# शिवाजी विश्वविद्‌यालय, कोल्हापुर
# महाराष्ट्र

## दूरशिक्षण व ऑनलाईन शिक्षण केंद्र

# प्रयोजनमूलक हिंदी

नई शिक्षा नीति 2020 के अनुसार पुनर्रचित पाठ्‌यक्रम

(शैक्षिक वर्ष 2024-25 से)

**एम. ए. भाग–2**

**हिंदी : अनिवार्य बीजपत्र 11 और 15**

**सत्र 3 और 4**

© **कुलसचिव,** शिवाजी विश्वविद्‍यालय, कोल्हापुर (महाराष्ट्र)
**प्रथम संस्करण :** 2019
सुधारीत संस्करण : 2023
सुधारीत द्‍वीतीय संस्करण : 2024
एम.ए. भाग 2 (हिंदी : प्रयोजनमूलक हिंदी)
सभी अधिकार विश्वविद्‍यालय के अधीन। शिवाजी विश्वविद्‍यालय की अनुमति के बिना किसी भी सामग्री की नकल न करें।

प्रतियाँ : 400

■

**प्रकाशक :**
**डॉ. व्ही. एन. शिंदे**
कुलसचिव,
शिवाजी विश्वविद्‍यालय,
कोल्हापुर - 416 004.

■

**मुद्रक :**
**श्री. बी. पी. पाटील**
अधीक्षक,
शिवाजी विश्वविद्‍यालय मुद्रणालय,
कोल्हापुर - 416 004.

■

ISBN- 978-93-89327-25-0

★ दूरशिक्षण व ऑनलाईन शिक्षण केंद्र और शिवाजी विश्वविद्‍यालय की जानकारी निम्नांकित पते पर मिलेगी–
शिवाजी विश्वविद्‍यालय, विद्‍यानगर, कोल्हापुर–416 004. (भारत)

## दूरशिक्षण व ऑनलाईन शिक्षण केंद्र, शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

### ■ सलाहकार समिति ■

**प्रो. (डॉ.) डी. टी. शिर्के**
कुलगुरू,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

**प्रो. (डॉ.) पी. एस. पाटील**
प्र-कुलगुरू,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

**प्रो. (डॉ.) प्रकाश पवार**
राज्यशास्त्र अधिविभाग,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

**प्रो. (डॉ.) एस. विद्याशंकर**
कुलगुरू, केएसओयू
मुक्तगंगोत्री, म्हैसूर, कर्नाटक-५७० ००६

**प्रो. राजेंद्र कांकरिया**
जी-२/१२१, इंदिरा पार्क,
चिंचवडगांव, पुणे-४११ ०३३

**प्रो. (डॉ.) सीमा येवले**
गीत-गोविंद, फ्लॅट नं. २, ११३९ साईक्स एक्स्टेंशन,
कोल्हापुर-४१६००१

**डॉ. संजय रत्नपारखी**
डी-१६, शिक्षक वसाहत, विद्यानगरी, मुंबई विश्वविद्यालय,
सांताक्रुझ (पु.) मुंबई-४०० ०९८

**प्रो. (डॉ.) कविता ओझा**
संगणकशास्त्र अधिविभाग,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

**प्रो. (डॉ.) चेतन आवटी**
तंत्रज्ञान अधिविभाग,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

**प्रो. (डॉ.) एम. एस. देशमुख**
अधिष्ठाता, मानव्य विद्याशाखा,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

**प्रो. (डॉ.) एस. एस. महाजन**
अधिष्ठाता, वाणिज्य व व्यवस्थापन विद्याशाखा,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

**प्रो. (डॉ.) श्रीमती एस. एच. ठकार**
प्रभारी अधिष्ठाता, विज्ञान व तंत्रज्ञान विद्याशाखा,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

**प्राचार्या (डॉ.) श्रीमती एम. व्ही. गुळवणी**
प्रभारी अधिष्ठाता, आंतर-विद्याशाखीय अभ्यास विद्याशाखा
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

**डॉ. व्ही. एन. शिंदे**
कुलसचिव,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

**डॉ. ए. एन. जाधव**
संचालक, परीक्षा व मूल्यमापन मंडळ,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

**श्रीमती सुहासिनी सरदार पाटील**
वित्त व लेखा अधिकारी,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

**डॉ. के. बी. पाटील** (सदस्य सचिव)
प्रभारी संचालक, दूरशिक्षण व ऑनलाईन शिक्षण केंद्र,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

## ■ हिंदी अध्ययन मंडल ■

**अध्यक्ष**

**प्रो. डॉ. साताप्पा शामराव सावंत**
विलिंग्डन महाविद्यालय, सांगली

**सदस्य**

- **प्रो. डॉ. नितीन चंद्रकांत धवडे**
  मुधोजी महाविद्यालय, फलटण, जि. सातारा
- **डॉ. मनिषा बाळासाहेब जाधव**
  कला व वाणिज्य महाविद्यालय, ११७, शुक्रवार पेठ, सातारा-४१५ ००२.
- **प्रो. डॉ. वर्षाराणी निवृत्ती सहदेव**
  श्री विजयसिंह यादव कॉलेज, पेठवडगाव, जि. कोल्हापुर
- **प्रो. डॉ. हणमंत महादेव सोहनी**
  सदाशिवराव मंडलीक महाविद्यालय, मुरगुड, ता. कागल, जि. कोल्हापुर
- **प्रो. डॉ. अशोक विठोबा बाचूळकर**
  आजरा महाविद्यालय, आजरा, जि. कोल्हापुर
- **डॉ. भास्कर उमराव भवर**
  कर्मवीर हिरे आर्टस, सायन्स, कॉमर्स ॲण्ड एज्युकेशन कॉलेज, गारगोटी, ता. भुदरगड, जि. कोल्हापुर
- **डॉ. संग्राम यशवंत शिंदे**
  आमदार शशिकांत शिंदे महाविद्यालय, मेढा, ता. जावळी, जि. सातारा
- **प्रो. डॉ. अनिल मारुती साळुंखे**
  यशवंतराव चव्हाण महाविद्यालय, करमाळा, जि. सोलापुर-४१३२०३
- **डॉ. गजानन सुखदेव चव्हाण**
  श्रीमती जी.के.जी. कन्या महाविद्यालय, जयसिंगपुर, ता. शिरोळ, जि. कोल्हापुर
- **प्रो. डॉ. सिद्राम कृष्णा खोत**
  डॉ. एन. डी. पाटील महाविद्यालय, मलकापुर, जि. कोल्हापुर
- **प्रो. डॉ. उत्तम लक्ष्मण थोरात**
  आदर्श कॉलेज, विटा, जि. सांगली
- **डॉ. परशराम रामजी रगडे**
  शंकरराव जगताप आर्टस ॲण्ड कॉमर्स कॉलेज, वाघोली, ता. कोरेगाव, जि. सातारा

# अपनी बात

शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर की दूरशिक्षा योजना के अंतर्गत स्नातकोत्तर हिंदी विषय के छात्रों के लिए निर्मित अध्ययन सामग्री, नियमित रुप से प्रवेश न ले पाने वाले छात्रों की असुविधा को दूर करने के संकल्प का सुफल है। इसमें एक ओर विश्वविद्यालय की सामाजिक संवेदनशीलता दिखाई देती है, तो दूसरी ओर शिक्षा से वंचित छात्रों को सुविधा प्रदान करने की प्रतिबद्धता स्नातक स्तर तक की अध्ययन सामग्री से दूरशिक्षा योजना के छात्र जिस तरह लाभान्वित हुए हैं, उसी तरह स्नातकोत्तर स्तर के छात्र भी प्रस्तुत स्वयं-अध्ययन सामग्री से लाभान्वित होंगे, यह विश्वास है।

दूरशिक्षा के छात्रों का महाविद्यालयों तथा अध्यापकों से प्रत्यक्ष या परोक्ष रुप से कोई संबंध नहीं आता। उनकी इस स्थिति को ध्यान में रखते हुए अध्ययन सामग्री को सरल और सुबोध भाषा में प्रस्तुत किया गया है। साथ ही पाठ्यक्रम, प्रश्नपत्र का स्वरुप तथा अंक-वितरण को ध्यान में रखकर अध्ययन-सामग्री को आवश्यकतानुसार विस्तृत तथा सूक्ष्म रुप से प्रस्तुत करने का प्रयास किया है। हमें आशा ही नहीं, बल्कि विश्वास भी हैं कि प्रस्तुत अध्ययन सामग्री स्नातकोत्तर स्तर के छात्रों के लिए उपादेय सिद्ध होगी।

प्रस्तुत सामग्री सामूहिक प्रयास का फल है। शिवाजी विश्वविद्यालय के मा. कुलपति, कुलसचिव, महाविद्यालय व विश्वविद्यालय विकास मंडल के संचालक, दूरशिक्षा विभाग के संचालक एवं उनके सभी सहयोगी, तथा इकाई लेखक आदि के सक्रिय सहयोग के लिए हार्दिक धन्यवाद।

■ **सम्पादक** ■

**प्रो. डॉ. सुनील बापू बनसोडे**
सदस्य, विद्या परिषद,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर,
एवं
अध्यक्ष, हिंदी विभाग
जयसिंगपुर कॉलेज, जयसिंगपुर

**प्रो. डॉ. साताप्पा शामराव सावंत**
अध्यक्ष, हिंदी अध्ययन मंडल,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर
एवं
अध्यक्ष, हिंदी विभाग,
विलिंग्डन महाविद्यालय, सांगली

| | |
|---|---|
| दूरशिक्षण व ऑनलाईन शिक्षण केंद्र<br>शिवाजी विश्वविद्‍यालय,<br>कोल्हापुर | **प्रयोजनमूलक हिंदी**<br>**एम. ए. भाग–2**<br>**हिंदी : अनिवार्य बीजपत्र–11 और 15** |

**इकाई लेखक**


| | | |
|---|---|---|
| ★ | **डॉ. आर. पी. भोसले** | – कला, वाणिज्य महाविद्‍यालय, पुसेगाव |
| ★ | **डॉ. क्षितिज यादवराव धुमाळ** | – कला व वाणिज्य महाविद्‍यालय, वडूज |
| ★ | **प्रो. डॉ. एस. बी. बनसोडे** | – जयसिंगपुर कॉलेज, जयसिंगपुर |
| ★ | **डॉ. डी. के. गोटुरी** | – डॉ. घाळी कॉलेज, गडहिंग्लज, जि. कोल्हापुर |
| ★ | **डॉ. व्ही. डी. सुर्वे** | – आर्टस, कॉमर्स कॉलेज, आष्टा, जि. सांगली |
| ★ | **प्रा. सिकंदर तहसिलदार** | – नाईट कॉलेज, इचलकरंजी, जि. कोल्हापुर |
| ★ | **डॉ. बी. डी. पाटील** | – डॉ. पतंगराव कदम महाविद्‍यालय, सांगली |

■ **सम्पादक** ■

**प्रो. डॉ. सुनील बापू बनसोडे**
सदस्य, विद्‍या परिषद,
शिवाजी विश्वविद्‍यालय, कोल्हापुर,
एवं
अध्यक्ष, हिंदी विभाग
जयसिंगपुर कॉलेज, जयसिंगपुर

**प्रो. डॉ. साताप्पा शामराव सावंत**
अध्यक्ष, हिंदी अध्ययन मंडल,
शिवाजी विश्वविद्‍यालय, कोल्हापुर
एवं
अध्यक्ष, हिंदी विभाग,
विलिंग्डन महाविद्‍यालय, सांगली

# अनुक्रमणिका


| इकाई | | पृष्ठ |
|---|---|---|
| | **सत्र–3 अनिवार्य बीजपत्र–XI** | |
| | **प्रयोजनमूलक एवं कामकाजी हिंदी :** | |
| | **प्रयोजनमूलक हिंदी : संकल्पना, स्वरुप एवं उपयोगिता** | |
| 1. | हिंदी के विभिन्न रूप : मातृभाषा, राजभाषा, राष्ट्रभाषा, संपर्क भाषा, संचार भाषा, सर्जनात्मक भाषा, माध्यम भाषा। | 1 |
| 2. | प्रारुपण और टिप्पण पत्रलेखन तथा संक्षेपण, कार्यालयीन अनुवाद | 16 |
| 3. | पारिभाषिक शब्दावली : स्वरुप, महत्त्व एवं निर्माण में आनेवाली समस्याएँ। ज्ञान–विज्ञान के विभिन्न क्षेत्रों की पारिभाषिक शब्दावली (150) का अध्ययन (परिशिष्ट में निर्धारित) | 28 |
| 4. | मुद्रित माध्यम : मुद्रित भाषा की प्रकृति, समाचार पत्रों में समाचार लेखन, संपादन, शीर्षक रचना, पृष्ठ सज्जा, साक्षात्कार लेखन, वार्तालाप लेखन, विज्ञापन लेखन। | 43 |
| | **सत्र–4 अनिवार्य बीजपत्र–XV** | |
| | **संगणकीय हिंदी : सामान्य स्वरूप** | |
| 1. | संगणक : परिचय एवं उपयोग इंटरनेट : उपकरणों का परिचय, प्रयोग विधि | 67 |
| 2. | संगणकीय हिंदी : सामान्य परिचय एवं उपयोग। वेब पब्लिशिंग : परिचय एवं महत्त्व, लिंक, ब्राऊजिंग, ई–मेल प्रेषण एवं प्राप्ति, हिंदी के प्रमुख इंटरनेट पोर्टल, हिंदी सॉफ्टवेअर | 82 |
| 3. | इलेक्ट्रॉनिक माध्यम : श्रव्य माध्यम (रेडियो), मौखिक भाषा की प्रकृति, समाचार लेखन एवं वाचन, रेडियो नाटक, उद्घोषणा लेखन, विज्ञापन लेखन । ज्ञान विज्ञान के विभिन्न क्षेत्रों के पारिभाषिक वाक्यांश (100) का अध्ययन (परिशिष्ठ में निर्धारित) | 105 |
| 4. | दृश्य–श्रव्य माध्यम (फिल्म, टेलीविजन एवं वीडियो) दृक माध्यमों में भाषा की प्रकृति, पार्श्ववाचन (वायसओवर), पटकथा लेखन, टेली ड्रामा, संवाद लेखन, विज्ञापन लेखन। | 136 |

हर इकाई की शुरूआत उद्देश्य से होगी, जिससे दिशा और आगे के विषय सूचित होंगे-

(१) इकाई में क्या दिया गया है।

(२) आपसे क्या अपेक्षित है।

(३) विशेष इकाई के अध्ययन के उपतरांत आपको किन बातों से अवगत होना अपेक्षित है।

स्वयं-अध्ययन के लिए कुछ प्रश्न दिए गए हैं, जिनके अपेक्षित उत्तरों को भी दर्ज किया है। इससे इकाई का अध्ययन सही दिशा से होगा। आपके उत्तर लिखने के पश्चात् ही स्वयं-अध्ययन के अंतर्गत दिए हुए उत्तरों को देखें। आपके द्वारा लिखे गए उत्तर (स्वाध्याय) मूल्यांकन के लिए हमारे पास भेजने की आवश्यकता नहीं है। आपका अध्ययन सही दिशा से हो, इसलिए यह अध्ययन सामग्री (Study Tool) उपयुक्त सिद्ध होगी।

## इकाई – 1

# प्रयोजनमूलक एवं कामकाजी हिंदी

## हिंदी के विभिन्न रुप

1.1 उद्‌देश्य
1.2 प्रस्तावना
1.3 विषय विवेचन
- 1.3.1 मातृभाषा
- 1.3.2 राजभाषा
- 1.3.3 राष्ट्रभाषा
- 1.3.4 संपर्क भाषा
- 1.3.5 संचार भाषा
- 1.3.6 सर्जनात्मक भाषा
- 1.3.7 माध्यम भाषा

1.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न
1.5 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ
1.6 स्वयं अध्ययन प्रश्नों के उत्तर
1.7 सारांश
1.8 स्वाध्याय
1.9 क्षेत्रीय कार्य
1.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए

### 1.1 उद्‌देश्य :

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप :-

1. हिंदी के विभिन्न रुपों का परिचय करा लेंगे ।
2. मातृभाषा का परिचय दे सकेंगे ।
3. राजभाषा हिंदी से परिचित हो जाएंगे।
4. संपर्क और संचार भाषा के स्वरुप से अवगत हो जाएंगे ।
5. सर्जनात्मक भाषा और माध्यम भाषा का स्वरुप जान सकेंगे ।

## 1.2 प्रस्तावना :

मनुष्य के जीवन में भाषा का अनन्य साधारण महत्त्व है। मनुष्य अपने विचारों का आदान-प्रदान, भावों की अभिव्यक्ति आदि भाषा के द्वारा ही करता है। डॉ. भोलानाथ तिवारी के अनुसार, ''भाषा उच्चारण अवयवों से उच्चरित यादृच्छिक ध्वनि प्रतीकों की वह व्यवस्था है, जिसके द्वारा एक समाज के लोग आपस में भावों और विचारों का आदान-प्रदान करते हैं।''

हिंदी भाषा की उत्पत्ति भारोपीय भाषा परिवार की भारतीय - आर्य भाषाओं से हुई है। आधुनिक भारतीय आर्य भाषाओं में हिंदी सर्वाधिक व्यक्तियों द्वारा बोली एवं प्रयोग की जाने वाली भाषा है। हिंदी का प्रयोग विदेश में भी हो रहा है।

साहित्यिक दृष्टि से हिंदी का महत्त्वपूर्ण स्थान है। भारतीय संविधान में हिंदी को राजभाषा के रुप में स्वीकृति मिल चुकी है। आजकल **'प्रयोजनमूलक हिंदी'** का प्रयोग दिनों दिन बढ़ता जा रहा है। प्रयोजनमूलक हिंदी को **'कामकाजी हिंदी'**अथवा **'व्यावहारिक हिंदी'** कहा जाता है। वैज्ञानिक अन्वेषणों तथा जनसंचार क्षेत्र में हुई क्रांति के कारण प्रयोजनमूलक हिंदी के प्रयोग अनेकानेक क्षेत्रों में बढ़ते जा रहे हैं। इसी कारण हिंदी के राजभाषा, संचार भाषा, संपर्क भाषा, माध्यम भाषा आदि अनेक रुप बनते जा रहे हैं। इन्हीं रुपों की संक्षिप्त जानकारी हमें यहाँ प्राप्त करनी है।

## 1.3 विषय विवेचन :

भाषा जब विस्तृत प्रदेश में बोली जाती है, तब प्रदेश के अनुसार उसके विभिन्न रुप निर्माण होने लगते हैं; जैसे बम्बइया हिंदी, राजस्थानी हिंदी, दक्खिनी हिंदी आदि।

समुदाय, समाज और व्यवहार के लिए मातृभाषा, संपर्क भाषा, राष्ट्रभाषा की आवश्यकता होती है। विभिन्न क्षेत्रों में कामकाज के लिए प्रयोजनमूलक के संचार भाषा, माध्यम भाषा, राजभाषा, सर्जनात्मक भाषा आदि रुपों की आवश्यकता होती है। आजकल प्रयोजनमूलक भाषा में दिनों दिन परिवर्तन आ रहे हैं और कामकाजी हिंदी के अनेकानेक रुप बनते जा रहे हैं।

### 1.3.1 मातृभाषा :

मातृभाषा का सामान्य अर्थ है 'माता की भाषा'। बालक अपनी माँ से जो भाषा सिखता है, वह उसकी 'मातृभाषा' मानी जाती है। माँ का संबंध किसी वर्ग या समुदाय से होता है। अत: उस समुदाय में बोली जाने वाली भाषा उस समुदाय के सभी लोगों की 'मातृभाषा' कहीं जाती है। मातृभाषा सामाजिक दृष्टि से निर्धारित व्यक्ति की वह आत्मीय भाषा है, जो व्यक्ति की अस्मिता को किसी भाषाई समुदाय की सामाजिक परंपरा और सांस्कृतिक दृष्टिकोन से सम्बद्ध करती है। इस भाषा के माध्यम से व्यक्ति का व्यक्तित्त्व विकसित होता है। व्यक्ति ऐसी ही भाषा के माध्यम से परिवार और समाज में अपना एक अलग स्थान निर्माण करता है। महात्मा गांधीजी ने कहा है, ''मनुष्य के मानसिक विकास के लिए मातृभाषा उतनी ही आवश्यक है, जितना कि बच्चे के शारीरिक विकास के लिए माता का दूध।''

मातृभाषा सहज अभिव्यक्ति तथा सहज-बोध का साधन है। विश्व के अनेक शिक्षा शास्त्रियों ने बच्चे को मातृभाषा में ही शिक्षा देने पर अधिक बल दिया है। कुछ पाश्चात्त्य विद्वानों के अनुसार मातृभाषा का स्वरूप

इस प्रकार है -

1. **कालरिज (Coleridge)** - मातृभाषा मनुष्य के शरीर में धडकते हृदय की भाषा है। इसे हिंडोले की भाषा (Language of the Cardle) भी कहा जाता है।
2. **पी. बी. बैलर्ड (P. B. Bellard)** - मातृभाषा बच्चे की वह भाषा है, जिसके द्वारा वह सोचता और सपने बुनता है। (The tongue in which a child thinks and dreams)

कुछ विद्वानों का कहना है कि, जनम के पश्चात् बालक जिस भाषाई परिवेश में रहकर प्रारंभिक भाव का आदान-प्रदान करता है, उसे उसकी भाषा की संज्ञा देनी चाहिए। अगर एक बालक अवधी क्षेत्र में रहकर बड़ा होता है, तो उसकी प्रारंभिक अभिव्यक्ति की भाषा अवधी होगी। अवधी खड़ीबोली हिंदी की एक महत्त्वपूर्ण बोली है। इस दृष्टि से उस बालक की मातृभाषा अवधी नहीं, हिंदी है। यह प्रक्रिया भाषा और बोली के सहज संबंधों के कारण होती है।

इस तरह जिस भाषा में मनुष्य अपने जीवन में गतिशील रहने के लिए, जिस मूल या प्रारंभिक भाषा को अपनाता है, वह उसकी मातृभाषा कहलाती है। मातृभाषा में भावाभिव्यक्ति सरल और अधिक प्रभावी होती है। इसीलिए **भारतेंदु हरिश्चंद्र** ने हिंदी को मातृभाषा के रुप में याद करते हुए इसे "**निजभाषा**" कहकर उसकी उन्नति की बात की है।

### 1.3.2 राजभाषा :

देश के राजकीय कार्यों में प्रयुक्त होने वाली भाषा को राजभाषा कहते हैं। इसे अंग्रेजी में Official Language कहते हैं। यह भाषा का नवीनतम उभरकर आने वाला रुप है।

**आचार्य देवेन्द्रनाथ शर्मा** के अनुसार सरकार के शासन विधान, कार्यपालिका और न्यायपालिका क्षेत्रों में जिस भाषा का प्रयोग किया जाता है, उसे '**राजभाषा**' कहते हैं।

आम तौर पर **राजभाषा** उसे कहते हैं, जो भाषा सरकारी कामकाज के लिए सरकारी कार्यालयों में प्रयुक्त होती है। प्रशासन की भाषा राजभाषा कहलाती है।

**राजभाषा** का सामान्य अर्थ है - राजकाज चलाने की भाषा । अर्थात् भाषा का वह रुप, जिसके द्वारा राजकीय कार्य चलाने में सुविधा हो। राजभाषा का प्रयोग प्रमुख रुप से चार क्षेत्रों में किया जाता है - शासन, विधान, न्यायपालिका एवम् विधानपालिका।

हमारे देश में बारहवीं शती तक संस्कृत ही राजभाषा के रुप में प्रचलित थी। उसके बाद तुर्कों एवं अफगानों के आगमन से फारसी राजभाषा बनी। मुगल शासन में हिंदी सह राजभाषा के रुप में थी। औरंगजेब के शासन काल तक तो हिंदी की विविध शैलियाँ प्रयुक्त होने लगी थीं। मराठा प्रशासन में हिंदी का प्रयोग व्यापक रुप से मिलता है। बाद में अंग्रेज आए और इस देश की राजभाषा अंग्रेजी हो गई।

सन् 1947 ई. में भारत स्वतंत्र हुआ और 26 जनवरी सन् 1950 ई. को भारतीय जनतंत्र की घोषणा की गई। इसके बाद संवैधानिक दृष्टि से राष्ट्रभाषा और राजभाषा पृथक् रुप से परिभाषित की गई। संविधान के अनुच्छेद 343 में यह कहा गया है कि 'संघ की सरकारी भाषा देवनागरी लिपि में हिंदी होगी और सरकारी कामकाज में नागरी अंकों के स्थान पर अंतर्राष्ट्रीय अंकों का प्रयोग होगा।'

दि. 14 सितम्बर सन् 1949 ई. को जब संविधान सभा में 'राजभाषा' संबंधी उपर्युक्त भाग स्वीकृत हुआ, तब संविधान सभा के अध्यक्ष **डॉ. राजेंद्र प्रसाद** ने कहा, '' राजभाषा हिंदी देश की एकता को कश्मीर से कन्याकुमारी तक अधिक सुदृढ़ बना सकेगी।''

### 1.3.3 संपर्क भाषा :

भाषा वह ध्वनि समूह है, जिसके द्वारा मनुष्य अपने भावों और विचारों को प्रकट करता है। जिस भाषा के माध्यम से मनुष्य एक दूसरे से संपर्क स्थापित करता है, उसे **सम्पर्क भाषा** कहा जाता है। इसे **Link Language** भी कहते हैं।

**डॉ. विजयपाल सिंह** के मतानुसार, ''वह भाषा जो दो भिन्न भाषा-भाषी अथवा एक भाषा की दो मित्र उपभाषाओं के मध्य अथवा अनेक बोलियाँ बोलने वालों के मध्य संपर्क का माध्यम होती है, जिसके माध्यम से भावों एवं विचारों में आदान प्रदान किया जाता है, **'सम्पर्क भाषा**' कहलाती है।''

भारत जैसे विशाल देश में अनेक जाति एवं अनेक भाषा बोलने वाले लोग रहते हैं। भारत में 18 भाषाएँ और 2796 बोलियाँ, उपबोलियाँ बोली जाती हैं। ऐसी स्थिति में सामाजिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक एकता के लिए एक भाषा की अनिवार्यता है। भारत जैसे बहुभाषा भाषी देश में सबसे अधिक संख्या में बोली और समझी जाने वाली भाषा हिंदी ही है, जो संपर्क भाषा का कार्य कर रही है। हिंदी किसी प्रांत विशेष या धर्म विशेष की भाषा न होकर संपूर्ण भारत में संपर्क भाषा के रुप में स्वीकृत है। कहने का तात्त्पर्य यह है कि हिंदी केवल हिंदी भाषियों की ही नहीं, वरन् हिंदीत्तर भाषियों की भी एकमात्र संपर्क भाषा है।

प्राचीन काल में 'संस्कृत' इस देश की संपर्क भाषा के रुप में कार्य कर रही थी। बौद्ध काल में 'पालि-प्राकृत' भाषा का संपर्क भाषा के रुप में प्रयोग होने लगा। जब पालि व्याकरण बद्ध होकर साहित्यिक भाषा बनी, तब जनसाधारण ने अपभ्रंश भाषा को अपनाया। इसके बाद शौरसेनी, भोजपुरी, ब्रज, अवधी एवं खड़ी बोली का प्रचलन दिखाई देता है। सातवीं शती से संपर्क भाषा के रुप में सिद्धों, नाथों एवं संतों, भक्तों ने हिंदी को अपनाया है। भक्ति आंदोलन में हिंदी ही संपर्क भाषा का काम करती रही। यवन आक्रांताओं ने संपर्क के रुप में दक्खिनी हिंदी को अपनाया। ईसाई मिशनरियों ने भी इसे हिंदुस्तानी के रुप में स्वीकारा। भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन में हिंदी ही संपर्क भाषा के रुप में प्रचलित रही।

आज जनसंचार माध्यमों का प्रयोग बढ़ रहा है। सिनेमा, दूरदर्शन, समाचार पत्र आदि का प्रसार एवं प्रयोग बढ़ रहा है। हिंदी देश-विदेश के कोने-कोने तक पहुँच गई है। महानगरों में तो हिंदी एकमात्र संपर्क की भाषा बन रही है।

### 1.3.3 राष्ट्रभाषा :

आज हिंदी भारत की राष्ट्रभाषा, संपर्क भाषा तथा राजभाषा तीनों है। दि. 14 सितंबर, सन् 1949 ई. के पहले हिंदी भारत की राष्ट्रभाषा तथा संपर्क भाषा तो थी, लेकिन यह केंद्र सरकार की राजभाषा नहीं थी। संविधान सभा ने दि. 14 सितंबर, सन् 1949 ई. को हिंदी को केंद्र सरकार की राजभाषा के रूप में स्वीकार किया और इस प्रावधान को भारतीय संविधान के भाग-17 में सम्मिलित किया। इस भाग में 343 से 351 संख्यक कुल नौ अनुच्छेद हैं। हिंदी सुदीर्घ काल से ही भारत की संपर्क भाषा रही है। तब भारत में पाकिस्तान तथा बंगलादेश भी शामिल थे। हिंदी की सहायता से उत्तर के लोक दक्षिण तथा पूर्व के लोग पश्चिम के सभी क्षेत्रों से धार्मिक,

सांस्कृतिक, शैक्षिक, व्यापारिक आदि सभी दृष्टियों से जुड़े रहते आए हैं। पूरे देश को जोडनेवाली एकमात्र भाषा हिंदी ही रही है। हिंदी का प्रयोग तथा इसका प्रचार-प्रसार हमारे स्वतंत्रता संग्राम का एक अटूट अंग बन गयाा था। यह वही भाषा है जिसके माध्यम से स्वतंत्रता की पूरी लड़ाई लढ़ी गई। देश के बाहर रहने के बावजूद नेताजी सुभाषचंद्र बोस ने भी आजाद हिंद फौज का संचालन हिंदी के माध्यम से ही किया था।

हिंदी को संपर्क भाषा तथा राष्ट्रभाषा का दरजा किसी कानूनी या राजकीय घोषणा के तहत प्राप्त नहीं हुआ है; अपितु इसे यह गौरवमय आस्पद जनता-जनार्धन के स्वीकारण से प्राप्त हुआ है, ठीक उसी प्रकार जिस प्रकार गांधीजी को देश ने 'महात्मा' तथा 'राष्ट्रपिता' एवं जयप्रकाश नारायण को 'लोकनायक' कहना प्रारंभ कर दिया। ऐसा संयोग बहुत कम देखने में आता है कि किसी देश में एक ही भाषा संपर्क भाषा, राष्ट्रभाषा तथा तीनों ही रूपों में एक साथ प्रयुक्त होती हो। यह विरल गौरव हिंदी को ही प्राप्त है। यह इसकी शक्ति तथा लोकमान्य होने का प्रमाण है।

स्वतंत्र भारत में नए संविधान की रचना तथा भारत के गणराज्य बन जाने पर भारतीय संविधान के लागू होने से पूर्व 'राष्ट्रभाषा' शब्द का प्रयोग उसी अर्थ में होता था, जिस अर्थ में आज 'राजभाषा' शब्द का प्रयोग होता है अर्थात् संविधान में स्वीकृति के बाद इसका प्रयोग आरंभ हुआ। राष्ट्रभाषा सदैव लोकभाषा होती है। राष्ट्रभाषा का शब्द भण्डार देश की विविध बोलियों, उपभाषाओं आदि से से समृद्ध होता है। राष्ट्रभाषा में राष्ट्र की आत्मा ध्वनित होती है। सम्पूर्ण देश की जनता का चिंतन एवं प्रकटीकरण राष्ट्रभाषा के माध्यम से ही मुखर होता है। राष्ट्रभाषा का प्रयोग सभी क्षेत्रों में होता हैं।

राष्ट्रभाषा शब्द का प्रयोग अंग्रेजी भाषा को ध्यान में रखकर किया गया। स्वाधीनता संग्राम के सेनानियों ने प्रत्येक दृष्टि से राष्ट्रीयता की भावना को जगाने का प्रयास किया। आम आदमी हिंदी का संपर्क तथा राष्ट्रभाषा के रूप में प्रयोग सुदीर्घ काल से करता चला आ रहा है। आम आदमी हिंदी की प्रगति में ही अपनी प्रगति निहित पाता है। किसी राष्ट्र का निर्माण जिन तत्त्वों से होता है, उनमें मुख्य हैं-क्षेत्र, जनसंख्या, शासन-व्यवस्था तथा प्रभुसत्ता। परंतु केवल इन्हीं तत्त्वों के सहारे किसी राष्ट्र का निर्माण संभव नहीं हो पाता। इन सभी तत्त्वों को आपस में मजबूती के साथ जोड़नेवाली जो कड़ी होती है, उसका नाम राष्ट्रभाषा है। राष्ट्रभाषा सम्पूर्ण देश में भावात्मक तथा सांस्कृतिक एकता स्थापित करने का प्रधान साधन होती है। भारत की मुख्य भाषा हिंदी है। हिंदी सभी देशवासियों को एक सूत्र में जोडती है।

### 1.3.4 संचार भाषा :

संचार का सामान्य अर्थ है - किसी सूचना या जानकारी को दूसरों तक पहुँचाना। संचार शब्द अंग्रेजी के 'कम्युनिकेशन' का हिंदी रुपांतर है।

**रॉबर्ट एंडरसन** के मतानुसार, ''वाणी, लेखन या संकेतों के द्‍वारा विचारों, अभिमतों अथवा सूचनाओं का विनिमय करना 'संचार' कहलाता है।'' संचार के अंतर्गत अनुभवों, विचारों, संदेशों, धारणाओं, अभिमतों, सूचनाओं एवं ज्ञान आदि का आदान-प्रदान होता है।

संचार की प्रक्रिया विभिन्न तरह के माध्यमों द्‍वारा संपन्न होती है। विज्ञान एवं प्रौद्‍योगिकी ने हमें नए नए संचार माध्यम प्रदान किए हैं। सामान्य वार्तालाप एवं पत्र से लेकर टेलिफोन, सेल फोन, रेडियो, दूरदर्शन, कम्प्यूटर, इंटरनेट, सी. डी. तक अनेकानेक संचार माध्यम हैं। इन सारे संचार माध्यमों की भाषा ही '**संचार भाषा**' कहलाती है।

भिन्न भिन्न संचार माध्यमों में हिंदी अभिव्यक्ति का साधन है। इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों का आधार पाकर हिंदी वैश्विक धरातल को अपना चुकी है। हम विभिन्न संचार माध्यमों में हिंदी के बढ़ते प्रयोग और प्रयुक्तियों को देख सकते हैं।

संचार भाषा मूलत: एक संप्रेषण है। सारी दुनिया में आज कल सूचना के क्षेत्र में भारी होड़-सी चल रही है। अनेक देशों ने अंतरिक्ष में अपने अपने उपग्रह छोड़ रखे हैं। इन उपग्रहों के द्‌वारा वे विश्व का भूगोल और खगोल खंगाल रहे हैं। सूक्ष्मतम जानकारी हासिल कर रहे हैं। फलत: सूचना का विस्फोट हो रहा है। इन स्थितियों ने हिंदी के सम्मुख चुनौतियाँ खड़ी कर दी हैं। भारत ने भी इस क्षेत्र में प्रगति की है, इसलिए हिंदी को भी संचार भाषा के रुप में सक्षम बनाना जरुरी है। इस नई संचार भाषा में संकेताक्षरों, लिपि-चिह्नों और कूट-पदों की बहुलता है। जिस भाषा में कम से कम वर्णाक्षरों का प्रयोग किया जाता है, उसे ही सर्वोत्तम भाषा कहा जाता है। इसी भाषा को संगणक में भरना सुविधाजनक होता है। अंग्रेजी इस दृष्टि से आगे है। इसे **'कम्युनिकेटिव इंग्लिश'** भी कहा जाता है।

**डॉ. सूर्यप्रकाश दीक्षित** कहते हैं, ''इस कम्प्युटर के युग में अमेरिकावासियों ने अपनी भाषा को प्रयत्न-लाघव से जोड़कर हजारों-लाखों कोड़ बना डाले। आज वे सीधे 'सैट लाइट' से समाचार पत्र का मुद्रण और प्रसारण कर लेते हैं।''

संचार माध्यमों के अनुकूल हिंदी की एक नई छवि उभर रही है। समाचार पत्रों की हिंदी साहित्यिक हिंदी से भिन्न रुप ले चुकी है। फिल्मों में प्रयुक्त हिंदी भी मानक हिंदी से कुछ भिन्न हो गई है। रेडियो एवं दूरदर्शन की हिंदी भाषा ने भी अपना चोला बदल ड़ाला है। इन संचार माध्यमों की हिंदी में इंग्लिश शब्दों का बोलबाला हो गया है। इस मिली-जुली भाषा ने अब ''हिंग्लीश'' नाम धारण किया है।

अभी तक हिंदी के समाचार पत्र विदेशी समाचार समितियों से भेजे गए समाचारों से संतुष्ट रहते थे। 'भाषा समाचार एजेंसी' की स्थापना से इस स्थिति में काफी परिवर्तन आया है। इससे हिंदी समाचार पत्रों में ताजगी आई और वे पठनीय बन गए हैं। आकाशवाणी और दूरदर्शन की समाचार पत्रकारिता ने भी जनजीवन को काफी प्रभावित किया है। दूरदर्शन के चैनलों की बढ़ती स्पर्धा ने भी संचार भाषा के रुप में हिंदी का काफी विकास किया है।

### 1.3.5 सर्जनात्मक भाषा :

दैनिक जीवन व्यवहार में बोलचाल की भाषा का प्रयोग होता है। जब बोलचाल की भाषा में कल्पना, नूतनता एवं मुहावरे आदि का प्रयोग होता है, तो सर्जनात्मक भाषा का रूप विकसित होता है। कुछ विद्‌वानों का मत है कि, भाषा में होने वाले नए प्रयोग या परिवर्तन को सर्जनात्मक कहा जाता है। देश का प्रत्येक आदमी इससे प्रभावित होता है। जब कोई व्यक्ति अंग्रेजी के 'I Love you' के लिए 'इलू' (ILU) शब्द का प्रयोग करता है, तो वह भी एक नए शब्द का सर्जन करता है; लेकिन यह सर्जनात्मकता का भ्रामक अर्थ है।

भाषा प्रतीकों की व्यवस्था है, जिसके अंगों-उपांगों में नियमबद्‌ध संबंध है। यदि लेखक को भाषा के नियमों का पूर्ण ज्ञान है, लेकिन वह किसी विशेष कारण से नियमों का उल्लंघन कर अपनी बात इस प्रकार कहता है कि, श्रोता कहीं गई बात से अधिक अर्थ प्राप्त करता है, तो इस अतिरिक्त को **'सर्जना'** कहा जाता है। इस प्रकार लेखक द्‌वारा नियमों का अनायास उल्लंघन और अपने संदेश में अतिरिक्त अर्थ की संभावना का उद्‌घाटन

'**सर्जनात्मकता**' है। इसके लिए उपलब्ध शब्द से हटकर नए शब्दों का निर्माण, शब्दों में नया अर्थ भरना, शब्दों का नया प्रयोग और नए ढ़ंग से प्रस्तुत करना आदि सम्मिलित है।

भाषा का सर्जनात्मक प्रयोग कई रुपों में होता है। सर्जनात्मक भाषा को दो वर्गों में विभाजित किया जाता है - गद्यात्मक एवं पद्यात्मक भाषा। गद्य के अंतर्गत कहानी, उपन्यास, नाटक, जीवनी, संस्मरण निबंध, समीक्षा आदि विधाएँ आती हैं। पद्यात्मक भाषा के अंतर्गत महाकाव्य, खंडकाव्य, प्रगीत आदि आते हैं। इन सभी विधाओं की भाषा में विधागत विशेषताएँ होती हैं। प्रत्येक लेखक और कवि अपने अपने ढ़ंग से रचना का सर्जन करता रहता है। अत: ऐसा कोई निश्चित नियम नहीं बनाया जा सकता कि प्रत्येक कविता या नाटक का संपूर्ण अर्थ अपने आप समझ में आ जाए।

### 1.3.6 माध्यम भाषा :

माध्यम भाषा उसे कहते हैं, जो 'माध्यम' में प्रयुक्त होती है। जिस भाषा के द्वारा शिक्षण-प्रशिक्षण और पठन-पाठन की व्यवस्था की जाती है, उसे '**माध्यम भाषा**' कहते हैं। माध्यम भाषा का यह सामान्य अर्थ है। माध्यम भाषा को अंग्रेजी में '**Medium Language**' कहते हैं। भारत में उच्च स्तर पर ज्ञान-विज्ञान, तकनीकी, मॅनेजमेंट आदि का पठन-पाठन प्राय: अंग्रेजी में होता है। विधि, मेडिकल आदि का पठन-पाठन भी अंग्रेजी माध्यम से होता है। ऐसा माना जाता है कि, इन विषयों के सूक्ष्म-स्तर का ज्ञान अंग्रेजी भाषा में है और हिंदी भाषा में इसका ज्ञान परिपूर्ण नहीं है। लेकिन वर्तमान स्थिति में यह गलतफहमी है। राजभाषा हिंदी में प्रयोजनमूलक शब्दभंडार बढ़ रहा है।

दूसरी ओर इसका एक और उपाय होगा, प्रादेशिक भाषाओं को शिक्षा का माध्यम बनाना। विश्व में ज्ञान क्षण - प्रतिक्षण परिवर्तित हो रहा है, जिसके अनुरुप हिंदी एवं अन्य भारतीय भाषाओं में स्तरीय पुस्तकों का निर्माण करना होगा। अंग्रेजी शिक्षा प्राप्त शिक्षक तथा अभिभावकों का मिथ्या-दम्भ भी हिंदी माध्यम के विकास में अवरोध उत्पन्न करता है। यह भ्रम भी फैलाया गया है कि विज्ञान एवं तकनीकी का ज्ञान अंग्रेजी भाषा द्वारा ही संभव है। विज्ञान एवं तकनीकी के नए-नए हिंदी शब्द गढ़े जा रहे हैं। कम्प्युटर का हिंदीकरण हो गया है। आज कल देवनागरी लिपि में हिंदी संगणक की भाषा बन गई है।

आज आवश्यकता है, हिंदी के रुप को नए सिरे से गढ़ने की, उसके शब्द भंडार में वृद्धि करने की। हिंदी में बहुभाषी शब्दकोश बनाने की जरुरत है। साथ ही विभिन्न विषयों के कोश, पर्याय कोश, व्युत्पत्ति कोश, संदर्भ कोश आदि का भी निर्माण करना होगा।

सर्जनात्मक लेखन की हिंदी में भरमार है। अब साहित्य से अधिक भाषा की ओर ध्यान देना महत्त्वपूर्ण हो गया है। इस दिशा में प्रशिक्षण देने की आवश्यकता है। प्रयोजनमूलक उपयोगी साहित्य के लेखन की एवं उसे प्रकाश में लाने की आवश्यकता है। पारिभाषिकों, संकेताक्षरों को इस समय हिंदी की आवश्यकता है।

इस दिशा में विश्वविद्यालय, उच्च शिक्षा संस्थान महत्त्वपूर्ण काय कर सकते हैं। शिक्षक एवं शोधार्थी इसमें अच्छी भूमिका निभा सकते हैं। हिंदी को माध्यम भाषा बनाना तभी संभव है, जब अंग्रेजी स्कूलों से बेहतर हिंदी स्कूल खुल जाए और हमारी गुलामी की मानसिकता का भारतीयकरण हो जाए।

**संकल्पना –**

प्रयोजनमूलक भाषा में पारिभाषिक शब्दावली की बहुलता होती है। प्रयोजनमूलक भाषा केवल शब्द प्रयोग तक सीमित नहीं है। भाषा की पूर्ण अर्थवान इकाई प्रोक्ति है। पदविन्यास, वाक्य-संरचना एवं प्रोक्ति तक परिवर्तन की प्रक्रिया से प्रयोजनमूलक भाषा निर्मित होती है।

प्रयोजनमूलक हिंदी का अर्थ ही है, ''विभिन्न सामाजिक प्रयोजनों के लिए भाषा का अनुप्रयोग। प्रयोजनमूलक भाषा का संबंध जीवन यापन के विविध क्षेत्रों, सूचनाओं, शासकीय कर्तव्यों, ज्ञान-विज्ञान के क्षेत्रों और व्यापारिक दायित्त्वों से होता है। सामाजिक सरोकारों के बढ़ जाने के साथ प्रयोजनमूलक भाषा का दायित्त्व भी बढ़ जाता है। प्रयोजनमूलक भाषा में वाक्य-विन्यास भी प्रयोजन के अनुरूप होता है। सरकारी पत्रों की संरचना, वाणिज्यिक व्यवहार और सामान्य पत्रव्यवहार की अपनी-अपनी तकनीक है। इस तकनीक का अंतरण नहीं हो सकता। शब्द और वाक्य की इस प्रक्रिया ने प्रयोजनमूलक भाषा को एक पृथक भाषा रूप बना दिया है। जिसकी तकनीकी विशेषताएँ सीखनी पडती है। भाषा एवं साहित्य का वैदुष्य होने पर भी प्रयोजनमूलक भाषा का ज्ञान न होने पर गंभीर त्रुटियां निर्माण हो सकती हैं। हिंदी के संदर्भ में प्रयोजनमूलक भाषा का संज्ञान अधिक महत्त्वपूर्ण होता है। इसका प्रमुख कारण यह है कि हिंदी का प्रयोजनमूलक प्रयोग विदेशी भाषा के रूप में हुआ है। उसकी पारिभाषिक शब्दावली स्वयं विकसित न होकर निर्मित है। अतः उसी निर्मित शब्दावली को प्रयुक्त कारण अपरिहार्य है। जब प्रयोजनमूलक शब्द भाषा से सीधे गृहीत होते हैं तो उनमें संदर्भानुकूल अर्थोद्भावन स्वयं हो जाता है. किन्तु निर्मित शब्दों में अर्थोद्भावन की क्षमता होने पर भी पर्याय ग्राह्य नहीं होते। जैसे कि 'राजा' शब्द भारतीय शासन पद्धति में मान्य था। उसके पर्याय भी प्रयुक्त होते थे, राजा, नृप, भूपति, महाराज आदि। किन्तु 'राष्ट्रपति' निर्मित शब्द है और प्रयोगरूढ भी। अंग्रेजी President का प्रयोग भिन्न-भिन्न अर्थों में हो सकता है। किन्तु राष्ट्रपति उसका अर्थ नहीं स्थानापन्न है अतः यह न तो President के समानार्थक है और न पर्यायवाची। इससे स्पष्ट होता है कि प्रयोजनमूलक भाषा का सामान्य भाषा से अन्तर स्पष्ट हो सके।

हिंदी के सामाजिक प्रयोजन तो प्रारंभ से रहे हैं और प्रत्येक भाषा के होते हैं किन्तु जब प्रशासनिक और ज्ञान-विज्ञान के क्षेत्रों के लिए किसी भाषा के स्थान पर किसी अन्य भाषा का स्थानान्तरण होता है तो वहाँ एकरूपता आवश्यक होती है। यहाँ भाषा का प्रयोजनमूलक रूप सार्वदेशिक होता है। हम सामान्य भाषा में कचहरी, न्यायालय, कोर्ट, अदालत कुछ भी कहें लेकिन विविध दृष्टि से एक शब्द रूढ़ करना ही होगा। यही दैनंदिन व्यवहार की भाषा और प्रयोजनमूलक भाषा का अंतर है। अंग्रेजी का प्रयोग सुस्थिर है क्योंकि वह प्रयोजनमूलक रूप में ही उपनिवेशों में विकसित हुई थी। भारत जैसे देशों ने उस प्रणाली को ही ग्रहण किया है।

अंग्रेजी में जिसे Functional (फंक्शनल) कहा जाता है। प्रयोजनमूलक उसी का अनुवाद है। भाषा निष्प्रयोज्य नहीं होती किन्तु विविध प्रयोजनों में उसका रूप परिवर्तित होता रहता है। जनभाषा के रूप में यह दायित्त्व कम होता है लेकिन जनभाषा से ऊपर उठते ही भाषिक प्रयोजनों में न केवल विस्तार होता है। प्रयोजनमूलक शब्द संरचना भी करनी पड़ती है क्योंकि प्रयोजनमूलक भाषा मूलतः रूढ होती है। इस प्रकार भाषा के तीन रूप होते हैं-

1. जनभाषा 2. साहित्यिक भाषा 3. प्रयोजनमूलक भाषा।

**स्वरूप –**

वर्तमान युग में भाषा के प्रयोजनमूलक स्वरूप की अनिवार्यता को देखते हुए शिक्षा प्रणाली में भी परिवर्तन किया गया। विश्वविद्यालय अनुदान आयोग ने कामकाजी हिंदी के स्नातक पाठ्यक्रम तो प्रारंभ ही किए स्नातकोत्तर अध्ययन में प्रयोजनमूलक हिंदी के व्यापक स्वरूप को अध्ययन का विषय बनाया। विभिन्न वैकल्पिक प्रशिक्षण पाठ्यक्रम लागू किया जा रहा है, जिसके माध्यम से स्नातकोत्तर छात्र साहित्येत्तर भाषिक प्रयोजनों से अवगत हो सकें। कार्यालयों, पत्रों और नवसंचार माध्यमों के अतिरिक्त वैश्विक प्रतियोगिता के लिए अनुवाद की प्रविधि के परिज्ञान के दृष्टि से विचार किया जाता है। प्रयोजनमूलक हिंदी के रूप में भी अनेक ग्रंथ प्रकाश में आए हैं जिनमें प्रयोजनमूलकता को राजभाषा के केंद्र में प्रस्तुत किया गया है। प्रयोजनमूलक भाषा के संदर्भ में यह स्पष्ट है कि इसका एक तकनीकी रूप होता है जिसमें कल्पना की उडान बहुत कम रहती है। निश्चित मानकों और प्रतिदर्शों के आधार पर प्रयोजनमूलक हिंदी की संरचना होती है।

राजभाषा के रूप में प्रतिष्ठित होने के कारण हिंदी के प्रयोजनमूलक स्वरूप को विकसित होने का अवसर मिलता है। संचार क्रांति के युग तक भाषा का महत्त्व इस बात में नहीं रह गया है कि उसमें कितना व्यापक साहित्य है। विश्व बाजार के इस युग में भाषा को भी उपभोक्तावाद की श्रेणी में रख दिया गया है। जिस भाषा के उपभोक्ताओं की संख्या अधिक है, उस भाषा का विस्तार स्वयं हो रहा है। हिंदी भाषियों की अधिकता के कारण विदेशी सूचनातंत्र अपने कार्यक्रम हिंदी में प्रस्तुत कर रहे हैं। एक समय जिस हिंदी में विज्ञापन या सूचना देने में भारतीय शासकों को कठिनाई होती थी, उसी हिंदी में विज्ञापन देने में विदेशी कंपनियों में होड लगी हुई है। प्रयोजनमूलक हिंदी का सीधा संबंध हिंदी के उस रूप से है जो जनभाषा और साहित्यिक भाषा से अन्य जीविका के संसाधनों की खोज में सहाय्यक सिद्ध हो सके। वे निम्नलिखित क्षेत्र हैं–

1. सरकारी कार्यालय
2. विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी
3. विधि और न्याय
4. सूचनातंत्र एवं जनसंचार
5. बैंकिंग एवं वाणिज्यिक प्रतिष्ठान

इन विविध प्रयोजनों में प्रयुक्त होने के लिए भाषा का एक रूप कार्य नहीं करता। प्रत्येक क्षेत्र में भाषा के स्वरूप में परिवर्तन होता रहता है। जहाँ जनभाषा में स्वयं स्फूर्त परिवर्तन होते है, या सृजनात्मक भाषा में रचनाकार को भाषिक स्वतंत्रता रहती है, वहीं प्रयोजनमूलक भाषा लक्ष्य केंद्रित होती है इसीलिए प्रयोजनमूलक भाषा वाच्यार्थ प्रधान, लक्ष्य केंद्रित और रूढ होती है। पर्यायों, आलंकारिक प्रयोगों की वर्जना से ही प्रयोजनमूलक भाषा का निर्माण होता है और अधिकांश शब्द आविष्कार की प्रकृति के अनुरूप मढे या रूढ कर दिए जाते है, जैसे कि बोलचाल में हम भाप या बाष्प का प्रयोग कर सकते है लेकिन प्रयोजनमूलक भाषा में बाष्प का प्रयोग होगा तो दूसरे रूप का प्रयोग नहीं। वायुयान को हवामान, पवनयान नहीं कहा जा सकता।

**उपयोगिता –**

भाषा के सामान्यतः तीन रूप होते हैं– साहित्यिक, व्यावहारिक एवं प्रयोजनमूलक। व्यावहारिक भाषा एवं प्रयोजनमूलक भाषा में सूक्ष्म अंतर है। दैनंदिन व्यवहार्य भाषा की अपेक्षा प्रयोजनमूलक भाषा अधिक रूढ और बहुआयामी होती है क्योंकि उसका संबंध वाङ्मय के विविध क्षेत्रों के अतिरिक्त प्रशासन और तकनीकी से भी होता है। संचार साधनों के नए युग में भाषाएँ राष्ट्र की परिधि का अतिक्रमण कर रही है। ऐसे में प्रयोजनमूलक भाषा के राष्ट्रीय नहीं अन्तर्राष्ट्रीय स्वरूप का विकास आवश्यक है। नए प्रयोजनों के लिए हिंदी की उपादेयता को समझाना ही इसका उद्देश्य है। नए प्रयोजनों में इलेक्ट्रॉनिक, मीडिया, इंटरनेट और कम्प्यूटर तथा अनुवाद प्रमुख है। वे तीनों क्षेत्र वैश्विक संदर्भों से जुडे है।

लौकिक कर्तव्य बोध का समस्त ज्ञान भाषा पर अवलंबित है। भाषेत्तर प्रत्यय संभव नहीं है। समस्त ज्ञान भाषा से अनुस्यूत है। समस्त ज्ञान से अनुविद्ध होने के कारण भाषा में ज्ञान–क्षेत्र के अनुकूल प्रत्ययों की बहुलता स्वाभाविक है। विराट जगत् में ज्ञान क्षेत्र की कोई सीमा नहीं है। शब्द के विस्तार भी अनंत है। सामान्य जीवन यापन से संबोधित भाषिक प्रत्ययों का ही प्रयोग होता है। प्रत्यय विद्यमान रहते हैं किन्तु उनकी प्रयुक्तता ज्ञान क्षेत्र पर निर्भर है। ज्ञान क्षेत्र के परिवर्तन के साथ भाषिक प्रत्ययों का चयन क्षेत्र भी परिवर्तित हो जाता है अतः भाषा की प्रयोजनमूलकता असंदिग्ध है लेकिन वर्तमान संदर्भों में जब हम प्रयोजनमूलक शब्द को व्यावहारिक दृष्टि से मानते हैं तो यह भी एक रूढ प्रयोग हो जाता है। प्रयोजनमूलक शब्द की वर्तमान संदर्भों में उपयोगिता ही विचारणीय है।

हिंदी विद्वानों ने प्रयोजनमूलक भाषा की प्रमुख उपयोगिता निम्न रूप में विशद की है–

(1) **अनुप्रयुक्तता** – हिंदी की प्रयोजनमूलक शब्दावली की निर्माण प्रक्रिया परवर्ती है। यह व्यक्तिनामों से न जुडकर गुणधर्म के अनुसार विकसित हुई है। उपसर्गों, प्रत्ययों और सामासिक शब्दों की बहुलता के कारण हिंदी की प्रयोजनमूलक शब्दावली स्वयं अर्थ स्पष्ट करने में समर्थ है इसलिए हिंदी की शब्दावली का अनुप्रयोग सहज है।

(2) **वैज्ञानिकता** – प्रयोजनमूलक शब्दों की निर्माण प्रक्रिया में कार्य–कारण संबंध देखा जाता है। प्रयोजनमूलक शब्द पारिभाषिक होते हैं। किसी वस्तु के कार्य–कारण संबंध के आधार पर उनका नामकरण होता है जो शब्द से ही प्रतिध्वनित होता है। वे शब्द वैज्ञानिक तत्त्वों की भाँति सार्वभौमिक होते हैं। हिंदी की पारिभाषिक शब्दावली इस दृष्टि से महत्त्वपूर्ण मानी जा रही है।

(3) **सरलता और स्पष्टता** – हिंदी की प्रयोजनमूलक शब्दावली सरल और एकार्थक है जो प्रयोजनमूलक भाषा का मुख्य गुण है। प्रयोजनमूलक भाषा में अनेकार्थकता दोष है। हिंदी शब्दावली इस दोष से मुक्त है।

(4) **वाच्यार्थ प्रधानता** – हिंदी में पर्यायी शब्दों की संख्या अधिक है। ज्ञान–विज्ञान के विविध क्षेत्रों में उसके अर्थ को स्पष्ट करनेवाले भिन्न पर्याय चुनकर नए शब्दों का निर्माण संभव है। इससे वाचिक शब्द ठीक वही अर्थ प्रस्तुत कर देता है। अंग्रेजी के जनरल मॅनेजर और जनरल नालेज में जनरल दो अर्थ दे रहा है। हिंदी में दोनों के लिए अलग–अलग शब्द हैं महाप्रबंधक और सामान्य ज्ञान। हिंदी का वाच्यार्थ भ्रांति नहीं उत्पन्न करता।

प्रयोजनमूलक भाषा के रूप में हिंदी एक समर्थ भाषा है। स्वतंत्रता के पश्चात् प्रयोजनमूलक भाषा के रूप में स्वीकृत होने के बाद हिंदी में न केवल तकनीकी शब्दावली का विकास हुआ है। विभिन्न भाषाओं के शब्दों को अपनी प्रकृति के अनुरूप ढाल लिया है। प्रयोजनमूलक क्षेत्र में नवीनतम उपलब्धि इंटरनेट तक की शब्दावली हिंदी में उपलब्ध है और निरंतर नए प्रयोग हो रहे हैं।

## 1.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न :

**प्रश्न 1 अ) निम्नलिखित वाक्यों में दिए गए पर्यायों में से सही पर्याय चुनकर वाक्य फिर से लिखिए।**

1. .................... में भावाभिव्यक्ति सरल और अधिक प्रभावी होती है।

   अ) माध्यम भाषा  ब) **मातृभाषा**  क) राजभाषा  ड) संचार भाषा

2. देश के राजकीय कार्यों में प्रयुक्त होने वाली भाषा को .......... कहते हैं।

   अ) राजकीय भाषा  ब) देशभाषा  क) **राजभाषा**  ड) कार्यालयीन भाषा

3. राजभाषा का प्रयोग प्रमुख रुप से ............... क्षेत्रों में किया जाता है।

   अ) **चार**  ब) तीन  क) पाँच  ड) सात

4. संपर्क भाषा को अंग्रेजी में .............. भी कहते हैं।

   अ) Contact Language  ब) Spoken Language

   क) **Link Language**  ड) National Language

5. सभी संचार माध्यमों की भाषा ही ............... कहलाती है।

   अ) माध्यम भाषा  ब) **संचार भाषा**  क) राजभाषा  ड) राष्ट्रभाषा

6. माध्यम भाषा को अंग्रेजी में ................ कहते हैं।

   अ) Media Language  ब) **Medium Language**

   क) Link Language  ड) Contact Language

7. सर्जनात्मक भाषा को ............ वर्गों में विभाजित किया जाता है।

   अ) चारा  ब) **दो**  क) तीन  ड) पाँच

**प्रश्न 1 – आ) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर एक-एक वाक्य में लिखिए ।**

1. मातृभाषा का सामान्य अर्थ क्या है ?
2. राजभाषा प्रयोग के प्रमुख चार क्षेत्र कौन-कौन से हैं?
3. भारतीय संविधान सभा के अध्यक्ष कौन थे?
4. संपर्क भाषा किसे कहते हैं ?
5. संचार का सामान्य अर्थ क्या है ?

6. सर्जनात्मक भाषा का रुप कब विकसित होता है ?

7. माध्यम भाषा किसे कहते हैं?

## 1.5 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ :

**Link Language** : संपर्क भाषा ।

**Communication** : संचार।

**Medium Language** : माध्यम भाषा।

**हिंग्लीश** : हिंदी और इंग्लिश का मिला जुला रुप।

## 1.6 स्वयं अध्ययन प्रश्नों के उत्तर :

**प्रश्न 1 अ)**

1) मातृभाषा
2) राजभाषा
3) चार
4) Link Language
5) संचार भाषा
6) Medium Language
7) दो

**प्रश्न 1 आ)**

1. मातृभाषा का सामान्य अर्थ है 'माता की भाषा'।
2. राजभाषा प्रयोग के प्रमुख चार क्षेत्र हैं - शासन, विधान, न्यायपालिका, विधान पालिका।
3. भारतीय संविधान सभा के अध्यक्ष डॉ. राजेंद्र प्रसाद थे।
4. जिस भाषा के माध्यम से मनुष्य एक दूसरे से संपर्क स्थापित करता है, उसे संपर्क भाषा कहते हैं।
5. संचार का सामान्य अर्थ है, किसी सूचना या जानकारी को दूसरों तक पहुँचाना।
6. जब बोलचाल की भाषा में कल्पना, नूतनता एवं मुहावरे आदि का प्रयोग होता है, तो सर्जनात्मक भाषा विकसित होती है।
7. माध्यम भाषा उसे कहते हैं, जो माध्यम में प्रयुक्त होती है।

## 1.7 सारांश :

अ) बालक अपनी माँ से जो भाषा सिखता है, उसे मातृभाषा कहते हैं। यह सामाजिक दृष्टि से निर्धारित व्यक्ति की वह आत्मीय भाषा है, जो व्यक्ति की अस्मिता को किसी भाषाई समुदाय की सामाजिक और सांस्कृतिक दृष्टिकोन से सम्बद्ध करती है।

ब) राजभाषा उसे कहते हैं, जब उस देश का संविधान उस भाषा को प्रशासन की भाषा घोषित कर दें। भारत

की राजभाषा हिंदी है। हिंदी को भारत संघ की राजभाषा 26 जनवरी 1950 को घोषित किया गया।

क) जिस भाषा के माध्यम से मनुष्य एक दूसरे से संपर्क स्थापित करता है, उसे संपर्क भाषा कहते हैं। इसे अंग्रेजी में 'Link Language' कहते हैं।

ड) संचार का अर्थ है किसी सूचना या जानकारी को दूसरों तक पहुँचाना। सामान्य वार्तालाप एवं पत्र से लेकर टेलिफोन, मोबाईल, रेडियो, टी. वी. कम्प्युटर, इंटरनेट तक अनेकानेक संचार माध्यम हैं। इन संचार माध्यमों की भाषा ही 'संचार भाषा' है।

इ) जब बोलचाल की भाषा में कल्पना, नूतनता एवं मुहावरें आदि का प्रयोग होता है, तो सर्जनात्मक भाषा का विकास होता है। भाषा में होने वाले नए प्रयोग या परिवर्तन को सर्जनात्मकता कहा जाता है।

फ) जिस भाषा के द्वारा शिक्षण-प्रशिक्षण और पठन-पाठन की व्यवस्था की जाती है, उसे माध्यम भाषा कहते हैं। इसे अंग्रेजी में Medium Language कहते हैं।

## 1.8 स्वाध्याय :

1. राजभाषा और राष्ट्रभाषा के अंतर को स्पष्ट कीजिए।
2. माध्यम भाषा की उपयोगिता एवं उसके महत्त्व को स्पष्ट कीजिए।
3. मनुष्य जीवन में मातृभाषा के महत्त्व को रेखांकित कीजिए।
4. संचार भाषा एवं सर्जनात्मक भाषा की उपयोगिता एवं महत्त्व को स्पष्ट कीजिए।

## 1.9 क्षेत्रीय कार्य :

1. दूरदर्शन के समाचारों में व्यक्त हिंदी भाषा के रुप की जानकारी प्राप्त कीजिए।

## 1.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए :

1. प्रयोजन मूलक हिंदी - डॉ. विजयपाल सिंह
2. प्रयोजन मूलक हिंदी - डॉ. माधव सोनटक्के
3. बाजारवाद में हिंदी - प्रभाकर श्रोत्रीय

1. **बहुविकल्पीय प्रश्न-**

   1. भारतेंदु हरिश्चंद्र ने मातृभाषा को ..........भाषा कहा है।

      अ. पराई  ब. उसकी  क. विदेशी  ड. निज

   2. सरकारी कार्यालयों में प्रयुक्त प्रशासनिक भाषा को ......भाषा कहा जाता है।

      अ. राज  ब. उर्दू  क. बंदर  ड. निवासी

3. संविधान के अनुच्छेद ३४३ के अनुसार संघ की सरकारी भाषा...... लिपि में.....होगी.

   अ. रोमन, उर्दू   ब. देवनागरी, हिंदी   क. द्रविड, तमिल   ड. सिंहली, जर्मन.

4. जिस भाषा के माध्यम से मनुष्य एक दूसरे से संपर्क स्थापित करता है, उसे ..... भाषा कहा जाता है।

   अ. धर्म   ब. अधर्म   क. संपर्क   ड. बिहारी

5. पद-विन्यास, वाक्य-संरचना एवं प्रोक्ति तक परिवर्तन की प्रक्रिया से ....... भाषा निर्मित होती है।

   अ. पारंपरिक   ब. अपारंपरिक   क. प्रमोजनमूलक   ड. स्वरुप.

