जबकि इनपुट में की बोर्ड, माउस, एमआईसीआर, ओएमआर आदि युक्तियां सम्मिलित हैं।

प्रसिद्ध कहावत "आवश्यकता ही अविष्कार की जननी है" कम्प्यूटर पर भली-भांति चरितार्थ होती है क्योंकि मनुष्य द्वारा तेज और शुद्ध गणना करने की युक्तियों की खोज के परिणामस्वरूप कम्प्यूटर अस्तित्व में आया।

मानव सभ्यता के विकास में हुये महत्वपूर्ण वैज्ञानिक अविष्कारों में कम्प्यूटर का विशेष स्थान है। यह उन अविष्कारों में से एक माना जाता है जिन्होंने मानव सभ्यता के विकास और इतिहास को एक नयी दिशा प्रदान की है। प्रारम्भिक काल में मानव गणना का कार्य उंगलियों में करता था। लेकिन जिस दिन से मानव ने बढ़ती आबादी और कार्य व्यापार के दबाव में आकर उंगली से ज्यादा कुशल गणना विधि की आवश्यकता महसूस की, उसी दिन से शायद आधुनिक युग के कम्प्यूटर की खोज भी प्रारम्भ हो गयी थी।

कम्प्यूटर के पूर्व भी यान्त्रिक माध्यमों से गणना के अनेक प्रयास किये गए थे। 19वीं शताब्दी के प्रारम्भ में चार्ल्स बैबेज नामक वैज्ञानिक ने इस दिशा में खोज व प्रयास किए। किन्तु गणितीय एवं सांख्यिकी सूचना में पूरी प्रक्रिया मनुष्यों द्वारा ही संचालित की जाती थी। अत्यन्त सावधानी के बावजूद इसमें मानवीय त्रुटियां रह ही जाती थीं। इससे प्रेरित होकर उन्होंने 1822 में 'डिफरेंस इंजन बनाया। यह लम्बे अर्से तक प्रयोग में आता रहा।

1833 में उन्होंने 'एनालिटिकल इंजन' पर कार्य प्रारम्भ किया और यही मशीन आगे चलकर कम्प्यूटर संरचना का आधार बनी। इस मशीन के निम्नलिखित गुण थे :

1. इसमें इनपुट उपकरण होते थे जिसकी सहायता से निर्देश व डाटा को पढ़ा जा सकता था।
2. इसमें आउटपुट उपकरण होते थे जिसकी सहायता से परिणाम को प्रिन्ट किया जाता था।
3. संख्या को संग्रह करने के लिए इसमें मेमोरी का प्रावधान था।
4. इसमें एक अंकगणितीय इकाई होती थी जिससे गणनाएं होती थीं।

महिला वैज्ञानिक आगस्टा एडा ने वेबेज के सैद्धान्तिक काम पर क्रियाशील एनालिटिकल मशीन बनाकर विश्व में प्रथम 'प्रोग्रामर' होने का श्रेय पाया। सन् 1946 में डॉ जॉन एच. मुचली ने एक इलेक्ट्रॉनिक मशीन का निर्माण किया जिसे इनिएक (ENIAC) कहा गया। इनमें गणनाएं इलेक्ट्रॉनिक तरंगों के द्वारा होती थीं। यह बहुत तीव्रता वाला कम्प्यूटर था, साथ ही यह बाइनेरी अंकों का संग्रह भी कर सकता था।

एनिएक (ENIAC) कम्प्यूटर पर कार्य करने में यह बाधा थी कि इसमें प्रत्येक नई गणना हेतु तारों का संयोजन करना पड़ता था। इस समस्या का समाधान गणितज्ञ जॉन वान न्यूकान ने नई मशीन को विकसित करके किया। यह मशीन न केवल प्रोग्राम संग्रहित कर सकती थी बल्कि नए कार्य हेतु नया प्रोग्राम भी संग्रहित किया जा सकता था। इस प्रकार न्यूकान ने 'संग्रहित प्रोग्राम के सिद्धान्त' (Stored Program Concept) को जन्म दिया।

उपर्युक्त सिद्धान्तों को आधार लेकर 1949 में न्यूमान ने एडजेक कम्प्यूटर का निर्माण किया और उसके बाद मुचली के साथ 1956 में एडवेक कम्प्यूटर का निर्माण किया गया।

जिन पीढ़ियों में कम्प्यूटर का पूर्ण विकास हुआ और वह वर्तमान स्वरूप में आया वह पांच पीढ़ियां इस प्रकार हैं—

1. प्रथम पीढ़ी (First Generation) : प्रारम्भिक कम्प्यूटर जैसे एन्टैक, एडवैक, एडसैक प्रथम पीढ़ी के कम्प्यूटर हैं तथा इन कम्प्यूटरों में वैक्यूम ट्यूब का प्रयोग किया जाता था जो कि मुलायम शीशे का बना होता था तथा यह विद्युत संकेतों को नियंत्रित करता एवं बढ़ा सकता था। इस पीढ़ी के कम्प्यूटरों में निर्वात नली का प्रयोग किये जाने के कारण इनका आकार बड़ा हो गया था। जिस कारण इस पीढ़ी के कम्प्यूटर अत्यधिक मात्रा में ऊष्मा उत्सर्जित करते थे। इस कारण इस प्रकार के कम्प्यूटरों का प्रयोग अधिक समय तक नहीं किया जा सका, क्योंकि इस प्रकार के कम्प्यूटरों के लिए वातानुकूलित वातावरण की आवश्यकता होती थी।

2. द्वितीय पीढ़ी (Second Generation) : ट्रांजिस्टर, एक छोटा तथा अधिक विश्वसनीय अविस्कार था जिसका प्रयोग वैक्यूम ट्यूब की जगह किया गया। इस प्रकार के कम्प्यूटरों का प्रयोग 1947 में शुरू हुआ। विद्युत परिपथ को क्रियाशील बनाने के लिए इनमें हजारों घटकों का प्रयोग किया जाता था। इन घटकों की कीमत ने इन कम्प्यूटर के व्यापारिक उत्पादन को अधिक मूल्यवान बना दिया। इस पीढ़ी के कम्प्यूटर आई.बी.एम. 1401, सी.डी.सी. 1604 तथा हॉन 200 इत्यादि थे।

3. तृतीय पीढ़ी (Third Generation) : इस पीढ़ी के कम्प्यूटरों में केन्द्रीय संसाधन के रूप में समाकलित परिपथ (Integrated Circuits) या आई.सी. का प्रयोग किया गया। समाकलित परिपथ मूलतः ट्रांजिस्टरों का एक परिवर्द्धित जाल है। जिसे रासायनिक सामग्री द्वारा एक परिपथ के रूप में एक जगह स्थापित कर दिया जाता है। इसे आई. सी चिप्स के नाम से भी जाना जाता है। आई.सी चिप्स के उपयोग के कारण कम्प्यूटरों का आकार कई गुना कम करने में सफलता प्राप्त हुई। साथ ही गणितीय गणनाओं तथा अन्य कार्यों को करने की क्षमता में भी कई गुणा वृद्धि हो गई। साथ ही कम्प्यूटरों की कीमतों में भी कमी हुई। इस पीढ़ी के कम्प्यूटर आई.बी. एम. 370, बरो 6500 इत्यादि हैं।

4. चतुर्थ पीढ़ी (Fourth Generation) : इस पीढ़ी के कम्प्यूटरों में केन्द्रीय संसाधन के रूप में वृहद श्रेणी संघटक (Large Scale Integrated) तथा अत वृहद

श्रेणी संघटक (Very Large Scale Integrated) सर्किट का प्रयोग किया गया था। इसके प्रयोग से कम्प्यूटर की कार्य क्षमता में अत्यधिक वृद्धि हुई तथा कार्य करने के तुलना में मूल्य में भी काफी कमी आई।

5. चतुर्थ पीढ़ी (Fifth Generation) : इस श्रेणी के कम्प्यूटरों में कृत्रिम बुद्धिमत्ता विकसित करने की दिशा में प्रयास किया जा रहा है। पंचम पीढ़ी के कम्प्यूटर की कल्पना ऐसी मशीन से की गई है जो बुद्धि तथा विवेक में लगभग मानव जैसा हो, जिसमें स्वयं निर्णय लेने की क्षमता हो।

बोध प्रश्न

प्र0 1— बाइनरी सिस्टम क्या है ?

उ0 कम्प्यूटर हमेशा डिजिटल भाषा में कार्य करता है। कम्प्यूटर की इस भाषा को बाइनरी सिस्टम भी कहते हैं जो '0,1' के रूप में होती है। हमारे द्वारा दिये गये निर्देशों (प्रोग्रामों) को मशीनी भाषा में परिवर्तित करने के लिए या अनुवाद के लिए इसमें एक एसेम्बलर या ट्रांसलेटर होता है।

प्र0 2 — इनिएक (ENIAC) क्या है ?

उ0 डॉ जॉन एच. मुचली ने एक इलेक्ट्रॉनिक मशीन का निर्माण किया, जिसे इनिएक (ENIAC) कहा गया। इनमें गणनाएं इलेक्ट्रॉनिक तरंगों के द्वारा होती थीं। यह बहुत तीव्रता वाला कम्प्यूटर था साथ ही यह बाइनरी अंकों का संग्रह भी कर सकता था।

प्र0 3— मशीन भाषा किसे कहते हैं ?

उ0 कम्प्यूटर की अपनी भाषा होती है जिसमें वह कार्य करता है। जिसे मशीनी भाषा कहते हैं।

प्र0 4— कम्प्यूटर में इनपुट और आउटपुट को समझाइए ?

उ० कम्प्यूटर आई/ओ (इनपुट/आउटपुट) सिस्टम के आधार पर कार्य करता है। आउट पुट में मानीटर, स्पीकर, प्रिन्टर आदि युक्ति आती हैं जबकि इनपुट में की बोर्ड, माउस, एमआईसीआर, ओएमआर आदि युक्तियां सम्मिलित हैं।

7.3 कम्प्यूटर के प्रकार :

कम्प्यूटर की परिचालन पद्धति तथा शक्ति सामर्थ्य के आधार पर मुख्यतः दो भागों में विभाजित किया जा सकता है:

(क) परिचालन पद्धति के आधार पर :

इस प्रकार के कम्प्यूटरों को भी तीन भागों में विभाजित किया जा सकता है जो इस प्रकार है :

1. अंकीय कम्प्यूटर (Digital Computer)
2. अनुरूप कम्प्यूटर (Analog Computer)
3. संकर कम्प्यूटर (Hybrid Computer)

1. **अंकीय कम्प्यूटर** : अंकीय सूचना का अर्थ ऐसी सूचना से होता है जो अलग-अलग टुकड़ों में हो या जिसे अलग-अलग टुकड़ों में गिना जाये, भण्डारित किया जा सके, विश्लेषित किया जा सके तथा प्रसारित किया जा सके। इस वर्ग के कम्प्यूटर का उपयोग पुस्तकालयों से सम्बन्धित सामान्य कार्यों में किया जाता है। जैसे: पुस्तकालय में उपस्थित प्रलेखों के लेखकों को वर्णानुक्रम में व्यवस्थित करना, लेखों, प्रलेखों, के अभिगम पर खोज कर कम्प्यूटर में निवेशित करके उन्हें वर्णक्रम में व्यवस्थित करना या दूसरे शब्दों में हम कह सकते हैं कि अनुक्रमणिका का निर्माण करना।

2. **अनुरूप कम्प्यूटर** : अंकीय प्रकार के और अनुरूप प्रकार के कम्प्यूटर में वास्तविक अन्तर यह है कि अनुरूप कम्प्यूटर नापता है किन्तु अंकीय कम्प्यूटर गिनता है।

3. **संकर कम्प्यूटर** : संकर कम्प्यूटर वह कम्प्यूटर हैं जो कि अनुरूप एवं अंकीय कम्प्यूटर के गुणों को जोड़ता है। यह कम्प्यूटर प्रणाली अनुरूप कम्प्यूटर की माप क्षमता तथा अंकीय कम्प्यूटर की गणना क्षमता का प्रयोग करती है।

(ख) शक्ति एवं सामर्थ्य के आधार पर :

इस आधार पर कम्प्यूटर को निम्नलिखित 4 भागों में विभाजित किया जा सकता है:

1. **सुपर कम्प्यूटर (Super Computer)** : सुपर कम्प्यूटर का नाम प्रायः इन दिनों हर जगह सुनाई पड़ता है। अन्तरिक्ष से लेकर खेल तक यह सभी क्षेत्रों में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। यह कम्प्यूटर 9 अरब से भी अधिक निर्देशों को प्रति सेकेण्ड्स की गति निष्पादित करने तथा लाखों की संख्या में प्रति चिप बाइट संग्रह रखने की क्षमता रखते हैं।

2. **मेनफ्रेम कम्प्यूटर (Main Frame Computer)** : चतुर्थ पीढ़ी के कम्प्यूटरों के विकास के पूर्व 'मेनफ्रेम' शब्द का प्रयोग कम्प्यूटर के केन्द्रीय संसाधक एकक को इंगित करने के लिए किया जाता था, बाद में बड़े तथा अधिक शक्तिशाली कम्प्यूटरों को मेनफ्रेम कहा जाने लगा। शुरु में माइक्रो कम्प्यूटर मल्टी यूजर नहीं थे लेकिन मेनफ्रेम कम्प्यूटर शुरु से ही मल्टी यूजर प्रोजेक्ट को चलाने में सक्षम थे तथा डेटा का विश्लेषण अधिक तेज गति से करते थे।

3. **मिनी कम्प्यूटर (Mini Computer)** : इस कम्प्यूटर में मेनफ्रेम कम्प्यूटर के मल्टी यूजर प्रोजेक्ट तथा नेटवर्क के गुण तो होते हैं लेकिन मेनफ्रेम कम्प्यूटर की तुलना में इनकी आंतरिक संग्रह क्षमता कम होती है।

4. माइक्रो कम्प्यूटर (Micro Computer) : यह कम्प्यूटर आकार में छोटे तथा सस्ते होते हैं। इस प्रकार के कम्प्यूटरों का विकास 70 के दशक में हुआ। इन्हें 'एक चिप के ऊपर कम्प्यूटर' भी (Computer on a Chip) भी कहा जाता है। अपनी विशेषताओं एवं कार्यक्षमता के कारण माइक्रो कम्प्यूटर अत्यधिक लोकप्रिय है। क्षमताओं के आधार पर माइक्रो कम्प्यूटर को निम्न भागों में बांटा गया है:

(क) पी.सी. : माइक्रो कम्प्यूटर को बाद में पी.सी. का नाम दिया गया। इसकी स्मृति तथा आन्तरिक संग्रह क्षमता कम होती है तथा यह व्यक्तिगत कार्यों या छोटे-मोटे कार्यों के लिए उपयुक्त है। इसलिए इसे व्यक्तिगत कम्प्यूटर (Personel Computer) कहा गया।

(ख) पी.सी. एक्स. टी. : यह पी.सी. का विस्तारित रूप है तथा एक्स का अर्थ विस्तारित तकनीक (Extended Technology) से है।

(ग) पी.सी. ए.टी. : यह कम्प्यूटर का परिवर्धित तथा परिष्कृत रूप है। ए.टी. का अर्थ परिवर्द्धित तकनीक (Advanced Technology) से है। इनकी आंतरिक स्मृति की भण्डारण क्षमता बहुत अधिक होती है।

(घ) पी.सी. ए.टी. 386 और 486 : ये बहुल प्रयोक्ता मशीनें हैं। बहुल प्रयोक्ता वातावरण में कार्य करने के लिए यूनिक्स या डोनिक्स जैसे ऑपरेटिंग सिस्टमों का उपयोग आवश्यक है।

(ङ) पेंटियम : यह वर्तमान में चल रही आधुनिक कम्प्यूटर श्रेणी का क्रम है। पेंटियम 586 चिप पर आधारित बहुल प्रयोक्ता वातावरण में कार्य करने वाला माइक्रो कम्प्यूटर है। तकनीकी कारणों से इसका नाम पी. सी. 586 न रखकर पेंटियम रखा गया।

वर्तमान में पेंटियम की श्रेणियां विकसित होकर पी-1 से लेकर पी-2, पी-3, पी-4, ड्यूल कोर और कोर टू ड्यू तक पहुंच चुकी हैं।

बोध प्रश्न

प्र0 1— मेनफ्रेम कम्प्यूटर व माइक्रो कम्प्यूटर को समझाइए ?

उ0 चतुर्थ पीढ़ी के कम्प्यूटरों के विकास के पूर्व 'मेनफ्रेम' शब्द का प्रयोग कम्प्यूटर के केन्द्रीय संसाधक एकक को इंगित करने के लिए किया जाता है। बाद में बड़े तथा अधिक शक्तिशाली कम्प्यूटरों को भी मेनफ्रेम कहा जाने लगा। शुरु में माइक्रो कम्प्यूटर मल्टी यूजर नहीं थे लेकिन मेनफ्रेम कम्प्यूटर शुरु से ही मल्टी यूजर प्रोजेक्ट को चलाने में सक्षम थे तथा डेटा का विश्लेषण तथा संसाधन अधिक तेज गति से करते हैं। यह कम्प्यूटर आकार में छोटे तथा सस्ते होते हैं। इस प्रकार के कम्प्यूटरों का विकास 70 के दशक में हुआ। 'इन्हें एक चिप के ऊपर कम्प्यूटर' भी (Computer on a Chip) भी कहा जाता है। अपनी विशेषताओं एवं कार्यक्षमता के कारण माइक्रो कम्प्यूटर अत्यधिक लोकप्रिय है।

प्र0 2— सुपर कम्प्यूटर किसे कहते हैं ?

उ0 सुपर कम्प्यूटर का नाम प्रायः इन दिनों हर जगह सुनाई पड़ता है। अन्तरिक्ष से लेकर खेलों तक यह सभी क्षेत्रों में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। यह कम्प्यूटर 9 अरब से भी अधिक निर्देशों को प्रति सेकेण्ड की गति निष्पादित करने तथा लाखों की संख्या में प्रति चिप बाइट संग्रह रखने की क्षमता रखती हैं।

प्र0 3— पी.सी. से क्या तात्पर्य है?

उ0 पीसी एक प्रकार का कम्प्यूटर है जो माइक्रो कम्प्यूटर से विकसित हुआ है। माइक्रो कम्प्यूटर के विकसित रूप को ही बाद में पी.सी. का नाम दिया गया। इसकी स्मृति तथा आन्तरिक संग्रह क्षमता कम होती है। तथा यह व्यक्तिगत कार्यों या छोटे-मोटे कार्यों के लिए उपयुक्त

है। इसलिए इसे व्यक्तिगत कम्प्यूटर या Personal Computer भी कहा जाता है।

प्र0 4— पेंटियम क्या है ?

उ0 यह वर्तमान में चल रही आधुनिक कम्प्यूटर श्रेणी का क्रम है। पेंटियम 586 चिप पर आधारित बहुल प्रयोक्ता वातावरण में कार्य करने वाला माइक्रो कम्प्यूटर है। तकनीकी कारणों से इसका नाम पी. सी. 586 न रखकर पेंटियम रखा गया। वर्तमान में पेंटियम की श्रेणियां विकसित होकर पी-1 से लेकर पी-2, पी-3, पी-4, ड्यूल कोर और कोर टू ड्यू तक पहुंच चुकी हैं।

प्र0 5— पी.सी. ए.टी. को समझाइए ?

उ0 पी.सी. ए.टी. कम्प्यूटर की परिवर्धित तथा परिष्कृत रूप है। ए.टी. का अर्थ परिवर्द्धित तकनीक (Advanced Technology) से है।

7.4 कम्प्यूटर के महत्वपूर्ण तत्व :

कम्प्यूटर एक बहुउद्देशीय इलेक्ट्रानिक मशीन है जो कई छोटी-छोटी युक्तियों (Device) से मिलकर अपनी संरचना पूर्ण करती है। इन्हें कम्प्यूटर के तत्व भी कहा जाता है। कम्प्यूटर में मुख्यतः निम्नलिखित युक्तियां (Devices) होती हैं—

1. सी.पी.यू. (C.P.U.) :

इसे सेंट्रल प्रोसेसिंग यूनिट (Central Processing Unit) अथवा केन्द्रीय संसाधन इकाई भी कहा जाता है। यह कम्प्यूटर का सर्वाधिक महत्वपूर्ण अंग होता है। अलग-अलग प्रकार के निर्माता अपने कम्प्यूटरों हेतु अलग-अलग सी.पी.यू. माइक्रो प्रोसेसर चिपों का उपयोग करते हैं। भारत में प्रमुखता के साथ इंटेल

कॉरपोरेशन, अमेरिका द्वारा तैयार किए गये विभिन्न माइक्रोप्रोसेसर आधारित कम्प्यूटरों का निर्माण किया जाता है। जितना अधिक उन्नत किस्म का माइक्रोप्रोसेसर होगा वह उतना ही अधिक प्रभावी होगा। सही व अच्छी गति वाले माइक्रोप्रोसेसर से कम्प्यूटर की विश्वसनीयता व आयु दोनों ही बढ़ते हैं। भारत में 80286, 80386, 80486 से शुरू हुआ सफर पेंटियम से होता हुआ आज पेंटियम 4 तक आ पहुंचा है।

सी.पी.यू. में निम्न लिखित महत्वपूर्ण तत्व होते हैं :

(क) मुख्य मेमोरी (Main Memory) : यह हार्ड डिस्क के रूप में सी.पी.यू. में संग्रहित होती है। इसे कम्प्यूटर के एक बृहद कार्य हेतु 'दिमाग' के रूप में समझा जा सकता है। इसे भण्डारण युक्ति (Storage Device) भी कहते हैं। इसकी भण्डारण क्षमता को जीबी (Giga Bytes) में गिना जाता है। वर्तमान में 360 जीबी से लेकर 560 जीबी तक की हार्ड डिस्क उपलब्ध हैं।

(ख) तात्कालिक मेमोरी (Temporary Memory) : इसे रेण्डम एक्सेस मेमोरी या रैम (Random Access Memory/RAM) भी कहा जाता है। जिस प्रकार हम कार्य करते हुए अपने निर्देशों को अपनी सुविधा के लिए कागज पर अंकित कर लेते हैं उसी प्रकार कम्प्यूटर का कार्य भी इस पर अंकित हो जाता है। इस पर कम्प्यूटर की प्रोसेसिंग की गति (Speed) भी निर्भर करती है।

2. मॉनीटर (Monitor) :

मॉनीटर को डिस्पले यूनिट भी कहते हैं यह सी.पी.यू. द्वारा किये गये विश्लेषणों व कार्यों के परिणामों को दृश्य रूप में प्रदर्शित करता है। यह कम्प्यूटर की महत्वपूर्ण बाह्य निर्गत युक्ति (Out Put Device) है। इनका सफर बड़े आकार के ब्लेक एण्ड ह्वाइट से शुरू हो कर रंगीन स्क्रीन से लेकर आज पतले व पोर्टेबल (TFT) स्क्रीन तक पहुंच चुका है।

3. इनपुट डिवाइस (Input Devices) :

हम यह भलिभांति जानते हैं कि कम्प्यूटर निर्देशों के आधार पर ही कार्य करता है इसलिए कम्प्यूटर प्रक्रियाओं के लिए निर्देशों को सीपीयू तक पहुंचना आवश्यक है। जिन माध्यमों या युक्तियों (Devices) के द्वारा सीपीयू को निर्देश अथवा डाटा पहुंचाये जाते हैं उन्हें इनपुट डिवाइस कहते हैं। की बोर्ड, माउस (Key Board, Mouse) मुख्य रूप से दो इनपुट डिवाइस हैं।

4. विभिन्न स्टोरेज डिवाइसेज (Others Storage Devices) :

- फ्लोपी डिस्क (FD)
- हार्ड डिस्क (HD)
- कॉम्पैक्ट डिस्क (CD)

अतिरिक्त भण्डारण युक्ति (External Storage Devices)

- पेन ड्राइव (Pen drive)
- भण्डारण चिप (Storage Chip)

बोध प्रश्न

प्र0 1— भण्डारण युक्ति (Storage Device) क्या है ?

उ0 यह हार्ड डिस्क के रूप में सी.पी.यू. में संग्रहित होती है। इसे कम्प्यूटर के एक बृहद कार्य हेतु 'दिमाग' के रूप में समझा जा सकता है। इसे भण्डारण युक्ति (Storage Device) भी कहते हैं। इसकी भण्डारण क्षमता को जीबी (Giga Bytes) में गिना जाता है।

प्र0 2— तात्कालिक मेमोरी को समझाइए ?

उ0 तात्कालिक मेमोरी (Temporary Memory) : इसे रेण्डम एक्सेस मेमोरी (Random Access Memory/RAM) भी कहा जाता है।

जिस प्रकार हम कार्य करते हुए अपने निर्देशों को अपनी सुविधा के लिए कागज पर अंकित कर लेते हैं उसी प्रकार कम्प्यूटर का कार्य भी इस पर अंकित हो जाता है। इस पर कम्प्यूटर की प्रोसेसिंग की गति (Speed) भी निर्भर करती है।

प्र0 3— इनपुट डिवाइस क्या है ?

उ0 हम यह भलिभांति जानते हैं कि कम्प्यूटर निर्देशों के आधार पर ही कार्य करता है इसलिए कम्प्यूटर प्रक्रियाओं के लिए निर्देशों को सीपीयू तक पहुंचना आवश्यक है। जिन माध्यमों या युक्तियों (Devices) के द्वारा सीपीयू को निर्देश अथवा डाटा पहुंचाये जाते हैं उन्हें इनपुट डिवाइस कहते हैं। की बोर्ड, माउस (Key Board, Mouse) मुख्य रूप से दो इनपुट डिवाइस हैं।

प्र0 4— स्टोरेज डिवाइसेज क्या हैं ?

उ0 कम्प्यूटर की ऐसी युक्ति या पार्ट जो हमारे प्रोग्रामों व डाटा को संरक्षित रखते हैं या उनका भण्डारण करते हैं उन्हें स्टोरेज डिवाइसेज कहते हैं।

7.5 कम्प्यूटर हार्डवेयर एवं साफ्टवेयर :

1. हार्डवेयर :

कम्प्यूटर एक उच्च स्तर की बहुउद्देश्यीय मशीन है जो प्रोग्राम के दिशा निर्देशों के अनुरूप कार्य करती है। कम्प्यूटर में बहुत से उपकरण एक-दूसरे से संलग्न हाते हैं और बेहतर परिणाम पाने के लिए वे मिलकर कार्य करते हैं। कम्प्यूटर के 'भौतिक उपकरण' उसके 'हार्डवेयर' कहलाते हैं। अतः कम्प्यूटर का एक ऐसा हिस्सा जो देखा जा सकता है तथा छुआ जा सकता है उसे कम्प्यूटर हार्डवेयर कहते हैं। कम्प्यूटर के मुख्य हार्डवेयर इस प्रकार हैं—

- **इनपुट उपकरण (Input Devices)** : की बोर्ड, माऊस, लाइटपैन, एमआईसीआर (Magnetic Ink Character Reader) आदि।
- **सिस्टम यूनिट** : सिस्टम यूनिट में मदर बोर्ड, माइक्रोप्रोसेसर, हार्ड डिस्क, वीडियो कार्ड, प्रिन्टर कार्ड आदि।
- **आऊटपुट यूनिट** : मॉनीटर, प्रिन्टर, स्पीकर आदि।
- **कम्प्यूटर के कुछ प्रमुख हार्डवेयर पार्ट इस तरह है** : रेम, माऊस, की-बोर्ड, मॉनीटर, सीडी रोम ड्राइव, ग्राफिक एक्सीलरेटर, मॉडेम, हार्ड डिस्क, प्रिन्टर, सी.पी.यू. चिप आदि।

2. सॉफ्टवेयर :

कम्प्यूटर आजकल व्यक्तिगत आवश्यकताओं से लेकर निर्धारित प्रयोगों तक काम में लाए जाते हैं। कम्प्यूटर से कार्य लेने के लिए उसे निर्देश देने होते हैं। ये निर्देश किसी कम्प्यूटर भाषा में ही दिये जाते हैं। इन निर्देशों के समूह को एक प्रोग्राम कहा जाता है। प्रोग्राम किसी प्रक्रिया विशेष के लिए बनाया जाता है। यह आवश्यक नहीं है कि जिस व्यक्ति को कम्प्यूटर से कार्य लेना हो उसे कम्प्यूटर की भाषा आती ही हो ताकि वह कम्प्यूटर को अपने कार्य के लिए निर्देशित कर सकें। ऐसे ही कार्यों को ध्यान में रखकर कुछ प्रोग्राम बनाए जाते हैं जिससे कम्प्यूटर परिचालन आसान कार्य हो जाता है। पूर्व में ही तैयार इन्हीं प्रोग्रामों को 'सॉफ्टवेयर' कहा जाता है।

'सॉफ्टवेयर' कुछ प्रोग्रामों का समूह होता है जो किसी कार्य विशेष की समस्त प्रक्रियाओं को सम्पन्न कर देता है। इस प्रकार सॉफ्टवेयर के माध्यम से गणनाएं, ग्राफ, चित्र बनाना, आलेख व रिपोर्ट बनाना, दैनिक जीवन के सामान्य कामकाज, खाते सारणियां, सूचनाएं, आरेख आदि तमाम कार्य सम्पन्न किये जा सकते हैं।

सूचना-प्रौद्योगिकी के विकास के साथ-साथ हो रहे नित नवीन विकासों से आजकल नए से नए सॉफ्टवेयर आ रहे हैं जिनके कारण पत्रकारिता व मीडिया के क्षेत्र में भी क्रांतिकारी परिवर्तन नजर आ रहे हैं।

अतः कह सकते हैं कि यह कम्प्यूटर का एक ऐसा हिस्सा है जिसे न तो देखा जा सकता है और न ही छुआ जा सकता है, लेकिन इसके बिना कम्प्यूटर मृत है। जिस तरह किसी कार को चलाने के लिए तेल की आवश्यकता होती है उसी तरह कम्प्यूटर को चलाने के लिए सॉफ्टवेयर की आवश्यकता होती है। यदि कम्प्यूटर शरीर है तो सॉफ्टवेयर रक्त, जिस तरह से रक्त संचार के बिना शरीर मृत है उसी तरह से बिना सॉफ्टवेयर का कम्प्यूटर मृत है।

सॉफ्टवेयर दो प्रकार के होते हैं-

क- सिस्टम सॉफ्टवेयर,

ख- एप्लिकेशन सॉफ्टवेयर

(क) **सिस्टम सॉफ्टवेयर (System Software)** : जो सॉफ्टवेयर कम्प्यूटर को रन करवाते हैं या चलाते हैं या ऑपरेट करते हैं उन्हें सिस्टम सॉफ्टवेयर कहते हैं। इन्हें ऑपरेटिंग सॉफ्टवेयर भी कहते हैं। डॉस, लाइनेक्स, यूनेक्स, विण्डोज आदि कम्प्यूटर के ऑपरेटिंग सॉफ्टवेयर हैं।

i- **DOS (Disk Operating System)** : डिस्क ऑपरेटिंग सिस्टम एक ऐसा ऑपरेटिंग सिस्टम है जो कम्प्यूटर को उसकी डिस्क के माध्यम से ऑपरेट करता है। इसलिए इसे डिस्क ऑपरेटिंग सिस्टम कहते हैं। यह ऑपरेटिंग सिस्टम कम्प्यूटर को दो कमाण्ड्स द्वारा ऑपरेट करता है- बाह्य निर्देश (External Commands) और आंतरिक निर्देश (Internal Commands)। वर्तमान में इस ऑपरेटिंग सिस्टम को उपयोग बहुत कम है।

- ii- **LINAX (लाईनेक्स)** : यह सॉफ्टवेयर मुख्यतः नेटवर्किंग के काम आता है। यह सर्वर व इंटरनेट को ऑपरेट करने के लिए उपयोग में लाया जाता है।
- iii- **UNIX (यूनिक्स)** : यह बेल टेलीफोन द्वारा विकसित 16 बिट वाले मिनी एवं माइक्रो कम्प्यूटर के लिए बहुत ही लोकप्रिय क्रियात्मक पद्धति है।
- iv- **WINDOWS (विण्डोज)** यह भी एक महत्वपूर्ण ऑपरेटिंग सॉफ्टवेयर है जो विण्डोज 95, 98, 2000, XP1, XP2, XP3, XP Vizita, से लेकर वर्तमान XP2007 (एक्स पी 2007) तक पहुंच गया है। वर्तमान में यही ऑपरेटिंग सॉफ्टवेयर उपयोग में लाया जाता है।

(ख) प्रयुक्त सॉफ्टवेयर (Application Software) : इस प्रकारके सॉफ्टवेयर का प्रयोग विशेष प्रकार के कार्य करने के लिए किया जाता है। जैसे पत्राचार या लेखन से सम्बन्धित कार्य के लिये, रेल आरक्षण के लिए, एकाउण्ट्स के लिए, ज्योतिष कार्य के लिए तथा पुस्तकालय व अन्य किसी आवश्यक कार्य के लिए। इस तरह के सॉफ्टवेयर के निम्न उदाहरण हैं—

i. Word Star (वर्ड स्टार) : माइक्रो प्रो इंटरनेशनल द्वारा विकसित विश्व में सर्वाधिक प्रयोग होने वाला प्रोसेसिंग कार्यक्रम है। वर्तमान में इसका उपयोग कम होता है।

ii. MS OFFICE (एमएस ऑफिस) : यह साफ्टवेयर एक महत्वपूर्ण व बहुचर्चित सॉफ्टवेयर है जो लिखने व पढ़ने सम्बन्धित कार्य के लिए प्रयोग में लाया जाता है। इसके कई एडवांस वर्जन अब तक आ चुके हैं— ऑफिस 97, ऑफिस 2000, ऑफिस 2003, ऑफिस 2007 तथा ऑफिस 2010।

iii. D-Base (डी बेस) : इस सॉफ्टवेयर का प्रयोग प्रबन्ध के लिए किया जाता है तथा वर्तमान में डी-बेस iv का प्रयोग किया जा रहा है। यह उपभोक्ताओं के लिए वेहद सुविधाजनक होने के कारण बहुत ही लोकप्रिय है।

उपरोक्त के अलावा गेम्स, टेली, एक्रोवेट (PDF), एम एस वर्ड (MS WORD), फोटो शॉप, पेजमेकर, कोरल ड्रॉ, स्टेलर, विजुअल सी⁺⁺ आदि भी महत्वपूर्ण एप्लिकेशन सॉफ्टवेयर हैं।

(ग) कस्टम सॉफ्टवेयर (Custom Software) : प्रयुक्त सॉफ्टवेयर किसी विशेष कार्य से सम्बन्धित होते हैं तथा उसमें सहायता करने वाला सॉफ्टवेयर कस्टम सॉफ्टवेयर कहलाता है। यह सॉफ्टवेयर किसी विशिष्ट कार्य के लिए उपभोक्ता द्वारा बनाया जा सकता है।

बोध प्रश्न

प्र० 1— हार्डवेयर क्या है ?

उ० कम्प्यूटर एक उच्च स्तर की बहुउद्देश्यीय मशीन है जो प्रोग्राम के दिशा निर्देशों के अनुरूप कार्य करती है। कम्प्यूटर में बहुत से उपकरण एक-दूसरे से संलग्न हाते हैं और बेहतर परिणाम पाने के लिए वे मिलकर कार्य करते हैं। कम्प्यूटर के 'भौतिक उपकरण' उसके 'हार्डवेयर' कहलाते हैं। यानी कम्प्यूटर का ऐसा हिस्सा जो देखा जा सकता है तथा छुआ जा सकता है उसे कम्प्यूटर हार्डवेयर कहते हैं।

प्र० 2— कम्प्यूटर हार्डवेयर के उदाहरण दीजिए ?

उ० कम्प्यूटर के प्रमुख हार्डवेयर, की बोर्ड, माऊस, लाइटपैन, एमआईसीआर (Maganetic Ink Character Reader), मदर बोर्ड, माइक्रोप्रोसेसर, हार्ड डिस्क, वीडियो कार्ड, प्रिन्टर कार्ड, मॉनीटर, प्रिन्टर, स्पीकर, रेम, मॉनीटर, सीडी रोम ड्राइव, ग्राफिक एक्सीलरेटर, मॉडेम, हार्ड डिस्क, प्रिन्टर, सी.पी.यू. चिप आदि हैं।

प्र० 3— सिस्टम सॉफ्टवेयर क्या है ?

उ० जो सॉफ्टवेयर कम्प्यूटर को रन करवाते हैं या चलाते हैं या ऑपरेट करते हैं उन्हें सिस्टम सॉफ्टवेयर कहते हैं। इन्हें ऑपरेटिंग सॉफ्टवेयर

भी कहते हैं। डॉस, लाइनेक्स, युनिक्स, विण्डोज आदि कम्प्यूटर के ऑपरेटिंग सॉफ्टवेयर हैं।

प्र० 4 – DOS क्या है?

उ० DOS डिस्क ऑपरेटिंग सिस्टम एक ऐसा ऑपरेटिंग सिस्टम है जो कम्प्यूटर को उसके डिस्क के माध्यम से ऑपरेट करता है। इसलिए इसे डिस्क ऑपरेटिंग सिस्टम कहते हैं। यह ऑपरेटिंग सिस्टम कम्प्यूटर को दो कमाण्ड्स द्वारा ऑपरेट करता है— बाह्य निर्देश (External Commands) तथा आंतरिक निर्देश (Internal Commands)। वर्तमान में इस ऑपरेटिंग सिस्टम का उपयोग बहुत कम है।

7.6 कम्प्यूटर तकनीक एवं मास-मीडिया :

दुनिया के सभी क्षेत्रों में तकनीकी विकास निरन्तर हो रहे हैं। कम्प्यूटर ने तो मशीनीकरण में क्रान्ति ही ला दी है। आज अखबारों के छापने से लेकर, फोन, इंटरनेट, फैक्स, वीडियो-कॉन्फ्रेंस तक में कम्प्यूटर का इस्तेमाल धड़ल्ले से हो रहा है। मास मीडिया के क्षेत्र का कोई भी पहलू आज कम्प्यूटर तकनीक से अछूता नहीं है। पत्रकारिता के क्षेत्र का हर पहलू भी इसी से जुड़ा है। दुनिया भर में सूचना क्रान्ति के आगमन के साथ ही दुनिया में तकनीकी तौर पर भी क्रान्ति आई है और दुनिया आज एक क्लिक (कम्प्यूटर के माउस द्वारा) के इशारे पर सिमट आई है। चाहे वार्तालाप करना हो, चाहे सूचनाओं का आदान-प्रदान, चाहे विज्ञापन चाहिए या चित्र, कोई संशोधन परिवर्धन चाहिए या सज्जा, उपग्रह से देशों की दूरियां लांघनी हो या मुख्य कार्यालय को अन्य कार्यालय से जोड़ना हो, हर जगह कम्प्यूटर की तकनीक उपयोगी हो सकती हैं।

वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग ने आज दुनिया को निकट ला दिया है। एक जगह पर स्थित कोई समूह या व्यक्ति दूसरी जगह पर स्थित व्यक्ति या समूह से इस माध्यम से ऐसे बात कर सकता है जैसे कि वह घर बैठे आमने-सामने बातें कर रहे हों। इसमें दूर शिक्षा हेतु क्लास-रूम की तरह पढ़ाई, जन-समस्याओं हेतु समाधान, वार्ताएं आदि के प्रयोग सफलता-पूर्वक किये जा सकते हैं। अब तो सरकार भी जनता की समस्याओं को वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग के माध्यम से सुन रही है। मुख्यमंत्री व प्रदेश स्तर के उच्च अधिकारी भी जिलास्तरीय अधिकारियों से वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग के माध्यम से मुखातिब होते हैं और एक संवाद कायम करते हैं।

इंटरनेट भी मॉसमीडिया की एक महत्वपूर्ण विधा है। इसने तो सम्पूर्ण दुनिया को घर में ही बदल दिया है। जहां, जब जिस विषय पर जानकारी चाहिए हो, बातचीत करनी हो, खरीदना-बेचना हो, किसी भी कार्य को इंटरनेट से चुटकियों में निपटाया जा सकता है। पत्रकारिता के क्षेत्र में कम्प्यूटर कम्पोजिंग प्रणाली का पर्याय हो चुका है। समाचार लिखने से लेकर पेज मेकिंग व सम्बन्धित चित्र लगाने तक के सारे कार्य अकेले कम्प्यूटर पर सम्पन्न हो सकते हैं। कम्प्यूटर की इस क्षमता ने कम खर्च के कई संस्करण निकालने का रास्ता खोल दिया है। इससे समाचार पत्रों की ग्राहक संख्या में अभिनव बढ़ोत्तरी हो रही है और हर क्षेत्र की स्थानीय खबरें पाठकों को मिल रही हैं।

सभी अखबारों ने अपने ग्राहकों का विवरण कम्प्यूटरीकृत कर लिया है। विज्ञापनदाता भी इससे पूर्ण विज्ञापन की सुविधा ले रहे हैं। कम्प्यूटरीकृत सूचियां लेबलिंग और मेलरूम का स्वचालनीकरण हो गया है जिससे स्थानीय विज्ञापनों सहित क्षेत्रीय संस्करणों तक खबरें प्रभावी रूप से पहुंचाना सम्भव हो गया है।

वर्तमान में कम्प्यूटर द्वारा सस्ते उपग्रह पृष्ठों ने विज्ञापन व्यवसाय में क्रांति ला दी है। विज्ञापनदाता उपग्रह से विज्ञापन समाचार पत्रों को प्रेषित कर रहे हैं। विज्ञापन प्रसारण के साथ ही उपभोक्ताओं को उनकी पसन्द का उत्पादन उपलब्ध हो रहा है। उपग्रह प्रसारण सेवा का लाभ उठाकर पाठक की रुचि के अनुसार

उसके लिए विशेष परिशिष्ट तैयार किये जा रहे हैं। छपाई में क्रान्तिकारी परिवर्तन आये हैं। रंगों, चित्रों व पृष्ठ सज्जा का अनोखा सम्मिश्रण इसमें देखने को मिल रहा है।

वर्तमान में फोटोग्राफी भी बीते दशक की बात हो गयी है। डिजिटल कैमरों व कम्प्यूटर की कारीगरी से अनेकानेक नए प्रभाव व ग्राफिक्स तैयार हो रहे हैं। फोटो को इंटरनेट के माध्यम से कहीं भी भेजा जा रहा है। फोटो में रसायनों का इस्तेमाल नहीं हो रहा है और विशेष उपकरणों का उपयोग फोटोग्राफी की गुणवत्ता को नवीन आयाम दे रहा है।

आप टेलीविजन भी संचार व्यवस्था का एक अभिन्न अंग हो चुका है। इंटरनेट टेलीफोनी के उपयोग से कम्प्यूटर ने संदेश को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुंचाने में क्रान्तिकारी रूप दिया है। समाचार संकलन व प्रस्तुति के लिए यह प्रणाली कारगर सिद्ध हो रही है। साथ ही दूरदर्शन, रेडियो, फिल्मों, विज्ञापनों आदि के लिए भी कम्प्यूटर का आगमन एक वरदान सिद्ध हो रहा है। प्रस्तुति व प्रभाव के अनेक आयाम इससे सामने आ रहे हैं। कार्यक्रम निर्माण, परिकल्पना, प्रभाव को कम्प्यूटर पर पहले ही आकलित किया जा रहा है। फिल्म व धारावाहिक निर्माण में विशेष प्रभावों को डाला जा रहा है। चित्रों के संयोजन व ध्वनि व दृश्य के प्रभावों में मनचाहा संयोजन किया जा रहा है। कुल मिलाकर कहें तो कम्प्यूटर तकनीक मास-मीडिया के लिए एक वरदान के रूप में सिद्ध हुयी है। मास मीडिया में कम्प्यूटर की उपयोगिता का अध्ययन हम कुछ इस तरह कर सकते हैं –

7.6.1 कम्प्यूटर व टेलीविजन का संयोजन :

कम्प्यूटर व टेलीविजन के संयोजन से मल्टीमीडिया के क्षेत्र में अनेक नए आयाम जोड़े जा रहे हैं। कम्प्यूटर पर सम्पादन, वीडियो-फिलम्स, धारावाहिक, डॉक्यूमेंट्री आदि को इच्छानुसार क्रियात्मक रूप दिया गया है। चित्रों, ध्वनि के विभिन्न रूप को परिष्कृत व उन्नत किया जा रहा है। स्पेशल इफेक्ट्स, संयोजन व सम्पादन के माध्यम से पूरी परिकल्पना को विशेषता प्रदान की जा रही है।

वीसीडी के चलन ने टेलीविजन को वृहद आकार दे दिया है। मनचाहे संगीत, फोटो-फिल्मस का निर्माण पर्सनल कम्प्यूटर द्वारा हो रहा है। घरेलू कार्यक्रमों, फोटोग्राफी, शादी-उत्सवों, त्यौहारों आदि की रिकार्डिंग को विभिन्न प्रस्तुतियां दी जा रही हैं। कम्प्यूटर ने होम थियेटर, पारिवारिक फिल्म, गानों के नए अंदाज, तस्वीरों की अनेकानेक प्रस्तुतियों आदि की कल्पना को सार्थक बना दिया है। टेलीविजन कार्यक्रमों को किसी भी स्वरूप में प्रस्तुति के लिए वर्तमान में कम्प्यूटर सम्पादन का ही सहारा लिया जा रहा है।

7.6.2 वीडियो एडिटिंग :

कम्प्यूटर द्वारा सम्पादन में शूटिंग की समस्त सामग्री (ध्वनि व चित्रों) को कम्प्यूटर के निर्धारित सॉफ्टवेयर प्रोग्राम में फीड कर दिया जाता है। इसके बाद स्क्रीन पर उनकी प्रस्तुति को ऑन लाइन देखा जाता है। कार्य की आवश्यकता के अनुरूप अलग से डब की गई आवाज, सुर, संगीत आदि इसमें जोड़े-घटाए जा सकते हैं। साथ ही दृश्य प्रस्तुतियों में त्रिआयामी प्रभाव, रंग व दृश्यों का संयोजन, अतिरिक्त दृश्य आदि जोड़े-घटाए जा सकते हैं। चाहें तो वर्तमान दृश्यों को दूसरे दृश्य से प्रतिस्थापित किया जा सकता है। इस प्रकार प्रस्तुति में चार चांद तो लगते ही हैं उसके क्रम, गति, प्रभाव हिस्सों आदि को घटाया-बढ़ाया भी जा सकता है।

कल्पना और तकनीक की यह अनोखी क्रियात्मकता वर्तमान में धारावाहिकों, फिल्मों, गानों, कार्यक्रमों आदि में देखने-सुनने को मिल रही है। इससे कार्यक्रम अधिक रोचक व प्रभावी तो हो ही रहे हैं साथ ही वी सी डी के माध्यम से इनका व्यापक प्रचार-प्रसार भी हो रहा है।

7.6.3 वेबसाइट एवं अंकन :

जिन्दगी से जुड़े हर एक विषय पर आज लाखों वेबसाइट्स उपलब्ध हैं। तकनीकी तौर पर यदि आप कम्प्यूटर निर्देशों को क्रियान्वित कर सकते हैं तो ज्ञान-विज्ञान की एक नवीन दुनिया आपके सामने आ खड़ी होती है। बस आप इस

दुनिया में जितना चाहें उतने गहरे पैठते जाइए। आप अपनी कल्पना से भी परे निकल जाएंगे। अपने काम की सामग्री को आप जहां तक चाहें कम्प्यूटर को निर्देश देकर प्रिन्टर के माध्यम से प्राप्त कर सकते हैं। चाहें तो इसे फ्लॉपी डिस्क या सी डी में स्टोर कर सकते हैं। आप जहां चाहे वहां यह सामग्री आपके लिए उपलब्ध है।

शिक्षा, चिकित्सा, अध्ययन, ज्ञान-विज्ञान एवं शोध के लिए यह प्रक्रिया अत्यन्त आवश्यक है। इस प्रक्रिया का सकारात्मक प्रयोग करके आज के वैज्ञानिक युग में व्यक्ति सफलता के सोपान पर अग्रसर हो सकता है। साथ ही आवश्यक सामग्री को प्रिन्टर द्वारा या अन्य माध्यम से अंकित कर अपने शोध व सन्दर्भ हेतु प्रयुक्त कर सकता है।

7.6.4 कम्प्यूटर एवं विज्ञापन :

वर्तमान युग विज्ञापन का युग है। विज्ञापन को आधुनिक और प्रभावी बनाने में कम्प्यूटर की महत्वपूर्ण भूमिका है। प्रिन्ट मीडिया के विज्ञापनों की साज-सज्जा हो या टीवी विज्ञापनों की प्रभावी प्रस्तुतीकरण यह सब कम्प्यूटर पर निर्भर हो गया है।

कला एवं क्रियात्मकता का दूसरा नाम ही विज्ञापन है। आज चारों ओर विज्ञापनों की भरमार है। कुछ सैकण्ड का एक विज्ञापन जनमानस पर अपनी अमिट छाप छोड़ जाता है और यह सब उसकी दृश्य व श्रव्य प्रस्तुति का कमाल है। इस कमाल के पीछे हाथ है कम्प्यूटर का।

कम्प्यूटर से जहां ध्वनि व चित्रों को प्रभावी व आकर्षक बनाया जाता है वहीं गति, स्थिरता व प्रस्तुति का ऐसा तारतम्य भी किया जाता है कि बरबस देखने वाले की निगाहें थम जाती हैं। कम्प्यूटर से घटाना-बढ़ाना, शीर्षक, ध्वनि व दृश्य की बेहतर प्रस्तुति व मूल भाग को अन्य सम्पादित भाग से जुड़ाव कर अनोखी व

आकर्षक प्रस्तुति दी जा सकती है। कम्प्यूटर के प्रभाव के कारण ही वर्तमान में एक से एक सजीले व प्रस्तुति में चिताकर्षक विज्ञापन देखने को मिल रहे हैं।

7.6.5 दृश्यात्मक डिजाइन एवं रंग :

‘प्रस्तुति’ ही पत्रकारिता की जान है। मूलभूत तत्व का प्रभावी होना तो आवश्यक है ही पर जब तक दृश्यात्मक प्रस्तुति आकर्षक नहीं होगी तब तक पाठक या श्रोता उसे सर-आंखों पर नहीं रखेंगे। दृश्यात्मक डिजाइनों के माध्यम से आधारभूत सामग्री को संशोधित किया जाता है और पाठक के हाथों में जाने से पहले उसे नया आयाम मिलता है। विभिन्न प्रकार के शीर्षक, ग्राफिक्स, सारणियां, चित्र, गहरे व हल्के रंगों के प्रभाव, छाया व प्रकाश के संयोजन से सभी सामग्री जब प्रस्तुत होती है तो उसकी विजुअल अपील कुछ अलग ही होती है।

रंग जीवन में ही नहीं बल्कि प्रस्तुति के सभी स्तरों पर अपना प्रभाव रखते हैं। यही कारण है कि आज दृश्य माध्यमों में प्रस्तुति के अनुरूप रंगों को प्राथमिकता दी जाने लगी है। कम्प्यूटर में स्क्रीन पर सामग्री के अनुरूप विभिन्न रंग-संयोजनों को उसकी विजुअल अपील के व्यापक परिप्रेक्ष्य में देख-परख कर आवश्यकतानुसार संशोधन किए जाते हैं और प्रभावी प्रस्तुति को आकार दिया जाता है।

बोध प्रश्न

प्र01— वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग क्या है ?

उ0 वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग ने आज दुनिया को निकट ला दिया है। एक जगह पर स्थित कोई समूह या व्यक्ति दूसरी जगह पर स्थित व्यक्ति या समूह से इस माध्यम से ऐसे बात कर सकता है जैसे कि वह घर बैठे आमने-सामने बातें कर रहे हों। इसके जरिए दूर शिक्षा हेतु क्लासरूम की तरह पढ़ाई, जनसमस्याओं हेतु समाधान, वार्ताएं आदि के प्रयोग सफलतापूर्वक किये जा सकते हैं।

- प्र02— पत्रकारिता के क्षेत्र में कम्प्यूटर की भूमिका बताइए ?
- उ0 पत्रकारिता के क्षेत्र में कम्प्यूटर अब कम्पोजिंग व्यवस्था का पर्याय हो चुका है। समाचार लिखने से लेकर पेज मेकिंग व सम्बन्धित चित्र लगाने तक के सारे कार्य अकेले कम्प्यूटर पर सम्पन्न हो सकते हैं। कम्प्यूटर की इस क्षमता और कार्य ने कम खर्च के कई संस्करण निकालने का रास्ता खोल दिया है।
- प्र03— वीडियो एडिटिंग क्या है ?
- उ0 कम्प्यूटर द्वारा सम्पादन में शूटिंग की समस्त सामग्री (ध्वनि व चित्रों) को कम्प्यूटर के निर्धारित सॉफ्टवेयर प्रोग्राम में फीड कर दिया जाता है। इसके बाद स्क्रीन पर उनकी प्रस्तुति को ऑन लाइन देखा जाता है। कार्य की आवश्यकता के अनुरूप अलग से डब की गई आवाज, सुर, संगीत आदि इसमें जोड़े-घटाए जा सकते हैं। साथ ही दृश्य प्रस्तुतियों में त्रिआयामी प्रभाव, रंग व दृश्यों का संयोजन, अतिरिक्त दृश्य आदि जोड़े-घटाए जा सकते हैं। चाहें तो वर्तमान दृश्यों को दूसरे दृश्य से प्रतिस्थापित किया जा सकता है। इस प्रकार प्रस्तुति में चार चांद तो लगते ही हैं उसके क्रम, गति, प्रभाव हिस्सों आदि को घटाया-बढ़ाया भी जा सकता है।
- प्र04 — वेबसाइट्स से हमें किस तरह की मदद मिलती है ?
- उ0 जिन्दगी से जुड़े हर एक विषय पर आज लाखों वेबसाइट्स उपलब्ध हैं। तकनीकी तौर पर यदि आप कम्प्यूटर निर्देशों को क्रियान्वित कर सकते हैं तो ज्ञान-विज्ञान की एक नवीन दुनिया आपके सामने आ खड़ी होती है।

7.7 सारांश :

हम यह भलिभांति जानते हैं कि वर्तमान युग कम्प्यूटर के युग के नाम से जाना जाता है। आज दैनिक क्रियाकलापों से लेकर रक्षाविज्ञान, शिक्षा, उद्योग, व्यवसाय, मनोरंजन, उपचार रेलवे आरक्षण, यातायत, टेलीफोन, टेलीग्राफ, दूरसंचार, अन्तरिक्ष विज्ञान, मौसम की जानकारी, अभियान्त्रिक, डिजायन तथा अन्वेषण एवं शोध तक कम्प्यूटर अपनी अहम् भूमिका निभा रहा है। कम्प्यूटर अंग्रेजी भाषा के शब्द 'कम्प्यूट' से बना है। 'कम्प्यूट' का अर्थ अंकों की गिनती करना, गणना करना या हिसाब-किताब करने वाली मशीन से है। वैसे अब कम्प्यूटर का उपयोग गणितीय कार्यों के लिये कम तथा गणितेतर सूचनाओं के संसोधनों के लिए अधिक किया जा रहा है।

पत्रकारिता एवं जनसंचार का कोई भी पहलू कम्प्यूटर तकनीक से अछूता नहीं है। मीडिया के क्षेत्र का हर पहलू कम्प्यूटर से जुड़ा है। दुनिया भर में सूचना क्रान्ति के आगमन के साथ ही दुनिया में तकनीकी तौर पर भी क्रान्ति आई है और दुनिया आज एक क्लिक (कम्प्यूटर के माउस द्वारा) के इशारे पर सिमट आई है। चाहे वार्तालाप करना हो, चाहे सूचनाओं का आदान-प्रदान, चाहे विज्ञापन चाहिए या चित्र, कोई संशोधन परिवर्धन चाहिए या सज्जा, उपग्रह से देशों की दूरियां लांघनी हो या मुख्य कार्यालय को अन्य कार्यालय से जोड़ना हो। हर कहीं कम्प्यूटर की उपयोगिता है, आवश्यकता है।

उपरोक्त अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि वर्तमान युग के हर पहलू व हर क्षेत्र में कम्प्यूटर का जितना हस्तक्षेप बढ़ गया है उतनी ही महत्वपूर्ण भूमिका पत्रकारिता एवं जनसंचार में भी इसकी हो गयी है। यह प्रिन्ट मीडिया की साज-सज्जा हो या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की दृश्यात्मक डिजायन व रंग, हर जगह कम्प्यूटर तकनीक का ही बोलबाला है। यह कम्प्यूटर का ही कमाल है कि आज पत्रकारिता में एक और विधा साइबर पत्रकारिता के रूप में जुड़ गई है जिसने विश्व को एक घर में समेट दिया है।

7.8 शब्दावली :

हार्डवेयर : कम्प्यूटर के पार्ट, जो कम्प्यूटर के घटक भी कहलाते हैं। जैसे—आउटपुट/इनपुट सिस्टम, सीपीयू, प्रिन्टर एवं अन्य डिवाइसेस।

साफ्टवेयर : कम्प्यूटर को चलाने वाले वे घटक जो कम्प्यूटर को ऑपरेट करते हैं साँफ्टवेयर कहलाते हैं। जैसे विन्डोस, डॉस, एमएस ऑफिस आदि।

CPU : सेन्ट्रल प्रोसेसिंग यूनिट या सिस्टम यूनिट इसे कम्प्यूटर का दिमाग भी कहते हैं।

मशीन भाषा : कम्प्यूटर जिस भाषा में कार्य करता है उसे कम्प्यूटर भाषा (Machine Language) कहते हैं। 0 और 01 बाइनेरी नम्बर ही कम्प्यूटर की भाषा होती है।

इनिएक (ENIAC) : सन् 1946 में डॉ० जॉन एच. मुचली ने एक इलेक्ट्रॉनिक मशीन का निर्माण किया जिसे इनिएक (ENIAC) कहा गया। इनमें गणनाएं इलेक्ट्रॉनिक तरंगों के द्वारा होती थीं। यह बहुत तीव्रता वाला कम्प्यूटर था साथ ही यह बाइनेरी अंकों का संग्रह भी कर सकता था।

पी.सी. : यह पर्सनल कम्प्यूटर होता है। इसे व्यक्तिगत रूप से उपयोग में लाया जाता है जिसकी कार्यक्षमता बड़े-बड़े उद्योगों व कार्यालयों में लगे कम्प्यूटर से कम होती है।

DOS : डिस्क ऑपरेटिंग सिस्टम एक ऐसा ऑपरेटिंग सिस्टम है जो कम्प्यूटर को उसके डिस्क के माध्यम से ऑपरेट करता है। इसलिए इसे डिस्क ऑपरेटिंग सिस्टम कहते हैं। यह ऑपरेटिंग सिस्टम कम्प्यूटर को दो कमाण्ड्स द्वारा ऑपरेट करता है— बाह्य निर्देश (External Commands) आंतरिक निर्देश (Internal Commands)।

वर्तमान में इस ऑपरेटिंग सिस्टम को उपयोग बहुत कम है।

LINAX (लाईनेक्स) : यह सॉफ्टवेयर मुख्यतः नेटवर्किंग के काम आता है। यह सर्वर व इंटरनेट को ऑपरेट करने के लिए उपयोग में लाया जाता है।

UNIX (युनिक्स) : यह बेल टेलीफोन द्वारा विकसित 16 बिट वाले मिनी एवं माइक्रो कम्प्यूटर के लिए बहुत ही लोकप्रिय क्रियात्मक पद्धति है।

WINDOWS (विण्डोज) : यह भी एक महत्वपूर्ण ऑपरेटिंग सॉफ्टवेयर है जो विण्डोज 95, 98, 2000, XP1, XP2, XP3, XP Vista, से लेकर वर्तमान XP2007 (एक्स पी 2007) तक पहुंच गया है। वर्तमान में यही ऑपरेटिंग सॉफ्टवेयर उपयोग में लाया जाता है।

7.9 त्वरित अभ्यास :

1. कम्प्यूटर क्या है ? इसकी कार्यशैली को विस्तार से समझाइए ?
2. कम्प्यूटर का पूर्ण विकास किस प्रकार हुआ ? समझाइए ?
3. कम्प्यूटर के कितने प्रकार हैं ? प्रत्येक को परिभाषित कीजिए ?
4. एनालिटिकल इंजन क्या है ? इसके क्या गुण हैं ?
5. साफ्टवेयर को परिभाषित कीजिए ?
6. विज्ञापनों को आधुनिक और प्रभावी बनाने में कम्प्यूटर की भूमिका बताइए?
7. वर्तमान में चल रहे आधुनिकतम सॉफ्टवेयर ने मीडिया जगत को किस तरह प्रभावित किया है।
8. टेलीविजन संचार व्यवस्था का महत्वपूर्ण अंग है ? समझाइए ?

9. इंटरनेट मासमीडिया की एक महत्वपूर्ण विधा है ? समझाइए ?
10. कस्टम सॉफ्टवेयर क्या है ?
11. वर्तमान युग में कम्प्यूटर की उपयोगिता किस हद तक बढ़ी है ?
12. परिचालन पद्धति के आधार पर कम्प्यूटर कितने प्रकार के होते हैं ?

7.10 अभ्यासार्थ प्रश्न :

प्रश्न-1 किसी अखबार के कार्यालय में कम्प्यूटर के उपयोग पर एक रिपोर्ट तैयार कीजिए ?

प्रश्न-2 कम्प्यूटर के हार्डवेयर कौन-कौन से हैं ?

प्रश्न-3 कम्प्यूटर में साफ्टवेयर का क्या उपयोग है ?

प्रश्न-4 कम्प्यूटर किन-किन चरणों से होता हुआ अपने वर्तमान स्वरूप तक पहुंचा है?

प्रश्न-5 तकनीकी विकास ने विश्व जगत में किस तरह के बदलाव किये हैं?

प्रश्न-6 एप्लिकेशन साफ्टवेयर क्या हैं ? MS OFFICE (एमएस ऑफिस), D-Base डी बेस को परिभाषित कीजिए ?

प्रश्न-7 किसी विज्ञापन या समाचार का अच्छा प्रस्तुतिकरण क्यों आवश्यक है? समझाइए ?

प्रश्न -8 UNIX (युनिक्स) व WINDOWS (विण्डोज) को परिभाषित कीजिए ?

7.11 प्रयोगात्मक अभ्यास :

कम्प्यूटर के उपयोग से हमारी कार्यशैली किस हद तक प्रभावित हुई है ? इस पर एक लेख लिखिए।

7.12 सन्दर्भ ग्रन्थ :

1. प्रो. हरिमोहन : सूचना प्रौद्योगिकी और जनमाध्यम
2. चढ्ढा, सविता : आधुनिक जनसंचार और हिंदी
3. पटेरिया, मनोज : विज्ञान संचार
4. माथुर, श्याम : वेब पत्रकारिता
5. कुमार, सुरेश : इंटरनेट पत्रकारिता
6. पचौरी, सुधीश एवं शर्मा, अचला : नए जनसंचार माध्यम और हिंदी
7. By Roy Methew : Information & Communication
Technology:Recasting Developments,
Cyber Journalism -

इन्टरनेट एवं ई-मेल

इकाई की रूपरेखा

8.0 उद्देश्य

8.1 प्रस्तावना

8.2 इन्टरनेट— अर्थ, कार्यविधि एवं संक्षिप्त इतिहास

8.2.1 इन्टरनेट की उपयोगिता

8.2.2 इन्टरनेट से कैसे जुड़ें

8.2.3 इन्टरनेट के सकारात्मक एवं नकारात्मक पक्ष

8.2.4 वेबसाइट (WWW)

8.2.5 वेब पेज

8.2.6 सर्च इंजन

8.2.7 होम पेज

8.3 ई-मेल परिचय, अर्थ, अवधारणाएं

8.4 वीडियो कान्फ्रेंसिंग व टेलीफोनी, दृश्य माध्यम

8.5 सारांश

8.6 शब्दावली

8.7 त्वरित अभ्यास

8.8 अभ्यासार्थ प्रश्न

8.9 प्रयोगात्मक अभ्यास

8.10 संदर्भ ग्रन्थ

8.0 उद्देश्य :

वर्तमान में इन्टरनेट ने दुनिया को एक जाल में बांध दिया है। आप एक माऊस क्लिक करते ही दुनिया के किसी भी कोने की कोई भी खबर को देख सकते हैं, पढ़ सकते हैं। इन्टरनेट का यदि हम अर्थ निकालें तो 'नेट' का अर्थ जाल और 'इन्टर' का अर्थ है एक निश्चित परिधि से बाहर यानि विश्व। इसलिए इन्टरनेट का अर्थ हम विश्व जाल या अन्तर्राष्ट्रीय जाल से लगा सकते हैं।

ऐसा विषय जिसने पूरे विश्व को अपने जाल में बांध लिया है और जिसके प्रचलन से पूरा विश्व एक गांव के रूप में सिमट गया है और सारे विश्व का समाज एक बना गया है। उस विषय का अध्ययन करना आज पत्रकारिता और जनसंचार के छात्रों के लिए आवश्यक हो गया है।

इस इकाई का उद्देश्य छात्रों को इंटरनेट की जानकारी देना तथा उन को दुनिया से जोड़ने वाली इस विधा का ज्ञान कराना है। इस इकाई के मुख्य उद्देश्य निम्नवत हैं:

- इन्टरनेट जैसे महत्वपूर्ण विषय से छात्रों को परिचित कराना, क्योंकि वर्तमान में इन्टरनेट के ज्ञान के बिना किसी व्यक्ति का आधुनिक भौतिकवादी जीवन में आगे बढ़पाना असम्भव है।
- आज डाकिया की डाक व्यवस्था धीमी पड़ गयी है और कम्प्यूटर की डाक व्यवस्था (ई-मेल) का प्रचलन बढ़ गया है। अपने दोस्तों से चैटिंग करनी हो या उन तक सूचना पहुंचानी हो या संवाद करना हो तो ई-मेल एक अच्छा माध्यम है। इसलिए दूरस्थ शिक्षा के पत्रकारिता एवं जनसंचार विषय के छात्रों को ई-मेल जैसे विषय की जानकारी इस इकाई के माध्यम से दी जा रही है।

8.1 प्रस्तावना :

कम्प्यूटर व सूचना प्रौद्योगिकी के लिए इंटरनेट एक सेवा संचार माध्यम है जो सारे विश्व को प्रभावित कर रहा है। सूचना व ज्ञान का यह अथाह भंडार है। 'इंटरनेट' से जुड़ते ही व्यक्ति के लिए ज्ञान व सूचना की अथाह दुनिया सामने आ खड़ी हाती है। इंटरनेट का यह चमत्कार घरेलू कम्प्यूटर से लेकर बड़ी-बड़ी व्यावसायिक संरचनाओं के कम्प्यूटरों तक अपना कमाल दिखा सकता है। सिर्फ एक 'मोडेम' टेलीफोन लाइन या इंटरनेट कनेक्शन की मदद से आपका कम्प्यूटर 'इंटरनेट' सुविधा का दाता बन जाता है। इंटरनेट के लिए न तो कोई 'कंट्रोल केन्द्र' होता है और न ही कोई 'पर्यवेक्षक'। इस तन्त्र की समस्त गतिविधियां स्व-संचालित होती हैं।

इंटरनेट के प्रारम्भिक दौर में किसी ने यह नहीं सोचा था कि यह माध्यम एक 'क्लिक' के इशारे पर पूरे विश्व में सूचना तन्त्र को सक्रिय कर सकेगा। इसकी शुरुआत 1960 के दशक में तब हुई जब यूनाइटेड स्टेट सरकार ने एक ऐसे तन्त्र की स्थापना के विषय में सोचा जिसमें सभी संचार लाइनों को 'न्यक्लिअर युद्ध' की दशा में भी सुचारु रखा जा सके। वे एक केन्द्रीय कंट्रोल नहीं चाहते थे क्योंकि ऐसी दशा में इससे जुड़ा सम्पूर्ण तन्त्र बेकार एवं अप्रभावी हो सकता था। उनकी 'एडवांस रिसर्च प्रोजेक्ट एजेन्सी' (ए.आर.पी.ए.) ने विकेन्द्रीकृत-व्यवस्था का एक नमूना तैयार किया। जो 1969 में तैयार हुआ और इसने विश्वविद्यालयों को 'अर्पानेट' (ARPANET) नाम से जोड़ा। धीरे-धीरे यह तन्त्र सक्रिय हुआ और सम्पूर्ण विश्व को इसने 'इंटरनेट' नाम से जोड़ दिया। इंटरनेट जिसे संक्षिप्त में 'नेट' कहा जाता है का सबसे महत्वपूर्ण पहलू है 'वर्ल्ड वाइड वेब'(WWW)।

अपने पारिभाषिक रूप में इंटरनेट दुनिया भर में मौजूद कम्प्यूटरों को एक-दूसरे से जोड़ने वाली एक अंतर्जालीय जटिल संरचना है, जिसे कार्य करने के लिए पृथ्वी के आउटर स्पेस में अत्याधुनिक उपग्रह संचार प्रणाली और धरती पर फाइबर केबल्स की आवश्यकता होती है, जिनमें आँकड़ों का संचरण लगभग प्रकाश

की गति से होता है—जिसको हम मुहावरे में कहते हैं “पलक झपकते”। हम तक यह संचरण टेलीफोन के तार और मोबाइल कनेक्शन के द्वारा पहुँचता है। यह लगभग अकल्पनीय लगता है कि दुनिया भर में मौजूद करोड़ों कम्प्यूटर एक सेकेंड या उससे भी कम वक्त में एक—दूसरे से संवाद कर सकते हैं और अपनी सूचनाओं को आपस में बाँट सकते हैं।

8.2 इंटरनेट – अर्थ, कार्यविधि एवं संक्षिप्त इतिहास :

इंटरनेट शब्द का हिंदी अनुवाद अंतरजाल किया जाता है लेकिन मूल अंग्रेज़ी शब्द ही व्यापक प्रचलन में है। इसे संक्षिप्त में ‘नेट’ भी कह दिया जाता है, जिसका अर्थ है जाल। वास्तव में इंटरनेट एक जाल ही है, जिसके असंख्य धागे एक दूसरे से मिलकर एक विशाल और अत्यंत जटिल संरचना का निर्माण करते हैं। इसकी तुलना मकड़ी के जाल से की जा सकती है।

एक परिभाषा के अनुसार ‘अंतरजाल एक—दूसरे से जुड़े संगणकों का एक विशाल विश्वव्यापी नेटवर्क या जाल है। इसमें कई संगठनों, विश्वविद्यालयों आदि के निजी और सरकारी संगणक जुड़े हुए हैं। अंतरजाल से जुड़े हुए संगणक आपस में अंतरजालीय नियमावली (**Internet Protocol**) सूचना का आदान—प्रदान करते हैं।’

अंतरजाल के जरिये मिलने वाली सूचनाओं और सेवाओं में अंतरजालपृष्ठ, ई—मेल और आपसी बातचीत (आडियो तथा वीडियो कांफ्रेंसिंग) सेवा प्रमुख हैं। इनके साथ—साथ चलचित्र, संगीत, वीडियो के इलेक्ट्रानिक या कम्प्यूटर की भाषा में कहें तो डिजिटल रूप भी इसमें शामिल हैं।

अपने पारिभाषिक रूप में इंटरनेट दुनिया भर में मौजूद कम्प्यूटर्स को एक—दूसरे से जोड़ने वाली एक अंतर्जालीय जटिल संरचना है, जिसे कार्य करने के लिए धरती के आउटर स्पेस में अत्याधुनिक उपग्रह संचार प्रणाली और धरती पर

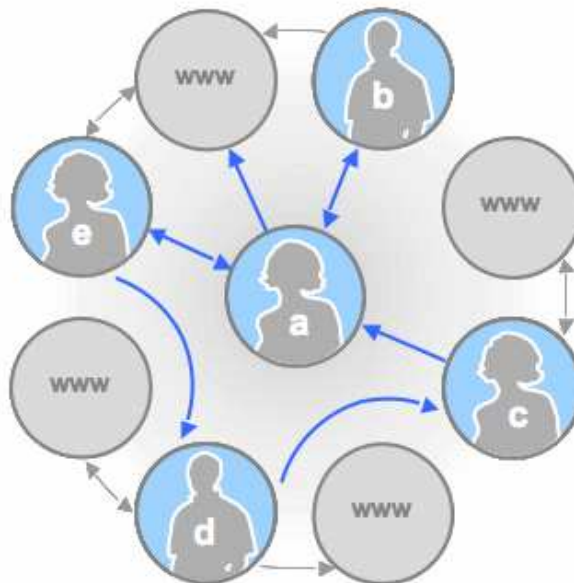
फाइबर केबल्स की आवश्यकता होती है, जिनमें आँकड़ों का संचरण लगभग प्रकाश की गति से होता है। हम तक यह संचरण टेलीफोन के तार और मोबाइल कनेक्शन के द्वारा पहुँचता है। इंटरनेट के द्वारा दुनिया भर में मौजूद करोड़ों कम्प्यूटर एक सेकेंड या उससे भी कम वक़्त में एक-दूसरे संवाद कर सकते हैं और अपनी सूचनाओं को आपस में बाँट सकते हैं। इसके जरिए एक-दूसरे की बोलती तस्वीरें आपस में बात करती हैं, भले ही दूरी हजारों किलोमीटर की क्यों न हो। आधुनिक उपग्रह प्रणाली और इंटरनेट तकनीक ने इसे सम्भव बनाया है। इस संचरण को और तीव्र बनाने की तकनीक पर शोध और प्रयोग लगातार जारी हैं, जिनके कारण इंटरनेट और संचार से जुड़े नए-नए उपकरण निरन्तर विकसित होते जा रहे हैं। इंटरनेट का सफ़र, १९७० के दशक में, विंट सर्फ (Vint Cerf) और बाबकाहन् (Bob Kahn) ने शुरू किया था। उन्होंने एक ऐसे तरीके का आविष्कार किया, जिसके द्वारा कम्प्यूटर पर किसी सूचना को छोटे-छोटे पैकेट में तोड़ा जा सकता था और दूसरे कम्प्यूटर में इस प्रकार से भेजा जा सकता था कि वे पैकेट दूसरे कम्प्यूटर पर पहुंच कर पुनः उस सूचना की प्रतिलिपी बना सकें –अर्थात् कम्प्यूटरों के बीच संवाद करने का तरीका निकाला। इस तरीके को ट्रांसमिशन कंट्रोल प्रोटोकॉल [Transmission Control Protocol (TCP)] कहा गया।

सूचना का इस तरह से आदान प्रदान तब भी हो सकता है जब किसी नेटवर्क में दो से अधिक कम्प्यूटर हों। क्योंकि किसी भी नेटवर्क में हर कम्प्यूटर का खास पता होता है। इस पते को इंटरनेट प्रोटोकॉल पता कहा जाता है। इंटरनेट प्रोटोकॉल पता वास्तव में कुछ नम्बर होते हैं जो एक दूसरे से एक बिंदु के द्वारा अलग-अलग किए गए हैं।

सूचना को जब छोटे-छोटे पैकेटों में तोड़ कर दूसरे कम्प्यूटर में भेजा जाता है तो यह पैकेट एक तरह से एक चिट्ठी होती है जिसमें भेजने वाले कम्प्यूटर का पता और पाने वाले कम्प्यूटर का पता लिखा होता है। जब वह पैकेट किसी भी नेटवर्क कम्प्यूटर के पास पहुंचता है तो कम्प्यूटर देखता है कि वह पैकेट उसके लिए भेजा गया है या नहीं। यदि वह पैकेट उसके लिए नहीं भेजा गया है तो वह

उसे आगे उस दिशा में बढ़ा देता है जिस दिशा में वह कंप्यूटर है जिसके लिये वह पैकेट भेजा गया है। इस तरह से पैकेट को एक जगह से दूसरी जगह भेजने को ही इण्टरनेट प्रोटोकॉल {Internet Protocol (I-P)} कहा जाता है।

अक्सर कार्यालयों के सारे कम्प्यूटर आपस में एक दूसरे से जुड़े रहते हैं और वे एक दूसरे से संवाद कर सकते हैं। इसको Local Area Network (LAN) लेन कहते हैं। लेन में जुड़ा कोई कंप्यूटर या कोई अकेला कंप्यूटर, दूसरे कंप्यूटरों के साथ टेलीफोन लाइन या सेटेलाइट से जुड़ा रहता है। अर्थात्, दुनिया भर के कम्प्यूटर एक दूसरे से जुड़े हैं। इण्टरनेट, दुनिया भर के कम्प्यूटर का ऐसा नेटवर्क है जो एक दूसरे से संवाद कर सकता है। वास्तविकता तो यह है कि इंटरनेट अब एक विशाल नेटवर्क होने से कहीं आगे खुद कई सारे नेटवर्क्स का अन्तर्राष्ट्रीय नेटवर्क है। आज 200 से भी ज़्यादा देशों के लाखों नेटवर्क इसके सम्पर्क द्वारा एक-दूसरे से जुड़े हैं। शिक्षा, विज्ञान, सरकार और व्यवसाय आदि अनेक क्षेत्रों से जुड़े करोड़ों लोग इसका उपयोग कर रहे हैं। पहले जहाँ यह विशिष्टों का साध्य था, वहीं अब ये सामान्यजनों का साधन बन चुका है। अनगिनत लोगों को इसने रोज़गार दिया है। कम्प्यूटर्स के इस अनोखे त्वरित अंतर्जालीय जुड़ाव को समझने के लिए सरल रूप में इस तरह चित्रित किया जा सकता है –



दुनिया भर के कम्प्यूटर्स तक पहुँचने और वांछित फाइल ढूँढने की प्रमुख विधियाँ हैं— गोफर्स, आर्ची, डब्लूएआईएस और वर्ल्ड वाइड वेब। डब्लूडब्लूडब्लू का ही पूर्ण रूप वर्ल्ड वाइड वेब है, जिसे वेबसाइट्स के पते में इस्तेमाल कर इंटरनेट पर दस्तावेजों की खोज की पद्धति के रूप में प्रयोग किया जाता है। उपर्युक्त आरेख सीमित है, इस तरह के जुड़ाव वस्तुतः अनगिनत होते हैं और हर वक्त अस्तित्वमान होते हैं। डब्लूडब्लूडब्लू से जब कोई वेबपृष्ठ नहीं प्राप्त नहीं होता तो उसे हाइपरटेक्स्ट ट्रांसफर प्रोटोकाल द्वारा प्राप्त किया जाता है, जिसका संक्षिप्त रूप एचटीटीपी(<http://>) इस्तेमाल में आता है।

इंटरनेट का संक्षिप्त इतिहास इस प्रकार है –

- 1969 इंटरनेट अमेरिकी रक्षा विभाग के द्वारा UCLA के तथा स्टैनफोर्ड अनुसंधान संस्थान कम्प्यूटर्स का नेटवर्किंग करके इंटरनेट की संरचना की गई। शुरु में इसे अर्पानेट (ARPANET) कहा गया। अमेरिका रक्षा विभाग ने सैन्य एवं नागरिक अनुसंधानकर्ताओं को रक्षा योजनाओं के बारे में सूचनाएँ भिजवाने के लिए इसकी स्थापना की।
- 1979 में ब्रिटिश डाकघर ने पहला अंतरराष्ट्रीय कम्प्यूटर नेटवर्क बना कर नई प्रौद्योगिकी का उपयोग करना आरम्भ किया।
- 1980 में बिल गेट्स का आईबीएम के कम्प्यूटर्स पर एक माइक्रोसॉफ्ट ऑपरेटिंग सिस्टम लगाने के लिए सौदा हुआ।
- 1983 में अर्पानेट को दो नेटवर्कों में बँट गया, जो आपस में जुड़ हुए थे – अर्पानेट और मिलनेट (MILNET)। यहीं से इंटरनेट की औपचारिक शुरुआत मानी जाती है।
- 1984 एप्पल ने पहली बार फाइलों और फोल्डरों, ड्रॉप डाउन मेनू, माउस, ग्राफिक्स का प्रयोग आदि से युक्त आधुनिक सफल कम्प्यूटर लांच किया।

- आरम्भिक काल में इंटरनेट का उपयोग केवल सेना से सम्बन्धित अनुसंधानों तथा क्रियाकलापों के लिए ही स्वीकृत था लेकिन 1986 में NSFNET(National Science Foundation Network) नामक एक नेटवर्क इंटरनेट से सम्बद्ध हो गया और धीरे-धीरे इसने दुनिया भर के लिए अपने द्वार खोल दिए।
- 1989 टिम बर्नर ली ने इंटरनेट पर संचार को सरल बनाने के लिए ब्राउजरो, पन्नों और लिंक का उपयोग कर के वर्ल्ड वाइड वेब बनाया।
- 1996 गूगल ने स्टैनफोर्ड विश्वविद्यालय में एक अनुसंधान परियोजना शुरू किया जो कि दो साल बाद औपचारिक रूप से काम करने लगा।
- 2009 डॉ स्टीफन वॉल्फरैम ने वाल्फैरम अल्फा लांच किया।
- भारत में अंतरजाल 80 के दशक में आया, जब एर्नेट (educational & research network) को सरकार, इलेक्ट्रॉनिक्स विभाग और संयुक्त राष्ट्र उन्नति कार्यक्रम (UNDP)की ओर से प्रोत्साहन मिला तथा सामान्य उपयोग के लिये जाल 15 अगस्त 1995 से उपलब्ध हुआ, जब विदेश संचार निगम सीमित (VSNL) ने गेटवे सर्विस शुरू की।

8.2.1 इंटरनेट की उपयोगिता :

इंटरनेट के अविष्कार ने सूचना प्रौद्योगिकी को जहाँ बड़े स्तर पर प्रोत्साहित किया है वहीं इसने मानव-जीवन के हर पहलू पर अपना व्यापक प्रभाव छोड़ा है। यह एक क्रान्ति है जिसने हर वर्ग को अपने प्रभाव में ले लिया है। चिकित्सक, अभियंता, वैज्ञानिक, व्यवसायी, शिक्षक, शोधकर्ता, विद्यार्थी तथा आम नागरिक सभी इंटरनेट को प्रयोग में ला सकते हैं। शायद ही आज तक के किसी अन्य अविष्कार ने विश्व स्तर पर जनमानस को इतने बड़े स्तर पर अपनी लोकप्रियता के प्रभाव में

लिया हो। मनोरंजन, व्यावसाय, शिक्षा, चिकित्सा सब का सब अब मानों कम्प्यूटर के अंदर समा गया है।

आखिर इंटरनेट को उपयोगी बनाने वाले वे कौन से कारण हैं? इस पर दृष्टि डालें तो हमें पता चलेगा कि इसके प्रमुख कारक इस प्रकार हैं :

- (1) संचार (Communication)
- (2) ई-मेल (E-Mail)
- (3) न्यूज ग्रुप्स (News Groups)
- (4) चेटिंग (Chatting)
- (5) सर्च (Search)
- (6) डाऊनलोड (Download)

इंटरनेट के उपरोक्त तत्वों की सहायता जहां एक ओर संचार माध्यम के रूप में इससे जानकारी ली या दी जा सकती है वहीं ई-मेल के जरिए संदेश प्राप्त किये जा सकते हैं। पलभर में संदेश को विश्व के किसी भी कोने में भेजा सकता है। 'न्यूज ग्रुप' में नियत स्थान पर सूचना प्राप्त की जा सकती है साथ ही अपनी बात भी कही जा सकती है। सामान्य लोग अपने विचारों का आदान-प्रदान भी इसके जरिए कर सकते हैं। मात्र एक फोन काल की तरह कम्प्यूटर की स्क्रीन पर आप लिखित स्वरूप में बात कर सकते हैं। चाहे तो आप वेब कैमरे से अपनी सजीत फोटो भी बातचीत में प्रेषित कर सकते हैं। दुनियाभर की मनोरंजक व ज्ञानवर्धक सामग्री, छायाचित्रों सारणियों, आंकड़ों आदि को कहीं से भी अपनी मनपसंद वेबसाइट से चुनकर संकलित व मुद्रित किया जा सकता है। चैट के माध्यम से बातचीत व सूचना को संप्रेषित किया जा सकता है। 'सर्च' के जरिए दुनिया भर की तमाम वेबसाइटों से उपयोगी सामग्री को अपनी आवश्यकता एवं संदर्भ के लिए 'डाउनलोड' किया जा सकता है। इन्हें इच्छा के अनुसार फ्लॉपी

डिस्क या पेन ड्राइव पर संग्रहित किया जा सकता है। यदि आप चाहें तो इस जानकारी को अपनी आवश्यकता के अनुरूप प्रिन्टर की सहायता से मुद्रित भी कर सकते हैं।

इंटरनेट के उपयोग असीमित हैं। आज इंटरनेट के उपयोग के क्षेत्र का अंदाजा लगाना एक कठिन कार्य है। किन्तु, इनके प्रमुख उपयोग निम्न हैं—

- यात्रा से सम्बन्धित सूचना प्राप्त करने में।
- शेयरों के क्रय—विक्रय तथा उनके मूल्य की नवीनतम जानकारी के लिए।
- सामान का क्रय—विक्रय करने में।
- नौकरी की तलाश के लिए।
- भाषा सीखने के लिए।
- विश्व के किसी भी कोने में मित्र बनाने के लिए।
- विभिन्न प्रतियोगिताओं में भाग लेने के लिए।
- सॉफ्टवेयर को डाउनलोड करने के लिए।
- विभिन्न संस्थाओं, प्रतिष्ठानों, संग्रहालय, पुस्तकालय आदि के संसाधनों को एक्सेस करने तथा इलेक्ट्रॉनिक रूप में भ्रमण करने के लिए।
- ऐसे मित्रों से बात करने के लिए जो हमसे हजारों मील दूर हों।
- अपना होम पेज बनाने के लिए।
- किसी विषय पर दुनिया के लोगों के विचार जानने तथा अपने विचारों को उनके बीच साझा करने (जैसे ब्लॉग बनाना) के लिए।

- दुनियाभर के स्टॉक एक्सचेंजों से शेयर की कीमत जानने के लिए।
- ऐसे समाचार पढ़ने के लिए जो स्थानीय स्तर पर उपलब्ध नहीं है उदाहरणार्थ न्यूआर्क टाइम्स समाचार पत्र जो अमेरिका में प्रकाशित होता है उसे भारत के किसी भी गांव या शहर में बैठे-बैठे इंटरनेट के माध्यम से पढ़ा जा सकता है और प्रिन्ट किया जा सकता है।

8.2.2 इंटरनेट से कैसे जुड़ें :

इंटरनेट कनेक्शन के माध्यम से इस अदभुत सूचना-तंत्र से जुड़ा जा सकता है। इंटरनेट सर्विस प्रदाता संस्था इस प्रयोजन हेतु शुल्क लेकर सेवाएं प्रदान करती है। इन्हें आई.एस.पी. (I.S.P. Internet Service Provider) भी कहा जाता है। भारत में इस तरह की प्रमुख संस्थाएं हैं :

- (1) विदेश संचार निगम लिमिटेड (VSNL)
- (2) सत्यम ऑनलाईन (Styam Online)
- (3) भारत संचार निगम लिमिटेड (BSNL)
- (4) मंत्र ऑनलाइन (Manter Online)
- (5) डिशनेट (DISNET)
- (6) रिलाइन्स (Relince) आदि।

इंटरनेट से जुड़ने के लिए आपको अपनी व्यक्तिगत फोन लाइन से जुड़ना होता है। इस प्रयोजन हेतु एक उपकरण जिसे 'मोडेम' कहा जाता है की आवश्यकता होती है। मोडेम का पूरा नाम मोडुलेटर-डिमोडुलेटर है (Modem= Modulator& Demodulator)। यह सूचनाओं के आदान प्रदान के लिए होता है जो एक ओर फोन लाइन से तथा दूसरी ओर कम्प्यूटर से जुड़ा होता है।

मोडेम मुख्यतः दो प्रकार के होते हैं—

1 बाह्य मोडेम (External Modem) – यह कम्प्यूटर के बाहर से लगा होता है तथा सीपीयू के लाईन कार्ड से जुड़ा होता है। अधिकांशतः अब बाह्य मोडेम ही उपयोग में लाये जा रहे हैं। ब्राडबैंड कनेक्शन के मोडेम इसका मुख्य उदाहरण है।

2. आंतरिक मोडेम (Internal Modem) यह कम्प्यूटर के सीपीयू के अन्दर की ओर मदरबोर्ड पर लगे रहते हैं। इनकी जगह पर अब लाईन कार्ड प्रयोग किये जाते हैं।

मोडेम 'डिजिटल' सिगनलों को 'एनालॉग' सिगनल में परिवर्तित कर देता है। इस प्रक्रिया के द्वारा वे टेलीफोन की लाइन के माध्यम से संचालित हो सकते हैं। दूसरी ओर यही मोडेम आने वाले 'एनालॉग' सिगनल को 'डिजिटल' रूप में बदल देता है। इससे कम्प्यूटर इन्हें समझ और स्वीकार कर लेता है। नेट पर सूचनाएं 'डिजिटल' स्वरूप में संकलित होती हैं। इनके व्यवस्थित रूप को 'वेब पेज' कहा जाता है। सम्बन्धित सम्पूर्ण 'वेब पेज' का संकलन 'वेबसाइट' कहा जाता है। प्रत्येक वेबसाइट का शुरुआती पृष्ठ 'होम पेज' कहलाता है। प्रत्येक वेब पेज का एक समानीकृत पता है जिसे 'यूनीफार्म रिसोर्स लोकेटर (यू.आर.एल.) (Uniform Resource Locator, U.R.L) कहा जाता है। उदाहरणतः [www. yahoo.com](http://www.yahoo.com), [www sanchar.com](http://www.sanchar.com) आदि विभिन्न वेबसाइटों को उनकी उपयोगिता के अनुसार खोल कर उपयोग में लाया जा सकता है। इस क्रिया के लिए इंटरनेट के निर्धारित प्रारूप के एड्रेस बॉक्स में इच्छित साइट का पता टाइप किया जाता है और वह साइट खुल जाती है।

8.2.3 इंटरनेट के सकारात्मक एवं नकारात्मक पक्ष :

इंटरनेट के अविष्कार ने सूचना प्रौद्योगिकी को जहां बड़े स्तर पर प्रोत्साहित किया है वहीं इसने मानव-जीवन की शैली पर भी अपना व्यापक प्रभाव छोड़ा है। यह एक क्रान्ति है जिसने हर वर्ग को हर तरह से अपने घरे में ले रखा है।

चिकित्सक, अभियंता, वैज्ञानिक, व्यवसायी, शिक्षक, शोधकर्ता, विद्यार्थी तथा आम नागरिक सभी इंटरनेट को प्रयोग में ला सकते हैं। यह सर्व उपयोगी और सर्वव्यापी है। इंटरनेट ने जहां समाज के विकास में अपना योगदान दिया है वहीं इसके कुछ नकारात्मक पहलू भी सामने आये हैं। इंटरनेट के सकारात्मक व नकारात्मक पहलू निम्नवत हैं—

(अ) सकारात्मक पक्ष : इंटरनेट के सकारात्मक पक्ष इस प्रकार हैं—

1. ज्ञान—विज्ञान व सूचनाओं का प्रसार—प्रचार।
2. सम्पूर्ण विश्व का एक छोटे दायरे में आना, जिससे विश्व के समुदायों में नजदीकी बढ़ी है।
3. कहीं भी, कभी भी, किसी भी वांछित सूचना, प्रकार व क्षेत्र—विशेष की जानकारी।
4. उद्योगों, व्यापार, बैंकों, समाचार—पत्रों, संस्थानों आदि के दूर—दराज के कार्यालयों व व्यक्तियों का आपस में निकट सम्पर्क।
5. दुनिया के प्रत्येक क्षेत्र पर घर बैठे एक माऊस के क्लिक से नजर व जानकारी।
6. ग्लोबल वर्ल्ड की अवधारणा का विकास व नौकरी, कैरियर आदि क्षेत्रों का त्वरित सम्पर्क व जुड़ाव।
7. टेलीफोनी व चैटिंग के माध्यम से सामाजिक सम्पर्क में बढ़ोत्तरी व व्यक्तित्व विकास के नवीन पहलुओं का योगदान।

(ब) नकारात्मक पक्ष : इंटरनेट के नकारात्मक पक्ष इस प्रकार हैं —

1. किशोर एवं युवा पीढ़ी में अश्लीलता व भ्रम की स्थितियों का प्रचलन।
2. राजनीतिक, सामाजिक क्षेत्रों में नकारात्मक विचारों का प्रसार।

3. धोखाधड़ी, व अनैतिक प्रयोग पर रोक के सटीक उपाय नहीं।
4. देश की सुरक्षा के प्रति खतरा।
5. मशीनी निर्भरता को बढ़ावा।
6. बड़े संस्थानों व खुफिया तंत्रों में सेंधमारी व सिस्टम हैक कर देना या वायरस के हमले से अकल्पित नुकसान।
7. सामान्य लोगों में मानवीयता की भावना का क्षरण व खाओ-पीओ, मौज करो की प्रवृत्ति को बढ़ावा।
8. सरकारी, व्यापारी, घरेलू कम्प्यूटरों में इलेक्ट्रॉनिक घुसपैठ, सूचनाओं की चोरी।

8.2.4 वेब साईट :

किसी भी कम्पनी/संस्था/विषय/मुद्दे के बारे में सम्बन्धित वेब-पेकेज का संग्रह ही 'वेब साइट' है। इसमें सूचना तथा मल्टीमीडिया समावेश होता है जिसमें ध्वनि, चित्र, फिल्म, आलेख आदि सभी आवश्यक सामग्री संकलित होती है। टिम बर्नर्स ली ने, जो कि यूरोपियन प्रेक्टिकल फिजिक्स लेबोरेटरी, जिनेवा, स्विट्जरलैण्ड के वैज्ञानिक थे, ने वेबसाइट का आधारभूत ढांचा 1989 में प्रतिपादित किया।

वेबसाइट को दूसरे स्वरूप में वर्ल्ड वाइड वेब **WWW** भी कहा जाता है। वर्तमान में साहित्य, समाज, उद्योग, खोज, राजनीति, सूचना आदि क्षेत्रों में वेबसाइट्स ने क्रान्तिकारी पहल की है व ज्ञान-विज्ञान के अभिनव क्षेत्रों का प्रतिपादन किया है। जिस किसी भी मुद्दे पर जानकारी चाही गई होती है उससे सम्बन्धित वेबसाइट के माध्यम से इंटरनेट पर सम्पूर्ण जानकारी मिल जाती है। **WWW** आज कम्प्यूटर पर नवीन दुनिया से साक्षात्कार कराता है।

वर्ल्ड वाइड वेब (WWW) सर्वर की एक श्रृंखला है जो हायपरटैक्स के माध्यम से आपस में संयोजित होता है। हायपरटैक्स सूचना को प्रस्तुत करने का वैसा तरीका है जिसमें कुछ खास आइटम हाइलाइटेड होते हैं। उस हाइलाइटेड टैक्स को चुनने (क्लिक करने) पर आप उससे सम्बन्धित विस्तृत जानकारी प्राप्त करते हैं। यह हाइलाइटेड आइटम आपस में लिंक होते हैं जो आपको एक डॉक्यूमेन्ट से दूसरे डॉक्यूमेंट में जाने में सहायता करते हैं, जो इंटरनेट पर किसी भी सर्वर में उपलब्ध हो सकते हैं। वेब को विशेष बनाने वाला प्रमुख कारण यह है कि आप इंटरनेट पर इसके माध्यम से कहीं भी भ्रमण कर सकते हैं। इसके अतिरिक्त वेब आपको यू.आर.एल. (यूनिफार्म रिसोर्स लोकेटर) को विशेषता प्रदान करता है जिसके माध्यम से विश्व में कहीं से भी किसी विशेष वेब पेज को एक्सेस कर सकते हैं।

8.2.5 वेब पेज :

वेब-पेज एक हाइपर मीडिया (Hypermedia) डॉक्यूमेंट है। वेब-पेज को बनाने के लिए हाइपरटेक्सट मार्कअप लैंग्वेज (Hypertext Markup Language, H.T.M.L.) प्रयोग की जाती है। एच.टी.एम.एल. में अनेक कमांड होती हैं जो आलेख, चित्र, ध्वनि आदि वेब-पेज पर अंकित करती हैं।

सभी वेब डॉक्यूमेंट एच.टी.एम.एल. रूप में ही लिखे जाते हैं। किसी भी टेक्सट एडीटर प्रोग्राम जैसे विण्डोज नोटपेड में सफिक्स (Suffix). html. या . ht. का प्रयोग कर आप ब्राउजर के माध्यम से इन्हें देख सकते हैं। सभी सूचनाएं वेब पेजेज (Web Pages) के रूप में ही होती हैं। एक वेब पेज सूचनाओं का डिजिटल पेज है।

वेब पेज विशेष प्रकार के होस्ट कम्प्यूटर्स जिन्हें वेब सर्वस (Web Servers) कहते हैं पर संकलित होते हैं। वेब ब्राउजर्स (Web Browsers) का इस्तेमाल कर इन्हें ग्रहण किया जा सकता है। प्रमुख वेब ब्राउजर्स (Web Browsers) निम्नलिखित हैं :

1. इंटरनेट एक्सप्लोरर (Internet Explorer)
2. नेटस्केप नेविगेटर (Netscape Navigator)

8.2.6 सर्च इंजन :

इंटरनेट पर लाखों वेब साइट्स और वेब पेकेज हैं। अतः सूचनाओं का विशाल भंडार वहां मौजूद है। इस अकूत खजाने में से हम अपने काम की सामग्री को किस प्रकार प्राप्त करें, यह एक समस्या है और इस समस्या से छुटकारा 'सर्च इंजन' दिलाते हैं। वस्तुतः वेब पेजेज व वेब साइट्स में अत्यन्त बिखराव होता है। वह संगठित नहीं होती ऐसे में हमें भिन्न-भिन्न आवश्यकताओं के लिए भिन्न-भिन्न सर्च इंजन की आवश्यकता होती है।

सर्च इंजन एक प्रकार का वेब पेज होता है। इसमें दिये गये सर्च बॉक्स (Search Box) में हम अपना इच्छित 'विषय' (Topic) अंकित कर देते हैं। तत्पश्चात् सर्च इंजन वेब पेजेज में से अपने डाटा स्रोत को प्रयुक्त कर 'विषय' की चाही गयी सामग्री को प्रस्तुत कर देता है।

किसी एक विशेष 'सर्च इंजन' को प्राप्त करने के लिए 'ब्राउजर' के एड्रेस बॉक्स में किसी भी सर्च इंजन का यू आर एल (URL) एण्टर करें। आपको इससे होम पेज मिलेगा। वहां से वांछित सामग्री प्राप्त की जा सकती है। कुछ प्रमुख सर्च इंजन व इनके यूआरएल इस प्रकार हैं : Google, Yahoo, Excite, Altavista etc.

8.2.7 होम पेज :

हर एक वेबसाइट्स में अनेक सूचनाएं और सम्बन्धित आयाम होते हैं। जिस प्रकार किसी विषय की पुस्तक में हम 'अनुक्रमणिका' देखकर आवश्यक अध्याय तक पहुंचते हैं उसी तरह लम्बी चौड़ी वेबसाइट्स के पहलुओं से परिचय कराने वाला 'होम पेज' है।

होम पेज, वेब साइट की शुरुआत में परिचय के रूप में उपस्थित होकर विषयों व प्रक्रियाओं की जानकारी देता है। दिए गए विषयों के आगे निर्धारित स्थान पर 'क्लिक' (माऊस द्वारा) करने से आप उस क्षेत्र की गहराई में प्रवेश कर सकते हैं। होम पेज से भटकना नहीं पड़ता और त्वरित रूप से व्यक्ति या इंटरनेट द्वारा वेबसाइट उपयोग करने वाला अपनी वांछित विषय-वस्तु की ओर अग्रसर हो सकता है।

बोध प्रश्न

प्र0 1— इंटरनेट की परिभाषा दीजिए ?

उ0 इंटरनेट शब्द का हिंदी अनुवाद अंतरजाल है लेकिन मूल अंग्रेजी शब्द इंटरनेट ही प्रचलन में है। इसे संक्षिप्त में 'नेट' भी कहा जाता है, जिसका अर्थ है जाल। वास्तव में इंटरनेट एक जाल ही है, जिसके असंख्य धागे एक दूसरे से मिलकर एक विशाल और अत्यंत जटिल संरचना का निर्माण करते हैं।

प्र0 2— ट्रांसमिशन कंट्रोल प्रोटोकाल क्या है ?

