



वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय  
कोटा

एम.जे.एम.सी. -6  
दृश्य-श्रव्य जनसंचार प्रविधि  
(Audio-Visual Communication  
Technology)

## दृश्य-श्रव्य जनसंचार प्रविधि- 3

पत्रकारिता एवं जनसंचार स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम  
(Master of Journalism & Mass Communication)

दृश्य-श्रव्य जनसंचार प्रविधि

दक्षिण देशों में जनसंचार  
अमेरिका और ब्रिटेन में टेलीविजन

# 3





वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा

एम.जे.एम.सी.-6  
दृश्य-श्रव्य जनसंचार प्रविधि  
(Audio-Visual Communication  
Technology)

पत्रकारिता एवं जनसंचार  
स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम

दृश्य-श्रव्य जनसंचार प्रविधि -

**3**

---

## पाठ्यक्रम विशेषज्ञ समिति

---

- |   |                 |   |
|---|-----------------|---|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>प्रो. जी.एस.एल. देवड़ा</b><br/>कुलपति<br/>कोटा खुला विश्वविद्यालय<br/>कोटा</li></ul>   | (अध्यक्ष समिति) | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>प्रो. ए.के. बनर्जी</b><br/>पूर्व-अध्यक्ष<br/>पत्रकारिता विभाग<br/>बनारस हिन्दू विश्वविद्यालय<br/>वाराणसी</li></ul> |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>डॉ. अब्दुल वहीद खान</b><br/>निदेशक (विकास एवं प्रशिक्षण)<br/>कॉमनवेल्थ सेण्टर ऑफ लर्निंग<br/>वैक्वर (कनाडा)</li></ul>          |                 | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>प्रो. जे.एस. यादव</b><br/>भारतीय जनसंचार संस्थान<br/>नई दिल्ली</li></ul>   |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>राधेश्याम शर्मा</b><br/>पूर्व-महानिदेशक<br/>माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता<br/>विश्वविद्यालय, भोपाल(म. प्र.)</li></ul> |                 | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>डॉ. भंवर सुराणा</b><br/>ब्यूरो चीफ/ विशेष संवाददाता<br/>दैनिक हिंदुस्तान<br/>जयपुर</li></ul>                       |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>डॉ. ओ.पी. केजरीवाल</b><br/>निदेशक, नेहरू मेमोरियल म्यूजियम एण्ड लाइब्रेरी<br/>तीन मूर्ति भवन, नई दिल्ली</li></ul>              |                 | <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>डॉ. रमेश जैन</b><br/>अध्यक्ष-जनसंचार विभाग<br/>कोटा खुला विश्वविद्यालय, कोटा<br/>(सचिव, समिति)</li></ul>           |
- 

### संयोजक

**डॉ. रमेश जैन**- अध्यक्ष, जनसंचार विभाग  
कोटा खुला विश्वविद्यालय, कोटा

---

### पाठ-संपादक एवं भाषा-संपादक

पाठ-संपादक

**डॉ. रमेश जैन**

अध्यक्ष, जनसंचार विभाग  
कोटा खुला विश्वविद्यालय, कोटा

भाषा-संपादक

**डॉ. विष्णु पंकज**

वरिष्ठ साहित्यकार-पत्रकार  
जयपुर

---

### अकादमिक एवं प्रशासनिक व्यवस्था

**प्रोफेसर (डॉ.) नरेश दाधीच**

कुलपति

वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा (राज.)

**प्रोफेसर (डॉ.) अनाम जेटली**

निदेशक

संकाय विभाग

**योगेन्द्र गोयल**

प्रभारी

पाठ्य सामग्री उत्पादन एवं वितरण विभाग

---

### पाठ्यक्रम उत्पादन

**योगेन्द्र गोयल**

सहायक उत्पादन अधिकारी,

वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा (राज.)

---

**पुनः उत्पादन - सितम्बर, 2009**

**सर्वाधिकार सुरक्षित** : इस पाठ्यक्रम सामग्री का कोई भी अंश कोटा खुला विश्वविद्यालय/ वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा की लिखित अनुमति प्राप्त किए बिना या निम्नोग्राफी (चक्रमुद्र) अथवा किसी अन्य साधन से पुनः प्रस्तुत करना वर्जित है।

वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय के पाठ्यक्रमों के विषय में और अधिक जानकारी विश्वविद्यालय के कुलसचिव, वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, रावतभाता रोड, कोटा से प्राप्त की जा सकती हैं।

---

कुलसचिव, वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा द्वारा प्रकाशित

---

## पाठ लेखक

---

1. **गोपाल सक्सेना**  
मीडिया सलाहकार, नोएडा  
पूर्व निदेशक, सेन्ट्रल प्रोडक्शन सेंटर (सी.पी.सी.)  
दूरदर्शन, नई दिल्ली
2. **टीकम ठाकुर**  
सहायक अभियन्ता  
दूरदर्शन केन्द्र, जयपुर
3. **गोपाल गुप्ता**  
वरिष्ठ जनसंचारकर्मी  
नई दिल्ली
4. **महेश पालीवाल**  
सहायक इन्जीनियर  
दूरदर्शन केन्द्र, जयपुर
5. **शैलेन्द्र मोहन कुमार**  
सूचना अधिकारी  
नई दिल्ली
6. **सत्यकाम**  
रीडर-हिन्दी विभाग  
इन्दिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय
7. **सुभाष सोतिया**  
संपादक-आजकल  
नई दिल्ली
8. **मुरली मनोहर मंजुल**  
वरिष्ठ जनसंचारकर्मी  
जोधपुर
9. **प्रो. प्रदीप माथुर**  
भारतीय जनसंचार संस्थान  
अरुणा आसफल अली मार्ग, जे.एन.यू.  
न्यू कैम्पस, नई दिल्ली
10. **जगमोहन माथुर**  
वरिष्ठ पत्रकार एवं लेखक  
नई दिल्ली
11. **श्याम माथुर**  
उप संपादक  
राजस्थान पत्रिका, जयपुर
12. **राधेश्याम तिवारी**  
वरिष्ठ जनसंचारकर्मी  
जयपुर
13. **जी.सी. गर्ग**  
पूर्व-स्टेशन इन्जीनियर  
दूरदर्शन, जयपुर
14. **शांति प्रसाद अग्रवाल**  
मीडिया सलाहकार एवं  
वरिष्ठ जनसंचारकर्मी  
गाजियाबाद
15. **रामकुमार**  
वरिष्ठ जनसंचारकर्मी  
कोटा

---

## अनुवाद

---

### रामकुमार

वरिष्ठ जनसंचारकर्मी  
कोटा

---

---

## खंड एवं इकाई परिचय

---

### खंड परिचय

पत्रकारिता एवं जनसंचार स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम में 'दृश्य - श्रव्य जनसंचार प्रविधि -3' खंड के अंतर्गत चार इकाइयां हैं। ये इकाइयां जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी से सम्बद्ध हैं।

1. दक्षिण देशों में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी, 2. अमेरिका और ब्रिटेन में टेलिविजन, 3. अन्तराष्ट्रीय संस्थाओं में सूचना एवं प्रसारण विधि तथा 4. दूरदर्शन संरचना एवं प्रबंध आदि इकाइयां आपको जनसंचार के विभिन्न पक्षों की यथेष्ट प्रामाणिक जानकारी देंगी।

### इकाई परिचय

**इकाई 11** - 'दक्षिण देशों में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी' की है दक्षिण देशों में (बांग्लादेश, भूटान, नेपाल, भारत, पाकिस्तान, श्रीलंका तथा मलद्वीप) में जनसंचार माध्यमों तथा नई सूचना प्रौद्योगिकी के बारे में जानकारी दी है। इसके अतिरिक्त जनसंचार माध्यमों के संदर्भ में सरकार की नीति पर भी प्रकाश डाला गया है।

**इकाई 12**- 'अमेरिका और ब्रिटेन में टेलिविजन से सम्बद्ध है। प्रस्तुत इकाई में अमेरिका और ब्रिटेन में टेलिविजन के उद्भव एवं विकास की चर्चा की गई है। ब्रिटेन में बी.बी.सी. का विकास कैसे हुआ? केबल टी.वी. की वहाँ कैसी स्थिति है तथा ब्रिटेन में प्रसारण- सेवा के समक्ष क्या चुनौतियाँ हैं, आदि की भी विवेचना की गई है। विश्व में मीडिया साम्राज्यवाद के अंतर्गत विश्व की प्रमुख मीडिया कंपनियों के बारे में बताया गया है। विश्व में ये मीडिया कंपनियाँ कैसे व्यापार कर रही हैं तथा अपने व्यवसाय को किस प्रकार बढ़ा रही हैं? आदि बातों की भी समीक्षा की गई है।

**इकाई 13**- 'अन्तराष्ट्रीय संस्थाओं में सूचना' एवं प्रसारण विधि' की है। इस इकाई में मुख्य रूप से अन्तराष्ट्रीय संस्था में सूचना एवं प्रसारण विधि पर विशेष विवेचना की गई है।

**इकाई 14**- 'दूरदर्शन संरचना एवं प्रबंध' है। इस इकाई में दूरदर्शन की संचार एवं प्रबंध किस आधार पर निर्मित की गई है एवं इसकी क्या कार्यविधि है? 'प्रसार भारती' बनाने के उपरांत दूरदर्शन संरचना में कोई परिवर्तन आया है या नहीं? आदि की जानकारी दी गई है।

पाठ्यक्रम - षष्ठ
खण्ड- 3

# 3

---

इकाई 11	
दक्षेस देशों में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी	8-33
इकाई 12	
अमेरिका और ब्रिटेन में टेलीविजन	34-61
इकाई 13	
अंतर्राष्ट्रीय संस्थाओं में सूचना एवं प्रसारण विधि	62-70
इकाई 14	
दूरदर्शन संरचना एवं प्रबन्ध	71-79

---

---

# इकाई 11 दक्षेस देशों में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी

---

## इकाई की रूपरेखा

- 11.0 उद्देश्य
- 11.1 प्रस्तावना
- 11.2 दक्षेस देशों मध्य सांस्कृतिक आदान-प्रदान
- 11.3 प्रसारण संस्थाएं
- 11.4 बंगलादेश में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी
- 11.5 भूटान में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी
- 11.6 भारत में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी
- 11.7 मालद्वीव में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी
- 11.8 नेपाल में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी
- 11.9 पाकिस्तान में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी
- 11.10 श्रीलंका में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी
- 11.11 1सारांश
- 11.12 कुछ उपयोगी पुस्तकें
- 11.13 निबन्धात्मक प्रश्न

---

## 11.0 उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के उपरान्त छात्र 'दक्षेस देशों' में प्रचार-प्रसार माध्यम की जानकारी प्राप्त कर पाएंगे। यह सभी देश नेपाल को छोड़कर किसी न किसी समय ब्रिटिश सरकार के अधीन थे और आज कामन-वेल्थ के सदस्य भी हैं। इन देशों में सूचना व प्रसारण के क्षेत्र में क्या समस्याएं हैं और उनका निदान किस प्रकार किया गया या किया जा रहा है या किया जा सकता है आदि समस्याओं पर इस इकाई में विचार किया गया है।

दक्षेस देश क्या यूरोपियन ब्राडकास्टिंग संस्था के सदस्यों की भांति एक-दूसरे के सहायक हो सकते हैं? इन देशों में टेलीविज़न एवं रेडियो समाचार की आवश्यकता व उसका स्वरूप क्या हो एवं प्रसारण कितने समय का हो आदि अन्य समस्याओं की जानकारी भी इससे प्राप्त होगी। इस इकाई के अध्ययन के पश्चात् आप दक्षेस देशों-बंगलादेश, पाकिस्तान, श्रीलंका, भूटान, नेपाल, भारत एवं मालद्वीव के जनसंचार माध्यमों की अच्छी तरह जानकारी प्राप्त कर सकेंगे।

---

## 11.1 प्रस्तावना

यह कहना भी अनुचित न होगा कि दक्षेस देशों की संस्था व संघ (बंगलादेश, पाकिस्तान, श्रीलंका, भूटान, नेपाल, भारत एवं मालद्वीप) की परिकल्पना इन देशों की

आवश्यकता की उपज है। ऐतिहासिक रूप से यह सभी देश अंग्रेजी साम्राज्य के अन्दर पड़ोसी थे जिनके संबंध अंग्रेज सरकार से मैत्रीपूर्ण रहे एवं उनका कोई न कोई अनुबन्ध रहा। अधिकतर देश स्वतंत्रता-प्राप्ति व अनुबन्ध-विच्छेद के बाद पूर्ण रूप से अपना स्वतंत्र प्रचार व प्रसार व्यवस्था चलाने लगे। अधिकतर देशों में अंग्रेज विशेषज्ञ सलाहकार के रूप में इन देशों से सम्बन्धित अधिकारियों को प्रशिक्षण देने के लिये आए और अपना सहयोग दिया। अलग-अलग देशों से लोग विदेशी संस्थाओं के प्रशिक्षण संस्थानों में भी प्रचार-प्रसार माध्यम के क्षेत्र के बारे में सीखने गए और वापस आने पर अपनी संस्थाओं में कार्यरत हो गए। इतना सब होने पर भी इन देशों में विकास की गति धीमी रही। इसके विभिन्न कारण हैं, जिनमें आर्थिक स्थिति व राजनीतिक इच्छा मुख्य है। अतः यह आवश्यक समझा गया कि आपस में एक-दूसरे के सहयोग से यदि विकास की गति को तीव्र किया जाय तो लाभकारी सिद्ध होगा। यूँ तो यह स्थिति वास्तव में प्रत्येक क्षेत्र पर लागू होती थी, इसलिये नवम्बर, 1980 में इन देशों के विदेश सचिव स्तर के एक सम्मेलन में, जो कोलम्बो में हो रहा था, यह सुझाव सामने आया कि आपसी मतभेद व कुछ समस्याओं के समाधान तो होते रहेंगे पर उन क्षेत्रों में जिनमें कोई मतभेद नहीं है क्यों न हम आपस में एक ऐसी संस्था का गठन करें जो इन मतभेदों को भुलाकर एक-दूसरे को सक्रिय रूप से विकास में सहयोग देने की प्रक्रिया में सहायक हो। सभी की राय इस प्रस्ताव के पक्ष में थी तथा प्रत्येक सदस्य ने इस पर विचार करने का वायदा किया।

#### **दृश्य-श्रव्य जनसंचार प्रविधि**

अगस्त, 1983 में, भारत, नेपाल, पाकिस्तान, भूटान, मालद्वीव, श्रीलंका एवं बंगलादेश के विदेश मंत्रियों की एक बैठक नई दिल्ली में आयोजित की गई थी। इसमें यह प्रस्ताव पारित हुआ कि सातों देश एक-जुट होकर एक संस्था बनाएं जिसके अन्तर्गत सभी देशों के लोग मिलजुल कर अपनी समस्याओं व विवादों को शांतिपूर्ण ढंग से सुलझाएं और सुलझाने के प्रयत्न में संलग्न होंगे। इस प्रकार प्रत्येक देश अपनी शक्ति और 'रचनात्मकता' अपने राष्ट्रीय उत्थान व जनता के विकास के लिए लगाएगा और इसे इन देशों के नागरिकों की अभिव्यक्ति की संज्ञा दी जाएगी। इसके अनुसार सदस्य देश एक दूसरे पर विश्वास, आपसी मित्रता, बराबरी, एक-दूसरे के दृष्टिकोण को समझने का प्रयास करेंगे तथा सभी एक-दूसरे के आर्थिक एवं सामाजिक विकास में सहयोग कर एक-दूसरे के सहायक होंगे।

दक्षिण देशों का प्रथम शिखर सम्मेलन ढाका, बंगलादेश में 7-8 दिसम्बर, 1985 को हुआ एवं इसमें दक्षिण एशियाई क्षेत्रीय सहयोग संस्था के घोषणापत्र को विधिवत रूप से मान्यता दे दी गई। इसके मुख्य उद्देश्य थे-

- दक्षिण एशिया के लोगों की भलाई और उनके जीवन स्तर को उन्नत करना।
- इस क्षेत्र में आर्थिक, सामाजिक एवं सांस्कृतिक प्रगति कर प्रत्येक व्यक्ति को सम्मानपूर्वक जीवन यापन करने के लिए प्रोत्साहित करना और उसे इस दिशा में विचार करने की स्वतंत्रता देना।
- सामूहिक रूप से आत्म-निर्भरता को बढ़ाना व सुदृढ़ करना।

- एक-दूसरे की समस्याओं को समझना व विश्वास करना ।
- आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक, तकनीकी एवं विज्ञान के क्षेत्र में सक्रिय सहयोग व सहायता देना।
- अन्य उन्नतशील देशों से सहयोग बढ़ाना ।
- अन्य अन्तर्राष्ट्रीय संस्थाओं, क्षेत्रों जिनके आधारभूत सिद्धान्त एवं विचारधारा समान हो उनसे सम्बन्ध बढ़ाना व सहयोग करना ।

इन मूलभूत उद्देश्यों व सिद्धांतों के अन्तर्गत सभी देशों के विभिन्न विभागों के अध्यक्षों और मंत्रियों की बैठक समय-समय पर होने लगी और इनमें से एक सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय भी है । इसके अन्तर्गत, रेडियो अर्थात् (आकाशवाणी, दूरदर्शन, प्रिंट मीडिया (मुद्रित माध्यम), फिल्म प्रभाग, फिल्म व टेलीविज़न प्रशिक्षण आदि अनेक विभाग आते हैं । परन्तु दक्षेस देशों में सूचना व प्रसारण को संचार से अलग माना गया है । अतः दूरदर्शन तथा आकाशवाणी के महानिदेशक दक्षेस देशों के सदस्यों के साथ मंत्री व सचिव की ओर से मनोनीत किए गए हैं और समय-समय पर बैठक होती रही है । यह बैठकें अलग-अलग देश में सुविधानुसार की जाती हैं ।

## 11.2 दक्षेस देशों के मध्य सांस्कृतिक आदान-प्रदान

दक्षेस देशों में सांस्कृतिक आदान-प्रदान के साथ-साथ वहां की सांस्कृतिक झांकी व उन्नति के बारे में एक-दूसरे देश के लोगों को सूचना देने के लिए प्रत्येक माह के पहिले सप्ताह में दक्षेस देशों के कार्यक्रम एक निश्चित समय पर सभी सदस्य दिखाते थे । इसकी सूचना सभी देशों को होती थी जो सामूहिक रूप से तय की जाती थी ।

सभी देशों के सदस्य अपने चुने हुए कार्यक्रम भेजते थे तथा एक बैठक में सभी सदस्य देशों के अधिकारी बैठकर कार्यक्रम देखते व चुनाव करते थे । यह निश्चित किया गया था कि किसी कार्यक्रम में किसी भी प्रकार से कोई भी देश भी उसके नागरिकों के विश्वास व मान्यताओं को ठेस पहुँचाने वाली बात का चित्रण एवं शब्दों द्वारा प्रक्षेपण (प्रोजेक्शन) नहीं करेगा । अधिकतर कार्यक्रम इन देशों की सांस्कृतिक धरोहर, कला, संगीत, विज्ञान, शिक्षा एवं अन्य खेलों में प्रगति व खोज तथा लोगों के आर्थिक, सामाजिक उत्थान की कहानी पर आधारित होने चाहिए। औद्योगिक प्रगति और विशिष्टताओं को दर्शाने वाले कार्यक्रम और चलचित्र भी अधिकतर पसन्द किए गए । समाचार व सामयिक महत्व की जानकारी के आदान-प्रदान की सीमा भी वहाँ तक थी जहाँ कोई बात किन्हीं सदस्यों देशों के मतभेद से सम्बन्धित नहीं थी । क्योंकि ऐसी बात एक-दूसरे देश के लिए अप्रिय होगी व दक्षेस देशों के प्रतिकूल ।

कई वर्षों तक निर्णयानुसार प्रसारण व आदान-प्रदान चलता रहा परन्तु व्यावसायिक (कॉमर्शियल) कार्यक्रमों के प्रारम्भ के बाद सदैव की भांति कला व सांस्कृतिक उत्थान एवं आदान-प्रदान पिछड़ गया और धीरे-धीरे दक्षेस देशों के कार्यक्रम का समय बदलता गया । यहाँ तक कि आज प्रत्येक देश में यह कार्यक्रम अलग-अलग समय पर वहाँ की प्रसारण संस्था की सुविधानुसार चलने लगा तथा इसके महत्व का हास होने लगा । इसका असर न केवल कार्यक्रम

देखने वालों पर पड़ा अपितु कार्यक्रम निर्माताओं के साथ-साथ इसकी आवर्तिता पर भी पड़ा । यह कहना अतिशयोक्ति न होगी कि कभी तो कार्यक्रम के अभाव में पुराना कार्यक्रम प्रसारित करते देखा गया है या फिर किसी माह कोई कार्यक्रम नहीं दिखाया गया ।

---

### 11.3 प्रसारण संस्थाएं

---

सात दक्षिण देशों अर्थात् भारत, पाकिस्तान, बंगलादेश, भूटान, नेपाल, श्रीलंका व मालद्वीप में से केवल मालद्वीप को छोड़कर सभी देशों में टेलीविजन समाचार पत्रों एवं रेडियो दोनों का विस्तार हुआ है । दक्षिण देशों के जनसंचार माध्यमों एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी पर विस्तार से जानकारी दी जा रही है ।

---

### 11.4 बंगलादेश में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी

---

#### राष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य

दक्षिण एशियाई उपमहाद्वीप के पूर्व में 144,000 वर्ग किलोमीटर क्षेत्र में फैला बंगलादेश दुनिया का सर्वाधिक आबादी की दृष्टि से आठवां देश है जहाँ 127.2 मिलियन लोग निवास करते हैं । म्यांमार की 193 कि.मी. सीमा को छोड़कर यह चारों ओर भारत की सीमाओं से घिरा है । पदमा और ब्रह्मपुत्र नदियां बंगाल की खाड़ी में गिरने से पूर्व बंगलादेश में मिलती हैं । अकाल, तूफान और बाढ़ जैसी विभीषिकाओं से यह देश ग्रस्त रहता है ।

आदिवासी, बिहारी और बंगाली यहां निवास करते हैं । धार्मिक दृष्टि से कुल आबादी का 88.3 प्रतिशत मुसलमान, 10.5 प्रतिशत हिन्दू और 1.2 प्रतिशत अन्य धर्मावलम्बी हैं । 14 अगस्त, 1947 को पाकिस्तान बनने के साथ भारत का यह हिस्सा पूर्वी पाकिस्तान के नाम से पाकिस्तान का एक भाग बन गया । 1971 में शेख मुजीबुर रहमान के नेतृत्व में पश्चिम पाकिस्तान के खिलाफ आन्दोलन में बंगाली-भारतीय फौजों ने विजय प्राप्त की और 26 मार्च, 1971 को बंगलादेश एक स्वतंत्र राष्ट्र बन गया । इसके बाद बंगलादेश की राजनीति में कई उतार-चढ़ाव आए । बंगलादेश कृषि-प्रधान है जहाँ 75 प्रतिशत आबादी कृषि पर निर्भर है । प्रमुख आर्थिक स्रोत नदियां, उपजाऊ भूमि और गैस भंडार है ।

#### जनसंचार: उद्भव एवं विकास

##### समाचारपत्र

भारत की आजादी से पूर्व यह देश भारत के एक अंग के रूप में पूर्वी बंगाल के नाम से जाना जाता था । अंग्रेजों ने 1779 में कलकत्ता में छापाखाने का प्रारम्भ किया । जे.ए. हिक्की ने बंगाल गजट के नाम से 1780 में पहला समाचार-पत्र कलकत्ता से प्रकाशित किया । 1871 में ढाका से अंग्रेजी पत्र 'बंगाल टाइम्स' सप्ताह में दो बार छपने लगा । रंगपुर दीपक प्रकाश, कविता कुसुमावली, ढाका प्रकाश आदि साप्ताहिक एवं मासिक पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन 1860-61 में शुरू हुआ । 1873 में महापाप, बंग बंधु, बाल्य विवाह, ग्रामदत्त, बालरंजिका, हितसंधानी, हिन्दू रंजिका आदि पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन होने लगा । 1900 से 1947 के बीच

अंग्रेजों के विरुद्ध राजनैतिक चेतना जागृत करने तथा साहित्य, समाज और संस्कृति को लेकर प्रकाशित होने वाली पत्रिकाएं छपती थी जिनकी संख्या 1947 में 65 थी ।

अंग्रेजों के समय ढाका में 1939 में पहला रेडियो स्टेशन खोला गया । यह कलकत्ता रेडियो स्टेशन के अन्तर्गत था । 5 कि. वाट के इस स्टेशन की प्रसारण क्षमता 64 कि.मी. थी । भारत विभाजन के बाद दैनिक पूर्वी पाकिस्तान एवं पैगाम समाचारपत्रों के साथ कुछ साप्ताहिक शुरू हुए । 1948 में पाकिस्तान आब्जर्वर (अंग्रेजी) शुरू हुआ । संगबाद (1950), इतेफाक (1955) दैनिक शुरू हुए जो इस समय बंगलादेश के प्रमुख दैनिक पत्र हैं । भारत-पाकिस्तान युद्ध के समय 1965 में तत्कालीन पूर्वी पाकिस्तान में डिफेन्स ऑफ पाकिस्तान रूल्स लागू किए गए ताकि इतेफाक एवं न्यू नेशन जैसे वहां के समाचारपत्रों को दबाया जा सके।

बंगलादेश में आजादी के बाद स्पेशल पावर्स एक्ट 1974 लागू होने से प्रेस को जो भी उस समय स्वतंत्रता थी, उस पर लगाम लगा दी गई । इस अधिनियम के कारण संविधान में मौलिक अधिकारों की गारन्टी पर आंच आई । मॉर्निंग न्यूज़, आजाद, दैनिक बांग्ला एवं पूर्वोद्देश-ये चार सरकार द्वारा संचालित पत्र तथा दा पीपल, बंगला बनी एवं संगबाद-सरकार की नीतियों पर चलने वाले पत्र प्रमुख हो गए । विपक्ष या स्वतंत्र पत्रों में गणकान्था, इतेफाक एवं जनपद को माना जाता था ।

#### **दृश्य-श्रव्य जनसंचार प्रविधि**

1975 के बाद नई सरकार बनी । इसने कुछ सीमा तक प्रेस की आजादी को स्थापित किया । 1984 में प्रेस कमीशन ने कुछ सिफारिशों की । इसने सार्वजनिक क्षेत्र के पत्रों एवं सरकारी नियंत्रण वाली समाचार-समितियों की समाप्ति की भी सिफारिश की । इसने प्रेस कानूनों की समीक्षा तथा सूचना-स्वतंत्रता के नए कानून बनाने की भी बात रखी । कमीशन ने प्रेस का स्तर 'सरकारी जनसम्पर्क' मात्र से ऊपर उठाकर 'बेहतर उपयोग करते हुए प्रेस को एक चेन्ज-एजेन्ट' बनाने का सुझाव दिया । प्रेस को एक जिम्मेदार दर्जा देने को कहा । तत्कालीन इरशाद सरकार ने इन सिफारिशों पर कोई कार्यवाही नहीं की ।

1980 में ढाका से कई नए पत्र प्रारम्भ हुए । लेकिन समाचार-माध्यमों को बन्द करने या उन पर अंकुश का काम चलता रहा । यहां तक की बी.बी.सी. का संचालन रोक दिया गया और स्पेशल एक्ट के तहत उसके एक संवाददाता को कैद करके भेज दिया गया । यह 1988 तक की स्थिति रही । फरवरी, 1991 में संसदीय लोकतंत्र की पुनः स्थापना हुई । इरशाद सरकार को गिराया गया ।

#### **रेडियो**

1948 तक ढाका रेडियो की स्थिति बहुत कमजोर थी । पाकिस्तान सरकार ने पश्चिमी एवं पूर्वी पाकिस्तान के बीच कम्यूनिकेशन लिंक मजबूत करने के लिए 1959 से 1963 तक 100 कि.वा. एवं 1000 कि.वा. ट्रांसमीटर ढाका में स्थापित किए । चिटगांव, राजशाही, सिलहट, रंगपुर एवं खुलना में 1954 से 1971 के बीच रिसे स्टेशन खोले गए । 1971 की स्वतंत्रता

की लड़ाई में कई ट्रांसमीटर एवं स्टूडियो नष्ट हो गए । बांग्ला बेतार या रेडियो बंगलादेश पहला अर्थ सेटलाईट 1975 में प्रारम्भ किया गया ।

1984 तक बंगलादेश का रेडियो एक स्वतंत्र विभाग के रूप में सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय के अधीन कार्य करता रहा । मार्शल प्रशासन ने इसे बंगलादेश टेलीविजन में मिला दिया। फिर भी, एक महानिदेशक की देखरेख में रेडियो (बांग्ला बेतार) ढाका से मिडियम वेव के 8 स्टेशनों द्वारा स्वदेश में प्रसारण करता है । अन्य स्टेशनों के साथ बंगलादेश की सम्पूर्ण आबादी प्रसारण सेवाओं की पहुँच में है । रेडियो कार्यक्रमों में 65 प्रतिशत मनोरंजन के कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है । समाचारों में तीन प्रतिशत, शिक्षा के 5 प्रतिशत और धार्मिक एवं सांस्कृतिक के 9 प्रतिशत कार्यक्रम होते हैं । अरबी, बंगाली, अंग्रेजी, हिन्दी, नेपाली, उर्दू भाषाओं में विदेश सेवा एवं अन्य कार्यक्रम होते हैं ।

### **टेलीविज़न**

1964 में जबकि बंगलादेश का निर्माण ही नहीं हुआ था, यह पूर्वी पाकिस्तान के नाम से जाता था । पाकिस्तान के राष्ट्रपति अयूब खान की सरकार ने भारत से पहले ही वहां टेलीविजन युग का सूत्रपात कर दिया था । जापान के सहयोग से ढाका टी.वी. परियोजना शुरू की गई । साठ के दशक में ही, बाद में, चटगांव में सेटलाईट स्टेशन बनाया गया । खुलना और राजशाही में रिले स्टेशन बनाया गया । इस प्रकार देश की आधी आबादी तक टेलीविजन की पहुँच हो गई थी । अधिकांश कार्यक्रम बंगाली में होते थे ।

बंगलादेश के बनने के बाद 1971 में सरकार ने टी.वी. नेटवर्क का राष्ट्रीयकरण कर दिया। बंगलादेश टेलीविज़न कॉर्पोरेशन को यह काम सौंपा गया । 1974 में नए उपकरणों के साथ टी.वी. स्टूडियो बना और दक्षिण एशिया में एक सबसे बड़ा टी.वी. नेटवर्क वहां बनाए जाने की योजना तैयार की गई ।

इसके बाद, बी.टी.वी. के रिले एवं सैटलाईट विस्तार के साथ 95 प्रतिशत क्षेत्र को टी.वी. कार्यक्रम से जोड़ा गया । बी.टी.वी. का दूसरा स्टेशन सी.टी.वी., चिटगांव में संचालित किया जाने लगा । 1999 में सरकार ने एक्यूरो टेलीविजन (ई.टी.वी.) नामक निजी चैनल को स्वीकृति दी । हाई फ्रीक्वेंसी पर कार्यक्रम प्रसारण के लिये कार्य करते हुए इसने अपने कार्यक्रमों की पहुँच पश्चिम बंगाल, दक्षिण एवं दक्षिण-पूर्वी देशों, मध्यपूर्व, यूरोप एवं अमेरिका तक प्रसारित करने के कार्यक्रम बनाए । केबल टी.वी. ने 1990 से संचालन प्रारम्भ किया और यह लोकप्रिय माध्यम साबित हुआ । बंगलादेश में केबल टी.वी. ऑपरेटरों को सरकार से लाइसेंस लेना होता है जो बी.टी.वी. के द्वारा प्रदान किया जाता है और उन्हें सरकार को वार्षिक शुल्क देना होता है ।

लेकिन बंगलादेश में टी.वी. एक माध्यम के रूप में सम्पन्न वर्ग की पहुँच में ही अधिक है । सामुदायिक रूप से टी.वी. देखने के कार्यक्रम के सन्दर्भ में सरकार इस माध्यम का अधिक विस्तार नहीं कर पाई है और अधिकांश लोग टी.वी. सेट खरीदने की क्षमता नहीं रखते ।

### **इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के सन्दर्भ में नीति**

रेडियो और टेलीविज़न जैसे इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों पर सरकार का पूर्ण नियंत्रण है। वे विज्ञापन एवं सरकारी सहायता पर निर्भर हैं। निजी चैनल ई.टी.वी. की आय का स्रोत विज्ञापन है। ब्रिटिश शासन एवं पाकिस्तानी शासन की विरासत के रूप में बंगलादेश सरकार की सोच उसी अधिनायकवाद की प्रवृत्ति से ग्रस्त है जिसके अन्तर्गत इसे जनसेवा के माध्यम के रूप में उपयोग में लिया जाता है। वहां स्वतंत्रता के बाद से इलेक्ट्रॉनिक माध्यम को राज्य के कानून के दायरे में रखा गया है क्योंकि राजनैतिक, शैक्षिक एवं सांस्कृतिक विकास की जिम्मेदारी निभाने की दिशा में सरकार इन माध्यमों की अहम भूमिका मानती है। बंगलादेश में नए इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों का विकास करने के लिए इन्टरनेट सेवाओं एवं ऑन-लाइन माध्यमों पर भी ध्यान दिया गया है। बंगलादेश टेलीग्राफ एण्ड टेलीफोन बोर्ड (बी.टी.टी.बी) ने उच्चगति डेटा कम्यूनिकेशन सेवाओं की स्थापना करके आठ इन्टरनेट सेवा उपलब्ध कराने वाले केन्द्र उपलब्ध कराए हैं। इससे इन्टरनेट सूचना सेवा नेटवर्क से इन्टरनेट की सुविधा का विस्तार हुआ है। इससे डेली स्टार, इकॉनॉमिक आब्जर्वर, इंडिपेंडेंट, वीकली टाका कोरियर आदि कई समाचारपत्र एवं प्रकाशन वेबसाइट पर उपलब्ध हैं।

### **जनसंचार माध्यमों के संदर्भ में नीति**

बंगलादेश में जनसंचार माध्यमों के सन्दर्भ में प्रेस की स्वतंत्रता में निरन्तर कमी किए जाने की प्रवृत्ति रही है। 1974 के स्पेशल पावर्स एक्ट के लागू होने तथा इसके जारी रहने के व्यवहार से यह प्रवृत्ति स्पष्ट होती है। इससे समाचारपत्रों एवं माध्यमों की सीमाएं तय हैं तथा सरकार के 1998 के नकारात्मक रुख से प्रेस की स्वतंत्रता और प्रभावित हुई है। लेकिन, जनसंचार माध्यमों द्वारा देश में स्वतंत्र शासन के लिए जारी प्रयत्नों के कारण इन माध्यमों के विकास की सम्भावनाएं धूमिल नहीं हुई हैं। बंगलादेश के संविधान में नागरिकों को अभिव्यक्ति एवं बोलने के साथ प्रेस की स्वतंत्रता के मौलिक अधिकारों की गारण्टी दी गई है। इसके संरक्षण का दायित्व न्यायिक व्यवस्था पर निर्भर है। स्वतंत्र राजनैतिक-संस्कृति, राजनीतिक संस्थाओं आदि की स्थिति अत्यन्त निर्बल है। आलोचना के प्रति असहिष्णुता एवं स्वतंत्रता एकमत धारणा का अभाव इस तथ्य को प्रकट करता है। बंगलादेश में स्वतंत्रता की क्रान्ति के परिणामस्वरूप माध्यमों को नियमों से मुक्त करने, माध्यमों को संगठनात्मक स्वरूप देने तथा प्रबंध की कुशलता प्रदान करने के संदर्भ में कोई प्रगति नहीं हुई। यद्यपि वहां भी अन्य देशों की तरह नई मीडिया टेक्नॉलोजी पर विशेष ध्यान दिया गया है।

### **प्रेस स्वतंत्रता के अन्य मुद्दे**

फ्रीडम हाउस के सर्वेक्षण के अनुसार बंगलादेश में प्रेस स्वतंत्रता आंशिक है। प्रेस की स्वतंत्रता पर अंकुश को अंकों में प्रकट किया जाए तो अंकुश का स्कोर बंगलादेश में 100 में से 59, भारत में 37 और पाकिस्तान में 60 है। जनसंचार माध्यमों की सामग्री पर राजनैतिक दबाव एवं नियंत्रण के संदर्भ में भी स्थिति ठीक नहीं है। आर्थिक दबाव भी कम नहीं है। बंगलादेश में साक्षरता का प्रतिशत 38.9 है। सरकार के पास कानूनी एवं अन्य ऐसे हथियार हैं जो मानवाधिकारों से सम्बन्धित समाचारों पर दबाव डालते हैं। कई बार प्रेस की स्वतंत्रता या अन्य मुद्दों पर जनसंचार माध्यम भी सरकार से एक प्रकार का अपवित्र गठबंधन कर लेते हैं।

पत्रकारों को हमले या धमकियों का सामना भी करना पड़ता है । इस प्रकार प्रेस की स्वतंत्रता जैसे मुद्दे आज भी वहां उलझे हुए हैं ।