**उत्तर :** 1. ड   2. अ   3. ब   4. क   5. क

2. **उचित मिलान कीजिए।**

| | | |
|---|---|---|
| 1. | सरल भावाभिव्यक्ति | अ. संस्कृत |
| 2. | राजकीय कार्यो में प्रयुक्त भाषा | ब. 14, सितंबर, 1949 |
| 3. | सृजनात्मक भाषा आयाम | क. मातृभाषा |
| 4. | राष्ट्रभाषा | ड. राजभाषा |
| 5. | बारहवीं सदी तक की भाषा | इ. दो |

**उत्तर उचित मिलान**

1. - क,   2. - ड,   3. - इ,   4. - ब,   5. - अ

3. **सही गलत का निर्णम करे।**

   1. जिस भाषा में कल्पना, नूतनता तथा मुहावरें का प्रयोग होता है, उसे सर्जनात्मक भाषा कहा जाता है, जो सरकारी कार्यालयों में प्रयुक्त होती है।
   2. सभी संचार माध्यमों की भाषा को संचार भाषा कहा जाता है, जिसका प्रयोग अवकाश किया जाता है।
   3. सरलता और स्पष्टता हिंदी की प्रमोजनमूलक शब्दावली की सरत और एकार्थक होती है, जो प्रमोजनमूलक भाषा का दोष कहा जाता है।
   4. राजभाषा का प्रयोग प्रत्येक व्यक्ति के घर में होता है, मातृभाषा का प्रयोग न्याय पालिका में होता है।

5. कंप्युटर का हिंदीकरण हो गया है, जिसके कारण देवनागरी लिपि हिंदी संगणक की भाषा बन गई है।

**उत्तर**

1. पहला सही दूसरा गलत।
2. पहला सही दूसरा गलत।
3. पहला सही, दूसरा गलत।
4. पहला गलत और दूसरा भी गलत।
5. पहला सही और दूसरा भी सही।

❑❑❑

इकाई – 2

# कार्यालयीन हिंदी (राजभाषा) के प्रमुख कार्य–

**प्रारुपण, पत्रलेखन, संक्षेपण, पल्लवन, टिप्पण**


2.1 उद्देश्य

2.2 प्रस्तावना

2.3 विषय विवेचन

2.3.1 प्रारुपण

2.3.2 पत्रलेखन

2.3.3 संक्षेपण

2.3.4 कार्यालयीन अनुवाद

2.3.5 टिप्पण

2.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न

2.5 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ

2.6 स्वयं अध्ययन प्रश्नों के उत्तर

2.7 सारांश

2.8 स्वाध्याय

2.9 क्षेत्रीय कार्य

2.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए


## 2.1 उद्देश्य :

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप :–

- कार्यालयी हिंदी का अर्थ समझ लेंगे।
- राजभाषा के प्रमुख कार्यों से परिचित होंगे।
- प्रारुपण, टिप्पण के अर्थ और स्वरुप को समझ लेंगे।
- पल्लवन और संक्षेपण से परिचित हो जाएंगे।

## 2.2 प्रस्तावना :

देश के राजकीय कार्यों में प्रयुक्त होने वाली भाषा को **राजभाषा** कहते हैं। प्रत्येक देश की राष्ट्रभाषा ही उस देश की राजभाषा होती है। इसे अंग्रेजी में **Official Language** कहते हैं। इसी के माध्यम से वहाँ का राजकार्य चलता है। इसी भाषा को **कार्यालयी हिंदी** भी कहा जाता है।

कार्यालयी हिंदी वह हिंदी है, जिसका दैनिक व्यवहार, वाणिज्यिक, पत्राचार, प्रशासन, व्यापार, चिकित्सा, संगीत, विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी आदि क्षेत्रों में प्रयोग होता है। कार्यालयी भाषा में भाव, कल्पना आदि को अभिव्यक्त करने वाले शब्द नहीं होते। कार्यालयी भाषा में शिल्प पक्ष की सशक्तता नहीं होती। कार्यालय की अपनी एक शब्दावली होती है, अपने पारिभाषिक शब्द होते हैं, उनका सीमित अर्थ होता है, जिनका प्रयोग कार्यालय के कर्मचारी एवं अधिकारी, प्रशासन नित्य प्रति करते रहते हैं। कार्यालयी हिंदी के प्रमुख चार प्रकार हैं – (1) प्रशासनिक हिंदी, (2) व्यावसायिक हिंदी, (3) साहित्यिक हिंदी, (4) तकनीकी हिंदी।

कार्यालयी हिंदी के प्रमुख कार्य हैं – प्रारुपण, टिप्पण, पल्लवन एवं संक्षेपण।

## 2.3 विषय–विवेचन :

कार्यालयी हिंदी का अर्थ है – वह हिंदी, जिसका प्रयोग कार्यालयों में दैनिक कामकाज में होता है। शासकीय कार्यालयों, न्याय, विधि आदि में उसी भाषा का प्रयोग होता है। सरकार के अनुसार हिंदी भारत की राजभाषा अथवा कार्यालयी भाषा है। भारतीय संविधान के अनुच्छेद 343 (i) में यह बात स्पष्ट रूप से कहीं गई है। इस प्रकार 26 जनवरी, 1950 को हिंदी को भारत संघ की राजभाषा घोषित किया गया। राजभाषा का प्रयोग मुख्यतया शासन, विधान, न्यायपालिका एवम् विधानपालिका में किया जाता है।

कार्यालयी या राजभाषा हिंदी के प्रमुख चार कार्य हैं – प्रारुपण, टिप्पण, पल्लवन एवं संक्षेपण।

### 2.3.1 प्रारुपण :

प्रारुपण का समानार्थी अंग्रेजी शब्द '**ड्राफ्टिंग**' (**Drafting**) है। हिंदी में प्रारुपण के अन्य पर्यायवाची शब्दों में **आलेखन, प्रारुप** या **मसौदा** शब्द भी प्रचलित हैं। प्रारुपण या आलेखन का तात्पर्य है – समस्त ज्ञात सूचनाओं के आधार पर किसी पत्र की प्रारंभिक रुपरेखा, जिसे सक्षम अधिकारी के अनुमोदन के बाद अंतिम रुप दिया जाता है। इस ढ़ाँचे को तैयार करने की प्रक्रिया को '**प्रारुपण**' कहा जाता है। संक्षेप में ''प्रारुपण किसी भी सरकारी या व्यापारिक प्रतिष्ठान में संबंधित विषयों के लिए कार्यरत कर्मचारी या अधिकारी द्वारा तैयार वह कच्चा प्रालेख है, जो किसी निश्चित नियम एवं कार्यविधि के दायरे में रहकर तैयार किए गए हो।''

**डॉ. भोलानाथ तिवारी** के अनुसार – ''प्रारुपण किसी भी सरकारी या व्यावसायिक संस्थान के अंतर्गत किसी एतद्विषयक नियुक्त व्यक्ति द्वारा तैयार किया गया वह प्रथम आलेख या कच्चा रुप है, जो एक निश्चित प्रणाली, निश्चित वाक्यावली, निश्चित नियम एवं औपचारिकताओं तथा पारंपरिक स्वरूप में ही प्रस्तुत किया जा सकता है।''

प्रारुपण का क्षेत्र काफी विस्तृत है। एक मंत्रालय से दूसरे मंत्रालय, मंत्रालय से निदेशालय, निदेशालय से लेकर छोटे से छोटे कार्यालय इकाई तक तथा स्वयंसेवी एवं व्यावसायिक संस्थानों तक प्रारुपण का क्षेत्र व्यापक

है; क्योंकि किसी भी व्यावसायिक अथवा स्वयंसेवी संस्था की प्रतिष्ठा के लिए प्रारुपण का महत्त्व विशेष होता है।

**प्रारुपण की विशेषताएँ –**

प्रारुपण की प्रमुख विशेषताएँ निम्नलिखित हैं –

1. **शुद्धता** (**Accuracy**) – सरकारी या राजकीय पत्रों में शुद्धता एक महत्त्वपूर्ण गुण है। व्यावसायिक संस्थानों के पत्राचार की शुद्धता पर उन संस्थानों की साख निर्भर होती है। सरकारी पत्रों में संदर्भ या निर्देश, पत्र क्रमांक, तारीख तथा साक्ष्य आदि महत्त्वपूर्ण बातें होती हैं।

2. **यथातथ्यता** (**Factuality**) – सरकारी पत्रों, परिपत्रों, सूचनाओं इत्यादि में भाषा यथातथ्यपूर्ण होती है। पत्रों में जिस किसी बात का उल्लेख हो वह तथ्य पर अवलम्बित हो, बिना तथ्यों के आरोप–प्रत्यारोप या किसी कार्य के लिए किसी को जिम्मेदार ठहराना, ऐसा नहीं होना चाहिए।

3. **संक्षिप्तता** (**Bravity**) – प्रारुप लेखन में कम शब्दों में जरुरी सभी बातों का उल्लेख कर देना जरुरी होता है। इधर–उधर की तथा संदर्भ रहित बातें लिखने की छूट नहीं मिलती। इसके लिए विषय का सम्यक् ज्ञान और भाषा की सामर्थ्य – दोनों ही अपेक्षित है।

4. **संपूर्णता** (**Completeness**) – प्रारुपण तैयार करते समय संबद्ध विषय को उद्धृत करना प्रारुपकार की पहली जिम्मेदारी है। पत्रों की प्रस्तुति इस ढ़ंग से हो कि, सभी आवश्यक सूचनाएँ, आदेश, विषय–वस्तु, बिल्कुल पूर्ण प्रतीत हो, अनिश्चितता का कोई स्थान नहीं हो।

5. **औपचारिकता** (**Formality**) –सरकारी पत्रों में व्यक्तिसूचक शब्दों अथवा अधिक निकटता प्रकट करने वाले शब्दों जैसे – क्षमाप्रार्थी, कष्ट के लिए धन्यवाद आदि का प्रयोग नहीं होता है। वाक्य सदैव अन्य पुरुष में ही होते हैं।

6. **शिष्टता** (**Politeness**) – प्रारुपण की शैली औपचारिक और तथ्यात्मक होते हुए भी उसके प्रस्तुतीकरण की भाषा विनम्र और शिष्टतापूर्ण होती है। जनता को लिखित पत्र में शिष्टता का अधिक महत्त्व होता है। जब जनता की कोई माँग अस्वीकार कर दी जाती है या किसी कर्मचारी के विरुद्ध निलंबन आदेश संबद्ध विभाग ही जारी करता है, तब ऐसे संवेदनशील मामले में भाषा की शिष्टता अति महत्त्वपूर्ण हो जाती है।

7. **पारंपरिक शैली का अनुसरण** (**Traditional Style**) – प्रारुपण निश्चित शब्दावली, वाक्य रचना, या निश्चित प्रविधि के दायरे में लिखा जाता है, जिसके पीछे संबंधित कार्यालय या विभाग की एक लम्बी परंपरा कार्यरत रहती है। प्रारुपणकार इन शैलियों का अनुसरण करता है।

8. **नियमों का पालन** –कुछ सरकारी पत्रों के प्रारुपण तैयार करने के कुछ विशिष्ट नियम होते हैं, जिनका अनुपालन जरुरी होता है। जैसे 'ज्ञापन' के प्रारुपण में अभिवादन नहीं होता। अन्य पुरुष में लिखे इन पत्रों की विषय–वस्तु एक ही अनुच्छेद में समाप्त हो जाती है।

9. **तटस्थता** – प्रारुपकार बिना किसी पक्ष की ओर दबाव या झुकाव के, पूर्वाग्रह से हीन, यथार्थ को ध्यान

में रखते हुए एक अच्छे प्रारुप को तैयार करता है। किसी पक्ष विशेष के प्रति अपने व्यक्तिगत झुकाव या हार्दिकता को जाहिर न करते हुए सभी को समान रुप में समझना ही प्रारुपकार का कर्तव्य है।

10. **सत्यनिष्ठता** – निष्कर्ष या परिणाम तक पहुँचने में तथ्य सबसे बड़े सहायक सिद्ध होते हैं। अगर प्रारुपण सत्य है, तो उसके अनुमोदन से लेकर जारी होने तक की प्रक्रिया के बाद भी कोई संशय, दुविधा या अविश्वास की स्थिति के लिए कोई स्थान नहीं होता है।

प्रारुपण तैयार करते समय जिनका ध्यान रखना आवश्यक है, वे मुख्य अंग हैं – शीर्षक, संख्या एवं दिनांक, प्रेषक-प्रेषिति, विषय एवं संदर्भ, संबोधन, मूल कथ्य निर्देश, स्वनिर्देश एवं हस्ताक्षर, संलग्नता, पृष्ठांकन, संकेताक्षर और संबंधित लिपिक के लघु हस्ताक्षर आदि। प्रारुपण अंग्रेजी एवं अमेरिकन इन दो शैली में लिखा जाता है।

### 2.3.2 पत्रलेखन :

कार्यालयीन हिंदी के प्रमुख प्रकार्य प्रक्रिया में और एक महत्त्वपूर्ण भाग है – पत्रलेखन। इसके द्वारा व्यक्ति-व्यक्ति के बीच विचारों का आदान-प्रदान होता है। आज संदेशवहन सुविधाओं की वृद्धि के कारण पत्रलेखन की पद्धति पीछे पड गयी है किंतु सरकारी कामकाज में आज भी पत्रलेखन को महत्त्व दिया जाता है। पत्रलेखन निश्चित रूप से एक कला है। यह कला लेखन क्षमता पर निर्भर है। विशेषतः सरकारी क्षेत्र में कई बिगडे हुए काम एक पत्र से सुलझा जाने के कई उदाहरण देखने को मिलते हैं।

सरकारी पत्रलेखन करते समय कुछ अग्रीम अंशों पर सोच-विचार करना जरूरी होता है। जैसे-

अ) पत्रसंख्या

ब) सरकारी विभाग का नाम

क) पत्र लेखक का पूरा नाम और पता

ड) स्थान तथा दिनांक

इ) विषय

फ) संबोधन

च) समापन आदि।

पत्रलेखन में विषय निर्देश के साथ जानकारी, उचित स्पष्टीकरण तथा विषय समर्थन और उपाय, तरीके, समाधान आदि तत्त्वों का अंतर्भाव होना जरूरी होता है तभी लिखा गया पत्र सार्थक साबित हो सकता है। लेखन के समय उचित सावधानियों का बरतना आवश्यक रहता है। सरकारी पत्रलेखन के कई प्रकार हैं।-

1. **अर्धसरकारी पत्र** – दो समान स्तर के अधिकारियों के बीच किसी विशिष्ट विषय की ओर ध्यान आकर्षित करने के लिए यह पत्रव्यवहार होता है। कोई भी अधिकारी अपने पदनाम से वरिष्ठ पदनाम के अधिकारी को यह पत्र नहीं लिख सकता। उदा. एक जिलाधीश दूसरे जिलाधीश को, एक सचिव दूसरे सचिव को यह पत्र लिख सकता है।

2. **द्रुत पत्र** – यह पत्र तार के समान होता है। किसी अधिक शीघ्र मामले पर उचित कार्यवाही करने के लिए, संबंधित विषय को परम प्राथमिकता देने के लिए यह पत्र लिखा जाता है। इसमें कालखंड की अहम भूमिका होती है। कमसे कम समय में विषय को निपटाया जाता है।

3. **कार्यालय ज्ञापन** – केंद्र सरकार या राज्य सरकार के विभिन्न मंत्रालयों के स्तर पर आपसी विषयों को लेकर यह पत्र लिखा जाता है। नियुक्ति, आवेदन, अधीनस्थ कार्यालयीन सूचना, पत्र प्राप्ति के जवाब आदि संदर्भों में यह पत्र होते हैं। इसमें कोई संबोधन नहीं होता। सिर्फ प्रेषक के कार्यालय का नामोल्लेख होता है। प्रेषित पदाधिकारी का पदनाम लिखना आवश्यक होता है।

4. **कार्यालय आदेश** – किसी भी विभाग के अधिकारी तथा कर्मचारियों के लिए दी गयी लिखित सूचनाएँ कार्यालय आदेश कहलाती है। पदोन्नति, पदावनति, सेवा समाप्ति, निलंबन, अवकाश प्राप्ति, कार्यालय के नियम आदि की जानकारी तथा सूचनाएँ इस पत्र के द्वारा सामूहिक तौर पर दी जाती है।

5. **परिपत्र** – विषय की आवश्यकता के अनुसार प्रभावपूर्ण भाषा के द्वारा लागू किये जानेवाले नियमों के लिए आदेशात्मक रूप से यह पत्र वरिष्ठ प्राधिकृत अधिकारी के नाम से जारी किया जाता है। इसका पालन करना सभी पर अनिवार्य होता है। सरकार के विभिन्न मंत्रालय समय-समय पर परिपत्र निकाल कर सामूहिक रूप से अधीनस्थ विभागों को सूचित करते हैं।

6. **संकल्प** – सरकार के विचार, मंतव्य तथा सामूहिक हित की दृष्टि से तैयार की गयी योजनाओं के लिए संकल्प का प्रयोग किया जाता है। कई बार अन्य व्यक्ति तथा संस्थाओं से भी अभिप्राय माँगे जाते हैं। परामर्श तथा अभिप्राय पर विचार-विमर्श करके योग्य निर्णय लेने के लिए यह पत्र का प्रकार फायदेमंद रहता है। निश्चयपूर्ण स्थिति में संबंधित विषय को स्थिरता प्राप्त करने के लिए संकल्पपत्र जरूरी होता है।

7. **अधिसूचना** – नियम तथा आदेशों की घोषणाएँ, अधिकार प्रदान प्रक्रिया, राजपत्रित अधिकारियों के तबादले, नियुक्ति, छुट्टी तथा अधिकारिक विशिष्ट मामलों को भारत सरकार द्वारा प्रकाशित राजपत्र के भाग तथा अनुभागों में छापने तथा सूचित करने के लिए कम अवधी में कम शब्दों में सुगठित करके अधिसूचना के माध्यम से प्रकाशित किया जाता है।

8. **प्रेस विज्ञप्ति और प्रेस नोट** – सरकार के किसी भी विषय पर लिए गये निर्णयों को अधिकाधिक रूप से प्रचारित एवं प्रसारित करने के लिए इस पत्र के प्रकारों का ज्यादा से ज्यादा मात्रा में उपयोग किया जाता है। सरकार के प्रेस इसे सरकारी निर्देश के अनुसार प्रकाशित करते हैं। इसमें संपादन की प्रक्रिया का अवलंब करके प्रेस नोट को लघु या विशाल बनाया जाता है।

इसके साथ ही सरकारी पत्र, ज्ञापन, सूचना, तार, पृष्ठांकन, अनुस्मारक आदि प्रकार के भी पत्र होते हैं किंतु इन पत्रों का थोडा-बहुत साधर्म्य उपर्युक्त पत्रों के प्रकारों से संलग्न होता है। पत्रलेखन में शुद्धता, स्पष्टता, वास्तविकता, संक्षिप्तता, औपचारिकता, संयम, विनयशीलता, शिष्टता, तटस्थता, सत्यनिष्ठता आदि गुणों का होना अनिवार्य हैं। उपर्युक्त गुणों से युक्त पत्रलेखन किया जाता है तो निश्चित रूप से पत्रलेखन प्रभावी, असरदार, समाधानकारक होकर सार्थक उपलब्धि बन जाता है।

### 2.3.3 संक्षेपण :

हिंदी में संक्षेपण शब्द का प्रयोग अंग्रेजी के '**Precis**' के पर्याय रुप से किया जाता है। संक्षेपण से अभिप्राय ऐसी रचना से है, जिससे किसी विस्तृत लेख, निबन्ध, अनुच्छेद आदि में व्यक्त भावों को मूल की अपेक्षा बहुत कम शब्दों में व्यक्त किया जाता है। इसमें मूल विचारों का, आवश्यक तत्त्वों का समावेश रहता है। अनावश्यक बातें, संदर्भ, तर्क-वितर्क आदि को हटाकर मूल संवेदना का स्पष्टीकरण होता है। इसके लिए सामासिक शैली का प्रयोग करना पड़ता है। संक्षेपण की कला में कुशलता प्राप्त करने के लिए पर्याप्त अभ्यास अपेक्षित है।

**संक्षेपण की परिभाषा :**

1. संक्षेपण वह रचना रुप है, जिसमें समास शैली के माध्यम से किसी रचना का सार तत्त्व उपस्थित हो जाता है।
2. संक्षेपीकरण को हम किसी बड़े ग्रंथ का संक्षिप्त संस्करण, बड़ी मूर्ति का लघु अंकन और बड़े चित्र का छोटा चित्रण कह सकते हैं।
3. किसी वक्तव्य, लेख, निबन्ध, अनुच्छेद, पत्र आदि में व्यक्त भावों को संक्षेप में, तर्क संगत, प्रभावोत्पादक भाषा में लिखना ही 'संक्षेपण' है।

**संक्षेपण की विशेषताएँ –**

1. **स्पष्टता** – उत्कृष्ट संक्षेपण वहीं है, जिसमें आवश्यक एवं महत्त्वपूर्ण तथ्यों का समावेश इस प्रकार हो कि पढ़ने के साथ ही सब कुछ स्पष्ट हो जाए।
2. **भाषा शैली** – संक्षेपण में मूल अवतरण से पृथक् अपनी अपनी भाषा शैली में भावों को प्रभावशाली ढ़ंग से व्यक्त किया जाता है।
3. **प्रवाहपूर्ण एवं सरल भाषा** – अलंकार, समास तथा मुहावरों का प्रयोग न करते हुए भावों को प्रवाहपूर्ण, सरल तथा सुस्पष्ट ढ़ंग से व्यक्त किया जाना चाहिए।
4. **क्रमबद्‌धता** – संक्षेपण में क्रमबद्‌धता होनी चाहिए, जिससे भावों को हृदय तक पहुँचाने में आसानी हो।
5. **शुद्‌ध भाषा** – संक्षेपण की भाषा व्याकरण युक्त तथा मूल अवतरण की व्याख्या शुद्‌ध रुप में की जानी चाहिए।
6. **संक्षिप्त रुप** – मूल अवतरण के सार को अपनी भाषा शैली में लिखा जाना चाहिए तथा ध्यान रखना चाहिए कि इसमें आवश्यक तथ्यों का समावेश हो और निरर्थक शब्दों या बातों का त्याग। इसमें मूल गद्‌य या पद्‌य का कोई आवश्यक तथ्य छूटना नहीं चाहिए।

**संक्षेपण के भेद** – संक्षेपण के दो भेद हैं –

1. **स्वतंत्र विषयक संक्षेपण** – इसके अंतर्गत साहित्य, अध्यात्म, दर्शन, राजनीति, इतिहास, समाजशास्त्र, अर्थशास्त्र, वाणिज्य, विज्ञान अथवा किसी संस्मरण, कहानी, भाषण, नाटक, निबंध आदि के अवतरण का कुल शब्दों के एक-तिहाई शब्दों में संक्षेपण किया जा सकता है।

2. **पत्र व्यवहार विषयक संक्षेपण –** इसके अंतर्गत व्यावसायिक अथवा प्रशासनिक पत्र का संक्षेपण एक तिहाई शब्दों में बिना शीर्षक के प्रवाह संक्षेपण अथवा तालिका संक्षेपण के रुप में किया जाता है।

**संक्षेपण के लाभ –**

1. विचारों की एकाग्रता, दृढ़ता का विकास होता है।
2. शब्द मितव्ययता की क्षमता बढ़ती है।
3. विश्लेषण शक्ति का विकास होता है।
4. अभिव्यक्ति प्रभावशाली एवं गंभीर बनती है।
5. ग्रहण शक्ति का विकास होता है। अभिव्यक्ति में प्रभावोत्पादकता आती है।
6. थोडे में बहुत सारी बातों की पहचान होती है।

## 2.3.4 कार्यालयीन अनुवाद –

कार्यालयीन अनुवाद को प्रशासकीय अनुवाद की संज्ञा से भी अभिहित किया जाता है। प्रशासकीय कार्यों में किसी भी भाषा का प्रयोग भाषा की समृद्धि का एक मुख्य कारण माना जाता है। हिंदी की राजभाषा के रूप में मान्यता है। कार्यालयीन हिंदी ने आम जनता को उसके पूर्ण रूप में संबंद्ध किया है। संघ सरकार के पत्र-व्यवहार, विधान परिषद और संसद की सभी कार्यवाही, न्यायपालिका का व्यवहार, कार्य, कार्यालयी पत्राचार, संस्थान, उपक्रम, बॅंक अभिकरण आदि के दैनिक कामकाज, व्यवसाय, विज्ञापन, विचार-विमर्श आदि में हिंदी का प्रयोग उसके विस्तार में सहायक हुआ है। सामान्य रूपसे जनभाषा के रूप में हिंदी का विकास महत्त्वपूर्ण तो है, परंतु यह समझ लेने की बात है कि, कार्यालयी हिंदी और साहित्यिक हिंदी के कार्यक्षेत्र में समान तत्त्व नहीं हैं।

कार्यालयीन अनुवाद, कार्यालयीन व्यवहार का अनिवार्य अंग है। यह व्यवहार चाहे वह प्रशासकीय क्षेत्र का हो, चाहे सामाजिक, औद्योगिक, व्यापारिक या वैज्ञानिक क्षेत्र का अनुवाद की आवश्यकता सर्वाधिक होती है। क्योंकि वर्तमान विश्व में विशेषकर सभी क्षेत्रों में अंतरराष्ट्रीय संबंध और सभी प्रकार के व्यवहार में कार्यालय की प्रमुख भूमिका होती है।

प्रत्येक कार्यालय में उसी कार्य से संबंधित पत्राचार, या लेखा-जोखा, विज्ञापन आदि होते हैं, जिस प्रकार का वह कार्यालय होता है। यदि कार्य प्रशासकीय है तो, उक्त सभी कार्य प्रशासन से बंधे होंगे, इसी प्रकार यदि कार्य व्यापारिक है, तो उक्त कार्य व्यापार से संबंधित ही होंगें।

कार्यालयीन अनुवाद कार्य में कार्यालयों सें संबंधित कर्मियों को विशेष रूपसे अपने कार्यालय के र्का में प्रयोग किये जाने वाले तकनीकी शब्दों की जानकारी परमावश्यक होती है। व्यवस्थापकीय पत्र-व्यवहार में कानूनी ज्ञान भी आवश्यक होता है। विशेषकर हर कार्यालय को प्रशासन से भी पत्र-व्यवहार करना पडता है। इसलिए प्रशासकीय पत्रों में प्रयोग की जानेवाली भाषा और शब्दों की जानकारी होनी चाहिए।

आर्थिक व्यवहार के क्षेत्र संगठनों में आर्थिक व्यवहार सं संबंधित तकनीकी शब्दों और भाषा के प्रयोगों

का ज्ञान आवश्यक होता है। इसी प्रकार औद्योगिक, व्यापरिक अथवा शिक्षा आदि प्रणालियों के कार्यालयों से संबंधित कर्मियों के उनकी कार्य-प्रासंगिक भाषा का ज्ञान होना चाहिए।

कार्यालयीन अनुवाद कार्य में केवल प्रासंगिक भाषा के ज्ञान से कार्य नहीं चलता । अनुवाद कार्य, चाहे किसी भी भाषा से दूसरी भाषा में किया जाए, दोनों स्त्रोत तथा लक्ष्य भाषाओं के ज्ञान के साथ-साथ अनुवाद का अभ्यास बहुत ही आवश्यक होता है। कार्य संबंधी प्रयोजन को स्पष्ट करने का उद्देश्य हर पत्राचार तथा उसके अनुवाद कार्य में निहित रहता है। शब्दों के सटीक प्रयोग करने की कला का विकास अभ्यास से ही संभव होता है, क्योंकि शब्दों के प्रयोग में अर्थ तो प्रधान है ही, साथ ही साथ अर्थ की अवधारणा भी सम्मिलित होती है। जो अनुवादक अर्थ मात्र पर ध्यान देते हैं और अर्थ की अवधारणा का अने कार्य में ठीक-ठीक संयोजन नही कर पाते, वह सटीक अनुवाद करने में अक्षम होते हैं। कभी-कभी अर्थ की अवधारणा को स्पष्ट करने के लिए भावानुवाद का भी सहारा लेना होता है, तो कभी व्याख्यानुवाद का भी।

## 2.3.5 टिप्पण :

'**टिप्पण**' या '**टिप्पणी**' मूलत: अंग्रेजी शब्द **नोटिंग (Noting)** के हिंदी पर्याय हैं। यह प्रारुप लेखन का मुख्य अंग है। किसी भी विचाराधीन पत्र या आवेदन पर उसके निष्पादन को सरल बनाने के लिए जो टिप्पणियाँ सरकारी कार्यालयों में लिपिकों, सहायकों तथा कार्यालय अधीक्षकों द्वारा लिखी जाती हैं, उन्हें टिप्पण लेखन कहते हैं। इनमें तीन बातें रहती हैं। (1) पूर्व पत्र का सारांश, (2) जिस प्रश्न पर निर्णय किया जाता है उसका विवरण-विवेचन, (3) उस संबंध में क्या कार्यवाही की जाए, इस विषय में सुझाव।

टिप्पण लेखन में विचाराधीन प्रश्न के बारे में सब बातें लिखी जाती हैं। इससे उस प्रश्न के संबंध में निर्णय करने और आदेश देने में सुविधा होती है। विचाराधीन प्रश्न का पूर्व इतिहास, सरकारी नीति, नियम आदि बातों का उल्लेख कर अंत में निर्णय की उचितता के संबंध में सुझाव दिया जाता है। यह पत्र निर्णय करने वाले उच्च अधिकारी के पास रखा जाता है और टिप्पण को पढ़कर अधिकारी द्वारा निर्णय लिया जाता है।

**टिप्पण की विशेषताएँ –**

टिप्पण की प्रमुख विशेषताएँ निम्नलिखित हैं –

1. **समस्या का समाधान** – टिप्पण कर्ता को टिप्पण लिखते समय विचाराधीन समस्या का हल या सुझाव बताना चाहिए ।
2. **पूर्वापर क्रमयुक्तता** – टिप्पण कर्ता के विचार प्रकट करने में पूर्ववर्ती क्रम से कार्यवाही का क्रमिक उल्लेख किया जाना उचित रहता है।
3. **विषय का उपविभाजन** – टिप्पण कर्ता विचाराधीन पत्र पर विचार करते हुए पत्र के विषय का उपविभाजन करता है और पहले अनुच्छेद के बाद के सभी अनुच्छेदों पर क्रमश: दो से आरंभ करके आगे का क्रम देता है।
4. **पुनरुक्ति दोष से मुक्त** – अच्छे टिप्पण कर्ता की टिप्पणी में कोई पुनरावृत्ति नहीं होती। टिप्पण कर्ता को विषय की समझ विवेक सम्मत भाषा और तर्क संगतता से संभव होती है।

5. **व्यक्तिगत आक्षेपों से मुक्त** – टिप्पणियाँ लिखते समय कार्यालय के वरिष्ठ–कनिष्ठ अधिकारी या कर्मचारी के बारे में व्यक्तिगत आक्षेप न लेने की सावधानी रखनी चाहिए।

6. **संक्षिप्तता एवं स्पष्टता** – टिप्पण का आकार संक्षिप्त होता है। विचाराधीन विषय को सुस्पष्ट रुप में रखना पड़ता है।

7. **संयत भाषा का प्रयोग** – अच्छे टिप्पण में संयत भाषा का प्रयोग होता है। इससे कार्यालय के कर्मचारियों में कटुता बढ़ने की संभावना नहीं रहती। इसमें द्वयार्थक शब्दों का प्रयोग नहीं होता।

8. **अन्य पुरुष का प्रयोग** – टिप्पण में प्रथम पुरुष (मैं, हम) का प्रयोग नहीं होता। इसमें तृतीय पुरुष या अन्य पुरुष का प्रयोग किया जाता है।

9. **आद्य हस्ताक्षर** – टिप्पण समाप्त होते ही टिप्पणी कर्ता टिप्पणी की बाई ओर अपने संक्षिप्त अथवा आद्य हस्ताक्षर करता है। इससे कर्मचारी की जानकारी मिलती है।

**टिप्पण के प्रकार –**

विभिन्न विद्वानों ने टिप्पण के मुख्य प्रकार निम्नलिखित बताए हैं –

1. सूक्ष्म टिप्पण – Short Noting
2. सामान्य टिप्पण –Simple Noting
3. सम्पूर्ण टिप्पण – Full Noting
4. अनुभागीय टिप्पण – Sectional Noting
5. नित्यक्रमिक टिप्पण – Routine Noting
6. अनौपचारिक टिप्पण – Unofficial Noting
7. आनुषंगिक टिप्पण – Contigent Noting

## 2.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न :

प्रश्न 1 अ) **निम्नलिखित वाक्यों में दिए गए पर्यायों में से उचित पर्याय चुनकर वाक्य फिर से लिखिए।**

1. संविधान की धारा 343 (i) में हिंदी को ........... घोषित किया है।

   अ) राष्ट्रभाषा ब) **राजभाषा** क) राज्यभाषा ड) मातृभाषा

2. प्रारुपण का समानार्थी अंग्रेजी शब्द ............. है।

   अ) Dictaging ब) **Drafting** क) Noting ड) constructing

3. अंग्रेजी शब्द Noting का हिंदी पर्याय ......... है।

   अ) आलेखन ब) संक्षेपण क) **टिप्पण** ड) प्रारुपण

4. पल्लवन ........... का विरोधी शब्द है।

   अ) प्रारुपण ब) **संक्षेपण** क) टिप्पण ड) आलेखन

5. संक्षेपण के .......... भेद हैं।

अ) **दो** ब) तीन क) चार ड) पाच

**प्रश्न 1 आ) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर एक-एक वाक्य में लिखिए।**

1. प्रारुपण के लिए हिंदी के दो पर्यायवाची शब्द कौनसे हैं?
2. टिप्पण के मुख्य प्रकार कितने हैं ?
3. 'पल्लवन' शब्द का अर्थ क्या है ?
4. 'संक्षेपण' के लिए अंग्रेजी पर्यायवाची शब्द कौनसा है ?
5. 'संक्षेपण' के दो प्रमुख भेद कौन से हैं ?

## 2.5 पारिभाषिक शब्द – शब्दार्थ :

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Draft** | : प्रारुप | **Noting** | : टिप्पण |
| **Expansion** | : पल्लवन | **Precis** | : संक्षेपण |
| **Official Language** | : कार्यालयी भाषा | | |

## 2.6 स्वयं अध्ययन प्रश्नों के उत्तर :

प्रश्न **1** अ)

1) राजभाषा 2) Drafting 3) टिप्पण

4) संक्षेपण 5) दो

प्रश्न **1** आ)

1. प्रारुपण के लिए हिंदी के पर्यायवाची दो शब्द हैं - आलेख और मसौदा।
2. टिप्पण के मुख्य प्रकार सात हैं।
3. पल्लवन शब्द का अर्थ है - विस्तार अथवा फैलाव।
4. संक्षेपण के लिए अंग्रेजी पर्यायवाची शब्द है - Precis ।
5. संक्षेपण के प्रमुख दो भेद हैं - 1) स्वतंत्र विषयक संक्षेपण, 2) पत्र व्यवहार विषयक संक्षेपण।

## 2.7 सारांश :

**प्रारुपण** – प्रारुपण या आलेखन अंग्रेजी शब्द Drafting का अनुवाद है। प्रारुपण से तात्पर्य है – समस्त ज्ञात सूचनाओं के आधार पर किसी पत्र की प्रारंभिक रुपरेखा, जिसे सक्षम अधिकारी के अनुमोदन के बाद अंतिम रुप दिया जाता है। सटीकता, तथ्यात्मकता, संपूर्णता, शिष्टता, औपचारिकता, पारम्परिक शैली, तटस्थता, सत्यनिष्ठा आदि इसकी विशेषताएँ हैं।

**टिप्पण** – यह मूलत: अंग्रेजी शब्द Noting का हिंदी पर्याय है। जब किसी कागजपत्र को निपटाने की दृष्टि से सहायक या लिपिक मामले को स्पष्ट करने के लिए उससे संबंधित पिछले मामलों का सार, निर्णयाधीन प्रश्नों का विवरण तथा विश्लेषण, कार्यवाही से संबंधित सुझाव तथा उसके बारे में जारी किए गए आदेश फाईल पर लिखकर प्रस्तुत करता है, तो उसके द्‌वारा लिखे गए रिमार्क्स टिप्पणी कहलाते हैं और इस प्रक्रिया को टिप्पण कहते हैं। टिप्पण के सात प्रकार हैं।

**पल्लवन** – यह अंग्रेजी के Expansion शब्द का हिंदी पर्याय है। पल्लवन शब्द से अभिप्राय विस्तार है। यह शब्द संक्षेपण का विरोधी शब्द है। सूक्तियों, लोकोक्तियों, मुहावरों आदि की व्याख्या करने के लिए मूल कथन से अधिक शब्दों की आवश्यकता होती है। किसी वाक्य अथवा खण्ड के शब्दों की विस्तृत व्याख्या, जिसमें उसके भावों को और अधिक स्पष्ट करके समझाया जाता हो, वह क्रिया पल्लवन के अंतर्गत आती है।

**संक्षेपण** – हिंदी में संक्षेपण शब्द का प्रयोग अंग्रेजी के 'Precis' शब्द के पर्याय रुप में किया जाता है। संक्षेपण से अभिप्राय ऐसी रचना है, जिससे किसी विस्तृत लेख, निबंध, अनुच्छेद आदि में व्यक्त भावों को मूल की अपेक्षा बहुत कम शब्दों में व्यक्त किया जाता है। संक्षेपण वह रचना रुप है, जिसमें समास शैली के माध्यम से किसी रचना का सार तत्त्व उपस्थित हो जाता है। इसको हम किसी बड़े ग्रंथ का संक्षिप्त संस्करण और बड़े चित्र का छोटा चित्रण कह सकते हैं। स्पष्टता, भाषा शैली, सरल भाषा, क्रमबद्‌धता, शुद्‌ध भाषा, संक्षिप्त रूप आदि इसकी विशेषताएँ हैं।

## 2.8 स्वाध्याय :

1. प्रारुपण क्या है ? उसकी विशेषताओं का वर्णन कीजिए।
2. संक्षेपण की परिभाषा देकर उसकी विधि और प्रकार लिखिए।
3. पल्लवन का अर्थ बताकर उसकी रचना प्रक्रिया का वर्णन कीजिए।
4. टिप्पण किसे कहते हैं ? टिप्पण लेखन की विशेषताओं का वर्णन कीजिए।
5. पत्रलेखन के प्रकारों का विवेचन कीजिए।

## 2.9 क्षेत्रीय कार्य :

1. किसी शासकीय कार्यालय में जाकर राजभाषा के प्रमुख कार्यों का परिचय करा लीजिए।

## 2.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए :

1. प्रारुपण, टिप्पण और प्रूफ पठन - डॉ. विजय कुलश्रेष्ठ
2. प्रयोजन मूलक हिंदी - डॉ. विजयपाल सिंह
3. पत्र लेखन कला - डॉ. ब्रजकिशोर प्रसाद सिंह - मनोज पब्लिकेशन्स, दिल्ली - प्र. सं. २०१०.

1. **बहुविकल्पय प्रश्न**

1. देश के राजकीय कार्यो में प्रयुक्त होनेवाली भाषा को...... भाषा कहते हैं।

   अ. राज. ब. धर्म. क. इंप्रेशन ड. बडबड

2. कार्यालयीन हिंदी के प्रमुख प्रकार्य प्रक्रिया में........महत्त्वपूर्ण होता है।

   अ. पहारेदारी ब. पत्रलेखन क. विमोचन ड. प्रतियोगिता

3. जब किसी शब्द, सूक्ति, उद्धरण, लोकोक्ति आदि का अर्थ स्पष्ट कर करते हुए दृष्टांतों द्वारा 200-300 शब्दों में उसका विस्तार करते हैं, उसे ..... कहते हैं।

   अ. वाद-विवाद ब. संगोष्ठि क. पल्लवन ड. निबंध

4. ..........वह रचना रुप है, जिसमें समास शैली के माध्यम से किसी रचना का तत्त्व प्रस्तुत होता है।

   अ. संक्षेपण ब. पल्लवन क. आलेखन ड. प्रारुपण

5. टिप्पण के ........ प्रकार होते हैं।

   अ. पॉच ब. तीन क. सात ड. दो

उत्तर : 1. अ 2. ब 3. क 4. अ 5. क

2. **उचित मिलान कीजिए।**

| | |
|---|---|
| 1. पल्लवन विरोधी शब्द | अ. प्रारुपण |
| 2. संविधान 343 धारा | ब. संक्षेपण |
| 3. संक्षेपण के प्रमुख भेद | क. पल्लवन |
| 4. सरकारी कामकाज | ड. दो |
| 5. शुध्दता | इ. राजभाषा |

**सही उत्तर**

1. - ब, 2. - इ, 3. - ड 4. - क 5. - अ.

----- -----

## इकाई – 3

# पारिभाषिक शब्दावली :

**(स्वरुप, महत्त्व एवं निर्माण में आने वाली समस्याएँ तथा शब्दावली का अध्ययन)**


3.1 उद्देश्य

3.2 प्रस्तावना

3.3 विषय विवेचन

3.3.1 स्वरुप

3.3.2 महत्त्व

3.3.3 निर्माण में आनेवाली समस्याएँ

3.3.4 विभिन्न क्षेत्रों की पारिभाषिक शब्दावली (150)

3.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न

3.5 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ

3.6 स्वयं अध्ययन प्रश्नों के उत्तर

3.7 सारांश

3.8 स्वाध्याय

3.9 क्षेत्रीय कार्य

3.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए


## 3.1 उद्देश्य :

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप :-

1. पारिभाषिक शब्दावली का स्वरुप जान जाएँगे।
2. पारिभाषिक शब्दावली के महत्त्व को समझ सकेंगे।
3. पारिभाषिक शब्दावली की निर्माण प्रक्रिया में आने वाली समस्याओं की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे।

## 3.2 प्रस्तावना :

भारतीय संविधान में हिंदी को राजभाषा के रूप में स्वीकृति प्राप्त है, परंतु व्यवहार में अंग्रेजी भाषा का बोलबाला है। नौकरशहा एवं भाषा की राजनीति करने वाले राजनयिक अंग्रेजी के पक्ष में तर्क देते रहे हैं। लेकिन

सामान्य जन एक संपर्क भाषा के रुप में हिंदी को ही अपनाता रहा है। एक तर्क यह दिया जा रहा है कि एक कामकाजी भाषा के रुप में हिंदी की प्रकृति क्लिष्ट और दुर्बोध है। इसलिए यह आवश्यक है कि विविध प्रयुक्ति रुपों में उसका व्यापक रुप में प्रयोग हो और प्रयोग के आधार पर ही उद्‌भूत समस्याओं का निराकरण हो। इसलिए कला तथा शास्त्र के विवेचन-विश्लेषण के लिए विशेष शब्दावली का प्रयोग अनिवार्य है। यह विशेष शब्दावली '**पारिभाषिक शब्दावली**' कहीं जाती है।

## 3.3 विषय-विवेचन :

भाषा की लघुत्तम इकाई को शब्द कहते हैं। जब विषय-विवेचन के लिए सामान्य शब्दावली पर्याप्त नहीं होती है, तब एक विशेष शब्दावली का प्रयोग अनिवार्य होता है। इसी विशेष शब्दावली को **पारिभाषिक शब्दावली** कहा जाता है। अंग्रेजी में इसके लिए **Technical Terminology** शब्द का प्रयोग किया जाता है। हिंदी में कुछ विद्‌वान इसे '**तकनीकी शब्दावली**' कहते हैं। तथापि इसका प्रयोग भौतिकी, रासायनिक या यांत्रिक संबंधी शाखाओं के विद्‌वान करते हैं। परंतु आज कल इन शब्दों की आवश्यकता साधारण बोलचाल, दैनिक व्यवहार के लिए भी बढ़ रही है। आज कल वित्तीय संस्थान, कार्यालयी व्यवहार, वाणिज्य आदि के लिए विशेष शब्दावली और वाक्यावली का निर्माण भी जरूरी हो गया है।

### 3.3.1 पारिभाषिक शब्दावली का स्वरुप :

पारिभाषिक शब्दावली शब्दों की वह व्यवस्था है, जिसकी किसी विशिष्ट मानवीय गतिविधि या प्रकृति के किसी विशिष्ट पक्ष से संबंधित ज्ञान-विज्ञान की शाखा में प्रवीण व्यक्ति के लिए विशेष महत्ता है। पारिभाषिक शब्द विशेषज्ञों और तकनीशियनों द्‌वारा अंगीकृत, अनुकूलित और अविष्कृत शब्द है। **डॉ. रवींद्रनाथ श्रीवास्तव** के अनुसार प्रत्येक शब्द या शब्दावली विशिष्ट विचारों को व्यक्त करने की एक संक्षिप्त व्यवस्था है। वैज्ञानिक विचार एवं अन्वेषण भारतीय भाषाओं में रुपांतरित करने की आवश्यकता है। अत: पारिभाषिक शब्दावली एवं वाक्यावली के निर्माण पर बल दिया जा रहा है।

**परिभाषाएँ –**

1. **रेण्डम हाऊस** – विशिष्ट विषय जैसे विज्ञान अथवा कला विषय की तकनीकी अभिव्यक्ति के लिए निश्चित अथवा विशिष्ट अर्थ में प्रयुक्त एक शब्द, अधिकांशत: कला का शब्द।
2. **डॉ. रघुवीर** – जिन शब्दों की सीमा बाँध दी जाती है, वे पारिभाषिक शब्द होते हैं और जिनकी सीमा नहीं बाँधी जाती, वे साधारण शब्द होते हैं।
3. **डॉ. गोपाल शर्मा** – पारिभाषिक शब्द वह है, जो किसी ज्ञान-विशेष के क्षेत्र में एक निश्चित अर्थ में प्रयुक्त होता हो, तथा जिसका अर्थ एक परिभाषा से स्थिर किया गया हो।
4. **डॉ. भोलानाथ तिवारी** – पारिभाषिक शब्द ऐसे शब्दों को कहते हैं, जो रसायन, भौतिकी, दर्शन, राजनीति आदि विभिन्न शास्त्रों या विज्ञानों के शब्द होते हैं तथा जो अपने-अपने क्षेत्र में निश्चित अर्थ में सुनिश्चित रुप से पारिभाषित होते हैं। अर्थ और प्रयोग की दृष्टि से निश्चित रुप से पारिभाषिक होने के कारण ये शब्द पारिभाषिक शब्द कहे जाते हैं।

5. **डॉ. सूरजभान सिंह** – पारिभाषिक शब्द अभिधार्थ में ही ग्रहण किए जाते हैं, लक्ष्यार्थ या व्यंग्यार्थ में नहीं।

6. **डॉ. बापू देसाई –** ज्ञान-विज्ञान तथा कला-कारीगरी और प्रशासन के व्यवहार में प्रयुक्त किए जाने वाले विशिष्टार्थ द्‌योतक शब्दों को पारिभाषिक शब्द कहते हैं।

### 3.3.2 पारिभाषिक शब्दावली का महत्त्व :

पारिभाषिक शब्दावली के महत्त्व का अध्ययन करने के लिए निम्न बातें सहायक होती हैं।

1. **कृत्रिम शब्दावली** – भाषा की सामान्य शब्दावली के समान पारिभाषिक शब्दावली का उद्‌भव और विकास समाज में स्वयं नहीं होता, क्योंकि पारिभाषिक शब्दावली कृत्रिम होती है। ग्रहण, अनुकूलन, संचयन और निर्माण इन चार प्रक्रिया द्‌वारा उसका निर्धारण होता है। सामान्य शब्दों का जनक समाज होता है। लेकिन इस शब्दावली का निर्धारण भाषा-विशेषज्ञ करते हैं, जो शब्दों के निर्माण की प्रक्रिया के साथ-साथ विशेष प्रकार के तकनीकी ज्ञान के विशेषज्ञ भी होते हैं। कृत्रिम शब्द होने के कारण इनमें वह लचीलापन नहीं होता, जो सामान्य शब्दों में होता है।

2. **नियतार्थता** – पारिभाषिक शब्द का अर्थ सुनिश्चित और स्पष्ट होता है। उसमें न तो अतिव्याप्ति दोष होता है और न ही अव्याप्ति दोष। वे शब्द अपने अर्थ-परिधि से न अधिक अर्थ व्यक्त करता है, न कम। पारिभाषिक शब्दावली के क्षेत्र में यह असह्य होता है कि दो शब्दों की अर्थ सीमाएँ एक-दूसरे से टकराए या एक-दूसरे के अर्थवृत्तों को काटें। वैज्ञानिक भाषा में जिस परिशुद्‌धता की अपेक्षा होती है, उसमें द्‌वयार्थकता या संदिग्धार्थकता के लिए कोई अवकाश नहीं होता।

3. **एक संकल्पना : एक शब्द** – पारिभाषिक शब्द किसी न किसी ज्ञान शाखा से संबंधित होते हैं। संबंधित शास्त्र या विज्ञान की एक संकल्पना के लिए एक शब्द का ही प्रयोग होता है। जिस तरह पारिभाषिक शब्द का एक निश्चित नियत अर्थ होता है, उसी तरह एक संकल्पना के लिए एक से अधिक शब्द नहीं होते। बहुअर्थता के साथ-साथ शाब्दिक पर्याय का भी पारिभाषिक शब्दावली में कोई स्थान नहीं होता। इसके निर्धारण की ''संचयन प्रक्रिया'' में किसी विशिष्ट वस्तु, भाव या क्रिया को व्यक्त करने वाले 'शब्द' को अपना कर उसका संचयन किया जाता है।

4. **विशेष क्षेत्र में प्रयोग** – पारिभाषिक शब्दों का प्रयोग विशेष क्षेत्र में होता है। दैनिक व्यवहार में इनका प्रयोग नहीं होता है। विशिष्ट शास्त्र, विज्ञान तथा व्यवहार में होता है। हर ज्ञान-शाखा की अपनी पारिभाषिक शब्दावली होती है। आधुनिक ज्ञान प्राय: 600 शाखाओं में विभक्त है। सभी शाखाओं में प्रयुक्त शब्दों की संख्या बीस लाख है। पारिभाषिक शब्दावली की परिधि बढ़ रही है।

5. **संक्षिप्तता एवं सरलता** – पारिभाषिक शब्द अल्पाक्षर होने चाहिए, ताकि प्रयोक्ता को असुविधा न हो। ऐसे शब्द प्राय: एक शब्द के या मूल शब्द के होते हैं। अधिक शब्द के नहीं। अधिक शब्दों से बना पारिभाषिक शब्द संधि-समासयुक्त होता है; जैसे पुन:स्मरण - Recall, उद्‌जन -Hydrogen आदि। यहाँ संक्षिप्तता और सरलता से तात्पर्य जनसामान्य की दृष्टि से मात्र उच्चारण सौकर्य नहीं है। इसका निर्धारण-निर्माण जनसामान्य के उच्चारण साधर्म्य को ध्यान में रखकर होना आवश्यक भी नहीं है। पारिभाषिक शब्दावली न तो सब के लिए है, न बहुसंख्यकों के लिए भी, बल्कि गिने-चुने व्यक्तियों के लिए है, जो ज्ञान की किसी विशेष शाखा में विशेषता या प्रवीणता प्राप्त करने के इच्छुक हैं।

6. **शब्दों में एकरुपता** – एक ही श्रेणी या विषय के शब्दों में एकरुपता होती है; जैसे ओषजन (आक्सिजन),

नत्रजन (नायट्रोजन), उद्जन (हाइड्रोजन) आदि या स्वनिम, अपिम, आर्थिम, लेखिम् आदि। ऐसा होने से उनमें सहज रुप से सरलता और बोधगम्यता भी आ जाती है।

7. **भाषा की प्रकृति के अनुरुप स्वरुप** – यदि स्त्रोत भाषा में पारिभाषिक शब्द एक शब्दीय है, तो उसके लिए लक्ष्य भाषा में निर्मित शब्द भी यथा संभव एक शब्दीय ही हो, द्विशब्दीय नहीं। दूसरे शब्दों में असमस्त पद का अनुवाद यथा संभव असमस्त शब्द में नहीं होना चाहिए। जैसे Executive के लिए कार्यपालिका शब्द ठीक है, Curo के लिए कलाकृति शब्द उचित है। पारिभाषिक शब्द अगर किसी अन्य भाषा का ग्रहण किया गया है,तो उसे अनुकूलन प्रक्रिया द्वारा अपनी भाषा की प्रकृति के अनुकूल किया जाता है, जैसे अंग्रेजी का एकेदमी शब्द अकादमी बन जाता है।

### 3.3.3 निर्माण में आने वाली समस्याएँ :

शब्द निर्माण की नियत प्रक्रिया के सहारे नए शब्दों की रचना करना निर्माण प्रक्रिया कहलाता है। यह मूलत: तीन प्रकार की होती है – क) उपसर्ग से शब्द निर्माण, ख) प्रत्ययों से शब्द निर्माण, ग) समास पद्धति से शब्द निर्माण।

शब्द निर्माण प्रक्रिया के संदर्भ में तीन समस्याएँ आती हैं –

1. स्त्रोत भाषा की समस्या।
2. रचना विधान की समस्या।
3. किन शब्दों का निर्माण करें।

1. **स्त्रोत भाषा की समस्या** – हमारे देश में प्रमुखता दो परिवार की भाषाएँ व्यवहृत है। अत: समस्या यह है कि स्त्रोत भाषा के रुप में किस भाषा का चयन करें ? **डॉ. सत्यव्रत** कहते हैं – ''ग्रहण, संचयन, अनुकूलन की तीनों प्रक्रियाएँ तो सभी भाषाओं में संभव है, परंतु यह निर्माण प्रक्रिया विशुद्ध रुप में केवल संस्कृत, चीनी, ग्रीक और लैटिन इन चार भाषाओं में ही संभव है। इन चारों में ही इस प्रक्रिया की क्षमता है और इन में भी संस्कृत भाषा का स्थान सर्वोपरि है। धातु, उपसर्ग और प्रत्यय ये तीन संस्कृत की शब्द-निर्माण प्रक्रिया के महनीय तत्त्व हैं। संस्कृत को स्त्रोत भाषा के रुप में अपनाने में कोई आपत्ति नहीं होनी चाहिए; क्योंकि यूरोप में भी अंग्रेजी, फ्रेंच, जर्मन, रुसी आदि समृद्ध भाषाएँ अपनी पारिभाषिक शब्दावली के लिए ग्रीक-लैटिन का सहारा लेती रही हैं।

2. **रचना-विधान की समस्या** – शब्दों के रचना – विधान में प्रत्यय, उपसर्ग तथा समास सम-स्त्रोतीय हो या विषम-स्त्रोतीय ? पुनरुद्धारवादी, राष्ट्रीयतावादी या संस्कृतवादी सम्प्रदाय इस संदर्भ में संस्कृत के पक्षपाती हैं। शब्दों के निर्माण में या तो इन्होंने संस्कृत – उपसर्ग – प्रत्ययों की सहायता ली या नए प्रत्यय बनाए; किंतु हिंदी के बहुप्रचलित उपसर्ग प्रत्ययों जैसे ना, बे, दार, बंद की आदि का पूर्ण बहिष्कार किया है। साथ ही मूल शब्द संस्कृत में प्राप्त न हो, तो नए धातु बनाए गए हैं। इससे शब्द आम शब्दों के समान सरल नहीं होते हैं। इनका तर्क है कि अंग्रेजी में भी ग्रीक तथा लैटिन धातुओं से पारिभाषिक शब्दों का निर्माण हुआ है। ये शब्द भी निरंतर प्रयोग और संपर्क के कारण सरल तथा स्पष्ट लगने लगे हैं। अंग्रेजी

शब्दावली की अभ्यस्त पीढ़ी को संस्कृत से बने शब्द क्लिष्ट लगना संभव है। लेकिन आने वाली पीढ़ी इन शब्दों से अभस्त होगी। भारत सरकार के पारिभाषिक शब्दावली आयोग ने अगस्त 1962 में शब्द रचना की इन समस्याओं का समाधान करने के लिए कुछ सुझाव इस प्रकार दिए थे -

* जहाँ तक संभव हो एक योजनाबद्ध तरीके से उचित प्रत्यय लगाकर शब्द बनाए जाएँ, परंतु प्रत्यय लगाने से पहले व्याकरण की दृष्टि से मूल शब्द का वास्तविक रुप भली भाँति समझ लेना चाहिए।
* केवल हिंदी के तद्भव उपसर्गों और प्रत्ययों का प्रयोग सीमित रुप में होना चाहिए।
* जहाँ तक बन सके समासों में संधि की उपेक्षा की जाए। अधिकांश शब्दों में दो शब्दों के बीच ''हाइफन'' लगाया जाए।
* संकर शब्दों को भी स्वीकृत माना गया है।
* विद्वानों का एक वर्ग ऐसा है, जो संस्कृत के सिवा प्रचलित भाषा को अपना कर शब्द-रचना स्वाभाविक मानता है। उनकी मान्यता रही है, ''वैज्ञानिक दृष्टि से देखा जाए तो आज हिंदुस्तानी भाषा की चर्चा एक प्रयोगात्मक वृत्ति की द्योतक है। सांस्कृतिक और राजनीतिक समन्वय की दृष्टि से वर्तमान भारत में उर्दू-हिंदी का 'दीन-ए-इलाहीकरण' करने की इच्छा ही मिटती हुई हिंदुस्तानी भाषा को प्राणवायु प्रदान करती है।''
* इस वर्ग के विद्वानों ने पारिभाषिक शब्दावली के निर्माण में संस्कृत के तत्सम शब्दों के साथ तद्भव और विदेशी शब्दों को अपनाने पर बल दिया है। शब्द रचना प्रक्रिया में उर्दू और हिंदी तथा उपभाषा के व्याकरण का भी नवीन पद्धति से प्रयोग किया है; जैसे - रसीद (नाम धातु) रसीदियाना (रसीद + इयाना) Impartial - बेपक्ष। यहाँ क्रिया और नाम धातु से हिंदी उर्दू के प्रत्यय लगाकर प्रयोगात्मक वृत्ति से शब्द तैयार किए गए हैं।

3. **किन शब्दों का निर्माण करें ? -** इस समस्या के दो पहलू हैं - 1) क्या संस्कृत के पूर्व शब्दों का प्रयोग पारिभाषिक रुप में किया जाए ? २) बोलचाल तथा व्यवहार में बहुप्रचलित शब्दों की उपेक्षा कर सभी शब्दों का फिर से निर्माण करे। राष्ट्रीयतावादी पुनरुद्धारवादी वर्ग ने एक ओर संस्कृत के पुराने शब्दों का जीर्णोद्धार भी किया है, साथ ही बहु प्रचलित तद्भव विदेशी शब्दों से परहेज कर नए शब्द बनाए हैं; जैसे -

| **अंग्रेजी** | **नया शब्द /जीर्णोद्धार** | **प्रचलित शब्द** |
|---|---|---|
| Arsenic | नेपालज (सुश्रुत) | संखिया |
| Sulpher | शुल्वारि (अभिधान चिंतामणी) | गंधक |
| Neutral | उदासीन (अर्थशास्त्र) | तटस्थ |
| Tahasil | भुक्ति (अशोक का शिलालेख) | तहसील |

इस तरह हर शब्द को 'संस्कृत शब्द' में परिवर्तित करने का दुराग्रह समर्थनीय नहीं हो सकता। इसीलिए समन्वयवादी वर्ग की मान्यता रही है - ''ऐसे विदेशी, देशज तथा तद्भव शब्द जो खूब चल पड़े हैं या नए हैं,

किंतु जिनके लिए नए शब्द लेने या गढ़ने की आवश्यकता नहीं, वे लिए जाएँ।''

* शब्दावली आयोग ने कहा है -''कुछ प्रसंगों में संस्कृत पर्याय की अपेक्षा स्थानीय हिंदी शब्दों एवं हिंदी में आत्मसात अन्य भाषा के शब्दों को भी स्वीकृत किया जाए, क्योंकि वे जनसामान्य के प्रयोग में आते हैं। ऐसे प्रसंगों में अन्य भाषाओं को भी अपने पर्याय रखने की छूट होगी।''

* **डॉ. गोपाल शर्मा** कहते हैं - ''संस्कृत तत्सम और तद्भव शब्दों से युक्त शब्द-भांडार के अनिवार्य प्रयोग से नई समस्याएँ सामने आई हैं। विज्ञान की एक ही संकल्पना विभिन्न शब्दावली निर्माताओं ने अलग-अलग पर्यायवाची शब्दों द्वारा स्थापित की है।........ हिंदी और अन्य अन्य भारतीय भाषा विज्ञान शिक्षा के सबल माध्यम के रुप में अभी ठोस धरातल पर स्थित नहीं हो सके हैं। फलस्वरुप वैज्ञानिक विषयों पर जो साहित्य लिखा गया है, वह नगण्य है। शब्दावली के संगठित रुप से विकसित होने से पुस्तकों के लेखन-प्रकाशन में व्याघात पहुँचा, तो दूसरी ओर एक संकल्पना के लिए प्रयुक्त विविध शब्द रुपों से अध्येता भ्रमित है। इससे मुक्ति पाने के लिए कुछ शब्द रुपों का मानकीकरण अनिवार्य हो जाता है।''

### 3.3.4 ज्ञान-विज्ञान के विभिन्न क्षेत्रों की पारिभाषिक शब्दावली का अध्ययन :

सरकारी कामकाज या सरकारी विभाग या उनसे संबद्ध अधिकारी और कर्मचारियों के लिए राजभाषा आयोग ने कुछ शब्दों को प्रामाणिक मान्यता प्रदान की है। इन शब्दों को पारिभाषिक शब्दावली कहते हैं। वित्तीय संस्थान, जनसंचार माध्यम आदि जीवन के सभी क्षेत्रों में पारिभाषिक शब्दावली का प्रयोग हो रहा है। इन शब्दों के साथ-साथ वाक्यावली का भी प्रयोग महत्त्वपूर्ण रहा है। कार्यालयी एवं वाणिज्य पत्राचार में वाक्यावली का प्रयोग आवश्यक बनता जा रहा है। अनुवाद के क्षेत्र में शब्दावली तथा वाक्यावली बहुत ही उपयोगी सिद्ध हो रही हैं। अत: यहाँ पारिभाषिक शब्दावली तथा वाक्यावली दी जा रही हैं -

**(अ) शब्दावली**

1. Abbreviation - संक्षेप/संक्षेपण
2. Abnormal - अपसामान्य
3. Abstract - 1. सार, 2. संक्षिप्ति (विधि)
4. Academic - शैक्षणिक / विद्या-संबंधी
5. Academy - अकादमी
6. Accommodation - 1. वास, 2. निर्वाह
7. Accuse - अभियोग लगाना
8. Acquire - अर्जन करना
9. Adjourn - स्थगित करना/काम रोकना
10. Admission - 1. अभिस्वीकृति, 2. प्रवेश/दाखिल/अंतर

| | | |
|---|---|---|
| 11. Allegation | - | आरोप/अभिकथन |
| 12. Animal Husbandry | - | पशुपालन |
| 13. Archaeology | - | 1. पुरातत्त्व, 2. पुरातत्त्व विज्ञान |
| 14. Art Executive | - | कला प्रबंधक |
| 15. Backward Classes | - | पिछडे वर्ग |
| 16. Ballot | - | 1. मतपत्र/मतपर्ची, 2. मतदान |
| 17. Bibliography | - | संदर्भ ग्रंथ-सूची |
| 18. Bye-law | - | उपविधि |
| 19. Calculation | - | गणना/गिनती/परिकलन |
| 20. Census Officer | - | जनगणना अधिकारी |
| 21. Cultural Relations Officer | - | संस्कृतिक संपर्क अधिकारी |
| 22. Custom | - | सीमाशुल्क |
| 23. Debenture-holder | - | ऋणपत्रधारी/डिबेंचरधारक |
| 24. Deduction | - | कटौती/घटना |
| 25. Default | - | 1. त्रुटी/चूक/व्यतिक्रम 2. बकाया |
| 26. Department of Rehabilitattion | - | पुनर्वास विभाग |
| 27. Department of Transport, Shiping and Tourism | - | परिवहन, पोतपरिवहन और पर्यटन विभाग |
| 28. Deputation | - | 1. प्रतिनियुक्ति, 2. शिष्ट-मंडल |
| 29. Destination | - | गंतव्य/लक्ष्य |
| 30. Detect | - | 1. पता लगाना, 2. पकडना |
| 31. Dignity | - | गौरव/मर्यादा/गरिमा |
| 32. Direction and Control | - | निर्देशन और नियंत्रण |
| 33. Directorate General | - | महानिर्देशक |
| 34. Directors | - | निर्देशिका |
| 35. Disposal | - | 1. निपटान/निवर्तन, 2. व्ययन |
| 36. Division Bench | - | खंड - (न्याय) पीठ |
| 37. Duration | - | अवधि |

38. Efficiency - दक्षता/कार्य-पटुता
39. Embezzlement - गबन
40. Encroachment - अधिक्रमण
41. Entitled - हकदार
42. Entomologist - कीटविज्ञानी/कीटज्ञ
43. Enumeration - गणना / गिनना
44. Extraordinary - असाधारण
45. Epidemic - महामारी
46. Estates Duty Officer - संपदा शुल्क अधिकारी
47. Estimate Officer - प्राक्कलन अधिकारी
48. Evaluation - मूल्यांकन
49. Excess - अति/अधिकता/ज्यादती
50. Excise - 1. उत्पादन शुल्क, 2. अबकारी
51. Exclude - वर्जित करना/निकालना/अपवर्जन
52. Exempt - विमुक्त करना/छूट देना/माफी देना
53. Expansion - विस्तार/प्रसार/प्रसरण
54. Ex-President - 1. भूतपूर्व राष्ट्रपति, 2. भूतपूर्व अध्यक्ष
55. External Affairs Ministry - विदेश मंत्रालय
56. Extra-Curricular - पाठ्योत्तर/पढाई के अतिरिक्त
57. Extract - उद्धरण
58. Fabricate - 1. गढना, 2. निर्माण करना
59. Fair Price - उचित मूल्य/उचित भाव
60. Family Planning Centre - परिवार नियोजन केंद्र
61. Faulty - दोषपूर्ण/सदोष
62. Fellowship - अध्येतावृत्ति
63. Fieldman (Horticulture) - क्षेत्रक (बागबानी)
64. Financial - वित्तीय/वित्तसंबंधी/वित्त
65. Financial Legislation - वित्त विधान

| | | |
|---|---|---|
| 66. Finger Print Examiner | - | अंगुली-छाप परीक्षक |
| 67. Flight | - | उडान |
| 68. Flood Investigation Division | - | बाढ-अन्वेषण-प्रभाग |
| 69. Floriculturist | - | पुष्पाविज्ञानी |
| 70. Frequency | - | आवृत्ति/बारंबारता |
| 71. Fundamental | - | मूल/मौलिक/आधारभूत |
| 72. Further Action | - | आगे की कार्यवाही/अगली कार्यवाही |
| 73. Gallantry award | - | शौर्य पुरस्कार |
| 74. Governing body | - | शासी निकाय |
| 75. Gradation list | - | पदक्रम सूची |
| 76. Grant Maintenance | - | अनुरक्षण अनुदान/भरण-पोषण-अनुदान |
| 77. Gross Value | - | कुल मूल्य/सकल मूल्य |
| 78. Guidance | - | मार्गदर्शन/निर्देशन |
| 79. Gunner | - | तोपची |
| 80. Halting allowance | - | विराम भत्ता |
| 81. Handicraft | - | दस्तकारी/हस्तकला/हस्तशिः |
| 82. handling Charges | - | चढाई-उतराई खर्च |
| 83. Handloom | - | हाथ करघा |
| 84. Head Dispatcher | - | प्रधान प्रेषक |
| 85. Heavy Industry | - | भारी उद्योग |
| 86. Heloninthiasist | - | कृमिरोग विज्ञानी |
| 87. His Majesty | - | महामहिम |
| 88. His Excellency | - | परम श्रेष्ठ |
| 89. Honorary | - | अवैतनिक |
| 90. Honorarium | - | मानदेय |
| 91. Horticulturist | - | उद्यान-कृषि विशेषज्ञ |
| 92. House of People | - | लोकसभा |
| 93. House of Correction | - | सुधार गृह (बंदीगृह) |

94. Hydraulic Research Station - जलीय अनुसंधान केंद्र

95. Identification - पहचान/शिनाख्त

96. Illegal - अवैध

97. Illegible - अपाठ्य

98. Illicit - निषिद्ध

99. Implement - कार्यान्वित करना/अमल में लाना/परिपालन करना

100. Impose - अधिरोपित करना

101. Inability - अयोग्यता

102. In Camera - गुप्त बैठक

103. Indent - माँग पत्र

104. Indian Administrative Service - भारतीय प्रशासन सेवा

105. Indian Police Service - भारतीय पुलिस सेवा

106. Inefficiency - अदक्षता

107. Infection - संक्रमण

108. Instalment - किस्त

109. Inter Departmental - अंतरविभागीय

110. Investigator - अन्वेषक

111. Joining date - कार्यग्रहण तारीख/कार्यारंभ तारीख

112. Journal - १. दैनिकी/रोजनामचा, २. पत्रिका

113. Jurisdiction - अधिकार क्षेत्र/क्षेत्राधिकार/अधिकारिता

114. Kindergarten teacher - बालवाडी शिक्षक

115. Labour welfare - श्रम कल्याण/श्रमिक कल्याण

116. Last Pay Certificate - अंतिम वेतन पत्र

117. Legislative Assembly - विधान सभा

118. Legislative council - विधान परिषद

119. Livestock Development Adviser - पशुधन विकास सलाहकार

120. Log book - कार्य-पंजी

121. Machine tool - उपयंत्र

122. Manifesto - घोषणा पत्र
123. Manual Labour - शारीरिक श्रम
124. Mayor - महापौर
125. Meteorologist - मौसम विज्ञानी
126. Micro-biologist - सूक्ष्मजीव-विज्ञानी
127. Minimum wages - कम से कम मजदूरी
128. Mode of dispatch - प्रेषण-प्रकार
129. Mortuary - शवागार
130. Nationalization - राष्ट्रीयकरण
131. Negotiate - बातचीत करना/परक्रामण करना
132. Nominee - जामिती/मनोजीत व्यक्ति/नामित व्यक्ति
133. Official version - सरकारी कथन/अधिकारिक कथन
134. Ophthalmologist - नेत्र विज्ञानी
135. Partition - विभाजन/बॅटवारा
136. Partnership deed - साझा-पत्र/भागिता विलेख
137. Postmortem - शवपरीक्षा
138. Preface - प्रस्तावना
139. Proceedings - कार्यवाही
140. Quality control officer - गुणता-नियंत्रण-अधिकारी
141. Quotation - १. भाव/दर, २. उद्धरण
142. Rebate - घटौती/छूट
143. Sale-account - विक्रय लेखा/विक्री-लेखा
144. Senate - वरिष्ठ सभा
145. Show Cause notice - हेतुक दर्शिक करणे के लिए सूचना/कारण निदेशन नोटिस/कारक बतोओ नोटिस
146. Statute - कानून/संविधि
147. Tentative - अस्थायी/परीक्षात्मक
148. Ultimate - अंतिम/चरण

149. Undervaluation - अल्पमूल्यांकन

150. Write off - बट्ट खाते डालना

## 3.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न :

**प्रश्न 1 अ) निम्नलिखित वाक्यों में दिए गए पर्यायों में से उचित पर्याय चुनकर वाक्य फिर से लिखिए।**

1. भारतीय संविधान में हिंदी को ......... के रुप में स्वीकृति प्राप्त है।

   अ) **राजभाषा** ब) राज्यभाषा क) सरकारी भाषा ड) संचार भाषा

2. प्रत्येक शब्द या शब्दावली विशिष्ट विचारों को व्यक्त करने की एक संक्षिप्त ......... है।

   अ) कला ब) **व्यवस्था** क) रचना ड) शास्त्र

3. पारिभाषिक शब्द किसी न किसी .......... से संबंधित होते हैं।

   अ) बोली ब) व्यक्ति विशेष क) **ज्ञान शाखा** ड) समाज विशेष

4. शब्द निर्माण प्रक्रिया के संदर्भ में ............... समस्याएँ आती हैं।

   अ) चार ब) पाँच क) दो ड) **तीन**

5. पारिभाषिक शब्दावली आयोग ने .......... शब्दों को भी स्वीकृत माना है।

   अ) मूल ब) **संकर** क) पाली ड) प्राकृत

6. 'Consignment' के लिए हिंदी शब्द .......... है।

   अ) तेजडिया ब) **परिषण** क) परीक्षण ड) पारेषण

7. 'अवलोकनार्थ' शब्द के लिए अंग्रेजी पर्यायवाची शब्द है ..........।

   अ) **For persual** ब) Follow up action

   क) As amended ड) Duly complied

**प्रश्न 1 आ) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर एक-एक वाक्य में लिखिए।**

1. कला तथा शास्त्र के विवेचन के लिए प्रयुक्त विशेष शब्दावली को क्या कहते हैं ?
2. Technical Terminology के लिए हिंदी पर्यायी शब्द कौनसा है ?
3. पारिभाषिक शब्दावली की डॉ. सूरजभान सिंह की परिभाषा क्या है?
4. पारिभाषिक शब्द निर्माण की प्रक्रिया कितने प्रकार की होती है?
5. Deemed to accure के लिए हिंदी पर्यायी शब्द कौनसा है ?
6. 'मुख्य कार्मिक अधिकारी' के लिए अंग्रेजी पर्यायी शब्द कौनसा है?

7. ‘Endorsment’ को हिंदी में क्या कहते हैं?