उ0 कंप्यूटरों के बीच संवाद करने के तरीके को ट्रांसमिशन कंट्रोल प्रोटोकॉल {Transmission Control Protocol (TCP)} कहा जाता है।

प्र0 3— इंटरनेट प्रोटोकाल क्या है ?

उ0 किसी सूचना को जब छोटे-छोटे पैकेटों में तोड़ कर दूसरे कम्प्यूटर में भेजा जाता है तो यह पैकेट एक तरह से एक चिड़ी होती है। पैकेट को एक जगह से दूसरी जगह भेजने को ही इंटरनेट प्रोटोकॉल {Internet Protocol (I-P)} कहा जाता है।

प्र0 4— लेन किसे कहते हैं ?

- उ० आमतौर पर किसी भी कार्यालय के सारे कम्प्यूटर आपस में एक दूसरे से जुड़े रहते हैं और वे एक दूसरे से संवाद कर सकते हैं। इसको Local Area Network (LAN) लेन कहते हैं।
- प्र० 5— इटरनेट को लेकर गूगल ने अनुसंधान परियोजना कब और कहां शुरू की थी?
- उ० इटरनेट को लेकर गूगल ने स्टैनफोर्ड विश्वविद्यालय में सन् 1996 को अनुसंधान परियोजना शुरू की थी।
- प्र० 6— आई० एस० पी० किसे कहते हैं?
- उ० आई० एस० पी० का पूरा नाम इटरनेट सर्विस प्रदाता संस्था (Internet Service Provider) है। यह संस्था शुल्क लेकर इटरनेट सेवाएं प्रदान करती है।
- प्र० 7— सर्च इंजन किसे कहते हैं?
- उ० इटरनेट की साइट्स पर उपलब्ध ऐसी सुविधा जिसके माध्यम से हम कोई टेक्स्ट सम्बन्धित सामग्री ढूँढते हैं उसे सर्च इंजन कहते हैं। जैसे—Google, Yahoo, Excite, Altavista आदि सर्च इंजन की महत्वपूर्ण वेब साइट्स हैं।
- प्र० 8— होम पेज किसे कहते हैं?
- उ० हर एक वेबसाइट्स में अनेक सूचनाएं और सम्बन्धित आयाम होते हैं। जिस प्रकार किसी विषय की पुस्तक में हम 'अनुक्रमिका' देखकर आवश्यक अध्याय तक पहुंचते हैं इसी तरह लम्बी चौड़ी वेबसाइट्स के पहलुओं से परिचय कराने वाला 'होम पेज' है।

8.3 ई-मेल परिचय, अर्थ, आधारणाएं :

ई-मेल, इंटरनेट पर दी जाने वाली सबसे अधिक उपयोगी तथा अति लोकप्रिय सेवा है। यह सेवा सभी इंटरनेट सेवा प्रदाता (Internet Service Provider) अपने प्रयोक्ता को प्रदान करते हैं। इसकी लोकप्रियता का मूल कारण इसकी गति तथा इस पर होने वाला नगण्य खर्च है। यह अत्यन्त ही तेज तथा सस्ती सेवा है। इसकी लोक प्रियता व जरूरत इतनी बढ़ गई है कि व्यवसायिक प्रतिष्ठानों तथा निजी पतों (Address) पर आज दूरभाष संख्या के साथ-साथ ई-मेल पता देना साधारण बात हो गई है।

भारत में ई-मेल सेवा 1994 में सर्वप्रथम दिल्ली से शुरू हुई थी। इसे 'इकनेट' नाम की निजी संस्था द्वारा सरकारी लाइसेंस के अधीन शुरू किया गया था। मार्च, 1994 में दिल्ली महानगर 'मेलनेट' से जुड़ गया तथा कई निजी कम्प्यूटर ई-मेल से जुड़ गए। वर्तमान में ई-मेल सेवाएं अनेक कम्पनियों द्वारा प्रदान की जा रही हैं।

ई-मेल एक ऐसा सिस्टम है जिसमें एक कम्प्यूटर प्रयोगकर्ता, किसी अन्य कम्प्यूटर प्रयोगकर्ता को संदेश एवं सूचनाओं का आदान-प्रदान कर सकता है। इन सूचनाओं के आदान-प्रदान के लिए संचार नेटवर्क का प्रयोग होता है। ई-मेल का प्रयोग करने के लिए विभिन्न सॉफ्टवेयर प्रयोग में लाए जाते हैं। ई-मेल करने के लिए यह आवश्यक नहीं है कि ई-मेल भेजने व प्राप्त करने वाले के पास समान कम्प्यूटर हों। यदि हम किसी ऑफिस में काम कर रहे हैं व ऑफिस क किसी अन्य व्यक्ति को ई-मेल के माध्यम से संदेश देना चाहते हैं तो हमारे ऑफिस नेटवर्क में मौजूद इंटरनेट गेटवे हमारे संदेश को इंटरनेट के माध्यम से भेज देता है।

ई-मेल (Electronic Mail) सामाजिक एवं निजी क्षेत्र दोनों ही में बहुत महत्व रखता है। संचार के अन्य साधनों जैसे डाक-फोन व फैंक्स जैसे माध्यमों से यह कहीं सस्ता, आसान व तीव्र उपाय है। इसके माध्यम से संदेशों को कहीं भी बेरोकटोक भेजा जा सकता है।

ई-मेल की सुविधा इंटरनेट के माध्यम से मिलती है। साथ ही इसके जरिए हम संदेशों का आदान-प्रदान भी कर सकते हैं। बधाई कार्ड, संदेश, सूचनाएं आदि का आदान-प्रदान ई-मेल के माध्यम से किया जा सकता है। वर्तमान वैज्ञानिक परिवेश एवं बदलते संदर्भों में ई-मेल पारम्परिक कागजी संचार से अधिक सुविधाजनक व लचीला है। वर्डवाल डाट कॉम वेबसाइट के जरिए आप 42 भाषाओं में ई-मेल कर सकते हैं। ई-मेल के लिए आपके कम्प्यूटर पर ई-मेल प्रोग्राम एवं इंटरनेट कनेक्शन का होना आवश्यक है। आप अपने नाम से ऐसी वेब-साइट पर जो ई-मेल सुविधा उपलब्ध कराती है अपना खाता खोल सकते हैं। इस प्रयोजन हेतु सेवा-प्रदान कम्पनी की शर्तें मानना आवश्यक होता है। ई-मेल के लिए डाक के पते की तरह आपका एक व्यक्तिगत संकेत होता है। उदाहरण के लिए आप सुनील हैं और पत्रिका ऑनलाईन की वेबसाइट पर खाता खोल रहे हैं तो आपका पता (खाता संख्या) इस प्रकार हो सकता है – sunil@patrikaonline.com ।

इस पते को आप अपने परिचितों से लेकर जिनसे आप सम्पर्क साधना चाहते हैं को देकर उनसे संचार का रिश्ता जोड़ सकते हैं। ई-मेल प्रोग्राम को शुरू करने के लिए अलग-अलग कार्यों के निर्देशों के अनुरूप सेंड (Send), रिसीव (Receive), कम्पोज (Compose), इन-बॉक्स (Inbox), आउट-बॉक्स (Out box) आदि कमांड होते हैं। अपना संदेश भेजने के लिए आप Compose बटन दबाएं हैं तो इससे कम्प्यूटर स्क्रीन पर एक विंडो खुलती है जिसमें भेजने वाले का नाम, जिसे संदेश भेजा जाना है उसकी खाता संख्या, विषय व संदेश लिखने के बाद आप सेण्ड कमांड से अपना संदेश भेज सकते हैं। कम्प्यूटर या अन्य स्टोरेज डिवाइस में से यदि कोई डाटा या फाइल भी आप किसी को भेजना चाहते हैं तो आप ऐटेच बॉक्स में जाकर इसे ऐटेच करके सेण्ड कर सकते हैं। कुछ ही समय में आपका संदेश व डाटा नियत स्थान पर पहुंच जाता है। इस प्रक्रिया में गोपनीयता हेतु पासवर्ड की सुविधा होती है। इस पासवर्ड के द्वारा अधिकृत व्यक्ति ही इसे पढ़ सकता है अन्य कोई नहीं।

बोध प्रश्न

- प्र0 1— ई-मेल से आप क्या समझते हैं?
- उ0 ई-मेल इन्टरनेट पर दी जाने वाली सबसे अधिक उपयोगी तथा अति लोकप्रिय सेवा है। इसका पूरा नाम इलेक्ट्रानिक मेल है। अतः इलेक्ट्रानिक माध्यम द्वारा डाक भेजना। इस सेवा को सभी इन्टरनेट सेवा प्रदाता (Internet Service Provider) अपने प्रयोक्ता को प्रदान करते हैं। इसकी लोकप्रियता का मूल कारण इसकी गति तथा इस पर होने वाला खर्च है। यह डाक प्रेषित करने की अत्यन्त ही तेज तथा सस्ती सेवा है।
- प्र0 2— भारत में ई-मेल सेवा सर्वप्रथम कहां और कब शुरू हुयी थी?
- उ0 भारत में ई-मेल सेवा सर्वप्रथम दिल्ली से सन् 1994 में शुरू हुई थी।
- प्र0 3— ई-मेल के विभिन्न घटकों अथवा कमांड के नाम बताइये?
- उ0 ई-मेल प्रोग्राम को शुरू करने के लिए अलग-अलग कार्यों के निर्देशों के अनुरूप सेंड (Send), रिसीव (Receive), कम्पोज (Compose), इन-बॉक्स (Inbox), आउट-बॉक्स (Out box) आदि घटक अथवा कमांड होती हैं।
- प्र0 4— ई-मेल सेवा किस संस्था द्वारा सर्वप्रथम शुरू की गयी थी?
- उ0 ई-मेल सेवा सर्वप्रथम 'इकनेट' नाम की निजी संस्था द्वारा सरकारी लाइसेंस के अधीन शुरू की गयी थी।

8.4 वीडियो कान्फ्रेंसिंग व टेलीफोनी, दृश्य माध्यम :

वर्तमान दौर में जब सूचना प्रौद्योगिकी ने अपने कदम बहुत आगे बढ़ा लिए हैं और दूरियां अपने आप में काफी कम हो गई है। सम्पूर्ण विश्व सिमटता जा रहा

है। ऐसे में अब संवाद हेतु दो लोगों का प्रत्यक्ष रूप में आमने-सामने उपस्थित होना आवश्यक नहीं है। इंटरनेट ने यह करिश्मा सम्भव कर दिखाया है। टेलीफोनी द्वारा इंटरनेट पर कम्प्यूटर से कम्प्यूटर के बीच अब प्रत्यक्ष स्थितियों की तरह संवाद सम्भव है। इसके लिए आवश्यक उपकरण निम्नांकित हैं :

1. वेब कैमरा (Web Camera)
2. वेब माइक्रोफोन (Web Microphone)
3. कम्प्यूटर (Computer)
4. इंटरनेट (Internet)

दो कम्प्यूटर धारक व्यक्ति या समूहों के बीच वेब कैमरा चित्रों का परस्पर आदान-प्रदान करता है और माइक्रोफोन से आवाज को प्रेषित किया जाता है। इंटरनेट दोनों के बीच सेतु का कार्य करता है और इस प्रकार तकनीक का यह करिश्मा कम्प्यूटर स्क्रीन पर दोनों पक्षों को आमने-सामने होने का आभास कराता है।

समाचार, शिक्षा, कॉरपोरेट जगत, संस्थानों, अस्पतालों आदि के लिए वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग की यह क्रिया अत्यन्त महत्वपूर्ण है। इससे जहां एक शिक्षक एक साथ अनेक जगहों पर पढ़ा सकता है वहीं कॉरपोरेट जगत का मुखिया अपने कर्मियों को निर्देश दे सकता है, उनकी मीटिंग ले सकता है। एक सर्जन इससे दूर बैठे-बैठे निर्देशों के द्वारा ऑपरेशन कर सकता है। प्रशासन के लिए भी यह तकनीक आपदा-प्रबन्धन आदि में अत्यन्त कारगर हो सकती है।

इंटरनेट ने आज ज्ञान के प्रत्येक क्षेत्र में कम्प्यूटर स्क्रीन के रूप में अभिनव दृश्य-श्रव्य माध्यम (Visual Media) प्रस्तुत किया है। प्रत्यक्ष प्रदर्शन के इस प्रारूप ने जीवन के अभिनव पक्षों को प्रसारित किया है। दृश्य-श्रव्य माध्यम (Visual Media) होने के कारण इसका असर व्यापक रूप से होता है क्योंकि प्रत्यक्ष दर्शन

का अभिनव प्रभाव मस्तिष्क में पहुंचता है। दृश्य माध्यम होने के कारण इससे जुड़ाव व गुणवत्ता भी बढ़ जाती है।

सूचना संकलन में ग्राफ, सारिणी और चित्रों आदि के कारण गति आती है व वृहद् समाज व जन-सामान्य तक पहुंच भी आसान बनती है। भाषा, ज्ञान व समझ के कई बन्धन इसमें बीच में नहीं आते क्योंकि आंखों देखा, पढ़े-सुने से ज्यादा अच्छे तरीके से समझ में आता है।

बोध प्रश्न

प्र0 1— वीडियो कान्फ्रेंसिंग से आप क्या समझते हैं?

उ0 यह संचार का ऑडियो-वीडियो माध्यम है जिसके माध्यम से हम किसी एक जगह से दूसरी जगह पर स्पष्ट रूप से दृष्यात्मक संचार कर सकते हैं।

प्र0 2— वीडियो कान्फ्रेंसिंग के लिए किन-किन घटकों की आवश्यकता होती है?

उ0 वीडियो कान्फ्रेंसिंग के लिए, वेब कैमरा, वेब माइक्रोफोन, कम्प्यूटर एवं इंटरनेट कनेक्शन की आवश्यकता होती है।

8.5 सारांश :

सूचना और संचार तकनीकी में आई क्रांति ने तो जैसे हमारी दुनिया ही बदल डाली है। आज हम हर तरह से सूचना तकनीकी पर निर्भर हो गये हैं। वह चाहे वर्तमान में मोबाइल हो या 'इंटरनेट'। आज व्यक्ति 'इंटरनेट' से जुड़ते ही पूरे विश्व से जुड़ जाता है और ज्ञान व सूचना की अथाह दुनिया उसके सामने आ खड़ी होती है। इंटरनेट का यह चमत्कार घरेलू कम्प्यूटर से लेकर बड़ी-बड़ी व्यावसायिक संरचनाओं के कम्प्यूटर तक अपना कमाल दिखाता है। एक 'मोडेम'

टेलीफोन लाइन या इंटरनेट कनेक्शन की मदद से कोई भी कम्प्यूटर 'इंटरनेट' सुविधा का दाता बन जाता है। इंटरनेट के लिए न तो कोई 'कंट्रोल केन्द्र' होता है और न ही कोई 'पर्यवेक्षक'। इस तन्त्र की समस्त गतिविधियां स्व-संचालित होती हैं जो एक माऊस के क्लिक से ही शुरू हो जाती हैं।

इंटरनेट के ऐसे घटक जो इंटरनेट की पूरी प्रक्रिया के लिए महत्वपूर्ण हैं उनका जिक्र इस इकाई में किया गया है जैसे वेब साइट, वेब पेज, वर्ल्ड वाइड वेब (WWW), सर्च इंजन, एचटीएमएल आदि। ई-मेल भी इंटरनेट का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है जिसने डाक व्यवस्था के परम्परागत रूप को आधुनिक इलेक्ट्रॉनिक रूप दे दिया है। ई-मेल का अर्थ ही इलेक्ट्रॉनिक मेल है।

8.6 शब्दावली :

(ए.आर.पी.ए.) : अमेरिका की 'एडवांस रिसर्च प्रोजेक्ट एजेन्सी' (ए.आर.पी.ए.) इंटरनेट के विकास के लिए ने विकेन्द्रीकृत- व्यवस्था का एक नमूना तैयार किया। 1969 में तैयार किये गये इस नमूने को इंटरनेट का आरम्भिक रूप कहा जा सकता है।

WWW : वर्ल्ड वाइड वेब (WWW) सर्वर की एक श्रृंखला है जो हायपरटेक्स के माध्यम से आपस में संयोजित होता है। हायपरटेक्स्ट सूचना को प्रस्तुत करने का वैसा तरीका है जिसमें कुछ खास आइटम हाइलाइटेड होते हैं।

E- mail Address : ई-मेल में प्रयुक्त होने वाला एक महत्वपूर्ण हिस्सा है जिसे हिन्दी में पता कहा जाता है। यह इलेक्ट्रॉनिक पता कहा जाता है। इसमें सूचना प्राप्त करने वाला का पता टाइप कर सूचना प्रेषित की जाती है। जैसे pranavrayal@gmail.com.

Internet Protocol : सूचना के पैकेट को एक जगह से दूसरी जगह भेजने को इंटरनेट प्रोटोकॉल {Internet Protocol (I-P)} कहा जाता है।

I.S.P. : इंटरनेट सर्विस प्रदाता संस्था इस प्रयोजन हेतु शुल्क लेकर सेवाएं प्रदान करती है। इन्हें आई.एस.पी. (Internet Service Provider) भी कहा जाता है।

VSNL : यह एक इंटरनेट सर्विस प्रदाता संस्था है। यह इंटरनेट प्रयोजन हेतु शुल्क लेकर सेवाएं प्रदान करती है। इन्हें आई.एस.पी. (I.S.P. Internet Service Provider) भी कहा जाता है।

U.R.L : प्रत्येक वेब पेज का एक समानीकृत पता होता है जिसे 'यूनीफार्म रिसोर्स लोकेटर (यू.आर.एल.) (Uniform Resource Locator) कहा जाता है।

H.T.M.L.: वेब-पेज एक हाइपर मीडिया (Hypermedia) डॉक्यूमेंट है। वेब-पेज को बनाने के लिए एक Hypermedia लैंग्वेज का प्रयोग किया जाता है, इसे एच.टी.एम.एल. (H.T.M.L.) कहा जाता है। इसमें अनेक कमांड होते हैं जो आलेख, चित्र, ध्वनि आदि, वेब-पेज पर अंकित करते हैं।

8.7 त्वरित अभ्यास :

1. इंटरनेट अथवा अंतरजाल का क्या अर्थ है?
2. इंटरनेट की कार्यविधि पर प्रकाश डालिए।
3. डब्लूडब्लूडब्लू का क्या तात्पर्य है?
4. विज्यूल मीडिया से आप क्या समझते हैं?
5. ई-मेल में 'कम्पोज' से क्या तात्पर्य है?
6. यू.आर.एल. से आप क्या समझते हैं?
7. किन्ही चार इंटरनेट प्रोवाइडरों के नाम बताइए?
8. कम्प्यूटर को इंटरनेट से जोड़ने के लिए किस युक्ति (Device) की आवश्यकता होती है?
9. चेटिंग से क्या तात्पर्य है?

10. सर्च का क्या अर्थ है? किन्ही दो सर्च इंजन का नाम बताइए?

11. डाऊनलोड से क्या अभिप्राय है?

8.8 अभ्यासार्थ प्रश्न :

प्रश्न 1— इंटरनेट के नकारात्मक व सकारात्मक पक्षों को समझाइए?

प्रश्न 2— ई-मेल की प्रक्रिया को समझाइए?

प्रश्न 3— ई-मेल की कौन-कौन सी कमाण्ड हैं प्रत्येक को उनके कार्य सहित समझाइए?

प्रश्न 4— अर्पानेट और मिलनेट से आप क्या समझते हैं?

प्रश्न 5— इण्टरनेट प्रोटोकॉल {Internet Protocol (I-P) किसे कहते हैं?

प्रश्न 6— ट्रांसमिशन कंट्रोल प्रोटोकॉल {Transmission Control Protocol (TCP) क्या है?

प्रश्न 7— मोडेम से क्या तात्पर्य है इसका पूरा नाम क्या है?

प्रश्न 8— लेन (LAN) किसे कहते हैं? इसका प्रयोग मुख्यतः कहां किया जाता है?

8.9 प्रयोगात्मक अभ्यास :

कम्प्यूटर और जनसंचार माध्यमों के सम्बन्ध को समझाइए तथा जनसंचार माध्यमों में कम्प्यूटर की भूमिका का वर्णन कीजिए? अपने नजदीकी किसी साइबर कैफे व कार्यालय में जाकर वहां की नेटवर्किंग को समझकर एक रिपोर्ट तैयार कीजिए?

8.10 सन्दर्भ ग्रन्थ :

1. पांतजलि प्रेमचन्द : संचार क्रांति और विश्व जनगणना, सुलभ
एवं अंकित अनिल प्रकाशन, 17, अशोक मार्ग लखनऊ, 1999।
2. प्रो. हरिमोहन : सूचना प्रौद्योगिकी और जनमाध्यम
3. चद्दा, सविता : आधुनिक जनसंचार और हिंदी
4. पटेरिया, मनोज : विज्ञान संचार
5. माथुर, श्याम : वेब पत्रकारिता
6. कुमार, सुरेश : इंटरनेट पत्रकारिता
7. पचौरी, सुधीश : नए जनसंचार माध्यम और हिंदी
एवं शर्मा, अचला
8. By Roy Methew : Information & Communication
Technology: Recasting Developments,
Cyber Journalism -

इकाई-9

साइबर पत्रकारिता

इकाई की रूपरेखा

9.0 उद्देश्य

9.1 प्रस्तावना

9.2 साइबर पत्रकारिता – अर्थ, भाषा एवं प्रस्तुतिकरण

9.3 इन्टरनेट में हिन्दी

9.4 सोशल नेटवर्किंग – ट्विटर, आर्कुट, फेसबुक, नेटलॉग आदि

9.5 फांट प्रबन्धन : यूनीकोड – टूलकिट्स तथा ऑनलाइन

9.6 ई-बुक, ई-मैगज़ीन, ब्लाग तथा ज्ञानकोश

9.7 सारांश

9.8 शब्दावली

9.9 त्वरित अभ्यास

9.10 अभ्यासार्थ प्रश्न

9.11 प्रयोगात्मक अभ्यास

9.12 संदर्भ ग्रंथ

9.0 उद्देश्य :

पत्रकारिता के क्षेत्र का वैश्विक विस्तार हुआ है। दुनिया आपस में अब कुछ ज़्यादा घुलीमिली हुई। इस परिदृश्य में पत्रकारिता की चुनौतियों में विस्तार हुआ है। सूचना तकनीकी के ज्ञान ने इन चुनौतियों का सामना करने के लिए आवश्यक

औजार भी दिए हैं, जिनमें कम्प्यूटर और इंटरनेट प्रमुख हैं। इस इकाई का उद्देश्य विद्यार्थी को इस ज्ञान के लिए तैयार करना है।

कम्प्यूटर और इंटरनेट ने पत्रकारिता को ज़रूरी संसाधन तो प्रदान किए ही हैं, साथ ही पत्रकारिता का नया रूप भी इस प्रक्रिया में स्वतः निर्मित होता गया है, जिसे साइबर पत्रकारिता कहा जाता है। इस इकाई का उद्देश्य विद्यार्थी को साइबर पत्रकारिता की मूलभूत अवधारणा से परिचित कराना है।

इंटरनेट ने हमारी वास्तविक दुनिया के भीतर एक आभासी दुनिया को जन्म दिया है और हमारे सामाजिक जीवन की कई गतिविधियाँ इस दुनिया के भीतर चलती रहती हैं। वास्तविक दुनिया के कोने-कोने में मौजूद व्यक्तियों/संस्थाओं और उनकी गतिविधियों को परस्पर जोड़ने के लिए आज कई सोशल नेटवर्किंग साइट्स काम कर रही हैं। इस इकाई का उद्देश्य विद्यार्थियों को सोशल नेटवर्किंग साइट्स की गतिविधियों और महत्व से परिचित कराना है।

भारत की प्रमुख सम्पर्क भाषा स्वाभाविक रूप से आज भी हिंदी ही बनी हुई है, जबकि इंटरनेट की मुख्य या कार्यकारी भाषा अंग्रेज़ी है। इंटरनेट पर हिंदी में कार्य करने की चुनौती और सक्षम तकनीकी समाधान सामने आये हैं। इस इकाई का उद्देश्य विद्यार्थी को इंटरनेट पर हिंदी में सक्षम रूप से कार्य करने की बुनियादी जानकारी से परिचित कराना है।

इंटरनेट पर हिंदी में कार्य करने की दिशा में कुशल फांट प्रबन्धन का महत्वपूर्ण योगदान है। इस इकाई का उद्देश्य विद्यार्थी को इंटरनेट पर हिंदी में कार्य करने के ज़रूरी फांट्स से परिचित कराना है।

इस इकाई के प्रमुख उद्देश्य इस प्रकार हैं –

- इंटरनेट और साइबर मीडिया की जानकारी देना।
- साइबर मीडिया के औजारों से छात्रों को परिचित कराना।

- साइबर मीडिया के घटकों की जानकारी व कार्यप्रणाली छात्रों को समझाना
- सामाजिक वेबसाइट्स की जानकारी व उनसे होने वाले लाभों को छात्रों तक पहुंचाना।

9.1 प्रस्तावना :

वर्तमान युग हर तरह से सूचना युग है। हमारे रोजमर्रा के जीवन का संचालन जाने-अनजाने उससे जुड़ी कई-कई सूचनाओं से होता है। इन सूचनाओं के सार्वजनिक प्रसारण की सबसे महत्वपूर्ण संस्था पत्रकारिता है। एक पत्रकार का दायित्व हो गया है कि सूचनाओं के संग्रहण, संवर्द्धन, सम्पादन और प्रसारण में विवेकपूर्ण ढंग से दीक्षित हो। इस कार्य का सबसे बड़ा औज़ार आज इंटरनेट है। इस इकाई में इस दक्षता का संक्षिप्त, आवश्यक एवं उद्देश्यपरक विश्लेषण है। आधुनिक युग में इस जानकारी और दक्षता से ही पत्रकारिता में एक उज्ज्वल भविष्य की राह मिल सकती है।

वैश्विक स्तर पर घटनाओं, स्थितियों और व्यक्तियों को उनके पूरे सामाजिक-आर्थिक-राजनीतिक परिदृश्य के साथ समझने के लिए ज्ञानकोश की आवश्यकता पत्रकार को होती है। यह इकाई इंटरनेट पर मौजूद ऐसे ज्ञानकोशों से विद्यार्थियों का परिचय करायेगी ताकि वे समाचार तैयार करते हुए उससे जुड़े सभी पक्षों की तार्किक जानकारी रख पाएं।

9.2 साइबर पत्रकारिता – अर्थ, भाषा एवं प्रस्तुतिकरण :

पत्रकारिता की दुनिया, सारी दुनिया के बदलने के कई घंटे पहले बदल जाती है। यह सिर्फ एक कहावत नहीं है अंडे और चूजे की तरह, कि कौन पहले

आया। दुनिया पहले बदलती है या पत्रकारिता पहले बदलती है। सच चाहे जो हो जरूरी यह है पत्रकारिता को पहले बदलना चाहिए। आने वाले समय को सूँघकर अपने लक्ष्य और दिशा तय करनी चाहिए। साइबर पत्रकारिता ने इसी बदलाव को अंजाम दिया है।

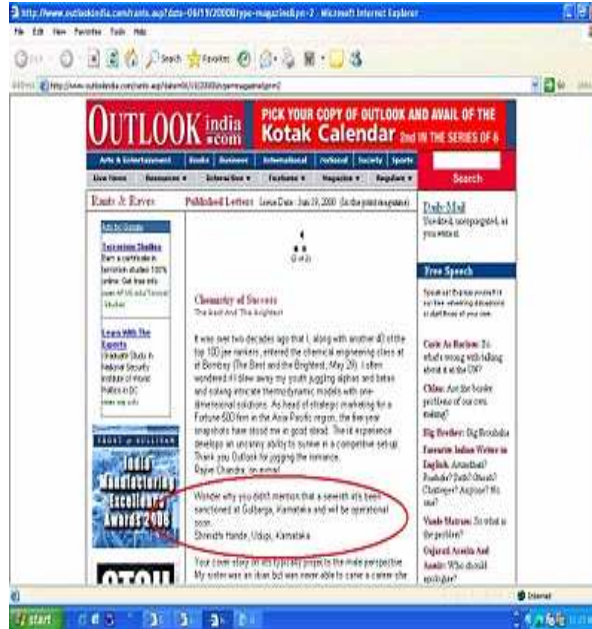
अंग्रेज़ी में साइबर एक विशेषण है, जिसे कम्प्यूटर या कम्प्यूटर्स के नेटवर्क के अर्थ में प्रयोग किया जाता है। हिंदी में भी इस शब्द को बिल्कुल इसी अर्थ में प्रयोग किया जाता है। इस प्रकार साइबर पत्रकारिता का तात्पर्य हुआ वह पत्रकारिता जिसमें कम्प्यूटर और इंटरनेट के ज़रिये उनकी नेटवर्किंग का उपयोग किया जाता हो।

जब हम साइबर पत्रकारिता के अर्थ विश्लेषण में जाते हैं तो स्पष्ट हो जाता है कि वस्तुतः समूचा आधुनिक मीडिया कई स्तरों पर साइबर पत्रकारिता से सम्बद्ध है। यह सम्बद्धता सूचनाओं तथा समाचारों के संग्रहण और संवर्द्धन से लेकर प्रसारण तक दिखाई देती है। साइबर पत्रकारिता की भाषा प्रमुख रूप से अंग्रेज़ी ही रही है लेकिन पिछले कुछ समय से भारत में यह कामकाज ज़रूरत के हिसाब से हिंदी में होना न सिर्फ़ शुरू हो चुका है बल्कि अब प्रभावी भी होने लगा है। वैसे भी भारत में पत्रकारिता ने हिंदी-अंग्रेज़ी और उर्दू के कुछ प्रचलित-लोकप्रिय शब्दों के समन्वय से अपनी एक विशिष्ट भाषा विकसित की है। इलेक्ट्रानिक मीडिया पर तो यह भाषा, भाषा के विरूपी या विकृतिकरण के स्तर तक हावी है लेकिन प्रिंट मीडिया ने इसे किंचित संयम से प्रयोग किया है। लक्ष्य सभी का आमजन तक पहुँचना है और फ़िलहाल यह एक अंतहीन बहस है। साइबर जगत में हिंदी का सार्थक हस्तक्षेप दिखाई दे रहा है और इसके लिए अलग से फांट प्रबन्धन के कई वैज्ञानिक प्रयास हुए हैं।

जहाँ तक प्रस्तुतीकरण का सवाल है, हम देख सकते हैं कि हमारे सभी महत्वपूर्ण राष्ट्रीय-अंतर्राष्ट्रीय समाचारपत्र-पत्रिकाएँ अब वेबवर्ल्ड में मौजूद हैं। आप इनकी ऑनलाइन रीडिंग कर सकते हैं और अपनी राय भी वहाँ तत्काल दर्ज कर

सकते हैं, जो प्रिंट में मुमकिन नहीं। इनमें से कुछ प्रमुख ऑनलाइन पत्र-पत्रिकाएँ निम्नवत हैं-

आउटलुक :



दि हिंदू :



दैनिक जागरण :



दैनिक भास्कर :



वेबदुनिया : वेबदुनिया नाम से हिंदी का अपना अपना एक पोर्टल है। वेब पत्रकारिता के क्षेत्र में वैश्विक स्तर पर इस पोर्टल ने अद्वितीय पहचान स्थापित की है। आज जबकि इंटरनेट पर ब्लॉग और पोर्टलों की बहार छाई हुई है, वेबदुनिया अपनी प्रामाणिक और भावपूर्ण सामग्री के साथ तब से अविचल खड़ा है, जब इस तरह की बातें सोचना भर ही आधुनिक होने की निशानी मानी जाती थी।



वेबदुनिया तब भी अस्तित्व में था जब साइबर पत्रकारिता के बारे में भारत में तरीके से विचार करना भी आरंभ नहीं हुआ था। यह वेबदुनिया के युवा नेतृत्व विनय छजलानी जी की दूरदर्शिता और साहस का परिचायक था कि न सिर्फ उन्होंने जोखिम उठाया बल्कि सफलतापूर्वक उसे निभाया भी। यहाँ उस कहावत को स्मरण करना स्वाभाविक है कि पहले दुनिया बदलती है या पत्रकारिता की दुनिया। जवाब हाजिर है कि दुनिया बदले न बदले पत्रकारिता को बदलना ही होगा।

बोध प्रश्न

- प्र0 1— वेब पोर्टल ने पत्रकारिता को किस तरह प्रभावित किया है
- उ0 वेब पोर्टल के माध्यमों से हम आसानी से नवीनतम घटनाओं को जान सकते हैं और यदि किसी खबर पर विस्तृत रिपोर्ट भी तैयार कर सकते हैं।

प्र0 2— कुछ प्रमुख ऑनलाइन पत्र-पत्रिकाओं के नाम बताइए ?

उ0 दैनिक भास्कर, दैनिक जागरण, द हिंदू, वेबदुनिया प्रमुख ऑनलाइन पत्र-पत्रिकाएं हैं।

9.3 इंटरनेट में हिन्दी :

जैसा कि स्पष्ट है कि वर्तमान युग में इंटरनेट बहुत तेज़ी से संवाद का सबसे बड़ा माध्यम बनता जा रही है। ई-मेल से शुरू हुआ ये क्रम अब वीडियो चैटिंग तक जा पहुँचा है। पहले ई-मेल सिर्फ अंग्रेज़ी में सम्भव था पर अब जीमेल और याहू जैसी साइट्स ने अपने द्वार ज़रूरी लिप्यन्तरण साफ्टवेयर के साथ हिंदी के लिए भी खोल दिए हैं। ख़ासतौर पर गूगल ने इस क्षेत्र में अत्यन्त महत्वपूर्ण कार्य किया है। इंटरनेट पर हिंदी कामकाज के क्षेत्र में क्रांति हो गई है। हिंदी कई तरह के सरकारी-कार्यालयी, व्यावसायिक और व्यक्तिगत पत्रव्यवहार अब इंटरनेट के ज़रिए होने लगे हैं। सरकार की वेबसाइट्स ने हिंदी में अपने सभी आदेश-अधिनियम पी.डी.एफ. फाइल में उपलब्ध हैं, जिन्हें कोई भी आमजन वहाँ से अपने प्रयोग के लिए डाउनलोड कर सकता है। पत्रकारिता ने भी इन सुविधाओं का पूरा लाभ उठाया है। अब उसे इसके लिए डाक, दूरभाष, फ़ैक्स या किसी व्यक्तिगत सम्पर्क की आवश्यकता नहीं रह गई है। कम्प्यूटर्स पर हिंदी में कामकाज के कई उपकरण उपलब्ध हैं, जिनसे हिंदी के प्रचार-प्रसार में भी सहायता मिली है।

बोध प्रश्न

प्र0 1— इंटरनेट पर हिंदी कामकाज के क्षेत्र में क्या परिवर्तन आए हैं ?

उ0 कई तरह के सरकारी-कार्यालयी, व्यावसायिक और व्यक्तिगत पत्र व्यवहार अब इंटरनेट पर होने लगे हैं। राज्य व केंद्र सरकारें अपने तमाम आंकड़ों को वेबसाइट्स पर अपलोड कर देती हैं जिससे इच्छुक लोगों को इसका लाभ मिल सके।

प्र० 2— गूगल ने इंटरनेट को किस तरह लोकप्रिय किया है ?

उ० गूगल की सहायता से किसी भी तरह की आवश्यक जानकारी प्राप्त की जा सकती है। आमतौर पर लोग गूगल को सर्च इंजन के तौर पर प्रयोग करते हैं, इससे इंटरनेट की पहचान बढ़ी है।

9.4 सोशल नेटवर्किंग – ट्विटर, आर्कुट, फेसबुक, नेटलॉग आदि :

इक्कीसवीं सदी में सोशल नेटवर्किंग इंटरनेट के एक खास सामाजिक पक्ष के रूप में सामने आयी है। सोशल नेटवर्किंग वह औज़ार है जिसका इस्तेमाल आज दुनिया भर के व्यक्ति, समुदाय और संस्थाएँ आपस में संवाद स्थापित करने के लिए कर रहे हैं। इसमें उनका एक-दूसरे से परिचय, सम्बंध, विचार-विमर्श, वाद-विवाद, प्रचार-प्रसार आदि सभी कुछ शामिल है। एक पत्रकार के लिए इसका महत्व तब और भी बढ़ जाता है जब दुनिया भर के राजनेता, अभिनेता, वैज्ञानिक, समाज तथा इतिहासविद सोशल नेटवर्किंग साइट्स के जरिए अपनी बात कहते हैं। भारत में ही देखें तो अमिताभ, शाहरूख, आमिर आदि अभिनेताओं से लेकर शशि थुरुर और जयराम रमेश जैसे बड़े राजनेता तक सभी अपनी अंतरंग बातें और विचारदृष्टि इन साइट्स पर व्यक्त करने लगे हैं। इन परिस्थितियों में एक पत्रकार को कुछ इन साइट्स को देखने-जाँचने भर से ही कई बड़ी खबरें मिल जाती हैं। गूगल, याहू तथा किसी भी अन्य सर्च इंजन पर दुनिया में घट रही वैश्विक महत्व की घटनाओं तथा महत्वपूर्ण व्यक्तियों की तस्वीरें एक क्लिक भर से हासिल हो जाती हैं। गूगल ने पिकासा नाम से एक पिक्चर शेयरिंग सुविधा ही नेट पर उपलब्ध करा दी है, जिसकी सहायता से दुनिया भर के लोग, संस्थाएँ और समुदाय नेट पर तस्वीरें अपलोड करके आपस में बाँट रहे हैं। दुनिया भर के शिक्षा तथा शोध संस्थान इसमें शामिल होते जा रहे हैं।



आज दुनिया के कई शिक्षा तथा शोध संस्थाओं में पढ़ चुके और पढ़ रहे लोगों ने अपनी संस्थाओं के नाम से कई-कई सोशल गुप्स बना लिए हैं, जो इस तरह की सोशल नेटवर्किंग से संचालित होते हैं। इस तरह की सुविधा देने वाली साइट्स की संख्या लगातार बढ़ती जा रही है और उसी अनुपात में एक पत्रकार का काम आसान होता जा रहा है, बस ज़रूरत है तो उसके इस तरह की नई तकनीकी जानकारियों से लैस होने की। कुछ प्रमुख सोशलनेटवर्किंग साइट्स निम्नवत हैं –

आर्कुट –यह कुछ समय पूर्व तक भारत में सबसे लोकप्रिय सोशल नेटवर्क था और किसी हद अब भी है, हालाँकि दूसरे नेटवर्क्स की उपस्थिति ने उस पर प्रभाव डाला है। यह गूगल द्वारा उपलब्ध कराई गई सेवा है, जिसमें लोग और संस्थाएँ एक दूसरे से अंतरंग सम्पर्क में आती हैं। इसके ज़रिए संवाद होता है, तस्वीरों और वीडियोज़ का आदान-प्रदान होता है और कई तरह विनिमय यहाँ चलता रहता है।



फ़ेसबुक –पिछले कुछ समय से यह साइट सोशल नेटवर्किंग के चाहने वालों में काफी लोकप्रिय हुई है। शिक्षा, पत्रकारिता और साहित्य से जुड़ी कई हस्तियों ने इसे अपनाया है। इस पर कई गंभीर विषयों पर लम्बे विचार-विमर्श किए जा रहे हैं और उन्हें आम लोगों के साथ बाँटा भी जा रहा है।

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a blue rectangular background.

ट्विटर – यह दुनिया भर में अभिनय तथा राजनीति से जुड़ी महत्वपूर्ण शख्सियतों के बीच सबसे लोकप्रिय सोशल नेटवर्किंग साइट है। इस पर उनके समर्थक और विरोधी अपना मत व्यक्त करते हैं। इन हस्तियों को अपने चाहने वालों से सीधे संवाद करने का मौका मिलता है और वो भी बिना किसी सार्वजनिक मंच पर भीड़-भाड़ और गहमागहमी के बीच आए बगैर। भारत में महत्वपूर्ण कूटनीतिक मसलों पर शशि थुरुर के इस तरह के संवाद काफी चर्चा और विवादों का विषय रहे हैं, जिसके कारण उन्हें मंत्रीपद से त्यागपत्र भी देना पड़ा। ऐसे और भी कई उदाहरण हैं।

The Twitter logo, featuring the word "twitter" in a light blue, rounded, lowercase font with a white outline.

नेटलॉग – यह भी इसी तरह की सुविधा देने वाली साइट है पर अभी आम जनता में इसकी उपयोगिता और लोकप्रियता उस स्तर पर सिद्ध नहीं हुई है, जैसी कि आर्कुट, फेसबुक और ट्विटर की।

The Netlog logo, featuring the word "NETLOG" in white, bold, uppercase letters on a black rectangular background.

इस तरह की नेटवर्किंग के कई लाभ हैं तो कई नुकसान भी हैं, जिनमें एक पत्रकार की गहरी रुचि हो सकती है। इन साइट्स की वजह से साइबर अपराधों की संख्या में बढ़ोतरी हुई है। अपराधी इन साइट्स के खातों को हैक करके ज़रूरी, निजी और गोपनीय जानकारियाँ चुराकर उनका उपयोग ग़लत कामों में कर रहे हैं। आज के विश्व की सबसे बड़ी समस्या आतंकवाद है और आतंकवादी संगठन इस तरह की सुविधाओं का इस्तेमाल करने में कभी नहीं चूकते। इस तरह इंटरनेट का आभासी संसार दुनिया भर में अपराधियों और आतंकियों की पनाहगाह बनता जा रहा है, जिस पर दुनिया भर की सरकारें काफ़ी गम्भीर हैं लेकिन इसका कोई सटीक और ठोस हल उनके पास अभी तक नहीं है। इन कारणों से साइबर पत्रकारिता में भागीदारी करते हुए एक पत्रकार की नैतिक और सामाजिक जिम्मेदारियाँ भी इस क्षेत्र में बढ़ी हैं।

बोध प्रश्न

प्र0 1— इंटरनेट के प्रयोग से साइबर अपराध किस तरह बढ़े हैं

उ0 अपराधी वेबसाइट्स को हैक करके ज़रूरी, निजी और गोपनीय जानकारियाँ चुराकर उनका उपयोग ग़लत कामों के लिए कर लेते हैं। इस तरह इंटरनेट दुनिया भर में अपराधियों की शरणस्थली बन गया है।

प्र0 2— पिकासा से हमें किस तरह की सुविधाएं मिलती हैं ?

उ0 गूगल ने पिकासा नाम से एक पिक्चर शेयरिंग सुविधा ही नेट पर उपलब्ध करा दी है, जिसकी सहायता से दुनिया भर के लोग, संस्थाएँ और समुदाय नेट पर तस्वीरें अपलोड करके आपस में बाँट रहे हैं। दुनिया भर के शिक्षा तथा शोध संस्थान इसमें शामिल होते जा रहे हैं।

9.5 फांट प्रबन्धन : यूनीकोड – टूलकिट्स तथा ऑनलाइन :

आज इंटरनेट पर हिंदी में चल रहे कामकाज में फांट प्रबंधन की एक अनिवार्य और अहम भूमिका है। इसी ज़रिए नेट पर हिंदी में काम करना सम्भव हुआ है। हिंदी के फांट्स का इस्तेमाल हम वेब पर नहीं कर सकते। वहाँ अंग्रेज़ी का ही इस्तेमाल होता है। इंटरनेट पर मौजूद किसी पृष्ठ पर हिंदी के फांट में कुछ लिखते ही वह अंग्रेज़ी लिपि में बदल जाता है। इस तरह इंटरनेट पर हिंदी में कार्य करने के सन्दर्भ में फांट प्रबंधन का सीधा अर्थ है ऐसे फांट की उपलब्धता, चयन और उपयोग, जिसे वहाँ इस्तेमाल किया जा सके। कुछ समय पहले इस समस्या का वांछित हल निकाला जा चुका है। भारत सरकार ने तथा निजी सॉफ्टवेयर कम्पनियों ने इस तरह के फांट्स बना लिए हैं, जिन्हें यूनीकोड हिंदी फांट्स कहा जाता है। इस कार्य के लिए भारत सरकार स्वयं हिंदी टूल किट उपलब्ध कराती है, जिसे अपने कम्प्यूटर में डाल कर आप सीधे यूनीकोड हिंदी टाइपिंग कर सकते हैं। भारत सरकार ने यूनीकोड और उसकी कार्यविधि का ब्यौरा अपनी वेबसाइट में कुछ इस प्रकार दिया है –

यूनीकोड को व्यापक रूप से विश्वव्यापी सूचना आदान-प्रदान के मानक के रूप में स्वीकार किया जा रहा है क्योंकि बड़ी आई टी कंपनियों ने इसके लिए अपने समर्थन की घोषणा की है। भारतीय भाषाओं के लिए यूनीकोड ISCII-91 का नहीं बल्कि ISCII-88 का प्रयोग करता है जो नवीनतम सरकारी मानक है। यह महसूस किया गया कि भारतीय भाषा लिपि से संबंधित कोड में आवश्यक रूपांतरण के लिए यूनीकोड कंसोरटियम में भारत सरकार का प्रतिनिधित्व जरूरी है और इस प्रकार सूचना प्रौद्योगिकी विभाग, यूनीकोड कंसोरटियम पूर्ण-सदस्य बन गया जिसे वोट देने का भी अधिकारी है।

यूनीकोड मानक सार्विक करैक्टर इनकोडिंग मानक है जिसका प्रयोग कम्प्यूटर प्रोसेसिंग के लिए टेक्स्ट के निरूपण के लिए किया जाता है। यूनीकोड मानक में विश्व की लेखनीबद्ध भाषाओं के लिए सब करैक्टरों के इनकोड करने की

क्षमता है। यूनीकोड मानक करैक्टर के बारे में सूचना और उनका उपयोग बताते हैं। कम्प्यूटर उपयोक्ताओं के लिए जो बहुभाषी टेक्स्ट पर काम करते हैं, व्यापारियों, भाषाविदों, अनुसन्धानकर्त्ताओं, वैज्ञानिकों, गणितज्ञों और तकनीशियनों के लिए यूनीकोड मानक बहुत लाभप्रद हैं। यूनीकोड एक 16-बिट इनकोडिंग का प्रयोग करता है जो 65000 करैक्टरों से भी ज्यादा (65536) के लिए कोड-प्वाइंट उपलब्ध कराते हैं। यूनीकोड स्टैंडर्ड प्रत्येक करैक्टर को एक विलक्षण संख्यात्मक मान और नाम देते है। यूनीकोड स्टैंडर्ड और 10646 स्टैंडर्ड 4TF-16 नामक एक विस्तार यंत्रावली उपलब्ध कराते हैं जो एक मिलियन तक के लिए इनकोडिंग कर सकते हैं। फिलहाल यूनीकोड स्टैंडर्ड 49194 करैक्टरों के लिए उपलब्ध कराता हैं। ।

यूनीकोड 16-बिट इनकोडिंग का प्रयोग करता है जो 65000 से अधिक कैरिक्टरों के लिए कोड प्वाइंट उपलब्ध कराता है। यूनीकोड स्टैंडर्ड प्रत्येक कैरिक्टर को विलक्षण सांख्यात्मक मान और नाम उपलब्ध कराते है। यूनीकोड विश्व की सब लेखनी-बद्ध भाषाओं के लिए प्रयुक्त सब कैरिक्टरों को इनकोड करने की क्षमता उपलब्ध कराता है।

ISCII 8 बिट कोड का प्रयोग करता है जो 7-बिट ASCII कोड का एक विस्तार है जो 10 भारतीय लिपियों के लिए अपेक्षित मूल वर्णमाला रखता है जो ब्राह्मी लिपि से उत्पन्न हुई हैं।

भारत में 15 सरकारी मान्यताप्राप्त भाषाएं हैं। फार्सी-अर्बी लिपि को छोड़, भारतीय भाषाओं के लिए प्रयुक्त अन्य 10 लिपियां प्राचीन ब्राह्मी लिपि से निकलती हैं और साझी वन्यात्मक संरचना रखती हैं जिससे साझा कैरिक्टर सैट संभव हुआ है। ISCII कोड तालिका ब्राह्मी आधारित भारतीय लिपियों में अपेक्षित सब कैरिक्टरों का एक सुपर-सैट होता है। सुविधा के लिए मानक में सरकारी लिपि देवनागरी की वर्णमाला का प्रयोग कया गया है।

इनडिक लिपियों के उचित निरूपण के लिए यूनीकोड स्टैंडर्ड में डी आई टी, संचार एवं सूचना टैक्नॉलोजी मंत्रालय की सिफारिशें यूनीकोड में 3-0 में

ISCII-1988 प्रलेख पर आधारित इनडिक लिपियों के लिए मानक कोड सैट शामिल किए गए हैं। वर्तमान राष्ट्रीय मानक ISCII रू1991 है (सूचना अदला-बदली के लिए भारतीय लिपि कोड ISCII&IS 13194रू1911) इनडिक लिपियों के उचित निरूपण के लिए यूनीकोड स्टैंडर्ड में कुछ रूपांतरण शामिल करना जरूरी हैं।

कुछ निजी कम्पनियों ने भी ऐसे टूल किट्स जारी किए हैं, जिन्हें इंटरनेट से निशुल्क डाउनलोड कर कम्प्यूटर में इंस्टॉल किया जा सकता है। गूगल समेत कई कम्पनियों ने ऐसी वेबसाइट्स दी हैं, जहाँ रोमन में टाइप कर लिखे हुए को लिप्यन्तरण के माध्यम से यूनीकोड में बदलकर वेबपृष्ठ पर लगाया जा सकता है। कई वेबपृष्ठ अब ऐसे उपलब्ध हैं जहाँ आप देवनागरी में लिखे को पेस्ट कर महज एक क्लिक से यूनीकोड में प्राप्त कर सकते हैं।

बोध प्रश्न

- प्र0 1— इंटरनेट के कामकाज में हिंदी में फांट प्रबंधन की क्या भूमिका है ?
- उ0 फांट प्रबंधन के जरिये नेट पर हिंदी में काम करना सम्भव हुआ है। हिंदी के फांट्स का इस्तेमाल हम वेब पर नहीं कर सकते। वहाँ अंग्रेजी का ही इस्तेमाल होता है। इंटरनेट पर मौजूद किसी पृष्ठ पर हिंदी के फांट में कुछ लिखते ही वह अंग्रेजी लिपि में बदल जाता है।
- प्र02— यूनीकोड का प्रयोग क्यों किया जाता है ?
- उ0 यूनीकोड मानक सार्विक करैक्टर इनकोडिंग मानक है जिसका प्रयोग कम्प्यूटर प्रोसेसिंग के लिए टेक्स्ट के निरूपण के लिए किया जाता है।

9.6 ई-बुक, ई-मैगज़ीन, ब्लॉग तथा ज्ञानकोश :

ई-बुक : इंटरनेट के विस्तार के साथ ही इस बात आवश्यकता महसूस की जाने लगी संसार भर में प्रकाशित पुस्तकों को किसी तरह नेट पर भी सुलभ बनाया जाए। इसके लिए उनके डिजिटल स्वरूप की ज़रूरत थी। यह काम हुआ और प्रकाशकों के सहयोग से अब असंख्य पुस्तकें इंटरनेट पर पी.डी.एफ. फॉर्मेट में उपलब्ध हैं। इन्हें आनलाइन क्रय करके अपने कम्प्यूटर या किसी डिजिटल स्टोरेज डिवाइस में सुरक्षित रखा और पढ़ा जा सकता है। इस तरह किताबों को रखने में कोई जगह नहीं घिरती और वे आपसे बस एक क्लिक की दूरी पर होती हैं।

ई-मैगज़ीन – इंटरनेट पर अब कई पत्रिकाएँ ऐसी मौजूद हैं, जिनका कोई प्रिंट एडिशन नहीं निकलता। वे इंटरनेट पर ही छपती और पढ़ी जाती हैं तथा हमेशा के लिए सुरक्षित रखी जा सकती हैं— इन्हें ही प्रचलित भाषा में ई-मैगज़ीन कहा जाता है। हिंदी में भी ऐसी पत्रिकाओं की शुरुआत हो चुकी है

ब्लॉग – ब्लॉग वेब-लॉग का संक्षिप्त रूप है, जो अमरीका में 1997 के दौरान इंटरनेट में प्रचलन में आया। प्रारंभ में कुछ ऑनलाइन जर्नल्स के लॉग प्रकाशित किए गए थे, जिसमें जालघर के भिन्न क्षेत्रों में प्रकाशित समाचार, जानकारी इत्यादि लिंक होते थे, तथा लॉग लिखने वालों की संक्षिप्त टिप्पणियाँ भी उनमें होती थीं। इन्हें ही ब्लॉग कहा जाने लगा। ब्लॉग लिखने वाले, जाहिर है, ब्लॉगर कहलाने लगे। प्रायः एक ही विषय से संबंधित आँकड़ों और सूचनाओं का यह संकलन ब्लॉग तेजी से लोकप्रिय होता गया। ब्लॉग लिखने वालों के लिए प्रारंभिक दिनों में कम्प्यूटर टेक्नॉलोजी के कुछ विषय मसलन एचटीएमएल भाषा का जानकार होना आवश्यक था। परंतु इसमें संभावनाओं को देखते हुए ब्लॉग लिखने और उसको प्रकाशित करने के लिए कुछ नेटवर्क्स ने मुफ्त और अत्यंत आसान औजार उपलब्ध किए जिसमें ब्लॉग लिखने के लिए आपको कम्प्यूटर प्रोग्रामिंग भाषाओं का ज्ञान आवश्यक नहीं होता है। इस कारण, देखते ही देखते 1997-98 के महज दर्जन भर ब्लॉग को बढ़कर दस लाख से अधिक का आँकड़ा पार करने में महज चार साल लगे। फिर

ब्लॉग, विश्व की हर भाषा में, हर कल्पनीय विषय में लिखे जाने लगे। ब्लॉग को विश्व के आम लोगों में भारी लोकप्रियता तब मिली जब अफगानिस्तान पर अमरीकी हमले के दौरान एक अमरीकी सैनिक ने अपने नित्यप्रति के युद्ध अनुभव को ब्लॉग पर नियमित प्रकाशित किया। उसी दौरान एंड्रयू सुलिवान के ब्लॉग पृष्ठ पर आठ लाख से अधिक लोगों की उपस्थिति दर्ज की गई, जो संबंधित विषयों के कई तत्कालीन प्रतिष्ठित प्रकाशनों से कहीं ज्यादा थी। एंड्रयू अपने ब्लॉग के मुख पृष्ठ पर लिखते भी हैं – क्रांति ब्लॉग में दर्ज होगी, अब तो कुछ ऐसे ब्लॉग भी हैं जो इतने ज्यादा लोकप्रिय हैं कि इनका सिंडिकेशन किया जाता है।

ब्लॉग जैसी परिकल्पना नेटवर्क्स में ही आकार ले सकती थी, चूँकि इंटरनेट सूचनाओं का संसार है। ऊपर से ब्लॉग लिखने और उन्हें प्रकाशित करने के लिए किसी प्रकार के अलग से इन्फ्रास्ट्रक्चर की आवश्यकता नहीं थी। जो टेक्नॉलोजी मौजूद थी उसी का उपयोग कर ब्लॉग परिकल्पना को साकार किया गया। मगर बाद में इसकी अपार संभावना और लोकप्रियता को देखते हुए कई वेब सेवाओं ने नए और तरह-तरह के मुफ्त औजार तथा बेवपृष्ठ उपलब्ध किए जिससे इसके फैलाव में मदद मिली। शीघ्र ही, सिर्फ ब्लॉग के लिए विशिष्ट नेटवर्क्स का निर्माण हो गया जिसमें ब्लॉगर, वर्ल्डप्रेस, पिटास, मूवेबल टाइप तथा रेडियो यूजर लैंड सहित तमाम अन्य नेटवर्क्स भी हैं। यहाँ तक कि बहुत-सी मौजूदा नेटवर्क्स ने, जैसे कि न्यूयार्क टाइम्स और द गॉर्जियन जैसे प्रकाशनों ने भी अपने उपयोगकर्ताओं तथा स्तंभ लेखकों हेतु अपने नेटवर्क्स में ब्लॉग के लिए विशेष व्यवस्थाएँ की हैं।

ब्लॉग के फायदे :

राजेंद्र यादव ने हंस, जुलाई 2004 के संपादकीय में बड़े ही मजेदार तरीके से, चुटकियाँ लेते हुए, हिंदी साहित्य संसार के प्रायः सभी नए-पुराने समकालीन लेखकों-कवियों के बारे में टिप्पणियाँ की हैं कि किस प्रकार लोग अपनी छपास की पीड़ा को तमाम तरह के हथकंडों से कम करने की नाकाम कोशिशों में लगे रहते हैं। वे आगे कहते हैं कि दिल्ली जैसी जगह से ही हंस जैसी कम से कम 10

पत्रिकाएँ निकलनी चाहिए। जाहिर है, लेखकों-लेखिकाओं की लंबी कतारें हैं और उन्हें अपनी अभिव्यक्ति को व्यक्त करने का कोई माध्यम ही नहीं मिल रहा है। ऐसे में इंटरनेट के व्यक्तिगत वेब पृष्ठ और ब्लॉग के अलावा दूसरा बढ़िया रास्ता और कोई नहीं है। साहित्य जगत से आए ये सवाल पत्रकारिता में भी उतने ही प्रांसगिक हैं। ब्लॉग के फायदों की सूची यों तो लंबी है, पर कुछ मुख्य बातें ये हैं

- ब्लॉग प्रायः व्यक्तिगत उपयोग हेतु हर एक को मुफ्त में उपलब्ध है।
- ब्लॉग के द्वारा आप किसी भी विषय में, विश्व की किसी भी (समर्थित) भाषा में अपने विचार प्रकट कर सकते हैं, जो जालघर में लोगों के पढ़ने हेतु हमेशा उपलब्ध रहेगा। उदाहरण के लिए, यदि आप कहानियाँ लिखते हैं, तो एक ब्लॉग कहानियों का प्रारंभ करिए, उसमें अपनी कहानियाँ नियमित प्रकाशित करिए, बिना किसी झंझट के, बिना किसी संपादकीय सहमति या उसकी कैंची के और अगर लोगों को आपकी कहानियों में कुछ तत्व और पठनीयता नजर आएगी, तो वे आपकी ब्लॉग साइट के मुरीद हो जाएँगे और हो सकता है कि आपके ब्लॉग को एंड्रयू सुलिवान के ब्लॉग से भी ज्यादा पाठक मिल जाएँ।
- आपके ब्लॉग पर पाठकों की त्वरित टिप्पणियाँ भी मिलती हैं जो आपके ब्लॉग की धार को और भी पैना करने में सहायक हो सकती हैं।
- ब्लॉग का उपयोग कंपनियों अपनी उत्पादकता बढ़ाने, नए विचारों तथा नए आइडियाज प्राप्त करने में भी कर रही हैं, जहाँ कर्मचारी अपने विचारों का आदान-प्रदान बिना किसी झिझक के साथ कर सकते हैं।
- यदि आप पत्रकार हैं तो जाहिर है अपने मीडिया समूह की नीतियों के अनुसार ही आप खुद वहाँ व्यक्त कर पाते होंगे। ब्लॉग आपको स्वतंत्र अभिव्यक्ति के लिए मंच मुहैया कराता है। यहाँ आप वह सब कह सकते हैं, जिसे अपने मीडिया समूह में नहीं कह पाते। यदि आप स्वतंत्र पत्रकार हैं तो

ब्लॉग आपके लेखन के प्रचार-प्रसार के लिए एक महत्वपूर्ण प्लेटफार्म सिद्ध हो सकता है। नए पत्रकारों के लिए ब्लाग अब अपनी प्रतिभा को साबित करके अच्छे मीडिया समूह में नौकरी पाने का माध्यम भी बनता जा रहा है। कई रवीश कुमार, पुण्यप्रसून वाजपेयी, राजकुमार केसरवानी, विनोद दुआ जैसे कई स्थापित पत्रकार अपने स्वतंत्र ब्लॉग भी संचालित करते हैं।

ज्ञानकोश : इंटरनेट से पहले इनसाइक्लोपिडिया ब्रिटैनिका सबसे लोकप्रिय ज्ञानकोश माना जाता था। इंटरनेट के विस्तार बाद उसने भी ऑनलाइन होने का फैसला लिया तथा कई और आनलाइन ज्ञानकोश अस्तित्व में आ गए, जिनकी एक पत्रकार को आवश्यकता होती है। उदाहरण के लिए नेट पर विकीपीडिया एक बहुप्रचलित ज्ञानकोश है। शिक्षा, विधि, विज्ञान आदि विषयों तथा उनके अंतरंग अनुशासनों से जुड़े कई ज्ञानकोश नेट पर मौजूद हैं, जिन्हें गूगल के सहारे आसानी से खोजा और देखा जा सकता है।

बोध प्रश्न

प्र0 1— ई-बुक व ई-मैगजीन के क्या फायदे हैं ?

उ0 वर्तमान में असंख्य पुस्तकें इंटरनेट पर पी.डी.एफ. फॉर्मेट में उपलब्ध हैं। इन्हें आनलाइन क्रय करके अपने कम्प्यूटर या किसी डिजीटल स्टोरेज डिवाइस में सुरक्षित रखा और पढ़ा जा सकता है। इस तरह किताबों को रखने में कोई जगह नहीं घिरती और वे आपसे बस एक क्लिक की दूरी पर होती हैं।

प्र0 2— ब्लॉग व ब्लॉगर से आप क्या समझते हैं ?

उ0 ब्लॉग वेब-लॉग का संक्षिप्त रूप है, जो अमरीका में 1997 के दौरान इंटरनेट में प्रचलन में आया। प्रारंभ में कुछ ऑनलाइन जर्नल्स के लॉग प्रकाशित किए गए थे, जिसमें जालघर के भिन्न क्षेत्रों में प्रकाशित समाचार, जानकारी इत्यादि लिंक होते थे, तथा लॉग

लिखने वालों की संक्षिप्त टिप्पणियाँ भी उनमें होती थीं। इन्हें ही ब्लॉग कहा जाने लगा। ब्लॉग पर टिप्पणियां करने वालों को ब्लॉगर कहा जाता है।

9.7 सारांश :

इंटरनेट के बहुआयामी विकास-विस्तार तथा साइबर पत्रकारिता की मौजूदगी ने पत्रकारिता में सूचनाओं-समाचारों के संग्रहण, संवर्द्धन, सम्पादन तथा प्रसारण के क्षेत्र में क्रांतिकारी हस्तक्षेप किया है। आज के पत्रकार के लिए इससे जुड़े विषयों और कार्यविधियों की जानकारी रखना अब अनिवार्य हो गया है। आधुनिक पत्रकारिता में हर राह कम्प्यूटर और इंटरनेट से गुज़रती है। इस प्रकार की वेबशिक्षा से एक प्रशिक्षार्थी को कुशल पत्रकार के रूप में विकसित होने बेहतर अवसर मिलता है। यह इकाई पूरी तरह इसी पक्ष पर केंद्रित है।

9.8 शब्दावली :

अटैचमेन्ट या अनुलग्नक : यह एक ऐसी प्रक्रिया है जिसके द्वारा किसी भी प्रकार की फाइल मेल संदेश के साथ जोड़कर इंटरनेट के माध्यम से किसी को भी भेजी या प्राप्त की जा सकती है।

आस्की (ASCII) : इसका अर्थ अमेरिकन स्टैंडर्ड फोर इंफॉर्मेशन इंटरचेंज है। यह नोटपेड में सुरक्षित किये जाने वाले टेक्स्ट का बॉयडिफाल्ट फॉर्मेट है यदि आप नोटपेड में किसी टेक्स्ट को प्राप्त कर रहे हैं तो वह फॉर्मेट ASCII है।

ऑटो कम्प्लीट : यह सुविधा ब्राउसर के एड्रेस बार में होती है। इसके शुरू में कुछ डाटा टाइप करते ही URL पूर्ण हो जाता है। इसके लिये जरूरी है कि वह URL पहले प्रयोग किया गया हो।

एंटी वाइरस प्रोग्राम : इस प्रोग्राम में कम्प्यूटर की मेमोरी या संगणक संचिका में छुपे हुए वाइरस को ढूँढ निकालने या सम्भव हो तो, नष्ट करने की क्षमता होती है।

बैंडविड्थ— इसके द्वारा इंटरनेट की स्पीड नापी जाती है। बैंडविड्थ जितनी अधिक होगी, इंटरनेट की स्पीड उतनी ही ज्यादा होगी।

ब्राउसर : वर्ल्ड वाइड वेब पर सूचना प्राप्त करने में मददगार सॉफ्टवेयर को ब्राउसर कहते हैं। नेटस्केप नेवीगेटर और इंटरनेट एक्सप्लोरर सर्वाधिक प्रचलित ब्राउसर हैं। यह एक ऐसा सॉफ्टवेयर होता है जो HTML और उससे संबंधित प्रोग्राम को पढ़ सकता है।

बुकमार्क : ब्राउसर में स्थित विशेष लिंक, जो किसी विशेष सेक्शन में लिंक बनाने में मदद करता है। इंटरनेट एक्सप्लोरर में यह फेवरेट कहलाता है।

केशे या टेम्परेरी इंटरनेट एक्सप्लोरर : सर्फिंग के दौरान वेब पेज और उससे संबंधित चित्र एक अस्थायी भण्डार में ट्रांसफर हो जाते हैं। यह तब तक नहीं हटते हैं, जब तक इन्हें हटाया न जाये या ये रिप्लेस न हो जाये। एक ही वेबसाइट पर जाना उतना ही आसान होता है, क्योंकि समान कंटेंट डाउनलोड की आवश्यकता नहीं होती। यदि आप अलग-अलग साइट्स पर विजिट कर रहे हो तो ये फाइल आपकी स्पीड कम कर देती है।

कूकी : यह वेब सर्वर द्वारा भेजा गया डेटा होता है, जिसे ब्राउसर द्वारा सर्वर के कम्प्यूटर में एक संचिका में स्टोर कर लिया जाता है।

डिमोड्यूलेशन : मोडेम से प्राप्त एनालॉग डेटा को डिजिटल डेटा में बदलने की प्रक्रिया डिमोड्यूलेशन कहलाती है।

डाउनलोड : किसी संचिका को वर्ल्ड वाइड वेब से कॉपी करने की प्रक्रिया डाउनलोड कहलाती है।

अपलोड : अपनी किसी फाइल को कम्प्यूटर से वर्ल्ड वाइड वेब पर कापी करने की प्रक्रिया अपलोड कहलाती है।

क्षेत्रीय नाम पंजीकरण : किसी भी कम्पनी को अपनी विशिष्ट पहचान कायम रखने के लिये अपनी कम्पनी का नाम पंजीकरण करवाना होता है। यह प्रक्रिया इंटरनेट सर्विस प्रोवाइडर की देख-रेख में चलती है।

ई-कॉमर्स : इंटरनेट पर व्यापारिक लेखा-जोखा रखने की प्रक्रिया और नेट पर ही खरीदी-बिक्री की प्रक्रिया ई-कॉमर्स कहलाती है।

होम-पेज : वेब ब्राउसर से किसी साइट को ओपन करते ही जो पृष्ठ सामने खुलता है वह उसका होम पेज कहलाता है।

FAQ (frequently asked question) : वेबसाइट पर किसी खास विषय से जुड़े प्रश्न। वेब साइट पर faq के माध्यम से प्रश्न भी भेजे जा सकते हैं।

डायल-अप कनेक्शन : एक कम्प्यूटर से मोडेम द्वारा इंटरनेट से जुड़े किसी अन्य कम्प्यूटर से स्टैंडर्ड फोन लाइन पर कनेक्शन को डायल अप कनेक्शन कहते हैं।

डायल-अप नेटवर्किंग : किसी पर्सनल कम्प्यूटर को किसी अन्य पर्सनल कम्प्यूटर पर LAN और इंटरनेट से जोड़ने वाले प्रोग्राम को डायल अप नेटवर्किंग कहते हैं।

संचिका HTML (हाइपर टेक्स्ट मार्कअप लैंग्वेज) : वर्ल्ड वाइड वेब पर डाक्यूमेंट के लिये प्रयोग होने वाली मानक मार्कअप भाषा HTML भाषा टैग का उपयोग करता है।

HTTP (हाइपर टेक्स्ट ट्रांसफर प्रोटोकाल) : वर्ल्ड वाइड वेब पर सर्वर से किसी यूजर तक दस्तावेजों को ट्रांसफर करने वाला कम्प्यूनिकेशन प्रोटोकाल HTTP कहलाता है।

9.9 त्वरित अभ्यास :

1. एचटीटीपी क्या है?
2. कम्प्यूटर को इंटरनेट से जोड़ने के लिए किस हार्डवेयर की आवश्यकता होती है?
3. गूगल क्या है?
4. इंटरनेट का जन्म कैसे हुआ?
5. साइबर पत्रकारिता से क्या आशय है?
6. ट्विटर क्या है?
7. यूनीकोड फांट क्या है?
8. इनडिक लिपियों का उचित निरूपण कैसे होता है ?
9. आस्की (ASCII) का क्या अर्थ है ?
10. ऑटो कम्पलीट का क्या अर्थ है ?
11. एंटी वाइरस प्रोग्राम को समझाइए ?
12. डाउनलोड व अपलोड की प्रक्रिया समझाइए ?
13. प्रमुख सोशल नेटवर्किंग साइट्स कौन-कौन सी हैं?
14. ई-मैगज़ीन से आप क्या समझते हैं?
15. ई-बुक क्या है?

9.10 अभ्यासार्थ प्रश्न :

प्रश्न 1. आनलाइन समाचारपत्र क्या हैं? उदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए।

प्रश्न 2. इंटरनेट पर हिंदी में कार्य किस तरह किया जाता है?

प्रश्न 3. बुकमार्क व ब्राउसर से क्या अर्थ है ?

प्रश्न 4. डायल अप नेटवर्किंग क्या है? डायरेक्ट कनेक्शन से आप क्या समझते हैं?

प्रश्न 5. गूगल ने इंटरनेट को किस तरह प्रभावित किया है ?

प्रश्न 6. ब्लाग का अर्थ बताते हुए पत्रकारिता में उसके महत्व पर प्रकाश डालिए।

9.11 प्रयोगात्मक अभ्यास :

इंटरनेट पर खुद का ब्लॉग बनाकर अपने परिचितों, दोस्तों के साथ जुड़कर बताइए कि ब्लॉगिंग ने किस तरह सामाजिक जीवन को प्रभावित किया है ?

अथवा

ब्लॉग से आप क्या समझते हैं? ब्लॉग से किस तरह जुड़ सकते हैं इस प्रक्रिया को लिखित रूप से समझाकर ब्लॉग के लिए कम से कम 15 टिप्पणियां लिखिए?

9.12 सन्दर्भ

- | | | |
|---------------------------------|---|--------------------------------|
| 1. प्रो. हरिमोहन | : | सूचना प्रौद्योगिकी और जनमाध्यम |
| 2. चढढा, सविता | : | आधुनिक जनसंचार और हिंदी |
| 3. पटेरिया, मनोज | : | विज्ञान संचार |
| 4. माथुर, श्याम | : | वेब पत्रकारिता |
| 5. कुमार, सुरेश | : | इंटरनेट पत्रकारिता |
| 6. पचौरी, सुधीश एवं शर्मा, अचला | : | नए जनसंचार माध्यम और हिंदी |

7. By Roy Methew : Information & Communication
Technology:Recasting
Developments, Cyber Journalism
8. वेबदुनिया हिंदी पोर्टल
9. विभिन्न वेबपृष्ठ तथा ब्लॉग्स।

इकाई-01

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया : स्वरूप और अवधारणा

इकाई की रूपरेखा

- 1.0 उद्देश्य
- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया : स्वरूप एवं अवधारणा
- 1.3 टेलीविजन न्यूज
- 1.4 रेडियो
- 1.5 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के नए चेहरे
- 1.6 टीवी न्यूज निर्माण प्रक्रिया
- 1.7 न्यूज बनाम इंफोटेनमेंट
- 1.8 सारांश
- 1.9 शब्दावली
- 1.10 त्वरित अभ्यास
- 1.11 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 1.12 प्रयोगात्मक अभ्यास
- 1.13 संदर्भ ग्रंथ

1.0 उद्देश्य :

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया मुद्रित-प्रकाशित शब्दों से आगे का मीडिया है। हालाँकि छपे शब्दों की महत्ता न तो आज कम हुई है न ही भविष्य में कभी खत्म होगी

लेकिन आज इलेक्ट्रानिक मीडिया का जादू सचमुच सर चढ़ कर बोल रहा है। मोटे तौर जब हम इलेक्ट्रानिक मीडिया शब्द का प्रयोग करते हैं तो प्रायः उसका अभिप्राय टेलीविजन से होता है। हालाँकि इलेक्ट्रानिक मीडिया सिर्फ टेलीविजन ही नहीं है। रेडियो को इलेक्ट्रानिक मीडिया की पहली बड़ी सीढ़ी माना जा सकता है तो आज टेलीविजन को भी पीछे छोड़कर इंटरनेट तथा मोबाइल फोन इलेक्ट्रानिक मीडिया को नया विस्तार दे रहे हैं। इस इकाई में हम इलेक्ट्रानिक मीडिया के स्वरूप और अवधारणा को समझने का प्रयास करेंगे। हम इलेक्ट्रानिक मीडिया के अलग-अलग क्षेत्रों का परिचय प्राप्त करने का भी प्रयास करेंगे। इस इकाई में हम यह जानने की कोशिश करेंगे कि –

- इलेक्ट्रानिक मीडिया का विकास किस तरह हुआ है ?
- टेलीविजन न्यूज क्या होती है ?
- रेडियो ने किस प्रकार इलेक्ट्रानिक मीडिया के क्षेत्र में बार-बार अपनी पहचान बनाई है ?
- इलेक्ट्रानिक मीडिया के नए क्षेत्र कौन-कौन से हैं ?
- टीवी न्यूज की निर्माण प्रक्रिया क्या होती है ?
- इलेक्ट्रानिक मीडिया की सामाजिक जवाबदेही को लेकर क्या विवाद हैं ?
और
- इलेक्ट्रानिक मीडिया की क्या कमियां हैं ?

इस इकाई में हम इलेक्ट्रानिक मीडिया का संक्षिप्त परिचय हासिल करेंगे और यह जानने की कोशिश करेंगे कि इलेक्ट्रानिक मीडिया किस तरह सार्वभौमिक मीडिया बनता जा रहा है।

यह ध्यान देने की बात है कि आज प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रानिक मीडिया तकनीक के मामले में लगभग एक ही स्तर पर आ गए हैं। खबरें भेजने, उन्हें प्रकाशित करने, खबरें जुटाने, ले आऊट बनाने आदि सारे काम प्रिंट मीडिया में भी

वैसे ही हो रहे हैं जैसे इलेक्ट्रानिक मीडिया में। अन्तर सिर्फ इतना है कि इलेक्ट्रानिक मीडिया उसे दृश्य-श्रव्य रूप में भी प्रस्तुत कर लेता है। यही अंतर इलेक्ट्रानिक मीडिया की ताकत है और यही उसकी कमजोरी भी। इस इकाई में हम इस सब पर भी एक नजर डालने का प्रयास करेंगे।

1.1 प्रस्तावना :

आज के युग में इलेक्ट्रानिक मीडिया की शक्ति, उसका प्रभाव और उसकी क्षमता किसी से भी छिपी नहीं है। बीसवीं सदी में पैदा हुए इस संचार माध्यम के सभी घटक जैसे रेडियो, टीवी, इंटरनेट और मोबाइल आज हर आधुनिक व्यक्ति के जीवन का अभिन्न अंग बन चुके हैं। इलेक्ट्रानिक मीडिया ने हमारी जिन्दगी को भी काफी हद तक प्रभावित कर दिया है। इसने जानकारी का प्रसार तेज कर दिया है और उसकी विश्वसनीयता भी बढ़ा दी है।

अपने देश के संदर्भ में देखें तो 15-20 वर्ष पहले तक टेलीविजन इतना जनसुलभ नहीं था। दूरदर्शन के हाथों में उसका नियंत्रण था। लेकिन देखते-देखते ही निजीकरण के बाद इलेक्ट्रानिक मीडिया घर-घर पहुंच गया। आज देश में 300 से अधिक टीवी चैनल दिखाई दे रहे हैं जिनमें से 125 से अधिक किसी न किसी रूप में न्यूज से जुड़े हैं। 50 से अधिक एफ. एम. चैनलों की भी अलग धूम है। बड़े महानगरों में जहां एफ एम सुनते-सुनते काम पर निकलने वाले लोग कहां से जाएं, कहां से न जाएं जैसी जरूरी जानकारियां पा लेते हैं, खबरों की दुनिया से रूबरू हो जाते हैं और बिना अतिरिक्त प्रयास के उन्हें ताजातरीन जानकारियां भी मिल जाती हैं।

कहने का आशय यह है कि इलेक्ट्रानिक मीडिया आज उच्च और मध्य वर्ग के लोगों की जरूरत बन चुका है। शहरों में शायद ही कोई घर ऐसा होता हो जहां शाम से रात तक टीवी सेट खोला न जाता हो। आज इस माध्यम ने पकड़ भी बना ली है और उसी के अनुरूप ताकत भी हासिल कर ली है। पत्रकारिता के बारे में कहा जाता है कि एक चित्र 10 हजार शब्दों के बराबर होता है, ऐसे में यह कल्पना

सहज ही की जा सकती है कि जहां हजारों तस्वीरें हों तो वहां उनकी ताकत क्या होगी ? यह हमेशा कहा जाता है कि कानों सुनी से ज्यादा आंखों देखी बातों पर यकीन किया जाना चाहिए। टेलीविजन आंखों से ही सब कुछ दिखाता है इसलिए उस पर यकीन भी अधिक किया जाता है। टेलीविजन की सफलता का रहस्य इसी तथ्य में छिपा हुआ है।

लेकिन जिन लोगों ने टीवी युग से पहले रेडियो में खेलों की कमेंट्री का मजा लिया है वे जानते हैं कि सुने हुए शब्दों की ताकत क्या होती है। जब कमेंटेटर अपनी आवाज के उतार चढ़ाव के साथ हॉकी के खेल का आंखों देखा हाल सुना रहा होता था तो श्रोता उसके शब्दों के साथ-साथ एक गोलपोस्ट से दूसरे गोलपोस्ट तक की यात्रा करने लगता था। आज तो मोबाइल, इंटरनेट आदि ने दुनिया को और भी छोटा बना दिया है और आज दुनिया हर किसी की पहुंच के अन्दर समा गई है। फिर भी यह निर्विवाद रूप से कहा जा सकता है कि इलेक्ट्रानिक मीडिया की बादशाहत अब भी टीवी के हाथ में ही है। हालांकि यह भी सच है कि इलेक्ट्रानिक मीडिया और खास तौर पर टेलीविजन अब भी आम आदमी का मीडिया नहीं बन सका है। इसकी वजह आर्थिक है। भारत में टेलीविजन का विकास मध्य वर्ग के आसपास ही हुआ है। शहरी मध्य वर्ग तक ही यह सबसे पहले सुलभ भी था। उसी की रुचि को ध्यान में रखकर कार्यक्रम बनाए गए और आज भी वही वर्ग टीवी व्यवसाय के केन्द्र में है। टेक्नोलॉजी ड्रिवन मीडिया होने के कारण भी इलेक्ट्रानिक मीडिया की कुछ सीमाएं हैं, लेकिन इस सब के बावजूद यह कहा जा सकता है कि देश में इलेक्ट्रानिक मीडिया ने अपने शैशव काल में ही अपनी धाक जमा ली है।

1.2 इलेक्ट्रानिक मीडिया : स्वरूप एवं अवधारणा :

इलेक्ट्रानिक मीडिया अपने स्वरूप में प्रिंट मीडिया से एक दम अलग है। भले ही इसका विकास प्रिंट मीडिया से ही हुआ है और प्रिंट मीडिया के ही आदर्शों

और परम्पराओं की छाया में यह फलफूल रहा है। लेकिन इसका स्वरूप इसे कई मायनों में प्रिंट मीडिया से एकदम अलग बना देता है। बचपन में एब बोध कथा हममें से कइयों ने सुनी होगी जिसमें एक गुरु के चार शिष्य ज्ञान प्राप्त कर वापस जा रहे होते हैं तो उन्हें वन में एक शेर का अस्थिपिंजर मिलता है। एक उसे अपने मंत्र बल से जोड़कर उसका ढाँचा खड़ा कर देता है। दूसरा उसमें मांस और खाल चढ़ा देता है और तीसरा उसमें जान फूंक देता है। इस बोध कथा के शेर की तरह ही प्रिंट मीडिया जहां खबरों का ढाँचा खड़ा करता रहा है, उन्हे सजाता-संवारता रहा है, वहीं इलेक्ट्रानिक मीडिया ने खबरों में जान फूंक दी है। अखबार में एक रोमांचक फुटबाल मैच का चौथाई पृष्ठ का विवरण छपता है, उसके चित्र छपते हैं, उसकी हाइलाइट्स छपती हैं। पाठक उसे पढ़ कर सारी जानकारी हासिल कर लेता है। लेकिन वही बात जब रेडियो की खबर में उस रोमांचक मैच के कुछ लम्हों की कैमेंटरी के जरिए सुनाई जाती है या टीवी न्यूज में मैच के सबसे सनसनीखेज गोल के 10 सैकेंड के वीडियो फुटेज के जरिए दिखाई जाती है तो मैच का असली रोमांच सजीव होकर श्रोता या दर्शक के पास तक पहुंच जाता है। इलेक्ट्रानिक मीडिया की यह स्वरूपगत खूबी उसे अलग पहचान देती है। हालांकि अब अखबारों के भी इंटरनेट संस्करण आने लगे हैं और वे खबरों को अधिक तेजी से पाठक तक पहुंचाने लगे हैं लेकिन इलेक्ट्रानिक मीडिया के पास यह ताकत अपने जन्म से ही है। विश्व के किसी एक भाग में हो रहे किसी आयोजन, घटना या किसी संवाददाता सम्मेलन के सजीव प्रसारण को उसी वक्त साथ-साथ सारे विश्व में उसे दिखाया या सुनाया जा सकता है। वस्तुतः इलेक्ट्रानिक मीडिया की अवधारणा ही खबरों के तेज, सजीव, वास्तविक और व्यापक प्रसारण से जुड़ी है। खबरों को सबसे तेज अथवा सजीव दिखा सुनाकर, जैसा हो रहा है वैसा ही दिखा/सुनाकर इलेक्ट्रानिक मीडिया चमत्कारपूर्ण प्रभाव पैदा कर देता है। हमारे देश में एक दौर में बीबीसी की खबरें घर-घर सुनी जाती थीं। अफ्रीका के गृह युद्धों, अमेरिका के चाँद पर जा पहुंचने और जवाहर लाल नेहरू की मौत जैसी खबरें बीबीसी रेडियो ने क्षण भर में पूरी दुनिया में पहुंचा दी थीं। भारत में टेलीविजन में भी निजी क्षेत्र के आगमन के बाद की कई घटनाएं जैसे गुजरात का भूकंप, कारगिल का युद्ध,

लोकसभा चुनाव और सुनामी आदि ऐसे मौके थे जब इलेक्ट्रानिक मीडिया के बादशाह टेलीविजन ने दर्शकों को घर बैठे-बैठे इन जगहों तक पहुंचा दिया था । यह कहना अतिशयोक्ति नहीं होगी कि इस तरह की घटनाओं के कवरेज ने देश में टेलीविजन न्यूज को एक व्यापक पहचान भी दी और विश्वसनीयता भी । घटनास्थल को सीधे टीवी स्क्रीन तक पहुंचा पाने की इसी ताकत में टेलीविजन की लोकप्रियता का राज छिपा हुआ है ।

अमेरिका में वर्ल्ड ट्रेड टावर पर हुए हवाई हमलों को दुनिया ने टेलीविजन के जरिए देखा और जिसने भी उन दृश्यों को देखा है, उन सबके मन में वो पूरी घटना इस तरह अंकित हो गई है कि मानो उन्होंने खुद अपनी आंखों से उसे देखा हो । घटना को वास्तविक या सजीव रूप में दिखा पाने की क्षमता इलेक्ट्रानिक मीडिया की एक बड़ी ताकत है तो इसकी पहुंच, इसकी दूसरी बड़ी ताकत । एक मुद्रित अखबार या पत्रिका का सीमित प्रसार क्षेत्र होता है लेकिन इलेक्ट्रानिक मीडिया के लिए विस्तार और प्रसार की कोई सीमाएं नहीं हैं । अमेरिका की 26 / 11 की घटनाएं पूरी दुनिया ने लगभग एक साथ देखीं । बीजिंग ओलम्पिक का उद्घाटन हो या दक्षिण अफ्रीका में विश्वकप फुटबाल के खेल । पूरा विश्व अपनी आंखों से इनका सजीव प्रसारण होते हुए देख पाता है । घटना को सजीव होते देखना अपने आप में एक रोमांचक अनुभव है । दर्शक उस घटना के एक पात्र की तरह उससे जुड़ जाता है । ऐसा कर पाना किसी दूसरे संचार माध्यम के लिए सम्भव नहीं है । इलेक्ट्रानिक मीडिया को प्रभावशाली बनाने वाली एक और बड़ी ताकत इसकी भाषा है । अखबार पढ़ने के लिए आदमी का साक्षर होना जरूरी है । दूसरी भाषा का अखबार पढ़ने के लिए उस भाषा का ज्ञान होना जरूरी है लेकिन सजीव चित्रों की भाषा इनमें से किसी की भी मोहताज नहीं । 26 / 11 की घटना में ट्विन टावर्स से अज्ञात विमानों का टकराना, टावर्स में आग लग जाना और उसके बाद का विध्वंस, सजीव चित्रों ने इसकी जो कहानी दिखाई उसके लिए किसी भाषा या शब्दों की जरूरत नहीं थी । संप्रेषण की यह खूबी भी इलेक्ट्रानिक मीडिया की एक बड़ी ताकत है । संक्षेप में कहा जा सकता है कि दृश्य-श्रव्य स्वरूप वाला इलेक्ट्रानिक मीडिया अपने प्रसार के विस्तार, घटना स्थल से सीधे घटना को दिखा

सकने की ताकत और शब्दों तथा भाषा से उपर उठकर किए जाने वाले वाले संप्रेक्षण के कारण आज सबसे सशक्त जन संचार माध्यम बन चुका है।

बोध प्रश्न

- प्र 0 1—** इलेक्ट्रानिक मीडिया की..... उसे अलग पहचान देती है।
- उ 0** इलेक्ट्रानिक मीडिया की (स्वरूपगत खूबी) उसे अलग पहचान देती है।
- प्र 2—** इलेक्ट्रानिक मीडिया की अवधारणा किन चीजों से जुड़ी हैं ?
- उ 0** इलेक्ट्रानिक मीडिया की अवधारणा खबरों के तेज, सजीव, वास्तविक और व्यापक प्रसारण से जुड़ी है।
- प्र 0 3—** भारत में इलेक्ट्रानिक मीडिया को व्यापक पहचान और विश्वसनीयता किस तरह की खबरों से मिली ?
- उ 0** गुजरात में भूकंप, कारगिल का युद्ध, सुनामी और लोकसभा चुनाव जैसी घटनाओं के कवरेज के कारण देश में इलेक्ट्रानिक मीडिया को व्यापक पहचान और विश्वसनीयता मिली है।
- प्र 0 4—** इलेक्ट्रानिक मीडिया को प्रभावशाली बनाने के पीछे कौन-कौन सी प्रमुख ताकत हैं ?
- उ 0** इलेक्ट्रानिक मीडिया को प्रभावशाली बनाने वाली प्रमुख ताकत इसकी व्यापक पहुंच और चित्रों के जरिए संप्रेक्षण कर पाने की इसकी क्षमता है।

1.3 टेलीविजन न्यूज :

भारतीय पौराणिक ग्रंथ महाभारत की कथा में संजय द्वारा धृतराष्ट्र के पास बैठे-बैठे महाभारत के युद्ध क्षेत्र का आंखों देखा हाल सुनाने का उल्लेख भले ही

मिलता हो मगर आधुनिक टेलीविजन के इतिहास को अभी 100 वर्ष भी पूरे नहीं हुए हैं। सन् 1900 में पहली बार रूसी वैज्ञानिक कोंस्तातिन पेस्की ने सबसे पहली बार टेलीविजन शब्द का इस्तेमाल चित्रों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक भेजने वाले एक प्रारम्भिक यंत्र के लिए किया था। 1922 के आस-पास पहली बार टेलीविजन का प्रारम्भिक सार्वजनिक प्रदर्शन हुआ था। 1926 में इंग्लैण्ड के जॉन बेयर्ड और अमेरिका के चार्ल्स फ्रांसिस जेनकिंस ने मैकेनिकल टेलीविजन के जरिए चित्रों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक भेजने का सफल प्रयोग किया। पहले इलेक्ट्रानिक टेलीविजन का आविष्कार रूसी मूल के अमेरिकी वैज्ञानिक ब्लादीमिर ज्योखिन ने 1927 में किया। हालांकि इसकी दावेदारी जापान, रूस, जर्मनी, फ्रांस और ब्रिटेन भी करते रहे हैं कि पहला इलेक्ट्रानिक टेलीविजन उनके देश में बनाया गया। बहरहाल 1939 में पहली बार अमेरिकी रेडियो प्रसारण कंपनी आर सी ए ने न्यूयार्क विश्व मेले के उद्घाटन और राष्ट्रपति रूजवैल्ट के भाषण का सीधा टेलीविजन प्रसारण किया। बीबीसी रेडियो 1930 में और बीबीसी टेलीविजन 1932 में स्थापित हो गया था। इसने 1936 के आस पास कुछ टीवी कार्यक्रम बनाए भी। इसी बीच दूसरा विश्वयुद्ध छिड़ जाने से टीवी के विकास की रफ्तार कम हो गई।

1 जुलाई 1941 को अमेरिकी कंपनी कोलम्बिया ब्रॉडकास्टिंग सर्विस ने न्यूयार्क टेलीविजन स्टेशन से रोजाना 15 मिनट के न्यूज बुलेटिन की शुरुआत की। यह प्रसारण सीमित दर्शकों के लिए था। विश्वयुद्ध की समाप्ति के बाद तकनीकी विकास के दौर में 1946 में रंगीन टेलीविजन के आविष्कार ने टीवी न्यूज के विकास में एक बड़ी छलांग का काम किया। 50 के दशक में अमेरिकी प्रसारण कंपनी एनबीसी और एन सी बी एस ने रंगीन न्यूज बुलेटिन शुरू किए तो बीबीसी टीवी ने भी दैनिक न्यूज बुलेटिन शुरू कर दिए। 1980 में टेड टर्नर ने सी एन एन के 24 घंटे के न्यूज चैनल की शुरुआत की। 24 घंटे का यह न्यूज चैनल जल्द ही लोकप्रिय हो गया और 1986 में स्पेस शटल चैलेंजर के दुर्घटनाग्रस्त होने के सजीव प्रसारण ने इसे बहुत ख्याति प्रदान की। लगभग 10 वर्ष बाद 1989 में ब्रिटेन में भी रूपर्ट मर्डोक ने लन्दन से स्काई न्यूज के नाम से 24 घंटे का न्यूज चैनल शुरू

किया जबकि टीवी न्यूज में काफी नाम कमा चुके बी बी सी को 24 घंटे का न्यूज चैनल शुरू करने के लिए 1997 तक इन्तजार करना पड़ा। आज विश्व के प्रायः हर देश में एक से अधिक न्यूज चैनल हैं। पश्चिमी टीवी न्यूज चैनलों का एकाधिकार और दबदबा भी अब कम होता जा रहा है और अल जजीरा जैसे चैनल टीवी खबरों की दुनिया में पश्चिमी एकाधिकार को कड़ी चुनौती देने लगे हैं।

भारत में टेलीविजन का आगमन 1959 में हो गया था। प्रारम्भ में यह माना गया था कि भारत जैसे गरीब देश में इस महंगी टेक्नोलॉजी वाले माध्यम का कोई भविष्य नहीं है। लेकिन धीरे-धीरे यह धारणा खुद ब खुद बदलती चली गई। 1964 में दूरदर्शन पर पहली बार न्यूज की शुरुआत हुई। शुरू में यह रेडियो यानी आकाशवाणी के अधीन था। इसका असर दूरदर्शन के समाचारों पर भी दिखाई देता था। लेकिन 1982 में दिल्ली एशियाई खेलों के आयोजन, एशियाड के साथ ही देश में रंगीन टेलीविजन की शुरुआत हो गई और यहीं से दूरदर्शन के समाचारों में एक नए युग की शुरुआत भी हुई। इसी दौर में हिंदी के अलावा उर्दू, संस्कृत और अन्य क्षेत्रीय भाषाओं के न्यूज बुलेटिन भी शुरू हुए। संसदीय चुनावों के कवरेज ने दूरदर्शन न्यूज को काफी लोकप्रिय बनाया मगर उसे अभी निजी चैनलों की चुनौती नहीं मिली थी।

भारतीय टेलीविजन में निजी क्षेत्र का खबरों की दुनिया में प्रवेश 1994 में हुआ। पहले जैन टीवी और फिर जी टीवी ने न्यूज बुलेटिन शुरू किए। पहला चौबीस घंटे का न्यूज चैनल भी जैन टीवी का ही था जो अधिक समय तक चल नहीं पाया। जी न्यूज ने 1 फरवरी 1999 को चौबीस घंटे का न्यूज चैनल शुरू किया जो आज भी चल रहा है। इसी बीच बी ओ आई ने भी न्यूज चैनल शुरू किया मगर खर्चिले प्रबन्धन ने उसे भी जल्द ही डुबा दिया। लेकिन भारत में टीवी न्यूज को सही मायनों में स्थापित करने का श्रेय अगर किसी को दिया जा सकता है तो वो है 'आज तक'। 17 जुलाई 1995 को आज तक 20 मिनट के न्यूज बुलेटिन के तौर पर दूरदर्शन में शुरू हुआ था। सुरेन्द्र प्रताप सिंह के कुशल संपादन व प्रस्तुतिकरण ने जल्द ही आजतक को सर्वश्रेष्ठ और विश्वसनीय समाचार बुलेटिन

बना दिया। इसकी सफलता की नींव पर 31 दिसम्बर 2000 को आज तक के 24 घंटे के निजी न्यूज चैनल की शुरुआत हुई जो अब भी सर्वश्रेष्ठ बना हुआ है। आज देश में 100 से अधिक निजी न्यूज चैनल हैं और सब अपनी-अपनी विशिष्टताओं के साथ खबरों की दुनिया में अपना प्रदर्शन कर रहे हैं। तकनीक के सस्ते होते जाने से भी टीवी न्यूज का विस्तार तेजी से हुआ है। पहले न्यूज चैनल शुरू करने में 50 करोड़ से अधिक खर्च आता था तो आज महज कुछ करोड़ रूपयों में न्यूज चैनल शुरू हो जाता है। मगर तकनीक सस्ती होने के साथ ही टीवी न्यूज में भी सस्तापन आने लगा है, गम्भीरता और लोक जिम्मेदारी की भावना कम होने से साथ-साथ सनसनी और नाटकीयता बढ़ने लगी है। टीवी न्यूज के भविष्य के लिए यह शुभ संकेत नहीं कहे जा सकते मगर विशेषज्ञ मानते हैं कि यह दौर जल्द ही खत्म हो जाएगा।

बोध प्रश्न

- प्र0 1—** आधुनिक टेलीविजन का इतिहास कितना पुराना है ?
- उ0** आधुनिक टेलीविजन का इतिहास लगभग 100 वर्ष पुराना है।
- प्र0 2—** पहला सीधा टेलीविजन प्रसारण कब और कहां हुआ था ?
- उ0** 1939 में पहली बार अमेरिकी रेडियो प्रसारण कंपनी आरसीए ने न्यूयार्क में तत्कालीन अमेरिकी राष्ट्रपति रूजवेल्ट के भाषण का सीधा प्रसारण किया था।
- प्र0 3—** रंगीन टेलीविजन का आविष्कार कब हुआ ?
- उ0** रंगीन टेलीविजन का आविष्कार 1946 में हुआ।
- प्र0 4—** भारत में टेलीविजन का आगमन कब हुआ ?
- उ0** भारत में टेलीविजन का आगमन 1959 में हुआ था।

- प्र0 5-** भारत में टीवी न्यूज को सही मायने में स्थापित करने का श्रेय किसे दिया जा सकता है ?
- उ0** भारत में टेलीविजन न्यूज को स्थापित और लोकप्रिय बनाने का श्रेय आजतक को दिया जा सकता है। आज तक की शुरुआत 17 जुलाई 1995 को दूरदर्शन पर 20 मिनट के एक न्यूज बुलेटिन के तौर पर हुई थी।

1.4 रेडियो :

इलेक्ट्रानिक मीडिया का पहला क्रांतिकारी कदम रेडियो को माना जाता है। उन्नीसवीं सदी के अंतिम दशक में सन् 1895 में इटली के वैज्ञानिक गुगलीनो मारकोनी ने बेतार संकेतों को इलेक्ट्रोमैग्नेटिक हार्टीजियन तरंगों द्वारा प्रसारित करने में सफलता हासिल कर रेडियो की अवधारणा को जन्म दिया। जल्द ही रेडियो, टेलीफोन और बेतार का तार समुद्री यातायात में संचार का प्रमुख साधन बन गये। प्रथम विश्व युद्ध में सैनिक संचार और प्रचार के लिए भी रेडियो का खूब इस्तेमाल हुआ था। विश्व युद्ध के बाद रेडियो का इस्तेमाल जनसंचार मीडिया के तौर पर किए जाने के लिए परीक्षण शुरू हुए और 1920 में अमेरिका के पिट्सवर्ग में दुनिया का पहला रेडियो प्रसारण केन्द्र स्थापित हुआ। 23 फरवरी 1920 को मारकोनी की कंपनी ने भी चैम्सफोर्ड, इंग्लैण्ड से अपने पहले रेडियो कार्यक्रम का सफल प्रसारण किया। 14 नवम्बर 1922 को लन्दन में ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कंपनी की स्थापना हुई। मारकोनी भी इसके संस्थापकों में एक थे। एक जनवरी 1927 को इस कंपनी को ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कार्पोरेशन, बीबीसी में परिवर्तित कर दिया गया।

भारत में 8 अगस्त 1921 को टाइम्स ऑफ इण्डिया के मुम्बई कार्यालय ने एक विशेष रेडियो संगीत कार्यक्रम का प्रसारण कर भारत में रेडियो प्रसारण की नींव रखी। इस प्रसारण को पुणे तक सुना गया था। इसी के साथ पश्चिम की तरह

भारत में भी शौकिया रेडियो क्लबों की स्थापना होने लगी। 13 नवम्बर 1923 को कोलकाता से रेडियो क्लब ऑफ बंगाल ने और 8 जून 1924 को बाम्बे रेडियो क्लब मुम्बई ने अपने प्रसारण शुरू किए। साथ ही चेन्नई, करांची तथा रंगून में भी ऐसे ही प्रसारण केन्द्र शुरू हो गए। आर्थिक अभावों के कारण प्रायः ये सभी रेडियो क्लब दीर्घजीवी नहीं रह पाए लेकिन इसके बावजूद रेडियो की लोकप्रियता कम नहीं हुई। 23 जुलाई 1927 को चेन्नई में इण्डियन ब्राडकास्टिंग कंपनी (आईबीसी) का विधिवत उद्घाटन तत्कालीन वायसराय लार्ड इरविन द्वारा किया गया। उस समय भारत में कुल 3594 रेडियो सेट थे। तब रेडियो सेट रखने के लिए सरकार से लाइसेंस लेना पड़ता था। लगातार घाटे के कारण जल्द ही आईबीसी को बन्द करने की नौबत आ गई लेकिन रेडियो सुनने के आदी हो चुके लोगों के तीव्र विरोध के कारण सरकार ने इसका प्रसारण जारी रखने का फैसला किया और 1 अप्रैल 1930 को इण्डियन स्टेट ब्राडकास्टिंग सर्विस की स्थापना हुई जो बाद में आकाशवाणी में परिवर्तित हो गई।

आज आकाशवाणी दुनिया का सबसे बड़ा रेडियो नेटवर्क हो चुका है। एक अरब से अधिक लोगों तक इसकी पहुंच है। देश भर में आकाशवाणी के 250 से अधिक छोटे बड़े केन्द्र हैं। 25 से अधिक भाषाओं और 150 से अधिक बोलियों में इसके कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। एफएम (फ्रीक्वेंसी मोड्युलेटर) सेवा की शुरुआत के साथ भारत में रेडियो को एक नया जीवन मिला है। आज आकाशवाणी के साथ-साथ प्रायः हर बड़े शहर में एक दो निजी एफएम रेडियो प्रसारण हो रहे हैं और लोगों को मनोरंजन के साथ सूचना भी मुहैया करा रहे हैं। रेडियो टेक्नोलॉजी के डिजीटल हो जाने से भी रेडियो को नया जीवन मिल गया है और अब तो वर्ल्ड स्पेस रेडियो भी भारत में उपलब्ध है। देश में आज 25 करोड़ से अधिक रेडियो सेट हैं और आज भी दूर दराज के इलाकों में सूचना और संचार का यह सबसे भरासेमंद साधन है।

आज आकाशवाणी दुनिया का सबसे बड़ा रेडियो नेटवर्क हो चुका है। एक अरब से अधिक लोगों तक इसकी पहुंच है। देश भर में आकाशवाणी के 250 से अधिक छोटे बड़े केन्द्र हैं। 25 से अधिक भाषाओं और 150 से अधिक बोलियों में इसके कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। एफएम (फ्रीक्वेंसी मोड्युलेटर) सेवा की शुरुआत के साथ भारत में रेडियो को एक नया जीवन मिल गया है।

हालांकि रेडियो के और भी कई उपयोग हैं, मसलन पुलिस व सेना इसे अपने विभागीय संचार तंत्र के रूप में इस्तेमाल करते हैं। विमान यात्राओं के संचालन में भी इसका प्रयोग होता है। समुद्री यात्राओं, पर्वतारोहण अभियानों व अन्य साहसिक अभियानों में भी इसका इस्तेमाल संचार के विश्वस्त साधन के रूप में किया जाता है। वैसे तो ध्वनि की रफ्तार 345 मीटर प्रति सेकेंड होती है लेकिन रेडियो प्रसारण की तकनीक के कारण इसकी गति 1,86,000 मील प्रति मिनट हो जाती है। इसी कारण रेडियो के जरिए लाखों मील दूर तक की बात हम एक सैकेंड से भी कम समय में सुन लेते हैं।

रेडियो क्योंकि बोले जाने वाले शब्दों का माध्यम है। इसलिए इसके समाचारों की भाषा भी प्रिंट मीडिया के समाचारों से कुछ अलग होती है। इसलिए रेडियो के लिए समाचार बनाते समय कुछ सावधानियां जरूरी हैं।

- 1— समाचार में शब्दों का चयन ऐसा होना चाहिए कि वो श्रोता को आसानी से समझ में आ जाएं।
- 2— वाक्य छोटे-छोटे होने चाहिये और उनमें शब्द आम बोलचाल की भाषा के होने चाहिए।
- 3— सरलता रेडियो समाचार लेखन का सबसे जरूरी तत्व है अतः रेडियो समाचार सरल ढंग से लिखा जाना चाहिए।
- 4— चूंकि श्रोता के पास रेडियो समाचार को अखबार की तरह फिर से पढ़ पाने की सुविधा नहीं होती इसलिए महत्वपूर्ण सूचना व जरूरी अंश को एक से

अधिक बार लिखा जाना चाहिए लेकिन इस तरह कि वह सिर्फ दोहराव ही न लगे ।

5- रेडियो समाचारों में उपर्युक्त, पूर्ववर्णित, निम्नलिखित, पिछले पैराग्राफ में आदि शब्दों से एकदम बचना चाहिए ।

रेडियों निसःन्देह आज भी इलेक्ट्रानिक संचार माध्यमों में अग्रणी है और एफएम की युवाओं के बीच बढ़ती लोकप्रियता ने इसे एक प्रकार से फिर से पुर्नजीवित कर दिया है और एक बार फिर लोग रेडियो की ओर से मुड़ने लगे हैं ।

बोध प्रश्न

प्र0 1- विश्व का पहला रेडियो स्टेशन कब और कहां स्थापित हुआ था?

