



शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

दूरशिक्षा और ऑनलाईन शिक्षा केंद्र

बी. ए. भाग 3 हिंदी

सत्र 5 Major (Electives)

प्रयोजनमूलक हिंदी - I

सत्र 6 Major (Electives)

प्रयोजनमूलक हिंदी - II

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020 के नुसार सुधारित पाठ्यक्रम
(शैक्षिक वर्ष 2026-27 से)

© कुलसचिव, शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर (महाराष्ट्र)

प्रथम संस्करण : 2026

सभी अधिकार विश्वविद्यालय के अधीन। शिवाजी विश्वविद्यालय की अनुमति के बिना किसी भी सामग्री की नकल न करें।

प्रतियाँ : 50



प्रकाशक :

डॉ. व्ही. एन. शिंदे

कुलसचिव,

शिवाजी विश्वविद्यालय,

कोल्हापुर - 416 004.



मुद्रक :

श्री. बी. पी. पाटील

अधीक्षक,

शिवाजी विश्वविद्यालय मुद्रणालय,

कोल्हापुर-416 004.



ISBN - 978-81-68244-06-1

★ दूरशिक्षा और ऑनलाईन शिक्षा केंद्र और शिवाजी विश्वविद्यालय की जानकारी निम्नांकित पते पर मिलेगी-
शिवाजी विश्वविद्यालय, विद्यानगर, कोल्हापुर-416 004 (महाराष्ट्र)

दूरशिक्षा और ऑनलाईन शिक्षा केंद्र, शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

सल्लागार समिती

प्रो. (डॉ.) आर. के. कामत

कुलगुरु,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

प्रो. (डॉ.) ज्योती जाधव

प्र-कुलगुरु,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

प्रो. (डॉ.) प्रकाश पवार

राज्यशास्त्र अधिविभाग,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

प्रो. (डॉ.) एस. विद्याशंकर

कुलगुरु, केएसओयू,
मुक्तगंगोत्री, म्हैसूर, कर्नाटक-५७० ००६

डॉ. 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, मानवविज्ञान विद्याशाखा,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

प्रो. (डॉ.) श्रीमती व्ही. व्ही. मैदरगी

प्र. अधिष्ठाता, वाणिज्य व व्यवस्थापन विद्याशाखा,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

प्रो. (डॉ.) आर. व्ही. गुरव

प्र. अधिष्ठाता, विज्ञान व तंत्रज्ञान विद्याशाखा,
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

प्रा. (डॉ.) ए. बी. साळी

प्र. 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

प्रा. (डॉ.) पी. एस. पाटणकर (सदस्य सचिव)

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

अध्यक्ष

प्रो. डॉ. साताप्पा शामराव सावंत
विलिंग्डन कॉलेज, सांगली

सदस्य

- डॉ. संग्राम यशवंत शिंदे
आमदार शशिकांत शिंदे महाविद्यालय, मेढा,
ता. जावळी, जि. सातारा.
- डॉ. भास्कर उमराव भवर
कर्मवीर हिरे आर्ट्स, सायन्स, कॉमर्स अँड एज्युकेशन
कॉलेज, गारगोटी, ता. भुदरगड, जि. कोल्हापुर.
- प्रो. (डॉ.) अशोक विठोबा बाचुळकर
आजरा महाविद्यालय, आजरा, जि. कोल्हापुर
- 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.) नितीन चंद्रकांत धावडे
मुधोजी कॉलेज, फलटण, जि. सातारा
- डॉ. मनिषा बाळासाहेब जाधव
आर्ट्स अँड कॉमर्स कॉलेज, ११७, शुक्रवार पेठ,
सातारा-४१५ ००२.
- प्रो. (डॉ.) वर्षारणी निवृत्ती सहदेव
श्री विजयसिंह यादव कॉलेज, पेठ वडगाव,
जि. कोल्हापुर.
- प्रो. (डॉ.) हणमंत महादेव सोहनी
सदाशिवराव मंडलीक महाविद्यालय, मुरगुड, ता. कागल,
जि. कोल्हापुर
- प्रो. (डॉ.) सिद्राम कृष्णा खोत
प्रा. डॉ. एन. डी. पाटील महाविद्यालय, मलकापुर,
जि. कोल्हापुर
- प्रो. (डॉ.) उत्तम लक्ष्मण थोरात
आदर्श कॉलेज, विटा, जि. सांगली
- डॉ. परसराम रामजी रगडे
शंकरराव जगताप आर्ट्स अँड कॉमर्स कॉलेज, वाघोली,
ता. कोरेगाव, जि. सातारा.

अपनी बात

शिवाजी विश्वविद्यालय कोल्हापूर की दूर शिक्षा योजना के अंतर्गत बी. ए. भाग 3 (ऐच्छिक) हिंदी विषय के छात्रों के लिए निर्मित स्वयं अध्ययन सामग्री नियमित रूप से प्रवेश न ले पानेवाले 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 अध्ययन सामग्री सुविधा प्रदान करने की प्रतिबद्धता। बी. ए. भाग 3 तक के छात्र स्वयं अध्ययन सामग्री से लाभान्वित होंगे यह विश्वास है।

दूर शिक्षा के छात्रों का महाविद्यालयों तथा अध्यापकों से प्रत्यक्ष या परोक्ष रूप से कोई संबंध नहीं आता। उनकी इस स्थिती को ध्यान में रखते हुए अध्ययन सामग्री को सरल और सुबोध भाषा में प्रस्तुत किया गया है। हमें आशा ही नहीं बल्कि विश्वास भी है कि प्रस्तुत अध्ययन सामग्री बी. ए. भाग 3 के छात्रों को उपोदय सिद्ध होगी।

प्रस्तुत सामग्री सामूहिक प्रयास का फल है। इकाई लेखकों ने अपनी अपनी इकाईयों का लेखन समय पर पूरा कर इसमें महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। शिवाजी विश्वविद्यालय के मा. कुलगुरु, प्र. कुलगुरु, कुलसचिव, दूरशिक्षा विभाग के संचालक एवं उनके सभी सहयोगी सदस्यों ने समय-समय पर आवश्यक सहयोग दिया। अतः इन सभी के प्रति आभार प्रकट करना हमारा कर्तव्य है।

धन्यवाद!

– संपादक

दूरशिक्षा और ऑनलाईन शिक्षा केंद्र
शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर

प्रयोजनमूलक हिंदी - I
प्रयोजनमूलक हिंदी - II

ईकाई लेखक	घटक क्रमांक	
	सत्र-5	सत्र-6
★ प्रो. (डॉ.) संग्राम यशवंत शिंदे आमदार शशिकांत शिंदे महाविद्यालय, मेढा, ता. जावळी, जि. सातारा	1	1
★ डॉ. मनिषा बाळासाहेब जाधव आर्ट्स अँड कॉमर्स कॉलेज, 117 शुक्रवार पेठ, सातारा, जि. सातारा	2	2
★ डॉ. शैलक अत्तार आर्ट्स कॉमर्स अँड सायन्स कॉलेज, नागठाणे, ता. जि. सातारा	3	3
★ प्रो. (डॉ.) दिपक तुपे विवेकानंद महाविद्यालय, 204 ई वॉर्ड, ताराबाई पार्क, कोल्हापूर	4	4

■ संपादक ■

प्रा. (डॉ.) संग्राम यशवंत शिंदे
आमदार शशिकांत शिंदे महाविद्यालय,
मेढा, ता. जावळी,
जि. सातारा

डॉ. मनिषा बाळासाहेब जाधव
आर्ट्स अँड कॉमर्स कॉलेज, शुक्रवार पेठ,
सातारा, जि. सातारा

अनुक्रम

इकाई	पृष्ठ
सत्र-5	
1. पारिभाषिक शब्दावली	1
अ) दैनिक व्यवहार में प्रयुक्त अंग्रेजी शब्दों के हिंदी पर्यायवाची रूप	
ब) जनसंचार माध्यम संबंधी शब्दों के हिंदी पर्यायवाची रूप	
2. संदर्भ स्रोतों का सामान्य परिचय	12
3. हिंदी भाषा और रोजगार के अवसर	62
4. समाचार लेखन	101

सत्र-6

1. पारिभाषिक वाक्यांश एवं संक्षेपण	132
2. माध्यम लेखन	141
3. संभाषण कला	168
४. पत्र लेखन	190

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

- (1) इकाई में क्या दिया गया है।
- (2) आपसे क्या अपेक्षित है।
- (3) विशेष इकाई के अध्ययन के उपरांत 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।

घटक 1

पारिभाषिक शब्दावली

अ) दैनिक व्यवहार में प्रयुक्त अंग्रेजी शब्दों के हिंदी पर्यायवाची रूप

ब) जनसंचार माध्यम संबंधी शब्दों के हिंदी पर्यायवाची रूप

अनुक्रम

1.1 उद्देश्य

1.2 प्रस्तावना

1.3 विषय विवेचन

1.3.1 पारिभाषिक शब्दावली सामान्य परिचय

1.3.1.1 पारिभाषिक शब्दावली अर्थ एवं परिभाषाएँ

1.3.1.2 पारिभाषिक शब्दावली : उपयुक्तता

1.3.1.3 पारिभाषिक शब्दावली सामान्य विशेषताएँ

1.3.2 पारिभाषिक शब्दावली

1.3.2.1 दैनिक व्यवहार में प्रयुक्त अंग्रेजी शब्द

1.3.2.2 जनसंचार माध्यम संबंधी शब्द

1.4 सारांश

1.5 स्वाध्याय

1.6 क्षेत्रीय कार्य

1.7 अतिरिक्त अध्ययन के लिए

1.1 उद्देश्य :

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप,

- ◆ पारिभाषिक शब्दावली के अर्थ परिभाषा एवं स्वरूप से परिचित होंगे।
- ◆ पारिभाषिक शब्दावली का महत्त्व एवं प्रासंगिकता को समझ सकेंगे।
- ◆ दैनिक व्यवहार में प्रयुक्त अंग्रेजी शब्दों के हिंदी पर्यायवाची रूपों को जान सकेंगे।
- ◆ जनसंचार माध्यम संबंधी शब्दों के हिंदी पर्यायवाची रूपों से परिचित होंगे।

1.2 प्रस्तावना :

जो शब्द किसी विशिष्ट ज्ञान के क्षेत्र में एक निश्चित अर्थ में प्रयुक्त होता है वह पारिभाषिक शब्द होता है। किसी भी विषय की पारिभाषिक शब्दावली का बड़ा ही महत्त्व होता है। प्रशासन ज्ञान विज्ञान की विभिन्न शाखाओं उपशाखों की अपनी अपनी विशिष्ट शब्दावली होती है। जिसे पारिभाषिक शब्दावली कहते हैं। शास्त्र, विशिष्ट विषय अथवा सिद्धांत के संप्रेषण के लिए सामान्य शब्दों के स्थान पर विशिष्ट शब्दावली की आवश्यकता होती है। यही शब्दावली पारिभाषिक शब्दावली कहलाती है। कुछ विद्वान इसे तकनीकी शब्दावली कहते हैं।

सहज भाषा तथा दैनिक व्यवहार में आनेवाले अंग्रेजी शब्दों की तुलना में किसी वैज्ञानिक, तकनीकी या आर्थिक विषय के वर्णन में यह विशेषता होती है कि उसमें संज्ञाओं (नाम) की भरमार होती है। किसी विशिष्ट विषय को समझने समझाने का काम पारिभाषिक शब्दावली के बिना असंभव है। पारिभाषिक शब्दावली के दो फायदे होते हैं पहला यह कि किसी विचार या कान्सेप्ट को समझने-समझाने के लिए नए शब्द के प्रयोग से विचारों को पंख लग जाते हैं। दूसरा यह कि शब्द की परिभाषा करने से वह अस्पष्टता समाप्त हो जाती है, जो कि उसे शब्द सामान्य अर्थों में प्रयोग में आती है। इस प्रकार विचार विनिमय में आसानी होती है और विचार विनिमय दक्षता पूर्वक हो जाता है।

स्वाधीन भारत के संविधान के अनुसार केंद्र सरकार के कामकाज के लिए देवनागरी में लिखित हिंदी को 26 जनवरी 1950 को भारत की राजभाषा घोषित किया गया। भारत के राजभाषा हिंदी घोषित हो जाने पर संविधान के अनुच्छेद 344 (1) के अंतर्गत 1995 में गठित राजभाषा आयोग की सिफारिश पर निर्मित संसदीय समिति की रिपोर्ट पर 1960 में राष्ट्रपति के आदेशानुसार हिंदी की वैज्ञानिक तकनीकी शब्दावली निर्माण के लिए 1961 में स्वतंत्र आयोग का गठन होने पर हिंदी पारिवारिक शब्दावली के क्षेत्र में गतिशीलता आयी। राजभाषा का उत्तरदायित्व ग्रहण करते ही हिंदी भाषा साहित्य से अन्य क्षेत्रों में, न्याय, विज्ञान, वाणिज्य, प्रशासन, जनसंचार, विज्ञापन, अनुवाद एवं रोजगार की भाषा बन गई। स्वतंत्रता से पूर्व अंग्रेजी शासन काल से शासकीय कार्य अंग्रेजी भाषा में संपन्न किए जाते थे। स्पष्ट है आज भी जनमानस में अंग्रेजी का गहरा प्रभाव छाया हुआ दिखाई देता है। साथ ही ज्ञान-विज्ञान, तंत्रज्ञान एवं प्रशासन के विभिन्न शाखाओं पर अंग्रेजी भाषा का ही प्रभुत्व है। ऐसी स्थिति में कार्यालयीन, कामकाजी और व्यावहारिक भाषा के रूप में हिंदी को ढाला गया और उसके

प्रयोजनीय पक्ष को बढ़ावा मिला। न्याय, जनसंचार, पत्रकारिता, मीडिया, विज्ञान और विज्ञापन की आवश्यकता को पूरा करने हेतु पारिभाषिक शब्दावली का विकास हुआ और हो रहा है। दैनंदिन व्यवहार में प्रयुक्त पारिभाषिक शब्दावली के विकास के कारण हिंदी समृद्ध होती जा रही है। अतः हिंदी की पारिभाषिक शब्दावली प्रयोजनमूलक हिंदी का महत्वपूर्ण अंग है।

भूमंडलीकरण के इस दौर में पूरी दुनिया समेट कर नजदीक आ गई है। ज्ञान विज्ञान एवं तंत्रज्ञान के विभिन्न आविष्कारों ने विकास की गति को वृद्धिगत किया और दुनिया का चेहरा मोहरा भी बदल दिया है। सूचना एवं प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में नए विकसित संचार माध्यमों ने क्रांति ला दी है। आज देश के विकास में संचार के मुद्रित एवं इलेक्ट्रॉनिक दोनों प्रकार के माध्यमों का अनन्य साधारण महत्व बना हुआ है। अतः इन विभिन्न संचार माध्यमों संबंधी के ज्ञान एवं व्यवहार हेतु इस क्षेत्र से जुड़ी पारिभाषिक शब्दावली से परिचित होना आवश्यक है। साथ ही पूरे मानव जाति की उन्नति में शिक्षा का महत्व अक्षुण्ण है। दिन-ब-दिन शिक्षा की अहमियत बढ़ती जा रही है। शिक्षा के विकास के साथ-साथ सभा एवं सम्मेलनों की संख्या में भी वृद्धि हो रही है और विचार विमर्श को बढ़ोत्तरी मिल रही है। ज्ञान तथा नैतिक मूल्यों के उन्नयन हेतु, विचारों एवं भावों के आदान प्रदान हेतु इनका योगदान मिल रहा है। अतः तत्संबंधी पारिभाषिक शब्दावली का ज्ञान होना जरूरी है इस दृष्टि से संचार माध्यम तथा शिक्षा सभा एवं सम्मेलन में संबंधित अंग्रेजी एवं हिंदी पारिभाषिक शब्दावली का विवेचन यहाँ किया जा रहा है।

1.3 विषय विवेचन :

1.3.1 पारिभाषिक शब्दावली सामान्य परिचय :

1.3.1.1 पारिभाषिक शब्दावली अर्थ एवं परिभाषाएँ

अर्थ –

पारिभाषिक शब्द अंग्रेजी के 'टेक्निकल' शब्द का ही अनुवाद है। ग्रीक भाषा में 'टेक्निक्स' शब्द से अंग्रेजी का 'टेक्निकल' शब्द उत्पन्न हुआ है। फादर कामिल बुल्के ने 'एन इंग्लिश हिंदी डिक्शनरी' में इसके अर्थ के बारे में लिखा है of a particular art science craft or about art अर्थात् विशेष कला विज्ञान शिल्प अथवा कला के बारे में इसका प्रयोग स्केल के अर्थ में किया जाता है। इस तरह कहा जा सकता है की "पारिभाषिक शब्द वह शब्द है जो किसी विशिष्ट ज्ञान के क्षेत्र में एक निश्चित अर्थ में प्रयुक्त होता है।"

परिभाषाएँ –

डॉ. रघुवीर, "पारिभाषिक शब्द का अर्थ है जिसकी सीमाएँ बाँध दी गई हो। जिन शब्दों की सीमा बाँध दी जाती है वह पारिभाषिक शब्द हो जाते हैं और जिनकी सीमा नहीं बाँधी जाती वे साधारण शब्द होते हैं।"

डॉ. भोलानाथ तिवारी, "पारिभाषिक शब्द ऐसे शब्दों को कहते हैं जो रसायन, भौतिकी, दर्शन, राजनीति, विभिन्न विज्ञानों या शास्त्रों के शब्द होते हैं, तथा जो अपने-अपने क्षेत्र में विशिष्ट अर्थ में सुनिश्चित रूप से

परिभाषित होते हैं। अर्थ और प्रयोग की दृष्टि से निश्चित रूप से परिभाषित होने के कारण ही ये शब्द पारिभाषिक शब्द कहे जाते हैं।”

1.3.1.2 पारिभाषिक शब्दावली – उपयुक्तता :

हिंदी के संदर्भ में विशेष रूप से उसके राजभाषा बनने के बाद पारिभाषिक शब्दावली की आवश्यकता एवं अनिवार्यता और अधिक बढ़ गई। औद्योगिक क्षेत्र की अंग्रेजी पारिभाषिक शब्दावली के स्थान पर राष्ट्रीय स्वाभिमान भारतीय अस्मिता की प्रतिष्ठा तथा मानसिक गुलामी से मुक्ति के लिए एवं ज्ञान विज्ञान के विभिन्न अनुशासन के अध्ययन-अध्यापन के लिए उनकी पारिभाषिक शब्दावली का हिंदी में होना आवश्यक हो गया। अतः ज्ञान-विज्ञान, प्रशासन, वाणिज्य एवं जनसंचार के क्षेत्र में इस दृष्टि से प्रयास किए गए और हिंदी पारिभाषिक शब्दावली का निर्माण हुआ। स्वतंत्र देश की अपनी निजी राजभाषा में पारिभाषिक शब्दों का महत्व और उपयोगिता और अधिक हो जाती है, क्योंकि शासन संबंधी सभी कार्य उसकी अपनी भाषा में होते हैं इस दृष्टि से हिंदी की पारिभाषिक शब्दावली का महत्व बहुत अधिक है। आज हिंदी की प्रयोजनीयता में यह पारिभाषिक शब्दावली अहम भूमिका निभा रही है। आज हिंदी पारिभाषिक शब्दावली को अत्याधुनिक बनाने के लिए प्रयास किए जा रहे हैं और इस दृष्टि से और अधिक प्रयास आवश्यक भी है तभी हिंदी की समृद्धि में वृद्धि होगी।

1.3.1.3 पारिभाषिक शब्दावली सामान्य विशेषताएँ :

विभिन्न विद्वानों ने पारिभाषिक शब्दावली की अपेक्षित विशेषताओं पर विचार-विमर्श किया है। यूनेस्को की ओर से प्रोफेसर आगस्टीनो सेबोरिन ने अपने ग्रंथ में पारिभाषिक शब्दावली की विशेषताओं पर विस्तार से प्रकाश डाला है। डॉ. भोलानाथ तिवारी तथा डॉ. सत्यव्रत आदि ने भी पारिभाषिक शब्दावली की सामान्य विशेषताओं की चर्चा की है। विभिन्न ग्रंथों के अध्ययन के पश्चात पारिभाषिक शब्दावली की निम्नलिखित अपेक्षित सामान्य विशेषताएँ निर्धारित की जा सकती हैं—

‘पारिभाषिक’ शब्द का अर्थ सुनिश्चित सुबोध तथा स्पष्ट होना चाहिए। उसे अर्थ संकोच अथवा अर्थ विस्तार के दोष से मुक्त होना चाहिए। पारिभाषिक शब्द को अपनी अर्थपरिधि से अधिक या कम अर्थ को अभिव्यक्त नहीं करना चाहिए।

‘पारिभाषिक’ शब्द उच्चारण की दृष्टि से सरल तथा सुबोध होने चाहिए।

किसी एक संकल्पना के लिए एक ही पारिभाषिक शब्द का प्रयोग किया जाना चाहिए।

हर शब्द को स्वतंत्र अस्तित्व होना चाहिए ताकि उसे पढ़कर या सुनकर किसी अन्य पारिभाषिक शब्द का भ्रम पाठक या श्रोता को न हो।

‘पारिभाषिक शब्द अंताक्षरी या छोटा होना चाहिए। जैसे ‘हंगर स्ट्राइक’ के लिए ‘भूख हड़ताल’ के बदले ‘अनशन’ शब्द ज्यादा अच्छा है।

सरलता और बोधगम्यता के लिए समान श्रेणी के पारिभाषिक शब्दों में एकरूपता होनी चाहिए। साथ ही साथ असमान संकल्पनाओं अथवा चीजों के लिए मिलते-जुलते शब्द प्रयोग को टालना चाहिए। इसके विपरीत संबद्ध संकल्पनाओं और चीजों के लिए एक श्रेणी के संबद्ध शब्द होने चाहिए।

पारिभाषिक शब्द यथासंभव एक ही मूल शब्द से निर्मित होने चाहिए।

पारिभाषिक शब्द के नियत अर्थ में उपसर्ग, प्रत्यय या अन्य उपयुक्त शब्द जोड़कर जहाँ तक हो सके अन्य शब्द बनाने की गुंजाइश रहनी चाहिए।

यदि विभिन्न भाषाओं के लिए एक ही पारिभाषिक शब्द का प्रयोग किया जाता हो, तो उस शब्द को उच्चारण की दृष्टि से सरल तथा अर्थ की दृष्टि से स्पष्ट होना चाहिए।

पारिभाषिक शब्दों को उनकी संकल्पना के अनुसार व्याख्या देकर समझाया जाता है। जैसे-अंतरीक्ष (स्पेस), ताप-मापी (थर्मामीटर) आदि।

पारिभाषिक शब्द असामान्य होते हैं, क्योंकि वे सामान्य व्यवहार में प्रयुक्त नहीं होते। जैसे चित्र तुरंग न्याय, प्रतिभूति आदि।

किसी एक क्षेत्र के विशिष्ट पारिभाषिक शब्द का स्थान अन्य कोई दूसरा शब्द नहीं ले सकता। जैसे विधि के क्षेत्र में प्रयुक्त 'अधिसूचना', प्रशासन के क्षेत्र में प्रयुक्त 'इश्यू' आदि।

कुछ पारिभाषिक शब्द दो या अधिक विशिष्ट क्षेत्रों में विशिष्ट (अलग-अलग) अर्थों में प्रयुक्त होते हैं। जैसे सेक्युरिटी सुरक्षा (सैन्य विज्ञान में) और प्रतिभूति / जमानत (बैंकिंग में) आदि।

दो या अधिक संकल्पनाओं के बीच की सूक्ष्मता की सही अभिव्यक्ति प्रदान करना भी इसकी एक प्रमुख विशेषता है। जैसे हीट ताप, टेम्परेचर तापमान आदि।

ज्ञान विज्ञान के नए-नए क्षेत्र का विकास तथा नवीन वस्तुओं का निर्माण होने के कारण उनकी अभिव्यक्ति तथा नवीन संकल्पनाओं को स्पष्ट करने हेतु उनके अनुरूप नए शब्दों का निर्माण आवश्यक हो जाता है। पारिभाषिक शब्दों से सरलतापूर्वक नए शब्दों का निर्माण भी किया जा सकता है। जैसे अंकन से परांकन, पृष्ठांकन, रेखांकन, सीमांकन आदि।

1.3.2 पारिभाषिक शब्दावली :

पारिभाषिक शब्दावली का संबंध प्रयोजनमूलक हिंदी से अनिवार्यता जुड़ा हुआ है। वस्तुतः प्रयोजनमूलक हिंदी के अंतर्गत अनिवार्य तत्व के रूप में पारिभाषिक शब्दावली की महत्ता अक्षुण्ण बनी हुई है। हमारे देश में विज्ञान और प्रौद्योगिकी के उदय एवं विकास के साथ इसकी सटीक तथा सार्थक अभिव्यक्ति हेतु हिंदी के प्रयोजनमूलक रूप में इसकी तकनीकी शब्दावली की नितांत जरूरत महसूस की गई है। फलतः हिंदी में प्रशासन, विधि, विज्ञान एवं टेक्नोलॉजी से संबंधित पारिभाषिक शब्दावली का निर्माण एवं प्रचलन हुआ है। इस प्रकार

वैज्ञानिक और तकनीकी के निर्माण के कारण विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में प्रयोजनमूलक हिंदी को अत्यधिक गति मिल गई है। अतः पारिभाषिक शब्दावली की अनुप्रयुक्तता प्रयोजनमूलक हिंदी में एक अनिवार्य तथा अत्यंत उपादेय तत्व के रूप में सिद्ध हुई है। इस अर्थ में प्रयोजनमूलक हिंदी के प्रशासन, विधि, दूरसंचार, मानवीकी विज्ञान, अंतरिक्ष, कंप्यूटर तथा प्रौद्योगिकी आदि क्षेत्रों में प्रयुक्ति के उपकरण के रूप में पारिभाषिक शब्दावली की महत्ता अक्षुण्ण है।

1.3.2.1 दैनिक व्यवहार में प्रयुक्त अंग्रेजी शब्द :

परिशिष्ट (अ)

पारिभाषिक शब्दावली

	दैनिक व्यवहार में प्रयुक्त अंग्रेजी शब्द	हिंदी पर्यायवाची रूप
1	Abstract	सार संक्षेप
2	Agenda	कार्यसूची
3	Cabinet	मंत्रिमंडल
4	Daily Diary	दैनंदिनी
5	Eco-friendly	पर्यावरण-अनुकूल
6	Face Value	अंकित मूल्य
7	Gender	लिंग
8	Hall-Mark	विशेषता, प्रमाण चिह्न
9	Ideal	आदर्श
10	Jobless	बेरोजगार
11	Keeper	रक्षक

12	Land ford	भू-स्वामी, मकान मालिक
13	Maintenance	अनुरक्षण, रखरखाव
14	Nominate	नामित करना
15	Oath	शपथ
16	Pact	समझौता
17	Qualify	अर्हताधारक
18	Radiology	विकिरण विज्ञान
19	Safe and Secure	सुरक्षित और संरक्षित
20	Tubulisation	तालिका बनाना
21	Ultimate	चरम, सर्वोच्च, अंतिम
22	Vague	धुंधला, अस्पष्ट
23	Wage Board	वेतन बोर्ड
24	Xerox Copy	छायाप्रति
25	Yardstick	मानदंड, मापदंड

1.3.2.2 जनसंचार माध्यम संबंधी शब्द :

परिशिष्ट (ब)

	जनसंचार माध्यम संबंधी शब्द	हिंदी पर्यायवाची रूप
1	Abstract Bulletin	संक्षिप्त समाचार

2	Advertisement	विज्ञापन
3	Announcer	निवेदक
4	Artistic	कलात्मक
5	Audio-Visual	दृक श्राव्य
6	Audience	श्रोता
7	Biographer	जीवनीकार
8	Bulletin	विज्ञप्ति
9	Blank Paper	अमुद्रित पृष्ठ
10	Caption	शीर्षक
11	Cartoon	व्यंग्यचित्र
12	Choreography	नृत्य रचना
13	Commentator	समालोचक
14	Communication	संचार
15	Composing	अक्षरयोजन
16	Creation	सृजन
17	Director	निदेशक
18	Information Technology	सूचना तंत्रज्ञान
19	Interview	साक्षात्कार

20	Journalist	पत्रकार
21	Journal	पत्रिका
22	Source Language	स्रोत भाषा
23	Stenographer	आंशुलिपिक
24	Translation	अनुवाद
25	Weekly	साप्ताहिक

1.4 सारांश :

- वैश्वीकरण के इस दौर में पूरी दुनिया समेटकर नजदीक आ गई है। विज्ञान एवं तकनीकी विकास के साथ ही संबंधित ज्ञान की विभिन्न धाराओं को विशेष रूप से समझने समझाने की आवश्यकता महसूस होने लगी है। अतः इस दिशा में प्रशासन, विज्ञान, सूचना एवं प्रौद्योगिकी, वाणिज्य, विधि, उद्यम, कृषि आदि क्षेत्रों की भाषागत अभिव्यक्ति हेतु, उन्हें जानने हेतु तथा व्यवहार में विशिष्ट अर्थ को लेकर, प्रयोग करने हेतु जिन विशिष्ट शब्दों का प्रयोग किया जाता है, उन्हें पारिभाषिक शब्दावली कहा जाता है। किसी विशिष्ट ज्ञान के क्षेत्र में एक निश्चित, निर्धारित अर्थ में प्रयुक्त होता है, वह शब्द पारिभाषिक शब्दावली के श्रेणी में आ जाता है। ज्ञान विज्ञान से संबंधित इन विभिन्न शाखाओं के विकास के साथ ही पारिभाषिक शब्दावली के गठन की आवश्यकता महसूस हुई और इसकी अनिवार्यता को समझ कर विद्वानों ने इसका निर्माण किया।

हिंदी राजभाषा बनने के बाद पारिभाषिक शब्दावली की आवश्यकता एवं अनिवार्यता और अधिक बढ़ गई है। अतः विज्ञान, प्रशासन, वाणिज्य, तकनीकी, विधि एवं जनसंचार आदि विभिन्न क्षेत्रों में इस दृष्टि से किए गए प्रयास उनके परिणाम स्वरूप 'हिंदी पारिभाषिक शब्दावली' का सृजन हुआ है। नए शब्दों के प्रयोग से हिंदी की व्यावहारिक कामकाजी और प्रशासनिक क्षेत्र में प्रगति हुई है। पारिभाषिक शब्दावली हिंदी के प्रयोजननीय पक्ष के लिए महत्वपूर्ण उपलब्धि है। साथ ही आज हिंदी की समृद्धि हेतु उसके पारिभाषिक रूप को विकसित करने का काम जारी है।

- विश्व गाँव की कल्पना का आधार विकसित जनसंचार तंत्र ही है। मानव जीवन की ज्ञान वृद्धि तथा विकास के साथ जनसंचार का महत्व भी निरंतर बढ़ता ही जा रहा है। 'संचार' का सामान्य अर्थ है, किसी सूचना या जानकारी को दूसरों तक पहुँचाना। किसी भाव, विचार, ज्ञान या जानकारी को दूसरों तक सामूहिक रूप में पहुँचाने की प्रक्रिया को जन संचार के नाम से जाना जाता है। मानव

समाज में समाचारपत्र, विभिन्न पत्र पत्रिकाएँ, दूरदर्शन, रेडियो, फिल्म, संगणक आदि विविध जनसंचार माध्यम का स्थान अहम है। जनकल्याण, शिक्षा, जागरूकता, मनोरंजन आदि उद्देश्यों को लेकर जनसंचार माध्यम अपना किरदार निभा रहे हैं। अत्याधुनिक तकनीक के कारण इन माध्यमों में विकसित नई-नई प्रणालियों से हम नित्य लाभान्वित हो रहे हैं।

मनुष्य जाति के विकास में जनसंचार माध्यमों के साथ-साथ शिक्षा का भी अनन्य साधारण महत्व है। शिक्षा की प्रक्रिया निरंतर चलती रहती है। भूमंडलीकरण के इस दौर में शिक्षा क्षेत्र भी विभिन्न ज्ञान धाराओं में विस्तारित हो गया है। विज्ञान एवं तकनीकी क्रांति में शिक्षा की भूमिका अहम है। मानव के उत्कर्ष हेतु शिक्षा महत्वपूर्ण मायने रखती है। शिक्षा के साथ ही जनमानस को सजग एवं सचेत बनाने में सभा एवं सम्मेलनों का योगदान होता है। जनमत को बनाने सभा एवं सम्मेलन ठोस कार्य करते हैं। इनके माध्यम से ही विचार एवं मूल्यों का प्रचार प्रसार प्रभावी ढंग से होता है।

आज दैनंदिन व्यवहार में जनसंचार के विभिन्न माध्यम, शिक्षा तथा सभा एवं सम्मेलनों का स्थान बहुत ही महत्वपूर्ण है। हम इनसे नित्य जुड़े रहते हैं तथा लाभान्वित होते हैं। जाहिर है, इन क्षेत्रों को जानने, परखने, समझने, समझाने तथा प्रयोग एवं कार्य सिद्धि के लिए इनसे जुड़े शब्दों का अध्ययन करना आवश्यक बन गया है। इस दृष्टि से 'पारिभाषिक शब्दावली' इसमें सहायक सिद्ध हो रही है। इसकी अनिवार्यता को पहचानते हुए अंग्रेजी के साथ हिंदी विद्वानों ने भी इसका सृजन किया है। आज हररोज के व्यवहार में पारिभाषिक शब्दावली के रूढ़ होने तथा उसके प्रयोग एवं विकास के कारण हिंदी समृद्ध होती जा रही है। संक्षेप में आज हिंदी की पारिभाषिक शब्दावली प्रयोजनमूलक हिंदी का महत्वपूर्ण अंग बन गई है।

1.5 स्वाध्याय :

निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर संक्षेप में लिखिए।

1. पारिभाषिक शब्दावली के स्वरूप पर प्रकाश डालिए।
2. पारिभाषिक शब्दावली का महत्व विषद कीजिए।
3. दैनिक व्यवहार में प्रयुक्त शब्दों से संबंधित 20 अंग्रेजी हिंदी पारिभाषिक शब्द लिखिए।
4. हिंदी के प्रचलित वाक्यांशों के 20 प्रचलित संक्षेपण रूप लिखिए।

1.6 क्षेत्रीय कार्य :

1. दैनिक समाचार पत्र तथा इंटरनेट से लगभग दस-दस अंग्रेजी हिंदी शब्दों को खोजिए और उनके हिंदी अंग्रेजी पर्यायवाची शब्दों को ढूंढकर सूची बनाइए।

1.7 अतिरिक्त अध्ययन के लिए :

1. प्रयोजनमूलक हिंदी विविध परिदृश्य डॉ. रमेश चंद्र त्रिपाठी, डॉ. पवन अग्रवाल
2. प्रयोजनमूलक हिंदी प्रासंगिकता एवं परिदृश्य डॉ. सू. नागलक्ष्मी
3. प्रयोजनमूलक हिंदी डॉ. दंगल झाल्टे
4. प्रयोजनमूलक हिंदी सिद्धांत और प्रयोग डॉ. दंगल झाल्टे
5. प्रयोजनमूलक हिंदी डॉ. विनोद गोदरे
6. प्रयोजनमूलक हिंदी अधुनातन आयाम डॉ. अंबादास देशमुख
7. प्रयोजनमूलक हिंदी तथा अनुवाद प्रा. आदिनाथ सोनटके
8. <https://hi.wikipedia.org/w/>
9. <https://hi.wikibooks.org/w/>



घटक 2

संदर्भ स्रोतों का सामान्य परिचय

अनुक्रम

- 2.1 उद्देश्य
- 2.2 प्रस्तावना
- 2.3 विषय विवेचन
 - 2.3.1 व्हाट्सअप
 - 2.3.2 फेसबुक
 - 2.3.3 ट्विटर
 - 2.3.4 इंस्टाग्राम
 - 2.3.5 कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI)
- 2.4 स्वयं-अध्ययन के लिए प्रश्न
- 2.5 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ
- 2.6 स्वयं-अध्ययन के 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 -

- ◆ संदर्भ स्रोतों को समझकर उनका परिचय दे पाएँगे।

वॉट्सअप, फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) आदि संदर्भ स्रोतों का स्वरूप / विशेषताएं: परिचय कार्यप्रणाली, प्रभाव, समस्या स्पष्ट कर सकेंगे।

- वॉट्सअप, फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम तथा कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) की विश्वसनीयता, महत्व समझ सकेंगे और आलोचना और अनुसंधान के कार्य में इन नए माध्यमों का प्रयोग करने की कुशलता प्राप्त कर सकेंगे।

2.2 प्रस्तावना :

आज के डिजिटल युग में जानकारी का संकलन, प्रसारण तथा उसका उपयोग करने के पुराने तरीकें बदले हैं। विविध विषयों की जानकारी प्राप्त करने के लिए मनुष्य माध्यमों में बदलाव ला रहा है। समाचारपत्र, टीव्ही के इलावा अब व्हाट्सअप, फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI), जैसे प्रमुख समाज माध्यम तेजी से आगे बढ़नेवाले संदर्भ स्रोत बने हैं। मनुष्य की खोज की इच्छा से संचार माध्यमों का आविष्कार हुआ। आज संचार माध्यमों की गति बहुत ही तीव्र हो रही है। आज सूचना का विस्फोट हो रहा है, इसमें वैज्ञानिक अनुसंधान ने और भी प्रगति की है। साथ ही आज प्रगति का यह काम इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों ने भी किया है। इलेक्ट्रॉनिक माध्यम हिंदी के प्रचार-प्रसार में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। जनसंचार माध्यमों के अंतर्गत मुद्रित माध्यम और इलेक्ट्रॉनिक माध्यम आते हैं। इन माध्यमों से मनुष्य घर बैठे पूरे विश्व की जानकारी ले सकता है। इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में जैसे टेलीफोन, रेडियो, दूरदर्शन, फिल्म, स्लाइड शो आदि से तीव्रगामी टेक्नॉलॉजी विकसित हो चुकी है। फिर भी वॉट्सअप, फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) आदि digital माध्यमों ने जनसंचार को बहुत आगे तक खड़ा किया है। आज के संदर्भ स्रोत ने (माध्यमों ने) हमारी सारी जीवनशैली बदल दी है। हिंदी को सशक्त करने में नव इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों का बहुत बड़ा योगदान है। अन्य माध्यमों की तुलना में नव इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों का तेजी से प्रचार एवं प्रसार हो गया है। सोशल मीडिया (WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram, कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) ये मंच आज संचार का सबसे सशक्त माध्यम हैं। व्हाट्सअप (Whatsapp) ने तत्काल संदेश सेवा को आसान बना दिया है, वहीं फेसबुक (Facebook) और ट्विटर (Twitter) ने विचारों को वैश्विक मंच प्रदान किया है। इंस्टाग्राम (Instagram) विजुअल और रचनात्मक सामग्री के माध्यम से लोगों को जोड़ रहा है। सोशल मीडिया पर यूजर को उनकी पसंद का कंटेंट दिखाने (recommendation), अभद्र भाषा को हटाने (content moderation) और वास्तविक समय में अनुवाद करने में इसका बड़ा हाथ है। ये प्लेटफॉर्म न केवल मनोरंजन और सूचना साझा करने के साधन हैं, बल्कि सामाजिक जागरूकता फैलाने का भी एक बेहतरीन माध्यम हैं।

2.3 विषय-विवेचन :

संदर्भ स्रोत (Reference Sources) - ऐसे प्रामाणिक दस्तावेज (भौतिक या डिजिटल) हैं, जिनका उपयोग किसी विशिष्ट विषय पर त्वरित तथ्य, आंकड़े, परिभाषाएं या पृष्ठभूमि की जानकारी पाने के लिए किया जाता है। इन्हें शुरू से अंत तक पढ़ने के बजाय किसी विशिष्ट जानकारी को खोजने के लिए परामर्श (Consult) किया जाता है, विषय की जानकारी पहुँचानेवाले मार्ग को 'संदर्भ स्रोत' कहते हैं। संचार क्षेत्र में निरन्तर तकनीकी एवं अन्य दृष्टि से विकास हो रहा है। समय और अधिक परिश्रम न करने के पाठक तत्काल वॉट्सअप, फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) का आधार लेकर जानकारी ले रहा है। इसलिए आज की दुनिया में संदर्भ स्रोत बदल रहे हैं इसी आधार पर ही - विषय की जानकारी तक पहुँचानेवाले मार्ग को संदर्भ स्रोत कहते हैं। जिसके दो प्रकार हैं (1) पारंपारिक संदर्भ स्रोत (2) अपारंपारिक संदर्भ स्रोत ।

1. **पारंपारिक संदर्भ स्रोत** - शब्दकोश, विश्वकोश, पर्यायवाची कोश, मुहावरें और कहावतें कोश, संदर्भग्रंथ, समाचारपत्र, पत्र-पत्रिकाएँ, एटलस (नक्शा) और पंचांग।
2. **अपारंपारिक संदर्भ स्रोतों में-** वॉट्सअप, फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) यहीं आज सबसे प्रभावी संदर्भ स्रोत है। जो इंटरनेट की सहाय्यता से चलता और ई-मेल तथा स्मार्ट फोन से घर बैठे-बैठे विश्व का सारा ज्ञान मिल रहा है। ।

अतः संदर्भ स्रोतों का अपना स्वतंत्र महत्व है। उनका स्वरूप, मुख्य विशेषताएं, परिचय, उनकी कार्यप्रणाली, समस्या और उपयुक्तता, प्रभाव, महत्व, स्वतंत्र है। इस इकाई में सिर्फ पाठ्यक्रम में समावेश किए गए सबसे प्रभावी अपारंपारिक संदर्भ स्रोतों में वॉट्सअप, फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) इनकी विस्तार से जानकारी दी जा रही है । इनका इस्तेमालकर्ता वर्ग बड़ा है।

2.3.1 व्हाट्सअप - 'क्या चल रहा है?' :

- | | |
|-------------------------------------|--|
| 2.3.1.1 व्हाट्सअप स्वरूप- विशेषताएं | 2.3.1.2 वॉट्सअप का परिचय, विकास |
| 2.3.1.3 वॉट्सअप की कार्यप्रणाली | 2.3.1.4 वॉट्सअप की सेवा (मोबाईल) |
| 2.3.1.5 वेब ब्लायन्ट | 2.3.1.6 वॉट्सअप की गोपनीयता और सुरक्षा |
| 2.3.1.7 वॉट्सअप की समस्या | 2.3.1.8 वॉट्सअप का उपयोग |
| 2.3.1.9 पेमेंट सुविधा | 2.3.1.10 चैनल और कम्युनिटी |

2.3.1.1 व्हाट्सअप स्वरूप- विशेषताएं :

व्हाट्सअप एक मैसेंजर ऐप है और जलद संदेश वहन करता है यह स्मार्टफोन और डेस्कटॉप पर उपलब्ध है । इसके माध्यम से एक-दूसरे से संवाद किया जा सकता है। इसका संदेश वहन इंटरनेट की सहाय्यता से चलता है। जो व्यक्तिगत और व्यावसायिक काम के लिए भी व्यापक रूप से उपयोग में आता

है। इसके तीन बिलियन मासिक सक्रिय उपयोगकर्ता हैं, जिससे यह सबसे अधिक उपयोग किया जाने वाला मैसेंजर ऐप बन गया।

व्हाट्सअप मई 2009 में लॉन्च किया गया था। जनवरी 2018 में, व्हाट्सअप ने व्हाट्सअप बिजनेस नामक एक स्टैंडअलोन बिजनेस ऐप जारी किया, जो मानक व्हाट्सअप (WhatsApp) मेटा प्लेटफॉर्म के स्वामित्ववाला एक लोकप्रिय, मुफ्त इंस्टेंट मैसेजिंग और वॉयस-ओवर-आईपी (VoIP) ऐप है। यह इंटरनेट के जरिए सुरक्षित (एंड-टू-एंड एन्क्रिप्टेड) टेक्स्ट, वॉइस, वीडियो कॉल, मीडिया फाइलें और लोकेशन साझा करने की सुविधा देता है। यह सेवा स्मार्टफोन और डेस्कटॉप पर उपलब्ध है, जो व्यक्तिगत और व्यावसायिक उपयोग के लिए व्यापक रूप से उपयोग की जाती है।

व्हाट्सअप की मुख्य विशेषताएं :

- **गोपनीय संचार :** यह व्हाट्सअप की मुख्य विशेषताएं हैं। गोपनीय और सुरक्षित संचार एंड-टू-एंड एन्क्रिप्शन (E2EE) एक सुरक्षित संचार प्रणाली है, जिसमें केवल प्रेषक और प्राप्तकर्ता ही संदेश या डेटा पढ़ सकते हैं। साथ में आपके फोटो और कॉल निजी रहते हैं।
- **शेयरिंग :** आप अपना digital content विभिन्न तरीके से जैसे टेक्स, तस्वीरें, वीडियो, ऑडीओ, डॉक्यूमेंट, लोकेशन और वॉइस मैसेज आसानी से दूसरे तक भेज सकते हैं। इसे मल्टीमीडिया शेयरिंग कहते हैं।
- **समूह बातचीत :** इसमें आप दोस्तों और परिवार के साथ समूह में चैट कर सकते हैं, जो 32 लोगों तक वॉयस/वीडियो कॉल को सपोर्ट करता है। इसे ही ग्रुप चैट्स कहते हैं।
- **ताजा / वर्तमान स्थिति विचार :** आप अपनी ताजा वर्तमान स्थिति विचार टेक्स्ट, फोटो, वीडियो और GIF स्टेटस के माध्यम से शेयर कर सकते हो, जो 24 घंटे में गायब हो जाते हैं। इसे ही स्टेटस अपडेट करना कहते हैं।
- **व्हाट्सअप बिजनेस :** इसे उन लोगों को ध्यान में रखकर बनाया गया है जो छोटे बिजनेस चलाते हैं अपने ग्राहकों के साथ बड़े पैमाने पर संवाद करने की क्षमता इसमें होती है। इसके बिजनेस प्रोफाइल की मदद से व्हाट्सअप कर्ता अपनी कंपनी का पता, ई-मेल और वेबसाइट जैसी ज़रूरी जानकारी देता है, साथ ही अपने कॉन्टैक्ट मैनेज करने और अपनी चैट और मैसेज को आसानी से ढूँढने के लिए लिस्ट बनाएँ। मैसेजिंग टूल्स की मदद से आप ग्राहक के सवालियों के जवाब जल्दी दे सकते हैं। विशेष रूप से व्यवसायों के लिए, यह ग्राहकों से जुड़ने के लिए टूल्स और फ्लो (Flows) प्रदान करता है।
- **स्थान :** व्हाट्सअप यह स्मार्टफोन और डेस्कटॉप दोनों पर चलता है और इसके लिए मोबाइल नंबर की आवश्यकता होती है।

- **वॉट्सअप की लोकप्रियता :** आज वॉट्सअप की लोकप्रियता इतनी बढ़ गयी है की आज कल लोग सुबह से लेकर आधी रात तक इसके अधीन हो रहे हैं। संदेश वहन की जलद सेवा के कारण बाकी सभी सेवाओं को पीछे छोड़ दिया है। यह कहते हुए अतिशयोक्ति न होगी की वॉट्सअप लोगों के दिलों-दिमाग पर राज कर रहा है। इस लोकप्रियता के पीछे यह भी कारण है इस्तेमाल करने में सरल, सबसे सस्ता माध्यम तथा विद्वानों से लेकर एक अनपढ़ों तक सभी इसका उपयोग कर सकते हैं। विश्व में सबसे जादा व्हॉट्सएप का इस्तेमाल करनेवालों में भारत आगे है, करीबन 10% प्रतिशत इस्तेमालकर्ता भारतीय है।

2.3.1.2 वॉट्सअप का परिचय, विकास :

वॉट्सअप परिचय –

वॉट्सअप डिजिटल युग का मैसेजिंग प्लेटफॉर्म है। व्हाट्सएप का सफर एक साधारण मैसेजिंग ऐप के रूप में अपनी शुरुआत से लेकर एक वैश्विक संचार मंच के रूप में विकसित होने तक, चुनौतियों और विकास की कहानी है। लगातार विस्तार और विकास करते हुए, व्हाट्सएप डिजिटल संचार में अग्रणी बना हुआ है और तेजी से परस्पर जुड़े इस विश्व में हमारे एक-दूसरे से जुड़ने के तरीके को आकार दे रहा है। व्हाट्सएप की कहानी 2009 में शुरू हुई जब याहू के दो पूर्व कर्मचारियों, जान कौम और ब्रायन एक्टन ने एक सरल और भरोसेमंद मैसेजिंग ऐप बनाने का लक्ष्य रखा, जिससे लोग पारंपरिक एसएमएस शुल्क की झंझट के बिना जुड़ सकें। यह विचार कौम की मौजूदा संचार विधियों, विशेष रूप से अंतरराष्ट्रीय संदेशों से होनेवाली निराशा से उपजा था। कौम और एक्टन ने ‘व्हाट्स अप?’ वाक्यांश से प्रेरित होकर ‘व्हाट्सऐप’ नाम चुना और जनवरी 2010 में एप्पल ऐप स्टोर पर ऐप लॉन्च किया। शुरुआत में, व्हाट्सएप एक साधारण स्टेटस अपडेट एप्लिकेशन था, जहां उपयोगकर्ता अपने दोस्तों के साथ अपना स्टेटस साझा कर सकते थे। हालांकि, कौम ने जल्द ही एक मैसेजिंग ऐप की क्षमता को पहचाना और प्लेटफॉर्म को इंस्टेंट मैसेजिंग पर केंद्रित कर दिया।

मार्क ज़करबर्ग : मेटा (पूर्व में फेसबुक) के सीईओ, ज़करबर्ग द्वारा व्हाट्सएप का अधिग्रहण मैसेजिंग क्षेत्र में अपना दबदबा कायम करने की एक रणनीतिक चाल थी। उनके नेतृत्व में, व्हाट्सएप विवादों से अछूता न रहते हुए भी लगातार विकास और नवाचार करता रहा है।

व्हाट्सएप के विकास को निम्नलिखित बिंदुओं के अंतर्गत समझा जा सकता है :

● प्रारंभिक विकास (2010-2013) :

कौम और एक्टन ने जनवरी 2010 में एप्पल ऐप स्टोर पर “व्हाट्सऐप” ऐप लॉन्च किया। व्हाट्सएप का विकास और सार्वजनिक स्वीकृति (2010-2013) शुरू हुई सरलता और उपयोगकर्ता अनुभव पर WhatsApp के जोर ने जल्द ही उपयोगकर्ताओं को आकर्षित किया। 2010 के अंत तक, इस ऐप ने मुख्य रूप से लोगों के बीच चर्चा के माध्यम से काफी लोकप्रियता हासिल कर ली थी। WhatsApp को एक मामूली शुल्क पर सशुल्क ऐप बनाने के निर्णय ने इसे अन्य मैसेजिंग ऐप्स से अलग पहचान दिलाने में और भी मदद

की, क्योंकि यह विज्ञापन-मुक्त था और अधिक गोपनीयता प्रदान करता था। 2011 में, WhatsApp ने फोटो भेजने की सुविधा शुरू की, जो एक महत्वपूर्ण सुधार था और इसने ऐप को और भी आकर्षक बना दिया। उपयोगकर्ताओं की संख्या तेजी से बढ़ती रही और 2013 तक, WhatsApp के 200 मिलियन से अधिक सक्रिय उपयोगकर्ता हो गए, जिससे यह विश्व स्तर पर सबसे तेजी से बढ़ने वाले ऐप्स में से एक बन गया।

● निरंतर विकास (2014-2017) :

फेसबुक का अधिग्रहण और निरंतर विकास (2014-2017) में हुआ। फरवरी 2014 में, व्हाट्सएप तब सुर्खियों में आया जब फेसबुक ने इसे 19 अरब डॉलर में खरीद लिया। यह अधिग्रहण तकनीकी इतिहास के सबसे बड़े अधिग्रहणों में से एक था, जो डिजिटल युग में मैसेजिंग प्लेटफॉर्म के रणनीतिक महत्व को दर्शाता है। गोपनीयता और फेसबुक के प्रभाव को लेकर चिंताओं के बावजूद, व्हाट्सएप स्वतंत्र रूप से काम करता रहा और कौम और एक्टन इसके प्रमुख बने रहे। अधिग्रहण के बाद, व्हाट्सएप ने कई नई सुविधाएं पेश कीं, जिनमें 2015 में वॉयस कॉल और 2016 में वीडियो कॉल शामिल हैं। इन सुविधाओं ने वैश्विक संचार में एक अग्रणी के रूप में व्हाट्सएप की स्थिति को और मजबूत किया, जिससे उपयोगकर्ता बिना किसी अतिरिक्त शुल्क के सीमाओं के पार जुड़ सकते हैं। 2017 तक, WhatsApp के सक्रिय उपयोगकर्ताओं की संख्या 1 अरब से अधिक हो गई थी और यह दुनिया का सबसे लोकप्रिय मैसेजिंग ऐप बन गया था। इस प्लेटफॉर्म की सरलता और एंड-टू-एंड एन्क्रिप्शन के माध्यम से गोपनीयता के प्रति इसकी प्रतिबद्धता ने इसे व्यक्तिगत और व्यावसायिक संचार दोनों के लिए एक विश्वसनीय उपकरण बना दिया।

● नई चुनौतियाँ (2018-2020) :

व्हाट्सएप को चुनौतियाँ और नवाचार का सामना सन 2018-2020 में करना पड़ा। जैसे-जैसे व्हाट्सएप के उपयोगकर्ताओं की संख्या बढ़ती गई, प्लेटफॉर्म को नई चुनौतियों का सामना करना पड़ा, खासकर गलत सूचना और फर्जी खबरों के क्षेत्र में। व्हाट्सएप के माध्यम से गलत सूचना का प्रसार एक गंभीर चिंता का विषय बन गया, विशेष रूप से भारत और ब्राजील जैसे देशों में, जहां ऐप का व्यापक रूप से उपयोग किया जाता है। इसके जवाब में, व्हाट्सएप ने गलत सूचना के प्रसार से निपटने के लिए कई उपाय लागू किए, जैसे संदेशों को फॉरवर्ड करने पर रोक लगाना और फॉरवर्ड किए गए कंटेंट के लिए लेबल लगाना। इन चुनौतियों के बावजूद, व्हाट्सएप ने नवाचार करना जारी रखा। 2018 में, व्हाट्सएप बिजनेस लॉन्च किया गया, जिससे छोटे व्यवसायों को प्लेटफॉर्म के माध्यम से ग्राहकों से जुड़ने की सुविधा मिली। इस कदम ने व्हाट्सएप को उद्यम क्षेत्र में प्रवेश करने का मार्ग प्रशस्त किया, जिससे व्यवसायों को अपने ग्राहकों के साथ अधिक प्रभावी ढंग से संवाद करने के उपकरण प्राप्त हुए। 2020 में, WhatsApp ने चुनिंदा देशों में भुगतान सेवाएँ शुरू कीं, जिससे उपयोगकर्ता सीधे ऐप के माध्यम से पैसे भेज और प्राप्त कर सकते हैं। इस सुविधा के साथ-साथ वॉयस और वीडियो संचार में लगातार हो रहे सुधारों ने WhatsApp को व्यक्तिगत और व्यावसायिक उपयोग दोनों के लिए एक बहुमुखी मंच के रूप में स्थापित किया।

● व्हाट्सएप का वर्तमान /भविष्य (2021- से आज तक) व्हाट्सएप विकास- शॉपिंग का उपकरण :

व्हाट्सएप का वर्तमान / भविष्य (2021- से आज तक) भी देखना जरूरी है, कि हाल के वर्षों में, WhatsApp ने उपयोगकर्ता की गोपनीयता बढ़ाने और उपयोगकर्ताओं की बदलती जरूरतों को पूरा करने के लिए नए फीचर पेश करने पर ध्यान केंद्रित करते हुए अपनी सेवाओं का विस्तार करना जारी रखा है। मल्टी-डिवाइस सपोर्ट (Multi-Device Support) का मतलब है कि आप एक ही समय में एक से अधिक डिवाइस (जैसे फोन, लैपटॉप, टैबलेट) पर एक ही अकाउंट (जैसे WhatsApp) का उपयोग कर सकते हैं। उपयोगकर्ता की सुविधा को बेहतर बनाने की दिशा में यह एक महत्वपूर्ण कदम था। व्हाट्सएप शॉपिंग एक संवादात्मक ई-कॉमर्स टूल है, जो व्हाट्सएप ऐप के भीतर सीधे प्रोडक्ट कैटलॉग ब्राउज़ (Product Catalog Browse) का मतलब है किसी कंपनी या ऑनलाइन स्टोर (जैसे Amazon, Flipkart, Myntra) के उत्पादों (Products) की सूची को देखना पृष्ठताछ करने और ऑर्डर देने की सुविधा देता है। यह छोटे व्यवसायों के लिए WhatsApp Business App और बड़े उद्यमों के लिए WhatsApp Business API के माध्यम से काम करता है, जिससे ग्राहक अनुभव और बिक्री में वृद्धि होती है जब यह अधिक सुविधाओं को एकीकृत करेगा और नए बाजारों में विस्तार करेगा, तब WhatsApp का प्रभाव हमारे जुड़ने, संवाद करने और व्यापार करने के तरीकों पर और भी बढ़ता ही जाएगा।

2.3.1.3 वॉट्सअप की कार्यप्रणाली :

वॉट्सअप 'गपशप' (Chatting) करने के लिए सहज सुविधा में उपलब्ध है। वॉट्सअप का उपयोग करनेवालों की संख्या बढ़ रही है। इसकी कार्यप्रणाली इस प्रकार चलती है - 1) मुख्य गपशप पर्दा (Main Chats Screen) 2) वार्तालाप को दिखाया जाना (Conversation Screen) 3) मुस्कान और सलग्न वस्तु स्टीकर (Smiles and Attachments, Stickers) 4) समुह गपशप (WhatsApp Group) 5) बड़े आकार की सूची बनाना (Broad Cast List)

1) **मुख्य गपशप पर्दा (Main Chats Screen) :** वॉट्सअप में हम जिसके साथ गपशप (Chatting) करते हैं, उसका नाम इस पेज (Window) में दिखता है। 'Chat' के संबंध में अधिक जानकारी के लिए 'Chat' पर क्लिक करने से इनमें किसी को भी हम चुन सकते हैं (1) View Contact, (2) Add short cut to Home Screen, (3) Delete Conversation, (4) E-mail Conversation.

- **चैट सूची (Chat List) :** आपके व्यक्तिगत (One-on-one) और ग्रुप चैट कालानुक्रमिक क्रम (सबसे हालिया सबसे ऊपर) में प्रदर्शित होते हैं।
- **सर्च बार (Search Bar) :** सबसे ऊपर, आप मैसेज, संपर्क या ग्रुप्स खोजने के लिए सर्च बार का उपयोग कर सकते हैं।
- **स्टेटस/अपडेट्स (Status/Updates) :** मुख्य स्क्रीन से ही आप संपर्कों द्वारा साझा किए गए स्टेटस देख सकते हैं।

- **नया चैट बटन (New Chat Button) :** स्क्रीन के नीचे एक प्लस (+) या चैट आइकन होता है, जिस पर क्लिक करके आप एक नया संदेश शुरू कर सकते हैं या किसी संपर्क को चुन सकते हैं।
 - **अनपठित संदेश संकेतक (Unread Message Indicator) :** किसी भी अनपठित संदेशों की संख्या चैट के दाईं ओर एक छोटे गोले में दिखाई देती है।
- 2) **वार्तालाप को दिखाया जाना (Conversation Screen) :** हम जिस व्यक्ति से 'Chat' करते हैं, उस समय पर्दे (Screen) के बायीं ओर उस व्यक्ति का नाम दिखाई देता है। उसपर 'क्लिक' करने से भेजा गया संदेश या अन्य सामग्री बायीं तरफ और हमने भेजा हुआ संदेश (Message) दायीं तरफ दिखाई देता है।
- a) **वार्तालाप स्क्रीन के मुख्य भाग :**
- **हेडर (शीर्ष भाग) :** इसमें सामने वाले व्यक्ति का नाम/ग्रुप का नाम, प्रोफाइल फोटो और कॉल/वीडियो कॉल के बटन होते हैं।
 - **चैट एरिया (मध्य भाग) :** यहाँ आपके द्वारा भेजे गए (दाहिनी ओर) और प्राप्त किए गए (बाईं ओर) संदेश दिखाई देते हैं।
 - **इनपुट बार (निचला भाग) :** यहाँ आप मैसेज टाइप करते हैं, इमोजी, अटैचमेंट (फोटो/डॉक्यूमेंट) और वॉयस नोट भेजते हैं।
- b) **महत्वपूर्ण चैट सेटिंग्स (कस्टमाइज़ेशन) :** आप चैट स्क्रीन को अपने अनुसार बदल सकते हैं :
- **वॉलपेपर बदलें :** चैट की पृष्ठभूमि (Background) बदलने के लिए सेटिंग्स > चैट्स > वॉलपेपर पर जाएं।
 - **थीम :** डार्क या लाइट मोड चुनने के लिए सेटिंग्स > चैट्स > थीम का उपयोग करें।
- c) **मुस्कान और सलग्न वस्तु स्टीकर (Smiles and Attachments, Stickers) :** वॉट्सअप ने 'भावना' और 'मुस्कान' के लिए अलग-अलग चिन्ह दिये हैं। जिससे हम अच्छी तरह से अपनी भावना को व्यक्त कर सकते हैं। इसके लिए पेज में Text Box बाँयीं ओर Similey को क्लिक करना है।
- 3) **मुस्कान, इमोजी और स्टीकर (Smiles & Stickers) :**
- **'मुस्कान' (Emoji / Stickers) और विभिन्न प्रकार की 'सलग्न वस्तुएं' (Attachments) साझा करना** बहुत आसान है।
 - **इमोजी (Emoji) :** चैट में टाइपिंग बॉक्स के पास स्थित स्माइली आइकन पर टैप करें। यहाँ आपको हजारों इमोजी मिल जाएंगे।

- **स्टिकर (Stickers) :** स्टिकर भेजने के लिए, इमोजी आइकन के बगल में स्थित स्टिकर आइकन पर टैप करें। आप WhatsApp या थर्ड-पार्टी से स्टिकर डाउनलोड कर सकते हैं।
- **GIFs :** सर्च में जाकर आप मजेदार एनिमेटेड GIF भी भेज सकते हैं। फिर दाँयी ओर Voice Recorder क्लिक करते ही उसी क्षण Voice Record भेज सकते हैं। इसके फोटो निकालकर भी भेज सकते हैं। उसी में उपर के दाएँ कोने में U-in पर क्लिक करने से हम Image, Location, Contact, Video तथा Audio भेज सकते हैं।

इसी प्रकार वॉट्सअप के मुख्य गपशप पर्दा (Main Chats Screen) कार्य चलता है ।

4) समूह गपशप (WhatsApp Group) :

- WhatsApp पर जिस तरह हम व्यक्तिगत 'Chat' कर सकते हैं, उसी तरह ग्रुप बनाकर भी Chatting कर सकते हैं। इसीलिए कमसे-कम 3 व्यक्ति और ज्यादा से ज्यादा 100 व्यक्तियों का ग्रुप करके Chat कर सकते हैं। इस ग्रुप में कोई भी व्यक्ति बाहर जा सकता है। इसके लिए Delete and Exit Group 'क्लिक' करना जरूरी है। अंदर आने के लिए ग्रुप के अडमीन को ही जोड़ना (Add) पड़ता है।
- WhatsApp पर एक नया समूह (Group) बनाना बहुत आसान है।
- चैट्स में जाएं : नीचे दाईं ओर 'चैट' (Chat) आइकन पर टैप करें।
- न्यू ग्रुप (New Group) : ऊपर 'नया समूह' (New Group) विकल्प चुनें।
- सदस्य चुनें : उन संपर्कों (Contacts) को चुनें जिन्हें आप समूह में जोड़ना चाहते हैं, फिर आगे बढ़ें (arrow आइकन पर टैप करें)।
- समूह का नाम : 'ग्रुप विषय' (Group Subject) में समूह का नाम टाइप करें। यह 100 वर्णों तक हो सकता है।
- ग्रुप आइकॉन : आप कैमरे के आइकन पर टैप करके समूह की फोटो भी लगा सकते हैं।
- पूरा करें : हरे टिक मार्क (check mark) पर टैप करें, और आपका ग्रुप तैयार हो जाएगा। जरूरी बातें:
- आप 100 लोगों तक को तुरंत जोड़ सकते हैं।
- आप समूह में 'गायब होने वाले संदेश' (Disappearing messages) भी सेट कर सकते हैं।
- 'ग्रुप अनुमतियां' (Group permissions) में जाकर आप यह चुन सकते हैं कि कौन ग्रुप मेंबर्स को एडिट कर सकता है या कौन ग्रुप में शामिल हो सकता है।

5) बड़े आकार की सूची बनाना (Broad Cast List) :

व्हाट्सएप पर एक साथ कई लोगों (अधिकतम 256) को व्यक्तिगत संदेश भेजने के लिए 'ब्रॉडकास्ट लिस्ट' (Broadcast List) एक बेहतरीन फीचर है। इसमें ग्रुप के विपरीत, सामने वाले को पता नहीं चलता कि संदेश ब्रॉडकास्ट के जरिए आया है, और उन्हें लगता है कि यह एक पर्सनल मैसेज है। इसमें हम एक साथ सभी को संदेश या अन्य सामग्री भेज सकते हैं। इसके लिए Options में जाकर New Broad Cast List पर क्लिक करके Contacts Add करके Create पर क्लिक करना आवश्यक होता है।

Android पर ब्रॉडकास्ट लिस्ट बनाने के चरण :

WhatsApp खोलें : व्हाट्सएप खोलें और 'Chats' (चैट्स) टैब पर जाएं।

- मेनू खोलें : ऊपरी दाएं कोने में तीन-बिंदु (:) मेनू पर टैप करें।
- नया प्रसारण (New Broadcast): 'New broadcast' (नया प्रसारण) चुनें।
- संपर्क चुनें : उन संपर्कों को खोजें या स्क्रॉल करें जिन्हें आप सूची में जोड़ना चाहते हैं। आप 256 तक संपर्क चुन सकते हैं।
- सूची बनाएं : हरे टिक मार्क (✓) पर टैप करें। आपकी ब्रॉडकास्ट सूची तैयार है।
- इसके साथ Profile और Status को भी बदल सकते हैं ।

इसी प्रकार वॉट्सअप की कार्यप्रणाली चलती है ।

2.3.1.4 वॉट्सअप की सेवा (मोबाईल) :

व्हाट्सएप एक मुफ्त, सुरक्षित और एंड-टू-एंड एन्क्रिप्टेड मैसेजिंग सेवा है, जो मोबाइल इंटरनेट या वाई-फाई के जरिए काम करती है। यह Android और iOS (iPhone Operating System) यह एप्पल (Apple) कंपनी द्वारा विकसित एक मोबाइल ऑपरेटिंग सिस्टम है, जो मैसेजिंग, 32 लोगों तक वीडियो/वॉयस कॉल, ग्रुप चैट, डॉक्यूमेंट शेयरिंग और स्टेटस अपडेट की सुविधा देती है। इसे प्ले स्टोर या ऐप स्टोर से डाउनलोड किया जा सकता है। वॉट्सअप की सेवा नवम्बर 2009 में पहली बार आईफोन द्वारा उपलब्ध करायी गयी है। उसके बाद जनवरी 2010 में 'ब्लैक बैरी स्मार्ट' पर भी सेवा शुरू हुयी है। क्रमशः सिम्बियन, अँड्रायड, ओ एसब पर चलने वाले स्मार्ट फोन पर भी सुविधा शुरू हो गयी है। इसके साथ 'नॉन स्मार्ट फोन नोकिया', 'विंडोज फोन' तथा 2007 तक के पुराने मोबाईल पर भी वॉट्सअप की सुविधा शुरू हुयी है। अँड्रायड पर चलनेवाली 'स्मार्ट वॉच' (घडी) पर भी यह सेवा शुरू है।

वॉट्सअप की सुविधा शुरू करने के लिए अपना फोन नंबर देना पडता है। अपने फोन पर जितने वॉट्सअप के इस्तेमाल करनेवाले होते हैं, उसकी जानकारी अप पर दिखायी देती है।

व्हाट्सएप मोबाइल सेवा की मुख्य विशेषताएं :

- **निजी और सुरक्षित :** सभी मैसेज और कॉल एंड-टू-एंड एन्क्रिप्टेड हैं, जो सुरक्षा प्रदान करते हैं।
- **फ्री कॉलिंग/मैसेजिंग:** वाई-फाई या डेटा का उपयोग करके आप बिना किसी अतिरिक्त कॉल चार्ज के दुनिया भर में बात कर सकते हैं।
- **ग्रुप और मीडिया शेयरिंग:** आप दोस्तों और परिवार के लिए ग्रुप बना सकते हैं, साथ ही फोटो, वीडियो और डॉक्यूमेंट साझा कर सकते हैं।
- **स्टेटस अपडेट:** टेक्स्ट, फोटो या वीडियो शेयर करें जो 24 घंटे में गायब हो जाते हैं।
- **कॉलिंग:** एक साथ 32 लोगों तक के साथ वीडियो या वॉइस कॉल की सुविधा।
- **मल्टी-डिवाइस:** एक ही अकाउंट को आप अपने मोबाइल के अलावा डेस्कटॉप पर भी उपयोग कर सकते

2.3.1.5 वेब ब्लायन्ट :

- वॉट्सअप ने जनवरी 2015 में नई सुविधा उपलब्ध करायी है। जिससे आप वॉट्सअप को संगणक के वेब ब्राउजर द्वारा जोड़ सकते हैं। जिससे मोबाइल से बड़ी स्क्रीन के रूप में संगणक पर देख सकते हैं। इसमें यह भी सुरक्षा रखी गयी है की संगणक में संभाषण, ईमेज आदि डिलीट तथा सेव (Delete and Save) कर सकते हैं। यह करने के लिए मोबाइल इंटरनेट के साथ जुड़ा रहना जरूरी है।
- **लिंक्ड डिवाइसेज (Linked Devices):** आप एक साथ कई डिवाइस (फोन के अलावा) पर WhatsApp का उपयोग कर सकते हैं।
- **सिक्योरिटी:** अपना काम खत्म करने के बाद कंप्यूटर से लॉग आउट करना न भूलें।
- **फोन नंबर से लॉगिन:** आप QR कोड की जगह अपने फोन नंबर का उपयोग करके भी लॉग इन कर सकते हैं।

(QR Code का मतलब क्विक रिस्पॉन्स कोड (Quick Response Code) है, जो एक प्रकार का द्वि-आयामी (2D) बारकोड है। यह काले और सफेद वर्गाकार खानों का एक पैटर्न होता है, जो स्मार्टफोन कैमरे द्वारा स्कैन किए जाने पर तुरंत वेबसाइट लिंक, टेक्स्ट, या पेमेंट संबंधी जानकारी तक पहुँचाता है।)

2.3.1.6 वॉट्सअप की गोपनीयता और सुरक्षा :

वॉट्सअप की सबसे कमी यह है की उपभोक्ता की निजी गोपनीयता और सुरक्षा को ध्यान नहीं दिया है। वॉट्सअप जब स्मार्ट फोन से कार्यरत (Active) करते हैं, तब उन में Sim या IMEI नंबर सेवा शुरू होती है।

एक बार खाता खुलनेपर हमारे 'स्मार्ट फोन' पर मौजूद सभी संपर्क नंबरों की जानकारी अनायास वॉट्सअप पर अपलोड हो जाती है। इसी विश्वसनीयता की वजह से जर्मन, सौदी अरेबिया आदि देशों ने इसपर पाबंदी लगायी थी। Sim या IMEI नंबर सेवा मुख्य रूप से मोबाइल उपकरणों की सुरक्षा, पहचान और नेटवर्क कनेक्टिविटी से संबंधित है। IMEI (International Mobile Equipment Identity) एक 15-अंकीय विशिष्ट पहचान संख्या है जो आपके फोन को ट्रैक करने और चोरी होने पर ब्लॉक करने में मदद करती है। सिम कार्ड ऑपरेटर की पहचान करता है, जबकि IMEI सीधे डिवाइस से संबंधित होता है

वॉट्सअप की सुरक्षा पर कई सवाल उठे हैं। वॉट्सअप जिस फोन नंबर के आधार पर स्थापित (Intal) करते हैं, उसके बाद वॉट्सअप का इस्तेमाल करते समय उसी नंबर का Sim होना जरूरी नहीं है। इसीतरह वॉट्सअप की गोपनीयता और विश्वसनीयता के बारे में यह बातें ध्यान में रखना जरूरी है। व्हाट्सएप एंड-टू-एंड एन्क्रिप्शन (End-to-End Encryption) का उपयोग करता है, जिससे आपके मैसेज, कॉल और मीडिया केवल आपको और प्राप्तकर्ता को ही दिखते हैं। यह 2-स्टेप वेरिफिकेशन, चैट लॉक, गायब होने वाले मैसेज (Disappearing Messages), और संदिग्ध संदेशों को म्यूट करने जैसे सुरक्षा फीचर प्रदान करता है, जो यूजर की गोपनीयता सुनिश्चित करते हैं।

व्हाट्सएप गोपनीयता और सुरक्षा के पहलू को निम्नलिखित बिंदुओं के अंतर्गत समझा जा सकता है :

एंड-टू-एंड एन्क्रिप्शन : इसका मतलब है कि व्हाट्सएप भी आपके संदेशों को नहीं पढ़ सकता है।

- **चैट लॉक:** आप किसी विशेष चैट को फिंगरप्रिंट या पासवर्ड से लॉक कर सकते हैं, जिससे वह 'लॉकड चैट्स' फोल्डर में छिप जाती है।
- **गायब होने वाले मैसेज:** आप 24 घंटे, 7 दिन या 90 दिनों के बाद संदेशों को स्वचालित रूप से हटाने के लिए सेट कर सकते हैं।
- **गोपनीयता सेटिंग्स:** आप चुन सकते हैं कि कौन आपकी प्रोफाइल फोटो, 'अबाउट', 'लास्ट सीन' (Last Seen) या ऑनलाइन स्थिति देख सकता है।
- **अनजान कॉल्स म्यूट करें:** यह फीचर स्पैम कॉल को कम करने के लिए स्वचालित रूप से अज्ञात नंबरों से आने वाली कॉल को म्यूट कर देता है।
- **स्क्रीनशॉट सुरक्षा:** गायब होनेवाले मैसेज के लिए, आप स्क्रीनशॉट को ब्लॉक कर सकते हैं।

2.3.1.7 वॉट्सअप की समस्या :

वॉट्सअप का अगर कोई इस्तेमाल करना छोड़ देता है, तो इसकी जानकारी इस्तेमालकर्ता को नहीं मिलती। जो संदेश या अन्य सामग्री भेजता है वह Send हो जाती है।

- **WhatsApp में सामान्यतः आनेवाली 7 मुख्य समस्याएं और उनके समाधान यहाँ दिए गए हैं :**

1. **संदेश न जाना या न आना (Message Not Sending/Receiving) :** इंटरनेट कनेक्शन की जांच करें, एयरप्लेन मोड चालू-बंद करें, या डेटा से वाई-फाई पर स्विच करके देखें।
2. **WhatsApp कनेक्ट नहीं होना (Connecting Issue):** यदि 'Connecting...' आ रहा है, तो फोन रीस्टार्ट करें। यह समस्या सर्वर डाउन होने से भी हो सकती है।
3. **फोटो/वीडियो डाउनलोड न होना (Media Download Failed):** फोन का स्टोरेज (Storage) जांचें। अगर जगह कम है, तो पुराने फाइलों को डिलीट करें। समय और तारीख (Date & Time) सही करें।
4. **वॉट्सऐप का धीमा होना या हैंग होना (Slow/Hang):** सेटिंग्स ऐप्स WhatsApp स्टोरेज में जाकर 'Cache' क्लियर करें।
5. **नोटिफिकेशन न मिलना (No Notifications):** फोन की सेटिंग में 'Apps' के अंदर WhatsApp के 'Notifications' सेटिंग को चेक करें कि वे चालू हैं या नहीं।
6. **WhatsApp कॉल कनेक्ट न होना (Call Connection Error):** इंटरनेट की गति चेक करें या ऐप को अपडेट करें। कभी-कभी कॉल के लिए डेटा सेवर चालू होने पर यह दिक्कत आती है।
7. **पुराना वर्जन (Outdated Version):** अगर व्हाट्सऐप ठीक से काम नहीं कर रहा है, तो Google Play Store या App Store से ऐप को अपडेट करें।

2.3.1.8 वॉट्सऑप का उपयोग :

वॉट्सऑप की नई सुविधा के अनुसार सीधा फ्री कॉल कर सकते हैं। वॉट्सऑप में ग्रुप बनाने की सुविधा दी गयी है। जिससे फॅमिली, मित्रपरिवार, बिजनेस ग्रुप तथा अन्य ग्रुप बनाके हम इसका उपयोग अच्छी तरह से कर सकते हैं। अब नवीनतम सुविधा में मोबाइल के जरिए संगणक के साथ जोड़कर इसका भी उपयोग कर सकते हैं। व्हाट्सऐप (WhatsApp) इस्तेमाल करने के लिए, सबसे पहले Google Play Store या Apple App Store से ऐप डाउनलोड करें। ऐप खोलकर 'Agree and Continue' (सहमत और जारी रखें) पर टैप करें, अपना मोबाइल नंबर दर्ज करें और OTP के जरिए नंबर वेरीफाई करें। इसके बाद, अपना नाम और प्रोफाइल फोटो सेट करें और आप मैसेजिंग व कॉलिंग शुरू कर सकते हैं।

WhatsApp का उपयोग करने के चरण को निम्नलिखित बिंदुओं के अंतर्गत समझा जा सकता है:

- **कॉल/वीडियो कॉल:** चैट में ऊपर दिए गए फोन या वीडियो कैमरा आइकॉन का उपयोग करें।
- **स्टेटस:** 'Updates' (या Status) टैब में जाकर अपनी फोटो या वीडियो शेयर करें।
- **मीडिया शेयरिंग:** चैट में 'Attachment' (पेपरक्लिप) आइकॉन का उपयोग करके फोटो, वीडियो, डॉक्यूमेंट या लोकेशन भेजें। WhatsApp के आधिकारिक वेब इंटरफेस का उपयोग कंप्यूटर पर भी कर सकते हैं।

2.3.1.9 पेमेंट सुविधा (WhatsApp Pay) :

वॉट्सअप ने अब अपनी सेवा में 'पेमेंट' का विकल्प भी जोड़ा है। इसके माध्यम से उपयोगकर्ता अपने बैंक खाते को जोड़कर यूपीआई (UPI) की मदद से सीधे चैट बॉक्स से ही पैसे भेज और प्राप्त कर सकते हैं। WhatsApp Pay पर UPI-आधारित सुरक्षित डिजिटल भुगतान सेवा है, जो WhatsApp के भीतर चैट करते हुए ही पैसे भेजने और प्राप्त करने की सुविधा देती है। यह NPCI द्वारा विकसित है और भारत में मान्य है। इसे सेटअप करने के लिए बैंक खाते को WhatsApp Settings > Payments में जाकर जोड़ना होता है। यह पूरी तरह से सुरक्षित है।

2.3.1.10 चैनल और कम्युनिटी (Channels and Communities) :

WhatsApp के कम्युनिटी और चैनल, दोनों ही डिजिटल संचार में अपने-अपने फायदे लेकर आते हैं। कम्युनिटी आपस में जुड़े हुए समूह संचार को बढ़ावा देते हैं, जो टीमों और संगठनों के लिए आदर्श है। चैनल एकतरफा संदेश भेजने पर ध्यान केंद्रित करते हुए, व्यापक दर्शकों तक जानकारी पहुंचाने का एक सुव्यवस्थित तरीका प्रदान करते हैं। इन दोनों के बीच के अंतर को समझकर और अपनी संचार आवश्यकताओं का मूल्यांकन करके, आप यह चुन सकते हैं कि कौन सा फीचर आपकी रणनीति के लिए सबसे उपयुक्त है। WhatsApp ने डिजिटल संचार में दो विशिष्ट फीचर पेश किए हैं: कम्युनिटीज़ और चैनल्स, जो अलग-अलग संचार ज़रूरतों को पूरा करते हैं। कम्युनिटीज़ के ज़रिए यूजर्स कई संबंधित ग्रुप्स को मैनेज और व्यवस्थित कर सकते हैं, जबकि चैनल्स एकतरफा प्रसारण पर केंद्रित हैं।

2.3.2 फेसबुक (Facebook) :

2.3.2.1 स्वरूप

2.3.2.2 फेसबुक (अब मेटा) का परिचय

2.3.2.3 फेसबुक की कार्यप्रणाली

2.3.2.4 फेसबुक की गोपनीयता और सुरक्षा

2.3.2.5 फेसबुक का प्रभाव

2.3.2.6 फेसबुक की समस्या

2.3.2.7 फेसबुक का महत्व

2.3.2.1 फेसबुक (Facebook) स्वरूप :