## 3.5 पारिभाषिक शब्द – शब्दार्थ :

**Technical Terminology**: तकनीकी शब्दावली

| | | |
|---|---|---|
| **उद्जन** | : | हायड्रोजन |
| **Arsenic** | : | संखिया |
| **Neutral** | : | उदासीन |
| **Recall** | : | पुनःस्मरण |

## 3.6 स्वयं अध्ययन प्रश्नों के उत्तर :

**प्रश्न 1 अ)**

| | | |
|---|---|---|
| 1) राजभाषा | 2) व्यवस्था | 3) ज्ञानशाखा |
| 4) तीन | 5) संकर | 6) परिषण |

7) For persual

**प्रश्न 1 आ)**

1. कला तथा शास्त्र के विवेचन के लिए प्रयुक्त विशेष शब्दावली को पारिभाषिक शब्दावली कहते हैं।
2. Technical Terminology के लिए हिंदी पर्यायी शब्द तकनीकी शब्दावली है।
3. डॉ. सूरजभान सिंह के अनुसार ‘‘पारिभाषिक शब्द अभिधार्थ में ही ग्रहण किए जाते हैं, लक्ष्यार्थ या व्यंग्यार्थ में नहीं।’’
4. पारिभाषिक शब्द निर्माण की प्रक्रिया तीन प्रकार की होती है।
5. हिंदी पर्यायी शब्द है ‘प्राप्य समझा जाए’।
6. Deemed to accure के लिए अंग्रेजी पर्यायी शब्द है ‘Chief Personal Officer’।
7. Endrosment को हिंदी में ‘पृष्ठांकन’ कहते हैं।

## 3.7 सारांश :

* पारिभाषिक शब्दावली शब्दों की वह व्यवस्था है, जिसकी किसी विशिष्ट मानवीय गतिविधि या प्रकृति के किसी विशिष्ट पक्ष से संबंधित ज्ञान-विज्ञान की शाखा में प्रवीण व्यक्ति के लिए विशेष महत्ता है।
* पारिभाषिक शब्द विशेषताओं एवं तकनीशियनों द्वारा आविष्कृत, अंगीकृत और अनुकूलित होते हैं। इन शब्दों को बनाने के कुछ सिद्धांत हैं।

* पारिभाषिक शब्दावली कृत्रिम होती है। ये शब्द किसी न किसी ज्ञान शाखा से संबद्ध होते हैं और एक संकल्पना के लिए एक शब्द का ही प्रयोग होता है। इसका अर्थ सुनिश्चित और स्पष्ट होता है।

* पारिभाषिक शब्द अल्पाक्षर होता है। इनमें एकरुपता होती है। इन शब्दों का प्रयोग विशेष क्षेत्र में होता है। पारिभाषिक शब्दावली निर्माण प्रक्रिया तीन तरह की होती है। निर्माण प्रक्रिया के संबंध में मूलत: तीन समस्याएँ हैं - (1) स्त्रोत भाषा की समस्या, (2) रचना विधान की समस्या और (3) किन शब्दों का निर्माण करें ?

## 3.8 स्वाध्याय :

1. पारिभाषिक शब्दावली के स्वरुप एवं महत्त्व को लिखिए।
2. पारिभाषिक शब्दावली के निर्माण में आने वाली समस्याओं को विस्तार से लिखिए।
3. पारिभाषिक शब्दावली की परिभाषाएँ देकर उसके महत्त्व को लिखिए।

## 3.9 क्षेत्रीय कार्य :

अ) विभिन्न वित्तीय संस्थानों से संबंधित पारिभाषिक शब्दावली की सूची तैयार कीजिए।

ब) दूरदर्शन के समाचार सुनकर संचार माध्यमों से संबंधित शब्दावली की सूची तैयार कीजिए।

## 3.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए :

१. प्रयोजन मूलक हिंदी - डॉ. माधव सोनटक्के

२. राजभाषा प्रशिक्षण - डॉ. दानबहादुर पाठक

1. **बहुविकल्पीय प्रश्न**

   1. .........शब्द वह है, जो किसी ज्ञान-विशेष के क्षेत्र में प्रयुक्त होता है, तथा वह जिसका अर्थ एक परिभाषा में स्थिर होता है।

      अ. पारिभाषिक  ब. धार्मिक  क. मैत्रिक  ड. सात्त्विक

   2. ............... में किसी विशिष्ट वस्तु, भाव या क्रिया को व्यक्त करने वाले शब्द को अपना कर उसका संचयन किया जाता है।

      अ. राजनीति  ब. शिक्षा  क. संचयन प्रक्रिया  ड. धार्मिकता

   3. शब्द निर्माण प्रक्रिया के संदर्भ ........समस्याएँ आती है।

      अ. चार  ब. तीन  क. दो  ड. एक

4. सरकारी कामकाज या उनसे संबद्‌ध अधिकारी और कर्मचारियों के लिए......... ने कुछ शब्दों को प्रामाणिक मान्यता प्रदान की है।

अ. संसद ब. परिवार क. मित्रों ड. राजभाषा आयोग

5. पारिभाषिक शब्द किसी न किसी............ से संबंधित होते है।

अ. अज्ञान ब. छंद क. ज्ञान ड. आश्रम

**उत्तर :** 1. अ 2. क 3. ब 4. ड 5. क

2. **उचित मिलान कीजिए।**

| | |
|---|---|
| 1. भारतीय संविधान में हिंदी | अ. प्राप्य |
| 2. पारिभाषिक शब्दावली आयोग | ब. ज्ञानशाखा |
| 3. पारिभाषिक शब्द निर्माण प्रकार | क. संकर |
| 4. डॉ. सूरजभान सिंह | ड. तीन |
| 5. हिंदी पर्यायी शब्द | इ. राजभाषा |

**सही उत्तर**

1. – इ, 2. – क, 3. – ड, 4. – ब, 5. – अ

3. **सही गलत का निर्णय करे।**

1. शब्द निर्माण प्रक्रिया में तीन प्रकार की समस्याएँ आती है, संकर शब्दों को स्वीकृत किया गया है।
2. आधुनिक ज्ञान प्राय: 600 शाखाओं में विभक्त है, जिसके कारण पारिभाषिक शब्दावली की परिधि बढ रही है।
3. पारिभाषिक को शब्दावली को अंग्रेजी में है Technical Persual को Cosignment Terminology कहा जाता हैं, जिसका प्रयोग समुद्र में होता है।
4. Cosignment का अर्थ हिंदी में परिषण होता है, जबकि, अवलोकनार्थ शब्द के लिए For perusal शब्द का प्रयोग किया जाता है।
5. भारतीय संविधान ने हिंदी को राजभाषा के रुप में दर्जा दिया है, लेकिन व्यवहार में अंग्रेजी का बोलबाला रहा है।

----------

### इकाई – 4

# जनसंचारीय हिंदी : सामान्य स्वरूप

### मुद्रित माध्यम


**4.1 उद्‌देश्य**

**4.2 प्रस्तावना**

**4.3 विषय विवेचन**

- 4.3.1 जनसंचार का सामान्य स्वरूप
- 4.3.2 मुद्रित माध्यम
- 4.3.3 मुद्रित भाषा की प्रकृति
- 4.3.4 समाचार पत्रों में समाचार लेखन
- 4.3.5 संपादन
- 4.3.6 शीर्षक रचना
- 4.3.7 पृष्ठ सज्जा
- 4.3.8 साक्षात्कार लेखन
- 4.3.9 वार्तालाप लेखन
- 4.3.10 विज्ञापन लेखन कला

**4.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न**

**4.5 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ**

**4.6 स्वयं अध्ययन प्रश्नों के उत्तर**

**4.7 सारांश**

**4.8 स्वाध्याय**

**4.1 क्षेत्रीय कार्य**

**4.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए**

## 4.1 उद्देश्य :

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप :-

- जनसंचारीय हिंदी का स्वरुप समझ सकेंगे।
- मुद्रिम माध्यम और हिंदी भाषा के संबंध से परिचित हो जाएंगे।
- मुद्रित भाषा की प्रकृति को जान सकेंगे।
- समाचार लेखन की प्रक्रिया से परिचत हो जाएंगे।
- साक्षात्कार लेखन के पहलुओं से परिचित हो जाएंगे।
- वार्तालाप लेखन की विशेषताएँ समझ सकेंगे।
- विज्ञापन लेखन कला से अवगत हो जाएंगे।

## 4.2 प्रस्तावना :

भाषा और जनसंचार माध्यमों में अन्योन्य संबंध है। जनसंचार माध्यमों को संप्रेषणीय बनाने का कार्य भाषा ही करती है। भाषा के बगैर किसी भी जनसंचार का लक्ष्य पूरा नहीं हो सकता। परिणामस्वरुप भाषा को जनसंचार की रीढ़ की हड्डी भी कहा जाता है। वास्तव में हर युग में जनसंचार के सभी माध्यमों के लिए किसी-न-किसी भाषा का उपयोग अनिवार्य रूप में दिखाई देता है। वर्तमान युग जनसंचार माध्यमों का युग होने के कारण भाषा का यह मानदंड बन गया है कि उसमें जनसंचार माध्यमों की विशेषताएँ एवं संभावनाएँ होनी चाहिए। जिस भाषा में ऐसी संभावनाएँ होती हैं, उसे ही प्रगत भाषा माना जाता है।

आज तक एक साहित्यिक भाषा के रूप में हिंदी ने अपनी क्षमता का समय-समय पर परिचय दिया है। इसके साथ जनसंचार माध्यमों के लिए भी उपयुक्त भाषा होने की क्षमता सिद्ध की है। वैसे तो हिंदी में जनसंचार माध्यमों का प्रयोग बहुत पहले से ही दिखाई देता है। हिंदी में होने वाले शिलालेखों के आधार पर इसके संकेत मिलते हैं। आदिकाल के कवि अमीर खुसरो ने हिंदवी में दिए अनेक संदेश प्राप्त हुए हैं। मध्यकाल के संत कवियों ने भी सांस्कृतिक जागरण के लिए अपनी वाणी के द्वारा विविध संदेश दिए हैं। मुगल बादशाहों ने भी प्रशासनिक कार्यों के लिए हिंदी भाषा की सहायता से संचार माध्यमों का प्रभावी प्रयोग किया है। आधुनिक युग में यूरोपीय भाषाओं के संपर्क में आने के बाद हिंदी में आधुनिक संचार माध्यमों का प्रयोग अधिक दिखाई देता है। प्रस्तुत इकाई में मुद्रित जनसंचार माध्यमों में हिंदी का प्रयोग कैसे किया जाता है, मुद्रित जनसंचार माध्यम और हिंदी दोनों के अंत:संबंध कैसे हैं, आदि बातों की जानकारी प्राप्त करेंगे।

## 4.3 विषय-विवेचन :

### 4.3.1 जनसंचार का सामान्य स्वरूप :

वस्तुत: संचार (Communication) व्यष्टि तथा समष्टि की सहज प्रवृत्ति है। आरंभ में हावभाव, संकेत, चिह्न, आदि के द्वारा यह संचार-क्रिया हुआ करती थी। भाषा का आविष्कार तथा सांस्कृतिक विकास के

साथ संचार की क्रिया विभिन्न रुपों में तथा प्रभावी ढंग से निरंतर प्रकट होती रही है। समाचार पत्र, आकाशवाणी तथा दूरदर्शन के आविष्कार और प्रसार के साथ अपने उद्देश्य तथा व्याप्ति के धरातल पर यह क्रिया विस्तृत होती गई। संचार का यह विकसित - विस्तृत रुप 'जन-संचार' है। 'जनसंचार' शब्द अंग्रेजी के '**Mass Communication**' का हिंदी पर्याय है। इसका मूल व्युत्पत्तिक अर्थ भावों तथा विचारों का सामूहिक आदान-प्रदान है। जनतांत्रिक व्यवस्था में जनसंचार तथा उसके माध्यमों का महत्त्वपूर्ण योगदान होता है। क्योंकि जनसंचार माध्यमों की सहायता से ही जनमानस को सजग-सचेत बनाया जा सकता है। स्वतंत्र, निष्पक्ष तथा दायित्व के प्रति प्रतिबद्ध जन-संचार माध्यम सही और सार्थक जनमत निर्माण में सहायक हो सकते हैं। जनसंचार माध्यमों से जन-मानस को अपने देश के साथ-साथ विश्वमंच पर घटित घटनाओं की जानकारी मिलती है। शिक्षा, मनोरंजन, समाजसेवा, प्रबोधन आदि क्षेत्रों में जनसंचार माध्यमों द्वारा काम लिया जा सकता है। राष्ट्र निर्माण, राष्ट्रीय सुरक्षा, राष्ट्र कल्याण के साथ विश्व कल्याण, विश्वशांति के लिए भी इन्हीं माध्यमों का आधार लिया जाता है। परिणामस्वरुप जनसंचार माध्यमों की उपयोगिता दिन-ब-दिन बढ़ती जा रही है।

### जनसंचार माध्यमों का वर्गीकरण :

जनसंचार माध्यमों के प्राथमिक अध्ययन के लिए विद्वानों ने इनको तीन समूहों में विभाजित किया है। जैसे -

अ) **परंपरागत जनसंचार माध्यम** - इसके अंतर्गत चित्रकला, लोकनाट्य, लोकगीत, कीर्तन आदि लोककलाओं का समावेश किया गया है।

ब) **मुद्रित माध्यम** - मुद्रित माध्यमों के अंतर्गत समाचार पत्र, पत्र पत्रिकाएँ, साक्षात्कार, वार्तालाप, विज्ञापन आदि का समावेश किया जाता है।

क) **इलेक्ट्रॉनिक माध्यम** - इसमें दृक् और श्राव्य माध्यमों के अंतर्गत रेडियो, टेलिफोन, फिल्में, दूरदर्शन, संगणक आदि का समावेश किया जाता है।

प्रस्तुत इकाई के अंतर्गत सिर्फ मुद्रित जनसंचारीय माध्यमों का स्वरुप, उनकी उपयोगिता और इन माध्यमों में हिंदी भाषा का प्रयोग कैसे किया जाता है इसकी विस्तार से जानकारी दी जा रही है।

### 4.3.2 मुद्रित माध्यम :

जनसंचार माध्यमों में मुद्रित माध्यम का अपना स्वतंत्र महत्त्व होता है। हस्तलिखित एवं यांत्रिक मुद्रण की सामग्री का समावेश इस माध्यम में होता है। लेखन के प्रमाण 'मेसोपोटामिया' के अवकाल में मिले थे ऐसा माना जाता है। इसका अधिकाधिक प्रयोग उत्तरी बेबोलिनीया में होता था। भारत में इसके प्रमाण ई. पू. तीसरी सदी में मिलते हैं। चंद्रगुप्त मौर्य, सम्राट अशोक, सम्राट विक्रमादित्य, सम्राट शालीवाहन आदि भारतीय नरेशों ने अपने-अपने राज्यों में प्रारंभिक मुद्रित माध्यमों का विकास किया था। सबसे महत्त्वपूर्ण बात यह है कि यूरोपीय संपर्क में आने के बाद इन माध्यमों का प्रयोग अधिक दिखाई देता है। मुद्रण कला के क्षेत्र में हुई वैज्ञानिक प्रगति ने मुद्रित माध्यमों को जहाँ एक ओर सुंदर आकर्षक रुप सज्जा दी है, तो दूसरी ओर विस्तृत जन क्षेत्र में संचार की क्षमता भी प्रदान की है।

### 4.3.3 मुद्रित भाषा की प्रकृति :

मुद्रित माध्यम को अधिकाधिक विश्वसनीय तथा प्रभावी बनाने के लिए सबसे अधिक सहायता करना यहीं मुद्रित भाषा का प्रमुख कार्य है। महत्त्वपूर्ण बात यह है कि यह भाषा साहित्यिक भाषा से पृथक होती है। यह भाषा प्रयोजनमूलक तथा व्यावहारिक होती है। उसमें आकर्षकता होती है, परंतु साहित्यिक भाषा की तरह उसमें न तो गहरी व्यंजना होती है और न वैभव। इसके साथ शास्त्रों-विज्ञानों की भाषा की तरह उसमें नियतार्थता और अर्थ-विपर्यय के प्रति कड़ा दृष्टिकोन भी नहीं होना चाहिए। इसमें जनसामान्य में प्रयुक्त जीवंत एवं बहुप्रयुक्त शब्दों का समावेश होना चाहिए। इस भाषा में प्रयुक्त शब्दों में एक निश्चित अर्थ की निष्पत्ति आवश्यक है, अनेक अर्थों को व्यक्त करने वाले शब्दों का या संदिग्धता का वहाँ कोई स्थान नहीं होता। सबसे महत्त्वपूर्ण बात यह है कि इस भाषा में प्रयुक्त शब्दों की अर्थ निश्चिति कोशगत नहीं होती, बल्कि जन व्यवहारागत होती है। सहज बोधगम्यता उसकी अनिवार्य शर्त है। उदारता व्यावहारिक भाषा की महत्त्वपूर्ण विशेषता होती है। इसलिए मुद्रित जनसंचारीय माध्यमों की भाषा में संपर्क में आने वाली अन्य भाषाओं और जन-सामान्य में प्रचलित शब्दों को अपनाने की उदारता होती है।

मुद्रित भाषा का विचार पाठक-दर्शकों की मानसिकता की दृष्टि से करना आवश्यक होता है। मानवी वृत्तियाँ तथा भावनाएँ रूचि के निर्धारक तत्त्व होते हैं। इसलिए भाषा में माध्यमों के अनुरूप मानवीय वृत्तियों तथा भावों को उद्दिपित करने वाली भाषा का प्रयोग आवश्यक होता है।

### मुद्रित हिंदी : कुछ समस्याएँ :

आज मुद्रित जनसंचारीय माध्यमों में हिंदी का प्रयोग बड़े पैमाने पर हो रहा है। जनसंचार माध्यमों के कारण मुद्रित हिंदी की संरचना पूरी तरह से बदल गई है। इसका महत्त्वपूर्ण कारण यह है कि इन माध्यमों के प्रति हिंदी को ईमानदार रहना पड़ता है। यहीं कारण है कि संचार माध्यमों के आधार पर हिंदी के नए-नए रूप बन रहे हैं। माध्यमों के आधार पर हिंदी ने अपने आपको विविध दृष्टियों से विकसित कर दिया है। यही कारण है कि इक्कीसवीं शताब्दी में संचार माध्यमों को प्रभावी रुप में अभिव्यक्त करने में हिंदी ने अनेक कुशलताओं को प्राप्त किया है। लेकिन जनसंचार माध्यमों के विकास की गति अत्यंत तीव्र एवं व्यापक होने के कारण मुद्रित हिंदी भाषा के सामने अनेक समस्याएँ खड़ी हैं। यहाँ कुछ महत्त्वपूर्ण समस्याओं का विवेचन किया जा रहा है।

⁕ **अपरिवर्तनीय शब्दावली का अभाव** - हिंदी के पास विभिन्न क्षेत्रों की ज्ञान-विज्ञान की तैयार शब्दावली का अभाव है। ज्ञान-विज्ञान की जो पारिभाषिक शब्दावली उसके पास है, वह मात्र पारिभाषिक कोशों में बंद है। उसका व्यवहार उस मात्रा में नहीं होता कि जनमानस में उसका प्रचलन हो। इस दिशा में अब कार्य हो रहा है।हिंदी अभी इन विषयों को अंग्रेजी शब्दावली के पर्याय तथा इन विषयों की जानकारी को जुटाने की प्रक्रिया में है।

⁕ **संपर्क भाषा की विभिन्न रुपता** - आज संपर्क भाषा के रुप में हिंदी भाषा का प्रयोग हिंदी तथा हिंदीत्तर प्रदेशों में बड़े पैमाने पर हो रहा है। लेकिन दुर्भाग्यवश व्यावहारिक हिंदी में एकरुपता न होने के कारण ढ़ेर सारी समस्याएँ निर्माण हो रही हैं। हिंदी तथा अहिंदी दोनों प्रदेशों की आम जनता अपने क्षेत्र की बोली का ही प्रयोग करती है। सरकारी तौर पर भी इस दिशा में सार्थक प्रयास नहीं हुए हैं। कम-से-कम हिंदी प्रदेशों में संपर्क भाषा

के रुप में एक समान शब्दावली का निर्माण होना चाहिए था। पर ऐसा नहीं हुआ है। असल में सब राज्यों को मिलकर समान शब्दावली तैयार करनी चाहिए। संपर्क भाषा के रुप में अहिंदी क्षेत्रों में कई रुप पाए जाते हैं। पंजाबी, नागपुरी, महाराष्ट्री, कानडी, कश्मिरी, तमिल, तेलगु, केरली, बंगाली आदि के शब्द उच्चारण, व्याकरण आदि का प्रभाव इस पर देखा जा सकता है। बहुभाषिक महानगरों में इन प्रादेशिक भाषाओं के साथ अंग्रेजी का भी पर्याप्त प्रभाव देखा जा सकता है। ऐसी स्थिति में विज्ञापन के लिए किस रुप को अपनाएँ बड़ी समस्या बन जाती है।

※ **लिपि की समस्या** :- आजकल मुद्रित भाषा के रुप में विशेषकर समाचार पत्र और विज्ञापन में 'मानक भाषा' के आसपास की हिंदी का प्रयोग होता है। लेकिन मानक हिंदी को लिखित रुप में प्रयुक्त करते समय लिपि समस्या का सामना करना पड़ता है। हिंदीत्तर प्रदेशों में हिंदी बोली समझी जाती है, लेकिन महाराष्ट्र जैसे कुछ अहिंदी प्रांतों को छोड़कर हिंदी की देवनागरी लिपि हर कोई जानता ही है, कहा नहीं जा सकता। यद्‌यपि आर्य परिवार की भाषाओं की लिपि में बहुत साम्य है। इसलिए इस क्षेत्र के लोग देवनागरी लिपि आसान रुप में लिख सकते हैं; लेकिन द्रविड परिवार के भाषा क्षेत्रों के लोग हिंदी जानते हैं, परंतु देवनागरी सिखने में आसानी महसूसते नहीं। इसलिए बहुत बार हिंदी विज्ञापनों में भी देवनागरी लिपि की जगह रोमन लिपि का प्रयोग किया जाता है।

※ **वर्तनी की समस्या** :- मुद्रित भाषा के साथ जुडी समस्या हिंदी वर्तनी की भी है। संयुक्त अक्षर, पूर्ण-विराम, एक से अधिक ध्वनि चिह्न आदि की समस्याएँ मुद्रित भाषा के रुप में हिंदी का प्रयोग करते समय सामने आती हैं। यद्‌यपि इन समस्याओं के समाधान के लिए केंद्रीय हिंदी निदेशालय ने लिपि तथा वर्तनी के मानकीकरण का प्रयास दिया है, लेकिन व्यवहार में उसका प्रयोग कम ही होता है।

संक्षेप में मुद्रित हिंदी की समस्याएँ क्रमश: हमारे यहाँ की जनसंपर्क भाषा की समस्या तथा बहुभाषिकता और हमारी लिपि की समस्या के साथ जुड़ी हैं। अत: मुद्रित भाषा के प्रति गंभीर दृष्टिकोन और संपर्क भाषा के रुप में हिंदी भाषा के सही विकास में ही इन समस्याओं का समाधान देखा जा सकता है।

## 4.3.4 समाचार पत्रों में समाचार लेखन :

समाचार पत्र मुद्रित माध्यम के अंतर्गत आने वाला अत्यंत लोकप्रिय माध्यम है। यह संपूर्ण जनता के साथ जुड़ा हुआ प्रमुख माध्यम है। विविध विषयों, क्षेत्रों, स्थानों की सूचनाओं और गतिविधियों को कम-से-कम शब्दों में और प्रभावशाली ढ़ंग से पाठकों तक पहुँचाना समाचार पत्रों का मुख्य उद्‌देश्य है। हिंदी में 'समाचार' शब्द का प्रचलन प्राय: अंग्रेजी शब्द 'न्यूज' के पर्याय रुप में हुआ है। 'न्यू' का अर्थ है 'नया', इसलिए 'न्यूज' का अभिप्राय हुआ, नवीनताओं का पुंज। अंग्रेजी के '**न्यूज**' शब्द के चारों अक्षर वास्तव में 'नार्थ' (उत्तर), 'ईस्ट' (पूर्व), 'वेस्ट' (पश्चिम) और 'साउथ' (दक्षिण) इन चार दिशाओं के सूचक हैं। इसका तात्पर्य यह है कि हमारे चारों दिशाओं की, दुनिया भर की नवीन, रोचक, जानने योग्य बातें '**समाचार**' होती हैं।

'**पत्रकारिता संदर्भ कोश**' के अनुसार चतुर्दिक से प्राप्त सूचनाओं, घटनाओं, तथ्यों, विचारों आदि की सामयिक, रोचक, उत्सुकतावर्धक और जानकारीपूर्ण रिपोर्ट को 'समाचार'कहा जाता है। (द्रष्टव्य : पत्रकारिता संदर्भ कोश - डॉ. रामप्रकाश एवं डॉ. सुधीन्द्र कुमार, पृ. 114) उल्लेखनीय बात यह है कि कोई सूचना या

किसी घटना को समाचार नहीं कहा जाता। ये सूचनाएँ और घटनाएँ 'समाचार' तभी बन पाती हैं, जब इनमें उत्सुकता, रोचकता, ज्ञानवर्धन तथा अधिकाधिक जन-समुदाय की रुचि को संतृप्त करने वाले तत्त्वों का समावेश हो। केवल शुष्क तथ्य कभी समाचार नहीं कहलाते। जो तथ्य मानव के जीवन, भावना और विचारों पर प्रभाव डालते हैं, जो रुचिकर होते हैं, आनंद देते हैं, आंदोलित करते हैं, वे ही समाचार बनते हैं। प्राय: भावोद्रेक करने वाले या अपने हित और अहित से संबंधित समाचारों में मनुष्य की विशेष रुचि होती है। इसलिए ऐसे समाचारों को पाठक बड़े चाव से पढ़ता है।

समाचार में निम्नांकित चौदह तत्त्वों को अत्यावश्यक माना है -

1. समाचार में कुछ नवीनता हो।
2. समाचारों में सामयिकता नितांत जरुरी है।
3. समाचार अपने निकटस्थान के हों।
4. समाचार अपने हित से संबद्ध हो।
5. समाचारों में धन या कामवासना संबंधी चर्चा हो।
6. समाचारों में संघर्ष, साहस, संकट की रूमानियत हो।
7. समाचारों में कुछ असाधारणता हो।
8. समाचारों में रहस्यात्मकता और किसी रहस्य का उद्घाटन हो।
9. समाचारों में नई खोजों और उपलब्धियों का वर्णन हो।
10. समाचारों में नाटकीयता हो।
11. समाचारों में होने वाली नाटकीयता विश्वासों और मान्यताओं पर आधारित हो।
12. समाचार सामाजिक और आर्थिक परिवर्तन की सूचना देने वाले हों।
13. समाचारों से मनुष्य का देवत्त्व या पशुत्व प्रकट होता हो ।
14. समाचारों का किसी विशेष व्यक्ति से संबंध हो।

समाचार में उपर्युक्त तत्त्वों का संबंध उसके आंतरिक और बाह्य गुणों से है। सबसे महत्त्वपूर्ण बात यह है कि समाचार में कुछ दोषों की आशंका भी रहती है। जैसे - सनसनी, अतिरंजना, कुत्सित प्रवृत्तियों को उत्तेजन देना और निहित स्वार्थों की संतुष्टि या हित साधना। ऐसे दोषों का परिहार अथवा त्याग होने पर ही 'समाचार' का वास्तविक स्वरुप प्रकट होता है।

**समाचार लेखन :**

'समाचार-लेखन' एक 'कला' है। इसके साथ वह एक 'विज्ञान' भी है। 'कला' इसलिए कि वही व्यक्ति (संपादक, पांडुलिपि - लेखक) प्रभावशाली ढ़ंग से समाचार प्रस्तुत कर सकता है, जिसका भाषा पर अच्छा

अधिकार हो। जो विभिन्न विषयों से संबंधित हो।

'समाचार-लेखन' एक विज्ञान इसलिए है, क्योंकि इसमें तथ्यों का सही ब्यौरा और वैज्ञानिक विश्लेषण होता है। उसमें शीर्षक, सूत्रोल्लेख, व्याख्या, निष्कर्ष आदि का एक निश्चित क्रम होता है और इसकी प्रस्तुति एक व्यवस्थित ढ़ंग से की जाती है।

इससे स्पष्ट होता है कि समाचार लेखन एक वैज्ञानिक कला है। प्रभावी समाचार लेखन के लिए समाचार-लेखन विधि को आत्मसात करना अत्यावश्यक है।

समाचार लेखन विधि और प्रक्रिया में (1) शीर्षक, (2) आमुख, (3) मुख्य अंश, (4) निष्कर्ष, (5) भाषा इन पाँच अंगों को सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण माना गया है -

**1) शीर्षक -** समाचार लेखन प्रक्रिया शीर्षक - निर्धारण से शुरू होती है। क्योंकि पाठक की दृष्टि सर्वप्रथम शीर्षक पर टिकती है। यदि शीर्षक पाठक के मन में जिज्ञासा पैदा न कर सका तो समाचार लिखने का श्रम व्यर्थ हो जाएगा। विद्‌वानों ने 'शीर्षक' को 'समाचार' का झरोखा कहा है। शीर्षक को पढ़ते ही समाचार पढ़ने की उत्सुकता निर्माण हो इसी में उसकी सफलता है। इसलिए शीर्षक बहुत छोटा, दो चार शब्दों का होना चाहिए। उसकी भाषा सहज, सीधी, सादी होनी चाहिए। आलंकारिक एवं घुमावदार साहित्यिक भाषा पाठक को मुग्ध जरुर करती है, लेकिन वह विषय से जुड़ने की संभावना बहुत कम करती है।

समाचार के शीर्षक बहुअर्थी न होकर एकार्थी होते हैं। उसमें शब्दों की पुनरावृत्ति नहीं होती। शीर्षक कभी भूतकाल का सूचक नहीं होता। वह नकारात्मक एवं निषेधात्मक भी नहीं होता। आवश्यक होने पर शीर्षक में विरामादि चिह्नों का प्रयोग किया जा सकता है। लेकिन शीर्षक में पूर्णविराम का प्रयोग नहीं किया जाता। शीर्षक का आरंभ कभी-भी अंकों से नहीं किया जा सकता। शीर्षक / वाक्यांश / पदबंध के रुप में होता है, पूरे वाक्य में नहीं। शीर्षक में केवल अतिप्रसिद्‌ध व्यक्ति का ही नामोल्लेख किया जाता है। सर्वसामान्य व्यक्ति का नामोल्लेख नहीं किया जाता। शीर्षक में विशेषण शब्दों का न्यूनतम प्रयोग किया जाता है। शीर्षक में अति आवश्यक होने पर ही अति प्रचलित संक्षिप्त शब्दों का प्रयोग किया जाता है।

उपरोक्त विशेषताओं से युक्त शीर्षक के कुछ उदाहरण इस प्रकार हैं -

1. चार अफसरों पर मायावती की गाज।
2. भारत के संयम की परीक्षा।
3. खत्म नहीं होती सोने की माया।
4. कश्मीर घाटी में स्थिति सामान्य।
5. मलेरिया की चपेट में महानगर।
6. सिगरेट खतरा-ए-जान।
7. मुरली डालेंगे 'काला जादू'।

8. पासवर्डों का चक्रव्यूह।

9. जय बाबा ऑक्टोपस।

10. सारे जीरो, पॉल हीरो।

**2) आमुख** – 'आमुख' को 'समाचार' की भूमिका कहा जाता है। इसमें रिपोर्ट के पूरे ब्योरे का सार तत्त्व दो तीन पंक्तियों में इस प्रकार प्रस्तुत किया जाता है कि केंद्रीय (मुख्य) बात का आभास हो जाए और आगे का ब्यौरा पढ़ने की इच्छा हो। इस दृष्टि से आमुख की भाषा विवरणात्मक / सूचनात्मक होती है, जो अधिकाधिक संदेश या सूचना प्रस्तुत करती है। समाचार के आमुख की भाषा का रुप लगभग वैसा ही होता है, जैसा समाचार के शरीर की भाषा का रुप होता है। 'आमुख' में क्या, कब, कहाँ, कौन, क्यों और कैसे इन छ: 'क'कारों में से कम से कम पहले तीन का संकेत अवश्य मिल जाना चाहिए। इससे अधिक हो तो और भी अच्छा। जैसे –

शीर्षक – अल्ज़ीरिया के राष्ट्रपति की हत्या।

आमुख – अल्ज़ीरिया – 29 जून (प्रे. ट्र.) आज शाम यहाँ अल्जीरिया के राष्ट्रपति ........ की कुछ अज्ञात बंदूकधारियों ने गोली मारकर हत्या कर दी। इस आमुख में क्या, कब, कहाँ, कौन का उत्तर मिल जाता है तथा 'क्यों' और 'कैसे' के लिए उत्सुकता जागती है।

**3) मुख्य अंश** – शीर्षक तथा आमुख के पश्चात 'समाचार' का मुख्य अंश दिया जाता है। इसे पूरा विवरण या विस्तृत ब्योरा भी कहा जाता है। 'समाचार' के विषय के अनुसार यह एक, दो, तीन या अधिक अनुच्छेदों में प्रस्तुत किया जा सकता है। बहुत बड़ा अंश एकही अनुच्छेद में देना उचित नहीं। इससे नीरसता (उकताहट) का आभास होता है। ''समाचार''से संबंधित विभिन्न पहलुओं को छोटे–छोटे अलग अनुच्छेदों में प्रस्तुत करने से, उसमें रोचकता, और स्पष्टता आ जाती है।

**4) निष्कर्ष** – हर समाचार के कुछ संभावित परिणाम हो सकते हैं। संभाव्य परिणामों को ध्यान में लेकर 'समाचार' लिखते समय अंतिम अनुच्छेद में निष्कर्ष देना उपयुक्त होगा। कई समाचारों के अंतिम अनुच्छेद में समाचार लेखक जनसामान्य पर पड़ने वाले प्रभाव का अनुमान व्यक्त करते हुए पाठकों को सोचने का अवसर उपलब्ध करा देते हैं। इसी प्रकार किसी–किसी समाचार के अंतिम अनुच्छेद में संपादक (अर्थात् समाचार लेखक) अपनी अथवा अन्य जानकार क्षेत्रों की राय, टिप्पणी आदि का भी संकेत देते हैं।

**5) भाषा** – समाचार की भाषा का प्रश्न सदा विवादास्पद रहा है। क्योंकि समाचार लेखक की भाषा शैली विभिन्न प्रकार की होती है। समाचार लेखन की भाषा शैली के संबंध में कोई सुनिश्चित नियम, सिद्धांत संभव नहीं है। फिर भी आम पाठकों के लिए समाचार पत्र प्रस्तुत किए जाते हैं, अत: भाषा सहज – सुबोध होनी चाहिए। समाचार पत्रों का उपयोग समाज के सभी वर्ग करते हैं, अत: जानने योग्य हर बात की जानकारी सभी पाठकों तक सरल एवं रोचक भाषा–शैली में पहुँचाना समाचार लेखन का मुख्य उद्देश्य होता है। इसलिए भाषा जन–सामान्य को आसानी से समझ में आने वाली होनी चाहिए। लेकिन 'सरलता' या रोचकता के नाम पर भद्दी, फूहड़, अशिष्ट या अश्लील भाषा का प्रयोग समाचार–लेखन में कदापि स्वीकार्य नहीं हो सकता।

समाचार में सरल एवं छोटे वाक्यों का प्रयोग होना चाहिए। अंग्रेजी समाचारों में बड़े-बड़े संयुक्त, मिश्रित तथा उलझे हुए वाक्य-गठन की परंपरा है। लेकिन हिंदी के आम पाठक कम-से-कम शब्दों में सहज ढंग से सारी बात जानना चाहते हैं। अत: सीधी-सरल शैली में सही जानकारी प्रस्तुत कर देना ही समाचार लेखक का कर्तव्य होता है।

संक्षेप में उपर्युक्त पाँच सोपानों को ध्यान में रखते हुए समाचार लेखन का निर्वाह करना चाहिए।

### 4.3.5 संपादन :

संपादन एक कला है। समाचार लेखन की तुलना में समाचार संपादन एक कठिन काम है। सर्वोत्कृष्ट संपादन के लिए अथक परिश्रम, अभ्यास, अध्ययन, एवं निपुणता की नितांत आवश्यकता होती है। समाचारों के चयन के बाद संपादन का काम आता है। वास्तव में संपादन कार्य जितना कठिन, जटिल है; उतना ही उत्तरदायित्त्वपूर्ण भी है। समाचारों का चयन करते समय संपादक को सजग रहना पड़ता है। समय, स्थान, महत्त्व और दूरगामी परिणाम आदि बातों को ध्यान में रखकर समाचारों का चयन करना चाहिए। वर्गीकरण के आधार पर समाचार, अन्तर्राष्ट्रीय, राष्ट्रीय, प्रांतीय और स्थानीय होते हैं। इस वर्गीकरण की ओर भी ध्यान देखा जरुरी होता है।

समाचार पत्र के संवाददाता और संवाद समितियाँ सभी अपने अपने तरीके से समाचार लिखकर भेजते हैं। संपादक उनकी भाषा सुधारकर उन्हें आकर्षक शीर्षक देकर इस प्रकार पेश करता है कि पाठक उसे आसानी से ग्रहण कर सके।

समाचार संपादन करने के लिए जो पांडुलिपि मिलती है, उसे प्रेस की भाषा में कापी कहते हैं। इस प्रेसकापी का संपादन करते समय निम्नलिखित बातों को ध्यान में रखना आवश्यक होता है -

1. समाचार कापी के प्रथम पृष्ठ के ऊपर की ओर संपादन करने वाले आपना नाम लिखें।
2. जो भी प्रेस कापी में लिखा जाए अथवा संशोधन किया जाए, वह स्पष्ट शब्दों में दिया जाए। संपादन के चिह्न भी साफ हो।
3. 'प्रेस कापी' में यदि पंक्तियों के मध्य स्थान हो तो वहाँ संशोधन करना चाहिए, अन्यथा बाईं या दाईं ओर के हाशिए पर संशोधन करें।
4. यदि 'प्रेस कापी' पढ़ने में अक्षम हो तो संशोधित स्वरूप को अपने हाथ से अलग कागज पर साफ और स्पष्ट शब्दों में लिख देना चाहिए।
5. प्रेस कापी में यदि आज, कल, परसों आए तो उसके बाद कोष्टक में तारीख अथवा वार लिखना न भूलें।
6. नामों को स्पष्ट और मोटे अक्षरों में लिखना चाहिए।
7. प्रेस कापी पर संकेत चिह्न और पृष्ठों की संख्या अवश्य लगाए।
8. शीर्षक प्रेसकापी के प्रथम पृष्ठ पर दिया जाए अथवा अलग पृष्ठ पर।
9. प्रेस कापी की समाप्ति पर निशान थर्टी (ह्नह्नह्न) अर्थात् तीस का संकेत अवश्य देना चाहिए। यह प्राचीन

बेतार के तार का चिह्न है, जिसका अर्थ है समाप्त या इति।

10. यदि समाचार एक पृष्ठ से अधिक बड़ा है, तो पृष्ठ के नीचे 'जारी'लिखिए।
11. लंबे समाचार के बीच उपशीर्षक दें, जिससे समाचार सुंदर बन सके।
12. भूतकाल की घटना से संबंधित समाचार के पूर्व संदर्भ को याद दिलाने के लिए संकेत देना न भूलें।
13. यदि किसी समाचार में पाठक की रूचि जगी है और उसके संबंध में अधिक जानने की उत्कंठा उसने पैदा की है, तो ऐसे समाचार का पीछा करना संपादक का कर्तव्य है। ऐसे समाचारों की कड़ी बनानी चाहिए।
14. डाक से प्राप्त समाचारों का संपादन सतर्कता से करना चाहिए; क्योंकि ये संवाददाता प्रशिक्षित पत्रकार नहीं होते। इनकी भाषा भी मंजी हुई नहीं होती।
15. अपने कार्यालय से संबंध रखने वाले व्यक्तियों के नाम यथा संभव न्यूज में प्रकाशित न करने के नियम का पालन करें।
16. अधिक से अधिक समाचार देने का प्रयास करें।

सबसे महत्त्वपूर्ण बात यह है कि समाचार पत्र के संपादकीय वाले पृष्ठ पर संपादक के निजी विचार प्रकाशित होते हैं, जिन्हें उस समाचार पत्र के प्राण कहा जा सकता है। अत: संपादक को समसामयिक विषय पर तटस्थ रहकर परिस्थितियों के संदर्भ में विषय का विश्लेषण करते हुए अपनी राय व्यक्त करनी चाहिए। संपादक की भाषा में प्रबुद्धता, गंभीरता और सजीवता का होना अत्यावश्यक है। संपादकीय भाषा में यथार्थ शब्दों तथा वाक्यों का प्रयोग पाठक को उसे गंभीरता से पढ़ने के लिए प्रेरित करता है, इस बात को नजर अंदाज नहीं करना चाहिए।

### 4.3.6 शीर्षक रचना :

समाचार लेखन एवं संपादन प्रक्रिया में शीर्षक का विशेष महत्त्व होता है। समाचार के प्रति पाठकों के मन में उत्सुकता निर्माण करने का काम शीर्षक ही करता है। अत: शीर्षक को अनन्यसाधारण महत्त्व दिया जाता है। प्राय: छोटे-छोटे समाचारों के साथ ही शीर्षक लिख दिए जाते हैं। लेकिन बड़े समाचारों को शीर्षक देने का काम संपादक को ही करना पड़ता है। समाचार के प्रथम अनुच्छेद को पढ़कर ही संपादक उसका शीर्षक निश्चित कर देते हैं। जब कोई अत्यधिक महत्त्वपूर्ण समाचार छापने के लिए आता है, तब संपादक समाचार का प्रूफ मंगाकर पूरा समाचार पढ़ने के बाद ही शीर्षक लिखता है।

समाचार के शीर्षक का संपादन करते समय निम्नांकित कुछ विशेष तथ्यों को ध्यान में रखना आवश्यक होता है -

1. शीर्षक संपादक को पर्यायवाची शब्दों का गहरा ज्ञान होना चाहिए, ताकि वह बड़े शब्द एवं वाक्य को संक्षिप्त कर उपयुक्त शीर्षक दे सके।
2. शीर्षक संपादन करते समय शीर्षक में क्रियापद का प्रयोग न हो इस बात का ध्यान रखना चाहिए।

3. शब्दों के संक्षिप्त रुपों का (जैसे ग्रेट ब्रिटन के लिए ब्रिटेन, संयुक्त राज्य अमेरिका के लिए अमेरिका) प्रयोग करते समय ऐसे संक्षिप्त रुप सिर्फ बुद्धि जीवियों द्वारा पढ़े जाने वाले पत्र-पत्रिकाओं के लिए ही उपयुक्त हो सकते हैं, लेकिन दैनिक समाचार पत्र के सामान्य पाठकों के लिए ऐसे रुप कठिन और बोझिल होते हैं, इस बात का ध्यान रखना चाहिए।

4. शीर्षक संपादन में अंकों का प्रयोग करने के बजाय उनके उच्चारण में ध्वनित अक्षरों का ही प्रयोग करना चाहिए। जैसे 10,000 के स्थान पर दस हजार, 7 के स्थान पर सात आदि।

5. दो पंक्तियों वाला शीर्षक देते समय ऊपर वाली पंक्ति बड़े टाईप में तथा नीचे वाली पंक्ति छोटे टाईप में लिखनी चाहिए। साथ ही दोनों पंक्तियों के शीर्षक परस्पर पूरक होने चाहिए।

6. विशेषण प्रयोग के आकर्षण से हमेशा बचना चाहिए।

7. शीर्षक के लिए सुयोग्य टाईप का चयन करना चाहिए।

8. एक ही टाईप में कोई भी शीर्षक दो पंक्तियों से अधिक नहीं दिया जाना चाहिए। अन्यथा शीर्षक में भद्दापन आ जाता है।

9. समाचार के महत्त्व के अनुसार शीर्षक के आकार प्रकार का निर्णय किया जाता है। कम महत्त्व वाले समाचार का शीर्षक छोटा और अधिक महत्त्व वाले समाचार का शीर्षक बड़ा होना चाहिए।

10. एक या एक से अधिक पंक्तियों के शीर्षक को 'डेक' कहा जाता है। आधुनिक पत्रकारिता में शीर्षक संपादक एक से अधिक 'डेक' के शीर्षक का प्रयोग बहुत कम करते हैं। सिर्फ अत्यधिक महत्त्वपूर्ण समाचार के लिए ही एक से अधिक 'डेकों' के शीर्षक लिखे जाते हैं।

11. शीर्षक लिखते समय पाठकों का स्तर, उनकी अभिरुचि, तथा आवश्यकता को ध्यान में रखना चाहिए।

12. शीर्षक विषयानुकूल हो। विषय वैविध्य के अनुसार उसमें विविधता होनी चाहिए।

13. शीर्षक लिखते समय इस बात का संकेत अवश्य देना चाहिए कि किस टाईप में और कितने कॉलम में शीर्षक रखा जाएगा। इस संकेत में मुख्य रुप से शीर्षक में प्रयुक्त होने वाले टाईप, कालम के अनुसार शीर्षक की लंबाई और शीर्षक पंक्तियों से संबंधित निर्देश होने चाहिए। यह सभी निर्देश शीर्षक के बाई ओर प्रारंभ में ही अंकित कर देने चाहिए।

### 4.3.7 पृष्ठ सज्जा :

भवन निर्माण में वास्तु-कला का जो स्थान है, वहीं पत्रकारिता में साजसज्जा का है। समाचार पत्रों में महत्त्वपूर्ण और असाधारण समाचारों को एक ही स्थान पर किस तरह दिया जाए कि वे पाठकों के मन, बुद्धि और नेत्र तीनों को तृप्त कर सके, इसी में समाचार पत्र की सफलता है और इसके लिए साज-सज्जा की नितांत जरुरत है। अमेरिका के साहित्यकार **मार्क ट्वेन** ऐसा मानते है कि, ''समाचार पत्र का पहला कर्तव्य है कि वह सुंदर दीखें, दूसरा यह कि सच बोले।'' इससे स्पष्ट होता है कि समाचार को सुंदर और आकर्षक बनाने में साज-सज्जा का अनन्य साधारण महत्त्व है।

साज सज्जा के लिए सामान्यत: तीन शब्दों का प्रयोग किया जाता है – (1) डिजाईन (Design) (2) मेकअप (Make up), (3) ले आऊट (Lay out) ।

1) **डिजाईन (Design)** – 'डिजाईन' का अर्थ है संपूर्ण आकृति अथवा संरचना। समाचार पत्र में पृष्ठों की संख्या कितनी होगी, किस पृष्ठ पर कौन सी सामग्री दी जाएगी, समाचार के शीर्षकों और मुख्य अंश के लिए कौन से टाइप का उपयोग होगा, प्रथम पृष्ठ पर विज्ञापनों का समावेश किया जाएगा या नहीं, समाचारों के शेषांश दूसरे पृष्ठ पर दिए जाएंगे अथवा अन्य पृष्ठ पर इन सभी प्रश्नों का समावेश डिजाइन के अंतर्गत करते हैं। डिजाइन ही समाचार पत्र के व्यक्तित्त्व का निर्माण करता है, परिणामस्वरुप उपर्युक्त सभी प्रश्नों के उत्तर डिजाइन प्रक्रिया में प्राप्त हो सकते हैं।

2) **मेकअप (Make up)** – पृष्ठ निर्माण की प्रक्रिया को मेकअप कहा जाता है। पृष्ठ निर्माण, जो समाचार पत्र की समग्र संरचना अथवा डिजाइन के अंतर्गत प्रति दिन किया जाता है। जब समाचार पत्र के पृष्ठ पर छपने वाले सभी समाचार, लेख, ब्लाक, कार्टून, विज्ञापन, चित्र, फोटो आदि जब तैयार हो जाते हैं, तब उन्हें पृष्ठ पर एक साथ जमाया जाता है। एक साथ जमाने की प्रक्रिया को ही पृष्ठ सज्जा का 'मेकअप' कहा जाता है।

3) **ले–आऊट (Lay out)** – 'ले आऊट' का अर्थ है प्रारुप। 'ले आऊट' वह प्रारुप होता है, जिसके अनुसार पृष्ठ का निर्माण होता है। प्राय: संपादकीय विभाग की ओर से समाचार पत्र के पृष्ठ का एक डमी बनाकर कंपोजिंग विभाग को दिया जाता है, जिसके अनुसार पृष्ठ का निर्माण किया जाता है। पत्र का नाम, समाचार, लेख, कार्टून, विज्ञापन, ब्लाक आदि किस स्थान पर देने हैं, शीर्षकों के टाईप कैसे होंगे, समाचार की प्रथम और दि्वतीय लिंक कौनसी होगी तथा किस प्रकार से उन्हें प्रस्तुत किया जाएगा, आदि सभी डमी में अंकित होता है।

अन्य कलाओं की तरह साज–सज्जा भी एक कला है। साज–सज्जा का मुख्य उद्‌देश्य होता है, समाचार पत्र को सुंदर और आकर्षक बनाना। इसके साथ समाचार पत्र में स्थान की बचत करना और संपादकीय तथा कंपोजिंग में भी समय की बचत करने में सहायता करना।

प्राय: साज सज्जा का प्रत्यक्ष संबंध पाठकों की आँख से होता है। अत: साज सज्जा की प्रक्रिया पूरी करते समय इस बात का ध्यान रखना जरुरी है कि जो साज सज्जा की जा रही है, उसका पाठकों के आँखों पर अनावश्यक दबाव न पड़े। क्योंकि पत्र की मुख्य सामग्री बाद में पढ़ने पर पता चलता है, लेकिन यह सामग्री पढ़ने से पहले पाठक की आँख को अपनी ओर खींचने की सामर्थ्य केवल साज–सज्जा ही पैदा करती है।

सबसे महत्त्वपूर्ण बात यह है कि साजसज्जा घिसी–पिटी और रोज–रोज एक जैसी नहीं होनी चाहिए। साजसज्जा में परिवर्तन करने से पाठक का आकर्षण बना रहता है। इसके साथ सिर्फ साज–सज्जा के चक्कर में पडकर महत्त्वपूर्ण समाचारों की उपेक्षा भी नहीं करनी चाहिए। इसलिए अनावश्यक साजसज्जा से बचना जरुरी है।

हमारे यहाँ पृष्ठ सज्जा की जिम्मेदारी बड़े समाचार पत्रों में समाचार संपादक और छोटे पत्रों में मुख्य उप संपादक पर होती है, लेकिन विदेश में साजसज्जा की जिम्मेदारी, मेकअप संपादक पर होती है। परिणामस्वरुप

हमारे  यहाँ अधिकांश छोटे समाचार पत्रों में पृष्ठ सज्जा भगवान भरोसे छोड दी जाती है।

### 4.3.8 साक्षात्कार लेखन :

समाचार संकलन की महत्त्वपूर्ण प्रक्रियाओं में से एक है साक्षात्कार। इस प्रक्रिया का सम्यक ज्ञान रखने वाला पत्रकार ही साक्षात्कार का संकलन अच्छी तरह से कर सकता है। व्यक्तिगत संपर्क का इस प्रक्रिया में अधिक महत्त्व होता है। क्योंकि व्यक्तिगत संपर्क के माध्यम से साक्षात्कार का काम आसान भी होता है और समाचार के लिए आवश्यक और विशद् जानकारी भी प्राप्त हो सकती है। साक्षात्कार को **प्रेस इंटरव्यू** कहा जाता है। इसके लिए हिंदी में **भेंटवार्ता, भेंट, बातचीत, मुलाकात, साहित्य भेंट, साहित्यिक वार्तालाप, साक्षात वार्ता, समक्ष भेंट, साक्षात वार्तालाप** जैसे पर्यायवाची शब्दों का प्रयोग किया जाता है।

साक्षात्कार पत्रकारिता जगत् की एक अद्भुत नूतन शैली है। जिसके अंतर्गत लेखक के व्यक्तित्त्व एवं कृतित्त्व के संबंध में प्रामाणिक जानकारी प्राप्त की जा सकती है । साक्षात्कार की कई परिभाषाएँ हैं -

1. **मानक हिंदी कोश** में 'साक्षात्कार' के बारे में कहा गया है कि, ''विचार-विनिमय के उद्देश्य से प्रत्यक्ष दर्शन या मिलन, समाचार-पत्र के संवाद दाता और किसी ऐसे व्यक्ति की भेंट या मुलाकात जिससे वह वक्तव्य प्रकाशित करने के लिए मिलता है। इसमें प्रत्यक्षालाप, अभिमुख-संवाद, किसी से उसके वक्तव्यों को प्रकाशित करने के विचार से मिलने का समावेश होता है।''
2. **ऑक्सफर्ड इंग्लिश डिक्शनरी -** किसी विषय-विशेष, विचार-विशेष, दृष्टि-विशेष, मत विशेष को लेकर औपचारिक विचार-विनिमय के लिए प्रत्यक्ष भेंट करने, परस्पर मिलकर विचार-विमर्श करने, समाचार-पत्र द्वारा प्रकाशन हेतु वक्तव्य लेने के लिए भेंट करना ''इंटरव्यू'' या ''साक्षात्कार'' है।
3. **डॉ. रघुवीर** - इंटरव्यू से तात्पर्य है समक्षकार, समक्ष भेंट, अर्थात् साक्षात्कार है। यह साक्षात् वार्तालाप होता है।
4. **ए डिक्शनरी ऑफ अमेरिकन इंग्लिश** - किसी व्यक्ति से समाचार-पत्र में प्रकाशन हेतु वार्ता द्वारा जानकारी एकत्र करना साक्षात्कार है।
5. **अमेरिकन सोशियों लौजिकल रिव्यू** - जिन प्रश्नों के द्वारा व्यक्ति की आंतरिक गहराई नापने का प्रयत्न किया जाता है, उन प्रश्नों के उत्तर इंटरव्यू द्वारा ठीक प्राप्त हो सकते हैं।
6. **वेबस्टर्न थर्ड न्यू इंटरनेशनल डिक्शनरी** - साक्षात्कार विमर्श हेतु औपचारिक भेंट, निजी भेंट, किसी लेखक, संवाददाता, रेडियो तथा दूरदर्शन के समीक्षक द्वारा प्रकाशन अथवा प्रसारण के उद्देश्य से किसी व्यक्ति से मिलकर सामग्री संकलित करना है।

   सामान्यत: साक्षात्कार के लिए एक निश्चित प्रक्रिया अपनाई जाती है। इस प्रक्रिया के निम्न चरण होते हैं-

7. **व्यक्ति का चयन** :- किस व्यक्ति का साक्षात्कार लेना है यह निश्चित करना चाहिए। व्यक्तिचयन, लब्ध प्रतिष्ठित साहित्यकार, प्रमुख नेतागण, समाज के विशिष्ट व्यक्ति, कलाकार आदि मान्यवरों में से

किया जाता है। क्योंकि ऐसे व्यक्तियों के विषय में जानने के लिए सामान्य लोग उत्सुक रहते हैं। आजकाल साधारण और निम्न समझे जाने वाले, उपेक्षित लोगों के भी साक्षात्कार लिए जा रहे हैं। यह प्रगति-शीलता बदलते हुए युग और विचारों की द्योतक है।

2. **विषय का चयन** :- किस विषय पर साक्षात्कार लेना है, यह निश्चित किया जाता है। कवि से कविता पर, कलाकार से कला पर, नेता से राजनीति पर साक्षात्कार लिया जाता है। विषय से संबंधित अन्य बातें भी पूछने का दृष्टिकोन रहता है। कभी कभी पात्र के जीवन, कृतित्त्व, प्रेरणा, रुचियों, प्रभाव, दिनचर्या, विचार आदि अनेक क्षेत्रों की जानकारी प्राप्त करने का लक्ष्य रहता है।

3. **योजना का निर्माण** :- व्यक्ति और विषय का चुनाव हो जाने के पश्चात् साक्षात्कार लेने वाला पत्रकार साक्षात्कार लेने की एक योजना बना लेता है। इसमें जिस व्यक्ति का साक्षात्कार लेना है, उससे समय लेता है, साक्षात्कार का स्थान तय करता है। साक्षात्कार में पूछे जाने वाले प्रश्नों और अन्य बातों की लिखित सूची बनाता है। इसके साथ अपने मानस में इसकी एक रुपरेखा रखता है। अनेक इंटरव्यूकार बिना किसी लिखित योजना के ही सफलतापूर्वक साक्षात्कार ले लेते हैं, परंतु दिमाग में एक रुपरेखा तो रहती है; क्योंकि बिना किसी रुपरेखा के इंटरव्यूकार अपेक्षित बातें नहीं निकाल सकता है। वह ऊपर ही ऊपर तैर कर वापस आ सकता है, गहराई में गोते नहीं लगा सकता। सबसे महत्त्वपूर्ण बात यह है कि इंटरव्यूकार एक निश्चित प्रश्नावली बनाए और सिर्फ उसी के अनुसार ही पूरी तरह से चलता रहे, यह आवश्यक नहीं है। कई व्यक्तियों के लिए एक-सी प्रश्नावली भी काम नहीं आ सकती। वह वार्तालाप स्थिति के अनुसार बातें निकलवा सकता है।

4. **भेंट वार्ता** :- साक्षात्कार को मूर्त रुप देने के लिए इंटरव्यू पात्र से प्रत्यक्ष भेंट की जाती है। पत्र, फोन अथवा कल्पना द्वारा भी संपर्क स्थापित किया जाता है। भेंट के दौरान इंटरव्यू-पात्र के विचारों को निकलवाने, प्रस्तावित प्रश्नों के उत्तर प्राप्त करने का प्रयास किया जाता है। निर्धारित योजना के अनुसार साक्षात्कार चलता रहता है। बदलती हुई परिस्थिति और इंटरव्यू-पात्र की मन:स्थिति के अनुरुप इंटरव्यूकार वार्ता को मोड़ देता रहता है। यदि कभी थोडा बहुत व्यवधान भी पड़ता है, तो वह स्थिति को कुशलता पूर्वक संभाल लेता है और साक्षात्कार को सफल बनाता है।

5. **बिंदु अंकन** :- साक्षात्कार लेने के बाद इंटरव्यूकार मुख्य-मुख्य बातों को बिंदु-रुप (पाइण्टस्) में लिखता जाता है। बिंदु-अंकन में इस बात का ध्यान रखा जाता है कि कोई भी महत्त्वपूर्ण बात लिखने से न रह जाए। तिथियाँ, व्यक्ति, संस्था, स्थान, घटनाओं, उद्धरण, सिद्धांत-वाक्य आदि का अंकन करना आवश्यक है। द्रुत-लेखन का अभ्यास इंटरव्यूकार के लिए लाभदायक रहता है। संकेत से ही बिंदुओं को तत्काल अंकन करके वार्ता-प्रवाह को भंग नहीं होने देता। उसके अतिरिक्त इंटरव्यू-पात्र के व्यक्तित्त्व, हाव-भाव, वातावरण, अपनी प्रक्रिया आदि का भी अंकन वह बिंदु-रुप में करता जाता है अथवा स्मृति के आधार पर बाद में लिख लेता है।

6. **प्रस्तुतीकरण** :- बिंदु-अंकन और वार्ता की स्मृति की सहायता से इंटरव्यूकार पूरा इंटरव्यू लिखता है। इंटरव्यू-पात्र के कथनों को यथासंभव उसी की भाषा में लिखने का प्रयास वह करता है। साक्षात्कार के विकास में वह अपनी शैली का भी समावेश करता है। साक्षात्कार का मसूदा तैयार करते समय इस बात

का ध्यान रखा जाता है कि उसका प्रवाह बना रहे तथा कोई भी महत्त्वपूर्ण पक्ष छूटने न पाए। यथा स्थान इंटरव्यू-पात्र के व्यक्तित्त्व का बाह्य-अंकन, हाव-भाव, वहाँ के वातावरण, अपनी प्रक्रियाओं तथा टिप्पणियों का भी समावेश करता है। क्योंकि साक्षात्कार के सफल प्रस्तुतीकरण पर ही उसकी सफलता निर्भर करती है। इसमें सबसे महत्त्वपूर्ण बात होती है प्राप्त उत्तरों को व्यवस्थित रुप में सजाना। उनको इस प्रकार सजाना चाहिए कि समस्त साक्षात्कार एक शृंखला बन जाए।

पूरा साक्षात्कार तैयार हो जाने पर उसे इंटरव्यू-पात्र को दिखाकर स्वीकृति स्वरुप उसके हस्ताक्षर करा लेने चाहिए। इसके बाद उसे पत्र-पत्रिका आदि में प्रकाशनार्थ भेज देना चाहिए।

सामान्यत: लेखक, पत्रकार, आकाशवाणी तथा दूरदर्शन के प्रतिनिधि आदि ही मुख्यत: इंटरव्यू लेते हैं। यद्‌यपि इंटरव्यूकार के लिए यह आग्रह नहीं रहता कि उसमें कतिपय विशिष्ट गुण हों। फिर भी यदि उसमें इंटरव्यू-पात्र के विषय में ज्ञान, सौम्य और आकर्षक व्यक्तित्त्व, भाषा, वक्तृत्त्व, शक्ति, श्रद्‌धा, जिज्ञासा, धैर्य, शिष्टता, मनोविज्ञान का ज्ञान, बात निकालने की कला, तटस्थ-वृत्ति, समय का ध्यान, लेखन शक्ति, अच्छा श्रोता होना, वातावरण पर ध्यान देना, बदलती हुई परिस्थिति के अनुसार वार्ता को मोड देना आदि कतिपय गुणों का समावेश हो, तो साक्षात्कार अधिक स्वाभाविक, सजीव, नवीन, महत्त्वपूर्ण सामग्री से युक्त तथा सफल बन सकता है।

वास्तव में साक्षात्कार लेना भी एक कला है, इसमें बड़े कौशल की आवश्यकता होती है। यह कार्य बड़ा व्यय-साध्य और कष्टप्रद है। इंटरव्यू पात्र के पास जाना, उससे उसके जीवन और कार्य के आंतरिक रहस्य का ज्ञान-प्राप्त करना, उसे लिखना, लिखकर फिर इंटरव्यू पात्र के पास जाँचने के लिए भेजना, और तब प्रकाशित कराना, इस प्रकार एक साक्षात्कार में दो या तीन महीने लगते हैं। किसी-किसी में तो छ: छ: महीने लग जाते हैं। कभी-कभी साक्षात्कार देने वाला किसी प्रश्न के उत्तर के लिए अपनी कोई वस्तु सुझा देता है, तो उसे पढ़कर उस प्रश्न से संबंधित जानकारी देनी पड़ती है। इसमें और भी कठिनाई हो जाती है। संक्षेप में साक्षात्कार का कार्य ही श्रद्‌धा का है। जिसमें अपनी व्यक्तिगत विचारधारा का आग्रह हो या जो अपनी विशिष्ट मान्यताओं के कारण दूसरों के विचारों के प्रति उदारता प्रदर्शित न कर सकेगा, तो वह साक्षात्कार का कार्य ही नहीं कर सकता। क्योंकि श्रद्‌धावान ही किसी के जीवन के रहस्यों का सफलतापूर्वक उद्‌घाटन कर सकता है।

### 4.3.9 वार्तालाप-लेखन :

वर्तमान युग मीडिया का युग है। इस मीडिया युग में मीडिया के विविध माध्यमों का स्वरुप ध्यान में लेकर मीडिया लेखन करना पड़ता है। आज मीडिया लेखन जनता पर हावी होता नजर आ रहा है। सबसे महत्त्वपूर्ण बात यह है कि मीडिया के सहारे ही सृजनात्मकता या मौलिक लेखन सुरक्षित रह सकता है। अत: यह कहना अनुचित न होगा कि सृजनात्मक लेखन और मीडिया लेखन एक दूसरे के पूरक हैं, विरोधी नहीं। जब सृजनात्मक नाटकों, कहानियों, कविताओं, उपन्यासों आदि की चर्चा कक्षा में होती है, तो छात्र प्रभावित हो जाते हैं। लेकिन जब उसी कविता, कहानी, उपन्यास का रूपांतर दूरदर्शन पर दिखाया जाता है, तब छात्र उसे रुचिपूर्वक देखते भी हैं और सुनते भी हैं। आज दृश्य माध्यम समस्त साहित्य जगत् पर हावी होता जा रहा है। जब कभी किसी रेडियो नाटक की कैसेट या किसी कवि का काव्य-पाठ दूरदर्शन पर दिखाया जाता है, तब सिर्फ छात्रों की ही नहीं, सभी दर्शकों की अभिरुचि जागृत होती है। दर्शकों की अभिरुचि जागृत और वृद्‌धिंगत करने की प्रक्रिया

में वार्तालाप लेखन का अनन्यसाधारण महत्त्व होता है।

वास्तव में वार्तालाप लेखन जिसे '**संवाद लेखन**' भी कहा जाता है, सिर्फ नाट्य साहित्य का ही प्राणतत्त्व नहीं है, बल्कि मीडिया के विविध माध्यमों का भी प्राणतत्त्व बन गया है। दृश्य और श्राव्य माध्यमों की आत्मा वार्तालाप लेखन कला है। कथा साहित्य, टी. वी., फिल्म, रेडियो नाटक, रंगमंचीय नाटक और विज्ञापन में वार्तालाप अत्यंत महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। जब पात्र आपस में वार्तालाप करते हैं, तो उनके परस्पर वार्तालाप को संवाद कहा जाता है। संवादों के अभाव में कथा साहित्य और नाटक की रचना असंभव-सी है। संवाद पात्रों की अभिव्यक्ति का माध्यम है। पात्रों की चरित्रगत विशेषताओं, आदतों, व्यवहारों, सामाजिक स्थिति, मनोभावों आदि का प्रकटीकरण वार्तालाप के माध्यम से होता है। वार्तालाप का उद्देश्य केवल पात्रों और भावनाओं का संप्रेषण नहीं है, बल्कि वार्तालाप का प्रयोग इससे बहुत अधिक होता है।

**वार्तालाप लेखन के महत्त्वपूर्ण सूत्र :-**

नाटक, रंगमंच, टी. वी., फिल्म और विज्ञापन के लिए वार्तालाप अत्यावश्यक होता है। फिल्मों के वार्तालाप फिल्म की शुटिंग के अनुसार लिखे जाते हैं। वार्तालाप निर्देशक को तीन दिन पहले वार्तालाप लेखक वार्तालाप देता है। निर्देशक उन वार्तालापों का अध्ययन करके उसमें कुछ संशोधन करता है। अधिकांश वार्तालाप लेखकों के पास सहायक होता है। सहायक का मुख्य काम वार्तालापों का कच्चा मसौदा तैयार करना होता है। प्राचीन काल में वार्तालाप लेखन पंडित या मुंशी करते थे। हिंदी में वार्तालाप लिखने वालों को **पंडित** तथा उर्दू में लिखने वालों को **मुंशी** कहा जाता था। अब यह पद्धति धीरे-धीरे समाप्त होती जा रही है। हॉलीवूड में फिल्मों के लिए पटकथा लेखक ही वार्तालाप लिखता है, लेकिन हमारे यहाँ वार्तालाप लेखक अलग होता है।

वार्तालाप संक्षिप्त, सुगठित एवं मितभाषी होने चाहिए। उसमें कम से कम शब्दों का प्रयोग हो और उनमें अधिक से अधिक गंभीर अर्थ को अभिव्यंजित करने की क्षमता होनी चाहिए। वार्तालाप रोचक होने चाहिए। कभी-कभी रोचक वार्तालाप श्रोता की जुबान पर सदा के लिए अंकित हो जाते हैं। सबसे महत्त्वपूर्ण बात यह है कि वार्तालाप संतुलित पात्रों के मनोभावों के अनुकूल तथा उनकी क्रिया-प्रतिक्रियाओं से अनुशासित एवं गतिशील होने चाहिए।

वार्तालाप की भाषा पात्रों के स्वभाव, गुण, कार्य, जाति आदि के अनुकूल और कथा के उद्देश्य के अनुसार होनी चाहिए। वार्तालाप योजना ऐसी होनी चाहिए कि एक वार्तालाप से दूसरा सशक्त वार्तालाप विकसित हो। अर्थात वार्तालाप से वार्तालाप विकसित होने की शृंखला बने और उनमें कोई भी वार्तालाप निरर्थक और अनावश्यक नहीं होना चाहिए। वार्तालापों में गतिशीलता एवं प्रवाह अपेक्षित होता है।

दृश्य-श्राव्य माध्यमों की प्रकृति के अनुकूल, रचनाशिल्प में वार्तालाप की भूमिका महत्त्वपूर्ण होती है। अत: वार्तालाप लेखक को माध्यम की प्रकृति एवं वार्तालाप लेखन की पूर्ण तकनीक से परिचित होना आवश्यक है। वार्तालाप लेखन को प्रभावपूर्ण बनाने के लिए यह अनिवार्य है कि वार्तालाप लेखक अपने पात्रों से तादात्म्य बनाए और विशेष परिस्थितियों में पड़कर उसकी जो शाब्दिक प्रतिक्रिया होती है, उससे पात्रों की उस परिस्थिति की शाब्दिक प्रतिक्रिया और मन:स्थिति को समझे; तभी वह अच्छे और प्रभावपूर्ण वार्तालाप लिख सकता है।

मीडिया के लिए वार्तालाप लेखन करते समय भाषा पर अत्यधिक ध्यान दिया जाता है। मीडिया की भाषा आम बोलचाल की भाषा होती है। परिणामस्वरुप वार्तालाप लेखन में संक्षिप्त वाक्यों का प्रयोग करना चाहिए।

उसमें सहजता और स्वाभाविकता विद्यमान होनी चाहिए। अत: वार्तालाप लेखक से अपेक्षा होती है कि वह अनावश्यक शब्दों का जाल न फैलाए।

### 4.3.10 विज्ञापन–लेखन कला :

जनसंचार के सभी माध्यमों में (जैसे –आकाशवाणी, दूरदर्शन, फिल्म तथा समाचार–पत्र आदि) विज्ञापन का विशेष ध्यान है। 'विज्ञापन' यह अंग्रेजी के '**एडवरटाइजमेंट**' शब्द का हिंदी अनुवाद है। 'एडवरटाइजमेंट' का शाब्दिक अर्थ है ध्यान दिलाना। अत: '**विज्ञापन**' का अर्थ है – विशेष रुप से वाणिज्य वस्तु अर्थात् किसी विशेष वस्तु के बारे में विशेष जानकारी देना। अर्थात किसी वस्तु के क्रय–विक्रय के लिए ग्राहकों का ध्यान खींचना अर्थात उनको आकर्षित करना। इससे स्पष्ट होता है कि विज्ञापन विक्रय कला का मौखिक अथवा मुद्रित रुप है। इसका लक्ष्य किसी उत्पादन को अधिकाधिक बाजार दिलाना है। आज के प्रदर्शन प्रिय तथा प्रचार प्रिय युग में किसी वस्तु को विज्ञापित किया जाना, वस्तु को आधुनिक जीवन की एक आवश्यक वस्तु करार देने जैसा है। परिणामस्वरुप विज्ञापन को वर्तमान व्यापार की जीवन–संजीवनी माना जाता है।

स्थूल रुप में विज्ञापन को निम्नलिखित चार वर्गों में विभाजित किया जा सकता है –

1. **लिखित अथवा मुद्रित** – इसके अंतर्गत समाचार पत्र एवं पत्र–पत्रिकाओं में प्रकाशित विज्ञापन, इश्तहार, सूचीपत्र आदि आते हैं।
2. **मौखिक विज्ञापन** – इस प्रकार में मौखिक विज्ञापनों का अर्थात् केवल उच्चरित विज्ञापनों का समावेश किया जाता है।
3. **दृश्य–श्रव्य विज्ञापन** – इस प्रकार में दूरदर्शन तथा फिल्म स्लाईड द्वारा दिखाए जाने वाले एवं आकाशवाणी द्वारा प्रसारित विज्ञापनों का समावेश किया जाता है। ये विज्ञापन आजकल काफी लोकप्रिय हैं। क्योंकि ये विज्ञापन वस्तु का प्रदर्शन तथा वर्णन आकर्षक ढ़ंग से करते हैं।
4. **इतर विज्ञापन** – इसके अंतर्गत उपर्युक्त वर्गों से इतर विज्ञापन आते हैं; जैसे सैंडविच बोर्ड, सेल आदि का समावेश किया जाता है।

**विज्ञापन की भाषा –**

विज्ञापन के उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए भाषा को अनन्यसाधारण महत्त्व दिया जाता है। सामान्य व्यक्ति अथवा संबद्ध व्यक्ति विज्ञापन को अच्छी तरह से समझे इसलिए भाषा रोचक, स्पष्ट, सरल और बोलचाल की भाषा के निकट की होनी चाहिए।

विज्ञापन की भाषा में आकर्षण क्षमता का होना अनिवार्य है। आकर्षण क्षमता को बनाए रखने के लिए तरह–तरह के प्रयोग किए जाते हैं। इसमें वाक्यों, पदों, शब्दों आदि पर विशेष ध्यान दिया जाता है। इसके साथ इसमें रुपक, उपमा आदि अलंकारों, मुहावरों, सूत्रात्मक वाक्यों तथा तरह–तरह के लाक्षणिक प्रयोगों को अपनाया जाता है।

भाषा में स्मरणीयता का होना अतिआवश्यक है। स्मरणीयता के लिए भाषा में काव्यात्मकता, तुकबंदी, संज्ञा–पदबंध, सूत्रात्मक वाक्य तथा क्रिया विहीन वाक्यों का प्रयोग किया जाता है।

विज्ञापन की भाषा पठनीय हो। इसके लिए पाठक वर्ग के अनुकूल शब्दावली का प्रयोग करना चाहिए। पाठक, दर्शक अथवा श्रोता के आयु, लिंग, शिक्षा, समाज, क्षेत्र, आर्थिक स्तर आदि बातों पर ध्यान केंद्रित कर भाषा का प्रयोग करना चाहिए।

विज्ञापन की भाषा विक्रय शक्ति को पुष्ट करने वाली, उसे बढ़ावा देने वाली होनी चाहिए। इसके लिए भाषा में आज्ञार्थक, निश्चयार्थक, विस्मयादिबोधक तथा प्रश्नोत्तर शैलीयुक्त वाक्यों का प्रयोग करना चाहिए।

जनसंचार माध्यमों की माँग के अनुसार विज्ञापन की भाषा होनी चाहिए। आकाशवाणी के विज्ञापन की भाषा स्वरों का आरोह-अवरोह, शब्दों की विभिन्न भंगिमाएँ, उच्चारण प्राविण्य, और लचीलापन आदि गुणों से युक्त होनी चाहिए।

दूरदर्शन में श्रव्य (कान) तथा दृश्य (नेत्र) दोनों इंद्रियों का उपयोग होता है। यह बात ध्यान में रखकर दूरदर्शन और चित्रपट-विज्ञापनों की भाषा होनी चाहिए। क्योंकि दृश्य-श्रव्य माध्यमों के विज्ञापनों के लिए - शरीर, हाव-भाव, भंगिमा, पूर्वी-पश्चिमी संगीत, नदी, नाव, उगता-डूबता सूरज, समुद्र, जहाज, झरना, वसंत, पतझर, ढेर सारी सुंदरियाँ, युवक, वृद्ध-वृद्धा, शयनागार से शस्त्रागार तक सबकुछ उपलब्ध होता है। अर्थात् ये सारी बातें ध्यान में रखकर दूरदर्शन एवं चित्रपट विज्ञापनों को उपयुक्त भाषा के माध्यम से कलात्मक बनाना चाहिए। आजकल रंगीन टी. वी. एवं रंगीन फिल्मों ने विज्ञापन को आकर्षक ढंग से प्रस्तुत करने के जो नए आयाम दिए हैं, उनका लाभ उठाना चाहिए।

आज के मीडिया युग में विज्ञापन के स्वरुप में दिन-ब-दिन परिवर्तन हो रहा है। इसके साथ भाषा के स्वरुप में भी अपेक्षित परिवर्तन होने लगा है। विज्ञापन की भाषा धीरे-धीरे व्यावसायिक एवं भाषिक नियमों के बंधन से मुक्त होने लगी है। यह भाषा समय, परिस्थिति और परिवेश को ध्यान में रखते हुए अपना स्वरुप निर्धारित कर रही है। जिससे उसकी प्रभावान्विति सक्षम और निरंतर रहने में सहायता हो रही है।

वास्तव में विज्ञापन कला शब्द और चित्रप्रधान कला है। परिणामस्वरुप सिर्फ शब्द अथवा चित्र-से भी विज्ञापन के उद्देश्य को पूरा किया जा सकता है। फिर भी आजकल शब्द चित्रांकित विज्ञापन ही अधिक पसंद किए जाते हैं। यद्यपि चित्रों का समावेश करने से कभी-कभी शब्दों की भूमिका अनुपस्थित हो जाती है, लेकिन फिर भी शब्द विभिन्न, प्रसंगों तथा शैलियों के माध्यम से अपनी उपयोगिता को आज भी बनाए हुए हैं। इसे ध्यान में रखकर विज्ञापनों की भाषा में शब्दों का उचित प्रयोग किया जाना चाहिए।

जिस तरह साहित्य समाज का दर्पण होता है, उसी तरह हर समाज की आर्थिक एवं सामाजिक प्रगति विज्ञापनों से परिलक्षित होती है। इससे यह स्पष्ट होता है कि आधुनिक युग में विज्ञापनों ने अपनी महत्त्वपूर्ण भूमिका बनाई है। विज्ञापन आज किसी भी उत्पादन के स्तरीयता के प्रतिमान बन गए हैं। आज विज्ञापन ऐसा स्त्रोत बन गया है, जिससे समाज का हर वर्ग प्रभावित होता है। विज्ञापन ही उत्पादक, उत्पाद और उपभोक्ता को निकट लाता है। अत: विज्ञापन की भाषा में जितनी आकर्षण शक्ति होगी, उपभोक्ता उतनी आसानी से वस्तु को खरीदने के लिए मन बना लेगा। क्योंकि भाषा ही उपभोक्ता को आकर्षित करने एवं रिझाने का महत्त्वपूर्ण काम कर सकती है।

## 4.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न :

**प्रश्न 1 अ) निम्नलिखित वाक्यों में दिए गए पर्यायों में से उचित पर्याय चुनकर वाक्य फिर से लिखिए।**

1. जनसंचार माध्यमों को ............ बनाने का कार्य भाषा करती है।

   क) उपयुक्त ख) **संप्रेषणीय** ग) मनोरंजक घ) प्रबोधनात्मक

2. जनसंचार माध्यमों को .......... समूहों में विभाजित किया है।

   क) **तीन** ख) चार ग) पाँच घ) छः

3. मुद्रित माध्यमों की भाषा ......... भाषा से पृथक होती है।

   क) प्रयोजनमूलक ख) मानक ग) **साहित्यिक** घ) बोलचाल की

4. समाचार पत्र का समावेश ............ माध्यम के अंतर्गत किया जाता है।

   क) परंपरागत ख) इलेक्ट्रॉनिक ग) **मुद्रित** घ) दृश्य-श्राव्य

5. समाचार लेखन एक ............. है।

   क) कला ख) विज्ञान ग) **वैज्ञानिक कला** घ) वैज्ञानिक माध्यम

**आ) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर एक-एक वाक्य में लिखिए।**

1. समाचार लेखन की प्रक्रिया किससे शुरू होती है ?
2. समाचार की भूमिका किसे कहा जाता है?
3. समाचार लेखन की तुलना में कौनसा काम कठिन है?
4. 'कापी' किसे कहा जाता है?
5. शीर्षक संपादन में अंकों के बजाय किसका प्रयोग करना चाहिए ?
6. पत्रकारिता जगत् की अद्भुत शैली किसे कहा जाता है ?
7. 'एडवरटाइजमेंट' का शाब्दिक अर्थ क्या है?
8. विज्ञापन से समाज की कौन-कौनसी स्थिति परिलक्षित होती है?
9. साक्षात्कार पूरा होने पर किसके हस्ताक्षर करा लेने चाहिए?
10. 'डेक' किसे कहा जाता है?

