JM / BJ-03

वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा

जनसंचार माध्यमों का इतिहास

JM / BJ-03

वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा

जनसंचार माध्यमों का इतिहास

पाठ्यक्रम अभिकल्प समिति

अध्यक्ष

प्रो. (डॉ.) नरेश दाधीच

कुलपति

वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा (राजस्थान)

संयोजक एवं सदस्य

संयोजक

डॉ. एच.बी. नन्दवाना
पुस्तकालय एवं सूचना विज्ञान विभाग
वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा

सदस्य

1. **डॉ. संजीव भानावत**
अध्यक्ष, जनसंचार केन्द्र
राजस्थान विश्वविद्यालय, जयपुर

2. **श्री राजेन्द्र बोडा**
स्थानीय संपादक, दैनिक भास्कर
जयपुर

3. **प्रो. देवेश किशोर**
निदेशक (से.नि.)
इलेक्ट्रॉनिक मीडिया प्रोडक्शन सेंटर
इन्दिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय नई दिल्ली

4. **डॉ. रमेश चन्द्र त्रिपाठी**
विभागाध्यक्ष
पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ

5. **श्री राजन महान**
राजस्थान ब्यूरो चीफ
एन.डी.टी.वी. जयपुर

6. **प्रो. रमेश जैन**
विभागाध्यक्ष (से. नि.)
पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा

7. **डॉ. अनिल कुमार उपाध्याय**
विभागाध्यक्ष
पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
महात्मा गांधी काशी विद्यापीठ, वाराणसी

8. **श्री नन्द भारद्वाज**
निदेशक
दूरदर्शन, जयपुर

संपादन एवं पाठ लेखन

संपादक

प्रो. रमेश जैन (से. नि.)
विभागाध्यक्ष, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा

पाठ लेखक

- **प्रेमनाथ चौबे** (4)
अतिथि व्याख्याता
पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
महात्मा गांधी काशी विद्यापीठ, वाराणसी
- **सुभाष सेतिया** (8.9,11,13,14)
अपर महानिदेशक (समाचार) (से. नि.)
समाचार सेवा प्रभाग
आकाशवाणी नई दिल्ली
- **श्रीराम ताम्रकार** (15,16)
अतिथि व्याख्याता
पत्रकारिता एवं जनसंचार अध्ययनशाला
देवी अहिल्या विश्वविद्यालय, इन्दौर
- **प्रो. सूर्यप्रकाश दीक्षित** (5)
विभागाध्यक्ष (से. नि.) हिन्दी विभाग
लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ
- **डॉ. इन्द्रप्रकाश श्रीमाली** (10)
सहायक केन्द्र निदेशक
आकाशवाणी, चित्तौड़गढ़
- **डॉ. अर्जुन तिवारी** (1,2)
विजिटिंग प्रोफेसर
पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
रांची विश्वविद्यालय, रांची
- **गुलाब बत्रा** (6)
समाचार संपादक
यूनीवार्ता, यू.एन.आई., जयपुर
- **डॉ. के.के. सत्तू** (12)
सहायक केन्द्र निदेशक
दूरदर्शन, जयपुर
- **डॉ. मनोहर प्रभाकर (3)**
निदेशक (से. नि.)
जनसम्पर्क निदेशालय, जयपुर
- **प्रो. रमेश जैन** (7)
विभागाध्यक्ष (से. नि.)
पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा

अकादमिक एवं प्रशासनिक व्यवस्था

प्रो. नरेश दाधीच	**प्रो. एम..के. घड़ोलिया**	**योगेन्द्र गोयल**
कुलपति	**निदेशक**	**प्रभारी**
वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय,कोटा	**संकाय विभाग,**	**पाठ्य सामग्री उत्पादन एवं वितरण विभाग**

पाठ्यक्रम उत्पादन

योगेन्द्र गोयल
सहायक उत्पादन अधिकारी, वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा

पुनः उत्पादन - अप्रैल 2011 ISBN No : 13/978-81-8496-274-1

इस सामग्री के किसी भी अंश को व. म. खु. वि., कोटा की लिखित अनुमति के बिना किसी भी रूप मे 'मिमियोग्राफी' (चक्रमुद्रण) द्वारा या अन्यत्र पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।व. म. खु. वि., कोटा के लिये कुलसचिव व. म. खु. वि., कोटा (राज.) द्वारा मुद्रित एवं प्रकाशित।

वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा (राजस्थान)

जनसंचार माध्यमों का इतिहास

इकाई सं	इकाई का नाम	पृष्ठ संख्या
इकाई - 1	भारत में पत्रकारिता का उद्भव एवं विकास-भाग-1 (स्वतन्त्रता पूर्व पत्रकारिता)	8
इकाई - 2	भारत में पत्रकारिता का उद्भव एवं विकास-भाग-2 (स्वतंत्रयोत्तर)	30
इकाई - 3	राजस्थान की हिन्दी पत्रकारिता	48
इकाई - 4	भारतीय प्रेस- चुनौतियां एवं संभावनाएं	72
इकाई - 5	भारत की भाषायी पत्रकारिता	93
इकाई - 6	समाचार समिति : अवधारणा, स्वरूप एवं विकास	127
इकाई - 7	भारत में जनसंचार शिक्षा	150
इकाई - 8	भारत मे रेडियो प्रसारण का उद्भव एवं विकास	172
इकाई - 9	एफ़.एम. रेडियो का विकास एवं निजी प्रसारण	192
इकाई - 10	रेडियो प्रसारण की विधाएँ एवं स्वरूप	205
इकाई - 11	भारत मे टेलीविजन का उद्भव एवं विकास	231
इकाई - 12	टेलीविजन प्रसारण की विधाएँ एवं स्वरूप	249
इकाई - 13	शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण	269
इकाई - 14	केबल टेलीविजन एवं निजी चैनलों का विकास	286
इकाई - 15	भारत में फिल्म का उद्भव एवं विकास	309
इकाई - 16	भारत में फिल्म संगठन	340

पाठ्यक्रम परिचय

बी. जे. (एम. सी,) कार्यक्रम का तृतीय पाइयक्रम ' जनसंचार माध्यमों का इतिहास' है । इस पाठयक्रम में 16 इकाइयां सम्मिलित हैं, इनका परिचय निम्नानुसार है :

इकाई -1 **भारत में पत्रकारिता का उद्भव एवं विकास-भाग- 1** - इस इकाई में भारत में पत्रकारिता का आरम्भ, अंग्रेजी के समाचारपत्र, स्वदेशी आन्दोलन में हिन्दी पत्रकारिता और स्वतन्त्रता से पूर्व की हिन्दी पत्रकारिता पर प्रकाश डाला गया है ।

इकाई -2 **भारत में पत्रकारिता का उद्भव एवं विकास-भाग- 2 -** इस इकाई में स्वतन्त्र भारत में पत्रकारिता के विकास, चुनौतियों, उदारीकरण, बाजार प्रतिस्पर्धा के साथ प्रिंट मीडिया के भविष्य के बारे में भी वर्णन क्रिया गया है ।

इकाई -3 **राजस्थान की हिन्दी पत्रकारिता -** इस इकाई में राजस्थान की हिन्दी पत्रकारिता के इतिहास और वर्तमान पर प्रकाश डालते हुए साहित्यिक पत्रकारिता को रेखांकित किया गया है ।

इकाई -4 **भारतीय प्रेस - चुनौतियां एवं संभावनाएं -** इस इकाई में भारतीय प्रेस की चुनौतियों की विस्तार से चर्चा करते हुए इसके भविष्य की संभावनाओं के साथ मुद्रण में क्रांति और समाचार समितियों के विकास पर प्रकाश डाला गया है ।

इकाई -5 **भारत की भाषायी पत्रकारिता** - इस इकाई में भारत की विभिन्न भाषाओं की पत्रकारिता की व्याख्या करके जनमत में भाषायी समाचारपत्रों की शुमइका पर चर्चा की गई है।

इकाई -6 **समाचार समिति : अवधारणा, स्वरूप एवं विकास -** इस इकाई में समाचार समितियों की अवधारणा, उद्भव, स्वरूप एवं विकास पर चर्चा करते हुए समाचार समितियों की विस्तार से जानकारी दी गई है।

इकाई -7 **भारत में जनसंचार शिक्षा -** इस इकाई में जनसंचार शिक्षा की स्थिति, उसकी समस्याएं, प्रेस आयोग के सुझाव तथा विश्वविद्यालय अनुदान आयोग की शुमइका पर प्रकाश डाला गया है ।

इकाई -8 **भारत में रेडियो प्रसारण का उद्भव एवं विकास -** प्रस्तुत इकाई में भारत में रेडियो के शुभारम्भ से विकास का ब्यौरा दिया गया है । आधुनिक परिवेश में रेडियो में आये परिवर्तनों पर भी विस्तार से चर्चा की गई है ।

इकाई -9 **एफएम. रेडियो का विकास एवं निजी प्रसारण -** इस इकाई में भारत में रेडियो के बदलते स्वरूप, एफ. एम. रेडियो की शुरूआत और उसकी लोकप्रियता एवं एफएम. चैनलों के निजीकरण की जानकारी दी गई है ।

इकाई -10 **रेडियो प्रसारण की विधाएं एवं स्वरूप -** इस इकाई में रेडियो प्रसारण से प्रसारित होने वाली विभिन्न विधाओं के कार्यक्म, प्रसारण पद्धति, रेडियो प्रसारण में नवाचार और सामाजिक सरोकारों पर चर्चा की गई है ।

इकाई -11 **भारत में टेलीविजन का उद्भव एवं विकास -** इस इकाई में टेलीविजन का आरम्भिक दौर, उसकी विकास यात्रा, राष्ट्रीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर टेलीविजन की पहुंच

की जानकारी दी गई है ।

इकाई -12 **टेलीविजन प्रसारण की विधाएं एवं स्वरूप -** इस इकाई में टेलीविजन प्रसारण की विधाओं, उनके उद्देश्य, इतिहास, बदलते स्वरूप और नवीन सामाजिक परिवेश में उनकी भूमिका, वर्गीकरण और गुणवता जैसे महत्वपूर्ण तथ्यों का विस्तार से वर्णन किया गया है ।

इकाई -13 **शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण -** इस इकाई में शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण की अवधारणा, स्वरूप, इतिहास और उनके प्रकारों, आयाम और भावी संभावनाओं की विस्तार से व्याख्या की गई है ।

इकाई -14 **केयल टेलीविजन एवं निजी चैनलों का विकास -** इस इकाई में केबल टेलीविजन एवं निजी चैनलों की संक्षिप्त जानकारी, उनकी महत्वपूर्ण तिथियां, प्रमुख स्टिंग ऑपरेशन, उनका दूरदर्शन पर प्रभाव और सामाजिक सरोकार की व्याख्या की गई है।

इकाई -15 **भारत में फिल्म का उद्भव एवं विकास -** इस इकाई में भारत में फिल्म के आगमन एव विकास के विभिन्न चरणों का विस्तार से वर्णन किया गया है साथ ही नई सदी का नया सिनेमा को रेखांकित किया गया है ।

इकाई -16 **भारत में फिल्म संगठन** - प्रस्तुत इकाई में भारत में सरकारी एवं गैर सरकारी फिल्म संगठनों, फिल्म अभिलेखगार, फिल्म समारोह निदेशालय और अन्य सगठनों के बारे में विस्तृत जानकारी दी गई है।

इकाई- 1

भारत में पत्रकारिता का उद्भव एवं विकास - भाग- 1
(स्वतंत्रता पूर्व पत्रकारिता)

इकाई की रूपरेखा

1.0 उद्देश्य

1.1 प्रस्तावना

1.2 भारत में पत्रकारिता का आरंभ

1.2.1 हिंदी पत्रकारिता का आदि चरण और बंगाल

1.2.2 प्रथम स्वतंत्रता-संग्राम (1857) के पूर्व के दूसरे हिंदी पत्र

1.2.3 हिंदी पत्रकारिता की नींव-निर्माताओं की बलवती निष्ठा

1.2.4 प्रथम स्वतंत्रता-संग्राम (1867) का परवर्ती परिवेश और हिंदी पत्रकारिता

1.3 स्वदेशी आन्दोलन और हिंदी पत्रकारिता

1.3.1 'भारत मित्र' और 'सरस्वती'

1.3.2 'वंदेमातरम्' और 'नृसिंह'

1.3.3 लोकमान्य तिलक और महात्मा गांधी

1.3.4 विशिष्ट पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन

1.4 पत्रकारिता के अतीत की भूमिका

1.4.1 सांस्कृतिक मूल्य और हिंदी पत्रकारिता

1.4.2 संघर्ष और चुनौतियों से जूझती जिन्दगी

1.4.3 आदि पर्व के पत्रकार और उनका संघर्ष

1.4.4 असाधारण परिश्रम

1.5 स्वतंत्रता पूर्व हिंदी पत्रकारिता: लोकपक्ष की सच्ची हिमायत

1.6 सारांश

1.7 संदर्भ ग्रंथ

1.8 अभ्यासार्थ प्रश्न

1.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप जान सकेंगे -

- भारत में पत्रकारिता का आरंभ
- अंग्रेजी के समाचारपत्र
- हिंदी का प्रथम समाचारपत्र
- हिंदी पत्रकारिता का आदि चरण और बंगाल
- हिंदी पत्रकारिता के नींव निर्माताओं की बलवती निष्ठा

- प्रथम स्वतंत्रता-संग्राम (सन् 1857) का परवर्तीकाल और हिंदी पत्रकारिता का द्वितीय चरण
- स्वदेशी आदोलन और हिंदी पत्रकारिता
- हिंदी पत्रकारिता और स्वतंत्रता-संग्राम का गांधी युग
- राष्ट्रीय चेतना, भाषा और साहित्य के विकास में पत्रकारिता के अतीत की महत्वपूर्ण भूमिका
- हिंदी पत्रकारिता के नींव-निर्माताओं की संघर्ष और चुनौतियों से जूझती जिन्दगी
- स्वतंत्रतापूर्व हिंदी पत्रकारिता लोकपक्ष की सच्ची हिमायत ।

1.1 प्रस्तावना

भारत में पत्रकारिता के जन्मदाता जेम्स आगस्टस हिक्की हैं । उन्होंने 29 जनवरी, 1780 को 'बंगाल गजट' या 'कलकत्ता जनरल एडवाइजर' नामक समाचारपत्र प्रकाशित कर भारतीय पत्रकारिता की नींव रखी । सन् 1785 में मद्रास से रिचर्डस ने ' मद्रास कैरियर', सन् 1795 में साप्ताहिक मद्रास गजट तथा विलियम ने साप्ताहिक ' मद्रास कूरियर इंग्लैंड' प्रकाशित किया। सन् 1789 में बंबई से बंबई हैराल्ड प्रकाशित हुआ ।

यह ऐतिहासिक संयोग था कि हिंदी पत्रकारिता की यात्रा बंगाल से शुरू। हुई ।30 मई, 1826 ई. को हिंदी का पहला पत्र 'उदन्त मार्तण्ड' कलकत्ता से प्रकाशित हुआ । कलकत्ता से निकलने वाले हिंदी के वर्तमान पत्रों की निस्तेज मुद्रा को देखते हुए यह अनुमान लगाना आपके लिए कठिन है कि उत्तर उन्नीसवीं शताब्दी और बीसवीं शताब्दी के आरंभिक दशकों में यहां से अनेक विशिष्ट पत्र-पत्रिकाएं हिंदी के शीर्षस्थ पत्रकारों के संपादन में प्रकाशित हुई । मगर ऐतिहासिक तथ्य यही है कि प्रथम श्रेणी के अनेक हिंदी पत्रकारों की साधना- भूमि कलकत्ता रहा है । विशिष्ट पत्र- पत्रिकाओं में कलकत्ता को हिंदी का प्रधान केन्द्र बना दिया था । हिंदी भाषियों की हित- प्रेरणा से ही हिंदी के प्रथम पत्र का प्रकाशन हुआ था । पं. युगल किशोर शुक्ल ने ' उदन्त मार्तण्ड' की पहली संपादकीय टिप्पणी में अपने उद्देश्य को स्पष्ट करते हुए कहा था कि ' हिन्दुस्तानियों के हित के हेतु इस पत्र का प्रकाशन हुआ है ।'उदन्त मार्तण्ड' -संपादक के संपादकीय वक्तव्य को हिंदी पत्रकारिता की आदि प्रतिज्ञा मानना चाहिए ।

पत्रकार की भूमिका लोकनायक की भूमिका होती है । हिंदी के पुराने पत्रकार इस भूमिका के प्रति सचेत थे । इतना ही नहीं बड़ी से बड़ी विपत्ति से जूझने का सहज उत्साह था । देश-प्रीति की बलवती प्रेरणा उन्हें संघर्ष-तत्पर बनाए रहती थी । कदाचित् तभी पत्रकारिता के आलोक-आपूरिक अतीत ने राष्ट्रीयता, जातीय ,संस्कृति, भाषा और साहित्य के विकास का मार्ग प्रशस्त किया । साम्राज्यशाही अभिशाप से देश का उद्धार करने में पत्रकारिता कितनी उपयुक्त और समर्थ थी इसका अन्दाज इतने से ही लगाया जा सकता है कि प्रत्येक स्वदेशी राजनेता का अपना एक पत्र था, जिसकी शक्ति से अंग्रेजी सरकार आतंकित रहती थी और स्वाभाविक रूप में नाना प्रतिबंधों और अंकुशों द्वारा उनकी प्रभावी वाणी को कुंठित करने के हीन आचरण द्वारा अपनी भ्रांति का अनचाहे प्रकाशन करती रहती थी । यह तथ्य है कि उन दिनों अखबार

के प्रतिपक्ष में तोप खड़ी थी । और इतिहास के पन्ने पर यह तथ्य टाँका गया कि अखबार ने तोप को पराजित कर दिया ।

1.2 भारत में पत्रकारिता का आरंभ

अंग्रेजी राज की आरंभिक राजधानी कलकत्ता भारतीय पत्रकारिता की जन्मभूमि है । ईसाई धर्म- प्रचारकों के उद्योग से कोरे धर्म-प्रचार के उद्देश्य से, भारत में सर्वप्रथम कलकत्ता के उपनगर सीरामपुर से मुद्रण कार्य शुरु हुआ था । मुद्रण की सुविधा पत्रप्रकाशन की एक प्रेरणा बनी । भारत में पहला पत्र 'बंगाल गजट ऑफ कलकत्ता जनरल एडवाइजर' अंग्रेज सज्जन जेम्स आगस्ट हिकी के उद्योग से 29 जनवरी, 1780 ई. में प्रकाशित हुआ था । पत्र के पहले ही अंक में हिकी ने मन और आत्मा की स्वतंत्रता का आग्रह प्रकट किया था । (I take pleasure in enslaving my body in order to purchase freedom for my mind and soul) हिकी ने अपने पत्र के माध्यम से हेस्टिंग्स- सरकार के प्रशासन की त्रुटियों की आलोचना शुरु की । इस महत्वपूर्ण तथ्य को आप स्मरण रखें कि भारत में प्रकाशित प्रथम पत्र ने ही पत्रकारिता की सही की ओर सक्रिय संकेत किया था । हिक्की ने अपने जागरुक आचरण द्वारा पत्रकारिता की उज्ज्वल परम्परा-भित्ति की पहली ईंट रखी थी । अपने निर्भीक आचरण के लिए न केवल हिकी वरन् उन तमाम अंग्रेज पत्रकारों को, जो न्याय के पक्ष में आवाज उठाते हुए अंग्रेजी सरकार की शासन- शैली पर कटाक्ष कर रहे थे, उसकी दुर्नीतियों की कटु आलोचना कर रहे थे, सरकार का कोपभाजन बनना पड़ा । न्याय के जागरुक प्रहरी पत्रकारों को भारत से निष्कासित कर तत्कालीन सरकार ने अपने स्वेच्छाचार को कायम रखने की समाधान-राह निकाली । मगर अंग्रेजी सरकार की दमन-नीति का परिणाम उसके पक्ष में प्रतिकूल ही निकला । न्याय और औचित्य की पक्षधरता क्रमश: उग्र होती गई ।

हेस्टिंग्स की कटु आलोचना का पुरस्कार फिक्की को जेल-यातना के रूप में मिला । फिक्की की परम्परा को समृद्ध करने वाला विदेशी पत्रकार विलियम हुआनी था । हुआनी उत्तरी अमेरिका का निवासी था, जिसके रक्त में उग्र आयरिश संस्कार थे । 1785 में प्रकाशित 'बंगाल जनरल' सरकार का पक्षसमर्थक पत्र था, किन्तु सन् 1791 में जब हुआनी इसका संपादक बना, इसका स्वर बदल गया । ' इंडियन वर्ल्ड ' नाम का इसने अपना स्वतंत्र पत्र निकाला । हुआनी की आक्रामक मुद्रा और तथ्यान्वेषिणी दृष्टि से आतंकित होकर सरकार ने उसे भारत से निष्कासित कर दिया । इस प्रकार हिकी ने जो ज्ञान-ज्योति प्रज्जवलित की थी, वह आंधी पानी की परवाह किए बिना जगमगाती रही ।

न्याय के पक्षधर सजातीय पत्रकारों के प्रति अंग्रेजी सरकार जब इतनी अनुदार थी कि सत्य को वाणी देने और पाप का पर्दाफाश करने के अपराध में उनकी निजी सम्पति हड़प कर उन्हें जेल की यातना दे सकती थी, भारत से निष्कासित करने को ही उपयुक्त दंड मानती थी तो आप भारतीय पत्रकारों की यातना का सहज ही अन्दाज लगा सकते हैं । भारतीय पत्रकारों के प्रेरक और पत्रकारिता के आदि प्रवर्तक के रूप में राजा राम मोहन राय को सदा स्मरण किया जाएगा । राजा साहब के मित्र ताराचन्द दत्त और भवानीचरण बनर्जी के संपादन में प्रथम देशी पत्र बांग्ला भाषा में सन् 1820 ई. में 'संवाद कौमुदी' नाम से प्रकाशित हुआ । अंग्रेजी

सरकार की दुर्नीतियों को राजा राम मोहन राय नायक के रूप में विभिन्न मुद्राओं में टोक रहे थे ।

देशी पत्रों को सरकारी प्रतिबंध कठोर अनुशासन में रखना चाहते थे । पत्रकारिता की आजादी के सामने अनेक विघ्न थे । अपने फारसी पत्र 'मीरात-उल- अखबार' के अन्तिम संस्करण में निरुपाय होकर 4 अप्रैल, 1823 को राजा साहब ने लिखा था, ' 'जो परिस्थिति उत्पन्न हो गई है उसमें पत्र का प्रकाशन रोक देना ही एकमात्र मार्ग रह गया है । " इस प्रकार भारतीय पत्रकारिता को अपनी यात्रा के आदि चरण से ही सरकारी अंकुश से जूझना पड़ा और प्रतिपक्ष की सशक्त भूमिका पर क्रियाशील भारतीय पत्रकारिता की कहानी कठोर संघर्षो की कहानी है। प्रतिकूलता से आहत होकर विभिन्न पत्रों की यात्रा बीच-बीच में अवरुद्ध और स्थगित होती रही है , किन्तु आदि पर्व के पत्रकारों की निष्ठा इतनी दृढ़ थी कि पत्र-प्रकाशन ओर संपादन -कर्म से वे पूर्णत: विरत नहीं हो सके । मुद्रा बदल-बदल कर विभिन्न पत्रों के माध्यम से वे अपनी वास्तविक भूमिका में क्रियाशील रहे । सरकारी अनौचित्य का विरोध और स्वदेश के लोगों में जातीय संस्कार और देश-प्रीति की भावना जगाने की भूमिका सारे विघ्नों-प्रतिबंधों के बावजूद कुंठित नहीं हुई ।

यद्यपि बंगाल आधुनिक शिक्षा और पत्रकारिता के क्षेत्र में अग्रणी था, किन्तु भारतीय पत्रकारिता के आदि काल में बम्बई और मद्रास से भी कई पत्र प्रकाशित हुए ।' मैड्रास कूरियर', ' मैड्रास गैजेट', ' बाम्बे हेराल्ड', 'बाम्बे कूरियर', और 'बाम्बे गैजेट' आरंभिक काल के पत्र थे । इस प्रकार आरंभिक दस वर्षों में कलकत्ता ,मद्रास और बम्बई से 15 पत्र निकले । वे अंग्रेजी भाषा के पत्र थे, जिसके संपादक मुख्यत: अंग्रेज थे । देशी भाषा का पहला मासिक पत्र ' दिग्दर्शन' सन् 1818 में श्रीरामपुर बैपटिस्ट मिशन से प्रकाशित हुआ था । 'दिग्दर्शन' बांग्ला भाषा का पत्र था । इसके आठ वर्ष बाद हिंदी का पहला पत्र 'उदन्त मार्तण्ड ' 30मई, 1826 को कलकत्ता से कानपुर निवासी पं. युगल किशोर शुक्ल के उद्योग से प्रकाशित हुआ था । अब तक की जानकारी के मुताबिक ' उदन्त मार्तण्ड' ही हिंदी का प्रथम पत्र था । जिन प्रतिकूल परिस्थितियों के चलते राजा राम मोहन राय को अपना पत्र 'मीरात-उल- अखबार' बन्द करना पड़ा था उन्हीं विघ्नों ने पं. युगल किशोर शुक्ल को भी निरुपाय बना दिया और 4 दिसम्बर, 1827 को ' उदन्त मार्तण्ड' की यात्रा समाप्त हो गई ।

1.2.1 हिंदी पत्रकारिता का आदि चरण और बंगाल

अंग्रेजी राज की आरंभिक राजधानी कलकत्ता में व्यावसायिक प्रयोजन की पूर्ति के साधन सुलभ थे । नौकरी- धंधे के उद्देश्य से उन्नीसवीं शताब्दी में पश्चिमोत्तर प्रदेश से बहुत से हिंदी भाषी कलकत्ता आ गए थे । उनमें कुछ ने अंग्रेजी शिक्षा से अपने को संपन्न कर लिया था और आधुनिकता की रोशनी को धीरे- धीरे ग्रहण कर रहे थे । हिंदी समाज को नई रोशनी से जोड़ने की महत्वाकांक्षा भी उनके मन में उठ रही थी । कलकत्ता में सहज सुलभ आधुनिक साधन और सुविधाओं से लाभ उठाने की इच्छा भी उन्हें भीतर-ही- भीतर प्रेरित कर रही थी । इस बलवती प्रेरणा का परिणाम था हिंदी के प्रथम (साप्ताहिक) पत्र 'उदन्त मार्तण्ड' का प्रकाशन ।

ईसाई धर्म के प्रचार के प्रतिरोध में क्रियाशील भारतीय महापुरुषों में, जिनमें बंगाल के लोग अग्रणी थे, भारतीय समाज के स्वाभिमान की रक्षा और उन्नति की स्वाभाविक चिन्ता थी । उन्नीसवीं शताब्दी के समाज सुधार- आंदोलन के मूल में यही चिन्ता थी जो पुनर्जागरण की मुख्य प्रेरणा सिद्ध हुई । पुनर्जागरण के आदि पुरुष के रूप में स्मरणीय राजा राम मोहन राय विलायती आबोहवा से बहुद हद तक प्रभावित थे और अपने दृष्टिकोण से भारत को आधुनिकता की दिशा की ओर नियोजित कर रहे थे । किन्तु ब्रह्म समाज की विचारधारा भारतीय मन के लिए पूरी तरह सजातीय सिद्ध नहीं हो रही थी ।

रामकृष्ण परमहंस की साधना और उनके प्रधान शिष्य स्वामी विवेकानन्द के वेदान्त विषयक विचार में भारतीय मन का समाधान था । बंगाल के बाहर पश्चिमोत्तर प्रदेश में स्वामी दयानन्द आर्य समाज के मंच से वेद की महत्ता का उद्‌घाटन कर आर्य संस्कृति का प्रचार कर रहे थे । उन्नीसवीं सदी का वैचारिक जागरण, जिसे समाज सुधार- आदोलन कहा जाता है ,यद्‌यपि प्रकट रूप से धर्म- अध्यात्म से जुड़ा था किन्तु राष्ट्रीय जागरण में उसकी महत्वपूर्ण भूमिका थी । ईसाई धर्म के बढ़ते प्रभाव और अंग्रेजी साम्राज्य के प्रतिरोध की भूमिका थी ।

आधुनिक भारतीय नवजागरण के मुख्य क्षेत्र बंगाल को ही हिंदी पत्रकारिता के आदिचरण के निर्माण का श्रेय है । काफी दिनों तक लोगों की यह धारणा थी कि हिंदी का पहला पत्र 'बनारस अखबार' है, जिसका प्रकाशन राजा शिवप्रसाद के सहयोग से सन् 1845 ई. में बनारस से हुआ था । मगर नवम्बर 1931 के ' विशाल भारत' में 'हिंदी समाचारपत्रों की आरंभिक कथा' शीर्षक निबंध द्‌वारा ब्रजेन्द्रनाथ बंद्‌योपाध्याय ने जून 1834 ई. में कलकत्ता से प्रकाशित ' प्रजामित्र' का उल्लेख किया है । यह भी साप्ताहिक पत्र था । पांच भाषाओं में कलकत्ता से प्रकाशित 'मार्तण्ड' नामक पत्र में हिंदी भी रहती थी, यह जानकारी हिंदी समाचारपत्रों के इतिहास लेखक और हिंदी के महान् पत्रकार पं. अम्बिका प्रसाद वाजपेयी ने अपनी पुस्तक 'समाचारपत्रों का इतिहास' में दी है । 1849 में कलकत्ता से प्रकाशित द्‌विभाषी (बंगला और हिंदी) पत्र 'जगद्दीपक भास्कर' की जानकारी मिलती है । हिंदी के आदि पत्रकार पं. युगल किशोर शुक्ल ने सन् 1850 में 'साम्यदण्ड मार्तण्ड' नामक पत्र प्रकाशित किया था । 23 वर्षों बाद पुन: शुक्ल जी ने पत्र प्रकाशन का महती उपक्रम किया था । हिंदी का प्रथम दैनिक पत्र ' समाचार सुधावर्षण' 1854 के जून में कलकत्ता से ही श्यामसुन्दर सेन नामक बंगाली सज्जन के संपादन में निकला था । 'समाचार सुधावर्षण' द्‌विभाषी (बंगला और हिंदी) पत्र था । इस पत्र की एक फाइल ' राष्ट्रीय पुस्तकालय' (कलकत्ता) में उपलब्ध है । 'बंगीय साहित्य परिषद' में भी एक अंक है जिससे समाचार सुधावर्षण के सन् 1868 तक निकलने का प्रमाण मिलता है ।

चार भाषाओं में निकलने वाले राजा राम मोहन का पत्र 'बंगदूत' 10 मई, 1829 को प्रकाशित हुआ था। हिंदी पत्रकारिता के आरंभिक चरण को लक्ष्य कर हिंदी के विशिष्ट पत्रकार पं. विष्णुदत्त शुक्ल ने कलकत्ता की विशिष्टता को रेखांकित करते टिप्पणी की थी- " कलकत्ता में हिंदी पत्रों के संबंध में जब इतना काम हो चुका था, तब तक दूसरे स्थान पर हिंदी का एक भी समाचारपत्र प्रकाशित नहीं हो सका था। कलकत्ता के लिए वह गौरव की बात है कि हिंदी जिस प्रान्त की प्रधान भाषा है, उस प्रान्त में भी जब हिंदी के समाचारपत्र प्रकाशित नहीं हुए थे, तब उसने एक नहीं अनेक समाचारपत्र निकाले। "

1.2.2 प्रथम स्वतंत्रता-संग्राम (1857) के पूर्व के दूसरे हिंदी पत्र

हिंदी भाषी क्षेत्र का पहला हिंदी पत्र ' बनारस अखबार' है जो सन् 1845 में बनारस से प्रकाशित हुआ था। इसके संपादक मराठी भाषी गोविन्द रघुनाथ थत्ते थे, किन्तु पत्र पर पत्र के प्रधान उद्योक्ता शिवप्रसाद सितारे हिंद का ही वर्चस्व था। सितारे हिंद हिन्दुस्तानी के पक्षपाती थे। 'बनारस अखबार' हिंदी का पत्र होते हुए भी उर्दू के रंग में डूबा रहता था।

सन् 1846 में 11 जून को कलकत्ता से पांच भाषाओं में प्रकाशित ' मार्तण्ड' पत्र में हिंदी को स्थान मिला था। इसी वर्ष 'ज्ञानदीप' नामक पत्र के प्रकाशन की सूचना मिलती है। इन्दौर से 'मालवा अखबार' 1848 में प्रकाशित हुआ था। यह द्विभाषी (हिंदी-उर्दू) था। प्रधानता उर्दू को दी जाती थी। 1850 में बनारस से भी 'सुधाकर' नामक द्विभाषी (बांग्ला हिंदी) पत्र तारामोहन मैत्र के उद्योग से प्रकाशित हुआ था। आगरे से सन् 1852 में मुंशी सदासुख लाल के संपादन में' बुद्धिप्रकाश' का प्रकाशन हुआ था। सदासुखलला जी हिंदी गद्य के नींव निर्माताओं में विशिष्ट थे, जिनके भाषा- संस्कार की आचार्य रामचन्द्र शुक्ल ने प्रशंसा की है। सन् 1853 में ग्वालियर से ' ग्वालियर गैजेट' प्रकाशित हुआ था। वह भी द्विभाषी (उर्दू 'हिंदी) का पत्र था। संपादक मुंशी लछमनदास उर्दू दां थे। 'ग्वालियर गैजेट' में उर्दू की ही प्रधानता थी। राजा लक्ष्मण सिंह के संपादन में 1855 में प्रकाशित ' प्रजाहितैषी' की भी जानकारी पत्रकारिता के इतिहास से मिलती है। उपलब्ध सामग्री के आधार पर 1854 में कलकत्ता से प्रकाशित प्रथम दैनिक 'समाचार सुधावर्पण' की सजग जातीय भूमिका का स्पष्ट ज्ञान होता है कि सरकारी अनुदारता और अनौचित्य पर निष्पक्ष टिप्पणी करने वाला वह द्विभाषी पत्र था जिस पर सरकार की कोप-दृष्टि बनी रहती थी। सन् 1857 के पूर्व प्रकाशित पत्रों में 'समाचार सुधावर्षण' की मुद्रा सर्वाधिक उग्र थी।

1.2.3 हिंदी पत्रकारिता के नींव-निर्माताओं की बलवती निष्ठा

पत्रकारिता के आदि पर्व के पुरुषों का आदर्श बड़ा था, किंतु साधन- शक्ति सीमित थी। वे नई सभ्यता के सम्पर्क में आ चुके थे और अपने देश तथा समाज के लोगों

को नवीनता से सम्पृक्त करने की आकुल आकांक्षा रखते थे । उन्हें न तो सरकारी संरक्षण- प्रोत्साहन प्राप्त था और न ही हिंदी समाज का सक्रिय सहयोग ही सुलभ था । प्रचार- प्रसार के साधन अविकसित थे । संपादक का दायित्व बहुत बड़ा था, क्योंकि प्रकाशन सम्बन्धी प्राय: सभी दायित्व उसी को वहन करना पड़ता था । हिंदी में अभी समाचारपत्रों के स्वागत की भूमि नहीं तैयार हुई थी । इसलिए पत्रों के उद्योक्ता को हर कदम पर प्रतिकूलता से जूझना पड़ता था । तथापित उनकी निष्ठा अक्षत रही । साधन की न्यूनता उन्हें साधना-विरत नहीं कर सकी । आर्थिक कठिनाइयों के कारण हिंदी के आदि पत्रकार पं. युगल किशोर शुक्ल ने 'उदन्त मार्तण्ड' का प्रकाशन बन्द कर दिया था, किन्तु इसका यह अर्थ नहीं है कि आर्थिक कठिनाइयों ने उनकी निष्ठा को ही खंडित कर दिया था । यदि उनकी निष्ठा टूट गई होती तो कदाचित पुन: पत्र-प्रकाशन का वे साहस न करते । हम जानते हैं कि पं. युगल किशोर शुक्ल ने 1850 में ' सामदण्ड मार्तण्ड ' नामक पत्र प्रकाशित किया था ।

1.2.4 प्रथम स्वतंत्रता-संग्राम 1857 का परवर्ती परिवेश और हिंदी पत्रकारिता

प्रथम स्वतंत्रता-संग्राम की असफलता के कारण हमारा राष्ट्रीय उत्साह कुछ समय के लिए ठंडा पड़ गया था । भारतीय जातीय मानस अवसाद और उदासी से दब गया था, प्रथम राष्ट्रीय आन्दोलन का दमन भारतीयों के सहयोग से ही अंग्रेजी सरकार ने बड़ी नृशंस शैली में किया था । इतिहास बताता है कि सिक्ख और गुरखों ने सरकार का साथ दिया था । देशी रजवाड़ों ने या तो अंग्रेजों को सहयोग दिया था या तटस्थ थे । स्पष्ट ही उनकी भूमिका राष्ट्रीय आन्दोलन के विरोध में थी ।

इसी समय भारत का शासन कम्पनी के हाथ से ब्रिटिश पार्लियामेंट के हाथ में चला गया । अशान्त और अवसादग्रस्त भारतीय लोगों के परितोष के लिए महारानी विक्टोरिया ने एक घोषणा की जिसमें आश्वासन के शब्द थे । इससे विश्वास की नई भूमिका बनने लगी । किन्तु सरकार की व्यावहारिक नीति-पूर्ववत् बनी रही । पहले जैसा लूट- शोषण जारी रहा । समाचारपत्रों की स्वाधीनता पर पुन: प्रहार हुआ और 13 जून, 1847 ई. को प्रेस सम्बन्धी एक कानून (गैगिंग एक्ट) बनाकर पत्रों की आजादी कुंठित कर दी गई । देश-दशा हर दृष्टि से दुर्बल हो गई थी । अन्नाभाव और अकाल की मार से सामान्य जन की पीड़ा गहरी होती जा रही थी । अकाल ने अनगणित लोगों को काल के गाल में पहुंचा दिया था । किसानों की पीड़ा जितनी बड़ी थी उतना ही तीखा अंग्रेजी का अत्याचार था । लेकिन भारतीय राष्ट्र के हृदय की धड़कन अभी जीवित थी । सांस्कृतिक आदोलन विभिन्न राहों-घाटों से गतिशील हो गया था जो हमारी पराजय-जनित निराशा और जड़ता को तोड़ रहा था हम स्वत्व-सचेत होने लगे थे । अनौचित्य और साम्राज्यशाही दुर्नीतियों से संघर्ष करने का नया आत्मबल ओर जागृति की नई आबोहवा बनने लगी थी ।

इस आबोहवा के फैलाव और समृद्धि के उद्देश्य से नए-नए पत्रों का प्रकाशन शुरु हुआ । सन् 1857 का परवर्ती काल हिंदी पत्रकारिता का द्वितीय चरण है । 23 मार्च, 1874 की ' कविवचन सुधा' में भारतेन्दु हरिशचन्द्र ने एक प्रतिज्ञा पत्र प्रकाशित किया था जो हिंदी पत्रकारिता के माध्यम से स्वदेशी चेतना का प्रथम शंखनाद था- ' 'हम लोग आज के से कोई विलायती कपड़ा नहीं पहनेंगे । हिन्दुस्तान का ही बना कपड़ा पहनेंगे। ' अपने पत्रों और 'वदीय समाज' के मंच से भारतेन्दु बाबू देश की अस्मिता को जगाने में क्रियाशील थे । आपको स्मरण रहे कि राजनीतिक मंच और संगठन से स्वदेशी की आवाज बहुत बाद में उठी ।'तदीय समाज' के सदस्यों के लिए स्वदेशी वस्त्रों का व्यवहार उन्होंने अनिवार्य कर दिया था । स्वत्व-सचेत करने के लिए देशवासियों को उन्होंने बार-बार सम्बोधित किया था, ' 'जैसे हजार धारा होकर गंगा समुद्र में मिली है वैसे ही तुम्हारी लक्ष्मी हजार तरह से इंग्लैंड, जर्मनी, अमेरीका को जाती है । ' भारतेन्दु के स्वदेशी अभियान को दूसरे कृति पत्रकार अपने पत्रों के माध्यम से समृद्ध कर रहे थे । 'ब्राहमण' के संपादक प्रताप नारायण मिश्र ने खिन्न मन से लिखा था- ' 'हम और हमारे सहयोगीगण लिखते-लिखते हार गए कि देशोन्नति करो, पर यहां वालों का सिद्धान्त है कि अपना भला हो, देश चाहे चूल्हे में जाए, यद्यपि जब देश चूल्हे में जाएगा तो हम बचे न रहेंगे । ' देश-प्रीति की यह प्रेरणा ही हिंदी पत्रकारिता के दूसरे दौर की सामान्य पहिचान है ।

भारत की श्रीहीन दशा से व्यथित होकर भारतेन्दु ने लिखा था-

अब जहँ देखहु तहँ दुखहि दुःख दिखाई ।
हा हा! भारत दुर्दशा न देखी जाई । ।

स्वदेश के दुर्दशा-मोचन के लिए हिंदी पत्रकार व्रतबद्ध थे । हिंदी पत्रकारिता का दूसरा चरण हिंदी गद्य-निर्माण का युग माना जाता है । सन् 1857 के बाद, उन्नीसवीं शताब्दी के उपसंहार काल तक अनेक महत्वपूर्ण पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन हुआ । कविवचनसुधा, हरिशचन्द्र मैगजीन, हरिशचन्द्र चन्द्रिका, हिंदी प्रदीप, ब्राहमण, हिन्दोस्थान, भारत मित्र, सारसुधा निधि, उचित वक्ता, बिहार बन्धु श्री वेंकटेश्वर समाचार इत्यादि की विशिष्ट भूमिका है । साहित्य और राजनीति की इन पत्रों में प्रमुखता रहती थी, यद्यपि अन्यान्य महत्वपूर्ण विषयों पर भी संपादक की सजग दृष्टि रहती थी । इन पत्रों का एकमात्र उद्देश्य था सामाजिक कलुष-प्रक्षालन और जातीय उन्नयन । कदाचित् इसीलिए सामाजिक और राजनीतिक विषयों की ओर इन पत्रों का विशेष झुकाव था । इस काल-खंड में हिंदी पत्रकारिता की जन्मभूमि कलकत्ता से प्रकाशित होने वाले पत्रों में भारत मित्र (सन् 1878), सारसुधानिधि (1879) और उचितवक्ता (1880) अपनी राजनीतिक तेजस्विता के लिए हिंदी जगत् में शीर्ष सम्मान प्राप्त पत्र थे ।

संपादक ही पत्रों के संचालक

ध्यान देने योग्य बात यह है कि इस युग के अधिकांश पत्रों के संपादक ही पत्रों के संचालक भी है । आज विपरीत स्थिति देखी जाती है । आज व्यावसायिक प्रतिष्ठान से निकलने वाले पत्रों का संपादन वेतनभोगी संपादक करता है , किन्तु संपादक के रूप में पत्र पर नाम छपता है पत्र के मालिक का । पुराने पत्रों के साथ एक बड़ी इच्छाशक्ति, महत् संकल्प और ऊंचा आदर्श था । कदाचित् यही कारण है कि अत्यंत प्रतिकूल परिस्थितियों के बीच ये पत्र खड़े हो सके और बहुत दूर तक अपना उद्देश्य पूरा कर सके । देश-दशा का जितना यर्थाथ चित्र इन पत्रों में है और अंग्रेजी सरकार के अनौचित्य का उद्घाटन जिस साहस के साथ उस समय के तेजस्वी पत्रकारों ने किया वह वस्तुतः हर दृष्टि से असाधारण महत्व की बात है । राजभक्ति की आड़ में उन पत्रों ने राजकीय व्यवस्था और भ्रष्टाचार पर बड़े तीखे व्यंग्य किए ।

दूसरे दौर के पत्रों की विशिष्टता को रेखांकित करते भारत मित्र-संपादक बाबू बाल मुकुन्द गुप्त ने लिखा है कि ' 'प्रथम समय के पत्र एक तो ठीक समय पर बहुत कम निकल पाते थे । कुछ-न-कुछ कारण उनके विलम्ब से निकलने के हो जाते थे। दूसरे उनको बहुत ग्राहक भी नहीं मिले और इसी से उनमें से अधिकतर बहुत दिन ठहर न सके । दूसरे समय के पत्रों ने यह त्रुटियां दूर करने की चेष्टा की और कुछ सफलता भी उनको प्राप्त हुई है ।" सन् 1857 के बाद के जातीय उन्नयन के प्रयत्नों का प्रत्यक्ष परिणाम यह हुआ था कि देश-दशा और सरकारी रीति-नीति के बारे में अधिकाधिक जानने की उत्सुकता लोगों में उत्पन्न हो गई थी । पत्रों की ओर लोगों का झुकाव धीरे- धीरे बढ़ रहा था । चाहे स्वयं न पढ़ें लेकिन समाचार पत्रों में छपी खबरों को जानने के लिए लोग इच्छुक हो चले थे । इतना ही नहीं, पत्रों की खबरों और टिप्पणियों के प्रति तब के लोगों में ऐसी अनास्था नहीं थी जैसी आज के पत्रों-पत्रकारों के प्रति है । उन पत्रकारों को समाज-बन्धु का सम्मान सहज ही उपलब्ध था । पं. दुर्गाप्रसाद मिश्र उत्तर उन्नीसवीं शताब्दी के प्रमुख हिन्दी पत्रकार थे, जो ' भारत मित्र', 'सारसुधानिधि' और 'उचितवक्ता' के मुख्य उद्योक्ता थे, और जो अपने पत्र के ग्राहकों की गद्दियों में जाकर उन्हें पत्र पढ़कर सुनाते समझाते थे । यह उस युग के पत्रकारों की निष्ठा और आदर्शवादिता का प्रमाण है ।

उग्र राष्ट्रीयता की झलक

सरकारी दमन नीति के बावजूद उन पत्रों में उग्र राष्ट्रीयता की झलक मिलती है । लार्ड लीटन द्वारा आरोपित 1878 के वर्नाक्यूलर प्रेस एक्ट की अनुकूल प्रतिक्रिया यह थी कि उस युग के पत्रों में पहली बार सरकारी अनौचित्य की आलोचना दिखाई पड़ी और उसी युग के पत्रों ने पहली बार उग्र राष्ट्रीयता का पक्ष- समर्थन किया । इस दृष्टि से कलकत्ता के 'सारसुधानिधि' और 'उचित वक्ता' की टिप्पणियां अधिक उग्र होती थीं । राजनीतिक -सामाजिक विषयों पर सदानन्द मिश्र और दुर्गाप्रसाद मिश्र बड़ी प्रखर टिप्पणियां लिखते थे । वैसी निर्भीक वाणी 'केसरी', मराठा और वन्देमातरम् के संपादकों तथा स्वदेशी युग के हिन्दी पत्रकार ' भारत मित्र' के संपादक बाबू बालमुकुन्द गुप्त की ही थी ।

आप सहज ही समझ सकते हैं कि 1883 ई. में ऐसी उग्र भाषा लिखना उच्च जातीय अभीप्सा का प्रमाण है । मराठा और केसरी-संपादक लोकमान्य तिलक के उग्र राष्ट्रवाद के लिए मांडले जेल की यातना भोगनी पड़ी थी । यही राष्ट्रीय चेतना उत्तर उन्नीसवीं शताब्दी के पत्रकारिता की प्रमुख विशेषता है । भारतेन्दु हरिशचन्द्र, प्रतापनारायण मिश्र, दुर्गाप्रसाद मिश्र और सदानन्द मिश्र ने अपने पत्रों के माध्यम से विविध मुद्राओं में स्वदेशी का आग्रह प्रकट किया था । भारतेन्दु का ' तदीय समाज' और बंगाल का ' हिन्दू मेला ' स्वदेशी चेतना को जगाने और समृद्ध करने वाले प्रधान मंच थे। आप इस ऐतिहासिक तथ्य को स्मरण रखें कि सन् 1905 में बंग- विच्छेद के साथ ही भारत में जो स्वदेशी आदोलन उद्वेलित हुआ था उसके बहुत पहले पत्रकारिता के माध्यम से स्वदेशी चेतना प्रकट हो चुकी थी । इस काल खंड के हिंदी पत्रकारों में प्रमुख थे सदानन्द मिश्र, दुर्गाप्रसाद मिश्र, भारतेन्दु हरिशचन्द्र, प्रताप नारायण मिश्र, बालकृष्ण भट्ट, रुद्रदत्त शर्मा , मदनमोहन मालवीय, बालमुकुन्द गुप्त और अमृतलाल चक्रवर्ती । सन् 1877 में प्रकाशित बालकृष्ण भट्ट के ' हिंदी प्रदीप ' और हरिशचन्द्र मैगजीन इत्यादि भारतेन्दु काल की पत्रिकाओं में साहित्यिक सामग्री छपने लग गई थी ।

बोध प्रश्न- 1

1. हिंदी का पहला पत्र कौनसा था? उसके उद्देश्यों की विवेचना कीजिए ।

   ....

   ....

2. भारतीय पत्रकारिता को अपनी यात्रा के आदि चरण से ही सरकारी अंकुश से जूझना पड़ा।"इस कथन की समीक्षा कीजिए।

   ....

   ....

1.3 स्वदेशी आन्दोलन और हिंदी पत्रकारिता

आप जानते हैं बीसवीं शताब्दी के आरम्भिक वर्ष लार्ड कर्जन के कुकृत्यों के चलते उद्वेलन और अशान्ति के वर्ष थे । भारत की राष्ट्रीय शक्ति को दमित करने के लिए कर्जन ने नाना प्रकार की अनुदारता का आघात भारतीयों को दिया था । कर्जन के शासन की दमन- शैली का ही घिनौना रूप था बंग-विच्छेद । बीसवीं शताब्दी के प्रथम दशक की वह सबसे बड़ी राजनीतिक दुर्घटना थी, जिस पर टिप्पणी करते हुए लोकमान्य बाल गंगाधर तिलक ने लिखा था कि ' 'लार्ड कर्जन बंगालियों की संघ शक्ति को कुचलना चाहता है क्योंकि उसे डर है कि कहीं वे अंग्रेज सरकार पर हावी न हो जाएं । ' बंगभंग की प्रतिक्रिया गहरी और व्यापक हुई। पूरे देश में उत्तेजना की लहर दौड़ गई । पूरी शक्तिमत्ता से स्वदेशी आन्दोलन क्रियाशील हो गया । जातीय राजनीति का नेतृत्व बाल गंगाधर तिलक, विपिन चन्द्र पाल और लाला लाजपत राय कर रहे थे । बंगाल के नेतृत्व का दायित्व नई पीढ़ी के उन हाथों में आ गया था जिनकी शिक्षा और राजनीतिक संस्कार पं. शिवनाथ शास्त्री और राजनारायण बोस के

निर्देशन में हुआ था और जिनकी आस्था भाषण में कम, कार्य में अधिक थी । स्वावलम्बन इनका मंत्र था ओर पूर्ण स्वराज्य एकमात्र लक्ष्य । लोकमान्य तिलक ने घोषणा की थी, ' 'स्वराज्य हमारा जन्मसिद्ध अधिकार है । '

7 अगस्त, 1905 ई. को कलकत्ता टाउनहाल में ऐतिहासिक सभा आयोजित हुई थी, जिसमें हजारों व्यक्तियों ने विदेशी बहिष्कार और स्वदेशी प्रचार की शपथ ली थी और ' 'वन्देमातरम्' युद्धनाद बन गया । देशभक्ति की नई धारणा मूर्त हुई " स्वदेश माता है, स्वदेश भगवान है, यही वेदान्त शिक्षान्तर्गत महती शिक्षा जातीय अभ्युत्थान का बीज है । ' जातीय अभ्युत्थान के इसी बीज के पल्लवन व पोषण में नियोजित थी स्वदेशी युग की पत्रकारिता ।

स्वदेशी आन्दोलन-काल हिंदी पत्रकारिता का तृतीय चरण है । दूसरे दौर की पत्रकारिता से इस काल की पत्रकारिता कई बिन्दुओं पर आगे रही । तीसरे दौर की पत्रकारिता को भाषा का एक सुथरा और अपेक्षाकृत प्रांजल रूप उपलब्ध हो गया था । पाठकों की पत्रों में दिलचस्पी बढ़ने लगी थी । आपको स्मरण होगा दूसरे दौर के पत्रकारों को इस मुद्दे पर काफी प्रतिकूलता का मुकाबला करना पड़ा था । तब लोग पत्रों का मूल्य नहीं समझते थे । बड़े आग्रह- अनुरोध पर ग्राहक बन भी जाते थे तो स्वयं संपादक को उन्हें पत्र पढ़कर सुनाना-समझाना पड़ता था । तीसरे दौर के पत्रकारों को इन कठिनाइयों से बहुत अंश तक मुक्ति मिल गई । स्वदेशी आन्दोलन ने खुली भाषा में लिखने- बोलने का साहस पैदा कर दिया था । राजभक्ति की आड लेकर स्वदेश-प्रीति की बातें करने की लाचारी अब पत्रकारों के सामने नहीं थी । यद्यपि दूसरे दौर के हिंदी पत्रकारों में दुर्गाप्रसाद मिश्र और सदानन्द मिश्र अपनी दो टूक और आक्रामक भाषा के लिए प्रसिद्ध थे । लल्लो-चप्पो की भाषा उनके स्वभाव के सर्वथा प्रतिकूल थी । स्वदेशी युग के हिन्दी पत्रकार बाबू बालमुकुन्द गुप्त उसी परम्परा के तेजस्वी पुरूष थे जिन्हें अपनी उग्र लिखावटों के चलते ' हिन्दोस्थान' के संपादकीय विभाग से वियुक्त होना पड़ा था । इस युग की हिन्दी पत्रकारिता के सच्चे नायक बाबू बालमुकुन्द गुप्त ही थे, जिनके हाथ में " भारत मित्र' जैसा सशक्त माध्यम था । राजनीतिक जागरुकता के साथ ही इस काल की पत्रकारिता भाषा-संस्कार की उन्नति के प्रति भी सचेत थी ।

स्मरणीय है, इस काल में अग्रणी राजनेताओं के हाथ में अपना पत्र था जिसके माध्यम से वे आजादी की लड़ाई लड़ रहे थे । स्वदेशी युग का संघर्ष " वन्देमातरम्', "केसरी', "मराठा 'पंजाबी', "युगान्तर' , "संध्या' और " भारत मित्र' के माध्यम से गतिशील और समृद्ध हुआ था । पूर्ण स्वराज्य की निर्भीक आवाज बुलन्द करने वाले ये स्वदेशी पत्र थे, जिनके संपादक उस काल के सच्चे लोकनायक थे । तीसरे दौर की हिंदी पत्रकारिता स्वदेशी की भावना से संपन्न थी । इस युग के अग्रणी हिंदी पत्रकार थे बाबू बालमुकुन्द गुप्त । 16 जनवरी, 1899 को गुप्तजी ने "भारतमित्र' का संपादन भार सम्भाला था । भारतमित्र की पूरी व्यवस्था को उन्होंने अपने अनुसार रूपान्तरित कर दिया । हिंदी पत्रकारिता के दूसरे और तीसरे दौर यानी तिलक युग तक के शीर्षस्थ हिंदी पत्रकार- छोटूलाल मिश्र, दुर्गाप्रसाद मिश्र, हरमुकुन्द शास्त्री, राद्रदत्त शर्मा, बालमुकुन्द गुप्त, बाबूराम विष्णु पराड़कर, अम्बिका प्रसाद वाजपेयी, अमृतराज चक्रवर्ती,

लक्ष्मण नारायण गर्दे-भारत मित्र के आदि से अन्त तक संपादक के रूप में समय-विशेष में जुड़े रहे ।

1.3.1 'भारत मित्र' और 'सरस्वती '

लार्ड कर्जन के दिल्ली दरबार में अंग्रेजी पत्र- संपादकों के साथ "भारत-मित्र" - संपादक बाबू बाल मुकुन्द गुप्त भी सम्मिलित हुए थे और 11 अप्रेल, 1903 के "भारतमित्र" के माध्यम से कर्जन पर तीखी टिप्पणी की थी । लार्ड कर्जन के कुकृत्यों पर जैसी तेज टिप्पणी बालमुकुन्द इस शताब्दी के आरम्भ में लिख रहे थे वैसी टिप्पणी स्वदेशी सरकार की त्रुटियों को लक्ष्य कर, पूरी आजादी के बावजूद, लिखने वाले पत्रकार आज विरल है । लार्ड कर्जन जैसे नृशंस शासक से पंजा लड़ाना बड़े जोखिम का काम था। मगर गुप्तजी का व्यक्तित्व इतना तेजस्वी था कि औचित्य के आग्रह से वे हर खतरनाक मोर्चे पर आगे रहना चाहते थे। 21 अक्टूबर, 1905 की संपादकीय टिप्पणी का उपसंहार करते भारत-मित्र-संपादक बालमुकुन्द गुप्त ने लिखा था, "भारतवासियों के जी में यह बात जम गई कि अंग्रेजों से भक्तिभाव करना व्यर्थ है, प्रार्थना करना वृथा है और उनके आगे रोना-गाना वृथा है। दुबले की वह नहीं सुनते।" इसलिये क्षात्र-धर्म की साधना और शक्ति का आवाहन इस कल के पत्रकारों का मुख्य धर्म बन गया। यद्यपि "भारत मित्र" राजनीति प्रधान पत्र था, किन्तु गुप्तजी ने उसे एकांगिता से बचाया। स्वयं भाषा, लिपि, व्याकरण के प्रश्नों पर लेख लिखकर तथा व्यंग्य कविता और साहित्यिक संस्मरण, धर्म विषयक टिप्पणियां और पत्रकारिता का इतिहास लिखकर " भारतमित्र" को विशिष्ट बनाया, पूर्णता दी।

बीसवीं शताब्दी के आरम्भिक दशक के हिंदी साहित्य का नेतृत्व आचार्य महावीर प्रसाद द्विवेदी के हाथ में था। सन् 1901 में प्रकाशित "सरस्वती' से सन् 1903 में द्विवेदी जी संपादक के रूप में युक्त हुए । राष्ट्रवाद के पोषक आचार्य द्विवेदी ने खड़ी बोली को परिमार्जित कर व्याकरण की उपयुक्त पटरी पर चलाने का अपना बड़ा व्रत " सरस्वती' के माध्यम से काफी अंश तक पूरा किया । "सरस्वती' के लिए द्विवेदी कितनी कठोर तपस्या करते थे, इसका ज्ञान आपको द्विवेदी द्वारा संशोधित संपादित सरस्वती की पुरानी सामग्री को देखकर हो सकता है । पत्रकारिता के विद्यार्थियों को हिंदी पत्रकारिता की पुरातन सम्पदा का प्रत्यक्ष ज्ञान जरुरी है । सौभाग्य से द्विवेदी जी के संस्पर्श वाले "सरस्वती' के पुराने कागज काशी में सुरक्षित हैं।

"सरस्वती" यधपि साहित्य-प्रधान पत्रिका थी, किन्तु जातीय संस्कृति के प्रत्येक पक्ष की महत्ता उजागर करने वाली सामग्री द्विवेदी जी सुधी लोगों से तैयार करा कर प्रकाशित करते थे । शुद्धतावादी आचार्य द्विवेदी जी का दृष्टिकोण अत्यन्त प्रगतिशील था । हिंदी में शुद्ध साहित्यिक पत्रकारिता का आरम्भ "सरस्वती" के प्रकाशन से ही

मानना चाहिए यद्यपि भारतेन्दुजी और उनके मित्रों की पत्रिकाओं में साहित्यिक सामग्री की प्रचुरता रहती थी । प्रत्यक्ष राजनीति से हटकर द्विवेदी जी ने साहित्य और संस्कृति की राह पर अपनी "सरस्वती" को नियोजित किया था । साहित्य-संस्कृति के माध्यम से "सरस्वती" उसी रोशनी को जगा रही थी, जिसकी रचना में "वन्देमातरम्", "मराठा", "केसरी", " युगान्तर", " संध्या", " पंजाबी" और "भारतमित्र" क्रियाशील थे । देशवासियों को स्वत्व-सचेत करना, स्वदेशी संस्कार को उन्नत करना, स्वराज्य का महत्व उद्घाटित करना, देशवासियों को कूपमंडूकता से उबार कर ज्ञान की निजी सम्पदा और नए आलोक से जोड़ना स्वदेशी युग की भारतीय पत्रकारिता का उद्देश्य था। "भारतमित्र" और "सरस्वती" बीसवीं शताब्दी के प्रथम दशक की श्रेष्ठ पत्रिकाएं थीं जो हिंदी पत्रकारिता के परिनिष्ठित स्वरूप का परिचय देती है। सरस्वती संपादक पं. महावीर प्रसाद द्विवेदी जितने उदार और प्रगतिशील थे उतने ही कठोर अनुशासन के आग्रही थे । "सरस्वती" के माध्यम से हिंदी को वे नया अनुशासन दे रहे थे । "सरस्वती" ने हिंदी पत्रकारिता के क्षेत्र में साहित्य-संस्कृति की प्राथमिकता की जो परंपरा शुरु की, परवर्तीकाल में उस परम्परा में अनेक पत्रिकाओं का प्रकाशन हुआ ।

1.3.2 'वंदेमातरम्' और 'नृसिंह'

"वन्देमातरम्" के संपादक और स्वदेशी आन्दोलन-काल के भारतीय नायक श्री अरविन्द की धारणा थी कि "भारत की दुर्बलता का प्रधान कारण - चिन्तन- शक्ति का ह्रास है-ज्ञान की जन्मभूमि में अज्ञान का विस्तार है ।"उसी अनेकमुखी अज्ञान को दूर करने की जातीय प्रेरणा से उस काल की पत्रकारिता अनुप्राणित थी । उस काल के पत्रकारों की बौद्धिक जागरुकता का स्तर यह था कि एक शब्द की त्रुटि अथवा असावधानताजनित हल्की च्युति को लेकर वे गंभीर सवाल उठा देते थे । द्विवेदीजी जैसे सर्वमान्य आचार्य की भाषा-त्रुटि को लेकर बाबू बालमुकुन्द गुप्त ने "भारत मित्र" में जो टिप्पणी लिखी उसने पूरे-पूरे हिन्दी जगत को उद्वेलित कर दिया। गुप्तजी द्वारा उठाए गए भाषा सम्बन्धी सवाल को लेकर उस काल की हिन्दी पत्रकारिता संघर्षरत हो गई थी । उस व्याकरण-संघर्ष में "भारतमित्र" और "सरस्वती" के अतिरिक्त बंबई के "श्री वेंकटेश्वर समाचार" और कलकत्ता के "हिंदी बंगवासी" की प्रमुख भूमिका थी।

तिलक की राजनीति-चेतना को कलकत्ता से 1907 में प्रकाशित 'नृसिंह' नामक पत्रिका पूरी प्रखरता से प्रकाशित कर रही थी । पं. अम्बिका प्रसाद वाजपेयी की वह पत्रिका यद्यपि राजनीति प्रधान थी, किन्तु भाषा, राष्ट्रभाषा और संस्कृति से जुड़े सवालों को लेकर भी ज्वलन्त सामग्री प्रकाशित करती थी । 'नृसिंह' के संपादक संचालक

पं. अम्बिका प्रसाद वाजपेयी को उस काल के विशिष्टविद्यावतियों का सक्रिय सहयोग उपलब्ध था।

"एक लिपि विस्तार परिषद" के तत्वावधान में 1907 में प्रकाशित "देवनागर" भारतीय पत्रकारिता में अनूठा प्रयोग था । देवनागरी लिपि के प्रचार के लिए विभिन्न भारतीय भाषाओं की सामग्री "देवनागर" में देवनागरी लिपि में प्रकाशित होती थी । इसके संपादक थे उमापति दत्त शर्मा और यशोदानन्दन अखौरी । स्मरणीय है कि कर्जन अपने कुकृत्यों द्वारा भारत की जिस जातीय संघ शक्ति को तोड़ने पर आमादा था उसका माकूल, सांस्कृतिक जवाब था "देवनागर" का आयोजन । प्रादेशिक भाषाओं के मिलन-माध्यम के रूप में देवनागरी की प्रतिष्ठा राष्ट्रीय एकता की आबोहवा को समृद्ध करने का महत् प्रयत्न था । इस आयोजन के मुख्य उद्योक्ता थे जस्टिस शारदाचरण मित्र । लार्ड कर्जन के अनुदार प्रशासन के सन्दर्भ में ही नहीं, वर्तमान देश-दशा के सन्दर्भ में आप "देवनागर" की भूमिका का महत्व समझ सकते हैं ।

चूंकि स्वदेशी आंदोलन का मुख्य केन्द्र बंगाल था और कलकत्ता तत्कालीन अंग्रेजी राज की राजधानी था, इसलिए इस काल में भी हिन्दी के प्रमुख पत्र कलकत्ता से ही प्रकाशित हुए । कलकत्ता के बाहर भी हिन्दी की पत्रपत्रिकाएं प्रकाशित हुईं । पं मदन मोहन मालवीय का "अभ्यूदय' और माधवराव सप्रे के संपादन में प्रकाशित "हिन्दी केसरी' इस काल के प्रमुख पत्र थे । आपको पहले संकेत दिया गया है कि उस काल के पत्रकारों का मुख्य लक्ष्य था देश-सेवा । पत्रकारिता उसी का एक सशक्त माध्यम थी । इसलिए इस माध्यम को हर प्रकार से पुष्ट और तेजस्वी बनाए रखने के लिए उस काल के पत्रकार सचेत रहते थे ।

1.3.3 लोकमान्य तिलक और महात्मा गांधी

तिलक-चेतना के उन्नायक हिन्दी पत्रकारों में बाबू राव विष्णु पराड़कर, अम्बिका प्रसाद वाजपेयी, लक्ष्मण नारायण गर्दे, माधव राव सप्रे और झाबर मल्ल शर्मा प्रमुख हैं । लोकमान्य तिलक ने सबसे पहले स्वराज्य की भारतवासियों का जन्म सिद्ध अधिकार घोषित किया था, किन्तु गांवों में बसे देश के बहुसंख्यक लोगों तक जातीय स्वाभिमान की प्रेरणा गांधीजी ने पहुंचाई । आप जानते हैं, आधुनिक भारतीय इतिहास में तिलक के बाद सर्वमान्य लोकनायक के रूप में गांधीजी सम्मानित हैं । 18 मार्च 1919 के "काले कानून' तथा अंग्रेजी सरकार के दूसरे कानूनों की अवज्ञा के लिए गांधीजी ने एक समिति बनाई थी, लोगों से सत्याग्रह की प्रतिज्ञा कराई थी । इसके काफी पहले दक्षिणी अफ्रीका में वे सत्याग्रह का प्रयोग कर चुके थे, राजसत्ता की दुर्नीतियों से लड़ने की कला उन्हें आती थी । 30 मार्च 1919 को गांधीजी ने अंग्रेजी शासन के प्रतिरोध में हड़ताल करने की अपील की थी, जिसके जवाब में पूरे देश ने

अपनी जातीय जागृति का परिचय दिया था । इसी समय से गांधी युग का आरम्भ होता है । स्वतंत्रता-संग्राम के उपसंहार काल तक गांधीजी का नेतृत्व कायम रहा ।

भारतीय राजनीति का गांधी युग हिन्दी पत्रकारिता की समृद्धि का युग है । सन् 1920 की कलकत्ता कांग्रेस में राष्ट्र भाषा के रूप में हिंदी का महत्व कायदे से उद्घाटित हुआ । गुजराती भाषी गांधी हिंदी की देशव्यापी शक्ति को समझते थे और उसकी हिमायत करते थे, हिंदी भाषियों से भी आगे बढ़कर । राष्ट्रभाषा-प्रचार का काम कांग्रेस के कार्यक्रम में महत्वपूर्ण मुद्दा बन गया और गांधीजी की प्रेरणा से असंख्य अहिंदी भाषियों ने अपने प्रादेशिक भाषा- अभिमान का परित्याग कर हिंदी- प्रचार का व्रत लिया । गांधीजी स्वयं पत्रकार थे, अपने पूर्ववर्ती भारतीय लोकनायकों की तरह और पत्रकारिता की आजादी के घोर आग्रही ।

1.3.4 विशिष्ट पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन

इस काल-खंड में ही हिंदी के विशिष्ट दैनिक पत्रों, साहित्यिक पत्रिकाओं तथा अन्यान्य विषयों की अनेक विशिष्ट पत्रिकाओं का प्रकाशन हुआ । पं बाबूराव विष्णु पराड़कर के संपादन में काशी से 5 सितम्बर 1920 को "आज' नामक प्रसिद्ध हिंदी दैनिक का प्रकाशन हुआ । आपको स्मरण होगा, पराड़कर जी तिलक युग के विशिष्ट पत्रकार थे, जिनके प्रेरणा-पुरूष लोकमान्य तिलक थे और जिन्हें देश-सेवा का संस्कार उनके मामा सखाराम गणेश देउस्कर ने, जो बांग्ला के विशिष्ट लेखक और पत्रकार थे, ने दिया था । पराड़कर जी की प्रज्ञा ने गांधीजी के नेतृत्व को स्वीकार कर लिया था, किन्तु गांधीजी जैसे महापुरूष को टोकने में, उनकी नीतियों-निर्णयों की आलोचना करने में उन्हें तनिक संकोच नहीं होता था । इस दृष्टि से भी पराड़करजी हिंदी के अप्रतिम संपादक थे ।

इस युग की हिंदी पत्रकारिता की विशिष्टता के इस खास मुद्दे पर आपकी दृष्टि पड़नी चाहिए कि साहित्यिक और राजनीतिक पत्रकारिता अलग- अलग राहों से चलने लगी। "प्रताप', "कर्मवीर', "वीणा', "चांद', " मतवाला' "सुधा', "माधुरी', "जागरण', "हंस', "विशाल', "भारत', "हिंदू, "पंच', "गंगा', "हिमालय' जैसी प्रथम श्रेणी की पत्रिकाओं के प्रकाशन का काल-खंड है गांधी युग । इस काल की पत्रकारिता पर गांधीजी के लोकनायक-व्यक्तित्व का प्रभाव स्पष्ट है । मई 1924 के "मतवाला' की संपादकीय टिप्पणी में संपादक ने आग्रह किया था, "यदि स्वतंत्रता के अभिलाषी हैं, अपने देश में स्वराज्य की प्रतिष्ठा चाहते हैं, तो तन-मन और धन से अपने नेता महात्मा गांधी के आदेशों का पालन आरम्भ कीजिए ।'

इस तथ्य को भी आप स्मरण रखें कि जैसे अग्रणी सभी राजनेताओं के अपने पत्र थे, वैसे ही हिन्दी के अधिकांश प्रमुख साहित्यकार पत्रिकाओं से सक्रिय रूप में युक्त थे । इसलिए पत्रकारिता के इतिहास की प्रामाणिक जानकारी के बिना न तो आधुनिक भारतीय राजनीति को समझा जा सकता है और न हिंदी साहित्य के आधुनिक काल की प्रामाणिक जानकारी हो सकती है । गांधीयुग के हिंदी पत्रकारों में बाबूराव पराड़कर, लक्ष्मणनारायण गर्दे, गणेशशंकर विद्यार्थी, अम्बिका प्रसाद वाजपेयी, माखनलाल चतुर्वेदी, शिवपूजन सहाय, बनारसीदास चतुर्वेदी, विष्णुदत्त शुक्ल, झाबरमल्ल शर्मा विशिष्ट हैं । माखनलाल चतुर्वेदी, बालकृष्ण शर्मा नवीन, निआला, प्रेमचन्द, ईश्वरीप्रसाद शर्मा उग्र, हेमचन्द्र जोशी, इलाचन्द्र जोशी, भगवतीचरण वर्मा, शान्तिप्रिय द्विवेदी, कृष्ण बिहारी मिश्र, नवजादिकलाल श्रीवास्तव, शिवपूजन सहाय, रामगोविन्द त्रिवेदी, अज्ञेय, रामवृक्ष बेनीपुरी, हजारीप्रसाद द्विवेदी आदि विशिष्ट साहित्यिक पत्रिकाओं के संपादन-दायित्व से युक्त थे ।

दैनिक पत्रों में "विश्वामित्र", "स्वतंत्र", "आज", "भारत" ओर "आर्यावर्त" की अग्रणी भूमिका थी । दैनिक पत्रकारिता में भी कलकत्ता का और "विश्वमित्र" के संचालक मूलचन्द्र अग्रवाल का महत्वपूर्ण अवदान है । दैनिक पत्रों की साहित्यिक भूमिका भी कम महत्वपूर्ण नहीं थी । इस सन्दर्भ में आचार्य शिवपूजन सहाय की धारणा से आपका परिचय जरूरी है । शिवपूजन सहाय ने लिखा है, "हिंदी दैनिकों ने जहां देश को उदबुद्ध करने में अथक प्रयास किया है वहां जनता में साहित्यिक चेतना जगाने का श्रेय भी पाया है।" दैनिक पत्रों से भी हिंदी के विशिष्ट साहित्यकारों का सम्बन्ध था । इलाचन्द्र जोशी "विश्वमित्र" से जुड़े थे । उग्र का "आज" से सम्बन्ध था । पत्रकारिता का व्यावहारिक प्रशिक्षण वहीं पं.बाबूराव विष्णु पराड़कर के निर्देशन में उन्होंने प्राप्त किया था । "भारत" के संपादकीय विभाग से आचार्य नन्ददुलारे वाजपेयी ओर "प्रताप" से नवीनजी का सक्रिय सम्बन्ध महत्वपूर्ण तथ्य है । इस काल के पत्रों की राजनीतिक चेतना के साथ ही साहित्यिक संवेदना और भाषा के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका रही है । इस तथ्य पर आपकी दृष्टि रहनी चाहिए ।

बोध प्रश्न- 2

1. स्वदेशी आंदोलन-काल में हिंदी की प्रमुख पत्र-पत्रिकाएं कौन सी थी ।

   ....

   ....

2. भारतीय राजनीति का गांधी युग हिंदी पत्रकारिता का समृद्धि-युग है । इस कथन की विवेचना करें ।

   ....

   ....

3. 'देवनागरी' भारतीय पत्रकारिता में एक अनूठा प्रयोग था । यह प्रयोग क्या था?

....

....

1.4 पत्रकारिता के अतीत की भूमिका

राष्ट्रीय चेतना के विकास में पत्रकारिता की प्रमुख भूमिका रही है । स्वतंत्रता-संग्राम के नायकों का सशक्त अस्त्र पत्रकारिता रही है । अंग्रेजी सरकार प्रतिपक्ष की इस शक्ति से परिचित थी । इसलिए तरह-तरह के कानूनों द्वारा इस शक्ति को प्रतिबंधित और कुंठित करने के लिए सदा सक्रिय रहती थी । मगर कानूनी शिकंजे का मुकाबला करने का आत्मबल भारतीय पत्रकारों में भरपूर मात्रा में था । पत्रकार इस मुद्दे पर भी सचेत था कि किसी प्रकार के आतंक से उसका आत्मबल स्थूलित न होने पाए । आपको स्मरण होगा, हिंदी के पत्रकार पं. दुर्गाप्रसाद मिश्र ने अपने समानधर्मी देशी पत्रकारों को संबोधित करते हुए अपने पत्र 'उचितवक्ता' के 12 मई, 1883 के अंक में लिखा था कि सरकारी अन्याय का "प्रतिवाद करने में जेल तो क्या यदि द्वीपांतरित होना पड़े तो क्या बड़ी बात है । क्या इस सामान्य विभीषिका से हम लोग अपना कर्तव्य छोड़ बैठें?" आपको यह भी स्मरण होगा कि भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस के जन्म के पहले हिंदी पत्रकारिता ने स्वदेशी की आवाज बुलन्द की थी ।

देश- सेवा के व्रती पत्रकारों ने अंग्रेजी राज की अनुदारता और दुर्नीतियों का न केवल अपने चरित्रबल से मुकाबला किया था बल्कि विदेशी सरकार के जुल्मों के प्रति देश की आम जनता को भी जागरुक बनाया था, पराधीनता के अभिशाप का परिचय देकर उससे मुक्त होने की जागृति पैदा की थी । सरकारी कानून के शिकंजे का मुकाबला वे विभिन्न मुद्राओं में करते हुए पत्रकारिता की मशाल को अम्लान बनाए रखने के लिए पूरी तरह जागरुक थे । जातीय स्वाभिमान को प्रखर बनाने में पत्रकारिता की भूमिका सर्वाधिक महत्वपूर्ण थी । भारतीय राष्ट्रीय चेतना का विकास पत्रकारिता के विकास के साथ-साथ हुआ है । पत्रकारिता के इतिहास के माध्यम से स्वतन्त्रता-संग्राम के विकास की प्रामाणिक अवधारणा हो सकती है । आज की पत्रकारिता, यथार्थ के दावे के बावजूद, व्यावसायिक, राजनीतिक और दूसरे विजातीय दबावों के कारण देश-दशा की प्रामाणिक तस्वीर प्रस्तुत नहीं करती । निजी प्रयोजन की पूर्ति के लिए पत्र-पत्रिकाओं की रूप-रचना की जाती है । स्वतंत्रता के पूर्व की पत्रकारिता ऊंचे आदर्श से प्रेरित थी । राष्ट्रीय स्वार्थ की पहरेदारी उसका लक्ष्य था । निजी स्वार्थ का प्रश्न पुराने पत्रकारों के सामने नहीं था ।

भारतेन्दु काल की हिंदी पत्रकारिता में स्वदेशी चेतना का जैसा आग्रह है, आजाद देश की पत्रकारिता में देशप्रीति की वह व्याकुल लहर खोजे नहीं मिलेगी । लम्बी गुलामी के चलते हमारा देश- संस्कार स्वाभाविक रूप में दुर्बल हो गया था । पूर्व स्वातंत्र्य-काल की पत्रकारिता ने देशप्रीति की आबोहवा तैयार की, स्वदेशी संस्कृति के प्रति लोगों को उन्मुख बनाया । आप इस मुद्दे को स्मरण रखें कि साम्राज्यशाही अभिशाप से लड़ने वाले पुराने पत्रकार और राजनेता

राजनीतिक आजादी को ही अलग नहीं मानते थे । उनका प्रधान लक्ष्य था, किंतु देश की अस्मिता-चेतना को उन्नत करना और उसे अक्षत बनाए रखने की चिन्ता उनकी प्रधान चिन्ता थी । 15 अगस्त 1947 के "आज' के संपादकीय वक्तव्य में पं.बाबूराव विष्णु पराड़कर ने जो महत् चिंता व्यक्त की थी वही पुराने पत्रकारों की सामान्य चिन्ता और पूर्ण स्वातंत्र्य-काल की पत्रकारिता का वैशिष्ट्य है ।

1.4.1 सांस्कृतिक मूल्य और हिंदी पत्रकारिता

साम्प्रतिक हिंदी पत्रकारिता की समृद्ध भाषा-मुद्रा हिंदी की शक्ति का ज्वलन्त प्रमाण है । पुराने हिंदी पत्रकार स्वभाषा-गर्व से स्फूर्त थे । निज भाषा उन्नति को वे समग्र उन्नति का मूल मानते थे । इसलिए अपनी भाषा की बहुविध उन्नति के लिए वे निरन्तर जागरुक और क्रियाशील रहते थे । पुराने पत्रकारों की भाषा-सजगता का ऐतिहासिक प्रमाण यह है कि एक शब्द की स्तुति-त्रुटि को लेकर वैचारिक आंदोलन की सृष्टि कर देते थे । बाबू बालमुकुन्द गुप्त (भारत मित्र संपादक) और आचार्य महावीर प्रसाद द्विवेदी (सरस्वती-संपादक) का संघर्ष ऐसा ही ऐतिहासिक संघर्ष था, जिसमें उस काल की पूरी हिंदी पत्रकारिता और हिंदी मनीषा ने सक्रिय भाग लिया था। इस प्रकार के वैचारिक संघर्ष प्राय: हुआ करते थे, जिससे भाषा-उन्नति, व्याकरण-व्यवस्था और साहित्य संवेदना के विकास को अपेक्षित बल मिलता था । उन पत्रकारों की जागरुक साधना का ही परिणाम है आज के हिंदी गद्य का समृद्ध रूप जो हमारे लिए गर्व का विषय है ।

राजनीतिक और सामाजिक चेतना की क्रमिक प्रखरता के साथ ही पूर्व स्वातंत्र्य-काल की हिंदी पत्रकारिता ने साहित्य-संवेदना को अपेक्षित दिशा में विकसित किया । भारतेन्दु काल की साहित्य- संवेदना से आप परिचित हैं । राष्ट्रीय अभीप्सा से अनुप्राणित उस काल की संवेदना का प्रकाशन-माध्यम उस काल की पत्रिकाएं थीं । परवर्तीकाल में 'सरस्वती' से 'हंस' तक साहित्यिक पत्रकारिता की समृद्ध परम्परा रही है । उस काल की साहित्यिक पत्रिकाएं हिंदी- क्षेत्र के विवेक और प्रतिभा का समग्रता में प्रतिनिधित्व करती थीं । आजादी के बाद सन् 1960 के पूर्व-पश्चात् तक वह परम्परा क्षीण रूप में जीवित रही । स्वाधीन देश में भी कई स्तरीय साहित्यिक पत्रिकाएं प्रकाशित हुईं जिनमें हैदराबाद से प्रकाशित 'कल्पना' का अप्रतिम स्थान है । हिंदी की साहित्यिक पत्रिकाओं ने साहित्यिक संवेदना को गतिशील और उन्नत करने में विशिष्ट भूमिका निभाई, पत्रकारिता के पुराने इतिहास का अवलोकन करते हुए आपने लक्ष्य किया होगा कि देश के हर राजनेता का पत्रकारिता से सक्रिय सम्बन्ध था, सबके अपने पत्र थे ।आपके लिए यह तथ्य भी स्मरणीय है कि पूर्व स्वातंत्र्य-काल के अधिकांश हिंदी साहित्यकारों का किसी न किसी रूप में पत्रकारिता से संबंध था। यह परम्परा भारतेन्दु से लेकर अज्ञेय और उनकी अनुज पीढ़ी तक दिखाई पड़ती है।

पत्रिकाओं के आधार पर ही आधुनिक हिंदी साहित्य की संवेदना का प्रामाणिक इतिहास लिखा जा सकता है ।

1.4.2 संघर्ष और चुनौतियों से जूझती जिन्दगी

हिंदी पत्रकारिता का जन्म और विकास प्रतिकूल परिस्थितियों में हुआ है । पराधीनता काल की चुनौतियां जटिल थीं, संघर्ष बड़ा कठोर था । मगर जितनी विपरीत परिस्थिति से पुराने पत्रकारों की लड़ाई थी उतनी ही बड़ी प्रेरणा से पुष्ट उनका व्यक्तित्व था। आपको संकेत दिया गया है कि पुराने पत्रकार अपनी मक्खन-रोटी की चिन्ता के आग्रह से पत्रकारिता से नहीं जुड़े थे, महत् जातीय अभीप्सा ने उन्हें पत्रकारिता की राह पकड़ने को प्रेरित किया था । पत्रकारिता देश-सेवा की उपयुक्त और समर्थ प्रथा थी ।

बाबू राव विष्णु पराड़कर ने कहा था कि " कलकत्ता जाने का मेरा मुख्य उद्देश्य पत्रकारिता न थी, प्रत्युत क्रान्तिकारी दल में सम्मिलित होकर देश-सेवा का कार्य करना था । परिवार का खर्च चलाने तथा पुलिस की नजरों से बचने के लिए मैंने "हिंदी बंगवासी" में सहायक संपादक का कार्य स्वीकार किया था । "हितवार्ता" और "भारतमित्र" के संपादन के साथ-साथ चन्दननगर की गुप्त समिति का कार्य भी मैं कर रहा था । "उसी युग के प्रसिद्ध पत्रकार लक्ष्मणनारायण गर्दे ने "संपादकीय में आत्मपरीक्षण" करते लिखा था- "पत्र-संपादन के कार्य क्षेत्र में प्रवेश करने का मेरे लिए, प्रत्यक्ष कारण स्वदेशी आदोलन हुआ ।" देश-प्रीति की प्रेरणा उस काल के पत्रकारों की मुख्य प्रेरणा थी । इस प्रेरणा का मुकाबला साम्राज्यशाही दैत्य से था, जो नृशंस शासन-तंत्र से प्रेरणा को ही कुचल देने पर आमादा था । पत्रकारिता की अदम्य शक्ति से अंग्रेजी सरकार परिचित थी । इस शक्ति को कुंठित करने के लिए तरह-तरह के जटिल कानून को बनाती रहती थी । सरकारी, अनौचित्य के खिलाफ उठने वाली भारतीय पत्रकारों की आवाज को दबाने के लिए अंग्रेजी सरकार न्याय -नीति से आख मूंद लेती थी । सरकारी अनुदारता से आहत होकर राजा राममोहन राय और पं. युगल किशोर शुक्ल को अपने पत्र का प्रकाशन स्थगित कर देना पड़ा था, आपको स्मरण होगा ।

1.4.3 आदि पर्व के पत्रकार और उनका संघर्ष

आदि पर्व के पत्रकारों का संघर्ष अनेकमुखी था । जिस हिंदी समाज के जागरण का उद्देश्य लेकर पत्रों की यात्रा शुरु हुई थी उस समाज में पत्रों और आधुनिक ज्ञान के स्वागत की आबोहवा का सर्वथा अभाव था । हिंदी के आदि पत्रकार पं. युगल किशोर शुक्ल ने 4 दिसम्बर, 1827 ई. के "उदन्त मार्तण्ड' में अपनी कठिनाइयों और व्यथा का संकेत किया है कि कठोर जमीन को उर्वर बनाने के लिए उन्हें कितनी तपस्या करनी पड़ती थी, लेकिन प्रतिकूल परिस्थितियों की प्रताड़ना से उनकी साध अधूरी ही रह गई ।

हिंदी के आदि पत्रकार की पीड़ा दूसरे दौर के तमाम हिंदी पत्रकारों को झेलनी पड़ी। सारसुधानिधि-संपादक पं. सदानन्द मिश्र, उचितवक्ता-संपादक पं. दुर्गा प्रसाद मिश्र, हिंदी प्रदीप-संपादक पं. बालकृष्ण भट्ट और ब्राहमण संपादक पं. प्रतापनारायण मिश्र ने हिंदी समाज के असहयोग की चर्चा अपनी पत्रिकाओं में बड़ी व्यथा के साथ बार-बार की है। आज के पत्रकारों के विलासपूर्ण जीवन को देखते पुराने पत्रकारों की तपस्या का अन्दाज लगा पाना आपके लिए कठिन है। जिनके लिए वे तप रहे थे, उनकी अरुचि और सहयोग बीच-बीच में उन्हें व्यथित कर देता था। पत्र को तैयार कर, छापकर अपने ग्राहकों की गद्दियों में जा-जा कर पं. दुर्गाप्रसाद मिश्र उन्हें पत्र पढ़कर सुनाते - समझाते थे। इस प्रकार ज्ञान की नई रोशनी के लिए अनुकूल आबोहवा तैयार करना पुराने पत्रकारों की साधना का एक महत्वपूर्ण पक्ष था।

"सारसुधानिधि " में पं. सदानन्द मिश्र ने देश रोक के व्रत को अशिथिल बनाए रहने का आग्रह किया था। उनका विश्वास था कि "राजनीति और समाज नीति का संशोधन जैसा समाचार पत्रों से होता है, वैसा दूसरे उपाय से नहीं हो सकता। "इसलिए उन्होंने अपने समानधर्मी पत्रकारों से अनुरोध किया था, "हम अपने सहयोगियों से सविनय निवेदन करते हैं कि कदाचित हमारे हिन्दुस्तानी भाइयों के राजनैतिक और समाज नैतिक संस्कारों को देख निराश हो राजनैतिक और समाजनैतिक विषयों की समालोचना छोड़ न दे। "

1.4.4 असाधारण परिश्रम

उस काल के पत्रकारों को अपने पत्र के लिए असाधारण परिश्रम करना पड़ता था। पराडकरजी की जीवनी उनके कठोर परिश्रम का संकेत देती है। उस काल के पत्रकारों की वही सामान्य चर्चा थी। 'भारतमित्र' में काम करते समय ही पं. अम्बिका प्रसाद वाजपेयी के शरीर में कम्पन होने लगा था। बाद में वे पक्षपात से पीडित हुए परवर्तीकाल के आचार्य शिवपूजन सहाय और प्रताप-संपादक गणेश शंकर विद्यार्थी की तपस्या का स्तर उतना ही उन्नत था। उन पूर्व पुरुषों की कठोर तपस्या ने ही हिंदी पत्रकारिता की समृद्ध परम्परा का निर्माण किया, हिंदी का स्वाभिमान उन्नत किया। दुर्भाग्यवश आजादी के बाद विद्या-साधना की वह उज्ज्वल परम्परा शिथिल हो गई। इतना ही नहीं, पुरुषों के ऐतिहासिक अवदान के प्रति कृतज्ञता का भाव भी सुविधाजीवी पीढ़ी में क्षीण हो गया। हम पीड़क दशा को लक्ष्य कर सन् 1928 में बड़ी व्यथा के साथ आचार्य शिवपूजन सहाय ने सरोज (मासिक, कलकत्ता) में लिखा था, " आज हिंदी की उन्नति देखकर छाती फूल उठी है, उस उन्नति की ज्वाला को अपनी हड्डियाँ जला-जला कर धधकाने वाले लेखकों की दयनीय दशा पर कोई दो बूंद आंसू भी नहीं गिराता"

1.5 स्वतन्त्रता पूर्व हिन्दी पत्रकारिता लोकपक्ष की सच्ची हिमायत

आपको हिंदी पत्रकारिता की आदि प्रतिज्ञा स्मरण होगी। हिंदी भाषी समाज के हित की चिन्ता ने ही पं. युगलकिशोर शुक्ल को 'उदन्त मार्तण्ड' के प्रकाशन के लिए प्रेरित किया था। पत्रकारिता का नींव-निर्माण करने वाली पत्रकार पीढ़ी के जिस कठोर संघर्ष और यातना की चर्चा हमने अभी- अभी की, उसके मूल में लोक की हित-चिंता और सहज देश-प्रीति थी। पराधीनता जनित यंत्रणा ने भारत को श्रीहीन बना दिया था। अनेकमुखी 'भारत दुर्दशा' को देखकर संवेदनशील लोगों का जातीय स्वाभिमान व्याकुल हो उठा था। साम्राज्यशाही अभिशाप से देश का उदार करने के लिए वे भारी से भारी मूल्य चुकाने को उद्‌बुद्ध-उद्‌यत हो उठे थे। उन्नीसवीं और आरम्भिक बीसवीं शताब्दी के पत्रकार उसी श्रेणी के जागृत प्रज्ञा के देशभक्त थे। लोक का उपयोग अपने पत्र के व्यावसायिक प्रयोजन के लिए आज के पत्रकारों की तरह, वे नहीं करते थे। उनकी संवेदना लोक- वेदना से सीधे जुडी थी। आम आदमी की छोटी-छोटी समस्या पर उनकी दृष्टि रहती थी।

1.6 सारांश

पत्रकारिता के विद्‌यार्थी को अपनी उज्जवल परम्परा की प्रामाणिक जानकारी के लिए पत्रकारिता के पुराने पन्नों को देखना चाहिए। तभी अतीत-वर्तमान के अन्तर को आप ठीक से समझ सकते है। अपनी विरासत को ठीक से समझे बिना आप यह भी नहीं समझ सकते कि देश-प्रीति की संवेदना, जिसे बहुत अंश तक पत्रकारिता ने पुष्ट किया था, आजादी के बाद दुर्बल हुई है।

1.7 संदर्भ ग्रंथ

1. डॉ. कृष्ण बिहारी मिश्र - हिंदी पत्रकारिता, भारतीय ज्ञानपीठ, नई दिल्ली
2. डॉ. वेद प्रताप वैदिक, संपादक - हिंदी पत्रकारिता : विविध आयाम, हिंदी बुक सेन्टर, नई दिल्ली
3. प्रो. रमेश जैन - हिंदी पत्रकारिता : इतिहास एवं संरचना, आविष्कार पब्लिशर्स, डिस्ट्रीब्यूटर्स, जयपुर
4. प्रो. रमेश जैन - भारत में हिंदी पत्रकारिता, बोहरा प्रकाशन, जयपुर
5. जे. नटराजन - भारतीय पत्रकारिता का इतिहास, प्रकाशन विभाग, सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय भारत सरकार
6. आलोक मेहता - भारत में पत्रकारिता, नेशनल बुक ट्रस्ट इंडिया, नई दिल्ली
7. राधेश्याम शर्मा - हिंदी पत्रकारिता : स्वरूप और आयाम, हरियाणा साहित्य अकादमी, पंचकूला (हरियाणा)
8. रवीन्द्र कात्यायन - दक्षिण भारत की हिंदी पत्रकारिता, लोकभारती, इलाहाबाद
9. डॉ. सुशीला जोशी - हिंदी पत्रकारिता : विकास एवं विविध आयाम, राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी, जयपुर

10. डॉ. अर्जुन तिवारी - हिंदी पत्रकारिता का वृहद इतिहास, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली
11. R.R. Bhatnagar- The Rise and Growth of Indian Journalism, 1947 Allahabad
12. K.C. Sharma- Journalism in India Regal Publication, New Delhi.

1.8 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. "भारत में पत्रकारिता के जन्मदाता जेम्स अगस्टन फिक्की थे ।" इस कथन की समीक्षा कीजिए ।
2. हिंदी पत्रकारिता के आदि पर्व की कठिनाइयों का उल्लेख कीजिए ।
3. हिंदी पत्रकारिता के द्वितीय चरण के सामान्य लक्षणों को स्पष्ट कीजिए ।
4. स्वदेशी युग की राजनीतिक चेतना को स्पष्ट करते हुए " भारत मित्र' की भूमिका की विवेचना कीजिए ।
5. पूर्व स्वातंत्रय काल की हिंदी पत्रकारिता की साहित्यिक - सांस्कृतिक भूमिका का संक्षिप्त परिचय दीजिए।
6. गांधी युग की हिंदी पत्रकारिता की विशिष्टता का संक्षेप में उल्लेख कीजिए ।
7. आजादी के पहले के हिंदी पत्रकारों के संघर्ष और प्रगतिशील भूमिका का सक्षिप्त परिचय दीजिए ।
8. संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए:-

   1 उदान्त मार्तण्ड 2. समाचार सुधावर्षण

   3. सरस्वती 4. हंस

इकाई- 2

भारत में पत्रकारिता का उद्भव एवं विकास - भाग- 2 (स्वातंत्रयोत्तर)

इकाई का उद्देश्य

2.0 उद्देश्य
2.1 प्रस्तावना
2.2 स्वतंत्रता पश्चात् हिंदी पत्रकारिता: स्थिति एवं चुनौतियां
2.3 हिंदी पत्रकारिता : अनुसरण से नेतृत्व तक
2.4 विषय वैविध्य
2.5 तकनीकी प्रगति
2.6 माध्यम गत विस्तार
2.6.1 टीवी की पत्रकारिता'
2.6.2 रेडियो की पत्रकारिता
2.6.3 इंटरनेट की पत्रकारिता
2.6.4 न्यूज़ ऐजेंसी की पत्रकारिता
2.7 बाजार बनाम विचार : उदारीकरण के बाद का दौर
2.8 हिंदी के प्रमुख समाचारपत्र-पत्रिकाएं
2.9 पत्रकारिता (प्रिंट मीडिया) का भविष्य
2.10 सारांश
2.11 संदर्भ ग्रंथ
2.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

2.0 उद्देश्य

स्वतंत्रता के बाद से छः दशकों का लम्बा सफर आजाद भारत के रूप में हमारे देश ने तय किया है । इस विवेच्य अवधि में किस प्रकार के परिवर्तन हिंदी पत्रकारिता में आये हैं उन्हें स्पष्ट करते हुए यह इकाई आपको निम्नांकित पक्षों से परिचित करायेगी -

- स्वतंत्र भारत में पत्रकारिता का उद्भव एवं विकास
- पत्रकारिता के समक्ष चुनौतियों का परिचय
- हिंदी पत्रकारिता का अन्य भाषायी पत्रकारिता के सापेक्ष स्वातंत्रयोत्तर भारत में विकास क्रम
- विषय वैविध्य की दृष्टि से हिंदी पत्रकारिता की विकास यात्रा
- हिंदी पत्रकारिता की तकनिकी प्रगति
- हिंदी पत्रकारिता का मुद्रित के अतिरिक्त अन्य माध्यमों में विस्तार
- उदारीकरण, बाजार प्रतिस्पर्धा और हिंदी पत्रकारिता

- हिंदी के प्रमुख समाचारपत्र-पत्रिकाओं का विस्तार से परिचय
- पत्रकारिता (प्रिंट मीडिया) का भविष्य ।

2.1 प्रस्तावना

सन् 1947 में देश की स्वतंत्रता से राष्ट्रजीवन में बुनियादी अन्तर आया, भले ही उस समय जनता को उसकी व्यापकता और गहराई का एहसास शिद्दत से न हुआ हो । स्वाधीन भारत के संविधान में अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता मौलिक अधिकार बन गई । पहले राज-सत्ता अपनी हित-रक्षा की दृष्टि से सूचना-समाचारों का दबाने की नीति पर चलती थी अत: पत्रकारिता के क्षेत्र ने व्यावसायिक पूंजी को भगाने के उपाय करती रहती थी । लोकतंत्र की स्थापना के बाद सरकार की आर्थिक विकास की नीति को सफल बनाने के लिए जनता को विकास-प्रक्रिया में सहयोगी-साझीदार बनाने की प्रेरणा देने और जनता तक, उसी की भाषा में विचार-समाचार पहुंचाने की आवश्यकता उपस्थित हुई । जब राजसत्ता जनता तक अधिकाधिक सूचनासमाचार पहुंचाने की पक्षधर हो तो इस क्षेत्र में पूंजी का सहयोग मिलना सरल हो गया । अन्य प्रकार की कठिनाइयां भी कम होने से पत्र-पत्रिका- प्रकाशन बढ़ने का मार्ग प्रशस्त हुआ ।

स्वतंत्रता के बाद राष्ट्र-निर्माण के महान् कार्य को सफल बनाने के लिए जनमत जगाने का सबसे अधिक भार पत्रकारों के कंधे पर आया । राष्ट्र-जीवन के सभी अंगों के समुचित विकास में सहायक बनना पत्रकारों का दायित्व बन गया । इससे पत्र-पत्रिकाओं की संख्या और प्रसार में आशातीत वृद्धि हुई । पूंजी के सहयोग एव मुद्रण टेक्नोलॉजी में आई क्रांति के कारण पूर्ण सज्जायुक्त समाचार पत्र-पत्रिकाएं निकलनी शुरू हुई । संपादनकला की दृष्टि में उनमें आधुनिकता-बोध आया । नाना विषयों की पत्रिकाओं का प्रकाशन आरंभ होने से हिंदी भाषा की अभिव्यक्ति- शक्ति बढ़ी । साहित्य सृजन के क्षेत्र में भी नए-नए आयाम स्थापित हुए और पत्रकार युगीन चेतना को प्रतिबिम्बित करने में बहुत हद तक सफल हुए । पत्रकार जनता का पथ-प्रदर्शन करने और लोक अधिकारों के संरक्षण के क्षेत्र में अग्रणी बने ।

संपादन-कला के स्तर पर संपादक में आधुनिकता-बोध आया है । समाचारपत्रों की प्रसार संख्या बड़ी हैं । मुद्रण की उत्तम व्यवस्था संभव हुई है जिससे चमचमाते रंगबिरंगे समाचारपत्र तथा पत्रिकाएं निकलने लगी हैं । दैनिक समाचारपत्रों के सांध्य संस्करण तथा उद्योग-व्यापार के स्वतंत्र दैनिक निकलने लगे हैं । नए-नए विषयों की पत्रिकाएं भी निकलने लगी हैं जिससे आज प्राय: सभी विषयों की पत्रिकाएं देखने को मिल जाती है ।

आजादी के साठ सालों में हमारे देश में व्यापक बदलाव हुए हैं। अवस्थापनाओं से लेकर वैचारिकी के स्तर तक यह बदलाव स्पष्ट और मुखर रूप से दृष्टिगोचर भी हो रहे हैं । मूल्य, विचार, आदर्श और पद्धतियां सभी परिवर्तित हुए हैं । इस परिवर्तन से पत्रकारिता (प्रिंट मीडिया) भी अछूती नहीं रही है । आजादी के बाद से पत्रकारिता का भौतिक और वैचारिक पक्ष दोनों बदले हैं । पूँजी, प्रसार, संस्करण, माध्यम और मूल्य के पैमाने पर यह अत्यन्त समृद्ध हुई है । अंग्रेजी पत्रकारिता के वर्चस्व को इसने सीमित किया है । वहीं यह तेजी से मिशन से प्रोफेशॅन्स

के रूप में बदली है । आज की पत्रकारिता बाजार और प्रतिस्पर्धा की पत्रकारिता है । उसकी धमक गांव- कस्बे से दिल्ली तक है । उसके रूप से लेकर विचार तक में व्यापक परिवर्तन हुआ है । यह परिवर्तन क्तिना सुखद और कितना चिन्तनीय है ।यह विचारणीय प्रश्न है ।

2.2 स्वतंत्रता पश्चात् हिंदी पत्रकारिता: स्थिति एवं चुनौतियां

आजादी के बाद पत्रकारिता के समक्ष उद्देश्य के बदलाव की सबसे बड़ी चुनौती सामने आई। देश की स्वतंत्रता के पश्चात स्वराज का मिशन पूरा हो चुका था । अब हिंदी पत्रकारिता के सामने भी यह प्रश्न उपस्थित हुआ कि उसका लक्ष्य और उद्देश्य क्या होना चाहिए । पत्रकारिता की अन्य धाराओं (भाषाई) के समान ही हिंदी पत्रकारिता ने भी दो आदर्शों से अपने को अनुप्राणित किया । पहला आदर्श था स्वतंत्र भारत के पुर्ननिर्माण या राष्ट्रीय विकास में सहयोग करना और दूसरा आदर्श या लोकतांत्रिक मूल्यों के प्रचार-प्रसार का ।

इसके अतिरिक्त अपने क्षेत्र का विस्तार, पाठक वर्ग का विस्तार, तकनीकी प्रगति, व्यावसायिक दक्षता का विकास आदि प्रमुख चुनौतियां हिंदी पत्रकारिता के सामने प्रमुख रूप से विद्यमान थीं ।

स्वातंत्रयोत्तर हिंदी पत्रकारिता में अनेक परिवर्तन आए हैं । दैनिक समाचारपत्रों की संख्या तेजी से बढ़ी है । अनेक समाचारपत्रों के अनेक स्थानों से अलग- अलग संस्करण निकलने लगे हैं । समाचारपत्र-पत्रिकाओं के प्रकाशन और प्रसार की संख्या की दृष्टि से हिंदी का पहला स्थान रहा है । हिंदी के दैनिक पत्रों की पृष्ठ संख्या में भी वृद्धि हुई है जो पहले के 10 - 12 पृष्ठों से बढकर 16 - 18 पृष्ठों तक जा पहुंची है । स्थानीय समाचार और आंचलिक समाचारों की अधिकता रहने लगी है । कंप्यूटर और आन लाइन मीडिया से समाचार लेखन तथा पृष्ठ-सज्जा में भी सुधार हुआ है । सामयिक विषयों पर लेख, व्यंग्य लेख ,सचित्र समाचार फीचर भी रहने लगे हैं ।

पत्रिकाओं के क्षेत्र में कई दिशाओं में प्रगति हुई है, उनकी संख्या बढ़ी है, विषयों में विविधता आई है और मुद्रण में उत्कृष्टता आई है । हिंदी भाषा में भी कसाव आया है । कम शब्दों में ही अधिक से अधिक अर्थ बोध कराने की प्रवृत्ति बढी है । भाषा की व्यंजना शक्ति बढ़ी है, शब्दों को नई अर्थवत्ता दी गई है और सांकेतिकता, प्रतीकात्मकता तथा विश्व पद्धति अपनाकर गागर में सागर भरने का प्रयास होने लगा है ।

आजादी के बाद संपादक-कला में आधुनिकता बोध बढ़ा है । आज के दैनिक समाचारपत्रों के शीर्षक भी एक नवीनता लिए रहते हैं । प्रत्येक पृष्ठ के ले- आउट का पूरा ध्यान रहता है । फोटो कंपोजिंग और आफसेट मुद्रण प्रणाली ने पूरा योग दिया है । मुद्रण क्रांति का एक परिणाम यह भी हुआ कि एक ही स्थान पर कंपोज होकर तैयार हो और पूरे पृष्ठों की फोटो प्लेटे सैटेलाइट

के माध्यम से अनेक नगरों में भेजकर और वहां उनसे छपाई करके एक जैसा समाचारपत्र कई नगरों में एक साथ प्रकाशित हो रहे हैं । किसी समय में मद्रास का अंग्रेजी दैनिक 'हिंदू' ही सैटेलाइट के माध्यम से प्रकाशित हो रहा था । आज प्राय: सभी बड़े समाचारपत्र सैटेलाइट के माध्यम से प्रकाशित हो रहे हैं ।

स्वातंत्र्योत्तर पत्रकारिता में महत्वपूर्ण बदलाव यह आया है कि महानगरों में पत्र- पत्रिकाओं का केन्द्रीकरण हो गया है । समाचारपत्र- पत्रिका प्रकाशन एक उद्योग का रूप ले चला है । इसके अतिरिक्त क्या राजनेता, क्या उद्योगपति, क्या धार्मिक एवं सांस्कृतिक नेता, सभी अपनी सार्वजनिक छवि बनाने की उत्सुकता में पत्र-पत्रकारिता के प्रकाशन के क्षेत्र में आ गए हैं । इससे स्पष्ट है कि आजादी के बाद स्वामित्व के इस स्वरूप-परिवर्तन का पत्रकारिता पर व्यापक प्रभाव पड़ा है । स्वामित्व के इस स्वरूप की झलक समाचारपत्र समूहों के रूप में सामने आई है । भारत में वर्ष 2005 - 06 के दौरान अधिकांश समाचारपत्रों का स्वामित्व व्यक्तियों के पास था । उसके बाद ज्वाइंट स्टॉक कंपनी, ट्रस्ट समितियां एवं संघ, फर्म भागीदारी, सरकारी और शिक्षा संस्थाएं थी ।

दैनिक समाचारपत्रों में आंचलिकता बोध बढ़ा है । इस आंचलिकता बोध का परिणाम यह हुआ है कि प्रत्येक दैनिक पत्र का अपना एक व्यक्तितत्व बना है । एक पत्र का स्थान दूसरा नहीं ले सकता है । इस प्रवृत्ति से इन पत्रों की पाठक संख्या भी बढी है और पत्रकारिता को आगे बढ़ने की नई दिशा भी मिली है ।

2.3 हिंदी पत्रकारिता : अनुसरण से नेतृत्व तक

स्वतंत्रता पश्चात भारतीय पत्रकारिता परिदृश्य पर अंग्रेजी पत्रकारिता का प्रभुत्व था । प्रसार और प्रकाशन दोनों दृष्टियों से अंग्रेजी पत्रों को अग्रणी स्थान प्राप्त था ।

हिंदी पत्रकारिता में धीरे- धीरे बदलाव कार्य किया । भारत के समाचारपत्र के प्रतिवेदन 2005 - 06 के अनुसार हिंदी समाचारपत्रों ने अन्य भाषाओं के समाचारपत्रों की तुलना में अपनी बढ़त बनाए रखा है । हिंदी में वर्ष 2005 - 06 में कुल 4131 समाचारपत्र प्रकाशित हो रहे थे । जबकि अंग्रेजी के समाचारपत्रों कीं संख्या 864 थी । देखें-

TOTAL NUMBER OF NEWSPAPERS IN 2005-06
(LANGUAGE & PERIODICITY WISE)

Language	DAILY	Bi/Tri-Weekly	Weekly	Fort-Nightly	Mont-hly	Quart-erly	Other	Annual	Total
ASSAMESE	13	0	10	2	2	0	1	0	28
BENGALI	37	6	124	102	104	42	26	4	445
BILINGUAL	29	2	108	42	112	22	11	5	331
DOGRI	0	0	0	0	0	1	0	0	1

ENGLISH	201	4	173	58	306	48	55	19	864
GUJARATI	100	4	512	57	85	1	15	18	775
HINDI	942	10	1969	544	502	64	94	6	4131
KANNADA	75	1	23	11	30	2	0	1	143
KONKANI	1	0	0	0	0	1	0	0	2
MALAYALAM	74	0	30	9	40	3	1	6	163
MANIPURI	3	0	0	0	0	1	2	0	4
MARATHI	130	6	141	13	32	4	0	0	328
MULTILINGUAI	4	0	14	4	21	1	3	3	50
NEPALI	3	0	7	0	0	1	0	0	11
ORIYA	50	2	38	17	29	6	2	0	144
OTHERS	15	1	11	1	2	4	0	1	35
PUNJABI	26	0	31	9	20	2	0	0	88
SANSKRIT	0	0	0	1	0	4	0	0	5
SINDHI	9	0	7	2	2	1	1	0	22
TAMIL	80	1	15	17	52	5	4	2	176
TELUGU	147	0	42	25	86	2	1	0	303
URDU	191	2	173	41	46	4	5	1	463
TOTAL	2130	39	3428	955	1471	219	221	49	8512

आज दस शीर्ष समाचारपत्रों में हिंदी समाचारपत्रों का नाम अग्रणी है । प्रसार संख्या तथा पाठक संख्या के मामले में दैनिक भास्कर, दैनिक जागरण की प्रगति ने अंग्रेजी पत्रों को पीछे छोड़ दिया है । इसके अतिरिक्त दैनिक हिन्दुस्तान, अमर उजाला, राजस्थान पत्रिका, पंजाब केसरी आदि पत्र भी प्रसार के मामले में निरन्तर आगे निकलते जा रहे हैं ।

2.4 विषय वैविध्य

आजादी के बाद हिंदी पत्रकारिता के विषय वैविध्य में व्यापक विस्तार हुआ है । राजनैतिक तथा साहित्यिक पत्रों के साथ-साथ खेल, सिनेमा, स्वास्थ्य, कृषि, बाल, महिला, आर्थिक आदि पत्र काफी संख्या में निकले हैं । इस प्रकार कहा जा कसता है कि विशेषीकृत पत्रकारिता की दृष्टि से हिंदी पत्रकारिता का फलक काफी समृद्ध हुआ है ।

हिंदी पत्रकारिता के विषय वैविध्य की विवेचना हम दो धाराओं में कर सकते हैं । पहली धारा में मुख्यधारा पत्रकारिता या सब रस कलेवर की पत्र-पत्रिकाओं को रखा जा सकता है । हिंदी में दैनिक पत्र भी आज विषय वैविध्य से समृद्ध हुए हैं । 20-24 पृष्ठों में राजनीति, खेल, अर्थ, अपराध, विशेष परिशिष्ट आदि सब कुछ प्रस्तुत किया जा रहा है ।

इसी प्रकार 'धर्मयुग' साप्ताहिक हिन्दुस्तान की परम्परा को और भी विस्तार मिला है । 'टाइम' और 'द वीक' जैसी विश्व प्रसिद्ध पत्रिकाओं की टक्कर में 'इंडिया टुडे', 'आउट लुक' जैसी पत्रिकाएं लोकप्रिय हैं । 'खेल भारती', 'क्रिकेट स्टार' जैसी खेल पत्रिकाएं खेल 'मायापुरी', 'स्टार डस्ट', 'रंगभूमि' आदि फिल्म, 'आरोग्य धाम', आयुर्वेद अमृता आदि स्वास्थ्य, 'मेरी सहेली', 'संगिनी', 'सरिता' आदि महिला, 'चंपक', 'नन्दन', 'बालहंस' आदि बाल जगत, 'हंस', कथादेश, ''ज्ञानोदय' आदि साहित्य तथा 'अहा जिंदगी', 'कादम्बिनी' आदि लाइफ स्टाइल पत्रकारिता के.' आयाम से हिंदी पाठकों को परिचित करा रही हैं । इसके अतिरिक्त प्रतियोगी परीक्षाओं की तैयारी, करने वाले विशाल हिंदी भाषी युवाओं को 'प्रतियोगिता दर्पण' जैसी पत्रिकाएं उपलब्ध हैं । 'योजना' कुरूक्षेत्र आदि प्रकाशन विकास से जनता का रूबरू करा रहे हैं ।

2.5 तकनीकी प्रगति

हिंदी पत्रकारिता ने तकनीकी दृष्टि से भी व्यापक प्रगति की है । इससे कार्यदक्षता तथा साज-सज्जा बेहतर हुई है । आधुनिक ऑफसैट मुद्रण प्रणाली तथा कम्प्यूटर के प्रयोग से हिंदी समाचारपत्र भी अंग्रेजी के समान सुरूचिपूर्ण तथा सुन्दर दिखने लगे हैं । इससे पूर्व 12 प्वाइंट का टाइप सेट हिंदी मुद्रण की एक प्रमुख समस्या रही है । इससे अंग्रेजी पत्रों की तुलना में उतने ही स्थान में कम सामग्री आ पाती थी । पुराने टाइप सेट में अक्षरों के टूटने की समस्या भी बनी रहती थी ।

कम्प्यूटर एवं कम्प्यूटर नेटवर्किंग के प्रयोग से हिंदी पत्रकारिता की मर्मदक्षता में व्यापक बदलाव आया है । इससे संपादन, पेज मेकअप, समाचार की कंपोजिंग आदि की प्रक्रिया तीव्र हुई है । अब समाचारपत्र के पृष्ठ को मनचाहा रूप दिया जा सकता है । कम्प्यूटर एवं ग्राफिक्स के प्रयोग से रेखाचित्र, कार्टून, तालिकाएं आदि का प्रयोग भी बढ़ा है । डिजिटल लाइब्रेरी की सुविधा ने संदर्भ एवं शोध की प्रवृत्तियों को भी बढ़ावा दिया है ।

आज हिंदी पत्रकारिता में समाचार संकलन हेतु भी व्यापक रूप से प्रौद्योगिकी का प्रयोग होने लगा है । समाचारपत्रों/ पत्रिकाओं ने अपनी वेबसाइट विकसित कर ली है । सैटेलाइट संपर्कों एवं इंटरनेट के माध्यम से दुनिया भर में फैले संवाददाताओं से संपर्क तथा दुनिया भर की सामग्री तक पहुँच बढ़ी है । यह तकनीकी प्रगति का ही परिणाम है कि हिंदी की पत्र - पत्रिकाएं सुन्दर, रंगीन तथा रूचिपूर्ण साज- सज्जा के साथ प्रस्तुत की जा रही हैं ।

बोध प्रश्न- 1

1. भारत की स्वतंत्रता के पश्चात समाचारपत्रों की संख्या में निरंतर वृद्धि हुई है । समीक्षा करें।

   ....

   ....

2. आज भी हिंदी के समाचारपत्र प्रकाशन की दृष्टि से अंग्रेजी से आगे हैं । सिद्ध करें ।

   ....

....

3. हिंदी पत्रकारिता ने तकनीकी दृष्टि से बहुत अधिक उन्नति की है । विवेचना करें ।

....

....

4. हिंदी पत्रकारिता विषय वैविध्य की दृष्टि से अंग्रेजी पत्रकारिता से पीछे नहीं हैं । इस कथन की समीक्षा करें

....

....

2.6 माध्यमगत विस्तार

स्वतंत्रता पश्चात् पत्रकारिता के फलक का एक अन्य विस्तार यह हुआ है कि वह मुद्रित माध्यमों के साथ-साथ अन्य इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों से भी समृद्ध हुई है ।

इस विस्तार की निम्नांकित रूप में व्याख्या कर सकते हैं : -

2.6.1 टीवी की पत्रकारिता.

टीवी एक चमत्कारी माध्यम है जो आवाज तथा चित्र दोनों ही सुविधाओं का अनोखा रंगभरा संगम है । आधुनिक संचार क्रांति में टीवी की भूमिका सर्वाधिक महत्वपूर्ण है ।

समस्त जनसंचार माध्यमों में टीवी ही परिवर्तनकारी तत्व है । 15 सितम्बर 1959 को यूनेस्को की सहायता से भारतीयों ने पहली बार टीवी का आनन्द लिया । 15 अगस्त, 1965 से भारत में नियमित रूप से एक घंटे का नियमित कार्यक्रम प्रारंभ हुआ । 15 अगस्त 1982 से भारत में टीवी का रंगीन प्रसारण आरंभ हुआ । 1991 के बाद सैटेलाइट युग से भारतीय टेलीविजन जगत संप्रक्त हुआ ।

प्रारम्भ में दूरदर्शन ही टीवी पर इकलौता समाचार प्रदाता था । 1991 के बाद 24 घण्टे के अन्तरराष्ट्रीय समाचार चैनल भारतीय दर्शकों को उपलब्ध हैं । आज देश की 90% से ज्यादा जनसंख्या को दूरदर्शन तथा 60% से ज्यादा को सैटेलाइट टीवी प्रसारण की सुविधा उपलब्ध है ।

टीवी पत्रकारिता को हम दो श्रेणियों - इन्फोटेन्मेंट तथा समाचारपरक में विभक्त कर सकते हैं । इन्फोटेन्मेंट श्रेणी में उन टीवी चैनलों को रखा जा सकता है, जिस पर सूचना तथा मनोरंजन की मिली-जुली सामग्री परोसी जाती है । डी.डी-वन , स्टार प्लस, जी, सोनी, सब, सहारा, सूर्या सन आदि इसी प्रकार के टीवी चैनल हैं । दूसरी श्रेणी में समाचारपरक चैनल आते हैं ।

24 घण्टे समाचार प्रदान करने वाले हिंदी टीवी चैनलों ने भारत में पत्रकारिता के मायने ही बदल दिए हैं । वस्तुतः टीवी की हिंदी पत्रकारिता भारत में समूची टीवी पत्रकारिता को नेतृत्व प्रदान करती है । इसके पास अंग्रेजी या अन्य भाषाई समाचार चैनलों की तुलना में ज्यादा विशाल दर्शक वर्ग है तथा सत्ता और सरकार निरन्तर इसके दबाव में रहती है । आज तक, जी न्यूज, स्टार न्यूज, इण्डिया टीवी, सहारा समय, ई टीवी न्यूज़, आवाज, एनडीटीवी 247, सी एन एन आई बी एन- 7, तेज आदि के साथ-साथ डी.डी न्यूज़ भी 24 घण्टे समाचार उपलब्ध करा रहा है । टीवी की पत्रकारिता एक्सक्लूजिव तथा स्टिंग ऑपरेशनों के माध्यम से देश की जनता को पल-प्रतिपल सूचनाओं का विशाल भण्डार उपलब्ध करा रही है।

2.6.2 रेडियो की पत्रकारिता

रेडियो भारत में अपने जन्म के कुछ ही समय बाद से लोकप्रिय रहा है । आम आदमी तक समाचार एवं सूचनाओं का यह उपयोगी प्रदानकर्ता है । हालांकि टीवी पत्रकारिता के विकास से रेडियो पत्रकारिता का प्रभाव कुछ सीमित हुआ है परन्तु इसका अपना अलग स्थान अभी भी बरकरार है ।

हालांकि भारत में रेडियो प्रसारण की शुरुआत सन् 1921 में ही हो चुकी थी परन्तु भारत सरकार ने सन् 1930 में इसे अपने संरक्षण में लिया और इसे इण्डियन स्टेट ब्रॉडकास्टिंग सर्विस का नाम दिया । सन् 1936 में इसे ऑल इण्डिया रेडियो नाम दिया गया । सन् 1957 में इसे ' आकाशवाणी' नाम दिया गया ।

प्रसार भारती प्रसारण निगम के अंग के रूप में कार्यरत आकाशवाणी भारत में रेडियो की पत्रकारिता का प्रमुख प्रसारणकर्ता है । आकाशवाणी का समाचार प्रभाव हर रोज 82 भाषाओं 7 बोलियों में 509 समाचार बुलेटिन प्रसारित करता है । समाचार सेवा प्रभाग और इसकी क्षेत्रीय समाचार इकाइयों द्वारा समाचार बुलिटिनो के अतिरिक्त

सामयिक विषयों पर अनेक दैनिक और साप्ताहिक कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं। रेडियो पत्रकारिता अभी भी करोड़ों लोगों तक सूचनाएं पहुँचाने का महत्वपूर्ण जरिया है । हालांकि समाचार प्राप्त करने के टीवी एवं अखबार के रूप में दो प्रभावशाली विकल्प मौजूद हैं, फिर भी रेडियो-पत्रकारिता का अलग स्थान मौजूद हैं । सूचना रंजन की अवधारणा का प्रतिनिधित्व करते हुए आकाशवाणी अपने व्यापक क्षेत्रीय नेटवर्क के आधार पर हर प्रमुख भाषा और बोली में सूचनाएं उपलब्ध करा रहा है जो इसकी लोकप्रियता का प्रमुख कारण भी है ।

2.6.3 इंटरनेट की पत्रकारिता

आम आदमी के माध्यम के रूप में भारत में इंटरनेट की उपस्थिति 15 अगस्त, 1995 के बाद से हुई है । तब से अन्य किसी भी भाषाई पत्रकारिता की तरह ही इंटरनेट

की पत्रकारिता ने भी अपना पांव पसारा है । लगभग हर प्रमुख समाचारपत्र की अपनी वेबसाइट है जिस पर उक्त समाचारपत्र का इंटरनेट संस्करण उपलब्ध है । इसके अतिरिक्त हजारों सूचना एवं समाचार आधारित वेबसाइटें लोगों के लिए मौजूद हैं। इंटरनेट पर पत्रकारिता की मौजूदगी प्रभावशाली है । हिंदी में ई-मेल सेवा शुरू होने के बाद से ब्लॉगिंग जैसे 'जन पत्रकारिता' (Publish Journalism) की प्रवृति का भी विकास हुआ है ।

2.6.4 न्यूज एजेंसी की पत्रकारिता

एजेंसी से तात्पर्य न्यूज एजेंसी या समाचार समितियों से है । पारम्परिक रूप से ये समितियां समाचारपत्रों के लिए सूचना का सबसे बड़ा स्रोत रही हैं । पूर्व में इन समितियों के समाचार केवल अंग्रेजी में जारी किये जाते थे । इससे हिंदी पत्रकारिता चाहे अनचाहे अनुवाद की पत्रकारिता बनकर रह गयी थी ।

हालांकि स्वतंत्रता के पश्चात् ही 'हिन्दुस्तान समाचार' हिंदी में समाचार उपलब्ध कराती थी । इस समिति की शुरुआत एक प्राइवेट कंपनी के रूप में दिसम्बर 1948 में श्री एस.एम.आप्टे के प्रयासों से हुई । लेकिन नेटवर्क की कमजोरी तथा अल्पायु के चलते यह प्रभावी सेवाएं उपलब्ध नहीं करा पाई । इसी प्रकार सन् 1966 में स्थापित तथा सन् 1967 से कार्यरत समाचार भारती की हिंदी में समाचार उपलब्ध कराती थी परन्तु यह भी ज्यादा नहीं चल सकी ।

देश की दो मुख्य समाचार समिति पी.टी. आई. तथा यू.एन.आई. ने अपनी हिंदी सेवा स्वतंत्रता के बहुत बाद में स्थापित की है । प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया (पी.टी.आई) की हिंदी सेवा ' भाषा' सन् 1986 में शुरु की गई । इससे पूर्व सन् 1982 में यूनाइटेड न्यूज ऑफ इण्डिया (यू.एन. आई.) की हिंदी समाचार सेवा 'वार्ता' की शुरुआत हुई। आज अधिकांश हिंदी पत्र-पत्रिकाएं इनकी सेवाएं ले रही है । हालांकि अभी भी समाचार समितियों की अंग्रेजी सेवाएं हिंदी से बेहतर मानी जाती हैं लेकिन इसमें निरंतर सुधार हो रहा है ।

2.7 बाजार बनाम विचार : उदारीकरण के बाद का दौर

भारत में 1991 के बाद से उदारीकरण तथा वैश्वीकरण की आंधी बह रही है । इसने एक नये तरह के बाजार के वर्चस्व वाले तंत्र और कॉरपोरेट संस्कृति का विकास किया है । हिंदी पत्रकारिता भी इससे अछूती नहीं है । उदारीकरण की प्रमुख व्यवस्था बाजार की प्रभावी भूमिका है । बाजार ही आज निर्धारक हो गया है । इसका एक गहरा असर यह हो रहा है कि हिंदी के समाचारपत्रों, न्यूज चैनलों में भी उत्पाद के रूप में बाजार में बने रहने की होड़ दिखाई दे रही है ।

बाजार ने हिंदी पत्रकारिता को रुप-रंग तथा नया कलेवर तो दे दिया है लेकिन विचारों की धार को कुंद करने का भी काम किया है । हिंदी पत्रकारिता भी चमक-दमक तथा उपभोक्तावादी

प्रवृत्तियों से संचालित होने लगी है । इससे उसका वैचारिक पक्ष कमजोर हुआ है । जमीन से जुड़ाव और बुनियादी समस्याओं को सामने लाने की उसकी ताकत भी कमजोर हुई है

पूँजी और प्रतिस्पर्धा के दबाव में मिशन के आदर्श लगातार पीछे छूटते जा रहे है । जिस तेजी से हिंदी समाचारपत्रों में संपादकीय पर प्रबन्धन का शिकंजा कसता जा रहा है वह इसी बात का संकेतक है । आज बड़े हिंदी समाचारपत्र / पत्रिकाएं तथा न्यूज चैनल पूँजी बाजार में भी प्रवेश कर रहे हैं तथा बाजार से धन उगाही कर रहे हैं । विज्ञापन तथा समाचार के बीच की रेखा लगातार धुंधली होती जा रही है तथा कई बार विज्ञापनदाता के हितों के संरक्षण के लिए आम आदमी की आवाज से भी समझौता किया जा रहा है ।

उदारीकरण के बाद से निःसंदेह हिंदी पत्रकारिता एक मुनाफे का सौदा हो गयी है । हिंदी भाषी क्षेत्र बहुराष्ट्रीय कंपनियों के एक बड़े बाजार के रूप में उभरा है । इसका लाभ हिंदी पत्रकारिता को भी मिला है । उसके विज्ञापन राजस्व में भारी बढ़ोतरी हुई है । लेकिन साथ ही उसकी धार भी कहीं न कहीं कुंद हुई है । उसका विषय वैविध्य बढ़ा है पर उसमें से बुनियादी मुद्दे गायब हुए हैं । निःसंदेह इस दिशा में सुधार अपेक्षित है ।

2.8 हिंदी के प्रमुख समाचारपत्र-पत्रिकाएं

भारत में स्वाधीनता के पश्चात् हिंदी पत्रकारिता में महत्वपूर्ण एवं उल्लेखनीय प्रगति हुई है। देश का कोई ऐसा प्रांत नहीं रहा, जहाँ से हिंदी के समाचारपत्र-पत्रिकाएं प्रकाशित नहीं हुए हों। हिंदी समाचारपत्रों में संख्या एवं प्रसार संख्या दोनों में सभी भारतीय भाषाओं मे आगे रहकर अपने राष्ट्रीय भाषा होने के गौरवशाली स्थान को उचित ठहराया है । हिंदी में पहले से ही सर्वाधिक समाचारपत्र प्रकाशित होते थे, पर प्रसार संख्या में हिंदी को सर्वोच्च स्थान सन् 1978 से प्राप्त हुआ । सन् 1977 तक अंग्रेजी के समाचारपत्रों की प्रसार संख्या हिंदी समाचारपत्रों से अधिक थी । स्वतन्त्रता के बाद समाचारपत्रों के संगठनों में एक विशेष परिवर्तन यह हुआ कि समाचारपत्र प्रकाशन एक उद्योग बन गया । पत्रकारिता अत: मिशन नहीं रही बल्कि वह 'उद्योग' बन गई ।

दैनिक समाचारपत्र

19वीं शताब्दी के अंत तक केवल तीन दैनिक समाचारपत्रों के प्रकाशित होने के प्रमाण मिलते हैं । ये हैं- 1. समाचार सुधावर्षण (1854), हिंदोस्तान (1885), तथा ' भारतोदय' (1885) । 20वीं शताब्दी के प्रारंभ में ' सिपाही', ' भारत मित्र ', ' राजस्थान समाचार', ' अभ्युदय ', ' श्री वेंकटेश्वर समाचार' तथा कुछ अन्य साप्ताहिक पत्रों के दैनिक संस्करण प्रकाशित हुए किंतु वे अधिक समय तक प्रकाशित नहीं हो पाए । इसी तरह स्वाधीनता से पूर्व ' कलकत्ता समाचार ' (1914), ' विश्वमित्र ' (1916), ' विजय ' (दिल्ली, 919), ' आज ' (1920), ' अधिकार ' (1938) ' नवभारत ' (1938),' हिंदुस्तान ' (1936), ' नवज्योति ' (1936), ' आर्यावर्त ' (1940), ' नव- जीवन ' (इंदौर, 1939), ' विश्व बंधु ' (1942) तथा ' जागरण

' (झाँसी, 1942) आदि समाचारपत्र प्रकाशित हुए । इनकी प्रसार संख्या कुछ हजार मात्र थी और प्रसार क्षेत्र भी विस्तृत नहीं था । इनमें से अनेक पत्र तो काल कवलित हो गए ।

स्वाधीनता की बेला में और इसके बाद दैनिक पत्रों के प्रकाशन तथा प्रचार-प्रसार संख्या में उल्लेखनीय वृद्धि हुई । इस काल में हिंदी के अनेक श्रेष्ठ दैनिकों का जन्म हुआ जिनमें - ' नवभारत टाइम्स ' (दिल्ली, 1947), ' नई दुनिया ' (इंदौर, 1947), ' प्रदीप ' (पटना, 1947), ' नव प्रभात ' (ग्वालियर, 1948), ' जागरण ' (1950), ' युगधर्म ' (नागपुर, 1951), ' स्वतंत्र भारत ' (लखनऊ, 1947), ' जागरण ' (कानपुर, 1947), ' अमर उजाला ' (आगरा, 1948), ' सन्मार्ग ', (कलकत्ता, 1948), ' नव जीवन ' (लखनऊ 1947) ' वीर प्रताप ' (जालंधर), ' वीर अर्जुन ' (दिल्ली, 1954), ' पंजाब केसरी ' (जालंधर, 1964), ' राष्ट्रदूत ', (जयपुर, 1951), ' नवयुग दैनिक ' (जयपुर) ' राजस्थान पत्रिका ' (जयपुर, 1956), ' देश बंधु ' (भोपाल, जबलपुर रायपुर,1958) ' स्वदेश इंदौर ' (ग्वालियर, 1966), ' दैनिक भास्कर ' (ग्वालियर, भोपाल, 1958), ' दैनिक भास्कर ' (जयपुर, 1996) ' नवीन दुनिया ' (जबलपुर 1959) ' इंदौर समाचार ' (इंदौर,1946), ' प्रदीप ' (पटना, 1947), जनसत्ता (नई दिल्ली 1983), ' राष्ट्रीय सहारा ' (नई दिल्ली, 15 अगस्त, 1991), ' दैनिक ट्रिब्यून ' (चंडीगढ़) आदि विशेष प्रसिद्ध हुए । इन दैनिक पत्रों के अतिरिक्त लगभग हिंदी- भाषी एव अहिंदी भाषी प्रांतों से और भी दैनिक निकल रहे हैं ।

संख्या और प्रसार में हिंदी समाचारपत्र अग्रणी

'द प्रेस इन इंडिया' 2005 - 06 के अनुसार हिंदी समाचारपत्रों ने अन्य भाषाओं के समाचारपत्रों की तुलना में अपनी बढ़त बनाए रखा । हिंदी में 4131 समाचारपत्र प्रकाशित हो रहे हैं जबकि अंग्रेजी में 864, बंगला में 445, गुजराती में 775, उर्दू में 463, मराठी में 328 समाचारपत्र निकल रहे हैं ।

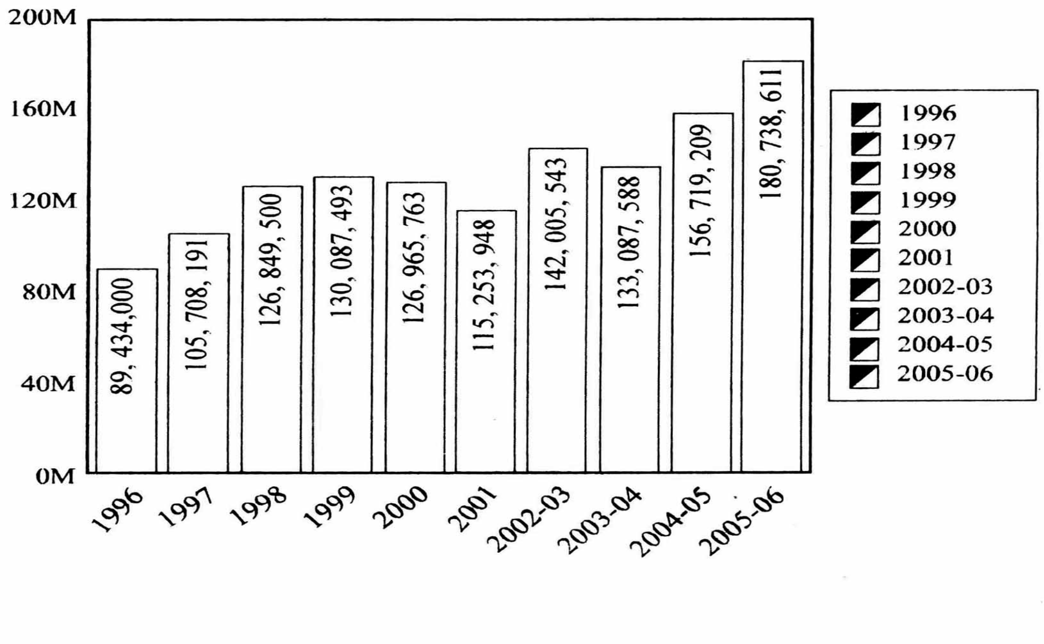
वर्ष 2005 - 06 के दौरान सबसे अधिक समाचारपत्र उत्तर प्रदेश से प्रकाशित हुए । यहाँ से 1913 समाचारपत्र प्रकाशित हुए । इसके बाद दिल्ली (1133), महाराष्ट्र (642), राजस्थान (742) तथा पश्चिम बंगाल (505) का स्थान रहा ।

पत्रिकाएं

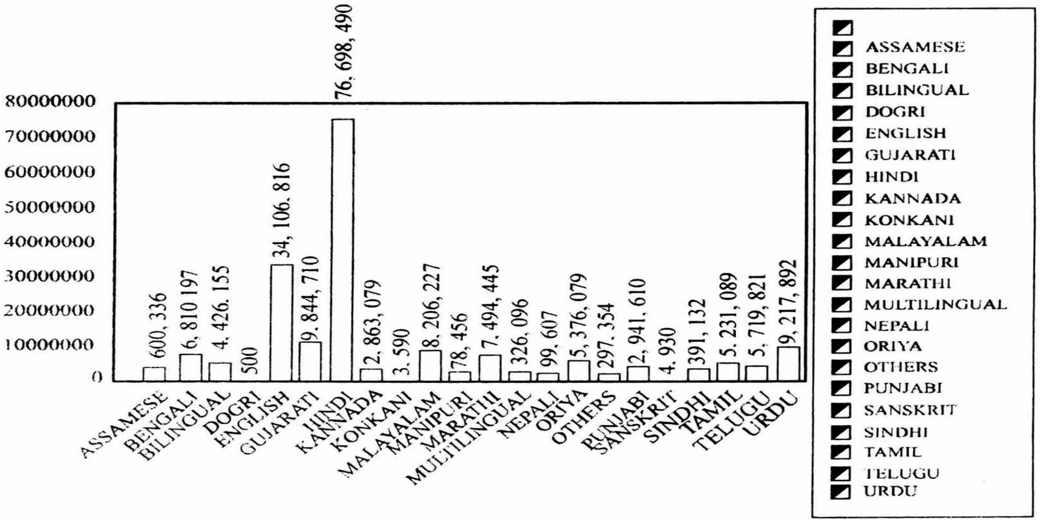
भारत की स्वाधीनता के पश्चात् पाक्षिक, मासिक एवं त्रैमासिक पत्रिकाओं के क्षेत्र में कई दिशाओं में प्रगति हुई है । उनकी संख्या बढ़ी है, विषयों में विविधता आई है और मुद्रण में उत्कृष्टता आई है । हिंदी में प्राय : सभी विषयों की पत्रिकाएं निकल रही है । यह अलग बात है कि किन्हीं विषयों की पत्रिकाएं अधिक ओर किन्हीं की कम निकलती है ।

वर्तमान में हिंदी में समाचार एव सामयिक विवेचन, साहित्य, संस्कृति, धर्म, दर्शन, महिमा, बाल कल फिल्म, खेलकूद, संगीत, शिक्षा, चिकित्सा, विज्ञान, स्वास्थ्य, समाज कल्याण, वाणिज्य एवं उद्योग, वित्त एवं आर्थिक, बीमा, बैंकिंग, सहकारिता, श्रम, कानून, लोक प्रशासन, कृषि एवं पशुपालन, इंजीनियरिंग और टेक्नोलॉजी, परिवहन एवं संचार, ज्योतिष,

गत 10 वर्षों में समाचारपत्रों का प्रसार



वर्ष 2005-06 में समाचारपत्रों का प्रसार
(भाषावार)



बाजार रिपोर्ट, शोधपरक, हास्य-व्यंग्य, आध्यात्मिक पत्रिकाएं व्यापक रूप से प्रकाशित हो रही हैं ।

हिंदी की प्रमुख पत्रिकाओं में इंडिया टूडे, आलटलुक, अहा! जिंदगी, हंस, ज्ञानोदय, नवनीत, कादम्बिनी, कल्याण, योजना, आजकल, कुरुक्षेत्र, गृह शोभा, वामा, मानक्षी, अखंड ज्योति, चंदामामा, नदंन, नया शिक्षक, शिविरा, विदुरा,आंचलिक पत्रकार, शरद कृषि, कृषि जगत सोपान आदि के नाम उल्लेखनीय है ।

2.9 पत्रकारिता (प्रिंट मीडिया) का भविष्य

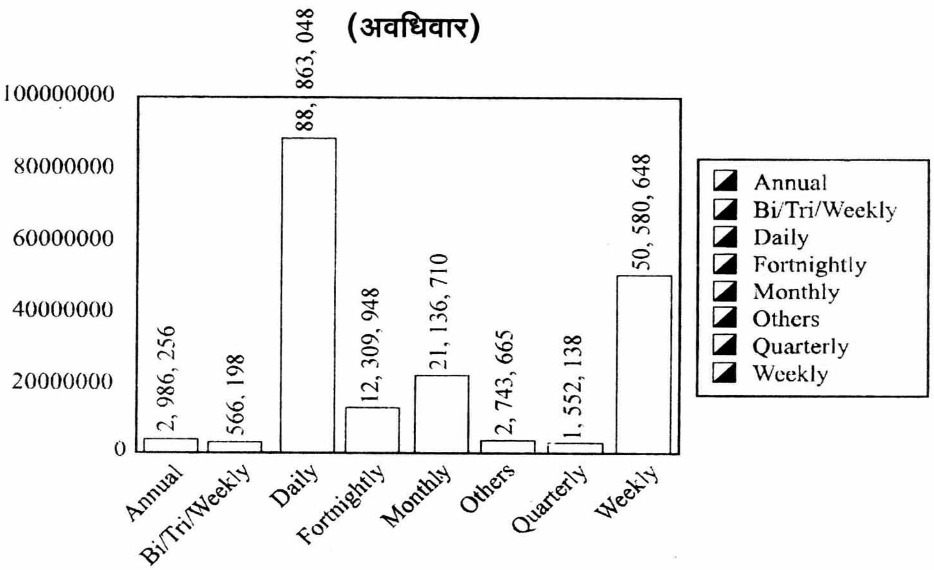
पत्रकारिता (प्रिंट मीडिया) का 21वीं सदी में भविष्य अत्यंत उज्ज्वल है । इसका सबसे बड़ा कारण है कि वे प्रदेश जो शिक्षा और आर्थिकी के मोर्चे पर पिछड़े रहे हैं, अब तेजी से विकास की राह पकड़ रहे हैं । आज हिंदी भाषी विशाल जनसंख्या एक बड़े बाजार ही आज की सबसे बडी ताकत है जिसका लाभ (प्रिंट मीडिया) पत्रकारिता को भी मिल रहा है ।

प्रसार, पाठक संख्या तथा विज्ञापन आय के पैमाने पर हिंदी पत्रकारिता में निरंतर प्रगति दर्ज की जा रही है । 21 वीं सदी में यह प्रगति और आगे जायेगी । लेकिन वैचारिकी के स्तर पर इसकी कुंद होती धार को रोकने के प्रयास किये जाने की जरुरत भी महसूस की जाने लगी है । मुद्रित माध्यमों की मजबूत उपस्थिति के साथ-साथ इस सदी में इलेक्ट्रॉनिक माध्यम पत्रकारिता का व्यापक विस्तार होना है । टीवी पत्रकारिता जिस प्रकार हिंदी नेतृत्वकर्ता की भूमिका में है उसी प्रकार इंटरनेट पत्रकारिता में भी हिंदी का वर्चस्व बस समय की बात है। कुल मिला-जुलाकर हम कह सकते हैं कि 21 वीं सदी में पत्रकारिता की समृद्धि में और बढ़ोत्तरी होगी ।

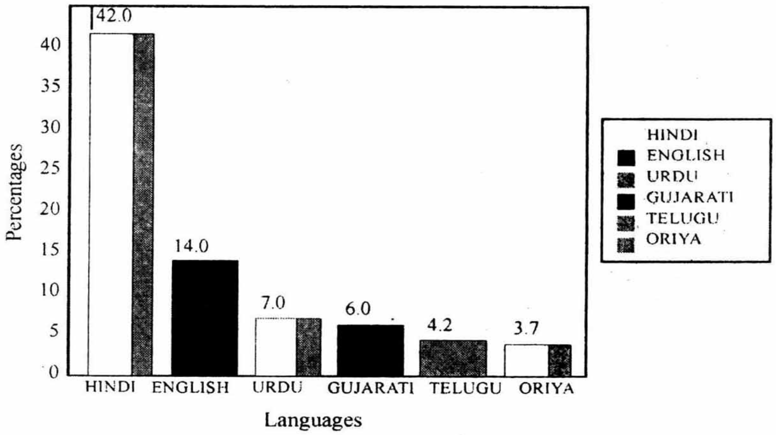
इसके साथ-साथ यह सदी हिंदी पत्रकारिता के लिए बड़ी-चुनौतियाँ भी लेकर आयी है । उसे बाजार की ताकतों और आम आदमी की अपेक्षाओं के बीच संतुलन स्थापित करना होगा । उसे संपन्नता की चकाचौंध में विपन्नता के आंसुओं की भी हिफाजत करनी होगी । हिंदी भाषी समाज इस सदी में संक्रमण के दौर से गुजर रहा है । प्रगति तथा परम्परा के बीच एक संघर्ष की स्थिति निरंतर दिखाई दे रही है । व्यापक सामाजिक बदलाव कें श्याम-स्वेत पक्षों पर गुणात्मक आधार पर अपनी बेबाक राय के साथ हिंदी पत्रकारिता की महत्वपूर्ण उपस्थिति भी समय की मांग है । इस सदी में उसे बाजार, पूंजी, प्रतिस्पर्धा और मॉल संस्कृति के साथ-साथ भूख, भय, बेकारी, शोषण आदि जैसे मुद्दों पर अपनी पैनी नजर निरंतर बनाए रखनी होगी। उसे बाजार की अपेक्षाओं और आम आदमी की आवाज बनने की जिम्मेदारी दोनों को ही पूरा करना होगा।

द प्रेस इन इंडिया 2005 - 06 के अनुसार वर्ष 2005 - 06 में समाचारपत्रों की प्रसार संख्या 180, 738, 611 रही है जबकि वर्ष 2004 - 05 में यह संख्या 156, 319, 209 थी । इसी प्रकार भाषा और अवधि वार वर्ष 2005 - 06 में समाचारपत्रों में आशा से अधिक वृद्धि हुई है । देखे- टेबल 1 से 5 तक

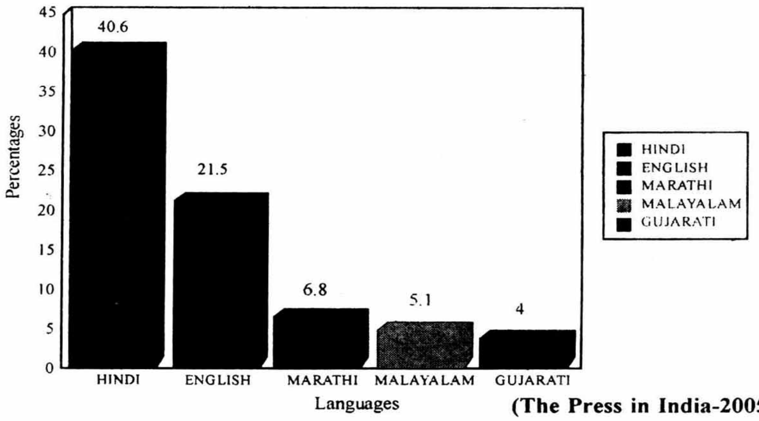
वर्ष 2005-06 में समाचारपत्रों का प्रसार
(अवधिवार)



सर्वोपरि भाषाई समाचारपत्र
(Top Languages-Newspapers)



सर्वोपरि भाषाई पत्रिकाएं
(Top Languages-Magazines)



(The Press in India-2005-06)

इस प्रकार कहा जा सकता है कि प्रिंट मीडिया का भविष्य उज्ज्वल है । विकसित देशों में समाचारपत्र जीवन की अनिवार्य जरुरतों में गिने जाते हैं । समाचारपत्र के बिना जीवन अधूरा है, वह अतीत के साथ-साथ वर्तमान की सूचना देता हुआ भविष्य की संभावना प्रकट करता है । प्रेस इन इंडिया 2005-06 के अनुसार अखबारों की प्रसार संख्या वर्ष 1996 से 2005-06 तक निरंतर बढ़ी है । वर्ष 2004-05 अखबारों की प्रसार संख्या 15,67,19,209 थी वह वर्ष 2005-06 में 18,07,38,611 हो गई है । इस रिपोर्ट से पता चलता है कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की चुनौती का समाचारपत्रों के प्रसार-प्रचार में वृद्धि पर कोई असर नहीं पड़ा है । आज भी प्रिंट मीडिया प्रमाणिक दस्तावेज माना जाता है ।

वर्ष 1996 से 2005-06 तक समाचारपत्रों की प्रसार संख्या में निरंतर वृद्धि को प्रेस इन इंडिया 2005-06 में इस प्रकार रेखांकित किया गया है -

समाचारपत्रों की प्रसार संख्या वर्ष 1998 से 2005-06

YEAR	Dailies	Tri/ Biweeklies	Weeklies	Others	Total
1996	40225000	530000	29110000	19569000	89434000
1997	45914327	537554	35475216	23781094	105708191
1998	58367196	655822	41603307	26223175	126849500
1999	58804203	562778	42960802	27759710	130087493
2000	59129183	784144	37282995	29767441	126965763
2001	57844236	515701	32416604	24477407	115253948
2002-03	72938646	547702	40979239	27539956	142005543
2003-04	73537182	1176705	34542093	23831608	133087588
2004-05	78689266	553873	42163994	35312076	156719209
2005-06	88863048	566198	50580648	40728717	180738611

पत्रकारिता में कुछ मूल्यह्रास भी

स्वतंत्रता के बाद हिंदी पत्रकारिता ने सब कुछ पाया ही नहीं, बहुत कुछ मूल्यह्रास भी हुआ है जो संक्षेप में इस प्रकार समझा जा सकता है ।

1. राष्ट्रव्यापी ध्रुव लक्ष्य के अभाव में पत्रकारिता लोकरुचि का नेता बनने के स्थान पर उसकी अनुगामिनी बन गई है।
2. व्यावसायिकता का जोर होने से पत्रकारिता का नैतिक स्तर गिरा है ।
3. पहले की तरह संपादक निर्भीक न होकर एक नौकर होकर रह गया है और उसकी तेजस्विता का तेजी से ह्रास हुआ है ।

4. पत्र-पत्रिकाओं का नगरों-महानगरों में केन्द्रीकरण बढ़ा है जिससे अनेक अंचलों की समस्याओं से वे या तो बेखबर रहते हैं या उनकी तरफ उनका ध्यान ही नहीं जाता ।
5. पत्र-पत्रिकाओं में सभी वर्गों की वाणी ध्वनित नहीं होती । बेकसूर और मेहनतकश वर्गों की समस्याओं पर लिखा ही नहीं जाता ।
6. आर्थिक, वैज्ञानिक, शिक्षा या इंजीनियरी सरीखे विषयों का गहन विवेचन पत्र-पत्रिकाओं में नहीं मिलता जिससे इन क्षेत्रों में हिंदी के माध्यम से मौलिक तत्व चिंतन का अभाव ही पाया जाता है ।
7. बहुत से विषयों की पत्रिकाएं या तो हैं ही नहीं और यदि हैं तो वे युग की आवश्यकता के अनुरुप नहीं है । उदाहरणार्थ, महिला पत्रिकाओं में ग्रामीण महिलाओं की समस्याएं नगण्य ही होती है ।
8. पत्र-पत्रिका का प्रकाशन व्यय-साध्य होने से विज्ञापन प्राप्त करना नितांत आवश्यक होता है जिससे अनेक निहित स्वार्थों के विरुद्ध लेखनी उठाना संपादन के लिए संभव नहीं होता। विज्ञापनदाताओं का मुखापेक्षी होने से पत्रकार की वैचारिक स्वतंत्रता खोजनी संभव से अधिक की अपेक्षा करना है ।
9. भ्रष्टाचारी या समाजसेवी वर्गों की धमकियां ही नहीं, पत्रकारों की हत्याएं भी, पत्रकारिता की निर्भीकता को चुनौती देती हैं ।
10. पत्र-पत्रिकाओं की हिंदी भाषा लोगों में प्रचलित जन-भाषा से दूर होती जा रही है ।
11. टीवी संस्कृति का प्रभाव भी प्रिंट मीडिया पर पड़ा है ।

बोधप्रश्न-2

1. टीवी पत्रकारिता से आप क्या समझते हैं?

   ....

   ....

2. इंटरनेट ने पत्रकारिता को क्या नए आयाम दिए हैं?

   ....

   ....

3. आजादी के बाद पत्रकारिता में क्या-क्या गिरावट आई है ।

   ....

   ....