उ0 विश्व का पहला रेडियो प्रसारण केन्द्र 1920 में अमेरिका के पिट्सबर्ग में स्थापित हुआ था ।

प्र0 2- बी बी सी का प्रारम्भिक नाम क्या था ?

उ0 बी बी सी का प्रारम्भिक ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कंपनी था ।

प्र0 3- भारत में पहला रेडियो प्रसारण कब और कहां से हुआ था ?

उ0 भारत में पहला रेडियो प्रसारण 8 अगस्त 1921 को मुम्बई से हुआ था ।

प्र0 4- एफ एम रेडियो के शुरू होने के बाद रेडियो को किस तरह का फायदा हुआ है ?

उ0 एफ एम रेडियो की शुरुआत ने रेडियो को एक नया जीवन दे दिया है। अब रेडियो के साथ युवा वर्ग भी तेजी से जुड़ रहा है इसके कारण रेडियो की लोकप्रियता तेजी से बढ़ रही है ।

1.5 इलेक्ट्रानिक मीडिया के नए चेहरे :

इलेक्ट्रानिक मीडिया की यात्रा रेडियो और टेलीविजन तक ही सीमित नहीं है। इस यात्रा की राह में नई-नई मंजिलें जुड़ती जा रही हैं। नए जमाने का माध्यम बनने की होड़ में इलेक्ट्रानिक मीडिया के परिवार में नए-नए चेहरे भी जुड़ते जा रहे हैं। इंटरनेट के बाद अब मोबाइल फोन इलेक्ट्रानिक मीडिया का नया क्षेत्र बन रहा है। आज पूरी दुनिया संचार क्रान्ति के दौर से गुजर रही है। सूचना एवं प्रौद्योगिकी के तालमेल से पैदा हुई इस क्रान्ति ने हर चीज को प्रभावित किया है। सूचना प्रौद्योगिकी यानी इंफार्मेशन टेक्नालॉजी आज हमारे जीवन के हर क्षेत्र में अपना जर्बदस्त प्रभाव डाल रही है। सूचना प्रौद्योगिकी का आधार कम्प्यूटर है। कम्प्यूटर ने सूचना प्रौद्योगिकी के साथ जुड़कर दुनिया को ग्लोबल विलेज में बदल डाला है। इंटरनेट इसका प्रमाण है। आज विश्व में 10 लाख से भी अधिक कम्प्यूटर नेटवर्क इंटरनेट से जुड़ चुके हैं। पचास करोड़ से अधिक लोग हर रोज इंटरनेट का इस्तेमाल कर रहे हैं। इंटरनेट ने हमारी जीवन शैली को गम्भीरता से प्रभावित किया है और बहुत सन्दर्भों में तो पूरी तरह बदल ही डाला है। अमेरिका और ब्रिटेन में 75 फीसदी से अधिक लोग इंटरनेट के जरिए पढ़ाई कर रहे हैं, अपनी सारी खरीददारी कर रहे हैं और अपने रोजमर्रा के सारे काम कर रहे हैं। फेसबुक और ओरकुट जैसी बेबसाइट्स पूरी दुनिया को एक बना रही हैं। इनके माध्यम से एक क्लिक के जरिए आप पूरी दुनिया से जुड़ जाते हैं।

हालांकि भारत में पहला कम्प्यूटर 1955 में भारतीय सांख्यिकी संस्थान कोलकाता में स्थापित किया गया था। मगर आज यह देश का सबसे तेजी से बढ़ता क्षेत्र बन चुका है। फायबर ऑप्टिकल केवल नेटवर्क और उपग्रह के जरिए देश के दूरदराज के स्थान भी इंटरनेट से जुड़ चुके हैं और इसने एक मीडिया के रूप में इंटरनेट की सार्थकता भी साबित कर दी है। इंटरनेट अब ई मेल के जरिए लोगों को एक दूसरे से जोड़ने में एक तीव्रतम सेतु का काम करने लगा है।

इंटरनेट आज लोगों को एक दूसरे से जोड़ ही नहीं रहा बल्कि यह मीडिया के लिए भी वरदान बन गया है। इंटरनेट के जरिए हम प्रिंट मीडिया की तरह खबरों को पढ़ भी सकते हैं, रेडियो की तरह सुन भी सकते हैं और टेलीविजन की तरह खबरों को देख भी सकते हैं। इसी विशेषता के कारण इंटरनेट का विस्तार सबसे तेज संचार माध्यम के रूप में हो रहा है।

सेल्युलर या मोबाइल फोन भी संचार प्रौद्योगिकी का एक क्रांतिकारी साधन बन गया है। भारत जैसे विकासशील देशों में तो इसका विस्तार इंटरनेट से भी तेज गति से हो रहा है।

मोबाइल फोन आज लोगों को एक दूसरे से जोड़ तो रहा ही है यह खबरों को भी बेहद तेजी से एक स्थान से दूसरे स्थान तक भेजने का साधन बनता जा रहा है। आज मोबाइल के जरिए टेलीविजन न्यूज चैनल देखे जा सकते हैं। रेडियो सुना जा सकता है और अखबार, पत्रिकाएं या किताबें भी पढ़ी जा सकती हैं। इसमें चीजों को उनके वास्तविक रंगों में देखने की सुविधा भी है और यह इंटरनेट की तुलना में कम खर्चीला साधन है।

इंटरनेट आज लोगों को एक दूसरे से जोड़ ही नहीं रहा बल्कि यह मीडिया के लिए भी वरदान बन गया है । इंटरनेट के जरिए हम प्रिंट मीडिया की तरह खबरों को पढ़ भी सकते हैं, रेडियो की तरह सुन भी सकते हैं और टेलीविजन की तरह खबरों को देख भी सकते हैं। इसी विशेषता के कारण इंटरनेट का विस्तार सबसे तेज संचार माध्यम के रूप में हो रहा है।

इंटरनेट व मोबाइल फोन, इन दोनों ही ने इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को नई गति और नया विस्तार दे दिया है। आज इंटरनेट पर अनेक ब्लॉग, वेब पोर्टल, वेबसाइट्स और वेब मैगजींस उपलब्ध हैं तो कई अखबारों या टीवी न्यूज चैनलों के इंटरनेट के लिए तैयार किए जाने वाले संस्करण भी। इनका अपना अर्थतंत्र है अपना अलग प्रसार तंत्र है और अपना अलग कार्यक्षेत्र। इसी तरह मोबाइल पर भी अब कई न्यूज एजेंसियां अपने समाचार लोगों तक पहुंचा रही हैं। क्षेत्र विशेष की

हर छोटी बड़ी घटना इनके जरिए मोबाइल धारकों तक पहुंच रही है। श्री जी व फोर जी जैसी सेवाओं के कारण भी मोबाइल का विस्तार और व्यापार बढ़ने की सम्भावनाएं हैं। जीपीआरएस जैसी प्रणालियों को तो हम भविष्य का इलेक्ट्रानिक मीडिया भी मान सकते हैं। यानी इलेक्ट्रानिक मीडिया के विस्तार का दौर अभी खत्म नहीं हुआ है।

बोध प्रश्न

प्र0 1— इंटरनेट के बाद अब.....इलेक्ट्रानिक मीडिया का नया चेहरा बन रहा है।

उ0 इंटरनेट के बाद अब (मोबाइल फोन) इलेक्ट्रानिक मीडिया का नया चेहरा बन रहा है।

प्र0 2— सूचना प्रौद्योगिकी का आधार क्या है ?

उ0 सूचना प्रौद्योगिकी का आधार कम्प्यूटर है।

प्र0 3— इंटरनेट आज कितना प्रचलित संचार माध्यम बन गया है ?

उ0 इंटरनेट आज एक बेहद प्रचलित संचार माध्यम हो गया है। आज विश्व में 10 लाख से अधिक कम्प्यूटर नेटवर्क इंटरनेट से जुड़ चुके हैं और 50 करोड़ से अधिक लोग हर रोज इंटरनेट का इस्तेमाल कर रहे हैं।

प्र0 4— एक संचार माध्यम के रूप में मोबाइल फोन की क्या उपयोगिता है ?

उ0 मोबाइल फोन लोगों को एक दूसरे से जोड़ ही नहीं रहा बल्कि आज यह प्रिंट, रेडियो और टीवी मीडिया की खबरों को भी बेहद तेजी से एक स्थान से दूसरे स्थान में पहुंचाने में काम आने लगा है। इलेक्ट्रानिक मीडिया के एक अंग के रूप में इसकी उपयोगिता दिनोंदिन बढ़ती ही जा रही है।

1.6 टीवी न्यूज निर्माण प्रक्रिया :

यह माना जाता है कि प्रिंट मीडिया छपे हुए शब्दों और स्थिर चित्रों का माध्यम है, रेडियो ध्वनियों और टेलीविजन सजीव अथवा गतिशील चित्रों के साथ ध्वनि का। टीवी न्यूज को दृश्य माध्यम माना जाता है। इसलिए टीवी न्यूज के निर्माण में भी दृश्यों की भाषा को ही इस्तेमाल किया जाता है। जिस तरह प्रिंट मीडिया में शब्दों को जोड़कर खबर बनती है और जिस तरह वहां यह ध्यान रखना जरूरी होता है कि कौन सी बात कब लिखी जाए, ठीक उसी तरह टीवी न्यूज में यह ध्यान रखना जरूरी है कि कौन सा चित्र/दृश्य किसके बाद होना चाहिए।

टीवी न्यूज की निर्माण प्रक्रिया काफी जटिल होती है और इसके लिए सबसे जरूरी होता है खबरों का संकलन। टीवी की समाचार संकलन प्रक्रिया प्रिंट मीडिया से थोड़ी फर्क होती है। टीवी के बारे में कहा जाता है कि टीवी पत्रकार को खबरों के साथ-साथ रहना पड़ता है जबकि प्रिंट मीडिया में खबरों के पीछे रहकर भी काम चल जाता है। टीवी न्यूज के समाचार स्रोत भी प्रिंट की तरह ही हैं। यानी अपना संवाद संकलन तंत्र, न्यूज एजेंसियां और अन्य स्रोत। अन्य स्रोत के अन्तर्गत फिल्मों, टीवी शो के अंश, खेल व मैच आदि के अंश तथा प्रचार सामग्री आदि शामिल हैं।

समाचार संकलन के लिए टीवी चैनल प्रायः अपने प्रसारण क्षेत्र के हर प्रमुख स्थान में संवाददाता या रिपॉर्टर (अशंकालिक संवाददाता) नियुक्त करते हैं। ये सभी अपने-अपने इलाके की हर महत्वपूर्ण खबर उसके वीडियो फुटेज के साथ भेजते हैं। भेजने के लिए प्रायः अब वी सेट, लीज्ड लाइन या इंटरनेट का इस्तेमाल किया जाता है। चैनल के अपने स्थानीय कार्यालय से भी खबरें भेजने के लिए लीज्ड लाइन, इंटरनेट या सैटेलाइट सेवा (वी सेट) का इस्तेमाल किया जाता है। कहीं-कहीं ओबी वैन (आऊटडोर ब्राडकास्ट वैन) या डी एस एन जी (डायरेक्ट सैटेलाइट न्यूज गैदरिंग) की मदद से भी खबरें भेजी जाती हैं और कई बार हाथों-हाथ या कूरियर के जरिए भी।

न्यूज चैनल में यह सब खबरें जिस जगह पहुंचती हैं उसे इनपुट विभाग का एसाइनमेंट कहते हैं। इनपुट का काम यह होता है कि वह अपने क्षेत्र की हर छोटी बड़ी खबर पर नजर रखे। अपने संवाददाताओं से लगातार संपर्क करे और उनसे जल्द से जल्द अपने उपयोग की खबरें मंगाए। इनपुट या एसाइनमेंट से ही हर रोज खेल, राष्ट्रीय ब्यूरो, बिजनेस ब्यूरो, इंटरटेनमेंट ब्यूरो आदि से सम्पर्क कर रोज के लिए खबरों को जुटाने की तैयारी की जाती है। इनपुट ही हर रोज का डे प्लान बनाता है कि खबर को कैसे दिखाया जाए, कब दिखाया जाए आदि। लेकिन एक न्यूज चैनल में सब कुछ डे प्लान पर ही निर्भर नहीं होता। चैनल को किसी भी आकस्मिक खबर या घटना के लिए भी खुद को तैयार रखना पड़ता है और किसी आपात घटना के वक्त एसाइनमेंट को सबसे अधिक सक्रिय होना पड़ता है। आपात स्थिति में इनपुट ही सबसे पहले आउटपुट को घटना की सूचना देता है ताकि वो खबर के प्रस्तुतिकरण के लिए तैयारी कर सके। सम्बद्ध लोगों, अधिकारियों के फोन नम्बर आदि के जरिए उनसे सम्पर्क करने का काम भी इनपुट का ही होता है। सामान्य स्थितियों में भी पहले से तय घटनाओं जैसे क्षेत्र का कोई विशेष पर्व, होली- दीवाली-ईद आदि, संसद का बजट सत्र, कोई विशेष खेल आयोजन आदि के लिए इनपुट ही पहले से तैयारी करके अपनी योजनाएं बनाता है ताकि उसका बेहतर कवरेज किया जा सके।

जिस तरह खबरें जुटाने का काम इनपुट अथवा एसाइनमेंट का होता है उसी तरह आउटपुट का काम इन खबरों को संवार कर, तराश कर दर्शकों के लिए प्रस्तुत करना है। न्यूज चैनल में इनपुट और आउटपुट का जितना बेहतर तालमेल होता है उतनी ही अच्छी उसकी प्रस्तुति भी होती है। दोनों में अच्छी समझ होती है तो दोनों ही एक साथ अपनी-अपनी तैयारी शुरू कर सकते हैं और अधिक गति और उत्साह से काम हो जाता है। आउटपुट एक तरह से समाचार निर्माण तंत्र है और जिस तरह इनपुट का काम न्यूज चैनल के दफ्तर के बाहर फैला होता है वैसे ही आउटपुट का काम दफ्तर के भीतर एक ही छत के नीचे। इनपुट के जरिए आने वाली असंपादित खबरें या तो शूटिंग से लाए नए वीडियो टेप होते हैं जिन्हें

सीधे सर्वर में इनजस्ट कर दिया जाता है या फिर संवाददाताओं द्वारा इंटरनेट या लीज्ड लाइन आदि से भेजी गई फीड। फीड को भी सर्वर में ही स्टोर किया जाता है। वीडियो टेप या फीड आदि के जरिए आए इस कच्चे माल को देखकर आउटपुट स्क्रिप्ट तैयार करता है और फिर उसकी वीडियो एडिटिंग करवा कर उसमें वायस ओवर के जरिए आवाज रिकार्ड करवा कर उसे एक खबर का रूप देता है। खबर निर्माण के इस काम को पैकेजिंग कहते हैं।

आउटपुट ही मुख्य रूप से यह तय करता है कि किस-किस खबर को किस-किस बुलेटिन में स्थान दिया जाना है। इसे रन डाउन कहते हैं। रन डाउन तय हो जाने के बाद और उसकी पैकेजिंग हो जाने के बाद आउटपुट यह तय करता है कि खबर को कितना महत्व देना है। हालांकि आजकल प्रायः सभी बड़े चैनल कम से कम 10-12 घंटे लाइव न्यूज दिखाते हैं इसलिए अब पूर्व निर्धारित रन डाउन को प्रायः तोड़कर बीच बीच में आ जाने वाले बड़े समाचारों या ब्रेकिंग न्यूज को दिखा दिया जाता है। इसी वजह से अब न्यूज चैनल में प्रस्तुतकर्ता (एंकर) की जिम्मेदारी बढ़ गई है। उसे अब न सिर्फ तैयार समाचारों को प्रभावशाली और विश्वसनीय ढंग से पढ़ना होता है बल्कि ब्रेकिंग न्यूज की स्थिति में उसे संतुलित ढंग से खबर को प्रस्तुत करने के साथ खबर से सम्बद्ध लोगों से सवाल-जवाब भी करने होते हैं। हालांकि इस काम में आउटपुट के अन्तर्गत काम करने वाला पैनल प्रोड्यूसर उसकी पूरी मदद करता है।

आउटपुट के चार मुख्य भाग हैं। न्यूजरूम, वीडियो एडिटिंग, ग्राफिक्स और एनीमेशन तथा स्टूडियो और पीसीआर। इन दिनों प्रायः सभी बड़े न्यूज चैनलों में न्यूज रूम पूरी तरह ओटोमेटेड हो गए हैं। ओटोमेशन के लिए अलग-अलग साफ्टवेयर इस्तेमाल होते हैं जैसे विनक्यू, आक्टोपस, इ एन पी एस (इलेक्ट्रॉनिक न्यूज प्रोडक्सन सिस्टम) आदि। इनके जरिए रन डाउन, स्क्रिप्ट, एडिटिंग, आर्काइव आदि का काम बेहद आसान एवं सुविधाजनक हो गया है। जैसे अगर किसी खबर की स्क्रिप्ट तैयार हो गई है और रनडाउन में डाल दी गई है तो पूरे दफ्तर में बैठा कोई भी जिम्मेदार व्यक्ति उसे अपने कम्प्यूटर में देख सकता है और उसमें कोई

कमी होने पर उसे ठीक करवा सकता है। इसी तरह आर्काइव की सुविधा के जरिए यह देखा जा सकता है कि इसी विषय पर कोई खबर पहले कब दिखाई गई थी और उस खबर के विजुअल्स को फिर से नई खबर के साथ इस्तेमाल किया जा सकता है।

वीडियो एडिटिंग टेलीविजन में खबर को तराशने की कला है। इसके जरिए दृश्यों का संयोजन, क्रम और ग्राफिक्स आदि की मदद से खबरों को बनाया जाता है। सामान्यतः खबरों की तुलना में कार्यक्रमों की एडिटिंग में ज्यादा समय लगता है क्योंकि उसमें एडीटर के पास अपनी कला को इस्तेमाल का पूरा अवसर होता है। जबकि न्यूज की एडिटिंग अक्सर जल्दबाजी में होती है। इसे लो एंड एडिटिंग कहते हैं। एनीमेशन और ग्राफिक्स के लिए भी कई तरह के साफ्टवेयर और हार्डवेयर इस्तेमाल किए जाते हैं। ग्राफिक्स का उपयोग चैनल को नया लुक देता है। मसलन चुनाव नतीजों के दौरान जीत हार के आंकड़ों को खास तरह के ग्राफिक्स के जरिए दिखाकर अथवा चुनाव नतीजों के रुझान के लिए अलग तरह के ग्राफिक्स बना कर कोई भी चैनल अपनी अलग पहचान बना सकता है। मौसम का हाल बताने के लिए अलग-अलग चैनल अलग-अलग तरह के ग्राफिक्स बनाते हैं। बजट आदि आर्थिक समाचारों में भी ग्राफिक्स का खास महत्व होता है। इसी तरह एनीमेशन का भी इस्तेमाल चैनल को दूसरों से अलग दिखाने में काम करता है। उदाहरणार्थ किसी रेल दुर्घटना का हाल बताने के लिए प्रायः चैनल एनीमेशन का सहारा लेते हैं। अब जिस चैनल ने उस घटना का जितना सही और सरल एनीमेशन बनाया होगा उसे ही दर्शक उतना अधिक पंसद करेंगे।

स्टूडियो अगर चैनल का चेहरा है तो पीसीआर यानी प्रोडक्सन कंट्रोल रूम उसका दिल। पीसीआर से ही सही मायनों में न्यूज बुलेटिन संचालित होता है। यहीं से सारी तैयार खबरें रन डाउन के हिसाब से प्रस्तुत की जाती हैं और यहीं से एंकर को जरूरी निर्देश दिए जाते हैं। पीसीआर में विजन मिक्सर, साउंड मिक्सर, ग्राफिक्स मशीन, टेलीप्राम्पर आदि मशीनें लगीं होती हैं।

टेलीविजन की खबर में स्क्रीन पर हमें सिर्फ एंकर या न्यूज रीडर अथवा रिपोर्टर ही दिखाई देते हैं जबकि असलियत में एक खबर के पीछे कई तकनीकी जानकार और विशेषज्ञ लोग जुड़े होते हैं और उन सभी के टीम में मिलकर काम करने से टीवी न्यूज का निर्माण होता है।

बोध प्रश्न

प्र0 1— टीवी न्यूज के समाचार स्रोत क्या हैं ?

उ0 टीवी न्यूज के समाचार स्रोत भी प्रिंट मीडिया की तरह ही यानी स्वयं का संवाद संकलन तंत्र (रिपोर्टर, स्ट्रिंगर आदि), टीवी न्यूज एजेसियां व अन्य स्रोत आदि हैं।

प्र0 2— टीवी रिपोर्टर या स्ट्रिंगर अपना समाचार किस तरह भेजते हैं ?

उ0 टीवी रिपोर्टर या स्ट्रिंगर अपना समाचार, जो वीडियो फुटेज और स्क्रिप्ट के रूप में होता है उसे हाथों-हाथ, लीड लाइन, वी सेट या इंटरनेट के जरिए भेजते हैं। कभी-कभी कूरियर आदि के जरिए या ओबी वैन या डीएसएनजी यूनिट के माध्यम से भी फुटेज भेजा जाता है।

प्र0 3— टीवी चैनल में इनपुट या एसाइनमेंट का क्या काम होता है ?

उ0 इनपुट का एसाइनमेंट का काम मुख्य रूप से चैनल के लिए खबरें जुटाना होता है। हर रोज की महत्वपूर्ण खबरों को अपने संवाद संकलन तंत्र से समय पर मंगवाने के साथ-साथ आपात स्थितियों में ब्रेकिंग न्यूज के मामले में त्वरित गति से खबरों की व्यवस्था करना और स्टूडियो में मेहमान या विशेषज्ञों का इन्तजाम आदि भी इनपुट को ही करना होता है।

प्र0 4- डे प्लान क्या होता है ?

उ0 डे प्लान, दिन भर की खबरों का खाका होता है। न्यूज चैनल में इनपुट इसे तैयार करता है। इसमें अपने क्षेत्र की सम्भावित खबरों का विवरण, उन्हें किस तरह और कब मंगाया जाएगा आदि का विवरण भी होता है। बेहतर डे प्लान के कारण खबरों छूटने की सम्भावना नहीं रहती और चैनल को खबरों की प्रस्तुति के लिए पहले से तैयारी का मौका भी मिल जाता है।

प्र0 5- आउटपुट के प्रमुख भाग क्या हैं ?

उ0 आउटपुट को मुख्यतः चार भागों में बांटा जा सकता है। न्यूज रूम, वीडियो एडिटिंग सेक्सन, ग्राफिक्स एवं एनीमेशन सेक्सन और स्टूडियो एवं पीसीआर।

1.7 न्यूज बनाम इंफोटेनमेंट :

किसी अखबार या पत्रिका की लोकप्रियता का प्रमाण उसका सर्कुलेशन माना जाता है। टीवी न्यूज की लोकप्रियता को मापने के लिए जिस प्रणाली का इस्तेमाल किया जाता है उसे कहते हैं टीआरपी। यह टीआरपी एक तरह का गारेखधंधा है जिसने भारत में न्यूज चैनलों की गुणवत्ता को बहुत प्रभावित किया है। पहले देश में सिर्फ दूरदर्शन का अपना दर्शक अनुसंधान विभाग, डार्ट था जो कार्यक्रमों की लोकप्रियता का विवरण देता था। निजी चैनलों के आगमन के बाद विज्ञापन एजेंसियों के दबाव में निजी चैनलों के कार्यक्रमों की लोकप्रियता मापने के लिए 1994 में मार्केट रिसर्च कंपनी, ओआरजी मार्ग ने इनटैम यानी इण्डियन टेलीविजन ओडिएंस मेजरमेंट के नाम से नई एजेंसी शुरू कर दी। इसी बीच 1998 में एक अमेरिकन कंपनी ए सी नीलसन भी भारतीय साझेदारों के साथ मिलकर टीआरपी के व्यापार में उतर पड़ी और उसने टैम (टेलीविजन ओडिएंस मेजरमेंट) के नाम से

काम शुरू कर दिया । 2001 में इनटैम का टैम में विलय हो गया और अब टीआरपी के बाजार में टैम का एकाधिकार सा हो गया है। हालांकि 2006 में एमैप नाम से एक नई ऐजेंसी भी शुरू हो गई है। फिर भी टैम के आंकड़े ही तय करते हैं कि किस हफ्ते किस न्यूज चैनल में क्या चीज सबसे ज्यादा देखी गई, किस न्यूज चैनल को कितने लोगों ने देखा आदि। लेकिन ये आंकड़े भ्रामक हैं। दरसल टैम की गणना मुख्यतः पीपुल्स मीटर नाम के एक उपकरण से की जाती है जो चुनींदा दर्शकों के टीवी सेट के साथ लगा दिए जाते हैं लेकिन इसकी कमी यह है कि इन पीपुल्स मीटर्स की संख्या बहुत कम है। पूरे देश में 10 हजार से भी कम मीटरों के जरिए 10 करोड़ से ज्यादा दर्शकों की पंसद का आकलन करना अवैज्ञानिक भी है और अव्यवहारिक भी। फिर टैम में दूरदर्शन के कार्यक्रमों की रेटिंग नहीं ली जाती, जबकि दर्शक संख्या और प्रसार क्षेत्र के मामले में दूरदर्शन अब भी निजी चैनलों से कहीं आगे है।

लेकिन फिलहाल टैम के आंकड़े ही टेलीविजन का व्यापार तय करते हैं और इसी के आधार पर न्यूज चैनलों को विज्ञापन मिलते हैं। इसलिए अब न्यूज चैनल टैम के आधार पर ही चलने लगे हैं। अगर एक चैनल ने कोई खेल-तमाशा जादू-टोना, भय-भूत-चमत्कार दिखा कर किसी हफ्ते किसी दिन ज्यादा टी आर पी बटोर ली तो अगले हफ्ते सभी चैनल उसी दौड़ में शामिल हो जाते हैं।

टीआरपी के आधार पर दर्शकों को आकर्षित करने की इस अंधी दौड़ में न्यूज चैनल मनोरंजन चैनलों से होड़ करने लगे हैं और अब खबरों में भी मनोरंजन का तड़का दिया जाने लगा है। खबरों के साथ मनोरंजन की इसी नई अवधारणा का नाम है इफोर्टेनमेंट। फिल्मों की खबरें दिखाना, फिल्मी गॉसिप पर आधारित कार्यक्रम, टीवी सीरियल्स के बारे में कार्यक्रम और मनोरंजन चैनल्स के हास्य कार्यक्रमों को जस का तस दिखा देना इसी कारण किया जाता है।

चैनल चलाने वालों के लिए इसमें कई सुविधायें भी हैं। इस तरह के कार्यक्रमों के लिए ज्यादा तैयारी नहीं करनी पड़ती। इसमें खर्च भी कम होता है और इन्हें जब चाहे तब दिखाया भी जा सकता है। आधे घंटे का एक कार्यक्रम

बनाने के लिए चैनल को कम से कम दो-तीन घंटे शूटिंग करनी होती है। फिर इतना ही समय एडिटिंग आदि में लगता है, खर्चा जो होता है वो अलग। जबकि इतनी ही देर का मनोरंजन कार्यक्रम आधे घंटे में तैयार किया जा सकता है। पूरा फुटेज आर्काइव से लिया जाता है और एक एंकर के बीच-बीच में बोलने के लिए छोटी सी स्क्रिप्ट की जरूरत होती है और तैयार हो जाता है कार्यक्रम।

हालांकि टीवी चैनल चलाने वाले इसे समय का तकाजा बताते हैं लेकिन यह गंभीर मामला है, खबरों के साथ धोखा है और अन्याय है। टेलीविजन न्यूज चैनल, चैनल चलाने के लिए तो मीडिया की सारी सुविधायें लेते हैं और जब दर्शक को न्यूज उपलब्ध कराने की बात आती है तो खबरों के साथ मजाक करने लगते हैं। भारतीय टीवी न्यूज के दिग्गजों के बीच इस समय यह एक बड़ी बहस का मुद्दा है। हालांकि कुछ विशेषज्ञ मानते हैं कि यह सब थोड़े समय का विवाद है और जल्द ही टीवी न्यूज में फिर से मनोरंजन की जगह कंटेंट ही हावी होगा।

बहरहाल मौजूदा दौर में बाजार के बढ़ते दबाव ने टीवी न्यूज का चेहरा पूरी तरह बदल दिया है। कंटेंट में मनोरंजन की भरमार है और खबर के सिवा उसमें सब कुछ होता है लेकिन प्रस्तुति को आकर्षक बनाने में कोई कसर नहीं छोड़ी जाती। इसलिए अब न्यूज चैनल पैकेजिंग और प्रोमो पर अधिक ध्यान देने लगे हैं। प्रोमो के जरिए चैनल अपने कार्यक्रमों का और अपने गुणों का बखान करते हैं और दर्शक को आकर्षित करने के लिए भय, अंध विश्वास या चमत्कार का मुलम्मा चढ़ाकर अपनी बात कहने का प्रयास करते हैं। इस वजह से आम आदमी इनकी खबरों से बाहर हो गया है। अपराध, चमत्कार, अंध विश्वास और सतही मनोरंजन का खबरों के उपर कब्जा सा हो गया है।

बोध प्रश्न

प्र0 1- टी आर पी क्या है ?

उ0 टी आर पी, निजी चैनलों का प्रसार और लोकप्रियता को आंकने का एक तरीका है, जिसमें कुछ दर्शकों के घरों में लगे विशेष यंत्र,

पीपुल्स मीटर के जरिए किसी वक्त किसी चैनल को देखने वालों की संख्या पता की जाती है।

प्र0 2- टैम का क्या काम है ?

उ0 टैम का काम निजी टीवी चैनलों की लोकप्रियता की गणना करना है। यह एक निजी संस्था है जो हर हफ्ते टीवी चैनलों की लोकप्रियता के आंकड़े जारी करती हैं।

प्र0 3- खबरों के साथ मनोरंजन की इसी नई अवधारणा का नाम है।

उ0 खबरों के साथ मनोरंजन की इसी नई अवधारणा का नाम है (इफोर्टेनमेंट)।

प्र0 4- न्यूज चैनलों को शुद्ध समाचार आधारित कार्यक्रमों की तुलना में मनोरंजन आधारित कार्यक्रम दिखाने से क्या फायदा है ?

उ0 शुद्ध न्यूज आधारित कार्यक्रम बनाना बहुत मेहनत का काम है। इसके लिए मौलिक सोच, अध्ययन और भागदौड़ करनी पड़ती है। इसमें समय और धन भी अधिक लगता है। जबकि मनोरंजन आधारित कार्यक्रम एक तरह से पका पकाया भोजन नई थाली में रखकर परोस देने जितना आसान काम है। दूसरे मनोरंजन चैनल के लोकप्रिय कार्यक्रम के कुछ अंश अपने एंकर की मदद से पेश कर देना बेहद आसान भी है और इसमें खर्च भी नहीं होता।

प्र0 5- बाजार के बढ़ते दबाव ने टीवी चैनलों में किस तरह का बदलाव किया है ?

उ0 बाजार के दबाव से न्यूज चैनलों में समाचारों के बजाय मनोरंजन सामग्री हावी हो गई है लेकिन चैनलों की प्रस्तुति और पैकेजिंग पहले से अधिक आकर्षक हो गई है।

1.8 सारांश :

भारत में इलेक्ट्रानिक मीडिया और खासतौर पर टीवी मीडिया एक नया मीडिया है। प्रिंट मीडिया की तुलना में इलेक्ट्रानिक मीडिया और उसमें भी टीवी मीडिया की उम्र अभी अधिक नहीं है और अपनी विकास यात्रा के क्रम में टीवी को अभी बच्चा ही कहा जा सकता है। हालांकि देश में टीवी न्यूज की शुरुआत प्रिंट मीडिया के ही आदर्शों और परम्पराओं के आधार पर हुई थी। लेकिन अपनी पहुंच, प्रभाव और पकड़ के कारण इसने जल्द ही लोकप्रियता के नए मानदण्ड स्थापित कर लिए। स्टिंग आपरेशन की विधा ने टीवी के असर को और बढ़ाया है। स्टिंग आपरेशन पर आधारित खबरें दिखाने से चैनलों की टीआरपी तो बढ़ी ही उनकी लोकप्रियता और देशव्यापी पहचान में भी भारी इजाफा हुआ। इसी तरह मीडिया ट्रायल के जरिए भी चैनलों ने काफी लोकप्रियता बटोरी। उच्चवर्ग की महिलाओं के साथ हुए अपराधों के कई मामलों में मीडिया ने अदालतों से भी आगे जाकर दोषियों को सजा सुनाने का काम करना शुरू कर दिया। शिवानी भटनागर, हत्याकाण्ड, आरूषि काण्ड, जेसिका लाल हत्याकाण्ड, मॉडल विवेका का आत्महत्या प्रकरण आदि अनेक ऐसे मामले हैं, जहां चैनलों ने मीडिया ट्रायल में पत्रकारिता की सारी मर्यादाएं तार-तार कर दीं। वास्तविकता यह है कि इस तरह के मीडिया ट्रायल पत्रकारिता के बुनियादी उसूलों के ही खिलाफ हैं। मीडिया को हर हाल में अपनी लक्ष्मण रेखा को पहचानना चाहिए और किसी भी स्थिति में उसके पार नहीं जाना चाहिए। लेकिन हमारे देश में टीवी मीडिया को बचपने में ही इतने बड़े दाँत मिल गए कि उसने इन सीमाओं को तोड़ने में कोई कसर छोड़ी नहीं और अब तो न्यूज चैनल बाजारवाद की गिरफ्त में इस तरह से आ गए हैं कि उन्होंने खबरों को दिखाने की जिम्मेदारी से ही पल्ला झाड़ लिया है। वे वही दिखाते हैं जिसकी इजाजत उन्हें उनकी टीआरपी देती है और टी आर पी विशुद्ध रूप से अविश्वसनीय और अपर्याप्त आकड़ों की बाजीगरी है।

शुरू में निजी चैनलों के आने के बाद यह माना जाने लगा था कि अब टीवी समाचारों को सरकार के प्रचार से छुटकारा मिल जाएगा और एकदम सही तथा

तटस्थ खबरें दर्शकों तक पहुंचेगी। लेकिन आज जब देश में लगभग 100 से अधिक न्यूज चैनल सक्रिय हैं तब भी स्थिति कुछ खास बदली नहीं है। दरसल दूरदर्शन पर सरकार के स्वामित्व में होने के कारण जिस तरह की बंदिशें थीं और जिस तरह के दबाव थे, निजी चैनलों के दौर में भी उसमें कोई अन्तर नहीं आया है। मौटे तौर पर हमारे यहां निजी न्यूज चैनलों के स्वामित्व के अधिकार तीन तरह के लोगों/वर्गों के पास हैं।

पहली श्रेणी उन निजी चैनलों की है जिनके मालिक अपने राजनीतिक लाभ के लिए चैनल को चला रहे हैं या उसका इस्तेमाल कर रहे हैं। दक्षिण भारत में ऐसे चैनलों की भरमार है। भाषाई चैनल इस श्रेणी में अधिक आते हैं। दूसरी श्रेणी ऐसे व्यापारियों और उद्योगपतियों की है जो अपने व्यापार और उद्योग के हितों की रक्षा के लिए चैनल चला रहे हैं। इन लोगों को चैनल के कारण मीडिया की ताकत और उसका रक्षा कवच हासिल हो जाता है। जाहिर है कि पहली श्रेणी की तरह इस दूसरी श्रेणी के चैनल भी खबरों के प्रति शत प्रतिशत तटस्थ नहीं रह सकते और उन्हें कई तरह के दबावों तथा समझौतों के साथ तालमेल करना पड़ता है। तीसरी श्रेणी में ऐसे चैनल स्वामी हैं जो मीडिया या टीवी चैनल को विशुद्ध तौर पर व्यवसाय के तौर पर देखते हैं। उनके लिए खबरें एक प्रोडक्ट हैं और वो खबरों के व्यापारी। अगर इस नजरिए को सही मानें तो यह बात स्वतः ही समझ में आ जाती है कि ऐसे चैनलों को कितना निष्पक्ष और तटस्थ माना जा सकता है। ऐसे चैनलों के मार्केटिंग और सेल्स विभाग को ही यह तय करना होता है कि क्या दिखाया जाना चाहिए। इन चैनलों के संपादक का काम मार्केटिंग विभाग की मांग को पूरा करना होता है, इसके सिवा कुछ नहीं।

प्रायः निजी चैनलों में बाजार चलाने वाले लोग खबरों की परिभाषा बनाते हैं। उन्होंने ही अप मार्केट और डाउन मार्केट जैसे शब्द गढ़े हैं। डाउन मार्केट वो है जो गरीब है, जिसमें उच्च वर्ग की चमक दमक नहीं है। गांव और कस्बे, सरकारी स्कूलों के बच्चे, आम आदमी ये सब डाउन मार्केट हैं। इनकी खबरों के लिए न्यूज चैनलों के पास समय नहीं है। अगर एक सरकारी स्कूल के बच्चों को ले जा रहा

वाहन दुर्घटनाग्रस्त हो जाए, बच्चे हताहत हो जाएं तो यह खबर चैनलों के लिए एक रूटीन खबर है लेकिन अगर यही दुर्घटना किसी पब्लिक स्कूल के वाहन के साथ हो जाए तो वह बहुत बड़ी खबर होती है।

लेकिन इस सबके बावजूद भारत में टीवी न्यूज ने अपना एक अलग मुकाम बना लिया है। यहां इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का लगातार विस्तार हो रहा है। उसमें नए-नए रंग आ रहे हैं और यह कहा जा सकता है कि आने वाला वक्त इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का ही होगा।

1.9 शब्दावली :

आकाशवाणी : आकाशवाणी भारतीय पौराणिक परम्परा में ईश्वरीय उद्घोष के लिए इस्तेमाल किया जाने वाला शब्द है। एक अप्रैल 1930 को स्थापित सरकारी रेडियो सेवा, इण्डियन स्टेट ब्राडकास्टिंग सेवा के ही आधुनिक रूप को अब आकाशवाणी कहते हैं। भारत का आकाशवाणी रेडियो नेटवर्क आज दुनिया का सबसे बड़ा रेडियो नेटवर्क है। 25 से अधिक भाषाओं और 150 से अधिक बोलियों में इसके कार्यक्रम प्रस्तुत होते हैं। विविध भारती आकाशवाणी का मनोरंजन चैनल है।

एफ एम रेडियो : एफ एम यानी फ्रीक्वेंसी माड्यूलेटेड रेडियो, रेडियो की एक ऐसी सेवा है, जिसे एक सीमित दायरे में ही सुना जा सकता है। कम शक्ति के ट्रांसमीटर से चलाई जा सकने वाली यह सेवा फिलहाल देश के अनेक बड़े शहरों में चल रही है और आकाशवाणी के अलावा कई निजी ऑपरेटर भी एफ एम रेडियो संचालित कर रहे हैं। एफ एम रेडियो युवाओं में विशेष रूप से लोकप्रिय है।

ओ बी वैन: ओबी अथवा आउटडोर ब्राडकास्ट वैन स्टूडियो के बाहर, दूर दराज के क्षेत्रों में सैटेलाइट के जरिए सीधे प्रसारण (लाइव) की व्यवस्था कर सकने वाला विशेष वाहन होता है। इस वाहन में एक अत्याधुनिक एंटीना लगा होता है जो कुछ ही मिनट के स्वतः ट्रेकिंग कर चैनल से सम्पर्क जोड़ लेता है। खबरों की एडिटिंग

के जरूरी उपकरण भी ओबी वैन में लगे होते हैं। इन दिनों न्यूज चैनल इस तरह के आधुनिक वाहनों को ओबी वैन का रूप देने लगे हैं जिन्हें खराब रास्तों पर भी तेज चलाया जा सकता है और जिनमें पूरी टीम बैठकर सफर कर सकती है।

पैनल प्रोड्यूसर : टीवी न्यूज चैनलों में आउटपुट विभाग से जुड़ा वह प्रोड्यूसर जो किसी भी न्यूज बुलेटिन को संचालित करता है। पैनल प्रोड्यूसर ही एंकर को पीसीआर में बैठकर जरूरी निर्देश देता है और तमाम संपादकीय गतिविधियों को संचालित करता है। वही खबरों को उनके रनडाउन के हिसाब से प्रस्तुत करता है और ब्रेकिंग न्यूज जैसी स्थितियों में एंकर के साथ तालमेल करता है।

पी सी आर : पी सी आर यानी प्रोडक्शन कंट्रोल रूम एक तरह से स्टूडियो का दिल होता है। स्टूडियो की सारी गतिविधियां यहीं से नियंत्रित और संचालित होती हैं। पीसीआर में ही तैयार खबरों के रन डाउन को प्रसारण के लिए रोल किया जाता है। पीसीआर में बहुत से यंत्र लगे होते हैं जिनमें विजन मिक्सर, साउंड मिक्सर, ग्राफिक स्टेशन, वी टी आर और टेली प्राम्पट प्रमुखतः लगे रहते हैं। पी सी आर में कई मॉनीटर भी लगे होते हैं जिनके जरिए प्रतिस्पर्धी चैनलों के प्रसारण पर भी नजर रखी जाती है।

1.10 त्वरित अभ्यास :

1. इलेक्टानिक मीडिया ने जिन्दगी को किस तरह प्रभावित किया है ?
2. इलेक्टानिक मीडिया समाज के किस वर्ग में अधिक प्रचलित है ?
3. टेलीविजन माध्यम की लोकप्रियता का मुख्य कारण क्या है ?
4. प्रसार के विस्तार से इलेक्टानिक मीडिया को क्या लाभ हुआ है ?
5. टेलीविजन का पहला सार्वजनिक प्रदर्शन कब हुआ था ?
6. बीबीसी रेडियो कब शुरू हुआ ?

7. प्रथम विश्व युद्ध में रेडियो का क्या उपयोग हुआ था ?
8. रेडियो समाचार की भाषा में किस तरह के षष्णब्दों का प्रयोग नहीं होना चाहिए ?
9. भारत में पहला कम्प्यूटर कब स्थापित हुआ था ?
10. इंटरनेट का तेजी से विस्तार क्यों हो रहा है ?
11. स्टिंगर का क्या काम होता है ?
12. रन डाउन क्या होता है ?
13. टीवी में वीडियो एडिटिंग का क्या रोल है ?
14. निजी टेलीविजन कार्यक्रमों की प्रसार संख्या जानने के लिए पहली एजेंसी कब बनी ?
15. पीपुल्स मीटर क्या है ?
16. डाउन मार्केट न्यूज से क्या तात्पर्य है ?

1.11 अभ्यासार्थ प्रश्न :

- प्रश्न 1—** भारत में इलेक्ट्रानिक मीडिया का विकास किस प्रकार हुआ है ?
- प्रश्न 2—** इलेक्ट्रानिक मीडिया के क्षेत्र में रेडियो की क्या खूबियां हैं ?
- प्रश्न 3—** टेलीविजन न्यूज की क्या निर्माण प्रक्रिया होती है ?
- प्रश्न 4—** रेडियो के लिए खबरें लिखे जाने में क्या-क्या बातें ध्यान में रखी जानी चाहिए ?
- प्रश्न 5—** इंटरनेट किस प्रकार इलेक्ट्रानिक मीडिया के एक नए घटक के रूप में अपनी पहचान बना रहा है ?
- प्रश्न 6—** टेलीविजन की एक जनसंचार माध्यम के रूप में क्या कमियां हैं ?

1.12 प्रयोगात्मक अभ्यास :

अपने क्षेत्र की पांच महत्वपूर्ण घटनाओं अथवा समस्याओं पर तीन-तीन मिनट के रेडियो समाचार लिखिए ?

समाचार लिखने में भाषा का विशेष ध्यान रखें और इसके लिए रेडियो पर प्रसारित होने वाले समाचारों को ध्यान से सुनें।

इसी तरह इन्हीं विषयों अथवा अन्य विषयों पर टेलीविजन न्यूज के लिए भी 5 समाचार लिखिए ? इस समाचारों के लिए जरूरी दृश्यों (फुटेज) की कल्पना कर उनका विवरण भी साथ में दीजिए।

1.13 संदर्भ ग्रंथ :

- | | | |
|------------------------------|---|--------------------------------------------|
| 1. आर्य, पी.के. | : | इलेक्ट्रानिक मीडिया |
| 2. कश्यप, श्याम, कुमार मुकेश | : | टेलीविजन की कहानी |
| 3. जैदी, मुस्तफा एचएच | : | टेलीविजन समाचार |
| 4. पचौरी सुधीश, शर्मा अचला | : | नए जनसंचार माध्यम और हिन्दी |
| 5. वाजपेयी, पुण्य प्रसून | : | एंकर रिपोर्टर |
| 6. Bhatt, S.C. | : | Broadcast Journalism:-
Basic principles |
| 7. Srivastava, K.M. | : | Radio and T.V. Journalism |

इकाई-02

टेलीविजन का इतिहास और परिचय

इकाई की रूपरेखा

- 2.0 उद्देश्य
- 2.1 प्रस्तावना
- 2.2 टेलीविजन का आविष्कार एवं आरम्भिक दौर
- 2.3 विश्व के प्रमुख देशों में टेलीविजन का सफर
- 2.4 भारत में टेलीविजन की विकास यात्रा
 - 2.4.1 दूरदर्शन
 - 2.4.2 अन्य प्रमुख निजी चैनल
- 2.5 भारतीय टेलीविजन प्रसारण माध्यम
- 2.6 भारतीय टेलीविजन पत्रकारिता का सफर
- 2.7 न्यूज चैनलों में 'समाचार' का बदलता चेहरा
- 2.8 सारांश
- 2.9 शब्दावली
- 2.10 त्वरित अभ्यास
- 2.11 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 2.12 प्रयोगात्मक अभ्यास
- 2.13 सन्दर्भ ग्रंथ

2.0 उद्देश्य :

टेलीविजन आज घर-घर का जनसंचार माध्यम बन चुका है। लोगों के बीच बुद्धू बक्सा कहा जाने वाला टीवी अब हर घर का जरूरी हिस्सा बनता जा रहा है।

लेकिन इस चमत्कारपूर्ण जनमाध्यम का इतिहास बहुत पुराना नहीं है। टेलीविजन शब्द को ही आज से लगभग 110 वर्ष पूर्व तक कोई जानता तक नहीं था। लेकिन आज यह दुनिया में सबसे ज्यादा इस्तेमाल होने वाले शब्दों में से एक है। नए पत्रकारों के लिए भी टीवी अब रेडियो या प्रिंट मीडिया की तुलना में अधिक आकर्षक बन गया है। कोई भी नया पत्रकार कैरियर की शुरुआत टेलीविजन से ही करना चाहता है।

ऐसे व्यापक और लोकप्रिय जनमाध्यम के इतिहास और विकास के प्रमुख चरणों की जानकारी देना ही इस इकाई का मुख्य लक्ष्य है। इस इकाई के जरिए—

- टेलीविजन के आविष्कार और प्रारम्भिक सफर की जानकारी प्राप्त की जा सकेगी।
- विश्व के प्रमुख देशों में टेलीविजन माध्यम के विकास की संक्षिप्त जानकारी दी जाएगी।
- भारतीय टेलीविजन के उद्भव और विकास की यात्रा को समझा जा सकेगा।
- भारत में टेलीविजन को घर-घर पहुंचाने वाले केबल उद्योग और अन्य माध्यमों की जानकारी हासिल की जा सकेगी और
- भारतीय टेलीविजन पत्रकारिता के इतिहास की एक झलक भी प्राप्त की जा सकेगी।

इस इकाई के अध्ययन से युवा पत्रकार को अतीत से कुछ सीखने और कुछ नया कर पाने की प्रेरणा मिल सके, यह भी इस इकाई का एक उद्देश्य है।

2.0 प्रस्तावना :

सन् 1900 से पहले दुनिया के लिए 'टेलीविजन' शब्द अनजाना शब्द था। हालाँकि फोटोग्राफी का आविष्कार 1839 में ही हो चुका था और लन्दन की

इलैस्ट्रेटेड लन्दन न्यूज नामक पत्रिका ने 1842 में फोटोग्राफ प्रकाशित करने भी प्रारम्भ कर दिए थे। 1877 में गतिमान चित्र या मोशन पिक्चर खींचने की कला ने जन्म लिया। एक संयोग से हुई इस खोज में पहली बार यह पता चला कि अगर बहुत सारे स्थिर चित्रों को एक खास गति से एक के बाद एक कर आखों के सामने लाया जाए तो वे चित्र गतिमान लगने लगते हैं। हुआ यह था कि अमेरिका में घुड़दौड़ के शौकीनों के बीच इस बात पर 25 हजार डालर की शर्त लग गई कि क्या रेस में दौड़ते घोड़े के चारों पैर किसी एक क्षण में एक साथ हवा में होते हैं अथवा नहीं? ज्यादातर लोगों का कहना था कि घोड़े के सिर्फ तीन पैर ही एक वक्त में हवा में होते हैं और एक पैर हमेशा जमीन से जुड़ा हुआ होता है। इसकी छानबीन करने के लिए स्टेनफोर्ड विश्वविद्यालय के संस्थापक लीलैंड स्टेनफोर्ड ने एक प्रयोग किया। उन्होंने 50 से अधिक फोटोग्राफों को एक साथ एक के बगल में एक को खड़ा कर उनके सामने से घोड़े को तेजी से दौड़ाया। सारे फोटोग्राफों ने इसके चित्र खींचे। बाद में जब ये चित्र फोटोग्राफों के खड़े होने के क्रम में एक के बाद एक रखकर देखे गए तो यह स्पष्ट हो गया कि सेकेंड के बहुत छोटे भाग में घोड़े के चारों पैर एक साथ हवा में होते हैं। लेकिन एक के बाद एक देखने के इस क्रम में यह भी आभास होता था कि वे चित्र घोड़े के दौड़ने का पूरा सिलसिला दिखा रहे हैं। घोड़े के इन स्थिर चित्रों की श्रंखला के साथ बाद में कई प्रयोग किए गए और जब इन स्थिर चित्रों की श्रंखला को बहुत तेज गति से आंख के सामने गुजारा गया तो ये स्थिर चित्र ऐसा आभास देने लगे जैसे वो गतिशील चित्र हों। घोड़ा सचमुच दौड़ता नजर आने लगा। यह एक बड़ी खोज थी।

इसी खोज ने सिनेमा और सिने फोटोग्राफी को जन्म दिया। इसी के बाद 1893 में फ्रांसीसी उद्योगपति भाइयों, ल्यूमिरे बंधुओं ने मोशन पिक्चर कैमरे यानी मूवी कैमरे का आविष्कार कर दिया। एक प्रकार से यह आविष्कार ही टेलीविजन के आविष्कार के आधार बना। ल्यूमिरे बंधुओं ने अपनी बनाई छोटी-छोटी फिल्में यूरोप और अमेरिका में लोगों को दिखाकर हैरान कर दिया। जल्द ही ये अवाक फिल्में बोलने भी लगीं और अमेरिका के चार्ल्स जेनकिंग ने 1895 में प्रोजेक्टर का

आविष्कार कर इन फिल्मों का प्रदर्शन बेहद आसान कर दिया। यह प्रोजेक्टर फिल्म को कई मीटर दूरी पर किसी पर्दे पर सजीव ढंग से दिखा सकते थे। यहीं से इस बात की सम्भावना भी खोजी जाने लगी कि जब कई मीटर की दूरी तक फिल्म को पहुंचाया जा सकता है तो उसे बहुत अधिक दूरी तक भेजा क्यों नहीं जा सकता ?

इस विचार को अमली जामा पहनाने में जुटे वैज्ञानिकों में से रूसी वैज्ञानिक कोंस्तानिन पेस्की (Constantin Parskyi), जर्मन वैज्ञानिक पॉल निप्को (Paul Nipkow) और फ्रांसीसी वैज्ञानिक ई.ई. फार्नियर (E.E. Fournier) का नाम उल्लेखनीय है। पेस्की ने तो 1900 में पेरिस प्रदर्शनी में अपने बनाए यंत्र का प्रदर्शन कर उसे टेलीविजन का नाम भी दे दिया था।

इस पृष्ठभूमि में विकसित हुए टेलीविजन में विकास के दौर अब भी जारी हैं और निरन्तर कुछ न कुछ ऐसा घट रहा है जो इस माध्यम को अधिक उपयोगी, अधिक लोकप्रिय और अधिक असरदार बनाता जा रहा है।

2.2 टेलीविजन का आविष्कार एवं प्रारम्भिक दौर :

टेलीविजन के आविष्कार के लिए 1923 का वर्ष अत्यन्त महत्वपूर्ण माना जा सकता है। अमेरिका में बसे हुए रूसी वैज्ञानिक ब्लादीमिर ज्वोर्खिन (Valdimir Zworykhin) ने 1923 में कैमरा ट्यूब पर आधारित इलेक्ट्रॉनिक टेलीविजन प्रणाली आइकोनोस्कोप का आविष्कार कर टेलीविजन के इतिहास में एक नया अध्याय लिख दिया। इसी दौरान लन्दन के एक रेडियो इंजीनियर जॉन बेयर्ड और मोशन पिक्चर प्रोजेक्टर बनाने वाले फ्रांसीसी इंजीनियर चार्ल्स जेन्किंस ने भी अलग-अलग टेलीविजन प्रणालियां विकसित कर ली थीं। लेकिन ज्वोर्खिन को ही टेलीविजन प्रणाली के आविष्कार का असली जन्मदाता माना जाता है क्योंकि आइकोनोस्कोप के आविष्कार के तीन वर्ष बाद ही उन्होंने कैथोड किरणों की मदद से काम कराने वाले काइनेस्कोप नामक एक टेलीविजन मनीटर भी बना लिया था जिसे आज के टीवी सेट का पूर्वज माना जा सकता है। लेकिन इलेक्ट्रॉनिक टीवी का पहला

व्यावसायिक प्रदर्शन करने का श्रेय अमेरिकी व्यवसायी फिल्मो फार्नस्वर्थ को दिया जाता है, जिसने 7 सितम्बर, 1927 को सैनफ्रान्सिस्को में यह प्रदर्शन किया।

हालाँकि अमेरिका में टेलीविजन सबसे पहले प्रचलन में आ गया था और इसी कारण टेलीविजन के आविष्कार का श्रेय भी जेन्किंस, फार्नस्वर्थ और ज्वोर्खिन को दिया जाता है। लेकिन सच्चाई यह है कि जिस दौर में अमेरिका में टेलीविजन का आविष्कार हो रहा था, लगभग उसी दौर में पूर्व में जापान, सोवियत संघ, जर्मनी, इंग्लैण्ड और पूर्वी यूरोप के देशों में भी वैज्ञानिक, खोजकर्ता और उत्साही व्यवसायी अपने-अपने ढंग से तस्वीरों को एक जगह से दूसरी जगह भेज सकने वाले माध्यम यानी टेलीविजन की अलग-अलग प्रणालियों का आविष्कार करने में जुटे थे। इसीलिए आज भी इनमें से हर देश टेलीविजन के आविष्कार का श्रेय लेने के अपने-अपने दावों पर जोर देता रहता है। ब्रिटिश लोग इंग्लैण्ड के जॉन बेयर्ड को टेलीविजन के आविष्कार का श्रेय देते हैं तो फ्रांसीसियों का दावा है कि टेलीविजन का आविष्कार उनके देश में बेलिन और बर्थलोमी ने किया था। जापान के लोग ताकायानामी के नाम का दावा करते हैं और रूस के लोग यह श्रेय बोरिस रोसिंग को देते हैं। इन सभी दावों के साथ अलग-अलग तर्क हैं और इनमें से हर एक में कुछ न कुछ सच्चाई भी है क्योंकि इन सभी देशों में टेलीविजन के विकास के लिए कुछ न कुछ महत्वपूर्ण कार्य अवश्य हुआ था।

टेलीविजन प्रसारण की विधिवत शुरुआत स्थानीय स्तर पर अमेरिका में 11 मई 1928 को हुई, जब जनरल इलेक्ट्रिक कंपनी (GE) ने मंगलवार, गुरुवार और शुक्रवार के दिन दो घंटे के व्यावसायिक प्रसारण शुरू किए। यह प्रसारण दिन में डेढ़ बजे से साढ़े तीन बजे के बीच होते थे। जल्द ही जेन्किंस की जेन्किंस लेबोरेटरीज ने भी अमेरिका में व्यावसायिक कार्यक्रम शुरू कर दिए। हालाँकि तब तक रेडियो के जरिए समाचारों का प्रसारण शुरू हुए 10 वर्ष से अधिक हो चुके थे लेकिन इन आरम्भिक टेलीविजन कार्यक्रमों में समाचारों को कोई जगह नहीं दी गई थी। इनके कार्यक्रम मनोरंजन से परिपूर्ण होते थे और नाटकों और हास्य कार्यक्रमों की उनमें भरमार थी।

टेलीविजन के विकास में एक महत्वपूर्ण मोड़ 1929 में आया था। अमेरिकी कंपनी बेल के रेडियो इंजीनियर हर्बर्ट यूजेन (Herbert Eugene) ने 27 जून को न्यूयार्क में रंगीन टेलीविजन का पहला सार्वजनिक प्रदर्शन किया। लेकिन एक तो यह 1929 की अमेरिकी मंदी का दौर था और दूसरे विश्व युद्ध की पूर्व पीठिका में हो रहे विश्वव्यापी बदलावों के कारण टेलीविजन जैसे मंहगे माध्यम का विकास इस दौर में लगभग ठप ही हो गया था। इसी वजह से टेलीविजन और रंगीन प्रसारण के विकास का अगला दौर लगभग 15 वर्ष बाद 1946 के बाद ही शुरू हो सका और उसी के बाद टेलीविजन की लोकप्रियता दिन दूनी-रात चौगुनी बढ़ने लगी।

सही मायने में टेलीविजन को विश्वव्यापी पहचान 1946 के बाद ही मिलनी शुरू हुई। आरम्भिक दौर में तो टेलीविजन प्रसारण एक चमत्कार जैसा प्रभाव पैदा करता था लेकिन तब तक न तो प्रसारण की तकनीक का विकास हो सका था, न ही कार्यक्रम दिखाने वाले टीवी सेट भी आज जितने आधुनिक नहीं थे। कार्यक्रम प्रसारण सिग्नलों की गड़बड़ी के कारण अक्सर बाधित भी हो जाता था। 1932 में इंग्लैण्ड से बी बी सी द्वारा नियमित टेलीविजन कार्यक्रमों की शुरुआत हुई और यह घटना टेलीविजन पत्रकारिता के लिए एक यादगार घटना बन गई क्योंकि इसी के बाद टेलीविजन में समाचारों को महत्व मिलना शुरू हो पाया। इससे पहले तो उन्हें टेलीविजन के जरिए प्रसारित करने लायक चीज माना ही नहीं जाता था, क्योंकि आरम्भिक अमेरिकी टेलीविजन कंपनियां समाचारों के बजाय समाचार आधारित किसी विशेष कार्यक्रम की फील्मरीलों के कुछ अंश कभी-कभार दिखाकर संतुष्ट हो जाती थीं।

बोध प्रश्न

- प्र0 1-** टेलीविजन का आविष्कार कब हुआ माना जाता है ?
- उ0** टेलीविजन का आविष्कार 1923 में हुआ माना जाता है।
- प्र0 2-** काइनेस्कोप क्या था ?
- उ0** काइनेस्कोप ज्वोर्खिन द्वारा विकसित पहला इलेक्ट्रानिक टेलीविजन मानीटर था ।

- प्र0 3-** ब्रिटेन के लोग टेलीविजन के आविष्कार का श्रेय किसे देते हैं।
- उ0** ब्रिटेन के लोग रेडियो इंजीनियर जॉन बेयर्ड को टेलीविजन के आविष्कार का श्रेय देते हैं।
- प्र0 4-** रंगीन टेलीविजन का पहला सार्वजनिक प्रदर्शन किसने और कहां किया था?
- उ0** रंगीन टेलीविजन का पहला सार्वजनिक प्रदर्शन हर्बर्ट यूजेन ने 27 जून 1929 को न्यूयार्क में किया था।

2.3 विश्व के प्रमुख देशों में टेलीविजन का सफर :

दुनिया के हर महत्वपूर्ण संसाधन और खोज की तरह टेलीविजन का विकास भी दुनिया में बेहद असमान रूप से हुआ है। औद्योगिक क्रान्ति के बाद पश्चिमी देश जिस तरह तकनीक और उत्पादन के मामले में एशिया और अफ्रीका के देशों से बहुत आगे निकल गए, उसके कारण सभ्यता के विकास के लाभ भी उन्हीं देशों के हाथ सबसे पहले आए। टेलीविजन तो माध्यम ही ऐसा है कि इसका विकास तकनीक तथा धन दोनों के बिना हो ही नहीं सकता। इसलिए अमीर तथा विकसित देशों में यह अपने आविष्कार के साथ ही विकसित होता चला गया जबकि पिछड़े और गरीब देशों में यह आज भी आरम्भिक दौर में ही पहुंच पाया है। कुछ प्रमुख देशों में टेलीविजन के विकास की यात्रा कुछ इस तरह रही।

1. अमेरिका : अमेरिका का चूंकि टेलीविजन के आविष्कार से गहरा रिश्ता रहा है इसलिए टेलीविजन के विकास की अनेक महत्वपूर्ण उपलब्धियां भी उसी के हिस्से आयीं। जी ई कंपनी के प्रारम्भिक स्थानीय प्रसारण और 1929 में पहले सार्वजनिक रंगीन प्रसारण के बाद 1930 में अमेरिका में कुछ और निजी प्रसारण शुरू हुए। 1930 में बोस्टन ऑन एयर कंपनी ने बोस्टन में और डॉन ली ने लॉस एंजिल्स में अपने प्रसारण केन्द्र शुरू किए। 31 मई 1930 को बहुराष्ट्रीय कंपनी नेशनल ब्रॉडकास्टिंग कंपनी (NBC) ने और 9 अगस्त को एसोसिएटेड प्रेस (AP) ने भी

अपने प्रसारण शुरू कर दिए और बोस्टन, लास एंजेल्स, न्यूजर्सी तथा न्यूयार्क शहरों में टेलीविजन प्रसारण उपलब्ध होने लगे। एन बी सी ने 30 अक्टूबर 1931 से न्यूयार्क की सबसे ऊंची एम्पायर स्टेट बिल्डिंग से अपने टी वी कार्यक्रमों का प्रसारण शुरू किया और 1932 में ज्वोर्खिन की देखरेख में रेडियो कार्पोरेशन ऑफ अमेरिका (RCA) ने भी पूर्ण इलेक्ट्रानिक प्रसारण केन्द्र बनाकर प्रसारण शुरू कर दिया। इस कारणों से इस दौरान अमेरिका में टेलीविजन की लोकप्रियता बढ़ने लगी और 1931 में अमेरिका में पांच हजार से ज्यादा टी वी सेट लग चुके थे। 1930 में शिकागो के मेयर का चुनाव टेलीविजन पर प्रसारित होने वाली पहली चुनाव सम्बन्धी खबर बनी और 8 नवम्बर 1932 को जब कोलम्बिया ब्रॉडकास्टिंग सर्विस (CBS) ने अमेरिकी राष्ट्रपति रूजवेल्ट के चुनाव सम्बन्धी पहली खबर दिखाई तो उसे 75 हजार से अधिक लोगों ने टीवी के जरिए देखा।

13 अप्रैल 1939 में आर सी ए ने न्यूयार्क अन्तरराष्ट्रीय व्यापार मेले के उद्घाटन समारोह और राष्ट्रपति रूजवेल्ट के भाषण का सीधा प्रसारण (लाइव) दिखाकर लोगों को हैरान कर दिया। लेकिन अमेरिका में पहले व्यावसायिक टीवी स्टेशन की स्थापना न्यूयार्क में एक जुलाई 1941 को ही हो पाई। इस दौरान अमेरिका में 5 इंच स्क्रीन वाला सेट 200 डालर में तथा 12 इंच वाला डीलक्स सेट 600 डालर में मिलता था। तब टीवी कार्यक्रमों में खाना बनाने के कार्यक्रम, हास्य कार्यक्रम व कठपुतलियों के नाटक मुख्य रूप से दिखाए जाते थे।

द्वितीय विश्वयुद्ध के बाद 50 के दशक में अमेरिका में टेलीविजन का अभूत पूर्व विस्तार हुआ। इस दौरान वहां मिकी माऊस क्लब और आई लव लूसी जैसे लोकप्रिय कार्यक्रमों का निर्माण हुआ। 1953 में रंगीन प्रसारण की शुरुआत होने से इसे और गति मिली। 1960 का दशक अमेरिका में टेलीविजन पत्रकारिता के लिहाज से काफी महत्वपूर्ण रहा। 1963 में मार्टिन लूथर किंग का चर्चित भाषण 'आई हेव ए ड्रीम' लाखों अमेरिकियों ने टीवी में देखा। 1973 में वाटरगेट काण्ड और राष्ट्रपति निक्सन का इस्तीफा अमेरिकी टेलीविजन चैनलों में 300 घंटे से भी अधिक समय तक दिखाया गया। इसी दौर में अमेरिकी टीवी में हिंसा के बढ़ते प्रदर्शन का विरोध

भी शुरू होने लगा थीं 80 के दशक में शुरू हुए CNN (केबल न्यूज नेटवर्क) और एम टीवी (MTV) जल्द ही विश्वव्यापी ब्रांड बन गए और अगस्त 1987 में रूपोर्ट मर्डोक ने अमेरिका में अपने कारोबार को विस्तार देते हुए फॉक्स ब्रॉडकास्टिंग कंपनी बनाई और इसी वर्ष ए सी नील्सन कंपनी ने टीवी दर्शकों की रुचि व संख्या जानने के लिए पीपुल्स मीटर का उपयोग आरम्भ किया और टी आर पी नापने का नया पैमाना स्थापित कर दिया। आज अनेक अमेरिकी टीवी मीडिया कंपनियां विश्व के अन्य देशों में कार्यक्रम प्रसारित कर रही हैं, स्थानीय मीडिया से साझेदारी कर रही हैं। अमेरिका में टेलीविजन एक सशक्त माध्यम बन चुका है और बहुत बड़ा व्यवसाय भी ।

2. ब्रिटेन : ब्रिटेन के टेलीविजन कार्यक्रमों को आज भी तकनीक और गुणवत्ता के आधार पर सर्वश्रेष्ठ माना जाता है। हालाँकि टेलीविजन के विकास के प्रारम्भिक कार्यों में ब्रिटेन भी अमेरिका की तरह से ही अगुवाई करता रहा था, लेकिन ब्रिटेन में टेलीविजन प्रसारणों की शुरुआत 1932 में ही हो सकी, जब बीबीसी ने अपने टेलीविजन प्रसारण की शुरुआत की। लेकिन यह अनियमित प्रसारण थे। विधिवत रूप से ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कारपोरेशन (बीबीसी) ने 2 नवम्बर 1936 को लन्दन के एलैक्जेंडर पैलेस से अपनी टेलीविजन सेवा की शुरुआत की। इस प्रसारण को तब केवल 10 इंच के टीवी सेटों पर ही देखा जा सकता था, जो बेहद महंगे थे। फिर भी इस नए माध्यम की लोकप्रियता तेजी से बढ़ने लगी। 12 मई 1937 को जार्ज-छह के राज्याभिषेक का कार्यक्रम टेलीविजन के जरिए लन्दन में देखा गया और इसे काफी सराहा भी गया। लेकिन 1939 में दूसरा विश्वयुद्ध छिड़ जाने से ये टेलीविजन प्रसारण बन्द हो गये। 1 सितम्बर 1939 को जब विश्व युद्ध की घोषणा हुई तो बीबीसी पर मिकी माऊस का कार्टून कार्यक्रम चल रहा था। इसी कार्यक्रम के दौरान प्रसारण बन्द कर दिया गया और जब विश्वयुद्ध खत्म हुआ तो सात साल बाद 7 जून 1946 को मिकी माऊस के उसी कार्टून कार्यक्रम से टेलीविजन प्रसारण पुनः शुरू किया गया।

यह निर्विवाद तथ्य है कि द्वितीय विश्वयुद्ध ने टेलीविजन की विकास यात्रा को बहुत बड़ा झटका दिया। लेकिन विश्वयुद्ध के बाद के नए माहौल में लोगों में दुनिया के बारे में जानने की जिज्ञासा बहुत तेजी से बढ़ी और इस कारण टेलीविजन न्यूज के क्षेत्र में बहुत तेजी से विकास हुआ। हालाँकि बीबीसी में टीवी समाचार बुलेटिन 1939 से ही आने लगे थे लेकिन सही मायने में इनका रूप 1946 के बाद ही निखरना शुरू हुआ। रंगीन टीवी के आगमन के कारण भी टीवी समाचारों की लोकप्रियता तेजी से बढ़ने लगी। तकनीक में आ रहे बदलावों के कारण भी टेलीविजन प्रसारणों के स्तर में सुधार होने लगा। हालाँकि टीवी न्यूज बुलेटिन अब भी पुराने ढर्रे पर ही चल रहे थे और वे प्रायः न्यूजरील आधारित समाचार प्रस्तुत करते थे। 2 जून 1953 में ब्रिटेन की महारानी के ताजपोशी के कार्यक्रम को लाखों लोगों ने टीवी में देखा। इस घटना को देखने के लिए बहुत से लोगों ने टीवी खरीदे और इसके बाद टीवी की बिक्री में भी बहुत तेजी आ गई। टीवी सेट बढ़ने से बीबीसी की आय भी बढ़ने लगी क्योंकि प्रत्येक टीवी सेट की बिक्री से बीबीसी को कुछ फीस मिलती थी जो उसकी आय का प्रमुख श्रोत था।

1954 में बीबीसी ने अपने संवाददाताओं की खबरों के आधार पर न्यूज बुलेटिन प्रस्तुत करने शुरू किए। 1954 में ही ब्रिटेन में टेलीविजन के लिए टेलीविजन एक्ट बनाया गया। इस एक्ट ने आई टी वी (इंडिपेंडेंट टेलीविजन) नामक एक कंपनी को विज्ञापन की आय से चलाए जा सकने वाली टेलीविजन सेवा शुरू करने की इजाजत दे दी। सितम्बर 1955 से शुरू आईटीवी ने बीबीसी को कड़ी टक्कर देना शुरू कर दिया। यह चैनल लोकप्रिय के कार्यक्रम प्रस्तुत करता था और जल्द ही इसे लोगों के चैनल के रूप में भी मान्यता मिल गई। इस दौरान 1957 में बीबीसी की दर्शक संख्या में 28 फीसदी की गिरावट आ गई थी।

लगभग इसी वक्त वीडियो टेप का आविष्कार होने से वीडियो रिकार्डिंग भी शुरू हो गई, जिसने टेलीविजन का अंदाज ही बदल दिया। 2 दिसम्बर 1967 को बीबीसी ने पहला रंगीन प्रसारण किया और दो साल बाद 1969 में मनुष्य के चन्द्रमा पर पहुंचने की तस्वीरें दिखाकर टेलीविजन समाचारों के भविष्य की ऊँचाईयां भी

तय कर दीं। 80 के दशक में सरकार के प्रयासों के कारण संसद में कानून पास करके बीबीसी के समानान्तर चैनल -4 नामक एक अलग चैनल का आरम्भ किया गया, जो मूलतः ब्रिटेन में रह रहे एशियाई और अफ्रीका लोगों की आवाज बन गया। इसी दौरान 'बिस्की-बी' नामक एक और स्वतंत्र चैनल शुरू हुआ, जिसे 1984 में रूपर्ट यर्डोक ने 'स्काई चैनल' के रूप में परिवर्तित कर दिया। ग्रैनेडा टीवी भी ब्रिटेन का एक अन्य लोकप्रिय टीवी चैनल है जिसे ब्रिटेन का पहला सोप ओपेरा चलाने का श्रेय प्राप्त है।

3. रूस : रूस में भी टेलीविजन की शुरुआत काफी पहले से हो गई थी। तत्कालीन सोवियत संघ के जमाने में 1939 में रूस की राजधानी मास्को में पहला टेलीविजन प्रसारण शुरू हुआ जो 1941 में विश्व युद्ध के कारण बन्द हो गया। 1945 में इसे फिर से शुरू किया गया। हालाँकि उन दिनों में रूस में टेलीविजन पर कोई सीधी पाबन्दी नहीं थी, लेकिन उसके कार्यक्रमों में सरकार व कम्युनिस्ट पार्टी की ओर झुकाव साफ देखा जा सकता था। 1962 में रूस में टेलीविजन पर लाइसेंस फीस खत्म कर दी गई और 1967 में वहां रंगीन टेलीविजन प्रसारण शुरू हो गया। इन दो कारणों से वहां टीवी की लोकप्रियता खूब बढ़ी। मगर 1970 तक रूस में टेलीविजन के सिर्फ 2 ही चैनल थे और टेलीविजन प्रसारण का काम 'आल यूनियन कमेटी फॉर टेलीविजन एण्ड रेडियो' देखती थी जिसका मुखिया सोवियत कम्युनिस्ट पार्टी की केन्द्रीय कमेटी का कोई सदस्य ही हो सकता था।

1991 में सोवियत संघ के विघटन के बाद रूस में 6 घंटे का एक नया स्वतंत्र चैनल भी शुरू हो गया। इसके बाद आरटीआर (आल रशियन स्टेट टेलीविजन एण्ड रेडियो कंपनी) का भी गठन हुआ और सोवियत संघ के जमाने की टीवी कंपनी आस्टैंकीनो का नाम बदल कर उसे रशियन पब्लिक टेलीविजन बना दिया गया। सन् 2000 के बाद रूस में विदेशी चैनलों का प्रवेश भी आसान हो गया और आज रूस के चैनल भी खुलेपन की नीति का इस्तेमाल करने लगे हैं।

4. चीन : दुनिया में सर्वाधिक आबादी वाले और विश्व अर्थव्यवस्था में दूसरे नम्बर के देश चीन में टेलीविजन का प्रवेश काफी देर से हुआ। लगभग भारत के ही साथ-साथ। एक मई 1958 को चीन में पहले टेलीविजन केन्द्र ने काम करना शुरू किया। इसके दो दिन बाद ही शंघाई सहित अनेक शहरों में एक दर्जन टेलीविजन केन्द्र खुल गए। अगले 8-9 वर्ष तक तेजी से प्रगति करते रहने के बाद चीन के टेलीविजन उद्योग को 1966 में तब बहुत बड़ा झटका लगा, जब सोवियत संघ ने चीन को सारी आर्थिक सहायता एकदम बन्द कर दी। यह चीनी टीवी के लिए बड़ा धक्का था। इससे चीन के टेलीविजन केन्द्रों की संख्या 23 से घटकर 5 हो गई। यहां तक कि जनवरी 1967 में बीजिंग टेलीविजन ने अपनी नियमित सेवाएं भी रोक दीं, इसके लगभग दस वर्ष बाद चीन ने फिर से अपने दम पर टेलीविजन का विस्तार शुरू किया। मई 1978 में बीजिंग टेलीविजन का नाम बदल कर चायनीज सेंट्रल टेलीविजन (CCTV) कर दिया गया। वर्तमान में यह देश का एकमात्र और दुनिया का सबसे बड़ा टेलीविजन नेटवर्क है।

आज भी चीन में निजी टेलीविजन की इजाजत नहीं है। केबल के जरिए भी सरकार द्वारा स्वीकृत चैनल ही दिखाए जा सकते हैं। दुनिया के सबसे बड़े केबल नेटवर्क शंघाई केबल टेलीविजन (SCTV) के जरिए भी विदेशी सेटेलाइट चैनल नहीं दिखाए जाते। शंघाई के ही ओरियंटल टेलीविजन नामक व्यावसायिक चैनल पर भी अनेक प्रतिबन्ध हैं। हालांकि सीसी टीवी कई अंग्रेजी चैनल भी प्रसारित करता है लेकिन चीन में बाहरी चैनलों पर अब भी बेहद कड़े प्रतिबन्ध जारी हैं।

5. जापान : जापान में वैसे तो टेलीविजन का प्रसारण 1939 में ही शुरू हो गया था लेकिन टेलीविजन की विधिवत शुरूआत वहां 1950 के बाद ही हो सकी। 1951 में जापान में एनएचके और निप्पोन टीवी (NTV) नामक दो चैनलों की शुरूआत हुई। टीवी सेट मंहगे होने के कारण सरकार ने बड़ी संख्या में बाजारों, स्टेशनों, दुकानों व अन्य सर्वजनिक स्थानों में टीवी लगवा दिए। इन कम्युनिटी टेलीविजनों की वजह से जापान में टीवी की लोकप्रियता बहुत तेजी से बढ़ने लगी। 1980 तक ज्यादातर कार्यक्रम विदेशों से मंगाए जाते थे लेकिन 1980 में इनकी संख्या घट कर 5

फीसदी ही रह गई। आज आपान के 100 फीसदी घरों में कम से कम एक टेलीविजन सेट जरूर हैं और वहाँ के लोग औसत रूप से 6 से 8 घंटे तक हर रोज टीवी देखते हैं।

जापान में इस समय 5 प्रमुख व्यावसायिक टेलीविजन प्रसारण कपनियां फूजी टेलीविजन, टोक्यो ब्रॉडकास्टिंग सिस्टम, असाही न्यूज नेटवर्क, निप्पोन टेलीविजन और टेलीविजन टोक्यों शामिल हैं।

6. आस्ट्रेलिया : खेल प्रसारणों के लिए दुनिया भर में घर जमा चुके आस्ट्रेलिया में टीवी की शुरुआत 16 सितम्बर 1956 को हुई। 'आस्ट्रेलिया ब्रॉडकास्टिंग कारपोरेशन', एबीसी के अर्न्तगत इस प्रसारण के साथ-साथ दो व्यवसायिक चैनल भी आस्ट्रेलिया में 1956 में ही शुरू हो गए थे। प्रारम्भ में वहाँ अमेरिकी और ब्रिटिश कार्यक्रम अधिक दिखाए जाते थे लेकिन आज एबीसी के शतप्रतिशत कार्यक्रम खुद के बनाए हुए होते हैं। यह चैनल अपने कार्यक्रमों की गुणवत्ता और उत्कृष्टता के लिए पहचाना जाता है। आस्ट्रेलिया के अन्य प्रमुख चैनलों में चैनल सेवन और चैनल-नाइन प्रमुख हैं। आज तकनीक के लिहाज से आस्ट्रेलियन टीवीजगत दुनिया में सर्वश्रेष्ठ है।

दुनिया के कई अन्य देशों के टेलीविजन की भी अपनी अपनी खूबियां हैं। ब्राजील का टेलीविजन उद्योग अपने 'टेजीनावेला' के कारण दुनिया भर में जाना जाता है। 'टेजीनावेला' महत्वपूर्ण उपन्यासों के टीवी रूपान्तर हैं। जो ब्राजील ही नहीं दुनिया के अन्य देशों में भी काफी लोकप्रियता हैं। अल जजीरा एक ऐसा टेलीविजन नेटवर्क है जो मध्य पूर्व के देशों की खबरें दुनिया को उपलब्ध कराता है। दुनिया के कई देशों में धार्मिक चैनलों से प्रसारित कार्यक्रम अपने कथ्य के कारण पसंद किए जाते हैं तो खेल चैनलों ने तो पूरी दुनिया को ही एक देश बना दिया है।

बोध प्रश्न

- प्र0 1—** अमेरिका में एनबीसी ने अपना पहला टेलीविजन प्रसारण कब किया था ?
- उ0** एनबीसी ने अपना पहला टीवी प्रसारण 30 मई 1930 को किया था।
- प्र0 2—** आरसीए ने किस अमेरिकी राष्ट्रपति का भाषण सबसे पहली बार टीवी पर दिखाया था ?
- उ0** आरसीए ने अमेरिकी राष्ट्रपति रूजवैल्ट का भाषण सबसे पहली बार टेलीविजन पर प्रसारित किया था।
- प्र 3—** द्वितीय विश्वयुद्ध की घोषणा के वक्त ब्रिटिश टीवी में क्या कार्यक्रम चल रहा था।
- उ0** द्वितीय विश्वयुद्ध की घोषणा के वक्त ब्रिटेन में टीवी पर मिकी माऊस पर आधारित कार्टून कार्यक्रम चल रहा था।
- प्र0 4—** ब्रिटेन में टेलीविजन एक्ट कब बना ?
- उ0** ब्रिटेन में टेलीविजन एक्ट 1954 में बनाया गया।
- प्र0 5—** चीन के सरकारी टीवी नेटवर्क का क्या नाम है ?
- उ0** चीन के सरकारी टीवी नेटवर्क का नाम चायनीज सेंट्रल टेलीविजन (CCTV) है और यह दुनिया का सबसे बड़ा टीवी नेटवर्क है।

2.4 भारत में टेलीविजन की विकास यात्रा :

भारतीय परम्परा में संजय द्वारा नेत्रहीन धृतराष्ट को महाभारत के युद्ध का आखों देखा हाल सुनाने की कथा जरूर प्रचलित है लेकिन टेलीविजन को भारतीय धरती में अवतरित होने के लिए 1955 तक इन्तजार करना पड़ा। 1955 में इलेक्ट्रानिक उत्पाद बनाने वाली बहुराष्ट्रीय कंपनी फिलिप्स ने दिल्ली के औद्योगिक

मेले में पहली बार टेलीविजन प्रसारण का प्रदर्शन किया। आकाशवाणी के इंजीनियरों सहित अनेक राजनेताओं ने भी इस प्रदर्शन को देखा। लेकिन तब तक प्रधानमंत्री जवाहर लाल नेहरू सहित भारत सरकार की यह धारणा थी कि इतना महंगा माध्यम भारत जैसे गरीब देश के लिए उपयोगी नहीं है। तब सरकार रेडियो को ही अधिक विकसित करने के पक्ष में थी।

1956 में यूनैस्को का एक बड़ा सम्मेलन भारत में हुआ। इस दौरान यूनैस्कों ने भारत सरकार को देश में टेलीविजन प्रसारण शुरू करने के लिए प्रोत्साहित किया और इसके लिए आर्थिक मदद का वायदा भी किया।

इसी बीच 1957 के दिल्ली व्यापार मेले में आई फिलिप्स कंपनी ने व्यापार मेले में लाए नए टेलीविजन प्रसारण यंत्र भारत में बेचने का प्रस्ताव किया और इस तरह 40 लाख रुपये में देश में पहला टीवी ट्रांसमीटर व अन्य उपकरण खरीद लिए गए। अप्रैल, 1958 में आकाशवाणी भवन में यह ट्रांसमीटर लगाया गया और वहीं से प्रायोगिक प्रसारण शुरू करने का काम आरम्भ हो गया।

2.4.1 दूरदर्शन :

15 सितम्बर, 1959 को दिल्ली के आकाशवाणी भवन की पांचवी मंजिल में बने एक स्टूडियो से राष्ट्रपति डा. राजेन्द्र प्रसाद के हाथों देश की पहली टेलीविजन सेवा 'दूरदर्शन' शुरू हो गई। प्रायोगिक प्रसारण मंगल और शुक्रवार से होता था और इसकी अवधि 60 मिनट थी। इसे ट्रांसमीटर की क्षमता के अनुसार दिल्ली में 25 किलोमीटर क्षेत्र में देखा जा सकता था और इसे देखने के लिए क्षेत्र में इक्कीस सामुदायिक टीवी सेट लगाए गए थे। इसके कार्यक्रमों में स्वास्थ्य सम्बन्धी जानकारियों पर खास ध्यान दिया जाता था और इसके संचालन में यूनैस्कों के विशेषज्ञ भी शामिल थे। 1961 में इस प्रायोगिक कार्यक्रम को नियमित सेवा में बदल दिया गया। 25 अक्टूबर 1961 को अमेरिकी संस्था फोर्ड फाउण्डेशन के सहयोग से

दिल्ली के स्कूली बच्चों के लिए भी एक कार्यक्रम शुरू कर दिया गया। दिल्ली के 600 स्कूलों में लगे टीवी सेटों पर इसे देखा जा सकता था।

दूरदर्शन पर समाचारों का सिलसिला 15 अगस्त 1965 से शुरू हुआ। दूरदर्शन का यह पहला दैनिक न्यूज बुलेटिन आकाशवाणी द्वारा तैयार होता था और समाचारों के साथ स्थिर चित्र ही दिखाए जाते थे। ठीक वैसे ही जैसे किसी सचित्र अखबार को पढ़ने वाले व्यक्ति को टीवी के जरिए देखा जा रहा हो। इस बीच देश में हरित क्रान्ति का जोर था और वैज्ञानिक डा. एम.एस. स्वामीनाथ और डा. विक्रम साराभाई के प्रयासों से 26 जनवरी 1967 से प्रसारित कृषिदर्शन नामक प्रसारण को इसी दृष्टि से बनाया गया था। बुधवार और शुक्रवार को प्रसारित होने वाला यह कार्यक्रम 20 मिनट का था और इसे दिल्ली तथा हरियाणा के 80 गावों में सामुदायिक टेलीविजन सेटों के जरिए देखा जा सकता था। 2 अक्टूबर 1972 को मुम्बई में देश का दूसरा टेलीविजन केन्द्र शुरू हुआ और पाकिस्तान के दुष्प्रचार का जवाब देने के लिए 26 जनवरी 1973 को श्रीनगर तथा 29 सितम्बर 1973 को अमृतसर में दूरदर्शन केन्द्र खोल दिए गए। 1975 में देश में पहली बार प्रायोगिक सेटेलाइट प्रसारण की शुरुआत हुई जिससे टेलीविजन को बहुत विस्तार मिलने लगा। आपातकाल ने दूरदर्शन की विश्वसनीयता समाप्त कर दी थी मगर 1 जनवरी 1976 से विज्ञापनों का प्रसारण शुरू होने के बाद दूरदर्शन का प्रसार बढ़ता चला गया और लोकप्रियता भी एक अप्रैल 1976 को दूरदर्शन को आकाशवाणी से अलग कर दिया गया।

1982 का वर्ष दूरदर्शन के लिए काफी महत्वपूर्ण रहा। इसी वर्ष देश का पहला संचार उपग्रह छोड़ा गया। 1982 में ही 19 नवम्बर से शुरू दिल्ली एशियाई खेलों का सफल सीधा प्रसारण कर भारत ने अपनी तकनीकी श्रेष्ठता व कुशलता प्रदर्शित की। इसी वर्ष 15 अगस्त से दूरदर्शन का राष्ट्रीय प्रसारण शुरू हुआ और 15 अगस्त से ही देश में रंगीन टेलीविजन प्रसारण की भी शुरुआत हो गई। 1984 में देश का पहला प्रायोजित धारावाहिक हम लोग दूरदर्शन पर शुरू हुआ जो 156 कडियों का था और इसे भारतीय टेलीविजन के इतिहास में एक मील का पत्थर

माना जा सकता है। 1984 में ही दूरदर्शन का दूसरा चैनल डीडी-2 भी शुरू हो गया ।

1992 में देश का पहला निजी चैनल जी टीवी शुरू हुआ इसके बाद निजी चैनलों तथा निजी निर्माताओं की होड़ के चलते दूरदर्शन ने डीडी न्यूज चैनल शुरू किया । मगर यह अपेक्षित प्रभाव नहीं पैदा कर सका। आज दूरदर्शन की पहुँच 90 फीसदी टीवी दर्शकों तक है। 7 राष्ट्रीय चैनल, 2 संसदीय चैनल, एक अन्तराष्ट्रीय चैनल व एक दर्जन से अधिक क्षेत्रीय चैनलों के साथ अब भी दूरदर्शन देश का सबसे नेटवर्क है।

2.4.2 अन्य प्रमुख निजी चैनल :

भारत में उपग्रह टेलीविजन की शुरुआत खाड़ी युद्ध के बाद 1991 में हुई। तब तक देश के कुछ पांच सितारा होटलों और विदेशी दूतवासों में ही विशेष डिश की मदद से विदेशी सेटेलाइट चैनल देखे जा सकते थे । लेकिन खाड़ी युद्ध के दौरान सीएनएन चैनल के लाइव कवरेज को देखने के लिए लोगो में होड़ लग गई और इसी के साथ देश में केवल नेटवर्क का कारोबार भी शुरू हो गया। 1991 में एक केवल आपरेटर सिद्धार्थ श्रीवास्तव ने लन्दन से ए टी एन नाम एक चैनल शुरू किया, मगर वह अधिक दिन तक चल नहीं पाया।

भारत में निजी क्षेत्र में टेलीविजन प्रसारण का वास्तविक श्रेय जी समूह को ही जाता है। हागकांग की एक कंपनी एशिया सेट-1 नाम उपग्रह के जरिए कुछ देशों में टीवी प्रसारण का काम कर रही थी। यही कंपनी भारत में स्टार टेलीविजन का भी प्रसारण करती थी। इसी कंपनी से सुभाषचन्द्र गोयल ने मंहगा सौदा कर 1992 में जी टीवी के प्रसारण की नींव रखी। शुरू में स्टार और जी समूह के बीच पचास फीसदी हिस्सेदारी में एशिया टुडे लिमिटेड का गठन किया गया । मगर 1993 में स्टार टीवी में रूपर्त मर्डोक की हिस्सेदारी हो जाने के बाद बढ़ती प्रतिस्पर्धा के कारण सुभाष गोयल ने सारी हिस्सेदारी खुद ही खरीद ली और 1999

को जी टीवी पूरी तरह गोयल के स्वामित्व में आ गया और इसका नया नाम 'जी इण्डिया' रखा गया।

जी टीवी ने 9 अप्रैल 1995 को जी सिनेमा और जुलाई 1997 में म्यूजिक एशिया चैनल शुरू किए और इसी दौर में जी यू.के तथा जी अफ्रीका भी शुरू किए थे। 1999 में जी ने 15 अगस्त को पहला क्षेत्रीय चैनल अल्फा मराठी शुरू किया और इसी वर्ष इसके अल्फा बांग्ला और अल्फा पंजाबी चैनल भी प्रसारित होने लगे थे। इस समय जी समूह न्यूज चैनलों सहित पांच क्षेत्रीय चैनल, कई अन्तर्राष्ट्रीय चैनल और फैशन चैनल ट्रेण्ड्स, जी क्लासिक, और स्माइल सहित डीटीएच के 5 चैनल भी चला रहा है।

स्टार समूह भी देश की एक प्रमुख टेलीविजन प्रसारण कंपनी है। दुनिया के मीडिया जाइंट रूपर्ट मर्डोक की कंपनी न्यूज कार्पोरेशन ने 1993 में स्टार टीवी को खरीद लिया था और तब से ही स्टार ने भारत में प्रसारण का काम शुरू कर दिया था। इस समूह का स्टार प्लस देश का लोकप्रिय मनोरंजन चैनल है। सरकारी नीतियों के कारण इस चैनल के स्वामित्व में कई बार बदलाव हुए और वर्तमान में मर्डोक के साथ-साथ पश्चिम बंगाल के 'आनन्द बाजार पत्रिका समूह' की भी इसमें हिस्सेदारी है। स्टार स्पोर्ट्स, स्टार मूवीज, और स्टार न्यूज समेत स्टार समूह निरन्तर अपने कार्यक्रमों के सुधार करने का प्रयास करता रहता है और दर्शकों पर अपनी पकड़ बनाए रखने की कोशिशों में जुटा रहता है।

सन समूह देश का दूसरा सबसे बड़ा निजी टेलीविजन नेटवर्क है। कलानिधि मारन इसके स्वामी हैं और इसका कारोबार मुख्यतः दक्षिण भारत में है। मई 1993 में तमिल में सन टीवी का पहला प्रसारण शुरू हुआ। यह तीन घंटे का कार्यक्रम होता था लेकिन जल्द ही दक्षिण भारतीय फिल्मों के जरिये सन टीवी का प्रसारण समय और लोकप्रियता दोनों ही बढ़ने लगी। सन् 2000 तक दक्षिण भारत की 70 फीसदी फिल्मों के प्रदर्शन अधिकार सन टीवी के हाथ में आ चुके थे। 1994 में सन ने कन्नड़ चैनल 'उदय टीवी', 1996 में तेलगू चैनल 'जैमिनी' और 1998 में मलयालम चैनल 'सूर्या' शुरू करके पूरे दक्षिण भारत में एकाधिकार स्थापित कर

लिया । वर्तमान में इस समूह के 4 तमिल, 4 कन्नड़, 4 तेलगू और दो मलयालम चैनल प्रसारित रहे हैं। वर्तमान में देश में आस्था, श्रद्धा, साधना आदि अनेक धार्मिक चैनल भी प्रसारित हो रहे हैं। एन डीटीवी इमेजिन, यूटीवी, सहारावन, सब टीवी आदि अनेक मनोरंजन चैनल दर्शकों को उपलब्ध हैं। सोनी टीवी के प्रसारण, कलर्स टीवी, टाइम्स मूवीज जैसे अनेक चैनल भी अपने कार्यक्रम दिखा रहे हैं। भारत में टेलीविजन अभी विकास के दौर में है। इसलिए यहां उनमें हमेशा नए प्रयोग हो रहे हैं जो भविष्य के लिए बेहतर उम्मीदें दिखाते हैं।

बोधप्रश्न

- प्र0 1—** भारत में पहली बार टेलीविजन प्रसारण का प्रदर्शन कब हुआ ?
- उ0** भारत में 1955 में दिल्ली के उद्योग-व्यापार मेले में फिल्म्स ने टेलीविजन प्रसारण का पहला प्रदर्शन किया था।
- प्र0 2—** दूरदर्शन पर पहला न्यूज बुलेटिन कब प्रसारित हुआ था ?
- उ0** दूरदर्शन पर समाचारों का सिलसिला 15 अगस्त 1965 से शुरू हुआ, जब दिल्ली से पहला न्यूज बुलेटिन प्रसारित किया गया था।
- प्र0 3—** वर्ष 1984 का दूरदर्शन के लिए क्या महत्व है ?
- उ0** 1984 में 15 अगस्त को देश में रंगीन टीवी प्रसारण की शुरुआत हुई और इसी के साथ देश का पहला राष्ट्रीय प्रसारण भी शुरू हुआ।
- प्र0 4—** देश का दूसरा सबसे बड़ा निजी टीवी नेटवर्क कौन सा है ?
- उ0** देश का दूसरा सबसे बड़ा निजी टेलीविजन नेटवर्क सन टीवी है जो मुख्यतः दक्षिण भारतीय भाषाओं में अपने प्रसारण करता है।

2.5 भारतीय टेलीविजन प्रसारण माध्यम :

टेलीविजन के सिग्नल तरंगों के जरिए एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुंचते हैं और इन तरंगों को प्रसारण केन्द्र से दर्शकों तक पहुंचाने में उपग्रहों की

मदद ली जाती है। लेकिन इन तरंगों को टेलीविजन तक पहुँचाने के लिए भी किसी साधन की जरूरत होती है। सबसे पहले यह काम टेलीविजन में लगाए जाने वाले विशेष ऐंटीना की मदद से किया जाता था। घरों की छतों या अन्य ऊँचे स्थानों पर लगाए जाने वाले धातु के बड़े-बड़े ये ऐंटीना एक तार के जरिए जिस 'कोएक्सल वायर' कहते हैं। टीवी से जोड़ दिख जाते थे। स्थानीय ट्रांसमीटर से प्राप्त होने वाले संदेशों को ग्रहण कर ये ऐंटीना टीवी तक पहुँचा देते थे और दर्शकों को टीवी प्रसारण दिया जाता था। लेकिन एक तो इसमें बहुत तामझाम की जरूरत होती थी और दूसरे इनके जरिए प्राप्त होने वाले सिग्नल कई बार साफ नहीं होते थे। बार-बार ऐंटीना की दिशाएं बदलनी पड़ती थीं।

इन समस्याओं को निपटाने के लिए पहले प्रयास अमेरिका में हुए। 1948 में अमेरिका में पेंसिलवेनिया के पहाड़ी इलाके में रहने वाले लोगों तक टेलीविजन सिग्नल पहुँचाने के लिए केबल का प्रयोग किया गया। 60 के दशक में कोएक्सल केबलों के जरिए टीवी सिग्नल प्रसारण अमेरिका में काफी लोकप्रिय हो गया था क्योंकि कोएक्सल तारों के जरिए टेलीविजन प्रसारण न केवल टिकाऊ था बल्कि इसके प्रसारण से गुणवत्ता भी बरकरार रहती थी।

भारत में 80 के दशक में वीडियो बूम के दौरान बीडियो कैसेट के जरिए फिल्मों देखना भारतीय मध्यवर्ग का नया शौक बन गया था। जगह-जगह खुले वीडियो पार्लरों में लोगों को मनचाहे वीडियो कैसेट उपलब्ध हो जाते थे, लेकिन इन्हें दिखा सकने वाला वीडियो कैसट प्लेयर (बीसीपी) सबके पास नहीं होता था और रंगीन टीवी तथा बीसीपी किराय में आसानी से मिल नहीं पाते थे इसलिए कई वीडियो पार्लर वाले अपने यहां ही वीडियो कैसेट दिखाने का काम करने लगे। इन्हीं वीडियो पार्लरों में से कुछ ने केबल के जरिए अपने बीसीपी में चल रही कैसेट को घर-घर दिखाने के लिए केबल टीवी का कारोबार शुरू कर दिया। मुम्बई, दिल्ली जैसे बड़े शहरों से शुरू यह कारोबार जल्द ही छोटे शहरों तक भी पहुँच गया और केबल टीवी एक लोकप्रिय जनमाध्यम बन गया। धीरे-धीरे इसमें स्थानीय समाचार और विज्ञापन भी दिखाए जाने लगे। बाद में केबल की बढ़ती लोकप्रियता

के कारण फिल्म निर्माता ने इसके जरिए फिल्म प्रदर्शन का विरोध शुरू कर दिया और यह मामला अदालतों में भी पहुंच गया।

इसी बीच हांगकांग की हचिंसन कंपनी ने एशिया सेट-1 उपग्रह के जरिए टीवी का सेटेलाइट प्रसारण शुरू कर दिया। रूपोर्ट मर्डोक ने इस मौके का फायदा उठाकर हचिंसन कंपनी और उसके स्टार (Star Satellite Television in Asian Region) नेटवर्क को खरीद लिया। 1991 में स्टार के जरिए पांच विदेशी चैनल-स्टारप्लस, बीबीसी, सीएनएन, एमटीवी, और प्राइम स्पोर्ट्स ही केबल नेटवर्क में देखे जा सकते थे। धीरे-धीरे उपग्रह चैनल बढ़ने लगे और केबल के जरिए इन्हें दिखाने वाले छोटे कारोबारियों का कारोबार भी। 1984में देश में कुल 100 केबल आपरेटर थे मगर सन् 2000 में यह संख्या एक लाख से ज्यादा हो गई थी। एंटीना पूरी तरह गायब हो चुके थे और घर-घर में केबल के जरिए टीवी देखा जाने लगा था। अब तक केवल व्यवसाय के लिए पर्याप्त नियम कानून भी नहीं बन पाए थे और छोटे केबल ऑपरेटरों को सरकारी एजेंसियों द्वारा बार-बार परेशान भी किया जाता था। इसी दौर में केबल व्यवसाय में कुछ बड़े समूह भी एमएसओ (मल्टी सर्विस ऑपरेटर) के रूप में प्रवेश कर चुके थे। इन्होंने छोटे-छोटे आपरेटरों पर शिकंजा कसते हुए पूरे बाजार पर अधिकार कर लिया। उत्तर भारत में जी समूह के सिटीकेबल, पश्चिमी भारत में हिन्दुजा ग्रुप के इन केबल, पूर्वी हिस्से में गोयनका समूह के आरपीजी केबल का और दक्षिण भारत में सन समूह के एससीबी (सुमंगली केबल विजन) का कब्जा हो गया।

29 सितम्बर 1994 की रात भारत सरकार ने केबल टीवी संचालन पर नियंत्रण के लिए केबल टेलीविजन नेटवर्क रेगुलेशन आर्डिनैस लागू कर दिया जो 1995 में कानून बन गया। इसके तहत केबल आपरेटरों का पंजीकरण आवश्यक था। अश्लील प्रसारण पर रोक लगा दी गई थी और विज्ञापन आचार संहिता भी बन ही गई थी। वर्तमान में भारत का केबल उद्योग चीन और अमेरिका के बाद तीसरे स्थान पर है। देश में इस समय केबल का कारोबार 18,000 करोड़ से अधिक हो गया है। बड़े आपरेटरों में सिटी केबल, इन केबल, आरपीजी नेटकाम, सुमंगली

केबल विजन, हैथवे बल (पूर्ववर्ती विन केबल), ऊड़ीसा की ऑरटेल, मध्यप्रदेश और राजस्थान का भाष्कर टीवी, मध्य प्रदेश के राज टीवी और ओटीसी आदि प्रमुख हैं। अनेक क्षेत्रों में स्थानीय छोटे केबल आपरेटर भी अपने संगठन बनाकर एक सिंडिकेट केबल आपरेटर के रूप में काम करने लगे हैं।

वर्तमान में केबल टीवी का स्वरूप बदल रहा है। डिजीटल तकनीक अपनाई जाने लगी है और कोएक्स केबलों के स्थान पर ऑप्टिकल फाइबर का इस्तेमाल होने लगा है। केबल के साथ इंटरनेट सेवा भी उपलब्ध कराई जाने लगी है और यह कहा जा सकता है कि टेलीविजन प्रसारण की नई-नई तकनीकों के खतरे के बावजूद केबल का भविष्य अब भी सम्भावनाओं से भरपूर है।

भारत में एंटीना के बाद केबल और अब डीटीएच के जरिए भी टीवी का प्रसारण-वितरण हो रहा है। डीटीएच यानी डायरेक्ट टु होम एक ऐसी विशेष सेवा है जिसमें उपभोक्ता अपने घर पर एक छोटी डिश के जरिए उपग्रह से भेजे जाने वाले टेलीविजन संकेतों को प्राप्त कर सकता है और एक अन्य उपकरण सेट टॉप बॉक्स के द्वारा उन्हें टीवी पर देख सकता है। यह सेवा केबल से इस मायने में बेहतर है कि इसमें कोएक्सल केबल का जाल नहीं बिछाना पड़ता और प्रसारण की गुणवत्ता भी अधिक अच्छी होती है।

भारत में इस सेवा की शुरुआत 2001 में हुई। हालाँकि स्टार टीवी ने 1997 में इसके लिए काम शुरू कर दिया था मगर उस वक्त सरकार ने इस सेवा पर प्रतिबन्ध लगा दिया। बाद में इसके लिए कायदे-कानून बनाए गए और 2001 में सबसे पहले दूरदर्शन को डीटीएच सेवा शुरू करने की अनुमति मिली। दूरदर्शन की डीटीएच सेवा का नाम 'डीडी-डायरेक्ट' था। इस सेवा के तहत एक डिश की मदद से देश भर में किसी भी स्थान पर दूरदर्शन के सारे चैनल देखे जा सकते हैं। यह सेवा पूरी तरह निःशुल्क है और इसमें दूरदर्शन के चैनलों के अलावा 56 टीवी चैनल तथा रेडियो चैनल भी निःशुल्क उपलब्ध होते हैं। ये सब इनसेट 2 -ई उपग्रह से प्रसारित होने वाले चैनल हैं। पूरी तरह निःशुल्क होने के कारण यह

ग्रामीण क्षेत्रों में खूब लोकप्रिय है। लेकिन थे चैनल इसमें न दिखाए जाने के कारण शहरों में इसका अपेक्षित विस्तार नहीं हो सका है।

देश में निजी क्षेत्र को डीटीएच सेवा शुरू करने की इजाजत कुछ शर्तों के साथ मिली है। जैसे पहले से प्रसारण करने वाली या केबल का कारोबार करने वाली कंपनियां इसमें 20 फीसदी से अधिक भागीदारी नहीं रख सकतीं। साथ ही डीटीएच में विदेशी निवेश की सीमा 49 फीसदी से अधिक नहीं बढ़ाई जा सकती। जी समूह ने सबसे पहले डिश टीवी के जरिए अपनी डीटीएच सेवा की शुरुआत की। इसके बाद टाटा समूह की स्टार के साथ टाटा स्काई सेवा शुरू हुई। संचार क्षेत्र में कार्यरत रिलायंस समूह (अनिल अम्बानी) की बिग टीवी, एयरटेल की एयरटेल डिजीटल टीवी और सन टीवी की सन डायरेक्ट तथा वीडियो को डी2एच देश में कार्यरत प्रमुख डीटीएच कंपनियां हैं। ये कंपनियां जो देश के लगभग 14 फीसदी टीवी दर्शकों को अपनी सेवा दे रहीं हैं और इनका दायरा लगातार बढ़ता जा रहा है। डीटीएच की शुरुआत के समय पर माना जा रहा था कि इसके आने पर केवल टीवी खत्म ही हो जायेगा, मगर ऐसा हुआ नहीं। हालाँकि डीटीएच की गुणवत्ता केबल से कट्टी बेहतर है। लेकिन आरम्भिक लगात मूल्य अधिक होने तथा अधिक मंहगी होने के कारण यह सेवा अभी चुनींदा शहरी उपभोक्ताओं के बीच ही लोकप्रिय हो पायी है। इसलिए डीटीएच प्रदाता कंपनियां अपनी-अपनी सेवा को लोकप्रिय बनाने की होड़ में नए-नए तरीके अपना रहीं हैं। कभी कीमतों में कमी करके तो कभी नई-नई सेवाएं और सुविधाएं बढ़ाकर दर्शकों को लुभाने में जुटी हुई हैं।

बोध प्रश्न

प्र0 1- केबल प्रसारण में संकेतों को ले जाने के लिए किस प्रकार के माध्यम का प्रयोग होता है ?