## 4.5 पारिभाषिक शब्द – शब्दार्थ :

**Communication** : संचार

**Mass Communication** : जनसंचार

| | | |
|---|---|---|
| **पांडुलिपि** | : | समाचार की मूल प्रत |
| **कापी** | : | पांडु लिपि |
| **डेक** | : | एक या एक से अधिक पंक्तियों के शीर्षक । |
| **Interview** | : | साक्षात्कार |
| **Interviewer** | : | इण्टरव्यूकार (साक्षात्कार लेने वाला) |
| **Interviewee** | : | इण्टरव्यू-पात्र ( साक्षात्कार देने वाला व्यक्ति) |
| **फिचर** | : | किसी विषय के संबंध में आलेख। |
| **परिदृश्य** | : | भौतिक वातावरण। |
| **इश्तहार** | : | विज्ञापन |
| **संप्रेषक** | : | संदेश पहुँचाने वाला |
| **संप्रेषणीय** | : | संदेश पहुँचाने लायक |
| **दृक-श्राव्य माध्यम** | : | दिखाई और सुनाई देने वाला माध्यम। |

## 4.6 स्वयं अध्ययन प्रश्नों के उत्तर :

**प्रश्न 1 अ)**

1) संप्रेषणीय 2) तीन 3) साहित्यिक 4) मुद्रित 5) वैज्ञानिक कला

**प्रश्न 1 आ)**

1. शीर्षक निर्धारण से समाचार लेखन की प्रक्रिया शुरू होती है।
2. 'आमुख' को समाचार की भूमिका कहा जाता है।
3. समाचार लेखन की तुलना में समाचार संपादन एक कठिन काम है।
4. समाचार की पांडुलिपि को प्रेस की भाषा में कापी कहा जाता है।
5. शीर्षक संपादन में अंकों के बजाय उनके ध्वनित अक्षरों का प्रयोग करना चाहिए।
6. साक्षात्कार को पत्रकारिता जगत् की अद्‌भुत शैली माना जाता है।
7. 'एडवरटाईजमेंट' का शाब्दिक अर्थ है 'ध्यान दिलाना'।
8. विज्ञापन से समाज की सामाजिक प्रगति और आर्थिक स्थिति परिलक्षित होती है।
9. साक्षात्कार पूरा होने पर साक्षात्कार देने वाले व्यक्ति के हस्ताक्षर करा लेने चाहिए।
10. एक या एक से अधिक पंक्तियों के शीर्षक को 'डेक' कहा जाता है।

## 4.7 सारांश :

1. जनसंचार का सामान्य अर्थ है, संरचण करना। जनसंचार माध्यमों को जनतंत्र प्रणाली में अनन्य साधारण महत्त्व है।
2. जनसंचार माध्यमों को परंपरागत, मुद्रित और इलेक्ट्रॉनिक इन तीन माध्यमों में विभाजित किया जाता है।
3. मुद्रित माध्यमों की भाषा साहित्यिक भाषा से पृथक होती है।
4. मुद्रित माध्यमों की भाषा में अपरिवर्तनीय शब्दावली का अभाव, संपर्क भाषा की विभिन्न रुपता, लिपि और वर्तनी की समस्याएँ महत्त्वपूर्ण हैं।
5. समाचार पत्र मुद्रित माध्यमों में से अत्यंत लोकप्रिय माध्यम है।
6. समाचार लेखन एक वैज्ञानिक कला है।
7. समाचार की भाषाशैली के संबंध में कोई सुनिश्चित नियम एवं सिद्धांत नहीं हैं।
8. समाचार संपादन सबसे कठिन काम है। इसके लिए अथक परिश्रम, अध्ययन, अभ्यास एवं निपुणता की आवश्यकता है।
9. साक्षात्कार पत्रकारिता जगत् की अद्भुत नूतन कला है।
10. विज्ञापन को लिखित अथवा मुद्रित, मौखिक, दृक-श्राव्य और इतर विज्ञापन ऐसे चार भागों में विभाजित किया है।

## 4.8 स्वाध्याय :

**दीर्घोत्तरी प्रश्न –**

1. जनसंचार माध्यम का अर्थ, स्वरुप और प्रकार स्पष्ट कीजिए।
2. मुद्रित माध्यमों का स्वरुप और भाषा के बारे में विस्तार से लिखिए।
3. मुद्रित हिंदी भाषा की समस्याओं का विवेचन कीजिए।
4. समाचार पत्र के स्वरुप और तत्त्वों का परिचय दीजिए।
5. समाचार लेखन विधि पर प्रकाश डालिए।
6. संपादन कला का महत्त्व विशद कीजिए।
7. शीर्षक संपादन के लिए उपयुक्त तथ्यों का परिचय दीजिए।
8. 'पृष्ठ सज्जा' का महत्त्व विशद कीजिए।
9. साक्षात्कार की प्रक्रिया का स्वरुप स्पष्ट कीजिए।
10. विज्ञापन लेखन कला का महत्त्व विशद कीजिए।

## 4.9 क्षेत्रीय कार्य :

1. स्थानीय समाचार पत्र के कार्यालय में जाकर समाचार पत्र की प्रक्रिया का परिचय लीजिए।
2. समाचार पत्र के कार्यालय में जाकर संपादन प्रक्रिया का परिचय लीजिए।
3. विज्ञापन संबंधी संस्था के कार्यालय में जाकर विज्ञापनों की प्रक्रिया की जानकारी लीजिए।
4. समाचार पत्र के कार्यालय में जाकर पृष्ठ सज्जा और वार्तालाप से संबंधित जानकारी प्राप्त कीजिए।
5. साक्षात्कार लेने वाले किसी पत्रकार से साक्षात्कार प्रक्रिया संबंध में विस्तार से बातचीत कीजिए।

## 4.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए :

1. हिंदी इण्टरव्यू उद्‌भव और विकास – डॉ. विष्णु पंकज
2. प्रयोजन मूलक हिंदी : स्वरुप एवं व्याप्ति – प्रा. सौ. शैलजा पाटिल
3. प्रयोजन मूलक हिंदी – डॉ. माधव सोनटक्के
4. हिंदी पत्रकारिता एवं जनसंचार – डॉ. ठाकुरदत्त शर्मा 'आलोक'
5. प्रयोजन मूलक हिंदी : विविध परिदृश्य – डॉ. रमेश चंद्र त्रिपाठी

1. **बहुविकल्पीय प्रश्न**

    1. ...........के अविष्कार ने पूरे विश्व को छोटा बना दिया है।

       अ. सिनेमा ब. खेल क. धर्म ड. संगणक

    2. संगणक .............मशीन है।

       अ. पंप ब. इलेक्ट्रॉनिक क. वॉटर ड. खेल

    3. माउस का कार्य...... होता है।

       अ. उचित निर्देश देना ब.उचित खादम देना क. बिल्ली ड. कुत्ता

    4. संगणक हार्डवेअर के ........ अंग होते हैं।

       अ. पॉच ब. तीन क. दो ड. आठ

    5. ......... के लिए व्यक्तिगत (पी.सी.) की आवश्यकता होती हैं।

       अ. इंटरनेट ब. धन क. मित्रता ड. उधारी

2. **उचित मिलान करे।**

| | |
|---|---|
| 1. संगणक आँखों देखा भाग | अ. जानकारी लाभार्थी खजाना |
| 2. डेटा खराब न हो | ब. कॅप्युट |
| 3. माडयुलेटर डिमाडयुलेटर संक्षिप्त नाम | क. मॉडम |
| 4. कंप्युटर शब्द व्युत्पत्ति | ड. अँटी वायरस सॉफटवेअर |
| 5. इंटरनेट | इ. हार्डवेअर |

3. **सही गलत का निर्णय करें।**

1. संगणक के जिन भागों को हम देख सकते है, उसे यथावस्तु अथवा हार्डवेअर कहते है, तो उसे सक्रिय बनाने के लिए जो संगणक प्रणाली होती है, परावस्तु अथवा सॉफटवेअर कहते हैं।
2. माउस का कार्य संगणक को चालू-बंद कराना होता है, तो मातृपटल को मदर बोर्ड कहते हैं।
3. डॉट मैट्रिक्स प्रिंटर संगणक का प्रिंटर से संबंधित साधन नहीं है, लेखा परीक्षण में संगणक महत्त्वपूर्ण भूमिका अदा करता है।
4. डाटा प्रोसेसिंग संगणक की एक प्रक्रिया है, और सी.पी.यु पेटिका संगणक प्रणाली के मुख्य भाग का केंद्रीय परिष्करण है।
5. संगणक के लिए 12 वोल्ट विद्युत शक्ति की आवश्यकता होती है, माउस का काम संगणक से संबंधित नहीं है।

**सही उत्तर**

1. पहला सही, दूसरा गलत।
2. दूसरा गलत तो पहला सही।
3. दूसरा गलत तो पहला सही।
4. पहला सही, तो दूसरा भी सही है।
5. पहला सही है, तो दूसरा गलत है।

❑❑❑

इकाई – 1

# संगणक : परिचय एवं उपयोग
# इंटरनेट : उपकरणों का परिचय, प्रयोगविधि

**1.1 उद्‌देश्य**

**1.2 प्रस्तावना**

**1.3 विषय विवेचन**

1.3.1 संगणक परिचय

1.3.2 संगणक के उपयोग

1.3.3 इंटरनेट के उपकरणों का परिचय

1.3.4 इंटरनेट प्रयोग विधि

**1.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न**

**1.5 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ**

**1.6 स्वयं अध्ययन प्रश्नों के उत्तर**

**1.7 सारांश**

**1.8 स्वाध्याय**

**1.9 क्षेत्रीय कार्य**

**1.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए**

## 1.1 उद्‌देश्य :

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप :–

1. संगणक से परिचित हो जाएंगे।
2. संगणक के उपकरणों का परिचय प्राप्त करेंगे।
3. संगणक की उपयोगिता से परिचित हो जाएंगे।
4. इंटरनेट की प्रणाली से परिचय प्राप्त करेंगे।
5. इंटरनेट के उपकरणों का परिचय प्राप्त करेंगे।
6. इंटरनेट की प्रयोगविधि से परिचित हो जाएंगे।

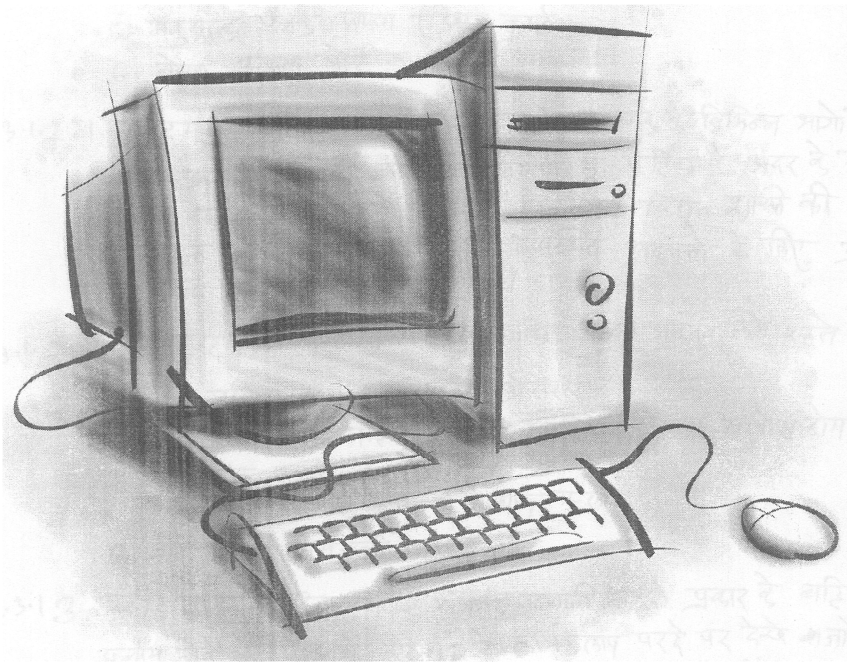
## 1.2 प्रस्तावना :

संगणक के आविष्कार ने पूरे विश्व को छोटा बनाया है। इंटरनेट ने तो विश्व के कोने-कोने को एक दूसरे से अत्यधिक निकट लाया है। एक स्थान की जानकारी क्षण भर में विश्व के दूसरे कोने में पहुँच जाती है। आज के वैज्ञानिक युग में सूचना प्रौद्योगिकी आदमी के हाथ में आने से पूरा जगत् एक देहात के समान बना है, जहाँ दूरी समाप्त होकर समूची जानकारी हाथ जोड़कर मानव की सेवा करने के लिए तत्पर है। संगणक के क्षेत्र में इंटरनेट की सहायता से जो सुविधाएँ प्राप्त हुई हैं, उनका परिचय इस स्थान पर हमें प्राप्त होगा।

मानव की बुद्धि और मशीन की शक्ति का अद्भूत संगम संगणक है। उसे बुद्धिमान मशीन तथा सूचना परिष्कारण की आज्ञापालक मशीन कहा जाता है। संगणक शब्द की उत्पत्ति अंग्रेजी शब्द 'कम्प्यूट' (Compute) से हुई है। इसका अर्थ है 'गणना'। लेकिन संगणक केवल गणना नहीं करता, बल्कि सूचनाओं और निर्देशों के आधार पर संगणना, संसाधन (प्रोसेसिंग) करने वाला उपकरण सिद्ध हुआ है।

## 1.3 विषय-विवेचन :

संगणक एक इलेक्ट्रॉनिक मशीन है। जोडना, गिनना, भाग देना आदि क्रियाओं द्वारा डाटा से सूचना निकालने और उसकी प्रक्रिया द्वारा कई तरहे के कार्य किए जा सकते हैं। इस प्रक्रिया को "**डाटा प्रोसेंसिंग**" कहा जाता है। यह मशीन कई तरह के कार्य बहुत तेजी से करती है, जितना काम बताया गया है, उतना काम सही ढ़ंग से बिना गलती के और अविरत रूप में करती है। आँकडों (डाटा) के अपार भाण्डार को कम जगह में संग्रहित करके रखने का और जब माँग हो, तब तुरन्त प्रस्तुत करने का कार्य भी यह मशीन करती है।



संगणक विभिन्न इकाइयों का समूह है। संगणक के जिन भागों को हम देख सकते हैं, उसे **यथावस्तु** या **हार्डवेअर** कहते हैं। यथावस्तु को सक्रिय बनाने हेतु जो विशिष्ट उपदेशों की संगणक प्रणाली होती है उसे **सॉफ्टवेअर** या **परावस्तु** कहा जाता है। संगणक में हार्डवेअर देह है, तो सॉफ्टवेअर प्राण हैं।

### 1.3.1 संगणक परिचय :

**1.3.1.1 यथावस्तु या हार्डवेअर** :- संगणक हार्डवेअर के तीन प्रमुख अंग-समूह हैं -

1. अंतर्पातन अव्यय - कुंजीपटल, माउस आदि।
2. केंद्रीय परिष्कारण इकाई - सी. पी. यू.।
3. बहिर्पातन अव्यय - मॉनीटर, मुद्रक आदि।

**1.3.1.1.1 कुंजीपटल (Key Board) :**-कुंजीपटल से संगणक को निर्देश देकर संचालित किया जाता है। इसकी प्रत्येक कुंजी स्विच का काम करती है। कुंजीपटल में टंकन कुंजियाँ, टंकन सहायी कुंजियाँ, कर्सर कुंजियाँ, विशेष क्रिया कुंजियाँ, कर्सर संयमन कुंजियाँ, दुविदिशी क्रिया कुंजियाँ, अथवा टॉगल कुंजियाँ, संशोधक या मॉडिफायर कुंजियाँ, कर्त्यन अथवा फंक्शन कुंजियाँ, सांख्यिक कुंजीपट आदि कुंजियों का समावेश होता है। ये कुंजियाँ अपनी विशिष्ट स्थिति के कारण अलग-अलग प्रभाव उत्पन्न करती हैं।

**1.3.1.1.2 माउस (Mouse) :**- माउस का काम संगणक को उचित निर्देश देने का होता है। यह संगणक के लिए बहुपयोगी काम करता है। इससे कार्यान्वयन में शीघ्रता आती है।

**1.3.1.2 सी. पी. यू. पेटिका (C. P. U. Box)** :- संगणक प्रणाली के मुख्य भाग केंद्रीय परिष्कारण इकाई या सी.पी.यू. में सुसज्जित होते हैं, जिनमें निम्नांकित प्रमुख रहे हैं -

1. शक्ति प्रतिदायी एकक अथवा पावर सप्लाई युनिट
2. मातृपटल अथवा मदर बोर्ड
3. अपनेयी चकती संचाली अथवा फ्लॉपी डिस्क ड्राइव
4. स्थायी चकती संचाली अथवा हार्ड डिस्क ड्राइव
5. अनुकूलक पत्रक अथवा एडेप्टर कार्ड
6. तोरण अथवा पोर्ट

**1.3.1.2.1 विद्युत प्रतिदायी इकाई :**- इससे संगणक के विभिन्न भागों को वांछित ऊर्जा प्रदान की जाती है। सी. पी. यू. पेटिका के अंदर के सभी भागों को ऊर्जा प्रदान करने के लिए 12 वोल्ट विद्युत शक्ति की आवश्यकता होती है। मातृपटल पर अवस्थित अवयवों के लिए 3 से 5 वोल्ट की आवश्यकता होती है।

**1.3.1.2.2 मातृपटल** :- मातृपटल पर निम्नांकित मुख्य अवयव लगे रहते हैं-

1. सूक्ष्म परिष्कारक अथवा माइक्रो प्रोसैसर
2. आधारीय अंतर्पात - बहिर्पात प्रणाली स्मृतिकोश अथवा मायोस रोम

3. स्मृतिपटल अथवा रैम

4. विस्तार संच अथवा एइक्सपैन्शन स्लॉट

5. बस अथवा संयुज्जी

**1.3.1.3 बहिर्पातन अव्यय** :- संगणक प्रणाली में दो प्रकार के बहिर्पातन अव्यय होते हैं। एक में संगणक के कार्यकलाप परदे पर देखे जाते हैं। दूसरे में संगणक के बहिर्पात कागज पर मुद्रित किए जाते हैं।

**1.3.1.3.1 परिचालक अथवा मॉनीटर** :- संगणक जो कर रहा है, उसकी सूचना मॉनीटर संगणक परिचालक को देता है। दी गई सूचनाएँ या आदेश मॉनीटर के परदे पर दिखाई देते हैं। मॉनीटर को दृष्ट्य अभिदर्श इकाई (वीडिओ डिस्प्ले यूनिट) कहा जाता है। मॉनीटर के पिछले भाग में कुछ संयमन स्विच होते हैं। इनमें से प्रमुख डिस्प्ले रिवर्सल संयमन का होता है। मॉनीटर के अग्रभाग पर मॉनीटर संयमन के लिए नॉब लगी होती है। इसका काम चालू-बंद, तेज-मंद अथवा संभेद संयमन कण्ट्रास्ट कण्ट्रोल के लिए होता है।

**1.3.1.3.2 मुद्रक अथवा प्रिण्टर** :- संगणक के आउटपुट को मुद्रक की सहायता से कागज पर मुद्रित किया जाता है। संगणक के सी. पी. यू. के पिछले भाग में स्थित एक पैरलल पोर्ट के कनेक्टर से मुद्रक का संबंध होता है। प्रिण्टर के अनेक प्रकार रहे हैं।

1. डॉट मैट्रिक्स प्रिण्टर
2. डेजी व्हील
3. गोल्फनाल
4. लाईन
5. लेसर प्रिण्टर

उच्च गुणवत्ता के लिए लाइन तथा लेसर प्रिंटर का उपयोग होता है। डॉट मैट्रिक्स प्रिंटरों में मुद्रण क्रिया प्रिंटिंग हेड़ से होती है। लेसर प्रिंटर संगणक के निर्देशानुसार चित्र को एक पटल पर चित्रांकित करता है। लेसर प्रिंटरों में प्रस्तुति सबसे अच्छी होती है। गोल्फ बाल और डेजी व्हील प्रिंटर एक ही लिपि को प्रिंट करते हैं। थर्मल प्रिंटर, फोटो प्रिंटर, पोर्टेबल प्रिंटर आदि प्रिंटर्स के प्रकार हैं।

**1.3.1.3 कम्प्यूटर चकती संचालियाँ** :- एक संगणक में अधिकतर दो फ्लॉपी चकती संचालियों का उपयोग होता है। विद्युत ऊर्जा के लिए फ्लॉपी संचालियों का सीधा संबंध विद्युत प्रदान इकाई से होता है। संगणकों में सूचना संग्रह के लिए चुंबकीय चकतियाँ प्रचलित हैं।

**1.3.1.3.1 चुंबकीय चकतियाँ** :- इसके दो प्रकार हैं ।

**1.3.1.3.1.1 अपनेयी चकती** :- प्रणाली से अलग की जाने वाली चकतियों को फ्लॉपी अथवा अपनेयी चकती कहा जाता है।

**1.3.1.3.1.2 स्थायी चकती** :- जो चकतियाँ संगणक प्रणाली में ही स्थायी रुप से रहती हैं, उन्हें स्थायी चकती अथवा फिक्स डिस्क अथवा हार्ड डिस्क कहा जाता है।

## 1.3.2 संगणक के उपयोग :

मनुष्य के मस्तिष्क के समान कार्य करने वाला यंत्र संगणक है। सूचनाएँ प्राप्त करना, भविष्य में उपयोग

के लिए उन्हें याद रखना, निष्कर्ष निकालना और सूचनाओं को सही ढ़ंग से प्रस्तुत करना आदि काम संगणक से होते हैं। संगणक विभिन्न इकाइयों का समूह है और बारंबार निर्विघ्न आवृत्ति उसकी विशेषता है। नियमानुसार दिए गए आदेशों को संगणक समझता है। इसलिए संगणक के नियमों के अनुसार संगणक की कार्य करने की विधियाँ उसकी भाषा में तैयार करके संगणक की स्मृति में अंकित कर दी जाती हैं। उस विधि को संगणक का प्रोग्राम कहा जाता है। आज मानव संगणक की कार्य प्रणाली और भाषा से परिचित होकर अपनी कार्यकुशलता और समर्थता बढ़ा रहा है। संगणक पर किसी वर्ग विशेष, देश विशेष, आयु विशेष या भाषा विशेष का अधिकार नहीं है। बल्कि जो संगणक का उपयोग करना जानते हैं, उनका अधिकार संगणक पर हो जाता है।इस मशीन के अनेक उपयोग रहे हैं। अनेक क्षेत्रों में संगणक का उपयोग हो रहा है। जिन क्षेत्रों में संगणक का उपयोग अधिक मात्रा में हो रहा है, वे इसप्रकार हैं –

**1.3.2.1 धृति परिष्कारण** :– बच्चे 5 (पांच), कुर्सी 2 (दो), मकान 3 (तीन), पंखा 4 (चार), कपड़ा 10 (दस) मीटर, इन धृतियों में आपसी संबंध दिखाई नहीं देता। इन अव्यवस्थित गणकों को धृति अथवा डेटा कहा जाता है। धृतियों को सुव्यवस्थित करने से उनमें अर्थपूर्णता आ जाती है, तब उन्हें सूचनाएँ कहा जाता है। धृतियों का सूचना में परिवर्तन परिष्कार कहा जाता है।

जैसे – प्रांत, पुरुष, स्त्री, बच्चे, महाराष्ट्र, 10, 15, 4, गुजरात, 16, 17, 9 कुल आदि धृतियाँ हैं। इनसे कोई सूचना नहीं मिलती, लेकिन इन धृतियों को इस तरह लिखने पर –

| प्रांत | पुरुष | स्त्री | बच्चे | कुल |
|---|---|---|---|---|
| महाराष्ट्र | 10 | 15 | 4 | 29 |
| गुजरात | 16 | 17 | 9 | 42 |

सूचना बनती है। धृति परिष्कार में डेटा को अनेक प्रकार की उपयोगी सूचनाओं में परिवर्तित करने की क्षमता होती है।

**1.3.2.2 लेखापरीक्षण** :– पहले विशेषज्ञों से वाणिज्यिक प्रतिष्ठानों के लेखा तैयार करके जटिल अनुकलन से विभिन्न प्रतिसार तैयार किए जाते थे। आज तत्संबंधी अनेक संगणक प्रोग्राम उपलब्ध होने से नव प्रशिक्षु भी लेखांकन करके संगणक की सहायता से प्रतिसार बनाता है। लेखांकन में त्रुटि की जानकारी संगणक से मिलने से लेखापरीक्षण निर्दोष होने में सहायता होती है।

**1.3.2.3 संदेशवहन** :–संगणक से लिखित संदेश भेजने और प्राप्त करने में सहायता मिल रही है। इसे **ई–मेल** कहा जाता है। संगणक दूरभाष धारापथ से मोडम से जुड़ाकर संगणक के परदे पर पत्र अथवा संदेश छाप कर किसी अन्य संगणक के परदे पर भेजा जाता है। वह संदेश संचिका में जमा होने से पाठक अपनी सुविधानुसार उसे पढ़ सकता है।

**1.3.2.4 सूचना संसार** :–योजनाएँ बनाना, उन्हें व्यवहार में लाना तथा परिणामों की समीक्षा करके सूचनाओं का आदान–प्रदान करना महत्त्वपूर्ण काम होता है। जैसे देश की आबादी, उसकी योजना आदि की आवश्यकताएँ, कृषि उत्पादन, देशभर के स्कूल, छात्र, अध्यापक आदि की संख्या तथा अनेकानेक सूचनाएँ और उनकी

आवश्यकता राष्ट्रीय योजनाएँ बनाने में सहायक होती है। यह काम पत्रों द्वारा होता था, जिसके लिए समय, श्रम और कागजों की आवश्यकता पड़ती थी। सूचनाओं को संस्कारित करने और व्यवस्थित करने में भी समय की खपत होती थी। आज भारत के प्रत्येक जनपद को संगणक संजाल (इंटरनेट) से जोड़ने से सूचना तुरंत प्राप्त होती है। संगणक सूचनाओं को संस्कारित करके आवश्यक तथ्यों को नियोजन हेतु प्रस्तुत करता है।

**1.3.2.5 सूचना संग्रह** :- कार्यालयों में पुरानी फाइलों का ढेर लगा रहता है जो धूल से भरी, संख्या में अधिक, अस्त व्यस्त रहती हैं। आवश्यक जानकारी पाने में श्रम, समय गँवाना पड़ता है। संगणकीकृत कार्यालय में इस दिक्कत का सामना नहीं करना पड़ता। एक फ्लॉपी चकती पर 500 पृष्ठों की जानकारी समा सकती है। एक सी. डी. पर 10,000 पृष्ठों की सामग्री संकलित होती है। उचित सूचनाओं की सहायता से सरलता से आवश्यक जानकारी संगणक पर उपलब्ध हो सकती है।

**1.3.2.6 अनुसंधान कार्य :-** वैज्ञानिक शोध के मूल आधार अति सूक्ष्मता से मापन और शीघ्रता से अनुकलन होते हैं। संगणक का आरंभिक विकास वैज्ञानिक अनुसंधानों में सहयोग हेतु हुआ था। आज सब वैज्ञानिक, अनुसंधान शालाएँ और विश्वविद्यालय संगणक प्रणाली अपनाएँ हुए हैं। आयुर्विज्ञान, मानविकी, समाजशास्त्र, कला आदि क्षेत्रों में अनुसंधान कार्यों में संगणक का उपयोग सूचनाओं के स्वरूप परिवर्तन, प्रस्तुति, विश्लेषण, संग्रहण के लिए हो रहा है।

**1.3.2.7 पुस्तकालय** :-पुस्तकालयों में हजारों-लाखों पुस्तकें व्यवस्थित रखकर पाठकों को अध्ययन के लिए उपलब्ध की जाती हैं। इसमें एक ही शीर्षक की हजारों पुस्तकें तथा एक ही लेखक की अनेक पुस्तकें हो सकती हैं। इस विशालता और जटिलता को सुलझाने में संगणक का उपयोग होता है। पुस्तकालय, सांगोपादन, विषयानुसार मानकीकरण और पुस्तकालय में आने वालों की रूचि का ध्यान करके समस्त जानकारी सुव्यवस्थित रुप से संगणक से उपलब्ध कराई जा सकती है।

**1.3.2.8 उद्योग और व्यवसाय** :- छोटे, बड़े व्यवसाय कर्ता के लिए उसका सांगोपादन जटिल और आवश्यक होता है। व्यवसाय में अनुकूल तथा प्रतिकूल परिस्थितियाँ आती रहती हैं। प्रतिकूल परिस्थिति में विचारणीय पक्ष दृष्टि से ओझल न हो जाए तथा निर्णय की त्रुटि पर प्रकाश डालने में संगणक से सहायता होती है। संगणक व्यवसाय सांगोपादकों के संपूरक के रूप में महत्त्वपूर्ण होता है। इसे ''संगणक-उपचारित सांगोपादन'' अथवा ''संगणक एडिड मॅनेजमेंट कैम'' कहा गया है। विपणन और वितरण की जटिल संक्रियाओं को सुलझाने तथा वेतन अनुकलन का कार्य तुरंत निपटाने में संगणक से सहायता मिल रही है। संगणक से व्यवसायों के अंतरराष्ट्रीयकरण की सुविधा भी उपलब्ध हो रही है।

**1.3.2.9 पुस्तक प्रकाशन और पठन** :- प्रकाशन व्यवसाय विपर्ण के उपयोग को कम करने में सहायता मिल रही है। संगणक के पर्दे पर ही पुस्तकों को सजाया जाता है, जिससे सुविधाजनकता और शीघ्रता लाने में सहायता हुई है। पुस्तकें सी. डी. पर उपलब्ध हो रही हैं। इलेक्ट्रॉनिक पुस्तकें बोल भी सकती हैं। चित्रों को पर्दे पर दिखाई देने से सिद्धांतों की व्याख्या पाठकों को अधिक रुचकर लगकर सरलता से समझ में आती है।

**1.3.2.10 खेल और मनोरंजन का महत्त्वपूर्ण साधन** :- सी. डी. पर पुस्तकों के साथ चलचित्रों का आनंद संगणक पर उठाया जाता है। रोचक और शिक्षाप्रद खेलों के प्रोग्रामों का लाभ संगणक परिचालक उठा सकता

है। खेल प्रतियोगिताओं में संगणक की भूमिका निर्णायक रही है। एक सैकण्ड के हजारवें अंश तक का अंतर, बॉल की गति संगणक दर्शाता है। शतरंज जैसे खेल संगणक पर खेले जाते हैं।

**1.3.2.11 मौसम की जानकारी** :-भारत बड़ा विस्तृत देश है। यात्रा, कृषि कार्य, मछली पकड़ना आदि कार्यों के लिए मौसम के ज्ञान की आवश्यकता होती है। वायुमंडल के तापमान की कमी तथा वायु प्रवाह आदि पर मौसम अवलंबित रहता है। मौसम विज्ञान विभाग के संवेदी उपग्रह वायुमंडल से विभिन्न सूचनाओं को संग्रहित करते हैं। प्राप्त सूचनाओं के आधार पर पूर्वानुमान के लिए लंबे लंबे अनुकलन किए जाते हैं। इसके लिए मनुष्य को अधिक समय लगता है। आज संगणक से सूचनाओं के आधार पर अनुकलन करके मौसम का पूर्वानुमान लगाने में सहायता मिल रही है। समुद्री तूफानों की पूर्व सूचना मिलने से मछुआरों की जानें बच रही हैं। भारत का विशाल मानचित्र दूरदर्शन पर दिखाकर विभिन्न स्थानों की मौसम की जानकारी समचारों के वक्त दिखाई जाती है। इसके लिए संगणक बड़ा योगदान निभा रहा है।

**1.3.2.12 वैद्यक क्षेत्र** :-संगणक की पहुँच विज्ञान के साथ चिकित्सा क्षेत्र में भी है। विभिन्न रोगों का निदान, शल्य चिकित्सा, रोगों का विश्लेषण आदि में संगणक महत्त्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। ऑपरेशन दृश्य संगणक पर दिखाई देने से उचित सहायता से त्रुटियों पर प्रकाश डाला जा सकता है।

**1.3.2.13 यातायात की सुविधा** :-वायुयानों के क्षेत्र में वृद्धि होने से शीघ्रातिशीघ्र निर्णय लेने, रेल्वे डिब्बों, इंजिनों और पटरियों का योग्य उपयोग होने के लिए निर्णय लेने में संगणक की मदद् हो रही है। महानगरों के व्यस्त भूमार्गों पर यातायात का संयमन करने में संगणक प्रणाली उपयोगी बनी है। वाहन संचालकों को वास्तविक भाषा का प्रशिक्षण न्यूनतम काल में संगणक से दिया जा सकता है।

**1.2.3.14 यात्रा सेवा** :- भारत में कहीं से भी किसी भी पथ के वायुयानों, बसों, रेल्वे आदि का आरक्षण करने में संगणक से सुविधा उपलबध है। राष्ट्रव्यापी संगणक तंत्र स्थापित होने से यात्रियों और यात्रा प्रतिष्ठानों का लाभ बढ़ गया है।

**1.2.3.15 बैंक** :- स्वतंत्र संगणक प्रणाली और तंत्रित संगणक प्रणाली का उपयोग बैंकों में ज्यादा हुआ है। इससे बैंकों की विविध सेवाओं में अधिक सुधार हुआ है। तंत्रित प्रणाली में बैंक की सभी शाखाओं को एक तंत्र से संबद्ध किया जाता है, जिससे किसी भी शाखा में धन जमा करके उसे किसी भी शाखा से प्राप्त किया जा सकता है। इससे बैंक की सेवाओं में क्रांति आई है।

इसके अतिरिक्त रक्षा एवं सुरक्षा उत्पादन सांगोपादन आश्रम स्वचालन अर्थात् ऑफिस ऑटोमेशन, फैक्स अथवा मुद्रित संचार, संगणकी संमेलन, धृतिसंकुल अभिगमन, अंश व्यापार या शेअर एक्सचेंज, आदि में संगणक की सुविधाएँ उपलब्ध हुई हैं। जीवन के हर क्षेत्र में संगणक पहुँचने से वह मानव जाति के लिए वरदान सिद्ध हुआ है। परिणामत: संगीत, विज्ञान, स्वास्थ्य, पत्रकारिता आदि क्षेत्रों के साथ संगणक सामान्य मनुष्य की दिनचर्या में सहायता कर रहा है।

### 1.3.3 इंटरनेट : उपकरणों का परिचय :

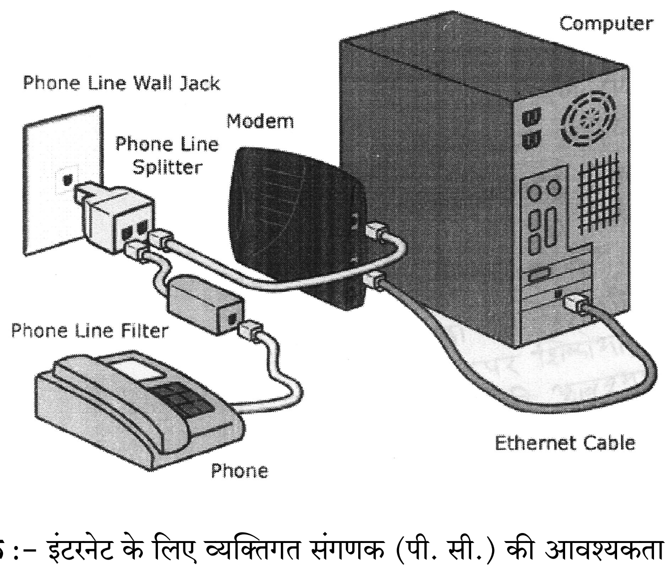
संगणक के द्‌वारा रक्षा संबंधी सूचनाओं को प्राप्त करने के लिए अमेरिका के रक्षा विभाग ने इंटरनेट की

स्थापना की थी। प्रारंभ में इसका नाम **आर्पनेट** था। सरकारी संस्थाओं और विश्वविद्‌यालयों में व्यापक स्तर पर इसका प्रयोग शुरू हो जाने पर तथा लाखों संगणक से जुड़े जाने पर इसका नाम इंटरनेट या अंतरताना हो गया। इसे **www** अर्थात **world wide web** भी कहा जाता है। इससे सारा सूचनातंत्र मानव की मुट्‌ठी में हो गया है। सूचनाओं का आदान प्रदान इंटरनेट से शीघ्रता से होता है। इसलिए इसे सुपर हाइवे भी कहा जाता है। कैलिफोर्निया विश्वविद्‌यालय के **प्रोफेसर लियोनार्ड क्लामिराक** को इंटरनेट का पिता माना जाता है। 20 अक्तूबर, 1969 को दो कम्प्युटरों में आपस में बात हुई थी।

1. दूरसंचार विभाग, 2. महानगर टेलिकॉम निगम लिमिटेड, 3. विदेश संचार निगम लिमिटेड ये तीन सरकारी एजेन्सियाँ भारत में इंटरनेट सुविधाएँ (सर्विस प्रोवाइडर) दे रही हैं। अनेक देशी-विदेशी कंपनियाँ भी भारत को इंटरनेट की सुविधाएँ उपलब्ध करा रही हैं। इसमें ई-मेल, डाटा बेस, वेब, होस्टिंग सेवाएँ, विज्ञापन, इंटरनेट प्रकाशन, ई-कामर्स आदि का समावेश है। अनेक समचार पत्रों, मंत्रालयों, कार्यालयों ने भी अपनी अपनी बेव साइट खोली है, जिससे मंत्रालयों और कार्यालयों की जानकारी इंटरनेट पर आई है। (1) www (2) http/www (हाइपर टेक्स्ट ट्रांसफर प्रोटोकाल) इन दोनों के माध्यम से इंटरनेट की पूरी दुनिया नियंत्रित होती है। इसका कार्यालय अमरिका के वर्जीनिया में है। अपनी साईट खोलने के लिए पते की जानकारी कूटभाषा में कार्यालय तक पहुँचानी पड़ती है। http यह बात अपनी कूटभाषा में www को समझाता है। इंटरनेट और उपभोक्ता के बीच की कडी http है।

**उपकरणों का परिचय -**

इंटरनेट के उपकरणों में ऑपरेटिंग सिस्टम, कम्प्युटर, Anti Virus, साफ्टवेअर, फोन लाइन, मॉडम, shell अर्थात् TCP/IP इंटरनेट एकाउण्ट का समावेश होता है।




**1.3.3.1 संगणक** :- इंटरनेट के लिए व्यक्तिगत संगणक (पी. सी.) की आवश्यकता होती है। भारत में सर्विस प्रोवाइडर का काम VSNL करता है। इसकी सदस्यता दो प्रकार की है । Shell एकाउण्ट और TCP/IP एकाउण्ट। (1) Shell एकाउण्ट के लिए प्रोकॉम, क्रॉस टॉक अथवा विण्डोज टर्मिनल सॉफ्टवेअर की आवश्यकता

होती है। (2) TCP/IP एकाउण्ट के लिए मोजाइक, नेटस्केप नेवीगेटर, इंटरनेट एक्सप्लोरर की जैसे ब्राउजर की आवश्यकता होती है।

VSNL से दो प्रकार की इंटरनेट सेवाएँ उपलब्ध होती हैं - (1) PSTN में कम्प्युटर को साधारण टेलिफोन लाइनों से जोडा जाता है। (2) ISDN में कम्प्युटर को विशेष प्रकार की लाइनों से जोडा जाता है।

VSNL के अतिरिक्त MTNL, Mahtra on line, Net India, Net Kracker, Sigma on line, रिलायन्स, व्होडाफोन, आदि कंपनियाँ भी इंटरनेट की सेवाएँ दे रही हैं।

**1.3.3.2 ऑपरेटिंग सिस्टम** :- इंटरनेट के उपयोग के लिए कम्प्यूटर 32 MB से अधिक Memory वाला एवं Pentium AMP प्रोसेसर के साथ तथा Windows 95/98/2000 अथवा ऑपरेटिंग सिस्टम (CD-ROM) सहित होना आवश्यक है।

**1.3.3.3 वायरस** :- वायरस संगणक अथवा डेटा खराब न करे, इसलिए इंटरनेट से जुडते वक्त Anti-virus Software की आवश्यकता होती है। यह संगणक में फाइलों की चेकिंग करता है। इंटरनेट पर किसी देश, कंपनी, अथवा व्यक्ति का अधिकार नहीं होता। परिणामत: Virus आदि से नुकसान हो जाने पर कहीं पर शिकायत नहीं हो सकती। इसलिए 'एण्टी वायरस सॉफ्टवेअर' की आवश्यकता पड़ती है। नार्टन, एम कैफे, पीसी-सिलिन, पाण्डा, नेट प्रोटेक्टर आदि वायरस विरोधी सॉफ्टवेअर हैं।

**1.3.3.4 मॉडम** :- मॉड्यूलेटर डिमाड्यूलेटर का संक्षिप्त नाम मॉडम है। संगणक के साथ इसे जोड़कर दूर स्थान डेटा भेजने और डेटा प्राप्त करने के लिए इसका उपयोग किया जाता है। यह संगणक और टेलिफोन के बीच रहता है। संगणक की लाइन के सिग्नल डिजिटल होते हैं और फोन लाइन के सिग्नल एनालॉग होते हैं। यहाँ एनालॉग सिग्नलों को डिजिटल में और डिजिटल सिग्नलों को एनालॉग में परिवर्तित करने का काम मॉडम करता है। इससे यूजर को डेटा की प्राप्ति होती है। मॉडम दो प्रकार के होते हैं। (1) एक्सटर्नल मॉडम, (2) इंटरनल मॉडम।

**1.3.3.4.1 एक्सटर्नल मॉडम** :- यह मॉडम एक छोटे डिब्बे के समान होता है। संगणक के साथ टेबल पर रखने पर इसके लिए अतिरिक्त जगह की आवश्यकता होती है। इसे एक संगणक से अलग करके दूसरे संगणक के साथ जोड़ा जा सकता है। रिपेअरिंग के लिए भी इसे आसानी से ले जाया जा सकता है। इसके आगे के पैनल पर अनेक LED इंडीकेटर्स होते हैं, जिनसे मॉडम के शुरू होने और उससे संपादित कार्यवाही का पता लगता है। एक्सटर्नल मॉडम से जुड़े छोटे स्पीकर्स भी होते हैं।

**1.3.3.4.2 इंटरनल मॉडम** :- PC MCIA इसे पर्सनल कम्प्यूटर एण्ड मेमोरी कार्ड इंटरनेशनल एसोसिएशन नाम से भी जाना जाता है। यह संगणक के अंदर होता है। इलैक्ट्रानिक सर्किट बोर्ड के समान यह दिखाई देता है और इसकी सैटिंग एवं प्रयोग विधि भी कठिन होती है। इसे एक संगणक से दूसरे संगणक में लगाना कठिन कार्य होता है। इसमें कोई इंडिकेटर नहीं होता। परिणामत: यह काम कर रहा है या नहीं इसकी चेकिंग नहीं हो सकती।

**1.3.3.5 मल्टीमीडिया किट** :- आकर्षक चित्रों और मल्टीकलर ग्राफिक्स के कारण इंटरनेट लोकप्रिय हुआ है। यदि संगणक की स्क्रीन रंगीन हो तो इंटरनेट अधिक आकर्षक दिखाई देता है। संगीत अथवा टैक्स्ट से जुड़ी

ध्वनियाँ सुननी हो तो मल्टीमीडिया किट से सहायता मिलती है। इसमें साउण्ड कार्ड, स्पीकर और माइक्रोफोन लगे रहते हैं।

**1.3.3.6 सर्विस प्रोवाइडर** : – इंटरनेट की सेवा प्राप्त करने के लिए सर्विस प्रोवाइडर को आवेदन पत्र भेजना पडता है। निर्धारित शुल्क पर सर्विस प्रोवाइडर इंटरनेट से जुडने के लिए लॉगिन नेम (विशिष्ट नाम) तथा 'पासवर्ड' मिलता है। इनसे इंटरनेट की सेवा उपलब्ध होती है।

**1.3.3.7 फोन लाइन** :- व्यक्तिगत संगणक फोन लाइन से जोडा जाता है। इसी फोन लाइन से संगणक इंटरनेट से जुड जाता है।

## 1.3.4 इंटरनेट प्रयोगविधि :

इंटरनेट की सुविधा प्राप्त करने के लिए प्रयोक्ता के पास संगणक, अॅण्टी वायरस सॉफ्टवेअर, फोनलाइन, मॉडम, Shell अर्थात TCP/IP इंटरनेट एकाउण्ट, मल्टीमीडिया किट आदि की आवश्यकता होती है। दुनिया के ज्यादातर हिस्सों से संपर्क करने के लिए इंटरनेट हमारी सहायता करता है। इंटरनेट का आधार राष्ट्रीय अथवा क्षेत्रीय सूचना इंफ्रास्ट्रक्चर होता है। यह हाइ बैड विडथ ट्रंक लाइनों से बना रहता है; जहाँ से विभिन्न संपर्क लाइनें संगणकों को जोडती रहती हैं। उन्हें आश्रयदाता (Host) संगणक कहते हैं। आश्रयदाता संगणक चौबीसों घंटे काम करते हैं और उपभोक्ताओं को सेवा प्रदान करते हैं।

संगणक विशेष संचार लाइनों से इंटरनेट से जुडे रहते हैं। इसमें उपभोक्ता व्यक्तियों को पी. सी. कहा जाता है, वे साधारण टेलिफोन लाइन और मॉडम की सहायता से इंटरनेट से जुडे रहते हैं। इस प्रकार के संपर्क को डायल-अप-कनेक्शन कहा जाता है। यह अस्थायी प्रकार का होता है। टेलिफोन लाइन पर इनकी रफ्तार किलो बाइट सैकेण्ड पर गिनी जाती है। इंटिग्रेटेड सर्विसेज डिजिटल नेटवर्क जैसी टैक्नोलॉजी की सहायता से इसकी गति बढ़ाई जाती है। उपभोक्ता निश्चित राशि का भुगतान करके इंटरनेट का खाता खोलकर इसका लाभ उठा सकता है। आई. एस. पी. लोग इन नेम, पासवर्ड जिसे उपभोक्ता परिवर्तित कर सकता है तथा नेट से जुडने के लिए टेलिफोन नंबर की जरुरत होती है।

एक बार इंटरनेट से संपर्क स्थापित हो जाने पर उपभोक्ता मनचाही साइटस खोलकर ज्ञान, मनोरंजन आदि के भांडार से परिचित हो सकता है। उनमें से किसी भी कार्यक्रम का चयन कर सकता है। इंटरनेट से प्राप्त जानकारी उपभोक्ता डाउन लोड कर सकता है। आवश्यक जानकारी की प्रिंट निकाल सकता है।

## 1.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न :

**प्रश्न 1 अ) निम्नलिखित वाक्यों में दिए गए पर्यायों में से उचित पर्याय चुनकर वाक्य फिर से लिखिए।**

1. विद्युत प्रतिदाई इकाई से संगणक के विभिन्न भागों को ......... प्रदान की जाती है।

   अ) **ऊर्जा** ब) ताकद क) गति ड) जानकारी

2. संगणक के आउटपुट को ........ की सहायता से कागज पर मुद्रित किया जाता है।

   अ) मॉनीटर ब) **मुद्रक** क) मातृपटल ड) अपनेयी चकती

3. मनुष्य के ......... के समान कार्य करने वाला यंत्र संगणक है।

अ) हाथ ब) शरीर क) **मस्तिष्क** ड) ह्रदय

4. ........... संगणक तंत्र स्थापित होने से यात्रियों और यात्रा प्रतिष्ठानों का लाभ बढ गया है।

अ) मशीनी ब) क्षेत्रीय क) स्थानीय ड) **राष्ट्रव्यापी**

5. संगणक सामान्य मनुष्य की ............. में सहायता कर रहा है।

अ) रोजीरोटी ब) कार्यप्रणाली क) जिंदगी ड) **दिनचर्या**

6. ........... के लिए व्यक्तिगत संगणक (पी. सी.) की आवश्यकता होती है।

अ) **इंटरनेट** ब) मौसम की जानकारी क) दूरसंचार ड) प्रिंटर

7. आकर्षक चित्रों और मल्टीकलर ग्राफिक्स के कारण ........... लोकप्रिय हुआ है।

अ) संगणक ब) मॉडम क) **इंटरनेट** ड) दूरध्वनि

8. निर्धारित शुल्क पर सर्विस प्रोवाइडर इंटरनेट से जुडने के लिए लॉगिन नेम (विशिष्ट नाम) तथा ........ मिलता है।

अ) टेलीफोन ब) स्पीकर क) **पासवर्ड** ड) माइक्रोफोन

9. उपभोक्ता निश्चित ........... का भुगतान करके इंटरनेट का खाता खोलकर उसका लाभ उठा सकता है।

अ) रसीद ब) **राशि** क) मॉडम ड) वेतन

10. ......... से संगणक के कार्यान्वयन में शीघ्रता आती है।

अ) कुंजीपटल ब) मुद्रक क) मातृपटल ड) **माऊस**

**आ) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर एक-एक वाक्य में लिखिए।**

1. संगणक के जिन भागों को हम देख सकते हैं उसे क्या कहते हैं?
2. संगणक पर किसका अधिकार होता है?
3. मौसम की जानकारी दूरदर्शन पर कैसे दिखाई जाती है?
4. अमेरिका ने इंटरनेट की स्थापना किस लिए की थी?
5. इंटरनेट का पिता किसे कहा जाता है?
6. इंटरनेट की सहायता से दो संगणकों में आपस में बात कब हुई थी?
7. ॲण्टी वायरस सॉफ्टवेअर का काम कौनसा है?
8. माड्युलेटर डिमाड्युलेटर का संक्षिप्त नाम कौनसा है?

9. कंप्यूटर शब्द की व्युत्पत्ति किस शब्द से हुई है?

10. वैज्ञानिक खोज के मूल आधार कौनसे हैं?

## 1.5 पारिभाषिक शब्द – शब्दार्थ :

**इंटरनेट** : अंतर्जाल, संजाल

**मल्टीमीडिया** : बहुविध माध्यम

**टेलीफोन** : दूरध्वनि

**परिष्कार** : अच्छा करने की क्रिया

**अनुसंधान** : वास्तविक बात का पता लगाना

**वैद्यक** : रोगों की पहचान, चिकित्सा

**शुल्क** : किराया, भाडा

**भांडार** : खजाना, कोश

**इकाई** : नाप जोख के लिए मानक (यूनिट)

**डेटा** : जानकारी

## 1.6 स्वयं अध्ययन प्रश्नों के उत्तर :

**प्रश्न 1 अ)**

1. ऊर्जा 2. मुद्रक 3. मस्तिष्क 4. राष्ट्रव्यापी 5. दिनचर्या

6. इंटरनेट 7. इंटरनेट 8. पासवर्ड 8. राशि 10. माउस

**प्रश्न 1 आ)**

1. संगणक के जिन भागों को हम देख सकते हैं, उसे यथावस्तु अथवा हार्डवेअर कहते हैं।
2. जो संगणक का उपयोग करना जानता है, उसका अधिकार संगणक पर होता है।
3. भारत का विशाल मानचित्र दूरदर्शन पर दिखाकर विभिन्न स्थानों की मौसम की जानकारी समाचारों के वक्त दिखाई जाती है।
4. संगणक के द्वारा रक्षा संबंधी सूचनाओं को प्राप्त करने के लिए अमेरिका के रक्षा विभाग ने इंटरनेट की स्थापना की थी।
5. कैलिफोर्निया विश्वविद्यालय के प्रोफेसर लियोनार्ड क्लामिराक को इंटरनेट का पिता माना जाता है।
6. 20 अक्तूबर, सन् 1969 ई. को दो संगणकों में आपस में बात हुई थी।

7. वायरस संगणक अथवा डेटा खराब न करे इसलिए Anti Virus Software काम करता है।
8. माड्युलेटर डिमाड्युलेटर का संक्षिप्त नाम मॉडम है।
9. कंप्यूटर शब्द की व्युत्पत्ति अंग्रेजी शब्द कंप्यूट (Compute) से हुई है।
10. वैज्ञानिक खोज के मूल आधार अति सूक्ष्मता से मापन और शीघ्रता से अनुकलन होते हैं।

## 1.7 सारांश :

1. हार्डवेअर और सॉफ्टवेअर ये दोनों संगणक के अंग हैं।
2. इलेक्ट्रॉनिक माध्यम के अंतर्गत संगणक का समावेश होता है।
3. जनसंचार व्यवस्था को अधिक सफल बनाने का काम संगणक ने किया है।
4. धृति परिष्करण, लेखा परीक्षण, संदेशवहन, सूचना संसार, सूचना संग्रह, अनुसंधान कार्य, पुस्तकालय, उद्योग और व्यवसाय, पुस्तक प्रकाशन एवं पठन, खेल और मनोरंजन का महत्त्वपूर्ण साधन, मौसम की जानकारी, वैद्यक क्षेत्र, यातायात की सुविधा, यात्रा सेवा, बैंक आदि में संगणक का उपयोग होता है।
5. आज व्यक्ति विश्व के किसी भी कोने से इंटरनेट की सहायता से उपयुक्त जानकारी प्राप्त कर सकता है।
6. इंटरनेट के लिए संगणक, टेलिफोन लाइन, मॉडम, ॲण्टी वायरस सॉफ्टवेअर आदि उपकरणों की आवश्यकता होती है।
7. इंटरनेट से आदमी उपयुक्त जानकारी पा सकता है। अपनी जानकारी दूसरों को भेज सकता है।
8. इंटरनेट से एक ही स्थान पर बैठकर जानकारी हासिल होने से समय और पैसों की बचत होती है।
9. इंटरनेट से जानकारी का खजाना लाभार्थी के पास खुला रहता है।

## 1.8 स्वाध्याय :

1. संगणक का परिचय दीजिए।
2. संगणक की उपयोगिता समझाइए।
3. संगणक का परिचय देकर उसकी उपयोगिता पर प्रकाश डालिए।
4. इंटरनेट के उपकरणों का परिचय दीजिए।
5. इंटरनेट के उपकरणों का परिचय देकर उसकी प्रयोग विधि समझाइए।
6. इंटरनेट प्रयोग विधि की संक्षिप्त जानकारी दीजिए।

## 1.9 क्षेत्रीय कार्य :

1. संगणक के विविध उपकरणों का परिचय प्राप्त कीजिए।
2. जिन जिन क्षेत्रों में संगणक का प्रयोग होता है उनकी जानकारी लीजिए।
3. इंटरनेट के विभिन्न उपकरणों का परिचय प्राप्त कीजिए।
4. अपना ई-मेल अड्रेस निकालकर इंटरनेट की सहायता से संदेश भेजने और संदेश प्राप्त करने की प्रक्रिया से परिचित हो जाइए।
5. इंटरनेट प्रविधि संबंधी जानकारी प्राप्त कीजिए।

## 1.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए :

1. प्रयोजन मूलक हिंदी - डॉ. लक्ष्मीकांत पाण्डे, डॉ. प्रमिला अवस्थी
2. प्रयोजन मूलक हिंदी : अधुनातन आयाम - डॉ. अंबादास देशमुख
3. ओळख माहिती तंत्रज्ञानाची - MS-CIT पुस्तिका।

1. **बहुविकल्पीय प्रश्न**

    1. संगणक कार्य प्रणाली से परिचित उपभोक्ता ....... की सहायता से विभिन्न प्रकार की जानकारी जुटाता है।

        अ. माउस  ब. बैटरी  क. इंटरनेट  ड. स्क्रीन

    2. ब्राउसिंग का अर्थ...... होता है।

        अ. देखन  ब. बढाना  क. विकसित करना  ड. खोज करना

    3. राष्ट्रीय सॉफटवेअर टेक्नालॉजी बंबई ने एअर इंडिया के लिए.........पैकेज का निर्माण किया है।

        अ. हिंदी  ब. राजस्थानी  क. इंग्लीश  ड. मराठी

    4. ब्राउसर इंटरनेट का एक...... है।

        अ. रुप  ब. टूल्स  क. नाम  ड. दिखावा

    5. हिंदी सॉफटवेअर पैकजों का..... क्षेत्र में भी महत्त्वपूर्ण योगदान रहा है।

        अ. संगणक  ब. वेब साइटस  क. अनुवाद  ड. टूल्स

**उत्तर :** 1. क  2. ड  3. अ  4. ब  5. क

2. **उचित मिलान करें**

| | |
|---|---|
| 1. कंट्रोल युनिट | अ. बौध्दिक उत्पाद |
| 2. उत्पाद | ब. स्मृति कोश |
| 3. स्त्रोत | क. निर्मित |
| 4. मेमरी | ड. आधार या साधन |
| 5. सॉफटवेअर | इ. निमंत्रण इकाई |

**उत्तर सही मिलान**

1. – इ, 2. – क, 3. – ड, 4. – अ, 5. – अ

3. **सही गलत का निर्णम करें**

1. ब्राउजर विश्वव्यापी संजाल में अपनी आवश्यक साइट खोजने में सहायता करता है, इंटरनेट पर अनेक प्रकार की साइटस होती है।
2. इंटरनेट द्वारा संचलित इलैक्ट्रॉनिक सेवा का संक्षिप्त रुप ईमेल है, जो अति जलद सेवा की श्रेणी में आता हैं।
3. विश्व का पहला हिंदी पोर्टल पुरानी दुनिया है, पोर्टल शब्द इंटरनेट के वेब साइटस के लिए प्रचलित है।
4. हनुमान डॉट कॉम में हनुमान चालिसा, हनुमान की आरती और विभिन्न भाषाओं में स्थित हनुमान के भजन उपलब्ध है, आज हिंदी के अनेक सॉफटवेअर उपलब्ध है।
5. सॉफटवेअर (बौध्दिक उत्पाद) संगणक प्रणाली का महत्त्वपूर्ण भाग होता है, राष्ट्रीय सॉफ्टवेअर टेक्नालॉजी कोल्हापुर ने एअर इंडिया के लिए काम किया था।

**सही उत्तर**

1. पहला सही और दूसरा भी सही।
2. पहला सही और दूसरा भी सही।
3. पहला गलत है, तो दूसरा सही है।
4. पहला सही और दूसरा भी सही है।
5. पहला सही और दूसरा गलत है।

----------

## इकाई – 2

# वेब पब्लिशिंग : परिचय एवं महत्त्व


**2.1 उद्देश्य**

**2.2 प्रस्तावना**

**2.3 विषय विवेचन**

2.3.1 वेब पब्लिशिंग : परिचय एवं महत्त्व

2.3.2 लिंक

2.3.3 ब्राउजिंग

2.3.4 ई–मेल प्रेषण एवं प्राप्ति

2.3.5 हिंदी के प्रमुख इंटरनेट पोर्टल

2.3.6 डाउन लोडिंग एवं अप लोडिंग

2.3.7 हिंदी सॉफ्टवेअर

2.3.8 हिंदी के प्रमुख ब्लॉग

2.3.9 हिंदी के प्रमुख वेबसाइट

**2.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न**

**2.5 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ**

**2.6 स्वयं अध्ययन प्रश्नों के उत्तर**

**2.7 सारांश**

**2.8 स्वाध्याय**

**2.9 क्षेत्रीय कार्य**

**2.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए**


## 2.1 उद्देश्य :

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप :–

- वेब पब्लिशिंग का परिचय एवं महत्त्व प्राप्त करेंगे।
- लिंक संबंधी जानकारी प्राप्त करेंगे।
- ब्राउजिंग की प्रक्रिया से परिचित हो जाएंगे।

- ई-मेल प्रेषण एवं प्राप्ति की जानकारी प्राप्त करेंगे।
- हिंदी के प्रमुख इंटरनेट पोर्टलों से परिचय प्राप्त करेंगे।
- डाउन लोडिंग एवं अप लोडिंग का ज्ञान प्राप्त करेंगे।
- हिंदी सॉफ्टवेअर से परिचित हो जाएंगे।

## 2.2 प्रस्तावना :

संगणक की कार्य प्रणाली से परिचित उपभोक्ता इंटरनेट की सहायता से विभिन्न जानकारी जुटाता रहता है। वह इंटरनेट से संबंधित सभी प्रक्रियाओं का ज्ञान हासिल करके सूचनाओं का आदान प्रदान कर सकता है। इंटरनेट समस्त संगणकों को जोडकर बनाया गया संजाल है। सूचना प्रौद्योगिकी के युग में अनेक सुविधाएँ उपलब्ध हो रही हैं। इंटरनेट से संबंधित अनेकानेक तंत्रों एवं माध्यमों का विकास हो रहा है। इनमें वेब पब्लिशिंग, लिंक, ब्राउजिंग, ई-मेल, पोर्टल, सॉफ्टवेअर, डाउन लोडिंग एवं अप लोडिंग आदि सहायता पहुँचा रहे हैं। इन्हीं का परिचय यहाँ दिया जा रहा है।