2.10 सारांश

सारांश में कहें तो स्वतंत्रता के बाद हिंदी पत्रकारिता का बहुमुखी विकास हुआ है । पत्र-पत्रिकाओं की संख्या बढ़ी है, उनकी प्रसार-संख्या बढ़ी है और मुद्रण टेक्नोलॉजी में हुई क्रांति से सुन्दर सज्जायुक्त रंग-बिरंगी पत्र-पत्रिकाएं निकलने लगी है । पत्र-पत्रिकाओं में विषयवैविध्य आया है । संपादन कला में निखार आया है और भाषा की व्यंजना शक्ति बढ़ी है । पत्र-पत्रिकाओं ने हिंदी भाषा के अनेक आंदोलनों को चलाया है जिससे भाषा की सुधड़ता बड़ी है और भाषा में कसाव आया है । पत्रों में आंचलिकता का बोध बढ़ा है ।

दूसरी ओर पत्र-पत्रिका प्रकाशन में व्यावसायिक पूंजी के प्रवेश ने इस क्षेत्र में व्यावसायिकता बढ़ा दी है जिससे अनेक प्रकार की स्थितियाँ बनी है जिसमे पत्रकार की तेजस्विता मंद पड़ी है । लोकरुचि का अनुगमन करने के कारण बहुत सी अप्रिय स्थितियों ने जन्म लिया है जो राष्ट्र के विकास की दृष्टि से कल्याणकारी नहीं कही जा सकती ।

आज आवश्यकता इस बात की है कि इक्कीसवीं सदी आते- आते राष्ट्र अपनी आर्थिक तथा अन्य शक्तियों केबल पर विश्व में महानता प्राप्त करे । इसके लिए पत्रकारों को उपयुक्त वातावरण बनाने में सहायक होना जरुरी है । सशक्त विरोधी दल के अभाव में सरकार की खरी किंतु रचनात्मक आलोचना करने की भूमिका पत्रकारों को निभानी है । ग्राम्य जीवन, कस्बों और दूर-दराज के कबाइली इलाकों की सुधि पत्रकारों को ही लेनी है ।

आज के संक्रांतिकाल में जब देश समस्याओं के चौराहों पर खड़ा है, तब जनमत को सही दिशा देने तथा हिंदी भाषा एवं साहित्य के विकास का भारी दायित्व हिंदी के पत्रकारों पर हैं । नूतन निर्माण की विविध विधाओं को: प्रोत्साहन देना, भारतीय संस्कृति एवं सभ्यता को मुक्त वातावरण में फैलाना, राष्ट्रीय ऐक्य की दृष्टि से समस्त भारतीय भाषाओं के मध्य सामंजस्य लाने रचनाकारों की सृजन- शीतल को बढ़ावा देना, विविध क्षेत्रों में विचार मंथन, मौलिक शोध तथा सशक्त अभिव्यक्ति की उत्प्रेरक वाणी देना और सामाजिक स्तर पर उच्च मानव मूल्यों को प्रतिष्ठित करना आदि सभी कार्यो में पत्रकारों को अपना योग देना है । जन-जीवन के विचारों को सही दिशा में मोड़ने में हिंदी पत्रकारिता को अपने गुरु दायित्वों का पालन निर्भीकतापूर्वक करना है । इसके लिए पत्रकारों को स्वयं गहरे में उतरना होगा और स्वयं को नाना प्रकार के बंधनों की केंचुल से मुक्त करना होगा ।

कंप्यूटर, सैटेलाइट, मुद्रण में क्रांति, ऑनलाइन मीडिया आदि का प्रभाव पत्रकारिता (प्रिंट मीडिया) पर विशेष रूप से पड़ा है । हिंदी पत्रकारिता ने प्रचार-प्रसार में अन्य भारतीय पत्रकारिता को काफी पीछे छोड़ दिया है । आज भारत में अन्य भाषाओं की अपेक्षा हिंदी के अखबारों और पाठकों की संख्या सर्वाधिक है । हिंदी अखबारों एव हिंदी पत्रकारिता में गुणात्मक विकास हुआ है । अखबारों की पृष्ठ संख्या और उनके संस्करणों में बढ़ोतरी हुई है । प्रेस रजिस्ट्रार की रिपोर्ट के आधार पर कहा जा सकता है- ' आशंका के सर्वथा विपरीत इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और टीवी प्रसारण से अखबार के पठन-पाठन पर कोई प्रभाव नहीं पड़ा है, बल्कि उलटे विश्व भर में प्रकाशित होने वाले अखबारों की संख्या और उसकी पाठक-संख्या में उल्लेखनीय वृद्धि हुई है। भारतीय पाठक हर घंटे समाचार बुलिटिनो, समाचार चैनलों जो कि निरन्तर 24 घंटे प्रसारित हो रहे हैं, के बावजूद अखबार पढ़ना पसंद करता है ।'

2.11 संदर्भ ग्रंथ

1. प्रो. रमेश जैन - हिंदी पत्रकारिता : इतिहास एवं संरचना, आविष्कार पब्लिशर्स डिस्ट्रीब्यूटर्स, जयपुर
2. प्रो. रमेश जैन - भारत में हिंदी पत्रकारिता, बोहरा प्रकाशन, जयपुर
3. प्रो. रमेश जैन - जनसंचार विश्व कोश, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, जयपुर एवं दिल्ली
4. आलोक मेहता - भारत में पत्रकारिता, नेशनल बुक ट्रस्ट इंडिया, नई दिल्ली
5. कृष्ण बिहारी मिश्र - पत्रकारिता इतिहास और प्रश्न, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली
6. राजकिशोर - पत्रकारिता के नए ' परिप्रेक्ष्य, वाणी' प्रकाशन, नई दिल्ली
7. राजकिशोर - समकालीन पत्रकारिता : मूल्यांकन और मुद्दे, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली
8. रामशरण जोशी - मीडिया और बाजारवाद, राधाकृष्ण प्रकाशन, नई दिल्ली
9. यशवंत व्यास - अपने गिरेवान में : क्षेत्रीय, पत्रकारिता का बदलता चेहरा, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली
10. प्रो. रमेश जैन एवं डॉ. नाथूलाल गुर्जर - सूचना का अधिकार: अपेक्षाएं और चुनौतियां, सबलाइम प्रकाशन, जयपुर

2.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. भारत की स्वतंत्रता के बाद हिंदी पत्रकारिता 'के विकास पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए ।
2. हिंदी पत्रकारिता ने आजादी के बद नए विषयों का ज्ञान जन-जन तक पहुँचाया है । इस कथन से आप कहां तक सहमत हैं ।
3. स्वाधीनता के बाद हिंदी पत्रकारिता में कुछ मूल्यह्रास भी हुआ है, विवेचना कीजिए ।
4. " इलेक्ट्रानिक मीडिया के व्यापक प्रचार-प्रसार और लोकप्रियता के बावजूद प्रिंट मीडिया पर कोई प्रभाव नहीं पड़ा है । " इस कथन की समीक्षा करें ।
5. ' पत्रकारिता के माध्यमगत विस्तार' पर अपने विचार लिखिए ।
6. हिंदी के प्रमुख समाचारपत्रों का हिंदी पत्रकारिता में योगदान को रेखांकित कीजिए ।
7. संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए-

   1. जनसत्ता 2. आज

   3. दैनिक भास्कर 4. राजस्थान पत्रिका

   6. आउटलुक 8. अहा! जिंदगी

इकाई- 3

राजस्थान की हिंदी पत्रकारिता

इकाई की रूपरेखा

3.0 उद्देश्य

3.1 प्रस्तावना

3.2 राजस्थान में हिंदी पत्रकारिता का प्रार्दुभाव (सन् 1849- 1879)

3.3 राजस्थान में सरकारी गजटों का प्रकाशन

3.4 राजस्थान की पत्रकारिता का इतिहास - स्वाधीनता आंदोलन का इतिहास

3.5 राजस्थान में हिंदी पत्रकारिता का प्रारम्भिक काल (सन् 1879- 1920)

3.6 राजस्थान की स्वतंत्रता संग्राम कालीन राजनीतिक पत्रकारिता (सन् 1920 से 1947)

3.7 स्वाधीनता आंदोलन में पत्रकारों का योगदान

3.8 राजस्थान की स्वातंत्र्योत्तर पत्रकारिता के छः दशक

  3.8.1 दैनिक समाचारपत्र

  3.8.2 सायंकालीन समाचारपत्र

  3.8.3 साप्ताहिक और पाक्षिक समाचारपत्र

  3.8.4 प्रमुख राष्ट्रीय समाचारपत्र

3.9 राजस्थान की साहित्यिक पत्रकारिता

3.10 सारांश

3.11 संदर्भ ग्रंथ

3.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

3.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप :

- राजस्थान में पत्रकारिता के उद्भव एवं विकास के संबंध में जान सकेंगे
- राजस्थान की हिंदी पत्रकारिता के क्रमिक विकास से परिचित हो सकेंगे
- राजस्थान में सरकारी गजटों के प्रकाशन के बारे में ज्ञान प्राप्त कर सकेंगे
- राजस्थान के प्रारम्भिक समाचारपत्रों का इतिहास राज्याश्रित पत्रकारिता का इतिहास है- इस तथ्य को जान सकेंगे
- राजस्थान की पत्रकारिता का इतिहास स्वाधीनता आंदोलन का इतिहास है - इस कथन से अच्छी तरह अवगत हो सकेंगे
- राजस्थान में हिंदी पत्रकारिता का प्रारम्भिक काल और स्वतंत्रता संग्रामकालीन राजनीतिक पत्रकारिता से परिचित हो सकेंगे
- स्वाधीनता आंदोलन में पत्रकारों के योगदान के संबंध में जानकारी प्राप्त कर सकेंगे

- राजस्थान की स्वातंत्रत्योत्तर पत्रकारिता और साहित्यिक पत्रिका के संदर्भ में विस्तार से परिचित हो सकेंगे

3.1 प्रस्तावना

साहित्य समाज का दर्पण होता है, ठीक उसी प्रकार पत्रकारिता भी समकालीन जीवन का प्रतिबिम्ब होती है । पत्र-पत्रिकाओं के माध्यम से सामाजिक, राजनीतिक, आर्थिक, सांस्कृतिक और जीवन से जुड़ी अन्य बहुमुखी प्रवृतियों और हलचलों का इतिहास हर दिन लिखा जाता है । इसलिए पत्रकारिता का आज जो परिदृश्य है, उसे समझने के लिए उसके विगत इतिहास को जानना आवश्यक है । परम्परा से परिचित होकर ही हम वर्तमान को समझ सकते हैं । यह सत्य पत्रकारिता क संदर्भ में समान रूप से संगत है! यह एक कटु सत्य है कि भारतीय पत्रकारिता के इतिहास-ग्रंथों में राजस्थान की पत्रकारिता पर बहुत कम प्रकाश डाला गया है और उसके योगदान को उपयुक्त परिप्रेक्ष्य में वांछित सीमा तक रेखांकित नहीं किया गया है। अत: यह आवश्यक है कि पत्रकारिता के अध्येता और विद्यार्थी राजस्थान की पत्रकारिता के कल और आज से भली- भांति परिचित हों, क्योंकि अन्तत: राजस्थान की पत्रकारिता का इतिवृत्त भारतीय पत्रकारिता के इतिहास का ही अविच्छिन्न अंग है ।

3.2 राजस्थान में हिन्दी पत्रकारिता का प्रादुर्भाव (सन् 1849 - 1879)

भारत में हिंदी पत्रकारिता का श्रीगणेश हालांकि 30 मई, 1826 को कलकत्ता में पं. युगल किशोर शुक्ल के संपादकत्व में 'उदत्त-मार्त्तण्ड' के प्रकाशन से हो गया था, किन्तु इस संदर्भ में राजस्थान की स्थिति का आंकलन करते समय यह तथ्य स्पष्ट रूप से उजागर होता है कि जब बंगाल, बिहार और उत्तर प्रदेश में हिन्दी समाचारपत्रों की संख्या बराबर बढ़ रही थी और हिन्दी पत्रकारिता आधी शती के ऐतिहासिक दौर से गुजर चुकी थी, तब राजस्थान में हिन्दी पत्रिकाएं अपने उन्मेष के प्रथम चरण में ही थी । तथापि उस युग में जब रियासती राजपत्र फारसी बहुल उर्दू में सामग्री प्रकाशित कर रहे थे और प्रशासन में उर्दू-फारसी का बोलबाला था, राजस्थान जैसे प्रदेश से सीमित संख्या में भी हिन्दी समाचारपत्रों का प्रकाशन होना निस्संदेह महत्वपूर्ण था ।

राजस्थान का सर्वप्रथम समाचारपत्र 'मजहरूल-सरूर' (मासिक) माना जाता है । यह द्विभाषी पत्र उर्दू तथा हिन्दी में सन् 1849 में भरतपुर से प्रकाशित होता था, किन्तु इसकी कोई प्रति उपलब्ध नहीं है । फ्रेंच लेखक तासी ने अपने 'डिस्कोर्सेज' में इसका उल्लेख मात्र किया है । अत: इस पत्र के स्वरूप के बारे में प्रामाणिक रूप से कुछ नहीं कहा जा सकता । इसके बाद के सात वर्ष की अवधि में राजस्थान से किसी पत्र के प्रकाशित होने का कोई उल्लेख कहीं भी उपलब्ध नहीं होता । ऐसी स्थिति में सन् 1856 में जयपुर से हैडमास्टर कन्हैयालाल के संपादन में प्रकाशित द्विभाषी पत्र 'रोजतुल-तालीम' अथवा 'राजपूताना अखबार' ही पहला उपलब्ध समाचारपत्र माना जाना चाहिए । यद्यपि इस समाचारपत्र की सामग्री आधी हिंदी

में और आधी उर्दू में प्रकाशित होती थी, तथापि इस समाचारपत्र की जो सामग्री हिंदी में प्रकाशित होती थी, वह यथासंभव उर्दू के प्रभाव से मुक्त होती थी ।

इसके बाद सन् 1861 में अजमेर से ' जगलाभ-चिन्तक' तथा सन् 1863 में 'जगहितकारक' का प्रकाशन हुआ । जैसा कि इन नामों से ही स्पष्ट है, ये पत्र पूर्णत: हिंदी में निकलते थे तथा इनकी भाषा तत्कालीन हिंदी के विकासमान स्वरूप को प्रतिबिम्बित करती थी । सन् 1866 में जोधपुर से प्रकाशित 'मारवाड़ गजट' का भी एक भाग हिंदी में ही प्रकाशित होता था । इसके बाद सन् 1868 में 'जयपुर-गजट' और सन् 1869 में ' उदयपुर-गजट ' का प्रकाशन प्रारम्भ हुआ ।'उदयपुर- गजट' के प्रकाशन के ठीक एक दशक बाद उदयपुर से ही महाराणा सज्जनसिंह के संरक्षण में 'सज्जनकीर्ति सुधाकर' (सन् 1879) नामक उस ऐतिहासिक महत्व के साप्ताहिक पत्र का प्रकाशन शुरू हुआ, जिसे राजस्थान की हिंदी पत्रकारिता में गौरवपूर्ण स्थान प्राप्त है। इस समाचारपत्र में सामग्री का संकलन बहुत सुरूचिपूर्ण होता था । प्रारंभ में इसके संपादक पंडित वंशीधर वाजपेयी थे बाद में इसके संपादकों में हेर-फेर होता रहा । लगभग 50 वर्ष तक चलते रहने के बाद इसका स्वरूप नितान्त सरकारी गजट का हो गया था ।

3.3 राजस्थान में सरकारी गजटों का प्रकाशन

एक ओर जहां लोक चेतना के लिए प्रतिबद्ध समाचारपत्रों का श्रीगणेश हो चुका था, वहां दूसरी ओर प्रशासनिक आवश्यकताओं से विवश होकर अंग्रेजी शासन के अनुकरण पर यहां के राजाओं ने अपनी- अपनी रियासतों के सरकारी गजट अथवा राजपत्रों के प्रकाशन भी आरम्भ करवाए। सन् 1878 में जयपुर से ' जयपुर गजट' का प्रकाशन आरम्भ हुआ । बाबू महेन्द्रनाथ सेन के संपादकत्व में प्रकाशित यह समाचारपत्र महाराजा रामसिंह के संरक्षण में उन्हीं की प्रेरणा से निकला । यह गजट रियासत का पहला सरकारी मुखपत्र था । यहां यह उल्लेख है कि इसके अंक नियमित न होकर यथा आवश्यकता सरकारी आदेश, विज्ञप्तियां तथा विज्ञापन छापने के लिए समय-समय पर निकाले जाते थे और इनकी सामग्री अंग्रेजी बहुल होती थी ।

अन्य सरकारी गजट- उक्त सरकारी गजटों के अतिरिक्त सन् 1887 में बीकानेर से ' बीकानेर राजपत्र' का प्रकाशन हुआ । इस पत्र में उर्दू तथा हिन्दी में राज्य के संवाद, सूचनाएं , विज्ञप्तियां तथा इश्तहार प्रकाशित होते थे । इसके बाद सरकारी गजटों के प्रकाशन का यह सिलसिला राजकीय आवश्यकतानुसार अथवा एक - दूसरे के अनुकरण पर बराबर चलता रहा और कालान्तर में भरतपुर गजट, धौलपुर गजट, मारवाड़ गजट, बूंदी गजट, कोटा गजट आदि नामों से विभिन्न राज्यों के गजट निकलने लगे । कुल मिलाकर इन प्रारम्भिक प्रयत्नों का राजस्थान की पत्रकारिता के इतिहास में अपना विशिष्ट महत्व है । ये ही वे समाचारपत्र थे, जिन्होंने इस प्रदेश में पत्रकारिता की सुदृढ़ आधारशिला रखी और आगे आने वाली लोकधर्मी एवं मिशनरी पत्रकारिता के पल्लवित होने का मार्ग प्रशस्त किया । सारांश में कहा जा सकता है कि राजस्थान के प्रारम्भिक समाचारपत्रों का इतिहास राज्याश्रित पत्रकारिता का इतिहास है ।

3.4 राजस्थान की पत्रकारिता का इतिहास-स्वाधीनता आंदोलन का इतिहास

बीसवीं शताब्दी के आरंभ से देश की स्वतंत्रता के लिए चल रहे संघर्ष के दौरान राजनीतिक पत्रकारिता का राजस्थान में तेजी से विकास हुआ । इन समाचारपत्रों के संपादकों ने अपने नेतृत्व ' और लेखनी से स्वतंत्रता आंदोलन को गति प्रदान की । वरिष्ठ पत्रकार गुलाब चन्द्र काला ने लिखा है- "इन विषम परिस्थितियों के बावजूद सामंतवाद के अन्याय एवं स्वतंत्रता नागरिकता के हनन के विरोध में कुछ साहसी लोग आगे आए और उन्होंने पत्रकारिता के माध्यम से उस दिशा में जनजागृति का प्रयास किया । यह वह दौर था जिसमें पत्रकारिता का मुख्य भाव स्वतंत्रता और ध्येय राजनीतिक जागृति लाना था । इसी कारण राजपूताना का पत्रकारिता का इतिहास स्वाधीनता आदोलन का ही इतिहास है और यहां की राजनीति उसके आदोलन की शुरुआत से ही पत्रकारों के हाथ में रही ।"

बीसवीं शताब्दी के शुरु में राजपूताना राजनीतिक जागृति की पत्रकारिता का सूत्रपात करने वाले विजयसिंह पथिक ने उस समय की स्थिति का वर्णन करते हुए'स्वदेश' में लिखा है- "राजपूताना में शुरु में स्थिति अंधकारमय थी । कोई समाचारपत्र शासन पर आलोचनात्मक लेख न छापता था । यदि छापता तो भिन्न-भिन्न कूट उपायों से उसे प्रताड़ित किया जाता ।"

राजस्थान के वरिष्ठ पत्रकार केशरलाल अजमेरा ने सन् 1913 - 14 में समाचारपत्रों की स्थिति का उल्लेख करते हुए लिखा- ' 'सन् 1913 - 14 की बात मुझे अभी तक याद है जब जयपुर के समाचारपत्रों के पढने की अभिरुचि पैदा करना भी एक समस्या थी । नई पीढ़ी को शायद यह यकीन भी न हो कि हमें समाचारपत्र पढ़ने के लिए कितनी मेहनत करनी पड़ती थी और कितनी जोखिम भी उठानी पड़ती थी । जिन रजवाड़ों में समाचारपत्र पढ़ने वालों को राजनीतिक नेता समझा जाता था तो वहाँ समाचारपत्र निकलना कितना कठिन कार्य था, इसकी सहज कल्पना की जा सकती है । "

वरिष्ठ पत्रकार मुकुट बिहारी वर्मा ने राजस्थान से समाचारपत्रों के प्रकाशित न होने के कारणों का उल्लेख करते हुए लिखा है- ' 'राजस्थान की या रियासतों की सीमा से समाचारपत्र न निकलने की वजह साफ थी कि वहाँ उनका जीवन सुरक्षित नहीं था । एक बात यह थी कि ये पत्र मुख्यत: रियासती जनता की मूक वाणी के उद्घाटक थे । इसलिए रियासतें ही इनसे सबसे ज्यादा, चौंकती थी । पत्रकारिता उस समय पेशा नहीं थी, देश की गुलामी से या राजशाही की पीड़ा से त्रस्त और स्थिति को बदलने के लिए बेचैन व्यक्ति ही मुख्यत: इसे अपनाते थे । पत्रों के द्वारा वे अपने गुबार निकालते और अन्याय एवं उत्पीड़न को प्रकाशन देते थे । जिस समाचार पत्र पर जितने सरकारी प्रहार हो, जमानते मांगी जाए या तलाशी हो, या अन्य कार्यवाही हो, वह श्रेष्ठ और आदरणीय माना जाता था । संपादक या पत्रकार जितनी बार जेल जाए उतना ही

आदरणीय और श्रेष्ठ । पत्रकार का अर्थ था-देश के लिए काम करने वाला । संवाददाता भी पेशेवर नहीं थे, बल्कि जनता के लिए काम करने वाले ही जनता की तकलीफों, कठिनाइयों और अन्याय उत्पीड़न को सामने लाने के लिए यह काम करने के लिए उत्सुक रहते थे । "

डॉ. मनोहर प्रभाकर ने अपने शोध प्रबंध 'राजस्थान की हिंदी पत्रकारिता' में इस बात की पुष्टि की है । उन्होंने लिखा है - ' 'सन् 1900 से लेकर 1950 के बीच राजस्थान में तीव्र गति से उस उद्देश्यपरक राजनीतिक पत्रकारिता का विकास हुआ, जिसने न केवल राजस्थान के सामंती शासन में रहने वाली जनता को जागरण का संदेश दिया, अपितु नाना प्रकार के कष्ट सहकर भी स्वाधीनता संग्राम के लिए विभिन्न मतों में चलाए गये जन आंदोलनों को अपना पूर्ण समर्थन प्रदान किया । "

3.5 राजस्थान में हिंदी पत्रकारिता का प्रारम्भिक काल (सन 1879-1920)

देश हितैषी- सुधारवादी पत्रकारिता के उस प्रारंभिक दौर में अजमेर से प्रकाशित 'देश हितैषी' से पूर्व उदयपुर से उदित होकर 'सज्जन कीर्ति सुधाकर' राजस्थान की पत्रकारिता में अपना प्रकाश फैला चुका था । 'सज्जनकीर्ति सुधाकर' के प्रकाशन के पीछे महर्षि दयानन्द की सशक्त प्रेरणा थी । महर्षि दयानन्द ने स्वधर्म, स्वराज्य, स्वीषा और स्वदेशी का जो मंत्र फूंका, उसे प्रचारित करने के लिए आर्यसमाजी पत्रकारिता ने जन्म लिया । ' देश हितैषी' (सन् 1882) राजस्थान में इस पत्रकारिता का अग्रणी बना । 'देश हितैषी' स्वदेश के कल्याण के लिए समर्पित पत्र था । यह प्रतिमास की पहली तारीख को मुन्नालाल शर्मा के प्रयत्नों से आर्य समाज अजमेर की आज्ञानुसार प्रकाशित होता था । इसकी भाषा शुद्ध हिन्दी होती थी और जन-जीवन की समस्याओं पर उसकी दृष्टि पूरे उत्तरदायित्व के साथ केन्द्रित रहती थी । उसकी सामग्री के अनुशीलन से स्पष्ट होता है कि राजस्थान में पत्रकारिता लोकधर्मिता की ओर शनैः - शनैः दृढ़ता से अग्रसर हो रही थी ।

परोपकारी- स्वामी दयानन्द की उत्तराधिकारिणी परोपकारिणी सभा ने अपनी प्रवृत्तियों के प्रकाशन तथा आर्य समाज के देशोन्नति विषयक कार्यों को जनसाधारण तक पहुंचाने की दृष्टि से अपना मुखपत्र निकालने का निश्चय किया । तदनुसार 'परोपकारी' का प्रथम अंक सन् 1889 को प्रकाशित हुआ ।

अनाथ रक्षक- श्री मद्द्यानन्द अनाथालय, अजमेर की स्थापना आर्य समाज अजमेर के द्वारा 1895 ई. में हुई । इस संस्था के मासिक मुख पत्र के रूप में ' अनाथ रक्षक' का प्रकाशन नवम्बर 1903 से प्रारम्भ हुआ और वह लगभग चौथाई शताब्दी तक चला । इसका संपादन समय-समय पर भिन्न-भिन्न व्यक्तियों ने किया ।

धर्मवृत्तान्त- आर्य प्रतिनिधि सभा राजस्थान एवं मालवा की गतिविधियों को सूचित करने वाला यह मासिक पत्र जनवरी, 1910 से अजमेर से निकलना आरम्भ हुआ । इसके संपादक गणेश स्वरूप वर्मा तथा मुद्रक अनन्तराम शर्मा, प्रबन्धक संदर्भ प्रचारक यंत्रालय गुरूकुल कांगड़ी थे।

3.6 राजस्थान की' स्वतंत्रता संग्राम कालीन राजनीतिक पत्रकारिता (सन् 1920 से 1947)

भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस की स्थापना और उसके अनन्तर स्वाधीनता संग्राम में समूचे देश के उतर आने पर राजनीतिक चेतना की जो देशव्यापी लहर उठी, उससे राजस्थान भी अछूता न रहा । कहना न होगा राजस्थान के स्वाधीनता-सेनानियों को दोहरी लड़ाई लड़नी पड़ी । एक ओर उन्हें राजाओं के अत्याचार, अनाचार, आर्थिक शोषण और कुशासन के विरूद्ध जिहाद छेड़ना पड़ा, तो दूसरी ओर उन्हें अंग्रेजी सत्ता के विरुद्ध भी विद्रोह का उद्घोष करना पड़ा । समाचारपत्रों, संपादकों, लेखकों और जननायकों को राजस्थान में इन दोनों मोर्चों पर मुकाबला करना पड़ा । इस दृष्टि से, विशेष रूप से सामन्ती व्यवस्था और अंग्रेजी-सत्ता के दुहरे दमन चक्र के शिकार होने पर भी इन्होंने जो मिशनरी भूमिका निभाई वह अपने आप में बहुत तेजस्वी और प्रभावकारी सिद्ध हुई ।

राजस्थान के ग्रामीण क्षेत्रों में राजनीतिक चेतना जागृत करने की दिशा में कृषक आन्दोलनों ने भी असाधारण भूमिका निभाई । इस पृष्ठभूमि में राजस्थान में राजनीतिक चेतनामूलक उस मिशनरी पत्रकारिता का सूत्रपात हुआ जो आगे तक फलतीफूलती रही । मिशनरी पत्रकारिता का श्रीगणेश राजस्थान में कुछ ऐसे समाचार-साप्ताहिकों से हुआ, जिनके जनक सही अर्थों में प्रदेश के विभिन्न भोगों में आरम्भ किये गए जन- आन्दोलन ही थे । वर्धा से सन् 1920 में विजयसिंह पथिक के संपादन में 'राजस्थान केसरी' निकालने के बाद बिजौलिया आन्दोलन को बल देने के लिए 'नवीन राजस्थान' का प्रकाशन किया, जिसके प्रसार पर मेवाड़ क्षेत्र में शीघ्र ही प्रतिबन्ध लगा दिया गया ।

तरूण राजस्थान

'नवीन राजस्थान' पर प्रतिबन्ध लग जाने के बाद समाचारपत्र के संचालकों में इसी पत्र को नया नाम 'तरूण राजस्थान' (1922) देकर उसे प्रकाशित करने का उपक्रम किया किन्तु सरकारी दमन चक्र चलता रहा । इसके संपादक शोभालाल गुप्त को सजा होने पर रामनारायण चौधरी ने इसका पूरा दायित्व संभाल लिया । बाद में इस पत्र से बूंदी के तेजस्वी स्वाधीनता सेनानी और पत्रकार श्री ऋषिदत्त मेहता भी संबद्ध हो गए ।

राजस्थान

स्वाधीनता आन्दोलन को बल प्रदान करने के लिए संचालित किये गऐ पत्रों की श्रृंखला में भी ऋषिदत्त मेहता द्वारा संपादित ' राजस्थान' (सन् 1923) का नाम भी उल्लेखनीय है । 'राजस्थान' में जयपुर, जोधपुर, मेवाड़ और बीकानेर रियासतों में संचालित जन आन्दोलनों के बारे में प्रचुर सामग्री छपती थी । वरिष्ठ पत्रकार राजेन्द्र शंकर भट्ट इस दौर में इसके संपादकीय विभाग से जुड़े थे ।

आगीवाण

बम्बई से निकले ' अखण्ड भारत' के बंद होने के बाद जननेता होने के नाते श्री जयनारायण व्यास ने इस सत्य को अनुभव कर लिया था कि जब तक आम जनता से उनकी अपनी जुबान

में संप्रेषण स्थापित न किया जाए मुद्रित सामग्री के माध्यम से राष्ट्रीय चेतना लाने के उद्देश्य में वांछित सफलता पूर्ण अंशों तक प्राप्त नहीं हो सकती । इसी उद्देश्य से सन् 1937 में ब्यावर से ' आगीवाण' नामक राजस्थानी भाषा के प्रथम पाक्षिक का जन्म हुआ । इसमें राजस्थान के विभिन्न भागों में हो रहे जन आन्दोलनों की खबरें निडरता से छापी जाने लगीं ।

मीरा

राजस्थान में नारी जागरण का शंखनाद करने के उद्देश्य से 'मीरा' साप्ताहिक का प्रकाशन स्वतंत्रता संग्राम के सेनानी श्री जगदीश प्रसाद दीपक के संपादकत्व में अजमेर से सन् 1930 में शुरू किया गया । यह पत्र तीन दशक से भी अधिक समय तक चलकर सन् 1962 में बन्द हुआ । 'मीरा' की एक विशेषता यह थी कि इसका दृष्टिकोण बहुत ही सोद्देश्य और वस्तुपरक होता था । इसमें जहां राजाओं के अनैतिक कार्यों की भर्त्सना की जाती थी, वहां उनके द्वारा किये गये सामाजिक एवं राष्ट्रीय महत्व के कार्यों की सराहना भी की जाती थी ।

राजनीतिक चेतना का नया दौर

सन् 1938 में हरिपुरा कांग्रेस अधिवेशन के बाद चेतना के विस्तार का जो नया मंत्र दिया गया, उसका प्रभाव राजस्थान में बहुत कारगर साबित हुआ । इस वर्ष राजस्थान की अधिकांश रियासतों में प्रजामंडलों की स्थापना हो गयी और इस चैतन्यपूर्ण वातावरण ने जन-जागरण को एक नयी दिशा, नया मोड़ और नई गति प्रदान की । इसी पृष्ठभूमि में राज्य में नये समाचारपत्रों और पत्र- पत्रिकाओं का एक नया दौर शुरू हुआ ।

इस नये दौर में जो पत्र प्रकाशित हुए और जिन्होंने स्वाधीनता संग्राम के दौरान राजनीतिक चेतना जागृत करने में ऐतिहासिक भूमिका निभाई उनमें मुख्य रूप से जयपुर से 'प्रभात' (1938), अजमेर से 'नवज्योति' (1936), 'नवजीवन' (1939), जोधपुर से 'प्रजासेवक ' (1938), जयपुर से ' जयभूमि (1940), 'जयपुर समाचार', ' प्रचार' (1942), जयपुर से 'लोकवाणी' (1943), ' अलवर पत्रिका' (1943), आदि के नाम उल्लेखनीय है । इसके अतिरिक्त अन्य पत्रों में जयपुर से सन् 1942 में प्रकाशित 'जयध्वनि' साप्ताहिक, ' आजाद सैनिक ' (1942), 'मारवाड़ी गौरव' मासिक (1946), 'युवक हृदय' मासिक (1946), जोधपुर से प्रकाशित गणेश चन्द्र जोशी मनवन्तर का ' कल की दुनिया' (1940), हरीश मन्नावत का ' अखंड ' मासिक, कोटा से प्रकाशित 'दीनबन्धु ' साप्ताहिक (1944), बाबूलाल इन्दु के ' अधिकार' और ' धरती के लाल', शिवदयाल राजावत के 'चम्बल' और 'किसान संदेश', इन्द्रदत्त स्वाधीन का 'जनवाणी' आदि विशेष रूप से उल्लेखनीय है ।

स्वाधीनता कें तुरन्त बाद

15 अगस्त, 1947 को देश के आजाद हो जाने के तुरन्त बाद यकायक समाचारपत्रों की संख्या में काफी वृद्धि हो गयी । विभिन्न रियासतों में अनेक पत्र निकाले गए और इन समाचारपत्रों ने सन् 1947 से 1950 तक के संधि काल में राजस्थान की राजनीतिक उथल-पुथल और उसके संघीय निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका अदा की ।

इस काल के पत्रों में जयपुर में ' अमर ज्योति' साप्ताहिक, उदयपुर से ' अरावली' साप्ताहिक और 'पन्द्रह अगस्त', अलवर से 'स्वतंत्र भारत', जोधपुर से 'रियासती', बीकानेर से ' ललकार' और 'लोक जीवन', 'सेनानी', 'लोकमत', 'गणराज्य', जोधपुर से ' आग' और 'ज्वाला', 'लोकराज' और 'ललकार' तथा कोटा से 'जयहिन्द' साप्ताहिक के नामों का उल्लेख विशेष रूप से किया जा सकता है, जिन्होंने सामन्तवाद के विरुद्ध संघर्ष कर लोकतंत्र की स्थापना और योजनाबद्ध आर्थिक विकास के लिए अपने आपको समर्पित किया ।

3.7 स्वाधीनता आदोलन में पत्रकारों का योगदान

भारत के स्वाधीनता आंदोलन में राजस्थान की पत्रकारिता एवं पत्रकारों का विशिष्ठ योगदान रहा है । महर्षि दया नंद जैसे समाज सुधारकों की प्रेरणा से राजस्थान में देश प्रेम की राष्ट्रीय भावना साहित्य और पत्रकारिता के माध्यम से जागृत हुई । राजस्थान के ग्रामीण क्षेत्रों में राजनीतिक चेतना जागृत करने की दिशा में बिजौलिया आंदोलन ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई । मेवाड़ के बिजौलिया के कृषकों ने सर्वप्रथम आर्थिक शोषण, उत्पीड़न, अत्याचार तथा बेगार से पीड़ित होकर जागीरदारों के विरुद्ध विद्रोह किया । इसके बाद बेंगू में आंदोलन हुआ और उसके बाद लाल बाग और बेगार के विरुद्ध कृषक आंदोलन बूंदी और शेखावाटी में हुए । सन् 1921 - 22 में मेवाड़ के इडर, डूंगरपुर, सिरोही तथा दांता अनेक स्थानों में भक्ति आदोलन फूट पड़े । रजवाड़ों की सामंती सरकार ने दमन चक्र चलाया लेकिन जनता जागृत हो चुकी थी ।

यही नहीं राजस्थान के लोगों ने राज्य से बाहर जाकर जनचेतना फैलाई । वर्धा से सन् 1920 में विजयसिंह पथिक के संपादन में 'राजस्थान केसरी' का प्रकाशन किया गया । अर्जुनलाल सेठी, केसरीसिंह बारहठ, जमनालाल बजाज, ईश्वरदीन आसिया और सागरमल गोपा इस समाचारपत्र के साथ जुड़े । इन्होंने राजपूताना और मध्य भारत की देशी रियासतों में प्रजापरिषद् आदोलन का समर्थन किया । वर्धा से अजमेर आकर इन लोगों ने सन् 1922 में 'नवीन राजस्थान' साप्ताहिक का प्रकाशन किया । इस पत्र का आदर्श था-

"यश, वैभव की चाह नहीं, परवाह नहीं जीवन न रहे ।
यदि इच्छा है, यह है, जग में स्वेच्छाचार दमन न रहे ।"

इस समाचारपत्र ने 'बिजौलिया सत्याग्रह' को पूरा समर्थन दिया, किंतु मेवाड़ में ' राजस्थान केसरी', 'नवीन राजस्थान' तथा 'प्रताप' के प्रवेश पर प्रतिबंध लगा दिया गया । 'नवीन राजस्थान' पर प्रतिबंध लग जाने के बाद इस पत्र को 'तरूण राजस्थान' के नाम से प्रकाशित किया गया । इसके संपादक शोभालाल गुप्त को सजा होने पर रामनारायण चौधरी ने इसका दायित्व संभाला । कालांतर में ऋषिदत्त मेहता भी इससे संबद्ध हुए । राजस्थान सेवा संघ से मतभेद पैदा हो जाने पर रामनारायण चौधरी के बाद जयनारायण व्यास इस समाचारपत्र के संपादक बने । इसे ब्यावर से प्रकाशित किया जाने लगा । श्री व्यास ने सन् 1935 में मुंबई से' अखंड भारत' दैनिक का प्रकाशन शुरु किया । यह पत्र आर्थिक संकट के कारण बंद हो

गया। उन्होंने सन् 1937 में ब्यावर से ' आगी बाण' नामक राजस्थान पाक्षिक पत्र का प्रकाशन शुरू किया। वैसे पत्र के संपादक के रूप में बालकृष्ण उपाध्याय का नाम जाता था, लेकिन व्यासजी इसके वास्तविक संपादक थे।

भारतीय स्वाधीनता आदोलन को समर्थन देने एवं राजनीतिक चेतना जागृत करने में ' राजस्थान' (सन् 1923) का नाम विशेष उल्लेखनीय है। यह समाचारपत्र पहले ब्यावर से, फिर अजमेर से और बाद में बूंदी से प्रकाशित हुआ। सन्1935 में जयपुर से प्रभात (मासिक) लाडलीनारायण गोयल के संपादकत्व में प्रारम्भ हुआ। सन् 1938 के लगभग इसे दैनिक समाचारपत्र का रूप दिया गया। कुछ वर्ष बाद आर्थिक कठिनाइयों के कारण पत्र बंद हो गया। इसके बाद सन् 1941 में सत्यदेव विद्यालंकार तथा सन् 1947 में बाबा नरसिंहदास के संपादकत्व में पुन: प्रकाशित किया गया। हरिभाऊ उपाध्याय, शोभालाल गुप्त, दुर्गाप्रसाद चौधरी, हरिभाई किंकर, आलेश्वर प्रसाद आदि पत्रकार भी उभरकर आए जिन्होंने स्वतंत्रता की अलख जगाई। रामनारायण चौधरी ने सन् 1936 में 'नवज्योति' का प्रकाशन अजमेर से किया। बाद में इसे श्री चौधरी ने अपने अनुज दुर्गाप्रसाद चौधरी को सौंप दिया, जिन्होंने इसे साप्ताहिक से दैनिक कर दिया।

सन् 1939 में अजमेर से 'नवजीवन' ठाकुर नारायणसिंह के संपादकत्व में प्रकाशित हुआ। इसी क्रम में सन् 1940 में जोधपुर से आलेश्वर प्रसाद शर्मा के संपादन में ' प्रजा सेवक' तथा जयपुर से सितम्बर, 1940 में ' जयभूमि', गुलाबचंद काला के संपादकत्व में निकले। श्यामलाल वर्मा ने 8 सितम्बर, 1942 को जयपुर से 'जयपुर समाचार' का प्रकाशन किया, बाद में इसका नाम 'राजस्थान समाचार' कर दिया गया। जयपुर से जनवरी, 1943 में साप्ताहिक' लोकवाणी' का प्रकाशन पं. हीरालाल शास्त्री की प्रेरणा से देवीशंकर तिवाड़ी के संपादकत्व में किया गया। कालांतर में सिद्धराज ढड्डा, जवाहरलाल जैन और राजेन्द्रशंकर भट्ट इसके संपादन से संबद्ध हुए। सन् 1949 में केशरलाल अजमेरा ने अंग्रेजी साप्ताहिक 'राजपूताना हेराल्ड' निकाला।

3.8 राजस्थान की स्वातंत्र्योत्तर-पत्रकारिता के छ: दशक

स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद की पत्रकारिता पर दृष्टिपात करने पर स्पष्ट हो जाता है कि सन् 1950 में राजस्थान के निर्माण की प्रक्रिया पूरी हो जाने पर प्रदेश में पत्रकारिता की मिशनरी झूमेंका स्वत: समाप्त हो गई थी। राज्य में कांग्रेस के सत्तारूढ़ होते ही एक ओर प्रदेश की प्रभावहीन होती सामन्तशाही अपनी रही सही प्रतिष्ठा और राजनीतिक तथा आर्थिक स्वार्थों की रक्षा के लिए सजग हो गई और दूसरी ओर अब तक त्याग और बलिदान की भावना से ओत-प्रोत जननेता भी राजनीतिक शक्ति हथियाने के लिए आतुर होने लगे। परिणामस्वरूप नये-नये राजनीतिक दलों के और उनमें भी अलग- अलग गुटों के अपने अखबार निकलने लगे।

सन् 1952 के आम चुनावों के बाद तो समाचारपत्र-पत्रिकाओं की संख्या में निरन्तर वृद्धि होने लगी। सत्तारूढ़ लोगों के समर्थन अथवा विरोध में नये-नये अखबार सामने आने लगे।

पंचवर्षीय योजनाओं के बनने और प्रदेश में सर्वांगीण विकास के नाना प्रकार के कार्यक्रम हाथ में लिये जाने के फलस्वरूप शिक्षा और संचार के माध्यमों में क्रांतिकारी परिवर्तन हुए और परिणामत: समाचारपत्रों का विकास भी तीव्र गति से होने लगा। संविधान में प्रदत्त अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की गारन्टी और दमन और भय की भावना के समूल नष्ट हो जाने के परिणाम स्वरूप प्रदेश के विभिन्न भलों से अनेक दैनिक, साप्ताहिक, साहित्यिक मासिक और अन्य विचार प्रधान पत्र-पत्रिकाएं निकालने की दिशा में प्रबुद्ध एवं स्वतंत्र चेता व्यक्ति प्रेरित हुए और इसी पृष्ठभूमि तथा नये परिवर्तित परिवेश में पत्रकारिता के विकास की दूसरी यात्रा संपन्न हुई। किन्तु यह विकास-यात्रा प्रतिस्पर्द्धा और प्रतियोगिता की भावना से आप्लावित समाचारपत्रों के व्यवसायीकरण की कथा है। पत्रकारिता को पेशे के रूप में अपनाये जाने के कारण अर्थलाभ की प्रबल आकांक्षा और सत्ता को प्रभावित करने के अपने सामर्थ्य के निर्माण की मनोवृत्ति ने इस युग की पत्रकारिता को घनीभूत रूप से प्रभावित किया। किन्तु यह भी सत्य है कि समाचारपत्रों ने इस युग में राजनीतिक सत्ता और प्रशासन की विद्रूपताओं पर जनहित में प्रहार करने और सामाजिक कल्याण के नये क्षितिजों का विस्तार करने की दिशा में भी महत्वपूर्ण योगदान किया। विगत छ: दशकों में राजस्थान निर्माण से पूर्व चले आ रहे समाचारपत्रों ने जहां कुछ ने अपनी जड़ें जमाई और कुछ काल कवलित हो गए, वहां दूसरी ओर बड़ी संख्या में दैनिकों, साप्ताहिकों, पाक्षिकों मासिको, द्वैमासिक और त्रैमासिक पत्र-पत्रिकाओं ने जन्म लिया।

3.8.1 दैनिक समाचारपत्र

इस युग में जो दैनिक समाचारपत्र प्रकाशित हुए उनमें राष्ट्रदूत, नवयुग, राजस्थान पत्रिका, अधिकार, अमर राजस्थान, लोकमत, कलम, जय राजस्थान, उदयपुर एक्सप्रेस, प्रतिनिधि, समाचार जगत आदि के नाम विशेष रूप से उल्लेखनीय हैं। इनमें से कुछ प्रमुख समाचारपत्रों का संक्षिप्त परिचय यहां प्रस्तुत किया जा रहा है-

1. राष्ट्रदूत

1 अगस्त, 1951 को इस दैनिक समाचारपत्र का शुभारम्भ जयपुर से वैद्यनाथ आयुर्वेद भवन के प्रबन्ध-संचालक और सहभागी श्री हजारीलाल शर्मा द्वारा किया गया। इसके प्रथम संपादक राजस्थान की पुरानी पीढ़ी के सुपरिचित पत्रकार और 'रियासती' के पूर्व संपादक सुमनेश जोशी थे। उसके बाद सुप्रसिद्ध स्वतंत्रता सेनानी और भूतपूर्व मलय संघ में सार्वजनिक निर्माण एवं गृहमंत्री युगल किशोर चतुर्वेदी जिन्हें भरतपुर से प्रकाशित 'नवयुग संदेश' के संपादन का अच्छा अनुभव था, इस पत्र के संपादक बने। चतुर्वेदी के बाद इसके संपादन का दायित्व दिनेश खरे ने और तदन्तर शिवपूजन त्रिपाठी ने संभाला। वर्तमान में राजेश शर्मा इसके संपादक हैं और प्रबध संपादक राकेश शर्मा हैं। कहना न होगा 'राष्ट्रदूत' राजस्थान में पहला समाचारपत्र था, जिसने यह कल्पना की थी कि पत्रकारिता अब एक उद्योग है और उसके संचालन के लिए बड़ी पूंजी की अनिवार्य आवश्यकता है। पिछले छ: दशक से प्रकाशित यह पत्र अपनी सीमित प्रसार- संख्या के बावजूद आज पत्रकारिता के क्षेत्र में अपनी विशिष्ट पहचान

बनाये हुए है । इस समय इसके जयपुर के अतिरिक्त कोटा, बीकानेर, उदयपुर, अजमेर और जालोर से नियमित संस्करण निकल रहे हैं ।

2. राजस्थान पत्रिका

एक साधनहीन श्रमजीवी पत्रकार केवल अपनी पैनी कलम और कठोर श्रम के सहारे किस प्रकार एक बड़े समाचारपत्र का निर्माण कर सकता है, इसका ज्वलंत उदाहरण 'राजस्थान पत्रिका' है । कर्पूर चन्द कुलिश ने 7 मार्च, 1956 को 'राजस्थान पत्रिका ' का सायंकाल दैनिक के रूप में प्रकाशन प्रारम्भ किया । सन् 1956 से 1961 तक पत्रिका सांयकालीन दैनिक के रूप में चलती रही । इसके बाद इसका स्वरूप एक दैनिक का हो गया और इसके सामग्री-वैविध्य, प्रसार-संख्या तथा प्रभाव में उत्तरोत्तर वृद्धि होती गई । वर्तमान में गुलाब कोठारी इसके संपादक हैं । जयपुर के अतिरिक्त जोधपुर, उदयपुर, कोटा, बीकानेर, सीकर, श्रीगंगानगर, भीलवाड़ा, अलवर, अजमेर, पाली, बांसवाड़ा, बैंगलौर, अहमदाबाद, सूरत, चेन्नई और कोलकाता संस्करण एक साथ निकल रहे हैं ।

3. दैनिक नवज्योति

' नवज्योति' का प्रकाशन 2 अक्टूबर, 1936 में अजमेर से रामनारायण चौधरी ने प्रारम्भ एक साप्ताहिक पत्र के रूप में किया था । बाद में 'नवज्योति' को रामनारायण चौधरी ने अपने अनुज दुर्गाप्रसाद चौधरी को सौंप दिया, जिन्होंने इसे साप्ताहिक से दैनिक कर दिया । इस दृष्टि से कप्तान दुर्गाप्रसाद चौधरी इसके संस्थापक रहे हैं । वर्तमान में इसके संपादक दीनबंधु चौधरी हैं । इस समय इसके चार संस्करण जयपुर, अजमेर, कोटा, जोधपुर से प्रकाशित हो रहे हैं । जयपुर संस्करण का प्रारम्भ सन् 1962 में किया गया था । इस पत्र ने राजस्थान के जनजीवन को प्रतिबिम्बित करने और उसके अभाव- अभियोगों को वाणी देने में बहुत मूल्यवान योगदान किया है । पूर्व स्वाधीनता युग में जहां उसने रियासती शासकों के शोषण, अत्याचार और निरंकुशता के खिलाफ आवाज बुलन्द की, वहां स्वाधीनता के बाद लोकतंत्रीय शासन में नौकरशाही की मनमानी और अन्य सामाजिक विद्रुपताओं के विरुद्ध भी उसने समय- समय पर तीखी और कटु आलोचनाएं की हैं । यह-पत्र निरन्तर प्रगति पथ पर अग्रसर है ।

4. दैनिक भास्कर

राजस्थान की हिंदी पत्रकारिता में यह एक महत्वपूर्ण घटना थी, जब जयपुर से 19 दिसम्बर, 1996 को दैनिक भास्कर का प्रकाशन शुरू हुआ । इसके प्रथम संपादक हिंदी के विख्यात कथाकार और लेखक कमलेश्वर थे । उनके बाद इसके, संपादक यशवंत व्यास और एन.के. सिंह रहे । वर्तमान में इसके संपादक कल्पेश याग्निक हैं । भास्कर के प्रकाशन के साथ ही एक ओर जहा राज्य के बड़े दैनिक ' राजस्थान पत्रिका' का वर्चस्व टूटा, वहां इसके विस्तार के साथ राज्य के संभागीय मुख्यालयों और जिलों से प्रकाशित छोटे पत्रों के सामने भी कड़ी प्रतिस्पर्धा और अस्तित्व के संकट

की स्थिति उत्पन्न हो गयी । भास्कर निरन्तर सफलता के सोपान चढ़ते हुए अपनी एक दशक की यात्रा पूरी कर चुका है और देश के अन्य अनेक राज्यों से भी इसके संस्करण प्रकाशित हो रहे हैं । हिंदी पत्रकारिता उद्योग में भास्कर ने अपने व्यापक प्रसार और व्यावसायिक सफलता के नये कीर्तिमान स्थापित किये हैं ।

5. जलते दीप

राजस्थान के क्षेत्रीय दैनिकों में 'जलते दीप' का अपना विशिष्ट महत्व है । उत्तरी पश्चिमी राजस्थान की हलचलों को प्रकाशित करने के साथ ही इसमें राजस्थानी भाषा की भी श्रेष्ठ सामग्री छपती है । सन् 1966 में इस पत्र की स्थापना माणक मेहता ने की थी । उनके निधन के बाद उनके अनुज पदम मेहता के संपादन में यह पत्र निरन्तर प्रगति पथ पर है । इसका एक संस्करण जयपुर से भी प्रकाशित किया जा रहा है । इस समाचारपत्र का दिल्ली में भी अपना ब्यूरो स्थापित है ।

6. अमर राजस्थान

जयपुर से सन् 1960 में सायंकालीन दैनिक के रूप में भंवर शर्मा द्वारा ' अमर राजस्थान' का शुभारंभ किया गया । तब से यह निरन्तर बिना किसी अवरोध के बराबर निकल रहा है । ' अमर राजस्थान' अपने साधनों की सीमाओं के बावजूद पाठकों को प्रतिदिन ताजा समाचार देने के साथ सामयिक महत्व के मुद्दों पर संपादकीय टिप्पणियां और लेख बराबर उपलब्ध कराता रहा है ।

7. अधिकार

यह समाचारपत्र सन् 1955 में विष्णु शर्मा ' अरुणेश' तथा कृष्ण कुमार 'सौरभ भारती' द्वारा साप्ताहिक के रूप में जयपुर से प्रारम्भ किया गया था, जिसे ठीक एक दशक बाद सन् 1965 में दैनिक का रूप दे दिया गया । यह बहुसंस्करणी पत्र अपनी संघर्ष पूर्ण यात्रा से गुजरते हुए निकलता रहा है । हाल ही में इसके जयपुर संस्करण को नया स्वरूप प्रदान किया गया है और अब यह वीर सक्सेना के संपादन में निकलने लगा हे ।

8. जय राजस्थान

प्रसिद्ध स्वतंत्रता सेनानी और ' पन्द्रह अगस्त' साप्ताहिक के यशस्वी संपादक चन्द्रेश व्यास द्वारा इस पत्र का प्रकाशन सन् 1972 में उदयपुर से किया जा रहा है । दक्षिणी राजस्थान का प्रतिनिधित्व करने वाले इस दैनिक का प्रभाव क्षेत्र विशेष रूप से उदयपुर, भीलवाड़ा, चित्तौड़गढ, डूंगरपुर और बांसवाड़ा जिलों में हे ।

जयपुर से प्रकाशित दैनिक समाचारपत्रों में तीन दैनिकों के नाम भी उल्लेखनीय हैं। ये दैनिक पत्र हैं- ' समाचार जगत', ' महका राजस्थान' और 'डेली न्यूज' । समाचार जगत, सायंकालीन भी प्रकाशित हो रहा है । समाचार जगत के संपादक राजेन्द्र के. गोधा हैं ।

3.8.2 सायंकालीन समाचारपत्र

राजस्थान में सायंकालीन समाचारपत्रों के प्रकाशन की भी परम्परा शुरू हुई है। जयपुर से अनेक सायंकालीन समाचारपत्र प्रकाशित हो रहे हैं । इन पत्रों में ' समाचार जगत''महानगर टाइम्स', 'न्यूज टूडे', 'ईवनिंग प्लस', 'ईवनिंग पोस्ट' आदि के नाम उल्लेखनीय हैं। ये समाचारपत्र मुख्य रूप से स्थानीय समाचारों से भरे होते हैं। इनकी पाठ्य सामग्री मनोरंजनप्रद होती है और ऑफसैट पर मुद्रित हो रहे हैं । समाचारपत्र लगभग दोपहर तक बाजारों में पाठकों के लिए उपलब्ध होते हैं । जयपुर के विस्तार और राजधानी होने के कारण कहा जा सकता है कि सायंकालीन पत्रों का भी भविष्य उज्ज्वल है । उनके अपने पाठक हैं, विज्ञापनदाता हैं और बाजार है ।

3.8.3 साप्ताहिक और पाक्षिक समाचारपत्र

प्रेस रजिस्ट्रार 2005 - 06 की रिपोर्ट के अनुसार राजस्थान में कुल मिलाकर छोटे-मोटे चार हजार से अधिक साप्ताहिक और पाक्षिक समाचारपत्र विभिन्न भागों में निकलते हैं। इन पत्रों का प्रभाव क्षेत्र अपने- अपने जिले तक सीमित रहा है। यद्यपि ये सभी साप्ताहिक पत्र प्रदेश की राजनीतिक हलचलों के प्रति संवेदनशील रहे हैं, तथापि जिले की सामाजिक, सांस्कृतिक ओर साहित्यिक गतिविधियां भी इनका वर्ण्य विषय रही हैं । समाचार साप्ताहिकों की दृष्टि से इन समाचारपत्रों का महत्व प्राय: नगण्य ही रहा है, क्योंकि त्वरित संचार व्यवस्था के इस युग में विलम्ब से छपे समाचार प्रधान साप्ताहिकों को पाठकों का संरक्षण पत्र की गुणात्मकता के आधार पर प्राप्त होना प्रकटतः: बहुत दुष्कर है। ऐसी परिस्थिति में जब तक कोई साप्ताहिक अथवा पाक्षिक अपने निजी स्रोतों से कोई विशिष्ट सामग्री पाठकों को सुलभ न कराये उसकी मांग जन सामान्य में होना कठिन ही होता है । फिर भी, राजस्थान के साप्ताहिकों ने ग्रामीण क्षेत्रों की समस्याओं और अभाव- अभियोगों को उजागर करने में अपना उपयुक्त योगदान किया है । इनमें से कुछ प्रमुख पत्रों का परिचय यहां प्रस्तुत किया जा रहा है ।

1. अमर ज्योति

नारायण चतुर्वेदी, भूदेवदत्त शर्मा और वीरेन्द्र सिंह चौहान के संयुक्त प्रयत्नों से प्रारंभ किया गया। यह समाचारपत्र यद्यपि मूलत: राजनीतिक उद्देश्यों की पूर्ति को सामने लेकर आया था और जयनारायण व्यास समर्थक अपनी भूमिका को इसने भली प्रकार अंजाम दिया था। तथापि, राजनीति के साथ-साथ साहित्य के क्षेत्र में भी इसने अपना अच्छा स्थान बना लिया था। इसके संपादकीय विभाग से राजेन्द्र कुमार ' अजेय' के संबद्ध होने के कारण उस काल में लोकप्रिय कवि सुधीन्द्र, रामनाथ कमलकार, कर्पूरचंद कुलिश और सिद्धार्थ देव मेघदूत आदि का सहयोग इसे प्राप्त था। ' अजेय' स्वयं उस समय के चर्चित कवियों और लेखकों में अग्रणी थे। ' अमर ज्योति' के

मुख पृष्ठ पर अनिवार्य रूप से कविताएं ही छपती थीं । अजेय के बाद इस पत्र के संपादन से रावत सारस्वत ओर एक लंबे अर्से तक डॉ. मनोहर प्रभाकर भी संबद्ध रहे।

2. पन्द्रह अगस्त

15 अगस्त, 1951 को उदयपुर से चन्द्रेश व्यास के संपादकत्व में आरंभ किया गया यह साप्ताहिक सचमुच प्रदेश के पठनीय साप्ताहिकों मे से था । इस पत्र का सबसे बड़ा आकर्षण संपादक की अपनी कलम से लिखी गई सामग्री होती थी, जिसकी सरल-तरल शब्दावली और शैली वैशिष्ट्य पाठक को बांध लेते थे । अब 'जय राजस्थान' के साप्ताहिक संस्करण के रुप में इसका प्रकाशन अवश्य होता है, किंतु इसका अपना वह मौलिक स्वरुप अब अस्तित्वहीन हो चुका है ।

3. कांग्रेस संदेश

राजस्थान प्रदेश कांग्रेस द्वारा सन् 1950 में प्रारंभ किये गए इस समाचारपत्र का स्वरुप निर्माण उस समय हुआ जब सन् 1952 में विश्वनाथ वामनकाले ने इसके संपादन का दायित्व ग्रहण किया । काले ने इस पत्र को एक दलीय पत्र से ऊपर उठाकर विचार प्रधान और साहित्यिक पत्र बना दिया था । वरिष्ठ पत्रकार सीताराम झालानी ने -भी अपने पत्रकारी जीवन की शुरूआत यहीं से की थी ।

4. सेनानी

कोटगेट, बीकानेर से सन् 1950 में प्रकाशित इस साप्ताहिक के संचालक-संपादक प्रसिद्ध साहित्यकार और देशभक्त शम्भूदयाल सक्सेना थे । यह पत्र पश्चिमी राजस्थान के साप्ताहिकों में अग्रणी था । प्रारंभ में यह पत्र जन-जागरण के जिन उद्देश्यों को लेकर चला था, वे शनै: शनै: व्यावसायिक स्वार्थो के कोहरे से ढंक गए और अब एक सामान्य सावधिक प्रकाशन रह गया है ।

5. नया राजस्थान

जयपुर से सन् 1955 में प्रारंभ किया गया यह साप्ताहिक पत्र राजस्थान साम्यवादी दल का मुख पत्र था और इसके संपादक श्री हरिकृष्ण व्यास थे । कांग्रेस सरकार पर योजनाबद्ध ढंग से प्रहार करना और साम्यवादी दल की गतिविधियों का प्रचार करना इसका मुख्य लक्ष्य था । प्रारंभ में इसकी प्रसार संख्या संतोषजनक थी । लगभग 5 वर्ष चलते रहने के बाद यह पत्र राजनीतिक एवं आर्थिक कारणों से बंद कर दिया गया ।

6. ग्राम राज

'कांग्रेस संदेश' और 'नया राजस्थान' जैसे दलीय पत्रों के ठीक विपरीत राजनीति से मुक्त यह पत्र समग्र सेवा संघ की ओर से भूदान और सर्वोदयी विचारधारा के प्रचार के लिए सन् 1952 में जयपुर के एक पाक्षिक के रुप में प्रारंभ किया गया था और आज भी बराबर प्रकाशित हो रहा है ।

7. गणराज्य

रामरतन कोचर द्वारा संचालित इस पत्र का प्रकाशन बीकानेर से सन् 1952 में आरंभ किया गया था । लम्बे अर्से तक इसके संपादक चिरंजीव जोशी 'सरोज' रहे । सन्

1962 के आसपास जब पत्र जयपुर से निकलने लगा तो कुछ समय बाद प्रसिद्ध साहित्यकार पांडेय वेचन शर्मा ' उग्र' भी इस पत्र के संपादकीय विभाग पर आ गए थे । साहित्यिक संपादकों की अलमस्ती में इस पत्र का व्यावसायिक पक्ष बराबर ' उपेक्षित' होता रहा और अन्ततोगत्वा पत्र के संचालक को इसे बन्द करना पड़ा । सरोज ने आगे चलकर 'नवयुग' पाक्षिक का प्रकाशन भी अपने उस तेवर के साथ किया । लम्बे अन्तराल के बाद इसका प्रकाशन फिर होने लगा है ।

8. **आयोजन**

राजस्थान के पुराने पत्रकार और स्वाधीनता सेनानी सुमनेश जोशी द्वारा यह पत्र पंचायती राज की गतिविधियों को उजागर करने के लिए ग्रामीण पाठकों की आवश्यकता को ध्यान में रखते हुए जयपुर से सन् 1960 में आरंभ किया गया था। किंतु प्रारंभ में उपलब्ध पर्याप्त सरकारी संरक्षण में शिथिलता आने पर यह पत्र लगभग तीन वर्ष बाद ही बन्द हो गया ।

9. **अणिमा**

यह पत्र साहित्यिक मासिक के रूप में पहले कलकत्ता से और फिर सन् 1967 में जयपुर से निकला । इसके साहित्यकार संपादक शरद देवडा ने इसे साहित्यिक मासिक के रूप में स्थापित करने के बड़े प्रयत्न किये किंतु अन्ततोगत्वा उन्हे अनुभव करना पड़ा कि राजनीति का पल्ला पकड़े बिना प्रदेश की पत्रकारिता में जमना टेढ़ी खरी है । फलत: सन् 1971 के आसपास इसे साप्ताहिक का रूप दे दिया गया । तदन्तर ' अणिमा' को दैनिक बना दिया गया । व्यावसायिक असफलता के कारण अन्तत: इसका प्रकाशन बन्द हो गया ।

3.8.4 प्रमुख राष्ट्रीय समाचारपत्र

राजस्थान में दिल्ली से प्रकाशित अनेक समाचारपत्र आ रहे हैं । इन समाचारपत्रों में 'नवभारत टाइम्स', 'दैनिक हिन्दुस्तान', 'पंजाब केसरी', ' राष्ट्रीय सहारा', ' जनसत्ता', ' वीर अर्जुन' आदि का नाम उल्लेखनीय है ।'दि हिन्दुस्तान टाइम्स', 'टाइम्स ऑफ इंडिया', 'इंडियन एक्सप्रेस', 'स्टेट्समैन' आदि समाचारपत्रों की कॉफी प्रतियां राजस्थान में आती है । दिल्ली से प्रकाशित 'इंडिया टूडे', ' आउट लुक', आह! जिंदगी के पाठकों की बड़ी संख्या राजस्थान में है । 'पीटीआई', 'यूएनआई', ' भाषा' एवं 'वार्ता ' समाचार समितियों के मुख्यालय भी जयपुर में है । इसके अतिरिक्त आकाशवाणी और दूरदर्शन के केन्द्र भी जयपुर में हैं ।

प्रेस इन इंडिया 2005 - 06 भारत के समाचारपत्रों के पंजीयक की 50वीं वार्षिक रिपोर्ट के अनुसार राजस्थान में वर्ष 2005 - 06 में कुल 3,977 समाचारपत्र प्रकाशित हो रहे थे । इनमें शामिल थे 481 दैनिक, 22 त्रि या द्वि साप्ताहिक, 1172 साप्ताहिक, 1464 पाक्षिक, 610 मासिक, 146 त्रैमासिक, वार्षिक 12 और अन्य 70 और जयपुर

से 172 समाचारपत्र प्रकाशित हुए । अजमेर, अलवर, बीकानेर, जोधपुर, कोटा और उदयपुर जैसे बड़े नगरों से 500 समाचारपत्र और शेष 70 छोटे नगरों से । वर्ष 2005-06 मै राजस्थान के समाचारपत्रों की संख्या (भाषा और अवधिवार) यहां दी जा रही है।

राजस्थान के समाचारपत्र

वर्ष 2005 - 06 में समाचारपत्रों की संख्या (भाषा और अवधिवार)

भाषा	दैनिक	त्रि/द्वि साप्ता.	साप्ताहिक	पाक्षिक	मासिक	त्रै-मासिक	अन्य	वार्षिक	कुल
अंग्रेजी	4	0	8	22	39	15	15	4	107
हिन्दी	458	21	1115	1371	468	96	32	7	3568
बंगाली	0	0	0	1	0	0	0	0	1
मलयालम	0	0	0	0	1	0	0	0	1
मराठी	0	0	1	0	1	0	0	0	2
पंजाबी	0	0	2	2	1	0	0	0	5
संस्कृत	0	0	0	0	1	1	0	0	2
सिंधी	4	0	10	5	1	1	0	0	21
उर्दू	11	0	4	4	4	0	0	0	23
द्विभाषी	4	1	28	51	78	27	18	1	208
बहुभाषी	0	0	2	5	12	3	2	0	24
अन्य	0	2	2	3	4	3	3	0	15
योग	481	22	1172	1464	610	146	70	12	3977

प्रेस इन इंडिया (2005 -06)

उक्त दैनिकों के अतिरिक्त जन-गण (जोधपुर), मारवाड टाइम्स (जोधपुर), लोकमत (बीकानेर), उदयभानु (धौलपुर), धनुर्धर (बांसवाडा), गंगानगर पत्रिका (गंगानगर), सीमा संदेश (गंगानगर), कलम (बीकानेर), थार ज्योति (बीकानेर), राजस्थान टाइम्स (अलवर), जननायक (कोटा), धरती के लाल (कोटा), संजय (झालावाड), जोधपुर टाइम्स (जोधपुर), जयगढ़ (जयपुर), युगपुरूष (कोटा), कूक (जयपुर) आदि और भी दैनिक प्रदेश के विभिन्न भागों से निकले हैं और निकल रहे हैं, किंतु कुछ को छोड़कर शेष या तो ' अनियमित' हैं या साप्ताहिक / पाक्षिक के रुप में निकलने लगे हैं अथवा बंद हो गए हैं ।

3.9 राजस्थान की साहित्यिक पत्रकारिता

राजस्थान जैसे प्रदेश ने साहित्यिक पत्रकारिता के क्षेत्र में भी पराधीनता के उस युग में कुछ ऐसे प्रयत्न किए, जिन्होंने हिंदी साहित्य के संवर्द्धन ओर विकास में न केवल महत्वपूर्ण योगदान किया, अपितु अपनी गुणवत्ता से नये कीर्तिमान स्थापित किये । यहां ऐसे ही कुछ चुने हुए पत्रों एवं पत्रिकाओं का परिचय प्रस्तुत किया जा रहा है । यह कहना पत्र-पत्रिकाओं को प्रारंभ करने वाले वे प्रबुद्ध चेता व्यक्ति थे जिनकी अनुरक्ति राजनीति की अपेक्षा साहित्य में अधिक थी ओर जो साहित्य की विभिन्न रचनात्मक विधाओं के माध्यम से विचार-क्रांति की भूमिका निभाने के दायित्व को उठाने के लिए तत्पर थे । इस प्रकार के पत्रों में विद्यार्थी सम्मिलित

हरिशचन्द्र चन्द्रिका, 'सद्धर्भ स्मारक' ' भारत मार्त्तण्ड', 'समालोचक', 'सौरभ' और 'त्याग भूमि' आदि के नाम विशेष रूप से उल्लेखनीय हैं ।

1. **विद्यार्थी सम्मिलित हरिशचन्द्र-मोहन चन्द्रिका -** यहां यह उल्लेख है कि भारतेन्दु हरिशचन्द्र ने काशी से सन् 1874 में जिस 'हरिशचन्द्र चन्द्रिका' का प्रकाशन किया था, वह 1880 तक अनियमित रूप से प्रकाशित होने के बाद बन्द हो गयी थी । अत: 'हरिशचन्द्र पत्रिका' की स्मृति को बनाए रखने के लिए नाथद्वारा के साहित्यकारों ने पंडित मोहनलाल विष्णुलाल पाण्डेय द्वारा संचालित 'मोहन चंद्रिका' और पंडित दामोदर शास्त्री की 'विद्यार्थी पत्रिका' को मिलाकर सन् 1881 में विद्यार्थी सम्मिलित हरिश्चंद्र चन्द्रिका मोहन चन्द्रिका का प्रकाशन पांडेय जी के स्वामित्व ओर शास्त्री जी के संपादकत्व में उदयपुर से प्रारंभ किया । इस पत्रिका के अंकों की संख्या ' हरिश्चंद्र चंद्रिका' के अनुक्रम में ही रखी गई थी । भारतेन्दु बाबू हरिशचन्द्र, राधाशरण गोस्वामी, बाबू काशीनाथ वर्मा, बाबू दीपनारायण सिंह वर्मा, और पं. विनायक शास्त्री इसके प्रमुख लेखकों में थे । इस पत्रिका में जहां साहित्यिक विषयों पर लेख और सृजनात्मक विधाओं की रचनाएं छपती थीं वहां सामयिक विषयों पर टिप्पणियां और सांस्कृतिक गतिविधियों की रिपोर्ट भी प्रकाशित होती थीं । डॉ. महेन्द्र मधुप ने ' हरिशचन्द्र चंद्रिका' और 'मोहन चंद्रिका' को राजस्थान की पहली साहित्यिक पत्रिका माना है ।
2. **सद्धर्भ स्मारक -** 'विद्यार्थी सम्मिलित हरिश्चंद्र चन्द्रिका-मोहन चंद्रिका का एक अन्य समकालीन पत्र नाथद्वारा से प्रकाशित होने वाला ' सद्धर्भ स्मारक' (1883) मासिक था । इस पत्र का प्रकाशन प्रतिमाह की एकादशी को श्री सुदर्शन यंत्रालय से होता था । इसमें कुल 28 पृष्ठ होते थे । 'सद्धर्भ स्मारक' की भाषा बल्लभ संप्रदाय वर्ग की पाठक बहुलता के कारण ब्रजभाषा थी ।
3. **भारत मार्तण्ड -** इसी नाम के पत्र जयपुर, जसपुर, कलकत्ता और जोधपुर से भी इसी काल में निकलने का उल्लेख कतिपय लेखकों ने किया है, किंतु इस नाम का एक मात्र पत्र जोधपुर से सन् 1898 में प्रकाशित पं. रामकर्ण आसोपा के संपादन में ' भारत मार्तण्ड ' ही ऐसा है जिसका अस्तित्व असंदिग्ध हैं । अपने गुरु की स्मृति को बनाए रखने के लिए श्रद्धा से अभिभूत होकर इन्होंने अपने इस पत्र का नाम ' भारत मार्तण्ड' रखा था । इसका प्रकाशन प्रतिमाह की प्रतिपदा को होता था ओर प्रत्येक अंक मे 32 पृष्ठ होते थे ।
4. **समालोचक-** जयपुर जैसे स्थान से जहां पत्रकारिता के क्षेत्र में कोई उल्लेखनीय प्रयत्न उन्नीसवीं सदी के अंत तक न हो सका ' 'समालोचक ' जैसे साहित्यिक मासिक का समारंभ निश्चय ही एक युगान्तरकारी घटना थी । यहां यह उल्लेख है कि कानूनी दृष्टि से कुछ भी स्थिति रही हो 'समालोचक' के संपादन के साथ पं. चंद्रधर शर्मा 'गुलेरी' का नाम इस तरह जुडा हुआ था कि वेएक दूसरे के पर्याय हो गए । ' समालोचक' के प्रवेशांक के अनुसार इसके संपादक गहमर निवासी बाबू गोपालराम गहमरी थे और प्रथम वर्ष में इसका संपादकीय कार्यालय भी गहमर (गाजीपुर) में ही था । गुलेरी जी की रचनाएं इस पत्र में

दूसरे वर्ष से प्रकाशित होनी आरंभ हुई ओर इसका संपादकीय दायित्व जयपुर में जवाहरलाल जैन 'वैद्य' वहन करने लगे । सितम्बर, 1904 के अंक में स्वयं गुलेरी जी ने इस बात का खंडन किया है कि वे पत्र के संपादक हैं । किंतु वस्तुस्थिति यह थी कि गुलेरी जी ही इस पत्र के संबल और पूर्णत: इसके संपादन से संबद्ध थे ।

'समालोचक' के प्रकाशन वर्ष के संबंध में भ्रान्त धारणाएं हैं। किन्ही ने इसका प्रकाशन सन् 1901 माना है तो किन्ही ने सन् 1902 किंतु द्विवेदी युग के कीर्तिशेष पत्रकार पं. झाबरमल शर्मा ने व्यक्तिगत संग्रह में इस पत्र की पूरी फाइल सुरक्षित है, जिसे देखने से पता लगता है कि इसका प्रकाशन सन् 1902 - 1906 था । 'समालोचक' के प्रकाशन का लक्ष्य हिंदी साहित्य की आलोचना के साथ-साथ युग की मांग के अनुरुप सांस्कृतिक पुनर्जागरण एवं राष्ट्रीयता परक साहित्य के प्रकाशन में महत्वपूर्ण योगदान देना भी था।

5. **त्यागभूमि -** राजस्थान की पत्रकारिता के इतिहास में 'त्यागभूमि' का प्रकाशन एक महत्वपूर्ण घटना थी । सन् 1927 में अजमेर से प्रकाशित यह पत्रिका 'जीवन, जागृति, बल और बलिदान' की पत्रिका थी । इसके संपादक पं. हरिभाऊ उपाध्याय जो गांधीवादी के कट्टर समर्थक और प्रबुद्ध विचारक थे । इसके प्रत्येक अंक में 64 पृष्ठ होते थे । सृजनात्मक साहित्य की विभिन्न विद्याओं के माध्यम से देशभक्ति का प्रसार 'त्यागभूमि' का मुख्य लक्ष्य था । इस पत्रिका में विज्ञापन स्वीकार नहीं किये जाते थे ।

समालोचक के बाद मासिक भारत सर्वस्व 11 फरवरी, 1905 से पं. माधव प्रसाद शास्त्री के संपादन में प्रारंभ हुआ । तदनन्तर, 1907 में 'विद्या भास्कर का प्रकाशन पं. गिरिधर शर्मा चतुर्वेदी के संपादन में प्रारंभ हुआ । इसके तीनवर्ष बाद हिंदी साहित्य समिति, आबू रोड द्वारा मासिक हिंदी साहित्य ग्रंथावली' का प्रकाशन प्रारंभ हुआ । सन् 1915 में इसी श्रृंखला में मासिक ' निबंधमाला' के भरतपुर से प्रकाशित होने का उल्लेख मिलता है । उक्त अल्पजीवी पत्रों का भी इस काल में अपना महत्व था, इस बात से नकारा नहीं जा सकता, किंतु 'समालोचक' के बाद साहित्य जगत में यदि दूसरे किसी पत्र की धाक उस युग में रही तो वह थी सन् 1920 में सुप्रसिद्ध साहित्य सेवी पं. रामनिवास शर्मा के संपादकत्व में झालरापाटन से प्रकाशित 'सौरभ' की । 'सौरभ' के लेखकों में मिश्रबंधु पं. रामनरेश त्रिपाठी, बाबू संपूर्णानंद, मुंशी देवीप्रसाद और किशोरीसिंह बारहठ जैसे महारथी थे । इस पत्र में न केवल साहित्यिक रचनाएं छपती थीं, अपितु 'सौरमण्डल' ओर 'प्लेग' जैसे वैज्ञानिक विषयों पर भी लेख छपते थे ।

कुछ ओर महत्वपूर्ण साहित्यिक पत्रिकाएं

साहित्यिक पत्रकारिता के दूसरे दौर में कुछ ओर महत्वपूर्ण पत्र-पत्रिकाओं का उदय हुआ, जो प्रदेश में साहित्यिक पत्रकारिता की परम्परा को आगे बढ़ाने में बहुत स्हायक सिद्ध हुए । इन पत्रों में 'चारण' (1938) त्रैमासिक, 'प्रकाश' (1939), 'हितैषी' (1940), 'राजस्थान', 'राजस्थानी' (1939), 'गणेश' (1934), 'चांदनी' (1946), 'भाई बहन' (1946), और 'बालहित' (1935), 'राजस्थान क्षितिज' (1946), 'ज्योति', 'राष्ट्रभाषा', 'नई चेतना' ओर 'विजयी' आदि उल्लेखनीय हैं।

स्वतंत्रता के बाद विशेषकर छठे दशक में पूरे हिंदी जगत में साहित्यिक पत्रिकाओं का एक ज्वार उठा था, जिससे राजस्थान भी अछूता नहीं रह सका । स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद प्रकाशित पत्रिकाओं में अनेक पत्रिकाएं चर्चित रही। अनेक पत्रिकाएं अभी भी प्रकाशित हो रही है ओर चर्चित हैं । प्रारंभ में 'ज्योति' (1950), 'मरुवाणी' (1955), 'मरुभारती' (1953), 'राजस्थान साहित्य' (1954), 'प्रेरणा' (1953), 'लोककला' (1953), 'वाणी' (1961), 'लोक साहित्य आदि प्रकाशित हुई। वहीं सातवें आठवें दशक में पत्रिकाओं का नया दौर शुरू। हुआ जिसमें'लहर' (1957), 'वातायन' (1961), 'सम्बोधन' (1966), 'मधुमती' (1960), 'अणिमा' (1967), ' सम्प्रेषण' (1964), 'कविताएं' ' अकथ्य' (1968), 'तटस्थ' (1969), ' कृति ओर', 'बिन्दु', ' क्यों' ' अभिव्यक्ति ', ' शेष', 'समय माजरा' (2000) आदि उल्लेखनीय पत्रिकाएं रहीं । कुछ अचर्चित पत्रिकाएं भी रहीं जैसे 'कविता' (1961), 'चर्चा', 'गंध' (1990), 'मीरा', ' हम', ' आयाम', 'नवचिंतन', ' लेखनी', ' क्षत्रल', ' अन्तबोध' आदि ।

यहां संक्षेप में स्वतंत्रता के बाद की साहित्यिक पत्रिकाओं का संक्षिप्त परिचय देना अभिप्रेत है :

नई चेतना - सन् 1950 में बीकानेर से लक्ष्मीकान्त तथा गजानन्द प्रसाद के संपादकत्व में द्वैमासिक पत्रिका 'नई चेतना' का प्रकाशन शुदा हुआ । इस पत्रिका ने प्रगतिशील यथार्थवाद का प्रतिपादन करने का जो प्रयास किया, वह महत्वपूर्ण था ।

विजयी - जयपुर से वर्ष 1950 में सुप्रसिद्ध चित्रकार एवं साहित्यकार रामगोपाल विजयवर्गीय के संरक्षण में ' विजयी' नाम से साहित्यिक पत्रिका का प्रकाशन हुआ । इस पत्रिका के संपादक गोपीचंद वर्मा थे ।

ज्योति - जयपुर से ही वर्ष 1950 में श्री राजेन्द्र कुमार ' अजेय' द्वारा ज्योति का प्रकाशन किया गया । इस पत्रिका के दो ही अंक प्रकाशित हुए, किंतु दोनों ही अंक उत्कृष्ट साहित्यिक सामग्री के कारण चर्चित रहे ।

मरुवाणी - सन् 1953 में राजस्थान के सुप्रसिद्ध कवि जो अपनी ' बादली' और 'लू' जैसी राजस्थानी कविताओं के लिए प्रसिद्ध थे । चन्द्रसिंह के संपादन में जयपुर से 'मरुवाणी' का प्रकाशन हुआ । चन्द्र सिंह जी के बाद राजस्थान भाषा प्रचार सभा द्वारा प्रकाशित इस राजस्थानी भाषा की पत्रिका का संपादन राजस्थानी साहित्य के मर्मज्ञ विद्वान रावत सारस्वत अपनी मृत्युपर्यन्त करते रहे । 'मरुवाणी' ने राजस्थानी भाषा के लेखकों की नई पीढ़ी को प्रकाशन में लाने का महत्वपूर्ण कार्य किया । यह पत्रिका अब बन्द हो चुकी है ।

मरुभारती - यह त्रैमासिक साहित्यिक शोध पत्रिका थी । इसका प्रकाशन सन् 1953 में बिड़ला एज्यूकेशन ट्रस्ट पिलानी द्वारा किया गया था । इसके संपादक सुप्रसिद्ध राजस्थानी साहित्यकार डॉ. कन्हैयालाल सहल थे ।

राजस्थान साहित्य - राजस्थान साहित्य संस्थान, उदयपुर द्वारा सन् 1954 में पंडित जनार्दनराय नागर एवं भगवतीलाल भट्ट के संपादन में 'राजस्थान साहित्य' का प्रकाशन किया गया । जोधपुर से सन् 1953 में 'प्रेरणा' का प्रकाशन शुक हुआ। प्रारंभ में इसके संपादक श्री देव नारायण व्यास थे । बाद में कुछ समय के लिए इसके संपादक कोमल कोठारी भी रहे।

लोक कला- भारतीय लोक कला मंडल, उदयपुर द्वारा सन् 1953 में 'लोक कला' नामक एक त्रैमासिक पत्रिका का प्रकाशन शुरू किया गया । इसके संपादक मंडल में डॉ. वासुदेव शरण अग्रवाल, बलवंत सिंह मेहता तथा देवीलाल सामर थे । बीच में इसका प्रकाशन बन्द हो गया। सन् 1966 में इसका पुन: प्रकाशन हुआ । सन् 1966 से 1980 तक यह पत्रिका निरन्तर प्रकाशित होती रही । सन् 1966 से 1975 तक इसके संपादक देवीलाल सामर रहे, फिर 1980 तक डॉ. महेन्द्र भानावत ने इसका संपादन किया । अपने प्रकाशन काल में लोक कला एक चर्चित पत्रिका थी ।

लहर-सन् 1957 में अजमेर से प्रकाशित 'लहर' का साहित्यिक पत्रिकाओं में महत्वपूर्ण स्थान हैं । प्रकाश जैन एवं मनमोहिनी द्वारा संपादित 'लहर' ने पूरे हिंदी साहित्य जगत में जो प्रतिष्ठा अर्जित की वह 'लहर' के बाद राजस्थान की किसी पत्रिका को प्राप्त नहीं हुई । 'लहर' में प्रतिष्ठित लेखकों के अतिरिक्त नए उभरते हुए लेखकों की तेज धारदार रचनाएं प्रकाशित होती थीं । आर्थिक कठिनाइयों से जूझती 'लहर' का प्रकाशन सन् 1980 तक नियमित रहा । उसके बाद लहर अनियमित हो गयी । सन् 1987 में ' लहर' का अंतिम अंक प्रकाशित हुआ था ।

वातायन - सुप्रसिद्ध राजस्थानी हिंदी कवि, गीतकार हरीश भादानी के संपादन में ' वातायन' का सन् 1961 में प्रकाशन शुरू हुआ । सन् 1964 से यह मासिक हो गयी । वातायन ने साहित्यिक पत्रिकाओं में अपना विशेष स्थान बना लिया था । लंबे समय तक नियमित प्रकाशित होने के बाद आर्थिक संकटों से जूझते हुए इसका प्रकाशन अनियमित हो गया । वर्तमान में इसका प्रकाशन नहीं हो रहा है ।

कविताएं और वाणी - ' कविताएं' (1961) जयपुर से कृष्ण बल्लभ शर्मा के संपादन में मासिक पत्रिका के रुप में प्रकाशन शुरू हुआ । अल्पजीवी इस पत्रिका के अंक चर्चित रहे । रूपायन संस्थान, बोरुन्दा (जोधपुर) से सन् 1961 में कोमल कोठारी ओर विजयदान देथा के संपादन में राजस्थानी लोक कथाओं के मासिक के रुप में ' वाणी' का प्रकाशन शुरु हुआ था । सन् 1968 से इसका नाम लोक संस्कृति हो गया । 'लोक संस्कृति' के नाम से यह पत्रिका सन् 1972 तक प्रकाशित होती रही और फिर इसका प्रकाशन बंद हो गया ।

मधुमती - राजस्थान साहित्य अकादमी की स्थापना के बाद सन् 1960 से एक त्रैमासिक पत्रिका के रुप में मधुमती का प्रकाशन शुरू हुआ । अल्प अवधि के अपवाद को छोड़कर अकादमी के अध्यक्ष ही समय-समय पर इसके संपादक रहे हैं । कहना न होगा कि पिछले 47 वर्षों से नियमित प्रकाशित होते रहने के फलस्वरुप 'मधुमती' के माध्यम से राजस्थान के सृजनधर्मियों का कृतित्व समय-समय पर सामने आता रहा है ।

सम्बोधन - 'मधुमती' के बाद राजस्थान से निरंतर प्रकाशित होने वाली दूसरी पत्रिका संबोधन है । सन् 1966 से कांकरोली (राजसमंद) से कवि-कथाकार कमर मेवाडी द्वारा निजी एव सीमित साधनों एव प्रयास से प्रकाशित हो रही संबोधन ने आर्थिक संकट से जूझते हुए भी पिछले 40 वर्षों में कभी दम नहीं तोड़ा । वर्तमान में त्रैमासिक रुप से निरंतर प्रकाशित हो रही सम्बोधन के अनेक विशेषांक चर्चित रहे हैं जिनमें 'कहानी विशेषांक', 'कविता विशेषांक', 'उपहार अंक',

'शताब्दी अंक', 'गजल विशेषांक' आदि उल्लेखनीय है । सम्बोधन सदैव नई रचनाशीलता को प्रकाश में लाता रहा है ।

सम्प्रेषण - सन् 1964 में भरतपुर से त्रैमासिक पत्रिका 'सम्प्रेषण' का प्रकाशन प्रारंभ हुआ जिसके संपादक चन्द्रभानु भारद्वाज हैं । बाद में इसका प्रकाशन जयपुर से होने लगा । 'सम्प्रेषण' का प्रारंभिक नाम उन्मेष था । आर्थिक संकट के कारण ' सम्प्रेषण' भी अनियमित हो गयी। नवम्बर 1999 में 35 वर्ष पूरे हो जाने पर 'सम्प्रेषण' का पुनर्प्रवेशांक प्रकाशित हुआ । अंक 130 (जनवरी, 2003) बीच-बीच में व्यवधानों के बावजूद यह पत्र अपना अस्तित्व बनाये हुए हैं ।

कृति ओर - सन् 1964 में भरतपुर से एक साहित्यिक पत्रिका का प्रकाशन प्रारंभ हुआ । त्रैमासिक पत्रिका का नाम था ' ओर' तथा इसके संपादक प्रतिष्ठित कवि विजेन्द्र हैं । यह पत्रिका पिछले तेरह-चौदह वर्ष से जयपुर से प्रकाशित हो रही है । पत्रिका का नाम ' ओर' से परिवर्तित होकर 'कृति ओर' हो गया है । 'कृति ओर' नियमित प्रकाशित हो रही है ।

तटस्थ - सन् 1969 में नीम का थाना (सीकर) से डॉ. कृष्ण बिहारी लाल सहल एवं डॉ. हेतु भारद्वाज के संपादन में त्रैमासिक पत्रिका 'तटस्थ' का प्रकाशन शुरु हुआ । कुछ समय बाद इसके संचालन सम्पादन का पूरा दायित्व कृष्णबिहारी लाल ही वहन करने लगे । आर्थिक कठिनाइयों के बावजूद यह पत्र अपना वजूद बनाये हुए है ।

अकथ - जयपुर से सन् 1968 में सशक्त कवि, कथाकार, नाटककार मणि मधुकर द्वारा मासिक पत्रिका ' अकथ' का प्रकाशन शुरू। हुआ । दस्बारह अंकों के बाद ' अकथ' का प्रकाशन बंद हो गया ।

अणिमा - ज्ञानोदय के संपादक रहे साहित्यकार संपादक शरद् देवड़ा ने कलकत्ता से ' अणिमा' का प्रकाशन शुरू। किया था । बाद में सन् 1967 से इसका प्रकाशन जयपुर से होने लगा । इसके कई विशेषांक चर्चित एवं संग्रहणीय रहे । सन् 1971 के बाद ' अणिमा' का स्वरूप पहले साप्ताहिक और कुछ समय बाद दैनिक होकर वह बंद हो गया ।

रंगायन - भारतीय लोक कला मण्डल, उदयपुर द्वारा सन् 1967 में लोक कला एवं लोक साहित्य को प्रकाश में लाने के उद्देश्य से डॉ. महेन्द्र भानावत के संपादन में एक नई मासिक पत्रिका 'रंगायन' का प्रकाशन शुरू किया था । इसका प्रकाशन सन् 1984 तक नियमित रहा लेकिन बाद में अनियमित हो गई और सन् 1999 में इसका अंतिम अंक प्रकाशित हुआ ।

रंगयोग - राजस्थान संगीत नाटक अकादमी, जोधपुर द्वारा सन् 1969 से त्रैमासिक पत्रिका 'रंगयोग' का प्रकाशन किया गया । अल्पावधि में 'रंगयोग' का प्रकाशन बंद हो गया ।

कविता - सन् 1961 में अलवर से एक अनियतकालीन पत्रिका 'कविता' का प्रकाशन प्रारंभ हुआ । भागीरथ भार्गव और जुग्मंदिर तायल इसके संपादक रहे । 'कविता' अनियमित तो रही है, प्रकाशन अवधि में भी अन्तराल रहा । भागीरथ भार्गव एवं डॉ. जीवन सिंह के संपादन में इस पत्रिका के चौदह-पंद्रह अंक ही प्रकाशित हो सके ।

गंध - सन् 1990 से श्री गोपाल जैन के संपादन मे लक्ष्मणगढ़ (सीकर) से प्रकाशित 'गंध' के वर्ष 2002 तक कुल 18 अंक प्रकाशित हुए है । श्री गोपाल जैन की मृत्यु के बाद 2002 का अंतिम अंक प्रकाशित हुआ ।

चर्चा - नवें दशक में जोधपुर से योगेन्द्र दवे के संपादन में अनियतकालीन चर्चा का प्रकाशन शुरू। हुआ । इस पत्रिका के करीब 25 अंक प्रकाशित हुए । प्रकाशित 'चर्चा ' जब तक प्रकाशित हुई चर्चा में रही । सन् 1995 - 96 में पत्रिका बंद हो गयी ।

एक और अन्तरीप - जयपुर से सन् 1992 में प्रेम कृष्ण शर्मा के संपादन में द्विभाषी (हिंदी, अंग्रेजी) त्रैमासिक पत्रिका 'एक और अन्तरीप' का प्रकाशन प्रारंभ हुआ । हिंदी साहित्य सृजन की यह जनवादी विचारधारा की पत्रिका थी । जून, 2000 में करीब बीस व्यक्तियों के संपादन मंडल के साथ' एक और अन्तरीप' का प्रवेशांक निकला । दो अंको के बाद निरंतर प्रकाशित होने वाला 'एक और अन्तरीप' बंद हो गया ।

अभिव्यक्ति - कोटा से पिछले दस बारह वर्षो से शिवराम द्वारा संपादित अनियतकालीन पत्रिका ' अभिव्यक्ति' के जनवरी, 2007 तक 31 अंक प्रकाशित हो चुके हैं । ' अभिव्यक्ति' अपने वामपंथी तेवरों के कारण चर्चित रही है ।

अन्य उल्लेखनीय पत्रिकाएं

जयपुर से जनवरी, 2000 से डॉ. हेतु भारद्वाज के संपादन में मासिक पत्रिका ' समय माजरा' का प्रकाश प्रारंभ हुआ । 'समय माजरा' प्रमुख रूप से एक। वैचारिक पत्रिका है । जयपुर से ही जुलाई, 2000 से मासिक पत्रिका 'सुरुचि' का प्रकाशन शुरू। हुआ । इसके 6 अंक प्रकाशित हुए । बाद में आर्थिक कठिनाइयों के चलते पत्रिका बंद हो गयी । 'प्रतिश्रुति' जोधपुर से मरुधर मृदुल और रामप्रसाद दाधीच के संपादन में जनवरी - मार्च 2001 से शुरू हुई । प्रत्येक अंक में स्तरीय सामग्री प्रकाशित हो रही है । संस्कृति केन्द्रित पत्रिका दिशा बोध का प्रवेशांक जुलाई - अगस्त 2005 में जयपुर से प्रकाशित हुआ । संपादक राजाराम भादू है । प्रवेशांक के बाद ' दिशा बोध' के दो अंक और प्रकाशित हुए हैं, जो अपनी संश्लिष्ट सामग्री के कारण संग्रहणीय है । दुष्यंत के संपादन में डॉ. राधेश्याम शर्मा स्मृति संस्थान से 'शब्दक्रम' का प्रकाशन भी उल्लेखनीय है ।

राजस्थान से कुछ और भी अच्छी पत्रिकाओं का प्रकाशन हुआ था । उदयपुर से नन्द चतुर्वेदी एवं नवल किशोर के संपादन में निकली पत्रिका बिन्दु अल्पजीवी होने के बावजूद चर्चित रही। ‘बिंदु' की तरह 'क्यों' भी लंबे समय तक प्रकाशित नहीं हो सकी, किंतु इन दोनों पत्रिकाओं का योगदान कम उल्लेखनीय नहीं रहा ।

3.10 सारांश

इस इकाई में हम देख चुके हैं कि राजस्थान में हिंदी पत्रकारिता का प्रादुर्भाव कब और कैसे हुआ । राजस्थान की हिंदी पत्रकारिता के क्रमिक विकास का भी अध्ययन हमने किया । साथ ही हमने जाना कि राजस्थान में हिंदी पत्रकारिता का स्वातंत्र्य संग्राम में और इसके बाद क्या स्वरुप रहा । इसके साथ ही, राजस्थान की साहित्यिक पत्रकारिता से भी परिचित हुए ।

राजस्थान की पत्रकारिता के समक्ष अनेक चुनौतियां हैं । राजनीतिक, सामाजिक दबाव, वित्तीय व्यवस्था का अभाव, अखबारी कागज की कमी, दिल्ली एव समीपवर्ती प्रदेशों के समाचारपत्रों से प्रतिस्पर्द्धा, प्रशिक्षित पत्रकारों की कमी, राज्य सरकार पर अधिक निर्भरता, प्रदेश में लोगों में निरक्षरता, क्रय शक्ति की कमी, रेडियो और टीवी न्यूज चैनल का व्यापक प्रभाव, विज्ञापनों की निजी क्षेत्र में कमी आदि के होते हुए भी राजस्थान में हिन्दी पत्रकारिता का भविष्य उज्ज्वल है । राजस्थान पत्रिका के संस्थापक संपादक कर्पूरचंद कुलिश के शब्दों में - " आज राजस्थान के अखबारों की सूरत बिलकुल बदल गई है । अधिकांश अखबार ऑफसैट पर छपते हैं, फोटो, टाइपसेटिंग मशीनों पर कंपोज होते हैं । आर्थिक और राजनीतिक परिस्थिति बहुत आशाप्रद नहीं दिखाई देती है । अत: अखबारों को आगे आने वाले समय में अपने अस्तित्व के लिए संघर्षरत रहना होगा । विकास और प्रसार इतना अब इतना सहज नहीं लगता । जो भी हो, अखबारों को भी देश की समग्र अवस्था के साथ-साथ ही बढ़ना है । यह अवश्य कहा जा सकता है कि अखबारों के सामने सुदीर्घ भविष्य है । आगामी पचास वर्षों तक वे देश की आवश्यकताओं की पूर्ति नहीं कर सकते हैं । "

3.11 संदर्भ ग्रंथ

1. डॉ. मनोहर प्रभाकर - राजस्थान में हिंदी पत्रकारिता, पंचशील प्रकाशन, जयपुर
2. डी. महेन्द्र मधुप - जयपुर की पत्र-पत्रिकाओं का स्वाधीनता आदोलन में योगदान, संप्रेषण, जयपुर
3. डॉ. महेंद्र मधुप - राजस्थान की साहित्यिक पत्रिकाएं 1881 से 1968, (अप्रकाशित शोध प्रबंध)
4. डॉ. प्रकाश पुरोहित - राजस्थान में स्वतंत्रता संग्रामकालीन पत्रकारिता, राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी, जयपुर
5. डॉ. विष्णु पंकज - राजस्थान के पत्र और पत्रकार, राजस्थान प्रकाशन, जयपुर
6. प्रो. रमेश जैन - हिंदी पत्रकारिता इतिहास एवं सरंचना, आविष्कार पब्लिशर्स, डिस्ट्रीब्यूटर्स, जयपुर
7. डॉ. रमेश जैन, संपादक - भारत में हिंदी पत्रकारिता, बोहरा प्रकाशन, जयपुर
8. जगदीश प्रसाद चतुर्वेदी - हिंदी पत्रकारिता का इतिहास, प्रभात प्रकाशन, नई दिल्ली '
9. डॉ. अर्जुन तिवारी - हिंदी पत्रकारिता का वृहद इतिहास, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली
10. डॉ. संजीव भानावत - पत्रकारिता का इतिहास एवं जनसंचार माध्यम, यूनिवर्सिटी पब्लिकेशन्स, जयपुर
11. Dr. Ram Bhatnagar- The Rise and ,Growth of Hindi Journalism.

3.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. 'राजस्थान के प्रारंभिक समाचारपत्रों का इतिहास राज्याश्रित पत्रकारिता का है । " इस कथन की समीक्षा कीजिए।
2. "राजस्थान की पत्रकारिता त्याग और बलिदान की कहानी है ।" इस मत से सहमत हैं? विवेचना कीजिए।
3. भारत के स्वतंत्रता संग्राम में राजस्थान के पत्रकारों के योगदान को रेखांकित कीजिए।
4. 'राजस्थान की साहित्यिक पत्रकारिता पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए। '
5. राजस्थान की स्वातंत्रयोत्तर पत्रकारिता पर विस्तार से अपने विचार व्यक्त कीजिये'।
6. संक्षिप्त टिप्पणियां लिखिए -

   (1) राजस्थान पत्रिका (2) दैनिक नवज्योति

   (3) दैनिक भास्कर (4) समालोचक

   (5) त्यागभूमि (6) राष्ट्रदूत

इकाई- 4

भारतीय प्रेस : चुनौतियां एवं संभावनाएं

इकाई की रूपरेखा

4.0 उद्देश्य
4.1 प्रस्तावना
4.2 प्रेस का अर्थ एवं स्वरूप
4.3 भारतीय प्रेस का इतिहास
4.4 भारतीय प्रेस के समक्ष चुनौतियां
 4.4.1 प्रतिस्पर्धा की चुनौती
 4.4.2 विश्वसनीयता की चुनौती
 4.4.3 सामाजिक चुनौती
 4.4.4 क्षेत्रीय बनाम राष्ट्रीयता की चुनौती
 4.4.5 आर्थिक चुनौती
 4.4.6 भाषा की चुनौती
 4.4.7 कृषि क्षेत्र की चुनौती
 4.8.8 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया से चुनौती
 4.4.9 आचार संहिता की आवश्यकता
4.5 भारतीय प्रेस का भविष्य एवं संभावनाएं
4.6 मुद्रण में क्रांति
4.7 समाचार समितियों का उत्तरोत्तर विकास
4.8 सारांश
4.9 संदर्भ ग्रंथ
4.10 अभ्यासार्थ प्रश्न

4.0 उद्देश्य

समाचारपत्रों का प्रमुख उद्देश्य है सामाजिक गतिविधियों पर प्रकाश डालना और समय- समय पर उनकी बेहतरी के लिए सुझाव देना । वस्तुत: प्रेस का उद्देश्य समय-समय पर बदलता रहता है । परिवर्तन के साथ उद्देश्य भी बदलता रहता है । समाचारपत्र के इतिहास पर विहंगम दृष्टि डालने पर पता चलता है कि भारत में प्रकाशित प्रथम समाचारपत्र 'बंगाल गजट' या 'फिक्की गजट' का उद्देश्य था- अंग्रेजों के विकास की गतिविधियों को उजागर करना । उसके समाचार भी अंग्रेजों की भलाई और जानकारी के लिए होते थे । यह बात अलग है कि शासकों से उनकी नहीं पटी और आलोचनाओं से रुष्ट शासकों ने अखबार पर ही प्रतिबन्ध लगा दिया । ' उदंत

मार्तण्ड' का उद्देश्य इससे भिन्न था । इसके बाद प्रकाशित होने वाले 'टाइम्स आफ इण्डिया ' जैसे समाचारपत्रों के प्रकाशन का उद्देश्य भारत के अंग्रेजी शासन की नीतियों का समर्थन तथा समाचारों के प्रचार-प्रसार का हो गया । तत्पश्चात स्वतंत्रता आदोलन के समय अंग्रेजी समाचारपत्रों को छोड़कर अन्य भाषायी और स्थानीय समाचारपत्रों का प्रमुख उद्देश्य था स्वतंत्रता के प्रति लोगों में उत्साह पैदा करना, स्वतंत्रता की ज्योति जलाना, देश के स्वाभिमान को उजागर करना और अंग्रेजों की सत्ता को उखाड़ फेंकना, गुलामी की जंजीरों से छुटकारा पाना, अंग्रेजों को खदेड़ कर देश में स्वराज (सुराज) की स्थापना करना । स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद समाचारपत्रों का उद्देश्य फिर एक बार बदल गया । अब देश के विकास, आत्म निर्भरता, भ्रष्टाचार उन्मूलन, कुरीतियों का सफाया, शिक्षा का प्रसार, गरीबी उन्मूलन, बेरोजगारी उन्मूलन, कृषि विकास, हरित क्रांति आदि हो गया । इस प्रकार उद्देश्य सतत परिवर्तित होते रहे । आज के प्रतिस्पर्द्धा के युग में, जहाँ प्रेस एक उद्योग हो गया है, अधिक से अधिक पैसा कमाना और अपनी प्रतिष्ठा बढ़ाना इसका प्रमुख उद्देश्य है । बड़े -बड़े औद्योगिक घरानों और पूंजीपतियों का आधिपत्य इस उद्योग पर हो गया है । एक ही समाचारपत्र अनेक केन्द्रों से प्रकाशित हो रहे हैं । इस प्रकार उद्देश्य भी बदला है और भावना भी बदली है । भावना से तात्पर्य है व्यक्ति निष्ठता (व्यष्टि) और समष्टि के प्रति विचारों में परिवर्तन । पहले सर्वजन हिताय और सर्वजन सुखाय। इसके बाद बहुजन हिताय और बहुजन सुखाय हुआ और अब आत्महिताय और आत्म सुखाय की भावना सामने आ गयी है ।

वस्तुतः हमारी (भारतीय) संस्कृति उदारवादी रही है और आज भी उसका कमोवेश पालन हो रहा है । हमारे मनीषियों ने कल्पना की थी वसुधैव कुटुम्बकम् की :

अयं निजः परोवेत्ति गणना लघु चेतसा ।
उदार चीरतानाम तु वसुधैव कुटुम्बकम ।।

आज कम्प्यूटर क्रांति वसुधैव कुटुम्बकम् की भावना को चरितार्थ कर रही है । इसी प्रकार भारतीय संस्कृति में विश्व कल्याण ही कामना की गयी है । सृष्टि के हर प्राणी के रोग मुक्ति और आरोग्य की कामना की जाती है :

सर्वे भवन्तु सुखिनः सर्वे सन्तु निरामयाः ।
सर्वे भद्राणि पश्यंतु, मा कश्चित दुःख भागभवेत्।।

इस प्रकार कुल मिलाकर प्रेस का उद्देश्य अब भी लोक कल्याण और लोक उत्थान है ।

4.1 प्रस्तावना

आज का युग संचार और प्रसार का है । संचार के क्षेत्र में भारतीय प्रेस की अहम भूमिका है। सवेरे- सवेरे समाचारपत्र न मिले तो पूरा दिन निरर्थक और नीरस प्रतीत होता है । चाय की चुस्कियों के साथ समाचारपत्र पड़ने का कुछ और ही मजा है । आज प्रतिस्पर्धा के युग में समाचारपत्रों में भी होड़ लगी हुई है । सबका अपना- अपना नया अन्दाज है । पाठकों को आकर्षित करने के लिए नये- नये तरीके अपनाये जा रहे हैं । शहरी विकास से लेकर ग्रामीण अंचलों के चतुर्दिक विकास के लिए विविध रोचक समाचार दिए जाते हैं । राजनीतिक उथल

पुथल, संसद और विधान सभाओं की खबरों के साथ-साथ सांस्कृतिक उद्‌बोधन, व्यापार जगत, कृषि जगत, क्रीड़ा जगत, मनोरंजन, रेडियो, टी. वी., फिल्म के साथ - साथ जीवन की प्रत्येक गतिविधियों की जानकारी प्रेस अर्थात् समाचारपत्र के माध्यम से प्राप्त होती है । इस प्रकार हम देखते हैं कि जीवन के हर क्षेत्र की जानकारी हमें समाचारपत्रों के माध्यम से प्राप्त होती है । युवाओं और बेरोजगारों के लिए नये - नये क्षेत्रों और रोजगार के विविध आयामों की जानकारी प्रेस से मिलती है । व्यापक अर्थ में तो प्रेस का अर्थ है समाचारपत्र, किन्तु प्रेस का तात्पर्य वे सभी मुद्रण विधाएं हैं जिनका उपयोग मुद्रण में किया जाता है अथवा मुद्रण में जो-जो कार्य होते हैं । इसमें प्रतिदिन प्रकाशित होने वाले दैनिक समाचारपत्र, सांयकालीन समाचारपत्र, टैबलायड, विभिन्न पत्रिकाएं (बालोपयोगी पत्रिकाएं, महिलोपयोगी पत्रिकाएं, कार्टून पत्रिकाएं, आदि शामिल हैं) । इस प्रकार प्रेस का अर्थ बहु त व्यापक है । पुस्तकों का प्रकाशन, कैलेण्डर, कार्ड, निमंत्रण - पत्र, ग्रीटिंग कार्ड, शादी - विवाह के आमंत्रण - पत्र, प्रचार के उपयोग में आने वाली पर्चियां आदि भी प्रेस में ही मुद्रित होती हैं । इनका आकार छोटा और बड़ा हो सकता है । इसे ' जाब प्रेस ' कहते हैं । इनकी कार्य प्रणाली पत्र - पत्रिकाओं की कार्य प्रणाली से कुछ हटकर होती है । इनका कलेवर और सजावट भी अलग प्रकार की होती है । प्रेस अर्थात् छापाखाना विविध प्रकार के होते हैं । ये छोटे - छोटे कस्बे से लेकर बड़े शहरों और महानगरों तक अपना जाल बिछाये हु ए हैं । महानगरों में विभिन्न केन्द्रों से प्रकाशित होने वाले बड़े - बड़े समाचारपत्र हैं - जिनमें ' टाइम्स ऑफ इण्डिया ', ' इंडियन एक्सप्रेस', 'हिन्दुस्तान ', 'दैनिक जागरण ', 'आज ', ' अमर उजाला ', ' राजस्थान पत्रिका ', ' दैनिक भास्कर ', ' नवभारत टाइम्स ', ' नई दुनिया ', ' पंजाब केसरी' आदि हैं । इसी प्रकार कुछ छोटे और मझोले पत्र हैं जिनका प्रकाशन और वितरण स्थानीय रूप से होता है तथा उनके पाठकों की संख्या भी सीमित होती है । बड़े शहरों में सांध्य पत्र प्रकाशित होते हैं, उनकी प्रसार संख्या उसी महानगर तक सीमित होती है । इनकी बिक्री बुक स्टालों पर अधिक होती है । कुछ हॉकर भी लोकल ट्रेनों और बसों में तथा आवागमन के प्रमुख स्थान पर समाचारपत्र बेचते नजर आते हैं ।

4.2 प्रेस का अर्थ एवं स्वरूप

आमतौर पर प्रेस का अर्थ समाचारपत्र और मुद्रणालय समझा जाता है । हिंदी, मराठी, गुजराती, तमिल, मलयालम, कन्नड़ आदि भारतीय तथा विदेशी भाषाओं के समाचारपत्रों और पत्रिकाओं का इसमें समावेश है । इसमें पुस्तक प्रकाशन, जॉब वर्क सभी सम्मिलित है । ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी के अनुसार प्रिंटिंग मशीन, प्रिंटिंग हाउस, पब्लिशिंग कम्पनी, न्यूज पेपर्स, पब्लिसिटी इन न्यूज पेपर्स, प्रेस एजेंट, एडवरटाइजिंग और प्रेस पब्लिशिंग की व्यवस्था करने वाला व्यक्ति, प्रेस कान्फ्रेंश, जिसमें पत्रकारों से वार्ता की जाती है, प्रेस गैलरी, प्रेस रिलीज, मैगजीन, मीडिया आदि अर्थ दिये गये हैं । (Machine for Printing, Printing House, Publishing, Company, News Papers, Publicity in News Papers, Press agent -Person Employed to Manage Advertising, and Press Publicity,

Press Conference, Press ,gallery, Press Release, Magazines, the Media Etc.)

प्रो. रमेश जैन के 'जनसंचार विश्वकोश' के अनुसार- प्रेस (Press) से तात्पर्य है -

1. मुद्रणालय (Printing, press) और

2. समाचारपत्र (News Paper) से

मुद्रणालय वह यंत्रालय है, जहाँ मशीनों द्वारा छपाई का कार्य होता है । मुद्रायोजन (कंपोजिंग) की व्यवस्था इसी सै संबद्ध होती है । समाचारपत्र का आशय पत्रकारिता से है । भारत में प्रेस को पूर्णत अभिव्यक्ति-स्वातंत्र्य प्राप्त है । जन जागरण मे प्रेस की महत्वपूर्ण भूमिका है । प्रेस को 'चौथी सत्ता' (Fourth Estate) कहा जाता है ।

इसके अतिरिक्त ' प्रेस' शब्द कें बहुत से अर्थ दिये गये हैं, जिनका प्रकाशन और मुद्रण से सम्बन्ध नहीं है । फादर कामिल बुल्के के अंग्रेजी हिन्दी कोश के अनुसार मुद्रण यंत्र, मुद्रणालय, छापाखाना, समाचारपत्र, अखबार, पत्रकार, प्रेस, पत्रकार सम्मेलन, पत्रकार कक्ष, प्रकार सामग्री, पुस्तक संख्या, प्रकाशनार्थ विज्ञप्ति, मुद्रण आदि इसके पर्यायवाची शब्द है । इस प्रकार ' प्रेस' का अर्थ बहुत व्यापक है । प्रेस में पत्रकार से लेकर मुद्रण, प्रिंटिंग प्रकाशन, उसके प्रचार-प्रसार आदि में संलग्न कर्मचारियों आदि का समावेश हो जाता है ।

सामान्य रूप से प्रेस का अर्थ समाचारपत्र, कार्यालय उसके विभिन्न विभागों में काम करने वाले कर्मचारी, मुद्रण यंत्र आदि हैं । विशिष्ट, रूप से इसका अर्थ पत्रकार के रूप में लिया जाता है । पत्रकारों की गतिविधियां, संपादन समाचार संकलन आदि इसमें शामिल है । प्रेस में प्रेस आर्ट, फोटो आदि भी आ जाते हैं। इस प्रकार 'प्रेस' शब्द बहु अर्थी और व्यापक है ।

आज भारतीय प्रेस बहुत अधिक विकसित हो चुका है । पहले भारत में अंग्रेजी समाचारपत्रों का ही बोलबाला था । अन्य भाषायी समाचारपत्र उनके सहायक या अधीन थे । हर अंग्रेजी समाचारपत्र के साथ भाषायी समाचारपत्र जुड़ा रहा था। इसका कारण था भाषायी समाचारपत्रों के पास संसाधनों का अभाव अंग्रेजी समाचारपत्रों के सहारे उनकी मुश्किलें आसान हो जाती थीं । कार्यालय में एक छोटा सा हिस्सा भाषायी समाचारपत्र को मिल जाता था । उसी मशीन पर यह समाचारपत्र भी छप जाता था । संवाददाताओं की भी आवश्यकता नहीं थी । अंग्रेजी समाचारों के अनुवाद से काम चल जाता था । कुल मिलाकर भाषायी पत्रों को दोयम दर्जा प्राप्त था, किन्तु स्वतंत्रता आन्दोलन के समय देश के विभिन्न हिस्सों से विभिन्न भाषाओ मे छोटे-बड़े अनेक समाचारपत्र निकले और आज उनकी संख्या बहुत अधिक हो गयी है । आधुनिकीकरण और संसाधनों की दृष्टि से भी ये पत्र अंग्रेजी समाचारपत्रों से पीछे नहीं हैं । अब इनकी स्वतंत्र सत्ता है । इनके अपने संवाददाता हैं । इनका अपना अलग अस्तित्व है । अब ये अंग्रेजी समाचारपत्रों के अधीन नहीं रहे । 'नवभारत टाइम्स' ओर 'जनसत्ता' पहले

इसी प्रकार के समाचारपत्र थे । पहले हिंदी समाचारपत्रों को विज्ञापन नहीं मिलते थे, किन्तु अब ये समाचारपत्र विज्ञापनों से पटे हुए हैं ।

इनमें हिंदी पत्रकारिता का योगदान सर्वाधिक है । हिंदी भाषी प्रान्तों में तो हिंदी समाचारपत्रों का ही वर्चस्व है । अहिंदी भाषी क्षेत्रों में भी हिंदी के समाचारपत्र फल-फूल रहे हैं । मराठी भाषी महाराष्ट्र के मुम्बई से 'नवभारत टाइम्स', 'नव भारत' और ' यशोभूमि' नामक तीन समाचारपत्र प्रकाशित हो रहे हैं । इसके अतिरिक्त कई छोटे-छोटे समाचारपत्र हैं । इसी प्रकार पश्चिम बंगाल के कोलकाता शहर से ' सन्मार्ग' और 'विश्वामित्र' प्रमुख समाचारपत्र हैं । कई अन्य छोटे -छोटे समाचारपत्र भी वहां से निकलते हैं । इसके अतिरिक्त अन्य शहरों से भी कई प्रमुख हिन्दी समाचारपत्र प्रकाशित हो रहे हैं ।

पहले संपादक के नाम से समाचारपत्र की पहचान होती थी, अब आर्थिक युग में अर्थ प्रधान हो गया है, संपादक गोण हो गये हैं । अब संपादक का कार्य एवं पद प्रधान नही रहा उसकी जगह ले ली है ' ब्रांड मैनेजर' ने । विज्ञापन अधिक जुटाना और जनरुचि का समाचार देना उसका दायित्व है । समय-समय पर वह संपादक को सुझाव और सलाह देता है अथवा आवश्यक निर्देश भी देता है । इसका प्रभाव यह हुआ है कि आर्थिक रूप से ये समाचारपत्र काफी सम्पन्न हो गये हैं । अब हिंदी समाचारपत्रों की ओर पूंजीपतियों का भी झुकाव बढ़ा है । समाचारपत्र उद्योग में वैसे भी पूंजीपतियों का एकाधिकार है । कुछ थोड़े से समाचारपत्र ट्रस्ट के रूप में चलते हैं । अब मालिक ही संपादक हैं इससे पूर्व पहले संपादक स्वतंत्र हुआ करते थे ।

इस समय देश भर में लगभग 46 प्रतिशत पाठक हिंदी के हैं । इस प्रकार हिंदी का वर्चस्व सर्वाधिक है । आर्थिक युग में बाजारवाद प्रमुख हो गया है । भारत के शीर्षस्थ दस समाचारपत्रों में हिंदी के 'दैनिक जागरण' का स्थान प्रथम है । भारत के कई केन्द्रों से प्रकाशित होने वाले ' दैनिक जागरण' के पाठकों की संख्या सर्वाधिक है । दूसरे स्थान पर दैनिक भास्कर है, जबकि अंग्रेजी का लब्ध प्रतिष्ठा समाचारपत्र ' टाइम्स आफ इण्डिया' दसवें नम्बर पर है । यह बात अलग है कि एक केन्द्र से इसकी प्रचार और प्रसार संख्या सर्वाधिक है और आर्थिक दृष्टि से इसकी आमदनी भी करोड़ों नहीं अरबों में है ।

4.3 भारतीय प्रेस का इतिहास

भारत में एक लम्बे समय तक अंग्रेजों का शासन रहा । देश की अपार सम्पत्ति ब्रिटेन चली गयी, किन्तु कुछ कार्य अंग्रेज ऐसा भी कर गये हैं जिनका हमारे देश के विकास में बहुत बड़ा योगदान है । रेल यातायात, डाक और तार विभाग इसके उदाहरण हैं । आज भी भारतीय अर्थव्यवस्था में इसका महत्वपूर्ण योगदान है । इसी प्रकार प्रेस अर्थात् समाचारपत्र भी अंग्रेजों की ही देन है । भारतीय समाचारपत्र के इतिहास पर दृष्टि डालने पर पता चलता है कि भारत का पहला समाचारपत्र एक अंग्रेज ने प्रकाशित किया था । जेम्स आगस्ट फिक्की ने सर्वप्रथम 29 जनवरी, 1780 से ' बंगाल गजट' या 'कैलकट्टा जनरल एडवाइजर' नामक समाचारपत्र

निकाला । इस समाचारपत्र ने स्वेच्छाचारी शासकों के चुंगल से अपने को छुड़ाने का अभियान भी चलाया । अंग्रेज अधिकारी इसे सहन न कर सके और उस पर शासन की वक्र दृष्टि पड़ गयी । फलस्वरूप सरकार ने सन् 1782 में इसका छापाखाना और सारी सम्पत्ति जब्त कर ली । 'बंगाल गजट' 12 इंच लम्बा और 8 इंच चौड़ा समाचारपत्र था । इसमे सिर्फ दो पृष्ठ हुआ करते थे । यह एक साधारण पत्र था । कलकत्ता की नेशनल लाइब्रेरी भी आज भी बंगाल गजट की प्रतियां उपलब्ध हैं । इस प्रकार भारत में समाचारपत्र के श्री गणेश का श्रेय जेम्स आगस्ट हिक्की को जाता है ।

सन् 1780 में दूसरा समाचारपत्र 'एशिया गजट' प्रकाशित हुआ । इसमें ईस्ट इण्डिया कम्पनी की व्यापारिक गतिविधियां प्रमुख रूप से छपती थीं । लगभग पचास वर्षों तक इसका प्रकाशन जारी रहा । सन् 1784 में 'कैलकटा गजट' और फरवरी, 1785 में ' बंगाल जर्नल' का प्रकाशन शुरू हुआ । इसके बाद सन्1785 में मद्रास से 'मद्रास कोरियर' (साप्ताहिक) और सन् 1791 में ' हरकारु' प्रकाशित हुआ । ' बम्बई हेराल्ड' सन् 1789 में प्रकाशित हुआ ।

प्रारंभिक काल में एंग्लो इण्डियन समाचारपत्रों के संपादक अंग्रेज हुआ करते थे और अधिसंख्यक लोग कंपनी के सेवानिवृत्त अधिकारी थे । सरकार की आलोचना करने वालों को यातनाएं दी जाती थीं और उन्हें भारत छोड़ने के लिए विवश कर दिया जाता था ।

इसके बाद सन् 1816 में गंगाधर भट्टाचार्य ने 'बंगाल गजट' नामक पत्र प्रकाशित किया, जो अल्पजीवी रहा । जे. नटराजन के अनुसार यह एक वर्ष तक जीवित रहा । जैनेन्द्र मजूमदार के अनुसार सन् 1820 तक इसका प्रकाशन हुआ । राजा राममोहन राय ने सन्1821 में 'संवाद कौमुदी' की स्थापना की जो बंगला भाषा में प्रकाशित होता था । इसके पहले मार्शमैन के सम्पादन में श्रीरामपुर (जिला हुगली) से मासिक समाचारपत्र 'दिग्दर्शन' प्रकाशित हुआ, जो बंगला भाषा में था । इसका अंग्रेजी और हिंदी में भी प्रकाशन हुआ । हिंदी के केवल तीन अंकों के प्रकाशन की जानकारी प्राप्त हुई है । बंगला साप्ताहिक समाचार दर्पण 23 मई, 1813 से 1840 तक प्रकाशित हुआ । राजा राममोहन राय ने सन् 1822 में फारसी में 'मिरात उल अखबार' और अंग्रेजी में ब्रह्मोनिकल मैगजीन प्रकाशित किए । राजा राममोहन राय के विरोधियों रूढ़िवादी लोगों ने काला भाषा में 'चन्द्रिका समाचार' निकाला । जामे ए जहनुमां और शामस उल अखबार फारसी भाषा में निकाले गए । सन् 1822 में बम्बई से गुजराती में 'मुम्बई समाचार' प्रकाशित किया गया । 2 अक्टूबर, 1818 में जेम्स बंकिघम सिल्क का अंग्रेजी में 'कैलकटा जनरल' प्रकाशित हुआ । यह आठ पृष्ठ का समाचारपत्र था और सप्ताह में दो बार निकलता था । प्रेस की स्वतंत्रता के कट्टर समर्थक बकिंघम को सन् 1823 में देश निकाला दे दिया गया ।

इसके बाद राजा राममोहन राय ने अंग्रेजी में 'बंगाल हेराल्ड' और 'बंगदूत' प्रकाशित किया। यह बंगला, हिंदी और फारसी तीन भाषाओं में प्रकाशित होता था। सन् 1831 में ईश्वर चंद गुप्त ने 'संवाद प्रभाकर' निकाला जो सन् 1836 में द्विदैनिक और सन् 1839 में दैनिक हो गया। सन् 1830 में केवल बंगाल में भारतीय भाषाओं के 16 तथा अंग्रेजी के 33 समाचारपत्र तथा पत्रिकाएं प्रकाशित होती थी। सन् 1831 और 1833 के बीच भारतीय भाषाओं और अंग्रेजी के 19 नये समाचारपत्र और पत्रिकाएं निकलने लगीं।

सन् 1857 से 1867 के बीच दस वर्षों में कई प्रसिद्ध और बड़े समाचारपत्र प्रकाशित हुए, जिनका प्रकाशन आज भी यह चल रहा है। सन् 1861 से बम्बई से 'टाइम्स आफ इण्डिया' का प्रकाशन शुरू हुआ। जो आज भी नियमित रूप से प्रकाशित हो रहा है। इसके अतिरिक्त हिंदी में 'नवभारत टाइम्स' मराठी में 'महाराष्ट्र टाइम्स' अंग्रेजी में ही व्यापारिक पत्र 'इकॉनामिक टाइम्स', 'इलेस्ट्रेटेड वीकली', 'फेमिना', 'फिल्म फेयर', 'माधुरी', 'धर्मयुग', 'सारिका', 'पराग' आदि पत्रिकाएं प्रकाशित हुईं। इनमें से 'धर्मयुग', 'पराग', 'सारिका' और 'माधुरी' आदि बंद हो गयी और कुछ का प्रकाशन अभी चल रहा है। सन् 1865 में इलाहाबाद से 'पायोनियर', सन् 1868 में 'अमृत बाजार पत्रिका' और सन् 1875 में कलकत्ता से 'स्टेट्समैन' की शुरूआत हुई। सन् 1867 में बम्बई में 60 समाचारपत्र मराठी, गुजराती, हिन्दुस्तानी और फारसी में प्रकाशित होते थे। सन् 1853 में गिरीशचन्द्र घोष ने 'हिन्दू पैट्रियट' निकाला। इस प्रकार अनेक छोटे बड़े समाचारपत्र प्रकाशित हुए।

इसे संयोग ही कहा जायेगा कि अंग्रेजी का पहला समाचारपत्र 'कलकत्ता गजट' कलकत्ता से प्रकाशित हुआ। इसी प्रकार हिंदी के प्रथम समाचारपत्र के प्रकाशन का भी श्रेय कलकत्ता को ही जाता है। पंडित युगल किशोर शुक्ल ने 30 मई, 1826 को कलकत्ता से ही 'उदंत मार्तण्ड' निकाला। कानपुर के पं. युगल किशोर शुक्ल इसके संपादक और प्रकाशक थे। इसका प्रकाशन प्रति मंगलवार को होता था। इसका वार्षिक मूल्य 2 रुपए था। युगल किशोर जी पहले दीवानी अदालत में रीडर थे बाद में स्वयं वकालत करने लगे थे। हिन्दुस्तानियों के हित के लिए उन्होंने यह समाचारपत्र निकाला था।

भारत की स्वाधीनता के पश्चात भारतीय पत्रकारिता में महत्वपूर्ण एवं उल्लेखनीय प्रगति हुई। देश का कोई ऐसा प्रांत नहीं रहा, जहां से हिंदी एवं अन्य भाषाओं के समाचारपत्र पत्रिकाएं प्रकाशित नहीं हुए हों। भारत के समाचारपत्रों के प्रतिवेदन 2005 - 06 की 50वीं वार्षिक रिपोर्ट के अनुसार हिंदी के समाचारपत्रों की तुलना में अपनी दत्त बनाए रखी। हिंदी में 4131 समाचारपत्र प्रकाशित हो रहें है जबकि अंग्रेजी में 864, गुजराती में 775, उर्दू मे 463, बंगला मे, 445, और मराठी में 328 समाचारपत्र निकल रहे हैं।

वर्ष 2005 - 06 में समाचारपत्रों की संख्या उनकी प्रसार संख्या तथा समाचारपत्रों की कुछ संख्या भाषा एवं अवधि यहां दी जा रही है-

वर्ष 2005 -06 में भारत के समाचारपत्र प्रेस : एक नजर में समाचारपत्रों की संख्या		
दैनिक समाचारपत्र	-	2130
त्रि /द्वि साप्ताहिक	-	39
साप्ताहिक	-	3428
पाक्षिक	-	955
मासिक	-	1471
त्रैमासिक	-	219
वार्षिक	-	49
अन्य	-	221
योग	**-**	**8521**

वर्ष 2005 -06 में भारतीय प्रेस : एक नजर में समाचारपत्रों की प्रसार संख्या		
दैनिक समाचारपत्र	-	8,88,63,048
त्रि /द्वि साप्ताहिक	-	5,66,198
साप्ताहिक	-	5,05,80,648
पाक्षिक	-	1,23,09,948
मासिक	-	2,11,36,710
त्रैमासिक	-	15,52,138
वार्षिक	-	29,86,256
अन्य	-	27,43,665
योग	**-**	**18,07,38,611**

(भारत के समाचारपत्र 2005-06)

समाचारपत्रों की संख्या - 2005-06
(भाषा और अवधिवार)

भाषा	दैनिक	त्रि/द्विसा	साप्ता.	पाक्षिक	मासिक	त्रैमासिक	अन्य	वार्षिक	योग
असमिया	13	0	10	2	2	0	1	0	28
बांग्ला	37	6	124	102	104	42	26	4	445
द्विभाषी	29	2	108	42	112	22	11	5	331
डोगरी	0	0	0	0	0	1	0	0	1
अंग्रेजी	201	4	173	58	306	48	55	19	864
गुजराती	100	4	512	57	85	1	15	1	775
हिंदी	942	10	1969	544	502	64	94	6	4131

कन्नड	75	1	23	11	30	2	0	1	143
कोकणी	1	0	0	0	0	1	0	0	2
मलयालम	74	0	30	9	40	3	1	6	163
मणिपुरी	3	0	0	0	0	1	0	0	4
मराठी	130	6	141	13	32	4	2	0	328
बहु भाषी	4	0	14	4	21	1	3	3	50
नेपाली	3	0	7	0	0	1	0	0	11
उड़िया	50	2	38	17	29	6	2	0	144
अन्य	15	1	11	1	2	4	0	1	35
पंजाबी	26	0	31	9	20	2	0	0	88
संस्कृत	0	0	0	1	0	4	0	0	5
सिंधी	9	0	7	2	2	1	1	0	22
तमिल	80	1	15	17	52	5	4	2	176
तेलुगु	147	0	42	25	86	2	1	0	303
उर्दू	191	2	173	41	46	4	5	1	463
योग-	2130	39	3428	955	1471	219	221	49	8512

4.4 भारतीय प्रेस के समक्ष चुनौतियां

4.4.1 प्रतिस्पर्धा की चुनौती

जहां तक समाचारपत्रों का सम्बन्ध है इसके समक्ष अनेक चुनौतियां हैं । आजादी के बाद जैसे-जैसे पाठकों की संख्या बढ़ी है, समाचारपत्रों की संख्या में भी वृद्धि हुई है। इस प्रकार इनमें प्रतिस्पर्धा की वृद्धि हुई है । पहले समाचारपत्रों की संख्या कम थी तो उनमें प्रतिस्पर्धा भी कम थी । जैसा चाहते थे वैसा छापते थे, किन्तु अब वह स्थिति नहीं रही । पाठकों के समक्ष कई समाचारपत्र होते हैं, उनमें से वह किसी एक को पसन्द करता है । जिस समाचारपत्र में रुचि के समाचार मिलते हैं पाठक उसी को पसन्द करता है और शेष समाचारपत्रों को छोड़ देता है । बुक स्टाल पर सजे हुए समाचारपत्रों में सर्वाधिक बिक्री उसी की होती है, जिसका कलेवर आकर्षक होता है जो अधिक सजा हुआ होता है और जिसके शीर्षक चुलबुले और आकर्षक होते हैं । इसलिए समाचारपत्र पाठकों को लुभाने के लिए नित नये प्रयोग करते रहते हैं । इसका मुख्य उद्देश्य है प्रसार संख्या बढ़ाना और प्रसार संख्या बढ़ने पर लाभ भी बढ़ जाता है । आज के भौतिक युग में अर्थ (वित्त) की प्रधानता है । हर उद्योग अधिक से अधिक लाभ अर्जित करना चाहता है तो समाचारपत्र उद्योग इसमें क्यों पीछे रहें?

प्रतिस्पर्धा के कारण आज हर समाचारपत्र खबरों को व्यावसायिक नजरिया से देखता, तौलता और प्रस्तुत करता है ।

आधुनिक तकनीकों के विकास और पूंजीपतियों की समाचारपत्र में दिलचस्पी बढ़ जाने से प्रतियोगिता बढ़ गयी है । इसमें अंतर्वस्तु (Content) की चुनौती प्रमुख है । अब पहले जैसे समाचारपत्र नहीं रहे । पहले समाचारपत्र साफ- सुथरे हुआ करते थे । आज स्थिति बदल गयी है । सबको तड़क- भड़क और सनसनीखेज समाचार चाहिए । पहले सिनेमा सम्बन्धी समाचार बहुत कम आते थे । किन्तु आज हर समाचारपत्र में सिनेमा को अधिक स्थान मिलने लगा है । पहले खेल जगत अंग्रेजी समाचारपत्रों तक सीमित था, किंतु आज क्रिकेट का प्रचार बाजारों और गांवों तक हो गया है । इसलिए क्रिकेट का समाचार समाचारपत्र का एक प्रमुख अंग बन गया है । पहले चित्रों का प्रचलन बहुत कम था, किंतु अब बिना चित्र के समाचारपत्र की कल्पना ही नहीं की जा सकती है । एक पृष्ठ पर कई चित्र होते हैं । उनमें से कई चित्र रंगीन होते हैं । इससे समाचारपत्र के आकर्षण में वृद्धि हो जाती है और समाचारपत्र की सजावट भी हो जाती है । इसी प्रकार समाचारपत्र मालिक को प्रसन्न रखने के लिए उसकी पसन्द के समाचार प्रत्यक्ष अथवा अप्रत्यक्ष रूप से दिये जाते हैं । यह विशेष ध्यान रखा जाता है कि कोई ऐसा समाचार प्रसारित न होने पाये, जिससे मालिक का कोपभाजन होने पड़े । कई नामी गिरामी संपादकों की मालिक से न पटने पर चुटकी बजाते ही छुट्टी हो गयी है । इसलिए मालिक की प्रसन्नता अपरिहार्य है । इस प्रकार पत्रकारिता के क्षेत्र में, समाचारों के स्वरूप और अंतर्वस्तु में बहुत अधिक बदलाव आया है ।

अंग्रेजी समाचारपत्रों की तर्ज पर हिंदी समाचारपत्रों में भी अश्लील, अर्धनग्न चित्रों की भरमार हो गयी है । चोरी, डकैती, छिनैती, भ्रष्टाचार, दुराचार की खबरें प्रमुखता से दी जाती है, क्योंकि पाठक इसे पसंद करते हैं । जिस समाचारपत्र में यह नहीं मिलता है पाठक उसे छोड़ देता है । इसलिए सभी समाचारपत्रों में इस प्रकार के चित्र छापने की होड़ लग गयी है । पहले 'ब्लिट्ज' पत्रिका में अंतिम पृष्ठ पर किसी महिला की तस्वीर छपा करती थी, किंतु उसमें अंग प्रदर्शन बहुत कम हुआ करता था । अब स्थिति बिलकुल बदल गयी है । हर समाचार-पत्रिका पत्र में अधिक से अधिक नग्न चित्रों को छापने की होड़ लगी हुई है ।

4.4.2 विश्वसनीय की चुनौती

समाचार विश्वसनीय और तथ्यपूर्ण होने चाहिए । निराधार समाचार से समाचार की विश्वसनीयता समाप्त हो जाती है । पाठकों की दृष्टि में समाचारपत्र अनाकर्षक हो जाता हे । पाठक उसे छोड़कर दूसरा पत्र अपना लेते हैं । इससे समाचार की साख गिर जाती है और उसकी प्रसार संख्या धीरे- धीरे घटने लगती है और एक दिन वह बन्द हो जाता है । कई समाचारपत्र इसी प्रकार बन्द हो गये । अत: विश्वसनीय

समाचार ही अखबार का आधार होता है । सच्चाई से अलग समाचारपत्र टिक नहीं सकते । कहा भी गया है - सत्यमेव जयते अर्थात् अंतिम विजय सत्य की ही होती है । सत्यमेव जयते हमारी सरकार का संकल्प नारा है । सत्यमेव जयते नानृतम् अर्थात् असत्य की कभी भी विजय नहीं होती । इस संदर्भ में कवि रहीम की पंक्ति उल्लेखनीय है- रहिमन हंडिया काठ की चढ़ै न दूजी बार । इसलिए विश्वसनीय समाचारपत्र ही टिकाऊ होते हैं और उनका जीवनकाल लम्बा होता है ।

दैनिक आनंद बाजार पत्रिका के कार्यकारी संपादक सुमन चटोपाध्याय का मत है कि- " भाषायी समाचारपत्रों की पाठक संख्या और उनका प्रसार भले ही अंग्रेजी अखबारों की तुलना में अधिक हो, लेकिन यह कोई तसल्लीबख्श बात नहीं है । अहम् सवाल यह है कि नया भाषायी अखबारों की प्रबुद्ध पाठकों में वैसी ही विश्वसनीयता है जैसी कि अंग्रेजी अखबारों की है । कुछ भाषायी अखबारों ने अपनी विश्वसनीयता की छाप अपने पाठकों पर भले ही छोड़ी हो पर कुल मिलाकर विश्वसनीयता के लिहाज से ' अंग्रेजी प्रेस' काफी आगे है । यह एक बहुत बड़ी चुनौती भारतीय प्रेस के सामने हैं।"

4.4.3 सामाजिक चुनौती

समाचारपत्र के उद्भव काल से समाचारपत्रों का स्वरूप सामाजिक रहा है । समाज सुधार उसका प्रमुख सूत्र रहा है । कई कुरीतियां, कई तरह की प्रथाएं समाचारपत्रों से दूर हो गयीं, किंतु जब से समाचारपत्रों का व्यवसायीकरण हुआ है समाचारपत्र अपनी लीक से हट गये हैं । सामाजिक सुधार सम्बन्धी समाचार गौण हो गये हैं । सनसनीखेज और भड़काऊ समाचारों को प्रमुखता मिलने लगी है । सामाजिक प्रतिबद्धता समाचारपत्रों के समक्ष एक गंभीर चुनौती है । पीत पत्रकारिता ने इसे झकझोर दिया है । व्यवसाय के आगे समाज छोटा होता जा रहा है । अब इस उद्योग को चाहिए अधिक से अधिक मुनाफा न कि समाज सुधार । सत्ता या सरकार की कृपा प्राप्त करना भी इसका एक मकसद है । सरकार को प्रसन्न करके ही सारी सुविधाएं विशेष रूप से विज्ञापन प्राप्त किये जा सकते हैं । सरकार सबसे अधिक विज्ञापन देती है । अर्थ प्रधान व्यवस्था में अर्थ की उपेक्षा नहीं की जा सकती । वित्त में ही सारे गुण समाहित हैं और कहा भी गया है- सर्वे गुणा: कांचनमाश्रयन्ति ।

4.4.4 क्षेत्रीय बनाम राष्ट्रीयता की चुनौती

आधुनिक तकनीकों के विकास से भारतीय पत्रकारिता (प्रेस) क्षेत्रीय स्वरूप में स्थापित सी हो गयी है । इंटरनेट, वेब, सैटेलाइट, मोबाइल, टेलीफोन, फैक्स आदि ने इसमें विशेष सहयोग प्रदान किया है । इससे क्षेत्रीय स्तर पर समाचार संकलन तथा उसका प्रस्तुतीकरण सम्भव हो गया है । समाचारपत्रों के जहां क्षेत्रीय संस्करण निकल रहे हैं, वहीं क्षेत्रीय स्तर पर खबर देने वाले चैनल भी शुरू किये जा रहे हैं । ऐसी स्थिति में क्षेत्रीय बनाम राष्ट्रीयता भी एक चुनौती के रूप में उभर कर सामने आ रही है। पहले सभी समाचारपत्रों के प्राय: एक संस्करण निकलते थे । किसी-किसी समाचारपत्र

में डाक संस्करण निकलते थे । अब सुविधाओं के विकास से प्राय: सभी समाचारपत्रों के जिलावार क्षेत्रीय संस्करण निकलने लगे हैं । इस तकनीक से जहां डाक संस्करण में कई दिनों के पुराने समाचार छपते थे, अब प्रतिदिन ताजा समाचार प्रकाशित होने लगे हैं । इससे पाठकों को काफी लाभ हुआ है, किंतु राष्ट्रीय समाचार कुछ कम हो गये हैं ।

4.4.5 आर्थिक चुनौती

आज समाचारपत्र एक उद्योग बन गया है । बढ़ती प्रतिस्पर्धा के कारण छोटे समाचारपत्रों तथा सूचनाप्रद चैनलों के लिए गम्भीर चुनौती उपस्थित हो गयी है । कुछ के सामने अस्तित्व का संकट उपस्थित हो गया हे । इसका एक कारण बड़े पूंजीपतियों का इस क्षेत्र में प्रवेश है । प्रोफेशनल जर्नलिज्म ने छोटे और मझोले पत्रों की एक तरह से कमर ही तोड़ दी है । आज 'टाइम्स आफ इण्डिया' जैसे बड़े समाचारपत्र 40 - 48 पृष्ठ के निकल रहे हैं और उनका आमंत्रण मूल्य दो- ढ़ाई रूपये ही रहता है । ऐसी स्थिति में छोटे समाचारपत्रों के लिए संकट उत्पन्न होना स्वाभाविक है, क्योंकि उनके लिए कीमत घटाना असम्भव है ।इससे उनकी छपाई की लागत भी नहीं निकल सकती । बड़े समाचारपत्रों में यह क्षतिपूर्ति विज्ञापन से हो जाती है । क्षतिपूर्ति ही नहीं उन्हें अच्छा खासा लाभ भी हो जाता है, जबकि छोटे और मझोले पत्रों को विज्ञापन कम मिलता है और विज्ञापन की दर भी कम होती है । बड़े समाचारपत्रों के संवाददाता एवं अन्य कर्मचारियों के वेतनमान एवं अन्य सुविधाएं भी अधिक हैं, जिसे छोटे समाचारपत्र देने की स्थिति में नहीं हैं ।

'नई दुनिया' के प्रधान संपादक अभय छजलानी का कहना है- ' बेशक टेलीविजन ने अखबारों को बदला । बाजार का अहसास हुआ कि टीवी व्यापार का बेहतर जरिया है । तो अखबारों ने भी बाजार की तरफ राख कर लिया । शुरू में बड़े अखबारों ने और फिर देखा-देखी करीब-करीब सभी ने । अखबार अर्थोन्मुखी होने लगे । तकनीक महंगी होती गई । हर साल में उनका आधुनिकीकरण करना जरुरी था । अखबारों का ध्यान आय पर केन्द्रित हुआ । '

4.4.6 भाषा की चुनौती

आधुनिक दृष्टिकोण, विकास और तकनीक से अनेक प्रकार की चुनौतियां समाचारपत्रों के समक्ष उपस्थित हो गयी हैं । एक चुनौती भाषा और शैली की भी है । आधुनिक प्रवृत्ति ने भाषा और व्याकरण की रीढ़ ही तोड़ दी है । हिंदी और अंग्रेजी के सम्मिश्रण (हिंग्लिश) ने तो भाषा को एकदम विकृत कर दिया है । अंग्रेजी शब्दों का ज्यों का त्यों प्रयोग किया जाने लगा है । अंग्रेजी के समाचारपत्र भी इस प्रवृत्ति से बचे नहीं हैं । वे भी हिंदी के शब्दों का धड़ल्ले से प्रयोग कर रहे हैं । ' टाइम्स आफ इण्डिया' ने महाराष्ट्र मंत्रिमण्डल के गठन पर कांग्रेस और राष्ट्रवादी (शरद पवार कांग्रेस) में

खींचतान को लेकर शीर्षक दिया था 'नाउ महाभारत इन महाराष्ट्र ' (Now Mahabharata in Maharashtra).

4.4.7 कृषि क्षेत्र की चुनौती

इसके अतिरिक्त भारतीय प्रेस के समक्ष बेरोजगारी, भ्रष्टाचार, अशिक्षा आदि कई ज्वलंत चुनौतियां हैं । सबसे बड़ी चुनौती किसानों की है । देश के सबसे बड़े उद्योग कृषि पर निर्भर किसानों की हालत चिंताजनक है । छोटे और मझोले किसान कभी अकाल ओर कभी अतिवृष्टि से परेशान हैं । उसके ऊपर कर्ज है और सरकारी कर्ज अदा न, करने पर बहुत से किसान आत्महत्या के लिए मजबूर हो गये । एक गैर सरकारी संगठन (एन.जी. ओ.) विदर्भ आन्दोलन समिति ने खुलासा किया है कि सन् 2007 में अकेले विदर्भ में 12 सौ से अधिक किसानों ने आत्महत्या की । मार्च और सितम्बर में सर्वाधिक 112 किसानों ने आत्महत्या की । इसके अलावा आंध्रप्रदेश तथा अन्य क्षेत्रों में किसानों ने निराश होकर मौत को गले लगा लिया ।

4.4.8 इलैक्टॉनिक मीडिया से चुनौती

भारतीय प्रेस के समक्ष इलेक्ट्रॉनिक मीडिया भी एक बहुत बड़ी चुनौती है । इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के आगमन पर यह माना जा रहा था कि प्रिंट मीडिया का महत्व कम हो जाएगा । लेकिन इधर गत वर्षों में हिंदी के समाचारपत्रों की प्रसार संख्या जितनी तेजी से बड़ी है और विज्ञापन से होने वाली आय में जितने गुना बढ़ोतरी हुई है, वह इस बात का प्रमाण है कि भारत में अपना प्रभाव बढाने के लिए इच्छुक अंतर्राष्ट्रीय कंपनियां हिंदी एवं अन्य भाषा के अखबारों का सहारा ले रही है । अंग्रेजी पत्रकारिता की तुलना में हिंदी और अन्य भारतीय भाषाओं के अखबार इस देश से अधिक गहराई से जुड़े हुए हैं । इनकी सांस्कृतिक और बौद्धिक जड़ें अधिक गहरी और मजबूत है। वे जिस स्तर पर पाठकों का ध्यान रखते हैं, वह अंग्रेजी पत्रकारिता कभी नहीं कर सकती है । फिर भी इस बात से इंकार नहीं किया जा सकता कि भारतीय भाषायी पत्रकारिता के समक्ष जो चुनौतियां हैं उनका सामना करने के लिए कोई संगठित या सामूहिक तैयारी कहीं भी दिखाई नहीं देती है ।

'आउटलुक' साप्ताहिक के संपादक आलोक मेहता का कहना है- "सूचना का जैसा बाजार इस समय खुला है वैसा न तो कभी देखने में आगा और न सुनने में । खबरें जिस गति से दौड़ रही है, उन्हें पकड़ने की भूल करना बेमानी है । अखबार और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया दोनों के अपने- अपने क्षेत्र हैं और अपनी- अपनी विशेषताएं । ये दोनों एक दूसरे के विरोधी नहीं हो सकते । आज भी छपे शब्दों पर लोगों का जितना भरोसा है, उतना शायद ही किसी दूसरे माध्यम पर । जिस तरह सिनेमा के आने पर थिएटर बंद नहीं हुए या फिर टीवी धारावाहिकों के दौर में फिल्में बननी बंद नहीं हुई है, उसी तरह पच्चीसों चैनल आने के बावजूद न तो अखबार कम हुए हैं और

न ही पाठक अब समाचारों के साथ विश्लेषण और पृष्ठभूमि देना अधिक आवश्यक हो गया है, अन्यथा मुख्य खबरें तो टीवी पर देखी जा सकती है । सबसे बड़ी आवश्यकता और चुनौती यह बन गई है कि आम खबरों से हटकर अखबार कैसे विशेष खबरें जुटाएं । भंडाफोड़ की पत्रकारिता एक हद तक ही लाभ दे सकती है । आवश्यकता इस बात की है कि जन सामान्य से जुड़ी समस्याओं और विकास प्रक्रिया को गहराई में जाने की कोशिश हरेक पत्रकार करें । भारतीय अखबारों की समस्या यह है कि वे आज भी अधिक राजनीति से अधिक प्रभावित होते हैं । अखबारों को इंटरनेट के तंत्र से कोई बडा खतरा पैदा नहीं हुआ । अभी तो संपन्न देशों में करोड़ों लोगों के पास न्यूनतम सुविधाएं नहीं है, वे इंटरनेट से सूचनाएं कैसे प्राप्त कर सकते हैं । यही कारण है कि अखबार की मांग निरंतर बढ़ने ही वाली है । "

4.4.9 आचार संहिता की आवश्यकता

भारतीय प्रेस के लिए आचार संहिता की आवश्यकता है । मीडिया एक ऐसा माध्यम है जिसका संबंध समाज के सभी वर्गों से है । गत कुछ वर्षों से मीडिया एक सशक्त माध्यम के रूप में उभर कर आया और उसने जन-मानस को नई दिशा देने एवं उन्हें परिष्कृत करने में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाई । उसने पुरानी व गली-सड़ी मान्यताओं को बदलकर नई मान्यताएं एवं धारणाएं बनाई हैं, साथ ही साथ यह आवश्यकता भी अनुभव की गई कि इस माध्यम का दुरूपयोग न हो । मीडिया एवं पत्रकारों पर कई प्रकार के दबाव पड़ते हैं । लोकतंत्र की सफलता के लिए मीडिया का तटस्थ एवं निष्पक्ष होना परमावश्यक है । अत: मीडिया को पवित्र रखने उसे निरंकुशता एवं कर्त्तव्यहीनता से बचाने के लिए पत्रकार एवं मीडिया संगठनों ने कुछ नीति-नियम बनाए हैं, जिसे मीडिया की आचार-संहिता कहते हैं । यह आचारसंहिता जहां मीडिया-समाज को उच्छृंखल और उत्तरदायित्वविहीन होने से रोकती है, वहाँ दूसरी ओर मीडिया के स्तर को ऊंचा बनाए रखती है ।

प्रेस परिषद ने सन् 1956 में पत्रकारों के लिए आचार-संहिता संबंधी कुछ नियम बनाए। इसके अतिरिक्त अखिल भारतीय समाचारपत्र संपादक सम्मेलन- 1953, समाचारपत्र संपादक सम्मेलन- 1975, आदि ने भी पत्रकारिता की आचार संहिता बनाई । लेकिन इस दिशा में जितना रचनात्मक कार्य होना चाहिए था, उतना नहीं हुआ है । पत्रकारिता आचार संहिता के निर्माण का जहां तक प्रश्न है उसके संबंध में यही कहा जा सकता है कि उसका निर्माण सरकार द्वारा नहीं होना चाहिए और न ही आचार-संहिता सरकार हारा पत्रकारों और मीडियाकर्मियों पर थोपी जाए । विभिन्न पत्रकार संघ, संपादक संघ आदि मिलाकर पत्रकारिता आचार का निर्माण करें । पाठकों तक सही बात पहुंचाना प्रत्येक पत्रकार का धर्म है । पत्रकारिता के लिए लक्ष्मण रेखा जरुरी है ।

4.5 भारतीय प्रेस का भविष्य एव संभावनाएं

भारतीय प्रेस का हाल के वर्षो में बड़ी तेजी से विस्तार हुआ है । विशेष रूप से हिंदी समाचारपत्रों का फैलाव बढ़ा है । प्रतिष्ठित समाचारपत्रों का प्रकाशन पहले की अपेक्षा कई नये केन्द्रों से शुरु हो गया है । इस तथ्य को देखते हुए भविष्य में भी इसके विस्तार और विकास की असीम संभावनाएं हैं । पहले समाचारपत्र शहरों या कुछ इने-गिने कस्बों तक सीमित थे, किंतु परिवर्तन और विकास की लहर से अब गांव भी अछूते नहीं रहे । अब गांवों में भी सवेरे-सवेरे समाचारपत्र पहुंच जाते हैं । विकास की गति से गांव भी जुड़ गये हैं ।

समाचारपत्रों के संवाददाता पहले शहरों तक सीमित थे और शहरी घटनाएं ही अखबारों तक पहुंच पाती थीं, किंतु अब गांवों में भी संवाददाताओं की पहुंच हो गयी है । गांवों की समस्याएं और गांवों के समाचार भी समाचारपत्रों में प्रमुखता से प्रकाशित होते हैं । छोटी और बड़ी सभी खबरें समाचारपत्रों में पहुंच जाती हैं । पहले ग्रामीण समाचारों की उपेक्षा कर दी जाती थी, लेकिन अब लगभग प्रत्येक जिले में प्रमुख समाचारपत्रों के ब्यूरो खुल गये हैं और स्थानीय संवाददाताओं का जाल बिछ गया है । इतना ही नहीं हर समाचारपत्र में गांवों के समाचार और वही की गतिविधियों को प्रकाश में लाने की होड़ लग गयी है । छोटे-छोटे गांव भी समाचारपत्रों की वजह से विकास के नक्शे में आ गये हैं ।

इस तरह समाचारपत्रों का बाजार बढ़ा है । इनकी प्रसार संख्या में आशातीत वृद्धि हुई है । ग्रामोत्थान की सरकारी योजनाओं का लाभ भी समाचारपत्रों की मदद से गांवों को मिलने लगा है और विकास की गति में गांव भी कंधा से कंधा मिलाकर आगे बढ़ रहे है । सड़कों के निर्माण से गांवों तक पहुंच आसान हो गयी है । इसका लाभ समाचारपत्रों को मिला है । परिवहन के साधन अब आसानी से गांवों तक पहुंच जाते हैं । इससे समाचारपत्रों को गांवों तक पहुंचाने में आसानी हो गयी है । इसका सर्वाधिक लाभ हिन्दी समाचारपत्रों को मिला है । हिन्दी समाचारपत्रों के पाठकों की संख्या बहुत तेजी से बढ़ी हैं । हिन्दी समाचारपत्रों के पाठक 46 प्रतिशत से अधिक हैं, जबकि अंग्रेजी समाचारपत्रों को पढ़ने वालों की संख्या मात्र 3 प्रतिशत है । इससे हिन्दी समाचारपत्रों की बढ़ती हुई लोकप्रियता का अंदाजा लगाया जा सकता है ।

एक ओर अंग्रेजी समाचारपत्रों का प्रभाव घटा है दूसरी ओर रेडियो और टी.वी. चैनलों ने भी अपने अपने हिंदी संस्करण निकालना शुरू कर दिया है । वस्तुतः इन चैनलों के जनक तो पत्रकार ही हैं, जो समाचारपत्रों में कुछ समय तक काम करने के ऊंची छलांग लगाकर चैनलों में पहुंचे हैं और एक आकर्षक वेतनमान और सुविधाएं प्राप्त करने लगे हैं । इस प्रकार इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के बढ़ते हुए आकर्षण के स्रोत समाचारपत्र ही हैं । रेडियो और टेलीविजन के पत्रकार भी समाचारपत्रों की ही देन हैं । इस बढ़ती हुई लोकप्रियता और विस्तृत हो रहे मीडिया क्षेत्र को देखते हुए भविष्य में समाचारपत्रों की संभावनाएं अत्यंत उज्ज्वल हैं । बढ़ते हुए रोजगार में भी समाचारपत्रों का सराहनीय योगदान है । रंगाई, छपाई, आकर्षक साज-सज्जा

से भी समाचारपत्रों. का आकर्षण बढ़ा हैं और भविष्य में होने वाले विकास के साथ समाचारपत्रों के विस्तार की काफी संभावना है । बढ़ते हुए बाजारवाद ने भी इस धारणा को बल दिया है। इस विस्तार से ग्रामीणों के रोजगार की भी संभावनाएं बढ़ी हैं । पूर्णकालिक भले ही न हो किंतु अंशकालिक रोजगारों का सृजन तो समाचारपत्रों से अवश्य हुआ है । समाचारपत्रों से जुड़े लोगों के आय के स्रोत भी बढ़ गये हैं और बढ़ गयी है शासन में उनकी पहुंच । इसका फायदा लोग बखूबी उठा रहे हैं । ग्रामीण समस्याओं के निस्तारण में भी इससे मदद मिली है । कुल मिलाकर गांवों और देश के विकास की दिशा में यह एक प्रभावी और बढ़ता हुआ कदम है ।

वरिष्ठ पत्रकार देवदत्त के शब्दों में आज के 'पत्रकार और पत्रकारीय संस्थाओं के बौद्धिक फलक और संवेदना का दायरा लगातार संकुचित होता जा रहा है, यही वजह है कि आज की भारतीय पत्रकारिता में तत्कालिक चिंताए तो दिखती है, लेकिन दूरगामी परिणामों के बारे में चर्चा नहीं होती । पाठकों की संख्या लगातार बढ़ती जा रही है, इसकी जिम्मेदारी अखबारों पर ज्यादा है । जाहिर है, ऐसे में उन्हें जानकारी देने के लिए अखबारों पर दबाव रहेगा । सूचना देने और जानकारी देने में अखबारों की भूमिका बढ़ेगी, संस्था के रूप में नए संदेशों को देने में भूमिका रहेगी । लेकिन मीडिया को इस भ्रम में नहीं रहना चाहिए कि वह निर्णायक भूमिका निभाएगा।

4.6 मुद्रण में क्रांति

मुद्रण प्रेस का अति महत्वपूर्ण अंग है । सारी तैयारियों के बावजूद यदि छपाई मशीन खराब हो जाए तो सारी मेहनत बेकार हो जाती है और सवेरे-सवेरे पाठक समाचारपत्रों से वंचित रह जाते हैं । इस प्रकार मुद्रण प्रेस का एक अपरिहार्य अंग है और इसके बगैर प्रेस अधूरा है । प्रारंभिक काल में जब मुद्रण का अभाव था सारी सामग्री हाथ से लिखी जाती थी अथवा उन्हें लोग कंठस्थ कर लेते थे । इसी लिए वेदों को श्रुति भी कहा जाता है । ऋषियों के शिष्य और अनुयायी उन्हें याद कर लेते थे । आज भी कई लोगों को वेदों की ऋचाएं कंठस्थ हैं । मुद्रण के अभाव में बहुत सी लोकोपयोगी सामग्री लुप्त हो गयी ।

प्रेस के लिए मुद्रण की जानकारी भी आवश्यक है । सबसे पहले चीन में छठी शताब्दी में समाचारपत्र निकला जो 1500 वर्ष तक चला । पश्चिमी यूरोप में आधुनिक पत्रकारिता का प्रारंभ 16वीं शताब्दी में हुआ । सर्वप्रथम जर्मनी, स्विट्जरलैण्ड तथा हालैण्ड में प्रकाशन प्रारंभ हुआ । भारत में अंग्रेजों के आगमन के पहले ही गोवा में पहला मुद्रणालय सन् 1557 में स्थापित हो चुका था, जिसमें सबसे पहले मलयालम में ईसाई धर्म की पुस्तकें प्रकाशित हुई । दूसरा प्रेस तमिलनाडु में सन् 1578 से स्थापित हुआ । तीसरा प्रेस सन्1602 में मालाबार में स्थापित किया गया । सन् 1616 में दक्षिण में अम्बलकाड में एक प्रेस खुला, जिसमें कोचनी तमिल शब्दकोश छपा । सन् 1679 में बम्बई में भीमजी पारेख ने मुद्रणालय स्थापित किया । बाद में सन् 1674 में बम्बई में ही अंग्रेजी का पहला छापाखाना शुरू। हुआ । सन्1772 में मद्रास में और सन् 1779 में कलकत्ता में सरकारी मुद्रणालय की स्थापना की गयी ।

पहले पत्थर तथा अन्य धातुओं पर डिजाइन बनाकर मुद्राक्षर की ढलाई होती थी । सबसे पहले जर्मनी के गुटेनबर्ग ने मिट्टी से लेकर कई धातुओं और अन्य सम्मिश्रण से टाइपों की ढलाई शुरू की । बाद में लेड का प्रचलन हुआ । इसके बाद मुद्रण में निरंतर विकास होता रहा । सन् 1800 में इंग्लैण्ड के स्टोनहोप ने लोहे का प्रिंटिंग प्रेस तैयार किया, जिसमें 200 प्रतियां प्रति घंटे छपती थी । इसके बाद प्लेटेन प्रिंटिंग मशीन सन् 1805 में बनायी गयी । इसे जी.बी.जार्डन ने बनाया । पहले एक-एक अक्षर टाइप किये जाते थे और बाद में उन्हें हाथ से संयोजित किया जाता है । मोनो टाइप में एक मशीन से टाइप करने पर एक रिबन में कुछ छेद बन जाते थे । बाद में उसी रिबन पर टेप को कास्टिंग मशीन में लगाने पर अक्षर ढल कर निकलते थे, जिन्हें कम्पोजिटर जोड़कर मैटर (प्रकाशनीय सामग्री) तैयार करता था इसकी गीत अधिक मंद होने के कारण इसमें एक साथ टाइप हो जाती थी । इसका आविष्कार विलियम चर्च ने सन् 1882 में किया ।

म्यूनिख के एलियास सेनेफिल्डर ने सन् 1789 में लिथोग्राफ मुद्रण का आविष्कार किया । सन् 1940 के आसपास ऐसी ऑफसैट लिथोग्राफी मशीनों का विकास किया गया, जिस पर कागज की एक लंबी रील को बहुत तेजी से तथा इसके दोनों ओर एक साथ छापने तथा छपे हुए कागज को सीधे काटने एवं मोड़ने की क्षमता थी । ग्रेवियोर मुद्रणपद्धति लेटर प्रेस मुद्रण पद्धति के विपरीत है । इस प्रकार की मशीनों की छापने की गति बहुत अधिक होती है और इसमें पतली स्याही का उपयोग किया जाता है । फ्लैक्सोग्राफी मुद्रण-यह अपेक्षाकृत सरल और सस्ती मुद्रण पद्धति है । इसका विकास सन् 1908 में हुआ । इसके बाद ऑफसेट का युग आया । ऑफसेट की छपाई सुगम, सरल और सस्ती है ।

जहां तक टाइपिंग का प्रश्न है कम्प्यूटर के आने से मुद्रण के क्षेत्र में क्रांति आ गयी है । कम्प्यूटर एक बहुद्देश्यीय यंत्र है । जीवन के हर क्षेत्र और कार्यालयों में कम्प्यूटर की धूम मची हैं । यह एक सस्ता और सुलभ आधुनिकतम साधन है । आधुनिक मुद्रण तकनीक से समय की बचत होती है । पहले के शीर्षक बनाने और बाडी मैटर तैयार करने के लिए अलग- अलग मशीनों का उपयोग किया जाता था, किंतु अब कम्प्यूटर में मेकअप भी आसानी से हो जाता है न डमी बनाने की आवश्यकता है और न ही मेकअप मैन एवं कम्पोजीटर की दरकार है । इतना ही नहीं प्रूफ संबंधी संशोधन भी इसी पर उपसंपादक अथवा कम्प्यूटर ऑपरेटर कर देता है । इससे प्रूफ रीडर की भी छुट्टी हो गयी । इस प्रकार कम्प्यूटर थ्री इन वन है- ऑपरेटर, प्रूफ रीडर और सब एडीटर (उप संपादक) संवाददाता के सारे कार्य कम्प्यूटर पर ही हो जाते हैं । संवाददाता अपनी रिपोर्ट टाइप करके सीधे अपने वरिष्ठ साथी को सौंप देता है ।कहा जाता है कि डी.टी.पी. (डेस्क टॉप पब्लिशिंग) ने संपादन के क्षेत्र में विशेष सुविधाएं प्रदान कर दी है ।

4.7 समाचार समितियों का उत्तरोत्तर विकास

सभी छोटे बड़े समाचारपत्रों के अपने संवाददाता होते हैं , जो विभिन्न क्षेत्रों से भिन्न-भिन्न समाचार संकलित करते हैं, लेकिन समाचारपत्र का आकार इतना विशाल होता है कि अपने संवाददाताओं से उसकी आवश्यकताएं पूरी नहीं हो पाती है । अत: उन्हें बाहर से भी समाचार लेने पड़ते हैं और समाचार का संग्रह करने वाली संस्थाएं उनकी आवश्यकता के अनुसार समाचार संकलित करके उसकी आपूर्ति करती हैं । इन समितियों को समाचार समिति या समाचार एजेंसी कहा जाता है । इन समाचार समितियों का जाल देश-विदेश में सर्वत्र बिछा हुआ है । हर शहर और हर क्षेत्र में इनके संवाददाता विद्‌यमान हैं । इस प्रकार समाचार समितियां प्रेस का अपरिहार्य अंग है । इनके बिना समाचारपत्रों का काम नही चल पाता है । भारत में मुख्य रूप से चार समाचार समितियाँ हैं, जो इस प्रकार है- प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया (पी.टी.आई.), यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया (यू.एन.आई.), हिन्दुस्तान समाचार और समाचार भारती ।

1. **पी.टी.आई. (प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया) -** भारत की सबसे पुरानी और बड़ी समाचार एजेंसी हैं । देश के हर कोने ओर हर क्षेत्र में इसके संवाददाता विद्‌यमान हैं । इसके अतिरिक्त विदेशों में इसका जाल फैला हुआ है । सहकारी संस्था के रूप में प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया का पंजीकरण 27 अगस्त 1947 को किया गया । 1 फरवरी, 1949 से एजेंसी ने अपनी सेवाएं शुरू की । इसके पूर्व सन् 1948 में तत्कालीन सूचना एवं प्रसारण मंत्री श्री वल्लभ भाई पटेल ने पहल पर इसने 'रायटर' से समाचारों के आदान प्रदान का समझौता किया । इस समझौते के तहत सन् 1951 तक पी.टी.आई. रायटर के निर्देशन में काम करती रही । इसके बाद यह अलग हो गयी और इसने अपना स्वतंत्र अस्तित्व बना लिया । अंग्रेजी में समाचार प्रेषित करने वाली यह एशिया की सबसे बड़ी समाचार समिति है । इसकी हिंदी सेवा का नाम ' भाषा' है । इसे सन् 1986 में प्रारंभ किया गया । इसने सन् 1986 से ही न्यूज स्कैन (होटल, बैंक, एयरपोर्ट हेतु वीडियो डिस्प्ले सेवा) और टी.वी. विंग तथा सन् 1987 से काम स्कैन, (बैंक व व्यापारिक संस्थाओं के लिए तथा फोटो सेवा) शुरु की ।
2. **यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया (यू.एन.आई.) -** हिंदी स्टेट्समैन, अमृत बाजार पत्रिका, हिंदुस्तान स्टैण्डर्ड, हिंदुस्तान टाइम्स, टाइम्स ऑफ इंडिया और डक्कन हेराल्ड ने 10 नवम्बर 1959 को यू.एन.आई. का सहकारी समिति के रूप में पंजीकरण कराया । 21 मार्च, 1961 से इसने अंग्रेजी समाचारों का प्रेषण आरंभ किया । इसकी हिंदी सेवा यूनीवार्ता है । जुलाई, 1970 में इसकी कृषि सेवा शुरू हुई और सन् 1992 में इसने उर्दू सेवा प्रारंभ की, जो टेलीप्रिंटर पर दुनिया की पहली उर्दू सेवा थी ।
3. **हिन्दुस्तान समाचार -** दिसम्बर 1948 में श्री ए.एम. आप्टे के प्रयासों से हिन्दुस्तान समाचार समिति शुरू की गयी । सन् 1955 में यह सहकारी समिति के रूप में परिवर्तित हुई । वर्तमान में यह समाचार समिति बंद है । क्षेत्रीय एवं प्रादेशिक हिंदी पत्रकारिता को समृद्ध एवं व्यापक बनाने में इसका महत्वपूर्ण योगदान रहा है ।

4. **समाचार भारती -** 2 अक्टूबर,1966 में इसकी स्थापना हुई और सन् 1967 से इसने अपना कार्य प्रारंभ किया । अब यह समाचार समिति भी बंद हो चुकी है । इस तरह मुख्य दो समितियां पी.टी.आई. और यू.एन.आई. ही कार्यरत हैं और इनका कार्य सुचारु रूप से चल रहा है ।

गत 5 - 10 वर्षों से समाचार जगत में जहां समाचारपत्र बहुरंगी और बहुपृष्ठीय हुए देश-विदेश के समाचारों को तत्काल प्रसारित करने की स्थिति में आए हैं ,वहां समाचार समितियों के कार्यालयों में खट-खट करने वाली टेलीप्रिंटर मशीनें अब दिखाई नहीं देती है । इन खट-खट करने वाली टेलीप्रिंटर मशीनों के स्थान पर कम्प्यूटर और इलेक्ट्रॉनिक प्रिंटर्स आ गए हैं । पत्रकारों के पास मोबाइल फोन भी आए तो लैपटॉप और सैटेलाइट फोन भी । ऐसा लगता है कि नई सहशताब्दी में समाचार समिति का उत्तरोत्तर विकास हुआ है और उनकी आर्थिक स्थिति भी समृद्ध हुई हैं ।

टेलीप्रिंटर वाली समाचार समितियों के अलावा बड़ी संख्या में ऐसी एजेसियां हों जो हिंदी, उर्दू और अन्य भाषाओं में संदेशवाहकों या डाक द्वारा समाचार सामग्री भेजा करती है । इसके अलावा फोटो एजेसियां और फोटो ग्राफिक सेवा भी हैं । फोटो-पत्रकारिता और कार्टून तेजी से बढे हैं और कोई भी समाचारपत्र इनके बगैर अपना काम नहीं चला सकता है । समाचार समिति की कार्य पद्धति में गत कुछ वर्षों में विशेष परिवर्तन हुआ है । उसने हार्ड न्यूज से हटकर विश्लेषणात्मक और विकासात्मक समाचारों पर अपनी दृष्टि केन्द्रित की है । समाचार समितियां टेलीग्राफ डिपार्टमेंट की मशीनों से मुक्त होकर, पेपरलेस जर्नलिज्म (पेपररहित पत्रकारिता) पर आई है ।

4.8 सारांश

'भारतीय प्रेस : चुनौतियां एवं संभावनाएं' इकाई के अंतर्गत आपने यह जाना कि भारतीय प्रेस के समक्ष कौन-कौन सी चुनौतियां है । वह इन चुनौतियों का समाधान किस प्रकार कर सकता हैं । आउटलुक साप्ताहिक के संपादक आलोक मेहता का मत हैं " भारत जैसे देश में प्रिंट मीडिया सामाजिक जागरुकता के लिए महत्वपूर्ण योगदान दे सकता है । यह ठीक है कि आजादी की लडाई की तरह पत्रकारिता अब मिशन नही रह गई है, लेकिन पेशेवर पत्रकारिता में तो यह और भी जरुरी है कि पाठकों के हितों की रक्षा की जाएं । "

वरिष्ठ पत्रकार अवधेश कुमार का कथन है- ' 'वास्तव में इस समय मीडिया को एक साथ कई प्रकार की चुनौतियों का सामना करना पड़ रहा है । यह युग सतत् बदले हुए मीडिया प्रतिस्पर्धा का है जहां तकनीक बदलाव की शर्त एव गति दोनों निर्धारित कर रही है तथा इनसे नित्य कई संस्कृति विकसित होने की सतत् प्रक्रिया चल रही है । ऐसे समय में पत्रकारिता को अत्यधिक जीवंत, जनाभिमुखी बनाने की जरुरत है । मूल्यों और अपने पाठकों के प्रति समर्पित तथा दूरदृष्टि वाले संपादकों का अभाव एक त्रासदी है । बाजार में झोंकने तथा बाजार अभिमुख रणनीति के विरुद्ध किसी संपादक के खड़ा नही होने और संस्था के कारण पत्रकारिता

का भविष्य धूमिल हो रहा है । आज संपादक के लिए उनकी पत्रकारीय क्षमता या प्रतिबद्धता नहीं, बाजार के प्रति निष्ठा मुख्य योग्यता हो गई है । संपादक अब कटेंट मैनेजर नहीं ब्रांड मैनेजर है । टी.वी. समाचार चैनलों ने तो संपादक शब्द ही समाप्त कर दिया है । "

'नई दुनिया' के प्रधान संपादक अभय छजलानी के शब्दों में - " पहले अखबार अंधेरे समंदर में लाइट हाउस की तरह खड़े होते थे, जो समाज में नैतिक शक्ति पिरोते थे । आज के अखबार बाजार के बहाव में है, जो तकनीकी परिवर्तनों के साथ उद्देश्यहीन होते चले गए हैं । तकनीक के विकास ओर उसमें धन के बढ़ते प्रभाव से अखबारों के उद्देश्य बदलते चले गए । समाज के प्रति उत्तरदायी होने का भाव धुँधलाता गया और वे खुद उद्योग हो गए । हिंदुस्तानी सामाजिक व्यवस्था आर्थिक रूप से बचत की व्यवस्था थी, जो कर्ज की व्यवस्था में बदल गई । अखबार अप्रभावित नहीं रह सकते थे । आज के अखबार समाज का नैतिक श्रृंगार नहीं कर रहे । पहले अखबार समंदर में लाइट हाउस की तरह थे, आज वे बुरी तरह बाजार के बहाव में हैं । "

4.9 संदर्भ ग्रंथ

1. रामशरण जोशी - मीडिया और बाजारवाद, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली
2. अखिलेश मिश्रा - पत्रकारिता. मिशन से मीडिया तक, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली
3. संतोष भारतीय - पत्रकारिता. नया दौर, नए प्रतिमान, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली
4. आलोक मेहता - भारत में पत्रकारिता, नेशनल बुक ट्रस्ट, इंडिया, नई दिल्ली
5. प्रो. रमेश जैन - हिंदी पत्रकारिता-इतिहास एवं सरंचना, आविष्कार पब्लिशर्स डिस्ट्रीब्यूटर्स, जयपुर
6. जवाहरलाल कौल - हिंदी पत्रकारिता का बाजार भाव, प्रभात प्रकाशन, नई दिल्ली
7. सुरेश गौतम - भारतीय पत्रकारिता. कल, आज और कल, प्रभात प्रकाशन, नई दिल्ली
8. गणेश मंत्री - पत्रकारिता की चुनौतियां, प्रभात प्रकाशन, नई दिल्ली
9. राजकिशोर - समकालिन पत्रकारिता: मूल्यांकन और मुद्दे, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली
10. राधेश्याम शर्मा - हिंदी पत्रकारिता: स्वरूप और आयाम, हरियाणा साहित्य अकादमी पंचकूला (हरियाणा)

4.10 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. प्रेस के अर्थ एवं स्वरूप पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए ।
2. भारतीय प्रेस के विकास और उसकी विशेषताओं को विस्तार से रेखांकित कीजिए ।
3. भारतीय प्रेस के समक्ष कौन-कौन सी चुनौतियां हैं? विस्तार से विवेचना कीजिए ।
4. "भारतीय प्रेस का भविष्य एवं संभावनाएं' विषय पर अपने विचार व्यक्त कीजिए ।
5. प्रिंट मीडिया इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को चुनौती कैसे दे सकता है? विवेचन कीजिए ।

6. “भारतीय प्रेस के समक्ष आज भी विश्वसनीयता की चुनौती खड़ी हुई है ।" इस कथन की समीक्षा करें ।
7. “इलेक्ट्रॉनिक समाचार माध्यमों की क्रांति के बावजूद प्रिंट मीडिया का महत्व बरकरार है। " इस कथन से आप कहां तक सहमत है? व्याख्या कीजिए ।
8. "भारतीय प्रेस के लिए आचार-संहिता आवश्यक है । " इस कथन पर अपने विचार व्यक्त कीजिए ।
9. संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए: -
   (i) भारतीय प्रेस और स्टिंग ऑपरेशन
   (ii) मीडिया एवं सूचना का अधिकार
   (iii) भारतीय प्रेस और शासकीय गोपनीयता कानून, 1923
   (iv) भारतीय प्रेस और भाषा की चुनौती

भारतीय प्रेस एवं सामाजिक प्रतिबद्धता

इकाई- 5

भारत की भाषायी पत्रकारिता

इकाई की रूपरेखा

5.0 उद्देश्य

5.1 प्रस्तावना

5.2 भाषायी पत्रकारिता: अभिप्रेरणा

5.3 भाषायी पत्रकारिता: अवधारणा एवं स्वरूप

5.4 भारतीय भाषायी पत्रकारिता का इतिहास एवं विकास

5.5 भारत में श्रव्य - दृश्य जनसंचार माध्यम

5.6 भारतीय भाषायी पत्रकारिता का महत्व एवं उद्देश्य

5.7 भारतीय भाषायी पत्रकारिता के विभिन्न

5.8 भारतीय भाषाओं की प्रमुख पत्रकारिता

- 5.8.1 असमिया पत्रकारिता
- 5.8.2 उड़िया पत्रकारिता
- 5.8.3 उर्दू पत्रकारिता
- 5.8.4 कन्नड़ पत्रकारिता
- 5.8.5 तमिल पत्रकारिता
- 5.8.6 तेलुगु पत्रकारिता
- 5.8.7 पंजाबी पत्रकारिता
- 5.8.8 बंगला पत्रकारिता
- 5.8.9 मराठी पत्रकारिता
- 5.8.10 मलयालम पत्रकारिता
- 5.8.11 गुजराती पत्रकारिता
- 5.8.12 संस्कृत पत्रकारिता
- 5.8.13 हिंदी पत्रकारिता
- 5.8.14 अंग्रेजी पत्रकारिता
- 5.8.15 सिंधी पत्रकारिता
- 5.8.16 नेपाली पत्रकारिता
- 5.8.17 अन्य गौण भाषाओं की पत्रकारिता

5.9 भाषायी समाचारपत्रों की जनमत में भूमि सारांश

5.10 सारांश

5.11 संदर्भ ग्रंथ

5.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

5.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप -

- भाषायी पत्रकारिता का अर्थ एवं स्वरूप का संज्ञान प्राप्त कर सकेंगे
- भाषायी पत्रकारिता के महत्व एवं उसके उद्देश्यों की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे
- भाषायी पत्रकारिता के कार्य क्षेत्र से अवगत हो सकेंगे
- भाषायी पत्रकारिता-कला की समीक्षा कर सकेंगे
- इस पत्रकारिता के आर्थिक, सामाजिक एवं कानूनी पक्ष की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे
- मुद्रित माध्यम के अतिरिक्त श्रव्य-दृश्य माध्यमों का परिचय प्राप्त कर सकेंगे
- भारतीय भाषाओं की पत्रकारिता से सम्बन्धित समस्याओं तथा सम्भावनाओं से अवगत हो सकेंगे
- भाषायी समाचारपत्रों का जनमत में महत्वपूर्ण भूमिका है'. -इस तथ्य से परिचित हो सकेंगे।

5.1 प्रस्तावना

भारत एक बहुभाषी देश है। आचार्य आनन्दवर्धन ने ठीक ही कहा था "अनन्ता: हि वाग्विकल्पा" लोक जीवन की भी एक प्रसिद्ध कहावत है- 'तीन कोस में पानी बदले पाँच कोस में बानी' । यह देश आसेतु हिमालय वृहत्तर भारत के रूप में एक विशाल प्रायद्वीप है । इतने विस्तृत भूखण्ड में सम्प्रति एक अरब दस करोड़ के आस-पास जो जनसंख्या विद्यमान है, उसका बहुभाषी होना सहज- स्वाभाविक ही है । भाषा की दृष्टि से भारत शताब्दियों से विश्व में सबसे अग्रणी रहा है । यहाँ ईसा के कई हजार वर्ष पहले वेदों की रचना की गयी । महर्षि पाणिनि से लेकर पतंजलि, यास्क, कात्यायन आदि मनीषियो ने जो भाषा शास्त्रीय चिंतन किया है, वह आज भी समूचे विश्व के लिए अनुकरणीय है । भारतीय भाषा का जो सर्वेक्षण डॉ. ग्रियर्सन ने किया है, उसके अनुसार हमारा भाषा परिवार बहुत समृद्ध है । दूसरी ओर जनसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी में भारत की अग्रणी भूमिका है । अब विचारणीय यह है कि भारत की ' भाषायी पत्रकारिता' (The Indian Language Journalism) का वैशिष्ट्य क्या है?