उ0 केवल प्रसारण में संकेत कोएक्सल वायरों के जरिए ले जाए जाते हैं। अब कोएक्सल केबलों की जगह ऑप्टिकल फायबर भी इस्तेमाल होने लगा है।

- प्र0 2-** टेलीविजन प्रसारण में सबसे पहले केबल का प्रयोग कहां किया गया?
- उ0** अमेरिका के पेंसिलवेनिया प्रान्त में पहली बार 1948 में टीवी प्रसारण के लिए केबल का उपयोग हुआ था।
- प्र0 3-** देश के कुछ प्रमुख केबल ऑपरेटरों के नाम बताइए।
- उ0** देश के प्रमुख केबल ऑपरेटरों में सिटी केबल, इनकेबल, सुमंगली केबल विजन व हैथवे आदि शामिल हैं।
- प्र0 4-** भारत में डीटीएच सेवा कब शुरू हुई ?
- उ0** भारत में डीटीएच सेवा 2001 में शुरू हुई।

2.6 भारतीय टेलीविजन पत्रकारिता का सफर :

समूचे विश्व में समाचार माध्यम के रूप में टेलीविजन की शुरुआत बहुत धीरे-धीरे हुई। सीएनएन ने टीवी न्यूज को पहली बड़ी पहचान दी। खासकर 1986 में स्पेस शटल चैलेंजर की दुर्घटना और 1990 के खाड़ी युद्ध के दिनों में, ब्रिटेन में 24 घंटे का पहला न्यूज चैनल रूपर्ट मर्डोक का स्काई न्यूज था जो 1989 में लन्दन से शुरू हुआ। इसके कई वर्ष बाद 1997 में बीबीसी ने अपना 24 घंटे का न्यूज चैनल शुरू किया।

भारत में टीवी न्यूज की शुरुआत दूरदर्शन से हुई। लेकिन भारतीय टीवी पत्रकारिता की असली कहानी तो निजी न्यूज चैनलों के आगमन के बाद ही लिखी गई। जैन टीवी ने सबसे पहले जनवरी 1994 में निजी क्षेत्र में पहला न्यूज कार्यक्रम शुरू किया। इसके बाद 13 मार्च 1995 से जी टीवी पर भी शाम को खबरों का प्रसारण शुरू हो गया। जीटीवी ने ही एक फरवरी 1999 को अपना 24 घंटे का न्यूज चैनल भी शुरू कर दिया। इसी दौर में बिजनेस इण्डिया ग्रुप ने बी आई टीवी

के नाम से खबरों की दुनिया में उतरने की तैयारी शुरू की लेकिन यह पखान नहीं चढ़ सकी और तैयारी के स्तर पर ही धराशाई हो गई।

देश में टेलीविजन न्यूज को निर्णायक मोड़ देने वाला 'आजतक' था। 17 जुलाई 1995 को 'आजतक' बीस मिनट के एक बुलेटिन के रूप में दूरदर्शन पर प्रसारित होना शुरू हुआ और जल्द ही इसने अपनी प्रस्तुति, अंदाज, तेवर तथा भाषा की मदद से दर्शकों को बांध लिया। दूरदर्शन के बांधे बंधाए ढर्रे से अलग आज तक की शैली और संपादकीय नजर के चलते आज तक की खबरें टीवी न्यूज के दर्शकों की मनपसन्द खबरें बन गईं। आज तक की इस सफलता के पीछे एस पी सिंह और उनकी बनाई हुई टीम साफ नजर आती थी और आज भी देश के प्रायः सभी प्रमुख चैनलों में इसी टीम के सदस्य महत्वपूर्ण पदों पर नजर आते हैं। आज तक की इस अभूतपूर्व सफलता ने आज तक को तो एक ब्रैंड बना ही दिया हिन्दी को भी बहुत महत्वपूर्ण स्थान पर स्थापित कर दिया और यह मान लिया गया कि हिन्दी न सिर्फ भारतीय जनमानस की भाषा है बल्कि यह भी कि हिन्दी बाजार की सफल भाषा भी है। उन दिनों दक्षिण में चेन्नई और बंगलौर और त्रिवेन्द्रम में भी आजतक की खबरों का इन्तजार किया जाने लगा था और विज्ञापनकर्ताओं को तो 10-12 महीने पहले बुकिंग करने पर भी मनचाहा समय नहीं मिल पाता था।

हाँलाकि 1998 में शुरू हुए स्टार न्यूज ने शुरू में हिन्दी के बजाय अंग्रेजी को प्रमुखता दी और उसके हिन्दी बुलेटिन अंग्रेजी के अनुवाद भर होते थे। इसलिए इसे प्रारम्भ में स्वीकार्यता नहीं मिल पाई। स्टार न्यूज ने दूरदर्शन पर न्यूज टुनाइट और वर्ल्ड दिस वीक कार्यक्रमों से चर्चित हुए प्रणव राय के एनडीटीवी से समझौता कर अपना न्यूज चैनल शुरू किया और यह 24 घंटे का न्यूज चैनल मार्च 2003 तक स्टार नेटवर्क पर चलता रहा। इसके बाद प्रणव राय ने एनडीटीवी 24x7 अंग्रेजी में तथा एनडीटीवी इण्डिया नाम 24 घंटे हिन्दी न्यूज चैनल शुरू किया जो आज भी प्रसारित हो रहे हैं। एक वक्त में एनडीटीवी 24x7 अंग्रेजी का नम्बर एक चैनल था। मगर आज टाइम्स ऑफ इण्डिया का टाइम्स नाऊ और आईवीएन -7 उसे पछाड़ रहे हैं। आज तक समूह का हेड लाइंस टुडे भी होड़ में बना हुआ है

हालाँकि इसकी खबरों की प्रस्तुति सबसे अलग होती है। एनडीटीवी से करार टूटने पर स्टार ने मार्च 2003 के अन्त में स्टार न्यूज चैनल शुरू कर दिया। शुरू में इसका मुख्यालय मुम्बई में था। मगर अब यह भी दिल्ली (नोयडा) में आ गया है। हाँलाकि आज तक 24 घंटे के न्यूज चैनल के रूप में 31 दिसम्बर 2000 से परिवर्तित हुआ था लेकिन दर्शकों के बीच आते ही इसकी लोकप्रियता सबसे उपर हो गई। आज तक ने 24 घंटे के न्यूज चैनल के रूप में भी अपना अलग अंदाज और खबर को सबसे पहले कवर करने की परम्परा जारी रखी और अनेक उतार चढ़ावों के बावजूद यह अब भी देश का नम्बर एक निजी न्यूज चैनल बना हुआ है।

सीएनएन के सहयोग से शुरू हुआ आईबीएन -7 भी वर्तमान में एक विशिष्ट चैनल की पहचान बना चुका है। यह चैनल जागरण समूह द्वारा शुरू किए गए चैनल-7 को आईबीएन समूह द्वारा खरीद कर नए अंदाज में पेश किया गया था। न्यूज ट्वेंटी फोर, लाइव इण्डिया, इण्डिया टीवी आदि हिन्दी के कुछ अन्य चर्चित न्यूज चैनल हैं जो 24 घंटे समाचार और समाचारों के साथ मनोरंजन परोस कर दर्शकों को आकृष्ट करने का प्रयास कर रहे हैं।

देश में क्षेत्रीय चैनलों और भाषाई चैनलों की अपनी अलग दुनिया है। ई टीवी, जी टीवी और स्टार न्यूज कई क्षेत्रीय भाषाओं में भी अपने न्यूज चैनल चला रहे हैं। जबकि तमिल, तेलगू, कन्नड़, मलयालम, बांग्ला, उड़िया, पंजाबी, मराठी और गुजराती भाषाओं में अनेक क्षेत्रीय न्यूज चैनल समाचार व अन्य कार्यक्रम प्रस्तुत कर रहे हैं। मार्च 2003 में जब सहारा समय 24 घंटे के राष्ट्रीय न्यूज चैनल के रूप में आया तो उसने पहले उत्तर प्रदेश उत्तराखण्ड और 6 महीने बाद मध्य-प्रदेश छत्तीसगढ़ नामक दो क्षेत्रीय न्यूज चैनल भी शुरू कर दिए थे। इसी तरह दिल्ली और निकटवर्ती दर्शकों को ध्यान में रखकर अनेक एनसीआर न्यूज चैनल भी समय-समय पर दर्शकों को देखने को मिलते रहते हैं। टोटल टीवी, एस-वन, सहारा एनसीआर, तथा दिल्ली आज तक ऐसे ही चैनल हैं।

आज टेलीविजन न्यूज चैनल शुरू करना कोई बहुत मंहगा उपक्रम नहीं रह गया है और टीवी न्यूज चैनल का मालिक होना किसी भी व्यक्ति या संस्था के सामाजिक- राजनीतिक संदर्भ और हैसियत दोनों ही बदल देता है। इसलिए इस समय चैनल चलाने वालों में होड़ सी मची है नए-नए व्यवसायी बिल्डर्स और दूसरी कंपनियां इस कारोबार में उतरने के लिए तैयार हैं। सूचना और प्रसारण मंत्रालय के कुछ नियंत्रण न होते तो अब तक शायद सैकड़ों न्यूज चैनल शुरू हो गए होते। बहरहाल न्यूज चैनलों की इस होड़ के बाद भी चैनलों के विस्तार की सम्भावनाएं खत्म नहीं हुई हैं। हालाँकि न्यूज चैनलों के कंटेंट में लगातार गिरावट आती जा रही है और यह जागरूक लोगों के लिए एक बड़ी चिन्ता का विषय है।

बोध प्रश्न

- प्र0 1—** देश का पहला निजी 24 घंटे का न्यूज चैनल कौन सा था ?
- उ0** एक फरवरी 1999 से शुरू हुए जी न्यूज को देश का पहला 24 घंटे का न्यूज चैनल माना जाता है।
- प्र0 2—** आज तक का पहला प्रसारण कब हुआ था ?
- उ0** एस पी सिंह के संपादकत्व में आज तक का पहला प्रसारण 17 जुलाई 1995 को हुआ था।
- प्र0 3—** 'वर्ल्ड दिस वीक' क्या था ?
- उ0** 'वर्ल्ड दिस वीक' प्रणव राव के एनडीटीवी द्वारा बनाया गया एक साप्ताहिक न्यूज बुलेटिन था, जिसमें विदेशों की खबरें दिखाई जाती थीं और यह दूरदर्शन पर प्रसारित होता था।
- प्र0 4—** कुछ प्रमुख हिन्दी न्यूज चैनलों के नाम बताइए ?
- उ0** प्रमुख हिन्दी न्यूज चैनलों में आजतक, जी न्यूज, स्टार न्यूज, एन डीटीवी इण्डिया, आईबीएन-सेवन, इण्डिया टीवी, लाइव इण्डिया, न्यूज ट्वैंटी फोर आदि हैं।

2.7 न्यूज चैनलों में 'समाचार' का बदलता चेहरा :

देश में निजी न्यूज चैनलों का जन्म और विकास इसलिए हुआ कि देश में दूरदर्शन पर प्रस्तुत समाचार लोगों की जिज्ञासा और अभिरुचि को संतुष्ट नहीं कर पा रहे थे। दूरदर्शन पर सरकारी एजेंसी की तरह पक्ष विशेष के लिए काम करने का आरोप भी लगता था। लेकिन निजी न्यूज चैनलों को शुरू हुए दस वर्ष भी नहीं बीते थे कि इन चैनलों से भी दर्शकों का मोह भंग होने लगा।

1975 में आपातकाल का असर दूरदर्शन पर भी हुआ था। इसके बाद बनी जनता पार्टी की सरकार ने दूरदर्शन को स्वायत्तता देने के लिए वरिष्ठ पत्रकार बी. जी. वर्गीज की अध्यक्षता में वर्गीज समिति का गठन किया। इस समिति ने केन्द्र सरकार को 3 फरवरी 1978 को 'आकाश भारती' नाम से अपनी रिपोर्ट प्रस्तुत की, जिसमें जनसंचार माध्यमों के लोकतंत्रीकरण पर जोर देते हुए सुझाव दिया गया था कि "जनसंचार माध्यम के रूप में रेडियो और टेलीविजन को व्यापक परिप्रेक्ष्य के अनुरूप तथा संचार की राष्ट्रीय नीति के दिशा निर्देशों के अनुकूल होना चाहिए।" इसमें जनता के साथ संवाद की भी वकालत की गई थी। लेकिन इस समिति की सिफारिशों पर सही ढंग से अमल नहीं हो सका और दूरदर्शन पर नौकरशाही ही हाबी होते रहे।

1984 में जब दूरदर्शन ने प्रायोजित कार्यक्रमों की शुरुआत की तो इसके बाद दूरदर्शन की आय में तो अभूतपूर्व वृद्धि हुई ही, इसके कंटेंट में भी बदलाव आने लगा। इसी के बाद मनोहर श्याम जोशी द्वारा लिखा गया हम लोग ,खानदान, बुनियाद आदि सोप औपेरा शुरू हुए । 78 एपीसोड वाले रामायण और 104 एपीसोड वाले महाभारत ने दर्शकों को बांधने और विज्ञापन बटोरने में सारे रिकार्ड तोड़ दिए थे। इसी दौर में जवाहर लाल नेहरू की किताब 'डिस्कवरी ऑफ इण्डिया' पर आधारित श्याम बेनगल का 'भारत एक खोज' जैसे महत्वपूर्ण सीरियल भी दूरदर्शन पर प्रस्तुत हुए। दूरदर्शन के समाचार तब तक ड्राइ एंकर रीड और एंकर ऑन बिजुअल के फार्मेट में ही थे लेकिन कई स्तरीय समसामयिक विषयों के

कार्यक्रमों ने दूरदर्शन को तब भी अलग पहचान दी थी। 'फोक' ऐसा ही एक कार्यक्रम था, जिसमें समसामयिक विषयों पर चर्चा की जाती थी। एम जे अकबर द्वारा प्रस्तुत 'न्यूज लाइन' भी अपनी खोज परक रिपोर्टिंग के कारण एक चर्चित समसामयिक कार्यक्रम के रूप में पहचान बना चुका था।

कमलेश्वर द्वारा प्रस्तुत 'परिक्रमा' एक ऐसा कार्यक्रम था जिसने हिन्दी में टीवी फीचर पत्रकारिता को एक नया रूप दिया। विनोद दुआ का 'जनवाणी' एक ऐसा कार्यक्रम था जिसमें आम जनता के सवालों के जवाब मंत्रियों और अधिकारियों द्वारा दिए जाते थे। सच की परछाईयां भी एक उल्लेखनीय कार्यक्रम था, जो विकास का असली सच प्रस्तुत करता था। विनोद दुआ का ही 'परख' एक लोकप्रिय समाचार फीचर था। सिद्धार्थ काक का 'सुरभि' भारत की सांस्कृतिक विरासत को बताता था और एनटीवी का 'वर्ल्ड दिस वीक' दुनिया भर की खबरों का बेहतरीन प्रस्तुतिकरण था। 1989 में संसदीय चुनावों में दूरदर्शन ने निजी क्षेत्र को चुनाव कवरेज का मौका दिया और इस तरह भारत के निजी क्षेत्र में न्यूज और समसामयिक विषयों पर आधारित कार्यक्रमों के चैनलों के जन्म की पृष्ठभूमि तैयार हुई।

आज तक ने 24 घंटे के न्यूज चैनल के रूप में शुरू होते ही पहले इलाहाबाद कुम्भ और फिर गुजरात भूकम्प की खबरों के प्रस्तुतिकरण में जो तेजी दिखाई उसने भारतीय टीवी समाचारों के लिए नयी सम्भावनाओं के द्वार खोल दिए। 2003 में डिजीटल तकनीक के आगमन के बाद न्यूज चैनलों को चलाने में ज्यादा आसानी हो गई। इस तकनीकी के कारण लाइव रिपोर्टिंग भी आसान हो गई और टीवी रिपोर्टों को युद्ध के मोर्चों से लेकर सुनामी की तबाही तक हर जगह घटना के बीच में जाकर काम करने के अवसर भी मिलने लगे। लेकिन चैनलों की बढ़ती संख्या और टीआरपी में बने रहने यानी दर्शकों के बीच बने रहने के लिए टीवी न्यूज चैनलों में तरह-तरह के नए हथकण्डे अपनाने शुरू कर दिए।

यह वह वक्त था जब भारतीय टीवी न्यूज पर सनसनी का हमला हुआ । 2003 में दर्शकों को आकृष्ट करने की होड़ में न्यूज चैनलों ने अपराध का सहारा लेना शुरू किया। अमेरिका का उदाहरण सामने रखकर एक के बाद एक, सभी चैनलों ने 'क्राइम शो' शुरू कर दिए। न्यूज चैनलों में इस सनसनी की शुरुआत घटती दर्शक संख्या को रोकने के लिए एनडीटीवी ने की। उसके 'क्राइम शो' एफआईआर के बाद जी न्यूज ने 'क्राइम फाइल', स्टार न्यूज ने 'रेड अलर्ट' और आज तक ने 'जुर्म' जैसे अपराध की खबरों पर आधारित कार्यक्रम शुरू कर दिए। हालाँकि अपराध समाचारों पर प्रदर्शित होने वाला पहला कार्यक्रम जी टीवी का 'इंडियाज मोस्ट वांटेड' नाकम कार्यक्रम था। यह कार्यक्रम 'अमेरिकन मोस्ट वांटेड' की नकल में बनाया गया था और इस साप्ताहिक कार्यक्रम के कुल 86 एपिसोड दिखाए गए थे। हालाँकि ऐसे ज्यादातर कार्यक्रम रात 11 बजे के आस-पास दिखाए जाते थे लेकिन फिर भी इन्होंने भारतीय दर्शकों की रुचि को काफी हद तक विकृत किया। जी न्यूज के क्राइम फाइल और क्राइम रिपोर्टर, स्टार न्यूज के रेड अलर्ट और सनसनी, आज तक के जुर्म, बारदात और हत्यारा कौन, एनडीटीवी का एफ आईआर और डायल हंड्रेड आदि ऐसे प्रमुख कार्यक्रम थे जिन्होंने टेलीविजन पत्रकारिता की मर्यादा और स्तर दोनों को ही गहरी क्षति पहुंचाई। हालाँकि टी आरपी बटोरने में इनसे चैनलों को थोड़ी मदद जरूर मिली।

निजी न्यूज चैनलों की पत्रकारिता में एक अहम मोड़ 'स्टिंग आपरेशन' यानी खुफिया पत्रकारिता का आगमन था। 19 मार्च 2010 को प्रदर्शित रक्षा सौदों में दलाली की पोल खोलता 'आपरेशन वेस्टएंड' तहलका डॉट कॉम बेब साइट द्वारा किया गया था। हाँलाकि इस आपरेशन के लिए तहलका को कई मुकदमों में झेलने पड़े लेकिन इसके कारण कई नेताओं और अधिकारियों को अपने पदों से हाथ भी धोने पड़े । 2005 में आज तक ने कोबरा पोस्ट डॉट काम के सहयोग से संसद में सवाल पूछने के लिए सांसदों के रिश्वत लेने की पोल खोलता आपरेशन दुर्योधन प्रसारित किया। जिसके बाद 11 सांसदों की सदस्यता समाप्त कर दी गई । 2005 में ही आज तक पर बिक्री कर विभाग की घूसखोरी, इण्डिया टीवी पर कास्टिंग काऊच के मामले, तिहाड़ जेल में घूसखोरी आदि कई स्टिंग आपरेशन दिखाए।

स्टार न्यूज के ऑपरेशन चक्रव्यूह ने सांसदों द्वारा सांसद निधि की सौदेबाजी दिखाई। मगर इसी के साथ स्टिंग आपरेशन बेडरूम और सैक्स सम्बन्धों के खुलासों पर केन्द्रित होने लगे और टेलीविजन पत्रकारिता का एक महत्वपूर्ण हथियार विवादों में घिर गया।

2006 के बाद चैनल अपराध के साथ अंधविश्वास, भय और भूत की शरण में जाने लगे। मार्च 2006 में स्टार न्यूज पर कौन है। शुरू हुआ तो आज तक ने खौफ और जी न्यूज ने भूत बंगला शुरू कर दिया। चमत्कार, अंधविश्वास तो आज भी चैनलों की प्रिय विषय हैं। हस्तरेखा, टैरोकार्ड, भविष्यफल, और ज्योतिष की सलाह जैसे कार्यक्रम सभी प्रमुख टीवी न्यूज चैनलों के कार्यक्रमों का अहम हिस्सा बन गए हैं। सिनेमा और खेल का इतना हस्तक्षेप बढ़ गया है कि लोगों ने न्यूज चैनलों को न्यूज चैनल के बजाय नफोटेनमेंट चैनल यानी मनोरंजन के साथ सूचना चैनल कहना शुरू कर दिया है। ऐसा ही हाल अंधविश्वास और अपराध के कार्यक्रम के नाट्य रूपान्तरणस का है। खबरों को इस तरह रूपांतरित किया जाता है कि आलोचक अब यह कहने लगे हैं कि टीवी पत्रकार को रंगकर्म भी सिखाया जाना चाहिए। टेलीविजन न्यूज आज अपना रूप बदल कर 'निक्शन' हो गई है निक्शन यानी न्यूज आधारित फिक्शन इनमें न्यूज के सारे सिद्धान्त, सारे कायदे उल्टे होने लगे हैं। पेज— श्री जर्नलिज्म, सेलीब्रिटी जर्नलिज्म, इंटरट्रेनमेंट जर्नलिज्म और आइटम जर्नलिज्म जैसे नए अध्यायों से सजती टेलीविजन न्यूज में असली खबर आज कहीं खोती जा रही है। भारतीय दर्शकों की रुचि अवश्य बदल रही है, लेकिन टेलीविजन न्यूज उसे बदलने में सकारात्मक नहीं नकारात्मक प्रभाव अधिक पैदा कर रही है।

बोधप्रश्न

- प्र0 1—** दूरदर्शन में सुधारों पर वर्गीज कमेटी ने अपनी रिपोर्ट कब प्रस्तुत की थी?
- उ0** वर्गीज कमेटी ने 'आकाश भारती' नामक अपनी रिपोर्ट 8 फरवरी 1978 को केन्द्र सरकार को सौंपी थी।

- प्र0 2-** दूरदर्शन में प्रायोजित कार्यक्रमों की शुरुआत कब हुई ?
- उ0** दूरदर्शन में प्रायोजित कार्यक्रमों की शुरुआत 1984 में हुई।
- प्र0 3-** न्यूज चैनलों में अपराध कार्यक्रम की शुरुआत कब हुई ?
- उ0** न्यूज चैनलों में अपराध कार्यक्रम की शुरुआत 2003 में हुई।
- प्र0 4-** न्यूज चैनलों में प्रदर्शित पहला स्टिंग ऑपरेशन कौन सा था ?
- उ0** तहलका डॉट काम द्वारा किया गया 'ऑपरेशन वेस्टएंड' देश का पहला टीवी स्टिंग ऑपरेशन था। इस ऑपरेशन में छिपे कैमरों के जरिए रक्षा सौदों में दलाली का खुलासा किया गया था।

2.8 सारांश :

टेलीविजन का जन्म बहुत पहले नहीं हुआ और टीवी प्रसारण ने तो अभी अपने 75 वर्ष ही पूरे किए हैं। लेकिन लगभग 75 वर्ष की इस अवधि में ही इस माध्यम ने अपनी जो पकड़ और विस्तार कायम किया है वह हैरान करने वाला है। इससे कुछ पहले विकसित रेडियो अपने चरम उत्कर्ष के बाद अब फिर से लोगों के बीच लोकप्रिय होने का प्रयास कर रहा है और प्रिंट मीडिया बेहद स्थानीय होते जाने के कारण अपने प्रभाव और पकड़ को कमजोर करता जा रहा है। लेकिन टीवी का न सिर्फ विस्तार हो रहा है। बल्कि इसने दुनिया को बेहद करीब भी ला दिया है। आज मिश्र में जो हो रहा है, यमन या लीबिया में जो घट रहा है। वह विश्व के किसी भाग में रह रहा आदमी टीवी की मदद से सजीव रूप में देख सकता है। टीवी न सिर्फ दिखाता है बल्कि यह दर्शक की विचारधारा, उसकी सोच और उसकी पसंद-नापसंद को भी प्रभावित करता है।

समाज विज्ञानी भी इस रूप में टीवी के महत्व को स्वीकार करते हैं भारत जैसे देशों में टीवी की शुरुआत के पीछे यही सबसे बड़ा तर्क भी था कि टीवी के

जरिए जनशिक्षण किया जा सकता है। इसी के तहत 1975 में भारतीय दूरदर्शन पर उपग्रह के जरिए साइट नामक प्रयोग शुरू किया गया। सैटेलाइट इंस्ट्रक्शनल टेलीविजन एक्सपेरीमेंट (SITE) नामक इस परियोजना में अमेरिकी उपग्रह ATS-6 को एक साल के लिए किराए पर लिया गया और बिहार, उड़ीसा, आंध्र प्रदेश, राजस्थान और कर्नाटक आदि के 240 सबसे पिछड़े गांवों में उपग्रह के जरिए 1 अगस्त 1975 से एक वर्ष तक विशेष कार्यक्रमों का प्रसारण किया गया। कृषि, स्वास्थ्य, परिवार नियोजन और राष्ट्रीय एकता के विषयों पर प्रस्तुत ये कार्यक्रम हिन्दी, उड़िया, कन्नड़ व तेलगू में थे और रोज सुबह – शाम चार घंटे प्रसारित होने वाले इन कार्यक्रमों का सम्बन्धित गांवों में जबर्दस्त प्रभाव भी हुआ था। लेकिन दुर्भाग्यवश 'साइट' के अनुभव का अधिक लाभ नहीं उठाया जा सका और बाद में इसी सोच पर चलने की कोशिश करते हुए दूरदर्शन पर 'सरकारी माध्यम' होने की मोहर सी लग गई और उसकी विश्वसनीयता पर संदेह होने लगा। ऐसी स्थिति में जब निजी चैनल आए तो उनसे लोगों की अपेक्षाएं और उम्मीदें बहुत बढ़ गई थीं।

समाचार चैनलों ने कई मायनों में लोगों की उम्मीदों को पूरा भी किया और एक जनमाध्यम के दायित्वों के निर्वहन के प्रयासों पर खरा उतरने की कोशिश भी की। लेकिन जल्द ही बाजारवाद की छाया ने लोगों का भरम तोड़ दिया। मनोरंजन चैनलों की तरह ही न्यूज चैनलों ने भी 'जनता जो देखना चाहती है वही हम दिखाते हैं' या "बाजार में बने रहने के सब कुछ करना पड़ता है" जैसे तर्क देते हुए अपने असल दायित्वों से मुंह फिर लिया। सनसनी, खुद फैसेले देने की जल्दबाजी, दायित्वहीनता, अश्लीलता अंधविश्वास, भय और चमत्कार का सहारा लेकर दर्शकों को बांधे रखने की कोशिशों ने न्यूज चैनलों को जागरूक लोगों की आलोचना का भी शिकार बनाया और सरकार की ओर से भी निजी चैनलों पर अंकुश के लिए 'ब्रॉडकास्ट बिल' जैसे प्रयास होने लगे। ऐसे में न्यूज चैनल मालिकों ने मीडिया की स्वायत्तता का सवाल उठाकर सरकारी प्रयासों का विरोध शुरू किया और इण्डिया ब्रॉडकास्टर एसोशिएसन बना कर स्वयं की आचार संहिता की वकालत शुरू कर दी।

अब आम दर्शक यह एक मानता है आचार संहिता कि चाहे सरकारी हो अथवा चैनल मालिकों की खुद की, लेकिन भारतीय न्यूज चैनलों के लिए किसी न किसी तरह की आचार संहिता होनी जरूर चाहिए। चैनलों को दर्शकों के साथ-साथ समाज, संस्कृति और लोकतंत्र के लिए भी जिम्मेदार होना चाहिए।

आज तकनीक का जमाना है और टेलीविजन ने तकनीक में निरन्तर हो रहे विकास का भरपूर लाभ भी उठाया है। टेलीविजन प्रसारण के मामले में भी इसका असर साफ देखा जा सकता है। एक और केबल टेलीविजन के डिजिटलीकरण की प्रक्रिया शुरू हो रही है और दूरसंचार नियामक आयोग के अनुसार 2015 तक हर हाल में केवल टीवी का डिजिटलीकरण पूरा कर लिया जाएगा। यानी 2015 के बाद मौजूदा तरीके से केबिल के जरिए टीवी का वितरण-प्रसारण नहीं किया जा सकेगा। दूसरी ओर डिश के जरिए टेलीविजन प्रसारण करने वाली कंपनियां लगातार अपनी गुणवत्ता सुधार रहीं हैं। हाई डिफिकेशन (एच डी) चैनल शुरू करने के लिए डिश के जरिए प्रसारण करने वाले डिश टीवी ने 30 एच डी चैनल शुरूकर बाजार में पहला धमाका कर दिया है। एच डी चैनल की खूबी यह है कि इसमें प्रसारण का स्तर बेहद सुधर जाता है और टीवी पर असल दृश्यों का मजा मिलने लगता है। भविष्य में जब सभी चैनल एच डी बन जाएंगे तो टीवी दर्शकों को अधिक गुणवत्ता वाला प्रसारण देखने को मिल सकेगा। यानी टीवी प्रसारण के में और बेहतर होने की उम्मीद अब भी बरकरार हैं।

2.9 शब्दावली :

आइकोनोस्कोप : आइकोनोस्कोप अमेरिका में बसे रूसी वैज्ञानिक ब्लादीमिर ज्वोर्खिन द्वारा 1923 में बनाया गया एक यंत्र था, जिसे इलेक्ट्रानिक टेलीविजन प्रणाली का आधार माना जाता है। ज्वोर्खिन ने ही 1926 में कैथोड किरणों की मदद से काम करने वाला काइनेस्कोप नामक टेलीविजन यंत्र भी बनाया था। काइनेस्कोप और आइकोनोस्कोप मिलकर पूर्ण टेलीविजन प्रणाली बनाते थे।

एनबीसी. : एनबीसी यानी नेशनल ब्रॉडकास्टिंग कारपोरेशन ने अमेरिका में टेलीविजन प्रसारण की शुरुआत करने में अहम भूमिका निभाई थी। इसने जब 30 अक्टूबर 1931 को अमेरिका की सबसे ऊंची इमारत, एक्पायर स्टेट बिल्डिंग से अपने प्रसारण की शुरुआत की तो उसके कारण अमेरिका में टेलीविजन प्रसारण का क्षेत्र बहुत बढ़ गया था। एन बी सी ने ही अमेरिकी कंपनी सीबीएस के साथ साथ 1946 से 15-15 मिनट के नियमित न्यूज बुलेटिनों की भी शुरुआत की थी।

टेलीनॉवेला : टेलीनॉवेला ब्राजील के टीवी की देन है। 60 के दशक में ब्राजील के टेलीनॉवेला कार्यक्रम निर्माताओं ने ब्राजील की जनता की पंसद के आधार पर नए प्रयोग के तौर पर ऐसे धारावाहिकों का निर्माण शुरू किया जो उपन्यासों की तरह कथावस्तु वाले होते थे। इन्हीं धारावाहिकों को टेलीनॉवेला (Television Novel) कहा जाता है। ब्राजील टीवी के ये टेलीनॉवेला सिर्फ ब्राजील ही नहीं यूरोप, एशिया, अफ्रीका और अन्य लेटिन अमेरिकी देशों में बहुत लोकप्रिय हुए। 'इसावरा द स्लेव' (Isavra - The Slave) नामक एक ऐसा ही टेलीनॉवेला पोलैण्ड, चीन, क्यूबा और अमेरिकी देशों में भी निर्यात किया गया और खूब लोकप्रिय हुआ। यह ब्राजील में दासता के खिलाफ संघर्ष की कहानी पर आधारित था।

साइट : साइट (Site) यानी सैटेलाइट इंस्ट्रक्शन टेलीविजन एक्स पेरिमेंट 1975 में भारतीय दूरदर्शन पर जनकल्याण के लिए शुरू किया गया एक विशेष कार्यक्रम था। इस कार्यक्रम के तहत अमेरिका के उपग्रह एटीएस-6 को एक वर्ष के लिए किराए पर लिया गया था और उसकी मदद से बिहार, उड़ीसा, कर्नाटक, आंध्रप्रदेश, और राजस्थान के 2400 सबसे पिछड़े गांवों में एक वर्ष के लिए रोजाना 4 घंटे के विशेष कार्यक्रम प्रसारित किए गए। इसमें कृषि, स्वास्थ्य, परिवार नियोजन और राष्ट्रीय एकता के बारे में लोगों को जागरूक किया गया। लेकिन इस कार्यक्रम का विस्तार नहीं हो सका और दूरदर्शन के अन्य कार्यक्रमों की विषयवस्तु के निर्धारण के बारे में भी इसके अनुभवों की खास मदद नहीं ली जा सकी।

जनवाणी : जनवाणी दूरदर्शन पर प्रसारित होने वाला एक ऐसा कार्यक्रम था जिसमें आम लोगों की समस्याओं और उनके सवालों के जवाब मंत्रियों और अधिकारियों द्वारा दिए जाते थे। विनोद दुआ द्वारा प्रस्तुत इस कार्यक्रम को टेलीविजन के जरिए जनता से दो तरफा संवाद के कार्यक्रम के रूप में भी जाना जाता है।

2.10 त्वरित अभ्यास :

1. ब्लादिगिर ज्वोर्खिन द्वारा विकसित टेलीविजन प्रणाली का क्या नाम था ?
2. इलेक्ट्रानिक टीवी का पहला व्यावसायिक प्रदर्शन कहां हुआ था, इसे किसने किया था?
3. जीई कंपनी ने स्थानीय स्तर पर टेलीविजन प्रसारण की शुरुआत कब की थी ?
4. बीबीसी द्वारा टेलीविजन प्रसारण का आरम्भ कब किया गया ?
5. 30 अक्टूबर 1931 को एनबीसी ने अपना प्रसारण कहां से शुरू किया था ?
6. 1930 तक अमेरिका में कितने टेलीविजन सेट लग चुके थे ?
7. ए सी नील्सन कंपनी ने टेलीविजन का प्रसार नापने के लिए क्या तरीका अपनाया था?
8. ब्रिटेन की महारानी की ताजपोशी का दृश्य बीबीसी टीवी ने कब दिखाया था?
9. रूस में टेलीविजन पर लाइसेंस फीस कब माफ हुई थी ?
10. जापान के पहले टेलीविजन नेटवर्क कौन से थे ?
11. देश में दूरदर्शन का पहला प्रसारण कब और कहां से हुआ ?
12. मुम्बई में देश का दूसरा दूरदर्शन केन्द्र कब खुला ?

13. जी समूह का पहला क्षेत्रीय चैनल कौन सा था ?
14. दूरदर्शन की डीटीएच सेवा का क्या नाम है ?
15. कुछ प्रमुख डीटीएच कंपनियों के नाम बताइए ?
16. आज तक के संस्थापक संपादक कौन थे ?
17. तीन एनसीआर चैनलों के नाम बताइए ?
18. दूरदर्शन पर रामायण और महाभारत के कितने-कितने एपीसोड प्रसारित हुए थे ?
19. किस न्यूज चैनल पर पहला क्राइम शो प्रसारित होना शुरू हुआ था ?

2.11 अभ्यासार्थ प्रश्न :

- प्रश्न 1.** टेलीविजन के आविष्कार के प्रारम्भिक दौर के बारे में बताइए?
- प्रश्न 2.** अमेरिका में टेलीविजन प्रसारण के विकास के बारे में आप क्या जानते हैं ?
- प्रश्न 3.** भारत में टेलीविजन के विस्तार के बारे में जानकारी दीजिए ?
- प्रश्न 4.** भारत में टेलीविजन प्रसारण को घर-घर पहुंचाने के माध्यमों के बारे में विस्तार से बताइए ?
- प्रश्न 5.** भारत में टेलीविजन न्यूज की दशा-दिशा के बारे में आप क्या जानते हैं ?

2.12 प्रयोगात्मक अभ्यास :

किन्हीं 4 निजी न्यूज चैनलों में किन्हीं दो मुद्दों पर प्रसारित कार्यक्रमों को देखकर उन दोनों मुद्दों पर अलग-अलग चैनलों के प्रस्तुतिकरण पर विस्तार से टिप्पणी लिखिए। हर चैनल के कार्यक्रम की खूबियों और खामियों पर भी लिखिए। तुलनात्मक अध्ययन के लिए किसी एक दिन चारों चैनलों को अलग-अलग समय

पर देखकर ऐसा किया जा सकता है। उदाहरणार्थ एक चैनल पर रात आठ बजे के बुलेटिन में, दूसरे पर अगले बुलेटिन में। इसी तरह तीसरे व चौथे चैनल के कार्यक्रम देखे जा सकते हैं।

2.13 सन्दर्भ ग्रन्थ :

1. आर्य. पी. के. : इलेक्ट्रानिक मीडिया प्रतिभा प्रतिष्ठान, नई दिल्ली।
2. कश्यप, श्याम : खबरें विस्तार से कुमार मुकेश राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली।
3. भानावत, संजीव : इलेक्ट्रानिक मीडिया राजस्थान हिन्दी ग्रंथ अकादमी, जयपुर।
4. सिंह, देववृत्त, : भारतीय इलेक्ट्रानिक मीडिया प्रभात प्रकाशन, दिल्ली।
5. Chaterjee P.C. : Broadcasting in India, Saga Publication N. Delhi
6. Singh C.P. : Before the Headlines: A Handbook of Television Journalism. Mac Millan India, N. Delhi.

इकाई-03

टीवी पत्रकारिता एवं टीवी रिपोर्टिंग

इकाई की रूपरेखा

- 3.0 उद्देश्य
- 3.1 प्रस्तावना
- 3.2 भारत में टीवी पत्रकारिता
- 3.3 टीवी रिपोर्टिंग
 - 3.3.1 साक्षात्कार
 - 3.3.2 संवाददाता सम्मेलन
- 3.4 संपादन और वाइस ओवर
- 3.5 एंकरिंग व न्यूज एंकर
- 3.6 परिचर्चा तथा सजीव परिचर्चा
- 3.7 सारांश
- 3.8 शब्दावली
- 3.9 त्वरित अभ्यास
- 3.10 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 3.11 प्रयोगात्मक अभ्यास
- 3.12 संदर्भ ग्रन्थ

3.0 उद्देश्य :

वर्तमान युग सूचना तकनीकी का युग है, आज इलेक्ट्रॉनिक मीडिया इतना प्रचलित संचार माध्यम हो गया है कि इसने समाज के हर क्षेत्र को

प्रभावित कर डाला है। सम्पूर्ण समाज आज आधुनिक जनसंचार युग का भरपूर लाभ उठा रहा है। आज टीवी के रिमोट का एक बटन दबाते ही आप सारी दुनिया की खबरों से रूबरू हो सकते हैं। दुनिया के किसी भी क्षेत्र में घट रही घटनाओं का सजीव प्रसारण घर बैठे देख सकते हैं यानी इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की कान्ति ने विश्व की दूरियां खत्म कर दी हैं।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अंतर्गत आज 'टीवी', जनसंचार माध्यम की एक विकसित विधा के रूप में प्रचलन में है। केबल टीवी, डिस टीवी, डीटीएच, मोबाइल टीवी आदि माध्यम टीवी के ही विकसित रूप हैं। इन सबने समाज को भी प्रभावित किया है और जनसंचार माध्यम के रूप में यह स्वयं भी समाज से प्रभावित होते रहे हैं। टीवी के इसी महत्व को देखते हुए प्रस्तुत इकाई में संचार माध्यमों के रूप में टेलीविजन को समझने का प्रयास किया गया है।

इस इकाई के निम्नलिखित उद्देश्य हैं—

- भारत में टीवी पत्रकारिता के उद्गम व कार्य प्रणाली की जानकारी छात्रों को देना।
- छात्रों को टीवी रिपोर्टिंग की जानकारी देना, जिससे वे जब कभी टीवी रिपोर्टिंग के क्षेत्र में जायें तो टीवी रिपोर्टिंग की बारीकियों से अनजान न रहें।
- छात्रों को टीवी पत्रकारिता के विभिन्न क्षेत्रों जैसे— फीचर, वाइस ओवर, न्यूज कैप्सूल, सम्पादन, एंकरिंग, न्यूज एंकर, इंटरव्यू, संवाददाता सम्मेलन, वृत्त चित्र, परिचर्चा, सजीव परिचर्चा, समाचार वाचन से परिचित कराना।

3.1 प्रस्तावना :

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अन्तर्गत टीवी एक ऐसा जनसंचार माध्यम है जिसका वर्तमान समाज में अत्यधिक प्रचलन हो गया है। इसका समाज पर प्रत्यक्ष व अप्रत्यक्ष प्रभाव हो रहा है। आज प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया तकनीक के मामले में लगभग एक-दूसरे की बराबरी पर आ गये हैं। लेकिन प्रसार क्षेत्र की सीमाओं के मामले में तो इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने प्रिंट मीडिया को कहीं पीछे छोड़ दिया है।

आज के युग में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की शक्ति, उसका प्रभाव और उसकी क्षमता किसी से भी व्यक्ति से छिपी नहीं है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने हमारी जिन्दगी को भी काफी हद तक प्रभावित कर दिया है। हमारे आचरण, हमारी सोच और हमारा व्यवहार तक इलेक्ट्रॉनिक मीडिया से प्रभावित होने लगा है। आज टीवी ने समाज में ऐसी पकड़ बना ली है कि शहरों में शायद ही कोई घर ऐसा होता हो जहां शाम से रात तक टीवी सेट खोला न जाता हो। पत्रकारिता के बारे में कहा जाता है कि एक चित्र 10 हजार शब्दों के बराबर होता है, ऐसे में यह कल्पना सहज ही की जा सकती है कि जहां तस्वीरें ही तस्वीरें हों, तो वहां उनकी ताकत कितनी ज्यादा होगी। टेलीविजन चित्रों के जरिए आंखों से ही सब कुछ दिखाता है इसलिए उस पर यकीन भी अधिक किया जाता है। टेलीविजन के आकर्षण और उसकी सफलता का रहस्य भी इसी तथ्य में छिपा हुआ है। लेकिन एक जनसंचार माध्यम के रूप में टेलीविजन सिर्फ चित्रों का प्रस्तुतिकरण ही नहीं है। टेलीविजन के पर्दे पर 40-50 सेकेंड के समाचार को प्रस्तुत करने के लिए संवाददाता से लेकर एंकर तक अनेक विशेषज्ञों की आवश्यकता होती है। समाचारों के अलावा टेलीविजन के जरिए सूचनाओं और ज्ञान के प्रसार के लिए अनेक अन्य स्वरूपों का भी इस्तेमाल किया जाता है। जिनमें फीचर, न्यूज कैप्सूल आदि प्रमुख हैं। इसी तरह प्रस्तुति के स्तर पर भी टेलीविजन में समाचार संपादक और एंकरिंग जैसे अनेक महत्वपूर्ण कार्य होते हैं। इन सब का मिला-जुला स्वरूप टेलीविजन को एक संचार माध्यम के रूप में प्रस्तुत करता है।

3.2 भारत में टीवी पत्रकारिता :

भारत में टीवी का उद्गम दूरदर्शन के स्वरूप में हुआ। प्रारम्भ में दूरदर्शन सरकार का ऐसा माध्यम है जिसके जरिये उनकी योजनायें, नीतियां, मनोरंजन, संदेश और कार्यक्रम प्रस्तुत किए जाते हैं लेकिन अब धीरे-धीरे एक समाचार माध्यम के रूप में भी इसने अपनी पहचान बनाई है। भारत में वर्षों तक टेलीविजन न्यूज के क्षेत्र में दूरदर्शन का ही एकाधिकार रहा। पहले दूरदर्शन का एक ही चैनल हुआ करता था बाद में क्षेत्रीयता की मांग के चलते दूरदर्शन के राष्ट्रीय चैनल के साथ-साथ क्षेत्रीय चैनल भी अलग-अलग भाषाओं में प्रसारित होने लगे। दूरदर्शन पर राष्ट्रीय प्रसारण कभी भी डीडी-1 पर किया जाता है। अब डीडी मेट्रो को बदल कर डीडी न्यूज कर दिया गया है। क्षेत्रीय चैनल में हिन्दी के अलावा गुजराती, बांग्ला, तमिल, तेलगू, कन्नड़, मराठी, मलयालम, पंजाबी और उड़िया आदि भाषाओं के चैनल प्रमुख हैं। कश्मीर पर केन्द्रित कश्मीर चैनल और चौबीस घंटे का पूर्वोत्तर चैनल और डीडी भारती चैनल भी दूरदर्शन के प्रमुख चैनलों में हैं। नवगठित राज्यों उत्तराखण्ड, छत्तीसगढ़ और झारखण्ड में भी दूरदर्शन के क्षेत्रीय केंद्र हैं। इस तरह आज भी दूरदर्शन देश का एक प्रमुख जनसंचार माध्यम बना हुआ है। मगर अब देश में निजी क्षेत्र के भी लगभग सौ से अधिक छोटे-बड़े न्यूज चैनल समाचारों का प्रसारण कर रहे हैं। हिन्दी व अंग्रेजी के कई चैनल राष्ट्रीय न्यूज चैनलों की तरह तो भाषायी चैनल क्षेत्रीय चैनलों के रूप में दर्शकों को खबरों की दुनिया तक पहुंचाने में लगे हैं। टेलीविजन आज एक ऐसा संचार माध्यम बन गया है कि कहीं भी कुछ भी घटे वह टीवी कैमरों की नजरों से बच नहीं सकता। किसी खबर को कैमरे में कैद करने में कैमरामैन की भूमिका अहम होती है, इसे खबर का रूप देने में रिपोर्टर की भूमिका होती है तो इसे टीवी के पर्दे पर प्रस्तुत करने लायक बनाने में संपादन टीम का रोल होता है। इस सब के बाद यह समाचार

तैयार होकर एंकर या समाचार वाचक तक पहुंचता है जो इसे दर्शकों तक पहुंचाता है। यानी सारा काम एक टीम करती है और इस टीम में जितना सामंजस्य और तालमेल होता है उतनी ही बेहतर प्रस्तुति होती है। यह देखा गया है कि जिस न्यूज चैनल में संपादकीय टीम के बीच जितना बेहतर तालमेल होता है उस चैनल पर प्रसारित समाचारों का स्वरूप उतना निखर कर सामने आता है। इसलिए किसी भी न्यूज चैनल को बेहतर बने रहने के लिए यह जरूरी है कि चैनल में कामकाज का माहौल दोस्ताना बना रहे, संपादकीय टीम का नजरिया पेशेवर हो और वरिष्ठ सहयोगियों में सबको साथ लेकर चलने की क्षमता हो।

अखबार, पत्रिका, रेडियो सभी की रिपोर्टिंग के तरीके अलग-अलग होते हैं जिनमें सबसे अलग तरह की रिपोर्टिंग टीवी की रिपोर्टिंग मानी जाती है। टीवी में रिपोर्टिंग का महत्व इसलिए ज्यादा होता है क्योंकि इसमें घटना के तथ्यों का संकलन दृश्य श्रव्य दोनों माध्यमों को मिलाकर किया जाता है। घटना होने पर उपलब्ध वीडियो फुटेज के आधार पर उसकी स्क्रिप्ट तैयार की जाती है। स्क्रिप्ट लिखने के लिए घटना के सभी तथ्यों को इकट्ठा कर उसको जोड़कर घटना का प्रस्तुतीकरण किया जाता है। स्क्रिप्ट के आधार पर ही बनी खबर को एंकर पढ़ता है और दर्शक उस खबर को दृश्यों के माध्यम से सजीव टीवी पर देख पाते हैं।

रेडियो और टीवी में समाचारों का अपना अलग स्वरूप होता है। टीवी पर समाचार वाचकों को देखा जा सकता है। विदेशों में टीवी समाचारों में वाचक का चेहरा कम से कम और खबर से जुड़े दृश्य अधिक से अधिक होते हैं। हमारे देश में भी अब टीवी समाचारों के स्तर और गुणवत्ता में भी लगातार सुधार हो रहा है। तकनीकी स्तर भी लगातार सुधरता जा रहा है। हालांकि समाचार की विषयवस्तु को लेकर अब भी तरह-तरह के प्रयोग जारी हैं। जिस वजह से कभी-कभी न्यूज चैनलों को इनफोटेनमेंट चैनल तक कह दिया जाता है।

चित्रात्मकता टीवी समाचार का प्राण तत्व है। एक चित्र हजार शब्दों के बराबर होता है। तात्पर्य यह है कि हजारों शब्दों में जिस स्थिति, भाव या घटना की अभिव्यक्ति नहीं हो सकती उसे हम एक चित्र द्वारा स्पष्ट कर सकते हैं। चित्र तो शब्दरहित काव्य जैसे होते हैं। चित्र समाचार के आभूषण तो होते ही हैं वे दर्शकों के मानस को मथने वाले भी होते हैं। टीवी के चित्र स्वतः बोलते हैं, दर्शकों को भाव विह्वल कर देते हैं। उन्हें उत्तेजित कर देते हैं, उन्हें भावुक बना देते हैं और उन्हें प्रेरित भी कर देते हैं। इन चित्रों से किस तरह अधिक से अधिक भाव पैदा किया जाये यह काम रिपोर्टर का होता है। इस काम के लिये यह बहुत जरूरी है कि टीवी रिपोर्टर को माध्यम और टीवी भाषा की समझ हो, दर्शकों की मनोवृत्ति की समझ हो और इस बात की भी जानकारी हो कि उसका दर्शक वर्ग कैसा है?

बोध प्रश्न

- प्र0 1—** दूरदर्शन का उपयोग सरकार किस तरह करती है ?
- उ0** दूरदर्शन के माध्यम से सरकार की योजनाओं, नीतियों के, संदेश और कार्यक्रम प्रस्तुत किए जाते हैं। इसके जरिए आम नागरिकों को स्वस्थ मनोरंजन और समाचार भी प्राप्त होते हैं।
- प्र0 2—** समय के साथ-साथ दूरदर्शन में किस तरह के बदलाव आए हैं?
- उ0** समय बदलने के साथ ही क्षेत्रीय कार्यक्रमों की मांग बढ़ी है और दूरदर्शन पर राष्ट्रीय के साथ-साथ क्षेत्रीय समाचार भी प्रसारित होने लगे हैं। दूरदर्शन पर संस्कृति, राष्ट्रीय एकता, खेल एवं पर्यावरण पर भी बेहतरीन कार्यक्रम प्रस्तुत किये जाते हैं।

- प्र0 3-** दूरदर्शन के कौन-कौन से प्रमुख क्षेत्रीय चैनल हैं ?
- उ0** दूरदर्शन के प्रमुख क्षेत्रीय चैनलों में गुजराती, बांग्ला, तमिल, तेलगू, कन्नड़, मराठी, मलयालम, पंजाबी और उड़िया आदि भाषायी चैनल शामिल हैं। कश्मीर को लक्षित कश्मीर चैनल और चौबीस घंटे का पूर्वोत्तर चैनल भी ऐसे ही चैनल हैं।
- प्र0 4-** टीवी समाचारों में चित्र का क्या महत्व है ?
- उ0** चित्र शब्दरहित काव्य जैसे होते हैं। चित्र समाचार के आभूषण तो होते ही हैं साथ में दर्शकों के मानस को मथने वाले भी होते हैं। टीवी के चित्र स्वतः बोलते हैं और दर्शकों को भाव विह्वल कर देते हैं। दरअसल चित्र टीवी की भाषा जैसे होते हैं।

3.3 टीवी रिपोर्टिंग :

किसी भी समाचार संगठन में रिपोर्टिंग एक महत्वपूर्ण आयाम होता है। टेलीविजन भी इसका अपवाद नहीं। मगर इसकी शैली रेडियो, समाचार पत्रों और संवाद एजेंसियों से भिन्न होती है। टीवी समाचार की रिपोर्टिंग में टेलीफोन पर संपादक को संवाद बोलने या लिखवाने से काम पूरा नहीं होता। प्रेस विज्ञप्तियां भी सार्थक नहीं होतीं। टीवी न्यूज के लिए तो कैमरा टीम को घटना स्थल पर ही जाना होता है। वहां विभिन्न लोगों/प्रत्यक्षदर्शियों से भेंट करनी होती है ताकि दर्शकों को किसी भी महत्वपूर्ण घटना के विभिन्न आयामों की पूरी-पूरी जानकारी हो सके। टीवी संवाददाता के लिए सामान्य रूप से समाचार लिखने की योग्यता ही काफी नहीं है उसे समाचारों के महत्व का ज्ञान तो होना ही चाहिए। समाचार को चैनल तक शीघ्रता तक पहुंचाने के लिए समय के प्रबंधन का विशेषज्ञ भी होना चाहिए। समाचार स्थल से अपने स्वर में बोलने की

योग्यता के साथ उसका व्यक्तित्व भी टेलीविजन के अनुकूल होना जरूरी है। उसके लिए हर प्रकार की प्रतिकूल परिस्थितियों में काम करने की क्षमता, भाषा पर अच्छी पकड़, सौम्यता तथा प्रस्तुतीकरण की योग्यता भी आवश्यक है।

किसी भी आदर्श समाचार बुलेटिन में संवाददाता द्वारा 'पीस टू कैमरा' अनिवार्य माना जाता है। इसमें वह कुछ सेकेंड तक दर्शकों को सीधे संबोधित कर तुरंत दृश्यों के आधार पर तथ्यों और घटनाओं की गहराई में चला जाता है। विकसित देशों में टीवी समाचार बुलेटिन में अधिकतर अंश उनके अपने संवाददाताओं को ही प्रस्तुत करने होते हैं। जो प्रायः घटनास्थल से लाइव या पीस टू कैमरा के जरिए प्रस्तुत किये जाते हैं।

एक जमाने में प्रिंट मीडिया का नारा था 'जहां कुछ भी घटना है, हम वहां होते हैं।' तब समाचार पत्र घटनास्थल के चित्रों और विवरणों से घटनास्थल पर अपनी उपस्थिति प्रदर्शित करते थे। आज टीवी समाचार बुलेटिन का नारा है— जहां कुछ भी घटता है, हम आपको वहां ले चलते हैं। टीवी के द्वारा दर्शक घटनास्थल तक स्वयं पहुंच जाता है। इस प्रकार आज आंखों पढ़ी के स्थान पर आंखों देखी की बात टेलीविजन न्यूज के द्वारा सार्थक हो चुकी है।

टीवी पर वह भी देखा जा सकता है जो सामने घटित हो रहा है। सूचना का यह अभूतपूर्व सम्प्रेषण है। मुद्रित पत्रकारिता की पहुंच किसी देश में सत्ता षडयंत्र, सीमा पर हो रहे कुचक, राजनीतिक उठापटक, गुप्त बैठकों तक ही होती है। मगर टीवी की पकड़ और पहुंच कहीं अधिक गहराई तक होती है।

क्योंकि टीवी का असली पत्रकार कैमरा होता है, कैमरामैन होता है। जैसा कि ओरियाना फलाची का कथन है—

‘कैमरामैन ही टीवी का असली पत्रकार है जो बिम्बों को लिपि में लिखता है और जानता है कि कब क्या फोकस करना है। टीवी मूलतः बिम्बों की पोटली है। हम उसमें देखते ज्यादा, सुनते कम हैं, जो सुनते भी हैं बिम्ब उसमें बाधा डालते हैं। फिर बिम्ब खुद भी स्थिर नहीं रहते। उनमें गत्यात्मकता होती है। यह गत्यात्मकता जितनी ज्यादा हो, उतना ही अच्छा। अपने दृश्यों के द्वारा कैमरामैन दर्शकों को उद्वेलित कर देता है।’

टीवी रिपोर्टिंग दृश्य और श्रव्य के तालमेल, तथ्यात्मक सूचना और पुष्टि करके दी गयी सूचना है जिसका सजीव वर्णन टेलीविजन पर होता है। इसे प्रस्तुत करने का काम टीवी रिपोर्टर का होता है और एक अच्छे टीवी रिपोर्टर के लिए कुछ खास गुणों की जरूरत होती है।

टीवी पत्रकार के गुण

1. घटना के दौरान पत्रकार की खोजी नजर।
2. तथ्यों को संकलन कर व्यवस्थित करना।
3. पक्ष और विपक्ष दोनों स्तर पर वार्ता करना।
4. दृश्यों का सही समय पर कैमरामैन के साथ संकलन करना।
5. निर्धारित समय पर अपने समाचार को टीवी पर ब्राडकास्ट करने के लिए पहुंचाना।
6. कम शब्दों में अपनी बात दर्शकों तक पहुंचाना।
7. और तर्कसंगत तथा पक्षपात रहित विवरण देना।

3.3.1 साक्षात्कार :

साक्षात्कार, भेंटवार्ता या इंटरव्यू लेना अपने आप में एक कला है तथा यह पत्रकारिता के पेशे का एक महत्वपूर्ण अंग है। साक्षात्कार के

जरिये पत्रकार अपने समाचार संगठन की आवश्यकता के अनुरूप समाचार प्राप्त कर सकता है। साक्षात्कार किसी भी व्यक्ति, स्थान, विषय पर लिया जा सकता है। कुशल पत्रकार वही होता है जो साक्षात्कार के दौरान साक्षात्कार देने वाले व्यक्ति से अपने मतलब की बातें निकलवा ले। भेंटवार्ताएं पत्रकार के लिए समाचार प्राप्त करने का माध्यम है। साक्षात्कार लेना एक कला है और वही पत्रकार सफल साक्षात्कारकर्ता साबित होता है जो साक्षात्कार देने वाले व्यक्ति से अपने संगठन की नीतियों, विचारों के अनुकूल समाचार प्राप्त कर सके। एक अच्छे टीवी रिपोर्टर के लिए कला में महारित हासिल करना बहुत जरूरी होता है क्योंकि टीवी में अच्छे सवालों के जरिए ही अच्छे समाचार हासिल किये जाते हैं। टीवी रिपोर्टर के एक सवाल पर ही पूरी खबर तैयार हो जाती है।

3.3.2 संवाददाता सम्मेलन :

संवाददाता सम्मेलन व प्रेस से मिलिये कार्यक्रम भी टीवी रिपोर्टरों के लिए महत्वपूर्ण कार्यक्रम होते हैं जिसके जरिए टीवी रिपोर्टर अपनी खबर को डेवलप कर सकता है। संवाददाता सम्मेलन में टीवी रिपोर्टर अपनी-अपनी आवश्यकताओं के अनुरूप प्रश्न पूछ कर इच्छित विषय पर जबाव प्राप्त करते हैं। कई बार संवाददाता सम्मेलन समाप्त होने के बाद टीवी रिपोर्टर अपनी सुविधा के अनुसार अलग से भी सवाल पूछ कर अपना काम करते हैं। संवाददाता सम्मेलन में सवाल पूछने से पूर्व कई बातों पर ध्यान रखना चाहिए। जैसे –

- जिस विषय पर संवाददाता सम्मेलन हो रहा है उस विषय पर संदर्भ सामग्री इकट्ठी कर लेनी चाहिए।

- रिपोर्टर को जिस व्यक्ति से सवाल पूछे जाने हैं उसके व्यक्तित्व के विभिन्न पहलुओं व उसके क्रियाकलापों के संबंध में भी यथासंभव जानकारी हासिल कर लेनी चाहिए।
- प्रश्न पूछने वाले को कम बोलना चाहिए और उत्तर देने वाले को अधिक से अधिक अवसर देना चाहिए।

बोध प्रश्न

प्र01— पीस टू कैमरा क्या है?

उ0 किसी भी आदर्श समाचार बुलेटिन में संवाददाता द्वारा जब खुद कैमरे के सामने आकर खबर के बारे में कुछ बताया जाता है तो उसे 'पीस टू कैमरा' कहते हैं। पीस टू कैमरा के द्वारा रिपोर्टर दर्शकों को सीधे संबोधित करके उन्हें दृश्यों के आधार पर तथ्यों और घटनाओं की गहराई तक पहुंचा देता है।

प्र02— टीवी संवाददाता में क्या गुण होने चाहिए?

उ0 टीवी संवाददाता के लिए सामान्य रूप से समाचार लिखने की योग्यता ही काफी नहीं होती है। उसे समाचारों के महत्व का ज्ञान तो होना ही चाहिए। समाचार स्थल से अपने स्वर में बोलने की योग्यता के साथ टेलीविजन के अनुकूल व्यक्तित्व होना भी वांछनीय है।

प्र0 3— साक्षात्कार के दौरान टीवी रिपोर्टर को किन बातों का ध्यान रखना चाहिए?

उ0 कुशल टीवी रिपोर्टर होता है जो साक्षात्कार के दौरान साक्षात्कार देने वाले व्यक्ति से अपने मतलब की बातें निकलवा लें। भेंटवार्ता पत्रकार के लिए समाचार प्राप्त करने

का माध्यम है। इसलिए टीवी रिपोर्टर को हमेशा इस बात का ध्यान रखा जाना चाहिए कि वह ऐसे सवाल पूछे जिससे उसे अपनी इच्छित खबर बनाने लायक उत्तर मिल जाए।

प्र0 4- संवाददाता सम्मेलन किसे कहते हैं?

उ0 संवाददाता सम्मेलन व प्रेस से मिलिये कार्यक्रम वह कार्यक्रम होता है जिसमें कोई संगठन और वक्ता अपनी कोई बात मीडिया के सामने रखता है। इस कार्यक्रम में कई समाचार चैनल के संवाददाता होते हैं लेकिन जो रिपोर्टर उस सम्मेलन में अपना महत्वपूर्ण प्रश्न पूछ कर अपना इच्छित जवाब हासिल कर ले उसी को सफल कहा जा सकता है।

3.4 संपादन और वाइस ओवर :

संपादन टेलीविजन न्यूज का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा होता है। संपादन का काम संपादक करते हैं जो रिपोर्टर द्वारा भेजी गई खबर के दृश्यों को एडिटिंग मशीन द्वारा सिलसिलेवार ढंग से प्रस्तुत करते हैं। रिपोर्टर की खबर को स्क्रिप्ट में आऊटपुट डेस्क या कॉपी एडीटर द्वारा किए गए संशोधनों के बाद उसी स्क्रिप्ट के मुताबिक दृश्यों और लोगों की बातों (Bites) को कम से लगाकर लिखित स्क्रिप्ट की तरह ही दृश्यों को संयोजित कर देना संपादक का काम होता है। एडीटिंग या संपादन के लिए अनेक तकनीक व यंत्र हैं। कम्प्यूटरों के प्रयोग से एडीटिंग अब बेहद आसान हो गयी है और अब इसके लिए एक से एक आधुनिक साफ्टवेयर बाजार में उपलब्ध हैं।

पत्रकारिता के सर्वमान्य सिद्धांतों के अनुसार टीवी के समाचारों का भी निश्चित आरंभ और अंत होता है। सभी समाचारों में मूल तत्व कौन,

क्या, कहां, कब, क्यों और कैसे की जिज्ञासा का समाधान टेलीविजन समाचारों में भी वांछनीय है। अन्यथा समाचार पूर्ण नहीं होता। दर्शकों को किसी भी दुविधा में छोड़ना टेलीविजन की संहिता के विपरीत है। उन्हें स्पष्ट रूप में यह बताना आवश्यक है कि कोई घटना कब, क्यों, कैसे और कहां हुई तथा उसका परिणाम क्या हुआ ? अब ये संपादक या संवाददाता पर निर्भर करता है कि वह समाचार किस दृष्टिकोण से आरंभ कर उसे कहां पर समाप्त करे। टीवी के सभी समाचारों की अवधि मिनट व सेकेंड में मापी जाती है। समय सीमित होने के कारण कम से कम शब्दों में विवरण दिया जाता है। एक मिनट के दृश्य 12 टंकित पंक्तियों के बराबर होते हैं लेकिन जीवंत चित्रों के कारण अभिव्यक्ति इतनी सक्षम होती है कि हजारों शब्द भी उसके पर्याय नहीं बन सकते।

टीवी के समाचारों की भाषा एकदम सरल होना वांछनीय है। टीवी के समाचार की पहली स्क्रिप्ट रिपोर्टर की लिखी हुई होती है। इस स्क्रिप्ट में सुधार का काम कापी एडीटर या आऊटपुट डेस्क का होता है। एक बार स्क्रिप्ट को अंतिम रूप देने के बाद इसे उपलब्ध वीडियो फुटेज के साथ इसे एडीटिंग विभाग को दे दिया जाता है। टीवी में खबरों के वीडियो संपादन अथवा एडीटिंग के लिए हर चैनल की अपनी-अपनी व्यवस्थाएं हैं। कहीं-कहीं इस काम में वीडियो एडीटर के साथ-साथ आऊटपुट के लोग भी मदद करते हैं। वीडियो एडीटिंग खास तरह की एडीटिंग मशीनों और साफ्टवेयर की मदद से की जाती है।

जिन चैनलों में सर्वर की व्यवस्था होती है वहां पहले सारा वीडियो इनपुट खबरों के रूप में सवाददाताओं या न्यूज एजेंसियों से आया वीडियो फुटेज पहले सर्वर में ही इनजस्ट कर दिया जाता है वहां से इसे एडीटिंग मशीन पर एडिट किया जा सकता है। एडीटिंग और वाइस ओवर का काम पूरा होने के बाद खबर पूरी तरह से तैयार हो गई मान ली जाती है और इसके बाद इस खबर को एक नाम देकर वापस सर्वर में

डाल दिया जाता है। सर्वर में आई इस खबर को चैनल के दफ्तर के किसी भी कमरे में बैठा वरिष्ठ व्यक्ति देख सकता है। एक बार किसी वरिष्ठ व्यक्ति द्वारा इसे देखने के बाद इसे प्रसारण के लिए रन डाउन में डाल दिया जाता है। जिसे पीसीआर सही वक्त पर एंकर के साथ तालमेल के आधार पर प्ले कर देता है और खबर का प्रसारण होने लगता है। आजकल प्रायः सभी चैनलों में लीनियर एडीटिंग के बजाय नॉन लीनियर एडीटिंग की जाती है। यह एक प्रकार की डिजीटल एडीटिंग होती है।

सामान्य स्तर की ऐसी एडीटिंग तो पत्रकार भी कर लेते हैं परन्तु टीवी के खास कार्यक्रमों की एडीटिंग अधिक अनुभवी वीडियो एडीटर ही करते हैं। प्रायः टीवी चैनलों के कार्यक्रमों के लिए अलग एडीटर रखे जाते हैं जो इस एडीटिंग में अपने रचनात्मक कौशल का भी प्रदर्शन करते हैं। ऐसे कार्यक्रम के लिए प्रोमो भी बनाए जाते हैं। यूं तो सामान्य समाचारों के लिए भी यदा-कदा ग्राफिक्स का इस्तेमाल होता है लेकिन खास कार्यक्रमों या खास अवसरों के न्यूज बुलेटिन के लिए विशेष ग्राफिक्स का इस्तेमाल किया जाता है। टीवी चैनलों में ग्राफिक्स बनाने का काम खास तरह के ग्राफिक आर्टिस्ट की जिम्मेदारी पर होता है। इन ग्राफिक्स के जरिए खबरों में विशेष प्रभाव पैदा किये जाते हैं और दर्शकों के लिए खबरों को समझना आसान हो जाता है। उदाहरणार्थ अभी हाल में मुंबई में नौसेना के एक जहाज से एक विदेशी मालवाहक पोत टकरा गया था। दोनों जहाज टूटने लगे और बाद में एक डूब भी गया। इस खबर के लिए जहाजों के टकराने के दृश्य मिल पाने असम्भव थे। इसलिए प्रायः हर चैनल ने जहाजों की टक्कर और उनको डूबते दिखाने के लिए ग्राफिक्स का इस्तेमाल किया। और जिस चैनल ने सबसे अच्छे ग्राफिक्स अथवा एनीमेशन बनाए उसे दर्शकों ने सबसे अधिक देखा। एनीमेशन ग्राफिक्स का काम पूरी तरह कम्प्यूटर पर निर्भर होता है और इसके लिए भी तरह-तरह के साफ्टवेयर बाजार में उपलब्ध हैं।

वाइस ओवर : वाइस ओवर टीवी समाचारों का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है। शब्द स्क्रिप्ट और चित्रों वीडियो फुटेज के जरिए जो खबर तैयार होती है उसमें प्रसारण से के पूर्व जान फूंकने का काम वाइस ओवर के जरिए होता है। यानी वाइस ओवर के द्वारा टीवी की खबर को आवाज दी जाती है। वाइस ओवर में अंतिम रूप से संपादित स्क्रिप्ट को किसी टीवी पत्रकार या कलाकार द्वारा अपनी आवाज देता है। वाइस ओवर ही वह शब्द हैं जिनके माध्यम से दर्शक दृश्यों के जरिए चल रहे घटनाक्रम को समझते हैं। कुछ चैनलों में जिस संवाददाता ने खबर बनाई होती है उसकी की आवाज में वाइस ओवर कराए जाते हैं। जबकि कुछ में सुविधा के अनुसार जो भूली पत्रकार उपलब्ध होता है उसी से वाइस ओवर करा लिया जाता है। कुछ चैनलों ने अपने पत्रकारों में से ही चयन के आधार पर ऐसे लोगों का पैनल बनाया होता है जिन्हें वाइस ओवर के लिए योग्य माना जाता है और उन्हीं में से आवश्यकतानुसार बारी-बारी से वाइस ओवर करवाया जाता है। वाइस ओवर चाहे कोई भी करे मगर एक मोटा सिद्धान्त हर जगह मान्य है कि पुरुष संवाददाता की खबर में पुरुष और महिला संवाददाता की खबर में महिलाओं से ही वाइस ओवर करवाया जाता है।

वाइस ओवर के लिए एक खास तरह का माइक इस्तेमाल किया जाता है जिसे लिप माइक कहते हैं। इसलिए माइक को मुंह से बिल्कुल सटाकर वाइस ओवर करने वाला स्क्रिप्ट को पढ़ता जाता है। इस आवाज को रिकार्ड कर लिया जाता है। और एडिटिंग के दौरान इसे दृश्यों के साथ मिला दिया जाता है।

बोध प्रश्न

प्र0 1- टीवी समाचारों की भाषा कैसी होनी चाहिए ?

उ0 टीवी के समाचारों की भाषा एकदम सरल होनी चाहिए। उसमें आम बोलचाल के शब्दों का इस्तेमाल होना चाहिए।

- प्र0 2-** रिपोर्टर की स्क्रिप्ट को अंतिम रूप कौन देता है ?
- उ0** रिपोर्टर की स्क्रिप्ट को अंतिम रूप कापी एडीटर या आऊटपुट के लोग देते हैं।
- प्र0 3-** टीवी की खबरों की वीडियो एडीटिंग कैसे होती है ?
- उ0** टीवी की खबरों की वीडियो एडीटिंग खास तरह की एडीटिंग मशीनों के द्वारा होती है। जिसके लिए अलग-अलग चैनलों में अलग-अलग तरह के साफ्टवेयर इस्तेमाल किये जाते हैं।
- प्र0 4-** वाइस ओवर किसकी मदद से किया जाता है ?
- उ0** वाइस ओवर खास तरह के माइक्रोफोन के जरिए किया जाता है। इन माइकों को मुंह के एकदम पास सटाकर स्क्रिप्ट को पढ़ा जाता है।

3.5 एंकरिंग व न्यूज एंकर :

एंकरिंग टीवी समाचार की प्रस्तुति का महत्वपूर्ण अंग है। किसी न्यूज चैनल के स्तर का पता उसमें प्रस्तुत समाचारों के स्तर से तो चलता ही है। वस्तुतः एंकरिंग ही वह जादू है जिसके जरिए दर्शक बंधा रहता है। जिसके कारण दर्शक की खबर में दिलचस्पी पैदा होती है। एंकरिंग के जरिए खबरों और कार्यक्रमों को प्रस्तुत किया जाता है और जो व्यक्ति यह काम करता है उसे एंकर या न्यूज एंकर कहते हैं। ये एंकर ही किसी चैनल का चेहरा होते हैं। टीवी एंकर वह महत्वपूर्ण सूत्रधार होता है जो दर्शकों को टीवी के साथ बांधे रखता है। यह दर्शकों तथा कार्यक्रमों के बीच की कड़ी है जो दर्शकों को कार्यक्रम के साथ जोड़ती है। कार्यक्रम चाहे समाचार पर आधारित हों या करेंट अफेयर्स पर या फिर इंटरटेनमेंट पर आधारित, सभी में एंकर की भूमिका

सबसे महत्वपूर्ण होती है। इस व्यावसायिक युग में आज दर्शक सिर्फ दर्शक नहीं रह गया है अपितु वह एक उपभोक्ता हो गया है, वह गुणवत्ता की कसौटी बन गया है। आज दर्शकों को बांधे रखना टीवी चैनलों के लिए साख का विषय है। टीआरपी रेट उसी चैनल के सबसे ज्यादा होते हैं जिस चैनल को दर्शक वर्ग सबसे ज्यादा पसंद करता है और दर्शक किस चैनल को कितना पसंद करता है यह उस चैनल के एंकरों पर निर्भर करता है। बिग बी यानी अमिताभ बच्चन जो एक फिल्म स्टार होते हुए भी आज टीवी पर अपने आपको स्थापित कर चुके हैं तथा 'कौन बनेगा करोड़पति' की कामयाबी का लगभग 80 प्रतिशत श्रेय उन्हीं को दिया जाता है। एंकरिंग वह कला है जिसके जरिए चैनल को पहचान मिलती है, चरित्र मिलता है और दर्शकों का प्यार मिलता है। आजतक की सफलता का श्रेय आज एसपी सिंह को दिया जाता है तो इसमें उनकी खास अंदाज की एंकरिंग का सबसे ज्यादा योगदान था। एंकरिंग से ही दर्शक का चैनल से जुड़ाव बनता है। आमतौर पर भारत में चैनलों में कार्यरत पत्रकारों में ही एंकर चने जाते हैं। कभी कभर अपराध या धर्म कर्म जैसे विशेष कार्यक्रमों के लिए पेशेवर कलाकारों से भी एंकरिंग कराई जाती है।

आऊटपुट विभाग यह तय करता है कि किस वक्त, किस कार्यक्रम में कौन एंकरिंग करेगा। किस एंकर में किस तरह की प्रतिभा और क्षमता है उसी के आधार पर उनके लिए उपयुक्त कार्यक्रम चुने जाते हैं। एंकरिंग करने वाले टीवी पत्रकार का बोलने का अंदाज, उसका आत्मविश्वास, भाषा पर उसकी पकड़ और असहज स्थितियों में सहज बने रहने की क्षमता से ही एंकरिंग का स्तर प्रकट होता है।

न्यूज एंकर : न्यूज एंकर टेलीविजन की खबरों और दर्शकों के बीच की सबसे महत्वपूर्ण कड़ी होते हैं। न्यूज एंकर का ही यह दायित्व होता है कि वे चैनल पर दिखाए जाने वाले समाचारों को प्रभावशाली और

विश्वसनीय ढंग से प्रस्तुत करें। किसी चैनल की लोकप्रियता उसकी खबरों के स्तर के साथ-साथ इस इस बात पर भी बहुत अधिक निर्भर करती है कि उसके एंकर कैसे हैं ? वे किस तरह खबरें प्रस्तुत करते हैं ? कैसे पढ़ते हैं ? कैसे दिखते हैं ? एंकर होने के लिए आकर्षक व्यक्तित्व के साथ भाषा पर अच्छी पकड़ भी जरूरी है। एंकर में गम्भीरता भी होनी चाहिए और सहजता भी। उसे चीजों की समझ और उन्हें विश्लेषित करने की कला भी आनी चाहिए। हालांकि एंकर की प्रस्तुति में आधा सहयोग आऊटपुट डेस्क का भी होता है। लाइव प्रदर्शन के दौरान भी आऊटपुट एंकर को टेली प्राम्पटर या कान में में लगे इयरफोन के जरिए जरूरी अपडेट देता रहता है। प्रायः समाचारों की प्रस्तुति में भी एंकर को बीच-बीच में संवाददाता या स्टूडियो में मौजूद अतिथियों से पूछे जाने वाले सवाल टेली प्राम्पटर के जरिए आऊटपुट डेस्क की ओर से या इयरपीस के जरिए पैनल प्रोड्यूसर द्वारा बनाए जाते हैं। चूंकि एंकरिंग का काम एक विशेषज्ञता वाला काम है। इसलिए अनेक न्यूज चैनलों में अलग-अलग विषयों के लिए अलग-अलग एंकर रखे जाते हैं जैसे -जैसे सामान्य न्यूज और सम सामायिक विषयों के लिए अलग-अलग एंकर होते हैं, खेल के लिए अलग। इसी तरह अपराध के कार्यक्रमों के अलग एंकर होते हैं तो धार्मिक कार्यक्रमों के लिए अलग। बिजनेस चैनल के लिए ऐसे न्यूज एंकर उपयुक्त होते हैं जो व्यवसाय, आर्थिक मामलों और बाजार के विशेषज्ञ होते हैं।

एंकर चाहे जिस विषय के भी हों, उन्हें अपने विषय के बारे में ज्ञान होना चाहिए। बहुत से अच्छे एंकर अपना कार्यक्रम शुरू होने से पहले उमें शामिल खबरों को पढ़ कर जरूरी जानकारी हासिल कर लेते हैं जो जरूरी और लाभदायक है। एंकर की क्षमता की पहचान असामान्य अवसरों पर अधिक होती है। न्यूज के दौरान बड़ी ब्रेकिंग न्यूज आ जाने या किसी बड़ी घटना- दुर्घटना की खबर आने पर एंकर के ही कंधों पर

पूरा भार होता है कि वह किस तरह से दर्शक को बांधे रखे। इसलिए एंकरिंग एक मुश्किल और चुनौती भरा काम है। लेकिन यह काम जितना कठिन और चुनौतीपूर्ण है उतना ही ग्लैमर भरा भी। अच्छे एंकर को लोग चेहरों से ही पहचान जाते हैं, उन्हें टीवी रिपोर्टर की तुलना में अधिक लोकप्रियता मिलती है, नाम होता है सो अलग।

बोध प्रश्न

प्र0 1— एंकरिंग क्या है ?

उ0 एंकरिंग एक कला है जिसके जरिए टीवी समाचार और दर्शकों के बीच सम्बन्ध कायम होता है। एंकरिंग करने वाले एंकर ही एक तरह से चैनल की पहचान होते हैं।

प्र0 2— टीवी एंकर होने के लिए किन गुणों का होना आवश्यक है ?

उ0 एंकरिंग एक गरिमामय क्षेत्र है, जिसके लिए आकर्षक चेहरा, प्रभावशाली आवाज, विषय की समझ, गम्भीरता, तटस्थता, विशिष्ट वाक शैली की आवश्यकता होती है।

प्र0 3— किस एंकर को कब एंकरिंग दी जाए यह कौन तय करता है?

उ0 आउटपुट विभाग मुख्यरूप से यह तय करता है कि किस कार्यक्रम के लिए किस व्यक्ति से एंकरिंग करवाई जाए।

प्र0 4— फाइनेंशियल एंकर से आप क्या समझते हैं ?

उ0 व्यवसायिक न्यूज चैनलों के एंकरों या सामान्य न्यूज चैनलों में वित्त वाणिज्य की खबरें प्रस्तुत करने वाले एंकर फाइनेंशियल एंकर कहलाते हैं। इसमें बिजनेस संबंधी खबर ही आती है। जिसके दर्शक ऐसे एंकरों को व्यवसायिक जानकारी, स्टॉक एक्सचेंज, उद्योगपतियों और उद्योगों की जानकारी और उनके उतार-चढ़ाव की समझ होनी चाहिए।

3.6 परिचर्चा तथा सजीव परिचर्चा :

परिचर्चा टेलीविजन न्यूज का विचार पक्ष है। न्यूज के जरिए दर्शक को खबरें मिलती हैं वहीं टॉक शो या परिचर्चा के जरिए दर्शक वैचारिक रूप से कुछ सोचने को मजबूर होता है। प्रायः हर एक न्यूज चैनल में इस तरह के कार्यक्रम अवश्य प्रसारित किए जाते हैं जिनके जरिए चैनल अपना वैचारिक पक्ष सामने रखता है। अने बार किसी खास मौके पर, किसी खास विषय पर भी परिचर्चाएं आयोजित की जाती हैं। परिचर्चाओं में प्रायः चैनल के एक अथवा दो एंकर तथा अन्य अतिथि शामिल होते हैं। अतिथि वक्ताओं की संख्या चैनल के स्वरूप तथा कार्यक्रम के स्वरूप पर निर्भर करती है। परिचर्चा के विषय प्रायः ऐसे होते हैं कि जिन पर पक्ष और विपक्ष को सुनकर ही कोई निष्कर्ष निकाला जा सकता है। परिचर्चाएं परिस्थिति अनुसार केंद्रीय, क्षेत्रीय या सजीव स्टूडियो में कहीं भी हो सकती हैं। जिसमें पक्ष और विपक्ष के विश्लेषक और एंकर शामिल होते हैं। चैनलों के अपने परिचर्चा कार्यक्रमों का स्वरूप अलग-अलग तरह का होता है। इसी के आधार पर विषय के जानकार लोगों को अपनी बात कहने का मौका दिया जाता है। किसी चैनल में एंकर एक-एक करके सभी विशेषज्ञों या अतिथियों को बोलने का अवसर देते हैं तो किसी चैनल में विशेषज्ञों की कही बातों के आधार पर ही एक दूसरे को बोलने का मौका दिया जाता है। कई बार अतिथियों के बीच वाद-विवाद कटुता की स्थिति तक पहुंच जाता है। ऐसे में एंकर को बड़ी जिम्मेदारी से मामला संभालते हुये विषय या चर्चा को आगे बढ़ाना पड़ता है।

परिचर्चा के लिए मंच सज्जा का भी खास ध्यान रखा जाता है। ऐसी परिचर्चाएं जिनमें तीन, चार या पांच लोग शामिल होते हैं, उनको तो छोटे स्टूडियो में भी करवाया जा सकता है। लेकिन ऐसी परिचर्चाएं जिनमें अधिक संख्या में लोग शामिल होते हैं उन्हें आयोजित करने के लिए खास तरह के सेट बनवाए जाते हैं या बड़े स्टूडियो का इस्तेमाल

किया जाता है। परिचर्चा इस तरह के कार्यक्रम हैं कि इनके लिए पूरी टीम की जरूरत होती है और खास तैयारी की भी। परिचर्चाओं की गम्भीरता से चैनल की साख पर असर पड़ता है और परिचर्चा में प्रस्तुत तथ्यों से दर्शक की सोच पर।

सजीव परिचर्चा : सजीव परिचर्चा भी परिचर्चा का ही एक स्वरूप है। सामान्य परिचर्चाएं प्रायः प्रसारित होने वाले समय से पूर्व रिकार्ड कर ली जाती हैं। पहले रिकार्ड हो जाने से इनकी प्रस्तुति में संशोधन करना सम्भव होता है। कोई अनुचित आरोप, कोई अमर्यादित शब्द, अभद्र भाषा या गलत तथ्य होने पर अंतिम प्रस्तुति से पहले उसे ठीक कर लिया जाना सम्भव होता है। लेकिन सजीव परिचर्चा जिस रूप में बात हो रही है उसी रूप में सजीव दर्शकों तक पहुंचती है। अतः इसमें संशोधन की कोई गुंजाइश नहीं होती, ऐसी सजीव परिचर्चा में एंकर की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण होती है क्योंकि एंकर ही कोई अप्रिय स्थिति आने पर उसे संभाल सकता है। चुनावों के अवसरों पर ऐसी परिचर्चाएं दर्शकों को बहुत बांधती हैं।

सजीव परिचर्चाएं चैनल के स्टूडियो में भी आयोजित करवाई जा सकती हैं और कई बार इनका आयोजन घटना स्थल या किसी अन्य बाहरी स्थान पर भी किया जाता है। बाहरी स्थान पर सजीव परिचर्चा होने पर ओबी वैन या डीएसएनजी यूनिट की जरूरत होती है। ओबी वैन या डीएसएनजी यूनिट चर्चा स्थल से सिग्नल स्टूडियो तक पहुंचा देते हैं और इस तरह परिचर्चा का लाइव प्रसारण हो जाता है। टैक्नालॉजी में हो रहे सुधारों के कारण अब लाइव प्रसारणों के लिए इस्तेमाल होने वाली ओबी वैन भी बेहद आधुनिक हो गई हैं। इनके जरिए कुछ ही मिनट की तैयारी में घटना स्थल का स्टूडियो से सीधा सम्पर्क जुड़ जाता है। आधुनिक ओबी वैन में मल्टीकैम शूटिंग (एक से अधिक कैमरे द्वारा की जाने वाली शूटिंग) से प्राप्त फुटेज की सुविधा के लिए भी जरूरी

उपकरण लगे होते हैं और यह स्टूडियो से बाहर पूरी तरह से एक मिनी स्टूडियो की तरह काम कर सकती है।

सजीव परिचर्चाओं में एंकर या प्रस्तोता की भूमिका अधिक महत्वपूर्ण होती है, क्योंकि सारी जिम्मेदारी उसी के हाथ में होती है। चर्चा को किस तरह आगे बढ़ाया जाए, किन मुद्दों को उभारा जाए, दर्शकों की रुचि के अनुसार कैसे प्रश्न किये जाएं यह सब उसे खुद ही तय करना होता है। इस सबके साथ-साथ उसे भीड़ को नियंत्रण में रखने की कला भी आनी चाहिए।

बोध प्रश्न

प्र0 1— ओबी वैन का क्या अर्थ है?

उ0 ओबी वैन का अर्थ आउटडोर ब्राडकास्टिंग वैन है, इसमें कैमरामैन और रिपोर्टर के साथ एडीटिंग मशीन और सेटलाइट से जोड़ने के लिए एक एंटीना लगा होता है। इसी के माध्यम से खबर को घटना स्थल से स्टूडियो में भेजा जाता है और वह दुनिया के सामने कुछ सेकेंडों में ही प्रसारित होने लगती है।

प्र0 2— परिचर्चा से आप क्या समझते हैं?

उ0 हर समाचार में कुछ न कुछ ऐसा महत्वपूर्ण बिंदु निकल आता है जिस पर चर्चा करने पर उसके पक्ष व विपक्ष को सुनकर ही कोई निष्कर्ष निकाला जा सकता है। टीवी में समाचारों के वैचारिक विश्लेषण के जरिए यह काम किया जाता है और इसका मुख्य तरीका परिचर्चा है।

प्र0 3— सजीव परिचर्चा किसे कहते हैं ?

उ0 सजीव परिचर्चा का दूसरा नाम लाइव टॉक शो है। किसी भी ऐसी घटना जिसको जल्द से जल्द समाचार चैनल पर विश्लेषणात्मक रूप

से प्रसारित किया जाना है उसको सजीव परिचर्चा के जरिए प्रस्तुत किया जाता है। परिचर्चा के लिए ओबी वैन की आवश्यकता होती है।

प्र0 4- सजीव परिचर्चा में एंकर की क्या भूमिका होती है?