## 2.3 विषय-विवेचन :

### 2.3.1 वेब पब्लिशिंग : परिचय एवं महत्त्व :

World Wide Web में सूचना की तैयारी करना वेब पब्लिशिंग कहा जाता है। व्यापारी को व्यापार बढ़ाने, डॉक्टर को अपना नाम बनाने, नए-नए उत्पाद का ब्यौरा और गुणवत्ता प्रकाशन में वेब पब्लिकेशन असाधारण भूमिका निभा रहा है। कोई भी व्यक्ति अथवा कंपनी विभिन्न प्रकार के उत्पादों को बनाती है अथवा बेचती है। कोई भी शैक्षिक संस्थान अपने कार्य और गुणवत्ता का प्रचार करना चाहता है, तब अनेक ISP (इन्टरनेट सर्विस प्रोवाइडर संस्थाएँ) अव्यावसायिक प्रयोग के लिए अपने सर्वर पर मुफ्त स्थान प्रदान करती हैं। क्योंकि आज हम इंटरनेट से विश्व में कहीं भी विज्ञापन भेज सकते हैं और देख सकते हैं। सर्वर और इंटरनेट कनेक्शन मिलने के बाद इंटरनेट एड्रेस अथवा URL की जरुरत होती है। इससे दूसरे यूजर हम तक पहुँच सकते हैं। इसके लिए IP एड्रेस और डोमेन नेम की आवश्यकता होती है। आज इंटरनेट पर अपनी वेबसाइट बनाना एवं प्रकाशित करना आसान हुआ है। वेब पेज पर बायोडाटा भी प्रकाशित किया जा सकता है। वेब पेज पर पब्लिशिंग करने के लिए डोमेन नेम की आवश्यकता होती है। वह दो प्रकार का होता है -

I अपने देश भारत के लिए प्रयुक्त किया जाने वाला - in

II विश्वव्यापी संस्थान के लिए प्रयुक्त किया जाने वाला - org

इंटरनेट कनेक्शन, वेब सर्वर और डोमेन नेम मिलने पर Java अथवा HTML से वेब पेज की निर्मिति की जाती है। HTML (Hiper Text Markup Language) इस प्रोग्रेमिंग भाषा से Web Document तैयार करके, वेब साइट या होम पेज पर Face Back, Search Engines बनाए जा सकते हैं। इसके लिए GGI और उससे संबंधित प्रोग्रेम भाषा तथा C, C++, Java, C+इत्यादि टूल्स की आवश्यकता होती है। वेब सर्वर स्थापित होने के लिए ISP से सहायता मिलती है। भारत में VSNL इंटरनेट सेवा प्रदाता (ISP) है, इसके माध्यम से जगह

प्राप्त होती है।

आज इंटरनेट पर वेब पेज बनाने वाले अनेक सॉफ्टवेअर उपलब्ध हैं। वेब पेज बनाना तथा वेब पब्लिशिंग आसान काम बना है। व्यावसायिक स्तर पर भी इसका उपयोग हो रहा है। उदाहरण के लिए वेब दुनिया का URL इस प्रकार है –

http://www.webdunia.com

इसमें HTTP सर्वर प्रोटोकॉल है, WWW साइट टाइप है। वेब दुनिया साईट का नाम है और कॉम डोमेन है।

पहले डोमेन छः प्रकार के थे। आज अनेक नए डोमेन प्रचलित हैं, जिनमें से कुछ प्रकार हैं –

पूर्व प्रचलित –. COM - व्यावसायिक कंपनी के लिए

. EDU - शैक्षिक संस्था, विश्वविद्यालयों के लिए

. GOV - सरकार या सरकारी संस्थाओं के लिए

. MIL - अमरिका के रक्षा विभाग हेतु

. NET - इंटरनेट सुविधा प्रदान करने वाली कंपनियों के लिए

. ORG - गैर व्यावसायिक संस्थानों के लिए

नए प्रकार के डोमेन –

. FIRM - व्यावसायिक बिजनेस

. WEB - वर्ल्ड वाइड वेब से डायप करने वाले संस्थानों के लिए

. STORE - खुदरा और मेल से आर्डर के बिजनेस के लिए

. ARTS - सांस्कृतिक और मनोरंजन प्रदान करने वाले संस्थानों के लिए

. INFD - सूचना सुविधा प्रदान करने वाली कंपनियों संस्थानों हेतु

. NOM - जो स्वयं का वेब सर्वर बनाना चाहते हैं, उन व्यक्तिगत वेब पेजों के लिए।

टेलीविजन, न्यूज पेपर आदि में प्रकाशित विज्ञापनों की तुलना में वेब पब्लिशिंग विज्ञापन अधिक प्रभावी होते हैं। वेब पब्लिशिंग के कुछ आधारभूत नियम हैं। जिनसे वेब पब्लिशिंग अन्य विज्ञापन माध्यमों से अलगत्व रखता है।

1. **ग्लोबल एड्रेस एनीमेशन** – यह विश्व के सभी देशों में अपने को जोडता है, इससे अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर विज्ञापन का प्रचार होता है।

2. **कस्टयूमाइजेन** – एक केंद्रीय नेटवर्क सर्वर पर इंटरनेट की वेब पब्लिशिंग और जानकारियाँ उपलब्ध होती हैं, इसका लाभ कोई भी कहीं पर भी तथा किसी भी समय पर कर सकता है।

3. **इंटरेक्शन** – किसी भी प्रकार का संचार इंटरनेट पर संभवनीय है।

4. **कोलेबरेशन** – अपने दस्तावेजों और डेटा को हम संगणक पर अन्य संगणक के साथ इंटरनेट की सहायता से शेयर कर सकते हैं। अन्य कंपनी को अपनी कंपनी की ओर आकर्षित करके कोलेबरेशन कर सकते हैं।

5. **ई.कॉमर्स** – व्यापारी अपने उत्पाद का प्रचार अधिक से अधिक करके आर्डर, क्रयविक्रय एवं व्यापार वृद्धि कर सकता है।

### 2.3.2 लिंक :

एक वेब पेज को किसी अन्य वेब पेज से उसी वेब साइट अथवा किसी दूसरी वेब साइट पर जोडने का कार्य लिंक को संपादित करना है। वेब साइट पर माउस घुमाते वक्त जिस स्थान पर तीर की आकृति हाथ की आकृति के समान बन जाती है, उस स्थान पर **हाइलिंक** होता है। लिंक्स टैक्स आधारित वेब ब्राउजर है। वह विश्वव्यापी वेब पर उपलब्ध फाइलों की टेक्स्ट देखने में सहायता पहुँचाता है। यह दूसरे इनफार्मेशन सेंटर का क्रॉस रिफरेन्स होता है, जो www में रिसोर्स पेज के रुप में होता है। यहाँ क्लिक करने पर www Browser संबंधित पेज सामने आता है। इस ब्राउजर को विण्डों में प्रदर्शित होने वाले वेब पेज पर टेक्स्ट प्रदर्शित होता है। जो बताता है कि यहाँ इस टेक्स्ट से लिंक कोई अन्य वेब पेज है। रेखांकित टेक्स्ट हेडलाइन्स होते हैं। उन पर क्लिक करने से वेब पेज प्रदर्शित होता है, उस पर उससे लिंक्ड विस्तृत समाचार मिलते हैं। अधिक मात्रा में कंटेट वाला वेब पेज नीरस होता है और उसे लोड होने में भी अधिक समय लगता है। इसलिए वेब साइट पर छोटे छोटे वेब पेज बनाए जाते हैं। इन पेजों को आपस में जोडने के लिए लिंक बनाए जाते हैं, इन्हें **हाइपर लिंक** कहा जाता है। एक ही पेज के विभिन्न हिस्सों के लिए भी लिंक का प्रयोग हो सकता है। जो पेज हम देख रहे हैं, उस पेज का लिंक बनाने के लिए हाइपर लिंक बनाने की जगह पर कर्सर लाया जाता है। उसके उपरांत पहले से टाइप किसी टेक्स्ट या इमेज जिसे लिंक बनाना है, उसे सिलेक्ट करें अथवा हाइपर लिंक पर क्लिक करें। वर्तमान खुले हुए पेज के उर्वरित हिस्से के लिंक बनाने के लिए ओपन पैड टॅब पर क्लिक करें और आवश्यक वेब पेज के उपयुक्त बुक मार्क को सिलेक्ट करें। इस तरह लिंक की श्रृंखला से हम एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँच सकते हैं। एक सिंगल क्लिक्स से हमें वांछित जानकारी मिल सकती है।

हाइपर लिंक अथवा लिंक एक ऐसा टेक्स्ट अथवा ग्राफिक फोटो है, जिससे हम एक ही क्लिक से टारगेट रिसोर्स पर पहुँच जाते हैं। वेब पेज का निर्माण HTML की सहायता से किया जाता है। HTML के प्रयोग से दस्तावेजों का लेखक दस्तावेज के विभागों को विशिष्ट रूप से कोडबद्ध करता है। इन्हें ही हाइपर टेक्स्ट संबंध (Hyper text lynx) कहा जाता है। प्रयोक्ता वेब पेज देखकर लिंक्स को चुनकर जानकारी के स्रोत से जुड जाता है और दस्तावेजों, ध्वनि, आकृतियाँ, डेटा-बेसों आदि की जानकारी पाता है।

### 2.3.3 ब्राउजिंग :

ब्राउजिंग का अर्थ **खोज करना** होता है। ब्राउजर विश्वव्यापी संजाल में अपनी आवश्यकता की साइट खोजने में सहायता करता है। इंटरनेट की प्रक्रिया के माध्यम से हम विभिन्न प्रकार की वेब साइटस पर आते हैं और बहुत सी जानकारियाँ प्राप्त कर सकते हैं। ब्राउजर इंटरनेट का एक टूल्स है। वह सॉफ्टवेअर का एक भाग है। वह इंटरनेट और खोजकर्ता के बीच मध्यस्थ का काम करता है। यह काम दो प्रकार का होता है –

1) वेब सर्वर से संबंध स्थापित करना एवं जानकारी के लिए निवेदन करना।

2) उपलब्ध जानकारी प्रयोक्ता के संगणक पर दिखाना।

ब्राउजर लिखित (Text), दृश्य, चित्र (Graphic) आदि पर आधारित होते हैं। इंटरनेट पर जानकारियाँ प्राप्त करना ब्राउजर से आसान हो जाता है। टेक्स्ट ब्राउजर से प्रयोक्ता को बाह्य सामग्री मिलती है और ग्राफिक ब्राउजर से ग्राफिक्स एवं फोटोग्राफ आदि उपलब्ध होते हैं। आज अनेकानेक ब्राउजर उपलब्ध हैं, जो एक जैसे कार्य करते हैं; जैसे - इंटरनेट एक्सप्लोरर, नेटस्केप नेवीगेटर, लिंक्स, Mosaic, Opera Amaya Hot Java आदि प्रमुख ब्राउजर सॉफ्टवेअर हैं।

इंटरनेट पर अनेक प्रकार की साइटस् होती हैं। उसके लिए अच्छे ब्राउजर की आवश्यकता होती है। वेब ठिकाणों से सूचनाएँ, मॅटर, चित्र आदि प्राप्त करने के लिए वेब ब्राउजर की जरुरत होती है। इंटरनेट एक्सप्लोरर ब्राउजर विंडोज 95 और विंडोज 98 के उपभोक्ताओं के पास होता है। संगणक के डेस्क टॉप पर बने इसके आयकॉन को क्लिक करना पडता है। इससे इंटरनेट के साथ हमारा कनेक्शन हो जाता है।

वेब साइट पर जाने के पहले उसका पता जानना पडता है। वेब साइट को जानने के दो तरीकें हैं -

1. जिस वेब साइट को जानने की हम कोशिश करते हैं, उसका नाम पतों वाले बार में टाइप करके एण्टर कुंजी दबाई जाती है।
2. एक्सप्लोरर में सर्च इंजन की सहायता से।

ब्राउजिंग एक आनंददाई काम है। सर्फिंग की क्षमता बढ़ाने के लिए ब्राउजिंग की कुछ तकनीकें सीखनी पडेगी।

1. अपने कार्य से संबंधित वेब साइट खोलनी चाहिए। पूर्व निर्धारित वेब साइट खोलने के बाद ही दूसरी - तीसरी वेब साइट खोलनी चाहिए।
2. रोचक (सेक्स, रोमांस) वेब साइटस् में समय नष्ट न करें। इनसे पैसे और समय की बरबादी होती है।
3. वेब साइटस् की 'फेवरिटस' अथवा 'बुक मार्क' में मार्क कर दे, तो आसानी से कम समय में वेब साइटस् पर पहुँचने में सहायता मिल सकती है।
4. इंटरनेट से जो फाइल डाउन लोड की जाती है, वह हार्ड डिस्क में स्टोर होती है। जरुरत पडने पर उसे देखा जा सकता है।
5. इंटरनेट कनेक्शन 'पीक अवर्स' में नहीं लगाना चाहिए।
6. कोई भी डाक्यूमेंट जब हम लोड कर देते हैं, तब Find बटन जल्द ही उस स्थान पर पहुँचा देगा।

**वेब जानकारी की उपयोगिता :-**

1. उपभोक्ता संगणक में उपयुक्त सॉफ्टवेअर लोड कर सकता है।
2. सस्ते और मुफ्त सॉफ्टवेअर हासिल कर सकता ।

3. किताबें खरीदने की सुविधा मिलती है।

4. सीडी के अनेकानेक म्युजिक स्टोर उपलब्ध होते हैं।

5. बच्चों के लिए खेल और कार्टूनों के अनेक साइटस् उपलब्ध होते हैं।

### 2.3.4 ई–मेल प्रेषण एवं प्राप्ति :

इंटरनेट द्वारा संचलित इलैक्ट्रानिक सेवा का संक्षिप्त रुप e-mail (ई–मेल) है। इससे अपना पत्र, सूचना, दस्तावेज विद्युत गति से जगत् की किसी भी भूमि में स्थित संगणक के मॉनीटर पर पहुँचाया जा सकता है। प्रिंटर की सहायता से प्रिंटाउट निकाला जा सकता है। इससे ई–मेल का सामान्य अर्थ यह हो सकता है कि संगणक और इंटरनेट की सहायता से जगत् के किसी भी कोने से किसी के भी पास डाक भेजना और डाक प्राप्त करना। हार्डवेअर और सॉफ्टवेअर की सहायता से यह कार्य पूरा होता है। संदेश देने वाला और संदेश पाने वाला दोनों ही संगणक की सिस्टम से जुडे रहते हैं। हार्डवेअर से संगणक पद्धति की विभिन्न शाखाएँ एक दूसरी से परस्पर संबंधित रहती हैं। इससे एक शाखा से दूसरी शाखा में संदेशों का आदान प्रदान होता है। इसके लिए ई–मेल प्रेषक संगणक एवं ई–मेल प्रापक संगणक दोनों के पास ई–मेल एकाउण्ट होना आवश्यक होता है। कुछ साइटों को छोडकर अन्य जैसे – याहू, डॉटकाम, इण्डिया टाइम्स आदि वेब साइटें मुफ्त में ही एकाउण्ट खोलने की सुविधा प्रदान करती हैं।

**2.3.4.1 ई–मेल की कार्य पद्धति** :– ई–मेल भेजने वाला पहले संदेश मेल सर्वर को भेजता है। ये सर्वर नेटवर्क, यातायात के अधिक होने तक संदेशों को स्टोर करते हैं। एकत्रित संदेश अगले मेल सर्वर को भेजे जाते हैं। यह प्रक्रिया निरंतर गतिमान रहती है। जब संदेश लक्ष्य 'मेल सर्वर' तक पहुँच जाता है, तब संबंधित मेल सर्वर से प्राप्तकर्ता संदेश प्राप्त करता है। ई–मेल में मेल सर्वर की भूमिका महत्त्वपूर्ण होती है; क्योंकि यह नेटवर्क पर उपस्थित डेटा यातायात के अवरोध की संभावना को स्टोर करने की प्रक्रिया से काम करती है।

**2.3.4.2 ई–मेल प्रेषण** :– जिसे ई–मेल भेजना है, उस व्यक्ति के सही ई–मेल एड्रेस की जानकारी ई–मेल भेजने वाले व्यक्ति के पास होनी चाहिए। Message मेन्यू के New Message विकल्प को क्लिक करने पर डायलॉग बॉक्स स्क्रीन पर आ जाता है। जहाँ पर To लिखा है उस बॉक्स में जिसे संदेश भेजा जा रहा है, उसका पूरा E-mail address टाइप करते हैं और उसके नीचे 'CC' बॉक्स में अन्य प्राप्तकर्ता का पता लिखते हैं। इसके बाद Subject बॉक्स में संदेश भेजने का विषय लिखा जाता है। Contest area में अपना संदेश, पत्र आदि Type करते हैं। इसके साथ कोई Attachment भेजनी हो तो Insert Menu में File attachment चुनकर अटैच बटन क्लिक करते हैं। संदेश तैयार होने पर 'टूल बार' में Send बटन क्लिक करते हैं। अब संदेश पत्र प्राप्त कर्ता के ई–मेल पर पहुँच जाता है।

**2.3.4.2 ई–मेल प्राप्ति** :– ई–मेल प्राप्त करने अथवा भेजने के लिए माइक्रोसॉफ्ट कारपोरेशन से विकसित प्रोग्राम Out Look Express ई–मेल का प्रयोग करते हैं। आउट लूक एक्सप्रेस को खोलने के लिए Start मेन्यू के प्रोग्राम ऑप्शन पर क्लिक कर 'आऊट लूक एक्सप्रेस' को क्लिक किया जाता है। अब आऊट लूक एक्सप्रेस के कई मुख्य भागों जैसे मेन्यू – बार, टूल बार, सामग्री क्षेत्र, आउट लूक बार में से 'आउट लूक बार' पर से Inbox आईकॉन को क्लिक करें। अब Contest area में अभी तक प्राप्त हुए ई–मेल संदेश दिखाई पडेंगे।

इसके उपरांत भिन्न रंग में प्राप्त ई-मेल को डबल क्लिक करें। सामग्री को पढ़ने के बाद Esc की दबाने से हम ई-मेल संदेश से बाहर आ जाते हैं। यदि इस ई-मेल में कोई दस्तावेज अटैचमेंट हो तो उस फाइल आइकॉन पर डबल क्लिक करते हैं। इस अटैचमेंट को अपनी डिस्क में सेव करना है, तो File मेन्यू के Save attachment पर प्रेस करके मनचाहे Folder में सेव किया जा सकता है। इलेक्ट्रॉनिक मेल प्राप्तकर्ता की अनुपस्थिति में भी स्मृति के अंतर्गत संचित होता है।

### 2.3.5 हिंदी के प्रमुख इंटरनेट पोर्टल :

पोर्टल शब्द इंटरनेट के वेब साइटस् के लिए प्रचलित है। पोर्टल उपभोक्ता अथवा प्रयोक्ता को सूचना और मनोरंजन प्रदान करता है। ये दोनों सेवाएँ उपभोक्ता के लिए वेब साइट की शुरुआत में ही प्रवेशद्वार के रुप में स्थित रहती हैं। वेब साइट पर विभिन्न विषयों की सूचनाएँ एकत्रित की जाती हैं। प्रत्येक वेब साइट का एक विशेष नाम होता है और उसका वास्तविक पता होता है। विश्वव्यापी वेब (World Wide Web) की भाषाई दौड में देवनागरी लिपि अन्यों से काफी आगे निकल चुकी है। पहले इंटरनेट पर अंग्रेजी और रोमन का अधिक मात्रा में प्रयोग होता था। अंग्रेजी जाने बिना इंटरनेट पर संग्रहित ज्ञान भांडार खोलना असंभव था। लेकिन इसे Web Duniyan. Com. India Ltd. (वेब दुनिया डॉट काम, इंडिया लिमिटेड) ने संभवनीय बनाया है। हिंदी में इस पोर्टल को विकसित करने का श्रेय **विनय छजवानी** का है। अल्प समय में ही इसकी लोकप्रियता बढ़कर देवनागरी की शक्ति और संभावनाएँ अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर पहुँची हैं। दुनिया ने भी यह महसूस किया है कि भारतीय भाषाओं को यदि मूल परिचालन प्रणाली में शामिल नहीं किया जाएगा, तो उनकी स्थिति में कुछ रिक्तता अनुभूत की जाएगी। आज ऑरेकल, लाइनेक्स और लोटस् जैसी कंपनियों ने भी अपनी मूल परिचालन प्रणाली में हिंदी के साथ अन्य भारतीय भाषाओं को सम्मिलित किया है। इंटरनेट पर देवनागरी की पहचान बनाने वाले इस पोर्टल के माध्यम से समाचार, संस्कृति, मनोरंजन, पर्यटन, ई-व्यवसाय आदि अनेक सूचनाओं से अनिवासी भारतीय लाभान्वित हो रहे हैं। प्रथम भारतीय समाचार पत्र **'नई दुनिया'** का इंटरनेट संस्करण 'वेब दुनिया डॉट काम' से ही 1977 में संपन्न हुआ। वेब दुनिया डॉट कॉम में हिंदी का पहला सर्च इंजन www . khoj . com अथवा **'वेब दुनिया खोज'** रखा गया। इसके अतिरिक्त भारतीय सर्च इंजन www नेट जाल डॉट कॉम, www . india times . com, www/23india . com आदि प्रमुख सर्च इंजिनों की निर्मिति हुई हैं।

विश्व का पहला हिंदी पोर्टल **'नई दुनिया'** है। हिंदी भाषी परिवार की जरुरतों को पूरा करना इसकी उत्पत्ति के पीछे उद्देश्य था। इस पोर्टल के इंटरनेट पर आने से देवनागरी की अनंत सीमाएँ उजागर हुई। इस साइट ने भी लोकप्रियता की चोटी को स्पर्श किया। इसके अतिरिक्त अन्य पोर्टल्स इस प्रकार हैं -

1. art . india . com कला, चित्रकारी, तत्त्व आदि की जानकारी।
2. Hanuman . com हनुमान चालीसा, हनुमान जी की आरती तथा विभिन्न भाषाओं में हनुमान के भजन।
3. India into . com इससे अपनी भाषाओं में सूचना मिल सकती है।
4. www . Baberchi

5. www . Pitara . com

6. www . Saibaba @ shirdi . com

आदि अनेक पोर्टल्स उपलब्ध हैं।

### 2.3.6 अप लोडिंग और डाउनलोडिंग (Uploading and Downloading) :-

डाउनलोड के अंतर्गत उपभोक्ता अपने संगणक की सहायता से दूर दराज में स्थित आवश्यक डाटा नेटवर्क की सहायता से प्राप्त कर सकता है। डाउन लोड करते समय समूची जानकारी में से जितनी जानकारी उपभोक्ता के लिए आवश्यक है, उतनी जानकारी वह नेटवर्क से चुनकर प्राप्त कर सकता है। जो जानकारी उसके लिए अपेक्षित है, उसका उपयोग उपभोक्ता कर सकता है। उपयोगी जानकारी अपने संगणक में स्टोअर कर सकता है।

इंटरनेट पर अनेक प्रकार के प्रोग्राम्स उपलब्ध होते हैं। उन्हें अथवा जिस वेब पेज पर वह डाटा उपलब्ध है, उसे अपने संगणक पर लाया जा सकता है। डाउनलोड में नेटवर्क के संबंधित पेज की कॉपी अपने संगणक की हार्ड डिस्क में रखी जाती है। इस प्रक्रिया में फ्लॉपी तथा सी. डी. का भी उपयोग किया जा सकता है।

अपलोडिंग के अंतर्गत उपभोक्ता अपने पास स्थित जानकारी दूसरों की जानकारी हेतु इंटरनेट पर रख सकता है। अपलोड के अंतर्गत इंटरनेट पर रखी जानकारी एक ही समय पर अनेकों को मिल सकती है। अपलोड में दूसरे संगणक के पास फाइल पहुँचती है। अन्य संगणक उपभोक्ता सर्वर की सहायता से डाउनलोड करके उस डाटा का उपयोग कर सकता है।

अपने संगणक पर जो जानकारी उपलब्ध है, उसे इंटरनेट की सहायता से अपलोडिंग के जरिए स्थानांतरित करके अन्यों को उपलब्ध की जाती है, इस प्रक्रिया को अपलोडिंग कहा जाता है।

अपलोडिंग और डाउनलोडिंग दोनों एक दूसरे के विरुद्ध प्रक्रिया है। एक में जानकारी का प्रेषण किया जाता है, दूसरे में जानकारी प्राप्त की जाती है।

फाइलों का हस्तांतरण करना नेटवर्क का प्रमुख काम है। जो डाटा वेब पेज पर उपलब्ध है, उसे अपने संगणक पर लाया जा सकता है, यह डाउन लोड का काम है। जिस समय फाइल एक स्थान से दूसरे स्थान पर स्थानांतरित होती है, तब अपलोडिंग और डाउनलोडिंग का काम पूरा होता है। अपलोडिंग और डाउनलोडिंग स्थानांतरण से संबंधित दिक्दर्शन संकल्पनाएँ हैं।

डाउनलोडिंग दो प्रकार का होता है -

1) **विनाशुल्क कार्यक्रम - (Free ware Programmes)** - किसी भी प्रकार का शुल्क न देकर इंटरनेट पर अनेक प्रोग्राम्स उपलब्ध होते हैं। उन्हें फ्री वेअर प्रोग्राम्स कहा जाता है। इन्हें अपने संगणक में स्थानांतरित करने के लिए किसी भी प्रकार का बंधन नहीं होता। उपभोक्ता इनका उपयोग अपने व्यक्तिगत लाभ हेतु कर सकता है। लेकिन व्यापारिक दृष्टि से डाउनलोड किए गए प्रोग्राम्स अथवा उनका हिस्सा बाजार में नहीं लाया जा सकता। अगर ऐसा करना है, तो संबंधित कंपनी से संपर्क स्थापित करके उनकी ओर से इजाजत लेनी पडती है।

**2) सशुल्क कार्यक्रम – (Share-ware Programmes)** – इंटरनेट पर कुछ प्रोग्राम्स ऐसे होते हैं, जहाँ प्रोग्राम्स की निर्मिति करने वालों को विशिष्ट शुल्क देकर इंटरनेट के उपभोक्ता आवश्यक जानकारी अपने संगणक की हार्ड डिस्क अथवा पेरिफेरल स्टोरेज डिव्हायसेस (Peripheral Storage Devices) पर संग्रहित कर सकता है। एक बार भुगतान पर शेअर वेयर की ओर से एक गोपनीय शब्द (पासवर्ड) मिलता है। संगणक पर इंटरनेट से संपर्क स्थापित करते वक्त पासवर्ड एंटर करने पर अपना उपयुक्त पेज दिखाई देने लगता है। वेब पेज पर पुस्तक की अनुक्रमणिका के समान सूची दिखाई देने लगती है; उसके आधार पर ब्राउजिंग करके डाउनलोड किया जा सकता है।

### 2.3.7 हिंदी सॉफ्टवेअर :

संगणक प्रणाली के दो प्रमुख भाग होते हैं–

1. हार्डवेअर (संगणक के मशीनी भाग)
2. सॉफ्टवेअर (बौद्धिक उत्पाद)

सॉफ्टवेअर (बौद्धिक उत्पाद) संगणक प्रणाली का महत्त्वपूर्ण भाग है। सॉफ्टवेअर के (1) अक्षर आधारित, (2) चित्र ध्वनि आधारित ये दो प्रकार होते हैं। 'समर्पित सॉफ्टवेअर प्रोग्राम' के अंतर्गत हिंदी में आँकडा संसाधन (Data Base Processer) का एक सॉफ्टवेअर है। 'देव बेस' सॉफ्टवेअर डी बेस III प्लस का द्विभाषी संस्करण है। इसका निर्माण दिल्ली के मै. सॉफटेक प्राइवेट लिमिटेड ने किया है। डी बेस III प्लस के अंतर्गत हिंदी में करने के लिए एक अच्छा पैकेज है। आज हिंदी प्रकाशन ने अंग्रेजी प्रकाशन की स्तर पर टक्कर ले ली है। द्विभाषिक रुप में अनेक सॉफ्टवेअर आज बाजार में उपलबध हैं, जो देवनागरी हिंदी में कार्य करने के लिए अति उपयोगी हैं। जिनमें सॉफ्ट-टेक लि. दिल्ली का 'अक्षर', देवबेस प्रोग्राम, सोनाटा – दिल्ली का 'मल्टीवर्ड', टाटा कंसल्टेंसी मुंबई का 'शब्दमाला', सॉफ्टवेअर रिसर्च ग्रुप – बंगलौर का 'शब्दरत्न', हिंदी ट्रान कम्प्यूटर मुंबई का 'आलेख', किर्लोस्कर बंगलौर का एम्. एल्. वर्क्स, सी. एम्. सी. दिल्ली का 'बाई स्क्रिप्ट', नेशनल इन्फार्मेशन दिल्ली का 'संगम', अन्य कंपनियों के 'सुलेख' आदि सॉफ्टवेअर बाजार में उपलब्ध हैं।

भारतीय भाषाओं में अनेक सॉफ्टवेअरों की निर्मिति हुई हैं; जिनमें प्रमुख हैं– शब्दमाला, शुभलाभ, विजनराइट प्रतीक, ए. पी. एस. अंकुर, क्लार्क एक्सप्रेस, लिपि, भारतलिपि, श्रीलिपि, सिद्धार्थ प्रकाशक, शब्द-रत्न, कुंडली, विकी, सुविण्डो, मुद्रा, चाणक्य, लिपि ऑफिस, शब्द सम्राट, हिंदी पी. सी. डॉस, भारतीय भाषाएँ और जिस्ट, जिस्ट शैल, गुरु के सिवा **'लीला हिंदी प्रबोध'** नामक सॉफ्टवेअर भी है, जो भारत सरकार के राजभाषा विभाग पुणे विश्वविद्यालय में स्थित सी-डेक की सहायता से विकसित किया है। हिंदी सॉफ्टवेअर पैकेजों का अनुवाद क्षेत्र में भी महत्त्वपूर्ण योगदान है। 'अक्षर', 'देवबेस' सॉफ्टवेअरों में नयापन लाया जा रहा है। देवनागरी में स्पेल चेकर, ऑन लाइन सुविधा के साथ-साथ लिपि में भी तीव्र गति से मुद्रण करने में सक्षम सॉफ्टवेअर और फॉण्टस् का आगमन हुआ है। सार्वजनिक जीवन के क्षेत्र में भी हिंदी के सॉफ्टवेअर पैकेज प्रभावशाली ढंग से काम कर रहे हैं। सरकारी उपक्रम सी. एम. सी. दिल्ली ने टेलिफोन डिरेक्टरी, रेल्वे आरक्षण के लिए 'कार्ड स्क्रिप्ट' के माध्यम से देवनागरी का लिप्यांतरण संभव किया है। राष्ट्रीय सॉफ्टवेअर टेक्नॉलॉजी बंबई ने एअर इंडिया के लिए हिंदी पैकेज का निर्माण किया है।

### 2.3.8 हिंदी के प्रमुख ब्लॉग :

अगर आपको Blogging में रूचि है तो आपके मन में यह सवाल तो जरुर उठता होगा कि Best Hindi Blog कौन से हैं। पिछले कुछ सालों में हिंदी Blogging में अनेक सारे नए ब्लॉगर सामने आये हैं जो हिंदी भाषा में बेहतरीन कंटेंट लिखकर हिंदी पाठकों को सही जानकारी प्रदान कर रहे हैं। आज के इस लेख में हम आपको ऐसे ब्लॉग के बारे में बताने वालै हैं जिन्हें हम हिंदी भाषा के सर्वश्रेष्ठ ब्लॉग कह सकते हैं।

**Best Travel Hindi Blog (बेस्ट यात्रा हिंदी ब्लॉग)**

अगर आपको नए-नए स्थानों में घुमने फिरने का शौक है तो आप हमारी सूची में शामिल 2 यात्रा ब्लॉग को पढ़ सकते हैं इन दोनों ब्लॉग में लेखक ने अलग-अलग स्थानों में अपनी यात्रा का अनुभव विस्तार से साझा किया है।

**1 - Inditales.com (Travel Blog From India)**

| | |
|---|---|
| संस्थापक | अनुराधा गोयल |
| स्थापना वर्ष | 2004 (अंग्रेजी भाषा में), 2017 (हिंदी भाषा में) |
| वेबसाइट URL | https://www.inditales.com/hindi/ |
| ब्लॉग केटेगरी | भिन्न-भिन्न स्थानों का यात्रा वृतांत |
| Monthly Visitors | 100K |
| कमाई के साधन | गूगल एड्सेंस, एफिलिएट मार्केटिंग, पेड प्रमोशन, पुस्तकें बेचकर |

**2 - Traveljunoon.com (ट्रेवल जुनून)**

| | |
|---|---|
| संस्थापक | रंजीत वाशु |
| स्थापना वर्ष | 2017 |
| वेबसाइट URL | https://www.traveljunoon.com./ |
| ब्लॉग केटेगरी | यात्रा ब्लॉग |
| Monthly Visitors | 10K |
| कमाई के साधन | गूगल एड्सेंस, एफिलिएट मार्केटिंग, पेड प्रमोशन, पुस्तकें बेचकर |

**(खाना बनाने की 3 हजार रेसिपी)**

| | |
|---|---|
| संस्थापक | जानकारी नहीं |
| स्थापना वर्ष | 2016 |
| वेबसाइट URL | https://www.zaykarecipes.com/ |
| ब्लॉग केटेगरी | खाने की रेसिपी |
| Monthly Visitors | 390K |
| कमाई के साधन | गूगल एड्सेंस, एफिलिएट मार्केटिंग, पेड प्रमोशन |

**(पैसे की बचत ऐसे करें)**

| | |
|---|---|
| संस्थापक | जानकारी नहीं |
| स्थापना वर्ष | 2017 |
| वेबसाइट URL | https://www.investkare.com/ |
| ब्लॉग केटेगरी | बिज़नस, बीमा, नवेश, फाइनेंस, बैंकिंग आदि. |
| Monthly Visitors | 136K |
| कमाई के साधन | गूगल एड्सेंस, एफिलिएट मार्केटिंग, पेड प्रमोशन |

**(बिज़नस आईडिया इन हिंदी)**

| | |
|---|---|
| संस्थापक | डॉक्टर रचना अग्रवाल |
| स्थापना वर्ष | 2018 |
| वेबसाइट URL | https://www.businessideashindi.com/ |
| ब्लॉग केटेगरी | बिज़नस आईडिया, पैसे कमायें, सक्सेस स्टोरी आदि. |
| Monthly Visitors | 250K |
| कमाई के साधन | गूगल एड्सेंस, एफिलिएट मार्केटिंग, पेड प्रमोशन |

**(सर्वश्रेष्ठ हिंदी साहित्य ब्लॉग)**

हिंदी साहित्य ब्लॉग में हमने अपनी सेची में 3 ब्लॉग को स्थान दिया है, इन सभी ब्लॉग ने हिंदी कविता के क्षेत्र में अच्छी ख्याति प्राप्त की है।

## 1 - Hindikunj.com (हिंदी कुंज)

| | |
|---|---|
| संस्थापक | आशुतोष दुबे |
| स्थापना वर्ष | 2009 |
| वेबसाइट URL | https://www.hindikunj.com/ |
| ब्लॉग केटेगरी | साहित्य, कवितायेँ, जीवनी, व्याकरण इत्यादि. |
| Monthly Visitors | 800K |
| कमाई के साधन | गूगल एड्सेंस, एफिलिएट मार्केटिंग, पेड प्रमोशन |

## 2 - Kavitakosh.org (कविता कोष)

| | |
|---|---|
| संस्थापक | ललित कुमार |
| स्थापना वर्ष | 2006 |
| वेबसाइट URL | https://www.kavitakosh.org/ |
| ब्लॉग केटेगरी | विभिन्न भाषाओं में कवितायें |
| Monthly Visitors | 450K |
| कमाई के साधन | गूगल एड्सेंस |

**(सर्वश्रेष्ठ स्वास्थ हिंदी ब्लॉग)**

स्वास्थ के क्षेत्र में भी हमने अपनी सूची में 4 ब्लॉग को शामिल किया है। इन चारों ब्लॉग पर आपको स्वास्थ से संम्बंधित बहुत फायदेमंद लेख मिल जायेगें.

**1 - Myupchar.com (मायउपचार)**

| | |
|---|---|
| संस्थापक | रजत गर्ग और मनुज गर्ग |
| स्थापना वर्ष | 2016 |
| वेबसाइट URL | https://www.myupchar.com/ |
| ब्लॉग केटेगरी | स्वास्थ से सम्बंधित |
| Monthly Visitors | 10K |
| कमाई के साधन | गूगल एड्सेंस, एफिलिएट मार्केटिंग, पेड प्रमोशन |

**2 - Credihealth.com (आपका हेल्थ पार्टनर)**

| | |
|---|---|
| संस्थापक | रवि विरमानी |
| स्थापना वर्ष | 2012 |
| वेबसाइट URL | https://www.credihealth.com/ |
| ब्लॉग केटेगरी | स्वास्थ से सम्बंधित |
| Monthly Visitors | 460K |
| कमाई के साधन | गूगल एड्सेंस, एफिलिएट मार्केटिंग, पेड प्रमोशन |

**3 - Hi.Wikihow.com (विकी हाउ)**

| | |
|---|---|
| संस्थापक | जॅक हॅरिक |
| स्थापना वर्ष | 2004 |
| वेबसाइट URL | https://hi.wikihow.com/ |
| ब्लॉग केटेगरी | स्वास्थ से सम्बंधित |
| Monthly Visitors | 340K (हिंदी ब्लॉग पर) |
| कमाई के साधन | गूगल एड्सेंस, एफिलिएट मार्केटिंग, पेड प्रमोशन |

**(हिंदी सोच)**

| | |
|---|---|
| संस्थापक | पवन कुमार |
| स्थापना वर्ष | 2013 |
| वेबसाइट URL | https://www.hindisoch.com/ |
| ब्लॉग केटेगरी | मोटिवेशन कहानियाँ, हिंदी सुविचार, कवितायें, जीवनी, सक्सेस स्टोरी आदि |
| Monthly Visitors | 195K |
| कमाई के साधन | गूगल एड्सेंस, एफिलिएट मार्केटिंग, पेड प्रमोशन, आदि. |

**(अच्छी खबर)**

| | |
|---|---|
| संस्थापक | गोपाल मिश्रा |
| स्थापना वर्ष | 2010 |
| वेबसाइट URL | https://www.achhikhabar.com/ |
| ब्लॉग केटेगरी | प्रेरणादायक कहानियाँ, सुविचार, जीवनी, निबंध आत्मसुधार आदि. |
| Monthly Visitors | 260K |
| कमाई के साधन | गूगल एड्सेंस, एफिलिएट मार्केटिंग, पेड प्रमोशन |

### 2.3.9 हिंदी की प्रमुख वेबसाईट

आइए हम आपके साथ **हिंदी वेबसाईट की सूची** साझा करते हैं।

1. Amar Ujala - https://www.amarujala.com/
2. Dainik Bhaskar - https://www.bhaskar.com
3. Jagran - https://www.jagran.com/
4. Navbharat Times - https://navbharattimes.indiatimes.com/
5. Hindustan - https://www.livehindustan.com/

6. NDTV Khabar - https://khabar.ndtv.com/
7. Aaj Tak - https://aajtak.intoday.in/
8. ABP News - https://www.abplive.com/
9. Zee News - https://zeenews.india.com/hindi
10. News 18 Hindi - https://hindi.news18.com/
11. India TV - https://www.indiatv.in/hindi
12. Patrika - https://www.patrika.com/
13. Oneindia Hindi - https://hindi.oneindia.com/
14. Nai Dunia - https://www.naidunia.com/
15. Punjab Kesari - https://www.punjabkesari.in/
16. Prabhat Khabar - https://www.prabhatkhabar.com/
17. Samachar Plus - https://samacharplus.com/
18. Janmabhoomi - https://www.janmabhoominewspaers.com/
19. Rajasthan atrika - https://patrika.com/rajasthan-news/
20. Webduia - https://hindi.webdunia.com/

यहां आप हिंदी वेबसाइटों में केवल स्वास्थ्य की वेबसाइट देख सकते हैं।

**Hindi Health Websites List**

- www.helloswasthya.com
- www.myupchar.com
- www.healthnewshind.org
- www.gomedii.com/blogs/hindi
- www.hindi.boldsky.com/health
- www.patrika.com/health-news

**Hindi Tech Websites List**

- www.Techactive.in
- www.Techcrunch.com
- www.Hindiblog4u.in
- www.mybigguide.com
- www.techhindigyan.com

**Hindi News Websites List**

- www.bbc.com/hindi
- www.indiatv.in
- www.jagran.com
- www.newsnationtv.com
- www.msn.com/hi-in
- www.Livehindustan.com
- www.Aajtak.in
- www.Tv9hindi.com
- www.Zeenews.india.com/hindi/india
- www.Hindi.thebetterindia.com
- www.Jansatta.com
- www.Navbharattimes.indiatimes.com
- www.Hindi.news18.com
- www.Abplive.com
- www.Hindi.thequint.com

ब्लॉगर (पूर्व नामः ब्लॉगस्पॉट) एक चिट्ठा होस्टिंग सेवा है जो गूगल ब्लॉगर प्रोग्राम के द्वारा उपलब्ध कराई जाती है, व जिसके द्वारा ब्लॉगर्स अपने नए ब्लॉग शीघ्र ही बना सकते हैं। इसकी मदद से डोमेन नेम और होस्टिंग जब तक ब्लॉगर चाहे निःशुल्क उपलब्ध रहती है। गूगल के एडसेंस कार्यक्रम के द्वारा ब्लोगर्स अपने ब्लॉग से आय भी कर सकते हैं। [2] यह सुविधा अन्य चिट्ठाकारी कार्यक्रमों पर निर्भर नहीं होती। एक ब्लॉग किसी भी कार्य के लिए प्रयोग किया जा सकता है, चाहे वह निजी दैनंदिनी के रूप में हो या व्यावसायिक कार्य के लिए या सामान्य रूप में अनेक विचार दूसरों तक पहुंचाने के लिए ब्लॉगिंग का ज्यादा उपयोग किया जाता है। ब्लॉगस्पॉट का आरंभ सन् 1999 ई. में एक होस्टिंग टूल के रूप में पायरा लॅब्स ने की थी। सन् 2003 ई. में इसे गूगल ने खरीद लिया था, और तब से यह इंटरनेट पर सबसे प्रसिद्ध शुल्करहित होस्टिंग वेबसाइट बनी हुई है।

ब्लॉगर

ब्लॉगर का प्रतीक चिन्ह

ब्लॉगर जालस्थल का मुखपृष्ठ (हिन्दी में), अभिगमन: 23 अप्रैल सन् 2010 ई.

प्रकार

ब्लॉग होस्ट

इनमें उपलब्ध

अंग्रेजी, हिंदी, फारसी ऑर अन्य 57

मालिक

गूगल इंका.

निर्माता

पायरा लैब्स

जालस्थल

www.blogger.com Edit this at Wikidata
एलेक्सा रैंक

19 जनवरी 2019

व्यापारिक?

हां

पंजीकरण

वैकल्पिक, निःशुल्क

उद्घाटन तिथि

23 अगस्त 1999 [1]

वर्तमान स्थिति

सक्रिय

प्रयोग

इस पर ब्लॉग निर्माण के लिए कोई जटिल सॉफ्टवेयर या तकनीकी जानकारी को डाउनलोड करना या उसका प्रयोग नहीं करना पडता। इस पर अपना ब्लॉग बनाने के लिए प्रयोक्ताओं को केवल गूगल पर अपना खाता बनाना पडता है। इस पर साईनअप के लिए प्रयोक्ता को एक अलग नाम रखना होता है जो उसके ब्लॉग का नाम होगा। यही नाम डोमेन नेम के रूप में भी प्रयोग होता है। [2] ब्लॉगस्पॉट पर अन्य कुछ ब्लॉगिंग सेवाओं जैसी सुविधाएं उपलब्ध नहीं. होतीं, लेकिन इसके सर्वसाधारण टूल्स और अन्य सुविधाएं ब्लॉगिंग को अत्यंत सरल बना देती हैं। किन्तु इसका अर्थ ये नहीं है, कि ब्लॉगस्पॉट पर आधुनिक सुविधाएं नहीं हैं। अधिकांश उन्नत प्रयोक्ता अपने ब्लॉग में कई परिवर्तन ला सकते हैं, जिसमें अपना साँचा (टेम्प्लेट) डिजाइन करना और गूगल का जालस्थल

विश्लेषण (वेबसाइट एनलाइजिंग) कार्यक्रम का प्रयोग करने तक की भी सुविधाएं हैं। गूगल पर कई हजार उपकरण (गैजेट) हैं जिनको ब्लॉग्स पर जोडा (अटैच किया) जा सकता है। इनकी मद्द से ब्लॉगर बहुउपयोगी उपयोक्ता ब्लॉग तैयार कर सकते हैं, जिसकी मदद से कई ब्लॉगर एक ही ब्लॉग पर अपना योगदान दे सकते हैं।

सीमाएं

ब्लॉगर ने सामग्री भंडारण एवं तरंगदैर्घ्य (बैंडविड्थ), प्रति उपयोक्ता खाते की सीमाएं नियत की हैं[3]:

ब्लॉगस की संख्या = असीमित

पृष्ठ का नाप = विशिष्ट पृष्ठ (ब्लॉग का मुखपृष्ठ या पुरालेख पृष्ठ) 1 एम.बी. पर सीमित हैं।

लेबल्स की संख्या = 2,000 अपूर्व लेबल/ब्लॉग, 20 अपूर्व लेबल/पोस्ट

चित्र संख्या (उपयोक्ता पिकासा जाल संग्रह से हाइपरलिंक्ड) = कुल भंडार के 1 जी.बी.तक

चित्रों का नाप = यदि ब्लॉगर मोबाइल द्वाआ पोस्ट किया गया, तब 250 के.बी. प्रति चित्र; पोस्ट की हुए चित्र 800px पर परिसीमित लिए जाते हैं।

टीम सदस्य (जो एक ब्लॉग को लिख सकते हैं) = 100

18 फ़रवरी 2010 को, [4] ब्लॉगर ने स्वतः- पृष्ठांकन ''ऑटो-पोजिनेशन'' आरंभ किया है, जिससे प्रति पृष्ठ प्रदर्शित पोस्ट सीमित हो गयी हैं। जिसके कारण मुखपृष्ठ पर पोस्टों की संख्या उपयोक्ता द्वारा बतायी गई संख्या से कम होती है और कुछ उपयोक्ता रुष्ट भी हुए हैं। [5] [6]

वेबसाइट

जालस्थल सार्वजनिक रूप से अन्तर्जाल पर उपलब्ध जालपृष्ठों और सम्बन्धित सामग्री का एक संग्रह है जिसे एक सामान्य डोमेन नाम से पहचाना जाता है और कम से कम एक जाल सर्वर पर प्रकाशित किया जाता है। उल्लेखनीय उदाहरण wikipedia.org, google.com और amazon.com हैं।

The usap.gov website

सभी सार्वजनिक रूप से सुलभ जालस्थलें सामूहिक रूप से विश्वव्यापी जाल का गठन करती हैं। ऐसी निजी जालस्थल भी हैं जिन्हें केवल एक निजी संजाल पर ही अभिगम किया जा सकता है, जैसे कि अपने कर्मचारियों के लिए कम्पनी की आन्तरिक जालस्थल। उपयोगकर्ता डेस्कटॉप, लैपटॉप, टैबलेट और स्मार्टफोन सहित कई उपकरणों पर जालस्थलों तक पहुंच सकते हैं। इन उपकरणों पर प्रयोग किए जाने वाले अनुप्रयोगों को जाल ब्राउज़र कहा जाता है।

जालस्थल सामान्यतः किसी विशेष विषय या उद्देश्य, जैसे समाचार, शिक्षा, व्यापार, मनोरंजन या सामाजिक नेटवर्किंग के लिए समर्पित होती हैं। जालपृष्ठों के बीच अतिपाठकरण स्थल के मार्गदर्शन को निर्देशित करती है. जो अक्सर मुख्य पृष्ठ से शुरू होती है।

## 2.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न :

**प्रश्न 1 अ) निम्नलिखित वाक्यों में दिए गए पर्यायों में से उचित पर्याय चुनकर वाक्य फिर से लिखिए।**

1. वेब पेज पर पब्लिशिंग करने के लिए ............... की आवश्यकता होती है।

   अ) अपने  ब) कूट  क) **डोमेन**  ड) टेलिफोन

2. अधिक मात्रा में कंटेट वाला वेब पेज ................ होता है।

   अ) सरस  ब) **नीरस**  क) लाभदायी  ड) त्रुटिपूर्ण

3. ब्राउजिंग का अर्थ ........... होता है।

   अ) देखना  ब) बढ़ाना  क) विकसित करना  ड) **खोज करना**

4. इलेक्ट्रॉनिक मेल प्राप्तकर्ता की अनुपस्थिति में भी .........के अंतर्गत संचित होता है।

   अ) ब्राउजर  ब) **स्मृति**  क) सर्वर  ड) टेलिफोन

5. ...... उपभोक्ता अथवा प्रयोक्ता को सूचना और मनोरंजन प्रदान करता है।।

   अ) मॉडम  ब) ई-कॉमर्स  क) **पोर्टल**  ड) नई दुनिया का

6. राष्ट्रीय सॉफ्टवेअर टेक्नॉलॉजी बंबई ने एअर इंडिया के लिए ..........  पैकेज का निर्माण किया है।

   अ) **हिंदी**  ब) मराठी  क) इंग्लिश  ड) हिंग्लिश

7. हिंदी सॉफ्टवेअर पैकेजों का .......... क्षेत्र में भी महत्त्वपूर्ण योगदान है।

   अ) संगणक  ब) वेब साइटस्  क) **अनुवाद**  ड) टूल्स

8. ग्लोबल एड्रेस एनीमेशन से ............  स्तर पर विज्ञापन का प्रचार होता है।

   अ) **अंतर्राष्ट्रीय**  ब) राष्ट्रीय  क) प्रांतीय  ड) स्थानीय

9. रेखांकित ........... हेडलाइन्स होते हैं।

   अ) लिंक  ब) ब्राउजर  क) पोर्टल  ड) **टेक्स्ट**

10. ब्राउजर इंटरनेट का एक .......... है।

    अ) रुप  ब) **टूल्स**  क) नाम  ड) दिखावा

**आ) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर एक-एक वाक्य में लिखिए।**

1. वेब पब्लिशिंग किसे कहा जाता है?
2. ई-कॉमर्स का लाभ व्यापारी को कैसे मिलता है ?
3. वेब पेज का निर्माण किसकी सहायता से किया जाता है ?

4. ब्राउजर का प्रमुख काम कौनसा है ?
5. इंटरनेट पर कितने प्रकार की साइटस् होती हैं?
6. ई-मेल क्या है ?
7. पोर्टल शब्द किसके लिए प्रचलित है ?
8. विश्व का पहला हिंदी पोर्टल कौनसा है?
9. 'लीला हिंदी प्रबोध' सॉफ्टवेअर कहाँ से विकसित हुआ है?
10. Hanuman . com पोर्टल में कौनसी जानकारी उपलब्ध है?

## 2.5 पारिभाषिक शब्द – शब्दार्थ :

**संचार :** सूचनाओं का आदान प्रदान

**उत्पाद :** निर्मित

**वद्र्धन :** वृद्धि

**मेमरी :** स्मृतिकोश

**कंट्रोल यूनिट :** नियंत्रण इकाई

**होस्ट कम्प्युटर :** आश्रयदाता संगणक

**अवरोध :** रुकावट

**स्रोत :** आधार या साधन

**ब्राउजिंग :** खोज करना

**उपभोक्ता :** उपभोग करने वाला

**सॉफ्टवेअर :** बौद्धिक उत्पाद

**द्विभाषी :** दो भाषाएँ

## 2.6 स्वयं अध्ययन प्रश्नों के उत्तर :

**प्रश्न 1 अ)**

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 1. डोमेन | 2. नीरस | 3. खोज करना | 4. स्मृति | 5. पोर्टल |
| 6. हिंदी | 7. अनुवाद | 8. अंतर्राष्ट्रीय | 9. टेक्स्ट | 10. टूल्स |

**प्रश्न 1 आ)**

1. World Wide Web में सूचना की तैयारी करना वेब पब्लिशिंग है।
2. ई-कॉमर्स से व्यापारी अपने उत्पाद-का प्रचार अधिक से अधिक करके आर्डर, क्रयविक्रय एवं व्यापार वद्र्धन कर सकता है।
3. वेब पेज का निर्माण HTML की सहायता से किया जाता है।
4. ब्राउजर विश्वव्यापी संजाल में अपनी आवश्यक साइट खोजने में सहायता करता है।
5. इंटरनेट पर अनेक प्रकार की साइटस् होती हैं।
6. इंटरनेट द्वारा संचलित इलैक्ट्रानिक सेवा का संक्षिप्त रुप e-mail है।

7. पोर्टल शब्द इंटरनेट के वेब साइटस् के लिए प्रचलित है।
8. विश्व का पहला हिंदी पोर्टल 'नई दुनिया' है।
9. भारत सरकार के राजभाषा विभाग, पुणे विश्वविद्यालय में स्थित सी-डेक की सहायता से 'लीला हिंदी प्रबोध' नामक सॉफ्टवेअर विकसित किया है।
10. Hanuman . com में हनुमान चालीसा, हनुमान जी की आरती तथा विभिन्न भाषाओं में स्थित हनुमान के भजन उपलब्ध हैं।

## 2.7 सारांश :

1. इंटरनेट कनेक्शन, वेब सर्वर और डोमेन नेम मिलने पर वेब पेज की निर्मिति की जाती है।
2. टेलिविजन, न्यूज पेपर आदि में प्रकाशित विज्ञापनों की तुलना में वेब पब्लिशिंग विज्ञापन अधिक प्रभावी होते हैं।
3. वेब साइट पर छोटे-छोटे वेब पेज बनाए जाते हैं।
4. एक वेब पेज को किसी अन्य पेज से उसी वेब साइट अथवा किसी दूसरी वेब साइट पर जोडने का कार्य लिंक करता है।
5. ब्राउजर की सहायता से हम इंटरनेट की अनेक साइटस् को देखते हैं।
6. ब्राउजिंग आनंददायी काम है; सर्फिंग क्षमता बढ़ाने के लिए ब्राउजिंग की तकनीकें सीखनी पडती हैं।
7. इलेक्ट्रॉनिक सेवा का संक्षिप्त नाम E-MAIL है।
8. संगणक और इंटरनेट की सहायता से जगत् के किसी भी कोने-से किसी के भी पास डाक भेजना और डाक पाना ई-मेल है।
9. पोर्टल शब्द इंटरनेट के वेब साइटस् के लिए प्रचलित है।
10. विश्व का पहला हिंदी पोर्टल 'नई दुनिया' है।
11. सॉफ्टवेअर (बौद्धिक उत्पाद) संगणक प्रणाली का महत्त्वपूर्ण भाग होता है।
12. राष्ट्रीय सॉफ्टवेअर टेक्नॉलॉजी बंबई ने एअर इंडिया के लिए हिंदी पैकेज का निर्माण किया है।
13. आज हिंदी के अनेक सॉफ्टवेअर उपलब्ध हैं।

## 2.8 स्वाध्याय :

1. वेब पब्लिशिंग का परिचय एवं महत्त्व स्पष्ट कीजिए।
2. टिप्पणियाँ - लिंक, ब्राउजिंग, ई-मेल प्रेषण एवं प्राप्ति, हिंदी के प्रमुख इंटरनेट पोर्टल, डाउन लोडिंग एवं अप लोडिंग, हिंदी सॉफ्टवेअर।

## 2.9 क्षेत्रीय कार्य :

1. वेब पब्लिशिंग पर के विज्ञापनों की भाषा, चित्र का परिचय प्राप्त कीजिए।
2. हिंदी कम्प्युटर प्रणाली का अध्ययन कर दैनंदिन जीवन में उसका प्रयोग कीजिए।
3. इंटरनेट का दैनंदिन जीवन में प्रयोग कीजिए।
4. अपना ई-मेल अड्रेस तैयार कीजिए। संदेश प्रेषण एवं प्राप्ति की प्रक्रिया से परिचित हो जाइए।

## 2.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए :

1. प्रयोजन मूलक हिंदी : अधुनातन आयाम - डॉ. अंबादास देशमुख
2. प्रयोजनमूलक हिंदी - डॉ. लक्ष्मीकांत पाण्डेय, डॉ. प्रमिला अवस्थी

1. **बहुविकल्पीय प्रश्न**

    1. संचार प्रक्रिया में स्त्रोत और.......... के बीच संचालित होती है।

        अ. वक्ता ब. श्रोता क. वाचक ड. लेखक

    2. अंग्रेजी के फीचर शब्द का कोशगत अर्थ...... है।

        अ. नाट्यरुपक ब. श्रव्य नाटक क. ध्वनि नाटक ड. रेडियो नाटक

    3. संचार शब्द संस्कृत के चरधातु से नि:सृत है, जिसका अर्थ....... है।

        अ. चलना या फिरना ब. भागना क. कूदना ड. चिल्लाना

    4. किसी भी माध्यम के समाचार लेखन में........ क कारों का समावेश अनिवार्य होता है।

        अ. आठ ब. दस क. छह ड. नौं

    5. रेडियो नाटक की भाषा का मुख्य गुण......... है।

        अ. गौरवात्मकता ब. चित्रात्मकता क. अभिनेयता ड. पित्रात्मकता

    **उत्तर :** 1. ब 2. अ 3. अ 4. क 5. ब

2. **उचित मिलान कीजिए।**

    1. सैमुअल सेल्डन — अ. चित्रात्मकता
    2. आकाशवाणी स्थापना — ब. नाटय रुपक

3. फीचर शब्द कोशगत अर्थ — क. आधुनिक गदय विधा

4. रिपातार्ज — ड. सन् 1936 ई.

5. रेडियो नाटक — इ. नाट्य के पांच प्रमुख प्रेरणा स्त्रोत

**सही मिलान**

1. – इ, 2. – ड, 3. – क, 4. – ब, 5. – अ

3. **सही गलत का निर्धारण कीजिए।**

1. सैमुअल सेल्डन ने नाटय के पाँच प्रमुख प्रेरणास्त्रोत माने हैं, रेडियो द्वारा प्रसारणार्थ लिखे गए नाटकों को लिरिक्स नाटक कहा जाता है।
2. संचार शब्द संस्कृत के चर धातु से बना हुआ है, जिसका अर्थ सिर्फ एक स्थान पर आराम के साथ बैठना है, संचार प्रक्रिया में स्त्रोत और श्रोता के बीच संचलित होती है।
3. सिडनी के अनुसार संवाद की रेडियो नाटक है, रेडियो नाटक संकलनत्रय से बंदिस्त होता है।
4. तकनीक शब्द टेकनिक का हिंदीकरण है, संचार माध्यम संपर्क के रुप में जाना जाता है।
5. डॉ. सिध्दनाथ कुमार के शब्दों में रेडियो नाटक मूलत; उजाले का नाटक है, रेडियो नाटक की भाषा मूलत; अचित्रात्मक होती है।

**सही उत्तर**

1. पहला सही और दूसरा भी सही है।
2. पहला गलत और दूसरा सही है।
3. पहला गलत है, और दूसरा भी गलत है।
4. पहला सही है, और दूसरा भी सही है।
5. पहला गलत और दूसरा भी गलत है।

----------

### इकाई – 3 खंड

# जनसंचारीय हिंदी : सामान्य स्वरूप

### इलेक्ट्रॉनिक माध्यम

---

**3.1 उद्देश्य**

**3.2 प्रस्तावना**

**3.3 विषय विवेचन**

3.3.1 श्रव्य माध्यम : रेडियो

3.3.2 मौखिक भाषा की प्रकृति

3.3.3 रेडियो समाचार लेखन

3.3.4 रेडियो समाचार वाचन

3.3.5 रेडियो नाटक

3.3.6 उद्घोषणा लेखन

3.3.7 विज्ञापन लेखन

3.3.8 फीचर

3.3.9 रिपोर्ताज

3.3.10 ज्ञान विज्ञान के विभिन्न क्षेत्रों के पारिभाषिक वाक्यांश (100)

**3.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न**

**3.5 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ**

**3.6 स्वयं अध्ययन प्रश्नों के उत्तर**

**3.7 सारांश**

**3.8 स्वाध्याय**

**3.9 क्षेत्रीय कार्य**

**3.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए**

## 3.1 उद्देश्य :

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप :-

- जनसंचारीय हिंदी का सामान्य स्वरुप स्पष्ट कर सकेंगे।
- इलेक्ट्रॉनिक माध्यम का सामान्य स्वरुप स्पष्ट कर सकेंगे।
- श्रव्य-माध्यम रेडियो का स्वरुप स्पष्ट कर सकेंगे।
- मौखिक भाषा की प्रकृति स्पष्ट कर सकेंगे।
- समाचार लेखन एवं वाचन पद्धति स्पष्ट कर सकेंगे।
- रेडियो नाटक, उद्घोषणा और विज्ञापन लेखन कला का परिचय पाएँगे।
- फीचर एवं रिपोर्ताज का परिचय प्राप्त कर सकेंगे।

## 3.2 प्रस्तावना :

मनुष्य एक सामाजिक प्राणी है और वह एक-दूसरे की सहायता, क्रिया-प्रतिक्रिया द्वारा अपना जीवन यापन करता है। उसकी इस आवश्यकता के कारण एक मनुष्य का दूसरे मनुष्य के साथ संवाद और संपर्क अनिवार्य होता है। प्राचीन काल से ही मनुष्य आपसी संपर्क और संवाद के माध्यम खोजता आया है। मनुष्य की प्रगति के साथ-साथ उसके संपर्क तथा संवाद के साधनों का स्वरुप नित्य-निरंतर बदलता रहा है। बदलते परिवेश के साथ-साथ औद्योगिक क्रांति से संपर्क एवं संवाद साधनों में आए परिवर्तन के कारण आज पलभर में पूरी दुनिया के साथ संपर्क संभव हुआ है। इसी कारण अब इन्हें संपर्क-साधन की अपेक्षा '**संचार-साधन**' कहा जाने लगा है।

वर्तमान काल के संचार-माध्यमों का कार्य अनेक विषयों की जानकारी जनता तक पहुँचाना है। जन-साधारण के विचारों और प्रतिक्रियाओं को इन माध्यमों में महत्त्वपूर्ण स्थान मिला है। अब ये माध्यम राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक, धार्मिक, सांस्कृतिक, साहित्यिक, वैज्ञानिक विषयों के साथ-साथ फिल्म-जगत्, क्रीडा-जगत्, शेअर-मार्केट, खेती-जगत् जैसे अनेक विषयों की जानकारी भी देने लगे हैं। इसी कारण इन जनसंचारीय माध्यमों में ऐसी भाषा का प्रयोग अनिवार्य होता है, जिसे जन साधारण समझ सके और अपने आपको व्यक्त कर सके।

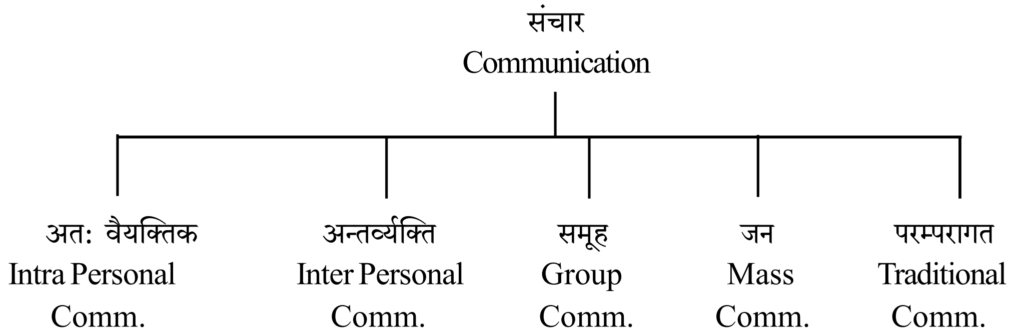
**रीवर्स पीटरसन** तथा **जेन्सन** ने जनसंचार की विशेषता बताते हुए लिखा है - ''जनसंचार सर्वसाधारण के लिए होता है, विशेष वर्ग के लिए नहीं, जनसंचार अपना संदेश मुद्रित, दृश्य व श्रव्य जैसे साधनों से प्रकट करता है।'' जनसंचार माध्यमों को परंपरागत माध्यम, मुद्रित माध्यम और इलेक्ट्रॉनिक माध्यम इन तीन प्रमुख समूहों में विभाजित किया जाता है। इन माध्यमों की अभिव्यक्ति का अपना-अपना ढ़ंग होता है। इनकी अभिव्यक्ति और प्रभाव में भिन्नता होती है, अत: भाषा के स्वरुप में भी भिन्नता होती है।

## 3.3 विषय-विवेचन :

अंग्रेजी शब्द '**communication**' वर्तमान संदर्भों में '**संचार**' का पर्याय बन चुका है। 'संचार' शब्द

संस्कृत के 'चर' धातु से नि:सृत है, जिसका **'अर्थ चलना'** या **'संचारण करना'** है। वस्तुत: 'संचार' का अर्थ एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक अर्थपूर्ण संदेशों का संप्रेषण है। हिंदी में जनसंचार के संप्रेषण का इतिहास बहुत पुराना है। 9 वीं शताब्दी के प्राप्त शिलांकित रचनाओं से यह संकेत मिलता है कि, हिंदी ने संवाद या प्रेषण के क्षेत्र में अपनी विशेषताओं का संकेत देना आरंभ कर दिया था। मध्यकाल के भक्तों और संतों ने सांस्कृतिक पुनर्जागरण के लिए प्रयुक्त विभिन्न सूत्रों के रुप में अखिल भारतीय संचार व्यवस्था दिखाई देती है। मुगल बादशाहों ने संचार माध्यमों की उपादेयता को प्रशासनिक कार्यों के लिए अपनाया था। परंतु आधुनिक अर्थ में जनसंचार की सुविधाओं से हिंदी भाषी जनता का परिचय 19 वीं शताब्दी में हुआ। भारतेंदु हरिश्चंद्र ने बार-बार ऐसे नए संचार माध्यमों को हिंदी भाषा से जोड़ने की वकालत की है, जिनका आविष्कार तो यूरोप में हुआ, किंतु जिनकी उपादेयता भारतीय वातावरण में सिद्ध होने लगी थी।

जनसंचार माध्यमों में हिंदी ने एक ओर हिंदी को व्यापक भू-भाग तक फैलाया, तो दूसरी ओर हिंदी भाषा की संरचना और प्रयुक्ति में कई परिवर्तन लाए हैं। संचार माध्यमों की हिंदी न तो सामान्य बोलचाल की भाषा है और न ही काव्य भाषा है। इसी कारण जनसंचार के विभिन्न माध्यमों से हिंदी का प्रयोग करते समय प्रयोगकर्ता को इस बात का ध्यान रखना पड़ता है कि, उसे किस माध्यम के लिए भाषिक संप्रेषण करना है। संचार प्रक्रिया स्त्रोत और श्रोता के बीच संचालित होती है। यह प्रक्रिया भाव, विचार और संदेश की अभिव्यक्ति द्वारा श्रोता में प्रतिक्रिया उत्पन्न करती है। विद्वानों द्वारा स्वीकृत 'संचार' के पाँच रुपों में 'जनसंचार' एक प्रमुख रुप है।




संचार माध्यम के रुप में हिंदी आज भारत की सर्वाधिक प्रचलित भाषा है। पूरा संचार तंत्र हिंदी के माध्यम से अपने आपको प्रचलित बनाए रखने का प्रयास कर रहा है। संचार का अर्थ है अधिक से अधिक लोगों तक पहुँचना। भारत में हर व्यक्ति तक पहुँचने के लिए कोई भी संचार माध्यम रेडियो, फिल्म, दूरदर्शन, समाचार पत्र-हो, हिंदी भाषा का प्रयोग आवश्यक है।

### 3.3.1 श्रव्य माध्यम : रेडियो :

भाषा की प्रारंभिक श्रव्य परंपरा का आधुनिक रुप आकाशवाणी है। आकाशवाणी को **लेनिन** ने 'बिना कागज औरी दूरी का समाचार पत्र' कहा है। रेडियो मनुष्य जीवन के स्वास्थ्य, राजनीति, शिक्षा, विदेशी समाचार, प्रबंधन आदि क्षेत्रों के त्वरित प्रसारण द्वारा मानव जीवन में गुणात्मक परिवर्तन का माध्यम सिद्ध हुआ है।

रेडिओं के लिए 'आकाशवाणी' शब्द भारत वर्ष के केंद्रीय सरकार द्वारा संचलित, देशव्यापक, अखिल भारतीय संस्था के लिए व्यवहार में लाया जाता है। 8 जून सन- 1936 ई. में इस संस्था की स्थापना के अवसर

पर इसका अंग्रेजी नामकरण **'ऑल इंडिया रेडियो'** हुआ। परंतु इससे पूर्व ही सन 1935 ई. में देसी रियासत म्हैसूर सरकार ने अपने रेडियो स्टेशन के लिए **'आकाशवाणी'** की संज्ञा दी थी। भारत वर्ष के स्वतंत्र हो जाने के कुछ समय बाद जब देसी रियासतों के रेडियो स्टेशन ऑल इंडिया रेडियो में सम्मिलित कर लिए गए, तो ऑल इडिया रेडियो के लिए भारतीय नाम 'आकाशवाणी' अपना लिया गया। आज अंग्रेजी में 'ऑल इंडिया रेडियो' और भारतीय भाषाओं में 'आकाशवाणी' शब्द का व्यवहार होता है।