5.2 भाषायी पत्रकारिता : अभिप्रेरणा

भारत की भाषायी पत्रकारिता की शब्दावली भले ही भिन्न हो, इनकी पत्र-पत्रिकाओं की लिपियाँ भले ही अलग- अलग हों, किंतु कुल मिलाकर उनकी विषयवस्तु में एकरूपता हैं । सभी भाषाओं में प्रकाशित पत्र- पत्रिकायें एक ही प्रेस एक्ट से अनुबन्धित हैं । इनके पाठकों की राजनीतिक, सामाजिक, प्रशासनिक आर्थिक, सांस्कृतिक, धार्मिक परिस्थितियां एव मनस्थितियां भी प्राय: अभिन्न हैं । इसलिए भारतीय भाषायी पत्रकारिता की आकृति-प्रकृति परस्पर बहुत मिलती-जुलती हैं । इन पत्र-पत्रिकाओं के तुलनात्मक आकलन के सहारे भारतीय राष्ट्रीय भावनात्मक एकता की पुष्टि की जा सकती है । यह प्रजातान्त्रिक देश है, जिसमें कुल 28

राज्य और 7 केन्द्र शासित राज्य हैं, फिर भी एक संघीय 'फेडरल' ढाँचा है । भारतीय भाषायी पत्रकारिता इकाई के अध्ययन के द्वारा हमें एकीकरण की कुछ न कुछ अभिप्रेरणा अवश्य प्राप्त हो सकती है ।

5.3 भाषायी पत्रकारिता : अवधारणा एवं स्वरूप

भाषाविदो ने भारतीय भाषाओं की चार श्रेणियाँ निर्धारित की हैं-

(1) भाषा (2) विभाषा (3) बोली (4) उपबोली ।

स्थूल रूप से यह कहा जा सकता है कि यहाँ इन सबकी संख्या 1600 - 1800 के बीच है। इनमें लगभग पौने तीन सौ भाषाएं विभाषाएं हैं । शेष बोलियां एवं उपबोलियां हैं । भाषा उसे माना जाता है जिसमें (1) पर्याप्त भाषा- भाषी भूखंड हो, (2) श्रेष्ठ साहित्य हो, (3) उसका एक बहुजन- अंगीकृत व्याकरण हो, (4) उस भाषा साहित्य का एक इतिहास भी निर्मित- नियत हो गया हो । जिसमें ये चारों तत्व नहीं पाए जाते, उसे बोली या उपबोली माना जाता है । बोलियों का शब्द भण्डार और साहित्य मात्र मौखिक परम्परा में मिलता है । इसमें कुछ आदिवासी क्षेत्रों की बोलियाँ हैं, जिनमें लगभग चार-पाँच हजार शब्द ही पाए जाते हैं और जिनके प्रयोक्ता मात्र सौ-पचास ही दिखाई देते हैं।

भाषा वैज्ञानिकों ने भारतीय भाषाओं के अनेक परिवारों की गणना करायी है, किंतु ये सभी आकृतिमूलक एवं पारिवारिक वर्गीकरण विवादास्पद है । स्वतंत्रता के बाद भारत में जो भाषावार राज्य-विभाजन हुआ है, उसके अनुसार भाषाओं का इस प्रकार विभाजन किया जा सकता है-

(1) प्रमुख उत्तरी भाषाएँ-हिन्दी, पंजाबी, उर्दू । इस क्षेत्र की गौण भाषाओं के रूप में कश्मीरी, डोगरी भी उल्लेखनीय हैं।

(2) पूर्वी भाषाएँ - उडिया, असमिया, बांग्ला, मैथिली ।

(3) पूर्वोत्तरी भाषाएँ - नेपाली, गोरखाली, मणिपुरी ।

(4) पश्चिमी भाषाएँ - सिंधी, तरु। साहित्यिक भाषा रूप में राजस्थानी ।

(5) मध्य पश्चिमी भाषाएँ - मराठी, गुजराती, कोंकणी ।

(6) दक्षिणी भाषाएँ - तमिल, तेलुगु कन्नड़, मलयालम ।

(7) दक्षिणी पूर्वी भाषाएँ - फ्रेंच, हिन्दी, अण्डमानी आदि ।

भारतीय संविधान की आठवीं अनुसूची में जिन भाषाओं को संविधानिक मान्यता प्रदान की गयी है, उनमें तीन तरह की भाषायें हैं (1) संस्कृत, जो किसी प्रांत की राजभाषा तो नहीं है, किंतु यह आर्य भाषा परिवार, द्रविड़ भाषा परिवार की प्राय: सभी भाषाओं की जननी है अथवा मूल स्रोत है ।

दूसरी श्रेणी में वे भाषाएँ आती हैं, जो विदेशी भाषाएँ हैं, किंतु यहाँ बहुत बड़े भू भाग में लोकप्रिय हैं । जैसे-नेपाली, गोरखाली । नेपाली, नेपाल की राजभाषा है, किंतु यहाँ पूर्वोत्तर पहाड़ी क्षेत्र में बहुप्रचलित है । तीसरे उर्दू को विदेशी भाषा तो नहीं कहा जा सकता, क्योंकि वह यहीं की

उपज है, तथा बोलचाल की आम भाषा है । साहित्यिक भाषा रूप में भी वह बहुत समृद्ध है। उसे हिन्दी की एक शैली माना गया है, यों उसका स्वतंत्र वजूद भी है । भारत में वह किसी प्रांत की राजभाषा नहीं है । इधर उसका शब्द भण्डार फारसी बहुल हो गया है, इसलिए वह अल्पसंख्यक वर्ग की भाषा मान ली गयी है और हिन्दी की प्रतिस्पर्धी हो गयी है । वह देश के चार राज्यों की द्‌वितीय राजभाषा है । चौथे, विदेश भाषा के रूप में यहाँ कुछ क्षेत्रों में फ्रांसीसी, पुर्तगाली और पश्तो का भी प्रयोग होता है, किंतु उन्हें सांविधानिक मान्यता प्राप्त नहीं है ।

पाँचवें, अंग्रेजी विदेशी भाषा होने तथा संघ की सहायक राजभाषा होने के बावजूद भारतीय भाषा के रूप में ग्राहय नहीं है, भले ही वह पूर्वोत्तर के तीन राज्यों की सरकारी भाषा बन गयी है और दैनिक जीवन में कामकाजी भाषा तथा सूचना, शिक्षा प्रौद्‌योगिकी, प्रशासन, विपणन आदि की भाषा के रूप में पूरे देश में व्याप्त है । इस प्रकार आज भारतीय भाषा रूप में ग्राहय हैं- संस्कृत, हिन्दी, कश्मीरी, पंजाबी, सिंधी, उर्दू, गुजराती, मराठी, कोंकणी, तमिल, तेलुगू, मलयालम, कन्नड़, बांग्ला, असमिया, मैथिली, मणिपुरी, नेपाली । इनके अतिरिक्त कुछ भाषाओं- विभाषाओं को भारतीय साहित्य अकादमी ने साहित्यिक भाषा की मान्यता दे दी है, जैसे- राजस्थानी । कुछ भाषाएं पृथकता की माँग कर रही हैं, जैसे छत्तीसगढ़ी, कुमाँउनी, गढ़वाली, भोजपुरी आदि । तात्पर्य यह है कि भारत में भाषा का प्रश्न बड़ा जटिल है । इस भाषा - विवाद के बावजूद भारतीय भाषायी पत्रकारिता का जो अर्थ निकाला गया है, उसमें केवल प्रमुख 20 भाषाएँ ही गणनीय है । अंग्रेजी इस सीमा में ग्राहय नहीं है, क्योंकि वह मात्र ढाई प्रतिशत लोगों की मातृ भाषा है । आज लगभग 123 भाषाओं एवं लोकोक्तियों में समाचारपत्र प्रकाशित हो रहे हैं (भारत के समाचारपत्र 2005 - 06) जिनमें प्रमुख 15 भाषाएँ भी सम्मलित है । प्राय: सभी भारतीय भाषाओं के समाचारपत्रों की संख्या और विक्रय संख्या में लगातार वृद्धि होती गई है ।

बोध प्रश्न

1. पत्रकारिता एवं जनसंचार शब्दों को परिभाषित कीजिए ।

....

....

2. भारतीय भाषायी पत्रकारिता से क्या तात्पर्य है?

....

....

3. भारतीय भाषाओं का वर्गीकरण कीजिए ।

....

....

5.4 भारतीय भाषायी पत्रकारिता का इतिहास एवं विकास

युग-युग से हमारा देश संचार विज्ञान का केन्द्र रहा है । भारतीय पुराकथाओं में वर्णित नारद, संजय, गौरा-महादेव आदि अनेक चरित्रों को जनसंपर्क का पुरातन आदर्श कहा जा सकता है। भारतीय इतिहास में कौटिल्य, राक्षस, विक्रमादित्य, शिवाजी, गुरु गोरखनाथ, गुरु नानक देव, अशोक आदि के अनेक विवरण मिलते हैं । इन्होंने संप्रेषण के जो सूत्र दिए तथा दूतों, गुप्तचरों संदेश वाहकों और धावक पशु-पक्षियों का जो विधान बनाया, वह भारतीय जनसंचार का आदिम रूप है । मुगलकाल में वाकियानबीस-खुफियानवीस और अखबारनवीस की स्पष्ट व्यवस्था रही है । युद्ध के दौर में उन दिनों दैनिक न्यूज शीट्स निकाली जाती थीं । उनके कई अभिलेख अभी सुरक्षित हैं ।

भारतीय भाषाओं की आधुनिक पत्रकारिता का उदय पुर्तगाली मिशनरियों की पहल से हुआ । उन्होंने ईसाई धर्म के प्रचार- साहित्य के मुद्रण हेतु यहां छापेखाने खोले और पत्र-पत्रिकाओं, पुस्तकों का प्रकाशन शुरू। किया । तत्कालीन अंग्रेज (कंपनी) सरकार इन मिशनरियों के प्रति शंकालु थी, फलत: उसने अपना एक गजट 'इण्डियन गजट' नाम से 1764 ई. में निकाला। भारत में छपे सर्वप्रथम अंग्रेजी समाचारपत्र- 'जनरल एडवाइजर' बंगाल गजट या फिक्की गजट (29 जनवरी, 1780) को फिक्की बन्धुओं ने ब्रिटिश व्यवस्था की निन्दा कई अंकों में की थी, जिससे उनको गिरफ्तार करके, 'फिक्की गजट' को जब्त कर लिया गया था । फिर भी यह सिलसिला रुका नहीं । आरंभ में वेलजली, हेस्टिंग्स के आग्रहवश यद्यपि बड़ा कठोर प्रेस एक्ट लागू था, वाक् स्वातंत्र्य नाममात्र को भी नहीं था । प्रेस को भारी जमानत जमा करनी पड़ती थी । उसे सरकार बार- बार जब्त कर लेती थी । जब तब भारी जुर्माना करती थी । सेंसर सख्ती के साथ किया जाता था । प्राय: प्रेस नीलाम हो जाते थे । फिर भी भारतीय भाषाओं में पत्र- पत्रिकाएँ बढ़ती चली गयी । इसी कम में जेम्स सिलक बकिंघम ने 'कलकत्ता जर्नल' नामक समाचार-पत्र का प्रकाशन शुरु किया । सन् 1822 ई. तक इसके लगभग 1 हजार ग्राहक हो गए थे, किंतु कंपनी सरकार से अलग हो जाने के कारण यह पहले मासिक बना दिया गया, फिर बंद करा दिया गया ।

स्पष्ट है कि भारतीय भाषाओं की पत्रकारिता की प्रेरणा अंग्रेजी गजटों से प्राप्त हुई । अंग्रेजों ने यहाँ सन् 1774 ई. से गजट-प्रकाशन शुरू। किया । अगले 25 वर्षों में यहाँ ' इंडिया गजट' (1771), ' बंगाल गजट ' (1780), कलकत्ता मैगजीन' (1791), 'इंडिया गजट ' (1792), 'बंगाल जर्नल' (1798), 'रिटेलर अर्द्ध साप्ताहिक' (1799), आदि का प्रकाशन हुआ । जब1799 में प्रेस के प्रतिबंध लागू हुए तो लगभग 20 वर्षों तक सन्नाटा रहा । दूसरे दौर में श्री रामपुर मिशनरी केन्द्र से डेनमार्क के पादरी मार्शमैन ने सन् 1817 में "द फेन्ड आफ इंडिया' का प्रकाशन किया, फिर उसी क्रम में भारतीय भाषाओं के इन पत्रों को प्रेरणा मिली-

1. दिग्दर्शन (अंग्रेजी, बंगला साप्ताहिक समाचारपत्र) द्वारा श्री रामपुर बैपटिस्ट मिशन, सन् 1818 ई. ऐसा कहा गया है कि इसका एक हिन्दी संस्करण मासिक पत्रिका के रूप में कूरी महाशय ने प्रस्तुत किया था, किंतु अभी इसका कोई प्रमाण प्राप्य नहीं है ।
2. इसी वर्ष दूसरा पत्र छपा ' समाचार दर्पण' 1819 ई. ।
3. नवीनतम खोजों के अनुसार हिंदी का पहला अखबार 'द गास्पल मैग्जीन' 1819 ई. में बँगला- अंग्रेजी के साथ छपा।
4. 1822 ई. में गुजराती का पहला अखबार ' मुम्बई समाचार' प्रकाशित हुआ ।
5. उर्दू अखबार 'जाम ए जहनुमा' 1 मई, 1823 को प्रकाशित ई. को प्रकाशित हुआ ।
6. हिन्दी में प्रकाशित होने वाला प्रथम समाचारपत्र हैं- 'उदंत मार्तण्ड ' जनवरी 1826, कलकत्ता) यह पत्र 6 दिसम्बर 1926 तक चला ।
7. 1822 में कन्नड़ छापाखाना शुरू हुआ और फिर कन्नड़ पत्रकारिता का जन्म हुआ । कुछ विद्वान पादरियों द्वारा सन् 1812 में वेल्लारी से 'कन्नड़ समाचार' नाम से प्रकाशित प्रचार साहित्य को कन्नड़ का बल्कि भारत का पहला अखबार मानते हैं, किंतु यह तर्क सिद्ध नहीं है ।
8. यही स्थिति तमिल की है । कुछ विद्वानों का मत है कि 'मद्रास गजट' (1792) पहला तमिल समाचारपत्र है ।
9. प्राप्त प्रमाणों के अनुसार सन् 1832 में प्रकाशित 'बाम्बे दर्पण' के माध्यम से मराठी पत्रकारिता का जन्म हुआ ।
10. इसके पश्चात् सन् 1835 में प्रकट हुई तेलुगु पत्रकारिता-'तमिल मैगजीन' के नाम से, उसके साथ सम्मिलित होकर, क्योंकि तब ये भाषाएँ तमिल की अंगभूत थीं ।
11. मलयालम पत्रकारिता का जन्म सन् 1840 में हुआ । उसका प्रथम प्रकाशित पत्र है 'विज्ञान निक्षेपम्' ।
12. असमिया की पत्रकारिता पादरियों के प्रयास से शुरू हुई प्रथम असमी पत्रिका थी- अरुणोदय सन् 1846 ।
13. उड़िया पत्रों की शुरुआत भी मिशन ने की थी । वहाँ अरुणोदय 'ज्ञानारुण' का प्रकाशन सन् 1849 में हुआ ।
14. गुरुमुखी की फाउंड्री बन जाने के बाद सन् 1854 से 'श्रीदरबार समाचार' के माध्यम से पंजाबी पत्रकारिता प्रारंभ हुई।
15. संस्कृत पत्रकारिता का उद्भव सन् 1866 में हुआ । प्रथम प्राप्त समाचारपत्र है 'पंडित पत्र।'

इस प्रकार स्पष्ट है कि भारतीय पत्रकारिता सन् 1812 से शुरु हुई । इस बीच राजनीतिक ध्येय से (कंपनी समाचार से मुक्ति हेतु) कई उर्दू-फारसी अखबार निकाले गये । कुछ पत्रिकाएं शायरी एवं किस्से कहानी के लिए छपी, अर्थात् प्रेस बाजार की ओर मुड़ा । स्वतंत्रता आदोलन के दौरान पत्रकारों ने सक्रिय भूमिका निभाई । मुद्रित और श्रव्य पोर्टल पत्रकारिता इस समय भारतीय प्रजातंत्र का चतुर्थ स्तंभ है । बहुत बड़ी शक्ति हैं, सूचना क्रांति की सार्थवाह है, इसलिए

संप्रति भारतीय भाषाओं की पत्रकारिता की अहम भूमिका है । उसका अतीत जितना गौरवपूर्ण है, भविष्य उतना ही मंगलाशापूर्ण है ।

5.5 भारत में श्रव्य-दृश्य जनसंचार माध्यम

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के मुख्य तीन माध्यम हैं- 1. रेडियो, 2. टेलीविजन और 3. फिल्म । इन्हें श्रव्य-दृश्य रूप में विभाजित करना समीचीन नहीं है, क्योंकि रेडियो अवश्य श्रव्य है, शेष दोनों दृश्य- श्रव्य माध्यम हैं । इनमें रेडियो का आविष्कार सबसे पुराना है । भारत में रेडियो का आरंभ सन् 1921 ई. में हुआ। पहले व्यक्तिगत क्लबों के रूप में मुंबई, मद्रास एवं कलकत्ता से यह सेवा शुरू हुई ।16 मई, 1928 से रेडियो क्लब सक्रिय हुए ।23 जुलाई, 1927 को 'इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कम्पनी' की शुरूआत हुयी । सन् 1930 में भारत सरकार ने इसका अधिग्रहण कर लिया । 5 मई, 1932 में रेडियो स्टेट मैनेजमेंट शुरू हुआ ।9 जनवरी, 1936 को प्रथम रेडियो प्रसारण केन्द्र दिल्ली में खोला गया, फिर बंबई, कलकत्ता (1917), मद्रास (1930) केन्द्र खुले ।

8 जून, 1936 से इसका राष्ट्रीय व्यवस्थित संचालन शुरू हुआ और उसे' ऑल इण्डिया रेडियो' कहा गया । काल-क्रम में आकाशवाणी शब्द रुढ़ हो गया । भारत-पाक विभाजन के समय इस देश में 6 प्रसारण केन्द्र और 18 ट्रांसमीटर थे । इस समय 225 आकाशवाणी केन्द्र और 361 ट्रांसमीटर हैं जिनकी पहुँच देश के 91.42 प्रतिशत क्षेत्र में 99.13 प्रतिशत जनसंख्या तक है । प्रसार भारती, स्काई रेडियो और उपग्रह इनसेट-दो के कारण रेडियो ने अनेक प्रकार की सेवाओं का परिविस्तार किया है ।

रेडियो पत्रकारिता के तीन रूप हैं- 1.समाचार बुलेटिन, 2. समाचार समीक्षा और 3. झलकी, रिपोर्ताज, न्यूज फीचर आदि । यह प्रसारण कई विधाओं में, कई भाषाओं में और अनेक शैलियों में किया जाता है । रेडियो समाचार सर्वाधिक ताजे, त्वरित और प्रामाणिक होते हैं । विवाद, विज्ञापन, विघटन से मुक्त रेडियो पत्रकारिता की अपनी विशिष्ट साख है । आज सभी प्रसार-माध्यमों की तुलना में रेडियो का आच्छादन सर्वाधिक है । इधर सिटी रेडियो (निजी उपक्रम) के कारण रेडियो की श्रवणीयता तथा राजस्व में काफी वृद्धि हो गई है । भारत में टेलीविजन सन् 1956 में आया । 15 अगस्त, 1965 से कार्यक्रमों का निर्माण शुरू हो गया। सन् 1976 में यह विभाग आकाशवाणी से पृथक हो गया और दूरदर्शन नाम से विख्यात हो गया । सन् 1982 से रंगीन टी.वी. शुरू। हुआ । दूरदर्शन की गणना क्षेत्रीय चैनलों तथा अन्य चैनलों के साथ विश्व के सबसे बड़े टेलीविजन नेटवर्कों में होती है । इस समय दूरदर्शन के 26 चैनल है । 64 केन्द्रों / स्टुडियो केन्द्रों और 1397 ट्रांसमीटरों के जरिए दूरदर्शन के कार्यक्रम 71% क्षेत्रफल में और 99% आबादी द्वारा सीधे देखे जा सकते हैं । लेकिन डी.टी.एन सेवा के माध्यम से यह समस्त भारत में 100 प्रतिशत आबादी के लिए उपलब्ध है । विदेशी चैनलों से दूरदर्शन की विकट स्पर्धा चल रही है । टी.वी. समाचार प्रसारण के कई रूप हैं । जैसे- 1

समयबद्ध बुलेटिन, 2. समाचार समीक्षा, 3. विशेष समाचार प्रसारण, 4 पूर्णकालिक न्यूज़ चैनल, 5. वृत्तचित्र 6. न्यूज़ फीचर 7. रिपोर्ताज 8. झलकी 9. स्पॉट न्यूज़ लाइन आदि ।

इधर इंटरनेट कम्प्यूटर पोर्टल पत्रकारिता द्रुत गति से चल रही है । मल्टीमीडिया से समस्त संचार उपकरणों को एकीकृत कर दिया गया है और सबको सीधे इनसेट कृत्रिम उपग्रह से जोड़ दिया गया है । सारी सूचनाएँ पेन ड्राइव, मोबाइल, राडार आदि द्वारा प्राप्त अथवा प्रेषित की जा सकती हैं । इन दिनों इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के बहाने विकासशील देशों पर विकसित देशों बहुराष्ट्रीय कंपनियों ने काफी वर्चस्व स्थापित कर लिया है । इस कारण भारत जैसे सूचना प्रौद्योगिकी संपन्न राष्ट्र में सूचनाओं का विस्फोट होता जा रहा है । दूसरी ओर मीडिया साम्राज्यवाद, विदेशी निवेश, घरेलू मामलों में अनुचित हस्तक्षेप और बाजारवाद का खतरा भी बढ़ता दिख रहा है । बहरहाल भारतीय भाषाओं की यह श्रव्य दृश्य पाठ्य पत्रकारिता काफी वैविध्यपूर्ण है ।

5.6 भारतीय भाषायी पत्रकारिता का महत्व एवं उद्देश्य

भारत गणतंत्र में सर्वाधिक मानवाधिकार तथा वाक् स्वतंत्रता जनसाधारण को प्राप्त है । अब तो सूचना का अधिकार भी सर्वसामान्य को सुलभ है । प्रत्येक नागरिक को अभिव्यक्ति का अधिकार दिया गया है । इस कारण यहाँ मुक्त प्रेस का विकास अपेक्षाकृत बहुत हुआ है । भारतीय भाषायी पत्रकारिता का प्रथम और प्रमुख ध्येय यही है कि हर प्रकार की उपयोगी जानकारी पूरी होने के कारण 'खबर पालिका' का यह उद्देश्य इन दिनों सर्वोपरि है ।

यह देश भाषा बाहुल्य और संस्कृति बाहुल्य वाला देश है । एक संघीय शासन के बावजूद यहाँ अनेक राज्य हैं, कई अंचल है, जो भौगोलिक / सांस्कृतिक दृष्टि से एक दूसरे से काफी भिन्न हैं। इन सबका अपना एक गौरवपूर्ण इतिहास है । हर भाषा का कुछ वैशिष्ट्य है । इस भाषा सांस्कृतिक विविधता के कारण यहाँ पत्र-पत्रिकाओं और क्षेत्रीय प्रस्तुतियों की भरमार है । हमारी पत्रकारिता का एक ध्येय है अपनी निजता और अस्मिता को उजागर करना । स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद यहाँ जो विकास योजनाएं चलाई गयी, उनकी जानकारी देने के लिए सरकारी अर्द्ध सरकारी और निजी संस्थाओं की ओर से ऐसे अनेक प्रसारण किये गये, जिन्होंने पत्रकारिता का रूप धारण कर लिया । कुछ प्रसारण विज्ञापन के रूप में हुये ओर कुछ जनहित में । वर्तमान कॉरपोरेट कल्चर में जनसंपर्क हेतु पत्रकारिता को बहुत बढ़ावा मिला है । क्योंकि प्रचासप्रसार पत्रकारिता का प्रमुख प्रयोजन है ।

वर्तमान में मीडिया बाजार से परिचालित हो रहा है, जिसके एक रूप को आर्थिक (संदर्भ) में देखा जा सकता है । हमारे अधिकतर बड़े समान्तर पत्रों पर पूँजीपति घरानों का आधिपत्य है । उनका मुख्य उद्देश्य है- आर्थिक लाभ ओर सरकार पर मनोवैज्ञानिक दबाव, क्योंकि मीडिया इन दिनों एक शक्ति केन्द्र बन गया है ।

इस देश में धार्मिक, साहित्यिक, एवं राजनीतिक क्षेत्र में चिंतन का क्रम निरंतर चलता रहता है । उसे धारावाहिक रूप में पत्र-पत्रिकाओं द्वारा ही बहुव्याप्त किया जा सकता है । यह वैचारिकता इसीलिए पत्रकारिता का प्रमुख प्रतिपाद्य है, क्योंकि पत्रकार बुद्धिवादी वर्ग का प्रतिनिधित्व करता है । इस प्रकार भारतीय पत्रकारिता के विभिन्न उद्देश्यों को इन तीन श्रेणियों में वर्गीकृत किया जा सकता है-

1. जनसाधारण को सूचनाएं देना ।
2. ज्ञान विज्ञान की अधिकाधिक जानकारी देना ।
3. सर्व साधारण का मनोरंजन करना ।

इधर उपर्युक्त उद्देश्यों में लाभ प्रदता का उद्देश्य सर्वोपरि हो गया है । अब पत्रकारिता एक उद्योग है, न की व्यसन या मिशन । इसलिए समुचित लाभ कमाना समीचीन ही है । हाँ, 'पीत पत्रकारिता' द्वारा या मात्र बाजारु उद्देश्य से प्रेरित होकर पाठकों का दोहन करना और उन्हें दिग्भ्रमित करना कदापि क्षम्य नहीं है । भारतीय पत्रकारिता संप्रति इन्ही जीवन मूल्यों और बाजार मूल्यों के बीच संघर्ष करती दिख रही है ।

5.7 भारतीय भाषायी पत्रकारिता के विभिन्न प्रकार

जैसे- भारत में प्रचलित पत्रकारिता के अनेक रूप है । उनके वर्गीकरण की कई श्रेणियाँ हैं, जैसे-

1. **भाषावार विभाजन-** इस देश में संविधान की मान्यता प्राप्त 22 राष्ट्रीय भाषाएँ हैं । संस्कृत, अंग्रेजी, उर्दू भी यहाँ काफी लोकप्रिय हैं । मुख्य भाषायी पत्र-पत्रिकायें हिन्दी, बांग्ला, ओड़िया, पंजाबी, मराठी, गुजराती, तमिल, तेलुगु कन्नड़, मलयालम, कश्मीरी, नेपाली, सिंधी, मैथिली, कोंकणी, मणिपुरी आदि में प्रकाशित होती है।
2. **विषयानुसार विभाजन-** भारत में हर विषय से संबंधित पत्र-पत्रिकाएँ सुलभ हैं । जैसे- 1. समाचारपत्र 2 साहित्यिक, 3. आर्थिक, 4. राजनीतिक, 5. धार्मिक, 6. वैज्ञानिक और तकनीकी, 7. औद्योगिक और व्यावसायिक, 8 खेलकूद और मनोरंजन, 9 शैक्षिक, 10. चिकित्सा परक, 11. कला विषयक एवं फिल्मी, 12. कृषि परक, 13. पर्यावरण संबंधी, 14. विधिक या कानूनी, 15. ज्योतिष परक, 16. सामुदायिक एवं संस्थापरक, 17. विकास पत्रकारिता, 18. विचार पत्रकारिता, 19. शोधपत्र, 20. अपराधपरक - खोजी पत्रकारिता, 21 घरेलू पत्रकारिता आदि ।
3. **क्षेत्र के अनुसार वर्गीकरण -** हमारे देश में प्रकाशित पत्रों को उनके अंचल के अनुसार तीन भागों में बाँटा जा सकता है

   क. ग्रामीण एवं कस्बाई, ख : नगरीय ग. देश - देशांतर से संबंधित ।
4. **लिंगीय विभाजन -** इस देश की कई भाषाओं में महिलापयोगी पत्र- पत्रिकाओं का प्रकाशन होता है । इस से स्त्री- विमर्श को काफी बल मिला है ।
5. **आयुपरक विभाजन-** भारत में इसके तीन रूप दिखाई देते हैं- 1. बालोपयोगी पत्र, 2. युवा पत्रकारिता, 3. प्रौढ़ एवं नव साक्षरों के लिए पत्र ।

6. **माध्यमों के अनुसार विभाजन-** यहाँ मुद्रित माध्यम और इलेक्ट्रॉनिक माध्यम रेडियो, टेलीविजन और इंटरनेट सभी रूप प्राय: हर भाषा में पर्याप्त मात्रा में विकसित हो चुके हैं ।
7. **प्रस्तुति के अनुसार विभाजन-** भारतीय पत्रिकाएं हस्तलिखित, चक्रमुद्रित के साथ- साथ रेडियो, टीवी. तथा इंटरनेट से प्रसारित होती है ।
8. **स्तर के अनुसार विभाजन-** भारतीय भाषाओं में अल्पकालीन लघु पत्र- पत्रिकाओं की भरमार हैं । दूसरी ओर प्रतिदिन दो करोड़ प्रतियाँ छापने वाले बड़े स्तर के समाचारपत्र भी यहाँ हैं ।
9. **अवधि परक विभाजन-** हमारे समाचारपत्र आवृत्तियों के अनुसार कई प्रकार के हैं जैसे- दैनिक (प्रातः, मिड डे, सांध्य संस्करण), 2. साप्ताहिक, अर्द्ध साप्ताहिक एवं द्विदिवसीय, 3. पाक्षिक, 4. मासिक, 5. द्वैमासिक, 8. त्रैमासिक, 7. छमाही, 8. वार्षिक 9. अनियत कालिक ।
10. **स्वामित्व के अनुसार विभाजन-** यहाँ सरकारी, अर्द्ध सरकारी, गैर सरकारी, निजी और संस्थागत पत्रिकायें प्रचलित हैं । कभी-कभी अज्ञात, भूमिगत' तथा नीली पत्रिकाएँ भी दिख जाती है ।
11. **आकारगत विभाजन पत्रिकाएँ-** भारतीय समाचारपत्र, कई आकारों में निकलते हैं । अखबारी साइज के अलावा यहाँ डाइजेस्ट, रॉयल कॉउन, डिमाई, टैबलायड आकार का काफी प्रचलन है । कुछ पत्र पोस्ट कार्ड, अंतर्देशीय और पोस्टर यानी भित्ति पत्रकारिता रूप में पाये जाते हैं । इस प्रकार स्पष्ट है कि भारतीय भाषाओं की पत्रकारिता बड़ी वैविध्यपूर्ण हैं ।

बोध प्रश्न- 2

1. भारतीय भाषायी पत्रकारिता के इतिहास- विकास पर प्रकाश डालिए।

....

....

2. भारत में श्रव्य दृश्य माध्यमों की शुरुआत कैसे हुई**?**

....

....

3. भारतीय पत्रकारिता के प्रमुख प्रकारों का परिचय दीजिए ।

....

....

5.8 भारतीय भाषाओं की प्रमुख पत्रकारिता

भारतीय समाचारपत्रों के पंजीयक की वार्षिक रिपोर्ट (2005-06) के अनुसार भारत में कुल 123 भाषाओं तथा बोलियों में पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन होता हैं । हालांकि कुछ भाषाएँ ऐसी भी हैं, जिनमें नाममात्र का ही प्रकाशन होता है, यथा-मैथिली, भोजपुरी, कश्मीरी, कोंकणी, संथाली , आदि । लेकिन असमिया, बंगाली, गुजराती, कन्नड़ मलयालम, मराठी, उड़िया,

पंजाबी, तमिल, तेलुगू हिन्दी, उर्दू जैसी भाषाओं में वृहद् पैमाने पर समाचारपत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन हो रहा है । इनके विकास-क्रम और योगदान की संक्षिप्त चर्चा अपेक्षित है ।

5.8.1 असमिया पत्रकारिता

असमिया भाषा में समाचारपत्र- पत्रिकाओं का प्रकाशन अन्य भारतीय भाषाओं की तुलना में बहुत बाद में प्रारंभ हुआ ।इसका मूल कारण था- असमिया भाषी अधिकांश जनता का अशिक्षित होना । जो शिक्षित थे भी, उनकी रुचि अंग्रेजी और बांग्ला के समाचारपत्रों को ही पढ़ने में थीं । यों तो असमिया भाषा में आजादी के पूर्व छोटे-बड़े कई पत्र प्रकाशित हुए, लेकिन वे प्राय: अल्पजीवी ही रहे । इन समाचारपत्रों में पुराना और सबसे बड़ा पत्र था 'दैनिक बातोरी', जो आज जोरहाट से प्रकाशित होता है । 'दैनिक असमिया' जिसका प्रकाशन 1951 ई. में बंद हो गया था, अब नए प्रकाशन के अधीन 'नूतन असमिया' नाम से प्रकाशित हो रहा है । संप्रति सर्वाधिक लोकप्रिय पत्रिकाओं में 'जन्मभूमि', ' असम सेवक', 'डेक', ' असम श्रमिक' और 'सदिन' प्रमुख हैं ।

असमिया भाषा का पत्रकारिता का जो इतिहास खोजा गया है, उसके अनुसार यहां ' अरुणोदय' नामक एक पत्रिका शिवसागर के सम्पादन में सन् 1846 में प्रकाशित हुई थी । असमिया पर बंगला भाषा का वर्चस्व बहुत दिनों तक रहा, इसलिए अर्से तक असमिया पत्रकारिता भली- भाँति विकसित नहीं हो पायी । यहाँ पत्र-पत्रिकाएँ समाचार और साहित्यिक पत्रकारिता का मिला-जुला रूप लेकर चलती रहीं । कालान्तर में कई पत्र-पत्रिकायें प्रकाशित हुयी, जैसे - असम विलासिनी ,सम्पादक श्रीधर बरुआ (1871 - 83), असम मिहिर, असम दर्पण (1874) , गोवाल पारा हित साधनी, चन्द्रोदय, असम दीपक (1876), असम न्यूज (1882, 85), असम बन्धु (1885 -36) सम्पादक प्रेमचन्द बरुआ और गुणाभिराम बरुआ आदि । साहित्यिक पत्रिका के रूप में 'जोनाकी' (सम्पादक पद्मनाभ, तेजपुर) बिजली (तेजपुर) आदि महत्वपूर्ण हैं । यहाँ मिशनरियों ने कई पत्रिकाएँ निकाली हैं, जिनमे दीप्ति (1905 - 07) उल्लेखनीय है। अन्य पत्रिकाओं में उल्लेखनीय हैं-

1. आज, वाहिनी (सम्पादक पद्यनाथ एवं लक्ष्मीनाथ (1907 - 09)
2. आलोचनी, दिवगढ, सम्पादक अम्बिका गिरी (1910- 16)
3. चेतना (1919 - 26)
4. असम हितैषी (1925 - 29) असम साहित्य सभा पत्रिका, सम्पादक कमलाकांत भट्टाचार्य (वैचारिक शोध पत्रिका)
5. आवाहन-सम्पादक डॉ. दीना नाथ शर्मा,
6. जयंती, सम्पादक रघुनाथ चौधरी (1936 - 49),
7. रंगधर (संपादक-बरुआ)
8. पहोवा- (संपादक-हेम बरुआ, 1946)

9. रामधनु (1948 - 73) आदि ।

5.8.2 उड़िया पत्रकारिता

उड़िया पत्रकारिता का आरम्भ मुख्यत: पृथक् उड़ीसा आन्दोलन के साथ हुआ । ' आशा' और 'समाज' उड़िया आन्दोलन के प्रारंभिक पत्रों में प्रमुख थे । ' आशा' का प्रकाशन शशिभूषण दत्त ने साप्ताहिक पत्रिका के रूप में शुरू किया था । सन् 1928 ई. में यह पत्र दैनिक के रूप में प्रकाशित होने लगा । स्वामित्व संबंधी विवाद के कारण यह सन् 1951 ई. में बंद हो गया था । ' आशा' आजकल साप्ताहिक पत्र के रूप में 'बहरामपुर पत्र' के नाम से प्रकाशित हो रहा है । ' समाज' का प्रकाशन सन् 1961 ई. में वरिष्ठ राजनीतिज्ञ गोपबंधु दास ने साप्ताहिक पत्रिका के रूप में किया था । यह समाचारपत्र सन् 1921 ई. से दैनिक के रूप में प्रकाशित हो रहा है । गाँधी जी के असहयोग आन्दोलन से प्रेरित ' उत्कल दीपिका', स्वराज, प्रभात, मातृभूमि आदि पत्रों ने उड़ीसा के जनमानस में राष्ट्रीयता का भाव भरा । वरिष्ठ कांग्रेसी नेता हरेकृष्ण मेहताब ने 'प्रजातंत्र' नामक समाचारपत्र की स्थापना की थी । आज 'प्रजातंत्र' उड़ीसा के प्रमुख दैनिकों में एक है ।

नवीन अन्वेषणानुसार उड़ीसा की सर्वप्रथम पत्रिका ' कुजिवर' मानी जाती है, जो कुजिवर ग्राम से साधुचरण दारा के सम्पादकत्व में निकली थी । पहले यह पत्रिका सन् 1800 - 850 के मध्य हस्तलिखित पत्र के रूप में मराठा शासन काल में निकाली गयी थी । इसका मुख्य उद्देश्य था, ईसाई धर्म का प्रचार । प्रिंटिंग प्रेस के आने के बाद सन् 1849 में लेसी के सम्पादन में दो मिशनरी पत्रिकाएँ 'ज्ञानारुण' और ' अरुणोदय' प्रकाशित हुयी, साथ ही साथ 'प्रबोध चन्द्रिका' 'स्वदेशी', 'प्रभाती', 'तारा', 'क्रिश्चियन' (1896) आदि पत्रिकायें भी निकली, जिनके द्वारा हिन्दू देवी-देवताओं के बहाने भारतीय धर्म-दर्शन की निन्दा सुनियोजित रूप से की गयी । उड़िया भाषा की सर्वप्रथम पत्रिका 'उत्कल दीपिका' मानी जाती है, जो 1867 में गौरी शंकर राय के सम्पादन में निकली थी । इसके अतिरिक्त कुछ अन्य वर्षवार प्रमुख पत्रिकायें हैं-

1. उत्कल हितैषिणी (1869), 2 बोधदायिनी एवं बालेश्वर संवाद वाहिका (1868 - 69), 3. उत्कल दर्पण (1873), 4. प्रजाबन्धु (1882), 5. उत्कल शुभाकरी, 6. भागवत् भक्ति प्रदायिनी (1873), 7. उत्कल संस्कारक (1874) , 8. स्वदेशी (1876), 9. पुरुषोत्तम दीपिका (1880),10. तारका सेवक (1883), 11. संस्कारक, 12 शिक्षा बन्धु, (1885), 13. शुभ वार्ता (1886), 14. नव संवाद, उड़िया (1887), 15.समालोचना (1889), 16. उत्कल प्रभा (1891) 17. इन्द्रधनु (1893), 18. उत्कल बन्धु (1896) , 19.उत्कल साहित्य (1897) 20. नवविधान, बिजुली, प्रदीप आदि।

इन पत्रिकाओं में साहित्यिक दृष्टि से महत्वपूर्ण हैं -

1. प्यारी मोहन आचार्य द्वारा सम्पादित 16 अप्रैल, 1873 को प्रकाशित ' उत्कल पत्र'
2. हरि प्रसाद दास और रामशंकर राय द्वारा संचालित 'उत्कल मधुप'
3. विश्वनाथ द्वारा सम्पादित ' उत्कल साहित्य' तथा चैतन्य प्रसाद द्वारा सम्पादित 'उत्कल प्रभा' । पत्रकारिता की अन्य नूतन विधाए अभी उड़ीसा में विकसित नहीं हो पायी हैं । यों कुल मिलाकर उड़िया पत्रकारिता का स्तर संतोषप्रद है ।

5.8.3 उर्दू पत्रकारिता

भारत में आने वाले मुस्लिम शासकों में जनसंपर्क की सुविधा के लिए अरबी- फारसी के बाद अपने लाव-लश्कर के बाजार (तुर्की शब्द 'उर्दू) की बोली के रूप में विकसित उर्दू के प्रश्रय दिया । यह उर्दू और कुछ नहीं, बल्कि फारसी लिपी में लिखी गई खड़ी बोली ब्रज मिश्रित हिन्दी थी । धीरे- धीरे इसमें अरबी-फारसी शब्दों का चलन बढ़ता गया और यह स्वतंत्र रूप से एक नई भाषा के रूप में मानी जाने लगी । मुसलमानों के शासनकाल में मान्य होने के कारण भारत के अधिकांश भागों में इसे राजकाल, शायरी और किस्सागोई हेतु स्वीकारना पड़ा । इसीलिए अंग्रेज शासकों ने भी हिन्दी की तुलना में उर्दू को ही अधिक महत्व दिया था । यद्यपि 'बाँटो और राज करो' वाला राजनीतिक कारण कम महत्वपूर्ण नहीं था ।

प्राप्त तथ्यो के अनुसार उर्दू का सबसे पहला समाचारपत्र टीपू सुलतान के समय में निकला था लेकिन प्रति सप्ताह सिर्फ फौजियों के लिए निकलने वाले उस पत्र को सही मायनों में समाचारपत्र नहीं कहा जा सकता । 'जामे-जहाँनुमा' को उर्दू का पहला समाचारपत्र माना जाता है । इसका प्रकाशन हरिहर दत्त और संपादन मुंशी सदासुख लाल ने किया था । 1857 ई. के प्रथम स्वतंत्रता संघर्ष के पहले उर्दू पत्र प्रकाशित हो चुके थे । इन पत्रों में ' आगरा अखबार', 'सईदुल अखबार', ' कायदे नाजरीन', ' सिराज- उल- अखबार', 'दूरबीन' आदि प्रमुख थे । ' सिराज-उल- अखबार', ' रफी- उल- अखबार' और 'दूरबीन' ने प्रथम स्वतंत्रता संघर्ष में स्वाधीनता सेनानियों का जबरदस्त समर्थन किया था ।

सन् 1859 ई. के बाद के वर्षों में प्रकाशित होने वाले समाचारपत्रों मै ' अकमल-उल- अखबार' के प्रसिद्धि पायी । इसे हकीम अब्दुल माजिद खान ने प्रकाशित किया था सन् 1877 ई. में मौलवी नासिर अली ने, (जो अंजुमन इस्लामिया के संस्थापकों में से एक थे) तीन समाचारपत्रों का संपादन किया । वे पत्र थे 'नुसरत-उल- अकबर', 'नुसरत- उल-इस्लाम' और 'मिहिर-ए-दरखाना' । बीसवीं शताब्दी के प्रारंभ में मौलाना

अबुल कलाम आजाद का पत्र 'अल हिलाल' उर्दू पत्रकारिता के लिए मील का पत्थर साबित हुआ । अल्प समय में ही प्रसिद्धि पाने वाले इस पत्र का प्रकाशन कलकत्ता में सन् 1912 ई. में शुरु किया गया था । मात्र दो वर्षों में इसकी प्रसार संख्या 26000 प्रतियाँ प्रति सप्ताह तक पहुँच गई, जो उस समय तक किसी भी उर्दू पत्र के लिए एक कीर्तिमान था । उर्दू पत्रों ने देश के स्वाधीनता-संग्राम में अहम् भूमिका निभायी थी ।'मिलाप', 'प्रताप', 'तेज', 'सियासत', 'सरफराज' आदि समाचारपत्रों ने देशवासियों को देश की स्वतंत्रता के लिए निरंतर संघर्षरत रहने की प्रेरणा दी । 'प्रताप' और 'मिलाप' लाहौर से प्रकाशित होते थे । 1916 ई. में महाशय कृष्ण 'प्रताप' का प्रकाशन आरंभ किया था । चार वर्षों बाद महाशय खुशालचन्द ने 'मिलाप' शुरू। किया । 'तेज' दिल्ली से छपने वाला प्रमुख दैनिक था, जिसकी स्थापना सन् 1923 ई. में स्वामी श्रद्धानन्द ने की थी। देश बंधु गुप्त इसके पहले संपादक थे ।

आजादी के बाद प्रकाशित होने वाले समाचारपत्रों में 'हिन्द समाचार' प्रमुख है । सन् 1948 ई. में जगत नारायण ने इस पत्र का प्रकाशन किया । पाँचवे दशक में यह पत्र उर्दू दैनिकों में सर्वाधिक प्रसार वाला दैनिक था । हिन्द समाचार समूह ने हिन्दी दैनिक 'पंजाब केसरी' की भी शुरुआत की थी । 'पंजाब केसरी' आजकल हिन्दी दैनिकों में अत्यधिक प्रसार वाला दैनिक है । समाचारपत्रों की संख्या की दृष्टि से हिंदी और अंग्रेजी पत्रकारिता के बाद भारत में पत्रकारिता का सबसे बड़ा समूह उर्दू पत्रकारिता का है । 'मुशीर-ए-दक्कन' 'सियासत', 'रहना-ए-दक्कन', 'रहनुमा-ए-दकन', 'मुंसिक' (चारों हैदराबाद), 'सदर', 'पासवान', 'आजाद' (तीनों बैंगलूर), 'मुसलमान' (मद्रास), 'असर-ए-जदीद', 'आजाद हिन्द', 'इमरोज' (तीनो कलकत्ता) 'कौमी आवाज' 'लखनऊ' 'उर्दू टाइम्स', 'इंकलाब', (दोनों मुम्बई) 'सियासत-ए-जदीद' (दिल्ली) आदि उर्दू के प्रमुख दैनिक पत्र है । सर्वाधिक पत्रिकाओं में 'लुना' (हैदराबाद), 'बीसवीं सदी', 'शमा' (दोनों दिल्ली) और 'उर्दू ब्लिट्स (मुम्बई) प्रमुख हैं ।

सम्प्रति सर्वाधिक प्रसार-संख्या वाला उर्दू दैनिक पत्र है 'जदीद-इन-दीनन' (दिल्ली) सर्वाधिक प्रसार-संख्या वाली सावधिक पत्रिका है । साप्ताहिक 'लुना' (दिल्ली) उर्दू भाषा में प्रकाशित होने वाला सबसे पुराना पत्र है-दैनिक 'मुशीर-ए-दक्कन' (हैदराबाद 1664 ई.) ।

भारत में उर्दू का इतिहास लगभग दो शताब्दी पुराना है । प्राप्त तथ्यों के अनुसार पहला उर्दू अखबार था, मई 1823 में प्रकाशित 'जाम-ए-जहनुमा' कलकत्ता । इसमें 'मीर', 'सौदा', 'इंशा' आदि शायर जुड़े हुए थे । कालान्तर में कचहरी की भाषा होने के कारण उर्दू में कई अखबार निकले, जैसे-(1) 'दिल्ली अखबार', 'साप्ताहिक (1837), सम्पादक मो. बाकर) इसमें गालिब और जौक की छेड़खानी प्राय: छपा करती थी ।

(2) 'मजहर-ए-हक', दिल्ली (1843) सम्पादक-पादरी मोहम्मद, (3) प्रथम साहित्यिक पत्रिका- 'खैर खाहे हिन्द'-मिर्जापुर, सम्पादक-पादरी आर.सी. माथुर आदि। (4) अन्य पत्र-पत्रिकाओं में उल्लेखनीय है, लखनऊ की समाचारपत्र-पत्रिकायें, जैसे 'जलाली' - 1840, 'अल्बी' (1841), 'मेंहदी' (1645) 'लखनऊ अखबार' (1847), 'गुलेराना' (1845), करीमुल अखबार आदि । उत्तर भारत के नगरों से निकलने वाले प्रमुख उर्दू समाचारपत्र थे- 'बागो बहार' -बनारस (1849), ' कुतबुल अखबार (1849), 'मिहतादुल अखबार' - मेरठ (1849), 'मालवा अखबार' -इंदौर (1849), कोहिनूर-लाहौर (1850) इत्यादि। उर्दू के अखबार दक्खिनी हिन्दी- हैदराबाद से भी प्रकाशित होते रहे हैं, साथ ही देश के दूरवती महानगरों से भी । जैसे- ' आजमुल अखबार' मद्रास से, ' उर्दू गाइड ' कलकत्ता से, ' रोजनामचा' अखबार था । इन समाचारपत्रों में लखनऊ के अवध अखबार (1858, सम्पादक मुंशी नवल किशोर) एक बड़ा अखबार था ।

स्वतंत्रता आन्दोलन के बीच उर्दू पत्रकारिता विभाजित दिखाई देती है । एक और जमींदार प्रेस मालिकों की सरकार परस्ती, दूसरी ओर जन आन्दोलन । एक ओर 'स्वराज' जैसा इन्कलाबी साप्ताहिक पत्र, जिसका आरंभ शांति नारायण भटनागर ने सन् 1907 में किया था। इसी क्रम में सियासत, अहमियत, हकीकत, पैगाम, काशिद, मिलाप, तेज ,- रियासत, इन्कलाब, वतन, हिन्द साथी, हिन्दुस्तान, जंग, कौमी आवाज, मस्ताना योगी, अदब, परिवर्तन, सुबहे, वतन, रहनुमा, सदाकत, आफताब, भारतमाता, ' उर्दू ए मुअल्ला' आदि अनेक पत्र-पत्रिकाओं द्वारा उर्दू पत्रकारिता ने एक गौरवपूर्ण इतिहास रचा है । वस्तुत: साहित्यिकता समाचार पत्रकारिता, हास्य-व्यंग्य, फिल्म, और मनोरंजन के क्षेत्र में इसे स्वतंत्रता पूर्व बड़ी लोकप्रियता मिली थी । तब यह हिन्दी पत्रकारिता से बहुत आगे थी । युग परिवर्तन के साथ प्रगतिशील दृष्टि और तकनीक को निरंतर न अपनाने के कारण उर्दू प्राय: कट्टरपंथी अल्पसंख्यकों की भाषा बनकर रह गयी । नयी पीढ़ी कॉन्वेन्ट कल्चर में ढल जाने के कारण फारसी लिपी-ज्ञान से वंचित हो गयी है , इसलिए अब उर्दू जगजीवन की कामकाजी भाषा नहीं रह गयी है। फिर भी उर्दू पत्रकारिता की सारी संभावनाएँ नि:शेष नहीं हुई है ।

5.8.4 कन्नड़ पत्रकारिता

कर्नाटक क्षेत्र पर मराठी का प्रभाव अर्से तक रहा है इसलिए कन्नड़ भाषा का विकास कुछ धीमी गति से हुआ । 19वीं शताब्दी के दशक तक कन्नड़ भाषा में पत्रकारिता का आरंभ ईसाई मिशनरियों ने किया । कन्नड़ भाषा का प्रथम समाचारपत्र 'वृतांत विलास' समझा जाता है, लेकिन कुछ लोग 'कर्नाटक प्रकाशिका' को कन्नड़ भाषा का प्रथम पत्र मानते है ।

1880 ई. से 1908 ई. के अन्तराल में यद्यपि कई कन्नड़ समाचारपत्र प्रकाशित हुए,लेकिन बी. श्रीनिवास आयंगर के सम्पादकत्व में निकलने वाले पत्र ' देशाभिमानी' ने अधिक प्रसिद्धि पायी । 1908 ई मैसूर विधान परिषद ने न्यूज़ पेपर रेग्यूलेशन एक्ट पास किया । उसी वर्ष ' आर्योदय प्रकाशिका' नामक साप्ताहिक पत्रिका ने एक रिपोर्ट प्रकाशित की, जो सरकार को भली न लगी, अत: सरकार ने समाचारपत्रों के प्रकाशन पर कड़ी पाबंदी लगा दी, जिसके फलस्वरूप मैसूर राज्य के अधिकतर समाचारपत्र बंद हो गए । उन समाचारपत्रों में श्री डी.वी. गुडप्पा द्वारा संपादित कन्नड़ भाषा का प्रथम दैनिक पत्र ' भारतीय' भी शामिल था ।

महात्मा गांधी की प्रेरणा से कई प्रबुद्ध कन्नड़ भाषियों ने समाचारपत्र-प्रकाशन के क्षेत्र में प्रवेश किया । बीजापुर के प्रसिद्ध वकील जयराव देशपाण्डे ने 'कर्नाटक विभव' नामक पत्र का संचालन एवं संपादन कुशलता से किया । एच. आर.मोहरे ने 1921 ई. में 'संयुक्त कर्नाटक' नामक पत्र के माध्यम से पत्रकारिता के क्षेत्र में प्रवेश किया । 1947 ई. में हुबली से कई दैनिकों का प्रकाशन शुरू हुआ । जैसे ' विशाल कर्नाटक' और 'नवयुग' । 19 अगस्त 1947 ई. को के.एफ. पाटिल और उनके मित्रों के 'केसरी','कन्नड़ प्रभा' आदि समाचारपत्रों ने भी कन्नड़ पत्रकारिता के विकास में ऐतिहासिक भूमिका निभाई ।

संप्रति कर्नाटक की राजभाषा होने के कारण कन्नड़ सूचना औद्योगिकी के केन्द्र (बंगलूर) से जुड़ी हुयी है । बहुराष्ट्रीय कंपनियों के कारणचूँकि अंग्रेजी का दबाव तथा तमिल का काफी प्रभाव है, इसलिए कन्नड़ की स्वतंत्र पत्रकारिता यहाँ बहुत विलम्ब से विकसित हो पायी है । स्वतंत्रता के पूर्व यहाँ जो पत्रिकायें लोकप्रिय थीं, उनमें महत्वपूर्ण हें-

1. प्रजावाणी (दैनिक) जो बैंगलोर से प्रकाशित होती है ।
2. सुधा बैंगलूर का अत्यंत लोकप्रिय पत्र है ।
3. 'सुबोध चन्द्रिका' जो धारवाड़ से 1907 से प्रतिमाह प्रकाशित होती है ।

अन्य पत्रिकाओं में उल्लेखनीय हैं - मयूरा, प्रजामाता आदि । यह ज्ञातव्य है कि कर्नाटक में कन्नड़ छापाखाना सन् 1922 में खुला । कुछ इतिहासकारों ने सन् 1812 में प्रकाशित 'कन्नड़ समाचार' को वहाँ का प्रथम समाचारपत्र माना है । यह एक पादरी द्वारा बेलारी में शुरू किया गया था । सन् 1940 के बाद इसका नामांतर काइस्ट सभापत्र 'सत्यदीपिका' हो गया । सन् 1865 में प्रकाशित साप्ताहिक कर्नाटक प्रकाशिका, सन् 1857 में कृष्ण राज द्वारा सम्पादित वृतान्त दाहिनी, सन् 1866 में प्रकाशित 'मैसूर गजट' साप्ताहिक, सन् 1926 में रामैया द्वारा प्रकाशित 'दैनिक

तमिलनाडु' तथा इंडियन एक्सप्रेस ग्रुप द्वारा प्रकाशित कन्नड़ सभा 'उदय वाणी' आदि उल्लेखनीय हैं । कुछ विद्वान 'हित बोधनी' को आदर्श कन्नड़ समाचारपत्र मानते हैं, जो सन् 1881 में श्री आयंगर के सम्पादकत्व में प्रकाशित हुआ था । कन्नड़ पत्रकारिता एक ओर तमिल में सम्मिलित है और दूसरी ओर अंग्रेजी में । कनार्टक राज्य में अंग्रेजी को द्वितीय मातृ भाषा मानने के कारण तथा दूसरे, उसके पाश्चात्य ज्ञान-विज्ञान की भाषा होने के कारण यह प्रभावी है । बैंगलूर महानगर का जो विकास इधर सूचना प्रौद्योगिकी केन्द्र के रूप में हुआ है, उससे कन्नड़ पत्रकारिता को अंग्रेजियत की दिशा में काफी गति मिली है । वहाँ भले ही अंग्रेजी ही मुख्य माध्यम हो ,फिर भी पोर्टल जर्नलिज्म में कर्नाटक की अग्रणी भूमिका है । मराठी के सान्निध्य के कारण कन्नड़ पत्रकारिता में साहित्यिक , सांस्कृतिक सम्पदा की भी भरमार हैं। आवश्यकता विज्ञान और तकनीक के सहारे जनसंचार माध्यमों को आत्मसात करने की है । इस दिशा थे कन्नड़ पत्रकारिता विशेष अग्रसर होती दिखाई दे रही है ।

कन्नड़ की पत्रकारिता वैविध्यपूर्ण है । इसमें साहित्यिक पत्रिकाओं की भरमार है तो दूसरी ओर समाचारपत्रों की भी सन् 1910 से कन्नड़ पत्रकारिता में नये युग का संचार हुआ । आजादी की लड़ाई जब देश में शुरू हुयी तो कन्नड़ पत्रकारों ने राष्ट्रीय चेतना युक्त कई समाचारपत्र प्रकाशित किये, इनमें 'विश्व कर्नाटक' महत्वपूर्ण है । प्रसिद्ध कन्नड़ साहित्यकार वेंकटेश कृष्णमूर्ति भी इससे जुड़े रहे हैं । सन् 1926 में मैसूर में 'ताईनाड ' , दैनिक की शुरूआत हुयी, जिसे श्री निवासन ने उच्च स्तर प्रदान किया है । सन् 1934 में प्रकाशित दैनिक ' जनवाणी' ने भी काफी लोकप्रियता प्राप्त की है । इसी बीच ' वीर केसरी' नामक दैनिक आरम्भ हुआ है ।

कन्नड़ में 'संयुक्त कर्नाटक', ' कर्मवीर', 'कस्तूरी', ' सुधा' जैसे कई लोकप्रिय पत्र-पत्रिकाएँ हैं । महिला पत्रिका रूप में तथा फिल्मी पत्रिका रूप में ' संगम' तथा ' मनोरमा', बाल पत्रकारिता रूप में चन्दामामा, बाल मंगल, बाल प्रपंच, डाइजेस्ट रूप में नवनीत, रीडर्स डाइजेस्ट, कस्तूरी, विज्ञान पत्रकारिता में जन प्रिय विज्ञान, साहित्यिक पत्रकारिता के रूप में ' अनिकेतन' आदि महत्वपूर्ण हैं । लोकप्रिय कन्नड़ साप्ताहिक लोकेश पत्रिका में विज्ञापन का निषेध है । घरेलू पत्रिकाओं में 'मंगला' काफी लोकप्रिय है । सामाजिक कल्याण की दृष्टि से श्रीनिवासन द्वारा सम्पादित ' शूद्र' पत्रिका भी काफी चर्चित है । कन्नड़ में प्रात: कालीन और सांध्य समाचारपत्र बहुत निकलते हैं । इससे स्पष्ट है कि कन्नड़ की पत्रकारिता पर्याप्त समृद्ध है ।

5.8.5 तमिल पत्रकारिता

तमिल में पत्रकारिता की शुरुआत 1831 ई. में 'तमिल पत्रिका' नामक पत्रिका के प्रकाशन से हुई । लगभग पाँच दशक तक तमिल भाषा में यद्यपि कई समाचारपत्रों का प्रकाशन हुआ, लेकिन किसी भी पत्र को उल्लेखनीय सफलता न मिल सकी । तमिल पत्रकारिता का वास्तविक उदय 1882 ई. में 'स्वदेशमित्रम' के प्रकाशन के साथ हुआ । तमिल में नियमित रूप से प्रकाशित होने वाले इस पहले समाचारपत्र का प्रकाशन जी. सुब्रह्मण्य अय्यर ने किया था । श्री अय्यर उन 72 महानुभावों में शामिल थे, जिन्होंने 1885 ई. में भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस की नींव डाली थी । वे अंग्रेजी के प्रसिद्ध पत्र ' हिन्दू के संस्थापकों में से एक थे और उस पत्र का संपादन भी करते थे । 'स्वदेशमित्रम' 1866 ई. में दैनिक हो गया और 1917 ई. तक तमिल का एकमात्र दैनिक ही था । 1917 ई. में टी.वी. कल्याण सुन्दर मुदलियार ने ' देशभक्तम्' का प्रकाशन किया । 'देशभक्तम्' ने तमिल भाषा में परिमार्जित लेखन- शैली को जन्म दिया । यद्यपि यह पत्र अल्पायु ही रहा, लेकिन तमिल भाषा शैली के विकास में इसका योगदान महत्वपूर्ण है । 1926 ई. में डॉ. पी. वरदाराजुलू ने तमिलनाडु नाम से दो समाचारपत्रों का प्रकाशन शुरू किया- एक दैनिक और एक साप्ताहिक । जोरदार और बोलचाल वाली भाषा शैली के कारण 'तमिलनाडु ' जल्द ही लोक प्रचलित हो गया और दैनिक तमिलनाडु 'स्वदेशमित्रम्' का प्रतिद्वंद्वी बन गया, किन्तु सन् 1930 ई. में इस पत्र ने सविनय अवज्ञा आन्दोलन का समर्थन नहीं किया । इसी कारण कतिपय कांग्रेसी जनों ने ' इंडिया' नामक दूसरा समाचारपत्र निकालना आवश्यक समझा । 'इण्डिया' स्थायी नहीं रहा और आर्थिक स्थिति बिगड़ने के कारण वह जल्द ही बंद हो गया । श्री टी.एस. चोकालिंगम के सम्पादकत्व में निकलने वाले इस समाचारपत्र का नाम था ' दिनमणि' । विविध लेखों की मनोरंजक सामग्री और गहरा प्रभाव पैदा करने वाले अग्रलेखों से युक्त मात्र दो पैसे के इस पत्र ने तीन सप्ताह में ही आशातीत सफलता हासिल कर ली । इसकी प्रसार-संख्या अन्य सभी दैनिकों की सम्मिलित प्रसार संख्या से भी अधिक हो गई ।

तमिलनाडु और 'इण्डिया' पत्रों के बंद होने का प्रधान कारण ' दिनमणि' की सफलता ही थी । पश्चात् 'स्वदेशमित्रम' ने अपना चोला ही बदल डाला और वह फीचर- पेपर (प्रासंगिक लेखों वाला पत्र) बन गया । सन् 1940 में मदुरै से ' दिनथांथी' पत्र का प्रकाशन शुरू हुआ । अल्प समय में ही इसके संस्करण मद्रास, कोयम्बटूर, सलेम और तिरुचिनापल्ली से निकलने लगे । टी. आर. भीम सिंह के संपादकत्व में इसने तीव्र प्रगति की और 'स्वदेशमित्रम' तथा 'दिनमणि' को पीछे छोड़कर यह तमिल का सर्वाधिक प्रसार वाला दैनिक पत्र बन गया । सावधिक पत्रिकाओं में ' आनंद विकटन' कल्कि और ' कुमदुम' का तमिल पत्रकारिता में विशिष्ट स्थान है । 1924 ई. में स्थापित साप्ताहिक पत्रिका ' आनन्द विकटन' अपने संस्थापक-संस्थापक एस. एस.

वासना की नेतृत्व कुशलता और दूरदर्शिता के कारण ही आज अग्रणी स्थान प्राप्त कर सकी है ।

तमिल का आज सर्वाधिक प्रसार वाला दैनिक समाचारपत्र है 'दिनथांथी' (मद्रास) सर्वाधिक प्रसार-संख्या वाली सावधिक पत्रिका है ' आनन्द विकटन' (मद्रास) । तमिल से संबद्ध कुछ विद्वानों का मत है कि भारत का प्रथम पत्र तमिल में ही निकला था, 'मास दिन चीरते' नाम से, सन् 1812 में ज्ञानप्रकाश के सम्पादकत्व में । यों सन् 1792 में प्रकाशित 'मद्रास गजट' में तमिल भाषा को कुछ स्थान दिया गया था । 17 दिसम्बर, 1813 को तमिल में 'मद्रास कूरियर' स्थापित हुआ। ईसाई धर्म प्रचारकों ने यहाँ 'तमिल मैगजीन' नाम से एक पत्रिका सन् 1731 में निकाली थी । लक्ष्मी चेटी ने सन् 1863 में ' क्रेशर' नामक पत्रिका निकाली थी, जिसमें इन विदेशियों का विरोध किया गया था । यहाँ दैनिक समाचारपत्र बहुत देर से शुरू हुए । 'द हिन्दू (1878) अंग्रेजी मासिक, साप्ताहिक पत्र के रूप में सवा रूपये की लागत से शुरू हुआ था । तमिल पत्रकारों में श्रीनिवासन आयंगर स्वामी, सुब्रहमण्य अय्यर गोस्वामी आदि की विशिष्ट भूमिका रही है । सुब्रहमण्य अय्यर ने 'स्वदेश मित्रम' नामक एक जनप्रिय साप्ताहिक की शुरुआत की । यह सन् 1898 से दैनिक समाचारपत्र हो गया । चाक्कलिंगम् एवं शिवरामन ने दिनमणि, दिनसरि, देशभक्त जैसी तमिल पत्रिकाऐं अत्यंत सरल तमिल में प्रकाशित की, जो प्राय: रोचक चित्रों से भरपूर हैं ।

5.8.6 तेलुगु पत्रकारिता

प्रथम तेलुगु समाचारपत्र का प्रकाशन 1835 ई. में हुआ जिसका नाम था सत्यदूत। आरम्भ से पचास वर्षों तक तेलुगु पत्रकारिता मुख्यत: ईसाई मिशनरियों के हाथ में रही । 1885 ई. में प्रख्यात साहित्यकार एवं समाज- सुधारक के. वीरलिंगम पांथुलु ने 'विवेकवर्धिनी' का प्रकाशन आरम्भ किया । तेलुगु भाषा में पहले सम्पूर्ण समाचारपत्र'आंध्र भाषा संजीवनी' का प्रकाशन के. वेंकटरत्नम पांथुलु ने ही किया था। 20 वीं शताब्दी के प्रारम्भ में पी.सुब्रहमण्य सेट्टी ने 'समदर्शिनी' की शुरुआत की । यह एक अच्छा प्रयास था, किन्तु यह भी अल्पायु सिद्ध हुआ । तेलुगु में आधुनिक पत्रकारिता की विधाओं का पहली-पहली बार प्रयोग करने वाला पत्र था ' जनता', जिसे दो प्रख्यात साहित्यकारों-विश्वनाथ सत्यनारायण और रामकोटेश्वर राव ने आरम्भ किया था । उन्हीं दिनों डी.के. नागेश्वर राव पांथुलु के रूप में तेलुगु पत्रकारिता को एक नया सितारा मिला । श्री पांथुलु इससे पहले व्यापार करने के लिए बंबई चले गए थे, जहाँ उन्होंने ' अमृतांजन' नामक प्रसिद्ध दर्द निवारक मलहम बनाने वाली कम्पनी की स्थापना की । तेलुगु के आग्रही श्री पांथुलु ने बम्बई में ही 1908 ई. में साप्ताहिक 'आंध्र पत्रिका' की शुरुआत की ।

5.8.7 पंजाबी पत्रकारिता

पंजाबी पत्रकारिता का आरम्भ तब हो पाया, जब गुरुमुखी टाइप में पहली बार अंग्रेजी-पंजाबी शब्दकोश का प्रकाशन हुआ । 13 वर्षों के बाद पंजाबी भाषा का पहला-पत्र ' अखबार श्री दरबार' प्रकाशित हुआ। यह पत्र अमृतसर से निकला था । 20वीं शताब्दी के पहले दशक तक पंजाबी में कई पत्र प्रकाशित हुए लेकिन पत्रकारिता के क्षेत्र में उनका योगदान नगण्य ही रहा । उन समाचारपत्रों में कुछ प्रमुख पत्र थे- 'सुकिया', 'संबोधिनी', कवि चन्द्रोदय, गुरुमुखी अखबार और खालसा समाचार ।

20वीं शताब्दी के दूसरे दशक से आरम्भ होने वाले अकाली आन्दोलन ने पंजाबी पत्रकारिता को गहरे स्तर पर प्रभावित किया । आन्दोलन की अवधि में और उसके बाद की पंजाबी में कई महत्वपूर्ण पत्रों का प्रकाशन आरम्भ हुआ । अकाली पत्रिका, 'जत्थेदार' ओर ' अजीत' इनमें प्रमुख थे । जालंधर से प्रकाशित होने वाले इन तीनों पत्रों ने पंजाबी पत्रकारिता की पहचान बनायी । 1947 ई. में भारत-पाक बंटवारे के साथ ही पंजाब राज्य का भी बंटवारा हुआ और तय नए समाचारपत्र भी प्रकाश में आए । आज पंजाबी पत्रकारिता में ' अकाली पत्रिका', 'खालसा सेवक', प्रकाश नया हिन्दुस्तान, 'नया जमाना' आदि पत्रों का प्रमुख स्थान है ।

इन दिनों सर्वाधिक प्रसार- संख्या वाला पंजाबी दैनिक पत्र है ' अजीज' (जालंधर) और सर्वाधिक प्रसार संख्या वाली सावधिक पत्रिका है- 'मासिक मेहराम' (नाभा) पंजाबी भाषा में प्रकाशित होने वाला सबसे पुराना पत्र है- ' साप्ताहिक खालसा' अखबार (अमृतसर 1886 ई) । विद्वानों के अनुसार पंजाबी भाषा की पत्रकारिता विलम्ब से शुरू हुयी । आरम्भिक पत्रिकाओं में उल्लेखनीय है (1) ' अजीत' संपादक साधु सिंह, (2) ' अकाली' संपादक सादी सिंह, (3) 'जत्थेदार' (जालंधर), (4) कौमी दर्द, (5) नवां जमाना, (6) लोकलहर (जालंधर) । (7) रणजीत (भटिण्डा, पटियाला), (8) जगवाणी (जुलाई 1978), (9) पंजाबी ट्रिब्यून (चण्डीगढ़), (10) आज की आवाज, जन लहर, 'जालंधर', (11) चढ़दी कला, पटियाला आदि।

पंजाबी पत्रकारिता को वरिष्ठ पत्रकारों- कुलदीप नैय्यर, खुशवंत सिंह, प्रेम भाटिया, अरुण शौरी, महीप सिंह आदि के अनुभवों का बड़ा लाभ मिला है । यद्यपि आतंकवाद के दौर में पंजाबी पत्रकारिता बहुत मुखर नहीं हो पायी । उस पर सेंसर की बराबर नजर. रही, फिर भी रोचक सामग्री देने के कारण इसने अपनी पाठकयिता बरकरार रखी है । इन दिनों तो जालंधर एवं चण्डीगढ़ भारतीय अखबार बाजार के गढ़ माने जाते हैं । राजधानी के निकट होने के कारण और हिन्दी एवं अंग्रेजी पत्रकों की उत्कृष्टता के कारण पंजाबी दैनिक अखबार बहुत लोकप्रिय नहीं हो पाये हैं किन्तु

उनके फोटो प्रकाशन महत्वपूर्ण माने जाते हैं । इन अखबारों ने तरह-तरह के फीचर एवं लेख, समय-समय पर प्रकाशित किये हैं । इन्होंने भारत पाक विभाजन जातीय नवोत्थान, भ्रष्टाचार, कृषि और लघु उद्योग को विशेष वरीयता दी है । गदर की गूँज, खालसा समाचार, पंच दरिया, नागमणि, फुलवारी, प्रीत लड़ी आदि इस दृष्टि से समाचारपत्र महत्वपूर्ण माने जा सकते हैं ।

पंजाबी पत्रकारिता की शुरुआत सन् 1867 में अमृतसर से प्रकाशित खबर 'दरबार साहब' से मानी गयी है । यहाँ का पहला दैनिक समाचारपत्र है ' शहीद' (1914) । पंजाबी भाषा के कुछ अखबार विदेशों में भी छपे हैं, जैसे हिन्दुस्तान गद्दर (1913) और सैन्फ्रांसिस्कों । स्वतंत्रता के बाद पंजाबी पत्रकारिता सुव्यवस्थित तो नहीं हुई फिर भी काफी लोकप्रिय है । सन् 1996 में स्थापित ' देशसेवक' इन दिनों अग्रिम पंक्ति में है ।

पंजाबी के कुछ समाचारपत्र द्वितीय राजभाषा होने के कारण दिल्ली में भी छपते हैं, जैसे ' आरसी', अक्स, 'प्रेरणा' आदि । विदेशों से भी कुछ पंजाबी पत्र अभी प्रकाशित हो रहे हैं, इससे पंजाबी पत्रकारिता में फैलाव एवं बिखराव दोनों आये हैं । पंजाबी पत्रिकाओं में अमृता प्रीतम के सम्पादकत्व में प्रकाशित 'नागमणि' अत्यंत महत्वपूर्ण है । पंजाबी की कई पत्रिकायें सेहत, फिल्म एवं सेक्स पर केन्द्रित हैं । यहाँ धार्मिक पत्रिकायें भी बहुत हैं । यह तथ्य उल्लेखनीय है कि पंजाबी के अधिकतर पत्रपत्रिकाएं गाँवों एवं कस्बों से प्रकाशित होते हैं ।

5.8.8 बंगला पत्रकारिता

बंगला पत्रकारिता के इतिहास का आरम्भ वस्तुतः भारत में भाषायी पत्रकारिता के इतिहास का ही आरम्भ है । बंगला भाषा पत्रकारिता के क्षेत्र में अन्य भारतीय भाषाओं की अग्रणी रही है । बांग्ला में समाचारपत्र प्रकाशन के कार्य का आरम्भ यद्यपि बैपटिस्ट मिशनरियों ने किया था, लेकिन इसे परवान चढ़ाने का कार्य समाज-सुधारकों, साहित्य प्रेमियों और राष्ट्रभक्तों ने किया । 'बंगाल गजट', 'संवाद कौमुदी' , 'सोमप्रकाश पत्रिका' , 'प्रचारक ', ' अमृत बाजार पत्रिका', 'सुलभ समाचार', बंगदर्शन, बांधव, साधना, आर्यदर्शन, दासी, प्रदीप, प्रवासी, हितवादी, मधुमती, आर्यदर्शन, स्वराज, संध्या, वन्देमातरम्, आनन्द बाजार पत्रिका आदि समाचारपत्रों ने जनमानस की सोयी चेतना के जागरण में अविस्मरणीय योगदान किया था । आनन्द बाजार पत्रिका,जुंगातर, वसुमती, भारत, कृषक, नवयुग, स्वाधीनता, स्वराज, आजाद, लोकसेवक, जनसेवक, संग्रामी, हथियार आदि समाचारपत्र आज भी बांग्ला पत्रकारिता की सशक्त विरासत को संभाले हुए हैं ।

1937 ई. में ' आनन्द बाजार पत्रिका' ने 'हिन्दुस्तान स्टैण्डर्ड' नामक अंग्रेजी समाचारपत्र का प्रकाशन प्रारम्भ किया। उसी वर्ष ' अमृत बाजार पत्रिका' (जो 1878 ई. के वर्नाक्यूलर प्रेस एक्ट) के प्रावधानों से बचने के लिए अंग्रेजी भाषा में प्रकाशित होने लगी थी) के मालिकों ने एक नवीन बंगला दैनिक 'जुगांतर' का प्रकाशन आरम्भ किया। 1936 ई. में 'भारत' और 'कृषक' नामक दो नए समाचारपत्रों का प्रकाशन आरम्भ हुआ। 'भारत' के संस्थापक माखन लाल सेन थे, जबकि 'कृषक' पत्र कृषक प्रजा पार्टी का मुखपत्र था। नवयुग का प्रकाशन 1641 ई. में ए.के. फजलूर हक ने किया। सन् 1946 बंगला पत्रकारिता के लिए महत्वपूर्ण वर्ष रहा है, क्योंकि इस वर्ष दो महत्वपूर्ण दैनिकों-'स्वाधीनता' ओर 'स्वराज्य' का प्रकाशन भारतीय कम्यूनिस्ट पार्टी ने अपने मुखपत्र के रूप में किया था।

आज सर्वाधिक प्रसार-संख्या वाला बांग्ला दैनिक पत्र है- 'आनन्द बाजार पत्रिका' और सर्वाधिक प्रसार-संख्या वाली सावधिक पत्रिका है- 'साप्ताहिक संग्रामी', 'हथियार' (कलकत्ता)। बंगला भाषा में प्रकाशित होने वाला सबसे पुराना पत्र है, साप्ताहिक मुर्शिदाबाद हितैषी (मुर्शिदाबाद) 1896 ई. बंगला का सबसे पुराना समाचारपत्र माना जाता है- 'दिग्दर्शन', साप्ताहिक (1818) संपादक जो.सी. मार्शमैन। 'संवाद कौमुदी' ने सन् 1821 में राजा राममोहन राय के सम्पादकत्व में सती प्रथा और अंग्रेजी शासन के विरोध में पहली बार आवाज उठायी थी। इसी क्रम में नीलरत्न हलदार के सम्पादकत्व में प्रकाशित बंगदूत (1929), देवेन्द्र नाथ टैगोर की 'तत्वबोधिनी', केशवचन्द्र सेन की 'सुल समाचार', विपिन चन्द्र घोष की पत्रिका 'बंगाली' , शिशिर कुमार घोष द्वारा सम्पादित साप्ताहिक 'अमृत बाजार पत्रिका', हेमेन्द्र घोष द्वारा सम्पादित 'हेमवती' (1914), मृणाल कांति घोष द्वारा सम्पादित 'आनन्द बाजार पत्रिका' (1922) तथा लोकप्रिय समाचारपत्र 'जुगांतर' (1937), 'देश' (कोलकाता, 1933) आदि का विशिष्ट महत्व है।

बंगला के प्रथम समाचारपत्र 'दिग्दर्शन' की शुरुआत के एक माह बाद 'समाचार दर्पण' के नाम से दूसरा समाचारपत्र शुरू हुआ। इसके सम्पादक थे जयगोपाल और तारणीचरण शिरोमणि। सन् 1841 तक यह पत्रिका लोकप्रिय रही। सन् 1829 से यह द्विभाषी (बांग्ला, अंग्रेजी) पत्रिका हो गयी। इसके संचालन से राजा राममोहनराय भी जुड़े रहे हैं। उन्होंने 'संवाद कौमुदी', 'समाचार दर्पण', दोनों के माध्यम से मिशनरियों का प्रतिकार किया था। सन् 1822 में वहाँ 'समाचार चन्द्रिका' (साप्ताहिक पत्रिका) भवानी चरण के सम्पादकत्व में निकली, जो सन् 1853 तक चलती रही। इस पत्रिका में राजा राममोहन राय का सैद्धांतिक विरोध सबसे प्रमुख मुद्दा था।

बंगला की आरम्भिक पत्रिकाएं बहुमुखी थी। वहाँ सन् 1829 में 'बंगाल हेरॉल्ड' नाम से जो पत्रिका निकली, उसके प्रभाव से कई समाचारपत्र प्रकाशित हुए, जैसे-संवाद प्रभाकर, (संपादक-ईश्वर चन्द्र गुप्त, 28 जून 1331) । यह पत्र 14 जून 1839 में दैनिक हो गया । बंगला में सन् 1831 में 'ज्ञानान्वेषण' का संपादन गौरीशंकर जी ने किया । इसी वर्ष रामचन्द्र के सम्पादकत्व में 'ज्ञानोदय' निकला । सन् 1832 में गंगाचरण सेन ने 'विज्ञान सेवाएँ' नाम से 'विज्ञान पत्रकारिता' की शुरुआत की । सन् 1835 में हरचन्द्र बन्धोपाध्याय के सम्पादकत्व में संवादपूर्ण 'चन्द्रोदय' नामक मासिक, साप्ताहिक, दैनिक पत्र प्रकाशित हुए । 1 अप्रैल, 1919 में 'शांति निकेतन' मासिक प्रकाशित हुआ । सन् 1924 में इसी से 'श्रेयसी' नामक महिला पत्रिका और 'आश्रम संवाद' नामकपत्र निकला । बांग्ला में आनन्द मेला, 'सुखारा' जैसी कई बाल पत्रिकायें,' नवकल्लोल' जैसी फिल्म पत्रिका विशेष लोकप्रिय हैं । स्पष्ट है कि ये बांग्ला पत्रिकाऐ जनजीवन से काफी जुड़ी हुई हैं।

5.8.9 मराठी पत्रकारिता

मराठी पत्रकारिता की शुरुआत करने का श्रेय बालशास्त्री जाम्मेलकर को है, जिन्होंने 1832 ई. में 'बाम्बे दर्पण' नामक पत्रिका का प्रकाशन प्रारम्भ किया । अंग्रेजी और मराठी भाषाओं की यह द्विभाषी पत्रिका कुछ ही महीनों में साप्ताहिक हो गयी । जाम्मेलकर ने 1840 ई. में 'दिग्दर्शन' मासिक पत्रिका का भी प्रकाशन किया । इस पत्रिका को शुद्ध मराठी भाषा की पहली पत्रिका मानी जाती है । हिन्दी के प्रख्यात पत्रकार अंबिका प्रसाद बाजपेयी ने अपनी पुस्तक 'समाचार-पत्रों का इतिहास' में पूना वार्ता का जिक्र किया है और उसे ही मराठी का पहला पत्र माना है । 18 मार्च, 1835 ई. को इस समाचारपत्र को प्रकाशन की अनुमति मिली थी । इसके संपादक आनन्द राम बिठोबा थे । मराठी पत्रकारिता को प्रारम्भ में प्रतिष्ठा दिलाने का कार्य कृष्णा शास्त्री (जो प्रख्यात समाज सुधारक और राष्ट्रभक्त विष्णुशास्त्री चिपलूणकर के पिता थे) और महादेव गोविन्द रानाडे ने किया । कृष्णाशास्त्री ने फरवरी, 1846 ई. में पूना से 'ज्ञान प्रकाश' का प्रकाशन आरम्भ किया । महादेव गोविन्द रानाडे ने विष्णु परशुनाथ पण्डित के सहयोग से 1864 ई. में 'इन्दुप्रकाश' नामक प्रसिद्ध मराठी समाचारपत्र की शुरुआत की । इन्हीं समाचारपत्रों ने 'तिलक युग' के पहले मराठी पत्रकारिता का नेतृत्व किया ।

सन् 1880 ई. मराठी पत्रकारिता के लिए मील का पत्थर सिद्ध हुआ । इसी वर्ष विष्णु शास्त्री चिपलूणकर, बाल गंगाधर तिलक, गोपाल गणेश आगरकर, माधवराम, नामजोशी, वासुदेव शास्त्री खरे, नन्दगींकर शास्त्री, हरिकृष्ण दामले, कृष्णराव मांडे और वामन शिवराम आप्टे ने मिलकर 2400 रूपये का हैंडनोट लिखकर एक पुराने प्रेस की साम्रगी खरीदी और आभूषण प्रेस, की स्थापना की । इतिहास की दिशा बदलने

वाले इस प्रेस सें ' केसरी' और 'मराठा' जैसे समाचार पत्र निकले । 1887 ई. में इन दोनों समाचारपत्रों का संचालन संपूर्ण रूप से विख्यात राष्ट्रवादी लोकमान्य बाल गंगाधर तिलक के हाथों में आया । तिलक के सम्पादकत्व में 'केसरी' ने मराठी पत्रकारिता की को नई ऊंचाई दी ।

मराठी पत्रकारिता के विकास में गोपाल गणेश आगरकर के समाचारपत्र 'सुधारक', एस.के. दामले के ' राष्ट्रमत' और शिवराम परांजपे के 'काल' ने भी महत्वपूर्ण भूमिका निभायी । 1923 ई. मतें स्थापित पत्र 'नवकाल' और 1931 ई. में स्थापित समाचारपत्र 'संकाल' ने मराठी दैनिकों को एक अलग स्वरूप प्रदान किया । आजादी के बाद देश के दो प्रमुख समाचारपत्र समूहों ने मराठी पत्रकारिता में प्रवेश किया । इंडियन एक्सप्रेस समूह ने 1948 ई. में बम्बई से 'लोकसत्ता' टाइम्स दैनिक समाचारपत्र की स्थापना की । अपने- अपने समूहों के साधनों का उपयोग कर इन समाचारपत्रों ने कुछ ही वर्षों में पूरी प्रतिष्ठा अर्जित कर ली । इन समाचारपत्रों ने व्यावसायिक प्रतिस्पर्धा को बढ़ावा दिया, जो प्रकारांतर से मराठी पत्रकारिता के विकास में सहायक सिद्ध हु ई।

सर्वाधिक प्रसार-संख्या वाला मराठी दैनिक पत्र हैं- 'नवकाल' सर्वाधिक प्रसार- संख्या वाली सावधिक पत्रिका है और साप्ताहिक ' अक्षर भारत' (मुम्बई) मराठी भाषा में प्रकाशित होने वाला सबसे पुराना समाचारपत्र है साप्ताहिक ' बेलगाँव समाचार' (मुम्बई) 1863 ई. । मराठी में किए गए शोध का निष्कर्ष है कि महाराष्ट्र में मुद्रण-कला का प्रचलन सबसे पहले हु आ, इसलिए यहाँ पत्रकारिता भी काफी पहले शुरू हो गयी । मराठी का पहला-पहला पत्र 'दर्पण अंग्रेजी ज्ञान विज्ञान की प्रेरणा देने के लिए प्रकाशित किया गया था । उन्हीं दिनों ज्योतिबा फुले ने सामाजिक परिवर्तन की अलख जगायी थी, जिससे लोकमंगलपरक वैचारिक पत्रकारिता की शुरुआत हु यी। तीसरा मोड़ आया सन् 1841 में प्रकाशित 'प्रभाकर' नामक समाचारपत्र द्वारा, जिसने पत्रकारिता व्यवसाय की नींव डाली । मराठी पत्रकारिता में क्रांतिकारी परिवर्तन विष्णु शास्त्री चिपलूणकर की 'निबंध' माला के माध्यम से सन् 1874 में घटित हु आ । इसकी उच्चतम परिणति सन् 1881 में प्रकाशित 'केसरी' के रूप में प्रकट हु यी, फिर साप्ताहिक समाचारपत्रों ने राजनैतिक चेतना का संचार किया । इसके प्रथम सम्पादक थे गोपला गणेश आगरकर । कालान्तर में लोकमान्य तिलक ने सत्ता विरोधी, निर्भीक, निष्पक्ष पत्रकारिता की शुरुआत की । इस कम में शिवराम द्वारा सम्पादित 'काल ' नामक पत्र ने युवा पत्रकारिता की 12 वर्षों तक अलख जगायी और खाडिलकर तथा केलकर ने राष्ट्रभक्ति का स्वर मुखरित किया ।

मराठी पत्रकारिता में पूना से प्रकाशित दैनिक 'सकाल' ने सस्ते संस्करण निकालकर जन-जन की पत्रकारिता का एक प्रादर्श प्रस्तुत किया है । विचार पत्रकारिता के क्षेत्र में शंकर राव जावड़ेकर द्वारा सम्पादित ' लोक शक्ति ' का विशिष्ट स्थान है । अन्य पत्र-पत्रिकाओं में उल्लेखनीय हैं- 'नवाकाल' सम्पादक नरहरि रघुनाथ पाठक, ' महाराष्ट्र टाइम्स', 'लोकसत्ता' आदि । ये पत्रिकाएँ वैचारिक क्रांति, साहित्यसृजन और सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में महत्वपूर्ण रही हैं । मराठी में समाचारपत्रों ने ऑन लाइन मीडिया में पर्याप्त प्रवेश कर लिया है । अभाव केवल विज्ञान पत्रकारिता का है । तुलनात्मक दृष्टि से यह कहा जा सकता है कि मराठी पत्रकारिता ने सामाजिक पत्रकारिता की दिशा में अपेक्षाकृत सर्वाधिक महत्वपूर्ण कार्य किए हैं।

5.8.10 मलयालम पत्रकारिता

'विज्ञान निक्षेपम्' मलयालम का पहला समाचारपत्र था । यह 1840 ई. में कोट्टयम से प्रकाशित हुआ था । पश्चिममारांक और सत्यानन्दम को भी मलयालम के आरंभिक समाचारपत्रों में शामिल किया जाता है । ' पश्चिम मारांक' कोचीन से और 'सत्यानन्दम' 1876 ई. में एर्नाकुलम से प्रकाशित हुआ था । 1884 ई. में कें. आर.मेनन ने ' केरल पत्रिका' का प्रकाशन शुरु किया । इस समाचारपत्र को मलयालम का प्रथम राजनीतिक पत्र माना जाता है । 'केरल पत्रिका' के प्रकाशन के तीन वर्ष बाद 1887 ई. में कोट्टयम से 'दीपिका' का प्रकाशन आरंभ हुआ । दैनिक-समाचारपत्र के रूप में यह आज भी प्रकाशित होता है और मलयालम में प्रकाशित होने वाले सबसे पुराने समाचारपत्र के रूप में प्रतिष्ठित है ।

23 मार्च 1888 ई. को के.वी.पिल्लई ने कोट्टयम में 'मलयालम मनोरमा' की स्थापना की । पत्रकारिता की शक्ति से भिज्ञ श्री पिल्लई ने अपनी पहली संपादकीय टिप्पणी में छुआछूत की प्रथा का पुरजोर विरोध किया । इस समाचारपत्र ने अपने कॉलम में केरल के प्राय: सभी प्रमुख साहित्यकारों, सामाजिक एवं राजनीतिक कार्यकर्ताओं को स्थान दिया । 1904 ई. में संस्थापक-संपादक की मृत्यु के बाद श्री के.सी. मैथ्यू के सम्पादकत्व में आज इस पत्र को मलयालम पत्रकारिता की दिशा निर्धारित करने वाला माना जाता है । ' मलयाली' साप्ताहिक समाचारपत्र का प्रकाशन के.रामकृष्ण पिल्लई ने किया और माधव वैरियर के सम्पादकत्व में इसने अपार प्रतिष्ठा अर्जित की । आज यह समाचारपत्र दैनिक के रूप में प्रकाशित होता है । केरल कौमुदी, 'केरल केसरी', 'देशभिमानी' योगक्षेमम्, 'मातृभूमि' 'सहोदरन', 'नासरानी', 'दीपिका', 'मलयाला राज्यम', 'केरल' भूषणम्, केरल ध्वनि आदि समाचारपत्रों ने भी मलयालम पत्रकारिता के विकास में योगदान किया है । महात्मा गाँधी के असहयोग आन्दोलन से प्रभावित होकर अनेक प्रतिष्ठित व्यक्तियों ने पत्रकारिता के क्षेत्र में प्रवेश किया था । कलकत्ता हाईकोर्ट के दो प्रतिष्ठित वकीलों -के.माधवन और पी. अच्युतन ने अपनी वकालत छोड़कर असहयोग आन्दोलन में भाग लिया । 1923 ई. में इन्होंने

'मातृभूमि समाचारपत्र की स्थापना की । समाज-सेवा और प्रकारान्तर से राष्ट्र सेवा के लक्ष्य को सामने रखकर इस पत्र ने मलयालम पत्रकारिता को समृद्ध किया ।

इस समय सर्वाधिक प्रसार-संख्या वाला 'मलयालम दैनिक पत्र हैं- 'मलयालम मनोरमा' (कोट्टयम सर्वाधिक प्रसार-संख्या सावधिक पत्रिका है साप्ताहिक ' मलयालम मनोरमा'। मलयालम भाषा में प्रकाशित होने वाला सबसे पुराना पत्र है दैनिक 'दीपिका' (कोट्टयम,1887 ई.)।

5.8.11 गुजराती पत्रकारिता

गुजराती पत्रकारिता का देश-विदेश में पर्याप्त प्रसार है । प्राप्त तथ्यों के आधार पर प्रथम गुजराती समाचारपत्र ' श्री मुंबई समाचार' सन् 1822 मुम्बई से प्रकाशित हुआ था । इसके बाद 'गुजराती' नामक साप्ताहिक निकला, जो सन् 1880 से 1919 तक चला । इसका एक संस्करण आज भी निकल रहा है । इस अवधि में 'गुजरात मित्र', गुजराती दर्पण, देश मित्र, सत्य मित्र, सयाजी विजय, प्रजा बंधु, गुजराती पंच, डाण्डियाँ जैसे कई समाचारपत्र प्रकाशित हुए, जो अभी विद्यमान है ।

गाँधी युग में पत्रकारिता बहुत बढ़ी। 'नव जीवन' ने सन् 1919 से 1950 तक नेतृत्व किया । आराम, स्वराज्य, संदेश, वन्देमातरम्, फूल-छांव, तोप, गांडीव, ज्योतिर्थर, प्रताप, प्रभाकर, लोकवाणी, स्त्री शक्ति, मुस्लिम गुजरात, भारत, लोक सेवा, जय गुजरात, राजहंस, प्रकाश, महागुजरात, 'पाखण्ड प्रकाश' आदि ।

गुजराती भाषा के समाचारपत्र-पत्रिकाएँ विदेशों से भी काफी निकले हैं और निकल रहे हैं । जैसे -कराची से ' सिंध सेवक ' , 'महागुजरात', म्यांमार से ' रंगून समाचार' (1800 - 1927) 'नूतन ब्रह्म', 'देश' आदि । इसी प्रकार मद्रास से प्रकाशित पाक्षिक 'ज्योति', मलबार से प्रकाशित 'मलवार समाचार' मुम्बई से प्रकाशित 'मुम्बई समाचार' आदि इसकी बहु व्याप्ति के सूचक हैं । कवि नर्मद ने'इण्डियो ' पत्र द्वारा गुजराती भाषा का काफी संस्कार किया । गांधी जी ने अपने गुजराती समाचारपत्र 'नवजीवन' के माध्यम से विज्ञापन का विरोध किया और पत्रकारिता को मानव मूल्यों से जोड़ा।

स्वतंत्रता के बाद गुजराती में प्रकाशित होने वाली पत्र- पत्रिकाओं की संख्या में विशेष वृद्धि हुई । मुम्बई एवं अहमदाबाद में आधे से अधिक पत्र गुजराती भाषा में निकलते हैं ।

गुजराती भाषा के प्रमुख दैनिक समाचारपत्र हैं-

1. लोकसत्ता, (अहमदाबाद, बड़ौदा, राजकोट)
2. गुजरात समाचार (बम्बई, बड़ौदा, अहमदाबाद, सूरत)

3. संदेश (अहमदाबाद, बड़ौदा)

इन पत्र-पत्रिकाओं में साहित्यिक, सांस्कृतिक, सामग्री की जगह राजनीति, खेलकूद, फिल्म, तंत्रमंत्र, ज्योतिष, सेक्स, फैशन से संबंधित सामग्री ज्यादा परोसी जा रही हैं । स्वतंत्रता के पूर्व ' जन्मभूमि 'फूल छाँव', 'हिन्दुस्तान', 'वन्देमातरम्', 'गुजरात दर्पण' आदि ने साहित्यिक श्री वृद्धि में महत्वपूर्ण योगदान किया था । गुजराती पत्रकारों में स्मरणीय है कवि नर्मद, महात्मा गांधी, के.एम.मुंशी, बसंत लाल देसाई आदि । गुजराती में महिलापयोगी कई पत्रिकायें निकली हैं, जैसे श्री सुधा, स्त्री आदित इस प्रकार धार्मिक क्षेत्र में 'परमार्थ', फिल्म क्षेत्र में 'चित्रलोक', बाल पत्रकारिता में 'जगमग' आदि उल्लेखनीय हैं । निष्कर्ष यह है कि गुजराती पत्रकारिता वैविध्य पूर्ण है , किंतु इन दिनों वह बाजारवाद से ग्रस्त है ।

5.8.12 संस्कृत पत्रकारिता

संस्कृत पत्रकारिता स्वतंत्रता - संग्राम की एक विशिष्ट उपलब्धि है । नवीन विचारों के सूत्रपात और राष्ट्रीयता की वृद्धि में इसने अभूतपूर्व योगदान दिया है । किन्तु आश्चर्यजनक सत्य यह है कि संस्कृत पत्रकारिता का आरम्भ, पालन- पोषण तथा प्राथमिक प्रसार कतिपय मनीषी अंग्रेजों द्वारा हुआ था । सन् 1932 ई. में बंगाल की एशियाटिक सोसायटी ने अंग्रेजी और संस्कृत में द्विभाषी आपूरित लेखादि प्रकाशित की । इस पत्रिका में संस्कृत साहित्य की गवेषणा एवं पुरातन सामग्री से आपूरित लेखादि प्रकाशित होते थे । इसने अंग्रेजी पढ़े-लिखे संस्कृतज्ञों के हृदय में नवीन चेतना कर 1 जून, 1866 ई. को गवर्मेन्ट संस्कृत कॉलेज काशी से ' विद्यासुधानिधि' तथा ' पण्डित' नामक मासिक पत्र का प्रकाशन शुरू। हुआ । विशुद्ध संस्कृत की ये दोनों पत्रिकाएँ प्राचीन संस्कृत ग्रन्थों का प्रकाशन करती थी । इनमें समाचारपत्रों के लक्षण नहीं थे । अप्रैल,1872 ई. में लाहौर में 'वैद्योदय' से प्रेरणा पाकर संस्कृत में अनेक नए समाचारपत्रों का जन्म हुआ ।17, अक्टूबर, 1884 ई. को कुड्डूर (केरल) में ' विज्ञान चिन्तामणि' नामक मासिक पत्र का प्रकाशन आरम्भ हुआ । कालांतर में प्रचारातिरेक के कारण यह पत्र पाक्षिक और अंततः साप्ताहिक हो गया । नीलकांत के संपादकत्व में यह समाचारपत्र संस्कृत पत्रकारिता के विकास में मील का पत्थर सिद्ध हुआ ।19वीं शताब्दी के अंतिम दो दशकों में पचासों संस्कृत समाचारपत्रों का प्रकाशन हुआ । राष्ट्रीय आंदोलन की दृष्टि से उनमें 'संस्कृत चन्द्रिका' तथा 'सहृदय' का विशेष स्थान है । पहले कलकत्ता और बाद में कोल्हापुर से प्रकाशित होने वाली 'संस्कृत चन्द्रिका' ने अपार ख्याति अर्जित की । अपने राजनीतिक लेखों के कारण अप्पा को अनेक बार जेल जाना पड़ा । संस्कृत भाषा का पोषण एवं अभिवर्द्धन संस्कृत भाषाविदों में उदार दृष्टिकोण का प्रचार और सुसुप्त संस्कृतज्ञों के देशहितार्थ जागरण को ध्यान में रखकर 'सहृदया ने राष्ट्रीय' आदोलन में महत्वपूर्ण भूमिका निभायी। 20वी शताब्दी के आरम्भ में लोकमान्य तिलक के नेतृत्व में भारत ने स्वदेशी

आन्दोलन में भाग लिया । संस्कृत पत्रकारिता के लिये यह दौर संवर्द्धन का युग था । उस दौरान अनेक संस्कृत समाचारपत्रों का प्रकाशन हु आ, जिनमें 'भारतधर्म' (1901 ई.) 'श्रीकाशी पत्रिका' (1907 ई.) स्वतंत्रता संग्राम के दिनों में अन्य प्रमुख संस्कृत समाचारपत्र थे, 'आनन्द पत्रिका' (1923 ई.), 'गीर्वाण' (1924 ई.), 'शारदा' (1924 ई.) 'ब्राहमण महा सम्मेलनम्' (1928 ई.) श्री (1931 ई.) 'उषा' (1934 ई.), 'संस्कृत ग्रंथमाला' (1952 ई.), 'दिव्यज्योति' (1956 ई.), 'सुप्रभातम्' (1976 ई.), विश्व संस्कृतम् (1936 ई.), गाण्डीवम्' (1976 ई.), 'संस्कृत श्री' (1976 ई.) 'प्रभातम् (1980 ई.), 'लोकसंस्कृतम' (1933 ई.) 'बजगंथा' (1988 ई.), 'श्यामला' (1989 ई.) आदि के भी नाम लिए जा सकते हैं । कानपुर से कुछ वर्षों तक एक दैनिक पत्र भी निकला ।

इतिहास से प्राप्त प्रमाणों के अनुसार प्रथम पत्रिका 'विद्या सुधानिधि : (नामांतर 'पण्डित पत्र') एक जून, 1966 ई. में प्रकाशित हुई थी । उसी क्रम में समयसमय पर अन्य अनेक पत्रिकाएं प्रकाशित हुई, जैसे- (1) 'सत्यव्रत' (1867), (2) 'विद्योदय जनवरी 1871, लाहौर (3) शारदा प्रयाग, (4) विद्यार्थी, पटना 1878,(5) आर्य विद्या सुधानिधि 1878, कलकत्ता, (6) आर्य मासिक (लाहौर 1882), (7) श्रुति प्रकाशिका ब्रहम समाज 1896, कलकत्ता, (8) आर्य सिद्धांत 1896 प्रथम) आदि । इसी क्रम में और कई पत्रिकाएँ निकली, जैसे संस्कृत पत्रिका, कवि: विद्युत कला, धर्मप्रकाश, प्रयाग पत्रिका, 'वेंकटेश्वर पत्रिका' इत्यादि । संस्कृत में प्रकाशित दैनिक पत्र हैं-

1. 'जयंती' जो (1 जनवरी, 1907 को त्रिवेन्द्रम से प्रकाशित किया गया था) ।
2. 'संस्कृति' (19 नवम्बर, 1961 को छपी पहले विजय नाम से प्रकाशित हु आ।)
3. 'सुधर्मा', जो सन् 1970 में मैसूर से प्रकाशित हुआ था ।
4. 'अधिकार', जो नारायण शास्त्रह द्वारा प्रकाशित हु आ।
5. नवप्रभातम् कानपुर से प्रकाशित ।

संस्कृत में लगभग एक दर्जन साप्ताहिक पत्र समय-समय पर निकले हैं, जैसे-देववाणी, गाण्डीवमू आदि । पाक्षिक, त्रैमासिक संस्कृत पत्रिकाओं की संख्या सम्प्रति 200 के आस-पास है । इनके अतिरिक्त अन्य भाषाओं के साथ जुड़कर भी संस्कृत की कई पत्रिकायें रही है । सबसे अधिक संस्कृत की पत्र-पत्रिकाएँ उत्तर प्रदेश से प्रकाशित हो रही है ।

5.8.13 हिंदी पत्रकारिता

हिंदी पत्रकारिता का इतिहास लगभग 182 वर्ष पुराना है । प्राप्त प्रमाणों के अनुसार सन् 1826 में प्रकाशित 'उदंत मार्तण्ड' हिन्दी का प्रथम प्रकाशित समाचारपत्र है । उसके पश्चात 'हिंदी बंगदूत' (1829), 'बनारस अखबार' (1845), 'पयामे आजादी' (1856), ' कवि वचन सुधा' (1887), ' हरिशचन्द्र मैगजीन ' (1873), ' ब्राहमण

' आदि अनेक महत्वपूर्ण पत्र- पत्रिकाएं प्रकाशित हुई । इनमें अधिकतर पत्र बहुभाषी थे । प्राय: अंग्रेजी, बंगला, फारसी, उर्दू के साझे में निकलते थे । हिन्दी समाचारपत्रों की सीधी टकराहट उर्दू से थी । इनमें बोलचाल की मुहावरेदार हिन्दी का प्रयोग होता था । इसी के सहारे भारतेन्दु ने 1873 में " नई चाल में हिन्दी के ढलने " की घोषणा की । गदर की पृष्ठभूमि में, हिंदी नवजागरण की बेला में इन पत्रिकाओं में ' हिंदी-हिन्दुस्तान ' का नारा लगाया था । अधिकतर समाचारपत्र अंग्रेजों की शोषण नीति का विरोध कर रहे थे, आर्यसमाजी, सनातनी सिद्धांतों पर बहस करते हुए सतीप्रथा, बाल विवाह, विधवा उत्पीड़न, जाति-पांति, नशाखोरी, दहेज, पर्दाप्रथा, समाजिक अंधविश्वास , बोर, अशिक्षा तथा सामन्तों के अत्याचार का विरोध कर रहे थे । समाचारों के साथ- साथ हास्य - व्यंग्य, भाषा-व्याकरण देश विदेश का व्यावहारिक ज्ञान तथा साहित्य- सर्जना के अनेक प्रयोग इन पत्र-पत्रिकाओं के माध्यम से सम्पन्न हुए ।

हिन्दी पत्रकारिता का द्वितीय युग स्वतंत्रता संग्राम से संबंधित है । इस बीच पत्रकार व्यसन के बजाय मिशन से जुड गए । उन्होंने ग्रामोत्थान, हरिजन, नारी, बाल कल्याण आदि को विशेष महत्व दिया । सन् 1900 - 1947 के बीच प्रकाशित हिन्दी की महत्वपूर्ण पत्रिकाएँ एवं उनके संपादक इस प्रकार हैं -

1. हिन्दी बंगवासी- अमृतलाल चक्रवर्ती, बालमुकुन्द गुप्त, लक्ष्मण नारायण गर्दे
2. स्वराज्य (1970 - 1910, इलाहाबाद)
3. कर्मवीर (1909, खंडवा, माखनलाल चतुर्वेदी)
4. ‘गदरे रिसाला', सैन फ़्रांसिस्को (1917), आर्यमित्र, विश्वमित्र, (दिल्ली, कलकत्ता)
5. ‘आज' , बाबूराव विष्णुराव पराडकर, वाराणसी, 1930
6. 'अर्जुन', इन्द्र विद्या वाचस्पति (1923, दिल्ली)
7. 'प्रताप' गणेश शंकर विद्यार्थी (1913, कानपुर)
8. 'हिन्दुस्तान' (1933), दिल्ली, बम्बई
9. 'सरस्वती' आचार्य महावीर प्रसाद द्विवेदी (1900 - 1920)
10. 'हिन्दी प्रदीप' -बालकृष्ण भट्ट, (इलाहाबाद, (1870)
11. 'प्रभा' - बालकृष्ण शर्मा 'नवीन', कानपुर
12. 'चाँद' -रामरख सहगल (1922, इलाहाबाद)
13. 'मतवाला' -सेठ महादेव (1923, कलकत्ता)
14. 'माधुरी' ' सुधा' - नवल किशोर प्रेस, दुलारे लाल भार्गव, लखनऊ (1927)
15. 'विशाल भारत' - बनारसीदास चतुर्वेदी, कलकत्ता (1927)
16. 'हंस' -मुंशी प्रेमचंद, काशी (1930) आदि ।

इन पत्रों-पत्रिकाओं द्वारा राजनीतिक विचारधारा, ग्रामीण व्यवस्था तथा खड़ी बोली, गद्य-पद्य की साहित्यिक विधाओं को बढ़ावा मिला । इस अवधि में अनेक मंडल स्थापित हुए। हिंदी पत्रिकाएँ देश-देशांतर से प्रकाशित होने लगी। उसमें टेलीप्रिन्टर का प्रवेश हुआ तथा सम्पादन कला का विशेष विकास हुआ। वस्तुतः इस अवधि को हिन्दी पत्रकारिता का 'स्वर्णकाल' कहा जाता है ।

सन् 1950 से आज तक के दौर को हिन्दी पत्रकारिता का उत्कर्ष काल कहा जा सकता है । इस बीच कई महत्वपूर्ण समाचारपत्र हिंदी में प्रकाशित हुए, जैसे- (1) 'दैनिक जागरण' (2) 'नई दुनिया' 1947 इंदौर जिसे प्रथम 'वेब पत्र' बनने का गौरव प्राप्त है । (3) 'नवभारत टाइम्स' (1947, बम्बई, दिल्ली), (4) 'स्वतंत्र भारत' (1947, लखनऊ), (5) 'अमर उजाला' (1948, बरेली, मेरठ), (6) 'राजस्थान पत्रिका' (1956, जयपुर), (7) 'दैनिक भास्कर' (1958, भोपाल), (8) 'पंजाब केसरी' (1964, जालंधर), (9) 'हिंदी ट्रिब्यून' (1978, चंडीगढ़), (10) 'जनसत्ता 1982, इंडियन एक्सप्रेस दिल्ली, (11) 'राष्ट्रीय सहारा' (1991) लखनऊ आदि । इन दैनिक समाचारपत्रों के अतिरिक्त हिंदी भाषी प्रांतों से और भी दैनिक पत्र प्रकाशित हो रहे हैं ।

हिन्दी पत्र-पत्रिकाओं ने समाचार के साथ-साथ आर्थिक गतिविधि, विज्ञान प्रौद्योगिकी, शिक्षा, संस्कृति, कृषि, स्वास्थ्य-चिकित्सा, कला, मनोरंजन आदि का बहुमुखी विकास किया है । इनके माध्यम से सूचना मनोरंजन एवं जनशिक्षण को बढ़ावा मिला है । प्रमुख पत्रकारों में माधवराव सप्रे, पराडकर, खाडिलकर, महात्मा गाँधी, नंदलाल चटर्जी, चिंतामणि घोष, प्रभाकर माचवे अहिन्दी भाषी विद्वानों की विशिष्ट भूमिका रही है । साहित्यिक सम्पादकों में भारतेंदु, महावीर प्रसाद द्विवेदी, सितारे हिन्द, बालमुकुन्द गुप्त, अंबिका प्रसाद बाजपेयी, प्रताप नारायण मिश्र, बालकृष्ण भट्ट, माखन लाल चतुर्वेदी, मालवीय जी, गणेश शंकर विद्यार्थी, बनारसी दास चतुर्वेदी, नवीन, निऑला, प्रेमचंद, अज्ञेय, धर्मवीर भारती, मनोहर श्याम जोशी, अक्षय कुमार जैन, रतनलाल जोशी, डॉ. विद्या निवास मिश्र, रघुवीर सहाय, राजेन्द्र माथुर, कर्पूरचन्द कुलिश, राजेन्द्र अवस्थी, कमलेश्वर, वेदप्रकाश वैदिक एवं श्रीमती मृणाल पाण्डे आदि की भी विशिष्ट भूमिका रही हैं ।

संख्या और प्रसार संख्या में हिंदी समाचारपत्र अग्रणी

भारत की स्वाधीनता के बाद हिंदी पत्रकारिता में उल्लेखनीय प्रगति हुई । हिंदी समाचारपत्रों ने संख्या एवं प्रसार संख्या दोनों में भारतीय भाषाओं में आगे रहकर अपने राष्ट्रीय भाषा होने के गौरवशाली स्थान को उचित ठहराया । हिंदी में पहले से ही सर्वाधिक समाचारपत्र प्रकाशित होते थे, पर प्रसार संख्या में हिंदी को सर्वोच्च स्थान सन् 1978 से प्राप्त हुआ । सन् 1977 तक अंग्रेजी के समाचारपत्रों की प्रसार संख्या हिंदी समाचारपत्रों से अधिक थी। स्वतंत्रता के बाद समाचारपत्रों के संगठनों

में एक विशेष परिवर्तन यह हुआ कि समाचारपत्र प्रकाशन एक उद्योग बन गया। पत्रकारिता अतः मिशन नहीं रही बल्कि वह उद्योग बन गई।

भारत के समाचारपत्रों के प्रतिवेदन 2005 - 06 के अनुसार हिंदी समाचारपत्रों ने अन्य भाषाओं के समाचारपत्रों की तुलना में अपनी बढ़त बनाए रखा। हिंदी में 4131 दैनिक समाचारपत्र प्रकाशित हो रहे हैं जबकि अंग्रेजी में 864, बंग्ला में 445, गुजराती में 775, उर्दू में 463 और मराठी में 328 समाचारपत्र प्रकाशित हुए हैं। वर्ष 2005 - 06 के दौरान सबसे अधिक समाचारपत्र उत्तर प्रदेश से प्रकाशित हुए। उसके बाद दिल्ली, महाराष्ट्र, राजस्थान तथा पश्चिम बंगाल का स्थान रहा।

स्वतंत्रता के बाद हिंदी समाचारपत्रों की संख्या तेजी से बढ़ी है। अनेक समाचारपत्रों के अनेक नगरों एवं स्थानों से अलग- अलग संस्करण निकलने भी शुरू हुए। दिल्ली से प्रकाशित होने वाले समाचारपत्र कभी अपने आप को राष्ट्रीय समाचारपत्र कहा करते थे, लेकिन आज स्थिति बदल गई है। अनेक राज्यों से प्रकाशित होने वाले समाचारपत्रों के संस्करण दिल्ली से निकल रहे हैं। अनेक समाचारपत्रों के संस्करण दिल्ली से प्रकाशित पत्रों से गुणवत्ता, समाचार, संपादन, पृष्ठ सज्जा आदि में किसी से कम नहीं हैं। हिंदी के दैनिक समाचारपत्रों की पृष्ठ संख्या में भी वृद्धि हुई है जो पहले 10 - 12 पृष्ठ' के पत्र निकलते थे उनकी पृष्ठ संख्या 17-18 पृष्ठ तक जा पहुँची है। इंटरनेट संस्करण या ऑनलाइन मीडिया का समाचारपत्र उद्योग पर व्यापक प्रभाव पड़ा है। आज देश के अधिकांश समाचारपत्र इंटरनेट पर अपने संस्करण निकाल रहे हैं।

5.8.14 अंग्रेजी पत्रकारिता

हिंदी के समाचारपत्रों के बाद सबसे अधिक संख्या में अंग्रेजी के समाचारपत्र प्रकाशित होते हैं। भारत की स्वतंत्रता के पश्चात् भी अंग्रेजी समाचारपत्रों की संख्या और विक्रय संख्या में लगातार वृद्धि होती रही। हमारे देश में अंग्रेजी समाचारपत्रों की परम्परा सबसे पुरानी है। सबसे पहला समाचारपत्र 29 जनवरी, 1780 को जेम्स आगस्टस फिक्की ने 'बंगाल गजट' या कोलकाता जनरल एडवाइजर के नाम से प्रकाशित किया था। देश का सबसे पुराना अंग्रेजी समाचारपत्र दैनिक 'टाइम्स ऑफ इंडिया' (मुम्बई) है, जिसका प्रकाशन सन् 1838 में साप्ताहिक के रूप में हुआ था। अंग्रेजी के समाचारपत्र अधिकांश चार महानगरों - दिल्ली,मुंबई, कोलकाता, चेन्नई और प्रदेश की राजधानियों में केंद्रित है। संख्या की दृष्टि से दिल्ली में अधिक समाचारपत्र-पत्रिकाएँ प्रकाशित होते हैं, लेकिन विक्रय संख्या की दृष्टि से महाराष्ट्र सबसे आगे हैं।

भारत के प्रमुख अंग्रेजी दैनिक समाचारपत्र हैं - 'टाइम्स ऑफ इंडिया', 'हिन्दुस्तान टाइम्स', 'स्टेटमैन', अमृत बाजार पत्रिका, 'टेलीग्राफ', 'ट्रिब्यून', 'दक्कन हेऑलड',

'दि इकॉनॉमिक टाइम्स', 'द हिंदू, 'दि स्टेट्समैन' और 'दि पायोनियर' । अंग्रेजी पत्रिकाओं में रीडर्स डाइजेस्ट, फिल्म फेयर, 'इंडिया टुडे' एवं ' आउट लुक' आदि उल्लेखनीय है ।

5.8.15 सिंधी पत्रकारिता

भारत विभाजन के बाद अधिक जनसंख्या में सिंधी नागरिक भारत में आ बसे । उन्होंने व्यापार के क्षेत्र में नाम कमाया और यहाँ की संस्कृति में घुल-मिल गए । सबसे अधिक सिंधी समाचारपत्र महाराष्ट्र से प्रकाशित हो रहे हैं । उसके बाद राजस्थान, गुजरात, मध्य प्रदेश, उत्तर प्रदेश, आंध प्रदेश, कर्नाटक और उड़ीसा है । अहमदाबाद से प्रकाशित, 'दि हिंदू दैनिक' सबसे अधिक प्रसार संख्या वाला दैनिक समाचारपत्र है।

5.8.16 नेपाली पत्रकारिता

नेपाल की प्रमुख भाषा नेपाली है । नेपाली भाषा के समाचारपत्रों में सबसे अधिक पश्चिम बंगाल और सिक्किम से प्रकाशित हो रहे हैं । शेष समाचारपत्र दिल्ली, उत्तरांचल, असम, महाराष्ट्र, नागालैंड और तमिलनाडु से प्रकाशित हो रहे हैं ।

5.8.17 अन्य गौण भाषाओं की पत्रकारिता

उपर्युक्त प्रमुख भारतीय भाषाओं के अतिरिक्त मैथिली, कश्मीरी, डोंगरी, कोंकणी आदि को भी सांविधानिक मान्यता प्राप्त है, किन्तु उनकी पत्रकारिता का स्तर उन्नत भाषाओं के समतुल्य नहीं हैं । इन गौण भाषाओं में अब कुछ दैनिक समाचारपत्र भी निकलने लगे हैं । अधिकतर साप्ताहिक, पाक्षिक, समाचारपत्र और मासिक, त्रैमासिक पत्रिकाएँ हैं जो साहित्यिक तथा वैविध्य पूर्ण संस्कृति से परिपूर्ण है । इनकी प्रसार संख्या बहुत कम है । ये अल्पजीवी लघु पत्र है । इन दिनों विभाषाओं और बोलियों के भी कई पत्र-पत्रिकाएँ निकल रहे हैं, इनमें राजस्थानी, हरियाणवी, भोजपुरी, ब्रज, अवधी, कुमाऊंनी, मालवी, बुन्देली, छत्तीसगढ़, नागपुरी आदि का नामोल्लेख किया जा सकता है ।

5.9 भाषायी समाचारपत्रों की जनमत में भूमिका

भाषायी समाचारपत्रों की जनमत के निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका है, इस तथ्य से इंकार नहीं किया जा सकता है । वरिष्ठ पत्रकार प्रभात जोशी का मत है कि ' 'राजनीति को समझने ओर समझाने की जो शक्ति इस देश के भाषायी अखबारों को प्राप्त है, वह इस देश की अंग्रेजी पत्रकारिता में नहीं है ।

'भारत में भाषायी समाचारपत्रों की संख्या भले ही अधिक हो, लेकिन आज भी उनमें विश्वसनीयता की कमी है । इस संदर्भ में दैनिक ' आनंद बाजार पत्रिका' के कार्यकारी संपादक सुमन चटोपाध्याय का मत है कि - " अखबारों की पाठक संख्या और उनका प्रसार भले ही

अंग्रेजी अखबारों की तुलना में अधिक हो, लेकिन यह कोई तसल्ली बख्श बात नहीं है । अहम् सवाल यह है कि क्या भाषायी अखबारों की प्रबुद्ध पाठकों में वैसी ही विश्वसनीयता है जैसी कि अंग्रेजी अखबारों की है । यदि किसी घटना को भिन्न-भिन्न ढंग से अंग्रेजी अखबारों में और भाषायी प्रेस में रिपोर्ट किया गया हो तो, वे किसे अधिक विश्वसनीय मानेंगे? निस्संदेह अंग्रेजी में छपी खबरों को 'राजस्थान पत्रिका' या ' आनन्द बाजार पत्रिका' जैसे कुछ अखबारों ने अपनी विश्वसनीयता की छाप अपने पाठकों पर भले ही छोडी हो पर कुल मिलाकर विश्वसनीयता के लिहाज से ' अंग्रेजी प्रेस' काफी आगे है । यह एक बहुत बड़ी चुनौती है ।'

भारत की भाषायी पत्रकारिता दो सौ वर्षों से अधिक पुरानी है । गुजराती का दैनिक बाम्बे समाचार मुंबई से सन् 1822 में प्रकाशित हुआ था । सर्वाधिक पत्रपत्रिकाएँ तो इससे पहले निकलने लगे थे । भाषायी पत्रकारिता का संपूर्ण एवं तथ्यात्मक विवेचन और मूल्यांकन अभी तक नहीं हुआ है । इसका स्वरूप विशाल है । बंगाल, असम आदि से राजस्थान तक तथा जम्मू-कश्मीर से केरल तक भाषायी पत्रकारिता का विराट साम्राज्य है । विभिन्न भाषाओं तथा बोलियों के हजारों पत्र- पत्रिकाओं का प्रकाशन हो रहा है । इस प्रकार कहा जा सकता है कि भारत की भाषायी पत्रकारिता का भविष्य अत्यन्त उज्जवल एवं 'समृद्ध है ।

5.10 सारांश

इस इकाई में हमने जाना कि भारतीय भाषाओं की पत्रकारिता वैविध्यपूर्ण है । यह विदेशी भाषा अंग्रेजी पत्रकारिता की तुलना में भारतीय जनजीवन के अधिक निकट है, इसीलिए यह कई गुना ज्यादा लोकप्रिय है । भारत में इन दिनों बड़े से बड़ा अंग्रेजी समाचारपत्र 60 लाख के ऊपर नहीं वितरित होता, जबकि उनकी प्रतियाँ सस्ती हैं, आकार मोटा है तथा प्रस्तुति बेहतर है । अंग्रेजी समाचारपत्र सरकारी तथा व्यापारिक विज्ञापनों के बल पर चल रहे हैं । वे यदा कदा राष्ट्रीय हितों का अतिक्रमण कर जाते हैं । इनकी स्पर्धा में दैनिक जागरण, दैनिक भास्कर, दिनथंथी, मलयाली मनोरमा, इनाडु, कल्कि, ' आनन्द बाजार पत्रिका', राजस्थान पत्रिका, नई दुनिया, आज आदि का अपना राष्ट्रीय चरित्र है, सुदृढ़ जनाधार है और बेहतर संप्रेषण है ।

भारतीय पत्रकारिता की शुरुआत प्राय: अठारहवीं सदी के एक दशक बाद हुई है । इसके इतिहास को तीन चरणों में विभाजित किया जा सकता है - (1) पुनर्जागरण कालीन पत्रकारिता, (2) स्वतंत्रता आन्दोलन के बीच की पत्रकारिता, (3) समकालीन मण्डलीकरण के दौरान की पत्रकारिता । यह पत्रकारिता मुद्रित के साथ-साथ इलेक्ट्रॉनिक, संचार माध्यमों (रेडियो, टी.वी., कम्प्यूटर) में भी काफी लोकप्रिय है । भाषावार विभाजन करते हुये इसे चार श्रेणियों में रखा जा सकता है- (1) देश के दस उत्तरी राज्यों में प्रचलित और विदेशों तक व्याप्त, देश की मुख्य सम्पर्क भाषा हिन्दी की पत्रकारिता, (2) सांविधानिक मान्यता प्राप्त भारत की प्रमुख प्रान्तीय भाषाओं की पत्रकारिता, (3) छोटे राज्यों और अंचलों की भाषाओं एवं विभाषाओं में न्यूनाधिक प्रचलित पत्रकारिता, (4) देश की जनपदीय भाषाओं की लघु पत्रकारिता । भारतीय

भाषाओं की पत्र- पत्रिकाएं कई अवधियों, कई आकृतियों, कई स्तरों में प्रकाशित होती हैं । फ्री प्रेस होने के कारण उनकी संख्या में लगातार वृद्धि होती जा रही है । समाचार, फिल्म, खेल-कूद और घरेलू विषयों से संबंधित इन पत्र-पत्रिकाओं की संख्या उत्साह वर्धक है और गुणवत्ता भी सन्तोषप्रद है ।

5.11 संदर्भ ग्रंथ

1. प्रो. रमेश जैन - हिंदी पत्रकारिता : इतिहास एवं संरचना
2. प्रो. रमेश जैन - जनसंचार एवं पत्रकारिता (दो भागों में)
3. प्रो. रमेश जैन - भारत में हिंदी पत्रकारिता
4. प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित - जनसंचार, जन पत्रकारिता एवं जनसंपर्क
5. डॉ. सुरेश गौतम - भारतीय पत्रकारिता
6. डॉ. वेद प्रताप वैदिक - हिंदी पत्रकारिता : विविध आयाम
7. डॉ. कृष्ण बिहारी मिश्र - हिंदी पत्रकारिता
8. डॉ. अर्जुन तिवारी - हिंदी पत्रकारिता का वृहद इतिहास
9. रविन्द्र कात्यायन - दक्षिण भारत की हिंदी पत्रकारिता
10. जे. नटराजन - भारतीय पत्रकारिता का इतिहास

5.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. भाषायी पत्रकारिता की अवधारणा एवं स्वरूप विषय पर एक लेख लिखिए।
2. भारतीय भाषायी पत्रकारिता के इतिहास एवं विकास की विस्तृत विवेचना कीजिए ।
3. भारतीय भाषायी पत्रकारिता के महत्व और उसके उद्देश्यों पर प्रकाश डालिए।
4. भारतीय भाषायी पत्रकारिता के विभिन्न प्रकारों का संक्षेप में उल्लेख कीजिए।
5. "भाषायी समाचारपत्रों की जनमत में महत्वपूर्ण भूमिका है ।" इस कथन की समीक्षा कीजिए।
6. संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए -
   (i) अंग्रेजी पत्रकारिता
   (ii) उर्दू पत्रकारिता
   (iii) संस्कृत पत्रकारिता
   (iv) बंगला पत्रकारिता
   (v) भारत में श्रव्य-दृश्य जनसंचार माध्यम
   (vi) भाषायी पत्रकारिता का भविष्य

इकाई-6

समाचार समिति : अवधारणा, स्वरूप एवं विकास

इकाई की रूपरेखा

6.0 उद्देश्य

6.1 प्रस्तावना

6.2 समाचार समितियों से अभिप्राय

6.3 समाचार समितियों का महत्त्व

6.4 समाचार समितियों की अवधारणा

6.5 समाचार समिति का उद्भव

6.6 प्रमुख समाचार समितियाँ

  6.6.1 विदेशी समाचार समितियां

  6.6.6 भारतीय समाचार समितियां

6.7 समाचार समितियों का स्वरूप

6.8 समाचार समितियों का विकास

  6.8.1 स्वतंत्रता से पूर्व समाचार समितियां

  6.8.2 स्वतंत्रता के पश्चात् समाचार समितियां

  6.8.3 आपातकाल के दौरान समाचार समितियां

6.9 प्रमुख समाचार समितियां

  6.9.1 प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया (पी.टी.आई.)

  6.9.2 यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया (यू.एन.आई.)

  6.9.3 हिंदुस्तान समाचार

  6.9.4 समाचार भारती

  6.9.5 अन्य समाचार समितियां

  6.9.6 गुट निरपेक्ष समाचार नेटवर्क

6.10 समाचार समितियों का भविष्य

6.11 सारांश

6.12 संदर्भ ग्रंथ

6.13 अभ्यासार्थ प्रश्न

6.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप:

- समाचार समितियों के अभिप्राय से अवगत होंगे

- समाचार समिति का महत्व एवं उपयोगिता समझ सकेंगे
- समाचार समितियों की अवधारणा से परिचित हो सकेंगे
- समाचार समितियों के उद्‌गम की जानकारी प्राप्त करेंगे
- विदेशी और भारतीय समाचार समितियों के बारे में जानेंगे
- समाचार समितियों के स्वरूप से अवगत होंगे
- समाचार समितियों की विकास यात्रा की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे
- समाचार समितियों के भविष्य का आकलन कर सकेंगे ।

6.1 प्रस्तावना

'एंडर्सन पेपर्स ' नामक पुस्तक में अमेरिका के प्रसिद्ध पत्रकार जैक एंडर्सन ने लिखा था कि- " समाचारपत्रों की आजादी एक पहरेदार कुत्ते की तरह है जो कभी-कभी भयंकर रूप धारण कर सकती है और उसकी सूंघने की शक्ति हमें उन छिपी आलमारियों तक ले जाती है, जिनमें सरकारों, बड़े -बड़े औद्योगिक संस्थानों तथा बड़े-बड़े नेताओं ने भयावह कंकाल छिपा रखे हैं। " इन्हीं एंडर्सन द्वारा रहस्योदघाटित 'वाटरगेट कांड' के फलस्वरूप दुनियां के महानतम शक्ति केन्द्र अमेरिका के तत्कालीन राष्ट्रपति रिचर्ड निक्सन को अपना पद छोड़ने को मजबूर होना पड़ा । पत्रकार की कलम और अखबार की ताकत ने समय-समय पर ऐसे कई उदाहरण हमारे समक्ष प्रस्तुत किए हैं ।

इसलिए लोकतांत्रिक शासन व्यवस्था वाले देशों में समाचार जगत, प्रेस या मीडिया को विधायिका कार्यपालिका और न्यायपालिका के साथ लोकतंत्र के चौथे स्तम्भ की संज्ञा दी गई है । अखबारों में जो खबरें छपती हैं उनमें महत्वपूर्ण योगदान समाचार समितियों द्वारा जारी खबरों का होता है । समाचार समितियां अपने स्तर पर समाचारों का संकलन, सम्पादन एवं संप्रेषण का काम करती हैं और दैनिक समाचारपत्रों के नियमित प्रकाशन के साथ-साथ आकाशवाणी तथा दूरदर्शन, टी.वी. चैनलों के समाचार बुलिटिनो के लिए रात-दिन ढेर सारे समाचार उपलब्ध कराती है । यह कार्य अनवरत रूप से चलता रहता है ।

स्वाभाविक रूप से इन समाचार समितियों के इतिहास संगठन, कार्यप्रणाली, इनके स्वरूप तथा विकास यात्रा के साथ इनके कामकाज में आने वाली समस्याओं एवं चुनौतियों को जानना एवं समझना रुचिकर होगा । हम इस इकाई में इन्हीं बिन्दुओं के इर्द -गिर्द समाचार समितियों की अवधारणा स्वरूप एवं विकास से जुड़े पहलुओं को स्पष्ट करने का प्रयास करेंगे ताकि मीडिया के लिए इस संस्थान के बारे में अधिकाधिक जानकारी हासिल की जा सके ।

6.2 समाचार समितियों से अभिप्राय

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विस्तार के बावजूद शहरी और अब तो कस्बों एवं गांवों की दिनचर्या प्राय: समाचारपत्रों के साथ शुदा होती है । समाचारपत्रों में विज्ञापनों के साथ समाचारों की भरमार रहती है और प्रत्येक पाठक अपनी रुचि के अनुसार विभिन्न पृष्ठों पर प्रकाशित समाचारों को अपनी प्राथमिकता से पड़ता है । किसी पाठक को खेल समाचार पढ़ने में रुचि होती है तो कोई

आर्थिक व्यापारिक कोर्पोरेट जगत के समाचारों को पहले पढ़ता है । किसी को राजनीतिक समाचार रूचिकर लगते हैं तो कोई पाठक सर्वप्रथम राशिफल देखना पसंद करता है ।

समाचार पढ़ते समय स्वाभाविक रूप से सबसे पहले नजर शीर्षक पर जाती है और शीर्षक के आकर्षण से पाठक में समाचार पढ़ने की लालसा उत्पन्न होती हैं । समाचार की शुरुआत डेटलाइन और तिथि से की जाती है ताकि पाठक को तत्काल यह पता चल सके कि अमुक समाचार किस स्थान से दिया गया है । डेटलाइन के बाद कोष्ठक में (....) प्राय: समाचार का स्रोत देने का प्रचलन रहा है । इससे यह पता चल जाता है कि संबंधित समाचार किसी न्यूज एजेंसी अथवा स्वयं अखबार के संवाददाता द्वारा दिया गया है । कई बार डेटलाइन के ऊपर विशेषकर अंग्रेजी समाचारपत्रों में समाचार के स्रोत का उल्लेख किया जाता है । यद्यपि इसकी प्रस्तुति में विभिन्न समाचार पत्रों द्वारा ' समय-समय पर परिवर्तन किए जाते रहे हैं ।

उदाहरण के तौर पर
नई दिल्ली, 15 जुलाई (वार्ता)... जयपुर, 17 जुलाई (यू.एन. आई.) वाशिंगटन, 20 जुलाई (पी.टी.आई).... लखनऊ, 21 जुलाई (भाषा) पटना, 20 जुलाई (हि.स.) जकार्ता, 20 जुलाई (ए.पी.)... निकोसिया, 22 जुलाई (रायटर)

समाचारों के साथ दी गई इन डेटलाइन में स्थान और तारीख के बाद कोष्ठक या ब्रेकिट में संबंधित समाचार समिति का संक्षिप्त नाम दिया गया है । इस क्रम में वार्ता, यू.एन.आई. की हिंदी समाचार समिति 'यूनीवार्ता' का संक्षिप्त नाम है तो 'यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया' अंग्रेजी संवाद समिति यू.एन.आई. का परिचायक है । इसी तरह पी.टी.आई. अर्थात 'प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया' और इसकी हिंदी एजेंसी 'भाषा' नाम से संबोधित की जाती है । पिछले कुछ अर्से में पुन: आरंभ हिन्दुस्तान समाचार एजेंसी का संक्षिप्त नाम हिस. है । एसोसिएटेड प्रेस को संक्षेप में ए.पी. लिखा जाता है । इसे भी रायटर की तरह अन्तर्राष्ट्रीय न्यूज एजेंसी का दर्जा हासिल है । वर्तमान में कुछ अंग्रेजी तथा हिंदी समाचारपत्रों को छोड़ दें तो समाचार समिति को केवल एजेंसी लिखने का चलन भी चल पड़ा है । अखबार भले ही न्यूज़ एजेंसी को समुचित महत्व नहीं दे अब भी उनका सहयोग लिए बिना किसी बड़े या मध्यम अखबार का प्रकाशन मुश्किल भरा काम है ।

समाचार समितियों के उद्गम और विकास से जुड़े विभिन्न पहलुओं पर हम आगे विस्तार से चर्चा करेंगे । समाचार समितियों के बारे में मोटे तौर पर यह कहा जा सकता है कि जो संगठन या संस्थान समाचारों के संकलन प्रेषण एवं वितरण का दायित्व निभाते हैं उन्हें ' समाचार समिति' या 'न्यूज एजेंसी' की श्रेणी में शामिल किया जाता है । कोई भी समाचार समिति खुद अपना अखबार तो नही निकालती लेकिन अपने व्यापक नेटवर्क के आधार पर संकलित समाचार अपने ग्राहक समाचारपत्रों, रेडियो तथा टी.वी. चैनल्स को उपलब्ध करवाती

है। समाचारों के अलावा समाचार समितियां, फोटो, ग्राफिक, फीचर, संदर्भ, लेख इत्यादि सेवायें भी देती हैं ।

समय के साथ-साथ समाचार समितियां के स्वरूप, कार्य विस्तार, तकनीकी पक्ष सहित विभिन्न रूपों में काफी परिवर्तन आया है । समाचार समितियों से संबंधित परिभाषाओं एवं टिप्पणियों को लेकर हुए वाद- विवाद के बाद सन् 1952 में संयुक्त राष्ट्र शिक्षा सामाजिक एवं सांस्कृतिक। संगठन (यूनेस्को) ने समाचार समिति के संबंध में अधिकृत परिभाषा निर्धारित कर दी जिसे मान्यता दी गई । यह परिभाषा इस प्रकार है - "समाचार समिति एक उद्यम है जिसका प्रमुख उद्देश्य चाहे उसका कानूनी स्वरूप कैसा भी हो - समाचार एवं समाचार विषयक सामग्री एकत्र करना एवं तथ्यों का प्रकटीकरण या प्रस्तुतीकरण है तथा उन्हें समाचार संस्थाओं को, विशेष परिस्थियों में निजी व्यक्तियों को भी इस दृष्टि से वितरित करता है कि उन उपभोक्ताओं को व्यावसायिक, विविध एवं नियमानुकूल स्थितियों में मूल्य के एवज में जहाँ तक संभव हो संपूर्ण एवं निष्पक्ष समाचार सेवा प्राप्त हो सके । "

यदि हम इस परिभाषा की व्याख्या करे तो इसमें समाचार समितियों की उपादेयता, उद्देश्य, कानूनी स्वरूप और उनकी कार्यप्रणाली संबंधी जानकारी देने के साथ जहां तक संभव हो संपूर्ण एव निष्पक्ष समाचार सेवा उपलब्ध कराने पर विशेष बल दिया गया है । यह मान्यता है कि किसी भी समाचार समिति द्वारा प्रसारित समाचार तथ्यपरक, सही, प्रामाणिक और पक्षपात रहित होने चाहिए । इन्हीं विशिष्टताओं के कारण समिति की साख बनती है ।

समाचार समितियों की कुछ परिभाषाएं इस प्रकार हैं-

"वह समिति, जो कि समाचारपत्र, पत्रिकाएं, संगठनों एवं निजी व्यक्तियों को तारों, पांडुलिपियों टेलीप्रिन्टर्स, प्रतिलिपियों और कभी-कभी टेलीफोन द्वारा समाचार प्रेषित करती है, यह स्वयं समाचार प्रकाशित नहीं करती है, बल्कि अपने उपभोक्ताओं को सूचनाएं प्रदान करती हैं ।

-एनसाइक्लोपीडिया ऑफ ब्रिटेनिका

" समाचार समिति का आधारभूत कार्य समाचार तथा सम-सामयिक घटनाओं का समाचारपत्रों और अपने उपभोक्ताओं को प्रेषण एवं वितरण करना है । "

-डी.एस.मेहता

"समाचारों का प्रसार समाचार समितियों का प्राथमिक कार्य है ।"

-ए मैनुअल ऑफ न्यूज एजेंसी रिपोर्ट्स

6.3 समाचार समितियों का महत्व

देश दुनिया में समाचारपत्रों के विकास के साथ समाचार समितियों का सह- अस्तित्व बने रहने से इनकी उपयोगिता आवश्यकता और महत्व को समझा जा सकता है । समाचारपत्र चाहे वह

स्थानीय स्तर पर निकलता हो अथवा, क्षेत्रीय, प्रादेशिक या राष्ट्रीय स्तर पर इसका प्रकाशन किया जाता है, उसमें नियमित रूप से देश-दुनिया के विभिन्न कोनों से समाचारों की मांग रहती है । इसके अलावा रेडियो, टी.वी. इत्यादि इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों को अपने नियमित समाचार बुलिटिनो के लिए समाचारों की जरुरत होती है । अब चाहे समाचारपत्र हो अथवा रेडियो, टी.वी. नेटवर्क, अपने कलेवर के रूप में अपने स्तर पर समाचार संग्रह की व्यवस्था करते हैं लेकिन विपुल संसाधन जुटाने के बावजूद इसका प्रबंध करने की एक सीमा होती है। इस सूरत में मीडिया के इन सभी अंगों को देश-विदेश के ताजातरीन समाचारों के लिए किसी माध्यम या प्रणाली की जरुरत रहती है और इसका सशक्त माध्यम केवल समाचार समिति हो सकती है जो अपने विशाल एवं व्यवस्थित नेटवर्क के आधार पर अपने ग्राहक समाचारपत्रों एवं अन्य मीडिया प्रतिष्ठानों को पल-पल के समाचार उपलब्ध कराने की सामर्थ्य रखती हैं। दूरसंचार के नवीनतम और अत्याधुनिक संसाधनों एवं तकनीक ने तो समाचार समितियों की समाचार प्रेषण व्यवस्था को इतना प्रभावी बना दिया है कि इस विकास यात्रा की कहानी किसी रोमांच से कम नहीं है ।

समाचार समितियों के महत्व को इस तरह से भी जाना जा सकता है कि रेडियो, टी.वी., मीडिया की तरह इसे भी दिन- रात अनवरत कार्य करना होता है । समाचारपत्रों में तो होली-दिवाली तथा अन्य विशेष अवसरों पर अवकाश घोषित कर समाचारपत्र का प्रकाशन नहीं करने की परम्परा रही है लेकिन रेडियो, टी.वी. पर तो प्राय: हर घंटे अथवा नियमित अंतराल पर समाचार बुलेटिनों का प्रसारण किया जाता है । अब इन माध्यमों को समाचार सेवा उपलब्ध कराने के लिए समाचार समितियों में भी दिन-रात कार्य होता है । चाहे सर्दी हो या गर्मी अथवा बरसात हर मौसम और प्रत्येक परिस्थिति में समाचार समितियों को अनवरत काम करना पडता है। इसलिए कहा भी जाता है कि न्यूज़ एजेंसी में कभी भी छुट्टी नहीं होती ।

लोकतांत्रिक शासन व्यवस्था में समाचारपत्रों की अपनी अहमियत होती है तो तानाशाही अथवा नियंत्रित शासन व्यवस्था में भी सरकारी स्तर पर समाचार समितियों के अस्तित्व को बनाये रखने की परम्परा रही है । ऐसे देशों की समाचार समिति वहां के सरकारी सूचना और प्रचार विभाग का हिस्सा होती है और प्राय: सरकार के प्रवक्ता के रूप में अपना दायित्व निभाती है लेकिन अब इस व्यवस्था में बदलाव आ रहा है । प्रजातांत्रिक देशों में समाचार समितियां अधिक स्वतंत्रता से कार्य करती हैं यह सही है कि केन्द्र और राज्य सरकारें चाहे सहायता के रूप में ही सही समाचार समितियों की समाचार सेवा का उपयोग करती है लेकिन सरकारी तंत्र को भी इस माध्यम से कई बार नवीनतम जानकारी एवं सूचना सुलभ होती है दूसरी तरफ बड़े समाचारपत्र परस्पर प्रतिस्पर्धा को ध्यान में रखते हुए एक से अधिक न्यूज़ एजेंसी की समाचार सेवा लेना पंसद करते हैं ताकि उनका समाचारपत्र किसी समाचार के मामले में पिछड़ नहीं जाए और इसके साथ ही उसे एक ही घटनाक्रम पर अलग- अलग न्यूज़ एजेंसी के तुलनात्मक समाचारों के उपयोग का अवसर मिल सके ।

6.4 समाचार समिति की अवधारणा

पहले मुर्गी हुई या अंडा इस सवाल पर हमेशा बहुत मुबाहिसा होता रहा है लेकिन समाचारपत्रों तथा समाचार समितियों में कौन पहले के जवाब में कोई विरोधाभास नहीं है । इन दोनों के इतिहास से यह स्पष्ट है कि विश्व में समाचारपत्रों का सफर शुरू होने के बाद ही समाचार समितियों के गठन का सिलसिला शुरु। हुआ तथा कालांतर में इनकी अवधारणा विकसित हुई। आज हर स्तर पर समाचारपत्रों में गलाकाट प्रतिस्पर्धा चल रही है लेकिन उन्नीसवीं शताब्दी के शुरु में ऐसा नहीं था । व्यावसायिक एवं राजनीतिक संस्थाओं के अस्तित्व में आने तथा सन् 1937 से तार संचार प्रणाली की विकास प्रक्रिया से पहले समाचारपत्रों द्वारा समाचारों के संकलन तथा वितरण के लिए विशेष प्रकार के संगठनों की आवश्यकता अनुभव की जाने लगी थी । इसी सोच ने समाचार समितियों को जन्म दिया ।

आरंभ में समाचारपत्रों में पुलिस और अदालत इत्यादि से संबंधित समाचारों को हासिल करने के लिए आपस में सहयोग का माहौल बना । इसी उद्देश्य से न्यूयार्क में सन् 1820 में 'एसोसिएशन ऑफ मार्निंग न्यूज पेपर्स ' नामक संस्था अस्तित्व में आई । सहकारिता के आधार पर यह संस्था यूरोप से आने वाली समाचार रिपोर्ट का संकलन करती थी । इसी तरह इंग्लैण्ड में गठित एक अन्य संस्था के माध्यम से संसद की कार्यवाही संबंधी रिपोर्ट समाचारपत्रों को उपलब्ध करवायी जाने लगी । इन रिपोर्टों की एकरूपता तथा उबाऊपन की वजह से न्यूज ब्यूरो की स्थापना करके विविध क्षेत्रों के समाचार संकलित कर उन्हें समाचारपत्रों को उपलब्ध कराने का मार्ग प्रशस्त हुआ । इसी धरातल पर समाचार समितियां विकसित हुई और उनके नेटवर्क ने उन्हें अन्तर्राष्ट्रीय 'न्यूज एजेंसी' का दर्जा प्रदान किया ।

6.5 समाचार समितियों का उद्भव

समाचार समितियों के उद्भव के संदर्भ में एक फ्रांसीसी युवक चार्ल्स आवास को आधुनिक न्यूज एजेंसी के जनक होने का श्रेय दिया जा सकता है । विभिन्न यूरोपीय देशों की राजधानियों के दौर में आवास ने संवाददाताओं का नेटवर्क बनाया और सन् 1825 में फांस मे न्यूज ब्यूरो की स्थापना की । यद्यपि समाचारपत्रों ने आरंभ में उनकी समाचार सेवा के प्रति विशेष रुचि नहीं दिखाई किंतु धुन के धनी चार्ल्स आवास ने व्यापारियों तथा कूटनीतिज्ञों को अपनी समाचार सेवा का ग्राहक बनाकर एजेंसी के सफर को गति दी । एक दशक बाद सस्ते प्रेस के दौर ने फांस में आम जनता में नये-नये समाचारों के प्रति उत्सुकता की लहर पैदा की ओर नतीजतन समाचारपत्रों में आवास के न्यूज़ ब्यूरो की समाचार सेवा लेने की होड़ लग गई । इससे उत्साहित चार्ल्स आवास ने समाचारों के संकलन एवं वितरण की व्यवस्था को और मजबूत किया । यूरोप के विभिन्न स्थानों से डाक से प्राप्त समाचारों को पेरिस ब्यूरो में अनुवाद एवं संपादन के साथ ग्राहक समाचारपत्रों तक पहुँचाने की व्यवस्था की गई । विशेष संवाददाताओं को भी नियुक्त किया गया । सन् 1837 में तार प्रणाली (सीमा फोर) का उपयोग किया गया । आवास ने सन् 1840 में पेरिस लंदन तथा ब्रसेल्स के बीच समाचारों के प्रेषण के लिए कबूतरों का अनूठा

प्रयोग किया । यूरोप के विभिन्न शहरों में भी यह व्यवस्था शुरु की गई इससे चार्ल्स और उनकी आवास एजेन्सी की धाक जमने लगी ।

चार्ल्स आवास के एक सहयोगी बर्नार्ड बोल्फ ने सन् 1848 में बर्लिन से "नेशनल जीतुंग" नामक समाचारपत्र की शुरुआत की । समाचारपत्र के खर्चे को कम करने के लिए उसने प्रकाशकों एवं व्यावसायिक संस्थानों की मदद से सन् 1849 में 'वोल्फ एजेंसी' की स्थापना की । शुरु में स्टॉक एक्सचेंज के भाव देने वाली इस समाचार समिति ने सन् 1855 में अन्य साधारण समाचार सेवा की भी शुरूआत की । 'आवास एजेंसी' में कार्यरत एक ओर सहयोगी जर्मन युवक जूलियस रायटन ने लंदन में एक कार्यालय खोलकर व्यापारिक समाचारों का सिलसिला आरंभ किया । समाचार संकलन के लिए उसने तार व्यवस्था के साथ रेल प्रणाली का भी समुचित उपयोग किया । लंदन के बहुसंख्यक समाचारपत्र सन् 1858 तक रायटर की समाचार सेवा लेने लगे थे ।

समाचार समितियों के उद्भव और प्रारंभिक दौर के बाद यूरोप के साथ अमेरिका सहित विभिन्न देशों में समाचार समितियों के गठन का सिलसिला चल पड़ा । समाचार समितियों की उपयोगी सेवाओं को देखते हुए विभिन्न देशों में राष्ट्रीय स्तर पर समाचार समितियों की स्थापना की गई और इन समितियों ने समाचारों के आदान-प्रदान के लिए अन्तर्राष्ट्रीय स्तर की न्यूज एजेंसियों से अनुबंध किए ।

6.6 प्रमुख समाचार समितियां

आज दुनियां भर में समाचार समितियों का नेटवर्क व्यापक रूप धारण कर चुका है । इसी के आधार पर इन समितियों का वर्गीकरण राष्ट्रीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर किया जाता है। द्वितीय महायुद्ध के बाद एशियायी एवं अफ्रीका देश स्वतंत्र रूप से अस्तित्व में आए और इसके साथ इन देशों में भी समाचार समितियों की स्थापना की गई ।

6.6.1 विदेशी समाचार समितियां

उन्नीसवीं शताब्दी के दूसरे दशक में समाचार समितियों के स्थापना काल से पांचवे दशक तक आते-आते तो इन समितियों का प्रभुत्व कायम होता गया । यूरोप में चार्ल्स आवास की न्यूज एजेंसी 'आवास' तथा उनके दो सहयोगियों बर्नार्ड वोल्फ और जूलियस रायटर ने अपनी न्यूज एजेंसियों आवास-वोल्फ तथा रायटर को अन्तर्राष्ट्रीय स्वरूप प्रदान किया । अमेरिका भी इस दौड़ में शामिल हुआ । न्यूयार्क में सन् 1848 में कुछ समाचारपत्रों ने हार्बर न्यूज एसोसिएशन का गठन किया और सन् 1850 में जनरल न्यूज एसोसिएशन की स्थापना की गई । इन दोनों को मिलाकर, सन् 1857 में नेशनल न्यूयार्क एसोसिएटेड प्रेस अस्तित्व में आई इसके बाद एजेंसी सहयोग का नया दौर शुरु। हुआ । यूरोप की तीन प्रमुख एजेंसियों आवास वोल्फ तथा रायटर ने सन् 1865 में आपस में समाचार के आदान-प्रदान के लिए समझौते किए तथा सन् 1872 में नेशनल न्यूयार्क एसोसिएटेड प्रेस को भी इसमें सम्मिलित किया गया। इन

चारों एजेंसियों ने समूचे विश्व को चार क्षेत्रों में बांटकर अपने क्षेत्र में समाचारों के संकलन एवं वितरण का एकाधिकार हासिल किया । लेकिन यह समझौता 1934 तक ही चल सका और बाद में इन समाचार समितियों ने अपने-अपने हिसाब से स्वयं को गठित कर अपने नेटवर्क को विकसित किया।

जिस प्रकार द्वितीय विश्वयुद्ध के बाद एशियाई तथा अफ्रीकी देशो में समाचार समितियों की स्थापना मार्ग प्रशस्त हुआ उसी तरह प्रथम और द्वितीय विश्वयुद्ध के दौरान युद्ध समाचारों को अपने दृष्टिकोण से प्रस्तुत करने के लिए सरकार के नियंत्रण में समाचार समितियों की स्थापना संबंधी प्रयोग किए गए । इसी क्रम में राष्ट्रीय समाचार समितियों के गठन में तेजी आई । सन् 1952 में यूनेस्को के सर्वेक्षण में छः समितियों को अन्तर्राष्ट्रीय दर्जा दिया गया। इनमें ए.पी.आई, यू.पी. तथा आई.एन.एस. (तीनों अमेरिका), रायटर (ब्रिटेन), ए.एस.पी. (फ्रांस) तथा तारा (रुस) शामिल हैं । इनमें कुछ एजेसिंया आज भी अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर प्रभावी हैं ।

रायटर- आधुनिक न्यूज एजेंसी के जनक चार्ल्स आवास के सहयोगी जर्मन युवक जूलियस रायटर ने व्यापारिक समाचारों के लिए लंदन में कार्यालय खोला और सन् 1958 में रायटर को लिमिटेड कंपनी बना दिया गया । ब्रिटिश साम्राज्य के अपने कार्यक्षेत्र में रायटर ने भारत में 'बॉम्बे टाइम्स' तथा कोलकाता के समाचारपत्र 'बंगाली' को अपनी समाचार सेवा उपलब्ध करवायी । आजादी के बाद रायटर ने भारत में पीटी.आई. से समाचार सेवा के लिए अनुबंध किया । वर्तमान में समाचार समिति यूएनआई. से रायटर का अनुबंध है । इस वैश्विक समाचार संगठन की स्वतंत्रता, पारदर्शिता और निष्पक्षता को सुनिश्चित करने'के लिए रायटर्स फाउन्डेशन शेयर कंपनी 15 ट्रस्टियों द्वारा संचालित है । मई 2007 में इस विश्वविख्यात अन्तर्राष्ट्रीय न्यूज़ एजेंसी रायटर के अधिग्रहण की प्रक्रिया पूरी हो गई है ।

एसोसिएडेट प्रेस- न्यूयार्क के छः दैनिक समाचारपत्रों ने सन् 1848 में सहकारी समाचार समिति के रूप में ए.बी. का गठन किया जिसका सन् 1856 में न्यूयार्क एसोसिएटेड प्रेस नामकरण किया गया । अमेरिका में वेस्टर्न ए.पी. तथा सदर्न ए.पी. और न्यू इंग्लैण्ड ए.पी. की स्थापना की गई । सन् 1982 में इन सभी के विलय से नये रूप में एसोसिएटेड प्रेस का गठन किया गया। आज यह अन्तर्राष्ट्रीय न्यूज़ एजेंसी के रूप में कार्यरत है ।

यू.पी.आई. - अमेरिका में सन् 1907 में इंटरनेशनल न्यूज सर्विस की स्थापना की गई और कुछ वर्षो बाद उसे युनाइटेड प्रेस इंटरनेशनल के रूप में गठित किया गया। इसकी गिनती विश्व की सबसे बड़ी स्वतंत्र समाचार एजेंसियों में की जाती है ।

एजेंसी फ्रांस प्रेस (ए.एफ.पी.) - चार्ल्स आवास द्वारा स्थापित आवास न्यूज़ एजेंसी की उत्तराधिकारी के रूप में ए.एफ.पी. अस्तित्व में आयी और अन्तर्राष्ट्रीय न्यूज़ एजेंसी जगत में इसने अपना प्रमुख स्थान बनाया । इनके अलावा रुस की 'तास', चीन की ' सिनहुआ' तथा यूगोस्लाविया की 'ताजुग' न्यूज़ एजेंसी का भी अपना महत्व रहा है । यूरोप तथा अमेरिका के ग्राहक समाचारपत्रों का विशेष ध्यान रखने और विश्व की प्रमुख समाचार समितियों के कथित पक्षपातपूर्ण रवैये के मद्देनजर सन् 1976 में कोलम्बो में सम्पन्न गुट निरपेक्ष देशों के शिखर सम्मेलन में इन देशों में समाचारपत्रों की जरुरतों को पूरा करने के उद्देश्य से समाचारों के परस्पर आदान प्रदान के लिए 'पूल' गठित करने का निर्णय लिया गया। भारत में इस 'पूल' के समाचारों का वितरण पी.टी.आई. द्वारा किया गया । आरंभ ने इस व्यवस्था के प्रति जो उत्साह रहा अब उसमें कमी आ गई है ।

6.6.2 भारतीय समाचार समितियां

अन्तर्राष्ट्रीय समाचार एजेंसी 'रायटर' ने सन् 1878 में मुम्बई में अपनी एजेंसी की एक शाखा स्थापित की थी, लेकिन ब्रिटिश उपनिवेश के रूप में भारत में समाचार समितियों की गतिविधियों का सिलसिला 20 वीं शताब्दी के पहले दशक में आरम्भ हो पाया । विख्यात पत्रकार के.सी. राय को भारत में न्यूज़ एजेंसी का प्रवर्तक माना जाता है, जिन्होंने ब्रिटिश साम्राज्य समर्थक चार अंग्रेजी दैनिक समाचारपत्रों 'पायनियर', 'स्टेट्समैन', 'इंगलिश मैन' और 'इण्डियन डेली न्यूज़' के सहयोग से सन् 1905 में एसोसिएटेड प्रेस ऑफ इण्डिया (ए.पी.आई.) का गठन किया । एजेंसी के निदेशक मण्डल में शामिल नहीं किये जाने से असंतुष्ट श्री राय ने अलग से न्यूज़ ब्यूरो की स्थापना की और अंत में उन्हें ए.पी.आई. का निदेशक मनाये जाने से बात बनी । आर्थिक कठिनाईयों से जूझने वाली इस एजेंसी का एक दशक बाद सन् 1915 में रायटर ने अधिग्रहण कर लिया । राय ने बाद में इंडियन न्यूज़ एजेंसी की स्थापना की जो सन् 1915 -16 से सन् 1947 तक काम करती रही । यह एजेंसी छोटे समाचारपत्रों के लिए अत्यन्त उपयोगी साबित हुई ।