## 11.5 भूटान में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी

### राष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य

भारत एवं चीन के मध्य 47000 वर्ग किलोमीटर में फैले भूटान को हिमालय की पर्वत श्रृंखलाएं चीन से अलग करती हैं । इस देश का भू भाग अधिकांशतः पहाड़ियां एवं घाटियाँ हैं । इस क्षेत्र में विभिन्न प्रकार की वनस्पतियां पाई जाती हैं । दो प्रतिशत जमीन खेती योग्य है । यहां गर्मियों का मौसम ठंडा और शीतकाल बहुत सर्द रहता है । राजधानी थिम्पु की जनसंख्या 40,000 है । देश की अनुमानित जनसंख्या कुल 759,000 है । भूटानियों की जनसंख्या 50 प्रतिशत, नेपालियों की 35 प्रतिशत एवं शेष विस्थापित आदिवासी 15 प्रतिशत हैं । यहां 75 प्रतिशत लोग बौद्ध धर्म में आस्था रखते हैं । बाकी लोग हिन्दू धर्म को मानते हैं । पुरुषों में 40 प्रतिशत एवं महिलाओं में साक्षरता 30 प्रतिशत है । यूनेस्को (1999) ने सन् 2000 में साक्षरता का प्रतिशत 47.3 माना है ।

भूटान के 8वीं सदी में सांस्कृतिक, ऐतिहासिक एवं धार्मिक सम्बन्ध तिब्बत से रहे हैं । चीन के तिब्बत पर एकाधिकार के समय 1959 में लगभग 6 हजार तिब्बतियों ने भूटान में शरण ली और वहां की नागरिकता ग्रहण की । प्रारम्भ से ही भूटान में राजशाही राजनैतिक व्यवस्था रही है । बीसवीं सदी के प्रारम्भ में तिब्बत के मॉडल पर धार्मिक प्रमुख जे. खेन्पो को सर्वोच्च स्थान दिया गया । ब्रिटेन के मार्गदर्शन पर 1907 में वंशगत राजशाही प्रारम्भ हुई । चीन के तिब्बत पर एकाधिकार से पूर्व भूटान की राजनीति अलग-थलग रही । चीन की साम्राज्यवाद प्रवृत्ति को देखते हुए वहां के नरेश जिग्मे दोरजी ने 1961-66 पंचवर्षीय योजना प्रारम्भ की और भूटान के आधुनिकीकरण के प्रयास शुरू किए । भारत के साथ लम्बी-अवधि के मैत्रीपूर्ण सम्बन्ध कायम किए । भारत ने थिम्पु को भारतीय सीमा से जोड़ने के लिये सड़क निर्माण में सहयोग दिया । विकास में सहयोग का हाथ बंटाय़ा ।

भूटान का लिखित संविधान नहीं है । राजा ही राज्य का मुखिया है । 1953 में वहां राष्ट्रीय एसेम्बली की स्थापना की गई । 1998 में राजा द्वारा दो महत्वपूर्ण अधिकार एसेम्बली को दिए गए । एक तो यह कि क्राउन प्रिंस के हक में दो तिहाई बहुमत से एसेम्बली राजा को हटाने पर विवश कर सकती है । दूसरा यह कि मंत्रिमंडल के अधिकांश सदस्यों का वह चुनाव कर सकती है । लेकिन राजनैतिक दलों एवं यूनियन गतिविधियों पर पाबंदी है । सुप्रीम कोर्ट ऑफ अपील, राजा है और वह उच्च न्यायालय के न्यायाधीशों को नियुक्त करता है ।

### जनसंचार: उद्भव एवं विकास

#### समाचारपत्र

भूटान में 20वीं सदी के मध्य तक जनसंचार माध्यमों ने जड़े तक नहीं पकड़ी । अलग-थलग रहने के कारण कम आबादी वाले इस देश में 1950 तक बौद्ध मोनेस्ट्रीज में लकड़ी के ब्लॉक से छपाई करने की पुरानी पद्धति से बौद्ध धर्म की पुस्तकें छापी जाती थी।

वहीं औपचारिक शिक्षा दी जाती थी । भूटान का पहला राष्ट्रीय पत्र कुवेन्सिल (थमेरिटी) सरकारी गजट के रूप में 1965 में प्रकाशित हुआ । 1961 की पहली पंचवर्षीय योजना के सन्दर्भ में इसे पहले पाक्षिक और फिर साप्ताहिक के रूप में प्रकाशित किया गया । भूटान के सामाजिक, आर्थिक विकास के साथ इस समाचारपत्र को भी विकसित किया गया । 1986 में भूटान सरकार के सूचना विभाग ने इस बुलेटिन को यू.एन. डेवलपमेन्ट कार्यक्रम के अन्तर्गत एक गम्भीर समाचारपत्र का रूप दिया । 12 पृष्ठीय यह साप्ताहिक पत्र टेबलॉयड साईज में जॉंगरवा, अंग्रेजी एवं नेपाली भाषाओं में छपने लगा ।

1981-86 की पांचवीं पंचवर्षीय योजना के समय जनसंचार माध्यमों के विकास को गति मिली । यह अनुभव किया गया कि राष्ट्रीय विकास, आत्म-निर्भरता एवं आर्थिक लक्ष्यों की प्राप्ति की दिशा में जनसंचार माध्यम महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकते हैं । भूटान सरकार ने भूटान ब्रॉडकास्टिंग सर्विस (बी.बी.एस.) तथा डेवलपमेन्ट सपोर्ट कम्यूनिकेशन डिविजन (डी.एस.सी.डी.) की स्थापना की । बाद में डी.एस.सी.डी. का नाम डेवलपमेन्ट कम्यूनिकेशन हो गया और यह प्रसारण मंत्रालय के अधीन काम करने लगा।

ह्यूमन राइट्स ऑर्गेनाइजेशन ने भूटान रिव्यू मासिक का 1993 में प्रकाशन शुरू किया । इसे भूटानीज अपील मूवमेन्ट को अर्डिनेटिंग कौंसिल का सहयोग प्राप्त था । ये दोनों विपक्षी राजनैतिक दल हैं, जिनका आधार नेपाल में है ।

### **रेडियो**

रेडियो की शुरुआत नेशनल यूथ एसोसिएशन ने सप्ताह में एक घण्टे के कार्यक्रम के साथ 1972 में की । स्वैच्छिक रूप से अपने स्टेशन को न चला पाने के कारण सरकार से देखभाल की प्रार्थना की गई । 1979 में मिनिस्ट्री ऑफ कम्यूनिकेशन ने इस स्टेशन को अधिगृहीत कर लिया और भूटान ब्रॉडकास्टिंग सर्विस प्रारम्भ की । 1986 में यूनेस्को ने बी.बी.एस. को 10 कि.वा. का शॉर्टवेव ट्रांसमीटर उपलब्ध कराया जिससे पहली बार पूरे देश में प्रसारण सम्भव हुआ । भारत की सहायता से मार्च, 1991 में बने नए 50 कि.वाट प्रसारण क्षमता वाले परिसर में बी.बी.एस. ने काम शुरू किया ।

सरकार द्वारा सहायता की मांग पूरी करते हुए यूनेस्को तथा डेनिश इन्टरनेशनल डेवलपमेंट एसोसिएशन ने एक महती परियोजना 1989-92 पूरी की ताकि स्तरीय कार्यक्रमों का निरन्तर प्रसारण सम्भव हो सके । प्रसारण एवं तकनीकी सुविधायें भी उपलब्ध कराई गई । पंचवर्षीय योजना की विकास-प्रक्रिया के लिए खास तौर से रेडियो की भूमिका को महत्वपूर्ण माना गया क्योंकि निरक्षरता का प्रतिशत अधिक था । 1998 में 60 प्रतिशत आबादी के पास रेडियो रिसीवर थे । भूटान की यह एकमात्र प्रसारण संस्था बी.बी.एस. हर सप्ताह तीस घण्टे चार भाषाओं में प्रसारण करती है । 1994 में 52 रेडियो आऊटलेट थे जिनमें से 11 का उपयोग मौसम एवं अन्य जानकारियों के लिए किया जाता है ।

### **टेलीविजन**

2 जून, 1999 तक भूटान में घरेलू टेलीविज़न सेवाओं का सूत्रपात नहीं हुआ था । 1989 में निजी सेटलाईट डिशज पर रोक लगा दी गई थी । विदेशी फिल्मों की लोकप्रियता को

देखते हुए ऐसी फिल्मों को टी.वी. दिखाए जाने की प्रवृत्ति पर रोक लगाने तथा विकास से सम्बन्धित सन्देशों के ग्रामीण क्षेत्रों तक पहुँचाने के लिए स्थानीय स्तर पर तैयार दृश्य-श्रव्य माध्यमों का उपयोग किया जाता था । इनमें विकास सम्बन्धी कार्यक्रमों, सांस्कृतिक, धार्मिक एवं राजनैतिक घटनाओं से संबन्धित कार्यक्रम शामिल थे । डेवलपमेंट सपोर्ट कम्यूनिकेशन डिवीजन (डी.एस.सी.डी.) द्वारा इस प्रकार की विकास सम्प्रेषण व्यूह रचना तैयार करने में योग देती थी ।

भूटान नरेश ने 1998 में यह घोषणा की कि जब उनका देश स्वयं अपने टी.वी. कार्यक्रम तैयार करने में सक्षम होगा, भूटान में टी.वी., स्टेशन खोल दिया जाएगा । तदनुसार भूटान के पहले टी.वी. स्टेशन ने 2 जून, 1999 को सेवाएं शुरू की । इससे पूर्व भूटान के नगरीय क्षेत्रों में जिनके पास वीडियो के सेट रिकार्डर थे, वे विदेशी फिल्में देखते थे । यद्यपि परम्परागत मूल्यों एवं संस्कृति की सुरक्षा के लिए विदेशी फिल्मों पर रोक थी परन्तु चोरी-छिपे यह व्यवसाय चलता था । भारत से हिन्दी फिल्में तथा थाईलैण्ड, हांगकांग से फिल्मों की मांग थी ।

### **नई सूचना प्रौद्योगिकी**

भूटान में इन्टरनेट की सेवाएं भी 2 जून, 1999 से प्रारम्भ हुई । एक साल में 500 सब्सक्राइबर तैयार हो गए । कम्यूनिकेशन मन्त्रालय के टेलीकॉम अनुभाग ने इकवेट शुरू किया। यह कार्य कनाडा डेवलपमेंट रिसर्च सेन्टर के सहयोग से किया गया । क्यूएनसेल कार्पोरेशन ने पहले ही 1997 में सिंगापुर की सिबरवेले टेक्नॉलोजी के सहयोग से अपने समाचारपत्र का ऑन लाईन प्रकाशन आरम्भ कर दिया था ।

1998 में लगभग 4 हजार कम्प्यूटर थे जिनमें 80 प्रतिशत थिम्पू में उपलब्ध थे । 1998 के अन्त तक भूटान में इन्टरनेट की सीधी पहुँच नहीं थी । यू.एन.डी.पी. ने अपने नेटवर्क से संचार माध्यमों को ई-मेल सुविधा प्रदान कर रखी थी । 1998 में आई.डी.आर.सी. के सहयोग से टेलीकम्यूनिकेशन अनुभाग के अन्तर्राष्ट्रीय ई-मेल के लिए राष्ट्रीय इन्टरनेशन इन्टरनेट सुविधायें तैयार की । वर्ल्ड वाइड वेब टेक्नॉलोजी के अन्तर्गत भूटान में राष्ट्रीय स्तर पर ई-मेल कान्फ्रेंसिंग आदि इन्टरनेट सेवाएँ उपलब्ध हैं।

### **संचार माध्यमों के सन्दर्भ में नीति**

भूटान के सातवीं पंचवर्षीय योजना (1992-97) में निजी क्षेत्र के विकास पर बल देने की नीति ने 18 सितम्बर, 1992 के शाही आदेश के अन्तर्गत निजी जनसंचार माध्यम संगठनों के विकास का मार्ग प्रशस्त किया । आदेश में कहा गया कि 'राष्ट्रीय केन्द्रीयकरण नीति के अनुरूप सरकार का यह लक्ष्य है कि राष्ट्रीय विकास के हर क्षेत्र में विभिन्न माध्यमों की व्यावसायिक (प्रोफेशनल) वृद्धि के लिए सुविधाएं एवं प्रोत्साहन दिया जाए । सरकार राज्य के सामाजिक, आर्थिक एवं राजनैतिक विकास के लिए भूटानी समाज के सभी वर्गों को इस प्रक्रिया में शामिल करना चाहती है ।'

सरकार के इस प्रकार आर्थिक विकास के उद्देश्य के साथ, जनसंचार माध्यमों के दुनिया में विकास एवं प्रगति की प्रवृत्ति के सन्दर्भ में सरकार जनसंचार माध्यमों को निजी क्षेत्र में

विकसित होने का अवसर दिया । इससे उस समय जिन संचार माध्यमों के खर्च का भार सरकार पर था, उससे भी उसे मुक्ति मिली । इस नीति को आठवीं योजना (1997-2002) में बेहतर बनाने का लक्ष्य रखा गया । योजना के मुख्य उद्देश्यों में सांस्कृतिक एवं परम्परागत मूल्यों, आत्मनिर्भरता, राष्ट्रीय सुरक्षा, सन्तुलित विकास, संस्थागत विकास, मानव-संसाधन विकास, निजीकरण एवं निजी क्षेत्र के विकास पर जोर दिया गया ।

1998 तक भूटान सरकार की यह इच्छा नहीं थी कि टेलीविजन शुरू किया जाए क्योंकि वहां के नरेश का विचार था कि इससे पश्चिमीकरण को ही आधुनिकीकरण मानने का युवाओं में भ्रम पैदा होगा । लेकिन पश्चिमी देशों में शिक्षित लोगों एवं नगरीय जनता की लगातार मांग के सन्दर्भ में अन्तर्राष्ट्रीय इलेक्ट्रॉनिक प्रसारणों एवं विदेशी माध्यमों की मांग को टालना कठिन हो रहा था । अन्तर्राष्ट्रीय सेटलाईट प्रसारण के बढ़ते दबाव के बीच भूटान में इस प्रकार के बाहरी माध्यमों के आक्रमण को टालना कठिन हो गया था । आखिर दूरदराज के इलाकों तक आधुनिक जनसंचार माध्यमों को पहुंचाने के लिए सरकार को राजी होना पड़ा ।

भारत सरकार द्वारा लगातार बी.बी.एस को ब्रॉडकास्ट जर्नलिज्म में प्रशिक्षण देने, तकनीशियनों एवं प्रबन्धकों को प्रशिक्षण प्रदान करने का सहयोग दे रही है । यद्यपि पहाड़ी क्षेत्र होने एवं सड़कों की खराब दशा एवं दूरदराज बस्तियों के कारण जनसंचार माध्यमों के विकास में कई बाधाएं हैं, मौसम के उतार-चढ़ाव भी परेशानी पैदा करते हैं लेकिन सरकार द्वारा जनसंचार सेवाओं के विस्तार के लिए प्रयत्नशील हैं ।

#### **प्रेस स्वतंत्रता के प्रमुख मुद्दे**

भूटान में स्वतंत्रता अभियानों एवं विभिन्न समुदायों के बीच सौहार्द उत्पन्न करने के मुद्दों के प्रसंग में जनमत की अभिव्यक्ति, विचार-विनिमय और वाद-विवाद के द्वारा राष्ट्रीय महत्व के मुद्दों पर बहस की जरूरतों को देखते हुए प्रेस की स्वतंत्रता एवं जनसंचार माध्यमों के विस्तार की आवश्यकता प्रतिपादित की जाती है । सरकार विदेशी माध्यमों के प्रवेश के खिलाफ है । वह प्रसारण सेवाओं एवं माध्यमों के विकास संबंधी लाभ उठाने के लिए प्रसार भी चाहती है । राजशाही शासन व्यवस्था में स्वतंत्रता की कल्पना की सीमाएं हैं लेकिन भूटानवासियों में अपने देश की छवि को एशिया में भूटानियों के एक आधुनिक राज्य के रूप में प्रस्तुत करने की ललक है ।

---

## **11.6 भारत में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी**

### **राष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य**

भारत, दुनिया का सातवां विशाल देश है । यह हिमालय पर्वतामालाओं और सागरों से घिरा है । एक ओर हिन्द महासागर है तो पश्चिम में अरब सागर, उत्तर-पश्चिम में पाकिस्तान, उत्तर में चीन, भूटान और नेपाल तथा पूर्व में म्यांमार और बंगलादेश की सीमाएँ हैं । दक्षिण में श्रीलंका है । उत्तर से दक्षिण तक जलवायु-भिन्नता है । विविध प्रकृति एवं वन्यजीवन का धनी है। मानसून पर निर्भर है ।

भारत की आबादी 20वीं सदी के अन्त में एक अरब की जनसंख्या को पार कर गई । यह संसार की आबादी का 16 प्रतिशत है । लेकिन भूभाग में दुनिया के भूभाग का 2.4

प्रतिशत में भारत बसा है । इस प्रकार आबादी का घनत्व 337 व्यक्ति पर वर्ग किमी. आता है । बारह नगर ऐसे हैं जिनकी आबादी एक मिलियन से अधिक है । भारत की साक्षरता का प्रतिशत 53.5 है । इसमें पुरुषों की साक्षरता 67 प्रतिशत है जबकि महिलाओं का प्रतिशत 39 है । केरल में शिक्षा का प्रतिशत सर्वाधिक है । हिन्दी, देवनागरी लिपि को सरकारी भाषा के रूप में संविधान में विशेष स्थान दिया गया है लेकिन अंग्रेजी भाषा के प्रयोग को भी जारी रखा गया है । भारत में 17 भाषाएं और 844 बोलियां बोली जाती हैं । कुल आबादी का 82 प्रतिशत हिन्दू 12 प्रतिशत मुसलमान, 2.4 प्रतिशत ईसाई, 2 प्रतिशत सिक्ख, 0.7 प्रतिशत बौद्ध, 0.4 प्रतिशत जैन तथा 0.4 अन्य धर्म मानने वाले लोग यहां निवास करते हैं । भारत की सभ्यता अति प्राचीन है । यहां की समृद्ध प्राकृतिक सम्पदा एवं महान संस्कृति ने इतिहास के लंबे दौर में अनेक व्यापारियों एवं यात्रियों को आकर्षित किया । भारत पर अनेक हमले हुए । भारतीय संस्कृति ने कई आक्रान्ताओं को अपने में समाया । भारत की संस्कृति विविधता में एकता का अनुपम उदाहरण है ।

### **जनसंचार माध्यम: उद्भव एवं विकास**

#### **समाचारपत्र**

18वीं सदी से भारत पर अंग्रेजों का शासन रहा । भारत के जनसंचार माध्यमों के विकास में अंग्रेजी शासन के दो महत्वपूर्ण प्रभाव परिलक्षित हैं । पहला प्रभाव अंग्रेजी भाषा का है जिसे उन्होंने भारत में फैलाया । दूसरा जेम्स अगस्ट्स हिक्की नामक अंग्रेज ने कलकत्ता में प्रेस लगाकर भारत में पहला समाचार पत्र प्रकाशित किया ।

भारत में समाचार माध्यमों का इतिहास दो भिन्न-भिन्न विचारधाराओं और उद्देश्यों को लेकर चलने वाले समूहों के परस्पर संघर्ष का इतिहास है । एक समूह ने सदैव अंग्रेजों के खिलाफ और भारत की आजादी के लिए समाचारपत्रों का प्रकाशन किया । दूसरे पक्ष में अंग्रेजी सत्ता के पक्षधर लोगों का समूह था । कुछ समाचारपत्रों को छोड़कर अंग्रेजों ने ब्रिटिश साम्राज्य को पुष्ट करने के लिए समाचारपत्रों का सहारा लिया । राष्ट्रवादी भारतीयों ने सामाजिक, धार्मिक, शैक्षिक एवं राजनैतिक सुधारों को बढ़ावा देने के लिए समाचारपत्र प्रारम्भ किए ।

ईसाई मिशनरियों ने धार्मिक साहित्य को प्रकाशित करने के लिए 15वीं एवं 16वीं सदी में छापाखाने शुरू किए । 29 जनवरी, 1780 को हिक्की ने 'बंगाल गजट' नामक पहला समाचारपत्र प्रकाशित किया । भारत के समाचारपत्रों का विकास चार चरणों में हुआ है । पहला चरण 1818-67 जिसमें राजाराम मोहन रॉय द्वारा हिन्दू समाज के सुधार हेतु प्रकाशित समाचारपत्र एवं अंग्रेजी सत्ता से संघर्ष का समय माना गया है । कलकत्ता और बम्बई भारतीय प्रेस के प्रमुख केन्द्र थे । रॉबर्ट नाईट ने 1861 में 'टाइम्स ऑफ इण्डिया' की स्थापना की । 1857 के गदर को भारतीय स्वतंत्रता का पहला संघर्ष माना जाता है । इस समय अंग्रेजों के अधीन समाचारपत्रों ने साम्प्रदायिक भावनाओं को उभारने की नीति अपनाई । इस नीति ने भारतीय प्रेस के दूसरे चरण को जन्म दिया ।

विकास का दूसरा चरण 1867-1918 तक माना जाता है । इस काल में अंग्रेजों के साम्राज्यवाद को सहयोग करने वाले समाचारपत्रों की कड़ी स्पर्धा के बावजूद भारत के राष्ट्रीय

स्वतंत्रता संग्राम में भाग लेने वाले लोगों द्वारा प्रारंभ समाचारपत्र उभरने लगे । बाल गंगाधर तिलक, महादेव गोविन्द रानाडे, दादा भाई नौरोजी एवं अन्य राष्ट्रवादी नेताओं ने अंग्रेजों के अन्याय के खिलाफ तथा सामाजिक सुधार के लिए समाचारपत्रों को हथियार बनाया । इस काल में कई महत्वपूर्ण समाचारपत्र प्रारंभ हुए जैसे अमृत बाजार पत्रिका, स्टेट्स मैन, दी हिन्दू, दी पायोनियर आदि । टेलीग्राफ लाईनें भी इसी काल में लगी । ब्रिटिश सरकार ने सरकार की आलोचना करने वाले समाचारपत्रों पर पाबंदी लगाने के लिए 1878 वर्नाक्यूलर प्रेस एक्ट लागू किया लेकिन राष्ट्रवादी पत्रकारों द्वारा पोषित एवं संभावित प्रेस ने भारत में स्वतंत्रता संग्राम के बीज बो दिए थे ।

समाचारपत्रों के विकास का तीसरा चरण 1919-36 का माना जाता है । स्वतंत्रता आंदोलन के प्रमुख नेताओं जैसे महात्मा गांधी ने अपने विचारों को फैलाने के लिए यंग इण्डिया (1919), हरिजन (1932) एवं गुजराती में नवजीवन शुरू किए । मद्रास में टी. प्रकाशम ने 1922 में स्वराज्य का प्रकाशन प्रारंभ किया । 1923 में अंग्रेजी का हिन्दुस्तान टाइम्स प्रारम्भ हुआ, जिसने स्वतंत्रता संग्राम को समर्थन दिया और अंग्रेजों की नाराजगी झेली ।

भारतीय प्रेस का आजादी से पूर्व चौथा चरण 1937-47 का दशक माना जाता है । इस काल में पत्रकारिता काफी परिपक्व हो चुकी थी । स्वतंत्रता संग्राम में दिलचस्पी के साथ प्रेस अन्य प्रमुख व्यावहारिक मुद्दों पर भी विचार करने लगी । दूसरे विश्वयुद्ध एवं स्वतंत्रता संग्राम की उथल-पुथल का दौर रहा । जवाहरलाल नेहरू ने 1938 में 'नेशनल हेराल्ड' की स्थापना की । राष्ट्रवादी समाचारपत्रों का झुकाव स्वतंत्रता संग्राम को मजबूत बनाने का रहा ।

15 अगस्त, 1947 को भारत की आजादी के बाद भारतीय समाचारपत्र जगत के लिए एक नए युग का प्रारंभ था । सरकार ने 1952 एवं 1977 में प्रेस कमीशन बनाए ताकि प्रेस सम्बन्धी कानूनों की जांच की जा सके तथा प्रेस के विकास के उपाय किए जा सकें । 1965 में प्रेस कौन्सिल की स्थापना की गई । लेकिन, 1975 में तत्कालीन प्रधानमंत्री इंदिरागांधी ने आपातकाल लागू किया । स्वतंत्र अभिव्यक्ति एवं प्रेस पर पाबंदी लगा दी । 19 महीनों का आपातकाल भारतीय प्रेस के लिए एक बड़ा झटका था ।

आपातकाल के बाद भारत में पत्रकारिता का स्वरूप बदल गया । इसका झुकाव व्यावसायिकता की ओर बढ़ने लगा । मुद्रण की नई टेक्नॉलोजी एवं संचार क्रान्ति ने समाचारपत्रों के विकास एवं विस्तार में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई । मुद्रण एवं अन्य क्षेत्रों में कम्प्यूटर का प्रयोग होने लगा । समाचारपत्रों की सामग्री में परिवर्तन आया । समाचारपत्र प्रकाशन का कार्य एक विशेष रंग रूप में उभरा । अनेक समाचारपत्र एवं उनके संस्करण प्रारंभ हुए । मुक्त अर्थव्यवस्था, इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों से प्रतिस्पर्धा आदि कई ऐसी बातें हैं जिन्होंने पत्रकारिता को नए आयाम दिए तथा पत्रकारिता का व्यावसायिक स्तर भी बढ़ा ।

### रेडियो

रेडियो का भारत में प्रारम्भ ब्रिटिश शासन के समय ही हो गया था । एमेच्योर रेडियो क्लब को 1934 में सरकार ने प्रसारण की इजाजत दी । इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कं. ने निजी क्षेत्र में बम्बई एवं कलकत्ता में 1927 में रेडियो सेवाएं शुरू की । उस समय निजी क्षेत्र ने प्रसारण

के क्षेत्र में जो पहल की उसकी परछाई आज टी.वी. के क्षेत्र में देख सकते हैं जहां निजी टी.वी. चैनल्स को संचालन की छूट हो दरअसल, निजी एमेच्योर क्लब्स के प्रयासों ने तत्कालीन सरकार के प्रसारण प्रणाली के विकास के लिए बाध्य किया ।

अंग्रेजी सरकार ने इंडियन स्टेट ब्रॉडकास्टिंग सर्विस की 1930 में स्थापना की । 1936 में इसका नाम ऑल इण्डिया रेडियो या आकाशवाणी किया गया । भारत की आजादी के समय 1947 में दिल्ली, बम्बई, मद्रास, लखनऊ, पेशावर (अब पाकिस्तान में) तथा ढाका (अब बंगलादेश में) में रेडियो सेवाएं जारी थीं । सरकार की मंशा गैर-राजनैतिक कार्यक्रमों के प्रसारण एवं सूचना माध्यम के रूप में रेडियो का विकास करने की रही लेकिन यह इतना शक्तिशाली माध्यम था कि इस पर सरकार ने सदैव नियंत्रण रखा और यह ध्यान रखा कि इसका उपयोग स्वतंत्रता संग्राम के लिए सहायक न बने ।

आजादी के बाद, रेडियो सरकार की नीतियों एवं विकास योजनाओं के सन्दर्भ में सम्प्रेषण का एक अति महत्वपूर्ण साधन बन गया । कृषि, साक्षरता, लोकसंगीत, परिवार कल्याण, स्वास्थ्य आदि कार्यक्रमों के द्वारा ग्रामीण चेतना का यह एक उपयोगी माध्यम साधित हुआ । लेकिन रेडियो सेवाओं के विस्तार की गति धीमी रही । रेडियो सेवाओं के विस्तार की संभावनाओं का दौर 1975-76 में तब शुरू हुआ जबकि इंडियन स्पेस रिसर्च आर्गेनाइजेशन (इसरो) ने भारत के विभिन्न प्रदेशों के 2400 गांवों में कार्यक्रमों के प्रसारण के लिए यू.एस. नेशनल एरोनॉटिक्स एडमिनिस्ट्रेशन (नासा) से सेटेलाइट प्राप्त किया । भारत की आजादी के समय आकाशवाणी के कुल छह स्टेशन थे । सन् 1997 में यह संख्या बढ़कर 200 हो गई । साथ ही 289 प्रसारण केन्द्रों का जाल बिछ गया और देश के 90 प्रतिशत क्षेत्र में 97 प्रतिशत आबादी को पहुँच में रेडियो पहुँच गया । अब रेडियो और दूरदर्शन एक स्वायत्तशासी संस्था के अंग हैं । 1997 में प्रसार भारती का गठन किया गया । सरकार का किसी राजनैतिक दल की दखल के बिना एक सशक्त जनसंचार प्रसारण प्रणाली के विकास की दिशा में यह कदम उठाया गया ।

भारत सरकार की जनसंचार माध्यमों के प्रति मुक्त सोच का परिणाम है कि 20वीं सदी के अन्तिम दशक तक आते-आते जनसंचार माध्यमों के विकास की गति तेज हुई है और प्रसारण माध्यमों की लोकप्रियता बढ़ी है । टेलीविजन समाचारों एवं मनोरंजन की दृष्टि से एक सशक्त माध्यम के रूप में उभरा है । यद्यपि प्रसारण माध्यमों की स्थापना के प्रारम्भिक लक्ष्यों में देश के विकास को गति देना प्रमुख लक्ष्य था लेकिन बाद में, यह मुक्त अर्थव्यवस्था एवं मुक्त सम्प्रेषण के सन्दर्भ में व्यापक बन गया ।

भारत में टेलीविज़न का प्रारम्भ 1959 में एक शैक्षणिक प्रयोग के रूप में दिल्ली में शुरू हुआ, जहाँ टी.वी. क्लब्स के 24 टी.वी. सेट्स पर कार्यक्रम प्राप्त होते थे । नियमित टी.वी. सेवाएं दिल्ली से 1965 में शुरू हुईं । 1975 में देश के 12 नगरों तक टी.वी. कार्यक्रमों को बढ़ाया गया। 1982 के बाद भारत में टेलीविजन नेटवर्क का विस्तार विश्व के एक बहुत बड़े नेटवर्क के रूप में तैयार हुआ । भारतीय टेलीविजन का स्वरूप यूरोप के मॉडल पर एक मजबूत नेटवर्क के रूप में जनसेवा को समर्पित नेटवर्क पर आधारित है । जहां कई निजी सेटेलाइट

चैनल्स को संचालन की इजाजत दी गई है । 1982 में एशियन गेम्स के समय रंगीन टेलीविजन कार्यक्रम प्रारम्भ हुए । 1997 तक टेलीविजन प्रसारणों की संख्या 900 पर पहुंच गई । बीसवीं सदी के अन्तिम 15 वर्षों में ही टी.वी. नेटवर्क दूरदर्शन ने अपने 19 चैनल्स से 40 अलग केन्द्रों से 900 प्रसारणों द्वारा देश के 70 प्रतिशत भूभाग और 87 प्रतिशत आबादी तक अपनी पहुंच का विस्तार किया । 12 भाषाओं में कार्यक्रम प्रस्तुत करना शुरू किया । यूनेस्को के आकड़ों के अनुसार 1991 में भारत में 63 मिलियन टी.वी. रिसीवर्स थे ।

1985 से 2000 तक भारत में टी.वी. परिदृश्य में क्रान्तिकारी परिवर्तन हुए । स्थानीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय निजी टी.वी. संचालकों ने निजी चैनल्स के लिए अनुकूल वातावरण तैयार किया। केबल एवं टी.वी. चैनल्स का उद्भव 1980 के दशक में हुआ । स्टार, सी.ए.एन., बी.बी.सी. डिस्कवरी, टी.एन.टी., कार्टून, एम.टी.वी., ए.टी.एन., केबल एवं अनेक राष्ट्रीय चैनल शुरू हुए । टाइम्स चैनल, हिन्दुस्तान टेलीविजन टेलीयोजना बाजार. एनाडु टेलीविजन, यू.टी.वी. आदि कई चैनल्स का प्रारम्भ बड़े समाचारपत्रों ने आरम्भ किया ।

### **नई सूचना प्रौद्योगिकी**

भारत में नई सूचना टेक्नॉलोजी के विकास को गति देने की दिशा में भारी दबाव और आधुनिकत सूचनाओं के साधनों के लिए मार्ग प्रशस्त करने के कारणों ने सूचना प्रौद्योगिकी में तेजी से परिवर्तन आए हैं । भारत दुनिया के बड़े सॉफ्टवेयर निर्माता देशों में से एक है । इन्टरनेट सेवाओं की मांग में तेजी आई । लेकिन 1998 तक सरकार की नीति के कारण अपेक्षित विकास रुका रहा ।

अगस्त, 1995 से 1998 तक विदेश संचार निगम लि. ही एकमात्र संस्थान था जो इन्टरनेट सेवाएं प्रदान करता था । कुछ खास उपभोक्ता समूहों के लिए सरकार ने इलेक्ट्रॉनिकस विभाग के अन्तर्गत नेशनल इन्फोरमेटिक्स सेन्टर तथा एज्युकेशन एण्ड रिसर्च नेटवर्क द्वारा भी ये सेवाएं प्रदान की जाती थी । ये सेवाएं डिपार्टमेंट ऑफ टेलीकम्यूनिकेशन (डॉट) ने 20 निजी संचालकों को लाइसेन्स देकर 1998 में इनका निजीकरण कर दिया । 1999 में 116 लोगों को लाइसेन्स मिल गए । लाइसेन्स शुल्क भी घटा दिया गया । केबल कम्पनियां भी मैदान में आ गई । इन्टरनेट पार्सर्स एवं साईबर कैफे खुलने का दौर शुरू हो गया ।

जुलाई, 1999 इन्टरनेट सॉफ्टवेयर कन्जोरटियम के सर्वेक्षण के अनुसार 1997 में 30 हजार इन्टरनेट उपभोक्ता थे । लगभग 23 मिलियन कम्प्यूटर संचालन में थे । केन्द्रीय एवं राज्य सरकारों ने सॉफ्टवेयर टेक्नॉलोजी पार्क खोलकर अन्तर्राष्ट्रीय सूचना प्रौद्योगिकी में बड़े बहुराष्ट्रीय संस्थानों को भागीदारी के लिए आकर्षित करने की चेष्टा की । भारतीय भाषाओं में वेबसाईट तैयार किए गए । कई भारतीय समाचार पत्र 'ऑनलाईन' पर आ गए । विदेशों में रहने वाले भारतीय इन समाचारपत्रों के पाठक हैं । इस प्रकार वाणिज्य, व्यवसाय, राजनीति, शिक्षा शोध, रोजगार आदि अनेक क्षेत्रों में क्रान्तिकारी परिवर्तन लाने वाली नई सूचना प्रौद्योगिकी के महत्व को समझते हुए भारत ने इसे तेजी से विकसित किया ।

### **जनसंचार माध्यमों के सन्दर्भ में नीति**

भारत में विकास से सम्बन्धित संचार माध्यमों को बढ़ावा देने की नीति पर बल दिया गया ताकि संचार माध्यमों को सामाजिक-परिवर्तन का एक बड़ा साधन बनाया जा सके। रेडियो और दूरदर्शन को स्वायत्तता देने के मसले पर एक दशक के वाद-विवाद के बाद 1990 में राष्ट्रपति ने प्रसार भारती बिल को स्वीकृति दी। इसके बाद 1997 में रेडियो एवं दूरदर्शन के स्वतंत्र संचालन के लिए प्रसार भारती निगम की स्थापना की गई। यह निगम प्रसारण समिति तथा संसदीय समिति के प्रति उत्तरदायी है। कुछ शक्तियां सरकार के अधीन हैं। सरकार के कामकाज में पारदर्शिता के लिए राजस्थान एवं तमिलनाडु सरकार ने सूचना के अधिकार का कानून पास कर दिया। केन्द्र के पास यह मुद्दा विचाराधीन है। भारत में जनसंचार माध्यमों को संविधान के अन्तर्गत स्वतंत्रता है।

### **प्रेस स्वतंत्रता के प्रमुख मुद्दे**

मुक्त अर्थव्यवस्था एवं वैश्वीकरण के बीच भारत में वैचारिक मतभेद और सामाजिक बदलाव का जोर है। कुछ लोग सरकार की उपस्थिति को जरूरी मानते हैं तो कुछ क्षेत्रों में सरकारी हस्तक्षेप बिल्कुल न होने की बात करते हैं। सूचना के अधिकार को केन्द्र सरकार द्वारा कानूनी रूप देने की मांग जारी है। संगठित समूहों की सूचना के अधिकार की मांग तथा नई सूचना टेक्नॉलोजी के बीच सरकार द्वारा सूचना माध्यमों पर नियंत्रण का कार्य समस्यायें बढ़ाने वाला है। ऐसे में सरकार की नीतियों के परिवर्तन का कार्य जनभावनाओं के अनुरूप संचालित होता है।

1955 के पत्रकार अधिनियम के अन्तर्गत पत्रकारों को औद्योगिक कर्मचारी माना गया है। इसके द्वारा पत्रकारों के न्यूनतम वेतन तय करने की दिशा में भी मार्गदर्शन दिया गया है। अर्थव्यवस्था एवं जनसंचार माध्यमों के वैश्वीकरण के सन्दर्भ में संस्थागत एवं माध्यमों के संचालन पर प्रभाव पड़ेगा।

