কৃষ্ণকান্ত সন্দিকৈ ৰাজ্যিক মুক্ত বিশ্ববিদ্যালয়

Krishna Kanta Handiqui State Open University

Master Degree

SELF LEARNING MATERIAL

PG HN S3-04 (DSE)

SEMESTER III

प्रयोजनमूलक हिंदी

HINDI

PG HN S3-04 (DSE)

TWO YEAR MASTER'S DEGREE COURSE

(CBCS in Accordance with NEP 2020)

SEMESTER- III

प्रयोजनमूलक हिंदी

हिंदी

Padmanath Gohainbaruah School of Humanities

KRISHNA KANTA HANDIQUI STATE OPEN UNIVERSITY

विषय विशेषज्ञ

प्रोफेसर दिलीप कुमार मेधी, हिंदी विभाग, गौहाटी विश्वविद्यालय, असम
प्रोफेसर अमूल्य बर्मन, हिंदी विभाग, कॉटन विश्वविद्यालय (सेवानिवृत विभागाध्यक्ष)
प्रोफेसर भूषण पाठक, अध्यक्ष, बी.एस.कॉलेज, हाउली, बरपेटा

पाठ्यक्रम समन्वयक : डॉ. प्रांजल कुमार नाथ,सहायक अध्यापक, कृष्णकांत हेंदिक राज्यिक मुक्त विश्वविद्यालय, असम, डॉ. उज्जवल डेका बरूवा, सहायक अध्यापक, कृष्णकात हेंदिक राज्यिक मुक्त विश्वविद्यालय, असम,

एसएलएम् तैयारी टीम

इकाइयाँ	योगदानकर्ताओं के नाम
1	डॉ. सुरभि चुतिया, सहायक अध्यापिका, कृष्णकांत हेंदिक राज्यिक मुक्त विश्वविद्यालय, असम,
2–7	राजू सिंह,सहायक अध्यापक, रंगापारा महाविद्यालय, शोणितपुर डॉ. सुरभि चुतिया, सहायक अध्यापिका, कृष्णकांत हेंदिक राज्यिक मुक्त विश्वविद्यालय, असम
8	डॉ. उज्जवल डेका बरुवा, सहायक अध्यापक, कृष्णकांत हेंदिक राज्यिक मुक्त विश्वविद्यालय, असम, डॉ. सुरभि चुतिया, सहायक अध्यापिका, कृष्णकांत हेंदिक राज्यिक मुक्त विश्वविद्यालय, असम
9–14	डॉ. दीपक कुमार गुप्ता, सहायक जी. एल. सी. महाविद्यालय, बरपेटा, डॉ. सुरभि चुतिया, सहायक अध्यापिका, कृष्णकांत हेंदिक राज्यिक मुक्त विश्वविद्यालय, असम,

Editors

Content: प्रांजल कुमार नाथ, सहायक अध्यापक, कृष्णकांत हेंदिक राज्यिक मुक्त विश्वविद्यालय, असम। डॉ. उज्जवल डेका बरूवा, सहायक अध्यापक, कृष्णकात हेंदिक राज्यिक मुक्त विश्वविद्यालय, असम,

Language : डॉ. नवकांत दास, सहायक अध्यापक एवं विभागाधक्ष्य, रंगापारा महाविद्यालय, शोणितपुर। डॉ.टिंकू छेत्री, सहायक अध्यापिका, कृष्णकांत हेंदिक राज्यिक मुक्त विश्वविद्यालय, असम,

Structure & Format : डॉ. प्रांजल कुमार नाथ, कृष्णकांत हेंदिक राज्यिक मुक्त विश्वविद्यालय, असम। डॉ. सुरभि चुतिया, सहायक अध्यापिका, कृष्णकांत हेंदिक राज्यिक मुक्त विश्वविद्यालय, असम,

July, 2025

This Self Learning Material (SLM) of the Krishna Kanta Handiqui State Open University is made available under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-Share Alike 4.0 License (international)
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/