'आकाशवाणी' की स्थापना सन् 1936 ई. में हुई, लेकिन भारतवर्ष में रेडियो कार्यक्रमों का सिलसिलेवार प्रसारण 23 जुलाई 1927 से ही प्रारंभ हो गया था। 'आकाशवाणी' केंद्रीय सरकार के प्रसार और सूचना मंत्रालय के अधीनस्थ एक विभाग है। 'आकाशवाणी' का प्रधान कार्यालय नई दिल्ली के प्रसार भवन और आकाशवाणी भवन में स्थित है। आकाशवाणी भारतीयों के लिए लगभग 18 मुख्य भाषाओं और 50 उपभाषाओं में विभिन्न प्रकार के कार्यक्रम प्रसारित करती है। कार्यक्रम के प्रथम वर्ग में क्षेत्रीय भाषाओं के वे कार्यक्रम आते हैं, जो विभिन्न स्टेशनों से प्रसारित होते हैं। इनमें संगीत, वार्ता, नाटक और सामान्य समाज से जुड़े अनेक प्रकार के कार्यक्रम आते हैं। दूसरा वर्ग है राष्ट्रीय कार्यक्रमों का, जो दिल्ली से प्रसारित होते हैं और सभी क्षेत्रीय स्टेशनों द्वारा 'रिले' किए जाते हैं। इन राष्ट्रीय कार्यक्रमों द्वारा देश में सांस्कृतिक आदान-प्रदान बढ़ने में सहायता मिलती है। तीसरे कार्यक्रम के अंतर्गत समाचार बुलेटिन आते हैं। चौथा वर्ग है विविध भारती कार्यक्रमों का। यह हलके-फुलके मनोरंजन चाहने वाले श्रोताओं के लिए केंद्रीय रुप से संपादित होकर कुछ शक्तिशाली ट्रांसमिटरों पर प्रतिदिन प्रसारित किए जाते हैं और सारे देश में सुने जा सकते हैं। पाँचवा वर्ग है विशिष्ट नेताओं के लिए कार्यक्रमों का।

शब्दों की रफ्तार बहुत तेज होती है। साधारण ढ़ंग से हवा में बोला गया शब्द एक सेकण्ड में 3325 मीटर तेजी से दौड़ता है। पानी में उसकी गति प्रति सेकण्ड 1449 मीटर, तो लोहे के तार के माध्यम से प्रति सेकण्ड 5130 मीटर होती है। 19 वीं शताब्दी के अंत में विद्युत चुंबकीय तरंगों का पता लगा। शब्दों का सीधा प्रसारण पहली बार सन् 1892 ई. में हुआ। अमरिका के **नाथन वोस्टबल फील्ड** ने भीड भरे चौराहें पर बिना तारों की सहायता के आवाज का प्रसारण कर एक नए युग का प्रारंभ किया। दुनिया का पहला प्रसारण 24 सितम्बर सन् 1906 ई. को हुआ और यहीं से रेडियो की विकास यात्रा का प्रारंभ हुआ। भारत में डाक-तार विभाग ने 'द टाईम्स ऑफ इंडिया' के सहयोग से पहला संगीत प्रसारण 1921 ई. में मुंबई से किया। 23 जुलाई सन् 1927 ई. को इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी की स्थापना हुई और 8 जून सन् 1936 ई. को इसे ऑल इंडिया रेडियो नाम दिया गया।

### 3.3.2 मौखिक भाषा की प्रकृति :

भाषा को परिभाषित करते हुए **डॉ. भोलानाथ तिवारी** ने लिखा है - ''भाषा उच्चारण-अवयवों से उच्चरित मूलत: यादृच्छिक ध्वनि-प्रतीकों की वह व्यवस्था है, जिसके द्वारा किसी भाषा-समाज के लोग आपस में विचारों का आदान-प्रदान करते हैं।'' भाषा विज्ञान के जनक **लियानोर्ड ब्लूमफिल्ड** ने 'द लैंग्वेज' में भाषा की परिभाषा इस प्रकार दी है - 'Language is a system of arbitrary symbols by means of which a society-group co-operate and interact' अर्थात् 'भाषा यादृच्छिक प्रतीकों की व्यवस्था है, जिसके द्वारा कोई भाषा समुदाय परस्पर व्यवहार करता है, एक-दूसरे से संपर्क स्थापित करता है।'

भाषा के लिखित और मौखिक दो रूप होते हैं। भाषा का प्रयोग कभी बोलकर किया जाता है, तो कभी लिखकर। भाषा का बोला गया रूप **'मौखिक रूप'** कहा जाता है। लिखा गया रूप **'लिखित रूप'** होता है। भाषा के मौखिक रूप में ध्वनियों का प्रयोग होता है। ध्वनियों का उच्चारण करके अपनी बात कहीं जाती है। मौखिक भाषा में भावों के अनुरुप आवाज में उतार-चढ़ाव आता है। भावों के अनुरुप मुख मुद्रा भी परिवर्तित होती रहती है। मौखिक भाषा का प्रयोग करते समय प्रयोक्ता को अधिक सोचने-समझने का अवसर नहीं होता, इसी कारण मौखिक भाषा के वाक्य कभी-कभी अधूरे, अटपटे और उपयुक्त क्रम से रहित होते हैं। मौखिक भाषा सहज स्फूर्त, अधिक सहज होती है, परंतु लिखित भाषा की तरह सुव्यवस्थित नहीं होती।

भाषा की मूल प्रकृति मौखिक एवं श्रव्य है। सामान्यत: देखा जाता है कि, मनुष्य की भाषा सीखने की क्रिया श्रवण से ही प्रारंभ होती है। छोटा बच्चा पहले सुनकर भाषा का ग्रहण करता है और तत्पश्चात् इशारों से या बोलकर अपने आपको अभिव्यक्त करता है। स्कूल में प्रवेश लेने से पहले वह लगभग 3000 शब्द केवल सुनकर सिखता है, जिन्हें वह लिखना या पढ़ना नहीं जानता। इसी प्रकार अनपढ़, अशिक्षित लोग मात्र श्रवण के द्वारा ही भाषा और ज्ञान प्राप्त करते हैं। वास्तव में संचार का सीधा अर्थ भाषा ही है, क्योंकि भाषा ही संचार का माध्यम है। इसलिए रेडियो जनसंचार माध्यम के रूप में अत्यंत महत्त्वपूर्ण है। रेडियो सबसे सशक्त संचार माध्यम इसलिए भी है कि, वह हर वर्ग और व्यक्ति द्वारा, फिर वह पढ़ा-लिखा हो या अनपढ़, जवान हो या बूढ़ा, स्त्री हो या पुरुष - ग्राह्य होता है। इस माध्यम को अपनाने में वक्ता और श्रोता के बीच संबंध स्थापित करने में मौखिक भाषा ही मुख्य भूमिका निभाती है। सामान्य वार्तालाप में संवादों के साथ मुख-मुद्रा, हाव-भाव भी व्यक्त होते हैं, परंतु रेडियो की भाषा में केवल शब्दों द्वारा वक्ता के भाव, विचार, संवेदना को ग्रहण किया जाता है। इसी कारण मौखिक भाषा के लिए यह आवश्यक होता है कि, वह सरल, शुद्ध, रोचक और लघु आयामी हो। कठिन शब्द, भारी भरकम शब्दावली मौखिक भाषा के प्रभाव को ठेस पहुँचाते हैं। रेडियो की भाषा मात्र मौखिक या श्रव्य होने के कारण उसकी अपनी शिल्पगत विशेषता होती है। रेडियो की भाषा 'लोकभाषा' होती है, जो आसानी से हर व्यक्ति की समझ में आती है। अत: हम कह सकते हैं कि सभी संचार माध्यमों में रेडियो ही एक ऐसा माध्यम है, जो हमारी भाषा को जन-जन तक पहुँचाने में सफल हुआ है।

रेडियो का श्रोता ध्वनियों के माध्यम से समग्र दृश्य को समझने का प्रयास करता है। इसी कारण रेडियो लेखन अधिक लेखन कौशल की माँग करता है। अपनी पुस्तक 'रेडियो लेखन' में **मधुकर गंगाधर** ने कहा है, 'रेडियो के लिए लिखना मात्र व्याकरण-नियंत्रित वाक्यों की रचना नहीं है, उसका अपना एक व्यक्तित्त्व होता है। रेडियो की भाषा भी अपनी प्रकृति में अन्य माध्यमों से भिन्न होती है, जिसका मूलाधार उसकी श्रव्यता है।' रेडियो की शब्दावली वाक् (speech), ध्वनि-प्रभाव (sound effect) और मौन (silence) से निर्मित होती है। मौखिक भाषा में सहजता, सरलता और स्वरों के उतार-चढ़ाव का महत्त्व होता है। सूर, ताल और स्वर में विविधता वाली ध्वनि मौखिक भाषा की आवश्यक प्रकृति है। ध्वनि प्रभाव बढ़ाने के लिए संगीतात्मक भाषा का प्रयोग किया जाता है, जो पात्रों की मनोदशा व्यक्त करने में सहायक होता है।

### 3.3.3 रेडियो समाचार लेखन :

रेडियो समाचार-लेखन एक विशिष्ट कला है। पत्रकारिता की एक विशिष्ट विधा है। रेडियो श्रव्य माध्यम होने के कारण उसे समझने के लिए व्यक्ति का पढ़ा-लिखा होना आवश्यक नहीं होता। रेडियो से प्राप्त ज्ञान

श्रुति-ज्ञान होता है, अत: रेडियो के लिए लिखे गए समाचारों में एक विशेष प्रकार की भाषा-शैली आवश्यक होती है। रेडियो अपने विस्तार और अतिशीघ्र संदेश प्रसारित करने की क्षमता के कारण समाचार संप्रेषित करने का महत्त्वपूर्ण माध्यम बन गया है। भारत जैसे अशिक्षित और अर्धशिक्षितों की अधिकता वाले देश में रेडियो का महत्त्व और भी बढ़ गया है।

रेडियो समाचार लेखन और मुद्रित समाचार लेखन के मूलभूत सिद्धांत एक समान होते हैं। इनमें सबसे बड़ा अंतर लेखन-शैली और प्रस्तुतीकरण का होता है। रेडियो श्रव्य-माध्यम होने के कारण उसके समाचार केवल 'सुने' जा सकते हैं, देखे या पढ़े नहीं जा सकते । रेडियो का प्रसारण समय भी निश्चित होता है। इसलिए रेडियो समाचार को इस प्रकार लिखा और प्रस्तुत किया जाता है कि, समाचार में पूर्णता भी हो और आसानी से श्रोताओं की समझ में भी आ जाए। इसी कारण रेडियो समाचार लेखन की अपनी कुछ विशेषताएँ हैं। संक्षिप्तता, तात्कालिकता और महत्त्व रेडियो समाचार के महत्त्वपूर्ण तत्त्व माने गए हैं।

**1. तात्कालिकता** :- 'आकाशवाणी' सर्वाधिक गतिशील संचार का माध्यम है। आकाशवाणी की तुलना में समाचार-पत्रों में प्रकाशित होने वाले समाचार 'बासी' कहें जाते हैं, क्योंकि वे प्रकाशन के एक दिन पहले के होते हैं। उनकी तुलना में रेडियो समाचार बिल्कुल 'ताजा' होते हैं। दुनिया के किसी भी कोने में घटित होने वाली घटना का समाचार दूसरे क्षण रेडियो से प्रसारित होता है। समाचार पत्रों में छपने के बाद किसी भी घटना का रेडियो के लिए महत्त्व नहीं रहता। आज रेडियो से हम हर घंटे के बाद नए-नए समाचार सुनते हैं। अत: तात्कालिकता की दृष्टि से आकाशवाणी सर्वाधिक सशक्त और महत्त्वपूर्ण माध्यम बन चुका है।

**2. संक्षिप्तता** : - रेडियो समाचारों में 'संक्षिप्तता' का विशेष महत्त्व है। रेडियो समाचार के प्रसारण के लिए दस या पंद्रह मिनिट का समय रहता है। समय की मर्यादा के कारण समाचार चयन पर भी बंधन आता है। कम से कम समय में अधिक से अधिक समाचारों का प्रसारण कौशल का काम होता है। अत: प्राप्त समाचारों में से प्रसारण योग्य समाचारों का चयन और महत्त्व के अनुसार उनका क्रम लगाना पड़ता है। समाचार पठन की गति को देखते हुए दस मिनिट के वार्तालाप में 1000 से 1200 शब्दों में 5 या 6 प्रमुख समाचारों को प्रस्तुत किया जाता है। अत: रेडियो समाचारों की दृष्टि से संक्षिप्तता अत्यंत महत्त्वपूर्ण होती है। रेडियो समाचार एक ही बार सुना जा सकता है, अत: इसमें श्रोता के लिए अनावश्यक विस्तार अनुपयुक्त होता है। **डॉ. अर्जुन तिवारी** के मतानुसार रेडियो समाचार की संरचना को समझने के लिए 10 मिनिट के वार्तालाप के लेखन को समय सीमा और शब्दों के आधार पर निम्नलिखित पाँच बिंदुओं में बाँटा जा सकता है -

| अ. क्र. | समाचार प्रारुप | समय | शब्दसंख्या |
|---|---|---|---|
| 1. | प्रारंभ | 10 सेकेण्ड | 10-15 |
| 2. | शीर्षक | 50 सेकेण्ड | 100-110 |
| 3. | मुख्य विवरण | 8 मिनट, 20 सेकेण्ड | 1000-1100 |
| 4. | शीर्षक पुनरावृत्ति | 30 सेकेण्ड | 80-90 |
| 5. | समापन | 10 सेकेण्ड | 10-15 |

1200 से 1300 शब्दों के समाचार में सर्वप्रथम समाचार सार-आमुख या intro तैयार किया जाता है। आमुख का विस्तार आगे समाचार लेखन के मुख्य सिद्धांत छह 'क'कार के आधार पर किया जाता है। किसी भी माध्यम के समाचार लेखन में क्या, कब, कैसे, क्यों कहाँ और कौन इन छह 'क' कारों का समावेश अनिवार्य होता है।

**3. महत्त्व** :- रेडियो समाचार लेखन समय सीमा से जुड़ा होता है। अत: समाचारिक मूल्य और महत्त्व को ध्यान में रखते हुए समाचार लिखे जाने चाहिए। समाचार में प्रयुक्त वाक्य संक्षिप्त एवं सहज बोधगम्य होने चाहिए। रेडियो समाचार शिक्षित-अशिक्षित सभी वर्ग के श्रोताओं के लिए होते हैं। अत: अधिकतर प्रयास यही होना चाहिए कि, समाचार आम बोलचाल की सरल और सुगम भाषा में लिखे जाए। तथ्यपूर्ण, तर्कपूर्ण और ताजगी को रेडियो समाचार लेखन में प्राथमिकता दी जानी चाहिए। रेडियो समाचार संरचना में **एण्ड्रयू सी. लांग** ने तीव्र बुद्धि और मेधा को आवश्यक माना है - 'Radio news writing demands greater compression which calls for greater skill.'

रेडियो समाचारों का प्रसारण-पूर्व लेखन अनिवार्य होता है। दो पंक्तियों के बीच पर्याप्त अंतर के साथ अक्षर साफ, पठनीय और आकार में बड़े होने चाहिए, जिससे पढ़ने में आसानी हो। एक समाचार साधारणत: एक ही पृष्ठ पर लिखा जाना चाहिए। प्रत्येक पृष्ठ पर समाचार का संक्षिप्त शीर्षक, समाचार क्रमांक, पृष्ठ क्रमांक आदि जानकारी पृष्ठ के हाशिए में ऊपर प्रारंभ में होनी चाहिए।

रेडियो समाचारों का लेखन करते समय वाचन या प्रसारण की सुविधा के लिए विशिष्ट स्वरूप की रचना करना आवश्यक होता है। प्रारंभ में आकाशवाणी केंद्र का नाम, वाचक का नाम होता है। उसके बाद मुख्य समाचार, क्रम से मुख्य समाचारों का विस्तार और अंत में फिर एक बार मुख्य समाचारों के बाद समाचार समाप्ति की घोषणा की जाती है। अत: रेडियो समाचार-लेखन समाचार प्रस्तुतीकरण की इस रचना की ओर भी ध्यान देना पडता है।

रेडियो श्रव्य-संचार माध्यम है। इसे समाज के सभी वर्गों के स्त्री-पुरुषों द्वारा सुना जाता है। अत: रेडियो समाचार की भाषा व्यवहार में बोली और समझी जाने वाली होनी चाहिए। लोक प्रचलित शब्दों, वाक्यों और वाक्यांशों के प्रयोग के साथ-साथ वह एक स्तर तक सभ्य और मानक होनी चाहिए। तकनीकी विषय पर लिखी जानेवाली सामग्री विषय की नवीनता और पारिभाषिक शब्दावली के कारण जनसाधारण की समझ के बाहर होती है। अत: रेडियो समाचारों में तकनीकी या पारिभाषिक शब्दावली को जहाँ तक हो सके, टालना चाहिए।

### 3.3.4 रेडियो समाचार वाचन :

श्रव्य माध्यम में बोले गए शब्दों द्वारा श्रोता को रसानुभूति होती है। इसी कारण रेडियो समाचारों में लेखन के साथ-साथ 'वाचन'भी महत्त्वपूर्ण होता है। रेडियो समाचार एक ही बार सुने जा सकते हैं, अत: अस्पष्ट और अशुद्ध वाचन से श्रोता की एकाग्रता भंग हो सकती है। कभी-कभी श्रोताओं में अर्थ-भ्रम भी उत्पन्न हो सकता है। अत: समाचार वाचन के लिए अभ्यास, दक्षता और सहज-सरल भाषा की आवश्यकता होती है। समाचार वाचन का प्रभाव पूर्णत: ध्वनि सौंदर्य एवं नाद सौंदर्य पर निर्भर होता है। अत: समाचार वाचन के लिए समाचार वाचक की वाणी को सधा हुआ, स्पष्ट, मधुर, आत्मविश्वास भरा और स्वरों में आरोह-अवरोह होना आवश्यक

होता है। स्वरों पर ध्वनि का सौंदर्य निहित होता है। **याज्ञवल्क्य** के मतानुसार उच्चारण माधुर्य, स्पष्टता, पदच्छेद, सुस्वरता और लययुक्त धैर्य ये पाँच वाचक के गुण हैं –

''माधुर्यमक्षरव्यक्ति: पदच्छेदस्तु सुस्वर:

धैर्यलय सामर्थ्य च षडेते पाठका: गुणा:''

रेडियो समाचार में विभिन्न स्त्रोतों से कई समाचार आते हैं। समाचारों की अधिकता और समय सीमा के कारण समाचार संपादक श्रोताओं की रूचि और सामयिकता के आधार पर समाचारों का चयन करता है। रेडियो समाचार में शीर्षक के लिए 'हेडलाइन्स' शब्द का प्रयोग होता है, जिन्हें 'मुख्य समाचार' भी कहा जाता है। सभी हेडलाइन्स समाचार वाचन के प्रारंभ और अंत में पढ़े जाते हैं। रेडियो समाचार के हेडलाइन्स मुख्य समाचारों का निचोड़ होता है, जो अतिरिक्त संक्षिप्तता और सावधानी की मांग करता है। सामान्यत: 10 मिनिट के समाचारों में चार से छह मुख्य समाचार और 15 मिनिट के समाचारों में छह से आठ मुख्य समाचार दिए जाते हैं। प्रभावी और रोचक समाचार वाचन के लिए प्रसंगानुकूल वाणी में ओज, माधुर्य, भावानुरूप स्वरों का आरोह–अवरोह, प्रत्येक ध्वनि का स्पष्ट उच्चारण और आत्मविश्वास की आवश्यकता होती है। विद्वानों के मतानुसार रेडियो समाचार वाचन के स्वाभाविकता, आत्मीयता, तान–अनुतान, उत्साह, विविधता और मानक उच्चारण ये प्रमुख छह तत्त्व माने गए हैं।

**क) स्वाभाविकता:**– सामान्य रुप से जिस प्रकार सदैव बातचीत की जाती है, उसी प्रकार रेडियो पर बात करने से वाचन में स्वाभाविकता आती है। इसलिए रेडियो वाचक का स्वाभाविक बने रहना आवश्यक होता है। घबराहट या विशेष प्रयास के कारण उच्चारण पर प्रभाव पड़ता है और समाचार वाचन में कृत्रिमता आती है। उच्चारण की दृष्टि से स्पष्टता और सहजता रेडियो समाचार वाचक का अनिवार्य गुण है। इसी कारण हकलाने वाला, नाक से ध्वनियाँ निकालने वाला, अनावश्यक रूप में अधिक गति से बोलने वाला समाचार वाचक यहाँ उपयुक्त नहीं होता। उच्चारण के संदर्भ में हिंदी भाषी क्षेत्रों में भिन्नता पाई जाती है, जो स्वाभाविक होती है। साथ ही लिखित भाषा और मौखिक भाषा में भी कुछ मौलिक भेद होते हैं। अत: देशभर के सभी लोगों की समझ में आ जाए ऐसा स्वाभाविक उच्चारण रेडियो समाचार वाचन में आवश्यक होता है। समाचार पढ़ते समय सही स्थानों पर रूकना निवेदक और श्रोता दोनों की दृष्टि से लाभदायक होता है। व्यवहार में भी हम आवश्यक स्थानों पर छोटा–बड़ा विराम लेते हैं। विषय और भाव के अनुसार स्वर में आरोह–अवरोह लाते हैं। इस प्रकार की स्वाभाविकता समाचार वाचन को प्रभावशाली बनाती है।

**ख) आत्मीयता** :– रेडियो समाचार वाचक को समझना चाहिए कि वह केवल श्रोताओं से नहीं, अपने आस–पास उपस्थित दोस्तों से वार्तालाप कर रहा है। अगर वह यह मानकर वाचन करने लगे कि उसे लेख मात्र पढ़ना है और श्रोताओं से उसका कोई संबंध नहीं, तो समाचार भावशून्य हो जाते हैं। आत्मीयता से वाणी में एक प्रकार का माधुर्य आता है, जिससे श्रोता भी प्रभावित होते हैं। इस प्रकार आत्मीयता से समाचार पढ़ने से श्रोता को उसके चेहरे पर मुस्कान, चिंता या गम का अहसास भी होता है।

**ग) तान–अनुतान:**– लिखित समाचार का वाचन किसी पुस्तक की तरह नहीं होना चाहिए। उसके माध्यम से समाचार वाचक को श्रोता के साथ संवाद स्थापित करना होता है। अत: समाचार वाचन अनौपचारिक

बातचीत के लहजे में, पूरे उतार-चढ़ाव, तान-अनुतान के साथ इस तरह पढ़ा जाना चाहिए, जिससे श्रोता को लगे कि समाचार वाचक उसके सामने उपस्थित है। एक समाचार की समाप्ति और दूसरे समाचार के प्रारंभ को सूचित करने में भी तान-अनुतान सहायक होता है। वास्तवकिता यह है कि रेडियो, टी. वी. जैसे संचार माध्यमों के विकास के साथ-साथ बोलचाल की भाषा का विकास हो रहा है, उसे बल प्राप्त हो रहा है।

घ) **उत्साह** :- रेडियो समाचार वाचन में वाचक का संबंध रेडियो से नहीं, बल्कि श्रोताओं से होता है। अत: समाचार वाचन में उत्साह आवश्यक होता है। उत्साह को बनाए रखने के लिए वाचक को शीघ्रता, निराशा और थकान से बचना चाहिए। श्रोता को ऐसा प्रतीत होना चाहिए मानों कोई उससे संवाद स्थापित कर रहा है। कभी कभी वाचक के निरुत्साह के कारण समाचार संप्रेषण में बाधा उत्पन्न होती है।

च) **विविधता** :- रेडियो समाचार को पढ़ते समय समाचार के भाव के अनुसार वाचक की आवाज में उतार-चढ़ाव की आवश्यकता होती है। महत्त्वपूर्ण शब्दों, मुहावरों पर जोर देते हुए समाचार वाचन प्रभावी बनाया जाता है। समाचार वाचन में बीच-बीच में उचित स्थान पर स्वल्प विराम, अर्ध विराम लेने से समाचार बोध में श्रोता को सहायता होती है। एक ही आवाज में, बिना किसी उतार चढ़ाव, बिना रूके पढ़े गए समाचारों की रोचकता में बाधा उत्पन्न होती है। अत: रेडियो समाचार वाचन में विविधता लाना आवश्यक होता है।

छ) **उच्चारण** :- रेडियो समाचार वाचन का यह सबसे महत्त्वपूर्ण और अत्यावश्यक तत्त्व है। रेडियो समाचार में वाचक के व्यक्तित्त्व का प्रभाव आलेख, भाषा और वाचन शैली द्‌वारा पड़ता है। अत: अशुद्‌ध उच्चारण से वाचक का व्यक्तित्त्व अप्रभावी हो जाता है। केवल कुछ शब्दों के गलत या अशुद्‌ध उच्चारण से वाचक से श्रोता का विश्वास खंडित हो जाता है। परिणाम स्वरूप समाचार का विषय या उसकी गंभीरता समाप्त होती है। अत: रेडियो समाचार वाचन में मानक उच्चारण पर ध्यान देना आवश्यक होता है।

लिखित भाषा और मौखिक भाषा में मौलिक भेद होता है। 'बहन', 'कहना', 'ज्ञान', 'विज्ञान', 'अज्ञान' लिखे जाने वाले शब्दों का उच्चारण 'बहेन', 'कहेना', 'ग्यान', 'विग्यान', 'अग्यान' किया जाता है। हिंदी भाषी क्षेत्रों में शब्दों के उच्चारण में स्वाभाविक भिन्नता पाई जाती है। कुछ क्षेत्रों में 'आशा', 'परीक्षा' का उच्चारण 'आसा', 'परीक्सा', 'स्टेशन' का 'इस्टेसन', 'स्त्री' का 'इस्तरी', 'स्नान' का 'असनान' उच्चारण किया जाता है। समाचार वाचन में ऐसी क्षेत्रीयता को टालना आवश्यक होता है। समाचार वाचक का उच्चारण देशभर के सभी लोगों की समझ में आ जाए ऐसा स्वाभाविक और सामान्य गति में होना चाहिए। रेडियो समाचार की मौखिक भाषा का महत्त्व ध्यान में रखते हुए शब्द प्रयोग एवं उच्चारण पर विशेष ध्यान देना आवश्यक होता है। साथ ही गले के स्वास्थ्य का भी विशेष ध्यान रखना पड़ता है। रेडियो समाचार वाचक चाहे जिस भाषिक क्षेत्र का हो, अपने क्षेत्रीय लहजे से बचकर मानक उच्चारण का प्रयोग समाचार वाचन में चार चाँद लगा देता है।

### 3.3.5 रेडियो नाटक :

रेडियो द्‌वारा प्रसारणार्थ लिखा गया '**लिरिक्स नाटक**' रेडियो नाटक कहा जाता है। रेडियो नाटक को केवल सुनकर हम एहसास की दुनियाँ में पहुँच जाते हैं। वह केवल सुनने से देखा जा सकता है, उसमें वही सब कुछ नहीं होता तो दिखाया जा रहा है। बहुत कुछ योगदान उस अदृश्य का होता है, जो हमारी कल्पना में विद्‌यमान

रहता है। यह नाटक मात्र श्रव्य होता है, अत: इसे **'श्रव्य नाटक'** भी कहते हैं। ध्वनि की प्रधानता को देखते हुए यह **'ध्वनि नाटक'** नाम से भी पहचाना जाता है, किंतु **'रेडियो नाटक'** नाम ही अधिक प्रचलित है।

आकाशवाणी के प्रसार के कारण रंगमंच का स्थान ध्वनि ने ले लिया। रेडियो के माध्यम से प्रसारित किए जाने वाले श्रव्य नाटकों में पात्रों की अंगिक चेष्टाओं की अपेक्षा ध्वनि और भाषा ही प्रभावशीलता के मानक बन गए हैं। **डॉ. दुर्गा दीक्षित** के मतानुसार, ''रेडियो नाटक के आस्वादन में श्रोता के मस्तिष्क पर प्रथमत: 'श्रव्य' और बाद में 'दृश्य' प्रतिमाएँ उभरती हैं। प्रत्यक्ष दृश्य तत्त्व के अभाव की पूर्ति श्रव्य तत्त्वों में ही 'दृश्य' के संवेदनों को उभारकर की जाती है।'' अर्थात् यहाँ 'श्रव्य' तत्त्व प्रत्यक्ष और 'दृश्य' तत्त्व अपरोक्ष होता है। श्रव्य और दृश्य का विशिष्ट समन्वय ही 'रेडियो नाटक' की शैली विशेष है।

आकाशवाणी के प्रसार के साथ-साथ हिंदी रेडियो-नाटक का भी विस्तार हुआ है। उन्हें अधिक लोकप्रियता मिली है। रेडियो नाटकों के विकास के साथ उसके शिल्प में भी व्यापक परिवर्तन आया है। **सिद्धनाथ कुमार** ने अपनी पुस्तक 'रेडियो नाट्य शिल्प' में शिल्प की दृष्टि से रेडियो नाटक के नाटक, रूपक, रूपांतर, फैण्टसी, स्वगत नाट्य (मोनोलॉग), संगीत रूपक और झपकियाँ ये सात भेद बताए हैं।

**परिभाषा एवं स्वरूप :-**

'रेडियो नाटक' को किसी एक संतोषजनक परिभाषा में बांधा नहीं जा सकता। रेडियो नाटक के विस्तार और व्यापकता को देखते हुए विद्वानों ने उसे अलग-अलग परिभाषाओं में बांधने का प्रयास किया है। **डॉ. सिद्धनाथ कुमार** के शब्दों में 'रेडियो नाटक मूलत: अंधेरे का ही नाटक है। अदृश्य अंधकार ही इसका रंगमंच है, दर्शक नाटक को देख नहीं सकता, केवल सुन सकता है।'

**डॉ. वेलजियलगुड** ने अपनी पुस्तक 'द राईट वे टू रेडियो प्ले रायटिंग' (The Right way to Radio Play Writing) में रेडियो नाटक को परिभाषित करते हुए लिखा है -Broadcasting is simply another medium of telling a story. The novelist was the medium of Living Actors. The cinema uses the medium of camera and broadcasting uses that of the microphone.

**डॉ. सिद्धनाथ कुमार** ने रेडियो नाटक के स्वरूप पर प्रकाश डालते हुए कहा है - 'रेडियो नाटक के रूप में नाटक का नया स्वरूप विधान हमारे सामने है। जो कलाकृति पहले रंगमंच पर दर्शकों की आँखों के सामने अभिनीत की जाती थी, वह कोसों दूर स्थित स्टुडिओं में अभिनीत होकर श्रोताओं के कानों तक पहुँच जाती है। पहले नाट्यप्रेमी नाटक के पास जाते थे, आज नाटक स्वयं उनके पास पहुँच जाता है। आज दर्शक केवल श्रोता हो गया है और रेडियो संपन्न प्रत्येक घर नाटक का प्रेक्षागृह। साधनों एवं माध्यम के परिवर्तन के साथ नाटक का कला-विधान भी पूर्णत: परिवर्तित हो गया है।'

रेडियो नाटक के स्वरूप पर प्रकाश डालते हुए **डोनाल्ड मैकहवाइनी** का कथन है कि, 'इसने रूप, वर्णन, संवेग एवं विचार की ऐसी सृष्टि संभव कर दी है, जो देश एवं क्षमता की नियंत्रक सीमाओं में नहीं बंधी है। ध्वनि रेडियो ने अपनी प्रकृति से ही लेखक को उसकी कल्पना के सदृश्य ही विस्तृत क्षितिज प्रदान किया है। व्यावहारिक दृष्टि से इस में दृश्य-योजना, प्रकाश आदि की भौतिक समस्याएँ नहीं हैं, सौंदर्यपरक दृष्टि से इसके आयाम असीम एवं अबंध्य हैं।'

रेडियो नाटक संकलनत्रय जैसे बंधनों से पूर्ण मुक्त होता है। इसकी घटनाएँ सहजता से विश्व के कोने-कोने तक यात्रा कर सकती हैं। स्वर्ग, नरक, कल-कारखाने, ऑफिस-पाठशाला, पर्वत, पहाड़ी, ट्रेन, नदी-निर्झर आदि के दृश्य बड़ी सुगमता एवं सरलता से रेडियो नाटक में प्रस्तुत किए जा सकते हैं। ध्वनि आधारित पूर्णत: श्रव्य कला रेडियो नाटक लम्बे विस्तार और गहराई में जा सकता है और सशक्त भावाभिव्यक्ति भी कर सकता है। रेडियो नाटक के मंचन के संदर्भ में **हरिश्चंद्र खन्ना** के मतानुसार, 'घटना प्रधान नाटक की अपेक्षा विचार प्रधान या वातावरण प्रधान नाटक ही रेडियो के लिए अधिक उपयुक्त, अधिक सफल और प्रभावोत्पादक होता है। कारण यह कि अरूप और सूक्ष्म जितनी सफलता से रेडियो द्वारा प्रसारित हो सकता है, उतना स्थूल नहीं है।''

**रेडियो नाटक के तत्त्व :-**

आज रेडियो नाटक की टेक्निक में काफी परिवर्तन आ चुका है। सामाजिक, ऐतिहासिक, मनोवैज्ञानिक आदि अनेक विषयों पर रेडियो नाटक लिखे जा रहे हैं। नाटक जो पहले रंगमंच पर देखा जाता था, जिसकी संयोजना दृश्यों में की जाती थी, वह अब ध्वनियों द्वारा संयोजित किया जाता है और रेडियो पर सुना जाता है। रेडियो नाटक एक नए स्वरूप में प्रस्तुत हुआ है, जिसका संबंध श्रोता के कान और हृदय से ध्वनि और प्रसारण यंत्रों से हो गया है। रेडियो नाटक लेखन की प्रक्रिया में निम्नलिखित चरण या तत्त्वों का निर्वाह आवश्यक होता है।

1. नाटक का सूत्र - Germ of the play
2. नाटक का कथानक - Plot
3. चरित्र - Characters
4. दृश्य संरचना - Scene-composition
5. नाटक की गति - Speed-Beginning, Development and End
6. नाटक के उपकरण - Tools
7. उद्देश्य - Aim

**1. नाटक का सूत्र** :- प्रत्येक साहित्यिक कृति बाह्य परिस्थितियों, घटनाओं के दबाव से उत्पन्न आंतरिक प्रतिक्रिया होती है। अत: रचनाकार को अपनी कृति के निर्माण के लिए हमेशा सजग रहना पड़ता है। रचना के सूत्र इतिहास, पुराण, वर्तमान, राजनीति, सामाजिक परिस्थिति, अध्यात्म, शिक्षा आदि विभिन्न क्षेत्रों से प्राप्त होते हैं। प्राप्त सूत्रों से रचनाकार अपनी प्रतिभा, कल्पना शक्ति, चिंतन, सोच और शैली द्वारा नाटक के कलेवर का निर्माण करता है। **सैमुएल सेल्डन** ने नाट्य-रचना के प्रमुख पाँच प्रेरणा स्त्रोतों - मनोदशा, सत्य, स्थिति, कहानी और चरित्र का उल्लेख किया है। इसमें से चरित्र सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण प्रेरणा स्त्रोत है। कुछ व्यक्ति अपने काम करने, बोलने, हँसने या हाव-भाव के ढ़ंग से नाटककार को प्रभावित करते हैं। ऐसे व्यक्ति के जीवन की गहराई से अनेक कहानियाँ मिल सकती हैं। इन कहानियों से नाटक के सूत्र या बीज मिलते हैं। इन सूत्रों को कथानक, चरित्र, संवाद आदि के माध्यम से नाटककार मूर्त रूप देता है। इन सूत्रों को प्रभावशाली प्रस्तुतीकरण के लिए उसमें कभी कुछ जोड़कर, कभी कुछ घटाकर नाटक की रचना की जाती है।

**2. नाटक का कथानक :-** रेडियो नाटक में दृश्य तत्त्व अप्रत्यक्ष होता है। अत: उसका कथानक रंगमंचीय नाटकों की अपेक्षा सरल होता है। कथानक घटनाओं और कार्य व्यापारों का ऐसा संगठन होता है, जिस पर नाटक की संरचना होती है। श्रोताओं को अपने कथानक के माध्यम से बाँध रखने के लिए रेडियो नाटक का कथानक रूचिकर होना आवश्यक होता है। सीमित अवधि और अदृश्य पात्रों के कारण कथानक का अत्यंत आकर्षक होना भी आवश्यक होता है। उसमें अप्रासंगिक और अवांतर कथाओं के लिए कोई स्थान नहीं होता। आधे घंटे का रेडियो नाटक आदर्श माना जाता है। संकलनत्रय के बंधन से मुक्त रेडियो नाटक में दृश्यों पर भी किसी प्रकार का बंधन नहीं होता। रेडियो नाटक की घटनाएँ बड़ी सरलता से विश्व के एक कोने से दूसरे कोने तक और प्राचीन काल से आधुनिक काल तक ही यात्रा कर सकती हैं। आवश्यकता इस बात की होती है कि, नाटक की प्रभावान्विति कायम रहे।

कथानक निर्माण नाट्य-लेखन के लिए अनिवार्य होता है। कथानक किसी प्रतिज्ञा-सूत्र पर आधारित होता है। प्रतिज्ञा-सूत्र को ही समीक्षक थीम, बीज-विचार, मुख्य-विचार, लक्ष्य अथवा उद्‌देश्य कहते हैं। स्पष्ट प्रतिज्ञा-सूत्र लेखक की मान्यताओं और विश्वास से जन्म लेकर कथानक की सुनिश्चित रूपरेखा तय करता है। नाटककार को इस बात का पता होना चाहिए कि, वह नाटक के अंत द्‌वारा श्रोताओं पर क्या प्रभाव डालना चाहता है। कथानक की रूपरेखा के बाद प्रसंगों का दृश्यानुसार विभाजन किया जाता है। इस विभाजन में ही यह स्पष्ट होता है कि, किस दृश्य में कौन-कौन से पात्र रहेंगे। किस बिंदु से उनका संवाद प्रारंभ होगा और किस बिंदु तक चलेगा। दृश्य कौन सा होगा, कैसा होगा और कितने मिनट का होगा, इन सब बातों का ध्यान रखना पड़ता है।

नाटक की रूपरेखा नाटककार को बाँधने के लिए नहीं, दिशा-निर्देश के लिए होती है। रूपरेखा सामने होने से संवाद लक्ष्य की दिशा में चलते हैं, कार्य व्यापार उसी दिशा में गतिशील होते हैं। सृजनात्मक प्रतिभा द्‌वारा रूपरेखा में ऐसा संशोधन होता है, जो नाटकीय प्रयोजन की दृष्टि से अनिवार्य होता है।

**3. चरित्र :-** नाटक के पात्रों का व्यक्तित्त्व विकास शारीरिक, सामाजिक और मनोवैज्ञानिक स्थिति पर निर्भर होता है। रेडियो नाटक में इस चरित्र की अभिव्यक्ति प्रधान रूप से वाणी द्‌वारा होती है। व्यक्ति के सोचने का दृष्टिकोन, उसकी मनोवैज्ञानिक संवेगात्मक प्रतिक्रिया, शारीरिक और सामाजिक आयाम इन तीनों स्तरों को ध्यान में रखते हुए की गई चरित्र-सृष्टि प्रभावी होती है। प्रभावी चरित्र ही श्रोता को रेडियो से बाँधे रखने में सक्षम होते हैं। प्रत्यक्ष दृश्य तत्त्व के अभाव के कारण रेडियो नाटक में पात्रों की संख्या भी कम रखी जाती है, जिससे वे सरलता से पहचाने जा सकते हैं।

**4. दृश्य संयोजन :-** रेडियो नाटक दृश्यों पर आधारित होता है। दृश्यों की संख्या का कोई बंधन नहीं है। अत: रेडियो नाटक एक दृश्य का भी होता है और अनेक दृश्यों का भी। दृश्यों की अवधारणा एवं संयोजन नाटकीय प्रयोजन एवं कथावस्तु की गति द्‌वारा संचलित होता है। इनमें स्मृति दृश्य, स्वप्न दृश्य या संयुक्त दृश्यों का संयोजन किया जाता है। कभी-कभी पूरा नाटक स्वप्न या दिवास्वप्न के रूप में प्रस्तुत किया जाता है।

दृश्यांतर रेडियो नाटक की अनिवार्य शर्त है। यह दृश्यांतर चुप्पी, फेडिंग, प्रवक्ता, ध्वनि प्रभाव, संगीत और प्रतिध्वनि के माध्यम के 10 या 15 सेकंड में दिखाया जाता है। संयुक्त दृश्य क्रम की विशेषता उसकी गतिशीलता में होती है। रेडियो नाटककार को दृश्य-सूचक प्रसंगों के चुनाव में बहुत सावधानी और कुशलता बरतनी पड़ती है।

**5. नाटक की गति** :- सामान्यत: रेडियो नाटक उचित वाद्यसंगीत से प्रारंभ होकर नाटक को गति प्रदान करता है। श्रोताओं का ध्यान आकर्षित करने के लिए नाटक की गति में चुंबकत्व होना आवश्यक होता है। नाटकीय प्रारंभ घटना-क्रम के किसी मध्य बिंदु से होता है। वह बिंदु जिसमें लगे कि, पात्र किसी बेचैनी, विवशता या मनोवैज्ञानिक कारण से सामने आ रहे हैं। ऐसे प्रारंभ से नाटक की कथा को गति मिलती है। एक घटना से दूसरी घटना, एक संवाद से दूसरा संवाद अपने आप निकलते हैं। नाटककार को नाटक में हमेशा तनाव बनाए रखना पड़ता है; क्योंकि जहाँ तनाव ढ़िला होगा, शिथिलता आएगी। उसमें श्रोताओं को बांधे रखने की क्षमता कम हो जाती है। नाटक का अंत समाधान के रूप में या प्रश्न के रूप में होता है, अत: अंत पहले की घटनाओं की सहज परिणति के रूप में होना चाहिए। रेडियो नाटक में जितना महत्त्व प्रारंभ का होता है, उतना ही महत्त्व अंत का भी होता है। इसी कारण रेडियो नाटक का अंत नाटककार से बड़ी सूझ-बूझ की अपेक्षा रखता है।

**6. नाटक के उपकरण** :- भाषा, संवाद, नॅरेशन, ध्वनि प्रभाव और संगीत रेडियो नाटक की सफलता के उपकरण हैं। इनके बिना रेडियो नाटक की कल्पना असंभव होती है। रेडियो नाटक में विचार या कल्पना के विस्तार की, अनुभव की कोई सीमा नहीं होती। श्रोता जिस समय जिस जगह - धरती, आकाश, पाताल जाना चाहे जा सकता है। कैमरे की आँखें जो देख नहीं सकतीं, वह मन की आँखें देख लेती हैं। जितना विस्तार श्रोता के मन का होता है, उतना विस्तार रेडियो का है। अत: रेडियो को गहराई तक ले जाने में उपर्युक्त उपकरण अत्यंत आवश्यक होते हैं।

**अ) भाषा** :- रेडियो नाटक की भाषा पढ़ने-लिखने की नहीं, बोलने और सुनने की होती है। अत: रेडियो नाटक की भाषा सरल, स्वाभाविक, भावाभिव्यंजक, दृश्य-रुपात्मक और अभिनेताओं द्‌वारा सरलता से बोली जा सकने वाली होनी चाहिए। रेडियो नाटक में प्रयुक्त शब्द समझने के लिए यदि श्रोता को शब्दकोश देखना पड़े, तो यह लेखक की सफलता नहीं हैं, क्योंकि सुनने वालों के पास शब्दों को लिखने-समझने का समय नहीं होता। रेडियो नाटक के श्रोता सभी वर्ग, सभी समुदाय और विभिन्न आयु के होते हैं। अत: जो भी शब्द प्रयोग हो सरल, स्वस्थ और स्वच्छ होने चाहिए। विस्तृत और लंबे वाक्य रेडियो नाटक के प्रभाव को ठेंस पहुँचाते हैं।

रेडियो नाटक की भाषा का मुख्य गुण 'चित्रात्मकता' है। शब्दों से चित्र निर्मित हो सकते हैं, रंग-रूप की झाँकी प्रस्तुत की जा सकती है और गति की व्यंजना भी हो सकती है। अत: नाटककार को अपनी भाषा का इतनी सजगता से प्रयोग करना चाहिए कि श्रोताओं को कालबोध, भावबोध और स्थानबोध हो सके। भाषा ही नाटक का प्राण है और रेडियो नाटक का महल शब्दों पर खड़ा होता है। वह पुस्तकों की निर्जीव भाषा नहीं, प्रत्यक्ष संभाषण की सजीव भाषा है। इसके लिए ऐसी प्राणवान शैली अपेक्षित होती है, जिसके शब्द बोलते हों, चित्र निर्माण करते हों, श्रोताओं को उफनते भावों-विचारों के प्रति आकृष्ट करते हों, जिसके वाक्यों में गति, प्रवाह, लयात्मकता और सप्राणता हो। रेडियो नाटक में भाषा का प्रयोग संवाद और नॅरेशन द्‌वारा किया जाता है।

**ब) संवाद** :- रेडियो नाटक का आधार ध्वनि है। ध्वनि का प्रयोग भाषा, ध्वनि प्रभाव और संगीत इन तीन रूपों में किया जाता है, तो भाषा का प्रयोग संवाद और नॅरेशन के रूप में होता है। संवाद रेडियो नाटक के प्राण होते हैं। **विलियम ऐश** के मतानुसार, ''संवाद ही रेडियो नाटक है। संवाद मंच पर भी महत्त्वपूर्ण हैं। संवाद के अतिरिक्त रेडियो नाटक में थोडा बहुत ध्वनि प्रभाव, संगीत सहायता कर देते हैं। किंतु संवाद के बिना रेडियो नाटक प्राणहीन हो जाता है।''

रेडियो नाटक के पात्रों का परिचय और मूल्यांकन उसके संवादों द्वारा ही होता है। छंद की उत्पत्ति,द्वंद्व में तीव्रता और चरमोत्कर्ष तथा समापन की सूचना भी संवाद ही देते हैं। अत: संवाद पात्रानुकूल, परिवेशानुकूल और नाटकीय प्रयोजनों की पूर्ति करने वाले होते हैं। संवाद से पात्रों की प्रकृति, स्वभाव, रूपाकृति, वेशभूषा आदि के साथ-साथ कमरे की सजावट, साज-सज्जा की सामग्री का संकेत भी मिलता है। पात्रों के चरित्र का केवल बहिरंग ही नहीं, उसका समूचा अंतरंग, संघर्षपूर्ण मन:स्थिति, मन:स्पंदन ये सब कुछ संवादों द्वारा साकार होते हैं।

**क) नॅरेशन** :- नॅरेशन से तात्पर्य है विवरण। रेडियो नाटक के क्रिया कलाप का वातावरण निर्माण करने, घटनाओं की शृंखला जोड़ने, घटनाओं की आलोचना करने, और आवश्यक विवरण देने के लिए नॅरेशन आवश्यक होता है। 'नॅरेशन' देने वाले पात्र को सूत्रधार, प्रवक्ता, निरूपक, प्रसारक, कथाकार, आलोचक, उद्घोषक, वाचक, नॅरेटर, स्त्री-स्वर, पुरुष-स्वर आदि नाम दिए जाते हैं। इन पात्रों का काम नाटक की उन बातों को कहना होता है, जो संवाद के अंतर्गत नहीं आ पातीं। रेडियो नाटक के नॅरेटर दो प्रकार के होते हैं -

1. वे जिनके व्यक्तिगत जीवन का नाटक की घटनाओं से कोई संबंध नहीं होता और वे केवल नाटक के क्रिया कलाप के तटस्थ दर्शक एवं प्रवक्ता होते हैं।
2. वे जो नाटक के पात्र होते हैं और जिनके जीवन की घटनाएँ नाटक से प्रत्यक्ष संबंध रखती हैं। ऐसे नॅरेटर को पात्र-नॅरेटर भी कहा जाता है।

**ड) ध्वनिप्रभाव** :- रेडियो नाटक में वातावरण निर्माण के लिए ध्वनि प्रभाव और अंतराल संगीत का महत्त्वपूर्ण स्थान होता है। इसके द्वारा श्रोताओं की भावना और कल्पना शक्ति को आकर्षित तथा उत्तेजित किया जाता है। रेडियो नाटक की प्रस्तुतीकरण का ध्वनि महत्त्वपूर्ण उपकरण है, जिसका प्रयोग सीमित, संयोजित, संक्षिप्त और समुचित होना चाहिए। ध्वनि का तात्पर्य है - रेल, तूफान, वर्षा, बादल, टेलिफोन आदि की ध्वनियाँ, जिनका प्रयोग नाटक प्रसारित करते समय किया जाता है। ध्वनि प्रभाव और संगीत की आवश्यकता पात्रों के कार्यों की पृष्ठभूमि एवं वातावरण-निर्माण, भावाभिव्यंजन, दृश्यांतर, देशकाल परिचय आदि के लिए होती है। वातावरण निर्माण में रेडियो नाटक अद्वितीय होता है। हवाई आक्रमण, बिजली की कड़क, नववधू की सगाई-बिदाई, रेल चलने की आवाज,प्लैट फॉर्म की भीड़, शोर-गुल, रोगी की आह, घोडों के दौड़ने की आवाज आदि सबकुछ बड़े ही प्रभावोत्पादक ढ़ंग से प्रस्तुत किया जाता है। परंतु एक साथ अनेक ध्वनियों का प्रयोग, बारबारता, कोलाहल आदि के अतिरिक्त प्रयोग से रेडियो नाटक की प्रभावोत्पादकता कम होती हैं।

**इ) संगीत** :- नाटक के कथ्य को संपूर्ण और प्रभावशाली रूप में श्रोताओं तक पहुँचाने में ध्वनि प्रभाव के साथ संगीत का भी महत्त्वपूर्ण योगदान होता है। **डॉ. दुर्गा दीक्षित** का कथन है कि, ''रेडियो नाटक में ध्वनि संकेतों से नेपथ्य का प्रभाव छोड़ते हैं, तो संगीत वातावरण की निर्मिति करता है। ध्वनि वस्तु को व्यक्त करती है, संगीत भावों की पुष्टि करता है।'' रेडियो नाटक का प्रारंभ संगीत से होता है, जो नाटक के कथ्य और पृष्ठभूमि को रेखांकित करता है। रेडियो नाटक का अंत भी प्राय: संगीत से होता है, जो कथानक की परिपूर्णता का बोध करता है। शुष्क से शुष्क विषय के नाटक में रस पैदा करने का काम पृष्ठभूमि का संगीत करता है। नाटक में रस का परिपाक और प्रभाव बढ़ाने में संगीत सहायता करता है।

रेडियो नाटक में दृश्य परिवर्तन के लिए संगीत का सार्थक उपयोग किया जाता है। किसी पात्र की स्थिति या मनस्थिति को उभारने का महत्त्वपूर्ण कार्य भी संगीत द्वारा संपन्न होता है। रेडियो नाटक में संगीत का प्रयोग स्वतंत्र रूप में, पृष्ठभूमि के रूप में और ध्वनि-प्रभाव के साथ मिश्रित रूप में किया जाता है। रेडियो नाटक के आरंभ, अंत और दृश्य परिवर्तन की सूचना देने के लिए, देश-काल का संकेत देने के लिए, भावोद्दीपन तथा पात्रों के अंतर्द्वंद्व को व्यक्त करने के लिए और विशिष्ट पात्रों के व्यक्तित्त्व का परिचय देने के लिए नाटककार के पास 'संगीत' के अलावा अन्य कोई प्रभावी साधन नहीं होता।

**7. उद्देश्य** :- रेडियो नाटक का उद्देश्य मनोरंजन के साथ, शिक्षा और लोग जागृति करना है। जनसंचार माध्यम की दृष्टि से इस सशक्त माध्यम ने रंगमंचीय विधा को पीछे ढ़केल दिया है। रेडियो नाटक में ऐसे विषय, प्रसंग और दृश्य संगीत या ध्वनि प्रभावों के माध्यम से अत्यंत सहजता और सरसता से प्रस्तुत किए जाते हैं, जिन्हें रंगमंच पर दिखा पाना असंभव होता है। रेडियो नाटक का दृश्य तत्त्व उसके संवादों में निहित होता है। अत: श्रोताओं की दिलचस्पी को बनाए रखते हुए उनकी कल्पनाशीलता को जाग्रत करना रेडियो नाटक का प्रमुख उद्देश्य होता है। रेडियो नाटक विभिन्न रूचियों के लोग सुनते हैं। अत: नाटककार ऐसे विषय का चयन करता है, जो अत्यधिक लोगों के लिए ग्राह्य होता है। इस प्रकार वह अपनी बात श्रोताओं तक पहुँचाने में अधिक सफल होता है।

### 3.3.6 उद्घोषणा लेखन :

कार्यक्रम शुरू होने से पहले उसके बारे में दी जाने वाली सूचना '**उद्घोषणा**' कहलाती है। श्रव्य संचार माध्यम रेडियो की भाषा की प्रकृति मौखिक होती है। दृश्यहीन संचार का सशक्त माध्यम रेडियो की दुनिया ध्वनियों की दुनिया है, ये ध्वनियाँ ही श्रोताओं में दृश्यचित्रों की कल्पना का मूर्त रूप देने का काम करती हैं। अत: रेडियो कार्यक्रम की उद्घोषणा करते समय बड़ी सावधानी बरतनी पड़ती है।

रेडियो उद्घोषणा का अपना विशेष महत्त्व होता है। आने वाले कार्यक्रम के आकर्षण का निर्माण उद्घोषक द्वारा की जाने वाली उद्घोषणा में होता है। सहज, सरल भाषा में आने वाले कार्यक्रम के लिए श्रोता की मानसिकता तैयार करना उद्घोषणा का कार्य होता है। रेडियो की वैशिष्ट्यपूर्ण भाषा का रूप रेडियो की प्रत्येक विधा लेखन में दिखाई देता है। रेडियो की शब्दावली निर्माण में वाणी, ध्वनि प्रभाव और मौन का संयोग होता है। रेडियो पर वाणी का प्रयोग एक विशिष्ट ढ़ंग से करना पड़ता है। उद्घोषणा का संबंध वाचन से होता है। अत: श्रोताओं को आकृष्ट करने के लिए उद्घोषणा लेखन में वक्ता को उतार-चढ़ाव, सुर-ताल और स्वरों के वैविद्ध को चिह्नित करना पड़ता है। प्रत्येक कार्यक्रम की समय सीमा पहले से निर्धारित होती है। अत: उद्घोषणा में संक्षिप्तता और विधापुरुष अभिव्यक्ति आवश्यक होती है। उद्घोषणा लेखन में इस बात की ओर भी ध्यान देना पड़ता है, उसमें प्रयुक्त शब्दावली जनसाधारण के द्वारा ग्रहण करने योग्य, प्रभावशाली और सामान्य हो।

भाषा मनुष्य की असीमित शक्ति है, वह उसे बोलना जानता है, किंतु बोलने की कला से अनभिज्ञ रहता है। बोलने का अर्थ केवल अपनी बात कह देना नहीं और वह भी तब, जब रेडियो पर समाचार वाचन करना हो या किसी कार्यक्रम की उद्घोषणा करनी हो। उद्घोषणा में उद्घोषक को उच्चारण दोष, एकसरता, अविरामता, अस्पष्टता जैसे अवगुणों से मुक्त वाणी का प्रयोग करना चाहिए। किसी भी लेखन का उद्देश्य

प्रभावपूर्ण वाचिक अभिव्यंजना होता है, जो बलाघात और विराम पर निर्भर करता है। कुशल उद्घोषक बनने के लिए उद्घोषणा लेखन में विराम रेखाएँ बनाकर उसे पढ़ने का अभ्यास करना आवश्यक होता है।

अलिखित भाषा का भी अपना एक व्याकरण होता है। उस व्याकरण को समझने के लिए उसका लेखन करना पड़ता है। मुख्यत: मौखिक भाषा के संबद्ध उद्घोषणा के व्याकरण निर्धारण के लिए उसका लेखन सिद्धांत बनाना आवश्यक होता है। त्यौहारों का आँखों देखा हाल, साहित्यिक, कलात्मक, सांस्कृतिक गतिविधियों का आँखों देखा हाल आदि कार्यक्रम के प्रारंभ से श्रोताओं को बाँधे रखने के लिए और कार्यक्रमों के प्रति उत्सुकता बनाए रखने में उद्घोषक और उद्घोषणा की महत्त्वपूर्ण भूमिका होती है, जिसे सजीव लेखन से तराशा जाता है।

### 3.3.7 विज्ञापन लेखन :

आज का युग विज्ञापन का युग कहलाता है। औद्योगिक क्रांति से उपभोग्य वस्तुओं का उत्पादन तेजी से बढ़ रहा है। एक ही उत्पाद की अनेक कंपनियाँ अपने उत्पादन का विपणन करना चाहती है। इन उत्पादनों के तेजी से विपणन करने हेतु आज विज्ञापन अति आवश्यक बन गया है। विज्ञापन एक कला है, और विज्ञान भी। विज्ञापन विविध उत्पादनों और सेवाओं की सूचना देते हुए उनका प्रत्यक्ष परिचय देते हैं। ग्राहक के मन में रूचि उत्पन्न कर खरीददारी के लिए प्रेरित करते हैं। विज्ञापन से बिक्री, लाभांश, उत्पादन का स्तर बढ़ता है और उपभोक्ता को कम मूल्य में उत्तम वस्तु खरीदने का मौका मिलता है। किसी नई वस्तु के निर्माण होते ही उत्पादक कंपनियाँ विज्ञापन एजन्सियों से संपर्क करती हैं। विज्ञापन एजन्सियाँ संचार माध्यमों द्वारा ग्राहकों तक उत्पादन की विशेषताओं को पहुँचा कर, उस उत्पादन की माँग को बढ़ावा देती हैं।

**विज्ञापन अर्थ एवं परिभाषा :-**

'विज्ञापन' शब्द अंग्रेजी के Advertising का हिंदी रूपांतर है। 'वि' उपसर्ग में 'ज्ञापन' के संयोग से बने **'विज्ञापन'** शब्द का अर्थ होता है – विशेष रूप से जानकारी देना । **Advertising** शब्द लैटिन के Advertere से बना है, जिसका अर्थ 'टु टर्न टु' अर्थात् किसी की ओर मोड़ना, किसी वस्तु की ओर आकर्षित होना या आकर्षित कर लेना है।

अमरिकी पत्रिका 'एडवरटाइजिंग एज' की 1932 में संपन्न प्रतियोगिता द्वारा समस्त प्रविष्टियों के आधार पर निर्धारित की गई विज्ञापन की परिभाषा – 'किसी व्यक्ति, वस्तु, सेवा या आंदोलन को प्रस्तुत करने वाली सामग्री, लिपिबद्ध शब्द या वाचिक शब्द अथवा उसका चित्रांकन और वह समग्र संप्रेषण ही विज्ञापन है, जिसे विज्ञापनदाता अपने व्यय से उनकी बिक्री, उनके प्रयोग अथवा उनकी सहमति के लिए प्रकट रूप से जारी करता है।'

एनसाइक्लोपीडिया ब्रिटानिका के अनुसार 'किसी वस्तु के विक्रय अथवा किसी सेवा के प्रसार हेतु मूल्य चुका कर की गई घोषणा ही विज्ञापन है।' प्रमुख राष्ट्रीय विज्ञापनदाता एवं प्रकाशक सूचना संघ के अनुसार, 'विज्ञापन उत्पाद या सेवा की सीधी बिक्री से आगे उद्देश्य पूर्ति के लिए किए गए समवेत वैयक्तिक प्रयासों के रूप पर आधारित है।'

**रेडियो विज्ञापन :-**

संचार माध्यमों की भिन्नता के कारण सभी माध्यमों के विज्ञापनों की भाषा एवं प्रस्तुति में भिन्नता होती है। रेडियो का पूरा दारोमदार ध्वनि पर होता है। रेडियो पर जो भी सुनाया जाता है, उसको श्रवणीय, मधुर तथा आकर्षक होना आवश्यक होता है। विज्ञापन का पहला शब्द और वाक्य इतना आकर्षक होना चाहिए कि, सुनने वाला उसकी तरफ इस प्रकार आकृष्ट हो कि उसे लगे यह संदेश सिर्फ और सिर्फ उसके लिए है।

विज्ञापन का सीधा संबंध उपभोक्ता से होता है। भारत की जनसंख्या का अधिकांश भाग अशिक्षित है। पढ़ने की अपेक्षा सुने हुए और देखे हुए विज्ञापनों के प्रति अधिक संवेदनशील, अधिक आग्रही होता है। लखानी शूज, पॅरागॉन चप्पलें, सिबाका टूथ पेस्ट एवं ब्रश, कॉम्पलॉन, लाईफ बॉय साबुन, पैराशूट तेल आदि वस्तुओं को घरों-घरों में पहुँचाने का काम रेडियो विज्ञापनों ने किया है। रेडियो पर प्रसारित होने वाले विज्ञापन तीन रूपों में आते हैं-

1. **वर्णनात्मक** :- वस्तु या सेवा के किसी भी गुण-दोष को सरल, स्पष्ट शब्दों में कहा जाए तो वह वर्णनात्मक होता है। इसका प्रयोग किसी एक कार्यक्रम के समाप्ति के बाद बाकी पाँच-दस सेकंदों में सीधे कथन द्‌वारा विज्ञापन प्रस्तुत करने के लिए किया जाता है।

2. **नाटकीय** :- किसी भी वस्तु के गुण-दोषों को संवाद के माध्यम से प्रस्तुत करना रेडियो के लिए प्रभावशाली सिद्‌ध होता है। विज्ञापन की नाटकीय प्रस्तुति श्रोता पर अमीट प्रभाव डालती है। लगभग 80% रेडियो विज्ञापन नाटकीयता का सहारा लेकर प्रस्तुत किए जाते हैं। विज्ञापनीय वस्तु का बार-बार उच्चारण विज्ञापन के प्रभाव को बढ़ाता है।

3. **संगीत** :- वस्तु के गुण-दोषों का संगीतमय कथन **'जिंगल'** कहलाता है। 'मिले सुर मेरा तुम्हारा' या 'तंदुरूस्ती की रक्षा करता है लाईफ बॉय' ऐसे ही लोकप्रिय जिंगल्स हैं। संगीत का जादू ही कुछ और होता है। इसी संगीत के जादू का प्रयोग कर अनेक विज्ञापन प्रस्तुत किए जाते हैं, जो विज्ञापनों में कारगर सिद्‌ध होते हैं। रेडियो विज्ञापनों में 15% विज्ञापन जिंगलयुक्त होते हैं।

रेडियो विज्ञापन दो प्रकार के होते हैं। पहले स्पॉट विज्ञापन, जिसकी अवधि 10 से 30 सेकंद होती है। दूसरे प्रायोजित कार्यक्रमों के माध्यम के विज्ञापन जो प्राय: प्रात: और सायं में प्रसारित होते हैं। रेडियो विज्ञापनों में समय सीमा होती है। समय को भी तीन वर्गों में वर्गीकृत किया गया है, जिनके आधार पर विज्ञापन प्रसारण की दरें भी निश्चित की जाती है।

अ) जब रेडियो के सर्वाधिक श्रोता होते हैं।

ब) जब रेडियो के सबसे कम श्रोता होते हैं।

क) जब रेडियो सबसे कम सुना जाता है।

रेडियो विज्ञापन की लंबाई विज्ञापनदाता को दिए गए समय पर आधारित होती है। रेडियो विज्ञापन की अवधि प्राय: 7, 10, 15, 20 या 30 सेकंद तक की होती है। रेडियो विज्ञापन दो गानों के अथवा दो कार्यक्रमों के मध्य प्रसारित किए जाते हैं।

रेडियो में समय महत्त्वपूर्ण होता है। सुबह और शाम का समय रेडियो विज्ञापन के लिए अधिक उपयोगी होता है। प्रायोजित कार्यक्रमों के साथ-साथ अब अन्य विशेष कार्यक्रमों में भी विज्ञापन प्रसारित किए जा रहे हैं। आज कल इन विज्ञापनों की परिधि विस्तृत हो चुकी है। अब उत्पाद वस्तु के अलावा जीवन बीमा, कार लोन, पल्स पोलिओ जैसे सरकारी कार्यक्रम, गृहोपयोगी एवं औद्योगिक सेल आदि के विज्ञापन नाटकीय संवाद शैली या प्रश्नोत्तर शैली में स्थानीय रेडियो केंद्रों से प्रसारित किए जा रहे हैं। रेडियो विज्ञापनों का अपना अलग संसार है। विज्ञापनों की लोकप्रियता को बढ़ावा देने के लिए अनुकूल शब्द एवं संगीत संयोजन, खेल-फिल्म जगत् की जानी-मानी हस्तियों की आवाज, नाट्यशैली, रूपक शैली, संवाद शैली को अपनाया जा रहा है। गीत-संगीतमय घोषणा जिसे 'जिंगल' कहा जाता है, से बड़े-बड़े संगीतकार भी जुडे हुए हैं। गद्यमय विज्ञापनों की जगह अब पद्यमय विज्ञापनों ने ली है।

रेडियो विज्ञापनों में समाचार पत्रों के विज्ञापनों की कापी लेखन की अधिकांश विशेषताएँ रहती हैं। रेडियो के कापी लेखन में संक्षिप्तता, भाषा और आवाज का प्रभाव महत्त्वपूर्ण होता है। रेडियो विज्ञापनों में शब्द-विन्यास, उच्चारण भंगिमा एवं प्रस्तुति द्वारा विज्ञापन का लक्ष्य पूरा होता है। मौखिक विज्ञापन वाणी पर आधारित होते हैं; अतः स्वरों के उतार-चढ़ाव, आरोह-अवरोह, शब्दों की विभिन्न भंगिमाएँ, उच्चारण प्राविण्य, भाषा का लचीलापन विज्ञापन की सफलता के लिए आवश्यक होते हैं। शब्द, ध्वनि और संगीत की प्रभावान्विति रेडियो विज्ञापन के मुख्य उपकरण हैं।

### 3.3.8 फीचर :

अंग्रेजी के 'फीचर' शब्द का कोशगत अर्थ 'नाट्यरूपक' है। अतः 'रेडियो फीचर', '**रेडियो रूपक**' के नाम से भी जाना जाता है। रेडियो फीचर वास्तविक घटनाओं, सूचनाओं और प्रसंगों पर आधारित होता है। रेडियो फीचर में तथ्यों, घटनाओं और पात्रों की वास्तविकता का ध्यान रखते हुए सृजनात्मक लेखन होता है। रेडियो फीचर लेखन समाचार पत्रों तथा पत्रिकाओं के फीचर लेखन से सर्वथा भिन्न विधा है। वस्तुतः वह जीवंत दृश्यों और जीवित तथ्यों का वास्तविक पात्रों के साथ साहित्यिक छायांकन होता है। रेडियो फीचर का उद्देश्य मनोरंजक ढ़ंग से देश के विकास का, देश के इतिहास का और ज्ञान का प्रसार करना होता है।

**परिभाषा** :- रेडियो फीचर की विभिन्न परिभाषाएँ प्रस्तुत की गई हैं। कुछ प्रमुख परिभाषाएँ निम्ननुसार हैं -

1. **लुईस मैकनीस** :- ''रेडियो फीचर किसी गतिविधि का नाटकीय प्रस्तुतीकरण है, किंतु इसमें लेखक को रिपोर्टर या फोटोग्राफर से कुछ और अधिक होना चाहिए। उसे अपनी यथार्थ सामग्री का चयन काफी विवेक से करना चाहिए तथा उसके बाद उसे ऐसे नियंत्रित करना चाहिए कि वह एक नाटकीय प्रभाव के अनुकूल हो सके।''
2. **जॉर्ज ग्रियर्सन** :- रेडियो फीचर 'जीवंत दृश्य और जीवित तथ्य का छायाचित्र' होता है।
3. **ऑल इंडिया रेडियो रिपोर्ट** :- ''फीचर कार्यक्रम सूचनाओं तथा मनोरंजन को प्रस्तुत करने के सभी उपलब्ध साधनों एवं प्रसारण के तरीकों को रूचिकर रूप में प्रस्तुत करने की विधि है।''
4. **शिवसागर मिश्र** :- ''यह विशुद्ध रूप से रेडियो की सृजनात्मक साहित्यिक विधा है तथा इसके चार अंग हैं - साहित्य, तथ्य, प्रमाण और रोचकता।''

**5. डॉ. उदयनाथ मिश्र** :- ''आकाशवाणी की वैज्ञानिक तकनीकों के प्रयोग के साथ रेडियो फीचर तथ्यों एवं सत्यों की ध्वन्यांकित सर्जनात्मक कृति है।''

उपर्युक्त परिभाषाओं से स्पष्ट होता है कि, रेडियो फीचर सृजनात्मक साहित्यिक विधा है। तथ्यों, वास्तविक घटनाओं, सूचनाओं और प्रसंगों पर आधारित इस विधा में वास्तविकता एवं तथ्यपरकता पर विशेष ध्यान देना पड़ता है। रेडियो फीचर के पात्र काल्पनिक नहीं होते।

प्रभावी रेडियो फीचर लेखन के लिए निम्नलिखित छह आयाम या बिंदुओं पर ध्यान देना आवश्यक होता है -