---

## **11.7 मालदीव में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी**

---

### **राष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य**

मालदीव 1190 लघु द्वीपों का एक समूह है जो भारत और श्रीलंका के दक्षिण-पश्चिम में है। हर द्वीप की आबादी 2000 है। 300 वर्ग किलोमीटर का इसका क्षेत्र है। यहां की कुल आबादी 0.3 मिलियन के लगभग है। यहां की आबादी का अधिकांश भाग सुन्नी मुसलमान है। प्रारम्भिक इतिहास के अनुसार अधिकांश लोग बौद्ध धर्म के अनुयायी थे। साक्षरता का प्रतिशत सर्वाधिक 95.7 प्रतिशत है। अंग्रेजी इनकी अन्तरराष्ट्रीय भाषा है। अरबों के सम्पर्क से यहां की आबादी मुसलमान धर्म की अनुयायी बन गई। सुल्तानों के शासन में उथल-पुथल रही। 26 जुलाई, 1965 को यह देश आजाद हुआ। माले यहां की राजधानी है। यहां राष्ट्रपति शासन प्रणाली है।

### **जनसंचार: उद्भव एवं विकास**

#### **समाचारपत्र**

मालदीव में 'अल इस्लाह' समाचारपत्र के प्रकाशन के साथ प्रेस का प्रारम्भ 1943 से हुआ। गणतंत्र और राजतंत्र के उतार-चढ़ावों के बीच प्रेस के विकास की गति में बाधा पड़ती रही

। 1990 तक दो दैनिक और दो-दो साप्ताहिक, पाक्षिक, मासिक पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन होता था। दैनिक हवीरा 1978 में शुरू हुआ और 'आफाधिस' 1979 में प्रकाशित हुआ ।

ये दिवेही और अंग्रेजी भाषाओं में छपते हैं । अधिकांश समाचारपत्रों का प्रकाशन और वितरण मालदीव की राजधानी माले तक सीमित है । समाचार-संकलन की प्रक्रिया भी असंगठित है । यद्यपि वहां तीन समाचार समितियां हैं ।

### **रेडियो**

मालदीव में 'वायस आफ मालदीव' की शुरुआत 1972 में हुई । रेडियो और टेलीविजन सरकार के अधीन हैं । वहां दो रेडियो स्टेशन हैं । 95 प्रतिशत जनता तक रेडियो की पहुंच है । दिवेही एवं अंग्रेजी भाषाओं में प्रसारण होते हैं । 37 प्रतिशत सूचनाएं, 32 प्रतिशत मनोरंजन, 16 प्रतिशत शिक्षा तथा 15 प्रतिशत कार्यक्रम धर्म से संबन्धित होते हैं । जहां समाचारपत्र नगरीय क्षेत्रों तक सीमित है, रेडियो पूरे देश में सम्प्रेषण का सशक्त माध्यम है ।

### **टेलीविज़न**

'टेलीविज़न मालदीव' 1978 में शुरू हुआ । केवल एक ही टी.वी. स्टेशन है जो 6-7 घण्टे का प्रसारण करता है । अनुमानतः दस हजार टी.वी. सेट हैं । भारत के दूरदर्शन, सी.एन.एन., सी.एफ.आई एवं अरब ब्रॉडकास्टर्स ने सेटलाईट प्रसारण के लिए तकनीकी सहायता उपलब्ध कराई। ढांचागत सुविधाओं में फिर भी कमी है । हिन्दी-अंग्रेजी फिल्में दिखाने के लिए निजी वीडियो सिनेमा की व्यवस्था है । टी.वी. कार्यक्रम तैयार करने में भारतीय मूल्यों से प्रभावित हैं । लगभग 60 प्रतिशत कार्यक्रम विदेशी होते हैं । समाचार और मनोरंजन के कार्यक्रमों के प्रसारण के अलावा मालदीव में दूरस्थ शिक्षा देने के एज्युकेशनल मीडिया यूनिट है जो कामन वेल्थ ऑफ लर्निंग की सहायता से शैक्षणिक कार्यक्रम प्रसारित करता है । राष्ट्रीय एकता को सुदृढ़ बनाए रखने पर विशेष ध्यान दिया जाता है ।

### **नई सूचना प्रौद्योगिकी**

मालदीव में सूचना प्रौद्योगिकी का सूत्रपात 1996 में हुआ । देश में 3000 कम्प्यूटर हैं । देश के तीन समाचारपत्र ऑन-लाईन पर उपलब्ध हैं । दक्षिण एशियाई में सर्वाधिक घनत्व के साथ टेलीफोन सेवाएं उपलब्ध हैं । प्रति 100 व्यक्ति 7.5 मैन लाईन्स हैं । 80 प्रतिशत भूभाग में ये सेवा उपलब्ध है ।

### **जनसंचार माध्यमों के सन्दर्भ में नीति**

मालदीव के संविधान में बोलने, लिखने और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की गारंटी तो है लेकिन शरियत एवं कानूनों की सीमा में ही यह स्वतंत्रता है । तीन बातें संविधान के विरुद्ध हैं- इस्लाम के सिद्धान्तों, समाज की स्वरूपता एवं व्यक्ति की प्रतिष्ठा को आघात पहुँचाने का कार्य संविधान के नियमों के खिलाफ है । इस कानूनी ढांचे में प्रेस पर पाबंदी है । रेडियो एवं टी.वी. पर सरकार का पूर्ण अधिकार है ।

### **प्रेस स्वतंत्रता के प्रमुख मुद्दे**

भारत और श्रीलंका के नजदीक इस देश में भारतीय माध्यमों का प्रभाव नहीं है यद्यपि लोग भारत की फिल्मों, पत्र-पत्रिकाओं को पसन्द करते हैं । यद्यपि मालदीव में जनतंत्र को

पुष्ट करने की दृष्टि से सीमित भूमिका का निर्वाह करती है लेकिन भविष्य में इसका आधार मजबूत हो सकता है। मालदीव में प्रेस को आंशिक स्वतंत्रता प्राप्त है। माध्यमों पर सरकार की पकड़ मजबूत है। आय की दृष्टि से कम सम्भावनाओं के कारण पत्रकारिता का दर्जा एक हॉबी की तरह है। पत्रकारों के प्रशिक्षण के लिए कोई व्यवस्था नहीं है।

---

## 11.8 नेपाल में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी

---

### राष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य

नेपाल हिमालय पर्वत श्रृंखलाओं से घिरा हुआ एक देश है। इसके पूर्व, दक्षिण एवं पश्चिम में भारत स्थित है और उत्तर में तिब्बत है। 140,800 वर्ग किलोमीटर क्षेत्र में फैला हुआ है। भौगोलिक विविधता है। इस देश में दुनिया की सबसे बड़ी 10 पहाड़ी चोटियों में से 8 स्थित हैं। देश की राजधानी काठमांडू में नेपालियों की आधा मिलियन आबादी वास करती है। राष्ट्रभाषा नेपाली है जो देश के 50 प्रतिशत लोगों की भाषा है। बीस अन्य भाषाएं बोली जाती हैं जिनमें भोजपुरी और मैथिली भाषा प्रमुख हैं। 86 प्रतिशत आबादी हिन्दू हैं। 8 प्रतिशत बौद्ध एवं 3 प्रतिशत मुसलमान हैं। शेष अन्य लोग हैं। नेवार्स, भारतीय, तिब्बती, गुरुंग्स, मागव, तमंग, भोटिया, शेरपा, राम, लिम्बुस आदि निवास करते हैं। शिक्षा का प्रतिशत 40 है। यहां संविधान सम्मत राजशाही है जिसमें शासन की कार्यकारी शक्तियां नरेश एवं मंत्रीमंडल के पास हैं जो हाऊस ऑफ रिप्रेजेंटेटिव्स के प्रति उत्तरदायी हैं। प्रतिनिधि सभा के सदस्यों का हर पांच साल में चुनाव होता है। राष्ट्रीय सभा के सदस्यों को प्रतिनिधि सभा चुनती है। इनमें कुछ की नियुक्ति नरेश द्वारा तथा कुछ की जनता द्वारा की जाती है।

### जनसंचार: उद्भव एवं विकास

#### समाचारपत्र

नेपाल में एक सदी से भी अधिक समय से शासन करने वाले राणा परिवार के मुख्यपत्र के रूप में 1901 में नेपाल का पहला समाचार पत्र 'गोरखापत्र' प्रकाशित हुआ। यह साप्ताहिक पत्र था जो 1996 में दैनिक हुआ। 1951 में जनतांत्रिक व्यवस्था लागू होने के बाद कई पत्र शुरू हुए। 1957 में तत्कालीन प्रधानमंत्री ने कई अंकुश लगाए परन्तु पत्रकारों की लम्बी मांग को ध्यान में रखते हुए सरकार ने इन समस्याओं के समाधान हेतु प्रेस कमीशन गठित करने की मांग मान ली।

1960 में महाराजा महेन्द्र ने संसद भंग कर दी। निजी क्षेत्र के समाचारपत्रों का विकास अवरुद्ध हो गया। समाचारपत्रों की अभिव्यक्ति पर कई प्रकार की रोक लग गई। लेकिन सरकार द्वारा नियमित 'गोरखा पत्र' एवं 'राइजिंग नेपाल', दैनिक जारी रहे। 1962 में पंचायत प्रणाली लागू हुई। राजनैतिक दलों के पत्रों पर पाबन्दी लगा दी गई एवं सरकार की खिलाफत करने वाले सम्पादकों को सजाएं हुई। लेकिन पत्रकारों ने हौसला बनाये रखा। आम जनता का विश्वास निजी क्षेत्र द्वारा प्रकाशित समाचारपत्रों में था। 1981 में प्रेस कानून बदले। छोटे पत्रों की संख्या 90 से बढ़कर 400 हो गई। लेकिन कोई समाचारपत्र सरकार की आलोचना नहीं कर सकता था। 1990 में जब 18 अवसरों पर निजी समाचारपत्रों को जब्त

कर लिया और 45 पत्रकारों को गिरफ्तार कर लिया तो प्रेस पर दबाव बढ़ गया । संविधान सम्मत जनतंत्र की स्थापना के बाद अप्रैल, 1990 में राजनैतिक चेतना में वृद्धि के साथ समाचारपत्रों के प्रकाशन एवं स्तर में भी सुधार और वृद्धि का दौर प्रारम्भ होने लगा । 1962 में नेपाल की राष्ट्रीय समाचार समिति बनी । लेकिन इस सरकारी समाचार समिति में निजी पत्रों का विश्वास नहीं जमा।

जनता के असंतोष को देखते हुए नवम्बर 1991 में नेपाल के संविधान में प्रेस की स्वतंत्रता की गारन्टी की व्यवस्था की गई । इससे पूर्व की 1979 में महाराजा वीरेन्द्र ने प्रेस को आजादी देने की घोषणा की थी ।

1951-60 की अवधि में अधिकांश पत्र साप्ताहिक थे । सरकारों का ध्यान सरकारी माध्यमों पर अधिक होने था निजी क्षेत्र के समाचारपत्रों की अवहेलना के कारण नेपाल में समाचारपत्रों का विकास बहुत धीमी गति से हुआ । जनतांत्रिक प्रणाली शुरू होने पर भी हालत बहुत नहीं सुधरी । समाचारपत्रों के जल्द होने और सजा के डर से लोग इस क्षेत्र में पूंजी लगाने से डरते थे । राजशाही की खिलाफत करना मुमकिन नहीं था । 1990 के दशक में नए संविधान के प्रावधानों से आश्वस्त नेपाल की प्रेस ने संस्थागत रूप धारण करना प्रारम्भ किया । 1994-97 के बीच सात दैनिक शुरू हुए । इनमें दो अंग्रेजी भाषा के थे । सरकारी समाचारपत्रों की प्रसार संख्या घटने लगी । कई सालों तक के सरकारी नियंत्रण के बाद प्रेस के विकास के अवसर मिले । प्रमुख पत्रों में गोरखा पत्र, राईजिंग नेपाल, कान्तिपुर, काठमाण्डु पोस्ट, हिमालया टाइम्स, आज को समाचारपत्र आदि हैं । कई साप्ताहिक भी लोकप्रिय हैं । राजनैतिक दल भी अपने हितों के लिए समाचारपत्र प्रकाशित करते हैं । साप्ताहिक पत्र राजनीति से प्रेरित हैं । पूर्णतया स्वतंत्र समाचारपत्रों की संख्या अति अल्प है ।

### **रेडियो**

सरकार के स्वामित्व एवं संचालन में नेपाल में रेडियो की शुरुआत 1951 में हुई । इससे पूर्व जनता को रेडियो रिसेवर रखने की आज्ञा नहीं थी । महाराजा महेन्द्र ने नेपाली भाषा का पक्ष लिया । 1965 में हिन्दी एवं नेपाली भाषा के समाचार प्रसारण बन्द कर दिए गए । 1971 में नेशनल कम्यूनिकेशन प्लान बनाई गई । ब्रिटेन, अमेरिका, जापान एवं ऑस्ट्रेलिया के सहयोग से रेडियो के आधुनिक उपकरण लगाए गए । सरकार ने रेडियो का उपयोग शिक्षा एवं ग्रामीण विकास में प्रारम्भ किया । 1991 में सरकार ने नेपाल फोरम ऑफ इन्वायरमेन्टल जर्नेलिस्ट्स को काठमाण्डु घाटी में संचालन के लिए एफ.एम. रेडियो के लिए लाइसेंस दिया । इसके बाद कान्तिपुर समाचार समूह सहित कई संस्थानों ने रेडियो सेवाओं के विस्तार में योग दिया । रेडियो नेपाल अर्द्ध-स्वायत्तशासी संगठन द्वारा संचालित किया जाता है । एफ.एम. स्टेशन संचालन के लिए भी सरकार ने छह समूहों को लाइसेंस दिया है ।

### **टेलीविजन**

नेपाल टेलीविजन कॉर्पोरेशन ने एन.टी.वी. को 1985 में प्रारम्भ किया । इसकी लोकप्रियता तेजी से बढ़ी । 1994 में सेटेलाइट टेलीविजन शुरू हुआ । शांग्रिला चैनल को काठमाण्डु घाटी में केबल संचालन की आज्ञा दी गई । रेडियो और टेलीविजन पर अप्रत्यक्ष रूप

में सरकार का नियंत्रण है । उसे सरकार और सत्ता में बैठे राजनैतिक लाभ की भाषा बोलनी पड़ती है । इमेज चैनल और दो निजी संस्थान भी टी.वी. सेवाएं देने में संलग्न हैं । नेपाल टेलीविजन का दावा है कि वह 40 प्रतिशत आबादी को टी.वी. सेवाएं प्रदान करती हैं । 28 प्रतिशत भूभाग पर इसकी पहुँच है । पहाड़ी क्षेत्र होने के कारण टी.वी. की पहुँच की सीमाएँ हैं । कम्यूनिकेशन, सैटेलाइट द्वारा सम्पूर्ण आबादी को टी.वी. सेवाएं देने के प्रयास जारी हैं । लेकिन गरीबी के साथ केवल 15 प्रतिशत आबादी को ही विद्युत उपलब्धि आदि कई ऐसी बाधाएँ हैं जो टेलीविजन सेवाओं के मार्ग में बाधा है ।

### **नई सूचना प्रौद्योगिकी**

1999 में नेपाल में अनुमानतः इन्टरनेट सेवाओं का उपयोग करने वालों की संख्या 500 थी । इससे सिद्ध होता है कि नई सूचना प्रौद्योगिकी एवं माध्यम अभी नेपाल में नए हैं एवं उनकी पहुँच का दायरा बहुत सीमित है । इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में निजी निवेशकों की भूमिका के बारे में स्पष्ट नीति का अभाव है । इस कारण विकास की गति अत्यन्त धीमी है । राईजिंग नेपाल, कान्तिपुर, काठमांडु पोस्ट एवं कुछ साप्ताहिक पत्र ही अभी ऑन-लाइन पर उपलब्ध हैं ।

### **जनसंचार माध्यमों के सन्दर्भ में नीति**

नेपाल में संचार माध्यमों के समुचित विकास के लिए स्पष्ट नीति के निर्धारण के लिए अभी कोशिशें जारी हैं । नेपाल की 'प्रेस इन्स्टीट्यूट' भी समाचारपत्रों, फिल्मों, रेडियो, टेलीविजन एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी को ध्यान में रखते हुए एक नीति तय करने पर बल दे रही है । प्रयास यह है कि प्रेस की स्वतंत्रता को प्रोत्साहन दिया जाए तथा सूचना का अधिकार दिया जाए ताकि जनतंत्र के विकास को पुख्ता बनाया जा सके । इन्टरनेट, सेलूलर टेलीफोन, कम्प्यूटर्स एवं सैटेलाइट कम्यूनिकेशन ने विकास की दिशा में अपना योग देने के लिए सम्भावनाओं के नए द्वार खोले हैं जिनका विस्तार जरूरी है । इस भावना के साथ पत्रकारिता की शिक्षा के विकास के लिए कदम उठाये गये हैं । 1984 में स्थापित प्रेस इन्स्टीट्यूट भी पत्रकारिता के विकास एवं व्यावहारिक प्रशिक्षण कार्यक्रमों के द्वारा जनसंचार माध्यमों की जरूरतों को पूरा करने का प्रयास कर रही है । नेपाल में प्रेस, रेडियो, टेलीविजन एवं सूचना प्रौद्योगिकी के विकास में निजी क्षेत्र को प्रोत्साहित करने की सकारात्मक प्रवृत्तियाँ दृष्टिगोचर होने लगी हैं ।

### **प्रेस स्वतंत्रता के प्रमुख मुद्दे**

सरकारी माध्यमों के निजीकरण की मांग के लोकप्रिय होने के बावजूद अभी रेडियो और टेलीविजन का स्वामित्व एवं संचालन सरकार के अधीन है । सरकार के नियंत्रण में दो दैनिक समाचारपत्र भी हैं । सरकार ने समाचारपत्रों को निजी हाथों में देने तथा इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में निजी क्षेत्र की भागीदारी का वादा तो किया है लेकिन इस और कोई ठोस कदम नहीं उठाए हैं ।

निजी क्षेत्र में भी समाचारपत्रों के हित व्यवसाय एवं राजनीति से जुड़े हैं । अतः उनकी विश्वसनीयता भी कम है । कुछ का झुकाव वहाँ की कांग्रेस की ओर है तथा कुछ का कम्यूनिस्ट दलों की तरफ ऐसे में कोई पत्र पूर्णतः स्वतंत्र नहीं है ।

जनसंचार माध्यमों में निवेश बहुत कम हुआ है और आधुनिक टेक्नॉलोजी के बीच बहुत पुराने उपकरणों एवं कम प्रसार के बीच माध्यम झूल रहे हैं । जनसंचार माध्यमों की अपनी

कोई आचार संहिता नहीं है। पहाड़ी क्षेत्रों के होने तथा शिक्षा का स्तर कम होने के कारण रेडियो के विकास की भारी सम्भावनाएं हैं।

## 11.9 पाकिस्तान में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी

### राष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य

पूर्व में भारत को 2912 किलोमीटर उत्तर में 523 किमी. चीन की सीमा और पश्चिम में 909 ईरान एवं 2430 किमी. अफगानिस्तान की सीमा के बीच स्थित पाकिस्तान 803,940 वर्ग किलोमीटर क्षेत्र में फैला हुआ है। 1999 के मध्य पाकिस्तान की आबादी लगभग 138 मिलियन थी। पाकिस्तान की आबादी का लगभग 95 प्रतिशत मुसलमान हैं जिनमें 77 प्रतिशत सुन्नी तथा शेष शिया मुसलमान हैं। शेष ईसाई, हिन्दू या अन्य धर्मावलम्बी हैं। यद्यपि उर्दू 8 प्रतिशत लोगों की मातृभाषा है लेकिन पूरे देश में बोली एवं समझी जाती है। 4.8 प्रतिशत की भाषा पंजाबी, 12 प्रतिशत की सिन्धी, 10 प्रतिशत सेवाई की, 8 प्रतिशत की पश्तु, 3 प्रतिशत की बलूची एवं शेष अन्य भाषाएं बोली जाती हैं। अंग्रेजी सरकारी कामकाज की भाषा है। साक्षरता 41 प्रतिशत है। ग्रामीण क्षेत्रों में प्रतिशत कम है। भारत विभाजन के साथ 14 अगस्त, 1947 को पाकिस्तान बना। 1971 तक पाकिस्तान के दो हिस्से थे पूर्व एवं पश्चिम पाकिस्तान। गृहयुद्ध के बाद पूर्व पाकिस्तान अलग होकर बंगलादेश के रूप में उभरा।

### जनसंचार माध्यम: उद्भव एवं विकास

भारत विभाजन के समय जो भाग पाकिस्तान में गया लाहौर और कराची ही समाचारपत्रों के प्रमुख केन्द्र थे और इन नगरों के प्रकाशक और पत्रकार हिन्दू थे। जो मुसलमान पत्रकार भारत से पाकिस्तान गए वे पत्रकारिता के खालीपन को पूरी तरह नहीं भर सके। दिल्ली से डॉन तथा उर्दू के प्रमुख पत्र जंग और अन्जाम कराची चले गए। बंगाली दैनिक आजाद और अंग्रेजी का मॉर्निंग न्यूज कलकत्ता से ढाका चले गये। 1953 में मॉर्निंग न्यूज ने कराची से भी संस्करण शुरू कर दिया। 'अन्जाम' राजनैतिक उथल-पुथल एवं प्रतिस्पर्द्धा में टिक नहीं पाया। लेकिन डॉन, जंग और नवाज-ए-वक्त पाकिस्तान के बड़े समाचारपत्र समूह के रूप में विकसित हुए।

भारत और पाकिस्तान के बीच संघर्ष के कारण पाकिस्तान में समाचारपत्रों पर अंग्रेजी शासन के समय के कानूनों को बरकरार रखते हुए प्रेस पर और कई पाबन्दियाँ लागू कर दीं। सिक्क्यूरिटी ऑफ पाकिस्तान 1952 ने प्रेस सेन्सरशिप का रास्ता खोल दिया। शासन के प्रारम्भिक सात वर्षों में 15 समाचारपत्रों पर पाबन्दी लगा दी गई। 1947-58 की अवधि में प्रेस स्वतंत्रता पर रोक के बावजूद पत्र-पत्रिकाओं की संख्या 556 से 1106 हो गई और प्रसार संख्या में भी वृद्धि हुई।

1947 से 1958 तक समाचारपत्रों की प्रसार संख्या 125,000 से बढ़कर 710,000 हो गई। पाकिस्तान में 1958 एवं 1990 में मार्शल शासन के लागू होने के बावजूद प्रेस की वृद्धि जारी रही। प्रेस की स्वतंत्रता पर सर्वाधिक शक्तिशाली एवं हानिकारक हमला 1958-85 के अधिनायकवादी शासन में हुआ। प्रेस पर रोक से 1958 में 260 पत्रों की संख्या में कमी होकर

1960 में 64 रह गई । प्रेस एण्ड पब्लिकेशन (एमेन्डमेन्ट) आर्डिनेन्स 1964 नामक काला कानून लागू हुआ । 1965 में भारत के साथ युद्ध के समय डिफेन्स ऑफ पाकिस्तान रूल्स (डी.पी.आर.) लगा । बीस साल आपात् काल और यह कानून जारी रहे । 1971 के बाद भुट्टो में शासन सम्भाला । पत्रकारों पर अंकुश, धमकियां, गिरफ्तारियों का दबदबा बना रहा । उसके बाद भी समाचारपत्रों पर जुल्म जारी रहे । 1985 में मार्शल लॉ खत्म हुआ । इसके बाद पत्रकारों एवं अन्तरराष्ट्रीय माध्यम संगठनों के दबाव से पाकिस्तान में जनता एवं स्वतंत्र प्रेस का मार्ग धीरे-धीरे प्रशस्त होने लगा ।

### **रेडियो**

भारत विभाजन के समय पाकिस्तान को लाहौर, ढाका एवं पेशावर के तीन रेडियो स्टेशन मिले । 1948 में कराची में रेडियो स्टेशन स्थापित हुआ । 1974 में अर्थ सैटेलाइट स्टेशन बना । रेडियो पर सरकार का एकाधिपत्य है । साक्षरता की कमी के कारण रेडियो ही सबसे बड़ा माध्यम है । 1973 में कार्पोरेशन बनाया गया । इसके अन्तर्गत 22 रेडियो स्टेशन हैं । रेडियो की पहुँच अब सम्पूर्ण आबादी तक है ।

### **टेलीविजन**

अक्टूबर, 1963 में जापान की निप्पोन इलेक्ट्रॉनिक के साथ समझौते के अन्तर्गत दो टेलीविजन स्टेशनों का इस कम्पनी ने संचालन शुरू किया । इनमें लाहौर में 1964 में एक स्टेशन ने प्रसारण प्रारम्भ किया । टेलीविजन प्रमोटर्स कम्पनी बनी जो बाद में सरकार के संरक्षण में चली गई । पाकिस्तान टेलीविजन ने कराची, रावल पिंडी एवं इस्लामाबाद में केन्द्र स्थापित किये । 1992 में जापान के सहयोग से पी.टी.-2 चैनल आरंभ किया । 1989 में शालीमार रिकार्डिंग कं. को सरकार ने अधिकृत किया, जिसने 10 प्रसारण केन्द्र प्रारम्भ किये । पाकिस्तान टेलीविजन कार्पोरेशन का समाचार ब्यूरो, पी.टी.वी. एवं इसके क्षेत्रीय समाचार केन्द्रों के लिए समाचार बुलेटिन तैयार करता है । पी.टी.वी.-1 एवं पी.टी.वी.-2 के 56 प्रतिशत कार्यक्रम मनोरंजन, 16 प्रतिशत समाचारों, 10 प्रतिशत शिक्षा एवं 8 प्रतिशत संस्कृति एवं धर्म से सम्बन्धित होते हैं ।

### **नई सूचना प्रौद्योगिकी**

कम्प्यूटर का उपयोग करने वालों के पास इन्टरनेट सेवाएं जुलाई, 1995 में पहुँचने लगी । 1996 में 600,000 कम्प्यूटर थे । इन्टरनेट का उपयोग करने वालों की संख्या 4000 थी । यह संख्या 1999 में बढ़कर 10,000 हो गई । कई समाचारपत्र इन्टरनेट पर उपलब्ध हैं । जंग, नवाज ए वक्त, डॉन, दी नेशन आदि पत्र इसमें शामिल हैं । रेडियो पाकिस्तान की खबरें पी.बी.सी, वेबसाइट पर उपलब्ध हैं तथा पी.टी.वी. की भी अपनी वेब साइट है ।

पाकिस्तान टेलीकम्यूनिकेशन ऑथोरिटी (पी.टी.ए.) ने इलेक्ट्रॉनिक सेवाओं पर कई पाबन्दियां लगा रखी हैं । इन्टरनेट के उपभोक्ताओं को उनकी इलेक्ट्रॉनिक कम्प्यूनिकेशन के सरकार द्वारा मोनिटरिंग के लिए सहमत होना पड़ता है । इन्टरनेट द्वारा ध्वनि प्रसारण पर रोक है ।

### **समाचारपत्रों के सन्दर्भ में नीति**

पाकिस्तान में सरकार एवं विभिन्न माध्यमों के बीच संबंध परिवर्तन के दौर में है । प्रेस को अधिक स्वतंत्रता देने तथा सरकारी हस्तक्षेप से इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों को मुक्त करने की दिशा में निरन्तर दबाव बढ़ रहा है । प्रेस की स्वतंत्रता के संदर्भ में अपेक्षाएं बढ़ रही हैं । फ्रीडम हाऊस सर्वेक्षण के अनुसार प्रेस की आजादी पर पाबन्दियों के बावजूद पाकिस्तान की प्रेस दक्षिण एशिया की प्रेस में खुलकर बोलने की आदत की शिकार है । इस सर्वेक्षण ने पाकिस्तान में प्रेस की आंशिक स्वतंत्रता मानी है । पाकिस्तान में प्रेस एवं सूचना माध्यमों की आवाज को दबाने एवं सरकार द्वारा अपने नियंत्रण का शिकंजा दृढ़ रखने की प्रवृत्ति भी अन्य देशों के मुकाबले अधिक मानी गई है ।

#### **प्रेस स्वतंत्रता के प्रमुख मुद्दे**

यद्यपि 1985 के बाद पाकिस्तान में प्रेस की आजादी में कुछ सुधार आया है लेकिन मौलिक स्वतंत्रता के अधिकारों के साथ माध्यमों को संस्थागत स्वरूप प्राप्त होना आज भी बाकी है । प्रेस को राजनैतिक स्तर पर डराने, धमकाने का सिलसिला तथा अधिकारियों एवं शक्तिशाली वर्गों के दबाव पर कोई अंकुश नहीं है । जंग जैसे सबसे बड़े पाकिस्तानी समाचार समूह को भी परेशानियों का सामना करना पड़ता है । प्रेस कौंसिल की स्थापना एवं पत्रकारों की आचार संहिता का निर्माण बाकी है । कुल मिलाकर पाकिस्तान में प्रेस के स्वस्थ विकास एवं स्वतंत्र माहौल की संरचना अभी आधी-अधूरी है।

---

### **11.10 श्रीलंका में जनसंचार एवं नई सूचना प्रौद्योगिकी राष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य**

---

श्रीलंका 65,610 वर्ग किलोमीटर क्षेत्र में भारत के दक्षिण में स्थित है । यहाँ की आबादी 19 मिलियन है । इनमें 74 प्रतिशत सिन्हाली, 12 प्रतिशत श्रीलंकन तमिल, 6 प्रतिशत भारतीय तमिल एवं अन्य समूह निवास करते हैं । धार्मिक मान्यताओं के अनुसार सर्वाधिक 69 प्रतिशत बौद्ध, 15 प्रतिशत हिन्दू, 8 प्रतिशत ईसाई एवं 8 प्रतिशत इस्लाम धर्मों को मानने वाले हैं । सिन्हाली और तमिल राष्ट्रीय भाषा है । अंग्रेजी का सरकारी कामकाज में उपयोग होता है । अंग्रेजी बोलने वालों की संख्या सामान्यतः 10 प्रतिशत है । साक्षरता 90 प्रतिशत है ।

श्रीलंका भी अंग्रेजी साम्राज्य के अधीन था । फरवरी, 1948 में इस देश को आजादी मिली । 1972 में गणतंत्र की स्थापना हुई । एल.टी.वी.ई. के अलगाववादी आन्दोलन से लंका का सामाजिक एवं राजनैतिक जीवन कठिनाइयों के दौर में है ।

#### **जनसंचार: उद्भव एवं विकास**

##### **समाचारपत्र**

श्रीलंका में डच लोगों ने 1737 में छापाखाना लगाया । अंग्रेजी शासन में भी कई समाचारपत्रों का प्रकाशन होता था । आजादी के समय देश के समाचारपत्रों पर दो निजी समूह एसोसिएटेड न्यूज पेपर्स ऑफ सिलोन (ए.एन.सी.एन.) तथा टाइम्स ऑफ सिलोन का आधिपत्य था । ए.एन.सी.एन. द्वारा सिन्हाली, अंग्रेजी एवं तमिल भाषा के तीन प्रमुख पत्रों का प्रकाशन किया जाता था । 1846 में प्रारम्भ टाइम्स ऑफ सिलोन का प्रकाशन शुरू हुआ था, सिलोन

टाइम्स भी प्रमुख पत्र था । यह पत्र 1985 में बन्द हो गया । 20वीं सदी के अन्त में इस देश के समाचार जगत् पर ए.एन.एस., उपाली न्यूजपेपर्स लि. एवं विजया न्यूजपेपर्स लि. निजी समाचारपत्रों के समूह का प्रभुत्व था । 1971 में आपात्काल लागू किया गया । इसके बाद 1982-83 में आपात्काल को दोहराया गया और आपात्कालीन सरकारी शक्तियां ही सरकार के लिए नियम बन गए । एल.टी.टी. द्वारा जारी जातीय संघर्ष ने सरकार के आपात्कालीन नियमों को न्यायोचित ठहराया ।

इस प्रकार आजादी के बाद भी प्रेस को अभिव्यक्ति की आजादी नहीं दी गई । ऐसी स्थिति में, श्रीलंका में एक गुणात्मक प्रेस के विकास में अनेक बाधाएं आईं ।

### **रेडियो**

गवर्नर के भाषण के हेतु रेडियो की शुरुआत 1924 में हुई । ब्रिटिश शासनकाल से शुरू होकर 1980 तक रेडियो पर सरकार का एकाधिकार रहा । 1945 में श्रीलंका का रेडियो शक्तिशाली प्रसारण से युक्त था । 1950 में व्यावसायिक सेवा का भी प्रारम्भ किया गया । सरकार द्वारा संचालित श्रीलंका ब्रॉडकास्टिंग कार्पोरेशन (एस.एल.बी.सी.) का रेडियो पर एकाधिकार है । सिन्हाल, तमिल एवं अंग्रेजी में कार्यक्रमों का प्रसारण होता है । 1984 में सरकार द्वारा रेडियो, सेवाओं में निजी क्षेत्र को प्रोत्साहन देने की नीति अपनाई गई । इससे ग्यारह निजी क्षेत्र की कम्पनियां इस क्षेत्र में आईं । विदेश प्रसारणों में 60 प्रतिशत कार्यक्रम हिन्दी में प्रसारित किए जाते हैं ।

### **टेलीविजन**

टेलीविजन पर भी सरकार का नियंत्रण है । टेलीविजन का प्रारम्भ 1979 में हुआ । दो निजी उद्यमियों ने स्वतंत्र टेलीविजन नेटवर्क को स्थापना की । दो माह बाद सरकार ने इसे अधिगृहीत कर लिया । श्रीलंका रूपवाहिनी कार्पोरेशन की 1982 में सरकार ने स्थापना की । 1983 में शैक्षणिक कार्यक्रमों का प्रसारण होने लगा । 1992 सरकार ने अपने एकाधिकार में ढील दी । इसके एम.टी.वी., ई.टी.वी. आदि निजी कम्पनियों के चैनल शुरू हुए ।

### **नई सूचना प्रौद्योगिकी**

1994 में मोरातोवा विश्वविद्यालय में इन्टरनेट सेवा प्रारम्भ की गई । व्यावसायिक इन्टरनेट सेवाओं की 1995 से व्यवस्था की गई । इस विश्वविद्यालय में सरकार ने लन्कन एक्सप्रेसरीमेन्टर एकेडेमिक एण्ड रिसर्च नेटवर्क (लर्न) स्थापित करने में सहयोग दिया । यह देश में विस्तृत नेटवर्क तैयार करने में सफल रहा । 1997 में इन्टरनेट सेवाओं के 9045 उपभोक्ता थे । जनसंचार माध्यमों के सन्दर्भ में नीति

पीपल्स एलायन्स ने 1994 में यू.एन.पी. सरकार को 1994 में हरा दिया । एलायन्स ने अपने चुनाव घोषणापत्र में माध्यमों की स्वतंत्रता का वादा किया था, लेकिन नकारात्मक प्रवृत्तियां जारी रही । पत्रकार संगठनों की बराबर प्रेस स्वतंत्रता की मांग उठती रही । कोई भी राजनैतिक दल सत्ता में हो, वर्तमान कानूनों के तहत जब तक कोई कारगर नीति तय नहीं हो, प्रेस की आजादी पर अंकुश जारी रहेगा ।

### **प्रेस स्वतंत्रता के प्रमुख मुद्दे**

अभिव्यक्ति की नई संवैधानिक परिभाषा की आवश्यकता है । इसके लिए आवश्यक कानून बनाना भी जरूरी है । माध्यमों के लिए प्रेस को सीमित कानून एवं प्रेस की स्वतंत्रता को पुष्ट करने के लिए जनसंचार माध्यमों के सुधार की एकजुट कोशिश करने की जरूरत है ।

### 11.11 सारांश

दक्षेस देशों में दूरदर्शन के प्रसारण क्षेत्रीय व राष्ट्रीय आधार पर होने के साथ-साथ उपग्रह द्वारा क्षेत्रीय भाषाओं में भी होते हैं । इन कार्यक्रमों में स्कूल शिक्षा के कार्यक्रम से लेकर सभी विषयों व सभी आयु के दर्शकों के लिए कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं

आर्थिक रूप से दूरदर्शन सरकारी धन व कुछ विज्ञापनों द्वारा अर्जित धन पर निर्भर है आज दूरदर्शन और रेडियो दोनों प्रसार भारती कॉर्पोरेशन के अंग हैं पर वित्तीय आधार पर व अन्य तकनीकी समस्याओं के न सुलझ पाने के कारण सरकारी नियंत्रण और आर्थिक अवलम्बन ज्यों का त्यों बना है दक्षेस देशों में एक-दूसरे देश के विशेषज्ञों का आदान-प्रदान व प्रशिक्षण की सुविधाएं तथा छात्रवृत्ति देने का प्रावधान है और यह आदान-प्रदान सुचारु रूप से चल रहा है ।

### 11.12 कुछ उपयोगी पुस्तकें

1. मीडिया मोनिटर्स इन बंगलादेश, एम.टी. अनवर (1996)
2. बंगलादेश प्रेस कौंसिल (1984)
3. मासमीडिया एण्ड नेशनल डेवलपमेंट : ए केस स्टडी ऑफ बंगलादेश-जे. पी. दत्ता
4. बंगलादेश : चेंजेज एडमिस्ट ग्राथ-एन. हुडा
5. दी डाईलेमाज ऑफ स्माल स्टेट : जे. ब्रेथ
6. इंट्रोडक्शन ऑफ भूटान-एक पोमारेट, दी. गाईड बुक कम्पनी, हांगकांग
7. स्टेडेस्टीकल ईयरबुक, यूनेस्को, पेरिस
8. प्रेस एट दी क्रासरोड्स इन इण्डिया : एस. के. अग्रवाल, उद्यम प्रकाशन, दिल्ली
9. टेलीविजन एण्ड दी पब्लिक इन्टरेस्ट : जे.ज़ी. ब्लुमलर, सेज प्रकाशन, लन्दन
10. वर्ल्ड फैक्ट बुक (1999), वाशिंगटन
11. प्रेस एण्ड डेमोक्रेसी इन इण्डिया : एन. कौशल
12. खान. ए. डब्ल्यू एण्ड वार; दी : एप्रोप्रियेट मीडिया फॉर स्माल स्केल डिस्टेन्स एज्युकेशन सिस्टम्स : मीडिया एशिया
13. फ्रीडम हाऊस सर्वे (1996)
14. यूरोपियन वर्ल्ड ईयर बुक (1999)
15. एम. एहमद : टेलीविजन मालदीव
16. डी.एच. अधिकारी, मीडिया मोनिटर्स, इन नेपाल-मीडिया मोनिटर इन एशिया, सिंगापुर
17. नेशनल मास मीडिया डायरेक्टरी, प्रेस कौंसिल, काठमांडू
18. बी. कोईराला : कम्यूनिकेशन सीन : नेपाल
19. क्यू. ए. अली-ट्रालय बाई फायर एण्ड फायर आर्म-सी.पी.यू. न्यूज