Printed and published by Registrar on behalf of the Krishna Kanta Handiqui State Open University.
Headquarters: Patgaon, Rani Gate, Guwahati - 781 017
City Campus: Resham Nagar, Khanapara, Guwahati - 781 006; www.kkhsou.in

अनुक्रमणिका

		Page No
इकाई- 1 :	**हिंदी के विविध रूप** राजभाषा की अवधारणा, राजभाषा की विशेषताएँ, राजभाषा हिंदी का स्वरूप एवं विकास, राजभाषा हिंदी का संवैधानिक विकास, राजभाषा हिंदी की सांवैधानिक सीमाएँ, राष्ट्रभाषा की अवधारणा, राष्ट्रभाषा और राजभाषा में अंतर, मातृभाषा के रूप में हिंदी, मातृभाषा की विशेषताएँ	11-25
इकाई 2 :	**हिंदी की संविधानिक स्थिति** भारतीय संविधान में हिन्दी की स्थिति, अनूच्छेद 343 से 351, हिन्दी प्रयोग संबंधी राष्ट्रपति के आदेश, राजभाषा आयोग,1955, राजभाषा अधिनियम,1963, 1968 का संकल्प, राजभाषा नियम 1976	26-39
इकाई 3 :	**हिन्दी में टिपण्णी लेखन** टिप्पण का तात्पर्य, अर्थ और परिभाषा, टिप्पण और टिप्पणी में अंतर, टिप्पण की विशेषताएँ	40-54
इकाई 4 :	**हिन्दी में पत्राचार** पत्राचार का अर्थ, पत्राचार के विविध रूप, पत्राचार के लिए आवश्यक तत्त्व, पत्राचार के प्रमुख अंग और नमूना	55-70
इकाई 5 :	**सरकारी कार्यालयों में प्रयुक्त होने वाले पत्र** आदेश, ज्ञापन, अधिसूचना, प्रेस विज्ञप्ति, निविदा	71-87
इकाई 6 :	**हिन्दी में आवेदन लेखन कला** अर्थ और प्रकार, आवेदन और पत्राचार में अंतर, आवेदन पत्रों की रूपरेखा, आवेदन पत्रों का वर्गीकरण एवं कुछ नमूने	88-101
इकाई 7 :	**हिन्दी पत्रकारिता** पत्रकारिता का स्वरूप, पत्रकारिता का उद्भव एवं विकास	102-117
इकाई 8 :	**संक्षेपण लेखन** संक्षेपण लेखन की परिभाषा और उद्देश्य, अच्छे संक्षेपण के प्रमुख लक्षण, संक्षेपण लेखन की प्रक्रिया, संक्षेपण में आने वाली सामान्य कठिनाइयाँ, संक्षेपण का उदाहरण	118-131

इकाई 9 :	**समाचार लेखन कला** समाचार लेखन प्रक्रिया के चरण, समाचार लेखन की विशेषताएँ, समाचार लेखन कला के कुछ उदाहरण	132-146
इकाई : 10	**संचार और संप्रेषण** अर्थ एवं परिभाषा, उद्देश्य और प्रक्रिया, दोनों में अंतर, संचार का महत्व और दोनों के बीच का संबंध	147-162
इकाई 11 :	**विभिन्न जनसंचार माध्यमों का स्वरूप** जनसंचार और जनमाध्यम से तात्पर्य, जनसंचार और जनमाध्यम की विशेषताएँ, जनसंचार और जनमाध्यम की भूमिका एवं चुनौतियाँ, आधुनिक जनसंचार माध्यमों का संक्षिप्त विवेचन	163-178
इकाई : 12	**श्रव्य माध्यम रेडियो** श्रव्य माध्यम : अर्थ और परिभाषा, श्रव्य माध्यम की विविध विधाएँ, श्रव्य माध्यम की उपयोगिता, श्रव्य माध्यम और अनुवाद की आवश्यकताएँ	179-194
इकाई : 13	**दृश्य-श्रव्य माध्यम** दृश्य-श्रव्य माध्यम: अर्थ और स्वरूप, दृश्य-श्रव्य, माध्यम : विविध रूप और विधाएँ, दृश्य-श्रव्य सामग्री और अनुवाद, उपयोगिता और महत्व	195-210
इकाई : 14	**विज्ञापन लेखन** विज्ञापन लेखन का अर्थ और उद्देश्य, विज्ञापन लेखन प्रक्रिया के चरण, विज्ञापन लेखन की विशेषताएँ, विज्ञापन लेखन कला के कुछ उदाहरण	211-226