रायटर तथा उसके द्वारा अधिगृहित न्यूज़ एजेंसी ए.पी.आई. द्वारा ब्रिटिश साम्राज्यवाद के समर्थन में समाचारों को प्रमुखता दिये जाने से चिंतित प्रमुख भारतीय पत्रकार सदानन्द ने सन् 1930 में 'फ़्री प्रेस एजेंसी' का गठन किया । रायटर तथा ए.पी.आई. द्वारा अपने ग्राहक समाचारपत्रों पर 'फ्री प्रेस एजेंसी' की समाचार सेवा के उपयोग पर प्रतिबंध लगाने तथा सरकार द्वारा बाधाऐं उत्पन्न करने से खिन्न श्री सदानन्द को यह एजेंसी बंद करने को बाध्य होना पड़ा । श्री सदानन्द की तर्ज पर श्री बी.सेनगुप्ता ने एक सितम्बर, 1933 को कोलकाता में 'युनाइटेड प्रेस ऑफ इण्डिया' (यू.पी.आई) की शुरूआत की । इस एजेंसी ने भारतीय स्वतंत्रता संग्राम से संबंधित समाचारों के प्रसारण में उल्लेखनीय भूमिका निभाई और सन् 1947 में

स्वतंत्रता प्राप्ति तक दो दर्जन कार्यालयों के साथ इस न्यूज एजेंसी के ग्राहक समाचारपत्रों की संख्या एक सौ से अधिक हो गई थी । टेलीप्रिंटर सर्विस के अभाव के बावजूद इस एजेंसी ने ब्रिटिश साम्राज्यवादी एजेंसी (ए.पी.आई.) का डटकर मुकाबला किया । अर्थाभाव के कारण सन् 1958 में यह एजेंसी बंद हो गई ।

आजादी के बाद तत्कालीन केन्द्रीय गृह मंत्री सरदार वल्लभ भाई पटेल की वजह से भारत सरकार ने रायटर न्यूज एजेंसी को लगभग साठ हजार पोंड का भुगतान करवाकर 'एसोसिएटेड प्रेस ऑफ इण्डिया' (ए.पी.आई.) को मुक्त करवाया और इसे बाद में 'प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया' (पी.टी.आई.) के रूप में भारत की प्रमुख समाचार समिति के रूप में कार्य करने का अवसर दिया ।

'इण्डियन एक्सप्रेस' के समाचारपत्र के मालिक स्वर्गीय रामनाथ गोयनका ने सन् 1959 में 'इण्डियन न्यूज सर्विस' नामक न्यूज एजेंसी का पंजीकरण करवाया जिसमें सन् 1961 के पूर्वाद्ध में काम शुरु। किया लेकिन यह एजेंसी चल नहीं पाई । प्रथम प्रधानमंत्री पंडित जवाहर लाल नेहरू की प्रेरणा और पश्चिम बंगाल के तत्कालीन मुख्यमंत्री डॉ. विधान चन्द्र रॉय के प्रयासों से सन् 1961 में पी.टी.आई. के समानान्तर नई न्यूज एजेंसी 'यूनाइटेड न्यूज ऑफ इण्डिया' (यू.एन.आई.) ने अपना कार्य आरंभ किया । हिंदी तथा भारतीय भाषाओं में समाचार सेवा उपलब्ध कराने का पहला प्रयास सन् 1948 में मुम्बई में 'हिन्दुस्तान समाचार' की स्थापना से किया गया । इसी क्रम में सन्, 1966 में दूसरी भाषायी समाचार समिति 'समाचार भारती' का गठन किया गया ।

6.7 समाचार समितियों का स्वरूप

समाचार समितियों का गठन एवं संचालन क्षेत्रीय, राष्ट्रीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर किया जाता है । इसके साथ ही इसकी प्रबंध व्यवस्था के अनुसार इसके स्वरूप का निर्धारण होता है । विश्व स्तर पर जिन न्यूज एजेंसियों की स्थापना आरंभ में व्यक्तिगत तौर पर की गई थी, उन्होंने आगे चलकर कम्पनी अथवा ट्रस्ट के रूप में अन्तर्राष्ट्रीय न्यूज एजेंसी का दर्जा हासिल कया । इसी तरह कुछ एजेंसियों का गठन ट्रस्ट के आधार पर अथवा सहकारी समिति के रूप में भी किया गया । इसी तरह सरकार के नियंत्रण में भी समाचार समितियों के गठन का इतिहास रहा है लेकिन अब समाचार समितियां परस्पर प्रतिस्पर्धा के आधार पर राष्ट्रीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर कार्य कर रही है ।

6.8 समाचार समितियों का विकास

भारत में समाचार समितियों के उद्भव और स्वरूप के बाद उनके विकास से संबंधित यात्रा को चार अलग- अलग खण्डों में विभाजित कर हम इसका अध्ययन करेंगे । इसमें सन् 1947 से पूर्व ब्रिटिश भारत के शासन काल में समाचार समितियों की स्थिति और स्वतंत्रता प्राप्ति

के बाद समाचार समितियों का गठन और उनके संचालन का भी अध्ययन करेंगे । इसी श्रृंखला में सन् 1975 में देश में लागू आपातकाल के दौरान समाचार समितियों की स्थिति ओर वर्तमान में इनके हालात के संदर्भ में जानकारी प्राप्त करेंगे ।

6.8.1 स्वतंत्रता से पूर्व समाचार समितियां

ब्रिटिश भारत में न्यूज एजेंसी-रायटर ने सन् 1878 में मुम्बई में अपनी शाखा स्थापित कर भारत में समाचार समिति से संबंधित क्रियाकलापों का श्रीगणेश किया लेकिन स्वतंत्र रूप से समाचार समिति सन् 1905 में ही एक भारतीय पत्रकार के.सी. राय के पहल से अस्तित्व में आ सकी ।

भारत में ब्रिटिश साम्राज्य के समर्थक चार अंग्रेजी समाचारपत्रों 'स्ट्रेटसमैन', 'पायनियर', ' इंगलिशमैन' ओर 'इण्डियन डेली न्यूज' में पारस्परिक प्रतिस्पर्धा एवं वक्त के हालात के मध्य नजर एक समाचार समिति के गठन की आवश्यकता महसूस की गई । भारत में देशी और विदेशी समाचारपत्रों के प्रतिनिधि के रूप में कार्यरत भारतीय पत्रकार के.सी. राय से उन्हें इस कार्य में महत्वपूर्ण योगदान मिला । इसी प्रक्रिया के दौरान 'पायनियर' अखबार समिति के गठन से अलग हो गया और शेष तीनों समाचारपत्रों ने सन् 1905 में श्री के.सी. राय के सहयोग से 'एसोसिएटेड प्रेस ऑफ इण्डिया' (ए.पी.आई.) नाम से स्वतंत्र समाचार एजेंसी का गठन किया लेकिन शुरु से ही इसमें बाधायें भी उत्पन्न हो गई । सबसे पहले तीनों अग्रेंजी समाचारपत्रों ने भारतीय होने के नाते श्री के.सी. राय को न्यूज़ एजेंसी के निदेशक मण्डल में शामिल करना उचित नहीं समझा । इससे रुष्ट होकर श्री राय ने अलग से अपना न्यूज ब्यूरो खोल लिया । इस हालात में 'पायनियर' समाचारपत्र ने राय के न्यूज़ ब्यूरो से सहयोग की शुरुआत की । इस पर शेष तीनों समाचारपत्रों के सम्पादकों ने श्री राय को मनाकर उन्हें एजेंसी के निदेशक मण्डल में शामिल किया । अपने व्यापक सम्पर्को और समाचार सूंघने की क्षमता की बदौलत राय ने ए.पी.आई. को प्रभावी बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई । लेकिन आर्थिक दृष्टि से सक्षम नहीं होने के कारण लगभग एक दशक बाद ही अन्तर्राष्ट्रीय न्यूज़ एजेंसी रायटर ने ए.पी.आई. का अधिग्रहण कर लिया ।

रायटर सहित चार अन्तर्राष्ट्रीय समाचार समितियों ने सन् 1865 में आपस में एक समझौता किया और समाचार के संकलन एवं प्रेषण की दृष्टि से समूची दुनियां को चार कार्यक्षेत्रों में विभाजित कर अपने जिम्मे एक-एक क्षेत्र का दायित्व ले लिया । स्वभाविक रूप से ब्रिटेन की समाचार समिति होने के कारण रायटर के प्रभुत्व क्षेत्र में भारत शामिल था । यह वो जमाना था जब सन् 1857 के प्रथम स्वतंत्रता संग्राम के माध्यम से भारत को आजादी दिलाने की मुहिम छिड़ चुकी थी । रायटर तथा सरकारी नियंत्रण के एक दम घोटूँ वातावरण में स्वतंत्रता संग्राम सहित भारत से

संबंधित समाचारों का संकलन और प्रेषण किया जाने लगा । इस एक तरफा रुख से भारतीय पत्रकारों और जनता में रोष स्वाभाविक था और रायटर एजेंसी की पक्षपात नीति का जवाब देने के लिए चिंतन होने लगा । उधर चारों अन्तर्राष्ट्रीय एजेंसियों का सन् 1934 में आपसी समझौता टूट गया । इसके परिणामस्वरूप अब अन्तर्राष्ट्रीय स्तर की अन्य एजेंसियों ने भारत से संबंधित समाचारों पर ध्यान देना आरंभ किया।

ए.पी.आई. के अधिग्रहण के बाद रायटर ने के.सी. राय के प्रति उपेक्षा का दृष्टिकोण अपनाया तो उन्होंने 'इण्डियन न्यूज एजेंसी' की स्थापना की । यह न्यूज एजेंसी आजादी प्राप्त होने तक कार्य करती रही और विशेषकर लघु समाचारपत्रों को समाचार सेवा उपलब्ध करवाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई । बाद में यह एजेंसी भी आर्थिक स्थिति कमजोर होने के कारण बंद कर दी गई । आजादी से एक साल पहले सन् 1946 में ए.पी.आई. को भारत में लिमिटेड कंपनी का स्वरूप प्रदान किया गया ।

अन्तर्राष्ट्रीय न्यूज एजेंसी रायटर और इसकी सहयोगी समाचार समिति ए.पी.आई. की ब्रिटिश साम्राज्यवाद समर्थक नीति से परेशान होकर भारत के एक प्रमुख पत्रकार भी सदानन्द ने सन् 1930 में 'फ्री प्रेस एजेंसी' का गठन किया । इस समिति ने भारतीय स्वतंत्रता संग्राम से संबंधित समाचारों को प्रमुखता दी । इस पर रायटर तथा ए.पी.आई. ने अपने ग्राहक समाचारपत्रों को फ्री प्रेस एजेंसी की सेवाएं लेने पर अपनी एजेंसी की समाचार सेवा बंद करने की धमकी देकर फ्री प्रेस एजेंसी के विकास में बाधा उत्पन्न कर दी । उधर ब्रिटिश सरकार ने भी इस एजेंसी के खिलाफ दमन की नीति अपनाई । श्री सदानन्द ने फिर भी हिम्मत नहीं हारी और अपने स्तर पर 'फ्री प्रेस जर्नल' का प्रकाशन आरंभ कर फ़्री प्रेस एजेंसी के अस्तित्व को बनाये रखा लेकिन अंत में उन्हें समाचार समिति बंद करने को बाध्य होना पड़ा । श्री सदानन्द की मुहिम को आगे बढ़ाते हुए कोलकाता के एक पत्रकार श्री बीसेनगुप्ता ने1सितम्बर, 1933 को ' यूनाइटेड प्रेस ऑफ इण्डिया' (यू.पी.आई.) का गठन किया । इसका एक कार्यालय लाहौर में भी खोला गया । ए.पी.आई. ने भारतीय स्वतंत्रता संग्राम से जुडे समाचारों को सही परिप्रेक्ष्य में प्रस्तुत करने में महत्वपूर्ण योगदान दिया और टेलीप्रिंटर के बिना भी ब्रिटिश साम्राज्यवादी एजेंसी ए.पी.आई. की प्रमुख प्रतिद्वंदी के रूप में अपना विशेष स्थान बना लिया । सन् 1947 में स्वतंत्रता प्राप्ति के समय यू.पी आई. के देशभर में लगभग दो दर्जन कार्यालय स्थापित किये जा चुके थे और सौ से अधिक समाचारपत्र इस एजेंसी की समाचार सेवा से लाभान्वित हो रहे थे ।

6.8.2 स्वतंत्रता के पश्चात समाचार समितियां

ब्रिटिश दासता से भारत ने 15 अगस्त, 1947 को मुक्ति पाई और पाकिस्तान के रूप में देश के विभाजन को एक नियति के रूप में भी अंगीकार किया । संक्रमण के इस दौर में समाचार जगत सहित सभी क्षेत्र प्रभावित हुए । आजादी मिलने के

समय तक भारतीय पत्रकारों के स्वामित्व एवं प्रबंधन में संचालित न्यूज एजेंसी यू.पी.आई. ब्रिटिश साम्राज्यवादी न्यूज एजेंसी ए.पी.आई. के मुकाबले अपनी उपयोगिता सिद्ध कर चुकी थी । उधर अन्तर्राष्ट्रीय समाचार समिति रायटर को भारत में विदेशी समाचार उपलब्ध कराने के मामले में एकाधिकार हांसिल था और रायटर पर आश्रित ए.पी.आई. देश के अन्दुरुनी समाचारों के संकलन तथा वितरण में लगभग अपना प्रभुत्व बनाये हुए थी ।

रायटर ने एकाधिकार की स्थिति के बावजूद दो अमेरिकी समाचार समितियां भी भारत में विदेशी समाचार प्रेषण व्यवस्था से जुड़ने के साथ देश में आतंरिक समाचारों के संकलन एवं प्रेषण से संबंधित खाका तैयार करने में जुडी हुई थी । इन परिस्थितियों में भारतीय समाचार जगत के पुन: विदेशी प्रभाव में चले जाने की संभावना बनी हुई थी । इन विषम परिस्थितियों एवं आसन्न संकट का मुकाबला करने के उद्देश्य से भारतीय प्रेस जगत से जुडे लोगों ने व्यापक रणनीति अपनाई । इस योजना के तहत सबसे पहले रायटर के चंगुल से मुक्त ए.पी.आई. के नाम से गठित समाचार समिति को नया रूप दिया गया । इसी के समानान्तर संचालित न्यूज एजेंसी यू.पी.आई. को भी प्रोत्साहित करने का निश्चय किया गया । इसके अलावा विदेश समाचार समितियों द्वारा भारतीय समाचारपत्रों को सीधे समाचार सेवा उपलब्ध कराने के संबंध में कतिपय प्रतिबंध भी लगाए गए ताकि अन्तर्राष्ट्रीय स्तर की विदेशी न्यूज एजेंसियों के एकाधिकार के प्रभाव को एक हद तक हलका अथवा कम किया जा सकें ।

इसी श्रृंखला में भारत सरकार की पहल और कुछ समाचारपत्रों का सहयोग लेकर रायटर को 60 हजार पोंड की धनराशि देकर ए.पी.आई. न्यूज एजेंसी का स्वामित्व हासिल किया गया और इसे ' प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया' (पी.टी.आई.) के स्वरूप में संचालित करने का निर्णय लिया गया । इसके साथ- साथ नवगठित न्यूज एजेंसी पी.टी.आई. को रायटर के एक हिस्सेदार और इस नाते रायटर ट्रस्ट का भी सदस्य बनाया गया। दूसरी तरफ यू.पी.आई. न्यूज एजेंसी को प्रोत्साहित करने के लिए सन् 1948 में इसकी टेलीप्रिन्टर सेवा आरम्भ की गई । निजी स्वामित्व के रूप में आरंभ की गई यू.पी.आई. एक लिमिटेड कंपनी के अंतर्गत 11 सदस्यीय निदेशक मण्डल के नियंत्रण में संचालित की जाने लगी । इस न्यूज एजेंसी ने विश्व के समाचारों के लिए सन् 1951 में न्यूज एजेंसी ए.एफ.पी. से अनुबंध भी किया । लेकिन न्यूज एजेंसी पी.टी.आई. की प्रतिस्पर्धा में यू.पी.आई. अपना अस्तित्व लंबे समय तक नहीं बनाये रख सकी और वित्तीय संसाधनों के अभाव में इसे सन् 1958 में बंद करना पड़ा स्वतंत्रता संग्राम के आन्दोलन में राष्ट्रीय समाचारपत्रों की आवश्यकताओं को पूरा करने वाली एजेंसी यू.पी.आई. स्वतंत्रता प्राप्ति के एक दशक बाद ही दम तोड़ बैठी ओर इसके साथ ही भारतीय समाचार समितियों के इतिहास का एक गौरवपूर्ण एवं महत्वपूर्ण अध्याय समाप्त हो गया।

भारतीय समाचार जगत में न्यूज एजेंसी पी.टी.आई. के प्रभुत्व और एक तरह से एकाधिकार को लेकर चिंता एवं शंकायें जताई जाने लगी । इन परिस्थितियों में पी.टी.आई. की प्रतिस्पर्धा में एक समानान्तर और प्रभावी न्यूज एजेंसी के गठन की आवश्यकता महसूस की गई । प्रथम प्रधानमंत्री पंडित जवाहर लाल नेहरू की पहल से 'यूनाइटेड न्यूज ऑफ इण्डिया' (यू.एन.आई.) की स्थापना की गई ।

अंग्रेजी में समाचार के संकलन एव प्रेषण का कार्य कर रही न्यूज एजेंसी पी.टी.आई. के साथ आजादी के तुरंत बाद ही सन् 1948 में मुम्बई में भारतीय भाषाओं की प्रथम समाचार समिति के रूप में ' हिन्दुस्तान समाचार' की स्थापना की गई । विशेषकर क्षेत्रीय एवं ग्रामीण जगत से संबंधित समाचारों को उजागर करने तथा भाषायी समाचारपत्रों को उनकी भाषा में समाचार सेवा उपलब्ध कराने के उद्देश्य से न्यूज एजेंसी यू.पी.आई. से जुडे पत्रकार एस.एस. आप्टे ने इस एजेंसी के गठन में पहल की । शुरुआत में इसे एक प्राईवेट लिमिटेड कंपनी के रूप में चलाया गया और बाद में इसे सहकारिता के आधार पर संचालित किया गया । आपातकाल में इसका विलय भी ' समाचार नामक' एजेंसी में किया गया और सन् 1977 में जनता पार्टी के शासन में सत्ता में आने के बाद समाचार एजेंसी में शामिल चारों समाचार समितियों को अलग- अलग कार्य करने का अवसर दिया गया । लेकिन हिन्दुस्तान समाचार कुछ वर्ष चलने के बाद प्राय: बंद कर दी गईं । छोटे मोटे रूप में इसका संचालन करने के बाद पिछले दो-तीन वर्षो में इसे नये रूप में शुरु, करने की कोशिश की गई है।

प्रथम प्रेस आयोग की रिपोर्ट में समाचारों के संकलन और वितरण संबंधी व्यवस्था में प्रतिस्पर्धा बनाये रखने की आवश्यकता के मद्देनजर दो प्रयास किए गए । इण्डियन एक्सप्रेस समाचारपत्र श्रृंखला के मालिक रामनाथ गोयनका ने सन् 1959 में 'इण्डियन न्यूज सर्विस' (आई.एन.एस.) नाम से कम्पनी का पंजीकरण करवाया और लगभग 20 लाख रूपये की पूंजी से इस एजेंसी के कामकाज की शुरुआत की । लेकिन कुछ ही अर्से के बाद यह न्यूज एजेंसी बंद कर दी गई । इसके साथ ही पी.टी.आई. के एकाधिकार को समाप्त करने के उद्देश्य से एक समानान्तर न्यूज एजेंसी के रूप में यू.एन.आई. के गठन की प्रक्रिया भी आरंभ की गई । बहुभाषी समाचार समिति हिन्दुस्तान समाचार में कार्यरत श्री धर्मवीर गांधी ने लाला फिरोज चंद के सहयोग से एक अन्य हिंदी भाषी समाचार समिति 'समाचार भारती' की स्थापना की । इनके अलावा क्षेत्रीय स्तर पर और फीचर एजेंसियों के रूप में भी कई संस्थायें गठित की गई जिनके शुरु। होने तथा बंद होने का सिलसिला आज भी जारी है ।

6.8.3 आपातकाल के दौरान समाचार समितियां

तत्कालीन प्रधानमंत्री श्रीमती इंदिरा गांधी के शासनकाल में भारत में 26 जून, 1975 को आपातकाल लागू किया गया था । सत्तारूढ़ दल के कुछ नेताओं सहित प्रतिपक्ष

से जुड़े राजनेताओं एवं प्रमुख सार्वजनिक हस्तियों की बड़े पैमाने पर धरपकड़ की गई । समाचारपत्रों पर. सेंसरशिप लागू किया गया । आपातकाल के दौरान देश की चार प्रमुख समाचार एजेंसियों का विलय कर 'समाचार' के रूप में एक नई एजेंसी का जन्म हुआ ।

आपातकाल से पहले देश में अंग्रेजी भाषा में समाचारों के संकलन और वितरण का कार्य करने वाली समाचार एजेंसी पी.टी.आई. और यू.एन.आई. थी । इन एजेंसियों के अन्तर्राष्ट्रीय न्यूज एजेंसियों से समाचारों के आदान-प्रदान के अनुबंध थे । इसी तरह हिंदी तथा अन्य भारतीय भाषाओं के लिए ' हिन्दुस्तान समाचार' एवं समाचार भारती कार्यरत थीं । आपातकाल के दौरान इन चारों एजेंसियों को मिलाकर 'समाचार' नाम से नई एजेंसी बनाई गई । इसके अंग्रेजी विभाग के कार्यालय प्राय: पी.टी.आई. के कार्यालयों से तथा भाषायी समाचारों के संकलन एवं प्रेषण संबंध कार्यालय प्रमुख रूप से हिन्दुस्तान समाचार के कार्यालयों से संचालित किये जाने लगे। उस समय अंग्रेजी तथा हिंदी सहित अन्य भारतीय भाषाओं के समाचारपत्रों के लिए न्यूज़ एजेंसी समाचार की सेवा लेना एक तरह से लाजमी हो गया था । चूंकि इस समाचार समिति का संचालन एक प्रकार से सरकारी नियंत्रण में किया जा रहा था, इसलिए इनके समाचारों की निष्पक्षता पर सवालिया निशान लगना स्वाभाविक था । आपातकाल के बाद इस संबंध में कई चौंकाने वाले तथ्य सामने आए कि न्यूज़ एजेंसी 'समाचार' के माध्यम से तथ्यों को तोड़- मरोड़कर समाचार गढ़े जाते थे और उन्हें प्रसारित किया जाता था ।

सन् 1958 में न्यूज़ एजेंसी यू.पी.आई. के बंद होने तथा अंग्रेजी समाचार समिति पी.टी.आई. के एकाधिकार के बाद आपातकाल में देश ने एक बार पुन: न्यूज़ एजेंसी के एकाधिकार के खतरे का प्रत्यक्ष रूप से सामना किया । इसलिए केन्द्र में पहली बार सत्तारूढ़ हुई गैर कांग्रेसी जनता सरकार ने अपने चुनावी घोषणा पत्र के अनुरूप चारों एजेंसियों को उनके मूल रूप से कार्य करने का अवसर दिया । यद्यपि मोरारजी देसाई सरकार ने समाचार एजेंसी 'समाचार' के विलय संबंधी प्रक्रिया को समाप्त करने के तौर तरीकों पर विचार करने के लिए कुलदीप नैयर कमेटी का गठन किया था । इस कमेटी ने अंग्रेजी और हिंदी एवं अन्य भारतीय भाषाओं के लिए एक-एक समाचार समिति के गठन का सुझाव दिया था, इसके साथ ही इन दोनों एजेसियों के सहयोग से 'इंडिया न्यूज' के नाम से एक अन्तर्राष्ट्रीय एजेंसी बनाने की भी सिफारिश की थी । कमेटी की रिपोर्ट पर संसद में विस्तृत चर्चा हुई और इस आधार पर इस प्रस्ताव को नामंजूर किया गया कि चूंकि तीनो समाचार एजेंसियों के अलग- अलग निर्धारित क्षेत्र होने से उनका अपने- अपने क्षेत्र में एकाधिकार हो जाएगा जो उचित नहीं है ।

इसलिए चारों समाचार समितियाँ नए सिरे से अपने कामकाज में जुट गई। पी.टी.आई. तथा यू.एन.आई. आर्थिक दृष्टि से सक्षम ओर प्रभावशाली न्यूज एजेंसी थी वहीं 'हिन्दुस्तान समाचार' एवं 'समाचार भारती' के संसाधन अत्यंत सीमित थे। समाचार भारती तो कुछ अर्से बाद ही समाप्त होने लगी वहीं 'हिन्दुस्तान समाचार' ने पुन: श्रीमती इंदिरा गांधी के शासनकाल में लौटने के कुछ वर्षो के बाद तक अपना अस्तित्व छोटे- मोटे रूप में बनाये रखा और पिछले 2-3 वर्षों से इस एजेंसी ने नये सिरे से अपनी गतिविधियां आरंभ की है। हिंदी तथा भारतीय भाषाओं की दोनों समाचार समितियों के पतन को ध्यान में रखते हुए यूएन.आई. ने 'यूनीवार्ता' नाम से और पी.टी.आई. ने 'भाषा' नामक हिंदी समाचार सेवा की शुरुआत की।

भारत में इस समय अंग्रेजी में पी.टी.आई., यू.एन.आई., और हिंदी में यूनीवार्ता एवं भाषा प्रमुख समाचार समितियाँ हैं

6.9 प्रमुख समाचार समितियां

भारत में इस समय अंग्रेजी में पी.टी.आई. एवं यू.एन.आई. और हिंदी में यूनीवार्ता एवं भाषा प्रमुख समाचार समितियाँ है।

6.9.1 प्रेस ट्रस्ट ऑफ इण्डिया (पी.टी.आई.)

भारत की स्वतंत्रता प्राप्ति के समय ब्रिटेन की श्रम दलीय सरकार ने अंतर्राष्ट्रीय न्यूज एजेंसी रायटर को यह सलाह दी कि वह भारतीय समाचार समिति को हस्तान्तरित करने के लिए भारतीय समाचारपत्रों से समझौता करें। इसके तहत समाचारपत्र मालिकों की संस्था इण्डियन एण्ड ईस्टर्न न्यूज पेपर सोसायटी (आई.ई.एन.एस.) से रायटर का समझौता हुआ। इसमें यह व्यवस्था की गई कि भारत में विदेशी समाचार सेवा पर रायटर का पूरी तरह से नियंत्रण रहेगा और देश की अन्दुरुनी सेवा ए.पी.आई. भारतीय कंपनी को स्थानान्तरित की जानी थी। लेकिन तत्कालीन केन्द्रीय गृह मंत्री सरदार वल्लभ भाई पटेल ने इस कूटनीतिपूर्ण समझौते को क्रियान्वित नहीं होने दिया। श्री पटेल के हस्तक्षेप से रायटर एवं भारतीय प्रतिनिधियों के बीच सितम्बर, 1948 में समझौता किया गया। इसके तहत रायटर ट्रस्ट के एक हिस्सेदार के रूप में नवगठित न्यूज एजेंसी पी.टी.आई. ने रायटर के 90 हजार साधारण हिस्सों में से साढ़े बारह हजार हिस्से खरीद लिये। पी.टी.आई. ने 60 हजार पोंड की कीमत पर ए.पी.आई. की, खरीद का सौदा किया। पी.टी.आई. ने 1 फरवरी, 1949 से विधिवत कार्य आरंभ किया।

सन् 1951 से भारतीय समाचार समिति के रूप में पी.टी.आई. को राष्ट्रीय तथा अन्तर्राष्ट्रीय समाचार क्षेत्र में स्वतंत्र रूप से कार्य करने का अवसर मिला। देश में अभी पी.टी.आई. एकमात्र ऐसी एजेंसी है, जिसका नई दिल्ली के पार्लियामेंट स्ट्रीट

पर अपना विशाल भवन है, जहाँ से देश भर में समाचार सेवाओं का संचालन किया जाता है । इस एजेंसी का मुख्य कार्यालय मुम्बई में है । पी.टी.आई. ने अन्तर्राष्ट्रीय समाचारों के लिए पहले रायटर और बाद में ए.एफ.पी. से समझौता किया । इस एजेंसी ने वाणिज्यक एवं आर्थिक सेवाओं के साथ-साथ फोटो सेवा भी आरंभ की। अंग्रेजी में समाचार देने वाली इस न्यूज एजेंसी ने 'भाषा' नाम से हिंदी समाचार सेवा 19 अप्रेल, 1986 से शुरु की। वर्तमान में यह देश की नहीं वरन् एशिया की सबसे बड़ी न्यूज़ एजेंसी मानी जाती है । पी.टी.आई. की समाचार सेवा भी इंटरनेट और वेबसाइट के माध्यम से उपलब्ध कराई जाने लगी है ।

पी.टी.आई. गुटनिरपेक्ष देशों के समाचार पूल और एशिया प्रशांत समाचार एजेंसी संगठन की प्रमुख भागीदार है । यह एजेंसी द्विपक्षीय समाचार विनिमय व्यवस्था के तहत एशिया, अफ्रीका, यूरोप और लैटिन अमेरिकी की अनेक समाचार एजेंसियों से समाचारों का आदान-प्रदान करती है । पी.टी.आई. में लगभग 350 पत्रकार कार्यरत है तथा विश्व के प्रमुख शहरों में इसके विशेष संवाददाता है । इनके अलावा देश में करीब 350 स्ट्रिंगर इसे समाचार भेजते हैं, जबकि 20 अंशकालिक संवाददाता विश्व भर से खबरें भेजते हैं । इस एजेंसी के देशभर में 80 कार्यालय हैं ।

6.9.2 यूनाइटेड न्यूज ऑफ इण्डिया (यू.एन.आई)

स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात रायटर का उत्तराधिकार पी.टी.आई. ने संभाला । सन् 1958 में 'यूनाइटेड प्रेस ऑफ इण्डिया' (यू.पी.आई.) के बंद होने के पश्चात देश में पी.टी.आई. एकमात्र न्यूज एजेंसी रह गई । इस एकाधिकार के खतरे को अनुभव करते हुए प्रथम प्रेस आयोग ने भी एक समानान्तर दूसरी समाचार एजेंसी स्थापित करने का सुझाव दिया । प्रथम प्रधानमंत्री पण्डित जवाहर लाल नेहरू ने सन् 1959 में संवाद समिति के एकाधिकार वाले रुझान को समाप्त करने के उद्देश्य से शीघ्र ही देश में दूसरी न्यूज एजेंसी गठित किये जाने की घोषणा की ओर पश्चिम बंगाल के तत्कालीन मुख्यमंत्री डॉ. विधान चंद्र राय के जिम्मे यह कार्य सौंपा गया । डॉ. राय की अध्यक्षता में गठित समिति ने विश्वभर की समाचार समितियों के कामकाज तथा उनकी सरंचना के अध्ययन के पश्चात प्रस्तावित संवाद समिति के लिए अमेरिकी संवाद समिति 'एसोसिएटेड प्रेस' (ए.पी.) के मॉडल का चयन किया । इसकी योजना सेवा प्रदान करने वाली एजेंसी के तौर पर बनाई गई तथा समाचारपत्रों से इसके गठन और संचालन में सहयोग देने की अपील की गई ।

कोलकाता में 20 जनवरी, 1959 को हुई बैठक में यह निश्चित किया गया कि संस्था के संचालक मण्डल में दो जनप्रतिनिधि होंगे जिन्हें अंशधारक चुनेंगे और कर्मचारियों का भी एक प्रतिनिधि होगा । भविष्य में इसे एक ट्रस्ट के रूप में बदल दिया जायेगा । नई समिति कम्पनी कानून 1956 के अनुच्छेद 25 के तहत बनाई गई । 10

नवम्बर, 1959 को पंजीकरण के बाद यू.एन.आई. ने 21 मार्च, 1961 को नई दिल्ली में एक पाँच सदस्यीय टीम के साथ समाचार सेवा की शुरुआत की । यू.एन.आई. ने 1 मई, 1982 से हिंदी में यूनीवार्ता नाम से समाचार सेवा आरंभ की जिसमें मध्यम और लघु समाचारपत्रों में अपना विशेष स्थान बनाया है । सन् 1992 में इसने देश में पहली बार उर्दू समाचार सेवा आरंभ की । जनवरी, 1980 के लोकसभा चुनाव में यू.एन आई. ने देश में पहली बार चुनाव परिणामों के विश्लेषण के लिए कम्प्यूटर का उपयोग किया जिसे जून, 1980 में कुछ राज्यों के विधान सभा चुनावों में इसकी पुनरावृत्ति की गई । मार्च 1980 में खाड़ी देशों के लिए सैटेलाइट चैनल शुरु। किया गया । समाचार सेवा के अलावा यू.एन.आई. ने फोटो एवं ग्राफिक्स सेवा बैकग्राउण्डर, फाईनेन्सियल, इकॉनामिक, एनर्जी एवं एग्रीकल्चर न्यूज सर्विस का भी संचालन किया । यू.एन.आई. की समाचार सेवा भी इंटरनेट और वेबसाइट के माध्यम से उपलब्ध कराई जाने लगी है । सन् 2006 में इस एजेंसी के लगभग 60 प्रतिशत शेयर एक मीडिया संस्थान द्वारा लिये जाने का एजेंसी के कर्मचारियों द्वारा पुरजोर विरोध किया जा रहा है । अभी यह मामला अदालत और कम्पनी लॉ बोर्ड के समक्ष विचाराधीन है ।

यू.एन.आई. के भारत में 70 कार्यालय है तथा 339 पत्रकारों सहित लगभग 946 कर्मचारी है । देश के प्रमुख शहरों में इसके अपने संवाददाता है । इसके अतिरिक्त विदेशों के प्रमुख शहरों में भी इसके अपने संवाददाता है । यू.एन.आई. विश्व की सबसे बड़ी समाचार समिति रायटर के माध्यम से विश्व के समाचार वितरित करती है । इसके अलावा इसने चीन की सिंहुआ, रुस की आर.ए.आई. नोवस्ती, बंगला देश की यू.एन.बी., तुर्की की अनादोल, संयुक्त अरब अमीरात की डब्लू.ए.एम. बहरीन की जी.एन.ए. कुवैत की कूना, ओमान की ओना तथा कतर की क्यूना के साथ सूचना का अदान-प्रदान करने का समझौता किया हुआ है ।

6.9.3 हिन्दुस्तान समाचार

यू.पी.आई. से जुड़े पत्रकार श्री एस.एस. आप्टे ने कुछ सहयोगी मित्रों की प्रेरणा से दिसम्बर, 1948 में मुम्बई में ' हिन्दुस्तान समाचार समिति' की स्थापना एक प्राईवेट लिमिटेड कंपनी के रूप में की । इसका उद्देश्य भाषायी समाचारपत्रों को उनकी. भाषा में समाचार सेवा उपलब्ध कराने के साथ- साथ क्षेत्रीय एवं ग्रामीण अंचल के समाचारों को प्रमुखता देना था । सन् 1957 में इस न्यूज एजेंसी को सहकारी समिति के रूप में संचालित करने का निर्णय लिया गया । इसका मुख्यालय दिल्ली में स्थापित किया गया । हिंदी के अलावा हिन्दुस्तान समाचार ने गुजराती, मराठी, बंगला, तेलुगु, असमी, मलयालम, उर्दू पंजाबी इत्यादि विभिन्न भारतीय भाषाओं में समाचार सेवा उपलब्ध कराई । हिन्दुस्तान समाचार ने 'युगवार्ता' के नाम से प्रसंग लेख सेवा और 'हिन्दुस्तान समाचार वार्षिकी' का प्रकाशन आरंभ किया । हिंदी एवं भाषायी

समाचारपत्रों को बहुतकम कीमत पर समाचार सेवा उपलब्ध कराने तथा अन्य कारणों से इसकी आर्थिक स्थिति मजबूत नहीं हो पाई । आपातकाल के दौरान इसका भी अन्य तीन एजेंसियों के साथ 'समाचार' में विलय किया गया । जनता सरकार में सभी चारों एजेसियों को स्वतंत्र रूप से कार्य करने का अवसर देने के कुछ अर्से बाद 'हिन्दुस्तान समाचार' धीरे- धीरे सिमटता चला गया और एक तरह से इसका अस्तित्व समाप्त सा हो गया लेकिन पिछले 4-5 वर्षो में हिन्दुस्तान समाचार को पुर्नजीवित करने के प्रयास किये गये । नई दिल्ली में हिन्दुस्तान समाचार (हि.स.) की समाचार सेवा आरंभ की गई है और राजस्थान सहित कई राज्यों में इसके कार्यालय स्थापित किये गये हैं लेकिन अभी समाचारपत्रों द्वारा इस संवाद समिति की सेवाओं का व्यापक रूप से इस्तेमाल नहीं किया जा रहा है ।

6.9.4 समाचार भारती

हिंदी एवं भारतीय भाषाओं की प्रमुख समाचार समिति हिंदुस्तान समाचार के समानान्तर अक्टूबर, 1966 में 'समाचार भारती' का गठन किया गया । हिंदुस्तान समाचार में कार्य कर चुके श्री धर्मवीर गांधी ने लाला फिरोजचंद के सहयोग से इस समाचार समिति की स्थापना की, जिसने नई दिल्ली में 1 जनवरी, 1967 से विधिवत कार्य आरंभ किया । एक पब्लिक लिमिटेड कम्पनी के रूप में इसका पंजीकरण कम्पनी कानून की धारा 35 के तहत किया गया इसके लगभग 90 प्रतिशत हिस्से राजस्थान, उत्तरप्रदेश, मध्य प्रदेश, गुजरात, महाराष्ट्र, बिहार और कर्नाटक राज्य सरकारों द्वारा खरीदे गये । इनके प्रतिनिधि भी न्यूज एजेंसी के निदेशक मण्डल में शामिल किये गये । एक तरह से इस समाचार समिति को सरकारी कंपनी के रूप में माना गया। इस समिति की भी आर्थिक स्थिति मजबूत नहीं रही । आपातकाल के बाद जब चारों न्यूज एजेंसियों को अलग- अलग किया गया तो समाचार भारती अपना अस्तित्व बचाये रखने में सफल नही हो पाई और यह समिति इतिहास में दर्ज होकर रह गई।

6.9.5 अन्य समाचार समितियां

इन प्रमुख समाचार समितियों के अलावा भारत में समय-समय पर राष्ट्रीय एवं क्षेत्रीय स्तर पर न्यूज एजेंसियों अथवा फीचर एजेंसियों की स्थापना की गई, जिनके नियमित रूप से कार्य करने और बंद होने का सिलसिला भी चलता रहा । इनमें आई.एन.एस., आई.पी.ए., ई.एन.ए., आई.एन.एफ.ए., एन.एस.एस., ए.एन.आई., एसोसिएटेड न्यूज सर्विस, न्यूज एण्ड फीचर सर्विस सिंडीकेट, प्रेस एशिया इन्टरनेशनल पब्लिकेशन्स सिंडीकेट, भारत इन्टरनेशनल न्यूज सर्विस, सर्वोदय प्रेस सर्विस इत्यादि अनेकों नाम गिनाये जा सकते हैं ।

6.9.6 गुटनिरपेक्ष समाचार नेटवर्क

गुटनिरपेक्ष राष्ट्रों के मध्य आपसी सहयोग एवं सद्भाव को बढ़ाने की दृष्टि से गुटनिरपेक्ष राष्ट्रों के मध्य समाचार पूल बनाने का प्रस्ताव किया गया । लीमा में

अगस्त, 1975 में गुटनिरपेक्ष राष्ट्रों के विदेश मंत्रियों के सम्मेलन में समाचारयुक्त के संविधान निर्माण की आवश्यकता पर बल दिया गया । कोलंबों (श्रीलंका) में गुटनिरपेक्ष राष्ट्रों के, शिखर सम्मेलन (1976) में इस समाचार पूल की विधिवत स्थापना कर दी गई । जुलाई, 1976 में नई दिल्ली में आयोजित एक विशेष सम्मेलन में 62 राष्ट्रों के सूचना मंत्रियों तथा समाचार- समितियों के प्रतिनिधियों ने भाग लिया तथा समाचार पूल के लिए विस्तृत संविधान बनाया । समाचारपूल के गठन के पीछे युगोस्वालिया की समाचार समिति 'तान्जुग' की विशेष भूमिका रही ।

इस समाचारपूल में पी.टी.आई. भारत का प्रतिनिधित्व करता है । पी.टी.आई. सहित गुटनिरपेक्ष समाचार एजेंसियों के समाचार और फोटो एन.एन.एन. वेवसाइट पर http// www.navnewsnetwork.org अपलोड़ किये जाते हैं ताकि सभी को ऑन लाइन उपलब्ध हो सके ।

अप्रेल, 2006 से कार्यरत एन.एन.एन की औपचारिक शुरुआत मलेशिया के सूचना मंत्री जैनुदीन मेदिन ने कुऑलालंपुर में 27 जून, 2006 को की थी । एनएनएन ने गुटनिरपेक्ष समाचार एजेंसियों के पूल (एन.एन.ए.पी) का स्थान लिया है, जिसने पिछले 30 वर्ष गुटनिरपेक्ष देशों के बीच समाचार आदान-प्रदान व्यवस्था के रूप में काम किया है । संचार माध्यम इंटरनेट से एनएनएन गुटनिरपेक्ष विश्व के 116 सदस्यों को सतत सूचना-प्रवाह जारी रखेगा । समाचारों का आदान-प्रदान अंग्रेजी, फ्रैंच, स्पेनी और अरबी भाषा में होता है ।

6.10 समाचार समितियों का भविष्य

अब तक के अध्ययन से हम यह तो जान ही चुके हैं कि मीडिया जगत में समाचार समितियों की आवश्यकता एवं उपयोगिता क्या है? राष्ट्रीय ओर अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर न्यूज़ एजेंसियों का अस्तित्व बना हुआ है लेकिन कमोबेश उनकी स्थिति अभी भी पूरी तरह सुदृढ़ नहीं पाई है और उन्हें विशेषकर अपने ग्राहक समाचारपत्रों ओर सरकार के रहमोकरम पर भी अपने भविष्य को सुनिश्चित करना होता है । समाचार एजेंसियों को कई तरह की कठिनाइयों और संकटों का समय-समय पर सामना करना पड़ता है । इन सभी परिस्थितियों के बारे में यूनेस्को ने सम्मेलन के बाद जारी लगभग सवा सौ पृष्ठो की रिपोर्ट में इस बात का खुलासा किया कि इन्टरनेट के जमाने में एजेसियां अपना अस्तित्व किस प्रकार बनाये रख सकती हैं । इस सम्मेलन में इस मुद्दे पर भी विचार मंथन हुआ कि वैश्वीकरण और तेजी से बदलते हुए समय में एजेंसियों की क्या उपादेयता रह गई है- ओर किसी राष्ट्र को अपनी समाचार एजेंसियों को बचाने के लिए हर संभव कोशिश क्यों करनी चाहिए ।

समाचार समितियां केन्द्र और राज्य सरकारों और मीडिया जगत से जुडे अपने उपभोक्ताओं के आर्थिक सहयोग के बिना नहीं चल पाती । भारत की दोनों प्रमुख संवाद समितियों पी.टी.आई.

और यू.एन.आई. के निदेशक मंडल में समाचारपत्र समूहों का वर्चस्व है और उनके हितों को चाहे परोक्ष रूप से ही क्यों न सही समाचार समिति प्रबंधन को अपनी रीति-नीति का संचालन करना पडता है । ऐसी स्थिति में कई बार समाचार समितियों की निष्पक्षता पर सवाल खड़े किये जा सकते हैं । दूसरी ओर समाचारपत्रों द्वारा समय पर समाचार सेवा शुल्क की अदायगी नहीं करना, वर्षो तक समाचार सेवा के शुल्क में वृद्धि नहीं किये जाने तथा कई बहानों से समाचार समिति की बकाया राशि का भुगतान नहीं करना इत्यादि ऐसी कई समस्याएं हैं, जिनसे समाचार समिति प्रबंधन को हमेशा आर्थिक संकटों का सामना करना पड़ता है । इसी कारण देश में गठित कई संवाद समितियों को बंद करना पड़ा अथवा समय के अनुसार उनके विकास में बाधाऐं उत्पन्न हुई ।

पिछले दशकों में साक्षरता बढ़ने और अन्य कारणों से राष्ट्रीय एवं राज्यस्तर के समाचारपत्रों के प्रचार-प्रसार में काफी तेजी आई है । अब स्थान-स्थान पर उनके संस्करण प्रकाशित किये जाने का प्रचलन हो गया है और बाजारवाद के नये दौर में समाचारपत्रों के बीच अखबार की कीमत को लेकर गलाकाट प्रतिस्पर्धा भी चल रही है । ऐसी स्थिति में समाचारपत्रों को अपना अस्तित्व बनाये रखने के लिए बाजारी ताकतों की मनमानी का शिकार होना पड़ रहा है, वहीं अखबारों के समाचार स्वरूपों में गुणात्मक परिवर्तन आया है ।

अखबारों के अनेकानेक संस्करणों के कारण समाचारों का प्रकाशन अपने अपने क्षेत्रों तक सिमट सा गया है । इस व्यवस्था को बनाये रखने के लिए आंचलिक समाचारपत्र गांव और तहसील स्तर पर भी अपने संवाददाता रखने लगे हैं । इन परिस्थितियों ने समाचार समितियों के सामने अजीब धर्मसंकट उत्पन्न कर दिया है । समाचारपत्रों की तुलना में व्यापक नेटवर्क होने के बावजूद समाचार समितियां स्थानीय स्तर पर अपने संवाददाताओं या स्ट्रिंगर नियुक्त नहीं कर पाती । इससे देहात एवं कस्बों के समाचारों का संकलन नहीं हो पाता ओर समाचारों की सच्चाई की पुष्टि करने में कठिनाई आती है । किसी घटनाक्रम से संबंधित धारावाहिक समाचारों की समस्या भी संवाद समिति के सामने मुंह बायें खडी रहती है । इसके अलावा समाचार समितियों को अखबारों के शीर्षकों का भी ध्यान रखना होता है । समाचारपत्रों की तरह समाचार समिति के संवाददाता के सामने खोजी पत्रकारिता और विशेष रिर्पोटिंग की समस्या भी बनी रहती है । इसी तरह विदेशी समाचारों के मामलें में भी समाचार समितियों के सामने अन्तर्राष्ट्रीय समाचार एजेंसियों के दृष्टिकोण के अनुसार, जारी किये जाने वाले समाचारों के उपयोग को लेकर भी प्रश्न चिन्ह खडे हो जाते हैं । इस संदर्भ में पिछले खाड़ी युद्ध से संबंधित समाचारों का उल्लेख किया जा सकता है ।

समाचार समितियों के सामने विभिन्न प्रकार की चुनौतियों और कठिनाईयों के बावजूद उन्हें आगे बढ़ना होता है और स्वतंत्र एवं निष्पक्षता से समाचारों का संकलन एवं प्रेषण के युगधर्म का निर्वाह करना होता है । चूंकि समाचारपत्रों का अस्तित्व बनाये रखने में और उसके नियमित प्रकाशन में विशेष महत्व है, इसलिए समाचार समितियों का भविष्य सुखद कहा जा सकता

है । यह सही है कि आधुनिक और नवीनतम दूरसंचार तकनीक के फलस्वरूप समाचार समितियों के कामकाज तथा स्वरूप में काफी परिवर्तन आया है और यह सिलसिला भविष्य में भी बने रहने वाला है ।

6.11 सारांश

समाचार समितियों के बारे में अब तक के अध्ययन से यह निष्कर्ष निकला जा सकता है कि मीडिया जगत के लिए न्यूज एजेंसियों की आवश्यकता अपरिहार्य है। अंग्रेजी समाचार एजेंसियों के साथ हिंदी एवं भाषायी न्यूज एजेंसियों ने विशेषकर हिंदी पत्रकारिता को नवजीवन प्रदान किया है । एक तरह से एजेसिंयों ने हिंदी पत्रकारिता में अनुभव की जाने वाली रिक्तता को भरने में काफी हद तक सफलता हांसिल की है, वहीं हिंदी समाचारपत्रों और पत्रकारों को बहुत बड़ा संबल देने में भी हिंदी संवाद समितियों का विशेष योगदान रहा है ।

इस इकाई के माध्यम से हमने समाचार समितियों की अवधारणा, स्वरूप एवं विकास से जुड़े विभिन्न पहलुओं के बारे में जानने का प्रयास किया है । विदेशी समाचार समितियों के बारे में भी हमने अध्ययन किया है । हम समाचार समितियों की स्थापना और उसके उद्देश्यों एवं क्रियाकलापों से अवगत हुए हैं तथा विभिन्न कालखण्डों में समाचार समितियों के विकास की कथा हमने जानी है । भारतीय समाचार समितियाँ और उनके इतिहास के बारे में हमने विस्तार से जानकारी हासिल की है । समाचार समितियों के सामने उत्पन्न चुनौतियों और कठिनाइयों तथा समय-समय पर आने वाले संकटों से भी हम परिचित हुए हैं । सन् 2006 में एक मीडिया समूह द्वारा भारत की प्रमुख संवाद समिति यू.एन.आई. के लगभग 60 प्रतिशत शेयर खरीदे जाने के प्रयास की गूंज संसद तक में सुनाई दी गई ओर इसे समाचार समिति के स्वतंत्र, निरपेक्ष ओर राष्ट्रीय चरित्र के लिए खतरा बताया गया है । इस खतरे के साथ-साथ नई शताब्दी में न्यूज एजेंसी की पत्रकारिता जो अब इंटरनेट तक पहुँच गई है, के बारे में भी विचार मंथन करना होगा । पश्चिमी देशों में टी.वी. इंटरनेट विस्तार से समाचारपत्रों की प्रसार संख्या में ठहराव और केबल सैटेलाइट प्रणाली से उपभोक्ता द्वारा खुद अखबार प्रिंट कर लेने से उत्पन्न स्थिति का सामना करने में भारत को अभी काफी वक्त लगेगा लेकिन तेजी से बदलती तकनीक से उत्पन्न खतरों और न्यूज एजेंसी की कार्यप्रणाली पर पड़ने वाले प्रभाव को हमें ध्यान में रखना होगा ।

6.12 संदर्भ ग्रंथ

1. प्रो. रमेश जैन - हिंदी पत्रकारिता : इतिहास एवं सरंचना, आविष्कार पब्लिशर्स ड्रिस्ट्रीब्यूटर्स, जयपुर
2. प्रो. रमेश जैन - प्रिंट मीडिया लेखन, मंगल दीप पब्लिकेशन्स, जयपुर
3. काशीनाथ गोविन्दराम जोगलेकर - संवाद समिति की पत्रकारिता, राधाकृष्ण प्रकाशन नई दिल्ली
4. डॉ. अर्जुन तिवारी - हिंदी पत्रकारिता का बृहद् इतिहास, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली
5. विनोद गोदरे - हिंदी पत्रकारिता स्वरूप और संदर्भ, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली

6. जगदीश प्रसाद चतुर्वेदी - हिंदी पत्रकारिता का इतिहास, प्रभात प्रकाशन, नई दिल्ली

6.13 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. समाचार समिति के उद्भव एवं विकास पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए ।
2. भारत में समाचार समिति के विकास में पत्रकार केशवचन्द्र राय के योगदान का उल्लेख कीजिए ।
3. न्यूज पूल से आप क्या समझते हैं ? गुटनिरपेक्ष समाचार नेटवर्क पर अपने विचार व्यक्त कीजिए ।
4. हिन्दी पत्रकारिता के विकास में हिन्दुस्तान समाचार एवं समाचार भारती के योगदान को रेखांकित कीजिए।
5. समाचार समितियों की समस्याएं और भविष्य पर अपने विचार व्यक्त कीजिए ।
6. संक्षिप्त टिप्पणियां लिखे -

   (क) पी.टी.आई. (ख) यू.एन.आई. (ग) भाषा (द) यूनीवार्ता

इकाई- 7

भारत में जनसंचार शिक्षा

इकाई की रूपरेखा

7.0 उद्देश्य
7.1 प्रस्तावना
7.2 पत्रकारिता प्रशिक्षण का विकास
 7.2.1 ऐतिहासिक पृष्ठभूमि
 7.2.2 विभिन्न राज्यों में पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग तथा संस्थान
7.3 मुक्त एवं खुले विश्वविद्यालय के जनसंचार विभाग
7.4 अन्य पत्रकारिता एवं जनसंचार संस्थान
7.5 जनसंचार प्रशिक्षण में चुनौतियां एवं समस्याएं
 7.5.1 प्राध्यापकों की कमी
 7.5.2 प्रयोगात्मक प्रशिक्षण का अभाव
 7.5.3 प्रशिक्षण का माध्यम विभिन्न भाषाएं
 7.5.4 उच्चस्तरीय पाद्य सामग्री की कमी
 7.6.5 शोध कार्य संतोषप्रद नहीं
 7.5.6 शोध विषयक समस्याएं
 7.5.7 वित्तीय संसाधनों की कमी
 7.5.8 पाठयक्रमों में एकरूपता नहीं
 7.5.9 विशेषीकृत पाठ्यक्रम एवं प्रश्नपत्रों का अभाव
 7.5.10 अनुवाद एवं भाषा दक्षता का अभाव
 7.5.11 मीडिया संस्थान बनाम कोचिंग की दुकानें
7.6 प्रेस आयोग के सुझाव
7.7 विश्वविद्यालय अनुदान आयोग की भूमिका
7.8 सारांश
7.9 संदर्भ ग्रंथ
7.10 अभ्यासार्थ प्रश्न

7.0 उद्देश्य

इस इकाई का उद्देश्य भारत में जनसंचार शिक्षा की स्थिति, उसकी समस्याएं, भविष्य आदि के संबंध में आपको परिचित कराना है । इसके अध्ययन करने के पश्चात् आप जान पाएंगे कि -

- भारत में पत्रकारिता एवं जनसंचार शिक्षा का विकास किस प्रकार हु आ?

- पत्रकारिता एवं जनसंचार शिक्षा की ऐतिहासिक पृष्ठभूमि क्या थी?
- भारत के विभिन्न राज्यों के विश्वविद्यालयों में जनसंचार विभागों की वर्तमान स्थिति कैसी है? और वहाँ कौन-कौन से पाठ्यक्रम
- विश्वविद्यालयों के जनसंचार विभागों में प्रवेश की पद्धति, प्रायोगिक प्रशिक्षण अध्यापकगण, पुस्तकें तथा उपकरण आदि के बारे में जानकारी प्राप्त कर सकेंगे ।
- पत्रकारिता एवं जनसंचार प्रशिक्षण की समस्याएं क्या हैं?
- जनसंचार प्रशिक्षण की समस्याओं को दूर करने में विश्वविद्यालय अनुदान आयोग, नई दिल्ली की भूमिका और उसके किए गए प्रयासों से परिचित हो सकेंगे ।
- पत्रकारिता एवं जनसंचार प्रशिक्षण में मुक्त विश्वविद्यालयों, सरकारी संस्थान, समाचारपत्रों के संस्थान तथा निजी संस्थानों का क्या योगदान रहा है, आदि के संदर्भ में विस्तार से जान सकेंगे ।

7.1 प्रस्तावना

जोसफ पुलिट्जर की मान्यता थी कि 'अनुभव मात्र से सीखने वाले अप्रशिक्षित पत्रकार अपने पाठकों के मूल्य ही पर सीखा करते हैं । 'आज भी कुछ व्यक्तियों का विचार है कि न तो पत्रकारिता के लिए किसी प्रकार की प्रशिक्षण की आवश्यकता है और न ही पत्रकार प्रशिक्षित किए जा सकते हैं । उनकी धारणा है कि कोई भी नौसिखिया पत्रकार अपने परिश्रम से अपने वरिष्ठ पत्रकारों के साथ रहता हुआ धीरे- धीरे सभी कौशल और तकनीक सीख जाता है । इसके अतिरिक्त सभी वरिष्ठ पत्रकारों एवं विषय विशेषज्ञों का मत है कि पत्रकारिता एवं जनसंचार के क्षेत्र में प्रशिक्षण अनिवार्य है । प्रशिक्षण से ही व्यक्ति बहुत कुछ कम समय में क्रमबद्ध रूप से वैज्ञानिक ढंग से सीख पाता है ।

वरिष्ठ पत्रकारों एवं विषय विशेषज्ञों का कहना है कि प्रशिक्षण में इन बिन्दुओं पर विचार करना जरुरी है :

1. पत्रकारिता एवं जनसंचार प्रशिक्षण किस प्रकार का होना चाहिए?
2. यह प्रशिक्षण किस संस्थान में होना चाहिए या नौकरी करते हुए होना चाहिए?
3. पत्रकारिता एवं जनसंचार प्रशिक्षण का आयोजन कौन करे - विश्वविद्यालय, कॉलेज, सरकारी संस्थान, निजी संस्थान और समाचारपत्रों के संस्थान ।
4. पत्रकारिता एवं जनसंचार प्रशिक्षण को किस प्रकार प्रभावशाली बनाया जा सकता है ।
5. विश्वविद्यालय अनुदान आयोग, नई दिल्ली का इस प्रशिक्षण में क्या महत्वपूर्ण भूमिका हो सकती है?

पत्रकारिता के विकास और संचार माध्यमों, सूचना प्रौद्योगिकी में व्यापक परिवर्तन आ जाने के कारण इसकी शिक्षा-प्रशिक्षण में भी व्यापक परिवर्तन आया है । आज पत्रकारिता की शिक्षा दिनों- दिन कम और संचार की अधिक होती जा रही है । अत: यह जरुरी है कि पत्रकारिता एवं जनसंचार के पाठ्यक्रमों में व्यापक परिवर्तन कर उन्हें आधुनिक बनाया जाए तथा प्रयोगात्मक प्रशिक्षण अनिवार्य किया जाए ।

7.2 पत्रकारिता प्रशिक्षण का विकास

7.2.1 ऐतिहासिक पृष्ठभूमि

पत्रकारिता एवं जनसंचार में शैक्षिक रुचि की परम्परा का आरम्भ सन् 1672 से माना जा सकता है । जब लपजिग विश्वविद्यालय (जी.डी.आर.) ने पत्रकारिता पर व्याख्यान आयोजित किए तथापि आधुनिक विचारधारा के अनुसार पत्रकारिता का प्रशिक्षण काफी देर बाद आरम्भ हुआ । 19वीं शताब्दी के मध्य में संयुक्त राज्य अमेरिका में कुछ छिटपुट प्रयत्नों के बाद प्रथम नियमित पाठ्यचर्चा इल्योनिस विश्वविद्यालय द्वारा सन् 1904 में आयोजित की गई तथा मसूरी विश्वविद्यालय ने सन् 1908 में सर्वप्रथम पत्रकारिता के पूर्ण विकसित विभाग की स्थापना की गई । राष्ट्रीय पीकिंग विश्वविद्यालय ने। सन 1918 में पत्रकारिता के क्षेत्र में पाठ्यक्रम आरम्भ किया तथा चीन के प्रथम विश्वविद्यालय, शंघाई में सन् 1920 में आरम्भ हुआ । भारत में पहला पत्रकारिता विषयक पाठ्यक्रम श्रीमती एनी बेसेन्ट द्वारा सन् 1920 में राष्ट्रीय विश्वविद्यालय अडयार (मद्रास) में स्थापित किया गया जो अब बन्द हो चुका है अत: श्रीमती बेसेन्ट का यह प्रयास अधिक सफल नहीं रहा । रोलैंड. ई. वूल्सले लिखित पुस्तक 'भारतीय पत्रकार कला' के अनुसार हमारा " आधुनिक विश्वविद्यालय के स्तर पर पत्रकारिता का शिक्षण सर्वप्रथम अलीगढ़ मुस्लिम विश्वविद्यालय में डिप्लोमा के रूप में सन् 1938 में आरम्भ हुआ । 'अंग्रेजी एवं उर्दू पत्रकारिता के अनुभवी श्री रहमत अली अलहाशमी इस डिप्लोमा के कार्यभारी थे, जब उन्होंने अधिकारी वर्ग के साथ मतभेद होने के कारण त्यागपत्र दे दिया तो सन् 1940 में यह डिप्लोमा बंद हो गया ।

भारत का सबसे पुराना और अब भी कार्यरत विभाग प्रोफेसर वी.पी सिंह द्वारा सन् 1941 में लाहौर में पंजाब विश्वविद्यालय के तत्वावधान में स्थापित किया गया । प्रो. सिंह ने संचार के अनुभव के अतिरिक्त पत्रकारिता में लंदन विश्वविद्यालय से डिप्लोमा एवं मसूरी विश्वविद्यालय से उपाधि प्राप्त की थी । उन्होंने कुछ पत्रकारों के कड़े विरोध के बावजूद जो यह सोचते थे कि पत्रकार जन्मजात होते हैं प्रशिक्षित नहीं किए जाते, विभाग को बनाए रखने का प्रण किया । देश में विभाजन के बाद इस विभाग में पंजाब विश्वविद्यालय चण्डीगढ़ परिसर में स्थानांतरित होने से पहले सन् 1962 तक दिल्ली में कार्य किया ।

पांचवे दशक (1947) में पत्रकारिता का विभाग स्थापित करने वाला एक मात्र अन्य मद्रास विश्वविद्यालय था । छठे दशक के आरंभ में कलकत्ता विश्वविद्यालय (1950), मैसूर (1951), नागपुर (1952), एवं उस्मानिया (हैदराबाद, 1954) विश्वविद्यालयों ने भी पत्रकारिता के विभाग आरंभ किए । सातवें दशक में चार अन्य

विश्वविद्यालयों पूना (1964), गौहाटी (1967), शिवाजी (कोल्हापुर, 1968) एवं रानी दुर्गावती (जबलपुर, 1968) में पत्रकारिता के अनेक प्रकार के पाठयक्रम आरंभ हुए । आठवें दशक में 15 विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता के अनेक प्रकार के पाठ्यक्रम आरंभ हुए । ये विश्वविद्यालय पंजाब कृषि विश्वविद्यालय (लुधियाना, 1970), रविशंकर (रायपुर, 1972), मराठवाड़ा (औरंगाबाद, 1972), बनारस हिंदू विश्वविद्यालय, (वाराणसी, 1973), सौराष्ट्र (राजकोट, 1973), बैंगलौर (1973), बरहामपुर (1974), पंजाबी (पटियाला, 1974), मदुरई कामराज (1975), गढ़वाल (श्रीनगर, गढ़वाल, 1973), राजस्थान (जयपुर, 1976) जिसे अब वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा (पुराना नाम कोटा खुला विश्वविद्यालय) से संबद्ध कर दिया गया है, अलीगढ़ मुस्लिम विश्वविद्यालय (1976), कालीकट (1976), केरल (त्रिवेन्द्रम, 1970), और महर्षि दयानंद (रोहतक, 1978) हैं । सन् 1989 में विश्वविद्यालय अनुदान आयोग द्वारा तीन व्यक्तियों (के.ई.एपन, बी.एस.ठाकुर, एम.आर. दुआ) की एक समिति नामित की गई । समिति द्वारा भारत में पत्रकारिता एवं जनसंचार की शिक्षा पर दिया गया प्रतिवेदन (रिपोर्ट) आयोग द्वारा प्रकाशित किया गया जो समकालीन पाठ्यक्रम के पूर्ण विवरण के साथ प्रशिक्षण की समस्याओं को ठीक से पहचानने एवं प्रशिक्षण के सुधार हेतु सुझाव प्रस्तुत करता है ।

7.2.2 विभिन्न राज्यों में पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग एवं संस्थान

नवें दशक में नए अध्ययन कार्यक्रमों के संदर्भ में अधिक विकास हुआ और अब पत्रकारिता एवं जनसंचार में अध्ययन कार्यक्रम आयोजित करने वाले अनेक विश्वविद्यालय हैं, इनमें से प्राय: सभी विश्वविद्यालयों में डिप्लोमा स्नातक एवं स्नातकोत्तर उपाधि के लिए अध्ययन पाठयक्रम हैं ।

विश्वविद्यालय स्तर के पाठ्यक्रम अन्य अध्ययन पाठ्यक्रमों से अवधि, पाठयक्रम प्रवेश एवं परीक्षा-विधि, शैक्षिक स्तर एवं अनुप्रायोगिक प्रशिक्षण की सुविधा की दृष्टि से काफी भिन्न है, यहाँ तक कि विभिन्न विश्वविद्यालयों में डिग्री की उपाधि का नाम भी अलग- अलग है । जैसे पत्रकारिता में स्नातक (बैचलर ऑफ जर्नलिज्म), जनसंचार में स्नातक (बैचलर ऑफ मास कम्युनिकेशन), पत्रकारिता एवं जनसंचार में स्नातक (बैचलर ऑफ जर्नलिज्म एण्ड मास कम्यूनिकेशन), संचार विज्ञान में स्नातक (बैचलर ऑफ साइंस इन कम्युनिकेशन)एवं संचार व पत्रकारिता में स्नातक (बैचलर ऑफ कम्युनिकेशन एण्ड जर्नलिज्म) । बी.ए. में तीन वर्षीय स्नातक. पाठ्यक्रम, एम.ए. (M.C) जनसंचार, एम. एस.सी. (E.M) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया एम.ए. (A.V.C) दृश्य- श्रव्य संचार, एम.जी. (M.C) जनसंचार, एम.ए. (A.P.R) विज्ञापन एवं जनसंपर्क।

पत्रकारिता का पहला पाठयक्रम एक डिप्लोमा के लिए बनाया गया था । हैदराबाद स्थित उस्मानिया विश्वविद्यालय में सर्वप्रथम प्रो.एस.ए. गोविन्द राजन के प्रयासों के फलस्वरूप इस डिप्लोमा को स्नातक स्तर की उपाधि में परिवर्तन कर दिया । बाद में अन्य विश्वविद्यालयों ने भी ऐसा ही किया । आजकल सबसे लोकप्रिय एवं प्रचलित प्रशिक्षण का कार्यक्रम एक वर्षीय स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम है जिसमें स्नातक की उपाधि मिलती है । इसके कुछ अपवाद भी है जैसे-मैसूर विश्वविद्यालय तथा कुछ अन्य विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता को स्नातक स्तर के पाठ्यक्रम में एक प्रधान विषय के रूप में सम्मिलित किया गया है । बाद में कुछ विश्वविद्यालयों ने इसे स्नातक स्तर पर एक ऐच्छिक विषय के रूप में सम्मिलित कर लिया । इसके अतिरिक्त कुछ अल्पावधि के प्रमाण- पत्र पाठ्यक्रम स्नातक स्तर के विद्यार्थियों के लिए भी हैं । जैसे राजस्थान विश्वविद्यालय का सन् 1976 में स्थापित पत्रकारिता विभाग, पत्राचार पाठ्यक्रम के संस्थान का एक अंग था जो अब वर्धमान खुला विश्वविद्यालय, कोटा से जोड़ दिया गया है । यह पत्राचार द्वारा एक वर्ष का डिप्लोमा पाठ्यक्रम चलाता था जिसे सन् 1989 से पत्रकारिता तथा जनसंचार की उपाधि के रूप में उच्चस्तरीय बना दिया गया है । देश में खुले विश्वविद्यालय में पत्रकारिता एवं जनसंचार में स्नातक पाठ्यक्रम प्रारंभ करने का श्रेय वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा को ही जाता है । एक दो मुक्त विश्वविद्यालयों ने हाल ही में पत्रकारिता एवं जनसंचार में बी.जे एवं एम.जे. के पाठ्यक्रम शुरु किए हैं ।

जहाँ तक जनसंचार के विशेषज्ञता के क्षेत्रों का संबंध है भारत में कुछ कृषि विश्वविद्यालयों तथा हैदराबाद के ग्रामीण विकास के राष्ट्रीय संस्थान में कृषि एव ग्रामीण जनसंचार के पाठ्यक्रमों की व्यवस्था है । प्रबंधन के संस्थानों तथा व्यापार प्रबंधन के विश्वविद्यालीय विभागों में व्यापार अथवा कार्यकारी संचार, विकास संचार, जनसंपर्क तथा विज्ञापन प्रबंधन जैसे विषयों के अध्यापन की व्यवस्था है । परिवार कल्याण तथा स्वास्थ्य के राष्ट्रीय संस्थान, दुग्ध उत्पादन के राष्ट्रीय संस्थान तथा भाषाओं के राष्ट्रीय संस्थानों में भी जनसंचार के कुछ पक्षों के अध्यापन की व्यवस्था है ।

भारत के विभिन्न राज्यों में इस समय लगभग 200 से अधिक विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग चल रहे हैं । पत्रकारिता में डिप्लोमा, जनसंचार में डिप्लोमा, जनसंपर्क एवं विज्ञापन में डिप्लोमा, बी.जे, एम.जे., बीजे (एम.सी.), एम.जे. (एम.जी.), तथा एम.ए.पत्रकारिता एवं जनसंचार के पाठ्यक्रम चलाए जा रहे हैं । दिल्ली, जोधपुर एवं अन्य विश्वविद्यालयों ने एम.ए. हिन्दी साहित्य में पत्रकारिता एवं जनसंचार विषय पर एक वैकल्पिक प्रश्न पत्र चला रखा है । स्नातकl स्तर पर हिंदी साहित्य में प्रयोजन मूलक हिंदी प्रश्नपत्र भारत के विभिन्न राज्यों के विश्वविद्यालयों में चल रहे हैं जिनमें हिंदी में मीडिया लेखन पढ़ाया जा रहा है ।

भारत में पत्रकारिता एवं जनसंचार प्रशिक्षण को पाँच भागों में विभक्त किया जा सकता है-

1. विश्वविद्यालय स्तर पर दिए जा रहे प्रशिक्षण
2. मुक्त या खुले विश्वविद्यालय द्वारा चलाए जा रहे पाठ्यक्रम
3. पत्राचार अध्ययन संस्थान के पाठ्यक्रम
4. सरकारी संस्थान द्वारा आयोजित पाठ्यक्रम
5. समाचारपत्रों के संस्थान और निजी स्तर पर चलाए जा रहे पाठ्यक्रम।

भारत के विभिन्न राज्यों के विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता एवं जनसंचार विषय में जो पाठ्यक्रम चलाए जा रहे हैं, उनकी जानकारी आपको संक्षिप्त में दी जा रही है-

आध प्रदेश (A.P.)

आंध्र प्रदेश में आंध्र विश्वविद्यालय, विशाखापट्टनम में सन् 1984 में पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग शुरु हुआ । यहाँ बी.जे.एम.सी., एम.जे.एम.सी. पाठ्यक्रम है । हैदराबाद स्थित उस्मानिया विश्वविद्यालय में सन् 1954 में पत्रकारिता विभाग की स्थापना हुई । यहाँ पर बी.सी.जे (बैचलर ऑफ कम्यूनिकेशन एंड जर्नलिज्म) दो वर्षीय तथा एम.सी.जे. (एक वर्षीय) पाठ्यक्रम की व्यवस्था है । हैदराबाद विश्वविद्यालय (सेंट्रल) में सरोजिनी नायडू स्कूल ऑफ पी.ए.एफ.ए एंड (कम्युनिकेशन) सन् (1988) में स्थापित हुआ जहाँ एम.ए. (कम्युनिकेशन) का दो वर्षीय पाठ्यक्रम चलाया जा रहा है । तेलुगु विश्वविद्यालय में बी.जे एवं एम.जे. तथा नागार्जुन विश्वविद्यालय, नागार्जुन नगर में एम.जे. की व्यवस्था है । श्रीकृष्णा देवरिया विश्वविद्यालय पत्रकारिता में पी.जी डिप्लोमा प्रदान कर रहा है । श्री पदमावती महिला विश्वविद्यालय, तिरूपति सन् 1983 से एम. सी.जे. (द्विवर्षीय) तथा जनसपंर्क में एक वर्षीय पी.जी डिप्लोमा दे रहा है ।

उत्तर प्रदेश (U.P)

उत्तर प्रदेश में बनारस हिंदू विश्वविद्यालय, वाराणसी में सन् 1973 में पत्रकारिता विभाग की स्थापना की गई । यहाँ बी.जे, एवं एम.जे. पाठ्यक्रम चल रहे हैं । पत्रकारिता एवं जनसंचार में पी.एच.डी. की भी व्यवस्था है । प्रशिक्षण का माध्यम हिंदी और अंग्रेजी दोनों है । काशी विद्यापीठ, वाराणसी में बी.जे. एवं एम. जे. के पाठ्यक्रम चल रहे हैं । इसके अतिरिक्त काशी विद्यापीठ, वाराणसी में महामना मदन मोहन मालवीय पत्रकारिता संस्थान में जनसंचार में स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम के साथ-साथ पी.एच.डी. की उपाधि प्रदान की जाती है । राजऋषि टंडन मुक्त विश्वविद्यालय, इलाहबाद में बी.जे. एवं एम.जे. का पाठ्यक्रम आयोजित किया जा रहा है । वहीं इलाहबाद विश्वविद्यालय, इलाहबाद में एम.जे. (एम.सी.) की उपाधि दी जा रही है। रुहेलखंड विश्वविद्यालय, झाँसी के पत्रकारिता एव जनसंचार विभाग में दो वर्षीय

एम.जे. (एम.सी.) पाठ्यक्रम चल रहा है । वाराणसी के संपूर्णानंद संस्कृत विश्वविद्यालय में भी एम. जे. (एम.सी.) का पाठ्यक्रम शुरु। किया गया है ।

अलीगढ़ मुस्लिम विश्वविद्यालय, अलीगढ़ में भारत में सर्वप्रथम विश्वविद्यालय स्तर पर पत्रकारिता की शिक्षा का आरंभ सन् 1938 में किया गया था । इस पाठ्यक्रम को प्रारंभ करने का श्रेय न्यायमूर्ति श्री शाह मोहम्मद सुलेमान को हैं । सन् 1940 में श्री शाह का निधन होते ही इस पाठयक्रम की इतिश्री हो गई । यहाँ पत्रकारिता में एक वर्षीय डिप्लोमा के प्रशिक्षण की व्यवस्था थी । सन् 1976 में अलीगढ़ विश्वविद्यालय, अलीगढ़ में पत्रकारिता एवं जनसंपर्क में एक - एक वर्षीय पाठयक्रम चल रहे हैं । लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ में पत्रकारिता एवं जनसंचार में स्नातकोत्तर उपाधि, बी.ए. (तीन वर्षीय) मॉस कम्युनिकेशन, पी.जी डिप्लोमा - मॉस कम्युनिकेशन, पी.जी. डिप्लोमा मीडिया लेखन, पी.जी. डिप्लोमा जनसंपर्क एवं विज्ञापन के पाठ्यक्रम चल रहे हैं । डॉ. भीमराव अंबेडकर विश्वविद्यालय, आग़रा में पत्रकारिता एवं जनसंचार विषय में एम.जे. की उपाधि दी जा रही है । पूर्वांचल विश्वविद्यालय, जोनपुर में पत्रकारिता एव जनसंचार में स्नातक एवं स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम है । चौधरी चरणसिंह विश्वविद्यालय, मेरठ में एम.जे.एम.सी. तथा रेडियो एवं टेलीविजन में एक वर्षीय डिप्लोमा पाठ्यक्रम चल रहे हैं ।अवध विश्वविद्यालय, फैजाबाद में पत्रकारिता में डिप्लोमा चल रहा है । कानपुर विश्वविद्यालय में भी एम.जे.एम.सी. पाठ्यक्रम संचालित हो रहा है ।

असम एवं उड़ीसा (Assam & Orissa)

गौहाटी विश्वविद्यालय, गौहाटी में सन् 1967 - 68 में पत्रकारिता विभाग की स्थापना हुई । वर्तमान में एक वर्षीय पत्रकारिता में डिप्लोमा अंग्रेजी माध्यम से चलाया जा रहा है । असम विश्वविद्यालय, सिलचर में एम.ए. (जनसंचार) सन् 1966 से चल रहा है । सन् 1974 में बहरामपुर विश्वविद्यालय, बहरामपुर (उड़ीसा) में पत्रकारिता विभाग की स्थापना हुई । यहाँ पर एक वर्षीय बी.जे.एम.सी. एवं एम.जे.एम.सी. पाठ्यक्रम चल रहे हैं । उत्कल विश्वविद्यालय, भुवनेश्वर भी पत्रकारिता एवं जनसंचार में पाठ्यक्रम आयोजित कर रहा है ।

राजस्थान (Rajasthan)

राजस्थान में सन् 1976 में राजस्थान विश्वविद्यालय, जयपुर के पत्राचार अध्ययन संस्थान ने एक वर्षीय स्नातकोत्तर डिप्लोमा शुरु। किया जो कालांतर में सन् 1987 में कोटा खुला विश्वविद्यालय, कोटा में स्थानांतरित हो गया । कोटा खुला विश्वविद्यालय ने सन् 1989 में बी.जे.एम.सी. तथा सन् 2000 में एम.जे.एम.सी पाठ्यक्रम शुरु किया। भारत में मुक्त या खुले विश्वविद्यालय के अंतर्गत पत्रकारिता एवं जनसंचार में स्नातक एवं स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम शुरु करने का श्रेय कोटा खुला विश्वविद्यालय को ही है । इसके अतिरिक्त जनसंचार में पीएच.डी. की शोध उपाधि

प्रदान करने का गौरव भी इस विश्वविद्यालय को है । भारत के अन्य किसी भी खुले या मुक्त विश्वविद्यालय में जनसंचार में पीएच.डी की व्यवस्था नहीं है । वर्तमान में कोटा खुला विश्वविद्यालय, कोटा का नाम वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा है ।

विश्वविद्यालय के पाठ्यक्रम है-

1. बी.जे (एम.सी) एक वर्षीय पाठ्यक्रम । प्रवेश योग्यता किसी भी संकाय में स्नातक उपाधि ।
2. एम.जे. (एम.सी) दो वर्षीय पाठ्यक्रम । प्रवेश योग्यता पत्रकारिता एवं जनसंचार में स्नातक उपाधि या पत्रकारिता में स्नातकोत्तर डिप्लोमा या समकक्ष ।

विश्वविद्यालय द्वारा दूरस्थ शिक्षा के माध्यम से पाठ्य पुस्तिकाएँ भेजी जाती हैं। समय- समय पर संपर्क शिविर एवं कक्षाएं आयोजित की जाती हैं ।

सन् 1990 में राजस्थान विश्वविद्यालय के हिंदी विभाग की एम.ए. तथा एम.फिल पाठ्यक्रम में पत्रकारिता को ऐच्छिक प्रश्न पत्र के रूप में सम्मिलित किया गया है। सन् 2001 से राजस्थान विश्वविद्यालय, जयपुर ने एम.जे.एम.सी. पाठ्यक्रम शुरु किया है । जयनारायण व्यास विश्वविद्यालय, जोधपुर ने सन् 1992 में पत्रकारिता में एम.ए. शुरु। किया और 1994 से इस पाठ्यक्रम को एम.ए.पत्रकारिता एवं जनसंचार नाम दिया । यहाँ एम.ए.हिन्दी साहित्य में हिन्दी पत्रकारिता एक वैकल्पिक विषय के रूप में भी है । मोहनलाल सुखाड़िया विश्वविद्यालय, उदयपुर में सन् 1992 से एक वर्षीय स्नातकोत्तर पत्रकारिता में डिप्लोमा पाठ्यक्रम चलाया जा रहा है । राजस्थान पत्रिका, जयपुर द्वारा रूपम राष्ट्रीय इलेक्ट्रॉनिक संचार संस्थान की स्थापना की गई । महर्षि दयानन्द सरस्वती विश्वविद्यालय, अजमेर ने जुलाई, 2007 से पी.जी डिप्लोमा मीडिया मैनेजमेंट और जनसंपर्क एवं विज्ञापन में पाठ्यक्रम शुरू किए हैं । राजस्थान सरकार ने विश्वविद्यालय के पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग का नाम कप्तान दुर्गाप्रसाद चौधरी पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग करने की घोषणा की है । इसके अतिरिक्त राजस्थान में अन्य विश्वविद्यालयों के पत्रकारिता एवं जनसंचार के पाठ्यक्रम भी चल रहे हैं । बीकानेर विश्वविद्यालय, बीकानेर ने भी जुलाई, 2007 से बी.जे एवं एम.जे. पाठ्यक्रम प्रारंभ किये हैं ।

केरल (Kerla)

केरल के त्रिवेंद्रम विश्वविद्यालय में एम.सी.जे. (स्नातकोत्तर) एवं पीएच.डी. (जनसंचार) की व्यवस्था है । यहाँ पत्रकारिता विभाग की स्थापना अक्टूबर, 1976 में हुई थी । विभाग अंग्रेजी में 'यूनीवाइस' तथा 'मलयालम' में कलारी नामक साप्ताहिक पत्र का प्रकाशन कर रहा है । कालीकट विश्वविद्यालय, कालीकट में सन् 1976 में जनसंचार विभाग की स्थापना की गई जहाँ एम.सी.जे. (दो वर्षीय) पाठ्यक्रम चलाया जा रहा है । यहाँ जनसंचार में पीएच.डी. की उपाधि भी दी जा रही है ।

पश्चिमी बंगाल (West Bangal)

पश्चिमी बंगाल में कोलकाता विश्वविद्यालय में सन् 1950 में पत्रकारिता विभाग की स्थापना हुई । यहाँ पत्रकारिता में एम.ए. (दो वर्षीय) की उपाधि दी जाती है । सन् 1971 से पूर्व यहाँ पत्रकारिता में डिप्लोमा चलाया जाता था । गोवा में कला में स्नातक स्तर पर जनसंचार मुख्य अथवा वैकल्पिक विषय के रूप में पढ़ाया जाता है । जम्मु कश्मीर में सन् 1985 में एम.ए. (पत्रकारिता एवं जनसंचार) का पाठ्यक्रम कश्मीर विश्वविद्यालय चला रहा है ।

मध्यप्रदेश (M.P)

मध्यप्रदेश में अनेक विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता एवं जनसंचार के पाठ्यक्रम संचालित किए जा रहे हैं । देवी अहिल्या विश्वविद्यालय, इंदौर में पत्रकारिता और जनसंचार विभाग की स्थापना सन् 1984 में की गई । यहाँ मास्टर ऑफ जर्नलिज्म एण्ड माँस- कम्युनिकेशन का दो वर्षीय पाठ्यक्रम चलाया जा रहा है । विश्वविद्यालय में विज्ञान एवं संचार में स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम भी चल रहा है । रानी दुर्गावती विश्वविद्यालय, जबलपुर में बी.जे.सी एवं एम.जे.सी. की उपाधि दी जाती है। सागर विश्वविद्यालय बी.जे एवं एम.जे. संचालित कर रहे हैं ।

भोपाल में सन् 1990 में माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता विश्वविद्यालय की स्थापना हुई । यहाँ पर जनसंचार में स्नातक एवं स्नातकोत्तर की उपाधि दी जा रही है । यहाँ पर जनसंचार की विविध विधाओं में एम.जे. बी.जे (एक वर्षीय और तीन वर्षीय) एवं डिप्लोमा और प्रमाणपत्र पाठ्यक्रम चलाए जा रहे हैं । यह विश्वविद्यालय मुख्यत हिंदी पत्रकारिता में प्रशिक्षण, शिक्षण, अनुसंधान कार्य को प्रोत्साहित करने, भाषायी पत्रकारों के लिए परिसंवाद एवं कार्यशालाओं का आयोजन करने, जनसंचार अनुसंधान को प्रोत्साहन देने एवं पत्रकारिता तथा जनसंचार विषयों पर संदर्भ ग्रंथों के प्रकाशन संबंधी कार्यो से जुड़ा है । नोएडा (दिल्ली) में विश्वविद्यालय ने अपनी एक इकाई शुरु। की है, जहाँ पर छात्रों को अध्ययन के साथ-साथ पत्रकारिता एवं जनसंचार संबंधी प्रशिक्षण भी दिया जा रहा है ।

विश्वविद्यालय में निम्न पाठ्यक्रमों का प्रशिक्षण दिया जा रहा है-

1. एम.जे. (M.J) पत्रकारिता में स्नातकोत्तर उपाधि
2. एम.ए. (B.J) प्रसारण पत्रकारिता
3. एम.ए. (A.P.R) विज्ञापन एवं जनसंपर्क
4. एम.ए. (M.C) जनसंचार
5. एम.एस.सी. (E.M) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया
6. एम.ए. (A.V.C) दृश्य-श्रव्य संचार
7. एम.ए. (M.M.C) विपणन एवं प्रबंधन संचार
8. एम.एस.सी. (E.M.I) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया इंफार्मेटिक्स
9. पत्रकारिता में स्नातक उपाधि (B.J) तीन वर्षीय पाठ्यक्रम

10. पत्रकारिता में स्नातक उपाधि (B.J) एक वर्षीय पाठ्यक्रम
11. जनसंचार में स्नातक उपाधि (BA-MC)
12. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में स्नातक उपाधि (BSc.EM)
13. मीडिया में स्नातकोत्तर डिप्लोमा (P.G.D.M)
14. व्यावहारिक अनुवाद में स्नातकोत्तर डिप्लोमा (PGDAT)
15. वीडियो प्रोडक्शन में स्नातकोत्तर डिप्लोमा (PGDVP)
16. डिजिटल वीडियोग्राफी में स्नातकोत्तर डिप्लोमा (PGDDV)
17. फिल्म पत्रकारिता में स्नातकोत्तर डिप्लोमा (PGDEM)

बिहार (Bihar)

बिहार में मगध एवं रांची विश्वविद्यालय में पत्रकारिता एवं जनसंचार के पाठ्यक्रम आयोजित किए जा रहे हैं। मगध विश्वविद्यालय, बोधगया में पत्रकारिता में डिप्लोमा तथा स्नातक उपाधि प्रदान करता है। दरभंगा का ललितनारायण मिश्रा मिथिला विश्वविद्यालय भी पत्रकारिता का पाठ्यक्रम चला रहा है। पटना विश्वविद्यालय, पटना में बी.ए. पाठ्यक्रम में पत्रकारिता ऐच्छिक विषय के अंतर्गत पढ़ाया जाता है। पटना में ही डॉ. सच्चिदानंद सिन्हा संस्थान में पत्रकारिता अध्ययन की सुविधा है।

पंजाब(Punjab)

पंजाब का पंजाब विश्वविद्यालय,चंडीगढ़ जनसंचार में स्नातक एवं स्नातकोतर उपाधि देता है। सन 1974 में पंजाबी विश्वविद्यालय, पटियाला में जनसंचार विभाग की स्थापना हुई। वर्तमान में यहाँ पर बीजे.एम.सी. उपाधियां दी जा रही हैं। पंजाब कृषि विश्वविद्यालय, लुधियाना में भी कृषि पत्रकारिता में एम.जे.एम.सी. की उपाधि दी जाती है। गुरु नानक देव विश्वविद्यालय, अमृतसर पत्रकारिता में डिप्लोमा प्रदान कर रहा है।

हरियाणा (Haryana)

हरियाणा का कुरुक्षेत्र विश्वविद्यालय, कुरुक्षेत्र जनसंचार में स्नातक और स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम चला रहा है। हिसार के गुरु जंभेश्वर विश्वविद्यालय में (दूरस्थ शिक्षा निदेशालय) सन् 1993 में कम्युनिकेशन मैनेजमेंट एंड टेक्नोलॉजी विभाग के अंतर्गत एकवर्षीय एम.एम.सी. तथा तीन वर्षीय बी.एम.सी. पाठ्यक्रम चल रहे हैं। महर्षि दयानन्द विश्वविद्यालय, रोहतक में बी.जे एवं रुरल ओरियन्टल कम्युनिकेशन एंड जर्नलिज्म में डिप्लोमा के पाठ्यक्रम चल रहे हैं। चौधरी देवीलाल विश्वविद्यालय, सिरसा में एम.जे.एम.सी. पाठ्यक्रम संचालित किया जा रहा है।

तमिलनाडु (Tamilnadu)

तमिलनाडु में मदुरई कामराज विश्वविद्यालय, मदुरई में पत्रकारिता पाठ्यक्रम तमिल और भारतीय भाषा के अंतर्गत चलाया जा रहा है। पत्रकारिता विभाग की स्थापना सन् 1975 में हुई। वर्तमान में यहाँ पाँच प्रकार के पाठ्यक्रम चलाए जा रहे हैं तमिल जनसंचार, पत्रकारिता एवं जनसंचार, विकासात्मक संचार तथा विज्ञापन एवं जनसंपर्क

में दो-दो वर्षीय एम.ए. तथा जनसंचार में एकवर्षीय बी.एस. । चेन्नई विश्वविद्यालय, चेन्नई में सन् 1947 में पत्रकारिता विभाग की स्थापना की गई । यहाँ जनसंचार में पीएच.डी. एवं पत्रकारिता एवं जनसंचार एम.फिल. के अतिरिक्त पत्रकारिता, जनसंचार और संचार में एम.ए. के अलग- अलग पाठ्यक्रम चल रहे हैं । फिल्म एंड टेलीविजन इंस्टीट्यूट ऑफ तमिलनाडु चेन्नई में भी मीडिया से संबद्ध डिप्लोमा एवं सर्टिफिकेट पाठ्यक्रम संचालित हो रहे हैं ।

कर्नाटक (Karnataka)

कर्नाटक में बैंगलौर, मंगलौर, धारवाड़, मैसूर एवं कर्नाटक विश्वविद्यालय में पत्रकारिता विभाग है । बैंगलौर विश्वविद्यालय में सन् 1973 में संचार विभाग की स्थापना की गई और एक वर्षीय बैचलर ऑफ कम्युनिकेशन (बी.सी) पाठ्यक्रम तथा सन् 1974 में एक वर्षीय एम.सी. (मास्टर ऑफ कम्युनिकेशन) का पाठ्यक्रम शुरू किया गया । कर्नाटक विश्वविद्यालय में सन् 1982 में पत्रकारिता विभाग की स्थापना हुई जो दो वर्षीय एम.ए. पत्रकारिता एवं जनसंचार की उपाधि प्रदान करता है । मैंगलोर का विश्वविद्यालय सन् 1988 से पत्रकारिता पाठ्यक्रम चला रहा है । यहाँ पर दो वर्षीय एम.ए. पत्रकारिता एवं जनसंचार, एक वर्षीय एम.फिल, पीएच.डी. पाठ्यक्रम है । मैसूर विश्वविद्यालय में सन् 1951 में पत्रकारिता विषय बी.ए. के पाठ्यक्रम में एक वैकल्पिक विषय था, जो महाराजा कॉलेज, मैसूर में पढ़ाया जाता हैं । सन् 1959 में तीन वर्षीय बी.ए. पाठ्यक्रम में पत्रकारिता विषय को प्रमुख विषय बनाया गया । सन् 1971 में विभाग को 'द डिपार्टमेंट ऑफ पोस्ट ग्रेजुएट स्टडीज एंड रिसर्च इन जर्नलिज्म', नाम दिया गया और पत्रकारिता में एम.ए. दो वर्षीय पाठ्यक्रम शुरु किया गया । धारवाड़ में भी जनसंचार में स्नातक एवं स्नातकोत्तर स्तर पर बी.जे एवं एम.जे.के पाठ्यक्रम है ।

महाराष्ट्र (Maharashtra)

महाराष्ट्र का पत्रकारिता एवं जनसंचार पाठ्यक्रम में विशेष योगदान है । नागपुर विश्वविद्यालय ने सन् 1952 में बी. जे. एकवर्षीय पाठ्यक्रम शुरु। किया । यह नागपुर के हिस्लाप कॉलेज में चला । सन् 1977 तक हिस्लाप कॉलेज में जनसंचार विभाग सुचारु रूप से कार्य करता रहा और बाद में नागपुर विश्वविद्यालय, नागपुर में स्थानांतरित हुआ । यहाँ बी.जे. एक वर्षीय एवं एम.जे. दो वर्षीय पाठ्यक्रम चल रहा है । सन् 1964 में पूना विश्वविद्यालय, पूना में जनसंचार विभाग की स्थापना की गई । यहाँ डिप्लोमा बी.जे. स्नातक (बी.सी.जे) एवं स्नातकोत्तर (एम.सी.जे.) पाठ्यक्रम चलाए जा रहे हैं । शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर में सन् 1968 में पत्रकारिता विभाग स्थापित हुआ । यहाँ बी.सी.जे. तथा एम.सी.जे. दोनों पाठ्यक्रम चलाए जा रहे है । डॉ. बी. आर. अम्बेडकर मराठवाड़ा विश्वविद्यालय, औरंगाबाद में सन् 1972 में पत्रकारिता विभाग स्थापित हुआ । यहाँ पर बीजे एम.सी. एवं एम.जे.एम.सी. पाठ्यक्रम संचालित किए जा रहे है ।

भारतीय फिल्म और टेलिविजन संस्थान, पूना

(Indian Film and Television Institute Pune)

सन् 1961 में भारतीय फिल्म और दूरदर्शन संस्थान की पूना में प्रभात स्टुडियो परिसर में स्थापना की गई थी । फिल्म निर्माण तकनीकी सिखाने वाला अपनी तरह का यह एक अनूठा संस्थान है । यह फिल्म निर्देशन, छायांकन, संपादन और ध्वनि अंकन में डिप्लोमा और प्रमाणपत्र प्रदान करता है ।

संस्थान के पाठ्यक्रम हैं-

1. डायरेक्शन - तीन वर्षीय पी.जी डिप्लोमा
2. सिनेमेटोग्राफी - तीन वर्षीय पी.जी डिप्लोमा
3. एडिटिंग - तीन वर्षीय पी.जी डिप्लोमा
4. ऑडियोग्राफी - तीन वर्षीय पी.जी डिप्लोमा
5. एक्टिंग - दो वर्षीय पी.जी डिप्लोमा
6. आर्ट डायरेक्शन - दो वर्षीय पी.जी डिप्लोमा
7. एनिमेशन एवं कम्प्यूटर ग्राफिक्स - डेढ़ वर्षीय सर्टिफिकेट पाठ्यक्रम
8. फीचर फिल्म स्क्रीन प्ले राइटिंग - एक वर्षीय पी.जी डिप्लोमा
9. डायरेक्शन - एक वर्षीय पी.जी सर्टिफिकेट पाठ्यक्रम
10. इलेक्ट्रॉनिक सिनेमेटोग्राफी - एक वर्षीय पी.जी सर्टिफिकेट पाठ्यक्रम
11. वीडियो एडिटिंग - एक वर्षीय पी.जी सर्टिफिकेट पाठ्यक्रम
12. ऑडियोग्राफी एवं टीवी. इंजीनियरिंग - एक वर्षीय पी.जी सर्टिफिकेट पाठ्यक्रम

संस्थान परिसर में ही अत्यधिक तकनीक और सुविधाओं से युक्त एक विशाल स्टुडियो है । यहाँ छात्रों को फिल्म निर्माण के व्यावहारिक पहलुओं की जानकारी दी जाती हैं । संस्थान के छात्रों को प्रशिक्षण देने के लिए देश-विदेश के फिल्मकारों की सेवाएँ ली जाती है । प्रशिक्षण लेने वाले छात्रों द्वारा निर्मित फिल्मों को राष्ट्रीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय फिल्म समारोहों में भेजा जाता है ।

महात्मा गांधी अंतर्राष्ट्रीय विश्वविद्यालय, वर्धा में एम.ए. (जनसंचार) विषयक पाठ्यक्रम चल रहा है । अमरावती विश्वविद्यालय, अमरावती में पत्रकारिता एवं जनसंचार में बी.जे एवं एम.जे. में उपाधि दी जा रही है ।

गुजरात (Gujarat)

गुजरात में सन् 1937 में राजकोट में अमृतलाल दलपत भाई सेठ पत्रकारिता विभाग स्थापित हुआ । यहाँ गुजराती भाषा में स्नातक एवं स्नातकोत्तर उपाधि विषयक पाठ्यक्रम चल रहे हैं । कालीदास आर्ट्स कॉलेज, अहमदाबाद में पत्रकारिता का अंशकालीन पाठ्यक्रम है । भावनगर विश्वविद्यालय को पत्रकारिता विभाग एकवर्षीय डिप्लोमा चला रहा है । बड़ोदरा स्थित एम.एस. विश्वविद्यालय का पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग सन् 1982 से जनसंचार में पी.जी स्नातक पाठ्यक्रम आयोजित

कर रहा है । सरदार पटेल विश्वविद्यालय, अहमदाबाद में एम.जे, तथा दक्षिण गुजरात विश्वविद्यालय में पत्रकारिता में पी.जी डिप्लोमा की व्यवस्था है ।

नई दिल्ली (New Delhi)

पत्रकारिता एवं जनसंचार प्रशिक्षण में नई दिल्ली का विशिष्ट योगदान है । भारत की राजधानी होने के कारण यह समाचारपत्रों, पत्रिकाओं, आकाशवाणी, दूरदर्शन, टेलीविजन न्यूज चैनल और विभिन्न मीडिया-सेंटर का प्रमुख केन्द्र है । पत्रकारिता एवं जनसंचार प्रशिक्षण में जामिया मिलिया विश्वविद्यालय, नई दिल्ली एवं भारतीय जनसंचार संस्थान, नई दिल्ली का महत्वपूर्ण योगदान है ।

जामिया मिलिया इस्लामिया विश्वविद्यालय, नई दिल्ली का ए.जे.के. मास कम्युनिकेशन रिसर्च सेंटर पत्रकारिता एवं जनसंचार प्रशिक्षण के लिए भारत मे प्रसिद्ध है । इस केन्द्र की स्थापना सन् 1982 में हुई । वर्तमान में यहाँ पर जनसंचार के निम्न पाठ्यक्रम आयोजित किए जा रहे हैं-

1. एम.ए. मास कम्युनिकेशन (दो वर्षीय)
2. पी.जी डिप्लोमा इन डेवलपमेंट कम्युनिकेशन (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
3. पी.जी डिप्लोमा इन मेंटीनेंस एंड ऑपरेशन ऑफ ब्रॉडकास्ट इक्यूपमेंट (एक वर्षीय पाठ्यक्रम
4. एडवांस डिप्लोमा इन जर्नलिज्म (एक वर्षीय पाठ्यक्रम)
5. शार्ट टर्म प्रोग्राम्स

   (1) डॉक्यूमेंट्री फिल्म (2) डॉक्यूमेंट्री प्रोडक्शन

   (2) इंट्रोडक्शन टू फिल्म स्टुडियो

   (3) टीवी रिपोर्टिंग एंड एंकरिंग

   (4) स्क्रिप्ट राइटिंग फॉर फिल्म एंड टेलीविजन

जामिया मिलिया इस्लामिया विश्वविद्यालय, नई दिल्ली, ए.जे.के. माँस कम्युनिकेशन रिसर्च सेंटर की स्थापना में याक्र विश्वविद्यालय टॉरटो (कनाडा) और द कनेडियन इंटरनेशनल डेवलपमेंट एजेंसी (सी. आई.डी.ए.) का सहयोग उल्लेखनीय है । आज यह केन्द्र मीडिया शिक्षा एवं प्रोडक्शन का विशिष्ट संस्थान है, जो मीडिया के आधुनिक उपकरणों से सुसज्जित है । यहाँ जनसंचार में शोध (पीएच.डी.) की भी व्यवस्था है ।

जनसंचार का प्रशिक्षण देने के क्षेत्र में भारतीय जनसंचार संस्थान, नई दिल्ली (Indian Institute of Mass Communication, New Delhi) एक अग्रणी संस्थान है । यह भारत सरकार का एक राष्ट्रीय संस्थान है । इसकी स्थापना 1965 में की गई । यहाँ पर सूचना और प्रसारण मंत्रालय के अतिरिक्त देश के कई मंत्रालयों के विभिन्न कर्मचारियों; अधिकारियों, जनसंपर्क अधिकारियों को विशेष प्रशिक्षण

दिया जाता है । अफ्रीका तथा एशिया के विकासशील देशों के पत्रकारों को यहाँ पर स्नातकोत्तर स्तर का प्रशिक्षण दिया जाता है ।

संस्थान के पाठ्यक्रम है-

1. स्नातकोत्तर डिप्लोमा पत्रकारिता (हिन्दी एवं अंग्रेजी)
2. स्नातकोत्तर डिप्लोमा विज्ञापन एवं जनसंपर्क
3. पत्रकारिता एवं न्यूज़ एजेंसी में डिप्लोमा
4. स्नातकोत्तर डिप्लोमा इन रेडियो एवं टी.वी. जर्नलिज्म ।

फिल्म, रेडियो, टेलीविजन का प्रशिक्षण भी यहां दिया जाता है । यहां सैद्धांतिक और प्रायोगिक दोनों ही प्रकार के प्रशिक्षण की व्यवस्था है । संस्थान अंग्रेजी में ' कम्यूनिकेटर' और हिन्दी में 'जनसंचार' मासिक पत्रिकाओं का भी प्रकाशन करता है। गुरु गोविन्दसिंह इंद्रप्रस्थ विश्वविद्यालय, नई दिल्ली में पत्रकारिता एवं जनसंचार में स्नातक पाठ्यकम (तीन वर्षीय) ओर एम.जे. (एम.सी.) पाठ्यक्रम चल रहा है । दिल्ली विश्वविद्यालय से संबद्ध महाविद्यालयों में पत्रकारिता एवं जनसंचार के विभिन्न प्रमाणपत्र और डिप्लोमा पाठ्यक्रम है जो विशेष लोकप्रिय है । बी.ए. के हिन्दी साहित्य में 'प्रयोजनमूलक हिन्दी' का प्रश्न पत्र हैं जिसमें मीडिया लेखन का अध्ययन कराया जा रहा है ।

छत्तीसगढ़

छत्तीसगढ़ में गुरु। घासीदास विश्वविद्यालय, बिलासपुर में सन् 1988 में पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग शुरु। हुआ । यहां बी.जे. (एम.सी.) और एम.जे. (एम.सी) पाठ्यक्रम चल रहे हैं । सन् 2005 में रायपुर में कुशाभाऊ ठाकरे पत्रकारिता एवं जनसंचार विश्वविद्यालय की स्थापना हुई । यह विशुद्ध पत्रकारिता एवं जनसंचार शिक्षा का केन्द्रित भारत का दूसरा विश्वविद्यालय है । पहला विश्वविद्यालय का गौरव माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता विश्वविद्यालय, भोपाल को है । कुशाभाऊ ठाकरे पत्रकारिता एवं जनसंचार विश्वविद्यालय, मे बी.जे. (तीन वर्षीय) और एम.जे. (एम.सी.) का पाठ्यक्रम चल रहा है ।

हिमाचल प्रदेश

हिमाचल प्रदेश विश्वविद्यालय, शिमला पत्रकारिता एवं जनसंचार में बी.जे.एवं एम.जे. की उपाधि प्रदान कर रहा है ।

उत्तराखंड

उत्तराखंड प्रदेश में गुरुकुल कांगडी विश्वविद्यालय, हरिद्वार में एम.जे. (एम.सी.) का पाठ्यक्रम चल रहा है । देव विश्वविद्यालय शांतिकुंज हरिद्वार में पत्रकारिता एवं जनसंचार में स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम एम.जे (एम.सी.) संचालित हो रहा है । हेमावती नंदन बहुगुणा विश्वविद्यालय, गढ़वाल में एम.जे. (एम.सी.) की उपाधि प्रदान की जा रही है ।

झारखंड

झारखंड प्रदेश की राजधानी रांची में रांची विश्वविद्यालय, रांची में पत्रकारिता एवं जनसंचार विषय में बी.जे. और एम.जे. के पाठ्यक्रम चल रहे है ।

यूजीसी का ऑनलाइन मीडिया पाठ्यक्रम

विश्वविद्यालय अनुदान आयोग, नई दिल्ली ने ऑन लाइन मीडिया पाठ्यक्रम जुलाई, 2006 से प्रारंभ कर दिए हैं । यूजीसी की एक अंतर्राष्ट्रीय शाखा कंसोटिपिंग ऑफ एजूकेशन एण्ड कम्युनिकेशन (सीईसी) ने छात्रों को घर पर ही शिक्षा और प्रशिक्षण देने के लिए ऑन लाइन 'पत्रकारिता' और'। फिल्म एवं टेलीविजन एडीटिंग' विषयक पाठ्यक्रम तैयार किए हैं । ये ई पाठ्यक्रम मीडिया के छात्रों के लिए विशेष रूप से बनाए गए हैं । इसके साथ ही दो अन्य पाठ्यक्रम शुरु हुए है इनमें एक 'मार्केटिंग कम्युनिकेशन एड सेल्समैनशिप' और दूसरा 'डिजिटल लाइब्रेरी एंड इन्फार्मेशन सर्विस' पर आधारित है ।

सीईसी के अनुसार यह एक नया कार्यक्रम होगा जहाँ छात्र ऑनलाइन आवेदन करेंगे, पाठ्यक्रम में शामिल होंगे और भारत के 17 विश्वविद्यालय और मीडिया केन्द्र जोड़े जाएंगे । इस पाठ्यक्रम में प्रवेश के लिए छात्रों को संबंधित केन्द्र पर भेजा जाएगा और इस पाठ्यक्रम में सीटो की कोई सीमा नहीं है और संबंधित केन्द्र ही प्रमाणपत्र भी देगा । पाठ्यक्रम में विचार-विमर्श और सवाल-जवाब सम्मलित' है । छात्रों को इंटरनेट पर ही गृहकार्य दिया जाएगा ।

7.3 मुक्त एवं खुले विश्वविद्यालय के जनसंचार विभाग

गत दो दशकों में भारत में दूरस्थ शिक्षा लोकप्रियता की ओर बढ़ी है । अतः मुक्त विश्वविद्यालय एवं पत्राचार अध्ययन संस्थानों में पत्रकारिता एवं जनसंचार के पाठ्यक्रम शुरु हुए । भारत में सबसे पहले कोटा खुला विश्वविद्यालय, कोटा (वर्तमान में वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा) ने दूरस्थ शिक्षा के माध्यम से पत्रकारिता एवं जनसंचार में सन् 1989 में बैचलर ऑफ जर्नलिज्म एंड मॉस कम्युनिकेशन (बी.जे.एम.सी.) पाठ्यक्रम प्रारंभ किया । यह पाठ्यक्रम आज भी भारत में लोकप्रिय है । विश्वविद्यालय ने सन् 2000 में पत्रकारिता एवं जनसंचार में एम.जे. (एम.सी.) पाठ्यक्रम शुरु किया था । भारत में खुले विश्वविद्यालय के अंतर्गत यह पहला पाठ्यक्रम है । कम समय में इस पाठ्यक्रम ने विशेष लोकप्रियता प्राप्त की है । विश्वविद्यालय पत्रकारिता एवं जनसंचार में पीएच.डी. की भी उपाधि दे रहा है ।

इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय, नई दिल्ली में पत्रकारिता एवं जनसंचार में एक वर्षीय डिप्लोमा (अंग्रेजी) पाठ्यक्रम है । इसके अतिरिक्त 'सृजनात्मक लेखन' में (हिन्दी एवं अंग्रेजी) भी एक वर्षीय डिप्लोमा पाठ्यक्रम चल रहा है । नालंदा मुक्त विश्वविद्यालय, पटना में भी एक वर्षीय पत्रकारिता एवं जनसंचार में डिप्लोमा (अंग्रेजी) एवं एम.जे. (एम.सी.) पाठ्यक्रम है । डी.बी.आर. अंबेडकर मुक्त विश्वविद्यालय, हैदराबाद में भी एक वर्षीय अंग्रेजी में पी.जी डिप्लोमा (जनसंचार माध्यमों में लेखन) संचालित हो रहा है । राजऋषि टंडन मुक्त

विश्वविद्यालय, इलाहाबाद में बी.जे एवं एम.जे. के पाठ्यक्रम भी चल रहे हैं । इसके अतिरिक्त यशवंत राव चव्हाण महाराष्ट्र मुक्त विश्वविद्यालय, नासिक में बी.जे.एम.सी. (तीन वर्षीय) एवं बी.जे.एम.सी. (एक वर्षीय) मराठी भाषा में पाठ्यक्रम आयोजित किए जा रहे हैं ।

7.4 अन्य पत्रकारिता एवं जनसंचार संस्थान

भारत में लगभग एक सौ से अधिक अन्य निजी संस्थानों या महाविद्यालयों में पत्रकारिता और जनसंचार के पाठ्यक्रम पढ़ाए जा रहे हैं । इनमें भारतीय विद्या भवन, मुंबई विशेष रूप से उल्लेखनीय है । यह डॉ. राजेन्द्र प्रसाद इंस्टीट्यूट ऑफ कम्युनिकेशन एंड मैनेजमेंट के नाम से प्रसिद्ध है । इसकी स्थापना सन् 1961 में हुई थी । यह लगभग 40 से अधिक प्रशिक्षण केन्द्र नियमित रूप से देश के विभिन्न शहरों में चला रहा है । भारतीय विद्या भवन. छः पाठ्यक्रम आयोजित कर रहा है- 1 पत्रकारिता, 2. जनसंपर्क, 3. विज्ञापन, 4. पुस्तक प्रकाशन, 5. मुद्रण, 6 फोटोग्राफी ।

बॉम्बे कॉलेज ऑफ जर्नलिज्म, (सन् 1960, सिद्धार्थ ऑफ जर्नलिज्म एंड मीडिया, मुंबई (सन् 1965), भारतीय पत्रकारिता विद्यापीठ, नई दिल्ली (सन् 1967) डेट लाइन स्कूल ऑफ जर्नलिज्म, दिल्ली (1968), वोकेशनल ट्रेनिंग कॉलेज फार वूमेन, दिल्ली (सन् 1971), दि सिटी लेब स्कूल ऑफ जर्नलिज्म, बैंगलोर (सन् 1978) तथा सेंट जेवियर इंस्टीट्यूट ऑफ कम्युनिकेशन, बॉम्बे भी पत्रकारिता एवं जनसंचार का पूर्णकालिक एवं अंशकालिक पाठ्यक्रम चला रहे हैं ।

समाचारपत्रों के विभिन्न संस्थानों और न्यूज चैनल ने भी पत्रकारिता एवं जनसंचार में प्रशिक्षण केन्द्र शुरु। किए हैं । इनमें 'टाइम्स ऑफ इंडिया', नई दिल्ली (मीडिया सेंटर), 'इनाडू' (तेलुगु दैनिक) हैदराबाद, 'दैनिक भास्कर' (भोपाल) और 'आज तक' (न्यूज चैनल दिल्ली) के नाम उल्लेखनीय है । इसके अतिरिक्त हिंदी साहित्य सम्मेलन, प्रयाग 'संपादन कला विशारद' का एक वर्षीय पाठ्यक्रम चला रहा है । नव गुजरात मल्टी कोर्स इंस्टीट्यूट, अहमदाबाद, पत्रकारिता व जनसंपर्क - विज्ञापन में एकवर्षीय डिप्लोमा का प्रशिक्षण दे रहा है ।

7.5 जनसंचार प्रशिक्षण में चुनौतियां एवं समस्याएं

भारत में पत्रकारिता एव जनसंचार पाठ्यक्रम के समक्ष अनेक चुनौतियाँ एवं समस्याएं हैं । इनमें मुख्य हैं- प्राध्यापकों की कमी, प्रयोगात्मक प्रशिक्षण का अभाव, प्रशिक्षण के विभिन्न माध्यम, पाठ्यक्रम में एकरूपता का न होना, पुस्तकें एवं उच्चस्तरीय पाठ्य सामग्री का अभाव। प्रो. रमेश जैन ने जनसंचार प्रशिक्षण में आने वाली समस्याओं को इस प्रकार रेखांकित किया हैं-

7.5.1 प्राध्यापकों की कमी

भारत में पत्रकारिता विभागों में प्राध्यापकों की संख्या अधिक नहीं है । अनेक विभागों में प्राध्यापकों के स्थान रिक्त पड़े हु ए हैं, वे अभी तक नहीं भरे गए हैं । कुछ पत्रकारिता विभाग में अंशकालीन रूप में प्राध्यापक कार्य देख रहे हैं । कहीं वरिष्ठ पत्रकार ही पत्रकारिता विभाग का कार्य संचालित कर रहे हैं और छात्रों को पढ़ाने के लिए पत्रकारों एव विषय विशेषज्ञों को अंशकालिक रूप से बुला लिया जाता है । देश के मात्र कुछ ही विश्वविद्यालयों के पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग प्रोफेसरों के द्वारा संचालित किए जा रहे हैं । अनेक विश्वविद्यालयों के पत्रकारिता विभाग ऐसे हैं, जहाँ न प्रोफेसर हैं और न रीडर, वे सहायक प्रोफेसरों द्वारा चलाए जा रहे हैं । इन विभागों के सहायक प्रोफेसर प्रभारी के रूप में कार्यरत हैं । कुछ विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता विभाग हिंदी एवं राजनीति विज्ञान विभाग के अंतर्गत चल रहे हैं ।

7.5.2 प्रयोगात्मक प्रशिक्षण का अभाव

पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग के छात्रों को प्राय: सभी विश्वविद्यालयों में प्रयोगात्मक प्रशिक्षण के लिए विभिन्न समाचारपत्रों, समाचार समितियों, दूरदर्शन एवं आकाशवाणी केन्द्रों में भेजा जाता है । अलग- अलग विभागों में प्रशिक्षण की अवधि दो सप्ताह से लेकर छ:माह तक है । संपर्क शिविर में संपादक, वरिष्ठ पत्रकार, जनसंचार विषय के विशेषज्ञ तथा विभाग के. प्राध्यापक छात्रों को पढ़ाते हैं और उनसे विचार-विमर्श करते हैं । इस अवधि में छात्रों को समाचारपत्र संस्थान और समाचार समितियों की कार्यविधि बताई जाती है । मुक्त विश्वविद्यालय के पत्रकारिता विभाग के छात्रों को पाठ्य पुस्तिकाएँ सत्र के दौरान भेजे जाती हैं । ये पाठ विषय-विशेषज्ञों, पत्रकारों और प्राध्यापकों द्वारा तैयार किए जाते हैं । आज भी विश्वविद्यालयों के पास अपने टेलीविजन स्टुडियो नहीं है और न प्रशिक्षित विषय विशेषज्ञ । अधिकांश विश्वविद्यालयों में व्यावहारिक प्रयोगों के लिए पर्याप्त साधन नहीं है ।

7.5.3 प्रशिक्षण का माध्यम विभिन्न भाषाएं

अधिकांश पत्रकारिता विभागों में प्रशिक्षण का माध्यम अंग्रेजी है । कुछ ऐसे भी विभाग है, जहाँ अंग्रेजी और हिन्दी दोनों में प्रशिक्षण दिया जाता है । पंजाबी विश्वविद्यालय, पटियाला पंजाब में शिक्षा का माध्यम अंग्रेजी, हिंदी, उर्दू और पंजाबी जनसंचार विभागों में शिक्षा का माध्यम हिन्दी है ।

मराठावाड़ा विश्वविद्यालय, औरंगाबाद तथा शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर में मराठी भाषा शिक्षा का माध्यम है । सौराष्ट्र विश्वविद्यालय, राजकोट, सरदार पटेल विश्वविद्यालय, अहमदाबाद, एम.एस. विश्वविद्यालय, बड़ौदरा आदि में पाठ्यक्रम का माध्यम गुजराती है । इस संदर्भ में विशेष उल्लेखनीय बात यह है कि प्रत्येक

प्रांत में अपनी- अपनी प्रादेशिक भाषाओं को शिक्षा का माध्यम बनाया गया है। विभिन्न भाषाएँ होने के कारण प्राध्यापकों की कमी स्वाभाविक है।

7.5.4 उच्चस्तरीय पाठ्य सामग्री की कमी

आमतौर पर पत्रकारिता विभागों के पुस्तकालयों में पुस्तकों की संख्या संतोषजनक नहीं है। अधिकांश विभागों के अपने पुस्तकालय हैं। जहां विभाग का अपना पुस्तकालय नहीं है, वहाँ के छात्र विश्वविद्यालय के पुस्तकालय पर ही निर्भर करते हैं। वर्तमान समय में सबसे अच्छा एवं समृद्ध पत्रकारिता विभाग का पुस्तकालय उस्मानिया विश्वविद्यालय, हैदराबाद में है। इसके अतिरिक्त पूना विश्वविद्यालय, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता विश्वविद्यालय, बैंगलौर विश्वविद्यालय, मैसूर विश्वविद्यालय, केरल विश्वविद्यालय, मद्रास विश्वविद्यालय, पंजाब विश्वविद्यालय, बहरामपुर विश्वविद्यालय, भारतीय जनसंचार संस्थान नई दिल्ली, में भी अच्छे पुस्तकालय है। इसके अतिरिक्त अंग्रेजी एवं हिन्दी के अलावा अन्य क्षेत्रीय भाषाओं में उच्चस्तरीय पाठ्यपुस्तकों की विशेष कमी है। आवश्यकता इस बात कि है कि जनसंचार विषयक पुस्तकें पाठयक्रम के आधार पर लिखी जाएँ।

7.5.5 शोध कार्य संतोषप्रद नहीं

भारत के पत्रकारिता एवं जनसंचार विभागों में हो रहे शोधकार्य संतोषजनक नही हैं। कुछ ही विश्वविद्यालय ऐसे हैं जहाँ कि पत्रकारिता विभागों में शोधकार्य हो रहे हैं। ये विश्वविद्यालय हैं-बैंगलोर, उस्मानिया, मैसूर, पंजाब, केरल, पूना, बहरामपुर, बनारस हिंदू विश्वविद्यालय, मदुरई कालीकट, सौराष्ट्र, शिवाजी विश्वविद्यालय, कोल्हापुर। दक्षिण भारत में विश्वविद्यालयों के पत्रकारिता विभाग जनसंचार विषय पर छोटे-छोटे विषयों को लेकर शोध कार्य कर रहे हैं और उनका स्तर बहुत ही अच्छा है। जबकि उत्तर भारत के विश्वविद्यालय के पत्रकारिता विभाग शोध कार्यो के प्रति उदासीन हैं। अनेक शोध कार्य अप्रकाशित पड़े हुए हैं। आवश्यकता इस बात की है कि भारत के विभिन्न पत्रकारिता एवं जनसंचार विभागों में हो रहे शोध-कार्यों की जानकारी प्रत्येक पत्रकारिता विभाग को होनी चाहिए। शोध कार्य को प्रकाशित करने के लिए विश्वविद्यालय अनुदान आयोग, नई दिल्ली से आर्थिक सहयोग मिलना चाहिए।

7.5.6 शोध विषयक समस्याएं

गत कुछ वर्षो में देश के विभिन्न विश्वविद्यालयों में हिन्दी पत्रकारिता पर शोध कार्य हुए हैं। पत्रकारिता की दृष्टि से इन शोध कार्यो को संतोषजनक एवं पर्याप्त नहीं कहा जा सकता। पत्रकारिता एवं जनसंचार पर जितना शोधकार्य होना चाहिए उतना नही हुआ। अनेक शोधार्थी जनसंचार से संबद्ध विषयों पर शोध कार्य करना चाहते हैं, लेकिन उनके समक्ष ऐसी कुछ समस्याएं हैं जिनके कारण वे इस ओर नहीं आते। ये समस्याएं हैं-

1. शोध कार्य के लिए योग्य एवं उपयुक्त निर्देशक का न मिलना ।
2. पुरानी पत्र-पत्रिकाओं का एक स्थान पर न होना ।
3. पुस्तकालयों, व्यक्तिगत ग्रंथागारों एवं पुरालेखों भंडारों से पत्र- पत्रिकाओं का सहज उपलब्ध न होना ।
4. उच्चस्तरीय पाठ्यपुस्तकों एवं संदर्भ ग्रंथों का अभाव ।

7.5.7 वित्तीय संसाधनों की कमी

पत्रकारिता एवं जनसंचार विभागों की उन्नति में सबसे बड़ी बाधा वित्तीय संसाधनों की है । वित्तीय अभाव में कोई भी जनसंचार विभाग आधुनिक उपकरणों, जैसे- स्टूडियो, ऑडियो-विडियो, कम्प्यूटर, इंटरनेट, कैमरा एवं प्रेस से सुसज्जित नही है। आज भी देश के अधिकाश विश्वविद्यालयों के जनसंचार विभागों में न स्टूडियो हैं और न सूचना प्रौद्योगिकी के आधुनिक उपकरण । इनके अभाव में एक अच्छे एवं सशक्त जनसंचार विभाग की कल्पना करना व्यर्थ है । विश्वविद्यालय अनुदान आयोग, नई दिल्ली द्वारा जनसंचार विभागों को जो अनुदान दिया जा रहा है, वह पर्याप्त नहीं है । प्रत्येक विभाग को इतना अनुदान अवश्य मिलना चाहिए जिससे कि वे अपने यहाँ जनसंचार के विभिन्न उपकरण- कैमरा, कम्प्यूटर, इंटरनेट, रेडियो, टेलीविजन सेट, मुद्रणालय आदि रख सके । प्रो. वी. एस. ठाकुर का यह कथन इस संदर्भ में उल्लेखनीय है - "पत्रकारिता के छात्रों के व्यावहारिक प्रशिक्षण तथा पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन आवश्यक है, लेकिन वित्तीय संसाधनों के अभाव में दिया जाने वाला प्रशिक्षण और पत्र- पत्रिकाओं का प्रकाशन का स्तर. वित्त के अभाव में संतोषजनक नहीं है ।'

7.5.8 पाठ्यक्रमों में एकरूपता नहीं

पत्रकारिता एवं जनसंचार शिक्षा की अनेक समस्याएं इसके आरम्भ के साथ ही शुरू हो गई । सबसे बड़ी आवश्यकता है कि इस क्षेत्र में विदेशों का अनुकरण न करें । पाठ्यक्रम भारतीय परिप्रेक्ष्य के आधार पर आधारित हो । हमारे यहाँ के पाठ्यक्रम पत्रकारिता पर आधारित है । आवश्यकता है कि पत्रकारिता पाठ्यक्रम को संचार तथा इसकी अनेक इकाइयों एवं उप-इकाइयों से जोड़ना होगा, तभी संचार को एक शैक्षिक अनुशासन के रूप में विकसित किया जा सकता है । विश्वविद्यालय अनुदान आयोग, नई दिल्ली ने पाठ्यक्रमों में एकरूपता लाने के लिए जनसंचार मॉडल पाठ्यक्रम, 2001 (U.G.C Model Curriculum, 2001) की संरचना तथा उपाधियों में एकरूपता लाने की महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है । लेकिन अधिकांश विश्वविद्यालयों ने इसे गंभीरता से नहीं लिया ।

7.5.9 विशेषीकृत पाठ्यक्रम एवं प्रश्न पत्रों का अभाव

आज भी जनसंचार विषयक पाठ्यक्रम पुराने ढर्रे पर ही बनाए जा रहे हैं । उनमें कोई नयापन नजर नहीं आता है । चिकित्सा, प्रबंधन, इंजीनियरिंग, विज्ञान आदि पाठ्यक्रमों की तरह जनसंचार के विविध पाठ्यक्रमों को विकसित करने की आवश्यकता है । पाठ्यक्रमों में ऐसे प्रश्नपत्र सम्मिलित किए जाएं जिनका उपयोग जनसंचार माध्यमों, आकाशवाणी, दूरदर्शन, समाचारपत्र, समाचार समिति, जनसंपर्क निदेशालय आदि में समय-समय पर किया जाता हो । ऑन लाइन मीडिया, मीडिया के लिए लेखन, जनसंचार शोध प्रविविध, ग्रामीण एवं पर्यावरण पत्रकारिता, विश्व प्रेस, मीडिया कानून एवं आचार संहिता, ऑडियो-वीडियो प्रोडक्शन आदि विषयक प्रश्नपत्रों का अभाव आज भी देखा जा सकता है । पत्रकारिता एवं जनसंचार के पाठ्यक्रमों में आधारभूत सामाजिक विज्ञानों का अध्ययन भी सम्मिलित होना चाहिए।

7.5.10 अनुवाद एवं भाषा दक्षता का अभाव

जनसंचार विषयक पाठ्यक्रमों में आज भी भाषा को लेकर ऊहापोह की स्थिति बनी हुई है । पत्रकारिता की अपनी भाषा है, उसे साहित्यिक भाषा की जरूरत नहीं है । भाषा ऐसी होनी चाहिए जो सरल, सीधी एवं सूचनाओं को संप्रेषित करने वाली हो। जनसंचार के पाठ्यक्रमों में अनुवाद एवं भाषा दक्षता का प्रश्नपत्र अवश्य होना चाहिए। हिन्दी एवं अन्य भाषायी समाचारपत्रों में अनुवाद का कार्य होता है । अतएव भाषा के प्रश्न पत्र में अनुवाद को भी सम्मिलित करना चाहिए । प्रशिक्षण में सहज एवं सुबोध भाषा संरचना पर विशेष बल देना चाहिए ।

7.5.11 मीडिया संस्थान बनाम कोचिंग की दुकानें

आजकल मीडिया में ग्लैमर आया हुआ है और युवा वर्ग रेडियो और टीवी न्यूज़ चैनल की ओर अधिक आकर्षित हो रहे हैं । अनेक लोगों ने मीडिया की कोचिंग दुकानें खोल ली है । सचिदानंद सिन्हा के शब्दों में - 'मीडिया शिक्षा के लिए एक गंभीर विचारणीय बिन्दु विभिन्न कोचिंग दुकानें हैं, जो सात दिन से लेकर सात हफ्ते की ट्रेनिंग में सिद्वहस्त मीडिया कर्मी बनाने का दावा करती है । ये दुकानें सपने बेचने का काम बखूबी कर रही है । किसी को रेडियो जाकी बनाना सिखाते हैं, तो किसी को फिल्म संवाद लिखना । कोचिंग दुकानों के जरिए वे निरन्तर इस धारणा को पुष्ट करने के प्रयास में लगे हैं कि मीडिया में जाने के लिए किसी विधिवत् शिक्षा की आवश्यकता नहीं है, उनके द्वारा दिया गया एक या दो माह का प्रमाणपत्र सफल मीडियाकर्मी बनाने के लिए सक्षम है ।'

7.6 प्रेस आयोग के सुझाव

भारत सरकार ने सन् 1952 में भारतीय पत्रकारिता के विकास और समाचारपत्रों की समस्याओं पर खोज-बीन करने के लिए एक प्रेस आयोग नियुक्त किया था । इसका प्रतिवेदन सन् 1954

में प्रकाशित हुआ । इस आयोग ने अपनी रिपोर्ट में पत्रकारों के प्रशिक्षण के संदर्भ में निम्न बात कही "पत्रकारिता के व्यवसाय के लिए जितनी संख्या में भी कार्यकर्त्ता अपेक्षित हैं, वे सब हमारे देश में मिल सकते हैं, लेकिन कठिनाई यही है कि वांछित स्तर का पत्रकार बनने के लिए उन्हें पर्याप्त प्रशिक्षण भी आवश्यकता है । हमें इस बात को देखकर दुख हुआ कि हमारे पत्रकारों में कुछ लोग ऐसे भी हैं, जिन्हें न उचित स्तर की शिक्षा मिली और उनका स्तर भी संतोषजनक नहीं ।' प्रतिवेदन में आगे कहा गया है - "अभी इस बात पर जोर देना उचित नहीं होगा कि पत्रकारिता के क्षेत्र में प्रवेश करने वाले नए प्रवेशार्थी ऐसे व्यक्ति होने चाहिए जिन्होंने उपाधियों डिप्लोमा के रूप में पत्रकारिता में अर्हता प्राप्त की हो । 'भारत से पाठ्यक्रमों की समीक्षा करते हुए आयोग ने कहा है कि "अधिकांश विश्वविद्यालयों में अध्ययन के लिए निर्धारित पाठ्यक्रम संतोषजनक है लेकिन अध्ययन के लिए रखा गया समय अपर्याप्त है ।'

7.7 विश्वविद्यालय अनुदान आयोग की भूमिका

विश्वविद्यालय अनुदान आयोग, नई दिल्ली का पत्रकारिता एवं जनसंचार शिक्षा को व्यापक और बेहतर बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका रही है । आयोग ने जनसंचार पाठ्यक्रमों में एकरूपता लाने के लिए सन् 2001 में जनसंचार मॉडल पाठ्यक्रम बनाया । इसके अतिरिक्त पत्रकारिता एवं जनसंचार पाठ्यक्रमों की उपाधियों के नामकरण में एकरूपता के लिए निर्देश (F.I.-52/2000 C.P.P.11) दिनांक 5 सितम्बर, 2001 को जारी किए । लेकिन आज भी जनसंचार के क्षेत्र में दी जाने वाली उपाधियों तथा पत्रोंपाधियों में व्यापक भिन्नता दिखाई देती है । इन भिन्नताओं के कारण दी जाने वाली उपाधियों के मानकीकरण एवं प्रमाणीकरण को लेकर मतभेद है ।

भारत में पत्रकारिता एवं जनसंचार प्रशिक्षण का विकास जिस गति से होना चाहिए था वह नहीं हुआ है । सत्य तो यह है कि जितनी चुनौतियां मीडिया के सामने हैं उतनी ही चुनौतियां मीडिया शिक्षा एवं प्रशिक्षण के सामने हैं । मीडिया शिक्षा-प्रशिक्षण पर एक गंभीर चिंतन की आवश्यकता है । इस संदर्भ में एक कारगर और ठोस कार्य योजना बनाने की आवश्यकता है। एक ऐसी योजना जो भारत में मीडिया शिक्षा-प्रशिक्षण के लिए एक मौलिक मॉडल खड़ा करें और जिसके माध्यम से मीडिया-जगत् में कार्य करने के लिए सक्षम, दक्ष, योग्य एवं मूल्यानिष्ठ मीडिया कर्मियों को तैयार किया जा सकें ।

7.8 सारांश

भारत के विभिन्न विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता की शिक्षा दी जा रही है । लगभग 200 से अधिक विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता एवं जनसंचार के विभिन्न प्रकार के पाठ्यक्रम चल रहे हैं । कालावधि, प्रवेश के तरीके, अनुप्रायोगिक प्रशिक्षण की सुविधाएं तथा पुस्तकों की सुलभता, अध्यापक-वर्ग की संख्या और उसे स्तर की दृष्टि से इनमें परस्पर बहुत अंतर है । प्रशिक्षण एवं उपाधि नामकरण में एकरूपता तो है ही नहीं । बहुत विलम्ब के बाद विश्वविद्यालय अनुदान आयोग, नई दिल्ली ने पत्रकारिता एवं जनसंचार की शिक्षा को सुधारने के लिए कुछ कदम

उठाए हैं । विश्वविद्यालय अनुदान आयोग ने स्नातक एवं स्नातकोतर उपाधियों के नामकरण, जनसंचार मॉडल पाठ्यक्रम बनाकर दिए हैं लेकिन अधिकांश विश्वविद्यालयों ने उन्हें गंभीरता से लागू नहीं किए है । आवश्यकता इस बात की है कि आल इंडिया काउंसिल ऑफ टेक्नीकल एजुकेशन या नेशनल काउंसिल -ऑफ टीचर्स एजुकेशन की तर्ज पर एक अखिल भारतीय काउंसिल बनाई जाने की आवश्यकता है जिसके माध्यम से जनसंचार के क्षेत्र में दी जाने वाली उपाधियों तथा पाठ्यक्रमों में एकरूपता बनाई जा सके ।

7.9 संदर्भ ग्रंथ

1. रिपोर्ट ऑन व स्टेट्स ऑफ जर्नलिज्म एण्ड कम्युनिकेशन ऐजुकेशन इन इण्डिया, यूनिवर्सिटी ग्रांट्स कमीशन, नई दिल्ली, 1981
2. मॉस कम्युनिकेशन टीचिंग एण्ड स्टडीज इन युनिवर्सिटीज, पेरिस, द यूनेस्को प्रेस, 1975
3. ट्रेनिंग इन द मॉस कम्युनिकेशन, फैसलटीज इन इण्डिया, डायक्टरेट ऑफ एडवरटाइजिंग एण्ड विजुवल पब्लिसिटी, आई.एण्ड बी. मिनिस्टरी, गवर्नमेंट ऑफ इण्डिया, न्यू देहली 1980
4. रिपोर्ट ऑफ द सेकेन्ड प्रेस कमीशन, वाल्यूमस - I एण्ड - II (चेप्टर XII ट्रेनिंग एण्ड रिसर्च) प्रिटिंड बाय द कंट्रोलर ऑफ द पब्लिकेशन, दिल्ली, 1982
5. प्रो. रमेश जैन - हिन्दी पत्रकारिता : इतिहास एवं संरचना, अविष्कार पब्लिशर्स, डिस्ट्रीब्यूटर्स, जयपुर

7.10 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. भारत में पत्रकारिता के उद्भव से लेकर अब तक के विकास पर संक्षेप में प्रकाश डालिए।
2. भारत के विश्वविद्यालयों में चलने वाले पत्रकारिता-प्रशिक्षण के स्तर के बारे में आपके क्या विचार हैं?
3. विश्वविद्यालयों के अतिरिक्त पत्रकारिता तथा जनसंचार की शिक्षा कहाँ-कहाँ दी जाती है? विस्तार से विवेचना कीजिए ।
4. भारतीय विश्वविद्यालयों में पत्रकारिता की शिक्षा की संदर्भ में प्रवेश की वर्तमान पद्धति, अनुप्रायोगिक प्रशिक्षण की सुविधाओं, अध्यापकों की सुलभता, पुस्तकों तथा उपकरणों के बारे में आपके क्या विचार हैं?
5. "भारत में पत्रकारिता की शिक्षा का इतिहास बहुत धूमिल हैं" । इस कथन को ध्यान में रखते हुए इसके उज्ज्वल भविष्य के लिए आपके क्या सुझाव हैं?
6. भारत के खुला विश्वविद्यालय / मुक्त विश्वविद्यालय द्वारा दी जा रही जनसंचार शिक्षा पर अपने विचार व्यक्त कीजिए । साथ ही इसे सशक्त बनाने के उपाय सुझाएं ।

इकाई- 8

भारत में रेडियो प्रसारण का उद्भव एवं विकास

इकाई की रूपरेखा

8.0 उद्देश्य

8.1 प्रस्तावना

8.2 रेडियो का जन्म

8.3 भारत में रेडियो प्रसारण का शुभारम्भ

- 8.3.1 विधिवत प्रसारण सेवा
- 8.3.2 इंडियन ब्रॉडकास्टिंग सर्विस
- 8.3.3 ऑल इंडिया रेडियो
- 8.3.4 रेडियो प्रसारण की लोकप्रियता में वृद्धि

8.4 स्वतंत्र भारत में रेडियो

- 8.4.1 विस्तार का सिलसिला
- 8.4.2 विकास में रेडियो की भूमिका
- 8.4.3 आकाशवाणी
- 8.4.4 मौजूदा नेटवर्क

8.5 रेडियो समाचार प्रसारण

- 8.5.1 क्षेत्रीय समाचार
- 8.5.2 नया स्वरूप
- 8.5.3 नई दिशाएं
- 8.5.4 फोन समाचार एवं इंटरनेट

8.6 आकाशवाणी के अंग

- 8.6.1 विदेश सेवा
- 8.6.2 विज्ञापन प्रसारण सेवा
- 8.6.3 युववाणी
- 8.6.4 राष्ट्रीय चैनल

8.7 आकाशवाणी के विविध कार्यक्रम

- 8.7.1 संगीत
- 8.7.2 नाटक और रूपक
- 8.7.3 स्वास्थ्य और परिवार कल्याण
- 8.7.4 कृषि एवं ग्रामीण विकास।
- 8.7.5 विशेष श्रोता कार्यक्रम

8.7.6 खेलकूद
8.7.7 चुनाव प्रसारण
8.7.8 साहित्यिक प्रसारण
8.8 आकाशवाणी की विशिष्ट इकाइयाँ
8.8.1 संग्रहालय
8.8.2 श्रोता अनुसंधान एकांश
8.8.3 एफ. एम. चैनल
8.8.4 वार्षिक पुरस्कार
8.9 आकाशवाणी की स्वायत्तता एवं प्रसारण सुधार
8.9.1 चंदा समिति
8.9.2 आकाश भारती
8.9.3 प्रसार भारती
8.10 सारांश
8.11 संदर्भ ग्रंथ
8.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

8.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप -

- रेडियो के जन्म की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे
- भारत में रेडियो के प्रारंभ और विकास की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे
- आकाशवाणी के विस्तार का ब्यौरा प्राप्त कर सकेंगे
- समाचार तथा समाचारों पर आधारित कार्यक्रमों के बारे में जान सकेंगे
- आकाशवाणी के विभिन्न अंगों और इकाइयों के कार्यों तथा उपलब्धियों को समझ सकेंगे
- चंदा समिति, आकाश भारती एवं प्रसार भारतीय विधेयक के बारे में ज्ञान प्राप्त कर सकेंगे
- आकाशवाणी के नेटवर्क की संरचना से परिचित हो सकेंगे
- एफ.एम.चैनलों के महत्व की पहचान कर पाएंगे '
- आकाशवाणी की स्वायत्ता प्राप्त करने की यात्रा की जानकारी प्राप्त कर पाएंगे
- भारत में रेडियो प्रसारण के महत्व और भावी संभावनाओं के बारे में जान सकेंगे ।

8.1 प्रस्तावना

बीसवीं सदी संचार क्रांति की सदी रही तो इक्कीसवीं सदी संचार माध्यमों के विस्तार और उसमें नए-नए आयाम जुड़ने की साक्षी है । आज समूचे संसार, के विकसित-विकासशील, अमीर-गरीब सभी देश जनसंचार विशेषकर टेलीविजन और इंटरनेट के माध्यम से न केवल एक -दूसरे के करीब आ रहे हैं बल्कि इनका उपयोग अपने लोगों के भौतिक एवं आर्थिक विकास के लिए भी कर रहे हैं । मानव जीवन की कोई भी गतिविधि कम्प्यूटर, मोबाइल फोन और सूचना टेक्नोलॉजी के अन्य तत्वों के प्रभाव और लाभ से अछूती नहीं रही । घर, कार्यालय, साहित्य,

कला, संस्कृति, व्यापार, उद्योग, शिक्षा, फैशन आदि सभी कार्य क्षेत्रों में सूचना टेक्नोलॉजी की गहरी पैठ हो चुकी है । इसके फलस्वरूप विभिन्न क्षेत्रों और विषयों की भिन्नता भी मिटती जा रही है और पुरानी परिभाषाएं धूमिल पड़ती दिखाई दे रही हैं । यह परिवर्तन जनसंचार माध्यमों के दोनों अंगों-प्रिंट यानी समाचारपत्र- पत्रिकाओं तथा इलेक्ट्रॉनिक यानी रेडियो और टेलीविजन में आ रहा है ।

भारत में यों तो रेडियो का आगमन टेलीविजन से बहुत पहले हो गया था किन्तु पिछली सदी के नवें दशक में टेलीविजन की लोकप्रियता में वृद्धि और तेजी से विस्तार की नीति के फलस्वरूप देश में, विशेषकर महानगरों और बड़े कस्बों में रेडियो के श्रोता घटने लगे । सदी के अंतिम दशक के मध्य में टेलीविजन सरकारी नियंत्रण से बाहर आ गया और निजी उपग्रह चैनल देश भर में फैलने लगे । कुछ वर्ष बाद चैनलों पर समाचार प्रसारण की भी अनुमति मिल गई । इस समय एक अनुमान के अनुसार भारत में 500 से अधिक टी.वी. चैनल हिंदी, अंग्रेजी और अन्य भारतीय भाषाओं में मनोरंजन, सूचना और शिक्षा के, कार्यक्रम प्रसारित कर रहे हैं । इनमें से अधिकतर चैनल चौबीसों घंटे चलते हैं । दूरदर्शन अभी भी कमोबेश सरकारी नियंत्रण में है और इसके भी लगभग 25 चैनल हैं जिनमें 11 क्षेत्रीय उपग्रह चैनल हैं । इस प्रकार टेलीविजन के तीव्र विस्तार और रेडियो विस्तार की गति धीमी हो जाने से रेडियो उपेक्षित होने लगा और रेडियो सेटों की बिक्री में वृद्धि रुक-सी गयी । किंतु सन् 1999 में एफ.एम. यानी फ़ीक्वेंसी मॉडयूल की बेहतर प्रसारण तकनीक अपनाए जाने से रेडियो ने नई अंगड़ाई ली । साथ ही आकाशवाणी के समाचारों का स्वरूप बदल गया, नए प्रकार के कार्यक्रम शुरू किए गए और प्रसारण तंत्र का कम्प्यूटरीकरण किया गया । आकाशवाणी के एफ.एम. चैनलों के साथ-साथ निजी प्रसारणों को महानगरों में एफ.एम स्टेशन चलाने के लाइसेंस दिए गए । इस दौरान सामुदायिक और क्षेत्रीय स्तर के रेडियो स्टेशन चलाने की दिशा में भी शुरूआत हुई और निजी तथा सरकारी दोनों रूपों में रेडियो प्रसारण की बहार फिर लौटने लगी है ।

8.2 रेडियो का जन्म

विश्व में रेडियो तरंगों का आविष्कार तो उन्नीसवीं सदी के अंतिम चरण में ही हो चुका था किंतु इन तरंगों के प्रसारण के लिए इस्तेमाल की शुरूआत प्रथम विश्व युद्ध के दौरान सन् 1916 में हुई, जब अमरीका में प्रथम रेडियो स्टेशन ने समाचार प्रसारित किए । सन् 1919 में रेडियो कॉरपोरेशन ऑफ अमेरिका की स्थापना से वहां संगठित रेडियो तंत्र की नींव पड़ी। उसके तीन वर्ष बाद ब्रिटेन में भी एक प्रसारण कंपनी 'ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कंपनी' की स्थापना हुई जिसने आगे चलकर न केवल रेडियो बल्कि टेलीविजन प्रसारण के क्षेत्र में नए कीर्तिमान कायम किए और आज भी उसकी गिनती विश्व के श्रेष्ठ प्रसारण संगठनों में होती है । सन् 1927 में इसका नाम कंपनी से बदल कर कॉरपोरेशन हो गया और वह बी.बी.सी. के नाम से विश्वविख्यात हुई । इसके पश्चात विश्व के अन्य भर्ता में रेडियो प्रसारण लोकप्रिय होने लगा ।

8.3 भारत में रेडियो प्रसारण का शुभारंभ

आज जब भारत में रेडियो प्रसारण के निजीकरण की मांग की जा रही है तब यह बात आश्चर्यजनक लग सकती है कि हमारे यहां रेडियो प्रसारण की शुरूआत निजी कंपनियों द्वारा की गई । पहला रेडियो प्रसारण 31 जुलाई, 1924 को मद्रास रेडियो क्लब के प्रयासों से 40 वाट के ट्रांसमीटर से हुआ । यहाँ से हल्के-फुल्के मनोरंजन के कार्यक्रम प्रसारित किए जाते रहे किंतु सन् 1927 में आर्थिक कठिनाइयों के चलते यह सेवा बंद हो गई । एक अप्रैल, 1931 को मद्रास कॉरपोरेशन ने फिर से रेडियो सेवा प्रारंभ की जो आगे चलकर, सन् 1938 में ऑल इंडिया रेडियो में सम्मिलत हो गई ।

8.3.1 विधिवत प्रसारण सेवा

भारत में 1926 में संगठित रूप से रेडियो प्रसारण शुरू हुआ जब इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी की स्थापना की गई । कंपनी ने 13 सितंबर, 1926 को सरकार से प्रसारण का लाइसेंस प्राप्त किया । सन् 1927 का वर्ष भारत में रेडियो प्रसारण की दृष्टि से ऐतिहासिक महत्व रखता है क्योंकि उसी साल मुम्बई में 23 जुलाई, 1927 को वायसराय लार्ड इर्विन ने इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी के पहले केंद्र बम्बई का उद्घाटन किया । कुछ ही दिन बाद 26 अगस्त, 1927 को कलकत्ता स्टेशन प्रारंभ हो गया । सन् 1927 में रेडियो सुनने का लाइसेंस लेने वालों की संख्या केवल 3594 थी । उन्हीं दिनों लाहौर में भी वाई एम सी ए के रेडियो क्लब ने एक छोटा ट्रांसमीटर लगा कर प्रसारण सेवा शुरू की ।

8.3.2 इंडियन ब्रॉडकास्टिंग सर्विस

'इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी' के पास रेडियो सेवा चलाने के लिए संसाधनों का अभाव था । रेडियो रिसीवर लाइसेंसों से प्राप्त होने वाली राशि ही आय का एक मात्र साधन थी । रेडियो सेटों की संख्या में वृद्धि की गति बहुत धीमी थी । सन् 1928 के अंत तक केवल 6000 लाइसेंस जारी हुए । बढ़ते घाटे को देखते हुए कम्पनी ने ब्रिटिश सरकार से अनुदान देने का अनुरोध किया तो सरकार ने कंपनी का कामकाज अपने हाथ में ही ले लिया और इस प्रकार एक अप्रैल, 1930 को रेडियो प्रसारण सरकार के नियंत्रण में आ गया । इसका नाम 'इंडियन ब्रॉडकास्टिंग सर्विस' रखा गया और इसे उद्योग एवं श्रम मंत्रालय के अधीन कर दिया गया । प्रसारण सेवाओं के सुचारू संचालन के उद्देश्य से एक केंद्रीय प्रसारण सलाहकार समिति गठित की गई । किंतु कंपनी का घाटा पूरा करने में सफलता नहीं मिली । इसलिए आर्थिक मंदी के दौर में 10 अक्टूबर, 1931 को सरकार ने प्रसारण सेवाएं बंद कर दीं । किंतु तब तक रेडियो की लोकप्रियता बढ़ने लगी थी और शिक्षित वर्ग ने सरकार के इस फैसले पर गहरा असंतोष व्यक्त किया । आखिर मजबूत होकर सरकार को उसी वर्ष नवम्बर में प्रसारण सेवाएं फिर शुरू करनी पड़ी । इसके साथ ही सरकार ने लाइसेंस शुल्क

की राशि बढ़ा दी । सन् 1934 में लाइसेंसों की संख्या 16,000 तक पहुंच गई । अगस्त, 1935 में बी.बी.सी. के एक अनुभवी अधिकारी श्री लायनाल फील्डेन को कंट्रोलर ऑफ ब्रॉडकास्टिंग नियुक्त किया गया । श्री फील्डेन के आगमन के साथ ही प्रसारण सेवाओं के विस्तार एवं सुधार की प्रक्रिया तेज हो गई । उसी दौरान देश की भाषायी और सांस्कृतिक विविधता को देखते हुए मीडियम वेब ट्रांसमीटर लगाने की योजना बनाई गई । तब तक रेडियो के कार्यक्रमों तथा अन्य गतिविधि की जानकारी देने के लिए “इंडियन लिस्नर" तथा "आवाज" नाम की पत्रिकाओं का प्रकाशन भी शुरू हो चुका था ।

सितंबर, 1936 में मैसूर रियासत में भी 'आकाशवाणी' नाम से प्रसारण सेवा आरंभ की गई । हालांकि प्रसारण से संबंधित सन् 1935 के कानून में गैर-सरकारी प्रसारण की अनुमति नहीं थी किंतु जनता तथा मैसूर नगर पालिका की सहायता से यह सेवा चलती रही । बाद में 1957 में यही 'आकाशवाणी' नाम भारतीय प्रसारण संगठन के लिए अपना लिया गया । एक जनवरी 1936 को दिल्ली स्टेशन ने काम करना शुरु। किया । इसके लिए 20 किलोवाट का ट्रांसमीटर माल रोड पर लगाया गया ।

8.3.3 ऑल इंडिया रेडियो

दिल्ली रेडियो स्टेशन खुलने के पांच महीने बाद एक, जून 1936 को इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी का नाम बदल कर ऑल इंडिया रेडियो कर दिया गया । 4 सितम्बर 1937 कों ऑल इंडिया रेडियो के पहले समाचार संपादक चार्ल्स बान्स ने कार्य संभाला और सेन्द्रल न्यूज़ ऑर्गेनाइजेशन की स्थापना की गई । बाद में इसका नाम न्यूज सर्विसेज डिवीजन यानी समाचार सेवा प्रभाग हो गया ।

अगस्त, 1936 में बी.बी.सी. के एक अनुभवी इंजीनियर सिसिल गायडर ने ऑल इंडिया रेडियो के चीफ इंजीनियर का पदभार संभाल लिया । फील्डेन तथा गायडर ने मिलकर ऑल इंडिया रेडियो का खूब विस्तार किया । भारत में रेडियो प्रसारण के विकास में इन दो अधिकारियों का ऐतिहासिक योगदान रहा है । उन्होंने सन् 1938 तक ऑल इंडिया रेडियो नाम को सचमुच सार्थक कर दिखाया और रेडियो प्रसारण की सुविधाएं पूरे देश तक फैल गई । उसी दौरान शार्ट देव ट्रांसमीटर लगाने का निर्णय किया गया और 10 किलोवाट का पहला शार्टदेव ट्रांसमीटर 4 फरवरी, 1938 को बम्बई में लगाया गया । सन् 1939 तक दिल्ली और बम्बई के बीच शार्टवेव के माध्यम से प्रसारण शुरु। हो गया । अक्टूबर, 1939 से अंग्रेजी और हिंदुस्तानी और बंगला के अलावा तमिल, तेलुगु, गुजराती, मराठी और पश्तो में भी समाचार बुलेटिन प्रसारित होने लगे ।

8.3.4 रेडियो प्रसारण की लोकप्रियता में वृद्धि

सन् 1941 में ऑल इंडिया रेडियो को सूचना मंत्रालय के अंतर्गत लाया गया तथा सन् 1943 में उसके कार्यालय अलीपुर रोड से अपने मौजुदा मुख्यालय ब्रॉडकास्टिंग हाउस में आ गए । इससे पहले द्वितीय विश्व युद्ध के कारण लोगों को नई जानकारी देने के लिए रेडियो की उपयोगिता महसूस होने लगी । सन् 1938 -39 के दौरान रेडियो सेटों की संख्या एक लाख 40 हजार तक पहुँच गई । इसके बाद आकाशवाणी के विकास एवं विस्तार की अनेक योजनाएं बनी किंतु सन् 1942 के भारत छोड़ो आन्दोलन के कारण ये योजनाएं खटाई में पड़ गई क्योंकि, ब्रिटिश शासको का ध्यान आंदोलन को कुचलने में लग गया । उन्हें यह भी लगने लगा कि अब उनके लिए भारत में अधिक समय तक टिके रहना कठिन है, अत: आकाशवाणी के विस्तार में उनकी रुचि कम हो गई ।

बोध प्रश्न-1

1. भारत में रेडियो का महत्व अन्य जनसंचार माध्यमों से 'अधिक क्यों है?

   ....

   ....

2. भारत में रेडियो का नियमित प्रसारण कब और किस रूप में हुआ?

   ....

   ....

3. द्वितीय विश्व युद्ध में रेडियो के. लोकप्रिय होने के क्या कारण थे?

   ....

   ....

8.4 स्वतंत्र भारत में रेडियो

15 अगस्त, 1947 को भारत की स्वतंत्रता के समय आकाशवाणी यद्यपि बाल्यावस्था में था, किंतु स्वाधीनता के उत्साह एवं उत्सव में उसने महत्वपूर्ण भागीदारी की । 14 अगस्त की रात को सत्ता के हस्तांतरण के विवरण और पंडित जवाहर लाल नेहरु के ऐतिहासिक उद्बोधन "ए ट्रिस्ट विद दि डेस्टिनी' को आकाशवाणी ने असंख्य लोगों तक पहुंचाया । स्वतंत्रता के समय भारत में कुल । 14 केन्द्र थे जिनमें से 5 केन्द्र देसी रियासतों में तथा 9 ऑल इंडिया रेडियो के केन्द्र थे । ऑल इंडिया रेडियो में तब तक समाचार सेवा, विदेश प्रसारण अनुसंधान विभाग, संगीत विभाग तथा एक दूसरे स्टेशन तक रिले करने और रिकॉर्ड करने की प्रणाली जैसी सेवाएं विकसित हो चुकी थीं । विभाजन के कारण तीन रेडियो स्टेशन-लाहौर, पेशावर और ढाका पाकिस्तान में चले जाने के बाद भारत में केवल 6 केन्द्र रह गए । इसके अलावा देसी रियासतों के सभी 5 स्टेशन मैसूर, बड़ौदा, हैदराबाद, औरंगाबाद और त्रिवेन्द्रम भारत के हिस्से में आए ।

द्वितीय विश्व युद्ध और स्वतंत्रता प्राप्ति के समय रेडियो के महत्वपूर्ण योगदान को ध्यान में रखते हुए भारत की अंतरिम सरकार ने प्रारंभ से ही रेडियो विस्तार को प्राथमिकता दी । स्वतंत्रता प्राप्ति के तीन महीने के भीतर नवम्बर में ही पंजाब में जालंधर स्टेशन प्रारंभ हो गया । सन् 1948 में 26 जनवरी से 16 दिसम्बर के बीच 5 नए केन्द्र खोले गए और 2 रियासतों के केन्द्रों का ऑल इंडिया रेडियो में विलय किया गया । इस प्रकार 7 नए नए आकाशवाणी के प्रसारण नेटवर्क से जुड़ गए । उसी वर्ष न्यूज सर्विसेज डिवीजन (समाचार सेवा प्रभाग) तथा एक्सटर्नल सर्विसेज डिवीजन (विदेश सेवा प्रभाग) अलग- अलग काम करने लगे । नए स्टेशन खोलने का सिलसिला इसके बाद भी चलता रहा । इसी के अनुरूप रेडियो के श्रोताओं की संख्या बढ़ती गई । सन् 1950 तक रेडियो लाइसेंसों की संख्या साढ़े पाँच लाख हो गई ।

8.4.1 विस्तार का सिलसिला

सन् 1950 में डॉ. बी.बी. केसकर के सूचना और प्रसारण मंत्री बन जाने पर आकाशवाणी के केन्द्रों के विस्तार तथा कार्यक्रमों की विविधता लाने की गति तेज हो गई । डॉ. केन्द्रों 10 वर्ष तक मंत्री रहे और उनके कार्यकाल में आकाशवाणी एक पूर्ण विकसित राष्ट्रीय प्रसारण संगठन का रूप लेने में सफल हो गया । नए केन्द्र खोलने के साथ- साथ प्रमुख केन्द्रों की प्रसारण क्षमता और क्षेत्र कवरेज बढ़ाने के लिए नए ट्रांसमीटर लगाए गए । संगीत को लोकप्रिय बनाने के लिए वाद्यवृंद की स्थापना की गई । अनेक क्षेत्रीय केन्द्रों से प्रादेशिक भाषाओं के समाचार बुलेटिन और वार्ताओं के कार्यक्रम शुरु हुए । विभिन्न केन्द्रों में कार्यक्रमों के आदानप्रदान के लिए ट्रांसक्रिप्शन सेवा का शुभारंभ सन् 1954 में हुआ । 23 अक्टूबर, 1954 को आकाशवाणी का पहला रेडियो संगीत सम्मेलन आयोजित हुआ । यह परंपरा आज तक जारी है । सन् 1955 में सरदार वल्लभ भाई पटेल व्याख्यानमाला शुरु हुई । उसी वर्ष दिसम्बर में न्यूजरील कार्यक्रम की शुरुआत हुई । सन् 1955 के अंत तक रेडियो लाइसेंसों की संख्या 10 लाख को पार कर गई ।

8.4.2 विकास में रेडियो की भूमिका

नियोजित विकास की पद्धति अपनाने से विकास कार्यो में जनता की भागीदारी बढ़ाने के लिए रेडियो का महत्व और बढ़ गया । सामुदायिक विकास का रास्ता चुनने के बाद अनपढ़ जनता को विकास कार्यो के साथ जोड़ने का काम केवल रेडियो के जरिए ही संभव था, क्योंकि शिक्षा का व्यापक प्रसार न होने के कारण आम लोग पत्र-पत्रिकाएं नहीं पढ़ सकते थे और वैसे भी अखबार बहुत कम थे । इस दायित्व का रेडियो ने बखूबी निभाया । प्रथम पंचवर्षीय योजना में जहां एक ओर नए स्टेशन शुरु करने और ट्रांसमीटर लगाने पर बल दिया गया, वहीं आर्थिक प्रगति का संदेश जन-जन तक पहुंचाने की दिशा में कदम बढ़ाए गए । ग्रामीण लोगों के लिए विशेष कार्यक्रम प्रसारित किए जाने लगे । लगभग सभी केंद्रों से स्थानीय भाषाओं में आधे- आधे घंटें के ग्रामीण कार्यक्रम प्रसारित करने की परंपरा बन गई, जो आज तक कायम है ।

इस दौरान एक और क्रांतिकारी पहल यह हुई कि गांवों में सामुदायिक रेडियो सेट उपलब्ध कराए गए ताकि जिन लोगों के पास रेडियो सेट नही थे वे किसी एक स्थान एकत्र होकर रेडियो सुन सके ।

8.4.3 आकाशवाणी

भारत के प्रसारण इतिहास में 3 अक्टूबर, 1957 के दिन का विशेष महत्व है जब ऑल इंडिया रेडियो ने भारतीय नाम 'आकाशवाणी' अपनाया । यह नाम मैसूर रियासत के रेडियो संगठन से लिया गया जो आकाशवाणी के नाम से कार्यक्रम प्रसारित कर रहा था । इसके बाद अंग्रेजी कार्यक्रमों तथा विदेश प्रसारण में ऑल इंडिया रेडियो नाम प्रयोग किया जाता रहा तथा हिंदी और अन्य भारतीय भाषाओं के स्वदेशी प्रसारणों में आकाशवाणी नाम प्रयोग किया जाने लगा । 'आकाशवाणी' शब्द सरल तथा भारतीय वांगमय में पहले से प्रचलित होने के कारण बहुत जल्दी लोकप्रिय हो गया । आकाशवाणी तथा ऑल इंडिया रेडियो दोनों ही प्रसारण संगठन के अधिकृत नाम है।

8.4.4 मौजूदा नेटवर्क

आजादी के समय देश में रेडियो के केवल 6 केन्द्र और 18 ट्रांसमीटर थे । इसकी पहुँच 18 प्रतिशत आबादी तथा 2.5 प्रतिशत क्षेत्र तक सीमित थी । इस समय 225 आकाशवाणी केन्द्रों और 361 ट्रांसमीटरों की मदद से आकाशवाणी के कार्यक्रम 99 प्रतिशत से अधिक जनसंख्या द्वारा देश के लगभग 91 प्रतिशत भूभाग में सुने जा सकते हैं । यहाँ यह भी उल्लेखनीय है कि रेडियो प्रसारण को आम लोगों तक सर्व सुलभ बनाने के लिए सन् 1985 में लाइसेंस शुल्क पूरी तरह समाप्त कर दिया । आकाशवाणी तथा निजी कंपनियों द्वारा नए-नए एफ.एम. ट्रांसमीटर लगाए जा रहे हैं जिससे एफ.एम. कार्यक्रमों की पहुँच भी तेजी से बढ़ रही है ।

बोध प्रश्न-2

1. स्वतंत्रता के समय भारत में कितने रेडियो स्टेशन थे?

....

....

2. ऑल इंडिया रेडियो कब आकाशवाणी बना? नया नाम कहां से लिया गया?

....

....

3. आजादी के बाद सरकार ने प्रसारण तंत्र के विस्तार पर क्यों विशेष ध्यान दिया?

....

....