20. अल मुजाहित-प्रेस, सिस्टम इन पाकिस्तान-मीडिया एशिया
  21. वर्ल्ड एसोसिएशन ऑफ न्यूज पेपर्स-1999, वर्ल्ड प्रेस ट्रेन्ड्स, पेरिस
  22. दी टर्मिंग ऑफ प्रेस इन श्रीलंका-एस.ए. मुनारत्ने, जर्नेलिज्म मोनोग्राफ्स
  23. एन.डी. उद्गमा (1996)-फ्रीडम ऑफ प्रेस इन श्रीलंका-यूनवर्सिटी ऑफ कैलिफोर्निया, डिजरटेशन
- 

### 11.1.3 निबंधात्मक प्रश्न

---

1. दक्षेस देशों में कौन-कौन से देश आते हैं? वहाँ के प्रमुख जनसंचार माध्यम क्या हैं?
2. दक्षेस देशों ने किन कारणों से संघ का निर्माण किया और उससे क्या अपेक्षाएं थीं?
3. दक्षेस देश प्रचार-प्रसार माध्यम के क्षेत्र में आपस में क्या सहयोग कर रहे हैं?
4. दक्षेस देशों की क्या समस्याएं हैं और उन्हें किस प्रकार सुलझाया जा सकता है?
5. दक्षेस देशों में रेडियो एवं टेलीविजन पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए ।
6. 'भारत में जनसंचार माध्यम और उनकी स्वतंत्रता' विषय पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए ।
7. 'पाकिस्तान में प्रेस की स्वतंत्रता नाम मात्र को है ।' इस कथन की समीक्षा कीजिए ।
8. संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए-
  1. नेपाल में जनसंचार माध्यम
  2. श्रीलंका में नई सूचना प्रौद्योगिकी
  3. भूटान में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया
  4. बंगलादेश में प्रेस स्वतंत्रता के प्रमुख मुद्दे
  5. मालदीव में रेडियो, टेलीविजन एवं समाचारपत्रों की दशा एवं दिशा

---

## इकाई 12 अमेरिका और ब्रिटेन में टेलीविजन

---

### इकाई की रूपरेखा

- 12.0 उद्देश्य
- 12.1 प्रस्तावना
- 12.2 अमेरिका में टेलीविजन
- 12.3 ब्रिटेन में प्रसारण सेवा
  - 12.3.1 प्रसारण अधिकार
  - 12.3.2 बी.बी.सी. टेलीविजन
  - 12.3.3 बी.बी.सी. का विकास
  - 12.3.4 केबल टी.वी. का प्रयोग
  - 12.3.5 विरोधाभास
  - 12.3.6 हार्ड एनेन की अध्यक्षता में कमेटी का गठन
- 12.4 अमेरिका एवं ब्रिटेन में टेलीविजन कार्यक्रम
  - 12.4.1 समाचार सेवा
  - 12.4.2 वित्त व्यवस्था
  - 12.4.3 अभिलेखागार
- 12.5 विश्व में मीडिया साम्राज्यवाद
- 12.6 सारांश
- 12.7 कुछ उपयोगी पुस्तकें
- 12.8 निबंधात्मक प्रश्न

---

### 12.0 उद्देश्य

---

टेलीविजन का आविष्कार और प्रयोग सर्वप्रथम अमेरिका में हुआ। यूं तो यह माना जाता है कि ब्रिटेन में भी वैज्ञानिकों ने प्रयोग उसी समय सफल बनाए पर विचारों और खबरों के पहुँचने और आदान-प्रदान में जो समय लगता था उसके कारण यह निर्णय करना कठिन हो गया कि किसे प्रथम मानें।

इस इकाई का उद्देश्य पाठकों को अमेरिकन टेलीविजन एवं बी.बी.सी. लन्दन के बारे में अवगत कराना है। दोनों देशों में आज अनेक चैनल लगातार 24 घण्टे का प्रसारण करते हैं। इनकी कार्यप्रणाली, सामान्य व्यवस्था, वित्त व्यवस्था आदि के बारे में इस इकाई में संक्षिप्त में प्रकाश डाला गया है। अधिक जानकारी के लिये ट्यूब ऑफ पेलेन्टी, टी.वी. इन अमरीका लार्ड स्काई रिपोर्ट, लार्ड एनेन रिपोर्ट तथा बी.बी.सी. हैण्ड बुक आदि का अध्ययन करें।

---

## 12.1 प्रस्तावना

---

अमेरिका और ब्रिटेन टेलीविजन की दृष्टि से दुनिया के अग्रणी देशों में से हैं । अमेरिका में टेलीविजन कंपनियां प्राइवेट हैं तथा विज्ञापन सेवा से धनार्जन करती हैं । अमेरिका के प्रत्येक प्रदेश में लगभग अलग-अलग कानून सूचना एवं प्रसारण संस्थाओं पर लागू होते हैं ।

ब्रिटेन में टेलीविजन की एक विशेषता यह है कि प्रसारण की व्यावसायिक विकास के क्रम में 'जनसेवा' के सिद्धांतों पर इसके नियंत्रण की प्रणाली भी विकसित की गई है । यह ध्यान में रखा गया है कि टेलीविजन संस्था स्वतंत्र बाजार में लाभ के लिए व्यावसायिक स्तर पर कार्य संचालन करने की प्रक्रिया में जनहित में भी महत्वपूर्ण योगदान दे । वह यह निश्चित करे कि जनहित ही उसका प्रमुख लक्ष्य है । केवल मनोरंजन करना उसका लक्ष्य नहीं है । इंग्लैंड के प्रसारण इतिहास में बी.बी.सी. के एकाधिकार और महत्ता की लम्बी कहानी है और आज भी दुनिया में बी.बी.सी. की पहचान है ।

---

## 12.2 अमेरिका में टेलीविजन

---

1894-95 में मार्कोनी के प्रयोग की सफलता सामने आ गई थी और 1897 में ब्रिटिश कॉर्पोरेशन का जन्म हुआ । 1899 में न्यूयार्क हेराल्ड ने मार्कोनी को अमरीका कप दौड़ का प्रति मिनट का सीधा प्रसारण एवं विवरण देने को बुलाया ताकि वह उसे विधिवत् छाप सकें और पत्रकारिता के क्षेत्र में अपना वर्चस्व स्थापित कर सकें । 22 नवम्बर, 1899 को अमरीका में मार्कोनी वायरलेस कम्पनी शुरू हुई । सन् 1919 में एक नई कम्पनी आर.सी.ए. (रेडियो कॉर्पोरेशन ऑफ अमेरिका) बनी । सन् 1923-24 में एक और चार्ल्स फ्रान्सिस जैनकिन्स (अमेरिका) और दूसरी ओर जॉन. एल. बेअर्ड्स (इंग्लैण्ड) ने टेलीविजन का प्रयोग सफल कर दिखाया । न्यूयार्क वर्ल्ड फेयर, 1939 में टी.वी. पूर्ण रूप से प्रसारण के लिये तैयार था । द्वितीय महायुद्ध के कारण टी.वी. पर से ध्यान हटाकर रेडियो को अधिक महत्त्व दिया गया था । महायुद्ध की समाप्ति पर 1946 में टी.वी. पर कार्य तेजी से प्रारम्भ हुआ । 1947 में एन.बी.सी. (अमेरिका) ने सीधा प्रसारण टी.वी. पर किया और इसे सैकड़ों लोगों ने देखा । 1947-48 में स्पॉन्सर्ड कार्यक्रम एन.बी.सी. व सी.बी.एस. पर आने लगे । 1948 से 1952 के बीच टेलीविजन अधिकतर अमरीकी और यूरोपियन देशों में फैल गया, साथ-साथ जापान में भी । इसका प्रसार कार्यक्रम लगभग 242 केन्द्रों से अमरीका में प्रसारित हो रहे थे तथा अन्य मनोरंजन व व्यावसायिक विज्ञापन आदि के द्वारा 60% बिक्री की जाती थी । अनेक अमेरिकन कम्पनी खुल गई तथा प्रत्येक के कार्यक्रमों में एक होड़-सी लग गई । आज प्रत्येक प्रदेश में सौ से ऊपर चैनल, पे चैनल व घर के लिए सीधे टेलीविजन प्रसारण का प्रावधान है ।

अधिकांश घरों में टेलीफोन की तरह टेलीविजन की लाइन है । जहाँ पहले शिक्षा के लिये इस माध्यम को प्राथमिकता दी जाती थी वहाँ आज विज्ञापनों ने अपना वर्चस्व जमा लिया है । अमेरिका के प्रदेश फ्लोरिडा में चिल्ड्रन्स थियेटर वर्कशाप नामक संस्था ने सीसेम स्ट्रीट नामक सीरीज से पिछड़े बच्चों को पढ़ाने के लिए कार्यक्रम तैयार किए । इसको अनेकों देशों में दिखाया गया एवं सराहा गया ।

अनेकों श्रोता व दर्शक अनुसंधानों की रिपोर्टों के आधार पर यह निष्कर्ष निकालना कठिन है कि टेलीविजन शिक्षा के लिये कितना सक्षम है? पर यह अवश्य सिद्ध होता है कि टेलीविजन देखने वाले लोगों का सामान्य ज्ञान टेलीविजन न देखने वालों की तुलना में कहीं अधिक एवं बेहतर होता है। विशेषकर यह बात उस श्रेणी के लोगों पर तो अधिक लागू होती है जो अशिक्षित हैं।

---

## 12.3 ब्रिटेन में प्रसारण-सेवा

---

यू तो टेलीफोन और वायरलैस के आविष्कार के साथ-साथ ब्रिटेन में प्रयोगात्मक रूप से संदेश भेजने की प्रक्रिया प्रारम्भ हो गई थी पर वास्तविकता में लगातार विधिवत् रूप से प्रसारण-सेवा ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कांपरिशन (बी.बी.सी.) का आरम्भ 1922 में हुआ। स्काइस कमेटी 1923 तथा क्राफोर्ड कमेटी 1926 ने यह माना कि अन्य सेवाओं की तरह रेडियो तथा बाद में टेलीविजन सेवा को अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर मान्यता दी जानी चाहिए तथा प्रत्येक देश व प्रदेश को अलग-अलग फ्रीक्वेन्सी (आवृत्ति) निर्धारित करनी चाहिए। प्रत्येक राष्ट्र को यह फ्रीक्वेन्सी सीमित मात्रा में दी जाए ताकि सभी मुक्त रूप से अपना-अपना प्रसारण सुचारु रूप से बिना दूसरे देश के प्रसारण में बाधा बने चला सकें।

### 12.3.1. प्रसारण अधिकार

क्राफोर्ड कमेटी ने विशेष रूप से यह माना कि प्रसारण का अधिकार प्रत्येक नागरिक को नहीं दिया जा सकता। यह एक जन सेवा का तथा राष्ट्र हित का कार्य माना जाना चाहिए। अतः प्रसारण के लिए कुछ नियम आवश्यक हैं और जिस संस्था को प्रसारण का अधिकार दिया जाए उसे लाइसेंस लेना जरूरी होगा। प्रसारण का मुख्य उद्देश्य शिक्षा, सूचना तथा मनोरंजन करना होना चाहिए। इनकी सामग्री उच्चकोटि की तथा समाज व संस्कृति के उत्थान के लिए हो। स्काई और क्राफोर्ड कमेटी ने यह भी माना कि प्रसारण संस्था पर सरकार एवं संसद का पूरा वर्चस्व रहे क्योंकि जनता व राष्ट्र के प्रति सरकार उत्तरदायी है। परन्तु उन्होंने भी स्पष्ट किया कि दिन-प्रतिदिन के कार्य में सरकार का हस्तक्षेप नहीं होना चाहिए। ऐसी सम्भावना से नकारा नहीं जा सकता कि अमुक मंत्री एवं पदाधिकारी के दबाव में कुछ सूचना तोड़-मरोड़ कर प्रस्तुत की गई। यह भी स्पष्ट किया गया कि सरकार को प्रसारण संस्था के मार्गदर्शन एवं सलाह का अधिकार नहीं होगा। 1926 में पोस्ट मास्टर जनरल ने हाऊस ऑफ कामन को बताया कि बी.बी.सी. को अपने निर्णय मुक्त रूप से लेने का प्रावधान सरकार ने मान लिया है।

इस प्रकार ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कांपरिशन इंडिपेंडेंट ब्राडकास्टिंग अथॉरिटी कार्यरत हुई। यह सत्य है, कि ब्रिटिश संसद एवं सरकार को बी.बी.सी. व अन्य संस्थाओं के छिद्रान्वेषण एवं कुछ कठोर कदम उठाने का अधिकार है पर यह तभी सम्भव है जब कि कोई भयंकर भूल व गलती हुई हो जो जन एवं राष्ट्र विरोधी हो। पिछले बहत्तर वर्षों में ऐसी स्थिति नहीं आई। यह भी माना जाता है कि कभी-कभी सरकार की ओर से दबाव आते हैं पर बी.बी.सी. की स्वतंत्रता अपने आप में अडिग रही है।

### 12.3.2 बी.बी.सी. टेलीविजन

ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कार्पोरेशन ने प्रथम टी.वी. प्रसारण सेवा अलेक्जेंडर प्लेस से 1936 में प्रारम्भ की जो लगभग अमरीका के साथ-साथ ही मानी जाती है। परन्तु द्वितीय महायुद्ध के समय इस सेवा को लगभग बन्द-सा करना पड़ा और शान्ति होने के उपरान्त 1946 से 1955 तक टेलीविजन सेवा में कोई विशेष वृद्धि नहीं हो सकी। परन्तु 1955 में आई.टी.ए. अर्थात् इंडिपेंडेंट टेलीविजन अँथारिटी ने अपनी कॉमर्शियल सेवा प्रारम्भ कर दी जो अधिक लोकप्रिय हुई। इससे बी.बी.सी. का कड़ा मुकाबला हो गया। शुरू-शुरू में तो बी.बी.सी. ने इसे अधिक महत्व नहीं दिया पर पिलमिंगटन रिपोर्ट के आधार पर बी.बी.सी. ने 1964 में क्रस्टल प्लेस से अपने दूसरे चैनल बी.बी.सी.-2 का प्रसारण शुरू किया।

### 12.3.3 बी.बी.सी. का विकास

ब्रिटेन में टेलीविजन के विकास के लिए प्रारंभिक चरण में ही एक ढांचागत मॉडल तैयार किया गया। इस प्रकार के टेलीविजन मॉडल का आधार जन सेवा प्रसारण (पब्लिक सर्विस ब्रॉडकास्टिंग) रखा गया। यद्यपि यह एक ऐसी अवधारणा थी जिसे राजनैतिक स्तर पर समझना कठिन था क्योंकि जनता द्वारा अधिगृहीत और संचालित जनसेवा प्रसारण पर राजनैतिक नियंत्रण नहीं रखा गया। ब्रिटेन में टेलीविजन का विकास संस्थागत हुआ और संस्थाओं का विकास ही ब्रिटेन के टेलीविजन का इतिहास है। एक तरह से ब्रिटेन में ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कम्पनी (बी.बी.सी.) का ही प्रसारण जगत् में आधिपत्य रहा है। अतः इस संस्था की कार्यशैली, सरकार की प्रसारण नीति आदि का परिचय बी.बी.सी. के माध्यम से मिलता है।

ब्रिटिश टेलीविजन की एक विशेषता यह भी है कि प्रसारण की व्यावसायिक विकास के क्रम में 'जनसेवा' के सिद्धान्तों के आधार पर इसके नियंत्रण की प्रणाली भी विकसित की गई। यह ध्यान में रखा गया कि टेलीविजन संस्था, स्वतंत्र बाजार में लाभ के लिए व्यावसायिक स्तर पर कार्य-संचालन करने की प्रक्रिया में जनहित में भी अपार योग दें। वह यह सुनिश्चित करें कि जनहित ही उसका प्रमुख लक्ष्य है। केवल मनोरंजन करना उसका लक्ष्य नहीं है। इसका एक राष्ट्रीय दायित्व भी है। इस विचार को ब्रिटेन की जनता ने स्वीकार किया कि जनहित के ऐसे प्रसारण मॉडल को सरकार की वित्तीय मदद मिले लेकिन इस पर राजनीतिज्ञों का सीधा नियंत्रण न रहे। इस प्रकार एक विशिष्ट प्रकार का ढांचा तैयार किया गया जिसके द्वारा जनसेवा के दायित्व को पूरा करने के बारे में कोई ऐसे कानूनों को परिभाषित नहीं किया गया जो इस प्रसारण सेवा का संचालन कानूनी आधार पर कर सकें। लेकिन सांस्कृतिक अवधारणा को लेकर सरकार ने इस पर अप्रत्यक्ष रूप से एवं सावधानी के साथ नियंत्रण रखा। यद्यपि सांस्कृतिक सिद्धान्तों के राजनीतिकरण से 1970 के आसपास टेलीविजन कार्यक्रमों को काफी प्रभावित करने की चेष्टाएं हुईं। मार्क्सवाद की ब्रिटिश माध्यमों में जो प्रवृत्तियां थीं, वे अमेरिका के समाजशास्त्रियों द्वारा जनसंचार पर किए गए अध्ययनों और परम्परावादी सामाजिक अवधारणाओं के खिलाफ थीं।

लेकिन समय के उतार-चढ़ावों एवं बदलती सामाजिक धारणाओं से अनुभव प्राप्त करके ब्रिटेन में टेलीविजन एक परिपक्व संस्था के रूप में विकसित हुआ। सन् 2000 तक लगभग 60 वर्ष से भी अधिक समय का सफर ब्रिटिश टेलीविजन ने तय कर लिया। इसकी उपलब्धि यह है कि इसके समसामयिक या 'करन्ट एफेयर्स' के कार्यक्रमों में दर्शकों का भरोसा और सम्मान है। कार्यक्रमों में गंभीरता है। विविध कार्यक्रमों के द्वारा हर श्रेणी के दर्शकों के लिए स्वस्थ मनोरंजन प्रस्तुत करने की दिशा में गंभीर चिन्तन है। ब्रिटिश टेलीविजन का विकास सामाजिक एवं राजनैतिक प्रभावों के परिवर्तनों और घटनाओं के लंबे दौर से गुजरा है। यह अनुभव किया गया कि जनसेवा प्रसारण प्रणाली की सफलता के लिए यह आवश्यक है कि उसमें सरकार का अंकुश रहे ताकि न केवल उसका संचालन, सेवा पर केन्द्रित रखकर किया जा सके बल्कि उसका वित्तीय आधार भी सुरक्षित रह सके।

ब्रिटिश टेलीविजन की अवधारणा इस विचार पर भी आधारित है कि टेलीविजन संस्था का वित्तीय आधार सुदृढ़ बनाए रखने और इसके सुसंचालन में सरकार के नियंत्रण तत्वों को बनाए रखने की प्रक्रिया में प्रसारणकर्ताओं को हस्तक्षेप से मुक्त रखा जाना चाहिए क्योंकि उनकी स्वतंत्रता का अर्थ है इसके द्वारा 'जनसेवा प्रसारण' के लक्ष्य की उपलब्धि करना। प्रसारण के क्षेत्र में स्वतंत्रता के अभाव में प्रसारण का मौलिक उद्देश्य करना कठिन है। ब्रिटिश टेलीविजन के विकास की अवधारणा ही इस बात पर निर्भर रही है कि निरंतर 'जनसेवा' के सिद्धान्त को बेहतर बनाने एवं विकसित करने के प्रयास किए जाए। सिद्धान्त के रूप में सामाजिक, शैक्षणिक, सांस्कृतिक एवं नागरिक क्षेत्रों के हित को सर्वोपरि स्थान दिया गया।

ब्रिटिश टेलीविजन व्यवस्था की यह विशेषता कायम रखने का भी प्रयास किया गया कि इसके संचालन में प्रतिस्पर्धा के स्तर पर उत्कृष्टता बनाये रखी जाए और व्यावसायिकता एवं प्रतिस्पर्धात्मक उत्कृष्टता का विशेष ध्यान रखते समय जनहित को गौण न माना जाए।

ब्रिटिश टेलीविजन भी कार्यक्रमों के वर्गीकरण के क्षेत्र में अन्य देशों के टेलीविजन कार्यक्रमों के समान ही है। जहां बच्चों, महिलाओं, पुरुषों एवं विभिन्न आयु वर्गों के लिए विभिन्न कार्यक्रमों की संरचना की जाती है। इनमें एक तो यथार्थ पर आधारित होते हैं और दूसरे काल्पनिक या साहित्यिक अवधारणाओं को लेकर तैयार किए जाते हैं। कई मनोरंजनात्मक 'सोपओपेरा' कार्यक्रमों का प्रसारण दिन-प्रतिदिन टेलीविजन के आर्थिक पोषण के लिए आजकल सब देशों में प्रचलित है और ब्रिटिश टेलीविजन भी इस प्रवृत्ति से अछूता नहीं है। बी.बी.सी. को इस प्रकार के कार्यक्रम टेलीविजन के विविध चैनलों की प्रतिस्पर्धा में अपने आप को खड़े रखने की दृष्टि से तैयार करने पड़ते हैं। दीर्घकालीन दृष्टि से, बी.बी.सी. अपने कार्यक्रम इस प्रकार तय करती है कि उसका दर्शकों के स्तर पर बाजार हिस्सा कम न हो।

लेकिन विश्वसनीयता और दायित्व का समाचारों तथा समसामयिक घटनाओं के प्रसारण में विशेष ध्यान रखा जाता है। यही कारण है कि ब्रिटिश टेलीविजन अपने दर्शकों और श्रोताओं का भरोसा अपने कार्यक्रमों में बनाए रखने में सफल रहा है। 1970 के बाद निरन्तर समाचार की विश्वसनीयता पर नजर रखी गई। निष्पक्षता और सन्तुलन बनाए रखने के लिए समाचारों का विश्लेषण करना, एक निरंतर प्रक्रिया का हिस्सा रहा।

बी.बी.सी. टेलीविजन राष्ट्रीय संकटों के समय कई ऐसी घड़ियों से गुजरा है जहां इसकी निष्पक्षता दांव पर लगी। राजनैतिक क्षेत्र में आम हड़ताल-1926, सुएज केनाल और सन् 1962 के उत्तरी आयरलैंड के मसलों ने बी.बी.सी. प्रसारणों के समक्ष कठिनाइयाँ उत्पन्न की। ऐसे संकट के समय यह तय करना जरूरी था कि राष्ट्रीय संदर्भों में उसकी भूमिका क्या हो, इस प्रश्न पर मंथन किया जाए। निष्पक्षता के मार्ग की कठिनाइयों का स्पष्टीकरण ऐसे समय में हुआ। कार्यक्रम निर्माताओं के लिए 'निष्पक्षता' की धारणा का स्पष्ट होना आवश्यक था। सन् 1922 में ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कम्पनी (बी.बी.सी.) की स्थापना के बाद विवादास्पद-प्रसारणों के मुद्दे पर कई बार विचार-विमर्श हुआ। इसके ऐसे प्रसारणों की ब्रिटेन की संसद में भी चर्चा हुई। कई बार बी.बी.सी. की कार्यप्रणाली पर नियंत्रण के प्रयास भी हुए। लेकिन इसकी विश्वसनीयता में निरन्तर वृद्धि होती गई। सत्ताधारीदल के भाषणों के प्रसारण का प्रश्न भी आया लेकिन किसी दल विशेष या सत्ताधारी दल के विचारों को अधिक महत्व दिया जाए या नहीं, इस बात पर आखिर यह निश्चय हुआ कि ऐसे में प्रसारणों की निष्पक्षता प्रमाणित होगी। अतः प्रसारणों की स्वतंत्रता महत्वपूर्ण मानी जानी चाहिए। इस प्रकार राज्य और बी.बी.सी. संबंधों में समय समय पर उठे विचारों को दूर करते हुए इस प्रसारण सेवा ने यह अनुभव किया कि उसे अपने कार्यक्रमों के संचालन में जनता के प्रति सर्वोच्च उत्तरदायित्व को सामने रखकर काम करना चाहिए।

टेलीविजन से पूर्व बी.बी.सी. की कार्यशैली और नीति का निर्धारण रेडियो प्रसारण के रूप में प्रारंभ हुआ। अतः बहुत अधिक इस रेडियो प्रसारण के इतिहास के विस्तार में न जाकर, बी.बी.सी. के विकास और निष्पक्ष एवं उत्तरदायित्व की भावना के साथ कार्य करने वाली संस्था के रूप में चर्चा की गई है। उल्लेखनीय है कि ब्रिटेन में चाहे राजनैतिक कार्यप्रणाली और संविधान का विकास हो या रेडियो और टेलीविजन का विकास हो, यह कुछ परम्पराओं के निर्वहन पर आधारित है और ब्रिटेन में प्रसारण-सेवा रेडियो की हो चाहे टेलीविजन की, इसका मूलाधार जनसेवा (पब्लिक सर्विस) के सिद्धान्तों से प्रेरित रहा है।

अनेकों बार ब्रिटेन में प्रसारण-सेवा की भूमिका पर समितियां बनी, इसकी कार्यशैली पर चर्चाएँ हुईं। अंकुश लगाने और हटाने के प्रयास भी हुए। यह भी सोचा गया कि इसका संचालन सरकार के एक विभाग के रूप में हो या निगम के रूप में यह काम करें। प्रसारण सेवा के दायित्वों और आचरण के बारे में भी विभिन्न विचारधाराएँ रहीं। इन सारे उतार-चढ़ावों के बाद सरकार ने इसकी भूमिका को परिभाषित करते हुए कहा कि प्रसारण सेवा एक जन उपयोगिता (पब्लिक यूटीलिटी) की सेवा है और इसके विकास के लिए यह दृष्टिकोण रखा जाना चाहिए कि यह जनहित में की जाने वाली राष्ट्रीय सेवा है।

सन् 1922 से 1926 तक ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कम्पनी ने काम किया। सन् 1923 से 1926 तक जॉहनरीथ इस कम्पनी के महानिदेशक रहे। 1927 में इसे ब्रिटिश ब्राडकास्टिंग कारपोरेशन बना दिया गया और जॉहनरीथ इसके प्रथम महानिदेशक बनाए गए जिन्होंने 1938 तक इस पद पर कार्य किया। उन्होंने प्रसारण सेवा के उच्च स्तर को बनाए रखने के प्रयत्न

किए । एक उच्च स्तर के नैतिक स्वर को कायम रखना और विकृत एवं आघात पहुंचाने वाले कार्यक्रमों से बचने की हर कोशिश करने की अनवरत प्रक्रिया पर बल दिया गया ।

ब्रिटेन में चाहे रेडियो हो या टेलीविजन, प्रसारण सेवा की एक राष्ट्रीय संस्था के रूप में उभरे और विकसित हुए । प्रसारण सेवा की विकास यात्रा में कुछ ऐसे बिन्दु थे, जिन्हें सर्वाधिक महत्वपूर्ण बिन्दुओं के रूप में रेखांकित किया गया । यह अनुभव किया गया कि 'प्रसारण-सेवा का लक्ष्य जनरुचि को बनाए रखना और परिष्कृत करना होना चाहिए । यह बात भी ध्यान में रखी गई कि यदि यह सोच रहा कि कार्यक्रमों की संरचना करने वाला व्यक्ति जो सोचता है वही जनरुचि है तो ऐसे कार्यक्रम यथार्थ से दूर काल्पनिक-मांग का रूप ले लेंगे और कार्यक्रम निर्माता की अपनी दृष्टि की भावना से कार्यक्रमों का स्तर गिर जाएगा ।' इस विचार को जॉहनरीथ ने व्यक्त करते हुए कहा कि प्रसारण की भूमिका शैक्षणिक होनी चाहिए और प्रसारणकर्त्ताओं को शैक्षणिक अभियानों एवं शैक्षणिक संस्थाओं के सीधे सम्पर्क के माध्यम से रेडियो का एक माध्यम के रूप में उपयोग करते हुए ज्ञान के प्रसार का पोषण करना चाहिए ।

इस प्रकार रेडियो से प्रारंभ उक्त आरंभिक विचारधारा ने ब्रिटेन के टेलीविजन को विरासत में यह सिद्धान्त दिया कि ज्ञान, अभिरुचि, आचरण आदि के सुधार और विकास में प्रसारण की भूमिका संस्कृति, नैतिकता और शैक्षणिक शक्ति के रूप में अंगीकार की जानी चाहिए । साथ ही प्रसारण का सामाजिक एवं राजनैतिक दायित्व भी होना चाहिए । ब्रिटेन में प्रसारण सेवाओं को एक स्वस्थ दृष्टि प्रदान करते समय 'जनमत' को ध्यान में रखा गया ।

नियंत्रण के स्तर पर ब्रिटेन में प्रसारण पर बी.बी.सी का एकाधिकार रहा । प्रारंभ में इसका स्वरूप निजी क्षेत्र में लाइसेन्स धारक कम्पनी से शुरू हुआ । यह एक उद्योग के रूप में उभरा । उसके बाद इसने सार्वजनिक क्षेत्र के उद्यम के रूप में सरकार द्वारा अधिकृत निगम का रूप लिया । सरकार के एकाधिकार में सरकार के नियंत्रण से स्वतंत्र प्रसारण सेवा का इसका स्वरूप कमजोर रहा और इसे दुनिया के अन्य देशों में एक अर्द्ध-सरकारी संस्था के रूप में स्वीकार किया गया ।

द्वितीय विश्वयुद्ध के समय प्रसारण सेवा पर अनेक दबाव बड़े । ब्रिटिश प्रसारण प्रणाली को जनसेवा और व्यावसायिकता का मिश्रण मानने की प्रवृत्ति भी रही । लेकिन जहां तक व्यावसायिकता से प्रेरित प्रसारणों का प्रश्न है, ब्रिटेन की संसद में इंडिपेंडेंट टेलीविजन ऑथोरिटी (आई.टी.ए.) के नाम से ब्रिटेन की संसद में पारित कानून के अंतर्गत एक निगम की स्थापना की गई । इस निगम को कॉमर्शियल टेलीविजन सेवा शुरू करने का काम सौंपा गया । इस सेवा का लक्ष्य : सूचना देना, शिक्षा देना और मनोरंजन करना रखा गया । यह प्रसारण सेवा राज्य के नियंत्रण में रखी गई । इसको भी गुणवत्ता से पूर्ण उच्च स्तर के कार्यक्रमों का प्रसारण करने की जिम्मेदारी दी गई । लेकिन यह परंपरागत ब्रिटिश प्रसारण सेवा का विकल्प न होकर, इन सेवाओं के विस्तार के रूप में गठित की गई । हैरी पिल्कींगटन की अध्यक्षता में 1960 में एक समिति बनाई गई जिसका काम बी.बी.सी. के टेलीविजन कार्यक्रमों से व्यावसायिक टेलीविजन (आई.टी.वी) की सेवाओं की तुलना करना था । इस समिति ने इंडिपेंडेंट टी.वी. (आई.टी.वी.) की सेवाओं को कमजोर पाया और सन् 1962 में प्रस्तुत अपनी रिपोर्ट में बताया

कि इसका लक्ष्य जनसेवा जागृत करना होना चाहिए । निगम की कार्यशैली अनुभव और परम्पराओं पर आधारित होनी चाहिए । समिति ने यह अनुभव किया कि व्यावसायिक टेलीविजन जनसेवा प्रसारण के सामाजिक दायित्व को निभाने में असफल रहा । समिति ने सिफारिश की कि बी.बी.सी. को एक तीसरा चैनल सौंपा जाना बेहतर होगा ।

सन् 1970 के दशक में प्रसारण सेवा की भूमिका पर पुनः चर्चा हुई । लार्ड एन्नन की अध्यक्षता में एक समिति गठित की गई जिसने 1977 में अपनी रिपोर्ट पेश की । इस समिति ने पूर्व की सभी सिफारिशों और समितियों के विचारों से हटकर जो विचार रखा वह विश्व की तत्कालीन सामाजिक, राजनैतिक एवं सांस्कृतिक-परिवेश के अनुरूप था । कई सालों से ब्रिटिश टेलीविजन ने सरकार और जनता के हितों को ध्यान में रखते हुए यथार्थ और कल्पना दोनों पर आधारित कार्यक्रमों का संचालन किया । कला, विज्ञान, अन्तर्राष्ट्रीय रिपोर्टाज, राजनैतिक-विवादों, सामाजिक एवं स्थानीय खोजपूर्ण मसलों आदि पर लोकप्रिय कार्यक्रम तैयार करके प्रसारित करते रहने का काम किया । लेकिन 1977 के बाद इन कार्यक्रमों में निहित राजनैतिक एवं सामाजिक प्रवृत्ति के प्रति विरोध का स्वर उभरने लगा ।

पिल्कींगटन ने बी.बी.सी. की प्रशंसा की थी और इंडिपेंडेंट टी.वी. (आई.टी.वी.) की आलोचना की थी । लेकिन इसके बाद की रिपोर्ट में लार्ड एन्नन ने आई. टी. वी. की तुलना में बी.बी.सी. की अधिक कमियों का संकेत दिया । इसके अलावा राजनैतिक क्षेत्र एवं आम जनता के स्तर पर यह धारणा बनने लगी कि प्रसारण सेवा एक बड़ी ताकतवर विषय बनने लगी है जो अपने राजनैतिक दिग्गजों और आम जनता, दोनों के प्रति अपनी जिम्मेदारी से हट रही है । साथ ही यह अनुभव किया जाने लगा कि ब्रिटेन में निरंतर बदलती जन-अभिरुचि, जनहितों और विभिन्न समुदायों की बढ़ती मांग को पूरा करने के संदर्भ में समाज का प्रतिनिधित्व करने में प्रसारण-सेवा सफल नहीं हो रही है । ऐसे में, स्थिति से निपटने के लिए तत्कालीन प्रसारण संस्थाओं का ढांचा बदलने का विचार भी सामने आने लगा ।

इसलिए 1977 की रिपोर्ट में कार्यक्रमों की श्रृंखला के विस्तार और समाज के अल्पसंख्यक एवं विभिन्न समुदायों को सम्बोधित करने की धारणा पर कार्यक्रमों के सृजन का सुझाव दिया गया । समिति ने अपनी सिफारिशों में कहा कि एक अलग चैनल शुरू हो जो उस समय के टी.वी. अधिकरणों से स्वतंत्र 'ऑपन ब्रॉडकास्टिंग ऑथोरिटी' को सौंपा जाए और उसका यह दायित्व हो कि वह एक ऐसी प्रसारण-सेवा का विकास करे जो उन लोगों का प्रतिनिधित्व करे जो पूरी तरह कार्यक्रमों में अभिव्यक्ति नहीं पाते या जो बी.बी.सी. और आई.टी.वी. की प्रस्तुतियों में कोई महत्व नहीं रखते । नई टी.वी. सेवा के बारे में कहा गया कि वह अपने खुद के कार्यक्रम तैयार करने के बजाय विभिन्न स्रोतों से कार्यक्रम तैयार करवा के उन्हें प्रसारित करे । एन्नन की रिपोर्ट के आधार पर 'चैनल-4' की शुरुआत 1980 में की गई । इससे पूर्व प्रसारण-सेवा की कार्यशैली पर कोई प्रश्न खड़ा नहीं हुआ । लोग जनप्रसारण सेवा को स्वीकार करते रहे । मूलतः प्रसारण-सेवा के एकाधिकार की नीति इस दावे से जुड़ी रही कि कार्यक्रमों के प्रसंग में स्वरूपता और सामाजिक स्वीकारोक्ति के लिए प्रसारण-सेवा का नियंत्रण एक एजेन्सी के पास रहना आवश्यक होता है । लेकिन, जब सामाजिक स्तर पर एक मत नहीं रहा और

प्रसारण या संचार के क्षेत्र में टेक्नोलॉजिकल विकास के साथ राजनैतिक वातावरण भी बदल गया तो जनसेवा प्रसारण के बारे में लम्बे समय तक चली आ रही व्यवस्था भी गड़बड़ा गई । प्रसारण-सेवा की स्वरूपता और परम्परा के बारे में भी नए तर्क दिए जाने लगे । यों सदी के आखिरी दशक में ब्रिटेन में टेलीविजन नीति और ढांचे में तेजी से परिवर्तन हुए ।

**सरकारी नियमों से मुक्ति के लिए चर्चा-**बीसवीं सदी के अन्त के सालों में प्रसारण सेवाओं को सरकारी नियमों से मुक्त करने के संदर्भ में चर्चा होने लगी और यह सवाल पैदा हुआ कि क्या सरकार को प्रसारण सेवाओं के भावी विकास की दिशा और स्वरूप को बाजार की ताकतों पर छोड़ देना चाहिए और राज्य का नियंत्रण बंद कर देना चाहिए? बीसवीं सदी के अन्तिम दशक में ब्रिटेन में चार राष्ट्रीय चैनल कार्यरत थे जिनका नियंत्रण दो अधिकरणों के हाथ में था ।