दुनिया का सबसे बड़ा वैश्विक ऑनलाइन सोशल नेटवर्क है, 2004 में मार्क ज़करबर्ग द्वारा हार्वर्ड में शुरू किया गया, जिसे पहले 'द फेसबुक' कहा जाता था। अब इसके 800 मिलियन से अधिक उपयोगकर्ता हैं। लोग फेसबुक का उपयोग दोस्तों और सहकर्मियों से जुड़ने, समाचार, जानकारी, फोटो, वीडियो और अन्य चीजें लोगों और संगठनों के साथ साझा करने के लिए करते हैं। 'यह इंटरनेट से जुड़ी एक निःशुल्क सामाजिक नेटवर्किंग सेवा है। जिसके माध्यम से हम अपने मित्र परिवार, परिचित तथा अपरिचितों के साथ संपर्क रख सकते हैं। युवा वर्ग का 'Facebook' यह पसंदीदा विषय जिसे FB भी कहते हैं। इसका इस्तेमाल समूह, महाविद्यालय, कार्यस्थल, विविध क्षेत्र, विविध संस्थाओं तथा उनके अनुसार 'फेसबुक नेटवर्क' में शामिल हो सकते हैं। जिससे

वे सभी आपस में विचारों का आदान-प्रदान कर सकते हैं। फेसबुक का उपयोग करनेवाले अपना एक प्रोफाइल पृष्ठ तैयार करके अपनी निजी जानकारी देते हैं। जिसमें एक दूसरे को नाम, फोटो, जन्मतिथि, कार्यस्थल, विद्यालय तथा विश्वविद्यालय का समावेश किया जाता है। इसी के माध्यम से हम अपने मित्र और परिचितों का नाम, ई-मेल ढूँढ सकते हैं। इसके माध्यम से एक साथ सभी को आमंत्रित भी किया जा सकता है। साथ ही अपनी रुचि के अनुसार चित्र, वीडियो, ओडियो तथा अन्य माध्यमों का लाभ उठा सकते हैं।

‘फेसबुक’ ने भारत सहित 40 देशों से मोबाइल सेवा कंपनियों से समझौता किया है। इस समझौता के अनुसार मोबाइल पर ‘फेसबुक’ निःशुल्क किया जा सकता है। फेसबुक में अन्य भाषाओं के साथ हिंदी में भी काम करने की सुविधा है। सन 2010 में विश्व में 75 करोड़ लोग इसका इस्तेमाल करते थे जिनमें से 2.3 करोड़ भारत के थे। इसी कारण भारत में सन 2010 में ‘फेसबुक’ ने चौथा कार्यालय हैदराबाद में शुरू किया है। जो एशिया महाद्वीप में पहला कार्यालय है।

फेसबुक अब केवल दोस्तों से जुड़ने का माध्यम नहीं, बल्कि समाचार, व्यवसाय (Pages), और मनोरंजन (Reels) का एक बड़ा केंद्र बन गया है।

2.3.2.2 फेसबुक (अब मेटा) का परिचय :

यह सोशल नेटवर्क का वैश्विक मंच है, जिसके दुनिया भर में अरबों सक्रिय उपयोगकर्ता हैं।

फेसबुक (अब मेटा) का परिचय निम्नलिखित बिंदुओं के अंतर्गत समझा जा सकता है।

- **फेसबुक की स्थापना:** 4 फरवरी 2004 को हार्वर्ड विश्वविद्यालय में मार्क ज़करबर्ग द्वारा अपने सहपाठियों (एडुआर्डो सेवरिन, एंड्रयू मैकॉलम, डस्टिन मोस्कोविट्ज़ और क्रिस ह्यूजेस) के साथ की गई। 2013-2014 में फेसबुक ने भारत सहित 40 देशों के मोबाइल सेवा प्रदाता कंपनियों से समझौता किया था। इस करार के तहत फेसबुक की एक नई साइट का उपयोग मोबाइल पर निःशुल्क किया जा सकता है।
- **फेसबुक का मूल नाम :** शुरुआत में इसे "Thefacebook" कहा जाता था।
- **फेसबुक का मुख्य उद्देश्य:** दोस्तों और परिचितों के साथ ऑनलाइन जुड़ना, फोटो-वीडियो साझा करना, समूह (Groups) बनाना और जानकारी प्राप्त करना।

फेसबुक के प्रमुख फीचर्स:

- **प्रोफाइल:** उपयोगकर्ता अपना निजी पेज बना सकते हैं।
- **न्यूज़ फ़ीड (News Feed):** दोस्तों की पोस्ट देखना।
- **ग्रुप्स और पेज:** समान रुचियों वाले लोगों से जुड़ना या व्यवसायों के लिए पेज बनाना।
- **मैसेंजर:** सीधे संदेश भेजना (Messaging)।

- **मार्केटप्लेस:** सामान खरीदने और बेचने की सुविधा।

फेसबुक हिंदी सहित कई अन्य भाषाओं में भी उपलब्ध है। जनवरी-2013 के सर्वेक्षण के अनुसार अंग्रेजी बोलनेवाले देशों में फेसबुक का प्रसार अधिक हुआ है। जैसे -अमेरिका में 17 करोड, ब्राज़ील में 6.4 करोड, भारत में 6.2 करोड, इंडोनिशिया में 5.1 करोड तथा मेक्सिको में 4 करोड लोग इस्तेमाल करते है।

2.3.2.3 फेसबुक की कार्यप्रणाली :

फेसबुक मुख्य रूप से उपयोगकर्ताओं को जोड़ने, सामग्री (फोटो, वीडियो, पोस्ट) साझा करने और व्यक्तिगत या व्यावसायिक नेटवर्क बनाने के लिए एक निःशुल्क सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म के रूप में काम करता है। यह डेटा-आधारित एल्गोरिदम, विज्ञापनों, और मैसेंजर/ग्रुप्स जैसी सुविधाओं के माध्यम से राजस्व उत्पन्न करता है।

फेसबुक की कार्यप्रणाली के मुख्य पहलू: निम्नलिखित बिंदुओं के अंतर्गत समझाये जा सकता है:

- **प्रोफाइल और कनेक्शन:** उपयोगकर्ता अपनी प्रोफाइल बनाकर दोस्तों को जोड़ते हैं, जिससे एक व्यक्तिगत नेटवर्क बनता है।
- **न्यूज फीड (Algorithm):** फेसबुक का एल्गोरिदम उन पोस्ट और विज्ञापनों को प्राथमिकता देता है जिनसे उपयोगकर्ता के जुड़ने (लाइक, कमेंट, शेयर) की संभावना अधिक होती है।
- **कंटेंट शेयरिंग:** यूजर्स स्टेटस, तस्वीरें, वीडियो, और बाहरी लिंक्स शेयर कर सकते हैं, जिस पर अन्य लोग प्रतिक्रिया (Like, Laugh, Hug) दे सकते हैं।
- **व्यावसायिक उपयोग:** फेसबुक पेजों का उपयोग व्यवसायों द्वारा ग्राहकों से जुड़ने और विज्ञापनों के माध्यम से विपणन के लिए किया जाता है।
- **मोनेटाइजेशन (पैसा कमाना):** सामग्री निर्माता (Creators) अपने पेज पर विज्ञापनों (In-stream ads) के माध्यम से पैसा कमा सकते हैं।
- **सुरक्षा और डेटा:** फेसबुक नकली खातों और दुर्भावनापूर्ण सामग्री को रोकने के लिए स्वचालित सिस्टम (Automatic checks) का उपयोग करता है।
- **प्लेटफॉर्म के प्रकार:** १.प्रोफाइल: व्यक्तिगत उपयोग के लिए। २.पेज: व्यावसायिक या सार्वजनिक हस्तियों के लिए। ३. ग्रुप्स: समान रुचियों वाले लोगों के लिए।

फेसबुक पर खाता शुरू (Account Open) करने प्रणाली :

फेसबुक पर खाता शुरू (Account Open) करने के लिए उसकी वेबसाइट www.facebook.com पर जाकर हमें 'create your account' का फार्म भरना चाहिए। जिसमें e-mail (Electronic Mail ID) होना

आवश्यक है। जिसका पहले से ही फेसबुक का Account हो तो उसे User ID, फोन नंबर और पासवर्ड enter करके log in Bg option पर क्लिक करना है। फेसबुक खुलने के बाद जो पर्दा दिखता है इसे 'होम स्क्रीन' कहते हैं या फेसबुक वॉल, न्यू फीड भी कहते हैं। इसपर अपलोड करने की प्रक्रिया को पोस्ट कहा जाता है। पोस्ट में संदेश Npd (Image), व्हीडीओ तथा 'अँजियो' से भी हम लोड कर सकते हैं। किसी भी 'पोस्ट' में हमें (1) लाइक (Like), (2) कमेंट (Comment) अथवा (3) शेयर (Share) Option होता है। इसमें से जो 'पोस्ट' अच्छी लगें तौ उसे लाईक कर सकते हैं। इसपर अपने विचार जो संदेश में Type करना जरूरी होता है। किसी पोस्ट को अपने प्रोफाईल के साथ जोड़ना (Add) पडता है। प्रोफाईल को Timeline भी कह सकते हैं। शेयर पर क्लिक करने से हमें (1) पब्लिक (Public) सभी के लिए शेयर करना, (2) मित्र (Friend) सिर्फ अपने मित्रों के लिए (3) स्वयं (Only me) के लिए सिर्फ शेयर होता है। इन तीनों को छोडकर Custom Option को क्लिक करते हैं तो आपको किसको शेयर (Share) करना चाहते है, उसकी सूची स्क्रीन पर आ जाती हैं। उसीतरह कोई पोस्ट अपलोड करते समय वह पोस्ट अपने कई मित्रों के time line profile पर पोस्ट कर सकते हैं। पोस्ट टॅग (Post Tag) अथवा पोस्ट विहित कर सकते हैं। बायी ओर नौसंचालन (Navigational Pan) में ग्रुप होते हैं। उदा. (1) Favorite group, (2) Apps group. (3) Groups VWm (4) Page इसीतरह फोटो को संपादीत (Edit) भी कर सकते हैं। कार्यक्रम (Events) में अपने मित्रों को जन्मदिन किस माह में है यह ढूँढने के लिए फेसबुक वॉल में Navigation Pan से Event Option क्लिक कर सकते हैं।

विंडोज (Window) के तीन प्रकार होते हैं। जैसे-

- 1) Receive Your Friend Suggestions इस में मित्रों के सुझाव होते हैं। इससे मित्रों को जोडना (Add Friend) या अनदेखा (Ignore) करना यह ऑप्शन होता है। आप मित्रों को जोडना या अनदेखा करना चाहते हो तो है यह तय कर सकते हैं।
- 2) Respond to your friend request इसमें मित्रों का आप स्वीकार (Accept) या अस्वीकार (Reject) भी कर सकते हैं।
- 3) People you may know इस ऑप्शन में हमें लोगों की सूची दिखाई देती है, उस में से हम किसीको भी परस्पर मित्र बना सकते हैं।

अंत में सेटिंग्स ऑप्शन (Setting Option) होता है। जिससे (1) क्रिएट पेज पृष्ठ बनाना (Create Page), (2) विज्ञापन (Advertisement), (3) अँक्टीव्हिटी लॉग (सक्रियता तय करना) तथा (4) Log out करके फेसबुक से बाहर आना और फेसबुक sign in करके फेसबुक Open करना होता है। फेसबुक एक ऐसी सेवा है जो कई अलग-अलग तरह के दर्शकों के बीच लोकप्रिय है। यह सार्वभौमिक रूप से लोकप्रिय है और सभी आयु वर्ग के लोगों के पास इसके अकाउंट हैं। इसका मतलब है कि फेसबुक विज्ञापन के लिए बेहतरीन प्लेटफॉर्म है क्योंकि हर दिन बहुत सारे लोग इसका इस्तेमाल करते हैं और यह अपेक्षाकृत कम लागत वाला मार्केटिंग टूल है।

2.3.2.4 फेसबुक की गोपनीयता और सुरक्षा :

फेसबुक ने इस्तेमाल कर्ताओं को गोपनीयता और सुरक्षा देने का प्रयास किया है। Facebook Help Center के माध्यम से Facebook सुरक्षा के लिए मदद मांग सकते हैं। आपका फेसबुक नाम और प्रोफाइल फोटो वेब पर सभी के लिए उपलब्ध रहते हैं। आप प्रोफाइल फोटो न लगाकर या अपने चेहरे के अलावा किसी और चीज की तस्वीर को प्रोफाइल फोटो के रूप में इस्तेमाल करके दूसरों को अपने चेहरे की तस्वीर लेने से रोक सकते हैं। प्रोफाइल सेटिंग में जाकर यह निर्धारित कर सकते हैं की अपना प्रोफाइल किसीको दिखाना या नहीं दिखाना है

गोपनीयता और सुरक्षा के मुख्य बिंदु:

फेसबुक की गोपनीयता :

- सबसे निजी जानकारी पर विचार करें।
- बुनियादी जानकारी की सुरक्षा करें।
- अपने स्टेटस अपडेट को सार्वजनिक न करें।
- स्वचालित चेहरा पहचान (टैग सुझाव) बंद करें।

फेसबुक की सुरक्षा :

- जासूसी करने वाले ऐप्स और साइटों को ब्लॉक करें।
- गोपनीयता जाँच (Privacy Checkup): यह टूल आपको यह नियंत्रित करने में मदद करता है कि आपकी पोस्ट कौन देख सकता है, आपको कौन ढूँढ सकता है, और आपके प्रोफाइल विवरण (जैसे जन्मतिथि, ईमेल) तक किसकी पहुँच है।
- प्रोफाइल सुरक्षा (Profile Security): अपनी फ्रेंड लिस्ट को 'Only Me' पर सेट करें, जिससे क्लोनिंग या फर्जी प्रोफाइल बनने की संभावना 90% तक कम हो जाती है।
- लॉगिन सुरक्षा: 2-फैक्टर ऑथेंटिकेशन (2FA) चालू करें, जो आपके अकाउंट में लॉग इन करने के लिए पासवर्ड के अलावा एक कोड की मांग करता है।
- ब्लॉक और रिपोर्ट: संदिग्ध उपयोगकर्ताओं को ब्लॉक करने और आपत्तिजनक सामग्री की रिपोर्ट करने के लिए 'Settings & Privacy' में जा सकते हैं।
- सुरक्षित रहना: अनजान लोगों की फ्रेंड रिक्वेस्ट न स्वीकार करें और न ही अपना पासवर्ड किसी के साथ साझा करें।
- हैक होने से बचाव: यदि आपका अकाउंट अजीब व्यवहार करता है (जैसे कि आपके द्वारा न किए

गए पोस्ट/मैसेज), तो तुरंत Facebook Help Center के माध्यम से अपना पासवर्ड बदलें और अनधिकृत डिवाइसों से लॉग आउट करें। सुरक्षा के लिए, सुनिश्चित करें कि आप अपने डिवाइसों पर लॉग इन Alert चालू रखें।

2.3.2.5 फेसबुक का प्रभाव :

फेसबुक का प्रभाव सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव भी है। साथ ही गहरा और बहुआयामी है, जो वैश्विक संचार, व्यावसायिक मार्केटिंग और सामाजिक संबंधों को बदल रहा है। यह दोस्तों/परिवार से जुड़ने और सूचना साझा करने का बेहतरीन माध्यम है, लेकिन इसके अत्यधिक उपयोग से लत, मानसिक तनाव, ईर्ष्या, और सामाजिक अलगाव जैसे नकारात्मक प्रभाव भी पड़ते हैं। फेसबुक के प्रमुख प्रभाव निम्नलिखित हैं:

सकारात्मक प्रभाव:

- वैश्विक जुड़ाव: फेसबुक दूर बैठे मित्रों और परिवार के साथ जुड़ने, फोटो/वीडियो साझा करने और पुराने साथियों को खोजने में मदद करता है।
- व्यावसायिक और मार्केटिंग: यह व्यवसायों के लिए विज्ञापनों, नौकरी की तलाश, और मीशो (Meesho) जैसे ऑनलाइन शॉपिंग ऐप्स के माध्यम से कमाई करने का एक प्रभावी माध्यम है।
- सूचना और जागरूकता: यह समाचार, सामुदायिक गतिविधियों और सामाजिक आंदोलनों के बारे में अपडेट रहने में सहायक है।

नकारात्मक प्रभाव:

- मानसिक स्वास्थ्य पर असर: फेसबुक का ज्यादा इस्तेमाल करने से लोगों में ईर्ष्या, तनाव और डिप्रेशन की भावना बढ़ सकती है।
- fb की लत और समय की बर्बादी: प्रतिदिन औसतन 50 मिनट का उपयोग लोगों को शारीरिक रूप से कम सक्रिय बनाता है।
- शैक्षिक और सुरक्षा जोखिम: छात्रों की पढ़ाई में बाधा, फेसबुक (Facebook) पर नकली प्रोफाइल से सुरक्षा और सेल्फी (selfie) के चक्कर में दुर्घटनाओं का खतरा बढ़ जाता है।
- गोपनीयता संबंधी चिंताएं: उपयोगकर्ताओं का डेटा और निजता, मेटा (Meta) के व्यावसायिक हितों के बीच संतुलन का मुद्दा बना रहता है।

संक्षेप में, फेसबुक एक शक्तिशाली उपकरण है, लेकिन इसका संतुलित उपयोग करना ही इसके नकारात्मक प्रभावों से बचने का एकमात्र तरीका है।

फेसबुक का प्रभाव संचार माध्यम (मिडिया), सामाजिक, राजनीतिक, स्वास्थ्य, नीजी जीवनपर ज्यादातर बुरा ही असर पड़ रहा है। फिर भी इसका प्रभाव इस्तेमाल कर्ताओं पर निर्भर रहता है। अंग्रेजी बोलनेवाले देशों में फेसबुक का प्रभाव ज्यादा है। बाकी अन्य देशों में सोशल नेटवर्किंग का इस्तेमाल किया जा रहा है।

2.3.2.6 फेसबुक की समस्या :

फेसबुक पर सामान्य समस्याओं में अकाउंट लॉक/सस्पेंड होना, फेसबुक (Face book) की सामान्य समस्याओं में ऐप क्रैश होना, लोडिंग में देरी, अकाउंट लॉग-इन न होना, और "Profile Has Some Issues" (प्रोफाइल में कुछ समस्या है) का एरर आना शामिल है। ये तकनीकी दिक्कतें, खराब इंटरनेट, सर्वर डाउन, या सामुदायिक मानकों के उल्लंघन (कम्युनिटी गाइडलाइंस) के कारण होती हैं, जिन्हें ऐप अपडेट, क्लियर कैश, या री-इंस्टॉल करके ठीक किया जा सकता है। 'फेसबुक' इंटरनेट से जुड़े लोगों का अभिन्न अंग बनता जा रहा है, परिणामस्वरूप इसकी समस्याओं की जानकारी प्राप्त करना जरूरी है।

- 1) डाटा बाँटना – भेजी हुयी जानकारी (Data) अपने मित्रों तक सीमित रहने के बजाय, अन्य व्यक्ति भी इसका लाभ उठा सकते हैं।
- 2) 'फेसबुक' प्रणाली में समय-समय पर जो बदलाव किये जाते हैं, इस बदलाव की ओर ध्यान न देने के कारण इस्तेमालकर्ताओं को ढेर सारी गलतियाँ उठानी पड़ती हैं।
- 3) फेसबुक पर प्रदर्शित कुछ विज्ञापनों पर व्हायरस का प्रभाव हो सकता है। अतः क्लिक करने से पहले विवेक से काम लेना चाहिए ।
- 4) इस्तेमालकर्ता के मित्र उनकी पहचान और गोपनीय जानकारी दूसरों को सांझा कर सकते हैं।
- 5) फेसबुक से मोबाईल और कम्प्यूटर के माध्यम से 5000 लोगों तक जुड़ सकते हैं। लेकिन बाकी सामाजिक सेवा करनेवाली निजी कंपनियों के माध्यम से अनगिनत लोगों से जुड़ सकते हैं।

2.3.2.7 फेसबुक का महत्त्व :

फेसबुक के एक अरब से अधिक उपयोगकर्ता इसे एक सांस्कृतिक, आर्थिक और सामाजिक घटना बना देते हैं। पत्रकारिता, व्यापार, संचार और सामाजिक संबंधों में इस ऑनलाइन सोशल मीडिया साइट का महत्त्व शब्दों में बयान करना मुश्किल है। दुनिया भर के उपयोगकर्ता इस साइट पर अनगिनत घंटे बिताते हैं और फेसबुक न केवल दोस्तों और परिवार के बारे में, बल्कि विश्व की घटनाओं के बारे में भी जानकारी प्राप्त करने का एक महत्वपूर्ण माध्यम बन गया है। इसका अच्छा या बुरा होना बहस का विषय है, लेकिन साइट का प्रभाव निर्विवाद है।

● फेसबुक व्यापार एक आर्थिक इकाई :

वॉल स्ट्रीट पर फेसबुक के 100 बिलियन डॉलर के प्रारंभिक सार्वजनिक पेशकश (IPO) ने इस साइट को अपने आप में एक महत्वपूर्ण आर्थिक इकाई बना दिया है। कंपनी के अपने मूल्य के अलावा, फेसबुक के पास व्यवसायों के लिए डिज़ाइन किया गया एक संपूर्ण इंटरफ़ेस भी है, जिसमें व्यावसायिक प्रोफ़ाइल पेज और एक विज्ञापन प्रणाली शामिल है जो विपणक को साइट पर उपयोगकर्ताओं द्वारा प्रदान की गई जानकारी के आधार पर अपने विज्ञापनों को लक्षित करने की अनुमति देती है। यह इंटरफ़ेस न केवल कंपनी के लिए राजस्व

उत्पन्न करता है, बल्कि सीमित विज्ञापन बजट वाले और विशिष्ट दर्शकों तक पहुंचने की आवश्यकता वाले छोटे व्यवसायों के लिए एक दुर्लभ अवसर भी प्रदान करता है।

- **फेसबुक ऑनलाइन पत्रकारिता और सूचना :**

प्यू रिसर्च सेंटर (यह संयुक्त राज्य अमेरिका और दुनिया को आकार देने वाले सामाजिक मुद्दों, जनमत और जनसांख्यिकीय प्रवृत्तियों के बारे में जानकारी प्रदान करता है।) के एक अध्ययन के अनुसार, फेसबुक ऑनलाइन समाचार साइटों के लिए एक महत्वपूर्ण प्रेरक शक्ति है। सीएनएन, द हफिंगटन पोस्ट और द न्यूयॉर्क टाइम्स जैसे स्थापित प्लेटफॉर्म भी फेसबुक लिंक और रेफरल से काफी ट्रैफिक प्राप्त करते हैं, जिसमें हफिंगटन पोस्ट 8 प्रतिशत के साथ शीर्ष पर है। हालांकि ये आंकड़े गूगल जैसे सर्च इंजनों द्वारा उत्पन्न ट्रैफिक से काफी कम हैं, फिर भी ये उद्योग में बढ़ते रुझान को दर्शाते हैं और यह साबित करते हैं कि सोशल मीडिया संपर्क उपयोगकर्ताओं द्वारा पढ़ी जाने वाली जानकारी को निर्धारित करने में कितनी सक्षम हैं।

- **फेसबुक के संचार माध्यम :**

2009 में, फेसबुक के चैट प्रोग्राम ने लॉन्च होने के एक साल से भी कम समय में एक अरब संदेशों का आंकड़ा पार कर लिया। इन आंकड़ों में फेसबुक पर मौजूद अन्य संचार माध्यमों – जैसे संदेश, वॉल पोस्ट, टिप्पणियां और पोक (डिजिटल रूप में, जैसे फेसबुक पर, पोक का अर्थ किसी दोस्त को हेलो कहना या ध्यान आकर्षित करना होता है) को शामिल नहीं किया गया है, लेकिन ये साइट के बढ़ते महत्व को दर्शाते हैं, जो संपर्कों के बीच सूचनाओं के आदान-प्रदान का एक महत्वपूर्ण माध्यम है। सांस्कृतिक स्तर पर भी, इस तरह की लोकप्रियता उपयोगकर्ताओं के बीच भाषा और संचार विधियों को आकार देने की क्षमता को दर्शाती है।

- **फेसबुक एक समुदाय के रूप में :**

समाजशास्त्री बेनेडिक्ट एंडरसन समुदाय को एक ऐसे समूह के रूप में परिभाषित करते हैं जहाँ भले ही सदस्य एक-दूसरे को व्यक्तिगत रूप से न जानते हों, फिर भी वे एक-दूसरे को समग्रता का हिस्सा मानते हैं और समान प्रथाओं और अनुभवों को साझा करते हैं। एक अरब उपयोगकर्ताओं के साथ – जो यूरोप और संयुक्त राज्य अमेरिका की संयुक्त जनसंख्या के बराबर है – फेसबुक ऐसा ही एक समुदाय है। यह अच्छा या बुरा हो सकता है, जो काफी हद तक उपयोगकर्ताओं के व्यवहार और फेसबुक द्वारा सदस्यों के बीच संबंधों को आकार देने के लिए लिए गए निर्णयों पर निर्भर करता है, फिर भी इतने बड़े समुदाय का अस्तित्व कम से कम महत्वपूर्ण तो है ही।

इस प्रकार ढेर सारी समस्याओं के बावजूद आज इसका महत्व दिन-ब-दिन बढ़ रहा है। हम एक साथ सभी मित्रों को बुक पर आमंत्रित कर सकते हैं। इसके लिए उनके फोन नंबर या 'ई-मेल' ढूंढने के बजाए, उनके नाम ढूंढकर उने संदेश दे सकते हैं। फेसबुक के माध्यम से साहित्य प्रकाशित हो रहा है। इसमें हिंदी साहित्य भी पीछे नहीं है।

2.3.3 ट्विटर (Twitter) (अब X) :

2.3.3.1 स्वरूप

2.3.3.2 'ट्विटर' का इतिहास

2.3.3.3 ट्विटर की कार्यप्रणाली

2.3.3.4 ट्विटर की गोपनीयता तथा सुरक्षा,

2.3.3.5 ट्विटर की सेवा (मोबाईल)

2.3.3.6 ट्विटर की विश्वसनीयता

2.3.3.7 ट्विटर का महत्व

ट्विटर ब्रेकिंग न्यूज, राजनीतिक अपडेट और ट्रेंडिंग विषयों के लिए यह एक प्रमुख स्रोत है। ट्विटर (Twitter) (अब X) ट्विटर को समाचार का एक द्वितीयक स्रोत (Secondary Source) मानना बेहतर है, न कि प्राथमिक। किसी भी महत्वपूर्ण सूचना पर विश्वास करने से पहले मुख्यधारा के मीडिया या आधिकारिक सूत्रों से पुष्टि अवश्य करें। अब 2026 में ट्विटर कंपनी को 'X' नाम से जाना जाता है। जिसे पहले ट्विटर के नाम से जाना जाता था। ट्विटर एक संक्षिप्त संदेश-प्रसार मंच है। ट्विटर मतलब 'सूचना के क्षेत्र में लघु विस्फोट' 'ट्वीट्स' - एक साथ पंछियों का चहचहाना सुनाई देना।

2.3.3.1 ट्विटर स्वरूप :

ट्विटर कंपनी को अब 'X' के नाम से जाना जाता है, ट्विटर के नाम से नहीं। एक सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म है जिसे जैक डोर्सी, एव विलियम्स और बिज़ स्टोन ने 2006 में बनाया था। ट्वीट ट्विटर पर संचार का मुख्य माध्यम है यह एक मुक्त सामाजिक तंत्रव्यवस्था (Networking) है। यह एक सूक्ष्म पाठ्यसंदेश है जिसे 'ट्वीट्स' या 'चहकता' भी कह सकते हैं। 'ट्वीट्स' 140 अक्षरों तक पाठ्य संदेश (Text Message) भेज सकते हैं। 'ट्विटर' में अपना संदेश लिखकर अनुयायीयों (फॉलोअर) को भेजे जाते हैं। भेजनेवाला अपना संदेश मित्रों तक या मुक्त रूप से सभी को इस्तेमाल के लिए अनुमति भी दे सकते हैं। इंटरनेट पर यह सेवा निःशुल्क है, लेकिन SMS के उपयोग के लिए फोन सेवा की तरह हमें शुल्क देना पड़ता है। 'ट्विटर' का मुख्य कार्य यह होता है कि निश्चित व्यक्ति इसी समय क्या कर रहा है? जिसपर उपभोक्ता बिना विस्तार से अपना विचार व्यक्त कर सकता है। ट्विटर का इस्तेमाल करनेवाला विभिन्न तरीकों से अपना खाता अपडेट कर सकता है। साथ ही 'ई-मेल तथा फेसबुक' जैसे विशेष अन्तरजाल (web application) का भी प्रयोग कर सकता है।

दुनिया भर में कई लोग एक ही घंटे में कई बार अपना 'ट्विटर खाता' अद्यतन (अपडेट) करते रहते हैं। इस संदर्भ में कई विवाद भी उठे हैं, जो अपने बारे में ताजा सूचना देते रहने से एक प्रकार का बोझ समझने लगते हैं।

ट्विटर / एक्स समाचार सामग्री के लिए एक महत्वपूर्ण चैनल और किसी कंपनी या व्यक्तिगत ब्रांड को बढ़ावा देने के लिए एक अच्छा मंच बना हुआ है। प्रसिद्ध राजनेता, सांस्कृतिक हस्तियाँ, खिलाड़ी, व्यवसायी ट्विटर पर मौजूद हैं और अपने दर्शकों से संवाद करने के लिए इस मंच का सक्रिय रूप से उपयोग करते हैं। इसका अर्थ है कि माइक्रोब्लॉगिंग प्लेटफॉर्म अपनी प्रासंगिकता नहीं खोता है और सामग्री के वितरण और उपभोग के

लिए एक प्रभावी उपकरण साबित हो सकता है। पहले यह सेवा अंग्रेजी में उपलब्ध थी। अब हिंदी के साथ-साथ अन्य कई भाषाओं में भी उपलब्ध होने लगी है।

ट्वीट तेजी से फैल सकते हैं और फॉलोअर्स की संख्या बढ़ाने में उत्प्रेरक का काम कर सकते हैं। संदेशों के प्रारूप पर विशेष ध्यान दें। टेक्स्ट के साथ वीडियो, चित्र और जीआईएफ का उपयोग करना समझदारी भरा कदम है। इन प्रारूपों में कंटेंट के लोगों का ध्यान आकर्षित करने की संभावना अधिक होती है।

इस प्लेटफॉर्म पर आने के मुख्य उद्देश्य हैं:- समाचार पढ़ना, मनोरंजन, संचार, ब्रांड/कंपनी के साथ बातचीत।

2.3.3.2 'ट्विटर' / अब X का इतिहास :

ट्विटर के इतिहास के प्रमुख चरण :

- **स्थापना (2006) :** 'ट्विटर' का निर्माण 21 मार्च 2006 में जैक डॉर्सी इव्हन विलिएम्स, बीझ स्टोन तथा नोव्हा ग्लास ने किया है। जैक डॉर्सी ने 'ट्विटर' (Twitter) में पहला संदेश 21 मार्च 2006 में "Just setting up my Twitter" रूप में प्रकाशित किया। इसका आधिकारिक जनता के लिए लॉन्च 15 जुलाई 2006 को हुआ। 'ट्विटर' का उपयोग पहली बार ऑडिओ कंपनी के अंतर्गत कर्मचारियों के सेवा के लिए किया गया। इसी तरह ट्विटर पूर्ण संस्करण के रूप में 15 जुलाई 2006 में पेश किया गया।
- **तेजी से विकास (2007-2008):** 2007 के साउथ बाय साउथवेस्ट (SXSWi) सम्मेलन के दौरान ट्विटर की लोकप्रियता में जबरदस्त वृद्धि हुई, जहाँ प्रतिदिन ट्वीट्स 20,000 से बढ़कर 60,000 हो गए।
- **मील के पत्थर:** 2010 में नासा के टी.जे. क्रीमर ने अंतरिक्ष से पहला ट्वीट किया, और उसी वर्ष 'न्यू ट्विटर' इंटरफेस पेश किया गया। 2013 में ट्विटर का IPO (शेयर बाजार में सूचीबद्ध) आया।
- **ट्विटर से 'X' तक (2022-वर्तमान):** अक्टूबर 2022 में, एलन मस्क ने लगभग 44 बिलियन डॉलर में ट्विटर का अधिग्रहण किया। इसके बाद कंपनी का नाम बदलकर X.com कर दिया गया और प्रतिष्ठित नीली चिड़िया (Larry the Bird) के लोगो को 'X' से बदल दिया गया।
- **स्थान:** मुख्यालय सैन फ्रांसिस्को, कैलिफ़ोर्निया में बना रहा, लेकिन वह सैन जोस (California) में अपने नए कार्यालयों में स्थानांतरित हो गया।
- **भारत में स्थिति:** 2023 की रिपोर्टों के अनुसार, कंपनी ने भारत में दिल्ली और मुंबई के कार्यालय बंद कर दिए थे, लेकिन बेंगलुरु में एक कार्यालय चालू था, जो मुख्य रूप से इंजीनियरिंग के लिए था।

ट्विटर के इतिहास में एक महत्वपूर्ण घटना टीजे क्रीमर द्वारा अंतरराष्ट्रीय अंतरिक्ष स्टेशन से किया गया पहला

लाइव ट्वीट है। हर क्षेत्र की अपनी विशिष्टता होती है, इसी तरह ट्विटर ने 2006 से अब तक अपने लक्ष्य को प्राप्त करने के लिए कई संघर्षों का सामना करते हुए जबरदस्त विकास किया है।

2.3.3.3 'ट्विटर' अब X की कार्यप्रणाली (Operative System of Twitter) :

'ट्विटर' (अब X) एक रीयल-टाइम माइक्रोब्लॉगिंग और सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म है, जो उपयोगकर्ताओं को 280 अक्षरों तक के टेक्स्ट संदेश (ट्वीट), चित्र, वीडियो और लिंक साझा करने की अनुमति देता है। यह 'फॉलो' (follow) सिस्टम पर काम करता है, जहां उपयोगकर्ता ट्रेंडिंग विषयों, समाचारों और व्यक्तिगत विचारों को तुरंत अपडेट और साझा कर सकते हैं।

ट्विटर अब X की कार्यप्रणाली के मुख्य बिंदु :

- **'ट्विटर' (अब X) का खाता शुरू करना (Account Open) :**

'ट्विटर' Account Open करने के लिए हमें प्रथम 'ट्विटर' की वेबसाइट शुरू करनी होगी। जो पहले से ही 'ट्विटर' के उपभोक्ता है उसे अपना युजर नेम (User Name) और पासवर्ड (Password) को लिंक या Enter करके 'ई-मेल' की तरह Sign-in करना चाहिए। हमें नया ई-मेल ID और पासवर्ड को enter करना चाहिए। पासवर्ड गोपनीय रखना होगा क्योंकि अन्य व्यक्ति अंदाज लगा के लिंक भी कर सकता है। Sign up (हस्ताक्षर करना) पर क्लिक करने से हमें पर्दे (Screen) पर प्रोफाइल की जानकारी मिलती है। आगे जाकर ट्विटर की शर्तें और सेवा (Terms of Services) को ध्यान से पढ़कर अंत में Create my account button पर क्लिक करना। इसके पश्चात ट्विटर का शुरूवाती पेज खुल जाता है। जिसमें हम मित्रों को जोड़ (Add) या सहाय्यक (Follow) कर सकते हैं। हमें इनमें से कम से कम पाँच व्यक्ति को चुनकर उन्हें फॉलो करने Next Option पर क्लिक करना जरूरी होता है। इसीतरह हम आगे जाकर अपनी पसंद के अनुसार लोगों के नाम का सुझाव (Suggest) देकर उन्हें Follow/Add कर सकते हैं। इस प्रक्रिया को जारी रखने के लिए इसमें से पाँच लोगो को चुनकर क्लिक करना है। अंत में हमारे सामने ट्विटर का मुख पृष्ठ (Home Page) देखने को मिलता है। इसके बाद ट्वीट्स कर सकते हैं।

- **ट्वीट (Tweet):** यह मुख्य पोस्ट है, जिसमें टेक्स्ट के अलावा मीडिया भी शामिल हो सकता है।
- **रीट्वीट/रीपोस्ट (Retweet / Repost):** किसी अन्य उपयोगकर्ता के ट्वीट को अपने फॉलोअर्स के साथ साझा करना।
- **कोट ट्वीट (Quote Tweet):** किसी के ट्वीट पर अपनी राय (कमेंट) जोड़कर उसे साझा करना।
- **फॉलो करना (Follow):** किसी विशिष्ट व्यक्ति, समाचार संगठन या रुचि के विषय से अपडेट रहने के लिए उन्हें 'फॉलो' करना।
- **हैशटैग (# Hashtag):** विशिष्ट विषयों पर बातचीत को खोजने और ट्रेंड्स में शामिल होने का तरीका।

- **डायरेक्ट मैसेज (DM):** अन्य उपयोगकर्ताओं के साथ निजी तौर पर बातचीत करना।
- **लाइक (Like):** किसी ट्वीट को पसंद करने के लिए हार्ट आइकन पर क्लिक करना।

इस प्रकार ट्विटर अब X की कार्यप्रणाली चलती है।

2.3.3.4 ट्विटर / X की गोपनीयता तथा सुरक्षा (Privacy and Security of Twitter) :

ट्विटर की गोपनीयता-

- 'ट्विटर' का संदेश सार्वजनिक होने के बावजूद भी उपभोक्ता वैयक्तिक संदेश भेज सकता है। वह अपनी जानकारी गोपनीय और सुरक्षित रखकर नियमों के अनुसार त्रयस्थ व्यक्ति को संदेश भेज सकते हैं। ट्विटर की गोपनीयता में जिसका उपयोग करके हम अपना संदेश (Message) किसे भेजना है; यह तय कर सकते हैं। मगर हम इस पर्याय (Unchecked) का चुनाव करते हैं, तो विश्व में से कोई भी ट्विटर हमारे अनुमति बिना पढ़ नहीं सकता। इसलिए हम 'ट्विटर प्रोटेक्ट' (Tweet Protect) करते हैं, तो कोई भी उपभोक्ता अपना नाम और ठिकाना जान नहीं सकता ।
- हाल के दिनों में ट्विटर पर भी कुछ असुरक्षा की खबरें देखने में आयी हैं। ट्विटर कई बार फिशिंग स्कैम का शिकार हुई थी। इस कारण ट्विटर द्वारा उपभोक्ताओं को चेतावनी दी गई वे डायरेक्ट मेसेज पर आए किसी संदिग्ध लिंक को क्लिक न करें। साइबर अपराधी उपभोक्ता लोगों को झांसा देकर उनके उपभोक्ता नाम और पासवर्ड आदि की चोरी कर लेते हैं। इनके द्वारा उपभोक्ता को ट्विटर पर अपने मित्रों की ओर से डायरेक्ट मेसेज के भीतर छोटा सा लिंक मिल जाता है। इस पर क्लिक करते ही उपभोक्ता एक फर्जी वेबसाइट पर पहुँच जाता है। यह ठीक ट्विटर के होम पेज जैसा दिखता है। यहीं पर उपभोक्ता को अपनी लॉग-इन ब्यौरे एंटर करने को कहा जाता है, ठीक वैसे ही जैसे ट्विटर के मूल पृष्ठ पर होता है और इस प्रकार ये ब्यौरे चुरा लिये जाते हैं। सुरक्षा विशेषज्ञों के अनुसार साइबर अपराधी खातों को भी हैक कर सकते हैं, या फिर इससे किसी दूर के कंप्यूटर में सहेजी जानकारी को हैक कर सकते हैं।

ट्विटर की सुरक्षा :

साइबर अपराधी से बचने हेतु उपभोक्ताओं को अपने खाते का पासवर्ड कोई कठिन शब्द रखना चाहिये और सभी जगह एक ही का प्रयोग न करें। यदि उन्हें यह महसूस होता है कि उनके ट्विटर खाते से संदिग्ध संदेश भेजे जा रहे हैं तो अपने पासवर्ड को तुरंत बदल लें। इसी तरह अपने ट्विटर खाते की सेंटिंग्स या कनेक्शन एरिया भी जाँचे। यदि वहां किसी थर्ड पार्टी की ऐप्लिकेशन संदिग्ध लगती है तो खाते को एक्सेस करने की अनुमति न दें। ट्विटर ने भी सुरक्षा कड़ी करने हेतु पासवर्ड के रूप में प्रयोग होने वाले 370 शब्दों को निषेध कर दिया है। उनके अनुसार पासवर्ड के इन शब्दों के बारे में अनुमान लगाना सरल है। द टेलीग्राफ की रिपोर्ट के अनुसार, ट्विटर ने '12345' और 'Password' जैसे शब्दों के पासवर्ड के रूप में प्रयोग को रोक दिया है। इनका अनुमान

लगा अत्यंत सरल होता है और फिर उपभोक्ताओं की जानकारी को खतरा हो सकता है। पासवर्ड के रूप में 'पॉशे' और 'फेरारी' जैसी प्रसिद्ध कारों और 'चेल्सी' व 'आर्सेनल' जैसी फुटबॉल टीमों के नाम भी निषेध कर दिये हैं। इसी प्रकार विज्ञान कल्पना (साइंस फिक्शन) के कुछ शब्दों पर भी प्रतिबंध लगाया गया है।

ट्विटर / X उपभोक्ता अनजान लिंक्स पर क्लिक करने से बचें और अपनी व्यक्तिगत या वित्तीय जानकारी साझा न करें। ट्विटर / X की गोपनीयता तथा सुरक्षा पालन करें।

2.3.3.5 ट्विटर की सेवा (मोबाईल) :

2026 में, मोबाइल उपयोगकर्ताओं के लिए 'X Premium' (ब्लू टिक) की सुविधा उपलब्ध है। 'ट्विटर' का उपयोग मोबाईल से आयफोन, आयपैड, अँड्राइड, विंडोज फोन, ब्लैक बैरी, फायर फॉक्स, ओएस तथा नोकिया S40 इन पर भी 'ट्विटर' यह ऐप मुफ्त में उपलब्ध है। आजकल ट्विटर की सेवा का उपयोग ज्यादातर मोबाईल से हो रहा है। करीबन आधे से ज्यादा उपभोक्ता मोबाईल के हैं। ट्विटर का ऐसा वेबसाइट संस्करण मोबाईल SMS और MMS सेवा के लिए उपयोग किया जा सकता है। 'ट्विटर' का उपयोग शिक्षा में भी हो रहा है। महाविद्यालयों और विश्वविद्यालयों में विद्या के ऐसे साधन (Tool) बनाए हैं, जिससे छात्रों को प्रेरणा मिल रही है। व्याख्यान, कोर्स तथा सहभागीयों को प्रोत्साहन मिल रहा है। एक साथ छात्रों अथवा प्राध्यापकों को संदेशद्वारा मार्गदर्शन का काम हो रहा है। टेलीव्हीजन की तरह हम 'ट्विटर' में लाईव शो (Live show) अँवार्ड, ऑस्कर जैसे कार्यक्रम भी देख सकते हैं। फिर भी टेलीव्हीजन की तरह यह ज्यादा परिणामकारक नहीं हो सका।

2.3.3.6 ट्विटर / X की विश्वसनीयता :

ट्विटर को समाचार का एक द्वितीयक स्रोत (Secondary Source) मानना बेहतर है, न कि प्राथमिक। किसी भी महत्वपूर्ण सूचना पर विश्वास करने से पहले मुख्यधारा के मीडिया या आधिकारिक स्रोतों से पुष्टि अवश्य करें। 'ट्विटर' में विश्वसनीयता ब्रेकिंग न्यूज और रीयल-टाइम जानकारी का एक त्वरित स्रोत है, लेकिन इसकी विश्वसनीयता मिश्रित है। एलन मस्क के अधिग्रहण के बाद, पेड ब्लू टिक वेरिफिकेशन और मॉडरेशन में बदलाव के कारण, प्लेटफॉर्म पर गलत सूचना (misinformation) और बॉट्स की चिंताएं बढ़ी हैं। यह समाचारों के लिए लोकप्रिय है, लेकिन सूचना की पुष्टि करना आवश्यक है।

ट्विटर की विश्वसनीयता से जुड़े मुख्य बिंदु :

- **ब्लू टिक वेरिफिकेशन (पेड):** अब कोई भी व्यक्ति 8 (या निर्धारित शुल्क) देकर X Premium का सदस्य बनकर ब्लू टिक प्राप्त कर सकता है, जिससे यह पहचान का सटीक पैमाना नहीं रह गया है।
- **वास्तविक समय की सूचना:** ब्रेकिंग न्यूज, राजनीतिक अपडेट और ट्रेंडिंग विषयों के लिए यह एक प्रमुख स्रोत है।

- **गलत सूचना और बॉट्स:** हालांकि बॉट्स को कम करने का प्रयास किया जा रहा है, लेकिन मंच पर अभी भी गलत सूचना फैलने का जोखिम बना हुआ है।
- **उपयोगकर्ता अनुभव:** कई उपयोगकर्ता इसे 50% से कम विश्वसनीय मानते हैं क्योंकि ट्रोलिंग और अनवैरिफाइड खबरें आम हैं। ट्विटर में विश्वसनीयता की दृष्टि से ज्यादा ध्यान नहीं दिया गया था। लेकिन 'ट्विटर' का सही उपयोग और सुरक्षा के लिए उपभोक्ताओं को उसका नाम और पासवर्ड देने की सुविधा उपलब्ध की गई है। जिससे ट्विटर और भी विश्वसनीय बन रहा है।

2.3.3.7 ट्विटर का महत्त्व :

- दिन भर घट रही घटनाओं की सूचनाएं कुछ शब्दों में प्रसारित करने का सबसे तेज और असरदार माध्यम आज की दुनिया में ट्विटर बन गया है, इसका प्रयोग राजनेता, पत्रकार और सरकारें मनोरंजन के क्षेत्र की हस्तिया करती हैं। मोबाइल फोन और इंटरनेट ने ट्विटर को एक असीमित संदेश माध्यम के रूप में विकसित कर दिया है, इसका प्रयोग घटनाओं और विचारों पर टीका टिप्पणी के लिए खूब इस्तेमाल होता है।
- जब किसी घटना, खबर या टिप्पणी की ट्विटर पर बार-बार चर्चा होती है और ऐसे संदेशों की संख्या बहुत बढ़ जाती है तो वह जनमत को प्रभावित करती है। पहले किसी खबर को फैलाने में कई दिन लगते थे आज वह ट्विटर पर मिनटों में हो जाता है। कुछ शब्दों में संदेशों का लाखों लोगों में प्रसार इसकी विशेषता है।
- बहुत सारे ऐसे लोग भी हैं जिन्होंने बड़े-बड़े नेताओं को ट्वीट किया और अपनी समस्याएं बताई और इस प्लेटफॉर्म के प्रभाव के कारण उन नेताओं ने भी इन बातों पर एक्शन लिया। इसी प्रकार ना जाने कितने ऐसे उदाहरण हैं। ट्विटर पर एक कैम्पेन रिवॉल्यूशन भी ला सकता है और इसी की वजह से यह एक काफी प्रभावशाली सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म है।
- आज हॉलीवूड तथा बॉलीवूड स्टार भी इसका लाभ उठा रहे हैं। खिलाड़ी, साहित्यकार, बिज़नेसमन भी इनसे पीछे नहीं रह गये। किसी भी महान व्यक्ति का जन्मदिन, विशेष कार्य तथा अवार्ड मिला तो ट्वीट्स भेजते हैं।
- एक वाक्य में ट्विटर का महत्त्व कहा जाये तो ट्विटर वह छायादार वृक्ष है जहाँ देश-विदेश के सभी मानव रूपी पक्षियों का बसेरा होता है। जहाँ कोई छोटे-बड़े, काले-गोरे का भेद नहीं इसीकारण ट्विटर का महत्त्व दिन-ब-दिन बढ़ रहा है।

2.3.4 इंस्टाग्राम (Instagram) :

2.3.4.1 स्वरूप

2.3.4.2 इंस्टाग्राम का परिचय

2.3.4.3 इंस्टाग्राम की कार्यप्रणाली

2.3.4.4 इंस्टाग्राम की गोपनीयता और सुरक्षा

2.3.4.5 इंस्टाग्राम का प्रभाव

2.3.4.6 इंस्टाग्राम की समस्या

2.3.4.7 इंस्टाग्राम का महत्व

2.3.4.1 इंस्टाग्राम स्वरूप :

‘इंस्टाग्राम’ (Instagram) का हिंदी में मतलब एक लोकप्रिय सोशल नेटवर्किंग मंच है, जहाँ यूज़र्स फोटो और वीडियो साझा कर सकते हैं। यह Meta (पूर्व में Facebook) के स्वामित्व वाला एक एप्लिकेशन है, जो मुख्य रूप से विज़ुअल कंटेंट (तस्वीरें, वीडियो, रील्स) शेयरिंग के लिए उपयोग किया जाता है।

- इस कंपनी की स्थापना स्टैनफोर्ड विश्वविद्यालय के स्नातक केविन सिस्ट्रॉम और माइक क्रीगर ने 2010 में की थी और अब इसके लगभग 20 करोड़ उपयोगकर्ता हैं। सोशल नेटवर्किंग की दिग्गज कंपनी फेसबुक ने 2012 में इस कंपनी का अधिग्रहण कर लिया। समय के साथ यह दुनिया भर में करोड़ों लोगों के जीवन का अहम हिस्सा बन चुका है। इंस्टाग्राम का उपयोग व्यक्तिगत यादों को साझा करने से लेकर, क्रिएटर्स द्वारा इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग और ब्रांडों द्वारा अपने उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए किया जाता है। इंस्टाग्राम एक लोकप्रिय सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म है, जिसका स्वरूप आधुनिक डिजिटल युग की जीवनशैली को दर्शाता है। यह मुख्य रूप से फोटो और वीडियो साझा करने का माध्यम है, जहाँ उपयोगकर्ता अपनी व्यक्तिगत, सामाजिक और रचनात्मक अभिव्यक्तियों को प्रस्तुत करते हैं।
- इंस्टाग्राम का मुख्य स्वरूप दृश्य-आधारित (visual-based) है। इसमें उपयोगकर्ता अपनी तस्वीरें, रील्स (छोटे वीडियो), स्टोरीज़ और लाइव वीडियो के माध्यम से अपनी गतिविधियों को साझा करते हैं। इसका इंटरफेस सरल और आकर्षक होता है, जिससे हर उम्र के लोग इसे आसानी से उपयोग कर सकते हैं। ऐप खोलते ही एक ‘फीड’ दिखाई देती है, जिसमें उन लोगों की पोस्ट होती हैं जिन्हें हम फॉलो करते हैं। यह फीड लगातार अपडेट होती रहती है और नए कंटेंट को सामने लाती है। इंस्टाग्राम का एक प्रमुख फीचर ‘‘स्टोरी’’ है, जो 24 घंटे के लिए दिखाई देती है। इसके अलावा ‘‘रील्स’’ का स्वरूप भी बहुत लोकप्रिय हो गया है, जिसमें लोग छोटे-छोटे मनोरंजक वीडियो बनाकर साझा करते हैं। यह फीचर खासकर युवाओं के बीच काफी प्रचलित है। इंस्टाग्राम पर ‘लाइक’, ‘कमेंट’ और ‘शेयर’ जैसे विकल्प भी होते हैं, जिनसे उपयोगकर्ता एक-दूसरे के साथ संवाद कर सकते हैं।
- व्यापारिक दृष्टि से भी इंस्टाग्राम का स्वरूप बहुत महत्वपूर्ण है। आज के समय में कई कंपनियाँ और छोटे व्यवसाय अपने उत्पादों का प्रचार-प्रसार इसी प्लेटफ़ॉर्म के माध्यम से करते हैं। ‘इन्फ्लुएंसर’ नामक नए वर्ग का उदय भी इंस्टाग्राम की देन है, जो अपने फॉलोअर्स के माध्यम से ब्रांड्स को प्रमोट

करते हैं। इससे लोगों को रोजगार के नए अवसर भी मिलते हैं। इंस्टाग्राम का स्वरूप केवल मनोरंजन तक सीमित नहीं है, बल्कि यह जानकारी और शिक्षा का भी एक अच्छा स्रोत बन गया है। कई लोग यहाँ पर शिक्षात्मक कंटेंट, टिप्स, समाचार और जागरूकता से जुड़ी जानकारी साझा करते हैं। इससे उपयोगकर्ताओं को नई-नई चीजें सीखने का अवसर मिलता है।

2.3.4.2 इंस्टाग्राम का परिचय :

इंस्टाग्राम एक लोकप्रिय सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म है, इंस्टाग्राम एक मुफ्त फोटो और वीडियो शेयरिंग ऐप है जो मेटा नेटवर्क का हिस्सा है। लोग इस प्लेटफॉर्म पर फोटो या वीडियो अपलोड कर सकते हैं और उन्हें अपने फॉलोअर्स या दोस्तों के एक चुनिंदा समूह के साथ शेयर कर सकते हैं। वे इंस्टाग्राम पर अन्य उपयोगकर्ताओं द्वारा शेयर की गई पोस्ट देख सकते हैं, उन पर टिप्पणी कर सकते हैं और उन्हें लाइक भी कर सकते हैं।

इंस्टाग्राम का परिचय को निम्नलिखित बिंदुओं के अंतर्गत समझा जा सकता है:

- इंस्टाग्राम शुरुआत वर्ष 2010 में केविन सिस्ट्रॉम और माइक क्रिगर द्वारा की गई थी। बाद में 2012 में फेसबुक (अब मेटा) ने इसे खरीद लिया, जिसके बाद इसकी लोकप्रियता तेजी से बढ़ी। आज इंस्टाग्राम दुनिया भर में करोड़ों लोगों द्वारा इस्तेमाल किया जाने वाला एक प्रमुख डिजिटल माध्यम बन चुका है। इंस्टाग्राम का मुख्य उद्देश्य लोगों को एक-दूसरे से जोड़ना और उनकी रचनात्मकता को प्रदर्शित करने का अवसर देना है। इसमें उपयोगकर्ता अपनी तस्वीरें, वीडियो, रील्स और स्टोरीज़ साझा कर सकते हैं। 'रील्स' फीचर के माध्यम से छोटे-छोटे मनोरंजक वीडियो बनाए जाते हैं, जबकि 'स्टोरी' 24 घंटे के लिए दिखाई देती है। इसके अलावा, लाइव वीडियो के जरिए लोग अपने फॉलोअर्स से सीधे जुड़ सकते हैं।
- इंस्टाग्राम का इंटरफेस सरल और आकर्षक है, जिससे इसे उपयोग करना आसान होता है। इसमें 'लाइक', 'कमेंट' और 'शेयर' जैसे विकल्प होते हैं, जिनसे लोग आपस में संवाद कर सकते हैं। साथ ही, 'फॉलो' फीचर के जरिए उपयोगकर्ता अपने पसंदीदा लोगों, कलाकारों और ब्रांड्स से जुड़े रहते हैं।
- आज के समय में इंस्टाग्राम केवल मनोरंजन का साधन नहीं है, बल्कि यह व्यापार और प्रचार का भी एक प्रभावी माध्यम बन गया है। कई कंपनियाँ, छोटे व्यवसाय और इन्फ्लुएंसर अपने उत्पादों और सेवाओं को प्रमोट करने के लिए इसका उपयोग करते हैं। इससे लोगों को नए अवसर और पहचान मिलती है। इंस्टाग्राम एक ऐसा मंच है, जो लोगों को जोड़ने, अपनी प्रतिभा दिखाने और दुनिया के साथ अपने विचार साझा करने का अवसर प्रदान करता है।

2.3.4.3 इंस्टाग्राम की कार्यप्रणाली :

इंस्टाग्राम की कार्यप्रणाली एक सुव्यवस्थित और उपयोगकर्ता-केंद्रित प्रणाली पर आधारित है, जो लोगों

को आसानी से जुड़ने और अपनी सामग्री साझा करने की सुविधा प्रदान करती है। Instagram पर अकाउंट बनाने के बाद उपयोगकर्ता अपनी प्रोफाइल तैयार करते हैं, जिसमें फोटो, बायो और अन्य जानकारी शामिल होती है।

इंस्टाग्राम की कार्यप्रणाली के मुख्य बिंदु :

a) इंस्टाग्राम का खाता /अकाउंट बनाना :

आप ऐप डाउनलोड करके या डेस्कटॉप वेबसाइट का उपयोग करके इंस्टाग्राम अकाउंट बना सकते हैं। अधिक विस्तृत निर्देशों के लिए और यदि आप इसे अपने मौजूदा फेसबुक अकाउंट से जुड़ते हैं, तो Instagram पर अकाउंट बनाने के बाद उपयोगकर्ता अपनी प्रोफाइल तैयार करते हैं, जिसमें फोटो, बायो और अन्य जानकारी शामिल होती है।

● इंस्टाग्राम खातों /अकाउंट के प्रकार :

इंस्टाग्राम तीन प्रकार के प्रोफाइल प्रदान करता है: व्यक्तिगत, व्यावसायिक और क्रिएटर। सभी इंस्टाग्राम अकाउंट डिफॉल्ट रूप से व्यक्तिगत प्रोफाइल के रूप में शुरू होते हैं। आप किसी भी समय व्यक्तिगत प्रोफाइल को व्यावसायिक या क्रिएटर प्रोफाइल में परिवर्तित कर सकते हैं। अधिकांश लेखकों के लिए, क्रिएटर प्रोफाइल सबसे अच्छा विकल्प होता है। व्यावसायिक अकाउंट और क्रिएटर अकाउंट के बीच काफी अंतर है।

b) इंस्टाग्राम पर किस प्रकार की सामग्री साझा कर सकते हैं :

- **फीड पोस्ट :** इंस्टाग्राम पर मौजूद मूल प्रकार की सामग्री, जिसमें फोटो, वीडियो और कैरोसेल शामिल होते हैं, जो उपयोगकर्ता द्वारा फॉलो किए जा रहे अकाउंट के मुख्य फीड में दिखाई देते हैं। फीड पोस्ट मुख्य होम फीड, एक्सप्लोर पेज, गाइड में और कभी-कभी स्टोरीज़ में शेयर किए जाने पर भी देखे जा सकते हैं।
- **कैरोसेल पोस्ट / मल्टी-कंटेंट:** आप एक ही पोस्ट में फोटो, वीडियो या दोनों का मिश्रण साझा कर सकते हैं। ये ऐसी पोस्ट होती हैं जिनमें एक ही पोस्ट में अधिकतम 10 छवियां होती हैं, जिन्हें दर्शक स्क्रॉल करके देख सकते हैं। कैरोसेल पोस्ट उन पोस्ट के लिए बेहतरीन हैं जिनमें आप अपनी किताब के बारे में इन्फ्लुएंसर्स से ली गई तस्वीरों का संकलन, किताब के अंदरूनी दृश्य या रेसिपी जैसे डिज़ाइन किए गए ग्राफ़िक्स साझा कर सकते हैं, जो एक ही इमेज फीड पोस्ट में समाहित नहीं हो सकते।
- **रील्स :** ये TikTok की तरह ही छोटे वीडियो का एक रूप हैं। रील्स फीचर आपको छोटे वीडियो बनाने की सुविधा देता है, जिनमें आप फ़िल्टर, इफ़ेक्ट, संगीत और अन्य रचनात्मक टूल जोड़ सकते हैं। रील्स को क्लासिक न्यूज़ फीड में शामिल किया जा सकता है, जहाँ फोटो और कैरोसेल प्रदर्शित

होते हैं, लेकिन ये वीडियो आपकी प्रोफाइल पर एक अलग टैब में भी दिखाई देंगे। रील्स आम तौर पर नए दर्शकों तक पहुँचने का एक बेहतरीन ज़रिया हैं। हालाँकि आपके मौजूदा दर्शक भी इन्हें देख सकते हैं, लेकिन रील्स का मुख्य उद्देश्य उन उपयोगकर्ताओं तक पहुँचना है जो वर्तमान में आपके खाते को फॉलो नहीं करते हैं।

- **स्टोरीज** : स्टोरीज के साथ, आप ऐसी तस्वीरें और वीडियो साझा कर सकते हैं जो 24 घंटे बाद आपकी प्रोफाइल, फ़ीड और संदेशों से गायब हो जाते हैं, जब तक कि आप उन्हें अपनी प्रोफाइल में स्टोरी हाइलाइट्स के रूप में नहीं जोड़ते।

c) इंस्टाग्राम की कार्यप्रणाली का मुख्य आधार 'फॉलो' सिस्टम है। उपयोगकर्ता जिन लोगों को फॉलो करते हैं, उनकी पोस्ट और स्टोरीज़ उनके होम फ़ीड में दिखाई देती हैं। फ़ीड एक एल्गोरिदम के आधार पर काम करती है, जो यह तय करता है कि उपयोगकर्ता को कौन-सी पोस्ट पहले दिखाई जाए। यह एल्गोरिदम उपयोगकर्ता की रुचि, गतिविधि (लाइक, कमेंट, शेयर) और इंटरैक्शन के आधार पर कंटेंट को प्राथमिकता देता है। इस प्लेटफ़ॉर्म पर सामग्री साझा करने के कई तरीके हैं, जैसे फोटो पोस्ट, वीडियो, रील्स और स्टोरीज़। 'रील्स' फीचर छोटे और आकर्षक वीडियो बनाने के लिए उपयोग किया जाता है, जबकि 'स्टोरी' 24 घंटे तक ही दिखाई देती है। इसके अलावा, 'लाइव' फीचर के माध्यम से उपयोगकर्ता अपने फॉलोअर्स के साथ रियल-टाइम में जुड़ सकते हैं।

d) इंस्टाग्राम की कार्यप्रणाली में 'एक्सप्लोर' सेक्शन भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यह सेक्शन उपयोगकर्ता की पसंद और सर्च हिस्ट्री के आधार पर नए और रोचक कंटेंट को दिखाता है। इससे उपयोगकर्ता नए क्रिएटर्स और ट्रेंड्स से परिचित होते हैं। इसके अलावा, इंस्टाग्राम में 'डायरेक्ट मैसेज' (DM) की सुविधा भी होती है, जिसके जरिए लोग निजी बातचीत कर सकते हैं।

e) इंस्टाग्राम बिजनेस अकाउंट और विज्ञापन (Ads) की सुविधा भी प्रदान करता है, जिससे कंपनियाँ अपने उत्पादों का प्रचार कर सकती हैं। इंस्टाग्राम की कार्यप्रणाली उपयोगकर्ता की रुचियों और गतिविधियों पर आधारित होती है, जो इसे एक प्रभावी और आकर्षक सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म बनाती है।

2.3.4.4 इंस्टाग्राम की गोपनीयता और सुरक्षा :

इंस्टाग्राम के खातों / अकाउंट की गोपनीयता और सुरक्षा निम्नलिखित बिंदुओं के अंतर्गत समझे जा सकते हैं।

गोपनीयता :

- **खातों / अकाउंट डेटा सुरक्षा (End-to-End Encryption Removal)**: अब इंस्टाग्राम पर चैट्स और मीडिया पूरी तरह सुरक्षित नहीं हैं; मेटा इनका उपयोग विज्ञापनों के लिए कर सकता है।
- **अकाउंट प्राइवैसी**: सेटिंग्स में जाकर अकाउंट को 'Private' करें ताकि केवल आपके फॉलोअर्स ही पोस्ट देख सकें।

- **दो-कारक प्रमाणीकरण (2FA):** सुरक्षा Two-Factor Authentication के जरिए लॉगिन को सुरक्षित करें।
- **ब्लॉक और रिपोर्ट:** यदि कोई परेशान करता है, तो उसे ब्लॉक करें या 'Report' विकल्प का उपयोग करें।
- **एक्टिविटी स्टेटस:** सेटिंग्स में जाकर 'Show Activity Status' बंद करें ताकि लोग न देख सकें कि आप ऑनलाइन हैं या नहीं।
- **पर्सनल डेटा:** व्यक्तिगत जानकारी (पासवर्ड, बैंक डिटेल्स) कभी भी इंस्टाग्राम DM पर शेयर न करें।
- **पहचान की चोरी:** यदि कोई नकली अकाउंट बनाता है, तो तुरंत रिपोर्ट करें।

सुरक्षित रहने के लिए टिप्स :

- अपने पासवर्ड को मजबूत रखें।
- संदेहास्पद लिंक या संदेशों पर क्लिक न करें।
- अनजान लोगों के फॉलो रिक्वेस्ट (Follow Request) ब्लॉक करें।
- इंस्टाग्राम की गोपनीयता और सुरक्षा उपयोगकर्ताओं के डेटा और व्यक्तिगत जानकारी की रक्षा के लिए महत्वपूर्ण पहलू हैं। यह प्लेटफॉर्म कई सुरक्षा फीचर्स प्रदान करता है, जिससे उपयोगकर्ता अपनी जानकारी को सुरक्षित रख सकते हैं। इंस्टाग्राम में 'प्राइवेट अकाउंट' का विकल्प होता है, जिसके माध्यम से केवल स्वीकृत (approved) फॉलोअर्स ही आपकी पोस्ट और स्टोरी देख सकते हैं। इसके अलावा, 'टू-फैक्टर ऑथेंटिकेशन' (2FA) सुविधा भी उपलब्ध है, जो अकाउंट में लॉगिन करते समय एक अतिरिक्त सुरक्षा परत प्रदान करती है। इससे अनाधिकृत (unauthorized) एक्सेस की संभावना कम हो जाती है।
- प्लेटफॉर्म उपयोगकर्ताओं को यह नियंत्रण भी देता है कि वे किसके साथ अपनी जानकारी साझा करना चाहते हैं। 'ब्लॉक' और 'रिपोर्ट' जैसे विकल्पों के जरिए किसी भी संदिग्ध या आपत्तिजनक अकाउंट के खिलाफ कार्रवाई की जा सकती है। साथ ही, इंस्टाग्राम की गोपनीयता नीतियाँ यह सुनिश्चित करती हैं कि उपयोगकर्ता का डेटा सुरक्षित रूप से संग्रहित और उपयोग किया जाए। हालाँकि, उपयोगकर्ताओं को भी सावधानी बरतनी चाहिए, जैसे मजबूत पासवर्ड रखना, अजनबी लिंक पर क्लिक न करना और व्यक्तिगत जानकारी साझा करने से बचना।

इस प्रकार, इंस्टाग्राम की गोपनीयता और सुरक्षा प्रणाली तकनीकी उपायों और उपयोगकर्ता जागरूकता दोनों पर आधारित है।

2.3.4.5 इंस्टाग्राम का प्रभाव :

सकारात्मक प्रभाव और नकारात्मक प्रभाव :

इंस्टाग्राम का प्रभाव आधुनिक समाज पर व्यापक और बहुआयामी है। यह प्लेटफॉर्म लोगों के जीवन, सोच और व्यवहार को कई तरीकों से प्रभावित करता है। इंस्टाग्राम का आधुनिक जीवन, विशेषकर युवाओं पर गहरा प्रभाव है। यह रचनात्मकता, ब्रांडिंग और कनेक्टिविटी का एक शक्तिशाली माध्यम है, लेकिन साथ ही मानसिक स्वास्थ्य, 'FOMO' (कुछ छूट जाने का डर), और सामाजिक तुलना जैसी चुनौतियों को भी बढ़ाता है, जो अक्सर हीन भावना पैदा करते हैं।

इंस्टाग्राम के सकारात्मक प्रभाव (Positive Effects):

- **आत्म-अभिव्यक्ति और रचनात्मकता:** यह फोटो, रील्स और वीडियो के माध्यम से प्रतिभा दिखाने का एक बेहतरीन मंच है।
- **व्यापार और ब्रांडिंग:** छोटे व्यवसायों के लिए, यह विजुअल मार्केटिंग और नए ग्राहकों तक पहुँचने का एक प्रभावी साधन है।
- **कनेक्टिविटी:** दुनिया भर के लोगों, दोस्तों और परिवार से जुड़े रहने में मदद करता है।
- **करियर के अवसर:** इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग के माध्यम से कमाई (जैसे 10,000+ फॉलोअर्स के साथ) और ब्रांड कोलैबोरेशन के अवसर मिलते हैं।

यह प्लेटफॉर्म लोगों के जीवन, सोच और व्यवहार को कई तरीकों से प्रभावित करता है। सकारात्मक रूप से देखा जाए तो इंस्टाग्राम ने लोगों को अपनी प्रतिभा दिखाने और पहचान बनाने का अवसर दिया है। कलाकार, फोटोग्राफर, लेखक और छोटे व्यवसायी अपने काम को दुनिया भर में आसानी से साझा कर सकते हैं। इसके माध्यम से डिजिटल मार्केटिंग और ऑनलाइन व्यवसाय को भी बढ़ावा मिला है, जिससे रोजगार के नए अवसर उत्पन्न हुए हैं।

इंस्टाग्राम के नकारात्मक प्रभाव (Negative Effects):

- **मानसिक स्वास्थ्य पर असर:** लाइक्स और फॉलोअर्स पर ध्यान केंद्रित करने से चिंता (anxiety), अवसाद (depression) और अकेलापन बढ़ सकता है।
- **सामाजिक तुलना और हीन भावना:** दूसरों की 'परफेक्ट' लाइफ देखकर लोग अपनी जिंदगी से असंतुष्ट हो सकते हैं।
- **शारीरिक छवि (Body Image) के मुद्दे:** अवास्तविक सौंदर्य मानकों के कारण, विशेष रूप से किशोरों में, शरीर को लेकर हीन भावना पैदा हो सकती है।
- **समय की बर्बादी:** अत्यधिक उपयोग से लत लग सकती है और नींद में खलल पड़ सकता है।

हालाँकि, इसका नकारात्मक प्रभाव भी देखने को मिलता है। इंस्टाग्राम पर दिखने वाली आकर्षक और परफेक्ट जीवनशैली कई बार लोगों में तुलना की भावना उत्पन्न करती है, जिससे आत्मविश्वास में कमी और मानसिक तनाव बढ़ सकता है। विशेषकर युवाओं पर इसका असर अधिक पड़ता है, जहाँ वे लाइक्स और फॉलोअर्स को अपनी पहचान का आधार मानने लगते हैं। इसके अलावा, अधिक समय तक इंस्टाग्राम का उपयोग समय की बर्बादी और पढ़ाई या काम में ध्यान की कमी का कारण भी बन सकता है।

इस प्रकार, इंस्टाग्राम का प्रभाव सकारात्मक और नकारात्मक दोनों है। इसका सही और संतुलित उपयोग ही इसे लाभकारी बना सकता है।

2.3.4.6 इंस्टाग्राम की समस्या :

इंस्टाग्राम के उपयोग के साथ कई समस्याएँ भी सामने आती हैं, जो व्यक्तिगत और सामाजिक स्तर पर प्रभाव डालती हैं। इंस्टाग्राम सबसे लोकप्रिय सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म में से एक है, लेकिन किसी भी ऐप की तरह, यह तकनीकी गड़बड़ियों, उपयोगकर्ता की गलतियों या प्लेटफॉर्म में बदलाव से अछूता नहीं है।

लॉगिन संबंधी समस्याएं :

इंस्टाग्राम पर लॉगिन संबंधी समस्याएं सबसे आम समस्याओं में से एक हैं। ये समस्याएं भूले हुए पासवर्ड, गलत लॉगिन विवरण या यहां तक कि हैक किए गए खातों के कारण हो सकती हैं।

- **ऐप क्रैश या फ्रीज़ होना :**

इससे इंस्टाग्राम काम करना बंद कर देता है। ऐप्स का बार-बार क्रैश होना या उनका रिस्पॉन्स न देना आमतौर पर पुराने सॉफ्टवेयर, दूषित डेटा या डिवाइस-विशिष्ट समस्याओं के कारण होता है।

- **पोस्टिंग में विफलताएँ :**

इससे कंटेंट अपलोड नहीं होता यदि आपकी तस्वीरें, वीडियो या कहानियां अपलोड नहीं हो पाती हैं, तो इसका कारण अक्सर खराब कनेक्टिविटी, असमर्थित प्रारूप या खाता प्रतिबंध होते हैं।

- **खाता निलंबन या विलोपन :**

इंस्टाग्राम अपने दिशानिर्देशों का उल्लंघन करनेवाले या गलत सूचनाओं के आधार पर खातों को निलंबित या हटा सकता है।

- **एंगेजमेंट में गिरावट :**

एंगेजमेंट में अचानक गिरावट अक्सर एल्गोरिदम में बदलाव, शैडोबैनिंग या नीरस कंटेंट से जुड़ी होती है। लाइक्स और कमेंट्स बुरा असर होता है।

डायरेक्ट मैसेज (डीएम) संबंधी समस्याएं :

ऐप में गड़बड़ी, अस्थायी प्रतिबंधों या सर्वर-साइड समस्याओं के कारण डीएम संबंधी समस्याएं उत्पन्न हो सकती हैं। इससे संदेश भेजने या प्राप्त करने में परेशानी होती है।

- **पोस्ट दिखाई नहीं देना :**

यदि आपकी सामग्री हैशटैग के अंतर्गत या एक्सप्लोर पेज पर दिखाई नहीं देती है, तो हो सकता है कि आपका खाता शैडो बैं हो गया हो या दृश्यता संबंधी सीमाओं का सामना कर रहा हो।

- इंस्टाग्राम के उपयोग के साथ कई समस्याएँ भी सामने आती हैं, जो व्यक्तिगत और सामाजिक स्तर पर प्रभाव डालती हैं। सबसे बड़ी समस्या समय की बर्बादी है। लोग घंटों तक इंस्टाग्राम पर स्क्रॉल करते रहते हैं, जिससे पढ़ाई, काम और अन्य ज़रूरी गतिविधियाँ प्रभावित होती हैं। इसके अलावा, यह प्लेटफ़ॉर्म मानसिक स्वास्थ्य पर भी असर डाल सकता है। दूसरों की आकर्षक और 'परफेक्ट' जीवनशैली देखकर कई लोग अपने जीवन से असंतुष्ट महसूस करने लगते हैं, जिससे तनाव, चिंता और आत्मविश्वास में कमी हो सकती है।

- इंस्टाग्राम पर फेक अकाउंट और साइबर बुलिंग भी एक गंभीर समस्या है। कई बार लोग गलत या अपमानजनक टिप्पणियाँ करते हैं, जिससे उपयोगकर्ताओं को मानसिक परेशानी होती है। इसके साथ ही, गोपनीयता से जुड़ी चिंताएँ भी बनी रहती हैं, क्योंकि व्यक्तिगत जानकारी के दुरुपयोग का खतरा रहता है।

- एक अन्य समस्या लत (addiction) की है। लगातार नोटिफिकेशन और नए कंटेंट के कारण उपयोगकर्ता बार-बार ऐप खोलने के लिए प्रेरित होते हैं, जिससे उनकी दिनचर्या प्रभावित होती है।

इस प्रकार, इंस्टाग्राम की समस्याएँ हमें यह सिखाती हैं कि इसका उपयोग सीमित और सावधानीपूर्वक करना आवश्यक है, ताकि इसके नकारात्मक प्रभावों से बचा जा सके।

2.3.4.7 इंस्टाग्राम का महत्व :

इंस्टाग्राम सिर्फ एक फोटो शेयरिंग ऐप नहीं है, बल्कि यह रचनात्मकता, व्यावसायिक विकास और सामाजिक संपर्क का एक बहुआयामी केंद्र है। इंस्टाग्राम का महत्व आधुनिक डिजिटल युग में तेजी से बढ़ा है। यह केवल मनोरंजन का माध्यम नहीं, बल्कि संचार, शिक्षा और व्यवसाय के लिए एक प्रभावी प्लेटफ़ॉर्म बन चुका है।

इंस्टाग्राम के महत्व को निम्नलिखित बिंदुओं द्वारा समझा जा सकता है:

- **शिक्षा के क्षेत्र :** में भी इंस्टाग्राम का महत्व बढ़ा है। कई शिक्षक, विशेषज्ञ और संस्थान यहाँ पर ज्ञानवर्धक सामग्री, टिप्स और जानकारी साझा करते हैं, जिससे उपयोगकर्ताओं को नई चीजें सीखने का अवसर मिलता है।

- **ब्रांड निर्माण और मार्केटिंग:** व्यापारिक दृष्टि से इंस्टाग्राम एक शक्तिशाली मार्केटिंग टूल बन गया है। छोटे और बड़े व्यवसाय अपने उत्पादों और सेवाओं का प्रचार आसानी से कर सकते हैं। इसके जरिए ब्रांड की पहचान बढ़ती है और ग्राहकों तक सीधे पहुँच बनती है 25 लाख से अधिक व्यवसाय अपने लक्षित दर्शकों तक पहुँचने के लिए इंस्टाग्राम का उपयोग करते हैं, जिससे यह ब्रांड जागरूकता और प्रत्यक्ष बिक्री के लिए एक शक्तिशाली उपकरण बन गया है।
- **विजुअल स्टोरीटेलिंग:** यह आकर्षक फोटो, रील्स (Reels), स्टोरीज़ (Stories) और लाइव वीडियो के माध्यम से ब्रांड की कहानी को प्रभावी ढंग से बताने का एक दृश्य-आधारित मंच प्रदान करता है। इसके अलावा, यह प्लेटफॉर्म युवाओं को अपनी प्रतिभा दिखाने और पहचान बनाने का अवसर देता है। कई लोग यहाँ से प्रसिद्धि और करियर के नए रास्ते भी खोज लेते हैं
- **इंफ्लुएंसर मार्केटिंग:** व्यवसायों के लिए, यह Influencers के साथ सहयोग करके उत्पादों का प्रचार करने और वफादार फॉलोअर्स बनाने का बेहतरीन स्थान है।
- **कनेक्टिविटी और नेटवर्किंग:** यह लोगों को दुनिया भर में जुड़ने, नए अवसरों को खोजने और अपनी प्रतिभा (कला, खाना पकाने, फैशन) प्रदर्शित करने का मौका देता है। इंस्टाग्राम लोगों को एक-दूसरे से जोड़ने का आसान और तेज़ साधन प्रदान करता है। इसके माध्यम से व्यक्ति अपने विचार, भावनाएँ, फोटो और वीडियो साझा कर सकता है। इससे सामाजिक संबंध मजबूत होते हैं और दूर-दराज के लोग भी जुड़े रहते हैं
- **निःशुल्क और आसान विज्ञापन:** यह व्यवसायों को बिना किसी लागत के अपने उत्पादों का विपणन करने और ग्राहकों के साथ सीधे जुड़ने की अनुमति देता है।
- **फेसबुक के साथ इंटीग्रेशन:** फेसबुक से लिंक होने के कारण, यह क्रॉस-पोस्टिंग (एक साथ दोनों प्लेटफॉर्म पर पोस्ट करना) और रील्स को आसानी से साझा करने की सुविधा देता है।

इंस्टाग्राम का महत्व जीवन के विभिन्न क्षेत्रों में स्पष्ट रूप से देखा जा सकता है, जो इसे एक उपयोगी और प्रभावशाली माध्यम बनाता है।

2.3.5 कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) :

- | | |
|--|--|
| 2.3.5.1 कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) स्वरूप | 2.3.5.2 कृत्रिम बुद्धिमत्ता का परिचय |
| 2.3.5.3 कृत्रिम बुद्धिमत्ता/(AI) की कार्यप्रणाली | 2.3.5.4 कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) के प्रभाव |
| 2.3.5.5 कृत्रिम बुद्धिमत्ता की समस्या | 2.3.5.6 कृत्रिम बुद्धिमत्ता का महत्व |

2.3.5.1 कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) स्वरूप :

आज का दौर कृत्रिम बुद्धिमत्ता (Artificial Intelligence) का है। जब कोई मशीन परिस्थिति और

समय का अध्ययन कर स्वयं निर्णय लेती है, तो उस अवस्था को कृत्रिम बुद्धिमत्ता कहा जाता है। कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) कंप्यूटर विज्ञान की वह शाखा है जो मशीनों को मानव बुद्धि (सोचने, सीखने, निर्णय लेने और समस्या हल करने) की नकल करने में सक्षम बनाती है।

कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) स्वरूप का निम्नलिखित बिंदुओं के अंतर्गत समझे जा सकते हैं :

- यह कंप्यूटर विज्ञान का एक उपविभाग है जिसकी नींव पूर्णतः कम्प्यूटिंग प्रणाली पर टिकी है। इसका प्रमुख उद्देश्य ऐसे उपकरणों का निर्माण करना है जो बुद्धिमानी से, स्वतः स्फूर्त ढंग से कार्य कर सकें और मानव श्रम का बोझ घटा सकें।
- वर्तमान समय कृत्रिम बुद्धिमत्ता का समय कहा जा सकता है। विकास को गति देने और लोगों को बेहतर सुविधाएँ उपलब्ध कराने के लिए प्रत्येक क्षेत्र में अत्याधुनिक तकनीक का प्रयोग किया जा रहा है। कृत्रिम बुद्धिमत्ता भी एक प्रमुख नवाचार है, जिसका उपयोग, प्रभाव शिक्षा, स्वास्थ्य, वाणिज्य, मनोरंजन, परिवहन आदि अनेक क्षेत्रों का प्रभाव देखा जा सकता है।
- यह विज्ञान की वह शाखा है जिसमें मशीनों को इस प्रकार विकसित किया जाता है कि वे मानव श्रम को कम करता है बल्कि कार्यों को अधिक प्रभावी और तेज़ बनाता है। साहित्य जैसे रचनात्मक क्षेत्र में भी AI की भूमिका निरंतर बढ़ रही है।
- **मशीन लर्निंग (ML) :** (AI) डेटा से सीखता है और अनुभव के साथ अपने प्रदर्शन में सुधार करता है, जिसे मशीन लर्निंग कहा जाता है।
- **निर्णय लेने की क्षमता:** (AI) सिस्टम डेटा का विश्लेषण कर जटिल समस्याओं को हल कर सकते हैं और स्वतंत्र निर्णय ले सकते हैं।
- **प्राकृतिक भाषा प्रसंस्करण (NLP):** यह तकनीक मशीनों को मानवीय भाषा को समझने, व्याख्या करने और प्रतिक्रिया देने (जैसे चैटबॉट) में सक्षम बनाती है।
- **दृष्टि (Vision):** (AI) छवियों और वीडियो को पहचान और समझ सकता है।
- **जेनरेटिव ए आई (Generative AI):** यह टेक्स्ट, चित्र, संगीत और वीडियो जैसी नई सामग्री बना सकता है।
- **स्वचालन और दक्षता:** (AI) दोहराव वाले कार्यों को स्वचालित करता है और मानवीय त्रुटि को कम करता है।