8.5 रेडियो समाचार प्रसारण

सच तो यह है कि भारत में रेडियो प्रसारण की शुरूआत ही समाचार प्रसारित करने के उद्देश्य से हुई। पहला समाचार बुलेटिन 23 जुलाई, 1927 को मुम्बई से प्राइवेट रेडियो स्टेशन से

प्रसारित हुआ । हालांकि रेडियो की अलग समाचार शाखा सन् 1927 में अस्तित्व में आई और 26 अगस्त को दूसरा बुलेटिन बंगला में कोलकाता से शुरु। हुआ । सन् 1935 तक मुम्बई से अंग्रेजी और हिंदुस्तानी में एक-एक बुलेटिन और कलकत्ता से बंगाली में एक बुलेटिन प्रसारित होता रहा । दिल्ली केन्द्र से समाचार बुलेटिनों का प्रसारण अंग्रेजी और हिंदुस्तानी में जनवरी, 1936 में शुरु, हुआ । बाद में समाचार तथा सामयिक विषयों के कार्यक्रमों के निर्माण, समन्वय एवं प्रसारण के लिए समाचार सेवा प्रभाग बनाया गया । धीरे-धीरे भारतीय, भाषाओं, कुछ बोलियों और प्रमुख विदेशी भाषाओं, में भी समाचार प्रसारित होने लगे । इस समय (2006 तक) समाचार सेवा प्रभाग प्रतिदिन 52 घंटे से अधिक अवधि के 509 समाचार बुलेटिन 82 भाषाओं/बोलियों में प्रसारित कर रहा है। इनमें विदेश सेवा के अंतर्गत 26 भाषाओं में 8 घंटे 57 मिनट अवधि के 65 बुलेटिन शामिल हैं। स्वदेशी श्रोताओं के लिए हर घंटे समाचार बुलेटिन के अलावा एफ.एम. चैनल पर भी 24 संक्षिप्त समाचार बुलेटिन प्रसारित किए जाते हैं। समाचार एकत्र करने के लिए भारत भर में आकाशवाणी के 100 से अधिक नियमित तथा 400 से अधिक अंशकालिक संवाददाता नियुक्त हैं। 5 संवाददाता विदेशों में रखे हुए हैं। आकाशवाणी के प्राइमरी चैनल पर चौबीसों घंटे समाचार उपलब्ध हैं ।

इन नियमित समाचार बुलेटिनों के अलावा खेल समाचार, युवा समाचार, संसद के अधिवेशन के दिनों में संसद समाचार और क्षेत्रीय इकाइयों द्वारा विधान मंडल समाचार प्रसारित किए जाते हैं । दिल्ली से 10 मिनट का प्रादेशिक समाचार प्रसारित होता है जिसमें राजधानी की स्थानीय खबरों को प्रमुखता दी जाती है ।

8.5.1 क्षेत्रीय समाचार

क्षेत्रीय भाषाओं में बुलेटिनों का प्रसारण सन् 1950 के दशक में ही शुरु। हो गया था। सबरने पहले भाषायी क्षेत्रीय बुलेटिन अप्रैल, 1953 में लखनऊ और नागपुर से प्रसारित हुए । सन् 1954 -55 में मुम्बई, मद्रास और कलकत्ता से इनका प्रसारण आरंभ हुआ । इस समय 45 क्षेत्रीय समाचार इकाइयाँ समाचार बुलेटिन तथा समाचार आधारित कार्यक्रम प्रसारित कर रही हैं । यहां से 66 भाषाओं / बोलियों में 23 घंटे 39 मिनट अवधि के 220 समाचार बुलेटिन प्रसारित किए जा रहे हैं । इनमें कुछ क्षेत्रीय इकाइयों द्वारा प्रसारित 7 विदेशी बुलेटिन भी शामिल हैं । कुछ इकाइयाँ स्थानीय प्रमुख बोलियों में साप्ताहिक बुलेटिन प्रसारित करती है । दिल्ली से क्षेत्रीय भाषाओं में राष्ट्रीय बुलेटिन प्रसारित किए जाते हैं । पहले यह 17 भाषाओं में होते थे लेकिन 2005 में तीन भाषाओं तेलुगु, कन्नड और सिंधी में बुलेटिन क्षेत्रीय समाचार इकाइयों में स्थानांतरित कर दिए गए । कुछ अन्य भाषायी बुलेटिन भी दिल्ली से संबंधित क्षेत्रीय इकाइयों को स्थानान्तरित करने का प्रस्ताव है ।

8.5.2 नया स्वरूप

सूचना टेक्नोलॉजी की संभावनाओं का लाभ उठाने और समाचार प्रस्तुती को समय की माँग के अनुरूप नया रूप देने के लिए समाचार सेवा प्रभाग ने अपने प्रमुख बुलेटिन में न्यू फॉर्मेट विधि लागू की । इससे पहले समाचार सपाट रूप से वाचक द्वारा पढ़े जाते थे । जनवरी, 1998 में लागू न्यू फॉर्मेट के अंतर्गत बुलेटिनों में विशेषज्ञों तथा समाचार से संबंधित लोगों की आवाज यानी साउंड बाइट और कुछ खास समाचारों पर संवाददाता की आवाज यानी वायसकास्ट शामिल किए जाने लगे । बुलेटिनों के प्रारंभ, अंत और बीच-बीच में संगीत का समावेश किया गया । इसके अलावा आधे - आधे घंटे के बुलेटिनों में विशेषज्ञों से लाइव बातचीत फोन-इन, विशेष फीचर, समाचारपत्रों की सुर्खियां जैसे नए अंश जोड़कर बुलेटिनों को रोचक और विविधतापूर्ण बनाया गया है ।

8.5.4 नई दिशाएं

एफ.एम. चैनल शुरु होने पर एफ.एम. गोल्ड और एफ.एम. रेनबो पर भी समाचारों का प्रसारण शुरु किया गया । इस समय एफ.एम. रेनबो पर हर घंटे मुख्य समाचार सुनाए जाते हैं जबकि एफ.एम. गोल्ड पर आधे- आधे घंटे के तीन बुलेटिन हिंदी में और दो बुलेटिन अंग्रेजी में प्रसारित होते हैं । साथ ही हर घंटे 5 - 5 मिनट के बुलेटिन हिंदी और अंग्रेजी में प्रसारित किए जाते हैं । एफ.एम. गोल्ड पर 15 मिनट का स्पोर्टस्कैन तथा इतनी ही अवधि का कार्यक्रम मार्केट मंत्र प्रसारित होता है, जिसमें खेल समाचारों के साथ-साथ उनका विश्लेषण, विशेषज्ञों से बातचीत और श्रोताओं के प्रश्नों के उत्तर दिए जाते हैं । इसी तरह 15 मिनट के मार्केट मंत्र कार्यक्रम में शेयर बाजार तथा अन्य आर्थिक मुद्दों के समाचार और उनका विश्लेषण प्रस्तुत किया जाता है । सार्क देशों के लिए प्रत्येक शनिवार और साप्ताहिक सार्क समाचार बुलेटिन भी प्रसारित किया जाता है । लोकसभा और विधानसभा के चुनावों तथा बजट आदि जैसे महत्वपूर्ण अवसरों पर विशेष बुलेटिन प्रसारित किए जाते हैं । कुछ क्षेत्रीय केंद्रों द्वारा 3भी एफ.एम. रेनबो पर समाचार प्रसारित किए जाते हैं ।

8.5.3 फोन समाचार एवं इंटरनेट

जो लोग रेडियो नहीं सुन पाते, उन्हें टेलीफोन पर समाचार जानने की सुविधा प्रदान करने के लिए 25 फरवरी, 1998 से न्यूज ऑन फोन सेवा शुरु की गई । इसके अंर्तगत विशेष नंबर घुमाकर श्रोता हिंदी और अंग्रेजी में उस समय तक के ताजा समाचार अपने फोन पर सुन सकते हैं । पहले यह सेवा दिल्ली में शुरु की गई लेकिन अब अनेक क्षेत्रीय केन्द्रों में भी क्षेत्रीय भाषाओं में न्यूज ऑन फोन, (एन.ओ.पी) सेवा उपलब्ध हो गई है । आकाशवाणी के प्रमुख समाचार लिखित और श्रव्य रूप में इंटरनेट पर भी उपलब्ध है । आकाशवाणी समाचार की वेबसाइट है - www.newsonair.com अनेक समाचार बुलेटिन डी.टी.एच. सेवा पर भी उपलब्ध

हैं । आकाशवाणी समाचार सेवा का समाचार कक्ष, स्टुडियो और अन्य इकाइयाँ नए समाचार भवन में चली गई है जहां सारी प्रक्रियाएं कम्प्यूटर चालित हैं । इस प्रकार समाचार सेवा प्रभाग आधुनिकतम टेक्नोलॉजी को अंगीकार करके नई दिशाओं में अग्रसर है ।

8.6 आकाशवाणी के अंग

आकाशवाणी एक व्यापक प्रसारण तंत्र है जो मनोरंजन के साथ-साथ समाज में जागृति लाने तथा उन्हें परिवर्तन के लिए तैयार करने का दायित्व भी निभाता है । इसे पब्लिक ब्रॉडकास्टर यानी लोक प्रसारक का दर्जा प्राप्त है । इसकी अनेक भुजाएं हैं जिनकी मदद से यह समाज के निर्धन, सम्पन्न, निरक्षर, साक्षर, महिलाओं, बच्चों आदि सभी वर्गों की रुचि तथा महत्व के कार्यक्रमों का प्रसारण करके अपने उद्देश्य पूरे करता है ।

8.6.1 विदेश सेवा

विदेश सेवा प्रभाग विदेशों में भारत की छवि सुधारने तथा यहां बसे भारतीयों को देश से जोड़े रखने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है । इसकी शुरुआत दूसरे विश्व युद्ध के समय 1 अक्टूबर, 1939 में ही हो गई थी और तब यह समाचार सेवा प्रभाग का हिस्सा था । सन् 1948 में इसे समाचार प्रभाग से अलग कर दिया गया और इसे नया स्वरूप प्रदान किया गया । किंतु इसके लिए समाचार बुलेटिन तैयार करने का दायित्व आज तक समाचार सेवा प्रभाग निभा रहा है । विदेश सेवा प्रभाग से 27 भाषाओं में (16 विदेशी और 11 भारतीय भाषाएं) लगभग 72 घंटे की अवधि के कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं । इन कार्यक्रमों के जरिए विदेशी श्रोताओं को भारतीय जन-जीवन के विभिन्न पहलुओं की जानकारी दी जाती है और विश्व घटनाओं पर भारत का दृष्टिकोण प्रस्तुत किया जाता है । प्रतिदिन 12 घंटे की उर्दू सर्विस पाकिस्तान के लिए है । 5 घंटे 15 मिनट की हिंदी सेवा 67 देशों में रहने वाले भारतीयों तक पहुंचती है ।

विदेशी भाषाएं हैं- अरबी, बलूची, बर्मी, चीनी, दरी, फ्रेंच, इंडोनेशियन, नेपाली, फारसी, पश्तो, रूसी, सिंहली, स्वाहिली, थाई तिब्बती और अंग्रेजी । प्रसारण में एक संयोजित, प्रतिमान का पालन किया जाता है, जिसमें सरकार, बुलेटिन, टिप्पणियाँ, सामयिक घटनाएँ और भारतीय प्रेस की समीक्षा होती है ।

8.6.2 विज्ञापन प्रसारण सेवा

देश भर में मनोरंजन प्रधान हिंदी कार्यक्रम उपलब्ध कराने के उद्देश्य से द्वितीय योजना में विविध भारती सेवा प्रारंभ की गई । इसमें मुख्यतया फिल्मी गीत तथा अन्य तरह के हल्के-फुल्के प्रोग्राम प्रस्तुत किए जाते हैं । श्रोताओं की भागीदारी के कारण यह सेवा अत्यंत लोकप्रिय है । इस चैनल पर मुख्य राष्ट्रीय समाचार बुलेटिन भी प्रसारित होते हैं । हिंदी के प्रसार में विविध भारती सेवा का काफी योगदान रहा

है । विविध भारती की विज्ञापन प्रसारण सेवा 1 नवम्बर,1967 से प्रारंभ की गई । बाद में प्राइमरी चैनलों से भी विज्ञापन प्रसारित होने लगे । एफ.एम. चैनल और क्षेत्रीय केन्द्रों से भी विज्ञापन प्रसारित किए जाते हैं । राष्ट्रीय चैनल से भी राजस्व की प्राप्ति होने लगी है । 2005 - 06 में आकाशवाणी ने 288.30 करोड़ रूपये का राजस्व अर्जित किया । आकाशवाणी विज्ञापन स्वीकार करते हुए निर्धारित आधार-संहिता का पूरा ध्यान रखता है ।

8.6.3 युववाणी

देश के युवाओं में चेतना लाने तथा उन्हें राष्ट्र की मुख्यधारा से जोडे रखने के विचार से 23 जुलाई, 1969 को आकाशवाणी के दिल्ली केन्द्र से एक नई सेवा युववाणी यानी, युवाओं की आवाज शुरु। की गई । इसके लिए अलग चैनल दिल्ली 'डी' की स्थापना की गई । बाद में यह सेवा कई अन्य केन्द्रों से भी प्रसारित की जाने लगी । इस चैनल की विशेषता यह है कि इसमें जहां तक संभव हो, केवल युवक-युवतियों द्वारा प्रस्तुत कार्यक्रम ही प्रसारित किए जाते हैं । इनमें संख्या कॉलेजों एवं विश्वविद्यालयों के छात्र- छात्राओं की होती हैं । इस चैनल से भारतीय और पश्चिमी संगीत के अलावा समसामयिक विषयों पर चर्चाएं तथा अन्य युवकोचित कार्यक्रम प्रस्तुत किए जाते हैं । एफ.एम. चैनल शुरु होने के बाद युववाणी की चमक कुछ कम हो गई है ।

8.6.4 राष्ट्रीय चैनल

भारत भर में एक साथ एक ही चैनल के प्रसारण उपलब्ध कराना राष्ट्रीय चैनल का मुख्य उद्देश्य है । यह चैनल 18 मई, 1988 से शुरु हुआ । ये सेवा केवल रात्रि के समय यानि शाम 6.50 बजे से सुबह 6.10 के बीच देश के 64 प्रतिशत क्षेत्र और लगभग 76 प्रतिशत जनसंख्या के लिए उपलब्ध है । इसके कार्यक्रम में ज्ञान तथा मनोरंजन का संतुलन होता है । इन कार्यक्रमों से सांस्कृतिक विविधता तथा भारतीय: जीवन मूल्यों को अभिव्यक्त करने का प्रयास किया जाता है । इस चैनल पर बारी-बारी से हिंदी और अंग्रेजी में समाचार भी प्रसारित किए जाते हैं । इस चैनल पर साहित्यिक कार्यक्रमों को भी पर्याप्त महत्व दिया जाता है । श्रोताओं की भागीदारी बढ़ाने के लिए उनके अनुरोध और पात्रों को शामिल करने पर विशेष जोर दिया जाता है ।

8.7 आकाशवाणी के विविध कार्यक्रम

आकाशवाणी मनोरंजन, सूचना और शिक्षण के अपने बुनियादी उद्देश्यों की पूर्ति के लिए विभिन्न वर्गों की रुचि के लिए तरह-तरह के कार्यक्रम प्रसारित करता है । इनमें गंभीर श्रोताओं की रुचि का भी ध्यान रखा जाता है और सामान्य श्रोताओं का भी बदलते समय के अनुरूप कार्यक्रमों में परिवर्तन और संशोधन भी किया जाता है । समय-समय पर नए कार्यक्रम भी अपनाए जाते हैं । ये कार्यक्रम ही आकाशवाणी की पहचान हैं । टी.वी. चैनलों द्वारा परोसे जा रहे सनसनी, उत्तेजक एवं सस्ता मनोरंजन करने वाले कार्यक्रमों के आक्रमण के बीच आकाशवाणी ने अपने कार्यक्रमों की गंभीरता और उच्च गुणवत्ता पर आँच नहीं आने दी है ।

8.7.1 संगीत

आकशवाणी के प्रारंभिक दौर में संगीत की विशेष महत्व नहीं दिया गया किंतु स्वतंत्रता के बाद, विशेषकर श्री केसकर के सूचना एवं प्रसारण मंत्री बनने के बाद भारतीय शास्त्रीय संगीत को पुनर्जीवित करने तथा उसे लोकप्रियता एवं प्रतिष्ठा दिलाने में रेडियो की उल्लेखनीय भूमिका रही है ।

आकाशवाणी से सप्ताह में दो बार संगीत के अखिल भारतीय कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं । एक-एक घंटे के ये कार्यक्रम सभी प्रमुख केंद्रों से रिले किए जाते हैं । इन्हें प्राइमरी चैनल के साथ-साथ एफ.एम.गोल्ड पर भी सुना जा सकता है । इसके अलावा आकाशवाणी आमंत्रित श्रोताओं की उपस्थिति में वार्षिक रेडियो संगीत सम्मेलन आयोजित करता है, जिनमें चोटी के संगीतकार गायन तथा वाद्य संगीत प्रस्तुत करते हैं । इन कार्यक्रमों की रिकॉर्डिंग देशभर में प्रसारित की जाती है । आकाशवाणी के कुल प्रसारण समय से 40 प्रतिशत समय में शास्त्रीय, सुगम, लोक तथा फिल्म संगीत तथा क्षेत्रीय भाषाओं का संगीत प्रसारित किया जाता है । आकाशवाणी के पास संगीत का अकूत खजाना मौजूद है । संगीत की डिजिटल लाइब्रेरी में लगभग 6000 घंटों की संगीत रिकॉर्डिंग उपलब्ध है । आकाशवाणी इस खजाने को एलबम के रूप में संगीत प्रेमियों को उपलब्ध करा रहा है । अब तक शास्त्रीय संगीत के 35 एलबम जारी हो चुके हैं ।

8.7.2 नाटक और रूपक

संगीत की भांति नाटकों तथा रूपकों के भी अखिल भारतीय कार्यक्रम प्रस्तुत किए जाते हैं । आकाशवाणी के 80 से भी अधिक केंद्र विभिन्न भाषाओं में नाटक प्रसारित करते हैं । 10 भाषाओं में अखिल भारतीय नाटक लेखन प्रतियोगिता आयोजित की जाती है । सभी पुरस्कृत नाटकों का हिंदी अनुवाद कराकर उन्हें अन्य केंद्रों को क्षेत्रीय भाषाओं में अनुवाद के लिए भेजा जाता है । इन सभी रूपांतरों का संबंधित केंद्रों से प्रसारण किया जाता है । हर महीने के चौथे बृहस्पतिवार को रूपकों का अखिल भारतीय कार्यक्रम प्रसारित होता है । इसमें क्षेत्रीय भाषाओं में सम्बद्ध केंद्रों द्वारा रूपकों का प्रसारण होता है । अब आकाशवाणी से सीरियल भी प्रसारित किए जा रहे हैं । इसके विज्ञान फीचर बहुत लोकप्रिय हुए हैं ।

8.7.3 स्वास्थ्य और परिवार कल्याण

जैसा कि पहले आप पढ़ चुके हैं कि विकास तथा जन कल्याण के कार्यक्रमों की जानकारी आम लोगों तक पहुँचाने में रेडियो ने उपयोगी भूमिका निभाई है । छोटे परिवार का संदेश और लोकप्रिय बनाने के लिए आकाशवाणी के देश भर में फैले 215 केंद्रों से सभी भाषाओं और बोलियों में परिवार कल्याण कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं । 22 केंद्रों में परिवार कल्याण के विशेष एकांश काम कर रहे हैं । इन विषयों पर हर महीने 11, 000 मिनट से अधिक अवधि के 8500 कार्यक्रम प्रस्तुत किए जाते

हैं । प्रत्येक केंद्र से सप्ताह में एक बार 15 मिनट का कार्यक्रम स्वास्थय मंच प्रसारित किया जाता है । इन कार्यक्रमों में शिक्षा, परिवार कल्याण तथा आंत्रशोध, पेचिश और पोलियो जैसे रोगों के इलाज एवं रोकथाम से संबंधित जानकारी दी जाती है । डॉक्टर तथा विभिन्न विकारों से पीड़ित व्यक्तियों से भेंटवार्ता पर आधारित कार्यक्रम काफी प्रभावकारी सिद्ध हुए हैं । एड्स जैसी घातक बीमारियों के बारे में धारावाहिक कार्यक्रम भी प्रसारित किए जाते हैं । स्थानीय केंद्रों से भी स्वास्थ्य तथा परिवार कल्याण के विविध कार्यक्रम प्रसारित होते हैं । सर्वश्रेष्ठ परिवार कल्याण कार्यक्रम पर वार्षिक आकाशवाणी पुरस्कार दिया जाता है ।

8.7.4 कृषि एवं ग्रामीण विकास

कृषि तथा उससे संबन्धित विषयों पर नवीनतम जानकारी ग्रामीण जनता तक पहुंचाने के लिए आकाशवाणी लगभग सभी केंद्रों से "फार्म एंड होम' कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं । इसके लिए हर केंद्र में कृषि एवं गृह एकांश स्थापित किए गए हैं । प्रत्येक केंद्र में प्रसारित 60 से 100 मिनट की अवधि के इन कार्यक्रमों में कृषि की नई तकनीक पर सूचना देने के साथ-साथ पर्यावरण, सामाजिक, वानिकी, सिंचाई, गरीबी उन्मूलन की योजनाओं, स्वास्थ्य, स्वच्छता, साक्षरता जैसे विषयों पर भी प्रकाश डाला जाता है । इन कार्यक्रमों में ग्रामीण विकास, पंचायती राज की भूमिका तथा गांवों की महिलाओं की दशा सुधारने पर भी जोर दिया जाता है । कार्यक्रमों को रोचक बनाने के लिए इनमें गीत-संगीत और हास्य व्यंग्य का पुट भी रहता है ।

8.7.5 विशेष श्रोता कार्यक्रम

आकाशवाणी विशेष क्षेत्र वर्गो के लिए भी कार्यक्रम प्रसारित करता है जिनमें इन वर्गो की रुचि तथा आवश्यकताओं को ध्यान में रखा जाता है । इनमें महिलाएं, श्रमिक, किसान, बच्चे आदि वर्ग शामिल हैं । महिलाओं के लिए दिन के समय कार्यक्रम दिए जाते है क्योंकि उस समय गृहणियां घर के कामकाज से मुक्त हो जाती है । इन कार्यक्रमों में महिला श्रोताओं की खुद की भागीदारी पर ज्यादा जोर दिया जाता है। ऐसे कार्यक्रमों में व्यंजन बनाने से लेकर महिला समस्या पर गंभीर परिचर्चा जैसी विधाएँ सम्मिलित रहती हैं ।

श्रमिकों के लिए प्रस्तुत कार्यक्रमों में औद्योगिक कानूनों, न्यूनतम वेतन तथा सुरक्षा जैसे पहलुओं की चर्चा रहती है । किसानों, बच्चों तथा अन्य वर्गों के लिए भी इसी प्रकार के कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं । श्रोताओं की भागीदारी इन कार्यक्रमों की मुख्य विशेषता है ।

8.7.6 खेलकूद

खेल प्रतियोगिताओं को लोकप्रिय बनाने में रेडियो - टी.वी. का बहुत बड़ा हाथ है । आकाशवाणी से विभिन्न राष्ट्रीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय खेल प्रतियोगिताओं का आंखों देखा

हाल सुनाने के अलावा खेलों पर अन्य कार्यक्रम भी प्रसारित किए जाते हैं । एक खेल समाचार बुलेटिन भी प्रसारित किया जाता है । युववाणी पर खेल कार्यक्रमों को प्राथमिकता दी जाती है । समय-समय पर खिलाड़ियों की भेंट वार्ताएं भी प्रसारित की जाती हैं जिससे नई पीढ़ी उनसे प्रेरणा ग्रहण करके खेलकूद के क्षेत्र में आगे बढ़ सके । जिन प्रतियोगिताओं का आंखों देखा हाल प्रसारित करना संभव नहीं होता उनकी रेडियो रिपोर्ट प्रसारित की जाती है । एफ.एम. गोल्ड पर भी आँखों देखा हाल प्रसारित किया जाता है । इस चैनल पर प्रसारित 15 मिनट का दैनिक, स्पोर्टस्कैन, कार्यक्रम बहुत लोकप्रिय है ।

8.7.7 चुनाव प्रसारण

लोकतंत्र में लोकसभा तथा विधानसभा चुनावों का आधारभूत स्थान है । जून, 1977 से विभिन्न राजनीतिक दलों को चुनावों के दौरान देश के लोगों के सामने अपनी बात रखने का अवसर देने के लिए चुनाव प्रसारण योजना प्रारंभ की गई । चुनाव प्रसारण चुनाव आयोग की देखरेख में होता है । लोकसभा चुनाव के लिए राष्ट्रीय स्तर पर और. विधानसभा चुनावों के लिए संबंधित क्षेत्रीय केन्द्र से चुनाव प्रसारण की व्यवस्था है । प्रसारण की अवधि तथा तिथियों चुनाव आयोग द्वारा किया जाता है । इसके अलावा विशेष अवसरों पर राष्ट्रपति तथा प्रधानमंत्री राष्ट्रीय स्तर पर और राज्यपाल एवं मुख्यमंत्री क्षेत्रीय केन्द्रों से अपना संदेश प्रसारित कर सकते हैं ।

8.7.8 साहित्यिक प्रसारण

आकाशवाणी प्रारंभ से ही संगीत की तरह साहित्य के प्रसारण पर विशेष ध्यान देता रहा है । दिल्ली तथा अन्य प्रमुख केन्द्रों से साहित्यिक विधाओं, साहित्यकारों और साहित्यिक गतिविधियों पर गंभीर और रोचक कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं । काव्य गोष्ठियां और कवियों, लेखकों से भेंट वार्ताएं भी समय-समय पर प्रसारित की जाती हैं । हर वर्ष गणतंत्र दिवस की पूर्व संध्या पर सर्वभाषा कवि सम्मेलन आयोजित किया जाता है जिसमें विभिन्न भारतीय भाषाओं के कवियों की रचनाएं और उनके हिंदी रूपांतरण पढ़े जाते हैं । इसकी रिकॉर्डिंग सभी केन्द्रों से रिले की जाती है । प्रमुख कहानियों और उपन्यासों के नाट्य रूपांतरण भी प्रस्तुत किए जाते हैं । दिल्ली से 'उर्दू मजलिस' कार्यक्रम के जरिए उर्दू के साहित्यिक जगत की गतिविधियों पर प्रकाश डाला जाता है और कविता पाठ प्रस्तुत किया जाता है ।

बोध प्रश्न- 3

1. आकाशवाणी की विज्ञापन प्रसारण सेवा का स्वरूप क्या है?

   ----

2. राष्ट्रीय चैनल कब और क्यों शुरू हुआ?

----

3. आकाशवाणी की 5 प्रमुख सेवाओं के नाम बताइए?

----

4. आकाशवाणी की समाचार सेवा पर अपने विचार लिखिए ।

8.8 आकाशवाणी की विशिष्ट इकाइयां

नियमित प्रसारण को सुचारु बनाने तथा कार्यक्रम तैयार करने में सहायता के लिए आकाशवाणी में अनेक इकाइयां काम कर रही हैं । इन इकाइयों के समर्थन एवं सहयोग के बिना प्रसारण कार्य संभव ही नहीं है । ये इकाइयां प्रसारण तंत्र के उपयोगी अंग के रूप में काम करते हुए कार्यक्रमों की गुणवत्ता तथा स्तर सुधारने में भी सहायक होती हैं ।

8.8.1 संग्रहालय (आर्काइव)

आकाशवाणी का संग्रहालय प्रत्यंकन एवं कार्यक्रम विनिमय सेवा का मुख्य एकांश है । इसे अब डिजिटल रूप दे दिया गया है । इसमें अलग- अलग कार्यक्रमों जिनमें शास्त्रीय, सुगम एवं लोक संगीत शामिल है की 15,000 घंटों की रिकॉर्डिंग उपलब्ध है । यहां महात्मा गांधी, सुभाष चन्द्र बोस तथा अन्य महापुरुषों की आवाज की रिकॉर्डिंग भी उपलब्ध है । देश के राष्ट्रपतियों तथा प्रधानमंत्रियों के भाषणों के टेप भी संगहित किए जाते हैं । लगभग 10,000 एनलॉग टेप भी यहां मौजूद हैं । कार्यक्रम विनिमय एकांश संग्रहालय में मौजूद कार्यक्रमों का आदान - प्रदान करता है । विदेशों से कार्यक्रम मंगवाने तथा उन्हें अपने कार्यक्रमों की रिकॉर्डिंग भेजने के काम में समन्वय करना भी इसी एकांश का दायित्व है । देश के अन्य केंद्रों को टेप भेजने का काम भी यही एकांश देखता है ।

8.8.2 श्रोता अनुसंधान एकांश

श्रोता अनुसंधान एकांश सर्वेक्षणों तथा अध्ययनों के आधार पर आकाशवाणी के विभिन्न कार्यक्रमों के संबंध में श्रोताओं की प्रतिक्रिया प्राप्त करता है और कार्यक्रमों को बेहतर बनाने के लिए दिशा-निर्देश तैयार करता है । दूरदर्शन के कार्यक्रमों की रेटिंग भी इसी एकांश द्वारा तय की जाती है । इन सर्वेक्षणों से विभिन्न कार्यक्रमों की लोकप्रियता का पता चलता है जिससे उनके प्रसारण समय पर विज्ञापनों की दरें तय करने में भी सहायता मिलती है ।

8.8.3 एफ.एम.चैनल

एफ.एम. यानी फ्रीक्वेंसी मॉडयूल प्रसारण की बेहतर तकनीक है, जिसमें ध्वनि का प्रेषक अधिक स्पष्ट होता है, यह सेवा प्रारंभ में निजी कार्यक्रम निर्माताओं के माध्यम

से शुरु की गई और बहुत जल्दी ही युवक, युवतियों में लोकप्रिय हो गई । यह चैनल मनोरंजन प्रधान है और श्रोताओं की भागीदारी के कारण इसके कार्यक्रम बहुत पंसद किए जाते हैं । टेलीविजन के आगमन के कारण शहरों. में आकाशवाणी की खोई हुई लोकप्रियता को बहाल करने में एफ.एम. चैनल का भी हाथ रहा है । सन् 1998 में निजी निर्माताओं से करार समाप्त होने के बाद आकाशवाणी विभागीय तौर पर इसके कार्यक्रम प्रसारित कर रहा है । अब सरकार ने कुछ और नगरों में एफ.एम. सेवा शुरू करने की घोषणा की है और ये केन्द्र निजी कंपनियों द्वारा संचालित किए जाएंगे। यह भारत में रेडियो के निजीकरण की दिशा में उल्लेखनीय कदम है । स्वयंसेवी संगठनों और विश्वविद्यालयों को स्थानीय एफ.एम. स्टेशन चलाने की अनुमति दी जा रही है, परंतु एफ.एम. चैनलों को समाचार प्रसारण की अनुमति नही है ।

8.8.4 वार्षिक पुरस्कार

आकाशवाणी वार्षिक पुरस्कार सन् 1974 में आरंभ किए गए । इसके अंतर्गत रेडियो डॉक्यूमेंट्री, नाटक, परिवार कल्याण कार्यक्रम, युवावाणी, सर्वोत्तम संवाददाता तथा तकनीकी श्रेष्ठता के लिए पुरस्कार दिये जाते हैं । आकाशवाणी के कार्यक्रमों की गुणवत्ता बढ़ाने के लिए हर वर्ष श्रेष्ठ कार्यक्रमों और इकाइयों को पुरस्कृत किया जाता है। 2005 वर्ष से सर्वश्रेष्ठ समाचार संपादक का वर्ग भी इसमें शामिल किया गया है। गांधीवादी चिंतन तथा लोक सेवा प्रसारण पर भी नए पुरस्कार शुरु किए गए है।

8.9 आकाशवाणी की स्वायत्तता एवं प्रसारण सुधार

आकाशवाणी पर सरकारी नियंत्रण कम करने की मांग लंबे समय से होती रही है । हालांकि सरकारी विभाग के रूप में भी इसने देशवासियों को रचनात्मक और उपयोगी सेवाएँ दी हैं, फिर भी इसके स्वरूप में परिवर्तन लाने के लिए लगातार प्रयास किए जाते रहे हैं । समय-समय पर इसके किए विभिन्न समितियां और आयोग बने ।

8.9.1 चंदा समिति

स्वायत्तता की दिशा में पहला प्रयास सन् 1964 में हुआ जब श्री अशोक के चंदा की अध्यक्षता में एक समिति गठित की गई । समिति ने 18 अप्रैल, 1966 को प्रस्तुत अपनी रिपोर्ट में रेडियो और टेलीविजन को अलग- अलग संगठन बनाने तथा आकाशवाणी को स्वायत्तता देने की उद्देश्य से 219 सिफारिशें की । समिति की मुख्य सिफारिश यह थी कि आर्थिक तथा प्रशासनिक दृष्टि से इन संगठनों पर सरकार का अधिकार बना रह सकता है किंतु रोजमर्रा के काम में सरकार हस्तक्षेप नहीं होना चाहिए । समिति की स्वायत्तता देने की सिफारिशें तो अनदेखी रह गई किंतु सन् 1976 में इन्हें दो अलग महानिदेशालयों में विभक्त कर दिया गया ।

चंदा समिति की अन्य सिफारिशें थी-

1. समिति ने सूचना, शिक्षा, मनोरंजन तथा राष्ट्र निर्माण के क्षेत्र में टेलीविजन की व्यापक संभावनाओं के उपयोग पर बल. देते हुए इसके राष्ट्रव्यापी विकास की आवश्यकता प्रतिपादित की ।
2. समिति का मानना था कि स्वायत्ता के अभाव में रेडियो तथा टेलीविजन जैसे रचनात्मक माध्यम अपने इच्छित उद्देश्यों की पूर्ति करने में सक्षम नही होगें । आकाशवाणी तथा दूरदर्शन के लिए पृथक निगम का सुझाव देते हुए समिति ने कहा कि उन संगठनों की आवश्यकताओं के अनुरूप उनकी स्वयं की नीति, कर्मचारियों की वेतन श्रृंखलाएं तथा सेवा शर्ते हो? ये स्वायत्तशासी निगम अपने रचनात्मक कार्यो के अनुरूप अपनी वित्तीय व्यवस्था बनाएंगे ।
3. समिति ने टेलीविजन को आकाशवाणी से पृथक करने का संरचनात्मक परिवर्तन का महत्वपूर्ण सुझाव दिया, जिसे 1 अप्रैल, 1976 क्रियान्वित किया गया ।
4. समिति ने कर्मचारियों के उचित प्रशिक्षण पर भी बल दिया ।

8.9.2 आकाश भारती

आपातकाल में जनसंचार माध्यमों के दुरूपयोग के विरुद्ध व्यापक जन आक्रोश को देखते हुए सन् 1977 में जनता सरकार ने रेडियो और टेलीविजन को स्वायत्त बनाने का संकल्प प्रकट किया । 1977 में सरकार ने बी.जी. वर्गिस की अध्यक्षता में कार्यदल गठित किया जिसने 24 फरवरी, 1978 को अपनी रिपोर्ट पेश की । इस रिपोर्ट के आधार पर 12 मार्च, 1978 को "आकाश भारती' विधेयक पेश किया गया किंतु वह पारित न हो सका । इसे संशोधित करके कई, सन् 1979 में 'प्रसार भारती' नाम से नया विधेयक लाया गया, किंतु जनता सरकार के गिर जाने के कारण यह विधेयक भी समाप्त हो गया।

28 नवम्बर, 1980 को 14 सदस्यों की जी.पार्थसारथी समिति बनाई गई जिसने दोनो संगठनों के कामकाज में निष्पक्षता लाने और कर्मचारियों के हितों की रक्षा से संबंधित कई सुझाव दिए ।

8.9.3 प्रसार भारती

सन् 1989 में जनता दल के नेतृत्व में मिली-जुली सरकार ने दोबारा प्रसार भारती विधेयक पेश किया जो विपक्ष के अनेक सुझावों को शामिल करने के बाद सन् 1990 में पारित कर दिया गया । किंतु जनता दल सरकार के गिर जाने के कारण यह लागू नहीं हो सका । अगले पांच वर्षों तक कांग्रेस सरकार ने इस विधेयक को लागू करने की अधिसूचना जारी नही की । सन् 1997 में राष्ट्रीय मोर्चे की सरकार ने 23 नवंबर को स्वायत्त प्रसार भारती निगम की स्थापना की ओर वरिष्ठ पत्रकार निखिल चक्रवर्ती की अध्यक्षता में बोर्ड गठित किया । सरकार ने पुराने कानून में कुछ संशोधन करने की लिए अध्यादेश जारी किया । 23 नवम्बर, 1999 में प्रसार भारती निगम विधिवत

रूप में गठित हो गया, किंतु स्वायत्त निगम बन जाने के बावजूद दोनों माध्यमों पर सरकार का वित्तीय नियंत्रण है । बोर्ड अवश्य सक्रिय है किंतु आकाशवाणी और दूरदर्शन के कर्मचारी हैं और वे नौकरशाही के अधीन हैं ।

प्रसार भारती एक्ट, 1990 में चार अध्याय है । प्रथम अध्याय एक्ट में प्रयुक्त परिभाषाओं के विषय में है । दूसरे अध्याय में स्वायत्त कॉरपोरेशन के गठन बोर्ड की रचना, कार्य प्रणाली, कार्य क्षेत्र, कर्मचारियों का स्थानांतरण, उनकी सेवा सुरक्षा आदि की व्यवस्था की गई है । तीसरा अध्याय वित्त व्यवस्था से संबंधित है । चौथे अध्याय मे यह स्पष्ट किया गया है कि सरकार की क्या भूमिका होगी? प्रसार भारती के कार्य क्षेत्र की क्या सीमाएँ होगी और इस पर निगरानी कैसे रखी जाएगी ।

प्रसार भारती एक्ट, 1990 आकाशवाणी और दूरदर्शन को स्वायत्तता देने के लिए लागू किया गया है । यह एक सराहनीय प्रयास है, किंतु इसमें कुछ आशंकाए भी है । इस एक्ट में स्वायत्तता भी है, लेकिन स्वायत्तता से अधिक नियंत्रण की बात कहीं गई है । नियंत्रण के लिए त्रिस्तरीय व्यवस्था की गई है, जो इस प्रकार है- 1 प्रसार भारती बोर्ड ब्रॉडकास्टिंग काउंसिल और 3. संसदीय समिति ।

बोधप्रश्न - 4

1. आकाशवाणी के कुछ प्रमुख विभागों के नाम बताइए?

   ----

2. एफ.एम. चैनल की लोकप्रियता के क्या कारण हैं?

   ----

3. चंदा समिति कब गठित की गई और उसकी मुख्य सिफारिशें क्या थीं?

   ----

4. प्रसार भारती निगम कहां तक स्वायत्त है?

8.10 सारांश

इस इकाई में हमने पढ़ा कि भारत मे रेडियो प्रसारण का महत्वपूर्ण स्थान है । हमने यह भी जाना कि हमारे देश में रेडियो प्रसारण का प्रादुर्भाव निजी कंपनियों के प्रयासो से बहुत छोटे स्तर पर हुआ और स्वतंत्रता के समय तक इसका विकास बहुत धीमा था । हमने जाना कि स्वतंत्रता के बाद रेडियो तंत्र का तेजी से विस्तार हुआ और विभिन्न प्रकार के ज्ञानवर्धक,

मनोरंजक तथा प्रेरक कार्यक्रमों का प्रसारण शुरु किया गया और एफ.एम. चैनल शुरु हो जाने से रेडियो की लोकप्रियता बढ़ गई ओर पढ़े लिखे श्रोता पुन: रेडियो की ओर लौटने लगे । हमने यह भी पढ़ा कि आकाशवाणी को स्वायत्त बनाने के प्रयास समय-समय पर किए गए हैं किंतु आज भी यह व्यावहारिक दृष्टि से सरकार के नियंत्रण में है ।

8.11 संदर्भ ग्रंथ

1. यू.एल. बरुआ, दिस इज ऑल इंडिया रेडियो, प्रकाशन विभाग, सूचना और प्रसारण मंत्रालय नई दिल्ली
2. एच. आर. लूथरा, इंडियन ब्रॉडकास्टिंग, प्रकाशन विभाग, सूचना और प्रसारण मंत्रालय नई दिल्ली
3. मेहरा मसानी, ब्रॉडकास्टिंग एण्ड पीपल, नेशनल बुक ट्रस्ट, नई दिल्ली
4. विलियम एल रिवर्स, मास मीडिया, हार्थर एण्ड टी., न्यूयार्क, नई दिल्ली
5. जी.सी अवस्थी, ब्रॉडकास्टिंग इन इंडिया, एलाइड पब्लिकेशन, नई दिल्ली
6. आर.के. चटर्जी, मास कम्युनिकेशन्स नेशनल बुक ट्रस्ट, नई दिल्ली
7. कौशल शर्मा, रेडियो प्रसारण, प्रतिभा प्रतिष्ठान, नई दिल्ली
8. डॉ. सुरेश यादव, प्रसारण पत्रकारिता, मध्यप्रदेश हिन्दी ग्रंथ अकादमी, भोपाल

8.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. स्वतंत्रता से पूर्व आकाशवाणी के विकास का विवेचन कीजिए ।
2. टेलीविजन की लोकप्रियता के बावजूद भारत में रेडियो का महत्व कम नहीं हु आ इस विचार से आप कहाँ तक सहमत हैं? विस्तार से लिखिए ।
3. आकाशवाणी के कार्यक्षेत्र का ब्यौरा दीजिए ।
4. भारत में रेडियो यदि सरकारी नियंत्रण से मुक्त होता तो उसका अधिक विकास हो सकता था इस कथन का विश्लेषण कीजिए ।
5. आकाशवाणी के विविध कार्यक्रमों का विस्तार से विवेचना कीजिए ।
6. रेडियो समाचार प्रसारण विषय पर एक लेख लिखिए
7. संक्षिप्त टिप्पणियां लिखिए -

   (i) समाचार प्रसारण के नए स्वरूप
   (ii) भारत में एफ.एम. तंत्र का विस्तार
   (iii) रेडियो प्रसारण में संगीत
   (iv) विदेश सेवा
   (v) विज्ञापन सेवा
   (vi) युववाणी
   (vii) चंदा समिति
   (viii) प्रसार भारती

इकाई- 9

एफ.एम. रेडियो का विकास एवं निजी प्रसारण

इकाई की रूपरेखा

9.0 उद्देश्य
9.1 प्रस्तावना
9.2 रेडियो प्रसारण का बदलता स्वरूप
9.3 एफ.एम. रेडियो का शुभारंभ
9.4 आकाशवाणी के एफ.एम. रेडियो चैनल
9.4.1 एफ.एम. रैनबो
9.4.2 एफ.एम. गोल्ड
9.4.3 एफ.एम. पर विविध भारती
9.4.4 समाचार और सामयिक कार्यक्रम
9.5 निजी एफ.एम. रेडियो चैनल
9.5.1 एफ.एम. रेडियो चैनल और भाषा
9.6 एफ.एम. रेडियो की विशेषताएं
9.6.1 मनोरंजन
9.6.2 तकनीकी गुणवत्ता
9.6.3 अनौपचारिक प्रस्तुति
9.6.4 कम लागत
9.6.5 अन्य माध्यमों से समन्वय
9.7 रेडियो प्रसारण के नए आयाम
9.7.1 सैटेलाइट रेडियो.
9.7.2 इंटरनेट रेडियो
9.7.3 मोबाइल फोन रेडियो
9.8 सामुदायिक रेडियो
9.9 एफ.एम. चैनलों का नियमन
9.10 सारांश
9.11 संदर्भ ग्रंथ
9.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

9.0 उद्देश्य

इस इकाई के बाद आप

- भारत में रेडियो के बदलते स्वरूप की जानकारी पा सकेंगे
- एफ.एम. रेडियो की शुरूआत के बारे में जान सकेंगे
- आकाशवाणी के एफ.एम. चैनलों-एफ.एम. रैनबो और एफ.एम. गोल्ड के विभिन्न पहलुओं की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे
- एफ.एम. रेडियो की लोकप्रियता के कारणों को समझ सकेंगे
- एफ.एम. चैनलों के निजीकरण की प्रक्रिया की जानकारी हासिल कर सकेंगे
- सामुदायिक रेडियो का महत्व समझ सकेंगे
- एफ.एम. रेडियो के नियमन की आवश्यकता के बारे में जान सकेंगे ।

9.1 प्रस्तावना

आप पिछली इकाई में पढ़ चुके हैं कि भारत में रेडियो प्रसारण प्राय: सरकारी नियंत्रण में रहा है । हालांकि हमारे यहाँ रेडियो प्रसारण की शुरूआत निजी रेडियो संगठनों द्वारा की गई किंतु बहुत जल्दी ही इसकी उपयोगिता को भांपते हुए तत्कालीन ब्रिटिश सरकार ने इसे अपने अधीन कर लिया । दूसरे विश्वयुद्ध के समय देश - विदेश के लिए रेडियो समाचारों तथा अन्य कार्यक्रमों के महत्व को पहचानते हुए ब्रिटिश शासकों ने नए रेडियो केंद्र खोलने तथा भारतीय भाषाओं में समाचार बुलेटिन और अन्य कार्यक्रमों के प्रसारण की दिशा में कदम उठाए ।

भारत की आजादी के बाद रेडियो का मूल उद्देश्य भले ही बदल गया हो लेकिन ' ऑल इंडिया रेडियो ' या ' आकाशवाणी' सरकार के ही नियंत्रण में रहा । हालांकि आकाशवाणी के तंत्र में अभूतपूर्व विस्तार और विविधता आई लेकिन लोकतांत्रिक प्रणाली, विकासशील अर्थव्यवस्था तथा देश की सांस्कृतिक और भाषायी बहुलता को देखते हुए सरकार की देखरेख में ही रेडियो प्रसारण को नया रूप देने के प्रयास चलते रहे । मीडियम वेब के बाद शार्ट बेव ट्रांसमीटर भी लगे और लगभग समूचे देश तथा विदेशों में रेडियो संकेत पहुंचाने का तकनीकी गौरव भी प्राप्त कर लिया गया । देश की स्वतंत्रता के बाद के पहले तीन दशक तक आकाशवाणी ही सबसे प्रभावशाली और विश्वसनीय जनसंचार माध्यम बना रहा । दूरदर्शन हालांकि सन् 1959 में शुरू हो गया किंतु वह सन् 1976 तक आकाशवाणी का ही हिस्सा बना रहा ।

शिक्षा के प्रसार और अन्य लोकतांत्रिक देशों के जनसंचार माध्यमों के संपर्क में आने से भारत में शिक्षित वर्ग में आकाशवाणी और दूरदर्शन को सरकारी नियंत्रण से मुक्त करने की मांग उठने लगी । सन् 1975 में लगी इमरजेंसी के दौरान इन माध्यमों के दुरूपयोग के बाद इस माँग ने जोर पकड़ा और नई सरकार ने ' आकाश भारती विधेयक' संसद में रखा । लेकिन यह प्रयास सिरे नहीं चढ़ पाया । सन् 1990 में एक बार फिर 'प्रसार भारती' नाम से निगम बनाने का विधेयक लाया गया और सन् 1997 में प्रसार भारती निगम बन भी गया । इसके बावजूद इन संगठनों के लिए वास्तविक स्वायत्तता आज भी आकाश कुसुम है । हाँ, सन् 1991 के बाद आई आर्थिक उदारीकरण की बयार के फलस्वरूप टेलीविजन के निजी चैनल अस्तित्व में आ गए । कुछ समय बाद निजी टी.वी. समाचार चैनल भी खुल गए किंतु रेडियो समाचार

को अभी तक यह आजादी नहीं मिल पाई है । इस बीच एफ.एम. टेक्नोलॉजी के आगमन ने ' रेडियो के लिए आंशिक स्वायत्तता के द्वार खोल दिए । सन्1983 में सरकार ने एफ.एम. फ्रीक्वेंसी आवंटित करके निजी कंपनियों के साथ कार्यक्रम तैयार करके एफ.एम. चैनलों से प्रसारण करने के समझौते किए लेकिन यह प्रयोग कुछ वर्ष चलने के बाद असफल हो गए। इसके बाद आकाशवाणी ने स्वयं इन्हें चलाने का निर्णय किया । एफ.एम. चैनल मुख्यत: मनोरंजन प्रधान कार्यक्रम प्रसारित करते हैं । सन् 1999 में निजी प्रसारकों को अपने एफ.एम. चैनल शुरू करने की अनुमति मिलने के साथ ही निजी रेडियो प्रसारण को वास्तविक गति मिली । महानगरों में एफ.एम. स्टेशन खुलने लगे और रेडियो की लोकप्रियता बढ़ने लगी । एफ.एम. सेवा के प्रसार के दूसरे चरण में भारत के 91 शहरों में 338 एफ.एम. चैनल खोलने के लाइसेंस दिए गए । तीसरे चरण में 700 ओर एफ.एम. चैनल खोलने के लाइसेंस देने की योजना है । इस प्रकार रेडियो फिर से जनसंचार के एक मुख्य माध्यम का रूप लेने की दिशा में बढ़ रहा है । यदि लाइसेंस लेने वाले सभी चैनल खुल गए तो इसे रेडियो क्रांति ही माना जाएगा ।

9.2 रेडियो प्रसारण का बदलता स्वरूप

जैसा कि आप पढ़ चुके हैं भारत में रेडियो प्रसारण की शुरूआत निजी कंपनियों के प्रयासों से हुई थी लेकिन बाद में आर्थिक अभाव और शासन के लिए इसकी उपयोगिता के कारण प्रसारण तंत्र को ब्रिटिश सरकार ने अपने हाथों में ले लिया । द्वितीय विश्वयुद्ध के दौरान रेडियो की सामरिक तथा राजनीतिक उपयोगिता का एहसास होने पर सरकार ने इसके विस्तार की योजनाएं बनाईं । आजादी के बाद रेडियो को लोकतंत्र का एक महत्वपूर्ण अंग माना गया तथा इसे शासन ओर जनता के बीच सुदृढ़ पुल के रूप में इस्तेमाल किया गया । लगभग तीन दशक तक आकाशवाणी देश में जनजागृति लाने तथा विकास का संदेश आम लोगों तक उनकी ही भाषा में पहुँचाने का उपयोगी माध्यम बना रहा । सन् 1990 के दशक में निजी टी.वी. चैनलों के अवतरण के फलस्वरूप मनोरंजन को प्रमुखता मिलने लगी । उन्हीं दिनों भारत में फ्रीक्वेंसी माड्यूलेशन की नई तकनीक का आगमन हुआ जो एफ.एम. के नाम से जानी जाती है । एफ.एम. तकनीक से ध्वनि का प्रसारण अधिक स्पष्ट और सुरीला होता है । मनोरंजन पर बढ़ते जोर और नई तकनीक की उपलब्धता ने एफ.एम. चैनलों के लिए जमीन तैयार कर दी । आगे चलकर एफ.एम. चैनलों का विकेन्द्रीकरण हुआ और हर छोटे-बड़े शहर में मनोरंजन, विशेषकर फिल्मी संगीत और अनौपचारिक बातचीत से श्रोताओं को बाँधे रखने वाले कार्यक्रमों के प्रसारण के बल पर एफ.एम. प्रसारण लोकप्रियता के नए सोपान छूने लगा । इससे टी.वी. के विस्तार की चोट खाया रेडियो फिर से लोकप्रियता प्राप्त करने में सफल हो गया । आकाशवाणी के अपने दो एफ.एम. चैनल मनोरंजक कार्यक्रमों के साथ-साथ समाचार और समाचार आधारित वार्ताएं, भेंटवार्ताएं, परिचर्चाएं आदि प्रसारित करते हैं । इसके साथ-साथ आकाशवाणी के प्राइमरी चैनल को भी कम्प्यूटरीकृत और डिजीटल बनाने के प्रयास जारी रहे और कई केंद्रों से आकाशवाणी का परंपरागत मनोरंजन चैनल विविध भारती भी एफ.एम. तकनीक से प्रसारित किया जाने लगा है ।

9.3 एफ.एम. रेडियो का शुभारंभ

आपने पढ़ा कि भारत ने प्रसारण तंत्र में धीरे- धीरे मनोरंजन के बढ़ते महत्व तथा फ्रीक्वेंसी माड्यूलेशन की नई तकनीक के आविष्कार ने एफ.एम. चैनलों के लिए आधार तैयार कर दिया। वैसे भी टेलीविजन की बढ़ती लोकप्रियता ने रेडियो श्रोताओं की संख्या कम कर दी और रेडियो सेटों की बिक्री में वृद्धि एक तरह से रूक गई । ऐसे में प्रसारण से जुड़े नीति निर्धारकों ने रेडियो प्रसारण के मनोरंजन पक्ष के आंशिक निजीकरण के जरिए रेडियो की क्षीण होती लोकप्रियता को पुनर्जीवित करने का निश्चय किया । इसी के फलस्वरूप सन् 1983 में दिल्ली, मुम्बई, चेन्नई, कोलकाता और गोवा में निजी रेडियो आपरेटरों को राजस्व का हिस्सा बाँटने के आधार पर एफ.एम. फ्रीक्वेंसी देने की नीति तैयार की गई जिसके अन्तर्गत ये ऑपरेटर अपने- अपने कार्यक्रम तैयार करके उनका प्रसारण कर सकते थे । किंतु सन् 1998 में सरकार ने इन समझौतों को आगे जारी न करने का फैसला किया और आकाशवाणी को स्वयं एफ.एम. केन्द्र चलाने को कहा गया । इस दौरान निजी प्रसारण कंपनियों के साथ सरकार की बातचीत जारी रही और 6 जुलाई, 1999 को सरकार ने एफ.एम. नीति के पहले चरण की घोषणा की । इसके अन्तर्गत सन् 2000 में निजी कंपनियों को 40 शहरों में 108 रेडियो चैनल चलाने के लाइसेंस देने का फैसला किया गया । अब समझौते की शर्तें बदल दी गई । इसके फलस्वरूप विभिन्न शहरों में निजी एफ.एम. चैनल काम करने लगे । अपनी अनौपचारिक शैली, पश्चिमी और फिल्मी संगीत तथा अन्य हल्के -फुल्के कार्यक्रमों के प्रसारण के कारण ये चैनल रेडियो श्रोताओं, विशेषकर युवा श्रोताओं के बीच काफी लोकप्रिय हुए और कई युवक-युवतियाँ आर.जे (रेडियो जाकी) बनकर प्रसारण व्यवसाय से जुड़ने लगीं । एफ.एम. प्रसारण के निजीकरण की प्रक्रिया को आगे बढ़ाते हुए सन् 2006 में नीति के दूसरे चरण की घोषणा हुई जिसमें भारत के 91 नगरों में 338 रेडियो चैनल खोलने के लाइसेंस देने का फैसला किया गया । इस फैसले के अनुसार महानगरों के साथ-साथ छोटे शहरों में भी एफ.एम. चैनल काम करने लगे हैं जो हिंदी तथा स्थानीय भाषाओं के मनोरंजक कार्यक्रमों के साथ स्थानीय महत्व की सूचनाएं श्रोताओं तक पहुँचा कर उनके दिलों में अपना स्थान बना रहे हैं । तीसरे चरण की घोषणा के बाद देश में एफ.एम. चैनलों की संख्या 1000 तक पहुँच जाने का अनुमान है ।

9.4 आकाशवाणी के एफ.एम. रेडियो चैनल

आपने पढ़ा कि जब निजी एफ.एम. आपरेटरों के कांट्रेक्ट का नवीकरण सरकार ने नहीं किया तो आकाशवाणी को ये चैनल चलाने का दायित्व सौंपा गया । प्रारंभ में ये चैनल महानगरों में ही थे लेकिन बाद में अन्य शहरों में ये चैनल खोले गए । सन् 2001 में एक और चैनल एफ.एम. -2 की शुरूआत हुई । यह चार महानगरों से प्रसारण करता है । ये दोनों चैनल क्रमश एफ.एम. - 1 तथा एफ.एम. - 2 कहलाते थे । बाद में प्राइवेट चैनलों की तर्ज पर इनका नामकरण किया गया और ये क्रमश: एफ.एम. रैनबो और एफ.एम. गोल्ड कहलाने लगे । हालांकि ये दोनों चैनल आकाशवाणी के अन्तर्गत ही चलते हैं किंतु इनके स्वरूप, विषय सामग्री, प्रसारण अवधि और प्रस्तुतिकरण की शैली में काफी अंतर है । ये चैनल आकाशवाणी के अंग

होने के कारण निजी एफ.एम. चैनलों से भी कुछ मायनों में भिन्न हैं । इसके अलावा कवरेज के मामले में भी आकाशवाणी के एफ.एम. चैनलों तथा निजी चैनलों में काफी अंतर है । एफ.एम. के ट्रांसमीटरों की पहुंच देश के 89 प्रतिशत क्षेत्र तक है जबकि अभी तक निजी चैनलों की पहुँच काफी कम है।

9.4.1 एफ.एम. रैनबो

एफ.एम. रैनबो आकाशवाणी का पहला एफ.एम. चैनल है । 34 घंटे का यह चैनल मुख्यतया मनोरंजन चैनल है । यह चार महानगरों के अलावा आठ अन्य शहरों बैंगलौर, लखनऊ, पणजी, जालंधर, कोडईकनाल, तिरुचिरापल्ली और कोयम्बटूर में चल रहे हैं । इनमें एफ.एम. दिल्ली सबसे बड़ा केंद्र है । यह हरियाणा और उत्तरप्रदेश में दिल्ली के पड़ोसी शहरों में सुना जा सकता है । अब दिल्ली के एफ.एम. रैनबो से कुछ और शहर जैसे कि मसूरी, कसौली, हैदराबाद, कुर्सियांग, शिलांग और पणजी भी जुड़ गए हैं । इसके कार्यक्रम शहरी श्रोताओं के लिए होते हैं जिनमें फिल्मी संगीत का प्रमुख स्थान रहता है । रैनबो चैनल शिक्षित युवा वर्ग की रूचियों के अनुसार कार्यक्रम प्रसारित करते हैं । एफ.एम. रैनबो दिल्ली से 16 घंटे का प्रसारण हिंदी में और 8 घंटे का अंग्रेजी में होता है । गीत-संगीत के साथ-साथ श्रोताओं के प्रश्नों के उत्तर, फोन-इन, क्विज कार्यक्रम, रोजगार संबंधी जानकारी, स्कूल-कॉलेज में प्रवेश और परीक्षा परिणामों की सूचनाएँ, मौसम, स्थानीय यातायात आदि की जानकारी से संबंधित कार्यक्रम दिए जाते हैं । खेल प्रतियोगिताओं, फैशन शो, फिल्मों, नाटकों और अन्य सांस्कृतिक कार्यक्रमों की भी जानकारी दी जाती है । नव वर्ष की पूर्व संध्या जैसे अवसरों पर अन्य रेडियो स्टेशनों से संपर्क करके रेडियो ब्रिज कार्यक्रम प्रसारित होता है उसमें उन स्थानों पर हो रहे आयोजनों को भी शामिल किया जाता है । एफ.एम. रैनबो से हर छोटे समाचारों की हेडलाइन प्रसारित की जाती हैं । सभी रैनबो चैनलों से अलग- अलग अवधि के हेडलाइन बुलेटिन प्रसारित किये जाते हैं।

9.4.2 एफ.एम. गोल्ड

जैसा कि नाम से जाहिर होता है कि एफ.एम. गोल्ड परिपक्व लोगों का चैनल है, जो मनोरंजन के साथ-साथ सूचना और शिक्षण के उद्देश्यों को लेकर चलता है । इसका प्रसारण चार महानगरों से होता है । इसकी अवधि 18 घंटे 10 मिनट है । 1 सितम्बर, 2001 को शुरू हुआ यह चैनल पहले एफएम. - 72 के नाम से जाना जाता था । इसके कार्यक्रम वयस्क और सुधी श्रोताओं की रुचियों तथा बौद्धिक स्तर के अनुरूप होते हैं । इसके कार्यक्रम मुख्यतया हिंदी में होते हैं । चैनल का एक तिहाई समय समाचार और उच्चारित शब्द कार्यक्रमों तथा दो तिहाई समय संगीत के लिए समर्पित है । संगीत के अन्तर्गत अधिकांशत: पुराने फिल्म गीत, गजलें और शास्त्रीय संगीत शामिल रहते हैं । इसे देश का पहला इंफोटेनमेंट रेडियो चैनल होने का गौरव प्राप्त

है । एफ.एम. गोल्ड पर प्रसारित कार्यक्रमों में महानगरों से जुड़े मसलों को विशेष रूप से उठाया जाता है ।

9.4.3 एफ.एम. पर विविध भारती

भारत के 28 केंद्रों में विविध भारती सेवा एफ.एम. पर उपलब्ध है । इनमें कार्यक्रम विविध भारती के होते हैं किंतु उनका प्रसारण एफ.एम. सेवा के अन्तर्गत किया जाता है । इससे विविध भारती सेवा की तकनीकी गुणवत्ता बढ़ गई है और उनके राजस्व में बढ़ोतरी हुई है । इनमें से 12 शहर ऐसे हैं जिनकी जनसंख्या 10 लाख से ऊपर है । इन स्टेशनों पर निजी एफ.एम. चैनल शुरू हो चुके हैं लेकिन आकाशवाणी के एफ.एम. चैनल उपलब्ध नहीं हैं । इन स्टेशनों पर एफ.एम. समाचार बुलेटिन शुरू करने का प्रस्ताव है । आकाशवाणी के एफ.एम. चैनलों के विस्तार और उनमें समाचार प्रसारण से न केवल राजस्व में वृद्धि होगी, साथ ही आकाशवाणी की लोकप्रियता भी बढ़ेगी ।

9.4.4 समाचार और सामयिक कार्यक्रम

जैसा कि आप पढ़ चुके हैं कि समाचार केवल आकाशवाणी के एफ.एम. चैनलों पर ही प्रसारित किए जाते हैं और निजी चैनलों को दिए लाइसेंसों में समाचार प्रसारण की मनाही है । एफ.एम.रैनबो दिल्ली पर हेडलाइन बुलेटिन हर घंटे अंग्रेजी तथा हिंदी में होते हैं । इसी तरह अन्य शहरों के रैनबो चैनलों से भी स्थानीय भाषाओं में अलग-अलग अवधि के समाचार बुलेटिन दिए जाते हैं । एफ.एम. रैनबो पर कुल 64 हेडलाइन बुलेटिन प्रसारित होते हैं जिनकी कुल अवधि 1 घंटा 43 मिनट हैं ।

एफ.एम. गोल्ड के 18 घंटों में से 6 घंटे से अधिक समय समाचारों तथा अन्य स्पोकन वर्ड कार्यक्रमों के लिए हैं । इनमें हिंदी एवं अंग्रेजी में आधे- आधे घंटे के 3 समाचार बुलेटिन तथा हर घंटे प्रसारित होने वाले 5-5 मिनट के बुलेटिन के अलावा 15 मिनट का स्पोर्ट स्कैन तथा 15 मिनट का मार्किट मंत्र कार्यक्रम शामिल है । ये दोनों कार्यक्रम द्विभाषी हैं अर्थात् हिंदी और अंग्रेजी में मिले-जुले होते हें । एफ.एम. गोल्ड पर प्रसारित बुलेटिनों में महानगरों की खबरों पर विशेष ध्यान दिया जाता है । चार महानगरों से कुल 15 एफ.एम. बुलेटिन प्रसारित किए जाते हैं । इनके अलावा दोपहर के दोनों बुलेटिन तथा रात नौ बजे का अंग्रेजी बुलेटिन मुख्य चैनल और एफ.एम. गोल्ड पर एक साथ प्रसारित किये जाते हैं । इस चैनल पर प्राय: प्रतिदिन समसामयिक कार्यक्रम भी दिए जाते हैं ।

इस चैनल पर अन्य अनेक ज्ञानवर्धक कार्यक्रम भी प्रसारित होते हैं जिनमें श्रोताओं को अच्छा नागरिक बनने की प्रेरणा मिलती है । प्रमुख खेल प्रतियोगिताओं का सीधा

प्रसारण अब प्राइमरी चैनल के साथ-साथ एफ.एम. गोल्ड पर भी किया जाता है । इस चैनल से साहित्यिक कार्यक्रम भी प्रसारित किए जा रहे हैं ।

9.5 निजी एफ.एम. रेडियो चैनल

सन् 2000और 2006 में निजी चैनलों को दिये गए लाइसेंसों के बाद भारत भर में बडी संख्या में निजी एफ.एम. चैनल चलने लगे हैं । इन चैनलों की सही संख्या बता पाना संभव नहीं है क्योंकि आए दिन किसी न किसी शहर में कोई न कोई नया एफ.एम. चैनल खुल रहा है। अकेले दिल्ली में अभी तक 7 निजी एफ.एम. चैनल मनोरंजन की होड़ में शामिल हो चुके हैं । 'म्याऊं ' नाम का नया चैनल केवल महिलाओं के लिए है । इस तरह वर्ग विशेष के श्रोताओं को लक्ष्य करने वाले चैनलों की भी शुरूआत हो गई है । ये चैनल गीत-संगीत तथा युवाओं की रूचि की बातों, चुटकुलों संस्करणों, शेरों-शायरी और फिल्मी सितारों की गॉसिप के आधार पर दर्शकों को खींचने और बाँधने की दौड़ में शामिल हैं । किसी भी शहर में एक से अधिक चैनल होने के कारण उनके सामने अपनी एक खास छवि तैयार करने की चुनौती है । इनमें से अधिकांश चैनल रिकॉर्डिड कार्यक्रम ही प्रस्तुत करते हैं । अभी एफ.एम. नीति के फेज-3 की घोषणा के बाद कुछ और शहरों में एफ.एम. चैनल खोलने के लाइसेंस दिए जाएंगे तो समूचे देश में एफ.एम. चैनलों का जाल बिछ जाएगा । कई बड़ी प्रसारण कंपनियां विभिन्न शहरों में अपने चैनल खोल रही है जिनसे एक तरह की चेन बनती जा रही है । इस तरह एफ.एम. रेडियो बहुत बड़ा उद्योग बनता जा रहा है जिसमें युवकों को रोजगार भी मिल रहा है और रेडियो भी टेलीविजन की तरह से शहरी घरों में घर करता जा रहा है ।

9.5.1 एफ.एम. चैनल और भाषा

इंटरनेट की तरह एफ.एम. रेडियो ने प्रसारण की भाषा को नए तेवर और नई शैली दी है । इन चैनलों के कार्यक्रम क्योंकि अनौपचारिक ढंग से प्रस्तुत किए जाते हैं, इसलिए भाषा में खुलापन और बिंदासपन झलकता है । हिंदी का हिंगलिश रूप प्रयोग हो रहा है, जिसमें अंग्रेजी शब्दों के साथ पंजाबी, हरयाणवी, बंगाली उच्चारण और लहजे का खुलकर प्रयोग होता है । यही बात कमोबेश सभी भाषाओं के बारे में कही जा सकती है । व्याकरण और भाषा की शुद्धता की कोई चिंता नहीं रही । बोलचाल के माध्यम में बोलचाल की ही भाषा बोली और सुनी जा रही है ।

एफ.एम. चैनलों ने एक बात सिद्ध कर दी है कि मनोरंजन की भाषा के रूप में अंग्रेजी के दिन लद चुके हैं । लगभग सभी एफ.एम. चैनलों की भाषा हिंदी या क्षेत्रीय भाषाएँ हैं । सबसे अधिक चैनल हिंदी को अपना माध्यम बनाना चाहते हैं । जो चैनल क्षेत्रीय भाषाओं में प्रसारण करते हैं उनमें भी हिंदी फिल्मी गाने छाए रहते हैं । उन भाषाओं पर हिंदी शब्दों ओर मुहावरों की छाया और प्रभाव स्पष्ट झलकते हैं ।

बोध प्रश्न-1

1. भारत में एफ.एम रेडियो का प्रारंभ कब और क्यों हुआ?

----

2. आकाशवाणी के एफ.एम. रेडियो चैनलों का संक्षिप्त परिचय दीजिए ।

----

3. एफ.एम. रेडियो चैनलों की भाषा पर टिप्पणी कीजिए

9.6 एफ.एम. रेडियो की विशेषताएं

आप पढ़ चुके हैं कि एफ.एम. रेडियो के आगमन और विकास के फलस्वरूप रेडियो की लोकप्रियता और विज्ञापनों से होने वाली आय में खासी बढ़ोतरी हुई है । यह जानना उचित होगा कि आखिर इसके पीछे कारण क्या है? ऐसी कौन सी बातें हैं जो इन चैनलों के प्रभाव व आकर्षण को बढ़ाते हैं । एफ.एम. रेडियो की विशेषताओं को इस प्रकार रेखांकित किया जा सकता है ।

9.6.1 मनोरंजन

आधुनिक युग के तनाव भरे माहौल में मनोरंजन की आवश्यकता काफी बढ़ गई है। इसके अलावा शहरी जीवन में व्यस्तता के कारण लोग बैठे-बिठाए मन- बहलाव चाहते हैं । एफ.एम. रेडियो हर समय हर जगह केवल एक बटन दबाने से संगीत तथा मनोरंजन की अन्य विधाओं के साथ श्रोताओं की सेवा के लिए उपलब्ध है । चैनलों की विविधता और बढ़ती संख्या के कारण हर व्यक्ति अपनी पसंद का संगीत, गीत या कोई अन्य कार्यक्रम चुन सकता है । अब तो आप फोन या एस. एम. एस. करके अपनी पसंद के कार्यक्रम तत्काल सुन सकते हैं । बहुत से चैनल टेलीविजन के सीरियल के आडियो भी एफ.एम.- -रेडियो पर प्रस्तुत करते हैं ।

9.6.2 तकनीकी गुणवत्ता

एफ.एम. टेक्नोलॉजी क्योंकि स्टीरियोफोनिक है इसलिए इसकी रिसेप्शन मीडियम बेव और शार्ट वेब की तुलना में बेहतर है । मोबाइल फोन पर उपलब्ध होने के कारण इसे आप कोई भी काम करते हुए कहीं भी इयरफोन की मदद से सुन सकते हैं । उन्नत टेक्नोलॉजी के कारण यह युवावर्ग को विशेष रूप से आकर्षित करता है ।

9.6.3 अनौपचारिक प्रस्तुति

निजी एफ.एम. चैनलों पर कार्यक्रमों की प्रस्तुति अनौपचारिक होती है और उसमें वैयक्तिक स्पर्श रहता है । श्रोता अपने आपको इन कार्यक्रमों से सीधे जुड़ा पाते हैं।

फोन-इन, एस.एम.एस. जैसी सर्वसुलभ और आधुनिक तकनीक के उपयोग के कारण श्रोताओं की भागीदारी काफी हद तक बढ़ गई है। अपनी निजी समस्याओं को अपनी हम उम्र एंकरों के साथ शेयर करके श्रोता तनाव रहित महसूस करते हैं। इसके अलावा उन्हें ट्रैफिक, मौसम, कॉलेज एडमिशन, कला प्रदर्शनियों, रेलवे आरक्षण जैसी आवश्यक और रोजमर्रा के जीवन को प्रभावित करने वाली सूचनाएँ मिल जाती हैं। वैचारिक और भावनात्मक आदान-प्रदान पर आधारित प्रसारण के कारण श्रोताओं में एंकर या प्रस्तुतकर्ता विशेष में विश्वास पैदा हो जाता है और वे नियमित रूप से उनके कार्यक्रम सुनना चाहते हैं। इसमें स्थानीयता का भी योगदान है क्योंकि अपने शहर या भाषा के किसी एंकर से भावात्मक रिश्ता कायम होना अधिक सरल और सहज होता है।

9.6.4 कम लागत

रेडियो सेट या ट्रांजिस्टर सबसे सस्ता संचार उपकरण है। निजी एफ.एम. चैनल को प्रारंभिक लाइसेंस शुल्क और संरचनात्मकता के बाद चलाना किसी भी कंपनी को महंगा नहीं पड़ता। विज्ञापन की दरें भी अपेक्षाकृत कम होने के कारण विज्ञापनदाताओं पर भी बोझ नहीं पड़ता। स्थानीय स्तर पर सुने जाने के कारण इन चैनलों पर किसी नगर. या क्षेत्र के उत्पादों या सेवाओं का विज्ञापन देकर श्रोताओं को जल्दी और आसानी से उपभोक्ताओं में बदला जा सकता है। विज्ञापनदाता के लिए रेडियो चैनल अखबार और टेलीविजन के पूरक माध्यम के रूप में काम करता है। जो विज्ञापन टेलीविजन और समाचारपत्र-पत्रिका में आने के साथ-साथ रेडियो पर सुना जाता है, उसका प्रभाव जाता है।

9.6.5 अन्य माध्यमों से समन्वय

रेडियो यों तो 24 घंटे उपलब्ध रहता है लेकिन इसके प्राइम टाइम का टेलीविजन से कोई टकराव नहीं है। टेलीविजन मुख्यतया शाम को अधिक देखा जाता है जबकि रेडियो की श्रव्यता दर प्रातःकाल, दोपहर बाद और देर रात अधिक दर्ज की गई है। इस तरह टेलीविजन देखना या अखबार पढ़ना रेडियो सुनने में बाधक नहीं बनते। एफ.एम. रेडियो क्योंकि मुख्यतया मनोरंजन के लिए सुना जाता है इसलिए आप गंभीर किस्म का काम करते हुए भी रेडियो सुनते रह सकते हैं। कारों की बढ़ती संख्या ने भी एफ.एम. की लोकप्रियता बढ़ाई है क्योंकि ड्राइव करते हुए भी इसे सुना जा सकता है।

9.7 रेडियो प्रसारण के नए आयाम

भारत में ही नहीं समूची दुनिया में ऑडियो टेक्नोलॉजी की उन्नति के कारण रेडियो सुनने वालों की संख्या बढ़ रही है। रेडियो सुनने के नए-नए उपकरण और साधन सामने आते जा रहे हैं जिससे लगता है कि परंपरग़त रेडियो सेट और ट्रांजिस्टर बहुत जल्दी ही महानगरों और

बड़े शहरों से गायब हो जाएंगे । अत: रेडियो सेटों की संख्या में वृद्धि या कमी अब रेडियो की लोकप्रियता आँकने का मापदंड नहीं रहेगी ।

9.7.1 सैटेलाइट रेडियो

सैटेलाइट रेडियो उपग्रह टेलीविजन की तरह सारी दुनिया से संकेतों के प्रसारण और ग्रहण को संभव बनाता है । इस रेडियो से आप संगीत, समाचार, खेल जगत की गतिविधियां, परिचर्चाएं आदि प्रसारित करने वाले अलग-अलग 100 तक चैनलों का प्रसारण सुन सकते हैं । भारत में वर्ल्ड स्पेस इंडिया प्रा. लि. कंपनी एकमात्र कम्पनी है जो लगभग 40 रेडियो चैनल सैटेलाइट रेडियो के लिए उपलब्ध करा रही है । जैसे ही कारों में इसकी उपलब्धता संभव हो जाएगी, इस तरह के रेडियो के ग्राहकों की या उपभोक्ताओं की संख्या बढ़ जाएगी । अब डी.वी.डी. तथा अन्य श्रव्य उपकरणों में भी सैटेलाइट रेडियो टेक्नोलॉजी जोड़ी जा रही है । लेकिन यह टेक्नोलॉंजी अभी महँगी है । अमेरिकी कंपनी 'वर्ल्ड स्पेस' ने सन् 2001 में भारत में इसी नाम से रेडियो प्रसारण शुरू किया ।

9.7.2 इंटरनेट रेडियो

एक कम्प्यूटर, इंटरनेट कनेक्शन और हेडफोन की मदद से आप दुनिया भर के रेडियो चैनल चुन सकते हैं । आप अपनी पसंद के प्री रिकॉर्डिड कार्यक्रम और वेबसाइट खोलकर सब तरह के नए-पुराने रेडियो कार्यक्रम सुन सकते हैं । प्री-रिकॉर्डिड होने के कारण आप इस रेडियो पर अपनी खास पसंद के कार्यक्रम बार-बार सुन सकते हैं । इससे विज्ञापनदाता. अपने संदेश अपने क्षेत्र और देश की सीमाओं से पार भी पहुँचा सकते हैं ।

9.7.3 मोबाइल फोन-रेडियो

विशेषज्ञों का कहना है कि मोबाइल फोन जनसंचार का सबसे ज्यादा प्रभावशाली उपकरण बनने जा रहा है मोबाइल फोन का इस्तेमाल रेडियो सुनने के लिए भी किया जा सकता है । आप अपनी पसंद का चैनल चुनकर इयर फोन की मदद से यात्रा करते हुए, किसी की प्रतीक्षा करते हुए या भीड़ में बैठे हुए प्राइवेसी में सुन सकते हैं । "न हींग लगे न फिटकरी रंग चोखे का चोखा । ' जो उपकरण आप फोन करने के लिए लेते हैं उसी से आप गीत-संगीत, समाचार आदि भी सुन सकते हैं । इसके अतिरिक्त वेब रेडियो, ब्रॉडबैंड रेडियो, बिजुअल रेडियो, कैंपस रेडियो, शैक्षणिक रेडियो और एफ.एम. रेडियो के भी नाम लिए जा सकते हैं ।

9.8 सामुदायिक रेडियो

एफ.एम. टेक्नोलॉजी की सबसे बड़ी देन है 'सामुदायिक रेडियो' (कम्युनिटी रेडियो) का विकास। ये चैनल स्थानीय और विशेष वर्गों की रुचियों और हितों को ध्यान में रखकर प्रसारण करते

हैं, जिससे श्रोताओं के स्वस्थ मनोरंजन तथा मानसिक एवं भौतिक विकास में मदद मिलती है ।

ये चैनल शिक्षा, साक्षरता, स्वास्थ्य, सामाजिक चेतना और मानव अधिकारों के प्रोत्साहन में मददगार साबित हो रहे हैं । कई विश्वविद्यालय और स्वयंसेवी संस्थाएं सामुदायिक रेडियो चैनलों के माध्यम से जन जागरण अभियान चला रही हैं । इनके कार्यक्रमों का प्रसारण स्थानीय भाषा या बोली में होता है जिससे श्रोताओं और प्रसारकों में पारिवारिक स्तर का रिश्ता कायम हो जाता है । यह भी कोशिश की जाती है कि कार्यक्रमों की प्रस्तुति स्थानीय लोगों द्वारा ही की जाए । भारत जैसे विविध संस्कृतियों, भाषाओं और रहन- सहन वाले देश में सामुदायिक रेडियो बहुत प्रभावशाली सिद्ध हो सकता है । गुजरात, उड़ीसा, कर्नाटक और मध्यप्रदेश में कुछ संगठन सहकारी स्तर पर ऐसे चैनल सफलतापूर्वक चला रहे हैं । ये चैनल ग्रामीण और जनजातीय क्षेत्रों के लिए विशेषरूप से उपयोगी हैं । सामुदायिक रेडियो चैनल मीडिया का लोकतंत्रीकरण हैं ।

बोध प्रश्न - 2

1. एफ.एम. रेडियो की लोकप्रियता के क्या कारण है?

   ----

2. सामुदायिक रेडियो की क्या विशेषताएं हैं?

   ----

3. निजी एफ.एम. चैनल आकाशवाणी के एफ.एम. चैनलों से किस प्रकार भिन्न हैं?

9.9 एफ.एम. चैनलों का नियमन

आपने पढ़ा कि यदि निजी एफ.एम. स्टेशनों के लिए लाइसेंस देने की वर्तमान नीति जारी रही और निजी ऑपरेटरों का मौजूदा उत्साह बना रहा तो बहुत जल्दी ही भारत के छोटे-बड़े शहरों में सैकड़ों एफ.एम. चैनल अस्तित्व में जा जाएंगे । ये सभी चैनल विज्ञापनों से होने वाली आय पर निर्भर हैं । अपनी आय बढ़ाने और एक दूसरे से अधिक लोकप्रियता हासिल करने की होड़ में वे मर्यादाओं और सभ्य आचरण की सीमाएं लाँघ सकते हैं । ऐसे कई उदाहरण सामने आए भी हैं जिनमें शीलता की मर्यादा का उल्लंघन हुआ है । इस तरह की प्रवृत्ति पर अंकुश लगाने के लिए किसी तरह की नियामक व्यवस्था कायम करने पर विचार किया जा रहा है । यह भी कहा जा रहा है कि टी.वी. चैनलों के प्रस्तावित प्रसारण नियमन विधेयक में एफ.एम. चैनलों के नियमन का भी प्रावधान किया जाए । लेकिन यह सच है कि एफ.एम.चैनलों पर नजर रखने और फ्रीक्वेंसी आदि के इस्तेमाल में नियमों का पालन सुनिश्चित करने के लिए कोई नियामक संस्था बनाना आवश्यक है ।

9.10 सारांश

इस इकाई में हमने आपको भारत में एफ.एम. रेडियो के विकास की जानकारी दी । रेडियो प्रसारण का प्रमुख संगठन आकाशवाणी अभी सरकारी नियंत्रण में है लेकिन रेडियो के मनोरंजन पक्ष के निजीकरण के उद्देश्य से निजी ऑपरेटरों को एफ.एम. चैनल चलाने की अनुमति 15 अगस्त 1993 में दी गई । प्रारंभिक प्रयोग के असफल होने के बाद नई नीति के अन्तर्गत सन् 2000 में प्राइवेट कंपनियों को एफ.एम. चैनल के लाइसेंस दिए गए । आकाशवाणी के अपने एफ.एम. रैनबो और एफ.एम. गोल्ड चैनल देश के महानगरों और कुछ अन्य शहरों में चल रहे हैं । एफ.एम. रैनबो मनोरंजन प्रधान चैनल है जो युवावर्ग की रुचि के अनुरूप कार्यक्रम प्रस्तुत करता है । एफ.एम. गोल्ड अपेक्षाकृत परिपक्व श्रोताओं का चैनल है जो क्लासिक स्तर के कार्यक्रम प्रसारित करता है । इसमें समाचार तथा अन्य गंभीर विचारात्मक कार्यक्रम पेश किए जाते हैं । निजी एफ.एम. चैनलों को समाचार प्रसारण की अनुमति नहीं है । आपने यह भी जाना कि एफ.एम. रेडियो के कई नए-नए उपकरण सामने आ रहे हैं जिनसे रेडियो सुनना एकदम सरल और सर्वसुलभ हो गया है । इससे रेडियो की श्रव्यता और लोकप्रियता बढ़ती जा रही है । अंत में यह बताया गया कि बढ़ते हुए एफ.एम. चैनलों की स्पर्धा से उपजी संभावित उच्छृंखलता और मान्य मर्यादाओं के उल्लंघन पर नजर रखने के लिए कोई नियामक व्यवस्था करने की आवश्यकता है ।

9.11 संदर्भ ग्रंथ

1. डॉ. देवव्रत सिंह - भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया
2. कौशल शर्मा - रेडियो प्रसारण
3. डॉ. सुरेश यादव - प्रसारण पत्रकारिता
4. डी.डी. ओझा एवं सत्य प्रकाश - दूरसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी
5. प्रो. रमेश जैन - इलेक्ट्रॉनिक मीडिया
6. प्रो. रमेश जैन - जनसंचार विश्वकोश
7. प्रो. रमेश जैन - भारत में मीडिया कानून
8. मुरली मनोहर मंजुल - प्रसारण की विधाएं
9. डॉ. हरि मोहन - रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता

9.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. भारत में रेडियो के बदलते स्वरूप का उल्लेख करते हुए एफ.एम.रेडियो की शुरूआत की पृष्ठभूमि पर प्रकाश डालिए ।
2. आकाशवाणी की एफ.एम. रेडियो सेवा पर समीक्षात्मक निबंध लिखिए ।
3. 'निजी एफ.एम. रेडियो चैनल प्रसारण के मूल उद्देश्यों को पूरा करने में विफल रहे हैं । ' इस कथन की समीक्षा कीजिए ।
4. एफ.एम. रेडियो चैनलों की बढ़ती लोकप्रियता के प्रमुख कारणों पर प्रकाश डालिए ।

5. भारत की परिस्थितियों में सामुदायिक रेडियो के महत्व पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए ।
6. 'एफ.एम. रेडियो चैनल ने रेडियो को नया जीवन दिया है । ' क्या आप इस मत से सहमत हैं? समीक्षा कीजिए
7. निम्नलिखित पर टिप्पणी लिखिए:

   (क) एफ.एम. चैनलों की भाषा

   (ख) सैटेलाइट रेडियो

   (ग) एफ.एम. चैनलों का नियमन

   (घ) एफ.एम. चैनलों पर समाचार प्रसारण

इकाई- 10

रेडियो प्रसारण की विधाएं एवं स्वरूप

इकाई की रूपरेखा

10.0 उद्देश्य

10.1 प्रस्तावना

10.2 अभिप्रेरणा

10.3 प्रसार भारती निगम

10.4 रेडियो प्रसारण का स्वरूप

10.5 रेडियो की प्रसारण पद्धति

10.6 रेडियो प्रसारण के विविध पक्ष

10.7 एफ.एम. प्रसारण

10.8 आकाशवाणी प्रसारण की आचार संहिता

10.9 आकाशवाणी के उच्चारित शब्द कार्यक्रम

10.10 रेडियो समाचार एवं संबद्ध कार्यक्रम

10.11 रेडियो नाटक एवं संबंद्ध कार्यक्रम

10.12 रेडियो संगीत एवं संबंद्ध कार्यक्रम

10.13 रेडियो नवाचार (इनोवेटिव) कार्यक्रम

10.14 रेडियो कार्यक्रमों का प्रस्तुतीकरण एवं वैशिष्ट्य

10.15 रेडियो प्रसारण के सामाजिक सरोकार

10.16 सारांश

10.17 स्व-मूल्यांकन

10.18 शब्दावली

10.19 संदर्भ ग्रंथ

10.20 अभ्यासार्थ प्रश्न

10.0 उद्देश्य

रेडियो से प्रसारित होने वाले विविध विधाओं के कार्यक्रम एवं उनके स्वरूप का अध्ययन करने के बाद आप -

- रेडियो से प्रसारित होने वाले विभिन्न विधाओं के कार्यक्रम एवं उनका स्वरूप जान सकेंगे।
- रेडियो-प्रसारण की पद्धति से परिचित हो सकेंगे।
- रेडियो-प्रसारण में उच्चरित शब्द कार्यक्रम विशेषत: रेडियो वार्ता-परिवार से परिचय प्राप्त कर सकेंगे ।

- रेडियो - प्रसारण में समाचार यथा-राष्ट्रीय, प्रादेशिक एवं स्थानीय समाचार, लेखन एवं प्रस्तुतिकरण तथा समाचार से संबंद्ध अन्य कार्यक्रमों से परिचय प्राप्त कर सकेंगे ।
- रेडियो-प्रसारण में रेडियो नाटक एव नाटक संबंधित अन्य कार्यक्रमों का लेखन, सहभागिता और प्रस्तुतीकरण का ज्ञान अर्जित कर सकेंगे ।
- रेडियो-प्रसारण में संगीत- कार्यक्रमों की विभिन्न विधाएँ एव उनके स्वरूप से परिचय प्राप्त कर सकेंगे ।
- रेडियो-प्रसारण-विधाओं में नवीनतम विधा नवाचार (इनोवेटिव) कार्यक्रमों के बारे में जान सकेंगे ।
- रेडियो कार्यक्रमों की प्रस्तुतीकरण-विशेषता से परिचित हो सकेंगे जो अन्य जनसंचार माध्यमों के इलेक्ट्रॉनिक माध्यम से भिन्न एवं विशेष है ।
- रेडियो-प्रसारण के सामाजिक सरोकार से परिचित हो सकेंगे ।
- साथ ही आप रेडियो प्रसारण में कुशलता एवं योग्यता प्राप्त कर सकेंगे ।

10.1 प्रस्तावना

आज का युग विज्ञान का युग है । वैज्ञानिक उपादान मानव-हित के लिए ही हैं । मानव-जीवन का लम्बा इतिहास इस बात का साक्षी रहा है कि वह सदा से ही प्रगतिगामी रहा है । जिस प्रकार वैचारिक आदान-प्रदान के लिए व्यक्ति को भाषा की आवश्यकता हुई उसी क्रम में यह भी बराबर होता रहा कि भाषा की शक्ति बढ़ाई जानी चाहिए, एक ऐसे माध्यम के द्वारा जिसमें विशाल जनसमुदाय को जोड़ने की अनुपम क्षमता हो । प्रकाशन और प्रसारण के साधन मनुष्य की इन्ही आवश्यकताओं की पूर्ति के निमित्त हैं ।

रेडियो और उसमें भी 'आकाशवाणी' के रूप में जब मनुष्य के सामने जनसंचार का सशक्त इलेक्ट्रॉनिक माध्यम उपस्थित हुआ तो संसार में इसे वैज्ञानिक 'उपलब्धि के रूप में एक विशेष प्रकार का चमत्कार माना गया । जनसंचार के क्षेत्र में तहलका मचा देने वाली इस क्रांति ने अभिव्यक्ति को नया और बहुआयामी स्वर प्रदान किया ।

10.2 अभिप्रेरणा

महानगर, नगर, कस्बों और दूरस्थ ग्रामीण क्षेत्रों में आवासित प्रत्येक वर्ग तक अधुनातन विचारों, नवीनतम जानकारियों, ज्ञान, विज्ञान, खेल, शिक्षा, पर्यावरण, सहकारिता, जीवन-मूल्यों की सुरक्षा, राष्ट्रीय एकता और सांप्रदायिक सद्भाव के साथ स्वस्थ मनोरंजन पहुँचाने में सक्षम रेडियो अर्थात ' आकाशवाणी' ने आवाज की दुनिया से जब ' मनुष्य का परिचय करवाया तब उसके लिए इसका जनसंचार-इलेक्ट्रोनिक माध्यम की ओर आकर्षित होना सहज स्वाभाविक था । यह मनुष्य की जिज्ञासु प्रवृति का ही परिणाम था कि आकाशवाणी अपनी-प्रारंभिक अवस्था से ही शीघ्र ही विकासोन्मुख हुई और इसमें नित्नूतन प्रयास होने लगे । इसी क्रम में विश्व के धरातल पर प्रथमत: शब्दों के सीधा प्रसारण (लाइव टेलीकास्ट) का महान कार्य अमेरीका के मर्रे शहर में हुआ। तदुपरांत भारत में रेडियों का आगमन हुआ

। भारत में नियमित प्रसारण के विचार को सर्वप्रथम सन् 1926 में 'भारत सरकार' और 'दि इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी' नामक निजी संस्थान के बीच हुए एक समझौते के मूर्त रूप के स्वरूप 23 जुलाई, 1927 को मुंबई केन्द्र का उद्घाटन हुआ । तदुपरांत भारत में अनेकानेक स्थानों पर आकाशवाणी का प्रभुत्व अंकित हुआ ।

10.3 प्रसार भारती निगम

प्रसार भारती (ब्रॉडकास्टिंग कार्पोरेशन ऑफ इंडिया) भारत का जनसंचार का वृहद् इलेक्ट्रॉनिक लोक-सेवा प्रसारक है, जिसके आकाशवाणी और दूरदर्शन दो प्रमुख विभाग हैं । प्रसार भारती 23 नवंबर 1997 को अस्तित्व में आया । प्रसार भारती का उद्देश्य लोक -प्रसारण सेवाओं को संगठित एवं संचालित करना है तथा जन-जन को शिक्षा, सूचना और मनोरंजन प्रदान करने के साथ-साथ रेडियो और टेलिविजन पर प्रसारण का संतुलित, सुव्यवस्थित और समुचित विकास सुनिश्चित करना है ।

प्रसार भारती के उद्देश्य

1. देश की एकता और अखण्डता तथा संविधान में दिए गए मूल्यों को अक्षुण्ण रखना ।
2. राष्ट्रीय अखण्डता को बढ़ावा देना ।
3. सार्वजनिक हित के सभी विषयों की जानकारी प्राप्त करने के नागरिक के अधिकारों को सुरक्षित रखना और सूचना को उचित और संतुलित रूप में प्रस्तुत करना ।
4. शिक्षा और साक्षरता के प्रसार, कृषि, ग्रामीण-विकास, पर्यावरण, स्वास्थ्य और परिवार-कल्याण तथा विज्ञान और प्रौद्योगिकी के क्षेत्रों की ओर विशेष ध्यान देना ।
5. महिलाओं से संबंधित मामलों के संबंध में जागरुकता उत्पन्न करना तथा बच्चों बुजुर्गों और समाज के अन्य निर्बल वर्ग के लोगो के हितों की रक्षा करने के लिए विशेष उपाय करना ।
6. विविध संस्कृतियों, क्रीड़ा और खेलकूद तथा युवा मामलों के पर्याप्त कार्यक्रम देना ।
7. सामाजिक न्याय को बढ़ावा देना, श्रमजीवी वर्ग, अल्पसंख्यकों और जनजाति समुदायों के अधिकारों की रक्षा करना।
8. प्रसारण सुविधाओं का विस्तार करना तथा प्रसारण प्रौद्योगिकी के अनुसंधान एवं विकास को बढ़ावा देना ।

प्रसार भारती-निगम का प्रशासन प्रसार बोर्ड द्वारा संचालित होता है, जिसमें एक अध्यक्ष, एक कार्यकारी सदस्य, एक सदस्य (वित्त), एक सदस्य (कार्मिक), छः अंशकालिक सदस्य, सूचना प्रसारण मंत्रालय का एक प्रतिनिधि तथा पदेन सदस्यों के रूप में आकाशवाणी और दूरदर्शन के महानिदेशक सम्मिलित हैं ।

आकाशवाणी के निम्नलिखित स्कंध हैं-

1. कार्यक्रम स्कंध, 2. समाचार सेवा प्रभाग, 3. अभियांत्रिकी स्कंध, 4. प्रशासन, एवं 5. वित्त स्कंध ।

आकाशवाणी लोक-सेवार्थ कार्यक्रम तैयार करने, कार्यक्रम निर्माण और प्रसारण का डिजीटिलीकरण करने, रेडियो सेवा का नये क्षेत्रों में विस्तार करने, ' एयर समय' के विपणन

में नवीनतम सुधार आदि बिन्दुओं पर सतत, प्रयत्नशील रहता है । संगीत, कृषि एवं ग्रामीण विकास, पर्यावरण, स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण, महिला कार्यक्रम, राष्ट्रीय न्यूनतम साझा कार्यक्रम, सूचना का अधिकार, व्याख्यानमाला समाचार, एफ.एम. विस्तार, प्रसारण सॉफ्टवेयर विकास, डाटा रेडियो चैनल, डिजिटल रेडियो मोड्यूल, ए.आई.आर. रिसोर्सिज, श्रोता अनुसंधान, प्रशिक्षण, वार्षिक पुरस्कार आदि पर गहनता से कार्य कर रहा है ।

आकाशवाणी प्रसारण सेवा का संचालन निम्नलिखित चैनलों से किया जा रहा है-

1. प्राईमरी चैनल 2 विज्ञापन प्रसारण सेवा (विविध भारती)
3. एफ.एम.चैनल 4 युववाणी
5. राष्ट्रीय चैनल 6 विदेश सेवा चैनल
7. अन्य महत्वपूर्ण चैनल

सामुदायिक रेडियो केन्द्र आकाशवाणी की उल्लेखनीय उपलब्धि है । डी.टी.एच. (डायरेक्ट टू होम) सेवा के अन्तर्गत डी.डी. डायरेक्ट प्लस के 12 चैनल उपलब्ध होते हैं- विविध भारती, आकाशवाणी एफ.एम. रैनबो, आकाशवाणी एफ.एम. गोल्ड, आकाशवाणी हिन्दी, बंगला, उत्तर-पूर्व, पंजाबी, गुजराती, मराठी, तेलुगु, तमिल, और कन्नड ।

आकाशवाणी के ध्वनि अभिलेखागार की गणना विश्व की श्रेष्ठ रेडियो लाइब्रेरी में की जाती है । इस संग्रहालय में विपुल और दुर्लभ रिकॉर्डिंग उपलब्ध है, आकाशवाणी एक प्रमुख प्रसारण परामर्शदाता तथा तकनीकि समाधान के केन्द्र के रूप में प्रगतिगामी है, प्राईवेट एफ.एम. चैनल चलाने वाले संगठनों को प्रमुख शहरों में अपने ट्रांसमीटर लगाने में सहायता देने के साथ, इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय नई दिल्ली, (इग्नू) के 'ज्ञानवाणी चैनल' की स्थापना करने में भी आकाशवाणी की प्रमुख भूमिका रही है, जिसका वह पूर्ण निष्ठा से निर्वहन कर रहा है।

10.4 रेडियो प्रसारण का स्वरूप

प्रत्येक मनुष्य की यह सहज और स्वाभाविक रूप से कामना होती है कि मुझे कई लोग जानें और मैं अनेक लोगों को जानूँ । यहीं से संचार की आवश्यकता को बल मिला, इस समय विज्ञान भी अपनी पृथक से पहचान बनाने लगा था । इसी समय ईटली के मारकेस गुगलीमो मारकोनी ने सन् 1986 में 'बेतार के तार' का पता लगाया सन् 1904 में डॉ. फारेस्ट ने 'रेडियो ट्यूब' का ज्ञान कराया और इन्हीं के आधार पर रेडियो का आविष्कार हुआ । रेडियो द्वारा दुर्गम, दूरस्थ क्षेत्रों तक संवाद पहुँचने लगे । इस माध्यम से असहाय, अपंग, निर्बल, निर्धन सभी के लिए नये विचार, नया ज्ञान, नई सूचना और अभिनव मनोरंजन पहुँचने लगा । 'बहुजन हिताय बहुजन सुखाय' का पुण्य-पवित्र आप्त वचन ग्रहण कर आकाशवाणी चौबीसों घण्टे 'जनसेवा प्रसारण' करता है । अपने प्रसारणों में एक विचार को विविध विधाओं में तैयार कर प्रसारण करना ये मात्र आकाशवाणी जैसे वृहद प्रसारण-संगठन के ही बूते का महती कार्य है जिसे यह संस्थान बखूबी प्रस्तुत करता आ रहा है । रेडियो के अन्य चैनल जो लाइसेंस प्राप्त कर प्रसारण कर रहे हैं, वे इतनी व्यापक और विविध विधाओं में प्रसारण नहीं करते हैं ।

10.5 रेडियो की प्रसारण पद्धति

'आकाशवाणी' अपने प्रसारण तीन स्तरों पर करता है जिसे 'थ्री-टियर ब्रॉडकास्टिंग सिस्टम' कहते हैं- ये तीन स्तर हैं प्रथम राष्ट्रीय स्तर के राष्ट्रीय कार्यक्रम, द्‌वितीय प्रादेशिक स्तर पर प्रादेशिक कार्यक्रम और तीसरे स्तर पर स्थानीय स्तर पर स्थानीय महत्व के कार्यक्रम । शताब्दियों के अनुभव के आधार पर चीन में एक कहावत प्रचलित है- 'अगर आप एक वर्ष की योजना, बना रहे हैं तो वृक्ष लगाइये किंतु आप सौ वर्ष की योजना बना रहे हैं तो लोगों को शिक्षित-प्रशिक्षित कीजिये । ' कमोबेश इसी भावना को पोषित करने में आकाशवाणी अपने विविध विधाओं के प्रसारणों में विशाल जन-समुदाय को शिक्षित और सूचित करने के साथ ही उनका स्वस्थ मनोरंजन भी करता है । आकाशवाणी अपने प्रसारण उद्देश्यों में यह प्रयत्न करता है कि भारत की एकता और अखण्डता कायम रखने के लिए सतत प्रयत्नशील रहे । संविधानगत लोकतांत्रिक मूल्यों का संरक्षण हो । स्थानीय,. क्षेत्रीय, राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय विषयों पर, बिना किसी विचारधारा का पक्ष लिये संतुलित स्वरूप में जनसमुदाय को सूचनाएँ प्रदान की जाएँ जिसमें प्रतिपक्ष के विचार भी सम्मिलित हो सकते हैं । भारतीय समाज के सभी वर्गों को समान रूप से महत्व देते हुए विषय का निरूपण किया जाएँ जिसमें सुंदर वैभवशाली भारत की गरिमामयी झाँकी प्रस्तुत हो । विविध दिशाओं में रोचक और तथ्यपरक आधार पर ऐसे कार्यक्रम प्रसारित किये जाएँ जो जनता में जाग्रति प्रदान करें, जनता को तत्परता से तथ्यपरक सही सूचना अविलम्ब प्राप्त हों ज्ञान का आलोक फैलाएं, शिक्षा का प्रचार-प्रसार करें, जीवन मूल्यों की रक्षा करें, मानव हित का संधान करें और स्वस्थ मनोरंजन प्रदान करें। समाज के सभी वर्गों की, चहुँओर, सही बात पूरे सम्मान के साथ जन-जन तक पहुँचाएँ । कृषि, शिक्षा, स्वास्थ्य विज्ञान, परिवार कल्याण, तकनीक और विकास की सफल कहानियाँ प्रसारित करे । अशिक्षित और वंचितों को अपनी आवाज दे उनके दुःख दर्द दूर करे और राष्ट्र की खुशहाली के गीत गायें ।

रेडियो विशेषत: आकाशवाणी संप्रेषणीयता का अनुपम साधन है, जिससे हम एक स्थान पर बैठकर अन्य सभी दैनंदिन कार्य करते हुए करोड़ों लोगों तक अपनी बात पहुँचा सकते हैं । विश्वविख्यात व्याकरणी पाणिनी के स्फोट सिद्धांत का तत्परता से पालन करता हुआ रेडियो 'आकाशवाणी' नटराज शिव की तरह मानव-मस्तिष्क में अनहदनाद की तरह अनुगूँजित हो रहा है । आकाशवाणी के माध्यम से जन-जन नई शब्द-संस्कृति से परिचित होता है एवं अभिव्यक्ति की विविध- क्रियाओं के कारण भाषा तथा विचार सहज से सहजतर हो जाती है यही आकाशवाणी की महत्ता है और 'विशेषता भी ।

15 मार्च, 1948 के संविधान सभा को संबोधित करते हुए भारत के प्रथम प्रधानमंत्री पंडित जवाहर लाल नेहरु ने कहा' 'न ही मैं उचित मानता हूँ कि हमारे प्रसारण कार्यक्रमों का निश्चित उद्देश्य अन्य संबंधित व्यक्ति को लाभ पहुँचाना हो । मैं नहीं समझता हूँ कि यदि सम्मानित

सदस्यों को सुधारने के प्रयास किए जाए तो उनकी क्या प्रतिक्रिया होगी। यदि कोई मुझे उपदेश देना चाहेगा तो मैं उस उपदेश पर कोई ध्यान नहीं दूँगा। मेरे विचार में जनसामान्य की मनोवैज्ञानिक प्रतिक्रिया भी यही है। किसी को बार-बार अच्छा बनने के लिए कहते रहने के परिणाम अच्छे नहीं निकलते। समस्या को अच्छी तरह प्रस्तुत किया जाना चाहिए। आपको यह काम रोचक शैली तथा मनोरंजक ढंग से करना चाहिए।"

10.6 रेडियो प्रसारण के विविध पक्ष

रेडियो आकाशवाणी अपने श्रोताओं के लिए कार्यक्रमों की योजना बनाकर, उसे प्रसारण की विविध क्रियाओं विधाओं में तैयार कर प्रसारित करता है। इन प्रसारणों में वार्ता, परिचर्चा, नाटक, संगीत, समाचारों के साथ-साथ पर्याप्त मात्रा एवं समय के लिए अनुरंजन, सूचनाप्रद और शैक्षिक कार्यक्रम सम्मिलित हैं।

आकाशवाणी केन्द्रों द्वारा प्रसारित किए जाने वाले कार्यक्रमों को इस प्रकार वर्गीकृत कर सकते हैं-

(क) दिल्ली से प्रसारित किए जाने वाले राष्ट्रीय महत्व के समाचार एवं अन्य कार्यक्रम।

(ख) अलग- अलग केन्द्रों से क्षेत्रीय -सेवा जो अपने क्षेत्रों की आवश्यकताओं, अपेक्षाओं और रुचियों को पूरा करती है।

(ग) स्थानीय रेडियो सेवा।

(घ) विदेशों में बसे श्रोताओं के लिए कार्यक्रम।

(ङ) विज्ञापन प्रसारण सेवा।

दिल्ली एवं प्रदेश-राजधानी केन्द्रों से प्रसारित होने वाले वे कार्यक्रम जो अन्य केन्द्र भी रिले (अनुप्रसारित) करते हैं, उन्हें ये कार्यक्रम रेडियो 'नेटवर्क ' ' आर.एन. ' के विभिन्न चैनल व चरणों से प्राप्त होते हैं। आकाशवाणी देश के भौगोलिक क्षेत्र की दृष्टि से 92 प्रतिशत एवं जन-समूह की दृष्टि से 99.13 प्रतिशत तक पहुँच रहा है।

राष्ट्रीय स्तर के कार्यक्रमों में संगीत का अखिल भारतीय कार्यक्रम (हिन्दुस्तानी एवं कर्नाटक शैली में) नाटकों का अखिल भारतीय कार्यक्रम, रूपकों का अखिल भारतीय, चर्चा का विषय है, करेंट अफेयर्स, सामयिकी, शैक्षिक-प्रसारण, ग्रामीण एवं कृषि कार्यक्रम, खेल कार्यक्रम, सामुदायिक गायन, वृत्तचित्र एवं राष्ट्रीय अन्तर्राष्ट्रीय स्तर की विचार गोष्ठी, सेमिनार, उत्सव, सम्मेलन, मेले आदि के कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। प्रादेशिक स्तर पर संगीत, नाटक, खेल, रूपक, समाचार, विद्यालय प्रसारण, किसानवाणी, वृत्तचित्र, प्रादेशिक महत्व की दृष्टि से गोष्ठी, परिचर्चा संदेश, अपील आदि का प्रसारण किया जाता है। स्थानीय स्तर पर स्थानीय महत्व के कार्यक्रम स्थानीय प्रतिभाओं को समुचित प्रसारण-अवसर प्रदान करने की दृष्टि से विविध विधाओं में कार्यक्रम तैयार कर प्रसारित किए जाते हैं।

10.7 एफ.एम. प्रसारण

आकाशवाणी से जो कार्यक्रम प्रसारित होते हैं, वे प्राय: तकनीकि दृष्टि से मुख्यतया दो पद्धति से प्रसारित किये जाते हैं, प्रथम 'एम्पलीटयूड माड्यूलेशन' जिसे 'ए.एम.' कहते हैं । ए.एम. के अंतर्गत किए जाने वाले प्रसारण हम अपने रेडियो रिसिवर सेट में मीडियम वेब (M.W) एवं शोर्ट वेब (S.W) बैंड पर सुनते हैं, जबकि एफ.एम. प्रसारण एफ.एम. बेण्ड पर ही सुने जा सकते. हैं । ए.एम. प्रसारण की ध्वनि तरंगें सागर की लहरों की तरह (ऊंची-नीची) वायुमण्डल में भ्रमण करती है जबकि एफ.एम. प्रसारण की ध्वनि तरंगें सीधी दिशा में 'लाईन ऑफ साईट' पर तैरती हुई हमारे रेडियो सेट पर पहुँचती है, यही कारण है कि ए.एम. के प्रसारण में यदि ट्रान्समीटर और रेडियो सेट के बीच ऊंची पहाड़ी या अवरोध आ जाए तो प्रसारण बाधित हो सकता है ।

एफ.एम. के प्रसारण को अन्य अवांछित बाहय ध्वनियाँ प्रभावित नहीं करती, जिस गुणवत्ता (क्वालिटी) में प्रसारण होता है वैसे ही प्रसारण श्रोता तक पहुंचते हैं ऐसा एफ.एम. सेवा में बड़ी बैंडविड्थ के प्रयोग फलस्वरूप होता है ताकि कार्यक्रम बिना शोर शराबे के साफ आवाज में सुने जा सके । एफ.एम. प्रसारण रेडियो-प्रसारण की नवीनतम, उच्च गुणवत्ता वाली और सुग्राही सेवा है जो आम-जन में सर्वाधिक लोकप्रिय है । प्रसार भारती ने जिन निजी संस्थाओं, प्रतिष्ठानों को रेडियो स्टेशन चलाने के लिए जो अनुमति प्रदान की है, वे एफ.एम. पर ही प्रसारण करते हैं । प्रसार भारती आकाशवाणी के स्थानीय रेडियो स्टेशन (एल.आर.एस.) प्राय: एफ.एम. पर ही प्रसारण करते हैं । वैसे आकाशवाणी की 'एफ.एम. रैनबो' और 'एफ.एम. गोल्ड' पृथक से प्रसारण सेवा है । स्थानीय रेडियो केन्द्र आकाशवाणी अपने प्रसारणों में 50 प्रतिशत में मनोरंजन तथा शेष में अन्य सभी कार्यक्रम प्रसारित करते हैं । एफ.एम. प्रसारण की कुल अवधि मीडियम वेब और शॉर्ट वेब की तुलना में अपेक्षाकृत अधिक ही है । श्रोता समाज में एफ.एम. सर्वाधिक लोकप्रिय प्रसारण माना जा रहा है ।

10.8 आकाशवाणी प्रसारण की आचार संहिता

आकाशवाणी के प्रसारण-ध्येय में प्रमुख बात रहती है कि जनसमुदाय को शिक्षा, सूचना और स्वस्थ मनोरंजन प्रदान किया जाए, साथ ही समाज और राष्ट्र को नई दिशा दी जाए । मई, 1967 में सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय के तत्कालीन सचिव श्री आशोक मिश्रा की पहल पर नौ-सूत्री आकाशवाणी प्रसारण आचार संहिता (A.I.R Code) लागू की गई । यह आचार संहिता समाचारों और चुनाव प्रसारणों को छोड़कर अन्य सभी प्रसारणकर्त्ताओं पर लागू होती है ।

आकाशवाणी प्रसारण आचार संहिता के अनुसार कोई भी प्रसारणकर्ता ऐसी बात प्रसारण में सम्मिलित नहीं करेगा जिससे:-

1. मित्र राष्ट्रों की आलोचना होती हो ।
2. धर्म और संप्रदाय पर प्रहार होता हो ।
3. किसी भी प्रकार की अश्लीलता और असम्मानजनक हो ।

4. हिंसा को बढ़ावा देने या कानून और व्यवस्था के विरुद्ध हो ।

5. किसी भी प्रकार की न्यायालय की मान हानि करता हो ।

6. राष्ट्रपति, राज्यपाल और न्यायालय की निष्ठा पर शक करे ।

7. किसी राजनीतिक दल पर नाम लेकर प्रहार हो ।

8. किसी राज्य को केन्द्र की शत्रुतापूर्ण आलोचना होती हो ।

9. संविधान के प्रति असम्मान प्रकट होता हो या हिंसा से परिवर्तन की वकालत करता हो।

प्रत्येक आकाशवाणी प्रसारणकर्ता उपरोक्त बातों की प्रसारण में पूरी-पूरी अनुपालना हेतु बाध्य है ।

10.9 आकाशवाणी के उच्चारित शब्द कार्यक्रम

आकाशवाणी केन्द्र से प्रसारित होने वाले सभी कार्यक्रमों का यदि वर्गीकरण किया जाए तो उनका विवरण इस प्रकार प्राप्त YUहोता है-

1. उच्चरित शब्द कार्यक्रम (Spoken word Programmes)
2. समाचार एवं समाचार आधारित कार्यक्रम
3. नाटक एवं नाटक संबद्ध कार्यक्रम
4. संगीत एवं संगीत संबद्ध कार्यक्रम
5. नवाचार (Innovative) कार्यक्रम

उच्चरित शब्द का आशय है- 'बोले जाने वाले शब्द' आकाशवाणी से प्रसारित विभिन्न कार्यक्रमों में जो कार्यक्रम बोले जाने वाले शब्द-स्वरूप के कार्यक्रम हैं उन्हें 'उच्चरित शब्द (स्पोकन वर्ड)' श्रेणी के कार्यक्रम नाम से पुकारा जाता है ।

उच्चरित शब्द श्रेणी में आने वाली आकाशवाणी के निम्न प्रमुख कार्यक्रम इस प्रकार हैं:-

1. वार्ता

वार्ता (Talk) नितांत आकाशवाणी की ईजाद की हुई विधा है । वैज्ञानिक आविष्कारों ने जिन नये साहित्य रूपों को जन्म दिया है उनमें रेडियो वार्ता (Radio Talk) भी एक महत्वपूर्ण प्रसारण विधा है । रेडियो मात्र श्रव्य-साधन होने के कारण यह किसी निबंध या लेख से भिन्न है और इसका शिल्पगत वैशिष्ट्य भी है । वरिष्ठ प्रसारक डॉ. सिद्धनाथ कुमार के अनुसार- 'कविता कहानी, नाटक आदि की रचना केवल साहित्यकार ही करते हैं पर रेडियो वार्ता साहित्य से परे रहने वाले वैज्ञानिक, राजनैतिक, प्राध्यापक आदि सभी वर्गों के व्यक्तियों को प्रसारित करनी पड़ती है । अत: रेडियो वार्ता का क्षेत्र अत्यंत व्यापक बन जाता है । जेनेट डबनर ने कहा है- 'अच्छी रेडियो वार्ता के सिद्धांत प्रत्येक देश और प्रत्येक भाषा के लिए समान हैं । ' प्रभावी रेडियो वार्ता की विशेषताओं का उल्लेख करते हुए कहा जा सकता है कि रोचक वार्ता उस वार्ता की अपेक्षा सरलता से समझी जाती है, जिसे समझना वास्तव में आसान होने पर भी जिसका विषय नीरस होता है । जॉन एस. कार्लाईल का कथन है- 'इसका निश्चय कर लो कि विषय सामान्य रुचि का है । ' वरिष्ठ प्रसारक मधुकर गंगाधर के शब्दों में 'वार्ता' शब्द अंग्रेजी के टॉक का अनुवाद है । वार्ता (Talk) शब्द अब रेडियो के लिए रुढ़ हो चुका है और

एक विशेष अर्थवाचक भी है । जिस प्रकार आपसी वार्ता में दो पक्ष होते हैं वैसे ही रेडियो वार्ता में भी दो पक्ष होते हैं, वक्ता (वार्ताकार) और श्रोता । लेकिन आपसी वार्ता की तरह रेडियो वार्ता में श्रोता की ओर से संवाद की गुंजाईश नहीं होती, वह एकपक्षीय ही होती है, फिर भी एक अच्छी वार्ता के लिए ये आवश्यक है कि उसमें प्रकारांतर से श्रोताओं की संवादी प्रवृत्तियों का भी उसमें प्रतिनिधित्व हो । '

रेडियो वार्ता के आवश्यक तत्व या विशेषताएँ हैं-

1. समसामयिकता
2. सत्यता
3. स्पष्टता
4. रोचकता
5. संवादात्मकता
6. विचारों की क्रमबद्धता

रेडियो वार्ता किसी भी निबंध, लेख से भिन्न होती है । लेख के प्रकाशित स्वरूप में होने के कारण पाठक उसे बार-बार पढ़ सकता है जबकि रेडियो वार्ता शब्दों का भागता हुआ एक तूफ़ान होता है जो अपनी गति से श्रोताओं तक पहुँचता हुआ गुजर जाता है । यह यात्रा एकतरफा होती है और निरंतर रहती है, इसका रुकना या उलटना-पलटना संभव नहीं होता । वार्ता का प्रसारण से पूर्व आलेख तैयार करना पड़ता है जिसमें सभी शब्द सार्थक हो, रेडियो वार्ता लिखना नितांत सर्वथा मौलिक एवं नई विधा-रचना है । वार्ता के लिए भाषा की सरलता, और कथ्य की सहजता आवश्यक है । भाषा की शक्ति, मनोविज्ञान से उपलब्ध ज्ञान, लेखन-कौशल, ध्वनि और प्रस्तुतिकरण की प्रभावी शैली अच्छी रेडियो वार्ता के लिए आवश्यक, अनिवार्य और अपेक्षित संसाधन है ।

रेडियो वार्ता के निम्नलिखित स्वरूप होते हैं-

1. तथ्यपरक वार्ता 2.विकास वार्ता
3. संस्मरणात्मक वार्ता 4. व्यंग्य वार्ता
5. विनोद वार्ता 6.व्यंग्य-विनोद वार्ता
7. लघु वार्ता

डॉ. मधुकर गंगाधर ने इन्हें 'वार्ता परिवार' कहा है । वार्ता की अवधि प्राय: 5 मिनट, 10 मिनट या 15 मिनट की होती है । इससें लंबी वार्तालाप श्रोताओं के लिए बोझिल हो जाती है । लंबे समय तक एक ही व्यक्ति के मुख से एक ही विषय पर सुनते रहने से श्रोता ऊबने लगता है । वार्ताकार का इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि उसकी बात उपदेश का रूप न ले । वार्ता में वैयक्तिक स्पर्श नहीं होना चाहिए ।

उच्चरित शब्द संबंधित अन्य कार्यक्रम

रेडियो वार्ता के अतिरिक्त आकाशवाणी से प्रसारित होने वाले उच्चरित शब्दों के निम्नलिखित अष्ट कार्यक्रम भी होते हैं ।

2. बातचीत

बातचीत दो व्यक्तियों के बीच हुआ संवाद है, इन दो में से एक विषय का संपूर्ण जानकार और दूसरा आंशिक जानकार होता हैं । विषयानुरूप बातचीत में सम्मिलित किये जाने बिन्दु रिकार्डिंग या सजीव प्रसारण (Live Broadcast) से पूर्व 'संकेत-बिन्दु' अवश्य लिख लिए जाते हैं ।

3. परिसंवाद

परिसंवाद मे दो से अधिक प्रतिभागी भाग लेते हैं, जो निर्धारित विषय पर क्रम से एक-एक कर अपने विचार प्रस्तुत करते हैं, प्रत्येक के विचार के बीच नियामक उसके बारे में संक्षिप्त टिप्पणी करता चलता है । इसका आलेख तैयार किया जाता है ।

4. परिचर्चा

किसी विषय की गहन एवं बहुपक्षीय समन्वित चर्चा परिचर्चा क्हलाती है, इसमें तीन या इससे अधिक प्रतिभागी भाग लेते हैं । बातचीत की तरह इसके भी संकेत-बिन्दु पूर्व में तैयार कर लिए जाते हैं ।

परिचर्चा को रोचक और प्रभावकारी बनाने में कुछ विशेष बातों पर ध्यान देना आवश्यक है। ये है-

1. परिचर्चा में सभी प्रतिभागी एक साथ न बोले ।
2. बातचीत के दौरान रोचक घटनाएं सुनाई जाए तो कार्यक्रम श्रोताओं को बांधे रखता है ।
3. परिचर्चा शुरू करते समय विषय का परिचय अवश्य दे ।
4. परिचर्चा में वैयक्तिक पुट का विशेष महत्व है । सामान्य रूप से चर्चा करने की बजाय-मैं समझता हूँ मेरे अनुभव के अनुसार, मेरे विचार में आदि कहकर बात रखी जाए तो अधिक प्रभावी होती है ।
5. कोई भी कार्यक्रम श्रोताओं के लिए होता है, इसलिए अपनी बात को श्रोताओं की रुचि और हित को ध्यान में रखकर प्रस्तुत करना चाहिए ।
6. परिचर्चा में सामान्य शिष्टाचार और मर्यादा का पालन होना चाहिए ।
7. दूसरे प्रतिभागी को सीधे संबोधित करना चाहिए । अपना प्रश्न हवा में नही उछालना चाहिए।
8. प्रतिभागी का नाम लेकर संबोधन करें ।
9. परिचर्चा में माइक से समुचित निकटता बनी रहे, इस बात को ध्यान में रखना चाहिए।
10. कागज पर तथ्य, आकड़े और उद्धरण अपने सामने रखे जा सकते हैं ।

5. भेंटवार्ता

किसी व्यक्ति विशेष या विशेषज्ञ-व्यक्ति से भेंट कर विषय-वस्तु का प्रस्तुतिकरण करवाना भेंट वार्ता हैं । जानकारी देने वाला विशेषज्ञ होता है और विशेषज्ञ से प्रश्न पूछने वाला भेंटकर्ता कहलाता है । इसका आलेख तो पूर्व में नहीं बनाया जाता पर बतौर गृह कार्य 'प्रश्न संकेत' अवश्य तैयार कर लिए जाते हैं ।

रेडियो साक्षात्कार या भेंटवार्ता के समय निम्न बिन्दुओं को ध्यान में रखना आवश्यक है-

1. साक्षात्कार लेने से पहले उसके पात्र और विषय से संबंधित आवश्यक जानकारी प्राप्त कर ली जाए ।
2. साक्षात्कार लेने के लिए सही समय पर पहुँचे ।
3. साक्षात्कार का पात्र चाहे साधारण व्यक्ति ही क्यों न हो, उसके सम्मान की रक्षा हो और उसकी अभिव्यक्ति को महत्व मिले, यह जरूरी है ।
4. साक्षात्कारकर्ता को अपना संक्षिप्त परिचय देते हुए उसे साक्षात्कार का उद्देश्य बताए ।
5. साक्षात्कार में सहज और स्वाभाविक ढंग से बातचीत करे ।
6. साक्षात्कार में क्रम से प्रश्न पूछते जाए । आपके प्रश्न स्पष्ट रूप से सीधे और सरल हो।
7. विषय की गहराई में जाने के लिए अनुपूरक प्रश्न पूछे ।
8. साक्षारकर्ता में घमंड, रूखापन, अपनी बात थोपना, वाककला, कटुता, सुस्ती जैसी चीजें नहीं होनी चाहिए ।
9. यदि उत्तरदाता किसी प्रश्न का उत्तर न देना चाहे तो उसे मजबूर न करें ।
10. साक्षारकर्ता में जिज्ञासा बोलने की शक्ति, भाषा पर अधिकार, बात निकालने की कला, पात्र की बात सुनने का धैर्य, तटस्थता, नम्रता, लेखन- शक्ति और बात को बदलती परिस्थितियों के अवसरानुसार मोड देने की कला एवं गुण होने चाहिए ।

रेडियो वार्ता

6. संदेश

देश के गणमान्य महामना अवसर विशेष पर राष्ट्र, राज्य या नगर के नागरिकों के लिए जो बात कहना चाहते हैं संदेश कहलाती है । इसका आलेख बनाया जाता है, रेडियो संदेश में व्यक्ति विशेष होता है, अवसर-विशेष भी और संदेश भी । जैसे स्वाधीनता दिवस, गणतंत्र दिवस पर देश के महामहिम राष्ट्रपति, राज्यपाल, प्रधानमंत्री महोदय प्रसारण करते हैं ।

7. अपील

कोई व्यक्ति विशेष अथवा किसी व्यवस्था की ओर से जनसमूह को निवेदन करता है तो वो अपील कहलाती है । इसका आलेख हो सकता है । अपील में विषय सबसे महत्वपूर्ण होता है ।

8. कॉम्पियरिंग (चर्चा)

रेडियो से प्रसारित होने वाले विशेष श्रोता-समुदाय के लिए प्रसारित किये जाने वाले कार्यक्रम के प्रस्तुतकर्ताओं को रेडियो की भाषा में 'कॉम्पीयर' कहा जाता है और प्रस्तुतिकरण को 'कॉम्पियरिंग' ।आजकल इसे 'एंकर' और 'एंकरिंग' के नाम से भी जाना जाता है । कई मिडियाकर्मी इसे 'रेडियो जाकी' भी पुकारते हैं । रेडियो पर प्रस्तुत की जाने वाली यह रोचक प्रस्तुति नितांत रेडियो की ही मौलिक प्रसारण विद्या है । इस हेतु पूर्वाभ्यास, शब्द भंडार, प्रत्युतपत्न्नमति, आवाज का उतार चढाव, गति और प्रस्तुतिकरण वैशिष्ट्य उल्लेखनीय होता है । इसके चर्चा बिन्दु-संकेत पूर्व में तैयार कर लेने अपेक्षित होते है ।

रेडियो कॉम्पियरिंग

9. सूचना

प्रत्येक आकाशवाणी केन्द्रो से प्रत्येक सभा में प्राय: पाँच मिनिट के लिए एक कार्यक्रम होता है जिसमें प्रसारण-सभा के मुख्य-प्रमुख कार्यक्रम, खोये व्यक्ति के संबंध में सूचना, रक्तदान, वायुयान-रेलों के आवागमन की सूचना, मौसम का हाल आदि बतौर सूचना के प्रसारित किये जाते हैं । जनहित में प्रसारित इन सूचनाओं में 'शहर में आजकल' की जानकारी भी प्रसारित की जाती है ।

10. पत्रोत्तर

प्रत्येक आकाशवाणी केन्द्र से प्राय: साप्ताहिक आवृत्ति पर एक पत्रोत्तर का कार्यक्रम अवश्य प्रसारित होता है जिसमें श्रोताओं से प्राप्त पत्रों का रेडियो अधिकारी 'माईक' पर उत्तर देते हैं । ये पत्र जिज्ञासा, शंका-समाधान, विवरण जानने हेतु प्राप्त होते हैं । इसका पूर्व में आलेख तैयार किया जाता है जिसे प्राय: दो व्यक्तियों द्वारा प्रस्तुत किया जाता है, एक श्रोताओं का प्रतिनिधित्व करने वाला पत्र का आशय पड़ता है, दूसरा उसका उत्तर देता है ।

11. नारा

सामयिक विषय पर सूत्र-रूप में कही जाने वाली बात 'नारा' कहलाती है जिसे 'स्लोगन' (Slogan) कहते हैं । आम नागरिक को ध्यान रखने वाली बातें इसमें सम्मिलित होती है। कई बार एक छोटा-सा नारा वो संदेश दे जाता है जो वार्ता भी अपना प्रभाव नहीं छोड़ पाती, जैसे 'रोजी रोटी और मकान सफल योजना करे प्रदान', 'सत्यमेव जयते, श्रमएव जयते', 'हिंदी में काम करना आसान है, शुरु तो कीजिए' आदि- आदि । नारा कब कौन सा बोलना है यह उद्घोषक की प्रत्युत्पत्रमति पर निर्भर करता है । इसका आलेख होता है ।

12. उद्घोषणा

आकाशवाणी केन्द्र से प्रसारित होने वाले प्रत्येक कार्यक्रम के बारे में उद्घोषक द्वारा श्रोताओं को यह बताना कि यह आकाशवाणी का कौन सा केन्द्र है, किस आवृत्ति, बैण्ड पर आप इस केन्द्र को सुन रहे हैं, अभी यह समय हुआ है, अब आप ये कार्यक्रम सुनेंगे, अभी आपने यह कार्यक्रम सुना आदि- आदि परिचयात्मक टिप्पणी सजीव प्रसारित करना 'उद्घोषणा' कहलाती है, उद्घोषणा करने वाला 'उद्घोषक' (Announcer) कहलाता है । उद्घोषणा का आलेख प्रसारण-पूर्व तैयार किया जाता है जिसे प्रसारण-निष्पादक या उच्च अधिकारी जाँचता है ।

उद्घोषणा सदैव छोटे-छोटे एवं सरल भाषा-वाक्य में तैयार की जानी चाहिए ताकि समाज के सभी वर्गों के श्रोता उसे सुगमता से समझ सकें । निजी प्रसारण केन्द्र चलाने वाले उद्घोषणा में प्राय: भाषा की शुद्धता, व्याकरण, वाक्य-संरचना पर विशेष बल नहीं देते हुए गति और बोलचाल की 'हिंगलिश' का प्रयोग करते हैं जो हिन्दी- अंग्रेजी मिश्रित होती है । उद्घोषणा में तथ्यपरक सूचना हो, वह कार्यक्रम सुनने के प्रति उत्सुकता उत्पन्न करें और प्रस्तुति का तरीका रोचक होना चाहिए ।

13. पुस्तक समीक्षा

समीक्षा-किसी भी विषय की सद्य: प्रकाशित पुस्तक का आद्योपांत अध्ययन करने के उपरांत लेखक-समीक्षक द्वारा उस पुस्तक की, समीक्षा के मानक मापदण्ड पर समालोचनात्मक विवरण प्रस्तुत करना 'पुस्तक समीक्षा' कहलाता है । समीक्षक को चाहिए कि बिना किसी पूर्वाग्रह के न तो पुस्तक एवं लेखक का स्तुति गान करे, न ही पुस्तक में कमी होने पर बखिया ही उधेड़ दे । पुस्तक समीक्षा का आलेख तैयार करना पड़ता है ।

14. रेडियो कहानी

रेडियो कहानी, प्रकाशित होने वाली कहानी के समान ही होती है, उसके प्रस्तुतिकरण की शैली रेडियोजन्य अवश्य होनी चाहिये । प्रकाशित कहानी कलेवरबद्ध हो आवश्यक नहीं, जबकि रेडियो कहानी समय-सीमाबद्ध अपेक्षित रहती है । कहानी का आलेख होता है, कहानी में प्रयुक्त संवाद उसी भाव-भावना के साथ बोले जाने चाहिये जिससे कि उसकी रोचकता बरकरार रहे तथा वह रेडियो-कहानी का. स्वरूप धारण कर सके ।

15. काव्य पाठ

मानवीय संवेदनाओं से अनुभूत संवादी-भाव जब जन सामान्य की अनुभूतियों से समाजीकृत हो जाते हैं तब काव्य के मानक मापदण्डों और काव्य-नियमों में वे भाव शब्द-स्वरूप धारण करते हैं, वह 'कविता' होती है । कविता कविता ही होती है, प्रकाशन या प्रसारण में उनमें कोई अंतर नहीं होता । हाँ, आकाशवाणी प्रसारण आचार-संहिता के प्रतिकूल न हो इसका अवश्य ध्यान रखा जाता है क्योंकि कविता में बात को लपेट कर बिम्ब और प्रतीकों के सहारे बात करने की अपूर्व क्षमता एवं सामर्थ्य होता है । अत: काव्य- आलेख में इसका पूर्णरूपेण ध्यान रखा जाना अनिवार्य होता है ।

16. आँखों देखा हाल

अपनी आँखों के सामने हो रही किसी घटना, खेल, उत्सव, समारोह का विवरणात्मक एवं विवेचनात्मक विवरण प्रस्तुत करना 'आँखों देखा हाल' कहलाता है । रेडियो पर प्रसारित आँखों देखा हाल पर्याप्त रूचि से सुना और सराहा जाता है । आंखों देखा हाल सुनवाने के लिए आलेख की अनिवार्यता तो नहीं होती किन्तु सर्वोपरि दिशा-निर्देश, इतिहास, पिछ्ला विवरण,तात्विक जानकारी, संबंद्ध उद्धरण, अपेक्षित संदर्भों का विवरण पूर्व में तैयार कर लेना अपेक्षित रहता है । आँखों देखा हाल सुनाने वाले कमेंटेटर के पास विषय की पूर्णरूपेण जानकारी, जन-सैलाब की भावना, विपुल शब्द भण्डार, वातावरण को देखते प्रत्युत्पत्रमति से दिया गया विवेचन श्रोता को बाँधने की क्षमता रखता है । आँखों देखा हाल सुनाने वालों में श्री मुरली मनोहर 'मंजुल', जसदेव सिंह, मेल्वेल-डि-मेलो, रवि चतुर्वेदी, विनीत गर्ग, मनीष देव आदि के नाम एवं उनकी आवाज से हम सभी परिचित हैं ।

राजसिंह डूँगरपुर के शब्दों में '.... अगर आप कमेंटेटर का कूरियर अपनाना चाहते हैं तो उसके लिए आपके अंदर लगन, गम्भीरता, एकाग्रता, परिश्रम, खेल (विषय) का ज्ञान, भाषा एवं शैली जैसे कुछ लक्षण होने ही चाहिये । हर मीडिया की कुछ जरूरतें होती हैं, इसलिए माइक्रोफोन के सामने हर किसी को पूरी मानसिक तैयारी के साथ जाना चाहिए ।' कमेंट्री एवं कमेंटेटर के विशिष्ट गुणों के बारे में अरविंद सिंह 'मेवाड़' का कहना है -.... 'कमेंट्री ने चित्रोपमता प्रदान की है, खेल की दुनिया- में कमेंट्री को मैं 'शब्द- चित्र' की संज्ञा देता रहा हूँ । कमेंट्री में चलते हुए खेल का आँखों देखा हाल होता है, खेल में घट रही प्रत्येक घटना का, घटना के अनुरूप सजीव चित्रण होता जाता है और यह मेरी समझ में एक विशिष्ट कला है तथा उसका साधक विशिष्ट कलाकार है ।' वरिष्ठ कमेंटेटर जसदेव सिंह की मान्यता है कि- ' रेडियो कमेंटेटर मैदानी खेल का हू-ब-हू चित्र सुननेवालों के आगे पेश करे, उसे अपने शब्दों से चित्र बनाने पड़ते हैं और श्रोता अपनी कल्पना की आँख से उन चित्रों को देखता है । इस काम को जिसने बखूबी पूरा कर दिया वही सफल कमेंटेटर कहलाता है । '

एक अच्छे और कुशल रेडियो कमेंटेटर में निम्नलिखित गुण होना अपेक्षित है- 1. सुखद स्वर, 2. सरल भाषा, 3 मौखिक शैली, 4. विषय का ज्ञान, 5. एकाग्रता, 6 सहज अभिव्यक्ति, 7. निष्पक्षता, 8. तत्पर बुद्धि, 9. दूरदर्शिता, 10. विविधता और 11 तैयारी ।

आँखों देखा हाल दूर से सब्जबाग दिखाई देता है । हकीकत में उस तक पहुँचने का रास्ता कांटों से भरा हुआ है । दूर के ढोल सभी को सुहाने लगते हैं । परन्तु सच तो यह है कि कमेंटेटर बनने के लिए उतनी ही कड़ी मेहनत और साधना की जरूरत होती है, जितनी किसी गायक या चित्रकार की ।

17. शब्द चित्र

किसी भी घटना, विषय या वस्तु का शब्दों के माध्यम से ऐसा जीवंत वर्णन प्रस्तुत करना जिससे भावों की चित्रोपमता खड़ी हो जाए वही 'शब्द चित्र' है । जिस प्रकार प्रकाशित साहित्य में जो स्थान 'रेखा चित्र' का है, प्रसारण में वही स्थान 'शब्द चित्र' का है । शब्दों के माध्यम से विषय-वस्तु का हू-ब-हू चित्र खड़ा कर देना शब्द चित्र की सार्थकता है । इसका सृजनात्मक आलेख तैयार किया जाता है ।

18. भाषा पाठ

राष्ट्रीय एकता और सांप्रदायिक सद्भाव कायम रखने की दृष्टि से आकाशवाणी ने भाषा पाठ प्रसारित करना तय किया है । विभाषीय पाठ द्वारा आकाशवाणी जन-साधारण में किसी दूसरी अन्य भारतीय भाषा के प्रति रूचि, आदर एवं उस प्रदेश की संस्कृति-सरोकार से परिचय प्राप्त कर सके यही इस प्रसारण का मुख्य ध्येय है । इसका आलेख तैयार किया जाता है, पाठ प्रस्तुत करने वाले को दोनों भाषाओं का ज्ञाता होना आवश्यक है, एक वह जिसमें पाठ बनाया गया, दूसरी भाषा वह जहाँ के प्रदेशवासियों के लिए प्रसारण हो रहा है ।

19. रेडियो पत्रिका

जिस प्रकार किसी साहित्यिक प्रकाशित पत्रिका का स्वरूप होता है जिसमें अनुक्रम, संपादकीय, कहानी, कविता, तत्संबंधी समाचार, संस्मरण, चुटकुले, कामकाज की बातें आदि सामग्री होती है उसी प्रकार रेडियो प्रसारणार्थ पत्रिका में भी संपादकीय,कहानी, कविता, वार्ता, भेंट वार्ता, शब्द चित्र, समाचार आदि होते हैं जिसका विधिवत् संपादक द्वारा कुशल संपादन कर कार्यक्रम तैयार किया जाता है । रेडियो वार्ता का आलेख किया जाता है जो श्रमसाध्य सृजन की श्रेणी में माना जा सकता हैं ।

20. संक्षिप्त विवरण

किसी सम्मेलन, समारोह, उत्सव, प्रतियोगिताएँ जो लम्बी समयावधि की होती हैं, जिसे आद्योपांत रेडियो पर प्रसारण- अवसर संभव नहीं होता, उस आयोजन का श्रृंखलाबद्ध विवरणात्मक विवेचन प्रस्तुत करना 'संक्षिप्त विवरण' या 'रेडियो रिज्यूमे' कहलाता है । इसका आलेख तैयार किया जाता है जिसमें काम की सारगर्भित बातें या विवरण ही सम्मिलित किए जाते हैं ।

21. विचार गोष्ठी

आकाशवाणी परिचर्चा की तरह विचार गोष्ठी भी उच्चरित शब्दों की एक महत्वपूर्ण प्रसारण विधा है । परिचर्चा में बहुधा वैचारिक भिन्नता संभव है जबकि विचार गोष्ठी में अपने अपने विचारों का प्रतिपादन होता है । इसमें आलेख हो आवश्यक नहीं पर विचार-बिन्दु अवश्य होने चाहिए ।

22. कवि गोष्ठी

आकाशवाणी अपने क्षेत्र के स्थापित एवं उदीयमान कवियों,गीतकारों, शायरों आदि को अपनी ताज़ा काव्य रचनाओं के साथ स्टुडियो में आमंत्रित करता है, एक कवि-संचालक द्वारा अपनी बात के साथ क्रम से एक-एक कवि से अपना काव्यपाठ प्रस्तुत करने हेतु माईक पर आमंत्रित करता है । कवि गोष्ठी निर्धारित तिथि, समय, अवधि में प्रसारित होती है । काव्य सृजन

को प्रोत्साहित करने की दिशा में आकाशवाणी का यह स्तुत्य प्रयास हैं । इसका आलेख प्रस्तुतिकरण से पूर्व अपेक्षित रहता है ।

आकाशवाणी कई बार आमंत्रित श्रोताओं के समक्ष कवि सम्मेलन, मुशायरा आदि भी आयोजित करता है जिसका निर्धारित तिथि, समय पर संपादन-स्वरूप प्रसारण किया जाता है ।

23. काव्य रूपक

विषय-विशेष या अवसर-विशेष पर कवि-गीतकारों से तत्संबंधी काव्य रचनाएँ आमंत्रित कर उन्हें काव्यात्मक भाषा-शैली में गुंफित कर प्रसारित करना 'काव्य रूपक' कहलाता है । काव्य पाठ मूल कवि के स्वर में हो तो श्रेष्ठ, अन्यथा दूसरे के स्वर में भी पाठ करवाया जा सकता है पर मूल कवि का नामोल्लेख आवश्यक है । काव्य रूपक तैयार करने वाले प्रस्तुतकर्ता के रचना-कौशल पर रूपक का स्वरूप निर्भर करता है ।

आकाशवाणी 'प्रसारण की विविध विधाओं में इन विधाओं का भी विशेष महत्व है । ये हैं-

1. वर्ग विशेष के कार्यक्रम-महिला कार्यक्रम, बच्चों के कार्यक्रम, कृषि एव ग्रामीण कार्यक्रम, वरिष्ठ नागरिकों के लिए कार्यक्रम ।
2. पत्रिका कार्यक्रम-साहित्यिक पत्रिका, विज्ञान पत्रिका, सांस्कृतिक पत्रिका, खेल पत्रिका ।
3. कार्यक्रम अधिकारी के कार्य-नियोजन एवं निर्माण ।
4. रेडियो रिपोर्ट ।

10.10 रेडियो समाचार एवं संबद्ध कार्यक्रम

देश-विदेश में प्रतिपल कोई न कोई घटना घटित होती रहती है । जिज्ञासु और जागरूक नागरिक उन घटनाओं के बारे में जानने को उत्सुक रहते हैं । नवीनतम घटनाओं की तथ्यपरक सही सूचना प्राप्त करने के लिए वह अपने प्रयत्न करता है, उन प्रयत्नों के अन्तर्गत वह उन 'माध्यमों' को तलाशता है, जहाँ उसके जानने की जिज्ञासा शांत हो । आज के वैज्ञानिक युग में 'माध्यम' कई प्रकार के हैं, मुख्यतया दो-प्रिंट मीडिया (मुद्रित माध्यम) और इलेक्ट्रॉनिक माध्यम । इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अन्तर्गत रेडियो, टेलीविजन, कंप्यूटर नेटवर्किंग, इंटरनेट, ई-मेल आदि आते हैं ।

भारत जैसे विकासशील देश जिसका विशाल भू-भाग, विशाल जनसमुदाय हैं, यहाँ के लोगों के लिए रेडियो आकाशवाणी की 'समाचार सेवा' अत्यंत उपयोगी सिद्ध हुई है । दूरदराज के क्षेत्र, दुर्गम और दूरस्थ रहने वाले ग्रामीणजन, पहाड़, ढाणी, गाँव, कस्बे, नगर और महानगर में रहने वाले सभी लोगों के लिए आकाशवाणी समाचार सेवा इस दिशा में पुनीत सेवा प्रति घण्टे तत्परता से कर रहा है । आकाशवाणी अपने कुल प्रसारण-समय में से लगभग 25% से भी अधिक समय समाचारों के लिए समर्पित किये हुए हैं । युद्ध और आपात स्थिति में इसकी अभूतपूर्व सेवा उल्लेखनीय रही है ।

आकाशवाणी समाचार सेवाओं का इतिहास काफी पुराना है । भारत का प्रथम समाचार बुलेटिन 23 जुलाई 1927 को प्रसारित हुआ था । आकाशवाणी का समाचार सेवा प्रभाग अगस्त, 1937 में अस्तित्व में आया ।

आकाशवाणी के समाचारों को तीन भागों में विभाजित किया जा सकता है- 1. राष्ट्रीय समाचार, 2. प्रादेशिक समाचार, 3. स्थानीय समाचार और 4. समाचार से संबद्ध अन्य कार्यक्रम ।

1. राष्ट्रीय समाचार

आकाशवाणी की राष्ट्रीय-समाचार-सेवा प्रत्येक घण्टे पर समाचार प्रसारित करती है । देश में फैले 44 क्षेत्रीय समाचार एकक इसकी सहायता करते हैं । नई दिल्ली स्थित 'समाचार सेवा प्रभाग' सभी समाचारों एवं सामयिक मामलों के कार्यक्रम का केन्द्र स्थान है । आकाशवाणी समाचार सेवा प्रभाग की स्वदेश, क्षेत्रीय और विदेशी सेवा दिल्ली और क्षेत्रीय समाचार एककों से 44 घण्टों से अधिक समय के समाचार बुलेटिन प्रसारित करता है ।

आकाशवाणी राष्ट्रीय स्तर पर प्रत्येक घण्टे पर समाचार प्रसारित करता हैं, जो हिन्दी और अंग्रेजी में क्रमशः प्रसारित होते हैं । इनके अतिरिक्त अन्य भारतीय भाषाओं में समाचार प्रसारित होते हैं, यथा तमिल, तेलुगु, कन्नड, मलयालम, उर्दू बंगाली, मराठी, गुजराती, उड़िया, पंजाबी, असमी, कश्मीरी, सिंधी आदि भाषाओं में समय-समय पर प्रतिदिन समाचार प्रसारित किये जाते हैं । अन्य भाषाओं में भी आकाशवाणी समाचार प्रसारित करता है जैसे अरबी, फारसी, तिब्बती, चीनी, कैंटोनी, सिंहली, फ्रेंच, रूसी, नेपाली, थाई, बर्मी आदि विदेशी भाषाओं में भी यथासमय समाचार प्रसारित होते हैं । दिल्ली स्थित 'केन्द्रीय समाचार पूल' में विभिन्न समाचार-संस्थाओं, माध्यमों, संवाददाताओं द्वारा प्रेषित समाचार प्राप्त होते हैं । संबंधित समाचार वाचक, अनुवादक अपने क्षेत्र-विशेष की दृष्टि, उपयोगिता, महत्व के समाचारों को छाँटकर बुलेटिन तैयार कर, जंचवाकर प्रसारित करते हैं ।

समाचार तैयार करते समय समाचार के मूल छः 'क' को ध्यान में रखकर बुलेटिन तैयार किया जाता है, उसकी विश्वसनीयता पूर्व में जाँच ली जाती हैं । समाचार की भाषा सरल, सुगम, सुबोध रहती है जिससे कि सभी जन उसे समझ सके। एक विशेष फोन नंबर डायल करने पर आपको फोन पर भी मुख्य-मुख्य समाचार उपलब्ध होते हैं। आकाशवाणी समाचार अब नेट पर भी उपलब्ध होते हैं, पता है- www.newsonair.com

2. प्रादेशिक समाचार

प्रदेश-विशेष के मुख्य प्रमुख समाचार 'प्रादेशिक समाचार' कहलाते हैं, इनका प्रसारण प्राय: प्रदेश के राजधानी स्थित आकाशवाणी केन्द्र के समाचार एकक पर तैयार किये जाते हैं । प्रादेशिक समाचारों में प्रदेश के मुख्य-प्रमुख जनहित से संबंधित समाचारों को सम्मिलित किया जाता है, हालाँकि इन प्रादेशिक समाचार बुलेटिनों में राष्ट्रीय, अन्तर्राष्ट्रीय महत्व के समाचारों को

भी यथासंभव स्थान दिया जाता है । प्रादेशिक समाचार हिन्दी के अतिरिक्त प्रादेशिक भाषा और बोली में प्रसारित किये जाते हैं ।

आकाशवाणी के क्षेत्रीय समाचार एकक 225 से ज्यादा बुलेटिन, 66 भाषाओं और बोलियों में समाचार प्रसारित करते हैं । आकाशवाणी एफ.एम. दिल्ली से प्रत्येक घण्टे न्यूज हेडलाईन प्रसारित होती है । आकाशवाणी को ज्यादातर समाचार देश में फैले अपने संवाददाताओं से प्राप्त होते हैं । भारत में 110 पूर्णकालिक संवाददाता, दुबई, काबुल, काठमांडू, कोलंबो सहित 4 विदेशी संवाददाता हैं । आकाशवाणी के 542 अंशकालिक संवाददाता है जो देश के महत्वपूर्ण जिला मुख्यालय में स्थित हँ । समाचार सेवा प्रभाग पी.टी.आई., यू.एन.आई., एएन. आई. आदि द्वारा प्रदत 'वायर सेवा' को भी अंशदान देता हैं । देश में फैले 44 क्षेत्रीय समाचार एकक सेवारत है ।

3. स्थानीय समाचार

प्रत्येक आकाशवाणी केन्द्र से स्थानीय समाचार स्थानीय सूचनाओं के रूप में प्रसारित करते हैं । 'शहर में आज', 'नगर में आजकल', 'हमारे आसपास', 'नगर परिक्रमा' आदि विभिन्न नामों के इन कार्यक्रमों में स्थानीय समाचार सूचनाओं के रूप में प्रसारित किये जाते हैं ।

4. संसद की कवरेज

एन एस डी संसद की विशेष कवरेज सत्र के दौरान करता है । अंग्रेजी में 'टुडे इन पार्लियामेंट' और हिंदी में 'संसद समीक्षा' नाम से दैनिक समीक्षा एन एस डी प्रसारित करता है । दैनिक समीक्षा में संसद के दोनों सदनों-लोकसभा और राज्यसभा की कार्यवाही का विवरण होता है। अंग्रेजी में 'दिस वीक इन पार्लियामेन्ट' और हिंदी में ' इस सप्ताह संसद में' संसद के दोनों सदनों में बीते सप्ताह की कार्यवाही की प्रमुख बातें होती हैं । आकाशवाणी की संबंधित इकाइयों द्वारा राज्य विधान सभाओं की कार्यवाही भी प्रसारित की जाती है ।

5. फोन पर समाचार

'आकाशवाणी ने लोगों को समाचार देने के लिए नए और विविध तरीके अपनाएँ हैं । इनमें से एक सफल प्रयास 'फोन' समाचार सेवा' है । इरा सेवा में विश्व भर में कहीं भी श्रोता विशेष टेलीफोन नंबर डायल करके हिंदी, अंग्रेजी और क्षेत्रीय भाषाओं में सुर्खियाँ सुन सकते हैं । राष्ट्रीय समाचार सुर्खियों के लिए श्रोता दिन में एनएसडी के एन ओ पी सेवा नंबर(अंग्रेजी-011-23324242 और 23321258 तथा हिंदी 011-23324343 और 23321259) पर फोन कर सकते हैं । दिल्ली के श्रोता केवल हिंदी के लिए 1258 और अंग्रेजी के 1259 पर डायल कर सकते हैं । 'फोन पर समाचार' आकाशवाणी की क्षेत्रीय समाचार यूनिटों पर भी उपलब्ध है । चेन्नई से तमिल, हैदराबाद से तेलुगु, मुंबई से मराठी, पटना से हिंदी, अहमदाबाद से गुजराती, बैंगलोर से कन्नड और तिरुवनंतपुरम से मलयालम भाषा में समाचार सेवा उपलब्ध है ।

6. इंटरनेट पर समाचार

आकाशवाणी समाचार इंटरनेट पर भी उपलब्ध है । बड़ी संख्या में दर्शक एन.एस.डी. के वेबसाइट newsonair.com का उपयोग करते हैं । आकाशवाणी को रेडियो को इंटरनेट पर लाने में सफलता मिली है और वेबसाइट पर समाचार बुलेटिनों का आडियो उपलब्ध कराया गया है। अब प्रत्येक घंटे पर पाँच मिनट का समाचार बुलेटिन वेबसाइट पर उपलब्ध है । 08.00 बजे, 08.15 बजे, 20.45 बजे और 21.00 बजे के मुख्य समाचार बुलेटिन भी वेबसाइट पर उपलब्ध है । इंटरनेट उपभोक्ताओं के लिए एनएसडी ने हिंदी समाचार बुलेटिनों को देवनागरी में उपलब्ध कराया हैं । हिंदी समाचार सुर्खियां भी वेबसाइट पर उपलब्ध है । करेंट अफेयर्स, इंटरएक्टिव कार्यक्रम 'स्पाट लाइट' भी वेबसाइट पर सुना जा सकता है ।

7. विदेश सेवा प्रभाग

आकाशवाणी ने विदेश सेवा प्रसारण की शुरूआत 1 अक्टूबर, 1939 को द्वितीय विश्व युद्ध शुरू होने पर देश के उत्तर-पश्चिम सीमांत के श्रोताओं के लिए प्रदत्त भाषा में सेवा के साथ की । युद्ध समाप्त होने के साथ कुछ सेवाओं को जारी रखने की आवश्यकता का मूल्यांकन कर सेवाओं की संख्या का पुनर्गठन किया गया । विदेश सेवा प्रभाग भारत और विश्व के बीच महत्वपूर्ण संपर्क सूत्र रहा है, खासकर उन देशों से जहाँ भारतीय लोग रहते हैं । यह 100 देशों के लिए 16 विदेशी तथा 11 भारतीय भाषाओं में रोजाना 70 घंटे 30 मिनट का प्रसारण करता है । विदेश सेवा प्रभाग सांस्कृतिक विनिमय कार्यक्रम के तहत 21 विदेशी प्रसारण संगठनों को संगीत और संयोजित कार्यक्रमों की रिकार्डिंग देता है ।

10.11 रेडियो नाटक एवं संबंद्ध कार्यक्रम

भरत मुनि के नाट्यशास्त्र में ब्रहमा नाटक का प्रयोजन बताते हुए नाट्याचार्य कहते हैं 'इसमें भावों तथा वृत्त का अनुकरण तथा विविध प्रकार की अवस्थाएँ होती हैं । ' धनंजय रचित 'दशरूपक' में 'जीवन की विभिन्न अवस्थाओं और उसके नानारूपों की अनुकृति, अनुभूति को नाटक माना हैं' । नाटक जब रेडियो की प्रसारण विशिष्टता, सीमा, क्षमता, दृश्य और बिंब को 'ध्वनि बिंब' में परिवर्तित कर रेडियो से प्रसारण के लिए तैयार किया जाता है तब वह 'रेडियो नाटक' बन जाता हैं । नाटक के मूल तत्व रेडियो नाटक में भी जीवित रहते हैं जो किसी पठनीय या मंचीय नाटक में होते हैं । रेडियो मात्र ध्वनि माध्यम है । अत: रेडियो के नाटक तैयार करना अपेक्षाकृत दुरूह होता है क्योंकि जो कुछ भी आप नाटक के माध्यम से कहना चाहते हैं वह ध्वनि एवं भाषा-संवाद से भी संभव होगा ।

1. रेडियो नाटक

आकाशवाणी-नाटककार चिरंजीत की मान्यता है- 'शब्द प्रधान होने के कारण रेडियो नाटक पूर्णतया एक स्वतंत्र साहित्यिक विधा है । रेडियो नाटक पूर्णतया एकांकी भी हो सकता है और अनेकांकी भी रेडियो नाटक वर्तमान के कक्ष में अतीत और भविष्यत् की झलक प्रस्तुत करता है । 'अन्य नाटक-स्वरूप से भिन्न होते हैं, क्योंकि रेडियो मात्र श्रव्य साधन है । अत: रेडियो नाटक के माध्यम से आप जो कुछ श्रोताओं तक पहुंचाना चाहते हैं वो मात्र श्रव्य के द्वारा ही संभव है । इसके लिए माईक पर जितनी प्रतिभा, कौशल से

नाट्य-प्रस्तुति होगी उतना ही सफल नाटक होगा । संवाद अदायगी का कौशल, मोडयुलेशन, भाव प्रवणता, संगीत ध्वनि प्रभाव डबिंग, एडीटिंग, मिक्सिंग जितनी सुग्राही और कुशलता से होगी उतना वो सहृदय सामाजिक श्रोता में उद्देश्य की पूर्ति और इस-निष्पत्ति में रेडियो नाटक सफल होगा ।

आकाशवाणी से प्रसारित नाटक प्राय: 20 मिनिट से घण्टे भर की अवधि के होते हैं । अनुकूल अवधि 30 मिनिट मानी जा सकती है, वैसे पूर्व में 90 मिनिट अवधि के भी नाटक प्रसारित होते थे । नाटक का आलेख तैयार किया जाता है और उस पर पर्याप्त गृह कार्य भी करना अपेक्षित रहता है ।

नाटक संबद्ध अन्य कार्यक्रम-

रेडियो नाटक के अतिरिक्त इस क्षेत्र की अन्य रेडियो विधाएँ भी हैं जिनमें नाटयांश, नाट्य-तत्व विद्यमान रहते हैं, जैसे-झलकी, नाट्य रूपांतर, धारावाहिक आदि ।

1. **झलकी-** हास्य-विनोद से भरपूर रेडियो झलकी पर्याप्त रोचक विधा है जो श्रोताओं में काफी लोकप्रिय है । विविध भारती के 'हवा महल' की झलकियों से हम भली-भाँति परिचित है। प्राय: 7-8 मिनिट अवधि से लेकर 13-14 मिनिट अवधि की कसी हुई झलकी श्रोताओं को बाँधने और हास्य रस से सराबोर करने में सक्षम होती है । झलकी के छोटे-छोटे संवाद चुटीले, अर्थपरक, लक्षणा और व्यंजना शब्द-शक्ति से भरपूर होने चाहिये । आलेख में आवश्यकतानुसार 3-4 पात्रों से रोचक झलकी तैयार की जा सकती है । रेडियो झलकी में शिष्ट हास्य की अपेक्षा रहती है, आचार संहिता की पालना के साथ निजी कटाक्ष नहीं होने चाहिये । किसी की संवेदना, भाव-भावना को आहत करने वाला कोई संवाद या ध्वनि- प्रभाव नहीं होना चाहिये ।
2. **नाट्य रूपांतर-** किसी कहानी, उपन्यास आदि विधा में रचे साहित्य का रेडियो नाट्य रूपांतर तैयार कर प्रसारित भी किये जाते हैं । भाषा भी बदली जा सकती है पर भाव परिवर्तित नहीं होने चाहिये ।
3. **धारावाहिक-** रेडियो नाटक यदि लम्बी अवधि का बन रहा हो या रेडियो नाटक का आलेख तैयार करते समय ही उसकी अवधि ज्यादा प्रतीत हो रही हो तब उसे धारावाहिक के रूप में भी तैयार कर प्रसारित किया जा सकता है । पृथक से धारावाहिक ही प्रसारित करना है तो उस दृष्टि से भी आलेख तैयार कर प्रसारण किया जाता है । यह धारावाहिक क्रमिक नाट्य प्रस्तुति होता है जो कई कड़ियों में एक निश्चित आवृत्ति के साथ प्रसारित किया जाता है ।
4. **रूपक-** रेडियो रूपक नितांत रेडियो की मौलिक प्रसारण विधा है । एच.आर. विलियम्स का कहना है- 'यदि रेडियो को कला के रूप में मान्यता चाहिये तो उरने अपना दावा फीचर्स (रूपक) के आधार पर पेश करना चाहिये । इसमें ध्वनि माध्यम एक मौलिक, विधेयात्मक और सृजनात्मक रूप में प्रयुक्त किया जाता है' । सन् 1923-24 में बी.बी.सी.से नववर्ष, क्रिसमस

आदि पर्वों पर विशेष कार्यक्रम तैयार कर प्रसारित किये जाते थे जिन्हें 'फीचर्ड प्रोग्राम' कहा जाता था । कालांतर में यही फीचर रूपक के नाम से रेडियो की लोकप्रिय विधा बन गया।

गिलगुड बी.बी.सी. के नाटककार का मत है- 'कोई कार्यक्रम जो मूलत: नाटक के रूप में नहीं है, पर श्रोताओं के लिए अपनी प्रस्तुति में रेडियो नाटक टेक्नीक का इस्तेमाल करता है, फीचर (रूपक) है । 'रेडियो रूपक में तथ्यों की प्रामाणिकता और प्रस्तुति की रोचकता रहनी चाहिये । विवरण वाचक-वाचिका द्वारा बुलवाया जाना ठीक है, रेडियो रूपक में नाटयांश, विवरण, स्थान विशेषज्ञ के रिकॉर्डिंग अंश, संगीत, ध्वनि प्रभाव और इससे बढ़कर इन्हें गुंफित करने में जो प्रस्तोता जितना कुशल होगा रूपक उतना ही रोचक बन जायेगा । रेडियो रूपक का आलेख तैयार किया जाता है, स्थान विशेष की रिकॉर्डिंग पर आधारित आलेख बनता है, रोचकता एवं प्रभावोत्पादकता के निमित्त संगीत, ध्वनि प्रभाव से उसे सफल रूपक बनाया जा सकता है ।

5. **लघु नाटिका-** जैसाकि नाम से ही स्पष्ट है, यह है तो नाटक ही, पर समयावधि की दृष्टि से नाटक से अपेक्षाकृत कम अवधि की होती है । लघु नाटिका प्राय: 3-4 पात्रों से 5 से 15 मिनिट की अवधि में पूरी हो सकती है । नाट्य तत्वों के विद्यमान रहते नाटिका प्रभावी और कम समय में बड़ी बात कहने की क्षमता रखती है ।
6. **वृत्त चित्र या डाक्युमेंट्री-** रेडियो द्वारा यथार्थ का सजीव,सही, और भव्य के सभी अलंकारों से सुसज्जित एक क्रमिक नाटकीय भव्य चित्रण जिसमें विषय-वस्तु का मानवीकरण कर प्रस्तुत करना 'रेडियो डोक्युमेंट्री' कहलाता है । आकाशवाणी से ऐसे वृत्त-चित्र प्राय: प्रसारित होते हैं जो लेखन-कौशल और प्रस्तुति-कौशल से लोकप्रिय बन जाते हैं ।

10.12 रेडियो संगीत एवं संबंद्ध कार्यक्रम

आकाशवाणी से प्रसारित होने वाले सभी कार्यक्रम या तो शब्द प्रधान होंगे या ध्वनि (संगीत) प्रधान। संगीत के सभी प्रचलित, अल्प प्रचलित, बहु प्रचलित स्वरूपों को आकाशवाणी द्वारा प्रसारित किया जाता है । आकाशवाणी से प्रसारित सभी कार्यक्रमों का लगभग 40% भाग संगीत का ही होता है । आकाशवाणी से संगीत जहाँ हिन्दुस्तानी-संगीत के रूप में प्रसारित होता है, वहीं कर्नाटक-शैली में भी प्रसारित होता है । यह संगीत गायन और वादन दोनों रूपों में प्रसारित होता है । युवाओं में छिपी संगीत-प्रतिभा को खोजने के लिए आकाशवाणी नियमित संगीत प्रतियोगिताओं का आयोजन करती रहती है। संगीत प्रस्तुत करने वालों को केन्द्र द्वारा आयोजित संगीत-परीक्षा उत्तीर्ण करनी पड़ती है।

संगीत के सभी विविध रूप जिनमें आकाशवाणी से प्रसारण होता है, उनका विवरण इस प्रकार है-

1. **शास्त्रीय संगीत-** संगीत के शास्त्रीय पक्ष एवं नियमों के आधार पर विभिन्न थाट, राग, रागिनियों के स्वरों क आरोहण-अवरोहण, विभिन्न स्वरों के क्रम से निबद्ध करते हु ए प्रस्तुत करना शास्त्रीय संगीत होता है । शास्त्रीय संगीत, शास्त्रीय संगत के जानकार सुधिवृंदो

द्वारा पर्याप्त सराहा जाता है । गायन एवं वादन में प्रस्तुत शास्त्रीय संगीत बड़े आदर एवं सम्मान से देखा जाता है ।

2. **उप शास्त्रीय संगीत-** संगीत का शास्त्रीय आधार तो वही रहता है जो शास्त्रीय संगीत में रहता है किन्तु शास्त्रीय संगीत से आशिक आसान और सरल रूप में प्रस्तुत संगीत उप शास्त्रीय संगीत कहलाता है जैसे ठुमरी, दादरा, भैरवी, टप्पा आदि । यह गायन और वादन दोनों स्वरूपों में प्रसारित किया जाता है ।

3. **सुगम संगीत-** वह संगीत जिसमें संगीत के सभी प्रकारों, स्वरूपों को गुंफित कर प्रस्तुत किया जाता है 'सुगम संगीत' कहलाता है । शास्त्रीयता के आधार पर अपेक्षाकृत सरल होने के कारण इसे सुगम संगीत नाम से पुकारा जाता है । सुगम संगीत का कंपोजिशन कम आसान नहीं होता बल्कि दुष्कर और श्रमसाध्य होने के साथ संगीत-रचनाकार के लिए भी पर्याप्त चुनौती भरा दायित्व होता है । सुगम संगीत को दो उपबंधों में वर्गीकृत किया गया है, प्रथम-गीत और भजन, द्वितीय- गजल । चूंकि इनकी प्रस्तुति- शैली भिन्न-भिन्न होती है, संभवत: इसी कारण इनका ऐसा वर्गीकरण किया गया है ।