ब्रिटेन ने समय-समय पर विभिन्न समितियों के प्रतिवेदनों ने परिवर्तन की प्रक्रिया को जारी रखा । 1986 में पीकोक कमेटी ने प्रसारण सेवाओं के संदर्भ में अपने विचार प्रगट करते हुए कहा- हम एक ऐसे दौर से गुजर रहे हैं जहां प्रसारण के क्षेत्र में टेक्नोलॉजिकल विकास की रफ्तार बड़ी तेज है । लोग वीडियो रिकार्डर खरीदकर फिल्में देख सकते हैं । केबल नेटवर्क का भी विकास जारी है । सेटेलाइट्स के माध्यम से भी प्रसारण होने लगे हैं । ऐसे में प्रसारण के भावी स्वरूप के बारे में कोई भविष्यवाणी करना सम्भव नहीं लगता । कोई कारण नहीं कि भविष्य में काफी टेलीविजन फाईबर ऑप्टिक कम्यूनिकेशन तकनीक से दो-तरफा सम्प्रेषण या कम्यूनिकेशन सम्भव है और टी.वी. की 'लाईन' सम्भावना का मार्ग प्रशस्त हो सकता है ।'

रिपोर्ट में यह तर्क भी रखा गया कि विभिन्न चैनलों के टेलीविजन कार्यक्रमों का जब कम कीमत पर उपलब्ध होना सम्भव है तो बी.बी.सी. को लाइसेंस शुल्क प्रणाली द्वारा लम्बे समय से चली आ रही व्यवस्था के लिए लोग क्यों धन खर्च करेंगे? उल्लेखनीय है कि बी.बी.सी. का वित्तीय आधार प्रारंभ से ही लाइसेंस शुल्क प्रणाली रहा । पीकोक समिति ने बी.बी.सी. की वित्तीय व्यवस्था का कोई विकल्प ढूंढने की भी बात कही । उस समिति की राय में प्रसारण सेवा को एक वस्तु या 'कामोडिटी' समझा गया और बाजार प्रणाली के अनुसार इसे उपभोक्ता की जरूरतों के मुताबिक बाजार व्यवस्था का अंग माना गया । इसने प्रसारण सेवा के बाजार की बात कही यहां कार्यक्रम प्रस्तुत करने वालों की स्वतंत्रता, ट्रान्समीशन प्रणाली और हर कार्यक्रम के लिए भुगतान या हर चैनल के लिए भुगतान व्यवस्था की चर्चा की गई । यह भी कहा गया कि राज्य और अभिकरण को प्रसारण की प्रकृति और क्षेत्र का निश्चय और नियमन करने की परम्परा को जारी नहीं रखना चाहिए । भविष्य में प्रसारण-सेवाओं के उपभोक्ताओं को अपने कल्याण या भले-बुरे का निर्णय करने का पूर्ण अधिकार और आजादी होनी चाहिए ।

पीकोक ने परिवर्तन की प्रक्रिया और स्वतंत्र प्रसारण बाजार या मार्केट के विभिन्न स्वरों की बात करते हुए बी.बी.सी. के 'सब्सक्रिप्शन' के द्वारा वित्तीय सहायता देने की सिफारिश की । समिति की सिफारिशें जनसेवा प्रसारण के सिद्धान्त को समाप्त करने वाली थी । जनसेवा प्रसारणों या कार्यक्रमों के आर्थिक हितों की सुरक्षा के लिए पब्लिक सर्विस ब्राडकास्टिंग कौंसिल

की स्थापना करने की सिफारिश की गई । इस प्रकार पीकोक कमेटी की रिपोर्ट ने सभी पुरानी संसदीय समितियों की रिपोर्ट्स और विचारों को उल्टा कर दिया । अब तक व्यावसायिक दृष्टिकोण गौण था और जनसेवा के प्रति प्रतिबद्धता को प्रमुख स्थान दिया गया था । लेकिन उपभोक्ता के चयन की प्राथमिकता और व्यावसायिक दृष्टिकोण की तुलना में पीकोक समिति ने जनसेवा प्रसारण के विचार को द्वितीय स्थान से भी कहीं दूर रखा । उसने ब्रिटेन में टेलीविजन प्रणाली के विकास की दृष्टि से जनसेवा प्रसारण का कोई निश्चित भविष्य नहीं माना ।

**जनहित सिद्धान्त सर्वोपरि-**इस प्रकार ब्रिटेन में प्रसारण सेवाओं का आदर्श सन् 1920 से 1950 तक जनसेवा या जनहित सर्वोपरि का सिद्धान्त रहा और विक्टोरियन मध्यम वर्ग ने इसे एक महत्वपूर्ण उपलब्धि माना । विक्टोरियन युग में नैतिकता और सामाजिक कर्तव्य की भावना का समाज को सुधार के लिए विशेष महत्व माना जाता था । यह विचार भी मेथीव आर्नोल्ड ने रखा कि जो कुछ संसार में श्रेष्ठ है और जो कुछ श्रेष्ठतम सोचा और लिखा गया है वहीं संस्कृति है । इस विचार की ध्वनि प्रसारण सेवाओं की जनसेवा के रूप में भूमिका की वकालत करने वाले विचारों में मुखरित हुई । समाज में मध्यम या निचले दर्जे आदि के वर्गों के बीच वैमनस्य या तनाव दूर करने, समाज में वर्ग भेद मिटाने और गरीबों तक सांस्कृतिक और शैक्षणिक सुविधाएं पहुंचाने के लिए भी प्रसारण का उपयोग जनसेवा के रूप में करने की अवधारणा एक लंबे समय तक ब्रिटेन की रेडियो और टेलीविजन सेवाओं पर हावी रही । राष्ट्रीय गौरव, मधुरता और सामाजिक-एकता के आर्नोल्ड के आदर्श लगभग अर्द्ध सदी तक बी.बी.सी. की जनसेवा के रूप में प्रसारण की भूमिका के प्रमुख तत्व रहे और उसका प्रसारण सेवाओं में एकाधिकार कायम रहा ।

लेकिन उसके बाद का समय परिवर्तनों से पूर्ण था । पीकोक ने प्रसारण को पुनः परिभाषित किया । सूचना और प्रसारण के निजीकरण एवं खुलेपन का दौर शुरू हुआ । एम.टी.वी. या सी.एन.एन. (केबल न्यूज नेटवर्क) जैसे कई नए टी.वी. चैनलों की स्थापना हुई । धीरे-धीरे जनसंचार एवं प्रसारण सेवा का जनसेवा के रूप में उपयोग की अवधारणा अपनी उपयोगिता खोने लगी । राजनैतिक एवं सरकारी दृष्टिकोण भी परिवर्तित होते गए और सन् 1990 में सरकार ने प्रसारण एवं सूचना सेवाओं के लिए एक श्वेत पत्र जारी किया जिसमें कुछ बिन्दुओं पर सिफारिशें प्रस्तुत की गई-

1. आई.टी.वी. प्रणाली के स्थान पर क्षेत्रीय आधार पर तीसरा चैनल शुरू किया जाए जिसमें गुणवत्ता से पूर्ण समाचार और समसामयिक घटनाक्रमों की प्रस्तुति पर बल दिया जाए ।
2. आई.बी.ए. तथा केबल आथोरिटी के बजाय नया इंडिपेन्डेन्ट टेलीविजन कमीशन बनाया जाए ।
3. सन् 1993 से पांचवा चैनल शुरू किया जाए तथा यदि तकनीकी दृष्टि से सम्भव हो तो उसके बाद छठा चैनल शुरू किया जाए ।
4. बी.बी.सी. की सेवाएं 'सब्सक्रिप्शन' के आधार पर उपलब्ध कराने की दिशा में प्रगति की जाए ।

इस प्रकार हम देखते हैं कि ब्रिटेन में टेलीविजन के विकास में पीकोक रिपोर्ट के बाद एक नया मोड़ आया और टेलीविजन के प्रसार के लिए एक खुला वातावरण बनाने की प्रक्रिया तेज हुई।

बीसवीं सदी के अन्तिम दशक में ब्रिटेन के टेलीविजन क्षेत्र में अधिक हलचल पैदा हुई। वर्ष 1992 में 'चैनल-4' ने दस वर्ष पूर्ण कर लिए थे। इस समय इसके दर्शकों का हिस्सा दस प्रतिशत तक ही हो पाया। इसकी स्थापना ब्रिटेन की संसद के एक्ट 1980 के तहत हुई। यह इंडिपेन्डेंट ब्रॉडकास्टिंग ऑथोरिटी (आई.बी.ए.) की सहायक कम्पनी थी। यह समय सामाजिक, सांस्कृतिक एवं आर्थिक क्षेत्र में नए और पुराने मूल्यों के बीच टकराहट का समय था। विरासत और नए विचारों के बीच एक तनाव था। अतः परम्परावादी ब्रिटेन की इस प्रसंग में नए विचारों और अभिरुचियों के अनुरूप कार्यक्रमों के प्रसारण का जिम्मा 'चैनल-4' को दिया गया। लोगों की अपने साहस और स्वतंत्र विचारों को अभिव्यक्ति देने की प्रवृत्ति को देखते हुए ही इस चैनल के कार्यक्रमों को अन्य स्रोतों से तैयार करने का कार्य दिया गया। यह नेटवर्क नए और ताजा कार्यक्रमों के प्रसारण के साथ व्यावसायिक स्तर पर भी एक-पोषण के लिए व्यवसाय करने और बी.बी.सी. एवं आई.टी.वी. से कम खर्चीला होगा। यह भावना ही इसकी स्थापना से जुड़ी हुई थी। यह भी लक्ष्य था कि यह कम्पनी प्रसारण-उद्यम को प्रतिस्पर्धात्मक-स्तर पर नई दिशा का संकेत देने में सक्षम हो सकेगी।

ब्रिटेन की संसद के 1990 ब्रॉडकास्टिंग एक्ट के द्वारा 1980 के एक्ट की कुछ विशेषताएं तो संरक्षित रखी गईं लेकिन अवधारणाएं नहीं बदली गईं। नए कानून के अनुसार न्यूनता एवं प्रयोगात्मकता को बढ़ावा देना तथा सभी प्रकार की अभिरुचियों एवं हितों को प्रोत्साहित करना था।

इस प्रकार परम्पराओं और नैतिक आदर्शों के पोषण और राज्य के अधीन प्रसारण सेवा के बदलते मापदण्डों की तुलना में अमेरिका में प्रसारण के संबंध में स्पष्ट नीति यह है कि ब्रॉडकास्टिंग का अर्थ प्रारम्भ से अन्त तक एक ही है और वह है-व्यवसाय। वहां दावा यह है कि सरकार के न्यूनतम हस्तक्षेप के साथ लाभ कमाने के अधिकार पर अधिक से अधिक जोर देना। इस विचार के विपरीत ब्रिटेन में प्रसारण को जनता की सेवा का हथियार मानते हुए इसका उपयोग जनता के सांस्कृतिक अधिकार के रूप में इस्तेमाल करने पर बल दिया गया है। ब्रिटेन के फिल्म लेखक डेनिस पोटर ने एडीनबर्ग इन्टरनेशनल टेलीविजन फेस्टीवल के अवसर पर अपने भाषण में इस संदर्भ में कहा कि प्रसारण 'कोई ऐसा व्यवसाय नहीं है जिसमें शेयर धारकों को लाभांश दिया जाए बल्कि यह एक ऐसा विश्वास है जो कानून सरकार द्वारा अपने नागरिकों को उपलब्ध कराने की चेष्टा करता है।'

टेलीविजन के बारे में विभिन्न अवधारणाएं सामाजिक परिवर्तनों और बढ़ते उपभोक्तावाद से प्रभावित हुई हैं। अमेरिका में नई उपभोक्ता मार्केट के विकास से प्रसारण सेवा को जोड़ने की प्रवृत्ति झलकती है। वहां अधिकांश टेलीविजन कम्पनियां निजी क्षेत्र में हैं और उनका उद्देश्य अधिक से अधिक दर्शकों को आकर्षित करना और इसके द्वारा विज्ञापन बेचकर अधिक मुनाफा कमाना है। इसकी तुलना में राजनैतिक प्रणाली की आवश्यकताओं के अनुरूप दर्शकों का रुझान अपनी ओर बढ़ाना है। वहां दर्शक उपभोक्ता के बजाय एक नागरिक माने जाने की

प्रवृत्ति प्रबल है। ब्रिटेन में इस विचार पर भी गौर किया गया कि टेलीविजन के क्षेत्र में निगम काम करे जो जनता के वित्तीय आधार पर काम करे ताकि वह रचनात्मक कार्यक्रमों के द्वारा अपनी स्वतंत्र भूमिका निभा सके तथा सरकार या व्यवसाय से प्रभावित न हो सके। नागरिकों के सांस्कृतिक अधिकारों और स्वच्छ अभिरुचियों का विकास सम्भव हो सके। ब्रिटेन में टेलीविजन से पूर्व जो प्रसारण धारणाएं रही, वे रेडियो के सन्दर्भ में थी। टी.वी. के विकास के बाद भी ब्रॉडकास्टिंग या प्रसारण आदि शब्दों का ही आम प्रचलन रहा। वहां भारत की तरह रेडियो और टी.वी. को दो अलग-अलग भागों में देखने के बजाय प्रसारण सेवा के दो अभिन्न अंगों के रूप में माना गया। आमतौर पर ब्रॉडकास्टिंग का अर्थ टेलिकास्टिंग एवं ब्रॉडकास्टिंग अर्थात् प्रसारण के रूप में किया गया है। यद्यपि भारत में भी प्रसारण सेवाएं आपस में जुड़ी हुई हैं। सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय के अधीन काम करती है। 'प्रसार भारती' के रूप में इसका विशेष स्वरूप उभरा है लेकिन यहां विषय केवल ब्रिटेन के सूचना एवं प्रसार कार्यक्रमों के इतिहास और विकास की चर्चा तक सीमित रखा गया है।

**दुनिया में बी.बी.सी. की पहचान-**इंग्लैंड के प्रसारण इतिहास में बी.बी.सी. के एकाधिकार और महत्ता की लम्बी कहानी है, और आज भी दुनिया में बी.बी.सी. की पहचान है। लेकिन सन् 1950 के बाद निरंतर स्थितियों में परिवर्तन होते गए। 1950 में बी.बी.सी. के एकाधिकार को उस समय झटका लगा जब ब्रिटेन ने नई व्यावसायिक टी.वी. प्रणाली का प्रारंभ किया गया। आई.टी.वी. स्टेशन्स निजी अधिकार में काम करने लगे और इनका वित्तीय आधार विज्ञापनों से जुटाए जाने की प्रक्रिया शुरू हुई। बी.बी.सी. के वित्त का आधार लाइसेंस शुल्क ही चलता रहा।

नागरिकों के सांस्कृतिक अधिकारों के संदर्भ में सदी के अन्तिम दशक में काफी चर्चा की गयी। आम धारणा इस बारे में यह रही कि नागरिकों की राजनैतिक प्रक्रिया के संबंध में भागीदारी होनी चाहिए। दूसरा विचार यह भी प्रकट हुआ कि जनसेवा के लिए प्रसारण के प्रसंग में उपभोक्ता के अधिकार भी जुड़ने चाहिए। नागरिकों को निष्पक्ष एवं गहनता के साथ समाचारों एवं सूचनाओं का कवरेज मिलना चाहिए। जनसेवा की अवधारणा नागरिकों के निष्पक्ष समाचार और सूचना पाने के सांस्कृतिक अधिकार के साथ उनके उपभोक्ता अधिकारों को भी संलग्न किया जाना चाहिए। सांस्कृतिक अधिकारों में चार तत्व सम्मिलित हों-सूचना, ज्ञान, प्रतिनिधित्व एवं सम्प्रेषण। सूचना के अधिकार से तात्पर्य यह माना गया कि नागरिकों को वे सब सूचनाएं पाने का अधिकार होना चाहिए जिनके आधार पर वे राजनैतिक निर्णय ले सकें। ज्ञान के अधिकार से यह अर्थ लिया गया कि अधिक से अधिक क्षेत्रों में स्पष्टीकरण, वाद-विवाद और 'इन्टरप्रेटेशन' में नागरिकों की भागीदारी को प्रोत्साहन दिया जाए। प्रतिनिधित्व के अधिकार का मतलब यह माना गया कि लोगों को अपने अनुभवों, विश्वासों और अभिलाषाओं का सच्चाई के साथ जनसंस्कृति के संदर्भ में प्रतिनिधित्व करने का पूरा अधिकार होना चाहिए। इसके अलावा जनता से संबंधित सूचनाओं के प्रसार तथा विभिन्न विषयों के बारे में बोलने या अपनी बात सम्प्रेषित करने का अधिकार होना चाहिए। लेकिन उभरते टेलिविजन उद्योग उक्त चारों अधिकारों के संबंध में पूर्णतया या आंशिक रूप से असफल रहे हैं।

1990 के ब्रॉडकास्टिंग कानून के अंतर्गत क्षेत्रीय कार्यक्रमों का प्रसारण भी करना एक कानूनी दायित्व बनाया गया था । लेकिन बड़ी टी.वी. कम्पनियों का रुझान विस्तार पाते हुए अंतर्राष्ट्रीय टी.वी. कार्यक्रमों की ओर था । वे अपना आधार मजबूत बनाने और बेहतर कार्यक्रमों के द्वारा अपना विकास करने के लिए नियमों और कानूनों में ढील चाहते थे । सरकार ने बदलते परिवेश को देखते हुए टी.वी. कम्पनियों के संबंध में उचित ढील भी दी । इससे ब्रिटेन में टेलीविजन को एक नई दिशा मिली । विभिन्न टी.वी. चैनलों ने राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय स्तर के कार्यक्रम तैयार करने पर अधिक बल देना शुरू किया । साथ ही कानून मिटाना न्यूनतम जरूरी था, क्षेत्रीय कार्यक्रम भी जारी रखे ।

हाउस ऑफ कॉमन हेरिटेज कमेटी ने आखिर 1993 में बी.बी.सी. के भविष्य पर अपनी रिपोर्ट में इसके वित्तीय आधार लाइसेंस शुल्क का बड़ी बहस के बाद एक दशक तक जारी रखने की सिफारिश की । लेकिन साथ ही कमेटी ने बी.बी.सी. को हर अवसर का फायदा उठाते हुए अपनी भूमिका का टी.वी. मार्केट में विस्तार करने को कहा । दूसरी ओर बी.बी.सी. की धारणा यह बनी कि संक्रमणकालीन उभरती टेलीविजन मार्केट में बी.बी.सी. अपनी प्रभावपूर्ण भूमिका तभी निभा सकती है जबकि इस प्रतिस्पर्धा की खुली छूट दी जाए ।

आखिर बदलती परिस्थितियों के संदर्भ में यह धारणा प्रबल हुई कि पब्लिक ब्रॉडकास्टिंग को टेलीविजन मार्केट के परिवर्तित अर्थशास्त्र के अनुरूप समझौता करके अपने विकास का नया अध्याय शुरू करना चाहिए । राजनैतिक और सांस्कृतिक परिदृश्य में आए बदलावों ने टेलीविजन के प्रति दृष्टिकोण को बदला । जैसा कि चर्चा की जा चुकी है कि बी.बी.सी. राष्ट्रीय संस्कृति के सन्दर्भ में एक राष्ट्रीय टेलीविजन एजेन्सी के रूप में परिभाषित की गई थी । लेकिन समय और स्थितियों ने धारणाएं बदलीं । बी.बी.सी. का दर्शन भी बदला । नई धारणा यह सामने आई कि राष्ट्रीय संदर्भों के अलावा जब तक बी.बी.सी. के कार्यक्रम अधिकतम श्रेणियों और शृंखलाओं के विचारों और दृष्टिकोण की विविधा लेकर नहीं चलेगा, उसके विकास को गति देना सम्भव नहीं हो सकेगा ।

इस विचार के साथ यह बात भी स्पष्ट हुई कि मुक्त रूप से प्रतिस्पर्धा के लिए टेलीविजन की व्यावसायिक गतिविधियां, विज्ञापनों से एवं दर्शकों से सीधी आय और सरकार द्वारा स्वीकृत धन से ही टेलीविजन को मजबूत आधार प्रदान करना सम्भव है । यह निश्चित विचार भी सामने आया कि विज्ञापनों पर आधारित टेलीविजन प्रणाली को सर्वाधिक महत्व उपभोक्ता और दर्शकों को देना जरूरी है । लेकिन ब्रिटेन ओर अमेरिका के इस बारे में भिन्न विचार हैं । ब्रिटेन में प्रसारण सेवा को पूर्णतः उपभोक्ता पर आधारित करने की धारणा के विरुद्ध भी अनेक लोग हैं और वे नहीं चाहते कि बी.बी.सी. की सेवाएं भी उपभोक्ता वस्तु की तरह एक सेवा बनकर रह जाए । ऐसे में, ब्रॉडकास्टिंग के सरकारी या 'पब्लिक फंडिंग' आवश्यकता माना गया है न कि एक विकल्प ।

एक तरफ समय के साथ प्रसारण-सेवा को पूर्ण तथा मुक्त रूप से संचालित होने की स्थितियों की आवश्यकता प्रतिपादित की गई और सरकार की नीति के अनुरूप कार्यक्रम बी.बी.सी. को जनसेवा प्रसारण एवं जनता की राजनैतिक, सामाजिक और सांस्कृतिक आकांक्षाओं

की शर्त का साधन माना गया । दूसरी ओर इसके निजीकरण एवं पूर्णतया मुक्त स्वरूप की वकालत की गई । एक तरफ जनता के सांस्कृतिक अधिकारों के संरक्षण तथा जनतांत्रिक जीवन की गुणवत्ता को बनाए रखने के लिए सार्वजनिक या सरकारी सहायता से पब्लिक इन्स्टीट्यूशन या सार्वजनिक संस्था के रूप में बी.बी.सी. के मौलिक दर्शन को बनाए रखने पर जोर दिया गया । दूसरी ओर अमेरिका की तर्ज पर उपभोक्ता की मांग के अनुरूप प्रसारण-सेवा को ढालने की खुली छूट पर वाद-विवाद हुए । इस प्रकार ब्रिटेन में टेलीविजन के विकास के लिए जहां समय-समय पर नीतिगत परिवर्तन हुए, वहां परंपरागत विचार और टेलीविजन की सामाजिक भूमिका को भी नजरअंदाज नहीं किया गया तथा ब्रिटेन में एक संक्रमण काल से गुजरते हुए टेलीविजन ने अपनी भूमिका का निर्वाह किया और कार्यक्रमों को परिष्कृत करने तथा नैतिक एवं सामाजिक दायित्व को निभाते हुए अपनी बीसवीं सदी की यात्रा को पूर्ण किया । अपने देश की कला, संस्कृति और समाज में अपनी जड़ों को मजबूती से जमाए रखा और बदलती दुनिया के साथ बदलाव की प्रक्रिया को भी जारी रखा है ।

अभी तक बी.बी.सी. कार्यक्रम अधिकतर शिक्षा सम्बन्धी थे । यह छोटे-छोटे ट्रांसमीटरों द्वारा अलग-अलग क्षेत्रों में देखे जाते थे पर बी.बी.सी.-2 के आने के बाद नए चैनल के द्वारा 95% लोगों को कार्यक्रम सिगनल मिलने लगे साथ ही 91% लोगों के पास इसे देखने की सुविधा थी । बी.बी.सी.-1 तथा बी.बी.सी.-2 के कार्यक्रमों को इस तरह प्रसारित किया जाने लगा कि दोनों बी.बी.सी. चैनलों के कार्यक्रम आपस में स्पर्धा के स्थान पर एक-दूसरे के पूरक का काम करें तथा दर्शक अपनी इच्छानुसार व आवश्यकतानुसार कार्यक्रम देख सकें ।

प्रसारण समय भी बढ़ा दिया गया । 1962-63 में बी.बी.सी. ने 3380 घण्टे का प्रसारण किया जब कि 1973-74 में यह 10,747 घण्टे था । इसमें 88% अर्थात् 9500 घण्टे के लगभग कार्यक्रम बी.बी.सी. के अपने स्टूडियो में अपने प्रोड्यूसरों द्वारा निर्मित किए गए थे । दूसरी ओर आई.टी.बी. का कुल प्रसारण समय 9300 घण्टे था व उनके द्वारा बनाए प्रोग्राम 7500 घण्टे के थे बाकी अन्य कम्पनियों व विदेशी फिल्म द्वारा पूरा किया गया ।

इस समय टेलीविजन कार्यक्रम श्वेत-श्याम थे तथा वी.एच.एफ. (वेरी हाई फ्रीक्वेन्सी) व यू.एच.एफ. (अल्ट्रा हाई फ्रीक्वेन्सी) का प्रयोग प्रसारण के लिये किया जाता था । ट्रांसमीटरों की संख्या दिन पर दिन बढ़ रही थी । सन् 1974 तक 50 हाई पावर व 400 लो पावर प्रसारण केन्द्र कार्य कर रहे थे तथा 95% लोगों को अल्ट्रा हाई फ्रीक्वेन्सी का व वेरी हाई फ्रीक्वेन्सी दोनों का प्रसारण उपलब्ध था ।

#### 12.3.4 केवल टी.वी. का प्रयोग

उपरोक्त प्रसारण के साथ-साथ केबल टी.वी. द्वारा प्रसारण का प्रयोग भी चल रहा था । प्रथम प्रयोग साउथरार्क क्षेत्र में 1966-68 के बीच हुआ यहां पर केबल टी.वी. का प्रयोग किया गया, 'इस प्रयोग को फिर वेस्टमिनिस्टर व शैफील्ड में बढ़ा दिया गया । केबल टी.वी. की लोकप्रियता बढ़ी व एक समय पर 10000 घरों में इसका प्रयोग किया गया । दूसरा प्रयोग यह जानने के लिये किया गया कि सामुदायिक टेलीविजन (Community Television) जो

स्थानीय समस्याओं एवं कार्यक्रमों पर आधारित हो उसका भविष्य क्या होगा? ब्रिस्टल, ग्रीनविच, शैफील्ड, स्वनिडॉन व वैलिंगब्रो इन पाँच केन्द्रों ने इस प्रयोग में भाग लिया तथा 80000 ग्राहक इस केबल टी.वी. के ग्राहक बने ।

### 12.3.5 विरोधाभास

एक ओर तो दर्शकों की संख्या एवं टेलीविजन सेटों की संख्या तेजी से बढ़ रही थी दूसरी ओर ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कार्पोरेशन के श्रोता एवं दर्शक अन्वेषण विभाग अर्थात् ऑडिएन्स रिसर्च डिपार्टमेंट ने जब लोगों से कार्यक्रमों के बारे में जानकारी ली तो जो आकड़े सामने आए वह इस प्रकार थे-70% लोग कार्यक्रमों से सन्तुष्ट नहीं थे । 89% का कहना था कि कार्यक्रम बार-बार दोहराए जाते हैं । 45% जनता ऐसे कार्यक्रमों में कमी चाहती थी जो बातचीत पर आधारित हो । 62% की राय में इन ड्रामों में कमी करना ठीक होगा व 40% खेलकूद एवं धार्मिक कार्यक्रमों में कमी की मांग कर रहे थे । अन्य कार्यक्रमों के बारे में राय इतनी विभाजित थी कि कोई निष्कर्ष निकालना संभव न था ।

इस खोज के बाद विभिन्न प्रोग्रामों को लेकर अनेक अध्ययन किए गए और मूल रूप से यह पाया गया कि अधिकतर लोग टेलीविज़न का विकास और नए कार्यक्रमों में वृद्धि चाहते हैं ।

### 12.3.6 लार्ड एन्नन की अध्यक्षता में कमेटी का गठन

वास्तविकता में टेलीविज़न प्रोग्रामों को जैसा है वैसे चलाते रहना उचित होगा या फिर इनमें मूल परिवर्तन लाए जाए? आने वाले समय में जब उपग्रह द्वारा प्रसारण होगा व अन्य देशों में टेलीविज़न बढ़ेगा तो उसका मुकाबला किस प्रकार करना होगा? राष्ट्रीय दृष्टिकोण व जन साधारण की अपेक्षाओं को ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कार्पोरेशन व अन्य ब्रिटिश प्रसारण संस्थाएं कैसे पूरा करेंगी?

इन मुख्य प्रश्नों के साथ-साथ अन्य प्रबंध एवं संरचना सम्बन्धी समस्याओं के समाधान को सामने रखकर लार्ड एन्नन की अध्यक्षता में एक कमेटी का अप्रैल, 1974 में गठन किया गया । इस कमेटी ने मार्च-1977 में अपनी रिपोर्ट दे दी । कमेटी ने अपने देश के अलावा विभिन्न देशों की ब्राडकास्टिंग संस्थाओं, उनके ध्येय व उद्देश्य, कार्य-प्रणाली, प्रोग्राम-प्रसारण की रूपरेखा, भविष्य में कार्यक्रमों का झुकाव, विश्व ने होने वाले सामाजिक, आर्थिक व भौतिक विकास आदि अनेक दृष्टिकोणों का अध्ययन किया । इन्हीं बहुत-सारी समस्याओं और उनके निवारण की विधि पर विचार कर बी.बी.सी. के अपने अनुभवों को आधार बनाया । ब्रिटेन की ब्रॉडकास्टिंग संस्थाओं को अगले दशक में क्या करना चाहिए उसकी रूप-रेखा पेश की ।

यह रिपोर्ट सदन में रखी गयी व इसे मान्यता दी गई । आज जो स्थिति ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कार्पोरेशन एवं अन्य संस्थाओं की है उसमें इस रिपोर्ट की सिफारिशों का बहुत बड़ा योगदान है ।

---

## 12.4 अमेरिका एवं ब्रिटेन में टेलीविजन कार्यक्रम

---

ब्रिटेन व अमरीका दोनों देशों में सभी प्रकार के टेलीविजन कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं। कुछ विभिन्न चैनलों पर या फिर मिश्रित रूप से समय बांटकर। शिक्षा संबंधी, समाचार, सामयिक कार्यक्रम, डॉक्यूमेंटरी, स्वास्थ्य, मनोवैज्ञानिक, सामाजिक, विज्ञान, टेक्नॉलोजी, कृषि, मौसम, विकलांगों के लिए, उपभोक्ता संबंधी, कष्ट में अपील, धर्म संबंधी, कला एवं संस्कृति जिनमें कला एवं संगीत के बारे में जानकारी, शिक्षा व मनोरंजन तीनों प्रकार के हैं। कुछ शिक्षा संबंधी रूख अन्य कार्यक्रम अमरीका और राष्ट्रमण्डल राष्ट्रों से खरीदे जाते हैं। इन कार्यक्रमों का प्रतिशत अभी तक 10% से अधिक नहीं हुआ है। यह सत्य है कि बी.बी.सी. अन्य चैनलों की तुलना में अधिक विस्तृत एवं जन उपयोगी कार्यक्रम दिखाता है।

बी.बी.सी. अपने निष्पक्ष समाचारों के लिये और समाचारों को प्रभावशाली ढंग से सर्वप्रथम दिखाने एवं प्रसारित करने के लिए प्रसिद्ध है। कुछ समय पूर्व की बात है जब दक्षिण अफ्रीका स्वतंत्र न होकर साम्राज्यवाद के अन्तर्गत था। बी.बी.सी. की एक संवाददाता ने गोरे शासकों द्वारा दक्षिण अफ्रीका में स्त्रियों और बच्चों पर अत्याचार की रिपोर्ट भेजी जो बी.बी.सी. ने प्रसारित की। ब्रिटिश सरकार को शिकायत आई और सरकार ने बी.बी.सी. के अधिकारियों से इस बारे में बात कर यह दृष्टिकोण रखा कि समाचार ठीक न था और वह संवाददाता के विरुद्ध उचित कार्यवाही करे ताकि ब्रिटिश सरकार और दक्षिण अफ्रीका की उस समय की सरकार के सम्बन्ध ठीक रहें। बी.बी.सी. अधिकारियों ने ऐसा करने से इंकार कर दिया और कह दिया कि संवाददाता की रिपोर्ट सही है तथा मानवीय दृष्टिकोण से सरकार को बी.बी.सी. का साथ देना उचित होगा। भारत स्थित उस समय के बी.बी.सी. संवाददाता मार्क टल्ली अपने समाचार रिपोर्ट के लिए प्रसिद्ध थे।

समाचार एकत्रित करने के लिये दुनिया भर में बी.बी.सी. के लगभग बयालीस केन्द्र एवं ब्यूरो हैं जहां उनके कर्मचारी कार्यरत हैं जो प्रत्येक देश की रिपोर्ट भेजते हैं। इन केन्द्रों में लगभग 250 संवाददाता एवं दो हजार पत्रकार कार्यरत हैं। बी.बी.सी. की वर्ल्ड-न्यूज चौबीसों घण्टे प्रसारित होती है जिसमें से 16 घण्टे सीधा प्रसारण प्रतिदिन आता है। व्यापार, धन, यात्रा, सामयिक विषय, पाक कला, फैशन, रहन-सहन आदि पर कुछ पत्रिका कार्यक्रम भी प्रसारित किए जाते हैं। विशेषज्ञों के अनुसार बी.बी.सी. दुनिया भर से सौ नए समाचार प्रतिदिन देता एवं प्रसारित करता है।

### 12.4.1 समाचार-सेवा

अधिकतर अमरीकी, यूरोपीय एवं जापान की कम्पनियां व कुछ अन्य संस्थाएं देशी व विदेशी समाचार एकत्र करने व एक दूसरे को यह सामग्री बेचने व आदान-प्रदान करने का कार्य भी कर रही हैं। इससे एक तो सभी को सब जगह समाचार फिल्माने व एकत्र करने नहीं जाना पड़ता दूसरे, इन समाचारों के बेचने व आदान-प्रदान से खर्च कम होता है व लाभ भी होता है। साथ ही समाचारों में विविधता भी आती है। बी.बी.सी. की समाचार वितरण सेवा दुनिया के

180 देशों में उपलब्ध है । इनमें अफ्रीका, एशिया, हांगकांग, सिंगापुर, ताईवान, जापान, ऑस्ट्रेलिया, कनाडा, बर्लिन, बहरीन, न्यूजीलैंड और भारत प्रमुख हैं ।

अंग्रेजी के कार्यक्रमों के अलावा बी.बी.सी. लगभग दुनिया की चालीस अन्य भाषाओं में अपने विभिन्न कार्यक्रम प्रसारित कर रहा है, इनमें हिन्दी सेवा लगभग तीन घण्टे प्रतिदिन है ।

#### 12.4.2 वित्त व्यवस्था

अधिकतर अमरीकन टेलीविज़न कम्पनियां प्राईवेट हैं तथा विज्ञापन सेवा से धर्नाजन करती हैं । अमरीका के प्रत्येक प्रदेश में लगभग अलग-अलग कानून सूचना एवं प्रसारण संबंधी संस्थाओं पर लागू होते हैं जिनकी व्याख्या सम्भव नहीं है, पर एक बात जो सब पर लागू होती है वह यह है कि प्रत्येक संस्था को एक निश्चित समय (जो भिन्न-भिन्न प्रदेशों व क्षेत्रों में अलग-अलग है) शिक्षा व बच्चों के लिये हितकारी कार्यक्रमों को देना आवश्यक है । अतः सभी प्रसारण संस्थाएं अपनी आय का एक भाग शिक्षा व बच्चों के कार्यों पर लगाती हैं ताकि अच्छे कार्यक्रम बन सके । इनमें एक व्यापारिक दृष्टिकोण भी छिपा हुआ है । वहाँ अधिकतर पे. टी.वी. एवं केबल टी.वी. है । यदि इन चैनलों पर बच्चों के लिए उपयोगी व लाभप्रद कार्यक्रम नहीं आते तो लोग उसे बन्द कर दूसरे चैनल के कार्यक्रम चुन लेते हैं । इससे उनकी आर्थिक हानि होना स्वाभाविक है । अतः प्रत्येक चैनल में एक अच्छे से अच्छे कार्यक्रम बनाने और प्रसारित करने की भी होड़-सी लगी रहती है ।

ब्रिटेन में सरकार की ओर से लाइसेन्स फीस जमा की जाती है और डाकघर जितनी भी राशि जमा करता है, उसमें से कुछ खर्च निकाल कर बाकी पूरी राशि बी.बी.सी. को दे देता है । कुछ राशि ओपन यूनिवर्सिटी के कार्यक्रमों से प्राप्त होती है । रेडियो पर लाइसेन्स फीस हटाने से बी.बी.सी. की अर्थव्यवस्था को धक्का लगा । सरकार इस शर्त पर पैसा देने को तैयार थी कि उसका अधिकार बी.बी.सी. के वित्त विभाग का निरीक्षण करने का स्वीकार किया जाए जिसे बी.बी.सी. ने नहीं माना । इस बात पर बी.बी.सी. ने जोर दिया कि कम से कम शिक्षा के कार्यक्रमों पर जो बी.बी.सी. धन खर्च कर रही है उसे शिक्षा विभाग दे । विज्ञापन सेवा से पब्लिक सेवा प्रसारण करने को भी बी.बी.सी. ने मना कर दिया तथा कानून के अन्तर्गत बी.बी.सी. स्पॉन्सर्ड कार्यक्रम भी नहीं चला सकता ।

अतः एक ही मार्ग जो रह गया वह था को-प्रोडक्शन और बी.बी.सी. के कार्यक्रमों को अन्य प्रसारण संस्थाओं को बेचना । स्मरण रहे, बी.बी.सी. के प्रोग्राम और प्रोग्राम-आधारित सामग्री स्टेप्स, पुस्तकें आदि पूरे विश्व में खरीदी जाती हैं और बी.बी.सी. की आमदनी का एक प्रमुख स्रोत है ।

अन्ततः सरकार ने अपनी ओर से कुछ सेवा शुल्कों में भी कमी की । इस प्रकार बी.बी.सी. सेवा विज्ञापनों एवं सरकार के दबाव से मुक्त रही । ऐसी ही एक सेवा एन.एच.के. अर्थात् निप्पोन हो सो क्योकाई (जापान ब्राडकास्टिंग कापरिशन) है । ब्रिटेन के अन्य चैनल आई.टी.वी. आई.बी.ए. आदि व्यावसायिक हैं तथा इनकी आय विज्ञापनों द्वारा होती है ।

### 12.4.3 अभिलेखागार

प्रत्येक कार्यक्रम निर्माण व प्रसारण में संलग्न संस्था को अपनी सामग्री को बहुत संजोकर रखना आवश्यक है क्योंकि स्टॉक शाट्स बहुत कीमती होते हैं। कुछ शाट्स तो ऐसे होते हैं जो दुबारा नहीं मिलते। यह मान्यता है कि जब कोई सुन्दर दृश्य दिखे उसका छायांकन लेना चाहिए क्योंकि वह फिर नहीं मिलेगा। आप कह सकते हैं कि वाह यह कैसे हो सकता है- उदाहरण के लिए सूर्योदय रोज होता है। पर जरा सोचिए, क्या रोज सूर्योदय एक-सा होता है? उत्तर नकारात्मक ही आएगा क्योंकि नया सूर्योदय पहले से अच्छा व कम अच्छा हो सकता है पर वैसा नहीं जो सराहा गया था। बी.बी.सी. का अभिलेखागार सराहनीय है और इसके कारण बहुत पुरानी बनी फिल्मों की हालत उत्तम है और वह आज भी प्रसारण योग्य हैं। अमरीका प्रोग्राम 'हेअर इज़ लूसी' व ब्रिटेन का 'यस मिनिस्टर' व 'यस प्राईम मिनिस्टर' पुराने प्रोग्राम हैं किन्तु आज भी लोग इन्हें बहुत चाव से देखते व सराहते हैं।

### 12.5 विश्व में मीडिया साम्राज्यवाद

विश्व में टेलीविजन का अपना अलग प्रकार से वर्चस्व है। जगदीश्वर चतुर्वेदी ने 'आज का मीडिया' में लिखा है-विश्व स्तर पर टेलीविजन, उपग्रह चैनलों और केबल चैनलों के जरिए जो माध्यम परिदृश्य बना है, वह बेहद जटिल और चुनौतीपूर्ण है। आज ये नेटवर्क 'मीडिया साम्राज्यवाद' की आय का बहुत बड़ा स्रोत है। आज कोई भी कम्पनी इन माध्यमों की उपेक्षा नहीं कर सकती। सन् 1936 में जब फ्रांस और ब्रिटेन ने नियमित टेलीविजन प्रसारणों की शुरुआत की तब से लेकर आज तक के विकास पर विहंगम दृष्टिपात करें तो पाएंगे कि 1950 में नियमित टेलीविजन प्रसारण करने वाले पांच राष्ट्र थे, 1955 में यह संख्या 17 हो गयी, सन 60 तक आते-आते इस संख्या में चौगुनी वृद्धि हो गई। इसके एक दशक बाद 100 देशों में नियमित टेलीविजन प्रसारण शुरू हो गए। आज तकरीबन 138 से ज्यादा देशों में टेलीविजन कार्यक्रमों का नियमित प्रसारण होता है।

फिल्मों की तरह टेलीविजन जगत पर भी अमरीका का प्रभुत्व है। आज अमरीकी टेलीविजन कार्यक्रमों की सबसे ज्यादा बिक्री होती है। सन् 1958 में अमरीका ने 15 मिलियन डीलर के कार्यक्रम बेचे, किन्तु 1973 तक आते-आते 130 मिलियन डीलर के कार्यक्रम बेचे गए।

विश्व स्तर पर सन् 1970 के बाद से प्रसारण नियमों को ज्यादा से ज्यादा उदार बनाने, बाजार की शक्तियों के अनुकूल ढालने की प्रक्रिया चल रही है। इस प्रक्रिया को तीव्र गति 1990 के बाद से मिली है। मसलन, यूरोप में केबल एवं उपग्रह चैनलों से होने वाली आय 1990 से 1994 के बीच में 25.30 फीसदी सालाना की दर से बढ़ी है। सन् 1995 में डिजिटल टेलीविजन के आने के बाद नई संभावनाएं पैदा हुई हैं। टेलीविजन एवं उसके प्रसारणों में डिजिटल टेक्नोलॉजी का व्यापक तौर पर इस्तेमाल बढ़ रहा है। आगामी एक-दो दशक के दौरान समस्त टी.वी. सेट डिजिटल सेट हो जाएंगे। ऐसा होने पर जहां एक ओर डिजिटल सेट के दाम गिरेंगे वहीं दूसरी ओर टी.वी. प्रसारण की गुणवत्ता में सुधार आएगा। साथ ही टी.वी.