कृत्रिम बुद्धिमत्ता (Artificial Intelligence) आधुनिक तकनीक का प्रयोग करके समाज के विकास को तेज़ गति देने और लोगों को बेहतर सुविधाएँ उपलब्ध कराने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है।

2.3.5.2 कृत्रिम बुद्धिमत्ता का परिचय :

सरल शब्दों में, AI का परिचय है ऐसी मशीनें बनाना है जो इंसानों की तरह व्यवहार और काम कर सकें।

कृत्रिम बुद्धिमत्ता का परिचय को निम्नलिखित बिंदुओं के अंतर्गत समझा जा सकता है:

- 'कृत्रिम बुद्धिमत्ता' अंग्रेजी शब्द 'Artificial Intelligence' का हिंदी रूपांतरण है। विज्ञान और तंत्रज्ञान की सहायता से विभिन्न मशीन्स और उनके संसाधनों को मनुष्य की बुद्धि की तरह इस्तेमाल करने के उद्देश्य से इसका आविष्कार हुआ है।
- मनुष्य के दैनिक जीवन के क्रिया-कलापों में मनुष्य के विचार, कार्य करने की शैली, कामों का कम समय में निपटान, कार्य में कुशलता, कम परिश्रम में अधिक गुणवत्तापूर्ण काम आदि को ध्यान में रखते हुए कृत्रिम बुद्धिमत्ता के संसाधनों को मानव जीवन के हर क्षेत्र में इस्तेमाल किया जा रहा है।
- कृत्रिम बुद्धिमत्ता अर्थात् मशीनों जैसे कि रोबोट्स के जरिए मनुष्यों की तरह काम करवाना, यह प्राचीन काल से एक कल्पना रही थी। कई फिल्मों में इसे फिल्माया भी गया था लेकिन इसे वैज्ञानिक रूप ने बीसवीं शताब्दी में शुरुआत हुई। इस संदर्भ में अपने जैक कोपलैंड बताते हैं- 'सन 1950 को ब्रिटिश गणितज्ञ एलन ट्यूरिंग ने यह प्रश्न उठाया, 'क्या मशीनें सोच सकती हैं?' और यहीं से कृत्रिम बुद्धिमत्ता के ट्यूरिंग टेस्ट पर शोध शुरू हुआ।
- अमरिका में सन 1956 में आयोजित डार्टमाउथ सम्मेलन में पहली बार 'Artificial Intelligence' शब्द का प्रयोग हुआ। लेकिन इस पर गंभीरता से कार्य नहीं हुआ। सन 1970 से 1990 के कालखंड में कृत्रिम बुद्धि से ज्यादा कम्प्यूटर एवं उनके अद्यावत तंत्रज्ञान के विकास पर जोर दिया गया। इसकारण कृत्रिम बुद्धिमत्ता के अनुसंधान का कार्य धीमा हुआ- 'कृत्रिम बुद्धिमत्ता' के अनुसंधान में सन 1970-1990 के उतार-चढ़ाव के दौर में अत्याधिक अपेक्षाओं के कारण अपेक्षित परिणाम नहीं मिले, तो एआई अनुसंधान को कम समर्थन मिला। इस समय को AI Winter कहा जाता है।
- सन 2000 के बाद कम्प्यूटर के उन्नत अवस्था और इंटरनेट की विस्मित करनेवाली क्षमता ने फिर से AI के अनुसंधान ने जोर पकड़ा है। कृत्रिम बुद्धिमत्ता की कार्यशैली मूलतः डेटा, एल्गोरिदम और कम्प्यूटर के डेटा विश्लेषण पर आधारित होती है। इसमें डेटा संग्रह, एल्गोरिदम, मशीन लर्निंग, डीप लर्निंग, आउटपुट और सुधार के क्रम से कार्य उपयोग करके जटिल कार्यों को बिना मानवीय हस्तक्षेप के करने में सक्षम बनाती है।
- **सीखना और अनुकूलन (Learning) :** मशीनें डेटा से सीखती हैं और अपने अनुभव के आधार पर खुद को बेहतर बनाती हैं, जिसे मशीन लर्निंग कहते हैं।
- **दैनिक जीवन में उपयोग:** एलेक्सा (Alexa), सिरी (Siri), गूगल मैप्स, नेटफ्लिक्स या यूट्यूब रिकमेंडेशन और चेहरे से मोबाइल अनलॉक होना इसके सामान्य उदाहरण हैं।

- **अनुप्रयोग (Applications):** सेल्फ-ड्राइविंग कारें, मेडिकल डायग्नोसिस (बीमारी का पता लगाना), और चैटबॉट (जैसे ChatGPT) जो इंसानी भाषा को समझकर प्रतिक्रिया देते हैं।
- **कार्यक्षमता:** AI दोहराए जानेवाले काम तेजी से और बिना थके कर सकता है, जिससे उत्पादकता बढ़ती है।

2.3.5.3 कृत्रिम बुद्धिमत्ता / AI की कार्यप्रणाली :

कंप्यूटर विज्ञान से अपरिचित लोगों के लिए कृत्रिम बुद्धिमत्ता की कार्यप्रणाली के विभिन्न पहलुओं और उनके प्रभावों को समझना मुश्किल हो सकता है। यहाँ हम कृत्रिम बुद्धिमत्ता क्या है, यह कैसे काम करती है, मशीन लर्निंग, डीप लर्निंग, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस मुख्य रूप से डेटा, एल्गोरिदम और प्रोसेसिंग के संयोजन से काम करता है। यह विशाल मात्रा में डेटा (Input) को प्रोसेस करके पैटर्न पहचानता है और मशीन लर्निंग (Machine Learning) के जरिए खुद को प्रशिक्षित (Train) करता है, जिससे वह भविष्यवाणियां करने या निर्णय लेने में सक्षम होता है। यह इंसानी दिमाग की तरह सोचने और सीखने की नकल करता है।

कृत्रिम बुद्धिमत्ता AI की कार्यप्रणाली को निम्नलिखित बिंदुओं के अंतर्गत समझा जा सकता है:

- **डेटा इनपुट (Data Input):** सबसे पहले, AI को टेक्स्ट, चित्र, ऑडियो या नंबर के रूप में भारी मात्रा में डेटा दिया जाता है।
- **प्रोसेसिंग और लर्निंग (Processing & Learning):** कंप्यूटर एल्गोरिदम का उपयोग करके, अख डेटा का विश्लेषण करता है, पैटर्न खोजता है और मशीन लर्निंग और विशेषकर डीप लर्निंग के माध्यम से सीखता है। हालांकि, डीप लर्निंग अधिक प्रकार की सूचनाओं का विश्लेषण कर सकती है और अधिक जटिल क्रियाएं कर सकती है।
- **परिणाम (Output):** सीखे गए पैटर्न के आधार पर, अख सिस्टम आउटपुट या परिणाम देता है, जैसे कि किसी प्रश्न का उत्तर देना (चैटजीपीटी) या कोई तस्वीर पहचानना।
- **सुधार (Feedback Loop):** अख सिस्टम अपने परिणामों का मूल्यांकन करता है और प्रतिक्रिया (Feedback) से सीखकर समय के साथ और अधिक सटीक बनता जाता है।

AI के कार्यप्रणाली के प्रमुख चरण :

- **मशीन लर्निंग (ML):** मशीन को डेटा से सीखने और बेहतर बनाने की क्षमता देना।
- **न्यूरल नेटवर्क (Neural Networks):** मानव मस्तिष्क की संरचना से प्रेरित होकर जटिल पैटर्न को समझना।
- **डेटा (Data):** यह अख के लिए ईंधन का काम करता है।
- **एल्गोरिदम (Algorithms):** वे नियम या निर्देश जो मशीन को बताते हैं कि कैसे सोचना और निर्णय लेना है।

इस प्रकार कृत्रिम बुद्धिमत्ता की कार्यप्रणाली के विभिन्न पहलुओं को पाया जाता है।

2.3.5.4 कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) के प्रभाव – सकारात्मक प्रभाव और नकारात्मक प्रभाव :

कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) का प्रभाव स्वास्थ्य, शिक्षा, वित्त और विनिर्माण जैसे क्षेत्रों में क्रांतिकारी बदलाव ला रहा है, जिससे उत्पादकता और दक्षता बढ़ी है। हालाँकि, यह स्वचालन के कारण रोजगार में कमी, डेटा गोपनीयता और नैतिक चुनौतियों का जोखिम भी पैदा करता है, जो भविष्य के समाज को गहराई से प्रभावित करेगा।

कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) के मुख्य सकारात्मक प्रभाव:

- **स्वास्थ्य सेवा:** रोगों का सटीक निदान और उपचार, नई दवाओं की खोज।
- **दक्षता और उत्पादकता:** कार्यों का स्वचालन, समय की बचत और परिचालन लागत में कमी।
- **रोजमर्रा की जिंदगी:** स्मार्टफोन, वर्चुअल असिस्टेंट (Siri, Alexa) और मनोरंजन सिफारिशें।
- **सुरक्षा:** बैंकिंग में धोखाधड़ी का पता लगाना और डेटा विश्लेषण।

नकारात्मक प्रभाव और चुनौतियाँ:

- **रोजगार का खतरा:** विभिन्न क्षेत्रों में नौकरियों का स्वचालन, जिससे बेरोजगारी बढ़ सकती है।
- **नैतिक मुद्दे:** एआई एल्गोरिदम में पक्षपात (bias) और गोपनीयता का उल्लंघन।
- **मानवीय रचनात्मकता में कमी:** निर्णय लेने की प्रक्रिया में भावनाओं और मानवीय संवेदनाओं का अभाव।
- **सुरक्षा जोखिम:** एआई का गलत इस्तेमाल, जैसे कि डीपफेक या स्वायत्त हथियार। कुल मिलाकर, एआई तकनीक का विकास तीव्र है, और यह सुनिश्चित करना आवश्यक है कि इसका उपयोग नैतिक और मानवीय मूल्यों के अनुरूप हो। कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) के विकास के साथ ही इसके सामने कई गंभीर चुनौतियाँ और समस्याएं आ गई हैं, जिनमें सबसे प्रमुख डेटा पूर्वाग्रह (bias), नैतिक मुद्दे, रोजगार विस्थापन, गोपनीयता और सुरक्षा जोखिम शामिल हैं। ये प्रणालियाँ अक्सर पक्षपाती डेटा के कारण भेदभावपूर्ण निर्णय ले सकती हैं, जो मानव निगरानी की कमी के कारण समाज के लिए हानिकारक साबित हो सकता है।

इस प्रकार, एआई (AI) का प्रभाव सकारात्मक और नकारात्मक दोनों है। इसका सही और संतुलित उपयोग ही इसे लाभकारी बना सकता है।

2.3.5.5 कृत्रिम बुद्धिमत्ता की समस्या :

कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) के विकास के साथ ही इसके सामने कई गंभीर चुनौतियाँ और समस्याएं आ गई

हैं, जिनमें सबसे प्रमुख डेटा पूर्वाग्रह (bias), नैतिक मुद्दे, रोजगार विस्थापन, गोपनीयता और सुरक्षा जोखिम शामिल हैं। ये प्रणालियाँ अक्सर पक्षपाती डेटा के कारण भेदभावपूर्ण निर्णय ले सकती हैं, जो मानव निगरानी की कमी के कारण समाज के लिए हानिकारक साबित हो सकता है

कृत्रिम बुद्धिमत्ता की प्रमुख समस्याएं निम्नलिखित हैं:

- **डेटा पूर्वाग्रह (Bias) और भेदभाव:** यदि ए आर (AI) को प्रशिक्षित करने के लिए उपयोग किया जाने वाला डेटा दोषपूर्ण या पक्षपातपूर्ण है, तो ए आर (AI) द्वारा लिए गए निर्णय भी भेदभावपूर्ण हो सकते हैं।
- **रोजगार में कमी (Job Displacement):** स्वचालन (Automation) के कारण कम आय वाले श्रमिकों के रोजगार छीनने का खतरा, विशेषकर ऐसे कार्य जो मशीनों द्वारा आसानी से किए जा सकते हैं।
- **गोपनीयता और डेटा सुरक्षा (Privacy & Security):** अख सिस्टम बड़ी मात्रा में व्यक्तिगत डेटा का उपयोग करते हैं, जिससे निजता का उल्लंघन और साइबर सुरक्षा के खतरे (हैकर्स द्वारा दुरुपयोग) बढ़ सकते हैं।
- **नैतिक और कानूनी मुद्दे:** यदि अख से कोई गलती होती है, तो उसके लिए किसे जिम्मेदार ठहराया जाए (जवाबदेही का अभाव), यह एक जटिल कानूनी समस्या है।
- **भावनाओं और रचनात्मकता की कमी:** AI के पास मानवीय भावनाएं, संदर्भ समझने की क्षमता और रचनात्मक निर्णय लेने की क्षमता नहीं होती, जो कई मामलों में आवश्यक है।
- **मानवीय निर्भरता:** AI पर अत्यधिक निर्भरता से मनुष्यों की सोचने-समझने और निर्णय लेने की क्षमता में कमी आ सकती है। इन चुनौतियों से निपटने के लिए, जिम्मेदार एआई (Responsible AI) और पारदर्शी नियमों की आवश्यकता है, ताकि तकनीकी विकास के साथ-साथ नैतिक मूल्यों का भी संरक्षण किया जा सके। कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) मानव बुद्धि की नकल करने वाली मशीनों की तकनीक है, जो डेटा का विश्लेषण कर निर्णय लेने, समस्याओं को सुलझाने और कार्यों को स्वचालित करने में सक्षम है। यह स्वास्थ्य, शिक्षा, और व्यापार जैसे क्षेत्रों में दक्षता बढ़ाने, सटीकता लाने और उत्पादकता बढ़ाकर दैनिक जीवन को सरल व तेज बना रही है।

उपरोक्त विवेचन से ज्ञात होता है कि कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) का आविष्कार अपने प्राथमिक स्थिति में है। समय के साथ इसमें परिवर्तन आते रहेंगे। आज एआई को लेकर बहुत-सा अज्ञान एवं संदेह हमारे बीच व्याप्त हो चुके हैं। हमें यह कतई नहीं भूलना नहीं चाहिए कि कृत्रिम बुद्धि भी मनुष्य के दिमाग की ऊपज है, वह उतने तक ही सोच सकती है जितनी जानकारी उसमें संग्रहित की गई है। उस जानकारी की ठिक-ठाक सुनियोजन वह भले ही कर सकती है लेकिन भावनिक एवं संवेदनात्मक जुड़ाव वह कतई निर्माण नहीं कर पाएगी।

2.3.5.6 कृत्रिम बुद्धिमत्ता का महत्व:

- **दक्षता और उत्पादकता में वृद्धि:** AI-संचालित स्वचालन (Automation) नीरस और बार-बार होने वाले कार्यों को तेजी से करता है, जिससे इंसानों को अधिक रचनात्मक कार्यों के लिए समय मिलता है।
- **अभूतपूर्व सटीकता और कम जोखिम:** मशीनें मानवीय त्रुटियों (Human Error) को कम करती हैं और खतरनाक कार्यों (जैसे- आग बुझाना, गहरे समुद्र की खोज) को सुरक्षित रूप से अंजाम देती हैं।
- **स्वास्थ्य सेवा में क्रांति:** अख की मदद से रोगों का जल्दी पता लगाने, नई दवाओं की खोज करने और व्यक्तिगत उपचार योजनाएं बनाने में मदद मिल रही है, जो चिकित्सा के क्षेत्र में एक बहुत बड़ा सकारात्मक बदलाव है।
- **24/7 उपलब्धता:** अख सिस्टम बिना थके चौबीसों घंटे काम कर सकते हैं, जैसे चैटबॉट ग्राहकों की समस्याओं का समाधान तुरंत करते हैं।
- **डेटा विश्लेषण और निर्णय लेने में सहायता:** यह भारी मात्रा में डेटा (Big Data) का विश्लेषण करके पैटर्न ढूंढती है, जिससे कंपनियों को बेहतर और सटीक व्यावसायिक निर्णय लेने में मदद मिलती है।
- **कृषि और शिक्षा में सुधार:** कृषि में मौसम की भविष्यवाणी, फसल की निगरानी और शिक्षा में व्यक्तिगत शिक्षण (Personalized Learning) के माध्यम से यह जीवन स्तर को सुधार रही है।

इस प्रकार अख एक क्रांतिकारी तकनीक है जो न केवल व्यवसायों को बेहतर बना रही है, बल्कि विकास को गति देने की क्षमता भी रखती है। हालांकि, इसे जिम्मेदारी से लागू करना महत्वपूर्ण है ताकि इसके लाभ अधिकतम हों।

2.4 स्वयं-अध्ययन के लिए प्रश्न :

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

- विषय की जानकारी तक पहुँचानेवाले मार्ग को ----- कहते हैं
अ) संदर्भ स्रोत इ) हायवे
उ) रेल्वेस्टेशन ऊ) हवाई अड्डा
- सोशल मीडिया ने तत्काल संदेश सेवा को ----- बना दिया है,
अ) कठिन इ) आसान

- उ) नाकाम ऊ) आलसी
3. व्हाट्सएप एक ----- ऐप है ।
अ) मैसेंजर इ) पानी का
उ) खेल का ऊ) मेडिकल
4. फेसबुक का पहला नाम----- था ।
अ) इन फेसबुक इ) लिंक-इन
उ) ‘द’ फेसबुक ऊ) इंका फेसबुक
5. वॉट्सऑप ने ----- सुविधा उपलब्ध करायी है। जिससे आप वॉट्सऑप को संगणक के वेब ब्राउज़र द्वारा जोड़ सकते हैं।
अ) फेसबुक इ) AI
उ) वेब ब्लायन्ट ऊ) ट्विटर
6. ‘ट्विटर’ से ट्वीट्स ----- अक्षरों तक ही पाठ्य संदेश भेज सकते हैं।
अ) १०० इ) १५०
उ) १४० ऊ) १२०
7. ‘ट्विटर’ कंपनी को अब (2026) ----- नाम से जाना जा है ।
अ) Z इ) QR
उ) MAX ऊ) X
8. ट्विटर को समाचार का ----- स्रोत मानना जाता है बेहतर
अ) प्रथम इ) द्वितीय
उ) त्रितीय ऊ) चतुर्थ
9. ‘इंस्टाग्राम’ (Instagram) चलाने के लिए ----- का होना आवश्यक है।
अ) घड़ी इ) वॉट्सऑप
उ) ट्विटर ऊ) इंटरनेट
10. ----- जो मशीनों को मानव बुद्धि (सोचने, सीखने, निर्णय लेने और समस्या हल करने) की नक़ल करने में सक्षम बनाती है।

अ) कृत्रिम बुद्धिमत्ता AI इ) वॉट्सऑप

उ) ट्विटर ऊ) इंटरनेट

11. कृत्रिम बुद्धिमत्ता AI ----- की शाखा है

अ) कंप्यूटर विज्ञान इ) भौतिक विज्ञान

उ) रसायन विज्ञान ऊ) जीव विज्ञान

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

1. नए इलेक्ट्रॉनिक माध्यम कौनसे हैं ?
2. 'इंस्टाग्राम' (Instagram) का उपयोग क्या है
3. इंस्टाग्राम की समस्या ?
4. 'फेसबुक' को युवा वर्ग क्या कहता है ?
5. 'फेसबुक' का निर्माण किसने किया है ?
6. 'वॉट्सऑप' को किसने खरीदा है ?
7. 'ब्रॉड कास्ट लिस्ट' (Broad Cast List) क्या है ?
8. 'ट्विटर' का मतलब क्या है ?
9. 'ट्विटर' का निर्माण कब हुआ है ?
10. कृत्रिम बुद्धिमत्ता की कार्यशैली किस प्रकार चलती है ?

2.5 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ :

Chin	:	श्रृंखला
Random	:	निरुद्देश
Antivirus	:	कम्प्यूटर की सुरक्षा के लिए विकसित किया गया नेटवर्क
FIREWALL	:	कम्प्यूटर की सुरक्षा के लिए प्रयुक्त सॉफ्टवेयर
Viruses	:	विषाणु, वाइरस (Vital Information Resource Under Seize)
Acess	:	प्रवेश, खोलना
Client	:	ग्राहक / उपभोक्ता

WWW	:	World Wide Web (विश्व में फैला हुआ जाल)
Website (वेबसाइट)	:	जिस सर्वर पर 'वेब पेज' या डॉक्यूमेंट होते हैं उसे वेबसाइट कहा जाता है।
Homepage (होमपेज)	:	किसी भी वेबसाइट पर खुलनेवाला प्रथम पेज । उसको होम पेज कहा जाता है।
IP Address (IP एड्रेस)	:	Internet Protocol Address
Facebook	:	विश्वप्रसिद्ध सोशल नेटवर्किंग वेबसाइट, रिश्तों को जोड़नेवाली वेबसाइट
Data	:	आंकड़े, डेटा
Activity	:	सक्रियता
Tagged	:	चिन्हित
Tag	:	लेबल / उपनाम
Custom	:	अभ्यास / प्रथा
Profile	:	पार्श्वचित्र, वर्णन
Edit	:	संपादन करना
Event	:	कार्यक्रम, घटना
Ignore	:	अनदेखा, ध्यान न देना
Mutual	:	परस्पर
Fake	:	बनावटी, जाली
Navigation	:	दिशाज्ञान, नौसंचालन
Suggestions	:	सुझाव
APP	:	आधुनिक संगणक एप्लीकेशन
Smart	:	बुद्धिमान, अच्छा
Chat	:	लिखकर की जाने वाली बातचीत
Conversation	:	वार्तालाप, संभाषण
Display	:	प्रदर्शित करना

Profile	:	रूपरेखा, पार्श्वचित्र
Android	:	यंत्र मानव
Attachments	:	संलग्न वस्तु
Instant	:	उसी क्षण, झटपट
Broad cast list	:	बड़े आकार की सूची बनाना
Networking	:	तंत्र व्यवस्था, जाल क्रम
Twitter	:	चहकना, चहचहाना, चहचहाट
Tweet	:	चिडियाँ की चीं चीं आवाज
Inconsequential	:	परिणाम स्वरूप
Burst	:	विस्फोट होना
Follow	:	सहाय्यक
Tool	:	साधन
Version	:	संस्करण
Sign in	:	लिखना
Sign up	:	हस्ताक्षर करना
E-mail (ई-मेल)	:	(Electronic mail) ईलेक्ट्रॉनिक मेल
Provide	:	उपलब्ध करना, प्रदान करना
Encry{tion	:	कूट लेखन

2.6 स्वयं अध्ययन के प्रश्नों के उत्तर :

- अ) 1) अ) संदर्भ स्रोत 2) इ) आसान
3) अ) मैसेंजर 4) उ) 'द' फेसबुक
5) उ) वेब ब्लाग 6) उ) 980
7) उ) X 8) इ) द्वितीय
9) ऊ) इंटरनेट 10) अ) कृत्रिम बुद्धिमत्ता AI
11) अ) कंप्यूटर विज्ञान

- अ) 1. इंटरनेट, फेसबुक, वॉट्सअप, ट्विटर, ई-मेल आदि नवईलेक्ट्रॉनिक माध्यम है ।
2. व्यापार और ब्रांडिंग: छोटे व्यवसायों के लिए, यह विजुअल मार्केटिंग और नए ग्राहकों तक पहुँचने का एक प्रभावी साधन है। यह फोटो, रील्स और वीडियो के माध्यम से प्रतिभा दिखाने का एक बेहतरीन मंच है। यह इंस्टाग्राम का उपयोग है ।
3. इंस्टाग्राम पर फेक अकाउंट और साइबर बुलिंग भी एक गंभीर समस्या है।
4. फेसबुक को युवा वर्ग 'FB' नाम से भी पुकारते हैं।
5. फेसबुक का निर्माण मार्क जूकरबर्ग ने अपने सहपाठी एड्यूरडो सॅवरिन, अँड्रयू मॅककुलम, डस्टिन मोस्कोविट्ज़ तथा ख्रिस ह्यूजेस के साथ मिलकर किया था ।
6. वॉट्सअप को 19 फरवरी 2014 को फेसबुक निजी कंपनी ने खरीद लिया है।
7. वॉट्सअप में एक साथ सभी को संदेश या अन्य सामग्री भेजने के लिए बड़े आकार की नामों की सूची बनानी पड़ती है यहीं ब्रॉड कास्ट लिस्ट है।
8. 'ट्विटर' एक सूक्ष्म पाठ्य संदेश है, जिसे ट्वीट्स या चहकना भी कह सकते हैं।
9. ट्विटर का निर्माण 21 मार्च 2006 में हुआ है।
10. कृत्रिम बुद्धिमत्ता की कार्यशैली मूलतः डेटा, एल्गोरिदम और कम्प्यूटर के डेटा विश्लेषण पर आधारित होती है।

2.7 सारांश :

- आज की दुनिया में संदर्भ स्रोत बदल रहे हैं विषय की जानकारी तक पहुँचानेवाले मार्ग को संदर्भ स्रोत कहते हैं। जिसके दो प्रकार हैं (1) पारंपारिक संदर्भ स्रोत (2) आपारंपारिक संदर्भ स्रोत।
- आपारंपारिक संदर्भ स्रोतों में - वॉट्सअप, फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) यहीं आज सबसे प्रभावी संदर्भ स्रोत है। जो इंटरनेट की सहाय्यता से चलता और ई-मेल तथा स्मार्ट फोन से घर बैठे-बैठे विश्व का सारा ज्ञान मिल रहा है।
- व्हाट्सएप एक मैसेंजर ऐप है और जलद संदेश वहन करता है यह स्मार्टफोन और डेस्कटॉप पर उपलब्ध है । इसके माध्यम से एक-दूसरे से संवाद किया जा सकता है। संदेश वहन का जो इंटरनेट की सहाय्यता से चलता है। जो व्यक्तिगत और व्यावसायिक काम के लिए व्यापक रूप से उपयोग में आता है।
- गोपनीय संचार: व्हाट्सएप की मुख्य विशेषताएं है गोपनीय और सुरक्षित संचार एंड-टू-एंड एन्क्रिप्शन के साथ, आपके संदेश, फोटो और कॉल निजी रहते हैं।

- बिज़नेस प्रोफ़ाइल की मदद से व्हाट्सएप कर्ता अपनी कंपनी का पता, ईमेल और वेबसाइट जैसी ज़रूरी जानकारी देता है, साथ ही अपने कॉन्टैक्ट मैनेज करने और अपनी चैट और मैसेज को आसानी से ढूँढने के लिए लिस्ट बनाएँ। मैसेजिंग टूल्स की मदद से आप ग्राहक के सवालों के जवाब जल्दी दे सकते हैं। विशेष रूप से व्यवसायों के लिए, यह ग्राहकों से जुड़ने के लिए टूल्स और फ़ॉर्म्स (Flows) प्रदान करता है।
- 'Facebook' यह इंटरनेट से जुड़ी एक निःशुल्क सामाजिक नेटवर्किंग सेवा है। जिसके माध्यम से हम अपने मित्र परिवार, परिचित तथा अपरिचितों के साथ संपर्क रख सकते हैं। युवा वर्ग का 'Facebook' यह पसंदीदा विषय जिसे FB भी कहते हैं। इसका इस्तेमाल समूह, महाविद्यालय, कार्यस्थल, विविध क्षेत्र, विविध संस्थाओं तथा रु के अनुसार 'फेसबुक नेटवर्क' में शामिल हो सकते हैं। जिससे वे सभी आपस में विचारों का आदान-प्रदान कर सकते हैं।
- 'Facebook' से मोनेटाइजेशन (पैसा कमाना): सामग्री निर्माता (Creators) अपने पेज पर विज्ञापनों (In-stream ads) के माध्यम से पैसा कमा सकते हैं।
- सुरक्षा और डेटा: फेसबुक नकली खातों और दुर्भावनापूर्ण सामग्री को रोकने के लिए स्वचालित सिस्टम (Automatic checks) का उपयोग करता है।
- फेसबुक का प्रभाव संचार माध्यम (मिडिया), सामाजिक, राजनीतिक, स्वास्थ्य, नीजी जीवनपर ज्यादातर बुरा ही असर पड़ रहा है। फिर भी इसका प्रभाव इस्तेमाल कर्ताओं पर निर्भर रहता है। अंग्रेजी बोलनेवाले देशों में फेसबुक का प्रभाव ज्यादा है। बाकी अन्य देशों में सोशल नेटवर्किंग का इस्तेमाल किया जा रहा है।
- ट्विटर ब्रेकिंग न्यूज, राजनीतिक अपडेट और ट्रेंडिंग विषयों के लिए यह एक प्रमुख स्रोत है। ट्विटर (Twitter) (अब X) ट्विटर को समाचार का एक द्वितीयक स्रोत (Secondary Source) मानना बेहतर है, न कि प्राथमिक। किसी भी महत्वपूर्ण सूचना पर विश्वास करने से पहले मुख्यधारा के मीडिया या आधिकारिक सूत्रों से पुष्टि अवश्य करें।
- 'ट्विटर' में विश्वसनीयता ब्रेकिंग न्यूज और रीयल-टाइम जानकारी का एक त्वरित स्रोत है, लेकिन इसकी विश्वसनीयता मिश्रित है।
- आज हॉलीवूड तथा बॉलीवूड स्टार भी इसका लाभ उठा रहे हैं। खिलाड़ी, साहित्यकार, बिज़नेसमन भी इनसे पीछे नहीं रह गये । किसी भी महान व्यक्ति का जन्मदिन, विशेष कार्य तथा अवार्ड मिला तो ट्विटरस भेजते हैं।
- एक वाक्य में कहा जाये तो ट्विटर वह छायादार वृक्ष है जहाँ देश-विदेश के सभी मानव रूपी पक्षियों का बसेरा होता है। जहाँ कोई छोटे-बड़े, काले-गोरे का भेद नहीं इसी कारण ट्विटर का महत्त्व दिन-ब-दिन बढ़ रहा है ।

- 'इंस्टाग्राम' (Instagram) का हिंदी में मतलब एक लोकप्रिय सोशल नेटवर्किंग मंच है, जहाँ यूजर्स फोटो और वीडियो साझा कर सकते हैं। यह चर्चीर (पूर्व में Facebook) के स्वामित्व वाला एक एप्लिकेशन है, जो मुख्य रूप से विजुअल कंटेंट (तस्वीरें, वीडियो, रील्स) शेयरिंग के लिए उपयोग किया जाता है।
- 'इंस्टाग्राम' पर फेक अकाउंट और साइबर बुलिंग भी एक गंभीर समस्या है। कई बार लोग गलत या अपमानजनक टिप्पणियाँ करते हैं, जिससे उपयोगकर्ताओं को मानसिक परेशानी होती है। इसके साथ ही, गोपनीयता से जुड़ी चिंताएँ भी बनी रहती हैं, क्योंकि व्यक्तिगत जानकारी के दुरुपयोग का खतरा रहता है।
- 'इंस्टाग्राम' (Instagram) का इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग: व्यवसायों के लिए, यह Influencers के साथ सहयोग करके उत्पादों का प्रचार करने और वफादार फॉलोअर्स बनाने का बेहतरीन स्थान है।
- आज का दौर कृत्रिम बुद्धिमत्ता (Artificial Intelligence) का है। जब कोई मशीन परिस्थिति और समय का अध्ययन कर स्वयं निर्णय लेती है, तो उस अवस्था को कृत्रिम बुद्धिमत्ता कहा जाता है। कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI) कंप्यूटर विज्ञान की वह शाखा है जो मशीनों को मानव बुद्धि (सोचने, सीखने, निर्णय लेने और समस्या हल करने) की नकल करने में सक्षम बनाती है।
- कार्यक्षमता: AI दोहराए जानेवाले काम तेजी से और बिना थके कर सकता है, जिससे उत्पादकता बढ़ती है।
- AI एक क्रांतिकारी तकनीक है जो न केवल व्यवसायों को बेहतर बना रही है, बल्कि विकास को गति देने की क्षमता भी रखती है। हालांकि, इसे जिम्मेदारी से लागू करना महत्वपूर्ण है ताकि इसके लाभ अधिकतम हों।
- कृषि और शिक्षा में सुधार: कृषि में मौसम की भविष्यवाणी, फसल की निगरानी और शिक्षा में व्यक्तिगत शिक्षण (Personalized Learning) के माध्यम से अख जीवन स्तर को सुधार रही है।
- अख में निर्णय लेने की प्रक्रिया में भावनाओं और मानवीय संवेदनाओं का अभाव।

2.8 स्वाध्याय :

(अ) लघुत्तरी प्रश्न

1. व्हाट्सएप विकास का परिचय दीजिए।
2. व्हाट्सएप की गोपनीयता और सुरक्षा के पहलू पर प्रकाश डालिये ।
3. फेसबुक के स्वरूप का परिचय दीजिए।
4. फेसबुक की कार्यप्रणाली स्पष्ट कीजिए।

5. व्हाट्सएप का महत्व विशद कीजिए।
6. वॉट्सअप की कार्यप्रणाली लिखिए।
7. ट्विटर की कार्यप्रणाली लिखिए।
8. ट्विटर की गोपनीयता तथा सुरक्षा पर प्रकाश डालिए।
9. कृत्रिम बुद्धिमत्ता का महत्व विशद कीजिए।
10. इंस्टाग्राम का प्रभाव को स्पष्ट कीजिए।
11. कृत्रिम बुद्धिमत्ता की समस्या को स्पष्ट कीजिए।
12. इंस्टाग्राम के स्वरूप को विशद कीजिए।

2.9 क्षेत्रीय कार्य :

1. व्हाट्सएप की कार्यप्रणाली का परिचय लीजिए ।
2. वॉट्सअप तथा ट्विटर का दैनंदिन जीवन में प्रयोग कीजिए ।
3. 'इंस्टाग्राम' (Instagram) का इंफ्लुएंसर बनने की कोशिश करें ।
4. ट्विटर की कार्यप्रणाली को जानिए ।
5. और अधिक नव इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों का परिचय प्राप्त कीजिए ।
6. 'फेसबुक' प्रणाली में समय-समय पर जो बदलाव किये जाते हैं, इस बदलाव की ओर ध्यान दें ।

2.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए :

1. मीडिया कालीन हिंदी स्वरूप और संभावनाएँ - डॉ. अर्जुन चव्हाण
2. प्रयोजनमूलक हिंदी - डॉ. लक्ष्मीकांत पाण्डेय, डॉ. प्रमिला अवस्थी
3. प्रयोजनमूलक हिंदी विविध परिदृश्य - डॉ. रमेशचंद्र त्रिपाठी / डॉ. पवन अग्रवाल
4. जनसंचार : कल और आज - चंद्रकांत सरदाना / कृषि मेहता
5. इलेक्ट्रॉनिक्स मिडिया एवं सूचना प्रौद्योगिकी - डॉ. यू. सी. गुप्ता
6. संचार माध्यमों में हिंदी का प्रयोग डॉ. नानासाहेब गोरे
7. हिंदी वेबसाहित्य - डॉ. सुनीलकुमार लवटे ।
8. नए जनसंचार माध्यम और हिंदी - डॉ. सुधीश पचौरी ।
9. हिंदी का वैश्विक परिदृश्य - डॉ. पंडित बन्ने
10. <http://en.wikipedia.org>
11. <http://hi.wikipedia.org>

□□□

घटक 3

हिंदी भाषा और रोजगार के अवसर

अनुक्रम

3.1 उद्देश्य

3.2 प्रस्तावना

3.3 विषय विवेचन

3.3.1 दूरदर्शन के क्षेत्र में रोजगार

3.3.1.1 रिपोर्टर (हिंदी)

3.3.1.2 न्यूज़रीडर-कम-अनुवादक (हिंदी)

3.3.1.3 समाचार संपादक (हिंदी)

3.3.1.4 वेब एडिटर (हिंदी)

3.3.2 सिनेमा के क्षेत्र में रोजगार

3.3.2.1 पटकथा लेखक

3.3.2.2 गीतकार

3.3.2.3 संवाद लेखक

3.3.3 पत्रकारिता के क्षेत्र में रोजगार

3.3.3.1 प्रिंट मीडिया में रोजगार

3.3.3.1.1 रिपोर्टर

3.3.3.1.2 संवाददाता

3.3.3.1.3 उप-संपादक

3.3.3.1.4 प्रूफरीडर

- 3.3.3.2 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में रोजगार
 - 3.3.3.2.1 न्यूज़ एंकर
 - 3.3.3.2.2 न्यूज़ रिपोर्टर
 - 3.3.3.2.3 न्यूज़ प्रोड्यूसर / एडिटर
 - 3.3.3.2.4 रेडियो जॉकी (RJ)
- 3.3.3.3 डिजिटल मीडिया में रोजगार
 - 3.3.3.3.1 डिजिटल कंटेंट राइटर
 - 3.3.3.3.2 डिजिटल जर्नलिस्ट
 - 3.3.3.3.3 सोशल मीडिया मैनेजर
 - 3.3.3.3.4 फैक्ट चेकर
 - 3.3.3.3.5 यूट्यूब पत्रकारिता

3.3.4 विज्ञापन के क्षेत्र में रोजगार

- 3.3.4.1 हिंदी कॉपीराइटर
- 3.3.4.2 कंटेंट क्रिएटर / स्क्रिप्ट राइटर
- 3.3.4.3 अनुवादक और ट्रांसक्रिएटर
- 3.3.4.4 वॉयस-ओवर आर्टिस्ट
- 3.3.4.5 मीडिया प्लानर

3.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न

3.5 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ

3.6 स्वयं अध्ययन के प्रश्नों के उत्तर

3.7 सारांश

3.8 स्वाध्याय

3.9 क्षेत्रीय कार्य

3.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए

3.1 उद्देश्य :

इस इकाई के अध्ययन के बाद आप -

- ◆ दूरदर्शन, सिनेमा, पत्रकारिता एवं विज्ञापन के क्षेत्र मिलने वाले रोजगारों की जानकारी प्राप्त करेंगे।
- ◆ हिंदी भाषा की भाषिक और वाचिक क्षमता से परिचित होंगे।
- ◆ लेखन क्षमता को अर्जित करेंगे।
- ◆ हिंदी भाषा के अध्येताओं को मिलने वाले रोजगारों की जानकारी प्राप्त करेंगे।
- ◆ जनसंचार एवं इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों का रोजगारोन्मुख उपयोग करेंगे।

3.2 प्रस्तावना :

भाषा विचारों, भावनाओं और ज्ञान के आदान-प्रदान का सबसे सशक्त माध्यम है, जो मानव सभ्यता, संस्कृति और सामाजिक एकता का आधार है। यह न केवल संवाद को संभव बनाती है, बल्कि शिक्षा, व्यापार और इतिहास को एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी तक पहुँचाने का भी कार्य करती है। भाषा के बिना मानवीय विकास और सामाजिक जुड़ाव असंभव है। प्रत्येक भाषा की अपनी प्राकृतिक सीमा होती है। जो भाषा अपनी भौगोलिक सीमा को लांघकर अपना अस्तित्व बनाती है तथा मनुष्य को रोजी-रोटी देने के लिए सक्षम होती है वह भाषा चिरकाल तक जीवित रहती है। भूमंडलीकरण, बाजारवाद और उदारीकरण की चपेट में कई भाषाएँ लुप्त होती हुई दिखाई दे रही हैं। हिंदी लोगों के दिलों पर राज करते हुए तेज गति के साथ फैलती हुई वैश्विक संपर्क भाषा के रूप में उभरकर आयी है। उसके बढ़ते कदम देश-विदेशों में रोजगार के कई अवसर निर्माण करते हैं। सरकारी, गैरसरकारी, अर्धसरकारी, निजी आदि क्षेत्रों में भाषा के अध्येताओं को अपनी रुचि के अनुसार रोजगार पाने के अवसर मिलते हैं।

3.3 विषय विवेचन :

3.3.1 दूरदर्शन के क्षेत्र में रोजगार के अवसर :

दृक-श्राव्य माध्यमों में दूरदर्शन का स्थान महत्वपूर्ण है। 15 सितंबर, 1959 को स्थापित दूरदर्शन ने भारत के प्रसारण युग की शुरुआत की। भारत सरकार के अधीन एक स्वायत्त सार्वजनिक सेवा प्रसारक के रूप में, यह प्रसार भारती के दो विभागों में से एक है। आज, दूरदर्शन स्टूडियो और ट्रांसमीटरों के विशाल नेटवर्क के साथ भारत की सबसे बड़ी प्रसारण संस्था बनी हुई है। यह टेलीविजन, ऑनलाइन और मोबाईल सेवाएं प्रदान करता है, जिसकी पहुंच महानगरों और क्षेत्रीय क्षेत्रों के साथ-साथ अंतर्राष्ट्रीय दर्शकों तक भी है। पिछले कुछ वर्षों में दूरदर्शन एक ऐसे नेटवर्क के रूप में विकसित हुआ है जो 35 सैटेलाइट चैनल संचालित करता है, जिनमें से 6 अखिल भारतीय चैनल और 22 क्षेत्रीय चैनल (24x7) हैं। इसके अलावा, डीडी 6 क्षेत्रीय (24x7) और 1 अंतर्राष्ट्रीय चैनल भी संचालित करता है। इसके कुल 59 ट्रांसमीटर हैं। डीडी इंडिया अब अमेरिका, ब्रिटेन,

यूरोप, मध्य पूर्व, सिंगापुर, ऑस्ट्रेलिया और न्यूजीलैंड में युप्प टीवी के ओटीटी प्लेटफॉर्म पर उपलब्ध है। बदलते समय के साथ दूरदर्शन खुद को नए रूप में ढाल रहा है और एक नए अंदाज में सामने आया है। दूरदर्शन नेटवर्क के प्रमुख चैनल डीडी नेशनल ने कई नए कार्यक्रम शुरू किए हैं।

दूरदर्शन (प्रसार भारती) भारत में मीडिया, ब्रॉडकास्टिंग और प्रोडक्शन के क्षेत्र में रोजगार के बेहतरीन अवसर प्रदान करता है। दूरदर्शन में रिपोर्टर, न्यूज़रीडर-कम-अनुवादक (हिंदी), समाचार संपादक (हिंदी), वेब एडिटर (हिंदी जैसे पदों के लिए चयन प्रक्रिया आमतौर पर तीन चरणों में होती है- लिखित परीक्षा, ऑडिशन (वॉइस/स्क्रीन टेस्ट) और साक्षात्कार। इन पदों के लिए अक्सर अनुबंध (Contractual) आधार पर भर्तियां निकलती हैं। इसके लिए स्नातक डिग्री, संबंधित क्षेत्र में डिप्लोमा/अनुभव अनिवार्य है। आवेदन प्रसार भारती की आधिकारिक वेबसाइट <https://prasarbharati.gov.in/hi/pbvacancies> के माध्यम से ऑनलाइन या ईमेल/स्पीड पोस्ट द्वारा किया जा सकता है। इसकी जानकारी निम्न है-

3.3.1.1 रिपोर्टर (हिंदी) :

❑ आवश्यक योग्यता :

- ◆ किसी मान्यता प्राप्त विश्वविद्यालय से स्नातक।
- ◆ पत्रकारिता में कम से कम एक वर्ष की अवधि की डिग्री या स्नातकोत्तर डिप्लोमा
- ◆ किसी मान्यता प्राप्त विश्वविद्यालय/संस्थान से प्रिंट/इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में रिपोर्टिंग/संपादन कार्य का 5 वर्ष का अनुभव
- ◆ अंग्रेज़ी पर अच्छी पकड़ और हिंदी का कार्यसाधक ज्ञान।
- ◆ बुनियादी कंप्यूटर अनुप्रयोगों का ज्ञान।

❑ वांछनीय योग्यता:

- ◆ रेडियो/टीवी में पत्रकारिता कार्य का अनुभव (पत्रकारिता में डिग्री/डिप्लोमा धारकों के लिए)

❑ नौकरी का स्वरूप :

- ◆ ग्राउंड रिपोर्टिंग, समाचार कहानियों का फाइलिंग, संपादन

3.3.1.2 न्यूज़रीडर-कम-अनुवादक (हिंदी) :

❑ आवश्यक योग्यता :

- ◆ मान्यता प्राप्त विश्वविद्यालय से स्नातक।
- ◆ हिंदी भाषा में प्रवीणता।
- ◆ प्रसारण के लिए उपयुक्त अच्छी गुणवत्ता की आवाज़।

- ◆ बुनियादी कंप्यूटर अनुप्रयोगों का ज्ञान।
- ◆ हिंदी टाइपिंग कौशल होना अनिवार्य है।

□ वांछनीय योग्यता:

- ◆ रेडियो/टीवी में पत्रकारिता कार्य का अनुभव (पत्रकारिता में डिग्री/डिप्लोमा धारकों के लिए)।

□ नौकरी का स्वरूप :

- ◆ अंग्रेजी से हिंदी और हिंदी से अंग्रेजी में अनुवाद करना तथा समाचार बुलेटिन पढ़ना।

3.3.1.3 समाचार संपादक (हिंदी) :

□ आवश्यक योग्यता :

- ◆ मान्यता प्राप्त विश्वविद्यालय से स्नातक।
- ◆ मान्यता प्राप्त विश्वविद्यालय/संस्थान से कम से कम एक वर्ष की अवधि का पत्रकारिता में डिग्री या स्नातकोत्तर डिप्लोमा या प्रिंट/इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में रिपोर्टिंग/संपादन कार्य का 5 वर्ष का अनुभव
- ◆ हिंदी भाषा में प्रवीणता।
- ◆ मूलभूत कंप्यूटर अनुप्रयोग का ज्ञान।

□ वांछनीय योग्यता:

- ◆ रेडियो/टीवी में पत्रकारिता कार्य का अनुभव (पत्रकारिता में डिग्री/डिप्लोमा धारकों के लिए)।

□ नौकरी का स्वरूप :

- ◆ समाचारों का संपादन और बुलेटिन का संकलन

3.3.1.4 वेब एडिटर (हिंदी) :

□ आवश्यक योग्यता :

- ◆ किसी मान्यता प्राप्त विश्वविद्यालय/संस्थान से कम से कम एक वर्ष की अवधि का पत्रकारिता में डिग्री या स्नातकोत्तर डिप्लोमा, या प्रिंट/इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में रिपोर्टिंग/एडिटिंग कार्य का 5 वर्ष का अनुभव
- ◆ जिस भाषा के लिए पैनल में शामिल किया जाना है, उसमें प्रवीणता।
- ◆ संपादन कौशल

◆ हिंदी टाइपिंग

□ वांछनीय योग्यता:

- ◆ रेडियो/टीवी में पत्रकारिता कार्य का अनुभव (पत्रकारिता में डिग्री/डिप्लोमा धारकों के लिए उद्घु उपरोक्त संदर्भ खंड १(२))।
- ◆ बुनियादी कंप्यूटर अनुप्रयोगों का ज्ञान।

□ नौकरी का स्वरूप :

- ◆ वेबसाइट कंटेंट प्रबंधन

□ समाचार वाचक, समाचार वाचक-सह-अनुवादक, हिंदी एंकर (व्यवसाय) के चयन की विधि :

चयन प्रक्रिया दो चरणों में होती है (1) लिखित परीक्षा (2) वॉयस टेस्ट एवं साक्षात्कार, जिनका उद्देश्य संबंधित भाषा में अभ्यर्थी की व्यावसायिक दक्षता और ज्ञान का आकलन करना है। प्रत्येक परीक्षा 100 अंकों की होगी। लिखित परीक्षा का उद्देश्य उनकी पत्रकारिता एवं पेशेवर क्षमता के साथ-साथ संबंधित भाषा के ज्ञान का मूल्यांकन करना है। लिखित परीक्षा में न्यूनतम उत्तीर्णांक 50 होंगे। लिखित परीक्षा में 50 या उससे अधिक अंक प्राप्त करने वाले अभ्यर्थियों को वॉयस टेस्ट के लिए बुलाया जाएगा, जिसमें आवाज़ की गुणवत्ता, मॉड्यूलेशन, उच्चारण शैली (डिक्शन), उच्चारण (प्रोन्सिएशन) और लहजे (एक्सेंट) का आकलन किया जाएगा। वॉयस टेस्ट के बाद चयन समिति द्वारा रेडियो समाचार के लिए अभ्यर्थी की उपयुक्तता का मूल्यांकन करने हेतु साक्षात्कार लिया जा सकता है। चयन समिति वॉयस टेस्ट एवं साक्षात्कार में 50 या उससे अधिक अंक प्राप्त करने वाले अभ्यर्थियों की सिफारिश करेगी, जिसकी स्वीकृति कार्यालय प्रमुख, प्रधान महानिदेशक (समाचार) द्वारा पैनल में शामिल करने के लिए दी जाएगी।

□ पाठ्यक्रम :

लिखित परीक्षा का पाठ्यक्रम अंग्रेज़ी से उस भाषा में अनुवाद और इसके विपरीत, समसामयिक घटनाओं तथा सामान्य ज्ञान आदि पर संक्षिप्त टिप्पणियाँ शामिल करता है, जिसके लिए पैनल में शामिल किया जाना है। सभी प्रश्नों के उत्तर उसी भाषा में दिए जाने हैं जिसके लिए अभ्यर्थी परीक्षा दे रहा है। लिखित परीक्षा की अवधि तीन घंटे होगी।

□ आयु : कम से कम 21 वर्ष और अधिकतम 50 वर्ष

□ अधिक जानकारी के लिए – <https://prasarbharati.gov.in/hi/pbvacancies>

3.3.2 सिनेमा के क्षेत्र में रोजगार :

भारत में सिनेमा की शुरुआत 19 वीं सदी के अंत में हुई थी। आज भारतीय फिल्म उद्योग दुनिया के सबसे बड़े उद्योगों में से एक है। सिनेमा समाज की उपज है, लेकिन समाज के पास यह ताकत है कि वह किस तरह

की फिल्मों को पसंद कर उन्हें बढ़ावा दे। अंततः, जैसा समाज होगा, वैसा ही सिनेमा बनेगा। हिंदी भाषा भारतीय सिनेमा की आत्मा है, जो न केवल मनोरंजन का साधन है बल्कि भारत की भाषाई और सांस्कृतिक एकता का एक प्रमुख सूत्र भी है। हिंदी सिनेमा (बॉलीवुड) का विकास हिंदी भाषा के प्रचार-प्रसार और सामाजिक परिवर्तनों के साथ गहराई से जुड़ा हुआ है। आज हिंदी सिनेमा ओटीटी (जड्ड) प्लेटफॉर्म के माध्यम से नए प्रयोग कर रहा है। हिंदी सिनेमा (बॉलीवुड) केवल अभिनय तक सीमित नहीं है, बल्कि यह एक विशाल उद्योग है जो तकनीकी, रचनात्मक और व्यावसायिक क्षेत्रों में हजारों लोगों को रोजगार प्रदान करता है। ओटीटी प्लेटफॉर्म के उदय ने नए चेहरों और तकनीशियनों के लिए अवसरों के द्वार और भी खोल दिए हैं। हिंदी सिनेमा के क्षेत्र में पटकथा लेखक, गीतकार, संवाद लेखक आदि विभिन्न रोजगार के अवसर उपलब्ध हैं।

3.3.2.1 पटकथा लेखक (Screenwriter) :

पटकथाकार या पटकथा वह व्यक्ति होता है जो फिल्मों, टेलीविजन कार्यक्रमों, नाटकों या वेब सीरीज के लिए कहानी और दृश्य विवरण तैयार करता है। पटकथा लेखन (Screenplay Writing) एक कला और शिल्प है, जिसके माध्यम से फिल्मों, टीवी शो या डिजिटल मीडिया के लिए दृश्यों और संवादों का खाका तैयार किया जाता है। यह कार्य केवल कहानी लिखने तक सीमित नहीं है, बल्कि यह निर्देशक, अभिनेताओं और तकनीकी टीम के लिए एक मार्गदर्शक दस्तावेज (Blueprint) की तरह काम करता है। पटकथा लेखक के पास कुछ व्यक्तिगत क्षमताओं का होना आवश्यक है। जैसे वे एक रचनात्मक (creative) अभिवृत्ति वाले हों। कहानी कहने और चरित्र मनोविज्ञान के बुनियादी सिद्धांतों से अच्छी तरह वे वाकिफ हों। आप श्रोताओं की संस्कृति और साहित्यिक क्षमता के बारे में जानते हो और यह भी जानते हों कि उन कथाओं को कैसे डिजाइन किया जाए जो उन्हें स्वीकार्य हों।

सलीम खान और जावेद अख्तर को हिंदी सिनेमा की सबसे सफल पटकथा लेखक जोड़ी माना जाता है। इन्होंने 'शोले', 'दीवार' और 'जंजीर' जैसी फिल्मों के जरिए 'एंग्री यंग मैन' की छवि गढ़ी। इसके साथ साथ अभिजात जोशी और राजकुमार हिरानी ने 'मुन्ना भाई' सीरीज, '३ इडियट्स' और 'पीके' जैसी फिल्मों के लिए प्रसिद्ध है। तो जयदीप साहनी ने 'चक दे! इंडिया', 'खोसला का घोंसला' और 'रॉकेट सिंह' जैसी प्रेरणादायक कहानियों के पटकथा लेखक है।

एक सफल पटकथा लेखक बनने के लिए केवल भाषा का ज्ञान ही पर्याप्त नहीं है, बल्कि उसमें कई रचनात्मक और तकनीकी गुणों का होना आवश्यक है। यहाँ एक अच्छे पटकथा लेखक के मुख्य गुण दिए गए हैं:

□ पटकथा लेखक (Screenwriter) के गुण :

१. प्रबल कल्पनाशीलता :

लेखक को ऐसी कहानियाँ और पात्र सोचने की क्षमता रखनी चाहिए जो मौलिक हों और दर्शकों को बांध सकें। उसे 'क्या होगा अगर...' (What if...) जैसे काल्पनिक सवाल सोचने की आदत होनी चाहिए।

२. गहन अवलोकन :

एक अच्छा लेखक अपने आसपास के लोगों, उनके व्यवहार, बोलने के लहजे और छोटी-छोटी घटनाओं को बारीकी से देखता है। यही अवलोकन पात्रों को पर्दे पर 'असली' और 'जीवंत' बनाने में मदद करता है।

३. धैर्य और दृढ़ता :

पटकथा लेखन एक लंबी प्रक्रिया है। एक स्क्रिप्ट को दर्जनों बार **री-ड्राफ्ट** (Rewriting) करना पड़ता है। आलोचना झेलने और बार-बार सुधार करने का धैर्य एक लेखक का सबसे बड़ा गुण है।

४. संवाद लेखन की समझ :

पात्र क्या बोलते हैं और उससे भी महत्वपूर्ण यह कि वे क्या नहीं बोलते (Subtext), इसकी समझ होना जरूरी है। संवाद ऐसे होने चाहिए जो कहानी को आगे बढ़ाएं, न कि केवल जानकारी दें।

५. दृश्य सोच :

पटकथा लेखक 'लिखता' नहीं बल्कि 'दिखाता' है। उसे पता होना चाहिए कि कहानी को शब्दों के बजाय दृश्यों (Actions) के माध्यम से कैसे व्यक्त करना है। इसे सिनेमाई भाषा में "**Show, Don't Tell**" कहा जाता है।

६. संरचना का ज्ञान :

कहानी का आदि, मध्य और अंत (Three-act Structure) कैसे व्यवस्थित करना है, इसका तकनीकी ज्ञान होना आवश्यक है। उसे पता होना चाहिए कि कब कहानी में मोड़ (Plot Twist) लाना है और कब संघर्ष (Conflict) को चरम पर पहुँचाना है।

७. सहानुभूति :

एक लेखक को अपने नायक के साथ-साथ खलनायक (Antagonist) के नजरिए से भी सोचने की क्षमता होनी चाहिए। जब तक लेखक पात्रों की भावनाओं को महसूस नहीं करेगा, दर्शक उनसे नहीं जुड़ पाएंगे।

८. तकनीकी :

आधुनिक समय में, स्क्रिप्ट राइटिंग सॉफ्टवेयर (जैसे **Celtx** या **Final Draft**) का ज्ञान और फिल्म निर्माण की बुनियादी तकनीकी समझ जैसे कैमरा एंगल, लाइटिंग आदि का होना एक अतिरिक्त लाभ है।

पटकथा लेखक बनने के लिए किसी विशेष डिग्री की अनिवार्य आवश्यकता नहीं होती है, लेकिन पेशेवर कौशल और नेटवर्किंग के लिए उपयुक्त कोर्स करना बहुत फायदेमंद रहता है। आप 12 वीं के बाद स्नातक (UG\$) या स्नातक के बाद पीजी डिप्लोमा कोर्स का चयन विभिन्न शैक्षिक संस्थानों में कर सकते हैं। वे संस्थान निम्नलिखित हैं -

□ भारत के प्रमुख शैक्षणिक संस्थान :

भारत में फिल्म और पटकथा लेखन के लिए कई प्रतिष्ठित सरकारी और निजी संस्थान हैं-

1. भारतीय फिल्म एवं टेलीविजन संस्थान (FTII), पुणे :

यह भारत का सबसे प्रमुख संस्थान है, जो फीचर फिल्म पटकथा लेखन में एक वर्ष का पीजी सर्टिफिकेट प्रदान करता है।

2. सत्यजीत रे फिल्म एवं टेलीविजन संस्थान (SRFTI), कोलकाता :

यहाँ पटकथा लेखन में दो वर्षीय स्नातकोत्तर कार्यक्रम उपलब्ध है।

3. व्हिसलिंग वुड्स इंटरनेशनल, मुंबई :

प्रसिद्ध निर्देशक सुभाष घई द्वारा स्थापित यह संस्थान पटकथा लेखन में 1 वर्षीय डिप्लोमा और 2 वर्षीय एडवांस डिप्लोमा कोर्स कराता है।

4. एएफटी (AAFT) ऑनलाइन :

यहाँ से आप पटकथा लेखन में 6 महीने का ऑनलाइन डिप्लोमा कर सकते हैं, जो हिंदी और अंग्रेजी दोनों भाषाओं में उपलब्ध है।

5. जीकेएफटी-आईआई (GKFTII), नोएडा :

यह फिल्म निर्माण और पटकथा लेखन में विभिन्न डिग्री और डिप्लोमा कोर्स प्रदान करता है।

इन संस्थानों में सिनेमा में ललित कला में स्नातकोत्तर का पाठ्यक्रम है। जिसमें पटकथा लेखन (फिल्म, टीवी और वेब सीरीज) का दो वर्ष (चार सेमेस्टर) अवधी का एवं 80 क्रेडिट का प्रोग्राम है। यह कार्यक्रम सिनेमा, टेलीविजन, वेब सीरीज और उभरते डिजिटल प्लेटफॉर्म सहित विभिन्न प्रारूपों में आकर्षक कहानियों के विकास को प्रोत्साहित करने के लिए बनाया गया है। भारत की समृद्ध और विविध सांस्कृतिक विरासत पर आधारित यह पाठ्यक्रम छात्रों को कहानी कहने की परंपराओं से गहराई से जुड़ने और समकालीन रूपों और आवाजों का अन्वेषण करने में सक्षम बनाता है।

□ योग्यता और प्रवेश :

1. न्यूनतम शिक्षा :

डिप्लोमा कोर्सेज के लिए आमतौर पर 10+2 (किसी भी संकाय से) होना आवश्यक है। पीजी डिप्लोमा के लिए किसी भी विषय में स्नातक की डिग्री चाहिए।

2. चयन प्रक्रिया :

प्रमुख संस्थानों में प्रवेश, प्रवेश परीक्षा और इंटरव्यू के माध्यम से होता है, जहाँ आपकी रचनात्मक क्षमता और कहानी कहने के कौशल को परखा जाता है।

❑ लेखन के लिए उपयोगी टूल्स और सॉफ्टवेयर :

पटकथा को सही प्रारूप में लिखने के लिए विशेष सॉफ्टवेयर का उपयोग किया जाता है:

1. **Celtx** : नए लेखकों के लिए एक लोकप्रिय और आसान मुफ्त विकल्प।
2. **Scrite** : भारतीय लेखकों द्वारा निर्मित, जो हिंदी और अन्य भारतीय भाषाओं का अच्छा समर्थन करता है।
3. **Final Draft** : फिल्म इंडस्ट्री का सबसे मानक लेकिन सशुल्क सॉफ्टवेयर।
4. **Studiovity** : भारतीय भाषाओं के लिए एक अन्य मुफ्त विकल्प।

❑ ऑनलाइन कोर्सेज और मास्टरक्लास :

यदि आप घर बैठे सीखना चाहते हैं, तो कई विशेषज्ञ ऑनलाइन प्लेटफॉर्म पर सक्रिय हैं:

1. **फिल्म कंपैनियन मास्टरक्लास** : सत्यांशु सिंह द्वारा संचालित पटकथा लेखन की विशेष कक्षाएं।
2. **जॉइन फिल्मस एकेडमी** : यह शुरुआती लेखकों के लिए तकनीकी बारीकियां सिखाने वाले ऑनलाइन कोर्स उपलब्ध कराता है।
3. **Future Learn** : यहाँ से आप पटकथा लेखन के बुनियादी सिद्धांतों का परिचय देने वाले मुफ्त या सशुल्क ऑनलाइन कोर्स कर सकते हैं।

❑ अधिक जानकारी के लिए :

1. <https://ftii-ac-in>
2. <https://srfti.ac.in/hi/>
3. <https://whistlingwoods.co.in/>
4. <https://aaftonline.com/>
5. <https://gkftii-com>

3.3.2.2 गीतकार (Lyricist) :

गीत भारतीय संस्कृति की पहचान हैं। गीतकार वह कलाकार है जो संगीत की धुनों पर गाए जाने वाले बोल या शब्द लिखता है। फिल्मों, विज्ञापनों और एल्बमों में गीतकार की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण होती है क्योंकि उनके शब्द ही संगीत को अर्थ और गहराई देते हैं। हिंदी गीत केवल मनोरंजन का साधन नहीं हैं, बल्कि ये भारतीय संस्कृति, समाज और भावनाओं का एक अभिन्न अंग हैं। देशभक्ति और सामाजिक चेतना, भक्ति और आध्यात्मिकता, जीवन दर्शन और प्रेरणा, संस्कार और लोक उत्सव एवं प्रकृति और ऋतुएँ आदि विभिन्न

विषयों पर गीत लिखे गए हैं। सामाजिक-धार्मिक कार्यक्रम, शादी-ब्याह और त्योहार गीतों के बिना अधूरे माने जाते हैं। हिंदी गीत भाषाई और क्षेत्रीय बाधाओं को तोड़कर लोगों को एक सूत्र में पिरोते हैं। चाहे मेट्रो शहर हों या छोटे गाँव, ये एक साझा सांस्कृतिक धागा बनाते हैं। कई गीतकारों ने अपने गीतों के माध्यम से समाज में व्याप्त बुराइयों, मजदूरों और किसानों की व्यथा को सामने रखा है, जिससे ये प्रगतिशील चेतना का माध्यम बने हैं। गीत भावनाओं की अभिव्यक्ति का एक सशक्त जरिया हैं। चाहे वह प्रेम हो, दुःख हो या देशभक्ति, गीतों के माध्यम से हम अपने भीतर के भावों को आसानी से व्यक्त कर पाते हैं। संगीत तनाव दूर करने और मन को शांति प्रदान करने में सहायक होता है। यह हमारे भीतर उत्साह और नई उमंग भर देता है। कई पुराने फिल्मों के गीत जीवन के गूढ़ रहस्यों और संघर्षों को सरलता से समझाते हैं, जो सुनने वालों के लिए प्रेरणा का स्रोत बनते हैं।

हिंदी के प्रमुख गीतकारों में गुलज़ार, शैलेन्द्र, आनंद बख्शी, साहिर लुधियानवी, कवि प्रदीप, मजरूह सुल्तानपुरी, नीरज, जावेद अख्तर, इरशाद कामिल, अमित भट्टाचार्य और प्रसून जोशी जैसे नाम शामिल हैं। ये कलाकार अपनी गीतों से हिंदी जगत में अमर हो गए हैं।

❑ एक सफल गीतकार के लिए आवश्यक कौशल :

एक सफल गीतकार के लिए शब्दों का व्यापक ज्ञान होना आवश्यक है। अपनी भावनाओं को व्यक्त करने के लिए गीतकार की हिंदी और उर्दू (हिंदुस्तानी) के शब्दों पर अच्छी पकड़ होनी चाहिए। साथ ही संगीत की धुन और मात्राओं के हिसाब से तुकबंदी (Rhyming) करने की क्षमता होनी चाहिए अर्थात् लय और ताल की समझ होनी चाहिए। निर्देशकों की मांग के अनुसार गीत की पंक्तियों को तुरंत बदलने के लिए तैयार रहना चाहिए।

❑ प्रमुख संस्थान और उपलब्ध कोर्स :

भारत में कई प्रसिद्ध संस्थान इस विषय पर कार्यशालाएं और डिप्लोमा प्रदान करते हैं :

1. SAPA India (Subramaniam Academy of Performing Arts) :

यहाँ प्रसिद्ध गीतकार समीर अनजान द्वारा बॉलीवुड गीत लेखन का विशेष ऑनलाइन कोर्स उपलब्ध है।
वेबसाइट-- <https://www.sapa-india.com/>

2. Lost Stories Academy (मुंबई) :

यहाँ संगीत सिद्धांत और गीत लेखन का उन्नत पाठ्यक्रम हिंदी में भी उपलब्ध है। वेबसाइट-- <https://www.loststoriesacademy.com/>

3. Global Music Institute (G\$MI):

यह संस्थान आर्टिस्ट डिप्लोमा और गीत लेखन मॉड्यूल प्रदान करता है।

वेबसाइट--<https://globalmusicinstitute.in/>

4. विभिन्न विश्वविद्यालय:

दिल्ली विश्वविद्यालय (<https://www.du.ac.in/>),

मुंबई विश्वविद्यालय (<https://www.mu.ac.in/>)

सावित्रीबाई फुले पुणे विश्वविद्यालय (<https://www.un{iune.ac.in/>)

जैसे संस्थानों में संगीत और ललित कला (Fine Arts) के अंतर्गत गीत लेखन की बारीकियां सिखाई जाती हैं।

4. अन्य :

इसके अतिरिक्त Coursera और Udemey जैसे प्लेटफॉर्म पर अंतरराष्ट्रीय स्तर के गीत लेखन पाठ्यक्रमों का लाभ उठा सकते हैं। फिल्म, दूरदर्शन, निजी चैनलों में चल रही हजारों धारावाहिक सीरीयल्स में, नाटकों में आदि युवा वर्ग के लिए गीतकार के रूप में एक अच्छा अवसर मिल सकता है।

3.3.2.3 संवाद लेखक (Dialogue Writer) :

एक पेशेवर संवाद लेखक बनने के लिए आपको न केवल भाषा पर पकड़ बनानी होती है, बल्कि पात्रों के मनोविज्ञान और कहानी के मिजाज को भी समझना होता है। हिंदी फिल्मों में संवाद लेखन केवल बातचीत नहीं, बल्कि फिल्म की आत्मा है जो कहानी को जीवंत बनाती है। संवादों का सबसे महत्वपूर्ण कार्य कहानी को आगे बढ़ाना है। एक प्रभावी संवाद हर मोड़ पर दर्शक को नई जानकारी देता है या आने वाली घटनाओं का संकेत देता है। यह पात्रों के बीच चल रहे संघर्ष को शब्दों के माध्यम से पर्दे पर उतारता है। संवाद यह तय करते हैं कि कोई पात्र कैसा है। पात्र की भाषा, उसके शब्दों का चुनाव और बोलने का लहजा उसकी शिक्षा, पृष्ठभूमि और व्यक्तित्व को उजागर करता है। संवाद दर्शकों को पात्रों की खुशी, दुख और संघर्ष के साथ जोड़ते हैं। जब कोई पात्र अपनी भावनाओं को शब्दों में पिरोता है, तो वह दर्शक के दिल को छू जाती है। फिल्मों में संवाद लेखक वे शब्दशिल्पी होते हैं जो कहानी के पात्रों को उनकी आवाज और व्यक्तित्व देते हैं। हिंदी सिनेमा के इतिहास में कई दिग्गज लेखकों ने ऐसे संवाद लिखे हैं जो आज भी लोगों की जुबान पर हैं। हिंदी फिल्मों के संवाद अक्सर सिनेमाघरों से निकलकर लोगों की रोजमर्रा की भाषा का हिस्सा बन जाते हैं। ये संवाद सामाजिक चेतना जगाने और देशभक्ति की भावना को सुदृढ़ करने में भी बड़ी भूमिका निभाते हैं। तकनीकी रूप से, एक अच्छा संवाद लेखक यह भी जानता है कि कब पात्र को चुप रहना चाहिए। सिनेमा एक दृश्य माध्यम है, इसलिए संवाद तब सबसे प्रभावशाली होते हैं जब वे दृश्यों की पूरक भूमिका निभाते हैं, न कि केवल जानकारी दोहराते हैं। सलीम खान और जावेद अख्तर इस जोड़ी ने 'शोले', 'दीवार' और 'जंजीर' जैसी फिल्मों के तो कादर खान ने 'नसीब', 'अमर अकबर एंथनी' और 'अग्निपथ' के लिए संवाद लिखे। राजकुमार हिरानी और अभिजात जोशी इस जोड़ी ने 'मुन्ना भाई MBBS', '3 ईडियट्स' और 'PK' जैसी फिल्मों के अनुराग कश्यप 'गैंग्स ऑफ वासेपुर' आदि सिनेमा के लिए संवाद लिखे हैं।

□ संवाद लेखक के प्रमुख गुण :

एक सफल संवाद लेखक में केवल अच्छी भाषा का ज्ञान होना काफी नहीं है, बल्कि उसमें कई सूक्ष्म और कलात्मक गुणों का होना आवश्यक है। यहाँ एक संवाद लेखक के प्रमुख गुणों का विवरण दिया गया है:

1. सुनने की गहरी शक्ति :

एक अच्छा लेखक वह होता है जो समाज के विभिन्न वर्गों के लोगों को ध्यान से सुनता है। बस, ट्रेन या बाजार में लोग कैसे बात करते हैं, उनका लहजा (Accent) और शब्दों का चुनाव क्या है इस पर पकड़ होना बहुत जरूरी है।

2. मनोविज्ञान की समझ :

लेखक को यह पता होना चाहिए कि कोई पात्र विशेष परिस्थिति में वैसा ही क्यों बोल रहा है। पात्र का डर, लालच, खुशी या दुख उसके संवादों में झलकना चाहिए। इसके लिए मानव व्यवहार की गहरी समझ आवश्यक है।

3. संक्षिप्तता और प्रभाव :

“कम शब्दों में बड़ी बात कहना” एक संवाद लेखक का सबसे बड़ा गुण है। फिल्मों में दृश्य ज्यादा महत्वपूर्ण होते हैं, इसलिए संवाद बोझिल नहीं होने चाहिए। लेखक को पता होना चाहिए कि कब शब्दों की जगह ‘मौन’ का उपयोग करना है।

4. भाषा और बोलियों पर पकड़ :

सिर्फ मानक हिंदी ही नहीं, बल्कि उर्दू, अवधी, भोजपुरी, पंजाबी या मुंबईया जैसे विभिन्न ‘स्लैंग्स’ और बोलियों का ज्ञान लेखक को बहुमुखी बनाता है। यह पात्रों को वास्तविकता प्रदान करता है।

5. सबटेक्स्ट लिखने की कला :

यह सबसे महत्वपूर्ण गुण है। पात्र जो कह रहा है और जो वह वास्तव में महसूस कर रहा है, उसके बीच के अंतर को लिखने की क्षमता ही एक औसत लेखक को एक महान लेखक से अलग करती है।

6. टीम के साथ तालमेल :

संवाद लेखन एक सामूहिक प्रक्रिया है। निर्देशक और पटकथा लेखक के विजन को समझकर संवादों में ढालना और जरूरत पड़ने पर उनमें बदलाव करना लेखक का गुण होना चाहिए।

7. नाटक और संघर्ष की समझ :

संवादों में तब तक जान नहीं आती जब तक उनमें कोई ‘संघर्ष’ या ‘तनाव’ न हो। लेखक को पता होना चाहिए कि शब्दों के माध्यम से ड्रामा कैसे पैदा किया जाता है।

8. वाकपटुता और हास्यबोध :

विशेषकर कॉमेडी फिल्मों के लिए लेखक में हास्य की अच्छी समझ और शब्दों के साथ खेलने की क्षमता होनी चाहिए ताकि वह 'वन-लाइनर्स' लिख सके जो दर्शकों को याद रहें। संवाद लेखन में करियर बनाना उन लोगों के लिए एक बेहतरीन विकल्प है जिनकी शब्दों पर पकड़ और इंसानी जज्बातों की गहरी समझ है। भारत में, विशेषकर फिल्म और डिजिटल मीडिया के विस्तार के साथ, इस क्षेत्र में अवसरों की भरमार है।

❑ करियर के अवसर और कार्यक्षेत्र :

संवाद लेखक केवल फिल्मों तक सीमित नहीं हैं; वे विभिन्न प्लेटफार्मों पर काम कर सकते हैं—

- **फिल्म और टेलीविजन :** मुख्यधारा की फिल्मों क्षेत्रीय सिनेमा और टीवी धारावाहिकों (Daily Soaps) में संवादों की निरंतर मांग रहती है।
- **OTT और वेब सीरीज :** नेटफ्लिक्स और अमेज़न प्राइम जैसे प्लेटफॉर्म पर 'माइक्रो ड्रामा' और वेब सीरीज के लिए रचनात्मक संवाद लेखकों की बड़ी जरूरत है।
- **डबिंग और ट्रांसलेशन :** विदेशी फिल्मों या दक्षिण भारतीय फिल्मों को हिंदी में डब करते समय मूल भाव को बनाए रखने के लिए संवाद लेखकों की भूमिका अहम होती है।
- **डिजिटल और सोशल मीडिया :** यूट्यूब शॉर्ट्स, इंस्टाग्राम रील्स और डिजिटल विज्ञापनों के लिए 'हुक' और प्रभावशाली स्क्रिप्ट लिखने के लिए फ्रीलांस अवसर उपलब्ध हैं।
- **अन्य क्षेत्र :** गेमिंग कंपनियाँ, एनिमेशन हाउस और यहाँ तक कि कॉमिक बुक (जैसे टूबडी कॉमिक्स) के लिए भी संवाद लेखक काम करते हैं।

❑ शैक्षिक योग्यता और आवश्यक कौशल :

संवाद लेखक बनने के लिए किसी खास डिग्री की तुलना में पोर्टफोलियो और कौशल अधिक महत्वपूर्ण हैं—

- **डिग्री/कोर्स :** हालांकि अनिवार्य नहीं, लेकिन FTII (पुणे) या व्हिसलिंग वुड्स जैसे संस्थानों से पटकथा लेखन में डिप्लोमा तकनीकी समझ विकसित करने में मदद करता है।
- **भाषा पर पकड़ :** जिस भाषा में लिख रहे हैं (जैसे हिंदी या उर्दू), उसकी व्याकरण और बोलचाल के लहजे का गहरा ज्ञान होना चाहिए।
- **अवलोकन :** समाज के विभिन्न वर्गों के लोगों के बात करने के तरीके को समझना और उसे कागज़ पर उतारना सबसे बड़ा गुण है।

❑ शुरुआत कैसे करें?