उ0 सजीव परिचर्चा में एंकर की भूमिका सबसे महत्वपूर्ण होती है। सामान्य परिचर्चा की तुलना में यहां सब कुछ एंकर को ही संभालना होता है। उसे चर्चा को रोचक भी बनाए रखना होता है। अप्रिय स्थितियों को भी रोकना होता है और भीड़ को भी नियंत्रित करना होता है।

3.7 सारांश :

टेलीविजन की पत्रकारिता में रिपोर्टिंग का स्थान सबसे महत्वपूर्ण है। रिपोर्टिंग के जरिए ही टेलीविजन को प्रस्तुत करने के लिए जरूरी खबरें मिल पाती हैं। कई बार चैनल अपनी जरूरतों और अपनी नीतियों के मुताबिक खबरें तय करते हैं। लेकिन अक्सर खबरें ही खुद-ब-खुद यह तय कर लेती हैं कि उन्हें किस रूप में और किस महत्व के साथ प्रस्तुत किया जाना चाहिए। 2001 में उत्तर प्रदेश विधानसभा सत्र चल रहा था। समाजवादी पार्टी जो मुख्य विपक्षी दल थी, उसके सभी 104 विधायकों ने एक साथ अपनी सदस्यता से त्यागपत्र दे दिया। यह एक अभूतपूर्व स्थिति थी। सभी प्रमुख न्यूज चैनलों में इस खबर को प्रमुखता मिली। रात हर घंटे में इसके प्रसारण के लिए अलग-अलग योजनाएं बना ली गईं। स्टूडियो में अतिथियों को बुलाने के इन्तजाम कर लिए गए। कई अतिथि तो चैनलों के स्टूडियो में पहुंच भी गए। मगर तभी शाम 7 बजे के आसपास अमेरिका में वर्ल्ड ट्रेड सेंटर पर आतंकी हमले की खबरें आनी शुरू हुईं और फिर पूरी रात सारे टीवी न्यूज चैनल टिवन टावर्स

पर विमानों के टकराने की खबरें दिखाते रहे और समाजवादी पार्टी के विधायकों के सामूहिक इस्तीफे की खबर टिकर पर सिमट कर रह गयी।

भले ही टीवी न्यूज चैनल मनोरंजन चैनल बनते जा रहे हों, भले ही उनमें समाचारों का महत्व और गुणवत्ता कम होती जा रही हो मगर अब भी खबरें ही वो चीज हैं जिनके लिए दर्शक इन चैनलों को देखना पसंद करते हैं। टीवी की खबरों के लिए रिपोर्टिंग का जितना महत्व है, रिपोर्टर द्वारा लिये गये साक्षात्कारों और संवाददाता सम्मेलनों में उसके द्वारा पूछे गए प्रश्नों का भी उससे कम महत्व नहीं है। इन प्रश्नों से ही उसकी खबर का स्वरूप बनता है, खबर का महत्व तय होता है। रिपोर्टिंग के बाद टीवी न्यूज का दूसरा महत्वपूर्ण काम खबरों का संपादन होता है। नई तकनीकों और कम्प्यूटर के उपयोग ने मुश्किल समझे जाने वाले वीडियो संपादन के काम को बहुत आसान बना दिया है। फिर भी वीडियो संपादन की कला और वीडियो सम्पादक का महत्व बरकरार है। किसी अच्छी खबर की जो प्रस्तुति दर्शक तक पहुंचती है वह संपादक के हाथों के कमाल के बाद ही पहुंचती है। संपादक अनगढ़ खबर को सजीव और सुपर बना देता है। इसके बाद बारी आती है खबरों की प्रस्तुति की। टीवी में यह काम एंकर के हिस्से आता है। आज एंकरिंग के तरीके और शैलियों में निरन्तर बदलाव हो रहे हैं। एंकरिंग अब सिर्फ खबरों को पढ़ने की कला ही नहीं रह गई है बल्कि यह खबरों को प्रभावशाली बनाने की भी कला बन गई है। एंकरों के जरिए चैनलों को पहचान मिलती है ता एंकरों को भी अपनी प्रस्तुति के लिए नाम और प्रसिद्धि मिलती है।

टीवी न्यूज की प्रस्तुति एक सामूहिक काम है। इसमें कुछ लोगों को टीवी के सामने आने का अवसर मिलता है तो अनेक लोग ऐसे होते हैं जिन्हें सिर्फ पीछे रह कर ही संतुष्टि कर लेनी पड़ती है। लेकिन इससे इन लोगों के काम का महत्व कम नहीं होता। कुल मिलाकर टेलीविजन

की खबरों को तैयार करना, उनका संपादन करना और उन्हें दर्शकों के सम्मुख प्रस्तुत करना एक दूसरे से जुड़े काम हैं और जिस चैनल में इन सब के बीच जितना अच्छा तालमेल होता है, उस चैनल की प्रस्तुति उतनी ही अच्छी होती है।

3.8 शब्दावली :

पीस टू कैमरा : पीस टू कैमरा या पीटीसी टीवी न्यूज का एक ऐसा हिस्सा है जिसमें रिपोर्टर खबर बनाते समय घटना स्थल से ही अपनी बात प्रस्तुत करता है। एडीटिंग के वक्त इस अंश को खबरों, दृश्यों और स्क्रिप्ट के आधार पर खबर के अन्त में या बीच में लगा दिया जाता है। पीटीसी के जरिए जहां रिपोर्टर को चैनल में प्रस्तुत समाचार के साथ दिखाई देने का अवसर मिल जाता है वहीं वह इसके जरिए वो बात भी कह देता है जो चित्रों के अभाव में दिखाई नहीं जा सकती। खबर के अन्त में प्रयोग होने वाले पीस टू कैमरा में प्रायः रिपोर्टर अपने नाम के साथ जगह का भी उल्लेख करता है। भारतीय न्यूज चैनलों में चैनल के नाम का भी उल्लेख किया जाता है।

स्क्रिप्ट : टेलीविजन न्यूज में स्क्रिप्ट उस आलेख को कहते हैं जिसके आधार पर खबर की वीडियो एडीटिंग की जाती है और जिसके आधार पर खबर को प्रस्तुत किया जाता है। सरल शब्दों में स्क्रिप्ट टीवी पर प्रस्तुत होने वाली लिखित खबर है।

टेली प्राम्पटर : टेली प्राम्पटर एक ऐसा उपकरण है जिसकी मदद से एंकर खबरें और खबरों की हेडलाइंस प्रस्तुत करता है। यह उपकरण एंकर के ठीक सामने कैमरे के साथ ही लगा होता है और इसमें पैनल प्रोड्यूसर वह सारी खबरें सिलसिलेवार भेजता जाता है जो खबरें एंकर को प्रस्तुत करनी होती हैं। एंकर को खबर को जिस रूप में पढ़ना होता

है वहीं स्क्रिप्ट टेली प्राम्पटर पर बड़े-बड़े अक्षरों में उसको दिखती रहती है।

डीएसएनजी यूनिट : डीएसएनजी यूनिट यानी डायरेक्ट सेटेलाइट न्यूज गैदरिंग यूनिट एक प्रकार की ओबी वैन ही है, जिसके जरिए घटना स्थल से खबरों का लाइव प्रसारण किया जाता है। दरअसल यह ओबी वैन से पहली पीढ़ी का उपकरण है। छोटे-छोटे बक्सों के रूप में यह यूनिट आधे घंटे में जोड़ी जा सकती है। हालांकि अब यह धीरे-धीरे प्रयोग से बाहर होती जा रही है।

लिप माइक : यह विशेष प्रकार के संवेदनशील माइक होते हैं जिन्हें एकदम मुंह के पास सटाकर बोलने से आवाज की बेहतरीन रिकार्डिंग होती है। इनमें आसपास की आवाज रिकार्ड नहीं होती इसलिए भीड़भाड़ वाली जगहों में भी ये रिकार्डिंग के लिए बेहद उपयुक्त होते हैं। टीवी न्यूज में वाइस ओवर रिकार्ड करने के लिए इनका इस्तेमाल होता है। खेलों की कमेंट्री में भी इन्हीं माइकों का इस्तेमाल किया जाता है।

3.9 त्वरित अभ्यास :

- 1- रेडियो और टीवी के समाचार एक दूसरे से किस तरह भिन्न हैं ?
- 2-कैमरामैन को टीवी का असली पत्रकार क्यों कहा जाता है ?
- 3-टीवी एंकर का क्या काम होता है ?
- 4-ग्राफिक आर्टिस्ट क्या काम करता है ?
- 5-साक्षात्कार लेने से पूर्व संवाददाता को किस तरह की तैयारी आवश्यक है ?
- 6-वाइस ओवर में किस चीज का खास ध्यान रखा जाता है ?
- 7-इलेक्ट्रानिक मीडिया ने हमारे जीवन को कैसे प्रभावित किया है ?

- 8-दूरदर्शन के कश्मीर पर केन्द्रित चैनल का क्या नाम है ?
- 9-कैमरामैन के महत्व के बारे में ओदियाना फलाची ने क्या कहा है ?
- 10-संवाददाता सम्मेलन में टीवी पत्रकार को किन चीजों पर ध्यान देना चाहिए?
- 11-एडीटिंग मशीन क्या होती है ?
- 12-ग्राफिक्स का क्या उपयोग होता है ?
- 13-अपना बुलेटिन प्रस्तुत करने से पूर्व एंकर को क्या करना चाहिए ?
- 14-ओबी वैन क्या होती है ?
- 15-मल्टी कैम शूटिंग क्या होती है ?

3.10 अभ्यासार्थ प्रश्न :

- प्रश्न 1-** टीवी समाचारों में अच्छा इंटरव्यू हासिल करने के लिए पत्रकार को क्या करना चाहिये ?
- प्रश्न 2-** टीवी न्यूज में रिपोर्टर की क्या भूमिका होती है ?
- प्रश्न 3-** टीवी न्यूज को तैयार करने में संपादन का महत्व बताइए ?
- प्रश्न 4-** अच्छा न्यूज एंकर बनने के लिए पत्रकार में क्या गुण होने चाहिए?
- प्रश्न 5-** परिचर्चा क्या है ?

3.11 प्रयोगात्मक अभ्यास :

अपने आसपास की कम से कम 5 घटनाओं या समस्याओं का अध्ययन करके टीवी न्यूज के लिए स्क्रिप्ट लिखिए। अगर वीडियो कवरेज भी कर सकें तो बेहतर होगा। लेकिन वीडियो कवरेज न हो पाने की स्थिति में

कल्पना के आधार पर सम्भावित दृश्यों की सूची स्क्रिप्ट के साथ अवश्य होनी चाहिए ?

3.12 संदर्भ ग्रन्थ :

1. आर्य, पी.के. : इलेक्ट्रानिक मीडिया
2. कश्यप श्याम, कुमार मुकेश : टेलीविजन की कहानी
3. जैदी, मुस्तफा एचएच : टेलीविजन समाचार
4. पचौरी सुधीश, शर्मा अचला : नए जनसंचार माध्यम और हिन्दी
5. वाजपेयी, पुण्य प्रसून : एंकर रिपोटर
6. Bhatt, S.C. : Broadcast Journalism-:
Basic principles
7. Srivastava, K.M. : Radio and T.V.Journalism

इकाई-04

टेलीविजन समाचार की संगठनात्मक संरचना एवं टेलीविजन समाचारों का प्रेषण और प्रवाह

इकाई की रूपरेखा

- 4.0 उद्देश्य
- 4.1 प्रस्तावना
- 4.2 सम्पादकीय विभाग या इनपुट विभाग
- 4.3 समाचार निर्माण तंत्र या आउटपुट
- 4.4 टेलीविजन समाचारों का तकनीकी तंत्र
- 4.5 टेलीविजन समाचारों का प्रेषण एवं प्रवाह
- 4.6 सारांश
- 4.7 शब्दावली
- 4.8 त्वरित अभ्यास
- 4.9 अभ्यासार्थ प्रश्न
- 4.10 प्रयोगात्मक अभ्यास
- 4.11 सन्दर्भ ग्रंथ

4.0 उद्देश्य :

टेलीविजन में प्रसारित होने वाली एक छोटी सी खबर को तैयार होने में कई लोगों की अलग-अलग भूमिकाएं होती हैं। खबर की शुरुआत स्टोरी आइडिया यानी खबर की संक्षिप्त सूचना से होती है और

फिर इसे अंतिम रूप यानी टेलीविजन में प्रसारित होने से पहले तक कई हाथों और मशीनों से गुजरना होता है। यह काम जितना मानवीय दक्षता और विशेषज्ञता का है उतना ही इस काम में मशीनों और कम्प्यूटर का भी योगदान होता है। मनुष्य और मशीन में तालमेल बनने से ही टीवी की न्यूज तैयार होती है और इस प्रक्रिया में अलग-अलग स्तरों पर अनेक लोगों की भूमिकाएं होती हैं। प्रस्तुत इकाई के जरिए हम इसी बात को समझने का प्रयास करेंगे कि आखिर टेलीविजन में प्रसारित होने वाली खबर दर्शक तक पहुंचने लायक बनती कैसे है ? इस इकाई के जरिए खबर तैयार होने की प्रक्रिया के अलग-अलग अंगों के बारे में भी संक्षिप्त जानकारी प्राप्त की जा सकेगी। इस इकाई के जरिए हम—

- टेलीविजन समाचार संकलन तंत्र की बनावट को समझ सकेंगे।
- टेलीविजन की खबरें तैयार करने में संपादकीय विभाग की क्या भूमिका होती है, इस बात का अध्ययन कर सकेंगे।
- टेलीविजन समाचारों को तैयार होने के बाद प्रसारण से पहले किस-किस प्रक्रिया से गुजरना पड़ता है, इसका अध्ययन कर सकेंगे।
- टीवी समाचार के निर्माण के तकनीकी पहलुओं की जानकारी हासिल कर सकेंगे।
- और टीवी के प्रसारण के तौर तरीकों को भी समझ सकेंगे।
- यह इकाई नए पत्रकारों को टेलीविजन की खबरों की दुनिया के अचर के पहलुओं की जानकारी देने के उद्देश्य से प्रस्तुत की जा रही है।

4.1 प्रस्तावना :

टेलीविजन की खबरों की दुनिया एक अलग तरह की दुनिया है। अखबारी दुनिया के मुकाबले यहां अधिक प्रतिस्पर्धा है, अधिक व्यस्तता है और उतना ही अधिक काम भी है। 30-40 सेकेंड का एक समाचार तैयार करने में 30-40 अलग-अलग लोगों की अलग-अलग भूमिका होती है। समय की बेहद कमी होती है। खबर को सबसे जल्दी ही हासिल करने से काम पूरा नहीं होता। टीवी की दुनिया में इसे सबसे जल्दी प्रसारित करना भी आवश्यक होता है। इस जल्दबाजी में कोई गड़बड़ न हो जाए, कोई गलती न हो जाय यह ध्यान रखना भी बहुत जरूरी होता है। कुल मिला कर टीवी में खबर तैयार करना एक टीम का काम है और बेहतर तालमेल वाली टीम ही वहां बेहतर काम कर पाती है। मूलतः टीवी न्यूज को तैयार करने में तीन अलग-अलग विभागों का रोल होता है। ये विभाग हैं— सम्पादकीय विभाग, उत्पादन विभाग और तकनीकी विभाग। अलग-अलग चैनलों में इनके लिए अलग-अलग सम्बोधन होते हैं। कहीं इन्हें इनपुट, आउट पुट और टेक्निकल कह कर सम्बोधित किया जाता है। तो कहीं असाइनमेंट प्रोडक्शन और डिस्ट्रीब्यूशन भी कहा जाता है। यह तीनों विभाग ही मिलकर किसी समाचार को प्रसारित करने लायक बनाते हैं, उसे प्रसारित करते हैं।

इनपुट और आउटपुट विभागों में जितने ऊर्जावान और कल्पनाशील पत्रकार होते हैं चैनल पर उतनी ही बेहतर खबरें प्रसारित हो पाती हैं। चूंकि यह पूरा काम एक टीम का काम होता है इसलिए इसमें टीम के मुखिया यानी न्यूज डायरेक्टर या चैनल के मुख्य संपादक की अत्यन्त महत्वपूर्ण भूमिका होती है। जिस तरह अच्छे कप्तान के कारण किसी खेल की टीम का खेल निखर आता है उसी तरह अच्छा न्यूज डायरेक्टर चैनल को निखार देता है। लेकिन वर्तमान में टीआरपी का दबाव यानी चैनल की लोकप्रियता का दबाव न्यूज चैनलों के स्तर को बहुत प्रभावित कर रहा

है। चैनल की मार्केटिंग टीम हर हफ्ते के अन्त में हफ्ते के अलग-अलग दिन अलग-अलग चैनलों में प्रसारित कार्यक्रम और उन्हें देखने वाले दर्शकों का आंकड़ा लेकर हाजिर हो जाती है और आउटपुट पर दबाव बनाती है कि वह वैसे ही कार्यक्रम बनाए जो ज्यादा देखे जा रहे हैं। इसका नतीजा यह होता है कि चैनल का सम्पादकीय विभाग वैसी ही खबरें हासिल करने की योजना बनाने लगता है। कुल मिला कर इसका असर चैनलों की पहचान पर पड़ता है, उनके स्तर पर पड़ता है। यही वजह है कि इन दिनों प्रायः सभी न्यूज चैनल एक जैसे लगने लगे हैं। सभी में एक जैसे कार्यक्रम और एक जैसी प्रस्तुति। हालांकि अब कुछ लोग यह उम्मीद करते हैं कि न्यूज चैनलों में फिर से खबरों की वापसी होगी। बहरहाल चैनलों के समाचार का स्तर चाहे जैसा भी हो, उनके निर्माण की प्रक्रिया में तो लगातार सुधार हो रहे हैं और इस प्रक्रिया के अलग-अलग चरणों को समझना अब भी बेहद दिलचस्प काम है।

4.2 सम्पादकीय विभाग या इनपुट विभाग :

न्यूज चैनलों में सम्पादकीय विभाग का अधिकांश कार्य इनपुट टीम करती है। न्यूज चैनलों के मुखिया को अलग-अलग चैनलों में अलग-अलग नाम से पुकारा जाता है। कहीं इसे न्यूज डायरेक्टर कहते हैं तो कहीं एग्जीक्यूटिव प्रोड्यूसर या ईपी। इस मुखिया के मुख्य रूप से दो विभाग होते हैं। इनपुट डेस्क ही मुख्य रूप से चैनलों के लिए खबरें जुटाने और कार्यक्रम के लिए विशेषज्ञ बुलाने आदि का इन्तजाम करती है। इनपुट डेस्क ही वह प्रवेश द्वार है जिसके माध्यम से चैनल को खबरें मिलती हैं। अलग-अलग चैनलों में इनपुट विभाग को अलग-अलग नामों से पुकारा जाता है। यहां पर सुविधा के लिये हम उसे सम्पादकीय विभाग कहेंगे। सम्पादकीय विभाग के मुखिया को इनपुट हेड कहा जाता है।

किसी भी समाचार चैनल का प्रमुख विभाग संपादकीय होता है। न्यूज रूम में संवाददाता द्वारा अलग-अलग क्षेत्रों से समाचार संकलन करके इसी विभाग में लाता है। समाचार महत्वपूर्ण है या अति महत्वपूर्ण। सकारात्मक है या फिर नकारात्मक। इन सभी बातों को जाँचने की जिम्मेदारी इसी विभाग की होती है। सम्पादकीय विभाग के अधीन में कई पद होते हैं जिनमें प्रमुख इस प्रकार हैं :

- 1 रिपोर्टर
- 2 इनपुट प्रमुख
- 3 शोधकर्ता
- 4 एंकर्स
- 5 डेस्क
- 6 समन्वयक
- 7 समाचार सम्पादक
- 8 समाचार निमाता

1. रिपोर्टर : टीवी में समाचार का मुख्यतः संकलन रिपोर्टर के हाथ में होता है। रिपोर्टर चैनल के आंख-कान जैसे होते हैं। प्रायः हर रोज सुबह न्यूज चैनलों में सम्पादकीय बैठक होती है जिसमें दिन की प्रमुख सम्भावित खबरों पर चर्चा होती है। इसी बैठक में रिपोर्टरों द्वारा तैयार की जाने वाली सम्भावित खबरों की भी चर्चा होती है। यह खबरें स्टोरी आइडिया के रूप में होती हैं और इन्हें चीफ रिपोर्टर या रिपोर्टिंग हेड के जरिए मीटिंग में रखा जाता है। जिन स्टोरी आइडियाज को सही समझा जाता है उनसे सम्बद्ध रिपोर्टर को उस खबर को तैयार करने को कह दिया जाता है। सम्पादकीय विभाग में इनपुट डेस्क या एसाइनमेंट डेस्क

से रिपोर्टर को खबरें तैयार करने के निर्देश दिये जाते हैं। मुख्यतः रिपोटरों की श्रेणियां होती हैं :

- **नेशनल ब्यूरो** : राष्ट्रीय स्तर की खबरों को तैयार करने वाले रिपोर्टर इस ब्यूरो में शामिल होते हैं। संसद, विभिन्न मंत्रालय एवं प्रमुख राजनीतिक दलों को कवर करने वाले रिपोटरों की टीम से मिलकर राष्ट्रीय नेशनल ब्यूरो बनता है। इसमें तुलनात्मक रूप से वरिष्ठ रिपोटरों को स्थान दिया जाता है।
- **आऊट स्टेशन ब्यूरो** : इस ब्यूरो में चैनल के स्वरूप के अनुसार बाहरी स्थानों पर तैनात रिपोर्टर शामिल होते हैं। दिल्ली से संचालित राष्ट्रीय न्यूज चैनल के आऊट स्टेशन ब्यूरो मुख्यतः सभी राज्यों की राजधानियों व अन्य प्रमुख शहरों में तैनात रिपोर्टर शामिल होते हैं। यह ब्यूरो अपने अपने राज्य व क्षेत्र की प्रमुख खबरों को भेजने की जिम्मेदारी निभाता है।
- **मुख्यालय ब्यूरो** : चैनल जिस शहर से प्रसारित होता है वहां की खबरों को महत्व देने के लिए उस शहर के लिए भी एक अलग ब्यूरो बनाया जाता है। मसलन दिल्ली से प्रसारित होने वाले चैनल के लिए दिल्ली ब्यूरो या चैन्नई से प्रसारित होने वाले चैनल के लिए चैन्नई ब्यूरो। यह ब्यूरो अपने शहर की महत्वपूर्ण खबरों के लिए उत्तरदायी होता है।
- **विशेष ब्यूरो** : इसके तहत अलग-अलग विधाओं के लिए अलग-अलग ब्यूरो बनाए जाते हैं। मसलन काइम ब्यूरो, खेल ब्यूरो, बिजनेस ब्यूरो, मनोरंजन ब्यूरो आदि। यह सभी ब्यूरो अपने-अपने विषयों के कार्यक्रम और समाचारों के लिए जिम्मेदार होते हैं।

- **एसआईटी** : आजकल कई न्यूज चैनलों में अलग तरह की खोजी खबरों के लिए एसआईटी यानी स्पेशल इनवेस्टिगेटिव टीम जैसे विशेष ब्यूरो भी बनाए जाने लगे हैं। ये ब्यूरो चैनल के रोजाना के कामकाज से प्रायः अलग रहते हैं और कई-कई दिनों की छानबीन के बाद खबर तैयार करते हैं। यही ब्यूरो हिडन कैमरा और स्टिंग आपरेशन आदि नई तकनीकों का भी इस्तेमाल करते हैं। इन ब्यूरो में काम करने वाले लोगों के पद नाम भी अलग-अलग होते हैं और वरिष्ठता के आधार पर रिपोर्टर, कोसपोडेंट, सीनियर कोसपोडेंट, प्रिसिंपल कोसपोडेंट, स्पेशल कोसपोडेंट, ब्यूरो चीफ या ब्यूरो हेड आदि होते हैं। लेकिन सामान्य भाषा में इन सभी को रिपोर्टर यानी संवाददाता ही कहा जाता है। संवाददाता कैमरामैन के साथ मिलकर खबर तैयार करता है और फिर उसकी स्क्रिप्ट तैयार करता है, जो दृश्यों और उपलब्ध बाइट्स से मिल कर बनती हैं।

संवाददाता की स्क्रिप्ट के आधार पर ही दृश्यों को एडिट करके खबर को प्रसारण के लिये तैयार किया जाता है। टीवी की खबरों की अच्छी एडिटिंग के लिए यह जरूरी काम माना जाता है कि स्क्रिप्ट के साथ डोपशीट भी अवश्य बनाई जाती है। खास तौर पर आऊट स्टेशन रिपोर्टरों की खबरों में तो इसका होना अनिवार्य माना जाता है।

डोपशीट, टेलीविजन कैमरामैन द्वारा तैयार की गयी उस शाट सूची को कहते हैं जिसे वह अपने व्यक्तिगत अनुभव या एसाइनमेंट हेड के पूर्व परामर्श के अनुसार तैयार करता है। कैमरामैन किसी घटना का चित्रांकन करते समय उसका विवरण एक नोटबुक में नोट करता जाता है। इस विवरण में प्रत्येक शाट की क्रम संख्या, शाट का विवरण (लॉग शाट, क्लोजअप शाट आदि)। शाट की लम्बाई और सम्बन्धित घटना का संक्षिप्त विवरण इस प्रकार लिखा रहता है कि उसके आधार पर वीडियो सम्पादक

और एसाइनमेंट हेड को खबरों की एडिटिंग में किसी प्रकार की असुविधा न हो। डोपशीट पर सरसरी नजर डाल कर ही वीडियो संपादक को यह पता चल जाता है कि खबर के साथ किस तरह के दृश्य हैं।

2. इनपुट प्रमुख : इनपुट प्रमुख संपादकीय विभाग का प्रमुख होता है। उसका काम मुख्य रूप से खबरों की योजना बनाना और खबरें समय से हासिल करने के इंतजाम करना है वही हर रोजे संपादकीय विभाग की ओर से चैनल के कार्यक्रमों की रूपरेखा बनाने के लिए जिम्मेदार होता है। वही मार्केटिंग और आउटपुट विभाग के साथ तालमेल रखता है। ओवी वैन कहां और कब जानी है। इसका इन्तजाम भी वही करता है वही को-आर्डिनेशन से तालमेल करके टीमों को जगह-जगह भिजवाने की व्यवस्था करता है। यह काम प्रायः अनुभवी व्यक्ति को सौंपा जाता है।

3. शोधकर्ता : किसी भी समाचार को प्रसारित करने से पहले उसकी सत्यता तथा तथ्यों को प्रमाणित किया जाता है। खबर तभी बेहतर बन सकती है जब उससे जुड़े सभी तथ्य सही हों। यह काम शोधकर्ताओं का होता है। शोधकर्ता खबर की शुरुआत से लेकर आखिर तक सभी बिंदुओं को ध्यान में रखकर तथ्यों की छानबीन करता है। शोधकर्ता का महत्व खबरों के बारे में संदर्भ जुटाना भी है। प्रायः इस पद पर नए प्रशिक्षुओं को नियुक्त किया जाता है। एक अच्छा टीवी पत्रकार बनने की यह पहली सीढ़ी है। हालांकि अब कई चैनलों में इस पद पर अलग से नियुक्ति नहीं की जाती बल्कि ट्रेनी पत्रकारों से ही शोध का काम करा लिया जाता है। कई चैनलों में शोध का काम रिपोर्टर खुद भी करते हैं।

4. एंकर्स : टेलीविजन में समाचारों का प्रसारण एंकरों के द्वारा किया जाता है। पहले जब केवल दूरदर्शन ही एक मात्र न्यूज चैनल था तो एक एंकर सुबह सात बजे से दोपहर एक बजे तक और दूसरा रात नौ बजे तक हुआ करता था। तब दो एंकर की टीम ही दूरदर्शन के लिये काफी

थी। लेकिन आज जमाना प्रतिस्पर्धा का है। 24 घण्टे के न्यूज चैनलों में हर पल नई खबर आती रहती हैं इसलिए अब न्यूज रीडिंग के लिये कई एंकर्स की आवश्यकता होती है एक न्यूज रूम में 24 घण्टे में 8-8 घण्टे की तीन शिफ्ट लगती हैं जिसमें सात से आठ एंकर्स होते हैं। स्पेशल खबर या प्रोग्राम के लिये स्पेशल एंकर होते हैं।

5. डेस्क : टीवी में संवाददाता के पास से आकर समाचार न्यूज डेस्क पर जाता है। संवाददाता की स्क्रिप्ट में उसमें व्याकरण की गलतियां या फिर भाषा की अशुद्धियां, या खबर को व्यवस्थित ढंग से लिखने की जिम्मेदारी डेस्क या कापी डेस्क की होती है। यहां पर स्क्रिप्ट तैयार होने के बाद किसी वरिष्ठ व्यक्ति को भेजी जाती है और उसके देखने के बाद ही उसे अंतिम रूप मिलता है। इसके बाद स्क्रिप्ट की रीडिंग होने के बाद ही उसको एडिटिंग के लिये कम्प्यूटर पर डालकर अलग-अलग प्रक्रिया में भेजा जाता है।

6. समाचार समन्वयक : न्यूज रूम में समाचार अलग-अलग क्षेत्रों और ब्यूरो से आते हैं, कौन सी खबर किस समय आयेगी इसकी जिम्मेदारी समाचार समन्वयक यानी न्यूज कोऑर्डिनेटर की होती है। कई बार एक ही समाचार में एक बाइट या इण्टरव्यू दिल्ली से और दूसरा इण्टरव्यू किसी अन्य जगह से आना होता है। खबर पूरी होने के लिए दोनों ही समय पर मिलनी जरूरी होती है। ऐसे में समन्वयक दोनों रिपोर्टर्स से बात करके पूरी खबर मंगाकर आगे की कार्रवाई शुरू करवाता है। समन्वयक का एक काम डे प्लान तैयार करवाना भी होता है। आजकल न्यूज चैनलों में एक दिन पहले शाम को ही सम्पादकीय में अगले दिन का डे प्लान तैयार कर लिया जाता है। इस अग्रिम प्लानिंग की जिम्मेदारी भी कोऑर्डिनेटर या समन्वयक की ही होती है। वह तमाम ब्यूरो और आऊटस्टेशन ब्यूरो के संवाददाताओं से बातचीत कर डेप्लान या स्टोरी आइडिया मंगवाता है और मीटिंग में आइडिया स्वीकार हो जाने पर वही

रिपोर्टर को इस बात की जानकारी देता है और खबर का सम्भावित समय पता करता है। समन्वयक एसाइनमेंट डेस्क का ही हिस्सा होता है।

7. समाचार सम्पादक : न्यूज रूम में सबसे अहम पद समाचार सम्पादक का होता है। समाचार समन्वयक के माध्यम से न्यूज रूम में इनपुट विभाग के पास आते हैं। यह विभाग समाचारों की महत्वता को समझकर यह तय करता है कि समाचार का महत्व कैसा है। वह किस बुलेटिन में चलने लायक है ? और किस वक्त उसका प्रसारण सबसे उपयुक्त होगा। इसी आधार पर खबर आउटपुट को भेज दी जाती है। समाचार संपादक या न्यूज एडीटर का काम आउटपुट और इनपुट के बीच तालमेल बनाने का है। कहीं-कहीं यह काम शिफ्ट इंचार्ज को भी सौंपा जाता है। समाचार संपादक ही अपने सहयोगियों के साथ संवाददाताओं से भी तालमेल रखता है।

8. समाचार निर्माता : टेलीविजन समाचार में समाचार निर्माता यानी न्यूज प्रोड्यूसर की भूमिका न्यूज रूम में महत्वपूर्ण होती है। वही यह निर्णय लेता है कि कौन सी खबर किस फारमेट में जायेगी। कुछ चैनलों में न्यूज प्रोड्यूसर ही समाचार सम्पादक की भूमिका भी निभाता है जबकि कई चैनलों में न्यूज प्रोड्यूसर अपने अधीन तैनात अलग-अलग प्रोड्यूसरों की मदद से आउट स्टेशन ब्यूरो व अन्य खबरों को तैयार करवाते हैं।

बोध प्रश्न

प्र0 1- न्यूज चैनल की संगठनात्मक संरचना में सबसे महत्वपूर्ण विभाग कौन सा है?

उ0 न्यूज चैनल की संगठनात्मक संरचना में सबसे ज्यादा महत्वपूर्ण विभाग सम्पादकीय विभाग होता है। इस विभाग में रिपोर्टर, शोधकर्ता एंकर्स, डैस्क, समन्वयक, समाचार सम्पादक, समाचार निर्माता आदि होते हैं।

प्र0 2- शोधकर्ता का क्या कार्य है ?

उ0 शोधकर्ता खबरों से जुड़े तथ्यों की छानबीन करते हैं। कई बार खबरों के लिए जरूरी सामग्री और संदर्भ भी जुटाते हैं। एक प्रकार से वह खबर के लिए कच्चा माल तैयार करते हैं।

प्र0 3 - समाचार सम्पादक का क्या महत्व होता है ?

उ0 न्यूज रूम में सबसे अहम पद समाचार सम्पादक का होता है। समन्वयक के माध्यम से जो समाचार न्यूज रूम में इनपुट विभाग के पास आते हैं फिर वही समाचार आउटपुट में जाते हैं। आउटपुट के लोग खबर को पॉलिश करने के बाद प्रसारण करने के लिये दे देते हैं इन दोनों विभागों में सामंजस्य बैठाने की जिम्मेदारी समाचार सम्पादक की ही होती है।

प्र0 4- डे प्लान क्या होता है ?

उ0 टेलीविजन चैनलों में डे प्लान के जरिए हर दिन प्रकाशित होने वाले समाचारों की सूची बनाई जाती है। डे प्लान में आऊट स्टेशन ब्यूरो और अन्य सभी महत्वपूर्ण ब्यूरो से मिलने वाली सम्भावित खबरों का जिक्र होता है। किस खबर को कितना और कैसा महत्व दिया जाना है यह भी डे प्लान का हिस्सा होता है।

4.3 समाचार निर्माण तंत्र या आऊटपुट :

आऊटपुट या समाचार निर्माण तंत्र चैनल का दिल है। इनपुट या समाचार संकलन तंत्र का काम जहां खबरें लाना है वहीं आऊटपुट का काम उन्हें तराशना और प्रसारण करना है। आऊटपुट भी एक बड़ा विभाग

होता है लेकिन इनपुट में विपरीत इसके सारा काम चैनल के मुख्यालय या स्टूडियो में ही हो जाता है। आऊट स्टेशन ब्यूरो या खबर लाने वाले संवाददाताओं से इसका सीधा सम्पर्क नहीं है। आऊटपुट का भी एक प्रमुख होता है, प्रायः यह पद एग्जीक्यूटिव प्रोड्यूसर स्तर के किसी वरिष्ठ पत्रकार को सौंपा जाता है। आऊटपुट प्रमुख का काम चैनल के हर बुलेटिन पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों और उनमें प्रसारित होने वाली खबरों का चयन और उन्हें प्रसारण योग्य बनाना होता है। आऊटपुट प्रमुख हर रोज चैनल के वरिष्ठ सहयोगियों के साथ बैठ कर यह रूपरेखा बनाता है। महत्वपूर्ण समाचार अचानक आ जाने पर उसी तरह आकस्मिक योजना बनाना भी उसी की जिम्मेदारी होती है। उसके अधीन एक पूरी टीम काम करती है। हालांकि इस टीम का स्वरूप हर चैनल में अलग-अलग होता है। परन्तु मुख्य रूप से इसमें निम्न दो प्रमुख घटक होते हैं। न्यूज डेस्क और न्यूज प्रसारण से जुड़े लोग।

न्यूज डेस्क : आऊटपुट की न्यूज डेस्क वह जगह है जहां किसी न्यूज चैनल के किसी खास बुलेटिन में प्रसारित होने वाली सारे खबरें आती हैं। इन खबरों को देख कर न्यूज डेस्क ही यह तय करती है कि कि इन खबरों को चैनल में कब और किस क्रम से दिखाया जाना है। प्रायः चैनलों में एक सामान्य न्यूज डेस्क होती है और खेल व्यापार, अपराध, मनोरंजन व विदेशी खबरों से जुड़ी डेस्क अलग होती है। न्यूज डेस्क का प्रभारी शिफ्ट इंचार्ज होता है।

24 घंटे के चैनलों में प्रायः 8-8 घंटे की तीन शिफ्ट होती हैं और हर शिफ्ट के लिए एक अलग शिफ्ट इंचार्ज होता है। प्रायः सीनियर प्रोड्यूसर स्तर के इस पत्रकार का काम बुलेटिन प्रोड्यूसर व अन्य सहयोगियों की मदद से बुलेटिनों को प्रसारण से पूर्व अंतिम रूप देना होता है। शिफ्ट इंचार्ज अपनी शिफ्ट के लिए पूर्ण रूप से उत्तरदायी

होता है और शिफ्ट छोड़ने से पूर्व वही अगले शिफ्ट इंचार्ज को पूरी जानकारी भी हस्तान्तरित करता है।

बुलेटिन प्रोड्यूसर : बुलेटिन प्रोड्यूसर की जिम्मेदारी अपने न्यूज बुलेटिन को प्रसारण से पूर्व पूरी तरह से तैयार करने की होती है। टीवी में खबरों को जिस क्रम से किसी बुलेटिन में प्रसारित किया जाता है, उस क्रम को रन डाउन कहते हैं। इन रन डाउन को अंतिम रूप बुलेटिन प्रोड्यूसर ही देता है। रन डाउन यानी खबरों का क्रम निर्धारित करने के कारण कुछ चैनलों में बुलेटिन प्रोड्यूसर को रन डाउन प्रोड्यूसर भी कहा जाता है। बुलेटिन प्रोड्यूसर तैयार खबरों को देख कर उनकी कमियां दूर करता है। वहीं खबरों के एंकर लिंक (एंकर द्वारा खबर प्रसारण से पूर्व खबर के बारे में दी गयी जानकारी) भी लिखता है। कई बार उसे खबरों में आ गए बदलाव के कारण बुलेटिन के बीच-बीच में हेडलाइन भी बदलनी पड़ती हैं। वही फोनो और सिमसेट के लिए व्यवस्था करवाता है और वही ब्रेकिंग न्यूज तथा टिकर पर चलने वाली खबरों पर नजर रखता है। वही बुलेटिन के बीच में उसमें नई खबरें शामिल करवाने और कम महत्व की खबर को बुलेटिन से हटाने का काम भी करवाता है। उसके काम में मुख्य सहयोगी की भूमिका पैनल प्रोड्यूसर की होती है।

पैनल प्रोड्यूसर : पैनल प्रोड्यूसर एक प्रकार से न्यूज चैनल का पायलट है। वही चैनल के स्वरूप को नियंत्रित करता है। वही खबरों को उनके क्रम के अनुसार (रनडाउन) प्ले करता है, यानी प्रसारण के लिए प्रस्तुत करता है। अमूमन पैनल प्रोड्यूसर का काम तकनीकी कौशल का काम होता है हालांकि उसमें पत्रकार जैसी तीखी नजर भी होनी जरूरी है। पैनल प्रोड्यूसर एक ओर बुलेटिन प्रोड्यूसर से निर्देश लेता रहता है। दूसरी ओर वह न्यूज एंकरों को भी लगातार निर्देश देता रहता है। खबरों के बीच में फोनो आदि होने पर वही एंकर को सवाल बताता है और वही ब्रेकिंग न्यूज की जानकारी भी देता है। पैनल प्रोड्यूसर न्यूज डेस्क के

बजाए प्रोडक्शन कंट्रोल रूम (पीसीआर) में बैठता है यानी वह न्यूज प्रसारण से जुड़े लोगों का भी सहयोगी होता है।

पैकेज प्रोड्यूसर : पैकेज प्रोड्यूसर का काम खबर को संबंधित लोगों के सहयोग से सम्पादित करवाना होता है। न्यूज चैनलों में व्यस्त समय में अधिक पैकेज प्रोड्यूसर काम करते हैं और हर पैकेज प्रोड्यूसर एक खबर तैयार करवाने के बाद दूसरी खबर की तैयारी में जुटा रहता है। टीवी में पैकेज से आशय एक पूरी खबर से होता है। एक पैकेज प्रोड्यूसर को एक बात में एक पैकेज की ही जिम्मेदारी दी जाती है। प्रायः यह काम असिस्टेंट प्रोड्यूसर स्तर के कनिष्ठ लोगों को दिया जाता है। कुछ चैनलों में पैकेज प्रोड्यूसर स्क्रिप्ट में सुधार भी करते हैं जबकि कई चैनलों में इस काम के लिए कापी एडीटर नामक अलग व्यक्ति नियुक्त किये जाते हैं। जो स्क्रिप्ट को सुधार कर अंतिम रूप देकर पैकेज प्रोड्यूसर को सौंपते हैं।

असिस्टेंट प्रोड्यूसर : न्यूज चैनलों में प्रायः हर शिफ्ट के साथ कुछ असिस्टेंट प्रोड्यूसर भी तैयार रहते हैं जो अलग-अलग काम करते हैं। टीवी की स्क्रीन के पहले भाग में चलने वाली खबरों की पट्टी (टिकर) ब्रेकिंग न्यूज की सूचना, लाइव स्कोर, शेयर मार्किट चीजों आदि को लगातार ताजा बनाए रखने की जिम्मेदारी इन्हीं की होती है। ये असिस्टेंट प्रोड्यूसर चैनल की सारी छोटी-छोटी किन्तु महत्वपूर्ण जिम्मेदारियों का निर्वाह करते हैं।

आऊटपुट चूंकि खबरों के प्रसारण से सीधे जुड़ा होता है। इसलिए आऊटपुट में तैनात बुलेटिन प्रोड्यूसर और पैनल प्रोड्यूसर का काम बेहद जिम्मेदारी भरा होता है। उन्हें हर क्षण चौकन्ना रहना होता है और दूसरे चैनलों की खबरों पर भी नजर रखनी होती है।

बोध प्रश्न

- प्र0 1—** न्यूज चैनल में आऊटपुट का क्या काम होता है ?
- उ0** न्यूज चैनल में आऊटपुट का काम खबरों को तराशना और उन्हें प्रसारण योग्य बनाना होता है।
- प्र0 2—** आऊटपुट प्रमुख पर किस पद के पत्रकार की नियुक्ति होती है?
- उ0** आऊटपुट में प्रमुख के पद पर प्रायः एग्जीक्यूटिव प्रोड्यूसर पद के पत्रकार को तैनात किया जाता है।
- प्र0 3—** बुलेटिन प्रोड्यूसर की क्या जिम्मेदारियां होती हैं ?
- उ0** बुलेटिन प्रोड्यूसर की जिम्मेदारी अपने न्यूज बुलेटिन को अंतिम रूप से तैयार कर, संवार कर प्रसारण के लिए भेजने की होती है।
- प्र0 4—** टिकर क्या होता है ?
- उ0** टेलीविजन प्रसारण के दौरान खबरों के प्रस्तुतिकरण के साथ स्क्रीन के निचले हिस्से में दिखाई जाने वाली समाचारों की पट्टी को टिकर कहते हैं। कभी-कभी यह एक से अधिक लेयर में होते हैं। एक लेयर में विज्ञापन, एक में खबरों ओर तीसरी लेयर में आदि दिखाए जाते हैं।

4.4 टेलीविजन समाचारों का तकनीकी तंत्र :

टेलीविजन में समाचारों का प्रसारण मानवीय कौशल और तकनीकी क्षमता का मिला-जुला स्वरूप है। टेक्नोलाजी के विकास में साथ-साथ टेलीविजन में समाचारों की निर्माण प्रक्रिया में भी बहुत सुधार आ गया है

और यह अब अपेक्षाकृत आसान भी हो गयी है। लेकिन इस आसानी का एक पहलू यह भी है कि अब टेक्नोलॉजी पर उसकी निर्भरता भी बहुत बढ़ गयी है। टीवी समाचार निर्माण से जुड़े तकनीकी तंत्र को कई हिस्सों में बांटा जा सकता है।

न्यूज रूम आटोमेशन : यह अपेक्षाकृत नई तकनीक है। शुरूआती न्यूज चैनलों में खबरों के निर्माण की सारी प्रक्रिया वीडियो टेप के जरिए पूरी होती थी। लेकिन न्यूज रूम आटोमेशन तकनीक के आने के बाद अब सारा काम कम्प्यूटर के जरिए हो जाता है। आजतक, 24 घंटे का पहला न्यूज चैनल था जिसने आटोमेशन तकनीक का इस्तेमाल किया था। आजतक ने इसके लिए आक्टोपस साफ्टवेयर इस्तेमाल किया था। आज प्रायः सभी न्यूज चैनल इसी तकनीक का प्रयोग कर रहे हैं। आटोमेशन के प्रमुख साफ्टवेयरों आक्टोपस, तिनक्यू और इएनपीएस (इलेक्ट्रॉनिक न्यूज प्रोडक्शन सिस्टम) आदि प्रमुख हैं। इन साफ्टवेयरों की मदद से रनडाउन, स्क्रिप्ट, आर्काइव, एडिटिंग, ग्राफिक्स, ई मेल आदि सारे कार्य किए जा सकते हैं। इनके कारण चैनल का काम बेहद आसान हो गया है। इस टेक्नालॉजी के इस्तेमाल के बाद एक जगह लिखी गई स्क्रिप्ट को रन डाउन में आने के बाद सभी जिम्मेदार लोग देख सकते हैं। रनडाउन में आईडी यानी खबर का नाम डालते ही उसका विस्तृत विवरण सामने आ जाता है। आर्काइव की सुविधा के चलते किसी व्यक्ति, संस्था, घटना आदि से जुड़े विजुअल क्षण भर में ढूंढे जा सकते हैं। पहले प्रसारित खबरों के अंश क्षण भर में ढूंढे जा सकते हैं। ग्राफिक्स आदि के इस्तेमाल की सुविधा भी इनके कारण बहुत बढ़ गई है।

वीडियो सम्पादन : वीडियो एडिटिंग का काम भी अब पूरी तरह आधुनिक टेक्नालॉजी के इस्तेमाल के कारण बेहद आसान हो गया है। वीडियो एडिटिंग के लिए भी एक से एक बेहतर साफ्टवेयर अब उपलब्ध है जिनसे प्रयोग से वीडियो संपादन का कार्य न सिर्फ आसान हो गया है बल्कि इसे

अधिक तेजी से भी किया जा सकता है और क्वालिटी तो सुधर ही जाती है। अब प्रायः सभी न्यूज चैनलों में डिजीटल वीडियो टैक्नालॉजी पर आधारित नॉन लीनियर एडीटिंग ही होने लगी है। इसमें सारे वीडियो और आडियो को कम्प्यूटर की हार्ड डिस्क में सुरक्षित कर लिया जाता है। डिजीटल रूप में बदलने के बाद इसे किसी उपयुक्त एडीटिंग साफ्टवेयर की मदद से एडिट किया जा सकता है। प्रायः न्यूज चैनलों में न्यूज बुलेटिन के समाचारों और कार्यक्रमों के लिए अलग-अलग मशीनों (कम्प्यूटर प्रणाली) और अलग-अलग वीडियो सम्पादकों की टीम से कराया जाता है।

ग्राफिक्स और एनीमेशन के लिए भी अलग-अलग साफ्टवेयर इस्तेमाल किए जाते हैं और इनकी मदद से एडीटिंग का स्तर सुधारा जाता है तथा उमें अपेक्षित प्रभाव पैदा किए जाते हैं।

स्टूडियो और पीसीआर : पीसीआर यानी प्रोडक्शन कंट्रोल रूम एक ऐसा कक्ष है जिसे टीवी न्यूज प्रसारण का मशीनी दिमाग कहा जा सकता है। पीसीआर के द्वारा ही स्टूडियो की सारी गतिविधियों को नियंत्रित व संचालित किया जाता है। पीसीआर में ही खबर पूरी तरह सम्पादित होकर पहुंचती है और यहां से ही उसे प्रसारण के लिये भेजा जाता है। पीसीआर में बहुत सारे मानीटर लगे होते हैं जिनकी मदद से दूसरे चैनलों में चल रहे कार्यक्रमों के साथ-साथ स्टूडियो की गतिविधियों को भी देखा जा सकता है। स्टूडियो के हर कैमरे से एक अलग मानीटर जुड़ा होता है। पीसीआर में एक विजन मिक्सर भी होता है जिसकी मदद से स्टूडियो से क्या-क्या लेना है यह तय कर चैनल में संपादित खबरों के साथ उसे जोड़ा जाता है। विजन मिक्सर की तरह ही वहां एक आडियो मिक्सर भी होता है जो चैनल में प्रसारित होने वाली ध्वनि पर नियंत्रण रखता है। आडियो और विजन मिक्सर पर एक-एक एडीटर तैनात होते हैं। इसी तरह तत्काल जरूरत के लिए पीसीआर में ग्राफिक्स

स्टेशन भी होता है जो जरूरत के आधार पर लाइव बुलेटिन के लिए क्षण भर में ग्राफिक्स उपलब्ध करा देता है। टेली प्राम्पटर भी पीसीआर से जुड़ा होता है। टेली प्राम्पटर मशीन से जुड़े आपरेटर पर बहुत जिम्मेदारी होती है क्योंकि वह ही एंकर की जरूरत के हिसाब से टीपी मशीन का संचालन करता है। पीसीआर में कुछ वीडियो टेप रिकार्डर भी लगे होते हैं जिनकी मदद से अंतिम क्षणों में टेप पर उपलब्ध सामग्री को भी प्रदर्शित किया जा सकता है। फोन इन यूनिट भी पीसीआर का जरूरी हिस्सा होती है और यहीं से फोनो प्लेट भी डाली जाती है। इस यूनिट की मदद से संवाददाता से होने वाली फोने की बातचीत को सीधे प्रसारित किया जा सकता है। कुछ चैनलों में टिकर चलाने वाली टिकर मशीन भी पीसीआर में ही होती है। इस सब कामों को पीसीआर में मौजूद बुलेटिन प्रोड्यूसर नियंत्रित करता है।

निर्माता नियंत्रण कक्ष वोक के कक्ष होता है जिसमें पूरी गैलरी होती है यही से स्टूडियो का नियंत्रण किया जाता है जिसमें प्रोग्राम को बनाकर आगे तक तैयार कर भेजा जाता है। पी0 सी0 आर0 में इस तरह सभी सुविधाये दी जाती है।

वीडियो मॉनीटर रूम : वीडियो मॉनीटर रूम में एक स्टोरी को पूरी तरह से देखा जा सकता है जो दीवार पर होता है। उसी में कार्यक्रम को दिया जाता है जिसमें वीडियो टेप रिकार्डर भी होता है। इसमें टेप को रखकर चलाया जाता है और मानीटर पर उसके वीडियो देख सकते हैं कैमरा यूनिट, ग्राफिक्स ईयरफोन सभी तरह की सुविधाओं से युक्त होता है। पी0सी0आर0 में काफी सारे मॉनीटर लगे होता है जिसमें अलग-अलग तरह की स्क्रीन पर चैनल की तैयारियाँ सम्पादन के दौरान जैसे प्रोमो, एंकर लाइव देते हुये खड़ा है, सुपर्स, खबर देखनी है तो खबर सभी कुछ उस पर

मास्टर नियंत्रण रूम या एम0सी0आर0 : एमसीआर से गुजरने के बाद खबर डाटा, फोलडर आदि हर तैयार वस्तु मास्टर नियंत्रण कक्ष में जाँच के लिये जाती है। इसमें बैठे हुये प्रोड्यूसर उस पैकेज खबर की हर बारीकी को देखते हैं। कितने सेकेंड की खबर है, कितने ग्राफिक्स लिये गये हैं, वे ठीक से प्रदर्शित हो रहे हैं या नहीं। इस सब की जांच एमसीआर में होती है तथा कई बार खबर में कुछ गलतियां भी हो जाती हैं इन गलतियों को भी एमसीआर में ही ठीककर खबर प्रसारण के लिए भेज दी जाती है। एमसीआर में भी कैमरा, विजन मिक्सर, वीटीआर आदि सब आधुनिक मशीनें लगी होती हैं। यहां पर सुपर्स तैयार करने और डिजीटल वीडियो इम्पैक्ट तैयार पैदा करने वाली मशीनें भी लगी होती हैं।

बोध प्रश्न

प्र0 1— न्युज रूम आटोमेशन क्या है ?

उ0 न्यूज रूम आटोमेशन कम्प्यूटर पर आधारित एक ऐसी तकनीक है जिसकी मदद से खबरों के निर्माण की सारी प्रक्रिया कम्प्यूटर के जरिए पूरी की जाती है। इस तकनीक के कारण टीवी खबरों का निर्माण और प्रस्तुतिकरण बेहद आसान हो गया है और स्तरीय भी।

प्र0 2— देश में न्यूज रूम आटोमेशन की शुरुआत किस न्यूज चैनल ने की थी ?

उ0 आज तक 24 घंटे का पहला न्यूज चैनल था जिसने न्यूज रूम आटोमेशन किया था।

प्र0 3— पीसीआर का क्या अर्थ है ?

उ0 पीसीआर का अर्थ है प्रोडक्शन कंट्रोल रूम या निर्माण नियंत्रण कक्ष।

- प्र0 4-** पीसीआर में वीटीआर क्यों लगे होते हैं ?
- उ0** पीसीआर में वीटीआर इसलिए लगे होते हैं क्योंकि इनकी मदद से अंतिम क्षणों में टेप पर उपलब्ध समाचार को भी चैनल में प्रसारित किया जा सकता है। एक्सक्लूसिव या ब्रेकिंग न्यूज या लाइव कार्यक्रमों में प्रायः कई बार इसका उपयोग होता है।

4.5 टेलीविजन समाचारों का प्रेषण एवं प्रवाह :

टेलीविजन में चैनल के स्टूडियो से खबर का प्रसारण होने के बाद वह सीधे दर्शकों के घरों तक वहीं पहुंच जाता। स्टूडियो और दर्शक के टीवी सेट के बची भी एक बड़ा तंत्र है जो टेलीविजन समाचारों के प्रेषण एवं प्रवाह से जुड़ा होता है। इसमें कई तरह के ट्रांसमीटर, कई तरह की उपग्रह प्रणालियां और अन्य संचार तंत्र की जबर्दस्त भूमिका होती है। टेलीविजन से समाचारों के प्रेषण एवं प्रवाह से जुड़े कुछ महत्वपूर्ण घटक इस प्रकार हैं –

1. टेरेस्ट्रीयल ट्रांसमिटर : टेरेस्ट्रीयल ट्रांसमिटर उस यन्त्र को कहते हैं, जो जमीन पर स्थापित किया जाता है और टेलीविजन प्रसारणों को प्रक्षेपित करता है। इसके द्वारा प्रसारित रेडियो या टेलीविजन प्रसारण को साधारण एंटीना के माध्यम से सीधे टेलीविजन सेट पर देखा जा सकता है। अर्थात् इसके लिए उपग्रह के डिश एंटीना या केबल की जरूरत नहीं होती है। आकाशवाणी और दूरदर्शन के प्रसारण इसी प्रकार के ट्रांसमिटर्स के जरिए दर्शकों और श्रोताओं तक पहुंचते हैं।

2. डिजीटल टेरेस्ट्रीयल ट्रांसमिटर : पूर्ववर्ती टेरेस्ट्रीयल ट्रांसमिटर एनॉलॉग रूप में सिग्नल का प्रसारण करते हैं। इनमें वातावरणीय व्यवधान

के कारण सिग्नल के कमजोर होने की संभावना रहती है और पिक्चर की क्वालिटी भी प्रभावित होती है। इनके स्थान पर अब डिजीटल टेरेस्ट्रीयल ट्रांसमिटर लगाये जा रहे हैं। इनमें इस प्रकार की समस्याएं नहीं आतीं। एनॉलॉग ट्रांसमिटरों में जहां एक ओर केवल एक चैनल का प्रसारण ही किया जा सकता है वहीं डिजीटल ट्रांसमिटरों में एक साथ पाँच से छः टेलीविजन चैनल प्रसारित किये जा सकते हैं। इसके बाद भी इन ट्रांसमिटरों के फ्रीक्वेंसी बैंड में रेडियो प्रसारण के लिए पर्याप्त स्थान बचा रहता है। प्रसार भारती ने वर्ष 2002 में देश के चार महानगरों—दिल्ली, मुम्बई, कोलकाता और चेन्नई में प्रयोग के तौर पर एक-एक डिजीटल टेरेस्ट्रीयल ट्रांसमिटर स्थापित किये थे। अब हर जगह यही ट्रांसमिटर लगाए जा रहे हैं।

3. इन्सैट श्रृंखला और प्रसारण : भारत में देशी उपग्रह प्रणाली के विकास ने टेलीविजन तथा रेडियो के प्रसारण में अपना महत्वपूर्ण योगदान दिया है। उपग्रह के सी-बैंड तथा के, यू, बैंड अब न केवल राष्ट्रीय प्रसारक (प्रसार भारती) को उपलब्ध हैं, बल्कि कई निजी क्षेत्र की कंपनियाँ भी इन्सैट श्रृंखला के विभिन्न उपग्रहों का इस्तेमाल करके कार्यक्रमों का प्रसारण और डेटा संप्रेषण का काम कर रही हैं। इसके अलावा अब देश में वी-सैट यानी वैरी स्माल एपरचर टर्मिनल का उपयोग भी तेजी से बढ़ा है। वी सैट के माध्यम से विभिन्न चैनलों के न्यूज ब्यूरो स्थित या चल-उपग्रह प्रक्षेपण उपकरणों के माध्यम से घटनाक्रमों का सजीव संप्रेषण देश के किसी कोने से कर सकते हैं। इसके लिए डिश एंटीना युक्त मोबाइल वैन समाचार संग्रह स्थल तक ले जायी जाती हैं। यह ओबी वैन अपने एंटीना के जरिए घटनास्थल से उपग्रह तक संकेत भेजती हैं। जहां से यह डाउनलिक होकर चैनल के स्टूडियो तक पहुंचते हैं और फिर वहां से एक बार फिर उपग्रह के माध्यम से दर्शकों तक।

4. डायरेक्ट-टू-होम (डी,टी,एच) सेवा : डायरेक्ट-टू-होम सेवा यानी उपभोक्ता (श्रोता-दर्शक) के घर तक सीधा प्रसारण अब के, यू, बैंड के माध्यम से संभव हो गया है। अब तक प्रसारण के, सी, बैंड पर होते थे, जिनके लिए बड़े आकार के डिश एंटीना की आवश्यकता होती थी। साथ ही पे-चैनलों के लिए अलग और फ्री टू एयर चैनलों के लिए अलग डिश एंटीना लगाने होते थे। यही काम अब डीटीएच सेवा के जरिए एक छोटी सी डिश से पूरा हो जाता है। इस डिश के साथ एक डिकोडर और सेट टाप बाक्स भी लगाया जाता है। हर डीटीएच सेवा प्रदाता के संकेतों को ग्रहण करने के लिए उसी की डिश व उपकरण संकेतों को ग्रहण कर सकते हैं। इस सेवा के लिए सेवा प्रदाता हर महीने नियत शुल्क भी वसूल करते हैं। केबल तथा ऑप्टिकल फाइबर भी टेलीविजन समाचारों के प्रेषण एवं प्रवाह में मददगार साधन हैं। केबल जहां अब भी देश के बड़े हिस्से को घर में सारे चैनल्स उपलब्ध करवाते हैं वहीं अब ऑप्टिकल फाइबर भी तेजी से देश के संचार तंत्र को मजबूती प्रदान कर रहा है और इसका प्रभाव टेलीविजन प्रसारण पर भी पड़ रहा है।

मोबाइल टैक्नालॉजी ने भी टेलीविजन समाचारों के प्रेषण और प्रवाह में क्रांतिकारी परिवर्तन कर दिए हैं। मोबाइल पर इंटरनेट सेवा आ जाने से मोबाइल एक तरह का ऐसा उपकरण बन गया है जो टेलीविजन समाचारों के प्रेषण और प्रवाह में नए चमत्कार पैदा कर सकता है। अब अगर किसी व्यक्ति के मोबाइल पर इंटरनेट है और वह कहीं ऐसी जगह पर मौजूद होता है जहां कोई बड़ी घटना-दुर्घटना हो रही है तो वह घटनास्थल से ही खबर का वीडियो फुटेज मोबाइल इंटरनेट के जरिए किसी टीवी नेटवर्क तक भेज सकता है। सिटीजन जर्नलिस्ट की प्रणाली को मजबूत करने के लिए कई न्यूज चैनल इस तरह के प्रयोग करने भी लगे हैं। भारत में 2 जी के बाद 3 जी सेवाएं शुरू होने से इस क्षेत्र में

और नए प्रयोग तथा तकनीकी चमत्कार होने की सम्भावनाएं बहुत बढ़ गई हैं।

बोध प्रश्न

प्र01— भारत में डिजीटल टैरेस्ट्रीयल प्रसारण कब से शुरू हुआ?

उ0 प्रसार भारती द्वारा डिजीटल प्रसारण के लिए वर्ष 2002 के दौरान चार महानगरों दिल्ली, मुम्बई, कोलकाता और चेन्नई में प्रयोग के तौर पर एक-एक डिजीटल ट्रांसमिटर स्थापित किये गये थे।

प्र02— वी-सैट क्या है ?

उ0 वी-सैट यानी वेरी स्मॉल एंपरचर टर्मिनल एक इस तरह की तकनीक है जिसके माध्यम से एजेंसी के मुख्यालयों से डिश एंटीना के माध्यम से उपग्रह के जरिए 'अपलिंक' किए जाते हैं। देश के किसी भी स्थान पर उपभोक्ता इन संप्रेषित समाचारों को अपने कम्प्यूटर पर उपग्रह और डिश एंटीना के माध्यम से डाउनलिंक करके उपयोग में ला सकते हैं।

प्र0 3— मोबाइल टैक्नालॉजी का टेलीविजन समाचार प्रेक्षण एवं प्रवाह में क्या महत्व है ?

उ0 मोबाइल में इंटरनेट सेवा उपलब्ध होने से अब मोबाइल एक मिनी ओबी वैन की तरह काम कर सकने वाला उपकरण बन गया है। इससे वीडियो भी शूट किया जा सकता है और उसे इंटरनेट के जरिए टीवी चैनल तक भी भेजा जा सकता है।

प्र0 4- सेट टाप बाक्स क्या है ?

उ0 सेट टाप बाक्स एक ऐसा उपकरण है जो केबल या उपग्रह से प्राप्त टीवी संकेतों को टेलीविजन सेट पर दिखाने में मदद करता है। डीटीएच सेवा में हर सेवा प्रदाता का अपना अलग सेट टाप बाक्स होता है।

4.6 सारांश :

टेलीविजन प्रसारण एक अत्याधुनिक तकनीकी जटिलताओं वाला संचार माध्यम है। टीवी न्यूज का संग्रह, उसका निर्माण और उसका प्रसारण तीन अलग-अलग काम हैं लेकिन इन तीनों का गहरा अर्न्तसम्बन्ध है। आज वीडियोग्राफी को नई-नई तकनीकों ने बेहद आसान और गुणवत्ता वाला काम बना दिया है। मोबाइल के विस्तार ने खबरों व सूचनाओं का प्रवाह आसान बना दिया। डिजीटलाइजेशन ने खबरों को भेजने जाने की समस्याएं खत्म कर दी हैं। कम्प्यूटर ने खबरों का बनाने इतना आसान कर दिया है कि पहले जो काम घंटे में होता था वह अब चुटकियों में हो जाता है। इससे निर्माण का समय तो कम हुआ ही है,

खबरों में ग्राफिक्स, एनीमेशन आदि का प्रयोग कर पाना भी कठिन नहीं रह गया है। इसी तरह उपग्रहों ने खबरों के प्रसारण को आसान बना दिया है। यानी टीवी की खबरों की दुनिया में टैक्नालॉजी ने हैरान कर देने वाले सकारात्मक प्रभाव पैदा कर दिये हैं।

लेकिन यह टेलीविजन में खबरों के संग्रह, निर्माण और प्रसारण से जुड़ा पहलू है। टैक्नालॉजी के तमाम चमत्कारों के बावजूद टीवी अब भी पूरी तरह पत्रकारों और तकनीकी लोगों की मानवीय कुशलता का माध्यम है। पत्रकार का हुनर उसमें अब भी सबसे उपर है। किसी भी चैनल में

खबरों की प्रस्तुति से यह साफ पता चल जाता है कि उसमें काम करने वाले पत्रकारों का स्तर कैसा है। टेलीविजन में खबरों का स्तर, उनका पैनापन, उनका तकनीकी पक्ष व्यक्तिगत कौशल पर तो निर्भर रहता ही है मगर सभी लोगों के मिले-जुले प्रयासों अर्थात् टीम वर्क का भी उसमें काफी योगदान होता है। सच कहा जाए तो टीवी माध्यम पूरी तरह से टीम का माध्यम है और अच्छा प्रदर्शन के लिए टीम के सभी सदस्यों को अपना-अपना बेहतरीन प्रदर्शन करना पड़ता है।

टीम माध्यम होने के कारण ही टेलीविजन में वरिष्ठ लोगों की जिम्मेदारी भी ज्यादा होती है। खासकर इस बात के लिए कि वे किस तरह टीम को प्रभावित करते हैं, उत्प्रेरित करते हैं और उनमें जोश भरते हैं। साथ ही साथ उनकी यह भी जिम्मेदारी होती है कि वो गलतियां होने की गुंजाइश ही न रहने दें। दबाव में काम करने पर भी गलतियां न करना टीवी पत्रकार के लिए सबसे जरूरी गुण है। फिर भी कोई गलती हो जाए तो उसे खबर के प्रसारण से पहले पकड़ लेना और ठीक करवा देना टेलीविजन के वरिष्ठ कर्मियों का काम होता है। कुल मिला कर यह करना और सोचना तो पत्रकार को ही होता है तकनीक टीवी न्यूज की राह को आसान जरूर बना देती है।

टीवी की खबरों की दुनिया में टीम का महत्व इस तरह का है कि उसमें ट्रांसपोर्ट कोआर्डिनेटर से लेकर वाहन चालकों तक का सहयोग होता है। सबसे तेज चैनल का सबसे तेज रिपोर्टर भी घटन स्थल पर सबसे पहले पहुंच कर बेकार हो जाता है अगर उसकी ओबी वैन का ड्राइवर वैन को समय से घटनास्थल तक पहुंचाने में सफल न हो पाए। लेकिन अगर सब लोग अपना काम सही ढंग से कर लें तो वही चैनल उस खबर को सबसे पहले दिखाकर इसमें से बढ़त हासिल कर सकता है। टीवी ने दुनिया छोटी कर दी है, दुनिया को एक नई पहचान दे दी है। उसने लोगों के सोचने का ढंग बदल दिया है। समाज की मान्यताएं,

परम्पराएं बदल दी हैं। और इस सबके साथ टेलीविजन भी लगातर बदल रहा है। यही बदलाव टेलीविजन की ताकत है और यही उसके लगातार प्रभावशाली बनते जाने का रहस्य भी।

4.7 शब्दावली :

डोपशीट : डोपशीट किसी खबर के साथ आने वाले वीडियो फुटेज का विवरण होता है। इस विवरण में दृश्यों का उल्लेख वीडियो टेप में उनके काउंटर के हिसाब से होता है। इसी तरह साउण्ड बाइट का भी समय क हिसाब से विवरण होता है। डोपशीट के कारण खबरों के संपादन में बहुत सुविधा हो जाती है।

आक्टोपस : यह एक प्रकार का विशेष साफ्टवेयर है जिसका इस्तेमाल टेलीविजन चैनल के आटोमेशन में किया जाता है। आक्टोपस की मदद से खबरों का संपादन, कार्यक्रम का निर्माण और खबरों के प्रसारण में समय की भी बचत होती है और उसकी गुणवत्ता भी सुधर जाती है।

टरेस्ट्रीयल ट्रांसमीटर : टेलीविजन प्रसारण की पुरानी टेक्नालॉजी में इस तरह के ट्रांसमीटरों का ही उपयोग किया जाता था। यह टीवी और रेडियो तरंगों के प्रसारण की एक प्रणाली है जिसके जरिए प्रसारित संकेतों को सामान्य एंटीना की मदद से भी प्राप्त किया जा सकता है।

आईडी : आईडी टेलीविजन न्यूज की भाषा में खबरों की पहचान या नाम के लिए प्रयुक्त शब्द है। आईडी की मदद से ही आटोमेशन वाले चैनलों में खबरों की पहचान होती है। इसी की मदद से आर्काइव्स से खबरों को ढूंढा जा सकता है। खबरों की तरह ही ग्राफिक्स विज्ञापन आदि की भी अलग-अलग आईडी होती है।

फोनो प्लेट : फोनो प्लेट का इस्तेमाल न्यूज चैनल में संवाददाता या किसी अन्य व्यक्ति से खबरों के प्रसारण के दौरान फोन पर होने वाली बातचीत यानी फोनो के वक्त किया जाता है। फोनो प्लेट एक तरह की ग्राफिक प्लेट होती है जिसमें यह दर्शाया जाता है कि किस व्यक्ति या संवाददाता से और किस जगह से बात हो रही है, कभी-कभी फोनो प्लेट में संवाददाता की तस्वीर भी दिखाई जाती है।

4.8 त्वरित अभ्यास :

1. टेलीविजन न्यूज तैयार करने में मुख्यतः कितने विभाग जिम्मेदार होते हैं?
2. इनपुट विभाग क्या है ?
3. सम्पादकीय विभाग के 5 प्रमुख पदों के नाम बताइए ?
4. स्टोरी आइडिया क्या होता है ?
5. नेशनल ब्यूरो का क्या कार्यक्षेत्र होता है ?
6. एसआईटी का क्या अर्थ है ?
7. कोसपोडेंट क्या होता है ?
8. 24घंटे के चैनल में प्रायः कितने-कितने घंटे की कितनी शिफ्ट होती हैं?
9. पैकेज प्रोड्यूसर क्या काम करता है?
10. आटोमेशन क्या है?
11. तिन क्यू क्या है और इसका कहां उपयोग होता है?
12. आर्काइव्स से आप क्या समझते हैं?
13. पीसीआर में लगे मॉनीटर क्या देखने के काम आते हैं?

14. फोन इन यूनिट क्या होती है?
15. के यू बैण्ड क्या है?

4.9 अभ्यासार्थ प्रश्न :

प्रश्न 1- टेलीविजन के इनपुट विभाग की क्या कार्यप्रणाली है ?

प्रश्न 2- आरुटपुट विभाग कैसे काम करता है ?

प्रश्न 3- पीसीआर क्या होता है ? इसमें कौन-कौन से उपकरण लगे होते हैं?

प्रश्न 4- टेलीविजन समाचारों का प्रेक्षण व प्रवाह तंत्र क्या है ?

प्रश्न 5- टीवी एक टीम माध्यम क्यों कहा जाता है ?

4.10 प्रयोगात्मक अभ्यास :

अपने क्षेत्र में हाल के दिनों में घटी दो बड़ी घटनाओं या किसी अन्य महत्वपूर्ण विषय पर कम से कम 2 स्थानीय समाचार पत्रों की कटिंग एकत्र कीजिए। इन कटिंगों में प्रकाशित विवरण के आधार पर एक विस्तृत योजना बनाइए कि अगर आज इन खबरों को एक टेलीविजन पत्रकार की तरह कवर करते तो आप क्या करते ? किस तरह खबर की पहली सूचना अपने चैनल को देते ? किस तरह घटनास्थल तक पहुंचते, कैसे खबर बनाते, कैसे उसे भेजते आदि-आदि। इस योजना में दूरी और समय का विवरण भी दीजिए।

4.11 सन्दर्भ ग्रन्थ :

- पांतजलि, प्रेम : संचार क्रान्ति और विश्व जन माध्यम
- अंकित, अनिल : भारत बुक सेंटर, लखनऊ
- सोनी, सुधीर : इलेक्ट्रानिक संचार माध्यम
राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी, जयपुर
- सिंह, देवव्रत, : भारतीय इलेक्ट्रानिक मीडिया
प्रभात प्रकाशन, दिल्ली
- कश्यप, श्याम : खबरें विस्तार से
- कुमार, मुकेश : राजकमल, दिल्ली
- Kumar, K.J. : Mass Communication in India
Jaico, New Delhi.
- Saxena, Gopal : Television in India. Vikas
Publication, Delhi.

इकाई-05

रेडियो लेखन एवं प्रेषण

इकाई की रूपरेखा

5.0 उद्देश्य

5.1 प्रस्तावना

5.2 रेडियो की तकनीकी कार्यप्रणाली

5.2.1 रेडियो की भाषा

5.2.2 रेडियो प्रस्तुतिकरण

5.3 रेडियो लेखन

5.4 रेडियो के कार्यक्रम

5.4.1 मुख्य उद्देश्य

5.4.2 मुख्य विधाएं

5.5 रेडियो समाचार

5.6 एफ0 एम0 रेडियो

5.7 सारांश

5.8 शब्दावली

5.9 त्वरित अभ्यास

5.10 अभ्यासार्थ प्रश्न

5.11 प्रयोगात्मक अभ्यास

5.12 सन्दर्भ ग्रन्थ

5.0 उद्देश्य :

रेडियो पहला इलेक्ट्रानिक संचार माध्यम था जिसने अपने आगमन के साथ ही संचार के क्षेत्र में एक बड़ी क्रान्ति कर दी थी। रेडियो से जब समाचारों का प्रसारण शुरू हुआ तो उसने अखबारों और पत्र-पत्रिकाओं की जमीन हिला दी थी। शुरू में ऐसा लगने लगा था कि मुद्रित माध्यमों का अस्तित्व ही खत्म न हो जाए। लेकिन ऐसा हुआ तो नहीं लेकिन रेडियो खबरों को आम आदमी के करीब लाने वाला जनमाध्यम जरूर बन गया। गांव देहात से लेकर दूर दराज के इलाकों तक, पढ़े लिखों से अनपढ़ों तक सब कोई रेडियो की खबरों का दीवाना बन गया। एफ एम के रूप में रेडियो इक्कीसवीं सदी में एक और नए स्वरूप में दस्तक दे रहा है। और अपनी नई पहचान बनाने लगा है। प्रस्तुत इकाई के जरिए हम एक जनसंचार माध्यम के रूप में रेडियो की उपयोगिता पर जानकारी प्राप्त कर सकेंगे। इस इकाई के उद्देश्य इस प्रकार हैं—

- रेडियो की तकनीकी कार्यप्रणाली का अध्ययन करना।
- रेडियो की भाषा और प्रस्तुतिकरण की जानकारी हासिल करना।
- रेडियो लेखन कैसे किया जाता है। इस बात को समझना।
- रेडियो के विभिन्न कार्यक्रम और रेडियो समाचारों के बारे में जानकारी प्राप्त करना।
- एफ एम रेडियो के बारे में जानकारी भी इस इकाई के जरिए हासिल की जाएगी।
- रेडियो की नए दौर में नई भूमिकाओं के बारे में भी इस इकाई से जानकारी प्राप्त की जा सकेगी।

5.1 प्रस्तावना :

रेडियो एक जनसंचार माध्यम के रूप में चमत्कारिक अविष्कार था। इसने संचार की परम्परागत अवधारणाओं को रातों रात बदल दिया था। हालांकि ध्वनि के माध्यम से संचार करना मनुष्य ने सभ्यता के विकास के दौर में बहुत पहले ही सीख लिया था।

जब से मानव पृथ्वी पर आया है, तभी से ही वह स्वयं को भावनात्मक रूप से अकेला महसूस करता रहा है। प्रारम्भ में वह संकेतों या ध्वनि के माध्यम से अपनी बात दूसरों तक पहुँचाता रहा, समय बीतते उसने भाषा की खोज की और आसानी से अपनी बात कहने लगा। जैसे-जैसे मानव का विकास होता गया उसने परिवार बसाया, समाज का अंग बना। फिर उसकी दुनिया और बड़ी होती चली गई और उसे अपनी बात ज्यादा दूर तक पहुँचाने की जरूरत पड़ने लगी।

प्रसिद्ध वैज्ञानिक मारकोनी ने संदेश दूर तक पहुँचाने का प्रयास करते-करते शब्दों को ध्वनि कोड का रूप दिया, जिन्हें मोर्स कोड की संज्ञा दी गयी। इस कोड के जरिए संदेश कुछ ही देर में एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँचने लगे। बस यहीं से आधुनिक रेडियो का जन्म हुआ। विश्व का पहला रेडियो स्टेशन खोलने का प्रयास इंग्लैण्ड में मारकोनी कम्पनी द्वारा 23 फरवरी 1920 को चेम्स फोर्ड नामक स्थान पर किया गया।

भारत में एक छोटे मारकोनी ट्रांसमीटर के जरिए नवम्बर 1923 को कलकत्ता में बंगाल रेडियो क्लब को प्रसारण की अनुमति मिली। मद्रास प्रेसीडेन्सी रेडियो क्लब मई 1924 में प्रसारण का अधिकार पाने में सफल रहा। वहीं बोम्बे रेडियो क्लब का प्रसारण जून 1924 को शुरू हुआ। इन सभी के पास मारकोनी कम्पनी के छोटे ट्रांसमीटर (Transmitter) थे जो बहुत थोड़ी दूरी तक प्रसारण कर सकते थे।

कालान्तर में 31 मार्च, 1926 को इंडियन ब्राडकास्टिंग कम्पनी पंजीकृत हुई। इस कम्पनी का पहला केन्द्र 23 जुलाई, 1927 को बम्बई में अस्तित्व में आया। तभी

से भारत में रेडियो का विधिवत् प्रसारण शुरू हुआ। कम्पनी ने बाद में देश के विभिन्न शहरों में अपने केन्द्र खोले। बाद में इसी कम्पनी ने भारतीय ब्राडकास्टिंग कारपोरेशन का रूप ले लिया। धीरे-धीरे प्रसारण को कानून अस्तित्व में आए और सभी रिहासतों व क्लबों के रेडियो केन्द्रों को एक छत के नीचे लाया गया तथा इसे आल इंडिया रेडियो के नाम से जाना गया। अभी भी श्रीनगर (कश्मीर) का रेडियो केन्द्र, रेडियो कश्मीर के नाम से जाना जाता है, हालांकि इसके प्रसारण ऑल इंडिया रेडियो की आचार संहिता के अनुसार ही प्रसारित होते हैं।

5.2 रेडियो की तकनीकी कार्यप्रणाली :

रेडियो एक जनसंचार माध्यम है, जिसमें नई तरह के उपकरणों व प्रणालियों का उपयोग होता है। रेडियो स्टेशन का मुख्य यंत्र ट्रांसमीटर (Transmitter) कहलाता है, जिसके जरिए प्रस्तुतकर्ता की आवाज वायुमण्डल से होती हुई उपग्रह तक जाती है जो पुनः इसे वायु मण्डल में भेज देता है। सामान्यतः श्रोताओं के पास जो रेडियो (Receiver) होता है, उसे आम भाषा में रेडियो सैट कहा जाता है। वह वास्तव में एक रिसीवर है, जो ट्रांसमीटर द्वारा भेजी गयी तरंगों को ग्रहण कर लेता है। प्रस्तुतकर्ता की आवाज इसी सैट के माध्यम से श्रोताओं के कानों तक पहुँचती है।

तकनीकी कार्यप्रणाली : प्रत्येक रेडियो केन्द्र को एक आवृत्ति (Frequency) दी जाती है, इसी आवृत्ति पर केन्द्र प्रसारण करता है। केन्द्र का ट्रांसमीटर इसी आवृत्ति के अनुसार कार्य करता है। केन्द्र के पास अपने स्टूडियो होते हैं, जिनमें कार्यक्रम तैयार एवं सम्पादित होते हैं। तत्पश्चात् प्रस्तुतकर्ता द्वारा प्रसारित किए जाते हैं। प्रस्तुतकर्ता अपने लिए निश्चित स्टूडियो से कार्यक्रम का प्रसारण करता है और श्रोताओं से सीधा वार्तालाप भी करता है।

प्रस्तुतकर्ता के स्टूडियो में विभिन्न प्रकार की मशीनें व कम्प्यूटर आदि यंत्र लगे होते हैं, जिनके माध्यम से वह प्रसारण की प्रक्रिया पूरी करता है। वह अपने

सामने रखे माइक्रोफोन के माध्यम से श्रोताओं के सम्पर्क में होता है। हमारी आवाज तकनीकी शब्दावली में आडियो आवृत्ति (Audio Frequency) कहलाती है। जो ध्वनि तरंगों के रूप में माइक्रोफोन तक पहुँचती है। ध्वनि तरंगों की गति 1160 किमी. प्रति घंटा होती है। माइक्रोफोन इस ध्वनि को विद्युत तरंगों में परिवर्तित कर देता है। विभिन्न तकनीकी प्रक्रियाओं से गुजरती हुई ये विद्युत तरंगें ट्रांसमीटर तक पहुँचती है जो इन्हें रेडियो तरंगों में बदल देता है। ट्रांसमीटर से ये तरंगें एन्टीना तक पहुँचती हैं। एन्टीना द्वारा रेडियों तरंगें वायुमण्डल में चारो ओर फैल जाती हैं। ये तरंगे सूर्य की किरणों की गति से चलती है अर्थात् इनकी गति 3 लाख किमी. प्रति सेकण्ड होती है। सामान्यतः आदमी की आवाज वायुमण्डल में 1160 किमी प्रतिघंटा की रफ्तार से चलती है। जब हम अपने ट्रांजिस्टर (Transistor) सेट की आवृत्ति ट्यून करते है, तब वह रेडियो के ट्रांसमीटर से सम्बन्ध स्थापित कर लेता है। रेडियो तरंगें जब हमारे ट्रांजिस्टर (Transistor) सेट में आती हैं तब हमारा सैट उन्हें ध्वनि तरंगों में परिवर्तित कर देता है। इस प्रकार प्रस्तुतकर्ता की आवाज हमारे कानों तक पहुँच जाती है। वास्तव में यह पूरी प्रक्रिया ही “रेडियो” कहलाती है।

5.2.1 रेडियो की भाषा :

रेडियो आम आदमी का संचार माध्यम है। समाज के सभी वर्ग किसी न किसी रूप में रेडियो से जुड़े है। एक छोटा बच्चा, उम्र के अंतिम पड़ाव पर पहुँचा एक वृद्ध, गाँव का एक अनपढ़ सीधा-साधा किसान, विश्वविद्यालय का बुद्धिजीवी प्राध्यापक, बोझा ढोने वाला एक मजदूर या शहर का बड़ा व्यवसायी, स्त्री-पुरुष, युवा, बच्चे, वृद्ध सभी रेडियो के बहुत करीब है। दूर-दराज के ऐसे गाँव और कस्बे जहाँ समाचार पत्र भी समय पर नहीं पहुँच पाते रेडियो सबसे पहले वहाँ खबरें पहुँचा देता है। समुद्र की लहरों के बीच मछली पकड़ता मछुआरा हो या पहाड़ के जंगल में घास काटती घसियारी, रेडियो सबके करीब है।

इतना विस्तृत दायरा अपनाने के बाद प्रश्न यह उठता है कि रेडियो की भाषा क्या होनी चाहिए? वास्तव में रेडियो की भाषा उसके आम श्रोता की भाषा

होती है। रेडियों वही भाषा बोलता है जिसे उसके श्रोता आसानी से समझ और महसूस कर सकते हैं। यह भाषा सहज, स्पष्ट, हल्की, लचीली और प्रत्येक वर्ग की समझ में आने वाली होनी चाहिए। रेडियो की भाषा का क्षेत्र भी बहुत विशाल है, विभिन्न कार्यक्रमों के अनुसार यह बदलती रहती है। बच्चों के कार्यक्रम में यह बाल सुलभ हो जाती है तो ग्रामीण अंचलों के कार्यक्रमों में यह गाँव की बोली बन जाती है। बुद्धिजीवी वर्ग के लिए यह साहित्यिक श्रृंगारिक और उच्च स्तर का रूप धारण कर लेती है।

निष्कर्ष यह है कि रेडियों समाज के सभी वर्गों को साथ में लेकर चलता है। अतः उसकी भाषा बहुत सीधी, सरल तथा आम आदमी की भाषा होनी चाहिए। उसमें ऐसे शब्दों का प्रयोग नहीं होना चाहिए जो दृश्य या मुद्रित माध्यमों के लिए इस्तेमाल किए जाते हैं।

5.2.2 रेडियो प्रस्तुतिकरण :

दुनिया में जितने भी चमत्कार हुए हैं, उनमें मानव की सृष्टि सबसे बड़ा चमत्कार है। मनुष्य को बोलने की कला आती है, यही कला रेडियो प्रसारण की आत्मा है। रेडियो ध्वनि का प्रसारण करता है। इसके जरिए शब्दों, ध्वनि चित्र भी बनाये जाते हैं। किसी व्यक्ति के बोलने की कला उसके सम्पूर्ण व्यक्तित्व को प्रदर्शित करती है। अतः रेडियो के माध्यम से कार्यक्रम प्रस्तुत करने वाले व्यक्ति की आवाज जितनी आकर्षक होगी, कार्यक्रम उतना ही प्रभावशाली होगा। एक अच्छे प्रस्तुतकर्ता में निम्न आवश्यक गुण होने चाहिए –

1. **आवाज की पिच** : पिच (Pitch) गले से निकलने वाली आडियो-आवृत्ति का तकनीकी नाम है। (जैसे— पतली आवाज, मोटी आवाज, भारी आवाज आदि)। पुरुषों में पिच की सीमा 80 आवृत्ति से 150 आवृत्ति प्रति सेकण्ड होती है जबकि महिलाओं में यही सीमा 180 से 280 आवृत्ति प्रति सेकण्ड तक होती है। प्रत्येक व्यक्ति की आवाज की पिच अलग-अलग होती है

अच्छे प्रस्तुतकर्ता को अपनी वास्तविक पिच का ही प्रयोग करना चाहिए, दूसरों की नकल करने से अपनी स्वाभाविक आवाज में कमी आ जाती है।

2. **आवाज का आयतन** : रेडियो प्रसारण में काम आने वाले माइक्रोफोन श्वांस लेने की प्रक्रिया को भी ग्रहण कर लेते हैं। अतः प्रस्तुतकर्ता को आवश्यकतानुसार धीमे या उच्च स्वर में बोलना चाहिए। बहुत धीमे या बहुत ऊँचा बोलने से आवाज या तो बहुत कम सुनाई देती है या फट जाती है।
3. **बोलने की गति** : भावावेश में व्यक्ति कभी-कभी बहुत जल्दी-जल्दी और कभी बहुत धीरे-धीरे बोलता है। हमारे कान की सुनने की क्षमता 140 से 180 शब्द प्रति मिनट होती है। माइक्रोफोन पर प्रति मिनट हमें कितने शब्द बोलने चाहिए इसका ज्ञान होना प्रस्तुतकर्ता के लिए अति आवश्यक है। यदि वह 180 शब्द प्रति मिनट में अधिक गति से बोलता है तो सुनने वाले की समझ में कुछ भी नहीं आयेगा। इसी प्रकार 120 शब्द प्रति मिनट से कम बोलने पर भी श्रोता असहज महसूस कर सकता है।
4. **आकर्षक आवाज** : आकर्षक आवाज का होना रेडियो प्रस्तुतकर्ता के लिए सबसे जरूरी गुण है। प्रस्तुतकर्ता की आकर्षक और प्रभावशाली आवाज कार्यक्रम में चार चाँद लगा देती है। बहुत से रेडियो प्रस्तोताओं को श्रोता उनकी आवाज के लिए ही याद करते हैं।
5. **भाषा पर पूर्ण अधिकार** : प्रस्तुतकर्ता का अपनी भाषा और बोली पर पूर्ण अधिकार होना चाहिए। उसका उच्चारण भाषा की मानक दृष्टि के अनुरूप होना चाहिए। दोषपूर्ण उच्चारण प्रस्तुति के स्तर को गिरा देता है।

बोध प्रश्न

प्र0 1— रेडियो स्टेशन का मुख्य यंत्र क्या होता है?

उ0 रेडियो स्टेशन का मुख्य यंत्र ट्रांसमीटर होता है।

- प्र0 2-** फ्रीक्वेंसी या आवृत्ति का क्या उपयोग होता है?
- उ0** आवृत्ति या फ्रीक्वेंसी रेडियो प्रसारण का कोड़ है। प्रत्येक रेडियो स्टेशन की एक अलग फ्रीक्वेंसी या आवृत्ति होती है। इसी आवृत्ति पर स्टेशन अपने प्रसारण करता है और इसी आवृत्ति पर रेडियो को सेट कर इस प्रसारण को सुना जा सकता है।
- प्र0 3-** रेडियो की भाषा कैसी होनी चाहिए?
- उ0** रेडियो की भाषा सरल, सीधी तथा आम आदमी की समझ में आने वाली होनी चाहिए।
- प्र0 4-** रेडियो प्रस्तुतकर्ता की आवाज कैसी होनी चाहिए?
- उ0** रेडियो प्रस्तुतकर्ता की आवाज आकर्षक और प्रभावशाली होनी चाहिए।

5.3 रेडियो लेखन :

रेडियो ध्वनि का माध्यम है। रेडियो सुनते समय श्रोता न तो चित्र देखता है, न ही शब्द पढ़ सकता है। इसलिए रेडियो से प्रसारित होने वाले कार्यक्रम को लिखने से पहले लेखक को ध्वनि की प्राकृतिक विशेषताओं के बारे में समझ लेना चाहिए। ध्वनि तरंगे मस्तिष्क में एक चित्र प्रस्तुत करती है, इसलिए रेडियो लेखन में शब्दों का चयन बहुत सोच समझ कर किया जाना चाहिए। रेडियो आलेख लिखने से पहले कुछ विशेष बातों का ध्यान रखना आवश्यक है। जैसे—

1. रेडियो एक मास मीडिया है : रेडियो का संदेश असंख्य लोगों तक तथा लम्बी दूरी तक एक साथ पहुँचता है। अमीर, गरीब, अनपढ़, बुद्धिजीवी, बच्चों, युवा और वृद्ध, ग्रामीण व शहरी सभी वर्ग के श्रोता रेडियो से जुड़े होते हैं।

2. रेडियो शब्द-ध्वनि पैदा करता है : रेडियो भावनात्मक प्रसारण का माध्यम है। जब शब्द श्रोता के कानों में पड़ते हैं, वे मस्तिष्क में जाकर एक चित्र बनाते हैं। जब शब्दों के साथ उचित ध्वनि का प्रयोग होता है तब घटना का वास्तविक पहलू श्रोताओं की आँखों के सामने घूमने लगता है।

3. रेडियो से प्रसारित शब्द केवल एक ही बार सुने जाते हैं: जब तक किसी कार्यक्रम का पुनः प्रसारण नहीं होता तब तक श्रोता रेडियो से प्रसारित शब्दों को केवल एक ही बार सुन पाता है। इसलिए लेखन इस तरह का होना चाहिए कि श्रोता संदेश केवल सुने ही नहीं वरन उसे समझ भी लें। अति महत्वपूर्ण बात को एक से अधिक बार अलग-अलग रूप में लिखा जाना चाहिए।

4. रेडियो द्वारा प्रसारित संदेश खो जाते हैं : यदि लेखन और प्रस्तुति प्रसारण के स्तर की नहीं है तो ऐसे कार्यक्रम श्रोताओं की समझ से परे हो जाते हैं। टेलीविजन में चित्रों के जरिए दर्शक घटना को समझ सकता है किन्तु रेडियो में जब तक सुनकर श्रोता समझ नहीं पाता संदेश अधूरा रहता है।

5. रेडियो की एक पहचान है : रेडियो हमें हँसाता है, रूलाता है, भावनात्मक आवेश को उत्साहित करता है। मस्तिष्क में उभरते चित्र हमें सक्रिय होने पर मजबूर करते हैं। अतः रेडियो लेखन आम आदमी से जुड़ा होना चाहिए ताकि वह स्वयं को रेडियो प्रसारण का हिस्सा समझ सकें।

अच्छा आलेख किसी भी माध्यम के लिए सशक्त भूमिका अदा करता है। रेडियो का लेख तैयार करते समय हमें इस बात का विशेष ध्यान रखना होता है कि हम कानों के लिए लिख रहे हैं। रेडियो आलेख एक सजीव चित्रण प्रस्तुत करता है, जिसे आधार मानकर निर्माता कार्यक्रम तैयार करता है। रेडियो आलेख तैयार करते समय कुछ महत्वपूर्ण बिन्दुओं का ध्यान में रखना जरूरी है। जो निम्नवत् हैं –

- भाषा और शब्दों का चयन उन श्रोताओं को ध्यान में रखकर करना चाहिए जिनके लिए हमें आलेख तैयार करना है।

- वाक्य छोटे और आसानी से समझ में आने वाले होने चाहिए।
- शब्दों का चयन क्षेत्र की संस्कृति को ध्यान में रखकर किया जाना चाहिए।
- लेखन इस प्रकार का हो ताकि उसे पढ़ते समय लयबद्ध किया जा सके।
- भाषा में आधुनिक प्रचलित शब्दों का प्रयोग बहुतायत से होना चाहिए।
- विषय-वस्तु के महत्वपूर्ण बिन्दुओं को पहले ही क्रमबद्ध कर लेना चाहिए ताकि आलेख में पुनरावृत्ति से बचा जा सके।
- लिखते समय यह भी ध्यान रखना चाहिए कि श्रोता पर उसका क्या प्रभाव होगा?
- लिखे हुये को बोलकर भी देखा जाना चाहिए ताकि यह समझा जा सके कि उसका प्रसारण होते समय उसका कैसा प्रभाव होगा।
- एक लेख में बहुत अधिक विचारों को समायोजित नहीं किया जाना चाहिए।
- आम आदमी की भाषा का प्रयोग किया जाना चाहिए।
- उपरोक्त, निम्नलिखित, पहले कहा गया आदि शब्द, वाक्यों का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए।

बोध प्रश्न

प्र0 1- रेडियो लेखन में किन-किन बातों को ध्यान में रखना जरूरी है?

उ0 रेडियो लेखन में यह ध्यान रखा जाना चाहिए कि रेडियो एक जनसंचार माध्यम है,

प्र0 2- रेडियो लेखन की भाषा के चयन में किस बात को प्रमुखता दी जानी चाहिए?