चैनलों की संख्या में अभूतपूर्व वृद्धि हो जाएगी। कुछ ही वर्षों में लोग हजारों चैनल देख पाएंगे।

असल में डिजिटल टेक्नोलॉजी बेहद महंगी है। अतः टेलीविजन जगत में केन्द्रीकरण बढ़ेगा। कुछ ही कम्पनियां समूचे टी.वी. बाजार को नियंत्रित करेंगी, क्योंकि डिजिटल सैटेलाइट की कीमत बहुत है। इसके जरिए ज्यादा से ज्यादा लाभ तब ही संभव है जब ज्यादा बड़ा व्यापार कब्जे में हो। यह अनुमान है कि डिजिटल सैटेलाइट महाद्वीप केंद्रित या भूमण्डलीय स्तर के होंगे। अभी तक डिजिटल चैनल मात्र वितरण के चैनल हैं। जब तक ये चैनल अपने कार्यक्रम नहीं बनाते और उनका प्रसारण नहीं करते तब तक ज्यादा मुनाफे की संभावनाएं नहीं हैं। आगामी दिनों में बड़ी-बड़ी माध्यम कंपनियों के बीच इस क्षेत्र में युद्ध जैसी स्थिति पैदा हो सकती है। यह युद्ध भूमंडलीयस्तर का होगा। यह संभव है कि अनेक राष्ट्रों एवं क्षेत्रों पर एक ही फर्म का इजारेदाना नियंत्रण हो। अथवा एक-दो प्रतिस्पर्धी हों। इस समय सबसे प्रतिस्पर्धी बाजार अमरीका का है। आरंभ में ये 'डायरेक्ट टी.वी.' ने इस मामले में बढ़त हासिल कर ली है किंतु 'प्रिमीस्टार' से उसे सीधे चुनौती मिल रही है। इसका स्वामित्व जनरल इलेक्ट्रिक के पास है। इसके अलावा यूएसएसवी की मालिक हुबबर्ड ब्रॉडकास्टिंग, डॉवजांस, स्काई टेलीविजन, न्यूज कारपोरेशन, एमसीआई और इकोस्टार जैसी कम्पनियां भी डिजिटल प्रसारण के मैदान में आ चुकी हैं।

टेलीविजन के प्रसारणों ने चार भूमंडलीय समाचार एजेंसियों को भी पुनर्संगठित होने के लिए मजबूर किया है। अब दृश्य माध्यमों के लिए समाचार संकलन पर ये एजेंसियां ध्यान केंद्रित कर रही हैं। सारी दुनिया में 2003 तक टी.वी. सेट के मालिकों की संख्या में 50 फीसदी की वृद्धि का अनुमान लगाया गया है। चीन और इण्डोनेशिया में 33 फीसदी वृद्धि का अनुमान है। थाईलैंड और मलेशिया में 25 फीसदी बढ़ोत्तरी का लक्ष्य रखा गया है। सन् 2003 तक एशिया में 500 मिलियन परिवारों के पास टी.वी. सेट होंगे। यह संख्या पश्चिमी यूरोप से तीन गुना ज्यादा है। इसके अलावा 160 मिलियन परिवारों के पास केबल और सैटेलाइट टेलीविजन कनेक्शन होंगे। टेलीविजन विज्ञापनों से होने वाली आय सन 2003 तक 20 बिलियन डॉलर के ऊपर चली जाएगी। एशियाई राष्ट्रों में सबसे अच्छा बाजार चीन का साबित हुआ है। सन 1978 में चीन में 32 चैनल थे जो 1992 में बढ़कर 600 हो गए हैं। 1994 में 230 मिलियन टी.वी. सेट थे और 800 मिलियन दर्शक थे। सन 2000 तक केबल एवं उपग्रह चैनलों की संख्या 80 से 100 मिलियन शहरी परिवारों तक पहुंच गई है। इसके अलावा चीन सरकार नियंत्रित पांच-टी.वी. चैनल हैं जो अभी भी प्रभुत्व बनाए हुए हैं।

जन माध्यमों की दुनिया में जिन्हें माध्यम सम्राट या मीडिया मुगल कहा जाता है, उनमें छह बड़ी फर्मों का नाम आता है। ये हैं-**टाइम वारनर, डिजनी, बर्तिल्समान, वाइकॉम, न्यूज कारपोरेशन और टी सी आई**। इनके बाद **पॉलीग्राम, सी ग्राम, सोनी एवं जनरल इलेक्ट्रिक का नाम आता है**। संक्षेप में इन कम्पनियों के बारे में जान लेना समीचीन होगा।

'टाइम वारनर' दुनिया की सबसे बड़ी मीडिया फर्म है। इसकी 1989 में स्थापना हुई थी। सन 1997 में इसने 25 बिलियन डॉलर की बिक्री की। इसकी सहायता से विश्व में

200 मीडिया कंपनियां चल रही हैं जिन्हें सब्सीडियरी फर्म के रूप में जाना जाता है । सन 1996 तक का आंकड़ा बताता है कि इसकी दो तिहाई आमदनी अमरीका से आती थी । किन्तु सन 2000 से यह आंकड़ा बदल जाने का अनुमान है । सन 2000 के अंत तक यह कंपनी अपनी आय का 20 फीसदी विकास करना चाहती है । इस कंपनी की आय में 20 फीसदी हिस्सा संगीत से आता है । 20 फीसदी भाग पत्रिका, पुस्तक प्रकाशन और केबल टेलीविजन से आता है । टाइम वारनर की अमरीका में ही केबल टेलीविजन से 10 फीसदी आय है । इस कम्पनी का पूरा कारोबार मनोरंजन फिल्मों, वीडियो कार्यक्रमों पर निर्भर करता है । टाइम वारनर की प्रत्येक जनसंचार माध्यम क्षेत्र में और प्रत्येक महाद्वीप में एक विशाल कंपनी है । इस कंपनी के पास दुनिया की सबसे बड़ी फिल्म कार्टून सीरियल एवं टी.वी. कार्यक्रमों की लाइब्रेरी है । इसके अलावा 25 पत्रिकाएं प्रकाशित करता है, विश्व का दूसरे नंबर का पुस्तक प्रकाशन संस्थान है जिसे टाइमलाइफ बुक के नाम से जाना जाता है । वारनर संगीत सुपर, वारनर ब्रदर्स फिल्म स्टूडियो भी है, टी.वी. नेटवर्क में यूएस टेलीविजन नेटवर्क, इसके अलावा ट्रिब्यून कम्पनी के अमरीका स्थित 16 टी.वी. स्टेशनों का स्वामित्व है जो अमरीका के सकल टी.वी. बाजार का 25 फीसदी हिस्सा समेटते हैं । अमरीका के बाहर 100 थिएटर हैं । पचास फीसदी डी सी कॉमिक्स, सुपरमैन, बैटमैन आदि साठ कार्टून सीरियल हैं । विश्व के सबसे बड़े भुगतान केबल चैनल एफबीओ का स्वामित्व है । सिनेमैक्स नामक सिनेमा भुगतान चैनल का स्वामित्व है । छह मनोरंजन पार्क हैं । जर्मनी में विश्व सिनेमा पार्क भी है । इसके अलावा अनेक अमरीकी एवं गैर-अमरीकी माध्यम कम्पनियों से व्यापारिक संबंध हैं । इसके अलावा 150 स्टोर है । ऐसी लाइब्रेरी है जिसमें 6000 फिल्में, 25000 टेलीविजन कार्यक्रम, पुस्तकें, संगीत, सैकड़ों कार्टून प्रोग्राम हैं ।

कॉमेडी सेंट्रल चैनल में वाइकाम के साथ 50 फीसदी का स्वामित्व है । केबल सागर चैनल में 33 फीसदी का स्वामित्व है, कोर्ट टी.वी. चैनल में एन.बी.सी के साथ 33 फीसदी का स्वामित्व है । अटारी में 25 फीसदी और हसब्रो में 14 फीसदी अंश पर स्वामित्व है । इसके अलावा जर्मनी के एन.टी.वी., न्यूजीलैंड के स्काई नेटवर्क टेलीविजन, यूरोपीय संगीत चैनल वीवा, एशियाई संगीत चैनल क्लासिक वी, अटलांटा हॉक्स और अटलांटा ब्रवीस पेशेवर स्पोर्टस्टीक का स्वामित्व है ।

नई परिस्थितियों के दबाववश इंटरनेट और मीडिया की बड़ी-बड़ी कंपनियां एक दूसरे के करीब आ रही हैं अथवा विलय कर रही हैं । यही वजह है कि 10 जनवरी 2000 को टाइम वारनर एवं अमेरिका ऑन लाइन (सबसे बड़ी इंटरनेट कंपनी) ने एक दूसरे में विलय करके 'आईओएल-टाइम वारनर इंक' नामक संस्था बनाई है ।

**डिजनी-डिजनी** की सन 1997 तक तकरीबन 24 बिलियन डॉलर की बिक्री दर्ज की गई । इस कम्पनी ने थीमपार्क और फिल्म की बजाय टेलीविजन पर ध्यान केन्द्रित किया । सन 1995 से इस कम्पनी ने सबसे बड़ी कंटेंट कम्पनी का दर्जा हासिल कर लिया । व्यापार के इतिहास में सबसे बड़ी खरीददारी करते हुए कैपिटल सिटीज एवं एन.बी.सी. जैसी कम्पनियों को

19 बिलियन डॉलर में खरीद लिया । आज डिजनी की आय का 31 फीसदी अंश प्रसारण (ब्रॉडकास्टिंग) से आता है । 23 फीसदी अंश थीम पार्क, क्रिएटिव कंटेंट, प्रकाशन, दुकानदारी और फिल्मों से आता है । डिजनी का इतना विशाल साम्राज्य है कि बाजार की किसी भी मांग की पूर्ति करना उसके बाएं हाथ का खेल है । गैर-अमरीकी दुनिया से डिजनी को कुल लाभांश का 23 फीसदी 1995 में मिला था जिसके सन् 2000 तक 50 फीसदी हो जाने की संभावना है

**डिजनी की माध्यम-परिसंपत्तियों** में अनेक फिल्म, टी.वी. एवं वीडियो स्टूडियो शामिल हैं, जिनमें डिजनी एवं बोइना विस्टा को दुनिया के श्रेष्ठतम स्टूडियो का दर्जा हासिल है । थीमपार्क और आरामगाहों में डिजनी लैंड, डिजनीवर्ल्ड के अलावा फ्रांस एवं जापान के सभी प्रमुख थीम पार्कों में उसकी प्रमुख हिस्सेदारी है । दुनिया में 550 बड़े-बड़े स्टोर हैं जहां से डिजनी के मालों की बिक्री होती है । संगीत निर्माण वे तीन बड़े संस्थान हैं जिनमें 'हॉलीवुड रिकॉर्ड' और 'वाल्ट डिजनी रिकॉर्ड' शामिल हैं । प्रकाशन जगत् में हिपेरियन बुक्स और क्लिंटॉन प्रकाशन हैं । अमरीका के एबीसी टेलीविजन और रेडियो नेटवर्क का स्वामित्व है । इसके अलावा दस अमरीकी टेलीविजन स्टेशन और 2 अमरीकी रेडियो स्टेशन भी हैं । यंग ब्रॉडकास्टिंग में 24 फीसदी की हिस्सेदारी है । इस कम्पनी के पास आठ टेलीविजन स्टेशन हैं । विश्वस्तरीय केबल टेलीविजन चैनलों में डिजनी चैनल, ईएसपीएन और ईएसपीएन 2 पर स्वामित्व है । लाइफ टाइम में 50 फीसदी, 'आर्ट्स एंड इण्टरटेनमेंट' में 37 फीसदी की हिस्सेदारी के अलावा हिस्ट्री चैनल और केबल टी.वी. चैनल का स्वामित्व है । प्रकाशन जगत में सात अमरीकी अखबारों के स्वामित्व के साथ-साथ तीन प्रमुख पत्रिका प्रकाशनों का स्वामित्व भी है । पांच यूरोपीय व्यावसायिक टेलीविजन कंपनियों में 20 से 33 फीसदी तक का स्वामित्व है । इनमें महाद्वीपीय चैनल यूरो स्पोर्ट्स नेटवर्क, स्पेनिश का टीओरो एसए, जर्मन केबल चैनल टीएम 3 स्कैण्डेनेवियाई सिस्टम एस ए का नाम शामिल है । सन 1999 में डिजनी ने आस्ट्रिया, हंगरी और फिनलैंड के लिए नए चैनल शुरू किए हैं सुपर आरटीएल में हिस्सेदारी के साथ-साथ जर्मन बाल स्टेशनों में बेर्तिल्समान के साथ साझेदारी हैं । एनएच एलएन हाइम माइटी डुक और वेसबॉल एनहाइम एंजिल का स्वामित्व भी डिजनी के पास है । ब्राजील की भुगतान टी.वी. कम्पनी एवं टी.वी.ए. में 20 फीसदी की साझेदारी है

**बेर्तिल्समान-मीडिया** जगत की तीसरी बड़ी कम्पनी है । सन 1996 में इसकी 15 बिलियन डॉलर की बिक्री दर्ज की गई । इसकी आय का 31 फीसदी अंश संगीत और टेलीविजन क्षेत्र से आता है । पुस्तक प्रकाशन उद्योग से 33 फीसदी और समाचारपत्र उद्योग में 20 फीसदी हिस्सा आता है । सन् 1994 के आकड़े बताते हैं कि इसकी आय का 36 फीसदी जर्मनी, 32 फीसदी शेष यूरोप, 24 फीसदी अमरीकी और शेष दुनिया से 8 फीसदी की आय हुई ।

बेर्तिल्समान के पास अरिस्टा और आरसीए जैसे विश्व विख्यात रिकॉर्डिंग स्टूडियो हैं । जर्मन टेलीविजन चैनलों में आरटीएल, आरटीएल 2, सुपर आरटीएल एवं बॉक्स का स्वामित्व है । डच टेलीविजन चैनल आरटीफ 4 एवं आरटीएल 5 में प्रमुख हिस्सेदारी है । फ्रांसीसी चैनलों

एम 6 और टीएमसी में प्रमुख साझेदार है। ब्रिटिश चैनल 5 में प्रमुख हिस्सेदारी है। इसके अलावा यूरोप के अद्वारह रेडियो स्टेशनों का स्वामित्व है। जर्मनी के सबसे बड़े भुगतान टी.वी. चैनल प्रीमियर में 37.5 फीसदी की हिस्सेदारी है। पुस्तक प्रकाशन जगत में समूची दुनिया में 40 प्रकाशन संस्थानों का स्वामित्व है खासकर जर्मन, फ्रेंच और अंग्रेजी भाषा में। इसके अलावा 100 पत्रिकाओं का स्वामित्व है। इनमें कई अमरीकी पत्रिकाएं भी शामिल हैं।

बेर्तिल्समान कंपनी की सबसे बड़ी कमजोरी यह है कि इसके पास टेलीविजन कार्यक्रम केंद्र का अभाव है। कोई फिल्म लाइब्रेरी नहीं है। टेलीविजन जगत में छोटा सा अंशदान है। इस कमी को दूर करने के लिहाज से 1996 में अपनी 'उल्फा' (यूरोप) नामक कम्पनी एवं 'सीएलटी' (लक्समबर्ग) नामक कम्पनियों को मिलाकर बड़ी टी.वी. कम्पनी खड़ी की है। 'उल्फा और सीएलटी' के संयुक्त कारोबार ने 1996 में ही 3.5 बिलियन डॉलर का कारोबार किया। यह संयुक्त उद्यम यूरोपीय व्यावसायिक प्रसारण क्षेत्र का सबसे बड़ा संयुक्त उद्यम है।

**वाइकॉम-मीडिया** जगत की चौथी बड़ी कंपनी है। इसने 1997 में 13 बिलियन डॉलर की आय की। इसमें से मात्र 20 फीसदी हिस्सा अमरीका के बाहर से आया। 33 फीसदी आय फिल्म स्टूडियो से हुई। 33 फीसदी हिस्सा संगीत, वीडियो भाड़े, थीम पार्को से आया जबकि ब्रॉडकास्टिंग से 18 फीसदी की आमदनी हुई। वाइकॉम के पास 13 अमरीकी टी.वी. स्टेशनों का स्वामित्व है, कई भूमंडलीय चैनलों का स्वामित्व है, इनमें एम.टी.वी., एम 2, निकेलोडियॉन शोटाइम, टी.वी. लैंड, पैरामाउंट नेटवर्क, वी.एच 1 नेटवर्क शामिल है। टाइम वारनर के साथ 'कॉमेडी सेंट्रल चैनल' का 50 फीसदी का स्वामित्व है। विश्व के सबसे बड़े वीडियो विक्रेता के रूप में चर्चित ब्लॉक बूस्टर वीडियो और म्यूजिक स्टोर्स नामक नेटवर्क का स्वामित्व है। प्रकाशन उद्योग में सीमोन एण्ड बूस्टर, समाइवनर्स और मैकमिलन का स्वामित्व है। यूएसए केवल नेटवर्क में 50 फीसदी की साझेदारी है। इसके अलावा लैटिन अमरीका के यूएसए नेटवर्क का स्वामित्व है। यूएसयूपीएन टेलीविजन नेटवर्क के साथ क्रिस, क्रॉफ्ट इंडस्ट्रीज में 50 फीसदी की हिस्सेदारी है। टी.वी. कार्यक्रम निर्माण कंपनी स्प्लिंग इंटरटेनमेंट कम्पनी के कारोबार में 75 फीसदी हिस्सेदारी है।

वाइकॉम का सबसे चर्चित टेलीविजन है एम.टी.वी.। यह भूमंडलीय संगीत चैनल है। सारी दुनिया में इसके 250 मिलियन परिवार सदस्य हैं। एशिया में इसके तीन चैनल हैं। खेलों एवं एनीमेशन सीरियल जगत में भी एम.टी.वी. प्रवेश कर चुका है। एम.टी.वी. ने दुनिया में एनीमेशन के माध्यम से 40 बिलियन डॉलर का संगीत व्यापार किया। एम.टी.वी. का यूरोप में वीवा और एशिया में चैनल वी से सीधा मुकाबला है। चैनल वी का स्वामित्व न्यूज कारपोरेशन के पास है। अपने व्यापारिक विस्तार के लिए एम.टी.वी. स्थानीय संगीतकारों एवं गायकों का बड़े पैमाने पर इस्तेमाल कर रहा है। इसके अलावा अपने चरित्रों पर आधारित पुस्तक श्रृंखला भी शुरू की है। एम.टी.वी. के ब्रांड का दोहन करने के लिहाज से कॉमिक पुस्तक माला भी शुरू की है।

**रूपर्ट-मर्डोक** के स्वामित्व वाला न्यूज कार्पोरेशन आदर्श मॉडल माना जाता है। इस फर्म ने 1996 में 10 बिलियन डॉलर की बिक्री दर्ज की। यह इक्कीसवीं सदी की आदर्श फर्म है।

रूपर्ट मर्डोक के पास इसके 30 फीसदी स्टॉक पर स्वामित्व है । इस फर्म का लक्ष्य है प्रत्येक किस्म के कार्यक्रमों पर इजारेदारी कायम करना । सारी दुनिया के 'मीडिया मुगल' इससे भयाक्रांत है । माफिया और मुगल की रणनीति का सामंजस्य बिठाते हुए रूपर्ट मर्डोक ने बड़े पैमाने पर मीडिया कंपनियों को खरीदा है । आस्ट्रेलिया में इस कंपनी का जन्म हुआ । सन 1960 के बाद यह कंपनी ब्रिटिश बाजार में घुसी और 1980 में आते-आते समूचे अमरीकी माध्यम जगत पर छा गई । टेलीविजन एवं फिल्म क्षेत्र में मूलतः इसका प्रभाव विस्तार हुआ है । इसकी आधी से ज्यादा आय अभी भी पत्र-पत्रिकाओं की बिक्री से आती है । इसके पास 132 समाचारपत्रों का स्वामित्व है-खासकर अमरीका, ब्रिटेन एवं आस्ट्रेलिया में । ट्वेंटीथ सेंचुरी फॉक्स का स्वामित्व इसके पास है, टीवी एवं वीडियो निर्माण के अत्याधुनिक केन्द्र इसके पास हैं । साथ ही 2000 फिल्मों की लाइब्रेरी है । अमरीका में फॉक्स ब्राडकास्टिंग नेटवर्क का स्वामित्व है । इसके अलावा 22 टेलीविजनों का स्वामित्व भी है जो अमरीका के सबसे बड़े स्टेशन समूहों का स्वामित्व माना जाता है, इनके 40 फीसदी अमरीकी परिवार सदस्य हैं । इसके अलावा 25 पत्रिकाओं का स्वामित्व है एवं हार्पर-कालिंग्स जैसे प्रकाशन समूह पर अधिकार है । टीसीआई के लिबर्टी मीडिया/एफ एक्स/एफ एक्स एम, फॉक्स स्पोर्ट्स नेट के अलावा अमरीका एवं विश्व के अन्य देशों के केबल नेटवर्क में 50 फीसदी की हिस्सेदारी है । फॉक्स न्यूज चैनल का स्वामित्व है । एशियाई स्टार टेलीविजन नेटवर्क, सैटेलाइट सर्विस एवं अनेक टेलीविजन चैनल भी इसके हैं । ब्रिटिश स्काई ब्रॉडकास्टिंग में 40 फीसदी की हिस्सेदारी है । उल्लेखनीय है इस कम्पनी ने 1996 में 1.6 बिलियन डॉलर की आय की थी । ब्रिटिश स्काई ब्रॉडकास्टिंग के पास ब्रिटेन और ग्रेनाडा स्काई टेलीविजन सैटेलाइट चैनल समूह के 40 फीसदी हिस्से का स्वामित्व है ।

**न्यूज कारपोरेशन**-की जर्मनी के बॉक्स चैनल में 49.9 फीसदी की हिस्सेदारी है । स्काई लैटिन अमरीकी डिजिटल सैटेलाइट सर्विस में 30 फीसदी की हिस्सेदारी है । अमरीकी स्काई टेलीविजन में 40 फीसदी की साझेदारी है, जापान स्काई ब्रॉडकास्टिंग डिजिटल सैटेलाइट सर्विस में 50 फीसदी की साझेदारी है । आस्ट्रेलिया के फॉक्स टेल केबल चैनल का स्वामित्व हासिल है, भारत के जी टी.वी. में 49.9 फीसदी की साझेदारी है । स्पेनिशभाषी चैनल फॉक्स का स्वामित्व प्राप्त है । ब्रिटेन के स्काई रेडियो का स्वामित्व प्राप्त है । आस्ट्रेलिया के सात नेटवर्कों में 15 फीसदी की हिस्सेदारी है, भारत स्थित स्काई ब्रॉडकास्टिंग डिजिटल सैटेलाइट सर्विस का स्वामित्व है । चैनल वी, एवं एशियन म्यूजिक वीडियो चैनल में 50 फीसदी की साझेदारी है । हांगकांग स्थित फॉनिक्स सैटेलाइट टेलीविजन कम्पनी में 45 फीसदी की साझेदारी है । इसके अलावा सभी बहु राष्ट्रीय संचार कम्पनियों से समझौते हैं ।

मीडिया साम्राज्यवाद की धुरी मानी जाने वाली छठी बड़ी कम्पनी है **टीसीआई** । इस कम्पनी ने 1996 में 7 बिलियन डॉलर से ज्यादा की आमदनी की । इस कम्पनी के पास अमरीकी केबल टेलीविजन नेटवर्क का बहुत बड़े अंश पर स्वामित्व है । इसकी कई ब्रांच है जैसे टीसीआई मैन, लिबर्टी मीडिया, टीसीआई इण्टरनेशनल, टीसीआई सैटेलाइट इंटरटेनमेंट आदि । टीसीआई ने डिजिटल एवं सैटेलाइट तकनीक का बड़े पैमाने पर प्रयोग करके केबल नेटवर्क के

प्रति सन 2000 की समाप्ति तक 15 से 20 मिलियन अमरीकियों को आकर्षित करके अपना ग्राहक बनाने की योजना बनाई । इसके अलावा 600 मिलियन डॉलर कीमत के दो उपग्रह भी खरीदे हैं । टीसीआई के पास प्रिमीस्टार के 21 फीसदी अंश पर मालिकाना अधिकार है । इसके अलावा जनरल इलेक्ट्रिक के साथ अनुबंध है । साथ ही डिस्कवरी कम्यूनिकेशन, क्यूवीसी, फॉक्स स्पोर्ट्स नेटवर्क, कोर्ट टी.वी., इ : इंटरटेनमेंट, होम शॉपिंग नेटवर्क, ब्लैक इंटरटेनमेंट आदि में बड़े पैमाने पर पूंजी निवेश किया है । लिबर्टी मीडिया के जरिए टीसीआई के 92 फीसदी प्रोग्राम सेवाओं में हित दांव पर लगे हुए हैं । टाइम वारनर में 10 फीसदी एवं सिल्वर किंग कम्यूनिकेशन में 20 फीसदी अंश पर स्वामित्व है । इसके अलावा एशिया में टीसीआई के स्वामित्व में 7 चैनल चल रहे हैं ।

टीसीआई ने अमरीका के बाहर अब तक 30 से ज्यादा समझौते किए हैं । जिनमें सिगा एण्टरप्राइजेज के साथ कम्प्यूटर गेम चैनल के बारे में, न्यूज कारपोरेशन के साथ ग्लोबल स्पोर्ट्स चैनल के बारे में, इसके अलावा डॉव जॉन के साथ संयुक्त व्यापार का समझौता भी किया है । स्काई लैटिन अमरीका के दस फीसदी अंश को खरीद लिया है । एशिया बिजनेस न्यूज के साथ समझौता किया है जो 24 घंटे व्यापार जगत की खबरें प्रसारित करता है । इसका एक चैनल जापानी में भी है । इसके अलावा टीसीआई ने ब्रिटेन की 'फ्लेक्स टेक' के अधिकांश भाग को खरीद लिया है, केनल प्लस चैनल के फ्रांसीसी भाषा के कार्यक्रमों के प्रसारण अधिकार प्राप्त कर लिए हैं । इसी तरह जापान की जुपीटर प्रोग्राम नामक कम्पनी के साथ समझौता किया है जो बच्चों के लिए खेल, समाचार, शॉपिंग, मनोरंजन कार्यक्रम बनाती है, इसके पास 1997 तक 6 से 8 प्रसारण चैनल थे । इससे भी महत्वपूर्ण बात यह है कि जूपिटर प्रोग्रामिंग का जापान की पांच प्रमुख कंपनियों के साथ समझौता है । जिसके पास जेट टी.वी., दर्शकों का पसंदीदा टी.वी., थाई, चीनी, अंग्रेजी टी.वी. चैनल भी हैं जो एशिया एवं प्रशांत महासागर के आसपास के दस राष्ट्रों में देखे जा सकते हैं । सन् 1996 में टीसीआई ने एशियाई स्टार टी.वी. नेटवर्क के 7 फीसदी अंश को खरीद लिया ।

टीसीआई का असंख्य कम्पनियों से समझौता होने के बावजूद उसकी समस्याओं का अंत नजर नहीं आ रहा । खासकर अमरीकी केबल टी.वी. व्यापार ठहराव से गुजर रहा है । इस ठहराव से मुक्ति के लिए बड़ी पूंजी की आवश्यकता है जिसका टीसीआई के पास अभाव है । टीसीआई इन दिनों कर्ज में चल रही है, उसके लिए केबल जगत में डिजिटल टेक्नोलॉजी में बड़ी रकम लगाना संभव नहीं लगता, यही वजह है कि यह कंपनी नए सहयोगियों की तलाश में व्यस्त है ।

उपर्युक्त छह-सबसे बड़ी माध्यम कंपनियों के अलावा चार और कंपनियां हैं, ये हैं **यूनिवर्सल (सीग्राम), सोनी पॉलीग्राम (फिलिप्स) एवं एन.बी.सी (जनरल इलेक्ट्रिक)** । ये दस कंपनियां मिलकर 'मीडिया मुगल' की छवि बनाती हैं, जिन्हें हम मीडिया साम्राज्यवाद की धुरी मान सकते हैं । इसके बाद की कोटि में वे माध्यम कंपनियां आती हैं जिन्हें हम 'मीडिया सुल्तान' कह सकते हैं । 'मीडिया मुगलों' का जहाँ दुनियां में वर्चस्व है । वहीं 'मीडिया सुल्तानों'

का क्षेत्रीय स्तर पर वर्चस्व है। वस्तुतः 'मीडिया मुगल' और 'मीडिया सुल्तान' मिलकर 'मीडिया साम्राज्यवाद' की समग्र छवि बनाते हैं। 'मीडिया सुल्तान' की कोटि में किचं, एडवांस पब्लिकेशंस, यूनाइटेड मीडिया, ड्रीमवर्क, डायरेक्ट टीवी, थामसन, ग्लोबो, टेलीवोसा, वेस्टिंग हाउस, केनल प्लस, हत्तीत्ती, हवास आदि के नाम प्रमुख हैं। ये कम्पनियां निरन्तर भूमंडलीय कम्पनी के रूप में अपना विकास कर रही हैं अतः इनमें से कोई भी कम्पनी कभी भी 'मीडिया मुगल' की कोटि में दाखिल हो सकती है। मीडिया सुल्तान फर्मों में आधी से ज्यादा उत्तरी अमरीका एवं कनाडा की फर्में हैं।

मीडिया साम्राज्यवाद की गंभीर मीमांसा का काम हर्बट शिलर और अर्मांड मेटलार्ट ने किया है। शिलर ने माध्यम संस्थानों की प्रकृति के मूल्यांकन पर ज्यादा ध्यान दिया। उन्होंने माध्यमों को कारपोरेट मार्केटिंग, दर्शक/श्रोता (ऑडिएंस) के मेनीपुलेशन और पूंजीवादी समाज के उपभोक्ता के निर्माता के रूप में विश्लेषित किया है, जो संदेश होता है, उसका लक्ष्य ऐसी ऑडिएंस पैदा करना है जो ब्रांड के प्रति वफादार बने। शिलर की राय है कि पराराष्ट्रीय माध्यमों का विश्व पूंजीवादी व्यवस्था से गहरा संबंध है। वे इस व्यवस्था के लिए ऑडिएंस पैदा करते हैं और उस पर अपना माल एवं विचार थोपते हैं। वे अमरीकी शैली पैदा करते हैं और इसे समाज की धुरी के रूप में प्रचारित-प्रसारित करते हैं।

जबकि अर्मांड मेटलार्ट ने विश्वव्यापी माध्यमों की अंतर्वस्तु का विस्तृत विश्लेषण किया है। शिलर एवं मेटलार्ट के विचारों को संक्षेप में रखते हुए कहा जा सकता है कि जनमाध्यम जगत में वैषम्य है और चंद माध्यमों का विश्वव्यापी प्रभुत्व है। बाजार का फैलाव और माध्यमों का अंतरराष्ट्रीय प्रवाह जहां एक ओर उपभोक्तावाद को तीव्रता प्रदान कर रहा है वहीं दूसरी ओर तनाव और वैषम्य की सृष्टि कर रहा है। इसके परिणामस्वरूप येन केन प्रकारेण इच्छाओं को संतुष्ट करने की आकांक्षा सघनतम रूप में अभिव्यक्त हो रही है। विश्व माध्यमों में उच्चवर्ग, मध्यवर्ग पर केंद्रित कार्यक्रमों का वर्चस्व है। प्रमुख उत्पादक शक्तियों, जैसे मजदूरों एवं किसानों के जीवन पर केन्द्रित कार्यक्रमों का एक सिरे से अभाव है। आज ये माध्यम मूलतः माल की बिक्री के माध्यम बनकर रह गए हैं। मनोरंजन से लेकर खबरों तक समूचा संसार बाजार की शक्तियों पर निर्भर हो गया है। कौनसी खबर दें, कौनसी सूचनाएं दें यह फैसला विज्ञापनदाता पर निर्भर करता है। विज्ञापन कम्पनियां विज्ञापन एजेंट्सियों के जरिए माध्यमों की अंतर्वस्तु को नियंत्रित कर रही है। यही वजह है कि माध्यमों के विश्व व्यापी विस्तार के बावजूद सामाजिक-आर्थिक एवं सांस्कृतिक विकास की गति तेज नहीं हुई बल्कि इसके विपरीत दुनिया के स्तर पर असमानता, गरीबी, पिछड़ेपन और अशिक्षा का विस्तार हुआ है। औद्योगिक उत्पादन में गिरावट आई है, मंदी के दौर से गुजरना पड़ रहा है, आम लोगों की क्रयशक्ति घटती है, दूसरी ओर इजारेदारियों की संख्या में वृद्धि हुई है।