- **पंजीकरण :** अपनी स्क्रिप्ट की सुरक्षा के लिए 'स्क्रीन राइटर्स एसोसिएशन' (SWA) में खुद को रजिस्टर करवाएं।

- **नेटवर्किंग :** Talentrack
- **पोर्टफोलियो :** अपने काम के नमूने (Sample Scripts) तैयार रखें और फिल्म फेस्टिवल्स या राइटर्स इवेंट्स में शामिल हों।

□ **प्रमुख संस्थान और पाठ्यक्रम :**

भारत के अग्रणी संस्थान पटकथा लेखन के अंतर्गत संवाद कला सिखाते हैं :

- **FTII (पुणे):** यहाँ के पटकथा लेखन विभाग में पात्र चित्रण, दृश्य डिजाइन और 'उद्देश्यपूर्ण एवं विश्वसनीय संवाद' (Purposeful & Authentic Dialogue) लिखने पर विशेष जोर दिया जाता है।
- **SRFTI (कोलकाता):** इनके पटकथा लेखन विभाग के दो-वर्षीय पीजी डिप्लोमा में संवाद लेखन को एक महत्वपूर्ण मॉड्यूल के रूप में शामिल किया गया है।
- **SAPA India :** यहाँ गीतकार समीर अनजान और अन्य विशेषज्ञों के माध्यम से रचनात्मक लेखन की बारीकियाँ सीखी जा सकती हैं।

□ **अधिक जानकारी के लिए :**

1. <https://ftii-ac-in>
2. <https://srfti.ac.in/>
3. <https://www.sapa-india.com/>

3.3.3 पत्रकारिता के क्षेत्र में रोजगार :

पत्रकारिता आधुनिक समाज का वह महत्वपूर्ण स्तंभ है, जो सूचनाओं के एकत्रीकरण, लेखन, संपादन और प्रस्तुतीकरण के माध्यम से जनता को जागरूक रखता है। इसे लोकतंत्र का 'चौथा स्तंभ' भी कहा जाता है, क्योंकि यह सरकार और शक्तिशाली संस्थानों पर नज़र रखने वाले एक प्रहरी की भूमिका निभाता है। पत्रकारिता केवल समाचार देना ही नहीं, बल्कि समाज के विभिन्न पहलुओं को गहराई से समझना भी है। 21 वीं सदी में पत्रकारिता के स्वरूप में भारी बदलाव आया है। आज मोबाइल-फर्स्ट पत्रकारिता और डेटा जर्नलिज्म का दौर है। भारत में डिजिटल समाचार उपभोक्ताओं की संख्या दिन-ब-दिन बढ़ रही है। हालांकि, इसके साथ ही 'फेक न्यूज़' और 'एल्गोरिदम' आधारित समाचारों जैसी चुनौतियाँ भी बढ़ी हैं।

हिंदी पत्रकारिता के क्षेत्र में रोजगार के अवसर वर्तमान में केवल पारंपरिक मीडिया अर्थात् अखबार और टीवी तक सीमित नहीं हैं, बल्कि डिजिटल क्रांति के कारण यह क्षेत्र काफी विस्तृत और गतिशील हो गया है। हिंदी भाषी राष्ट्र होने के नाते भारत में कुशल हिंदी पत्रकारों की मांग हमेशा बनी रहती है। हिंदी पत्रकारिता में करियर के प्रमुख क्षेत्रों का विवेचन निम्नलिखित हैं-

3.3.3.1 प्रिंट मीडिया में रोजगार :

हिंदी पत्रकारिता के क्षेत्र में प्रिंट मीडिया के अंतर्गत पारंपरिक समाचार पत्र और पत्रिकाओं में रिपोर्टर, संवाददाता, उप-संपादक एवं प्रूफरीडर आदि विभिन्न रोजगार के अवसर मौजूद हैं।

3.3.3.1.1 रिपोर्टर (Reporter) :

रिपोर्टर वह पत्रकार होता है जो सीधे घटनास्थल पर जाकर तथ्यों को इकट्ठा करता है और उन्हें सरल भाषा में जनता तक पहुँचाता है। यह आमतौर पर स्थानीय समाचारों को कवर करता है और अपने मुख्य कार्यालय के आसपास के क्षेत्रों में काम करता है। रिपोर्टर को दैनिक आधार पर अलग-अलग 'बीट' (जैसे अपराध, शिक्षा, या स्थानीय घटनाएँ) सौंपी जा सकती हैं। रिपोर्टर अक्सर अपनी एकत्रित की गई जानकारी को न्यूज़ डेस्क या संपादक को भेजता है, जो इसे अंतिम रूप देते हैं।

3.3.3.1.2 संवाददाता (Correspondent) :

संवाददाता एक ऐसा रिपोर्टर होता है जो किसी विशेष स्थान या किसी विशिष्ट विषय पर विशेषज्ञता रखता है। संवाददाता अक्सर अपने मुख्य कार्यालय से दूर, जैसे किसी दूसरे शहर, देश की राजधानी, या विदेश में तैनात होते हैं। वे किसी खास क्षेत्र जैसे राजनीति, युद्ध, स्वास्थ्य, या मनोरंजन पर गहराई से रिपोर्टिंग और विश्लेषण प्रदान करते हैं।

3.3.3.1.3 उप-संपादक (Sub-Editor) :

उप-संपादक को पत्रकारिता की दुनिया का 'अदृश्य नायक' कहा जाता है। जहाँ रिपोर्टर खबर लेकर आता है, वहीं उप-संपादक उस कच्ची खबर को तराश कर प्रकाशन या प्रसारण के योग्य बनाता है। न्यूज़ रूम में इनकी भूमिका मुख्य रूप से डेस्क पर होती है। रिपोर्टर द्वारा भेजी गई खबरों में व्याकरण, वर्तनी और तथ्यों की गलतियों को सुधारना इनका प्राथमिक काम है। वे लंबी खबरों को काट-छाँट कर सटीक और प्रभावशाली बनाते हैं। इसके साथ साथ उप-संपादक का काम पाठकों का ध्यान खींचने वाला और खबर के सार को बताने वाला सटीक शीर्षक तैयार करना है। रिपोर्टर की खबर में दिए गए आंकड़ों, तारीखों और नामों की दोबारा जाँच करना उप-संपादक की जिम्मेदारी होती है। अर्थात् तथ्यों की जाँच करना उनका काम होता है। ताकि संस्थान की विश्वसनीयता बनी रहे। उप-संपादक यह तय करता है कि कौन सी खबर पन्ने पर कहाँ लगेगी, कौन सी फोटो इस्तेमाल होगी और खबर कितनी जगह घरेगी। डिजिटल मीडिया में, वे खबर के साथ वीडियो, लिंक्स और कीवर्ड्स (SEO) का समन्वय करते हैं। साथ ही विभिन्न एजेंसियों (जैसे PTI, ANI) से आने वाली अंग्रेजी खबरों का सरल और स्पष्ट हिंदी में अनुवाद करना भी अक्सर उप-संपादक की ही जिम्मेदारी होती है।

3.3.3.1.4 प्रूफरीडर (Proofreader) :

एक प्रूफरीडर पत्रकारिता की प्रक्रिया की अंतिम कड़ी होता है। इनका मुख्य काम यह सुनिश्चित करना है कि छपने या प्रसारित होने वाली सामग्री पूरी तरह से त्रुटिहीन हो। उप-संपादक जहाँ खबर की शैली और

तथ्यों पर ध्यान देता है, वहीं प्रूफरीडर का ध्यान पूरी तरह से तकनीकी बारीकियों पर होता है। वे शब्दों की स्पेलिंग, मात्राओं की गलती और वाक्य संरचना को ठीक करते हैं। हिंदी में ‘नुक्ता’ या ‘चंद्रबिंदु’ जैसी छोटी गलतियों को ठीक करना अर्थात् वर्तनी और व्याकरण को देखना इनका काम होता है। साथ ही कॉमा (अल्पविराम), पूर्ण विराम और उद्धरण चिह्नों का सही इस्तेमाल सुनिश्चित करना ताकि वाक्य का अर्थ न बदले व्याकरण की गलतियों को पहचानकर उन गलतियों को सुधारना इनका काम होता है। साथ ही यह देखना कि कहीं कोई परिच्छेद दोबारा तो नहीं आ गया, या कोई लाइन कट तो नहीं गई है।

3.3.3.2 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में रोजगार :

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के क्षेत्र में हिंदी न्यूज़ एंकर, न्यूज़ रिपोर्टर, न्यूज़ प्रोड्यूसर/एडिटर एवं रेडियो जॉकी आदि विभिन्न रोजगार के अवसर मौजूद हैं-

3.3.3.2.1 न्यूज़ एंकर (News Anchor) :

न्यूज़ एंकर स्टूडियो के भीतर से समाचार बुलेटिन का संचालन करता है। वह चैनल का ‘चेहरा’ होता है जो दर्शकों और खबरों के बीच एक कड़ी का काम करता है। वह प्रोम्प्टर की मदद से खबरों को स्पष्ट और प्रभावशाली ढंग से पढ़ता है। साथ ही टॉक शो और डिबेट हेतु पैनल में आए विशेषज्ञों से तीखे सवाल पूछना और चर्चा को नियंत्रित करता है। वह लाइव हैंडलिंग करता है अर्थात् अचानक आई बड़ी खबरों के दौरान बिना स्क्रिप्ट के घंटों तक जानकारी देता है। न्यूज़ एंकर के पास स्पष्ट उच्चारण, आत्मविश्वास, कैमरा-फ्रेंडली व्यक्तित्व और त्वरित निर्णय लेने की क्षमता आदि कौशल होने जरूरी होते हैं।

3.3.3.2.2 न्यूज़ रिपोर्टर (News Reporter) :

न्यूज़ रिपोर्टर वह है जो न्यूज़ रूम से बाहर ‘फील्ड’ में रहकर ज़मीनी स्तर पर काम करता है। वह घटनाओं वाली जगह पर पहुँचकर प्रत्यक्षदर्शियों के इंटरव्यू लेना और सबूत जुटाने का कार्य करता है। प्रत्यक्ष घटनास्थल से कैमरे के सामने सीधे जानकारी साझा करता है अर्थात् लाइव रिपोर्टिंग करता है। वह खबर की गहराई में जाकर उसके पीछे के तथ्यों और कारणों का पता लगाता है। न्यूज़ रिपोर्टर के पास खोजी दिमाग, भाषा पर पकड़, किसी भी मौसम या स्थिति में काम करने का धैर्य और सवाल पूछने का साहस आदि कौशल की आवश्यकता होती है।

3.3.3.2.3 न्यूज़ प्रोड्यूसर / एडिटर (News Producer/Editor) :

संपादकीय विभाग में न्यूज़ प्रोड्यूसर और न्यूज़ एडिटर वे व्यक्ति होते हैं जो पर्दे के पीछे रहकर पूरी न्यूज़ सामग्री की गुणवत्ता और प्रस्तुति तय करते हैं। यदि रिपोर्टर ‘आत्मा’ है, तो ये लोग न्यूज़ बुलेटिन या अखबार की ‘रीढ़’ हैं। बुलेटिन तैयार करना और संपादकीय जिम्मेदारी संभालना यह उनका काम होता है। एक न्यूज़ प्रोड्यूसर का काम खबर को ‘दिखाने योग्य’ बनाना है। यह तय करना कि न्यूज़ बुलेटिन में कौन सी खबर पहले आएगी और किस खबर को कितना समय मिलेगा। साथ ही लाइव बुलेटिन के दौरान एंकर को निर्देश देना और

ग्राफिक्स, विजुअल्स व रिपोर्टर के लाइव लिंक को सही समय पर प्ले करना। रिपोर्टर से मिली जानकारी को रोचक वीडियो, हेडलाइंस और 'ब्रेकिंग न्यूज़' टिकर में बदलना। वीडियो एडिटर और ग्राफिक्स टीम के साथ मिलकर खबर का लुक तय करना आदि कार्य करने होते हैं।

3.3.3.2.4 रेडियो जॉकी (RJ) :

एक रेडियो जॉकी (RJ) रेडियो स्टेशन का वह व्यक्तित्व होता है जो अपनी आवाज़, हाज़िरजवाबी और संगीत के माध्यम से श्रोताओं का मनोरंजन करता है। पत्रकारिता के क्षेत्र में, RJ केवल गाने नहीं बजाता, बल्कि समाज और स्थानीय मुद्दों पर अपनी बात भी रखता है। एक RJ का मुख्य काम रेडियो शो को होस्ट करना है। वह संगीत के बीच में श्रोताओं से बात करता है, कहानियाँ सुनाता है और शो के मूड (जैसे मॉर्निंग शो या नाइट शो) के हिसाब से माहौल बनाता है। शो भले ही बातचीत जैसा लगे, लेकिन इसके पीछे गहरी तैयारी होती है। शहर की ताज़ा खबरें, मौसम, ट्रैफिक अपडेट और ट्रेंडिंग टॉपिक्स पर जानकारी जुटाता है। दो गानों के बीच की बातचीत को दिलचस्प और संक्षिप्त तरीके से लिखता है। RJ फोन कॉल्स, मैसेज और सोशल मीडिया के जरिए सीधे श्रोताओं से जुड़ता है। लाइव कॉल लेना और लोगों की समस्याओं या फरमाइशों को सुनना उनके काम का अहम हिस्सा है। आजकल अधिकांश RJ अपना 'कंसोल' (Sound Board) खुद संभालते हैं। वे ही गाने प्ले करते हैं, विज्ञापनों का समय तय करते हैं और साउंड लेवल को नियंत्रित करते हैं। बड़े RJ मशहूर हस्तियों के इंटरव्यू लेते हैं और शहर के प्रमुख आयोजनों में ब्रांड एंबेसडर की भूमिका भी निभाते हैं।

एक अच्छे RJ के लिए आवाज़ का उतार-चढ़ाव, भाषा पर पकड़, हाज़िरजवाबी, स्थानीय ज्ञान आदि जरूरी विभिन्न कौशल होने आवश्यक हैं। सरकारी (AIR/FM Gold) और निजी रेडियो स्टेशनों (जैसे Radio Mirchi, Red FM, Big FM) के अलावा अब पॉडकास्टिंग के क्षेत्र में RJ के लिए अपार संभावनाएं हैं। ठग रेडियो स्टेशनों पर समाचार और मनोरंजन कार्यक्रमों का संचालन भी करते हैं।

3.3.3.3 डिजिटल मीडिया में रोजगार :

डिजिटल प्लेटफॉर्म के उदय ने रोजगार के नए द्वार खोले हैं। डिजिटल कंटेंट राइटर, डिजिटल जर्नलिस्ट, सोशल मीडिया मैनेजर, यूट्यूब पत्रकार एवं मोबाइल पत्रकार आदि विभिन्न रोजगार के अवसर मौजूद हैं-

3.3.3.3.1 डिजिटल कंटेंट राइटर (Digital Content Writer) :

डिजिटल क्रांति के इस दौर में डिजिटल कंटेंट राइटर के रूप में रोजगार उपलब्ध है। सूचना को आकर्षक और उपयोगी बनाने पर डिजिटल कंटेंट राइटर का ध्यान केंद्रित रहता है। ये विभिन्न डिजिटल प्लेटफॉर्म जैसे ब्लॉग, वेबसाइट और सोशल मीडिया के लिए जानकारीपूर्ण और मनोरंजक सामग्री लिखते हैं। इनका उद्देश्य दर्शकों को शिक्षित करना, प्रेरित करना या उनसे जुड़ना होता है।

3.3.3.3.2 डिजिटल जर्नलिस्ट (Digital Journalist) :

इनका मुख्य काम समाचारों को जुटाना, इंटरव्यू लेना और वास्तविक घटनाओं को रिपोर्ट करना है। वे तथ्यों की जाँच और निष्पक्षता पर अधिक जोर देते हैं। डिजिटल जर्नलिस्ट समाचारों की सत्यता और रिपोर्टिंग पर ध्यान देता है। डिजिटल माध्यम में सफलता के लिए केवल अच्छा लिखना काफी नहीं है, बल्कि तकनीकी ज्ञान भी अनिवार्य है। अपनी खबरों या लेखों को गूगल सर्च में ऊपर लाने के लिए कीवर्ड्स का सही उपयोग करना आना आवश्यक है। साथ ही प्लेटफॉर्म के एल्गोरिदम को समझना और दर्शकों के साथ जुड़ाव बनाना जरूरी है। उन्हें मोबाइल पत्रकारिता (MOJO) के तहत वीडियो बनाना, फोटो खींचना और सरल वीडियो एडिटिंग की जानकारी रखना आदि कार्य करने पड़ते हैं। भारत में डिजिटल मीडिया और कंटेंट क्रिएशन का बाज़ार तेजी से बढ़ रहा है।

3.3.3.3.3 सोशल मीडिया मैनेजर (Social Media Manager) :

एक सोशल मीडिया मैनेजर किसी भी मीडिया संस्थान की डिजिटल उपस्थिति का 'गेटकीपर' और 'ब्रैंड एंबेसडर' होता है। पत्रकारिता में इनका काम केवल पोस्ट डालना नहीं, बल्कि खबरों को वायरल करना और पाठकों को संस्थान की वेबसाइट तक लाना है। जैसे ही डेस्क पर कोई खबर तैयार होती है, सोशल मीडिया मैनेजर उसे फेसबुक, इंस्टाग्राम, एक्स (ट्विटर) और व्हाट्सएप जैसे प्लेटफॉर्म पर तुरंत साझा करता है। वे तय करते हैं कि कौन सी खबर किस प्लेटफॉर्म के लिए सही है। पाठकों के कमेंट्स का जवाब देना, पोल (Polls) आयोजित करना और लाइव सत्र के माध्यम से दर्शकों को जोड़कर रखना इनकी जिम्मेदारी है। वे एक वफादार पाठक वर्ग तैयार करते हैं। इंटरनेट पर क्या 'ट्रेंड' चल रहा है, इस पर नज़र रखना और उस विषय पर अपनी न्यूज़ टीम से कंटेंट तैयार करवाना। वे हैशटैग (#) और ट्रेंडिंग कीवर्ड्स का उपयोग करके खबर की पहुँच बढ़ाते हैं। खबरों को विजुअली आकर्षक बनाने के लिए Canva या Adobe Spark जैसे टूल्स का उपयोग करके फोटो काड्ज़, 'इन्फोग्राफिक्स' और छोटे 'रील्स' तैयार करने का काम करते हैं। वे यह ट्रैक करते हैं कि किस तरह की खबरें लोग ज्यादा पसंद कर रहे हैं। वे गूगल एनालिटिक्स या मेटा इनसाइट्स का उपयोग करके डेटा विश्लेषण करते हैं और संपादकीय टीम को फीडबैक देते हैं। सोशल मीडिया मैनेजर को विभिन्न डिजिटल प्लेटफॉर्म की समझ होनी चाहिए। संक्षिप्त और आकर्षक 'कैप्शन' तैयार करने का कौशल होना जरूरी है। सोशल मीडिया पर होने वाली ट्रोलिंग या गलत जानकारी को तुरंत संभालना आवश्यक है। आज हर छोटे-बड़े न्यूज़ पोर्टल और न्यूज़ चैनल को सोशल मीडिया मैनेजर की ज़रूरत है।

3.3.3.3.4 फैक्ट चेकर (Fact Checker) :

सोशल मीडिया और डिजिटल संचार के दौर में फैक्ट चेकर की भूमिका सबसे महत्वपूर्ण हो गई है। इनका मुख्य कार्य इंटरनेट पर फैल रही भ्रामक सूचनाओं, फर्जी तस्वीरों और वीडियो की सत्यता की जांच करना है। फैक्ट चेकर सोशल मीडिया (फेसबुक, एक्स, इंस्टाग्राम) पर वायरल हो रहे दावों की निगरानी करते हैं। यदि किसी पोस्ट की भाषा अत्यधिक भावनात्मक, क्रोधपूर्ण या उकसाने वाली है, तो फैक्ट चेकर उसे संदिग्ध मानकर

जांच शुरू करते हैं। वे सत्यता की पुष्टि के लिए वे आधुनिक डिजिटल टूल्स का उपयोग करते हैं कोई तस्वीर पुरानी तो नहीं है या किसी और संदर्भ की तो नहीं है यह पता लगाने के लिए वे गूगल रिवर्स इमेज सर्च/गूगल लेंस का उपयोग करते हैं। वीडियो के की-फ्रेम्स को अलग करके उनकी असलियत जांचने के लिए इनविड (InVid) का उपयोग करते हैं। घटना से जुड़े मुख्य शब्दों को गूगल पर सर्च करके विश्वसनीय समाचार स्रोतों से मिलान करना अर्थात कीवर्ड सर्च करते हैं। वे न केवल खबर बल्कि उसे साझा करने वाले अकाउंट की विश्वसनीयता, उसकी हिस्ट्री और फॉलोअर्स की भी जांच करते हैं। वीडियो या फोटो के मेटाडेटा से उसकी तारीख और सही लोकेशन का पता लगाया जाता है। जांच के बाद, फैक्ट चेकर एक विस्तृत रिपोर्ट तैयार करता है जिसमें बताया जाता है कि दावा 'सच', 'भ्रामक' या 'पूरी तरह गलत' है।

भारत में PIB यह भारत सरकार की आधिकारिक प्रमुख फैक्ट-चेकिंग इकाई है जो केवल केंद्र सरकार, मंत्रालयों और उनकी योजनाओं से जुड़ी फर्जी खबरों का खंडन करती है। साथ ही कई स्वतंत्र संस्थान जैसे Alt News, Boom Live, Newschecker और बड़े मीडिया समूहों की अपनी इकाइयाँ जैसे विश्वास न्यूज (जागरण) इस क्षेत्र में सक्रिय हैं। इसके लिए किसी विशेष डिग्री की अनिवार्य शर्त नहीं है, लेकिन जर्नलाइज्म, कम्युनिकेशन या सोशल साइंस में स्नातक होना शोध क्षमताओं में सहायक होता है। गूगल, मेटा और प्रमुख मीडिया हाउस फैक्ट चेकर्स और रिसर्चर्स को नियुक्त करते हैं। स्वतंत्र फैक्ट-चेकिंग संगठनों में भी इसके काफी अवसर हैं।

3.3.3.3.5 यूट्यूब पत्रकारिता (YouTube Journalism) :

यूट्यूब पत्रकारिता ने सूचनाओं के प्रसारण का लोकतांत्रिकरण कर दिया है। आज एक पत्रकार केवल किसी बड़े चैनल का कर्मचारी नहीं, बल्कि खुद में एक स्वतंत्र मीडिया संस्थान बन सकता है। स्वतंत्र पत्रकारिता करके अपना करियर कर सकता है। यूट्यूब ने पत्रकारों को किसी कॉर्पोरेट या राजनीतिक दबाव के बिना स्वतंत्र रूप से रिपोर्टिंग करने की आज़ादी दी है। कई वरिष्ठ पत्रकारों (जैसे- रवीश कुमार, अजीत अंजुम और अभिसार शर्मा) ने अपने यूट्यूब चैनल के माध्यम से लाखों दर्शकों तक अपनी पहुँच बनाई है। यूट्यूब पर पत्रकारिता मुख्य रूप से ग्राउंड रिपोर्टिंग, विश्लेषणात्मक शो, इंटरव्यू शो इन तीन रूपों में होती है। इनमें ग्राउंड रिपोर्टिंग के अंतर्गत मोबाइल और माइक लेकर सीधे घटनास्थल से लाइव या रिकॉर्डेड रिपोर्टिंग किया जाता है। विश्लेषणात्मक शो में किसी जटिल मुद्दे पर गहन शोध करके उसे ग्राफिक्स और आंकड़ों के साथ समझाया जाता है। तो इंटरव्यू शो डिजिटल प्लेटफॉर्म के लिए लंबी बातचीत वाले पॉडकास्ट या इंटरव्यू आयोजित किए जाते हैं। यूट्यूब पत्रकारों के पास Google AdSense, सपोटर्स/मेंबरशिप, स्पॉन्सरशिप, क्राउडफंडिंग आदि आय के कई स्रोत होते हैं।

मास कम्युनिकेशन या पत्रकारिता में डिग्री या डिप्लोमा (जैसे BJMC, MJMC) बड़े संस्थानों में प्रवेश के लिए सहायक होता है। हालांकि, कई बार भाषा पर अच्छी पकड़ और अनुभव होने पर बिना औपचारिक डिग्री के भी शुरुआत की जा सकती है।

□ प्रमुख मीडिया संस्थान :

1. इंडियन इंस्टीट्यूट ऑफ मास कम्युनिकेशन (IIMC), नई दिल्ली :

यह भारत का सबसे प्रमुख सरकारी संस्थान है। इसके क्षेत्रीय परिसर अमरावती, आइजोल, कोट्टायम, ढेंकनाल और जम्मू में भी स्थित हैं।

2. माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल :

यह एशिया का पहला और भारत का सबसे बड़ा पत्रकारिता विश्वविद्यालय है, जो विशेष रूप से हिंदी पत्रकारिता के लिए जाना जाता है।

3. एशियन कॉलेज ऑफ जर्नलिज्म (ACJ), चेन्नई :

यह संस्थान अपनी गहन प्रैक्टिकल ट्रेनिंग और बेहतरीन प्लेसमेंट रिकॉर्ड के लिए प्रसिद्ध है।

4. जामिया मिलिया इस्लामिया (AJK-MCRC), नई दिल्ली:

यहाँ का मास कम्युनिकेशन रिसर्च सेंटर अपने टीवी और वीडियो प्रोडक्शन पाठ्यक्रमों के लिए विख्यात है।

5. सिम्बायोसिस इंस्टीट्यूट ऑफ मीडिया एंड कम्युनिकेशन (SIMC), पुणे:

निजी क्षेत्र का यह संस्थान मीडिया मैनेजमेंट और एडवर्टाइजिंग में विशेषज्ञता प्रदान करता है।

6. जेवियर इंस्टीट्यूट ऑफ कम्युनिकेशंस (XIC), मुंबई:

यह विशेष रूप से एडवर्टाइजिंग और जनसंपर्क (PR) के लिए जाना जाता है।

□ पत्रकारिता के प्रमुख पाठ्यक्रम (Journalism Courses) :

शैक्षिक योग्यता और रुचि के आधार पर आप निम्नलिखित पाठ्यक्रमों का चयन कर सकते हैं :

1. स्नातक स्तर (Undergraduate – 12 वीं के बाद) :

- **BJMC/BMM** : बैचलर ऑफ जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन (3 वर्ष)। यह सबसे सामान्य स्नातक डिग्री है।
- **BA in Journalism** : कई विश्वविद्यालय (जैसे दिल्ली विश्वविद्यालय) इसे कला स्नातक के रूप में कराते हैं।

2. स्नातकोत्तर स्तर (Post-graduate – स्नातक के बाद) :

- **PG Diploma in Journalism (Hindi/English)** : IIMC का 1 वर्षीय डिप्लोमा पाठ्यक्रम बहुत प्रतिष्ठित है।

- **MJMC** : मास्टर ऑफ जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन (2 वर्ष)।
- **MA in Strategic Communication/Media Business** : हाल ही में IIMC ने मास्टर ऑफ आर्ट्स के नए कोर्स भी शुरू किए हैं।

□ **विशेषीकृत डिप्लोमा :**

1. **रेडियो और टीवी पत्रकारिता** : इसमें द्विभाषी (Bilingual) प्रशिक्षण दिया जाता है।
2. **डिजिटल मीडिया** : बदलते दौर के अनुसार वेब पत्रकारिता और सोशल मीडिया प्रबंधन पर केंद्रित।
3. **विज्ञापन एवं जनसंपर्क (AD & PR)** : उन लोगों के लिए जो कॉर्पोरेट संचार में रुचि रखते हैं।

प्रवेश प्रक्रिया : अधिकांश शीर्ष संस्थानों (जैसे IIMC) में प्रवेश के लिए CUET (PG) जैसी प्रवेश परीक्षाएं अनिवार्य होती हैं।

3.3.4 विज्ञापन के क्षेत्र में रोजगार :

विज्ञापन किसी भी व्यवसाय, ब्रांड या सेवा की सफलता के लिए अनिवार्य है। आधुनिक युग में विज्ञापन केवल सूचना देने का माध्यम नहीं है, बल्कि यह उपभोक्ता के मनोविज्ञान को प्रभावित करने का एक शक्तिशाली उपकरण है। विज्ञापनों की दुनिया केवल उत्पादों को बेचने तक सीमित नहीं है, बल्कि यह रचनात्मकता, तकनीक और मनोविज्ञान का एक अद्भुत मिश्रण है।

□ **विज्ञापन के स्रोत :**

विज्ञापन के स्रोत वे माध्यम या प्लेटफॉर्म हैं जिनका उपयोग कोई कंपनी या ब्रांड अपने संदेश को जनता तक पहुँचाने के लिए करता है। वर्तमान में इन्हें मुख्य रूप से चार श्रेणियों में बाँटा जा सकता है-

1. पारंपरिक स्रोत :

ये वे पुराने और विश्वसनीय माध्यम हैं जिनका प्रभाव आज भी बहुत व्यापक है :

- **प्रिंट मीडिया (Print)** : समाचार पत्र (अखबार), पत्रिकाएँ और डायरेक्ट मेल।
- **प्रसारण मीडिया (Broadcast)** : टेलीविजन (TV) और रेडियो। ग्रामीण क्षेत्रों और मास-मार्केट के लिए यह सबसे शक्तिशाली स्रोत है।
- **आउटडोर (OOH - Out of Home)** : सड़कों के किनारे लगे होर्डिंग्स, बिलबोर्ड्स, बसों और ट्रेनों पर विज्ञापन, और नियॉन साइन बोर्ड्स।

2. डिजिटल और ऑनलाइन स्रोत :

आज के समय में विज्ञापन का सबसे तेजी से बढ़ता स्रोत यही है :

- **सोशल मीडिया :** फेसबुक, इंस्टाग्राम, एक्स (ट्विटर), और लिंकडइन।
- **सर्च इंजन (SEM):** गूगल और बिंग पर दिखने वाले 'स्पॉन्सर्ड' सर्च रिजल्ट्स।
- **वीडियो प्लेटफॉर्म:** यूट्यूब वीडियो के बीच में आने वाले विज्ञापन।
- **मोबाइल एप्स:** मोबाइल एप्लीकेशन के भीतर दिखने वाले बैनर या वीडियो विज्ञापन।
- **ईमेल:** न्यूजलेटर्स और प्रमोशनल ईमेल के जरिए सीधा संपर्क।

3. इन-स्टोर और पॉइंट ऑफ सेल :

ये स्रोत तब काम आते हैं जब ग्राहक खरीदारी करने के करीब होता है:

- **शॉपिंग मॉल डिस्प्ले :** दुकानों के बाहर लगे स्टैंडी या डिस्प्ले बोर्ड।
- **पैकेजिंग :** उत्पाद के पैकेट पर दी गई जानकारी और ऑफर्स।
- **कूपन और सैंपलिंग :** स्टोर में मुफ्त सैंपल देना या डिस्काउंट कूपन बांटना।

4. अपरंपरागत और आधुनिक स्रोत :

- **इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग :** सोशल मीडिया सेलिब्रिटीज के माध्यम से उत्पादों का प्रचार।
- **पॉडकास्ट विज्ञापन :** ऑडियो शो के दौरान दी जाने वाली जानकारी।
- **फिल्मों में प्लेसमेंट :** किसी फिल्म या वेब सीरीज के सीन में ब्रांड का उत्पाद दिखाना (जैसे नायक का किसी खास ब्रांड की कार चलाना)।
- **इवेंट स्पॉन्सरशिप :** खेल आयोजनों (जैसे IPL), संगीत कार्यक्रमों या सम्मेलनों को स्पॉन्सर करना।

□ विज्ञापन का महत्व :

विज्ञापन के महत्व को निम्नलिखित बिंदुओं से समझा जा सकता है-

1. जागरूकता पैदा करना :

विज्ञापन का सबसे प्राथमिक कार्य नए उत्पादों या सेवाओं के बारे में जानकारी देना है। इसके बिना ग्राहकों को यह पता ही नहीं चलेगा कि बाज़ार में उनकी ज़रूरत की कौन सी नई चीज़ उपलब्ध है।

2. ब्रांड की पहचान और छवि :

विज्ञापन किसी भी कंपनी को एक विशिष्ट पहचान देता है। बार-बार विज्ञापन देखने से ब्रांड की छवि ग्राहकों के मन में बैठ जाती है, जिससे बाज़ार में उस ब्रांड की विश्वसनीयता बढ़ती है।

3. बिक्री में वृद्धि :

विज्ञापन सीधे तौर पर बिक्री बढ़ाने में मदद करता है। जब विज्ञापन लोगों को किसी उत्पाद के फायदे और उसकी गुणवत्ता बताता है, तो वे उसे खरीदने के लिए प्रेरित होते हैं, जिससे कंपनी का टर्नओवर बढ़ता है।

4. उपभोक्ताओं को शिक्षित करना :

विज्ञापन अक्सर लोगों को यह सिखाते हैं कि किसी उत्पाद का उपयोग कैसे किया जाए या वह उनकी समस्या को कैसे हल कर सकता है। उदाहरण के लिए, स्वास्थ्य से जुड़े विज्ञापनों (जैसे हैंडवॉश या बीमा) के जरिए लोगों को जागरूक और शिक्षित किया जाता है।

5. प्रतिस्पर्धा का सामना करना :

आज के प्रतिस्पर्धी दौर में जहाँ एक ही तरह के उत्पाद बनाने वाली कई कंपनियां हैं, विज्ञापन ही यह तय करता है कि ग्राहक प्रतिद्वंद्वी कंपनी के बजाय आपका उत्पाद क्यों चुने। यह ब्रांड को भीड़ से अलग करता है।

6. अर्थव्यवस्था और रोजगार :

विज्ञापन उद्योग खुद में लाखों लोगों को रोजगार देता है (जैसे कॉपीराइटर, ग्राफिक डिजाइनर, वॉयस आर्टिस्ट आदि)। साथ ही, जब मांग बढ़ती है, तो उत्पादन बढ़ता है और देश की अर्थव्यवस्था मजबूत होती है।

7. कीमतों में कमी :

विज्ञापन से मांग (Demand) बढ़ती है, जिसके कारण कंपनी बड़े पैमाने पर उत्पादन करती है। उत्पादन की लागत कम होने से अंततः ग्राहकों को उत्पाद सस्ती कीमत पर मिल सकते हैं।

इस प्रकार विज्ञापन उत्पादक और उपभोक्ता के बीच एक सेतु का काम करता है। यह न केवल बाज़ार की गतिशीलता बनाए रखता है, बल्कि ग्राहकों को सही चुनाव करने के विकल्प भी प्रदान करता है।

□ विज्ञापन के प्रकार :

- **प्रिंट विज्ञापन** : अखबारों, पत्रिकाओं और पंपलेट्स के माध्यम से।
- **इलेक्ट्रॉनिक मीडिया** : टीवी और रेडियो पर आने वाले कमर्शियल्स।
- **आउटडोर विज्ञापन (OOH)** : सड़कों पर लगे बड़े होर्डिंग्स, बस स्टैंड और मेट्रो पर दिखने वाले विज्ञापन।
- **डिजिटल विज्ञापन** : फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब और गूगल सर्च पर दिखने वाले स्पॉन्सर्ड कंटेंट।

- **नेटिव एडवर्टाइजिंग:** ऐसे विज्ञापन जो लेख या खबर के रूप में होते हैं और मुख्य कंटेंट के साथ घुल-मिल जाते हैं।

हिंदी विज्ञापन का क्षेत्र आज भारत के सबसे तेजी से बढ़ते उद्योगों में से एक है। भारत में इंटरनेट और स्मार्टफोन के बढ़ते प्रसार के कारण ब्रांड्स अब अपनी पहुंच महानगरों से आगे छोटे शहरों और गाँवों (Tier 2 & 3 cities) तक बना रहे हैं, जहाँ हिंदी मुख्य भाषा है। इस क्षेत्र में रोजगार के प्रमुख अवसर और भूमिकाएँ निम्नलिखित हैं-

1. विज्ञापन क्षेत्र में प्रमुख करियर के अवसर :

हिंदी विज्ञापन क्षेत्र में हिंदी कॉपीराइटर, कंटेंट क्रिएटर / स्क्रिप्ट राइटर, अनुवादक और ट्रांसक्रिप्टर, वॉयस-ओवर आर्टिस्ट, मीडिया प्लानर आदि के रूप में करियर के अवसर उपलब्ध हैं।

3.3.4.1 हिंदी कॉपीराइटर (Hindi Copywriter) :

एक हिंदी कॉपीराइटर वह पेशेवर लेखक होता है जो विज्ञापन और मार्केटिंग के उद्देश्यों के लिए प्रेरक शब्द लिखता है। इनका मुख्य काम ऐसे 'शब्द' या 'कॉपी' तैयार करना है जो पाठकों को किसी विशिष्ट कार्रवाई (जैसे उत्पाद खरीदना या सेवा का लाभ लेना) के लिए प्रेरित करें। इनका काम विज्ञापनों के लिए आकर्षक हेडलाइन, स्लोगन और जिंगल्स लिखना है। वे ब्रांड की बात को 'देसी' और प्रभावशाली अंदाज में कहते हैं। यह विज्ञापनों, सोशल मीडिया पोस्ट, और वेबसाइटों के लिए ऐसा कंटेंट लिखते हैं जिससे दर्शक ग्राहक में बदल सके। ब्रांड की शैली और लहजे (tone) को समझते हुए सही संदेश तैयार करते हैं। हिंदी कॉपीराइटर की भाषा पर पकड़ होनी चाहिए। उसे हिंदी व्याकरण, शब्दावली और मुहावरों का गहरा ज्ञान होना आवश्यक है। वह उपभोक्ताओं के मनोविज्ञान को समझता है और बिक्री बढ़ाने वाले शब्द गढ़ता है।

आप एक कंपनी में कर्मचारी (Full-time) के रूप में काम कर सकते हैं या एक फ्रीलांसर (Freelancer) के रूप में स्वतंत्र रूप से विभिन्न क्लाइंट्स के लिए सेवाएँ दे सकते हैं। भारत में LinkedIn, Naukri.com, और Indeed जैसे प्लेटफॉर्म पर हिंदी कॉपीराइटर की काफी मांग रहती है।

□ विशेष कोर्सेज (Courses) :

आप इन प्लेटफॉर्म पर हिंदी और अंग्रेजी में कॉपीराइटिंग सीख सकते हैं:

<https://www.skillindiadigital.gov.in/> यहाँ 'Certificate Course in Copywriting' मुफ्त में उपलब्ध है, जो भारत सरकार द्वारा मान्यता प्राप्त है।

<https://www.udemy.com/> पर 'Copywriting प्रचार पत्र लेखन' जैसे हिंदी कोर्सेज बहुत ही किफायती दाम पर मिल जाते हैं।

<https://www.henryharvin.com/> यह भारत का एक प्रमुख संस्थान है जो इंटर्नशिप और प्लेसमेंट सहायता के साथ सर्टिफाइड कॉपीराइटिंग कोर्स प्रदान करता है।

<https://www.mygreatlearning.com/> यहाँ आप मुफ्त में 'Content Marketing in Hindi' सीख सकते हैं, जो कॉपीराइटिंग की नींव मजबूत करने में मदद करेगा।

3.3.4.2 कंटेंट क्रिएटर / स्क्रिप्ट राइटर :

हिंदी कंटेंट क्रिएशन और स्क्रिप्ट राइटिंग आज के समय में करियर के बेहतरीन विकल्प हैं। चाहे आप सोशल मीडिया के लिए लिखना चाहते हों या विज्ञापनों और फिल्मों के लिए, इसकी काफी मांग है। यूट्यूब विज्ञापनों, टीवी कमर्शियल्स और सोशल मीडिया रील्स के लिए स्क्रिप्ट लिखना। कंटेंट क्रिएटर/राइटर बनने हेतु अपनी रुचि के अनुसार विषय चुनना आवश्यक है। शुरुआत में सब कुछ लिखने के बजाय किसी एक या दो विषयों को चुनें, जैसे- टेक्नोलॉजी, शिक्षा, फाइनेंस, हेल्थ या मोटिवेशन। साथ ही अच्छी हिंदी व्याकरण और रचनात्मक लेखन के साथ-साथ आपको SEO (Search Engine Optimization) का ज्ञान होना चाहिए ताकि आपका कंटेंट सर्च में आए। नए क्लाइंट्स को दिखाने के लिए अपना काम तैयार रखें। आप Medium पर फ्री अकाउंट बनाकर या LinkedIn पर पोस्ट लिखकर अपना पोर्टफोलियो शुरू कर सकते हैं। भाषा को सुधारने और नए शब्दों को सीखने के लिए डेली राइटिंग और फीडबैक पर ध्यान देना आवश्यक है।

❑ काम और कमाई के अवसर :

- नौकरी की तलाश : आप Naukri.com, Indeed और LinkedIn जैसे प्लेटफॉर्म पर 'Hindi Content Writer' या 'Hindi Script Writer' सर्च कर सकते हैं।
- फ्रीलांसिंग : Upwork, Fiverr और Facebook Groups से भी प्रोजेक्ट्स मिल सकते हैं।

3.3.4.3 अनुवादक और ट्रांसक्रिएटर (Transcreator) :

- अनुवादक (Translator) : इनका मुख्य ध्यान सटीकता पर होता है। ये मूल टेक्स्ट के अर्थ, लहजे और संदेश को बिना बदले दूसरी भाषा में रूपांतरित करते हैं। यह आमतौर पर कानूनी, चिकित्सा, तकनीकी या सरकारी दस्तावेजों के लिए उपयोग किया जाता है।
- ट्रांसक्रिएटर (Transcreator) : इनका ध्यान रचनात्मकता और सांस्कृतिक प्रभाव पर होता है। ये मूल संदेश की भावना को समझते हैं और उसे लक्षित दर्शकों के अनुसार पूरी तरह से नए तरीके से लिखते हैं ताकि वही भावनात्मक प्रभाव पड़े। इसका उपयोग विज्ञापनों, मार्केटिंग और ब्रांडिंग में अधिक होता है। अनुवादक और ट्रांसक्रिएटर के लिए कुछ कौशल होना आवश्यक है। भाषा पर पकड़ होनी चाहिए। अर्थात् हिंदी और अंग्रेजी (या अन्य स्रोत भाषा) का गहरा व्याकरणिक और सांस्कृतिक ज्ञान होना अनिवार्य है। साथ ही सांस्कृतिक समझ होना महत्वपूर्ण है। मुहावरों, स्थानीय कहावतों और सांस्कृतिक बारीकियों की समझ ताकि अनुवाद 'मशीनी' लगे। पेशेवर अनुवाद के लिए SDL Trados Studio, MemoQ और Smartcat जैसे कंप्यूटर-असिस्टेड ट्रांसलेशन टूल्स का ज्ञान होना चाहिए जो आपको दूसरों से आगे रखता है। विशेष विषयों (जैसे कानून या विज्ञान) के सही शब्दों को खोजने की क्षमता होनी चाहिए।

❑ **करियर के अवसर :**

- **सरकारी नौकरियां :** SSC JHT (Junior Hindi Translator) जैसी परीक्षाओं के जरिए मंत्रालयों और बैंकों में राजभाषा अधिकारी की पद प्राप्त की जा सकती है। **प्राइवेट सेक्टर :** MNCs, पब्लिशिंग हाउस और एडवर्टाइजिंग एजेंसियां ट्रांसक्रिप्ट्स को अच्छे पैकेज पर रखती हैं।
- **फ्रीलांसिंग :** आप Upwork, Freelancer.in, Fiverr और Guru जैसे ग्लोबल प्लेटफॉर्म पर प्रोजेक्ट्स पा सकते हैं।

3.3.4.4 वॉयस-ओवर आर्टिस्ट (VO Artist) :

रेडियो विज्ञापनों, टीवी कमर्शियल्स और डिजिटल विज्ञापनों के लिए अपनी आवाज़ देना। हिंदी वॉयस-ओवर (VO) आर्टिस्ट बनना आज के डिजिटल युग में बहुत ही रोमांचक और मुनाफे वाला काम है। भारत में हिंदी पॉडकास्ट, ऑडियोबुक्स और डबिंग इंडस्ट्री के विस्तार के साथ इसकी मांग तेजी से बढ़ी है। एक अच्छे वॉयस-ओवर आर्टिस्ट में कुछ गुण होने आवश्यक हैं। शब्दों का सही और स्पष्ट/साफ उच्चारण करना, स्क्रिप्ट के भाव के अनुसार अपनी आवाज़ को बदलना, पढ़ते समय कहाँ रुकना है और अपनी सांसों को कैसे मैनेज करना है, यह सीखना जरूरी है। वॉयस-ओवर केवल पढ़ना नहीं है, बल्कि आवाज़ के जरिए अभिनय करना है।

❑ **काम के अवसर :**

1. **विज्ञापन (TV/Radio Commercials) :** टीवी और रेडियो विज्ञापनों के लिए आवाज़ देना।
2. **डबिंग (Dubbing) :** विदेशी फिल्मों, साउथ की फिल्मों या कार्टून को हिंदी में डब करना।
3. **ई-लर्निंग और कॉर्पोरेट वीडियो :** ट्रेनिंग वीडियो और कंपनी के प्रेजेंटेशन के लिए।
4. **ऑडियोबुक और पॉडकास्ट :** 'Storytel' या 'Audible' जैसे प्लेटफॉर्म के लिए किताबें पढ़ना।
5. **YouTube और सोशल मीडिया :** डॉक्यूमेंट्री या एक्सप्लेनर वीडियो के लिए वॉयस-ओवर।

❑ **शुरुआत कैसे करें?**

- **डेमो रील (Demo Reel) बनाएँ :** अपनी आवाज़ के अलग-अलग सैंपल (कमर्शियल, नरेशन, स्टोरीटेलिंग) रिकॉर्ड करें। यह आपका 'विजिटिंग कार्ड' होगा।
- **घर पर सेटअप :** शुरुआत में आप एक अच्छे Condenser Mic (जैसे Boya या Audio-Technica) और Audacity (फ्री सॉफ्टवेयर) से रिकॉर्डिंग शुरू कर सकते हैं।
- **प्लेटफॉर्म :** अपनी प्रोफाइल Voyzapp, Cozmic Voices या Fiverr पर रजिस्टर करें।

3.3.4.5 मीडिया प्लानर (Media Planner) :

मीडिया प्लानर विज्ञापन और मार्केटिंग की दुनिया का वह रणनीतिकार है जो यह तय करता है कि किसी ब्रांड का संदेश कब, कहाँ और कैसे दिखाया जाए ताकि वह सही दर्शकों तक प्रभावी ढंग से पहुँच सके। हिंदी भाषी बाज़ार के बड़े होने के साथ, हिंदी मीडिया प्लानर्स की भूमिका और भी महत्वपूर्ण हो गई है। मीडिया प्लानर यह तय करना कि विज्ञापन किस समय और किस प्लेटफॉर्म (जैसे आज तक, दैनिक जागरण या फेसबुक) पर दिखाए जाएं ताकि ज्यादा से ज्यादा हिंदी भाषी जनता तक पहुँच सकें।

❑ मीडिया प्लानर के मुख्य कार्य :

- **लक्ष्य दर्शकों का शोध (Audience Research) :** यह समझना कि आपके टारगेट ऑडियंस (जैसे ग्रामीण युवा या शहरी कामकाजी महिलाएँ) कौन से प्लेटफॉर्म (TV, YouTube, अखबार) सबसे ज्यादा इस्तेमाल करते हैं।
- **मीडिया चैनलों का चयन :** विज्ञापन के लिए सबसे अच्छे विकल्पों (जैसे स्टार प्लस, दैनिक भास्कर या फेसबुक) का चुनाव करना।
- **बजट आवंटन :** क्लाइंट के बजट को अलग-अलग प्लेटफॉर्म पर इस तरह बांटना कि कम खर्च में ज्यादा से ज्यादा लोग विज्ञापन देख सकें।
- **प्रदर्शन की निगरानी :** कैम्पेन शुरू होने के बाद उसके नतीजों को ट्रैक करना और ज़रूरत पड़ने पर बदलाव करना।

❑ आवश्यक स्किल्स :

- **विश्लेषणात्मक क्षमता :** डेटा और मार्केट ट्रेंड्स को समझने की क्षमता।
- **बातचीत कौशल :** मीडिया हाउस और वेंडर्स के साथ विज्ञापन की कीमतों पर मोलभाव करना।
- **तकनीकी ज्ञान :** Google Ads, Facebook Ads और विश्लेषण टूल्स जैसे Google Analytics की जानकारी।

❑ करियर की शुरुआत और शिक्षा :

1. **शैक्षिक योग्यता :** किसी भी स्ट्रीम से 12 वीं के बाद मास कम्यूनिकेशन, जर्नलिज्म या मार्केटिंग में स्नातक (Graduation) करें। एमबीए (मार्केटिंग) करना इस क्षेत्र में आगे बढ़ने के लिए बहुत फायदेमंद रहता है।
2. **अनुभव :** एडवर्टाइजिंग एजेंसी में इंटरनशिप से शुरुआत करना सबसे अच्छा तरीका है।
3. **टॉप रिक्रूटर्स :** भारत में Star India, Sony Pictures, Times Group और Network18 जैसी बड़ी कंपनियां मीडिया प्लानर्स को काम पर रखती हैं।

इसके साथ साथ अमेज़न और फ्लिपकार्ट जैसे ब्रांड्स अब अपनी पूरी वेबसाइट और ऐप को हिंदी में उपलब्ध करा रहे हैं, जिससे हिंदी कंटेंट राइटर्स की मांग बढ़ी है। इंस्टाग्राम और फेसबुक पर चलने वाले विज्ञापन अब शुद्ध हिंदी के बजाय 'हिंग्लिश' या बोलचाल की भाषा में बनाए जा रहे हैं। केंद्र और राज्य सरकारों की जन कल्याणकारी योजनाओं के प्रचार-प्रसार के लिए बड़ी संख्या में पेशेवरों की ज़रूरत होती है। अर्थात ई-कॉमर्स, सोशल मीडिया मार्केटिंग, सरकारी विज्ञापन आदि क्षेत्रों में रोजगार के अवसर उपलब्ध है।

3.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न :

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

- भारत में दूरदर्शन की स्थापना में हुई ।
 (क) 15 अगस्त, 1947 (ख) 26 जनवरी, 1950
 (ग) 15 सितंबर, 1959 (घ) 02 अक्टूबर, 1965
- दूरदर्शन वर्तमान में संस्था के अधीन एक स्वायत्त विभाग के रूप में कार्यरत है ।
 (क) सूचना मंत्रालय (ख) प्रसार भारती
 (ग) नीति आयोग (घ) भारतीय फिल्म संस्थान
- विदेशों में 'डीडी इंडिया' ओटीटी (OTT) प्लेटफॉर्म पर उपलब्ध है ।
 (क) नेटफ्लिक्स (ख) युप्प टीवी
 (ग) अमेज़न प्राइम (घ) डिज़नी प्लस हॉटस्टार
- न्यूज़रीडर-कम-अनुवादक के 'कार्य के स्वरूप' में मुख्य रूप से शामिल है ।
 (क) केवल फील्ड रिपोर्टिंग करना (ख) बजट तैयार करना
 (ग) अंग्रेज़ी से हिंदी/हिंदी से अंग्रेज़ी अनुवाद और समाचार बुलेटिन पढ़ना
 (घ) केवल ग्राफिक डिजाइनिंग करना
- समाचार संपादक के मुख्य कार्यों में 'बुलेटिन का संकलन' के साथ शामिल है ।
 (क) समाचारों का संपादन (ख) कैमरामैन का कार्य
 (ग) विज्ञापन बेचना (घ) स्क्रिप्ट राइटिंग
- वेब एडिटर (हिंदी) के पद के लिए कौशल अनिवार्य बताया गया है ।
 (क) कोडिंग (ख) संपादन कौशल और हिंदी टाइपिंग
 (ग) रेडियो कमेंट्री (घ) चित्रकारी

7. वॉयस टेस्ट के दौरान अभ्यर्थी के गुणों का आकलन किया जाता है ।
- (क) केवल शारीरिक ऊंचाई
(ख) आवाज़ की गुणवत्ता, मॉड्यूलेशन, उच्चारण शैली और लहजा
(ग) केवल संगीत का ज्ञान (घ) टाइपिंग की गति
8. चयन समिति द्वारा अनुशंसित अभ्यर्थियों के नाम पर अंतिम स्वीकृतिके द्वारा दी जाती है ।
- (क) शिक्षा मंत्री (ख) ज़िला मजिस्ट्रेट
(ग) कार्यालय प्रमुख, प्रधान महानिदेशक (समाचार)
(घ) प्रसार भारती के सचिव
9. पटकथा लेखक (Screenwriter) का मुख्य कार्य फिल्म का करना होता है।
- (क) निर्देशन (ख) गीत लेखन
(ग) कहानी और दृश्यों का विस्तृत विवरण (Blueprint)
(घ) वित्तीय प्रबंधन
10. एक सफल पटकथा लेखक के पास इनमें से..... व्यक्तिगत क्षमता होनी अनिवार्य है।
- (क) रचनात्मक अभिवृत्ति (Creative Attitude)
(ख) चरित्र मनोविज्ञान की समझ
(ग) श्रोताओं की संस्कृति और साहित्यिक क्षमता का ज्ञान
(घ) उपरोक्त सभी
11. आधुनिक समय में पटकथा लेखक के लिए 'तकनीकी कौशल' एक अतिरिक्त लाभ माना जाता है ।
- (क) केवल टाइपिंग की गति (ख) स्क्रिप्ट राइटिंग सॉफ्टवेयर का ज्ञान
(ग) फिल्म वितरण का ज्ञान (घ) अभिनय की डिग्री
12. भारत का वह प्रमुख संस्थान है जो फीचर फिल्म पटकथा लेखन में एक वर्ष का पीजी सर्टिफिकेट प्रदान करता है ।
- (क) SRFTI, कोलकाता (ख) FTII, पुणे

- (ग) AAFT ऑनलाइन (घ) व्हिसलिंग वुड्स, मुंबई
13. व्हिसलिंग वुड्स इंटरनेशनल, मुंबई की स्थापना..... इस प्रसिद्ध निर्देशक ने की है।
(क) सत्यजीत रे (ख) राजकुमार हिरानी
(ग) सुभाष घई (घ) सलीम खान
14. AAFT ऑनलाइन द्वारा प्रदान किया जाने वाला पटकथा लेखन डिप्लोमा समय का है ।
(क) 2 वर्ष (ख) 1 वर्ष
(ग) 6 महीने (घ) 4 सेमेस्टर
15. SRFTI (सत्यजीत रे फिल्म एवं टेलीविजन संस्थान)में स्थित है ।
(क) पुणे (ख) नोएडा
(ग) कोलकाता (घ) मुंबई
16. पटकथा लेखन के लिए दुनिया भर में फिल्म इंडस्ट्री का सबसे मानक (Standard) सॉफ्टवेयर माना जाता है ।
(क) Scribe (ख) Celtx
(ग) Final Draft (घ) Studiovity
17. सॉफ्टवेयर विशेष रूप से भारतीय लेखकों द्वारा निर्मित है और भारतीय भाषाओं का अच्छा समर्थन करता है ।
(क) FutureLearn (ख) Scribe
(ग) Celtx (घ) Final Draft
18. नए लेखकों के लिए एक लोकप्रिय और मुफ्त (Free) सॉफ्टवेयर विकल्प है ।
(अ) Final Draft (ख) Celtx
(ग) माइक्रोसॉफ्ट वर्ड (घ) एडोब फोटोशॉप
19. गीतों के माध्यम से समाज की बुराइयों और मजदूरों की व्यथा को सामने रखनाका उदाहरण है ।
(क) केवल मनोरंजन (ख) प्रगतिशील चेतना

- (ग) व्यापारिक लाभ (घ) तकनीकी कौशल
20. 'ए मेरे वतन के लोगों' जैसे प्रसिद्ध देशभक्ति गीतों के लिए को जाना जाता है ।
(क) मजरूह सुल्तानपुरी (ख) कवि प्रदीप
(ग) आनंद बख्शी (घ) अमित भट्टाचार्य
21. एक सफल हिंदी गीतकार की भाषाओं के शब्दों पर अच्छी पकड़ होनी चाहिए।
(क) केवल संस्कृत (ख) हिंदी और उर्दू (हिंदुस्तानी)
(ग) केवल अंग्रेजी (घ) केवल क्षेत्रीय भाषाएँ
22. बॉलीवुड गीत लेखन का विशेष ऑनलाइन कोर्स 'SAPA India' में द्वारा संचालित किया जाता है ?
(क) जावेद अख्तर (ख) समीर अनजान
(ग) गुलज़ार (घ) प्रसून जोशी
23. अंतरराष्ट्रीय स्तर के गीत लेखन पाठ्यक्रमों के लिए ऑनलाइन प्लेटफॉर्म का लाभ उठाया जा सकता है ।
(क) फेसबुक और इंस्टाग्राम (ख) व्हाट्सएप और टेलीग्राम
(ग) Coursera और Udemey (घ) गूगल मैप्स
24. 'अमर, अकबर, एंथनी' और 'अग्निपथ' जैसी फिल्मों के संवाद दिग्गज लेखक ने लिखे हैं ।
(क) सलीम-जावेद (ख) कादर खान
(ग) अनुराग कश्यप (घ) राजकुमार हिरानी
25. 'गैंग्स ऑफ वासेपुर' फिल्म के संवाद लेखन के लिए को जाना जाता है ।
(क) अभिजात जोशी (ख) कादर खान
(ग) अनुराग कश्यप (घ) जावेद अख्तर
26. एक संवाद लेखक के लिए 'कम शब्दों में बड़ी बात कहना' गुण के अंतर्गत आता है ।
(क) मनोविज्ञान की समझ (ख) संक्षिप्तता और प्रभाव

- (ग) टीम के साथ तालमेल (घ) सुनने की शक्ति
27. समाज के विभिन्न वर्गों के लोगों के बोलने के लहजे और शब्दों के चुनाव को समझने के लिए लेखक में गुण होना चाहिए ।
- (क) संक्षिप्तता (ख) सुनने की गहरी शक्ति
- (ग) तकनीकी ज्ञान (घ) विज्ञापन की समझ
28. नेटफ्लिक्स और अमेज़न प्राइम जैसे प्लेटफॉर्म पर संवाद लेखकों की माँग क्षेत्र में बढ़ी है।
- (क) केवल समाचार पढ़ने के लिए (ख) वेब सीरीज और माइक्रो ड्रामा के लिए
- (ग) प्रिंट मीडिया के लिए (घ) रेडियो जॉकी के लिए
29. यूट्यूब शॉर्ट्स और इंस्टाग्राम रील्स के लिए प्रभावशाली स्क्रिप्ट लिखने को कहा जाता है।
- (क) बुक राइटिंग (ख) डिजिटल और सोशल मीडिया राइटिंग
- (ग) उपन्यास लेखन (घ) शोध पत्र लेखन
30. फिल्मों और टीवी के अलावा, संवाद लेखक और आधुनिक क्षेत्रों में काम कर सकते हैं ।
- (क) केवल खेती में (ख) गेमिंग कंपनियाँ और एनिमेशन हाउस
- (ग) अस्पताल प्रबंधन (घ) बैंक ऑपरेशंस
31. जो पत्रकार सीधे घटनास्थल पर जाकर तथ्यों को इकट्ठा करता है, वह कहलाता है?
- (क) उप-संपादक (ख) रिपोर्टर
- (ग) प्रूफरीडर (घ) प्रकाशक
32. किसी विशेष स्थान या विशिष्ट विषय पर विशेषज्ञता रखने वाले पत्रकार को कहा जाता है?
- (क) संवाददाता (ख) प्रशिक्षु
- (ग) कॉपी एडिटर (घ) स्तंभकार
33. जो पत्रकार अपने मुख्य कार्यालय से दूर, जैसे देश की राजधानी या विदेश में तैनात होते हैं, उन्हें कहा जाता है?

- (क) उप-संपादक (ख) विदेशी संवाददाता
(ग) स्थानीय रिपोर्टर (घ) प्रूफरीडर
34. रिपोर्टर द्वारा एकत्रित की गई जानकारी (Raw Material) को अंतिम रूप देने का कार्य..... करता है ?
(क) विज्ञापन विभाग (ख) न्यूज़ डेस्क या संपादक
(ग) प्रिंटिंग प्रेस का कर्मचारी (घ) वितरक
35. पत्रकारिता की प्रक्रिया की 'अंतिम कड़ी' (Last Link)को माना जाता है ?
(क) उप-संपादक (ख) प्रूफरीडर (Proofreader)
(ग) संपादक (घ) अनुवादक
36. न्यूज़ चैनल कावह पद है जिसे चैनल का 'चेहरा' कहा जाता है ?
(क) न्यूज़ रिपोर्टर (ख) न्यूज़ एंकर (News Anchor)
(ग) कैमरामैन (घ) वीडियो एडिटर
37. न्यूज़ एंकर स्टूडियो में खबरें पढ़ने के लिए उपकरण की मदद लेता है ?
(क) माइक्रोस्कोप (ख) टेलीप्रॉम्प्टर (Teleprompter)
(ग) पेजर (घ) प्रिंटर
38. 'कैमरा-फ्रेंडली व्यक्तित्व' और 'स्पष्ट उच्चारण' पद के लिए अनिवार्य कौशल हैं ?
(क) न्यूज़ एंकर (ख) प्रूफरीडर
(ग) कैमरामैन (घ) अनुवादक
39. रिपोर्टर से मिली जानकारी को 'ब्रेकिंग न्यूज़' टिकर और रोचक हेडलाइंस में बदलता है ?
(क) न्यूज़ प्रोड्यूसर/एडिटर (ख) विज्ञापन प्रबंधक
(ग) फोटोग्राफर (घ) जनता
40. रेडियो स्टेशन का वह व्यक्तित्व जो अपनी आवाज़ और हाजिरजवाबी से श्रोताओं का मनोरंजन करता है, वह कहलाता है ?
(क) न्यूज़ रीडर (ख) रेडियो जॉकी (RJ)
(ग) वीडियो एडिटर (घ) संवाददाता

41. रेडियो के अलावा वर्तमान में RJ के लिएइस नए क्षेत्र में अपार संभावनाएँ हैं?
- (क) प्रिंटिंग प्रेस (ख) पॉडकास्टिंग (Podcasting)
- (ग) डाक सेवा (घ) बैंकिंग
42. डिजिटल कंटेंट राइटर का मुख्य ध्यान पर केंद्रित रहता है?
- (क) केवल अखबार छापने पर (ख) सूचना को आकर्षक और उपयोगी बनाने पर
- (ग) प्रिंटिंग मशीन चलाने पर (घ) डाक बाँटने पर
43. सोशल मीडिया मैनेजर का मुख्य उद्देश्य होता है?
- (क) केवल अखबारों की छपाई देखना
- (ख) खबरों को वायरल करना और पाठकों को वेबसाइट तक लाना
- (ग) पुराने रिकॉर्ड संभालना (घ) न्यूज़ एंकर की ड्रेस डिजाइन करना
44. इनमें सेवरिष्ठ पत्रकार अपने यूट्यूब चैनल के माध्यम से स्वतंत्र पत्रकारिता के लिए प्रसिद्ध हैं?
- (क) रवीश कुमार (ख) अजीत अंजुम
- (ग) अभिसार शर्मा (घ) उपरोक्त सभी
45. भारत सरकार द्वारा मान्यता प्राप्त 'Certificate Course in Copywriting' मुफ्त में पोर्टल पर उपलब्ध है?
- (क) Udemy (ख) Skill India Digital
- (ग) Henry Harvin (घ) LinkedIn
46. कॉपीराइटर के काम में 'कन्वर्जन' (Conversion) का.....यह अर्थ है?
- (क) भाषा बदलना (ख) दर्शक को ग्राहक में बदलना
- (ग) नौकरी बदलना (घ) विज्ञापनों को हटाना
47. नए क्लाइंट्स को दिखाने के लिए अपना काम तैयार रखने या नमूना दिखाने की प्रक्रिया को क्या कहा जाता है?
- (क) सैलरी स्लिप (ख) पोर्टफोलियो (Portfolio)
- (ग) रिज्यूमे (ठर्तीतिश) (घ) बायोडाटा

48. इनमें सेप्लेटफॉर्म फ्री में पोर्टफोलियो शुरू करने के लिए उपयोगी है?
- (क) WhatsApp (ख) Medium या LinkedIn
- (ग) Flpikart (घ) Google Maps
49. कानूनी, चिकित्सा और सरकारी दस्तावेजों के रूपांतरण के लिए उपयोग किया जाता है?
- (क) ट्रांसक्रिप्टर (ख) अनुवादक (Translator)
- (ग) उपन्यासकार (घ) कवि
50. वॉयस-ओवर (VO) केवल स्क्रिप्ट को पढ़ना नहीं है, बल्कि यहभी है?
- (क) केवल जोर से चिल्लाना (ख) आवाज़ के जरिए अभिनय करना
- (ग) गाना गाना (घ) केवल तेज गति से पढ़ना

3.5 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ :

- ◆ वांछनीय- अपेक्षित, इच्छित, ऐच्छिक, अभिलाषणीय आदि।
- ◆ सैटेलाइट- उपग्रह
- ◆ कंटेंट- विषय-वस्तु, सार, सामग्री, या सूचना।
- ◆ वॉयस टेस्ट- किसी व्यक्ति की बोलने की क्षमता, उच्चारण की स्पष्टता, स्वर-लहर और संचार कौशल का मूल्यांकन करना।
- ◆ ओटीटी (OTT) - ओवर-द-टॉप (Over-The-Top) यह एक ऐसी डिजिटल सेवा है जो पारंपरिक केबल, ब्रॉडकास्ट या सैटेलाइट टीवी के बजाय सीधे इंटरनेट के माध्यम से स्मार्ट टीवी, स्मार्टफोन, या लैपटॉप पर वीडियो और ऑडियो कंटेंट (फिल्में, वेब सीरीज) प्रदान करती है।
- ◆ अभिवृत्ति- किसी व्यक्ति, वस्तु, विचार या घटना के प्रति मानसिक झुकाव, नजरिया या दृष्टिकोण

3.6 स्वयं अध्ययन के प्रश्नों के उत्तर :

1. 15 सितंबर, 1959
2. प्रसार भारती
3. युप्प टीवी
4. अनुवाद और समाचार बुलेटिन पढ़ना
5. समाचारों का संपादन
6. संपादन कौशल और हिंदी टाइपिंग
7. आवाज़ की गुणवत्ता, मॉड्यूलेशन, उच्चारण शैली और लहजा

8. कार्यालय प्रमुख, प्रधान महानिदेशक (समाचार)
9. कहानी और दृश्यों का विवरण तैयार करना
10. उपरोक्त सभी
11. स्क्रिप्ट राइटिंग सॉफ्टवेयर का ज्ञान
12. FTII, पुणे
13. सुभाष घई
14. 6 महीने
15. कोलकाता
16. Final Draft
17. Scribe
18. Celtx
19. प्रगतिशील चेतना
20. कवि प्रदीप
21. हिंदी और उर्दू (हिंदुस्तानी)
22. समीर अनजान
23. Coursera और Udemey
24. कादर खान
25. अनुराग कश्यप
26. संक्षिप्तता और प्रभाव
27. सुनने की गहरी शक्ति
28. वेब सीरीज और माइक्रो ड्रामा के लिए
29. डिजिटल और सोशल मीडिया राइटिंग
30. गेमिंग कंपनियाँ और एनिमेशन हाउस
31. रिपोर्टर
32. संवाददाता
33. विदेशी संवाददाता
34. विदेशी संवाददाता न्यूज़ डेस्क या संपादक
35. प्रूफरीडर
36. न्यूज़ एंकर
37. टेलीप्रॉम्प्टर
38. न्यूज़ एंकर
39. न्यूज़ प्रोड्यूसर/एडिटर
40. (इ) रेडियो जॉकी (RJ)
41. पॉडकास्टिंग
42. सूचना को आकर्षक और उपयोगी बनाने पर
43. खबरों को वायरल करना और पाठकों को वेबसाइट तक लाना
44. उपरोक्त सभी
45. Skill India Digital
46. दर्शक को ग्राहक में बदलना
47. पोर्टफोलियो (Portfolio)
48. Medium या LinkedIn
49. अनुवादक (Translator)
50. आवाज़ के जरिए अभिनय करना

3.7 सारांश :

1. 15 सितंबर, 1959 को स्थापित दूरदर्शन प्रसार भारती के अंतर्गत भारत का सबसे बड़ा स्वायत्त सार्वजनिक सेवा प्रसारक है, जो 35 सैटेलाइट चैनलों और 59 ट्रांसमीटरों के माध्यम से राष्ट्रीय और

अंतर्राष्ट्रीय सेवाएं प्रदान करता है। बदलते दौर के साथ, यह नेटवर्क डिजिटल प्लेटफॉर्म और डीडी नेशनल के नए कार्यक्रमों के माध्यम से अपनी आधुनिक पहचान को मजबूत कर रहा है।

2. दूरदर्शन (प्रसार भारती) मीडिया और प्रोडक्शन के क्षेत्र में करियर बनाने के इच्छुक युवाओं के लिए एक प्रमुख संस्थान है। यहाँ मुख्य रूप से रिपोर्टर, न्यूज़रीडर, समाचार संपादक और वेब एडिटर जैसे पदों के लिए नियुक्तियाँ की जाती हैं।
3. हिंदी सिनेमा (बॉलीवुड) केवल अभिनय तक सीमित नहीं है, बल्कि यह एक विशाल उद्योग है जो तकनीकी, रचनात्मक और व्यावसायिक क्षेत्रों में हजारों लोगों को रोजगार प्रदान करता है।
4. हिंदी सिनेमा के क्षेत्र में पटकथा लेखक, गीतकार, संवाद लेखक आदि विभिन्न रोजगार के अवसर उपलब्ध हैं।
5. पत्रकारिता आधुनिक समाज का वह महत्वपूर्ण स्तंभ है, जो सूचनाओं के एकीकरण, लेखन, संपादन और प्रस्तुतीकरण के माध्यम से जनता को जागरूक रखता है।
6. हिंदी पत्रकारिता के क्षेत्र में प्रिंट मीडिया के अंतर्गत पारंपरिक समाचार पत्र और पत्रिकाओं में रिपोर्टर, संवाददाता, उप-संपादक एवं प्रूफरीडर आदि विभिन्न रोजगार के अवसर मौजूद हैं।
7. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के क्षेत्र में हिंदी न्यूज़ एंकर, न्यूज़ रिपोर्टर, न्यूज़ प्रोड्यूसर/एडिटर एवं रेडियो जॉकी आदि विभिन्न रोजगार के अवसर मौजूद हैं।
8. डिजिटल प्लेटफॉर्म के उदय ने रोजगार के नए द्वार खोले हैं। डिजिटल कंटेंट राइटर, डिजिटल जर्नलिस्ट, सोशल मीडिया मैनेजर, यूट्यूब पत्रकार एवं मोबाइल पत्रकार आदि विभिन्न रोजगार के अवसर मौजूद हैं।
9. विज्ञापन किसी भी व्यवसाय, ब्रांड या सेवा की सफलता के लिए अनिवार्य है। आधुनिक युग में विज्ञापन केवल सूचना देने का माध्यम नहीं है, बल्कि यह उपभोक्ता के मनोविज्ञान को प्रभावित करने का एक शक्तिशाली उपकरण है।
10. हिंदी विज्ञापन क्षेत्र में हिंदी कॉपीराइटर, कंटेंट क्रिएटर / स्क्रिप्ट राइटर, अनुवादक और ट्रांसक्राइटर, वॉयस-ओवर आर्टिस्ट, मीडिया प्लानर आदि के रूप में करियर के अवसर उपलब्ध हैं।

3.8 स्वाध्याय :

(अ) टिप्पणियाँ लिखिए।

1. दूरदर्शन के क्षेत्र में रोजगार
2. सिनेमा के क्षेत्र में रोजगार
3. पत्रकारिता के क्षेत्र में रोजगार

4. विज्ञापन के क्षेत्र में रोजगार

3.9 क्षेत्रीय कार्य :

1. महाविद्यालयीन पत्रिका के संपादक, उपसंपादक एवं सहायक संपादक के रूप में कार्य कीजिए।
2. पटकथा लेखन, गीत लेखन एवं संवाद लेखन कार्यशाला का आयोजन कीजिए।
3. पत्रकारिता एवं विज्ञापन के क्षेत्र में रोजगार के अवसर पर व्याख्यान का आयोजन कीजिए।
4. संपादक, पटकथा लेखक, गीतकार, संवाद लेखक, पत्रकारिता एवं विज्ञापन के क्षेत्र में कार्यरत व्यक्ति का साक्षात्कार लीजिए।

3.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए :

1. प्रयोजनमूलक हिंदी - डॉ. विनोद गोदरे, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली ।
2. प्रयोजनामूलक हिंदी- विविध परिदृश्य- डॉ. रमेशचंद्र त्रिपाठी, अलका प्रकाशन, कानपुर।
3. टेलीविजन पटकथा लेखन- विनोद तिवारी, परिहंस प्रकाशन, नई दिल्ली।
4. पत्रकारिता के नए परिप्रेक्ष्य - राजकिशोर, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली।
5. जनसंचार और पत्रकारिता: विविध आयाम - डॉ. ओमप्रकाश शर्मा, निराली प्रकाशन, पुणे।
6. मीडिया कालीन हिंदी : स्वरूप एवं संभावनाएँ- डॉ. अर्जुन चव्हाण, राधाकृष्ण प्रकाशन, नई दिल्ली।
7. प्रयोजनमूलक हिंदी की नयी भूमिका- डॉ. कैलाशनाथ पाण्डेय, लोकभारती प्रकाशन, नई दिल्ली।
8. मीडिया लेखन : सिद्धांत और व्यवहार- डॉ. चंद्रप्रकाश मिश्र, संजय प्रकाशन, नई दिल्ली ।
9. जनसंचार माध्यम : भाषा और साहित्य - डॉ. सुधीश पचौरी, नटराज प्रकाशन, दिल्ली ।
10. हिंदी भाषा में रोजगार के अवसर- प्रा. विकास पाटील, ए. बी. एस. पब्लिकेशन वाराणसी।
11. मीडिया में कैरियर - पी. के. आर्य, ग्रंथ अकादमी, नई दिल्ली ।
12. प्रयोजनमूलक हिंदी, 'साहित्य सरोवर'- डॉ. श्रीमती आशा मोहन, साहित्य सरोवर, प्रकाशन, आगरा।

□□□

घटक 4

समाचार लेखन

अनुक्रम

4.1 उद्देश्य

4.2 प्रस्तावना

4.3 विषय विवेचन

4.3.1 समाचार की संकल्पना एवं स्वरूप

4.3.2 समाचार की परिभाषा

4.3.3 समाचार के तत्व

4.3.4 समाचार लेखन की प्रविधि

4.3.5 समाचार के प्रकार

4.3.5.1 महाविद्यालयीन समारोह

4.3.5.1.1 महाविद्यालयीन समारोह विविधता

4.3.5.1.2 महाविद्यालयीन समाचार के प्रकार

4.3.5.1.2.1 महाविद्यालयीन समारोह के बृहत्तम समाचार लेखन

4.3.5.1.2.1.1 महाविद्यालयीन समारोह के बृहत्तम समाचार लेखन का प्रारूप

4.3.5.1.2.1.2 महाविद्यालयीन समारोह का समाचार लेखन

4.3.5.1.2.2 महाविद्यालयीन लघु समाचार का प्रारूप

4.3.5.2 सामाजिक समारोह

- 4.3.5.2.1 सामाजिक समारोह विविधता
- 4.3.5.2.2 सामाजिक समाचार के प्रकार
 - 4.3.5.2.2.1 सामाजिक समारोह के बृहतब समाचार लेखन:
 - 4.3.5.2.2.1.1 सामाजिक समारोह के बृहतब समाचार लेखन का प्रारूप
 - 4.3.5.2.2.1.2 सामाजिक समारोह का बृहतब समाचार लेखन
 - 4.3.5.2.2.2 सामाजिक समारोह का लघु समाचार:
 - 4.3.5.2.2.2.1 सामाजिक समारोह का लघु समाचार का प्रारूप
 - 4.3.5.2.2.2.2 सामाजिक लघु समाचार का उदाहरण
- 4.3.5.3 प्राकृतिक आपदा
 - 4.3.5.3.1 प्राकृतिक आपदाओं की विविधता
 - 4.3.5.3.2 प्राकृतिक आपदाओं के समाचार लेखन का प्रारूप
 - 4.3.5.3.3 प्राकृतिक आपदाओं का समाचार लेखन
- 4.3.5.4 दुर्घटना समाचार
 - 4.3.5.4.1 दुर्घटना समाचार की विविधता
 - 4.3.5.4.2 दुर्घटना समाचार लेखन का प्रारूप
 - 4.3.5.4.3 दुर्घटना का समाचार लेखन

- 4.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न
- 4.5 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ
- 4.6 स्वयं अध्ययन के 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 आपको -

- ◆ समाचार लेखन की कला से अवगत हो जाएँगे।
- ◆ समाचार का महत्व एवं उपयोगिता समझ सकेंगे।
- ◆ समाचार की स्वरूप, व्याप्ति, संरचना, तत्व, शैली से अवगत हो जाएँगे।

4.2 प्रस्तावना :

प्राचीन काल से मनुष्य में जानने और पाने की सहजात प्रवृत्ति रही है। इसी प्रवृत्ति से जानकारी देने और पाने की प्रक्रिया शुरू हो गई। आरंभिक काल में इस प्रक्रिया में मनुष्य ही एक-दूसरे को जानकारी देने और पाने का कार्य करता था। मनुष्य की सीमित पहुँच की वजह से इस प्रक्रिया में माध्यम जुड़ते गए। विज्ञान और तकनीक के कारण विभिन्न माध्यमों का विकास हुआ। कलांतर में मुद्रित, इलेक्ट्रॉनिक, वेब, समाज आदि माध्यमों का विकास होता गया। ये माध्यम जनता से ही जानकारी लेते हैं और व्यापक जन समुदाय तक पहुँचा देते हैं। इस बीच विविध माध्यमों की कारगर भूमिका रहती है, लेकिन इन माध्यमों में समाचार लेखन की तकनीक मूलतः समान दिखाई देती है। विभिन्न वारदात एवं प्रसंगों को शब्दों में बांधने की एक कला होती है; जिसका नाम समाचार लेखन है। दरअसल घटना एवं प्रसंग की उचित जानकारी कम शब्दों में और प्रभावशाली ढंग से पाठकों तक पहुँचाने की कला का नाम ही समाचार लेखन है।

4.3 विषय विवेचन :

समाचार पत्रकारिता की जड़ है। पत्रकारिता के अस्तित्व की बुनियाद ही समाचार है। इसलिए समाचार को समझना जरूरी बन जाता है। दिन-ब-दिन पत्रकारिता के क्षेत्र में रोजगार की संभावनाएँ बढ़ती जा रही है। सूचना के आदान-प्रदान में समाचार का अहम योगदान रहा है। समाचार को प्रभावी ढंग से प्रस्तुत करने के लिए समाचार की भाषा व्यावहारिक होनी चाहिए। विविध समारोह, प्राकृतिक आपदाएँ और दुर्घटनाओं का वृत्तांत शब्दों में बांधने की कला समाचार लेखन कहलाती है।

4.3.1 समाचार की संकल्पना एवं स्वरूप :

वस्तुतः समाचार शब्द का अर्थ है - सम्यक आचरण। एक ऐसा आचरण, जो नैतिकता के परे होता है; जिसमें एक नई बात हो। दरअसल निःस्पक्ष भाव से तथ्यों को सामने लाना ही समाचार है। समाचार के लिए खबर, विवरण, सूचना, संवाद, वृत्तांत आदि नामों से अभिहित किया जाता है। समाचार को अंग्रेजी में न्यूज (NEWS) कहा जाता है। असल में न्यूज शब्द में चार दिशाओं का बोध होता है, जैसे कि एन यानी नॉर्थ, ई यानी ईस्ट, डब्ल्यू यानी वेस्ट, एस यानी साउथ। न्यूज शब्द के अनुसार चार दिशाओं से आने वाली हर नई बात समाचार बन जाती है, मगर मेरी अपनी मान्यता है कि चार ही नहीं बल्कि चार के बीच की उप चार और ऊपर और नीचे की मिलाकर दस दिशाओं से आने वाली हर नई बात समाचार बन जाती है। समाचार के लिए

अंग्रेजी में प्रयुक्त न्यूज शब्द नवीनता का बोध देता है। न्यू यानी नया। न्यूज के लिए लैटिन में 'नोवा' शब्द प्रयुक्त है, लेकिन संस्कृत में उसके लिए 'नव' शब्द प्रयुक्त है। रूपयार्ड कपलिंग ने समाचार के छह ककार माने हैं; जिसमें फाइव डब्ल्यू और वन एच का फॉर्म्युला समाहित है।

- What - क्या - क्या हुआ?
- Where - कहाँ - कार्यक्रम/घटना कहाँ हुई?
- When - कब - कार्यक्रम/घटना कब हुआ?
- Who - कौन - कार्यक्रम/घटना में कौन-कौन शामिल थे?
- Why - क्यों - घटित घटना का कारण क्या है? या /कार्यक्रम का उद्देश्य क्या था?
- How - कैसे - घटना/कार्यक्रम कैसे हुआ? इसमें घटना का पूरा विवरण आ जाता है।

इन प्रश्नों के उत्तर में समाचार बन जाता है। समाचार पाठकों की जिज्ञासा को शांत कर देता है। कहना आवश्यक नहीं कि समाचार में नई एवं अनोखी बात होती है; जिसमें सत्यता और वस्तुनिष्ठता समाहित होती रहती है।

संक्षेप में समाचार शब्द का अर्थ है - सम्यक आचरण। एक ऐसा आचरण, जो नैतिकता के परे होता है; जिसमें एक नई बात हो। दरअसल निष्पक्ष भाव से तथ्यों को सामने लाना ही समाचार है। समाचार के लिए खबर, विवरण, सूचना, संवाद, वृत्तांत आदि नामों से अभिहित किया जाता है। समाचार को अंग्रेजी में न्यूज (NEWS) कहा जाता है, जो चार दिशाओं का बोध होता है। न्यूज के लिए लैटिन में 'नोवा' शब्द प्रयुक्त है। समाचार एक ऐसी नई एवं अनोखी बात है; जिसमें सत्यता और वस्तुनिष्ठता होती है।

4.3.2 समाचार की परिभाषा :

समाचार का स्वरूप अत्यंत व्यापक और विस्तृत है। समाचार को लेकर अलग-अलग विद्वानों ने अपने-अपने तरीके से परिभाषित किया है। विभिन्न विद्वानों द्वारा प्रस्तुत समाचार की परिभाषाएँ निम्नलिखित रूप से प्रस्तुत है।

- जॉर्ज एच. मौरिस - 'समाचार जल्दी लिखा गया इतिहास है।'
- एम. लाइल स्पेंसर - 'वह सत्य घटना या विचार, जिसमें बहुसंख्यक पाठकों की अभिरूचि हो।'
- प्रो. चिटिन बुश - 'पाठक जिसे जानना चाहते हैं वह समाचार है।'

'कोई भी ऐसी घटना, जिसमें मनुष्य की दिलचस्पी हो, समाचार है।'

'समाचार सामान्यतः वह उत्तेजक सूचना है, जिससे कोई व्यक्ति संतोष अथवा उत्तेजना प्राप्त करता है।'

● विलियम रिवर्स के अनुसार - 'समाचार घटना का वर्णन है। घटना स्वयं समाचार नहीं। घटनाओं, तथ्यों और विचारों की सामयिक रिपोर्ट समाचार है, जिसमें पर्याप्त लोगों की रुचि भी हो।'

● रा. र. खांडेलकर के मतानुसार - 'दिन में कहीं भी किसी समय कोई छोटी-मोटी घटना या परिवर्तन हो, उसका शब्दों में जो वर्णन होगा, उसे समाचार या खबर कहते हैं।'।'

● अम्बिका प्रसाद वाजपेयी के अनुसार - 'दुनिया में कहीं और किसी समय कोई घटना और परिवर्तन हो और उसका शब्दों में जो वर्णन हो, वह समाचार ही है।'

● एन. सी. पंत के मतानुसार - 'सत्य, नवीनता, अधिकांश व्यक्तियों की रूचि प्रधान विषयक घटनाओं से संबंधित प्रत्येक सूचना समाचार है।'

● सविता चट्टा के शब्दों में - 'सत्य, नवीनता, अधिकांश व्यक्तियों की रूचिवाली वर्तमान विषयक घटनाओं से संबंधित प्रत्येक सूचना समाचार है।'

● डॉ. संतोष गोयल के अनुसार - 'सत्य, नवीनता, समाज के सभी वर्ग की रूचिकर घटनाओं की समभाव से पक्षपात रहित होकर सूचना देना ही समाचार है।'

उपरोक्त परिभाषाओं से स्पष्ट हो जाता है कि अधिकांश व्यक्तियों की रूचि प्रधान नवीन, सत्य घटना समाचार बन जाती है, मगर उसका विवरण निष्पक्ष भाव से और स्पष्ट तरीके से किया जाता है। यह विवरण यदि पाठकों की जिज्ञासा शांत कर देता है तो वह समाचार कहलाता है।

4.3.3 समाचार के तत्त्व :

समाचार लेखन में कुछ मौलिक तत्त्वों का होना अनिवार्य बन जाता है। विविध विद्वानों द्वारा समाचार लेखन के विविध तत्त्व बताए गए हैं; जिसका विवेचन-विश्लेषण निम्नलिखित रूप से प्रस्तुत है -

(1) तात्कालिकता या सामयिकता:

समाचार लेखन का अहम तत्त्व तात्कालिकता एवं सामयिकता है। घटना घटित होते ही तत्काल घटना का समाचार प्रकाशित होना चाहिए। घटना की जानकारी समय पर समाचार के रूप में प्रकाशित होनी चाहिए। घटित घटना का समाचार जितना जल्दी प्रकाशित होगा उतना ही तात्कालिकता उसमें आ जाएगी।

(2) सत्यता और प्रामाणिकता:

समाचार में सत्यता एवं प्रामाणिकता अनिवार्य है। समाचार में वर्णित घटना सत्य पर आधारित होनी चाहिए। असत्य घटना को समाचार में कोई स्थान नहीं है। घटना का वर्णन ज्यों का त्यों प्रस्तुत किया जाना चाहिए। इसमें झूठ-मूठ कोई स्थान नहीं होता। जो कुछ कहना है वह डंके की चोट पर कहना चाहिए। बिना डरे निष्पक्ष भाव से घटना का विवरण दिया जाना चाहिए। दरअसल, वास्तविक घटना पर आधारित समाचार पाठकों की विश्वसनीयता बना देता है। सत्य पर आधारित समाचार मूल्यवान बना जाता है।