- उ०** रेडियो लेखन में भाषा के चयन में इस बात का खास ध्यान रखा जाना चाहिए कि कार्यक्रम का प्रसारण किस तरह के श्रोता समूह के लिए होना है।
- प्र० 3-** अति महत्वपूर्ण बात को लिखने में क्या सावधानी रखी जानी चाहिए?
- उ०** चूंकि रेडियो प्रसारण में दोहराव की सम्भावना नहीं होती और एक बात को केवल एक ही बार कहा जाता है, इसलिए अतिमहत्वपूर्ण बात को एक से अधिक बार इस तरह से लिखा जाना चाहिए कि उसमें दोहराव भी हो जाए और वह सुनने में अटवटा भी न लगे।
- प्र० 4-** रेडियो लेखन में 'निम्नलिखित', 'उपरोक्त', 'पहले कहा गया' जैसे शब्दों का प्रयोग नहीं किया जाना चाहिए।

5.4 रेडियो के कार्यक्रम :

रेडियो के अनेक उपयोग हैं। यह मनोरंजन का एक अच्छा साधन है। गीत-संगीत की प्रस्तुति भी इसके जरिए खूब होती रही है। फिल्मी गीतों को घर-घर तक और आम आदमी की जुबान तक पहुंचाने में रेडियो की अहम भूमिका रही है। लेकिन रेडियो की एक जनसंचार के साधन के तौर पर और एक सूचना के प्रसारण के माध्यम के तौर पर भी महत्वपूर्ण भूमिका है।

रेडियो श्रोताओं के साथ बात करता है, यह उनके मन में गाता है। रेडियो की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि यह श्रोताओं की भाषा में बात करता है, उन्हीं की भाषा में सूचनाएं भेजता है, उन्हें शिक्षित करता है और उनका मनोरंजन करता है। यह श्रोताओं को कानों के माध्यम से वास्तविक दृश्य दिखाता है, जो मस्तिष्क में अमिट छाप छोड़ते हैं। मानव समाज की आवश्यकता, उत्सुकता एवं उसकी भावना को ध्यान में रखते हुए मानव को मानवता से जोड़ता है।

5.4.1 मुख्य उद्देश्य :

रेडियो एक उद्देश्यपरक संचार माध्यम है। मुख्य रूप से रेडियो कार्यक्रमों के तीन प्रमुख उद्देश्य माने जाते हैं। ये उद्देश्य हैं सूचना, शिक्षा और मनोरंजन। इन्हीं तीन प्रमुख उद्देश्यों को ध्यान में रखते हुए रेडियो के विभिन्न कार्यक्रम तैयार किए जाते हैं।

- **सूचना** : जीवन में घटित होने वाली ऐसी घटनाएं जो हमारी दिनचर्या से, हमारे भविष्य से जुड़ी होती हैं सूचना के अन्तर्गत आती हैं। सूचना भी अनेक प्रकार की होती हैं। य

(क) **उद्घोषणा** : कुछ सूचनाएं उद्घोषणा के द्वारा श्रोताओं तक पहुँचाई जाती है। जैसे मौसम सम्बन्धी जानकारी, बाजार मूल्य, आपातकालीन सूचनाएँ, रेल सम्बन्धी जानकारियाँ, विशेष उत्सव व मेले सम्बन्धी सूचनाएँ आदि।

(ख) **संदेश** : राष्ट्रपति, प्रधानमंत्री या अन्य उच्च अधिकारियों द्वारा समय-समय पर राष्ट्र की जनता के नाम सम्बोधन किया जाता है। स्वतंत्रता दिवस व गणतंत्र दिवस जैसे राष्ट्रीय उत्सवों पर राष्ट्रपति और प्रधानमंत्री द्वारा राष्ट्र को सम्बोधित किया जाता है। ऐसी सूचनाएं संदेश कहलाती हैं।

(ग) **समाचार** : विश्व, राष्ट्र, प्रदेश और आस-पड़ोस में होने वाली त्वरित घटनाएं भी रेडियो समाचारों के माध्यम से जनता तक सीधी पहुँचाई जाती हैं।

(घ) **रेडियो रिपोर्ट** : किसी विशेष समारोह या घटना के मुख्य अंश तैयार कर उसकी संक्षिप्त रिपोर्ट बनाई जाती है। इस रिपोर्ट की समारोह स्थल पर जाकर रिकार्डिंग की जाती है तथा इसे वाह्य ध्वन्यांकन की संज्ञा दी जाती है जिसे समारोह सम्पन्न होने के उपरान्त प्रसारित किया जाता है।

(ड.) **आंखों देखी** : किसी घटना विशेष की सूचना जो अतिशीघ्र प्रसारित की जाती है। जैसे किसी बड़ी दुर्घटना का होना या प्राकृतिक आपदा आदि के बारे में रिपोर्टर द्वारा स्वयं देखा हुआ संक्षिप्त विवरण। इस तरह की सूचनाएं रेडियो की लोकप्रियता को बढ़ाती हैं।

(च) **समीक्षा** : किसी घटना या कार्यवाही का संक्षिप्त ब्यौरा जैसे संसद या विधानसभा में हुई कार्यवाही की समीक्षा।

(छ) **आँखों देखा हाल** : यह एक लोकप्रिय सूचना की विधा है। विशेषकर खेल के मैदान से आँखों देखा हाल, किसी समारोह का आँखों देखा हाल आदि-आदि।

(ज) **यात्रा वृतान्त** : व्यक्तिगत तौर पर यात्रा का विवरण।

(झ) **पत्रोत्तर, फोन-इन कार्यक्रम** : इसमें श्रोता सीधे अपनी प्रतिक्रिया व्यक्त करता है जिसका उत्तर प्रतिनिधि द्वारा संतुष्टि प्रदान करते हुए दिया जाता है।

(ट) **जिंगल** : संगीत के साथ छोटे-छोटे वाक्य जो श्रोताओं को बाजार में आए सामान या उत्पाद के बारे में बताते हैं। इसी तरीके से क्रम में सरकार द्वारा विभिन्न योजनाओं को भी श्रोताओं तक पहुँचाया जाता है।

- **शिक्षा** : आधुनिक युग में यह अति आवश्यक हो गया है कि मनुष्य को अपने चारों ओर होने वाली घटनाओं में दुष्परिणामों के बारे में जागरूक किया जाए। पर्यावरण सम्बन्धी जागरूकता, स्वच्छता, सामाजिक, धार्मिक, राजनैतिक, स्वास्थ्य सम्बन्धी जागरूकता आदि-आदि ऐसी चीजें हैं जिनके बारे में रेडियो के माध्यम से समाज को शिक्षित किया जा सकता है। रेडियो इस प्रकार की शिक्षा में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। इसके लिए वार्ता, भेट वार्ता, परिसंवाद और परिचर्चा आदि के जरिए श्रोताओं को जागरूक किया जाता है।

- **मनोरंजन** : रेडियो वास्तव में ध्वनि का प्रसारण माध्यम है संगीत रेडियो की मुख्य प्रसारण वस्तु है। श्रोताओं की भावनाओं को आधार मान कर रेडियो से संगीत का प्रसारण किया जाता है।

संगीत : संगीत रेडियो द्वारा मनोरंजन का मुख्य स्रोत है। रेडियो से प्रसारित होने वाले संगीत को निम्नलिखित भागों में बाँटा जा सकता है।

1. शास्त्रीय संगीत : गायन व वादन
2. सुगम संगीत : भक्ति संगीत, गीत और गजल
3. लोक संगीत
4. जन जातीय संगीत
5. फिल्म संगीत

नाटक : रेडियो द्वारा होने वाले मनोरंजन का दूसरा साधन नाटक है। जो बहुत लोकप्रिय है। नाटक मनोरंजन के साथ-साथ ज्ञानवर्धक भी होते हैं।

कहानी : कहानी रेडियो द्वारा साहित्यिक कहानियों के साथ-साथ फिल्मों की कहानियाँ भी प्रसारित होती हैं। कहानी वास्तव में वार्ता की ही विधा है जो जानकारी और ज्ञान के साथ मनोरंजन का भी साधन है।

1.4.2 मुख्य विधाएं :

रेडियों से प्रसारित कार्यक्रम कई प्रकार के होते हैं। रेडियो के लिए श्रेष्ठ कार्यक्रमों की रचना करने के लिए निम्नलिखित तथ्य ध्यान में रखने आवश्यक हैं –

1. रेडियो मीडिया को जनहित के कार्यक्रमों, जनहितकारी नीतियों और जनोपयोगी कार्यक्रमों की अधिकाधिक कवरेज करनी चाहिए। विकास सम्बन्धी सूचनाओं के प्रचार प्रसार और तथ्यों सहित कार्यक्रमों पर विशेष

ध्यान दिया जाना चाहिए। जैसे— कृषि, शिक्षा, स्वास्थ्य, परिवार कल्याण, विज्ञान एवं टेक्नोलॉजी आदि।

2. रेडियो के लिए युवा वर्ग से संबंधित कार्यक्रम तैयार करने चाहिए, जिनमें विभिन्न क्षेत्रों में पैदा हो रहे रोजगार के अवसरों संबंधी सूचनाएं, शिक्षा और तकनीकी शिक्षा आदि की सूचनाएं शामिल हों।
3. कार्यक्रमों में अशिक्षित ग्रामीण जनता, अल्पसंख्यक समुदाय, महिलाओं और बच्चों सहित समाज के अन्य असुरक्षित और कमजोर वर्गों को उत्साहित करने वाले कारण उठाने चाहिए।
4. समाज के अक्षम लोगों जैसे नेत्रहीन, बधिर, मूक और अन्य विकलांग व्यक्तियों एवं संस्थाओं द्वारा समाज के इस वर्ग की सेवा में किए जा रहे प्रयासों को प्रोत्साहित करने के प्रयत्न करने चाहिए। कुष्ठ रोग जैसी बीमारियों और उनके प्रतिरोध को दूर किए जाने वाले अच्छे कार्यों को प्रचारित करने के प्रयास करने चाहिए।
5. असमानता और शोषण जैसी सामाजिक बुराईयों को दूर करने वाले उपयुक्त कार्यक्रम तैयार करने चाहिए। मुद्दों को भी रेडियो कार्यक्रमों का हिस्सा बनाया जाना चाहिए।
6. शुरू-शुरू में रेडियो सिर्फ मनोरंजन का माध्यम था। अतः गाना-बजाना ही इसका एकमात्र उद्देश्य था। धीरे-धीरे जब रेडियो ने अपने स्वरूप को बदला तो इसके कार्यक्रमों में निखार आने लगा। भारत में आकाशवाणी के रूप में रेडियो ने अपने कार्यक्रमों के लिए नए उद्देश्य तय किये। जब रेडियो कार्यक्रमों के लिए त्रिकोणात्मक ध्येय तय किया गया तो ज्ञान-विज्ञान के कार्यक्रम शुरू हुए इसी के बाद वार्ताओं, रूपकों, साक्षात्कारों तथा शब्दों की दूसरी विधाओं में कार्यक्रमों की आवश्यकता हुई। त्रिकोणात्मक ध्येय का दूसरा ध्येय था सूचनाएं प्रसारित करना। फलस्वरूप समाचारों का प्रसारण

सुनिश्चित किया गया। तीसरा ध्येय मनोरंजन था। मनोरंजन के लिए गीत संगीत, नाटक के साथ-साथ झलकियों की प्रस्तुति सुनिश्चित की गयी।

रेडियो में प्रचलित विधाएं न केवल निश्चित हैं वरन् उनका एक विशेष महत्व भी है। वार्ता, भेटवार्ता, रूपक, दस्तावेजी रूपक, संगीत रूपक, ओपेरा, परिचर्चा, नाटक, संवाद आदि सभी विधाएं रेडियों की देन है। यद्यपि बाद में इन विधाओं को प्रिंट मीडिया और टेलीविजन ने भी अंगीकार कर लिया। लेकिन इन विधाओं को आधारभूत चेतना रेडियो ने ही दी है और रेडियो के माध्यम से ही ये पल्लवित हुई है।

वार्ता : वार्ता रेडियो की अति चर्चित और महत्वपूर्ण विधा है। किसी विषय विशेष पर लिखी जाने वाली जो सूचनात्मक और ज्ञानवर्धक रचना सीधी, सहज और स्पष्टभाषी हो वह वार्ता कहलाती हैं आजकल श्रोताओं को त्वरित ज्ञान की आवश्यकता रहती है। समय का अभाव रहता है। इसलिए वार्ता की समयावधि 6 मिनट से 9 मिनट के बीच ही रखी जाती है। वार्ता बिना किसी भूमिका के सीधे अपने विषय को लेकर चलती है। समय सीमित होने के कारण भूमिका को छोड़ दिया जाता है। विषय को उचित ढंग से रूपायित कर निष्कर्ष तक पहुँचा दिया जाता है। निष्कर्ष के बाद कोई उपदेशात्मक शब्द नहीं होते। विषय के अनुसार वार्ता को विभिन्न भागों में वर्गीकृत किया जा सकता है, जैसे –

1. सूचनात्मक वार्ता : विज्ञान, इतिहास, अर्थशास्त्र, खेल, ज्योतिषशास्त्र,

खगोलशास्त्र आदि विषय इस प्रकार की वार्ताओं के विषय हो सकते हैं।

2. ज्ञानात्मक वार्ता : जब अनुभवी वैज्ञानिक, इतिहासकार, खगोलशास्त्री,

अर्थशास्त्री आदि विवेचना प्रस्तुत करते हैं तब निश्चय ही वह मात्र सूचनाओं का संग्रह नहीं होता अपितु ये वार्ताएं श्रोताओं की तर्कशक्ति, सोच और विश्लेषण को भी प्रभावित करती हैं। ऐसी वार्ताओं को ज्ञानात्मक वार्ता कहा जाता है।

3. **साहित्यिक वार्ता** : जब किसी साहित्यिक विषय को अपनी विशेष शैली में वार्ताकार अपनी बात कहता है तो वह साहित्यिक वार्ता कहलाती है। इस वार्ता में साहित्यिक भाषा तथा सटीक शब्दों का चयन अनिवार्य शर्त है। इनकी भाषा सारगर्भित, सहज तथा सुगम होनी चाहिए।
4. **व्यंग्यात्मक वार्ता** : रेडियो की आचार संहिता के अनुसार किसी व्यक्ति, संगठन, समुदाय, धर्म या जाति पर सीधे प्रहार नहीं किया जा सकता। किन्तु परोक्षा में बिना नाम लिए व्यंग्यात्मक भाषा का इस्तेमाल किया जा सकता है इसमें अक्सर सामाजिक वर्जनाओं, राजनैतिक फूहड़पन तथा पाखंड का पर्दाफाश करने के लिए कटाक्ष से भरे वाक्यों, व्यंग्यों तथा मुहावरों आदि का भरपूर इस्तेमाल किया जाता है।

भेंट वार्ता : वार्ता के बाद रेडियों की दूसरी सबसे चर्चित विधा है भेंट वार्ता। किसी के साथ भेंट कर उससे की जाने वाली वार्ता भेंटवार्ता कहते हैं। भेंट वार्ता दो व्यक्तियों का वार्तालाप होती है। एक व्यक्ति किसी विशेष क्षेत्र में अनुभवी विशेषज्ञ होता है और दूसरा व्यक्ति विशेषज्ञ से ज्ञान हासिल कर श्रोताओं तक पहुँचाता है।

भेंट वार्ता के अनेक स्वरूप होते हैं, जैसे –

1. **विषय विशेष पर** : जब किसी विषय विशेष पर जानकारी हेतु किसी विशेषज्ञ जैसे-वैज्ञानिक, खगोलशास्त्री, साहित्यकार, खेल विशेषज्ञ, खेती किसानों का जानकार, डाक्टर आदि लोगों से बातचीत की जाती है। वार्ता में भेंट करने वाले व्यक्ति को भी विषय विशेष की जानकारी होनी चाहिए और उसे श्रोताओं की आवश्यकता को ध्यान में रखकर विशेषज्ञ से जानकारी हासिल करनी चाहिए।

चूँकि भेंटकर्ता श्रोताओं का प्रतिनिधि होता है। अतः श्रोताओं के मन में उठने वाले प्रश्नों के बारे में उसे जानकारी होनी चाहिए ताकि वह श्रोताओं की मनःस्थिति को ध्यान में रखकर कम से कम समय में अधिक जानकारी प्राप्त कर सके।

2. **व्यक्ति विशेष पर** : जब किसी व्यक्ति को उसकी उपलब्धियों के लिए सम्मानित किया गया हो, पुरस्कृत किया गया हो अथवा उसने किसी विशेष कार्य को पूर्ण किया हो। ऐसे विशेष व्यक्ति के जीवन के बारे में रेडियो के लिए भेंट वार्ता की जाती है, जिसका उद्देश्य प्रेरणादायक होता है।

उच्च स्तर के खिलाड़ी, वैज्ञानिक, साहित्यकार, समाजशास्त्री, अर्थशास्त्री या पद्मश्री, पद्मभूषण आदि उपाधियों से अलंकृत आदि व्यक्तियों से इस तरह की भेंट वार्ता की जाती है।

3. **स्थिति विशेष पर** : अचानक आयी प्राकृतिक आपदा, सड़क, दुर्घटना भीषण अग्निकाण्ड महामारी आदि स्थितियों में इनका कारण, निदान और प्रशासनिक व्यवस्था, सावधानियों आदि के बारे में जानकारी पाने के लिए इस तरह की भेंटवार्ता की जाती हैं।

भेंटवार्ता के लिए वार्ताकार को कुछ तैयारियां करनी चाहिए ताकि भेंटवार्ता अच्छी बन सके।

परिसंवाद : जब एक ही विषय पर अलग-अलग प्रतिभागी अपनी राय रखें तो निश्चय ही बातचीत बहुआयामी हो जाती है। ऐसी बातचीत को परिसंवाद कहा जाता है। इसमें तीन या तीन से अधिक प्रतिभागी भाग लेते हैं। अक्सर किसी ज्वलंत समस्या, घटना या स्थिति आदि पर परिसंवाद रखे जाते हैं। इसमें राष्ट्रीय मुद्दों पर भी चर्चा होती है। उदाहरण स्वरूप भारत-पाक सम्बन्ध, परमाणु संधि, राष्ट्रपति विदेश यात्रा आदि। जिन विषयों पर जनता जानना चाहती है उनके ऐसी स्थिति में विशेषज्ञों को बुलाकर चर्चा कराई जाती है। ऐसी चर्चाओं में अक्सर विदेश नीति के जानकार, विशेषज्ञ, प्रोफेसर, रिटायर्ड राजनयिक, पत्रकारिता के अग्रणी सलाहकार, अन्वेषक आदि लोग प्रतिभागी हो सकते हैं।

परिसंवाद में राज्य स्तर पर चर्चित मुद्दों पर बात की जा सकती है। आतंकवाद, चुनाव प्रक्रिया, भ्रस्टाचार आदि विषय लिए जा सकते हैं। स्थानीय स्तर

पर प्रोफेशनल टैक्स, वैट, भ्रूणहत्या, बढ़ते जुर्म आदि परिसंवाद के विषय हो सकते हैं।

परिसंवाद में विषय एक ही रहता है। सभी प्रतिभागी उस पर अपनी राय रखते हैं। संचालक उसको आगे बढ़ाता रहता है। परिसंवाद में रेडियो की आचार संहिता का भी पालन किया जाता है। संचालन को इसका ध्यान रखना पड़ता है। परिसंवाद में संचालक को रेडियो कार्य प्रणाली का जानकार होना चाहिए।

परिचर्चा : परिचर्चा में भी अनेक प्रतिभागियों में संवाद की ही स्थिति होती है परन्तु इसमें विषय विशेषज्ञों के बीच वाद-विवाद होता है, वहस होती है। प्रतिभागी अक्सर दो हिस्सों में बट जाते हैं, पक्ष और विपक्ष। इसमें अक्सर चार प्रतिभागी और एक संचालक होता है। संचालक को विषय का जानकार होना चाहिए क्योंकि इस कार्यक्रम में तर्क और वितर्क के चलते बहस की स्थिति उत्पन्न हो सकती है। परिचर्चा की योजना बनाते समय इस बात का विशेष ध्यान रखा जाता है कि प्रतिभागी अपने कार्यक्षेत्र में प्रवीण हों और अपनी बात कहने में सक्षम हों, अपना पक्ष सटीक तर्क के साथ रख सकें अन्यथा बहस एकांगी हो जाती है। परिचर्चा सुचारु रूप से चले और श्रोता ठीक प्रकार से सुन सकें और आवाज से प्रतिभागी को पहचान सकें, इसके लिए जरूरी हो जाता है कि प्रतिभागियों की आवाज आपस में मिलती न हों। बहस को शालीनता से आगे बढ़ाने के लिए जरूरी है कि पक्ष-प्रतिपक्ष के प्रतिभागी एक दूसरे को भी धैर्य से सुनें, बीच में ही एक दूसरे की बातों को न काटें अन्यथा श्रोताओं को कुछ भी समझ में नहीं आयेगा।

परिचर्चा का विषय अक्सर विवादास्पद इसलिए होता है ताकि पक्ष अथवा विपक्ष में खुलकर बातचीत की जा सके और श्रोता दोनों स्थितियों को समझ सकें। इसलिए परिचर्चा में संचालक की भूमिका बहुत अहम होती है, जो प्रतिभागियों को विषय वस्तु में बांध कर रखता है। परिचर्चा के लिए प्रतिभागियों का चयन निष्पक्ष होना चाहिए अन्यथा परिचर्चा के सफल होने में संदेह हो जाता है और कार्यक्रम अपने उद्देश्य से भटक जाता है।

परिसंवाद या परिचर्चा का संचालन करना भी एक कला है। संचालक तो रेडियो की आचार संहिता से पूर्ण रूप से परिचित होता है, किन्तु जिन प्रतिभागियों को आमंत्रित किया जाता है जरूरी नहीं कि उन्हें रेडियो के कायदे-कानून का पता हो। अतः संचालक को निम्नलिखित कुछ मुख्य बातों का ध्यान रखना चाहिए।

1. प्रतिभागियों को आमंत्रित करने से पहले उनके विषय में पूर्ण जानकारी प्राप्त कर लेनी चाहिए।
2. रेडियो केन्द्र पर प्रतिभागी को अजनबीपन का एहसास न हो, इसके लिए परिचर्चा शुरू होने से पहले संचालक को सभी प्रतिभागियों के साथ अनौपचारिक बातचीत करनी चाहिए।
3. सभी प्रतिभागियों का एक-दूसरे से विधिपूर्वक परिचय करा देना चाहिए।
4. चर्चा के विषय के बारे में प्रतिभागियों के साथ मिलकर कार्यक्रम प्रारम्भ होने से पूर्व बातचीत कर लेनी चाहिए।
5. प्रतिभागियों को रेडियो की आचार संहिता से अवगत करा देना चाहिए।
6. परिचर्चा आरम्भ होने के उपरान्त यदि कोई प्रतिभागी दायरे के बाहर आता है तो संचालक का कर्तव्य है कि वह चतुराई से दूसरे प्रतिभागी को बोलने का अवसर प्रदान करे।
7. संचालक को कम से कम बोलना चाहिए क्योंकि श्रोता प्रतिभागी की राय जानना चाहते हैं।
8. चर्चा समाप्त होने पर संचालक को सभी प्रतिभागियों का आभार प्रकट करना चाहिए।

डाक्यूमेंटरी : रेडियो की विधाओं में डाक्यूमेंटरी रूपक अथवा फीचर बहुचर्चित और महत्वपूर्ण विधा है जो वार्ता, भेटवार्ता, संवाद आदि के मिले-जुले माध्यम से ज्ञान और सूचनाएं श्रोताओं तक सीधे पहुँचाती है। कभी-कभी श्रोताओं की समझ में

नहीं आती वही जानकारियाँ सूचनाएं, ज्ञान दस्तावेजों, नाटकीय स्थितियों और संगीत आदि के माध्यम से हल्के-फुल्के लेकिन प्रभावशाली ढंग से बात को प्रस्तुत किया जाता है। वस्तुतः रूपक या डाक्यूमेंटरी रेडियो की एक सशक्त विधा है जिसके लेखन से लेकर प्रस्तुति तक अनेक सोपान होते हैं।

प्रथम काम रूपक का आलेख तैयार करना है। जिसमें वातावरण पैदा किया जाता है ताकि श्रोता का मन उसमें रच-बस कर तादात्म्य बैठाने लगे। उदाहरण के तौर पर एक प्राचीन किले की दास्तां कहते आलेख में पाषाण प्राचीरों से टकरा कर गूँज पैदा करने की क्षमता होनी चाहिए। ऐसा वातावरण पैदा करने के लिए गीत संगीत और ध्वनियों का सहारा लेना पड़ता है जो श्रोताओं के मानस पटल पर अंकित हो कर अपना प्रभाव कायम करती हैं।

दूसरे चरण में रूपक के ध्येय को विकसित किया जाता है। रूपक के सूचनात्मक अथवा ज्ञानवर्धक होने पर सूचनाओं के ताने-बाने बुने जाते हैं ज्ञान के स्रोत को तलाशा जाता है। इसमें दस्तावेजों को उकेरा जाता है। दस्तावेज जरूरी नहीं कि लिखित तौर पर पाण्डुलिपियाँ हों, पत्थर पर उकेरी गयी सूचनाएं, आँखों देखी घटना, रिकार्डिंग किए अथवा चित्रों के रूप में पाये जाने वाले दस्तावेजों को भी इस्तेमाल किया जा सकता है। सूचनाओं को ग्रहण करने का कोई भी स्रोत हो सकता है पर यह निश्चय कर लेना चाहिए कि सूचनाएं प्रमाणिक हैं और उन्हें प्रसारित किया जा सकता है।

वस्तुतः रूपक के लेखक को एक अनुसंधानकर्ता की तरह कार्य करना होता है। इतिहास के पन्नों को खगालना पड़ता है। घटना के समीप जाकर एक सजीव खाका तैयार करना होता है और अपनी कल्पना शक्ति से यथार्थ के रंग भरने होते हैं। जिन घटनाओं को इतिहासकार अक्सर फिजूल समझ कर दरकिनार कर देते हैं, उन्हें बीनकर उनमें से मानवीय रिश्तों को तलाशना और अपनी शब्द शक्ति के माध्यम से अभिव्यक्त करना रचनाकार का सबसे महत्वपूर्ण कार्य होता है।

कार्यक्रम को सजीवता प्रदान करने और आलेख को यथार्थ रूप देने में जहां स्थितियों, घटनाओं का महत्वपूर्ण स्थान होता है वहीं पर पात्रों के माध्यम से इस सजीवता को श्रोताओं तक पहुँचाया जाता है। पटकथा के अनुरूप सम्वाद रचे जाते हैं। अक्सर रूपकों या दस्तावेजी रूपकों में वाचक का रोल ज्यादा होता है। वाचन के अन्तर को दर्शाने के लिए अक्सर दो वाचक होते हैं। स्त्री पुरुष द्विभाषी वाचक फीचर को आगे बढ़ाने में मददगार हाते हैं।

बोध प्रश्न

- प्र0 1—** रेडियो कार्यक्रमों के कितने प्रमुख उद्देश्य होते हैं?
- उ0** रेडियो कार्यक्रमों के तीन प्रमुख उद्देश्य होते हैं। सूचना, शिक्षा और मनोरंजन।
- प्र0 2—** रेडियो में प्रसारित संगीत कितने रूपों में होता है?
- उ0** रेडियो में संगीत कई रूपों में प्रसारित होता है जिसमें शास्त्रीय संगीत, सुगम संगीत, लोक संगीत, जनजातीय संगीत और फिल्म संगीत प्रमुख हैं।
- प्र0 3—** रेडियो वार्ता क्या होती है?
- उ0** रेडियो वार्ता का आशय रेडियो में प्रसारित होने वाले लेखों से है। अखबारी लेखों से अलग रेडियो लेखों में भाषा शैली में थोड़ा अन्तर होता है और बिना भूमिका बांधे सीधे विषय की चर्चा की जाती है।
- प्र0 4—** परिचर्चा में संचालक की क्या भूमिका होती है?
- उ0** परिचर्चा में संचालक की भूमिका सूत्रधार की होती है। उसे बातचीत को आगे बढ़ाना होता है। प्रतिभागियों के बीच बहस बढ़ने पर स्थिति को सभालना पड़ता है। उसे परिचर्चा का आरम्भ और निष्कर्षों के साथ समापन भी करना पड़ता है।

5.5 रेडियो समाचार :

हमारे चारों तरफ होने वाली घटनाओं का हमारे जीवन पर सीधा प्रभाव पड़ता है। ये घटनाएं जहाँ विश्व या किसी राष्ट्र की उन्नति और अवनति पर प्रभाव डालती हैं वहीं हमारे जीवन की दिनचर्या और उसके भविष्य पर भी असरकारक होती है। इसलिए प्रत्येक व्यक्ति का यह अधिकार है कि उसे अपने आस-पास घट रही सभी घटनाओं की जानकारी हो। रेडियो इस दिशा में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय घटनाओं के साथ-साथ मौसम की जानकारी, दुर्घटनाएं, प्राकृतिक आपदा, कानून व्यवस्था, सरकार द्वारा समय-समय पर जारी की जाने वाली घोषणाओं व योजनाओं आदि सभी की जानकारी रेडियो समाचार के माध्यम से जन-जन तक पहुँचती है। दूर-दराज के ग्रामीण इलाकों में जहाँ टेलीविजन की सुविधा नहीं है, जहाँ तक समाचार पत्र भी नहीं पहुँच पाते हैं वहाँ भी रेडियो समाचार पहुँचा देता है।

देश-विदेश की खबरें जन-जन तक पहुँचाने के लिए रेडियो का एक व्यापक तंत्र होता है। रेडियो अपने प्रतिनिधि के रूप में प्रत्येक राष्ट्र, शहर और क्षेत्र में अपने रिपोर्टर नियुक्त करता है। जो अपनी एकत्रित खबरें उस क्षेत्र या राज्य में नियुक्त संवाददाता तक पहुँचाते हैं। संवाददाता विभिन्न रिपोर्टरों द्वारा प्राप्त समाचारों को क्षेत्रीय समाचार केन्द्र पर पहुँचा देते हैं। क्षेत्रीय समाचार कक्ष इन खबरों को संपादित करता है और प्रसारित करता है। जो समाचार राष्ट्रीय स्तर पर प्रसारित होने लायक होता है उस खबर को राष्ट्रीय समाचार कक्ष में भेज दिया जाता है।

रिपोर्टरों द्वारा एकत्र खबरें समाचार कक्ष को भेजी जाती हैं। समाचार कक्ष में उपस्थित समाचार संग्रहक विश्व के विभिन्न कोनों से आयी खबरों का संग्रह करता है। विभिन्न भाषाओं में प्राप्त ये खबरें अनुवादकों के पास भेज दी जाती है जो वांछित भाषा में उनका अनुवाद करते हैं और सब एडिटर को दे देता है। क्योंकि

समाचारों को प्रसारित करने की समयावधि बहुत कम होती है। अतः मुख्य-मुख्य खबरों को सब एडिटर द्वारा छाँट लिया जाता है। इस प्रक्रिया को एडिटिंग कहते हैं। सब एडिटर इन समाचारों को एडिटर के पास भेज देता है, जो रेडियो की आचार संहिता के अनुसार उसमें एडिटिंग करता है और न्यूज डाइरेक्टर की अनुमति प्राप्त करता है। तत्पश्चात् प्रसारण के लिए इन सामचारों को प्रसारण कक्ष में भेज दिया जाता है। जहाँ समाचार वाचक इन समाचारों को पढ़ता है।

समाचार पढ़ना एक कला है। रेडियो में समाचार एक ही बार पढ़ा जाता है और श्रोता उसे सुनकर घटना का चित्र अपने मस्तिष्क में बनाता है। एक सफल समाचार वाचक में निम्न गुण होने चाहिए –

1. वह शब्दों की ग्राह्य ध्वनि पैदा करता हो।
2. उसे अपनी भाषा पर उसे पूर्ण अधिकार हो। उसमें शब्दों की ध्वनि, भाषा के मानक के अनुसार हो।
3. समाचार पढ़ते समय वाचक को स्वयं पर पूर्ण विश्वास हो।
4. प्रत्येक शब्द की पूर्ण ध्वनि पैदा की जाए। विराम, अर्द्ध विराम आदि का सही प्रयोग हो।
5. उसके द्वारा समाचार पढ़ते समय घटना के अनुरूप भाव ध्वनि में झलकते हों। मसलन दुखद घटना का समाचार शोक भाव प्रकट करता हो। खुशी का समाचार उल्लास का भाव प्रकट करे।
6. समाचार पढ़ने की गति 150 से 180 शब्द प्रति मिनट के बीच होनी चाहिए ताकि आम श्रोता समाचार आसानी से समझ सकें।
7. घटना का मुख्य प्रभाव रखने वाले शब्दों पर आवश्यकतानुसार जोर दिया जाना चाहिए।

समाचार सम्पादन : समाचारों को बिना किसी सजावट बिना भेदभाव, तथ्यों सहित तैयार किया जाता है। समाचारों के मूल्यांकन के मुख्य सिद्धांत इस प्रकार हैं –

1. प्रत्येक समाचार का निर्णय सख्ती से समाचार के मूल्य के आधार पर किया जाता है।
2. समाचार के तत्व एकदम सही हों।
3. समाचार, वस्तुपरक, तथ्यात्मक और विश्लेषणात्मक हों परन्तु सनसनी खेज नहीं होने चाहिए।
4. डर तथा आतंक फैलाने वाली समाचार रिपोर्टिंग की विधियों से बचा जाता है।
5. ऐसे राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय आदर्श प्रस्तुत किए जाते हैं जिनकी देश को जरूरत होती है।
6. समाचार सम्पादन करते समय क्षेत्रीय अखण्डता, राष्ट्रीय अखण्डता, धर्म निरपेक्षता, जनता की शालीनता के आदर्शों, जनता में शांति बनाए रखने के तरीको और संसद, विधायिका, न्यायपालिका की गरिमा और प्रतिष्ठा का पूरा ध्यान रखा जाता है।
7. विभिन्न क्षेत्रों में राष्ट्रीय उपलब्धियों पर विशेष ध्यान दिया जाता है।
8. व्यक्तिगत या अपमानजनक समाचारों से बचा जाता है।
9. लिंग व अपराध सम्बन्धी समाचारों से बचा जाता है, यदि वह व्यापक जनता के हित में न हों।
10. समाचार सम्पादन करते समय राजनैतिक विवादों से बचने के लिए शिष्टाचारहीन या भेदभावपूर्ण विवरण की संतुलित कवरेज का पूरा ध्यान रखा जाता है।

11. धर्म, राष्ट्र या सरकार के सम्मान को सुनिश्चित किया जाता है।
12. ऐसे समाचारों से बचा जाता है जो विद्रोह को बढ़ावा देने वाले हों।
13. जुआ, शराब या इस प्रकार की सूचना संबंधी घटनाओं के समाचारों से बचा जाता है जो श्रोताओं को इन कुरीतियों की ओर प्रेरित करने वाले हों।
14. समाचारों में किसी व्यक्ति, संस्था या व्यापारी के हित के लिए या व्यापार के प्रचार, उसको आगे बढ़ाने या उसे प्रचार देने के लिए उनके नाम का उल्लेख नहीं होना चाहिए। यदि उस समाचार में उनके नाम का संदर्भ अनिवार्य न हो।

अतिआवश्यक समाचार (Breaking News) : राष्ट्र की एकता अखण्डता को खतरा, दुश्मन राष्ट्र का हमला, किसी महत्वपूर्ण व्यक्ति का दुर्घटनाग्रस्त हो जाना, ऐसी दुर्घटना जहाँ जान-माल की भारी क्षति हुई हो या कोई बड़ी प्राकृतिक आपदा आदि के समाचार की जानकारी तुरन्त देश की जनता तक पहुँचनी चाहिए। इसलिए सम्पादित समाचारों के प्रसारण को बीच में रोककर एक वाक्य या बहुत ही संक्षेप में इन घटनाओं का समाचार प्रसारित किया जाता है। इसे अति आवश्यक समाचार या ब्रेकिंग न्यूज (Breaking News) कहा जाता है।

ध्वनि प्रेषण (Voice Dispatch) : समाचार प्रसारण के समय देश-विदेश की घटनाओं को सूचना के रूप में पढ़ा जाता है। श्रोता के मन में एक विचार पैदा होता है कि समाचार वाचक जो कुछ बोल रहा है इसमें सत्यता कितनी है। अपने कार्यक्रम की सत्यता को साबित करने के लिए यह आवश्यक हो जाता है कि जिस क्षेत्र विशेष के लिए या घटना विशेष के लिए जानकारी दी जा रही है, उस स्थान विशेष पर उपस्थित संवाददाता की आवाज समाचार के साथ प्रसारित की जाए। उदाहरण के तौर पर जम्मू-कश्मीर की किसी घटना का समाचार पढ़ते समय समाचार वाचक जब समाचार के बीच में श्रीनगर संवाददाता बात कर उसी की आवाज में खबर का कोई विवरण प्रस्तुत करवा देता है तो यह प्रमाणित हो जाता

है, कि जो समाचार श्रीनगर से संकलित किया गया वह सत्य है। समाचार की रिपोर्टिंग करते समय संवाददाता की आवाज को सम्पादित कर लिया जाता है। घटना स्थल से प्राप्त आवाज जिसे सत्यता के दृष्टिकोण से प्रसारित किया जाए, ध्वनि प्रेषण (Voice Dispatch) प्रक्रिया कहलाती है। यह शब्द ध्वनि या घटना के समय हुई किसी भी प्रकार की सजीव ध्वनि हो सकती है। मुख्यतया: संवाददाता की आवाज के साथ घटना स्थल की अन्य हल्की ध्वनियां प्रसारित कर दी जाती हैं तकि श्रोता को घटनास्थल पर होने का आभास हो।

रेडियो रिपोर्ट : राष्ट्रीय, अन्तरराष्ट्रीय, राज्य तथा क्षेत्रीय स्तर पर आये दिन समारोहों का आयोजन होता रहता है। जैसे – खेल समारोह, विभिन्न राष्ट्रों के अध्यक्षों के कार्यक्रम करना, बड़े सांस्कृतिक आयोजन धार्मिक स्थलों पर समारोह आदि। रेडियो मीडिया इन समारोहों को जनता तक पहुँचाने का कार्य करता है। कभी आँखों देखा हाल सुना कर और कभी उस समारोह के थोड़े समय में प्रसारित किया जाता है तब उसके सम्पादित मुख्य अंश ले लिए जाते हैं। हॉ इस समारोह के स्थल पर जाकर सजीव रिकार्डिंग के बाद मुख्य अंशों को लेकर उन्हें सम्पादित करके कैप्सूल बना कर प्रसारित कर दिया जाता है। इस प्रक्रिया को रेडियो रिपोर्टिंग कहते हैं। इसकी विशेषता यही है कि स्थल ध्वन्यांकन पर आधारित सारी गतिविधियाँ इस कार्यक्रम में समाहित होती हैं। स्टूडियों के बाहर किसी समारोह या विशेष व्यक्तियों से बातचीत करना या आम लोगों के विचार रिकार्ड करना ये सब गतिविधियाँ वाह्य ध्वन्यांकन प्रक्रिया का हिस्सा है। इसे ओ.बी.रिकार्डिंग के नाम से भी जाना जाता है।

साउंड बाइट (Sound Byte) : रिपोर्टिंग के समय, जिस समारोह या उत्सव का आयोजन हो रहा होता है, रिपोर्टर उस स्थान पर जाकर रिकार्डिंग करता है। समारोह में होने वाली बातचीत उसमें होने वाली अन्य गतिविधियाँ यथा-सांस्कृतिक कार्यक्रम, संगीत वादन, नृत्य आदि की ध्वनि रिकार्ड कर ली जाती है। रिपोर्ट तैयार करते समय मुख्य मुख्य बिन्दुओं की रिकार्डिंग के छोटे-छोटे अंश ले लिए जाते हैं। ध्वनि के ये छोटे अंश समारोह विशेष की झलकियाँ प्रस्तुत करते हैं और उसके बारे

में जानकारी प्रदान करते हैं, ध्वनि के इन छोटे अंशों को साउंड बाइट (Sound Byte) की संज्ञा दी जाती है।

रूपक या नाटक का निर्माता भी ध्वनि के माध्यम से अपने कार्यक्रम में सजीवता लाता है। इस प्रकार प्रयोग में लाए गये विभिन्न प्रकार की ध्वनियों के छोटे-छोटे अंश भी साउंड बाइट ही कहलाते हैं। जैसे- चिड़ियों का चहकना, झरने की आवाज, घुघरू की छम-छम, घाटी में गूँजती हवा आदि की ध्वनि।

बोध प्रश्न

- प्र० 1-** रेडियो समाचार वाचन के समाचार पढ़ने की आदर्श गति क्या होनी चाहिए?
- उ०** रेडियो समाचार वाचक के समाचार पढ़ने की आदर्श गति 150 से 180 शब्द प्रति मिनट के बीच होनी चाहिए। इस गति से पढ़े गये समाचार सुनने में स्पष्ट होते हैं।
- प्र० 2-** ब्रेकिंग न्यूज क्या होती है?
- उ०** ब्रेकिंग न्यूज उन समाचारों को कहते हैं जो किसी आकस्मिक घटना पर आधारित होते हैं और अति महत्वपूर्ण होते हैं। ऐसे समाचारों को किसी भी कार्यक्रम को बीच में रोक कर संक्षिप्त सूचना के रूप में प्रसारित किया जाता है।
- प्र० 3-** ध्वनि प्रेषण क्यों किया जाता है?
- उ०** वायँस डिस्पैच या ध्वनि प्रेषण का प्रयोग रेडियो समाचारों को विश्वसनीय बनाने के लिए और श्रोता को समाचार की सजीवता दिखलाने के लिए किया जाता है।
- प्र० 4-** साउण्ड बाइट का क्या महत्व है?
- उ०** साउण्ड बाइट रेडियो कार्यक्रम या समाचारों को जीवन्त रूप देते हैं। घटना स्थल की ध्वनियों के कारण समाचार अधिक विश्वसनीय लगने

लगते हैं। कई बार इन साउण्ड बाइट के कारण ही शब्दों की जरूरत नहीं रह जाती है। थोड़े से सेकंडों की साउण्ड बाइट बहुत कुछ कह देती है।

5.6 एफ.एम. रेडियो :

रेडियों तकनीक का जैसे-जैसे विकास होता गया वह आम आदमी तक सहजता से पहुँचता गया। धीरे-धीरे छोटे-छोटे शहरों तक रेडियो केन्द्र खुलने लगे। सरकार द्वारा खोले गये बड़े केन्द्र ए.एम. (Amplitude Modulation) रेडियो हैं। ये एम्प्लीट्यूड मोड्यूलेशन के सिद्धांत पर कार्य करते हैं। इनके लिए अधिक स्थान व श्रम शक्ति की आवश्यकता पड़ती है। लेकिन अब तकनीक के चमत्कार ने छोटे-छोटे रेडियो स्टेशन खोलना आसान कर दिया है। एफ0 एम0 रेडियो भी ऐसा ही एक चमत्कार है। एफ0 एम0 यानी फ्रीक्वेंसी मोड्यूलेशन तकनीक के रेडियो प्रसारण सीमित क्षेत्र में सुने जाते हैं। 50 हजार से 5-10 लाख तक आवादी के लिए होने वाले एफ0 एम0 प्रसारण इन दिनों बेहद लोक प्रिय होने लगा है।

एफ एम की विशेषता यह है कि इसमें खर्च बहुत कम आता है। श्रम शक्ति की कम आवश्यकता होती है। एक कमरे में रेडियो केन्द्र खोला जा सकता है। हालांकि इसकी तरंगे बहुत दूर तक नहीं जाती और इनकी क्षमता 50 से 80 किमी के बाद क्षीण हो जाती है। किन्तु जहाँ तक भी पहुँचती है, एक जैसी सुनाई देती हैं। हालांकि इसमें एक बड़ी कमी यह है कि एफ.एम. तरंगे सीधी चलती हैं। यदि इनके सामने ऊँची पहाड़ी जैसा कोई व्यवधान आ जाए तो उससे टकरा कर ये क्षीण हो जाती हैं और इनकी पहुँच कम होती जाती है। एफ एम प्रसारण 88 से 108 मेगाहर्ट्ज पर होता है। सरकार द्वारा देश में एफ एम प्रसारण के अधिकार निजी क्षेत्र को भी सौंपे जाने से एफ एम प्रसारणों में क्रांतिकारी बदलाव आ गया। अज देश के अनेक महानगरों में एक से अधिक एफ एम चैनल प्रसारित हो रहे हैं। इन चैनलों का प्रसारण महानगरों में कारों से घर से दफ्तर जाने वाले लोगों के

बीच भी बहुत लोकप्रिय है। ऐसे लोग सफर में बीच के समय एफ एम रेडियो के जरिए संगीत का भी आनन्द लेते हैं। विज्ञापनों के जरिए नए-नए उत्पादों की जानकारी भी प्राप्त करते हैं और बीच बीच में जरूरी खबरें भी उन्हें मिलते रहती हैं। चूंकि निजी एफएम रेडियो आकाशवाणी की तरह बहुत औपचारिक नहीं हैं इसलिए ये कार्यक्रमों के बीच बीच में चुटकले, फिल्मी बातें और जरूरी सूचनाएं भी देते रहते हैं। मसलन शहर में कहां ट्रैफिक जाम है। कहां से आवागमन प्रतिबंधित है आदि –आदि सूचनाएं भी एफएम रेडियो के जरिए श्रोताओं को मिल जाती हैं। शहर में चल रही किसी प्रदर्शनी, किसी समारोह या किसी सेल आदि के बारे में भी इसके जरिए सूचनाएं मिल जाती हैं। इसी तरह कार्यक्रमों के बीच-बीच में खेलों का स्कोर आदि भी एफएम रेडियो से पता चल जाता है।

एफ.एम.रेडियो और कामर्शियल सेवा : एफ.एम.रेडियो की तरंगें जहाँ तक पहुँचती हैं उनमें एक जैसी धारिता बनी रहती है। उसका प्रसारण स्तर एक सा रहता है। इस विशेषता को ध्यान में रखते हुए एफ.एम.रेडियो व्यावसायीकरण का माध्यम भी बन गया है। इन पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों से विज्ञापन भी बटोरे जाते हैं।

एफएम रेडियो का प्रस्तुतकर्ता पुराने नियमों को हल्का करके चलता है। उसके हाव-भाव समयानुसार उसकी आवाज में झलकते हैं, यदि कहा जाए कि एफ.एम. प्रसारण आधुनिकता का लिबास ओढ़े हुए है तो गलत न होगा। इसी लिए इस तरह के प्रसारण युवा पीढ़ी को बहुत जल्दी आकर्षित करते हैं।

एफ.एम.रेडियो एक प्रकार से स्थानीय या लोकल रेडियो का रूप है। शहर में होने वाली घटनाएं, मौसम की जानकारी, ट्रैफिक से सम्बन्धित खबरें, शहर में होने वाले उत्सव, समारोह, रेल टिकट आरक्षण जैसी सभी जानकारियां इसमें होती हैं। इस प्रकार का प्रचार-प्रसार आम आदमी को एफएम से बांधता है।

एफ.एम. रेडियो का मुख्य कार्य वाणिज्य से जुड़ा है। अतः विज्ञापन की ओर इसका रुझान अधिक है। क्योंकि निजी चैनल मालिक का असल उद्देश्य इन चैनलों के संचालन के जरिए पैसा कमाना होता है। अतः इसके कार्यक्रमों और

प्रस्तुति में व्यावसायिक अंदाज साफ झलकता है फिर भी यह बात सच है कि एफएम रेडियो ने रेडियो को नया जीवन दिया है और यह नए जमाने का एक वेहद लोकप्रिय माध्यम बन गया है।

रेडियो पेजिंग : एफ.एम. प्रसारण तकनीक में एक सुविधा यह है कि इसके लिए रखे गये फ्रीक्वैन्सी बैंड में कुछ खाली जगह बचती है, जहाँ अतिरिक्त सिग्नल के माध्यम से सूचनाएं एकत्रित की जा सकती हैं। ये सूचनाएं एकल फोन प्रक्रिया की तरह प्रयोग की जा सकती हैं। इस तरह रेडियो पेजिंग सेवा चेतनशील सिग्नल प्रसारित करती है और अपरिहार्य संदेशों की वाहक है।

वर्तमान में अनेक डीटीएच प्रसारण भी एफएम सेवाओं का प्रसारण करने लगे हैं। इससे एफएम का दायरा शहरी सीमा से बाहर भी बढ़ने लगा है। यह बात एफएम के लिए बहुत शुभ संकेत है क्योंकि इनके जरिए एफएम प्रसारण ग्रामीण क्षेत्रों तक भी पहुंच सकेगा।

हालांकि देश में एफएम रेडियो की शुरुआत 1977 में ही हो गयी थी और जुलाई 1977 में मद्रास (वर्तमान चैन्नई) में एफएम ट्रांसमीटर ने प्रसार शुरू कर दिया था और जल्द ही दिल्ली, कलकत्ता, मुम्बई में भी एफएम प्रसारण शुरू हो गया था लेकिन यह तब अधिक लोकप्रिय नहीं हो सके। सातवीं पंचवर्षीय योजना में एफ एम रेडियो ट्रांसमीटरों की स्थापना पर खूब जोर दिया गया। इसके दो कारण थे एक तो एफ एम ट्रांसमीटरों की अत्यधिक संख्या के कारण उसमें विस्तार की सम्भावनाएं कम थी दूसरे एफ एम ट्रांसमीटर की स्थापना और रखरखाव बेहद महंगा था। एफ एम प्रसारणों पर मौसम की खराबी का प्रतिकूल असर पड़ता था। ध्वनि का स्तर भी एफ एम से कई गुना श्रेष्ठ था। फिर भी सरकारी क्षेत्र में रहने तक पर्याप्त विस्तार विस्तार के बावजूद एफ एम की लोकप्रियता में कोई बड़ा अन्तर नहीं आया। यह अन्तर तो एफ एम रेडियो को निजी क्षेत्र के लिए खोलने के बाद नजर आने लगा हांलाकि देश का पहला निजी एफ एम स्टेशन रेडियो सिटी के नाम से बंगलौर में 2001 में शुरू हो गया था मगर इसे व्यापक विस्तार 2006 के

बाद सरकारी नीतियों में परिवर्तन के बाद मिला। आज निजी क्षेत्र के कार्यक्रमों के कारण ही एफ एम प्रसारण रेडियो का सबसे अधिक लोकप्रिय हिस्सा बन गया है।

बोध प्रश्न

- प्र0 1—** एफ एम रेडियो किस तकनीक पर कार्य करता है?
- उ0** एफ एम रेडियो फ्रीक्वेंसी मोड्यूलेशन या आवृत्ति नियमक तकनीक पर आधारित होता है।
- प्र0 2—** एफ एम तरंगे कितनी दूर तक पहुंच सकती हैं?
- उ0** एफ एम तरंगे बहुत दूर तक नहीं जा सकती। इनकी क्षमता 50 से 80 किमी की दूरी तक जाने के बाद एकदम क्षीण हो जाती हैं।
- प्र0 3—** भारत में अभी एफ एम चैनल देश के किन हिस्सों में अधिक लोकप्रिय हैं।
- उ0** हांलाकि देश में दूर दराज के इलाकों में भी एफ एम रेडियो स्टेशन हैं। लेकिन देश में इनकी अधिक लोकप्रियता उन्हीं शहरों में अधिक है जहां निजी एफ एम प्रसारण हो रहे हैं।
- प्र0 4—** भारत में एफ एम प्रसारण की शुरुआत कब और कहां हुई?
- उ0** भारत में एफ एम प्रसारण की शुरुआत जुलाई 1977 में तत्कालीन मद्रास में हुई।

5.7 सरांश :

रेडियो ने अपने जन्म के साथ ही जनसंचार की दुनिया में जोरदार हलचल मचा दी थी। रेडियो पर खबरों का प्रसारण शुरू होने पर से यह कहा जाने लगा

था कि रेडियो पर खबरे आ जाने से अब अखबारों को कौन खरीदेगा। अमेरिका में तो अखबार मालिकों ने समूह बना कर रेडियो पर खबरों के प्रसारण का विरोध भी किया था। लेकिन जल्द ही उनका विरोध खत्म हो गया क्योंकि रेडियो पर खबरें आने के बाद से अखबारों की प्रसार संख्या कम होने के बजाय अधिक होने लगी थी। इसकी वजह यह थी कि रेडियो पर खबरें आने के बाद खबरों का एक नया ग्राहक वर्ग तैयार होने लगा था क्योंकि रेडियो के कारण खबरों का विस्तार बढ़ गया था और रेडियो पर खबरें सुनने के बाद लोगों में खबरों को विस्तार से जानने की उत्कंठा बढ़ गई थी। रूसी क्रांतिकारी नेता लेनिन तो रेडियो को बिना कागज और बिना दूरी का समाचार पत्र कहते थे।

भारत में 23 जुलाई 1927 को इण्डियन ब्राडकास्टिंग कम्पनी का प्रसारण शुरू करते समय तत्कालीन वायसराय लार्ड डरविन ने कहा था “भारत के दूरदराज के गावों के लिए और इनके अलावा अन्य बहुत से लोगों के लिए यह प्रसारण एक बरदान साबित होगा। मनोरंजन और शिक्षा दोनों ही दृष्टियों से इसकी सम्भावनाएं बहुत व्यापक हैं। इतनी कि इस बक्त हम उनका अनुमान भी नहीं लगा पा रहे हैं।” समय बीतने के साथ यह बात सच साबित भी हुई। भारत में रेडियो ने गावों में किसानों को खेती-किसानी की जानकारियां देने, मछुआरों का समुद्रतटीय लोगों को मौसम की खराबी की जानकारी देने और सीमाओं में तैनात फौजियों को बाकी देश से जोड़े रखने और उनका मनोरंजन करने जैसे कार्यों को अंजाम देकर यह साबित कर दिया है कि देश में रेडियो कितनी सम्भावनाओं वाला माध्यम है।

हालांकि भारत में लम्बे समय तक रेडियो का अर्थ आकाशवाणी या ऑल इण्डिया रेडियो ही होता था। आकाशवाणी की अनेक सेवाओं के अलावा बीबीसी तथा रेडियो सीलोन भारत में रेडियो श्रोताओं के लिए दूसरे परिचित नाम थे। लेकिन एफ एम रेडियो का विस्तार होने तथा इसमें निजी क्षेत्र के प्रवेश के बाद से रेडियो प्रसारण में अनेक नए नाम भी जुड़ गए हैं और श्रोताओं का एक नया शहरी युवा वर्ग भी तैयार हो गया है। इस नए श्रोतावर्ग ने भारत में रेडियो के लिए नये विज्ञापन दाताओं का वर्ग भी तैयार कर दिया है। विज्ञापनदाताओं की रूचि बढ़

जाने के कारण रेडियो का व्यावसायिक पहलू भी मजबूत हो गया है। और रेडियो फिर से एक चर्चित तथा लाभप्रद संचार माध्यम बन गया है।

5.8 शब्दावली :

ट्रांसमीटर : ट्रांसमीटर एक ऐसा उपकरण होता है जो हमारी आवाज को रेडियो तरंगों में बदल देता है। फिर इन तरंगों को प्रसारण एंटीना के जरिए वायुमण्डल में प्रसारित कर दिया जाता है। ट्रांसमीटर शब्द का उपयोग रेडियो संचार में प्रसारण यंत्र के लिए भी किया जाता है और किसी रेडियो स्टेशन की पहचान उसमें लगे ट्रांसमीटर की क्षमता से होती है।

पिच : पिच का आशय रेडियो प्रसारण में आवाज की पिच से है। मनुष्य के गले से निकलने वाली आदियो आवृत्ति को ही आवाज की पिच कहते हैं। पुरुषों की आवाज के पिच की सीमा 80 से 150 आवृत्ति प्रति सेकेण्ड होती है जबकि महिलाओं में यह सीमा 180 से 280 आवृत्ति प्रति सेकेण्ड होती है। इसीलिए महिलाओं की आवाज पुरुषों की तुलना में पतली होती है।

परिसंवाद : रेडियो में जब किसी विषय पर दो या अधिक विशेषज्ञ अपनी राय प्रस्तुत करते हैं तो ऐसे कार्यक्रम को परिसंवाद कहा जाता है। परिसंवाद का विषय एक ही होता है मगर उस पर प्रतिभागियों की राय अलग-अलग होती है। परिसंवाद में संचालक की भूमिका सबसे अधिक महत्वपूर्ण होती है क्योंकि वही परिसंवाद को आगे बढ़ाता है।

वॉयसडिस्पैच : वॉयस डिस्पैच या ध्वनि प्रेषण रेडियो समाचारों के साथ घटनास्थल पर मौजूद संवाददाता की आवाज प्रसारण की प्रक्रिया है। वॉयस डिस्पैच से रेडियो की खबरों की विश्वसनीयता बढ़ जाती है। खबरों के साथ घटना स्थल से संवाददाता की आवाज श्रोताओं को खुद भी घटनास्थल के करीब पहुंचा देता है।

फोन इन कार्यक्रम : फोन इन रेडियो कार्यक्रमों की एक विशेष विधा है। इसमें किसी विषय या समस्या पर विषय विशेषज्ञ या जिम्मेदार अधिकारी श्रोताओं के प्रश्नों का उत्तर देते हैं। इन कार्यक्रमों के लिए स्टूडियो को टेलीफोन लाइनों से जोड़ दिया जाता है। श्रोता कार्यक्रम सुनते हुए बीच-बीच में फोन के जरिए अपनी बात या सवाल विशेषज्ञों के सामने रख सकता है।

5.9 त्वरित अभ्यास :

1. रेडियो वार्ता कितने प्रकार की होती हैं?
2. विश्व का पहला रेडियो स्टेशन कब और कहां स्थापित हुआ था?
3. रेडियो स्टेशन का मुख्य यंत्र क्या होता है?
4. रेडियो प्रसारण में प्रस्तुतकर्ता के बोलने की गति का क्या महत्व है?
5. ब्रेकिंग न्यूज क्या होती है?
6. रेडियो वार्ता की भाषा कैसी होनी चाहिए?
7. जिगल क्या है?
8. परिसवाद (Discussion) और परिचर्चा (Debate) में क्या अन्तर है?
9. परिचर्चा के संचालक में क्या गुण होने चाहिए?
10. भेटवार्ता क्या होती है?
11. भेटवार्ता कितने प्रकार की हो सकती है?
12. एक अच्छे भेटकर्ता में क्या-क्या गुण होने चाहिए?

13. रेडियो रिपोर्ट से आप क्या समझते हैं?
14. साउंड बाइट (Sound Byte) को संक्षेप में समझाइए?
15. एफ.एम. प्रसारण क्या है?
16. रेडियो पेजिंग क्या है?

5.10 अभ्यासार्थ प्रश्न :

- प्रश्न 1— रेडियो प्रस्तुतिकरण को विस्तार में समझाइए।
- प्रश्न 2— रेडियो लेखन के महत्वपूर्ण बिन्दु क्या हैं?
- प्रश्न 3— रेडियो के विभिन्न कार्यक्रमों के बारे में आप क्या जानते हैं?
- प्रश्न 4— रेडियो समाचार के लेखन और सम्पादन प्रक्रिया को समझाइए।
- प्रश्न 5— एफ एम रेडियो के बारे में विस्तार से बताइए।

5.11 प्रयोगात्मक अभ्यास :

अपने क्षेत्र की प्रमुख घटनाओं पर रेडियो के लिए 10 अलग-अलग समाचार लिखिए। इन समाचारों को वायस दिस्पैच और साउण्ड बाइट्स का भी प्रयोग कीजिए।

5.12 सन्दर्भ ग्रन्थ :

पाण्डेय, विश्वनाथ : सम्प्रेषण और रेडियो शिल्प, विश्वविद्यालय प्रकाशन,
वाराणसी।

- सोनी, सुधीर : इलेक्ट्रानिक संचार माध्यम, राजस्थान हिन्दी ग्रन्थ
अकादमी, जयपुर।
- वशिष्ठ, मीनाक्षी : इलेक्ट्रानिक युग में पत्रकारिता का बदलता स्वरूप,
राजस्थान हिन्दी ग्रन्थ अकादमी, जयपुर।
- आर्य, पी0 के0 : इलेक्ट्रानिक मीडिया प्रतिभा प्रतिष्ठान, नई दिल्ली।
- सिंह, देवव्रत : भारतीय इलेक्ट्रानिक मीडिया, प्रभात प्रकाशन, दिल्ली।

इकाई-06

फोटो पत्रकारिता

इकाई की रूपरेखा

6.0 उद्देश्य

6.1 प्रस्तावना

6.2. फोटो पत्रकारिता का इतिहास एवं स्वर्णिम युग

6.3 फोटो पत्रकार

6.3.1 फोटो पत्रकार की भूमिका

6.3.2 फोटो कैप्सन

6.4 फोटो पत्रकारिता के उपकरण और तकनीक

6.4.1 पारंपरिक तथा आधुनिक तकनीक

6.4.2 फोटोग्राफी उपकरण

6.4.3 कैमरा लेंस

6.5 फोटो ग्राफी

6.6 सारांश

6.7 शब्दावली

6.8 त्वरित अभ्यास

6.9 अभ्यासार्थ प्रश्न

6.10 प्रयोगात्मक अभ्यास

6.11 संदर्भ ग्रन्थ

6.0 उद्देश्य :

इस फोटो पत्रकारिता इकाई का उद्देश्य फोटो पत्रकारिता की जानकारी देना है। इस इकाई के अध्ययन से फोटो पत्रकारिता का विकास, फोटो पत्रकारिता के महत्वपूर्ण बिंदु, फोटो पत्रकारिता में उपयोग होने वाले यंत्रों तथा तकनीक की संक्षिप्त जानकारी हासिल होगी। इस इकाई के अध्ययन के पश्चात फोटो पत्रकारिता के बारे में आधुनिक ज्ञान मिल सकेगा। इस इकाई के जरिए

- फोटो पत्रकारिता के इतिहास की जानकारी हासिल हो सकेगी।
- फोटो पत्रकार के गुणों और उसकी भूमिका के बारे में जाना जा सकेगा
- फोटो पत्रकारिता की पारंपरिक और आधुनिक तकनीकों के बारे में जानकारी मिलेगी
- फोटो पत्रकारिता के उपकरणों और पत्रकारिता में इस्तेमाल होने वाले तरह-तरह के लेंसों के बारे में जाना जा सकेगा।
- और फोटोग्राफी के माध्यमों के बारे में जानकारी प्राप्त की जा सकेगी।

6.1 प्रस्तावना :

फोटो पत्रकारिता एक विशेष प्रकार की पत्रकारिता है जिसमें फोटो की सहायता से समाचार (न्यूज स्टोरी) तैयार किया जाता है। सामान्य पत्रकारिता में केवल भाषा तथा शब्दों द्वारा समाचार संकलित कर प्रकाशित किए जाते हैं। जबकि फोटो पत्रकार अपने समाचार या न्यूज स्टोरी को फोटो के माध्यम से अपने पाठकों तक पहुंचाता या पहुंचाती है। इस तरह फोटो के माध्यम से समाचारों को प्रस्तुत प्रदान करने की विद्या फोटो पत्रकारिता है। समाचार के प्रभाव के हिसाब से फोटो

पत्रकारिता ज्यादा असरकारक होती है क्योंकि फोटो के माध्यम से पाठक सीधे घटनास्थल पर स्वयं होने का सा अनुभव करने लगता है।

क्योंकि सामान्य जीवन में हम जानकारी के लिए सबसे ज्यादा अपने देखने की इन्द्रि यानी आंख का प्रयोग करते हैं— इसलिए फोटो के माध्यम से घटना की जानकारी पाठकों को ज्यादा प्रभावित करती है। मनोवैज्ञानिक तथ्य है कि शब्दों से अनुभव करने से ज्यादा प्रभावी घटना को अपनी आखों से देखना होता है। अतः फोटो पत्रकारिता के माध्यम से देखी गई घटना या समाचार की जानकारी ज्यादा विश्वसनीय मालूम होती है यह एक मनोवैज्ञानिक क्रिया है।

यह जानना जरूरी है कि फोटो दस्तावेजीकरण (फोटो डाक्यूमेंटेशन) तथा फोटो पत्रकारिता (फोटो जर्नलिस्म) दो अलग-अलग विधाएं हैं। हालांकि दोनों ही फोटोग्राफी का इस्तेमाल करती हैं। फोटो दस्तावेजीकरण में किसी भी वस्तु, गतिविधियों या हालत का फोटो के माध्यम से दस्तावेज बनाना होता है जिसे भविष्य में संदर्भ के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता है। जबकि फोटो पत्रकारिता किसी विशेष घटना या घटनाक्रम को दर्शाती है या किसी विशेष समय में किसी जगह, विषय या घटना की जानकारी पाठकों की रुचि के अनुरूप प्रदर्शित करती है।

6.2 फोटो पत्रकारिता का इतिहास एवं स्वर्णिम युग :

घटनाओं को चित्रों के माध्यम से प्रदर्शित करने का प्रचलन आदिकाल से रहा है। आदि मानव द्वारा बनाए गए गुफाओं के शैल चित्र इसके उदाहरण हैं। राजे-रजवाड़े अपने जीवन काल में हुई घटनाओं के चित्र बनवाकर उस घटना की स्मृति को स्थाई रखते थे। यह प्रचलन हस्तलिखित पांडुलिपियों में भी रहा। पाण्डुलिपियों में घटनाओं के साथ-साथ उसका प्रभाव बढ़ाने के राजे-रजवाड़ों के अपने चित्र भी बनाए जाते थे। रोचकता तथा सुंदरता के लिए चित्रों का प्रयोग लगातार किया जाता रहा है।

समाचार पत्रों की छपाई की तकनीक के विकास के साथ-साथ चित्रों के प्रदर्शित करने की विधा का भी विकास हुआ। पहले बड़े संसाधन वाले अखबार चित्रकारों से एनग्रेविंग बनवाकर अपने समाचार पत्रों में छापते थे। इससे उनके समाचार पत्र ज्यादा रोचक तरीके से समाचार पाठकों तक पहुंचाते थे। इससे उनकी और प्रसार संख्या बढी। 1880 से 1897 के मध्य प्रिंटिंग तकनीक तथा फोटोग्राफी तकनीक में महत्वपूर्ण प्रगति हुई। हालांकि महत्वपूर्ण घटनाओं के फोटोग्राफ सन् 1850 से ही लिए जाने लगे थे। परन्तु उन्हें अखबार में छापने की तकनीक उपलब्ध नहीं थी। ऐसे में फोटोग्राफ से चित्रकार की मदद से एनग्रेविंग बनाई जाती थी, जिसे बाद में अखबार में ब्लॉक बनाकर छपा जाता था।

घटनाओं की जानकारी देने वाली फोटो सबसे पहली तस्वीरें रोमानिया के कार्ल साथमारी ने 1853 से 1856 के बीच क्रीमिया युद्ध के दौरान खींची। इस तरह से उन्हें पहला फोटो पत्रकार माना जा सकता है। युद्ध की घटनाओं को दर्शाने वाले उनके एलबम शाही घराने तथा बड़े कुलीन लोगों द्वारा खरीदे गए तथा युद्ध के हालात बताने के लिए इस्तेमाल किए गए। इसी तरह रोजर फैंटन ने भी समाचारों से संबंधित फोटोग्राफ खींचे। परन्तु तकनीक के अभाव में इन तस्वीरों को प्रकाशित करने के लिए उनको भी एनग्रेविंग चित्रकारों (एनग्रेवर) का सहारा लेना पड़ा था।

अमेरिकी गृहयुद्ध के दौरान फोटोग्राफर **मैथ्यू ब्रैडी** ने बहुत तस्वीरें खींची, इन तस्वीरों को एनग्रेवर की सहायता से हार्पर्स वीकली पत्रिका ने नियमित रूप से प्रकाशित किया क्योंकि अमेरिकी जनता युद्ध की वास्तविक स्थितियां जानना चाहती थी। जनता तक घटनाओं की वास्तविकता पहुंचाने के लिए ये फोटोग्राफर जगह-जगह अपनी फोटो प्रदर्शनी लगाकर युद्ध की वास्तविक स्थितियों को आम जनता तक पहुंचाते थे। इस तरह **मैथ्यू भी शुरुआती दौर के फोटो जर्नलिस्ट (फोटो पत्रकार) माने जाते हैं।** यद्यपि उनकी वास्तविक फोटो पत्रिकाओं में कभी नहीं छपी। परन्तु घटनाओं की वास्तविकता को फोटो के माध्यम से समाचार की तरह वे आम जनता

के बीच ले गए। उन के खींचे गए ताजा फोटो के एलबमों की निरंतर मांग रहती थी।

हाफ टोन तकनीक से पहला फोटोग्राफ न्यूयार्क के **द डेली ग्राफिक** में 4 मार्च 1880 को छपा। यह पहला मौका था जब घटना का फोटोग्राफ किसी पत्रिका में फोटोग्राफ के रूप में छपा। इससे पूर्व फोटोग्राफ को एनग्रेविंग आर्टिस्ट की मदद से एनग्रेव के रूप में छापा जाता था। लेकिन ये फोटोग्राफ भी धूप की रोशनी में होने वाली घटनाओं से ही संबंधित होते थे क्योंकि तब भी फोटोग्राफी की तकनीक इतनी उन्नत नहीं हो पाई थी कि कमरे के अंदर हो रही घटनाओं को फोटोग्राफ किया जा सके। नेगेटिव फोटो मैटीरियल इतने संवेदनशील नहीं थे कि वे कम रोशनी में फोटो ले सकें। 1887 में प्लैश पाउडर का आविष्कार हुआ। बैटरी की चिंगारी के माध्यम से मैग्नीशियम पाउडर को जलाया जाता जो क्षणिक रूप से इतना प्रकाश दे देता कि कमरे के अंदर फोटो खींचा जा सके। इस तकनीक ने जैकब रीश जैसे फोटोग्राफर को कमरे के अंदर तथा घिरे हुए बाड़े के अंदर रहने वालों की जिदंगी तथा घटनाओं के फोटो खींचने की क्षमता प्रदान की। इन्हीं फोटोग्राफ्स की मदद से उन्होंने चर्चित फोटोग्रेफिक बुक **हाउ द अंदर हाफ लिक्स** प्रकाशित की जो फोटो पत्रकारिता के इतिहास में मील का पत्थर बनी।

1897 तक फोटोग्राफ्स को छापने की हाफ टोन तकनीक ने इतनी प्रगति कर ली थी कि तीव्र गति की प्रिंटिंग मशीनों में इसका इस्तेमाल किया जा सके। परन्तु न्यूज फोटोग्राफ को पत्रिका प्रकाशन स्थल तक तुरंत पहुंचाने का काम बहुत कठिन था। घटनास्थल से पत्रिका के संपादन कक्ष तक फोटो को पहुंचाने में कभी-कभी महीनों लग जाते थे। इस बीच फोटोग्राफ की गई घटना पुरानी पड़ जाती थी या उसमें पाठकों की दिलचस्पी कम हो जाती थी। वह दौर विश्व युद्धों का दौर था। समुद्र पार लड़ी जा रही लड़ाइयों के फोटोग्राफ की बहुत मांग थी। परन्तु संचार तथा परिवहन की सीमा की वजह से वे तुरंत नहीं पहुंचायी जा सकती थी। इस बाधा को 1921 में तोड़ा जा सका। समुद्री केबल के माध्यम से वायरफोटो तकनीक का इस्तेमाल कर फोटो तुरंत एक स्थान से दूसरे स्थान पर भेजना संभव

हुआ। बाद में रेडियो तरंगों के माध्यम से भी फोटो भेजे जाने लगे। इससे पत्रिकाओं को घटनाओं की फोटो स्टोरी तुरंत प्राप्त होने लगी तथा फोटो पत्रिकाओं के काम का प्रकाशित होने तथा पाठकों तक पहुंचने का मौका मिला।

फोटो पत्रकारिता एक ऐसा कार्य है जिसमें फोटोग्राफर को अपने उपकरणों के साथ घटनास्थल पर मौजूद होना आवश्यक है। अतः फोटोग्राफी के कैमरों तथा तकनीक ने भी इसकी गति को प्रभावित किया। शुरुआती फोटोग्राफर को अपने निगेटिव खुद ही फोटो लेने के स्थल पर ही बनाने पड़ते थे। इससे फोटो लेने में बहुत समय लगता था। इसका निदान कोडैक कंपनी द्वारा जिलेटिन की फोटो रील तथा बाक्स कैमरे के अविष्कार के साथ किया गया। तब फोटोग्राफर फोटो की रील तथा कैमरा ले जाकर तुरंत फोटो खींच सकता था। फोटो पत्रकारिता को और ज्यादा गति तब मिली जब जर्मनी की **लाइका कंपनी** ने **35 एम एम** का कैमरा बनाया। यह हल्का तथा ज्यादा डीटेल देने वाले कैमरा एक रील में 36 फोटो खींचने में सक्षम था जो न्यूज फोटोग्राफरों व लिए किसी वरदान से कम नहीं था।

इसी तरह 1927 से लेकर 1930 के बीच फ्लैश बल्ब का अविष्कार होने से कमरे के अंदर सीमित प्रकाश के तुरंत फोटो खींचने की सुविधा हो गई। यद्यपि ये सुविधाएं आज के फोटो खींचने के यंत्रों के सम्मुख बहुत आदिम तथा पिछड़ी हुई लगती हैं, परन्तु उस दौर में इन आविष्कारों की मदद से फोटो पत्रकारिता के स्वर्णिम युग की शुरुआत तो हो ही गई थी।

समाचार पत्रों की बढ़ती संख्या के साथ-साथ उनकी प्रतिस्पर्धा भी बढ़ती गई। संसाधनों से समृद्ध अमेरिका तथा यूरोप में पाठकों को अपनी ओर खींचने के लिए प्रयास शुरू हुए। समाचार पत्रों ने अपने सचित्र संस्करण निकालने शुरू किए। इसी दौरान प्रिंटिंग की तकनीक के विकास, फोटोग्राफी के उन्नत यंत्रों तथा फोटो को वायर फोटो से तुरंत भेजने की सुविधा ने भी अपना असर दिखाया। अखबारों ने अपने आपको रोचक तथा प्रभावशाली बनाने के लिए फोटो छापने शुरू किए। घटनाओं तथा समाचारों की विश्वसनीयता के लिए फोटोग्राफ्स ने बहुत प्रभावी ढंग

से भूमिका अदा की। 1930 के बाद लंदन की **पिक्चर पोस्ट**, पोरिस की **पेरिस मैच**, बर्लिन (जर्मनी) की **अर्बेट-इलैस्ट्रेटेट जेटंग**, बर्लिन के ही **बर्लिनेट-इलैस्ट्रेटेट जेटंग**, अमेरिका की **लाइफ**, **लुक** तथा **स्पोर्ट्स इलैस्ट्रेटेड** पत्रिकाओं ने समाचार फोटो तथा फोटो फीचर छापने शुरू किए।

दैनिक समाचार पत्रों ब्रिटेन के **द डेली मिरर** तथा न्यूयार्क अमेरिका के **द न्यूयार्क डेली न्यूज** आदि ने समाचारों के सचित्र वर्णन छापकर लोकप्रियता हासिल की। 1930 से लेकर 1950 तक का यह दौर फोटो पत्रकारिता के इतिहास में स्वर्णिम युग कहलाता है क्योंकि इसी दौर ने सारी दुनिया के समाचार पत्रों को फोटो पत्रकारिता को महत्व को समझाया। इसी का असर था कि भारत में **इलैस्ट्रेटेड वीकली आफ इण्डिया** जैसी पत्रिका शुरू हो पाई जो अंग्रेजी पाठकों में लोकप्रिय हुई। यूरोप तथा अमेरिका के फोटो पत्रकारिता के स्वर्णिम युग को संवारने वाले चर्चित फोटो पत्रकारों में प्रमुख नाम था **राबर्ट काप्पा**, **एलफ्रेड एसनेस्टेड**, **डब्लू इयूजीन स्मिथ**। उस दौरान कई महिला फोटो पत्रकार भी अपना योगदान फोटो पत्रकारिता को बढ़ाने के लिए कर रही थीं। इनमें प्रमुख नाम **मार्गटेट बोर्क व्वाइट** का है।

सिपाही **टोनी वैक्कारो** ने द्वितीय विश्व युद्ध में पहली बार मोर्चे से फोटो खींची तथा समाचार पत्रों को उपलब्ध कराई। इसी तरह कापा ने फोटोग्राफर होते हुए भी युद्ध के मोर्चे से फोटो खींची तथा सिपाहियों के हालात का ताजा विवरण फोटो के माध्यम से पाठकों को दिया। यह बेहद खतरनाक काम था और आज भी फोटो पत्रकार को ऐसी ही खबरों के बीच काम करना होता है।

1980 तक समाचार पत्र तथा पत्रिकाएं पुरानी लैटर प्रेस तकनीक से छपती थी। इन छपाई मशीनों में लिखित सामग्री तो बेहतर ढंग से छप जाती था परन्तु फोटो बहुत बेहतर नहीं छपती थी। परन्तु 1980 के बाद समाचार पत्रों तथा पत्रिकाओं की छपाई के लिए बेहतर आफसेट तकनीक अपनाई जाने लगी। इससे फोटोग्राफ्स को ज्यादा अच्छे तरीके से छापा जाने लगा। छपाई की इस तकनीक

का यह असर रहा कि पत्रिकाएं भी ज्यादा आकर्षक रूप से छपने लगीं। समाचार पत्रों की पाठक संख्या बढ़ाने के लिए समाचार पत्र-पत्रिकाओं ने ज्यादा से ज्यादा फोटोग्राफ्स को छापना शुरू किया। इसके कारण फोटो जर्नलिस्ट की मांग बढ़ने लगी और आज भी इनकी मांग बरकरार है।

बोध प्रश्न

प्र0 1- चित्रों के माध्यम से घटनाओं के प्रदर्शन के प्रारम्भिक उदाहरण क्या हैं?

उ0 चित्रों आदि के माध्यम से मानव द्वारा बनाए गए गुफाओं के शैल चित्र घटनाओं के प्रारम्भिक उदाहरण हैं।

प्र0 2- अमेरिकी गृह युद्ध के दौरान किस फोटोग्राफर की खींची तस्वीरें हार्पर्स वीकली में प्रकाशित हुईं ?

उ0 फोटोग्राफर मैथ्यू ब्रेडी की खींची तस्वीरें अमेरिकी गृह युद्ध के दौरान एनग्रेवर की मदद से हार्पर्स वीकली में प्रकाशित हुईं।

प्र0 3- फ्लैश बल्ब का आविष्कार होने से फोटोग्राफी में क्या बदलाव आए ?

उ0 1927 से 1930 के बीच फ्लैश बल्ब का आविष्कार होने से कमरे के अन्दर अथवा अंधेरे में स्थानों में सीमित प्रकाश में भी फोटो खींचने सकने की शुरुआत हो गई।

प्र0 4- फोटो पत्रकारिता में टोनी वैक्कारो का क्या महत्व है ?

उ0 टोनी वैक्कारो एक फौजी था जिसने पहली बार द्वितीय विश्व युद्ध के दौरान मोर्चे से युद्ध की तस्वीरें खींची जो अखबारों में प्रकाशित हुईं।

6.3 फोटो पत्रकार :

एक फोटो पत्रकार शब्दों के बजाय फोटो के माध्यम से अपना समाचार/दृष्टिकोण/कहानी/जानकारी देता या देती है। इसलिए फोटो पत्रकार को कुशल

फोटोग्राफर होना तो जरूरी है ही लेकिन फोटो पत्रकार केवल एक फोटोग्राफर ही नहीं होता। क्योंकि वह फोटो के माध्यम से कुछ कहना भी है इसलिए उसमें एक पत्रकार की खोजी नजर भी होना जरूरी है।

एक फोटोग्राफर का कार्य विषयवस्तु का फोटो लेकर उसका दस्तावेजीकरण करना होता है। परन्तु फोटो पत्रकार विषय वस्तु से आगे अपने दृष्टिकोण, घटना या वस्तु के वातावरण को संवेदना के साथ फोटो में पकड़ना चाहता है जिससे फोटो प्रकाशित होने के बाद पाठक केवल फोटो में दिखाई देने वाली वस्तुओं तक ही सीमित न रहे, बल्कि फोटो के माध्यम से वह घटना या जानकारी को समझ भी सके। फोटोग्राफर के लिए यह जरूरी नहीं होता कि फोटो का दर्शक फोटो से संवाद स्थापित करें तथा जानकारी हासिल करें। परन्तु फोटो पत्रकार के लिए संवाद तथा जानकारी का प्रवाह बेहद जरूरी है तब ही वह फोटो ग्राफर से फोटो पत्रकार बन सकता है।

अतः फोटो पत्रकार के लिए उसके नाम के अनुरूप फोटोग्राफर तथा पत्रकार दोनों के गुणों का होना आवश्यक है। इसी दोहरी जिम्मेदारी की वजह से फोटो पत्रकारिता एक गंभीर विषय होता है। फोटोग्राफर के लिए यह जरूरी नहीं होता कि उसे फोटोग्राफ की गई वस्तु के बारे में गहन जानकारी हो। फोटोग्राफी में सिर्फ वस्तु का दृष्यक (विजुअल) दस्तावेजीकरण ही होता है। परन्तु फोटो पत्रकार के लिए विषय वस्तु की जानकारी का होना अति आवश्यक है। जब तक वह घटना उसके कारणों तथा उससे पड़ने वाले असर की जानकारी न रखता हो वह फोटो पत्रकार के रूप में उस विषय से पूरा न्याय नहीं कर सकता/ सकती।

अतः फोटो पत्रकार के लिए यह बहुत जरूरी होता है कि वह विषय वस्तु के बारे में अध्ययन करे तथा उसके ज्यादा से ज्यादा पक्षों को समझने की कोशिश करे। तब ही वह किसी घटना की गंभीरता समझ सकेगा। इसी गंभीरता की समझ के बाद लिया गया फोटो ज्यादा प्रभावशाली तथा पाठकों पर असर डालने वाला होता है।

फोटोग्राफर से फोटो पत्रकार बनने की प्रक्रिया एक आंतरिक प्रक्रिया होती है। आज फोटोग्राफी तकनीक इतनी उन्नत हो चुकी है कि फोटोग्राफर बनने के लिए किसी विशेष तकनीकी प्रशिक्षण की जरूरत नहीं। सामान्य फोटोग्राफी तो कोई भी व्यक्ति बहुत आसानी से कर सकता है क्योंकि अब आटोमेटिक एक्सपोजर के साथ-साथ आटोफोकस कैमरे उपलब्ध हैं।

लेकिन फोटो पत्रकार होना इतना आसान नहीं है। इसके लिए विषय की समझ, पूर्व ज्ञान, विषय का अध्ययन तथा जीवन के अनुभव को इस विधा से जोड़ने की जरूरत होती है। यही कारण है कि एक ही घटना को दो फोटो पत्रकार अलग-अलग दृष्टि से कवरेज करते हैं। उनके फोटोग्राफ में घटना के अलग पक्ष दिखाई देते हैं जो फोटो पत्रकार की घटना के प्रति समझ को प्रदर्शित करते हैं।

कुछ लोगों का मत है कि फोटो पत्रकारिता एक किस्म की कला है। फोटो पत्रकारों का अपने कार्य से उन्मादी लगाव होता है जैसे कि एक कलाकार का होता है। वे अपने कार्य में उसी तरह की संवेदनाएं पैदा करते हैं जैसे कलाकार करता है।

6.3.1 फोटो पत्रकार की भूमिका :

फोटो पत्रकार की भूमिका सामान्य पत्रकार से कठिन होती है। जहां सामान्य पत्रकार घटना की जानकारी द्वितीयक स्रोतों से प्राप्त कर भी रिपोर्ट बना सकता है, परन्तु फोटो पत्रकारिता में संभव नहीं है।

फोटो पत्रकार को घटना के केन्द्र में उपस्थित रहना पड़ता है जिससे वह घटनाक्रम की सजीव फोटो कवरेज कर सके। क्योंकि घटना के बीत जाने के बाद फोटो पत्रकार के लिए कुछ भी बचा नहीं रहता है। जबकि सामान्य पत्रकार लोगों से पूछकर या अन्य स्रोतों से जानकारी जुटाकर अपनी रिपोर्ट बना सकता है। इसीलिए फोटो पत्रकारिता में सफलता अनुशासन तथा दृढ़ निश्चय से ही प्राप्त की जा सकती है। जरा सा भी आलस्य या लापरवाही से फोटो पत्रकार घटना को

कवर करने से चूक सकता है। इसके लिए फोटो पत्रकार को पूर्ण रूप से तैयारी करनी होती है। यह तैयारी घटना की जानकारी, घटनास्थल तक पहुंच तथा फोटोग्राफी के यंत्रों की कुशलता के साथ-साथ मानसिक रूप से भी करनी पड़ती है।

सामान्य पत्रकार बिना अपनी उपस्थिति दर्ज किए रिपोर्टिंग कर सकता है, परन्तु फोटो पत्रकार को काम करते हुए स्पष्ट देखा जा सकता है। घटनाओं के मध्य रहने की वजह से वे दुर्घटनाग्रस्त भी होते हैं। कई बार असामाजिक तत्वों की हिंसा का शिकार भी हो जाते हैं। दंगों, युद्ध, आतंकवादी घटनाओं तथा एडवेंचर से जुड़ी गतिविधियों के कवरेज के समय फोटो पत्रकारों पर खतरा मंडराता रहता है क्योंकि उन्हें घटनास्थल के ज्यादा से ज्यादा समीप रहना होता है।

6.3.2 फोटो कैप्सन :

फोटो पत्रकार अपनी खींची हुई तस्वीरों के साथ विषय वस्तु, घटना या संदर्भ के लिए जो संक्षिप्त विवरण प्रदान करता है उसे फोटो कैप्सन कहा जाता है।

फोटो कैप्सन लिखना एक महत्वपूर्ण व गंभीर कार्य है। फोटो पत्रकार द्वारा अपनी फोटो पर दिया गया कैप्सन पाठक को फोटो को समझने तथा अनुभव करने की दृष्टि प्रदान करता है। प्रभावी कैप्सन ज्यादा विवरणात्मक नहीं होना चाहिए। वह फोटो की प्रासंगिकता तथा संदर्भ को बताने में सहायक होना चाहिए। शेष जानकारी का संवाद फोटोग्राफ द्वारा खुद ब खुद हो जाता है।

एक ही फोटोग्राफ में दो अलग-अलग कैप्सन फोटो का अलग-अलग अर्थ दे सकते हैं। इसीलिए फोटो कैप्सन बहुत महत्वपूर्ण होते हैं और फोटो पत्रकार को कैप्सन लिखने में बेहद सावधानी बरतनी चाहिए।

बोध प्रश्न

प्र0 1- फोटोग्राफर और फोटो पत्रकार में क्या अन्तर होता है ?

- उ0** फोटोग्राफर का काम विषय का चित्र के रूप में दस्तावेजीकरण करना होता है जबकि फोटो पत्रकार चित्र के जरिए खबर या संदेश को पेश करता है।
- प्र0 2-** फोटो पत्रकार में क्या गुण होने चाहिए ?
- उ0** फोटो पत्रकार को विषय की समझ होनी चाहिए। उसमें एक पत्रकार की खोजी नजर और फोटोग्राफर की कला संवेदना दोनों ही चीजें होनी चाहिए।
- प्र0 3-** फोटो पत्रकार की भूमिका सामान्य पत्रकार से कठिन क्यों है ?
- उ0** सामान्य पत्रकार घटना की जानकारी दूसरों की मदद से भी कर सकता है लेकिन फोटो पत्रकार को घटनास्थल पर ही मौजूद रहकर ही काम करना होता है, इसलिए उसकी भूमिका सामान्य पत्रकार से अधिक कठिन है।
- प्र0 4-** फोटो कैप्शन क्या है ?
- उ0** फोटो पत्रकार अपनी तस्वीरों के साथ विषय वस्तु, घटना या संदर्भ के रूप में जो संक्षिप्त विवरण देता है उसे फोटो कैप्शन कहते हैं।

6.4 फोटो पत्रकारिता के उपकरण और तकनीक :

हम यह जानते हैं कि फोटो पत्रकार के शब्दों की जगह फोटोग्राफ्स की सहायता से अपना कथन तथा स्टोरी को पाठकों तक पहुंचाते हैं। अतः फोटो पत्रकारिता में फोटोग्राफी उपकरणों तथा तकनीक की बहुत बड़ी भूमिका है। फोटो पत्रकार बनने के लिए फोटो पत्रकारिता वर्तमान उपयोग हो रहे उपकरणों तथा तकनीक की समझ आवश्यक है। आज क्योंकि इस क्षेत्र में निरन्तर बदलाव भी आ

रहे हैं इसलिए पहले से काम कर रहे फोटो पत्रकार को भी लगातार नई तकनीक और उपकरणों की जानकारी हासिल करते रहना चाहिए।

6.4.1 पारंपरिक तथा आधुनिक तकनीक :

हाल के वर्षों में विज्ञान की नई खोजों तथा इन्फार्मेशन टेक्नालॉजी के प्रसार के साथ फोटोग्राफी के उपकरणों और तकनीक में क्रांतिकारी बदलाव आया है। आज से लगभग पच्चीस-तीस वर्ष पहले तक स्थानीय स्तर पर खींची गई फोटो को भी समस्त सुविधाओं के बावजूद पत्रिका तक पहुंचाने के लिए कम से कम आधा घंटा लगता था क्योंकि फोटो को खींचने के बाद उसे डार्करूम में रसायनों की मदद से डेवैलप करना पड़ता था। निगेटिव या स्लाइड फिल्म के सूखने के बाद, यदि जरूरत हो तो उसका फोटो पेपर पर पाजोटिव प्रिंट बनाना पड़ता था। इस पूरे प्रकरण में कम से कम आधा घंटा लगता था। यदि फोटो बाहर या मुद्रण स्थल से दूर के स्थान पर खींची गई है तो उसे सबसे तेज माध्यम से भेजने पर भी 6-7 घंटे या कभी-कभी दिन भी लग जाते थे।

इसके विपरीत आज के इन्फार्मेशन टेक्नालॉजी के युग में फोटोग्राफी का डिजिटल अवतार, यदि समुचित सुविधा व उपकरण मौजूद हो तो, समय की बाधा से किसी हद तक पार पा चुका है। डिजिटल कैमरे, इंटरनेट सुविधाएं, सेटेलाइट फोन तथा लैपटॉप जैसे उपकरण व फोटो एडीटिंग साटवेयर जैसे साधन एक मिनट के अंदर ही दुनिया के किसी कोने से कहीं भी फोटो भेज सकते हैं। डिजिटल फोटोग्राफी की तकनीक फोटो को आश्चर्यजनक गति से कार्यक्षेत्र से लक्ष्य (मुद्रण स्थल) तक पहुंचा देती है। इस टेक्नोलाजी ने तो फोटो पत्रकारिता की मूल अवधारणा ही बदल दी है।

6.4.2 फोटोग्राफी उपकरण :

पारंपरिक फोटोग्राफी का मूल स्वरूप इसके डेढ़ सौ साल से ज्यादा के इतिहास में ज्यादा नहीं बदला है। केवल इसके माध्यमों में थोड़ा बहुत बदलाव हुआ है। फोटो ग्राफिक उपकरणों तथा तकनीक में तीन चीजों की भूमिका मुख्य है—

1. कैमरा
2. फोटो माध्यम रोल / मैमोरी चिप
3. डार्क रूम

कैमरा: जिस तरह सामान्य पत्रकार बिना कलम के पत्रकारिता नहीं कर सकता, उसी तरह बिना कैमरे के भी कोई फोटो पत्रकार पत्रकारिता नहीं कर सकता। फोटोग्राफी का आविष्कार के समय कमरों में पिन-होल (पिन-छिद्र) की सहायता से दीवार पर फोटोग्राफिक बिंब को देखा गया था तथा उसी पर फोटो संवेदी रसायनों की मदद से फोटोग्राफ प्राप्त किया गया था। अन्तर सिर्फ यह है कि आज भी कमोबेश वही तकनीक फोटोग्राफी के लिए इस्तेमाल होती है। अब कैमरे के स्थान पर हाथ के समा सकने वाले 35 एम.एम. के कैमरे उपलब्ध हैं। पिन होल की जगह बेहतरीन तथा जटिल कैमरा लेंस ने ले ली है।

फोटो पत्रकारिता में फोटोग्राफर को अपने फोटो उपकरण साथ लेकर चलने पड़ते हैं। अतः यह जरूरी है कि फोटो उपकरण छोटे तथा हल्के हों। 1930 के बाद से जब से कैमरों में 35 एमएम की रील इस्तेमाल होने लगी। कैमरों का आकार छोटा होने लगा। बाद के समय में टन्गस्टन जैसी हल्की, परन्तु मंहगी धातुओं के इस्तेमाल से कैमरे हल्के भी होने लगे हैं। अब तो प्लास्टिक या हल्के एलोटरोस से बने कैमरे ही ज्यादा प्रयोग में आ रहे हैं।

पारंपरिक फोटोग्राफी के स्वर्ण युग में भी बाजार में ऐसे कैमरे उपलब्ध थे जिन्हें हथेली में छिपाया जा सकता था। ये फोटो पत्रकार को खोजी पत्रकारिता में बहुत सहायक होते हैं। इनसे घटना या विषय वस्तु की बिना उसके ध्यान में आए फोटोग्राफी की जा सकती थी। इन कैमरों में दूसरा विकास इनमें ऑटोमेटिक क्रियाओं का समावेश था। पहले हर फोटो को खींचने के बाद रील को आगे बढ़ाना पड़ता था इससे विशेष स्थितियों में जहां तेज गति से फोटो लेने होते थे, फोटोग्राफर बहुत दिक्कत महसूस करते थे। मोटोराइज्ड कैमरों ने फोटोग्राफरों की यह दिक्कत दूर कर दी।

फोटोग्राफी में तकनीक तथा अनुभव का सम्मिश्रण होता है। फोटोग्राफी का आधार विषय वस्तु पर पड़ने वाली रोशनी होता है। इसीलिए रोशनी के अनुसार सटीक फोटो खींचने के लिए शटर स्पीड तथा एपरचर का संयोजन करना पड़ता है। इस क्रिया को फोटो-एक्सपोजर कहा जाता है। कभी-कभी फोटोग्राफर विशेष कर नए फोटोग्राफर अपनी विषय वस्तु में इतना खो जाते हैं, कि वे उपलब्ध रोशनी के अनुरूप कैमरा एडजस्ट नहीं कर पाते। अतः बहुत महत्वपूर्ण फोटो भी खराब हो जाती हैं। पहले लंबे अनुभव के बाद ही उपलब्ध रोशनी के अनुसार शटर स्पीड तथा अपरचर का संयोजन सीख पाना संभव होता था। परन्तु विज्ञान की नई खोजों ने फोटोग्राफर्स की इस मुश्किल को भी खत्म कर दिया है। लाइट मीटर से उपलब्ध रोशनी को मापा जाने लगा तथा इसके अनुसार शटर स्पीड तथा एपरचर संयोजित की जाने लगी। उसके बाद अगले बड़े कदम के रूप में आटो एक्सपोजर तकनीक के कैमरों का आगमन हुआ। जिसके बाद फोटोग्राफर को कैमरे को विषय वस्तु पर फोकस ही करना पड़ता है तथा कैमरा विषय वस्तु पर पड़ने वाली रोशनी के हिसाब से खुद ही एक्सपोजर तय कर देता है। इससे फोटो ग्राफर को केवल विषय वस्तु पर केन्द्रित करने तथा फोकस ठीक करने का ही कार्य करना पड़ता है। इस तकनीक ने नए फोटोग्राफरों व पत्रकारों के लिए बेहतर फोटो मिलने की संभावना को बहुत ज्यादा बढ़ा दिया।

कैमरा विकास के अगले महत्वपूर्ण कदम में कैमरे आटो फोकस होने लगे। यानी कैमरे को फोटोग्राफर द्वारा फोकस करने के झंझट से मुक्ति मिल गई। इस तकनीक में कैमरे की फोटो स्क्रीन के मध्य में जो भी वस्तु होती है, कैमरा स्वतः ही उसे फोकस कर देता है। इस तरह फोटो पत्रकार को घटना तथा विषय वस्तु पर ही ध्यान केन्द्रित करने का मौका मिलता है तथा ज्यादा सृजनात्मक (क्रिएटिव) फोटोग्राफी के लिए समय मिलता है।

6.4.3 कैमरा लेंस :

कैमरा उपकरण में लेंस की अहम् भूमिका होती है क्योंकि इसी की सहायता से घटना की छवि फिल्म पर अंकित होती है। कैमरे में जो लेंस लगा होता है उसे **नार्मल लेंस** कहा जाता है। यह लेंस उतना ही दृश्य पकड़ता है जितना सामान्य (नार्मल) रूप से नंगी आंख से दिखाई देता है। इसीलिए ज्यादातर फोटोग्राफी में इसी तरह का लेंस इस्तेमाल होता है।

गंभीर फोटोग्राफी या फोटो पत्रकारिता के लिए विशेष कैमरों तथा लेंसों की जरूरत पड़ती है। सामान्य कैमरे में लेंस को बदलने की व्यवस्था नहीं होती, लेकिन गंभीर फोटोग्राफी/फोटो पत्रकारिता के लिए प्रयोग किए जाने वाले कैमरों में दृश्य, घटना या विषय वस्तु की जरूरत के अनुसार लेंस बदलने की सुविधा होती है। इन कैमरों का **सिंगल लेंस रिफ्लेक्स** (एस एल आर)इसलिए कहते हैं क्योंकि इन कैमरों में विषय वस्तु को देखने तथा फोटो खींचने के लिए एक ही लेंस का इस्तेमाल होता है। जबकि अन्य कैमरों में जिस लेंस से फोटो खींची जाती है उससे देखा नहीं जाता। बल्कि उनमें विषय वस्तु को देखने के लिए अलग से विंडो या छिद्र होता है। जिसे व्यू फाइंडर भी कहा जाता है।

एस एल आर कैमरों में लेंस को बदलने से देखने के क्षेत्र भी बदल जाता है क्योंकि दृश्य बदले हुए लेंस से उसकी विशेषता के अनुरूप दृश्य दिखाई देता है। यह बेहतर परिणामों तथा फोटो संयोजन के लिए सरलता उत्पन्न करता है।

विशेषज्ञ फोटोग्राफी में काम आने वाले लेंस: विशेषज्ञ फोटोग्राफी व फोटो पत्रकारिता में उपयोग होने वाले कैमरा लेंसों की बहुत बड़ी श्रृंखला है। ये लेंस फोटोग्राफी की विशेषज्ञता वाले विधाओं के हिसाब से इस्तेमाल होते हैं।

लेंस की फोकल लेंथ : प्रत्येक लेंस की एक फोकल लेंथ होती है। साधारण रूप से किसी लेंस की फोकस लेंथ उतनी होती है जितनी दूरी पर वह सूर्य से आने वाले प्रकाश को केन्द्रित करता है। इसे एम एम यानी मिलीमीटर में नापा जाता है। यदि

किसी लेंस की फोकस लेंस 100 एम.एम है तो इसका मतलब यह हुआ कि यदि उसको सूर्य के प्रकाश के सम्मुख रखा जाय तो वह इस पर पड़ने वाले प्रकाश को 100 मिलीमीटर दूर बिंदु पर केन्द्रित करेगा क्योंकि सूर्य का प्रकाश समानान्तर रेखा में होता है तथा हर लेंस समान्तर रूप से आने वाले प्रकाश को अपनी फोकल लेंथ पर फोकस करता है। फोकल लेंथ वाले तथ्य को इसलिए जानना जरूरी है कि इससे ही लेंस की क्षमता यानी दृश्य पर असर पड़ता है।

किसी भी कैमरे में जो भी निगेटिव इस्तेमाल होता है— उसके विकर्ण (दो विपरीत कोनों के बीच की दूरी) की लंबाई के बराबर वाले फोकल लेंस से खींची गई फोटो का दृश्य उतना ही होगा जितना दृश्य सामान्य मनुष्य की आंख से दिखाई देता है। 35 एमएम के नेगेटिव या पाजोटिव स्लाइड के विकर्ण की लंबाई लगभग 50 एमएम होती है। अतः 35 एमएम कैमरे के लिए 50 एमएम फोकस लेंथ वाला लेंस नार्मल लेंस होगा। सामान्य 35 एमएम कैमरों में इसीलिए 40 से 50 एमएम के लेंस होते हैं जिससे सामान्य दृष्टि के क्षेत्र के हिसाब से फोटो खींची जा सके।

फोटोग्राफी व फोटो पत्रकारिता में सबसे ज्यादा इस्तेमाल होने वाले लेंस: फोटोग्राफी व फोटो पत्रकारिता में सबसे ज्यादा उपयोग होने वाले लेंसों को तीन श्रेणियों में बांटा जा सकता है—

1. वाइड एंगल लेंस
2. टैली फोटो लेंस
3. जूम लेंस

वाइड एंगल लेंस : कभी-कभी एक ही फोटों में सामान्य दृष्टि क्षेत्र ज्यादा क्षेत्र को दिखाए जाने की आवश्यकता होती है या जब कमरे के अंदर जहां सीमित क्षेत्र होता है वहां के स्थल का ज्यादा से ज्यादा हिस्सा कवर करना होता है तो **वाइड एंगल लेंस** का इस्तेमाल किया जाता है।

जैसे कि इनके नाम से ही प्रकट है ये सामान्य दृष्टि से ज्यादा चौड़े (वाइड) कोण (एंगल) के दृश्य को कवर करते हैं। लेंस की फोकल लेंथ यदि नार्मल से कम होती है तो उसमें ज्यादा क्षेत्र के दृश्य को कवर करने की क्षमता आ जाती है। वाइड एंगल लेंस विभिन्न फोकल लेंथ में उपलब्ध होते हैं तथा फोटोग्राफर अपनी जरूरत के अनुरूप फोकल लेंथ वाले लेंस का इस्तेमाल करते हैं। वाइड एंगल लेंस के अपने गुण दोष भी होते हैं। इनके ज्यादा दृश्य क्षेत्र को कवर करने के गुण के साथ-साथ नजदीक तथा दूर की वस्तुओं को ज्यादा फोकस में रखने का गुण भी होता है। इसे ज्यादा **डेप्थ ऑफ फील्ड** कहते हैं।

इसकी एक कमी यह है कि यह कैमरे के नजदीक की वस्तु को बहुत बड़ा तथा दूर की वस्तु को बहुत छोटा कर देता है। इसे **फोटो डिस्टॉर्सन** कहते हैं। लेकिन इस कमी का उपयोग फोटोग्राफर या फोटो पत्रकार सृजन शीलता लाने के लिए भी कर लेते हैं।

टेली फोटो लेंस : टेलीफोटो लेंस जैसा कि इसके नाम से स्पष्ट हो जाता है कि यह दूर (टेली) की वस्तुओं की तस्वीरें खींचने के काम आता है। इसके लेंस की बनावट दूरबीन के लेंस से मिलती जुलती है। अतः यह दूरबीन की तरह ही दूर की वस्तुओं को बड़ा तथा स्पष्ट दिखाता है। इस लेंस की मदद से दूर की वस्तुओं की स्पष्ट तथा बड़ी फोटो खींची जा सकती है। टेली फोटो की फोकस लेंथ नार्मल लेंस की फोकल लेंथ से ज्यादा होती है। अतः 35 एमएम के कैमरा के लिए 70 एमएम से ज्यादा फोकल लेंथ के लेंसों को टेली फोटो लेंस कहते हैं। टेली फोटो लेंस भी जरूरत के अनुरूप शार्ट टेली लेंस तथा लांग टेली लेंस की श्रेणी में रखा जाता है। 35 एमएम कैमरे के लिए 70 से 150 एमएम के लेंस को **शार्ट टेली फोटो लेंस** कहते हैं। 300 से से ज्यादा फोकल लेंथ के लेंसों को **लांग टेली फोटो लेंस** कहते हैं।

टेली फोटो लेंस का खूबी यह होती है कि वह दूर की वस्तुओं की साफ-साफ फोटो खींचने में मददगार होते हैं। लेकिन

उनमें यह कमी होती है कि उनकी "डैप्थ ऑफ फील्ड" बहुत कम होती है। यानी जिस वस्तु को फोकस किया गया है उसके आगे या पीछे की वस्तुएं फोकस में नहीं रहती तथा धुंधली हो जाती हैं।

लेकिन सृजनशील (क्रिएटिव) फोटोग्राफर लेंस की इस कमी को बहुत बेहतर ढंग से इस्तेमाल करते हैं। भीड़ में किसी व्यक्ति की फोटो सामान्य लैन्स से खींचने पर सारी भीड़ के लोग ही कमोबेश फोकस में होते हैं। लेकिन टेली फोटो का इस्तेमाल कर भीड़ में से सिर्फ किसी एक व्यक्ति को अलग किया जा सकता है। इसी तरह किसी वस्तु को उसकी पृष्ठभूमि से टेलीफोटो लेंस से फोकस कर अलग से उभारा जा सकता है।

जूम लेंस : वाइड एंगल लेंस तथा टेली फोटो लेंस एक खास फोकल लेंथ के लिए बने होते हैं। इन्हें **फिक्सड फोकल लेंथ लेंस** भी कहते हैं। परन्तु जूम लेंस की खसियत यह होती है कि इनकी **फोकल लेंथ** को बदला जा सकता है। इन्हें तकनीकी भाषा में इन्हें **वैरिएबल फोकल लेंथ लेंस** कहते हैं। क्योंकि इन की फोकल लेंथ सैटिंग को बदल कर दिखने वाले दृश्य को ज्यादा या कम किया जा सकता है— यानि जूम किया जा सकता है। अतः इन्हें **जूम लैन्स** भी कहते हैं। जूम लेंस तीन तरह के होते हैं।

(1) वाइड टु वाइड जूम लेंस

(2) वाइड टु टेली जूम लेंस

(3) टेली टु टेली जूम लेंस

(1) **वाइड टु वाइड जूम लेंस** : इन जूम लेंसों की वैरिएबल फोकल लेंथ वाइड एंगल लेंस के क्षेत्र के बीच रहती है। यह ज्यादा वाइड एंगल लेंस से कम वाइड एंगल लेंस के बीच के दृश्य लेने के काम आता है। सामान्य रूप से 35 एम एम कैमरे के लिए 35 टु 21 एम एम (35 से 21 एम एम) जूम लेंस उपलब्ध होते हैं।

(2) **वाइड टु टेली जूम लेंस** : ये जूम लेंस सबसे ज्यादा प्रचलित हैं तथा आधुनिक कैमरों में स्टैण्डर्ड नार्मल लेंस की जगह इन्हीं जूम लेंसों का इस्तेमाल किया जा रहा है।

आमतौर पर 35 एम एम से 70 एम एम तक के जूम सामान्य फोटो ग्राफी के लिए वाइड एंगल से लेकर टेलीलेंस की जरूरत पूरी कर देते हैं। इसीलिए इनका सबसे ज्यादा प्रयोग होता है।

(3) **टेली टु टेली जूम लेंस** : इस श्रेणी के जूम लेंस की फोकल लेंस टेलीफोटो लेंस की श्रेणी की होती है। इस श्रेणी में सबसे ज्यादा प्रचलित 70 एम एम से 200 एम एम टेली जूम हैं। इससे दूर की वस्तुओं को अपनी जरूरत के अनुसार साइज में लाकर फोटो खींची जा सकती है।

बोध प्रश्न

प्र0 1— फोटोग्राफी के प्रमुख उपकरण क्या हैं ?

उ0 फोटोग्राफी के प्रमुख उपकरणों में कैमरा, फोटो, रोल, मैमोरी चिप और डार्क रूम आदि हैं।

प्र0 2— शुरुआती कैमरे किस तकनीक पर आधारित थे ?

उ0 शुरुआती कैमरे पिन होल पिन छिद्र तकनीक पर आधारित थे।

प्र0 3— कैमरा लेंस क्या होता है ?

उ0 कैमरा लेंस कैमरे का सबसे महत्वपूर्ण भाग होता है। इसी की सहायता से विषय वस्तु की तस्वीर फिल्म या मैमोरी चिप में अंकित होती है।

प्र0 4— फोटो पत्रकारिता में अधिक इस्तेमाल होने वाले लेंस कौन-कौन से हैं?