4. **लोक संगीत-** लोक संगीत लोक जीवन का आधारभूत संगीत होता हे । पीढ़ियों से ग्रामीण जनजीवन में रचा-बसा वह संगीत जो उनके दैनिक जीवन, पर्व, त्यौहार, उत्सव मेले जीवन-मरण, संस्कार एवं सरोकार से जुड़े हुए भाव अनुभाव, विभावों से मनोभावों को झंकृत करते रहते हैं वह 'लोक संगीत' कहलाता है । देवी देवताओं के भजन, कीर्तन जो हमारी दादी- नानी गाती-बजाती थी विरासत में मिले इस संगीत की आत्मा होती है । आकाशवाणी से प्रत्येक प्रांत के लोक संगीत का प्रसारण किया जाता है । गायन के साथ-साथ लोक वाद्य यंत्रों पर गीतों की धुनें कान से उतरती हृदय और मस्तिष्क को तृप्त करने में प्रभावी भूमिका रखती हैं।

5. **भक्ति-संगीत-** संत, भक्त, कवियों के आध्यात्मिक और धार्मिक भक्ति-पदों को उसी विनय, याचना, सखा भाव से प्रस्तुत करना भक्ति संगीत कहलाता है । धार्मिक ग्रंथों का क्रमिक प्रसारण जैसे श्रीरामचरितमानस गान के अतिरिक्त मीरा, सूर, तुलसी, दादू कबीर आदि के भक्ति पदों को आकाशवाणी से यथासमय प्रसारित किया जाता है ।

6. **संगीत रूपक-** किसी एक विषय पर संगीतात्मक रूपक विधा में रेडियो में तैयार कर लिए जाते हैं, तदनंतर आलेख में दर्शाए क्रम में उन्हें नेरेशन के साथ गुंफित कर संगीत रूपक तैयार किया जाता है । संगीत रचनाकार के कुशलता में तैयार किया गया संगीत रूपक प्रभावी बनता है ।

7. **पाश्चात्य संगीत-** पश्चिमी देशों का संगीत 'पाश्चात्य संगीत' कहलाता है जिसे युवा वर्ग पर्याप्त रुचि से सुनता, गुनगुनाता और प्रस्तुत करता है । विदेशी धुनें, विदेशी वाद्य यंत्र, विदेशी संस्कृति से सराबोर पाश्चात्य संगीत प्राय: ताल प्रधान होता है जो बरबस नृत्य की ओर उन्मुख करता है ।

10.13 रेडियो नवाचार (इनोवेटिव) कार्यक्रम

प्रस्तुतकर्ता आकाशवाणी शोध और सृजन का केन्द्र हैं । गवेषणात्मक विषयवस्तु के साथ शोध जुड़ जात । है । अत: कार्यक्रम (प्रोड्यूसर) को निरंतर साहित्य-संस्कृति से जुड़े विभिन्न पहलुओं का अध्ययन करते रहना पड़ता है । आज के वैज्ञानिक युग में जनसंचार, दूरसंचार, मीडिया से जुड़े अधुनातन वैज्ञानिक उपकरणों और कार्य प्रणाली से प्रोड्यूसर को परिचित रहना जरुरी है । इससे निर्धारित विषय पर नये तरीके से कार्यक्रम निर्माण की तकनीक से प्रसारण-विधाओं को अभिनव आयाम मिलते रहते हैं । नवीनतम प्रसारण उपकरणों से सृजनधर्मी उत्साही प्रसारक अपनी प्रज्ञा, बुद्धि, कौशल और उर्वर विचारों के आधार पर नये-नये कार्यक्रमों की संरचना, नये तरीके से तैयार करने में प्रवृत्त प्रसारक जो कार्यक्रम तैयार करते हैं, नवाचार कार्यक्रम कहलाते हैं । आकाशवाणी की प्रयोगात्मक प्रसारण विधाओं में नवाचार कार्यक्रमों का उल्लेख इस प्रकार किया जा सकता है-

1. **फोन-इन-कार्यक्रम-** जनसंचार और दूरसंचार के संयुक्त अभिनव संसाधनों से आकाशवाणी ने 'फोन-ईन' कार्यक्रम विधा तैयार की है, जिसके द्वारा श्रोता एवं प्रसारक प्रतिभागी घर या कार्यालय में बैठे अपने दूरभाष-उपकरण (फोन) के जरिये जो बात बताता है वह आकाशवाणी केन्द्र के स्टुडियो में स्थापित 'फोन-ईन' उपकरण के माध्यम से उसकी रिकॉर्डिंग कर सजीव प्रसारण भी कर सकता है । इसमें दूर बैठे व्यक्ति की बात और स्टुडियो में बैठे प्रसारक दोनों के संवाद समानान्तर प्रसारित किये जा सकते हैं ।
2. **रेडियो ब्रिज कार्यक्रम-** आकाशवाणी के विभिन्न केन्द्र एक ही समय में सैटेलाइट के माध्यम से एक साथ जुड़ते हुए समन्वित रूप से जो कार्यक्रम तैयार. कर प्रसारित करते हैं वो 'रेडियो ब्रिज कार्यक्रम' कहलाता है । एक स्थान पर बैठे एक व्यक्ति की बात अन्य केन्द्रों पर बैठे कई व्यक्ति 'हेडफोन' के जरिये उसकी बात सुनकर अपनी राय या प्रतिक्रिया बोलकर माईक के द्वारा अन्य व्यक्तियों तक पहुँचा सकता हैं, ऐसा अन्य स्टुडियो से भी संभव है ।
3. **रेडियो पैकेज कार्यक्रम-** आकाशवाणी की नवाचार प्रसारण विधाओं में रेडियो पैकेज कार्यक्रम 'गागर में सागर' की तरह होता है जिसमें निर्धारित आंशिक समायावधि में उस वस्तु, स्थान या घटना का सजीव चित्रण प्रस्तुत करने की अनूठी ओर अनुपम क्षमता होती है। वस्तु, स्थान या घटना की संक्षिप्त जानकारी आलेखबद्ध करने के उपरान्त उस स्थान से संबंधित साक्षात्कार- अंश, नाटयांश, ध्वनि-प्रभाव, विवरण और विवेचना से पैकेज बनाया जाता है ।
4. **रेडियो जिंगल्स-** निर्धारित विषय पर आलेख तैयार कर वाचक-वाचिका स्वर में नाट्य प्रस्तुति के साथ रिकॉर्ड कर समुचित ध्वनि प्रभाव जोड़ते हुए संगीत के उचित प्रयोग के साथ जिंगल्स तैयार किये जाते हैं । जिंगल्स प्राय: 30 सेकण्ड से 2 मिनिट अवधि के होते हैं, जिसमें जनहित, जनकल्याण, जनजागरण कें विषय होतें हैं । जैसे बिजली-पानी की बचत, पर्यावरण सुरक्षा, राष्ट्र प्रेम, स्वास्थ्य संबंधी जन-जागरण के विषय रखे जा

सकते हैं । इसका आलेख आम बोलचाल की भाषा और उत्कृष्ट नाट्य-प्रस्तुति का बेजोड़ सम्मिलन होता है ।

5. **रेडियो विज्ञापन -** आकाशवाणी से प्रसारित विज्ञापन रेडियो विज्ञापन कहलाते हैं जो किसी वस्तु या सेवा के लिए होते हैं । व्यापार बढ़ाने के उद्देश्य से तैयार किये जाने वाले विज्ञापन बेहद आकर्षक, लोकप्रिय और प्रभावी होते हैं, जिसे सुनकर श्रोता ग्राहक बनने पर विवश हो जाए वही विज्ञापन की सार्थकता है । सेवा या वस्तु की गुणवत्ता, औरों से बेहतर, कीमत का दायरा और आपके लिए ही क्यों बेहतर और आवश्यक है, को बड़े ही रोचक और आकर्षक नाट्य प्रस्तुति, श्रेष्ठ ध्वनि के संयोजन से रेडियो विज्ञापन को तैयार किया जाता है ।

10.14 रेडियो कार्यक्रमों का प्रस्तुतीकरण एवं वैशिष्ट्य

रेडियो या आकाशवाणी जनसंचार के श्रव्य साधन है । अत: रेडियो के द्वारा जो कुछ भी प्रसारित किया जाता है वह शब्द, ध्वनि, संगीत प्रधान ही होता है इसलिए प्रस्तुतीकरण में शब्द और ध्वनि पर ही केंद्रित करते हुए आलेख तैयार किया जाता है, तदनंतर उसका प्रसारण किया जाता है । शब्द को बोलने का प्रभावी अन्दाज, स्वरों का उतार-चढ़ाव, महत्वपूर्ण शब्द या जानकारी पर बोलने वाले शब्दों पर जोर, विराम- अल्पविराम, अर्द्ध-विराम आदि का पूरा-पूरा ध्यान रखा जाता है । आवाज की मिठास बोले गये शब्दों में अपनापन का भाव और दिल-दिमाग को छू देने की अपूर्व क्षमता रखने वाला उच्चारण और संगीत-प्रभाव अधिक मायने रखता है। रेडियो पर प्राय: 'उपरोक्त' एवं ' निम्नलिखित' शब्द नहीं बोले जाते, कारण कि ये प्रसारण-माध्यम है । प्रकाशन-माध्यम नहीं । फिर रेडियो प्रसारण कई लोगों के संयुक्त प्रयासों का समन्वित प्रयास होता है अत: एकवचन के स्थान पर बहुवचन का प्रयोग होता है जैसे ये, हम आदि ।

10.15 रेडियो-प्रसारण के सामाजिक सरोकार

भारत जैसे विशाल देश जहां विविध भाषा, बोलियाँ, संस्कृति, धर्म, जाति, संप्रदाय, पंथ, दर्शन, मत-मतांतर, पहनावा, प्रांत, जलवायु, वातावरण, सरोकार आदि हैं, इतनी विविधताओं को एकता के सूत्र में पिरोने का गुरूतर-दायित्व का आकाशवाणी ने पूरी निष्ठा एवं समर्पण से निर्वहन किया है और इस दिशा में इस सफलता भी प्राप्त हुई है, यह गौरव का विषय है ।

आकाशवाणी विभिन्न समाज के सरोकारों को समान रूप से मान-सम्मान और प्रसारण में यथोचित स्थान-अवसर प्रदान किये हैं । भिन्न-भिन्न प्रांत, संस्कृतियों, बोलियों को एक-दूसरे के नजदीक लाने और उनमें सहज सामंजस्य स्थापित करने में महत्वपूर्ण और उल्लेखनीय भूमिका अदा की है । मानव-मूल्यों को सदैव तरजीह देते हुए उनकी रक्षा और संस्थापना में अपनी पहचान स्थापित की है ।

10.16 सारांश

आज के वैज्ञानिक युग में जनसंचार के इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में रेडियो (आकाशवाणी) की महत्ता सिद्ध हो चुकी है । भारत का राष्ट्रीय प्रसारण तंत्र मानव की तेजी से भागती जिंदगी के उतार-चढ़ाव को अपनी विभिन्न प्रसारण विधाओं के माध्यम से जनमानस के बीच रूपायित करता है । यह मानव को स्वस्थ दिशा, सदगुणों की सीखें और समाज के प्रत्येक वर्ग को खुशहाल जिंदगी देने में सतत् प्रयत्नशील है ।

'बहु जन हिताय बहु जन सुखाय' का पुण्य पवित्र उद्देश्य लेकर प्रसार भारती का आकाशवाणी संगठन 'वसुधैव कुटुंबकम' की भावना का पोषक रहा है । जन-जन को ज्ञान, सूचना और स्वस्थ मनोरंजन प्रदान करता 'जन सेवा प्रसारक' का महती दायित्व का निर्वाह करता है । आज के समय में जनसंचार के क्षेत्र में अधुनातन हो रहे क्रांतिकारी परिवर्तन में रेडियो एवं विशेषकर आकाशवाणी की भूमिका, विश्वसनीयता और सामाजिक दायित्वों के निर्वहन में सकारात्मक भूमिका की चहुँओर भुरि-भुरि प्रशंसा हो रही है ।

10.17 स्व-मूल्यांकन

आपको इस इकाई का ध्यानपूर्वक पठन करना चाहिये, तत्पश्चात् इसे ठीक से समझते हुए एक बार पुन: पठन को दोहराएं। आकाशवाणी केन्द्र के प्रसारणों को सुनें और इस इकाई में संदर्भित प्रसारण-विधाओं का मिलान करते हुए समझें । प्रदत्त निर्देशों के आधार पर आलेख भी तैयार किये जा सकते हैं । पठन और श्रवण के उपरांत मन ही मन अपने आप को टटोलें कि आकाशवाणी की कौन-कौन सी प्रसारण विधाएँ हैं, उनके स्वरूप कैसे होते हैं, उसका गठन कैसे किया जाता है एवं प्रसारण विधाओं में क्या-क्या भिन्नताएँ हैं? इससे आपको रेडियो (आकाशवाणी) की प्रसारण विधा समझने में आसानी होगी ।

10.18 शब्दावली

विधाएं - रेडियो प्रसारण हेतु जिस रूप-स्वरूप में कार्यक्रम तैयार किया है उसे प्रसारण-विधा कहा जाता है।

वार्ता - रेडियोजनित शब्दावली में विषय का प्रतिपादन करती उसकी आद्योपांत जानकारी प्रस्तुत करने वाला आलेख वार्ता कहलाता है, वार्ता प्रस्तुत करने वाला वार्ताकार कहलाता है।

पैकेज - निर्धारित समय-सीमा में विषय, वस्तु, स्थान की विवरणात्मक, विवेचनात्मक जानकारी के साथ उसका इतिहास, संरचना, ध्वनि-प्रभाव के संयुक्त स्वरूप को ' पैकेज' कहते हैं।

जिंगल्स - जनहित के निमित्त जनसेवा से जुड़े पहलू की नाट्य प्रस्तुती मय संगीत ध्वनि प्रभाव के हो उसे 'जिंगल्स' कहते है।

10.19 संदर्भ ग्रंथ

1. डॉ. मधुकर गंगाधर - 'रेडियो लेखन' बिहार हिन्दी ग्रंथ अकादमी, पटना

2. डॉ. जयभगवान गुप्ता - हिन्दी रेडियो नाटक: अद्यतन अध्ययन, मंथन पब्लिकेशन, रोहतक
3. मुरली मनोहर 'मंजुल' - आँखों देखा हाल, संधी प्रकाशन, जयपुर
4. डॉ. सिद्धनाथ कुमार - रेडियो वार्ता शिल्प, राधाकृष्ण प्रकाशन, नई दिल्ली
5. जी.सी. अवस्थी - ब्रॉडकास्टिंग इन इंडिया, एलायड पब्लिशर्स, मुंबई-दिल्ली
6. मेहरा मसानी- ब्रॉडकास्टिंग एण्ड द पीपल, नेशनल, बुक ट्रस्ट, इण्डिया, नई दिल्ली
7. डॉ. इन्द्र प्रकाश श्रीमाली - आकाशवाणी एवं प्रसारण विधाएँ, हिमांशु प्रकाशन, दिल्ली
8. कौशल शर्मा - रेडियो प्रसारण, प्रतिभा प्रतिष्ठान नई दिल्ली
9. डॉ. हरि मोहन - रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली
10. मुरली मनोहर 'मंजुल' - प्रसारण की दिल्ली विधाएं, साहित्य संगम, इलाहाबाद

10.20 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. रेडियो वार्ता से आप क्या समझते हैं, 'वार्ता-परिवार' का विवरण देते हुए एक अच्छी रेडियो वार्ता की विशेषताओं पर प्रकाश डालिए।
2. आकाशवाणी समाचार का विवरण देते हुए उसकी प्रेषणीयता और विश्वसनीयता पर अपने विचार प्रकट कीजिए।
3. आकाशवाणी से प्रसारित होने वाले नवाचार विषयक कार्यक्रमों की जानकारी देते हुए किसी एक विषय पर रेडियो पैकेज कार्यक्रम का आलेख तैयार कीजिए ।
4. रेडियो नाटक की सार्थकता पर प्रकाश डालते हुए स्पष्ट कीजिये कि ये रूपक विधा से किस प्रकार भिन्न हैं? विस्तार से लिखिए ।
5. आकाशवाणी से प्रसारित संगीत के कौन-कौन से कार्यक्रम होते हैं, किन्हीं दो प्रकारों पर विस्तृत विवरण प्रस्तुत कीजिए ।
6. आकाशवाणी प्रसारण आचार-संहिता (ए. आई. आर. कोड) से आप क्या समझते हैं, प्रत्येक बिन्दु का विस्तृत विवरण प्रस्तुत कीजिए ।
7. रेडियो की प्रसारण पद्धति, प्रसारण का स्वरूप और उसके विविध पक्षों पर अपने विचार प्रकट कीजिये ।
8. रेडियो के कार्यक्रम अन्य जनसंचार माध्यमों के कार्यक्रमों से कैसे बेहतर हैं, स्पष्ट करते हुए आकाशवाणी के सामाजिक सरोकार बताइए ।
9. संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए -
   (i) रेडियो नाटक
   (ii) आँखों देखा हाल
   (iii) रेडियो भेंटवार्ता
   (iv) राष्ट्रीय समाचार
   (v) फोन पर समाचार
   (vi) रेडियो विज्ञापन

इकाई- 11

भारत में टेलीविजन का उद्भव एवं विकास

इकाई की रूपरेखा

11.0 उद्देश्य
11.1 प्रस्तावना
11.2 टेलीविजन प्रसारण की पूर्व पीठिका
11.3 भारत में टेलीविजन का प्रारंभ
11.4 दूरदर्शन की विकास यात्रा
 11.4.1 धीमी विकास यात्रा
 11.4.2 तीव्र प्रगति काल
11.5 दूरदर्शन के क्षेत्रीय चैनल
11.6 उपग्रह प्रसारण का प्रारंभ
11.7 दूरदर्शन समाचार प्रसारण
11.8 दूरदर्शन की स्वायत्तता एवं विभिन्न आयोग
 11.8.1 चंदा समिति
 11.8.2 आकाश भारती
 11.8.3 पी.सी.जोशी समिति
 11.8.4 प्रसार भारती
 11.8.5 वर्धन समिति
11.9 दूरदर्शन की प्रमुख तिथियाँ
11.10 सारांश
11.11 संदर्भ ग्रंथ
11.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

11.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप:

- भारत में टेलीविजन के आरंभिक दौर की जानकारी पा सकेंगे.
- यह जान सकेंगे कि दूरदर्शन ने छठे दशक में अपने जन्म के बाद विकास यात्रा कैसे शुरु की?
- दूरदर्शन की दो दशकों की धीमी यात्रा के बाद तीव्र विस्तार यात्रा के बारे में जान सकेंगे
- दूरदर्शन के राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्वरूप ग्रहण करने और देश भर में उसकी पहुंच की दिशा में हुए प्रयासों की जानकारी हासिल कर सकेंगे ।
- उपग्रह संचार प्रणाली के उदय के पश्चात् टेलीविजन प्रसारण के विकास की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे ।

- निजी उपग्रह चैनलों के आगमन और उनके प्रकाश में दूरदर्शन में आए बदलावों को समझ सकेंगे ।
- दूरदर्शन की स्वायत्तता एवं विभिन्न आयोगों के गठन के संबंध में विस्तार से जान सकेंगे।
- टेलीविजन चैनलों के समाचार प्रसारण की दशा और दिशा के बारे में जान सकेंगे ।

11.1 प्रस्तावना

वर्तमान सदी सूचना तकनीकी सदी है। सूचना तंत्र के विकास की जो यात्रा पिछली शताब्दी में प्रारंभ हुई थी, वह लंबे-लंबे डग भरती हुई समूची दुनिया की नियति को प्रभावित करने लगी है। यह कहना अतिशयोक्ति न होगी कि सूचना तंत्र समग्र विकास का आधार और पहचान बन चुका है। इसे विकास का प्रमुख हथियार भी माना जाता है। सूचना तंत्र में जनसंचार का स्थान और महत्व सबसे ऊपर है। जनसंचार के विविध माध्यमों में टेलीविजन सर्वाधिक प्रभावकारी, रोचक और उपयोगी है। दृश्य और श्रव्य दोनों पक्षों को अपने में समेटे टेलीविजन अपनी संप्रेषणीयता और रोचकता के कारण लोगों को सहज और तत्काल प्रभावित करता है। यही कारण है कि अनेक देशों में टेलीविजन पर नियंत्रण को लेकर सरकारों और पूँजीपतियों में टकराहट दिखाई देती है।

भारत में टेलीविजन का पदार्पण सन् 1959 में बहुत ही साधारण पैमाने पर हुआ और कुछ वर्षो तक इसकी विकास यात्रा अत्यंत धीमी रही। किंतु सन् 1982 के बाद दूरदर्शन को जैसे पंख लग गए और कवरेज क्षेत्र, केन्द्रों की संख्या, टेलीविजन सेटों की बिक्री, कार्यक्रमों में विविधता और तकनीकी, गुणवत्ता हर दृष्टि से दूरदर्शन में नए आयाम आए। सन् 1982 से 1991 तक का समय दूरदर्शन का स्वर्णकाल रहा। सन् 1991 में आर्थिक उदारीकरण की नीति लागू होने पर अन्य क्षेत्रों की तरह जनसंचार के क्षेत्र भी उदारता और खुलेपन की मांग जोर पकड़ने लगी और यहीं से सरकार नियंत्रण वाले दूरदर्शन के लिए चुनौतियों और भारत के टी.वी. के दर्शकों के लिए विकल्पों की उपलब्धता का दौर शुरु हुआ । तब तक सी.एन.एन के रूप में उपग्रह टेलीविजन इराक- युद्ध का सीधा प्रसारण केवल नेटवर्क के जरिए परोसकर अपना सिक्का जमा चुका था। सन् 1995 तक देश के अनेक विदेशी और स्वदेशी उपग्रह चैनल पूर्ण या आशिक रूप से मनोरंजन और सूचना के प्रसार में सक्रिय हो चुके थे और बड़ी तेजी से भारत की जनता में अपना स्थान बनाते जा रहे थे । पिछली सदी के अंत तक करीब 40 निजी चैनल टेलीविजन प्रसारण कर रहे थे। इस बीच भारत अपने संचार उपग्रह भी अंतरिक्ष में भेज चुका था और भारतीय निजी टी.वी. चैनल इन्सेट श्रेणी के उपग्रहों से प्राप्त टी.वी. सिग्नलों की मदद से प्रसारण करने लगे। अधिकतर चैनल 24 घंटे के चैनल बन गए और समाचार प्रसारित करने के लिए स्वतंत्र समाचार चैनल भी अस्तित्व में आ गए । टेलीविजन विज्ञापन काफी प्रभावकारी सिद्ध हुए हैं और उन्होंने व्यापार संवर्धन तथा लोगों के रहन-सहन में क्रांतिकारी परिवर्तन ला दिया हैं और उन्होंने व्यापार संवर्धन तथा लोगों के वैश्वीकरण का वाहक बन कर उभर रहा है । भारत में निजी चैनल सामने आ रहे हैं। वास्तव में चैनलों की होड़ शुरु हो गई है और टी.आर.पी या अधिक से अधिक विज्ञापन जुटाने की धुन में कई चैनल अपने

बुनियादी सिद्धांतों और व्यावसायिक नैतिकता से समझौता करते दिखाई दे रहे हैं। इस स्थिति पर अंकुश लगाने लिए किसी नियामक व्यवस्था तक की मांग होने लगी है।

11.2 भारत में टेलीविजन प्रसारण की पूर्व पीठिका

आपने पढ़ा कि भारत में टेलीविजन की शुरुआत बहुत मामूली स्तर पर हुई। सन् 1947 में स्वतंत्रता के पश्चात देश का नेतृत्व संविधान में निर्दिष्ट मान्यताओं के अनुरूप योजनाएं बनाकर रोजगार, शिक्षा, उद्योग, स्वास्थ्य, सामाजिक समानता जैसे उद्देश्यों की प्राप्ति करने की दिशा में सक्रिय हो गया। रेडियो इस काम में बहुत सहायक में सिद्ध हो रहा था। स्वतंत्रता के समय केवल दिल्ली, बम्बई और कलकत्ता से रेडियो प्रसारण हो रहा था । स्वाधीन देश की सरकार के सत्तासीन होते ही रेडियो के विस्तार पर ध्यान दिया गया और नए-नए केन्द्र खोलने के साथ-साथ विभिन्न भारतीय भाषाओं में समाचार प्रसारण, संगीत तथा मनोरंजन के कार्यक्रम और विकास, कृषि, रोजगार, बच्चों एवं महिलाओं के कल्याण से जुड़े कार्यक्रमों का प्रसारण शुरु किया गया । साहित्य और कलाओं को भी प्रोत्साहन दिया गया । नाटकों, कथाओं, रूपकों के माध्यम से साहित्यिक अभिरुचि के श्रोताओं में रेडियो ने अपना स्थान बनाया । क्योंकि देश में गरीबी थी और साक्षरता की दर काफी कम थी, इसलिए रेडियो ही सबसे अधिक सस्ता, सर्वसुलभ, बोधगम्य और प्रभावशाली माध्यम था । इसी कारण हमारे नेताओं का टेलीविजन की तरफ ध्यान नहीं गया क्योंकि टेलीविजन महंगा, अधिक जटिल और उच्च तथा शिक्षित वर्ग का माध्यम माना जाता था । संभवत: यही कारण है कि स्वतंत्र भारत में टेलीविजन के प्रवेश करने में 12 वर्ष लग गए । इस पृष्ठभूमि में शुरु हुए टेलीविजन की विस्तार यात्रा कई वर्षों तक मद्धिम रहने के लिए भी लगभग वही स्थितियां जिम्मेदार हैं, जो उसके देर से आगमन के लिए जिम्मेदार रहीं ।

11.3 भारत में टेलीविजन का प्रारंभ

15 सितम्बर, 1959 भारतीय टेलीविजन के इतिहास की महत्वपूर्ण तिथि है क्योंकि उसी दिन दिल्ली में टेलीविजन प्रसारण की नींव पड़ी । उस समय टेलीविजन की अलग से कोई संस्था नहीं थी और यह आकाशवाणी की एक सामान्य इकाई के रूप में प्रारंभ हुआ । शुरू में यह केवल एक घंटे की प्रायोगिक सेवा थी जो 500 वाट ट्रांसमीटर के जरिए दिल्ली के केवल 25 किलोमीटर के घेरे में दो दिन प्रसारित होती थी । उस समय टेलीविजन का मुख्य उद्देश्य उस दौर के सशक्त इलेक्ट्रॉनिक माध्यम रेडियो की भाँति सामाजिक परिवर्तन का वाहन बनता और सरकार के जन हितकारी कार्यक्रमों का प्रचार-प्रसार करना था । उस दिनों निजी टेलीविजन सेट खरीदने का कोई रिवाज नहीं था । सरकार की ओर से सामुदायिक टी.वी. दर्शन केन्द्र या टेली क्लब गठित किए गए जहाँ लोगों को गांव की चौपाल या ऐसे ही किसी सार्वजनिक स्थान पर टेलीविजन देखने को प्रेरित किया जाता था । शुरुआती टेलीविजन प्रसारण के मुख्य आयाम थे-कृषि संबंधी जानकारी और शिक्षा का प्रसार । सन् 1961 में शिक्षा के प्रसार की एक अभिनव योजना चलाई गई । एक अक्टूबर, 1961 को स्कूल टेलीविजन यानी एस.टी.वी नाम की माध्यमिक स्कूलों में विज्ञान की शिक्षा की व्यवस्था की गई । इससे 12000 विद्यार्थियों को उनके स्कूलों में टेलीविजन के जरिए शिक्षा देने की व्यवस्था की गई । जिन

स्कूलों में टेलीविजन होता था वहां के विद्‌यार्थी अपने को अन्य स्कूलों के मुकाबले उच्च और विशिष्ट मानते थे । इसी तरह कृषि से संबंधित नई बातें किसानों और ग्रामीण जनता तक पहुंचाने के लिए 26 जनवरी, 1967 को कृषि दर्शन कार्यक्रम का शुभारंभ किया. गया है । यह कार्यक्रम दूरदर्शन का अभिन्न अंग बन गया और चार दशक बाद भी नियमित रूप से प्रसारित हो रहा है । इसमें किसानों और ग्रामीण आबादी के लिए खेती- बाड़ी तथा ग्राम- विकास से जुड़े मुद्दों के कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं । समाचार प्रसारण सन् 1965 में जाकर शुरु हुआ ।

बोध प्रश्न-1

1. भारत में टेलीविजन का प्रारंभ कब और किस रूप में हुआ?

   ....

   ....

2. टेलीविजन के प्रारंभिक दौर का संक्षिप्त परिचय दीजिए ।

   ....

   ....

3. भारत में टेलीविजन की शुरुआत में देरी किन कारणों से हुई?

   ....

   ....

4. आकाशवाणी और दूरदर्शन के संबंधों का संक्षिप्त ब्यौरा दीजिए ।

   ....

   ....

11.4 दूरदर्शन की विकास यात्रा

आप पढ़ चुके हैं कि भारत में टेलीविजन जैसी सशक्त संचार तकनीकी पदार्पण काफी देर से हुआ । यही नहीं, उसकी विकास यात्रा भी शुरू में अत्यंत धीमी रही । सन् 1959 से 1972 तक के लगभग 13 वर्षों तक टेलीविजन की पहुंच केवल राजधानी दिल्ली तक सीमित रही। टेलीविजन को स्वतंत्र विभाग का रूप लेने में भी 17 साल लग गए और सन् 1976 में इसे मौजूदा ' दूरदर्शन ' नाम दिया गया । बाद में एक ऐसा दौर भी आया जब दूरदर्शन सरकार तथा जनता की आख का तारा बन गया और एक नया ट्रांसमीटर खुलने लगा । इस तरह दूरदर्शन के विकास को विकास की धीमी और तीव्र गति के दो अलग कालखंडों में बाँटा जा सकता है ।

11.4.1 धीमी विकास यात्रा

सन् 1959 से 1981 तक का समय दूरदर्शन की विकास यात्रा का पहला चरण माना जा सकता है जिस दौरान दूरदर्शन आगे बढ़ा और कुछ नए प्रयोग भी हुए लेकिन यह सारा काम 'बहुत ही धीमी गति से हुआ । सन्1959 में दूरदर्शन का प्रसारण दिल्ली में प्रारंभ हुआ और अगले 13 वर्षों में यानी सन् 1972 तक प्रसारण का दायरा राजधानी दिल्ली से आगे नहीं बढ़ पाया । 1972 में इसका दूसरा केन्द्र मुंबई में शुरु

हुआ। यहां तक कि इसे आकाशवाणी के आभामंडल से बाहर आने और अपना अलग अस्तित्व प्राप्त करने में भी 17 वर्ष लग गए। लेकिन इस दौरान लोगों को टेलीविजन की क्षमता और उपयोगिता से परिचित कराने के लिए सरकार की ओर से कुछ प्रयोग अवश्य किए जाते रहे।

सन् 1975-76 में उपग्रह संचार के उपयोग का पहला प्रयोग उपग्रह शैक्षणिक टेलीविजन प्रयोग यानी 'साइट' परियोजना के माध्यम से किया गया। 1 अगस्त 1975 को एक वर्ष के लिए इस परियोजना का शुभारंभ हुआ। यह कार्यक्रम अमरीका की अंतरिक्ष अनुसंधान संस्था 'नासा' के सहयोग से संचालित किया गया। इस अभिनव प्रयोग के अंतर्गत 6 राज्यों-राजस्थान, बिहार, मध्यप्रदेश, उड़ीसा, आंध्रप्रदेश और कर्नाटक के करीब तीन हजार वर्ग किलोमीटर क्षेत्र में फैले लगभग 2400 गांवों में चार भाषाओं में शिक्षा का प्रसार किया गया। यह कार्यक्रम एक साथ लगभग 45 लाख दर्शकों तक पहुँचाया गया। यह प्रयोग उस समय की परिस्थितियों को देखते हुए बहुत बड़ा कदम था क्योंकि तब तक टेलीविजन एक अजनबी और रहस्यपूर्ण माध्यम था और साक्षरता की दर बहुत नीचे थी। कार्यक्रम को शुष्क शैक्षणिक न बनाकर इसमें रोचकता का पुट दिया गया और दर्शकों को सामान्य शिक्षा के अलावा सामाजिक और सांस्कृतिक मसलों तथा खेतीबाड़ी के बारे में जानकारी दी गई। मनोरंजन के लिए संगीत तथा अन्य कलाओं के कार्यक्रम भी शामिल किए गए। इसी के साथ प्राथमिक विद्यालय सेवा प्रारंभ की गई। यह सेवा दिल्ली की प्राथमिक कक्षाओं के पाठ्यक्रम पर आधारित थी। सन् 1975 में तीन और केन्द्र कोलकाता, चेन्नई और लखनऊ में खुले। इसके बाद अन्य केन्द्र खुलने लगे, किंतु ये सभी केन्द्र केवल शहरी सीमाओं में ही एक-दो घंटे के कार्यक्रम देते थे जिनका प्रसारण कम शक्ति वाले ट्रांसमीटरों से किया जाता था। हम कह सकते हैं कि दूरदर्शन ने चलना शुरु कर दिया था। इस बीच सन् 1965 में दिल्ली से समाचार प्रसारण भी शुरु हुआ। 10 मिनट का समाचार बुलेटिन रात आठ बजे दिखाया जाता था जिसका संपादन आकाशवाणी के हिंदी का समाचार कक्ष में किया जाता था। सन् 1976 में आपातकाल के दौरान टेलीविजन प्रसारण आकाशवाणी महानिदेशालय से अलग हो गया और इसे नया नाम दूरदर्शन मिला।

11.4.2 तीव्र प्रगति काल

दूरदर्शन अलग महानिदेशालय के रूप में भले ही सन् 1976 में अस्तित्व में आ गया किंतु उसकी प्रगति की कछुआ चाल उसके बाद भी जारी रही। भला हो सन् 1982 में दिल्ली में आयोजित एशियाई खेलों का जिन्हें कवर करने और उसकी कुछ एक विदेश प्रसारण संगठनों को उपलब्ध कराने की बाध्यता ने इसे नींद से जगा दिया। हालांकि दूरदर्शन का रंगरूप बदलने की योजनाओं पर बरसों पहले काम शुरु हो गया था, लेकिन 15 अगस्त, 1982 को दूरदर्शन के इतिहास का महत्वपूर्ण दिवस माना जाता है जब रंगीन टेलीविजन प्रसारण का सूत्रपात हुआ। दूरदर्शन का पहना रंगीन

प्रसारण था लाल किले की प्राचीर से तत्कालीन प्रधानमंत्री इंदिरा गांधी का राष्ट्र के नाम संबोधन । यह भाषण सीधा प्रसारित किया गया और इसी के साथ दूरदर्शन के विस्तार की यात्रा में भी तेजी आ गई । टेलीविजन के रंगीन बनने के साथ ही इसने राष्ट्रीय स्वरूप धारण किया और राष्ट्रीय कार्यक्रम का शुभारंभ हुआ । इससे दिल्ली से प्रसारित राष्ट्रीय कार्यक्रम विभिन्न ट्रांसमीटरों के जरिए पूरे देश में देखा जाने लगा। चित्रहार और फीचर फिल्मों समेत महत्वपूर्ण खेल तथा अन्य आयोजनों के सीधे प्रसारण, हिन्दी और अंग्रेजी में राष्ट्रीय समाचार बुलेटिनों तथा 'हम लोग', 'बुनियाद' और 'यही है जिंदगी' जैसे लोकप्रिय धारावाहिकों के प्रसारण के चलते टेलीविजन माध्यम को गंभीरता से लिया जाने लगा और मध्यम वर्ग में टेलीविजन सेट खरीदने की उत्कंठा उत्पन्न होने लगी।

दूरदर्शन का स्वर्णिम युग

दूरदर्शन पर पहला धारावाहिक मनोहर श्याम जोशी लिखित " हम लोग' था । यह 5 जुलाई, 1984 से शुरू किया गया था, जिसकी सफलता ने एक नया कीर्तिमान स्थापित किया । दूरदर्शन का दूसरा धारावाहिक 'खानदान' अमेरिकी सीरियल 'डायनेस्टी' की नकल था । इसके बाद स्पांसर्ड सीरियलों की बाढ़ सी आ गई । 'रामायण' और 'महाभारत' जैसे धारावाहिकों ने लोकप्रियता और व्यवसाय के सारे रिकार्ड ही तोड़ डाले । कुछ समय बाद दूरदर्शन में धारावाहिकों का तांता ही लग गया । इनमें से उल्लेखनीय है- 'रजनी', 'हम हिंदुस्तानी', 'यात्रा', 'स्त्री', 'अधिकार', 'नुक्कड', 'मनोरंजन', 'ये जो जिंदगी है', 'छोटी-बड़ी बातें ', 'फिक्र ने कहा था', 'जुबान संभाल के', 'कक्का जी कहिन' और 'देख भाई देख', 'हम लोग', 'खानदान', 'बुनियाद', 'जिंदगी', 'जुनून', 'हम राही', 'रामायण', 'महाभारत', 'कहां गए वो लोग', ' आस्मां कैसे-कैसे', 'तेरह पन्ने', 'बहादुरशाह जफर', 'टीपू सुलतान', 'ग्रेट मराठा', 'रानी लक्ष्मी बाई' और गुलजार का 'मिर्जा गालिब' । बच्चों के लिए 'कच्ची धूप' 'मालगुडी डेज', 'मोगली' 'मुल्ला नसरूद्दीन' तथा 'पोटली बाबा की' आदि धारावाहिकों का उल्लेख किया जा सकता है । इस समय साहित्यिक कृतियों पर भी कुछ धारावाहिकों का प्रसारण हुआ । इनमें 'काला जल', 'कब तक पुकारुं' 'राग दरबारी', ' श्रीकांत', 'प्रथम प्रतिश्रुति', 'सत्यजित रे प्रजेंट्स', 'एक कहानी', 'कथा सागर', ' खजाना', 'कशमकश', 'तमस' 'पचपन खंभे लाल दीवारें' और 'रानी नागफनी' आदि का नाम लिया जा सकता है।

दूरदर्शन पर दो सर्वाधिक महत्वपूर्ण धारावाहिकों में पं. जवाहरलाल नेहरू की कृति 'डिस्कवरी आफ इंडिया' पर आधारित श्याम बेनेगल का ' भारत : एक खोज' और भीष्म साहनी के बहुचर्चित उपन्यास 'तमस' पर इसी नाम का गोविन्द निहलानी का धारावाहिक 'तमस' विशेष उल्लेखनीय है । इसके अतिरिक्त दूरदर्शन ने फिल्म वित्त निगम की कुछ बेहतरीन फिल्मों और 'दामुल', 'पार', 'ये वो मंजिल नहीं' जैसी

प्रयोगात्मक और कला फिल्मों को भी प्रसारित किया । यह वहीं दौर था जिसे 'दूरदर्शन का स्वर्णिम युग' कहा जा सकता है ।

19 सितंबर, 1984 को एक महत्वपूर्ण प्रगति हुई जब शहरी क्षेत्रों के दर्शकों के लिए मनोरंजन प्रधान कार्यक्रमों के प्रसारण और विज्ञापन प्राप्त करने के उद्देश्य से दूरदर्शन के दूसरे चैनल की दिल्ली में शुरुआत की गई । बाद में इसी तरह के मेट्रो चैनल मुम्बई, कोलकाता और चेन्नई में खोले गए । 1अप्रैल, 1993 को इन चैनलों की नेटवर्किंग हो गई और प्रसारण समय 3 घंटे से बढ़ाकर 16 घंटे कर दिया गया । ये मेट्रो चैनल कहलाए और इनके कुछ कार्यक्रम बाहरी एजेंसियों से तैयार कराने का फैसला लिया गया । कुछ वर्ष बाद इसे उपग्रह चैनल भी बना दिया गया और इसे 24 घंटे का चैनल बना दिया गया । यह अब टेरेस्ट्रियल और उपग्रह दोनों रूपों में उपलब्ध है । कई अन्य शहरों और कस्बों में भी मेट्रो चैनल देखा जा सकता है और लगभग 40 प्रतिशत जनसंख्या के लिए यह सुलभ है । बाद में डी.डी.न्यूज, डी.डी स्पोर्टस, अंतर्राष्ट्रीय श्रोताओं के लिए डी.डी इंडिया, सांस्कृतिक प्रसारण करने वाला डी.डी भारती, उर्दू भाषी लोगों की सुविधा के लिए डी.डी उर्दू चैनल तथा शैक्षणिक चैनल ज्ञानदर्शन शुरु किए गए । सन् 1993-94 में दूरदर्शन के विस्तार का आलम यह था कि हर रोज एक नए ट्रांसमीटर का उद्घाटन किया जा रहा था ।

इन्सेट श्रेणी के उपग्रहों के छोड़े जाने के फलस्वरूप पर्याप्त मात्रा में टी.वी. सिग्नल उपलब्ध होने से देश में उपग्रह टेलीविजन प्रसारण को गति मिली । इससे जहां दूरदर्शन को नए उपग्रह चैनल खोलने में मदद मिली, वहीं निजी उपग्रह चैनलों की संख्या भी लगातार बढ़ने लगी ।

11.5 दूरदर्शन के क्षेत्रीय चैनल

दूरदर्शन ने भारत की सांस्कृतिक और भाषायी विविधता को ध्यान में रखते हुए राष्ट्रीय चैनलों के साथ-साथ क्षेत्रीय और स्थानीय स्तर के प्रसारण को भी प्रोत्साहित किया है । देश की प्रमुख क्षेत्रीय भाषाओं के श्रोताओं को उनकी अपनी भाषा में स्वस्थ मनोरंजन तथा समाचार और अन्य उपयोगी जानकारी से भरपूर कार्यक्रम उपलब्ध कराने के लिए भाषायी उपग्रह चैनल शुरु किए गए है । 24 घंटे के ये 11 क्षेत्रीय चैनल देश में कहीं भी देखे जा सकते हैं । डायरेक्ट टू होम डी.टी.एच. सेवा उपलब्ध हो जाने से इन चैनलों को देखना और सुविधाजनक हो गया है । दूरदर्शन परिवार के क्षेत्रीय चैनल हैं, डी.डी. कशीर (कश्मीरी), डी.डी. पंजाबी, डी.डी बांगला, डीडी गुजराती, डीडी सहयाद्री (मराठी), डीडी नार्थ ईस्ट, डीडी सप्तगिरि (तेलुगू) डीडी चंदन (कन्नड), डीडी पोधीगई (तमिल), डीडी केरलम (मलयालम) और डीडी उड़िया । इन चैनलों पर संबंधित क्षेत्र के समाचारों, गतिविधियों तथा सांस्कृतिक परंपराओं से संबंधित कार्यक्रमों के प्रसारण को प्राथमिकता दी जाती है ।

इन क्षेत्रीय चैनलों तथा अन्य चैनलों के साथ दूरदर्शन की गिनती विश्व के सबसे बड़े टेलीविजन नेटवर्कों में होती है । इस समय दूरदर्शन के 26 चैनल हैं । 64 केंद्रों/स्टुडियो केंद्रों और 1400 ट्रांसमीटरों के जरिए दूरदर्शन के कार्यक्रम 71 प्रतिशत क्षेत्रफल में और 99 प्रतिशत आबादी द्वारा सीधे देखे जा सकते हैं । किंतु डीटीएच सेवा के माध्यम से यह समूचे देश में 100 प्रतिशत आबादी के लिए उपलब्ध है ।

बोध-प्रश्न- 2

1. शिक्षा प्रसार के लिए दूरदर्शन द्वारा चलाए गए कार्यक्रमों का परिचय दीजिए।

   ....

   ....

2. दूरदर्शन का वास्तविक विकास कब और किस तरह प्रारंभ हुआ?

   ....

   ....

3. दूरदर्शन के मुख्य चैनलों की जानकारी दीजिए ।

   ....

   ....

4. दूरदर्शन के क्षेत्रीय चैनलों का विवेचन कीजिए ।

   ....

   ....

11.6 उपग्रह प्रसारण का प्रारंभ

जैसा कि आप जान चुके हैं भारत में उपग्रह संचार प्रणाली का टेलीविजन के लिए पहला प्रयोग सन् 1975 में शैक्षणिक उद्देश्यों के लिए किया गया । सन् 1983 में इन्सेट 1 बी अंतरिक्ष में भेजा गया और यहीं से उपग्रह टेलीविजन के नियमित प्रसारण की नींव पड़ गई । उपग्रह टेलीविजन प्रसारण को वास्तविक गति तब मिली जब निजी देशी और विदेशी चैनलों ने टेलीविजन प्रसारण के क्षेत्र में पदार्पण किया । भारत में टेलीविजन प्रसारण की हवा के झोंके प्रसारण तंत्र तक भी पहुंचे । इससे पहले सन् 1990 में संसद ने आकाशवाणी और दूरदर्शन को स्वायत्तता देने वाला विधेयक पारित कर दिया, हालांकि उसे क्रियान्वित 7 वर्ष बाद सन् 1997 में ही किया जा सका । सन् 1990 में सी.एन.एन. द्वारा खाड़ी युद्ध का आँखों देखा हाल घरों और होटलों के कमरों तक पहुंचा देने से उपग्रह टेलीविजन की शक्ति और क्षमता से भारतवासी परिचित हुए और उधर उसी दौरान उदारीकरण की नीति की घोषणा हुई । स्टार टी.वी और जी.टी.वी. प्रसारण संगठनों ने विदेशी ट्रांसपोंडर किराए पर लेकर भारत में उपग्रह टी. वी प्रसारण का सूत्रपात किया जो बाद में उपग्रह चैनलों की बाढ़ के रूप में परिवर्तित हो गया । निजी चैनलों के प्रसारण क्षेत्र में उतरने से दूरदर्शन की भी तंद्रा टूटी और उसने भी अपने स्वरूप में बदलाव लाना शुरु कर दिया । डी.डी मेट्रो तथा अन्य चैनल इसी प्रभाव के फलस्वरूप शुरु हुए ।

सच तो यह है कि भारत की विशाल जनसंख्या, सांस्कृतिक तथा भाषायी विविधता और भौगोलिक विस्तार के साथ- साथ तेजी से बढ़ते मध्यवर्ग की जनसंचार संबंधी आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए निजी उपग्रह चैनलों का होना जरुरी था । इस समय देश के हर प्रांत में हिंदी तथा विभिन्न भारतीय भाषाओं के मनोरंजन और समाचार चैनलों की बढ़ती संख्या के साथ-साथ नियमित रूप से टेलीविजन देखने वाले दर्शकों की संख्या और उनके आर्थिक और सामाजिक स्तर में भी परिर्वतन आ रहा है । अब टेलीविजन केवल उच्च या मध्य वर्ग के मनोरंजन एवं सूचना का साधन नहीं रहा । कस्बों और गांवों में भी टेलीविजन देखने की इच्छा बलवती हो रही है और टेलीविजन सेटों की बिक्री में लगातार बढ़ोतरी हो रही हैं ।

परंतु निजी चैनलों, जिनमें समाचार चैनल भी शामिल हैं, के बारे में आम शिकायत है कि वे व्यापारिक हितों को ऊपर रखते हँ और सामाजिक तथा नैतिक सरोकारों की अवहेलना करते हैं । जहां दूरदर्शन पर साहित्यिक, ऐतिहासिक, आध्यात्मिक विषयों और महान क्लासिकल कृतियों वर्गो, महिलाओं, बच्चों, ग्रामीण आबादी, के हितों से जुड़े कार्यक्रम दिखाए जाते हैं, वहीं अधिकतर निजी चैनल फूहड़ और कामुक फिल्मी संगीत, सास-बहू और पारिवारिक कलह पर आधारित सीरियल, सस्ते हास्य कार्यक्रम और अपराध, हिंसा एवं सेक्स को चित्रित करने वाले कार्यक्रम परोसकर आम दर्शकों की वासनाओं और उपभोग लालसा को बढ़ावा देकर अधिक से अधिक विज्ञापन बटोरने की चेष्टा करते हैं । यह स्थिति चिंताजनक है और यदि इसमें समय रहते सुधार नहीं किया गया तो टेलीविजन प्रसारण अपनी गरिमा खो बैठेगा । निजी चैनल रामायण, महाभारत, श्रीकृष्ण, जय हनुमान, टीपू सुलतान, शिवाजी, मिर्जा गालिब, भारत की खोज, बहादुरशाह जफर जैसे सीरियल क्यों नहीं दिखाते? निजी चैनलों की इसी प्रवृत्ति को देखते हुए प्रसार भारती निगम के गठन के बावजूद दूरदर्शन को सरकारी नियंत्रण में रखने और निजी चैनलों पर अकुंश रखने की कोई वैधानिक व्यवस्था करने की मांग करने वाले की संख्या बढ़ती जा रही हैं । उनका मानना है कि देश समाज के वास्तविक हितों का ध्यान रखने वाला कोई चैनल तो हो ।

11.7 दूरदर्शन समाचार प्रसारण

सूचना और समाचार किसी भी जनसंचार माध्यम का अत्यंत महत्वपूर्ण पक्ष है । हमारे देश में टेलीविजन के अन्य कार्यक्रमों की तरह समाचार प्रसारण की प्रगति भी बहुत धीमी रही। जब टेलीविजन प्रसारण शुरु हुआ तो उसमें समाचारों के लिए कोई स्थान नहीं था । पहले समाचार बुलेटिन का प्रसारण 6 वर्ष बाद सन् 1965 में जाकर हुआ । सन् 1965 से 1981 तक इस समाचार बुलेटिन की स्थिति और स्तर किसी भी तरह से टेलीविजन समाचार के मानदंडों पर खरा नहीं उतरता था । दूरदर्शन में समाचार इकाई तक काफी बाद में जाकर गठित हुई । उस समय समाचार बुलेटिनों में दृश्य सामग्री बहुत कम इस्तेमाल होती थी । दूरदर्शन समाचारों को वास्तविक सार्थकता 1982 में मिली जब हिंदी और अंग्रेजी में 20-20 मिनट के राष्ट्रीय समाचार बुलेटिन शुरु किए गए । ये बुलेटिन रात को प्रसारित किए जाते थे । साथ ही क्षेत्रीय समाचार इकाइयां गठित की गई, जहाँ से प्रादेशिक भाषाओं में समाचार बुलेटिन

प्रसारित होने लगे । फरवरी, 1987 में प्रातःकालीन बुलेटिन और 26 जनवरी, 1989 को दोपहर बाद का बुलेटिन प्रारंभ किया गया । बाद में रात ग्यारह बजे के 5-5 मिनट के बुलेटिन का प्रसारण होने लगा । बुलेटिनों की अवधि और प्रसारण समय में परिवर्तन होते रहे लेकिन निजी चैनलों के आगमन तक मुख्य रूप से प्रातः, दोपहर, शाम और देर रात के बुलेटिनों का यही सिलसिला बना रहा । 24 क्षेत्रीय समाचार इकाइयों से 19 भाषाओं में प्रतिदिन 85 बुलेटिन प्रसारित होते हैं ।

3 नवम्बर, 2003 को स्वतंत्र समाचार चैनल डी डी न्यूज के शुभारंभ के बाद दूरदर्शन समाचार ने एक नए युग में प्रवेश किया । 24 घंटे के इस चैनल से मुख्यतया हिंदी और अंग्रेजी में समाचार तथा समाचारों पर आधारित सम-सामयिक कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं । इस चैनल की विशेषता यह है कि यह टेरेस्ट्रियल और उपग्रह दोनों रूपों में उपलब्ध है । डी डी न्यूज चैनल से प्रतिदिन 16 घंटों के 32 समाचार बुलेटिन प्रसारित होते हैं । संस्कृत और उर्दू में भी खबरें प्रसारित की जाती हैं । 15 अगस्त, 2006 को डी डी उर्दू नाम से नया चैनल शुरू हुआ । साढ़े ग्यारह घंटे के इस प्रसारण में समाचार भी प्रस्तुत किए जाते हैं ।

डी डी न्यूज चैनल से पहले बी.बी.सी., सी.एन.एन. जैसे विदेशी चैनलों के साथ-साथ स्वदेशी निजी चैनलों से भी समाचार प्रसारित किए जाने लगे थे । शुरू में निजी समाचार कंपनियों ने दूरदर्शन से अपने बुलेटिन प्रसारित किए लेकिन धीरे- धीरे स्वतंत्र समाचार चैनल अस्तित्व में आ गए किंतु जैसा कि पहले कहा गया है दूरदर्शन समाचार पर सरकार के प्रति पक्षधरता का आरोप लगाया जाता है, तो निजी चैनल अपने व्यावसायिक दायित्वों और मर्यादाओं की अनदेखी करते हुए टी.आर.पी. बढ़ाने की होड़ में समाचार के नाम पर अपराध, सेक्स और रहस्य की कथाएं, पेश कर रहे 'हैं और लोगों को निष्पक्ष और रचनात्मक सूचनाएं देने की बजाय हर घटना को सनसनीखेज और उत्तेजक बनाकर पेश करने की चेष्टा कर रहे हैं । आवश्यकता समाचार और बाजार में संतुलन बनाने की है । निजी चैनलों को अभिव्यक्ति और प्रसारण की स्वतंत्रता पर स्वत: अंकुश लगाकर समाचारों के निष्पक्ष और स्पष्ट प्रसारण को अपना लक्ष्य बनाना चाहिए।

बोध प्रश्न- 3

1. भारत में निजी उपग्रह चैनलों का अवतरण कब और किन परिस्थितियों में हुआ?
   ....
   ....
2. दूरदर्शन और निजी चैनलों पर दिखाए जाने वाले धारावाहिकों की तुलना कीजिए ।
   ....
   ....
3. टेलीविजन समाचार प्रसारण के प्रारंभिक दौर और आज की स्थिति में क्या अंतर है?
   ....

....

11.8 दूरदर्शन की स्वायत्तता एवं विभिन्न आयोग

आकाशवाणी एवं दूरदर्शन को स्वायत्तता प्रदान करने एवं उनेक कार्य की समीक्षा, गुणवत्ता का मूल्यांकन और उन्हें सुझाव देने के लिए समय-समय पर विभिन्न आयोगों तथा समितियों का गठन किया गया। इनमें चंदा समिति, आकाश भारती, पी.सी. जोशी समिति, प्रसार भारती एवं वर्धन समिति विशेष उल्लेखनीय है ।

11.8.1 चंदा समिति

भारत सरकार ने दिसम्बर, 1964 को, अशोक के चंदा की अध्यक्षता में सूचना एवं प्रसारण माध्यमों पर विचार करने के लिए एक समिति नियुक्त की थी । इस समिति के मुख्य उद्देश्य इस प्रकार थे -

1. मीडिया के क्षेत्र में सरकार के दायित्व और कार्यों के संदर्भ में सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय की भूमिका को निर्धारित एवं परिभाषित करना ।
2. मंत्रालय की विभिन्न मीडिया इकाइयों के कार्य, नीतियों, कार्यक्रमों एवं उत्पादन का परीक्षण एवं विश्लेषण करना ।
3. विभिन्न मीडिया इकाइयों में, जहाँ आवश्यक हो वहाँ उपयुक्त परिवर्तन के लिए अनुशंसा करना ।
4. मीडिया के क्षेत्र में सभी सरकारी गतिविधियों के समन्वय की व्यवस्था की वांछनीयता तथा औचित्य का निर्धारण ।
5. मीडिया में एक विशेष व्यावहारिक कार्यक्रम का ऐसा प्रारूप तैयार करना जिसमें मीडिया, कार्मिक तथा कोष सुविधाएँ और इसकी क्रियान्विती के लिए आवश्यक समय का विस्तृत विवरण हो ।
6. मीडिया में कार्यरत अन्य सरकारी एजेंसियों की सामयिक तथा परियोजित गतिविधियां को जांचना और उनका मूल्यांकन करना ।

चंदा समिति की अन्य सिफारिशें थी -

1. समिति ने सूचना, शिक्षा, मनोरंजन तथा राष्ट्र निर्माण में टेलीविजन की व्यापक संभावनाओं के उपयोग पर बल देते हुए इसके राष्ट्रव्यापी विकास की आवश्यकता प्रतिपादित की ।
2. समिति का मानना था कि स्वायत्तता के अभाव में रेडियो तथा टेलीविजन जैसे रचनात्मक माध्यम को अपने इच्छित उद्देश्यों की पूर्ति करने में सक्षम नहीं होंगे । आकाशवाणी तथा दूरदर्शन के लिए पृथक निगम का सुझाव देते हुए समिति ने कहा कि उन संगठनों की आवश्यकताओं के अनुरूप उनकी स्वयं की भर्ती नीति (Recruitment Policy), कर्मचारियों की वेतन श्रृंखलाएं तथा सेवा शर्तें हो । ये स्वायत्तशासी निगम अपने रचनात्मक कार्यों के अनुरूप अपनी वित्तीय व्यवस्था बनाएंगे ।

3. समिति ने टेलीविजन को आकाशवाणी से पृथक करने का संरचनात्मक परिवर्तन का महत्त्वपूर्ण सुझाव दिया जिसे 1 अप्रैल, 1970 को क्रियान्वित किया गया ।
4. समिति ने कर्मचारियों के उचित प्रशिक्षण पर भी बल दिया ।

11.8.2 आकाश भारती

आपातकाल में जनसंचार माध्यमों के दुरूपयोग के विरुद्ध व्यापक जन- आक्रोश को देखते हुए सन् 1977 में बनी जनता सरकार ने रेडियो और टेलीविजन को स्वायत्त बनाने का संकल्प प्रकट किया। सन् 1977 में सरकार ने बी.जी. वर्गीस की अध्यक्षता में कार्यदल गठित किया जिसने 24 फरवरी, 1978 को आकाश भारती की अपनी रिपोर्ट प्रस्तुत की । इस रिपोर्ट के आधार पर 12 मार्च, 1978 को आकाश भारती विधेयक पेश किया गया किंतु वह पारित नहीं हो सका । 28 नवम्बर, 1980 को 14 सदस्यों की जी. पार्थसारथी समिति बनाई गई जिसने दोनों संगठनों के काम-काज में निष्पक्षता लाने और कर्मचारियों के हितों की रक्षा से संबंधित कई सुझाव दिए।

11.8.3 पीसी. जोशी समिति

6 दिसम्बर, 1982 को भारत सरकार के सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, नई दिल्ली ने दूरदर्शन कार्यक्रमों का स्वरूप तैयार करने के उद्देश्य से डॉ. पी.सी. जोशी की अध्यक्षता में एक आयोग का गठन किया । तेरह सदस्यीय इस दल ने ग्यारह महीने बाद (23 अप्रैल, 1984) को अपना प्रतिवेदन केंद्र सरकार को सौंपा । समिति के सदस्य थे - सर्वश्री पी.सी. जोशी (अध्यक्ष), मजरुल अमीन (सदस्य सचिव), साई परांजपे, अलीक पद्मसी, जी.एन.एस. राघवन, रामी छावरा, विनोद सी अग्रवाल, रीना गिल, योगेन्द्र सिंह, मोहन उत्प्रेती, भूपेन हजारिका, के एस. गिल और वी.एल. श्रीवास्तव।

समिति के सुझाव

1. टेलीविजन कार्यक्रम निर्माण प्रक्रिया का विकेंद्रीयकरण करके दिल्ली के अलावा संपूर्ण भारत में कार्यक्रम निर्माण को प्रोत्साहित किया जाए ।
2. कार्यक्रम निर्माण में स्थानीय आवश्यकताओं को ध्यान में रखकर ग्रामीण परिवेश की बोलियों, संस्कृतियों और उनके कलाकारों को प्रोत्साहन दिया जाए ।
3. भारत में प्रत्येक ट्रांसमीटर के पास कार्यक्रम निर्माण की न्यूनतम सुविधाएं उपलब्ध कराई जाए ।
4. टी.वी. स्टुडियो आधारित कार्यक्रमों के स्थान पर फील्ड आधारित कार्यक्रमों की अधिकता हो ।
5. दूरदर्शन के कार्यक्रम निर्माण और कर्मचारियों के प्रशिक्षण के लिए सरकार पर्याप्त बजट का प्रावधान करे।
6. दूरदर्शन को भारतीय जमीन से जुड़ी कहानियों पर धारावाहिक बनाने चाहिए और इसमें निजी निर्माताओं की मदद लेनी चाहिए ।

7. समिति ने दूरदर्शन पर दिखाए जाने वाले फिल्म आधारित फूहड़ कार्यक्रमों की आलोचना करते हुए उन्हें कम करने का सुझाव दिया ।
8. दूरदर्शन के लिए विज्ञापन विधेयक आचार-संहिता बनाई जाए, दूरदर्शन का उद्देश्य केवल पैसा कमाना, नहीं है ।
9. दूरदर्शन के समाचार और सम-सामयिक कार्यक्रम केवल अतिविशिष्ट लोगों के आस-पास ही केन्द्रित होते हैं । इन कार्यक्रमों में आम लोगों को भी भरपूर स्थान मिलना चाहिए ।

11.8.4 प्रसार भारती

प्रसार भारती विधेयक, 1990 को लोकसभा ने 30 अगस्त, 1990 को लोकसभा ने स्वीकृत कर इसे राज्य सभा को भेजा । 5 सितम्बर, 1990 को राज्य सभा ने कुछ सुझाव दिए जिन्हें लोकसभा ने मान्यता देकर 6 सितम्बर, 1990 को इस विधेयक को पारित किया । भारत के राष्ट्रपति की स्वीकृति इसे 12 सितम्बर, 1990 को प्रदान की गई ।

प्रसार भारती एक्ट, 1990 में चार अध्याय है । प्रथम अध्याय में एक्ट में प्रयुक्त परिभाषाओं के विषय में है दूसरे अध्याय में स्वायत्त कॉरपोरेशन के गठन बोर्ड की रचना, कार्य प्रणाली, कार्यक्षेत्र, कर्मचारियों का स्थानांतरण, उनकी सेवा सुरक्षा आदि की व्यवस्था की गई है । तीसरा अध्याय वित्त व्यवस्था से संबंधित है । चौथे अध्याय में यह स्पष्ट किया गया है कि सरकार की क्या भूमिका होगी, प्रसार भारती की क्या सीमाएं होगी और इस पर निगरानी कैसे रखी जाएगी?

प्रसार भारती के प्रबंधन के लिए एक बोर्ड का गठन किया गया है, जिसमें चेयरमैन सहित 15 सदस्य होंगे, जो इस, प्रकार हँ -

1. चैयरमैन (अंशकालिक)
2. कार्यवाहिक सदस्य (पूर्णकालिक)
3. सदस्य वित्त (पूर्णकालिक)
4. सदस्य कार्मिक (पूर्णकालिक)
5. सदस्य (अंशकालिक)
6. महानिदेशक, आकाशवाणी (पदेन)
7. महानिदेशक दूरदर्शन (पदेन)
8. सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय का प्रतिनिधि और
9. कॉरपोरेशन के कर्मचारियों द्वारा चुने गए दो प्रतिनिधि जिनमें से एक। इंजीनियरिंग का होगा और उसका चुनाव भी इंजीनियरिंग के कर्मचारी करेंगे ।

प्रसार भारती कानून, 1990 आकाशवाणी और दूरदर्शन को स्वायत्तता देने के लिए लागू किया गया है । यह एक सराहनीय प्रयास है, किंतु इसमें कुछ आशंकाएं भी है । इस कानून में स्वायत्तता से अधिक नियंत्रण की बात कही गई है । नियंत्रण के लिए त्रिस्तरीय व्यवस्था की गई है, जो इस प्रकार है- 1. प्रसार भारती बोर्ड, 2. ब्रॉडकास्टिंग काउंसिल और संसदीय समिति ।

इन सब कारणों से एक शंका सदैव बनी रहेगी और वह है वांछनीय स्वायत्तता की। इसकी स्वायत्तता के लिए यह आवश्यक था कि बोर्ड में प्रसारण व्यावसायिकों का प्रतिनिधित्व हो और परोक्ष रूप से सत्ता का नियंत्रण विभिन्न चरणों में समाप्त किया जाए । डॉ. श्याम कश्यप के शब्दों में- " प्रसार भारती कानून के अंतर्गत स्वायत्त निगम के कर्मचारियों के लोकतांत्रिक अधिकारों की पुष्टि का भी अभाव है । आंतरिक लोकतंत्र के बिना इस स्वायत्तता का कोई अर्थ नहीं होगा । स्वायत्तता लोकतांत्रिक मूल्यों से जुड़ बगैर अधूरी ओर हवाई होगी । इसी तरह, स्वायत्तता का मकसद तभी पूरा होता है जब कार्यक्रम का निर्माण करने वालों को पूरी पेशेवराना स्वतंत्रता हासिल हों । सबसे दुर्भाग्यपूर्ण बात तो मौजूदा ढाँचे के भीतर यही है कि कार्यक्रम बनाने वालों को किसी भी तरह की प्रोफेशन स्वायत्तता अथवा सृजनात्मक प्रयोगधर्मिता के किसी भी अवसर की स्वाधीनता नहीं है ।'

11.8.5 वर्धन समिति

सन् 1992 में के.ए. वर्धन की अध्यक्षता में एक समिति का गठन किया गया । इस समिति का मुख्य उद्देश्य भारत में विदेशी चैनलों के दुष्प्रभाव को रोकना था । इस समिति ने सन् 1993 में अपनी रिपोर्ट प्रस्तुत की । समिति के सदस्य-सर्वश्री के.ए. वर्धन (अध्यक्ष) एस.सी. मलिक, किरण कार्णिक, एम. दामोदरन, एस.पी. वाटीकर, शशि कपूर, ए.एम. जोशी, के.पी पांड्यन थे ।

वर्धन समिति के सुझाव थे-

1. केवल नियंत्रण एक्ट को लागू करने पर विशेष ध्यान दिया जाए ।
2. निजी चैनलों के लिए आचार, संहिता बनाई जाए ।
3. सिनेमेटोग्राफी कानून को कड़ाई से लागू किया जाए ।
4. मीडिया पर प्रभावी नियंत्रण के लिए एक स्वायत्त परिषद् गठित की जाए ।
5. टीवी के निजी चैनलों को लाइसेंस उनकी गुणवत्ता के आधार पर टेलीग्राफ एक्ट के अंतर्गत दिया जाए ।

प्रसारण नियमन विधेयक (नए कानून की तैयारी) -

सरकार ने संसद में मानसून सत्र (2007) में एक नया प्रसारण विधेयक (Broadcast Regulation Bill) लाने की घोषणा करते हुए इस संदर्भ में टीवी उद्योग से जुड़े मीडिया कर्मियों से विचार-विमर्श शुरू कर दिया है । सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय ने निजी टीवी चैनलों के प्रतिनिधियों और केवल नेटवर्क प्रतिनिधियों के विचारार्थ एक

'कंटेट कोड का मसविदा' (Draft of Content Code) वितरित किया है । यह ' कोड' इसी नए 'प्रसारण नियमन विधेयक' का एक भाग है । इसमें दिखाई जाने वाली और न दिखाई जाने वाली सामग्री के स्वरूप का अंतर स्पष्ट रूप से रेखांकित करते हुए एक तीन स्तरीय समय-सारणी भी प्रस्तावित की है कि किस प्रकार के कार्यक्रम किस-किस 'टाइम स्लॉट' पर टेलीविजन द्वारा प्रसारित किए जा सकते हैं । इसके अतिरिक्त इस विधेयक में दर्शकों द्वारा की जाने वाली शिकायतों के समाधान के लिए भी एक तीन- स्तरीय संस्थागत प्रक्रिया का प्रस्ताव किया गया है । विशेष बात यह है कि इस विधेयक के रूप में पहली बार टेलीविजन के विशेष संदर्भ में, और वह भी निजी टीवी चैनलों और केवल नेटवर्क द्वारा प्रसारित किए जाने वाले कार्यक्रमों को दृष्टिगत रखते हुए एक समग्र कानून लाया जा रहा है । इस विधेयक को लेकर उठे विवाद और विरोध के तीखे स्वरों के बीच सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय को यह विधेयक कैबिनेट से वापस लेने का फैसला करना पड़ा ।

11.9 दूरदर्शन की प्रमुख तिथियां

भारत में दूरदर्शन की विकास यात्रा एक लंबी और संघर्ष भरी यात्रा है । इसकी प्रमुख तिथियाँ ये हैं, जो ऐतिहासिक दृष्टि से महत्त्वपूर्ण है-

15 सितंबर, 1959	–	दिल्ली में टेलीविजन का प्रायोगिक प्रसारण
24 अक्टूबर, 1961	–	दिल्ली के छात्रों के लिए शैक्षिक प्रसारण
15 अगस्त, 1965	–	रोजाना हिंदी बुलेटिन के साथ नियमित सेवा
26 जनवरी, 1987	–	किसानों के लिए ' कृषि दर्शन' कार्यक्रम
2 अक्टूबर, 1972	–	मुंबई में दूसरा टेलीविजन स्टेशन
26 जनवरी, 1973	–	श्रीनगर में टेलीविजन स्टेशन
29 सितंबर, 1973	–	अमृतसर में टेलीविजन स्टेशन
1 अगस्त, 1975	–	सैटेलाइट इंस्ट्रक्शनल टेलीविजन एक्सपेरीमेंट (SITE) ।
8 अगस्त, 1975	–	कलकत्ता में टेलीविजन स्टेशन
15 अगस्त, 1975	–	मद्रास में टेलीविजन स्टेशन
27 नवंबर, 1975	–	लखनऊ में टेलीविजन स्टेशन
1 जनवरी, 1976	–	विज्ञापन प्रसारण सेवा
1 अप्रैल, 1976	–	आकाशवाणी से दूरदर्शन अलग हुआ
13 अप्रैल, 1979	–	जालंधर में टेलीविजन स्टेशन
15 अगस्त, 1982	–	राष्ट्रीय कार्यक्रम, रंगीन प्रसारण और सैटेलाइट नेटवर्किंग
19 नवंबर, 1982	–	एल.पी.टी. के जरिए विस्तार
15 जुलाई, 1984	–	पहला लोकप्रिय धारावाहिक 'हम लोग'
9 अगस्त, 1984	–	दिल्ली में दूरदर्शन का दूसरा चैनल
15 अगस्त, 1984	–	विश्वविद्यालय अनुदान आयोग का संपूर्ण भारत में

		क्लास-रूम प्रसार।
9 अगस्त, 1986	–	महाराष्ट्र में प्रथम क्षेत्रीय उपग्रह नेटवर्क
23 फरवरी, 1987	–	सुबह की प्रसारण सेवा
26 जनवरी, 1989	–	दोपहर की प्रसारण सेवा
1 अप्रैल, 1993	–	उपग्रह के जरिए मेट्रो चैनल
15 अगस्त, 1993	–	दूरदर्शन चैनलों की उपग्रह प्रसारण सेवा
1 अक्टूबर, 1993	–	क्षेत्रीय भाषाओं के सैटेलाइट चैनल
15 अगस्त, 1994	–	चैनलों के नामों का पुनर्निर्धारण (डी.डी.-1 से डी.डी.-13 तक)
14 मार्च, 1995	–	अंतरराष्ट्रीय चैनल डी.डी. इंडिया
23 नवंबर, 1997	–	प्रसार भारती लागू
18 मार्च, 1999	–	डी.डी. स्पोर्टस-दूरदर्शन का खेल चैनल
10 जुलाई, 1999	–	हर घंटे समाचारों का प्रसारण
15 अगस्त, 1999	–	डी.डी. न्यूज नामक उपग्रह चैनल (बाद में इसका प्रसारण रोक दिया गया)
26 जनवरी, 2000	–	ज्ञानदर्शन- शैक्षिक चैनल
26 जनवरी, 2002	–	डी .डी. भारती-सूचना और मनोरंजन, चैनल
26 जनवरी, 2003	–	तकनीकी शिक्षा पर केंद्रित एकलव्य चैनल का आरंभ
3 नवंबर, 2003	–	डी.डी. मेट्रो को डी.डी। न्यूज में परिवर्तित
15 अगस्त, 2006	–	दूरदर्शन का उर्दू चैनल डी.डी उर्दू आरंभ ।

- दूरदर्शन का त्रिस्तरीय कार्यक्रम सेवा-राष्ट्रीय, क्षेत्रीय और स्थानीय है ।
- राष्ट्रीय सेवा के कार्यक्रम संपूर्ण देश की रुचि के मुद्दों और घटनाओं पर केन्द्रित होते हैं।
- क्षेत्रीय सेवा के कार्यक्रम उस राज्य के लोगों के हित की घटनाओं और मुद्दों पर केन्द्रित होते
- स्थानीय सेवा में उस विशेष ट्रांसमीटर की पहुंच में आने वाले लोगों की आवश्यकताएं स्थानीय भाषाओं और बोलियों में विशेष कार्यक्रम से पूरी की जाती है ।
- इसके अतिरिक्त राष्ट्रीय और क्षेत्रीय सेवाओं के कार्यक्रम पूरे देश में दर्शकों के लिए उपग्रह पद्धति से उपलब्ध है ।

11.10 सारांश

इस इकाई में आपने जाना कि भारत में टेलीविजन प्रसारण की शुरूआत देर से हुई और इसका विकास भी काफी धीमा रहा । आपको बताया गया कि सन् 1959 से 1981 तक टेलीविजन के विकास पर पर्याप्त ध्यान नहीं दिया गया और आकाशवाणी ही प्रसारण का मुख्य माध्यम बना रहा । सन् 1976 में दूरदर्शन नाम से अलग टेलीविजन प्रसारण संगठन अस्तित्व में आया । आपने यह भी जाना कि सन् 1982 में नई दिल्ली में एशियाई खेलों के आयोजन

से प्रेरित होकर ब्लैक एंड व्हाइट की जगह रंगीन टेलीविजन का अवतरण हुआ और साथ ही टेलीविजन को राष्ट्रीय स्वरूप मिला। आगे यह बताया गया कि सन् 1982 से शुरू हुआ विकास का सिलसिला बड़ी तेजी से आगे बढ़ा और नए विशिष्ट चैनल खुलते रहे। आपने यह भी जाना कि सन् 1990 के दशक में खाड़ी युद्ध के सीधे प्रसारण के प्रयोग के बाद भारत में उपग्रह चैनलों के पदार्पण का रास्ता खुला और इन्सेट श्रेणी के उपग्रहों से प्राप्त संचार क्षमता की उपलब्धता के फलस्वरूप बड़ी संख्या में निजी उपग्रह चैनल अस्तित्व में आए। इसका प्रभाव दूरदर्शन पर भी पड़ा। आपको यह भी बताया गया कि स्वायत्त प्रसार भारती निगम की स्थापना के बावजूद दूरदर्शन व्यावहारिक रूप से सूचना और प्रसारण मंत्रालय की एक इकाई के रूप में ही काम कर रहा है और निजी चैनल अपनी सामाजिक जिम्मेदारियों की अवहेलना करते हुए व्यापारिक घरानों की तरह अपने माल (कार्यक्रमों) को बिक्री योग्य बनाने में लग गए हैं। यहां तक कि समाचार चैनल भी खबरों की बजाय मनोरंजक मसाला पेश करने की होड़ में शामिल हो गए हैं। अंत में यह निष्कर्ष दिया गया है कि टेलीविजन प्रसारण का भविष्य तभी सुरक्षित रहेगा जब बाजार और समाचार में सम्यक संतुलन लाया जाएगा।

11.11 संदर्भ ग्रंथ

1. डॉ. श्याम कश्यप एवं मुकेश कुमार - टेलीविजन की कहानी, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली
2. डॉ. देवव्रत सिंह - भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, प्रभात प्रकाशन, नई दिल्ली
3. सुधीश पचौरी - टेलीविजन समीक्षा : सिद्धांत और व्यवहार, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली
4. Gopal Saxena-Television in India: Changes and Challenges: Vikas Publications, New Delhi, 1996.
5. Arvind Singhal, Everett M.Rogers -India's Communication Revolution: From Bullock Carts to Cyber Marts: Saga Publications, New Delhi/London, 2001.
6. S.C.Bhatt-Satellite Invision of India; Gyan Publishing New Delhi, 1994.
7. Annual Report 2006-2007; Ministry for Information and Broadcasting, Sha Bhawan. New Delhi.
8. Thomas R. Murrey-Educational Radio and Television; Pergmen Press, 1987.

11.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. भारत में टेलीविजन के प्रारंभ और विकास पर एक संक्षिप्त निबंध लिखिए।
2. "भारत में टेलीविजन की शुरूआत बहुत धीमी रही।" इस कथन की समीक्षा कीजिए।
3. सन् 1982 को भारतीय टेलीविजन प्रसारण का अत्यन्त महत्वपूर्ण वर्ष क्यों माना गया है? सोदाहरण व्याख्या कीजिए।

4. "दूरदर्शन सामाजिक सरोकारों के प्रति जागरूक है ।" इस मत से आप कहां तक सहमत हैं? विस्तार से विवेचना कीजिए ।
5. टेलीविजन समाचार के विकास की विवेचना कीजिए ।
6. उपग्रह संचार टेक्नोलॉजी भारत में टेलीविजन प्रसारण के विकास में किस तरह सहायक रही है? व्याख्या कीजिए।
7. दूरदर्शन को स्वायत्ता प्रदान करने के लिए जो विभिन्न आयोग बनाए गए उनका उल्लेख कीजिए ।
8. 'प्रसार भारती' पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए ।
9. निम्नलिखित पर टिप्पणी कीजिए:-

    1. पी.सी.जोशी समिति
    2. मेट्रो चैनल
    3. चंदा समिति
    4. साइट
    5. ज्ञान दर्शन
    6. कृषि दर्शन

इकाई- 12

टेलीविजन प्रसारण की विधाएं एवं स्वरूप

इकाई की रूपरेखा

12.0 उद्देश्य

12.1 प्रस्तावना

12.2 अभिप्रेरणा

12.3 टेलीविजन स्मार्ट बाक्स

12.4 टेलीविजन प्रसारण

12.5 टेलीविजन प्रसारण का उद्देश्य एवं महत्व

12.6 टेलीविजन प्रसारण : विभिन्न विधाएं एवं स्वरूप

- 12.6.1 साक्षात्कार एवं परिचर्चा
- 12.6.2 टी.वी. रिपोर्ट
- 12.6.3 टी.वी. पत्रिका
- 12.6.4 प्रश्नोत्तरी
- 12.6.5 टेली फिल्म
- 12.6.6 फीचर
- 12.6.7 विविध कार्यक्रम
- 12.6.8 वृत्त चित्र
- 12.6.9 नाटक
- 12.6.10 क्विकी
- 12.6.11 सोप ऑपेरा

12.7 टेलीविजन प्रसारण विधाओं की रूपरेखा

12.8 टेलीविजन प्रसारण विधाओं की विभिन्न बानगी

12.9 टेलीविजन प्रसारण विधाओं का बदलता स्वरूप

12.10 टेलीविजन प्रसारण की भाषा

12.11 टेलीविजन प्रसारण की विभिन्न कार्यक्रम प्रस्तुति

12.12 टेलीविजन प्रसारण का बदलता चेहरा

12.13 टेलीविजन प्रसारण विधाएं एवं सामाजिक सरोकार

12.14 टेलीविजन प्रसारण विधाएं एवं लोक प्रसारण

12.15 टेलीविजन प्रसारण एक जन प्रोपैगेन्डा

12.16 सारांश

12.17 स्वमूल्याँकन
12.18 संदर्भ ग्रंथ
12.19 अभ्यासार्थ प्रश्न

12.0 उद्देश्य

इस इकाई के अन्तर्गत हम टेलीविजन प्रसारण की विधाएं और उनके प्रकारों का अध्ययन करेंगे। अध्ययन के बाद आप-

- टेलीविजन प्रसारण की विधाएं एवं इसके स्वरूप के बारे में विस्तार से ज्ञान प्राप्त कर सकेंगे
- टेलीविजन प्रसारण की विभिन्न विधाएं एवं प्रसारण के उद्देश्य एवं महत्व के बारे में जानकारी हो सकेगी
- टेलीविजन प्रसारण एवं टेलीविजन के इतिहास के बारे में अवगत हो सकेंगे
- टेलीविजन प्रसारणों के सामाजिक सरोकारों एवं महत्वपूर्ण विषयों के बारे में जानकारी प्राप्त कर सकेंगे
- टेलीविजन प्रसारण का बदलता स्वरूप एवं 'लोक प्रसारण' बारे में व्यावहारिक ज्ञान प्राप्त कर सकेंगे
- टेलीविजन प्रसारण विधाओं से बदलते सामाजिक परिवेश के बारे में अवगत हो सकेंगे
- टेलीविजन कार्यक्रमों की संरचना, वर्गीकरण एवं उनकी गुणवत्ता के संदर्भ में महत्वपूर्ण तथ्यों से परिचित हो सकेंगे ।

12.1 प्रस्तावना

वर्तमान शताब्दी सूचना प्रौद्योगिकी की शताब्दी है । अकेले इस शताब्दी में हर दिशा में 'विकास' जितना आगे बढ़ा है, उतना सभ्यता के पूरे इतिहास में कभी नहीं । असंख्य आविष्कार हुए, टेलीविजन इस युग की चमत्कारी देन है । ' टेली' का अर्थ है दूर और ' विजन' का तात्पर्य है 'दृश्य' । इसलिए 'दूरदर्शन' शब्द 'टेलीविजन' का सटीक पर्याय है ।

अमेरीका में भौतिक शास्त्र के क्षेत्र में अनेक अनुसंधानों और व्यावहारिक परीक्षणों के परिणाम स्वरूप टेलीविजन सन् 1923 में यथार्थ बना । इसका प्रारंभिक श्रेय जॉन एल बेयर्ड (John. L.Baird) वैज्ञानिक को है । उन्होंने लंदन के एक डिपार्टमेंटल स्टोर में अपनी तकरीबन ऐसी ही यांत्रिक प्रणाली से करीब-करीब ऐसा ही प्रसारण करने में कामयाबी हासिल की । यह भी एकदम आरंभिक किस्म का ही एक तरह का टेलीविजन का आदिम नमूना था । बेयर्ड ने इसे 'टेलीवाइजर' (Televisor) का नाम दिया था ।

दिसम्बर, 1926 में अमेरिका में 'डब्ल्यूजीवाई' पहला टेलीविजन स्टेशन (On Air T.V. Station) शुरू हुआ । घरों में टेलीविजन प्रसारण का श्रेय स्वीडिश इलेक्ट्रिकल इंजीनियर एन्स्ट फेडरिक अलेक्जेडर्सन (Ernst Foooederik Alexanderson) को दिया जाता है । अमेरीका

में टेलीविजन की विधिवत् शुरूआत 11 मई, 1928 से जनरल इलेक्ट्रिक कंपनी (GE) ने की थी । उसने सप्ताह में तीन दिन डेढ़ बजे से साढ़े तीन बजे तक, दो घंटे के अपने नियमित व्यावसायिक टीवी कार्यक्रमों का प्रसारण किया था । प्राय: यही पहला नियमित टेलीविजन कार्यक्रम प्रसारण माना जाता है । टेलीविजन की इन नियमित सेवाओं में उस समय ज्यादा मनोरंजक कार्यक्रम ही होते थे । नाटकों के टेली-रूपान्तर और फिल्मों के प्रसारण के अतिरिक्त प्राय: हास्य कार्यक्रमों की भरमार होती थी । कालान्तर में व्यावसायिक प्रसारणों में विज्ञापन भी दिए जाने लगे तथा धारावाहिक कहानियों (जिन्हें 'सोप ओपेरा' कहा जाता था) और डाक्यू-ड्रामा के प्रायोजित कार्यक्रमों का भी प्रसारण किया जाने लगा । बड़ी-बड़ी कंपनियों ने भी अपने- अपने टेलीविजन नेटवर्क कायम कर लिए और उनके टीवी प्रसारणों की लोकप्रियता बढ़ने लगी ।

भारत में टेलीविजन की शुरुआत 15 सितम्बर, 1959 को हुई । इसका उद्घाटन देश के प्रथम राष्ट्रपति डॉ. राजेन्द्र प्रसाद ने किया । इसके पहले निर्देशक शैलेन्द्र शंकर थे और इस सेवा का नाम 'दूरदर्शन' रखा गया। अपनी स्थापना के 49 वर्ष के अंदर आज दूरदर्शन लगभग पूरे देश में छा गया । उपग्रह तकनीकी के आविर्भाव के बाद अब भारत के लगभग सभी स्थानों में इसके प्रसारण देखे जा सकते हैं ।

भारतीय दूरदर्शन की शुरूआत सन् 1959 में प्रायोगिक शिक्षण कार्यक्रमों के प्रसारण द्वारा हुई, धीरे- धीरे दूरदर्शन के कार्यक्रमों में विविधता की शुरूआत भी होती गई । कार्यक्रमों में विभिन्नता ओर गुणवत्ता के साथ उनमें संरचनात्मक विकास भी होने लगे ।

12.2 अभिप्रेरणा

टेलीविजन प्रसारण दुनिया का बदलता हुआ चेहरा दिखाता है । आज हर क्षण बदल रहे सामाजिक परिवेश में सामाजिक मान्यताएँ तथा सामाजिक सरोकार हर पल बदल रहे हैं । सामाजिक मान्यताएं धराशाही हो रही हैं। नये मूल्यों की सृजना इस समाज को एक नये विश्व समाज में बदल रहे हैं तथा एक नये सामाजिक परिवेश का नया प्रारूप हमारे समक्ष है, जिसमें हम अपनी टूटती हुई परम्पराओं का आइना देख रहे हैं ।

आधुनिक प्रचार-प्रसार के माध्यमों की इसमें महत्वपूर्ण भूमिका दिखाई दे रही है । इन्हीं माध्यमों द्वारा आज वर्तमान सम्पूर्ण परिदृश्य बदल गया । बदलते हुये सामाजिक परिवेश में आज संचार क्रांति के जरिए नई संभावनायें उजागर की है । इसके साथ-साथ नये विश्व का चेहरा-मोहरा भी सजाया संवारा है । इसके पीछे पिछली एक शताब्दी का सूचना-तंत्र का अर्थात् प्रचार-प्रसार के एक सम्प्रेषण माध्यमों का एक विशेष हाथ रहा है । टेलीविजन प्रसारण की विधाओं में बदलाव की प्रक्रिया का यही एक अभिप्रेरक तर्क रहा है ।

12.3 टेलीविजन स्मार्ट बाक्स

टेलीविजन ने जिस तरह से दुनिया को बदला है वह एक अदभुत करिश्मा तथा कल्पना से परे कौतुहल से भरा हुआ सच है । टेलीविजन मूलरूप में 'टेली' ग्रीक भाषा का प्राचीन शब्द है जिसका अर्थ दूर के अक्स से लिया जाता है, मोटे रूप में जिसका अर्थ दूर से हो । ' विजन' असल में लेटिन भाषा का शब्द है जिसका शाब्दिक अर्थ है देखना । इस तरह इन दोनों शब्दों को मिलाकर एक सामूहिक संयुक्त शब्द की सर्जना की गई जो 'टेलीविजन' के नाम से प्रसिद्ध हुआ ।

टेलीविजन आज ' बुद्धू बक्सा' (इडियट बाक्स) नहीं रहा है, बल्कि वह 'स्मार्ट बाक्स' (Smart Box) बन गया है । प्रसिद्ध उपन्यासकार जार्ज आरवेल ने अपने उपन्यास 'नाइंटीन एटी फोर' में ओशियानिया नामक एक काल्पनिक देश का चित्र खींचा था, जहां तानाशाह 'बिग ब्रदर' की सरकार ने एक घिसे हुए आइने से जुड़े जादुईचौकोर बक्से के जरिए देश की जनता का ध्यान. ऐसे बांध लिया था कि वह एकदम निष्क्रिय और आज्ञाकारी बनकर रह गई थी । सन् 1989 तक दुनिया भर के मीडिया विशेषज्ञों ने बार-बार इस कथा का हवाला देकर टेलीविजन बुद्ध बक्से से उस जादुई बक्से की तुलना की थी, लेकिन सन् 1989 तक आते- आते सूचना तकनीकी क्रांति के कारण टेलीविजन के पर्दों का एक ऐसा अंतरराष्ट्रीय रिश्ता विकसित हो गया कि बटन दबाते ही लंदन की सचित्र जीती-जागती खबरें, सन और बीजिंग की खबरें, लांस एंजेल्स तक पहुँचने लगीं ।

तीसरी दुनिया की जनता अभी पश्चिमी संस्कृति तक बहुत करके हॉलीवुड की फिल्मों के ही द्वारा सही-गलत शक्ल में पहुँचती रही थी, पर सन् 1989 तक आते- आते डिश एन्टीना, वीडियो कैसेट और दूरसंचार उपग्रहों के जरिए ' आई लव लूसी' जैसे अमरीकी सोप ऑपेरा सीधे रोहतक ,रोहातांग दर्रे और दरभंगा तक जा पहुंचा । प्रणव राय का कार्यक्रम 'दि वर्ल्ड दिस वीक' तो दुनिया की महत्वपूर्ण घटनाएं पूरे देश को तुरंत हर सप्ताह दिखा ही रहा था। सन् 1989 एवं 1994 के भारतीय आम चुनावों ने दिखाया है कि टेलीविजन का उपयोग एक दुधारी तलवार है ।

मनोवैज्ञानिकों के अनुसार, यह सही है कि हर टी.वी. कार्यक्रम लोगों की बुद्धि का विकास नहीं करते, लेकिन कुछ टी.वी. कार्यक्रम निश्चित रूप से हमारे लिए दिमागी कसरत साबित होते हैं । देखा जाए तो टेलीविजन ने सूचना, शिक्षा एवं मनोरंजन के क्षेत्र में हमें बहुत कुछ दिया है । इनमें यथार्थ का साक्षात्कार कराने वाले कार्यक्रम, लाइव इंटरव्यू टी.वी. सीरियल, कार्टून फिल्में, न्यूज चैनल एवं अन्य कार्यक्रम सम्मिलित हैं । सारे टी.वी. कार्यक्रम हमारी बुद्धि को प्रखरतर न भी बनाते हैं तो टी.वी. को ' इडियट बाक्स' (Idiot Box) कहना न्यायसंगत नहीं है । टेलीविजन आज के युग में सूचना, शिक्षा एवं मनोरंजन का मुख्य साधन बन गया है।

यही कारण है कि सभी विकासशील देशों में इसका उपयोग बढ़ा है । इस प्रकार कह सकते हैं कि अब टेलीविजन ' इडियट बॉक्स' नहीं रहा बल्कि वह 'स्मार्ट बॉक्स' (Smart Box) बन गया है । यह मीडिया शोध का विषय हो सकता है ।

आज टेलीविजन इस शताब्दी के अंत तक हर आदमी की जरूरत बन गया है । वर्तमान में पूरे विश्व में 80 करोड़ से ज्यादा टेलीविजन सेट उपलब्ध हैं । आज भी टेलीविजन के आविष्कार में हर दिन-प्रतिदिन नये प्रयोग जारी हो रहे हैं । डॉ. जैम्स के अनुसार टेलीविजन वास्तव में एक जटिल प्रक्रिया है जो प्रति सेकेंड 30 पूर्ण चित्रों को विद्युत चुम्बकीय वाहक तरंगों की सहायता से रिकार्ड करने, स्पेस में प्रेषित करने और उनकी पुर्नरचना करने में सक्षम हैं । यह प्रक्रिया इतनी तीव्रता के साथ सम्पन्न होती है कि मीलों पर घट रही घटनाओं को हम करीब-करीब ठीक उसी समय टी.वी. के परदे पर देख सकते हैं । मात्र टी.वी. सेट का स्विच दबाकर सुदूरवर्ती घटनाओं को हम घर बैठे देख सकते हैं ।

टेलीविजन के इतिहास एवं विकास को इस तरह से रेखांकित किया जा सकता है । सन् 1906 में अमरीकी वैज्ञानिक ली.डी. फारेस्ट ने शीशे की नली से बिजली निकालकर नया प्रयोग किया। सन् 1906 में ही फलेमिंग ने वायरलैस टेलीग्राफ का करवाया तथा सन् 1908 में कैम्पवेल द्वारा टेलीविजन के सिद्धान्त का प्रस्तुतीकरण किया तथा 1930 में डॉ. ज्वारिकिन ने आईकोनोस्को इलेक्ट्रॉनिक कैमरे का पेटेन्ट करवाया । 27 जनवरी, 1926 को विज्ञानी जॉन लोगी बेयर्ड ने 27 जनवरी के इस दिन आधुनिक स्वरूप वाले टेलीविजन का आविष्कार करके दुनिया को चकाचौंध कर दिया ।

भारत में टेलीविजन की शुरूआत सितम्बर, 1959 में हुई, जब एक प्रायोगिक परियोजना रूप में दिल्ली में टी.वी. सेंटर खोला गया । आगे चलकर इसका नाम 'दूरदर्शन ' रखा गया और प्रसारण क्षेत्र का विस्तार हुआ तथा इसके माध्यम से समाचार,शिक्षा और मनोरंजन के कार्यक्रम प्रसारण होते रहे । आज अकेला दूरदर्शन ही लगभग 50 चैनलों का प्रसारण विभिन्न भाषाओं तथा विभिन्न कार्यक्रम विधाओं में प्रसारण करता है । भारत में टेलीविजन का विकास इतनी तेज गति से हुआ है जो किसी भी कल्पना से बहुत दूर है । सन्1990 से शुरू हुई भारतीय आकाश में तरंगों की यह अतिक्रमणता के चलते आज 100 से ज्यादा टीवी चैनल भारतीय घरों में देखे जा रहे हैं तथा 2009 तक यह गिनती दो सौ का आंकड़ा पार कर लेगी । इस तीव्रता में सबसे उल्लेखनीय बिन्दु यह है कि यह टेलीविजन प्रसारण विभिन्न भारतीय भाषाओं एवं विधाओं की बानगी लिये हुये समूचे विश्व स्तरीय हो रहे बदलावों को अपने साथ प्रस्तुत कर रहे हैं ।

12.4 टेलीविजन प्रसारण

दुनिया भर के मीडिया विशेषज्ञ इक्कीसवीं सदी में पूरे विश्व के विकास की दिशा में मानव जीवन के स्वरूप को निर्धारित एवं नियोजित करने में संचार माध्यमों की भूमिका को सर्वोपरि

बता रहे हैं । नई विश्व व्यवस्था का पूंजीवादी तंत्र आज दुनिया भर के संचार माध्यमों पर अपनी पकड़ के जरिये एक नई भूमंडलीय संस्कृति के निर्माण का प्रयास कर रहा है और सभी देशों के राजनीतिक, सामाजिक ढांचों का चरित्र निर्धारित कर रहा है । पिछले लगभग दो दशकों के दौरान विज्ञान तथा तकनीकी के क्षेत्र में स्वचालन एवं स्वनियंत्रण के मामले में साइबरनेटिक्स और माइक्रो चिप्स के प्रयोग ने क्रांतिकारी परिवर्तनों को जन्म दिया है । लेजर तकनीक बायोजेनेटिक्स और जेनेटिक इंजीनियरिंग के क्षेत्र में हुये नये अन्वेषणों पर पश्चिम जगत ने दुनिया भर के उद्‌योगों को ही नहीं, बल्कि चिकित्सा, स्वास्थ्य और कृषि को अनुकूलन बना दिया है । इस नई विश्व व्यवस्था में समृद्धों और वंचितों के बीच खाई पहले की अपेक्षा अधिक तेजी से बढ़ती जा रही है ।

टेलीविजन प्रसारण आज विश्व बदलाव की प्रक्रिया में जिस तरह की महत्वपूर्ण भूमिका अदा कर रहे हैं, वह अपने आप में बेहद दिलचस्प है । इस संचार क्रांति के सामाजिक परिदृश्य क्या हो सकते हैं? यह एक दिलचस्प पहलू हैं । डॉ. जेम्स मूर्ति का मत है कि 'सामाजिक परिवर्तन, सामाजिक मूल्य, सामाजिक विकास, सामाजिक लक्ष्य और सामाजिक अभिप्राय, संचारक के लिए आज केवल मायाजाल मात्र रह गये हैं क्योंकि या तो उसे मीडिया में निहित संभावना का पता नहीं होता या उसे पर्याप्त प्रशिक्षण नहीं मिल पाता ।'

12.5 टेलीविजन प्रसारण का उद्देश्य एवं महत्व

टेलीविजन प्रसारण आज बेहद महत्वपूर्ण हो गये हैं । पिछली शताब्दी में जब टेलीविजन का प्रारंभ हुआ था तब तीन मुख्य महत्वपूर्ण उद्देश्य टेलीविजन प्रचास्प्रसार के सामने रखे गये थे और ये थे-

1. सूचना (Information)
2. मनोरंजन (Entertainment)
3. शिक्षा (Education)

टेलीविजन

1	2	3
1.सूचना (Information)	मनोरंजन (Entertainment)	शिक्षा (Education)
राजनीतिक तथा आर्थिक सूचनाएं सामाजिक सरोकारों की सूचनाएं आदि जनहित सूचनाएं	गीत संगीत एवं संस्कृति पर जानकारी बदलते मनोरंजन के की परिवेश नई सूचनाएं मनोरंजन की विभिन्न नई जानकारियों का सम्प्रेषण	शिक्षा प्रचार-प्रसार शिक्षा प्रशिक्षण स्वास्थ्य सुधार और टीकाकरण कार्यक्रम आदि

यहां प्रसंगवश, भारतीय दूरदर्शन के सन् 1987 में घोषित 'मैनुअल' में लिखित उसके मूल उद्देश्यों को भी याद कर लेना उचित होगा । ये उद्देश्य है-

1. सामाजिक परिवर्तन में अपनी भूमिका निभाना ।
2. राष्ट्रीय एकता को प्रोत्साहित करना ।
3. लोगों के मन में वैज्ञानिक चेतना पैदा करना ।
4. परिवार नियोजन का संदेश देना ।
5. कृषि उत्पादन को प्रोत्साहित करने के लिए जरुरी सूचनाओं और जानकारियों का प्रसारण।
6. लोक शिक्षण मूलक कार्यक्रम प्रसारित करना।
7. पर्यावरण संतुलन और संरक्षण को प्रोत्साहित करना ।
8. महिलाओं, बच्चों और गरीब तबकों के कल्याण सहित विभिन्न समाज-कल्याणकारी कदमों पर बल देना ।
9. खेल-कूद में लोगों, विरोध कर युवाओं की रुचि जागृत करना ।
10. भारत की कलात्मक और सांस्कृतिक विरासत के प्रति लोगों मैं जागरुकता पैदा करना।

बीसवीं सदी को 'संचार-क्रांति' या 'मीडिया युग' की संज्ञा दी जा सकती है । प्रेस, रेडियो और टेलीविजन के विस्तार ने वैचारिक क्रांति, सामाजिक मान्यताओं, सांस्कृतिक मूल्यों एवं राजनीतिक चेतना के क्षेत्र में अभूतपूर्व परिवर्तन का सूत्रपात किया है । समग्र विश्व आज सिमटकर एक गांव में बन गया है जिस प्रकार गांव में हमें पड़ौस की खबर रहती थी आज विभिन्न राष्ट्रों को एक-दूसरे की प्रगति की तत्काल जानकारी मिलती है । दूर बैठा सैन्य शासक क्या कर रहा है, इसकी खबर आम नागरिक को है । इरान और इराक में युद्ध होता है तो हम अपने ड्राइंग रूम में बैठे उसके गवाह होते हैं । आज गाँव की समस्याएं, विश्व की समस्याएं हो गई हैं और विश्व घटना चक्र ग्राम-ग्राम की चेतना का हिस्सा बन गया है । राजस्थान के जिलों में पानी की समस्या के समाधान में जर्मनी से सहायता उपलब्ध हो जाती है । विश्व पर्यावरण की समस्या का विवेचन डी. जेनरियो में होती है,
उसका प्रभाव भारत के पाँच लाख गांवों पर पड़ता है। संक्षेप में हम एक समूची-संचार क्रांति के गवाह बन रहे हैं ।

आज टेलीविजन के प्रसारणों में जनता ज्यादा से ज्यादा पारदर्शिता पसंद करती है । उसे सही सूचना चाहिए । वह 'फ्रीडम ऑफ च्वायस' चाहती है । प्रसारण की इस आधुनिक दुनिया में हम 'केवल युद्ध' डी.टी.एच. के रूप में भी सीधे-सीधे घरों के ड्रांइग रूमों तक पहुंचा हुआ देख सकते है ।

12.6 टेलीविजन प्रसारण : विभिन्न विधाएं एवं स्वरूप

टेलीविजन विभिन्न कार्यक्रमों के विभिन्न भाषाओं एवं विभिन्न विधाओं में प्रस्तुत करता है। यही विधाएं उसके कार्यक्रमों को दर्शकों में जनप्रिय बनाती है । आज टेलीविजन प्रसारणों को लोकप्रिय बनाने के लिए आधुनिक ग्राफिक, तकनीकों एवं डिजिटल प्रणालियों द्वारा इतना बानगी से संपूर्ण देखा जा सकता है कि आँखें चौंधिया जाती हैं । टेलीविजन प्रसारण की विभिन्न

विधाओं में उसके प्रसारण की अनेकों विधाओं पर चर्चा की जा सकती है । परन्तु मुख्यत: जिन विधाओं के कारण टेलीविजन के कार्यक्रम लोकप्रिय हैं, उनमें निम्नलिखित विधाएं विशेषकर उल्लेखनीय है-

1. टेलीविजन धारावाहिक (सोप ऑपेरा)
2. टीवी नाटक (लोकनाटक, नुक्कड नाटक)
3. टीवी संगीत शो
4. बेले प्रस्तुति
5. विभिन्न म्यूजिक कंसर्ट
6. चार्ट शो
7. टीवी रियल्टी शो
8. शिक्षा प्रसारण
9. स्वास्थ्य प्रसारण
10. लोक जनरूचि कार्यक्रम
11. खेल कार्यक्रम
12. खेल का सीधा प्रसारण
13. संसद लोकसभा, राज्यसभा कार्यवाही का सजीव प्रसारण
14. परिसंवाद एवं परिचर्चा
15. बच्चों के कार्यक्रम
16. युवा कार्यक्रम
17. महिला कार्यक्रम
18. वृद्ध लोगों के कार्यक्रम
19. विकास कार्यक्रम
20. विकलांग लोगों पर कार्यक्रम
21. विज्ञान कार्यक्रम
22. समाचार
23. समाचारों पर आधारित कार्यक्रम
24. समाचारों के सीधे प्रसारण पर विशेष कार्यक्रम
25. साहित्यिक कार्यक्रम
26. साहित्यिक कृतियों पर धारावाहिक कार्यक्रम
27. क्लासिकल संगीत कार्यक्रम
28. स्टिंग ऑपरेशन
29. स्टिंग ऑपरेशन से पैनल डिस्कशन कार्यक्रम
30. जनसूचना उपयोगी कार्यक्रम
31. विज्ञापन प्रसारण

32. वृत्त चित्र प्रसारण

टेलीविजन के विभिन्न कार्यक्रमों की संरचनाओं को निम्न आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है :

12.6.1 साक्षात्कार एवं परिचर्चा (Interviews and Discussions)

किसी विशिष्ट व्यक्ति से बातचीत अथवा प्रश्न पूछने और उत्तर देने के आधार पर साक्षात्कार एवं परिचर्चा कार्यक्रम चलता है । प्रश्न वही पूछे जाते हैं अथवा पूछे जाने चाहिए जिनमें दर्शकों की रुचि हो । ऐसे कार्यक्रमों में जब दो या अधिक व्यक्ति एक स्थान पर बैठकर एक विषय पर बातचीत, तर्क-वितर्क करते हैं तब उन्हें 'परिचर्चा' की श्रेणी में रखा जाता है । सहभागियों से किसी भी प्रकार के प्रश्न नहीं पूछे जाते बल्कि विषय की समीक्षा करने के लिए प्रत्येक सहभागी से उसका विचार जाना जाता है । एक सूत्रधार द्वारा समस्त सहभागियों के मध्य समन्वय रखा जा सकता है । इन कार्यक्रमों में विषय से संबंधित दृश्यों को कार्यक्रम की शुरूआत के अलावा कार्यक्रम के बीच में सम्मिलित नहीं किया जाता है । ऐसे कार्यक्रमों की एक विशेषता यह भी है कि इनमें बातचीत तथा तर्क-वितर्क करके एक निर्णय पर पहुंचने का प्रयास अवश्य किया जाता है, किन्तु सभी सहभागियों का एक निर्णय पर पहुंचना अनिवार्य नहीं होता अर्थात् निर्णय पर पहुंचे बिना भी बातचीत समाप्त की जा सकती है । किसी समस्या अथवा विषय के विभिन्न पक्षों पर प्रकाश डालकर अंतिम निर्णय दर्शकों पर छोड़ना ही टेलीविजन का काम है ।

12.6.2 टीवी. रिपोर्ट (T.V. Report)

किसी भी राष्ट्रीय, अन्तर्राष्ट्रीय घटना, समारोह या अन्य आयोजनों का पूरा ब्यौरा देने के लिए टीवी. रिपोर्ट तैयार की जाती है । पूरा विवरण लेने के लिए टीवी कैमरा टीम घटना-स्थल के दृश्य, प्रत्यक्षदर्शियों तथा अन्य विशेषज्ञों अधिकारियों की प्रतिक्रियाएं प्राप्त करती है । टी.वी. रिपोर्ट की अवधि 10 मिनट से 30 मिनट तक हो सकती है । इसका सम्बन्ध भूत और भविष्य से न होकर अधिकांशत: वर्तमान से ही होता है ।

12.6.3 टीवी पत्रिका (T.V. Magazine)

प्रकाशन माध्यमों में जो अर्थ पत्रिका से लिया जाता है ठीक वही अर्थ टीवी के पत्रिका कार्यक्रम से भी लिया जा सकता है । अर्थात् वर्ग विशेष तथा आयु विशेष के दर्शकों के लिए एक ही कार्यक्रम में ज्ञान-विज्ञान व अन्य सामग्री उपलब्ध कराई जाती है। इस कार्यक्रम में दो और दो से अधिक वस्तुओं को हल्के-फुल्के तरीके से प्रस्तुत किया जाता है । टीवी पत्रिका कार्यक्रम प्राय: साप्ताहिक, पाक्षिक व मासिक होते हैं ।

12.6.4 प्रश्नोत्तरी (Quiz)

प्रश्नोत्तरी में एक प्रश्नकर्ता के माध्यम से राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय स्तर के आर्थिक, खेल, विज्ञान, कला व संस्कृति से संबंधित प्रश्न पूछे जाते हैं । दो या तीन व्यक्तियों के समूहों के साथ दर्शक वर्ग के प्रतिनिधि इन कार्यक्रमों में भाग लेते हैं । सही उत्तर देने पर पुरस्कार भी दिये जाते हैं । कार्यक्रम की रुचिकर बनाने के लिए दृश्यों व चित्रों (Visuals) का उपयोग भी किया जाता है । इन कार्यक्रमों का उद्देश्य दर्शकों की ज्ञान वृद्धि करना होता है ।

12.6.5 टेली फिल्म (Tele Film)

टेली-फिल्में वे फिल्में होती हैं जिनका निर्माण टेलीविजन के लिए किया जाता है । टेली फिल्मों तथा फीचर फिल्मों में मूल अन्तर यही है कि फीचर फिल्म सिनेमा घर के बहुसंख्यक दर्शकों के लिए बड़े स्क्रीन के हिसाब से बनाई जाती है । इसके विपरीत, एक टेलीफिल्म छोटे स्क्रीन पर परिवार के चार-पांच सदस्यों की रुचि को ध्यान में रखकर बनाई जाती है । इसके साथ फीचर फिल्मों का पूरा नियन्त्रण उसके निर्माता के पास होता है, उसी की पसंद-नापसन्द पर फिल्म तैयार होती है तथा इसका मूल उद्देश्य लाभ कमाना ही होता है । इसके विपरीत टेलीफिल्में जनहित के लिए बनायी जाती हैं, लाभ कमाने के लिए नहीं । इसीलिए इनके विषय अधिकतर सामाजिक एवं आर्थिक समस्याओं, राष्ट्रीय सद्भाव, प्रेम व भाईचारे की भावनाओं पर आधारित होते हैं ।

12.6.6 फीचर (Features)

किसी विषय की सतही जानकारी देने के लिये फीचर बनाये जाते हैं । इसमें विषय का धनात्मक पक्ष ही प्रस्तुत किया जाता है, ऋणात्मक पक्ष नहीं । किसी शहर एतिहासिक भवन, व्यक्ति पर फीचर तैयार किये जा सकते हैं । दृश्यों तथा निवेदन द्वारा विषय का पूरा परिचय दिया जाता है । महात्मा गांधी, पं. जवाहरलाल नेहरू, पक्षी विशेषज्ञ डॉ. सलिम अली, महादेवी वर्मा व अन्य प्रसिद्ध व्यक्तियों के अलावा पुष्कर मेला, आबू पर्वत, इलाहाबाद का कुंभ मेला तथा विभिन्न मंदिरों व इमारतों पर आधारित फीचर टीवी पर प्रसारित किये जाते रहे हैं ।

12.6.7 विविध कार्यक्रम / रंगारंग कार्यक्रम (Variety Programme)

"सबके लिए सब कुछ सिद्धान्त" पर निर्मित रंगारंग कार्यक्रम होते हैं । मनोरंजन के उद्देश्य से नाटक, गीत-संगीत आदि के कार्यक्रम का संयोजन करके इनका निर्माण किया जाता है । प्रत्येक वर्ष 31 दिसम्बर को मध्यरात्रि में जो कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं वे इसी श्रेणी में आते हैं ।

12.6.8 वृत्त चित्र (Documentary Film)

वृत्त चित्रों का सम्बन्ध दस्तावेजों (Documents) से होता है । किसी एक विषय को दस्तावेजों, अनुसंधानों तथा विशेषज्ञों की राय के आधार पर प्रस्तुत किया जाता है । विषय की अन्तिम तह तक जाने का प्रयास किया जाता है । वृत्त चित्र, विषय पर और अधिक अनुसंधान की गुंजाइश नहीं छोड़ते । ये वे कार्यक्रम हैं जो किसी भी विषय का वृत्त पूरा करते हैं । प्रसिद्ध निर्माता निर्देशक अभिनेता राजकपूर के निधन पर सिम्मी गिरेवाल द्वारा निर्मित लिविंग लीजेन्ड राजकपूर कार्यक्रम दूरदर्शन ने प्रसारित किया था । दूरदर्शन क कुछ अच्छी ख्याति प्राप्त डॉक्यूमेन्ट्रीज़ में गणना की जा सकती है । इनमें 'नेक्टर इन स्टोन', 'वायस ऑफ सेनिटी', ' एगोनि ऑफ ए विक्टर' भारत की विभिन्न राज्यों पर बनाई गई फिल्में आदि । यह कार्यक्रम वृत्तचित्र का अनुपम उदाहरण है । वृत्तचित्र किसी भी विषय पर बनाये जा सकते हैं ।

12.6.9 नाटक (Drama)

भावभंगिमाओं तथा अभिनय के माध्यम से किसी विषय वस्तु को प्रस्तुत करना 'नाटक' कहलाता है । भावभंगिमा तथा अभिनय फीचर फिल्म तथा टेली-फिल्म में भी देखने को मिलता है किन्तु स्थान की सीमाओं के आधार पर करीब-करीब एक ही संरचना होते हुए इन्हें अलग- अलग रूपों में देखा जाता है । टीवी के नाटकों के संदर्भ में उल्लेखनीय यही है कि इनका निर्माण प्राय: टीवी के स्ट्रडियो में ही कृत्रिम सेट्स व रंगसज्जा इत्यादि के साथ अभिनय माध्यम से प्रस्तुत किया जाता है । चित्रहार एवं फीचर फिल्मों के बाद नाटक टीवी के सर्वाधिक लोकप्रिय कार्यक्रमों मे सम्मिलित हैं ।

12.6.10 क्वकी (Quicky)

जैसा कि नाम से स्पष्ट है कि इसका सम्बन्ध कम समय से अर्थात् जिसका प्रस्तुतीकरण शीघ्रता से किया जा सके से हैं । संदेश या सूचना देने के लिए ही ' क्विकी' का प्रयोग किया जाता है । आयकर सम्बन्धी सूचना, जन्म-मृत्यु प्रमाण पत्र, परिवार कल्याण कार्यक्रमों के अलावा राष्ट्र प्रेम व सद्भावना उत्पन्न करने के लिए कई प्रकार की क्विकी का प्रसारण इन दिनों टी.वी पर किया जा रहा है । किसी भी क्विकी के लिए अधिकतम अवधि पाँच मिनट होती है ।

12.6.11 सोप ऑपेरा

विश्व के सर्वप्रथम टी.वी. सीरियल (धारावाहिक) 'सोप ऑपेरा' की शुरुआत अमेरिका में हुई । जहां रेडियो प्रसारण होने पर रेडियो कम्पनी के सामने यह समस्या आई कि जब घर में पुरूष न हो बच्चे स्कूल गए हों तो घर में रहने वाली महिलाओं के लिए कैसा कार्यक्रम प्रस्तुत किया जाए? यह घटना सन् 1930 के आसपास की है।

इसी समय एक विज्ञापन कम्पनी "प्रोक्टर एण्ड गेबल' ने दोपहर के समय धारावाहिक पारिवारिक नाटक प्रसारित करवाने के लिए साबुन बनाने वाली एक कम्पनी को तैयार कर लिया। साबुन बनाने वाली कम्पनी का आकर्षण यह था कि घरेलू महिलाएं खाली समय में नाटक सुनने के साथ-साथ उसके साबुन की प्रशंसा सुन-सुनकर उसी प्रकार का प्रयोग करेंगी। बस, इसलिए इनका नाम रख दिया गया "सोप ऑपेरा'।

और जब टेलीविजन आया तो रेडियो पर प्रसारित होने वाले उन्हीं कार्यक्रमों के टी.वी. रूपान्तरण प्रस्तुत होने लगे। पहले टी.वी. पर भी इसे दिन में प्रस्तुत किया जाता था लेकिन कई स्वतन्त्र चैनल होने पर टी.वी. के "प्राइम टाइम' (महत्वपूर्ण) खण्ड में लोकप्रिय हो सकने वाले धारावाहिक नाटकों और टी.वी. फिल्मों की होड़- सी लग गई। इस तरह के कार्यक्रम की लोकप्रियता का लाभ उठाकर कैंसर जैसे घातक रोगों के सम्बन्ध में आवश्यक जानकारी देने के लिए भी कैंसर सोसायटी ने 'सोप ऑपेरा' का सहारा लिया। इस तरह के प्रयोगों से प्रभावित होकर कई अन्य देशों ने मनोरंजन और समाज में जागृति के लिए अपने टी.वी. पर 'सोप ऑपेरा' आदि दिखाने शुरु कर दिए। इनमें मेक्सिको द्वारा बनाए गए कार्यक्रम को संयुक्त राष्ट्र संगठन ने भी सराहा और अन्य देशों को भी ऐसे कार्यक्रम बनाने के लिए प्रोत्साहित किया। इस तरह के प्रयोग सफल होने पर सन् 1977 में मेक्सिको ने परिवार नियोजन के सम्बन्ध में जन जागृति के उद्देश्य से 'सोप ऑपेरा' बनाने का निर्णय लिया। टेलीविजन द्वारा 180 खण्डों में प्रस्तुत आधे- आधे घण्टे के इस कार्यक्रम ने दर्शकों को बेहद प्रभावित किया। इस सफलता से प्रभावित होकर संयुक्त राष्ट्र संघ ने आबादी की समस्या से प्रभावित भारत जैसे देशों को भी मेक्सिको में प्रेरणा लेने की सलाह दी। परिणामस्वरूप 1983 में, भारतीय सूचना प्रसारण मन्त्रालय ने नई दिल्ली में 'सोप ऑपेरा' के सम्बन्ध में एक वर्कशाप का आयोजन किया और मेक्सिको विशेषज्ञों को भी आमंत्रित किया। इस प्रकार 'सोप ऑपेरा' का भारत में भी प्रवेश हो गया।

उपरोक्त कार्यक्रमों के द्वारा हम देख सकते हैं कि इस तरह के टेलीविजन प्रसारण अलग- अलग आयु एवं प्रसारण रुचि के अनुकूल व्यक्ति विशेष को प्रभावित करते हैं। यहां उल्लेखनीय है कि टेलीविजन प्रसारण की विभिन्न विधाएं तथा उनका स्वरूप विभिन्न चैनलों पर उनकी टारगेट ऑडियन्स पर निर्भर करता है कि वह चैनल समाज के किस वर्ग विशेष को सामने रखकर अपने प्रसारण की नीतियों का निर्धारण करता है।

12.7 टेलीविजन प्रसारण विधाओं की रूपरेखा

टेलीविजन प्रसारण की रूपरेखा पर चर्चा करते हुए हम यह जान सकते हैं कि इन विधाओं की रूपरेखा से ही दर्शक टेलीविजन प्रसारणों से जुड़ सकते हैं। आज सामाजिक प्रासंगिकता के प्रश्न टेलीविजन प्रसारण की विधाओं की रूपरेखा का निर्धारण करते हैं। प्रो. यशपाल

टेलीविजन को एक पाठशाला की भांति मानते हैं । वे कहते हैं कि टी.वी कार्यक्रम बोझिल न हों, उनमें सीखने- सिखाने का पूरा माजरा हो, ताजगी और अच्छे हों । भले ही कम लोग देखें पर कई बार देखें । हमारा टेलीविजन बार-बार दिखाए कि भारत में रहने वाले लोगों की जिन्दगी कैसी है? हंसी-मजाक कैसे होता है, जीने का ढंग कैसा है । टेलीविजन के कई कार्यक्रम बेहद उम्दा किस्म के होते हैं, पर उनका प्रसारण समय बड़ा बेढंगा है । जब लोग खेत-खलिहान, कारखानों या दफ्तरों में काम कर रहे हैं या अधिकांश भारतवासी सड़कों, चौराहों पर होते हैं तब ऐसे कार्यक्रम दिखाये जाते हैं ।

टेलीविजन प्रसारण की विधाओं की रूपरेखा की असल में टेलीविजन कार्यक्रमों की गुणवत्ता तथा उनकी रेटिंग को निर्धारित करती है । सच तो यह है कि आज यही रेटिंग कार्यक्रमों एवं चैनलों के स्तर को भी निर्धारित एवं प्रभावित करने लगी है । यही कारण है कि आज आप देख सकते हैं कि वर्ष दर वर्ष एक ही सीरियल उबाउ कथा-विषय वस्तु के होते हुए भी रेटिंग के स्तर पर चलते जाते हैं ।

12.8 टेलीविजन प्रसारण विधाओं की विभिन्न बानगी

टेलीविजन प्रसारण विधाओं की विभिन्न बानगी भी उसके कार्यक्रमों के लिए विशेष महत्वपूर्ण निर्माण पहलू है । जिसको 'प्रॉडक्शन वेल्यू भी कहा जाता है, जो कार्यक्रम की कथा-विषयवस्तु और उसके प्रभाव के साथ आँकी जाती है । टेलीविजन प्रसारण की कार्यक्रम विधाओं की विभिन्न बानगियों में सबसे लोकप्रिय बानगी ये है, जिन्हें आज टेलीविजन कार्यक्रम की रेटिंग के अनुसार निर्धारित किया जा रहा है-

1. क्रिकेट मैच का सीधा प्रसारण
2. संगीत कार्यक्रमों का प्रसारण एवं लाइव शो
3. रियलिटी शो
4. संसदीय कार्यवाही का सीधा प्रसारण

अब यह टेलीविजन कार्यक्रम प्रस्तुतकर्ता पर निर्भर करता है कि वह अपने टेलीविजन की गुणवत्ता को बनाये रखने के लिए और क्या कुछ कर सकता है । परन्तु यह सच है कि व्यावसायिक संस्कृति एक ऐसा सामाजिक मनोविज्ञान प्रस्तुत करती है, जिसमें वास्तविकता बदल जाती है अवास्तविकता में और अवास्तविकता बदल जाती है वास्तविकता में । मनुष्य उपभोक्ता बन जाता है, चीजें मानवीय नहीं रहतीं, स्वायत्त सार्थकता बन जाती हैं । इन बानगियों में हम देख सकते हैं कि टेलीविजन आज की बदलती हुई विश्व परिकल्पना में बहुत ही महत्वपूर्ण मीडिया का शक्तिशाली माध्यम है, जो सम्प्रेषण की तकनीक की द्रश्य- श्रव्य की उपस्थिति के साथ सम्प्रेषण के नये मूल्यों के साथ नये मापदण्ड जोड़ता है । टेलीविजन को मीडिया का अति आधुनिक स्वरूप मानते हुये यह कहा जा सकता है कि अब टेलीविजन की विभिन्न विधाओ को समय के अनुरूप बदलने की आवश्यकता है । वहीं टीवी प्रसारण विधा एवं कार्यक्रम सफल हो सकते हैं, जो समय के अनुरूप एवं दर्शकों की रूची को बांधे रख सकें।

12.9 टेलीविजन प्रसारण की विधाओं का बदलता स्वरूप

जब से टेलीविजन का विकास हुआ है तथा उसने नयी सूचना क्रांति में विश्व को बदला है तब से प्रसारण की विधाओं का स्वरूप भी बदला है । आज टेलीविजन प्रसारण विधाओं मे बदलाव की गति इतनी तेज है कि आप अंदाजा ही नहीं लगा सकते कि कल देखा हुआ कार्यक्रम आज किस तरह के प्रस्तुतीकरण में प्रस्तुत किया जा सकता है । असल में यह समय टेलीविजन प्रसारण की विधाओं के बदलते हुए क्रांतिकारी स्वरूप का समय है । उदाहरण के तौर पर आज टेलीविजन एक नया समाज शास्त्र भी प्रस्तुत कर रहा है । वर्तमान में टेलीविजन संचार क्रांति के प्रश्न पर आर्थिक या सांस्कृतिक नजरिए से नहीं, शुद्ध राजनीतिक नजरिए से सारा विरोध-विवाद हुआ है, जबकि यह प्रश्न जितना राजनीतिक था, उससे ही उदाहरण के लिए टीवी समाचार प्रसारण विधा का ही उल्लेख किया जा सकता है । नमूने के तौर पर यदि देखें तो सबसे ज्यादा बदलाव टीवी समाचार प्रसारण विधा में दिखाई देता है । आज प्रसारण घटना से सजीव हो गया है । आपकी आंख झपकते ही विश्व के किसी भी स्थान पर हो रही घटना तथा उस पर टिप्पणी, विशेषज्ञों की राय इत्यादि आप इस विधा में शीघ्रता से देख सकते हैं। दूसरा बदलाव विज्ञापन के प्रसारण में हुआ है । सर्वेक्षण से भी पता चलता है कि विज्ञापन की बाढ़ में हमने टेलीविजन के सामाजिक सरोकारों को कहां छोड़ दिया है । टेलीविजन विज्ञापनों के जरिये पल भर में पूरे देश के कोने-कोने तक पहुंचा जा सकता है । इस देश में बाजार के विस्तार का जितना सक्षम माध्यम टेलीविजन है, उतना कोई दूसरा माध्यम नहीं है । रेडियो पर जो शब्द अदृश्य रहते हैं, टेलीविजन पर वही सजीव चमत्कार बन जाते हैं । टेलीविजन के जरिये बाजार को फैलाने में अभूतपूर्व सहायता प्राप्त हो सकती है ।

12.10 टेलीविजन प्रसारण की भाषा

टेलीविजन में भाषा का महत्वपूर्ण स्थान है । विश्व की सभी संस्कृतियों में 'भाषा' शब्द बहुत व्यापक है । जीवन की परिभाषा में जैसे-जैसे बदलाव की प्रक्रिया होती है, वैसे ही भाषा का स्वरूप भी बदलता जाता है । किसी भी देश की अधिकांश-जनता द्वारा बोली अथवा समझी जाने वाली भाषा ही उसकी राष्ट्रीय भाषा कहलाती है । भारत जैसे बहु- भाषी देश के लिये हिंदी ही एक मात्र ऐसी भाषा है, जो इसके बहु-संख्यक वर्ग का प्रतिनिधित्व करती है । स्वतंत्रता से पहले हिंदी भाषा की सृजनशीलता पर कोई विशेष ध्यान नहीं दिया गया, परन्तु स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद हिंदी को राष्ट्रीय भाषा का स्वरूप एवं दर्जा दिया गया है ।

आधुनिक काल के इस क्षण में जहां जीवन पल-प्रतिपल बदल रहा है, वहां पर भाषा की प्रयोगशीलता में भी नये बदलाव हर क्षण हो रहे हैं । आज हिंदी भाषा एक ऐसे भाषा-परिवार की एक आधुनिक भाषा है, जो विश्व में सबसे बड़ी है तथा जिसके बोलने वाले विश्व में सबसे अधिक है । हिन्दी सर्वभारतदेशीय तथा अन्तर्राष्ट्रीय भाषा भी है । आज इस भाषा का अपना राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय संदर्भ है ।

जनसंचार के लिए समाचारपत्र, फिल्म, रेडियो और टेलीविजन जैसे जन माध्यमों की आवश्यकता पड़ती है, जो भारी संख्या में श्रोता एवं दर्शक समूह को प्रभावित करते हैं और उनकी रुचि के अनुरूप होते हैं । इसी संदर्भ में हम अन्य पारम्परिक माध्यमों जैसे लोक नृत्य, लोक गीत, लोक नाटक, कठपुतली, अभिनय एवं आधुनिक संचार में इनकी उपादेयता पर भी भाषा माध्यम का प्रभाव देखते हैं ।

'टेलीविजन की भाषा' निरंतर खिचड़ी भाषा होती जा रही है, जो न हिंदी है और न ही इंग्लिश। इसे 'हिंगलिश' के नाम से जाना जाता है । भारत में हिंदी के साथ अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग करने का चलन है । इस मिली-जुली भाषा को जी.टी.वी. ने लोकप्रिय बनाया । जी.टी.वी. भारत का पहला हिंदी भाषा का उपयोग करने वाला निजी एवं सफल चैनल है । 'मुद्रा' जो कि भारत का एक बड़ा विज्ञापन संस्थान है । इसने अपने विज्ञापनों की लिखित सामग्री (कॉपी) में 'हमको बिनीज मांगता है' (I want binnys) जैसी भाषा लिखने की प्रवृत्ति का प्रदर्शन किया । इसके अलावा विज्ञापनों में 'यही है राइट चोयस बेबी' फोर पेप्सी । इस प्रकार 'हिंगलिश' को लोकप्रिय बनाने में टेलीविजन चैनल्स की महत्वपूर्ण भूमिका रही है।

12.11 टेलीविजन प्रसारण की विभिन्न कार्यक्रम प्रस्तुति

टेलीविजन कार्यक्रम की विधाओं में प्रस्तुतीकरण का विशेष स्थान है । आधुनिक तकनीक के जरिये वहीं कार्यक्रम दर्शक पर प्रभाव छोड़ेगा जिसमें दर्शक बांधे रखने का दम-खम हो । उदाहरण के लिए आज टेलीविजन कार्यक्रमों की विभिन्न विधाओं के अंतर्गत प्रस्तुतीकरण के लिए अच्छा प्रभावी, सुन्दर सैट, लाईट, अच्छा एंकर एवं उसकी वेशभूषा तथा रंग साज-सज्जा भी कार्यक्रम प्रस्तुती को लोकप्रिय बनाने में अपना विशेष योगदान प्रदान करती है । आज जब दूसरे चैनल अपनी विदेशी वेशभूषा, संगीत एवं रोचक प्रस्तुति के कारण हमारे दर्शकों को आकर्षित करते हैं तो यह जरूरी हो गया है कि हम अपनी भारतीय सभ्यता एवं विरासत को पाश्चात्य संस्कृति के साथ जोड़कर ही देखें ।

जैसा कि वरिष्ठ पत्रकार विनोद मेहता कहते हैं- "टी.वी. की यह दीवानगी कुछ और बुद्धिमान लोगों को दिवालिया बनाकर छोड़ेगी, क्योंकि जितने चैनल, जितने नेटवर्क शुरू हो रहे हैं, उन सबकी निगाह दर्शकों की जेब पर है, उनकी क्रयशक्ति पर है । एक समय बाद अर्थात् उनकी जेबों का दोहन हो चुकने के बाद उनकी दिलचस्पी खत्म हो जाएगी और कुछ ही नाम बाजार में टिक पाएंगे । " विभिन्न कार्यक्रम प्रस्तुतियों के चलते आज रियलिटी टी.वी. शो में वह सब कुछ भी दिखाया जाने लगा है, जिसको कुछ समय पहले तक टेलीविजन पर वर्जित करार दिया गया था । परन्तु यह भी टेलीविजन प्रसारण की प्रस्तुतीकरण का एक स्वरूप है जिसे स्वीकार कर लिया गया है । अब तो हालात यह है कि टेलीविजन प्रसारण की दुनिया में हर क्षण नये प्रयोग सामने आ रहे हैं ।

12.12 टेलीविजन प्रसारण का बदलता चेहरा

आज आधुनिक दौर में बदलाव की सामाजिक प्रक्रिया में इन संचार एवं प्रसार माध्यमों का वर्चस्व आने वाले समय में और भी बड़े । यह नये परिवेश में लोगों की सोच को प्रेरित तथा प्रभावित करने के सकारात्मक एव नकारात्मक दोनों पक्षों को प्रस्तुत करने में सक्षम होगा। इन प्रसारण माध्यमों की वर्तमान बदलते परिवेश में आज की भूमिका की जांच की जाए तो पता चलता है कि सामाजिक सोच के पर्वतीय पहलू के विभिन्न स्तर पर यह एक बेहद शक्तिशाली माध्यम का स्वरूप धारण कर चुका है । प्रश्न यह है कि इस प्रसारण तथा संचार क्रांति की सम्पूर्ण ताकत को मानवीय संवेदना की नई सोच एवं विश्वास के लिए कैसे तैयार करें? जीवन्त तथा सन्तुलित सहज प्रसारण प्रचार- प्रसार मानवीय सरोकारों से जुड़कर श्रोताओं एवं दर्शकों की चिन्ताओं को कम करने का अनुकूल वातावरण पैदा करने में कहीं न कहीं सहायक हो सकता है ।

भारतीय परिवेश में प्रसारण के संदर्भ में हम कह सकते हैं कि यहाँ पर इन प्रचार- प्रसार माध्यमों को इस भू- भाग से गरीबी, निरक्षरता, बेरोजगारी तथा सामाजिक सूचनाओं के आदान-प्रदान के लिए एक महत्वपूर्ण आधार के रूप में अपनाया जा सकता है । यह वह शक्तिशाली हथियार है जिससे मानवीय संबंधों की नई सीमा रेखा तैयार की जा सकती है । एक बड़ा बदलाव टेलीविजन के बदलते चेहरे में टेलीविजन पर हिंसा से भरे हुए कार्यक्रमों के प्रसारण को लेकर है । विश्वभर में यदि देखा जाये तो टेलीविजन कार्यक्रमों द्वारा हिंसा को बढ़ावा और उसके द्वारा अश्लीलता के प्रचार-प्रसार का दोषारोपण लग रहा है । एक रिपोर्ट में कहा गया है कि जब से सैटेलाइट टेलीविजन का भारतीय आकाश से आक्रमण हुआ है तब से टेलीविजन कार्यक्रमों में अश्लीलता और हिंसा के कार्यक्रमों को बढ़ावा मिला है । रिपोर्ट के अनुसार सैटेलाइट टेलीविजन के दर्शकों की संख्या में हर वर्ष भले ही बड़ी संख्या में वृद्धि हो रही है लेकिन फिर भी दर्शक महसूस करते हैं कि टेलीविजन का नकारात्मक प्रभाव पड रहा है तथा आम जीवन में अश्लीलता और हिंसा बढ़ रही है ।

एक और खतरनाक प्रवृत्ति लगातार बढ़ती जा रही है, वह है इन प्राय: सभी न्यूज चैनलों में ग्लैमर और अपराध की खबरों को अधिकाधिक प्रमुखता के साथ प्रस्तुत करना । साथ ही कुल प्रसारण समय के अधिक से अधिक समय को हड़पते जाना । प्राइम टाइम में तो इन्हें और भी तरजीह दी जाती है । जैसे ग्लैमर सनसनी का तत्व निरन्तर बढ़ता जा रहा है । वास्तविकता तो यह है कि इन अपराध और सेक्स कथाओं को, विशेष रूप से बलात्कार आदि की खबरों को, उनका नाट्य- रूपातंरण करके दिखाया जाना । डॉ. श्याम कश्यप के शब्दों में- "स्वास्थ्य, शिक्षा और पर्यावरण जैसे मुद्दों पर खबरें बिलकुल नहीं दिखाई जाती । भारत ही नहीं, पूरी दुनिया के लिए आज यही तीन विषय खबरों के लिए सबसे अहम और हार्ड है । ये मुद्दे हर आदमी के साथ गहराई से जुड़े हैं और इनसे हमारी राजनीति भी उतनी ही गहराई से जुड़ी हुई है ।'

12.13 टेलीविजन प्रसारण विधाएं एवं सामाजिक सरोकार

टेलीविजन प्रसारण के लिए सामाजिक सरोकारों का मुद्दा बेहद संवेदनशील रहा है । इन प्रसारणों के लिए यह बहस इसलिए भी महत्वपूर्ण कि सामाजिक सरोकारों के द्वारा ही लोकतंत्र तथा मानवीय अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को इस सम्प्रेषण माध्यम द्वारा बचाया जा सकता है ।

आज हर क्षण बदल रहे सामाजिक परिवेश में सामाजिक मान्यताएं तथा सामाजिक सरोकार हर पल बदल रहे हैं । सामाजिक मान्यताएं धराशाही हो रही हैं और नये मूल्यों की सृजना इस समाज को एक नये विश्व समाज में बदल रही है । एक नये सामाजिक परिवेश का नया प्रारूप हमारे समक्ष है, जिसमें हम अपनी टूटती हुई परम्पराओं का आइना देख रहे हैं । बदलते हुये परिदृश्य में सच तो यह है कि इन प्रसारण माध्यमों की क्रांति ने पूरे विश्व में मानवीय संवेदना के नये सरोकार स्थापित किये हैं तथा पूरे विश्व को एक बंधुत्व में बांधने की सार्थक कोशिश है ।

प्रसारण माध्यमों द्वारा सामाजिक रिश्तों से छेड़छाड़ कोई नई बात नहीं है, परन्तु इसकी सीमा निर्धारण करनी होगी कि आप आदमी की निजी जिंदगी को कहां तक दिखा सकते हैं? यह एक ऐसा प्रश्न है जिस पर आने वाले दिनों में गंभीर बहस की जरूरत है ताकि प्रसारण माध्यमों की आड़ में हम अपने सामाजिक परिवेश के कुछ सामाजिक पहलू तो अपने आने वाली पीढ़ी के लिए बचाकर रख सके तथा प्रसारण माध्यमों के तन्त्र को नई सामाजिक संरचना के लिए लामबन्द कर सके । आज प्रसारण माध्यमों के सामाजिक सरोकारों के साथ 'स्टिंग ऑपरेशन' एवं 'रियलिटी शो' को भी जोड़कर देखा जाने लगा है । परन्तु मीडिया विशेषज्ञों का यह विचार भी महत्वपूर्ण है कि यदि स्टिंग ऑपरेशन, और सूचना का अधिकार कानून, 2005 समाज हित के लिए मीडिया द्वारा प्रस्तुतीकरण के जरिये सामाजिक सरोकारों की बात करता है, तो वह सम्प्रेषण का सामाजिक सरोकारों के प्रति सबसे बड़ा उत्तरदायित्व होगा ।

डॉ. श्याम कश्यप के शब्दों में "सामाजिक सरोकार से जुड़ी टीवी पत्रकारिता जरुरी और प्रासंगिक है जिसमें दर्शकों से जुड़ने और उनसे संवाद स्थापित करने का प्रयास होना चाहिए । टेलीविजन प्रसारण में बदलाव आए हैं जिसे हिंदी चैनलों के राजनीति से अपराध की खबरों की ओर मुड़ने, फिर क्राइम शो के बाद खौफ, भूत प्रेत, तंत्र मंत्र और अंधविश्वास पर जोर देने तथा चटखारे लेने वाली 'टेबलॉयड' किस्म की खबरों की तरफ आए रुझान के रूप में देखा जा सकता है । "इसी तथ्य की ओर संकेत करते हुए कमर वहीद नकवी का कहना है कि "आज के शहरी समाज को अगर रोजमर्रा की राजनीति से कोई मतलब नहीं तो वे खबरें मीडिया से गायब है, चाहे वह प्रिंट हो या इलेक्ट्रॉनिक । क्रिकेट, सिनेमा, क्राइम और सेलिब्रिटी- ये चार 'सी' लोगों की सबरने बड़ी पंसद है । समूचा मीडिया इसी धुरी पर घूमता प्रतीत होता है । "

12.14 टेलीविजन प्रसारण विधाएं एवं लोक प्रसारण

टेलीविजन प्रसारण की दुनिया में प्रसारण की विधाओं की बानगी को श्रेणीबद्ध करते हुए यह देखना आवश्यक है कि यह लोक प्रसारण किस श्रेणी में आते हैं । उदाहरण के लिए भारत में दूरदर्शन एवं ब्रिटेन में बी.बी.सी. जैसे विश्वव्यापी जैसे प्रसारण माध्यम लोक प्रसारण के घेरे में है । अर्थात् पब्लिक ब्रॉडकास्टिंग की छवि को सार्थक करते यह प्रसारण नये-नये प्रयोग सरकार एव लोगों के बीच सूचनाओं के आदान-प्रदान का एक महत्वपूर्ण माध्यम है । टेलीविजन के अन्य प्रसारण की विधाओं में 'कमर्शियल प्रसारण' मुख्यत: कार्यक्रम प्रसारण प्रतिस्पर्धा के प्रति समर्पित है । यही कारण है 'कि ऐसे टी.वी चैनल विज्ञापन का एक बड़ा बाजार अपने हिस्से में समेट लेते हैं जबकि लोक प्रसारण माध्यमों में लोकप्रियता होते हुए भी यह संभव नहीं हो पाता ।

लोक प्रसारण की श्रृंखला में टेलीविजन आधुनिक युग का सत्य है । यह ऐसा अस्त्र है जिसका उपयोग विनाश के लिए भी किया जा सकता है और निर्माण के लिए भी । उपग्रह टेलीविजन भी एक सत्य है जिसे नकारा नहीं जा सकता लेकिन प्रश्न यह है कि तेजी से बदलते हुए विश्व में हम अपने स्वस्थ पारम्परिक मूल्यों और अपनी अस्मिता की रक्षा कैसे कर सके । लोक प्रसारण के बारे में महात्मा गांधी के इस कथन को भी देखा जा सकता है "हर संस्कृति के आगमन के लिए दरवाजे खोलकर रखो " लोक प्रसारण आज भी समूचे विश्व में प्रसारण विधा का एक मजबूत एवं आवश्यक अंग है ।

12.15 टेलीविजन प्रसारण एक जन प्रोपैगेन्डा

वर्तमान परिदृश्य में बदलती हुई विश्व परिस्थितियों में सूचना कांति एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी ने टेलीविजन प्रसारण को बेहद शक्तिशाली हथियार के रूप में प्रस्तुत किया है । आज टेलीविजन प्रसारण लोक जनहित का सबसे बड़ा माध्यम है ।

टेलीविजन प्रसारणों को अब समूचा विश्व में 'जन प्रोपेगेण्डा' के तौर पर भी देखा जाने लगा है । विशेषकर पश्चिमी देशों में चुनावों में तो टेलीविजन से बड़ा कोई माध्यम नहीं है । भारतीय उप महाद्वीप में भी टेलीविजन को जन प्रोपेगन्डा के तौर पर लिया जाने लगा है । संचार क्रांति के इन दिनों में जब हर क्षण बदलाव हमारे सामने निहित है, तब इन उक्त प्रसारण माध्यमों के अलावा अन्य संचार माध्यम जिसमें टेलीफोन, टेलेक्स, फैक्स, इंटरनेट, कम्प्यूटर इत्यादि शामिल है, किस तरह की भूमिका प्रस्तुत करेंगे तथा इनका स्वरूप कैसा होगा, यह अपने आप में ही एक महत्वपूर्ण तथ्य है ।

इस बारे में डेविड फ्रेंच तथा माइकल रिचर्ड की शोध विशेष तौर पर उल्लेखनीय है, जिसमें उन्होंने यह सिद्ध किया है कि आज पश्चिम के एशियाई देश मुख्य रूप में टेलीविजन पर लोकप्रियता के शिखर पर है तथा पूर्वी तथा दक्षिणी देशों में सरकारें गिराने एवं बनाने और

लोगों को सामाजिक स्तर पर एक जुट करने का दायित्व सिर्फ टेलीविजन चैनल ही कर सकते हैं । अन्य कोई जनसंचार माध्यम इतना शक्तिशाली नहीं है ।

12.16 सारांश

इस इकाई में हमने जाना कि टेलीविजन प्रसारण किस तरह से अपनी विभिन्न प्रसारण विधाओं, कार्यक्रम प्रस्तुतीकरण के द्वारा देश, समाज एवं लोगों के लिए किस तरह से महत्वपूर्ण भूमिका, निभाते हैं । टेलीविजन प्रसारण अपनी इन विधाओं के द्वारा समूचे विश्व को बदल सकते हैं । यह भी सच है कि आने वाले दिन टेलीविजन के बदलते परिदृश्य की शताब्दी होगी जिसमें टेलीविजन पूर्णत: आदमी के भीतरी तथा बाहरी सरोकारों को नये कोणों से संरचनारत होगा। यही इसकी सबसे बडी उपलब्धि मानी जा सकती है ।

भारतीय दूरदर्शन के द्वारा प्रसारित कार्यक्रमों द्वारा राष्ट्रीय एवं सांस्कृतिक मूल्यों की रक्षा की ओर भी ध्यान दिया जाता है । दर्शक क्या चाहता है? और उसकी क्या आवश्यकता है? इसका भी तालमेल रखना जरुरी है । प्रभावी कार्यक्रम के निर्माण के लिए उसमें सरलता, स्पष्टता, संक्षिप्तता होने के साथ उसका सुरुचिपूर्ण होना आवश्यक है।

12.17 स्वमूल्यांकन

आपको इस इकाई का टेलीविजन की विभिन्न विधाओं को समझते हुए पठन करना चाहिए। टेलीविजन देखते हुए भी आपको जिज्ञासा के साथ टेलीविजन प्रसारण की विधाओं पर नजर रखनी चाहिए । तब ही आप टेलीविजन प्रसारण की विधाओं के सम्पूर्ण परिभाषित स्वरूप को जान-पहचान सकेंगे तथा एक नये समाज की संरचना के लिए एक रचनात्मक सहयोग दे सकेंगे।

12.18 संदर्भ ग्रंथ

1. डॉ. श्याम कश्यप एवं मुकेश कुमार - टेलीविजन की कहानी, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली
2. डॉ. इन्द्रजीत सिंह एवं मधुलिका शर्मा - टेलीविजन पत्रकारिता: सिद्धांत एवं तकनीक, कनिष्क पब्लिशर्स, डिस्ट्रीब्यूटर्स नई दिल्ली
3. डॉ. देवव्रत सिंह, - भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, प्रभात प्रकाशन, नई दिल्ली
4. सुधीश पचौरी - टेलीविजन समीक्षा: सिद्धांत और व्यवहार, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली
5. सुधीश पचौरी - दूरदर्शन: विकास से बाजार तक, प्रकाशन विभाग, सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार, नई दिल्ली
6. टेलीविजन और अपराध पत्रकारिता, वर्तिका नंदा, भारतीय जनसंचार संस्थान, नई दिल्ली
7. पुण्य प्रसून वाजपेयी - एंकर रिपोर्टर, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली
8. डॉ. कृष्ण कुमार रत्तू - सूचना तंत्र और प्रसारण माध्यम, मंगलदीप प्रकाशन, जयपुर
9. डॉ. कृष्ण कुमार 'रत्तू - दृश्य-श्रव्य एवं जनसंचार माध्यम
10. एन. इंडियन पर्सनैलिटी फार इंडियन टेलीविजन - पी.सी. जोशी कमेटी की रिपोर्ट

12.19 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. टेलीविजन प्रसारण विधाओं से आप क्या समझते हैं? प्रसारण विधा की परिभाषा देते हुए इसके उद्देश्यों की विवेचना करें ।
2. टेलीविजन प्रसारण की प्रमुख विधाएं और उनका स्वरूप पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए ।
3. टेलीविजन प्रसारण का बदलता स्वरूप और उसकी भाषा पर अपने विचार व्यक्त कीजिए। इस संदर्भ में कुछ उदाहरण भी दे ।
4. टेलीविजन प्रसारण विधाएं एवं सामाजिक सरोकार को भारत के संदर्भ में विवेचित करे।
5. 'टेलीविजन प्रसारण विधाएं लोक प्रसारण का सशक्त माध्यम है ।' इस कथन की समीक्षा करें ।
6. 'टेलीविजन प्रसारण को आज एक जन-प्रोपेगेण्डा' के रूप में देखा जाने लगा है । इस कथन से आय कहां तक सहमत है? विस्तार से लिखिए ।
7. संक्षिप्त टिप्पणियां लिखिए-
   (i) साक्षात्कार एवं परिचर्चा
   (ii) टीवी रिपोर्ट
   (iii) टेली फिल्म
   (iv) वृत्त चित्र
   (v) सोप ऑपेरा
   (vi) टेलीविजन स्मार्ट बॉक्स

इकाई-13

शैक्षणिक टेलीविज़न प्रसारण

इकाई की रूपरेखा

13.0 उद्देश्य

13.1 प्रस्तावना

13.2 शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण : अवधारणा एवं स्वरूप

13.2.1 शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण की विशेषताएं

13.2.2 शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण की सीमाएं

13.3 भारत में शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण का इतिहास

13.3.1 माध्यमिक विद्यालय टेलीविजन परियोजना

13.3.2 कृषि दर्शन

13.3.3 उपग्रह शैक्षणिक टेलीविजन प्रयोग (साइट)

13.3.4 नई शैक्षणिक टेलीविजन परियोजना

13.3.5 इन्सेट उपग्रह शैक्षणिक कार्यक्रम

13.3.6 उच्च शिक्षा टेलीविजन परियोजना

13.3.7 ज्ञान दर्शन चैनल

13.4 शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण के प्रकार

13.4.1 सीधा प्रसारण

13.4.2 रिकॉर्डिंग प्रसारण

13.4.3 सीधा प्रसारण और रिकॉर्डेड प्रसारण में अंतर

13.4.4 सी.सी.टी.वी. प्रसारण

13.5 शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण के नए आयाम

13.5.1 टेलीटेक्स्ट

13.5.2 वीडियोटेक्स्ट

13.5.3 टेली कॉन्फ्रेंस

13.6 शैक्षणिक प्रसारण : भावी संभावनाएं

13.6.1 शोध

13.6.2 प्रशिक्षण

13.6.3 सॉफ्टवेयर

13.6.4 मल्टीमीडिया पाठ्य सामग्री

13.7 निजी टेलीविजन चैनल

13.8 सारांश

13.9 संदर्भ ग्रंथ

13.10 अभ्यासार्थ प्रश्न

13.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के पश्चात् :

- शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण के महत्व और उपयोगिता को समझ सकेंगे
- भारत में शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण का इतिहास जान सकेंगे
- शिक्षा के लिए टेलीविजन प्रसारण के विविध प्रकारों की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे
- सीधे प्रसारण और रिकॉर्डिड प्रसारण का अंतर समझ सकेंगे ।
- टेलीटेक्सट, वीडियोटेक्स्ट और वीडियो डिस्क की विशेषताओं तथा सीमाओं के बारे में जान सकेंगे
- मुक्त शिक्षा के क्षेत्र में दृश्य माध्यम (रेडियो, टी.वी. फिल्म) के महत्व को पहचान सकेंगे
- शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण के विस्तार की संभावनाओं की जानकारी पा सकेंगे

13.1 प्रस्तावना

शिक्षा और साक्षरता हमारे देश की उच्च प्राथमिकताओं में शामिल हैं । भारतीय लोकतंत्र तब तक पूरी तरह सार्थक नहीं हो सकता जब तक देश के अधिसंख्य लोग शिक्षित न हो जाएं। स्वतंत्रता के बाद सरकार और निजी संस्थाओं की ओर से बड़ी संख्या में स्कूल एवं कॉलेज खोले गए ताकि देश के सभी भागों में सभी वर्गों को शिक्षा सुलभ हो सकें । लेकिन ऐसे बहुत से लोग हैं जो विभिन्न कारणों से औपचारिक शिक्षा व्यवस्था का लाभ नहीं उठा सकते । ऐसे लोगों के लिए अनौपचारिक यानी मुक्त शिक्षा प्रणाली का विकल्प है जिसके अंतर्गत शिक्षार्थी अपने घर में बैठे-बैठे संचार के विभिन्न माध्यमों से शिक्षा सामग्री प्राप्त कर सकते हैं ।

मुक्त शिक्षा के प्रारंभिक दौर में इसे पत्राचार शिक्षा या पत्राचार पाठ्यक्रम का नाम दिया गया जिसमें किसी कक्षा या पाठ्यक्रम की पाठ्यसामग्री मुद्रित रूप में डाक से भेजी जाती थी । कई राज्यों के शिक्षा बोर्डों तथा अनेक विश्वविद्यालयों ने इरा माध्यम से माध्यमिक तथा उच्च शिक्षा उपलब्ध कराई । तकनीकी के विकास के साथ-साथ श्रव्य और दृश्य माध्यमों का भी उपयोग होने लगा । औपचारिक और अनौपचारिक दोनों प्रकार की शिक्षा के सहायक माध्यम के रूप में रेडियो और टेलीविजन का उपयोग किया जाने लगा । जाहिर है मुद्रित, श्रव्य और दृश्य माध्यमों में से अंतिम माध्यम यानी दृश्य या टेलीविजन सबसे अधिक रोचक और प्रभावकारी माध्यम है । टेलीविजन से पाठ्यसामग्री सबसे अधिक रोचक और प्रभावकारी माध्यम है । टेलीविजन से पाठ्यसामग्री का प्रेषक सीधे और रिकॉर्डिड दोनों रूपों में किया जा सकता है । संचार तकनीकी के तेजी से हो रहे विकास से शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण में नित नए आयाम जुडते जा रहे हैं । हमारे देश में शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण के जरिए माध्यमिक शिक्षा उपलब्ध कराने में राष्ट्रीय मुक्त विद्यालयी शिक्षा संस्थान और उच्च शिक्षा के प्रसार में इंदिरा गाँधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय, नई दिल्ली ने अग्रणी भूमिका निभाई है । इन

दोनों संस्थाओं द्वारा किए गए प्रयोगों से इस क्षेत्र में सक्रिय अन्य संगठनों ने भी लाभ उठाया है ।

13.2 शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण : अवधारणा एवं स्वरूप

आपने जाना कि हमारे देश की प्रगति एवं समृद्धि के लिए शिक्षा की बहुत बड़ी भूमिका है और स्कूलों, कॉलेजों की संख्या इतनी नहीं है कि देश के सभी बच्चे उनसे लाभ उठा सके । इसलिए अनौपचारिक या मुक्त शिक्षा की उपयोगिता असंदिग्ध है । मुक्त शिक्षा में टेलीविजन माध्यम सबसे अधिक कारगर पाया गया है ।

रेडियो, टेलीविजन, फिल्म और समाचारपत्र जनसंचार के सशक्त माध्यम माने गए हैं । इन माध्यमों का उपयोग एक ओर जहाँ मनोरंजन प्रदान करना है, वही दूसरी ओर जनसाधारण को शिक्षित करना, उनका ज्ञान वर्द्धन करना और उन्हें वैज्ञानिक उपलब्धियों, सामाजिक, धार्मिक, राजनीतिक और आर्थिक घटनाचक्रों से अवगत कराना तथा सांस्कृतिक परम्परा प्रस्तुत करना भी है । जनसंचार के ये माध्यम जनता को साक्षर बनाने की दिशा में निरन्तर अपनी सार्थक भूमिका का निर्वाह कर रहे हैं । इस दिशा में रेडियो एवं टेलीविजन की जिम्मेदारी अधिक बड़ी है । शिक्षा के विस्तार के संदर्भ में टेलीविजन ने शैक्षणिक कार्यक्रमों को नए रूप और नए संदर्भ में प्रस्तुत किए हैं । इसके द्वारा एक ओर अनौपचारिक शिक्षा का विस्तार हुआ, वहीं दूसरी ओर इसने प्राथमिक, माध्यमिक और उच्च शिक्षा के पाठ्यक्रमों के पूरक रूप में योगदान दिया है ।

नामीडिया (Namedia) रिपोर्ट में भारत के विशेष संदर्भ में कहा गया है कि "भारतीय टेलीविजन का प्राथमिक उद्देश्य लोक शिक्षण, सूचना और ज्ञान के जरिए देश का विकास है। उसका उद्देश्य देश के जनसाधारण के जीवन स्तर को ऊंचा उठाना है । साथ ही विभिन्न जन समुदायों, सामाजिक तबकों, क्षेत्रों और राज्यों को आपसी हमदर्दी तथा जागरूकता के जरिए अपनी विशिष्ट पहचान, रीति-रिवाजों, संस्कृतियों और परम्पराओं को खोए बिना, उन सभी को एकजुटता के सूत्र में पिरोना है । "पी.सी. जोशी ने अपने प्रतिवेदन- 'दूरदर्शन का भारतीय स्वरूप' में कहा है- "अगर किसी देश का परिचय पाना हो, तो उसका टेलीविजन देखना चाहिए। किसी भी देश का टेलीविजन उस राष्ट्र के व्यक्तित्व का दर्पण होता है । "... "भारत में राजनीति शिक्षण का सर्वाधिक बुनियादी भाग है । भारतीय संविधान के सिद्धांतों और व्यवस्थाओं के अनुरूप भारतीय जगत को शिक्षित बनाना, जनता को भारतीय संविधान की मूलभूत धारणाओं और भावनाओं की जानकारी सार्थक कार्यक्रमों द्वारा देने की दिशा में दूरदर्शन का योगदान विशेष महत्वपूर्ण है । घर बैठे शिक्षा प्राप्त करने के लिए भारत जैसे देश में बहुत गुंजाइश है । इसके लिए दूरदर्शन महत्वपूर्ण भूमिका निबाह सकता है, जैसे कि अन्य देशों में खुले विश्वविद्यालयों की सफलता से स्पष्ट है ।"

शैक्षणिक कार्यक्रम (Education Programme)

शैक्षणिक कार्यक्रमों के अंतर्गत उन सभी कार्यक्रमों को सम्मिलित किया जाता है जो प्रत्यक्ष या परोक्ष रूप से शिक्षाप्रद होते हैं । प्रत्यक्ष कार्यक्रम वे कार्यक्रम होते हैं जिसमें विद्यालय शिक्षक का स्थान नगण्य सा होता है । जैसे स्कूल शिक्षा के कार्यक्रम । शैक्षणिक कार्यक्रमों में कार्यक्रम प्रस्तुतकर्ता तथा शिक्षार्थी के बीच सीधा संबंध स्थापित करने का प्रयास किया जाता है । विभिन्न शैक्षणिक स्तर के छात्रों के लिए विभिन्न विषयों पर आधारित कार्यक्रम तैयार किए जाते हैं तथा दृश्यों एव उपकरणों की सहायता से विषय को समझाने का प्रयास किया जाता है । वर्तमान में स्कूली शिक्षा के अतिरिक्त महाविद्यालय तथा विश्वविद्यालय स्तर के शैक्षणिक कार्यक्रमों का प्रसारण रेडियो एवं टेलीविजन के द्वारा हो रहा हैं । इन शैक्षणिक कार्यक्रमों की संरचना इस प्रकार की होती है जिससे छात्रों को सुरूचिपूर्ण तथा मनोरंजक तरीके से शिक्षाप्रद जानकारी प्राप्त हो सके । इन कार्यक्रमों में प्रश्नोत्तरी तथा सामान्य ज्ञान के कार्यक्रम तथा वाद-विवाद के कार्यक्रमों को सम्मिलित किया जा सकता है । वैसे तो भारत में विस्तृत दूरस्थ शिक्षण की शुरुआत पत्राचार पाठ्यक्रम के द्वारा हुई लेकिन प्रायोगिक विषयों का शिक्षण जो पत्राचार द्वारा संभव नहीं था, दूरदर्शन के शैक्षणिक कार्यक्रमों से ही संभव हो सका ।

13.2.1 शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण की विशेषताएं

शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण की पहली विशेषता यह है कि यह शिक्षा अध्यापक पर निर्भर नहीं रहती और शिक्षार्थी केबल टेलीविजन की सहायता से विषय का ज्ञान प्राप्त कर सकता है । क्योंकि दृश्य पाठ्य सामग्री तैयार करने में एक से अधिक अध्यापकों और विशेषज्ञों का सहयोग लिया जाता है, इसलिए पाठ की गुणवत्ता बढ़ जाती है। इसके अलावा इससे सामाजिक समानता पुष्ट होती है क्योंकि हर वर्ग के शिक्षार्थी एक ही प्रकार की दृश्य पाठ्य सामग्री का अपने अपने घर पर उपयोग कर सकते हैं । इसके अलावा आवश्यकतानुसार पाठ्यक्रम में परिवर्तन एवं संशोधन किये जा सकते हैं और उसमें नई जानकारी जोड़ी जा सकती है । यही नहीं, टेलीविजन के माध्यम से शिक्षा ग्रहण करना औपचारिक शिक्षा के मुकाबले कम खर्चीला बैठता है। एक बार कार्यक्रम तैयार करके समूचे देश में उससे शिक्षा प्रदान की जा सकती है। इससे न केबल छात्र-छात्राएँ बल्कि अध्यापक भी नई जानकारी प्राप्त करके अपने को अधुनातन बनाए रख सकते हैं । राष्ट्रीय शैक्षिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद् (एन.सी.ई.आर.टी) माध्यमिक स्तर के अध्यापकों के प्रशिक्षण में टेलीविजन का भरपूर इस्तेमाल करती हैं । टेलीविजन केबल दृश्य नहीं श्रव्य माध्यम भी है इसलिए इसे शिक्षार्थी सुन भी सकते हैं और देख भी सकते हैं । छात्र-छात्राओं की संख्या कितनी ही क्यों न बढ़ जाए, शैक्षणिक टेलीविजन, प्रसारण की कार्यक्षमता पर कोई असर नहीं पड़ता ।

13.2.2 शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण की सीमाएं

आपने अभी जाना कि टेलीविजन दूरस्थ शिक्षा का बहुत उपयोगी माध्यम है । लेकिन यह तभी उपयोगी हो सकता है जब इसका उपयोग सही ढंग से किया जाए । इसके

अलावा इसकी कुछ कमियां हैं जो इसके आदर्श शैक्षणिक माध्यम बनने में बाधक हैं । इसकी सबसे प्रमुख सीमा यह है कि इसमें एक तरफा संचार होता है । अर्थात् छात्र- छात्राएं इसे ग्रहण तो करती हैं परंतु प्रतिक्रिया नही कर सकती हैं । दूसरे शब्दों में ज्ञान का आदान-प्रदान संभव नहीं है । शिक्षार्थी तत्काल अपने प्रश्नों या शंकाओं का समाधान नहीं कर सकते । मनोवैज्ञानिक दृष्टि से हर शिक्षार्थी की सीखने की गति अलग- अलग होती है किंतु टेलीविजन कार्यक्रम एक ही गति से चलते हैं । इसके अलावा टेलीविजन देखते हुए पूरी तरह एकाग्र होना जरुरी है जो सभी बच्चों के लिए संभव नहीं है । यह छात्रों की व्यक्तिगत आवश्यकता एवं क्षमता के अनुरूप शिक्षा नहीं दे सकता । टेलीविजन से शिक्षा का प्रसारण भले ही कम खर्चीला बैठता हो परंतु छात्र-छात्राओं के लिए यह माध्यम मंहगा है क्योंकि इसके लिए टेलीविजन सेट, वी.सी आर. या सी.डी. प्लेयर या कम्प्यूटर होना आवश्यक है । जो वर्ग मुक्त शिक्षा या खुली शिक्षा का रास्ता चुनते हैं उनकी आर्थिक स्थिति ऐसी होती है कि वे ये सब उपकरण खरीद सके । इसलिए सभी शिक्षार्थी इस माध्यम का लाभ नहीं उठा पाते। यदि इसे औपचारिक शिक्षा के पूरक माध्यम के रूप में इस्तेमाल किया जाए तो भी अधिकतर स्कूलों एवं कालेजों में टेलीविजन देखने की व्यवस्था नहीं होती ।

13.3 भारत में शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण का इतिहास

भारत भले ही सूचना तकनीकी के क्षेत्र मैं अग्रणी स्थान प्राप्त कर चुका है लेकिन कुछ वर्ष पहले तक स्थिति ऐसी नहीं थी । भारत में शिक्षा के माध्यम के रूप में टेलीविजन के इस्तेमाल के प्रयास बहुत छोटे स्तर पर आरंभ हुए और धीरे धीरे यह प्रयोग आगे बढ़ता रहा । पहले-पहले यह माध्यम स्कूल शिक्षा के लिए इस्तेमाल किया गया ।

13.3.1 माध्यमिक विद्यालय टेलीविजन परियोजना

आप जानते होंगे कि भारत में टेलीविजन का शुभारंभ सन् 1959 में हुआ और लगभग दो वर्ष बाद अक्टूबर, 1961 में ही दिल्ली दूरदर्शन से स्कूलों के लिए टेलीविजन शिक्षा का कार्यक्रम शुरु हो गया । यह कार्यक्रम प्रायोगिक तौर पर चलाया गया । इसके अंतर्गत 11वीं कक्षा के लिए प्रति सप्ताह तीन पाठ भौतिक शास्त्र रसायन शास्त्र में और एक-एक पाठ अंग्रेजी और हिंदी में प्रसारित किए जाते थे । ये सभी पाठ पाठ्यक्रम पर आधारित होते थे और इनका प्रसारण स्कूल की पढ़ाई के समय में ही होता था और स्कूली गतिविधियों का हिस्सा होता था । इसका उद्देश्य स्कूली शिक्षा, खासकर विज्ञान की शिक्षा में टेलीविजन की उपयोगिता को परखना था । जिन स्कूलों में टेलीविजन शिक्षा की व्यवस्था की गई उनके परिणाम बाकी स्कूलों की तुलना में बेहतर पाए गए ।

13.3.2 कृषि दर्शन

स्कूली टेलीविजन के प्रयोग की सफलता से प्रेरित होकर अनौपचारिक शिक्षा, प्रशिक्षण में टेलीविजन को आजमाने का निर्णय किया गया । इसके लिए दिल्ली के किसानों

को खेती के नए तौर-तरीकों की जानकारी देने के उद्देश्य से 26 जनवरी, 1966 को दिल्ली दूरदर्शन पर कृषि दर्शन नाम के कार्यक्रम का प्रसारण किया गया । इसके लिए दिल्ली के 80 गांवों में पंचायतों में सामूहिक रूप से देखने के लिए टेलीविजन सेट उपलब्ध कराए गए । यह कार्यक्रम भी सफल रहा ।

13.3.3 उपग्रह शैक्षणिक टेलीविजन प्रयोग (साइट)

संबंधित वर्गों तक टेलीविजन के माध्यम से विशिष्ट जानकारी पहुंचाने का सिलसिला आगे बढ़ाते हुए 1 अगस्त, 1975 को शिक्षा में. टेलीविजन प्रसारण का सबसे बड़ा प्रयोग आरंभ किया गया । देश के 6 राज्यों के 2230 गाँवों में चलाया गया यह कार्यक्रम मानव संपर्क के क्षेत्र में तब तक का सबसे विशाल कार्यक्रम था जिसमें शिक्षा के प्रसार के लिए उन्नत संचार सामग्री का उपयोग किया गया । एक साल के लिए चलाए गए इस प्रयोग का उद्देश्य शिक्षा के लिए उपग्रह संचार टेक्नोलॉजी की उपयोगिता और ग्रामीण परिवेश में टेलीविजन के असर की परख करना था । इसमें दो तरह के कार्यक्रम प्रसारित किए गए । पहले वर्ग में कृषि, स्वास्थ्य, परिवार कल्याण तथा सामाजिक शिक्षा से जुड़े विषयों पर विकासात्मक शिक्षा प्रदान करने वाले कार्यक्रम प्रसारित किए गए जबकि दूसरे वर्ग में हिंदी, कन्नड, उड़िया और तेलुगु में गाँवों में प्राइमरी स्कूलों के 5 से 12 साल के बच्चों के लिए 22 1/2 मिनट के कार्यक्रमों का प्रसारण किया गया । प्रसिद्ध शिक्षाविद् प्रोफेसर यशपाल की देखरेख में चले इस विशाल प्रयोग से यह तथ्य सामने आया कि वैज्ञानिक तरीके अपनाकर गांवों तक नई जानकारी पहुँचाई जा सकती है ।

13.3.4 नई शैक्षणिक टेलीविजन परियोजना

1975 में किए गए एक साल के प्रयोग के बाद सन् 1977 में जयपुर में लगाए गए जमीनी (टेरेस्ट्रियल) ट्रांसमीटर से साट प्रयोग को आगे बढ़ाने की एक नई परियोजना शुरु की गई । इस परियोजना के अंतर्गत विकासपरक कार्यक्रम प्रसारित किए गए। इस कार्यक्रम के उद्देश्य थे-

(i) ग्रामीण जन समुदाय को कृषि के नए उपकरणों तथा कृषि प्रणाली की जानकारी देना;

(ii) राष्ट्रीय और भावात्मक एकता कायम करना; और

(iii) ग्रामीण बच्चों को शिक्षा तथा स्वस्थ वातावरण का महत्व समझाना ।

13.3.5 इन्सेट उपग्रह शैक्षणिक कार्यक्रम

सन् 1982 में भारत ने अपना पहला उपग्रह इन्सेट 1 -ए अंतरिक्ष में भेजा । लेकिन यह अपने उद्देश्य में असफल रहा । अगले वर्ष अगस्त में इन्सेट 1- बी छोड़ा गया जो 15 अक्टूबर, 1983 को पूरी तरह सक्रिय हो गया । उपग्रह 1-बी से शिक्षा के प्रसार की परियोजना 6 राज्यों- आन्ध्रप्रदेश, बिहार, गुजरात, महाराष्ट्र, उड़ीसा और उत्तरप्रदेश में चलाई गई । इसके लिए प्रत्येक राज्य में 3-4 जिलों के समूह चुने

गए जहाँ कृषि, ग्रामीण विकास, स्वास्थ्य और स्वच्छता जैसे विषयों पर चेतना पैदा करने वाले कार्यक्रम प्रसारित किए गए । साथ ही दो भिन्न-भिन्न आयु वर्गों 5-8 वर्ष और 9-11 वर्ष के बच्चों के लिए शैक्षणिक टेलीविजन कार्यक्रमों का प्रसारण किया गया । 45-45 मिनट के इन कार्यक्रमों में दोनों आयु वर्गों के स्तर के अनुरूप शिक्षा दी जाती थी । पांच भाषाओं हिन्दी, गुजराती, उड़िया, मराठी और गुजराती में ये कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं। हिंदी के कार्यक्रम सभी हिन्दी भाषी राज्यों में देखे जा सकते हैं ।

13.3.6 उच्च शिक्षा टेलीविजन परियोजना

विश्वविद्यालय अनुदान आयोग और इन्सेट उपग्रह के सहयोग से यह परियोजना 15 अगस्त, 1984 को शुरु। की गई। इसे 'कंट्री वाइड क्लास राम' योजना भी कहा जाता है । इसके अंतर्गत पाठ्य सामग्री तैयार करने की जिम्मेदारी विश्वविद्यालय अनुदान आयोग की रहती है । इसके अतंर्गत स्नातक कक्षाओं के छात्र एवं छात्राओं, सामान्य शिक्षित लोगों तथा अध्यापकों के लिए एक घंटे का कार्यक्रम प्रसारित किया जाता है । इस प्रसारण के लिए कुछ विशिष्ट विषयों के कार्यक्रम आयात भी किए जाते हैं जिन्हें भारतीय आवश्यकताओं के अनुरूप संपादित किया जाता है ।

13.3.7 ज्ञान दर्शन चैनल

'ज्ञान दर्शन' चैनल एजूसेट उपग्रह के जरिए शैक्षणिक प्रसारण का प्रमुख माध्यम है। यह चैनल इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय (IGNOU), मानव संसाधन विकास मंत्रालय, भारतीय अंतरिक्ष अनुसंधान संगठन (ISRO) और अंतरिक्ष विभाग के सम्मिलित प्रयासों से चलाया जाता है । इस चैनल का शैक्षणिक समन्वय इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय और तकनीकी समन्वय भारतीय अंतरिक्ष अनुसंधान केन्द्र करता है । ज्ञान दर्शन के चार चैनल हैं जो अलग- अलग तरह के पाठ्यक्रमों अथवा ज्ञानपरक कार्यक्रमों का प्रसारण करते हैं । ये सभी 24 घंटे चलने वाले चैनल हैं ।

इंदिरा गाँधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय ने 26 जनवरी, 2001 को शैक्षिक चैनल 'ज्ञान दर्शन' की शुरुआत की थी, जो अब 24 घंटे का चैनल है तथा छह लगातार प्रसारण करने की इसकी क्षमता है । 'इग्नू ने नवम्बर, 2001 में एफ. एम. रेडियो नेट वर्क भी शुरु किया। शैक्षिक चैनल, एजूसेट भी दूरस्थ शिक्षा में महत्वपूर्ण भूमिका अपना रहा है ।

1. **ज्ञान दर्शन (जी.डी.1) -** इस पर इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय, राष्ट्रीय शैक्षणिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषद (NCERT) एन. आई.टी, आई. आई.टी, राज्य शैक्षणिक अनुसंधान एवं प्रशिक्षण परिषदों जैसे संगठनों की ओर से विभिन्न शैक्षणिक कार्यक्रम दिखाए जाते हैं ।

2. **जी.डी - 2 -** यह चैनल पूरी तरह मुक्त शिक्षा को समर्पित है । इस चैनल पर दो तरफा (इंटरेक्टिव) संचार पर आधारित मुक्त शिक्षा से जुड़े कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है । यह प्रसारण टेलीकॉफ्रेंसिंग के जरिए होता है ।
3. **जी.डी- 3 एकलव्य -** इस चैनल पर उच्च प्रौद्योगिकी और इंजीनियरी से संबंधित शैक्षणिक कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं ।
4. **जी.डी- 4 व्यास -** इस चैनल पर पाठ्यक्रमों पर आधारित कार्यक्रम ही दिखाए जाते हैं । ये कार्यक्रम विश्वविद्यालय अनुदान आयोग और इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय द्वारा तैयार किए जाते हैं । इसके अलावा दूरदर्शन के सांस्कृतिक चैनल डी.डी. भारती पर शैक्षणिक प्रसारण के लिए एक स्लॉट निर्धारित है । 'ज्ञानसरिता' नाम के इस कार्यक्रम में इतिहास, संस्कृति, विज्ञान, पर्यावरण जैसे सामाजिक सांस्कृतिक विषयों का शैक्षिणक प्रसारण होता है ।

बोध प्रश्न -1

1. 'साइट' प्रयोग का संक्षिप्त परिचय दीजिए ।

   ....