(3) नजदीकता और समीपता:

समाचार में नजदीकता यानी समीपता का होना मायने रखता है क्योंकि अपने आसपास घटित घटना में

पाठक ज्यादा रुचि लेता है। इसी रुचि के परिणामस्वरूप अधिकांश समाचार पत्रों में स्थानीय समाचारों के अलग-अलग पृष्ठों का प्रबंध किया जाता है। दूसरी समीपता समाचार का असर हमारे जीवन पर किस तरह से होता है उसी दृष्टि से भी उसकी समीपता या नजदीकता देखी जा सकती है। कोई वैश्विक निर्णय यदि सामान्य मनुष्य के जीवन पर प्रभाव डालता है तो उस समाचार में नजदीकता या समीपता आ जाती है।

(4) नवीनता:

समाचार में हमेशा नई बात होनी चाहिए। देरी प्रकाशित समाचार पाठकों को आकर्षित नहीं करती। जैसे बासी खाना कोई पसंद नहीं करता उसी प्रकार बासी खबरें पढ़ना कोई पसंद नहीं करते। समाज में हर दिन हर पल नई घटना घटित होती है, जिसे जानने की तलफ हर एक को हर वक्त होती है। पाठकों को नवीन, असाधारण, ताजा समाचार हर वक्त आकर्षित करता है। विलंब से प्रकाशित समाचार निरस, निरर्थक और ऊबाऊ बन जाता है।

(5) रोचकता:

समाचार रोचक एवं दिल को भाने वाला होना चाहिए। यदि समाचार में रोचकता का अभाव हो तो उसमें नीरसता और ऊबाऊ हो जाएगा। पाठक की समाचार पढ़ने की रुचि बनी रहने के लिए समाचार को लंबा-चौड़ा नहीं करना चाहिए। समाचार की शुष्कता एवं निरसता समाचार को प्रभावहीन बना देती है। समाचार की रोचकता समाजहित को ध्यान में रखते हुए करनी चाहिए।

(6) संक्षिप्तता:

वर्तमान युग भागमभाग का युग है। हर व्यक्ति कम समय में बहुत कुछ हासिल करना चाहता है। पद और पैसा पाने की होड़ में वह विस्तार से समाचार पढ़ नहीं सकता इसलिए समाचार संक्षिप्त होना महत्वपूर्ण बन जाता है। समाचार की संक्षिप्तता में कम शब्दों में ज्यादा आशय वाली बात होनी चाहिए। पाठक समाचार का आमुख पढ़कर अपनी जिज्ञासा की तृप्ति करता है। कम शब्दों में समाचार लिखना एक कला है। तथ्यों को, घटनाओं को कम शब्दों में बड़े प्रभावशाली ढंग से पेश करना एक कौशल है, जो समाचार लेखन के काम आ जाता है। यही वजह है कि समाचार संक्षिप्त होना चाहिए।

(7) वैयक्तिकता:

सामान्य नागरिक की विशेष उपलब्धि एक बड़ी खबर बन जाती है। आम व्यक्ति द्वारा विशेष उपलब्धि या खास व्यक्ति द्वारा कोई घोषणा करना समाज की दृष्टि से विशेष उपलब्धि होती है। यही खास बात या विशेष उपलब्धि समाचार बन जाती है। महत्वपूर्ण व्यक्ति द्वारा समाज को दिया गया योगदान भी समाचार बन जाता है।

(8) परिपूर्णता:

घटित घटना का जुड़ा हर पहलू समाचार में समाहित होना चाहिए। संक्षिप्त समाचार प्रस्तुत करते समय

घटना का समग्र ब्यौरा अनदेखा नहीं कर सकते। समाचार की समग्र जानकारी समाचार में समाहित करना ही समाचार की परिपूर्णता है। समाचार के छह प्रकार ही समाचार को परिपूर्ण बना देते हैं।

(9) लोकहित की भावना:

दरअसल समाज का हित ध्यान में रखते हुए समाचार लिखा जाना चाहिए। समाज के किसी भी वर्ग के प्रति हेय दृष्टिकोण नहीं होना चाहिए। सबके प्रति समान भाव समाचार लेखन में समाहित होना चाहिए। यदि समाचार किसी जाति, धर्म, वर्ग, पंथ की वकालत करता है तो वह एकांगी, पक्षपाती और द्वेषयुक्त बन जाता है। जनता के हित का भाव समाचार लेखन का अनिवार्य तत्त्व है, जो समाज को स्वस्थ बना देता है।

(10) स्पष्टता:

समाचार लेखन में स्पष्टता का होना अनिवार्य है। द्वैअर्थी, संदेहार्थी, अनेकार्थी या जनमानस में भ्रम पैदा करने वाला समाचार अस्पष्ट, संदिग्ध बन जाता है। असमंजस समाचार भ्रामक बन जाता है। स्पष्ट समाचार पाठकों की विश्वसनीयता को बढ़ावा देता है। इसलिए समाचार लेखन में स्पष्टता होनी चाहिए।

(11) वस्तुनिष्ठता:

समाचार लेखन में वस्तुनिष्ठता का होना अनिवार्य है। घटित घटना का ब्यौरा वस्तुनिष्ठ रूप से प्रस्तुत किया जाना चाहिए। घटना की यथातथ्य जानकारी प्रस्तुत करना ही वस्तुनिष्ठता है। जानकारी को जस के तस समाचार में परिवर्तित करना ही वस्तुनिष्ठता है। प्राप्त जानकारी में हेरफेर करने और उसे मनमाने ढंग से बदलाव करने से समाचार की वस्तुनिष्ठता गायब हो जाती है। इसलिए समाचार में घटना स्थल से प्राप्त जानकारी सही ढंग से प्रस्तुत करनी चाहिए।

इसके अलावा विलक्षणता, सुरुचिपूर्णता, परिवर्तन बोध, प्रभावित लोग, भाषाशैली, घटना का समय एवं स्थान, संख्या एवं आकार, दुविधा या रहस्य आदि समाचार के तत्त्व हैं, जो समाचार में अनिवार्यता से आ जाते हैं।

सार यह कि समाचार लेखन में कुछ मौलिक तत्वों का होना अनिवार्य बन जाता है। इसमें तात्कालिकता या सामयिकता, सत्यता और प्रामाणिकता, नजदीकता और समीपता, नवीनता, रोचकता, संक्षिप्तता, वैयक्तिकता, परिपूर्णता, लोकहित की भावना, स्पष्टता, वस्तुनिष्ठता, विलक्षणता, सुरुचिपूर्णता, परिवर्तन बोध, प्रभावित लोग, भाषाशैली, घटना का समय एवं स्थान, संख्या एवं आकार, दुविधा या रहस्य आदि समाचार के तत्त्व हैं जो समाचार में अनिवार्यता से आ जाते हैं और समाचार को परिपूर्ण बना देते हैं।

4.3.4 समाचार लेखन की प्रविधि :

समाचार लेखन करते समय विविध क्षेत्रों से प्राप्त जानकारी का संकलन किया जाता है। डाटा संकलित कर उसे समाचार में परिवर्तित करना पड़ता है। घटना स्थल से प्राप्त जानकारी विविध सोपानों से गुजरे बिना खबर की प्रक्रिया पूरी नहीं हो पाती। इन सोपानों यानी समाचार लेखन की प्रविधि का विवेचन-विश्लेषण निम्नलिखित रूप से प्रस्तुत है -

(1) शीर्षक :

समाचार लेखन का सबसे पहला चरण शीर्षक है। शीर्षक समाचार की आत्मा होती है। समाचार पत्र खोलते ही सबसे पहली नजर समाचार के शीर्षक पर ही जाती है। दरअसल शीर्षक आकर्षक, कौतुहलवर्धक, जिज्ञासावर्धक, संक्षिप्त, स्पष्ट, समाचार के अनुकूल, समाचार का सार, मूल भाव की अभिव्यक्ति सहज एवं सरल भाषा में अभिव्यक्त करने वाला होना चाहिए। शीर्षक प्रभावशाली, पूर्णांग, सफल, पृष्ठसज्जा में सहायक होना चाहिए। शीर्षक प्रचारधर्मी, भूतकालिक, आदेशात्मक, अज्ञार्थक, प्रश्नार्थक, ऋणात्मक यानी नकारात्मक, भाव एवं शब्दों की पुनरावृत्ति करने वाला नहीं होना चाहिए। साथ ही द्वयार्थक, अनेकार्थी, संदेहार्थी, विशेषण से युक्त नहीं होना चाहिए। शीर्षक के कई प्रकार गिने जाते हैं; जैसे - अंतर्वर्ती शीर्षक, सोपान शीर्षक, विलोमसोपानी शीर्षक, पूर्ण पंक्ति शीर्षक, कटि शीर्षक, कपाली शीर्षक, वर्गाकार शीर्षक, दोला शीर्षक, फ्लेशलेफ्ट शीर्षक, पताका शीर्षक, नभरेखा शीर्षक आदि।

(2) आमुख:

शीर्षक के बाद का पहला अनुच्छेद आमुख कहलाता है। आमुख को इंट्रो, इंट्रॉडक्शन, मुखड़ा, अग्रांश, सारांश, सार, आत्मा, प्राण और अमेरिकन पत्रकारिता में 'लीड' कहा जाता है। आमुख में समाचार का संक्षिप्त परिचय होता है। आमुख का अर्थ मुखड़ा है। जिस प्रकार हर व्यक्ति का मुखड़ा यानी चेहरा होता है उसी प्रकार आमुख समाचार का मुखड़ा है। यह समाचार का 'शो-विंडे' यानी 'प्रदर्शन कक्ष' कहलाता है; जिसके चुस्त गठन पर अधिक बल दिया जाता है। कई बार पाठक शीर्षक और आमुख पढ़कर ही अपनी जिज्ञासा का क्षमन करता है। आमुख में फाइव डब्ल्यू और वन एच को ध्यान में रखना पड़ता है। What - क्या हुआ?, Where - कहाँ?, When - कब?, Who - कौन?, Why - क्यों?, How - कैसे? आदि प्रश्नों के उत्तर से आमुख बन जाता है। इसमें घटना का पूरा विवरण संक्षेप में आ जाता है। आमुख में समाचार की नीति और पाठकों की रुचि का ध्यान रखना पड़ता है। आमुख में समाचार का महत्वपूर्ण अंश प्रस्तुत किया जाता है। दरअसल पाठक इसी अंश का अवलोकन कर संपूर्ण घटना से परिचित होना चाहता है। आमुख में संवाददत्ता समाचार के तथ्य संक्षेप में प्रस्तुत करता है। हर पाठक समाचार का महत्वपूर्ण अंश, घटना का परिणाम, समाचार का निष्कर्ष जानने हेतु उत्सुक रहता है। आमुख इन्हीं उत्सुकता का क्षमन करता है।

(3) विवरण:

समाचार लेखन में आमुख के बाद विवरण आ जाता है। विवरण यानी विषयवस्तु। आमुख में पाठक के मन में जो जिज्ञासा पैदा हो चुकी है। उसे अंत तक बनाए रखने के लिए विवरण भी कौतुहलवर्धक और जिज्ञासावर्धक होना चाहिए। विवरण समाचार के अनुकूल होना जरूरी है। घटित घटना का हर पहलू क्रमशः प्रस्तुत किया जाना चाहिए। अलग-अलग अनुच्छेदों में रोचक ढंग से समाचार का विवरण संप्रेषणीय बनना चाहिए। समाचार का महत्व और पाठकों की रुचि के अनुसार समाचार के विवरण का विस्तार बन जाता है। समाचार का विवरण आकर्षक, सुरुचिपूर्ण ढंग से प्रस्तुत किया जाना चाहिए। विवरण में सजीवता एवं जीवंतता

का होना अनिवार्य बन जाता है। समाचार का विवरण यानी समाचार का विस्तार है जो पाठकों के सामने प्रस्तुत करते समय तथ्यों को क्रमबद्धता से पेश करना चाहिए। समाचार विवरण में तथ्यों के महत्व के अनुसार अनुच्छेदों का क्रम निर्धारित किया जाना चाहिए। इसमें सबसे महत्वपूर्ण तथ्य सबसे पहले, उसके बाद कम महत्वपूर्ण जानकारी, और अंत में सबसे कम महत्वपूर्ण जानकारी दी जानी चाहिए। समाचार के विवरण लिखते समय विलोम स्तूपी लेखन पद्धति (इनवर्टेड पिरामिड) का अमल किया जाना चाहिए। विवरण में आवश्यकतानुरूप विशेषज्ञों का मत शामिल किया जाना चाहिए। विवरण में What - क्या हुआ?, Where - कहाँ?, When - कब?, Who - कौन?, Why - क्यों?, How - कैसे ? आदि प्रश्नों का विस्तार करना चाहिए। सार यह कि विवरण सहज-सरल, आकर्षक और संप्रेषणीय होना चाहिए। विवरण विषयानुकूल यानी समाचार के अनुकूल होना चाहिए। विवरण पढ़ने के बाद पाठकों की जिज्ञासा का पूरी तरह से समाधान होना चाहिए। कहना आवश्यक नहीं कि पाठक समाचार का विवरण पढ़ने के बाद संतुष्टि का अनुभव करें।

(4) (४) निष्कर्ष :

शीर्षक, आमुख, विवरण के बाद समाचार का निष्कर्ष दिया जाना चाहिए। समाचार के निष्कर्ष में घटना संबंधी महत्वपूर्ण संकेत दिया जाना चाहिए ताकि पाठक भविष्य में सावधानी बरतें। दरअसल निष्कर्ष में समाचार का संक्षिप्त सार दिया जाना चाहिए, जिसमें पूर्व घटना का संदर्भ और भविष्यकालीन सतर्कता का संकेत अवश्य दिया जाना चाहिए। निष्कर्ष में सहजता एवं सरलता के साथ-साथ संप्रेषणीयता होनी चाहिए। उदा. किसी सड़क के मोड़ पर बार-बार दुर्घटना हो रही है और कई लोग मौत के शिकार हो रहे हैं। ऐसे में इस घटना संबंधी प्रकाशित समाचार में इसके पहले इसी मोड़ पर हुई दुर्घटना का संकेत अवश्य दिया जाना चाहिए ताकि भविष्य में इस सड़क से जाते समय पाठक सावधानी बरतें। सामाजिक एवं महाविद्यालयीन समारोह में यह संकेत अवश्य दिया जाना चाहिए जो गलती बार-बार होती है कि भविष्य में ऐसी गलती बार-बार न हो और कार्यक्रम का सुचारु संचालन हो।

निष्कर्ष यह कि समाचार लेखन करते समय विविध क्षेत्रों से प्राप्त जानकारी का संकलन किया जाता है। डाटा संकलित कर उसे समाचार में परिवर्तित करना पड़ता है। घटना स्थल से प्राप्त जानकारी विविध सोपानों से गुजरे बिना खबर की प्रक्रिया पूरी नहीं हो पाती। इन सोपानों में शीर्षक, आमुख, विवरण, निष्कर्ष आ जाते हैं। शीर्षक समाचार की आत्मा होती है। आमुख में फाइव डब्ल्यू और वन एच को ध्यान में रखना पड़ता है। What - क्या हुआ?, Where - कहाँ?, When - कब?, Who - कौन?, Why - क्यों?, How - कैसे? आदि प्रश्नों के उत्तर से आमुख बन जाता है। इसमें घटना का पूरा विवरण संक्षेप में आ जाता है और समाचार के विवरण में इन्हीं प्रश्नों का विस्तार से वर्णन होता है। समाचार के निष्कर्ष में घटना संबंधी महत्वपूर्ण संकेत दिया जाना चाहिए ताकि पाठक भविष्य में सावधानी बरतें।

4.3.5 समाचार के प्रकार :

4.3.5.1 महाविद्यालयीन समारोह :

महाविद्यालय में आयोजित सभी समारोह महाविद्यालयीन समारोह के अंतर्गत आते हैं। छात्रों को महाविद्यालयीन जीवन में विविध कार्यक्रमों का आयोजन करना खास और यादगार होता है। महाविद्यालयीन समारोह छात्रों का केवल मनोरंजन नहीं करते बल्कि उनकी प्रतिभा निखारने का काम करते हैं। साथ ही हर कार्यक्रम से छात्रों को नया अनुभव मिल जाता है और आपसी दोस्तों के संबंध मजबूत बन जाते हैं। कुछ कार्यक्रम से छात्रों को सबक भी मिल जाता है, जो आने वाले कार्यक्रमों के संयोजन में उपयोगी साबित होता है। महाविद्यालयीन समारोह से छात्रों के जीवन में आत्मविश्वास की वृद्धि हो जाती है, टीमवर्क और नेतृत्व कौशल का विकास हो जाता है, पढ़ाई के साथ-साथ मनोरंजन हो जाता है और नई प्रतिभाओं को पहचानने का अवसर भी मिल जाता है। महाविद्यालयीन समारोह न केवल मनोरंजन करते हैं, बल्कि छात्रों के सर्वांगीण विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

4.3.5.1.1 महाविद्यालयीन समारोह विविधता :

छात्रों के कला गुणों को बढ़ावा देने के लिए महाविद्यालय में विभिन्न समारोह का आयोजन किया जाता है। छात्रों की शैक्षिक प्रगति एवं व्यक्तिमत्त्व विकास, नेतृत्व क्षमता विकसित होने में महाविद्यालयीन समारोह का बहुत बड़ा योगदान रहता है। इसमें विभिन्न प्रतियोगिताओं का आयोजन किया जाता है जिनमें निबंध प्रतियोगिता, काव्य वाचन प्रतियोगिता, वक्तृत्व प्रतियोगिता, गजल लेखन प्रतियोगिता, कविता लेखन प्रतियोगिता, समीक्षा लेखन प्रतियोगिता, नाटक लेखन प्रतियोगिता, गीत गायन प्रतियोगिता, रंगोली प्रतियोगिता, विज्ञापन प्रतियोगिता, चित्रकला प्रतियोगिता, पोस्टर मेकिंग प्रतियोगिता, शेरों-शायरी प्रतियोगिता आदि प्रतियोगिताएँ शामिल हैं। इसके अलावा विभिन्न जयंती-पुण्यतिथि समारोह का आयोजन किया जाता है। इनमें डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर, महात्मा ज्योतिबा फुले, सावित्रीबाई फुले, लाल बहादूर शास्त्री, राजर्षि शाहू महाराज, छत्रपति शिवाजी महाराज आदि के जयंती-पुण्यतिथि समारोह मनाए जाते हैं। साथ ही वार्षिक पुरस्कार वितरण समारोह, स्वागत समारोह, विदाई समारोह, राष्ट्रीय सेवा योजना के विविध कार्यक्रम तथा शिविरों का आयोजन, योग दिवस, हिंदी दिवस, विश्व हिंदी दिवस, गणतंत्र दिवस, स्वाधीनता दिवस, क्रांति दिन, जनसंख्या दिन, पर्यावरण दिन, शिक्षक दिन, पौधा रोपन कार्यक्रम, कवि सम्मेलन, फैशन शो आदि समारोह का आयोजन बड़े धूमधाम से किया जाता है। ये समारोह राष्ट्रप्रेम जगाने, सामाजिक दायित्व का एहसास दिलाने और विभिन्न महापुरुषों के आदर्शों की स्थापना करने हेतु आयोजित किए जाते हैं। यही समारोह छात्र के अंतर-बाह्य व्यक्तित्व को निखारने का कार्य करते हैं।

सार यह कि महाविद्यालय में आयोजित सभी समारोह महाविद्यालयीन समारोह के अंतर्गत आते हैं। महाविद्यालयीन समारोह छात्रों का केवल मनोरंजन नहीं करते बल्कि उनकी प्रतिभा निखारने का काम करते हैं। महाविद्यालयीन समारोह से छात्रों के जीवन में आत्मविश्वास की वृद्धि हो जाती है, टीमवर्क यानी नेतृत्व कौशल

का विकास हो जाता है, पढ़ाई के साथ-साथ मनोरंजन हो जाता है, नई प्रतिभाओं को पहचानने का अवसर भी मिल जाता है।

4.3.5.1.2 महाविद्यालयीन समाचार के प्रकार :

समाचार पत्रों में जगह का मूल्य बहुत महत्वपूर्ण माना जाता है। यदि समाचार पत्र में प्रकाशित खबर की कीमत आंकनी है तो खबर की जितनी जगह है उतने में प्रकाशित विज्ञापन की जितनी कीमत होगी उतना उसका मूल्य होगा। समाचार पत्र में जगह के हिसाब से महाविद्यालयीन समाचार के दो प्रकार होते हैं - बृहत् और लघु। समाचार में पर्याप्त जगह है तो समाचार विस्तार से दिया जाता है जिसे बृहत् समाचार कहा जाता है। जहाँ जगह की कमी होती है वहाँ समाचार लघु यानी संक्षिप्त होता है। स्थानाभाव के चलते समाचार संक्षिप्त होते हैं।

4.3.5.1.2.1 महाविद्यालयीन समारोह के बृहत् समाचार लेखन :

महाविद्यालयीन समाचार के लिए अक्सर समाचार पत्रों में जगह कम ही दी जाती है, लेकिन समाचार के मूल्य के हिसाब से समाचार बृहत् बन जाता है। यदि समाचार में पर्याप्त जगह है तो महाविद्यालयीन समाचार बृहत् बनाना पड़ता है। महाविद्यालयीन बृहत् समाचार का प्रारूप बृहत् होता है।

4.3.5.1.2.1.1 महाविद्यालयीन समारोह के बृहतब समाचार लेखन का प्रारूप :

किसी भी महाविद्यालयीन समारोह का समाचार लेखन करते समय अनेक बातों का ध्यान रखना पड़ता है। महाविद्यालयीन समारोह एक निश्चित रूपरेखा होती है। इस रूपरेखा में समाहित विभिन्न पहलुओं का यथोचित प्रयोग और क्रमबद्ध विवेचन रोचक और पठनीय ढंग से किया जाना चाहिए। महाविद्यालयीन समारोह के बृहतब समाचार लेखन का प्रारूप निम्नलिखित रूप से रहेगा -

- 1) महाविद्यालयीन समारोह का शीर्षक
- 2) शहर का नाम
- 3) दिनांक
- 4) प्रमुख अतिथि के विचार
- 5) प्रमुख अतिथि का पद और नाम
- 6) कार्यक्रम के संयोजक विभाग एवं महाविद्यालय
- 7) कार्यक्रम की अध्यक्षता
- 8) प्रमुख अतिथि के शेष विचार
- 9) अध्यक्षीय संबोधन

- 10) कार्यक्रम के दौरान आयोजित पुरस्कार प्राप्त अध्यापक एवं छात्रों के नाम (दि हो तो)
.....
- 11) कार्यक्रम की प्रस्तावना करने वाले का नाम
- 12) कार्यक्रम में अतिथि परिचय देने वाले का नाम
- 13) कार्यक्रम में कृतज्ञता ज्ञापित करने वाले का नाम
- 14) कार्यक्रम का सूत्रसंचालन करने वाले का नाम
- 15) कार्यक्रम में मौजूद मान्यवरों के नाम
- 16) फोटो कॅप्शन

4.3.5.1.2.1.2 महाविद्यालयीन समारोह का समाचार लेखन :

1) हिंदी दिन समारोह का समाचार लेखन

भारत के भाल की बिंदी है हिंदी

कोल्हापुर, दि. 14 : भारत की संविधान सभा ने हिंदी को 14 सितंबर, 1949 को स्वतंत्र राष्ट्र की आधिकारिक भाषा के रूप में घोषित किया। हिंदी को भारतीय भाषा को बढ़ावा देने, विकसित करने, राष्ट्र के विविध भाषाई और सांस्कृतिक क्षेत्रों को एकजुट करने के लिए यह निर्णय किया गया था। पहली बार देश में हिंदी दिवस 1953 में मनाया गया था। आज हिंदी भाषा जन-जन की भाषा बन गई है। असल में हिंदी भारत के भाल की बिंदी है। यह विचार विजयसिंह यादव महाविद्यालय, पेठवडगाव के हिंदी विभागाध्यक्ष डॉ. नजिम शेख ने व्यक्त किए।

वे विवेकानंद कॉलेज, कोल्हापुर के हिंदी विभाग की ओर से आयोजित हिंदी दिवस समारोह में बोल रहे थे। कार्यक्रम की अध्यक्षता महाविद्यालय के प्राचार्य डॉ. आर. आर. कुंभार ने की।

डॉ. नजिम शेख ने आगे कहा कि हिंदी भाषा के प्रति जागरूकता बढ़ाने और उसे भारत की आधिकारिक भाषा के रूप में अपनाने और उसका अधिकार उसे दिलवाने हेतु हिंदी दिवस मनाया जाता है। 14 सितम्बर, 1949 में भारत की संविधान सभा ने देवनागरी लिपि में लिखी गई हिंदी भाषा को नवगठित राष्ट्र की आधिकारिक भाषा के रूप में मंजूरी दी। हिंदी भाषा के इसी महत्व की याद में भारत भर हिंदी दिवस मनाया जाता है। हिंदी भारत की भाषाई विविधता में एकता स्थापित करने का काम करती है और सांस्कृतिक धरोहर जतन करने का कार्य करती है।

अध्यक्षीय संबोधन में महाविद्यालय के प्राचार्य डॉ. आर. आर. कुंभार ने कहा कि हिंदी दिवस हर साल 14 सितंबर को मनाया जाता है। संविधान सभा ने 14 सितंबर, 1949 को निर्णय लिया था कि हिंदी केंद्र सरकार की आधिकारिक भाषा होगी। कहना आवश्यक नहीं कि भारत के अधिकांश क्षेत्रों में हिंदी भाषा बोली और

समझी जाती है। इसलिए हिंदी को राजभाषा बनाने का निर्णय लिया गया और इसी निर्णय का महत्त्व प्रतिपादित करने तथा हिंदी को हर क्षेत्र में प्रसारित करने के लिए वर्ष 1953 से समग्र भारत में 14 सितंबर को हर साल हिंदी-दिवस के रूप में मनाया जाता है। आजादी के बाद हिंदी को आधिकारिक भाषा के रूप में स्थापित करवाने के लिए कई महानुभावों ने अथक प्रयास किए, जिनमें काका कालेलकर, हजारीप्रसाद द्विवेदी, सेठ गोविंद दास आदि शामिल हैं।

इस दौरान, बी. ए. भाग दो की छात्रा कु. महेक मुलानी, कु. नाझिया नदाफ, कु. अलताफ मुलाणी, कु. मंदिरा बिराजदार, चैतन्य मछले ने अपने मंतव्य व्यक्त किए। इस बीच, हिंदी सप्ताह के दौरान निबंध प्रतियोगिता, काव्य वाचन प्रतियोगिता, समीक्षा लेखन प्रतियोगिता, विज्ञापन प्रतियोगिता आदि प्रतियोगिताओं का आयोजन किया गया था, जिसका पुरस्कार वितरण संपन्न हो गया। निबंध प्रतियोगिता में सानिका सातगोंडा पाटिल, (बी. कॉम. भाग तीन) को प्रथम को प्रथम, महेक इमरान मुलाणी, (बी. ए. भाग दो) को द्वितीय, रिफा झहिरअब्बास मुल्ला (बी. ए. भाग एक) को तृतीय क्रमांक प्राप्त हुआ। काव्यवाचन प्रतियोगिता में देवेन्द्र दत्तात्रय सूर्यवंशी (बी. व्होक. भाग दो) प्रथम, महेक इमरान मुलाणी (बी. ए. भाग दो) द्वितीय, नजिया राकेश नदाफ (बी. ए. भाग दो) तृतीय क्रमांक पर रही। समीक्षा लेखन प्रतियोगिता में नजिया राकेश नदाफ (बी. ए. भाग दो) प्रथम, महेक इमरान मुल्लाणी (बी. ए. भाग दो) द्वितीय, स्वाती दीपक हिंगोले (बी. ए. भाग दो) तृतीय और अलताफ अब्दुलगणी पटेल (बी. ए. भाग दो) उत्तेजनार्थ क्रमांक पर रहें। विज्ञापन प्रतियोगिता में दिपाली कृष्णा खुटाले, (बी. ए. भाग तीन) प्रथम, तृप्ती मानाजी सावंत, (बी. एस्सी. भाग तीन) द्वितीय, रिफा झहिरअब्बास मुल्ला, (बी. ए. भाग एक) तृतीय और लक्ष्मी मोहन सुतार, (बी. कॉम. भाग एक) को उत्तेजनार्थ क्रमांक प्राप्त हुए।

कार्यक्रम की प्रस्तावना हिंदी विभाग के अध्यक्ष डॉ. आरिफ महात ने की। प्रमुख का अतिथि परिचय बी. ए. भाग दो की छात्रा कु. महेक मुलानी ने किया। कृतज्ञता ज्ञापन हिंदी विभाग के सहायक प्राध्यापक डॉ. दीपक तुपे ने किया। कार्यक्रम का सूत्रसंचालन बी. ए. भाग दो की छात्रा कु. नाझिया नदाफ ने किया। आभार हिंदी विभाग के सहायक प्राध्यापक डॉ. दीपक तुपे ने माना। कार्यक्रम में प्रा. एच. वी. चामे, डॉ. एकनाथ आळवेकर, डॉ. प्रदीप पाटील, डॉ. श्रुती जोशी, डॉ. जी. जे. नवाथे, डॉ. कविता तिवडे, डॉ. जी. एस. उबाळे, डॉ. विशाल वाघमारे, प्रा. विश्वंभर कुलकर्णी, प्रा. अण्णासाहेब वसेकर आदि मान्यवर मौजूद थे।

फोटो कॅप्शन: विवेकानंद कॉलेज, कोल्हापुर के हिंदी विभाग की ओर से आयोजित हिंदी दिवस समारोह में अपने विचार व्यक्त करते हुए विजयसिंह यादव महाविद्यालय, पेठवडगाव के हिंदी विभागाध्यक्ष डॉ. नजिम शेख। साथ हैं प्राचार्य डॉ. आर. आर. कुंभार, डॉ. आरिफ महात, डॉ. दीपक तुपे।

4.3.5.1.2.2 महाविद्यालयीन लघु समाचार का प्रारूप :

महाविद्यालयीन समाचार के लिए अक्सर समाचार पत्रों में जगह कम ही दी जाती है। इसी कारण समाचार पत्रों में प्रकाशित महाविद्यालयीन समाचार लघु बन जाते हैं। दरअसल समाचार पत्र में स्थानाभाव

के चलते महाविद्यालयीन समाचार संक्षिप्त बन जाते हैं। पृष्ठ सज्जा के दौरान समाचार को संपादित करना पड़ता है।

किसी भी महाविद्यालयीन समारोह का समाचार लेखन करते समय बहुत सारी बातों को समेटना मुश्किल हो जाता है, मगर समाचार पत्रों में जितनी जगह है उसके अनुसार समाचार के सारे तत्वों को उसमें समेटना पड़ता है। महाविद्यालयीन समारोह एक निश्चित रूपरेखा है। इस रूपरेखा में समाहित विभिन्न पहलुओं का क्रमबद्ध विवेचन रोचक ढंग से किया जाना चाहिए। महाविद्यालयीन समारोह के लघु समाचार लेखन का प्रारूप निम्नलिखित रूप से रहेगा -

- 1) महाविद्यालयीन समाचार का शीर्षक:
- 2) शहर का नाम:
- 3) दिनांक:
- 4) कार्यक्रम का क्या?, कहाँ?, कब?, क्यों?, कैसे? और कौन के हिसाब से समाचार का आमुख:
- 5) कार्यक्रम की अध्यक्षता करने वाले का नाम:
- 6) पुरस्कार विरतण का जिक्र (यदि हो तो):
- 7) कार्यक्रम की प्रस्तावना करने वाले का नाम:
- 8) कार्यक्रम में अतिथि परिचय देने वाले का नाम:
- 9) कार्यक्रम में कृतज्ञता ज्ञापित करने वाले का नाम:
- 10) कार्यक्रम का सूत्रसंचाल करने वाले का नाम:
- 11) कार्यक्रम में उपस्थित मान्यवरों के नाम:

4.3.5.1.2.2.2 महाविद्यालयीन लघु समाचार का उदाहरण :

विवेकानंद महोत्सव में छात्रों ने दिखाई शानदार प्रतिभा

कोल्हापुर, दि. 28 : विवेकानंद महाविद्यालय की ओर से स्मृति भवन हाल में विवेकानंद महोत्सव का शुभारंभ उत्साह के साथ दीप जलाकर एवं सरस्वती वंदना के साथ हुआ। यह शुभारंभ शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर के पूर्व परीक्षा नियंत्रक डॉ. बी. एम. हिर्डेकर के हाथों हुआ। कार्यक्रम की अध्यक्षता महाविद्यालय की प्रभारी प्राचार्य डॉ. सी. बी. पाटील ने की। महोत्सव के अंतर्गत अभिवाचन प्रतियोगिता, नृत्य प्रतियोगिता, मिस्टर अँड मिस विवेकानंद प्रतियोगिता, रील प्रतियोगिता, आइडियाथान प्रतियोगिता, स्टार्ट अप प्रतियोगिता आदि प्रतियोगिताओं का आयोजन किया गया था। इन प्रतियोगिताओं में छात्र-छात्राओं ने बढ़-चढ़कर भाग लिया और अपनी रचनात्मकता, कला एवं अभिव्यक्ति का शानदार प्रदर्शन किया। पूरे महाविद्यालय परिसर में

उत्साह और उमंग का माहौल देखने को मिला। महोत्सव समन्वयक डॉ. श्रुती जोशी ने इस महोत्सव की प्रस्तावना रखी। अंग्रेजी विभाग की अध्यक्ष डॉ. कविता तिवडे ने अतिथि परिचय दिया। आभार डॉ. एस. आर. कट्टीमनी ने माना। कार्यक्रम का सूत्रसंचालन डॉ. सुप्रिया पाटील ने किया। सभी प्रतियोगिताएँ सुव्यवस्थित ढंग से सफलतापूर्वक संपन्न हो गईं। विवेकानंद महोत्सव विद्यार्थियों की प्रतिभा को निखारने और उनके सर्वांगीण विकास को बढ़ावा देने की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम साबित हुआ। इस महोत्सव में वरिष्ठ प्राध्यापक डॉ. एकनाथ आळवेकर, डॉ. आरिफ महामत, डॉ. दीपक तुपे, डॉ. उर्मिला खोत, डॉ. कैलास पाटील, डॉ. गोवर्धन उबाळे, डॉ. संजय अंकुशराव, प्रा. पल्लवी देसाई, डॉ. आर. वाय. पाटील सहित अन्य प्राध्यापक उपस्थित थे।

4.3.5.2 सामाजिक समारोह

मनुष्य समाज में रहता है। समाज में रहते समय समता, मानवता, बंधुता, उदारता, त्याग आदि जीवनमूल्यों का होना आवश्यक है। सामाजिक समाचार से मनुष्य में जीवन मूल्यों का इजाफा हो जाता है। समाज में मनुष्य को समय-समय एक-दूसरे की जरूरत पड़ती है। विभिन्न संस्थान, संगठन, निगम, एनजीओ, क्लब, ग्रामपंचायत, नगर परिषद आदि संगठन समाज सुधार के लिए विविध सामाजिक समारोह का आयोजन करते हैं। समाजसुधारकों के विचार जनमानस तक पहुँचाने के लिए समाजसुधारकों की जयंती-पुण्यतिथि समारोह का आयोजन समाज द्वारा आयोजित किया जाता है। समाज की ओर से समाज सुधार हेतु और स्वस्थ समाज गठन के लिए आयोजित समारोह सामाजिक समारोह कहा जाता है।

4.3.5.2.1 सामाजिक समारोह विविधता :

समाज सुधार हेतु समाज में अनेकानेक सामाजिक समारोह का आयोजन किया जाता है। विभिन्न युवा मंडल, विविध संस्थान, विविध संगठन समाज के विकास हेतु कार्यरत रहते हैं। समाज की जरूरतों को मानवता हेतु पूरा करने के लिए कंबल बांटना, शरबत बांटना, प्याऊ शुरू करना आदि सामाजिक समारोह का आयोजन किया जाता है। विविध समाज सुधार के विचार समाज तक पहुँचाने हेतु विविध महापुरुषों की जयंती-पुण्यतिथियों के समारोह आयोजित किए जाते हैं। छत्रपति शिवाजी महाराज, राजर्षि शाहू महाराज, महात्मा फुले, सावित्रीबाई फुले, महात्मा गांधी, डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर आदि महान विभूतियों का आदर्श एवं त्याग समाज तक पहुँचाने हेतु उनकी जयंती-पुण्यतिथियों के समारोह समाज के विविध संगठन समाज में आयोजित करते हैं। इसके अलावा महान व्यक्तियों के स्मरण में विभिन्न प्रतियोगिताओं का आयोजन किया जाता है। इनमें रंगोली, भाषण, नृत्य, गीत गायन आदि प्रतियोगिताएँ शामिल हैं। कहना आवश्यक नहीं कि समाज के विकास हेतु समाज में घटित हर घटना सामाजिक समारोह का हिस्सा बन जाती है। सामाजिक समारोह के लेखन का एक विशेष प्रारूप है।

सारांश रूप में कहा जा सकता है कि समाज सुधार हेतु समाज में अनेकानेक सामाजिक समारोह का आयोजन किया जाता है। सामाजिक समाचार से समाज में समता, मानवता, बंधुता, उदारता, त्याग आदि जीवनमूल्यों का विकास हो जाता है। सामाजिक समारोह महान व्यक्तियों के स्मरण दिलाने, राष्ट्रप्रेम जगाने,

सामाजिक दायित्व का एहसास दिलाने और विभिन्न महापुरुषों के आदर्शों की स्थापना करने हेतु आयोजित किए जाते हैं। यही समारोह समाज के अंतर-बाह्य व्यक्तित्व को निखारने का कार्य करते हैं।

4.3.5.2.2 सामाजिक समाचार के प्रकार :

समाचार पत्रों में जगह का मूल्य बहुत महत्वपूर्ण माना जाता है। यदि समाचार पत्र में प्रकाशित खबर की कीमत आंकनी है तो खबर की जितनी जगह है उतने में प्रकाशित विज्ञापन की जितनी कीमत होगी उतना उसका मूल्य होगा। समाचार पत्र में जगह के हिसाब से सामाजिक समाचार के दो प्रकार होते हैं - बृहत् और लघु। समाचार में पर्याप्त जगह है तो समाचार विस्तार से दिया जाता है जिसे बृहत् समाचार कहा जाता है। जहाँ जगह की कमी होती है वहाँ समाचार लघु यानी संक्षिप्त होता है। स्थानाभाव के चलते समाचार संक्षिप्त होते हैं।

4.3.5.2.2.1 सामाजिक समारोह के बृहत् समाचार लेखन :

सामाजिक समारोह का लेखन करते समय समाज के सारे अंग, सारे पहलु और सारे दृष्टिकोणों को समाहित करना पड़ता है। सामाजिक समाचार के सारे तत्व सामाजिक समारोह के समाचार लेखन में शामिल करने के लिए उसे क्रमबद्ध या शृंखलाबद्ध करना पड़ता है। यह शृंखला बनाए रखते समय समाचार बृहत् बन जाता है।

4.3.5.2.2.1.1 सामाजिक समारोह के बृहत् समाचार लेखन का प्रारूप :

किसी भी सामाजिक समारोह का समाचार लेखन करते समय समाज का हित ध्यान में रखते हुए अनेकानेक बातों को ध्यान रखना पड़ता है। सामाजिक समारोह की एक निश्चित रूपरेखा होती है। इस रूपरेखा में समाहित विभिन्न पहलुओं का क्रमबद्ध विवेचन रोचक ढंग से किया जाता है। सामाजिक समारोह में समाज की ओर से समाज के लिए आयोजित समारोह सामाजिक समारोह के अंतर्गत आते हैं। सामाजिक समारोह के समाचार लेखन का प्रारूप निम्नलिखित रूप से रहेगा -

- 1) सामाजिक समारोह का शीर्षक
- 2) शहर का नाम
- 3) दिनांक
- 4) प्रमुख अतिथि के विचार
- 5) प्रमुख अतिथि का पद और नाम
- 6) कार्यक्रम के संयोजक संगठन का नाम
- 7) कार्यक्रम की अध्यक्षता
- 8) प्रमुख अतिथि के शेष विचार
- 9) अध्यक्षीय संबोधन

- 10) कार्यक्रम की प्रस्तावना करने वाले का नाम
- 11) कार्यक्रम में अतिथि परिचय देने वाले का नाम
- 12) कार्यक्रम में कृतज्ञता ज्ञापित करने वाले का नाम
- 13) कार्यक्रम का सूत्रसंचालन करने वाले का नाम
- 14) कार्यक्रम में मौजूद मान्यवरों के नाम
- 15) फोटो कॅप्शन

4.3.5.2.2.1.2 सामाजिक समारोह का बृहतब समाचार लेखन :

सामाजिक समता की सशक्त मिसाल थे डॉ. भीमराव आंबेडकर – उत्तम कांबळे

सांगली, दि. 14: डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर भारतीय इतिहास के महान समाज सुधारक, विधिवेत्ता, अर्थशास्त्री और भारतीय संविधान के प्रमुख शिल्पकार रहे हैं। डॉ. आंबेडकर जी ने अपना पूरा जीवन सामाजिक समानता, शिक्षा, न्याय और मानव अधिकारों के लिए समर्पित कर दिया है। वे मानते थे कि शिक्षा ही समाज परिवर्तन का सबसे बड़ा माध्यम है। उन्होंने दलितों, शोषितों और वंचितों को अपने अधिकारों के प्रति जागरूक किया और उन्हें महत्वपूर्ण संदेश दिया- ‘शिक्षित बनो, संगठित रहो और संघर्ष करो।’ वे सामाजिक समता की सशक्त मिसाल थे। यह विचार दैनिक सकाळ समूह के संपादक उत्तम कांबळे ने व्यक्त किए।

वे बहुजन समाज पार्टी, सांगली की ओर से आयोजित डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर जयंती समारोह में बोल रहे थे। कार्यक्रम की अध्यक्षता बहुजन समाज पार्टी के सांगली के जिला अध्यक्ष शंकर माने ने की।

श्री. उत्तम कांबळे ने आगे कहा कि डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर ने भारतीय संविधान के निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। संविधान के माध्यम से उन्होंने सभी नागरिकों को समान अधिकार, स्वतंत्रता और न्याय देने की कोशिश की। वे जाति-प्रथा और छुआछूत के कट्टर विरोधी रहें। उनका जीवन वंचितों एवं पीड़ितों को हमेशा संघर्ष, परिश्रम और आत्मसम्मान की प्रेरणा देता रहा है। डॉ. आंबेडकर ने समाज में समता, स्वतंत्रता और बंधुत्व की भावना को मजबूत करने के लिए अपना संपूर्ण जीवन समर्पित किया।

अध्यक्षीय संबोधन में बहुजन समाज पार्टी के सांगली के जिला अध्यक्ष शंकर माने ने कहा कि डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर केवल एक दलित नेता नहीं थे, बल्कि सामाजिक क्रांति के अग्रदूत थे। उन्होंने महिलाओं के अधिकार, श्रमिकों के हित और लोकतांत्रिक मूल्यों के लिए विशेष कार्य किया। उनके विचार आज भी समाज को समानता, भाईचारे और मानवता का संदेश देते हैं। डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर का जीवन हमें अन्याय के विरुद्ध लड़ने की प्रेरणा देता है। साथ ही उनके विचार शिक्षा प्राप्त करने और समाज में समानता स्थापित करने की प्रेरणा देते हैं। देश उनके इस योगदान को हमेशा याद रखेगा।

सांगली शहर में आयोजित डॉ. भीमराव रामजी आंबेडकर की जयंती बड़े उत्साह, श्रद्धा और सामाजिक

एकता के वातावरण में मनाई गई। इस समारोह में विभिन्न सामाजिक संगठन, शैक्षणिक संस्थान तथा नागरिक शामिल हो गए थे। इस मौके पर शहर के प्रमुख चौराहों और सार्वजनिक स्थानों को आकर्षक रोशनी, झंडों और बैनरों से सजाया गया था।

सुबह से ही नागरिक बड़ी संख्या में डॉ. आंबेडकर की प्रतिमा स्थल पर मौजूद होने लगे। विभिन्न मान्यवर व्यक्तियों, सामाजिक कार्यकर्ताओं तथा विद्यार्थियों ने प्रतिमा पर पुष्प अर्पित किए। इस अवसर पर 'जय भीम' और सामाजिक समता के नारों से पूरा सांगली शहर गूंज उठा। इस मौके पर सांगली शहर से भव्य शोभायात्रा भी निकाली गई, जिसमें हजारों नागरिक शामिल हो गए थे। इस शोभायात्रा में बैंड, ढोल-ताशे, सांस्कृतिक झांकियाँ तथा सामाजिक संदेशों से सुसज्जित वाहन आकर्षण का केंद्र रहें। महिलाएँ, युवक और बच्चे पारंपरिक वेशभूषा में उत्साहपूर्वक शामिल हो गए। कई बच्चों ने डॉ. आंबेडकर के जीवन पर आधारित नाटक और गीत प्रस्तुत कर मौजूद लोगों का मन मोह लिया।

कार्यक्रम के दौरान समाज में शिक्षा, समानता और संविधान के मूल्यों को बढ़ावा देने का संकल्प किया गया। कई स्थानों पर रक्तदान शिविर, स्वास्थ्य जाँच शिविर और पुस्तक वितरण जैसे सामाजिक उपक्रम भी आयोजित किए गए। कार्यक्रम में मौजूद वक्ताओं ने डॉ. आंबेडकर के जीवन संघर्ष, शिक्षा के प्रति उनके योगदान तथा भारतीय संविधान निर्माण में उनकी महत्वपूर्ण भूमिका पर प्रकाश डाला। युवाओं से उनके विचारों को अपनाकर शिक्षा और सामाजिक जागरूकता की दिशा में आगे बढ़ने का आह्वान किया। कार्यक्रम की प्रस्तावना सुनील डोंगरे ने की। अतिथि परिचय पुरुषोत्तम कांबळे जी ने किया। कार्यक्रम का संचालन शैलेश कांबळे जी ने किया। आभार सतीश कांबळे ने माना। कार्यक्रम में बहुजन समाज पार्टी के कार्यकर्ता बड़ी संख्या में मौजूद थे। पूरा कार्यक्रम सामाजिक समरसता, अनुशासन और प्रेरणा से ओतप्रोत रहा।

फोटो कॅप्शन: बहुजन समाज पार्टी, सांगली की ओर से आयोजित डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर जयंती समारोह में अपने विचार व्यक्त करते हुए दैनिक सकाळ समूह के संपादक उत्तम कांबळे। साथ हैं जिला अध्यक्ष शंकर माने, सुनील डोंगरे।

4.3.5.2.2.2 सामाजिक समारोह का लघु समाचार:

समाचार पत्रों में जगह की कमी की वजह से सामाजिक समाचार लघु बन जाते हैं। समाचार पत्र में स्थानाभाव के चलते कभी-कभार सामाजिक समाचार संक्षिप्त बन जाते हैं। पृष्ठ सज्जा के दौरान भी सामाजिक समाचार को संपादित करना पड़ता है।

4.3.5.2.2.2.1 सामाजिक समारोह का लघु समाचार का प्रारूप :

किसी भी सामाजिक समारोह का समाचार लेखन करते समय उसके प्रारूप में क्रमबद्ध या श्रृंखलाबद्धता को ध्यान में रखना पड़ता है। सामाजिक समारोह का आयोजन बड़ा होने के बावजूद समाचार पत्रों में जगह की कमी की वजह से उसे संक्षेप में समेटना पड़ता है; जिसका प्रारूप निम्नलिखित रूप से प्रस्तुत है-

- 1) सामाजिक समाचार का शीर्षक:
- 2) शहर का नाम:
- 3) दिनांक:
- 4) कार्यक्रम का क्या?, कहाँ?, कब?, क्यों?, कैसे? और कौन के हिसाब से समाचार का आमुख:
- 5) कार्यक्रम की अध्यक्षता करने वाले का नाम:
- 6) पुरस्कार विरतण का जिक्र (यदि हो तो):
- 7) कार्यक्रम की प्रस्तावना करने वाले का नाम:
- 8) कार्यक्रम में अतिथि परिचय देने वाले का नाम:
- 9) कार्यक्रम में कृतज्ञता ज्ञापित करने वाले का नाम:
- 10) कार्यक्रम का सूत्रसंचाल करने वाले का नाम:
- 11) कार्यक्रम में उपस्थित मान्यवरों के नाम:

4.3.5.2.2.2 सामाजिक लघु समाचार का उदाहरण :

श्रद्धा और सादगी के साथ मनाई राष्ट्रपिता महात्मा गांधी की पुण्यतिथि

सातारा, दि. 30 : विभिन्न सामाजिक संगठनों ने महात्मा गांधी की पुण्यतिथि पर शहर में श्रद्धांजलि कार्यक्रमों का आयोजन किया गया। इस अवसर पर राष्ट्रपिता को दो मिनट का मौन रखकर भावपूर्ण श्रद्धांजलि अर्पित की गई। कार्यक्रम में प्रमुख अतिथि के तौर पर राजमोहन गांधी मौजूद थे। कार्यक्रम की अध्यक्षता सांसद उदयनराजे भोसले ने की। सुबह शहर के प्रमुख चौक स्थित महात्मा गांधी की प्रतिमा पर गणमान्य नागरिकों, अधिकारियों, शिक्षकों तथा विद्यार्थियों ने पुष्पांजलि अर्पित की। कार्यक्रम में राजमोहन गांधी ने गांधीजी के सत्य, अहिंसा, स्वदेशी और मानवता के सिद्धांतों को आज भी प्रासंगिक बताया। उन्होंने कहा कि गांधीजी ने अपने आदर्शों और संघर्ष के बल पर भारत को स्वतंत्रता दिलाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। इस अवसर पर आयोजित सभा में वक्ताओं ने गांधीजी के जीवन पर प्रकाश डालते हुए कहा कि उन्होंने समाज में समानता, भाईचारा और शांति का संदेश दिया। युवाओं से गांधीजी के विचारों को अपनाकर समाज और राष्ट्र के विकास में योगदान देने की अपील की। इस बीच, भाषण, निबंध, चित्रकला तथा भजन प्रतियोगिताओं का आयोजन किया गया। विद्यार्थियों ने 'वैष्णव जन तो' और 'रघुपति राघव राजा राम' जैसे भजनों की प्रस्तुति देकर वातावरण को भावपूर्ण बना दिया। कई संस्थाओं द्वारा स्वच्छता अभियान और वृक्षारोपण कार्यक्रम भी आयोजित किए गए। कार्यक्रम के दौरान राष्ट्र की एकता, शांति और सद्भाव बनाए रखने का संकल्प लिया गया। पूरे कार्यक्रम का वातावरण श्रद्धा, सादगी और राष्ट्रभक्ति से ओतप्रोत दिखाई दिया। कार्यक्रम की प्रस्तावना अभिषेक पाटील ने की। अतिथि परिचय उमाकांत तावरे ने दिया। आभार सोहन पाटील ने माना। कार्यक्रम का सूत्रसंचालन रोहन साळुंखे ने किया।

4.3.5.3 प्राकृतिक आपदा :

प्राचीन काल से प्रकृति और मनुष्य का गहरा रिश्ता है। मनुष्य जाति के विकास में प्रकृति का योगदान अहम माना जाता है। प्रकृति मनुष्य की विविध गतिविधियों में सहायक रही है, मगर मनुष्य की ज्यादाती के कारण कभी - कभार प्रकृति उग्र रूप धारण करती है। दरअसल प्रकृति के बिना मानव जाति का विकास संभव नहीं है। प्रकृति से मनुष्य को हमेशा बहुत सारी चीजे मुक्त में मिली है, मगर मनुष्य उसका अपार लाभ उठाता है। मनुष्य ने प्रकृति से देने का भाव सीखा है। आज प्रकृति मानव जीवन का अभिन्न अंग बन चुकी है; उसे अलग कर पाना संभव नहीं है। मनुष्य ने अपनी बुद्धि के बलबूते हमेशा प्रकृति पर जीत हासिल करने का प्रयास किया है। दरअसल, प्रकृति हमेशा मनुष्य की सहायक बनी है, मगर कभी-कभार वह उग्र रूप धारण करती है।

प्राकृतिक आपदाएँ वे विनाशकारी घटनाएँ हैं; जो प्रकृति के कारण घटित हो जाती हैं। प्राकृतिक आपदा से मानव जीवन, पर्यावरण और संपत्ति का भारी नुकसान हो जाता है। प्राकृतिक आपदाएँ मानव जीवन के लिए गंभीर चुनौती बन जाती हैं। भूकंप के कारण पृथ्वी के भीतर कई हलचलें घटित होती हैं; जिसके कारण धरती काँपती है, जिससे भवन गिर जाते हैं और जनहानि होती है। अत्यधिक वर्षा या नदियों के उफान के कारण बाढ़ का प्रकोप हो जाता है। इससे पानी चारों ओर फैल जाता है और गाँव-शहर जलमय हो जाते हैं। सूखे के लंबे अर्से तक बारिश न होने से जल संकट और अकाल की स्थिति पैदा हो जाती है। चक्रवात एवं तूफान के चलते तेज हवा और धुंआधार बारिश के कारण विनाश हो जाता है। सुनामी के चलते समुद्र के भीतर भूकंप या ज्वालामुखी का विस्फोट हो जाता है और भव्य समुद्री लहरें तटीय क्षेत्रों को नष्ट कर देती हैं। भूस्खलन के कारण पहाड़ी क्षेत्रों में मिट्टी और चट्टानों के खिसकने से रास्ते और घर नष्ट हो जाते हैं। ज्वालामुखी के विस्फोट से धरती के भीतर से लावा, गैस और राख बाहर निकलने से आसपास के क्षेत्रों का नुकसान हो जाता है। प्राकृतिक आपदाओं का प्रभाव प्रभावित मानव जाति को झेलना पड़ता है। उसमें जीवित हानि और वित्त हानि बड़े पैमाने पर हो जाती है। इससे पर्यावरण का विनाश ज्यादा मात्रा में हो जाता है। कई बार नई-नई बीमारियाँ फैल जाती है। इससे आर्थिक एवं सामाजिक नुकसान बड़े पैमाने पर हो जाता है। इससे बचने के लिए आपदा प्रबंधन की तैयारी करनी पड़ती है, समय पर चेतावनी पड़ती है। सुरक्षित भवन निर्माण और लोगों में जागरूकता फैलाने से प्राकृतिक आपदा से बचा जा सकता है। अतः प्राकृतिक आपदाएँ मानव जीवन के लिए गंभीर संकट बना हुआ है। वैज्ञानिक तकनीक, सतर्कता और उचित प्रबंधन के द्वारा इसके प्रभाव को कम किया जा सकता है।

4.3.5.3.1 प्राकृतिक आपदाओं की विविधता :

जब प्रकृति मनुष्य को सहायक बनती है तब हमें उसकी उदारता का परिचय मिल जाता है। जब मनुष्य प्रकृति पर हावी हो जाता है तब प्रकृति कहर बरसाती है, जिससे दैनंदिन जीवन जीना दुभर हो जाता है। प्राकृतिक आपदा से मनुष्य को कई समस्याओं का और कई दिनों तक सामना करना पड़ता है। जब प्राकृतिक आपदा आ जाती है तब मनुष्य जीवन तहस-नहस हो जाता है। दरअसल प्राकृतिक आपदा के दो प्रकार हैं

- एक मानवनिर्मित आपदा और दूसरी प्राकृतिक आपदा। मानवनिर्मित आपदा में जब मनुष्य प्रकृति के साथ ज्यादती करता है तब मानवनिर्मित आपदाओं का जन्म हो जाता है। जैसे जब मनुष्य अपने स्वार्थ हेतु पेड़ों को काटता है तब अकाल जैसी स्थिति पैदा होती है। 'ओझोन' का स्तर कम हो जाता है और अल्ट्राव्हायलेट का खतरा बढ़ जाता है। प्राकृतिक आपदाओं पर मनुष्य का नियंत्रण नहीं होता। जैसे की त्सुनामी, बाढ़, अकाल, भूचाल, ज्वालामुखी, तूफान, भूकंप, बाढ़ प्रकोप आदि प्राकृतिक आपदा के उदाहरण हैं। प्राकृतिक आपदा के समाचारों में सहजता, सरलता, स्वाभाविकता, स्पष्टता, सुबोधता, संप्रेषणीयता एवं प्रवाहमयता होनी चाहिए। इन समाचारों के वर्णन में क्रमबद्धता का होना मायने रखता है। अप्रचलित, क्लिष्ट शब्दों से समाचार को बोझिल बन जाते हैं इसलिए भाषा में सूत्रबद्धता, क्रमबद्धता, मार्मिकता, पठनीयता, प्रभावशीलता आदि का होना जरूरी बन जाता है। प्राकृतिक आपदा के समाचार लेखन में आपदा से संबंधित समग्र पहलू शामिल करने चाहिए। उसमें काल्पनिक बातों को बिल्कुल स्थान नहीं होता। प्राकृतिक आपदा के समाचार दिगभ्रमित एवं गुमराह करने वाले नहीं होने चाहिए। कभी - कभार प्राकृतिक आपदा धरती के आंतरिक हिस्से में भी घटित हो जाती है; जैसे- भूकंप, ज्वालामुखी विस्फोट, सुनामी, भूस्खलन आदि। कभी आपदाएँ जलवायु संबंधी होती हैं। मौसम और जलवायु में अचानक परिवर्तन हो जाने से प्राकृतिक आपदाएँ घटित हो जाती हैं; जैसे-बाढ़, सूखा, चक्रवात, तूफान, ओलावृष्टि आदि। प्राकृतिक संसाधनों के असंतुलन के चलते भी ये आपदाएँ घटित हो जाती हैं; जैसे - जंगल की आग, मरुस्थलीकरण, मृदा अपरदन आदि। ठंडे क्षेत्रों में हिम एवं शीत संबंधी आपदाएँ घटित हो जाती हैं; जैसे- हिमस्खलन, अत्यधिक हिमपात, शीतलहर आदि। कभी कभार वन एवं पर्यावरण संबंधी आपदाएँ घटित हो जाती हैं। प्राकृतिक आपदाओं के प्रभाव से जनहानि और धनहानि हो जाती है, अधिकांश मात्रा में पर्यावरण का विनाश हो जाता है, कृषि और उद्योगों का भी भारी नुकसान हो जाता है। अहम बात यह कि इससे सामाजिक और आर्थिक असंतुलन बिगड़ जाता है। प्राकृतिक आपदाओं से बचने एवं उसका प्रबंधन करने के लिए पूर्व चेतावनी प्रणाली सक्रिय होनी चाहिए, आपदा प्रबंधन प्रशिक्षण दिया जाना चाहिए, वृक्षारोपण और पर्यावरण की सुरक्षा करनी चाहिए, सुरक्षित भवन निर्माण करना चाहिए। कहना आवश्यक नहीं कि प्राकृतिक आपदाओं की विविधता मानव जीवन के लिए एक बहुत बड़ी चुनौती है। प्राकृतिक आपदाओं के प्रति जागरूकता और उचित प्रबंधन से नुकसान कम किया जा सकता है।

संक्षेप में कहा जा सकता है कि प्राकृतिक आपदा मानव जीवन के लिए गंभीर संकट बना हुआ है। वैज्ञानिक तकनीक, सतर्कता और उचित प्रबंधन के द्वारा इसके प्रभाव को कम किया जा सकता है। प्राकृतिक आपदाओं के प्रभाव से जनहानि और धनहानि हो जाती है, अधिकांश मात्रा में पर्यावरण का विनाश हो जाता है, कृषि और उद्योगों का भारी नुकसान हो जाता है। अहम बात यह कि इससे सामाजिक और आर्थिक असंतुलन बिगड़ जाता है। प्राकृतिक आपदाओं से बचने एवं उसका प्रबंधन करने के लिए पूर्व चेतावनी प्रणाली सक्रिय होनी चाहिए, आपदा प्रबंधन प्रशिक्षण दिया जाना चाहिए, वृक्षारोपण और पर्यावरण की सुरक्षा करनी चाहिए, सुरक्षित भवन निर्माण करना चाहिए। प्राकृतिक आपदाओं की विविधता मानव जीवन के लिए एक बहुत बड़ी चुनौती है। प्राकृतिक आपदाओं के प्रति जागरूकता और उचित प्रबंधन से नुकसान कम किया जा सकता है।

4.3.5.3.2 प्राकृतिक आपदाओं के समाचार लेखन का प्रारूप :

प्राकृतिक आपदा के समाचार का प्रारूप निम्नलिखित रूप से प्रस्तुत है-

1. प्राकृतिक आपदा का शीर्षक:
2. शहर का नाम:
3. तिथि:
4. घटित घटना का स्थान एवं समय:
5. घटित घटना का कारण:
6. प्रभावित लोगों की संख्या:
7. घटित घटना का परिणाम:
8. जानकारी के स्रोत का नाम:
9. क्या?, कब?, कहाँ?, क्यों?, कैसे?, कौन? आदि प्रश्नों से घटित घटना का विवरण:
10. अंत में निष्कर्ष अर्थात् भविष्यकालीन घटना का संकेत:
11. फोटो कैप्शन:

4.3.5.3.3 प्राकृतिक आपदाओं का समाचार लेखन :

**भीषण आग से जंगल में मचा हाहाकार,
वन संपदा और वन्यजीवों को भारी नुकसान**

नागपुर, दि. 7 : गर्मी के बढ़ते प्रकोप और तेज हवाओं के कारण ताड़ोबा जंगल के पहाड़ी क्षेत्र में भीषण आग लग गई; जिसमें वन संपत्ति और वन्य जीवों का भारी नुकसान हो गया है। पहाड़ी क्षेत्रों के जंगलों में लगी भीषण आग ने कुछ ही पल विकराल रूप धारण कर लिया। आग इतनी तेजी से फैली कि देखते ही देखते बीस किलोमीटर के दायरे तक का वन क्षेत्र इसकी चपेट में आ गया। दूर-दूर तक धुएँ के गुब्बारे दिखाई देने लगे। इस भयावह आग के कारण आसपास के गाँवों और कस्बों में डर का वातावरण फैल गया।

प्रत्यक्षदर्शी लोगों के अनुसार, आग सबसे पहले जंगल के सूखे हिस्से में दिखाई दे रही थी। तेज हवा और सूखी घास के कारण आग पूरे जंगल में फैलती गई। सूचना मिलते ही वन विभाग, दमकल दल तथा प्रशासन की टीमों घटना स्थल पर पहुँच गई और आग बूझाने का कार्य शुरू हो गया। कई स्थानों पर दुर्गम पहाड़ी रास्तों के कारण राहत कार्य में काफी मुश्किलों का सामना करना पड़ा।

वन अधिकारियों ने बताया कि आग से हजारों पेड़-पौधे जलकर खाक हो गए हैं। जंगल के अनेक पशु और पक्षी इस आग की चपेट में आ गए हैं। कुछ जानवर सुरक्षित स्थानों की ओर भाग गए मगर कई छोटे जीव

आग के शिकार हो गए। पर्यावरण विशेषज्ञों का मानना है कि इस प्रकार की घटनाएँ जैव विविधता के लिए बड़ी खतरनाक साबित हो सकती है। आग के कारण परिसर के वातावरण में धुएँ की मात्रा बढ़ गई; जिससे लोगों को साँस लेने में तकलीफ हो रही है। प्रशासन की ओर से आसपास के ग्रामीणों को सतर्क रहने की सलाह दी है। प्रभावित क्षेत्र के कई स्कूलों को एहतियात के तौर पर अस्थायी रूप से बंद कर दिया है। प्रारंभिक जाँच के मुताबिक अत्यधिक गर्मी, सूखी पत्तियाँ और मनुष्य की लापरवाही इस आग का प्रमुख कारण हो सकती है। कुछ स्थानों पर स्थानीय लोगों द्वारा फेंकी गई जलती बीड़ी-सिगरेट या जंगल में जलाए गए अलाव से यह आग फैलने की संभावना जताई जा रही है।

सरकार द्वारा प्रभावित क्षेत्रों में विशेष राहत दल भेजे हैं तथा वन विभाग को सतर्क रहने के निर्देश दिए गए हैं। पर्यावरण विशेषज्ञों ने जंगलों की सुरक्षा के लिए जनजागरण अभियान चलाने, वृक्षारोपण बढ़ाने और जंगलों में आग से बचाव के आधुनिक उपाय अपनाने पर जोर दिया है। विशेषज्ञों का कहना है कि जलवायु परिवर्तन और बढ़ते तापमान के कारण जंगल में आग लगने की घटनाएँ बार-बार हो रही हैं। यदि समय रहते प्रभावी कदम नहीं उठाए गए, तो भविष्य में ऐसी आपदाएँ और अधिक गंभीर रूप ले सकती हैं।

फोटो कॅप्शन : ताड़ोबा जंगल के पहाड़ी क्षेत्र में लगी भीषण आग।

4.3.5.4 दुर्घटना समाचार :

दुर्घटना समाचार वह समाचार है, जो किसी आकस्मिक वारदात या घटना एवं किसी हादसे की जानकारी देते हैं। दुर्घटना समाचार पत्रकारिता का महत्वपूर्ण हिस्सा है। यह समाचार आमजन को दुर्घटना की वास्तविकता, उसका कारण, उसका प्रभाव और बचाव कार्य से अवगत कराता है। यह दुर्घटनाएँ सड़क, रेल, हवाई जहाज, औद्योगिक, आगजनी, प्राकृतिक या अन्य प्रकार की हो सकती है। दरअसल, समाचार पत्रों में दुर्घटना के समाचार का विशेष महत्व माना जाता है क्योंकि ये समाचार पाठकों को सतर्क एवं जागरूक बनाने का कार्य करते हैं। कोई भी दुर्घटना जब घटित होती है तब उससे यातायात प्रभावित होती है, वित्त हानि हो जाती है, जन हानि हो जाती है, सार्वजनिक नुकसान हो जाता है। उसकी भी सूचना समाचार बन जाती है। दुर्घटना के समाचार में सड़क दुर्घटना, रेल दुर्घटना, हवाई दुर्घटना, आगजनी की दुर्घटना, भवन गिरने की दुर्घटना, औद्योगिक दुर्घटना, गैस रिसाव की दुर्घटना आदि शामिल है।

दुर्घटना समाचार की जानकारी पूरी तरह सत्य और प्रामाणिकता पर आधारित होना चाहिए। उसकी भाषा सरल, स्पष्ट और समझने योग्य होनी चाहिए। दुर्घटना समाचार में अनावश्यक विस्तार से बचना चाहिए और आवश्यक तथ्यों को जोड़ देना चाहिए। इस प्रकार के समाचार लिखते समय मानवीय संवेदनाओं का ध्यान अवश्य रखा जाना चाहिए। इसमें किसी भी प्रकार का पक्षपात एवं अफवाहों को कोई स्थान नहीं होता। यह समाचार शीघ्र और समयानुसार प्रस्तुत किए जाने चाहिए। दुर्घटना के समाचार तथ्यात्मकता, स्पष्टता, संक्षिप्तता, संवेदनशीलता, तात्कालिकता, निष्पक्षता आदि विशेषताओं से युक्त होना चाहिए। दुर्घटना समाचार के अंतर्गत गैस रिसाव या विस्फोट, कारखानों में आग, वाहनों की टक्कर, बस दुर्घटना, बाइक दुर्घटना, ट्रेन पटरी से उतरना,

विमान दुर्घटना या तकनीकी खराबी आदि दुर्घटना के समाचार आते हैं। दुर्घटना समाचार लिखने समय घटना की सही जानकारी संकलित करनी पड़ती है। उसके बाद पुलिस या प्रशासन से उस जानकारी की पुष्टि करनी पड़ती है। साथ ही दुर्घटना स्थान पर मौजूद प्रत्यक्षदर्शियों से जानकारी हासिल करनी पड़ती है। दुर्घटना समाचार के मुख्य तथ्यों को क्रमबद्ध करना पड़ता है, अफवाहों को दूर रखना पड़ता है और सीधी-सरल एवं प्रभावी भाषा में समाचार लिखना पड़ता है। दरअसल दुर्घटना समाचार लोगों को सतर्क और जागरूक बना देते हैं, सुरक्षा नियमों के प्रति प्रेरित करते हैं, प्रशासनिक व्यवस्था की जानकारी देते हैं, सामाजिक जिम्मेदारी का एहसास देते हैं और भविष्य में दुर्घटनाओं की रोकथाम के लिए चेतावनी देते हैं। यह केवल घटना की सूचना देने का माध्यम नहीं, बल्कि समाज को जागरूक बनाने और सुरक्षा के प्रति सचेत करने का साधन भी है। दुर्घटना समाचार सत्य, संवेदनशील और जिम्मेदारी से लिखा जाना चाहिए, ताकि पाठकों तक सही जानकारी पहुँच सके। इसका शीर्षक संक्षिप्त और आकर्षक होना चाहिए। इसमें स्थान और दिनांक, घटना का विवरण, घायल एवं मृतकों की जानकारी, प्रशासनिक कार्रवाई, प्रत्यक्षदर्शियों का बयान और निष्कर्ष को शामिल करना पड़ता है।

4.3.5.4.1 दुर्घटना समाचार की विविधता :

समाज में प्रतिदिन विभिन्न प्रकार की दुर्घटनाएँ घटित होती हैं। दुर्घटना की घटनाओं की प्रकृति, कारण और प्रभाव अलग-अलग होते हैं। इसी कारण दुर्घटना समाचारों में विविधता पाई जाती है। समाचार माध्यम इन दुर्घटनाओं की जानकारी जनता तक पहुँचाकर उन्हें जागरूक और सतर्क बनाने का कार्य करते हैं। ये समाचार सुरक्षा नियमों के प्रति जागरूकता बढ़ाते हैं, प्रशासनिक व्यवस्था को सक्रिय करते हैं, भविष्यकालीन में दुर्घटनाओं की रोकथाम में सहायता करने की दृष्टि से मदद करते हैं। दुर्घटना समाचारों की विविधता समाज के विभिन्न क्षेत्रों और परिस्थितियों को दर्शाती है। ये समाचार केवल सूचना देने का माध्यम नहीं हैं, बल्कि लोगों को सुरक्षित करने का संदेश देते हैं। साथ ही सावधानी और जिम्मेदारी का एहसास भी देते हैं। दरअसल पत्रकारिता में दुर्घटना समाचारों का उद्देश्य सत्य, संवेदनशील और जनहितकारी जानकारी प्रदान करने वाला होना चाहिए। सत्य और प्रमाणित जानकारी, तत्काल सूचना, मानवीय संवेदनशीलता, स्पष्ट और सरल भाषा, जनहित और जागरूकता आदि दुर्घटना समाचार की विशेषताएँ होती हैं। दुर्घटना समाचार अनेक प्रकार के होते हैं; जैसे सड़क दुर्घटना, रेल दुर्घटना, हवाई दुर्घटना, जल दुर्घटना, आगजनी दुर्घटना, औद्योगिक दुर्घटना, भवन दुर्घटना आदि।

असल में प्रतिदिन बस, कार, ट्रक, बाइक आदि वाहनों के टकराने या पलटने की घटनाएँ होती हैं। उदा. बस-डंबर हादसा, वाहनों का डिवाइडर से टकराना, बाइक-टेम्पो की भिड़ंत आदि। ये दुर्घटना तेज गति से वाहन चलाने से होती है, यातायात के नियमों का पालन नहीं करने से होती है। नशे में वाहन चलाने से होती है या खराब सड़कों की वजह से होती है। रेल से संबंधित दुर्घटनाएँ रेल दुर्घटना कहलाती हैं; जैसे -ट्रेन का पटरी से उतरना, दो ट्रेनों की टक्कर, ट्रेन की चपेट में आना आदि। इससे यातायात बाधित हो जाती है और भारी जन एवं वित्त हानि हो जाती है। विमान से संबंधित हादसे हवाई दुर्घटना समाचार में आ जाते हैं। विमान में तकनीकी खराबी, आपातकालीन लैंडिंग, प्लेन क्रश होना, प्राकृतिक वातावरण की खराबी की वजह से भी विमान दुर्घटनाएँ हो जाती हैं। दरअसल ये दुर्घटना कम होती हैं, मगर यह अत्यंत गंभीर किस्म की होती हैं। आग लगने

से संबंधित हादसे आगजनी दुर्घटना समाचार में आ जाते हैं। जैसे- बाजार में आग लगना, शॉर्ट सर्किट से कारखाने का जलना, कारखाने में विस्फोट, जंगल की आग आदि। ऐसी घटनाएँ काम में लापरवाही बरतने, गैस रिसाव या शॉर्ट सर्किट से हो जाती है। नदी, समुद्र या झील में होने वाली दुर्घटनाएँ जल दुर्घटना समाचार कहलाती है। इसमें नैया डूब जाना, जहाज का पलटना, पुल टूटकर वाहन नदी में गिरना आदि दुर्घटनाएँ आ जाती है। कारखानों या उद्योगों में होने वाली दुर्घटनाएँ औद्योगिक दुर्घटना समाचार कहलाते हैं; जैसे - रासायनिक गैस रिसाव, मशीन विस्फोट, फैक्ट्री में आग आदि दुर्घटना औद्योगिक समाचार बन जाते हैं। इमारतों या निर्माण कार्य से संबंधित दुर्घटनाएँ भवन दुर्घटना कहलाती है। इसमें भवन गिरना, पुल ढहना, निर्माणाधीन इमारत का टूटना आदि दुर्घटनाएँ शामिल होती है।

सारांश रूप में कहा जा सकता है कि दुर्घटना समाचारों की विविधता समाज के विभिन्न क्षेत्रों और परिस्थितियों को दर्शाती है। ये समाचार केवल सूचना देने का माध्यम नहीं हैं, बल्कि लोगों को सुरक्षित करने का संदेश देते हैं। दुर्घटना समाचार लोगों को सतर्क और जागरूक बना देते हैं, सुरक्षा नियमों के प्रति प्रेरित करते हैं, प्रशासनिक व्यवस्था की जानकारी देते हैं, सामाजिक जिम्मेदारी का एहसास देते हैं और भविष्य में दुर्घटनाओं की रोकथाम के लिए चेतावनी भी देते हैं।

4.3.5.4.2 दुर्घटना समाचार लेखन का प्रारूप :

1. दुर्घटना का शीर्षक:
2. शहर का नाम:
3. तिथि:
4. घटित घटना का स्थान एवं समय:
5. घटित घटना का कारण:
6. प्रभावित लोगों की संख्या:
7. घटित घटना का परिणाम:
8. जानकारी के स्रोत का नाम:
9. क्या?, कब?, कहाँ?, क्यों?, कैसे?, कौन? आदि प्रश्नों से घटित घटना का विवरण:
10. अंत में निष्कर्ष अर्थात् भविष्यकालीन घटना का संकेत:
11. फोटो कैप्शन:

4.3.5.4.3 दुर्घटना का समाचार लेखन :

अहमदाबाद में विमान दुर्घटना, सैकड़ों लोगों की मौत

अहमदाबाद, दि. 12 : एयर इंडिया का लंदन जा रहा एक यात्री विमान गुजरात के अहमदाबाद हवाई

- 127

ग) दस

घ) बारह

12. न्यूज के लिए लैटिन में शब्द प्रयुक्त है।

क) नया

ख) नोवा

ग) नवीन

घ) अनोखा

4.5 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ :

1) संप्रेषणीय – वह जिसे आसानी से संप्रेषित, साझा या व्यक्त किया जा सके।

2) आमुख – प्रस्तावना, परिचय, आरंभिक भाग।

3) तकनीक – किसी कार्य को दक्षता, निपुणता या वैज्ञानिक तरीके से पूरा करने की विधि या कौशल।

4) चक्रवात – समुद्र के ऊपर बनने वाला एक शक्तिशाली और विनाशकारी तूफान है, जो कम वायुमंडलीय दबाव के केंद्र के चारों ओर तेज हवाओं के घूमने से बनता है।

5) भूस्खलन – पहाड़ी या ढलान वाले क्षेत्रों में चट्टानों, मलबे, मिट्टी या वनस्पतियों के गुरुत्वाकर्षण के कारण तेजी से नीचे की ओर खिसकना या गिरना।

6) अभिरुचि – किसी कार्य, विषय या गतिविधि के प्रति विशेष लगाव, रुझान, आकर्षण।

7) सामयिकता – वर्तमान समय, परिस्थिति या संदर्भ के अनुसार उपयुक्त, सामयिक या समकालीन होने का भाव।

8) दिग्भ्रमित – वह व्यक्ति या वस्तु, जो अपनी सही दिशा या रास्ता भूल चुका हो।

9) आपदा – अचानक होने वाली एक ऐसी विध्वंसकारी घटना है, जो प्राकृतिक या मानव-निर्मित कारणों से व्यापक जान-माल की हानि, संपत्ति का विनाश और पर्यावरण को गंभीर नुकसान पहुंचाती है।

10) विनाशकारी – नष्ट करने वाला, बर्बाद करने वाला या भारी नुकसान पहुंचाने वाला।

4.6 स्वयं अध्ययन के प्रश्नों के उत्तर :

1. ड) न्यूज

2. ग) आत्मा

3. घ) लीड

4. ख) आमुख

5. ग) जॉर्ज एच. मैरिस

6. घ) छह

7. घ) सम्यक आचारण

8. क) आत्मविश्वास

9. ग) सामाजिक

10. ख) सतर्क

11. क) चार

12. ख) नोवा

4.7 सारांश :

- 1) समाचार शब्द का अर्थ है - सम्यक आचरण। एक ऐसा आचरण, जो नैतिकता के परे होता है; जिसमें एक नई बात हो। दरअसल निष्पक्ष भाव से तथ्यों को सामने लाना ही समाचार है। समाचार के लिए खबर, विवरण, सूचना, संवाद, वृत्तांत आदि नामों से अभिहित किया जाता है। समाचार को अंग्रेजी में न्यूज (NEWS) कहा जाता है; जो चार दिशाओं का बोध देना है। न्यूज के लिए लैटिन में 'नोवा' शब्द प्रयुक्त है। समाचार में एक ऐसी नई एवं अनोखी बात होती है; जिसमें सत्यता और वस्तुनिष्ठता होती है।
- 2) अधिकांश व्यक्तियों की रुचि प्रधान, नवीन एवं सत्य घटना समाचार बन जाती है, मगर उसका विवरण निष्पक्ष भाव से और स्पष्ट तरीके से किया जाना चाहिए। यह विवरण यदि पाठकों की जिज्ञासा शांत कर देता है तो वह समाचार कहलाता है।
- 3) समाचार लेखन में कुछ मौलिक तत्वों का होना अनिवार्य बन जाता है। इसमें तात्कालिकता या सामयिकता, सत्यता और प्रामाणिकता, नजदीकता और समीपता, नवीनता, रोचकता, संक्षिप्तता, वैयक्तिकता, परिपूर्णता, लोकहित की भावना, स्पष्टता, वस्तुनिष्ठता, विलक्षणता, सुरुचिपूर्णता, परिवर्तन बोध, प्रभावित लोग, भाषाशैली, घटना का समय एवं स्थान, संख्या एवं आकार, दुविधा या रहस्य आदि समाचार के तत्व हैं; जो समाचार में अनिवार्यता में आ जाते हैं और समाचार को परिपूर्ण बना देते हैं।
- 4) समाचार लेखन करते समय विविध क्षेत्रों से प्राप्त जानकारी का संकलन किया जाता है। डाटा संकलित कर उसे समाचार में परिवर्तित करना पड़ता है। घटना स्थल से प्राप्त जानकारी विविध सोपानों से गुजरे बिना खबर की प्रक्रिया पूरी नहीं हो पाती। इन सोपानों में शीर्षक, आमुख, विवरण, निष्कर्ष आ जाते हैं। शीर्षक समाचार की आत्मा होती है। आमुख में फाइव डब्ल्यू और वन एच को ध्यान में रखना पड़ता है। What - क्या हुआ?, Where - कहाँ?, When - कब?, Who - कौन?, Why - क्यों?, How - कैसे? आदि प्रश्नों के उत्तर से आमुख बन जाता है। इसमें घटना का पूरा विवरण संक्षेप में आ जाता है और समाचार के विवरण में इन्हीं प्रश्नों का विस्तार से वर्णन होता है। समाचार के निष्कर्ष में घटना संबंधी महत्वपूर्ण संकेत दिया जाना चाहिए ताकि पाठक भविष्य में सावधानी बरतें।
- 5) महाविद्यालय में आयोजित सभी समारोह महाविद्यालयीन समारोह के अंतर्गत आ जाते हैं। महाविद्यालयीन समारोह छात्रों का केवल मनोरंजन नहीं करते बल्कि उनकी प्रतिभा निखारने का काम करते हैं। महाविद्यालयीन कार्यक्रम से छात्रों को सबक भी मिल जाता है; जो आने वाले कार्यक्रमों के संयोजन में उपयोगी साबित हो सके। महाविद्यालयीन समारोह से छात्रों के जीवन में आत्मविश्वास की वृद्धि हो जाती है, टीमवर्क और नेतृत्व कौशल का विकास हो जाता है,

पढ़ाई के साथ-साथ मनोरंजन हो जाता है और नई प्रतिभाओं को पहचानने का अवसर भी मिल जाता है।