1. **विषय चयन** :- रेडियो फीचर लेखन का सर्वप्रथम और महत्त्वपूर्ण तत्त्व विषय का चुनाव। विषय-चयन सामान्यत: समाज से ही किया जाता है। समाज में अनदेखा, साधारण और महत्त्वहीन समझकर छोड़े गए क्षेत्र से विषय का चुनाव किया जाता है। विषय-चयन की प्रक्रिया में यह ध्यान रखा जाता है कि, विषय साधारण किंतु सामाजिक महत्त्व का हो। फीचर के लिए अधिकतर उपेक्षित क्षेत्रों के विषय महत्त्वपूर्ण होते हैं। रेडियो फीचर लेखक को ऐसे उपेक्षित क्षेत्रों का ध्यानपूर्वक अवलोकन और अध्ययन कर उनके विस्तार में जाकर विषयवस्तु को महत्त्वपूर्ण बनाया जाता है। रेडियो फीचर लेखक जो भी विषय चुनता है, उसका उसे समग्र ज्ञान होना चाहिए, जिससे फीचर तथ्याधारित हो सके।

2. **तथ्यात्मकता** :- तथ्योद्घाटन रेडियो फीचर की अनिवार्य शर्त है। फीचर लेखक जब किसी उपेक्षित, अनछुए विषय का चयन करता है, तो उसकी जिम्मेदारी होती है कि, उसकी प्रस्तुति में तथ्यात्मकता हो। विषय चयन के बाद फीचर लेखक तथ्यों के संकलन को ऐसे प्रस्तुत करें कि उसकी विश्वसनीयता और सत्यता पर कोई आँच न आए। इससे विषय सामग्री का महत्त्व बढ़ता है और फीचर में सरलता, स्पष्टता, रोचकता, संक्षिप्तता तथा प्रभावपूर्णता आती है।

3. **कथ्यात्मकता** :- रेडियो फीचर तथ्याधारित और विश्वसनीय तो होता ही है, किंतु उसमें कथात्मक प्रभाव भी आवश्यक होता है। कथा-तत्त्व की निरंतरता फीचर में रोचकता बढ़ाती है। फीचर लेखक को कथा-तत्त्व का विस्तार इस प्रकार करना चाहिए कि, उसमें प्रारंभ से अंत तक जिज्ञासा बनी रह सके।

4. **वाचकता** :- रेडियो श्रव्य माध्यम है। फीचर को श्रवण द्वारा ही ग्रहण किया जाता है। अत: रेडियो फीचर में वाचकत्व धर्म का निर्वाह आवश्यक होता है। रेडियो फीचर में वाचक सूत्रधार के रूप में विषय-प्रतिपादन करते हुए कथा खंडों को तथ्ययुक्त बनाकर प्रस्तुत करता है। यहाँ रेडियो फीचर लेखक का विशेष कौशल अपेक्षित होता है। उसे भाषा और शब्द-चयन में विशेष सावधानी बरतनी पड़ती है, क्योंकि रेडियो फीचर में सपाट बयानी के साथ-साथ नाटकीयता का भी समावेश रहता है। रेडियो फीचर वाचक में आवेगमयता, भावोद्गार प्रकट करने की क्षमता, स्वर माधुर्य और भावाभिव्यक्ति के लिए आरोह-अवरोह का ज्ञान आवश्यक होता है।

5. **भाषा की प्रवाहमयता** :- रेडियो फीचर में भाषा ही श्रोता तक संदेश पहुँचाती है। अत: भाषा में सरलता, सहजता और प्रवाहमयता अपेक्षित होती है। रेडियो फीचर की भाषा के संबंध में **मधुकर गंगाधर** का कथन है कि, ''फीचर के लिए भाषा बहुत ही महत्त्वपूर्ण है। इसमें तथ्य प्रकट करने की सरलता और भावात्मक अभिव्यक्ति की गरिमा होनी चाहिए। प्रसंगानुसार भाषा किसी भी लेखन की शर्त है। फीचर लेखन के लिए

ऐसी भाषा का प्रयोग होना चाहिए, जो निर्झर की तरह प्रवाहमान एवं स्वच्छ हो।'' रेडियो फीचर की भाषा सरल और सर्वजन ग्राह्य होती है।

6. **संगीत प्रभाव** :- रेडियो फीचर में वाचन कौशल के साथ-साथ संगीत का प्रभाव भी आवश्यक होता है। संगीत फीचर को प्रभावपूर्ण और जीवंत बनाता है। **डॉ. विजय कुलश्रेष्ठ** का कथन है कि, ''कोई भी रेडियो रूपक बिना संगीत प्रभाव के प्रस्तुत कर पाना कठिन है, क्योंकि तथ्य और सत्य का उद्‌घाटन कितना ही रोचक एवं नाटकीय भले ही हो, मात्र विवरण रूप में प्रस्तुत करने से वह श्रोता समुदाय में ग्राह्य नहीं हो पाता। अत: उसके लिए संगीत प्रभाव प्रयुक्त किया जाना अपरिहार्य अंग है।''

उपर्युक्त आयामों के अतिरिक्त रेडियो फीचर में शीर्षक, प्रारंभ, नाट्यात्मकता, योग्य संपादन, रोचकता, संक्षिप्तता, समय सीमा आदि की आवश्यकता होती है। रेडियो फीचर लेखन के लिए एक आचारसंहिता भी बनाई गई है, जिसका प्रत्येक लेखक को पालन करना पड़ता है।

### 3.3.9 रिपोर्ताज :

'रिपोर्ताज' मूलत: पत्रकारिता के क्षेत्र से साहित्य में विकसित आधुनिक गद्‌य विधा है। कहा जाता है कि, इसका आविर्भाव प्रथम विश्व-युद्‌ध के समय ही हो चुका था, जब चर्चिल जैसे व्यक्ति युद्‌ध-संवाददाता बनकर भीषण मार-काट, भयानक रक्त-पात की ताजा रिपोर्ट सीधे युद्‌धभूमि से भेज रहे थे। **डॉ. हरदयाल** का कथन है कि, ''रिपोर्ताज का जन्म द्‌वितीय विश्व-युद्‌ध के समय हुआ। जब साहित्यकारों ने युद्‌ध-भूमि के दृश्यों और घटनाओं की रिपोर्ट समाचार पत्रों में दी। इन रिपोर्टों में पेशेवर पत्रकारों की रिपोर्ट से स्वाभाविक भिन्नता आ गई थी। यह भिन्नता इनकी साहित्यिकता-कलात्मकता और उस उत्साह में थी, जो युद्‌ध-भूमि पर उपस्थित साहित्यकार-सैनिकों के हृदय में विद्‌यमान था। इस प्रकार अनायास ही रिपोर्ताज का जन्म हो गया।''

**'रिपोर्ताज'** मूलत: फ्रेंच भाषा का शब्द है। अंग्रेजी का **'रिपोर्टिंग'** शब्द हिंदी में रिपोर्ताज के रूप में प्रयुक्त होता है। परंतु रिपोर्ताज रिपोर्ट से भिन्न होता है। रिपोर्ट का आशय किसी घटना, खबर, आँखों देखे हाल का यथातथ्य वर्णन है, जिसमें सारा विवरण दृश्यमान हो जाए। ठेठ हिंदी में इसे 'रपट लिखना' कहते हैं। जब किसी विषय का आँखों देखा वर्णन इतने कलात्मक, साहित्यिक और प्रभावशाली ढ़ंग से किया जाता है कि, उसकी अमीट छाप हृदय-पटल पर अंकित हो जाती है, तब उसे रिपोर्ताज की संज्ञा दी जाती है। रिपोर्ताज के रूप में किसी घटना का विवरण प्रस्तुत करते समय घटना के साथ परिवेश एवं पृष्ठभूमि को अधिक महत्त्व देकर उसे भावोत्तेजक रूप में प्रस्तुत किया जाता है।

**परिभाषा :-**

**डॉ. भगीरथ मिश्र** ने रिपोर्ताज के स्वरूप के संबंध में लिखा है, ''किसी घटना या दृश्य का अत्यंत विवरणपूर्ण, सूक्ष्म, रोचक वर्णन इस प्रकार किया जाता है कि, वह हमारी आँखों के सामने प्रत्यक्ष हो जाए और हम उससे प्रभावित हो उठे।'' **डॉ. रामचंद्र तिवारी** का कथन है कि, ''जब सफल पत्रकार या साहित्यकार वास्तविक घटना को अपनी भावना में रँगकर बिंब धर्मी भाषा के माध्यम से सजीव बनाकर प्रस्तुत करता है, तब वह रिपोर्ताज की कला-सृष्टि करता है।'' **हिंदी साहित्य कोश** के अनुसार, ''रिपोर्ट के कलात्मक और साहित्यिक रूप को ही रिपोर्ताज कहते हैं।''

उपर्युक्त परिभाषाओं से स्पष्ट होता है कि, यथार्थ की कलात्मक व्यंजना ही रिपोर्ताज है। रिपोर्ताज का संबंध वर्तमान से होता है। अत: ड्रॉईंग रूम कें बैठकर घटना को कल्पना के सहारे प्रस्तुत करके रिपोर्ताज नहीं लिखा जा सकता। रिपोर्ताज लेखक का घटना स्थल पर उपस्थित रहना और आँखों देखी घटनाओं का वर्णन करना आवश्यक होता है। रिपोर्टरों ने अनुभव किया कि, रिपोर्ट की कलात्मक प्रस्तुति अधिक ग्राह्य होती है। रिपोर्ताज के रूप में एक ऐसी स्वतंत्र विधा का विकास हुआ, जो संस्मरणात्मक होने पर भी सूचनात्मक नहीं होती और कथात्मक होने पर भी काल्पनिक नहीं होती।

रेडियो माध्यम समय-सीमा से बंधा होता है। अत: रेडियो रिपोर्ताज लंबे या प्रदीर्घ नहीं होते। उसका विस्तार सीमित अवधि में निवेदन पूर्ण हो सके इतना ही होता है। रिपोर्ताज का प्रसारण घटना स्थल से प्रत्यक्षदर्शी संवाददाता द्वारा रिपोर्ताज प्रस्तुत किए जाने की सूचना से प्रारंभ होता है। जोखिम भरे स्थल से आँखों देखा हाल, घटनाओं का वर्णन करना बड़ा कठिन होता है। साथ ही वस्तुगत तथ्यों को प्रभावोत्पादक ढ़ंग से प्रस्तुत करते समय उसमें कलात्मकता, संक्षिप्तता एवं रोचकता का होना अनिवार्य होता है। घटनाग्रस्त एवं घटना से जुड़े लोगों से प्रत्यक्ष संवाद द्वारा तथ्यों को जुटाया जाना चाहिए।

रेडियो रिपोर्ताज का एक सामूहिक प्रभाव होता है। असंख्य श्रोता एक साथ प्रभावित होते हैं। अत: रिपोर्ताज लेखन में यथातथ्य प्रस्तुति, जीवंतता और नाटकीयता इन तीन तत्त्वों का ईमानदारी के साथ निर्वाह आवश्यक होता है।

'रिपोर्ताज' नितांत सत्य घटना को अपना वर्ण्य-विषय बनाकर चलता है। लेखक अपनी संवेदनाओं के अनुरूप उस घटना में रंग भरने का कार्य करता है। रिपोर्ताज लेखक को संतुलन और निष्पक्षता पर विशेष ध्यान देना पड़ता है। पढ़ने में जीवंतता का अनुभव कराने वाले रिपोर्ताज अधिक सफल होते हैं। रिपोर्ताजकार को जड़ एवं शुष्क घटना को अपनी साहित्यिक कला से चेतन एवं सरस बनाकर प्रस्तुत करना पड़ता है, जिससे उसमें सजीवता आती है। रिपोर्ताज लेखन में नाटकीयता का समावेश भी अपेक्षित होता है। घटना से संबंधित पात्रों की मुख-मुद्रा, दृश्यों का चित्रण इस प्रकार किया जाना चाहिए कि, घटना श्रोता के सामने मूर्तिमान हो। इसलिए ध्वनि प्रभावों के माध्यम से नाटकीयता का समावेश किया जाना चाहिए।

'रिपोर्ताज' में मर्मस्पर्शिता, रोचकता, रसात्मकता, संक्षिप्तता, कलात्मकता और प्रभावान्विति का होना अनिवार्य होता है। रिपोर्ताज लेखक को विषय की प्रस्तुति में सहज मनोवैज्ञानिक विश्लेषण, यथार्थ चरित्र-चित्रण, घटना की संपूर्ण जानकारी और कलात्मक प्रस्तुति का ध्यान रखना पड़ता है। 'रिपोर्ताज' में हास्यव्यंगात्मक, चित्रात्मक, विश्लेषणात्मक एवं विचारात्मक आदि शैलियों का प्रयोग किया जाता है।

### 3.3.10 **ज्ञान-विज्ञान के विभिन्न क्षेत्रों के पारिभाषिक वाक्यांश**

**(आ) वाक्यांश :**

1. Acting in good faith - सद्भाव से कार्य करते हुए
2. After consultation - से परामर्श करके
3. Approved as proposed - यथा प्रस्ताव अनुमोदित
4. As modified - यथा आशोधित/तरमीम के साथ

5. Background - मामले की पृष्ठभूमि
6. Beg to state - निवेदन है
7. Circulate and then file - संबंद्ध व्यक्तियों को दिखाकर फाईल कर दीजिए
8. During the course of discussion - विचार-विमर्श के दौरान/चर्चा के दौरान
9. Early orders are solicited - शीघ्र आदेशों की प्रार्थना है
10. Explained in your letter - आप के पत्र में स्पष्ट किया गया
11. Follow up action - अनुवर्ती कार्यवाही
12. For favour of doing the needful - यथावश्यक कार्यवाही की कृपा के लिए/कृपया आवश्यक कार्यवाही की जाए
13. For sympathetic - सहानुभूतिपूर्वक विचाार के लिए
14. hard and fast rule - पक्का नियम
15. Has no comments to make - को कोई टीका नहीं करनी है
16. Hold in abeyance - रोक रखना/आस्थांगित रखना
17. Hold lien on post - पद पर पुनर्ग्रहणाधिकार होना
18. I am desired to Say - मुझे निवेदन करने के लिए कहा गया है
19. I beg to Submit - निवेदन है कि
20. I fully agree with the office note - कार्यालय की टिप्पणी से मैं पूर्णतया सहमत हूँ
21. In anticipation - की प्रत्याशा में
22. In Confirmation - की पुष्टि में
23. In Consultation - से परामर्श करके
24. In detail - विस्तार से / ब्योरेवार
25. In particular - विशेषतः / खासकर
26. In prosecution of - के चलाने में / की पूर्ति करने में
27. In the circumstance of - की परिस्थितियों में
28. In the prescribed manner - विहित रीति से / निर्धारित ढंग से / निर्धारित रीति से
29. In view of - को ध्यान से देखते हुऐ/की दृष्टि से / को ध्यान में रखकर
30. Instructions are solicited - कृपया अनुदेश दें
31. It is suggested - यह सुझाव दिया जाता है / सुझाव है
32. Justification for the proposal - प्रस्ताव का औचित्य

33. Keep in abeyance - मुतलबी रखा जाए

34. Lay before - समक्ष रखना / सामने रखना

35. May be excused - क्षमा किया जाए / क्षमा करें

36. May be requested to clarity - से स्पष्टीकरण की प्रार्थना करें

37. Means, By all - निस्संदेह/अवश्यमेंव

38. May be obtained - प्राप्त किया जाया / प्राप्त करें

39. Needs no comments - टिप्पणी की आवश्यकता नाहीं

40. Notice in writing - लिखित सूचना

41. Not transferable - अहस्तांतरणीय

42. No reference is coming - पिछला निर्देश नहीं मिल दिया जाए

43. On an average - औसतन

44. Order communicated - के आधार पर

45. Order may be issued - आदेश जारी कर दिया जाए

46. Out today - आज ही भेजिए

47. On grounds of - के आधार पर

48. Paper for disposal - निपटाने के लिए कागज

49. Passed for payment - भुगतान के लिए पास किया

50. Please expedite compliance - शीघ्र अनुपालन कीजिए

51. Please hand over your charge to Shir- कृपया अपना कार्यभार को सौंप दे

52. Put up - प्रस्तुत कीजिए/पेश कीजिए

53. Quoted below - नीचे उद्धृत

54. Reference is invited to - को देखिए / को देखने का कष्ट करें

55. Referred to as - के नाम से निर्दिष्ट

56. Reinstated in service - नौकरी बहाल की गई

57. Required to be rectified - अनुसमर्थन अपेक्षित है

58. Sanctioned as proposed - प्रस्ताव के अनुसार मंजूर यथा प्रस्ताव संस्वाकृत

59. Self contained note - स्वतःपूर्ण टिप्पणी

60. Steps may be taken - कदम उठाए जाएॅं/उपाय किए जाएॅं

61. Submitted for perusal - अवलोकनार्थ प्रस्तुत

62. Status quo - यथापूर्व स्थिति

63. Take for granted - मान लेना / मानकर चलना

64. The proposal is quite in order - यह प्रस्ताव बिलकुल ठीक है

65. Throughout oversight - नजर चूक जाने से / भूल जाने से

66. To the point - विषयनुकूल / सुसंगत / प्रासंगिक

67. Under his hand and Seal - अपने हस्ताक्षर और मुद्रासहित

68. Under intimation to this office - इस कार्यालय को सूचना देते हुए

69. Verified and found correct - पडताल की और ठीक पाया

70. Vide letter No. - पत्र संख्या - देखिए

71. We are not concerned with this - इसका हमसे संबंध नहीं है

72. With due regard to - का सम्यक ध्यान रखते हुए

73. With full particulars - पूरे ब्योरे सहित / पूरे विवरण के साथ

74. Without any further reference - बिना और किसी निर्देश के

75. Will you please state - कृपया बताएँ

76. With regard to - के बारे में / के संबंध में

77. Without fail - अवश्य / बिना चूक

78. It may further be added - यह भी बताया जाता है यह भी बताना उचित होगा / साथही

79. Initiative to take - सूत्रपात करना / पहल करना

80. Incumbent upon, to be - के लिए लाजिम होना

81. In his discretion - स्वविवेक से / अपनी समझ से

82. In official Capacity - पद की हैसियत से

83. In that respect - तद्विषयक / उस बारे में

84. Manner's in the prescribed - विहित रीति से / निर्धारित ढंग से / विहित तरीके से

85. Lay down - निर्धारित करना

86. No action - कोई कार्यवाही नहीं/किसी कार्यवाही की आवश्यकता नहीं

87. No Objection - अनापत्ति पत्र

88. No traceable - पता नही लग रहा है

89. No demand certificate - बेबाकी - पद

90. Pross and Cons - पक्ष - विपक्ष / आगा-पीछा

91. Take over - ले लेना / कार्यभार संभालना
92. In consequence of - के परिणाम / के फलस्वरूप
93. By virtue of - के नाते / की हैसियत से
94. As a Matter of fact - यथार्थतः / वस्तुतः
95. In order of priority - प्राथमिकता के क्रम से / अग्रता के क्रम से
96. Above said - उपर्युक्त
97. Copy enclosed - प्रतिलिपि संलग्न है
98. As a result of - के फलस्वरूप
99. During this period - इस अवधि में
100. May be filed - फाईल कर दिया जाए

## 3.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न :

**प्रश्न 1 अ) निम्नलिखित वाक्यों में दिए गए पर्यायों में से उचित पर्याय चुनकर वाक्य फिर से लिखिए।**

1. 'संचार' शब्द संस्कृत के 'चर' धातु से निःसृत है, जिसका अर्थ ........... है।

   अ) भागना ब) दौड़ना क) बैठना ड) **चलना या संचारण करना है**

2. संचार प्रक्रिया स्त्रोत और .................. के बीच संचालित होती है।

   अ) वक्ता ब) **श्रोता** क) वाचक ड) लेखक

3. देसी रियासत .............. सरकार ने अपने रेडियो स्टेशन के लिए 'आकाशवाणी' की संज्ञा दी थी।

   अ) हैद्राबाद ब) बिजापुर क) **म्हैसुर** ड) कोल्हापुर

4. साधारण ढ़ंग से हवा में बोला गया शब्द एक सेकंद में ............. मीटर तेजी से दौड़ता है।

   अ) **3325** ब) 3025 क) 3625 ड) 3335

5. रेडियो की भाषा ............... होती है, जो आसानी से हर व्यक्ति की समझ में आती है।

   अ) राज्यभाषा ब) राष्ट्रभाषा क) परिनिष्ठित भाषा ड) **लोकभाषा**

6. किसी भी माध्यम के समाचार लेखन में ......... 'क' कारों का समावेश अनिवार्य होता है।

   अ) आठ ब) दस क) **छह** ड) पाँच

7. रेडियो द्वारा प्रसारणार्थ लिखे गए .............. को रेडियो नाटक कहा जाता है।

   अ) **लिरिक्स नाटक** ब) एकांकी नाटक क) दो अंकी नाटक ड) गीति नाटक

8. .......... के मतानुसार संवाद ही रेडियो नाटक है।

   अ) सिडनी ब) हंबोल्टस क) **विलियम ऐश** ड) वर्डसवर्थ

9. अंग्रेजी के 'फीचर'शब्द का कोशगत अर्थ ............. है।

अ) **नाट्यरूपक** ब) श्रव्य नाटक क) ध्वनि नाटक ड) रेडियो नाटक

10. रेडियो नाटक ........... जैसे बंधनों से पूर्ण मुक्त होता है।

अ) कथानक ब) ध्वनि क) **संकलनत्रय** ड) संगीत

**आ) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर एक-एक वाक्य में लिखिए।**

1. जनसंचारीय माध्यमों में कैसी भाषा का प्रयोग अनिवार्य होता है?
2. जनसंचार माध्यमों को किन तीन प्रमुख समूहों में विभाजित किया जाता है ?
3. 'आकाशवाणी' की स्थापना कब हुई ?
4. किसने भीड़ भरे चौराहे पर बिना तारों की सहायता के आवाज का प्रसारण कर एक नए युग का प्रारंभ किया?
5. रेडियो समाचार संरचना में किसने तीव्र बुद्धि और मेधा को आवश्यक माना है?
6. रेडियो समाचार में शीर्षक के लिए किस शब्द का प्रयोग होता है?
7. सैमुअल सेल्डन ने नाट्य-रचना के किन प्रमुख पाँच प्रेरणा स्त्रोंतों का उल्लेख किया है?
8. रेडियो नाटक की भाषा का मुख्य गुण क्या होता है?
9. 'रिपोर्ताज' मूलत: किस क्षेत्र से साहित्य में विकसित आधुनिक गद्य विधा है?
10. किस के मतानुसार 'रेडियो नाटक मूलत: अंधेरे का ही नाटक' है ?

## 3.5 पारिभाषिक शब्द – शब्दार्थ :

**छ 'क' कार** : कौन, कब, कहाँ, क्या, क्यों, कैसे- क से शुरू होने वाले प्रश्नार्थक शब्द

**तकनीक** : अंग्रेजी शब्द टेकनिक का हिंदीकरण, तंत्र

**प्रयुक्ति** : विशिष्ट विषय क्षेत्र में प्रयोग की जाने वाली शब्दावली

**रिपोर्ताज** : अंग्रेजी शब्द रिपोर्टिंग का हिंदीकरण, एक साहित्य विधा

**संचार माध्यम** : संपर्क माध्यम

## 3.6 स्वयं अध्ययन प्रश्नों के उत्तर :

**प्रश्न 1 अ)**

1) चलना या संचारण करता है। 2) श्रोता 3) म्हैसुर 4) 3325

5) लोकभाषा 6) छह 7) लिरिक्स नाटक 8) विलियम ऐश

9) नाट्यरुपक 10) संकलनत्रय

**प्रश्न 1 आ)**

1. जनसंचारीय माध्यमों में ऐसी भाषा का प्रयोग अनिवार्य होता है, जिसे जन साधारण समझ सके और अपने आपको व्यक्त कर सके।
2. जनसंचार माध्यमों को परंपरागत माध्यम, मुद्रित माध्यम और इलेक्ट्रॉनिक माध्यम इन तीन प्रमुख समूहों में विभाजित किया जाता है।
3. 'आकाशवाणी' की स्थापना सन् 1936 ई. में हुई, लेकिन भारतवर्ष में रेडियो कार्यक्रमों का सिलसिलेवार प्रसारण 23 जुलाई सन् 1927 ई. से ही प्रारंभ हो गया था।
4. अमरिका के नाथन वोस्टबल फील्ड ने भीड भरे चौराहे पर बिना तारों की सहाय्यता के आवाज का प्रसारण कर एक नए युग का प्रारंभ किया।
5. रेडियो समाचार संरचना में एण्ड्र्यू सी. लांग ने तीव्र बुद्धि और मेधा को आवश्यक माना है।
6. रेडियो समाचार में शीर्षक के लिए 'हेडलाईन्स' शब्द का प्रयोग होता है, जिन्हें 'मुख्य समाचार' भी कहा जाता है।
7. सैमुएल सेल्डन ने नाट्य-रचना के प्रमुख पाँच प्रेरणा स्त्रोतों - मनोदशा, सत्य, स्थिति, कहानी और चरित्र का उल्लेख किया है।
8. रेडियो नाटक की भाषा का मुख्य गुण 'चित्रात्मकता' है।
9. 'रिपोर्ताज'मूलत: पत्रकारिता के क्षेत्र से साहित्य में विकसित आधुनिक गद्य विधा है।
10. डॉ. सिद्धनाथ कुमार के शब्दों में 'रेडियो नाटक मूलत: अंधेरे का ही नाटक' है।

## 3.7 सारांश :

1. अंग्रेजी शब्द 'communication' वर्तमान संदर्भों में 'संचार' का पर्याय बन चुका है। 'संचार' शब्द संस्कृत के 'चर' धातु से नि:सृत है, जिसका अर्थ चलना या संचारण करना है। वस्तुत: 'संचार' का अर्थ एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक अर्थपूर्ण संदेशों का संप्रेषण है। भारत में हर व्यक्ति तक पहुँचने के लिए कोई भी संचार माध्यम रेडियो, फिल्म, दूरदर्शन, समाचार पत्र हो, हिंदी भाषा का प्रयोग आवश्यक है।
2. रेडियो के लिए 'आकाशवाणी' शब्द भारत वर्ष के केंद्रीय सरकार द्वारा संचलित, देशव्यापक, अखिल भारतीय संस्था के लिए व्यवहार में लाया जाता है। 8 जून सन् 1936 ई. में इस संस्था की स्थापना के अवसर पर इसका अंग्रेजी नामकरण 'ऑल इंडिया रेडियो' हुआ।
3. भाषा के लिखित और मौखिक दो रूप होते हैं। भाषा का प्रयोग कभी बोलकर किया जाता है तो कभी लिखकर। भाषा का बोला गया रूप 'मौखिक रूप' कहा जाता है। मौखिक भाषा में सहजता, सरलता और स्वरों के उतार-चढ़ाव का महत्त्व होता है। सुर, ताल और स्वर में विविधता वाली ध्वनि मौखिक भाषा की आवश्यक प्रकृति है।

4. रेडियो समाचार लेखन और मुद्रित समाचार लेखन के मूलभूत सिद्धांत एक समान होते हैं। इनमें सबसे बड़ा अंतर लेखन-शैली और प्रस्तुतीकरण का होता है। रेडियो समाचार लेखन की अपनी कुछ विशेषताएँ हैं। संक्षिप्तता, तात्कालिकता और महत्त्व रेडियो समाचार के महत्त्वपूर्ण तत्त्व माने गए हैं।

5. रेडियो समाचारों में लेखन के साथ-साथ 'वाचन' भी महत्त्वपूर्ण होता है। विद्वानों के मतानुसार रेडियो समाचार वाचन के स्वाभाविकता, आत्मीयता, तान-अनुतान, उत्साह, विविधता और मानक उच्चारण ये प्रमुख छह तत्त्व माने गए हैं। रेडियो द्वारा प्रसारणार्थ लिखे गए 'लिरिक्स नाटक' को रेडियो नाटक कहा जाता है। शिल्प की दृष्टि से रेडियो नाटक के नाटक, रुपक, रूपांतर, फैण्टसी, स्वगत नाट्य (मोनो लॉग), संगीत रूपक और झलकियाँ ये सात भेद बताए हैं। रेडियो नाटक लेखन की प्रक्रिया में नाटक का सूत्र, नाटक का कथानक, चरित्र, दृश्य संरचना, नाटक की गति, नाटक के उपकरण, उद्देश्य इन तत्त्वों का निर्वाह आवश्यक होता है।

6. कार्यक्रम शुरू होने से पहले उसके बारे में दी जाने वाली सूचना 'उद्घोषणा' कहलाती है। उद्घोषणा में उद्घोषक को उच्चारण दोष, अविरामता, अस्पष्टता जैसे अवगुणों से मुक्त वाणी का प्रयोग करना चाहिए।

7. किसी वस्तु के विक्रय अथवा किसी सेवा के प्रसार हेतु मूल्य चुका कर दी गई घोषणा ही विज्ञापन है। संचार माध्यमों की भिन्नता के कारण सभी माध्यमों के विज्ञापनों की भाषा एवं प्रस्तुति में भिन्नता होती है। रेडियो का पूरा दारोमदार ध्वनि पर होता है। रेडियो पर प्रसारित होने वाले विज्ञापन वर्णनात्मक, नाटकीय और संगीत इन तीन रूपों में आते हैं।

8. अंग्रेजी के 'फीचर' शब्द का कोशगत अर्थ 'नाट्यरूपक' है। अत: 'रेडियो फीचर', 'रेडियो रुपक' के नाम से भी जाना जाता है। प्रभावी रेडियो फीचर लेखन के लिए विषय चयन, तथ्यात्मकता, कथ्यात्मकता, वाचकता, भाषा की प्रवाहमयता और संगीत प्रभाव इन छह आयाम या बिंदुओं पर ध्यान देना आवश्यक होता है।

9. 'रिपोर्ताज' मूलत: पत्रकारिता के क्षेत्र से विकसित आधुनिक गद्य विधा है। जब किसी विषय का आँखों देखा वर्णन इतने कलात्मक, साहित्यिक और प्रभावाशाली ढ़ंग से किया जाता है कि, उसकी अमीट छाप ह्रदय-पटल पर अंकित हो जाती है, तब उसे रिपोर्ताज की संज्ञा दी जाती है।

## 3.8 स्वाध्याय :

**दीर्घोत्तरी प्रश्न –**

1. रेडियो समाचार लेखन एवं वाचन का विवेचन कीजिए।
2. रेडियो नाटक की संकल्पना एवं स्वरूप स्पष्ट कीजिए।

**लघुत्तरी प्रश्न (टिप्पणियाँ)**

1. रेडियो रिपोर्ताज।
2. रेडियो फीचर।

3. रेडियो उद्घोषणा।

4. रेडियो विज्ञापन लेखन ।

## 3.9 क्षेत्रीय कार्य :

1. विविध रेडियो चॅनलों पर होने वाली कार्यक्रमों की उद्घोषणा के आधार पर मौखिक भाषा की विशेषताओं का संकलन कीजिए।

2. रेडियो विज्ञापनों को सुनकर नए विज्ञापनों का लेखन कीजिए।

## 3.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए :

1. प्रयोजनमूलक हिंदी - डॉ. लक्ष्मीकांत पाण्डेय, डॉ. प्रमिला अवस्थी, आशीष प्रकाशन, कानपुर, प्रथम संस्करण 2005.

2. मीडिया कालीन हिंदी : स्वरूप एवं संभावनाएँ - डॉ. अर्जुन चव्हाण, राधाकृष्ण प्रकाशन, नई दिल्ली।

3. प्रयोजनमूलक हिंदी : विविध परिदृश्य - डॉ. रमेशचंद्र त्रिपाठी, डॉ. पवन अग्रवाल, अलका प्रकाशन, कानपुर, संस्करण 2001.

4. मीडिया लेखन (सिद्धांत और व्यवहार) - डॉ. चंद्रप्रकाश मिश्र, संजय प्रकाशन, नई दिल्ली, प्रथम संस्करण 2003.

5. मीडिया लेखन और संपादन कला - डॉ. गोविंद प्रसाद, अनुपम पाण्डेय, डिस्कवरी पब्लिशिंग हाऊस, नई दिल्ली, प्रथम संस्करण 2006.

6. संचार माध्यमों में हिंदी - डॉ. सुधाकर गोकाककर, प्रकाशक डॉ. राजेंद्र वडनेरे, प्रभारी कुलसचिव, य. च. म. मुक्त विद्यापीठ, नाशिक, संस्करण 2002.

7. जनसंचार माध्यमों में हिंदी - डॉ. चंद्रकुमार, प्रकाशक बी. के.तनेजा, क्लासिकल पब्लिशिंग कंपनी, नई दिल्ली।

1. **बहुविकल्पीय प्रश्न**

   1. .......... ने संचार माध्यमों की उपादेयता को प्रशानिक कार्यो के लिए प्रयोग किया था।

      अ. मुगल    ब. खिलजी    क. बहामनी    ड. जंहागीर

   2. आधुनिक अर्थ में जनसंचार की सुविधाओं से हिंदी भाषी जनता का परिचय.... वीं सदी में हुआ।

      अ. 21    ब. 16    क. 19    ड. 18

3. आकाशवाणी की स्थापना........ वर्ष में हुई।

अ. 1935 ब. 1936 क. 1938 ड. 1891

4. भाषा की प्रारंभिक श्रव्य परंपरा का आधुनिक रुप........ है।

अ. सिनेमा ब. फिल्में क. आकाशवाणी ड. धर्मग्रंथ

5. वार्तालाप लेखन को ........बिंदुओं में विभाजित किया जाता है।

अ. दस ब. आठ क. पाँच ड. नौं

**उत्तर :** 1. अ 2. क 3. ब 4. क 5. क

2. **उचित मिलान कीजिए।**

| | |
|---|---|
| 1. ध्वनि नाटक | अ. लिखित, मौखिक |
| 2. वार्तालाप लेखन बिंदु | ब. हेडलाईन्स |
| 3. भाषारुप | क. अंधनाटक |
| 4. मुख्य समाचार | ड. पॉच |
| 5. सिध्दनाथ कुमार | इ. रेडियो नाटक |

**सही मिलान उत्तर**

1. – इ, 2. – ड, 3. – अ, 4. – ब, 5. – क

3. **सही गलत का निर्णय करें।**

1. वार्तालाप लेखन का प्रारंभ बिंदु समापन है, तो तीसरा बिंदु शीर्षक है।
2. आकाशवाणी सर्वाधिक गतिशील माध्यम है, जिसकी तुलना में समाचार पत्रों में प्रकाशित होने वाले समाचार बासी कहे जाते हैं।
3. रेडियो समाचारों में अतिविस्तारता महत्त्वपूर्ण होती है, रेडियो समाचार प्रसारण के लिए एक मिनट का समय दिया जाता है।
4. रेडियो दृक माध्यम है, जिसके कार्मक्रम आँखों के माध्यम से देखे जाते हैं।
5. औद्योगिक क्रांति के फलस्वरुप विज्ञापन का जन्म हुआ है, रेडियो में 15 प्रतिशत विज्ञापन जिंगलयुक्त होते हैं।

**उत्तर :**

1. पहला गलत है, तो दूसरा भी गलत है।
2. पहला सही है, और दूसरा भी सही है।
3. पहला गलत है, तो दूसरा भी गलत है।
4. पहला गलत है, तो दूसरा भी गलत है।
5. पहला सही है, तो दूसरा भी सही है।

----------

## इकाई – 4

# दृश्य–श्रव्य माध्यम

**(फिल्म, टेलीविजन एवं वीडियो)**

---

**4.1 उद्देश्य**

**4.2 प्रस्तावना**

**4.3 विषय विवेचन**

4.3.1 दृश्य, श्रव्य माध्यम

4.3.2 दृक माध्यमों में भाषा की प्रकृति

4.3.3 पार्श्व वाचन (वायसओवर)

4.3.4 पटकथा लेखन

4.3.5 टेली ड्रामा

4.3.6 संवाद लेखन

4.3.7 साहित्य की विधाओं का दृश्य माध्यमों में रूपांतर

4.3.8 विज्ञापन लेखन

**4.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न**

**4.5 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ**

**4.6 स्वयं अध्ययन प्रश्नों के उत्तर**

**4.7 सारांश**

**4.8 स्वाध्याय**

**4.9 क्षेत्रीय कार्य**

**4.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए**

## 4.1 उद्देश्य :

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप :-

- दृश्य-श्रव्य माध्यम का सामान्य परिचय दे सकेंगे।
- फिल्म,टेलीविजन एवं वीडिओ का सामान्य परिचय दे सकेंगे।
- दृश्य माध्यमों में भाषा की प्रकृति स्पष्ट कर सकेंगे।
- पार्श्ववाचन की सामान्य विशेषताएँ विशद कर सकेंगे।
- दृश्य-श्रव्य माध्यमों के लिए पटकथा लेखन, टेली ड्रामा, विज्ञापन, संवाद लेखन की प्रविधि का परिचय दे सकेंगे।
- साहित्य की विधाओं का दृश्य माध्यमों में रूपांतर का तकनीक स्पष्ट कर सकेंगे।

## 4.2 प्रस्तावना :

भाषा मनुष्य का सबसे बड़ा आविष्कार है। भाषा के आविष्कार से ही मनुष्य की सांस्कृतिक एवं औद्योगिक विकास यात्रा प्रारंभ हुई है। भाषा के सहारे मनुष्य अपने भावों, तर्कों और विचारों को व्यक्त करता आया है। मानव संस्कृति के निर्माण और विकास में भाषा का बहुत बड़ा योगदान है। मनुष्य इस सृष्टि का सर्वाधिक विकसित प्राणी है। उसके लिए संचार का विशिष्ट महत्त्व है। संचार और कुछ नहीं, परस्पर विचारों के आदान-प्रदान, जिज्ञासाओं के समाधान और प्रेरणा-प्रोत्साहन की प्रक्रिया का नाम है।

सभ्यता के विकास के साथ-साथ जन-संचार के माध्यमों का व्यापक प्रसार हुआ है। जनसंचार के अनेक उपकरण हैं। समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, पुस्तकें, रेडियो, दूरदर्शन और केबल टीवी, वीडिओ आदि प्रमुख उपकरण हैं। मुख्य रुप से इन्हें दो श्रेणियों में - मुद्रित माध्यम और इलेक्ट्रॉनिक माध्यम - बाँटा जाता है। इलेक्ट्रॉनिक माध्यम बीसवीं सदी की देन है। इलेक्ट्रॉनिक माध्यम के आविष्कार के साथ संचार क्षेत्र में अभूतपूर्व गति आई है। वर्तमान इलेक्ट्रॉनिक साधनों की प्रगति ने दुनिया को 'बड़े देहात' में बदल दिया है। इलेक्ट्रॉनिक माध्यम को भी श्रव्य और दृश्य-श्रव्य माध्यम में विभाजित किया जाता है। दृश्य-श्रव्य माध्यम में प्रमुख रूप से फिल्म, दूरदर्शन और वीडिओ का समावेश होता है। संचार के एक प्रभावी माध्यम के रूप में हमें इनका परिचय प्राप्त करना है।

आज जनसंचार बहु आयामी हो गया है। इसके उद्भव के संबंध में बताया जाता है कि, आदम और हौवा ने परस्पर संदेशों का आदान-प्रदान किया। यह संसार की पहली कड़ी है, जिसने जनसंचार की निरंतर चलने वाली शृंखला निर्माण की। जनसंचार के प्रत्येक माध्यम में कुछ नियम, नीतियाँ एवं विशिष्टताएँ होती हैं, जिनका ज्ञान सफल जनसंचार के लिए आवश्यक होता है। जनसंचार के माध्यमों में दृश्य-श्रव्य साधनों और प्रदर्शनियों का अपना अलग महत्त्व है। जनसंचार के तकनीक एवं उसकी शैलियों में सबसे प्रभावी माध्यम टेलीविजन या दूरदर्शन है, जिसे 'युवा-माध्यम' कहा जाता है। फिल्म और टेलीविजन आज सर्वाधिक लोकप्रियता प्राप्त कर चुकें हैं। वीडिओ भी टेलीविजन का ही एक आयाम है, क्योंकि बिना टी. वी. सेट के वीडिओ की क्रियाशीलता असंभव

होती है। इसमें किसी कार्यक्रम की शुटिंग कर कैसेट तैयार किया जाता है, जिसे वी. सी. आर. के माध्यम से टी. वी. के स्क्रीन पर देखा जाता है।

## 4.3 विषय–विवेचन :

औद्योगिक क्रांति के साथ संपर्क साधनों में गति आ गई है। अब ये संपर्क माध्यम संचार माध्यम कहलाए जाने लगे हैं। इस अपूर्व संचार क्रांति का फायदा सभी क्षेत्रों को हो रहा है। आज का युग विज्ञापन युग के नाम से पहचाना जाने लगा है। मुद्रित माध्यम से अधिक इलेक्ट्रॉनिक माध्यम का बोलबाला है। इलेक्ट्रॉनिक माध्यम में भी दृश्य–श्रव्य माध्यम सर्वाधिक लोकप्रिय साधन बन चुका है। जनसंचार के विभिन्न माध्यमों में हिंदी का प्रयोग करते समय प्रयोगकर्ता को इस बात का ध्यान रखना पड़ता है कि, उसे किस माध्यम के लिए भाषिक संप्रेषण करना है क्योंकि, संचार प्रक्रिया स्त्रोत और श्रोता के बीच संचलित होती है।

### 4.3.1 दृश्य–श्रव्य माध्यम :

**अ) फिल्म:**– भारतीय सिनेमा के जनक **दादासाहब फालके** ने सन् 1913 ई. में **'राजा हरिश्चंद्र'** फिल्म बनाई जिसका प्रभाव भारतीयों पर पड़ा। इसके पूर्व ब्रिटिश शासन काल में भारत में सिनेमा का प्रवेश हुआ था। भाषा की शक्ति का वास्तविक रूप तब सामने आया, जब ये गूँगी फिल्में बोलने लगीं। सन् 1931 ई. में **'आलम आरा'** फिल्म के प्रदर्शन के साथ ही भारत में उस नई क्रांति का उदय हुआ। इस नई क्रांति ने शब्द, दृश्य माध्यम के रूप में, हिंदी की क्षमता को रेखांकित किया। पहले आकाशवाणी फिर फिल्म और अब दूरदर्शन के माध्यम से नवीनतम माध्यमों का इतना विस्तार हुआ है कि संचार–प्रक्रिया की शक्ल बदल गई है।

हिंदी के माध्यम से मूक एवं वाक् फिल्मों का बहुत गहरा प्रभाव जनजीवन पर पड़ा। 'समाज सुधार की अहं भूमिका में सिनेमा' शीर्षक अपने लेख में **गौतम कौल** ने लिखा है, ''लगता है कि, आने वाले दिनों में भारतीय सिनेमा भारतीय समाज की सामाजिक विचारधारा को सहीं दिशा देगा। आवश्यकता इस बात की है कि इस माध्यम पर निगरानी रखी जाए कि २१ वीं सदी में सिनेमा के माध्यम से किस तरह की सामाजिक क्रांति लाई जा सकती है।'' सिनेमा का जनसंचार के माध्यमों में महत्त्वपूर्ण स्थान है। आज दूरदर्शन से इसका प्रभाव थोडा कम हुआ है, फिर भी सिनेमा घर की भीड़ कम नहीं हुई है।

**ब) टेलीविजन** :– संचार माध्यमों में टेलीविजन का प्रयोग सर्वप्रथम सन् 1884 ई. में हुआ। उसके पश्चात अमरिका में सन् 1890 ई., फ्रांस में सन् 1900 ई. और रूस में सन् 1915 ई. में टेलीविजन का प्रसारण के लिए प्रयोग रूप में प्रारंभ किया गया। विश्व में सर्वप्रथम सन् 1920 ई. में बोलने वाले चित्रों का सफल प्रयोग किया गया। अमरिका में **डॉ. बोरोकिन** तथा जे. **किन्सनीज** ने यांत्रिक टेलीविजन उपकरण का सन् 1925 ई. में प्रदर्शन किया। सबसे पहला टेलीविजन कार्यक्रम सन् 1927 ई. में न्यूयॉर्क और वॉशिंग्टन के मध्य बेल टेलिफोन लॅबोरेट्रीज द्वारा प्रस्तुत किया गया। टेलीविजन तकनीकी की 10 वर्षों की लंबी यात्रा के बाद सन् 1937 ई. में टेलीविजन पर आधारित नियमित कार्यक्रम प्रारंभ हुए।

ग्रीक शब्द 'टेली' और लैटिन शब्द 'विजन' से बना **'टेलीविजन'** वास्तव में अंग्रेजी शब्द है, जो अत्यधिक प्रचलित होने के कारण सामान्य होकर अक्सर सब की जुबान पर रहता है। 'टेली' का अर्थ है दूर और 'विजन' का अर्थ है देखना। अर्थात् जो दूर की चीजों का दर्शन कराए वह **'दूरदर्शन'** है। भारत में टेलीविजन की विकास

यात्रा महाभारत के युद्ध का सजीव प्रसारण सुनाने वाले संजय और धृतराष्ट्र के साक्षात् दृश्य-श्रवण से मानी जाती है। परंतु वर्तमान काल में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के रूप में भारत में टेलीविजन का प्रथम प्रयोगी केंद्र सन् 1959 ई. में भारत के प्रथम राष्ट्रपति डॉ. राजेंद्र प्रसाद के हाथों उद्घाटित हुआ। सन् 1976 ई. में टेलीविजन ने आकाशवाणी से अलग होकर 'दूरदर्शन' नाम से अपना अलग स्वतंत्र अस्तित्त्व निर्माण किया है। 15 अगस्त सन् 1982 ई. से भारत में रंगीन दूरदर्शन का सूत्रपात हुआ।

टेलीविजन पर प्रसारित किए जाने वाले कार्यक्रमों का दो वर्गों में विभाजन किया जाता है। पहले वर्ग के अंतर्गत वे कार्यक्रम आते हैं, जिनमें दृश्यों की अपेक्षा शब्दों का महत्त्व अधिक होता है। जैसे - समाचार, वार्ता, नाटक, साक्षात्कार, खेल कॉमेण्ट्री, मुशायरा, वृत्तचित्र, भेंट-वार्ता आदि। तो दूसरे वर्ग के अंतर्गत फिल्मी गीत, संगीत, लोकगीत, पारंपरिक संगीत, शास्त्रीय संगीत, सुगम संगीत, फीचर फिल्म और विविध धारावाहिकों का समावेश होता है, जिनका लक्ष्य मात्र संगीत और मनोरंजन होता है।

टेलीविजन संचार माध्यम के क्षेत्र में एक नया आयाम होकर आया है, जिसने रेडियो और प्रिंट मीडिया को पीछे छोड़ दिया है। प्रत्येक संचार माध्यम की अपनी एक भाषा और उस भाषा का अपना व्याकरण होता है। टेलीविजन की भाषा में केवल शब्द नहीं होते। शब्दों के साथ दृश्य, रंग, चेहरे और मौन तथा संगीत भी होता है। उसमें एक तरफ कैमरे की गति होती है, तो दूसरी ओर रेडियो की तात्कालिकता। टेलीविजन में दृश्य ही बहुत कुछ कहते हैं, अत: शब्दों में सारी बातें कहने की आवश्यकता नहीं होती। टेलीविजन ने परंपरागत व्याकरण नियमों से मुक्त सर्वथा नई हिंदी भाषा को जन्म दिया है। इसका अपना व्याकरण और अपने नियम हैं, जिसका स्वरूप क्षेत्रीय प्रसारण केंद्रों के साथ बदलता रहता है। कुछ विद्वान इस भाषा को **'दूरदर्शनी-हिंदी'** या **'हिंग्लिश'**भाषा नाम से संबोधित करते हैं।

**क) वीडिओ** :- वीडिओ का शाब्दिक अर्थ है - चित्र मुद्रण। एक विशेष प्रकार के कैमरे से वीडिओ कैमेरे से चित्र मुद्रण किया जाता है। वीडिओ कैमरे से घटना संबंधी सारे चलते फिरते चित्र लिए जाते हैं, जिनका उपयोग टी. वी. चैनल पर किया जाता है। वीडिओ कैमरे का सर्व प्रथम प्रयोग टी. वी. के लिए समाचारों के सजीव कैसेट बनाने में किया गया। टी. वी. चैनलों में प्रदर्शित वीडिओ समाचारों की लोकप्रियता के कारण महत्त्वपूर्ण समाचारों के कैसेट बाजार में उपलब्ध होने लगे हैं। इस प्रकार के समाचार कैसेट या सीडी को 'वीडिओ पत्रिका' अथवा 'वीडिओ मॅगेझीन' कहा जाता है।

दृक-श्रव्य माध्यमों में फिल्म, टेलीविजन एवं वीडिओ की गणना की जाती है। टेलीविजन और फिल्म आज सर्वाधिक लोकप्रियता प्राप्त कर चुके हैं। टेलीविजन सेट के बिना वीडिओ सेट की क्रियाशीलता संभव नहीं होती। अत: वीडिओ को टेलीविजन का ही एक हिस्सा माना जाता है। वीडिओ में किसी कार्यक्रम की पहले शुटिंग की जाती है। शुटिंग की गई सामग्री का कैसेट तैयार कर लिया जाता है। इस कैसेट को वी. सी. आर. के माध्यम से टेलीविजन सेट से संचलित कर उसे स्क्रीन पर देखा या दिखाया जाता है।

नब्बे के दशक में वीडिओ के माध्यम से टेली ड्रामा और फिल्में देखने की एक अंधी दौड़ चल पड़ी। घर-घर, गली-मोहल्ले में 10-20 लोग बैठकर वीडिओ पर जब चाहे मनचाही फिल्म देखने लगे। आज केवल टी. वी. और डिश-एण्टीना के कारण वीडिओ पर फिल्में देखने वाली भीड़ अपने-अपने घरों में बंद हो गई है। सिनेमा घर जाकर फिल्म देखने का क्रेज अब धीरे-धीरे समाप्त होता जा रहा है।

### 4.3.2 दृक माध्यमों में भाषा की प्रकृति :

दृक माध्यमों में फिल्म, टेलीविजन और वीडिओ की गणना की जाती है। टेलीविजन और फिल्म आज की सर्वाधिक लोकप्रिय विधाएँ हैं। संप्रेषण तत्त्व की दृष्टि से फिल्मों में बिंब ही सर्वोपरि होते हैं, जो फिल्म की दृश्यभाषा की सृष्टि करते हैं। दृश्य भाषा के लिए फिल्म के छायांकन, संपादन, कैमरा, साऊंड ट्रॅक, ध्वनि और संगीत आदि तकनीकी साधनों की आवश्यकता होती है।

आधुनिक संचार माध्यमों में सर्वाधिक व्यापक एवं अधुनातन तंत्र दृश्य एवं श्रव्य माध्यमों का है। दृक माध्यमों में जो कहा जाता है वो दिखाई भी देता है, अत: दृश्य-श्रव्य माध्यमों में भाषा को एक नई अर्थवत्ता, नई प्रकृति प्राप्त होती है। भाषा की मूल प्रकृति मौखिक एवं श्रव्य है। परंतु बदलते माध्यमों के अनुसार उसमें प्रयुक्त भाषा का स्वरूप और प्रकृति भी बदलती है। यही कारण है कि, दृक माध्यमों में जो कहा जा रहा है, उससे अधिक महत्त्वपूर्ण वह होता है जो देखा जा रहा है। दृश्य माध्यमों के द्वारा प्रस्तुत चित्र श्रव्य से अधिक महत्त्वपूर्ण होता है, क्योंकि दृश्य में अधिक जीवंतता होती है।

दृश्य के इस महत्त्व को देखकर ही दृश्य-श्रव्य माध्यमों में 'चित्रात्मकता' को प्राण तत्त्व माना जाता है। अत: दूरदर्शन का पत्रकार वास्तव में कैमरा मेन होता है। हजारों शब्दों से जिस घटना को समग्रता से व्यक्त नहीं किया जा सकता, उसे कैमरा मेन का एक चित्र व्यक्त करता है। फिर भी शब्दों का अपना महत्त्व होता है। अत: दृश्य-श्रव्य माध्यमों में चित्र और शब्द दोनों रूपों का समन्वय आवश्यक होता है।

दूरदर्शन की अपनी भाषा होती है, जिसमें बिंबों का विशेष महत्त्व होता है। इसमें केवल शब्द ही नहीं, शब्दों के साथ रंग, मौन, चित्र, संगीत भी कुछ कहते हैं, कुछ अभिव्यक्त करते हैं। शब्दों का कम से कम प्रयोग करते हुए दृश्यों को अधिक बोलने का अवसर दिया जाता है। यहीं कारण है कि, दूरदर्शन में उस अंश को अधिक महत्त्व दिया जाता है, जिसमें दृश्य संख्या अधिक होती है। सीधे वार्तालाप और संगीत के माध्यम से दृश्यों में जीवंतता लाई जाती है।

दूरदर्शन की भाषा सरल, सहज और सर्वग्राह्य होती है। वह भाषा भी ऐसी होती है, जो आमतौर पर बोलचाल की भाषा होती है, जिसका दर्शकों के जीवन से गहरा संबंध होता है। छोटे-छोटे वाक्यों में, छोटे-छोटे संवादों द्वारा दृश्य के उद्देश्य को स्पष्ट रूप से उभारने वाली भाषा दृक माध्यम की सफलता में चार चाँद लगा देती है।

### 4.3.3 पार्श्ववाचन :

वृत्तचित्र दूरदर्शन की विभिन्न विधाओं में से एक महत्त्वपूर्ण विधा है। दूरदर्शन पर प्रसारित होने वाले वृत्तचित्र अधिकांशत: चित्र, ध्वनि, संगीत और संवाद का संमिश्रण होते हैं। आवश्यकतानुसार वृत्तचित्र को 'मूक' रूप में भी प्रस्तुत किया जाता है, जहाँ पार्श्ववाचन महत्त्वपूर्ण होता है।

दूरदर्शन पर चित्र प्रत्यक्ष अपनी बात कहते हैं, और वक्ता नेपथ्य में चित्रों का विवरण प्रस्तुत करता है, तब दूरदर्शन की भाषा में इसे **'पार्श्ववाचन'** या **'व्हाईस ओवर'** कहते हैं। पार्श्ववाचन का प्रयोग अधिकतर वहाँ किया जाता है, जहाँ कोई वाचक नहीं होता। समाचारों में भी जब घटना से संबंधित चित्रों की प्रस्तुति होती है, तब वाचक नेपथ्य में ही रहता है। वाचक घटना का उल्लेख और विवरण प्रस्तुत करता है, तो उसकी

विश्वसनीयता और प्रभावकारिता को बढ़ावा देने के लिए चित्रों द्वारा घटनाएँ सामने आती हैं। वाचक के बाद चित्र और फिर वाचक का स्क्रीन पर दिखाई देना यह क्रम लगातार चलता रहता है। समाचार वाचन के समय वाचक और वाचक के मध्य जो दृश्यचित्र का अंतराल होता है, उसे भी 'पार्श्ववाचन' कहा जाता है। समाचारों का लेखन करते समय ही आवश्यकता और उद्देश्य के अनुसार पहले से ही 'पार्श्ववाचन' निर्धारित किया जाता है। पार्श्ववाचन में दृश्य और शब्द के बीच समन्वय आवश्यक होता है।

### 4.3.4 पटकथा लेखन :

समस्त संसार में फिल्में मनोरंजन का सर्वाधिक लोकप्रिय एवं व्यावसायिक साधन बन चुकी हैं। लोकप्रियता की नई चुनौतियों और व्यावसायिकता की कठिन अपेक्षाओं की परिपूर्ति करते हुए फिल्म का निर्माण किया जाता है। वास्तव में फिल्म लेखन एक कौशलपूर्ण कार्य है। फिल्म लेखन के लिए उसके विभिन्न हिस्सों की प्रामाणिक जानकारी आवश्यक होती है। पाँच-दस पन्नों की कहानी को लंबी पटकथा में परिवर्तित करने के लिए सैद्धांतिक ज्ञान के साथ-साथ व्यावहारिक निपुणता की आवश्यकता होती है। **डॉ. सुशील सिद्धार्थ** के मतानुसार, 'फिल्म लेखन में उत्सुक व्यक्ति को प्रारंभिक चरण में ही यह समझ लेना चाहिए कि, इस क्षेत्र में सैद्धांतिक ज्ञान के साथ व्यावहारिक दक्षता का योग अत्यंत आवश्यक है। कारण यह है कि, पाँच-दस पृष्ठ की कहानी या कल्पना को लंबी पटकथा में ढ़ालने हेतु उसमें कतिपय बातें जोड़नी-घटानी पड़ती हैं। ऐसा करते समय परदा माध्यम के कई तत्त्वों को ध्यान में रखना पड़ता है। बजट, अभिनय, छायांकन, स्थान, वातावरण, दर्शकों की मानसिकता को ध्यान में रखना पड़ता है।''

फिल्म लेखन को सैद्धांतिक स्तर पर कथा-विस्तार, संक्षिप्त कथा, विकसित कथा, पटकथा और संवाद इन प्रमुख पाँच बिंदुओं के अंतर्गत विभाजित किया जाता है। 'कथा-विचार' को 'थीम', 'आयडिया', अथवा 'थॉट' भी कहा जाता है। फिल्म लेखन का प्रारंभ 'थीम' से ही शुरू होता है। 'थीम' या 'कथाविचार' कुछ वाक्यों में होता है, फिल्म-क्षेत्रों में उसका बहुत महत्त्व होता है। कई बार ऐसे कथा-विचार, नाम, रूप, गुण बदलकर दर्शकों के सामने पेश किए जाते हैं। फिल्म लेखन के लिए लेखक के पास नए आकर्षक, मनोरंजक और व्यावसायिक दृष्टि से प्रेरक कथा-विचारों के संग्रह के साथ-साथ आवश्यकतानुसार इन विचारों को 'नॅरेट' करने की क्षमता भी आवश्यक होती है।

विषय निर्धारण के बाद संक्षिप्त कथा बनाई जाती है। साधारणत: पाँच या छह पन्नों में फिल्म के सारे घटनाक्रम का सारांश, मुख्य पात्रों का चरित्र विकास और उनके परस्पर संबंधों की प्रभावी रूपरेखा तैयार की जाती है। ऐसा करते समय व्यावसायिक दृष्टिकोन को अधिक महत्त्व दिया जाता है। संक्षिप्त कथा को विधिवत रूप देने के लिए निर्धारित रूप से कहानी के महत्त्वपूर्ण बिंदुओं को समास शैली में प्रस्तुत किया जाता है। लेखक अपनी कथा कहने की प्रतिभा और माध्यम में अपनी दक्षता स्पष्ट करते हुए निर्माता, निर्देशक और अभिनेता को विश्वास दिलाता है कि, प्रस्तावित विषय पर बनी फिल्म धन और यश की अपार वर्षा कर देगी।

कथा के विकास में लेखक को अपनी कहानी का आदि से अंत तक विवरण देना पड़ता है। यह पटकथा का वह रूप होता है, जिसमें विधिवत क्रमानुसार दृश्य विभाजन, संवाद नहीं होते, किंतु प्रमुख पात्रों की पृष्ठभूमि, विशेषता, संगति-विसंगति का विश्लेषण, फिल्म का प्रारंभ-मध्य और अंत के साथ शीर्षक भी तय किया जाता है। इसी चरण में गीत, नृत्य, मारधाड और उपकथा आदि की प्रकृति, स्थान और अनुक्रम निर्धारित किया जाता

है।

कथा विचार और संक्षिप्त कथा का प्रारूप तैयार करने के बाद विकसित कथा लिखी जाती है। गीत, नृत्य, मारधाड और उपकथा इन बिंदुओं के आधार पर कथा का विकास किया जाता है। इसी चरण में फिल्म से संबंधित महत्त्वपूर्ण व्यक्तियों के सुझावों-संशोधनों पर विचार किया जाता है। अपने पक्ष को तर्क के साथ प्रस्तुत करते हुए लेखक को निर्माता-निर्देशक और उनके प्रिय व्यक्तियों के सुझाओं को इस संदर्भ में परखना पड़ता है कि मूल कथा-विचार क्षतिग्रस्त ना हो। यह विकसित कथा पटकथा लेखन में संदर्भ की तरह उपयोग में लाई जाती है। इस संदर्भ में लेखक निर्देशक **महेश भट्ट** का वक्तव्य महत्त्वपूर्ण है। 'सर' के संबंध में महेश भट्ट ने कहा है,'' 'सर' को बनाते समय मेरी नीयत और खयाल बिलकुल स्पष्ट थे, इसी कारण मैंने फिल्म को मनोरंजक बनाने के प्रयत्न में अपनी सोच की हत्या नहीं की है।''

संवाद फिल्म की जान होते हैं।यह आवश्यक नहीं होता कि जो, पटकथा लिखे वहीं संवाद भी लिखे। फिल्म के संवाद कभी एक व्यक्ति लिखता है, तो कभी दो या दो से अधिक भी। कभी-कभी पटकथा कोई एक लिखता है, तो संवाद कोई दूसरा। संवाद लेखन के समय संवाद लेखक को पूरी फिल्म, सारे चरित्रों का ध्यान रखते हुए विषयानुरूप, प्रसंगानुरूप, संक्षिप्त, प्रभावी और सार्थक संवाद लेखन करना पड़ता है। छोटे-छोटे वाक्यों, संवादों द्वारा दृश्य का उद्देश्य स्पष्ट करते हुए उसे उभारना पड़ता है। संवादों की भाषा आमतौर पर बोलचाल की भाषा होती है, जिसका दर्शकों के जीवन से गहरा संबंध होता है और जिसे दर्शक अच्छी तरह समझते हैं। संवाद की लोकप्रियता उसके प्रस्तुतीकरण, बोलने वाले का व्यक्तित्त्व, कलाकार की लोकप्रियता, आवाज की बुलंदगी पर निर्भर करती है। संवाद लेखक का जीवनानुभव, अध्ययनशीलता, अध्यवसाय और पात्र में संवादों को जीवंत, मार्मिक और प्रभावशाली बना देते हैं।

पटकथा लेखन को अंग्रेजी में '**स्क्रीन प्ले**' कहा जाता है। पटकथा चलचित्र का एक मात्र आधार होती है। पटकथा लेखन एक अत्यंत कठिन कार्य है। पटकथा के माध्यम से ही चलचित्र का विकास होता है। पटकथा लेखन पर विशेष परिश्रम किया जाने पर भी कभी-कभी फिल्म की प्रस्तुति बिखर जाती है। पटकथा लेखक 60 से 80 दृश्यों के बीच पूरी फिल्म प्रस्तुत करता है। पटकथा का अर्थ है, दृश्यों का क्रम निर्धारण। एक अच्छी पटकथा लिखने के लिए दृश्य के रेशे-रेशे से परिचित होना पड़ता है। साथ ही निर्माता-निर्देशक के साथ परस्पर सहयोग एवं संप्रेषण आवश्यक होता है।

**डॉ. अशोक चक्रधर** ने पटकथा लेखन को 'थ्री टियर सिस्टम' कहा है। डॉ. चक्रधर के मतानुसार पटकथा लेखक में निम्नांकित गुणों का होना आवश्यक है -

* रिश्तों के मध्य होने वाली संवेदना आदान-प्रदान की प्रक्रिया का ज्ञान होना चाहिए।

* व्यक्ति-मन के अंदर होने वाले अदृश्य द्वंद्व को पकड़ पाने की क्षमता होनी चाहिए।

* संवेदन और अंतर्द्वंद्व को समाज के विभिन्न उपादानों के साथ-साथ विजुलाईज करने की क्षमता होनी चाहिए।

**डॉ. महेंद्र मितल** का पटकथा के संबंध में कथन है कि, दृश्य-बिंबों के माध्यम से रचित कथा पटकथा कहलाती है। जिस प्रकार इमारत के निर्माण से पूर्व उसका पूरा मानचित्र बना लिया जाता है, उसी प्रकार पटकथा

भी वह मानचित्र है, जिसके आधार पर चलचित्र रूपी भवन का निर्माण होता है। इमारत के नक्शे में भवन निर्माण के केवल बाह्य स्वरूप का चित्रण रहता है। चलचित्ररूपी भवन के मानचित्र पटकथा में चलचित्र के प्रत्येक सदस्य की कार्यवाही, उसके अंत और बाह्य स्वरूप का चित्रण और दृश्य में दिखाई या उपयोग की जाने वाली प्रत्येक वस्तु आदि का चित्रण किया जाता है।

प्रसिद्ध बंगला फिल्म निर्देशक **तपन सिन्हा** पटकथा से चलचित्र का विकास मानते हैं। आपका कथन हैं कि, ''पटकथा चलचित्र की बुनियाद है, जिस प्रकार कथानक से कहानी और उपन्यास का विकास होता है।'' प्रसिद्ध लेखक **गुलजार** का मानना है कि, सिनेमा का फॉर्म नौटंकी या कथा वाचन के निकट होता है। उसे एक साथ बहुत से दर्शकों का मनोरंजन करना होता है। इसलिए उसमें मुख्य कथा के साथ कॉमेडियन या विलेन की उपकथाएँ और नौटंकी की तरह नाच-गाना भी साथ-साथ चलते हैं।

पटकथा लेखन का अपना एक व्याकरण होता है। पटकथा वहीं सफल होती है, जो दर्शकों में निरंतर उत्सुकता बनाए रखती है। पटकथा लेखन में टेम्पो बराबर बना रहना चाहिए, जिससे क्लाइमेक्स में एक विस्फोटक स्थिति निर्माण हो। उत्तम पटकथा वहीं मानी जाती है, जिसमें दृश्य से दृश्य निकले और पटकथा बहती हुई नदी की तरह प्रारंभ से अंत तक पहुँच जाए। पटकथा लेखन कार्य प्रारंभ, प्रमुख पात्रों का प्रवेश, मूलकथा का बीजारोपण, चरित्रसंख्या पर नियंत्रण, मध्यांतर, उपचर्मोत्कर्ष और चरमोत्कर्ष इन सात पादानों से होकर गुजरता है।

1. **प्रारंभ** :- किसी भी फिल्म का प्रारंभ सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण होता है। पटकथा लेखन के अच्छे प्रारंभ में उत्सुकता, परिवर्तन और परिणाम इन तीन तत्त्वों का निर्वाह करना पड़ता है। इनसे दर्शकों में जड़ता नहीं आती और वे सजग, गतिशील रहते हैं। फिल्म के प्रारंभ से ही 'मूड' और 'टेम्परामेंट' तय होता है, अत: लेखक को विषयानुरूप प्रभावी प्रारंभ निश्चित करना पड़ता है। पटकथा लेखक को प्रारंभ में रोचकता और नवीनता का समावेश करते हुए फिल्म की गति, प्रकृति और महत्त्वपूर्ण पात्रों का ध्यान रखना पड़ता है। 'नामावली' के बाद प्रथम दृश्य होगा या प्रथम दृश्य के साथ नामावली का बेहतर प्रयोग होगा या नामावली फिल्म के अंत में आएगी यह प्राय: निर्देशक निश्चित करता है।

2. **प्रमुख पात्रों का प्रवेश:**- प्रभावशाली प्रारंभ के बाद लेखक अपने प्रमुख पात्रों - नायक, नायिका और खलनायक -की प्रथम उपस्थिति को प्रभावशाली रूप में अंकित करता है। नायक, नायिका अथवा खलनायक की प्रथम उपस्थिति या Entry के संबंध में **डॉ. सुशील सिद्धार्थ** का कथन है कि, ''जब पहली बार पर्दे पर हिरो का पदार्पण होता है, तो हॉल तालियों से गूँज उठता है, हिरोइन आती है तो वातावरण आनंद, शृंगार, उत्तेजना और उद्दाम अनुभूति से भर उठता है तथा विलेन दिखता है तो दर्शक कुर्सियों पर संभलकर बैठ जाते हैं।'' पटकथा लेखन में ऐसे प्रमुख पात्रों के पदार्पण के दृश्यों में पात्र का शारीरिक, मानसिक, आर्थिक और भावनात्मक परिचय भी समाविष्ट किया जाता है।

3. **मूलकथा का बीजारोपण** :- पटकथा लेखन के प्रथम पाँच दृश्यों में ही मूलकथा का बीजारोपण किया जाता है। उसके बाद उपकथाओं के सहयोग से कथा विकसित होकर मध्य और चरमोत्कर्ष तक पहुँचती है। पटकथा लेखक को ढाई से तीन घंटे की अवधि में वह सब कुछ कहना होता है, जो वह कहना चाहता है। अत: पटकथा में अपेक्षित गति आवश्यक होती है। प्रसिद्ध पटकथा लेखक **गुलजार** का कथन है कि,

''जनमानस में रचने-बसने और अपनी खुशबू बिखेरने में साहित्य को बहुत वक्त लगता है, उसकी पंखुडियों का सौंदर्य परत-दर-परत खुलता है। ..... इसके विपरीत सिनेमा में गति है, जो भी कुछ कहना है, तीन घंटे के अंदर कह देना है और वह एक साथ सारे देश में लाखों-करोडों दर्शकों तक पहुँच, पसंद-नापसंद का फैसला कर डालता है।'' दृश्य-श्रव्य मीडिया होने के कारण फिल्म की पटकथा गतियुक्त अपेक्षित होती है।

4. **चरित्र संख्या पर नियंत्रण** :- पटकथा लेखक को पात्र संरचना में उनकी संख्या और चारित्रिक द्‌वंद्‌व पर भी ध्यान देना पड़ता है। कहानी और पात्रों के बीच परस्पर अंत: संबंध आवश्यक होते हैं। चरित्र संख्या के संदर्भ में निर्माता-निर्देशक **सुभाष घई** का कथन है कि, ''फिल्म में मुख्य पात्रों की संख्या कमसे-कम होनी चाहिए क्योंकि प्रत्येक पात्र का परिचय भी कराना होता है और उसके होने का एक औचित्य तथा अंत भी दिखाना होता है।'' पात्रों की संख्या कम होने से कहानी और पात्रों के बीच अंत: संबंध स्थापित करने में आसानी होती है।