बहुराष्ट्रीय जनसंचार माध्यमों की बुनियादी रणनीति है मुनाफे में वृद्धि की। साथ ही अपने राजनैतिक एवं आर्थिक हितों की रक्षा की। जिन देशों में या क्षेत्रों में माध्यमों का सबसे ज्यादा बोलबाला है वहां वैभव और दरिद्रता के बीच के अन्तर्विरोध को सहज ही देखा जा सकता है। इस परिदृश्य को ध्यान में रखें और मीडिया साम्राज्यवाद पर विहंगम दृष्टिपात करें तो

पाएंगे कि सन 1980 में संचार के क्षेत्र में मोटे तौर पर 350 बिलियन डॉलर का कारोबार हुआ जो कुल मिलाकर विश्व व्यापार का 80 फीसदी है। सन 1986 तक आते-आते विश्व स्तर पर संचार और सूचना उद्योग का कारोबार 1,600 बिलियन डॉलर तक पहुँच गया। किसी तरह सन 1984 से लेकर 1988 के बीच हॉलीवुड का यूरोपीय देशों को निर्यात 225 फीसदी बढ़ गया। इसमें फिल्म, टेलीविजन कार्यक्रम, वीडियो टेप आदि शामिल हैं। नृत्य की दृष्टि से 1987-1991 के बीच हॉलीवुड का निर्यात दुगुना हो गया। यानी 1.1 बिलियन डॉलर से बढ़कर 2.2 बिलियन डॉलर हो गया। इसी तरह फिल्म एवं टी.वी. कार्यक्रमों का अमरीका से निर्यात 1991 में 81 मिलियन डॉलर को पार कर गया। इसी तरह रिकॉर्ड किए गए संगीत का कारोबार 1987 से 1991 के बीच में दुगुना हो गया। सन 1991 में इस क्षेत्र में कारोबार कुल 419 मिलियन डॉलर आंका गया। विश्व बाजार के तीव्र विस्तार के कारण विदेशों से प्राप्त आय 30 फीसदी से बढ़कर 40 फीसदी हो गयी।

**अन्तनी स्मिथ ने 'दि एज ऑफ बिहेमॉथ: दि ग्लोबलाइजेशन ऑफ मासमीडिया फर्म्स (1991)' पुस्तक में लिखा** कि-हॉलीवुड का यूरोप को निर्यात सन 1989 तक 5 बिलियन डॉलर पार कर गया। विश्व स्तर पर टेलीविजन दर्शकों के आकड़ों पर गौर करें तो पाएंगे कि 1979 से 1991 के बीच में दर्शकों की संख्या में तिगुनी वृद्धि हुई है। प्रसारण नियमों में ढील, उपग्रह चैनलों के प्रक्षेपण, विज्ञापन कानूनों में परिवर्तन और केबल नेटवर्क के जाल के विस्तार के कारण जहां एक ओर दर्शकों की संख्या में तेजी से वृद्धि हुई वहीं दूरी और विज्ञापनों में भी वृद्धि हुई है। अकेले यूरोप ने 1980 से 1987 के बीच में दुगुने विज्ञापन टी.वी. पर्दे पर दिखाए गए।

विगत दो दशकों में अमरीका, ब्रिटेन, जापान, जर्मनी आदि देशों में बड़ी-बड़ी संचार कम्पनियों के विलय एवं खरीद-फरोख्त की प्रवृत्ति तेजी से उभरकर आई है। सन 1980 के बाद के इन वर्षों में सिनेमा, टी.वी. पत्र-पत्रिका, रेडियो, केबल आदि क्षेत्रों में पचास से ज्यादा कम्पनियों का वर्चस्व था किन्तु दशक की समाप्ति होते-होते इन कम्पनियों की संख्या घटकर आधी रह गई। फर्मों के विलय एवं खरीद-फरोख्त के कारण 1990 में कुल सात बड़ी विज्ञापन कंपनियों ने 73 बिलियन डॉलर का कारोबार किया। इनमें पांच अमरीकी या अमरीकी ब्रिटिश कंपनियां थीं और दो जापानी एवं फ्रांसीसी कम्पनियां थी। मिलशे पाल्मीर ने 'मीडिया मुगल' नामक पुस्तक में लिखा है कि हॉलीवुड तेजी से दुनिया में और भी ताकतवर बना है जब कि दूसरी और गैर-अमरीकी कम्पनियों की इजारेदारी उभर कर सामने आई है। हर्वर्ट शिलन ने 'मास कम्युनिकेशन एण्ड अमेरिकन एम्पायर' (1992) नामक कृति में रेखांकित किया है कि आज अमरीकी सांस्कृतिक साम्राज्यवाद के नाम से बात करना समीचीन नहीं होगा। बल्कि आज 'परराष्ट्रीय नैगम सांस्कृतिक साम्राज्यवाद' के नाम से बातें करना ज्यादा उपयुक्त होगा क्योंकि इसमें अमरीकत्व पर जोर है। यह सच है कि आज विश्व स्तर पर बहुराष्ट्रीय मीडिया कम्पनियों की दुनिया में गैर-अमरीकी बहुराष्ट्रीय कम्पनियां भी दाखिल हो चुकी हैं। इनमें कनाडा की सी ग्राम, डच कंपनी फिलिप्स और आस्ट्रेलियाई न्यूज कारपोरेशन का नाम खास तौर

पर उल्लेखनीय है। इन कम्पनियों का स्थान अमरीका में कार्यरत 30 गैर-अमरीकी बहुराष्ट्रीय फर्मों में सबसे ऊपर है। इसके अलावा गैर-अमरीकी बहुराष्ट्रीय फर्मों की इजारेदारी के दायरे में टेलीविजन स्टेशनों, सिनेमा, केबल नेटवर्क, उपग्रह चैनलों, रेडियो, मनोरंजन पार्क आदि भी आ चुके हैं। इस सबके बावजूद अमरीकत्व का दबदबा बरकरार है।

---

## 12.6 सारांश

---

प्रस्तुत इकाई में आपने अमेरिका और ब्रिटेन में टेलीविजन के बारे में पढ़ा। अमेरिका में टी.वी. का प्रसार-प्रचार बहुत अधिक है वहाँ के टेलीविजन कार्यक्रमों की गुणवत्ता एवं विविधता विशेष महत्व रखती है। अमेरिका में टेलीविजन कम्पनियाँ प्राइवेट हैं तथा विज्ञापन से आय उनका प्रमुख स्रोत है

ब्रिटेन में रेडियो एवं टेलीविजन (बी.बी.सी.) का अपना एक इतिहास है आज भी दुनियाँ में बी.बी.सी. के कार्यक्रमों की अपनी अलग पहचान है।

---

## 12.7 कुछ उपयोगी पुस्तकें

---

1. Television An International History-Anthony Smith.
2. Television Across Europe-Janueieten
3. Television in Contemporary Asia-David page
4. Satellites over South Asia-David Page
5. National Television Violence Study-Edward Donneisten.
6. समकालीन सृजन-आज का मीडिया-संपादक-शंभुनाथ वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली

---

## 12.8 निबन्धात्मक प्रश्न

---

1. ऐसा माना जाता है कि 'टेलीविजन की प्रगति केवल द्वितीय महायुद्ध के बाद औद्योगिक प्रगति के अलावा कुछ नहीं है' ? यह बात कहां तक सत्य है?
2. 'अमरीकी टेलीविजन का मुख्य उद्देश्य मनोरंजन के साधन बढ़ाकर बाजार प्रस्तुत करना है?' इस कथन की समीक्षा कीजिए।
3. ब्रिटेन में टेलीविजन कब से प्रारम्भ हुआ? चैनलों तथा बी.बी.सी. आदि अन्य चैनलों में क्या अन्तर है?
4. बी.बी.सी. क्योंकि लाइसेंस फीस से चलता है अतः सरकार द्वारा इसे नियंत्रित माना जाएगा या नहीं? उदाहरण सहित टिप्पणी कीजिए।
5. 'अमेरिका और ब्रिटेन में टेलीविजन' विषय पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए और भारत के टेलीविजन से इसकी तुलना कीजिए।
6. 'मीडिया साम्राज्यवाद' पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए।
7. संक्षिप्त टिप्पणियाँ लिखिए-
  1. टाइम वारनर
  2. डिजनी

3. बेर्तिल्समान
4. वाइकॉम
5. रुपर्ट
6. न्यूज कारपोरेशन

---

## इकाई 13 अंतर्राष्ट्रीय संस्थाओं में सूचना एवं प्रसारण विधि

---

### इकाई की रूपरेखा

- 13.0 उद्देश्य
  - 13.1 प्रस्तावना
  - 13.2 जनसूचना विभाग का गठन एवं कार्यशैली
    - 13.2.1 प्रेस सेवा
    - 13.2.2 रेडियो सेवा
    - 13.2.3 टेलिविजन सेवा
    - 13.2.4 फिल्म तथा वीडियो फीचर प्रभाग
    - 13.2.5 चित्र (फोटो एवं पोस्टर)
    - 13.2.6 प्रकाशन विभाग
  - 13.3 विकास संबंधी सूचना
  - 13.4 पत्रकार सम्मेलन
    - 13.4.1 कार्यशाला एवं प्रशिक्षण
    - 13.4.2 दर्शक सेवा
  - 13.5 गैर सरकारी संस्थाएं
  - 13.6 सूचना केंद्र
  - 13.7 सारांश
  - 13.8 निबंधात्मक प्रश्न
- 

### 13.0 उद्देश्य

---

किसी भी राष्ट्रीय व अन्तर्राष्ट्रीय संस्था की सफलता उसके कार्यों के साथ-साथ जनसाधारण के सहयोग के बिना सम्भव नहीं। अतः यह अत्यन्त आवश्यक है कि जनसाधारण को न केवल संस्था द्वारा किए गए या किए जाने वाले कार्यों की समुचित जानकारी हो अपितु यह भी आवश्यक है कि उन्हें उन समस्याओं तथा उनके कारणों की भी जानकारी हो जिनके निदान में इन राष्ट्रीय व अन्तर्राष्ट्रीय संस्थाएं अपना योगदान देना चाहती हैं।

यह जानकारी जन साधारण को कैसे दी जाती है तथा किन-किन संचार माध्यमों का उपयोग किया जाता है, यही इस इकाई का मुख्य उद्देश्य है। इस इकाई में मुख्य रूप से अन्तर्राष्ट्रीय संस्था में सूचना एवं प्रसारण विधि पर विशेष विवेचना की गई है।

---

### 13.1 प्रस्तावना

---

जनसंचार के शिक्षार्थियों को अन्तर्राष्ट्रीय संस्थाओं में सूचना एवं प्रसारण विधि के बारे में जानना जरूरी है। प्रस्तुत इकाई में संयुक्त राष्ट्र संघ के जनसूचना विभाग का गठन,

कार्यशैली, प्रेस सेवा, रेडियो सेवा, टेलीविजन सेवा, वीडियो तथा फीचर प्रभाग, फिल्म प्रभाग, फोटो एवं पोस्टर तथा प्रकाशन विभाग का संक्षिप्त परिचय दिया गया है ।

इसके अतिरिक्त विकास संबंधी सूचना, पत्रकार सम्मेलन, कार्यशाला एवं प्रशिक्षण, दर्शक सेवा, गैर सरकारी संस्थाएं, सूचना केन्द्र आदि के बारे में भी जानकारी दी गई है ।

---

## 13.2 जनसूचना विभाग का गठन एवं कार्यशैली

---

सन् 1946 में लन्दन के वेस्टमिनिस्टर हाल में एक माह तक चली यूनाइटेड नेशन (संयुक्त राष्ट्र संघ) की संघठन संबंधी जनरल ऐसेम्बली की सभा में एक प्रस्ताव पारित किया गया जिसके अनुसार 13 फरवरी, 1946 को जनसूचना विभाग की स्थापना की गई । इस यूनाइटेड नेशन (संयुक्त राष्ट्र संघ) के प्रस्ताव संख्या 13(I) के अनुसार इस नए विभाग का मुख्य कार्य संयुक्त राष्ट्र संघ के सभी अंग और विभागों के कार्यों के बारे में जनसाधारण को सूचना देना एवं लोगों में इन कार्यों के प्रति प्रेरित करना था जिससे मानव कल्याण में निहित इस संस्था के कार्यों में लोग रुचि लें और पूर्ण सहयोग दे सकें । इस प्रस्ताव के अनुसार दान सूचना विभाग को संयुक्त राष्ट्रसंघ की सभी गतिविधियों और उनसे सम्बन्धित दस्तावेजों की प्रेस, रेडियो, फिल्म, चित्रों, पोस्टरों, पत्रिकाओं, प्रदर्शनी, जनसम्पर्क तथा अन्य साधनों द्वारा जन साधारण को उपलब्ध कराना व उनके द्वारा सूचित करना था ।

प्रारम्भ में यह विभाग लन्दन स्थित था तथा बी.बी.सी. के उधार लिए लगभग एक दर्जन प्रेस अधिकारियों द्वारा शुरू किया गया था । यह लोग प्रेस विज्ञप्ति देने तथा संयुक्त राष्ट्र संघ की सभाओं और गोष्ठियों के भाषणों को सशब्द लिखित रूप में अंग्रेजी व फ्रेंच भाषा में पारित करते । इस प्रकार दैनिक समाचारपत्र लगभग तीस पृष्ठ का होता था तथा इसके द्वारा राष्ट्र संघ के कार्यकर्ता व अन्य लोग सूचना प्राप्त करते थे

अमेरिका की सरकार ने मार्च, 1946 को संयुक्त राष्ट्र संघ को अपना मुख्य कार्यालय उत्तरी अमरीका में स्थापित करने को आमंत्रित किया और इस प्रकार संयुक्त राष्ट्र संघ ने अपना कार्यालय एक अस्थायी स्थान पर न्यूयार्क शहर में शुरू किया । राष्ट्र संघ के सचिवालय वे साथ-साथ जन सूचना विभाग भी अमरीका चला गया और यहां पर सितम्बर, 1946 में इस विभाग में अंग्रेजी, फ्रेंच के साथ-साथ स्पेनिश भाषा के संपादक, लेखक, प्रेस अधिकारी, प्रोड्यूसर, उद्घोषक, प्रसारक, सम्पर्क अधिकारी रखे गए तथा अन्य सरकारी व गैर सरकारी संस्थाओं से जनसम्पर्क सेवा का प्रारम्भ भी हुआ ।

जन सूचना विभाग की सफलता इस बात से सराही गई कि इसके प्रयत्नों से एक माह में अर्थात् अम्बर, 1946 में दो टेलीविजन संस्थानों ने संयुक्त राष्ट्र संघ के अधिवेशन के प्रथम दिवस की कार्यवाही का डेढ़ घण्टे का सीधा प्रसारण किया । यह माना जाता है कि टेलीविजन संस्थाओं के लिए भी यह गौरव की बात थी क्योंकि अभी टेलीविजन का विकास सीमित था तथा उपकरण साधारण ।

1952 में संयुक्त राष्ट्र संघ का महानिदेशालय जब ईस्ट रिवर न्यूयार्क में बदला गया तो जन सूचना विभाग की जिम्मेदारियां और अधिक बढ़ गई थीं । जनरल ऐसेम्बली हॉल के नीचे एक टी.वी. केन्द्र का निर्माण किया गया और इसके द्वारा जनसूचना विभाग स्वयं अपने

कार्यक्रम निर्मित कर प्रसारण के लिए भेजने लगा । संयुक्त राष्ट्र संघ के सदस्यों की संख्या दिन पर दिन बढ़ने लगी और इसके साथ-साथ जन सम्पर्क व सूचना विभाग का काम ।

अन्तर्राष्ट्रीय सुरक्षा, मानवाधिकार व विभिन्न मानवीय कृत्यों से सम्बन्धित विषयों पर अनेक देशों के राजदूतों के विचार एवं टिप्पणी सुनने के लिए जन सूचना विभाग ने पत्रकारों का सभागार के एक भाग में जाने के लिए अनुमति दे दी । मानव संवर्धन, विकास एवं सहायता के अतिरिक्त, सामाजिक, आर्थिक एवं दासता विरोधी कार्यों के प्रति भी संयुक्त राष्ट्र संघ के प्रयास एवं सहायता पर भी इस विभाग ने जन साधारण को सूचना देने, प्रोत्साहित करने व अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर एक विचारधारा को जन्म देने की ओर सराहनीय कार्य किया ।

1962 तक आम सभा (जनरल एसेम्बली) में 42 नए स्वाधीन देशों ने भाग लेना प्रारम्भ कर दिया । नए स्वाधीन देशों की एक भिन्न विचारधारा व अनेक प्रकार की समस्याएँ थीं । इन देशों की आवश्यकता शिक्षा, स्वास्थ्य व समुचित पोषण के साथ-साथ विशिष्ट दिशाओं में आर्थिक उत्थान की भी थी । अतः 1974 में संयुक्त राष्ट्र संघ सूचना समिति का गठन किया गया । इसका मुख्य ध्येय संयुक्त राष्ट्र संघ की विभिन्न शाखाओं में कार्यरत सूचना अधिकारियों को एक जुट करना तथा सूचना सम्बन्धी संसाधनों को सुव्यवस्थित कर एक निकाय की स्थापना करना जिसके अनुसार इन सभी साधनों का समुचित एवं उपयुक्त प्रयोग हो सके । अधिकतर राष्ट्रों की यह मांग थी कि उनके यहां संयुक्त राष्ट्र संघ के सूचना केन्द्र अधिक विकसित व आधुनिक हों जिससे जन-साधारण को सही तथा सामयिक सूचना समय पर प्राप्त हो सके और उनके देश में प्रगति की गति तीव्र हो सके । इसके साथ-साथ जन सूचना विभाग की भी राष्ट्रों से यह अपेक्षा थी कि उन्हें स्थान, भवन एवं अन्य उपकरणों के लिए समुचित साधन उपलब्ध कराए जाएं ताकि वह अपने सूचना तंत्र को भली प्रकार कार्य योग्य बना पाए ।

1980 की आम सभा में सूचना के विषय को पुनः प्राथमिकता देने का प्रस्ताव पारित किया गया तथा जन सूचना विभाग को सुदृढ़ बनाना आवश्यक माना गया । आज संयुक्त राष्ट्र संघ का अपना सूचना विभाग है और इसके सभी राष्ट्र देशों में इस विभाग की शाखाएँ हैं । साथ-साथ राष्ट्र संघ के अन्य अवयवों अर्थात् विभागों के अपने-अपने सूचना विभाग हैं जो एक ओर तो राष्ट्र संघ के सूचना विभाग के पूरक के रूप में कार्य करते हैं और दूसरी ओर विशिष्ट क्षेत्रों में विशेष जानकारी जन-साधारण को देते हैं

### 13.2.1 प्रेस-सेवा

संयुक्त राष्ट्र संघ के भवन के दूसरे तल पर पूरे वर्ष प्रत्येक कार्य दिवस पर पचास से अधिक समाचारपत्रों के संवाददाता, टेलीविजन एवं रेडियो पत्रकार एकत्र होते हैं और सैक्रेटरी जनरल व अन्य अधिकारी उन्हें उस दिन के निर्णयों और संस्था सम्बन्धी सूचना के बारे में अवगत कराते हैं तथा आगे के कार्यक्रम व योजनाओं के बारे में सूचित करते हैं । इसके बाद दस या पन्द्रह मिनट का समय संवाददाताओं को प्रश्न पूछने के लिए दिया जाता है । कभी-कभी संवाददाताओं और अधिकारियों में गरमा-गरम बहस भी देखने में आती है । संयुक्त राष्ट्र

संघ की 'संवाददाता संस्था' की ओर से धन्यवाद के बाद सभी पत्रकार अपने-अपने काम पर चले जाते हैं ।

अपराहन की सूचना सभा में लगभग तीन सौ संवाददाता व पत्रकार उपस्थित होते हैं तथा जनसूचना विभाग के अधिकारियों और पत्रकारों की बहस दर्शनीय होती है । इस विवरण सभा में लगभग 45 देशों के टी.वी. संवाददाताओं और 95 से 100 तक पत्र-पत्रिकाओं के संवाददाता भाग लेते हैं । यह विवरण सभा उस सूचना सभा का छोटा अंश मात्र है, जो संयुक्त राष्ट्र संघ की विशेष सभाओं के बाद होती है । इसमें अनेक राष्ट्राध्यक्ष व विशेष अतिथि सभा को सम्बोधित करते हैं, जैसे वर्ल्ड कान्फ्रेंस, संयुक्त राष्ट्र संघ की महिलाओं की सभा (जो 1980 में महिला दशक को मनाने के उपलक्ष्य में की गयी थी जिसमें दुनिया भर के देशों से ढाई हजार पत्रकारों ने भाग लिया था । आदि सम्मेलन आयोजित किए जाते हैं ।

राष्ट्र संघ का सूचना विभाग पत्रकारों तथा मीडिया सम्बन्धी लोगों को सभी सुविधाएं प्रदान करता है जैसे लिखित सामग्री, फिल्म या वीडियो, चित्र, परिचय पत्र, ठहरने व जलपान आदि की व्यवस्था इत्यादि । सूचना विभाग के अधिकारी व जनसम्पर्क अधिकारी पत्रकारों के सतत् सम्पर्क में रहते हैं । संयुक्त राष्ट्र संघ व सुरक्षा परिषद व अन्य सभाओं को पत्रकार आदि लोग भली भांति देखते, सुनते तथा इन पर लिखते हैं । जन सूचना विभाग साल भर में तीन हजार से अधिक प्रेस विज्ञप्ति अंग्रेजी में एवं लगभग 2000 विज्ञप्ति फ्रेंच भाषा में प्रेषित करता है । अन्य इलेक्ट्रॉनिक मीडिया वालों की सुविधाएं अलग से हैं ।

### 13.2.2 रेडियो-सेवा

जन सूचना विभाग का रेडियो-सेवा अंग 1946 में ही प्रारम्भ हुआ था । उस समय रेडियो सेटों की संख्या पचास लाख से ऊपर थी जो 1983 में 1.2 अरब के लगभग हो गई । आज भी रेडियो-सेवा सबसे अधिक विस्तृत मानी जाती है और इस माध्यम के द्वारा सूचना सबसे अधिक तेजी से भेजी जा रही है । संयुक्त राष्ट्र संघ रेडियो-सेवा पच्चीस भाषाओं में जैसे अरकान्स, अरबी, बंगाली, चीनी, अंग्रेजी, फ्रेंच, ग्रीक, हिन्दी, इंडोनेसियन, जापानी, लिंगाला, फिलीपीनो, पुर्तगाली, रूसी, सर्वो क्रोट, सोमाली, स्पेनिश, स्वाहाली, थाई, त्सवाना, तुर्की, उर्दू होसा और जुलू आदि में है तथा 167 देशों तथा भागों में प्रसारित होती है । कार्यक्रम लगभग 2000 घंटे प्रति वर्ष का है और प्रत्येक कार्यक्रम की अवधि तीन मिनट से तीस मिनट तक होती है । यह सेवा मीडियम तथा शार्ट वेव दोनों में है और शार्ट वेव का प्रसारण लगभग 750 घण्टे है । जन सूचना विभाग एक लाख दस हजार टेप व डिस्को का वितरण विभिन्न देशों को करता है ।

इसके अलावा 7 से 15 मिनट के समाचार बुलेटिन भी प्रसारित किए जाते हैं । यह बुलेटिन विभिन्न भाषाओं में क्षेत्रीय आधार पर प्रसारित होते हैं । 3 से 5 मिनट के बुलेटिन टेलीफोन लाइनों द्वारा भेजे जाते हैं तथा इनकी माँग बढ़ती जा रही है ।

जनरल ऐसेम्बली के आदेश पर संयुक्त राष्ट्र रेडियो प्रतिदिन 15 मिनट का एक फीचर सामयिक विषयों पर तैयार करता है, जिसमें संयुक्त राष्ट्र संघ इसके विभागों एवं बाहर के लोगों

के विचार का समन्वय होता है। इस सब कार्य को संपादित करने एवं जन सूचना विभाग को सहायता देने हेतु तीन हजार संवाददाता एवं पत्रकार जुटे हुए हैं। आज यह सेवा इन्टरनेट पर भी उपलब्ध है।

### 13.2.3 टेलीविज़न सेवा

लगभग सभी सभाएं एवं सम्मेलन छोटे-बड़े जो भी संयुक्त राष्ट्र संघ तथा सुरक्षा परिषद के तत्वावधान में होते हैं उनकी वीडियो रिकॉर्डिंग की जाती है। यह रिकॉर्डिंग संयुक्त राष्ट्र जन सूचना-विभाग का टेलीविज़न प्रभाग करता है। अनुमानतः एक वर्ष में विभिन्न देशों में हुई सभा व सम्मेलनों के अलावा संयुक्त राष्ट्र टी.वी. ने 60 मीटिंग सुरक्षा परिषद, 200 मीटिंग जनरल एसेम्बली की व 50 मीटिंग संयुक्त राष्ट्र के अन्य विभागों की रिकार्ड की। यह सब रिकॉर्डिंग संसार की विभिन्न टी.वी. संस्थाओं ने प्रयोग की।

इसके अलावा यू.एन.टी.वी. विशेष रूप से किसी भी सदस्य देश को तीन कैमरा सहित स्टूडियो सेवा एवं अपनी लाइब्रेरी की फिल्म व वीडियो रिकॉर्डिंग के अंश प्रदान करता है। कोई भी देश जन सूचना विभाग का सहयोग प्राप्त कर सकता है परन्तु अधिकतर इस प्रकार की सेवाओं के लिए पहले से सूचना देना उचित होता है। सूचना विभाग की लाइब्रेरी पूरी तरह कम्प्यूटराइज्ड है। आम सेवाओं के अलावा जो भी अतिरिक्त सुविधा मांगी जाएगी उसके लिए जन सूचना विभाग एक राशि लेता है। ऐसा इसलिए करना पड़ा क्योंकि खर्च बहुत अधिक आता है और बजट उतना नहीं है।

उपग्रह द्वारा प्रसारण की मांग दिन पर दिन बढ़ रही है तथा लगभग 100 देश इस सेवा का प्रयोग कर रहे हैं। इसके अतिरिक्त 1000 जन सूचना विभाग के बुलेटिन प्रतिवर्ष प्रसारित किए जाते हैं जो मुफ्त हैं। 500 के लगभग समाचार टेप व फिल्म अलग-अलग प्रतिनिधि मंडलों को दिए जाते हैं तथा इतने ही संवाददाताओं द्वारा प्रसारित किए जाते हैं।

इन सब के अलावा 'वर्ल्ड क्रानिकल' के नाम से एक साप्ताहिक कार्यक्रम जन सूचना विभाग बनाता है और सभी सदस्य देशों को भेजता है। इस कार्यक्रम की अवधि आधा घंटा होती है तथा इसमें पूरे सप्ताह की मुख्य खबरें समायोजित होती हैं। 1978 के बाद टेलीविज़न सुविधाएं बीस प्रतिशत बढ़ी और आज इनकी मांग आंकना कठिन है।

### 13.2.4 फिल्म तथा वीडियो फीचर प्रभाग

जन सूचना विभाग का एक अंग फिल्म एवं वीडियो फीचर बनाने में संलग्न है। इसके द्वारा निर्मित फिल्म 'फर्स्ट स्टेप' को 1948 में आस्कर से सम्मानित किया गया। इस फिल्म में पोलियो से ग्रसित बच्चों के पुनर्वास पर प्रकाश डाला गया है। इस फिल्म के अतिरिक्त फिल्म 'बुक' को कान्स फेस्टीवल में 1979 का विशेष पुरस्कार प्राप्त हुआ। विकलांग लोगों की समस्याओं पर आधारित एनीमेशन फिल्म 'इट इज द सेम वर्ल्ड' को आस्कर के लिए मनोनीत 1981 में किया गया। 'फुट नोट्स टू बार' को भी 'ब्ल्यू रिबन' पुरस्कार प्राप्त हुआ।

आजकल यह विभाग लगभग दस नई फिल्में प्रतिवर्ष बनाता है जो मानव सम्बन्धी समस्याओं पर आधारित होती हैं। इस विभाग के फिल्म प्रभाग के लोग वर्ष में बीस से अधिक

देशों में जाते हैं। हाल ही में संयुक्त राष्ट्र सूचना विभाग ने सदस्य देशों के सहयोग से फिल्म बनाना शुरू कर दिया है। इससे एक तो खर्च कम होता है तथा दूसरी ओर सम्बन्धित देश अपने यहां की व्यथा का सही फिल्मांकन कर पाता है।

दस विकसित देशों ने एक कॉन्सोरशियम (Consortium) बनाया है तथा इन देशों ने कनाडा की अन्तर्राष्ट्रीय फिल्म संस्थान के साथ एजेन्डा फॉर स्माल प्लेनेट की दस एक-एक घण्टे की फिल्में बनाई हैं। इसके बाद कई धारावाहिक रूप से फिल्में बन रही हैं तथा विभिन्न संकाय अलग-अलग देशों की टी.वी. संस्थाओं ने मिलकर फिल्म बना रहे हैं।

### 13.2.5 चित्र (फोटो एवं पोस्टर)

संयुक्त राष्ट्र संघ के छायाचित्रकार (फोटोग्राफर) लगभग सभी सभाओं और सम्मेलनों का छायांकन करते हैं। इस समय लगभग दो लाख से अधिक चित्रों के नेगेटिव जन सूचना विभाग की लाइब्रेरी में हैं। यहाँ से इन चित्रों की प्रति सदस्य मंडल प्राप्त कर सकते हैं। साथ-साथ कोई भी सदस्य एवं अन्य देश इनको प्राप्त कर सकता है चाहे वह संस्थागत रूप में या फिर व्यक्ति विशेष के रूप में।

जन सूचना विभाग समय-समय पर इन चित्रों की प्रदर्शनी का आयोजन करता है। यह प्रदर्शनी अन्य देशों में भी लगाई जाती है। इन चित्रों की प्रतियां संयुक्त राष्ट्र संघ सूचना व जन सम्पर्क विभाग-प्रत्येक देश के विभाग के माध्यम से स्कूलों, कॉलेजों, प्रदर्शनियों एवं वहां के सूचना व प्रसारण केन्द्रों की सहायता से लोगों तक सूचनाएं दर्शाता व बांटता है।

### 13.3.6 प्रकाशन विभाग

सभी स्तर के पढ़ने वालों के लिए जन सूचना विभाग अनेक प्रकाशन निकालता है, जिसमें पत्र, पत्रिकाएं व ईयरबुक तक सम्मिलित हैं। इसके अलावा अनेक प्रकाशन संयुक्त राष्ट्र संघ के विभिन्न विभागीय कर्मचारियों के लाभ के लिए भी प्रकाशित किए जाते हैं। लगभग सभी सदस्य देशों में लाइब्रेरी एवं सूचना केन्द्र कार्य कर रहे हैं। 'संयुक्त राष्ट्र क्रॉनिकल' एक बहुत उपयोगी व सराहनीय प्रकाशन है।

---

## 13.3 विकास सम्बन्धी सूचना

संसार में शांति बनाए रखने के साथ अविकसित व विकासशील देशों के विकास की ओर ध्यान देना एवं उनकी प्रगति में सहायक होना भी 1962 की जनरल एसेम्बली की बैठक में तय किया गया। 1976 में यह माना गया कि सूचना व समुचित तकनीकी जानकारी अविकसित देशों के लिये सहायक सिद्ध होगी। अतः संयुक्त राष्ट्र संघ को इस ओर विशेष ध्यान देना चाहिए। पांच वर्ष बाद यह माना गया कि नव-विकसित आर्थिक दृष्टिकोण का आधार सूचना व पूर्ण जानकारी पर ही निर्भर करता है। अन्तर्राष्ट्रीय बहुमुखी विकास और मानव उत्थान के लिए सूचना तन्त्र को पूर्ण रूप से विकसित करना एवं प्रयोग में लाना आवश्यक है। अतः 'डेवलेपमेंट फोरम' के नाम से समाचारपत्र प्रकाशित करने का भार जनसूचना विभाग के आर्थिक व

सामाजिक उत्थान विभाग को सौंपा गया । इसमें यू.एन. विश्वविद्यालय के स्नातकों व प्रोफेसरों का भी समुचित योगदान रहा है ।

सूचना विभाग विकासशील देशों में लगभग 200 समाचारपत्र निकालता है जिसमें सरकारी एवं गैर सरकारी दोनों दृष्टिकोण होते हैं ।

### 13.4 पत्रकार सम्मेलन

वरिष्ठ पत्रकारों, संपादकों एवं लेखकों की विचारधारा जानने व उन्हें संयुक्त राष्ट्र संघ के विभिन्न अवयवों के कार्यों से जोड़ने को ध्यान में रखते हुए गोल मेज कान्फ्रेंस एवं सम्मेलनों का अयोजन जन सूचना विभाग समय-समय पर करता है । इस प्रकार की गोष्ठियों का आयोजन अनेक देशों की राजधानियों में किया जाता है जिससे अलग-अलग देशों के पत्रकारों का एक सदस्य देश के अनेक पत्रकारों से विचारों का आदान-प्रदान होता है और उस देश के पत्रकारों के विभिन्न दृष्टिकोणों की जानकारी प्राप्त होती है, जो कि एक या दो पत्रकारों का संघ के सचिवालय में खुलाने से नहीं हो पाएगी । सन् 1980 से आज तक लगभग 500 से अधिक समाचार संस्थाओं के वरिष्ठ लोग इस प्रकार की गोष्ठियों में भाग ले चुके हैं ।

इन गोष्ठियों के विषय महिलाएं, समानता, विकास और शांति, सबसे कम विकसित देश और उनकी समस्याएं, निरस्त्रीकरण आदि कुछ मुख्य हैं ।

#### 13.4.1 कार्यशाला एवं प्रशिक्षण

युवा वर्ग को अन्तर्राष्ट्रीय क्षेत्र से तथा राष्ट्र संघ की कार्यविधि से जोड़ने के विचार से जन सूचना विभाग 50 देशों से 80 स्नातकों को प्रतिवर्ष चार सप्ताह के प्रशिक्षण के लिए आमंत्रित करता है । यह लोग प्रशिक्षण के दौरान संघ के अधिकारियों की कार्यप्रणाली का सूक्ष्म रूप से अध्ययन कर शोध (रिसर्च) प्रस्ताव भी तैयार करते हैं । कुछ प्रस्तावों को संघ से संबन्धित प्रभाग स्वीकृति देकर उस पर व्यक्ति विशेष को शोध कार्य करने को कहते हैं । इन शोध पत्रों का प्रकाशन समय-समय पर होता रहता है जिससे आगे कार्य करने की दिशा निर्धारण में सहयोग प्राप्त होता है तथा युवा पत्रकारों व स्नातकों में अभिरुचि उत्पन्न होती है ।

हाल ही में जन सूचना विभाग ने रेडियो तथा टेलीविजन के प्रशिक्षण का भी प्रावधान किया है तथा कुछ लोगों ने प्रशिक्षण प्राप्त कर लिया है । प्रत्येक पाठ्यक्रम में 15-20 छात्रों को रेडियो एवं टेलीविजन तथा अन्य तकनीकी क्षेत्र में भविष्य में क्या परिवर्तन होने जा रहे हैं तथा उनसे लाभ आदि के साथ प्रयोगात्मक विश्लेषण की जानकारी दी जाती है ।

#### 13.4.2 दर्शक सेवा

संयुक्त राष्ट्र संघ के सचिवालय पर दर्शक भी आते हैं तथा यदि सभा चल रही हो तो वे कुछ कार्यक्रम देखना चाहते हैं । इनके लिये प्रतिदिन की टिकट का प्रावधान है । सूचना विभाग कुछ दर्शकों को आमंत्रित भी करता है और विशिष्ट दर्शकों व विद्यार्थी समूह को आने-जाने का खर्चा देकर बुलाता है तथा संघ की कार्यप्रणाली एवं कार्य क्षेत्र के बारे में उन्हें अवगत कराता है । समय-समय पर यहां दर्शकों के लिए कुछ फिल्म भी दिखाई जाती है तथा भाषण

द्वारा तथा प्रकाशनों के वितरण से जानकारी उपलब्ध कराते हैं। आज तक आए दर्शकों की संख्या का अनुमान लगाना तो कठिन है पर विभाग द्वारा आमंत्रित समूहों की संख्या लाखों में है।

---

### 13.5 गैर सरकारी संस्थाएं

---

संयुक्त राष्ट्र संघ के घोषणा पत्र के अनुसार कोई भी कार्य एवं अनुदान किसी सदस्य देश को वहां की सरकार के माध्यम से ही दिया जाता है। पर कुछ गैर सरकारी संस्थाएं जो सेवा व विकास कार्य में जुड़ी हैं उन्हें भी संयुक्त राष्ट्र संघ व उसकी किसी शाखा द्वारा सहायता मिल सकती है और दी गई है। पर इसके लिए भी गैर सरकारी संस्था का चयन उस देश की सरकार की स्वीकृति से ही होता है तथा इस प्रकार की संस्था को दिए गए अनुदान व सहायता का लेखा-जोखा वहां की सरकार का सम्बन्धित विभाग रखता है।

जेनेवा के जन सूचना केन्द्र में गैर सरकारी संस्थाओं के लिए एक सूचना विभाग है जहाँ अनुमानतः 17000-18000 आगन्तुक तथा 5000-6000 टेलीफोन प्रतिवर्ष जानकारी प्राप्त करने के लिए गैर सरकारी संस्थाओं से पूरे संसार से आते हैं। अब तक लगभग 2000 गैर सरकारी संस्थाएं संयुक्त राष्ट्र संघ के विभागों से अनुदान प्राप्त कर जन सेवा एवं विकास का कार्य कर चुकी हैं। इनके क्षेत्र में बच्चों के लिए, शिक्षा, कृषि विकास, बाढ़ व भूकम्प पीड़ित, युद्ध में हताश व रोग-ग्रस्त लोगों की सहायता आती है। वास्तव में विकास एवं मानव कल्याण क्षेत्र, इतना विस्तृत है कि उसका वर्णन कठिन है। यह तो केवल उदाहरण हैं।

---

### 13.6 सूचना केन्द्र

---

न्यूयार्क एवं जेनेवा के अलावा लगभग प्रत्येक सदस्य देश में सूचना केन्द्र खोलने का प्रावधान है पर धन एवं साधनों के अभाव में कुछ देशों में अलग सूचना केन्द्र न होकर वहां के राष्ट्र संघ द्वारा संचालित किसी विभाग के प्रभाग के रूप में लाइब्रेरी व सूचना केन्द्र काम कर रहे हैं। जहां से पूरी जानकारी प्रकाशन व अन्य सामग्री उस देश के पत्रकारों, रेडियो एवं टेलीविजन आदि विभागों को दी जाती है।

उपग्रह द्वारा इन्टरनेट व अन्य सुविधाओं के आने से लगभग सभी सदस्य देशों में एक तथा एक से अधिक सूचना केन्द्र व स्थान हैं, जहां से सम्पर्क व सूचना अधिकारी कार्य कर रहे हैं। जन सूचना विभाग की फिर भी यह मान्यता है कि अभी भी उनके कार्यक्षेत्र में विस्तार की गुंजाइश है और सूचना सुविधाएं बढ़ाने के क्षेत्र में वह प्रयत्नशील है।

---

### 13.7 सारांश

---

प्रस्तुत इकाई में आपने अंतर्राष्ट्रीय संस्थाओं में सूचना एवं प्रसारण विधि के बारे में जानकारी दी गई है संयुक्त राष्ट्र संघ में 13 फरवरी, 1942 को जन सूचना विभाग का गठन किया गया। तब से आज तक यह प्रभाग निरन्तर विकास कर रहा है संयुक्त राष्ट्र संघ इस बात का प्रयास कर रहा है कि प्रत्येक सदस्य देश में जन सूचना प्रभाग खुले। इस संदर्भ में उसे सफलता भी प्राप्त हुई है?