- 6) समाज सुधार हेतु समाज में अनेकानेक सामाजिक समारोह का आयोजन किया जाता है। सामाजिक समाचार से समाज में समता, मानवता, बंधुता, उदारता, त्याग आदि जीवनमूल्यों का विकास हो जाता है। सामाजिक समारोह महान व्यक्तियों के स्मरण दिलाने, राष्ट्रप्रेम जगाने, सामाजिक दायित्व का एहसास दिलाने और विभिन्न महापुरुषों के आदर्शों की स्थापना करने हेतु आयोजित किए जाते हैं। यही समारोह समाज के अंतर-बाह्य व्यक्तित्व को निखारने का कार्य करते हैं।
- (७) प्राकृतिक आपदाओं से मानव जीवन के लिए गंभीर संकट बना जाता है। वैज्ञानिक तकनीक, सतर्कता और उचित प्रबंधन के द्वारा इसके प्रभाव को कम किया जा सकता है। प्राकृतिक आपदाओं के प्रभाव से जनहानि और धनहानि हो जाती है, अधिकांश मात्रा में पर्यावरण का विनाश हो जाता है, कृषि और उद्योगों का भारी नुकसान हो जाता है। अहम बात यह कि इससे सामाजिक और आर्थिक असंतुलन बिगड़ जाता है। प्राकृतिक आपदाओं से बचने एवं उसका प्रबंधन करने के लिए पूर्व चेतावनी प्रणाली सक्रिय होनी चाहिए, आपदा प्रबंधन प्रशिक्षण दिया जाना चाहिए, वृक्षारोपण और पर्यावरण की सुरक्षा करनी चाहिए, सुरक्षित भवन निर्माण करना चाहिए। सचमुच प्राकृतिक आपदाओं के प्रति जागरूकता और उचित प्रबंधन से नुकसान कम किया जा सकता है।
- (८) दुर्घटना समाचारों की विविधता समाज के विभिन्न क्षेत्रों और परिस्थितियों को दर्शाती है। ये समाचार केवल सूचना देने का माध्यम नहीं हैं, बल्कि लोगों को सुरक्षित करने का संदेश देते हैं। दुर्घटना समाचार लोगों को सतर्क और जागरूक बना देते हैं, सुरक्षा नियमों के प्रति प्रेरित करते हैं, प्रशासनिक व्यवस्था की जानकारी देते हैं, सामाजिक जिम्मेदारी का एहसास देते हैं और भविष्य में दुर्घटनाओं की रोकथाम के लिए चेतावनी देते हैं।

4.8 स्वाध्याय :

4.8.1 लघुतरी प्रश्न :

- 1) समाचार लेखन के स्वरूप पर प्रकाश डालिए।
- 2) समाचार लेखन के तत्वों पर प्रकाश डालिए।
- 3) आपके महाविद्यालय में हिंदी दिवस समारोह मानया गया है - समाचार लेखन कीजिए।
- 4) महात्मा गांधी जयंती का समाचार लेखन कीजिए।

4.8.2 दीर्घोत्तरी प्रश्न :

- 1) समाचार लेखन के विविध सोपानों पर प्रकाश डालिए।

- 2) किसी एक प्राकृतिक आपदा का समाचार लेखन कीजिए।
- 3) आपके द्वारा देखी गई दुर्घटना का समाचार लेखन कीजिए।
- 4) आपके द्वारा आयोजित सामाजिक समारोह का समाचार लेखन कीजिए।

4.9 क्षेत्रीय कार्य :

- 1) किसी एक समाचार पत्र के समाचारों का योगदान रेखांकित कीजिए।
- 2) किसी एक चैनल के समाचार का सामाजिक योगदान रेखांकित कीजिए।

4.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए :

- 1) हिंदी भाषा और सूचना प्रौद्योगिकी - डॉ. दीपक तुपे, अभिषेक प्रकाशन, नई दिल्ली।
- 2) मीडिया लेखन - सिद्धांत और व्यवहार - डॉ. चंद्रप्रकाश मिश्र, संजय प्रकाशन, नई दिल्ली।
- 3) प्रयोजनमूलक हिंदी: विविध परिदृश्य - डॉ. रमेशचंद्र त्रिपाठी, डॉ. पवन अग्रवाल, अलका प्रकाशन, नई दिल्ली।
- 4) मीडियाकालीन हिंदी: स्वरूप एवं सभावनाएँ - प्रो. (डॉ.) अर्जुन चव्हाण, राधाकृष्ण प्रकाशन, नई दिल्ली।
- 5) प्रयोजनमूलक हिंदी की नयी भूमिका - कैलाशनाथ पांडेय, लोकभारती प्रकाशन, इलाहाबाद।
- 6) समाचार लेखन - पी. के. आर्य, प्रभात प्रकाशन, दिल्ली।

□□□

घटक 1

पारिभाषिक वाक्यांश, एवं संक्षेपण

दैनिक व्यवहार में प्रयुक्त अंग्रेजी वाक्यांश के हिंदी पर्यायवाची रूप एवं संक्षेपण
(परिशिष्ट में दिए हुए 'क' तथा 'ड' विभाग पर)

अनुक्रम

- 1.1 उद्देश्य
- 1.2 प्रस्तावना
- 1.3 विषय विवेचन
 - 1.3.1 अंग्रेजी हिंदी वाक्यांश
 - 1.3.2 संक्षेपण संबंधी शब्द
- 1.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न
- 1.5 स्वयं अध्ययन के प्रश्नों के उत्तर
- 1.6 स्वाध्याय
- 1.7 क्षेत्रीय कार्य
- 1.8 अतिरिक्त अध्ययन के लिए

1.1 उद्देश्य :

इस इकाई के अध्ययन के बाद आप-

- ◆ दैनिक व्यवहार में प्रयुक्त किए जानेवाले अंग्रेजी-हिंदी वाक्यांशों से परिचित हो जाएंगे।
- ◆ हिंदी वाक्य खंडों के संक्षेपण से अवगत हो जाएंगे।

- ◆ दैनिक व्यवहार में अंग्रेजी-हिंदी वाक्यांश और हिंदी वाक्य खंडों के संक्षेपण का प्रयोग करना सीख जाएंगे।

1.2 प्रस्तावना :

राजभाषा का उत्तरदायित्व ग्रहण करते ही हिंदी भाषा साहित्य से इतर, न्याय, विज्ञान, वाणिज्य, प्रशासन, जनसंचार, विज्ञापन, अनुवाद एवं रोजगार की भाषा बन गई। कार्यालयीन, कामकाजी और व्यावहारिक भाषा के रूप में हिंदी की नयी पहचान बनी। इसे हिंदी का प्रयोजनीय पक्ष कहा गया। तब से आज तक हिंदी की प्रयोजनीयता पर कार्य हो रहे हैं। अथक प्रयासों से हिंदी अपने सभी पक्षों, सभी क्षेत्रों में सफल हो रही है। सबसे पहले तो उसे ऐसी शब्दावली एवं वाक्यांशों को विकसित करना पड़ा जो न्याय जनसंचार, पत्रकारिता, मीडिया, विज्ञान और विज्ञापन की आवश्यकता को पूर्ण कर सके। हिंदी की पारिभाषिक शब्दावली एवं वाक्यांश प्रयोजनमूलक हिंदी का महत्वपूर्ण अंग है।

1.3 विषय विवेचन :

1.3.1 अंग्रेजी हिंदी वाक्यांश :

वाक्यांश दो या दो से अधिक शब्दों का एक समूह है जो एक वाक्य या खंड के भीतर एक सार्थक इकाई के रूप में कार्य करता है। एक वाक्यांश को आमतौर पर एक शब्द और एक उपवाक्य के बीच के स्तर पर एक व्याकरणिक इकाई के रूप में जाना जाता है। हिंदी को प्रतिष्ठा दिलाने में पारिभाषिक अंग्रेजी हिंदी वाक्यांशों का महत्व पूर्ण योगदान है। ये वाक्यांश एकार्थी, सुनिश्चित, सरल और प्रभावी होते हैं। इनकी सहायता से व्यावहारिक, कामकाजी और प्रशासनिक क्षेत्र में प्रगति हुई है तथा जीवन के प्रत्येक क्षेत्र में हिंदी में कार्य करना संभव बन गया है। कृत्रिम निर्माण, अनुकूलन, एकरूपता स्पष्ट अर्थवत्ता तथा स्वीकरण के द्वारा ज्ञान-विज्ञान की शाखाओं के लिए लगभग 08 लाख शब्द गढ़े गए हैं। विधि शब्दावली, मीडिया शब्दावली, प्रशासनिक शब्दावली, अंतरिक्ष शब्दावली, मानविकी एवं समाज विज्ञान की पारिभाषिक, शब्दावली एवं वाक्यांश प्रकाशित एवं प्रचलित हो चुके हैं। अतः दैनिक व्यवहार में अंग्रेजी वाक्यांश के हिंदी पर्यायवाची रूप निम्नानुसार हैं-

परिशिष्ट (क)

अंग्रेजी के हिंदी वाक्यांश

अ.क्र.	अंग्रेजी शब्द	हिंदी वाक्यांश
1	Above given	ऊपर दिया हुआ
2	Accepted for payment	भुगतान के लिए स्वीकृत

3	Bill has been paid	बिल का भुगतान हो गया है
4	Carry out	पालन करना
5	Dispense With	अलग करना
6	Ex parte judgment	एकपक्षीय निर्णय
7	For comments	टिप्पणी के लिए
8	Funds not available	निधि उपलब्ध नहीं है
9	His request be acceded to	उसकी प्रार्थना स्वीकार की जाए
10	In course of discussion	चर्चा के दौरान
11	Joining Report	कार्यारंभ रिपोर्ट
12	Keep pending	इसे रोके रखें
13	Leave on medical ground	चिकित्सा आधार पर छुट्टी
14	May be permitted	अनुमति दी जाए
15	Needs no comments	टिप्पणी की आवश्यकता नहीं
16	Not satisfactory	संतोषजनक नहीं है
17	On medical grounds	अस्वस्थ होने के कारण
18	Proposal was welcomed	प्रस्ताव का स्वागत किया गया
19	Put up for verification	सत्यापन के लिए प्रस्तुत करे
20	Respectfully beg to say	सादर निवेदन है

21	Selection has taken place	चयन हो गया है
22	Steps may be taken	कार्रवाई की जाए
23	This is to certify	प्रमाणित किया जाता है
24	Under consideration	विचाराधीन
25	25 With immediate effect	तुरंत, तत्काल

1.3.2 संक्षेपण संबंधी शब्द :

संक्षेपण अथवा सार-लेखन से तात्पर्य है किसी अनुच्छेद परिच्छेद, विस्तृत टिप्पणी या प्रतिवेदन आदि को संक्षिप्त कर देना। संक्षेपण को अंग्रेजी में Abbreviation कहा जाता है। किसी विस्तार से लिखे गए विषय, मामले अथवा प्रतिवेदन आदि को संक्षेप में लिखकर प्रस्तुत कर देना सार लेखन या संक्षेपण कहलाता है। सार लेखन में मूल विषय-वस्तु या कथ्य संबंधित मुख्य विचारों वा तथ्यों को ही प्रथामिकता एवं महत्ता दी जाती है। इसमें अनावश्यक बातें, संदर्भ, तर्क-वितर्क आदि को हटा दिया जाता है और मूल विचार, तथ्य और भावों को ही रखा जाता है। संक्षेपण अर्थात् सार-लेखन भी एक कला है और अध्ययन, अनुशीलन से उसे प्राप्त किया जा सकता है। कार्यालयीन कामकाज ही नहीं अपितु दैनंदिन जीवन में भी संक्षेपण कला का अत्यधिक उपयोग है। संक्षेपण को मानसिक प्रशिक्षण भी कहा गया है जिससे लेखन में स्पष्टता, सरलता एवं प्रभावशीलता पैदा होती है। मंत्रालयों, सरकारी कार्यालयों, विभागों तथा सरकार के अधीन प्रतिष्ठानों आदि में संक्षेपण या सार लेखन का प्रयोग यथास्थिति समयानुसार किया जाता है। अतः दैनंदिन व्यवहार में प्रचलित हिंदी के कुछ वाक्यांशों का संक्षेपण निम्नानुसार है।

परिशिष्ट (ड)

संक्षेपण लेख

अ.क्र.	वाक्य खंड	शब्द
1	जिसके आने की तिथि मालूम नहीं है	अतिथि
2	जिसके समान कोई दूसरा नहीं है	अद्वितीय

3	हृदय को फाड़नेवाला	हृदयविदारक
4	दूसरों के काम में दखल देना	हस्तक्षेप
5	स्वेच्छा से सेवा करनेवाला	स्वयंसेवक
6	जिसका कोई शत्रु नहीं जनमा है	अजातशत्रु
7	जो बिना वेतन के काम करता है	अवैतनिक
8	बिना बुलाए आनेवाला	अनाहूत
9	किसी देश का मूल निवासी	आदिवासी
10	लक्षणों के आधार पर रोग की पहचान	निदान
11	जो कहा न जा सके	अकथनीय
12	जो बहुत व्यर्थ बोलता है	वाचाल
13	जो दिन में एक बार भोजन करता है	एकाहारी
14	जो आग्रह सत्य पर आधारित हो	सत्याग्रह
15	जो देखने में प्रिय लगे	प्रियदर्शी
16	बहुत सी भाषाओं को बोलनेवाला	बहुभाषाभाषी
17	जो लोक में संभव न हो	अलौकिक
18	शक्ति के अनुसार	यथाशक्ति
19	क्षण भर में नष्ट होनेवाला	क्षणभंगुर
20	कम बोलनेवाला	मितभाषी

6. Paid bill has been वाक्यांश का हिंदी विकल्प है-
- अ) बिल का भुगतान हो गया है ब) बिल का भुगतान होगा
क) बिल का भुगतान करे ड) बिल का भुगतान हो जाये
7. Under consideration वाक्यांश का हिंदी विकल्प है-
- अ) विचारणीय ब) विचाराधीन
क) विचारात्मक ड) विचारशील
8. जिसके आने की तिथि मालूम नहीं है-
- अ) स्वामी ब) महाराज
क) अतिथी ड) योगी
9. हृदय फाड़नेवाला कहलाता है -
- अ) हृदयविदारक ब) हृदयद्रावक
क) हृदयशील ड) हृदयस्थ
10. स्वेच्छा से सेवा करनेवाला कहलाता है -
- अ) कारसेवक ब) स्वयंसेवक
क) समाजसेवक ड) आरोग्यसेवक
11. जो देखने में प्रिय लगे वो कहलाता है -
- अ) प्रियतम ब) अप्रिय
क) प्रियदर्शी ड) प्राणप्रिय
12. जो लोक में संभव न हो कहलाता है-
- अ) लौकिक ब) पारलौकिक
क) दैवलौकिक ड) अलौकिक
13. कम बोलनेवाला कहलाता है।
- अ) अबोल ब) अभाषी
क) मितभाषी ड) गूँगा

14. जिससे हानि की आशंका न हो वह कहलाता है।

अ) निर्विकार

ब) निरापद

क) निरामय

ड) साधू

1.5 स्वयं अध्ययन के प्रश्नों के उत्तर :

1. ऊपर दिया हुआ
2. पालन करना
3. टिप्पणी के लिए
4. उसकी प्रार्थना स्वीकार की जाए
5. चिकित्सा आधार पर छुट्टी
6. बिल का भुगतान हो गया है
7. विचाराधीन
8. अतिथि
9. हृदयविदारक
10. स्वयंसेवक
11. प्रियदर्शी
12. अलौकिक
13. मितभाषी
14. निरापद

1.6 स्वाध्याय :

निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर संक्षेप में लिखिए।

1. पारिभाषिक अंग्रेजी वाक्यांश के स्वरूप पर प्रकाश डालिए।
2. पारिभाषिक हिंदी वाक्यांश के स्वरूप पर प्रकाश डालिए।
3. हिंदी वाक्य खंडों का संक्षेपण लेखन कीजिए ।

4. हिंदी के संक्षेपण शब्दों की सूची बनाइए।

1.7 क्षेत्रीय कार्य :

1. सरकारी, गैर सरकारी, निजी कार्यालयों में प्रयुक्त अंग्रेजी-हिंदी वाक्यांशों को खोजकर उनके पर्यायवाची रूपों के साथ सूची तैयार कीजिए।
2. हिंदी वाक्य खंडों के संक्षेपण शब्दों की सूची तैयार कीजिए।

1.8 अतिरिक्त अध्ययन के लिए संदर्भ ग्रंथ:

1. पारिभाषिक शब्दावली डॉ. भीमराव पाटिल, कुलसचिव, यशवंतराव चव्हाण महाराष्ट्र मुक्त विद्यापीठ, नासिक, मार्च २००२
2. अंग्रेजी-हिंदी पारिभाषिक शब्दकोश डॉ. हरदेव बाहरी।
3. प्रयोजनमूलक हिंदी व्याकरण एवं रचना प्रा. उमा पाटील, चंद्रलोक प्रकाशन, कानपुर-२१, प्र.सं. २००५

□□□

घटक 2

माध्यम लेखन

अनुक्रम

- 2.1 उद्देश्य
- 2.2 प्रस्तावना
- 2.3 विषय विवेचन
 - 2.3.1 दूरदर्शन धारावाहिक लेखन
 - 2.3.2 पटकथा लेखन
 - 2.3.3 डॉक्युमेंटरी
 - 2.3.4 वेब सीरीज
- 2.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न
- 2.5 पारिभाषिक शब्द एवं शब्दार्थ
- 2.6 स्वयं अध्ययन प्रश्न 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-

- ◆ दूरदर्शन धारावाहिक लेखन से लेखन कोशल विकसित हो जायेगा ।
- ◆ दूरदर्शन की परिभाषा से परिचित हो जाएंगे।
- ◆ दूरदर्शन पर प्रसारित धारावाहिक लेखन के स्वरूप से अवगत हो जाएंगे।
- ◆ दूरदर्शन धारावाहिक लेखन के तत्त्वों से परिचित हो जाएंगे।
- ◆ दृश्य-श्रव्य माध्यम से परिचित होंगे।
- ◆ दूरदर्शन धारावाहिक लेखन से छात्रों को रोजगार का अवसर मिल जायेगा।
- ◆ पटकथा लेखन के स्वरूप से अवगत हो जाएंगे।
- ◆ पटकथा लेखन के तत्व से अवगत हो जाएंगे।
- ◆ डॉक्युमेंटरी क्या है? कैसी होती है? इससे अवगत होंगे।
- ◆ डॉक्युमेंटरी लेखन प्रक्रिया से परिचित हो जाएंगे।
- ◆ इलेक्ट्रॉनिक माध्यम दृश्य-श्रव्य माध्यम वेब सीरीज से परिचित हो जाएंगे।
- ◆ वेब सीरीज के स्वरूप से परिचित हो जाएंगे।

2.2 प्रस्तावना :

माध्यम लेखन केवल लिखना नहीं, बल्कि तथ्यों को प्रभावी ढंग से दर्शकों तक पहुँचाने की एक कला है। माध्यम लेखन के सूचना प्रदान करना, शिक्षित करना, मनोरंजन करना और जनमत का निर्माण करना आदि प्रमुख उद्देश्य हैं। माध्यम लेखन अर्थात् संचार माध्यम का महत्व आज के समय में बढ़ चुका है। साथ ही तकनीकी सुधार के कारण संचार माध्यम के साधनों का विकास काफी हो चुका है। माध्यम लेखन के कारण रोजगार के अनेक अवसर निर्माण हो रहे हैं। ऐसी स्थिति में दृश्य श्रव्य माध्यम से जुड़े साधनों में भी दिन-ब-दिन बढ़ोत्तरी हो रही है। आज दृश्य-श्रव्य माध्यम लोगों का मनोरंजन करने के साथ-साथ ज्ञान सीमा की परिधि को भी बढ़ा रहे हैं। आज प्रिंट मीडिया (समाचार पत्र-पत्रिकाएं), इलेक्ट्रॉनिक मीडिया) रेडियो, टीवी (और सोशल मीडिया) जैसे दृश्य श्रव्य माध्यम (का महत्व दिन-ब-दिन बढ़ रहा है। इसी कारण दूरदर्शन धारावाहिक, पटकथा लेखन, डॉक्युमेंटरी, वेब सीरीज जैसे दृश्य श्रव्य माध्यम लेखन के इन प्रकारों से रोजगार के अनेक अवसर निर्माण हो रहे हैं। ऐसे में हिंदी में पटकथा लेखक, डॉक्युमेंटरी लेखक, वेब सीरीज लेखक और दूरदर्शन धारावाहिक लेखक की माँग बढ़ रही है। प्रत्येक माध्यम के लिए लेखन शैली अलग होती है। प्रिंट में विस्तार से, रेडियो में सुनने योग्य, और टीवी में दृश्य के साथ लेखन की आवश्यकता होती है। इसलिए इस क्षेत्र में रोजगार के कई

अवसर सामने आने लगे हैं। अतः इन माध्यमों के लेखन की कला अवगत करने से आज हिंदी अध्ययेता को अच्छा खाँसा रोजगार प्राप्त हो सकता है। इस इकाई में दूरदर्शन, धारावाहिक, पटकथा डॉक्युमेंटरी, और वेब सीरीज इन माध्यम लेखनों का समग्र अध्ययन किया जाएगा। माध्यमों से तात्पर्य उन साधनों से है जिनका उपयोग जनता तक सूचना और मनोरंजन पहुंचाने और प्रसारित करने के लिए किया जाता है। इसीलिए हिंदी अध्ययेता को दूरदर्शन, धारावाहिक, पटकथा डॉक्युमेंटरी, और वेब सीरीज इन माध्यम लेखनों का समग्र अध्ययन आवश्यक है।

2.3 विषय विवेचन :

2.3.1 दूरदर्शन धारावाहिक लेखन :

प्रस्तावना :

दूरदर्शन भारत सरकार द्वारा स्थापित एक स्वायत्त सार्वजनिक सेवा प्रसारक है। दूरदर्शन भारत का राष्ट्रीय टेलीविजन नेटवर्क है, जो देश के लोगों को सूचना, शिक्षा और मनोरंजन प्रदान करता है। इसकी स्थापना का उद्देश्य देश के विभिन्न हिस्सों में एक समान सूचना पहुँचाना और सांस्कृतिक एकता को बनाये रखना है। आज टेलीविजन अर्थात् दूरदर्शन एक लोकप्रिय उपकरण है जो लगभग हर घर में पाया जाता है। टेलीविजन समाचार, मनोरंजन और शैक्षिक कार्यक्रम प्रसारित करता है। आज बहुतांश लोग किसी न किसी रूप में टेलीविजन के साथ जुड़े हुए हैं। इसलिए 21 वीं शताब्दी में इसका महत्व अबाधित रूप से बढ़ रहा है। टेलीविजन पर प्रसारित होनेवाले विभिन्न प्रकार के कार्यक्रमों की संख्या काफी बढ़ चुकी है। टेलीविजन के प्रारंभ में अर्थात् 1965 से 1995 के आस-पास इस पर प्रसारित होनेवाले कार्यक्रम समाचार, खेल प्रसारण, धारावाहिक, मनोरंजन पूरक कार्यक्रम, शिक्षा एवं सरकारी कार्यक्रम, आदि का समय निश्चित था। परंतु आज टेलीविजन चौबीसों घंटे कुछ न कुछ प्रसारित करता रहता है। इन प्रसारणों में समाचार ज्ञान से अधिक मनोरंजन पूर्ण धारावाहिक इसका प्रसारण कैसे होता है? और इसे देखनेवाला दर्शक वर्ग भी काफी बड़ा है। दूरदर्शन पर प्रसारित होनेवाले कार्यक्रम में दूरदर्शन धारावाहिक की संख्या ज्यादा है। इसे देखनेवाला दर्शक वर्ग भी काफी संख्या में बड़ा है। दूरदर्शन लेखन में दृश्य और श्रव्य तत्वों का सामंजस्य महत्वपूर्ण होता है आज हम दूरदर्शन के शाब्दिक अर्थ को और दूरदर्शन धारावाहिक लेखन क्या है, इसे कैसे लिखा जाता है, इसके तत्व कौन से हैं, इसका प्रसारण कैसे होता है आदि महों को देखेंगे।

- **दूरदर्शन : अर्थ और संकल्पना :**
- **दूरदर्शन : अर्थ** – दूरदर्शन, जिसे डीडी के नाम से जाना जाता है, भारत का सरकारी सार्वजनिक टेलीविजन प्रसारक है।
- **शाब्दिक अर्थ :** ‘दूर’ (Far) और ‘दर्शन’ (Sight/View) – यानी दूर की वस्तुओं को देखना। दूरदर्शन शब्द tele + vision (टेलीविजन) का पर्याय है। टेलीविज़न शब्द ग्रीक तथा लैटिन भाषा के शब्दों के मेल से

बना है। जैसे टेलीविजन। टेली ग्रीक शब्द है। जिसका अर्थ है दूरी पर और विजन लैटिन शब्द है, जिसका अर्थ है देखना। इस तरह दूरदर्शन का सामान्य अर्थ है दूर से देखना या दूर के दर्शन करना।

दूरदर्शन भारत का सार्वजनिक सेवा प्रसारक है, दूरदर्शन का पहला प्रसारण :

15 सितंबर, 1959 को प्रयोगात्मक आधार पर किया और तत्कालीन राष्ट्रपति डॉ. राजेंद्र प्रसाद ने इसका उद्घाटन किया था। तब आधे घण्टे के लिए शैक्षिक और विकास कार्यक्रमों के रूप में दूरदर्शन का पहला प्रसारण शुरू किया गया। उस समय दूरदर्शन का प्रसारण सप्ताह में सिर्फ तीन दिन था। तब इसको 'टेलीविजन इंडिया' नाम दिया गया था बाद में 1975 में इसका हिन्दी नामकरण 'दूरदर्शन' नाम से किया गया। यह दूरदर्शन नाम इतना लोकप्रिय हुआ कि टीवी का हिन्दी पर्याय बन गया। जनता की माँग और अनुकूल परिणाम को देखते हुए टी.वी. पर शिक्षा के साथ-साथ मनोरंजन तथा सूचना कार्यक्रम शुरू हुए अर्थात् शिक्षा एवं सामुदायिक विकास के आरंभिक उद्देश्य में बढ़ोत्तरी होकर मनोरंजन एवं सूचना का उद्देश्य भी जुड़ गया। परंतु आज टेलीविजन मनुष्य जीवन के सभी क्षेत्रों से जुड़ गया है।

● धारावाहिक – अर्थ : संकल्पना :

टेलीविजन और रेडियो प्रोग्रामिंग में, धारावाहिक एक ऐसा शो होता है जिसमें एक निरंतर कथानक होता है जो क्रमबद्ध रूप से एपिसोड दर एपिसोड आगे बढ़ता है।

● धारावाहिक अर्थ : अविराम गति से चलनेवाला। सिलसिलेवार, अनुक्रमिक, एक के बाद एक भाग।

● धारावाहिक – शृंखला, सिलसिलेवार, क्रमिक, लगातार, अनुक्रमिक, सीरियल।

धारावाहिक को अंग्रेजी में सीरीयल (Serial, episodes, parts) कहा जाता है। धारावाहिक का शाब्दिक अर्थ है वाहिक या साप्ताहिक। धारावाहिक अर्थात् एक सूत्र में धारा के रूप में बिना किसी अवरोध के चलनेवाला या धाराप्रवाह।

धारावाहिक संकल्पना :

ऐतिहासिक रूप से, यह उन्नीसवीं सदी के अंत में उपन्यासों के किशतों में प्रकाशन से शुरू हुआ और अब टीवी पर 'सोप ओपेरा' के रूप में काफी लोकप्रिय है। यह भी कह सकते हैं कि जो लेख, कहानी, उपन्यास, नाटक क्रमशः खंडों के रूप में कई अंशों में बराबर प्रकाशित एवं प्रसारित होता रहे। वे अब टेलीविजन धारावाहिक अर्थात् टेलीविजन पर प्रसारित होनेवाला धारावाहिक बने। टीव्ही मालिका (Daily Soap) लंबा नाटक है जिसे किशतों में विभाजित करके उन किशतों को टेलीविजन या रेडिओ पर एक-एक करके दैनिक, साप्ताहिक, मासिक या किसी अन्य क्रम के अनुसार प्रस्तुत किया जाता है। कुमुद नागर 'टेलीविजन लेखन सिद्धांत और प्रयोग' इस किताब में दूरदर्शन धारावाहिक के संदर्भ में बात करते हुए लिखते हैं कि, मूलतः धारावाहिक वह लंबा नाटक है जो किशतों में इस प्रकार सुनाया अथवा दिखाया जाए, जिसकी एक किस्त सुनने या देखने के बाद हम उसकी अगली कड़ी देखने के लिए उत्सुक हो जाए। साथ ही वे आगे लिखते हैं कि,

धारावाहिक प्रतिदिन या सप्ताह के किसी एक निश्चित दिन, निश्चित समय पर तथा निश्चित शीर्षक के अंतर्गत प्रसारित होनेवाला नियमित कार्यक्रम, जिसकी सभी कड़ियाँ या एपिसोड किसी-न-किसी रूप में एक दूसरे से जुड़े रहते हैं। उपर्युक्त परिभाषाओं के आधार पर कहा जा सकता है कि धारावाहिक एक साहित्यिक या नाटकीय कृति है जो किशतों में प्रकाशित या निर्मित की जाती है। दूरदर्शन धारावाहिक एक दृश्य-श्रव्य माध्यम है। जिसमें लंबी कथा प्रभावशाली और जिज्ञासापूर्ण शैली में प्रस्तुत की जाती है। जिससे दर्शक को अगले दृश्य या बिंब की उत्सुकता बनी रहती है। साथ ही दूरदर्शन धारावाहिक निश्चित समय पर शीर्षक के साथ प्रस्तुत किया जाता है। इसकी दो कड़ियों के बीच में तादात्म्य रहता है।

धारावाहिक प्रतिदिन या सप्ताह में एक बार इस प्रकार से प्रसारित होते हैं। भारतीय टेलीविजन: 'हम लोग' (पहला हिंदी सोप), 'क्योंकि सास भी कभी बहू थी', 'तारक मेहता का उल्टा चश्मा', 'CID', हम पांच, बुनियाद, ये रिश्ता क्या कहलाता है, कुसुम, बालिका वधू, सावधान इंडिया, महाभारत, रामायण, भीम, शक्तिमान आदि धारावाहिक लोग आज भी बड़े आनंद से देखते हैं।

● दूरदर्शन धारावाहिक लेखन :

दूरदर्शन धारावाहिक लेखन एक आव्हानात्मक कला है। इसका प्रभाव दर्शक पर सीधा पड़ता है। इसीलिये लेखन में रचनाशीलता महत्वपूर्ण है। आज दूरदर्शन पर अनेक प्रकार के धारावाहिक चौबीसों घंटे शुरू रहते हैं। भाग-दौड़ के इस युग में मनुष्य अपने-अपने समय और रुचि के अनुसार उसे देखता है। दूरदर्शन पर चलनेवाले अनेक चनेल पर सामाजिक, शैक्षिक, सांस्कृतिक, ऐतिहासिक, पारिवारिक, तिलिस्मी अय्यारी, खेल, अध्यात्म, दर्शन आदि विषयों से संबंधित धारावाहिक होते हैं। इसके दर्शक मानवीय समाज के सभी वर्ग से आते हैं, जैसे बच्चों, युवा, प्रौढ़, वृद्ध, महिलाएँ, पुरुष आदि। हर एक वर्ग की अपनी-अपनी रुची होती है। अतः आज दूरदर्शन धारावाहिक लेखन के क्षेत्र में काफी अवसर दिखाई देते हैं। अतः दूरदर्शन धारावाहिक लेखन कर्ता को उसे लिखने के लिए काफी मेहनत करनी पड़ती है। अतः लेखक को धारावाहिक लेखन करते समय दूरदर्शन से संबंधित अनेक संकल्पनाओं से परिचित होकर उसका ध्यान रखना आवश्यक बनता है। सफल दूरदर्शन धारावाहिक लेखन के लिए प्रतिभाशाली लेखक को निर्माता, निर्देशक, निर्माता सहाय्यक, तल प्रबंधक, अभिनेता, अभिनय, कैमरामैन, दृश्यबंध, कला पर्यवेक्षक, सामग्री पर्यवेक्षक, लायब्ररीयन, चित्रकार आदि बातों का ध्यान रखना पड़ता है। दूरदर्शन धारावाहिक लेखन का मूल गुण बिंबधर्मिता है। लेखक को हर स्थिति में बिंबों और दृश्यों के बारे में बारकाई से सोचना पड़ता है। इसके साथ-साथ दूरदर्शन की भाषा, दूरदर्शन की प्रकृति, धारावाहिक में अभिनय, दृश्य, उत्सुकता, संवाद आदि पर विशेष रूप से ध्यान देना जरूरी है। इन सभी बातों को ध्यान में रख कर दूरदर्शन धारावाहिक लेखनकर्ता सफल धारावाहिक का लेखन कर सकता है। दूरदर्शन धारावाहिक लेखन उपन्यासों पर भी आधारित होते हैं, जिसकी कड़ियाँ निश्चित होती हैं। परंतु स्वतंत्र रूप से धारावाहिक लेखन में कड़ियों की संख्या निश्चित नहीं रहती। जिसकी कड़ियाँ निश्चित और अनिश्चित दोनों होती हैं। दर्शकों की माँग, तत्कालीन परिस्थिति, संस्कृति, धार्मिक एवं सामाजिक स्थिति आदि को ध्यान में रखकर इसकी कड़ियाँ बढ़ाई

जा सकती है। धारावाहिक कई वर्षों तक भी चल सकते हैं। (जैसे प्रेमचंद के उपन्यास कर्मभूमी के धारावाहिक की संख्या निश्चित रहती है। भारत में लोकप्रिय धारावाहिकों की सूची इस प्रकार है :

- **पौराणिक धारावाहिक :** रामायण (1987), महाभारत (1988), श्री कृष्ण (रामानंद सागर), राधा कृष्ण, राम सिया के, लव कुश, और रावण।
- **सामाजिक/पारिवारिक धारावाहिक :** हम लोग (हिंदी का पहला धारावाहिक), और वर्तमान में स्टार प्लस, जी टीवी पर आनेवाले सीरियल।
- **लोकप्रिय कॉमेडी और ड्रामा :** तारक मेहता का उल्टा चश्मा, अदालत, और आहट (हॉर), कपिल शर्मा शो।

वास्तव में देखा जाय तो प्रारम्भ में जिस उद्देश को ले कर धारावाहिकों की शुरुआत की गयी थी वह कहीं आज अपने मार्ग से भटक गयी है। इस सूचना क्रान्ति के युग में भले ही टेलीविजन ने पूरी दुनिया को “एक विलेज” के रूप में बदल दिया है। ‘क्योंकि सास भी कभी बहू थी’ इस धारावाहिक की एक हजार कडियाँ (एपिसोड) पूरे हुए थे। जो लगभग आठ वर्ष तक चली। ‘बालिका वधू’ बारा वर्ष तक चली। जिसकी 2245 कडियाँ हुईं। दूरदर्शन धारावाहिक लेखन एक चुनौती पूर्ण कार्य है। यह साधारण कहानी, उपन्यास, नाटक, या काव्य लेखन से अलग होता है।

दूरदर्शन धारावाहिक के तत्व :

किसी भी प्रतिभाशाली लेखक के सामने दूरदर्शन धारावाहिक लेखन एक चुनौती पूर्ण कार्य है। आमतौर पर कहानी, उपन्यास, नाटक, काव्य लिखना और दूरदर्शन के लिए धारावाहिक लिखना काफी अलग है, क्योंकि दूरदर्शन एक दृश्य-श्रव्य माध्यम है। जिसमें कैमरे की भूमिका महत्वपूर्ण होती है। इसलिए दूरदर्शन धारावाहिक लेखनकर्ता को दूरदर्शन की भाषा, अभिनेता, कैमरामैन, निर्माता, निर्देशक, आदि का ज्ञान होना काफी आवश्यक है। सफल दूरदर्शन धारावाहिक के लिए लेखक को धारावाहिक लेखन के तत्वों से अवगत होना भी जरूरी है। दूरदर्शन धारावाहिक लेखन के कुछ तत्व निम्नानुसार हैं—

1. कथानक :

दूरदर्शन धारावाहिक लेखन में जब आप अपनी स्क्रिप्ट लिख रहे हों, तो ध्यान रखें कि आपकी कहानी और किरदारों के आगे बढ़ने की गुंजाइश होनी चाहिए। आपको कहानी की ऐसी पृष्ठभूमि तैयार करनी होगी जिससे दर्शक दूसरे एपिसोड के लिए वापस आएंगे। ऐसी कथानक रेखाएं स्थापित करें जो दर्शकों को बांधे रखें, जैसे कि दो मुख्य पात्रों के बीच रोमांटिक तनाव, या किसी पात्र के लिए एक बड़ी चुनौती जिसे हल करने में कई एपिसोड लगें। अपने शो की शैली विकसित करते समय, इस बारे में पहले से सोचें कि विडंबना, संघर्ष, नाटक और कहानी के दिलचस्प मोड़ कहाँ और कैसे उत्पन्न होंगे। दूरदर्शन धारावाहिक लेखन का कथानक का विषय पारिवारिक, सामाजिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक, धार्मिक, दार्शनिक, ऐतिहासिक, तिलस्मी, अय्यारी,

पौराणिक आदि से संबंधित हो सकती है। कथानक का चुनाव करते समय धारावाहिक लेखक को दर्शक वर्ग जैसे बच्चों, युवा, बुढ़े, प्रौढ़, महिला, पुरुष आदि की रुचि को ध्यान में रखना पड़ता है। साथ ही वर्तमान परिस्थिति से कथानक का औचित्य होना आवश्यक है। दर्शक वर्ग, वर्तमान स्थिति और टेलीविजन आदि को ध्यान में रखकर ही प्रभावी कथानक का निर्माण संभव है। टेलीविजन के लिए लेखन एक बेहद सहयोगात्मक माहौल होता है साथ ही प्रभावी कथानक अक्सर धारावाहिक की सफलता का द्योतक है। इसलिए कथानक या विषयवस्तु दूरदर्शन धारावाहिक लेखन का महत्वपूर्ण तत्व कहा जाता है। धारावाहिक लेखन एक सुदृढ़ कथानक, में चरित्र विकास (Character Arc), संघर्ष, संवाद, दृश्य संरचना (Scene Structure), और सस्पेंस शामिल हैं, जो कहानी को निरंतर आगे बढ़ाते हैं।

2. आयडिया या विचार तत्व (Idea/Concept) :

कथानक को संतुलित रखने का काम विचार तत्व का होता है। टेलीविजन धारावाहिक लेखन में विचार (Idea/Concept) सबसे महत्वपूर्ण तत्व है, जो एक सशक्त कहानी, पात्रों के विकास और दर्शक जुड़ाव का मार्ग प्रशस्त करता है। एक अच्छा विचार मौलिक, प्रासंगिक और विस्तृत (एपिसोडिक) होना चाहिए, जिसे दैनिक या साप्ताहिक रूप से विकसित किया जा सके। यह विचार सामाजिक मुद्दों, पारिवारिक रिश्तों या किसी उपन्यास पर आधारित हो सकता है। दूरदर्शन धारावाहिक लेखन के लिए विचारों का होना काफी जरूरी है। धारावाहिक निर्माता धारावाहिक लेखक के विचारों से प्रभावित होकर धारावाहिक निर्माण में रुची दिखलाते हैं। क्योंकि विचारों की पृष्ठभूमि, उसकी मौलिकता, विचारों का वर्ग, मनोरंजन आदि के आधार पर ही दूरदर्शन धारावाहिक की सफलता निर्भर होती है।

संक्षेप में, एक सफल धारावाहिक का विचार दर्शकों को भावनात्मक रूप से बांधने और उन्हें अगले एपिसोड के लिए उत्सुक रखने में सक्षम होना चाहिए। इसीलिये विचारतत्व आदर्शात्मक, मनोरंजनात्मक, हास्यात्मक, दार्शनिकता आदि को उजागर करनेवाला होना चाहिए। भारतीय संदर्भ में, विचार का दर्शकों के दैनिक जीवन, परंपराओं या तत्कालीन सामाजिक मुद्दों से जुड़ा होना उसे लोकप्रिय बनाता है।

3. दृश्य संयोजन:

दूरदर्शन धारावाहिक लेखन में लेखक को धारावाहिक में दृश्य संयोजन (लेखन) (Visual Writing) वह प्रक्रिया है जिसके द्वारा कहानी को शब्दों के माध्यम से दृश्य (Visuals) में बदला जाता है। चूंकि टीवी एक 'श्रव्य-दृश्य' (Audio-Visual) माध्यम है, यहाँ 'दिखाना, बताना नहीं' (Show, Don't Tell) का सिद्धांत काम करता है, जहाँ एक्शन लाइन्स के माध्यम से पात्रों की हरकतों, भाव-भंगिमा और स्थान का वर्णन किया जाता है। दूरदर्शन धारावाहिक लेखन में लेखक को उसकी पटकथा के दृश्यों को ध्यान में रखना आवश्यक है। धारावाहिक लेखन में कहानी को कितने दृश्य में विभाजित करें यह देखना पड़ता है। धारावाहिक के कथानक दृश्यों को उचित संयोजन होना आवश्यक है। एक दृश्य और दूसरे दृश्य के बीच तादात्म्य स्थापित होना आवश्यक है। धारावाहिक की एक कड़ी में अनेक दृश्य रहते हैं। उसके उचित क्रम से दर्शक प्रभावित होकर उनकी

धारावाहिक के प्रति जिज्ञासा बनी रहती है। इसलिए दूरदर्शन धारावाहिक लेखन में दृश्य संयोजन तत्व महत्वपूर्ण माना जाता है।

दूरदर्शन धारावाहिक लेखन में कहानी को दृश्यों के माध्यम से प्रभावी ढंग से प्रस्तुत करने के लिए दृश्यों के बीच सस्पेंस और जिज्ञासा बनाए रखना आवश्यक है।

4. चरित्र –चित्रण :

दूरदर्शन धारावाहिक (सीरियल) लेखन में चरित्र-चित्रण Characterization सबसे महत्वपूर्ण तत्व है, जो दर्शकों को कहानी से जोड़ता है। चरित्रों के विकास के लिए प्रमुख पात्रों के साथ-साथ गौण पात्र भी होते हैं नायक, खलनायक और सहायक पात्रों का वास्तविक और भावनात्मक रूप से जुड़ा होना आवश्यक है, जो कथानक को आगे बढ़ाते हैं। दूरदर्शन धारावाहिक में पात्र महत्वपूर्ण होते हैं। दूरदर्शन धारावाहिक में चित्रित व्यक्ति पात्र होते हैं। दूरदर्शन धारावाहिक में पात्रों के चरित्र पर विस्तार से प्रकाश डाला जाता है। विशेष रूप से दूरदर्शन धारावाहिक के प्रमुख पात्र। दूरदर्शन धारावाहिक में प्रमुख पात्रों के साथ-साथ गौण पात्र भी होते हैं। धारावाहिक की मूल कहानी प्रमुख पात्रों से ही जुड़ी रहती है। अन्य पात्र मूल कथानक को गति देने के लिए आवश्यक होते हैं। दूरदर्शन धारावाहिक में पात्रों का चुनाव कहानी के अनुसार दर्शकों की रुचि के अनुसार होने चाहिए। धारावाहिक में नायक-नायिका ही मुख्य पात्र के रूप में होते हैं। तो खलनायक की भूमिका भी धारावाहिक में संघर्ष पैदा करती है। इसलिए मुख्य पात्र की कथा के अनुसार ऐतिहासिक, राजनीतिक, ग्रामीण, नगरीय हो सकते हैं। साथ ही मुख्य पात्र युवक या प्रौढ़ भी हो सकता है। मुख्य पात्र का संघर्ष दर्शकों में उत्सुकता एवं जिज्ञासा को बनाये रखता है। इसलिए पात्रों के द्वंद्व को उभारना आवश्यक होता है। दर्शक मुख्य नायक और नायिका से काफी प्रभावित रहते हैं। इसलिए मुख्य पात्र के चरित्र का विकास इसमें प्रमुख बन जाता है। अतः चरित्र दूरदर्शन धारावाहिक का महत्वपूर्ण तत्व है।

5. संवाद लेखन (Dialogue) :

धारावाहिक (सीरियल) लेखन में संवाद एक अत्यंत महत्वपूर्ण तत्व है, जो कहानी को आगे बढ़ाता है, पात्रों को जीवंत करता है और दर्शकों को भावनाओं से जोड़ता है। धारावाहिक में संवाद केवल बातचीत नहीं, बल्कि कहानी का मेरुदंड (रीढ़ की हड्डी) होते हैं, जो पात्रों को दृश्य में प्रवाहित करते हैं।

धारावाहिक लेखन में संवाद इस प्रकार होने चाहिए-

● स्वाभाविक और सरल भाषा :

संवाद ऐसे होने चाहिए जो पात्रों के व्यक्तित्व और परिवेश के अनुरूप हों। भाषा अत्यधिक साहित्यिक या कठिन होने के बजाय सरल और सुबोध होनी चाहिए ताकि आम दर्शक उसे सहजता से समझ सकें।

- **चरित्र चित्रण में सहायक :**

संवाद के माध्यम से ही पात्र का स्वभाव गुस्सैल, शांत, मजाकिया प्रकट होता है। प्रत्येक पात्र की भाषा शैली दूसरे से अलग होनी चाहिए, जिससे उनकी पहचान बनी रहे।

- **कहानी को आगे बढ़ाना :**

संवादों का मुख्य उद्देश्य केवल बातें करना नहीं, बल्कि कहानी को दूर तक ले जाना और अगले दृश्य के लिए आधार तैयार करना है। संवाद दृश्य को प्रवाहमय बनाते हैं और कहानी की गति बनाए रखते हैं।

- **संघर्ष और नाटकीयता :**

धारावाहिक में टकराव संवादों के माध्यम से ही उभरकर सामने आता है। छोटे-छोटे, तीखे और चुटीले संवाद दृश्यों में नाटक (Drama) पैदा करते हैं।

- **संक्षिप्तता और प्रभावशीलता :**

संवाद बहुत लंबे नहीं होने चाहिए, क्योंकि इससे दर्शक बोर हो सकते हैं। छोटे संवाद में अधिक बात कहना ही एक अच्छे संवाद लेखक की पहचान है।

- **उप-पाठ- अनकही बात :**

उत्तम संवाद वे होते हैं जो केवल शब्दों से न कहे जाएं, बल्कि पात्रों के हावभाव और मौन से भी कुछ कह रहे हों जिसे 'सबटेक्स्ट' कहते हैं।

- **धारावाहिक संवाद :**

धारावाहिक और फिल्म संवाद में अंतर होता है। फिल्मों के संवाद अक्सर छोटे और सीधे होते हैं, जबकि धारावाहिकों (Serials) में संवादों को लंबा खींचा जा सकता है, क्योंकि इसमें कहानी को लंबे समय तक चलाना होता है।

संक्षेप में, दूरदर्शन धारावाहिक में संवाद लेखन बहुत महत्वपूर्ण होते हैं। असल में संवाद ही धारावाहिक के प्राण कहे जा सकते हैं। दूरदर्शन धारावाहिक में संवाद पात्रानुकूल और प्रसंगानुकूल होने चाहिए, क्योंकि अगर संवाद पात्रानुकूल एवं प्रसंगानुकूल होंगे तो वह यथार्थ स्थितियों को उजागर करने में सफल होंगे। ऐसा करने से संवादों में जान आती है और सजीवता का समावेश हो जाता है। संवाद धारावाहिक के कथानक को गति प्रदान करते हैं। साथ ही संवाद पात्रों के चरित्र को भी उजागर करते हैं। इसलिए पात्रों के संवाद पात्रानुकूल होने चाहिए। दूरदर्शन धारावाहिक के संवादों में सहजता और सरलता होनी आवश्यक है, क्योंकि धारावाहिक देखनेवाले दर्शक हर एक वर्ग के होते हैं। इसलिए संवाद सहज, सरल, संप्रेषक एवं आकर्षक होने चाहिए, जो दर्शकों पर अपना प्रभाव छोड़ सके। अतः संवाद दूरदर्शन धारावाहिक का महत्वपूर्ण तत्व है।

6. भाषा :

धारावाहिक (Serial/Soap Opera) लेखन में भाषा एक अत्यंत महत्वपूर्ण तत्व है, क्योंकि यह केवल कहानी नहीं सुनाती, बल्कि पात्रों के व्यक्तित्व, परिवेश और दृश्यों को जीवंत करती है। धारावाहिक की भाषा का मुख्य उद्देश्य संवाद (Dialogue) के माध्यम से चाक्षुषता (Visuals) को स्पष्ट करना होता है। धारावाहिक लेखन में भाषा 'कही हुई बात' से ज्यादा 'दिखाए जाने वाले दृश्य' की सहायक होनी चाहिए।

धारावाहिक लेखन में भाषा प्रमुखतः इस प्रकार होनी चाहिए हैं: -

- **सरलता और सहजता :**

धारावाहिक के दर्शक वर्ग बहुत व्यापक होता है। इसलिए, भाषा ऐसी होनी चाहिए जो हर उम्र और पृष्ठभूमि के व्यक्ति को आसानी से समझ आ सके। क्लिष्ट शब्दों और लंबे, जटिल वाक्यों से बचना चाहिए। आम बोलचाल की भाषा (हिन्दुस्तानी) का प्रयोग सबसे उत्तम माना जाता है।

- **पात्रानुकूल भाषा :**

भाषा पात्र के चरित्र, सामाजिक पृष्ठभूमि, शिक्षा और मानसिक स्थिति को दर्शाती है। एक शिक्षित पात्र की भाषा एक अनपढ़ या ग्रामीण पात्र से भिन्न होनी चाहिए। बच्चे, बुजुर्ग, विलेन, या हास्य पात्रों के बोलने का लहजा अलग होना चाहिए।

- **संवादात्मकता :**

भाषा ऐसी हो जो संवाद (Dialogue) में प्राकृतिक लगे, न कि भाषण जैसी। छोटे और चुटीले संवाद दर्शकों को ज्यादा प्रभावित करते हैं। संवादों में भाव (Emotion) होना चाहिए, जो अभिनय को निखारे।

- **क्षेत्रीय या परिवेशीय रंग :**

कहानी जहाँ की है, वहाँ की भाषा की झलक (लहजा या खास शब्द) उसमें होनी चाहिए। इससे दृश्यों में वास्तविकता (Authenticity) आती है। उदाहरण: यदि धारावाहिक बनारस पर आधारित है, तो भाषा में वहाँ की बोलचाल का पुट होना चाहिए।

- **चाक्षुषता और दृश्यात्मकता :**

पटकथा की भाषा को केवल सुनाया नहीं जाता, बल्कि दिखाया जाता है। भाषा को दृश्य को चित्रित करने में मदद करनी चाहिए। वर्णन (Description) संक्षिप्त हो, लेकिन उसमें वातावरण का बोध हो।

- **प्रवाहमयता :**

कहानी और संवादों में एक प्रवाह होना चाहिए ताकि दर्शक एक एपिसोड से दूसरे एपिसोड तक जुड़े

रहें। भाषा के माध्यम से ही धारावाहिक में सस्पेंस और कौतूहल (Cliffhanger) पैदा किया जाता है।

- **भावनात्मक प्रभाव :**

भाषा के माध्यम से ही दर्शक पात्रों के सुख-दुःख से जुड़ते हैं। करुण, हास्य, या भयानक दृश्यों के अनुसार भाषा का चयन करना चाहिए।

संक्षेप में, दूरदर्शन धारावाहिक लेखन में भाषा यह तत्त्व सबसे महत्वपूर्ण तत्त्व माना जाता है। भाषा के बिना लिखना असंभव है। परंतु दूरदर्शन धारावाहिक की अपनी अलग भाषा होती है। जैसे हर माध्यम की अपनी-अपनी अलग भाषा होती है। दूरदर्शन धारावाहिक की भाषा के शब्द भी बोलते हैं, दृश्य भी बोलते हैं, साथही रंग भी, चेहरे भी, मौन भी और संगीत भी बोलता है। दूरदर्शन की भाषा की अपनी एक प्रकृति होती है। उसे आत्मसात किए बिना दूरदर्शन धारावाहिक लेखन असंभव है। दूरदर्शन धारावाहिक की भाषा पात्रानुकूल, प्रसंगानुकूल, भावानुकूल होनी चाहिए। जिसमें व्यंग्यात्मकता, हस्यात्मकता, मार्मिकता, गंभीरता, सहजता आदि विशेषताएँ होनी चाहिए क्योंकि सहज, सरल, संप्रेषणीय एवं प्रभावपूर्ण भाषा ही दर्शकों को आकर्षित एवं प्रभावित करती है। अतः दूरदर्शन धारावाहिक लेखन के लिए भाषा तत्त्व अनिवार्य है।

समग्र रूप से कह सकते हैं कि दूरदर्शन धारावाहिक के लेखन के लिए लेखक को उपर्युक्त तत्त्वों का गहराई से ज्ञान होना चाहिए तभी सफल दूरदर्शन धारावाहिक का निर्माण संभाव है।

2.3.2 पटकथा लेखन (Screen / Scriptwriting) :

प्रस्तावना :

पटकथा लेखन टीवी या डिजिटल मीडिया के लिए दृश्य –आधारित कहानी लिखने की कला है। एक प्रभावी पटकथा में निश्चित आरंभ, मध्य और अंत के साथ नाटकीय उतार-चढ़ाव, जीवंत पात्र और मनोरंजक संवाद होते हैं। यह सिर्फ संवाद नहीं, बल्कि दृश्यों का विस्तृत खाका है जो निर्देशक को कहानी जीवंत करने में मदद करता है। पटकथा लेखन का उद्देश्य एक ऐसी कहानी पेश करना है जो पर्दे पर दर्शकों का मनोरंजन कर सके और उन्हें भावनात्मक रूप से जोड़ सके।

‘पटकथा लेखन’ लेखन विधि की एक पद्धति है। किसी कहानी को दृश्य-श्रव्य माध्यम से प्रस्तुत करने के लिए पटकथा लिखी जाती है। वस्तुतः पटकथा किसी भी कार्यक्रम की पहली आवश्यकता होती है। किसी भी कार्यक्रम, धारावाहिक या फिल्म की सफलता असफलता पटकथा पर ही निर्भर होती है। कथा या कहानी को पटकथा में परिवर्तित किए बिना उसका दृश्य-श्रव्य रूपांतरण संभव नहीं होता। वस्तुतः पटकथा कैमरे से शूट कर पर्दे पर दिखाने के लिए लिखित कथा होती है। सिनेमा, शॉर्ट फिल्म अथवा टेलीविजन पर दिखाए धारावाहिक पटकथा के माध्यम से ही शूट किए जाते हैं। पटकथा में दिए गए निर्देशों के आधार पर ही अभिनय और फिल्मांकन किया जाता है। आधुनिक तकनीक और अनुसंधान के बल पर संचार माध्यमों का विकास बढ़ा

है। फलस्वरूप फिल्म, दूरदर्शन का व्यापक प्रचार-प्रसार हुआ है। इस कारण आज पटकथा लेखन का महत्व दिन-ब-दिन बढ़ने लगा है। इसलिए पटकथा लेखन को समझना और उसके लेखन की प्रविधि से अवगत होना काफी आवश्यक बन गया है।

‘पटकथा’ शब्द का अर्थ एवं परिभाषा :

पटकथा (Screenplay / Script) फिल्म, टीवी शो, या वीडियो के लिए लिखी गई वह विस्तृत रूपरेखा है, जिसमें दृश्यों, पात्रों के संवादों, क्रियाओं (actions) और उनके हाव-भाव का विवरण होता है। इसे पर्दे (पट) पर दिखाने के लिए लिखी गई कहानी (कथा) कहा जाता है, जो शूटिंग के लिए एक लिखित खाका (blueprint) का काम करती है।

पटकथा का अर्थ :

पट + कथा : ‘पट’ का अर्थ परदा (स्क्रीन) और ‘कथा’ का अर्थ कहानी है, अर्थात् परदे पर दिखाई जाने वाली कहानी। इसे अंग्रेजी में स्क्रीनप्ले या स्क्रिप्ट भी कहा जाता है। ‘पटकथा’ यह शब्द पट+कथा के संयोग से बना है। पटकथा इस शब्द पर विस्तार से विचार करते हुए प्रसिद्ध पटकथा लेखक मनोहर श्याम जोशी ने अपने पुस्तक ‘पटकथा लेखन’ में लिखा ‘पटकथा शब्द कथा और पट इन दो शब्दों के मेल से बना है। पट और कथा। कथा का मतलब आप सभी जानते हैं-कहानी। और पट का अर्थ होता है परदा।’ अर्थात्ब ऐसी कथा जो परदे पर दिखाई जाए।

पटकथा की परिभाषा :

- पटकथा कुछ और नहीं कैमरे से फिल्माकर परदे पर दिखाई जाने के लिए लिखी हुई कथा।

- सामान्य परिभाषा: पटकथा एक लिखित रचना है, जिसमें कैमरा, पात्रों के संवाद, अभिनय, दृश्यों के विवरण और दृश्यों के परिवर्तन को निश्चित प्रारूप में वर्णित किया जाता है। डॉ. महेंद्र मित्तल अपनी पुस्तक ‘भारतीय चलचित्र’ में पटकथा को परिभाषित करते हुए लिखते हैं- ‘दृश्य बिंबो के माध्यम से रचित कथा पटकथा कहलाती है और पटकथा लेखन को ही चित्र लेखन कहा जाता है।’

इस तरह से कह सकते हैं कि जो कथा परदे पर दिखाने के लिए जो ढाँचा (आलेख) तैयार किया जाता है। उसे पटकथा कहा जाता है। जैसे एक इमारत बनाने से पहले इंजिनियर उसकी ड्राईंग बनाता है और फिर वह इमारत बन जाती है। उसी प्रकार फिल्म रूपी बंगला बनाने के लिए पटकथा रूपी ड्राईंग बनानी पड़ती है।

पटकथा का स्वरूप :

पटकथा लेखन या स्क्रिप्ट लेखन, फीचर फिल्मों, टेलीविजन प्रस्तुतियों या वीडियो गेम जैसे जनसंचार माध्यमों के लिए स्क्रिप्ट लिखने की कला और शिल्प है। यह अक्सर एक स्वतंत्र पेशा होता है। पटकथा लेखक कहानी पर शोध करने, कथानक विकसित करने, पटकथा, संवाद लिखने और उसे निर्धारित प्रारूप में विकास अधिकारियों को सौंपने के लिए जिम्मेदार होते हैं। इसलिए पटकथा लेखकों का पटकथा की रचनात्मक दिशा और भावनात्मक प्रभाव पर, और संभवतः, तैयार फिल्म पर भी, बहुत अधिक प्रभाव होता है।

पटकथा लेखक या तो निर्माताओं को मौलिक विचार प्रस्तुत करते हैं, इस उम्मीद में कि उन्हें विकल्प के तौर पर खरीद लिया जाएगा या बेच दिया जाएगा; या किसी निर्माता द्वारा किसी अवधारणा या सच्ची कहानी से पटकथा बनाने या किसी मौजूदा पटकथा या साहित्यिक कृति, जैसे उपन्यास, कविता, नाटक, कॉमिक बुक या लघु कहानी से पटकथा को रूपांतरित करने के लिए नियुक्त किया जाता है। एक स्वतंत्र टेलीविजन लेखक आमतौर पर पहले से मौजूद टेलीविजन शो के लिए एक या अधिक एपिसोड लिखने का अनुबंध प्राप्त करने के लिए स्क्रिप्ट या अपने पिछले अनुभव और प्रतिष्ठा का उपयोग करता है। एपिसोड जमा करने के बाद, उसमें सुधार या परिष्करण की आवश्यकता हो सकती है।

किसी टीवी शो के लिए स्टाफ राइटर आमतौर पर कंपनी के भीतर ही काम करता है, एपिसोड लिखता और फिर से लिखता है। स्टाफ राइटर जिन्हें अक्सर स्टोरी एडिटर या प्रोड्यूसर जैसे अन्य पदनाम भी दिए जाते हैं शो के लहजे, शैली, पात्रों और कथानक को बनाए रखने के लिए एपिसोड स्क्रिप्ट पर समूह में और व्यक्तिगत रूप से दोनों तरह से काम करते हैं। धारावाहिक टेलीविजन श्रृंखलाओं में आमतौर पर एक बुनियादी आधार और सेटिंग होती है जो एक कहानी का इंजन बनाती है जो अलग-अलग एपिसोड, उपकथाओं और घटनाक्रमों को आगे बढ़ा सकती है। टेलीविजन शो के निर्माता नए टेलीविजन सीरीज के लिए पायलट एपिसोड और मूल स्क्रिप्ट लिखते हैं। वे शो के पात्रों, शैली और कथानक के सभी पहलुओं को बनाने और प्रबंधित करने के लिए जिम्मेदार होते हैं। अक्सर, शो के निर्माता शो रनर, मुख्य लेखक या कहानी संपादक के रूप में पूरी सीरीज के दौरान शो के दैनिक रचनात्मक निर्णयों के लिए जिम्मेदार रहते हैं।

पटकथा लेखन के लिए महत्वपूर्ण बातें :

पटकथा (Screenplay / script) फिल्म, नाटक या टेलीविजन की नींव या आधारशिला होती है, जो कहानी को दृश्य रूप (Visual form) में ढालती है। यह न केवल दृश्यों का विवरण देती है, बल्कि पात्रों के संवाद, अभिनय और तकनीकी पहलुओं को भी रेखांकित करती है, जिससे निर्देशक को फिल्म बनाने में दिशा मिलती है। अच्छी पटकथा दर्शकों को भावुक रूप से जोड़ती है और कहानी को यादगार बनाती है।

- **पटकथा लेखन के लिए महत्वपूर्ण बातें :**

- ❖ पटकथा लेखन एक जटिल प्रक्रिया है।

- ❖ पटकथा लेखन में सावधानी बरतनी आवश्यक होती है। संपूर्ण पटकथा लेखन 60 से 80 दृश्यों के

- ❖ अंतर्गत होता है। कुशल पटकथा लेखक का निर्माता, निर्देशक के साथ समन्वय एवं संप्रेषण होना चाहिए। साथ ही सिनेमा या धारावाहिक की पूरी जानकारी उसे होनी चाहिए।

- पटकथा लेखक को पटकथा लेखक की तकनीक आत्मसात करनी पड़ती है। तभी पटकथाकार एक सफल पटकथा का निर्माण कर सकता है। पटकथा लेखक के अच्छे प्रारंभ में तीन तत्त्व उत्सुकता, परिवर्तन, परिणाम समाहित होते हैं। जिससे धारावाहिक या सिनेमा के दर्शकों में रुची बनी रहती है।

- पटकथा में आयडिया महत्वपूर्ण होती है। पटकथा का संक्षिप्त रूप उसका आयडिया या केंद्रीय विचार ही होता है। उसके साथ पटकथा में प्रीमाइज अर्थात् नसीहत या शिक्षा भी महत्वपूर्ण होती है। क्योंकि प्रीमाइज (आधारिका) बता देती है कि पटकथा की थीम क्या है? देखनेवालों को क्या नसीहते मिलेगी? तो आयडिया से विषयवस्तु का पता चलता है।
- पटकथा का एक कंकाल होता है। अर्थात् स्टेप आऊटलाईन। यह पटकथा का ढाँचा प्रस्तुत करती है। जिससे यह स्पष्ट होता है कि सिनेमा में कितने दृश्य हैं और वे किस क्रम से आएंगे। महत्वपूर्ण संवाद कौन-कौनसे होंगे। इससे फिर शूट करने में आसानी होती है।
- पटकथा लेखन के दृश्यों को विशिष्ट प्रकारों के द्वारा लिखा जाता है। क्रमबद्ध तरीका और स्थापित तरीका इन दो प्रकारों के द्वारा पटकथा के दृश्य को लिखा जाता है।
- निर्माण का ब्लूप्रिंट : जैसे एक इमारत के लिए नक्शा जरूरी है, वैसे ही फिल्म के लिए पटकथा होती है। यह शूटिंग के दौरान निर्देशक, अभिनेता और पूरी टीम का मार्गदर्शन करती है।
- कहानी और दृश्य माध्यम यह साहित्य (कहानी) को सीधे दृश्यों और संवादों के माध्यम से दर्शकों तक पहुँचाने का काम करती है, जो केवल कल्पना को पर्दे पर उतारती है।
- भावनात्मक जुड़ाव- एक अच्छी तरह से लिखी गई पटकथा दर्शकों को पात्रों और कहानी से गहराई से जोड़ती है, जिससे वे फिल्म से जुड़ाव महसूस करते हैं।
- उत्पादन में समय और धन की बचत : पहले से लिखी और सोची गई पटकथा शूटिंग के समय अनावश्यक रिटेक (retakes) को कम करती है, जिससे समय और बजट दोनों की बचत होती है।
- पात्र और संरचना का विकास : यह कहानी को एक तार्किक संरचना प्रदान करती है, जिससे पात्रों के विकास और कहानी के प्रवाह को सही दिशा मिलती है।
- शोध और यथार्थता :- अच्छी पटकथा गहन शोध पर आधारित होती है, जो ऐतिहासिक या तकनीकी विषयों को वास्तविकता के साथ पर्दे पर उतारने में मदद करती है।

संक्षेप में, एक कमजोर कहानी भी अच्छी पटकथा के साथ बेहतरीन फिल्म बन सकती है, लेकिन एक कमजोर पटकथा पर कभी भी अच्छी फिल्म नहीं बन सकती।

पटकथा के लिए आवश्यक तत्व- पटकथा लेखन फिल्म या नाटक की नींव है, जिसके मुख्य तत्वों में कथानक, पात्र, संघर्ष, दृश्य (Scenes), और संवाद शामिल हैं। यह एक दृश्य-श्रव्य (Audio-Visual) माध्यम है, जो कहानी, घटनाओं और भावों को दृश्यों के माध्यम से पर्दे पर उतारती है।

पटकथा के प्रमुख तत्व:

- **कथानक - कहानी :**

यह कहानी का ढाँचा है, जिसमें एक निश्चित आरंभ, मध्य और अंत होता है। यह घटना प्रधान और

भावनात्मक उतार-चढ़ाव है किसी भी सिनेमा या धारावाहिक की पटकथा के लिए सबसे आवश्यक इकाई 'कहानी' है। कहानी के बिना पटकथा लेखन करना असंभव है। कहानी पर ही पटकथा और पटकथा पर ही सिनेमा की सफलता-असफलता निर्भर होती है। अतः पटकथा लेखन के लिए बेहतरीन कथा या कहानी का होना अनिवार्य है। पटकथा के लिए चयनित कहानी में कथा एवं पात्र प्रभावी एवं संघर्षशील होने चाहिए। साथ ही दर्शकों में जिज्ञासा जगानेवाली एवं प्रभावशाली होनी चाहिए। कहानी का मूल विचार या संदेश, जो पूरी पटकथा को एक सूत्र में पिरोता है।

● पात्र या चरित्र :

कहानी को आगे बढ़ानेवाले किरदार, जो आकर्षक और दोषपूर्ण होने चाहिए ताकि दर्शक उनसे जुड़ सकें। पटकथा के लिए चुनी कहानी के पात्र महत्वपूर्ण होते हैं। पटकथा में पात्रों को निर्देशन की दृष्टि से देखकर उसका चरित्र उभारा जाता है। पात्र के द्वारा ही पटकथा की कथा गतिशील होती है। सिनेमा के पात्र ही दर्शकों को आकर्षित कर पाठकों को प्रभावित करते हैं। इसलिए पटकथा लेखक को पात्रों के आंतरिक और बाह्य चरित्र पर विशेष सोच समझकर काम करना पड़ता है। अतः पटकथा लेखन में पात्र या चरित्र विशेष महत्वपूर्ण होते हैं।

● संवाद (Dialogues) : पात्रों की बातचीत।

(Dialogues) : पात्रों द्वारा बोली जाने वाली भाषा, जो स्वाभाविक, उद्देश्यपूर्ण और चरित्र के अनुसार होनी चाहिए। पटकथा दृश्य-श्रव्य माध्यम के लिए लिखी जाती है। इसमें परदे पर पात्र किसी तरह से उभरेंगे और कौन से संवाद से स्वयं को या दूसरों को प्रस्तुत करेंगे यह महत्वपूर्ण बात पटकथाकार को देखनी पड़ती है। इसलिए पटकथाकार लिखित कहानी, पात्र एवं घटना को ध्यान में रखकर संवादों की योजना बनाता है। संवाद पटकथा के प्राण होते हैं। पटकथा के संवाद पात्रानुकूल, प्रसंगानुकूल, संप्रेषणीय, प्रभावशाली होते हैं। जो सिनेमा में जान डाल देते हैं। अतः संवाद पटकथा के लिए अनिवार्य इकाई है। एक अच्छी पटकथा दृश्य-श्रव्य माध्यम के अनुसार लिखी जाती है, जहाँ दृश्यों और क्रियाओं को संवाद से अधिक महत्व दिया जाता है।

● देश काल वातावरण :

पटकथा लिखते समय पटकथाकार को दृश्य बनाते समय स्थान, समय, माहौल और घटना का ध्यान रखना अनिवार्य होता है। क्योंकि वातावरण या परिवेश के कारण कथा एवं पात्र प्रभावशाली बनते हैं। सिनेमा के परिवेश को उभारते समय पटकथाकार समय एवं स्थान का विशेष रूप से ध्यान रखता है। अतः कथा और पात्रों की प्रभावशाली प्रस्तुति के लिए देश-काल-वातावरण का ध्यान पटकथाकार को प्रमुखता से रखना पड़ता है।

● दृश्य संयोजन :

पटकथा की ईकाई दृश्य होती है। पटकथा कथानक को दृश्य में तोड़कर प्रस्तुत करती है। पटकथा लिखते समय दो दृश्यों के बीच कट टू लिखा जाता है। कट टू का मतलब होता है इस दृश्य को यही काटकर हम एक

अन्य घटनास्थलवाले दृश्य में जोड़ रहे हैं। जब फिल्म या कार्यक्रम को शूट कर लिया जाता है तो ऐसे दृश्यों को संपादन के समय एक सुसंगत क्रम में जोड़ लिया जाता है। यही दृश्य संयोजन है। कहानी या कथा को व्यवस्थित रूप से प्रस्तुत करने के लिए जीन दृश्यों का चयन किया जाता है। उन दृश्यों में उचित क्रम होना जरूरी है। जिससे दर्शकों की रुचि, उत्सुकता, जिज्ञासा अंत तक बनी रहे। पटकथा के दृश्यों का क्रम अगर उचित है, तो दर्शकों को निहित समस्याओं का समाधान मिलता है और वह सिनेमा या कार्यक्रम सफल बनाता है। इसलिए पटकथाकार को पटकथा लेखन में दृश्य संयोजन काफी आवश्यक बनता है। पटकथा में केवल वही लिखा जाता है जो स्क्रीन पर देखा या सुना जा सकता है। इसमें स्थान और समय का विवरण शामिल होता है।

2.3.3 डॉक्यूमेंटरी – अर्थ, परिभाषा और स्वरूप :

डॉक्यूमेंट्री (Documentary) का अर्थ वृत्तचित्र है, जो वास्तविक घटनाओं, व्यक्तियों या मुद्दों पर आधारित एक गैर-काल्पनिक फिल्म है। यह तथ्यात्मक जानकारी को रचनात्मक ढंग से प्रस्तुत करती है, जिसका उद्देश्य शिक्षा, रिकॉर्ड या जागरूकता फैलाना होता है। यह कल्पना पर नहीं, बल्कि प्रमाण और सत्य पर टीकी होती है वस्तुतः डॉक्यूमेंटरी दृश्य-श्रव्य संचार माध्यम है। जिसके माध्यम से किसी सूचना या तथ्य को दृश्य-श्रव्य रूप में दूसरों तक पहुँचाया जाता है। सूचना या तथ्य को दृश्य श्रव्य रूप में दूसरों तक पहुँचाते समय उसमें सृजनात्मकता एवं कलात्मकता का समावेश किया जाता है। जिससे दर्शक उससे प्रभावित हो कर सच्चे जीवन की कहानी को आत्मसात करता है। *house of secret*, *the Burari deaths* ये डॉक्यूमेंट्री बहुत प्रसिद्ध है ।

डॉक्यूमेंट्री के पर्यायवाची शब्द :

- वृत्तचित्र (Documentary film)
- दस्तावेजी फिल्म
- फिल्म पर आधारित तथ्य

अर्थ –

वस्तुतः डॉक्यूमेंटरी दृश्य-श्रव्य संचार माध्यम है। जिसके माध्यम से किसी सूचना या तथ्य को दृश्य-श्रव्य रूप में दूसरों तक पहुँचाया जाता है। सूचना या तथ्य को दृश्य श्रव्य रूप में दूसरों तक पहुँचाते समय उसमें सृजनात्मकता एवं कलात्मकता का समावेश किया जाता है। जिससे दर्शक उससे प्रभावित हो कर सच्चे जीवन की कहानी को आत्मसात करता है।

‘डॉक्यूमेंटरी’ मूलतः अंग्रेजी शब्द है। जिसे हिंदी भाषा में वृत्तचित्र कहा जाता है। अतः डॉक्यूमेंटरी वस्तुतः एक वृत्तचित्र है जो टेलीविजन की विभिन्न विधाओं में प्रमुख है। इसका अविर्भाव फ्रेंच में यात्राचित्रों के पर्याय में हुआ। इस अर्थ में वृत्तचित्र एक कथात्मक फिल्म है। जिसमें वास्तविक जीवन को चित्रित किया जाता है। अतः ‘डॉक्यूमेंटरी’ शब्द Document इस अंग्रेजी शब्द से बना है। जिसका अर्थ होता है दस्तावेज अर्थात् वह

दृश्य श्रव्य सामग्री है जो सच के प्रमाण के लिए दस्तावेज बनने की योग्यता रखती है। डॉक्यूमेंटरी अर्थात् वृत्तचित्र यह शब्द वृत्तचित्र के योग से बना है। वृत्त का अर्थ होता है- रिपोर्ट या समाचार और चित्र का अर्थ होता है दृश्यरूप। अर्थात् सच्चे तथ्य एवं घटनाओं तथा सूचनाओं पर आधारित दृश्य-श्रव्य सामग्री को वृत्तचित्र कहते हैं।

डॉक्यूमेंट्री की परिभाषा - ए. आर. फुल्टन ने वृत्तचित्र (डॉक्यूमेंट्री) को इस प्रकार परिभाषित किया है 'एक वृत्तचित्र न केवल जीवन के यथार्थ प्रतिपादन के ऊपर है बल्कि वह उसकी शुद्ध व्याख्या भी करता है। एक वृत्तचित्र उस समय तक कथात्मक चित्र की भाँति होती है, जब तक वह मानव जीवन की व्याख्या करता है। यह उस समय यात्रा-सूचकांक के सदृश्य है जब वह किसी स्थान विशेष का चित्रण करता है। वास्तव में वृत्तचित्र किसी विषय का एक समन्वित स्वरूप है।'

वृत्तचित्र एक ऐसी फिल्म या वीडियो है जो तथ्यों के आधार पर किसी घटना या व्यक्ति का विश्लेषण करती है। इस शब्द का प्रयोग दस्तावेजों से संबंधित किसी भी चीज़ के लिए किया जा सकता है। वृत्तचित्र का अर्थ 'दस्तावेजों से संबंधित' 19 वीं शताब्दी की शुरुआत में प्रचलित हुआ। बाद में, इसका अर्थ किसी चीज़ का तथ्यात्मक रिकॉर्ड बन गया।

वृत्तचित्र किसी न किसी घटना, तथ्य, सूचना, विषय पर आधारित होता है। उस घटना या विषयों से संबंधित सभी प्रकार की दृश्य (फोटो या व्हिडिओ) सामग्री को एक शृंखलाबद्ध क्रम से सुनियोजित कर लेते हैं और उसमें पीछे से पार्श्व वाचन या कमेंट्री के द्वारा आवाज (ध्वनि) भर दी जाती है। इस प्रकार किसी भी विषय पर कमेंट्री के साथ प्रदर्शित की गई फिल्म को वृत्तचित्र कहते हैं।

समग्र रूप से कह सकते हैं कि डॉक्यूमेंटरी का निर्माण वृत्तचित्र पर आधारित होता है। डॉक्यूमेंटरी फिल्म का उद्देश्य सूचना देना या प्रशिक्षित करना भी होता है। वृत्तचित्र यह विधा किसी सत्य घटना, प्रसंग, सूचना, व्यक्तिविशेष, प्रसंग विशेष पर आधारित होती है। हर विधा की तरह इसका भी कुछ न कुछ उद्देश्य जरूर होता है। वृत्तचित्र का उद्देश्य सूचना तथा घटना को तथ्यों के माध्यम से श्रोता या दर्शकों तक पहुँचाना होता है। अतः वृत्तचित्र दृश्य-श्रव्य संचार माध्यम की एक महत्वपूर्ण विधा कही जा सकती है, जो एक तथ्य से भरी फिल्म या ड्रामा भी कही जा सकती है। सामाजिक मुद्दों या अपराध की जांच करना (नेटफ्लिक्स की टू-क्राइम सीरीज़)।

डॉक्यूमेंट्री (वृत्तचित्र) का स्वरूप :

गैर-काल्पनिक फिल्मों का एक ऐसा रूप है जो वास्तविकता, वास्तविक घटनाओं, लोगों और स्थानों को दर्शाती है। यह मनोरंजन के बजाय सूचना देने, शिक्षित करने या किसी मुद्दे के प्रति जागरूक करने के उद्देश्य से बनाई जाती है।

डॉक्यूमेंट्री के स्वरूप को निम्नलिखित बिंदुओं के अंतर्गत समझा जा सकता है :

- वास्तविकता पर आधारित : यह काल्पनिक कहानियों के बजाय सत्य घटनाओं, ऐतिहासिक तथ्यों या सामाजिक मुद्दों पर केंद्रित होती है।
- दस्तावेजीकरण (Documenting) : इसका मुख्य उद्देश्य जीवन या किसी विषय के विशेष पहलू को 'दस्तावेज़' के रूप में रिकॉर्ड करना है।
- विविध शैलियाँ : डॉक्यूमेंट्री के विभिन्न रूप होते हैं, जैसे:
- व्याख्यात्मक (Expository) : इसमें वॉइसओवर और कमेंट्री के माध्यम से जानकारी दी जाती है।
- अवलोकन (Observational) : कैमरा वास्तविक जीवन को वैसे ही रिकॉर्ड करता है जैसे वह घटित हो रहा है, बिना हस्तक्षेप के।
- संवादात्मक (Interactive) : फिल्म निर्माता खुद स्क्रीन पर आकर या साक्षात्कार (Interview) के माध्यम से विषय को समझाता है।
- प्रदर्शन (Performative) : इसमें निर्माता के व्यक्तिगत दृष्टिकोण को प्राथमिकता दी जाती है।
- तकनीकी घटक : इसमें A-roll (मुख्य साक्षात्कार) और B-roll (प्रासंगिक फुटेज) का उपयोग करके दृश्य प्रभाव पैदा किया जाता है।
- शोध और पटकथा (Research and Script) : फिल्म निर्माण से पहले गहन शोध किया जाता है और एक पटकथा (स्क्रिप्ट) तैयार की जाती है।
- उद्देश्य : सामाजिक मुद्दों, व्यक्तिगत अधिकारों, या अज्ञात विषयों पर जागरूकता फैलाना।

संक्षेप में, डॉक्यूमेंट्री का स्वरूप 'सत्य' और 'कलात्मकता प्रस्तुति' का मिश्रण है।

डॉक्यूमेंट्री की विशेषताएँ :

डॉक्यूमेंट्री (वृत्तचित्र) की मुख्य विशेषताएँ निम्नलिखित हैं, जो इसे काल्पनिक फिल्मों से अलग बनाती हैं:

1. वास्तविकता पर आधारित (Based on Reality) :

डॉक्यूमेंट्री का सबसे प्रमुख गुण यह है कि यह काल्पनिक न होकर वास्तविक जीवन की घटनाओं, व्यक्तियों, या मुद्दों पर आधारित होती है। साथ ही वृत्तचित्र यथार्थता के साथ जुड़े होते हैं। वृत्तचित्र वास्तविक चरित्र और वास्तविक प्रसंग या घटना पर केंद्रित होते हैं। किसी भी डॉक्यूमेंट्री का उद्देश्य सच्चाई तक पहुँचना होता है और सच्चाई यथार्थता से जुड़ी होती है। वृत्तचित्र में काल्पनिकता को कोई जगह नहीं होती। वृत्तचित्र के विषय यथार्थ चरित्र, यथार्थ प्रसंग या घटनाओं को ही चित्रित करते हैं। वृत्तचित्र के पात्र भी यथार्थता से जुड़े होते हैं। जो जीवन की वास्तविकता का चित्रण करते हैं।

2. शिक्षा और सूचना (Education and Information) :

इनका मुख्य उद्देश्य दर्शकों को शिक्षित करना, सूचित करना, जागरूक करना या किसी विशेष विषय की गहराई से जानकारी देना होता है।

3. दस्तावेजीकरण (Documentation) :

यह किसी विषय का रिकॉर्ड बनाए रखने के लिए, ऐतिहासिक या सांस्कृतिक महत्व की चीजों को 'दस्तावेज़' (document) के रूप में प्रस्तुत करती है।

4. साक्षात्कार और शोध (Interviews and Research) के लिये संकलन एवं क्रमबद्धता :