विषय परिचय

कृष्णकांत हेंदिक राज्यिक मुक्त विश्वविद्यालय के एम.ए हिंदी की दो वर्षीय पाठ्यक्रम के तीसरा छमाही के 'प्रयोजनमूलक हिंदी' जो विषय-विशिष्ट वैकल्पिक पत्र (DSE) है वह अध्ययन के लिए प्रस्तुत हैं। नाम के अनुसार ही यह पत्र हिंदी भाषा के व्यावहारिक और प्रयोजनमूलक स्वरूप से संबंधित है। इसमें कुल चौदह इकाईयाँ शामिल हैं। यह एक ऐसा अध्ययन क्षेत्र है, जो हिंदी भाषा को केवल साहित्यिक अभिव्यक्ति का माध्यम मानकर सीमित नहीं करता, बल्कि उसे व्यवहारिक जीवन, प्रशासन, शिक्षा, पत्रकारिता, अनुवाद, विज्ञान, तकनीक और व्यावसायिक संचार जैसे विविध क्षेत्रों से जोड़कर देखता है। बीसवीं शताब्दी के उत्तरार्ध से लेकर इक्कीसवीं सदी तक, हिंदी का दायरा केवल साहित्य तक सीमित नहीं रहा, बल्कि वह राजभाषा, संचार भाषा और ज्ञान-विज्ञान की भाषा के रूप में भी विकसित हुई है। प्रयोजनमूलक हिंदी के अध्ययन से विद्यार्थी यह समझ पाते हैं कि किस प्रकार भाषा का प्रयोग औपचारिक लेखन, कार्यालयी पत्राचार, विज्ञापन, पत्रकारिता, मीडिया, अनुवाद और तकनीकी लेखन में किया जाता है। इस पत्र में व्यावहारिक उदाहरणों के माध्यम से हिंदी भाषा की उपयोगिता, स्वरूप और बदलती आवश्यकता के उपर प्रकाश डाला गया है। इसका उद्देश्य विद्यार्थियों को केवल जानकारी देना नहीं है, बल्कि उन्हें भाषा को प्रयोगधर्मी और व्यवहारिक दृष्टि से समझने तथा विभिन्न क्षेत्रों में दक्ष बनाने के लिए प्रेरित करना भी है। यह पाठ्यक्रम छात्रों, शोधार्थियों और हिंदी के गंभीर अध्येताओं के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण है, क्योंकि यह उन्हें भाषा कीशक्ति, संभावनाओं और रोजगारपरक उपयोगिता से अवगत कराता है। यह पत्र हिंदी को केवल साहित्यिक भाषा नहीं, बल्कि एक जीवंत, समकालीन और व्यावसायिक जीवन का अनिवार्य उपकरण सिद्ध करता है। प्रत्येक इकाई में अपनी प्रगति जांचें शीर्षक से कुछ महत्वपूर्ण प्रश्न को अभ्यास प्रश्न के अतिरिक्त शामिल किया गया है और प्रत्येक प्रश्न के उत्तर का रूपरेखा 'प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)' शीर्षक से सारांश के बाद प्रस्तुत किया गया है। इसका उद्देश्य विद्यार्थियों में नए-नए प्रश्न और उन प्रश्नों के समाधान के लिए आत्मविश्वास पैदा करना है तथा प्रत्येक इकाई में बॉक्स के अंदर 'महत्वपूर्ण बिंदु' शीर्षक से कुछ तथ्यों को सम्मिलित किया गया है। इससे विद्यार्थी इकाई के महत्वपूर्ण तथ्यों से आसानी से परिचय प्राप्त कर सकेंगे। इसके अतिरिक्त प्रत्येक इकाई के अंत में 'अधिक जानने के लिए पढ़ें' शीर्षक से कुछ महत्वपूर्ण पुस्तकों की सूची दी गयी हैं, जो प्रत्येक विद्यार्थी के लिए अत्यावश्यक है। विषय की गहरी जानकारी के लिए सभी पुस्तकें महत्वपूर्ण हैं।