उ0 फोटो पत्रकारिता में सर्वाधिक इस्तेमाल होने वाले लेंसों में वाइड एंगल लेंस, टेलीफोटो और जूम लेंस प्रमुख हैं।

6.5 फोटोग्राफी माध्यम :

जिस माध्यम में फोटोग्राफिक छवि को अंकित किया जाता है— उसे फोटो ग्राफिक माध्यम कहते हैं। समय के साथ-साथ इन माध्यमों में बदलाव हुआ है। पहले नेगेटिव के लिए कांच की प्लेटों तथा तुरंत बनाए जाने वाले रसायनों का उपयोग होता था। बाद में फोटोग्राफ तकनीक के विकास के साथ कांच का स्थान पहले जिलेटिन शीट ने तथा बाद में पौलीएस्टर शीट रोल ने ले लिया। इससे फोटोग्राफरों को इन्हे ले जाने तथा इस्तेमाल करने में बहुत सुविधा हुई। लगभग खत्म होती जा रही पारम्परिक फोटोग्राफी में फोटो अंकित करने के माध्यम के रूप में फोटोग्राफी फिल्म रील का इस्तेमाल होता है, ये तीन तरह की होती हैं।

- (1) ब्लैक एण्ड व्हाइट फिल्म
- (2) रंगीन निगेटिव फिल्म
- (3) रंगीन पोजेटिव या स्लाइड फिल्में

(1) ब्लैक एण्ड व्हाइट फिल्म : पहले जब रंगीन फोटोग्राफी का अविष्कार नहीं हुआ था तो सारी फोटोग्राफी ब्लैक एण्ड व्हाइट यानि श्वेत-श्याम रंग में होती थी। इस फोटोग्राफी का फायदा यह था कि इसे फोटोग्राफर अपने निजी डार्करूम में रील डेवलप कर पोजेटिव बनाता था तथा इस प्रक्रिया में उसका नियंत्रण रहता था। वह मनचाहा परिणाम पा सकता था। रंगीन फोटोग्राफी के प्रचलन के बाद श्वेत श्याम फोटो ग्राफी पिछड़ गई तथा अब विशेष परिस्थितियों में ही इसका प्रयोग होता है।

(2) कलर निगेटिव फिल्म : इसमें भी रील को कैमरे से एक्सपोज करने के बाद डार्क रूम में डेवलप किया जाता है। फिर कलर पोजेटिव पेपर पर उसका पोजेटिव प्रिंट बनाया जाता है। एक निगेटिव से हजारों कलर प्रिंट बना सकते हैं। परन्तु कलर निगेटिव रील को व्यक्तिगत डार्क रूम में धोना बहुत मुश्किल होता है क्योंकि इसको डेवलप करते वक्त एक निश्चित तापमान तथा समय तक डेवलप करना पड़ता है। यदि तापमान में अन्तर आया तो रील खराब हो जाती है तथा

फोटो नहीं मिल पाते। इन्हें स्पैशिलाइज्ड कलर लैब में डैवेलैप तथा प्रिन्ट किया जा सकता है।

(3) कलर पोजेटिव फिल्म (स्लाइड, ट्रान्सपैरेन्सी) : इस विशेष रील में निगेटिव नहीं बनता वरन् फिल्म से सीधे पाजेटिव बिम्ब मिलता है, यानि जैसा दृश्य तथा रंग होते हैं वैसा ही सीधे रील में ही दिखाई देता है।

इस तरह की रंगीन स्लाइड का प्रयोग क्वालिटी प्रिन्टिंग तथा स्लाइड शो प्रजेंटेशन में प्रोजेक्टरों के माध्यम से किया जाता है। इस रील की कमी यह है कि इससे फोटो की एक ही प्रति प्राप्त होती है। ज्यादा फोटो के लिए इस स्लाइड या ट्रान्सपैरेन्सी की कापी करानी पड़ती है जो कुछ विशेष स्थानों पर ही होती है तथा बहुत महंगी होती है। साथ ही कापी करने पर वह आरीजिनल (मूल) से थोड़ा कम हो जाती है।

मैमोरी कार्ड : डिजिटल फोटोग्राफी में रील का झंझट नहीं रहता है। डिजिटल कैमरा दृश्य को अपने सेंसर से स्कैन का उसकी एक डिजिटल फाइल बनाता है वह अपनी **आन्तरिक मैमोरी (इन्टरनल मैमोरी)** में सेव कर लेता है। हर कैमरे में एक **एक्सटरनल मैमोरी** भी होती है जो **मैमोरी कार्ड** के रूप में होती है। डिजिटल कैमरे के मैमोरी कार्ड स्लॉट में इस मैमोरी कार्ड को डाला जाता है। सामान्यतः कैमरा स्कैन की हुई फोटो को इस मैमोरी कार्ड में फोटो खींचते वक्त सेव कर लेता है। बाद में इस मैमोरी कार्ड में सेव फोटो को कम्प्यूटर में ट्रान्सफर कर दिया जाता है।

मैमोरी कार्ड कई तरह के होते हैं। प्रत्येक कैमरा किसी खास किस्म के मैमोरी कार्ड का ही इस्तेमाल करता है। अतः कैमरों में मैमोरी कार्ड इस्तेमाल से पूर्व कैमरा मैनुअल में उसमें उपयोग होने वाले कार्ड की जानकारी ले लेनी चाहिए। मैमोरी कार्ड की फोटो संग्रह की क्षमता दो बातों पर निर्भर होती है।

(1) फोटो कितने मेगापिक्सल की हैं

(2) फोटो कार्ड की अपनी धारक क्षमता कितनी है।

डिजिटल कैमरे की फोटो खींचने की गुणवत्ता उसके सेन्सर की संवेदनशीलता पर निर्भर होती है। सामान्य भाषा में उसे **मेगापिक्सल** कहते हैं। पिक्सल कम्प्यूटर ग्राफिक के वे आधार बिन्दु हैं जिनसे किसी दृश्य का निर्माण होता है अतः जितने ज्यादा मेगा पिक्सल पर कैमरा फोटो खींचता है— वह उतनी ही गुणवत्ता वाली फोटो होती है, जिसे उतना ही बड़ा भी किया जा सकता है। उदाहरण के लिए 3.5 मेगापिक्सल फोटो खींचने वाले कैमरे से 8 इंच गुणा 12 इंच तक का फोटो बनाया जा सकता है। इससे बड़ा बनाने पर वह धुंधला होगा या अच्छी गुणवत्ता वाला नहीं होगा। परन्तु 10 मेगापिक्सल की फोटो खींचने वाले कैमरे से 3 फुट गुणा 6 फुट की फोटो भी साफ दिखाई देगी।

परन्तु जितने ज्यादा मेगापिक्सल की फोटो होगी, उसकी डिजिटल फाइल भी उतनी ही बड़ी होगी, इसलिए किसी निश्चित धारक क्षमता वाले मैमोरी कार्ड में कम मेगा पिक्सल वाली ज्यादा फोटो आयेंगी। मैमोरी कार्ड की धारक क्षमता बाइट में नापी जाती है। **मेगाबाइट** में हजार गुणा हजार बाइट होती है और गैगा बाइट में हजार मेगाबाइट होती है। सामान्य तौर पर 250 मेगाबाइट से लेकर 16 गैगाबाइट तक की मैमोरी चिप आम है। मेगाबाइट को **एमबी** तथा गैगाबाइट को **जीबी** भी कहते हैं। ज्यादा मेगापिक्सल के फोटो खींचने वाले कैमरों में ज्यादा धारक क्षमता का मैमोरी कार्ड लगाना चाहिए।

जब मैमोरी कार्ड की मैमोरी फुल हो जाती तो इसकी फोटो फाइल कम्प्यूटर में ट्रांसफर कर दी जाती है। फिर मैमोरी कार्ड की फोटो को कम्प्यूटर या कैमरे की मदद से **इरेज** या मिटा दिया जाता है। जिससे उसमें फिर से कैमरे से फोटोग्राफ्स सेव किये जा सकते हैं।

डार्क रूम : फोटोग्राफ तथा फोटो सामग्री को जहां प्रोसेस किया जाता है उसे डार्क रूम कहते हैं। पारंपरिक फोटोग्राफी में इस प्रोसेस को अंधेरे कमरे में किया जाता है क्योंकि फोटो रील, फोटो प्रिंट पेपर तथा इसमें इस्तेमाल होने वाले रसायन रोशनी

के प्रति संवेदनशील होते हैं। अतः फोटो प्रोसेस के स्थान को अंधेरा रखा जाता है। इसीलिए इसे **डार्क रूम** कहते हैं। डार्क रूम में रसायन घोल की मदद से फिल्म रील को डेवेलप किया जाता है तथा फिक्सर कैमिकल की मदद से उसे प्रकाश के प्रति असंवेदी बनाया जाता है, जिसमें उस पर प्रकाश का असर न हो। डार्क रूम में प्रायः लाल रोशनी का इस्तेमाल होता है।

डार्क रूम में रील से नेगेटिव को एनलार्जर यंत्र की मदद से वांछित नाप का बनाकर फोटो प्रिंट पेपर में पोजोटिव प्रिंट डैवलैप किया जाता है तथा फिक्सर से उसे स्थाई बनाते हैं। इस तरह खींची गई फोटो का प्रिंट तैयार होता है। जब ब्लैक एण्ड व्हाइट फोटो का प्रचलन था तो सभी फोटोग्राफर तथा फोटो पत्रकार अपने-अपने डार्क रूम बनाते थे तथा अपने फोटो प्रिंट भी खुद बनाते थे।

लेकिन कलर फोटोग्राफी के साथ कलर फोटो प्रिंटिंग की धुलाई वाले डार्क रूम बनाना बहुत मंहगा हो गया क्योंकि उसमें ज्यादा मंहगे उपकरणों की जरूरत होती है और खर्चा भी ज्यादा होता है। जबकि व्यवसायिक कलर लैब से सस्ते में फोटो प्रिंट उपलब्ध हो जाते हैं। अतः अब फोटो पत्रकार अपना डार्क रूम नहीं रखते।

डिजिटल फोटोग्राफी में तो डार्क रूम की जरूरत ही नहीं पड़ती। डिजिटल फोटोग्राफी ने डार्क रूम की अवधारणा को खत्म कर दिया है। कैमरे से फोटो खींचने के बाद उसे कम्प्यूटर में फोटो फाइल लोड करने के बाद फोटो एडीटिंग साफ्टवेयर में उसे संपादित कर डिजिटल फाइल के रूप में सीडी, पैन ड्राइव या इंटरनेट की मदद से पत्र/पत्रिकाओं के कार्यालय तक पहुंचा दिया जाता है। यदि फोटो के प्रिंट की जरूरत होती है तो इंक जैट प्रिंटर की मदद से तुरंत उसके प्रिंट भी निकाले जा सकते हैं। ज्यादा प्रिंट के लिए फोटो फाइल को कलर लैब से प्रिंट करवाया जा सकता है।

बोध प्रश्न

- प्र0 1—** प्रारम्भिक फोटोग्राफी माध्यम क्या थे ?
- उ0** प्रारम्भिक फोटोग्राफी माध्यम के रूप में कांच की प्लेटों तथा तुरन्त बनाये जाने वाले रसायनों का इस्तेमाल किया जाता था।
- प्र0 2—** कलर निगेटिव फिल्म को खुद प्रोसेस करना क्यों मुश्किल है ?
- उ0** कलर निगेटिव फिल्म को प्रोसेस करने में एक निश्चित तापमान तथा समय तक डेवलेप करना पड़ता है। इसलिए इन्हें स्पेशलाइज्ड कलर लैब में डेवलेप तथा प्रिंट किया जाता है।
- प्र0 3—** कलर पोजेटिव फिल्म क्या होती है ?
- उ0** कलर पोजेटिव फिल्म को स्लाइड या ट्रांसपैरेंसी भी कहा जाता है। इस फिल्म में तस्वीर का निगेटिव नहीं बल्कि सीधे पोजेटिव छवि ही उभरती है।
- प्र0 4—** मेगा पिक्सल क्या है ?
- उ0** फोटोग्राफी में मैगापिक्सल डिजिटल कैमरे की तस्वीर खींचने की गुणवत्ता को प्रदर्शित करता है। पिक्सल वे आधार बिन्दु हैं जिनसे तस्वीर का निर्माण होता है। इनके सामूहिक रूप को मेगापिक्सल के रूप में प्रदर्शित किया जाता है। जितने अधिक मेगापिक्सल का कैमरा होता है वह उतनी ही गुणवत्ता वाली तस्वीरें खींच सकता है और उन तस्वीरों को उसी आधार पर बड़ा भी किया जा सकता है।

6.6 सारांश :

हालांकि पत्रकारिता और फोटोग्राफी का रिश्ता डेढ़ सौ साल से कुछ ही अधिक पुराना है, लेकिन इतनी सी अवधि में ही फोटो पत्रकारिता ने अपना एक अलग मुकाम बना लिया है। किसी अच्छे समाचार समूह में उसके सम्पादक की

तरह ही उसके फोटो सम्पादक का नाम भी समान रूप से महत्वपूर्ण होता है। इसी तरह का महत्व फोटो पत्रकार का भी होता है। फोटो पत्रकार जैसे एक सामान्य फोटोग्राफर से अलग होता है। इस बारे में चर्चा की। सामान्य फोटोग्राफर केवल विषय वस्तु के छायांकन तक अपने को सीमित रखता है। जबकि फोटो पत्रकार अपनी बात, दृष्टिकोण जानकारी या सूचना को शब्दों के बजाय फोटोग्राफ्स के माफत कहता या कहती है। इसके लिए उसको विषय वस्तु की पूरी जानकारी होनी चाहिए। पूर्व अध्ययन होना चाहिए तथा समझ विकसित करनी चाहिए।

फोटो पत्रकार द्वितीयक स्रोतों का प्रयोग नहीं कर सकता। अतः उसे स्वयं घटनास्थल पर उपस्थित होना अनिवार्य होता है। इसके लिए उसे समय पर घटनास्थल या कार्यस्थल पर पहुंचना होता है। इसके लिए अनुशासन तथा खतरे उठाने के लिए भी तैयार होना पड़ता है। फोटो पत्रकार को पाठक को सोचने की दिशा देने के लिए कभी-कभी फोटो के साथ संक्षिप्त विषय या फोटो कैप्शन भी देने होते हैं, जिससे फोटो का उद्देश्य ज्यादा स्पष्ट हो सके।

फोटो पत्रकार के पास अपनी बात कहने या खबर बताने का माध्यम फोटोग्राफ है अतः उसे अच्छा पत्रकार होने के साथ-साथ अच्छा फोटोग्राफर होना भी आवश्यक है। इसके लिए उसे फोटोग्राफी के ज्ञान से लैस होना चाहिए। फोटोग्राफी में उपयोग में आने वाले उपकरणों की भी जानकारी फोटोग्राफी को ज्यादा प्रभावी बनाती है। फोटोग्राफी उपकरणों में कैमरा तथा इसका प्रयोग, विभिन्न प्रभावों के लेंस, उनकी विशेषताओं और उनकी सीमाओं के बारे में भी हर फोटो पत्रकार को ताजा तरीकेन जानकारियों से लैस होना चाहिए। क्योंकि फोटोग्राफी में तकनीक के स्तर पर निरन्तर बदलाव होते जा रहे हैं इसलिए किसी भी नई तकनीक की जानकारी न होने पर फोटो पत्रकार दूसरों से पिछड़ सकता है। तकनीक ने फोटो पत्रकारों का काम जितना आसान बना दिया है उसमें चुनौतियां भी उतनी बढ़ गयी हैं। फिर भी फोटो पत्रकार के लिए आज दुनिया बहुत छोटी हो गयी है। इंटरनेट के जरिए वो अपनी खींची तस्वीर सारी दुनिया में कुछ ही सकेटों में पहुंचा सकता है। सामान्य पत्रकार की खबरा को विश्वव्यापी होने में

भाषा की समस्या आड़े आ सकती है लेकिन चित्रों की तो अपनी खुद की भाषा होती है। जिसे हर कोई पढ़ सकता है इसलिए फोटो पत्रकार का चित्र उसकी बात को उसकी खबर को पूरी दुनिया के लिए प्रस्तुत कर देता है।

इलेक्ट्रानिक मीडिया के विराम ने भी फोटो पत्रकारिता को एक नया आयाम दे दिया है क्योंकि इलेक्ट्रानिक मीडिया तो पूरी तरह कैमरे की भाषा का ही गुलाम है। इसी तरह मोबाइल कैमरों के विकास ने भी फोटो पत्रकारिता के विकास को नया आयाम दे दिया है और आज हर मोबाइल कैमरा रखने वाला व्यक्ति एक प्रकार का फोटो पत्रकार बन गया है।

6.7 शब्दावली :

फोटो पत्रकारिता : फोटो पत्रकारिता या फोटो जर्नलिज्म पत्रकारिता की एक ऐसी विधा है जिसमें खबर चित्रों के जरिए दिखाई जाती है। इस काम को करने वाले यानी तस्वीर खींचने वाले को फोटो पत्रकार कहा जाता है। फोटो पत्रकारिता आधुनिक पत्रकारिता की एक महत्वपूर्ण विधा है और फोटो पत्रकारों का महत्व दिन ब दिन बढ़ता ही जा रहा है।

फोटो कैप्सन : फोटो कैप्सन, फोटो पत्रकार द्वारा खींची गई तस्वीरों का संक्षिप्त परिचय होता है। फोटो पत्रकार का कैप्सन ऐसा हेना चाहिए कि इससे तस्वीर की सारी बात कुछ शब्दों में स्पष्ट हो जाए। कई बार फोटो पत्रकार के भेजे कैप्सन हूबहू प्रकाशित हो जाते हैं और कई बार संपादकीय टीम उनमें संशोधन और सुधार करती है।

लाइट मीटर : लाइट मीटर एक ऐसा उपकरण है जो फोटोग्राफरों को अच्छी तस्वीर खींचने में मदद करता है। इसकी मदद से फोटोग्राफी की विषय वस्तु के आसपास उपलब्ध प्रकाश को नापा जा सकता है और इसी आधार पर फोटोग्राफर कैमरे की शटर स्पीड व एपरचर को संयोजित करता है।

एसएलआर कैमरा : एसएलआर कैमरा एक आधुनिक कैमरा तकनीक है। इन कैमरों में विषय वस्तु से जितना प्रकाश लेंस के जरिए आता है उतना ही व्यू फाइंडर से भी दिखता है। इस वजह से फोटोग्राफर को अच्छी तस्वीरें खींचने में मदद मिलती है।

मैगाबाइट : यह एक इकाई है जिसका उपयोग डिजिटल सूचनाओं के संग्रह करने की क्षमता को प्रदर्शित करने के लिए किया जाता है। उदाहरणार्थ फोटोग्राफी के डिजिटल कैमरे में इस्तेमाल होने वाले मैमोरी कार्ड की क्षमता मैगा बाइट में आंकी जाती है। मैगा बाइट बाइट से बड़ी इकाई है जबकि 1000 मैगाबाइट से एक गैगाबाइट बनता है। मैगाबाइट को सामान्य बोलचाल में (MB) एमबी कहा जाता है।

6.8 त्वरित अभ्यास :

1. पहला फोटो पत्रकार किसे माना जाता है?
2. हाफ टोन तकनीक से पहला फोटोग्राफ कब ओर किस अखबार में छपा था।
3. पहला कैमरा किस कंपनी ने कब बनाया था?
4. फोटो पत्रकार क्या होता है?
5. फोटो कैप्शन कैसे होने चाहिए?
6. डिजिटल टेक्नोलॉजी ने फोटो पत्रकारिता में क्या बदलाव किए हैं ?
7. एसएलआर कैमरे क्या होते हैं?
8. वाइड एंगल लेंस क्या काम करता है?
9. जूम लेंस कितने प्रकार के होते हैं?

10. ब्लैक एंड व्हाइट फिल्म क्या होती है?
11. मैमोरी कार्ड क्या है?
12. डार्क रूम का क्या महत्व है?
13. डिजिटल फोटो को पत्र-पत्रिकाओं के कार्यालय तक कैसे पहुंचाया जा सकता है?
14. डिजिटल प्रिंट कैसे निकाले जाते हैं
15. मोबाइल कैमरों से फोटो पत्रकारिता पर क्या प्रभाव पड़ा है ?

6.9 अभ्यासार्थ प्रश्न :

प्रश्न 1— फोटो पत्रकारिता के इतिहास के बारे में आप क्या जानते हैं ?

प्रश्न 2— फोटो पत्रकार में क्या-क्या गुण होने चाहिए और उसकी भूमिका क्या होती है ?

प्रश्न 3— कैमरा के विकास के इतिहास पर प्रकाश डालिए ?

प्रश्न 4— जूम लेंस कितने प्रकार के होते हैं और किस तरह काम करते हैं ?

प्रश्न 5— मैमोरी कार्ड क्या होते हैं और किस प्रकार कार्य करते हैं ?

6.10 प्रयोगात्मक अभ्यास :

अपने क्षेत्र की किसी समस्या, पर्यटन स्थल, सांस्कृतिक पक्ष अथवा सामाजिक-आर्थिक बदलावों को प्रदर्शित करने वाले दो फोटो फीचर तैयार करें जिनमें कम से कम 12-12 तस्वीरों का इस्तेमाल हो।

दैनिक समाचार पत्रों में उपयोग आने वाली 10 तस्वीरें खींचें जिनके साथ कैप्शन भी लिखें हों।

6.11 संदर्भ ग्रन्थ :

सक्सेना, अभिषेक : फोटो पत्रकारिता- एक विश्लेषणात्मक अध्ययन, साद
पब्लिकेशन, नई दिल्ली

Nalini Ranjan : 21st Century journalism in India sage
Publications India, New Delhi.

इकाई-07

कम्प्यूटर एवं मास मीडिया

इकाई की रूपरेखा

7.0 उद्देश्य

7.1 प्रस्तावना

7.2 कम्प्यूटर परिचय एवं इतिहास

7.3 कम्प्यूटर के प्रकार

7.4 कम्प्यूटर के महत्वपूर्ण तत्व

7.5 कम्प्यूटर हार्डवेयर एवं सॉफ्टवेयर

7.6 कम्प्यूटर तकनीक एवं मास-मीडिया

7.6.1 कम्प्यूटर व टेलीविजन का संयोजन

7.6.2 वीडियो एडिटिंग

7.6.3 वेबसाइट एवं अंकन

7.6.4 कम्प्यूटर एवं विज्ञापन

7.6.5 दृश्यात्मक डिजाइन एवं रंग

7.7 सारांश

7.8 शब्दावली

7.9 त्वरित अभ्यास

7.10 अभ्यासार्थ प्रश्न

7.11 प्रयोगात्मक अभ्यास

7.12 सन्दर्भ ग्रन्थ

7.0 उद्देश्य :

इक्कीसवी सदी में तकनीकी विकास ने विश्व को वर्तमान ग्लोबलाइजेशन के युग में पहुंचा दिया है। आज पूरा विश्व एक परिवार की तरह सिमट गया है। विश्व की किसी एक छोर पर स्थित जनसमुदाय में हो रही हलचल से विश्व के दूसरे छोर पर स्थित जनसमुदाय भी प्रभावित हो रहा है, यह शायद तकनीकी विकास में हो रही असीमित क्रांति का ही परिणाम है।

आज कम्प्यूटर का युग है। हर क्षेत्र में कम्प्यूटर की उपयोगिता इतनी बढ़ गयी है कि आदमी कम्प्यूटर पर बहुत अधिक निर्भर हो गया है। कम्प्यूटर ने वैज्ञानिक क्षेत्र से लेकर व्यावसायिक क्षेत्र तक और इन्जिनियरिंग के क्षेत्र से लेकर सामान्य जीवन तक हर जगह अपना वर्चस्व कायम कर लिया है। सूचना एवं संचार तकनीकी में तो कम्प्यूटर की महत्वपूर्ण भूमिका है ही साथ ही जनसंचार माध्यमों में भी इसका महत्वपूर्ण योगदान है। ऐसी विधा, जिसका विश्व के हर एक क्षेत्र में इतना महत्वपूर्ण योगदान हो कि जस पर जीवन ही निर्भर हो जाए तो उस विधा का अध्ययन करना भी आवश्यक हो जाता है। इस इकाई का उद्देश्य छात्रों को कम्प्यूटर की जानकारी देना तथा कम्प्यूटर से उनका परिचय करना है। इस इकाई के मुख्य उद्देश्य निम्नलिखित हैं—

- छात्रों को जनसंचार माध्यम में कम्प्यूटर की उपयोगिता की जानकारी देना।
- कम्प्यूटर के महत्वपूर्ण तत्वों के बारे में समझाना।
- कम्प्यूटर हार्डवेयर, साफ्टवेयर, कम्प्यूटर व टेलीविजन का संयोजन का ज्ञान करना।
- कम्प्यूटर द्वारा वीडियो एडिटिंग को समझाना।
- कम्प्यूटर के महत्वपूर्ण घटकों से छात्रों को परिचित कराना जिससे वे जनसंचार माध्यम में कम्प्यूटर की उपयोगिता को समझ सकें और

आवश्यकता पड़ने पर मीडिया के क्षेत्र में जाने पर कम्प्यूटर का प्रयोग कर सकें।

7.1 प्रस्तावना :

आज कम्प्यूटर हमारे जीवन का अभिन्न अंग बन गया है। आज जो व्यक्ति कम्प्यूटर से परिचित नहीं या कम्प्यूटर की जानकारी नहीं रखता वह अपने आपको अधूरा महसूस करता है। हमारे जीवन में कम्प्यूटर का हस्तक्षेप इतना अधिक बढ़ गया है कि आज दैनिक कामकाज से लेकर जीवन की प्रत्येक आवश्यकता के अनुरूप यह उसमें अपनी पैठ बनाने में कायम हो रहा है। यह एक ऐसी इलेक्ट्रॉनिक मशीन है जो सौ प्रतिशत सही व सटीक परिणाम देती है।

जिस तरह से कम्प्यूटर ने हर क्षेत्र में अपना हस्तक्षेप बढ़ाया है उसी तरह जनसंचार माध्यमों में भी इसका महत्वपूर्ण योगदान है। इसलिए पत्रकारिता एवं जनसंचार के क्षेत्र में कम्प्यूटर की जानकारी होना अनिवार्य हो गया है।

कम्प्यूटर का वर्तमान स्वरूप, कई पड़ावों से गुजरने के बाद मौजूदा स्वरूप में आया है। इन पड़ावों को हम पीढ़ी भी कह सकते हैं। मुख्यतः कम्प्यूटर के विकास को हम पांच पीढ़ियों में विभाजित कर सकते हैं। कम्प्यूटर को हिन्दी में संगणक संरचना संयंत्र कहा जाता है। यह एक इलेक्ट्रॉनिक मशीन है, जिसके मुख्यतः तीन घटक, मॉनीटर, सीपीयू व इनपुट डिवाइस होते हैं। मॉनीटर को डिस्प्ले यूनिट भी कहा जाता है।

इस इकाई में जनसंचार माध्यम और कम्प्यूटर की उपयोगिता, कम्प्यूटर के महत्वपूर्ण तत्व, कम्प्यूटर में उपयोग होने वाले सॉफ्टवेयर, हार्डवेयर आदि घटकों की जानकारी दी जायेगी।

7.2 कम्प्यूटर : परिचय एवं इतिहास :

वर्तमान युग कम्प्यूटर के युग के नाम से जाना जाता है। आज दैनिक क्रियाकलापों से लेकर रक्षाविज्ञान, शिक्षा उद्योग, व्यवसाय, मनोरंजन, उपचार, रेलवे आरक्षण, यातायात, टेलीफोन, टेलीग्राफ, दूरसंचार, अंतरिक्ष विज्ञान, मौसम की जानकारी, अभियान्त्रिकी, डिजायन तथा अन्वेषण एवं शोध तक कम्प्यूटर अपनी अहम् भूमिका निभा रहा है।

कम्प्यूटर एक ऐसी इलेक्ट्रॉनिक मशीन है जो कम समय में तीव्र गति से अधिक से अधिक कार्य करने की क्षमता रखती है। इस मशीन द्वारा किये गये कार्य के परिणाम में हमेशा शत-प्रतिशत सत्यता होती है। यह निर्धारित प्रोग्राम के अनुसार डाटा को ग्रहण करके परिणाम को आउटपुट इकाई में भेज कर इच्छित परिणाम प्रदान करता है। 'कम्प्यूटर' शब्द की उत्पत्ति अंग्रेजी में 'कम्प्यूट' शब्द से हुई है जिसका तात्पर्य है गणना करना। प्रारम्भ में कम्प्यूटर का प्रयोग मूल रूप से गणनात्मक कार्यों के लिए ही हुआ परन्तु आज उसका कार्यक्षेत्र काफी विस्तृत व व्यापक हो चुका है। आज यह जीवन के छोटे से छोटे क्षेत्र से लेकर बड़े से बड़े क्षेत्र तक हर ओर यह सरल से लेकर अत्यन्त जटिल तक हर गणना करने में समर्थ हो गया है।

कम्प्यूटर प्रोग्राम (निर्देशों) को इनपुट उपकरणों द्वारा ग्रहण किया जाता है, फिर इन निर्देशों को 'सैट्रल प्रोसेसिंग यूनिट' (CPU) द्वारा प्रोसेस किया जाता है। प्राप्त परिणाम आउटपुट उपकरणों द्वारा प्रदर्शित किया जाता है। कम्प्यूटर एक ऐसी इलेक्ट्रॉनिक मशीन है जो ऑपरेटर या यूजर के निर्देशों के आधार पर कार्य करती है। बिना निर्देशों का कम्प्यूटर कार्य नहीं करता।

कम्प्यूटर की अपनी भाषा होती है जिसमें वह कार्य करता है। जिसे इसकी भाषा कहते हैं। कम्प्यूटर हमेशा डिजिटल भाषा में कार्य करता है। कम्प्यूटर की इस भाषा को बाइनेरी सिस्टम भी कहते हैं जो '0,1' के रूप में होती है। हमारे द्वारा

दिये गये निर्देशों (प्रोग्रामों) को मशीनी भाषा में परिवर्तन करने के लिए या अनुवाद के लिए इसमें एक एसेम्बलर या ट्रांसलेटर होता है।

कम्प्यूटर आई/ओ (I/O) (इनपुट/आउटपुट) सिस्टम के आधार पर कार्य करता है। आउट पुट में मानीटर, स्पीकर, प्रिन्टर आदि युक्ति आती हैं जबकि इनपुट में की बोर्ड, माउस, एमआईसीआर, ओएमआर आदि युक्तियां सम्मिलित हैं।

प्रसिद्ध कहावत "आवश्यकता ही अविष्कार की जननी है" कम्प्यूटर पर भली-भांति चरितार्थ होती है क्योंकि मनुष्य द्वारा तेज और शुद्ध गणना करने की युक्तियों की खोज के परिणामस्वरूप कम्प्यूटर अस्तित्व में आया।

मानव सभ्यता के विकास में हुये महत्वपूर्ण वैज्ञानिक अविष्कारों में कम्प्यूटर का विशेष स्थान है। यह उन अविष्कारों में से एक माना जाता है जिन्होंने मानव सभ्यता के विकास और इतिहास को एक नयी दिशा प्रदान की है। प्रारम्भिक काल में मानव गणना का कार्य उंगलियों में करता था। लेकिन जिस दिन से मानव ने बढ़ती आबादी और कार्य व्यापार के दबाव में आकर उंगली से जयादा कुशल गणना विधि की आवश्यकता महसूस की, उसी दिन से शायद आधुनिक युग के कम्प्यूटर की खोज भी प्रारम्भ हो गयी थी।

कम्प्यूटर के पूर्व भी यांत्रिक माध्यमों से गणना के अनेक प्रयास किये गए थे। 19वीं शताब्दी के प्रारम्भ में चार्ल्स बैबेज नामक वैज्ञानिक ने इस दिशा में खोज व प्रयास किए। किन्तु गणितीय एवं सांख्यिकी सूचना में पूरी प्रक्रिया मनुष्यों द्वारा ही संचालित की जाती थी। अत्यन्त सावधानी के बावजूद इसमें मानवीय त्रुटियां रह ही जाती थीं। इससे प्रेरित होकर उन्होंने 1822 में 'डिफरेंस इंजन बनाया। यह लम्बे अर्से तक प्रयोग में आता रहा।

1833 में उन्होंने 'एनालिटिकल इंजन' पर कार्य प्रारम्भ किया और यही मशीन आगे चलकर कम्प्यूटर संरचना का आधार बनी। इस मशीन के निम्नलिखित गुण थे :

1. इसमें इनपुट उपकरण होते थे जिसकी सहायता से निर्देश व डाटा को पढ़ा जा सकता था।
2. इसमें आउटपुट उपकरण होते थे जिसकी सहायता से परिणाम को प्रिन्ट किया जाता था।
3. संख्या को संग्रह करने के लिए इसमें मेमोरी का प्रावधान था।
4. इसमें एक अंकगणितीय इकाई होती थी जिससे गणनाएं होती थीं।

महिला वैज्ञानिक आगस्टा एडा ने वेबेज के सैद्धान्तिक काम पर क्रियाशील एनालिटिकल मशीन बनाकर विश्व में प्रथम 'प्रोग्रामर' होने का श्रेय पाया। सन् 1946 में डॉ जॉन एच. मुचली ने एक इलेक्ट्रॉनिक मशीन का निर्माण किया जिसे इनिअक (ENIAC) कहा गया। इनमें गणनाएं इलेक्ट्रॉनिक तरंगों के द्वारा होती थीं। यह बहुत तीव्रता वाला कम्प्यूटर था, साथ ही यह बाइनेरी अंकों का संग्रह भी कर सकता था।

एनिअक (ENIAC) कम्प्यूटर पर कार्य करने में यह बाधा थी कि इसमें प्रत्येक नई गणना हेतु तारों का संयोजन करना पड़ता था। इस समस्या का समाधान गणितज्ञ जॉन वान न्यूकान ने नई मशीन को विकसित करके किया। यह मशीन न केवल प्रोग्राम संग्रहित कर सकती थी बल्कि नए कार्य हेतु नया प्रोग्राम भी संग्रहित किया जा सकता था। इस प्रकार न्यूकान ने 'संग्रहित प्रोग्राम के सिद्धान्त' (Stored Program Concept) को जन्म दिया।

उपर्युक्त सिद्धान्तों को आधार लेकर 1949 में न्यूमान ने एडजेक कम्प्यूटर का निर्माण किया और उसके बाद मुचली के साथ 1956 में एडवेक कम्प्यूटर का निर्माण किया गया।

जिन पीढ़ियों में कम्प्यूटर का पूर्ण विकास हुआ और वह वर्तमान स्वरूप में आया वह पांच पीढ़ियां इस प्रकार हैं—

1. प्रथम पीढ़ी (First Generation) : प्रारम्भिक कम्प्यूटर जैसे एन्टैक, एडवैक, एडसैक प्रथम पीढ़ी के कम्प्यूटर हैं तथा इन कम्प्यूटरों में वैक्यूम ट्यूब का प्रयोग किया जाता था जो कि मुलायम शीशे का बना होता था तथा यह विद्युत संकेतों को नियंत्रित करता एवं बढ़ा सकता था। इस पीढ़ी के कम्प्यूटरों में निर्वात नली का प्रयोग किये जाने के कारण इनका आकार बड़ा हो गया था। जिस कारण इस पीढ़ी के कम्प्यूटर अत्यधिक मात्रा में ऊष्मा उत्सर्जित करते थे। इस कारण इस प्रकार के कम्प्यूटरों का प्रयोग अधिक समय तक नहीं किया जा सका, क्योंकि इस प्रकार के कम्प्यूटरों के लिए वातानुकूलित वातावरण की आवश्यकता होती थी।

2. द्वितीय पीढ़ी (Second Generation) : ट्रांजिस्टर, एक छोटा तथा अधिक विश्वसनीय अविस्कार था जिसका प्रयोग वैक्यूम ट्यूब की जगह किया गया। इस प्रकार के कम्प्यूटरों का प्रयोग 1947 में शुरू हुआ। विद्युत परिपथ को क्रियाशील बनाने के लिए इनमें हजारों घटकों का प्रयोग किया जाता था। इन घटकों की कीमत ने इन कम्प्यूटर के व्यापारिक उत्पादन को अधिक मूल्यवान बना दिया। इस पीढ़ी के कम्प्यूटर आई.बी.एम. 1401, सी.डी.सी. 1604 तथा हॉन 200 इत्यादि थे।

3. तृतीय पीढ़ी (Third Generation) : इस पीढ़ी के कम्प्यूटरों में केन्द्रीय संसाधन के रूप में समाकलित परिपथ (Integrated Circuits) या आई.सी. का प्रयोग किया गया। समाकलित परिपथ मूलतः ट्रांजिस्टरों का एक परिवर्द्धित जाल है। जिसे रासायनिक सामग्री द्वारा एक परिपथ के रूप में एक जगह स्थापित कर दिया जाता है। इसे आई. सी चिप्स के नाम से भी जाना जाता है। आई.सी चिप्स के उपयोग के कारण कम्प्यूटरों का आकार कई गुना कम करने में सफलता प्राप्त हुई। साथ ही गणितीय गणनाओं तथा अन्य कार्यों को करने की क्षमता में भी कई गुणा वृद्धि हो गई। साथ ही कम्प्यूटरों की कीमतों में भी कमी हुई। इस पीढ़ी के कम्प्यूटर आई.बी. एम. 370, बरो 6500 इत्यादि हैं।

4. चतुर्थ पीढ़ी (Fourth Generation) : इस पीढ़ी के कम्प्यूटरों में केन्द्रीय संसाधन के रूप में वृहद श्रेणी संघटक (Large Scale Integrated) तथा अत वृहद

श्रेणी संघटक (Very Large Scale Integrated) सर्किट का प्रयोग किया गया था। इसके प्रयोग से कम्प्यूटर की कार्य क्षमता में अत्यधिक वृद्धि हुई तथा कार्य करने के तुलना में मूल्य में भी काफी कमी आई।

5. चतुर्थ पीढ़ी (Fifth Generation) : इस श्रेणी के कम्प्यूटरों में कृत्रिम बुद्धिमत्ता विकसित करने की दिशा में प्रयास किया जा रहा है। पंचम पीढ़ी के कम्प्यूटर की कल्पना ऐसी मशीन से की गई है जो बुद्धि तथा विवेक में लगभग मानव जैसा हो, जिसमें स्वयं निर्णय लेने की क्षमता हो।

बोध प्रश्न

प्र0 1— बाइनरी सिस्टम क्या है ?

उ0 कम्प्यूटर हमेशा डिजिटल भाषा में कार्य करता है। कम्प्यूटर की इस भाषा को बाइनरी सिस्टम भी कहते हैं जो '0,1' के रूप में होती है। हमारे द्वारा दिये गये निर्देशों (प्रोग्रामों) को मशीनी भाषा में परिवर्तित करने के लिए या अनुवाद के लिए इसमें एक एसेम्बलर या ट्रांसलेटर होता है।

प्र0 2 — इनिएक (ENIAC) क्या है ?

उ0 डॉ जॉन एच. मुचली ने एक इलेक्ट्रॉनिक मशीन का निर्माण किया, जिसे इनिएक (ENIAC) कहा गया। इनमें गणनाएं इलेक्ट्रॉनिक तरंगों के द्वारा होती थीं। यह बहुत तीव्रता वाला कम्प्यूटर था साथ ही यह बाइनरी अंकों का संग्रह भी कर सकता था।

प्र0 3— मशीन भाषा किसे कहते हैं ?

उ0 कम्प्यूटर की अपनी भाषा होती है जिसमें वह कार्य करता है। जिसे मशीनी भाषा कहते हैं।

प्र0 4— कम्प्यूटर में इनपुट और आउटपुट को समझाइए ?

उ0 कम्प्यूटर आई/ओ (इनपुट/आउटपुट) सिस्टम के आधार पर कार्य करता है। आउट पुट में मानीटर, स्पीकर, प्रिन्टर आदि युक्ति आती हैं जबकि इनपुट में की बोर्ड, माउस, एमआईसीआर, ओएमआर आदि युक्तियां सम्मिलित हैं।

7.3 कम्प्यूटर के प्रकार :

कम्प्यूटर की परिचालन पद्धति तथा शक्ति सामर्थ्य के आधार पर मुख्यतः दो भागों में विभाजित किया जा सकता है:

(क) परिचालन पद्धति के आधार पर :

इस प्रकार के कम्प्यूटरों को भी तीन भागों में विभाजित किया जा सकता है जो इस प्रकार है :

1. अंकीय कम्प्यूटर (Digital Computer)
2. अनुरूप कम्प्यूटर (Analog Computer)
3. संकर कम्प्यूटर (Hybrid Computer)

1. अंकीय कम्प्यूटर : अंकीय सूचना का अर्थ ऐसी सूचना से होता है जो अलग-अलग टुकड़ों में हो या जिसे अलग-अलग टुकड़ों में गिना जाये, भण्डारित किया जा सके, विश्लेषित किया जा सके तथा प्रसारित किया जा सके। इस वर्ग के कम्प्यूटर का उपयोग पुस्तकालयों से सम्बन्धित सामान्य कार्यों में किया जाता है। जैसे: पुस्तकालय में उपस्थित प्रलेखों के लेखकों को वर्णानुक्रम में व्यवस्थित करना, लेखों, प्रलेखों, के अभिगम पर खोज कर कम्प्यूटर में निवेशित करके उन्हें वर्णक्रम में व्यवस्थित करना या दूसरे शब्दों में हम कह सकते हैं कि अनुक्रमणिका का निर्माण करना।

2. अनुरूप कम्प्यूटर : अंकीय प्रकार के और अनुरूप प्रकार के कम्प्यूटर में वास्तविक अन्तर यह है कि अनुरूप कम्प्यूटर नापता है किन्तु अंकीय कम्प्यूटर गिनता है।

3. संकर कम्प्यूटर : संकर कम्प्यूटर वह कम्प्यूटर हैं जो कि अनुरूप एवं अंकीय कम्प्यूटर के गुणों को जोड़ता है। यह कम्प्यूटर प्रणाली अनुरूप कम्प्यूटर की माप क्षमता तथा अंकीय कम्प्यूटर की गणना क्षमता का प्रयोग करती है।

(ख) शक्ति एवं सामर्थ्य के आधार पर :

इस आधार पर कम्प्यूटर को निम्नलिखित 4 भागों में विभाजित किया जा सकता है:

1. सुपर कम्प्यूटर (Super Computer) : सुपर कम्प्यूटर का नाम प्रायः इन दिनों हर जगह सुनाई पड़ता है। अन्तरिक्ष से लेकर खेल तक यह सभी क्षेत्रों में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। यह कम्प्यूटर 9 अरब से भी अधिक निर्देशों को प्रति सेकेण्ड्स की गति निष्पादित करने तथा लाखों की संख्या में प्रति चिप बाइट संग्रह रखने की क्षमता रखते हैं।

2. मेनफ्रेम कम्प्यूटर (Main Frame Computer) : चतुर्थ पीढ़ी के कम्प्यूटरों के विकास के पूर्व 'मेनफ्रेम' शब्द का प्रयोग कम्प्यूटर के केन्द्रीय संसाधक एकक को इंगित करने के लिए किया जाता था, बाद में बड़े तथा अधिक शक्तिशाली कम्प्यूटरों को मेनफ्रेम कहा जाने लगा। शुरु में माइक्रो कम्प्यूटर मल्टी यूजर नहीं थे लेकिन मेनफ्रेम कम्प्यूटर शुरु से ही मल्टी यूजर प्रोजेक्ट को चलाने में सक्षम थे तथा डेटा का विश्लेषण अधिक तेज गति से करते थे।

3. मिनी कम्प्यूटर (Mini Computer) : इस कम्प्यूटर में मेनफ्रेम कम्प्यूटर के मल्टी यूजर प्रोजेक्ट तथा नेटवर्क के गुण तो होते हैं लेकिन मेनफ्रेम कम्प्यूटर की तुलना में इनकी आंतरिक संग्रह क्षमता कम होती है।

4. माइक्रो कम्प्यूटर (Micro Computer) : यह कम्प्यूटर आकार में छोटे तथा सस्ते होते हैं। इस प्रकार के कम्प्यूटरों का विकास 70 के दशक में हुआ। इन्हें 'एक चिप के ऊपर कम्प्यूटर' भी (Computer on a Chip) भी कहा जाता है। अपनी विशेषताओं एवं कार्यक्षमता के कारण माइक्रो कम्प्यूटर अत्यधिक लोकप्रिय है। क्षमताओं के आधार पर माइक्रो कम्प्यूटर को निम्न भागों में बांटा गया है:

(क) पी.सी. : माइक्रो कम्प्यूटर को बाद में पी.सी. का नाम दिया गया। इसकी स्मृति तथा आन्तरिक संग्रह क्षमता कम होती है तथा यह व्यक्तिगत कार्यों या छोटे-मोटे कार्यों के लिए उपयुक्त है। इसलिए इसे व्यक्तिगत कम्प्यूटर (Personel Computer) कहा गया।

(ख) पी.सी. एक्स. टी. : यह पी.सी. का विस्तारित रूप है तथा एक्स का अर्थ विस्तारित तकनीक (Extended Technology) से है।

(ग) पी.सी. ए.टी. : यह कम्प्यूटर का परिवर्धित तथा परिष्कृत रूप है। ए.टी. का अर्थ परिवर्द्धित तकनीक (Advanced Technology) से है। इनकी आंतरिक स्मृति की भण्डारण क्षमता बहुत अधिक होती है।

(घ) पी.सी. ए.टी. 386 और 486 : ये बहुल प्रयोक्ता मशीनें हैं। बहुल प्रयोक्ता वातावरण में कार्य करने के लिए यूनिक्स या डोनिक्स जैसे ऑपरेटिंग सिस्टमों का उपयोग आवश्यक है।

(ङ) पेंटियम : यह वर्तमान में चल रही आधुनिक कम्प्यूटर श्रेणी का क्रम है। पेंटियम 586 चिप पर आधारित बहुल प्रयोक्ता वातावरण में कार्य करने वाला माइक्रो कम्प्यूटर है। तकनीकी कारणों से इसका नाम पी. सी. 586 न रखकर पेंटियम रखा गया।

वर्तमान में पेंटियम की श्रेणियां विकसित होकर पी-1 से लेकर पी-2, पी-3, पी-4, ड्यूल कोर और कोर टू ड्यू तक पहुंच चुकी हैं।

बोध प्रश्न

प्र0 1- मेनफ्रेम कम्प्यूटर व माइक्रो कम्प्यूटर को समझाइए ?

उ0 चतुर्थ पीढ़ी के कम्प्यूटरों के विकास के पूर्व 'मेनफ्रेम' शब्द का प्रयोग कम्प्यूटर के केन्द्रीय संसाधक एकक को इंगित करने के लिए किया जाता है। बाद में बड़े तथा अधिक शक्तिशाली कम्प्यूटरों को भी मेनफ्रेम कहा जाने लगा। शुरु में माइक्रो कम्प्यूटर मल्टी यूजर नहीं थे लेकिन मेनफ्रेम कम्प्यूटर शुरु से ही मल्टी यूजर प्रोजेक्ट को चलाने में सक्षम थे तथा डेटा का विश्लेषण तथा संसाधन अधिक तेज गति से करते हैं। यह कम्प्यूटर आकार में छोटे तथा सस्ते होते हैं। इस प्रकार के कम्प्यूटरों का विकास 70 के दशक में हुआ। 'इन्हें एक चिप के ऊपर कम्प्यूटर' भी (Computer on a Chip) भी कहा जाता है। अपनी विशेषताओं एवं कार्यक्षमता के कारण माइक्रो कम्प्यूटर अत्यधिक लोकप्रिय है।

प्र0 2- सुपर कम्प्यूटर किसे कहते हैं ?

उ0 सुपर कम्प्यूटर का नाम प्रायः इन दिनों हर जगह सुनाई पड़ता है। अन्तरिक्ष से लेकर खेलों तक यह सभी क्षेत्रों में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। यह कम्प्यूटर 9 अरब से भी अधिक निर्देशों को प्रति सेकेण्ड की गति निष्पादित करने तथा लाखों की संख्या में प्रति चिप बाइट संग्रह रखने की क्षमता रखती हैं।

प्र0 3- पी.सी. से क्या तात्पर्य है?

उ0 पीसी एक प्रकार का कम्प्यूटर है जो माइक्रो कम्प्यूटर से विकसित हुआ है। माइक्रो कम्प्यूटर के विकसित रूप को ही बाद में पी.सी. का नाम दिया गया। इसकी स्मृति तथा आन्तरिक संग्रह क्षमता कम होती है। तथा यह व्यक्तिगत कार्यों या छोटे-मोटे कार्यों के लिए उपयुक्त

है। इसलिए इसे व्यक्तिगत कम्प्यूटर या Personal Computer भी कहा जाता है।

प्र0 4— पेंटियम क्या है ?

उ0 यह वर्तमान में चल रही आधुनिक कम्प्यूटर श्रेणी का क्रम है। पेंटियम 586 चिप पर आधारित बहुल प्रयोक्ता वातावरण में कार्य करने वाला माइक्रो कम्प्यूटर है। तकनीकी कारणों से इसका नाम पी. सी. 586 न रखकर पेंटियम रखा गया। वर्तमान में पेंटियम की श्रेणियां विकसित होकर पी-1 से लेकर पी-2, पी-3, पी-4, ड्यूल कोर और कोर टू ड्यूल तक पहुंच चुकी हैं।

प्र0 5— पी.सी. ए.टी. को समझाइए ?

उ0 पी.सी. ए.टी. कम्प्यूटर की परिवर्धित तथा परिष्कृत रूप है। ए.टी. का अर्थ परिवर्द्धित तकनीक (Advanced Technology) से है।

7.4 कम्प्यूटर के महत्वपूर्ण तत्व :

कम्प्यूटर एक बहुउद्देशीय इलेक्ट्रानिक मशीन है जो कई छोटी-छोटी युक्तियों (Device) से मिलकर अपनी संरचना पूर्ण करती है। इन्हें कम्प्यूटर के तत्व भी कहा जाता है। कम्प्यूटर में मुख्यतः निम्नलिखित युक्तियां (Devices) होती हैं—

1. सी.पी.यू. (C.P.U.) :

इसे सेंट्रल प्रोसेसिंग यूनिट (Central Processing Unit) अथवा केन्द्रीय संसाधन इकाई भी कहा जाता है। यह कम्प्यूटर का सर्वाधिक महत्वपूर्ण अंग होता है। अलग-अलग प्रकार के निर्माता अपने कम्प्यूटरों हेतु अलग-अलग सी.पी.यू. माइक्रो प्रोसेसर चिपों का उपयोग करते हैं। भारत में प्रमुखता के साथ इंटेल

कॉरपोरेशन, अमेरिका द्वारा तैयार किए गये विभिन्न माइक्रोप्रोसेसर आधारित कम्प्यूटरों का निर्माण किया जाता है। जितना अधिक उन्नत किस्म का माइक्रोप्रोसेसर होगा वह उतना ही अधिक प्रभावी होगा। सही व अच्छी गति वाले माइक्रोप्रोसेसर से कम्प्यूटर की विश्वसनीयता व आयु दोनों ही बढ़ते हैं। भारत में 80286, 80386, 80486 से शुरू हुआ सफर पेंटियम से होता हुआ आज पेंटियम 4 तक आ पहुंचा है।

सी.पी.यू. में निम्न लिखित महत्वपूर्ण तत्व होते हैं :

(क) मुख्य मेमोरी (Main Memory) : यह हार्ड डिस्क के रूप में सी.पी.यू. में संग्रहित होती है। इसे कम्प्यूटर के एक बृहद कार्य हेतु 'दिमाग' के रूप में समझा जा सकता है। इसे भण्डारण युक्ति (Storage Device) भी कहते हैं। इसकी भण्डारण क्षमता को जीबी (Giga Bytes) में गिना जाता है। वर्तमान में 360 जीबी से लेकर 560 जीबी तक की हार्ड डिस्क उपलब्ध हैं।

(ख) तात्कालिक मेमोरी (Temporary Memory) : इसे रेण्डम एक्सेस मेमोरी या रैम (Random Access Memory/RAM) भी कहा जाता है। जिस प्रकार हम कार्य करते हुए अपने निर्देशों को अपनी सुविधा के लिए कागज पर अंकित कर लेते हैं उसी प्रकार कम्प्यूटर का कार्य भी इस पर अंकित हो जाता है। इस पर कम्प्यूटर की प्रोसेसिंग की गति (Speed) भी निर्भर करती है।

2. मॉनीटर (Monitor) :

मॉनीटर को डिस्पले यूनिट भी कहते हैं यह सी.पी.यू. द्वारा किये गये विश्लेषणों व कार्यों के परिणामों को दृश्य रूप में प्रदर्शित करता है। यह कम्प्यूटर की महत्वपूर्ण बाह्य निर्गत युक्ति (Out Put Device) है। इनका सफर बड़े आकार के ब्लेक एण्ड ह्वाइट से शुरू हो कर रंगीन स्क्रीन से लेकर आज पतले व पोर्टेबल (TFT) स्क्रीन तक पहुंच चुका है।

3. इनपुट डिवाइस (Input Devices) :

हम यह भलिभांति जानते हैं कि कम्प्यूटर निर्देशों के आधार पर ही कार्य करता है इसलिए कम्प्यूटर प्रक्रियाओं के लिए निर्देशों को सीपीयू तक पहुंचना आवश्यक है। जिन माध्यमों या युक्तियों (Devices) के द्वारा सीपीयू को निर्देश अथवा डाटा पहुंचाये जाते हैं उन्हें इनपुट डिवाइस कहते हैं। की बोर्ड, माउस (Key Board, Mouse) मुख्य रूप से दो इनपुट डिवाइस हैं।

4. विभिन्न स्टोरेज डिवाइसेज (Others Storage Devices) :

- फ्लोपी डिस्क (FD)
- हार्ड डिस्क (HD)
- कॉम्पैक्ट डिस्क (CD)

अतिरिक्त भण्डारण युक्ति (External Storage Devices)

- पेन ड्राइव (Pen drive)
- भण्डारण चिप (Storage Chip)

बोध प्रश्न

प्र0 1- भण्डारण युक्ति (Storage Device) क्या है ?

उ0 यह हार्ड डिस्क के रूप में सी.पी.यू में संग्रहित होती है। इसे कम्प्यूटर के एक बृहद कार्य हेतु 'दिमाग' के रूप में समझा जा सकता है। इसे भण्डारण युक्ति (Storage Device) भी कहते हैं। इसकी भण्डारण क्षमता को जीबी (Giga Bytes) में गिना जाता है।

प्र0 2- तात्कालिक मेमोरी को समझाइए ?

उ0 तात्कालिक मेमोरी (Temporary Memory) : इसे रेण्डम एक्सैस मेमोरी (Random Access Memory/RAM) भी कहा जाता है।

जिस प्रकार हम कार्य करते हुए अपने निर्देशों को अपनी सुविधा के लिए कागज पर अंकित कर लेते हैं उसी प्रकार कम्प्यूटर का कार्य भी इस पर अंकित हो जाता है। इस पर कम्प्यूटर की प्रोसेसिंग की गति (Speed) भी निर्भर करती है।

प्र0 3— इनपुट डिवाइस क्या है ?

उ0 हम यह भलिभांति जानते हैं कि कम्प्यूटर निर्देशों के आधार पर ही कार्य करता है इसलिए कम्प्यूटर प्रक्रियाओं के लिए निर्देशों को सीपीयू तक पहुंचना आवश्यक है। जिन माध्यमों या युक्तियों (Devices) के द्वारा सीपीयू को निर्देश अथवा डाटा पहुंचाये जाते हैं उन्हें इनपुट डिवाइस कहते हैं। की बोर्ड, माउस (Key Board, Mouse) मुख्य रूप से दो इनपुट डिवाइस हैं।

प्र0 4— स्टोरेज डिवाइसेज क्या हैं ?

उ0 कम्प्यूटर की ऐसी युक्ति या पार्ट जो हमारे प्रोग्रामों व डाटा को संरक्षित रखते हैं या उनका भण्डारण करते हैं उन्हें स्टोरेज डिवाइसेज कहते हैं।

7.5 कम्प्यूटर हार्डवेयर एवं साफ्टवेयर :

1. हार्डवेयर :

कम्प्यूटर एक उच्च स्तर की बहुउद्देश्यीय मशीन है जो प्रोग्राम के दिशा निर्देशों के अनुरूप कार्य करती है। कम्प्यूटर में बहुत से उपकरण एक-दूसरे से संलग्न हाते हैं और बेहतर परिणाम पाने के लिए वे मिलकर कार्य करते हैं। कम्प्यूटर के 'भौतिक उपकरण' उसके 'हार्डवेयर' कहलाते हैं। अतः कम्प्यूटर का एक ऐसा हिस्सा जो देखा जा सकता है तथा छुआ जा सकता है उसे कम्प्यूटर हार्डवेयर कहते हैं। कम्प्यूटर के मुख्य हार्डवेयर इस प्रकार हैं—

- **इनपुट उपकरण (Input Devices)** : की बोर्ड, माऊस, लाइटपैन, एमआईसीआर (Magnetic Ink Character Reader) आदि।
- **सिस्टम यूनिट** : सिस्टम यूनिट में मदर बोर्ड, माइक्रोप्रोसेसर, हार्ड डिस्क, वीडियो कार्ड, प्रिन्टर कार्ड आदि।
- **आऊटपुट यूनिट** : मॉनीटर, प्रिन्टर, स्पीकर आदि।
- **कम्प्यूटर के कुछ प्रमुख हार्डवेयर पार्ट इस तरह है** : रेम, माऊस, की-बोर्ड, मॉनीटर, सीडी रोम ड्राइव, ग्राफिक एक्सीलरेटर, मॉडेम, हार्ड डिस्क, प्रिन्टर, सी.पी.यू. चिप आदि।

2. सॉफ्टवेयर :

कम्प्यूटर आजकल व्यक्तिगत आवश्यकताओं से लेकर निर्धारित प्रयोगों तक काम में लाए जाते हैं। कम्प्यूटर से कार्य लेने के लिए उसे निर्देश देने होते हैं। ये निर्देश किसी कम्प्यूटर भाषा में ही दिये जाते हैं। इन निर्देशों के समूह को एक प्रोग्राम कहा जाता है। प्रोग्राम किसी प्रक्रिया विशेष के लिए बनाया जाता है। यह आवश्यक नहीं है कि जिस व्यक्ति को कम्प्यूटर से कार्य लेना हो उसे कम्प्यूटर की भाषा आती ही हो ताकि वह कम्प्यूटर को अपने कार्य के लिए निर्देशित कर सकें। ऐसे ही कार्यों को ध्यान में रखकर कुछ प्रोग्राम बनाए जाते हैं जिससे कम्प्यूटर परिचालन आसान कार्य हो जाता है। पूर्व में ही तैयार इन्हीं प्रोग्रामों को 'सॉफ्टवेयर' कहा जाता है।

'सॉफ्टवेयर' कुछ प्रोग्रामों का समूह होता है जो किसी कार्य विशेष की समस्त प्रक्रियाओं को सम्पन्न कर देता है। इस प्रकार सॉफ्टवेयर के माध्यम से गणनाएं, ग्राफ, चित्र बनाना, आलेख व रिपोर्ट बनाना, दैनिक जीवन के सामान्य कामकाज, खाते सारणियां, सूचनाएं, आरेख आदि तमाम कार्य सम्पन्न किये जा सकते हैं।

सूचना-प्रौद्योगिकी के विकास के साथ-साथ हो रहे नित नवीन विकासों से आजकल नए से नए सॉफ्टवेयर आ रहे हैं जिनके कारण पत्रकारिता व मीडिया के क्षेत्र में भी क्रांतिकारी परिवर्तन नजर आ रहे हैं।

अतः कह सकते हैं कि यह कम्प्यूटर का एक ऐसा हिस्सा है जिसे न तो देखा जा सकता है और न ही छुआ जा सकता है, लेकिन इसके बिना कम्प्यूटर मृत है। जिस तरह किसी कार को चलाने के लिए तेल की आवश्यकता होती है उसी तरह कम्प्यूटर को चलाने के लिए सॉफ्टवेयर की आवश्यकता होती है। यदि कम्प्यूटर शरीर है तो सॉफ्टवेयर रक्त, जिस तरह से रक्त संचार के बिना शरीर मृत है उसी तरह से बिना सॉफ्टवेयर का कम्प्यूटर मृत है।

सॉफ्टवेयर दो प्रकार के होते हैं—

क— सिस्टम सॉफ्टवेयर,

ख— एप्लिकेशन सॉफ्टवेयर

(क) **सिस्टम सॉफ्टवेयर (System Software)** : जो सॉफ्टवेयर कम्प्यूटर को रन करवाते हैं या चलाते हैं या ऑपरेट करते हैं उन्हें सिस्टम सॉफ्टवेयर कहते हैं। इन्हें ऑपरेटिंग सॉफ्टवेयर भी कहते हैं। डॉस, लाइनेक्स, यूनेक्स, विण्डोज आदि कम्प्यूटर के ऑपरेटिंग सॉफ्टवेयर हैं।

- i- **DOS (Disk Operating System)** : डिस्क ऑपरेटिंग सिस्टम एक ऐसा ऑपरेटिंग सिस्टम है जो कम्प्यूटर को उसकी डिस्क के माध्यम से ऑपरेट करता है। इसलिए इसे डिस्क ऑपरेटिंग सिस्टम कहते हैं। यह ऑपरेटिंग सिस्टम कम्प्यूटर को दो कमाण्ड्स द्वारा ऑपरेट करता है— बाह्य निर्देश (External Commands) और आंतरिक निर्देश (Internal Commands)। वर्तमान में इस ऑपरेटिंग सिस्टम को उपयोग बहुत कम है।

- ii- **LINUX (लाईनेक्स)** : यह सॉफ्टवेयर मुख्यतः नेटवर्किंग के काम आता है। यह सर्वर व इंटरनेट को ऑपरेट करने के लिए उपयोग में लाया जाता है।
- iii- **UNIX (यूनिक्स)** : यह बेल टेलीफोन द्वारा विकसित 16 बिट वाले मिनी एवं माइक्रो कम्प्यूटर के लिए बहुत ही लोकप्रिय क्रियात्मक पद्धति है।
- iv- **WINDOWS (विण्डोज)** यह भी एक महत्वपूर्ण ऑपरेटिंग सॉफ्टवेयर है जो विण्डोज 95, 98, 2000, XP1, XP2, XP3, XP Vizita, से लेकर वर्तमान XP2007 (एक्स पी 2007) तक पहुंच गया है। वर्तमान में यही ऑपरेटिंग सॉफ्टवेयर उपयोग में लाया जाता है।

(ख) प्रयुक्ति सॉफ्टवेयर (Application Software) : इस प्रकारके सॉफ्टवेयर का प्रयोग विशेष प्रकार के कार्य करने के लिए किया जाता है। जैसे पत्राचार या लेखन से सम्बन्धित कार्य के लिये, रेल आरक्षण के लिए, एकाउण्ट्स के लिए, ज्योतिष कार्य के लिए तथा पुस्तकालय व अन्य किसी आवश्यक कार्य के लिए। इस तरह के सॉफ्टवेयर के निम्न उदाहरण हैं—

i. Word Star (वर्ड स्टार) : माइक्रो प्रो इंटरनेशनल द्वारा विकसित विश्व में सर्वाधिक प्रयोग होने वाला प्रोसेसिंग कार्यक्रम है। वर्तमान में इसका उपयोग कम होता है।

ii. MS OFFICE (एमएस ऑफिस) : यह साफ्टवेयर एक महत्वपूर्ण व बहुचर्चित सॉफ्टवेयर है जो लिखने व पढ़ने सम्बन्धित कार्य के लिए प्रयोग में लाया जाता है। इसके कई एडवांस वर्जन अब तक आ चुके हैं— ऑफिस 97, ऑफिस 2000, ऑफिस 2003, ऑफिस 2007 तथा ऑफिस 2010।

iii. D-Base (डी बेस) : इस सॉफ्टवेयर का प्रयोग प्रबन्ध के लिए किया जाता है तथा वर्तमान में डी-बेस iv का प्रयोग किया जा रहा है। यह उपभोक्ताओं के लिए वेहद सुविधाजनक होने के कारण बहुत ही लोकप्रिय है।

उपरोक्त के अलावा गेम्स, टेली, एक्रोवेट (PDF), एम एस वर्ड (MS WORD), फोटो शॉप, पेजमेकर, कोरल ड्रॉ, स्टेलर, विजुअल सी⁺⁺ आदि भी महत्वपूर्ण एप्लिकेशन सॉफ्टवेयर हैं।

(ग) कस्टम सॉफ्टवेयर (Custom Software) : प्रयुक्त सॉफ्टवेयर किसी विशेष कार्य से सम्बन्धित होते हैं तथा उसमें सहायता करने वाला सॉफ्टवेयर कस्टम सॉफ्टवेयर कहलाता है। यह सॉफ्टवेयर किसी विशिष्ट कार्य के लिए उपभोक्ता द्वारा बनाया जा सकता है।

बोध प्रश्न

प्र0 1— हार्डवेयर क्या है ?

उ0 कम्प्यूटर एक उच्च स्तर की बहुउद्देश्यीय मशीन है जो प्रोग्राम के दिशा निर्देशों के अनुरूप कार्य करती है। कम्प्यूटर में बहुत से उपकरण एक-दूसरे से संलग्न हाते हैं और बेहतर परिणाम पाने के लिए वे मिलकर कार्य करते हैं। कम्प्यूटर के 'भौतिक उपकरण' उसके 'हार्डवेयर' कहलाते हैं। यानी कम्प्यूटर का ऐसा हिस्सा जो देखा जा सकता है तथा छुआ जा सकता है उसे कम्प्यूटर हार्डवेयर कहते हैं।

प्र0 2— कम्प्यूटर हार्डवेयर के उदाहरण दीजिए ?

उ0 कम्प्यूटर के प्रमुख हार्डवेयर, की बोर्ड, माऊस, लाइटपैन, एमआईसीआर (Maganetic Ink Character Reader), मदर बोर्ड, माइक्रोप्रोसेसर, हार्ड डिस्क, वीडियो कार्ड, प्रिन्टर कार्ड, मॉनीटर, प्रिन्टर, स्पीकर, रेम, मॉनीटर, सीडी रोम ड्राइव, ग्राफिक एक्सीलरेटर, मॉडेम, हार्ड डिस्क, प्रिन्टर, सी.पी.यू. चिप आदि हैं।

प्र0 3— सिस्टम सॉफ्टवेयर क्या है ?

उ0 जो सॉफ्टवेयर कम्प्यूटर को रन करवाते हैं या चलाते हैं या ऑपरेट करते हैं उन्हें सिस्टम सॉफ्टवेयर कहते हैं। इन्हें ऑपरेटिंग सॉफ्टवेयर

भी कहते हैं। डॉस, लाइनेक्स, युनिक्स, विण्डोज आदि कम्प्यूटर के ऑपरेटिंग सॉफ्टवेयर हैं।

प्र0 4 – DOS क्या है?

उ0 DOS डिस्क ऑपरेटिंग सिस्टम एक ऐसा ऑपरेटिंग सिस्टम है जो कम्प्यूटर को उसके डिस्क के माध्यम से ऑपरेट करता है। इसलिए इसे डिस्क ऑपरेटिंग सिस्टम कहते हैं। यह ऑपरेटिंग सिस्टम कम्प्यूटर को दो कमाण्ड्स द्वारा ऑपरेट करता है— बाह्य निर्देश (External Commands) तथा आंतरिक निर्देश (Internal Commands)। वर्तमान में इस ऑपरेटिंग सिस्टम का उपयोग बहुत कम है।

7.6 कम्प्यूटर तकनीक एवं मास-मीडिया :

दुनिया के सभी क्षेत्रों में तकनीकी विकास निरन्तर हो रहे हैं। कम्प्यूटर ने तो मशीनीकरण में क्रान्ति ही ला दी है। आज अखबारों के छापने से लेकर, फोन, इंटरनेट, फैंक्स, वीडियो-क्रान्फेंस तक में कम्प्यूटर का इस्तेमाल धड़ल्ले से हो रहा है। मास मीडिया के क्षेत्र का कोई भी पहलू आज कम्प्यूटर तकनीक से अछूता नहीं है। पत्रकारिता के क्षेत्र का हर पहलू भी इसी से जुड़ा है। दुनिया भर में सूचना क्रान्ति के आगमन के साथ ही दुनिया में तकनीकी तौर पर भी क्रान्ति आई है और दुनिया आज एक क्लिक (कम्प्यूटर के माउस द्वारा) के इशारे पर सिमट आई है। चाहे वार्तालाप करना हो, चाहे सूचनाओं का आदान-प्रदान, चाहे विज्ञापन चाहिए या चित्र, कोई संशोधन परिवर्धन चाहिए या सज्जा, उपग्रह से देशों की दूरियां लांघनी हो या मुख्य कार्यालय को अन्य कार्यालय से जोड़ना हो, हर जगह कम्प्यूटर की तकनीक उपयोगी हो सकती हैं।

वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग ने आज दुनिया को निकट ला दिया है। एक जगह पर स्थित कोई समूह या व्यक्ति दूसरी जगह पर स्थित व्यक्ति या समूह से इस माध्यम से ऐसे बात कर सकता है जैसे कि वह घर बैठे आमने-सामने बातें कर रहे हों। इसमें दूर शिक्षा हेतु क्लास-रूम की तरह पढ़ाई, जन-समस्याओं हेतु समाधान, वार्ताएं आदि के प्रयोग सफलता-पूर्वक किये जा सकते हैं। अब तो सरकार भी जनता की समस्याओं को वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग के माध्यम से सुन रही है। मुख्यमंत्री व प्रदेश स्तर के उच्च अधिकारी भी जिलास्तरीय अधिकारियों से वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग के माध्यम से मुखातिब होते हैं और एक संवाद कायम करते हैं।

इंटरनेट भी मॉसमीडिया की एक महत्वपूर्ण विधा है। इसने तो सम्पूर्ण दुनिया को घर में ही बदल दिया है। जहां, जब जिस विषय पर जानकारी चाहिए हो, बातचीत करनी हो, खरीदना-बेचना हो, किसी भी कार्य को इंटरनेट से चुटकियों में निपटाया जा सकता है। पत्रकारिता के क्षेत्र में कम्प्यूटर कम्पोजिंग प्रणाली का पर्याय हो चुका है। समाचार लिखने से लेकर पेज मेकिंग व सम्बन्धित चित्र लगाने तक के सारे कार्य अकेले कम्प्यूटर पर सम्पन्न हो सकते हैं। कम्प्यूटर की इस क्षमता ने कम खर्च के कई संस्करण निकालने का रास्ता खोल दिया है। इससे समाचार पत्रों की ग्राहक संख्या में अभिनव बढ़ोत्तरी हो रही है और हर क्षेत्र की स्थानीय खबरें पाठकों को मिल रही हैं।

सभी अखबारों ने अपने ग्राहकों का विवरण कम्प्यूटरीकृत कर लिया है। विज्ञापनदाता भी इससे पूर्ण विज्ञापन की सुविधा ले रहे हैं। कम्प्यूटरीकृत सूचियां लेबलिंग और मेलरूम का स्वचालनीकरण हो गया है जिससे स्थानीय विज्ञापनों सहित क्षेत्रीय संस्करणों तक खबरें प्रभावी रूप से पहुंचाना सम्भव हो गया है।

वर्तमान में कम्प्यूटर द्वारा सस्ते उपग्रह पृष्ठों ने विज्ञापन व्यवसाय में क्रांति ला दी है। विज्ञापनदाता उपग्रह से विज्ञापन समाचार पत्रों को प्रेषित कर रहे हैं। विज्ञापन प्रसारण के साथ ही उपभोक्ताओं को उनकी पसन्द का उत्पादन उपलब्ध हो रहा है। उपग्रह प्रसारण सेवा का लाभ उठाकर पाठक की रुचि के अनुसार

उसके लिए विशेष परिशिष्ट तैयार किये जा रहे हैं। छपाई में क्रान्तिकारी परिवर्तन आये हैं। रंगों, चित्रों व पृष्ठ सज्जा का अनोखा सम्मिश्रण इसमें देखने को मिल रहा है।

वर्तमान में फोटोग्राफी भी बीते दशक की बात हो गयी है। डिजिटल कैमरों व कम्प्यूटर की कारीगरी से अनेकानेक नए प्रभाव व ग्राफिक्स तैयार हो रहे हैं। फोटो को इंटरनेट के माध्यम से कहीं भी भेजा जा रहा है। फोटो में रसायनों का इस्तेमाल नहीं हो रहा है और विशेष उपकरणों का उपयोग फोटोग्राफी की गुणवत्ता को नवीन आयाम दे रहा है।

आप टेलीविजन भी संचार व्यवस्था का एक अभिन्न अंग हो चुका है। इंटरनेट टेलीफोनी के उपयोग से कम्प्यूटर ने संदेश को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुंचाने में क्रान्तिकारी रूप दिया है। समाचार संकलन व प्रस्तुति के लिए यह प्रणाली कारगर सिद्ध हो रही है। साथ ही दूरदर्शन, रेडियो, फिल्मों, विज्ञापनों आदि के लिए भी कम्प्यूटर का आगमन एक वरदान सिद्ध हो रहा है। प्रस्तुति व प्रभाव के अनेक आयाम इससे सामने आ रहे हैं। कार्यक्रम निर्माण, परिकल्पना, प्रभाव को कम्प्यूटर पर पहले ही आकलित किया जा रहा है। फिल्म व धारावाहिक निर्माण में विशेष प्रभावों को डाला जा रहा है। चित्रों के संयोजन व ध्वनि व दृश्य के प्रभावों में मनचाहा संयोजन किया जा रहा है। कुल मिलाकर कहें तो कम्प्यूटर तकनीक मास-मीडिया के लिए एक वरदान के रूप में सिद्ध हुयी है। मास मीडिया में कम्प्यूटर की उपयोगिता का अध्ययन हम कुछ इस तरह कर सकते हैं –

7.6.1 कम्प्यूटर व टेलीविजन का संयोजन :

कम्प्यूटर व टेलीविजन के संयोजन से मल्टीमीडिया के क्षेत्र में अनेक नए आयाम जोड़े जा रहे हैं। कम्प्यूटर पर सम्पादन, वीडियो-फिलम्स, धारावाहिक, डॉक्यूमेंट्री आदि को इच्छानुसार क्रियात्मक रूप दिया गया है। चित्रों, ध्वनि के विभिन्न रूप को परिष्कृत व उन्नत किया जा रहा है। स्पेशल इफेक्ट्स, संयोजन व सम्पादन के माध्यम से पूरी परिकल्पना को विशेषता प्रदान की जा रही है।

वीसीडी के चलन ने टेलीविजन को वृहद आकार दे दिया है। मनचाहे संगीत, फोटो-फिल्मस का निर्माण पर्सनल कम्प्यूटर द्वारा हो रहा है। घरेलू कार्यक्रमों, फोटोग्राफी, शादी-उत्सवों, त्यौहारों आदि की रिकार्डिंग को विभिन्न प्रस्तुतियां दी जा रही हैं। कम्प्यूटर ने होम थियेटर, पारिवारिक फिल्म, गानों के नए अंदाज, तस्वीरों की अनेकानेक प्रस्तुतियों आदि की कल्पना को सार्थक बना दिया है। टेलीविजन कार्यक्रमों को किसी भी स्वरूप में प्रस्तुति के लिए वर्तमान में कम्प्यूटर सम्पादन का ही सहारा लिया जा रहा है।

7.6.2 वीडियो एडिटिंग :

कम्प्यूटर द्वारा सम्पादन में शूटिंग की समस्त सामग्री (ध्वनि व चित्रों) को कम्प्यूटर के निर्धारित सॉफ्टवेयर प्रोग्राम में फीड कर दिया जाता है। इसके बाद स्क्रीन पर उनकी प्रस्तुति को ऑन लाइन देखा जाता है। कार्य की आवश्यकता के अनुरूप अलग से डब की गई आवाज, सुर, संगीत आदि इसमें जोड़े-घटाए जा सकते हैं। साथ ही दृश्य प्रस्तुतियों में त्रिआयामी प्रभाव, रंग व दृश्यों का संयोजन, अतिरिक्त दृश्य आदि जोड़े-घटाए जा सकते हैं। चाहें तो वर्तमान दृश्यों को दूसरे दृश्य से प्रतिस्थापित किया जा सकता है। इस प्रकार प्रस्तुति में चार चांद तो लगते ही हैं उसके क्रम, गति, प्रभाव हिस्सों आदि को घटाया-बढ़ाया भी जा सकता है।

कल्पना और तकनीक की यह अनोखी क्रियात्मकता वर्तमान में धारावाहिकों, फिल्मों, गानों, कार्यक्रमों आदि में देखने-सुनने को मिल रही है। इससे कार्यक्रम अधिक रोचक व प्रभावी तो हो ही रहे हैं साथ ही वी सी डी के माध्यम से इनका व्यापक प्रचार-प्रसार भी हो रहा है।

7.6.3 वेबसाइट एवं अंकन :

जिन्दगी से जुड़े हर एक विषय पर आज लाखों वेबसाइट्स उपलब्ध हैं। तकनीकी तौर पर यदि आप कम्प्यूटर निर्देशों को क्रियान्वित कर सकते हैं तो ज्ञान-विज्ञान की एक नवीन दुनिया आपके सामने आ खड़ी होती है। बस आप इस

दुनिया में जितना चाहें उतने गहरे पैठते जाइए। आप अपनी कल्पना से भी परे निकल जाएंगे। अपने काम की सामग्री को आप जहां तक चाहें कम्प्यूटर को निर्देश देकर प्रिन्टर के माध्यम से प्राप्त कर सकते हैं। चाहें तो इसे फ्लॉपी डिस्क या सी डी में स्टोर कर सकते हैं। आप जहां चाहे वहां यह सामग्री आपके लिए उपलब्ध है।

शिक्षा, चिकित्सा, अध्ययन, ज्ञान-विज्ञान एवं शोध के लिए यह प्रक्रिया अत्यन्त आवश्यक है। इस प्रक्रिया का सकारात्मक प्रयोग करके आज के वैज्ञानिक युग में व्यक्ति सफलता के सोपान पर अग्रसर हो सकता है। साथ ही आवश्यक सामग्री को प्रिन्टर द्वारा या अन्य माध्यम से अंकित कर अपने शोध व सन्दर्भ हेतु प्रयुक्त कर सकता है।

7.6.4 कम्प्यूटर एवं विज्ञापन :

वर्तमान युग विज्ञापन का युग है। विज्ञापन को आधुनिक और प्रभावी बनाने में कम्प्यूटर की महत्वपूर्ण भूमिका है। प्रिन्ट मीडिया के विज्ञापनों की साज-सज्जा हो या टीवी विज्ञापनों की प्रभावी प्रस्तुतीकरण यह सब कम्प्यूटर पर निर्भर हो गया है।

कला एवं क्रियात्मकता का दूसरा नाम ही विज्ञापन है। आज चारों ओर विज्ञापनों की भरमार है। कुछ सैकण्ड का एक विज्ञापन जनमानस पर अपनी अमिट छाप छोड़ जाता है और यह सब उसकी दृश्य व श्रव्य प्रस्तुति का कमाल है। इस कमाल के पीछे हाथ है कम्प्यूटर का।

कम्प्यूटर से जहां ध्वनि व चित्रों को प्रभावी व आकर्षक बनाया जाता है वहीं गति, स्थिरता व प्रस्तुति का ऐसा तारतम्य भी किया जाता है कि बरबस देखने वाले की निगाहें थम जाती हैं। कम्प्यूटर से घटाना-बढ़ाना, शीर्षक, ध्वनि व दृश्य की बेहतर प्रस्तुति व मूल भाग को अन्य सम्पादित भाग से जुड़ाव कर अनोखी व

आकर्षक प्रस्तुति दी जा सकती है। कम्प्यूटर के प्रभाव के कारण ही वर्तमान में एक से एक सजीले व प्रस्तुति में चिताकर्षक विज्ञापन देखने को मिल रहे हैं।

7.6.5 दृश्यात्मक डिजाइन एवं रंग :

‘प्रस्तुति’ ही पत्रकारिता की जान है। मूलभूत तत्व का प्रभावी होना तो आवश्यक है ही पर जब तक दृश्यात्मक प्रस्तुति आकर्षक नहीं होगी तब तक पाठक या श्रोता उसे सर-आंखों पर नहीं रखेंगे। दृश्यात्मक डिजाइनों के माध्यम से आधारभूत सामग्री को संशोधित किया जाता है और पाठक के हाथों में जाने से पहले उसे नया आयाम मिलता है। विभिन्न प्रकार के शीर्षक, ग्राफिक्स, सारणियां, चित्र, गहरे व हल्के रंगों के प्रभाव, छाया व प्रकाश के संयोजन से सभी सामग्री जब प्रस्तुत होती है तो उसकी विजुअल अपील कुछ अलग ही होती है।

रंग जीवन में ही नहीं बल्कि प्रस्तुति के सभी स्तरों पर अपना प्रभाव रखते हैं। यही कारण है कि आज दृश्य माध्यमों में प्रस्तुति के अनुरूप रंगों को प्राथमिकता दी जाने लगी है। कम्प्यूटर में स्क्रीन पर सामग्री के अनुरूप विभिन्न रंग-संयोजनों को उसकी विजुअल अपील के व्यापक परिप्रेक्ष्य में देख-परख कर आवश्यकतानुसार संशोधन किए जाते हैं और प्रभावी प्रस्तुति को आकार दिया जाता है।

बोध प्रश्न

प्र01— वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग क्या है ?

उ0 वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग ने आज दुनिया को निकट ला दिया है। एक जगह पर स्थित कोई समूह या व्यक्ति दूसरी जगह पर स्थित व्यक्ति या समूह से इस माध्यम से ऐसे बात कर सकता है जैसे कि वह घर बैठे आमने-सामने बातें कर रहे हों। इसके जरिए दूर शिक्षा हेतु क्लासरूम की तरह पढ़ाई, जनसमस्याओं हेतु समाधान, वार्ताएं आदि के प्रयोग सफलतापूर्वक किये जा सकते हैं।

- प्र02-** पत्रकारिता के क्षेत्र में कम्प्यूटर की भूमिका बताइए ?
- उ0** पत्रकारिता के क्षेत्र में कम्प्यूटर अब कम्पोजिंग व्यवस्था का पर्याय हो चुका है। समाचार लिखने से लेकर पेज मेकिंग व सम्बन्धित चित्र लगाने तक के सारे कार्य अकेले कम्प्यूटर पर सम्पन्न हो सकते हैं। कम्प्यूटर की इस क्षमता और कार्य ने कम खर्च के कई संस्करण निकालने का रास्ता खोल दिया है।
- प्र03-** वीडियो एडिटिंग क्या है ?
- उ0** कम्प्यूटर द्वारा सम्पादन में शूटिंग की समस्त सामग्री (ध्वनि व चित्रों) को कम्प्यूटर के निर्धारित सॉफ्टवेयर प्रोग्राम में फीड कर दिया जाता है। इसके बाद स्क्रीन पर उनकी प्रस्तुति को ऑन लाइन देखा जाता है। कार्य की आवश्यकता के अनुरूप अलग से डब की गई आवाज, सुर, संगीत आदि इसमें जोड़े-घटाए जा सकते हैं। साथ ही दृश्य प्रस्तुतियों में त्रिआयामी प्रभाव, रंग व दृश्यों का संयोजन, अतिरिक्त दृश्य आदि जोड़े-घटाए जा सकते हैं। चाहें तो वर्तमान दृश्यों को दूसरे दृश्य से प्रतिस्थापित किया जा सकता है। इस प्रकार प्रस्तुति में चार चांद तो लगते ही हैं उसके क्रम, गति, प्रभाव हिस्सों आदि को घटाया-बढ़ाया भी जा सकता है।
- प्र04 -** वेबसाइट्स से हमें किस तरह की मदद मिलती है ?
- उ0** जिन्दगी से जुड़े हर एक विषय पर आज लाखों वेबसाइट्स उपलब्ध हैं। तकनीकी तौर पर यदि आप कम्प्यूटर निर्देशों को क्रियान्वित कर सकते हैं तो ज्ञान-विज्ञान की एक नवीन दुनिया आपके सामने आ खड़ी होती है।

7.7 सारांश :

हम यह भलिभांति जानते हैं कि वर्तमान युग कम्प्यूटर के युग के नाम से जाना जाता है। आज दैनिक क्रियाकलापों से लेकर रक्षाविज्ञान, शिक्षा, उद्योग, व्यवसाय, मनोरंजन, उपचार रेलवे आरक्षण, यातायत, टेलीफोन, टेलीग्राफ, दूरसंचार, अन्तरिक्ष विज्ञान, मौसम की जानकारी, अभियान्त्रिक, डिजायन तथा अन्वेषण एवं शोध तक कम्प्यूटर अपनी अहम् भूमिका निभा रहा है। कम्प्यूटर अंग्रेजी भाषा के शब्द 'कम्प्यूट' से बना है। 'कम्प्यूट' का अर्थ अंकों की गिनती करना, गणना करना या हिसाब-किताब करने वाली मशीन से है। वैसे अब कम्प्यूटर का उपयोग गणितीय कार्यों के लिये कम तथा गणितेतर सूचनाओं के संसोधनों के लिए अधिक किया जा रहा है।

पत्रकारिता एवं जनसंचार का कोई भी पहलू कम्प्यूटर तकनीक से अछूता नहीं है। मीडिया के क्षेत्र का हर पहलू कम्प्यूटर से जुड़ा है। दुनिया भर में सूचना क्रान्ति के आगमन के साथ ही दुनिया में तकनीकी तौर पर भी क्रान्ति आई है और दुनिया आज एक क्लिक (कम्प्यूटर के माउस द्वारा) के इशारे पर सिमट आई है। चाहे वार्तालाप करना हो, चाहे सूचनाओं का आदान-प्रदान, चाहे विज्ञापन चाहिए या चित्र, कोई संशोधन परिवर्धन चाहिए या सज्जा, उपग्रह से देशों की दूरियां लांघनी हो या मुख्य कार्यालय को अन्य कार्यालय से जोड़ना हो। हर कहीं कम्प्यूटर की उपयोगिता है, आवश्यकता है।

उपरोक्त अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि वर्तमान युग के हर पहलू व हर क्षेत्र में कम्प्यूटर का जितना हस्तक्षेप बढ़ गया है उतनी ही महत्वपूर्ण भूमिका पत्रकारिता एवं जनसंचार में भी इसकी हो गयी है। यह प्रिन्ट मीडिया की साज-सज्जा हो या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की दृश्यात्मक डिजायन व रंग, हर जगह कम्प्यूटर तकनीक का ही बोलबाला है। यह कम्प्यूटर का ही कमाल है कि आज पत्रकारिता में एक और विधा साइबर पत्रकारिता के रूप में जुड़ गई है जिसने विश्व को एक घर में समेट दिया है।

7.8 शब्दावली :

हार्डवेयर : कम्प्यूटर के पार्ट, जो कम्प्यूटर के घटक भी कहलाते हैं। जैसे—आउटपुट/इनपुट सिस्टम, सीपीयू, प्रिन्टर एवं अन्य डिवाइसेस।

साफ्टवेयर : कम्प्यूटर को चलाने वाले वे घटक जो कम्प्यूटर को ऑपरेट करते हैं साँफ्टवेयर कहलाते हैं। जैसे विन्डोस, डॉस, एमएस ऑफिस आदि।

CPU : सेन्ट्रल प्रोसेसिंग यूनिट या सिस्टम यूनिट इसे कम्प्यूटर का दिमाग भी कहते हैं।

मशीन भाषा : कम्प्यूटर जिस भाषा में कार्य करता है उसे कम्प्यूटर भाषा (Machine Language) कहते हैं। 0 और 01 बाइनेरी नम्बर ही कम्प्यूटर की भाषा होती है।

इनिएक (ENIAC) : सन् 1946 में डॉ० जॉन एच. मुचली ने एक इलेक्ट्रॉनिक मशीन का निर्माण किया जिसे इनिएक (ENIAC) कहा गया। इनमें गणनाएं इलेक्ट्रॉनिक तरंगों के द्वारा होती थीं। यह बहुत तीव्रता वाला कम्प्यूटर था साथ ही यह बाइनेरी अंकों का संग्रह भी कर सकता था।

पी.सी. : यह पर्सनल कम्प्यूटर होता है। इसे व्यक्तिगत रूप से उपयोग में लाया जाता है जिसकी कार्यक्षमता बड़े-बड़े उद्योगों व कार्यालयों में लगे कम्प्यूटर से कम होती है।

DOS : डिस्क ऑपरेटिंग सिस्टम एक ऐसा ऑपरेटिंग सिस्टम है जो कम्प्यूटर को उसके डिस्क के माध्यम से ऑपरेट करता है। इसलिए इसे डिस्क ऑपरेटिंग सिस्टम कहते हैं। यह ऑपरेटिंग सिस्टम कम्प्यूटर को दो कमाण्ड्स द्वारा ऑपरेट करता है— बाह्य निर्देश (External Commands) आंतरिक निर्देश (Internal Commands)।

वर्तमान में इस ऑपरेटिंग सिस्टम को उपयोग बहुत कम है।

LINUX (लाईनेक्स) : यह सॉफ्टवेयर मुख्यतः नेटवर्किंग के काम आता है। यह सर्वर व इंटरनेट को ऑपरेट करने के लिए उपयोग में लाया जाता है।

UNIX (युनिक्स) : यह बेल टेलीफोन द्वारा विकसित 16 बिट वाले मिनी एवं माइक्रो कम्प्यूटर के लिए बहुत ही लोकप्रिय क्रियात्मक पद्धति है।

WINDOWS (विण्डोज) : यह भी एक महत्वपूर्ण ऑपरेटिंग सॉफ्टवेयर है जो विण्डोज 95, 98, 2000, XP1, XP2, XP3, XP Vista, से लेकर वर्तमान XP2007 (एक्स पी 2007) तक पहुंच गया है। वर्तमान में यही ऑपरेटिंग सॉफ्टवेयर उपयोग में लाया जाता है।

7.9 त्वरित अभ्यास :

1. कम्प्यूटर क्या है ? इसकी कार्यशैली को विस्तार से समझाइए ?
2. कम्प्यूटर का पूर्ण विकास किस प्रकार हुआ ? समझाइए ?
3. कम्प्यूटर के कितने प्रकार हैं ? प्रत्येक को परिभाषित कीजिए ?
4. एनालिटिकल इंजन क्या है ? इसके क्या गुण हैं ?
5. साफ्टवेयर को परिभाषित कीजिए ?
6. विज्ञापनों को आधुनिक और प्रभावी बनाने में कम्प्यूटर की भूमिका बताइए?
7. वर्तमान में चल रहे आधुनिकतम सॉफ्टवेयर ने मीडिया जगत को किस तरह प्रभावित किया है।
8. टेलीविजन संचार व्यवस्था का महत्वपूर्ण अंग है ? समझाइए ?

9. इंटरनेट मासमीडिया की एक महत्वपूर्ण विधा है ? समझाइए ?
10. कस्टम सॉफ्टवेयर क्या है ?
11. वर्तमान युग में कम्प्यूटर की उपयोगिता किस हद तक बढ़ी है ?
12. परिचालन पद्धति के आधार पर कम्प्यूटर कितने प्रकार के होते हैं ?

7.10 अभ्यासार्थ प्रश्न :

प्रश्न-1 किसी अखबार के कार्यालय में कम्प्यूटर के उपयोग पर एक रिपोर्ट तैयार कीजिए ?

प्रश्न-2 कम्प्यूटर के हार्डवेयर कौन-कौन से हैं ?

प्रश्न-3 कम्प्यूटर में साफ्टवेयर का क्या उपयोग है ?

प्रश्न-4 कम्प्यूटर किन-किन चरणों से होता हुआ अपने वर्तमान स्वरूप तक पहुंचा है?

प्रश्न-5 तकनीकी विकास ने विश्व जगत में किस तरह के बदलाव किये हैं?

प्रश्न-6 एप्लिकेशन साफ्टवेयर क्या हैं ? MS OFFICE (एमएस ऑफिस), D-Base डी बेस को परिभाषित कीजिए ?

प्रश्न-7 किसी विज्ञापन या समाचार का अच्छा प्रस्तुतिकरण क्यों आवश्यक है? समझाइए ?

प्रश्न -8 UNIX (युनिक्स) व WINDOWS (विण्डोज) को परिभाषित कीजिए ?