डॉक्युमेंटरी अर्थात् वृत्तचित्र में संकलन और क्रमबद्धता पायी जाती है। वृत्तचित्र में इस पर विशेष ध्यान दिया जाता है। वृत्तचित्र के लिए संकलित की गई सामग्री को अनुसंधान, आलेख, साक्षात्कार में महत्व रखते हैं। वृत्तचित्र में उचित योजना, उचित क्रम में रखने से सृजनात्मकता का निर्माण होती है और वृत्तचित्र प्रभावशाली रूप से प्रस्तुत होते हैं। इसमें विशेषज्ञों, चरमदीनों या संबंधित लोगों के साक्षात्कार और गहन शोध (research) का उपयोग किया जाता है। वृत्तचित्र के लिए सामग्री का संकलन करना महत्वपूर्ण होता है। संकलित की गई सामग्री को उचित क्रम में रखने से वृत्तचित्र में सृजनात्मकता का निर्माण होता है और वृत्तचित्र प्रभावशाली रूप से प्रस्तुत होते हैं। संकलित सामग्री की क्रमबद्धता के कारण वृत्तचित्र की विषयवस्तु दर्शकों तक सहज रूप से पहुँच पाती है। इसलिए वृत्तचित्र में संकलन और क्रमबद्धता की ओर विशेष ध्यान दिया जाता है। अतः प्रभावशाली अनुसंधान, आलेख, साक्षात्कार के लिए वृत्तचित्र की संकलन एवं क्रमबद्धता विशेष उपयोग में आती है। अनुसंधान, आलेख, उचित योजना, सृजनात्मकता, सच्चाई आदि की आवश्यकता होती है।

5. सामाजिक/सांस्कृतिक विषय (Social / Cultural Themes) :

डॉक्युमेंटरी का विषय अक्सर सामाजिक, ऐतिहासिक, वैज्ञानिक, या आर्थिक मुद्दों से संबंधित होता है, जो समाज को प्रभावित करते हैं।

6. साक्ष्य के रूप में फुटेज (Archival Footage) :

इसमें ऐतिहासिक फुटेज, तस्वीरों और वास्तविक रिकॉर्डिंग का उपयोग किया जाता है।

7. सत्य के करीब (Close to Truth) और सृजनात्मकता :

यह विषय का यथार्थवादी चित्रण करने का प्रयास करती है। वृत्तचित्र मूलतः सत्य घटना या प्रसंग या पात्र की धरातल पर खड़े होते हैं। सत्य या सच्चाई का उद्घाटन वृत्तचित्र के मूल में होता है। वृत्तचित्र में व्हिडिओ ऑडिओ का समावेश होता है। वृत्तचित्र में पहले फोटो या घटनाओं का संकलन किया जाता है और बाद में ऑडिओ रूप में पीछे से आवाज दी जाती है। इस प्रक्रिया से गुजरते समय वृत्तचित्रकार को चित्र, व्हिडिओ

और ऑडिओ को नए तरीके से प्रस्तुत करना पड़ता है। जिसमें एक सृजनात्मकता का समावेश दिखाई देता है। साक्ष्य के रूप में ऐतिहासिक फुटेज, तस्वीरों और वास्तविक रिकॉर्डिंग का उपयोग किया जाता है। अतः सृजनात्मकता के कारण दर्शक तक सच्चाई कलात्मक ढंग से पहुँचाई जाती है। जिससे दर्शक डॉक्युमेंटरी से प्रभावित होता है। अतः सृजनात्मकता डॉक्युमेंटरी की ये एक विशेषता कहीं जा सकती है।

8. भाषा :

वृत्तचित्र में भाषा का भी विशेष महत्त्व होता है। इसकी भाषा सारगर्भित या मार्मिक होती है साथ ही प्रसंगानुकूल, पात्रानुकूल भी होनी चाहिए। डॉक्युमेंट्री की भाषा तथ्यात्मक (factual), वर्णनात्मक (descriptive), और सीधी (direct) होती है, जो वास्तविकता को दर्शाने के लिए वाइसओवर, साक्षात्कारों (interviews) और दृश्य-श्रव्य (audio-visual) साक्ष्यों का उपयोग करती है। यह आमतौर पर एक संवादात्मक, शिक्षाप्रद और तार्किक शैली अपनाती है, जो दर्शकों को सूचित करने और किसी विषय पर राय बनाने के लिए डिज़ाइन की जाती है। वृत्तचित्र की भाषा से कम से कम शब्दों में जादा से ज्यादा अर्थ की अभिव्यक्ति होनी चाहिए। अर्थात् वृत्तचित्र की भाषा में गागर में सागर भरने की कला होनी चाहिए। वृत्तचित्र की भाषा दृश्य की सहवर्ती होनी चाहिए क्योंकि वृत्तचित्र में दृश्य काफी महत्वपूर्ण होते हैं। अतः वृत्तचित्र की भाषा सहज, सरल, प्रभावशाली एवं सहज संप्रेषणीय होनी चाहिए क्योंकि साक्ष्य के रूप में ऐतिहासिक फुटेज, तस्वीरों और वास्तविक रिकॉर्डिंग का उपयोग किया जाता है। ये विशेषताएँ एक डॉक्युमेंटरी को न केवल ज्ञानवर्धक बल्कि प्रभावशाली भी बनाती हैं।

2.3.4 वेब सीरीज :

प्रस्तावना :

भारत में हिंदी भाषा को सबसे ज्यादा लोग बोलते और समझते हैं इसलिए आज दर्शकों की मांग के अनुसार हिंदी वेब सीरीज का प्रचलन काफी बढ़ गया है। अतः वेब सीरीज लोकप्रिय बन गई है। आधुनिक डिजिटल युग में, मनोरंजन का परिदृश्य तेजी से बदला है, और इस बदलाव में 'वेब सीरीज' (Web Series) ने एक प्रमुख स्थान बना लिया है। आज मनुष्य भाग-दौड़ के युग में काफी व्यस्त हो गया है। इसी बीच वह हर रोज अपने नियमित समय पर घर लौटने पर मन को बहलाने के लिए अपने निजी कामों से टी.व्ही. या मोबाईल देखता रहता है। समय की कमी के कारण वह सीमित अवधि के कार्यक्रम देखना अधिक पसंद करता है। कभी वह गीत सुनता है, फिल्म देखता है, मनोरंजनपरक हास्य कार्यक्रम, तो कभी वह वेब सीरीज देखता है और अपने मन को बहलता है। वर्तमान समय में टी. वी. या मोबाईल पर वह जब समय मिलता है तब रूचि के अनुसार जादा से ज्यादा वेब सीरीज देखता है। इसलिए आज आधुनिक मानव फिल्म, नाटक की अपेक्षा वेब सीरीज की ओर ज्यादा आकर्षित हो रहा है। इसलिए वर्तमान समय में वेब सीरीज का महत्त्व दिन-ब-दिन बढ़ता हुआ नजर आ रहा है। हिंदी में सबसे लोकप्रिय और सर्वश्रेष्ठ वेब सीरीज में मिर्ज़ापुर, द फैमिलीमैन, सेक्रेड गेम्स, पंचायत (Prime Video), स्कैम 1992 (Sonly), क्रिमिनल जस्टिस (Hot star), दिल्ली क्राइम (Netflix),

और कोटा फैक्ट्री (YouTube/Netflix) असुर, आश्रम, स्पेशल ऑप्स, राख भी शामिल हैं। ये सीरीज़ सस्पेंस, ड्रामा, कॉमेडी और क्राइम थ्रिलर शैली में दर्शकों को बहुत पसंद आ रही हैं।

- **वेब सीरीज : अर्थ, परिभाषा /संकल्पना एवं स्वरूप :**

वेब सीरीज एक दृश्य-श्रव्य माध्यम है। जिसे देखा और सुना जा सकता है। वेब सीरीज की बढ़ती लोकप्रियता के कारण वेब सीरीज क्या है? कैसे होती है? इसके विषय कौन से हो सकते हैं? इसका प्रस्तुतीकरण कैसे होता है? इसका निर्माण कैसे किया जाता है? यह देखना भी आवश्यक है।

डिजिटल युग में मनोरंजन के साधनों में वेब सीरीज (Web Series) ने एक क्रांतिकारी बदलाव ला दिया है। यह इंटरनेट के माध्यम से प्रसारित होने वाली वीडियो सामग्री का एक आधुनिक रूप है।

यहाँ वेब सीरीज का विस्तृत विवरण दिया गया है:

1. **वेब सीरीज का अर्थ :**

वेब सीरीज का शाब्दिक अर्थ है 'इंटरनेट पर प्रसारित होनेवाली श्रृंखला'। यह ऐसी वीडियो श्रृंखला (series) होती है जिसे विशेष रूप से डिजिटल प्लेटफॉर्म या ओटीटी (OTT - Over-the-Top) प्लेटफॉर्म (जैसे- Netflix, Amazon Prime, Hot star, YouTube) पर देखने के लिए बनाया जाता है।

- **वेब (Web) :** इंटरनेट/डिजिटल माध्यम।
- **सीरीज (Series) :** एक ही कहानी या विषय पर आधारित कई कड़ियों (Episodes) का समूह।

2. **वेब सीरीज की परिभाषा /संकल्पना :**

वेब सीरीज, वीडियो कंटेंट की एक ऐसी श्रृंखला (series) है जिसे विशेष रूप से इंटरनेट के माध्यम से प्रसारित करने के लिए बनाया जाता है। यह टेलिविज़न धारावाहिकों के विपरीत, ओटीटी (OTT - Over-the-Top) प्लेटफॉर्मों जैसे Netflix, Amazon Prime, Disney+ Hot star, YouTube पर रिलीज होती है।

वेब सीरीज की संकल्पना पारंपरिक टीवी सीरियल से बिल्कुल अलग है। यह 'ऑन-डिमांड' (On-demand) मनोरंजन पर आधारित है, जहाँ दर्शक अपनी सुविधानुसार, कभी भी और कहीं भी इसे देख सकते हैं।

- **मूल विषय:** यह सामान्यतः एक लंबी कहानी को कई कड़ियों में बांटकर प्रस्तुत करती है।
- **डिजिटल-प्रथम (Digital-First):** इसे टेलीविजन या सिनेमा हॉल के बजाय इंटरनेट पर रिलीज करने के लिए ही बनाया जाता है।
- **स्वतंत्रता :** इसमें टीवी की तुलना में अधिक रचनात्मक स्वतंत्रता होती है, क्योंकि इस पर सेंसर बोर्ड के सीधे नियम लागू नहीं होते हैं।

3. वेब सिरीज का स्वरूप :

वेब सिरीज के स्वरूप को निम्नलिखित बिंदुओं से समझा जा सकता है:

- एपिसोडिक संरचना (Episodic Structure) : एक सिरीज में आमतौर पर 5 से 10 एपिसोड होते हैं और हर एपिसोड में कहानी आगे बढ़ती है।
- सीमित एपिसोड्स : टीवी सीरियल की तरह वेब सिरीज हजारों एपिसोड तक नहीं चलती, बल्कि यह आम तौर पर एक या दो सीजन में समाप्त हो जाती है। वेब सिरीज मौटे तर पर दो मिनिट से पैतीस-चालीस मिनिट की एक कड़ी हो सकती है।
- उच्च गुणवत्ता (High Quality) : इनकी सिनेमैटोग्राफी लेखन और अभिनय गुणवत्ता अक्सर फिल्मों के स्तर की होती है।
- विभिन्न विधाएं – वेब सिरीज में थ्रिलर, ड्रामा, कॉमेडी, सस्पेंस, और डॉक्यूमेंट्री जैसे विभिन्न प्रकार की शैलियाँ शामिल होती हैं।
- इंटरैक्टिव (Interactive) : ओटीटी प्लेटफॉर्म पर दर्शक अपनी पसंद की भाषा, सबटाइटल और प्लेबैक गति चुन सकते हैं।
- वेब सिरीज इंटरनेट के माध्यम से ही डिजिटल प्लेटफॉर्म पर प्रसारित की जाती है।
- वेब सिरीज यूट्यूब, हॉटस्टार, अमेज़ॉन आदि डिजिटल प्लेटफॉर्म के माध्यम से ही देखी जा सकती है।
- वेब सिरीज के दर्शक वर्ग अपनी सुविधा एवं समय के अनुसार देख सकता है। टी.व्ही. सीरीयल की तरह वेब सिरीज का समय निश्चित नहीं रहता इसलिए उसे दर्शक कभी भी देख सकते हैं।
- वेब सीरीज को देखने के लिए इंटरनेट और इंटरनेट से जुड़े साधनों की जानकारी आवश्यक होती है। तभी दर्शक इंटरनेट के माध्यम से उन साधनों (मोबाईल, संगणक, आदि) के जरीए वेब सीरीज देख सकता है। इसके लिए उसे वेब सीरीज के प्लैटफॉर्म को सबस्क्राइब करना पड़ता है।
- मौटे तौर पर वेब सीरीज युवा वर्ग को केंद्र में रखकर बनाई जाती है। युवा वर्ग की रुचि के अनुसार विविध विषयों के द्वारा वेब सिरीज को प्रभावशाली रूप से स्टुडिओ में रेकॉर्ड किया जाता है।
- वेब सीरीज को एक साथ या एक सप्ताह में किसी एक एपिसोड को डिजिटल प्लेटफॉर्म पर अपलोड किया जाता है। जिसे दर्शक अपनी सुविधा के अनुसार देखता है।
- वेब सीरीज लेखन करते समय वेब सीरीज लेखक को समय, स्टुडिओ, कैमेरा, कथानक, संवाद, अभिनय, पात्र, भाषा, आदि बातों की जानकारी होना अत्यंत आवश्यक है।

- वेब सीरीज नाटकीय, कॉमेडी, हास्यात्मकता, सस्पेन्स, रोमांटिक, अक्शन, हॉर, व्हायलेन्स, आदि प्रकार की हो सकती है।
- वेब सीरीज बनाने या लिखने के लिए वेब सीरीज लेखक को दृश्य-श्रव्य माध्यम की सारी जानकारी होनी आवश्यक होती है। जैसे दृश्य माध्यम की भाषा, कैमेरा, निर्माता, निर्देशक, पत्रों की वेशभूषा पात्रों का अभिनय, दृश्य संयोजन आदि।

अतः प्रभावशाली वेब सीरीज बनाते समय निर्माता और लेखक को दृश्य, कथानक, पात्र, संवाद और भाषा पर बारकाई से काम करना आवश्यक बनता है। समग्र रूप से कह सकते हैं कि वेब सीरीज वर्तमान युग का एक युवा प्रिय दृश्य-श्रव्य माध्यम है, जिसने आज के युवकों को अपनी ओर आकर्षित एवं प्रभावित किया है। वेब सीरीज मनोरंजन का एक ऐसा सशक्त माध्यम बन गई है, जो अपनी आकर्षक कहानी, उच्च गुणवत्ता और डिजिटल पहुँच के कारण युवा पीढ़ी के बीच बहुत लोकप्रिय है

2.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न :

(अ) निम्नलिखित वाक्य के नीचे दिए गए विकल्प में से उचित विकल्प चुनकर वाक्य फिर से लिखिए।

1. दूरदर्शन का राष्ट्रीय टेलीविजन नेटवर्क है।,

अ) भारत	आ) जपान
इ) रशिया	ई) चीन
2. दूरदर्शन माध्यम है।

अ) दृश्य	आ) श्रव्य
इ) दृश्य-श्रव्य	ई) मुद्रित
3. भारत में सबसे लोकप्रिय संचार माध्यम है।

अ) रेडिओ	आ) समाचार पत्र
इ) दूरदर्शन	ई) डॉक्यूमेंटरी
4. दूरदर्शन शब्द का पर्याय है।

अ) टेलिविजन	आ) रेडिओ
इ) फिल्म	ई) डॉक्यूमेंटरी
5. दूरदर्शन भारत का नियमित सेवा प्रसारक है

अ) सार्वजनिक	आ) वैयक्तिक
--------------	-------------

5. दृश्य संयोजन - दृश्यों का उचित क्रम
6. टेली विजन - दूर का देखना
7. सीरियल - धारावाहिक
8. एपिसोड - कड़ियाँ या
9. ओटीटी (OTT - Over-the-Top)

2.6 स्वयं अध्ययन प्रश्न के उत्तर :

- | | | |
|------------------|--------------------|--------------------|
| 1. अ) भारत | 2. इ) दृश्य-श्रव्य | 3. इ) दूरदर्शन |
| 4. अ) टेलिविजन | 5. अ) सार्वजनिक | 6. इ) डॉक्यूमेंटरी |
| 7. इ) वृत्तचित्र | 8. अ) पटकथा | 9. अ) सत्य |
| 10. अ) कथा | 11. अ) डिजिटल | |

2.7 सारांश :

- दूरदर्शन धारावाहिक एक दृश्य-श्रव्य माध्यम है।
दूरदर्शन अर्थात् टेली विजन जिसका अर्थ है दूर का दर्शन करना या दूर का देखना।
- दूरदर्शन धारावाहिक अर्थात् टेली विजन पर प्रसारित होनेवाले धारावाहिक। धारावाहिक ऐसी नाटकीय कथा को कहते हैं, जिसे किशतों में विभाजित कर उन किशतों को टेली विजन या रेडिओ पर एक-एक करके दैनिक, साप्ताहिक, मासिक या किसी अन्य क्रम के अनुसार प्रस्तुत किया जाता है।
- दूरदर्शन धारावाहिक लेखन के लिए कथानक या विषयवस्तु, विचार तत्व, दृश्य संयोजन, पात्र चरित्र-चित्रण, संवाद, भाषा-शैली आदि तत्त्वों की आवश्यकता होती है।
- दूरदर्शन धारावाहिक लेखन का कथानक का विषय पारिवारिक, सामाजिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक, धार्मिक, दार्शनिक, ऐतिहासिक, तिलस्मी, अय्यारी, पौराणिक आदि से संबंधित हो सकती है।
- पटकथा (Screenplay) फिल्म, नाटक या टेलीविजन की नींव या आधारशिला होती है, जो कहानी को दृश्य रूप (Visual form) में ढालती है। पटकथा एक कंकाल होता है। अर्थात् स्टेप आउटलाइन। यह पटकथा का ढाँचा प्रस्तुत करती है। जिससे यह स्पष्ट होता है कि सिनेमा में कितने दृश्य हैं और वे किस क्रम में क्रम से आएंगे। महत्वपूर्ण संवाद कौन-कौन से होंगे।
- पटकथा के दृश्यों को क्रमबद्ध तरीका और स्थापित तरीका इन दो पद्धतियों से लिखा जाता है।
- पटकथा लेखन के लिए कहानी, पात्र, संवाद, देश-काल-वातावरण, दृश्य संयोजन आदि घटक महत्वपूर्ण होते हैं।

- वस्तुतः डॉक्युमेंटरी दृश्य-श्रव्य माध्यम है। जिसके माध्यम से किसी सूचना या तथ्य को दृश्य-श्रव्य रूप में दूसरों तक पहुँचाया जाता है। सूचना या तथ्य को दृश्य-श्रव्य रूप में दूसरों तक पहुँचाते समय सूचनात्मकता एवं कलात्मकता का समावेश हो जाता है।
- वास्तविकता पर आधारित (Based on Reality) : डॉक्युमेंटरी का सबसे प्रमुख गुण यह है कि यह काल्पनिक न होकर वास्तविक जीवन की घटनाओं, व्यक्तियों, या मुद्दों पर आधारित होती है।
- डॉक्युमेंटरी एक वृत्तचित्र है। जिसमें यथार्थता, सूचनात्मकता, संकलन एवं क्रमबद्धता एवं सारगर्भित भाषा आदि विशेषताएँ पायी जाती है।
- वेब सिरीज की संकल्पना पारंपरिक टीवी सीरियल से बिल्कुल अलग है। यह 'ऑन-डिमांड' (On-demand) मनोरंजन पर आधारित है, जहाँ दर्शक अपनी सुविधानुसार, कभी भी और कहीं भी इसे देख सकते हैं।
- वेब सीरीज इंटरनेट के माध्यम से वेब पेज पर दिखाई देनेवाला धारावाहिक या दृश्य-श्रव्य कडियों की एक श्रृंखला होती है। इसे वेब श्रृंखला या वेब शो भी कहा जाता है।

2.8 स्वाध्याय :

(अ) दीर्घोत्तरी प्रश्न

1. दूरदर्शन धारावाहिक लेखन पर विस्तार से प्रकाश डालिए।
2. पटकथा लेखन का स्वरूप बताकर पटकथा लेखन के तत्त्व बताएं।
3. डॉक्युमेंटरी का स्वरूप बता कर उसकी विशेषताओं पर प्रकाश डालिए।
4. वेब सिरीज के स्वरूप पर प्रकाश डालिए।

(ब) लघुत्तरी प्रश्न

1. दूरदर्शन धारावाहिक लेखन के तत्त्व स्पष्ट कीजिए।
2. पटकथा के स्वरूप को संक्षेप में लिखिए।
3. डॉक्युमेंटरी की विशेषताएँ स्पष्ट कीजिए।
4. वेब सिरीज का स्वरूप स्पष्ट कीजिए।

2.9 क्षेत्रीय कार्य :

- दूरदर्शन धारावाहिक- 'क्योंकि सास भी कभी बहू थी', 'तारक मेहता का उल्टा चश्मा', 'CID'।

हम पांच, बुनियाद, ये रिश्ता क्या कहलाता है, कुसुम, बालिका वधू, सावधान इंडिया, महाभारत, रामायण, भीम, शक्तिमान, प्रत्यक्ष देखे।

- और हिंदी में सबसे लोकप्रिय और सर्वश्रेष्ठ वेब सीरीज में मिर्ज़ापुर, द फैमिलीमैन, सेक्रेड गेम्स, पंचायत (Prime Video), स्कैम 1992 (Sonly), क्रिमिनल जस्टिस (Hotstar), दिल्ली क्राइम (Netflix), और कोटा फैक्ट्री (YouTube / Netflix) असुर, आश्रम, स्पेशल ऑप्स, राख प्रत्यक्ष देखे।
- Aarushi beyond reasonable doubt डॉक्युमेंटरी को प्रत्यक्ष देखे और उसका अवलोकन करें।
- दूरदर्शन धारावाहिक, डॉक्युमेंटरी, वेब सीरीज जहाँ पर रेकॉर्ड की जाती है, उसे भेंट दें। रेकॉर्डिंग की तकनीकी प्रविधि से अवगत हो।
- छात्र प्रत्यक्ष रूप से छोटे समयवाली डॉक्युमेंटरी बनाने का प्रयास करें।

2.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए :

1. मुंबई फिल्म सिटी, हैदराबाद फिल्म इंडस्ट्रीज को भेंट दें और वहा पटकथा के रेकॉर्डिंग को प्रत्यक्ष देखे और समझे।
2. प्रसिद्ध पटकथा लेखक को मिले और उनका साक्षात्कार लेने का प्रयास करें। सलीम जावेद, गुलजार, विदू विनोद चोप्रा, अनुराग कश्यप,
3. छात्र प्रत्यक्ष रूप से पटकथा लेखन, दूरदर्शन धारावाहिक लेखन, वेब सीरीज लेखन तथा डॉक्युमेंटरी लेखन करने का प्रयास करें।

□□□

घटक 3

संभाषण कला

अनुक्रम

- 3.1 उद्देश्य
- 3.2 प्रस्तावना
- 3.3 विषय विवेचन
 - 3.3.1 संभाषण का अर्थ एवं स्वरूप
 - 3.3.2 संभाषण कला के प्रमुख तत्त्व
 - 3.3.2.1 भाषा ज्ञान
 - 3.3.2.2 मानक उच्चारण
 - 3.3.2.3 सटीक प्रस्तुति
 - 3.3.2.4 अंतराल
 - 3.3.2.5 ध्वनि वेग
 - 3.3.2.6 वेग
 - 3.3.2.7 लहजा
 - 3.3.3 संभाषण कला की उपयोगिता
 - 3.3.3.1 प्रभावी अभिव्यक्ति
 - 3.3.3.2 आत्मविश्वास में वृद्धि
 - 3.3.3.3 नेतृत्व क्षमता का विकास
 - 3.3.3.4 संबंधों में प्रगाढ़ता
 - 3.3.3.5 विवादों का समाधान
 - 3.3.3.6 वाद-विवाद और तर्क क्षमता

- 3.3.3.7 व्यक्तित्व विकास
- 3.3.3.8 करियर और पेशेवर सफलता
- 3.3.3.9 सामाजिक और व्यक्तिगत संबंध
- 3.3.3.10 जन संवाद
- 3.3.3.11 अवसरों की प्राप्ति

3.3.4 संभाषण कला के विविध रूप

- 3.3.4.1 उद्घोषणा
- 3.3.4.2 समालोचना
- 3.3.4.3 सूत्रसंचालन

3.4 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ

3.5 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न

3.6 सारांश

3.7 स्वयं अध्ययन के प्रश्नों के उत्तर

3.8 स्वाध्याय

3.9 क्षेत्रीय कार्य

3.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए

3.1 उद्देश्य :

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप,

- ◆ संभाषण के अर्थ और स्वरूप को जान सकेंगे।
- ◆ संभाषण कला के प्रमुख तत्वों से परिचित होंगे।
- ◆ संभाषण कला की उपयोगिता से परिचित हो सकेंगे।
- ◆ संभाषण कला के विभिन्न रूपों से परिचित हो सकेंगे।

3.2 प्रस्तावना :

संभाषण का सामान्य अर्थ है दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच होने वाली बातचीत या वार्तालाप। यह मानवीय संबंधों को मजबूत करने और विचारों, भावनाओं या सूचनाओं को साझा करने का एक प्रभावी माध्यम है। मनुष्य अपने भाव तथा विचारों के परस्पर आदान-प्रदान के लिए भाषा का उपयोग करता है। वार्तालाप हेतु कम-से-कम दो व्यक्ति का होना आवश्यक है। जिसमें बोलेनेवाला (वक्ता) तथा सुननेवाला (श्रोता) का समावेश होता है। विचारों की अभिव्यक्ति का माध्यम भाषा होती है। आमने-सामने की बातचीत में संप्रेषण केवल भाषा से ही नहीं होता, अपितु विभिन्न चेष्टाओं से भी होता है।

मनुष्य सामाजिक प्राणी है। वह अपनी इच्छा, विचार एवं भावनाओं को व्यक्त करने हेतु अपनी भाषा का उपयोग करता है। मनुष्य अपने व्यक्तिगत और सामाजिक व्यवहार, संभाषण के माध्यम से करता है। वह अपनी इच्छा, विचार एवं भावनाओं को व्यक्त करने एवं उपदेश या सलाह देने हेतु संभाषण का प्रयोग करता है। संभाषण व्यक्ति के समाजीकरण हेतु आवश्यक होता है। अर्थात् व्यक्ति से समष्टि की ओर मनुष्य संभाषण के द्वारा अग्रसर होता है।

3.3 विषय विवेचन :

3.3.1 संभाषण का अर्थ एवं स्वरूप :

संभाषण शब्द को अंग्रेजी में 'Conversation' कहा जाता है। संभाषण का सामान्य अर्थ है बातचीत अथवा वार्तालाप। संस्कृत के 'भाष' धातु में 'ल्युट' प्रत्यय (अन) लगाने से भाषण शब्द की व्युत्पत्ति होती है। इससे पहले 'सम' उपसर्ग जोड़ने से 'संभाषण' शब्द बनता है। 'सम' उपसर्ग के साथ-साथ अव्यय भी है। इसका अर्थ है समान, तुल्य, बराबर और सारा। 'संभाष' में ल्युट प्रत्यय (अत) जोड़ने से इसका अर्थ अभिवादन, कथन और वार्तालाप भी होता है। वार्तालाप के अंतर्गत उक्ति, कथोपकथन, अनुभाषण, आलाप, भाषण, गुप्तगू, चर्चा, बतकही, वार्ता, संलाप, संवाद और संभाषण शामिल हैं। संभाषण शब्द 'सम' (समान रूप से) और 'भाषण' (बोलना) के मेल से बना है। इसका अर्थ केवल बोलना नहीं, बल्कि अपनी बात को दूसरे तक पहुँचाना और दूसरे की बात को सुनकर समझना है। यह एक द्वि-मार्गी प्रक्रिया है जिसमें वक्ता और श्रोता की भूमिकाएं बदलती रहती हैं।

संभाषण का सरल अर्थ है 'दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच होने वाला विचार-विमर्श या बातचीत।' यह मानव संचार का सबसे प्रभावी और सहज माध्यम है। संभाषण के लिए दो या दो से अधिक व्यक्तियों की आवश्यकता होती है। जब दो व्यक्ति एक दूसरे से पहली बार मिलते हैं तो बातचीत अर्थात् संभाषण शुरू करते हैं। दो व्यक्तियों में परस्पर संभाषण जब होता है तब एक व्यक्ति अपने मन की बात दूसरे को बताता है और वह दूसरा व्यक्ति उसे ध्यानपूर्वक सुनता है। जब पहले व्यक्ति का कथन पूरा हो जाता है तब दूसरा व्यक्ति पहले व्यक्ति से बात करता है। संभाषण की प्रक्रिया में 'बोलना, सुनना एवं समझना' महत्वपूर्ण होता है। संभाषण सरल, सरस एवं रोचक होगा तब वह और अधिक प्रभावी होगा। संभाषण के लिए दोनों

व्यक्तियों का विवेकशील होना आवश्यक है। संभाषण करते समय वक्ता ने श्रोता के सामाजिक और बौद्धिक स्तर का, आकलन का ध्यान रखना आवश्यक है। संभाषण के लिए वक्ता और श्रोता के बीच का प्रत्यक्ष संवाद अनिवार्य है। सफल संभाषण हेतु प्रभावी और स्पष्ट कथन आवश्यक है।

संभाषण व्यक्तिगत एवं समष्टिगत होता है। व्यक्तिगत संभाषण में दूसरे की बात सुनने, समझने और बोलने की प्रक्रिया कार्य करती है। समष्टिगत संभाषण में व्यक्ति की सहमति अथवा असहमति का कोई महत्व नहीं रहता। शिक्षक, नेता का संभाषण यदि एक-दो की समझ में नहीं आता तो भाषण को रोका नहीं जाता। संभाषण में वक्ता और श्रोता के बीच संदेशों का आदान-प्रदान समान रूप से होना चाहिए। व्यक्तिगत संभाषण में व्यक्ति की रुचि और स्वभाव का ध्यान रखना पड़ता है। संभाषण में दोनों व्यक्तियों का सक्रिय होना आवश्यक है। किसी की इच्छा के विरुद्ध किया गया संभाषण शत्रुता निर्माण कर सकता है।

3.3.2 संभाषण कला के प्रमुख तत्त्व :

संभाषण के लिए वक्ता और श्रोता के बीच संदेशों का आदान-प्रदान समान रूप में होना चाहिए। वक्ता और श्रोता के वार्तालाप में समानता की अपेक्षा होती है। संभाषण कला के प्रमुख तत्त्व निम्नानुसार हैं-

3.3.2.1 भाषा ज्ञान :

भाषा के वाचिक ध्वनियों के माध्यम से मनुष्य अपने विचार दूसरों तक पहुँचाता है। संभाषण हेतु भाषा का ज्ञान होना बहुत आवश्यक है। जिस भाषा में आप संभाषण कर रहे हैं, उस भाषा की पूरी जानकारी होनी चाहिए। जगत का सारा व्यवहार बोलचाल अथवा लिखा-पढ़ी से चलता है। बहरे, गुंगे अपने विचारों को संकेतों से प्रकट करते हैं। बच्चा केवल रोकर अपनी इच्छा जताता है। पर सांकेतिक भाषाओं से शिष्ट समाज का काम नहीं चल सकता। भाषा से मनुष्य केवल एक-दूसरों के विचार नहीं जानते, बल्कि उसकी सहायता से नए विचार उत्पन्न होते हैं। सही व्याकरण एवं शब्दावली का उपयोग करते हुए वाक्यों का सही-सही उच्चारण होता है। इसी खातिर उचित संभाषण कला के लिए हर एक व्यक्ति के पास यथेष्ट भाषा ज्ञान होना बेहद ही जरूरी है।

भाषा वह साधन है जिसके द्वारा मनुष्य बोलकर, सुनकर, लिखकर व पढ़कर अपने मन के भावों या विचारों का आदान-प्रदान करता है। दूसरे शब्दों में जिसके द्वारा हम अपने भावों को लिखित अथवा कथित रूप से दूसरों को समझा सके और दूसरों के भावों को समझ सके उसे भाषा कहते हैं। सार्थक शब्दसमूह को भाषा कहते हैं। मनुष्य के जटिल मनोभावों को भाषा व्यक्त करती है। भाषा के माध्यम से मनुष्य के स्वयं के विचार भी उत्पन्न होते हैं और वह दूसरों के विचारों को भी जान लेता है। किसी विषय पर सोचते समय हम एक प्रकार का मानसिक संभाषण करते हैं, जिससे हमारे विचार आगे चलकर भाषा के रूप में प्रकट होते हैं। इसलिए मनुष्य को भाषा का मूलभूत ज्ञान आवश्यक है।

भाषा के बिना मनुष्य सर्वथा अपूर्ण है। भाषा, मुख से उच्चारित होनेवाले शब्दों और वाक्यों आदि का वह समूह है जिनके द्वारा मनुष्य अपने विचारों की अभिव्यक्ति करता है। सामान्यतः भाषा को वैचारिक आदान-

प्रदान का माध्यम कहा जा सकता है। भाषा का संबंध एक व्यक्ति से लेकर संपूर्ण विश्व तक है। संभाषण के लिए भाषा के सिवाय कोई और ऐसा साधन है ही नहीं, जिसके द्वारा मनुष्य अपने विचारों को दूसरों पर भलीभाँति प्रकट कर सके और दूसरों के विचारों को स्वयं स्पष्ट रूप से समझ सके। मनुष्य के संपूर्ण कार्य उसके विचारों से उत्पन्न होते हैं और इन कार्यों में दूसरों की सहायता अथवा सम्मति प्राप्त करने के लिए उसे उन विचारों को दूसरों पर प्रकट करने की आवश्यकता होती है। जगत् का अधिकांश व्यवहार बोलचाल अथवा लिखा-पढ़ी से चलता है, इसलिए भाषा जगत् के व्यवहार का मूल है।

3.3.2.2 मानक उच्चारण :

भाषा वह साधन है जिसके द्वारा हम अपने विचारों को वाचिक ध्वनियों के माध्यम से व्यक्त करते हैं। भाषा, मुख से उच्चारित होनेवाले शब्दों और वाक्यों आदि का वह समूह है जिनके द्वारा विचार व्यक्त होते हैं। भाषा संभाषण का माध्यम है। हम भाषा के द्वारा ही अपनी बातें दूसरों तक पहुँचाते हैं। संभाषण की सफलता व्यक्ति के भाषा उच्चारण पर बहुत निर्भर करती है। मानक का अर्थ होता है एक निश्चित पैमाने के अनुसार गठित। मानक उच्चारण भाषा के शुद्ध, एकरूप और क्षेत्र-विशेष के प्रभाव से मुक्त उच्चारण को कहते हैं, जिसे शिक्षा, प्रशासन और जनसंचार में मान्यता प्राप्त है। 'मानक उच्चारण' किसी भाषा के उस रूप को कहते हैं जो उस भाषा के पूरे क्षेत्र में शुद्ध माना जाता है तथा जिसे उस प्रदेश का शिक्षित और शिष्ट समाज अपनी भाषा का आदर्श रूप मानता है। प्रशासन, शिक्षा आदि के माध्यम के रूप में उसी का प्रयोग किया जाता है। संभाषण के लिए प्रयुक्त भाषा के उच्चारण के नियम तथा अनुशासन का पालन हमें करना पड़ता है।

मानक उच्चारण में किसी भाषा में शब्दों का उच्चारण करने का सही तरीका प्रयोग किया जाता है। किसी भाषा में मौजूद देशी विदेशी भाषाओं के शब्दों का सही तरीके से उच्चारण किया जाता है। मानक उच्चारण से निर्मित भाषा सर्वमान्य भाषा होती है, वह व्याकरण सम्मत होती है और उसमें निश्चित अर्थ संप्रेषित करने की क्षमता होती है। मानक हिंदी भाषा में मानक शब्दों का प्रयोग होने तथा व्याकरण सम्मत भाषा होने से यह भाषा उच्चारण व लेखन दोनों में ही अशुद्धियों से मुक्त होती है। समस्त औपचारिक अवसरों पर प्रयोग में लाई जाती है। शासन की अधिकृत भाषा होने से संपूर्ण प्रशासन प्रक्रिया में इसी भाषा का प्रयोग किया जाता है। इसका गौरवशाली इतिहास होने से इसमें विपुल साहित्य उपलब्ध होता है।

भाषा का स्वरूप सुनिश्चित और सुनिर्धारित होने से इस भाषा को बोलने, सीखने व समझने में काफी सुविधा होती है। मानक भाषा का एक गुण है कि इसमें गतिशीलता बनी रहती है। शिक्षा, कानून, विज्ञान, चिकित्सा, अनुसंधान आदि के क्षेत्र में मानक भाषा का प्रयोग न केवल प्रक्रिया को सरस बनाता है, वरन उसे सीखने में भी सहायक होता है। मानक उच्चारण का महत्व केवल भाषा की शुद्धता तक सीमित नहीं है, बल्कि यह प्रभावी संचार और सामाजिक गरिमा का भी आधार है। जब हम मानक उच्चारण का उपयोग करते हैं, तो हम न केवल स्पष्ट होते हैं, बल्कि अपनी बात को अधिक विश्वसनीय भी बनाते हैं। अतः संप्रेषण या संभाषण को सफल बनाने के लिए मानक उच्चारण अनिवार्य है।

3.3.2.3 सटीक प्रस्तुति :

संभाषण कला में सटीक प्रस्तुति की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। संभाषण में सटीक प्रस्तुति का अर्थ है अपनी बातों को बातचीत के दौरान इस तरह रखना कि वे स्पष्ट, प्रभावशाली और पेशेवर लगें। इसमें दो-तरफा संवाद और लचीलापन अधिक होता है।

सटीक प्रस्तुति में बोलने वाले की भूमिका सबसे मुख्य होती है। इसलिए वक्ता या प्रस्तुतकर्ता का प्रभावी सम्प्रेषण होना अहम है। साथ ही उसकी भाषा सरल एवं स्पष्ट एवं असंदिग्ध होनी चाहिए। उसकी बोलने की गति, सूर, समय सीमा, सामयिक प्रसंग, ठहराव आदि सबका ध्यान रखना आवश्यक है। गलत स्थान पर ठहराव से बात का अर्थ बदल सकता है। साथ ही ऐसे शब्दों का प्रयोग करें जिनके अर्थ स्पष्ट और बोधगम्य हों। प्रस्तुतकर्ता का उच्चारण एवं शब्दों का सही प्रयोग महत्वपूर्ण रहता है। यदि प्रस्तुतकर्ता की बोलने की गति आवश्यकता से धीमी या तेज है तो यह सुनने वाले के लिए व्यवधान पैदा कर सकती है। इसलिए बोलने की गति अहम होती है। प्रस्तुतकर्ता के हाव-भाव, बैठने या खड़े होने की मुद्रा, हाथों का संचालन एवं दिए गए संकेत, संदेश को श्रोता तक पहुँचाने में उतने ही सक्षम होने आवश्यक होते हैं। प्रस्तुतकर्ता के हाव-भाव और भाषा में तालमेल होना जरूरी है। बोलते समय बोलने वाले एवं सुनने वाले का एक-दूसरे की ओर देखना अत्यंत महत्वपूर्ण है। यह प्रस्तुतकर्ता को सुनने वाले की रुचि का पता करने में सहायक होता है। प्रस्तुतकर्ता में श्रवणकर्ता के प्रति आदर या प्रेम का भाव बोलने के ढंग से अवश्य प्रदर्शित होना चाहिए। बोलते समय विषय-वस्तु का प्रस्तुतीकरण रोचक ढंग से करने से सुनने वाले की रुचि बराबर बनी रहती है। बीच-बीच में उदाहरण आदि विषय वस्तु को रोचक बना सकते हैं। इसलिए सुननेवाले की रुचि का ध्यान रखना चाहिए। प्रस्तुतकर्ता ने दूसरों को बोलने का अवसर भी अवश्य देना चाहिए। और उनकी बातों के आशय को अवश्य समझना चाहिए। प्रस्तुतकर्ता ने दूसरों के दृष्टिकोण को समझते हुए अपनी बातों को पूरा करना चाहिए।

3.3.2.4 अंतराल :

संभाषण में 'अंतराल' का अर्थ केवल चुप्पी नहीं है, बल्कि यह संवाद को अधिक गहरा, स्पष्ट और प्रभावशाली बनाने का एक शक्तिशाली माध्यम है। एक सटीक प्रस्तुति के लिए सही समय पर रुकना उतना ही महत्वपूर्ण है जितना कि सही शब्दों का चुनाव करना।

अंतराल के व्याकरणिक अंतराल, अलंकारिक अंतराल, नाटकीय अंतराल एवं चिंतनशील अंतराल आदि प्रकार होते हैं। व्याकरणिक अंतराल में पूर्ण विराम या अल्पविराम पर रुकना पड़ता है, जो बातचीत की संरचना को स्पष्ट करता है। अलंकारिक अंतराल में किसी महत्वपूर्ण विचार पर जोर देने के लिए रुकना होता है ताकि उसका प्रभाव बढ़ जाए (जैसे: 'सफलता का रहस्य है... धैर्य')। नाटकीय अंतराल में किसी कहानी या बात में उत्सुकता पैदा करने के लिए रुकना होता है। तो चिंतनशील अंतराल में किसी जटिल प्रश्न के बाद रुकना पड़ता है ताकि श्रोता उस पर गहराई से सोच सके।

अंतराल के कुछ लाभ होते हैं। जब आप बोलते समय रुकते हैं, तो श्रोता को आपकी बात समझने और

उस पर विचार करने का मौका मिलता है। अंतराल के कारण स्पष्टता और सटीकता आती है। अंतराल महत्वपूर्ण बिंदुओं को 'हाइलाइट' करने में मदद करता है। बिना रुके बोलने से जानकारी आपस में मिल जाती है। 'अम्म,' 'अह,' 'जैसे कि' जैसे शब्दों के बजाय अंतराल का उपयोग करने से आप अधिक आत्मविश्वासी और पेशेवर लगते हैं। उत्तर देने से पहले रुकने वाले व्यक्तियों को अधिक भरोसेमंद और सक्षम माना जाता है।

संभाषण में किसी का सवाल खत्म होते ही जवाब देने के बजाय 1-2 सेकंड रुकना चाहिए। जो यह दर्शाता है कि आप उनकी बात को गंभीरता से सुन रहे हैं। कुछ महत्वपूर्ण जानकारी के बाद रुकना चाहिए। यदि आपने कोई मुख्य आंकड़ा या विचार साझा किया है, तो उसे 'सिंक इन' (पचन) होने के लिए समय देना आवश्यक है। अंतराल के दौरान आंखों का संपर्क (आई कॉन्टैक्ट) बनाए रखने से जुड़ाव बना रहता है और यह चुप्पी अजीब नहीं लगती।

3.3.2.5 ध्वनि वेग :

संभाषण में ध्वनि का उपयोग आपकी प्रस्तुति को जीवंत और प्रभावी बनाता है। जिस तरह संगीत में सुरों का महत्व है, उसी तरह बातचीत में आवाज़ की गुणवत्ता आपके शब्दों को वजन देती है। संभाषण में स्वर का उतार-चढ़ाव करना आवश्यक होता है। एक ही लय में बोलने से सुनने वाला ऊब सकता है। साथ ही महत्वपूर्ण बातों पर जोर देना चाहिए। जब आप किसी मुख्य बिंदु पर पहुँचें, तो अपनी आवाज़ को थोड़ा गहरा या धीमा कर दें। खुशी की बात साझा करते समय आवाज़ में चमक और गंभीर विषय पर बात करते समय स्थिरता रखना चाहिए। संभाषण में स्वर का स्तर महत्वपूर्ण होता है। दूरी के अनुसार स्वर का स्तर होना चाहिए। आपकी आवाज़ इतनी तेज़ होनी चाहिए कि सामने वाला स्पष्ट सुन सके, लेकिन इतनी भी नहीं कि वह उसे चिल्लाना लगे। आवाज़ में आत्मविश्वास होना चाहिए। धीमी आवाज़ अक्सर घबराहट या अनिश्चितता का संकेत देती है। अपनी नाभि से बोलने का अभ्यास करना चाहिए ताकि आवाज़ में दम रहे। बातचीत की शुरुआत हमेशा एक सौम्य और सकारात्मक लहजे से करें। शब्दों को चबाएं नहीं। हर शब्द के अंत तक उसकी ध्वनि को स्पष्ट रखें ताकि सुनने वाले को दोबारा पूछना न पड़े। अर्थात् स्पष्ट उच्चारण होना आवश्यक है। अक्सर बातचीत के दौरान हम 'अम्म...', 'हम्म...', 'मतलब...' जैसी ध्वनियों का उपयोग करते हैं। ये 'सटीक प्रस्तुति' में बाधा डालती हैं। इसलिए ऐसी ध्वनियों का त्याग करना चाहिए।

3.3.2.6 वेग :

संभाषण में 'वेग' का अर्थ है आपके बोलने की गति। एक सटीक प्रस्तुति के लिए वेग का सही संतुलन होना अनिवार्य है - न बहुत तेज़ कि सुनने वाला समझ न पाए, और न बहुत धीमा कि वह ऊब जाए। संभाषण में वेग को नियंत्रित और प्रभावी बनाने के तरीके होते हैं। एक सामान्य और प्रभावशाली संभाषण की गति लगभग 140 से 160 शब्द प्रति मिनट होनी चाहिए। यह एक आदर्श गति है। अत्यधिक तेज़ वेग नहीं होना चाहिए। यह घबराहट या हड़बड़ाहट दर्शाता है। इससे सुनने वाले को जानकारी 'प्रोसेस' करने का समय नहीं मिलता। अत्यधिक धीमा वेग नहीं होना चाहिए। यह सुस्ती या आत्मविश्वास की कमी महसूस करा सकता है।

संदर्भ के अनुसार वेग बदलना चाहिए। सटीक प्रस्तुति के लिए अपनी गति को स्थिर रखने के बजाय उसमें बदलाव लाएं। कहानी सुनाते समय अपनी गति को थोड़ा बढ़ाएं ताकि सुनने वाले में रोमांच पैदा हो। महत्वपूर्ण तथ्य या डेटा बताते समय अपनी गति को धीमा कर दें ताकि श्रोता हर शब्द को स्पष्ट रूप से समझ सके। किसी बात का निष्कर्ष देते समय अपनी गति को थोड़ा धीमा और स्थिर रखें ताकि आपकी बात में वजन आए। सांस लेना और वेग का करीबी संबंध होता है। अक्सर लोग सांस फूलने के कारण बहुत तेज़ बोलने लगते हैं। संभाषण करते समय गहरी सांस लेना महत्वपूर्ण है। दो वाक्यों के बीच में छोटी सांसें लेने से आपका वेग स्वाभाविक रूप से नियंत्रित रहता है। विराम चिन्ह के अनुसार बोलने का प्रयोग करें। बातचीत में मानसिक रूप से 'कॉमा' और 'फुल स्टॉप' का उपयोग करें। जहाँ कॉमा हो वहाँ आधा सेकंड और जहाँ फुल स्टॉप हो वहाँ एक सेकंड रुकें। श्रोता की प्रतिक्रिया देखनी चाहिए। संभाषण में वेग को श्रोता के अनुसार ढालना चाहिए। यदि श्रोता सिर हिला रहा है और आपकी बातों का जवाब दे रहा है, तो आपका वेग सही है। यदि श्रोता बार-बार 'क्या?' या 'दोबारा कहिए' बोल रहा है, तो आपको अपनी गति कम करने की ज़रूरत है।

जब हम घबराते हैं, तो हमारा दिमाग तेज़ी से भागता है और हम शब्दों को निगलने लगते हैं। इसे सुधारने के लिए कठिन शब्दों का उच्चारण स्पष्ट रूप से करने का प्रयास करें, इससे आपकी गति स्वतः कम हो जाएगी। अपनी बातचीत की शुरुआत जानबूझकर धीमी गति से करें। आपका वेग आपके विचारों की स्पष्टता को दर्शाता है। रुकना ध्वनि और वेग का सही मिश्रण ही एक सफल संभाषण की नींव है।

3.3.2.7 लहजा :

लहजा का अर्थ है बात करने का ढंग, बोलने का अंदाज़ अथवा तरीका। संभाषण में 'लहजा' वह तत्व है जो आपके शब्दों के पीछे छिपे असली अर्थ और भावना को व्यक्त करता है। आपकी प्रस्तुति कितनी भी सटीक क्यों न हो, यदि लहजा सही नहीं है, तो बात का गलत अर्थ निकाला जा सकता है। अक्सर यह कहा जाता है कि लोग यह भूल जाते हैं कि आपने क्या कहा, लेकिन वे यह याद रखते हैं कि आपने उन्हें कैसा महसूस कराया। आपका लहजा ही यह तय करता है। सकारात्मक लहजा उत्साह और खुलेपन को दर्शाता है। लहजे में विविधता होनी चाहिए। एक ही लहजे में बात करना रोबोटिक लगता है। सटीक प्रस्तुति के लिए इसमें लचीलापन लाएं। प्रश्न पूछते समय लहजे में थोड़ी नरमी और उत्सुकता रखें। जब आप किसी तथ्य या निर्णय पर बात कर रहे हों, तो लहजा स्थिर और दृढ़ होना चाहिए। दूसरों की बात सुनते या फीडबैक देते समय लहजा कोमल और सहानुभूतिपूर्ण रखें। लहजे में सांस्कृतिक संवेदनशीलता होनी चाहिए। अलग-अलग भाषाओं और क्षेत्रों में लहजे का महत्व बदल जाता है। हिन्दी संभाषण में 'आप' और 'जी' जैसे शब्दों के साथ लहजे में विनम्रता अनिवार्य है। कभी-कभी क्षेत्रीय बोलियों का प्रभाव लहजे को सख्त बना देता है। पेशेवर संभाषण में इसे संतुलित रखना चाहिए। लहजे और शारीरिक भाषा का तालमेल होना चाहिए। आपका चेहरा और आपका लहजा एक ही बात कहना चाहिए। यदि आप मुस्कुराते हुए 'धन्यवाद' कहते हैं, तो उसका लहजा सच्चा लगता है। यदि आपके चेहरे पर तनाव है और आप 'मैं ठीक हूँ' कह रहे हैं, तो आपका लहजा आपकी घबराहट

को उजागर कर देगा। लहजे को सुधारने हेतु अपनी आवाज़ रिकॉर्ड करें और सुनें कि क्या आप बहुत सख्त या बहुत धीमे लग रहे हैं। श्रोता की स्थिति समझकर बात शुरू करने से पहले सोचें कि सामने वाले की मानसिक स्थिति क्या है और उसी अनुसार अपना लहजा सेट करें।

प्रभावी संचार में आवाज़ का लहजा महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यह हमें भावनाओं को व्यक्त करने, अर्थ व्यक्त करने, संबंध स्थापित करने और दूसरों की धारणाओं को प्रभावित करने की अनुमति देता है। सकारात्मक और प्रभावी लहजा विकसित करके हम अपने संचार कौशल को बढ़ा सकते हैं और मजबूत संबंध बना सकते हैं।

3.3.3 संभाषण कला की उपयोगिता :

संभाषण कला हमारे जीवन के हर क्षेत्र में अत्यंत महत्वपूर्ण है। संभाषण कला में निपुण होने के कई व्यक्तिगत और सामाजिक लाभ हैं। संभाषण कला आत्मविश्वास बढ़ाने, विचारों को स्पष्ट रूप से व्यक्त करने, नेतृत्व क्षमता विकसित करने और व्यक्तिगत/पेशेवर रिश्तों को मजबूत करने में अत्यंत उपयोगी है। संभाषण कला साक्षात्कार, कार्यस्थल प्रस्तुतियों और जनसंपर्क में सफलता के लिए महत्वपूर्ण कौशल है। संभाषण कला की उपयोगिता निम्न मुद्दों के आधार पर समझ सकते हैं-

3.3.3.1 प्रभावी अभिव्यक्ति :

आपके विचार और शब्द उलझे हुए नहीं होने चाहिए। जो आप सोच रहे हैं, वही सामने वाले तक पहुँचना चाहिए अर्थात् आपके विचार में स्पष्टता होनी चाहिए। अपनी बात को कम से कम शब्दों में कहने की अर्थात् संक्षिप्तता का गुण होना चाहिए। अनावश्यक विस्तार से सुनने वाले का ध्यान भटक जाता है। साथ ही जानकारी और भाषा (व्याकरण) दोनों का सही होना आपकी साख बढ़ाता है। स्पष्ट है अपने विचारों, भावनाओं और सूचनाओं को स्पष्ट, संक्षिप्त और प्रभावशाली ढंग से व्यक्त करने के लिए यह कौशल आवश्यक है।

3.3.3.2 आत्मविश्वास में वृद्धि :

मंच पर या लोगों के सामने संकोच रहित होकर बोलने से आत्मविश्वास बढ़ता है। जब आप अपनी बात प्रभावी ढंग से रख पाते हैं, तो आपका आत्म-सम्मान और आत्मविश्वास बढ़ता है। इससे आप किसी भी मंच या समूह में निडर होकर बोल सकते हैं। आत्मविश्वास प्रभावी अभिव्यक्ति, संभाषण कला और सूत्र संचालन की आधारशिला है। इसका अर्थ है अपनी योग्यताओं, निर्णयों और शक्ति पर अटूट विश्वास होना। जब आप स्वयं पर विश्वास करते हैं, तो आपकी आवाज़ में वजन और व्यक्तित्व में आकर्षण आ जाता है।

3.3.3.3 नेतृत्व क्षमता का विकास :

एक अच्छा वक्ता ही लोगों को प्रेरित और प्रभावित कर सकता है, जो नेतृत्व का गुण है। एक अच्छा वक्ता ही दूसरों को प्रेरित और प्रभावित कर सकता है। संभाषण कला आपको अपनी टीम को दिशा देने और उन्हें अपने विज़न से जोड़ने में मदद करती है। संभाषण कला और आत्मविश्वास सीधे तौर पर नेतृत्व क्षमता को

निखारते हैं। नेतृत्व का अर्थ केवल आदेश देना नहीं, बल्कि दूसरों को प्रेरित करना और साथ लेकर चलना है। संभाषण कला नेतृत्व क्षमता का विकास करती है।

3.3.3.4 संबंधों में प्रगाढ़ता :

स्पष्ट और विनम्र संवाद से गलतफहमियाँ दूर होती हैं। अपनी भावनाओं को सही तरीके से व्यक्त करने और दूसरों की बात सुनने की कला से परिवार, मित्रों और सहयोगियों के साथ रिश्ते मजबूत और मधुर बनते हैं। संबंधों में प्रगाढ़ता का सीधा संबंध हमारी संभाषण कला और प्रभावी अभिव्यक्ति से है। रिश्तों में मजबूती केवल समय बिताने से नहीं, बल्कि एक-दूसरे को गहराई से समझने और संवाद करने के तरीके से आती है।

3.3.3.5 विवादों का समाधान :

अच्छी संवाद शैली कठिन स्थितियों को संभालने और गलतफहमियों को दूर करने में सहायक होती है। यह तर्कपूर्ण और शांतिपूर्ण बातचीत के जरिए झगड़ों को सुलझाने में मदद करती है। विवादों का समाधान प्रभावी संवाद और मध्यस्थता की वह कला है, जो बिगड़ती हुई बात को संभालकर रिश्तों या कार्यस्थल के माहौल को सकारात्मक बनाती है।

3.3.3.6 वाद-विवाद और तर्क क्षमता :

तार्किक और ठोस उदाहरणों के साथ बात रखने में यह मददगार है, जिससे आप अपनी बात मनवा सकते हैं। वाद-विवाद और तर्क क्षमता संभाषण कला के वे उच्चतम स्तर हैं जहाँ व्यक्ति अपनी बात को प्रमाणों और तर्क (लॉजिक) के साथ सिद्ध करता है। यह केवल चिल्लाकर अपनी बात मनवाना नहीं, बल्कि विचारों का बौद्धिक युद्ध है।

3.3.3.7 व्यक्तित्व विकास :

व्यक्तित्व विकास आपके व्यवहार, दृष्टिकोण, और संवाद शैली का वह मिश्रण है जो आपको भीड़ से अलग बनाता है। यह केवल 'दिखने' के बारे में नहीं है, बल्कि आपके आंतरिक और बाहरी गुणों के समग्र सुधार की प्रक्रिया है। प्रभावी ढंग से बात करने की क्षमता आपके आत्मविश्वास को बढ़ाती है। जब आप अपनी बात स्पष्टता और तर्क के साथ रखते हैं, तो लोग आपकी ओर आकर्षित होते हैं और समाज में आपकी एक प्रभावशाली छवि बनती है। संभाषण कला, आत्मविश्वास, और नेतृत्व यह सभी व्यक्तित्व विकास के ही स्तंभ हैं।

3.3.3.8 करियर और पेशेवर सफलता :

कार्यस्थल पर टीम के साथ तालमेल बिठाने, इंटरव्यू पास करने या क्लाइंट्स को समझाने के लिए बेहतरीन संभाषण कला अनिवार्य है। यह आपको एक कुशल नेतृत्वकर्ता के रूप में स्थापित करने में मदद करती है। करियर और पेशेवर सफलता में संभाषण कला, प्रभावी अभिव्यक्ति और व्यक्तित्व विकास सबसे महत्वपूर्ण

भूमिका निभाते हैं। आधुनिक कार्यस्थल पर केवल तकनीकी ज्ञान काफी नहीं है; आपकी सफलता का 85% आपकी सॉफ्ट स्किल्स पर निर्भर करता है।

3.3.3.9 सामाजिक और व्यक्तिगत संबंध :

संभाषण कला और प्रभावी अभिव्यक्ति केवल करियर तक सीमित नहीं हैं; ये हमारे सामाजिक और व्यक्तिगत संबंधों की जान हैं। हमारे शब्द और उन्हें कहने का तरीका ही यह तय करता है कि लोग हमसे जुड़ेंगे या दूर होंगे। अच्छी बातचीत की कला से रिश्ते सुधरते हैं और समाज में सम्मान बढ़ता है। प्रभावशाली ढंग से बात करनेवाले व्यक्ति का सामाजिक दायरा बड़ा होता है। लोग आपकी राय को महत्व देते हैं और आपकी बातों को ध्यान से सुनते हैं।

3.3.3.10 जनसंवाद :

जनसंवाद का अर्थ है एक बड़े जनसमूह तक अपनी बात, सूचना या विचार पहुँचाना। जहाँ व्यक्तिगत संवाद दो लोगों के बीच होता है, वहीं जनसंवाद का दायरा पूरा समाज या राष्ट्र होता है। भीड़ या श्रोताओं के सामने निडर होकर अपने बात रखने में, जैसा कि में बताया गया है। जन संवाद एक बहुत बड़ी शक्ति है। यदि आपके पास संभाषण कला, आत्मविश्वास और प्रभावी अभिव्यक्ति है, तो आप अपनी आवाज़ से दुनिया में सकारात्मक बदलाव ला सकते हैं।

3.3.3.11 अवसरों की प्राप्ति :

संभाषण कला, आत्मविश्वास और व्यक्तित्व विकास का अंतिम परिणाम अवसरों की प्राप्ति के रूप में सामने आता है। अक्सर कहा जाता है कि 'अवसर दस्तक देते हैं,' लेकिन वास्तविकता यह है कि सही संवाद कौशल और तैयारी से आप अवसरों को अपनी ओर आकर्षित करते हैं। चाहे वह नौकरी का इंटरव्यू हो, व्यापारिक डील हो या कोई प्रतियोगिता, बेहतर संभाषण कला आपके लिए सफलता के नए द्वार खोलती है।

इस प्रकार संभाषण कला आत्मविश्वास बढ़ाने, विचारों को स्पष्ट रूप से रखने और व्यक्तिगत / व्यावसायिक सफलता के लिए अत्यंत उपयोगी है। यह प्रभावी संवाद के माध्यम से नेतृत्व क्षमता विकसित करने, श्रोताओं को प्रभावित करने, साक्षात्कार में सफलता पाने और सामाजिक संबंधों को मजबूत बनाने में मदद करती है। संभाषण कला केवल बातचीत नहीं, बल्कि सामने वाले को प्रभावित करने की विधा है, जो अभ्यास से निखारी जा सकती है।

3.3.4 संभाषण कला के विविध रूप :

3.3.4.1 उद्घोषणा (Announcement) :

उद्घोषणा का सरल अर्थ है किसी सूचना को सार्वजनिक रूप से घोषित करना। संचार के क्षेत्र में, विशेषकर रेडियो और टेलीविजन में, उद्घोषणा एक विशिष्ट कला है। उद्घोषणा का सामान्य अर्थ है ऐलान करना, घोषणा करना। उद्घोषणा शब्द यह लैटिन शब्द 'Proclamare' प्रोक्लेमेयर से आया है। जिसका मतलब है घोषणा

करना। उद्घोषणा के लिए समानार्थी शब्द है- घोषणा, ऐलान, विज्ञप्ति, सूचना, उद्घोष, ऐलानिया, फरमान। उद्घोषणा का अर्थ किसी बात को ज़ोर-शोर से सार्वजनिक रूप से घोषित करना, ऐलान करना या आधिकारिक सूचना देना है। यह एक औपचारिक घोषणा या विज्ञप्ति होती है जो अक्सर सरकार, राज्य के प्रधान या किसी अधिकारी द्वारा जारी की जाती है। यह सिर्फ एक सूचना नहीं, बल्कि एक औपचारिक और सार्वजनिक ऐलान है। उद्घोषणा संभाषण कला का वह रूप है जिसमें किसी जानकारी, निर्णय या सूचना को सार्वजनिक रूप से, स्पष्ट और संक्षिप्त तरीके से प्रसारित किया जाता है। सामान्य रूप से यह कहा जा सकता है कि सार्वजनिक जानकारी के लिए दी जाने वाली सूचना या सरकारी तौर पर की जाने वाली घोषणा उद्घोषणा कहलाती है। जनता तक बात पहुँचाने के लिए इसे तेज या ऊँची आवाज में प्रसारित किया जाता है।

किसी सूचना की घोषणा करने वाले को उद्घोषक (अनाउंसर) कहा जाता है। उद्घोषक अपनी निजी भाषा शैली के माध्यम से श्रोता का ध्यान आकर्षित करता है। पुराने जमाने में ढोल बजाकर गाँवों में घूम-घूम कर किसी बात की घोषणा की जाती थी। इसे मुनादी करना या ढिंडोरा पीटना कहा जाता है। धीरे-धीरे ढोल के स्थान पर माइक और लाउडस्पीकर का प्रयोग किया जाने लगा। पंचायत के निर्णय का प्रचार, चुनाव प्रचार, भारतीय रेल और हवाई अड्डे में आवागमन की सूचनाओं का प्रसारण, टीवी-रेडियो आदि में घोषणा मौखिक उद्घोषणा के उदाहरण हैं। तो प्रिंट मीडिया में प्रकाशित विज्ञापन आदि लिखित उद्घोषणा के उदाहरण हैं। उद्घोषणा लेखन में मंच संचालन के दौरान अनिवार्य बातों का ध्यान रखना ज़रूरी होता है। उद्घोषणा में कही जाने वाली बातें संक्षिप्त होती हैं, इसलिए भाषा का विशेष ध्यान रखना चाहिए। उद्घोषणा को बहुत ही सधे हुए अंदाज़ में लिखा जाता है।

● उद्घोषणा के मुख्य प्रकार :

1. रेडियो उद्घोषणा :

रेडियो पर उद्घोषक दर्शकों का साथी होता है। चूँकि यहाँ केवल आवाज़ सुनाई देती है, इसलिए इसका प्रभाव बहुत गहरा होता है। कार्यक्रमों की जानकारी देना, समय बताना, विज्ञापन पढ़ना या आपातकालीन सूचनाएँ देना आदि कार्य होते हैं। रेडियो उद्घोषक के पास शब्दों का सही उच्चारण, आवाज़ में मधुरता और स्पष्टता होना बहुत आवश्यक होता है।

2. सार्वजनिक स्थानों पर उद्घोषणा :

यह रेलवे स्टेशन, बस स्टैंड, एयरपोर्ट या मेलों में की जाने वाली उद्घोषणाएँ हैं। यात्रियों को समय-सारणी, देरी या सुरक्षा संबंधी निर्देश देना आदि इसके उद्देश्य होते हैं। यह संक्षिप्त, स्पष्ट और दोहराव वाली होती है ताकि शोर-शराबे में भी समझ आ सके।

3. सांस्कृतिक कार्यक्रमों में उद्घोषणा :

यह किसी मंच पर कार्यक्रम शुरू होने से पहले दी जाने वाली सूचनाएँ होती हैं। इसका उद्देश्य दर्शकों का

ध्यान आकर्षित करना, अतिथियों का स्वागत करना और अगले कार्यक्रम की भूमिका तैयार करना होता है। इसमें उत्साह और औपचारिकता का मिश्रण होता है।

4. सरकारी उद्घोषणा :

सरकार द्वारा जनहित में जारी की गई घोषणाएं (जैसे नई योजना या आपदा की सूचना)। इन्हें अक्सर 'मुनादी' या आधिकारिक प्रसार माध्यमों द्वारा किया जाता है।

उद्घोषक के लिए उच्चारण की शुद्धता, समय की पाबंदी, आवाज़ का लचीलापन, तकनीकी ज्ञान आदि गुणों का होना आवश्यक है। जहाँ सूत्र संचालन पूरे कार्यक्रम को जोड़ता है, वहीं उद्घोषणा विशिष्ट सूचनाएं देने का काम करती है। उद्घोषणा को प्रभावी बनाने के लिए उद्घोषणा में स्पष्टता और संक्षिप्तता होनी आवश्यक है। उद्घोषणा एकदम साफ और कम से कम शब्दों में होना चाहिए ताकि श्रोता भ्रमित न हों। इसके साथ साथ उद्घोषणा में शब्दों का शुद्ध उच्चारण अत्यंत महत्वपूर्ण है, क्योंकि खराब उच्चारण संदेश के प्रभाव को कम कर सकता है। भावनाओं और सूचना की गंभीरता को प्रकट करने के लिए आवाज़ की गति और टोन का सही उपयोग करना आवश्यक होता है।

3.3.4.2 समालोचना :

खेल समालोचना में खेलों का सीधा-सीधा विवरण देने वालों को खेल समालोचक या कमेंटेटर कहा जाता है। खेल जगत में समालोचन अर्थात् कमेंटरी केवल मैच का आंखों देखा हाल बताना नहीं है, बल्कि यह खेल के रोमांच, तकनीक और भावनाओं को दर्शकों तक पहुँचाने वाली एक कला है। हिंदी खेल समालोचक (कमेंटेटर) खेल के रोमांच को अपनी आवाज़ और विश्लेषण से जीवंत बना देते हैं। संवाद कला में खेल जगत की समालोचना का स्थान महत्वपूर्ण है। कमेंटेटर दो प्रकार के होते हैं, एक रेडियो कमेंटेटर और दूसरा टेलिविज़न कमेंटेटर। हिंदी खेल समालोचकों में सुशील दोषी हिंदी क्रिकेट कमेंट्री के पितामह माने जाते हैं, जिन्होंने 1968 में आकाशवाणी से पहली बार हिंदी में कमेंट्री शुरू की थी। इसके साथ संजय बनर्जी और विनीत गर्ग रेडियो कमेंट्री के क्षेत्र में दशकों का अनुभव रखने वाले दो नाम हैं।

आकाश चोपड़ा वर्तमान में सबसे लोकप्रिय हिंदी कमेंटेटरों में से एक है। वे अपने तुकबंदी वाले अंदाज़ के लिए प्रसिद्ध हैं। नवजोत सिंह सिद्धू अपनी अनूठी शायरी और मुहावरों के लिए जाने जाते हैं। विवेक राजदान अपनी गहरी आवाज़ और तकनीकी समझ के लिए प्रशंसित हैं। जतिन सप्रू एक जाने-माने स्पोर्ट्स प्रेजेंटर और कमेंटेटर हैं जो कई बड़े टूर्नामेंट्स का हिस्सा रहे हैं। हॉकी और अन्य खेलों के लिए सुनील तनेजा, आतिश ठुकराल और मनीष बटाविया जैसे पेशेवर समालोचक काफी लोकप्रिय हैं। खेल जगत की समालोचना आंखों देखा हाल या वर्तमान का विवरणात्मक प्रस्तुतीकरण है। इसमें समालोचक या कमेंटेटर जैसे-जैसे देखता है, वैसे-वैसे उसे माइक्रोफोन पर अपने असंख्य श्रोताओं को सुनाता रहता है। इसमें श्रोताओं को, जो कुछ घट रहा है या हो रहा है, उसकी सिलसिलेवार जानकारी मिलती रहती है।

● समालोचन की श्रेणियाँ :

1. सार्वजनिक महत्व की घटना :

सार्वजनिक महत्व की घटना की कमेंट्री में स्वतंत्रता दिवस, गणतंत्र दिवस, विदेशी अतिथि नागरिक अभिनंदन और महान विभूति की मृत्यु की शोभा यात्रा आदि की कमेंट्री शामिल की जाती है।

2. खेल संबंधी कमेंट्री :

खेल-कमेंट्री के अंतर्गत महत्वपूर्ण खेलों का आँखों देखा हाल प्रसारित किया जाता है, जैसे- क्रिकेट, हॉकी, टेनिस, फुटबॉल, कबड्डी आदि। खेलकूद की समालोचना करनी है तो समालोचक को उस खेल के नियम, उसके कुछ कीर्तिमान, रिकार्ड, उस खेल में सिद्धहस्त भूतपूर्व खिलाड़ियों के बारे में जानकारी अर्थात् इतिहास पता होना चाहिए। इसके अतिरिक्त वर्तमान में जो खिलाड़ी खेल रहे हैं, उनके बारे में भी जानकारी होनी चाहिए।

● समालोचक के प्रकार :

1. मुख्य समीक्षक :

इस कमेंटेटर का काम है पूरे खेल का आँखों देखा हाल बताना। मोटे तौर पर इसका सबसे बड़ा काम होता है। चल रहे खेल की सारी जानकारी यही प्रदान करता है।

2. विश्लेषक :

विश्लेषक मुकाबले से पहले दलों की रणनीति पर चर्चा करता है। और अंत में खूबियों की प्रशंसा और गलतियों की समीक्षा करता है। मुख्य रूप से खेल में क्या होगा उसका विश्लेषण करता है।

3. साइडलाइन रिपोर्टर या संवाददाता :

इसका काम होता है मैदान का जायज़ा लेना, खिलाड़ियों की सूची बनाना मुकाबला खेलने वाले खिलाड़ियों की जानकारी प्राप्त करना आदि।

● सफल समालोचक की विशेषताएँ :

1. भाषा और संवाद कौशल :

एक अच्छे कमेंटेटर की आवाज़ स्पष्ट, मधुर और प्रभावशाली होनी चाहिए। आवाज़ ही कमेंटेटर श्रोताओं को आकर्षित करती है। खेल के रोमांच के अनुसार आवाज़ में उतार-चढ़ाव लाना बहुत ज़रूरी है। उदाहरण के लिए, छक्का लगने या विकेट गिरने पर आवाज़ में उत्साह और सामान्य ओवर के दौरान संयम होना चाहिए। भाषा पर अच्छी पकड़ और विभिन्न मुहावरों व उपमाओं का प्रयोग कमेंट्री को रोचक बनाता है। स्पष्ट उच्चारण और आवाज़, वॉइस मॉड्यूलेशन एवं शब्दावली का ज्ञान होना आवश्यक है। एक कमेंटेटर में धारा प्रवाह बोलने

की योग्यता होनी चाहिए। उसके पास शब्दों का इतना भंडार होना चाहिए कि वह अपनी भाषा में विविधता ला सके। ऐसे शब्दों का उपयोग करे जो सुनने वालों को अच्छे और बोधगम्य लगे। शब्दों की तलाश के लिए अटकना या हकलाना या उनके लिए जरूरत से ज्यादा खामोश रहना एक सफल समालोचक के गुण नहीं हैं।

समालोचना संवाद की एक कला है इसलिए कमेंटेटर को बोलते वक्त इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि भाषा सरल, सटीक, सुस्पष्ट एवं अर्थपूर्ण होनी चाहिए। चूँकि कमेंट्री सुननेवाला श्रोता विभिन्न वर्ग का होता है जिनके लिए अलग-अलग भाषाओं में एक साथ बोलना संभव एवं व्यावहारिक नहीं होता। इसलिए उसे ऐसी भाषा का उपयोग करना होगा जो बिना परेशानी, सहज भाव से सारे श्रोताओं को स्वागत योग्य लगे।

2. खेल की गहरी समझ :

कमेंटेटर को खेल के हर नियम, तकनीकी पहलू और फील्ड पोজीशन की पूरी समझ होनी चाहिए। खिलाड़ियों के पिछले रिकॉर्ड, टीमों के इतिहास, उस खेल में सिद्धहस्त भूतपूर्व खिलाड़ियों के बारे में जानकारी और मैदान की विशेषताओं (पिच रिपोर्ट आदि) की जानकारी होने से विश्लेषण सटीक और प्रभावशाली बनता है। इस प्रकार खेल के नियमों की जानकारी, आंकड़े और इतिहास पता होना एक सफल समालोचक की निशानी होती है।

3. त्वरित सोच और विश्लेषण :

लाइव मैच में स्थितियां तेज़ी से बदलती हैं, इसलिए कमेंटेटर को तुरंत प्रतिक्रिया देने और विश्लेषण करने में सक्षम होना चाहिए। अर्थात् समालोचक का हाजिरजवाबी होना बहुत महत्वपूर्ण है। साथ ही मैच के उबाऊ पलों या बारिश के कारण खेल रुकने पर भी दर्शकों को जोड़े रखने की कला एक सफल कमेंटेटर की पहचान है।

4. तकनीकी और मनोवैज्ञानिक गुण :

समालोचक के पास एकाग्रता होनी आवश्यक है। घंटों तक चलने वाले खेल के दौरान अपना ध्यान केंद्रित रखना और हर छोटी घटना पर नज़र रखना आवश्यक होता है। लाइव ब्रॉडकास्ट के दौरान होने वाली तकनीकी खामियों या अप्रत्याशित घटनाओं के समय शांत रहकर स्थिति को संभालना ज़रूरी है। तनाव में धैर्य रखने की कला उसमें होनी चाहिए। कमेंट्री पैनल में मौजूद अन्य साथियों के साथ अच्छा तालमेल होना चाहिए ताकि चर्चा स्वाभाविक और रोचक लगे।

3.3.4.3 सूत्रसंचालन (Anchoring / Compering) :

सूत्रसंचालन का अर्थ है किसी कार्यक्रम को एक सूत्र में पिरोकर उसे व्यवस्थित रूप से आगे बढ़ाना। यह केवल घोषणाएँ करना नहीं, बल्कि कार्यक्रम की आत्मा को दर्शकों तक पहुँचाने की एक कला है। शाब्दिक रूप से 'सूत्र' का अर्थ है धागा और 'संचालन' का अर्थ है चलाना। जिस प्रकार एक धागा मोतियों को माला के रूप में जोड़े रखता है, उसी प्रकार एक सूत्रसंचालक कार्यक्रम के विभिन्न चरणों (जैसे स्वागत, भाषण,

प्रस्तुति) को एक साथ जोड़ता है। कार्यक्रम पत्रिका के अनुसार प्रत्येक चरण का क्रमबद्ध निवेदन करते हुए कार्यक्रम को सफलतापूर्वक संपन्न करना ही सूत्रसंचालन है। यह मंच (अतिथियों) और श्रोताओं (दर्शकों) के बीच एक पुल (ईळवसश) की तरह काम करता है।

● सूत्रसंचालन के प्रकार :

1. शासकीय या औपचारिक सूत्रसंचालन :

यह सरकारी कार्यक्रमों, पुरस्कार समारोहों या गंभीर विषयों पर आधारित सम्मेलनों में किया जाता है। इसमें भाषा अत्यंत मर्यादित, गंभीर और व्याकरण की दृष्टि से शुद्ध होती है। यहाँ प्रोटोकॉल (शिष्टाचार) का पालन करना अनिवार्य होता है।

2. साहित्यिक सूत्रसंचालन :

कवि सम्मेलनों, पुस्तक विमोचन या साहित्य चर्चाओं में इसका प्रयोग होता है। इसमें शब्दों का चयन बहुत कलात्मक होता है। संचालक अक्सर कविताओं, सूक्तियों और प्रसिद्ध लेखकों के उद्धरणों का उपयोग करता है ताकि माहौल साहित्यिक बना रहे।

3. सांस्कृतिक एवं मनोरंजनात्मक सूत्रसंचालन :

स्कूल-कॉलेज के वार्षिक उत्सव, संगीत समारोह या डांस शो इसके अंतर्गत आते हैं। यहाँ ऊर्जा और उत्साह सबसे महत्वपूर्ण है। संचालक को दर्शकों का मनोरंजन करने के लिए चुटकुलों और रोचक कहानियों का प्रयोग करना पड़ता है।

4. सामाजिक सूत्र संचालन :

विवाह समारोह, जन्मदिन की पार्टियाँ या पारिवारिक गेट-टुगेदर में यह रूप देखने को मिलता है। इसमें आत्मीयता और अनौपचारिकता होती है। यहाँ संचालक को परिवार के सदस्य की तरह बात करनी होती है।

5. रेडियो एवं टीवी सूत्र संचालन :

रेडियो जॉकी (RJ) या न्यूज़ एंकर इसके उदाहरण हैं। टीवी के लिए शारीरिक हाव-भाव और रेडियो के लिए केवल आवाज़ का जादू मुख्य होता है। यहाँ समय की पाबंदी का बहुत महत्व है।

6. खेल सूत्र संचालन :

मैदान पर होने वाले मैचों या स्पोर्ट्स स्टूडियो में होने वाली चर्चाओं के लिए यह होता है। इसमें खेल की तकनीकी जानकारी और खिलाड़ियों के बारे में अपडेट रहना ज़रूरी होता है।

सूत्रसंचालन यह एक कला भी है क्योंकि इसमें रचनात्मकता और संवाद कौशल की आवश्यकता होती है। और यह एक विज्ञान भी है क्योंकि इसमें समय प्रबंधन और तकनीकी बारीकियों (जैसे प्रोटोकॉल) का पालन

करना पड़ता है। सरकारी कार्यक्रमों के सूत्रसंचलन में प्रोटोकॉल (शिष्टाचार) आधारित (शासकीय) पदों की गरिमा और क्रम (Protocol) का विशेष ध्यान रखा जाता है। यहाँ भाषा बहुत औपचारिक और संतुलित होती है। तो मनोरंजनात्मक (सांस्कृतिक) कार्यक्रम के सूत्रसंचलन में इसका स्वरूप हल्का-फुल्का, उत्साहजनक और शायरी व चुटकुलों से भरा हो सकता है। तकनीकी व मीडिया आधारित कार्यक्रमों के सूत्रसंचलन में अर्थात् रेडियो और टीवी एंकरिंग में समय की पाबंदी और शब्दों की सटीकता का स्वरूप अलग होता है, जहाँ कम समय में अधिक जानकारी देनी होती है।

एक अच्छे सूत्रसंचालन का स्वरूप ऐसा होना चाहिए जो श्रोताओं की जिज्ञासा को बनाए रखे और उनमें निरंतर उत्साह का संचार करे। संचालक या एंकर किसी भी कार्यक्रम का महत्वपूर्ण अंग होता है। किसी भी कार्यक्रम में सूत्र संचालक की बहुत अहम भूमिका होती है। वही सभा की शुरुआत करता है। आयोजकों को तथा अतिथियों को वही मंच पर आमंत्रित करता है, वही अपनी आवाज, सहज और हास्य प्रसंगों तथा काव्य पंक्तियों से कार्यक्रम की सफलता निर्धारित करता है।

टीवी का एंकर ही चैनल का चेहरा होता है। छोटे पर्दे का एंकर हो या किसी कार्यक्रम का एंकर, उसे अपनी संतुलित भाषा और अंदाज पर विशेष ध्यान रखना होता है। आवाज में निरंतर अभ्यास के माध्यम से निखार लाया जा सकता है। सूत्रसंचालक को विषय की जानकारी की भी आवश्यकता होती है। संचालक के पास 'प्रेजेंट ऑफ माइंड' का होना बहुत आवश्यक है। कभी-कभी संचालक को अपने विवेक के आधार पर संचालन करना पड़ सकता है। कार्यक्रम संचालक चाहे कैमरे के सामने किसी टीवी स्टूडियो में उपस्थित हो या मंच पर, उसमें आत्मविश्वास का होना अत्यंत जरूरी है। कार्यक्रम शुरू करने से पहले वह पृष्ठभूमि की चर्चा कर सकता है। वह अपने हाव-भाव से तथा अपनी आवाज के उतार-चढ़ाव से श्रोताओं का ध्यान आकर्षित कर सकता है। यह भी स्मरणीय है कि संचालक को परिस्थिति के अनुरूप संचालन करना होता है। यही कारण है कि नीरस कार्यक्रम को भी संचालक अपने 'सेंस ऑफ ह्यूमर' से रोचक बना सकता है। किसी साहित्यिक कार्यक्रम का संचालन करते समय संचालक बीच-बीच में प्रासंगिक कविताओं के अंशों का प्रयोग करके कार्यक्रम को रोचक बना सकता है।

सूत्रसंचालन रोज़गार के लिए एक महत्वपूर्ण साधन है। इसके ज़रिए लोग अपनी आमदनी बढ़ा सकते हैं और नौकरी के क्षेत्र में सफल हो सकते हैं। सूत्र संचालन से कौशल और प्रशासनिक योग्यता का विकास होता है। साथ ही, यह आत्मनिर्भरता के लिए भी फायदेमंद हो सकता है। स्मरण रहे- सूत्र संचालक मंच और श्रोताओं के बीच सेतु का कार्य करता है। सूत्र संचालन करते समय रोचकता, रंजकता, विविध प्रसंगों का उल्लेख करना आवश्यक होता है। किसी भी कार्यक्रम एवं समारोह में निखार लाना सूत्र संचालक का महत्वपूर्ण कार्य होता है। कार्यक्रम के अनुसार सूत्र संचालक को अपनी भाषा और शैली में परिवर्तन करना चाहिए; जैसे गीतों अथवा मुशायरे का कार्यक्रम हो तो भावपूर्ण एवं सरल भाषा का प्रयोग अपेक्षित है तो व्याख्यान अथवा वैचारिक कार्यक्रम में संदर्भ के साथ सटीक शब्दों का प्रयोग आवश्यक है। सूत्र संचालन करते समय उसके सामने सुनने वाले कौन है; इसका भी ध्यान रखना चाहिए।

3.4 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ :

1. संभाषण- बातचीत अथवा वार्तालाप।
2. व्यवधान- किसी चीज अथवा गतिविधि को बाधित करने प्रक्रिया।
3. कमेंटरी- समालोचना
4. लहजा- बात करने का ढंग, बोलने का अंदाज़ अथवा तरीका।
5. उद्धोषणा- किसी आधिकारिक या औपचारिक तरीके से किसी बात की घोषणा करना।
6. मानक- एक निश्चित पैमाने के अनुसार गठित।
7. अंतराल- बक्त के दो बिंदुओं के बीच के हिस्से को अंतराल कहते हैं।

3.5 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न :

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

1. एक प्रभावी संभाषण के लिए वक्ता को श्रोता के स्तरों का ध्यान रखना आवश्यक है?
(क) आर्थिक और पारिवारिक (ख) सामाजिक और बौद्धिक
(ग) भाषाई (घ) आयु
2. उचित संभाषण कला के लिए व्यक्ति के पास का होना बेहद ज़रूरी है?
(क) यथेष्ट भाषा ज्ञान (ख) केवल महँगे कपड़े
(ग) ऊँची आवाज़ (घ) बहुत अधिक धन
3. गलत स्थान पर ठहराव से यह परिणाम होता है?
(क) बात और अधिक रोचक हो जाना (ख) बात का अर्थ बदलना
(ग) सुनने वाले की रुचि बढ़ जाना (घ) समय की बचत होना
4. संभाषण में 'अंतराल' का वास्तविक अर्थ यह है?
(क) बातचीत को पूरी तरह बंद कर देना
(ख) संवाद को गहरा, स्पष्ट और प्रभावशाली बनाने का माध्यम
(ग) शब्दों को भूल जाना (घ) केवल समय बर्बाद करना
5. संभाषण में एक ही लय में बोलने से यह परिणाम होता है?