---

### 13.8 निबंधात्मक प्रश्न

---

1. 'अंतर्राष्ट्रीय संस्थाओं में सूचना एवं प्रसारण विधि' विषय पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए ।
2. जन सूचना विभाग का गठन एवं कार्यशैली पर एक संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए ।
3. पत्रकार सम्मेलन के अन्तर्गत कार्यशाला एवं प्रशिक्षण पर अपने विचार व्यक्त कीजिए ।
4. सूचना केन्द्र के उद्देश्यों पर प्रकाश डालिए ।

---

## इकाई 14 दूरदर्शन संरचना एवं प्रबंध

---

### इकाई की रूपरेखा

- 14.0 उद्देश्य
  - 14.1 प्रस्तावना
  - 14.2 दूरदर्शन-संरचना और प्रबंध
  - 14.3 आकाशवाणी की संरचना एवं प्रबंध
  - 14.4 प्रथम टेलीविजन केन्द्र
    - 14.4.1 कार्यक्रम
    - 14.4.2 तकनीकी
    - 14.4.3 प्रशासन
  - 14.5 आकाशवाणी से अलगाव नया महानिदेशालय
  - 14.6 प्रसार भारती
  - 14.7 केन्द्र की संरचना एवं प्रबंध
    - 14.7.1 तकनीकी
    - 14.7.2 प्रशासन
  - 14.8 महानिदेशालय प्रबंध एवं संरचना
  - 14.9 सारांश
  - 14.10 निबन्धात्मक
- 

### 14.0 उद्देश्य

दूरदर्शन विश्व के सबसे बड़े प्रसारण तन्त्रों में से एक है। इसकी संरचना एवं प्रबन्ध किस आधार पर निर्मित की गई है एवं इसकी कार्यविधि क्या है? इसकी जानकारी देना इस इकाई का मुख्य उद्देश्य है। समय के बदलाव के साथ-साथ क्या दूरदर्शन संरचना में कोई परिवर्तन आया? इसकी संरचना में किन-किन प्रसारण-संस्थाओं से कौन-कौन से आधारभूत सिद्धान्त लिए गए और उनका पालन व व्यावहारिक रूप से उपयोग किस सीमा तक किया गया?

'प्रसार भारती' बनाने के उपरान्त दूरदर्शन संरचना में कोई परिवर्तन आया या नहीं? प्रबन्ध करने वाले अधिकारियों के क्या अधिकार हैं? किस-प्रकार से प्रबन्ध चल रहा है एवं क्या हो सकता है, आदि की जानकारी आपको दी जा रही है। इस इकाई के अध्ययन के बाद आप-

- दूरदर्शन के संक्षिप्त इतिहास से परिचित हो सकेंगे।
- दूरदर्शन की संरचना जान सकेंगे।
- दूरदर्शन की कार्यप्रणाली एवं विभिन्न विभागों से परिचित होंगे।
- दूरदर्शन की प्रगति के बारे में जान पाएंगे।

- 'प्रसार-भारती' की स्थापना के उद्देश्य और उसके वर्तमान 'स्टेटस' से परिचित हो पाएंगे ।

---

## 14.1 प्रस्तावना

---

दूरदर्शन का प्रारम्भ एक प्रयोगात्मक रूप में भारत में सन् 1959 में हुआ । दिल्ली के एक अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार मेले में एक विदेशी टेलीविज़न कम्पनी विज्ञापन हेतु कुछ उपकरण लेकर भारत आई थी । उसने व्यापार मेले में एक छोटा-सा स्टूडियो बनाया । इस स्टूडियो के कैमरों के द्वारा दर्शक अपनी छवि टेलीविज़न के पर्दे पर देख सकते थे । विज्ञान के इस चमत्कार के बारे में जो सुन रखा था उसे देखकर हर्ष के साथ कौतुहल भी हुआ । अधिकांश लोगों के लिये यह नया अनुभव था । इसे देखने के लिए लोगों की होड़ लग गयी थी । व्यापार मेले की समाप्ति पर यह कम्पनी अपने उपकरण ऑल इण्डिया रेडियो को भेंट कर गई और रेडियो के रिसर्च विभाग के इन्जीनियरों ने इन उपकरणों को अपने यहां लगाकर अपने प्रयोग प्रारम्भ किए । सबसे पहले 500 वाट के ट्रांसमीटर द्वारा कुछ सेटों पर प्रसारण के प्रयोग किए गए । आकाशवाणी भवन के पाँचवें तल पर एक काम चलाऊ स्टूडियो का निर्माण भी किया गया । पहला प्रसारण इसी आकाशवाणी भवन के प्रयोगात्मक स्टूडियो से 15 सितम्बर, 1959 को हुआ । 500 वाट के ट्रांसमीटर की क्षमता चित्रों को 25 कि.मीटर के क्षेत्र में प्रसारित करने की थी ।

---

## 14.2 दूरदर्शन संरचना और प्रबन्ध

---

प्रयोगात्मक दृष्टि से प्रारम्भ करते समय टेलीविज़न सेन्टर को आकाशवाणी के एक विभाग के रूप में ही शुरू किया गया । एक उपनिदेशक को ऑफिसर ऑन स्पेशल ड्यूटी की मान्यता देकर इसको चलाने का भार सौंपा गया । इससे पूर्व यह अधिकारी अमरीका और ब्रिटेन में सेवा में रहे थे । इन्होंने वहाँ टेलीविज़न कार्यक्रमों के निर्माण एवं प्रसारण की विधि को देखा था । अतः उनके अनुभव का लाभ आकाशवाणी के प्रबन्धकों ने लिया । तकनीकी विभाग से कुछ इन्जीनियर एवं उनके सहयोगी रेडियो से आए तथा प्रबन्ध विभाग में एक हैड क्लर्क को दो सहयोगियों के साथ नियुक्त किया गया ।

कार्यक्रम प्रस्तुति के लिये कलाकारों को प्रति कार्यक्रम के आधार पर रेडियो की परम्परा के अनुसार बुलाया जाता था । पर रेडियो की तरह टेलीविज़न पर केवल माइक के आगे गाने व ड्रामा में मौखिक प्रस्तुति की बात निर्मूल थी । यहां पर तो 'कलाकार को पर्दे पर आना था । इसलिए टेलीविज़न माध्यम की आवश्यकता के अनुसार उनका चयन करना अनिवार्य-सा था । अतः ऑडीशन कमेटी एवं चयन समिति का निर्माण किया गया । पहली बार कलाकारों को कैमरे के सामने आकर प्रस्तुति करनी पड़ी । एक ओर तो यह कलाकारों के लिए एक नया अनुभव था दूसरी ओर उन्हें घबराहट महसूस होती कि नए माध्यम के लिए व कैसे सफल सिद्ध हों ।

कार्यक्रम निर्माता अर्थात् प्रोड्यूसरों को भी टेलीविज़न-कार्यक्रम बनाने का अनुभव न था । अतः कुछ विदेशी विशेषज्ञों को भारत बुलाकर आकाशवाणी के स्टॉफ ट्रेनिंग स्कूल में प्रशिक्षण का आयोजन किया गया । इस प्रशिक्षण से बहुत लाभ हुआ क्योंकि न केवल प्रोड्यूसरों को ही

प्रशिक्षण मिला बल्कि प्रशासन अधिकारियों, तकनीकी विशेषज्ञों तथा कलाकारों को भी बहुत जानकारी मिली। इससे टेलीविजन केन्द्र की कैसी संरचना हो, जिससे प्रबन्ध कार्य सुचारु रूप से चल सके-इसमें भी सहायता मिली। इसी जानकारी के आधार पर भारत के पहले टेलीविजन सेन्टर की संरचना की गई।

---

### 14.3 आकाशवाणी की संरचना एवं प्रबन्ध

---

ऐतिहासिक रूप से यह जानना आवश्यक होगा कि उस समय आकाशवाणी में प्रबन्ध एवं संरचना किस-प्रकार की थी। सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय आकाशवाणी का एक विभाग था। आकाशवाणी एक महानिदेशालय के रूप में माना गया। महानिदेशक इसका उच्चतम अधिकारी माना जाता था और प्रशासन, कार्यक्रम व तकनीकी विभाग इस महानिदेशालय के अन्तर्गत कार्य करते थे।

तकनीकी विभाग का अध्यक्ष मुख्य अभियन्ता (चीफ इन्जीनियर) होता था। जहाँ महानिदेशक के नीचे कार्यक्रम और प्रशासन विभाग के उप-महानिदेशक होते थे, वहाँ मुख्य अभियन्ता के नीचे उप मुख्य अभियन्ता थे। तीन उप-महानिदेशक-कार्यक्रम, निरीक्षण और प्रशासन के थे। उप-महानिदेशक (कार्यक्रम) को तीनों में प्रमुख माना जाता तथा वह वरिष्ठ होते थे क्योंकि उन्हीं के अन्तर्गत सभी कार्यक्रम निदेशक एवं केन्द्र निदेशक आते थे। इसी महानिदेशक को प्रोग्राम प्रोड्यूसर से लेकर अन्य कर्मचारियों के कार्यों का लेखा-जोखा निदेशकों के माध्यम से रखना पड़ता था। श्रोता अनुसन्धान विभाग भी इसी के अन्तर्गत आता था। पर बाद में उसे निरीक्षण विभाग के साथ जोड़ दिया गया। श्रोता अनुसन्धान विभाग का कार्य केन्द्र निदेशक व उप-महानिदेशक कार्यक्रम के कार्य में सुधार एवं गुणवत्ता लाना था। भविष्य में प्रोग्राम एवं केन्द्रों में सुधार तथा नए केन्द्रों के खोलने सम्बन्धी कार्य भी इसी उप-महानिदेशक के पास था और इनका तालमेल तकनीकी विभाग तथा प्रबन्ध विभाग से सीधा था। लेखा विभाग, वित्त, प्रशासन, प्रशिक्षण आदि उप-महानिदेशक प्रशासन के अन्तर्गत आते थे। कार्यक्रम एवं तकनीकी प्रशिक्षण में उप-महानिदेशक कार्यक्रम, निदेशक स्टाफ ट्रेनिंग कार्यक्रम और इसी-प्रकार उप-मुख्य अभियन्ता योजना व अभियन्ता प्रशिक्षण का पूरा योगदान रहता था।

---

### 14.4 प्रथम टेलीविजन केन्द्र

---

यह उप-महानिदेशक कार्यक्रम के अन्तर्गत ऑफिसर-ऑन स्पेशल ड्यूटी के द्वारा प्रारम्भ हुआ। कुछ वर्ष के उपरान्त केन्द्र निदेशक की नियुक्ति की गई और केन्द्र में दो सहायक निदेशक तथा प्रोग्राम प्रोड्यूसर एवं प्रोग्राम एग्जीक्यूटिव नियुक्त किए गए। इस विभाग की रचना रेडियो से भिन्न थी। मुख्य रूप से यदि इसे देखा जाए तो कुछ इस - प्रकार की सारणी बनेगी-

#### 14.4.1 प्रोग्राम

निदेशक

उपनिदेशक

प्रोड्यूसर/प्रोग्राम एग्जीक्यूटिव  
प्रोडक्शन सहायक  
मेकअप विभाग  
कला विभाग  
सेट एवं रूप सज्जा की सामग्री विभाग  
फिल्म विभाग  
स्कूल शिक्षा विभाग की प्रयोगशाला  
श्रोता अनुसंधान  
लेखन विभाग  
समाचार  
संगीत विभाग  
कठपुतली विभाग  
तथा प्रत्येक प्रकार के कार्यक्रमों के अपने-अपने विभाग आदि

#### 14.4.2 तकनीकी

केन्द्र अभियन्ता  
सहायक केन्द्र अभियन्ता  
अभियन्ता  
उप-अभियन्ता  
टेक्नीशियन एवं अन्य कर्मचारी  
स्टूडियो  
फिल्म चलाने का विभाग-टेलीसिने  
प्रकाश  
वीडियो रिकॉर्डिंग  
कैमरा  
कैमरा कन्ट्रोल  
फिल्म प्रोसेसिंग  
फिल्म एडिटिंग  
कैमरा मैन  
ट्रांसमीटर  
सभी उपकरणों की देखभाल एवं समय-समय पर मरम्मत के लिए वर्कशॉप आदि

#### 14.4.3 प्रशासन

हैड क्लर्क  
अन्य सहयोगी  
स्टूडियो सहायक  
ट्रांसपोर्ट

दफ्तर का लेखा-जोखा

व अन्य सहयोग

प्रारम्भ में तो तीस मिनट का सप्ताह में दो दिन कार्यक्रम केवल दिल्ली से प्रसारित होता था। पर 1961 से स्कूल टेलीविज़न के कार्यक्रम सप्ताह में पाँच दिन तथा फिर छः दिन सुबह व अपराह्न में प्रसारित होने लगे। उस समय तक भारत में टी.वी. सेट बनने प्रारम्भ नहीं हुए थे। अतः टेलीविज़न केन्द्र ने ही स्कूलों में 'फोर्ड फाउन्डेशन' के सहयोग से टी.वी. सेट लगाए। उनकी मरम्मत की जिम्मेवारी भी दिल्ली टेलीविज़न केन्द्र के रिसेवर सैक्शन को सौंपी गई थी। यह रिसेवर सैक्शन भी केन्द्र अभियन्ता के अन्तर्गत काम करता था। रेडियो की भांति कार्यक्रम सलाहकार समितियां भी गठित की गईं।

---

## 14.5 आकाशवाणी से अलगाव नया महानिदेशालय

---

समय के बदलाव के साथ-साथ प्रसारण समय बढ़ता गया। देश के अन्य भागों में भी टेलीविज़न केन्द्रों और कार्यक्रमों की मांग बढ़ने लगी। 15 अगस्त, 1965 से दैनिक प्रसारण तथा समाचार बुलेटिन का प्रसारण प्रारम्भ हुआ। सन् 1972 में टेलीविज़न का दूसरा केन्द्र बम्बई (आज मुंबई) में प्रारम्भ हुआ। इसके बाद जालंधर, जम्मू-कश्मीर व अन्य केन्द्र आए पर 1976 में एक नया मोड़ आया। एक ओर तो टेलीविज़न पर व्यावसायिक विज्ञापन सेवा शुरू हुई तो दूसरी ओर इसे आकाशवाणी से अलग निदेशालय में परिवर्तित कर दिया गया। रेडियो को आकाशवाणी तथा टेलीविज़न को दूरदर्शन कहा जाने लगा। इसको विभाजित करने के कई मुख्य कारण थे-

1. इसके फैलाव व विशेष आवश्यकताओं के कारण
2. यहाँ के कार्यकर्त्ता का काम आकाशवाणी से भिन्न था तथा जितनी भी कमेटियां इसके कार्यक्रमों के सुधार के लिए बनी उनकी राय में आकाशवाणी और दूरदर्शन के प्रोग्राम व तकनीकी कार्यकर्त्ताओं के स्थानान्तरण से दूरदर्शन को हानि हो रही थी।
3. दूरदर्शन का प्रयोगात्मक समय पूरा माना गया।
4. अन्य देशों में टेलीविज़न के कार्यक्रमों के स्तर व स्पर्धा को ध्यान में रखकर अच्छे कार्यक्रम बनाने के लिए विशेष प्रयास एवं प्रशिक्षित लोगों की आवश्यकता थी।
5. यदि दूरदर्शन को व्यावसायिक रूप से सफल बनाना था तो अलग विभाग ही इस कार्य को सुचारित रूप से चला सकता था।
6. प्रशासनिक एवं व्यावसायिक क्षमता के लिए इसमें संलग्न कार्यकर्त्ताओं की उन्नति के रास्ते खोलना।

दूरदर्शन एक अलग विभाग बना, नया महानिदेशालय बना और प्रबन्ध एवं संरचना में बदलाव लाने के प्रयास किए गए। अभी तक तो केन्द्रों के कार्यक्रम भाषा, समय व दूरी तक सीमित थे। दूरदर्शन के केन्द्र भी दिल्ली के अलावा प्रमुख स्थानों पर शुरू होने लगे। दूसरा केन्द्र 1972 में मुम्बई में स्थापित किया गया। 1975 तक कलकत्ता, चेन्नई (मद्रास), श्रीनगर, अमृतसर और लखनऊ में भी टेलीविज़न सेन्टर खोल दिए गए।

1975-76 में साइट (SITE) प्रयोग अर्थात् उपग्रह शैक्षणिक टेलीविजन प्रयोग (Satellite Instructional Television Experiment) में दूरदर्शन की उपलब्धियों ने एक नया प्रकरण जोड़ा। उपग्रह के माध्यम से किसी भी केन्द्र से पूरे देश में प्रसारण सम्भव है। यूँ तो इस प्रकार के प्रयोग अन्य देशों में किए जा चुके थे; उदाहरण के लिए अलास्का व आईवरी कोस्ट में/ए.टी.एस.-6 से शैक्षणिक प्रसारण प्रयोग सफल रहा। इसी प्रकार भारत में छः प्रदेशों के चार-चार जिलों में 2400 सीधे प्रसारण को रिले करने वाले टी.वी. सैटों के माध्यम से यह एक-वर्षीय प्रयोग बहुत सफल माना गया। इसे कामनवेल्थ देशों के साथ-साथ अन्य देशों ने भी सराहा।

इससे यह स्पष्ट हो गया कि यदि पूरे देश में दूरदर्शन को तेजी से फैलाना है तो उपग्रह व धरातल दोनों माध्यमों का प्रयोग ठीक रहेगा। जहां 1982 में दूरदर्शन रंगीन प्रसारण की ओर अग्रसर हुआ वहीं एक ट्रांसमीटर प्रतिदिन लगाकर पूरे देश में टी.वी. का जाल जैसा बिछा दिया गया। आज लगभग 1000 से अधिक ट्रांसमीटर लगे हुए हैं और लगभग 87% भारतीय नागरिक आज दूरदर्शन का कार्यक्रम देख सकते हैं।

प्रसारण सुविधाओं के साथ-साथ कार्यक्रम का समय भी बढ़ा। आज सुबह 5.59 से लेकर रात्रि 12.00 बजे तक तो कार्यक्रम प्रसारित होते ही हैं पर कई चैनलों पर चौबीस घण्टे भी प्रसारण चलता है। दूरदर्शन के विभिन्न चैनल जैसे, दूरदर्शन-I, II, दूरदर्शन इन्टरनेशनल व दूरदर्शन-III जो कुछ समय चल कर बंद कर दिया गया पर अलग-अलग समय के प्रसारण के साथ चलता है। इन सब चैनलों को चलाना व नए-नए कार्यक्रम लाना एक भगीरथ कार्य है। प्रारम्भ में तो जैसा प्रोग्राम आता था लोग देख लेते थे पर आज के समय दूरदर्शन के अलावा तीस के लगभग अन्य चैनल अपने-अपने कार्यक्रम प्रसारित कर रहे हैं। इनसे दूरदर्शन का कड़ा मुकाबला है और चैनल्स की इस चुनौती को स्वीकारना भी कोई आसान कार्य नहीं। अतः दूरदर्शन के प्रबन्ध एवं संरचना का कार्य काफी बढ़ गया। इसके अनुरूप आज प्रबन्ध व संरचना कुछ इस प्रकार है- 14.6 प्रसार भारती

आकाशवाणी एवं दूरदर्शन अब प्रसार भारती के अन्तर्गत आते हैं और परोक्ष रूप से 'प्रसार भारती' बोर्ड नीति सम्बन्धी निर्णय लेता है। दोनों विभागों के कार्य को चलाने एवं नीति को लागू करने का भार मुख्य कार्यकारी अधिकारी अर्थात् सी.ई.ओ. को है। सी.ई.ओ. के नीचे दोनों विभाग के महानिदेशक अपने-अपने विभाग के अध्यक्ष हैं तथा इनके बाद उप-महानिदेशक हैं। चार उप-महानिदेशक उत्तर, पूर्व, दक्षिण व पश्चिम भारत के केन्द्रों को देखते हैं तथा उत्तर-पूर्व के लिए एक अलग उप-महानिदेशक की नियुक्ति है। 'प्रसार भारती' की विस्तृत जानकारी आपको एक अन्य इकाई में दी जा रही है।

## 14.7 केन्द्र की संरचना एवं प्रबन्ध

प्रत्येक केन्द्र में एक केन्द्र निदेशक है जो साधारण सलेक्शन ग्रेड का केन्द्र के अनुसार है। मुख्य तथा प्रदेश की राजधानी के केन्द्र में वरिष्ठ केन्द्र निदेशक सलेक्शन ग्रेड का होता है। प्रमुख केन्द्रों पर समकक्ष चीफ प्रोड्यूसर प्रोग्राम भी नियुक्त किए गए हैं। निदेशक प्रशासन

एवं कार्यक्रम सम्बन्धी सभी क्षेत्रों को देखता है । सुपरिन्टेडेंट अभियन्ता केन्द्र के तकनीकी विभाग का अध्यक्ष माना जाता है । चीफ प्रोड्यूसर के नीचे कार्यकारी प्रोड्यूसर, प्रोड्यूसर उपनिदेशक, प्रोडक्शन सहायक, लिपिक, लेखक तथा अन्य विभागाध्यक्ष होते हैं जिसमें सीनिक, प्रापर्टी, मेक-अप, संगीत, कला, कटपुतली, विज्ञान, कृषि, कैमरा आदि विभाग आते हैं । मुख्य कैमरामैन कैमरा विभाग का कार्य देखता है । प्रसारण को सही चलाने के लिए प्रसारण विभाग भी होता है । केन्द्रीय बुकिंग विभाग (सेंट्रल बुकिंग यूनिट) और समन्वय (को-ऑर्डिनेशन) विभाग बहुत महत्वपूर्ण माने गए हैं क्योंकि केन्द्र निदेशक व चीफ प्रोड्यूसर को यही विभाग कलाकारों व कार्यक्रमों के बारे में सही रिकार्ड रखते हैं तथा महानिदेशालय व संसद के प्रश्नों के उत्तर भेजने हेतु उचित सामग्री का प्रावधान करते हैं । प्रोग्राम अधिकारी समन्वय (Co-ordinataion) अधिकतर वरिष्ठ अधिकारी को बनाया जाता है और जिसकी वरीयता व कार्यकुशलता पर निदेशक को पूर्ण विश्वास हो । इस पद पर कार्यरत अधिकारी का अनुभव बहुत मूल्यवान होता है।

स्टूडियो में क्या रिकार्डिंग हो रही है या हुई है इसकी जानकारी मंच संचालक व फ्लोर मैनेजर की लॉग बुक से मिलती है । इसमें मंच संचालन के साथ-साथ स्टूडियो की प्रत्येक गतिविधि समयानुसार दर्ज होती है । इसके नीचे मंच सहयोगी होते हैं । सीनिक विभाग में सुपरवाइजर सेट का निर्माण करता है तथा बट्टई, पेन्टर, मंच सहयोगी आदि से सेट का काम पूरा करवाता है ।

किसी भी केन्द्र के लिए प्रसारण के साथ-साथ यह जानकारी भी रखना जरूरी होता है कि कौन-कौन से कार्यक्रम प्रसारित हुए, किस समय पर, कितने विज्ञापन गए, क्या सभी निर्धारित कार्यक्रम समय पर सही-सही प्रसारित किए गए या नहीं, कलाकारों को चैक दिये गए या नहीं, किस-किस कलाकार ने भाग लिया, उसका काम कैसा रहा आदि । इस सबकी जानकारी का भार ड्यूटी ऑफिसर पर रहता है । प्रत्येक केन्द्र में एक ड्यूटी रूम होता है । इसमें एक ड्यूटी ऑफिसर होता है और सभी कार्यक्रमों को देखता व उन्हें अपनी लॉग बुक में लिखता है । इन्हीं लॉगबुकों के आधार पर सत्यापन व प्रमाणित जानकारी दी जाती है । ऐसी मान्यता है कि केन्द्र निदेशक के बाद ड्यूटी ऑफिसर ही मुख्य भूमिका निभाता है । केन्द्र में एक प्रोड्यूसर एवं प्रोग्राम एग्जीक्यूटिव को एक व एक से अधिक विभाग सौंपे जाते हैं । इन विभागों के लिए कार्यक्रम की रूपरेखा से लेकर, कलाकारों का चयन, रिहर्सल, रिकार्डिंग एवं प्रसारण तक का कार्य देखता है ।

#### 14.7.1 तकनीकी

तकनीकी आवश्यकताओं की देखभाल सुपरिन्टेडिंग अभियन्ता एवं केन्द्र अभियन्ता व उसके अधीन उप केन्द्र अभियन्ता आदि के हाथ में होती है जिन्हें अन्य तकनीकी कर्मचारियों का सहयोग प्राप्त होता है । तकनीकी सामान व मशीनों की देखभाल, मरम्मत, इस्तेमाल एवं इससे जुड़ी लिखत-पढ़त, खरीददारी, प्रयोग का लेखा-जोखा, ट्रांसमीटर, उससे संबंधी सभी चीजें, स्टूडियो का संचालन, माइक्रोवेव, टेलीफोन, स्टूडियो के बाहर बड़ी रिकार्डिंगों का आयोजन,

ओ.बी. वैन, जनरेटर आदि सभी का समन्वय व सुचारु रूप से चलाना यह सब मुख्य केन्द्र अभियन्ता के निर्देशन में होता है।

#### 14.7.2 प्रशासन

प्रत्येक केन्द्र पर डिप्टी डायरेक्टर प्रशासन व प्रशासनिक अधिकारी होता है जो प्रशासन व धन सम्बन्धी सभी केन्द्र की आवश्यकताओं की देखभाल करता है। केन्द्र का प्रशासन कार्यक्रमों की आवश्यकता के अनुरूप होना आवश्यक है तथा प्रशासनिक अधिकारी को समय बद्ध कार्य करना पड़ता है। विज्ञापनों और फीचर फिल्मों के प्रसारण के बाद कोर्ट केसों में बहुत वृद्धि हुई है और इससे प्रशासन के कार्य में एक और भार बढ़ गया है। सभी कर्मचारियों के कल्याण के साथ-साथ अनुशासन, नियुक्ति एवं अन्य सम्बन्धित कार्य भी प्रशासन विभाग को करने पड़ते हैं।

#### 14.8 महानिदेशालय प्रबन्ध एवं संरचना

महानिदेशालय-दूरदर्शन के सभी विभागों और केन्द्रों की कार्यविधि का अवलोकन एवं संचालन करता है। वास्तव में तो इसके मुख्य कार्य भविष्य में दूरदर्शन के रूप और कार्यों की योजना बनाना, नए केन्द्रों की स्थापना कहाँ होगी निर्धारित करना, सभी केन्द्रों के लिए वित्त व अधिकारियों की स्वीकृति देना, प्रत्येक केन्द्र के द्वारा प्रसारित कार्यक्रम एवं दिल्ली केन्द्र द्वारा किए जा रहे राष्ट्रीय कार्यक्रमों का समय निर्धारित करना है। समाचार विभाग में भी उप-महानिदेशक का पद है। 'प्रसार भारती' के बाद भारतीय सूचना विभाग से अधिकारी डेप्यूटेशन पर आकर इस मद को संभालते हैं। समाचार सम्पादक, उप-सम्पादक भी इसी श्रृंखला से आते हैं पर समाचारों के प्रोडक्शन व निर्माण का कार्य प्रोग्राम प्रोड्यूसर व प्रोग्राम एग्जीक्यूटिव करते हैं।

दूरदर्शन को एक प्रोफेशनल स्टेटस प्रदान करने के लिए यह नितांत आवश्यक है कि दूरदर्शन में अन्य विभागों से आना जाना बंद होना चाहिए। जैसे आज भी अधिकारियों का रेडियो से दूरदर्शन और दूरदर्शन से रेडियो स्थानान्तरित किया जाता है। साथ ही इंडियन इन्फोर्मेशन सर्विस तथा अतिरिक्त भारतीय सेवाओं से अधिकारी वर्ग आते-जाते रहे हैं।

महानिदेशालय में उप-महानिदेशक, कन्ट्रोलर प्रोग्राम, उपनिदेशक कार्यक्रम प्रोग्राम विभाग में और इन्हीं के समकक्ष डिप्टी चीफ इंजीनियर निदेशक, इंजीनियरिंग, उपनिदेशक तकनीकी आदि पद होते हैं।

उप-महानिदेशक कार्यक्रम कई होते हैं तथा एक के पास एक से अधिक विभाग होते हैं-  
सबसे वरिष्ठ उप – महानिदेशक-राष्ट्रीय कार्यक्रम  
अन्य उप-महानिदेशक – चैनल-I देखता है। चैनल-II व इन्टरनेशनल चैनल, खेल, विशेष कार्यक्रम (महिलाओं बच्चों, शिक्षा, कृषि आदि) व्यावसायिक एवं विज्ञापन, समन्वय, प्रगति और योजना, फिल्म, समाचार तथा सामयिक कार्यक्रम, प्रशासन आदि विभाग देखते हैं।

बाहर के प्रोड्यूसरों के द्वारा निर्मित कार्यक्रमों में कमीशनड-अर्थात् वे कार्यक्रम जिन्हें दूरदर्शन ने अपने खर्च पर बनवाने के लिए स्वीकृति प्रदान की हो । यह कार्यक्रम विभिन्न श्रेणियों में, प्रदेश भाषा एवं विषयों के आधार पर हो सकते हैं उप-महानिदेशक द्वारा देखे जाते हैं । यूं तो केन्द्र निदेशकों को भी अपने क्षेत्र में कार्यक्रम बनवाने का अधिकार है पर महानिदेशालय में केन्द्री कमीशनिंग विभाग पूरे भारत के केन्द्रों का समन्वय करता है । दूसरी श्रेणी उन कार्यक्रमों की है, जो राष्ट्रीय स्तर पर 'स्पान्सर्ड' श्रेणी में आते हैं । इनकी स्वीकृति एवं प्रसारण समय का निर्णय भी महानिदेशालय में किया जाता है । कार्यक्रमों का क्रय-विक्रय एवं अन्तर्राष्ट्रीय समन्वय भी महानिदेशालय के क्षेत्र में आता है और उप-महानिदेशक अपने सहयोगियों द्वारा इसे देखते हैं ।

तकनीकी विभाग में योजना, खरीदारी, तकनीकी देखभाल, लोगों का स्थानान्तरण, प्रशिक्षण, उपग्रह आदि का निर्धारण एवं समय निर्धारण तथा भविष्य में तकनीकी परिवर्तन आदि आते हैं । एक अलग विभाग नए केन्द्रों के उपकरणों को लगाने तथा बनाने का है, जो अभी भी रेडियो के क्षेत्रीय निर्माण विभाग के साथ मिलकर कार्य करता है ।

'प्रसार भारती विधेयक' 1990 में भारतीय संसद द्वारा पारित हुआ था । किन्तु इसे 1997 में लागू किया गया । अभी यह कहना भी सम्भव नहीं कि इन संस्थाओं का भविष्य कितना उज्ज्वल होगा तथा भविष्य में इनका प्रबन्ध व इनकी संरचना क्या होगी? पर यह अवश्य कहा जा सकता है कि अनेकों कमेटियों ने बी.बी.सी., एन.एच.के. तथा अनेकों प्रसारण सम्बन्धी संस्थाओं के अध्ययन के बाद जो सिफारिशें दी थी वे भी अब सरकारी कार्यालयों में धूल खा रही हैं और उनको मुख्य सिफारिशों को भी स्वीकार नहीं किया गया है ।

## 14.9 सारांश

*इस इकाई में आपने दूरदर्शन संरचना एवं प्रबंध के बारे में विस्तृत जानकारी प्राप्त की भारत में दूरदर्शन का विकास निरन्तर हो रहा है, अनेक दूरदर्शन केन्द्र कार्यरत हैं और दिन पर दिन नए दूरदर्शन केन्द्र खुलते जा रहे हैं 'प्रसार भारती' विधेयक आ जाने से दूरदर्शन एवं आकाशवाणी को नए आयाम प्राप्त होंगे ऐसी आशा की जाती है*

## 14.10 निबंधात्मक प्रश्न

1. दूरदर्शन की स्थापना भारत में किन उद्देश्यों से हुई और क्या वह अपने उद्देश्य में सफल रहा?
2. दूरदर्शन और रेडियो की संरचना में क्या कोई अंतर है? यदि हां, तो क्या?
3. 'प्रसार भारती' की स्थापना क्यों की गई? क्या वह अपने उद्देश्य तक पहुंच पाया है? आज 'प्रसार भारती' की जो स्थिति है, उसे रेखांकित करें ।
4. आज भारत में अनेक चैनल आ गए हैं । इस परिपेक्ष्य में दूरदर्शन की भूमिका क्या होनी चाहिये? दूरदर्शन को अन्य चैनलों से होड़ या फिर अपना मूल आधार राष्ट्रीय दृष्टिकोण बनाए रखना चाहिए? विवेचना कीजिए ।

## विश्वविद्यालय द्वारा संचालित पाठ्यक्रमों की सूची

पाठ्यक्रम का नाम	अवधि
1. स्नातक उपाधि प्रारम्भिक पाठ्यक्रम	6 माह
2. भोजन एवं पोषण में सर्टिफिकेट	6 माह
3. कम्प्यूटर ज्ञान एवं प्रशिक्षण का प्रारम्भिक पाठ्यक्रम	6 माह
4. सर्टिफिकेट इन कम्प्यूटिंग	6 माह
5. पंचायती राज प्रोजेक्ट में प्रमाण-पत्र	6 माह
6. संस्कृति एवं पर्यटन में प्रमाण-पत्र	6 माह
7. महिलाओं में वैद्यनिक बोध में प्रमाण-पत्र	6 माह
8. राजस्थानी भाषा एवं संस्कृति में प्रमाण-पत्र	6 माह
9. बी.ए.एफ./बी.सी.एफ. (त्रिवर्षीय पाठ्यक्रम)	1 वर्ष
10. एम.ए.(अर्थशास्त्र, राजनीति विज्ञान, इतिहास, हिन्दी)	2 वर्ष
11. एम.बी.ए.	3 वर्ष
12. पी.जी.डी.एच.आर.एम.	1 वर्ष
13. पी.जी.डी.एफ.एम.	1 वर्ष
14. पी.जी.डी.एम.एम.	1 वर्ष
15. पी.जी.डी.एल.एल.	1 वर्ष
16. टी.एच.एम.	1 वर्ष
17. डी.एन.एच.ई.	1 वर्ष
18. डी.सी.ओ.	1 वर्ष
19. डी.एल.एस.	1 वर्ष
20. डी.सी.सी.टी.	18 माह
21. बी.जे.(एम.सी.)	1 वर्ष
22. एम.जे.(एम.सी.)	2 वर्ष
23. बी.लिब.	1 वर्ष
24. पर्यावरण विज्ञान में स्नातकोत्तर डिप्लोमा	1 वर्ष
25. बी.एड.	2 वर्ष
26. पी.एच.डी.	3 वर्ष
27. पी.जी.डी.ई.एस.डी.	1 वर्ष