   ....
2. उपग्रह संचार शिक्षा के प्रसार में किस तरह उपयोगी है

   ....

   ....
3. भारत में शैक्षणिक प्रसारण के मुख्य सोपानों को गिनाइए?

   ....

   ....

13.4 शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण के प्रकार

आपने जाना कि औपचारिक शिक्षा के पूरक साधन के रूप में शिक्षा और मुक्त व्यवस्था में टेलीविजन प्रसारण की भूमिका लगातार बढ़ती जा रही है । सभी मुक्त विश्वविद्यालय और राष्ट्रीय मुक्त विद्यालयी संस्थान अपने शिक्षार्थियों के लिए वीडियो पाठ्य सामग्री का भरपूर इस्तेमाल कर रहे हैं । अब हम यह जानने की कोशिश करेंट कि शिक्षा के लिए टेलीविजन प्रसारण के रूप क्या- क्या हैं?

13.4.1 सीधा प्रसारण

सीधा प्रसारण टेलीविजन प्रसारण की सबसे सार्थक, व्यापक और प्रभावकारी शैली है । इसमें शिक्षा का कोई कार्यक्रम सीधे टेलीविजन सेटों पर दिखाया जाता है । इसके लिए पाठ, कार्यक्रम या शैक्षणिक अवसर को कवर करने के लिए विशेष उपकरणों, कैमरों आदि की आवश्यकता होती है । उपग्रह संचार तकनीक उपलब्ध हो जाने से सीधा प्रसारण ज्यादा कठिन नहीं रहा । इस पद्धति से कोई कार्यक्रम एक साथ असंख्य लोगों को सुलभ कराया जा सकता है । हमारे देश में शिक्षा के लिए इस तरह का

प्रसारण बहुत ज्यादा नहीं होता । टेलीविजन की इस प्रसारण पद्धति की कुछ सीमाएँ भी हैं । इसमें सभी शिक्षार्थियों को एक ही समय पर शिक्षा कार्यक्रम देखना पड़ता है, जो हमारे देश की परिस्थितियों में काफी कठिन है । यह भी आवश्यक नहीं कि सभी शिक्षार्थियों के लिए टेलीविजन देख पाना संभव हो । सीधा प्रसारण को देखते हुए शिक्षार्थियों के पास उससे जुड़ी मुद्रित सामग्री भी होनी चाहिए ताकि वे विषय को सही ढंग से समझ सकें । लेकिन ऐसा हो नहीं पाता है । अध्यापक के लिए यह जान पाना संभव नहीं हो पाता कि सीधा प्रसारण कार्यक्रम शिक्षार्थियों के लिए कितना उपयोगी या प्रभावकारी रहा है ।

13.4.2 रिकार्डिंग प्रसारण

इस प्रणाली में पहले से रिकॉर्ड किए गए कार्यक्रम निश्चित समय पर प्रसारित किए जाते हैं । देश में मौजूदा शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण सेवाओं में इस तरह के कार्यक्रम ही बहुधा प्रसारित होते हैं । ये कार्यक्रम शिक्षार्थियों की खास आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए तैयार किए जाते हैं । इन कार्यक्रमों में विविध इफेक्ट डालकर उन्हें रोचक तथा अधिक प्रभावकारी बनाया जा सकता है । इसे पूरी योजना, शोध और विचार-विमर्श के बाद नियोजित ढंग से तैयार किया जाता है जिससे उन्हें विविध पृष्ठभूमि और क्षमता वाले अधिक से अधिक शिक्षार्थियों के लायक बनाया जा सकता है । इन कार्यक्रम का समय-समय पर मूल्याँकन भी किया जा सकता है और छात्र-छात्राओं व अध्यापकों के सुझावों के अनुरूप उन्हें संशोधित किया जा सकता है ।

रिकॉर्डिंग टेलीविजन कार्यक्रम के कई रूप हैं । इनमें वीडियो कैसेट, कॉम्पेक्ट डिस्क (सी.डी.) और डी.वी.डी. शामिल हैं । ये सभी उपकरण शिक्षा के साथ-साथ संगीत तथा अन्य विषयों के दृश्य प्रसारण के लिए भी इस्तेमाल होते हैं । सी.डी. और डी.वी.डी. टेलीविजन के साथ-साथ कम्प्यूटर पर भी देखे जा सकते हैं ।

13.4.2.1 वीडियो कैसेट

रिकॉर्डिंग वीडियो का पहला चरण है वीडियो कैसेट । वीडियो टेप या कैसेट का चलन अब बहुत कम हो गया है क्योंकि इसकी गुणवत्ता और आयु कम होती है । कुछ वर्ष पहले तक समूचा टेलीविजन प्रसारण वीडियो कैसेटों के जरिए होता था । किंतु डिजीटल ऑडियो और वीडियो टेक्नोलॉजी के आगमन के बाद वीडिया कैसेट का प्रयोग अप्रचलित होता जा रहा है ।

13.4.2.2 सीडी/डीवीडी

सीडी और डीवीडी जहां डिजीटल होने के कारण श्रव्यता और दृश्यता की बेहतर क्षमता रखते हैं वहीं उनकी आयु भी काफी अधिक होती है । यानी इन पर रिकॉर्ड किए गए कार्यक्रम अधिक समय तक सुरक्षित रह सकते हैं । सीडी रोम की विशेषता यह है कि ये इंटरेक्टिव होते हैं और इसमें किसी पाठ का लिखित अंश संगीत, घोषणाओं

आदि के रूप में ध्वनि अंश और स्थिर तथा सचल के रूप में दृश्य अंश, एक साथ प्रसारित हो सकते हैं । सीडी रोम में 2,75,000 पृष्ठों के बराबर मुद्रित सामग्री संकलित की जा सकती है । इसके अलावा 70 मिनट तक की श्रव्य और 23 मिनट की दृश्य सामग्री संकलित की जा सकती है । डिजीटल वीडियो डिस्क यानी डीवीडी की क्षमता और गुणवत्ता सीडी से कई गुणा अधिक है और इसमें 300 मिनट की दृश्य सामग्री संजोई जा सकती है ।

सीडी और डीवीडी तकनीक शैक्षणिक टेलीविजन, विशेषकर उच्च शिक्षा के प्रसारण के लिए बहुत उपयोगी सिद्ध हो रही हैं । इस तकनीक की विशेषता यह है कि प्रत्येक पिक्चर फ्रेम की एक निश्चित इलेक्ट्रॉनिक संख्या होती है जिसकी मदद से शिक्षार्थी जहां से चाहे उसे चलाकर अपनी जरुरत का पाठ देख और पढ़ सकते हैं । इसे आप जब चाहें रिवर्स या फारवर्ड करके अपनी जरुरत की सामग्री का अध्ययन कर सकते हैं । इसे स्टील फ्रेम में रखकर किसी पहलू पर विस्तृत जानकारी का अध्ययन किया जा सकता है । डीवीडी में माइक्रो कम्प्यूटर द्वारा लगातार शिक्षार्थी अपनी गति और क्षमता के हिसाब से अध्ययन कर सकते हैं और प्रतिक्रिया दे सकते हैं । लेकिन यह प्रणाली बहुत खर्चीली है तथा हमारे देश के अधिसंख्य शिक्षार्थियों और शैक्षिक संस्थाओं की क्षमता से बाहर है । साथ ही यह प्रणाली बहुत जटिल भी है जिसे संचालित करने के लिए भी गहन प्रशिक्षण की जरुरत है । फिर भी बड़े-बड़े शिक्षण संस्थाओं और व्यावसायिक पाठ्यक्रमों के शिक्षार्थी इस तकनीक का प्रयोग कर रहे है । जिस गति से सूचना क्रांति का दौर चल रहा है उसे देखते हुए वह समय दूर नहीं जब सीडी और डीवीडी हमारी शिक्षा पद्धति का अभिन्न अंग बन जाएंगे ।

13.4.3 सीधा प्रसारण और रिकॉर्डिड प्रसारण में अंतर

आपने जाना कि सूचना तकनीक के विस्तार के साथ शिक्षा के लिए टेलीविजन प्रसारण का उपयोग तेजी से बढ़ रहा है । इसमें सीधे शैक्षणिक प्रसारण की बजाय रिकार्डिड़ प्रसारण पर अधिक महत्व दिया जा रहा है । यह तकनीक औपचारिक शिक्षा की पूरक सामग्री उपलब्ध कराने के साथ-साथ मुक्त शिक्षा के साधन के रूप में अत्यंत उपयोगी है । इसके अलावा सीधा टेलीविजन प्रसारण केबल निश्चित समय पर उपलब्ध होता है जबकि वीडियो कैसेट, सीडी या डीवीडी का इस्तेमाल जब और जहाँ चाहे किया जा सकता है । रिकार्डेड सामग्री से शिक्षार्थी अपनी व्यक्तिगत क्षमता, गति और अभिरुचि के अनुसार सीख सकता है जबकि सीधा प्रसारण मे सीखने की गति सभी शिक्षार्थियों के लिए एक जैसी निर्धारित हाती है । सीडी के माध्यम से अन्य माध्यमों यानी श्रव्य और मुद्रित सामग्री से तत्काल समन्वय किया जा सकता है जबकि सीधे प्रसारण में यह संभव नहीं है । शिक्षार्थी का रिकार्डेड उपकरणों से सीखने की प्रक्रिया पर अपना नियंत्रण होता है जबकि सीधे प्रसारण में शिक्षण पद्धति पर छात्र एवं छात्राओं का कोई अधिकार नहीं होता । परंतु सीधा प्रसारण एक साथ सब देख सकते हैं जबकि रिकार्डेड सामग्री का वितरण अपने आप में बहुत बड़ा काम है

13.4.4 सी.सी.टी.वी प्रसारण

सी.सी.टी.वी. यानी क्लोज्ड सर्किट टेलीविजन प्रसारण के अंतर्गत सीधा प्रसारण या रिकार्डेड कार्यक्रम क्लोज्ड सर्किट टेलीविजन पर दिखाया जाता है । क्लोज्ड सर्किट वास्तव में स्टुडियो और अलग- अलग कक्षाओं बीच एक संपर्क है जिससे स्टुडियो से प्रसारित कार्यक्रम को स्कूल, कॉलेज या किसी संस्थान के अलग- अलग कमरों में बैठे शिक्षार्थी तत्काल एक-साथ देख सकते हैं । यह केबल टी.वी. का छोटा रूप है । केबल टी.वी. उपग्रह के, माध्यम से होता है जबकि सी.सी.टी.वी. में स्थानीय स्तर पर तारों से स्टुडियो को अलग- अलग टी.वी. सेटों से जोड़ा जाता है । विकसित देशों में स्कूलों तथा कालेजों में शिक्षा की यह पद्धति काफी प्रचलित है । यह पद्धति सार्वजनिक स्थलों, जैसे कि रेलवे स्टेशनों, अस्पतालों, हवाई- अड्डों और बड़े होटलों में खूब इस्तेमाल की जाती है । शिक्षा के लिए यह पद्धति बहुत उपयोगी हो सकती है, जिसके अंतर्गत एक अध्यापक किसी कक्षा के अनेक वर्गों के बच्चों को एक साथ पढ़ा जा सकता है, किंतु इसमें भी आदान-प्रदान की सुविधा नहीं है और इसकी प्रकिया भी जटिल है ।

बोध प्रश्न-2

1. रिकार्डेड प्रसारण को सीधा प्रसारण से अधिक प्रभावी क्यों माना गया है?

   ....

   ....

2. डी.वी.डी. तकनीक की विशेषताओं और सीमाओं का उल्लेख कीजिए ।

   ....

   ....

3. सी.सी.टी.वी. का संक्षिप्त परिचय दीजिए।

   ....

   ....

13.5 शैक्षणिक टेलीविजन के नए आयाम

किसी भी मुक्त- शिक्षा संस्थान का मुख्य तकनीकी उद्देश्य है शिक्षा को अधिक से अधिक छात्र/छात्राओं तक पहुंचाना । इसलिए शिक्षा तकनीक के जानकार इस उद्देश्य को पूरा करने की नई-नई विधियां विकसित करने का प्रयास करते रहते हैं । यहां हम दो ऐसी विधियों की जानकारी दे रहे हैं जिनका उपयोग अभी हमारे देश के मुक्त शिक्षा संस्थाओं द्वारा नहीं किया गया है किंतु विकसित देशों में ये प्रणालियाँ बहुत उपयोगी रही हैं ।

13.5.1 टेलीटेक्स्ट

टेलीटेक्स्ट संचार की आधुनिक एवं नवीनतम प्रणाली है । यह कंप्यूटर के माध्यम से ही संभव हो पाई है । बी.बी.सी. (British Broadcasting Corporation) ने सन् 1977 में इस प्रणाली का प्रारम्भ किया था । उसने इस सेवा का नाम सीफेक्स

(Ceefax) रखा था । कालांतर में यह प्रणाली आई.टी.वी ने शुरू की । इस सेवा का नाम ओरोकल (Oracle) था । ये दोनों सेवाएं लोगों को अनेक सूचनाएं देती थीं । जैसे- शेयरों के भाव, मौसम संबंधी जानकारी एवं आम समाचार । इस प्रणाली द्वारा किसी भी पाठ्य सामग्री को आप टेलीविजन पर मनचाहे रूप में प्राप्त कर सकते हैं ।

प्रारंभ में टेलीटेक्स्ट प्रणाली का उपयोग टेलीविजन में, पत्र- पत्रिकाओं के शीर्षक उप शीर्षक आदि को प्रदर्शित करने के लिए किया जाता था, लेकिन आज यह प्रणाली वायुयानों की उड़ान का समय, रेलों के आवागमन आदि से संबंधित सूचनाएँ आदि प्रदर्शित करने के लिए व्यापक रूप से प्रयोग की जा रही है । इसके माध्यम से मौसम खेल, सिनेमा आदि से संबंधित समाचारों को प्रदर्शित करना एक आम बात हो गई है ।

टेलीटेक्स्ट (Teletext) संचार की एक उन्नत तकनीक है । इस तकनीक के अंतर्गत मुद्रित सामग्री डिजीटल संकेतों से टेलीविजन पर प्रेषित की जाती है । इसमें आप अपने टेलीविजन सेट को कम्प्यूटर टर्मिनल के रूप में इस्तेमाल कर सकते हैं ओर प्रेषित सामग्री को टेलीविजन पर पढ़ सकते हैं । टेलीटेक्स्ट बुनियादी तौर पर टेलीविजन तकनीक नहीं है लेकिन इसमें लिखित सामग्री प्राप्त करने के लिए टेलीविजन का इस्तेमाल किया जाता है । इसमें चित्र और ध्वनि नहीं केबल लिखित सामग्री और रेखाचित्र प्रेषित किए जा सकते हँ । शिक्षार्थी टेलीटेक्स्ट पर प्रेषित हो रही सामग्री में से अपनी रुचि की सामग्री चुनकर उसे अपने टेलीविजन के स्क्रीन पर पढ़ सकता है । भारत में यह सुविधा पहले से मौजूद है । दूरदर्शन पर यह सेवा 14 नवम्बर, 1985 को शुरु, हुई थी, परंतु शिक्षा के लिए इसका इस्तेमाल नहीं हुआ है । मौसम विभाग, रेलवे, हवाई अड्डों और व्यापारिक संस्थानों द्वारा इस टेक्नोलॉजी का व्यापक उपयोग किया जाता है ।

13.5.2 वीडियोटेक्स्ट

वीडियोटेक्स्ट (Videotext) अधिक विकसित तकनीक है जिसमें कोई ग्राहक या शिक्षार्थी एक मास्टर कम्प्यूटर के डाटाबेस से कोई भी जानकारी लेने के लिए अनुरोध कर सकता है । इस प्रकार यह दो-तरफा संचार व्यवस्था है । यह टेलीटेक्स्ट की तुलना में अधिक उपयोगी भी है और मंहगी भी । मौसम की जानकारी, मुख्य समाचार आदि के लिए टेलीटेक्स्ट का उपयोग होता है, जबकि अधिक विशिष्ट प्रकार की सूचनाओं के लिए वीडियोटेक्स्ट पद्धति अपनाई जाती है । वीडियोटेक्स्ट पद्धति में शिक्षार्थी अपनी आवश्यकता की सूचना माँग सकता है या प्रश्न कर सकता है । इस प्रणाली में घरों के टेलीविजन सेट कम्प्यूटर टर्मिनल की तरह काम में लाए जाते हैं जिससे आप कोई भी सूचना प्राप्त कर सकते हैं ।

वीडियोटेक्स्ट प्रणाली भी टेलीटेक्स्ट प्रणाली से मिलती- जुलती है । अंतर मात्र इतना है कि इसमें किसी सूचना को प्राप्त करने वाला व्यक्ति टेलीफोन के माध्यम से संपर्क स्थापित करता है । इस प्रणाली में सूचनाओं को टेलीविजन पर प्राप्त किया जा सकता है । सबसे पहले पाठ्य सामग्री को कंप्यूटर की स्मृति में संचित कर लिया जाता है । सूचना प्राप्त करने वाला व्यक्ति टेलीफोन द्वारा वीडियोटेक्स्ट केंद्र के डाटाबेस से संपर्क स्थापित करता है । फोन लाइन पर कंप्यूटर वांछित सूचना प्रसारित करता है । सूचना को डीकोडर द्वारा डीकोड करके टी.वी. स्क्रीन पर प्रदर्शित किया जाता है और वांछित सूचना प्राप्त हो जाती है । सूचना प्राप्त होने के बाद टेलीफोन का संपर्क अपने आप ही कट जाता है ।

वीडियोटेक्स्ट प्रणाली द्वारा आप कोई भी सामान्य सूचना प्राप्त कर सकते हैं । जैसे किसी सिनेमाघर में कौनसी फिल्म चल रही है, टी.वी. का कौन सा नया मॉडल बाजार में उपलब्ध है, कल मौसम कैसा रहेगा? ये समस्त सूचनाएं नई एवं ताजी होती है तथा कम्प्यूटर के डाटाबेस में संचित रहती है । टेलीटेक्स्ट एवं वीडियोटेक्स्ट प्रणाली के लिए जिन तकनीकों की आवश्यकता होती है, उनमें टी.वी. प्रसारण, कम्प्यूटर डाटाबेस, पाठ्य सामग्री का टी.वी. स्क्रीन पर प्रदर्शन, डीकोडर का निर्माण आदि प्रमुख हैं ।

13.5.3 टेली कॉन्फ्रेंस

आजकल कम्प्यूटर, टेलीविजन और फोन द्वारा संगोष्ठियां, सेमीनार, शिक्षण-प्रशिक्षण आयोजित करना विशेष रूप से प्रचलित हो रहा है । संगोष्ठी और सेमीनार में भाग लेने के लिए लोगों को एक शहर से दूसरे शहर में जाना पड़ता है । कम्प्यूटर नेटवर्क ने इस कार्य को बहुत सरल एवं सुगम बना दिया है । अब आपको दूरी तय करने की जरूरत नहीं है, आप घर बैठे ही टेली कॉन्फ्रेंस(Tele Conference) के द्वारा संगोष्ठी या सेमीनार में भाग ले सकते हैं ।

टेली कॉन्फ्रेंस का अर्थ है-दूरसंचार साधनों द्वारा दो या दो से अधिक स्थानों पर अधिक व्यक्तियों का आपस में विचार-विमर्श करना । टेली कॉन्फ्रेंस भी तीन प्रकार की होती है - ऑडियो कॉन्फ्रेंस, 2 वीडियो कॉन्फ्रेंस और 3 कंप्यूटर कॉन्फ्रेंस । ऑडियो कॉन्फ्रेंस में व्यक्ति एक-दूसरे से बात तो कर सकते हैं, लेकिन एक-दूसरे को देख नहीं सकते। वीडियो कॉन्फ्रेंस में लोग एक-दूसरे को भी देख सकते हैं तथा आपस में बात भी कर सकते हैं । कम्प्यूटर कॉन्फ्रेंस में अलग अलग स्थानों पर बैठे व्यक्ति कम्प्यूटर को प्रयोग में लाकर सूचनाओं का आदान-प्रदान कर सकते हैं । इंदिरा गाँधी मुक्त विश्वविद्यालय, नई दिल्ली टेली कॉन्फ्रेंस के माध्यम से अपने विभिन्न शैक्षणिक केन्द्रों को आपस में जोड़कर शिक्षार्थियों को शिक्षा प्रदान कर रही है । इस प्रणाली

द्वारा समय, धन और उर्जा तीनों की बचत होती है और शिक्षार्थी विषय विशेषज्ञों से अपने प्रश्नों का उत्तर भी प्राप्त कर लेता है ।

13.6 शैक्षणिक प्रसारण : भावी संभावनाएं

भारत में शिक्षा प्रसार की आवश्यकता और टेलीविजन चैनलों तथा टेलीविजन के दर्शकों मे संख्या में हो रही वृद्धि स्पष्ट संकेत करती है कि भारत में औपचारिक और मुक्त दोनों तरह की शिक्षा में टेलीविजन प्रसारण की भूमिका निश्चित रूप से बढ़ेगी । किंतु हमारी शिक्षण संस्थाएं और शिक्षार्थी शैक्षणिक टेलीविजन की क्षमता का पूरा लाभ उठाने में अभी तक असफल रहे हैं । वास्तव में हमारी परंपरागत मानसिकता अब भी लिखित और मुद्रित शब्द को शिक्षा मानती है । इस मानसिकता को बदलने की जरुरत है । अभी तक हमारे देश में टेलीविजन को मनोरंजन और सूचना का माध्यम ही माना जाता है उसे शिक्षा से नहीं जोड़ा गया है । जब तक शिक्षा और टेलीविजन एक-दूसरे से नहीं जुडते तब तक टेलीविजन शिक्षा प्रसार का प्रभावकारी माध्यम नहीं बन पाएगा । इस दिशा में कुछ पहलुओं पर विशेष ध्यान देने की आवश्यकता है । ये पहलू हैं- शोध, प्रशिक्षण, सॉफ्टवेयर, मल्टी मीडिया की पाठ्य सामग्री ओर निजी टी.वी. चैनल ।

13.6.1 शोध

शोध, शैक्षणिक टेलीविजन का सबसे उपेक्षित पहलू है । हमारे देश में शिक्षा को टेलीविजन पर आधारित बनाने की विधियाँ विकसित करने के लिए समन्वित ढंग से शोध या अध्ययन नहीं हुए हैं । शिक्षा के नीतिकारों और योजनाकारों को जनसंचार के विशेषज्ञों के साथ बैठकर टेलीविजन को शिक्षा का गंभीर और प्रमाणिक माध्यम बनाने के ठोस उपायों पर विचार करना चाहिए । वास्तव में शिक्षा विभाग तथा सूचना और प्रसारण विभाग अलग-अलग दिशाओं में चलते हैं और समन्वित रणनीति विकसित करने के लिए समुचित शोध पर बहुत कम ध्यान दिया जाता है । शोध से हमें बेहतर, रोचक और ज्ञानपरक टेलीविजन कार्यक्रम तैयार करने के दिशा-निर्देश विकसित करने में भी मदद मिलेगी ।

13.6.2 प्रशिक्षण

टेलीविजन को शिक्षा के कारगर माध्यम के रूप में कैसे इस्तेमाल किया जाए, इस बारे में समुचित' प्रशिक्षण का भी हमारे देश में अभाव रहा है । शैक्षणिक उद्देश्यो के लिए टेलीविजन कार्यक्रम तैयार करना सामान्य कार्यक्रम तैयार करने से एकदम अलग होता है । इसके लिए शिक्षार्थी की अपेक्षाओं, ज्ञान के स्तर और मनोविज्ञान की समझ होना आवश्यक हैं इसलिए शिक्षा और टेलीविजन दोनों विधाओं के कर्मचारियों तथा विशेषज्ञों को उचित प्रशिक्षण देने की आवश्यकता है । मुक्त शिक्षा से जुड़े अध्यापकों तथा अन्य कर्मियों को टेलीविजन माध्यम की जानकारी दी जानी चाहिए ताकि वे बेहतर शैक्षणिक टी.वी. कार्यक्रम बनाने में सक्षम हो सके ।

13.6.3 सॉफ्टवेयर

हालांकि भारत सूचना में अग्रणी राष्ट्र माना जाता है लेकिन इस तथ्य से इंकार नहीं किया जा सकता कि हमारे यहाँ सॉफ्टवेयर की बजाय हार्डवेयर पर अधिक ध्यान दिया जाता है । शिक्षा के क्षेत्र में सॉफ्टवेयर तैयार करना और भी बड़ी चुनौती है । हमें ऐसे शैक्षणिक सॉफ्टवेयर की जरुरत है जो कम लागत के हों और भारतीय मूल्यों, संस्कारों एवं परिस्थितियों के अनुरूप हों । जिस गति से विश्व में संचार तकनीकी बदल रही है हम उस गति से नए साफ्टवेयर विकसित नहीं कर पा रहे हैं । साफ्टवेयर के विकास पर अधिक ध्यान और धन लगाकर शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण को और उपयोगी बनाया जा सकता है ।

13.6.4 मल्टी मीडिया पाठ्य सामग्री

मुक्त शिक्षा अब नए युग में प्रवेश कर रही है । इसलिए हम अब केबल मुद्रित सामग्री के जरिए शिक्षा देने की परंपरागत प्रणाली तक सीमित नहीं रह सकते । कम्प्यूटर आधारित शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण के माध्यम से हम शिक्षा की मल्टी मीडिया और इंटरेक्टिव प्रणाली का उपयोग कर सकते हैं । इसमें मुद्रित सामग्री और संपर्क कक्षाओं के अलावा, श्रव्य और दृश्य रूप में पाठ्य सामग्री उपलब्ध कराई जाती है । साथ ही शिक्षा तभी पूरी होती है जब उसमें आदान-प्रदान संभव हो । इस तरह की नई टेक्नोलॉजी तो विकसित हो रही है किंतु उसे शिक्षा के क्षेत्र में लागू नही किया जा रहा है । शिक्षा शास्त्रियों को इस पक्ष पर समुचित ध्यान देना चाहिए । हमारे मुक्त विश्वविद्यालयों में मल्टी मीडिया पाठ्य सामग्री का अभाव है, वहां आज भी मुद्रित सामग्री शिक्षार्थियों को भेजी जा रही है ।

13.7 निजी टेलीविजन चैनल

जनसंचार माध्यम के रूप में टेलीविजन के तीन प्रमुख लक्ष्य हैं-मनोरंजन, सूचना और शिक्षा। लेकिन जैसा कि आपने अभी जाना हमारे देश में टेलीविजन अभी तक शिक्षा से अपना नाता नही जोड़ पाया है । हालांकि एक उद्देश्य के रूप में शिक्षा से अभिप्राय औपचारिक शिक्षा नहीं बल्कि चेतना और जागृति लाना है, लेकिन औपचारिक शिक्षा भी उसका एक अंग है । दुःख की बात यह है कि इस समय अधिकांश निजी टी.वी. चैनल शिक्षा तो दूर, सूचना देने के अपने कर्तव्य से भी विमुख हो रहे है । इस स्थिति को बदलने की जरुरत है और दूरदर्शन की तरह निजी चैनलों को शिक्षार्थियों की बढ़ती संख्या को देखते हु ए शैक्षणिक कार्यक्र्मों का भी प्रसारण करना चाहिए । यह कार्यक्रम क्षेत्रीय भाषाओं के चैनल बेहतर ढंग से कर सकते हैं । इससे उनके दर्शकों की संख्या बढेगी और उनकी छवि की आवश्यकता है जिससे भारतीय शिक्षा प्रणाली का चेहरा ही बदल जाएगा । सन् 2020 तक विश्व शक्ति बनने का जो सपना हमने देखा है, वह शिक्षा में क्रांति के बिना पूरा नही हो पाएगा । इस उद्देश्य की प्राप्ति के लिए मुद्रित श्रव्य और दृश्य सभी माध्यमों से शिक्षा का प्रसार करने की जरुरत है ।

13.8 सारांश

इस इकाई में शिक्षा के सशक्त माध्यम के रूप में टेलीविजन की क्षमताओं और उपयोगिताओं की चर्चा की गई । हमने आपको बताया कि स्कूलों एवं कालेजों के माध्यम से दी जाने वाली औपचारिक शिक्षा में टेलीविजन सहायक भूमिका निभा सकता है और मुक्त शिक्षा के प्रसार में इसका महत्वपूर्ण स्थान है । आपको भारत में शैक्षणिक टेलीविजन के इतिहास और मौजूदा स्थिति से अवगत कराया गया । हमने बताया कि टेलीविजन सीधे प्रसारण (लाइव), रिकार्डेड कार्यक्रम ओर सी.सी.टी.वी. के जरिए शिक्षार्थियों तक पाठ्य सामग्री पहुंचाता है, लेकिन टेलीविजन की कुछ सीमाएँ भी हैं । शैक्षणिक टेलीविजन के विभिन्न आयामों की चर्चा करते हुए यह भी बताया गया है कि शोध, प्रशिक्षण तथा अन्य उपायों से भारत में शैक्षणिक टेलीविजन को अधिक सार्थक, उपयोगी और इंटरेक्टिव बनाया जाना चाहिए।

13.9 संदर्भ ग्रंथ

1. Asmer Blan - Directing Television and films, Wadsworth Publishing Company, California, USA (1986)
2. Paul Neurath, - School Television in India; All India Radio (1968)
3. Rowntree Derek - Teaching Through Self Instruction; London (1986)
4. Thomas R Murray - Educational Radio and Television; Pergman Press (1987)
5. Namedia - Indian Television: Today and Tomorrow.

13.10 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. भारत में शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण के इतिहास पर एक निबंध लिखिए ।
2. शिक्षा के प्रसार में टेलीविजन प्रसारण की विशेषताओं और सीमाओं पर प्रकाश डालिए ।
3. शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण के प्रकारों का परिचय दीजिए ।
4. टेलीविजन को शिक्षा प्रसार का प्रभावी माध्यम बनाने के लिए किन पहलुओं पर ध्यान देना जरुरी है । विस्तार से लिखिए ।
5. हमारे देश में शिक्षा अभी तक टी.वी. चैनलों की प्राथमिकता नहीं बन पायी । इसकी समीक्षा कीजिए ।
6. भारत में शैक्षणिक टेलीविजन प्रसारण की भावी संभावनाओं का विश्लेषण कीजिए ।
7. इंदिरा गाँधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय के ज्ञान दर्शन चैनल का विस्तृत परिचय दीजिए।
8. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए: -

   (i) टेलीटेक्स्ट (ii) डी.वी.डी

   (iii) साइट (iv) उच्च शिक्षा टेलीविजन परियोजना

(v) इंटरेक्टिव टेलीविजन प्रसारण (vi) टेली कॉन्फ्रेंस

इकाई- 14

केबल टेलीविजन एवं निजी टी.वी. चैनलों का विकास

इकाई का रूपरेखा

14.0 उद्देश्य

14.1 प्रस्तावना

14.2 भारत में टेलीविजन का विकास

14.2.1 दूरदर्शन का प्रगतिकाल

14.3 केबल टेलीविजन

14.4 उपग्रह टी.वी. चैनलों की पूर्व पीठिका

14.5 भारत में निजी टी.वी. चैनलों का प्रवेश

14.5.1 प्रमुख निजी टी.वी. चैनल

14.5.2 स्टार टी.वी.

14.5.3 जी टी.वी.

14.5.4 एन.डी.टी.वी.

14.5.5 आज तक (इंडिया टुडे समूह)

14.5.6 सहारा समय टी.वी.

14.5.7 इंडिया टी.वी.

14.5.8 जनमत टी.वी.

14.5.9 सी.एन.एन. - आई.बी.एन-7 टी.वी.

14.5.10 इनाडू टी.वी.

14.5.11 सन टी.वी.

14.5.12 सोनी टी.वी.

14.5.13 एम. टी.वी.

14.6 निजी टी.वी. चैनलों की महत्वपूर्ण तिथियां

14.7 प्रमुख स्टिंग ऑपरेशन

14.8 निजी टी.वी. चैनलों का दूरदर्शन पर प्रभाव

14.9 निजी टी.वी. चैनल और सामाजिक सरोकार

14.10 सारांश

14.11 संदर्भ ग्रंथ

14.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

14.0 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन करने के बाद आप:-

- भारत में टेलीविजन के विकास की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे ।
- केबल टेलीविजन के आरंभ और उपग्रह चैनलों के विकास में केबल टेलीविजन की भूमिका को समझ सकेंगे ।
- निजी उपग्रह चैनलों के भारत में प्रवेश और उनके विस्तार का विवरण प्राप्त कर सकेंगे।
- निजी टी.वी. चैनलों के विस्तार और प्रगति की फलस्वरूप दूरदर्शन की कार्य पद्धति पर पड़ने वाले प्रभाव की जानकारी हासिल कर सकेंगे ।
- निजी टेलीविजन चैनलों के सकारात्मक और नकारात्मक प्रभावों से परिचित हो सकेंगे।
- स्टिंग ऑपरेशन की अवधारणा एवं स्वरूप को समझ सकेंगे । भारत के प्रमुख स्टिंग ऑपरेशन से परिचित हो सकेंगे ।
- दर्शकों में अधिक से अधिक लोकप्रियता हासिल करने के लिए टी.वी. चैनलों में अनुचित और अस्वस्थ प्रतिस्पर्धा का विवरण प्राप्त कर सकेंगे ।

14.1 प्रस्तावना

आप किसी को यदि यह कहते सुनते हैं कि वह टेलीविजन नहीं देखता या देखती तो विश्वास करना कठिन हो जाता है । कारण यह है कि भूमंडलीकरण और उपभोक्तावाद के इस दौर में टेलीविजन और सूचना तकनीकी के दूसरे अंग इतनी प्रभावशाली भूमिका प्राप्त कर चुके हैं कि चाहते हुए भी उनसे दूर और अछूता रह पाना बहुत मुश्किल है । टेलीविजन असल में मनोरंजन का सबसे अधिक सुलभ और सरल साधन बन गया है । सी.डी., डी.वी.डी आदि के माध्यम से फिल्में देखना हो, संगीत सुनना-देखना हो या अपने परिवार या अन्य दोस्तों, रिश्तेदारों के सुख-दुःख की गवाह मूवी तस्वीरें देखनी हों, ये सभी शौक टेलीविजन सेट या कम्प्यूटर मॉनिटर के जरिए ही पूरे हो सकते है । देश-दुनिया में घट रही घटनाओं-बाढ़, तूफान, भूचाल, दंगा-फसाद, कत्ल, बलात्कार, सरकारों का गिरना, राजनीतिक उठापटक जैसी लोमहर्षक और. डर, प्रेम एवं करुणा जगाने वाली घटनाओं को आप घर बैठे देख सकते हैं । दूसरी ओर आनन्द और उत्साह जगाने वाले कार्यक्रम जैसे कि संगीत समारोह, खेल प्रतियोगिताएं, सम्मेलन-सभाएं, फैशन शो, फिल्मी पुरस्कार, स्वाधीनता दिवस और गणतंत्र दिवस जैसे राष्ट्रीय आयोजन, दीपावली, दशहरा, ईद जैसे पर्व तथा कुंभ मेले ओर धार्मिक आयोजन सभी टेलीविजन के पर्दे पर प्रत्यक्ष और साकार देखे जा सकते हैं । इससे भी आगे सभी टेलीविजन के पर्दे पर प्रत्यक्ष और साकार देखे जा सकते हैं । इससे भी आगे बढ़कर शिक्षा के प्रसार में टेलीविजन बहुत उपयोगी सिद्ध हो रहा है । भारत में तो उपग्रह चैनलों के अस्तित्व में आने से काफी पहले सन् 1975-76 में ही अमरीकी अंतरिक्ष संस्था 'नासा' के प्राप्त उपग्रह संदेशों के जरिए गांवों में शिक्षा के प्रसार का प्रयोग 'साइट' लागू कर लिया गया था । दूरस्थ शिक्षा या पत्राचार शिक्षा में टेलीविजन का भरपूर उपयोग किया जा रहा है । 'ज्ञान दर्शन' नाम का अलग टी.वी. चैनल केबल उच्च शिक्षा के प्रसार को समर्पित है ।

यह संयोग ही है कि भारत में उपग्रह चैनलों का पहला परिचय और जनसंचार माध्यमों को सरकारी नियंत्रण से छूट देने की सुगबुगाहट लगभग एक साथ हुई । सन् 1991 में खाड़ी युद्ध का सी.एन.एन. द्वारा केबल के जरिए सीधे प्रसारण और उसी वर्ष उदारीकरण की नीति की घोषणा के बाद उपग्रह टी.वी. चैनलों की तरफ संचारकर्मियों और देश के बुद्धिजीवियों का ध्यान गया । धीरे- धीरे निजी टी.वी. चैनल भारतीय मध्यमवर्ग और बाद में सभी वर्गों के जीवन का अंग बनते गए और हमारी सोच एवं आचरण को प्रभावित करने लगे । शुरु में अधिकांश निजी चैनल हिंदी या अंग्रेजी में प्रसारण करते थे लेकिन क्रमश: सभी प्रमुख क्षेत्रीय भाषाओं में भी समाचार और मनोरंजन के चैनल अस्तित्व में आ गए । 24 घंटे के समाचार चैनलों का शुरु होना भारत के टेलीविजन इतिहास की बहुत बडी घटना थी । इससे भारतीय जनमानस पर टी.वी. के वर्चस्व की पक्की मोहर लग गई । कुछ वर्ष बाद ही निजी चैनल विज्ञापन पाने की होड़ में अपने रास्तें से ऐसा भटकने लगे कि समाचार चैनलों से मोहभंग होने लगा और आज स्थिति यह हो गई है कि इन चैनलों पर अंकुश लगाने की मांग उठने लगी है । निजी चैनलों के उत्थान-पतन की यह कहानी सचमुच बड़ी दिलचस्प है ।

14.2 भारत में टेलीविजन का विकास

भारत में टेलीविजन का मौजूदा दृश्य बहुत उत्साह जगाता है और कहा जा सकता है कि दूरदर्शन सहित विभिन्न टी.वी. संगठनों, टेलीविजन चैनलों और दर्शकों की बढ़ती संख्या भारत को इस क्षेत्र में विकसित देशों के समकक्ष ला खड़ा करती है, किंतु लगभग 50 साल का विकास का यह सफर हमेशा अच्छा नहीं रहा । पहली बात तो यह है कि जहां पश्चिम जगत में रेडियों और टेलीविजन के आगमन के समय में बहुत ज्यादा अंतर नहीं रहा, वहां भारत में रेडियो और टेलीविजन के आगमन और प्रगति में काफी अंतर रहा । यहां रेडियो की शुरुआत आजादी से 21 साल पहले सन् 1926 में हो गई थी, लेकिन इसका वास्तविक विकास और विस्तार आजादी के बाद हुआ । जिस समय पश्चिम में टेलीविजन अपने पंख फैला रहा था उस समय हमारे यहां रेडियो की उपयोगिता को समझते हुए उसे देश के कोने-कोने में पहुंचाने और उसका स्तर ऊंचा उठाने के प्रयास किए जा रहे थे । टेलीविजन की शुरुआत स्वतंत्रता के पूरे बारह वर्ष बाद 15 सितंबर, 1959 को दिल्ली में हुई । देरी से हुई इस शुरुआत के बाद भी सरकार को इसके विकास की कोई चिंता नहीं रही और 13 साल तक इसका प्रसारण राजधानी दिल्ली और उसके आसपास के क्षेत्रों तक सीमित रहा । सन् 1972 में दूसरा केन्द्र मुम्बई में खुला और सन् 1975 तक कुछ और केन्द्र खुल गए । तब तक टेलीविजन आकाशवाणी की ही एक इकाई के रूप में काम करता रहा और सन् 1976 में इसे अपना अलग मुख्यालय और नाम 'दूरदर्शन' मिला । अगले 15-20 साल तक भारतीय आकाश पर दूरदर्शन का ही आधिपत्य छाया रहा ।

14.2.1 दूरदर्शन का प्रगतिकाल

दूरदर्शन या यों कहें भारत में टेलीविजन के विस्तार और विकास की दिशा में वास्तविक प्रगति सन् 1982 में हुई जब यह ब्लैक एंड व्हाइट से रंगीन बन गया और राष्ट्रीय कार्यक्रम की शुरुआत हुई । इसलिए सन् 1982 को भारतीय टेलीविजन

के विकास का महत्वपूर्ण वर्ष माना जाता है । उसी दौरान इनसेट- 1 ए अंतरिक्ष में छोड़ा गया । उसमें खराबी आ जाने पर अगले साल इनसेट- 1 बी छोड़ा गया । इसके साथ ही दूरदर्शन के नए केन्द्र खोलने और ट्रांसमीटर लगाने का अनोखा अभियान चलाया गया । जिसके तहत लगभग हर रोज एक नया ट्रांसमीटर लगाया जाता था । इसी का परिणाम है कि लगभग 79 प्रतिशत क्षेत्र और 91 प्रतिशत आबादी तक दूरदर्शन की पहुंच गई ।'हम लोग', 'बुनियाद' 'रामायण' और 'महाभारत' जैसे गंभीर मनोरंजन धारावाहिकों, राष्ट्रीय समाचारों तथा विभिन्न आयोजनों के लाइव प्रसारण ने " प्रसारण की लोकप्रियता को आसमान पर पहुंचा दिया और रेडियो की लोकप्रियता घटने लगी । डी.डी मेट्रो, डी.डी स्पोर्टस, डी.डी न्यूज, डी.डी भारती, डी.डी इंडिया, डी.डी उर्दू जैसे नए-नए चैनल खुलते गए और क्षेत्रीय भाषाओं में अलग से 11 उपग्रह चैनल शुरु किए गए । प्रसार भारती निगम बनाकर दूरदर्शन को स्वायत्तता देने की कवायद हुई किंतु विभिन्न सरकारों कीढुलमुल नीति के कारण दूरदर्शन पर अभी तक सरकारी अंकुश बना हुआ है ।

1991 में उदारीकरण की नीति का ऐलान हुआ और उसी दौरान अमरीकी उपग्रह चैनल सी.एन.एन. ने केबल नेटवर्क के जरिए खाड़ी युद्ध के दृश्य भारत में साक्षात टी.वी. पर दिखाए तो खुली संचार तरंगों की कामना कर रहे भारतवासियों में उपग्रह चैनलों के प्रति आकर्षण पैदा हुआ ।

14.3 केबल टेलीविजन

आपने जाना कि सन् 1991 में खाड़ी युद्ध के दृश्यों को सी.एन.एन. द्वारा टी.वी. के पर्दे पर साक्षात प्रस्तुत करने के बाद उपग्रह चैनलों की तरफ लोगों का ध्यान गया । सी.एन.एन. का यह प्रसारण भारत में पहले से काम कर रहे केबल नेटवर्क के जरिए किया गया । यह जानना बड़ा दिलचस्प होगा कि केबल नेटवर्क की शुरूआत वास्तव में उपग्रह चैनलों के प्रसारण के लिए नहीं बल्कि स्थानीय स्तर पर आस-पास के घरों में फीचर फिल्में या संगीत एलबम दिखाने के लिए हुई थी । उपग्रह टेलीविजन के आगमन से कई वर्ष पहले देश के कस्बों और शहरों में जगह-जगह केबल से वी.सी.आर. चलाकर अपने आस-पास के घरों में तार लगाकर फिल्में दिखाने वाले केबल ऑपरेटरो की दुकानें खुल चुकी थी । इससे पहले लोग वीडियो पार्लर से वी.सी प्लेयर और वीडियो कैसेट किराए पर लेकर अपने घरों पर फिल्में देखते थे । इसी को सामुदायिक रूप देते हुए कुछ उद्यमी लोगों ने घरों मेंतार पहुंचाकर उनके टेलीविजन पर पुरानी फिल्में या नई नकल (पायरेट) की गई फिल्मों के कैसेट अपनी दुकान पर कैसेट प्लेयर में चलाकर एक-साथ पूरे मोहल्ले में फिल्में दिखाने लगे । इसके लिए वे ग्राहकों से निश्चित मासिक किराया लेते थे । इस उद्योग से अनेक बेरोजगार युवकों को काम मिला और मनोरंजन की नई तकनीक अस्तित्व में आ गई । सन् 1984 में इन केबल ऑपरेटरो की संख्या लगभग 100 थी जो सन् 1990 तक बढ़कर करीब 60,000 हो गई । केबल ऑपरेटरों का यही जाल निजी उपग्रह चैनलों के प्रसारण का आधार बन गया । केबल टेलीविजन प्रणाली बड़ी तेजी

से विकसित हुई किंतु यह सारा तामझाम गैर-कानूनी था और इसके नियमन एवं नियंत्रण करने वाला कोई नहीं था । सन् 1990 के दशक में केबल ऑपरेटरों की गतिविधियां तो खूब बढ़ीं लेकिन उनकी देखरेख के लिए कोई कानूनी प्रावधान नहीं थे । केबल ऑपरेटर मनमर्जी से घरों, पेड़ों और खंबों से तार लटकाकर अपना काम चलाते थे । सन् 1994 में जब केबल प्रणाली के जरिए बड़े-बड़े चैनलों के कार्यक्रम प्रसारित होने लगे तो सरकार को सुध आई और इस बारे में कानून 'केबल टेलीविजन (नेटवर्क) रेग्युलेशन आर्डिनेंस' बनाया गया ।

भारत में प्रमुख केबल कंपनियां हैं- सिटी केबल, इन केबल, आर.पी.जी. नेटकाम, हैथवे केबल ऑरटेल । इसके अतिरिक्त देश में छोटी-बड़ी केबल कंपनियां हैं । इनमें भोपाल और जयपुर में भास्कर टी.वी, इंदौर के ओ.टी.जी समूह और भोपाल के राज टी.वी समूह उल्लेखनीय है। केबल ऑपरेटरों की कमाई के तीन प्रमुख साधन हैं- पहला इंस्टॉलेशन फीस, दूसरा मासिक केबल किराया और तीसरा विज्ञापन । केबल टी.वी के विस्तार के साथ-साथ केबल ऑपरेटरों की आय में भी वृद्धि हो रही है ।

डायरेक्ट टू होम- सन् 1997 में स्टार टीवी ने भारत में एक विज्ञापन के द्वारा देश भर में डी.टी.एच. सेवा में इस्तेमाल किए जाने वाले डिश और सेट टॉप बॉक्स बेचने के लिए डीलर मांगे थे । केंद्र सरकार ने तुरंत आदेश जारी कर के यू.बैंड पर देश में प्रसारण करने पर रोक लगा दी । सन् 2001 में सरकार ने पुन: डी.टी.एच. प्रसारण की अनुमति दे दी । सबसे पहले दूरदर्शन ने डी.डी. डायरेक्ट प्लस नामक अपनी डी.टी.एच. सेवा शुरू की । उसके बाद जी टेलीविजन ने डिश टीवी और फिर टाटा समूह ने स्टार के साथ टाटा स्काई नाम से डी.टी.एच. सेवा प्रारम्भ की । सरकार ने डी.टी.एच. सेवा की अनुमति अनेक शर्तों के साथ दी ।

14.4 उपग्रह टी.वी. चैनलों की पूर्व पीठिका

आप पढ़ चुके हैं कि 1990 तक दूरदर्शन अपनी लोकप्रियता की चरम अवस्था प्राप्त कर चुका था । किन्तु उस पर अक्सर यह आरोप लगता था कि वो समाचार और विचार के स्तर पर सत्ताधारी वर्ग या दल के प्रति पक्षपात करता है । इसके कार्यक्रमों में विपक्षी या विरोधी मत को पर्याप्त स्थान नहीं मिलता था । सन् 1975-77 में आपातकाल के दौरान आकाशवाणी के दुरूपयोग के बाद आकाशवाणी और दूरदर्शन को स्वायत्तता देने या निजी प्रसारकों को अवसर देने की मांग जोर पकड़ रही थी । इस संदर्भ में अक्सर बी.बी.सी. की मिसाल दी जाती थी । इस बीच सी.एन.एन. के रूप में उपग्रह टेलीविजन तकनीकी की व्यापकता और प्रभाव क्षमता उभरकर सामने आई । नए विकल्पों की इच्छा और उपग्रह टेलीविजन के रूप में नई संभावनाओं की उपस्थिति ने उपग्रह चैनलों के प्रवेश की भूमिका तैयार कर दी ।

तकनीकी दृष्टि से इन्सेट श्रेणी के उपग्रहों के अंतरिक्ष में भेजने से टी.वी. सिग्नल उपलब्ध होने की संभावना और उपग्रह चैनलों के सिग्नलों को दर्शकों तक पहुंचाने के लिए केबल ऑपरेटरों के बढ़ते तंत्र ने उपग्रह चैनलों के प्रवेश का रास्ता आसान बना दिया । पहले विदेशी

प्रसारण संगठनों और बाद में स्वदेशी संगठनों ने उदारीकरण के बाद विस्तृत होते मध्यम वर्ग और उनकी बढ़ती क्रय शक्ति का लाभ उठाकर अपनी गतिविधियों का विस्तार किया ।

बोध प्रश्न- 1

1. सन् 1990 से पहले तक के भारतीय टेलीविजन के परिदृश्य का परिचय दीजिए ।

   ....

   ....

2. भारत में केबल टेलीविजन कैसे अस्तित्व में आया?

   ....

   ....

3. उपग्रह चैनलों के भारत प्रवेश के लिए कौन सी घटना प्रेरक बनी और क्यों?

   ....

   ....

14.5 भारत में निजी टी.वी चैनलों का प्रवेश

आपने जाना कि सन् 1990 के दशक के प्रारंभ तक उपग्रह चैनलों के भारत में प्रवेश की परिस्थितियाँ बन चुकी थीं । दर्शकों को दूरदर्शन के साथ-साथ अन्य विकल्पों की आवश्यकता थी और सी.एन.एन. ने उपग्रह टी.वी. प्रसारण का जलवा दिखाकर भारतीय दर्शकों की आकांक्षाएं बढ़ा दीं । उपग्रह चैनलों को घरों तक पहुंचाने वाला केबल टेलीविजन भी अब तक भारतीय दर्शकों में अपनी विश्वसनीयता बना चुका था । ऐसे में एशियाई केंद्रों में अपनी सक्रियता बढ़ाने वाले अमरीकी प्रसारण संगठन स्टार टी.वी. ने सन् 1991 में ही भारत में उपग्रह टी.वी. प्रसारण की घंटी बजा दी । यह प्रसारण चीन के उपग्रह एशियासेट- 1 के जरिए हुआ । स्टार टी.वी. ने एशिया के 38 देशों में 24 घंटे चलने वाले पांच चैनलों का प्रसारण शुरू कर दिया । हिंदी में कार्यक्रम देने वाला एक मनोरंजन चैनल भी केबल टेलीविजन प्रणाली के जरिए प्रसारित होने लगा । स्टार टी.वी. का मुख्यालय हांगकांग में था । उपग्रह चैनलों के प्रसारण को अधिक से अधिक दर्शकों तक पहुंचाने के लिए केबल ऑपरेटरों ने बड़ेबड़े उपग्रह डिश लगाए और दर्शकों को मनोरंजन का नया विकल्प प्रस्तुत कर दिया । इसके तत्काल बाद जी टी.वी. देश के टेलीविजन परिदृश्य पर अवतरित हुआ और उसने कई चैनल शुरू किए । दूरदर्शन के एकाधिकार और वर्चस्व को असली झटका जी टी.वी. के पदार्पण से लगा । इसका कारण यह था कि इसने अपने प्रसारण हिंदी में किए । जी टी.वी. के अतमन से भारत में, विशेषकर उत्तर भारत में टेलीविजन प्रसारण का स्वरूप तेजी से बदलने लगा । इसका मुख्यालय मुम्बई में था । जी टी.वी. ने स्तर टी.वी. के साथ हांगकांग से ट्रांसपोंडर इस्तेमाल करने के लिए पांच साल का समझौता किया जिसके लिए बड़ी रकम चुकाई गई । इसके बाद सोनी टी.वी. ने अपने चैनल खोले।

धीरे- धीरे एशियानेट, इनाडू, सन् टी.वी. सहारा तथा अन्य कई संगठन टी.वी. प्रसारण के क्षेत्र में उतर आए और सन् 1990 के दशक के अंत तक 40 से अधिक चैनल अस्तित्व में आ चुके थे । इन मनोरंजन चैनलों का जाल अभी फैल ही रहा था कि कई गंभीर किस्म के चैनल

भी अस्तित्व में आ गए । इनमें सबसे प्रमुख स्थान समाचार चैनलों का रहा । शुरू में निजी टी.वी. चैनलों को समाचार प्रसारित करने की अनुमति नहीं थी । 'आज तक' और 'एन.डी.टी.वी'. दूरदर्शन के चैनलों से अपने दैनिक और साप्ताहिक समाचार बुलेटिन प्रसारित करते थे, जिनको पहले दूरदर्शन के समाचार संपादक प्रिव्यू करते थे । बाद में अंग्रेजी और हिंदी में समाचार प्रसारित करने के लिए अलग से चैनल शुरू हो गए । 24 घंटे के ये चैनल अन्य भारतीय भाषाओं में भी समाचार एवं विचार प्रसारित करने लगे । स्टार, जी टी.वी., आज तक, एन.डी.टी.वी, टी.वी. इंडिया, सहारा समय, जैसे राष्ट्रीय चैनलों के अलावा बड़ी संख्या में भाषायी तथा स्थानीय चैनल भी समाचार प्रसारित करते हैं । इस समय लगभग 100 से अधिक समाचार चैनल चल रहे हैं । इनके अलावा कई देशी- विदेशी फिल्म चैनल, फैशन चैनल, संगीत चैनल, खेल चैनल और यहां तक कि धार्मिक चैनल भी अधिक से अधिक दर्शक एवं विज्ञापन अपनी ओर खींचने की दौड़ में शामिल हो रहे हैं । पिछले कुछ वर्षो से आर्थिक चैनल भी लोकप्रियता की दौड़ में शामिल हो गए हैं । इन चैनलों पर निवेश, शेयर बाजार, कर, उद्योग, व्यापार, कृषि, आयात-निर्यात तथा बजट जैसे विषयों पर खबरें, चर्चाएं, भेंट वार्ताएं और दर्शकों की समस्याओं के समाधान जैसे रोचक और लोकप्रिय कार्यक्रम दिए जाते हैं । यह बता पाना कठिन होगा कि कुल कितने निजी चैनल देश में चल रहे हैं क्योंकि आए दिन नए-नए चैनलों के खुलने का सिलसिला लगातार जारी है ।

केबल ऑपरेटरों की बढ़ती हुई भूमिका के मद्देनजर उनकी गतिविधियों के नियमन के लिए सन् 1994 में केबल नियमन कानून बनाया गया ताकि केबल ऑपरेटर निजी चैनलों के प्रसारणों को दर्शकों तक पहुंचाने के काम में लोगों का शोषण न कर पाएं और इस उद्योग को नियमित और प्रोफेशनल रूप दिया जा सके । यह कानून इस तथ्य की स्वीकृति का भी सूचक था कि निजी उपग्रह चैनल या केबल टी.वी. प्रणाली की भारत में जड़ें जम चुकी हैं । कानून के तहत केबल ऑपरेटरों द्वारा उपभोक्ताओं से ली जाने वाली फीस पर सीमा लगा दी गई और उनके लिए पंजीकरण कराना अनिवार्य कर दिया गया । उनके लिए दूरदर्शन के 2 चैनल दिखाना आवश्यक कर दिया गया । कई बड़े ऑपरेटर भी मैदान में उतर आए और इस तरह निजी चैनलों के विस्तार के साथ-साथ केबल टेलीविजन उद्योग भी फलने-फूलने लगा । बाद में कुछ चैनल पे-चैनल बन गए और कुछ फ्री चैनल । यहां यह बात ध्यान देने योग्य है कि निजी उपग्रह चैनलों के प्रसारण करने वाली केबल प्रणाली भी निजी उद्यमियों द्वारा ही विकसित और संचालित की जा रही है । अब केबल ऑपरेटर दूरदर्शन के उपग्रह चैनलों का भी प्रेषण करते हैं ।

14.5.1 प्रमुख निजी टेलीविजन चैनल

जिन प्रसारण संगठनों ने प्रारंभिक स्तर पर भारत में निजी उपग्रह टेलीविजन शुरू करने और उसे विश्वसनीयता देने में उल्लेखनीय भूमिका निभाई है, उनके बारे में कुछ जानकारी प्राप्त करना आवश्यक है । इन चैनलों ने उस समय आगे बढ़ कर यदि निजी टेलीविजन प्रसारण की नींव न डाली होती तो भारत के टी.वी. दर्शक अनेक

विकल्पों से वंचित रह जाते । यहां प्रमुख निजी टी.वी. चैनलों का परिचय दिया जा रहा है ।

14.5.2 स्टार टी.वी.

स्टार टी.वी. संगठन के सर्वेसर्वा मीडिया मुगल के नाम से मशहूर रूपर्ट मर्डोक हैं । बड़ी कम्पनी होने के कारण इसे नए चैनल चलाने में वित्तीय संसाधनों की कमी कभी आड़े नहीं आई । इसके कई कार्यक्रम विश्व भर में फैले स्टार टी.वी. चैनलों पर दिखाए जाते हैं, जिससे संचालन व्यय कम रहता है । स्टार प्लस, स्टार वर्ल्ड, स्टार मूवीज, स्टार गोल्ड, एम टी.वी., बी.बी.सी. और स्टार न्यूज इसके मुख्य चैनल हैं । स्टार टी.वी. को नई कई संगीत प्रतियोगिताएं, एकता कपूर के लोकप्रिय सीरियल और 'कौन बनेगा करोड़पति' जैसे हिट कार्यक्रम प्रसारित करने का श्रेय जाता है । भारत में रूपर्ट मर्डोक ने सन् 1993 में स्टार टी.वी के 64 प्रतिशत शेयर 2,520 करोड़ रुपए में ली का शिंग से खरीदकर प्रारंभ किया।

14.5.3 जी टी.वी.

जी टी.वी. ने अपना प्रसारण 2 अक्टूबर 1992 में स्टार टी.वी. के साथ समझौते के आधार पर शुरू किया । शुरू से ही हिंदी में कार्यक्रम प्रसारित करने के कारण यह बहुत जल्दी स्टार टी. वी. से अधिक लोकप्रिय हो गया और विज्ञापन अर्जित करने के मामले में दूरदर्शन से आगे निकल गया । जी टी.वी. की अंत्याक्षरी, सारेगामा जैसे संगीत कार्यक्रम और कई सीरियल काफी लोकप्रिय रहे हैं । उच्च कोटि के संगीत कार्यक्रमों का प्रसारण जी टी.वी. की विशिष्टता रही है । जी टी.वी. के प्रमुख सुभाष चंद्रा है ।

वर्तमान समय में जी टी.वी. समूह के 17 चैनल जी टी.वी., न्यूज, सिनेमा, म्यूजिक, जागरण, बिजनेस, स्पोर्ट्स, स्टूडियोज, जेड कैफे, स्माइल, अल्फा मराठी, गुजराती, और बंगला, ई.टी.सी तथा ई.टी.सी पंजाबी ट्रेडस प्रसारित हो रहे हैं । इसके अतिरिक्त 'सिटी केबल' नाम से इसकी केबल सर्विस भी है ।

14.5.4 एन.डी.टी.वी

सन् 1980 के दशक के अंत में जब दूरदर्शन निजी निर्माताओं को कार्यक्रम बनाने के लिए आमंत्रित कर रहा था तो समसामयिक मुद्दों पर कार्यक्रम बनाने की पहल करने वालों में डॉ. प्रणव राय भी थे । उन्होंने न्यू दिल्ली टेलीविजन (NDTV) के नाम से सन् 1988 में अपने प्रोडक्शन की स्थापना की । निजी क्षेत्र में पहली बार राष्ट्रीय समाचार प्रस्तुत करने की शुरूआत भी प्रणव राय और उनकी पत्नी राधिका राय ने की थी । यह शुरूआत दूरदर्शन में सन् 1995 में 'टु नाइट' नामक आधे घंटे की समाचार पत्रिका. (News Magazine) के रूप में हुई थी। प्रणव राय ने विभिन्न चुनावों के दौरान दूरदर्शन के लिए एंकरिंग और चुनाव विश्लेषण का कार्य भी किया, लेकिन उन्हें आम लोगों में लोकप्रियता "The World This Week' (वर्ल्ड दिस

वीक) साप्ताहिक कार्यक्रम से मिली । फिर, जब हिंदी में विनोद दुआ के साथ मिलकर उन्होंने' सन् 1989 के आम चुनावों का सीधा. (लाइव) कवरेज किया और चुनाव परिणामों का अत्यंत दिलचस्प और आकर्षक, लेकिन साथ ही प्रमाणिक, बौद्धिक एवं तर्कपूर्ण तथा सटीक चुनाव विश्लेषण प्रस्तुत किया, तो इस कवरेज ने उन्हें और विनोद दुआ को भारत में लोकप्रियता के शिखर पर पहुँचा दिया था ।

प्रणव राय को टी.वी न्यूज में सबसे बड़ा प्रोजेक्ट तब मिला जब रूपर्ट मर्डोक ने सन् 1998 में अपना चौबीस घंटे समाचार प्रसारित करने वाला चैनल आरंभ करने का फैसला किया । इस चैनल के लिए कंटेट निर्माण का काम एन.डी.टी.वी. को मिला। सन् 2003 में स्टार न्यूज और एन.डी.टी.वी. के बीच का करार (समझौता) समाप्त होते ही प्रणव राय ने अपने दो नए हिंदी (एन.डी.टी.वी. इंडिया) और अंग्रेजी (N.D.T.V 24x7) के चैनल आरंभ कर दिए । ये दोनों चैनल अभी भी जारी है । सन् 2004 में एन.डी.टी.वी. इंडिया को अंतराष्ट्रीय प्रेस इंस्टीट्यूट ने पत्रकारिता के उत्कृष्टता पुरस्कार से सम्मानित किया । सन् 2005 में एन.डी. टी.वी. ने अपना चैनल N.D.T.V. Profit प्रारम्भ किया ।

14.5.5 आज तक (इंडिया टूडे समूह)

मीडिया जगत् में अरूण पुरी ने अपनी शुरूआत सन् 1975 में 'इंडिया टुडे ' नामक अंग्रेजी पत्रिका से की थी । वर्तमान. में यह पत्रिका हिंदी, तमिल, मलयालम, तेलुगु के अतिरिक्त अंतराष्ट्रीय संस्करण में भी प्रकाशित होती है । भारत की पहली वीडियो मैगजीन सन् 1988 में 'वीडियो ट्रैक' प्रारंभ करने का श्रेय भी इसी समूह को जाता है । इंडिया टूडे समूह ने सन् 1995 में दूरदर्शन के मेट्रो चैनल पर 'आज तक' के नाम से एक समाचार कार्यक्रम की शुरूआत की थी । वरिष्ठ पत्रकार सुरेन्द्र प्रताप सिंह को 'आज तक' की जिम्मेदारी सौंपी गई । .रात्रि दस बजे प्रसारित होने वाले आधे घंटे का यह कार्यक्रम लाखों लोगों का मनपसंद कार्यक्रम बन गया ।

'आज तक' ने हिंदी टी.वी. पत्रकारिता में एक नए युग की शुरुआत की है । एस.पी. सिंह ने समाचारों में ठेठ मुहावरों और कहावतों का प्रयोग किया । 'ये थीं खबरें आज तक, इंतजार कीजिए कल तक', यह वाक्य जनसामान्य की बोलचाल में सुनाई देने लगा । 'आज तक' ने समाचारों की लोकप्रियता के समस्त रिकार्ड तोड़ दिए और इस कार्यक्रम ने पहली बार हिंदी को टी.वी. पत्रकारिता की दुनिया में स्थापित कर दिया।

'आज तक' ने जब 31 दिसम्बर, 2000 से 24 घंटे समाचारों के हिंदी न्यूज चैनल का रूप लिया, तो उसे एकदम से शुरुआत से ही बढ़त लेने में कोई कठिनाई नहीं हुई । 'आज तक' ने पाक अधिकृत कश्मीर के आतंकवादी शिविरों के दृश्यों और

आतंकवादियों से बात करते हुए अपनी एक्सक्लूसिव स्टोरी भी प्रस्तुत की । इससे भी इसकी लोकप्रियता बढ़ी । जनवरी, 2001 में गुजरात में भूकंप आया, नेपाली राज परिवार में नरसंहार, पाकिस्तान से आगरा शिखर वार्ता, अमेरिकी ट्रेड सेंटर पर आतंकवादी हमले में ध्वस्त होना और दिसम्बर में भारतीय संसद पर आतंकवादी हमला 'आज तक' की महत्वपूर्ण खबरें थी ।

'आज तक' ने यह प्रमाणित कर दिया कि समाचार चैनल भी विज्ञापन से कमाई कर सकते हैं, जबकि इससे पूर्व यह माना जाता था कि केबल मनोरंजन चैनलों से ही आय होती है । 'आज तक' हिंदी टेलीविजन पत्रकारिता की पाठशाला भी साबित हुआ। अनेकों पत्रकार 'आज तक' में काम करने के दौरान टी.वी पत्रकारिता में पारंगत होकर अन्य न्यूज़ टी.वी. चैनलों में गए ।

इन्फोटेनमेंट के साथ-साथ खबरों को भी चटपटा और सनसनीखेज बनाया जाने लगा है । आज समाचारों को नाटकीय बनाकर और मनोरंजक रूप में पेश करने के लिए एक दूसरे से टी.वी. न्यूज़ चैनल जबर्दस्त होड़ करने लगे हैं । देखा जाए तो यूरोप और अमेरिका की तरह भारत में भी 'सूचना' (इन्फार्मेशन) शुद्ध सूचना न रहकर 'मनोरंजन परक' (इंटरटेनमेंट) हो गई है । अब वह 'न्यूज़' या ' सूचना' नहीं, बल्कि मनोरंजक खबर (इन्फ़ाटेनमेंट) में बदल गई है । अब फैशन, फिल्म, अपराध, ग्लैमर और व्यक्ति पर केंद्रित समाचारों को प्रमुखता दी जाती है ।

सन् 2003 में टी.वी. टुडे ग्रुप ने अपना अंग्रेजी चैनल 'हेडलाइंस टुडे' शुरू किया । 'आज तक' के लाल रंग के स्थान पर इस चैनल में नारंगी रंग को अपना ब्रांड कलर बनाया गया । चैनल का नारा है- Sharp News for sharp People । चैनल ने राजनीति के स्थान पर फिल्म, फैशन और जीवन- शैली को अपना प्रमुख विषय बनाया । सन् 2006 में टी.वी. टुडे समूह ने दो नए चैनलों का प्रारंभ किया: -1. समाचारों को फटाफट प्रस्तुत करने वाला 'तेज चैनल' और 2. दिल्ली तथा राष्ट्रीय राजधानी क्षेत्र के समाचारों पर केंद्रित 'दिल्ली आज तक' ।

14.5.6 सहारा समय टी.वी.

सुब्रतो राय ने सन् 1980 के दशक में मीडिया में शुरूआत 'राष्ट्रीय सहारा' दैनिक समाचारपत्र से की । कालांतर में सहारा समूह ने अपना टेलीविजन चैनल प्रारम्भ किया जिस पर समाचार भी दिखाए जाते थे । लेकिन वास्तव में यह एक मनोरंजन प्रधान चैनल था । आगे चलकर इसका नाम बदलकर 'सहारा वन' कर दिया गया । मार्च 2003 में चौबीस घंटे समाचार प्रसारित करने वाला ''सहारा समय: राष्ट्रीय' चैनल शुरू किया गया । यह चैनल पूरी तरह से डिजिटल तकनीक पर केन्द्रित था लेकिन

यह देश के प्रमुख न्यूज चैनलों में अपना स्थान नहीं बना पाया । टी.वी. समाचारों की दिशा में अपनी श्रेष्ठता सिद्ध करने और स्थान बनाने के लिए 'सहारा समय' संघर्षरत है । सहारा समय ने राष्ट्रीय के साथ-साथ क्षेत्रीय बाजारों में भी राज्यवार क्षेत्रीय चैनल शुरू किए हैं, जिसमें उसे अप्रत्याशित सफलता प्राप्त हुई है । उसके मध्य प्रदेश, उत्तर प्रदेश, बिहार और राष्ट्रीय राजधानी क्षेत्र (NCR) चैनलों ने अपनी अच्छी छवि तथा पहचान बनाई है । 'सहारा' की तरह ही ई टी.वी. ने भी अपने अनेक क्षेत्रीय चैनल शुरू किए हैं । वास्तव में देखा जाए तो वे मुख्यत: न्यूज चैनल नहीं बल्कि मिले-जुले स्वरूप वाले चैनल हैं । उनका समाचार एवं प्रसारण स्तर भी ऐसा नहीं है, जिसका प्रभाव दर्शकों पर दिखाई दे ।

14.5.7 इंडिया टी.वी

जी टी.वी. पर प्रसारित 'जनता की अदालत' कार्यक्रम से लोकप्रिय हुए रजत शर्मा ने 20 मई, 2005 को इंडिया टी.वी. की शुरूआत की । इंडिया टी.वी. के साथ सुप्रसिद्ध पर्यावरणविद् मेनका गांधी और तहलका डाट काम के प्रमुख तरूण तेजपाल थे । रजत शर्मा अपने चैनल को नई छवि और पहचान देने की कोशिश की और विज्ञापनों में नारा दिया- "देश बदलना है तो चैनल बदलो" । उन्होंने अपने चैनल की पंच लाइन बनाई "बदले भारत की तस्वीर" । लेकिन लोकप्रियता के मामले में कई तरह के 'स्टिंग ऑपरेशन और खासी सनसनीखेज खबरों के बाद भी यह चैनल अपनी कोई विशिष्ट छाप आ छोड़ पाया और न ही अधिक दर्शकों को आकर्षित कर पाया । 'इंडिया टी.वी. को उसके स्टिंग ऑपरेशनों के लिए जाना जाता है । कास्टिंग काउच की अवधारणा का पर्दाफाश करने के लिए इंडिया टी.वी. ने शक्ति कपूर और अमन वर्मा पर स्टिंग ऑपरेशन किया । इंडिया टी.वी. के कुछ कार्यक्रम आज भी लोकप्रिय है, उनमें एक हैं- 'जनता की अदालत' । 'जनता की अदालत' का नाम बदलकर 'आपकी अदालत' के रूप में प्रसारण किया गया । अन्य लोकप्रिय कार्यक्रम हैं- 'आज का तहलका' और 'जीने की राह' ।

14.5.8 जनमत टी.वी

श्री अधिकारी ब्रदर्स ने सन् 2005 में जनमत टी.वी. की शुरूआत की । जनमत टी.वी. का नया विचार और नारा था- 'देश की पहचान और विचार चैनल' । इस चैनल पर समसामयिक विषयों पर विभिन्न फॉर्मेटों के आधार पर विभिन्न कार्यक्रमों में भेंटवार्ता एवं विचार-विमर्श किया जाता रहा । कार्यक्रमों के मध्य कुछ प्रमुख समाचार भी बताए जाते थे । लेकिन जनमत टी.वी. अपनी कोई विशेष पहचान नहीं बना पाया । कालांतर में इसको समाचार और विचारों का अनुपात आधा- आधा कर दिया । अधिकारी ब्रदर्स का एक अन्य चैनल 'सब टी.वी.' भी उल्लेखनीय है ।

न्यूज चैनलों के अध्ययन करने के बाद एक तथ्य उभर कर आता है और वह यह कि जब तक कोई भी नया आने वाला न्यूज चैनल अपनी एक अलग छवि और पहचान पेश नहीं करता, साथ ही अपना अलग वैशिष्ट्य उभार कर अपने दर्शकों के सामने प्रस्तुत नहीं करता, उसे कभी भी लोकप्रियता प्राप्त नहीं हो सकती । सारांश में कहा जा सकता है कि दूसरे चैनलों से अपनी अलग और विशेष पहचान बनाए कोई भी नया चैनल खड़ा नहीं रह सकता और वह टी.वी. चैनलों की दुनिया में खो जाएगा।

14.5.9 सी.एन.एन. - आई.बी.एन. -7 टी.वी.

आई.बी.एन. - 7 के प्रबंध संपादक राजदीप सरदेसाई ने आई.बी.एन. - 7 के शुरू होने पर कहा था- 'आई.बी.एन. - 7 सही अर्थों में एक पत्रकारों द्वारा संचालित चैनल होगा और संपादकीय स्वतंत्रता को पूरा महत्व दिया जाएगा । 'इसके अतिरिक्त चैनल में नागरिक पत्रकारिता की भी घोषणा की और कहा कि अब दर्शक और पत्रकारों के मध्य भेद समाप्त हो गया है । आम दर्शक भी चैनल को अपनी फिल्मांकन की गई वीडियो क्लिप भेज सकते हैं । विशेष उल्लेखनीय बात यह है कि आई.बी.एन. - 7 ऐसा अकेला हिंदी न्यूज चैनल है जो अत्यंत महत्वपूर्ण विषयों पर बहस और विचार-विमर्श का कार्यक्रम 'मुद्दा' प्रस्तुत करता है ।

सी.एन.एन. आई.बी.एन. - 7 के पास अंतरराष्ट्रीय स्तर पर पर्याप्त सुविधाएं हैं । इसका कारण है सी.एन.एन. के साथ उसकी भागीदारी । सी.एन.एन. का पत्रकारों का विश्व में सबसे बड़ा नेटवर्क है । सी.एन.एन. के सहयोग के बाद आई.बी.एन. - 7 बिल्कुल नए और अलग अंदाज में शुरू हुआ । विख्यात टीवी. पत्रकार राजदीप सरदेसाई के नेतृत्व में यह चैनल निरन्तर प्रगति की ओर है । सरदेसाई अन्य न्यूज चैनलों से आई.बी.एन. - 7 का अंतर रेखांकित करते हुए कहते हैं- "हमने अपने यहाँ विशेष तौर पर आम आदमी से जुड़े मुद्दों को दिखाया और दिखा रहे हैं । और पानी से जुड़ी समस्याएं, जो शायद चैनल में आज की तारीख में 'बिकाऊ' नहीं है, हम दिखाते हैं । 'वे इस बात पर अफसोस प्रकट करते हैं कि हमारे न्यूज चैनलों में स्वास्थ्य, शिक्षा और पर्यावरण जैसे मुद्दों पर खबरें बिलकुल नहीं के बराबर दिखाई देती है । आज ये तीन विषय खबरों के लिए बेहद महत्वपूर्ण और अहम है । ये मुद्दे प्रत्येक आदमी के साथ गहराई से जुड़े हैं और हमारी रणनीति भी उतनी ही गहराई से जुड़ी है ।

14.5.10 इनाडू टी.वी

रामोजी राव ने अप्रेल, 1995 में इनाडू टी.वी. (E.T.V) नामक तेलुगु चैनल आरंभ किया और हैदराबाद में रामोजी फिल्म सिटी (RFC) की स्थापना की । इनाडू समूह वर्तमान में कुल 11 टेलीविजन चैनल प्रसारित कर रहा है । इनमें ई.टी.वी, तेलुगु, कन्नड, बंगला, मराठी, गुजराती, उर्दू उडिया प्रमुख है । रामोजी राव ने 27 जनवरी,

2002 को एक साथ 6 क्षेत्रीय चैनल शुरू किए । इनमें चार हिंदी राज्यों के चैनल थे- मध्य प्रदेश, उत्तर प्रदेश, बिहार और राजस्थान । ई. टी.वी. चैनलों के कार्यक्रम निर्माण और प्रसारण का संपूर्ण कार्य रामोजी फिल्म सिटी हैदराबाद से नियंत्रित होता है । ई.टी.वी. पर किसानों के लिए प्रसारित किया जाने वाला कार्यक्रम " आन्नदाता' विशेष रूप से उल्लेखनीय है । वर्तमान में क्षेत्रीय चैनलों में इनाडू समूह के संवाददाताओं का सबसे बडा नेटवर्क है ।

14.5.11 सन टी.वी.

कलानिधि मारन ने सन् 1993 में तमिल भाषा में सन टी.वी. की शुरुआत की । एक साल बाद उन्होंने अक्टूबर, 1994 में कन्नड चैनल उदय टी.वी. आरम्भ करके अपना व्यवसाय कर्नाटक तक फैला दिया । उसके बाद चैनलों का विस्तार आगे बढ़ने लगा। सन् 1996 में आंध्र प्रदेश में तेलुगू चैनल 'जैमिनी' शुरू हुआ और सन् 1998 में मलयाली चैनल 'सूर्या' भी शुरू किया गया । सन समूह की सफलता के पीछे उनका केबल नेटवर्क "सुमंगली केबल विजन' (SCV) भी रहा है । वे जानते थे कि यदि दक्षिण भारत में उपग्रह चैनलों के दर्शकों की संख्या बहुत कम है । सन टीवी. को अपनी लोकप्रियता बढ़ानी है तो केबल नेटवर्क के माध्यम से सैटेलाइट कनेक्शनों की संख्या भी बढानी होगी ।

सन समूह के वर्तमान में 14 टी.वी. चैनल हैं, जिनमें 4 तमिल (सन टी.वी., के टी.वी., सन न्यूज, सन म्यूजिकल), 2 मलयाली (सूर्या टी.वी., किरण टी.वी.), 4 कन्नड (उदय टी.वी., उषे टी.वी., उदय न्यूज, उदय- 2) सम्मिलित हैं । इनके अतिरिक्त इस समूह के 2 दैनिक समाचारपत्र, 4 पत्रिकाएं तथा 4 रेडियो चैनल है ।

14.5.12 सोनी टी.वी

सोनी का स्वामित्व जापान की सोनी कॉरपोरेशन के अधीन है । इसने भारत में प्रसारण सन् 1995 में शुरू किया । निजी उपग्रह चैनलों की दौड़ में देर से शामिल होने के बावजूद कुछ ही वर्षो में लोकप्रियता और राजस्व प्राप्ति के मामले में सोनी, स्टार टी.वी. को पछाड़कर जी टी.वी. के बाद नम्बर दो पर पहुंच गया। सन् 2000 के आसपास अधिकतर निजी चैनलों की आर्थिक हालत बिगड़ने लगी लेकिन हिंदी कार्यक्रमों के प्रसारण होने के कारण जी टी.वी. और सोनी टी.वी. जमे रहे ।

14.5.13 एम टी.वी.

एम टी.वी. संगीत का अनोखा चैनल है, जो पश्चिमी और भारतीय संगीत के लोकप्रिय कार्यक्रम दिखाता है । भारत के संगीत एलबमों के प्रदर्शन के लिए यह प्रमुख मंच है । एम टी.वी. ने भारतीय संगीत के मंच को पश्चिमी रंग देने में उल्लेखनीय भूमिका निभाई है । इस पर नई पीढ़ी में पश्चिमी मूल्यों के प्रति आस्था जगाने और भारतीय

संस्कृति पर प्रहार करने का आरोप लगाया जाता है । यह युवा वर्ग का अत्यन्त लोकप्रिय चैनल है । एम टी.वी. ने कई समाज हितकारी कार्यक्रमों का आयोजन करके अपने दर्शकों और संगीत प्रेमियों के साथ तालमेल बढ़ाने के भी प्रयास किए हैं । एफ टी.वी. फैशन का टी.वी. चैनल है, जिस पर एक बार कामुकता फैलाने के आरोप में आशिक प्रतिबंध भी लगाया गया था ।

इन प्रमुख चैनलों के अलावा डिस्कवरी चैनल, एम टी.वी. और फैशन टी.वी. जैसे कुछ विशिष्ट चैनलों का उल्लेख करना प्रासंगिक है । सन् 1995 रु ।में शुरू हुआ डिस्कवरी चैनल अपने शोधपरक और ज्ञानवर्धक कार्यक्रमों के कारण बहुत जल्दी लोकप्रियता के शिखर छूने लगा । यह एक विश्वव्यापी चैनल है जे भारत सहित 90 देशों में करोड़ों लोगों द्वारा देखा जाता है । बच्चों और किशोरों में यह विशेष रूप से लोकप्रिय है । यह हिंदी में भी प्रसारित होता है ।

14.6 निजी टी.वी. चैनलों की महत्वपूर्ण तिथियां

भारत में छोटे-बड़े अनेक राष्ट्रीय, क्षेत्रीय और स्थानीय स्तर पर निजी चैनल आ गए हैं । अब हिंदी दर्शकों को यूरोप और अमेरिका की तरह यहां भी भिन्न-भिन्न प्रकार के दर्जनों नए चैनल देखने को मिले, तो कोई आश्चर्य नहीं है । लेकिन इन चैनलों में से कितने चैनल अपने स्तर और छवि को बनाए रख सकते हैं, इस संबंध में अभी कुछ नहीं कहा जा सकता है । भारत के निजी टी.वी. चैनलों की प्रमुख तिथियां इस प्रकार हैं: -

1991 अगस्त	-	स्टार टी.वी., प्राइम स्पोर्ट्स, बी.बी.सी., म्यूजिक चैनल
1991 नवंबर	-	ए.टी.एन.चैनल (लंदन स्थित एशियन यूनाइटेड मीडिया चैनल)
1992 अक्टूबर	-	जी.टी.वी
1993 मई	-	सन टी.वी.(तमिल)
1993 अगस्त	-	एशियानेट
1994	-	उदय टी.वी
1994 जनवरी	-	जैन टी.वी.
1994 फरवरी	-	जैमिनी टी.वी
1994 मई	-	चैनल वी
1994 अक्टूबर	-	राज टी.वी.(तमिल)
1994 अक्टूबर	-	स्टार मूवीज
1994 नवंबर	-	विजया चैनल (तमिल)
1994 दिसंबर	-	ईएल टी.वी
1995 जनवरी	-	डिस्कवरी चैनल
1995जनवरी28	-	सोनी टी.वी
1995 अप्रैल	-	जी सिनेमा

1995 अप्रैल	-	जया टी.वी (तमिल)
1995 अगस्त	-	सी.एन.सी. इंटरनेशनल
1995 अगस्त	-	इनाडू टी.वी (तेलुगू)
1995 अगस्त	-	टी.एन.टी. कार्टून्स
1995 अक्टूबर	-	सोनी टी.वी
1995 अक्टूबर	-	ई.एस.पी.एन
1995	-	टेलिविजन इंटरनेशनल (टी.वी.आई.)
1995 फरवरी	-	न्यूज टुनाइट (डी.डी.मेट्रो पर)
1995 जुलाई	-	आज तक (डी.डी. मेट्रो पर)
1996 फरवरी	-	म्यूजिक टेलीविजन
1996 मई	-	होम टी.वी
1997	-	अल्फा बंगाली, मराठी, गुजराती, पंजाबी
1997	-	जी इंडिया
1998 फरवरी	-	स्टार न्यूज (एन.डी.टी.वी. द्वारा प्रस्तुत)
1998	-	जी न्यूज (जी इंडिया का नाम बदला)
2000 मई 7	-	सूर्या टी.वी. (मलयालम), सन न्यूज
2000 दिसंबर31	-	आज तक
2002 जनवरी27	-	ई टी.वी. मध्य प्रदेश/छत्तीसगढ़, उत्तर प्रदेश, राजस्थान, बिहार
2003 मार्च 28	-	सहारा समय
2003 मार्च 31	-	स्टार न्यूज (नया चेहरा)
2003 अप्रैल 7	-	हेडलाइंस टुडे
2003 अप्रैल 14	-	एन.डी.टी.वी. इंडिया (हिंदी), एन.डी.टी.वी. 24 x 7 (अंग्रेजी)
2004 मई 20	-	इंडिया टी.वी
2004 नवंबर 30	-	जी बिजनेस
2004	-	स्टार उत्सव, जूम, पोगो
2005 जनवरी17	-	एन.डी.टी.वी. प्रोफिट
2005	-	सी.एन.बी.सी. आवाज, सी.एन.एन.- आई.बी.एन., चैनल-7
2006 मई 29	-	दिल्ली आज तक
2006 अगस्त15	-	चैनल-7 का नाम बदलकर आई.बी.एन-7 हुआ

14.7 प्रमुख स्टिंग ऑपरेशन

'स्टिंग' शब्द सन् 1930 के अमेरिकन स्लेंग से निकलकर आया है जिसका अर्थ है, चोरी या धोखेबाजी की क्रिया, जिसकी योजना पहले से ही तैयार कर ली गई हो। सन् 1970 के लगभग यह शब्द अमेरिकन उपयोग में आने लगा जिसका अर्थ था, पुलिस के द्वारा डिजाइन गुप्त ऑपरेशन्स जो किसी अपराधी को फंसाने के लिए किए जाते थे। धीरे- धीरे स्टिंग किसी अपराधी

को पकड़ने के लिए जाल बिछाने का पर्याय बन गया । अपराधियों को धोखे में रखकर की जाने वाली इस क्रिया में कई प्रकार से काम किया जा सकता है । किसी ड्रग सप्लायर को पकड़ने के लिए अवैध दवाएं खरीदना, रिश्वत खोर को खास तरह की पेशकश या किसी वेश्या अथवा दलाल को पकड़ने के लिए ग्राहक बनाकर भेजना जैसे काम जो खुफिया पुलिस अपने मिशन के लिए करती थी वह पत्रकारिता ने अपना लिया । भारत में पहला स्टिंग ऑपरेशन सन् 2001 में तरूण तेजपाल की कंपनी तहलका डॉट काम द्वारा किया गया था । इससे पहले ये टीम क्रिकेट में 'मैच फिक्सिंग' पर भी ऑपरेशन कर चुकी थी । बाद में अनिरुद्ध बहल ने अपना 'कोबरा डॉट काम' अलग से बनाकर उसके द्वारा 'रक्षा सौदों' क स्टिंग ऑपरेशन किया था । 12 दिसम्बर, 2005 को आज तक ने 'ऑपरेशन दुर्योधन' के अंतर्गत सांसदों को संसद में प्रश्न पूछने के लिए रिश्वत लेते हुए दिखाया । 'स्टार न्यूज' द्वारा 'ऑपरेशन चक्रव्यूह' के माध्यम से सांसदों को सांसद निधि का दुरूपयोग करते दिखाया गया । टी.वी. की स्क्रीन पर एक पूर्व केंद्रीय मंत्री को रिश्वत लेते और नोटों की गड्डियाँ सिर से लगाकर यह कहते सुना और देखा गया था कि- "पैसा भगवान तो नहीं, पर भगवान से कम नहीं ।" इस दौरान अनेक टी.वी. चैनलों ने भ्रष्टाचार उजागर करते हुए अनेक सीडी भी प्रसारित की । लेकिन साथ ही स्टिंग आपरेशन की नैतिकता को लेकर एक लंबी बहस भी छिड़ गई ।

भारत में टी.वी. चैनलों ने जो स्टिंग ऑपरेशन किए हैं, उनमें उल्लेखनीय है:-

1. रक्षा सौदों में दलाली (19 मार्च, 2001)

भारत का पहला स्टिंग आपरेशन तहलका डॉट कॉम वेबसाइट ने किया । तरूण तेजपाल के नेतृत्व में अनिरूद्ध बहल और सैम्यूनल ने 'ऑपरेशन वेस्ट एंड' नामक इस अभियान को अंजाम दिया । इस स्टिंग ऑपरेशन ने यह सिद्ध कर दिया कि किस तरह सत्ता पक्ष के लोगों को रिश्वत देकर रक्षा जैसे महत्वपूर्ण सौदों में ठेके प्राप्त किए जा सकते हैं । पूरे देश ने तत्कालीन भाजपा अध्यक्ष बंगारू लक्ष्मण को एक लाख रूपए की रिश्वत लेते देखा । इस ऑपरेशन में जे.डी (यू.) की नेता जया जेटली और पूर्व रक्षा मंत्री जार्ज फर्नान्डीस जैसे लोगों के नाम भी शामिल हैं । कालांतर में एन.डी.ए. सरकार में रक्षा मंत्री जार्ज फर्नान्डीस को रक्षामंत्री से त्यागपत्र देना पड़ा ।

इस प्रकरण के बाद पूरे देश में स्टिंग ऑपरेशन की नैतिकता को लेकर चर्चा चल पड़ी। तरूण तेजपाल को पत्रकारों द्वारा वेश्याओं का इस्तेमाल करने के लिए माफी मांगनी पड़ी। तहलका के मुख्य संपादक तरूण तेजपाल का मत है- "लोकतंत्र में पत्रकारिता सदैव सत्ता के खिलाफ रही है, क्योंकि सत्ता का चरित्र हमेशा मलिन रहा है । सत्ता और पैसे के दुरूपयोग पर पत्रकार ही निगरानी रख सकते हैं । आम आदमी को पत्रकारिता से ही उम्मीद है । पत्रकार आम आदमी की आवाज बनें ।"

2. जूदेव टेप कांड (16 नवम्बर, 2003)

एन.डी.ए. सरकार में वन और पर्यावरण राज्यमंत्री दिलीप सिंह जूदेव को एक होटल के कमरे में रिश्वत लेते हुए दिखाया गया, जिसमें उन्होंने कहा - "पैसा खुदा तो नहीं, पर

खुदा कसम खुदा से कम नहीं ।" टेप दिखाने के बाद उन्हें मंत्री पद से इस्तीफा देना पड़ा। जूदेव ने एक ऑस्ट्रेलियाई फर्म को खनन अधिकार दिलाने नाम पर यह रिश्वत ली थी।

3. **दिल्ली के बिक्रीकर विभाग की घूसखोरी (9 मार्च, 2005)**

'आज तक' चैनल ने स्टिंग ऑपरेशन के जरिए दिल्ली सरकार के बिक्री कर विभाग में बड़े पैमाने पर चल रही घूसखोरी का परदाफाश किया । न्यूज़ चैनल ने टी.वी. पर विभाग के 82 अधिकारियों को घूरन लेते हुए दिखाया । कालांतर में सरकार ने '30 अधिकारियों को बरखास्त कर दिया ।

4. **कास्टिंग काउच मामला (14 मार्च, 2005)**

इंडिया टी.वी. ने शक्ति कपूर से जुड़े इस स्टिंग ऑपरेशन का प्रसारण किया । अभिनेता शक्ति कपूर ने कैमरे के सामने कहा कि अभिनेत्री बनने की इच्छुक हर लड़की को फिल्मी दुनिया की बड़ी हस्तियों के साथ सोना पड़ता है । इतना ही नहीं, शक्ति कपूर ने इस संदर्भ में अनेक अभिनेत्रियों के नाम लिए और कहा कि वे भी इसी रास्ते से ऊपर पहुंची हैं । उल्लेखनीय है कि इंडिया टी.वी. की एक रिपोर्टर फिल्म स्टार शक्ति कपूर के पास फिल्म में काम माँगने गई थी ।

5. **कास्टिंग काउच मामला (17 मार्च, 2005)**

टी.वी. स्टार अमन वर्मा के बारे में भी एक टेप इंडिया टी.वी. पर प्रसारित किया गया, जिसमें अमन वर्मा ने फिल्म में काम मांगने गई एक लड़की का यौन शोषण करना चाहा। पकड़े जाने पर इस महिला रिपोर्टर से अमन वर्मा ने पैर पकड़कर माफी भी मांगी । पूरे देश में इस मामले को लेकर एक लंबी बहस भी हुई ।

6. **तिहाड़ जेल में घूसखोरी (5 मई, 2005)**

'आज तक' चैनल ने इस स्टिंग ऑपरेशन के जरिए कैदियों को विशेष सुविधाएं देने के नाम पर तिहाड़ जेल में ली जाने वाली घूरन का भंडाफोड़ किया । टी.वी. न्यूज़ चैनल ने बताया कि किस प्रकार कैदी घूस देकर आराम से जीवन व्यतीत करते हैं । रिपोर्ट के प्रसारण के बाद सरकार ने तिहाड़ जेल के दो डिप्टी सुपरिटेंडेंट, तीन असिस्टेंट और एक वार्डन को निलंबित कर दिया ।

7. **ऑपरेशन दुर्योधन (12 दिसम्बर, 2005)**

'आज तक' ने यह स्टिंग ऑपरेशन कोबरा कोस्ट डॉट कॉम के अनिरुद्ध बहल और सुहासिनी राज द्वारा किया गया था । इन पत्रकारों ने नार्थ इंडियन स्माल मैन्युफैक्चरर्स एसोसिएशन (NISMA) नामक एक काल्पनिक संस्थान का गठन किया और उसके प्रतिनिधि बनकर कुछ सांसदों से संपर्क किया । पत्रकारों ने संसद में सवाल पूछने के बदले में सांसदों को रिश्वत की पेशकश की, जिसे उनके द्वारा स्वीकार कर लिया गया । न्यूज चैनल ने अनेक सांसदों और उनके निजी सहायकों द्वारा रिश्वत लेना दिखाया गया । केंद्र सरकार ने इस शर्मनाक आचरण के खिलाफ 'बंसल कमेटी' बनाई । कमेटी ने 11 सांसदों को निष्कासित करने की सिफारिश की और पहली बार भारत के इतिहास में स्टिंग ऑपरेशन के माध्यम से भंडाफोड़ के बाद एक साथ 11 सांसदों की संसद सदस्यता समाप्त कर दी गई ।

8. ऑपरेशन चक्रव्यूह

स्टार न्यूज़ ने 'ऑपरेशन चक्रव्यूह' का प्रसारण किया । इसमें सांसद निधि की राशि का दुरूपयोग का खुलासा किया गया । इस स्टिंग ऑपरेशन में पत्रकार एक काल्पनिक एन.जी.ओ के प्रतिनिधि बनकर कुछ सांसदों के पास गए और उनके संसदीय क्षेत्र में प्रोजेक्ट शुरू करने का प्रस्ताव रखा, जिसे अनेक सांसदों ने स्वीकार कर लिया । इसके अंतर्गत सांसदों को एक निश्चित धन-राशि रिश्वत के रूप में दी गई ।

इन घटनाओं के बाद भारतीय पत्रकारिता जगत् में स्टिंग ऑपरेशन को लेकर अनेक प्रश्न खड़े हुए । कुछ लोगों ने कहा 'यह पत्रकारिता नहीं, एंट्रेपमेंट है । 'कुछ लोगों की मान्यता थी कि इस प्रकार के ऑपरेशन प्रतिस्पर्द्धा और टी.आर.पी. की होड़ में कर रहे हैं । तहलका डॉट कॉम वेबसाइट के प्रमुख तरूण तेजपाल का इस संदर्भ में यह कथन महत्वपूर्ण है कि - "मैं स्टिंग ऑपरेशन्स को सार्वजनिक हित के रूप में देखता हूँ । यह आपको लोगों का असली चेहरा दिखाता है । इतना जरूर कहूंगा कि इसका सहारा तभी लेना चाहिए जब अन्य सभी तरीके नाकाम हो जाए । हर सिक्के के दो पहलू होते हैं । स्टिंग ऑपरेशन पत्रकार के हाथ में एक बडी बंदूक की तरह है । इसलिए इसे थामने वाले का समाज के प्रति उत्तरदायित्व भी बढ़ जाता है । अगर इसके इस्तेमाल में लापरवाही बरती जाए तो ब्लैकमेलिंग जैसी समस्याएं भी पैदा हो सकती हैं । यह ध्यान में रखना जरुरी है कि टी.वी. पर जो भी दिखाया जाता है, लोग उस पर आसानी से विश्वास कर लेते हैं । इसलिए यदि हर छोटे- बड़े मुद्दे पर स्टिंग ऑपरेशन होने लगे तो न केवल ये अपना असर खो देगें बल्कि विजुअल मीडिया पर भी लोगों का विश्वास कम हो जाएगा ।"

14.8 निजी टी.वी. चैनलों का दूरदर्शन पर प्रभाव

आप जान चुके हैं कि निजी उपग्रह चैनलों के भारत में प्रवेश से पहले दूरदर्शन ही एकमात्र टी.वी. संगठन था । हालांकि दूरदर्शन ने अपने तंत्र के विकास और पहुंच बढ़ाने की दिशा में कई उपलब्धियां हासिल की और अनेक लोकप्रिय और समाजोपयोगी कार्यक्रमों के माध्यम से टेलीविजन को देश में विश्वसनीय और लोकप्रिय माध्यम क रूप में स्थापित कर दिया था किंतु किसी तरह की स्पर्धा की अनुपस्थिति में उसके कार्यक्रमों और आगे बढ़ने के प्रयासों में एकरसता और शिथिलता दिखाई देती थी । सरकारी नियंत्रण होने के कारण दूरदर्शन कर्मी चाहकर भी बहुत से निर्णय लागू नहीं कर पाते थे । समाचार इस विवशता का सबसे बड़े शिकार थे । ऐसा कई बार हुआ कि किसी मंत्री या अधिकारी का समाचार अपेक्षित ढंग से प्रसारित न होने पर संबंधित संपादक या निदेशक का तत्काल किसी दूसरे विभाग में तबादला कर दिया गया । ऐसी हालत में कोई भी संपादक या संचारकर्मी कार्यक्रम में नवीनता या संतुलन लाने की हिम्मत नहीं कर पाता था । राजनीतिक और अफसरशाही हस्तक्षेप आम बात थी । किंतु जब निजी चैनल दूरदर्शन के मुकाबले में आ गए तो दूरदर्शन पर भी नई दिशाएं खोजने का दबाव बढ़ने लगा ।

निजी चैनलों के प्रवेश के साथ ही शहरी क्षेत्रों में दूरदर्शन के दर्शकों की संख्या घटने लगी । इसका सीधा असर विज्ञापनों की उपलब्धता पर हुआ क्योंकि जिन उत्पादों का टेलीविजन पर

विज्ञापन होता है उनके मौजूदा और भावी उपभोक्ता शहरों में अधिक होते हैं । इसलिए शहरी दर्शकों को अपने साथ जोड़ने के लिए दूरदर्शन ने सन् 1993 में मनोरंजन प्रधान डी.डी मेट्रो चैनल शुरू किया । इसके अलावा समाचार चैनलों से टक्कर लेने के लिए 24 घंटे का समाचार चैनल डी.डी न्यूज, विभिन्न राज्यों के लोगों को उनकी अपनी भाषाओं में कार्यक्रम उपलब्ध कराने के लिए 11 क्षेत्रीय चैनल, डी.डी स्पोर्टस, विदेशी दर्शकों क लिए डी.डी इंडिया, सांस्कृतिक चैनल डी.डी भारती और डी.डी उर्दू शुरू किये गये । दूरदर्शन ने सी.एन.एन. के साथ कार्यक्रमों के आदान- प्रदान और कर्मचारियों के प्रशिक्षण का समझौता भी किया ।

दूरदर्शन लोक प्रसारक की भूमिका निभाता है । अपनी इस भूमिका का निर्वाह करते हु ए दूरदर्शन ने अपने तंत्र को कुछ ढीला किया और कार्यक्रमों की आउटसोर्सिंग, यानी बाहरी एजेंसियों से कार्यक्रम बनाने की शुरूआत की । समाचार बुलेटिन और समाचार आधारित कार्यक्रम भी निजी एजेंसियों को कमीशन पर दिए गए । सन् 1997 में प्रसार भारती कानून लागू हो जाने के बाद प्रसार भारती को सरकारी अनुदान और बजट में कमी कर दी गई जिससे दूरदर्शन को राजस्व अर्जित करने के लिए कई उपाय करने पड़े । कार्यक्रमों की तरह कर्मचारी भी ठेके पर लिए जाने लगे और समाचार विभाग में निजी चैनलों के कुछ संपादकों और एंकरों को दूरदर्शन में मोटी तनख्वाहें देकर बुलाया गया । सामाजिक सरोकारों तथा राष्ट्रीय विकास के कार्यक्रमों पर बल कुछ कम हु आ और बिकने वाले तथा मनोरंजन और हल्के-फुल्के कार्यक्रमों का प्रसारण बढ़ गया । समाचारों के प्रसारण में भी कुछ ढील बरती जाने लगी, किंतु ये सब समझौते करने और स्वायत्तता का डंका पीटने के बावजूद दूरदर्शन न तो सरकारी नियंत्रण से मुक्त हो पाया है और न ही लोक प्रसारक की अपनी भूमिका को छोड़ सका है । इसलिए वह शहरी क्षेत्रों में, जहां केबल टेलीविजन प्रणाली उपलब्ध है, अपनी पुरानी पकड़ बना पाने में विफल रहा है और निजी उपग्रह चैनलों के मुकाबले लगातार पिछड़ता जा रहा है । हाँ, गांवों और कस्बों में अब भी दूरदर्शन का दबदबा और लोकप्रियता कायम है ।

बोध प्रश्न- 2

1. भारत में प्रवेश करने वाले कुछ प्रारंभिक चैनलों का परिचय दीजिए ।
   ....
   ....
2. निजी टेलीविजन चैनलों ने दूरदर्शन को किस रूप में प्रभावित किया?
   ....
   ....
3. विज्ञापनों का टेलीविजन प्रसारण में क्या महत्व है?
   ....
   ....

14.9 निजी टी.वी. चैनल और सामाजिक सरोकार

आपने पढ़ा कि दूरदर्शन लोक प्रसारक की भूमिका निभाते हुए समूचे देश के लोगों के हितों को ध्यान में रखते हुए अपने कार्यक्रम पूरी सावधानी और जिम्मेदारी से प्रस्तुत करता है। समाचारों में निष्पक्षता और तथ्यपरकता को प्राथमिकता दी जाती है। इसलिए इसके समाचार कार्यक्रम सपाट, तटस्थ और तथ्यपरक लेकिन उत्साहहीन होते हैं अर्थात् इनमें मसालों का छौंक नहीं लगाया जाता। देशवासियों के समग्र हित में यह आवश्यक है कि टेलीविजन चैनल समाचारों को सनसनीखेज और भड़काऊ बनाकर पेश न करें क्योंकि विभिन्न धर्मों, जातियों, भाषाओं और संस्कृतियों वाले हमारे समाज में ऐसी खबरों का नकारात्मक असर हो सकता है। कुछ निजी चैनल संयम के साथ समाचार प्रसारित करते हैं और संतुलित विचार रोचक ढंग से रखते हैं किन्तु अधिकतर चैनल खबरों को समाचार की बजाय नाटक और कहानी बनाकर उसे रोचक तो बना देते हैं किंतु समाचार की विश्वसनीयता को आहत करते हैं। यही बात मनोरंजन प्रधान चैनलों का भी है जो सेक्टर और नग्नता का फूहड़ प्रदर्शन करते हैं और संगीत जैसी उदात्त कला संगीत को भी युद्ध जैसी प्रतियोगिता बनाकर प्रस्तुत करते हैं। संगीत कार्यक्रम को 'संगीत संग्राम' नाम देना इसी उत्तेजनापरक प्रवृत्ति की मिसाल है।

(क) निजी चैनलों का एक नकारात्मक सामाजिक असर उपभोक्तावाद को प्रोत्साहन के रूप में सामने आ रहा है। विज्ञापनों के जरिए उत्पादों की जानकारी न देकर उनके लिए मांग और आकांक्षा जगाई जाती है। अब बच्चों को टारगेट करके विज्ञापन तैयार किए जा रहे हैं ताकि बच्चों की जिद पर मां-बाप उत्पाद खरीदें। उपभोक्तावाद की इस चकाचौंध में संयम, मितव्यय, सादगी और अपरिग्रह जैसे मूल्य तिरोहित हो रहे हैं। टी.वी. कार्यक्रमों में मन एवं आत्मा की बजाय शरीर को प्रमुखता मिल रही है और भौतिकतावादी दर्शन हावी हो रहा है।

(ख) निजी चैनल क्योंकि शहरों में अधिक देखे जाते हैं, इसलिए वे शहरी घटनाओं, गतिविधियों और समस्याओं को ही प्रमुखता देते हैं। गाँव की समस्याओं, कस्बों की परिस्थितियों तथा शिक्षा, स्वास्थ्य, पिछड़ापन, गरीबी, परिवार नियोजन, सामाजिक विषमता, शोषण, पंचायती व्यवस्था जैसे मुद्दे इन चैनलों पर नदारद रहते हैं। इसी तरह धारावाहिकों में संपन्न शहरी परिवारों की आपसी कलह और वैवाहिक संबंधों की भ्रष्टता, खुला प्रेम, रोमांस जैसे पहलुओं को उजागर किया जाता है और महिलाओं के शोषण, भेदभाव, गरीबी, निम्न मध्यवर्ग तथा दलित, पिछड़े परिवारों की स्थिति, ग्रामीण जीवन आदि के बारे में चैनल कोई सीरियल या कहानी प्रस्तुत नहीं करते। इसमें कोई शक नहीं कि निजी चैनल दूरदर्शन की तुलना में अधिक खुलेपन से और रोचक ढंग से किसी समस्या या मुद्दे का विश्लेषण करते हैं किन्तु वे वही समस्याएं उठाते हैं जो केवल 10-15 प्रतिशत महानगरीय आबादी से संबंधित होती हैं।

(ग) महिलाओं का चित्रण चाहे विज्ञापन में हो या कार्यक्रमों में, निजी चैनलों के कार्यक्रमों का एक काला पहलू है महिलाओं को अधिकांशत: या तो सेक्स सिंबल और पुरुष की भोग्या के रूप में अथवा आंसुओं और भावनाओं से भीगी कमजोर व्यक्ति या कुटिल और

कुलच्छिनी रूप में पेश किया जाता है । परिवार तथा पुरुषों के शोषण और अत्याचार का मुकाबला करते हुए नई ऊंचाइयां छूने वाली साधारण लेकिन संघर्षशील औरतों का चित्रण बहुत कम होता है । औरतों को सौंदर्य, कोमलता, सेक्स और असहायता की प्रतिमूर्ति बनाकर चित्रित करने की प्रवृत्ति कार्यक्रमों, खबरों, विज्ञापनों आदि सब जगह दिखाई देती है ।

(घ) निजी चैनलों का एक लाभ अवश्य हुआ है कि हिन्दी का प्रचार-प्रसार काफी बढ़ा है । अधिकतर मुख्य चैनल हिंदी में ही प्रसारण करते हैं । समाचार चैनलों में भी हिंदी और भारतीय भाषाओं में प्रसारण करने वाले चैनलों की संख्या कहीं अधिक है । दूरदर्शन के कार्यक्रमों में हिंदी और अंग्रेजी को एक जैसा समय मिलता था किंतु निजी चैनलों ने इस स्थिति को एकदम पलट दिया । बड़ी संख्या में अहिंदी भाषी लोग भी हिंदी कार्यक्रमों में कुशलता के साथ भाग लेते हैं ।

(ङ) मीडिया का उद्देश्य अंधविश्वास, कूपमंडूकता और भाग्यवाद को पराजित करना और वैज्ञानिक सोच, आधुनिकता तथा तर्कशीलता को प्रोत्साहित करना होता है । किंतु बहुत से निजी चैनल अपने इस धर्म से भटक गए हैं । चैनलों पर जादू-टोना, ज्योतिष, अंधविश्वास, चमत्कार की महिमा बढ़ाकर तर्कशीलता को निरूत्साहित किया जा रहा है। सीरियल हों या समाचार, पूजा- पाठ, कर्मकांड, बलि, जैसे नकारात्मक पहलुओं को महिमामंडित किए जाने के दृश्य दिखाए जाते हैं जिससे लोगों में श्रम, कर्म और विश्वास की बजाय अंधविश्वास, भाग्य और आस्था को बढावा मिलता है ।

(च) यही हाल खेलों के बारे में है । सभी चैनल क्रिकेट की ही पूजा में लगे रहते हैं जबकि अन्य खेलों को कवर तक करने के लिए उनकी टीमें नहीं जाती । फिल्मी सितारों और क्रिकेट खिलाड़ियों के सामने विद्वान, सामाजिक कार्यकर्ता, कलाकार और साहित्यकार एकदम फीके हैं । टी.वी. स्क्रीन पर फिल्मी सितारे, फैशन डिजाइनर, अपराधी, ज्योतिषी और क्रिकेट खिलाड़ी ही अधिक दिखाई देते हैं ।

निजी चैनल हमारे मौजूदा आर्थिक और सामाजिक जीवन का अभिन्न अंग बन चुके हैं। जैसा कि इस इकाई के आरंभ में कहा गया है कि कोई भी आधुनिक भारतवासी इन चैनलों से अप्रभावित हुए बिना नहीं रह सकता । आवश्यकता इस बात की है कि निजी चैनल अपने संसाधनों और क्षमताओं का इस्तेमाल स्वस्थ मनोरंजन, निष्पक्ष और तटस्थ सूचनाएं देने तथा समाज को रचनात्मक दिशा देने के लिए करें । यदि निजी चैनलों ने आत्म संयम और अपनी मर्यादाओं का पालन करने पर ध्यान नहीं दिया तो सरकार को उनकी अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर अंकुश लगाने का मौका मिल जाएगा, जैसे कि कुछ वर्गों द्वारा मांग की जा रही है ।

14.10 सारांश

इस इकाई में आपको भारत में टेलीविजन के विकास का परिचय देते हुए यह बताया गया है कि निजी टेलीविजन चैनलों के आगमन से पहले टेलीविजन प्रसारण का क्या परिदृश्य था । आपने यह भी जाना कि कुछ विदेशी प्रसारण संगठनों द्वारा निजी टी.वी. चैनल आरंभ करने

का प्रयास बहुत जल्दी एक अभियान में बदल गया और हिंदी भारतीय भाषाओं में प्रसारण करने वाले चैनलों का सैलाब आ गया । आपको यह भी बताया गया कि निजी चैनलों के आने के बाद दूरदर्शन के दबदबे और लोकप्रिय में कमी आने लगी । दूरदर्शन ने अपनी लोक प्रसारक की भूमिका कायम रखी लेकिन निजी चैनलों का प्रभाव उसकी गतिविधियों पर पड़ता रहा । निजी चैनलों में अधिक से अधिक विज्ञापन और दर्शक अपनी ओर खींचने की होड़ और उसके दुष्परिणामों पर प्रकाश डालते हुए यह बताया गया कि उन्हें जनसंचार माध्यम की मर्यादाएं और जिम्मेदारियां नहीं छोड़नी चाहिए ।

14.11 संदर्भ ग्रंथ

1. डॉ. देवव्रत सिंह - भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, प्रभात प्रकाशन, नई दिल्ली
2. डॉ. श्याम कश्यप एवं मुकेश कुमार - टेलीविजन की कहानी, राजकमल प्रकाशन नई दिल्ली
3. सुधीश पचौरी - दूरदर्शन: विकास से बाजार तक, प्रकाशन विभाग, सूचना और प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार, नई दिल्ली
4. वर्तिका नंदा - टेलीविजन और अपराध पत्रकारिता, भारतीय जनसंचार संस्थान नई दिल्ली
5. पी.के आर्य - इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, प्रतिभा प्रतिष्ठान, नई दिल्ली
6. प्रो. रमेश जैन - भारत में मीडिया कानून, पंचशील प्रकाशन, जयपुर
7. Gopal Saxena - Television in India; Changes and Challenges, Vikas Publications, New Delhi, 1996.
8. Arvind Singhal - India’s Communication Revolution: From Bullock Carts to cyber Marts; Everett M. Rogers, Sage Publications, New Delhi/London,2001.
9. S.C Bhatt - Satellite Invision of India; Gyan Publishing, Shastri Bhawan, New Delhi.
10. Annual Report 2006-2007, Ministry of Information and Broadcasting, Shastri Bhawan, New Delhi.
11. Thomas R.Murrey - Educational Radio and Television, Pergmen Press,1987.

14.12 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. वे कौनसी परिस्थितियां थीं, जिनसे भारत में निजी उपग्रह चैनलों का प्रवेश सरल हो गया? विस्तार से विवेचना कीजिए ।
2. भारत में केबल टेलीविजन के विकास का चरणबद्ध विवरण दीजिए ।
3. भारत में निजी चैनलों की शुरूआत में विदेशी प्रसारण संगठनों की महत्वपूर्ण भूमिका रही है । इस मत से आप कहां तक सहमत हैं? व्याख्या कीजिए ।
4. "दूरदर्शन की स्वायत्तता" विषय पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए ।

5. निजी चैनलों की लोकप्रियता के कारणों पर प्रकाश डालते हुए प्रमुख टीवी. चैनलों का परिचय दीजिए ।
6. निजी चैनलों के आगमन से दूरदर्शन की लोक प्रसारक की भूमिका कहां तक प्रभावित हुई? समीक्षा कीजिए ।
7. "निजी समाचार चैनल अपनी मर्यादाओं से भटक गए हैं ।" इस कथन की विवेचना कीजिए।
8. निजी चैनलों के प्रसार से हिंदी तथा भारतीय भाषाओं को किस रूप में बढ़ावा मिला है? विस्तार से लिखिए ।
9. "न्यूज़ चैनलों में अब 'न्यूज़' या 'सूचना' नहीं है, बल्कि वह 'मनोरंजक खबरें (इन्फोटेनमेंट) में बदल गई है ।'' इस कथन की समीक्षा करें ।
10. भारत के प्रमुख स्टिंग ऑपरेशनों पर एक आलोचनात्मक लेख लिखें ।
11. संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए -

    (i) स्टार टी.वी. (ii) आजतक (iii) एन.डी.टी.वी. (iv) इंडिया टी.वी.

    (v) सहारा समय (vi) एम टी.वी. (vii) इनाडू टी.वी. (viii) सन टी.वी

इकाई- 15

भारत में फिल्म का उद्भव एवं विकास

इकाई की रूपरेखा

15.0 उद्देश्य
15.1 प्रस्तावना
15.2 फिल्म का जन्म
15.3 फिल्म का महत्व एवं उपयोग
15.4 भारत में फिल्म का आगमन एवं विकास
15.5 दादा साहेब फालके और राजा हरिश्चन्द्र
15.6 फिल्म का मूक-युग सन् 1913 से 1930
15.7 पहली बोलती फिल्म ऑलमआरा
15.8 तीन शहर: तीन फिल्म कम्पनी
15.9 आजादी के पहले की फिल्में (1931-1950)
15.10 आजादी के बाद मुख्यधारा की फिल्में (1951-1990)
15.11 कला या समांतर फिल्म (1969-2000)
15.12 बीसवीं सदी का अंतिम दशक (1991-2000)
15.13 नई सदी का नया सिनेमा (2001-2008)
15.14 सारांश
16.15 स्व- मूल्यांकन
15.16 शब्दावली
15.17 संदर्भ ग्रंथ
15.16 प्रमुख फिल्में
15.19 अभ्यासार्थ प्रश्न

15.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप :

- विश्व धरातल पर सिनेमा के आविष्कार के पहले क्या दशा थी?
- फिल्म का जन्म कब, कहाँ और कैसे हुआ?
- विश्व के देशों में फिल्म का महत्व एवं उपयोग
- भारत में फिल्म का आगमन और पहली स्वदेशी कथा फिल्म
- मूक युग के प्रमुख फिल्मकार और फिल्म प्रवृत्तियां
- गूंगा कब बोला और तीन फिल्म स्तम्भ कंपनियों का संगठन
- आजादी के पूर्व तथा बाद में फिल्म की विकास यात्रा

- बीसवीं सदी की करवट और इक्कीसवीं सदी का आगमन
- वर्तमान में फिल्म एवं सिनेमाघर

इन तमाम शीर्षकों के अंतर्गत आपको जो तथ्यपरक जानकारी प्राप्त होगी, वह एक नए अनुभव से गुजरने जैसी है । फिल्म अपने आप में एक गंभीर विषय है । फिल्म को देखने के बजाए उसे कविता, कहानी, उपन्यास की तरह पढ़ा जाना चाहिए ।

15.1 प्रस्तावना

बीसवीं सदी की सर्वश्रेष्ठ कला के रूप में फिल्म. पहचानी जाती है । फिल्म स्वयं कला न होकर अनेक ललित कलाओं का अनूठा संगम है । यह दृश्य- श्रव्य माध्यम है यानी पहले दिखाई देता है, फिर सुनाई देता है । दृश्य- श्रव्य होने के अपने विशेष गुण के कारण अन्य कलाओं की तुलना में यह अधिक प्रभावशाली माना जाता है । सिनेमा या फिल्म को हिन्दी में 'चलचित्र' नाम से पुकारा जाता है । दुनिया में सबसे पहले स्थिर चित्र का आविष्कार हुआ था । स्थिर चित्रों को देखकर मनुष्य की यह जिज्ञासा बढ़ी कि यदि यह चित्र मनुष्यों की तरह सचमुच में चलने लगे, बोलने लगे, हंसने लगे अथवा मनुष्यों की दुनिया में समानांतर एक और दुनिया देखकर सब अपना मनोरंजन कर सकें या ज्ञान बढ़ा सकें तो कितना अच्छा हो । आवश्यकता ने आविष्कार को जन्म दिया । दुनिया के कई देशों जैसे- जर्मन / फ्रांस / ब्रिटेन / इटली और अमेरिका में चित्रों को चलायमान बनाने की दिशा में प्रयत्न होने लगे और एक दिन आविष्कारक अपनी कोशिशों में कामयाब हो गए ।

बीसवीं सदी की यह कला फ्रांस में जन्म लेकर धीरे- धीरे दुनिया के प्रत्येक देश में फैल गई। आज दुनिया के लगभग हर देश में फिल्म का निर्माण होता है । फिल्मों का अपना दर्शक वर्ग है । फिल्म ने न सिर्फ समाज के हर वर्ग का मनोरंजन किया वरन् आज वह हमारे दैनिक जीवन का एक अनिवार्य अंग जैसा हो गया है । फिल्म प्रत्यक्ष तथा अप्रत्यक्ष रूप में मनुष्य के चेतन- अवचेतन को प्रभावित करती है । मनुष्य को मनोविज्ञान, उसकी आदतें, आचरण, फैशन, रहन-सहन, परस्पर मानवीय भावनाओं तथा संवेदनाओं तक को प्रभावित कर रही है। फिल्म का वामन- अवतार टेलीविजन है । वह फिल्म से कई कदम आगे निकलकर हर घर की छत को चीरकर ड्राइंग रूम में पहुंच गया है । जहाँ परिवार के बच्चे से लेकर बूढ़े तक सभी चौबीसों घंटे अपना मनोरंजन कर दिल बहलाते हैं । छोटे मियां सुभान अल्लाह की तर्ज पर टेलीविजन के धारावाहिकों / कार्यक्रमों तथा समाचारों ने मनुष्य को अपनी बांहों में समेट लिया है । आज हम फिल्म अथवा टेलीविजन विहीन समाज की कल्पना तक नहीं कर सकते। इसलिए फिल्म के जन्म और विकास की रोचक यात्रा को जान लेना हमारे लिए हर दृष्टि से उपयोगी एवं लाभकारी है ।

15.2 फिल्म का जन्म

स्थिर छायांकन

मनुष्य के बिम्ब को कैमरे के लैंस की सहायता से कागज पर अंकित कर पाने की सफलता फ्रांस को सन् 1827 में मिली। लदुगारे नामक इस आविष्कारक ने सन् 1839 में सर्वसाधारण

के लिए अपना कैमरा उपलब्ध करा दिया । अपने बिम्ब अथवा परछाई को कागज पर देखने की ललक पूरे विश्व में जंगल की आग की तरह फैली । सन् 1839 के वर्ष में ही विलियम हेनरी फॉक्स टैलबोटे ने एक ऐसी नेगेटिव विकसित की, जिसकी सहायता से मनचाही संख्या में छाया प्रतियां तैयार की जा सकती थीं । सन् 1850 तक यह छायांकन की कला भारत के विभिन्न नगरों में भी फैल गई । आरंभिक वर्षों में इस पर अंग्रेजों का अधिकार रहा । आगे चलकर भारतीयों को भी इस कला के प्रति आकर्षण ने महारथी बना दिया । शुरुआती वर्षों के भारतीय छायाकारों में दीनदयाल का नाम तेजी से उभरा । उन्होंने सन् 1860 से छायांकन सीखना आरंभ किया । इंदौर के अलावा बम्बई और हैदराबाद में उन्होंने अपने स्टूडियो शुरू किए । हैदराबाद के निजाम ने दीनदयाल को अपने अंतःपुर तक में जाने की इजाजत दी थी। उनकी छायांकन कला-प्रतिभा से प्रसन्न होकर निजाम ने उन्हें राजा का सम्मान एवं पदवी प्रदान की । आगे चलकर राजा दीनदयाल राजाओं के छायाकार बन गए । उनके द्वारा भारतीय राजाओं के लिए गए छायाचित्र आज भी देश के अनेक संग्रहालयों में देखे जा सकते हैं । भारत के उच्चकोटि के छायाकारों में बनारस के गिरीशचंद्र डे, जयपुर के महाराजा सवाई मानसिंह (द्वितीय) प्रमुख हैं । यहां यह सब उल्लेख इसलिए किया गया है कि भारत में जब फिल्म निर्माण आरंभ हुआ, तो वे लोग सबसे पहले आगे आए, जिन्हें छायांकन कला का ज्ञान था। उदाहरण के लिए हरिश्चंद्र सखाराम भाटवड़ेकर तथा दादा साहेब फालके का नाम लिया जा सकता है ।

घोड़ों के गतिशील बिम्ब

स्थिर छायांकन की कला लोकप्रिय हो जाने के बाद मनुष्य की स्वाभाविक जिज्ञासा ने बाहें फैलाना आरंभ किया कि क्या ये स्थिर चित्र चल नहीं सकते? मनुष्य की तरह चलना-फिरना-दौड़ना, हँसना-रोना या उसकी दिनचर्या की तरह तमाम गतिविधियाँ नहीं कर सकते? इन जिज्ञासाओं ने आविष्कारकों को सक्रिय किया और अलग- अलग देशों में स्थिर चित्रों को चल-चित्र में बदलने की संभावनाएं आकार लेने लगीं । सन् 1872 में कैलिफोर्निया के गवर्नर ली लैंड स्टेनफोर्ड ने सेनफ्रांसिस्को के फोटोग्राफर एडवर्ड मैब्रिज को चित्रों को चलायमान करने के लिए कुछ प्रयोग करने को कहा । मैब्रिज ने एक इंजीनियर की मदद से एक कतार में कुछ दूरी पर चौबीस कैमरे तैनात कर दिए । उन्हें एक बिजली के तार से जोड़ दिया । कैमरों के एक सिरे से घोड़े को दौड़ाया गया । जैसे ही घोड़ा कैमरे के सामने से दौड़ा एक-एक कर सभी कैमरे के शटर दबते गए । जब सभी कैमरों के चित्रों को एक पट्टी पर प्रिंट किया गया, तो सभी के आश्चर्य का ठिकाना नहीं रहा । सबने देखा कि एक दशा ऐसी आती है जब घोड़े के चारों पैर हवा में होते हैं । मनुष्य अपनी खुली आँख से यह सब नहीं देख सकता। मैब्रिज ने अपनी सफलता को सन् 1882 में गतिशील वस्तुओं को छायांकन करने और प्रक्षेपित करने की पद्धति को रजिस्टर्ड करा लिया ।

इसी दौर में सन् 1891 में टॉमस अल्वा एडीसन ने अपने काइनेटोस्कोप का भी पंजीयन कराया। इस दौड़ में फ्रांस के दो भाई लुई और ऑगस्ट लुमिएर सबसे आगे निकल गए । फिल्म इतिहास में इन्हें लुमिएर ब्रदर्स के नाम से जाना जाता है । उन्होंने अपने यंत्र द्वारा तैयार गई पचास

फिल्मों के संग्रह में से सात फिल्मों का एक पैकेज बनाया । 28 दिसंबर 1895 को उन्होंने अपना फिल्म पैकेज पेरिस के इंडी कैफे में भाग्यशाली दर्शकों की उपस्थिति में सशुल्क प्रदर्शित किया । उनकी छोटी-छोटी फिल्मों के जरिए दर्शकों ने अपने सामने परदे पर उन घटनाओं और व्यक्तियों को देखा, जहा वे खुद मौजूद नहीं थे । इस तरह स्थिर चित्र चलने फिरने और मनुष्य की तरह गतिविधियाँ संचालित करते नजर आए । अभी वे गूंगे थे इसलिए बोलना छोड़कर सब काम करते नजर आते थे । लुमिएर ब्रदर्स के पैकेज की फिल्में थीं - अराइवल ऑफ द ट्रेन, फीडिंग द बेबी, डिमालिशन ऑफ ए वॉल, प्लेइंग द कार्डस, वाटरिंग द गार्डन, लीविंग द पोर्ट, वेलकम ऑफ द गेम्स । कुछ सैकंड्स या मिनटों में परदे पर प्रकट होकर खत्म हो जाने वाली इन फिल्मों को दुनियाभर के दर्शकों ने दुनिया का अजूबा या विश्व का चमत्कार जैसे रूपों में लिया । जहाँ-जहाँ फिल्मों के प्रदर्शन किए गए, वहाँ दर्शकों की भीड़ उन्हें देखने पहुँची । फिल्म का जादू तब से लेकर आज तक दर्शकों के सिर चढ़कर बोल रहा है ।

15.3 फिल्म का महत्व एवं उपयोग

हर वस्तु के दो पहलू होते हैं, एक अच्छा और दूसरा बुरा । जैसे माचिस से मंदिर का दीया भी जलाया जा सकता है और दूसरे, घर को आग भी लगाई जा सकती है । फिल्म जब एक शक्तिशाली माध्यम के रूप में विकसित हुई, तो सत्तासीन शासकों ने अपनी जनता को देश, समाज तथा संविधान के प्रति स्वामीभक्त बनाने के लिए इसका उपयोग शुरू किया । इस दृष्टि से समूचे विश्व को चार भागों में विभाजित किया जा सकता है । सर्वप्रथम पूँजीवादी सत्ता वाले देशों ने फिल्म का अपने यहाँ उपयोग एक उत्पाद के रूप में किया । अमेरिका, इंग्लैंड, फ्रांस तथा जर्मनी जैसे देशों ने इसे साबुन या शैम्पू की तरह बाजार में उतारा और भव्य प्रचार-प्रसार तथा विज्ञापन के माध्यम से पैसे कमाने का साधन बनाया । उदाहरण के लिए हर बार बाजार में साबुन की नई टिकिया विज्ञापित की जाती है । उसके विज्ञापन में कहा जाता है कि इस नए साबुन से नहाने से त्वचा कोमल और पहले से कहीं अधिक गोरी हो जाती है । विज्ञापन की नारेबाजी के चलते आम उपभोक्ता इस चतुर चंगुल में उलझकर नए साबुन से नहाने लगता है । दुनिया में आज तक कोई ऐसा साबुन नहीं बना है जिससे नहाने से व्यक्ति गोरा हो जाए । यदि सचमुच में ऐसा होता तो दक्षिण अफ्रीकी के नीग्रो लोग कब से गोरी चमड़े वाले हो गए होते । पूँजीवादी देशों खासकर हॉलीवुड के फिल्मकारों ने तीस-चालीस के दशक से भव्य पैमाने पर लाखों-करोड़ों डॉलर की सहायता से फिल्मों का निर्माण किया । बेनहर / टेन कमान्डमेंट्स /गॉन विद द विड / लारेंस ऑफ अरेबिया से लेकर जुरासिक पार्क टायटैनिक / स्पीड / मिशन इम्पासिबल एक दो तीन के बाद स्पायडरमैन तीन ने अपने प्रदर्शन के पहले ही हफ्तों में अरबों रूपयों का व्यापार कर बॉक्स आफिस पर रिकॉर्ड कायम किया है । पूँजीवादी देशों के लिए फिल्म मनोरंजन का माध्यम बाद में है, पहले है पैसा बटोरने का साधन । इसी रस्सी पर लगातार चलकर वे दोनों हाथों से धन उलीच रहे हैं ।

दूसरे क्रम पर आते हैं साम्यवादी देश । इन देशों की सरकारों ने फिल्म की ताकत को पहचानकर उसे सरकारी शिकंजे से बाहर नहीं जाने दिया । अपनी पकड़ को मजबूत बनाए रखने के लिए

फिल्म का सरकारीकरण कर लिया । साम्यवादी देशों का फिल्म महज सरकार के प्रचार-प्रसार का ढोल पीटने वाला साधन बनकर रह गया है । सोवियत संघ (अब नहीं) / यूगोक्स्लाविया / चेकोस्लोवाकिया / हंगरी /पोलैंड / आस्ट्रिया / यूरोप के अन्य साम्यवादी विचारधारा के देशों के अलावा चीन ने भी फिल्म को अपने सत्तासीनों की मरजी का गुलाम बनाकर रखा है । लाल झंडा, संविधान की लाल किताब, हसिया-हथौड़ा के प्रदर्शन के साथ जनता को फिल्मों के जरिए सदैव यह संदेश दिया गया कि वे सत्तासीनों के प्रति वफादार बनें रहें । कभी सरकार या संविधान के खिलाफ बगावत की बात सोचे भी नहीं । इसीलिए बाजार में चीन या पोलैंड या हंगरी की फिल्म कभी प्रदर्शित नहीं होती । सरकार फिल्म बनाती है और सरकारी सिनेमाघरों में सरकार ही उन्हें प्रदर्शित करती है । दर्शक विवशता की दशा में वही देखते हैं, जो उन्हें दिखाया जाता है । तानाशाह हिटलर ने अपनी जनता का मनोबल बनाए रखने के लिए नकली फिल्मों का निर्माण तक कराया था । इसके प्रमाण प्राप्त हुए हैं ।

तीसरे क्रम पर विकासशील देशों में फिल्म सिर्फ मनोरंजन के साधन बनकर आया ओर कमोबेश आज भी मनोरंजन का चटपटा मसाला बना हुआ है । इन देशों में स्व्यं का फिल्म निर्माण सिनेमा के जन्म के बरसों बाद हुआ । आरंभ में अमेरिका या यूरोप में निर्मित फिल्में आयात कर सिनेमा का प्रदर्शन किया जाता रहा । बंदरिया या रीछ का तमाशा जैसे मदारी कस्बों या शहरों के चौराहे पर दिखाता है और अस्थायी भीड़ अपने आप जुट जाती है । कुछ इसी तर्ज पर भारत / श्रीलंका / नेपाल / पाकिस्तान / बांग्लादेश / मलेशिया में फिल्म की दशा आज भी लगभग एक जैसी है । कई भाषा, कई धर्म, अनेक रीति-रिवाजों तथा परम्पराओं के चलते विविध रुचियों के दर्शकों का ध्यान फिल्म निर्माण में रखना होता है । इसलिए वह अपनी फिल्मों में फार्मूलों के साथ समझौता करता है । उसे गुजरात के दर्शकों को खुश करने के लिए गरबा नृत्य दिखाना होता है । महाराष्ट्रीयन समाज के लिए लावणी या गणपति बप्पा मोरिया का नारा जोर से लगाना होता है । पंजाबी दर्शकों के लिए भाँगड़ा, दिल्ली-उत्तरप्रदेश तथा हिन्दी भाषा राज्यों के लिए भजन-कव्वाली-मुजरा का जोरदार तड़का लगाना जरुरी माना जाता है । इन सब घालमेल के चलते हिन्दी या बॉलीबुड का सिनेमा मदारी की महज डुगडुगी बनकर रह गया है । फिल्म के जरिए सामाजिक अथवा राजनीतिक बदलाव की बात सामने नहीं आ पाती । फिल्म की सारी ताकत मनोरंजन के नाम पर फिजूल खर्च कर दी जाती है । विकासशील देश के फिल्म निर्माण तथा सरकारी चाहती, तो फिल्म को उद्देश्यपूरक बनाकर समाज तथा देश के विकास में इसके योगदान को सार्थक बनाया जा सकता था । लेकिन लगभग सौ सालों में भी विकासशील देश ऐसा नहीं कर पाए । आज भी फिल्म इन देशों में सेक्स, एक्शन, मर्डर, मिस्ट्री के मकड़जाल में उलझा हुआ है । इस कथन के कुछ अपवाद अवश्य हैं जैसे भारत में सन् 1969 से सार्थक सिनेमा / समांतर सिनेमा / नई लहर का सिनेमा जैसे शब्दों के जरिए एक आदोलन को हवा दी गई । लगभग बीस बरस तक यह दौर चला भी, बाद में तमाम झंडाबरदार लोग व्यावसायिक फिल्म की धारा में शामिल हो गए ।

फिल्म की शक्ति का सही इस्तेमाल किया है तीसरी दुनिया के देशों ने । लेटिन अमेरिका तथा दक्षिण अफ्रीका के पिछड़े देशों के फिल्म निर्माताओं ने अपने यहाँ ऐसी फिल्मों का निर्माण किया, जिससे अत्याचारी-दमनकारी तानाशाही शासकों के खिलाफ जनता को एकजुट किया जा सके । समाज तथा सरकार को क्रांतिकारी विचारों के माध्यम से बदला जा सके । इतिहास गवाह है कि फिल्म ने तीसरी दुनिया के देशों की हालत बदल दी । अनेक फिल्मकार जेलों में बंद रहकर ऐसी फिल्में बनाते रहे, जिनके प्रदर्शन से सरकार का तख्ता पलट गया । फिल्म उनके लिए मनोरंजन के रूप में गौण है, सामाजिक-राजनीतिक बदलाव का बिगुल पहले है।

15.4 भारत में फिल्म का आगमन एवं विकास

लुमियर ब्रदर्स ने अपने आविष्कार से दुनिया को चमत्कृत तो किया ही साथ ही उन्होंने पूरी दुनिया में उसे जल्दी से जल्दी पहुंचाने का प्रयत्न भी किया । उन्होंने अपने एजेंट के जरिए ऑस्ट्रेलिया के लिए फिल्म पैकेज रवाना किया । एजेंट मॉरिस सेस्टियर को बम्बई आने पर पता चला कि आस्ट्रेलिया जाने वाले हवाई जहाज में खराबी के चलते उन्हें यहाँ दो चार दिन ठहरना होगा । वह कोलाबा स्थित वॉटसन होटल (अब नेवी ऑफिस) में जाकर ठहर गया । मॉरिस के दिमाग में विचार आया कि जो काम आस्ट्रेलिया जाकर करना है, उसे बम्बई में ही क्यों न कर अंजाम दिया जाए । लिहाजा वह 6 जुलाई 1896 को टाइम्स ऑफ इंडिया के दफ्तर गया और अगले दिन के लिए एक विज्ञापन बुक कराया । दुनिया का अजूबा नाम से प्रचारित इस विज्ञापन को पढ़कर बम्बई के कोने-कोने से दर्शकों का हुजूम वॉटसन होटल के लिए उमड़ पड़ा । एक रूपये की प्रवेश दर से लगभग दो सौ दर्शकों ने 7 जुलाई, 1896 की शाम बीसवीं सदी के इस चमत्कार से साक्षात्कार किया । इस तरह भारत में सिनेमा संयोगवश आ गया । इस पहले दिन के पहले प्रदर्शन में बम्बई के छायाकार हरिश्चंद्र सखाराम भाटवड़ेकर भी शामिल थे । उनके दिमाग में लुमिएर ब्रदर्स की फिल्में देखकर यह विचार उत्पन्न हुआ कि क्यों न इस प्रकार की स्वदेशी फिल्मों का निर्माण कर उनका प्रदर्शन किया जाए । वे बम्बई में 1880 से अपना फोटो स्टुडियो संचालित कर रहे थे ।

सन् 1898 में उन्होंने लुमिएर सिनेमाटोग्राफ यंत्र इक्कीस गिन्नी भेजकर भारत मंगाया । सादे दादा के नाम से परिचित भाटवड़ेकर ने बम्बई के हैंगिंग गार्डन में एक कुश्ती का आयोजन कर उस पर लघु फिल्म का निर्माण किया । उनकी दूसरी फिल्म सरकस के बंदरों की ट्रेनिंग पर आधारित थी । इन दोनों फिल्मों को उन्होंने डेवलपिंग के लिए लंदन भेजा। सन् 1899 में विदेश फिल्मों के साथ जोड़कर उनका प्रदर्शन किया । इस प्रकार सावेदादा पहले भारतीय हैं जिन्होंने अपने बुद्धि कौशल से स्वदेशी लघु फिल्मों का निर्माण कर प्रथम निर्माता-निर्देशक तथा प्रदर्शक होने का श्रेय प्राप्त किया।

सावेदादा के करिश्मों का सिलसिला यहाँ आकर ठहरता नहीं है । वह इतिहास तो नहीं लिख रहे थे, लेकिन इतिहास उनके पीछे-पीछे जरूर चल रहा था । सन् 1901 में र.पु. परांजपे नामक छात्र कैम्ब्रिज विश्वविद्यालय से गणित में सबसे अधिक अंक प्राप्त कर भारत लौटा । उसका स्वागत करने बंदरगाह पर सैकड़ों लोग पहुँचे थे । सावेदादा ने इस बिरले अवसर को अपने

कैमरे में कैद कर लिया । यह फिल्म भारत का पहला वृत्तचित्र (डाक्युमेंट्री फिल्म) माना जाता है । इसी तरह भारत में आयोजित एडवर्ड सप्तम् के राज्याभिषेक के उपलक्ष्य में भारत में आयोजित सन् 1903 के स्वागत समारोह को भी सावेदादा ने शूट कर एक ऐतिहासिक काम किया था ।

भारत में फिल्म आगमन और प्रदर्शन को लेकर टाइम्स ऑफ इंडिया के समीक्षक ने अपने अखबार में लिखा था- "एक शक्तिशाली लालटेन की मदद से वास्तविक जीवन से मिलते जुलते बहुत दृश्य परदे पर दिखाए गए । एक मिनट में लगभग सात आठ सौ तक छायाचित्र परदे पर- प्रकाशमान हुए जिन्हें दर्शकों ने बहुतपंसद किया । 'वॉटसन होटल में 7 से 13 जुलाई 1896 तक फिल्मों के लगातार प्रदर्शन होते रहे । बाद में इस प्रदर्शन को 14 जुलाई से बम्बई के नावेल्टी थियेटर में शिफ्ट कर दिया गया जहाँ ये 15 अगस्त 1896 तक लगातार चलते रहे ।

15.5 दादा साहेब फालके और राजा हरिश्चन्द्र

दादा साहेब फालके पुरस्कार से लगभग प्रत्येक भारतीय परिचित है । यह फिल्म समारोह निदेशालय द्वारा प्रतिवर्ष फिल्मी दुनिया के ऐसे कलाकार को दिया जाता है, जिसने सर्वाधिक लाइफ टाइम कांट्रीब्यूशन टू इंडियन फिल्म इंडस्ट्री किया हो । सन् 1969 से स्थापित तथा सन् 1970 में पहला अवार्ड फर्स्ट लेडी ऑफ इंडियन स्क्रीन देविका रानी को दिया गया था । दादा साहेब फालके के बारे में विस्तार से जानना इसलिए जरूरी है कि वे पहले भारतीय हैं, जिन्होंने भारत में फिल्म निर्माण एवं निर्देशन की नींव रखी और पहली कथा फिल्म राजा हरिश्चन्द्र (1913) का निर्माण कर प्रदर्शन किया ।

धुण्डीराज गोविन्द फालके याने डी.जी. फालके का जन्म 30 अप्रैल, 1870 को नासिक के पास त्रम्बकेश्वर गाँव के ब्राह्मण परिवार में हुआ था । बचपन में घर पर ही परीक्षा उत्तीर्ण करने के बाद उन्हे बम्बई के कला संस्थान जे.जे. स्कूल ऑफ आर्टस में प्रवेश दिलाया गया । वहाँ उन्होंने चित्रकला / मुद्रणकला / फोटोग्राफी / जादू / अभिनय / गीत- संगीत के साथ कई ओर कलाओं में प्रशिक्षण प्राप्त किया । सन् 1890 में उन्होंने छात्रवृत्ति मिलने पर एक कैमरा भी खरीद लिया ।

लोकमान्य तिलक के विचारों से प्रभावित दादा फालके ने सरकारी नौकरी छोड़ दी । भागीदारी में प्रिंटिंग प्रेस का संचालन किया । सन् 1910 की क्रिसमस में बम्बई के एक तम्बू सिनेमा में उन्होंने लाइफ ऑफ क्राइस्ट नामक फिल्म देखी । फिल्म देखकर घर लौटे और सारी रात बेचैन रहे । दूसरे दिन अपनी पत्नी सरस्वती काकी के साथ वही फिल्म दोबारा देखी । लगातार अलग- अलग नजरिए से उन्होंने दस दिन फिल्म देखकर मन में निश्चय किया कि भगवान कृष्ण के जीवन पर फिल्म बनाना चाहिए । यह बात अपनी पत्नी, रिश्तेदार तथा मित्रों को बताई । सबने फिल्म निर्माण की व्यावहारिक कठिनाइयां सामने रखीं । उभरकर सुझाव आया

कि कृष्ण के जीवन में विस्तार तथा उतार-चढ़ाव अधिक हैं इसलिए किसी सरल कथानक पर फिल्म बनाना चाहिए । अंत में राजा हरिश्चन्द्र का कथानक सबको पसंद आया ।

दादा साहेब के व्यापारी मित्र नाडकर्णी ने बाजार दर पर रूपये उधार देने की पेशकश की । 1फरवरी,1912 को दादा साहेब लंदन के लिए पानी के जहाज से रवाना हुए । वहाँ उनका कोई परिचित नहीं था । केवल बायस्कोप पत्रिका के संपादक को इसलिए जानते थे कि उसकी पत्रिका नियमित मंगाकर पढ़ते थे । दादा फालके बायस्कोप के सम्पादक कैबोर्ग से मिले । वह भला आदमी था । वह उन्हें स्टूडियो तथा सिनेमा उपकरण एवं केमिकल्स की दुकानों पर ले गया और फिल्म निर्माण का सारा सामान खरीदवा दिया । 1 अप्रैल, 1912 को दादा बम्बई लौट आए ।

सन् 1912 में फिल्म निर्माण की कठिनाइयों की कल्पना थी आज समझ से परे हैं । पटकथा लेखन के बाद दादा फालके को तमाम कलाकार तो मिल गए, मगर महारानी तारामती का रोल करने के लिए कोई महिला तैयार नहीं हुई । हारकर दादा वेश्याओं के बाजार में उनके कोठे पर गए । हाथ जोड़कर उनसे तारामती के रोल के लिए निवेदन किया । वेश्याओं ने दादा को टका सा जवाब दिया कि उनका पेशा, फिल्म में काम करने वाली बाई से कहीं गुणा बेहतर है । फिल्म में काम करना घटिया बात है । दादा निराश तथा हताश होकर लौट रहे थे । रास्ते में सड़क किनारे एक ढाबे में रुके और चाय बनाने के लिए कहा । जो वेटर चाय का गिलास लेकर आया, दादा ने देखा कि उसकी अंगुलियां बड़ी नाजुक हैं और चाल ढाल में थोड़ा जनानापन है । दादा ने उससे पूछा यहाँ कितनी तनख्वाह मिलती है, उसने जवाब दिया पाँच रुपए महीना । दादा ने फिर कहा कि यदि तुम्हें पाँच रुपए रोजाना मिले तो काम करोगे? उत्सुकता में वेटर ने तेजी से पूछा-क्या काम करना होगा? दादा ने सारी बात समझाई । इस तरह भारत की पहली फिल्म राजा हरिश्चन्द्र की नायिका कोई महिला न होकर एक पुरुष था और उसका नाम था अण्णा सालुंके ।

सन् 1912 की बरसात के बाद बम्बई के दादर इलाके में राजा हरिश्चन्द्र की शूटिंग आरंभ हुई । सूरज की रोशनी में शूटिंग होती थी । शाम को पूरी यूनिट के लिए खाना बनता । रात को किचन को डाकरूम में बदल दिया जाता । दादा और काकी सरस्वती देवी मिलकर फिल्म का डेवलपिंग- प्रिंटिंग तथा परफोरेशन का काम करते । 21 अप्रैल, 1913 को बम्बई के ओलिम्पिया सिनेमा में राजा हरिश्चन्द्र का प्रथम प्रदर्शन पत्रकारों तथा आमंत्रित अतिथियों के लिए किया गया। 3 मई, 1913 को बम्बई के कोरोनेशन थियेटर में फिल्म के नियमित प्रदर्शन आम दर्शकों के लिए किए जाने लगा । राजा हरिश्चन्द्र लगातार तेरह दिन चली, जो उस समय का रिकार्ड था ।
इसके बाद दादा फालके ने नासिक में सन् 1913 में कथा फिल्म मोहिनी भस्मासुर का निर्माण किया । इस फिल्म के लिए रंगमंच पर काम करने वाली अभिनेत्री कमलाबाई गोखले, दादा

साहेब को मिल गई । कमलाबाई हिन्दी फिल्मों की पहली महिला नायिका है । सन् 1913 में ही दादा ने लघु फिल्म पीठ चे पंजे भी बनाई थी, मगर दोनों फिल्मों को जनवरी, 1914 में प्रदर्शित किया गया । इसके बाद द्वितीय विश्वयुद्ध शुरू होने से फिल्म का कच्चा माल आने में बाधा आई और फिल्म निर्माण ठप हो गया । सन् 1917 में हिन्दुस्तान फिल्म कंपनी के बैनर तले दादा फालके ने 'लंका दहन' फिल्म का निर्माण तथा प्रदर्शन किया । इस सुपरहिट फिल्म से दादा साहेब देशभर में लोकप्रिय हो गए । लंका दहन के प्रदर्शन से टिकट खिड़की पर इतनी आमदनी हुई कि सिक्कों को बोरों में भरकर बैलगाड़ी पर लादकर दादा के घर लाना पड़ता था।

15.6 फिल्म का मूक-युग (सन् 1913 से 1930)

यहाँ यह उल्लेखनीय है कि लुमिएर ब्रदर्स के प्रथम प्रदर्शन 28 दिसम्बर, 1895 से लेकर सन् 1929 तक पूरी दुनिया कि फिल्म गूंगी थी । ध्वनि के अभाव में परदे पर ऐसे कथानकों का चुनाव निर्माता- निर्देशक अधिक करते थे, जो पहले से आम जनता से परिचित थे । ऐसे कथानकों में पौराणिक, धार्मिक तथा ऐतिहासिक चरित्र हुआ करते थे । कलाकारों को हावभाव तथा शारीरिक मुद्राओं के माध्यम से अपने को अभिव्यक्त करना होता था जो एक जटिल कार्य था ।

दादा साहेब फालके के बाद रजतपट के क्षितिज पर कोल्हापुर के बाबूराव पेंटर उभरकर आए। वे अपने मित्रों साथ नाटक मंडली का संचालन करते थे । साथ ही बम्बई में आने वाली फिल्मों को कोल्हापुर में प्रदर्शित करते थे । प्रदर्शन से होने वाली आय से उत्साहित होकर उनके मन में फिल्म निर्माण की ललक जागी । दामले तथा फत्तेलाल के साथ भागीदारी में बाबूराव पेंटर ने 1 दिसम्बर, 1917 को कोल्हापुर में महाराष्ट्र फिल्म कंपनी की स्थापना की । उन दिनों लोकप्रिय नाटक सैरन्ध्री था, जो महाभारत के पाण्डवों के अज्ञातवास पर आधारित था । सैरन्ध्री फिल्म सन् 1920 में बनकर प्रदर्शित हुई और इसे जनता का अच्छा समर्थन मिला । इस फिल्म में कीचक के वध का दृश्य ट्रिक फोटोग्राफी के जरिए इतना प्रभावशाली बना कि महिलाएं तथा बच्चे उसे देखकर चीख पड़े या बेहोश होने. लगे । भीम अपने हाथों से कीचक की गर्दन कुछ इस तरह मरोड़ते हैं कि वह आगे से पीछे की ओर चली जाती है । बताया जाता है कि उस समय के कलेक्टर तथा एसपी को जब शिकायतें मिलने लगीं तो ब्रिटिश हुकूमत ने एक परिपत्र जारी कर ऐसी फिल्मों पर पूर्णतया या आशिक प्रतिबंध के अधिकार कलेक्टर को सौंप दिए । फिल्मों के साथ यह पहली सेंसरशिप थी ।

बाबूराव पेंटर चित्रकला में माहिर थे । वे अपनी फिल्मों के बड़े-बड़े आकार में बोर्ड बनाते और तम्बू सिनेमाघर के चारों ओर बल्लियों पर लगा देते थे । कई दर्शक फिल्म देखने के बजाए उनके पेंटिंग देखने आया करते थे । अगली फिल्म वत्सलाहरण के निर्माण के समय वी. शांताराम तथा केशवराय धायबर भी बाबूराव पेंटर से जुड़ गए । इनमें वी. शांताराम को आगे चलकर भारतीय सिनेमा के पितृ-पुरूष की श्रेणी में माना गया । शांताराम में सभी प्रकार की

प्रतिभा थी । उन्होंने अभिनय किया और जरूरत होने पर उदयकाल जैसी फिल्म के निर्देशन की चुनौती भी स्वीकार की । बाबूराव पेंटर की कंपनी में उल्लेखनीय फिल्में हैं - दामाजी /सिंहगढ़ / राणा हमीर / शाह को शह और सावकारी पाश । अंतिम फिल्म उस दौर की पहली यथार्थवादी फिल्म मानी जाती है, जिसमें साहूकारों द्वारा गरीब ग्रामीणों का शोषण दर्शाया गया था । साहूकारी पाश की कहानी मराठी साहित्यकार नारायण हरि आप्टे ने लिखी थी । नेताजी पालकर फिल्म के निर्माण के दौरान बाबूराव पेंटर और शांताराम / धायबर / दामले / फत्तेलाल में मतभेद हो गए । इससे चारो ने उनका साथ छोड़कर कोल्हापुर में ही प्रभात फिल्म कंपनी की स्थापना की ।

सन् 1913 से 1918 में फिल्म निर्माण सिर्फ महाराष्ट्र की सीमा में कैद था । बंगाल में निर्मित पहली कथा फिल्म बिल्व मंगल है, जिसे जमशेदजी फ्रामजी मदन ने बनाई और नवम्बर, 1919 में प्रदर्शित की । जमशेदजी के अनेक व्यवसाय थे । वे नाटकों में अभिनय करते थे । उन्होंने तम्बू सिनेमाघरों में विदेशी फिल्मों का प्रदर्शन कर पैसा कमाया । कलकत्ता का पहला सिनेमाघर एलफिंस्टन पिक्चर पैलेस का निर्माण किया। सन् 1918 तक उनका कारोबार बर्मा तथा सीलोन (श्रीलंका) तक पहुँच गया था । उनके 172 सिनेमाघर की श्रृंखला थी । बिल्व मंगल के बाद मदन थियेटर्स की प्रमुख फिल्में हैं- सती बेहुला / महाभारत / जय माँ जगदम्बे / नल दमयंती और ध्रुव चरित्र ।

जमशेदजी मदन के बाद धीरेन गांगुली दूसरे सूत्रधार रहे, जिन्होंने कलकत्ता में फिल्म निर्माण को विकसित किया । इण्डो-ब्रिटिश फिल्म कंपनी के बैनर में अपने दोस्तों की मदद से उन्होंने बिलेत फेरात (विलायत पलट) का निर्माण किया । यह भारत की पहली व्यंग्य प्रधान फिल्म मानी जाती है । जिसमें इंग्लैंड से भारत लौटे हिन्दुस्तानियों का मजाक उड़ाया गया था । सन 1919 में इंग्लैंड-रिटर्नड या बिलात फेरात फिल्म ने बॉक्स आफिस पर धूम मचा दी थी । धीरेन गांगुली ने यशोदानंदन / साधू की शैतान / इन्द्रजीत और लेडी टीचर / द मैरिज टॉनि / जन्मांतर / ऑलोक बाबू / चरित्रहीन जैसी विविध विषयों पर आधारित फिल्मों का निर्माण कर अपनी बहुमुखी प्रतिभा का परिचय दिया । धीरेन गांगुली का सबसे बड़ा योगदान यह है कि उन्होंने बंगाल के उच्च घरानों के लोगों को फिल्म के प्रति आकर्षित किया ।