- (क) सुनने वाला उत्साहित हो जाना (ख) सुनने वाला ऊब जाना
 (ग) आवाज़ में निखार आना है। (घ) संदेश अधिक स्पष्ट होना
6. अपनी भावनाओं और सूचनाओं को प्रभावशाली ढंग से व्यक्त करने के लिए यह आवश्यक है?
 (क) केवल मौन रहना। (ख) स्पष्ट, संक्षिप्त और प्रभावशाली अभिव्यक्ति कौशल
 (ग) केवल लिखित भाषा का उपयोग (घ) दूसरों की बात को काटना
7. 'उद्घोषणा' शब्द मूल रूप से लैटिन शब्द से आया है?
 (क) कम्युनिकेयर (Communicare) (ख) प्रोक्लेमेयर (Proclamare)
 (ग) डिक्शन (Diction) (घ) स्क्रिप्ट (Script)
8. पुराने समय में गाँवों में ढोल बजाकर की जाने वाली घोषणा को कहा जाता था?
 (क) विज्ञापन (ख) मुनादी या ढिंडोरा पीटना
 (ग) समाचार वाचन (घ) साक्षात्कार
9. किसी सूचना की सार्वजनिक घोषणा करने वाले व्यक्ति को कहा जाता है?
 (क) लेखक (ख) उद्घोषक
 (ग) निर्देशक (घ) श्रोता
10. 'खेल समालोचक' या 'कमेंटेटर' का कार्य करता है?
 (क) खेल के नियम बनाने (ख) खेलों का सीधा-सीधा विवरण करने
 (ग) मैच के टिकट बेचने (घ) खेल का मैदान तैयार करने
11. हिंदी क्रिकेट कमेंट्री के 'पितामह' के रूप में प्रसिद्ध हैं?
 (क) आकाश चोपड़ा (ख) विवेक राजदान
 (ग) सुशील दोषी (घ) जतिन सप्रू
12. सुशील दोषी ने वर्ष में आकाशवाणी से पहली बार हिंदी में कमेंट्री शुरू की थी?
 (क) १९४७ (ख) १९५९
 (ग) १९६८ (घ) १९७५

13. कमेंटेटर अपनी 'तुकबंदी' वाले अंदाज़ के लिए लोकप्रिय हैं?
- (क) विनीत गर्ग (ख) नवजोत सिंह सिद्धू
(ग) आकाश चोपड़ा (घ) मनीष बटाविया
14. सूत्रसंचालक की भूमिका की तुलना से की गई है?
- (क) एक लेखक (ख) मोतियों को जोड़ने वाले एक धागे
(ग) एक कलाकार (घ) एक मुख्य अतिथि
15. सूत्रसंचालक के बीच एक 'पुल' (Bridge) की तरह काम करता है?
- (क) संगीतकार और गायक के बीच (ख) मंच और श्रोताओं के बीच
(ग) लेखक और पाठक के बीच (घ) केवल दो वक्ताओं के बीच
16. सूत्रसंचालन का मुख्य उद्देश्य यह है?
- (क) कार्यक्रम को लंबा खींचना
(ख) कार्यक्रम को व्यवस्थित रूप से एक सूत्र में पिरोकर आगे बढ़ाना
(ग) केवल अपना परिचय देना (घ) दर्शकों को डराना

3.6 सारांश :

- संभाषण का सरल अर्थ है 'दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच होने वाला विचार-विमर्श या बातचीत'। यह मानव संचार का सबसे प्रभावी और सहज माध्यम है। संभाषण के लिए दो या दो से अधिक व्यक्तियों की आवश्यकता होती है।
- संभाषण के लिए वक्ता और श्रोता के बीच संदेशों का आदान-प्रदान समान रूप में होना चाहिए। वक्ता और श्रोता के वार्तालाप में समानता की अपेक्षा होती है। संभाषण कला के भाषा ज्ञान, मानक उच्चारण, सटीक प्रस्तुति, अंतराल, ध्वनि, वेग, लहजा आदि प्रमुख तत्व होते हैं।
- संभाषण कला की उपयोगिता विभिन्न अंगों से हो सकती है। जिसमें प्रभावी अभिव्यक्ति, आत्मविश्वास में वृद्धि, नेतृत्व क्षमता का विकास, संबंधों में प्रगाढ़ता, विवादों का समाधान, वाद-विवाद और तर्क क्षमता, व्यक्तित्व विकास, करियर और पेशेवर सफलता, सामाजिक और व्यक्तिगत संबंध, जन संवाद, अवसरों की प्राप्ति आदि का समावेश होता है।
- संभाषण कला आत्मविश्वास बढ़ाने, विचारों को स्पष्ट रूप से रखने और व्यक्तिगत /व्यावसायिक सफलता के लिए अत्यंत उपयोगी है। यह प्रभावी संवाद के माध्यम से नेतृत्व क्षमता विकसित करने,

श्रोताओं को प्रभावित करने, साक्षात्कार में सफलता पाने और सामाजिक संबंधों को मजबूत बनाने में मदद करती है। संभाषण कला केवल बातचीत नहीं, बल्कि सामने वाले को प्रभावित करने की विधा है, जो अभ्यास से निखारी जा सकती है।

5. उद्घोषणा का सरल अर्थ है किसी सूचना को सार्वजनिक रूप से घोषित करना। सार्वजनिक जानकारी के लिए दी जाने वाली सूचना या सरकारी तौर पर की जाने वाली घोषणा उद्घोषणा कहलाती है।
3. समालोचन अर्थात् कमेंटरी केवल मैच का आंखों देखा हाल बताना नहीं है, बल्कि यह खेल के रोमांच, तकनीक और भावनाओं को दर्शकों तक पहुँचाने वाली एक कला है। समालोचना संवाद की एक कला है इसलिए कमेंटेटर को बोलते वक्त इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि भाषा सरल, सटीक, सुस्पष्ट एवं अर्थपूर्ण होनी चाहिए।
7. सूत्रसंचालन का अर्थ है किसी कार्यक्रम को एक सूत्र में पिरोकर उसे व्यवस्थित रूप से आगे बढ़ाना।
8. सूत्रसंचालन रोज़गार के लिए एक महत्वपूर्ण साधन है। इसके ज़रिए लोग अपनी आमदनी बढ़ा सकते हैं और नौकरी के क्षेत्र में सफल हो सकते हैं।

3.7 स्वयं अध्ययन के प्रश्नों के उत्तर :

- | | |
|--|--|
| 1. सामाजिक और बौद्धिक | 2. ऊँची आवाज़ |
| 3. बात का अर्थ बदलना | 4. संवाद को गहरा, स्पष्ट और प्रभावशाली बनाने का माध्यम |
| 5. सुनने वाला ऊब जाना | 6. स्पष्ट, संक्षिप्त और प्रभावशाली अभिव्यक्ति कौशल |
| 7. प्रोक्लेमेयर (झीलश्ररारीश) | 8. मुनादी या ढिंडोरा पीटना |
| 9. उद्घोषक | 10. खेलों का सीधा-सीधा विवरण करने |
| 11. सुशील दोषी | 12. 1968 |
| 13. आकाश चोपड़ा | 14. मोतियों को जोड़ने वाले एक धागे |
| 15. मंच और श्रोताओं के बीच | |
| 16. कार्यक्रम को व्यवस्थित रूप से एक सूत्र में पिरोकर आगे बढ़ाना | |

3.8 स्वाध्याय :

1. संभाषण का अर्थ और स्वरूप को स्पष्ट कीजिए।
2. संभाषण कला के प्रमुख तत्वों का परिचय दीजिए।
3. संभाषण कला की उपयोगिता स्पष्ट कीजिए।
4. उद्घोषणा के स्वरूप को स्पष्ट कीजिए।

5. समालोचना का स्वरूप स्पष्ट कीजिए।

6. सूत्रसंचालन का स्वरूप स्पष्ट कीजिए।

3.9 क्षेत्रीय कार्य :

1. संभाषण कला को विकसित करने के लिए कार्यशाला का आयोजन कीजिए।

2. उद्घोषणा लेखन का प्रयास कीजिए।

3. किसी खेल प्रतियोगिता का समालोचन कीजिए।

4. महाविद्यालय के किसी समारोह का सूत्रसंचालन कीजिए।

3.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए :

1. मीडिया लेखन: सिद्धांत और व्यवहार - डॉ. चंद्रप्रकाश मिश्र, संजय प्रकाशन, दिल्ली।

2. जनसंचार माध्यम : भाषा और साहित्य - डॉ. सुधीश पचौरी, नटराज प्रकाशन, नई दिल्ली।

3. पटकथा लेखन एक परिचय - मनोहर श्याम जोशी, राधाकृष्ण प्रकाशन, दिल्ली।

4. टेलीविजन पटकथा लेखन - विनोद तिवारी, परिहंस प्रकाशन, नई दिल्ली।

5. पत्रकारिता के नए परिप्रेक्ष्य - राजकिशोर, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली।

6. जनसंचार और पत्रकारिता - विविध आयाम- डॉ. ओमप्रकाश शर्मा, निराली प्रकाशन, पुणे।

7. मीडिया कालीन हिंदी: स्वरूप एवं संभावनाएँ- डॉ. अर्जुन चव्हाण, राधाकृष्ण प्रकाशन, नई दिल्ली।

8. प्रयोजनमूलक हिंदी की नयी भूमिका- डॉ. कैलाशनाथ पाण्डेय, लोकभारती प्रकाशन, नई दिल्ली।

9. प्रयोजनमूलक हिंदी - डॉ. विनोद गोदरे, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली।

10. प्रयोजनामूलक हिंदी - विविध परिदृश्य - डॉ. रमेशचंद्र त्रिपाठी, अलका प्रकाशन, कानपुर।

11. हिंदी भाषा में रोजगार के अवसर - प्रा. विकास पाटील, ए.बी.एस. पब्लिकेशन, वाराणसी।

12. मीडिया में कैरियर - पी. के. आर्य, ग्रंथ अकादमी, नई दिल्ली।

13. प्रयोजनमूलक हिंदी, 'साहित्य सरोवर' - डॉ. श्रीमती आशा मोहन, साहित्य सरोवर प्रकाशन, आगरा।

14. मीडिया : एक अंतर्गता - डॉ. स्मिता मिश्र, मंजुली प्रकाशन, नई दिल्ली।

15. कामकाजी हिंदी - डॉ. कैलाशचंद्र भाटिया, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली।

□□□

घटक 4

पत्र लेखन

अनुक्रम

4.1 उद्देश्य

4.2 प्रस्तावना

4.3 विषय विवेचन

4.3.1 पत्र का महत्व

4.3.2 अच्छे पत्र के गुण या विशेषताएँ

4.3.3 पत्र की भाषाशैली

4.3.4 पत्रों के विभिन्न प्रकार

4.3.4.1 सरकारी कार्यालयीन पत्र

4.3.4.1.1 सरकारी पत्र के अंग या प्रारूप:

4.3.4.1.2 सरकारी कार्यालयीन पत्राचार की विशेषताएँ

4.3.4.1.3 सरकारी कार्यालयीन पत्र का उदाहरण

4.3.4.2 नौकरी के लिए आवेदन पत्र

4.3.4.2.1 नौकरी के लिए आवेदन पत्र का प्रारूप या अंग

4.3.4.2.2 नौकरी के लिए आवेदन पत्र का उदाहरण

4.3.4.3 पदाधिकारी के नाम पत्र

4.3.4.3.1 पदाधिकारी के नाम पत्र का अंग एवं प्रारूप

4.3.4.3.2 पदाधिकारी के नाम पत्र का उदाहरण

4.3.4.4 कार्यालयीन ज्ञापन

4.3.4.4.1 कार्यालयीन ज्ञापन के अंग या प्रारूप

4.3.4.4.2 कार्यालयीन ज्ञापन के उदाहरण

4.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न

4.5 पारिभाषिक शब्द, शब्दार्थ

4.6 स्वयं अध्ययन के प्रश्नों के उत्तर

4.7 सारांश

4.8 स्वाध्याय

4.9 क्षेत्रीय कार्य

4.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए

4.1 उद्देश्य :

इस इकाई पढ़ने के बाद -

- ◆ सरकारी कार्यालयीन पत्राचार के प्रारूप से परिचित हो जाएँगे।
- ◆ कार्यालयीन ज्ञापन के स्वरूप से परिचित हो जाएँगे।
- ◆ पदाधिकारियों के नाम पत्र के प्रारूप से अवगत हो जाएँगे।
- ◆ नौकरी के लिए आवेदन पत्र के प्रारूप से परिचित हो जाएँगे।

4.2 प्रस्तावना :

पत्राचार का तात्पर्य पत्र लेखन से है। पत्र लेखन को अंग्रेजी में Letter Writing कहते हैं। पत्र लेखन एक कला है। मानव जीवन में पत्र लेखन कला का काफी महत्व रहा है। एक व्यक्ति किसी दूसरी व्यक्ति को एक स्थान से दूसरे स्थान तक किसी बात का लिखित संदेश पहुँचाता है तो इसे लेखन कहते हैं। एक व्यक्ति दूसरे व्यक्ति के पास लिखित संदेश भेजता है तो उसे 'पत्र' कहा जाता है। पत्र लेखन ही मनुष्य के भाव एवं विचारों के आदान-प्रदान का सस्ता माध्यम रहा है। दरअसल पत्र आत्मीय वार्तालाप है। पत्र हृदय के विभिन्न पटलों को खोल देता है। पत्र के माध्यम से ही मनुष्य के भावों की स्वाभाविक अभिव्यक्ति होती है। पत्र के द्वारा मनुष्य के निश्चल भावों एवं विचारों की अभिव्यक्ति होती है। पत्र लेखन दो व्यक्तियों के बीच होता है; जो दो हृदयों को जोड़ने का काम करता है। अतः पत्र लेखन ऐसा माध्यम है; जो दूरस्थ व्यक्तियों की भावना को मजबूत बना देता है। पारिवारिक, सामाजिक, व्यापारिक, प्रशासनिक दृष्टि से पत्र लेखन का अनोखा महत्व है।

मनुष्य समाज प्रिय प्राणी है। समाज में रहने वाले व्यक्तियों के बीच मिलने पर अक्सर आपसी संवाद होता है, मगर जब वह आमने-सामने नहीं होता, दूर रहता है तब संपर्क करने के लिए उसे पत्राचार करना पड़ता है। आज पत्र लेखन का स्वरूप बहुत ही उन्नत हो चुका है। दूरस्थ प्रिय व्यक्ति के पास पत्र के माध्यम से संदेश भेजने की परंपरा बहुत पुरानी है। प्राचीन काव्यों में मेघ, हंस को दूत बनाकर संदेश भेजने के निदर्शन बहुत हैं। ऐसे संदेशों में मनोगत, भाव, व्याकुलता, शारीरिक क्षीणता की गहरी अभिव्यक्ति हो चुकी है। पत्र लेखन की कलात्मकता बिगड़ा काम बना देती है और बनता काम बिगाड़ भी देती है। नपी-तुली शब्दावली, सुंदर शैली में लिखा पत्र बोधगम्य बन जाता है मगर अटपटी एवं बेतरतीब भाषा में लिखे पत्र से व्यक्ति के व्यक्तित्व की भद्रता नजर आती है। जिस प्रकार संगीत कला, नृत्य कला, नाट्य कला और गीत गायन कला है उसी तरह पत्र लेखन भी एक कला है। पारिवारिक पत्र व्यवहार, समाज के विविध अधिकारियों के साथ पत्र व्यवहार, कार्यालयों में चलने वाला पत्र व्यवहार आदि पत्र व्यवहार के विविध रूप हैं। आधुनिक काल में मुद्रण तकनीक और मशीनों के विकास के कारण पत्राचार गतिमान हो गया है। सरकारी कार्यालयों के बीच संपर्क स्थापित करने के लिए पत्राचार का विशेष महत्व बन गया है। रेल, बैंक, बीमा जैसे कार्यालयों में विविध भाषाओं में पत्रव्यवहार होने लगा है।

4.3 विषय विवेचन :

सरकारी कार्यालयों में विभिन्न प्रकार की सूचनाओं का आदान-प्रदान पत्र के माध्यम से किया जाता है। केंद्र एवं राज्य सरकार के कार्य सुचारु रूप से संचालित करने के लिए सरकारी पत्र, कार्यालयीन ज्ञापन, पदाधिकारियों के नाम पत्र और नौकरी के लिए आवेदन पत्र की आवश्यकता पड़ती है। दरअसल पत्र सरकारी प्रशासन की नींव है। कार्यालयीन कामकाज में कार्यालयीन पत्राचार का योगदान अहम माना जाता है।

4.3.1 पत्र का महत्व :

पत्र प्रेषक की प्रतिभा और आंतरिक संस्कार का दस्तावेज है। पत्र मानव हृदय की अतल गहराइयों के पतों खोलता है, उन्हें मूर्त रूप देता है। छोटे-छोटे वाक्य, सहज-सरल शब्दावली, समास एवं सूत्रात्मक शैली तथा भावों एवं विचारों से सराबोर पत्र हृदय के भावबंध को खोलता है। पत्र एक ओर आत्मीय, मधुर और मनमोहक होते हैं तो दूसरी ओर तीखे एवं व्यंग्यपूर्ण भी होते हैं। महान व्यक्ति के व्यक्तित्व की खोज पत्र के माध्यम से ही होती है। पत्र व्यक्ति के अंतरंग को उजागर कर देते हैं। हिंदी साहित्य में अनेक साहित्यकारों के पत्र साहित्यिक पत्रिकाओं में समय-समय पर प्रकाशित होते रहे हैं। पत्र एक ओर प्रेरणा का काम करते हैं तो दूसरी ओर संकट के क्षणों में आस्था की लौ जगाते हैं। पत्र मानव जीवन को नई दिशा देते हैं। इतना ही नहीं; उत्साह एवं ताजगी का अनुभव भी देते हैं। इस दृष्टि से पत्र का महत्व मानव जीवन में मानना होगा। इसके लिए पत्राचार के कई गुण एवं विशेषताएँ हैं; जिसका विवेचन-विश्लेषण निम्नलिखित रूप से प्रस्तुत है-

4.3.2 अच्छे पत्र के गुण या विशेषताएँ :

वस्तुतः पत्र लेखन जैसा भाव एवं विचारों का सस्ता और अच्छा साधन दूसरा कोई नहीं है, मगर वह

पत्र तभी अच्छा कहलाएगा जब पढ़ने वाले पाठक को संतोष मिले, खुशी मिले। पत्र में अपने मनोभावों को व्यक्त करने के लिए हमें भाषा पर गहरी पकड़ होनी चाहिए। दूसरी बात यह कि पत्र व्यवहार के विविध रूपों की जानकारी भी होनी चाहिए।

(1) सहज-सरल भाषा शैली :

सहज सरल भाषाशैली में लिखा पत्र प्रभावशाली होता है और पढ़ने वाले पर उसका प्रभाव काफी देर तक रहता है। पत्र लिखते समय अप्रचलित, क्लिष्ट, अनेकार्थी एवं संदेहार्थी शब्दों से बचना चाहिए। पत्र में लंबे-लंबे वाक्य का प्रयोग न करें क्योंकि लंबे वाक्य से पत्र बोझिल बन जाता है। विचारों की स्थापना के लिए सरल भाषा में लिखा पत्र पाठक के दिल पर गहरी छाप छोड़ देता है। छोटे वाक्य, लजीज भाषाशैली में लिखा गया पत्र असरदार सिद्ध हो जाता है। सहज एवं सरल भाषा शैली में लिखा पत्र का प्रभाव काफी देर तक रहता है।

(2) विचारों की स्पष्टता :

वस्तुतः पत्र में विचारों की स्पष्टता होनी चाहिए। उलझन भरा पत्र नहीं होना चाहिए। दरअसल पत्र बंद विचारों को खोलने का काम करता है। जटिल विचार से पत्र पाठक के पल्ले नहीं पड़ता। परिणामतः उसका असर सकारात्मक होने के बजाय नकारात्मक हो जाता है अर्थात् यांत्रिक या अबूझ पहेली की तरह बन जाता है। पत्र में जो कुछ कहना है सीधे-सीधे और स्पष्ट ढंग से कहना चाहिए। पत्र में निहित सभी विचार आइने की तरह पारदर्शी होने चाहिए। अस्पष्ट विचार पत्र रहस्यमयी एवं गूढ़ बना देता है; जिसके कारण पाठक पत्र का आशय समझ नहीं पाता। इसलिए पत्र में विचारों का खुलापन होना चाहिए और वह बिल्कुल सटीक एवं सार्थक होने चाहिए।

(3) संक्षिप्तता :

पत्र में कम शब्दों में ज्यादा आशय दिया जाना चाहिए। पत्र रचनात्मक तालमेल और संवाद के माध्यम बनते नजर आते हैं। पत्र में ऊबाऊ तथ्य न लिखे जाएं। पत्र में एक ही बात को बार-बार दोहराना उचित नहीं चाहिए; जिसके कारण पत्र के कथ्य में सतहापन आ जाता है अर्थात् पत्र में पुनरुक्ति से बचना चाहिए। संक्षिप्तता पत्र की शक्ति है। पत्र लेखन में निशिद्ध तथ्यों से बचना चाहिए। अनावश्यक विस्तार हटाकर मूल आशय की बात यदि पत्र में आ जाती है तो वह पत्र मनमोहक और दिल के पास ले जाता है।

(4) प्रभावान्विती :

जिस प्रकार कहानी में प्रभावान्विती होती है उसी प्रकार पत्र में प्रभावान्विती होनी चाहिए। कहानी जिस प्रकार अंत में पाठकों पर गहरा प्रभाव छोड़ती है उसी प्रकार पत्र को अंत में संपूर्ण कथनों के बाद पाठकों पर गहरा प्रभाव डालना जरूरी है। यह गुण प्रभावान्विती के बिना नहीं हो पाता। पत्र का कथ्य यदि प्रभावी है तो वह पत्र प्रभावी माना जाता है। पत्र में जो कुछ बातें लिखी जाती हैं उसका आशय सिलसिलेवार होना चाहिए।

पत्र में विकल्प की कोई गुंजाईश नहीं होती, कल्पना को कोई स्थान नहीं होता, अंड-बंड बातों को कोई स्थान नहीं होता जबकि सुंदर शिल्प और श्रेष्ठ विचार से युक्त पत्र अपना गहरा प्रभाव पाठक पर छोड़ देता है।

(5) बाहरी सजावट :

पत्र की बाहरी सजावट आंतरिक तथ्य-कथ्य के अनुरूप होनी चाहिए। जिस प्रकार व्यक्ति के बाहरी व्यक्तित्व से आंतरिक व्यक्तित्व का पता चलता है उसी प्रकार ठीक सुसज्जित पत्र के बाहरी कलेवर से उसके भीतरी कलेवर पता चलता है। मार्मिक भाषा, उचित शब्द चयन, सुंदर लेखनी, व्याकरणिक अनुशासन, विराम चिन्हों से युक्त भाषा, पारिवारिक और सामाजिक अनुशासन से बद्ध पत्र पाठक का मन मोह लेता है। अभिवादन, दिनांक, हाशिया, आशय-विषय के अनुसार अनुच्छेद युक्त पत्र बेहद उपयोगी सिद्ध होता है। पत्र की लेखनी सुंदर हो ताकि पत्र पाने वाला देखते ही पढ़े। पत्र लिखते समय अशुद्धियों से बचना चाहिए।

(6) सहज आंतरिकता :

सहज आंतरिकता पत्र का बहुत बड़ा गुण है। यदि अच्छी विशेषताओं को धारण करेगा तो लोगों में पत्र के प्रति रुचि बढ़ जाएगी। यदि पत्र सहजता से हृदय की गहराई से छूता है तो भावनाओं के बंध अपने आप खुल जाते हैं। परिणामी ऐसे पत्र से प्रेषक और प्रेषिती के बीच सहज अंतरिकता का तादात्म्य गहरा हो जाता है। यदि पत्र की सहज अंतरिकता गायब हो जाती है तो पत्र नीरस और ऊबाऊ बन जाता है। इसलिए पत्र में सहज अंतरिकता अनिवार्य रूप से होनी चाहिए।

(7) स्वतःपूर्णता :

वस्तुतः पत्र अपने आप में पूर्ण होना चाहिए। पत्र अपना कथ्य कहने में सक्षम होना चाहिए। अधूरी बातों का पत्र स्वतःपूर्ण नहीं हो सकता। पत्र पढ़ने के बाद प्राप्तकर्ता संतुष्ट हो, उसकी सारी जिज्ञासा का क्षमण पत्र के माध्यम से होना चाहिए। उसे पूरा पत्र पढ़ने के बाद किसी भी प्रकार की आशंका उसके मन में नहीं रहनी चाहिए। यदि ऐसा है तो उस पत्र में स्वतःपूर्णता आ जाती है। कहना अवश्य नहीं कि पत्र पाने वाले को संतोष देता है उसकी सारी समस्या का समाधान करता है तो उसमें स्वतःपूर्णता आ जाती है।

संक्षेप में कहा जा सकता है कि अच्छे पत्र में सहज-सरल भाषाशैली, विचारों की स्पष्टता, संक्षिप्तता, प्रभावान्विती, बाहरी सजावट, सहज आंतरिकता, स्वतःपूर्णता आदि गुण एवं विशेषताओं का होना महत्वपूर्ण माना जाता है।

4.3.3 पत्र की भाषाशैली :

पत्र की भाषाशैली सहज-सरल और स्पष्ट होनी चाहिए। लाक्षणिक और गूढ़ भाषा का प्रयोग पत्र लेखन में किसी काम का नहीं है। पत्र लेखन के सभी भाव स्पष्ट होने चाहिए ताकि पाने वाला वास्तविक विचारों को पूर्णतया अवगत हो जाए। कोई भी पत्र चिरकाल सबूत, ऐतिहासिक दस्तावेज या प्रमाण बन जाता है। इसलिए पत्र साम शब्दों में और सरल भाषा में होना चाहिए। पत्र से कोई गलतफहमी नहीं होनी चाहिए क्योंकि पत्र की

भाषा और शैली संबंधों को जोड़ती है और तोड़ती भी है। मोहक शब्द, सुंदर कलेवर और स्वाभाविक एवं सहज भाषा से युक्त सुसज्जित पत्र व्यक्ति के बहिरंग पक्ष उजागर कर देता है। सुंदर भाषाशैली में लिखा पत्र गहरा एवं आत्मीय रिश्ता बना देता है। अनुभव से सराबोर और सशक्त भाषाशैली में लिखा पत्र मनुष्य के मानस पटल पर गहरी छाप छोड़ देता है। शैली की दृष्टि से सहज-सरल और संक्षिप्त पत्र सीधा-सादा होते हुए भी भव्य विचार पहुँचाता है। पत्र बोझिल, शैली प्रधान नहीं होना चाहिए क्योंकि पत्र लेखन में पत्र पाने वाले की सीमा का ध्यान भी अवश्य रखा जाना चाहिए। आधुनिक पत्र ने मैत्री भाव को केंद्र में रखते हुए सीधी-सादी शैली को अपनाकर क्लासिकल परंपरा को जोड़ दिया है।

4.3.4 पत्रों के विभिन्न प्रकार :

विशेषज्ञों द्वारा पत्र लेखन कई भेद माने गए हैं। व्यक्तिगत पत्र यानी निजी या पारिवारिक पत्र, सामाजिक पत्र, व्यावसायिक पत्र, प्रशासकीय पत्र, कार्यालयीन पत्र आदि। अधिकांश विद्वान पत्र लेखन के सामाजिक, व्यवसायिक और सरकारी पत्र तीन प्रकार मानते हैं। पत्र लेखन के विविध प्रकार होने के बावजूद अध्ययन की सुविधा हेतु सरकारी कार्यालयीन पत्र, नौकरी के लिए आवेदन पत्र, पदाधिकारियों के नाम पत्र, कार्यालयीन पत्र आदि का अध्ययन पाठ्यक्रम में शामिल किया गया है; जिसका विवेचन-विश्लेषण निम्नलिखित रूप से प्रस्तुत है-

- (1) सरकारी कार्यालयीन पत्र।
- (2) नौकरी के लिए आवेदन पत्र।
- (3) पदाधिकारियों के नाम पत्र।
- (4) कार्यालयीन ज्ञापन।

4.3.4.1 सरकारी कार्यालयीन पत्र :

केंद्र और राज्य सरकार अपने अधीनस्त कार्यालयों के माध्यम से विभिन्न मंत्रालय, विभिन्न आयोग, सार्वजनिक एवं निजी कार्यालयों एवं निगमों को संपर्क करती है और अपना कार्य आगे बढ़ा देती है। अपना कार्य आगे बढ़ाने हेतु लिखा गया पत्र सरकारी कार्यालयीन पत्र कहलाता है। सरकार अपने अधीनस्त कार्यालयों, अन्य सरकारों, लोग सेवा संघों और सार्वजनिक निकायों से लिखे गए पत्र सरकारी कार्यालयीन पत्र होते हैं। सरकारी कार्यालयीन पत्र को प्रशासकीय कार्यालयीन पत्राचार, सामान्य शासन आदेश, कार्यालयीन पत्र, सामान्य सरकारी पत्र आदि विविध नामों से जाना जाता है। दरअसल शासन की ओर से निर्गत आदेश को शासनादेश कहा जाता है। केंद्र सरकार और राज्य सरकार की ओर से समय-समय पर यह पत्र जारी किए जाते हैं। केंद्र सरकार की ओर से जारी आदेश को केंद्रीय शासनादेश और राज्य सरकार की ओर से जारी आदेश राज्य शासनादेश कहा जाता है। सरकारी पत्र का प्रयोग सार्वजनिक एवं व्यक्तिगत संस्थानों, राज्य सरकारों, संबंधित एवं अधीनस्त कार्यालयों, बैंक-बीमा कार्यालयों, संघ लोक सेवा आयोगों, नगर निकायों, जन प्रतिनिधियों को

समय-समय पर किया जाता है। सरकारी पत्र की भाषा निश्चयात्मक और प्रथम पुरुष में होती है। हिंदी देश की राजभाषा है। इसी कारण सरकारी कामकाज में हिंदी भाषा का प्रयोग किया जाता है। इस पत्र के विभिन्न अंग हैं।

4.3.4.1.1 सरकारी पत्र के अंग या प्रारूप :

सरकारी पत्र या शासकीय पत्र के कई अंग हैं। सरकारी पत्र के अंग वे हैं; जिसका प्रयोग सरकारी पत्र लेखन में किया जाता है। सरकारी पत्राचार करते समय इन्हीं अंगों का उचित प्रयोग किया जाना चाहिए। पत्र लेखन में इन्हीं अंगों का क्रमशः पालन किया जाना चाहिए ताकि पत्र उपयोगी, रोचक एवं पठनीय बन जाए।

- (1) **पत्र संख्या:** सरकारी पत्र में सबसे पहले संख्या दी जानी चाहिए।
- (2) **पत्र शीर्ष:** उसके नीचे पत्र प्रेषक कार्यालय का जिक्र होना चाहिए।
- (3) **प्रेषक:** उसके बाद प्रेषक का नाम और पद लिखा जाना चाहिए।
- (4) **प्रेषिती:** उसके बाद प्रेषिती का नाम, पद और पता लिखा जाना चाहिए। इसके पूर्व 'सेवा में' शब्द लिख जाना चाहिए।
- (5) **स्थान एवं दिनांक:** उसके पश्चात् प्रेषक का पता, स्थान एवं तिथि का जिक्र अवश्य किया जाना चाहिए।
- (6) **विषय:** उसके बाद पृष्ठ के बीच में विषय का जिक्र अवश्य किया जाना चाहिए। प्रस्तुत पत्र भेजने के कारणों पर संक्षेप में प्रकाश डालना चाहिए ताकि पत्र पाने वाले को विषय दृढ़ने में असुविधा नहीं होगी।
- (7) **संबोधन:** विषय विवरण के पश्चात् पत्र की बाई ओर 'महोदय', 'प्रिय महोदय', 'प्रिय महोदया', 'महानुभाव' जैसे संबंधनों को लिखा जाता है।
- (8) **पत्र का मूल विषय:** उसके बाद पिछले पत्र का स्मरण दिलाते हुए पत्र का मूल उद्देश्य स्पष्ट दिया जाना चाहिए। पत्र के निर्देश साम एवं निश्चित होने चाहिए।
- (9) **स्वनिर्देशन:** पत्र के अंत में स्वनिर्देश अवश्य दिया जाना चाहिए।
- (10) **हस्ताक्षर:** 'भवदीय' के नीचे हस्ताक्षर अवश्य करनी चाहिए। हस्ताक्षर के नीचे कोष्ठक में प्रेषक का नाम स्पष्ट लिख देना चाहिए।
- (11) **संलग्नक:** संलग्न पत्रादि का हो तो उसका जिक्र अवश्य किया जाना चाहिए।
- (12) **पृष्ठांकन:** पृष्ठांकन में पत्र की प्रतियाँ किनको-किनको भेजी जा रही है उसका उल्लेख अवश्य किया जाना चाहिए। यदि पत्र की प्रतियाँ किसी को न भेजी रही है तो उसका उल्लेख करने की आवश्यकता नहीं है।

सार यह कि सरकारी कार्यालयीन पत्र के पत्र संख्या, पत्र शीर्षक, प्रेषक, प्रेषिती, स्थान एवं दिनांक, विषय, संबोधन, पत्र के मूल विषय का विस्तार, स्वनिर्देशन, हस्ताक्षर, संलग्नक, पृष्ठांकन आदि अंग होते हैं; जो पत्र को परिपूर्ण बना देते हैं।

4.3.4.1.2 सरकारी कार्यालयीन पत्राचार की विशेषताएँ :

सरकारी कार्यालयीन पत्राचार की निश्चित भाषाशैली होती है। पत्र निराशा एवं खालीपन में उम्मीद जगाते हैं। दरअसल पत्र मन के भीतरी एहसासों को अभिव्यक्ति देते हैं। पत्र अंदर की खामोशी को शब्दों के माध्यम से तोड़ देते हैं। सरकारी पत्र प्रेषक और प्रेषिती के बीच सुखद संवाद स्थापित कर देता है। सरकारी कार्यालयों में पत्राचार की पद्धति, भाषा और शैली निजी पत्रों से अलग होती है। निम्नलिखित विशेषताओं पर ध्यान दिया जाए तो सरकारी पत्राचार में सहिष्णुता, सार्थकता, समर्पकता आ जाती है।

(1) सरलता-सहजता :

सरकारी पत्र की भाषा में सहजता एवं सरलता होनी चाहिए। शिष्टतापूर्ण भाषा का प्रयोग सरकारी पत्र में होना चाहिए। अप्रचलित शब्द प्रयोग, अभद्रतापूर्ण भाषा प्रयोग कहीं भी नहीं होना चाहिए। बेमेल शब्द, कृत्रिम शब्द भाषा के प्रवाह को खंडित बना देते हैं। पत्र में व्यक्त भाव को खंडित करने वाले, अधूरे वाक्यों का प्रयोग नहीं होना चाहिए। अस्पष्ट, अलंकारयुक्त भाषा प्रयोग पत्र की सहजता एवं सरलता नष्ट कर देते हैं। इसलिए पत्र की भाषा में सहजता और सरलता का होना अनिवार्य है।

(2) संक्षिप्तता :

सरकारी पत्र का कलेवर सीमित एवं संक्षिप्त होना आवश्यक है। प्रशासकीय अधिकारी समयाभाव के कारण कम शब्दों में और स्पष्ट रूप से आशय की प्रस्तुति की जानी चाहिए। इसमें अनावश्यक विस्तार से बचना चाहिए। नपी-तुली भाषा का पत्र बहुत ही समर्पक होता है। अस्पष्ट, अलंकारयुक्त पत्र की भाषा नहीं होनी चाहिए। लंबे और अधूरे वाक्य का प्रयोग पत्र में नहीं होना चाहिए। बेमेल शब्द पत्र की भाषा का प्रवाह खंडित हो जाता है।

(3) संपूर्णता :

जो पत्र प्रेषिती के पास पहुँचकर पूरी बात कहने में सक्षम होता है; वही पत्र अपने आप में संपूर्ण होता है। टूकड़ों में कही गई बात पत्र की आशंका बढ़ा देती है। पत्र में निर्देश, सूचना, जानकारी, तथ्य आदि बातें स्पष्ट होनी चाहिए। उसमें किसी भी प्रकार उलझन, संदेह, आशंका, अतिशयोक्ति न हो। पत्र पढ़ने के बाद कोई आशंका, जिज्ञासा या कौतुहल मन में नहीं रहना चाहिए। पत्र का आशय आपने आप में पूर्ण एवं उद्देश्यों की पूर्ति करने वाला होना चाहिए।

(4) क्रमबद्धता :

पत्र में बातें कहने का एक क्रम होना चाहिए। बेतरतीब ढंग से लिखा पत्र समझने में उलझन पैदा कर देता है। पत्र में बात कहने और लिखने का क्रम सुचारु पद्धति से होना चाहिए। तथ्य लेखन की प्रस्तुति में क्रमबद्धता का अनुशासन अवश्य होना चाहिए ताकि पत्र के समझने में आसानी हो जाती है। पत्र की शृंखला एक सांकल की तरह होनी चाहिए ताकि विषय की स्पष्टता हो सके।

(5) शुद्धता :

सरकारी पत्र का सबसे अहम गुण है—उसकी शुद्धता। सरकारी पत्र में शब्द प्रयोग अनेकार्थी एवं संदेहार्थी नहीं होना चाहिए; जिसके कारण अर्थ का अनर्थ न हो जाए। पत्र क्रमांक, तिथि, संदर्भ, निर्देश आदि में कोई गलती नहीं होनी चाहिए। एक छोटी-सी गलती भी संबंधित कर्मचारी या सरकार के लिए महंगी साबित हो सकती है। कभी-कभार देश में दंगा-फसाद होने की संभावना पैदा हो जाती है। यदि पत्र दूसरे देश से संबंधित है तो उसके संबंध विच्छेद होने की संभावना होती है। इसलिए सरकारी पत्र शुद्ध और विनम्र भाषा में होना चाहिए।

(6) आकर्षक कलेवर :

पत्र का अंतर-बाह्य कलेवर मनमोहक होना चाहिए। साम-सुथरा कागज, सुंदर लिखवट, व्याकरणिक नियमों का पालन, विराम चिन्हों का उचित प्रयोग पत्र को आकर्षक बना देता है। आंतरिक कलेवर में पत्र की भाषा संयत, शिष्ट, प्रभावशाली होनी चाहिए। अतिशयोक्तिपूर्ण एवं क्लिष्ट भाषा प्रयोग पत्र में नहीं होना चाहिए। उचित स्थानों पर अनुच्छेदों का प्रयोग, अभिवादन और शीर्षक से पत्र आकर्षक बन जाता है।

(7) यथातथ्यता :

सरकारी कार्यालयीन पत्राचार में कथ्य को सीधे-सीधे कह देना चाहिए। अलंकारिक भाषा में और घुमा-फिराकर पत्र के विषय को प्रस्तुत नहीं करना चाहिए। पत्र का विषय तथ्य के आधार पर और प्रमाण के साथ प्रस्तुत करना चाहिए। उसमें किसी भी प्रकार की पुनरुक्ति नहीं होनी चाहिए, असंगति एवं अस्पष्टता नहीं होनी चाहिए, अनिश्चितता नहीं होनी चाहिए, किसी पक्षपात की गंध नहीं होनी चाहिए। निःस्पक्षता, सत्यनिष्ठा, पूर्व ग्रहणीयता पत्राचार की यथातथ्यता को बढ़ावा देते हैं। पत्राचार में व्यक्तिगत पहचान का रुतबा नहीं होना चाहिए।

सारांश रूप में कहा जा सकता है, कि सरकारी कार्यालयीन पत्राचार सरलता-सहजता, संक्षिप्तता, संपूर्णता, क्रमबद्धता, शुद्धता, आकर्षक कलेवर, यथातथ्यता आदि विशेषताओं से सरकारी पत्राचार में सहिष्णुता, सार्थकता, समर्पकता और परिपूर्णता आ जाती है।

4.3.4.1.3 सरकारी कार्यालयीन पत्र का उदाहरण :

(1) सरकारी कार्यालयीन पत्र का उदाहरण :

संख्या-शिक्षा/.....

भारत सरकार,
मानव संसाधन विकास मंत्रालय,
नई दिल्ली।

प्रेषक,

डॉ. सचिन शर्मा
मुख्य सचिव (शिक्षा),
मानव संसाधन विकास मंत्रालय,
नई दिल्ली।

सेवा में,
शिक्षा निदेशक,
शिक्षा मंत्रालय,
महाराष्ट्र शासन, मुंबई।

नई दिल्ली, दिनांक 15 मार्च, 2023

विषय: राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020 लागू करने हेतु...

महोदय,

उक्त विषय के अनुसार गत माह में नई दिल्ली में आयोजित सम्मेलन में आपको विस्तृत जानकारी दी गई थी। अब इस विषय के संबंध में मुझे यह निवेदन करने का निर्देश हुआ है कि शैक्षिक वर्ष 2023-24 से राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020 लागू की जानी चाहिए।

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020 के नसार नई कक्षाओं का पाठ्यक्रम बनाना चाहिए।

राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020 के क्रियान्वयन के कारण किसी भी कार्यरत कर्मचारी को हानि न हो, इसका पूरा ध्यान रखा जाना चाहिए।

इस विषय में 28 मई, 2023 को एक और बैठक दिल्ली में आयोजित की जा रही है; जिसमें आपकी उपस्थिति अनिवार्य है। उसकी विस्तृत सूचना संलग्न पत्र में देखें।

भवदीय

डॉ. सचिन शर्मा
मुख्य सचिव (शिक्षा),

मानव संसाधन विकास मंत्रालय,
भारत सरकार, नई दिल्ली।

संलग्न-

बैठक का सूचना-पत्र एवं कार्यसूची।

प्रतिलिपि प्रेषित -

1. सचिव, मानव संसाधन विकास मंत्रालय, भारत सरकार
2. शिक्षामंत्री, भारत सरकार
3. मुख्यमंत्री, महाराष्ट्र शासन, लखनऊ।

(2) सरकारी कार्यालयीन पत्र का उदाहरण:

संख्या-शिक्षा/.....

भारत सरकार,
मानव संसाधन विकास मंत्रालय,
नई दिल्ली।

प्रेषक,

श्री. प्रभात यादव,
उपसचिव, भारत सरकार,
नई दिल्ली।

सेवा में,
मुख्य सचिव,
महाराष्ट्र सरकार,
मुंबई।

नई दिल्ली, दिनांक 15 मार्च, 2026

विषय : शिक्षा संस्थानों की प्रबंधन समितियों को राज्य सरकार द्वारा निश्चित
की गई शिक्षा नीति का पालन करने में उदासीनता दिखाने संबंधी...।

महोदय,

आपके पत्रांक म/5/26, दिनांक 1 जनवरी, 2026 के उत्तर में मुझे यह कहने का निर्देश हुआ है कि

शिक्षा संस्थानों के राष्ट्रीयकरण के संबंध में आपकी ओर से आए हुए प्रस्तावों पर गंभीरतापूर्वक विचार-विमर्श किया गया है, मगर अब तक इस विषय के संबंध में सरकार कोई ठोस कदम नहीं उठा पा रही है। फिलहाल यह सही है कि शिक्षा क्षेत्र में व्यय का अधिकांश भार सरकार को ही वहन करना पड़ता है। शिक्षा संस्थानों की प्रबंधन समितियाँ नाममात्र निवेश कर अपना स्वामित्व करती है और सरकारी शिक्षा नीति में बाधा पैदा करती है। इसके बावजूद इन समितियों को सही मार्ग दिखाना होगा। यदि जल्दबाजी में कोई कार्रवाई की जाए तो वह अहितकर साबित होगी।

भारत सरकार आपकी इस बात से पूरी तरह से सहमत है कि शिक्षा संस्थानों की प्रबंधन समितियों को राज्य सरकार द्वारा निश्चित की गई शिक्षा नीति का पालन करना चाहिए। इसमें किसी भी प्रकार की उदासीनता दिखाना उचित नहीं है। जो शिक्षा संस्थाएँ इसमें दोषी पाई जाएंगी उन पर कड़ी कार्रवाई की जाएगी।

भवदीय,
डॉ. प्रभात यादव,
उपसचिव, भारत सरकार,
नई दिल्ली।

संलग्न—

शिक्षा नीति के निर्देश की सूची।

प्रतिलिपि प्रेषित —

1. प्रधान, महाराष्ट्र राज्य छात्र अभिभावक संघ।
2. मंत्री, महाराष्ट्र शिक्षण संस्थान संघ।

4.3.4.2 नौकरी के लिए आवेदन पत्र :

वस्तुतः अनुभव और योग्यता प्राप्त इच्छुक व्यक्ति नौकरी पाने हेतु आवेदन पत्र लिखता है। कभी वह एक नौकरी से दूसरी नौकरी पाने के लिए आवेदन पत्र लिखता है तो कभी अस्थायी नौकरी से स्थायी पाने हेतु आवेदन पत्र लिखता है तो कभी-कभार अपनी परेशानी का निराकरण करने के लिए आवेदन पत्र लिखता है। इसमें ध्यान देना होगा कि नौकरी पाने हेतु लिखा आवेदन पत्र यथार्थ यानी वास्तविक होना जरूरी है। अपनी शैक्षिक योग्यता और अनुभव की जानकारी सत्य पर आधारित होनी चाहिए। अंक, प्रतिशत, श्रेणी और कार्य अनुभव का सही उल्लेख करें ताकि नौकरी देने वाले को आपके ऊपर भरोसा हो जाए। कभी-कभी हम बहुत ढिंगे हाँकने के चक्कर में जांच करने पर जानकारी झूठ निकलती है और नौकरी से हाथ धोना पड़ता है।

4.3.4.2.1 नौकरी के लिए आवेदन पत्र का प्रारूप या अंग :

- (1) **प्रेषिती:** उसके बाद प्रेषिती का नाम, पद और पता लिखा जाना चाहिए। इसके पहले 'सेवा में' शब्द लिखा जाना चाहिए।

- (2) **विषय :** उसके बाद पृष्ठ के बीच में विषय का जिक्र अवश्य किया जाना चाहिए। यहाँ किस पद के लिए आवेदन पत्र है उसका जिक्र करना आवश्यक है; जैसे - चपरासी पद के लिए आवेदन पत्र।
- (3) उसके बाद संदर्भ देना अनिवार्य है; जैसे-संदर्भ : दिनांक को दैनिक में प्रकाशित आपका विज्ञापन।
- (4) **संबोधन :** विषय विवरण के पश्चात् पत्र की बाई ओर 'महोदय' या 'महोदया' जैसे संबंधनों को लिखा जाता है।
- (5) **पत्र का मूल विषय :** उसके बाद विज्ञापन का स्मरण दिलाते हुए पत्र का मूल उद्देश्य स्पष्ट दिया जाना चाहिए। पत्र के निर्देश साम एवं निश्चित होने चाहिए। इस विषय के अंतर्गत शैक्षिक योग्यता, अध्यापन अनुभव, विशेष रुचि, लेखन अभिरुचि आदि को क्रमशः दिया जाना चाहिए।
- (6) **स्वनिर्देशन :** पत्र के अंत में स्वनिर्देश अवश्य दिया जाना चाहिए; जैसे 'भवदीय'।
- (7) **हस्ताक्षर :** 'भवदीय' के नीचे हस्ताक्षर अवश्य करनी चाहिए। हस्ताक्षर के नीचे कोष्ठक में प्रेषक का नाम एवं पता लिख देना चाहिए।
- (8) **संलग्नक :** संलग्न पत्रादि का हो तो उसका जिक्र अवश्य किया जाना चाहिए।
- (9) **दिनांक :** संलग्न के बाद तिथि का उल्लेख अवश्य किया जाना चाहिए।
- (10) **पृष्ठांकन :** पृष्ठांकन में पत्र की प्रतियाँ किनको-किनको भेजी जा रही है उसका उल्लेख अवश्य किया जाना चाहिए। यदि पत्र की प्रतियाँ किसी को न भेजी रही है तो उसका उल्लेख करने की आवश्यकता नहीं है।

4.3.4.2.2 नौकरी के लिए आवेदन पत्र का उदाहरण :

(1) नौकरी के लिए आवेदन पत्र का उदाहरण :

(1) प्रधानाचार्य, विवेकानंद कॉलेज, कोल्हापुर के नाम हिंदी सहायक प्राध्यापक पद हेतु आवेदन पत्र लिखिए।

सेवा में,

प्रधानाचार्य,
विवेकानंद कॉलेज,
कोल्हापुर

विषय : हिंदी सहायक प्राध्यापक पद के लिए आवेदन पत्र।

संदर्भ : दि. १५ जून, २०२४ को दैनिक भास्कर में प्रकाशित आपका विज्ञापन।

महोदय,

उक्त विषय संदर्भ के अनुसार सविनय निवेदन है कि दि. 15 जून, 2024 को दैनिक भास्कर में प्रकाशित आपके विज्ञापन से ज्ञात हुआ कि आपके महाविद्यालय में हिंदी सहायक प्राध्यापक की आवश्यकता है। मैं हिंदी सहायक प्राध्यापक पद के लिए आवेदन पत्र भेज रहा हूँ। मेरी शैक्षिक योग्यता और अनुभव निम्नलिखित है-

शैक्षिक योग्यता:

(क) एम. ए. हिंदी - शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर	प्रथम श्रेणी
(ख) एम. फिल. - शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर	'ओ' ग्रेड
(ग) सेट - शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर	प्रथम श्रेणी
(घ) पीएच्. डी. - शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर	--

अनुभव:

मैं गत तीन सालों से श्रीमती नाथीबाई दामोदर ठाकरसी महिला विद्यापीठ, पुणे में अस्थायी सहायक प्राध्यापक के रूप में काम कर रहा हूँ। कई हिंदी पत्र-पत्रिकाओं में समय-समय मेरे आलेख प्रकाशित हो चुके हैं। अपने प्रमाणपत्रों की सत्य प्रतिलिपियाँ और अपने प्रधानाचार्य का अनुशंसा पत्र इस आवेदन पत्र के साथ भेज रहा हूँ।

धन्यवादसहित।

संलग्न : 10

दिनांक : 20 जून, 2026

भवदीय,

डॉ. दीपक शर्मा

ग्राम : बिजवडी, तहसील : मालशिरस,
जिला : सोलापुर।

(2) नौकरी के लिए आवेदन पत्र का उदाहरण :

(1) प्रधानाचार्य, देवचंद कॉलेज, अर्जुननगर के नाम लिपिक पद हेतु आवेदन पत्र लिखिए।

सेवा में,

प्रधानाचार्य,
देवचंद कॉलेज,
अर्जुननगर

विषय : लिपिक पद के लिए आवेदन पत्र।

संदर्भ : दि. 5 जून, 2025 को दैनिक जागरण में प्रकाशित आपका विज्ञापन।

महोदय,

उक्त विषय संदर्भ के अनुसार सविनय निवेदन है कि दि. 5 जून, 2026 को दैनिक जागरण में प्रकाशित आपके विज्ञापन से ज्ञात हुआ कि आपके महाविद्यालय में लिपिक पद की आवश्यकता है। मैं लिपिक पद के लिए आवेदन पत्र भेज रहा हूँ। मेरी शैक्षिक योग्यता और अनुभव निम्नलिखित है-

शैक्षिक योग्यता:

- (क) बी. कॉम. - शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर द्वितीय श्रेणी
(ख) एम. एस. सी. आई. टी. - महाराष्ट्र नॉलेज कॉर्पोरेशन लिमिटेड प्रथम श्रेणी
(ग) जयप्रभा टाइपिंग इन्स्टिट्यूशन, कोल्हापुर में एक वर्षीय टाइपिंग कोर्स पूरा किया है।
स्पीड प्रतिषब्द - मराठी 30 और अंग्रेजी 40 है।

अनुभव -

नाईट कॉलेज ऑफ आर्ट्स अँड कॉमर्स, इचलकरंजी में पार्ट टाइम लिपिक पद पर कार्य जारी है।

इसके अलावा मैं एक फूटबॉल खिलाड़ी हूँ और संगीत में विशेष रुचि रखता हूँ। मैं मेहनत एवं लगन में विश्वास रखता हूँ। अपने प्रमाणपत्रों की सत्य प्रतिलिपियाँ और अपने प्रधानाचार्य का अनुशंसा पत्र इस आवेदन पत्र के साथ भेज रहा हूँ।

उम्मीद है कि आप मुझे लिपिक पद की सेवा का सुअवसर प्रदान करेंगे।

धन्यवादसहित।

संलग्न : 6 प्रतिलिपियाँ।

दिनांक : 8 जून, 2026

भवदीय,

श्री राजेंद्र तावरे

ग्राम : मोरेवाडी, तहसील : करवीर,
जिला : कोल्हापुर।

4.3.4.3 पदाधिकारी के नाम पत्र :

पदाधिकारी के नाम निजी एवं सामाजिक पत्र लिखे जाते हैं। समाज की गतिविधियों को लेकर या अपनी इच्छा व्यक्त करने, व्यक्तिगत प्रतिक्रियाएँ देने के लिए पदाधिकारी के नाम पत्र लिखे जाते हैं। इसमें पड़ोसी, सभा, सोसाइटी, संपादक, मुहल्ले वाले एवं गांववाले पदाधिकारियों के नाम पत्र लिखते हैं। इन पत्रों के जरिए पदाधिरियों को विशेष जानकारी प्राप्त हो जाती है। भारतीय संविधान के अनुसार अपने विचार व्यक्त करने और अपने अधिकार पाने का अधिकार जनता को है। जब जनता पर अन्याय हो जाता है या उनके अधिकारों का दमन हो जाता है तब पदाधिकारी के नाम पत्र लिखना अनिवार्य बन जाता है। परिणामी उस पत्र का आदर संबंधित पदाधिकारी को करना पड़ता है। उनके विचार, सुझाव, निर्देश की ओर अनदेखी नहीं की जा सकती।

कार्यालय की व्यस्तता के कारण कभी-कभार सामाजिक कार्य की ओर पदाधिकारियों की अनदेखी हो जाती है। ऐसे में ये पत्र समाज के विविध कार्यालयों के पदाधिकारियों को उनके दायित्व एवं कार्य का एहसास दिलाते हैं। इन पत्रों के माध्यम से समाज की कई त्रुटियाँ तथा समस्या दूर हो जाती है। समाज की विविध समस्याओं को दूर करने के लिए पदाधिकारी के नाम पत्र लिखे जाते हैं।

4.3.4.3.1 पदाधिकारी के नाम पत्र का अंग एवं प्रारूप :

- (1) **प्रेषिती/प्राप्तकर्ता का नाम तथा पदनाम:** इसमें प्रेषिती का नाम, पदनाम और स्थान का जिक्र आएगा।

प्रेषित के नाम, पदनाम और पते के ऊपर बायी ओर 'सेवा में' शब्द लिखा जाता है।

- (2) **विषय:** प्रेषिती/प्राप्तकर्ता का नाम तथा पदनाम के नीचे विषयवस्तु संक्षेप में प्रस्तुत की जाएगी। यह विषय वस्तु, जिसके बारे में लिखा जा रहा है उसी से संबंधित होनी चाहिए।

- (3) **संबोधन:** संबोधन में विषय प्रस्तुति के बाद 'महोदय', 'महोदया' आदि संबोधनों का प्रयोग किया जाना चाहिए।

- (4) **विषय का विस्तार से विवेचन:** मूल कथ्य का विस्तार विवेचन पत्र में दिया जाएगा। इसमें मूल बात का स्पष्टीकरण होना आवश्यक है।

- (5) **स्वनिर्देश:** पत्र का मूल विषय समाप्ति के बाद पत्र के दाई ओर 'भवदीय' या 'भवदीया' शब्द प्रयोग आएगा। उसके नीचे हस्ताक्षर होती है।

- (6) **हस्ताक्षर:** स्वनिर्देश के बाद जो व्यक्ति नीचे हस्ताक्षर करने वाला है; उसका नाम कोष्ठक में दिया जाएगा।

- (7) **नाम एवं पता:** उसके बाद नीचे नाम एवं पता दिया जाएगा।

- (8) **तिथि:** सबसे आखरी में तिथि लिखी जाएगी।

4.3.4.3.2 पदाधिकारी के नाम पत्र का उदाहरण :

- (1) **पदाधिकारी के नाम पत्र का उदाहरण:**

सेवा में,

मा. श्री अमोल येडगे,

जिलाधिकारी,

कोल्हापुर।

विषय : लाऊड स्पीकों के आवाजों के नियंत्रण संबंधी...

महोदय,

सविनय निवेदन है कि इन दिनों शहर में तड़के चार बजे से रात के एक बजे तक ऊँची आवाज में स्थान-स्थान पर फिल्मी गीतों का और लाऊड स्पीकरों की आवाज स्वच्छंद तरीके से प्रसारित की जा रही हैं। स्कूल, कॉलेज, अस्पताल, छात्रावास और परिसर के लोगों के लिए इस ध्वनि प्रदूषण के कारण काफी परेशानी का सामना करना पड़ता है। मैं एक छात्रावास का विद्यार्थी हूँ। हमारी परीक्षा नजदीक आई है। ऐसे में पूरा ध्यान पढ़ाई में आवश्यक है, मगर ऐसे फिल्मी गीतों का और लाऊड स्पीकरों की आवाजों से अध्ययन में बाधा आ जाती है। मन पूरी तरह से एकाग्र नहीं हो पाता; जिसका असर हमारे करियर पर हो जाएगा।

अतः आपसे प्रार्थना है कि आप उनके लिए सुनिश्चित अवधि तय कर दें ताकि सभी नागरिकों की असुविधा न हो जाए। कष्ट के लिए क्षमस्व।

धन्यवादसहित।

भवदीय,
दशरथ जाधव,
प्रिंस मराठा बोर्डिंग,
कोल्हापुर।

दिनांक: 5 मे, 2026

(2) पदाधिकारी के नाम पत्र का उदाहरण :

सेवा में,

मा. अधीक्षक,
महाराष्ट्र रेल बोर्ड,
मुंबई।

विषय: रेलवे कर्मचारी के अशिष्ट व्यवहार संबंधी...

महोदय,

सविनय निवेदन है कि मैं 15 अप्रैल को महाराष्ट्र एक्सप्रेस से गोंदिया जा रहा था। पुणे के पास एक खेदपूर्ण घटना घटी। मेरी बहन दो बच्चों समेत महिलाओं की बोगी में बैठी थी। टिकट महोदय महिलाओं की बोगी में गया और टिकट देखने लगा। टिकट देखते-देखते जब वह मेरी बहन के पास पहुँचा तब बहन ने उसे बताया कि टिकट दूसरी बोगी में बैठे मेरे भाई के पास है। तब वह गुस्सा हो गया। अनाप-शनाप बोलते हुए उसने मेरी बहन को टिकट लाने के लिए बाध्य किया। गाड़ी में काफी भीड़ थी; जिसके कारण बच्चे काफी परेशान थे। उसने उन्हें गाड़ी से उतारने और पुलिस के हवाले करने की धमकी दी। जब उसी बोगी में बैठी बुजुर्ग महिलाओं

ने उसे समझाने की कोशिश की, मगर उसने उन्हें भी आड़े हाथों लिया। वह बेचारी अपमान के भय से चुपचाप सहती रही। संयोग से मैं बच्चों का हाल देखने उसी बोगी में गया तो टिकट निरीक्षक का बहन के साथ अशिष्ट व्यवहार जारी था। वह चुपचाप रो रही थीं। मेरे द्वारा कारण पूछने पर टिकट निरीक्षक अपनी गलती को स्वीकार करने के बजाय मुझ पर ही बरस पड़ा।

तभी अन्य महिलाओं ने भी उसके अभद्र व्यवहार की शिकायत की। जब वह महिलाएँ स्टेशन मास्टर के पास जाने लगी तब उसके होश ठिकाने आ गए और वह बकबक करते चला गया।

आशा है कि आप इस घटना की ओर विशेष ध्यान देंगे और टिकट निरीक्षक पर उचित कार्रवाई करेंगे। अतः आपसे नम्र निवेदन है कि यदि आप महिलाओं की बोगी में टिकट चेक करने के लिए महिला टिकट निरीक्षक की नियुक्त करेंगे ताकि भद्र परिवार की महिलाओं को इस तरह के अशिष्ट व्यवहार का शिकार नहीं होना पड़ेगा। कष्ट के लिए क्षमस्व।

धन्यवादसहित।

भवदीय,
दत्ता पाटील,
जवाहरनगर, कोल्हापुर।

दिनांक : 16 अप्रैल, 2026

4.3.4.4 कार्यालयीन ज्ञापन :

कार्यालय ज्ञापन को 'स्मृति पत्र' भी कहा जाता है। सूचनाओं के आदान-प्रदान हेतु विभिन्न मंत्रालयों और कार्यालयों के बीच कार्यालय ज्ञापन का प्रयोग किया जाता है। दूसरे शब्दों में कहा जाए तो केंद्र सरकार के विविध कार्यालय अपने अधीनस्त कार्यालयों एवं कर्मचारियों को सामान्य सूचनाएँ देने के लिए कार्यालय ज्ञापन अर्थात् कार्यालय स्मृति पत्र का प्रयोग करते हैं। गृह मंत्रालय, वित्त मंत्रालय, रक्षा मंत्रालय आदि। एक कार्यालय दूसरे कार्यालय को सूचना आदान-प्रदान हेतु जो पत्राचार करता है उसे कार्यालय ज्ञापन कहा जाता है। कार्यालय ज्ञापन आदेश नहीं होता जबकि सूचना आदान-प्रदान हेतु इसका उपयोग किया जाता है। कार्यालय ज्ञापन अक्सर अन्य पुरुष शैली में लिखे जाते हैं। इसमें ऊपर प्रेषक और प्रेषिती का नाम तथा पदनाम नहीं आता। इसमें संबोधन तथा स्वनिर्देश नहीं होता। इसमें विषय के अनुसार छोटे-छोटे अनुच्छेद दिए जाते हैं। प्रथम अनुच्छेद को क्रमांक नहीं दिया जाता जबकि दूसरे और तीसरे अनुच्छेद को क्रमांक दिए जाते हैं। अंत में प्रेषक के हस्ताक्षर और उसका नाम रेखांकित होता है। प्रेषित का जिम्मा प्रेषक के सामने बाई ओर किया जाता है। इसकी वाक्य रचना में कर्मवाच्य वाक्य प्रयोग दिखाई देता है; जैसे- 'किया जाता है', 'किया जा रहा है', 'किया जाएगा' आदि। इसका आरंभ 'अधेहस्ताक्षरी को यह कहने का निर्देश हुआ है किस इस प्रकार किया जाता है। कहना आवश्यक नहीं कि कार्यालय ज्ञापन का प्रयोग पदाधिकारियों के पास ऐसी सूचना भेजने के लिए किया

जाता है जो सरकारी आदेश नहीं होती। इसका उपयोग किसी मंत्रालय या प्रभाव के अंदर पत्राचार के लिए होता है।

4.3.4.4.1 कार्यालयीन ज्ञापन के अंग या प्रारूप :

कार्यालय ज्ञापन को परिपूर्ण एवं समर्पक बनाने के लिए कुछ अंग हैं; जिसका विवेचन-विश्लेषण निम्नलिखित रूप से प्रस्तुत है-

- (1) **संख्या:** सबसे पहले और सबसे ऊपर बीचोबीच फाइल संख्या या क्रमांक लिखा जाता है। फाइल संख्या को विभाग के नाम के ऊपर बीचोबीच लिखा जाता है।
- (2) **विभाग का नाम और पत्ता:** फाइल संख्या के नीचे मध्य भाग में सरकार/मंत्रालय/कार्यालय का नाम और पता लिखा जाएगा। यह नाम और पता जहाँ से भेजा जा रहा है वहाँ का दिया जाएगा।
- (3) **तिथि:** तिथि को अंकों में विभाग के नाम और पते के नीचे दाई ओर दिया जाएगा।
- (4) **शीर्षक:** यह शीर्षक तिथि के नीचे दिया जाएगा, मगर पत्र के बीचोबीच 'कार्यालय ज्ञापन' इस तरह से लिखा जाएगा।
- (5) **विषय:** दरअसल शीर्षक के नीचे कार्यालय ज्ञापन की विषयवस्तु संक्षेप में प्रस्तुत की जाएगी। यह विषयवस्तु, जिसके बारे में लिखा जा रहा है उसी से संबंधित होनी चाहिए।
- (6) **विषयवस्तु:** कार्यालय ज्ञापन की विषयवस्तु को तीन भागों में विभाजित किया जाता है। पहले भाग में पूर्व पत्रों या प्रस्तुत पत्र का विषय संकेत दिया जाता है; जिसे नंबर नहीं दिया जाता। दूसरे भाग में क्रमांक दो देकर विषय का विस्तार दिया जाता है। तीसरे भाग में पत्र का सारांश या प्रेषक का अभिप्राय दिया जाता है। इसमें विषय के अनुसार छोटे-छोटे अनुच्छेद दिए जाते हैं।
- (7) **हस्ताक्षर एवं पद संज्ञा:** जो अधिकारी कार्यालय ज्ञापन में नीचे हस्ताक्षर करने वाला है; उसका नाम कोष्ठक में दिया जाता है। उसके नीचे दाई ओर पदनाम दिया जाता है।
- (8) **प्रेषित का नाम और पत्ता:** प्रेषित का नाम और पता हस्ताक्षर के नीचे एक-दो पंक्ति की खाली जगह छोड़कर पृष्ठ के बायी ओर दिया जाता है। प्रेषित के नाम और पते के ऊपर बायी ओर 'सेवा में' शब्द लिखा जाता है।

सार यह कि संख्या, विभाग का नाम और पत्ता, तिथि, शीर्षक, विषय, विषयवस्तु, हस्ताक्षर एवं पद संज्ञा, प्रेषित का नाम और पत्ता आदि अंग हैं; जो कार्यालयीन ज्ञापन को पूर्णता की ओर ले जाते हैं।

4.3.4.4.2 कार्यालयीन ज्ञापन के उदाहरण :

- (1) कार्यालय ज्ञापन का उदाहरण:

पत्र संख्या

भारत सरकार

शिक्षा मंत्रालय

नई दिल्ली।

दिनांक: 23 मई, 2024

कार्यालय ज्ञापन

विषय : वाणिज्य शब्दावली परिषद, शिक्षा मंत्रालय, भारत सरकार के लिए
राज्य सरकार द्वारा मनोनीत विशेषज्ञों के नाम भेजने हेतु...

भारत सरकार के शिक्षा मंत्रालय ने वाणिज्य शब्दावली परिषद में, सदस्य के रूप में कार्य करने के लिए राज्य सरकार से विशेषज्ञों के नाम भेजने का अनुरोध किया है।

अतः आपसे सूचित किया जाता है कि 15 दिन के अंदर ऐसे व्यक्तियों के नाम इस विभाग को भेज दिए जाए; जो आपके विचार से उक्त परिषद में मानोनीत विशेषज्ञ किए जाने के लिए उपयोगी हों।

दीपक सिंह

उप सचिव

भारत सरकार

(2) कार्यालय ज्ञापन का उदाहरण :

पत्र संख्या

भारत सरकार

गृह मंत्रालय

नई दिल्ली।

दिनांक: --/--/----

कार्यालय ज्ञापन

विषय : कर्मचारियों की अनुशासनीयता संबंधी...

अधोहस्ताक्षरी सूचित करने का निदेश हुआ है कि कार्यालय में कर्मचारी बड़ी देरी से आ जाते हैं। दूसरे कार्यालय के कुछ कर्मचारी इस कार्यालय में आकर गपशप लगाते हैं। इसके कारण कार्यालय का काम बखूबी प्रभावित हो रहा है।

अतः आपसे सूचित किया जाता है कि कार्यालय में इस प्रकार की अनुशासनहीनता बरती तो उचित कार्यवाही की जाएगी।

प्रमोद लाड
सचिव,
भारत सरकार

4.4 स्वयं अध्ययन के लिए प्रश्न :

1. पत्र लेखन को अंग्रेजी में कहते हैं।
अ) Notice Writing ब) Writing
क) Information Writing ड) Letter Writing
2. पत्राचार का तात्पर्य से है।
अ) लेखन ब) पत्र लेखन
क) सूचना लेखन ड) संदेश लेखन
3. किसी एक व्यक्ति, किसी दूसरी व्यक्ति को किसी एक स्थान से दूसरे स्थान तक किसी बात का लिखित संदेश भेजता है तो उसे कहा जाता है।
अ) पत्र ब) सूचना
क) नोटिस ड) जानकारी
4. सरकारी पत्राचार को पत्राचार कहा जाता है।
अ) प्रशासकीय ब) व्यावसायिक
क) पारिवारिक ड) सामाजिक
5. शासन की ओर से निर्गत आदेश को कहा जाता है।
अ) परिपत्र ब) आदेश
क) शासनादेश ड) ज्ञापन
6. कार्यालय ज्ञापन को भी कहा जाता है।
अ) स्मृति पत्र ब) आदेश
क) शासनादेश ड) परिपत्र
7. कार्यालय ज्ञापन अक्सर शैली में लिखा जाता है।
अ) उत्तम पुरुष ब) मध्य पुरुष

- 11) पृष्ठांकन – किसी दस्तावेज, चेक या सरकारी पत्र के पीछे हस्ताक्षर करना या टिप्पणी लिखना।
- 12) मानोनीत – किसी पद या कार्य के लिए नामजद, नियुक्त या पसंद किया हुआ व्यक्ति।
- 13) प्रभावान्विती – प्रभावित होने की स्थिति, असर या प्रभाव की अन्विती।
- 14) निदर्शन – किसी विषय, वस्तु या विचार को स्पष्ट और आकर्षक रूप में प्रस्तुत करना।
- 15) निराकरण – किसी समस्या, आपत्ति, शंका या बुराई को दूर करना, सुलझाना या उसका समाधान करना।

4.6 स्वयं अध्ययन के प्रश्नों के उत्तर :

- | | |
|-------------------------|-----------------------|
| 1. ड) Letter Writing | 2. ब) पत्र लेखन, |
| 3. अ) पत्र | 4. अ) प्रशासकीय |
| 5. क) शासनादेश | 6. अ) स्मृति पत्र, |
| 7. अन्य पुरुष | 8. ब) कार्यालय ज्ञापन |
| 9. ड) कार्यालयीन ज्ञापन | 10. अ) आदेश। |

4.7 सारांश :

1. मानव हृदय की अतल गहराइयों के पतों खोलने, भावों एवं विचारों को व्यक्त करने, व्यक्ति के व्यक्तित्व का अंतरंग उजागर करने, मनुष्य को प्रेरणा दिलाने, संकट के क्षणों में आस्था की लौ जगाने, मानव जीवन को नई दिशा देने और उत्साह एवं ताजगी का अनुभव करने की दृष्टि से पत्र का महत्व मानना होगा।
2. अच्छे पत्र में सहज-सरल भाषाशैली, विचारों की स्पष्टता, संक्षिप्तता, प्रभावान्विती, बाहरी सजावट, सहज अंतरिकता, स्वतःपूर्णता आदि गुण एवं विशेषताओं का होना महत्वपूर्ण माना जाता है।
3. पत्र की भाषाशैली सहज-सरल, स्पष्ट, स्वाभाविक एवं मनमोहक होनी चाहिए। सुंदर भाषाशैली में लिखा पत्र गहरा एवं आत्मीय रिश्ता बना देता है। अनुभव से सराबोर और सशक्त भाषाशैली में लिखा पत्र मनुष्य के मानस पटल पर गहरी छाप छोड़ देता है। शैली की दृष्टि से सहज-सरल, संक्षिप्त पत्र सीधा-सादा होते हुए भी भव्य होना चाहिए। पत्र से कोई गलतफहमी नहीं होनी चाहिए क्योंकि पत्र की भाषा और शैली संबंधों को जोड़ती भी है और तोड़ती भी है।
4. केंद्र और राज्य सरकार अपने अधीनस्त कार्यालयों के माध्यम से विभिन्न मंत्रालय, विभिन्न आयोग, सार्वजनिक एवं निजी कार्यालयों, निगमों को संपर्क करती है और अपना कार्य आगे बढ़ा देती है।

अपना कार्य आगे बढ़ाने हेतु लिखा गया पत्र सरकारी कार्यालयीन पत्र कहलाता है। सरकार अपने अधीनस्त कार्यालयों, अन्य सरकारों, लोग सेवा संघों और सार्वजनिक निकायों से लिखे गए पत्र सरकारी कार्यालयीन पत्र होते हैं।

5. सरकारी कार्यालयीन पत्र के पत्र संख्या, पत्र शीर्षक, प्रेषक, प्रेषिती, स्थान एवं दिनांक, विषय, संबोधन, पत्र का मूल विषय, स्वनिर्देशन, हस्ताक्षर, संलग्नक, पृष्ठांकन आदि अंग होते हैं; जो पत्र को परिपूर्ण बना देते हैं।
6. सरकारी कार्यालयीन पत्राचार सरलता-सहजता, संक्षिप्तता, संपूर्णता, क्रमबद्धता, शुद्धता, यथातथ्यता और आकर्षक कलेवर आदि विशेषताओं से सरकारी पत्राचार में सहिष्णुता, सार्थकता, समर्पकता और परिपूर्णता आ जाती है।
7. वस्तुतः अनुभव और योग्यता प्राप्त इच्छुक व्यक्ति नौकरी पाने हेतु आवेदन पत्र लिखता है। नौकरी पाने हेतु लिखा आवेदन पत्र यथार्थ, वास्तविक और ईमानदारी से लिखा जाना चाहिए। इस पत्र में अपनी शैक्षिक योग्यता एवं अनुभव की सही जानकारी देना अनिवार्य है।
8. संख्या, विभाग का नाम और पत्ता, तिथि, शीर्षक, विषय, विषयवस्तु, हस्ताक्षर एवं पद संज्ञा, प्रेषित का नाम और पत्ता आदि अंग है; जो कार्यालयीन ज्ञापन को पूर्णता की ओर ले जाते हैं।
9. निजी एवं सामाजिक पत्र पदाधिकारी के नाम लिखे जाते हैं। समाज की गतिविधियों को लेकर अपनी इच्छा व्यक्त करने, व्यक्तिगत प्रतिक्रियाएँ देने के लिए पदाधिकारी के नाम पत्र लिखे जाते हैं। कार्यालय की व्यस्तता के कारण कभी-कभार सामाजिक कार्य की ओर पदाधिकारियों की अनदेखी हो जाती है। ऐसे में यह पत्र समाज के विविध कार्यालयों के पदाधिकारियों को उनके दायित्व एवं कार्य का एहसास दिलाते हैं। इन पत्रों के माध्यम से कई समाजिक समस्या दूर हो जाती है।

4.8 स्वाध्याय :

1. पत्र के महत्व पर प्रकाश डालिए।
2. अच्छे पत्र की गुण - विशेषताओं पर प्रकाश डालिए।
3. सहयोगी प्राध्यापक नौकरी के लिए आवेदन पत्र तैयार कीजिए।
4. पदाधिकारी के नाम पत्र लिखिए।
5. पत्र की भाषाशैली पर प्रकाश डालिए।
6. सरकारी कार्यालयीन पत्र के अंगों पर प्रकाश डालिए।
7. सरकारी कार्यालयीन पत्राचार की विशेषताओं पर प्रकाश डालिए।
8. शिक्षा निदेशक, शिक्षा मंत्रालय, महाराष्ट्र के नाम 10.2 शिक्षा प्रणाली लागू करने संबंधी भारत

सरकार, मानव संसाधन विकास मंत्रालय, नई दिल्ली पत्र लिखते हैं, सरकारी पत्र का प्रारूप तैयार कीजिए।

9. कोल्हापुर से तिरुपति जाने की रेल में बिजनी, पानी, भोजन की सुविधा हेतु कोल्हापुर रेल बोर्ड के अधिकारी के नाम पत्र तैयार कीजिए।
10. कार्यालय में समय पर न आने और एक कार्यालय से दूसरे कार्यालय में जाकर समय गंवाने की अनुशासनहीनता की सूचना देते हुए कार्यालय ज्ञापन का प्रारूप तैयार कीजिए।
11. संजय तोड़कर न्यू कॉलेज, कोल्हापुर के नाम लिपिक पद के लिए आवेदन पत्र लिखते हैं। पत्र का प्रारूप तैयार कीजिए।

4.9 क्षेत्रीय कार्य :

1. किसी भी शहर की बिजली, पानी, सड़क संबंधी जानकारी इकट्ठा कर उसकी शिकायत का पदाधिकारियों के नाम पत्र लिखिए।
2. प्रधानाचार्य पद की नौकरी पाने हेतु आवेदन पत्र तैयार कीजिए।
3. कोल्हापुर क्षेत्र में फैली गंदगी की ओर ध्यान आकर्षित करते हुए दैनिक लोकमत के संपादक के नाम पत्र प्रारूप तैयार कीजिए।
4. कार्यालय में कर्मचारियों की अनुशासनहीनता संबंधी कार्यालय ज्ञापन तैयार कीजिए।
5. महाराष्ट्र राज्य में फैली कोरोना की बीमारी के रोकथाम संबंधी स्वास्थ्य अधिकारी को आवश्यक कार्यवाही हेतु सरकारी पत्र लिखिए, पत्र का प्रारूप तैयार कीजिए।

4.10 अतिरिक्त अध्ययन के लिए :

1. अभिनव पत्र लेखन - सुदेश शरण, हिंदुस्तान प्रिंटर्स, शहदरा-दिल्ली- 110032, संस्करण: 1999
2. सरकारी कार्यालयों में हिंदी का प्रयोग, गोपीनाथ श्रीवास्तव, लोकभारती प्रकाशन, इलाहाबाद, संस्करण: 1968
3. प्रशासकीय पत्राचार - आचार्य वेणी शंकर जोशी, बडौदा, संस्करण: 1980
4. प्रयोजनमूलक हिंदी - डॉ. माधव सोनटक्के, लोकभारती प्रकाशन, इलाहाबाद, संस्करण: 2003
5. प्रयोजनमूलक हिंदी - डॉ. विनोद गोदरे, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली
6. आवेदन प्रारूप - शिवनारायण चतुर्वेदी, अक्षर प्रकाशन, नई दिल्ली, संस्करण: 1992

□□□