7.11 प्रयोगात्मक अभ्यास :

कम्प्यूटर के उपयोग से हमारी कार्यशैली किस हद तक प्रभावित हुई है ? इस पर एक लेख लिखिए।

7.12 सन्दर्भ ग्रन्थ :

1. प्रो. हरिमोहन : सूचना प्रौद्योगिकी और जनमाध्यम
2. चद्दा, सविता : आधुनिक जनसंचार और हिंदी
3. पटेरिया, मनोज : विज्ञान संचार
4. माथुर, श्याम : वेब पत्रकारिता
5. कुमार, सुरेश : इंटरनेट पत्रकारिता
6. पचौरी, सुधीश एवं शर्मा, अचला : नए जनसंचार माध्यम और हिंदी
7. By Roy Methew : Information & Communication
Technology:Recasting Developments,
Cyber Journalism -

इकाई-08

इन्टरनेट एवं ई-मेल

इकाई की रूपरेखा

8.0 उद्देश्य

8.1 प्रस्तावना

8.2 इन्टरनेट— अर्थ, कार्यविधि एवं संक्षिप्त इतिहास

8.2.1 इन्टरनेट की उपयोगिता

8.2.2 इन्टरनेट से कैसे जुड़ें

8.2.3 इन्टरनेट के सकारात्मक एवं नकारात्मक पक्ष

8.2.4 वेबसाइट (WWW)

8.2.5 वेब पेज

8.2.6 सर्च इंजन

8.2.7 होम पेज

8.3 ई-मेल परिचय, अर्थ, अवधारणाएं

8.4 वीडियो कान्फ्रेंसिंग व टेलीफोनी, दृश्य माध्यम

8.5 सारांश

8.6 शब्दावली

8.7 त्वरित अभ्यास

8.8 अभ्यासार्थ प्रश्न

8.9 प्रयोगात्मक अभ्यास

8.10 संदर्भ ग्रन्थ

8.0 उद्देश्य :

वर्तमान में इन्टरनेट ने दुनिया को एक जाल में बांध दिया है। आप एक माऊस क्लिक करते ही दुनिया के किसी भी कोने की कोई भी खबर को देख सकते हैं, पढ़ सकते हैं। इन्टरनेट का यदि हम अर्थ निकालें तो 'नेट' का अर्थ जाल और 'इन्टर' का अर्थ है एक निश्चित परिधि से बाहर यानि विश्व। इसलिए इन्टरनेट का अर्थ हम विश्व जाल या अन्तर्राष्ट्रीय जाल से लगा सकते हैं।

ऐसा विषय जिसने पूरे विश्व को अपने जाल में बांध लिया है और जिसके प्रचलन से पूरा विश्व एक गांव के रूप में सिमट गया है और सारे विश्व का समाज एक बना गया है। उस विषय का अध्ययन करना आज पत्रकारिता और जनसंचार के छात्रों के लिए आवश्यक हो गया है।

इस इकाई का उद्देश्य छात्रों को इंटरनेट की जानकारी देना तथा उन को दुनिया से जोड़ने वाली इस विधा का ज्ञान कराना है। इस इकाई के मुख्य उद्देश्य निम्नवत है:

- इन्टरनेट जैसे महत्वपूर्ण विषय से छात्रों को परिचित कराना, क्योंकि वर्तमान में इन्टरनेट के ज्ञान के बिना किसी व्यक्ति का आधुनिक भौतिकवादी जीवन में आगे बढ़पाना असम्भव है।
- आज डाकिया की डाक व्यवस्था धीमी पड़ गयी है और कम्प्यूटर की डाक व्यवस्था (ई-मेल) का प्रचलन बढ़ गया है। अपने दोस्तों से चैटिंग करनी हो या उन तक सूचना पहुंचानी हो या संवाद करना हो तो ई-मेल एक अच्छा माध्यम है। इसलिए दूरस्थ शिक्षा के पत्रकारिता एवं जनसंचार विषय के छात्रों को ई-मेल जैसे विषय की जानकारी इस इकाई के माध्यम से दी जा रही है।

8.1 प्रस्तावना :

कम्प्यूटर व सूचना प्रौद्योगिकी के लिए इंटरनेट एक सेवा संचार माध्यम है जो सारे विश्व को प्रभावित कर रहा है। सूचना व ज्ञान का यह अथाह भंडार है। 'इंटरनेट' से जुड़ते ही व्यक्ति के लिए ज्ञान व सूचना की अथाह दुनिया सामने आ खड़ी हाती है। इंटरनेट का यह चमत्कार घरेलू कम्प्यूटर से लेकर बड़ी-बड़ी व्यावसायिक संरचनाओं के कम्प्यूटरों तक अपना कमाल दिखा सकता है। सिर्फ एक 'मोडेम' टेलीफोन लाइन या इंटरनेट कनेक्शन की मदद से आपका कम्प्यूटर 'इंटरनेट' सुविधा का दाता बन जाता है। इंटरनेट के लिए न तो कोई 'कंट्रोल केन्द्र' होता है और न ही कोई 'पर्यवेक्षक'। इस तन्त्र की समस्त गतिविधियां स्व-संचालित होती हैं।

इंटरनेट के प्रारम्भिक दौर में किसी ने यह नहीं सोचा था कि यह माध्यम एक 'क्लिक' के इशारे पर पूरे विश्व में सूचना तन्त्र को सक्रिय कर सकेगा। इसकी शुरुआत 1960 के दशक में तब हुई जब यूनाइटेड स्टेट सरकार ने एक ऐसे तन्त्र की स्थापना के विषय में सोचा जिसमें सभी संचार लाइनों को 'न्यक्लिअर युद्ध' की दशा में भी सुचारू रखा जा सके। वे एक केन्द्रीय कंट्रोल नहीं चाहते थे क्योंकि ऐसी दशा में इससे जुड़ा सम्पूर्ण तन्त्र बेकार एवं अप्रभावी हो सकता था। उनकी 'एडवांस रिसर्च प्रोजेक्ट एजेन्सी' (ए.आर.पी.ए.) ने विकेन्द्रीकृत-व्यवस्था का एक नमूना तैयार किया। जो 1969 में तैयार हुआ और इसने विश्वविद्यालयों को 'अर्पानेट' (ARPANET) नाम से जोड़ा। धीरे-धीरे यह तन्त्र सक्रिय हुआ और सम्पूर्ण विश्व को इसने 'इंटरनेट' नाम से जोड़ दिया। इंटरनेट जिसे संक्षिप्त में 'नेट' कहा जाता है का सबसे महत्वपूर्ण पहलू है 'वर्ल्ड वाइड वेब'(WWW)।

अपने पारिभाषिक रूप में इंटरनेट दुनिया भर में मौजूद कम्प्यूटरों को एक-दूसरे से जोड़ने वाली एक अंतर्जालीय जटिल संरचना है, जिसे कार्य करने के लिए पृथ्वी के आउटर स्पेस में अत्याधुनिक उपग्रह संचार प्रणाली और धरती पर फाइबर केबल्स की आवश्यकता होती है, जिनमें आँकड़ों का संचरण लगभग प्रकाश

की गति से होता है—जिसको हम मुहावरे में कहते हैं “पलक झपकते”। हम तक यह संचरण टेलीफोन के तार और मोबाइल कनेक्शन के द्वारा पहुँचता है। यह लगभग अकल्पनीय लगता है कि दुनिया भर में मौजूद करोड़ों कम्प्यूटर एक सेकेंड या उससे भी कम वक्त में एक—दूसरे से संवाद कर सकते हैं और अपनी सूचनाओं को आपस में बाँट सकते हैं।

8.2 इंटरनेट – अर्थ, कार्यविधि एवं संक्षिप्त इतिहास :

इंटरनेट शब्द का हिंदी अनुवाद अंतरजाल किया जाता है लेकिन मूल अंग्रेजी शब्द ही व्यापक प्रचलन में है। इसे संक्षिप्त में ‘नेट’ भी कह दिया जाता है, जिसका अर्थ है जाल। वास्तव में इंटरनेट एक जाल ही है, जिसके असंख्य धागे एक दूसरे से मिलकर एक विशाल और अत्यंत जटिल संरचना का निर्माण करते हैं। इसकी तुलना मकड़ी के जाल से की जा सकती है।

एक परिभाषा के अनुसार *‘अंतरजाल एक—दूसरे से जुड़े संगणकों का एक विशाल विश्वव्यापी नेटवर्क या जाल है। इसमें कई संगठनों, विश्वविद्यालयों आदि के निजी और सरकारी संगणक जुड़े हुए हैं। अंतरजाल से जुड़े हुए संगणक आपस में अंतरजालीय नियमावली (Internet Protocol) सूचना का आदान—प्रदान करते हैं।’*

अंतरजाल के जरिये मिलने वाली सूचनाओं और सेवाओं में अंतरजालपृष्ठ, ई—मेल और आपसी बातचीत (आडियो तथा वीडियो कांफ्रेंसिंग) सेवा प्रमुख हैं। इनके साथ—साथ चलचित्र, संगीत, वीडियो के इलेक्ट्रानिक या कम्प्यूटर की भाषा में कहें तो डिजिटल रूप भी इसमें शामिल हैं।

अपने पारिभाषिक रूप में इंटरनेट दुनिया भर में मौजूद कम्प्यूटर्स को एक—दूसरे से जोड़ने वाली एक अंतरजालीय जटिल संरचना है, जिसे कार्य करने के लिए धरती के आउटर स्पेस में अत्याधुनिक उपग्रह संचार प्रणाली और धरती पर

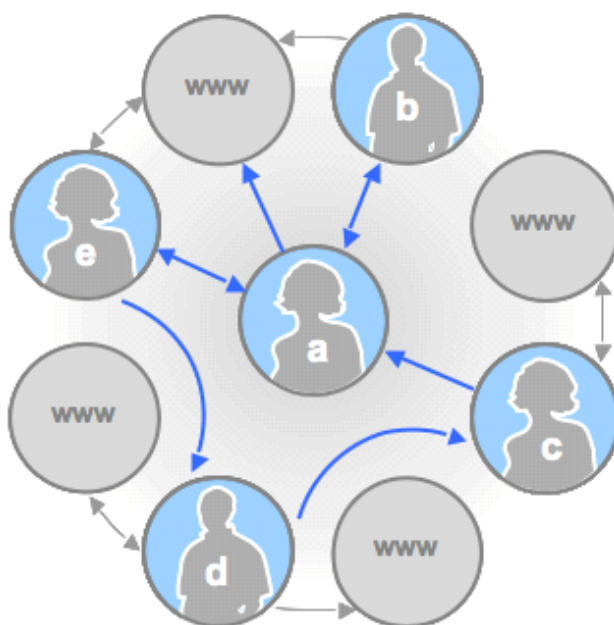
फाइबर केबल्स की आवश्यकता होती है, जिनमें आँकड़ों का संचरण लगभग प्रकाश की गति से होता है। हम तक यह संचरण टेलीफोन के तार और मोबाइल कनेक्शन के द्वारा पहुँचता है। इंटरनेट के द्वारा दुनिया भर में मौजूद करोड़ों कम्प्यूटर एक सेकेंड या उससे भी कम वक्त में एक-दूसरे संवाद कर सकते हैं और अपनी सूचनाओं को आपस में बाँट सकते हैं। इसके जरिए एक-दूसरे की बोलती तस्वीरें आपस में बात करती हैं, भले ही दूरी हजारों किलोमीटर की क्यों न हो। आधुनिक उपग्रह प्रणाली और इंटरनेट तकनीक ने इसे सम्भव बनाया है। इस संचरण को और तीव्र बनाने की तकनीक पर शोध और प्रयोग लगातार जारी हैं, जिनके कारण इंटरनेट और संचार से जुड़े नए-नए उपकरण निरन्तर विकसित होते जा रहे हैं। इंटरनेट का सफर, १९७० के दशक में, विंट सर्फ (Vint Cerf) और बाबकाहन् (Bob Kahn) ने शुरू किया था। उन्होंने एक ऐसे तरीके का आविष्कार किया, जिसके द्वारा कम्प्यूटर पर किसी सूचना को छोटे-छोटे पैकेट में तोड़ा जा सकता था और दूसरे कम्प्यूटर में इस प्रकार से भेजा जा सकता था कि वे पैकेट दूसरे कम्प्यूटर पर पहुंच कर पुनः उस सूचना की प्रतिलिपी बना सकें –अर्थात् कम्प्यूटरों के बीच संवाद करने का तरीका निकाला। इस तरीके को ट्रांसमिशन कंट्रोल प्रोटोकॉल [Transmission Control Protocol (TCP)] कहा गया।

सूचना का इस तरह से आदान प्रदान तब भी हो सकता है जब किसी नेटवर्क में दो से अधिक कम्प्यूटर हों। क्योंकि किसी भी नेटवर्क में हर कम्प्यूटर का खास पता होता है। इस पते को इंटरनेट प्रोटोकॉल पता कहा जाता है। इंटरनेट प्रोटोकॉल पता वास्तव में कुछ नम्बर होते हैं जो एक दूसरे से एक बिंदु के द्वारा अलग-अलग किए गए हैं।

सूचना को जब छोटे-छोटे पैकेटों में तोड़ कर दूसरे कम्प्यूटर में भेजा जाता है तो यह पैकेट एक तरह से एक चिट्ठी होती है जिसमें भेजने वाले कम्प्यूटर का पता और पाने वाले कम्प्यूटर का पता लिखा होता है। जब वह पैकेट किसी भी नेटवर्क कम्प्यूटर के पास पहुँचता है तो कम्प्यूटर देखता है कि वह पैकेट उसके लिए भेजा गया है या नहीं। यदि वह पैकेट उसके लिए नहीं भेजा गया है तो वह

उसे आगे उस दिशा में बढ़ा देता है जिस दिशा में वह कंप्यूटर है जिसके लिये वह पैकेट भेजा गया है। इस तरह से पैकेट को एक जगह से दूसरी जगह भेजने को ही इण्टरनेट प्रोटोकॉल {Internet Protocol (I-P)} कहा जाता है।

अक्सर कार्यालयों के सारे कम्प्यूटर आपस में एक दूसरे से जुड़े रहते हैं और वे एक दूसरे से संवाद कर सकते हैं। इसको Local Area Network (LAN) लेन कहते हैं। लेन में जुड़ा कोई कंप्यूटर या कोई अकेला कंप्यूटर, दूसरे कंप्यूटरों के साथ टेलीफोन लाइन या सेटेलाइट से जुड़ा रहता है। अर्थात्, दुनिया भर के कम्प्यूटर एक दूसरे से जुड़े हैं। इण्टरनेट, दुनिया भर के कम्प्यूटर का ऐसा नेटवर्क है जो एक दूसरे से संवाद कर सकता है। वास्तविकता तो यह है कि इंटरनेट अब एक विशाल नेटवर्क होने से कहीं आगे खुद कई सारे नेटवर्क्स का अन्तर्राष्ट्रीय नेटवर्क है। आज 200 से भी ज़्यादा देशों के लाखों नेटवर्क इसके सम्पर्क द्वारा एक-दूसरे से जुड़े हैं। शिक्षा, विज्ञान, सरकार और व्यवसाय आदि अनेक क्षेत्रों से जुड़े करोड़ों लोग इसका उपयोग कर रहे हैं। पहले जहाँ यह विशिष्टों का साध्य था, वहीं अब ये सामान्यजनों का साधन बन चुका है। अनगिनत लोगों को इसने रोज़गार दिया है। कम्प्यूटर्स के इस अनोखे त्वरित अंतर्जालीय जुड़ाव को समझने के लिए सरल रूप में इस तरह चित्रित किया जा सकता है –



दुनिया भर के कम्प्यूटर्स तक पहुँचने और वांछित फाइल ढूँढने की प्रमुख विधियाँ हैं— गोफर्स, आर्ची, डब्लूएआईएस और वर्ल्ड वाइड वेब। डब्लूडब्लूडब्लू का ही पूर्ण रूप वर्ल्ड वाइड वेब है, जिसे वेबसाइट्स के पते में इस्तेमाल कर इंटरनेट पर दस्तावेजों की खोज की पद्धति के रूप में प्रयोग किया जाता है। उपर्युक्त आरेख सीमित है, इस तरह के जुड़ाव वस्तुतः अनगिनत होते हैं और हर वक्त अस्तित्वमान होते हैं। डब्लूडब्लूडब्लू से जब कोई वेबपृष्ठ नहीं प्राप्त नहीं होता तो उसे हाइपरटेक्स्ट ट्रांसफर प्रोटोकाल द्वारा प्राप्त किया जाता है, जिसका संक्षिप्त रूप एचटीटीपी(<http://>) इस्तेमाल में आता है।

इंटरनेट का संक्षिप्त इतिहास इस प्रकार है –

- 1969 इंटरनेट अमेरिकी रक्षा विभाग के द्वारा UCLA के तथा स्टैनफोर्ड अनुसंधान संस्थान कम्प्यूटर्स का नेटवर्किंग करके इंटरनेट की संरचना की गई। शुरू में इसे अर्पानेट (ARPANET) कहा गया। अमेरिका रक्षा विभाग ने सैन्य एवं नागरिक अनुसंधानकर्ताओं को रक्षा योजनाओं के बारे में सूचनाएँ भिजवाने के लिए इसकी स्थापना की।
- 1979 में ब्रिटिश डाकघर ने पहला अंतरराष्ट्रीय कम्प्यूटर नेटवर्क बना कर नई प्रौद्योगिकी का उपयोग करना आरम्भ किया।
- 1980 में बिल गेट्स का आईबीएम के कम्प्यूटर्स पर एक माइक्रोसॉफ्ट ऑपरेटिंग सिस्टम लगाने के लिए सौदा हुआ।
- 1983 में अर्पानेट को दो नेटवर्कों में बँट गया, जो आपस में जुड़ हुए थे – अर्पानेट और मिलनेट (MILNET)। यहीं से इंटरनेट की औपचारिक शुरुआत मानी जाती है।
- 1984 एप्पल ने पहली बार फाइलों और फोल्डरों, ड्रॉप डाउन मेनू, माउस, ग्राफिक्स का प्रयोग आदि से युक्त आधुनिक सफल कम्प्यूटर लांच किया।

- आरम्भिक काल में इंटरनेट का उपयोग केवल सेना से सम्बन्धित अनुसंधानों तथा क्रियाकलापों के लिए ही स्वीकृत था लेकिन 1986 में NSFNET(National Science Foundation Network) नामक एक नेटवर्क इंटरनेट से सम्बद्ध हो गया और धीरे-धीरे इसने दुनिया भर के लिए अपने द्वार खोल दिए।
- 1989 टिम बर्नर ली ने इंटरनेट पर संचार को सरल बनाने के लिए ब्राउजरों, पन्नों और लिंक का उपयोग कर के वर्ल्ड वाइड वेब बनाया।
- 1996 गूगल ने स्टैनफोर्ड विश्वविद्यालय में एक अनुसंधान परियोजना शुरू किया जो कि दो साल बाद औपचारिक रूप से काम करने लगा।
- 2009 डॉ स्टीफन वॉल्फरैम ने वाल्फैरम अल्फा लांच किया।
- भारत में अंतरजाल 80 के दशक में आया, जब एनेट (educational & research network) को सरकार, इलेक्ट्रॉनिक्स विभाग और संयुक्त राष्ट्र उन्नति कार्यक्रम (UNDP)की ओर से प्रोत्साहन मिला तथा सामान्य उपयोग के लिये जाल 15 अगस्त 1995 से उपलब्ध हुआ, जब विदेश संचार निगम सीमित (VSNL) ने गेटवे सर्विस शुरू की।

8.2.1 इंटरनेट की उपयोगिता :

इंटरनेट के अविष्कार ने सूचना प्रौद्योगिकी को जहाँ बड़े स्तर पर प्रोत्साहित किया है वहीं इसने मानव-जीवन के हर पहलू पर अपना व्यापक प्रभाव छोड़ा है। यह एक क्रान्ति है जिसने हर वर्ग को अपने प्रभाव में ले लिया है। चिकित्सक, अभियंता, वैज्ञानिक, व्यवसायी, शिक्षक, शोधकर्ता, विद्यार्थी तथा आम नागरिक सभी इंटरनेट को प्रयोग में ला सकते हैं। शायद ही आज तक के किसी अन्य अविष्कार ने विश्व स्तर पर जनमानस को इतने बड़े स्तर पर अपनी लोकप्रियता के प्रभाव में

लिया हो। मनोरंजन, व्यावसाय, शिक्षा, चिकित्सा सब का सब अब मानों कम्प्यूटर के अंदर समा गया है।

आखिर इंटरनेट को उपयोगी बनाने वाले वे कौन से कारण हैं? इस पर दृष्टि डालें तो हमें पता चलेगा कि इसके प्रमुख कारक इस प्रकार हैं :

- (1) संचार (Communication)
- (2) ई-मेल (E-Mail)
- (3) न्यूज ग्रुप्स (News Groups)
- (4) चैटिंग (Chatting)
- (5) सर्च (Search)
- (6) डाउनलोड (Download)

इंटरनेट के उपरोक्त तत्वों की सहायता जहां एक ओर संचार माध्यम के रूप में इससे जानकारी ली या दी जा सकती है वहीं ई-मेल के जरिए संदेश प्राप्त किये जा सकते हैं। पलभर में संदेश को विश्व के किसी भी कोने में भेजा सकता है। 'न्यूज ग्रुप' में नियत स्थान पर सूचना प्राप्त की जा सकती है साथ ही अपनी बात भी कही जा सकती है। सामान्य लोग अपने विचारों का आदान-प्रदान भी इसके जरिए कर सकते हैं। मात्र एक फोन काल की तरह कम्प्यूटर की स्क्रीन पर आप लिखित स्वरूप में बात कर सकते हैं। चाहे तो आप वेब कैमरे से अपनी सजीत फोटो भी बातचीत में प्रेषित कर सकते हैं। दुनियाभर की मनोरंजक व ज्ञानवर्धक सामग्री, छायाचित्रों सारणियों, आंकड़ों आदि को कहीं से भी अपनी मनपसंद वेबसाइट से चुनकर संकलित व मुद्रित किया जा सकता है। चैट के माध्यम से बातचीत व सूचना को संप्रेषित किया जा सकता है। 'सर्च' के जरिए दुनिया भर की तमाम वेबसाइटों से उपयोगी सामग्री को अपनी आवश्यकता एवं संदर्भ के लिए 'डाउनलोड' किया जा सकता है। इन्हें इच्छा के अनुसार फ्लॉपी

डिस्क या पेन ड्राइव पर संग्रहित किया जा सकता है। यदि आप चाहें तो इस जानकारी को अपनी आवश्यकता के अनुरूप प्रिन्टर की सहायता से मुद्रित भी कर सकते हैं।

इंटरनेट के उपयोग असीमित हैं। आज इंटरनेट के उपयोग के क्षेत्र का अंदाजा लगाना एक कठिन कार्य है। किन्तु, इनके प्रमुख उपयोग निम्न हैं—

- यात्रा से सम्बन्धित सूचना प्राप्त करने में।
- शेयरों के क्रय-विक्रय तथा उनके मूल्य की नवीनतम जानकारी के लिए।
- सामान का क्रय-विक्रय करने में।
- नौकरी की तलाश के लिए।
- भाषा सीखने के लिए।
- विश्व के किसी भी कोने में मित्र बनाने के लिए।
- विभिन्न प्रतियोगिताओं में भाग लेने के लिए।
- सॉफ्टवेयर को डाउनलोड करने के लिए।
- विभिन्न संस्थाओं, प्रतिष्ठानों, संग्रहालय, पुस्तकालय आदि के संसाधनों को एक्सेस करने तथा इलेक्ट्रॉनिक रूप में भ्रमण करने के लिए।
- ऐसे मित्रों से बात करने के लिए जो हमसे हजारों मील दूर हों।
- अपना होम पेज बनाने के लिए।
- किसी विषय पर दुनिया के लोगों के विचार जानने तथा अपने विचारों को उनके बीच साझा करने (जैसे ब्लॉग बनाना) के लिए।

- दुनियाभर के स्टॉक एक्सचेंजों से शेयर की कीमत जानने के लिए।
- ऐसे समाचार पढ़ने के लिए जो स्थानीय स्तर पर उपलब्ध नहीं है उदाहरणार्थ न्यूआर्क टाइम्स समाचार पत्र जो अमेरिका में प्रकाशित होता है उसे भारत के किसी भी गांव या शहर में बैठे-बैठे इंटरनेट के माध्यम से पढ़ा जा सकता है और प्रिन्ट किया जा सकता है।

8.2.2 इंटरनेट से कैसे जुड़ें :

इंटरनेट कनेक्शन के माध्यम से इस अदभुत सूचना-तंत्र से जुड़ा जा सकता है। इंटरनेट सर्विस प्रदाता संस्था इस प्रयोजन हेतु शुल्क लेकर सेवाएं प्रदान करती है। इन्हें आई.एस.पी. (I.S.P. Internet Service Provider) भी कहा जाता है। भारत में इस तरह की प्रमुख संस्थाएं हैं :

- (1) विदेश संचार निगम लिमिटेड (VSNL)
- (2) सत्यम ऑनलाईन (Styam Online)
- (3) भारत संचार निगम लिमिटेड (BSNL)
- (4) मंत्र ऑनलाइन (Manter Online)
- (5) डिशनेट (DISNET)
- (6) रिलाइन्स (Relince) आदि।

इंटरनेट से जुड़ने के लिए आपको अपनी व्यक्तिगत फोन लाइन से जुड़ना होता है। इस प्रयोजन हेतु एक उपकरण जिसे 'मोडेम' कहा जाता है की आवश्यकता होती है। मोडेम का पूरा नाम मोडुलेटर-डिमोडुलेटर है (Modem= Modulator & Demodulator)। यह सूचनाओं के आदान प्रदान के लिए होता है जो एक ओर फोन लाइन से तथा दूसरी ओर कम्प्यूटर से जुड़ा होता है।

मोडेम मुख्यतः दो प्रकार के होते हैं—

1 बाह्य मोडेम (External Modem) – यह कम्प्यूटर के बाहर से लगा होता है तथा सीपीयू के लाईन कार्ड से जुड़ा होता है। अधिकांशतः अब बाह्य मोडेम ही उपयोग में लाये जा रहे हैं। ब्राडबैंड कनेक्शन के मोडेम इसका मुख्य उदाहरण है।

2. आंतरिक मोडेम (Internal Modem) यह कम्प्यूटर के सीपीयू के अन्दर की ओर मदरबोर्ड पर लगे रहते हैं। इनकी जगह पर अब लाईन कार्ड प्रयोग किये जाते हैं।

मोडेम 'डिजिटल' सिगनलों को 'एनालॉग' सिगनल में परिवर्तित कर देता है। इस प्रक्रिया के द्वारा वे टेलीफोन की लाइन के माध्यम से संचालित हो सकते हैं। दूसरी ओर यही मोडेम आने वाले 'एनालॉग' सिगनल को 'डिजिटल' रूप में बदल देता है। इससे कम्प्यूटर इन्हें समझ और स्वीकार कर लेता है। नेट पर सूचनाएं 'डिजिटल' स्वरूप में संकलित होती हैं। इनके व्यवस्थित रूप को 'वेब पेज' कहा जाता है। सम्बन्धित सम्पूर्ण 'वेब पेज' का संकलन 'वेबसाइट' कहा जाता है। प्रत्येक वेबसाइट का शुरुआती पृष्ठ 'होम पेज' कहलाता है। प्रत्येक वेब पेज का एक समानीकृत पता है जिसे 'यूनीफार्म रिसोर्स लोकेटर (यू.आर.एल.) (Uniform Resource Locator, U.R.L) कहा जाता है। उदाहरणतः [www. yahoo.com](http://www.yahoo.com), [www sanchar.com](http://www.sanchar.com) आदि विभिन्न वेबसाइटों को उनकी उपयोगिता के अनुसार खोल कर उपयोग में लाया जा सकता है। इस क्रिया के लिए इंटरनेट के निर्धारित प्रारूप के एड्रेस बॉक्स में इच्छित साइट का पता टाइप किया जाता है और वह साइट खुल जाती है।

8.2.3 इंटरनेट के सकारात्मक एवं नकारात्मक पक्ष :

इंटरनेट के अविष्कार ने सूचना प्रौद्योगिकी को जहां बड़े स्तर पर प्रोत्साहित किया है वहीं इसने मानव-जीवन की शैली पर भी अपना व्यापक प्रभाव छोड़ा है। यह एक क्रान्ति है जिसने हर वर्ग को हर तरह से अपने घेरे में ले रखा है।

चिकित्सक, अभियंता, वैज्ञानिक, व्यवसायी, शिक्षक, शोधकर्ता, विद्यार्थी तथा आम नागरिक सभी इंटरनेट को प्रयोग में ला सकते हैं। यह सर्व उपयोगी और सर्वव्यापी है। इंटरनेट ने जहां समाज के विकास में अपना योगदान दिया है वहीं इसके कुछ नकारात्मक पहलू भी सामने आये हैं। इंटरनेट के सकारात्मक व नकारात्मक पहलू निम्नवत हैं—

(अ) सकारात्मक पक्ष : इंटरनेट के सकारात्मक पक्ष इस प्रकार हैं—

1. ज्ञान—विज्ञान व सूचनाओं का प्रसार—प्रचार।
2. सम्पूर्ण विश्व का एक छोटे दायरे में आना, जिससे विश्व के समुदायों में नजदीकी बढी है।
3. कहीं भी, कभी भी, किसी भी वांछित सूचना, प्रकार व क्षेत्र—विशेष की जानकारी।
4. उद्योगों, व्यापार, बैंकों, समाचार—पत्रों, संस्थानों आदि के दूर—दराज के कार्यालयों व व्यक्तियों का आपस में निकट सम्पर्क।
5. दुनिया के प्रत्येक क्षेत्र पर घर बैठे एक माऊस के क्लिक से नजर व जानकारी।
6. ग्लोबल वर्ल्ड की अवधारणा का विकास व नौकरी, कैरियर आदि क्षेत्रों का त्वरित सम्पर्क व जुड़ाव।
7. टेलीफोनी व चैटिंग के माध्यम से सामाजिक सम्पर्क में बढोत्तरी व व्यक्तित्व विकास के नवीन पहलुओं का योगदान।

(ब) नकारात्मक पक्ष : इंटरनेट के नकारात्मक पक्ष इस प्रकार हैं —

1. किशोर एवं युवा पीढ़ी में अश्लीलता व भ्रम की स्थितियों का प्रचलन।
2. राजनीतिक, सामाजिक क्षेत्रों में नकारात्मक विचारों का प्रसार।

3. धोखाधड़ी, व अनैतिक प्रयोग पर रोक के सटीक उपाय नहीं।
4. देश की सुरक्षा के प्रति खतरा।
5. मशीनी निर्भरता को बढ़ावा।
6. बड़े संस्थानों व खुफिया तंत्रों में सेंधमारी व सिस्टम हैक कर देना या वायरस के हमले से अकल्पित नुकसान।
7. सामान्य लोगों में मानवीयता की भावना का क्षरण व खाओ-पीओ, मौज करो की प्रवृत्ति को बढ़ावा।
8. सरकारी, व्यापारी, घरेलू कम्प्यूटरों में इलेक्ट्रॉनिक घुसपैठ, सूचनाओं की चोरी।

8.2.4 वेब साईट :

किसी भी कम्पनी / संस्था / विषय / मुद्दे के बारे में सम्बन्धित वेब-पेकेज का संग्रह ही 'वेब साइट' है। इसमें सूचना तथा मल्टीमीडिया समावेश होता है जिसमें ध्वनि, चित्र, फिल्म, आलेख आदि सभी आवश्यक सामग्री संकलित होती है। टिम बर्नर्स ली ने, जो कि यूरोपियन प्रेक्टिकल फिजिक्स लेबोरेटरी, जिनेवा, स्विट्जरलैण्ड के वैज्ञानिक थे, ने वेबसाइट का आधारभूत ढांचा 1989 में प्रतिपादित किया।

वेबसाइट को दूसरे स्वरूप में वर्ल्ड वाइड वेब WWW भी कहा जाता है। वर्तमान में साहित्य, समाज, उद्योग, खोज, राजनीति, सूचना आदि क्षेत्रों में वेबसाइट्स ने क्रान्तिकारी पहल की है व ज्ञान-विज्ञान के अभिनव क्षेत्रों का प्रतिपादन किया है। जिस किसी भी मुद्दे पर जानकारी चाही गई होती है उससे सम्बन्धित वेबसाइट के माध्यम से इंटरनेट पर सम्पूर्ण जानकारी मिल जाती है। WWW आज कम्प्यूटर पर नवीन दुनिया से साक्षात्कार कराता है।

वर्ल्ड वाइड वेब (WWW) सर्वर की एक श्रृंखला है जो हायपरटेक्स के माध्यम से आपस में संयोजित होता है। हायपरटेक्स सूचना को प्रस्तुत करने का

वैसा तरीका है जिसमें कुछ खास आइटम हाइलाइटेड होते हैं। उस हाइलाइटेड टैक्स्ट को चुनने (क्लिक करने) पर आप उससे सम्बन्धित विस्तृत जानकारी प्राप्त करते हैं। यह हाइलाइटेड आइटम आपस में लिंक होते हैं जो आपको एक डॉक्यूमेंट से दूसरे डॉक्यूमेंट में जाने में सहायता करते हैं, जो इंटरनेट पर किसी भी सर्वर में उपलब्ध हो सकते हैं। वेब को विशेष बनाने वाला प्रमुख कारण यह है कि आप इंटरनेट पर इसके माध्यम से कहीं भी भ्रमण कर सकते हैं। इसके अतिरिक्त वेब आपको यू.आर.एल. (यूनिफार्म रिसोर्स लोकेटर) को विशेषता प्रदान करता है जिसके माध्यम से विश्व में कहीं से भी किसी विशेष वेब पेज को एक्सेस कर सकते हैं।

8.2.5 वेब पेज :

वेब-पेज एक हाइपर मीडिया (Hypermedia) डॉक्यूमेंट है। वेब-पेज को बनाने के लिए हाइपरटेक्स्ट मार्कअप लैंग्वेज (Hypertext Markup Language, H.T.M.L.) प्रयोग की जाती है। एच.टी.एम.एल. में अनेक कमांड होती हैं जो आलेख, चित्र, ध्वनि आदि वेब-पेज पर अंकित करती हैं।

सभी वेब डॉक्यूमेंट एच.टी.एम.एल. रूप में ही लिखे जाते हैं। किसी भी टेक्स्ट एडिटर प्रोग्राम जैसे विण्डोज नोटपेड में सफिक्स (Suffix). html. या . ht. का प्रयोग कर आप ब्राउजर के माध्यम से इन्हें देख सकते हैं। सभी सूचनाएं वेब पेजेज (Web Pages) के रूप में ही होती हैं। एक वेब पेज सूचनाओं का डिजिटल पेज है।

वेब पेज विशेष प्रकार के होस्ट कम्प्यूटर्स जिन्हें वेब सर्वर्स (Web Servers) कहते हैं पर संकलित होते हैं। वेब ब्राउजर्स (Web Browsers) का इस्तेमाल कर इन्हें ग्रहण किया जा सकता है। प्रमुख वेब ब्राउजर्स (Web Browsers) निम्नलिखित हैं :

1. इंटरनेट एक्सप्लोरर (Internet Explorer)

2. नेटस्केप नेविगेटर (Netscape Navigator)

8.2.6 सर्च इंजन :

इंटरनेट पर लाखों वेब साइट्स और वेब पेजेज हैं। अतः सूचनाओं का विशाल भंडार वहां मौजूद है। इस अकूत खजाने में से हम अपने काम की सामग्री को किस प्रकार प्राप्त करें, यह एक समस्या है और इस समस्या से छुटकारा 'सर्च इंजन' दिलाते हैं। वस्तुतः वेब पेजेज व वेब साइट्स में अत्यन्त बिखराव होता है। वह संगठित नहीं होती ऐसे में हमें भिन्न-भिन्न आवश्यकताओं के लिए भिन्न-भिन्न सर्च इंजन की आवश्यकता होती है।

सर्च इंजन एक प्रकार का वेब पेज होता है। इसमें दिये गये सर्च बॉक्स (Search Box) में हम अपना इच्छित 'विषय' (Topic) अंकित कर देते हैं। तत्पश्चात् सर्च इंजन वेब पेजेज में से अपने डाटा स्रोत को प्रयुक्त कर 'विषय' की चाही गयी सामग्री को प्रस्तुत कर देता है।

किसी एक विशेष 'सर्च इंजन' को प्राप्त करने के लिए 'ब्राउजर' के एड्रेस बॉक्स में किसी भी सर्च इंजन का यू आर एल (URL) एण्टर करें। आपको इससे होम पेज मिलेगा। वहां से वांछित सामग्री प्राप्त की जा सकती है। कुछ प्रमुख सर्च इंजन व इनके यूआरएल इस प्रकार हैं : Google, Yahoo, Excite, Altavista etc.

8.2.7 होम पेज :

हर एक वेबसाइट्स में अनेक सूचनाएं और सम्बन्धित आयाम होते हैं। जिस प्रकार किसी विषय की पुस्तक में हम 'अनुक्रमणिका' देखकर आवश्यक अध्याय तक पहुंचते हैं उसी तरह लम्बी चौड़ी वेबसाइट्स के पहलुओं से परिचय कराने वाला 'होम पेज' है।

होम पेज, वेब साइट की शुरुआत में परिचय के रूप में उपस्थित होकर विषयों व प्रक्रियाओं की जानकारी देता है। दिए गए विषयों के आगे निर्धारित स्थान

पर 'क्लिक' (माऊस द्वारा) करने से आप उस क्षेत्र की गहराई में प्रवेश कर सकते हैं। होम पेज से भटकना नहीं पड़ता और त्वरित रूप से व्यक्ति या इंटरनेट द्वारा वेबसाइट उपयोग करने वाला अपनी वांछित विषय -वस्तु की ओर अग्रसर हो सकता है।

बोध प्रश्न

प्र0 1- इंटरनेट की परिभाषा दीजिए ?

उ0 इंटरनेट शब्द का हिंदी अनुवाद अंतरजाल है लेकिन मूल अंग्रेजी शब्द इंटरनेट ही प्रचलन में है। इसे संक्षिप्त में 'नेट' भी कहा जाता है, जिसका अर्थ है जाल। वास्तव में इंटरनेट एक जाल ही है, जिसके असंख्य धागे एक दूसरे से मिलकर एक विशाल और अत्यंत जटिल संरचना का निर्माण करते हैं।

प्र0 2- ट्रांसमिशन कंट्रोल प्रोटोकाल क्या है ?

उ0 कंप्यूटरों के बीच संवाद करने के तरीके को ट्रांसमिशन कंट्रोल प्रोटोकॉल {Transmission Control Protocol (TCP)} कहा जाता है।

प्र0 3- इंटरनेट प्रोटोकाल क्या है ?

उ0 किसी सूचना को जब छोटे-छोटे पैकेटों में तोड़ कर दूसरे कम्प्यूटर में भेजा जाता है तो यह पैकेट एक तरह से एक चिड़ी होती है। पैकेट को एक जगह से दूसरी जगह भेजने को ही इंटरनेट प्रोटोकॉल {Internet Protocol (I-P)} कहा जाता है।

प्र0 4- लेन किसे कहते हैं ?

उ0 आमतौर पर किसी भी कार्यालय के सारे कम्प्यूटर आपस में एक दूसरे से जुड़े रहते हैं और वे एक दूसरे से संवाद कर सकते हैं। इसको Local Area Network (LAN) लेन कहते हैं।

- प्र0 5-** इंटरनेट को लेकर गूगल ने अनुसंधान परियोजना कब और कहां शुरू की थी?
- उ0** इंटरनेट को लेकर गूगल ने स्टैनफोर्ड विश्वविद्यालय में सन् 1996 को अनुसंधान परियोजना शुरू की थी।
- प्र0 6-** आई0 एस0 पी0 किसे कहते हैं?
- उ0** आई0 एस0 पी0 का पूरा नाम इंटरनेट सर्विस प्रदाता संस्था (Internet Service Provider) है। यह संस्था शुल्क लेकर इंटरनेट सेवाएं प्रदान करती हैं।
- प्र0 7-** सर्च इंजन किसे कहते हैं?
- उ0** इंटरनेट की साइट्स पर उपलब्ध ऐसी सुविधा जिसके माध्यम से हम कोई टेक्स्ट सम्बन्धित सामग्री ढूँढते हैं उसे सर्च इंजन कहते हैं। जैसे—Google, Yahoo, Excite, Altavista आदि सर्च इंजन की महत्वपूर्ण वेब साइट्स हैं।
- प्र0 8-** होम पेज किसे कहते हैं?
- उ0** हर एक वेबसाइट्स में अनेक सूचनाएं और सम्बन्धित आयाम होते हैं। जिस प्रकार किसी विषय की पुस्तक में हम 'अनुक्रमणिका' देखकर आवश्यक अध्याय तक पहुंचते हैं इसी तरह लम्बी चौड़ी वेबसाइट्स के पहलुओं से परिचय कराने वाला 'होम पेज' है।

8.3 ई-मेल परिचय, अर्थ, आधारणाएं :

ई-मेल, इंटरनेट पर दी जाने वाली सबसे अधिक उपयोगी तथा अति लोकप्रिय सेवा है। यह सेवा सभी इंटरनेट सेवा प्रदाता (Internet Service

Provider) अपने प्रयोक्ता को प्रदान करते हैं। इसकी लोकप्रियता का मूल कारण इसकी गति तथा इस पर होने वाला नगण्य खर्च है। यह अत्यन्त ही तेज तथा सस्ती सेवा है। इसकी लोक प्रियता व जरूरत इतनी बढ़ गई है कि व्यवसायिक प्रतिष्ठानों तथा निजी पतों (Address) पर आज दूरभाष संख्या के साथ-साथ ई-मेल पता देना साधारण बात हो गई है।

भारत में ई-मेल सेवा 1994 में सर्वप्रथम दिल्ली से शुरू हुई थी। इसे 'इकनेट' नाम की निजी संस्था द्वारा सरकारी लाइसेंस के अधीन शुरू किया गया था। मार्च, 1994 में दिल्ली महानगर 'मेलनेट' से जुड़ गया तथा कई निजी कम्प्यूटर ई-मेल से जुड़ गए। वर्तमान में ई-मेल सेवाएं अनेक कम्पनियों द्वारा प्रदान की जा रही हैं।

ई-मेल एक ऐसा सिस्टम है जिसमें एक कम्प्यूटर प्रयोगकर्ता, किसी अन्य कम्प्यूटर प्रयोगकर्ता को संदेश एवं सूचनाओं का आदान-प्रदान कर सकता है। इन सूचनाओं के आदान-प्रदान के लिए संचार नेटवर्क का प्रयोग होता है। ई-मेल का प्रयोग करने के लिए विभिन्न सॉफ्टवेयर प्रयोग में लाए जाते हैं। ई-मेल करने के लिए यह आवश्यक नहीं है कि ई-मेल भेजने व प्राप्त करने वाले के पास समान कम्प्यूटर हों। यदि हम किसी ऑफिस में काम कर रहे हैं व ऑफिस क किसी अन्य व्यक्ति को ई-मेल के माध्यम से संदेश देना चाहते हैं तो हमारे ऑफिस नेटवर्क में मौजूद इंटरनेट गेटवे हमारे संदेश को इंटरनेट के माध्यम से भेज देता है।

ई-मेल (Electronic Mail) सामाजिक एवं निजी क्षेत्र दोनों ही में बहुत महत्व रखता है। संचार के अन्य साधनों जैसे डाक-फोन व फैक्स जैसे माध्यमों से यह कहीं सस्ता, आसान व तीव्र उपाय है। इसके माध्यम से संदेशों को कहीं भी बेरोकटोक भेजा जा सकता है।

ई-मेल की सुविधा इंटरनेट के माध्यम से मिलती है। साथ ही इसके जरिए हम संदेशों का आदान-प्रदान भी कर सकते हैं। बधाई कार्ड, संदेश, सूचनाएं आदि का आदान-प्रदान ई-मेल के माध्यम से किया जा सकता है। वर्तमान वैज्ञानिक

परिवेश एवं बदलते संदर्भों में ई-मेल पारम्परिक कागजी संचार से अधिक सुविधाजनक व लचीला है। वर्डवाल डाट कॉम वेबसाइट के जरिए आप 42 भाषाओं में ई-मेल कर सकते हैं। ई-मेल के लिए आपके कम्प्यूटर पर ई-मेल प्रोग्राम एवं इंटरनेट कनेक्शन का होना आवश्यक है। आप अपने नाम से ऐसी वेब-साइट पर जो ई-मेल सुविधा उपलब्ध कराती है अपना खाता खोल सकते हैं। इस प्रयोजन हेतु सेवा-प्रदान कम्पनी की शर्तें मानना आवश्यक होता है। ई-मेल के लिए डाक के पते की तरह आपका एक व्यक्तिगत संकेत होता है। उदाहरण के लिए आप सुनील हैं और पत्रिका ऑनलाईन की वेबसाइट पर खाता खोल रहे हैं तो आपका पता (खाता संख्या) इस प्रकार हो सकता है – sunil@patrikaonline.com ।

इस पते को आप अपने परिचितों से लेकर जिनसे आप सम्पर्क साधना चाहते हैं को देकर उनसे संचार का रिश्ता जोड़ सकते हैं। ई-मेल प्रोग्राम को शुरू करने के लिए अलग-अलग कार्यों के निर्देशों के अनुरूप सेंड (Send), रिसीव (Receive), कम्पोज (Compose), इन-बॉक्स (Inbox), आउट-बॉक्स (Out box) आदि कमांड होते हैं। अपना संदेश भेजने के लिए आप Compose बटन दबाएं हैं तो इससे कम्प्यूटर स्क्रीन पर एक विंडो खुलती है जिसमें भेजने वाले का नाम, जिसे संदेश भेजा जाना है उसकी खाता संख्या, विषय व संदेश लिखने के बाद आप सेण्ड कमांड से अपना संदेश भेज सकते हैं। कम्प्यूटर या अन्य स्टोरेज डिवाइस में से यदि कोई डाटा या फाइल भी आप किसी को भेजना चाहते हैं तो आप ऐटेच बॉक्स में जाकर इसे ऐटेच करके सेण्ड कर सकते हैं। कुछ ही समय में आपका संदेश व डाटा नियत स्थान पर पहुंच जाता है। इस प्रक्रिया में गोपनीयता हेतु पासवर्ड की सुविधा होती है। इस पासवर्ड के द्वारा अधिकृत व्यक्ति ही इसे पढ़ सकता है अन्य कोई नहीं।

बोध प्रश्न

प्र0 1- ई-मेल से आप क्या समझते हैं?

- उ०** ई-मेल इन्टरनेट पर दी जाने वाली सबसे अधिक उपयोगी तथा अति लोकप्रिय सेवा है। इसका पूरा नाम इलेक्ट्रानिक मेल है। अतः इलेक्ट्रानिक माध्यम द्वारा डाक भेजना। इस सेवा को सभी इन्टरनेट सेवा प्रदाता (Internet Service Provider) अपने प्रयोक्ता को प्रदान करते हैं। इसकी लोकप्रियता का मूल कारण इसकी गति तथा इस पर होने वाला खर्च है। यह डाक प्रेषित करने की अत्यन्त ही तेज तथा सस्ती सेवा है।
- प्र० 2-** भारत में ई-मेल सेवा सर्वप्रथम कहां और कब शुरू हुयी थी?
- उ०** भारत में ई-मेल सेवा सर्वप्रथम दिल्ली से सन् 1994 में शुरू हुई थी।
- प्र० 3-** ई-मेल के विभिन्न घटकों अथवा कमांड के नाम बताइये?
- उ०** ई-मेल प्रोग्राम को शुरू करने के लिए अलग-अलग कार्यों के निर्देशों के अनुरूप सेंड (Send), रिसीव (Receive), कम्पोज (Compose), इन-बॉक्स (Inbox), आउट-बॉक्स (Out box) आदि घटक अथवा कमांड होती हैं।
- प्र० 4-** ई-मेल सेवा किस संस्था द्वारा सर्वप्रथम शुरू की गयी थी?
- उ०** ई-मेल सेवा सर्वप्रथम 'इकनेट' नाम की निजी संस्था द्वारा सरकारी लाइसेंस के अधीन शुरू की गयी थी।

8.4 वीडियो कान्फ्रेंसिंग व टेलीफोनी, दृश्य माध्यम :

वर्तमान दौर में जब सूचना प्रौद्योगिकी ने अपने कदम बहुत आगे बढ़ा लिए हैं और दूरियां अपने आप में काफी कम हो गई है। सम्पूर्ण विश्व सिमटता जा रहा है। ऐसे में अब संवाद हेतु दो लोगों का प्रत्यक्ष रूप में आमने-सामने उपस्थित होना आवश्यक नहीं है। इन्टरनेट ने यह करिश्मा सम्भव कर दिखाया है। टेलीफोनी द्वारा

इंटरनेट पर कम्प्यूटर से कम्प्यूटर के बीच अब प्रत्यक्ष स्थितियों की तरह संवाद सम्भव है। इसके लिए आवश्यक उपकरण निम्नांकित हैं :

1. वेब कैमरा (Web Camera)
2. वेब माइक्रोफोन (Web Microphone)
3. कम्प्यूटर (Computer)
4. इंटरनेट (Internet)

दो कम्प्यूटर धारक व्यक्ति या समूहों के बीच वेब कैमरा चित्रों का परस्पर आदान-प्रदान करता है और माइक्रोफोन से आवाज को प्रेषित किया जाता है। इंटरनेट दोनों के बीच सेतु का कार्य करता है और इस प्रकार तकनीक का यह करिश्मा कम्प्यूटर स्क्रीन पर दोनों पक्षों को आमने-सामने होने का आभास कराता है।

समाचार, शिक्षा, कॉरपोरेट जगत, संस्थानों, अस्पतालों आदि के लिए वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग की यह क्रिया अत्यन्त महत्वपूर्ण है। इससे जहां एक शिक्षक एक साथ अनेक जगहों पर पढ़ा सकता है वहीं कॉरपोरेट जगत का मुखिया अपने कर्मियों को निर्देश दे सकता है, उनकी मीटिंग ले सकता है। एक सर्जन इससे दूर बैठे-बैठे निर्देशों के द्वारा ऑपरेशन कर सकता है। प्रशासन के लिए भी यह तकनीक आपदा-प्रबन्धन आदि में अत्यन्त कारगर हो सकती है।

इंटरनेट ने आज ज्ञान के प्रत्येक क्षेत्र में कम्प्यूटर स्क्रीन के रूप में अभिनव दृश्य-श्रव्य माध्यम (Visual Media) प्रस्तुत किया है। प्रत्यक्ष प्रदर्शन के इस प्रारूप ने जीवन के अभिनव पक्षों को प्रसारित किया है। दृश्य-श्रव्य माध्यम (Visual Media) होने के कारण इसका असर व्यापक रूप से होता है क्योंकि प्रत्यक्ष दर्शन का अभिनव प्रभाव मस्तिष्क में पहुंचता है। दृश्य माध्यम होने के कारण इससे जुड़ाव व गुणवत्ता भी बढ़ जाती है।

सूचना संकलन में ग्राफ, सारिणी और चित्रों आदि के कारण गति आती है व वृहद् समाज व जन-सामान्य तक पहुंच भी आसान बनती है। भाषा, ज्ञान व समझ के कई बन्धन इसमें बीच में नहीं आते क्योंकि आंखों देखा, पढ़े-सुने से ज्यादा अच्छे तरीके से समझ में आता है।

बोध प्रश्न

प्र0 1— वीडियो कान्फ्रेंसिंग से आप क्या समझते हैं?

उ0 यह संचार का ऑडियो-वीडियो माध्यम है जिसके माध्यम से हम किसी एक जगह से दूसरी जगह पर स्पष्ट रूप से दृष्यात्मक संचार कर सकते हैं।

प्र0 2— वीडियो कान्फ्रेंसिंग के लिए किन-किन घटकों की आवश्यकता होती है?

उ0 वीडियो कान्फ्रेंसिंग के लिए, वेब कैमरा, वेब माइक्रोफोन, कम्प्यूटर एवं इंटरनेट कनेक्शन की आवश्यकता होती है।

8.5 सारांश :

सूचना और संचार तकनीकी में आई क्रांति ने तो जैसे हमारी दुनिया ही बदल डाली है। आज हम हर तरह से सूचना तकनीकी पर निर्भर हो गये हैं। वह चाहे वर्तमान में मोबाइल हो या 'इंटरनेट'। आज व्यक्ति 'इंटरनेट' से जुड़ते ही पूरे विश्व से जुड़ जाता है और ज्ञान व सूचना की अथाह दुनिया उसके सामने आ खड़ी होती है। इंटरनेट का यह चमत्कार घरेलू कम्प्यूटर से लेकर बड़ी-बड़ी व्यावसायिक संरचनाओं के कम्प्यूटर तक अपना कमाल दिखाता है। एक 'मोडेम' टेलीफोन लाइन या इंटरनेट कनेक्शन की मदद से कोई भी कम्प्यूटर 'इंटरनेट' सुविधा का दाता बन जाता है। इंटरनेट के लिए न तो कोई 'कंट्रोल केन्द्र' होता है

और न ही कोई 'पर्यवेक्षक'। इस तन्त्र की समस्त गतिविधियां स्व-संचालित होती हैं जो एक माऊस के क्लिक से ही शुरू हो जाती हैं।

इंटरनेट के ऐसे घटक जो इंटरनेट की पूरी प्रक्रिया के लिए महत्वपूर्ण हैं उनका जिक्र इस इकाई में किया गया है जैसे वेब साइट, वेब पेज, वर्ल्ड वाइड वेब (WWW), सर्च इंजन, एचटीएमएल आदि। ई-मेल भी इंटरनेट का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है जिसने डाक व्यवस्था के परम्परागत रूप को आधुनिक इलेक्ट्रॉनिक रूप दे दिया है। ई-मेल का अर्थ ही इलेक्ट्रॉनिक मेल है।

8.6 शब्दावली :

(ए.आर.पी.ए.) : अमेरिका की 'एडवांस रिसर्च प्रोजेक्ट एजेन्सी' (ए.आर.पी.ए.) इंटरनेट के विकास के लिए ने विकेन्द्रीकृत- व्यवस्था का एक नमूना तैयार किया। 1969 में तैयार किये गये इस नमूने को इंटरनेट का आरम्भिक रूप कहा जा सकता है।

WWW : वर्ल्ड वाइड वेब (WWW) सर्वर की एक श्रृंखला है जो हायपरटेक्स के माध्यम से आपस में संयोजित होता है। हायपरटेक्स सूचना को प्रस्तुत करने का वैसा तरीका है जिसमें कुछ खास आइटम हाइलाइटेड होते हैं।

E- mail Address : ई-मेल में प्रयुक्त होने वाला एक महत्वपूर्ण हिस्सा है जिसे हिन्दी में पता कहा जाता है। यह इलेक्ट्रॉनिक पता कहा जाता है। इसमें सूचना प्राप्त करने वाला का पता टाइप कर सूचना प्रेषित की जाती है। जैसे pranavraval@gmail.com.

Internet Protocol : सूचना के पैकेट को एक जगह से दूसरी जगह भेजने को इंटरनेट प्रोटोकॉल {Internet Protocol (I-P)} कहा जाता है।

I.S.P. : इंटरनेट सर्विस प्रदाता संस्था इस प्रयोजन हेतु शुल्क लेकर सेवाएं प्रदान करती है। इन्हें आई.एस.पी. (Internet Service Provider) भी कहा जाता है।

VSNL : यह एक इंटरनेट सर्विस प्रदाता संस्था है। यह इंटरनेट प्रयोजन हेतु शुल्क लेकर सेवाएं प्रदान करती है। इन्हें आई.एस.पी. (I.S.P. Internet Service Provider) भी कहा जाता है।

U.R.L : प्रत्येक वेब पेज का एक समानीकृत पता होता है जिसे 'यूनीफार्म रिसोर्स लोकेटर (यू.आर.एल.) (Uniform Resource Locator) कहा जाता है।

H.T.M.L.: वेब-पेज एक हाइपर मीडिया (Hypermedia) डॉक्यूमेंट है। वेब-पेज को बनाने के लिए एक Hypermedia लैंग्वेज का प्रयोग किया जाता है, इसे एच.टी.एम.एल. (H.T.M.L.) कहा जाता है। इसमें अनेक कमांड होते हैं जो आलेख, चित्र, ध्वनि आदि, वेब-पेज पर अंकित करते हैं।

8.7 त्वरित अभ्यास :

1. इंटरनेट अथवा अंतरजाल का क्या अर्थ है?
2. इंटरनेट की कार्यविधि पर प्रकाश डालिए।
3. डब्लूडब्लूडब्लू का क्या तात्पर्य है?
4. विज्यूल मीडिया से आप क्या समझते हैं?
5. ई-मेल में 'कम्पोज' से क्या तात्पर्य है?
6. यू.आर.एल. से आप क्या समझते हैं?
7. किन्ही चार इंटरनेट प्रोवाइडरों के नाम बताइए?
8. कम्प्यूटर को इंटरनेट से जोड़ने के लिए किस युक्ति (Device) की आवश्यकता होती है?
9. चेटिंग से क्या तात्पर्य है?
10. सर्च का क्या अर्थ है? किन्ही दो सर्च इंजन का नाम बताइए?
11. डाऊनलोड से क्या अभिप्राय है?

8.8 अभ्यासार्थ प्रश्न :

प्रश्न 1— इंटरनेट के नकारात्मक व सकारात्मक पक्षों को समझाइए?

प्रश्न 2— ई-मेल की प्रक्रिया को समझाइए?

प्रश्न 3— ई-मेल की कौन-कौन सी कमाण्ड हैं प्रत्येक को उनके कार्य सहित समझाइए?

प्रश्न 4— अर्पानेट और मिलनेट से आप क्या समझते हैं?

प्रश्न 5— इंटरनेट प्रोटोकॉल [Internet Protocol (I-P) किसे कहते हैं?

प्रश्न 6— ट्रांसमिशन कंट्रोल प्रोटोकॉल [Transmission Control Protocol (TCP) क्या है?

प्रश्न 7— मोडेम से क्या तात्पर्य है इसका पूरा नाम क्या है?

प्रश्न 8— लेन (LAN) किसे कहते हैं? इसका प्रयोग मुख्यतः कहां किया जाता है?

8.9 प्रयोगात्मक अभ्यास :

कम्प्यूटर और जनसंचार माध्यमों के सम्बन्ध को समझाइए तथा जनसंचार माध्यमों में कम्प्यूटर की भूमिका का वर्णन कीजिए? अपने नजदीकी किसी साइबर कैफे व कार्यालय में जाकर वहां की नेटवर्किंग को समझकर एक रिपोर्ट तैयार कीजिए?

8.10 सन्दर्भ ग्रन्थ :

1. पांतजलि प्रेमचन्द : संचार क्रांति और विश्व जनगणना, सुलभ
एवं अंकित अनिल : प्रकाशन, 17, अशोक मार्ग लखनऊ, 1999।
2. प्रो. हरिमोहन : सूचना प्रौद्योगिकी और जनमाध्यम
3. चढढा, सविता : आधुनिक जनसंचार और हिंदी
4. पटेरिया, मनोज : विज्ञान संचार
5. माथुर, श्याम : वेब पत्रकारिता
6. कुमार, सुरेश : इंटरनेट पत्रकारिता
7. पचौरी, सुधीश : नए जनसंचार माध्यम और हिंदी
एवं शर्मा, अचला
8. By Roy Methew : Information & Communication
Technology: Recasting Developments,
Cyber Journalism -

इकाई-9

साइबर पत्रकारिता

इकाई की रूपरेखा

9.0 उद्देश्य

9.1 प्रस्तावना

9.2 साइबर पत्रकारिता – अर्थ, भाषा एवं प्रस्तुतिकरण

9.3 इन्टरनेट में हिन्दी

9.4 सोशल नेटवर्किंग – ट्विटर, आर्कुट, फेसबुक, नेटलॉग आदि

9.5 फांट प्रबन्धन : यूनीकोड – टूलकिट्स तथा ऑनलाइन

9.6 ई-बुक, ई-मैगज़ीन, ब्लॉग तथा ज्ञानकोश

9.7 सारांश

9.8 शब्दावली

9.9 त्वरित अभ्यास

9.10 अभ्यासार्थ प्रश्न

9.11 प्रयोगात्मक अभ्यास

9.12 संदर्भ ग्रंथ

9.0 उद्देश्य :

पत्रकारिता के क्षेत्र का वैश्विक विस्तार हुआ है। दुनिया आपस में अब कुछ ज़्यादा घुलीमिली हुई। इस परिदृश्य में पत्रकारिता की चुनौतियों में विस्तार हुआ है। सूचना तकनीकी के ज्ञान ने इन चुनौतियों का सामना करने के लिए आवश्यक

औजार भी दिए हैं, जिनमें कम्प्यूटर और इंटरनेट प्रमुख हैं। इस इकाई का उद्देश्य विद्यार्थी को इस ज्ञान के लिए तैयार करना है।

कम्प्यूटर और इंटरनेट ने पत्रकारिता को ज़रूरी संसाधन तो प्रदान किए ही हैं, साथ ही पत्रकारिता का नया रूप भी इस प्रक्रिया में स्वतः निर्मित होता गया है, जिसे साइबर पत्रकारिता कहा जाता है। इस इकाई का उद्देश्य विद्यार्थी को साइबर पत्रकारिता की मूलभूत अवधारणा से परिचित कराना है।

इंटरनेट ने हमारी वास्तविक दुनिया के भीतर एक आभासी दुनिया को जन्म दिया है और हमारे सामाजिक जीवन की कई गतिविधियाँ इस दुनिया के भीतर चलती रहती हैं। वास्तविक दुनिया के कोने-कोने में मौजूद व्यक्तियों/संस्थाओं और उनकी गतिविधियों को परस्पर जोड़ने के लिए आज कई सोशल नेटवर्किंग साइट्स काम कर रही हैं। इस इकाई का उद्देश्य विद्यार्थियों को सोशल नेटवर्किंग साइट्स की गतिविधियों और महत्व से परिचित कराना है।

भारत की प्रमुख सम्पर्क भाषा स्वाभाविक रूप से आज भी हिंदी ही बनी हुई है, जबकि इंटरनेट की मुख्य या कार्यकारी भाषा अंग्रेज़ी है। इंटरनेट पर हिंदी में कार्य करने की चुनौती और सक्षम तकनीकी समाधान सामने आये हैं। इस इकाई का उद्देश्य विद्यार्थी को इंटरनेट पर हिंदी में सक्षम रूप से कार्य करने की बुनियादी जानकारी से परिचित कराना है।

इंटरनेट पर हिंदी में कार्य करने की दिशा में कुशल फांट प्रबन्धन का महत्वपूर्ण योगदान है। इस इकाई का उद्देश्य विद्यार्थी को इंटरनेट पर हिंदी में कार्य करने के ज़रूरी फांट्स से परिचित कराना है।

इस इकाई के प्रमुख उद्देश्य इस प्रकार हैं –

- इंटरनेट और साइबर मीडिया की जानकारी देना।
- साइबर मीडिया के औजारों से छात्रों को परिचित कराना।

- साइबर मीडिया के घटकों की जानकारी व कार्यप्रणाली छात्रों को समझाना
- सामाजिक वेबसाइट्स की जानकारी व उनसे होने वाले लाभों को छात्रों तक पहुंचाना।

9.1 प्रस्तावना :

वर्तमान युग हर तरह से सूचना युग है। हमारे रोजमर्रा के जीवन का संचालन जाने-अनजाने उससे जुड़ी कई-कई सूचनाओं से होता है। इन सूचनाओं के सार्वजनिक प्रसारण की सबसे महत्वपूर्ण संस्था पत्रकारिता है। एक पत्रकार का दायित्व हो गया है कि सूचनाओं के संग्रहण, संवर्द्धन, सम्पादन और प्रसारण में विवेकपूर्ण ढंग से दीक्षित हो। इस कार्य का सबसे बड़ा औज़ार आज इंटरनेट है। इस इकाई में इस दक्षता का संक्षिप्त, आवश्यक एवं उद्देश्यपरक विश्लेषण है। आधुनिक युग में इस जानकारी और दक्षता से ही पत्रकारिता में एक उज्ज्वल भविष्य की राह मिल सकती है।

वैश्विक स्तर पर घटनाओं, स्थितियों और व्यक्तियों को उनके पूरे सामाजिक-आर्थिक-राजनीतिक परिदृश्य के साथ समझने के लिए ज्ञानकोश की आवश्यकता पत्रकार को होती है। यह इकाई इंटरनेट पर मौजूद ऐसे ज्ञानकोशों से विद्यार्थियों का परिचय करायेगी ताकि वे समाचार तैयार करते हुए उससे जुड़े सभी पक्षों की तार्किक जानकारी रख पाएं।

9.2 साइबर पत्रकारिता – अर्थ, भाषा एवं प्रस्तुतिकरण :

पत्रकारिता की दुनिया, सारी दुनिया के बदलने के कई घंटे पहले बदल जाती है। यह सिर्फ एक कहावत नहीं है अंडे और चूजे की तरह, कि कौन पहले

आया। दुनिया पहले बदलती है या पत्रकारिता पहले बदलती है। सच चाहे जो हो जरूरी यह है पत्रकारिता को पहले बदलना चाहिए। आने वाले समय को सूँघकर अपने लक्ष्य और दिशा तय करनी चाहिए। साइबर पत्रकारिता ने इसी बदलाव को अंजाम दिया है।

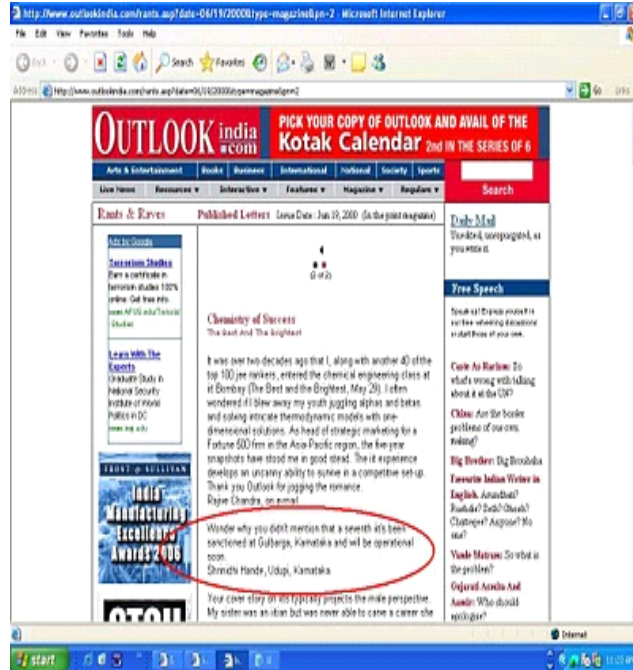
अंग्रेजी में साइबर एक विशेषण है, जिसे कम्प्यूटर या कम्प्यूटर्स के नेटवर्क के अर्थ में प्रयोग किया जाता है। हिंदी में भी इस शब्द को बिल्कुल इसी अर्थ में प्रयोग किया जाता है। इस प्रकार साइबर पत्रकारिता का तात्पर्य हुआ वह पत्रकारिता जिसमें कम्प्यूटर और इंटरनेट के जरिये उनकी नेटवर्किंग का उपयोग किया जाता हो।

जब हम साइबर पत्रकारिता के अर्थ विश्लेषण में जाते हैं तो स्पष्ट हो जाता है कि वस्तुतः समूचा आधुनिक मीडिया कई स्तरों पर साइबर पत्रकारिता से सम्बद्ध है। यह सम्बद्धता सूचनाओं तथा समाचारों के संग्रहण और संवर्द्धन से लेकर प्रसारण तक दिखाई देती है। साइबर पत्रकारिता की भाषा प्रमुख रूप से अंग्रेजी ही रही है लेकिन पिछले कुछ समय से भारत में यह कामकाज जरूरत के हिसाब से हिंदी में होना न सिर्फ शुरू हो चुका है बल्कि अब प्रभावी भी होने लगा है। वैसे भी भारत में पत्रकारिता ने हिंदी-अंग्रेजी और उर्दू के कुछ प्रचलित-लोकप्रिय शब्दों के समन्वय से अपनी एक विशिष्ट भाषा विकसित की है। इलेक्ट्रानिक मीडिया पर तो यह भाषा, भाषा के विरुपी या विकृतिकरण के स्तर तक हावी है लेकिन प्रिंट मीडिया ने इसे किंचित संयम से प्रयोग किया है। लक्ष्य सभी का आमजन तक पहुँचना है और फ़िलहाल यह एक अंतहीन बहस है। साइबर जगत में हिंदी का सार्थक हस्तक्षेप दिखाई दे रहा है और इसके लिए अलग से फांट प्रबन्धन के कई वैज्ञानिक प्रयास हुए हैं।

जहाँ तक प्रस्तुतीकरण का सवाल है, हम देख सकते हैं कि हमारे सभी महत्वपूर्ण राष्ट्रीय-अंतर्राष्ट्रीय समाचारपत्र-पत्रिकाएँ अब वेबवर्ल्ड में मौजूद हैं। आप इनकी ऑनलाइन रीडिंग कर सकते हैं और अपनी राय भी वहाँ तत्काल दर्ज कर

सकते हैं, जो प्रिंट में मुमकिन नहीं। इनमें से कुछ प्रमुख ऑनलाइन पत्र-पत्रिकाएँ निम्नवत हैं-

आउटलुक :



दि हिंदू :



दैनिक जागरण :



दैनिक भास्कर :



वेबदुनिया : वेबदुनिया नाम से हिंदी का अपना अपना एक पोर्टल है। वेब पत्रकारिता के क्षेत्र में वैश्विक स्तर पर इस पोर्टल ने अद्वितीय पहचान स्थापित की है। आज जबकि इंटरनेट पर ब्लॉग और पोर्टलों की बहार छाई हुई है, वेबदुनिया अपनी प्रामाणिक और भावपूर्ण सामग्री के साथ तब से अविचल खड़ा है, जब इस तरह की बातें सोचना भर ही आधुनिक होने की निशानी मानी जाती थी।



वेबदुनिया तब भी अस्तित्व में था जब साइबर पत्रकारिता के बारे में भारत में तरीके से विचार करना भी आरंभ नहीं हुआ था। यह वेबदुनिया के युवा नेतृत्व विनय छजलानी जी की दूरदर्शिता और साहस का परिचायक था कि न सिर्फ उन्होंने जोखिम उठाया बल्कि सफलतापूर्वक उसे निभाया भी। यहाँ उस कहावत को स्मरण करना स्वाभाविक है कि पहले दुनिया बदलती है या पत्रकारिता की दुनिया। जवाब हाजिर है कि दुनिया बदले न बदले पत्रकारिता को बदलना ही होगा।

बोध प्रश्न

- प्र0 1-** वेब पोर्टल ने पत्रकारिता को किस तरह प्रभावित किया है
- उ0** वेब पोर्टल के माध्यमों से हम आसानी से नवीनतम घटनाओं को जान सकते हैं और यदि किसी खबर पर विस्तृत रिपोर्ट भी तैयार कर सकते हैं।

- प्र0 2-** कुछ प्रमुख ऑनलाइन पत्र-पत्रिकाओं के नाम बताइए ?
- उ0** दैनिक भास्कर, दैनिक जागरण, द हिंदू, वेबदुनिया प्रमुख ऑनलाइन पत्र-पत्रिकाएं हैं।

9.3 इंटरनेट में हिन्दी :

जैसा कि स्पष्ट है कि वर्तमान युग में इंटरनेट बहुत तेजी से संवाद का सबसे बड़ा माध्यम बनता जा रही है। ई-मेल से शुरू हुआ ये क्रम अब वीडियो चैटिंग तक जा पहुँचा है। पहले ई-मेल सिर्फ अंग्रेजी में सम्भव था पर अब जीमेल और याहू जैसी साइट्स ने अपने द्वार ज़रूरी लिप्यन्तरण साफ्टवेयर के साथ हिंदी के लिए भी खोल दिए हैं। खासतौर पर गूगल ने इस क्षेत्र में अत्यन्त महत्वपूर्ण कार्य किया है। इंटरनेट पर हिंदी कामकाज के क्षेत्र में क्रांति हो गई है। हिंदी कई तरह के सरकारी-कार्यालयी, व्यावसायिक और व्यक्तिगत पत्रव्यवहार अब इंटरनेट के ज़रिए होने लगे हैं। सरकार की वेबसाइट्स ने हिंदी में अपने सभी आदेश-अधिनियम पी.डी.एफ. फाइल में उपलब्ध हैं, जिन्हें कोई भी आमजन वहाँ से अपने प्रयोग के लिए डाउनलोड कर सकता है। पत्रकारिता ने भी इन सुविधाओं का पूरा लाभ उठाया है। अब उसे इसके लिए डाक, दूरभाष, फ़ैक्स या किसी व्यक्तिगत सम्पर्क की आवश्यकता नहीं रह गई है। कम्प्यूटर्स पर हिंदी में कामकाज के कई उपकरण उपलब्ध हैं, जिनसे हिंदी के प्रचार-प्रसार में भी सहायता मिली है।

बोध प्रश्न

- प्र0 1-** इंटरनेट पर हिंदी कामकाज के क्षेत्र में क्या परिवर्तन आए हैं ?
- उ0** कई तरह के सरकारी-कार्यालयी, व्यावसायिक और व्यक्तिगत पत्र व्यवहार अब इंटरनेट पर होने लगे हैं। राज्य व केंद्र सरकारें अपने तमाम आंकड़ों को वेबसाइट्स पर अपलोड कर देती हैं जिससे इच्छुक लोगों को इसका लाभ मिल सके।

- प्र0 2-** गूगल ने इंटरनेट को किस तरह लोकप्रिय किया है ?
- उ0** गूगल की सहायता से किसी भी तरह की आवश्यक जानकारी प्राप्त की जा सकती है। आमतौर पर लोग गूगल को सर्च इंजन के तौर पर प्रयोग करते हैं, इससे इंटरनेट की पहचान बढ़ी है।

9.4 सोशल नेटवर्किंग – ट्विटर, आर्कुट, फेसबुक, नेटलॉग आदि :

इक्कीसवीं सदी में सोशल नेटवर्किंग इंटरनेट के एक खास सामाजिक पक्ष के रूप में सामने आयी है। सोशल नेटवर्किंग वह औजार है जिसका इस्तेमाल आज दुनिया भर के व्यक्ति, समुदाय और संस्थाएँ आपस में संवाद स्थापित करने के लिए कर रहे हैं। इसमें उनका एक-दूसरे से परिचय, सम्बंध, विचार-विमर्श, वाद-विवाद, प्रचार-प्रसार आदि सभी कुछ शामिल है। एक पत्रकार के लिए इसका महत्व तब और भी बढ़ जाता है जब दुनिया भर के राजनेता, अभिनेता, वैज्ञानिक, समाज तथा इतिहासविद सोशल नेटवर्किंग साइट्स के जरिए अपनी बात कहते हैं। भारत में ही देखें तो अमिताभ, शाहरूख, आमिर आदि अभिनेताओं से लेकर शशि थुरुर और जयराम रमेश जैसे बड़े राजनेता तक सभी अपनी अंतरंग बातें और विचारदृष्टि इन साइट्स पर व्यक्त करने लगे हैं। इन परिस्थितियों में एक पत्रकार को कुछ इन साइट्स को देखने-जाँचने भर से ही कई बड़ी खबरें मिल जाती हैं। गूगल, याहू तथा किसी भी अन्य सर्च इंजन पर दुनिया में घट रही वैश्विक महत्व की घटनाओं तथा महत्वपूर्ण व्यक्तियों की तस्वीरें एक क्लिक भर से हासिल हो जाती हैं। गूगल ने पिकासो नाम से एक पिक्चर शेयरिंग सुविधा ही नेट पर उपलब्ध करा दी है, जिसकी सहायता से दुनिया भर के लोग, संस्थाएँ और समुदाय नेट पर तस्वीरें अपलोड करके आपस में बाँट रहे हैं। दुनिया भर के शिक्षा तथा शोध संस्थान इसमें शामिल होते जा रहे हैं।



आज दुनिया के कई शिक्षा तथा शोध संस्थाओं में पढ़ चुके और पढ़ रहे लोगों ने अपनी संस्थाओं के नाम से कई-कई सोशल ग्रुप्स बना लिए हैं, जो इस तरह की सोशल नेटवर्किंग से संचालित होते हैं। इस तरह की सुविधा देने वाली साइट्स की संख्या लगातार बढ़ती जा रही है और उसी अनुपात में एक पत्रकार का काम आसान होता जा रहा है, बस ज़रूरत है तो उसके इस तरह की नई तकनीकी जानकारियों से लैस होने की। कुछ प्रमुख सोशलनेटवर्किंग साइट्स निम्नवत हैं –

आर्कुट –यह कुछ समय पूर्व तक भारत में सबसे लोकप्रिय सोशल नेटवर्क था और किसी हद अब भी है, हालाँकि दूसरे नेटवर्क्स की उपस्थिति ने उस पर प्रभाव डाला है। यह गूगल द्वारा उपलब्ध कराई गई सेवा है, जिसमें लोग और संस्थाएँ एक दूसरे से अंतरंग सम्पर्क में आती हैं। इसके ज़रिए संवाद होता है, तस्वीरों और वीडियोज़ का आदान-प्रदान होता है और कई तरह विनिमय यहाँ चलता रहता है।



फ़ेसबुक –पिछले कुछ समय से यह साइट सोशल नेटवर्किंग के चाहने वालों में काफी लोकप्रिय हुई है। शिक्षा, पत्रकारिता और साहित्य से जुड़ी कई हस्तियों ने इसे अपनाया है। इस पर कई गंभीर विषयों पर लम्बे विचार-विमर्श किए जा रहे हैं और उन्हें आम लोगों के साथ बाँटा भी जा रहा है।


 The image shows the Facebook logo, which consists of the word "facebook" in a white, lowercase, sans-serif font on a dark blue rectangular background.

ट्विटर – यह दुनिया भर में अभिनय तथा राजनीति से जुड़ी महत्वपूर्ण शख्सियतों के बीच सबसे लोकप्रिय सोशल नेटवर्किंग साइट है। इस पर उनके समर्थक और विरोधी अपना मत व्यक्त करते हैं। इन हस्तियों को अपने चाहने वालों से सीधे संवाद करने का मौका मिलता है और वो भी बिना किसी सार्वजनिक मंच पर भीड़-भाड़ और गहमागहमी के बीच आए बगैर। भारत में महत्वपूर्ण कूटनीतिक मसलों पर शशि थुरुर के इस तरह के संवाद काफी चर्चा और विवादों का विषय रहे हैं, जिसके कारण उन्हें मंत्रीपद से त्यागपत्र भी देना पड़ा। ऐसे और भी कई उदाहरण हैं।


 The image shows the Twitter logo, which is the word "twitter" in a light blue, lowercase, sans-serif font with a white outline, set against a white background.

नेटलॉग – यह भी इसी तरह की सुविधा देने वाली साइट है पर अभी आम जनता में इसकी उपयोगिता और लोकप्रियता उस स्तर पर सिद्ध नहीं हुई है, जैसी कि आर्क्यूट, फेसबुक और ट्विटर की।


 The image shows the Netlog logo, which consists of the word "NETLOG" in a bold, white, uppercase, sans-serif font on a black rectangular background.

इस तरह की नेटवर्किंग के कई लाभ हैं तो कई नुकसान भी हैं, जिनमें एक पत्रकार की गहरी रुचि हो सकती है। इन साइट्स की वजह से साइबर अपराधों की संख्या में बढ़ोतरी हुई है। अपराधी इन साइट्स के खातों को हैक करके ज़रूरी, निजी और गोपनीय जानकारियाँ चुराकर उनका उपयोग ग़लत कामों में कर रहे हैं। आज के विश्व की सबसे बड़ी समस्या आतंकवाद है और आतंकवादी संगठन इस तरह की सुविधाओं का इस्तेमाल करने में कभी नहीं चूकते। इस तरह इंटरनेट का आभासी संसार दुनिया भर में अपराधियों और आतंकियों की पनाहगाह बनता जा रहा है, जिस पर दुनिया भर की सरकारें काफ़ी गम्भीर हैं लेकिन इसका कोई सटीक और ठोस हल उनके पास अभी तक नहीं है। इन कारणों से साइबर पत्रकारिता में भागीदारी करते हुए एक पत्रकार की नैतिक और सामाजिक जिम्मेदारियाँ भी इस क्षेत्र में बढ़ी हैं।

बोध प्रश्न

प्र0 1- इंटरनेट के प्रयोग से साइबर अपराध किस तरह बढ़े हैं

उ0 अपराधी वेबसाइट्स को हैक करके ज़रूरी, निजी और गोपनीय जानकारियाँ चुराकर उनका उपयोग ग़लत कामों के लिए कर लेते हैं। इस तरह इंटरनेट दुनिया भर में अपराधियों की शरणस्थली बन गया है।

प्र0 2- पिकासा से हमें किस तरह की सुविधाएं मिलती हैं ?

उ0 गूगल ने पिकासा नाम से एक पिक्चर शेयरिंग सुविधा ही नेट पर उपलब्ध करा दी है, जिसकी सहायता से दुनिया भर के लोग, संस्थाएँ और समुदाय नेट पर तस्वीरें अपलोड करके आपस में बाँट रहे हैं। दुनिया भर के शिक्षा तथा शोध संस्थान इसमें शामिल होते जा रहे हैं।

9.5 फांट प्रबन्धन : यूनीकोड – टूलकिट्स तथा ऑनलाइन :

आज इंटरनेट पर हिंदी में चल रहे कामकाज में फांट प्रबंधन की एक अनिवार्य और अहम भूमिका है। इसी ज़रिए नेट पर हिंदी में काम करना सम्भव हुआ है। हिंदी के फांट्स का इस्तेमाल हम वेब पर नहीं कर सकते। वहाँ अंग्रेज़ी का ही इस्तेमाल होता है। इंटरनेट पर मौजूद किसी पृष्ठ पर हिंदी के फांट में कुछ लिखते ही वह अंग्रेज़ी लिपि में बदल जाता है। इस तरह इंटरनेट पर हिंदी में कार्य करने के सन्दर्भ में फांट प्रबंधन का सीधा अर्थ है ऐसे फांट की उपलब्धता, चयन और उपयोग, जिसे वहाँ इस्तेमाल किया जा सके। कुछ समय पहले इस समस्या का वांछित हल निकाला जा चुका है। भारत सरकार ने तथा निजी सॉफ्टवेयर कम्पनियों ने इस तरह के फांट्स बना लिए हैं, जिन्हें यूनीकोड हिंदी फांट्स कहा जाता है। इस कार्य के लिए भारत सरकार स्वयं हिंदी टूल किट उपलब्ध कराती है, जिसे अपने कम्प्यूटर में डाल कर आप सीधे यूनीकोड हिंदी टाइपिंग कर सकते हैं। भारत सरकार ने यूनीकोड और उसकी कार्यविधि का ब्यौरा अपनी वेबसाइट में कुछ इस प्रकार दिया है –

यूनीकोड को व्यापक रूप से विश्वव्यापी सूचना आदान-प्रदान के मानक के रूप में स्वीकार किया जा रहा है क्योंकि बड़ी आई टी कंपनियों ने इसके लिए अपने समर्थन की घोषणा की है। भारतीय भाषाओं के लिए यूनीकोड ISCII-91 का नहीं बल्कि ISCII-88 का प्रयोग करता है जो नवीनतम सरकारी मानक है। यह महसूस किया गया कि भारतीय भाषा लिपि से संबंधित कोड में आवश्यक रूपांतरण के लिए यूनीकोड कंसोरटियम में भारत सरकार का प्रतिनिधित्व जरूरी है और इस प्रकार सूचना प्रौद्योगिकी विभाग, यूनीकोड कंसोरटियम पूर्ण-सदस्य बन गया जिसे वोट देने का भी अधिकारी है।

यूनीकोड मानक सार्विक करैक्टर इनकोडिंग मानक है जिसका प्रयोग कम्प्यूटर प्रोसेसिंग के लिए टेक्स्ट के निरूपण के लिए किया जाता है। यूनीकोड मानक में विश्व की लेखनीबद्ध भाषाओं के लिए सब करैक्टरों के इनकोड करने की

क्षमता है। यूनीकोड मानक करैक्टर के बारे में सूचना और उनका उपयोग बताते हैं। कम्प्यूटर उपयोक्ताओं के लिए जो बहुभाषी टेक्स्ट पर काम करते हैं, व्यापारियों, भाषाविदों, अनुसन्धानकर्त्ताओं, वैज्ञानिकों, गणितज्ञों और तकनीशियनों के लिए यूनीकोड मानक बहुत लाभप्रद हैं। यूनीकोड एक 16-बिट इनकोडिंग का प्रयोग करता है जो 65000 करैक्टरों से भी ज्यादा (65536) के लिए कोड-प्वाइंट उपलब्ध कराते हैं। यूनीकोड स्टैंडर्ड प्रत्येक करैक्टर को एक विलक्षण संख्यात्मक मान और नाम देते हैं। यूनीकोड स्टैंडर्ड और 10646 स्टैंडर्ड 4TF-16 नामक एक विस्तार यंत्रावली उपलब्ध कराते हैं जो एक मिलियन तक के लिए इनकोडिंग कर सकते हैं। फिलहाल यूनीकोड स्टैंडर्ड 49194 करैक्टरों के लिए उपलब्ध कराता है। ।

यूनीकोड 16-बिट इनकोडिंग का प्रयोग करता है जो 65000 से अधिक करैक्टरों के लिए कोड प्वाइंट उपलब्ध कराता है। यूनीकोड स्टैंडर्ड प्रत्येक करैक्टर को विलक्षण सांख्यात्मक मान और नाम उपलब्ध कराते हैं। यूनीकोड विश्व की सब लेखनी-बद्ध भाषाओं के लिए प्रयुक्त सब करैक्टरों को इनकोड करने की क्षमता उपलब्ध कराता है।

ISCI 8 बिट कोड का प्रयोग करता है जो 7-बिट ASCII कोड का एक विस्तार है जो 10 भारतीय लिपियों के लिए अपेक्षित मूल वर्णमाला रखता है जो ब्राह्मी लिपि से उत्पन्न हुई हैं।

भारत में 15 सरकारी मान्यताप्राप्त भाषाएं हैं। फार्सी-अर्बी लिपि को छोड़, भारतीय भाषाओं के लिए प्रयुक्त अन्य 10 लिपियां प्राचीन ब्राह्मी लिपि से निकलती हैं और साझी वन्यात्मक संरचना रखती हैं जिससे साझा करैक्टर सैट संभव हुआ है। ISCI कोड तालिका ब्राह्मी आधारित भारतीय लिपियों में अपेक्षित सब करैक्टरों का एक सुपर-सैट होता है। सुविधा के लिए मानक में सरकारी लिपि देवनागरी की वर्णमाला का प्रयोग किया गया है।

इनडिक लिपियों के उचित निरूपण के लिए यूनीकोड स्टैंडर्ड में डी आई टी, संचार एवं सूचना टेक्नॉलोजी मंत्रालय की सिफारिशें यूनीकोड में 3-0 में

ISCII-1988 प्रलेख पर आधारित इनडिक लिपियों के लिए मानक कोड सैट शामिल किए गए हैं। वर्तमान राष्ट्रीय मानक ISCII रू1991 है (सूचना अदला-बदली के लिए भारतीय लिपि कोड ISCII&IS 13194रू1911) इनडिक लिपियों के उचित निरूपण के लिए यूनिकोड स्टैंडर्ड में कुछ रूपांतरण शामिल करना जरूरी हैं।

कुछ निजी कम्पनियों ने भी ऐसे टूल किट्स जारी किए हैं, जिन्हें इंटरनेट से निशुल्क डाउनलोड कर कम्प्यूटर में इंस्टॉल किया जा सकता है। गूगल समेत कई कम्पनियों ने ऐसी वेबसाइट्स दी हैं, जहाँ रोमन में टाइप कर लिखे हुए को लिप्यन्तरण के माध्यम से यूनिकोड में बदलकर वेबपृष्ठ पर लगाया जा सकता है। कई वेबपृष्ठ अब ऐसे उपलब्ध हैं जहाँ आप देवनागरी में लिखे को पेस्ट कर महज एक क्लिक से यूनिकोड में प्राप्त कर सकते हैं।

बोध प्रश्न

प्र0 1- इंटरनेट के कामकाज में हिंदी में फांट प्रबंधन की क्या भूमिका है ?

उ0 फांट प्रबंधन के जरिये नेट पर हिंदी में काम करना सम्भव हुआ है। हिंदी के फांट्स का इस्तेमाल हम वेब पर नहीं कर सकते। वहाँ अंग्रेजी का ही इस्तेमाल होता है। इंटरनेट पर मौजूद किसी पृष्ठ पर हिंदी के फांट में कुछ लिखते ही वह अंग्रेजी लिपि में बदल जाता है।

प्र02- यूनिकोड का प्रयोग क्यों किया जाता है ?

उ0 यूनिकोड मानक सार्विक करैक्टर इनकोडिंग मानक है जिसका प्रयोग कम्प्यूटर प्रोसेसिंग के लिए टेक्स्ट के निरूपण के लिए किया जाता है।

9.6 ई-बुक, ई-मैगज़ीन, ब्लॉग तथा ज्ञानकोश :

ई-बुक : इंटरनेट के विस्तार के साथ ही इस बात आवश्यकता महसूस की जाने लगी संसार भर में प्रकाशित पुस्तकों को किसी तरह नेट पर भी सुलभ बनाया जाए। इसके लिए उनके डिजिटल स्वरूप की ज़रूरत थी। यह काम हुआ और प्रकाशकों के सहयोग से अब असंख्य पुस्तकें इंटरनेट पर पी.डी.एफ. फॉर्मेट में उपलब्ध हैं। इन्हें आनलाइन क्रय करके अपने कम्प्यूटर या किसी डिजिटल स्टोरेज डिवाइस में सुरक्षित रखा और पढ़ा जा सकता है। इस तरह किताबों को रखने में कोई जगह नहीं घिरती और वे आपसे बस एक क्लिक की दूरी पर होती हैं।

ई-मैगज़ीन – इंटरनेट पर अब कई पत्रिकाएँ ऐसी मौजूद हैं, जिनका कोई प्रिंट एडिशन नहीं निकलता। वे इंटरनेट पर ही छपती और पढ़ी जाती हैं तथा हमेशा के लिए सुरक्षित रखी जा सकती हैं— इन्हें ही प्रचलित भाषा में ई-मैगज़ीन कहा जाता है। हिंदी में भी ऐसी पत्रिकाओं की शुरुआत हो चुकी है

ब्लॉग – ब्लॉग वेब-लॉग का संक्षिप्त रूप है, जो अमरीका में 1997 के दौरान इंटरनेट में प्रचलन में आया। प्रारंभ में कुछ ऑनलाइन जर्नल्स के लॉग प्रकाशित किए गए थे, जिसमें जालघर के भिन्न क्षेत्रों में प्रकाशित समाचार, जानकारी इत्यादि लिंक होते थे, तथा लॉग लिखने वालों की संक्षिप्त टिप्पणियाँ भी उनमें होती थीं। इन्हें ही ब्लॉग कहा जाने लगा। ब्लॉग लिखने वाले, जाहिर है, ब्लॉगर कहलाने लगे। प्रायः एक ही विषय से संबंधित आँकड़ों और सूचनाओं का यह संकलन ब्लॉग तेजी से लोकप्रिय होता गया। ब्लॉग लिखने वालों के लिए प्रारंभिक दिनों में कंप्यूटर टेक्नॉलोजी के कुछ विषय मसलन एचटीएमएल भाषा का जानकार होना आवश्यक था। परंतु इसमें संभावनाओं को देखते हुए ब्लॉग लिखने और उसको प्रकाशित करने के लिए कुछ नेटवर्क्स ने मुफ्त और अत्यंत आसान औजार उपलब्ध किए जिसमें ब्लॉग लिखने के लिए आपको कंप्यूटर प्रोग्रामिंग भाषाओं का ज्ञान आवश्यक नहीं होता है। इस कारण, देखते ही देखते 1997-98 के महज दर्जन भर ब्लॉग को बढ़कर दस लाख से अधिक का आँकड़ा पार करने में महज चार साल लगे। फिर

ब्लॉग, विश्व की हर भाषा में, हर कल्पनीय विषय में लिखे जाने लगे। ब्लॉग को विश्व के आम लोगों में भारी लोकप्रियता तब मिली जब अफगानिस्तान पर अमरीकी हमले के दौरान एक अमरीकी सैनिक ने अपने नित्यप्रति के युद्ध अनुभव को ब्लॉग पर नियमित प्रकाशित किया। उसी दौरान एंड्रयू सुलिवान के ब्लॉग पृष्ठ पर आठ लाख से अधिक लोगों की उपस्थिति दर्ज की गई, जो संबंधित विषयों के कई तत्कालीन प्रतिष्ठित प्रकाशनों से कहीं ज्यादा थी। एंड्रयू अपने ब्लॉग के मुख पृष्ठ पर लिखते भी हैं – क्रांति ब्लॉग में दर्ज होगी, अब तो कुछ ऐसे ब्लॉग भी हैं जो इतने ज्यादा लोकप्रिय हैं कि इनका सिंडिकेशन किया जाता है।

ब्लॉग जैसी परिकल्पना नेटवर्क्स में ही आकार ले सकती थी, चूँकि इंटरनेट सूचनाओं का संसार है। ऊपर से ब्लॉग लिखने और उन्हें प्रकाशित करने के लिए किसी प्रकार के अलग से इन्फ्रास्ट्रक्चर की आवश्यकता नहीं थी। जो टेक्नॉलोजी मौजूद थी उसी का उपयोग कर ब्लॉग परिकल्पना को साकार किया गया। मगर बाद में इसकी अपार संभावना और लोकप्रियता को देखते हुए कई वेब सेवाओं ने नए और तरह-तरह के मुफ्त औजार तथा बेवपृष्ठ उपलब्ध किए जिससे इसके फैलाव में मदद मिली। शीघ्र ही, सिर्फ ब्लॉग के लिए विशिष्ट नेटवर्क्स का निर्माण हो गया जिसमें ब्लॉगर, वर्ल्डप्रेस, पिटास, मूवेबल टाइप तथा रेडियो यूजर लैंड सहित तमाम अन्य नेटवर्क्स भी हैं। यहाँ तक कि बहुत-सी मौजूदा नेटवर्क्स ने, जैसे कि न्यूयार्क टाइम्स और द गॉर्जियन जैसे प्रकाशनों ने भी अपने उपयोगकर्ताओं तथा स्तंभ लेखकों हेतु अपने नेटवर्क्स में ब्लॉग के लिए विशेष व्यवस्थाएँ की हैं।

ब्लॉग के फायदे :

राजेंद्र यादव ने हंस, जुलाई 2004 के संपादकीय में बड़े ही मजेदार तरीके से, चुटकियाँ लेते हुए, हिंदी साहित्य संसार के प्रायः सभी नए-पुराने समकालीन लेखकों-कवियों के बारे में टिप्पणियाँ की हैं कि किस प्रकार लोग अपनी छपास की पीड़ा को तमाम तरह के हथकंडों से कम करने की नाकाम कोशिशों में लगे रहते हैं। वे आगे कहते हैं कि दिल्ली जैसी जगह से ही हंस जैसी कम से कम 10

पत्रिकाएँ निकलनी चाहिए। जाहिर है, लेखकों-लेखिकाओं की लंबी कतारें हैं और उन्हें अपनी अभिव्यक्ति को व्यक्त करने का कोई माध्यम ही नहीं मिल रहा है। ऐसे में इंटरनेट के व्यक्तिगत वेब पृष्ठ और ब्लॉग के अलावा दूसरा बढ़िया रास्ता और कोई नहीं है। साहित्य जगत से आए ये सवाल पत्रकारिता में भी उतने ही प्रांसगिक हैं। ब्लॉग के फायदों की सूची यों तो लंबी है, पर कुछ मुख्य बातें ये हैं

- ब्लॉग प्रायः व्यक्तिगत उपयोग हेतु हर एक को मुफ्त में उपलब्ध है।
- ब्लॉग के द्वारा आप किसी भी विषय में, विश्व की किसी भी (समर्थित) भाषा में अपने विचार प्रकट कर सकते हैं, जो जालघर में लोगों के पढ़ने हेतु हमेशा उपलब्ध रहेगा। उदाहरण के लिए, यदि आप कहानियाँ लिखते हैं, तो एक ब्लॉग कहानियों का प्रारंभ करिए, उसमें अपनी कहानियाँ नियमित प्रकाशित करिए, बिना किसी झंझट के, बिना किसी संपादकीय सहमति या उसकी कैंची के और अगर लोगों को आपकी कहानियों में कुछ तत्व और पठनीयता नजर आएगी, तो वे आपकी ब्लॉग साइट के मुरीद हो जाएँगे और हो सकता है कि आपके ब्लॉग को एंड्रयू सुलिवान के ब्लॉग से भी ज्यादा पाठक मिल जाएँ।
- आपके ब्लॉग पर पाठकों की त्वरित टिप्पणियाँ भी मिलती है जो आपके ब्लॉग की धार को और भी पैना करने में सहायक हो सकती है।
- ब्लॉग का उपयोग कंपनियाँ अपनी उत्पादकता बढ़ाने, नए विचारों तथा नए आइडियाज प्राप्त करने में भी कर रही हैं, जहाँ कर्मचारी अपने विचारों का आदान-प्रदान बिना किसी झिझक के साथ कर सकते हैं।
- यदि आप पत्रकार हैं तो जाहिर है अपने मीडिया समूह की नीतियों के अनुसार ही आप खुद वहाँ व्यक्त कर पाते होंगे। ब्लॉग आपको स्वतंत्र अभिव्यक्ति के लिए मंच मुहैया कराता है। यहाँ आप वह सब कह सकते हैं, जिसे अपने मीडिया समूह में नहीं कह पाते। यदि आप स्वतंत्र पत्रकार हैं तो

ब्लॉग आपके लेखन के प्रचार-प्रसार के लिए एक महत्वपूर्ण प्लेटफार्म सिद्ध हो सकता है। नए पत्रकारों के लिए ब्लॉग अब अपनी प्रतिभा को साबित करके अच्छे मीडिया समूह में नौकरी पाने का माध्यम भी बनता जा रहा है। कई रवीश कुमार, पुण्यप्रसून वाजपेयी, राजकुमार केसरवानी, विनोद दुआ जैसे कई स्थापित पत्रकार अपने स्वतंत्र ब्लॉग भी संचालित करते हैं।

ज्ञानकोश : इंटरनेट से पहले इनसाइक्लोपिडिया ब्रिटैनिका सबसे लोकप्रिय ज्ञानकोश माना जाता था। इंटरनेट के विस्तार बाद उसने भी ऑनलाइन होने का फैसला लिया तथा कई और ऑनलाइन ज्ञानकोश अस्तित्व में आ गए, जिनकी एक पत्रकार को आवश्यकता होती है। उदाहरण के लिए नेट पर विकीपीडिया एक बहुप्रचलित ज्ञानकोश है। शिक्षा, विधि, विज्ञान आदि विषयों तथा उनके अंतरंग अनुशासनों से जुड़े कई ज्ञानकोश नेट पर मौजूद हैं, जिन्हें गूगल के सहारे आसानी से खोजा और देखा जा सकता है।

बोध प्रश्न

प्र0 1— ई-बुक व ई-मैगजीन के क्या फायदे हैं ?

उ0 वर्तमान में असंख्य पुस्तकें इंटरनेट पर पी.डी.एफ. फॉर्मेट में उपलब्ध हैं। इन्हें ऑनलाइन क्रय करके अपने कम्प्यूटर या किसी डिजीटल स्टोरेज डिवाइस में सुरक्षित रखा और पढ़ा जा सकता है। इस तरह किताबों को रखने में कोई जगह नहीं घिरती और वे आपसे बस एक क्लिक की दूरी पर होती हैं।

प्र0 2— ब्लॉग व ब्लॉगर से आप क्या समझते हैं ?

उ0 ब्लॉग वेब-लॉग का संक्षिप्त रूप है, जो अमरीका में 1997 के दौरान इंटरनेट में प्रचलन में आया। प्रारंभ में कुछ ऑनलाइन जर्नल्स के लॉग प्रकाशित किए गए थे, जिसमें जालघर के भिन्न क्षेत्रों में प्रकाशित समाचार, जानकारी इत्यादि लिंक होते थे, तथा लॉग

लिखने वालों की संक्षिप्त टिप्पणियाँ भी उनमें होती थीं। इन्हें ही ब्लॉग कहा जाने लगा। ब्लॉग पर टिप्पणियां करने वालों को ब्लॉगर कहा जाता है।

9.7 सारांश :

इंटरनेट के बहुआयामी विकास-विस्तार तथा साइबर पत्रकारिता की मौजूदगी ने पत्रकारिता में सूचनाओं-समाचारों के संग्रहण, संवर्द्धन, सम्पादन तथा प्रसारण के क्षेत्र में क्रांतिकारी हस्तक्षेप किया है। आज के पत्रकार के लिए इससे जुड़े विषयों और कार्यविधियों की जानकारी रखना अब अनिवार्य हो गया है। आधुनिक पत्रकारिता में हर राह कम्प्यूटर और इंटरनेट से गुज़रती है। इस प्रकार की वेबशिक्षा से एक प्रशिक्षार्थी को कुशल पत्रकार के रूप में विकसित होने बेहतर अवसर मिलता है। यह इकाई पूरी तरह इसी पक्ष पर केंद्रित है।

9.8 शब्दावली :

अटैचमेन्ट या अनुलग्नक : यह एक ऐसी प्रक्रिया है जिसके द्वारा किसी भी प्रकार की फाइल मेल संदेश के साथ जोड़कर इंटरनेट के माध्यम से किसी को भी भेजी या प्राप्त की जा सकती है।

आस्की (ASCII) : इसका अर्थ अमेरिकन स्टैंडर्ड फोर इन्फॉर्मेशन इंटरचेंज है। यह नोटपेड में सुरक्षित किये जाने वाले टेक्स्ट का बॉयडिफाल्ट फॉर्मेट है यदि आप नोटपेड में किसी टेक्स्ट को प्राप्त कर रहे हैं तो वह फॉर्मेट ASCII है।

ऑटो कम्प्लीट : यह सुविधा ब्राउसर के एड्रेस बार में होती है। इसके शुरू में कुछ डाटा टाइप करते ही URL पूर्ण हो जाता है। इसके लिये जरूरी है कि वह URL पहले प्रयोग किया गया हो।

एंटी वाइरस प्रोग्राम : इस प्रोग्राम में कम्प्यूटर की मेमोरी या संगणक संचिका में छुपे हुए वाइरस को ढूँढ निकालने या सम्भव हो तो , नष्ट करने की क्षमता होती है।

बैंडविड्थ— इसके द्वारा इंटरनेट की स्पीड नापी जाती है। बैंडविड्थ जितनी अधिक होगी, इंटरनेट की स्पीड उतनी ही ज्यादा होगी।

ब्राउसर : वर्ल्ड वाइड वेब पर सूचना प्राप्त करने में मददगार सॉफ्टवेयर को ब्राउसर कहते हैं। नेटस्केप नेवीगेटर और इंटरनेट एक्सप्लोरर सर्वाधिक प्रचलित ब्राउसर हैं। यह एक ऐसा सॉफ्टवेयर होता है जो HTML और उससे संबंधित प्रोग्राम को पढ़ सकता है।

बुकमार्क : ब्राउसर में स्थित विशेष लिंक, जो किसी विशेष सेक्शन में लिंक बनाने में मदद करता है। इंटरनेट एक्सप्लोरर में यह फ़ेवरेट कहलाता है।

केशे या टेम्परेरी इंटरनेट एक्सप्लोरर : सर्फ़िंग के दौरान वेब पेज और उससे संबंधित चित्र एक अस्थायी भण्डार में ट्रांसफर हो जाते हैं। यह तब तक नहीं हटते हैं, जब तक इन्हें हटाया न जाये या ये रिप्लेस न हो जाये। एक ही वेबसाइट पर जाना उतना ही आसान होता है, क्योंकि समान कंटेंट डाउनलोड की आवश्यकता नहीं होती। यदि आप अलग-अलग साइट्स पर विजिट कर रहे हों तो ये फाइल आपकी स्पीड कम कर देती है।

कुकी : यह वेब सर्वर द्वारा भेजा गया डेटा होता है, जिसे ब्राउसर द्वारा सर्फर के कम्प्यूटर में एक संचिका में स्टोर कर लिया जाता है।

डिमोड्यूलेशन : मोडेम से प्राप्त ऐनालॉग डेटा को डिजिटल डेटा में बदलने की प्रक्रिया डिमोड्यूलेशन कहलाती है।

डाउनलोड : किसी संचिका को वर्ल्ड वाइड वेब से कॉपी करने की प्रक्रिया डाउनलोड कहलाती है।

अपलोड : अपनी किसी फाइल को कम्प्यूटर से वर्ल्ड वाइड वेब पर कापी करने की प्रक्रिया अपलोड कहलाती है।

क्षेत्रीय नाम पंजीकरण : किसी भी कम्पनी को अपनी विशिष्ट पहचान कायम रखने के लिये अपनी कम्पनी का नाम पंजीकरण करवाना होता है। यह प्रक्रिया इंटरनेट सर्विस प्रोवाइडर की देख-रेख में चलती है।

ई-कॉमर्स : इंटरनेट पर व्यापारिक लेखा-जोखा रखने की प्रक्रिया और नेट पर ही खरीदी-बिक्री की प्रक्रिया ई-कॉमर्स कहलाती है।

होम-पेज : वेब ब्राउसर से किसी साइट को ओपन करते ही जो पृष्ठ सामने खुलता है वह उसका होम पेज कहलाता है।

FAQ (frequently asked question) : वेबसाइट पर किसी खास विषय से जुड़े प्रश्न। वेब साइट पर faq के माध्यम से प्रश्न भी भेजे जा सकते हैं।

डायल-अप कनेक्शन : एक कम्प्यूटर से मोडेम द्वारा इंटरनेट से जुड़े किसी अन्य कम्प्यूटर से स्टैंडर्ड फोन लाइन पर कनेक्शन को डायल अप कनेक्शन कहते हैं।

डायल-अप नेटवर्किंग : किसी पर्सनल कम्प्यूटर को किसी अन्य पर्सनल कम्प्यूटर पर LAN और इंटरनेट से जोड़ने वाले प्रोग्राम को डायल अप नेटवर्किंग कहते हैं।

संचिका HTML (हाइपर टेक्स्ट मार्कअप लैंग्वेज) : वर्ल्ड वाइड वेब पर डाक्यूमेंट के लिये प्रयोग होने वाली मानक मार्कअप भाषा HTML भाषा टैग का उपयोग करता है।

HTTP (हाइपर टेक्स्ट ट्रांसफर प्रोटोकाल) : वर्ल्ड वाइड वेब पर सर्वर से किसी यूजर तक दस्तावेजों को ट्रांसफर करने वाला कम्प्यूनिकेशन प्रोटोकाल HTTP कहलाता है।

9.9 त्वरित अभ्यास :

1. एचटीटीपी क्या है?
2. कम्प्यूटर को इंटरनेट से जोड़ने के लिए किस हार्डवेयर की आवश्यकता होती है?
3. गूगल क्या है?
4. इंटरनेट का जन्म कैसे हुआ?
5. साइबर पत्रकारिता से क्या आशय है?
6. ट्विटर क्या है?
7. यूनीकोड फांट क्या है?
8. इनडिक लिपियों का उचित निरूपण कैसे होता है ?
9. आस्की (ASCII) का क्या अर्थ है ?
10. ऑटो कम्पलीट का क्या अर्थ है ?
11. एंटी वाइरस प्रोग्राम को समझाइए ?
12. डाउनलोड व अपलोड की प्रक्रिया समझाइए ?
13. प्रमुख सोशल नेटवर्किंग साइट्स कौन-कौन सी हैं?
14. ई-मैगज़ीन से आप क्या समझते हैं?
15. ई-बुक क्या है?

9.10 अभ्यासार्थ प्रश्न :

प्रश्न 1. आनलाइन समाचारपत्र क्या हैं? उदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए।

प्रश्न 2. इंटरनेट पर हिंदी में कार्य किस तरह किया जाता है?

प्रश्न 3. बुकमार्क व ब्राउसर से क्या अर्थ है ?

प्रश्न 4. डायल अप नेटवर्किंग क्या है? डायरेक्ट कनेक्शन से आप क्या समझते हैं?

प्रश्न 5. गूगल ने इंटरनेट को किस तरह प्रभावित किया है ?

प्रश्न 6. ब्लॉग का अर्थ बताते हुए पत्रकारिता में उसके महत्व पर प्रकाश डालिए।

9.11 प्रयोगात्मक अभ्यास :

इंटरनेट पर खुद का ब्लॉग बनाकर अपने परिचितों, दोस्तों के साथ जुड़कर बताइए कि ब्लॉगिंग ने किस तरह सामाजिक जीवन को प्रभावित किया है ?

अथवा

ब्लॉग से आप क्या समझते हैं? ब्लॉग से किस तरह जुड़ सकते हैं इस प्रक्रिया को लिखित रूप से समझाकर ब्लॉग के लिए कम से कम 15 टिप्पणियां लिखिए?

9.12 सन्दर्भ

- | | | |
|---------------------------------|---|--------------------------------|
| 1. प्रो. हरिमोहन | : | सूचना प्रौद्योगिकी और जनमाध्यम |
| 2. चढ्ढा, सविता | : | आधुनिक जनसंचार और हिंदी |
| 3. पटेरिया, मनोज | : | विज्ञान संचार |
| 4. माथुर, श्याम | : | वेब पत्रकारिता |
| 5. कुमार, सुरेश | : | इंटरनेट पत्रकारिता |
| 6. पचौरी, सुधीश एवं शर्मा, अचला | : | नए जनसंचार माध्यम और हिंदी |

7. By Roy Methew : Information & Communication
Technology:Recasting
Developments, Cyber Journalism
8. वेबदुनिया हिंदी पोर्टल
9. विभिन्न वेबपृष्ठ तथा ब्लॉग्स।