इकाई-1 इस 'हिंदी के विविध रूप' इकाई में हिंदी की राजभाषा, राष्ट्रभाषा और मातृभाषा के रूप में स्थिति का अध्ययन कराया जाता है। इकाई का उद्देश्य विद्यार्थियों को भाषा के संवैधानिक, सामाजिक तथा सांस्कृतिक महत्व की स्पष्ट समझ प्रदान करना है। इस अध्याय में पहले राजभाषा की अवधारणा और उसकी विशेषताओं को समझाया गया है, फिर हिंदी के राजभाषा रूप का विकास तथा संविधान में उसकी स्थिति का विश्लेषण किया गया है। इसके बाद राष्ट्रभाषा की अवधारणा और राष्ट्रभाषा-राजभाषा

के अंतर को स्पष्ट किया गया है। अंत में हिंदी को एक मातृभाषा के रूप में समझाते हुए मातृभाषा की मूल विशेषताओं का विवेचन किया गया है। अंतिम में सारांश, प्रगति विवरण(केवल रूपरेख), अधिक जानने के लिए पढ़ें एवं कुछ अभ्यास प्रश्न दिया गया है। जिसे पढ़ कर शिक्षार्थी राष्ट्रभाषा की अवधारणा और राजभाषा-राष्ट्रभाषा के अंतर को विस्तारित रूप में समझ सकेंगे ।

इकाई- 2 प्रस्तुत इकाई 'हिंदी की संविधानिक स्थिति' में है भारतीय संविधान में हिंदी की स्थिति का क्रमबद्ध और स्पष्ट अध्ययन कराया जाता है। इस इकाई में अनुच्छेद 343 से 351 तक भाषा-संबंधी प्रावधानों को समझाया गया है, जिनमें संघ की राजभाषा, अंग्रेजी के प्रयोग की व्यवस्था, आधिकारिक भाषा आयोग तथा भाषा-निर्देश शामिल हैं। साथ ही हिंदी-प्रयोग को सुनिश्चित करने हेतु जारी राष्ट्रपति के आदेश, 1955 के राजभाषा आयोग, 1963 का राजभाषा अधिनियम, 1968 का संसदीय संकल्प, तथा 1976 के राजभाषा नियमों का सरल एवं सुव्यवस्थित परिचय दिया गया है। यह इकाई विद्यार्थियों को यह समझने में सक्षम बनाती है कि भाषा-नीति केवल भाषाई विषय नहीं, बल्कि प्रशासनिक, संवैधानिक और राष्ट्रीय विकास की दृष्टि से अत्यंत महत्वपूर्ण है। जिसे पढ़ कर शिक्षार्थी इस इकाई के बारे में ज्ञान प्राप्त कर सकेंगे एवं दिए गए प्रश्न को सुलझा सकेंगे।