अंतरराष्ट्रीय धरातल पर हिमांशु राय ने भारत-जर्मन सहयोग से 'लाइट ऑफ एशिया' नामक फिल्म फ्रेंज़ आस्टेन के निर्देशन में बनाकर भारत का नाम विश्व में प्रसिद्ध किया । यह फिल्म गौतम बुद्ध के जीवन पर आधारित थी । उनकी फिल्म ए थ्रो ऑफ डाइस तथा कर्मा भी चर्चित रही हैं ।

मूक युग (सन् 1913 से 1930) में अनेक फिल्म कंपनियां और कलाकार फिल्माकाश पर चमकने लगे थे, जिन्होंने तीस या चालीस के दशक में अपनी प्रतिभा की रोशनी से हिन्दी फिल्म को जगमगा दिया । प्रमुख फिल्म निर्माता निर्देशकों में बी.एन. सरकार / प्रमथेशचन्द्र

बरूआ / आर्देशिर ईरानी / देवकी बोस / ए.आर. कारदारा / वाडिया ब्रदर्स / जयंत देसाई / विजय तथा शंकरभाई भट्ट और वी. शांताराम के नाम उल्लेखनीय हैं । इसी तरह कलाकारों में पृथ्वीराज कपूर / जयराज / ललिता पवार / मुबारक / हीऑलाल / मेहताब सरदार अख्तर / जुबैदा माधुरी सुलोचना / मा. विट्ठल की चर्चा करना यहाँ उल्लेखनीय है । सन् 1929 में अमेरिकन फिल्म द मेलोडी ऑफ लव का भारत में प्रदर्शन हुआ । इसे इम्पीरियल कंपनी के आर्देशिर ईरानी ने देखा और निश्चय किया कि भारत में पहली बोलती फिल्म के लिए वे प्रयत्न करेंगे । उनके इस निश्चय एक और सपने ने जन्म लिया ।

15.7 पहली बोलती फिल्म - ऑलमआरा

अमेरिकन फिल्म 'द मेलोडी ऑफ लव' का जब पहला प्रदर्शन बंबई में हुआ तो आर्देशिर ईरानी उसके दर्शकों में थे । पार्टली साउंड वाली फिल्म द मेलोडी ऑफ लव देखकर ईरानी के मन में बोलती फिल्म बनाने का विचार आया । इस दौड़ में वे मदन थियेटर कलकत्ता से आगे निकलने में कामयाब रहे । इम्पीरियल कंपनी (1926) के अपने साथियों को लेकर ईरानी इंग्लैंड गए और बाकायदा फिल्मों में आवाज का प्रशिक्षण प्राप्त किया । अपने साथ साउंड रिकार्डिंग कें उपकरण तथा कुछ तकनीशियनों को लेकर भारत आए । कास्ट्यूम ड्रामा प्रधान फिल्म ऑलमआरा की उन्होंने शूटिंग की और 14 मार्च, । 1931 को बंबई के मैजेस्टिक सिनेमा में फिल्म का प्रदर्शन किया । एक बार फिर सिनेमा के दर्शक चौंक गए, क्योंकि पिछले पैंतीस सालों से वे परदे पर प्रकाश की परछाइयों को गूंगे स्वरूप में देखते आ रहे थे, सामान्य मनुष्य की तरह उनका बोलना, बातचीत करना, गाने गाना और हँसना-रोना चमत्कार की तरह लगा। फिल्म का जादू एक बार फिर दर्शकों के सिर चढ़कर जोर से उछलने लगा ।

फिल्म ऑलमआरा की कहानी तो साधारण थी, मगर आवाज की विशेषता के कारण इसने इतिहास रचा । इसमें पहला गाना वली मोहम्मद खान ने अपनी आवाज में गाया था- 'देदे खुदा के नाम पर बंदे, गर हिम्मत है देने की ।' फिल्म में मूक युग के लोकप्रिय सितारों ने काम किया था, जिनमें पृथ्वीराज कपूर / जयराज / मा. विट्ठल / जुबैदा प्रमुख हैं । ऑलमआरा के बंबई में प्रदर्शन के बाद कलकत्ता में मदन थियेटर्स की शीरी फरहाद बोलती फिल्म प्रदर्शित हुई थी । ऑलमआरा के समय से फिल्मों में गीत-संगीत की जो परंपरा चली आ रही है, वह आज भी बदस्तूर जारी है । सन् 1931 में पार्श्व गायन का चलन शुरू नहीं हुआ था, इसलिए फिल्म के कलाकारों को अपने गाने खुद गाना होता था । इस दौड़ में कई अच्छे कलाकार परदे के बाहर हो गए ।

आर्देशिर ईरानी ने सिर्फ भारत की पहली बोलती फिल्म बनाकर ही इतिहास पुरुष में नाम दर्ज नहीं कराया, बल्कि उनका अनेक क्षेत्रों में योगदान है । उन्होंने अंग्रेजी भाषा में फिल्म 'नूरजहाँ' (1934) का निर्माण किया । 'किसान कन्या' (1937) नामक पहली रंगीन फिल्म को भारत में निर्माण करने का प्रयत्न किया । उन्होंने फिल्मों के कहानी चयन में हमेशा विविधता का ध्यान रखा । बीस बरसों के फिल्म - करियर में उन्होंने 158 फिल्में बनाई । वे दादा साहेब

फालके की तरह मजबूरी में नहीं जीए वरन् साहस के साथ हर समस्या का सामना किया। उन्होंने सन् 1914 में मैजेस्टिक थियेटर, सन् 1920 में स्टार फिल्म कंपनी, सन् 1925 में रॉयल आर्ट स्टुडियो, सन् 1926 में इम्पीरियल कंपनी स्थापित की, जो मूक युग की सबसे बड़ी फिल्म कंपनी मानी जाती है। 10 दिसम्बर, 1885 को जन्में आर्देशिर माखान ईरानी का निधन 14 अक्टूबर, 1966 को हुआ। उन्होंने ई तथा डी बिलिमोरिया ब्रदर्स / पृथ्वीराज कपूर / मेहबूब खान / याकूब तथा मुबारक जैसे कलाकार फिल्म-जगत् को दिए थे। दादा साहेब फालके, बाबूराव पेंटर और आर्देशिर ईरानी के प्रति भारतीय फिल्म जगत् सदैव आभारी रहेगा।

15.8 तीन शहर: तीन फिल्म कंपनी

प्रभात फिल्म कंपनी, पूना

बाबूराव पेंटर की कोल्हापुर स्थित महाराष्ट्र फिल्म कंपनी में वी. शांताराम, एस. दामले, के. आर. धायबर, फत्तेलाल और सीताराम कुलकर्णी ने फिल्म शिक्षा एवं प्रशिक्षण साथ-साथ प्राप्त की थी। कुछ बरसों तक सब कुछ ठीक चला। अचानक पाँचों व्यक्तियों ने बाबूराव पेंटर का साथ छोड़कर 1 जून, 1929 को कोल्हापुर में 'प्रभात फिल्म कंपनी' की स्थापना कर ली।

प्रभात फिल्म कंपनी ने अपनी स्थापना से यथार्थवादी तथा सामाजिक प्रतिबद्धता की फिल्म की दिशा में कदम बढ़ाए। फिल्म माध्यम का उपयोग सामाजिक एवं राजनीतिक बदलाव की दिशा में प्रभात फिल्म कंपनी का यह पहला महत्वपूर्ण शंखनाद था। फिल्म 'अयोध्या का राजा, राजा हरिश्चंद्र' की कथा सत्य एवं न्यायप्रियता पर आधारित है। 'अमर ज्योति' स्त्री स्वातंत्र्य की आवाज बुलंद करती है। 'अमृत मंथन' में नर बलि का विरोध है। 'दुनिया न माने' (1937) में समय से पहले बेमेल विवाह के प्रति आवाज तथा नारी को अबला के स्थान पर सबला का दर्जा दिया गया है। 'आदमी' में वेश्या उद्धार की वकालत की गई है। 'पड़ौसी' फिल्म हिन्दू- मुस्लिम साम्प्रदायिक सद्भाव को गहराई से रेखांकित करती है। इसी प्रकार प्रभात फिल्म कंपनी की प्रत्येक फिल्म में सामाजिक सोद्देश्यता का पूरा ध्यान गीत-संगीत एवं मनोरंजन के साथ रखा गया है। अपने समय से आगे की विषय वस्तु के बावजूद इन फिल्मों को देशभर में अच्छा समर्थन मिला। प्रभात कंपनी हिन्दी के साथ मराठी भाषा में भी फिल्म बनाती थीं। एक सेट पर पहले मराठी फिर हिन्दी में संवाद बोलकर दो बार शूटिंग की जाती थी क्योंकि उन दिनों फिल्मों में डबिंग की व्यवस्था नहीं थी।

कोल्हापुर से प्रभात फिल्म कंपनी सन् 1933 में पूना आ गई। आज प्रभात नगर में जहाँ भारत सरकार का फिल्म एंड टेलीविजन इंस्टीट्यूट कार्यरत है, वहीं पर प्रभात फिल्म कंपनी ने सन् 1934 में 'अमृत मंथन' के निर्माण के साथ अपनी तुरही बजाई थी। शांताराम जैसे निर्देशक की छत्रछाया में प्रभात कंपनी ने पूरे महाराष्ट्र तथा हिन्दी भाषी राज्यों में अपनी लोकप्रियता के परचम फहराए। दर्शक किसी कलाकार का नाम जाने बगैर प्रभात फिल्म कंपनी का बैनर देखकर दौड़कर फिल्म देखने जाते थे। कथानक के अलावा प्रभात कंपनी ने फिल्म

व्याकरण तथा भाषा को लेकर अनेक प्रयोग किए । नए मुहावरे निर्मित किए, जो आगे चलकर आने वाली पीढ़ियों के मार्गदर्शक प्रमाणित हुए । इसी वजह से वी. शांताराम 'फिल्म चित्रपति' माने जाते हैं । प्रभात कंपनी के समानांतर कलकत्ता में सन् 1931 में बी.एन. सरकार ने न्यू थियेटर्स की स्थापना की थी । प्रभात और न्यू थियेटर्स में अघोषित प्रतियोगिता जैसी चलती रहती थी । उदाहरण के लिए वी. शांताराम की नजर में 'देवदास' का कथानक पलायनवादी है, जो मनुष्य की इच्छा पूरी नहीं होने पर उसे खत्म करने का संदेश देता है । इसके जवाब में प्रभात कंपनी ने सन् 1937 में 'आदमी' फिल्म बनाकर उसके पोस्टरों पर बड़े अक्षरों में लिखवाया था- 'जिन्दगी जीने के लिए है, नष्ट करने के लिए नहीं ।'

प्रभात फिल्म कंपनी ने अनेक स्थापित कलाकार हिन्दी सिनेमा को दिए । जिससे 'अभिनय स्कूल' आरंभ होने में मदद मिली । गजानन जागीरदार / शांता आप्टे / शांता हुबलीकर / शाहू मोडक / के.दाते / दुर्गा खोटे / उल्लास / जयश्री / ललिता पवार / मुमताज अली / नलिनी तुरखुड आदि के नाम उल्लेखनीय है । आज प्रभात फिल्म कंपनी अस्तित्व में नहीं है, फिर भी इसका नाम आदर के साथ लिया जाता है । सन् 1933 में निर्मित प्रभात कंपनी के दो स्टूडियो आज भी फिल्म एंड टेलीविजन इंस्टीट्यूट, पूना के छात्रों के काम आ रहे हैं ।

न्यू थियेटर्स : कलकत्ता

इंग्लैंड से इंजीनियरिंग की उपाधि प्राप्त कर बंगाल के एडवोकेट जनरल के बेटे वीरेन्द्रनाथ सरकार (बी.एन.सरकार) ने फिल्मों के माध्यम से अपनी बात कहने का निश्चय किया । 10 फरवरी, 1931 को कलकत्ता में 'न्यू थियेटर्स' की स्थापना हुई । 'न्यू थियेटर्स' की पहली फिल्म थी 'देना पावना', जो शरतचन्द्र चटर्जी के कथानक पर आधारित होकर इसका निर्देशन प्रेमांकुर आतर्थी ने किया था । कविवर रवीन्द्रनाथ ठाकुर के शांति निकेतन की सहायतार्थ 'नटी पूजा' नामक फिल्म का निर्माण न्यू थियेटर्स में ही हुआ था । इस फिल्म की शूटिंग के दौरान कविवर रविन्द्रनाथ ठाकुर स्वयं सेट पर उपस्थित हुए थे ।

न्यू थियेटर्स का सबसे बड़ा योगदान रहा है साहित्य को सैल्यूलाइड पर रूपांतरित कर दो भिन्न जनसंचार माध्यमों को नजदीक लाना । इस कार्य में इस संस्थान को आशातीत सफलता भी मिली । देवकी बोस के निर्देशन में बनी फिल्में 'पूरन भगत' तथा ' चंडीदास' ने अपने कथानक, प्रस्तुति तथा अभिनय से पूरे भारत में धूम मचाई थी । लाहौर में 'पूरन भगत' देखने वाले दर्शकों की लंबी कतारें का जिक्र फिल्म इतिहास में मिलता है । प्रमथेश बरुआ जैसा निर्देशक पाकर न्यू थियेटर्स की फिल्में कुंदन जैसी हो गई और विश्व सिनेमा में उन फिल्मों को सम्मान मिला । बरुआ की फिल्म 'देवदास' भारतीय सिनेमा में मील का पत्थर मानी जाती हैं, भले ही प्रभात फिल्म कंपनी ने इसके खिलाफ कितना ही माहौल तैयार किया था ।

न्यू थियेटर्स ने बेहतरीन फिल्मों के साथ बेहतरीन फिल्म अभिनेता फिल्म जगत् को उपलब्ध कराए, जो कलकत्ता के बाद बंबई के सिनेमा में चमके और प्रतिष्ठित हुए । न्यू थियेटर्स के

गीत संवादकार केदार शर्मा ने बॉलीवुड में अपने बैनर तले राजकपूर, गीताबाली-मधुबाला जैसे कलाकारों को तराशा । दुर्गा खोटे और पृथ्वीराज कपूर का करियर न्यू थियेटर ने आरंभ होकर बंबई में परवान चढ़ा । कुंनदलाल सहगल ने अपने गायन से पूरे बंगाल को ऐसा प्रभावित किया कि बंबई ने उन्हें गले लगा लिया । कानन बाला / के.सी.डे / पहाड़ी सान्याल / संगीतकारत्रयी के पंकज मलिक / जगमोहन / आर.सी. बोऑल के फिल्म योगदान को कोई भला कसे भुला सकता है । फिल्मकार बिमल राय स्वयं 'देवदास' (1935) फिल्म के छायाकार रहे हैं । जब बंबई में उन्होंने दिलीप कुमार- सुचित्रा सेन-वैजयंती माला को लेकर सन् 1955 में फिर से 'देवदास' फिल्म बनाई, जो आज भी समस्त देवदासों में पहले क्रम पर मानी जाती है । फिल्म को मान-मर्यादा, शालीनता तथा अनुशासन सिखाने में न्यू थियेटर्स की यादें हमेशा ताजा रहेंगी।

बाम्बे टॉकीज, बंबई

बॉम्बे टॉकीज की स्थापना का विचार लंदन में जन्मा । बंगाल के समृद्ध परिवार में जन्मे हिमांशु राय जब लंदन की बार कौंसिल में प्रशिक्षण प्राप्त कर रहे थे तब उनकी मुलाकात निरंजन पाल से हुई । दानों ने मिलकर 'लाइट ऑफ एशिया' फिल्म का निर्माण किया । यह सन् 1923 में प्रदर्शित हुई । इसके बाद 'शिराज' (1926) तथा 'ए थ्रो आफ डाइस' (1929) में बनी । इस फिल्म की नायिका देविका रानी थी, जो आगे चलकर हिमांशु राय की धर्मपत्नी बनी । देविका रानी फिल्म निर्माण के हर विभाग से परिचित थी । सन् 1937 में देविका-हिमांशु अभिनीत फिल्म 'कर्मा' ने रातोंरात देविका रानी को स्टार बना दिया । फिल्म की सफलता से उत्साहित होकर 26 फरवरी, 1934 को बॉम्बे टॉकीज के शेयर जारी किए गए । यह भारतीय फिल्म जगत की पहली शेयर होल्डर कंपनी थी । पच्चीस लाख रूपये की प्रारंभिक पूँजी से बॉम्बे टॉकीज की शुरुआत हुई और बंबई के मलाड में स्टुडियो -बनाया गया । सन् 1935 में चार सौ कर्मचारियों तथा तकनीशियनों के साथ पहली फिल्म जवानी की हवा की शूटिंग प्रारंभ हुई । इसकी नायिका देविका रानी तथा नायक नजमुल हसन थे । सन् 1936 में बॉम्बे टॉकीज ने एक साथ पाँच फिल्में जारी कीं । ममता / मियाँ- बीवी / जीवन नैया / अछूत कन्या तथा जन्मभूमि । नायिका देविका रानी तथा सभी फिल्मों की प्रथम महिला संगीतकार सरस्वती देवी थीं ।

बॉम्बे टॉकीज ने प्रभात तथा न्यू थियेटर्स की तरह अपनी कोई सामाजिक प्रतिबद्धता फिल्मों के प्रति पैदा नहीं की । उसका उद्देश्य दर्शकों का शुद्ध मनोरंजन और गीत संगीत था । दो लड़के एक लड़की एक लड़के के रोमांस का त्रिकोण फार्मूला बॉम्बे टॉकीज की ऐसी देन है, जिससे आज तक की फिल्में अपना पीछा नहीं छुड़ा पाई हैं । ऊंच-नीच / अमीर-गरीब / शहरी ग्रामीण / शिक्षित- अशिक्षित जैसी सामाजिक विषमताओं के मध्य फिल्म के कथानकों का तानाबाना बुन जाता था और लोकप्रिय गीतों के जरिए फिल्म को बॉक्स ऑफिस पर सुपरहिट बनाने के प्रयास होते थे । सबसे आश्चर्य की बात यह है कि बॉम्बे टॉकीज की चौदह फिल्मों का निर्देशन जर्मन मूल के फिल्मकार फ्रेंज आस्टेन ने किया, जिन्हें हिन्दी, अंग्रेजी बिलकुल नहीं आती थी । ये चौदह फिल्में अपने दौर में हिट रही हैं ।

हिमांशु राय मस्तिष्क की गंभीर बीमारी के कारण 48 साल की आयु में 19 मई, 1940 को स्वर्ग सिधार गए । कंपनी का सारा भार देविका रानी ने संभाला । वे अनुशासन की बेहद पाबंद थीं । उन्होंने ही अशोक कुमार और दिलीप कुमार की खोज की थी, जो आगे चलकर हिन्दी फिल्म के अपने आप में स्कूल बने । बॉम्बे टॉकीज की फिल्म 'किस्मत' (1943) सबसे बड़ी सुपरहिट फिल्म थी, जिसमें पहली बार नायक को एंटी हीरो के रूप में चित्रित किया गया था। सन् 1945 में देविका रानी ने सोवियत चित्रकार रोहित से शादी कर ली । कंपनी से एक-एक कर संचालक छोड़कर जाने लगे, जिनमें रायबहादुर चुन्नीलाल / अशोक कुमार / ज्ञान मुकर्जी / शशधर मुखर्जी और कवि प्रदीप आदि थे । सन् 1949 में निर्मित अशोक कुमार - मधुबाला अभिनीत फिल्म 'महल' बॉम्बे टॉकीज की आखरी सफल फिल्म रही । इसके बाद फिल्मीस्तान के तोलाराम जालान ने कंपनी को खरीद लिया । देविका रानी अपने पति के साथ बैंगलौर चली गई और वहाँ गुलाब के फूलों की खेती कर जीवनयापन किया । देविका रानी को फर्स्ट लेडी ऑफ इंडियन स्क्रीन कहा जाता है । उन्हें सर्वप्रथम दादा साहेब फालके अवार्ड (1970) से नवाजा गया । प्रधानमंत्री पंडित जवाहरलाल नेहरू उनके प्रशंसक रहे हैं और इंदिरा गांधी उनकी सखी जैसी थी । बॉम्बे टॉकीज को भारतीय फिल्म उद्योग के इतिहास का सुनहरा अध्याय कहा जाता है ।

इन तीन कंपनियों का संक्षिप्त इतिहास जानकर हमें यह पता चलता है कि -

- तीस-चालीस के दशक में स्टूडियो थे ।
- फिल्म कलाकार मासिक वेतन पर काम करते थे ।
- तीन कंपनियों के बैनर देखकर दर्शक फिल्म देखने का निश्चय करते थे ।
- तीनों कंपनियों में अघोषित प्रतिस्पर्धा चलती रहती थी ।
- कथानक तथा सामाजिक प्रतिबद्धता के मामले में तीनों कंपनियों के रास्ते अलग- अलग थे ।
- फिल्म डायरक्टर्स फिल्म का माध्यम हुआ करता था, फिल्म अभिनेता का किसी प्रकार का हस्तक्षेप नहीं होता था ।
- फिल्में गीत-संगीत प्रधान होती थीं ।
- प्रभात तथा न्यू थियेटर्स की फिल्में दो भाषाओं में एक साथ बनती थीं ।
- तीनों कंपनियों ने अपने स्तर पर फिल्म माध्यम को समद्ध एवं लोकप्रिय बनाने की कामयाब कोशिशें की थीं
- कलाकारों में पारिवारिक रिश्ते थे। पूरी यूनिट एक परिवार तरह साथ रहकर आपस में सहयोग करती थी ।
- इन तीनों कंपनियों के स्तंभों पर आगे चलकर 'बॉलीवुड' ने अपना हवा महल तैयार किया।
- ये कंपनियां वटवृक्ष के समान रहीं, जिनकी शाखा-प्रशाखाओं से आगे चलकर नए कलाकार, नए तकनीशियन तथा नए फिल्मकारों की पीढ़ियां पल्लवित, पुष्पित एवं फलित हुईं ।

15.9 आजादी के पहले की फिल्में (सन् 1931-1950)

भारतीय फिल्म को जानना सचमुच में हिन्द महासागर में गोते लगाने जैसा है । सोलह भारतीय भाषाओं के साथ मार्जिनल फिल्मों को जानना अपने आप में श्रमसाध्य कार्य है । आजादी के पहले के फिल्म पर स्वाधीनता आदोलन का गहरा प्रभाव रहा है । साथ ही महात्मा गांधी की विचारधारा से प्रभावित निर्माता-निर्देशकों ने अपनी फिल्मों में अपनी परछाइयां चित्रित की हैं। जैसे 'पंचवटी' फिल्म में राम और सीता आश्रम में बैठकर चरखे पर सूत कातते हैं । फिल्म 'अछूत कन्या' (1936) का नायक अशोक कुमार सिर पर सफेद टोपी पहनता है । स्वराज तोरण / धर्मात्मा / महात्मा वंदे मातरम् आश्रम जैसी फिल्मों के जरिए आजादी की लड़ाई को फिल्मों ने गति देने में अपनी भूमिका निभाई है । आजादी के पहले स्टुडियो के अंतर्गत काम होता था । कलाकार मासिक वेतन पर काम करते थे । तीस तथा चालीस के दशक में बैनर-निर्माता निर्देशक प्रमुख हुआ करते थे । इसलिए यहाँ हम निर्देशक तथा बैनर आधारित फिल्मों का अध्ययन करेंगे ।

मिनर्वा मूवीटोन : सोहराब मोदी

सोहराब मोदी को ऐतिहासिक फिल्मों के लिए हमेशा याद किया जाता है । पारसी थियेटर से अभिनेता के रूप में उन्होंने फिल्मों में प्रवेश किया । अपनी कंपनी मिनर्वा मूवीटोन के माध्यम से उन्होंने यादगार अनेकों फिल्में दर्शकों को परोसी हैं । अभिनेता के रूप में ऊंची पूरी कद काठी के मालिक मोदी की स्क्रीन प्रजेंस तथा बुलंद आवाज से सिनेमाघर में उनींदा दर्शक हड़बड़ाकर जाग जाता था । बंबई में जन्में मोदी की शिक्षा उत्तरप्रदेश के रामपुर में हुई । सन् 1935 में उन्होंने स्टेज फिल्म कंपनी की स्थापना पर उर्दू नाटकों को सिनेमा का माध्यम बनाया । शेक्सपियर के नाटक हेमलेट पर आधारित 'खून का खून' उनकी पहली फिल्म थी । इसी कड़ी में 'किंग जॉन' पर फिल्म 'सइद-ए-हवस' बनाई । ये फिल्में असफल रहीं । मिनर्वा मूवीटोन की स्थापना से मोदी का भाग्य जागा और पुकार (1939), सिकंदर (1941) और पृथ्वीवल्लभ (1943) ने मोदी को इतिहास फिल्म निर्देशक के रूप में शिखर पर पहुंचा दिया । 'सिकंदर' फिल्म के माध्यम से उन्होंने दर्शकों के सामने इतिहास को फिर से जीवित कर दिया । इसमें पृथ्वीराज कपूर के साथ उनकी संवाद अदायगी पर सिनेमाघरों में तालियों की गड़गड़ाहट थमने का नाम नहीं लेती थीं । सन् 1953 में अपनी महत्वाकांक्षी भारत की पहली टेक्नीकल फिल्म 'झाँसी की रानी' बनाई और जारी की । बड़े बजट की यह फिल्म बॉक्स ऑफिस पर सुपर फ्लॉप रही और मोदी लगभग दिवालिए हो गए । झाँसी की रानी फिल्म के पिटने का सबसे बड़ा कारण था मोदी द्वारा अपनी पत्नी मेहताब को झाँसी की रानी का रोल देना । मेहताब कहीं से भी झाँसी की रानी दर्शकों को नहीं लगी, इसलिए फिल्म को नकार दिया । इसके बाद मिर्जा गालिब (1954) में भारत भूषण- सुरैया को उन्होंने खूबसूरत अंदाज में पेश कर नेशनल अवार्ड प्राप्त किया । लेकिन मोदी पहले जैसी लोकप्रियता तथा प्रतिष्ठा पुन: प्राप्त नहीं कर सके। उनकी बाद की प्रमुख फिल्में हैं - 'कुंदन' (1955), 'राजहठ' (1956), 'जेलर' (1958), 'समय बड़ा बलवान ' और मीना कुमारी की ' अमर कहानी' (1969)। मिनर्वा मूवीटोन ने हिन्दी फिल्म निर्माताओं के लिए ऐतिहासिक तथा अनेकों फिल्म बनाने के मार्ग को प्रशस्त किया।

मेहबूब प्रोडक्शन मेहबूब खान

साम्यवादी विचारधारा के पक्षधर मेहबूब खान हिन्दी सिनेमा के अजूबे हैं । अजूबे इसलिए कि वे निरक्षर थे और तमाम उम्र चेक पर दस्तखत करने के अलावा उन्हें लिखना-पढ़ना नहीं आता था । लेकिन उनकी द्वारा निर्मित निर्देशित फिल्में आज भी मील का पत्थर मानी जाती हैं। गुजरात के बिलिमोरिया गाँव में जन्में मेहबूब के ग्यारह भाई बहनों में वे नौवें क्रम पर थे। किशोर उम्र में घर से भागकर बंबई आए और इम्पीरियल फिल्म कंपनी में एक्स्ट्रा के रोल में काम करने लगे । सागर मूवीटोन के बैनर तले उन्होंने 'जजमेंट ऑफ अल्लाह' (1935) नामक फिल्म निर्देशित की । सामाजिक विषमता, शोषण, अन्याय और रोमांस मेहबूब की फिल्मों के प्रिय विषय रहे हैं । सन् । 1940 में निर्मित श्वेत- श्याम फिल्म औरत का नया रंगीन संस्करण उन्होंने सन् 1957 में 'मदर इंडिया' नाम से बनाया, जो आज भी ऑल टाइम ग्रेट फिल्म मानी जाती है । इस फिल्म के लिए उन्हें फिल्म फेयर का सर्वश्रेष्ठ निर्देशक का अवार्ड मिला था । भारत की पहली टेक्नीकलर फिल्म 'आन' (16 एमएम) को ब्लोअप कर उन्होने प्रदर्शित कर इतिहास रचा था । राजकपूर- दिलीप कुमार-नरगिस की एक मात्र रोमांटिक फिल्म 'अंदाज' भी मेहबूब की निऑली देन है । अपनी फिल्मों के भव्य ट्रीटमेंट के कारण हॉलीवुड के सिसिल बी डिमिल की तर्ज पर मेहबूब को बॉलीबुड का डिमिल कहा जाता है । वह पहले निर्देशक थे, जिन्हें अंतरराष्ट्रीय स्तर पर सराहा गया ।

वाडिया मूवीटोन: जे.बी.एच. तथा होमी वाडिया

हॉलीवुड में कॉउबाय, स्टण्ट तथा वेस्टर्न स्टाइल की फिल्मों से दो भाई जेबीएच तथा होमी वाडिया इतने प्रभावित हु ए कि उन्होंने स्टंट फिल्मों की एक लंबी श्रृंखला फिल्मों का निर्माण कर दर्शकों का भरपूर मनोरंजन किया । अपने इस प्रयास में ऑस्ट्रेलिया मूल की मेरी इवांस याने नाडिया जैसी मर्दाना कूद काठी की नायिका मिल गई । नाडिया को स्टंट क्वीन फीयरलेस नाम से इसलिए पुकारा जाता है कि चलती ट्रेन पर तलवारबाजी करती थीं । पाँच मंजिल ऊंचे मकान, पेड़ या पुल से छलांग लगा देती थीं । नाडिया का साथ देते थे नायक जॉन कॉवस, जो ऑल इंडिया बॉडी ब्यूटीफुल कॉम्पीटेशन के विजेता रहे थे । नाडिया-जॉन कावस की जोड़ी ने ढिशूग- ढिशूंग को जन्म दिया । इनकी फिल्में देखते समय दर्शक सिनेमाघरों में हंगामा खड़ा कर देते थे । नाचना, कूदना, चिल्लाना, सीटियाँ बजाना, कुर्सियाँ आगे-पीछे करना जैसी हरकतें आम होती थीं । वाडिया ब्रदर्स की फिल्मों ने ही सिनेमाघरों में चवन्नी-क्लास को जन्म दिया । इस क्लास को दर्शक इतनी मूँगफली खाते थे कि दूसरे दिन सफाई में उन्हें बोरों में भरकर भेजना होता था । सी ग्रेड किस्म की फिल्मों का तीस-चालीस के दशक में अपना मार्केट था । जेबीएच वाडिया स्टुडियो का रोजमर्रा का कामकाज देखते थे जबकि होमी वाडिया फिल्मों का निर्देशन करते थे । इनकी फिल्मों में कलाकारों की ज्यादा भीड़ नहीं होती थी, नाडिया, जॉन कावस, घोड़ा बहादुर, कुत्ता मोती, खलनायक सयानी और बोमन श्राफ । वाडिया ब्रदर्स ने स्टंट फिल्मों के अलावा द्वितीय विश्वयुद्ध की न्यूजरील भी तैयार की थी । वाडिया मूवीटोन को वाडिया ब्रदर्स ने सन् 1942 में वी. शांताराम को बेच दिया, जहाँ उन्होंने राजकमल कला मंदिर की स्थापना की थी । वाडिया ब्रदर्स की प्रमुख फिल्में हैं - 'दिलेर डाकू ' (1931),

'हंटरवाली' (1935), 'मिस फ्रंटियर मेल' (1936), 'तूफानी टारजन' (1937), 'पंजाब मेल' (1939), 'डायमंड क्वीन' (1940), 'बंबईवाली' (1941) और 'जंगल प्रिंसेस' (1942) ।

वाडिया मूवीटोन का योगदान तीस-चालीस के दशक में यह रहा कि द्वितीय विश्वयुद्ध तथा आजादी के तेज होते आंदोलन के दौर में बगैर दिमाग पर तनाव डाले इसने शुद्ध मनोरंजन प्रधान फिल्में पेश कर दर्शकों को गुदगुदाया ।

प्रकाश पिक्चर्स : विजय भट्ट

विजय तथा शंकर भट्ट भाइयों ने फिल्म निर्माण की अपनी अलग राह तय की । ये दोनों पौराणिक तथा धार्मिक कथानकों की ओर गए और रामायण के चरित्रों, घटनाओं पर इन्होंने अधिक जोर दिया । एक प्रकार से कहा जाए कि इन्होंने रामायण को निचोड़ लिया, तो कोई अतिशयोक्ति नहीं होगी । प्रकाश पिक्चर्स तथा प्रकाश स्टुडियो के माध्यम से इनकी दो क्लासिक फिल्में हैं- 'भरत मिलाप' (1942) और 'रामराज्य' (1943) । 'रामराज्य' फिल्म महात्मा गांधी की विचारधारा से प्रेरित होकर भगवान राम को संपूर्ण जीवन पर आधारित गीत-संगीत प्रधान एक सर्वोत्तम फिल्म है । इसे गांधीजी ने कुछ समय तक देखा भी था, इसलिए इसका चार प्रसार खूब हुआ ।

भट्ट भाइयों ने मूक-युग से अपना फिल्म केरियर आरंभ किया और शुरू में फिल्मों की कथा पटकथाएं लिखीं ।फीयरलेस फेंटम (1926) तथा हीर-रांझा (1929) इनमें उल्लेखनीय हैं । धार्मिक फिल्मों के पहले स्टेट एक्सप्रेस तथा लेदरफेस जैसी स्टंट फिल्में भी भट्ट भाइयों ने निर्मित की थीं । लेदरफेस में मीना कुमारी ने बेबी मीना के रूप में काम किया था । शोभना समर्थ सीता की भूमिका में और प्रेम अदीब राम की भूमिका में प्रकाश पिक्चर्स के स्थाई कलाकार रहे हैं । मन्नाडे का पार्श्व गायन करियर भी रामराज्य फिल्म से आरंभ होता है । जब धार्मिक फिल्मों का दौर थमने लगा, तो भट्ट भाइयों ने गीत-संगीत प्रधान फिल्म- बैजू बावरा तथा गज उठी शहनाई से दर्शकों का मनोरंजन किया । आजादी मिलने के पूर्व भारत की धर्मप्राण जनता को धार्मिक आस्था एवं विश्वास को बनाए रखने में प्रकाश पिक्चर्स की महत्वपूर्ण भूमिका है ।

इन चार बैनर्स ने भारतीय सिनेमा की नींव को मजबूत बनाने में अहम रोल निभाया है । द्वितीय विश्वयुद्ध (1939 -1945) आरंभ होने से फिल्म निर्माण में कच्चे माल की तंगी होने लगी । लिहाजा फिल्मों की संख्या कम हुई । उनकी लंबाई छोटी की गई । फिल्मों के कथानक हल्के-फुल्के रोमांटिक तथा गीत-संगीत को प्रधानता दी गई । ए.आर. कारदार, दलसुख पंचोली, ख्वाजा अहमद अब्बास जैसे निर्देशक मैदान में आए । धीरे- धीरे प्रभात, न्यू थियेटर्स तथा बॉम्बे टॉकीज के सितारे अस्त होने लगे । फिल्मों में पार्श्वगायन का प्रचलन बढ़ा ओर गाय-गायिकाओं की एक पूरी पीढ़ी दर्शकों के सामने आई । इनमें मोहम्मद रफी / मुकेशा मन्नाडे / तलत मेहमूदा / किशोर कुमार के साथ नूरजहाँ / सुरैया / लता मंगेशकर / आशा भोंसले गीता दत्त / सुमन कल्याणपुर / मुबारक बेगम / शमशाद बेगम के नाम प्रमुखता से रेखांकित

किए जा सकते हैं । पार्श्व गायन की मधुरता, कर्णप्रियता, गेयता तथा कोमलकांत शब्दावली ने दर्शकों को फिल्म आस्वाद का नया नजरिया दिया तथा फिल्म व्यवसाय में संगीत पक्ष को प्रधानता दी जाने लगी । उधर मद्रास में जेमिनी स्टूडियो की एस.एल. वासन ने स्थापना कर पैंतीस लाख की लागत से फिल्म चंद्रलेखा का बिगुल उत्तर भारत में बजाया, जो नगाड़ों की आवाज की तरह गंजा । 15 अगस्त 1947 को देश आजाद हुआ । 26 जनवरी 1950 से नया संविधान लागू हुआ । ब्रिटिश हुकूमत की समाप्ति के बाद स्वतंत्रता, समानता, बंधुता का जो नया अध्याय आरंभ हुआ उसने सिनेमा जगत में नई सुबह की नई रोशनी में नई इबारतें लिखी गईं ।

15.10 आजादी के मुख्यधारा की फिल्में (सन् 1951-1990)

भारत के प्रथम प्रधानमंत्री पंडित जवाहरलाल नेहरू का फिल्म के प्रति दिलचस्पी जगजाहिर है । वे जब कभी भी बंबई प्रवास पर जस्ते फिल्म इंडस्ट्री के लोगों से मिलते । उनसे अपील करते थे कि देश के नवनिर्माण को बल प्रदान करने वाली फिल्मों का निर्माण कर अपना रचनात्मक योगदान करें । बच्चों के मनोविज्ञान को ध्यान में रखकर बाल फिल्मों का सृजन करें । उनकी अपील का व्यापक प्रभाव देखा भी गया । यहाँ हम आजादी के बाद की फिल्मों का प्रमुख फिल्म अभिनेताओं तथा प्रवृत्तियों के आधार पर संक्षिप्त विश्लेषण प्रस्तुत करेंगे । संविधान लागू होने के बाद भारत में नवनिर्माण तथा सामुदायिक विकास की एक लहर चलने लगी । देश के रचनाकारों पर सोवियत संघ तथा साम्यवादी विचारधारा का प्रभाव व्यापक रूप से था । इसलिए भारतीय फिल्मों के कथानकों में नयापन और उनकी प्रस्तुति में भी कल्पनाशीलता दिखाई देती थी ।

बिमलराय

सबसे पहले हम फिल्मकार बिमलराय का उल्लेख करना चाहेंगे जो न्यू थियेटर्स की फिल्मों की फोटोग्राफी करने के बाद अपना स्वतंत्र केरियर कायम करने बंबई आए थे । सन् 1952 में बंबई में आयोजित प्रथम अंतरराष्ट्रीय फिल्म समारोह में उन्होनें सहभागिता की थी । इटली के फिल्मकार विटोरियो डी सिका के नवयथार्थवाद से वह प्रभावित हुए और उन्होंने 'दो बीघा जमीन' (1953) फिल्म का निर्माण कर विश्व के प्रमुख फिल्मकारों का ध्यान अपनी ओर आकर्षित किया । आजादी के बाद भारत के शहरों में सुविधाओं का तेजी से विकास हुआ, इस दौड़ में गांव 'पिछड़ गए । स्वाभाविक तौर पर काम की तलाश में ग्रामवासी शहर की ओर दौड़े । 'दो बीघा जमीन' का बेदखल किसान नायक कलकत्ता आकर हाथ रिक्शा चलाकर अपने परिवार की आर्थिक स्थिति सुधारना चाहता है, लेकिन शहरी जिन्दगी की भागमभाग में वह दुर्घटनाग्रस्त होकर वापसी अपनी जड़ों की ओर गांव लौटता है । यह बिमल राय की मार्मिक. तथा संवेदनशील फिल्म थी, जिस दर्शकों ने पसंद किया और वे एक प्रतिष्ठित फिल्मकार के रूप में स्थापित हुए । शरत बाबू की रचनाओं पर उन्होंने 'परिणीता', 'बिराज बहू तथा 'देवदास' का निर्माण किया । बिमलराय की फिल्म 'देवदास' आज भी तमाम देवदासों में सर्वोत्तम फिल्म मानी जाती हू. क्योंकि वह साहित्य तथा बंगाल के जीवन के निकट है । बिमलराय ने नारी की सामाजिक स्थिति पर दो सशक्त फिल्में बनाई- 'सुजाता' (1959) और 'बंदिनी' (1963)।

नूतन के अभिनय से सजी ये फिल्में यादगार फिल्मों के रूप में देखी जाती हैं । 'मधुमति' (1958) पुनर्जन्म को रेखांकित करती है । इस फिल्म के बाद हिन्दी फिल्मों में पुनर्जन्म एक फार्मूले के रूप में उभरी है । संवेदनशील फिल्मकार के रूप में बिमलराय अपने आप में एक स्कूल के रूप में जाने जाते हैं । उनकी फिल्मों के ट्रीटमेंट से बाद के डायरेक्टर्स ने कई बातें सीखी हैं ।

गुरुदत्त

गुरुदत्त पचास के दशक के ऐसे विशिष्ट अभिनेता-निर्देशक हुए हैं, जिनकी फिल्मों का एप्रिसिएशन उनकी मौत के बाद हुआ । आज फ्रांस'ब्रिटेन तथा अमेरिका के फिल्म संस्थानों में गुरुदत्त की फिल्में, उनके कथानक, प्रकाश संयोजन, छायांकन तथा निर्देशन की बारीकियों को पाठ्यपुस्तक की तरह अध्ययन किया जाता है । इस क्रम में हम उनकी तीन महत्वपूर्ण फिल्मों 'प्यासा' (1957), 'कागज के फूल' (1959) तथा 'साहब, बीवी और गुलाम' (1962) को शामिल करना चाहेंगे ।

बैंगलौर में जन्मे, शान्ति निकेतन में शिक्षित तथा उदय शंकर के अल्मोड़ा केंद्र पर कोरियोग्राफी में दीक्षित गुरुदत्त का करियर प्रभात फिल्म कंपनी की फिल्म 'हम एक हैं' से आरंभ हुआ था । बाद में होम प्रोडक्शन के तहत उन्होंने 'बाजी' (1951) का निर्देशन कर बंबई में अपनी धाक जमाई । 'प्यासा' फिल्म एक शायर के जीवन पर है, जो समाज से तिरस्कृत है । 'कागज के फूल' में एक सृजनधर्मी निर्देशक की आत्मकथा है, जिसने एक कलाकार को कला जगत में शीर्ष पर पहुंचाया, लेकिन अंत में उसे उपेक्षा मिली । गुरुदत्त ने वैसे कई फिल्में निर्देशित की हैं, लेकिन फिल्म इतिहास में यहाँ उल्लेखित तीन फिल्मों के लिए वे सदैव याद किए जाएंगे।

राजकपूर

चौबीस साल की उम्र में निर्माता-निर्देशक बनने वाले राजकपूर का योगदान हिन्दी फिल्मों में सुनहरे अक्षरों में लिखा जाता है । उन्होंने फिल्म उद्योग को टीम भावना का पाठ पढ़ाया । उनकी टीम एक परिवार की तरह थी, वह तब टूटी जब वे इस संसार में अब्बास तथा वसंत साठे के साथ वे कंधे से कंधा मिलाकर चले । राजकपूर रोमांटिक तथा गीत संगीत प्रधान फिल्मों के शोमेन माने जाते हैं, लेकिन समाज की विसंगतियों को तथा समाज के दलित वर्ग को अपने सिनेमा का विषय बनाकर दुनियाभर में नाम कमाया । इस श्रृंखला में ' आवारा' (1951), ' श्री 420 ' (1955), 'जागते रही' (1906), 'बूट पॉलिश' (1954) तथा 'प्रेमरोग' (1982) उनकी महत्वपूर्ण फिल्में हैं । इन्हीं फिल्मों ने उन्हें अंतरराष्ट्रीय सितारा हैसियत प्रदान की है । नरगिस के साथ उनकी जोड़ी बेहद लोकप्रिय हुई थी । 'मेरा नाम जोकर' के जरिए राजकपूर ने अपनी आत्मकथा को सैल्यूलाइड पर कहने की असफल कोशिश की थी । कपूर खानदान की चार पीढ़ियां फिल्मों में सक्रिय रही हैं । पिता पृथ्वीराज तथा पुत्र राजकपूर दोनों को दादा साहेब फालके अवार्ड मिलना फिल्म जगत् का एक बिरला उदाहरण है ।

बी.आर चौपड़ा

एक फिल्म पत्रकार से निर्माता-निर्देशक बने बलदेवराज चोपड़ा (1914) ने हमेशा सामाजिक समस्याओं को स्पर्श करने वाली फिल्मों का निर्माण-निर्देशन किया है । उन्होंने हमेशा कमर्शियल या मुख्यधारा की फ्रेम में ही काम किया और अपना महत्वपूर्ण स्थान बनाने में सफलता हासिल की है । सन् 1956 में बंबई में बी.आर फिल्मस के बैनर तले चोपड़ा ने विधवा पुनर्विवाह पर आधारित एक ही ' रास्ता' बनाई । पंडित जवाहरलाल नेहरू की प्रेरणा से श्रमदान तथा मनुष्य और मशीन की स्पर्धा पर आधारित 'नया दौर' (1957) का निर्माण किया । फिल्म ' धूल का फूल' (1960) में अनचाहे बच्चों को लेकर समाज के सामने सवाल उठाए कि बच्चे नाजायज नहीं होते, उनके पिता-पिता नाजायज होते हैं । ' धर्मपुत्र' (1961) गीत रहित फिल्म बनाकर एक सफल लेकिन जोखिम भरा प्रयोग किया था । इसके लिए उन्हें फिल्म फेयर अवार्ड से नवाजा गया । इसी तरह ' आदमी और इंसान' /'वक्त' / 'पति-पत्नी और वो' उनकी बेहतरीन फिल्में हैं । बी. आर. बैनर की आरंभिक फिल्मों में सहायक निर्देशक के रूप में छोटे भाई यश चौपड़ा ने काम किया है । टीवी सीरियल महाभारत के माध्यम से बी. आर. चोपड़ा ने छोटे परदे पर इतिहास रचा है । उनका पुत्र रवि चौपड़ा 'बागवान' तथा 'बाबुल' फिल्मों के जरिए परिवार के पारंपरिक मूल्यों को आज भी जीवंत बनाए हुए हैं ।

मनमोहन देसाई-प्रकाश मेहरा-रामानंद सागर

मनमोहन देसाई ऐसे फिल्मकार हुए हैं, जिन्होंने फिल्म को शुद्ध मनोरंजन का हिस्सा माना। इसके लिए उन्होंने तर्क को ताक पर रखकर कथा-पटकथा का तानाबाना अपने ढंग से बुना। इसके लिए उनकी ढेर सारी आलोचनाएं भी हुई लेकिन उन्होंने इसकी परवाह नहीं की। राजकपूर अभिनीत 'छलिया' फिल्म उनकी प्रस्तुति थी । देसाई की सुपर डुपर मल्टी स्टारर फिल्म ' अमर- अकबर- एंथोनी' (1977) है, जो आज भी मनोरंजक फिल्मों की श्रेणी में पहली कतार पर है । अमिताभ बच्चन को एंग्री यंगमेन के रूप में पेश करने और अपनी फिल्मों में इस्तेमाल करने के लिए मनमोहन देसाई सदैव आगे रहे ।

प्रकाश मेहरा का पैटर्न भी मनमोहन देसाई के समांतर चला । सत्तर तथा अस्सी के दशक में उन्होंने अनेक सफल फिल्में बनाई, जिनमें अमिताभ बच्चन- जया भादुड़ी-प्राण अभिनीत फिल्म 'जंजीर' टॉप पर है । प्रकाश मेहरा ने सिनेमा को सामाजिक सौद्देश्यता के रूप में कतई नहीं लिया । वे अपने ढंग से मनोरंजन करते रहे । 'मेला' (संजय खान-फिरोजखान), 'समाधि' (धर्मेन्द्र), 'लावारिस' / ' शराबी' / ' नमक हलाल' / ' हेराफेरी' उनकी अन्य फिल्में हैं ।

रामानंद सागर कश्मीर से बंबई फिल्म 'बरसात' की कथा लेकर आए । राजकपूर ने इस पर सुपरहिट फिल्म बनाई । बाद में सागर ने अपना होम प्रोडक्शन खोलकर ' आँखें' तथा 'ललकार' जैसी औसत फिल्मों के जरिए बॉलीबुड में अपना स्थान बनाया । दूरदर्शन पर रामायण धारावाहिक ने उन्हें इतनी प्रसिद्धि दिलाई कि वे बॉलीवुड में तुलसीदास के नाम से पुकारे जाने लगे ।

मध्यमार्गी फिल्म

व्यावसायिक तथा कला फिल्म के दो किनारों के बीच तीसरा मध्यमार्गी फिल्म भी ऋषिकेश मुखर्जी, गुलजार, सई प्रांजपे तथा बासु चटर्जी के माध्यम से विकसित हुई । इस फिल्म की यह विशेषता है कि इसमें कथानक एवं प्रस्तुति साफ-सुथरी तथा पूरे परिवार के लिए मनोरंजन के तत्व मौजूद रहते हँ । स्टारकॉस्ट में लोकप्रिय सितारे हैं, जिनके कारण टिकट खिड़की पर फिल्मों ने अच्छा व्यवसाय कर अपनी लागत लौटाई है । गीत संगीत की मधुरता ने फिल्मों को लोकप्रिय करने में मदद की है । मध्यमार्गी फिल्म में फूहड़ता नहीं है, फिजूल के नाच-गाने, मारपीट या एक्शन नहीं है । सब कुछ हेल्दी इंटरटेनमेंट शैली में इतने अच्छे ढंग से प्रस्तुत किया गया है कि आज भी ये फिल्में पूरे परिवार के साथ देखी जा रही है । धर्मेन्द्र के करियर का उजला पक्ष हो या अमिताभ बच्चन की अदाकारी की बेहतरीन मिसाल हो या फिर राजेश खन्ना के करियर की बुलंदी हो, सब कुछ यहाँ मिलेगा । कुछ फिल्मों के नामों का उल्लेख करने से पूरा परिदृश्य आपकी आँखों के सामने से गुजर जाएगा । ऋषिकेश मुखर्जी के खाते में मुसाफिर/ गुड्डी/ अभिमान / मिली / खूबसूरत/ आनंद/ आलाप / अनुपमा / अनुराधा/ सत्यकाम जैसी उम्दा फिल्में दर्ज हैं । गुलजार ने मेरे अपने / किनारा / खुशबू/ कोशिश / परिचय / इजाजत / लिबास /मीरा / माचिस / हुतूतू जैसी फिल्मों से अपनी बहुमुखी प्रतिभा का परिचय दिया है । बासु चटर्जी ने कॉमिडी फिल्मों के जरिए अपने कार्टूनिस्ट करियर को फिल्मों में हास्य-व्यंग्य शैली में प्रस्तुत किया है । उन्होंने समाज के सबसे बड़े मध्यम वर्ग को अपनी फिल्मों की कथा वस्तु बनाकर उसकी इच्छाओं, सपनों, व्यथाओं, खुशियों को अनूठे अंदाज में सीधे सरल सपाट ढंग से प्रस्तुत कर दर्शकों से लोकप्रियता पाई है । पिता का घर रजनीगंधा / छोटी सी बात / चित्तचोर / स्वामी / खट्टा-मीठा / बातों बातों में /अपने पराए / शौकीन/ चमेली की शादी/ किराएदार / गुदगुदी कुछ इसी तरह की फिल्में हैं । महिला निर्देशिकाओं में सई प्रांजपे भी इसी मार्ग पर चलीं और उन्होंने स्वस्थ मनोरंजन की दिशा में चश्मे-बदरुर / स्पर्श / कथा / दिशा / पपीहा / अंगूठा छाप फिल्मों से मनोरंजन के खजाने को समृद्ध किया है ।

अजंता आर्ट्स के जरिए सुनीलदत्त ने कुछ प्रयोगधर्मी फिल्में बनाई जिनमें 'रेशमा और शेरा' तथा एक पात्रीय 'यादें' प्रमुख हैं । डकैत जीवन पर उनकी फिल्म ' मुझे जीने दो' एक उम्दा फिल्म है, जो राजकपूर की 'जिस देश में गंगा बहती है' तथा दिलीप कुमार की फिल्म 'गंगा-जमुना' की समकालीन कृति है । मनोज कुमार हमेशा भारत कुमार बनकर परदे पर प्रकट हुए । उन्होंने देशभक्ति को अपने करियर का आधार बनाकर शहीद / उपकार / शोर / रोटी कपड़ा और मकान /पूरब पश्चिम / क्रांति जैसी फिल्में दीं । बाद में वे पटरी से उतरी रेलगाड़ी की तरह चलते रहे । रमेश सिप्पी का सितारा फिल्म ' शोले' से धधका । शोले ऑल टाइम ग्रेट फिल्म की श्रेणी में मदर इंडिया तथा मुगले आजम के बराबर है । शोले की सफलता में सलीम-जावेद की पटकथा का जबर्दस्त हाथ है । साथ में संजीवकुमार धर्मेन्द्र / अमिताभ बच्चन / हेमा मालिनी से भी बड़ा लाइफ कैरेक्टर 'गब्बरसिंह' उर्फ अमजद खान का है । इसके बाद

रमेश सिप्पी फिल्म ' शान' में पिट गए । सागर फिल्म के जरिए वे जरूर याद किए जाते हैं । छोटे परदे पर 'बुनियाद' टीवी. धारावाहिक उनकी एक अच्छी और लोकप्रिय प्रस्तुती है।

यहाँ नवकेतन के देव आनंद-विजय आनंद की चर्चा नहीं करना उनके साथ नाइंसाफी होगी। निर्देशक के रूप में विजय आनंद की फिल्म 'तेरे घर के सामने' के बाद 'गाइड' उनकी सर्वोत्तम फिल्म है । देव आनंद ने अपनी फिल्मों में कथानक से भी आगे अपने आपको प्रोजेक्ट किया है । टैक्सी ड्राइवर / नौ दो ग्यारह / पेइंग गेस्ट / कालापानी से लेकर प्रेम पुजारी / ज्वेलथीफ / हरे राम हरे कृष्ण तक देव आनंद लाखों दर्शकों के चहेते बने रहे । लेकिन उनकी फिल्मों की एकरूपता ने उन्हें मार्जिन में ला खड़ा किया । आज भी वे पिच्चासी साल की उम्र में फिल्म बना रहे हैं, लेकिन उनके दर्शक नदारद हैं ।

पचास-साठ के दशक में जब देश में संयुक्त परिवार प्रथा का बोलबाला था, तब जैमिनी ने पारिवारिक फिल्मों की कतार लगा दी थी । इंसानियत / संसार / घूँघट / घराना आदि । प्रसाद तथा ए.वी.एम. भी इसी तर्ज पर जैमिनी के पीछे-पीछे चलने वाले प्रोडक्शन हाउस बनकर रह गए । दक्षिण भारत में बनने वाली हिन्दी फिल्मों का एक जमाना था, जिसका इंतजार उत्तर भारत के दर्शक करते थे । अब हिन्दी फिल्में पूरे देश में बनती हैं, लेकिन सबसे बड़े केन्द्र के रूप में बंबई का दबदबा कायम है ।

15.11 कला या समांतर फिल्म (सन् 1969-2000)

कोई विचारधारा या वाद जब-जब लंबे समय तक एक जैसा चलता रहता है, तो नए लोग नए विचारों के साथ उसमें बदलाव लाना चाहते हैं । बदलाव के लिए नया नाम, नया ब्रांड, नया वाद या नई विचारधारा का लेबल जरूरी हो जाता है । यह बाजार का भी नियम है और ललित कलाओं पर भी लागू होता है । इतिहास इस बात का साक्षी है । चित्रकला, संगीत, नाटक, साहित्य तथा अन्य सृजनधर्मी कलाओं या विचारधाराओं में परिवर्तन के ये दौर आते रहे हैं । फिल्म भी इनसे अछूता नहीं रही । द्वितीय विश्वयुद्ध के बाद जब यूरोप के देश, विशेषकर इटली आदि बर्बाद हो गए । फिल्म स्टुडियो तबाह हो गए और कलाकार इधर-उधर बेरोजगार होकर भटकने लगे तो इटली के विटोरियो द ` नामक डायरेक्टर ने फिल्मों में नियो -रियलिज्म (नवयथार्थवाद) का विचार प्रस्तुत किया । इसके अंतर्गत छोटे बजट तथा कम से कम साधनों के अंतर्गत नॉन- प्रोफेशनल कलाकारों को लेकर सड़कों तथा खुले लोकेशन्स पर फिल्में बनाई गई । स्टुडियो, कॉस्टयूम्य भारी मेकअप आदि की जरूरत ही न रहे । विटोरियो द सिका की बायसिकल थीव्ज / शू- जाइन द एलिफेंट इसी प्रकार की फिल्में हैं । सन् 1952 में बंबई में आयोजित भारत के प्रथम अंतराष्ट्रीय फिल्म समारोह में जब इस तरह की फिल्मों का प्रदर्शन हुआ, तो बिमलराय ने प्रेरित होकर दो बीघा जमीन और राजकपूर ने बूट पॉलिश का निर्माण किया । फिल्म ने अपनी परम्परागत फ्रेम के बाहर आकर ताजगी का नया झोंका दर्शकों को दिया ।

जब दक्षिण भारत के निर्माताओं ने पारिवारिक तथा मेलोड्रामाई फिल्मों का अतिरेक कर दिया। बंबइया सिनेमा में रोमांस, डकैत फिल्म, रिश्तों के टूटन, नारी अत्याचार, सास- बहू की नोकझोंक जरुरत से ज्यादा बढ़ गई तो कतिपय बुद्धिजीवियों ने बंबई के कॉफी हाउस में एक मुलाकात की । फिल्म फेयर के सम्पादक बी.के.करंजिजा के साथ बासु चटर्जी, सई प्रांजपे, बासु भट्टाचार्य, अरविंद कुमार, अवतार कृष्ण कौल जैसे फिल्म माध्यम से जुडे लोगों ने विचार-विमर्श कर भारत सरकार को सुझाव दिया कि एक फिल्म वित्त निगम की स्थापना की जाना चाहिए । ऐसे फिल्म निर्माता जो धन के अभाव में फिल्म नहीं बना पाते । ऐसे निर्देशक जिनके पास नवोन्मेषी कल्पना और कहानियां हैं, वे पैसे के बिना कुछ नहीं कर पाते, उन्हें इस वित्त निगम से पैसा उपलब्ध कराया जाए । फिल्म के नेगेटिव राइट्स निगम अपने पास रख सकता है । सन् 1960 में बंबई में बाकायदा फिल्म वित्त निगम की स्थापना की गई । अखिल भारतीय पटकथा प्रतियोगिता के माध्यम से प्रविष्टियां आमंत्रित की गई । पाँच लाख रुपए के ऋण स्वीकृत किए गए । सबसे पहल फिल्म बासु चटर्जी के निर्देशन में बनी सारा आकाश थी । यह कथाकार राजेन्द्र यादव की कहानी पर आधारित फिल्म थी, जो टिकट खिड़की' पर फ्लॉप रही ।

सन् 1969 में बंगला फिल्मकार मृणाल सेन ने बनफूल की कहानी पर आधारित फिल्म भुवनशोम प्रदर्शित की । इस फिल्म में पारंपरिक नायक-नायिका न होकर पूरी फिल्म गुजरात के काठियावाड़ के ग्रामीण इलाके में फैली थी । उत्पल दत्त तथा सुहासिनी मुल्ये प्रमुख पात्र थे । इस फिल्म को भारी सफलता मिली । इससे उत्साहित होकर फिल्म निर्माण के नए विचार को तत्कालीन फिल्म पत्रिका माधुरी तथा धर्मयुग (टाइम्स ऑफ इंडिया प्रकाशन) ने समांतर सिनेमा नया सिनेमा/ नई लहर का सिनेमा/ सार्थक सिनेमा/ पैरेलल सिनेमा / आर्ट सिनेमा जैसी संज्ञाओं से पुकारा और शीघ्र ही यह एक आदोलन के रूप में उभरकर सामने आया । परम्परावादी सिनेमा से घबरा चुके दर्शको को यह ताजगी भरा सिनेमा रास आया । इसमें रील लाइफ और रियल लाइफ में समानताएं दिखीं । फालतू के मसाले, नाच-गाने, समझौते, मारपीट, कव्वाली या ऐसा कुछ नहीं था, जिसे देखकर मतली आने लगे ।

समांतर या कला सिनेमा आदोलन सन् 1970 से 1990 तक खूब फला-फूला और फैला । इस आदोलन को सन् 1980 से राष्ट्रीय फिल्म विकास निगम में परिवर्तित फिल्म वित्त निगम से काफी प्रोत्साहन मिला । दूरदर्शन और एनएफडीसी ने मिलकर अनेक फिल्मों का निर्माण करवाया । निर्देशकों, कलाकारों, छायाकारों, तकनीशियनों की नई पीढ़ी सामने आई, जिससे दर्शकों को वैकल्पिक मनोरंजन उपलब्ध हुआ ।

निर्देशक

श्याम बेनेगल, गोविन्द निहलानी, केतन मेहता, सईद अख्तर मिर्जा, सई प्रांजपे, विजया मेहता, गौतम घोष, प्रकाश झा, उत्पलेंदू चक्रवर्ती, मनमोहन महापात्र, बिप्लव राव, चौधरी बी.वी.कारंध, गिरीश कर्नाड, कुंदन शाह, गिरीश कासरवल्ली, मणिकौल कुमार शाहनी, अवतार

कृष्ण कौल, रवीन्द्र धर्मराज, मुजफ़्फ़र अली, एम.एस.सष्णु मृणाल सेन, बासु चटर्जी, बासु भट्टाचार्य, कल्पना लाजमी, अरुणा राजे आदि के नाम फिल्म निर्देशक के रूप में उल्लेखनीय हैं ।

प्रमुख फिल्म

एक रुका हुआ फैसला, आषाढ़ का एक दिन, शांतता चालू आहे, उसकी रोटी, दुविधा, माया दर्पण, तरंग, ख्याल गाथा, सतह से उठता आदमी, 27 डाउन, चक्र, जाने भी दो यारों, गोधूली, घट श्राद्ध, चोमना डूडी, स्पंदन, चोख, पार, महायात्रा, पतंग, दामुल, परिणति, राव साहब, पेस्तनजी, गरम हवा, चश्मे वह, कथा, स्पर्श, दिशा पपीहा, अंगूठा छाप, अरविंद देसाई की अजीब दास्तान, अल्बर्ट पिटो को गुस्सा क्यों आता है, सलीम लंगड़े पे मत रोओ, नसीम, मिर्च मसाला, अंधेरी नगरी, हीरो हीऑलाल, मायामेम साहब, सरदार पटेल, आक्रोश, अर्द्धसत्य, विजेता, पार्टी, द्रोहकाल, तक्षक, देहम, अंकुर, निशांत, मंथन, कलयुग, मंडी, मम्मो, सरदारी बेगम, सुस्मन, समर, अनुभव, आविष्कार, गृहप्रवेश, आस्था, पंचवटी, रुदाली, एकपल, दमन, रिहाई ।

इन सभी फिल्मों के विस्तार में यहाँ जाना संभव नहीं है । लेकिन इतना उल्लेख करना जरुरी है कि समांतर या कला फिल्म के इस आदोलन से भारतीय फिल्म की विश्व धरातल पर पहचान बढ़ी और प्रतिष्ठा मिली । देश के बुद्धिजीवियों के लिए फिल्म केवल मनोरंजन न रहकर वैचारिक बहस का सबब भी बनने में सफल रही । आज विश्व सिनेमा के खजाने में भारतीय सिनेमा भी कहीं से कंगाल नहीं है । इस आदोलन का ही नतीजा है कि वह आज बॉलीबुड, हॉलीवुड को टक्कर देने की दशा में है । यह आदोलन 1991 से कमजोर जरूर हो गया है, उसका कारण फंडिंग-एजेंसीज में कमी आ जाना । लेकिन यहाँ उल्लेखित अनेक फिल्मकार सक्रिय हैं । कुछ कॉमर्शियल सिनेमा की चौखट में अपनी प्रस्तुतियां दे रहे हैं ।

15.12 बीसवीं सदी का अंतिम दशक (सन् 1991 - 2000)

बीसवीं सदी के सर्वश्रेष्ठ कला के रूप में स्थापित फिल्म मनोरंजन, शिक्षा, सूचना और ज्ञानवर्द्धक की सबसे सशक्त माध्यम सदी के आखरी दशक तक बनी रही । सदी के अंतिम दशक याने सन् 1991 से 2000 के मध्य भारतीय, विशेषकर हिन्दी फिल्मों में जो परिवर्तन हुए वे चौंकाने वाले हैं । फिल्में आठ दशक में इतना नही बदली जितनी इस दशक में बदल गया । नई शब्दावली, नए मुहावरे, नए डायरेक्टर, नई कथा वस्तु, नई प्रस्तुति और नई तकनीक ने सब कुछ बदलकर रख दिए । इस दशक में सबसे महत्वपूर्ण घटना हुई अप्रवासी या एनआरआई फिल्में । कुछ सिने पंडित इसे क्रॉस ओवर फिल्मों के नाम से भी पुकारते हैं। दरअसल अप्रवासी या क्रॉस ओवर फिल्मों में दो शक्तियाँ काम कर रही हैं ।

पहले ऐसे फिल्मकार हैं, जो भारतीय मूल के हैं ओर विदेशों में रहते हुए फिल्में बनाते हैं । इनकी फिल्मों की कथा वस्तु लगभग भारत आधारित रहती हैं । उदाहरण के लिए मीरा नायर का नाम सबसे पहले उभरता है । सलाम बाम्बे / कामसूत्र / मानसून वेडिंग / मिसीसिपी मसाला

और नेमसेक उनकी इसी श्रेणी की फिल्में हैं । इसी क्रम में दीपा मेहता ने फायर/ द अर्थ तथा वाटर जैसी फिल्में प्रस्तुत की हैं । गुरिंदर चड्ढ़ा ने भाजी ऑन द वीच या बेंड इट लाइफ बेकहम जैसी फिल्मों में कुछ इसी तरह के प्रयोग किए हैं । नागेश कुकनूर भी इसी दिशा में लगातार बढ़ते जा रहे हैं-हैदराबाद ब्ल्यूज / इकबाल इसके उदाहरण हैं ।

जबसे यूरोप, ब्रिटेन, कनाडा और अमेरिका में भारतीय फिल्मों की लोकप्रियता बढ़ी है । भारतीयों की संख्या में पर्याप्त वृद्धी हुई है । बॉलीबुड के फिल्म निर्माताओं ने भी अपनी फिल्मों के कथानक आधे भारत में आधे विदेशों में चित्रित करने लगे हैं । यही दशा पात्रों को लेकर हैं। दिलवाले दुल्हनियाँ ले जाएंगे फिल्म के बाद तो इस प्रकार का जबर्दस्त ट्रेंड चल पड़ा है । करण जौहर, आदित्य चौपड़ा और सुभाष घई इस आंदोलन के आदि पुरूष बन गए हैं । दिल तो पागल है/ परदेस / कुछ-कुछ होता है / जींस / कभी खुशी कभी गमा / कल हो न हो / कभी अलविदा न कहना / ताल / किसना जैसी फिल्में ओवरसीज मार्केट तथा दर्शकों को ध्यान में रखकर बनाई गई है । सुभाष घई का तो यहाँ तक कहना है कि उनका प्रोडक्शन हाउस यूपी- बिहार के दर्शकों को ध्यान में रखकर फिल्म नहीं बनाता । लंदन कनाडा के दर्शक उनके जेहन में रहते हैं, क्योंकि वे पौंड या डॉलर में टिकट खरीदते हैं । एक सीमा तक इसमें सच्चाई भी है । लेकिन इससे यह भी तो साबित होता है कि मनोरंजन का माध्यम अब पैसा कमाने की मशीन बनता जा रहा है ।

15.13 नई सदी का नया सिनेमा (2001 - 2008)

मल्टीप्लेक्स कल्चर

इक्कीसवीं सदी में फिल्मों की गतिविधियों में इंद्रधनुषी परिवर्तन दिखाई देते हैं । इस सदी के पहले दशक की सबसे बड़ी देन है । मल्टीप्लेक्स सिनेमा । मल्टीप्लेक्स कल्चर के रूप में दर्शक आज दो हिस्सों में बंट गए हैं । मेट्रो सीरिज के दर्शक सर्व सुविधायुक्त एयर कंडीशंड थियेटर में आराम से फिल्में देखते हैं । सिर्फ फिल्में ही नहीं देखते गोल्ड क्लास में उनके खाने पीने का भी विशेष ध्यान रखा जाता है । मल्टीप्लेक्स सिनेमाघर में तीन या अधिक स्क्रीन पर एक साथ कई फिल्में कई शोज में चलती हैं । गुड़गाँव में छः स्क्रीन का मल्टीप्लेक्स आरंभ हुआ, तो बैंगलौर में तेरह स्क्रीन का मल्टीप्लेक्स आने वाला है । इन सिनेमाघरों में समय के हिसाब से टिकट दरें तय होती हैं याने मार्निंग शोज में एक चौथाई और शाम तथा रात के प्राइम टाइम में दो गुनी / चार गुनी दरें वसूली जाती है । मल्टीप्लेक्स के साथ मॉल का कल्चर भी शामिल हो गया है । पूरे परिवार के साथ पूरे दिनभर का मनोरंजन, शॉपिंग, सैर सपाटा और ईटिंग ।

दूसरे हिस्से में पुराने जमाने से चले आ रहे सिंगल स्क्रीन सिनेमाघर हैं, जहाँ सुविधाएं नगण्य है, तो टिकट दर भी आम जनता के जेब पर भारी नहीं है । इन सिनेमाघरों को अब सैटेलाइट से जोड़कर डिजिटल किया जा रहा है ताकि पूरे देश के अधिक से अधिक सिनेमाघरों में नई

फिल्में एक साथ जारी हो सके । इससे फिल्मों के प्रिंट की लागत कम होगी और पाइवेसी रोकी जा सकेगी ।

कॉरपोरेट कल्चर

फिल्म व्यवसाय में दूसरा बड़ा परिवर्तन कॉरपोरेट कंपनियों का फिल्म निर्माण में प्रवेश है । सन् 1998 से फिल्म व्यवसाय को उद्योग का दर्जा दिया गया है । इससे बैंक से कर्ज मिलना आसान हो गया है । टाटा / सिंघानिया / बिरला / पेंटालून जैसे कॉपरिट हाउस तथा मल्टी नेशनल कंपनियां इस क्षेत्र में उतरने लगी हैं । मल्टीनेशनल आडिएंस मिलने से फिल्म के फ्लॉप रहने पर घाटे की संभावनाएं समाप्त होने लगी हैं । यह इसलिए कि पहले फिल्में सिर्फ सिनेमाघरों में चलती थीं । अब उनेक सैटेलाइट राइट्स / म्यूजिक राइट्स / वर्ल्ड राइट्स / सीडी-डीवीडी राइट्स बेचे जाने से घाटे की पूर्ति हो जाती है । मल्टीप्लेक्स में फिल्म रिलीज होने तथा टिकट दर अधिक होने से पहले सप्ताह में ही फिल्म की लागत वसूल हो जाती है। साथ ही ऐसी फिल्में जो कभी रजतपट का मुँह नहीं देख पाती थीं, वे भी प्रदर्शित होने लगी हैं । एक उदाहरण पर्याप्त होगा । पिछले दिनों जब करण जौहर की फिल्म कभी ' अलविदा न कहना' (लागत 30 करोड़) प्रदर्शित हुई तो उसके समानांतर खोसला का 'घोसला' (लागत 56 लाख) भी रिलीज की गई थी । करण की फिल्म से आनुपातिक अधिक आमदनी खोसला का घोसला को हुई । यही हाल फिल्म भेजाफ्राय का रहा है ।

सीडी-डीवीडी

तीसरा बड़ा परिवर्तन फिल्म के सीडी-डीवीडी मार्केट में हुआ है । सीडी-डीवीडी फिल्म व्यवसाय पर तस्करी की जोरदार मार मारती है । अब मेजर बायर तथा टी.सीरिज जैसी कंपनियां चौबीस रूपये से लेकर पैंतालीस रूपये में ओरिजिनल सीडी-डीवीडी उपलब्ध कराने लगी हैं । इनका मार्केटिंग फंडा है एक आइसक्रीम या एक फिल्म । उधर चीन भी इस गोरखधंधे में उतर गया है । उसने इंटरनेशनल मार्केट की चुनिंदा फिल्मों की सीडी-डीवीडी सत्तर से सौ रूपयों में बाजार में भेजी हैं, जिनमें दो / चार तथा छः फिल्में तक साथ विशेष कथावस्तु अथवा विशेष कलाकार वाली दर्शक देख सकता है । अब मोबाइल के लिए भी फिल्में बनने लगी हैं और यह सचमुच में एक ऐसी क्रांति का सूत्रपात है जिसकी कभी किसी ने कल्पना तक नहीं की थी ।

इस नजरिए से फिल्म और सिनेमा घर का भविष्य उज्ज्वल है क्योंकि दुनिया के 130 देशों में हिन्दी फिल्में देखी जाती हैं । दुनिया के हर 6 व्यक्ति में से एक भारतीय है और दुनिया का हर तीसरा आदमी हिन्दी फिल्म देखता है ।

15.14 सारांश

इस अध्याय का अध्ययन करने पर यह सारांश हमारे सामने आता है-

- सन् 1939 में फ्रांस में ल कुतरे ने कैमरे के माध्यम से स्टील फोटोग्राफी का आविष्कार किया ।
- फ्रांस के लुमिएर ब्रदर्स ने 28 दिसम्बर 1895 को पहली बार चित्रों को चलायमान कर दिखाया ।
- 7 जुलाई, 1896 को भारत में फिल्म का वॉटसन होटल में प्रथम प्रदर्शन हुआ ।

- विश्व के प्रत्येक देश ने अपनी शासन व्यवस्था के अंतर्गत फिल्म कला के अलग-अलग उपयोग किए ।
- 21 अप्रैल, 1913 को दादा साहेब फालके निर्मित भारत की पहली कथा फिल्म राजा हरिश्चंद्र का प्रीमियर शो हुआ ।
- 14 मार्च, 1931 को आर्देशिर ईरानी ने बंबई के मैजेस्टिक सिनेमा में भारत की पहली बोलती फिल्म ऑलमआरा का प्रदर्शन कर इतिहास रचा ।
- प्रभात फिल्म कंपनी, न्यू थियेटर्स तथा बॉम्बे टॉकीज ने हिन्दी फिल्म के विकास विस्तार की नींव रखी ।
- सन् 1969 से भारत में कला फिल्म या समांतर फिल्म का आदोलन आरंभ हुआ ।
- नब्बे के दशक से अप्रवासी तथा क्रॉसओवर फिल्मों की शुरूआत हुई ।
- इक्कीसवीं सदी के प्रारंभिक वर्षों में मल्टीप्लेक्स कल्चर / कॉरपोरेट कल्चर / सीडी-डीवीडी क्रांति ने नए युग का सूत्रपात किया ।

15.15 स्व- मूल्यांकन

इस अध्याय का दो बार अध्ययन कर प्रमुख घटनाएं, तिथियां तथा व्यक्तियों के नामों की पृथक से सूची बनाइए । ऐसा करने से विषय सरल होकर स्मृति में दर्ज हो जाएगा । हिन्दी फिल्म का इतिहास एक विस्तृत क्षेत्र है । फिल्म के इतिहास से संबंद्ध पुस्तकें पढ़कर तथा श्रेष्ठ फिल्मकारों की श्रेष्ठ फिल्में देखकर आप अपने ज्ञान में आशातीत सफलता प्राप्त कर सकते हैं ।

15.16 शब्दावली

सिनेमा	:	व्यापक संदर्भ में कथा तथा अन्य फिल्म ।
फिल्म के गेज	:	8 एमएम, 8 एमएम सुपरा / 16एमएम, 35 एमएम और 70 एमएम सिनेमाघरों में 35 एमएम की फिल्में नियमित प्रदर्शित की जाती हैं।
फीचर फिल्म	:	कथा फिल्म जिसमें कहानी, चरित्र, घटनाएं, प्रारंभ और अंत हो।
डाक्युमेंट्री फिल्म	:	किसी व्यक्ति / स्थान / घटना /मेला / परम्परा / रीति - रिवाज आधारित तथ्यपरक लघु फिल्म ।
कलर फिल्म	:	टैक्नीकलर / गेवाकलरा / इस्टमनकलर और फूजी कलर । ये चार कंपनियों के ब्रांड हैं इनके कलर शेड्स अलग होते हैं ।
डायरेक्टर	:	फिल्म की यूनिट का कप्तान । फिल्म को डायरेक्टर्स मिडियम माना जाता है ।
सिनेमटोग्राफर	:	फिल्म की मूविंग फोटोग्राफी करने वाला तकनीशियन ।
बॉक्स ऑफिस	:	टिकट खिड़की पर होने वाली आय का विवरण ।
प्रिमियर शो	:	आमंत्रितों के लिए किया जाने वाला फिल्म का विशेष शो ।
एनआरआय सिनेमा	:	अप्रवासी भारतीय फिल्मकारों द्वारा निर्मित फिल्म ।

क्रॉस ओवर सिनेमा : ऐसी फिल्म जिनकी कथावस्तु दो या अधिक देशों में फैली हो ।

15.17 संदर्भ ग्रंथ

1. मनमोहन चड्ढा – हिन्दी सिनेमा का इतिहास
2. विनोद भारद्वाज – सिनेमा कल, आज और कल
3. बी.डी. गर्ग – सोमेनी सिनेमाज (अंग्रेजी)
4. कृष्ण स्वामी एवं एरिक बार्नो – इंडियन फिल्म (अंग्रेजी)
5. आशीष राज्याध्यक्ष एवं – एनसाइक्लोपीडिया ऑफ इंडियन सिनेमा (अंग्रेजी)
6. गुलजार गोविन निहलानी, – ब्रिटानिका 'एनसाइक्लोपीडिया सैवाल चटर्जी (संपादक)ऑफ हिन्दी सिनेमा (अंग्रेजी)
7. थोरावल – सिनेमाज ऑफ इंडिया (अंग्रेजी)
8. टी.एम.रामचंद्रन – सेवंटी ईयर्स ऑफ इंडियन सिनेमा (अंग्रेजी)
9. डायर एंड पटेल – सिनेमा इन इंडिया (अंग्रेजी)
10. नंदन, कलकत्ता – 100 ईयर्स ऑफ सिनेमा (अंग्रेजी)
11. बच्चन श्रीवास्तव – भारतीय फिल्मों की कहानी
12. अरुणा वसुदेव – इंडियन सिनेमा सुपर बाजार (अंग्रेजी)
13. दिनेश राहेजा एवं जितेंद्र – इंडियन सिनेमा : बॉलीवुड सागा (अंग्रेजी)कोठारी
14. ललित मोहन जोशी – इंडियन पॉपुलर सिनेमा (अंग्रेजी)
15. सम्पादक : श्रीराम ताम्रकर – भारत में सिनेमा (1896 1996)
16. प्रकाशन नई दुनिया इंदौर

15.18 प्रमुख फिल्में

प्रमुख फिल्मकारों की वे महत्वपूर्ण फिल्में यहाँ दी जा रही हैं, जिनके देखने से फिल्म इतिहास का अध्ययन संपूर्ण होता है -

बिमल राय : दो बीघा जमीन, मधुमती, बंदिनी, सुजाता

गुरुदत्त : प्यासा, कागज के फूल, साहब, बीवी और गुलाम

राजकपूर : आवारा, श्री 420, जागते रहो, बूट पॉलिश, प्रेमरोग

बी.आर.चौपड़ा : नया दौर, साधना, कानून, वक्त, बागबान

कमला अमरोही : महल, पाकीजा

के. आसिफ : मुगल - ए - आजम

ऋषिकेश मुखर्जी : सत्यकाम, अनुपमा, बावर्ची, आनंद, खूबसूरत, अभिमान, अनाड़ी

गुलजार : कोशिश, परिचय, इजाजत, माचिस

साई प्रांजपे : स्पर्श, कथा

श्याम बेनेगल : अंकुर, मंथन, मंडी, कलयुग, मम्मो, समर, सूरज का सातवाँ घोड़ा

बासु चटर्जी	:	रजनीगंधा, खट्टा- मीठा, शौकीन
बासु भट्टाचार्य	:	अनुभव, आविष्कार, गृह प्रवेश, तीसरी कसम
सरजू बड़जात्या	:	हम आपके हैं कौन, मैंने प्यार किया, विवाह
संजय लीला भंसाली	:	खामोशी : द म्युजिकल्स, देवदास, ब्लैक
विधु विनोद चोपड़ा	:	1942 : ए लव स्टोरी, मिशन कश्मीर एकलव्य
रामगोपाल वर्मा	:	जंगल, सत्य, कंपनी, सरकार
यश चोपड़ा	:	कभी- कभी, लम्हे, चाँदनी, सिलसिला
कारण जौहर	:	कुछ- कुछ होता है, कभी खुशी कभी गम
आदित्य चोपड़ा	:	डीडीएलजे
केतन मेहता	:	मिर्च मसाला, माया मेमसाहब, मंगल पांडे
सईद मिर्जा	:	अल्बर्ट पिंटों को गुस्सा क्यों आता है?, नसीम
राजकुमार संतोषी	:	घायल, दामिनी, लज्जा
प्रकाश झा	:	दामुल, मृत्युदंड, अपहरण, गंगाजल
राजकुमार हिरानी	:	लगे रहो मुन्नाभाई
राकेश ओमप्रकाश मेहरा	:	रंग दे बसती
आशुतोष गोवारीकर	:	लगान, स्वदेश
कुणाल कोहली	:	फना
मेहबूब खान	:	मदर इंडिया, अंदाज, आन, अमर
वी.शांताराम	:	दुनिया न माने, आदमी, पड़ौसी, दहेज, दो आँखें बारह हाथ, झनक - झनक पायल बाजे
सोहराब मोदी	:	सिकंदर, पुकार, मिर्जा गालिब
गोविंद निहलानी	:	आक्रोश, अर्द्धसत्य, द्रोहकाल, देव

15.19 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. भारत में फिल्म के उद्भव एवं विकास को संक्षिप्त में लिखिए ।
2. दादा साहेब फालके ने किस संघर्ष से गुजरकर भारत की पहली कथा फिल्म का निर्माण किया? विवेचना कीजिए ।
3. 'प्रतिबद्ध फिल्म', से आप क्यो समझते हैं? उदाहरण सहित लिखिए ।
4. 'समांतर फिल्में आज भी लोकप्रिय हैं । ' इस कथन की समीक्षा कीजिए ।
5. 'नई सदी का नया सिनेमा' पर अपने विचार व्यक्त कीजिए ।
6. क्या टी.वी. ने फिल्मों को प्रभावित किया है? इस कथन पर पक्ष-विपक्ष में अपना मत व्यक्त कीजिए।
7. बीसवीं सदी का अंतिम दशक' फिल्म विषय पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए ।
8. टिप्पणी लिखिए

(अ)' अप्रवासी तथा क्रॉस ओवर फिल्में

(ब) मल्टीप्लेक्स कल्चर

(स) फिल्म का भविष्य

(द) पहली बोलती फिल्म 'आलमआरा'

इकाई- 16

भारत में फिल्म संगठन

इकाई की रूपरेखा

16.0उद्देश्य
16.1प्रस्तावना
16.2केन्द्रीय फिल्म प्रमाणन मण्डल
16.3फिल्मस प्रभाग
16.4बाल चलचित्र समिति
16.5राष्ट्रीय फिल्म विकास निगम
16.6फिल्म एण्ड टेलीविजन इंस्टीट्यूट ऑफ इंडिया
16.7भारतीय राष्ट्रीय फिल्म अभिलेखागार
16.8फिल्म समारोह निदेशालय
16.9सत्यजीत राय फिल्म एवं टेलीविजन इंस्टीट्यूट
16.10 गैर-सरकारी फिल्म संगठन
16.11 सारांश
16.12 स्व-मूल्यांकन
16.13 शब्दावली
16.14 संदर्भ ग्रंथ
16.15 अभ्यासार्थ प्रश्न

16.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने से आप :

- भारत में संचालित शासकीय फिल्म संगठनों को समझ सकेंगे ।
- कौनसा संगठन कहाँ स्थित है तथा उसकी शाखाएं कहाँ हैं? की जानकारी प्राप्त कर सकेंगे
- प्रत्येक संगठन के अधिकार तथा कार्यों का विवरण जान सकेंगे ।
- कौनसा संगठन कितना उपयोगी है, के बारे में ज्ञान प्राप्त कर सकेंगे ।
- फिल्म दर्शकों के लिए ये संगठन किस प्रकार सक्रिय रहकर उन्हें प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष लाभ पहुँचाते हैं, इसकी जानकारी प्राप्त हो सकेगी ।
- शासकीय के अलावा अशासकीय फिल्म संगठनों का संक्षिप्त परिचय प्राप्त होगा ।
- प्राय: देखा गया है कि फिल्म संगठनों को लेकर बहुत कम जानकारी प्रकाश में आ पाती है। केवल फिल्म सेंसर बोर्ड हमेशा सुर्खियों में रहता है । भारत में फिल्म संगठन इकाई का अध्ययन करने के बाद आप भारत में विभिन्न फिल्म संगठनों के संदर्भ में विस्तार से प्रमाणिक जानकारी प्राप्त कर सकेंगे ।

16.1 प्रस्तावना

भारत भले ही दुनिया में फिल्म निर्माण के मामले में नंबर वन हो, लेकिन फिल्मों के प्रति गंभीर अध्ययन प्रवृत्तियाँ नहीं के बराबर है । स्कूल स्तर तक फिल्म अध्ययन जैसे महत्वपूर्ण विषय को आज तक बाहर रखा गया है । कालेज तथा विश्वविद्यालय के पाठ्यक्रमों में कहीं-कहीं एक परिचयात्मक अध्याय पढ़ने को मिल जाता है । साथ ही हिन्दी फिल्मों पर हिन्दी में साहित्य नहीं के बराबर है । हिन्दी की रोजी-रोटी से जुड़े तमाम फिल्मी सितारे / निर्माता / निर्देशक तथा अन्य व्यक्ति अंग्रेजी में बोलते, इंटरव्यू देते या उन पर प्रकाशित पुस्तकें अंग्रेजी भाषा में उपलब्ध है । इसी वजह से आम फिल्म दर्शक तथा उच्च शिक्षित दर्शक वर्ग भी फिल्म माध्यम की वह समझ या जानकारी नहीं रखता, जो उरने होना चाहिए, इसलिए कि उसकी दैनिक दिनचर्या में फिल्म साँस लेने की तरह शामिल है ।

16.2 केंद्रीय फिल्म प्रमाणन मण्डल

मुद्रित शब्दों की तुलना में फिल्म माध्यम समाज के विभिन्न वर्गों को उनके विचारों तथा कार्यो में अत्यधिक प्रेरित करता है । दृश्य तथा ध्वनि के साथ कार्य एवं संवादों का मिलन जब दर्शक सिनेमाघर के लगभग अंधेरे में समूहिक रूप से देखता है तो उसका व्यापक एवं शक्तिशाली प्रभाव दिमाग के साथ भावनाओं पर भी होता है । इसलिए भारत जैसे विकासशील देश में फिल्म सेंसरशिप जरूरी तथा अनिवार्य हो जाता है । **-भारत का सर्वोच्च न्यायालय**

सार्वजनिक प्रदर्शन के लिए लम्बाई के अनुपात में निर्मित फिल्में जो सेल्यूलाइड पर बनी हों अथवा वीडियो / सीडी या डीवीडी आकार प्रकार में हों, उन सबके लिए फिल्म सेंसर बोर्ड से प्रदर्शन प्रमाणपत्र प्राप्त करना आवश्यक है । वर्तमान में फिल्म सेंसरशिप 1952 से प्रभावशील ' सिनेमेटोग्राफ एक्ट' के तहत जारी है । सन् 1952 के कानून में सन् 1983 में कुछ संशोधन किए गए और 6 दिसंबर, 1991 को फिल्मों के प्रमाणपत्र जारी करने के लिए भारत सरकार के सूचना प्रसारण मंत्रालय ने मार्गदर्शक निर्देश जारी किए हैं । इन्हीं निर्देशों को ध्यान में रखते हु ए फिल्म सेंसर बोर्ड अपना कार्य सम्पादित कर रहा है । भारत सरकार के सूचना प्रसारण मंत्रालय के अंतर्गत यह एक स्वंतत्र इकाई है । इसमें पूर्णकालिक अध्यक्ष तथा न्यूनतम बारह और अधिकतम छब्बीस मानद सदस्य होते हैं, जो तीन-तीन के पैनल में फिल्में देखकर उनके लिए प्रमाणपत्र की सिफारिश करते हैं । ये मानद सदस्य समाज के हर वर्ग का प्रतिनिधित्व करते हैं यथा पत्रकार / कला समीक्षक / साहित्यकार / चित्रकार / उद्योगपति / संगीतकार / महिला वर्ग / डॉक्टर / वकील / प्रोफेसर आदि ।

अब तक देश के शीर्षस्थ व्यक्तियों ने केन्द्रीय फिल्म प्रमाणन मंडल के अध्यक्ष पद को सुशोभित किया है । उनमें से कार्यकाल की दृष्टि से कुछ नाम इस प्रकार हैं - सी.एम. अग्रवाल (मुख्य न्यायाधीश, पटना हाईकोर्ट), बी.डी मीरचंदानी तथा एमडी. भाट (प्रशासकीय अधिकारी), डी.ए. कोठारी (पत्रकार), बी.पी. भट्ट (आकाशवाणी निदेशक), आर.पी. नाईक (प्रशासनिक सेवा),

एम.बी. देसाई, ब्रिगेडियर आर. श्रीनिवासन, वीरेन्द्र व्यास, के.एल. खंडपुर, विक्रमसिंह (पत्रकार), फिल्मकार ऋषिकेश मुखर्जी, शक्ति सामंत, विजय आनंद, आशा पारिख और वर्तमान में अभिनेत्री शर्मिला टैगोर इस पद पर कार्यरत हैं।

केन्द्रीय फिल्म प्रमाणन मंडल का मुख्यालय मुंबई में स्थित है । मुख्यालय तथा केन्द्रीय कार्यालयों का कार्यक्षेत्र इस प्रकार हैं-

(1) मुंबई : गोआा / गुजरात / मध्यप्रदेश / महाराष्ट्र प्रदेशों के अलावा संघ शासित दादरा/ नगरहवेली/ दमण तथा दीव

(2) बैंगलोर : संपूर्ण कर्नाटक प्रदेश

(3) कोलकत्ता : अरुणाचल प्रदेश / असम / बिहार / मणिपुर / मेघालय / मिजोरम / नागालैंड सिक्किम /त्रिपुरा / पश्चिम बंगाल के अलावा संघ शासित अण्डमान एवं निकोबार द्वीप समूह

(4) कटक : उड़ीसा

(5) दिल्ली : हरियाणा / हिमाचल प्रदेश / जम्मु-कश्मीर / पंजाब / राजस्थान उत्तरप्रदेश संघ शासित चंडीगढ़

(6) हैदराबाद : आंध्रप्रदेश

(7) चेन्नई : तमिलनाडु एवं पाण्डिचेरी

(8) तिरुवनंतपुरम : केरल और लक्ष द्वीप

यहाँ उल्लेखित अलग -अलग क्षेत्रीय कार्यालयों में भाषा के आधार पर इस प्रकार फिल्मों को प्रमाणपत्र दिए जाते हैं -

(1) मुंबई : हिन्दी, अंग्रेजी / मराठी / गुजराती

(2) कोलकाता : असमी / बंगाली/ उड़िया

(3) हैदराबाद : तेलुगू

(4) बैंगलौर : कन्नड़

(5) चेन्नई : तमिल

(6) तिरुवनंतपुरम: मलयालम

दो हजार मीटर लंबाई की फिल्म फीचर फिल्म की श्रेणी में आती है । यदि यह सेल्यूलाइड के अलावा वीडियो या सीडी / डीवीडी फॉर्मेट में है तो उसे अलग से प्रमाणपत्र जारी किया जाता है । बारह प्रकार के आवेदन पत्र तथा संलग्न वांछित सामग्री के साथ फिल्म निर्माता को अपनी फिल्म के प्रिंट सेंसर बोर्ड ऑफिस में जमा कराने होते हैं । यदि सब कुछ ठीक-ठाक रहा तो एक फिल्म को प्रमाणपत्र मिलने में एक माह का समय लग जाता है ।

फिल्म सेंसर बोर्ड निम्न श्रेणी के प्रमाणपत्र जारी करता है-

U अप्रतिबंधित सार्वजनिक प्रदर्शन ।

UA अप्रतिबंधित सार्वजनिक प्रदर्शन हेतु लेकिन बारह-साल तक की उम्र के बच्चे माता-पिता के मार्गदर्शन में फिल्म देख सकते हैं।

A केवल वयस्कों के लिए ।

S विशिष्ट वर्ग के दर्शकों के लिए ।

U सार्वजनिक प्रदर्शन के लिए अनुमति देने से इंकार।

यदि कोई निर्माता उपर्युक्त प्रमाणपत्र लेने से अथवा फिल्म में दर्शाए संवाद/ दृश्य / ध्वनि निकाले जाने के प्रस्तावों को अमान्य करता है तो उसे पुनर्विचार समिति में अपील करने का अधिकार हैं । सेंसर बोर्ड का अध्यक्ष स्वयं या उसका प्रतिनिधि तथा सलाहकार मंडल के अधिकतम नौ सदस्य एक साथ बैठकर फिल्म का अवलोकन कर अपना निर्णय देंगे।

पुनर्विचार समिति का निर्णय भी यदि फिल्म निर्माता को मान्य नहीं है तो वह अपीलिएट ट्रिब्यूनल में आवेदन कर सकेगा । इस ट्रिब्यूनल में सेवानिवृत्त न्यायाधीश के साथ चार सदस्य रहेंगे । वह दोनों पक्षों को सुनकर अपना फैसला देता है । अपीलिएट ट्रिब्यूनल का फैसला आवेदक को नामंजूर खे तो फिर उसके लिए उच्च न्यायालय / सर्वोच्च न्यायालय के द्वार खुले हैं । फिल्म सेंसर बोर्ड द्वारा फिल्म में से जो भी संवाद / दृश्य काटने के सुझाव दिए जाते हैं और वे निर्माता को मान्य होते हैं तो उनके नेगेटिव बोर्ड आफिस में जमा कराना अनिवार्य होता है ।

पोस्टर तथा प्रचार सामग्री

अनेक बार यह देखने में आया है कि फिल्म सेंसर बोर्ड द्वारा फिल्म से हटाए गए दृश्यों को फिल्म की प्रचार सामग्री, विशेषकर पोस्टर्स में निर्माता डिस्प्ले करने से बाज नहीं आते । ऐसा होने पर और नागरिकों द्वारा शिकायत मिलने पर देश भर में प्रचलित केन्द्रीय तथा प्रदेश सरकारों के अश्लीलता निरोधक जो भी कानून है, उसके अंतर्गत कार्यवाही की जाती है । जैसे-

- द इंडिसेंट रिप्रजेंटेशन ऑफ वुमन (प्रोहिबिशन) एक्ट, 1986
- वेस्ट बेंगाल (कम्पलसरी सेंसरशिप आफ फिल्म पब्लिसिटी मेटेरियल्स) एक्ट, 1974
- तमिलनाडु (कम्पलसरी सेंसरशिप ऑफ फिल्म पब्लिसिटी मेटेरियल्स) एक्ट, 1987
- अनेक नगर पालिकाओं तथा नगर निगमों ने अपने अपने नियम संधारित किए हैं ।

मार्गदर्शक निर्देश

भारत सरकार का सूचना प्रसारण मंत्रालय समय-समय पर फिल्म सेंसरशिप के लिए बोर्ड को द सिनेमाटोग्राफ एक्ट, सेक्शन 5 बी (2) के अंतर्गत मार्गदर्शक निर्देश जारी करता है । वर्तमान में निम्नलिखित निर्देशों का परिपालन करते हुए फिल्म के प्रमाणपत्र के लिए अनुशंसा की जाती है ।

- समाज विरोधी गतिविधि तथा हिंसा को न्यायोचित ठहराना ।
- अपराधियों को दृश्य अथवा संवादों के माध्यम से महिमामंडित करना ।
- बच्चों पर हिंसक, बर्बर तथा अत्याचार के दृश्य ।
- पशुओं पर अत्याचार तथा हिंसा के दृश्य।
- हिंसा / भय / भयानकता के दृश्य जिनसे दर्शक के दिल-दिमाग पर बुरा प्रभाव हो ।
- शराब पीने या नशा करने के दृश्यों को आवश्यक बताते हुए महिमामंडित करना ।
- अनावश्यक धूम्रपान के दृश्य और उसका महिमामंडन ।
- मानवीय संवेदनाओं को अश्लीलता, अशोभनीयता से अपमानित करने के दृश्य या संवाद।

- महिला शोषण / बलात्कार / दमन अत्याचार अथवा हिंसा के दृश्य ।
- सेक्स के अंतरंग दृश्यों को कम से कम फुटेज ।
- किसी धर्म / जाति / संप्रदाय / वर्ग को दृश्य अथवा संवादों के जरिए अपमानित करना।
- राष्ट्र विरोधी, सांप्रदायिक सद्भाव, सामाजिक शांति भंग करने वाले दृश्य तथा संवाद ।
- भारत की सुरक्षा को खतरा पैदा करने वाले दृश्य तथा संवाद ।
- मित्र देशों पर अनावश्यक टीका टिप्पणी ।
- सामाजिक शांति एवं अनुशासन तोड़ने वाले दृश्य संवाद ।
- व्यक्ति अथवा समुदाय को अपमानित करने वाले दृश्य या संवाद तथा न्यायपालिका की अवमानना न हो ।
- राष्ट्रगीत / राष्ट्र ध्वज / राष्ट्रीय प्रतीक का अनादर करने वाले दृश्य या संवाद ।

यदि इन मार्गदर्शकों का परिपालन फिल्म में नहीं किया गया है तो प्रमाणपत्र जारी करने की सिफारिश करने वाला पैनल फिल्म से ऐसे दृश्यों या संवादों को निकालने की अनुशंसा करेगा। उन्हें हटाए बगैर फिल्म को प्रदर्शन की अनुमति नहीं मिलेगी । इसके अलावा डब फिल्मों को संबंधित भाषा के आधार पर अपने निर्धारित रीजनल बोर्ड आफिस से प्रमाणपत्र लेना होगा। आयातित विदेशी फिल्मों के प्रमाणपत्र प्राप्त करने का कार्यालय मुंबई रहेगा । टीवी कार्यक्रम अथवा धारावाहिकों के प्रदर्शन के लिए फिलहाल प्रमाणपत्र की कोई आवश्यकता नहीं है । केबल टीवी वाले सिर्फ सेंसर सर्टिफिकेट प्राप्त फिल्मों का ही प्रदर्शन कर सकते हैं । यदि काई सिनेमा मालिक इन तमाम बातों का उल्लंघन करते हु ए अपने सिनेमाघर में अश्लील अथवा सेंसर द्वारा काटे गए दृश्यों को प्रदर्शित करता है तो उस जिले के कलेक्टर या पुलिस कमिश्नर या आबकारी अधिकारी को यह अधिकार होगा कि वह फिल्म का प्रदर्शन प्रतिबंधित करा दे अथवा सिनेमाघर का लाइसेंस रह घोषित कर दे ।

फिल्म सेंसर बोर्ड का इतिहास

अंग्रेजी राज में फिल्म सेंसरशिप का इतिहास सन् 1920 से मिलता है । महाराष्ट्र फिल्म कंपनी कोल्हापुर द्वारा निर्मित फिल्म 'सैरन्ध्री' (कीचक वध) जब प्रदर्शित हु ई तो अनेक महिला, बाल तथा कमजोर दिल वाले दर्शक फिल्म देखकर बेहोश हो गए और भयभीत रहने लगे । इसकी शिकायत जब कलेक्टर तथा उच्च पुलिस अधिकारियों तक पहु ंची तो शासन ने एक परिपत्र जारी कर ऐसी फिल्मों पर आशिक या पूर्ण प्रतिबंध लगाने के आदेश जारी किए थे । यह आज के फिल्म सेंसर बोर्ड की तरह व्यवस्थित नहीं था । इसके बावजूद भारत के निम्न शहरों में इनकी स्थापना और पदाधिकारी तय किए गए-

मुंबई : 1920 में छः सदस्यों के साथ स्थापना । एक हिन्दू एक मुसलमान, एक पारसी तथा पुलिस के तीन उच्च अधिकारी

बंगाल : कलकत्ता में 1920 में सेंसर बोर्ड गठित

मद्रास : जून 1920 में स्थापना । कुल 19 सदस्य

रंगून : 1920 में गठन

उत्तर-पश्चिमी सीमा प्रांत. फरवरी 1947 से

(1) **पेशावर :** डिप्टी कमिश्नर या सिटी मजिस्ट्रेट के साथ नौ अन्य सदस्य

(2) **नौशेरा तहसील :** सहायक कमिश्नर तथा 6 अन्य सदस्य

(3) **अब्बोताबाद तहसील :** डिप्टी या असिस्टेंट कमिश्नर हाजरा तथा 6 अन्य सदस्य

(4) **वन्नु :** डिप्टी या असिस्टेंट कमिश्नर तथा 5 अन्य सदस्य

(5) **डेरा इस्माईल खान :** डिप्टी या असिस्टेंट कमिश्नर तथा 4 अन्य सदस्य

(6) **कोहत :** डिप्टी या असिस्टेंट कमिश्नर

(7) **मर्दान :** डिप्टी कमिश्नर या एडीएम तथा 7 अन्य सदस्य ।

16.3 फिल्म प्रभाग

विश्व में फिल्म प्रभाग, वृत्त चित्र एवं न्यूजरील निर्माण का सबसे बड़ा संजाल (नेटवर्क) है। इसके गठन के निम्नलिखित उद्देश्य हैं-

- फिल्म जैसे शक्तिशाली एवं बहुआयामी माध्यम का समाज एवं आने वाली पीढ़ी के लिए सदुपयोग करना।
- इतिहास जो पीछे' छूटता जा रहा है उसे घटनाओं / व्यक्तियों / परम्पराओं /रीति-रिवाजों के माध्यम से सैल्युलाइड पर अंकित कर भावी पीढ़ी के अध्ययन अवलोकन हेतु उपलब्ध कराना ।
- भारत की सांस्कृतिक धरोहर को इंटरनेट के माध्यम से दुनिया के दर्शकों तक पहुँचाना और देश के गौरव का गति देना।
- ऐतिहासिक महत्व की सामग्री का डिजीटलाइजेशन द्वारा इंटरनेट तथा ई-माध्यमों के जरिए समूचे विश्व में फैलाना।

भारत में फिल्म के आगमन सन् 1896 के तीन वर्ष बाद बंबई के हरिश्चंद्र सखाराम भाटवड़ेकर ने सन् 1899 में डाक्युमेंट्री तथा न्यूजरील बनाकर पहली कीर्ति पताका फहराई थी । लेकिन शासकीय स्तर पर इसे कभी महत्व नहीं दिया गया । ब्रिटिश राज में निजी तथा शौकिया फोटोग्राफर प्रमुख घटनाओं पर आधारित न्यूजरील बनाया करते थे, जैसे गाँधीजी की दाण्डी यात्रा या नमक सत्याग्रह । तीस के दशक के मध्य में डॉ. पी.वी. पाथी, डी.जी तेंदुलकर, के.एस. हिरलेकर और जे.बी.एच. वाडिया ने अनेक न्यूजरील तथा वृत्तचित्र बनाए थे । लेकिन धन तथा संरक्षण की कमी से यह प्रयास लंबे समय तक जारी नहीं रह सके ।

सन् 1940 में भारत सरकार ने फिल्म सलाहकार मंडल का गठन किया जिसका उद्देश्य था द्वितीय विश्व युद्ध में ब्रिटिश समर्थन का प्रचार-प्रसार करने के लिए न्यूजरील तथा डाक्युमेंट्री बनाना । इस बोर्ड को दो भागों में विभाजित किया गया :

1. द इन्फार्मेशन फ़िल्म्स आफ इंडिया
2. इण्डियन न्यूज़ परेड

इन्फामेशन फिल्मस आफ इण्डिया ने सन् 1940 से 1946 के दौरान 170 लघु फिल्मों का निर्माण किया । इण्डियन न्यूज़ परेड ने प्रति सप्ताह एक न्यूजरील तैयार की । दोनों इकाइयाँ सन् 1946 में अचानक बंद कर दी गईं । जब 15 अगस्त, 1947 को भारत आजाद हुआ तो इस अभूतपूर्व ऐतिहासिक घटना को कवर करने के लिए कोई शासकीय तंत्र मौजूद नहीं था।

कुछ निजी संस्थानों ने कुछ शॉट्स लिए, जो आज फिल्म डिवीजन के पास मौजूद हैं। फिल्म माध्यम का सूचना तथा शैक्षिक महत्व को देखते हुए भारत सरकार ने सन् 1947 में फिल्म डिवीजन की स्थापना का निर्णय लिया। सरकार के सामने उस समय यह दृष्टि थी कि बहुआयामी फिल्म माध्यम का इतिहास को संरक्षित करते हुए उपयोग कर जन-जन तक पहुँचाना और देश के नवनिर्माण हेतु जनता के सहयोग का आह्वान करना। साथ ही देश की उज्जवल छवि को विदेशों में प्रचारित करना।

फिल्मस डिवीजन ने शासकीय स्तर पर नन्हें कदमों के साथ अपनी शुरुआत की थी। उस समय (सन् 1948) यह कल्पना नहीं की गई थी कि भविष्य में यह दुनिया का सबसे बड़ा संस्थान बन जाएगा। इसके सोपान दर सोपान निर्माण में सत्यजीत राय, वी. शांताराम, बिमल रॉय, बी. आर. चौपड़ा, एल.बी.प्रसाद, श्याम बेनेगल, मृणाल सेन, सुखदेव, अडूर गोपालकृष्णन जैसे महान फिल्मकारों की भूमिका रही है। इनके द्वारा निर्मित कई वृत्तचित्रों को राष्ट्रीय-अंतरराष्ट्रीय अवार्ड प्राप्त हुए हैं।

आरंभिक दौर के वृत्तचित्र निर्माता-निर्देशकों ने अपने स्तर पर कई प्रयोग किए, जो आज फिल्मस डिवीजन के संग्रहालय में गौरव एवं धरोहर बने हुए हैं। मसलन शांति वर्मा ने भारतीय ऐतिहासिक इमारतों पर आधारित वृत्त चित्रों को नवोन्मेषी नजरिए से प्रस्तुत किया। प्रमोदपति ने प्रयोगवादी फिल्में बनाई। एन.एन. थापा ने पहाड़ों पर विजय गाथा की कहानी को कैमरे में दर्ज किया। आय.एम. ट्वेंटी, जय जवान (शास्त्री), इंडिया 67 एवं माइल्स टू गो (सुखदेव), एक्सप्लोरर तथा परस्पेक्टिव (प्रमोदपति), फेस टू फेस (चारी एवं अब्राहम) थ्रू द आइज ऑफ ए पेंटर चित्रकार एम.एफ. हुसैन की चमत्कारिक डॉक्यूमेंट्री हैं, जिनका महत्व आज भी कम नहीं हुआ है।

भारत सरकार के सूचना प्रसारण मंत्रालय की एक इकाई के रूप में फिल्म डिवीजन बंबई मुख्यालय के साथ आज भी सक्रिय है। यह स्वतंत्र रूप से डाक्यूमेंट्री तथा न्यूजरील का निर्माण करता है। प्रदेश सरकार के आग्रह पर उनके लिए भी फिल्म बनाकर देता है। भारतवासियों को राष्ट्रीय मुद्दों पर एकजुट कर देश की अखंडता, एकता, बंधुता का संदेश देने वाली लघु फिल्मों का निर्माण करता है। आजादी के समय से निरंतर विकास की दिशा में अग्रसर हो रहे समाज तथा देश की घटनाओं को अपनी छवियों में सुरक्षित करता है।

सिनेमाटोग्राफ एक्ट, 1952 के अनुसार भारत में संचालित हो रहे समस्त सिनेमाघरों के लाइसेंस की एक शर्त है कि उसे फीचर फिल्म प्रदर्शन के पूर्व फिल्म्स डिवीजन की डाक्युमेंट्री अथवा न्यूजरील दिखाना अनिवार्य होगा। यह अप्रूव्ड फिल्म कहलाती है और इसकी अधिकतम अवधि 22 मिनट (609. 60 मीटर) होती है।

फिल्म्स डिवीजन डाक्युमेंट्री / न्यूजरील के अलावा लघु फिल्म एनिमेशन फिल्म भी कई विषयों पर बनाता है । जैसे कला / संस्कृति / कृषि / जीवनी / इतिहास / खेला लोक जीवन तथा परंपराएँ आदि । फिल्मस डिवीजन प्रत्येक न्यूजरील / डाक्युमेंट्री के प्रति सप्ताह चार सौ प्रिंट पंद्रह भारतीय भाषाओं में जारी करता है, जो देश के बारह हजार सिनेमाघरों की यात्रा करती है । यह काम उसकी देशभर की स्थित दस वितरण शाखाएँ करती हैं । इस समय बैंगलौर /चेन्नई / मदुरई /नागपुर/ तिरुवनंतपुरम / विजयवाड़ / लखनऊ / कोलकाता / हैदराबाद और मुंबई में यह सक्रिय है । फिल्मस डिवीजन के अपने संग्रहालय में सोलह हजार विविध फिल्मों का अनोखा संग्रह है । उसके नियमित ग्राहकों में है -

- बारह हजार सिनेमाघर
- केंद्रीय सरकार के विभिन्न मंत्रालय एवं विभाग
- प्रदेश सरकार और उनके विभिन्न विभाग
- शासकीय उपक्रम
- दूरदर्शन
- फिल्म सोसायटीज
- फिल्म प्रोसेसिंग लेबोरेटरीज
- प्राइवेट सेंटर
- वीडियो सीडी डीवीडी / निर्मातागण

पिछले कुछ वर्षों से फिल्म्स् डिवीजन ने आम नागरिक, शैक्षणिक संस्थान तथा विश्वविद्यालयों के अध्ययन / प्रदर्शन / शोध / अवलोकन कार्य हेतु वीडियो / सीडी / डीवीडी फॉर्मेट पर अपनी फिल्में कम दाम पर उपलब्ध कराई हैं ।

द्विवार्षिक अंतरराष्ट्रीय फिल्म समारोह

सन् 1990 में फिल्म डिवीजन मुंबई में हर दो साल में एक बार अंतरराष्ट्रीय स्तर का शार्ट फिल्मस / डाक्युमेंट्री तथा एनिमेशन फिल्मों का समारोह नियमित आयोजित करता रहा है । यह प्रतियोगी फिल्म समारोह है और इसमें पच्चीस लाख रूपयों के नकद पुरस्कार सर्वोत्तम फिल्म को प्रदान किए जाते हँ । इसे अलावा लाइफ टाइम अचीवमेंट वी. शांताराम सममान भी उस डाक्युमेंट्री फिल्म निर्माता को दिया जाता है, जिसका अब तक सर्वाधिक योगदान रहा है । इसमें ढाई लाख रुपए नकद तथा प्रतीक चिन्ह का प्रावधान है । फिल्म डिवीजन की नई दिल्ली / बैंगलौर / कोलकाता में फिल्म निर्माण इकाइयाँ भी कार्यरत हैं ।

16.4 बाल चलचित्र समिति

चाचा नेहरू यानि भारत के प्रथम प्रधानमंत्री पंडित जवाहरलाल नेहरू को देश के बच्चे इसी नाम से जानते हैं । चाचा नेहरू के प्रयत्नों एवं प्रेरणा से 11 मई, 1868 को बाल चलचित्र समिति की स्थापना की गई । इसके प्रथम अध्यक्ष बने पंडित हृदयनाथ कुंजरू । सूचना प्रसारण मंत्रालय के अंतर्गत समिति एक स्वतंत्र इकाई के रूप में सक्रिय है । प्रधानमंत्री लाल बहादुर शास्त्री के मंत्रिमंडल की सदस्या श्रीमती इंदिरा गाँधी भी बाल चलचित्र समिति की अध्यक्ष रह चुकी हैं । बाल चलचित्र समिति के अध्यक्ष पद को अनेक राजनेताओं / प्रशासकीय अधिकारियों तथा फिल्मकारों ने अपनी सेवाओं के माध्यम से गौरवान्वित किया है ।

यथा-नंदिनी सतपथी / आर. आर. दिवाकर / जमाल किदवई / कामिनी कौशल / डॉ. वी. शांताराम / केदार शर्मा / अमोल पालेकर / सई प्रांजपे / शबाना आजमी / जया भादुड़ी रवीना टण्डन और वर्तमान में नफीसा अली इसकी चेयर परसन हैं ।

बाल चलचित्र समिति की स्थापना के मूल उद्देश्यों में देश के बच्चों को बाल मनोविज्ञान के आधार पर स्वस्थ मनोरंजन प्रदान करना । बच्चों का ज्ञान विकसित कर उन्हें देश के भावी नागरिक के रूप में तैयार करना इसका प्रमुख उद्देश्य है । इसके लिए यह स्वयं फिल्म निर्माण, वितरण तथा प्रदर्शन का दायित्व निभाती आई है । हिन्दी फिल्मों तथा विदेशी बाल फिल्मों को क्रय कर उन्हें भारतीय भाषाओं में डब कर प्रदर्शित करने का काम भी समिति ने समय-समय पर किया है । अब तक लगभग तीन सौ फिल्में बाल चलचित्र समिति के पास कथा फिल्म / कार्टून फिल्म / एनिमेशन फिल्म तथा पपेट फिल्म की श्रेणियों में उपलब्ध हैं । हिन्दी के अलावा अन्य भाषाओं की फिल्मों को या तो डब किया जाता है या फिर उपशीर्षकों के माध्यम से उनका अवलोकन सरल बनाया गया है । वीडियो तथा सीडी फॉर्मेट में जारी करने से अनेक अभिभावक अपने बच्चों लिए खरीदकर घरेलू लाइब्रेरी भी बना सकते हैं । देशभर के स्कूलों को कम दरों पर ये फिल्में उपलब्ध कराई जा रही हैं ।

समय-समय पर बाल चलचित्र समिति ने नई फिल्म निर्माण हेतु कार्यशालाओं का आयोजन किया है, जिससे नए लेखक, नई पटकथाएँ और नई परिकल्पनाएँ उभरकर सामने आई हैं । पिछले कुछ वर्षों से समिति प्रदेश सरकारों सहयोग से जिला स्तरीय स्तर पर विशेषकर बाल दिवस के अवसर पर बाल फिल्मों के समारोह भी आयोजित कर रही है । इसमें स्कूल के बच्चों को बहुत ही कम प्रवेश दर पर फिल्में दिखाई जाती हैं । कुछ एनजी. ओ की सेवाएँ भी इस नारे के साथ-हफ्ते में एक बार, बाल चित्र वार के साथ ली गई हैं । भारत सरकार के दूरदर्शन और अन्य सैटेलाइट चैनलों पर भी बाल फिल्मों के प्रसारण को संभव बनाने की कोशिशें हुई हैं । लेकिन अफसोस इस बात का है कि देश की आबादी में टीन एज बच्चों की संख्या पचास प्रतिशत के आसपास है, उसके बावजूद उनके लिए साल भर में दो या तीन बाल फिल्में बमुश्किल बन पाती हैं ।

समिति की स्थापना के आरंभिक बरसों में तथा पंडित जवाहर लाल नेहरू की सशक्त अपील पर कमर्शियल फिल्म निर्माताओं ने कुछ बाल फिल्मों का निर्माण कर अपना कर्त्तव्य निभाया था जो ऊँट के मुँह में जीरा साबित हुआ । मसलन 'बूट पॉलिश' तथा ' अब दिल्ली दूर नहीं' (राजकपूर), 'जागृति' (फिल्मिस्तान) 'हम पंछी एक डाल के' (एवीएम) तथा वी. शांताराम निर्देशित 'तूफान और दीया' प्रमुख फिल्में हैं । केदार शर्मा सत्येन बोस / तपन सिन्हा / मृणाल सेन / श्याम बेनेगल / सई प्रांजपे / खाजा अहमद अबास / पार्वती मेनन / पंकज पाराशर / गोपी देसाई / विशाल भारद्वाज जैसे फिल्मकारों ने समिति को अपनी फिल्मों से समृद्ध करने की कोशिशें जरूर की लेकिन बाल फिल्मों का निर्माण एक आदोलन का स्वरूप नहीं ले सका । आज भी बच्चे बड़ों की फिल्में देखने के लिए मजबूर हैं । इसके दुष्परिणाम यह हो रहे हैं

कि उन्हें मासूम उम्र में वह देखना तथा जानना होता है, जिस लायक उनका तन-मन विकसित नहीं हुआ है ।

सन् 2005 में बाल चलचित्र समिति ने अपनी स्थापना की स्वर्ण जयंती मनाई । हर दूसरे साल हैदराबाद में अंतरराष्ट्रीय बाल फिल्म समारोह का आयोजन भी समिति करती है । इसमें दुनिया के अनेक देशों की बाल फिल्में एक साथ देखने समझने का मौका मिलता ह । यह समारोह 14 से 20 नवम्बर के दौरान आयोजित किया जाता है । अब तक ऐसे चौदह फिल्म समारोह हो चुके हैं । इस समारोह में निम्न विभागों के अंतर्गत फिल्म प्रदर्शन होते हैं -

- अंतरराष्ट्रीय प्रतियोगी खण्ड
- एशियन पैनोरमा
- चिल्ड्रन्स वर्ल्ड (गैर प्रतियोगी)
- पुनरावलोकन
- क्रिएटिव एनिमेशन वर्कशॉप

सर्वोत्तम फिल्म को एक लाख रुपए नकद तथा स्वर्ण हाथी प्रदान किया जाता है ।
निष्पक्षता पूर्वक विचार करने पर यह तथ्य उभरता है कि कागजों पर बाल चलचित्र समिति अस्तित्व में है, लेकिन बच्चों के लिए जो कुछ किया जाना चाहिए, वह नहीं कर पा रही है। यही कारण है कि देश के बच्चे विदेशी चैनलों पर प्रसारित हो रहे कार्टून /, एनिमेशन कार्यक्रमों को टकटकी लगाकर देखते रहते हैं ।

16.5 राष्ट्रीय फिल्म विकास निगम

भारत में कमर्शियल और सामाजिक प्रतिबद्धता की फिल्में तीस के दशक से साथ-साथ चलती रही हैं । इस दौर में सोहराब मोदी, मेहबूब खान तथा वी. शांताराम जैसे अभिनेताओं ने तत्कालीन सामाजिक कुरीतियों, विषमताओं तथा अंधविश्वासों को अपनी फिल्मों में कथावस्तु बनाकर उद्देश्यपूर्ण फिल्में का निर्माण कर समाज सुधार की दशा को गति प्रदान की थी । आजादी के बाद पचास के दशक में यह लहर बनी रही । स्टार सिस्टम के आने तथा प्रभात / न्यू थियेटर और बॉम्बे टॉकीज जैसी कंपनियों के बंद होने से फिल्म निर्माण पर व्यावसायिकता हावी हो गई । फिल्म की लागत बढ़ जाने से बॉक्स आफिस पर भुनाने के लिए फिल्म के ताने बाने में फार्मूलों का समावेश हो गया । कुल मिलाकर स्टीरिया टाइम फिल्में बनने से दर्शक उकता गए । संयुक्त परिवार, रिश्तों का भावनात्मक संबंध, शहरीकरण तथा एल परिवार बढ़ने से परंपरागत फिल्में दम तोड़ने लगी । देश के बुद्धिजीवी फिल्मों से दूर भागने लगे । मनोरंजन का सबसे सहज सुलभ एवं सस्ता साधन होने के बावजूद फिल्म धीरे- धीरे दर्शकों से दूर जाने लगी ।

ऐसे समय में 'फिल्म फेयर' (पत्रिका) के संपादक बी.के. करंजिया, बासु भट्टाचार्य, बासु चटर्जी, मृणाल सेन, सई प्रांजपे जैसे फिल्मकारों ने बंबई के कॉफी हाउस में मुलाकात रखी । विचार-विमर्श के बाद यह निर्णय किए गए कि भारत सरकार से अनुरोध कर एक फिल्म वित्त निगम

की स्थापना कराई जाए । इस निगम से ऐसे फिल्मकारों को कम ब्याज पर धन उपलब्ध कराया जाए, जो कम बजट में सार्थक या लीक से हटकर फिल्में बनाना चाहते हैं । बैंकों से फिल्म निर्माण कों धन इसलिए नहीं दिया जाता कि इसे उद्योग का दर्जा नहीं मिला है । भारत सरकार के सूचना प्रसारण मंत्रालय और वित्त मंत्रालय की सहमति से पाँच करोड़ की पूँजी से 1960 में फिल्म वित्त निगम की स्थापना की गई । सबसे पहले अध्यक्ष बनाए गए बी.के. करंजिया । अखिल भारतीय स्तर पर पटकथा प्रतियोगिता आयोजित कर प्रविष्टियाँ बुलाई गई । चयन की गई पटकथाओं पर जिन्होंने फिल्म निर्माण-निर्देशन के लिए आवेदन किया उन्हें पाँच लाख रूपयों का ऋण प्रदान किया गया ।

सबसे पहली फिल्म राजेंद्र यादव की कहानी 'सारा आकाश' पर इसी नाम से बासु चटर्जी के निर्देशन में जो फिल्म आई, वह फ़्लॉप रही । लेकिन प्रयत्न जारी रहे । बंगला कथाकार ' बनफूल' की कहानी पर मृणाल सेन के निर्देशन में दूसरी फिल्म आई ' भुवनशोम' (1969)। इस फिल्म ने टिकट खिड़की पर भारी सफलता अर्जित की और देश की पत्र-पत्रिकाओं में भरपूर सराहना मिली । बस यहीं से सिनेमा दो धाराओं-कमर्शियल तथा आर्ट फिल्म में बँट गया । इसे अलग- अलग नामों से पुकारा गया । आर्ट फिल्म / कला फिल्म / सार्थक फिल्म / समांतर फिल्म / नई लहर का सिनेमा आदि ।

फिल्म वित्त निगम की प्रारंभिक सफलता महत्वपूर्ण रही, क्योंकि इसकी सहायता से बनने वाली फिल्मों ने बुद्धिजीवियों का ध्यान आकर्षित किया । जीवन से जुड़ी कहानियों पर बगैर नाच-गानों या फार्मूलों के फिल्में बनने लगीं । साहित्यिक पत्र-पत्रिकाओं में फिल्मों पर चर्चा होने लगी । सेमिनार आयोजित किए जाकर फिल्मों पर बहस का सिलसिला शुरू हुआ। इसलिए भारत सरकार ने 'फिल्म वित्त निगम' (FFC) तथा ' भारतीय चलचित्र निर्यात निगम' (IMPEC) को मिलाकर 'राष्ट्रीय फिल्म विकास निगम' की स्थापना 11 अप्रैल, 1980 को कर दी । केंद्रीय अभिकरण के रूप में बेहतर सिनेमा को आगे बढ़ाना इसका उद्देश्य रखा गया। साथ ही योजनाबद्ध तरीके से सिने इंडस्ट्री का विकास करना भी निश्चित किया गया । आरंभिक चेयर पर्सन श्रीमती मालती ताम्बे वैद्य के निर्देशन में निगम ने बहुमुखी उन्नति के द्वार एक साथ खोले । इस वजह से नए लेखक / नए निर्देशक नए कलाकार तथा नए तकनीशियन इस क्षेत्र में भाग्य आजमाने आए।

निगम एक : काम अनेक

सन् 1980 से राष्ट्रीय फिल्म विकास निगम ने अनेक मोर्चो पर कार्य करना आरंभ किया । प्रमुख कार्यो का संक्षिप्त विवरण इस प्रकार है -

फिल्म निर्माण - इस दिशा में म बजट में नए निर्देशकों की सहायता से लगातार ऐसी फिल्मों का निर्माण कराया गया जिनसे भारतीय सिनेमा समृद्ध होकर विश्व धरातल पर उसकी व्यापक पहचान बन सके । राष्ट्रीय- अंतरराष्ट्रीय स्तर पर पुरस्कृत तथ सराही गई कतिपय फिल्मों के नाम इस प्रकार हैं. - आदि शंकराचार्य (भारत की पहली संस्कृत फिल्म), माया मृग / तरंग

/ पार्टी / जाने भी दो यारों / गोदाम / मैस्सी साहेब / यहाँ से शहर को देखो / पहला अध्याय / प्रतिशोध / मेरी कहानी /त्रिकोण का चौथा कोण और रवीन्द्रनाथ ठाकुर की कहानी पर आधारित सत्यजीत राय की फिल्म घरे बाइरे । ये सब आरंभिक पाँच वर्षों में निर्मित उल्लेखनीय फिल्में हैं ।

जनता सिनेमा - जब कमर्शियल फिल्मों के समांतर बेहतर फिल्में बनने लगीं, तो निर्माताओं में घबराहट फैलना स्वाभाविक है । उन्होंने निगम की फिल्मों को कॉमर्शियल सिनेमाघरों में प्रदर्शित ' होने में कई बाधाएं खड़ी कर दी । नतीजा यह रहा कि निगम की फिल्मों की संख्या तो बढ़ने लगीं मगर प्रदर्शन के बगैर सिर्फ समारोह की शोभा बनकर रह गई । तब निगम ने तय किया 'कि देशभर में जनता सिनेमाघरों का निर्माण कराया जाए । इसके लिए ग्रामीण / अर्द्धशहरी तथा शहरी क्षेत्रों में एक लाख / तीन लाख तथा साढ़े सात लाख रूपयों की ऋण जारी किए गए । पचास प्रतिशत पूँजी आवेदनकर्ता की ओर से निवेश करने का प्रावधान रखा गया । इस योजना के चलने तक देशभर में लगभग सौ सिनेमाघर बन पाए । बाद में ऋण वसूली. की कठिनाइयों के चलते इसे बंद करना पड़ा । जनता सिनेमाघरों. में दर्शकों की बैठक क्षमता 200 से 300 के बीच रखी गई थी, इसी का नया संस्करण आज के मल्टीप्लेक्स सिनेमाघर हैं ।

वीडियो सेंटर - भारत में पहली बार फिल्म को वीडियो कैसेट पर ट्रॉसफर करने के लिए निगम ने मद्रास में वीडियो सेंटर सन् 1982 में कायम किया । अत्याधुनिक तकनीक से एक साल में छ: सौ से अधिक फिल्मों के तीस हजार वीडियो कैसेट निर्माण का इस केंद्र का लक्ष्य था । फिल्म निर्माता तथा दर्शकों ने इसे हाथों हाथ लिया क्योंकि एक फिल्म पेंट की जेब में आसानी से इधर-उधर ले जाई जा सकती है और वीसीआर की मदद से देखना भी सरल होता है । यह उस दौर की वीडियो क्रांति थी । आज टेक्नालॉजी के आगे बढ़ जाने और अन्य कंपनियों द्वारा बाजार में उतरने से यह सेंटर लगभग बंद जैसा हो गया है ।

16 एमएम फिल्म सेंटर - राष्ट्रीय फिल्म विकास निगम ने अपनी फिल्मों की लागत घटाने के उद्देश्य से कोलकाता में 16 एमएम फिल्म सेंटर की स्थापना की थी । 16 एमएम में शूटिंग कर फिल्म को 35 एमएम में ब्लोअप कर सिनेमाघरों में सरलता से दिखाया जा सकता है । इससे लागत पचास साठ प्रतिशत कम होकर फिल्म की गुणवत्ता पर कोई असर नहीं होता है । केतन मेहता की गुजराती फिल्म भवनी भवाई और गोविन्द निहलानी की हिन्दी फिल्में आक्रोश एवं अर्द्धसत्य इसी तकनीक से बनाई गई थी । अब डिजीटल फॉर्मेट आ जाने से यह सेंटर भी निष्क्रिय हो गया है ।

सब टायटलिंग यूनिट- दुनियाभर की फिल्मों को देखकर समझने का सबसे आसान तरीका है कि फिल्मों पर उपशीर्षक मुद्रित कर दिए जाए । निगम ने विदेशी तथा भारतीय भाषाओं की फिल्मों पर सब टायटलिंग कर विदेशी मुद्रा बचाने के उद्देश्य से नई मुंबई में पदाने गाँव में इस यूनिट की स्थापना कर देश में प्रथम गौरव हासिल किया । जब दूरदर्शन पर शनिवार की शाम या देर रात तथा रविवार दोपहर में भाषायी फिल्में प्रसारित की जाने लगीं तो उसका श्रेय राष्ट्रीय फिल्म निगम को है । इससे देश के समस्त भाषायी दर्शक लाभान्वित हुए । इस यूनिट से निगम को आर्थिक लाभ भी खूब हुआ । यह वर्तमान में सक्रिय है ।

गांधी - सर रिचर्ड एटनबरो की फिल्म 'गांधी' निगम के आर्थिक सहयोग से निर्मित हुई है। इस फिल्म से निगम को शुद्ध बीस करोड़ से अधिक की आमदनी हुई और विश्व में उसकी प्रतिष्ठा बनी । गांधी फिल्म के ड्रेस डिजायनर के रूप में भारत की ' भानु अथैया' को ऑस्कर अवार्ड मिला है । गांधी फिल्म ने समूचे विश्व की तीन पीढ़ियों को गांधीजी के जीवन एवं दर्शन से परिचित कराया हे ।

विविध कार्य - इन प्रमुख गतिविधियों के अलावा राष्ट्रीय फिल्म विकास निगम ने और कई कदम फिल्म क्षेत्र में रखकर मील के पत्थर कायम किए हैं यथा -

सिनेमा इन इण्डिया - त्रैमासिक पत्रिका का प्रकाशन कर अंतरराष्ट्रीय फिल्म निर्माताओं / निर्देशकों / फिल्म समीक्षकों को भारतीय सिनेमा से परिचित कराया ।

दूरदर्शन से सहयोग - जब फिल्म निर्माण की लागत बढ़ने लगी तो निगम ने दूरदर्शन से हाथ मिलाकर संयुक्त रूप से सार्थक फिल्मों का निर्माण जारी रखा । इन फिल्मों के वितरण प्रदर्शन के अलावा सैटेलाइट राइट्स से निगम को अतिरिक्त आय हुई है ।

लंदन आफिस - भारत में जब निगम की गतिविधियाँ बढ़ने लगीं तो उसने लंदन में एक क्षेत्रीय कार्यालय कायम कर विदेशों में अपनी गतिविधियों को विस्तार दिया ।

फिल्म समारोह - भारत में हर वर्ष आयोजित होने वाले अंतरराष्ट्रीय फिल्म समारोह तथ फिल्मोत्सव के आयोजनों में निगम ने सहभागिता निभाई है । विशेषकर फिल्म बाजार का आयोजन कर फिल्मों के खरीदने-बेचने को एक मंच उपलब्ध कराया ।

फिल्म वेलफेयर एक्टीविटी - ऐसे फिल्म कलाकार जो सेवानिवृत होने के बाद अथवा शारीरिक रूप से कमजोर होने पर जिनके लिए जीविका यापन कठिन हो जाता है उनके लिए एक फंड कायम किया । सन् 1992 से स्थापित इस कोष से अब तक डेढ़ हजार से अधिक सिने आर्टिस्ट लाभान्वित हुए और हो रहे हैं । नब्बे के दशक के बाद और इक्कीसवीं सदी में भारतीय फिल्म उद्योग का परिदृश्य एकदम बदल गया हे । नए निर्देशक, नई कथावस्तु,नए ट्रीटमेंट के साथ पेश कर रहे हैं । दर्शकों की रुचि बदली है । मल्टीप्लेक्स कल्चर ने राष्ट्रीय फिल्म विकास निगम के सामने ऐसी चुनौतियाँ खड़ी कर दी हैं कि निगम एक संस्था के रूप में उसका सामना नहीं कर सकता। इसलिए निगम की अधिकांश गतिविधियाँ ठहर सी गई हैं और इन दिनों वह अपने अस्तित्व की लड़ाई लड़ रहा है ।

16.6 फिल्म एंड टेलीविजन इंस्टीटयूट्स ऑफ इंडिया

स्वतंत्रता के बाद जब भारतीय सिनेमा का विकास और विस्तार तेजी से होने लगा, तो भारत सरकार को फिल्म प्रशिक्षण की आवश्यकता महसूस हुई । भारत के साथ दक्षिण-पूर्व एशिया में इस प्रकार की संस्था की कमी लंबे समय से महसूस की जा रही थी । तीस और चालीस के दशक में जिस स्थान पर प्रभात फिल्म कंपनी की तुरही बजती थी और अयोध्या का राजा / अमर ज्योति / अमृत मंथन / दुनिया या माने /आदमी तथा पड़ौसी जैसी कालजयी फिल्मों का निर्माण हुआ था । उस प्रभात स्टुडियो को भारत सरकार के सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय ने अपने अधिकार में लेकर सन् 1960 में फिल्म एंड टेलीविजन इंस्टीट्यूट, पूना की स्थापना कर एक। ठोस कदम उठाया । इस संस्थान से विविध पाठ्यक्रमों में प्रशिक्षित निर्देशक तथा कलाकार आज विश्व सिनेमा में भारत का नाम एवं यश फैला रहे हैं । उदाहरण के तौर पर

निर्देशकों में अडूर गोपालकृष्णन / केतन मेहता / सईद मिर्जा / कुंदन शाह / सुभाष घई / मणि कौला / कुमार शाहनी / गिरीश कासरवल्ली तथा जाहनु बरुआ उल्लेखनीय हैं । कलाकारों में जया भादुड़ी बच्चन / ओमपुरी / नसीरुद्दीन शाह / डैनी / कुलभूषण खरबंदा / शबाना आजमी प्रमुख हैं ।

वर्तमान में संस्थान में निम्नलिखित पाठ्यक्रम संचालित किए जा रहे हैं: -

फिल्म के पाठ्यक्रम

पाठ्यक्रम	अवधि / नाम	योग्यता	सीट
1. निर्देशन	तीन वर्षीय पोस्ट ग्रेज्युएट डिप्लोमा	स्नातक	12
2. सिनेमाटोग्राफ	तीन वर्षीय पोस्ट ग्रेज्युएट डिप्लोमा	स्नातक	12
3. ऑडियोग्राफी	तीन वर्षीय पोस्ट ग्रेज्युएट डिप्लोमा	स्नातक तथा 10+1212 में भौतिक शस्त्र जरूरी	12
4. एडीटिंग	तीन वर्षीय पोस्ट ग्रेज्युएट डिप्लोमा	स्नातक	12
5. अभिनय	दो वर्षीय पोस्ट ग्रेज्युएट डिप्लोमा	स्नातक	12
6. आर्ट डायरेक्शन	दो वर्षीय पोस्ट ग्रेज्युएट डिप्लोमा	स्नातक	20
7. एनिमेशन एंड कम्प्यूटर ग्राफिक्स	18 वर्षीय पोस्ट ग्रेज्युएट डिप्लोमा	हायर सेकेन्डरी	12
8. पटकथा लेखन	एक वर्षीय प्रमाण पत्र पाठ्यक्रम	स्नातक	12

टेलीविज़न के पाठ्यक्रम

पाठ्यक्रम	अविध / नाम	योग्यता	सीट
1.निर्देशन	एक वर्षीय प्रमाणपत्र	स्नातक	8
2.इलेक्ट्रॉनिक सिनेमाटोग्राफ	एक वर्षीय प्रमाणपत्र	स्नातक	8
3.वीडियो एडीटिंग	एक वर्षीय प्रमाणपत्र	स्नातक	8
4. आडियोग्राफी एंड टीवी इंजीनियरिंग	एक वर्षीय प्रमाणपत्र	स्नातक तथा 10+12 स्तर पर भौतिक शास्त्र जरूरी	8

विविध गतिविधियाँ

- इसके अलावा तीन सप्ताह से लेकर छः महीने अवधि के समय-समय पर अल्पकालीन पाठ्यक्रम भी टेलीविजन कर्मचारियों के लिए संचालित किए जाते हैं ।
- प्रत्येक पाठ्यक्रम में दो सीट अप्रवासी भारतीयों के लिए सुरक्षित है ।
- एससी तथा एसटी उम्मीदवारों के लिए शासकीय नियमानुसार आरक्षण की व्यवस्था है।
- मुख्य पाठ्यक्रमों के लिए देशभर के प्रमुख शहरों में लिखित परीक्षा आयोजित की जाती है । पात्रताधारी आवेदकों का चयन साक्षात्कार के बाद होता है ।
- संस्थान में तीस हजार से अधिक पुस्तकें तथा पत्रिकाएँ फिल्म माध्यम तथा संबद्ध कलाओं की अध्ययन के लिए उपलब्ध हैं ।
- छात्र-छात्राओं हेतु पृथक् छात्रावासों की सुविधा भी है।

- संस्थान में दो फिल्म प्रदर्शन सभागार भी हैं, जिनमें छात्र-छात्राएँ विश्व की फिल्में देखकर ' अपने ज्ञान तथा अध्ययन को बढ़ाते हैं ।
- प्रभात फिल्म कंपनी के समय का एक स्टूडियो यथावत होकर विद्यार्थी आज भी उसकी फ्लोर का नियमित उपयोग करते हैं । इसे पुणे नगर पालिका निगम ने हेरिटेज घोषित किया है ।
- इंस्टीट्यूट तथा फिल्म अभिलेखागार संयुक्त रूप से ग्रीष्मकालीन अवकाश में चार सप्ताह का फिल्म एप्रिसिएशन पाठ्यक्रम संचालित कर फिल्म / समीक्षक फिल्म सोसाइटी आर्गेनाइजर / फिल्म शोधकर्ताओं को प्रशिक्षित किया जाता है ।
- डिप्लोमा प्राप्त करने के पहले प्रत्येक विद्यार्थी को एक शार्ट फिल्म बनाना होती है, जिसमें विविध पाठ्यक्रमों के छात्र अपने से संबंधित भूमिका अदा करते हैं ।
- संस्थान की डिप्लोमा फिल्मों को अब,तक अनेक राष्ट्रीय-अंतरराष्ट्रीय पुरस्कार मिले हैं।
- संस्थान का संचालन एक सलाहकार मंडल तथा पूर्णकालिक निदेशक के द्वारा संचालित होता है।
- सन् 2006 में संस्थान ने अपनी चुनिंदा डिप्लोमा फिल्मों की एक डीवीडी-मास्टर स्ट्रोक नाम से जारी की है।

16.7 भारतीय राष्ट्रीय फिल्म अभिलेखागार

राष्ट्रीय फिल्म अभिलेखागार (संग्रहालय) की स्थापना के मूल में भारतीय सिनेमा की धरोहर को संरक्षित रखते हुए भावी पीढ़ियों के अवलोकन, अध्ययन तथा शोधकार्य हेतु सुरक्षित संजोकर रखना है । सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, नई दिल्ली के अंतर्गत एक इकाई के रूप में स्थापित अभिलेखागार की विधिवत स्थापना फरवरी, 1964 में हुई । इसके प्रमुख उद्देश्य इस प्रकार हैं-

- अनुसंधान के माध्यम से भारतीय सिनेमा की बिखरी विरासत को संग्रहित कर भावी पीढ़ी के लिए सुरक्षित रखना।
- विश्व सिनेमा की प्रतिनिधि फिल्मों को प्राप्त कर अध्ययन एवं शोध हेतु सुरक्षित रखना।
- फिल्मों का श्रेणीकरण कर उससे संबद्ध लेखा-जोखा तथा साहित्य को संग्रहित कला । शोधकार्य को प्रोत्साहन देना।
- फिल्म संस्कृति को बढ़ाते हुए विदेशों में उसे सही परिप्रेक्ष्य में प्रस्तुत करना । स्वयं को फिल्म के सबसे बड़े केंद्र के रूप में विकसित करना।
- अभिलेखागार में इस समय 30 हजार पुस्तको / पोस्टर्स/ ग्रामोफोन रेकाड्स / फिल्म बुकलेट्स तथा प्रमुख फिल्मों के कास्टयूम्स और उपकरण उपलब्ध हैं ।
- भारतीय तथा विश्व की दुर्लभ 20 हजार फिल्मों का संग्रह अभिलेखागार में मौजूद है ।
- वर्तमान अभिलेखागार का मुख्यालय पुणे के प्रभात नगर में फिल्म एंड टेलीविजन इंस्टीट्यूट के सामने वाली सड़क पर कुछ दूरी पर स्थित है । क्षेत्रीय कार्यालय बैंगलौर / कोलकाता और तिरुवनंतपुरम में है । सन् 1989 से इसने इंटरनेशनल फेडरेशन ऑफ आर्काइव्ज से अधिमान्यता भी प्राप्त कर ली है ।

इतिहास और विकास

यदि कोई भारतीय फिल्म प्रेमी भारत की पहली फिल्म 'राजा हरिश्चन्द्र' (1913) के अंश देखना चाहता है अथवा संगीतकार सी. रामचंद्र की मौलिक धुनें सुनना चाहता है तो उसे पुणे ये राष्ट्रीय फिल्म अभिलेखागार की सैर करना चाहिए । बीस के दशक से सिनेमा के विस्तार के साथ इसे कला का एक माध्यम मान लिया गया, तब से फिल्मों को सुरक्षित रखने का विचार जागा सबसे पहले फ्रांस में सन् 1928 में सिनेमाथेक फ्रंकाइज़ की स्थापना की गई । सन् 1934 में नेशनल फिल्म आर्काइव ऑफ ब्रिटेन अस्तित्व में आया । सन् 1955 में दिल्ली के फिल्म सेमिनार में प्रधानमंत्री पं. जवाहरलाल नेहरू ने अपने भाषण में कहा कि - 'भारतीय फिल्म उद्योग राख के ढेर से खड़ा होकर एक वटवृक्ष के रूप में विकसित होता जा रहा है । इसे अब सुरक्षित रखने की हम सबकी जवाबदारी है ।'

हरीश बूच नामक फिल्म पत्रकार ने सन् 1955 में दादा साहेब फालके के बड़े बेटे भालचंद्र के पास से उनके समय की कुछ मूक फिल्में प्राप्त की थीं । उन्हें रिप्रोसेस कर 16 दिसम्बर, 1956 को बंबई के लिबर्टी सिनेमा में विशिष्ट दर्शकों को दिखाया गया, जो भारतीय सवाक सिनेमा की रजत जयंती प्रसंग पर उपस्थित थे । सन 1953 से भारत सरकार ने राष्ट्रीय फिल्म पुरस्कार परंपरा प्रारंभ की । सन् 1955 में अवार्ड नियमों में परिवर्तन कर यह जोड़ा गया कि पुरस्कृत फिल्मों के एक-एक प्रिंट निर्माता भारत सरकार को जमा कराने । इस तरह फिल्म आर्काइव का सिलसिला शुरू हुआ । शुरू में ये प्रिंटफिल्म्स डिवीजन तथा फिल्म सेंसर बोर्ड के कार्यालय में लापरवाही से जमा होते रहे । आगे चलकर सन् 1964 में नेशनल फिल्म लाईब्रेरी को नेशनल फिल्म आर्काइव में परिवर्तित कर दिया गया । सन् 1964 से 1967 तक यह पुणे के फिल्म इंस्टीट्यूट केम्पस में क्रियाशील रहा । सन 1967 से इसे स्वतंत्र भवन, स्वतंत्र क्यूरेटर, स्वतंत्र डायरेक्टर प्राप्त हुए । पीके नायर पहले व्यक्ति हैं, जिन्होंने अपने व्यक्तिगत प्रयासों से वर्तमान अभिलेखागार का आकार तथा विस्तार दिया है । उनके इस काम में फिल्म एप्रिसिएशन के प्रोफेसर सतीश बहादुर का अत्यधिक सहयोग रहा है ।

विविध गतिविधियां

इस समय अभिलेखागार अपनी बहुआयामी गतिविधियों को इस प्रकार संचालित कर रहा है-

- अपनी फिल्म लाईब्रेरी के माध्यम से वह फिल्म सोसायटीज को दुर्लभ फिल्में गैर व्यावसायिक प्रदर्शन के लिए उपलब्ध कराता है ।
- भारत मै आयोजित फिल्म समारोहों के लिए विशिष्ट विषय /व्यक्ति /निर्देशक /कलाकारों पर आधारित फिल्मों का पैकेज तैयार करता है ।
- विदेशों में होने वाले सिनेमा इंडिया वीक के लिए इंडियन पैनोरमा खंड तैयार करने में सहयोग करता है ।
- दूरदर्शन पर प्रसारण हेतु समय-समय पर क्लासिक फिल्में अभिलेखागार से प्राप्त की जाती हैं ।
- देश के विश्वविद्यालयों में संचालित फिल्म सर्कल को फिल्में उपलब्ध कराना।
- शोधकार्य के लिए संदर्भ पुस्तकें /पत्रिकाएँ / फोटोग्राफ उपलब्ध कराना ।

- अपने स्वयं के फिल्म सभागार में विशेष प्रयोजन अथवा शोधार्थियों के लिए फिल्मों के विशेष स्क्रिनिंग आयोजित करना।
- अंतराष्ट्रीय स्तर पर आयोजित होने वाले अभिलेखागारों के सम्मेलन मै भारत का प्रतिनिधित्व करना।
- ग्रीष्मावकाश में फिल्म इंस्टीट्यूट को सहयोग करते हुए फिल्म एप्रिसिएशन पाठ्यक्रम का संचालन करना।
- विशेष शोधकार्य के लिए फैलोशिप प्रदान करना।
- आर्काइव ने भारत के विशिष्ट फिल्मकारों पर कई मोनोग्राफ का प्रकाशन किए हैं यथा- पी.वी. पाथी / गुरुदत्त /दामले-फत्तेलाल / ऋत्विक घटका / मा. विनायक / एल.वी. प्रसाद / बी.एन. रेड्डी / सुखदेव / बी.एन. सरकार / एस.एस. वासना / बिमल राय / इजरा मीर / हिमांशु राय।
- आर्काइव के पास इस समय भारतीय सिनेमा की दुर्लभ / कालजयी, क्लासिक, ऐतिहासिक महत्व की पुरस्कृत सैकड़ों फिल्में उपलब्ध हैं जैसे- डीजी फालके / बाबूराव पेंटर / हिमांशु राया / बाम्बे टाकीज / प्रभात फिल्म कंपनी / न्यू थियेटर्स / मिनर्वा मूवीटोन / मेहबूब प्रोडा. / वाडिया मूवीटोन / जेमिनी आदि।

दरअसल देखा जाए तो यही एक मात्र ऐसी संस्थान है जो फिल्म अध्ययन के प्रति गंभीर है । इन दिनों धन की कमी से अनेक योजनाएँ अधर में हैं, फिर भी राष्ट्रीय फिल्म अभिलेखागार ने अपना महत्वपूर्ण अस्तित्व बनाए रखा है ।

16.8 फिल्म समारोह निदेशालय

भारत सरकार के सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, नई दिल्ली की एक इकाई के रूप में सन् 1973 से फिल्म समारोह निदेशालय की स्थापना की गई । यह नई दिल्ली के सिरी फोर्ट परिसर (खेलगाँव) में कार्यरत है । निदेशालय के प्रमुख उद्देश्य हैं -

- बेहतर सिनेमा को भारत तथा विश्व में प्रचारित कर लोकप्रिय बनाना ।
- श्रेष्ठ भारतीय फिल्मों को अंतरराष्ट्रीय बाजार उपलब्ध कराना ।
- विश्व के प्रतिष्ठित फिल्म निर्देशकों की फिल्मों के समारोह आयोजित करना ।
- फिल्म संस्कृति का प्रचार-प्रसार करना ।

विविध गतिविधियाँ

निदेशालय वर्ष भर निम्नलिखित गतिविधियों का संचालन करता है -

- भारत में प्रतिवर्ष अंतरराष्ट्रीय फिल्म समारोह का आयोजन करना ।
- प्रतिवर्ष फिल्मों के राष्ट्रीय पुरस्कार घोषित कर उनका समारोह आयोजित करना ।
- विदेशों में आयोजित फिल्म समारोह में सहभागिता रखना ।
- सांस्कृतिक आदान-प्रदान के लिए फिल्म विषयक इंडिया वीक / इंडियन पेनोरमा / रिट्रास्पेक्टिव जैसे आयोजन देश-विदेश में संचालित करना ।
- इंडियन पैनोरमा के लिए फिल्मों का चयन ।
- फिल्म के प्रिंट्स का संग्रह कर लाईब्रेरी बनाना ।
- फिल्म विषयक साहित्य का प्रकाशन करना ।

- दादा साहेब फालके अवार्ड के लिए फिल्म जगत् में से योग्य व्यक्ति का चयन और पुरस्कार प्रदान करना ।
- फिल्म समारोह निदेशालय इस प्रकार फिल्म संस्कृति के प्रचार-प्रसार के लिए वर्ष भर प्रयत्नशील रहता है । देश का सबसे बड़ा एयर कंडीशंड सभागार सिरी फोर्ट (दो हजार चार सौ बैठक क्षमता) का संचालन भी इसी के जिम्मे रखा गया है, जहाँ फिल्म समारोह एवं पुरस्कृत वितरण के आयोजन होते हैं।

16.9 सत्यजीत रॉय फिल्म एवं टेलीविजन इंस्टीट्यूट

भारत के महान फिल्मकार और मानद ऑस्कर अवार्ड प्राप्त फिल्मकार सत्यजीत रॉय के नाम से कोलकाता में इस संस्थान की स्थापना सन् 1996 में भारत सरकार ने की हे । भारतीय फिल्म और टेलीविजन के बाद यह भारत की सबसे बड़ी फिल्म प्रशिक्षण की शासकीय स्वशासी संस्थान है । देश में फिल्म के विस्तार तथा प्रशिक्षित व्यक्तियों की बत्ती माँग को ध्यान में रखते हुए इसकी स्थापना की गई है ।

इस संस्थान द्वारा वर्तमान में निम्नलिखित पाठयक्रम संचालित किए जा रहे हैं-

1.	निर्देशन तथा पटकथा लेखन	तीन वर्षीय	10 सीट
2.	मोशन पिक्चर फोटोग्राफी	तीन वर्षीय	10 सीट
3.	एडीटिंग	तीन वर्षीय	10 सीट
4.	साउण्ड रिकार्डिंग	तीन वर्षीय	10 सीट

फिल्म एवं टेलीविजन कार्यक्रम निर्माण की शिक्षा ग्रहण करने के लिए यह एक आदर्श संस्थान है । यहाँ पर आधुनिकतम उपकरण तथा प्रयोगशालाएं मौजूद हैं । फिल्म प्रदर्शन के लिए थियेटर सुविधा के साथ विशाल पुस्तकालय भी उपलब्ध है । नियमित प्राध्यापकों के अलावा फिल्मकार कुमार साहनी / सईद मिर्जा / अडूर गोपालकृष्ण / के. हीरहरन / रीना मोहन / जिरी मेंझल और विकास देसाई के विशेष व्याख्यान आयोजित किए जाते हैं । साथ ही राष्ट्रीय फिल्म अभिलेखागार का क्षेत्रीय कार्यालय भी इसके कैम्पस में स्थित है । उसके पास विश्व सिनेमा की लगभग सौ क्लासिक फिल्में अध्ययन हेतु उपलब्ध हैं । पोस्ट आफिस / केंटीन / इंटरनेट / फोटोकॉपी सुविधाओं के अलावा अस्सी विद्यार्थियों के लिए हॉस्टल भी है ।

16.10 गैर-सरकारी फिल्म संगठन

गैर-सरकारी फिल्म्स् संगठनों की संख्या असंख्य है । अधिकांश संगठन व्यवसाय तथा फिल्म ट्रेड से संबद्ध हैं । यहाँ हम अखिल भारतीय स्तर पर कार्यरत प्रमुख संगठनों की संक्षिप्त चर्चा करेंगे ताकि एक संक्षिप्त जानकारी आपको मिल सके ।

1. **इंडियन मोशन पिक्चर्स प्रोड्यूसर्स एसोसिएशन-** 'इम्पा' नाम से मशहूर इस संस्था की स्थापना सात प्रमुख फिल्म निर्माताओं ने 5 मई, 1937 को की थी । खान बहादुर आर्देशिर ईरानी इसके संस्थापक अध्यक्ष थे । सन् 1987 से यह संस्था बंबई के बांद्रा स्थित अपने भवन इम्पा हाउस में संचालित हो रही है । वर्तमान में इसके दो हजार से अधिक निर्माता सदस्य हैं । फिल्म निर्माताओं के अधिकारों के लिए संघर्ष करने के साथ फिल्मों के नए नामों का पंजीयन यह करती है । सन् 1940 में संस्था ने हाउस मैगजीन ' जर्नल ऑफ

द फिल्म इंडस्ट्री' प्रकाशित की थी । आजादी के समय सत्ता हस्तांतरण की ऐतिहासिक घटना पर इम्पा ने आजादी का उत्सव नामक लघु फिल्म तैयार की थी । कलाकारों के कल्याण के लिए इम्पा ने सदैव मुक्त हस्त से दान किया है ।

2. **फिल्म प्रोड्यूसर्स गिल्ड ऑफ इंडिया -** बंबई के प्रमुख निर्माताओं ने सन् 1951 में फिल्म प्रोड्यूसर्स गिल्ड ऑफ इंडिया की स्थापना की । इसका उद्देश्य है फिल्म उद्योग को विकसित करना और राह में आने वाली बाधाओं को शांतिपूर्ण तरीके से सरकार के सहयोग से हल करना ।
3. **इंडियन मोशन पिक्चर्स डिस्ट्रीब्यूटर्स एसोसिएशन -** भारत के फिल्म वितरकों की पहल से मई, 1938 में स्थापित की गई । इसके एम.बी. बिलिमोरिया संस्थापक अध्यक्ष थे । संघ का कार्यक्षेत्र पूरा देश है । फिल्म वितरकों के काम में आने वाली समस्याओं के समाधान खोजना इसका उद्देश्य है ।
4. **इंडियन डाक्युमेंट्री प्रोड्यूसर्स 'एसोसिएशन -** सन् 1956 में स्थापित । इजरा मीर संस्थापक अध्यक्ष है । वृत्त चित्र एवं लघु फिल्म निर्माताओं समस्याओं को हल करना इसका प्रमुख उद्देश्य हे । भारत में वृत्तचित्र आदोलन को प्रोत्साहित करने में इसकी प्रमुख भूमिका रही है । मुख्यालय मुंबई में है ।
5. **सेंट्रल सर्किट सिने एसोसिएशन -** सीसीसीए नाम से परिचित यह संस्था मध्यप्रदेश, राजस्थान सीपी तथा बरार के फिल्म वितरक एवं प्रदर्शकों की संस्था है । सन् 1951 में इंदौर के यशवंत टॉकीज में सुब्बाराव ने इसकी नींव रखी थी । यह संगठन वितरक-निर्माता, वितरक-प्रदर्शक के आपसी विवादों को स्वयं के पंचाट के माध्यम से हल करती है । इसका मुख्यालय इंदौर में है, संतोषसिंह जैन ने इस संगठन के 38 साल तक अध्यक्ष रहकर एक कीर्तिमान रचा है । स्टार सीलिंग जैसा महत्वपूर्ण कार्य इसकी उपलब्धि है ।

इनके अलावा निम्न संगठन अपने- अपने क्षेत्रों में सक्रिय हैं -

- वेस्टर्न इंडिया सिनेमाटोग्राफर्स एसोसिएशन
- सिने कास्ट्यूम एवं मेकअप आर्टिस्ट एसोसिएशन
- साउथ इंडियन फिल्म चेम्बर ऑफ कॉमर्स
- मूवी स्टंट आर्टिस्ट एसोसिएशन
- जूनियर आर्टिस्ट एसोसिएशन
- आंध्रप्रदेश फिल्म चेंबर ऑफ कॉमर्स
- साउथ इंडियन फिल्म डायरेक्टर्स एसोसिएशन
- कर्नाटक फिल्म चेम्बर ऑफ कॉमर्स
- एसोसिएशन ऑफ सिने आर्ट डायरेक्टर्स
- फिल्म प्रोड्यूस गिल्ड ऑफ साउथ इंडिया
- द फिल्म रायटर्स एसोसिएशन
- साउंड इंजीनियर्स एसोसिएशन
- फिल्म सिटी, मुंबई

- रामोजीराव फिल्म सिटी, हैदराबाद

फिल्मकार सुभाष घई ने मुंबई की फिल्म सिटी में 'व्हिसलिंग वुड्स' नाम से फिल्म एंड टीवी प्रशिक्षण के विविध पाठ्यक्रम प्रारंभ किए हैं । यह देश की सबसे महँगी फिल्म संस्था है ।

16.11 सारांश

' भारत में फिल्म संगठन' पढ़ने से आपको इस बात की भलीभाँति जानकारी हो गई है कि देश के प्रमुख शासकीय- अशासकीय फिल्म संगठन कौनसे हैं, और वे किस प्रकार अपना कार्य संपादित करते हैं । फिल्म निर्माण अपने आप में एक विशाल संगठन है और उसे आम दर्शक तक पहुँचाने में कितने ही ऐसे लोगों की भूमिका रहती है, जो हमेशा गुमनामी में जीते हैं । इन संगठनों का आप कैसा और कितना लाभ ले सकते हैं, यह आप पर निर्भर है ।

16.12 स्व - मूल्यांकन

इस अध्याय का अध्ययन करने के बाद आप अपना मूल्यांकन स्वयं कीजिए । अपने निवास के आसपास इनमें से कोई संस्थान नजदीक है तो उसे आप वहां जाकर विस्तृत जानकारी प्रत्यक्ष ले सकते हैं । साथ ही प्रत्येक संगठन की वेबसाइट उपलब्ध है । उसे नियमित अपडेट किया जाता है, उसे भी देखकर अपना ज्ञान बढ़ा सकते हैं । पत्र - पत्रिकाओं में इन संगठनों से संबंधित समाचार - आलेख प्रकाशित होते हैं, तो उनके क्लिपिंग्स की स्क्रेप बुक भी आप तैयार कर सकते हैं ।

16.13 शब्दावली

Central Board of film Certification : CBFC

Films Division : FD

Children’s Film Society of India : CFSI

National Film Development Corporation Ltd : NFDC

Film Finance Corporation: FFC

Indian Motive Picture Export Corporation : IMPEC

Film and Television Institute of India: FTII

National Film Archive of India: NFAI

Directorate of Film Festivals: DFF

Sotyajit Ray Film Television Institute of India : SRFTI

Indian Motive Picture Producers Association: IMPPA

International Film Festival of India: IFFI

Central Circuit Cince Association: CCCA

16.14 संदर्भ ग्रंथ

1. टी. एम. रामचंद्रन, सम्पादक - सेवटी फाइव इयर्स ऑफ इंडियन सिनेमा
2. एनएफडीसी प्रकाशन - फिल्म बाजार डायरेक्टरी
3. डीएफएफ प्रकाशन - इंडियन पैनोरमा 1978 से 2006
4. मनमोहन चड्ढा - हिन्दी सिनेमा का इतिहास
5. श्रीराम तासकर, सम्पादक - फिल्म वार्षिकी 1992
6. सैवाल चटर्जी, सम्पादक - एनसायक्लोपीडिया ब्रिटानिका: हिन्दी सिनेमा
7. आशीष राज्याध्यक्ष, सम्पादक - एनसायक्लोपीडिया: हिन्दी सिनेमा
8. एफटीआयआय प्रकाशन - ट्वेंटी फाइव इयर्स ऑफ एफटीआयआय
9. प्रो. रमेश जैन - जनसंचार विश्वकोश

16.15 अभ्यासार्थ प्रश्न

1. भारत में फिल्म सेंसरशिप का इतिहास बताते हुए वर्तमान केंद्रीय फिल्म प्रमाणम् मंडल की कार्य-प्रणाली को स्पष्ट कीजिए ।
2. सूचना-प्रसारण मंत्रालय द्वारा फिल्म सेंसरशिप के लिए क्या मार्गदर्शक सिद्धांत जारी किए गए हैं । विस्तार से बताएँ ।
3. भारत में प्रमुख दो फिल्म शिक्षण संस्थानों का परिचय दीजिए, जो फिल्म माध्यम में विविध पाठ्यक्रम संचालित करते हैं?
4. फिल्म संस्कृति को सुरक्षित रखने के लिए राष्ट्रीय फिल्म अभिलेखागार ने क्या कदम उठाए हैं? विवेचना कीजिए ।
5. भारत में किन संगठनों द्वारा कौनसे अंतरराष्ट्रीय फिल्म समारोह आयोजित किए जाते हैं?
6. फिल्म एण्ड टेलीविजन इंस्टीट्यूट ऑफ इंडिया, पूना का फिल्म शिक्षा-प्रशिक्षण में क्या योगदान रहा है? विस्तार से लिखिए ।
7. " क्या भारत में फिल्मों में सेंसरशिप आवश्यक है? " इस विषय पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए।
8. संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए -
   (i) फिल्मस डिवीजन
   (ii) बाल चलचित्र समिति
   (iii) राष्ट्रीय फिल्म विकास निगम
   (iv) सत्यजीत राय फिल्म इंस्टीट्यूट
   (v) फिल्म समारोह निदेशालय
   (vi) नेशनल फिल्म अर्काइज ऑफ इंडिया

ISBN - 13/978-81-8496-274-1