5. **मध्यंतर** :- फिल्म के मध्यंतर तक कहानी की सारी समस्याओं, उलझनों को स्पष्ट करते हुए तनाव को चरम सीमा तक पहुँचाना आवश्यक होता है। अब तक पटकथा लेखक विभिन्न दृश्यों द्‌वारा पाठकों को विभिन्न रसों और भावों का आस्वादन करा चुका होता है। तनाव की चरम सीमा पर कहीं किसी रोचक मोड या संवाद पर मध्यांतर किया जाता है। मध्यांतर के बाद भी दर्शकों की उत्सुकता या जिज्ञासा बनाए रखने वाले, उसे बढ़ावा देने वाले बिंदु पर मध्यांतर फिल्म की सफलता में सहायक होता है।

6. **उप-चरमोत्कर्ष** :- यह चरमोत्कर्ष का प्रस्थान बिंदु होता है। यहाँ पर आकर सारी उपकथाएँ खत्म होती हैं और पटकथा लेखक को अपनी मुख्य समस्या के समाधान का रास्ता स्पष्ट दिखाई देता है। इसी चरण में लेखक को मुख्य समस्या के समाधान की भूमिका तैयार कर लेनी पड़ती है। यहाँ दृश्यों की लंबाई घटाई जाती है, उनकी संख्या बढ़ाई जाती है और उप-चरमोत्कर्ष को जीवंत और प्रभावशाली बनाया जाता है।

7. **चरमोत्कर्ष** :- चरमोत्कर्ष बिंदु पर पटकथा लेखक को फिल्म के शीर्षक का औचित्य सिद्‌ध करते हुए अपने विषय और कथा-विचार को पूर्णविराम देना पड़ता है। अक्सर देखा जाता है कि, चरमोत्कर्ष पर आकर फिल्में बिखर जाती हैं। अत: चरमोत्कर्ष सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण होता है। फिल्म का अंत मूलत: लेखक, निर्देशक और विषय पर निर्भर करता है। फिल्म देखते समय दर्शकों के मन में उठे सारे सवालों का समाधान यहाँ अपेक्षित होता है।

पटकथा लेखन एक तकनीक है। इस तकनीक को आत्मसात किए बिना पटकथा लेखक बनना असंभव होता है।

### 4.3.5 अ) टेली ड्रामा :

टेलीविजन के लिए लिखा गया नाटक टेलीविजन नाटक या टेलीड्रामा नाम से पहचाना जाता है। वस्तुत: नाटक, नाटक होता है, फिर वह चाहे रंगमंच के लिए, फिल्म के लिए, टेलीविजन या रेडियो के लिए लिखा गया हो। विभिन्न माध्यमों की तकनीकी आवश्यकताओं के आधार पर और उनके प्रस्तुतीकरण की विविधताओं को ध्यान में रखते हुए उनमें भेद किया जाता है। रेडियो नाटक केवल श्रव्य होता है, तो टेलीविजन, फिल्म और

रंगमंच नाटक दृश्य-श्रव्य होते हैं। इन तीन रूपों में भी रंगमंच नाटक का स्वरूप बिलकुल भिन्न होता है, जहाँ अभिनेता और दर्शक के बीच साक्षात सीधा और जीवंत संपर्क एवं सामंजस्य स्थापित होता है। टेलीविजन नाटक में रेडियो नाटक के संवाद, ध्वनि प्रभाव एवं संगीत आदि उपकरणों के प्रयोग के साथ-साथ वेशभूषा, भाव-भंगिमा, मुख-मुद्रा, रंगमंचीय सज्जा, प्रकाश-योजना और विभिन्न कोणों से प्रयुक्त कैमरों का भी विशेष योगदान होता है।

साधारण तौर पर फिल्म और टेलीविजन पर नाटक एक ही जैसे लगते हैं, फिर भी उनमें पर्याप्त अंतर होता है। और इस अंतर को समझना आवश्यक होता है। अच्छे टेलीविजन नाटक के संदर्भ में **गौरीशंकर रैना** का कथन है, ''उत्कृष्ट टेलीविजन नाटक न तो एकदम चलचित्र है और न एकदम जीवित रंगमंच। टेलीविजन नाटक प्रकृतिवादी नाटक का विस्तार है, जिसमें रोमानी सतहीपन के बजाय मानवीय चरित्र के जीवंत अंतरंग का साक्षात्कार होता है।'' दोनों में कैमरे के प्रयोग के बावजूद दूरदर्शन नाटक फिल्म नहीं माना जा सकता और रंगमंच की भाँति निरंतरता बनी रहने पर भी दूरदर्शन रंगमंच भी नहीं है। किंतु सिनेमा तथा रंगमंच के कुछ महत्त्वपूर्ण तत्त्वों के समावेश से टेलीड्रामा का जन्म हुआ है।

टेलीड्रामा स्टुडिओ में वहाँ के साधनों से बनाया जाता है। टेलीड्रामा के लिए कम से कम दो या तीन और जरुरत के अनुसार कभी-कभी पाँच से सात कैमरों का एक साथ प्रयोग किया जाता है। किसी भी रचनाकार को अपनी रचना के सृजन से पहले उस विधा की रचना के मूल बिंदुओं से गुजरना पड़ता है। टेलीविजन, रंगमंचीय, फिल्म या रेडियो नाटक, सबकी रचना के मूल बिंदु लगभग एक जैसे होते हैं। टेलीविजन नाटक लेखन करते समय कथानक, पात्र, संघर्ष, दृश्यात्मकता, ध्वनि और संगीत प्रभाव, प्रारंभ और अंत, संवाद और भाषा, 'क्लोजअप' का महत्त्व इन आठ बिंदुओं का ध्यान रखना पड़ता है।

**1. कथानक** :- प्राय: सभी प्रकार के नाटक लेखन का मूल आधार कहानी या कथानक होता है। कहानी नाटक में मूल विचार या संवेदना के रूप में आती है। ये विचार या संवेदना नाटककार को जीवन से, परिवेश से, समाज से प्राप्त होती है। **कुमुद नागर** के कथनानुसार, ''जीवन एक गतिशील चक्की है जो लगातार चलती है और उसमें से लगातार कुछ निकलता रहता है, जिसमें से थोडा हमारे इस्तेमाल में आता है और बहुत कुछ समय के वातचक्र में उड़ जाता है। यहीं प्रक्रिया कहानी का बीज तैयार करती है। हमारे अनुभव से, हमारी नजर से, हमारे कानों से गुजरी हुई हर घटना, हर चरित्र, हर विषय वह बीज है, जो लेखक रूपी किसान का संरक्षण, चातुर्य और श्रम पाकर, कविता, कहानी, चित्र, मूर्ति या नाटक की फसल लहलहा देता है।'' नाटककार को सर्वग्राह्यता के आधार पर कथानक का चुनाव करना पड़ता है।

टेलीड्रामा के दर्शकों की संख्या काफी अधिक होती है। जिसमें सभी आयु के सामाजिक, मानसिक और बौद्धिक वर्ग के लोग शामील होते हैं। इतनी विविधता वाले इतने बड़े दर्शक समुदाय को अपनी मुट्ठी में बाँधना या सभी दर्शकों को पूरी तरह संतुष्ट कर पाना कोई साधारण काम नहीं है। फिर भी इतना तो प्रयास किया जाना चाहिए कि, सभी दर्शकों को नाटक बढ़िया लगे। टेलीविजन नाटक मुख्यत: आँखों के लिए लिखा जाता है, बाद में कानों के लिए; अत: इसमें संवाद की अपेक्षा कथानक और कार्य व्यापार पर अधिक ध्यान देना पड़ता है।

**2. पात्र** :-नाटक के पात्र कथा का विकास करते हुए लेखक के उद्देश्य को संप्रेषित करते हैं। टेलीड्रामा में

पात्रों के महत्त्व के संबंध में **कुमुद नागर** का कथन है कि, ''किसी भी कथावस्तु या घटना के साथ प्रत्यक्ष या परोक्ष रूप में किसी-न-किसी मनुष्य का हाथ रहता ही है। इस प्रकार प्रारंभिक पात्र हमें मिल जाते हैं और इस प्रकार एक कहानी बन जाती है जो सुनाई जा सके; लेकिन वह आमतौर पर एक सपाट सड़क के समान होती है जिस पर सहजता से चला जा सकता है, किंतु सहज चलना नाटक नहीं है। दर्शक की शारीरिक और मानसिक तमाशबीनी के लिए वहाँ कुछ भी नहीं हैं। इसलिए इस सपाट, समतल सड़क पर कुछ गड्डे खोदने की जरूरत है, ताकि चलने वाले गिरे तो देखने वालों को आनंद आए। यह करने के लिए कथानक को पात्रों समेत किसी समस्या से रूबरू होने से ही भावों का खेल शुरू हो जाता है।''

टेलीड्रामा का दृश्यपट सीमित होता है। अत: इसमें एक साथ अधिक पात्रों को प्रस्तुत करना कठिन होता है। पात्रों की भीड़ में मुख्य पात्रों की चारित्रिक विशेषताओं को उभारना और भी कठिन होता है। रेडियो नाटक की तुलना में टेलीविजन नाटक के पात्रों की संख्या अधिक होती है।

**3. संघर्ष** :- नाटक में संघर्ष अत्यंत आवश्यक होता है। यह संघर्ष उन पात्रों के बीच उभरता है, जिनका नाटक से संबंध होता है। दर्शकों को बांधे रखने वाले इसी संघर्ष की पहचान आवश्यक होती है। यह संघर्ष मानसिक या अन्तदर्वद्वी और बाह्य या शारीरिक दो प्रकार का होता है। व्यक्तियों और परिस्थितियों के पारस्परिक संघर्ष नाटक में रोचकता पैदा करते हैं। इस संबंध में **कुमुद नागर** का कथन है कि, ''रास्तें में आते जाते सैंकडों लोग बिना एक दूसरे पर ध्यान दिए गुजरते रहते हैं, लेकिन अगर कहीं झगड़ा हो जाए तो फौरन कुछ लोग उसमें शामिल हो जाएंगे, कुछ बीच-बचाव करेंगे, कुछ दूर खड़े तमाशा देखते रहेंगे और कुछ लोग दो-चार मिनट देखकर अपना रास्ता लेंगे।'' अर्थात् वह ॲक्शन वहाँ मौजूद हर आदमी को कम-अधिक अपने साथ जोड़ लेता है। टेलीविजन नाटककार को ऐसी स्थितियों को उभारने और दृश्यात्मक रूप देने का काम करना पड़ता है। यह संघर्ष या टकराव व्यक्ति-व्यक्ति, व्यक्ति-समाज, व्यक्ति-व्यवस्था के बीच हो सकता है। यह संघर्ष सब को भाता है, सभी को जोड़ लेता है।

**4. दृश्य:**- टेलीड्रामा स्क्रीन के लिए लिखा जाता है। वहाँ ध्वनि के साथ-साथ दृश्य भी महत्त्वपूर्ण होता है। टेलीविजन नाटककार को संवाद बहुलता से बचते हुए दृश्यात्मकता को अधिक महत्त्व देना पड़ता है। बिंब और प्रतीक बोले जाने वाले संवादों की पूरक भाषा होती है, जो दर्शकों को अधिक संतोष प्रदान करती है। अत: टेलीड्रामाकार को इनका अधिकाधिक प्रयोग करना चाहिए। कैमरे की गति के साथ अभिनेता के आँखों का इशारा, मुखाभिनय, दैहिक संकेत और लयबद्ध कार्यव्यापार, शाब्दिक संवाद से अलग एक नए संवाद को जन्म देता है।

**आर्थर बर्गर** के मतानुसार यह टेलीविजन की सांकेतिक भाषा है, जो इस प्रकार है -

| | **संकेत** | **माध्यम** | **अर्थ** |
|---|---|---|---|
| 1. | क्लोज-अप | मुखाकृति | निकटता |
| 2. | मीडियम-शॉट | शरीर का अधिकांश भाग | व्यक्तिगत संबंध |
| 3. | फुल-शॉट | पूरा शरीर | सामाजिक संबंध |
| 4. | लाँग-शॉट | पात्र और परिवेश | प्रसंग |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 5. | पैव-डाउन | उँचाई से लिया गया शॉट | प्रभुत्व |
| 6. | पैव-अप | नीचे से लिया गया शॉट | लघु |
| 7. | कट | एक चित्र से दूसरे चित्र पर जाना | उत्सुकता उभारना |

इस सांकेतिक भाषा के अभाव में अगर सारा नाटक संवादों से सुना और समझा जाए, तो उसे देखने की आवश्यकता नहीं रहेगी और वह रेडियो नाटक ही बन जाएगा। मीडिया विशेषज्ञों के अनुसार भय, दुःख और हास्य मनुष्य के सबसे शक्तिशाली भाव है, जिनके निरूपण में नाटकीयता आसानी से घुल-मिल जाती है। अत: सांकेतिक भाषा के प्रयोग द्वारा दृश्यों को उभारने में नाटक की सफलता होती है।

**5. ध्वनि-प्रभाव एवं संगीत** :- टेलीविजन नाटक में दृश्यात्मकता पर अधिक बल होने से ध्वनि-प्रभाव और संगीत का महत्त्व रेडियो नाटक की तुलना में कम होता है। फिर भी भावाभिव्यक्ति और प्रभाव-वृद्धि के लिए उपयुक्त स्थलों पर संगीत का प्रयोग किया जाता है। दीर्घ शांति के प्रभावशाली प्रयोग में संगीत की अहं भूमिका होती है।

**6. प्रारंभ और अंत** :- टेलीड्रामा के आरंभ में पात्रों का परिचय, परिवेश, उद्देश्य, समय और स्थान का चित्रण अनिवार्य होता है। नाटक का प्रारंभ दर्शकों को बाँधे रखने वाला, संघर्षपूर्ण और मूल समस्या की भूमिका प्रस्तुत करने वाला होता है। प्रारंभ भले ही किसी संवादहीन दृश्य से हो, परंतु उसकी गति monotonous (उबाऊ) नहीं होनी चाहिए। नाटक का मध्य भी महत्त्वपूर्ण होता है। नाट्यलेखक अपनी कल्पनाशक्ति के द्वारा नाटक के सारे जटिल अंश यहाँ समाहित करता है। नाटक का अंत समस्या का सफल अथवा असफल संवाद प्रस्तुत करता है। नाटककार का विचार या संदेश नाटक की परिपूर्णता करता है।

**7. संवाद और भाषा** :- टेलीड्रामा के संवाद कथा को अग्रेसर करने वाले, चरित्र के विश्लेषक और स्वाभाविक होते हैं। नाटक जीवन की छाया मात्र होता है, जीवन नहीं। अत: नाटक के संवाद उतने स्वाभाविक भी नहीं होते, जितने जीवन में होते हैं। पात्रानुसार दर्शकों को आसानी से समझ में आने वाली भाषा नाटक में स्वाभाविकता लाती है। लेखक जो भी लिखता है, उसमें उसका अनुभव, उसकी सूक्ष्म निरीक्षण शक्ति, शब्दों की सरलता और भावानुसार आरोह-अवरोह दिखाई देता है। संवाद नाटककार द्वारा गढ़े गए पात्रों के लिए गढ़ी गई स्थितियों में बोले जाने के लिए गढ़े जाते हैं। शब्दों का चयन और बोलने का ढ़ंग भी नाटककार तय करता है, जिससे शब्द और व्यंजना स्वाभाविक लगे। वास्तव में टेलीड्रामा में शब्दों से अधिक चित्र ही बोलते हैं।

**8. मुखाकृति का महत्त्व** :- टेलीविजन नाटक में मुखाकृति या क्लोज-अप का भी अपना महत्त्व होता है। क्लोज-अप के द्वारा पात्रों की मुखाकृति को इस प्रकार दिखाया जाता है कि, उनके कुछ कहे बिना भी उनके भावनाओं की अभिव्यक्ति होती है। इससे टेलीविजन नाटक के संवादों की स्पष्टता, सूक्ष्मता एवं स्वाभाविकता बढ़ जाती है। क्लोज-अप की सुविधा के कारण इसमें 'नैरेटर' का भी प्रयोग किया जा सकता है। कभी-कभी पात्रों का उपयोग भी 'नैरेटर' के रूप में किया जाता है।

टेलीविजन कला विशेषज्ञ **मैकडोनाघ** ने टेलीड्रामा नाटककारों को निम्न तथ्यों को ध्यान में रखने का निर्देश दिया है -

1. टेलीविजन कैमरे में फोकस की गहराई का अभाव रहता है।

2. किसी एक कैमरे के समक्ष अधिक से अधिक तीन या चार व्यक्ति रह सकते हैं, यों फिल्मों के सहारे भीड़ के दृश्य भी प्रस्तुत किए जा सकते हैं।

3. स्टुडिओ छोटे होते हैं और सेटों की सीमा स्वीकार करनी पड़ती है।

4. दृश्य, वेशभूषा आदि के परिवर्तन के समय भी नाटक का क्रम भंग नहीं होना चाहिए। फिल्मों की सहायता से दृश्यांतर और आसान हो जाते हैं। कभी-कभी फ्लॅश बँक आदि का भी उपयोग किया जाता है।

5. कार्य-व्यापार अनिवार्य है, मात्रा वार्तालाप से शीघ्र ही शिथिलता आ जाती है।

**कुमुद नागर** ने भी कुछ नियमों का उल्लेख किया है, जो टेलीविजन नाटक का लेखन करने वालों के लिए उपयोगी हो सकते हैं -

टेलीड्रामा अभिनेताओं को अभिनय क्षमता दिखाने का अवसर प्रदान करता है, साथ ही निर्देशक, कैमरामन, प्रस्तुति शिल्प से संबद्ध सभी लोगों को अपनी क्षमता के पूर्ण उपयोग की प्रेरणा प्रदान करता है। आज उपग्रह संचार द्वारा न जाने कितने चैनल्स लेखकों, निर्माताओं के लिए अपना भाग्य आजमाने के अवसर प्रदान कर रहे हैं। टेलीड्रामा 10 से 45 मिनट तक की अवधि के होते हैं, लेकिन साधारण तौर पर 30 मिनिट की अवधि सही मानी जाती है। इससे लंबे नाटकों को 30 मिनिटों के खंडों में विभाजित कर उनका प्रसारण किया जाता है। अवधि की सीमा की वजह से टेलीड्रामा में मुख्यकथा के अलावा अन्य उपकथा अथवा अंतर्कथाओं का विकास असंभव होता है। चरित्र का विकास, कलाकार का अभिनय, संवाद, संघर्ष-टकराव तथा अन्य दृश्यों के प्रयोग से टी. वी. नाटक में पात्रों की संख्या कम - आधे घंटे के नाटक में पाँच से सात - होती है। 3-4 दृश्यों में कथानक का निरूपण सरलता और प्रभावपूर्ण ढ़ंग से किया जाना चाहिए।

### 4.3.5 ब) डाक्यूड्रामा :

डाक्यू-ड्रामा वस्तुत: एक वृत्तचित्र है, जो दूरदर्शन की विभिन्न विधाओं में प्रमुख विधा है। अंग्रेजी में इसे **'डाक्यूमेंट्री'** कहा जाता है। 'डाक्यूमेंट' का अर्थ Dead writing or inspiration अर्थात् लेख या प्रमाणपत्र है। हिंदी शब्दकोश में 'वृत्तचित्र' के शिलालेख या विशिष्ट घटना की जानकारी देने वाला 'सिनेमा रील' है। ऊपरी तौर पर डाक्यूमेंट्री और वृत्तचित्र में कोई साम्य दिखाई नहीं देता, परंतु एक तत्त्व-प्रमाण और सत्यता-समानरूप से दिखाई देता है। कुछ विद्वानों के मतानुसार 'डाक्यूमेंट्री' शब्द का निर्माण फ्रेंच के 'डाक्यूमेण्टेयर' से हुआ है, जिसका प्रयोग यात्रा-चित्रों के पर्याय रूप में किया जाता है। अर्थात् वृत्तचित्र एक कथात्मक फिल्म होती है, जिसमें वास्तविक जीवन का चित्रण होता है।

वृत्तचित्र को परिभाषित करते हुए **ए. आर. फुल्टन** ने कहा है कि, ''एक वृत्तचित्र, न केवल जीवन के यथार्थ प्रतिपादन से ऊपर है, बल्कि वह उसकी शुद्ध व्याख्या भी करता है। वृत्तचित्र जब तक मानव जीवन की व्याख्या करता है, तब तक कथात्मक-चित्र होता है और जब वह किसी स्थान-विशेष का यथार्थ चित्रण प्रस्तुत करता है, तब वह यात्रा-सूचांक बन जाता है। वास्तव में किसी एक विषय का समन्वित रूप वृत्तचित्र कहलाता है।'' वृत्तचित्र को फीचर-फिल्म की तरह निर्माण करने की आवश्यकता नहीं होती, बल्कि इसे बिना किसी स्क्रिप्ट के उतारा जाता है। अत: ग्रियर्सन ने इसे यथार्थता का सृजनात्मक स्वरूप कहा है।

डाक्यूड्रामा में वास्तविकता का सृजनात्मक निर्वाह होता है, इसी कारण इसे डाक्यूमेण्ट्री नहीं, डाक्यूड्रामा कहा जाता है। डाक्यूड्रामा में वास्तविक घटनाओं को नाटकीय रूप में इस प्रकार चित्रित किया जाता है कि उसकी सृजनात्मकता लोगो को आकर्षित कर सके। आजकल दूरदर्शन पर प्रसारित होने वाले डिस्कवरी, जिओग्राफी जैसे चैनल वास्तविक चित्रों को नाटकीय अंदाज में इस तरह प्रस्तुत कर रहे हैं, जो वृत्तचित्र होते हुए भी लोगों को आकर्षित कर रहे हैं।

वृत्तचित्रों में प्रमाण और सत्यता के महत्त्व को देखते हुए कहा जा सकता है कि, वृत्तचित्रों को वास्तविक लोगों, घटनाओं, प्रसंगों को फोकस में रखते हुए काल्पनिक पात्रों की रचना से बच के रहना चाहिए। वृत्तचित्र में कला और पत्रकारिता के दो रूप मिलते हैं। पत्रकारिता में होने वाला यथार्थ दर्पण में दिखाई देने वाले प्रतिबिंब जैसा होता है, तो कला में इस तरह की रचना होती है, जिसका प्रक्षेपण दीपक में होता है, क्योंकि वृत्तचित्र वास्तविक होते हुए भी सर्जनात्मक होते हैं।

डाक्यूड्रामा के साथ अब 'ड्रामाड्राईज्ड डाक्यूमेंण्ट्री' शब्द का भी प्रचलन दिखाई देने लगा है। वृत्तचित्र की नाटक के रूप में प्रस्तुति अब अधिक लोकप्रियता प्राप्त कर रही है। डाक्यूड्रामा नाटक ही है, किंतु वह 'वृत्तनाटक' होता है। किसी महान व्यक्ति के जीवन पर बनाए जाने वाले धारावाहिक वास्तव में डाक्यूड्रामा ही होते हैं। बादल सरकार का नाटक 'तीसवीं शताब्दी' हिंदी का पहला 'वृत्तनाटक' है। डाक्यूड्रामा वृत्तनाटक होता है तो डाक्यूमेंट्री वृत्तचित्र। वृत्त नाटक वास्तविक होते हुए भी अधिक आकर्षक होते हैं, क्योंकि उनमें नाटकीयता के साथ-साथ भावात्मकता भी होती है।

वृत्तचित्रों का विकास नाटकीयता के साथ इस प्रकार होना चाहिए कि उसका प्रसारण एक कहानी के रूप में किया जा सके। वास्तविक पात्रों का संघर्ष और उत्तेजना का सृजनात्मक ढ़ंग से चित्रण आवश्यक होता है, जिसे वृत्तनाटक के रूप में फिल्माया जा सके। इसमें साक्षात्कार, संवाद, घटनाओं के दृश्य के साथ नॅरेशन का भी प्रयोग किया जाता है। वृत्तनाटकों में फिल्म तकनीक को मिलाकर प्रभावी बनाया जाता है। छायात्मकता वृत्तचित्र या वृत्तनाटक में रूचि उत्पन्न करती है। किसी भी विषय को आधार बनाकर डाक्यूड्रामा लिखा जा सकता है। डाक्यूड्रामा लेखक में सर्जनात्मकता, कल्पनाशीलता, कर्मठता और समयबद्धता आदि गुणों का होना आवश्यक होता है।

### 4.3.6 संवाद लेखन :

साहित्यिक रचनाओं में अन्य तत्त्वों की अपेक्षा संवाद का प्रभाव अधिक-प्रत्यक्ष रहता है। संवाद एक साथ कथा विस्तार, चरित्रोद्घाटन और देशकाल का बोध कराने का महत्त्वपूर्ण कार्य करते हैं। इसलिए संवाद के प्रयोग, कौशल और लेखन को समझना आवश्यक होता है।

वस्तुत: दृश्य-श्रव्य माध्यमों में संवाद दृश्य के साथ समन्वित रूप में आते हैं। संवाद की आवश्यकता उस सयम पड़ती है, जब अभिनेता अपने हाव-भाव से दृश्य की स्थिति को स्पष्ट करने में कठिनाई महसूस करता है। पटकथा विषयवस्तु एवं चरित्र पर आधारित होती है और इन तत्त्वों को संचालित करने का कार्य संवाद करते हैं। संवाद लिखित पाण्डुलिपि के रूप में निर्देशक को एक-दो दिन पहले सौंप दिए जाते हैं। निर्देशक दृश्य और संवादों का अध्ययन करके उनमें आवश्यक संशोधन और परिवर्तन करता है। अक्सर देखा जाता है कि, जैसे-जैसे फिल्म की शुटिंग होती है, वैसे-वैसे संवाद लेखक संवाद लेखन करता है।

**डॉ. लक्ष्मीकांत पाण्डेय** का कथन है कि, ''पूरी पटकथा संवादमय होती है – संवादात्मकता में सोची-बुनी जाती है। कथा की तरह पढ़ने के लिए पटकथा नहीं लिखी जाती है, वरन् इसे बोलने और सुनने के लिए लिखा जाता है। पात्रों की बातचीत में ही सारा कारोबार चलता है। इसलिए सशक्त सार्थक संवाद के अभाव में न प्रवाहमयता आएगी, न गति। न द्वंद्व उभरेगा न मजा आएगा। इसलिए हर दृष्टि से संवादों की सफलता और असफलता ही पूरे कार्यक्रम की सफलता-असफलता का सबब बन सकती है। अत: इसका महत्त्व निर्विवाद है।''

फिल्म में संवाद और पटकथा कभी एक ही आदमी लिखता है, तो कभी दो या दो से अधिक व्यक्ति भी एक पटकथा और उसके संवाद लिखने का काम करते हैं। लेकिन उचित यह होता है कि जो पटकथा लिखे, वहीं संवाद भी लिखे। ऐसा करने से दृश्यों और उनके पात्रों के बीच एक सामंजस्य स्थापित होता है। संवाद लेखन के समय संवाद लेखक को पूरी फिल्म, सारे चरित्रों का खयाल रखते हुए विषयानुरूप, प्रसंगानुरूप, संक्षिप्त, प्रभावी और सार्थक संवादों का लेखन करना पड़ता है।

संवाद लेखक को जिंदगी से भाषा ग्रहण करनी पड़ती है। किताबी और ठेठ भाषा के लिए दृश्य माध्यम में स्थान नहीं होता। प्रसिद्ध संवाद लेखक **कमलेश पाण्डेय** के मतानुसार, दर्शक के प्रति संवाद लेखक की एक जिम्मेदारी होती है। उसे अपनी बात को भारी और बोअर होने से बचाना पड़ता है। अत: उसका कर्तव्य होता है कि, वह थोडा झुके और थोडा ऊपर उठाने का प्रयास करे; ताकि मनोरंजन में भोंडापन न आ जाए। संवाद लेखक के तौर पर उसकी प्रतिबद्धता दर्शक के प्रति और उसको दिखाए जा रहे विषय के प्रति होती है। संवादों से कथा की थीम खुलती है, उसका विकास होता है, चरित्र निर्मिति होती है, भाव प्रकटन होता है। अत: पटकथा में संवादों का कलात्मक चयन कर उन्हें नाटकीय जरूरतों के अनुसार नियोजित करना पड़ता है।

संवाद कथा, पात्र, परिस्थिति, परिवेश के अनुकूल और तर्कपूर्ण होने चाहिए। उनमें रोजमर्रा की बातचीत का प्रतिबिंब हो, परंतु रोज की बातचीत न हो। संवादों की सुंदरता या सफलता उनकी चिरस्मरणीयता में होती है। **'मुगले आजम'**, **'जिस देश में गंगा बहती है'**, **'पूरब और पश्चिम'**, **'रोटी, कपड़ा और मकान'**, **'शोले'**, **'दीवार'**, **'लैला-मजनू'** जैसी फिल्मों के संवाद लोग आज भी याद करते हैं। अत: संवादों की भाषा आमतौर पर बोलचाल की होनी चाहिए, जिसका दर्शकों के जीवन से गहरा संबंध हो।

दृश्य की बनावट और टेम्पों बनाए रखने वाले संवाद दर्शकों पर अपना प्रभाव छोड़ते हैं। संवादों में मुहावरों, लोकोक्तियाँ, द्विअर्थी वाक्यांशों, शेरो-शायरी और लतीफों का भी प्रयोग किया जाता है, जो दृश्य और पात्रों के साथ सटीक बैंठते हों। **हरमल सिंह** का कथन है कि, ''अच्छे अदाकार तो श्रेष्ठ संवादों के भूखे रहते हैं। अच्छे संवादों से उनका चरित्र निखरता है, बोलने में आनंद आता है। दर्शकों में भी वह संवाद आनंद पैदा करने में सक्षम रहता है और उसकी जुबान पर चढ़कर फिल्म की लोकप्रियता बढ़ाता है। 'मोगॅम्बो खुश हुआ', 'मैं वो बला हूँ, जो शीशे से पत्थर को तोडता हूँ' जैसे तकिया कलाम भी फिल्म की सफलता में सहायक होते हैं। पृथ्वीराज कपूर, राजकपूर, शत्रुघ्न सिन्हा और अमरिश पुरी, ओमपुरी जैसे अभिनेता केवल डायलॉग – डिलीवरी से ही मैदान मारते हैं।

संक्षेप में कहा जा सकता है कि, टेलीड्रामा हो, धारावाहिक या फिल्म, संवाद इनकी जान होते हैं।

### 4.3.7 साहित्य की विधाओं का दृश्य माध्यमों में रूपांतर :

साहित्य और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया दोनों अभिव्यक्ति के सशक्त माध्यम हैं। समय और समाज में होने वाले परिवर्तनों के साथ अभिव्यक्ति माध्यम भी बदलते हैं। आज इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने संचार क्षेत्र में अभूतपूर्व क्रांति की है। **मुशर्रफ आलम जौकी** के विचारानुसार, ''जहाँ तक साहित्य का संबंध है, वहाँ विषय के साथ-साथ अहसास की तरंगें भी चलती हैं, जिनका सीधा संबंध साहित्य की अपनी विचारधारा से होता है। ...... अहसास की उन्हीं तरंगों को फिल्माना फिल्मकार के लिए कठिन होता है। सबसे बड़ी समस्या इन्हीं अहसासात को दृश्य की भाषा देने की होती है।''

अत्यंत प्राचीन काल में दृश्य माध्यम जनसामान्य को अपनी विचारधारा समझाने और प्रभावित करने का माध्यम रहा है। प्राचीन काल से चले आ रहे नौटंकी, रामलीला, रासलीला और लोकनृत्य दृश्य माध्यम के ही प्रारंभिक रूप हैं। इन दृश्य माध्यमों ने आज तक अनेक रूप धारण किए हैं। संचार माध्यम की प्रकृति व्यावसायिक होने के कारण वहाँ किए जाने वाले लेखन पर एक अंकुश होता है। इसी कारण संचार माध्यम के क्षेत्र में प्रवेश करते ही सर्जनात्मकता खत्म होती है। दृश्य माध्यम पर कहानी को तोड़ने-मरोड़ने, मूल कथ्य से छेडछाड करने और लेखक की विचारधारा के विपरीत चलने के आरोप लगाए जाते हैं। यह सच है कि वहाँ व्यावसायिकता हावी होने से उसका प्रभाव रचना के कथ्य पर पड़ता है। फिर भी गुरूदत्त, सत्यजित रे जैसे लोगों ने फिल्म की भाषा को समझते हुए रचना के मूल कथ्य से किसी प्रकार की छेडछाड किए बिना प्रस्तुत किया है।

सन् 1984 ई. में मनोहर श्याम जोशी लिखित 'हम लोग' नामक 'सोप-ओपरा' साहित्यिक विधा के दृश्य माध्यम में रूपांतर और प्रसारण ने जनसामान्य एवं गृहिणियों को बहुत प्रभावित किया। प्रत्येक विधा का अपना रूप, अपना ढाँचा होता है। एक विधा दूसरी विधा से प्रभावित हो सकती है, किंतु पूर्णत: उसके अनुरूप ढल नहीं पाती। किसी विधा की श्रेष्ठ मूल रचना को काँट-छाँटकर, तोड-मरोड कर, जोड-घटाकर काम चलाऊ बनाया जा सकता है। वह अनायास सृजन नहीं, सायास सृजन होता है। अत: उसमें वह रसानुभूति नहीं होती, जो मूल रचना में होती है। यह रूपांतर मूल रचना से कहीं दूर, आत्माहीन बन जाता है। साहित्य में जिस भाषा का प्रयोग किया जाता है, वह अर्थवाहिनी और व्यंजना शक्ति से भरपूर होती है। दृश्य माध्यम इतनी गहरी भाषा की अपेक्षा नहीं रखते। साथ ही व्यावसायिकता के कारण उनमें परिवर्तन अपरिहार्य होते हैं।

आज व्यावसायिकता ने जीवन के सभी अंगों को अपने शिकंजे में पकड़ लिया है। सर्जनात्मक साहित्य भी इससे छूटा नहीं है। रचनाकार पाठकों की माँग के अनुसार साहित्यसृजन कर रहा है, और प्रकाशक से अधिक रॉयल्टी पाने में प्रयत्नशील है। दूसरी ओर सर्जनात्मक लेखन केवल पुस्तकालयों की शोभा बन कर रह गया है। ऐसी स्थिति में संचार माध्यम व्यावसायिकता की आड में इन रचनाओं को जनसमुदाय के सामने प्रस्तुत कर रहा है। अर्थात् संचार माध्यमों ने ही सर्जनात्मक लेखन को सुरक्षा और बहुआयामी स्वरूप प्रदान किया है।

आज अनेक साहित्य कृतियों का दृश्य माध्यमों में सफलता पूर्वक रूपांतरण किया जा रहा है। दृश्य माध्यमों में सफलतापूर्वक नाट्यांतरित होने वाली रचनाओं में **गोदान, महाभोज, तमस, मैला आँचल, राग दरबारी** और **हजार चौरीसी की माँ** जैसी अनेक कृतियाँ हैं। **देवदास, साहब, बीबी और गुलाम, चरित्रहीन, शतरंज के खिलाडी, गुनाहों का देवता, रजनी गंधा, गाईड, आँधी, चित्रलेखा** और **मृगनयनी** जैसी अनेक फिल्में, जो साहित्यिक कृतियों का रूपांतरण हैं, ने समाज के मनोरंजन के साथ-साथ विचार प्रवणता का भी कार्य किया

है।

उपन्यास और कथा साहित्य के साथ-साथ श्रेष्ठ लंबी कविताओं का भी दृश्य माध्यमों में नाट्य रूपांतरण हुआ है। मुक्तिबोध की 'अंधेरे में', धूमिल की 'मोचीराम', धर्मवीर भारती की 'कनुप्रिया', साहिर लुधियानवी की 'परछाइयाँ' जैसी लंबी कविताओं, 'कामायनी' जैसे महाकाव्य और हरिशंकर परसाई एवं शरद जोशी की प्रसिद्ध व्यंग्य रचनाओं का भी दृश्य माध्यम में रूपांतरण और प्रस्तुतीकरण हुआ है। इन प्रस्तुतियों ने प्रभावान्विति में कहीं कहीं मूल रचनाओं को भी पीछे छोड दिया है।

रंगमंच और फिल्म को अभिनयात्मकता और प्रदर्शनात्मकता की दृष्टि से एक विधा के दो रूप माना जाता है। मोहन राकेश, गिरीश कर्नांड, विजय तेंडुलकर, ज्ञानदेश अग्निहोत्री और डॉ. शंकर शेष जैसे नाटककार फिल्म जगत् से भी जुड़े थे। 'आषाढ़ का एक दिन', 'आधे-अधूरे', 'घरौंदा', 'कमला' तथा 'रूक्मावती की हवेली' जैसे बहुचर्चित नाटकों का सफल फिल्मीकरण साहित्य विधा और दृश्य माध्यम की समीपता स्पष्ट करता है। विजुअलाईजेशन की सामर्थ्य ही सिनेमा की असली सामर्थ्य है, अत: कथ्य की दृष्टि से साहित्य का उपयोग करने वाली अधिकतर फिल्में, कथाओं और उपन्यासों को ही अपने अधिक पास पाती हैं। साहित्य को दृश्य माध्यम में हु-ब-हु रूपांतरित नहीं किया जा सकता। क्योंकि दृश्य माध्यम बिंबों को सर्वोपरि महत्त्व देता है। साहित्यिक नाटक अभिनेता के माध्यम से शब्द और दृश्य समन्वित अभिनय प्रस्तुत करता है, तो फिल्म छायांकन, संपादन, ध्वनि प्रभाव जैसे तकनीकी पक्ष पर निर्भर करती है।

दूरदर्शन पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों और धारावाहिकों से हिंदी भाषा का प्रसार हुआ है। समकालीन समाज को इन धारावाहिकों द्वारा भारतीय संस्कृति का सहजता से दर्शन हो गया है। 'रामायण' और 'महाभारत' धारावाहिकों ने विश्वभर में बड़ी लोकप्रियता प्राप्त की है। आज मीडिया ने कला, साहित्य और संस्कृति को बिकाऊ चीजें, तो मनुष्य को सहज उपभोक्ता बना दिया है। दूरदर्शन में धारावाहिकों की लंबी सूची है जिनमें 'कर्मभूमि', 'गोदान', 'निर्मला', 'तमस', 'मृगनयनी', 'मिट्टी के रंग', 'चंद्रकांता', 'श्रीकांत', 'भारत एक खोज' आदि रचनाओं के दृश्यात्मक रूपांतरण से संचार माध्यमों ने साहित्य को घर-घर पहुँचाने का कार्य किया है। दृश्य-श्रव्य रूप में ढालकर सृजनात्मक लेखन को जन जन तक पहुँचा दिया है।

### 4.3.8 विज्ञापन की भाषा एवं लेखन :

आज का युग विज्ञापन का युग है। विज्ञापन करने वाले को अपने उत्पाद, संभावित ग्राहक तथा उद्देश्य को निश्चित करने के बाद अपने उत्पाद के लिए विज्ञापन का माध्यम चुनना पडता है। माध्यम से तात्पर्य ऐसे भौतिक साधन से है, जिसकी सहायता से अपने उत्पाद के ग्राहकों तक अपनी बात पहुँचा सके। आज विज्ञापन के लिए मौखिक, मुद्रित, श्रव्य और दृश्य-श्रव्य साधनों का खुलकर प्रयोग किया जा रहा है। व्यक्ति तथा समाज की धारणाओं और अपेक्षाओं के बीच संतुलित विज्ञापन ही जनसंचार के लक्ष्य में सफल होता है।

वर्तमान काल में दूरदर्शन सर्वाधिक लोकप्रिय माध्यम बन चुका है। विभिन्न भाषाओं में अनेक टी. वी. चैनल्स के प्रचलन से इस माध्यम के विकास में अधिक गति आ गई है। टी. वी. माध्यम की लोकप्रियता और लोकरूचि को देखते हुए विज्ञान एजन्सियों ने इस माध्यम पर अपना कब्जा जमाया है। टी. वी. के लोकप्रिय कार्यक्रम प्राय: प्रायोजित कार्यक्रम होते हैं। लोकप्रिय कार्यक्रमों के साथ-साथ समाचार कार्यक्रमों में भी दूरदर्शन विज्ञापन का सर्वाधिक प्रसिद्ध माध्यम बन चुका है।

विज्ञापन का मूल लक्ष्य संभावित ग्राहकों को वस्तु खरीदने के लिए प्रेरित करना होता है। अत: विज्ञापन सरल, सहज, सरस और बोधगम्य भाषा में लिखा जाता है। विज्ञापन में दृश्यों के साथ ऐसे शब्द पिरोए जाते हैं, जिससे दर्शक झूम उठता है। मनुष्य मनोविज्ञान को अच्छी तरह समझते हुए, मनुष्य की भावनाओं को कार्यप्रवण बनाते हुए विज्ञापन का लेखन इस प्रकार किया जाता है कि, दर्शक प्रभावित हो और वस्तु खरीदने के लिए प्रेरित हो।

साधारण, रूढ़ अर्थ प्रधान शब्दों का विशिष्ट प्रयोग ही विज्ञापन की विशेषता होती है। 'डाबर आमला केश तेल', 'घडी डिटर्जंट', 'फेव्हीकॉल', 'प्युअर-इट', 'स्टे फ्री सेक्युअर' आदि के विज्ञापनों में प्रयुक्त शब्द मनुष्य के नातों-रिश्तों को छूकर दिमाग पर इतना प्रभाव डालते हैं कि वह उन्हें खरीदने के लिए मजबूर हो जाता है। 'बालों में दम तो लाईफ में फन' (डाबर आँवला), 'यहीं सोच तो बदलनी है माँ' (स्टे-फ्री सेक्युअर), 'एक करोड रुपये वाली सेफ्टी' (प्युअर इट), 'क्या आप के दाँत साफ हैं' (ओरल-बी) जैसे अभिधापरक शब्द एक नारा बन चुके हैं।

विज्ञापन की भाषा में सरल, सहज, सरस, बोधगम्य और व्यावहारिक शब्दों का प्रयोग किया जाता है। हिंदी विज्ञापनों में हिंदी के साथ अंग्रेजी, उर्दू शब्दों की भरमार होती है, जो भाषा का स्वरूप ही बदल देती है। टी. वी. विज्ञापनों को प्रभावशाली बनाने में दृश्यों का बहुत बड़ा योगदान रहा है। इन दृश्यों में अधिकतर नारी का, पारिवारिक रिश्तों का प्रयोग किया जा रहा है। जहाँ तक आवाज का सवाल है, अधिकतर नारी स्वर का प्रयोग किया जाता है। शब्दों के उच्चारण, कथन-शैली, आवाज परिवर्तन पर शब्दों की अर्थवत्ता अवलंबित होती है। अत: उच्चारण में नाटकीयता का गुण भी आवश्यक होता है।

तात्पर्य यह है कि, विज्ञापनों में शब्द संख्या कम होनी चाहिए। शब्द चिरपरिचित एवं सरल होने चाहिए। शब्द अंग्रेजी, उर्दू, फारसी शब्दों के मेल से भी बनाए और प्रयुक्त किए जा सकते हैं। आज कल पुराने फिल्मी गीतों के प्रयोग से भी विज्ञापन को और प्रभावशाली बनाया जा रहा है। अक्सर दिखाई देता है कि, विज्ञापन का विषय और माध्यम के अनुसार विज्ञापन की भाषा के अलग-अलग रूप दिखाई देते हैं। कहीं राजभाषा के शब्द, लंबे वाक्यों का प्रयोग मिलता है, तो कहीं छोटे-छोटे अधूरे वाक्य, कम से कम शब्दों का प्रयोग होता है।

विज्ञापन में विज्ञापन सामग्री के साथ भाषा का भी महत्त्व होता है। एक अंग्रेजी विद्वान **जेफ्रे लीच** ने अंग्रेजी भाषा के विज्ञापनों का अध्ययन एक शैली के रूप में करते हुए उसके निम्नलिखित गुणों की चर्चा की है। ये गुण अंग्रेजी विज्ञापन के परिप्रेक्ष्य में निश्चित किए गए हैं, जिन्हें हिंदी विज्ञापनों में भी लागू किया जा सकता है।

1. **आकर्षण** :- विज्ञापन की भाषा में आकर्षण तत्त्व विज्ञापन को सहीं व्यक्ति तक पहुँचाता है। हिंदी विज्ञापनों में आकर्षण का निर्माण करने के लिए अनेक प्रकार के वाक्य संरचनाओं का प्रयोग किया जाता है। यह प्रयोग विज्ञापन में प्रभावशीलता बढ़ाता है। उत्पाद वस्तु की भिन्नता स्पष्ट करने के लिए विज्ञापन संबंधी शब्दावली का प्रयोग किया जाता है।

2. **श्रव्यता** :- विज्ञापनों में श्रव्यता के लिए कविता की पंक्तियों, गीतों के रूप में भाषा का प्रयोग किया जाता है। कविता की पंक्तियों एवं गीतों के साथ 'जिंगल' या संगीत के प्रयोग द्वारा विज्ञापन को श्रव्य और रोचक बनाया जाता है।

3. **स्मरणीयता** :- उत्पाद वस्तु या उत्पाद वस्तु के ब्रांड को संभावित ग्राहकों-बच्चों से लेकर वृद्धों तक के सभी वर्गों द्वारा याद रखवाने के लिए विज्ञापनों में नारों का प्रयोग किया जाता है। ये नारे छोटे-छोटे, सरल वाक्यों में, रोचक तथा वस्तु के नाम को याद रखने में सहायक होते हैं। जैसे 'एक बाम तीन काम', 'झंडु बाम' या 'तंदुरुस्ती की रक्षा करता है लाईफ बॉय'।

4. **विक्रयशीलता** :- विज्ञापन की संप्रेषणीयता में विक्रयशीलता सम्मिलित रहती है। विज्ञापन में संप्रेषणीयता और आकर्षण निर्माण करने के लिए लेखक को विज्ञापन के विषय को सर्जनात्मक ढंग से ग्राहकों के समक्ष प्रस्तुत करना पडता है। यह एक ऐसा कलात्मक कौशल है, जो वस्तु या उत्पाद की विक्रयशक्ति उत्पन्न करने की सामर्थ्य रखता है।

किसी भी माध्यम के विज्ञापनों में शब्द-संयोजन, प्रस्तुतीकरण और प्रयोग का अत्यधिक महत्त्व होता है। परंतु प्रत्येक माध्यम की विज्ञापनों की भाषा में भिन्नता दिखाई देती है। भाषा विज्ञापन का अलंकरण है। भाषा अपनी सहज, गहरी संवेदनशीलता से अभिव्यक्ति को जीवंत कर देती है, जिससे विज्ञापन भी 'हिट' हो जाते हैं। श्रव्य-दृश्य विज्ञापन के प्रमुख माध्यम दूरदर्शन और फिल्म हैं। **डॉ. संजीवन भानावत** के मतानुसार दूरदर्शन पर प्रसारित विज्ञापनों में निम्नलिखित मुख्य विशेषताएँ पाई जाती हैं -

1. **प्रस्तुतीकरण** :- इसमें उद्बोधक, अभिनेता या अभिनेत्री वस्तु विशेष के बारे में चर्चा करते दिखाई देते हैं।

2. **नाटकीयता** :- वस्तु की कहानी को अभिनय द्वारा प्रस्तुत किया जाता है।

3. **प्रदर्शन** :- वस्तु किस समय उपयोगी हो सकती है तथा यह क्या कर सकती है इसका प्रदर्शन किया जाता है।

4. **स्लाइड विज्ञापन** :- वस्तु के स्थिर स्लाईड्स जिसके पीछे से कभी कभी उद्घोषक उद्घोषणा करता रहता है।

5. **विश्वसनीयता** :- आश्वस्त अथवा संतुष्ट व्यक्ति वस्तु के बारे में चर्चा करता दिखाया जाता है।

6. **संगीतमयता** :- वस्तु के बारे में गीत दिखाया जाता है।

7. **सम्मिलित व्यावसायिक विज्ञापन** :- इसमें कार्टूनों द्वारा विज्ञापन प्रदर्शित किया जाता है।

विज्ञापन कला शब्द और चित्र प्रधान कला है। इसमें केवल शब्द या केवल चित्र से भी उद्देश्य पूरा किया जा सकता है। परंतु आज शब्द-चित्रामिश्रित विज्ञापन ही अधिक पसंद किए जाते हैं और प्रभावशाली भी होते हैं। विज्ञापन में चित्रों के प्रवेश से शब्दों की भूमिका गौण लगने लगी है। फिर भी शब्द विभिन्न प्रसंगों तथा शैलियों के माध्यम से अपनी उपयोगिता बनाए हुए हैं।

**विज्ञापन लेखन**

विज्ञापन शब्द अंग्रेजी के 'Advertisement' का हिंदी रुपांतर है। यह 'Advertisement' लेटिन भाषा के 'एडवर्टर' से बना हुआ है। जिसका अर्थ है- 'To turn to' या मोड देना। इस प्रकार विज्ञापन का आशय उसक

क्रिया से है जो किसी व्यक्ति को किसी विशेष तत्त्व की ओर मुडने पर विवश कर देती है।

**विज्ञापन की परिभाषा**

विज्ञापन के बारे में प्रमुख विद्वानों की परिभाषा इस प्रकार प्रस्तुत की जा रही है।

1. **द न्यू एनसायक्लोपीडिया ब्रिटेनिका के अनुसार** – ''विज्ञापन संप्रेषण का वह प्रकार है जो कि उत्पादक अथवा कार्यको उन्नत करने, जनमत को प्रभावित करने, राजनीतिक सहयोग प्राप्त करने, एक विशिष्ट कारण को आगे बढाने अथवा विज्ञापनदाता द्वारा कुछ इच्छित प्रतिक्रियाओं को प्रकाशित करने का उद्देश्य रखत है।''

2. **बी. एस. राठौड** – ''विज्ञापन सूचनाओं को सार्वजनिक भुगतान प्राप्त साधनों द्वारा विक्रय वृद्धि में सहायता मिलती है। ख्याति का निर्माण होता है। एवं साख बढती है।''

उपरविवेचित परिभाषाओं के आधार पर कहा जा सकता है कि, विज्ञापन, शब्दों, चित्रों, आलेखो आदि के सहयोग से तैयार की गई ऐसी सूचनापद विज्ञप्ति है, जो उपभोक्ताओं को प्रभावित कर अपने उत्पादन को खरीदने के लिए तैयार करती है। वह जिज्ञासा पैदा करती है और उनका समाधान भी सुझाती है। इसलिए निम्नलिखित बिंदु महत्त्वपूर्ण माने जाते हैं–

1. विज्ञापन लेखन में लेखक को उत्पादन तथा उपभोक्ता दोनों से सम्बधित जानकारी को ध्यान में रखना पडता है।

2. विज्ञापन का लेखन कार्य करते समय लेखक सर्वप्रथम विज्ञापन का शीर्षक तैयार करता है। शीर्षक ही विज्ञापन का प्राण बन जाता है। इसके अंतर्गत स्मरण, विश्वास, सुझाव और कौतुहल की ओर ध्यान रखना पडता है। इसके अंतर्गत स्मरण, विश्वास, सुझाव और कौतुहल की ओर ध्यान रखना पडता है। इसके बाद विज्ञापन के उपशीर्षक बनाये जाते है। इसमें उपभोक्ता की आवश्यकता को विस्तार दिया जाता है।

3. विज्ञापन – लेखन में सरल, स्पष्ट और प्रभावपूर्ण भाषा का प्रयोग किया जाना चाहिए।

4. विज्ञापन का कथ्य पूर्णत उपभोक्ता को संतुष्ट करने वाला होना चाहिए।

5. विज्ञापन लेखक को विज्ञापन तैयार करते समय इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि, विज्ञापित वस्तु कहाॅ मिलेगी, इसकी संपूर्ण जानकारी उपभोक्ता को मिल सके।

6. विज्ञापन उपभोक्ता को पूर्णरूप से आश्वस्त कर सके कि, उत्पादन उपभोक्ता के लिए हितकर है।

7. आवश्यकतानुसार किसी लोकप्रिय फिल्मी गीत की पंक्ति अंग्रेजी और हिंदी भाषाओं के शब्दों का मिश्रण विज्ञापित वस्तु के उपभोक्ताओं को ध्यान में रखते हुए विशेषकर महिलाओं और बच्चों के संवाद का प्रयोग विज्ञापन को अधिक महत्त्वपूर्ण बना सकते है।

8. विज्ञापन लेखक कम–से–कम अधिक–से–अधिक प्रभावपूर्ण बात कहने की कोशिश करता है। इसलिए विज्ञापन लेखन में समय और पाठ (text) का तालमेल रखना आवश्यक होता है।

9. विज्ञापन शिक्षाप्रद, मनोरंजन युक्त कल्पना और यथार्थ से युक्त तथा सोद्देश्य होना चाहिए।

10. विज्ञापन लेखन में आश्चर्य एवं चकित होने का भाव निहित होना आवश्यक है। अपनी ओर आकर्षित करने के लिए विज्ञापन में यह विशेषता होनी चाहिए।

## 4.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न :

**प्रश्न 1 आ) निम्नलिखित वाक्यों में दिए गए पर्यायों में से उचित पर्याय चुनकर वाक्य फिर से लिखिए।**

1. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के रूप में भारत में टेलीविजन का प्रथम प्रयोगी केंद्र सन् .........ई. में भारत के प्रथम राष्ट्रपति डॉ. राजेंद्रप्रसाद के हाथों उद्घाटित हुआ।

   अ) **1959** ब) 1949 क) 1979 ड) 1859

2. टेलीविजन सेट के बिना .......... की क्रियाशीलता संभव नहीं होती।

   अ) फिल्म ब) रेडियो क) **वीडिओ** ड) टेली ड्रामा

3. फिल्म लेखन में ......... को 'थीम', 'आयडिया' अथवा 'थॉट' भी कहा जाता है।

   अ) संक्षिप्त कथा ब) पट कथा क) **कथा–विचार** ड) ग्रीक

4. पटकथा लेखन को ............ में 'स्क्रीन प्ले' कहा जाता है।

   अ) **अंग्रेजी**ब) हिंदी क) मराठी ड) ग्रीक

5. पटकथा लेखन के प्रथम ........ दृश्यों में ही मूलकथा का बीजारोपण किया जाता है।

   अ) दो ब) **पाँच** क) सात ड) तीन

6. प्रसिद्ध लेखक ......... का मानना है कि, सिनेमा का फॉर्म नौटंकी के निकट होता है।

   अ) **गुलजार** ब) जावेद अख्तर क) सलीम जावेद ड) महेश भट्ट

7. सिनेमा तथा रंगमंच के कुछ महत्त्वपूर्ण तत्त्वों के समावेश से .............. का जन्म हुआ है।

   अ) फीचर फिल्म ब) टेली फिल्म क) **टेली ड्रामा** ड) डाक्यू ड्रामा

8. वृत्तचित्र एक कथात्मक फिल्म होती है, जिसमें ................. का चित्रण होता है।

   अ) भविष्यकालीन जीवन ब) स्वप्नील जीवन क) काल्पनिक जीवन ड) **वास्तविक जीवन**

9. साधारण रूढ, अर्थ प्रधान शब्दों का विशिष्ट प्रयोग ही ....... की विशेषता होती है।

   अ) **विज्ञापन** ब) टेली फिल्म क) टेली ड्रामा ड) डाक्यू ड्रामा

**आ) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर एक–एक वाक्य में लिखिए।**

1. सन् 1931 ई. में किस फिल्म के प्रदर्शन के साथ भारत में नई क्रांति का उदय हुआ ?
2. किसने परंपरागत व्याकरण नियमों से मुक्त सर्वथा नई हिंदी भाषा को जन्म दिया है?

3. दूरदर्शन पर चित्र प्रत्यक्ष अपनी बात कहते हैं, और वक्ता नेपथ्य में चित्रों का विवरण प्रस्तुत करता है, तब दूरदर्शन की भाषा में इसे क्या कहते हैं?
4. डॉ. अशोक चक्रधर ने पटकथा लेखन को क्या कहा है?
5. दृश्य-श्रव्य मीडिया होने के कारण फिल्म की पटकथा कैसी अपेक्षित होती है?
6. फिल्म का मध्यांतर कहाँ पर किया जाता है?
7. मीडिया विशेषज्ञों के अनुसार मनुष्य के सबसे शक्तिशाली भाव कौनसे हैं?
8. वृत्तचित्रों का विकास नाटकीयता के साथ किस प्रकार होना चाहिए?
9. प्राचीन काल से चले आ रहे नौटंकी, रामलीला, रासलीला और लोकनृत्य किस माध्यम का प्रारंभिक रूप है?
10. विज्ञापन का मूल लक्ष्य क्या होता है?

## 4.5 पारिभाषिक शब्द – शब्दार्थ :

**तकनीक** : अंग्रेजी टेकनिक शब्द का हिंदीकरण।

**तकिया कलाम** : किसी शब्द अथवा वाक्यांश का बार-बार प्रयोग करना।

**डाक्यूमेंटरी** : घटित घटनाओं का लेखा जोखा प्रस्तुत करने वाली फिल्म।

**डायलॉग** : संवाद।

**मीडिया** : माध्यम।

**स्क्रीन प्ले** : चित्रकथा।

**ड्रामाट्राईज्ड** : नाट्य रूपांतर।

**सोप ऑपेरा** : वास्तविक जीवन का चित्रण करने वाला नाटक।

## 4.6 स्वयं अध्ययन प्रश्नों के उत्तर :

**प्रश्न 1 अ)**

| | | |
|---|---|---|
| 1) 1959 | 2) वीडिओ | 3) कथा-विचार |
| 4) अंग्रेजी | 5) पाँच | 6) गुलजार |
| 7) टेलीड्रामा | 8) वास्तविक जीवन | 9) विज्ञापन |

**प्रश्न 1 आ)**

1. 1931 में 'आलम आरा' फिल्म के प्रदर्शन के साथ ही भारत में नई क्रांति का उदय हुआ।
2. टेलीविजन ने परंपरागत व्याकरण नियमों से मुक्त सर्वथा नई हिंदी भाषा को जन्म दिया है।

3. दूरदर्शन पर चित्र प्रत्यक्ष अपनी बात कहते हैं, और वक्ता नेपथ्य में चित्रों का विवरण प्रस्तुत करता है, तब दूरदर्शन की भाषा में इसे 'पार्श्ववाचन' कहते हैं।
4. डॉ. अशोक चक्रधर ने पटकथा लेखन को 'थ्री टियर सिस्टम' कहा है।
5. दृश्य-श्रव्य मीडिया होने के कारण फिल्म की पटकथा गतियुक्त अपेक्षित होती है।
6. तनाव की चरम सीमा पर कहीं किसी रोचक मोड़ या संवाद पर मध्यांतर किया जाता है।
7. मीडिया विशेषज्ञों के अनुसार भय, दुःख और हास्य मनुष्य के सबसे शक्तिशाली भाव हैं।
8. वृत्तचित्रों का विकास नाटकीयता के साथ इस प्रकार होना चाहिए कि उसका प्रसारण एक कहानी के रूप में किया जा सके।
9. प्राचीन काल से चले आ रहे नौटंकी, रामलीला, रासलीला और लोकनृत्य दृश्य माध्यम के ही प्रारंभिक रूप हैं।
10. विज्ञापन का मूल लक्ष्य संभावित ग्राहकों को वस्तु खरीदने के लिए प्रेरित करना होता है।

## 4.7 सारांश :

1. भारतीय सिनेमा के जनक दादासाहब फालके ने सन् 1913 ई. में 'राजा हरिश्चंद्र' फिल्म बनाई। पहले आकाशवाणी, फिर फिल्म और अब दूरदर्शन के माध्यम से नवीनतम माध्यमों का इतना विस्तार हुआ है कि संचार-प्रक्रिया की शक्ल बदल गई है। संचार माध्यमों में टेलीविजन का प्रयोग सर्वप्रथम सन् 1884 ई. में हुआ। ग्रीक शब्द 'टेली' और लैटिन शब्द 'विजन' से बना 'टेलीविजन' वास्तव में अंग्रेजी शब्द है, जो अत्यधिक प्रचलित होने के कारण सामान्य होकर अक्सर सब की जुबान पर रहता है। वीडिओ का शाब्दिक अर्थ है- चित्र मुद्रण। वीडिओ को टेलीविजन का ही एक हिस्सा माना जाता है।
2. दृक माध्यमों में जो कहा जाता है वो दिखाई भी देता है, अतः दृश्य-श्रव्य माध्यमों में भाषा को एक नई अर्थवत्ता, नई प्रकृति प्राप्त होती है। दृश्य के महत्त्व को देखकर ही दृश्य-श्रव्य माध्यमों में 'चित्रात्मकता' को प्राण तत्त्व माना जाता है। दूरदर्शन का पत्रकार वास्तव में कैमरामैन होता है। हजारों शब्दों से जिस घटना को समग्रता से व्यक्त नहीं किया जा सकता, उसे कैमरामैन का एक चित्र व्यक्त करता है।
3. फिल्म लेखन को सैद्धांतिक स्तर पर कथा-विचार, संक्षिप्त कथा, विकसित कथा, पटकथा और संवाद इन प्रमुख पाँच बिंदुओं के अंतर्गत विभाजित किया जाता है। 'कथा-विचार' को 'थीम', 'आयडिया' अथवा 'थॉट' भी कहा जाता है। पटकथा लेखन कार्य प्रारंभ, प्रमुख पात्रों का प्रवेश, मूलकथा का बीजारोपण, चरित्रसंख्या पर नियंत्रण, मध्यांतर, उपचर्मोत्कर्ष और चरमोत्कर्ष इन सात पादानों से होकर गुजरता है।
4. टेलीविजन के लिए लिखा गया नाटक टेलीविजन नाटक या टेलीड्रामा नाम से पहचाना जाता है। सिनेमा तथा रंगमंच के कुछ महत्त्वपूर्ण तत्त्वों के समावेश से टेलीड्रामा का जन्म हुआ है। टेलीविजन नाटक लेखन करते समय कथानक, पात्र, संघर्ष, दृश्यात्मकता, ध्वनि और संगीत प्रभाव, प्रारंभ और अंत, संवाद और भाषा, 'क्लोजअप' का महत्त्व इन आठ बिंदुओं का ध्यान रखना पड़ता है। डाक्यू-ड्रामा वस्तुतः एक

वृत्तचित्र है, जो दूरदर्शन की विभिन्न विधाओं में प्रमुख विधा है। अंग्रेजी में इसे 'डाक्यूमेंट्री' कहा जाता है। डाक्यूड्रामा लेखक में सर्जनात्मकता, कल्पनाशीलता, कर्मठता और समयबद्धता आदि गुणों का होना आवश्यक होता है।

5. साहित्यिक रचनाओं में अन्य तत्त्वों की अपेक्षा संवाद का प्रभाव अधिक-प्रत्यक्ष रहता है। दृश्य श्रव्य माध्यमों में संवाद दृश्य के साथ समन्वित रूप में आते हैं। संवाद कथा, पात्र, परिस्थिति, परिवेश के अनुकूल और तर्कपूर्ण होने चाहिए। उनमें रोजमर्रा की बातचीत का प्रतिबिंब हो, परंतु रोज की बातचीत न हो। टेलीड्रामा हो, धारावाहिक या फिल्म, संवाद इनकी जान होते हैं।

6. साहित्य और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया दोनों अभिव्यक्ति के सशक्त माध्यम हैं। अत्यंत प्राचीन काल से दृश्य माध्यम जनसामान्य को अपनी विचारधारा समझाने और प्रभावित करने का माध्यम रहा है। सन् 1984 ई. में मनोहर श्याम जोशी लिखित 'हम लोग' नामक **'सोप-ओपरा'** साहित्यिक विधा के दृश्य माध्यम में रुपांतर और प्रसारण ने जनसामान्य एवं गृहणियों को प्रभावित किया। उपन्यास और कथा साहित्य के साथ-साथ श्रेष्ठ लंबी कविताओं का भी दृश्य माध्यमों में नाट्यरुपांतरण हुआ है।

7. विज्ञापन का मूल लक्ष्य संभावित ग्राहकों को वस्तु खरीदने के लिए प्रेरित करना होता है। अत: विज्ञापन सरल, सहज, सरस और बोधगम्य भाषा में लिखा जाता है। विज्ञापन में विज्ञापन सामग्री के साथ भाषा का भी महत्त्व होता है। किसी भी माध्यम के विज्ञापनों में शब्द-संयोजन, प्रस्तुतीकरण और प्रयोग का अत्यधिक महत्त्व होता है।

## 4.8 स्वाध्याय :

**दीर्घोत्तरी प्रश्न –**

1. दृश्य-श्रव्य माध्यम के लिए पटकथा लेखन के आयाम स्पष्ट कीजिए।
2. टेलीड्रामा की संकल्पना एवं स्वरूप स्पष्ट कीजिए।
2. दृश्य-श्रव्य माध्यम के लिए विज्ञापन की भाषा एवं लेखन पर प्रकाश डालिए।

**लघुत्तरी प्रश्न (टिप्पणियाँ)**

1. टेलीड्रामा
2. दृक माध्यमों के भाषा की प्रकृति
3. पार्श्ववाचन
4. दृक माध्यमों में भाषा की प्रकृति
5. विज्ञापन की भाषा एवं लेखन

## 4.9 क्षेत्रीय कार्य :

1. विविध दूरदर्शन कार्यक्रमों में प्रयुक्त भाषा की विशेषताओं का संकलन कीजिए।
2. दूरदर्शन के विज्ञापनों को देखकर नए विज्ञापनों का लेखन कीजिए।

## 4.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए :


1. प्रयोजनमूलक हिंदी - डॉ. लक्ष्मीकांत पाण्डेय, डॉ. प्रमिला अवस्थी, आशीष प्रकाशन, कानपुर, प्रथम संस्करण 2005.
2. मीडिया कालीन हिंदी : स्वरूप एवं संभावनाएँ- डॉ. अर्जुन चव्हाण, राधाकृष्ण प्रकाशन, नई दिल्ली।
3. प्रयोजनमूलक हिंदी : विविध परिदृश्य - डॉ. रमेशचंद्र त्रिपाठी, डॉ. पवन अग्रवाल, अलका प्रकाशन, कानपुर, संस्करण 2001.
4. मीडिया लेखन (सिद्धांत और व्यवहार) - डॉ. चंद्रप्रकाश मिश्र, संजय प्रकाशन, नई दिल्ली, प्रथम संस्करण 2003.
5. मीडिया लेखन और संपादन कला - डॉ. गोविंद प्रसाद, अनुपम पाण्डेय, डिस्कवरी पब्लिशिंग हाऊस, नई दिल्ली, प्र थम संस्करण 2006.
6. संचार माध्यमों में हिंदी - डॉ. सुधाकर गोकाककर, प्रकाशक- डॉ. राजेंद्र वडनेरे, प्रभारी कुलसचिव, य.च.म. मुक्त विद्यापीठ, नाशिक, संस्करण 2002.
7. जनसंचार माध्यमों में हिंदी - डॉ. चंद्रकुमार, प्रकाशक - बी. के. तनेजा, क्लासिकल पब्लिशिंग कंपनी, नई दिल्ली।


1. **बहुविकल्पीय प्रश्न**

   1. पटकथा लेखन को ....... में स्क्रीन प्ले कहा जाता हैं।

      अ. मराठी　　ब. अंग्रेजी　　क. हिंदी　　ड. कन्नड

   2. वर्ष........ में फिल्म के प्रदर्शन के साथ भारत में नई क्रांति का जन्म हुआ है।

      अ. लैला मजनू　　ब. शिरीह फराद　　क. आलम आरा　　ड. प्यार

   3. ........ ने परंपरागत व्याकरण नियमों से मुक्त सर्वथा नई हिंदी भाषा को जन्म दिया है।

      अ. धर्म ग्रंथों　　ब. टेलिविजन　　क. यात्रा　　ड. भाग-दौड

   4. सिनेमा और रंगमंच के कुछ महत्त्वपूर्ण तत्त्वों के समावेश से .... का जन्म हुआ है।

अ. टेलीड्रामा    ब. मेलोड्रामा    क. लावणी    ड. सूरसंगम

5. भारतीय सिनेमा के जनक......... रहे हैं।

   अ. दादासाहेब फालके    ब. अभिताम बच्चन

   क. धर्मेंद्र    ड. अमजद खान

**उत्तर :** 1. ब    2. क    3. ब    4. अ    5. अ

2. **उचित मिलान कीजिए।**

| | |
|---|---|
| 1. हमलोग | अ. वस्तु खरीदना, बेचना |
| 2. अशोक चक्रधर पटकथा लेखन | ब. चित्रकथा |
| 3. डॉयलॉग | क. संवाद |
| 4. स्क्रीन प्ले | ड. थ्री टिमर सिस्टम |
| 5. विज्ञापन | इ. मनोहर जोशी |

**सही उत्तर**

1. – इ,    2. – ड,    3. – क,    4. – ब,    5. – अ

3. **सही गलत का निर्णय करें।**

   1. नाटकीयता में वस्तु की कहानी को अभिनय के द्वारा प्रस्तुत किया जाता है, तो संगीतमयता में वस्तु के बारे में गीत दिखाया जाता है।
   2. विज्ञापन की भाषा में आकर्षण तत्त्व विज्ञापन को सही व्यक्ति तक पहुंचाता हैं, विज्ञापन में विज्ञापन सामग्री के साथ भाषा का भी महत्त्व होता है।
   3. डाक्युड्रामा को डॉरमेटरी भी कहा जाता है, टेलीड्रामा का दृश्यपट सीमित होता है।
   4. टेलीड्रामा स्टुडियों के साधनों से बनाया जाता है, इस में पाँच-सात कैमरों का प्रयोग होता है।
   5. पटकथा लेखन का अपना व्याकरण होता है, पटकथा वहीं सफल होती है, जो दर्शकों को निरंतर उत्सुकता बनाए रखती है।

**सही उत्तर**

1. पहला सही है, दूसरा भी सही है।
2. पहला सही है, दूसरा भी सही है।
3. पहला गलत है, तो दूसरा सही है।
4. पहला सही है, दूसरा भी सही है।
5. पहला सही है, दूसरा भी सही है।

----------