इकाई- 3 'हिन्दी में टिपण्णी लेखन' इकाई में टिप्पण और टिप्पणी से संबंधित मूलभूत अवधारणाओं का स्पष्ट अध्ययन कराया जाता है। इस इकाई में सबसे पहले टिप्पण के तात्पर्य को समझाया गया है, जिसके माध्यम से विद्यार्थी यह जान पाते हैं कि किसी पाठ, अनुच्छेद या कथ्य पर किया गया संक्षिप्त, उद्देश्यपूर्ण और सारगर्भित लेखन ही टिप्पण कहलाता है। इसके बाद टिप्पणी के अर्थ और परिभाषाको विभिन्न विद्वानों के दृष्टिकोण से स्पष्ट किया गया है, इकाई में आगे टिप्पण और टिप्पणी के बीच अंतरको सरल रूप में रखा गया है, जिससे विद्यार्थियों को दोनों के उद्देश्य, प्रकृति और उपयोगिता का भेद स्पष्ट हो सके। साथ में टिप्पण की विशेषताओं को पकड़ने की क्षमता का विवेचन किया गया है। इस इकाई को ध्यानपूर्वक पढ़ने पर छात्र न केवल विषय को गहराई से समझ पाएंगे, बल्कि उससे जुड़े हर प्रश्न का समाधान भी ढूंढ़ सकेंगे ।

इकाई- 4 'हिन्दी में पत्राचार' इकाई में है पत्राचार की मूलभूत अवधारणा से लेकर उसके व्यावहारिक स्वरूप तक का अध्ययन कराया जाता है। सबसे पहले पत्राचार का अर्थ स्पष्ट किया गया है इसके बाद पत्राचार के विविध रूपों-जैसे निजी पत्र, व्यावसायिक पत्र, आधिकारिक पत्र, ई-मेल, शिकायत पत्र, अनुरोध पत्र आदि- का परिचय दिया गया है। इकाई में आगे पत्राचार के लिए आवश्यक तत्वों का विवेचन किया गया है, जो छात्रों को प्रभावी पत्र-लेखन की व्यावहारिक समझ प्रदान करता है और पत्राचार के प्रमुख अंग को उदाहरण सहित प्रस्तुत किया गया है। इससे विद्यार्थी सही प्रारूप, भाषा और क्रम का पालन करते हुए किसी भी संदर्भ में उपयुक्त पत्र लिखने में सक्षम बनते हैं। इकाई में सम्मिलित विविध बिंदुओं को पड़ कर शिक्षार्थी ज्ञान प्राप्त करने के साथ ही सम्बंधित प्रश्नों का हल करने में सक्षम होंगे।

इकाई- 5 प्रस्तुत 'सरकारी कार्यालयों में प्रयुक्त होने वाले पत्र' इकाई में सरकारी कार्यालयों में प्रयुक्त

होने वाले पत्रों आदेश, ज्ञापन, अधिसूचना, प्रेस विज्ञप्ति और निविदाका अध्ययन कराया जाता है। इकाई की शुरुआत आदेश की अवधारणा से होती है, जिसमें यह स्पष्ट किया गया है कि आदेश किसी उच्च अधिकारी द्वारा अधीनस्थों को किसी कार्य के निष्पादन हेतु दिया गया औपचारिक निर्देश होता है। इसके बाद ज्ञापन का विवेचन किया गया है, जो कार्यालय के भीतर किसी सूचना, स्पष्टीकरण या कार्य-निर्देश को दर्ज करने का संक्षिप्त और अधिकृत माध्यम है। इकाई में आगे अधिसूचना की प्रकृति को समझाया गया है, जो शासन द्वारा जन-साधारण के लिए जारी की जाने वाली औपचारिक, सार्वजनिक घोषणा होती है और जिसका वैधानिक महत्व होता है। इसके साथ ही प्रेस विज्ञप्ति का अध्ययन कराया गया है, जिसके माध्यम से किसी संस्था या विभाग की महत्वपूर्ण जानकारी मीडिया को दी जाती है, ताकि वह जनता तक प्रसारित हो सके। साथ में निविदा का परिचय दिया गया है, जिसमें सरकारी या संस्थागत कार्यों के लिए योग्य संस्थाओं/व्यक्तियों से प्रस्ताव (टेंडर) आमंत्रित किए जाते हैं। जिससे विद्यार्थियों में औपचारिक संप्रेषण की दक्षता विकसित होती है तथा वे प्रशासनिक लेखन के इन रूपों को सटीकता, स्पष्टता और वस्तुनिष्ठता के साथ तैयार करने में सक्षम बनते हैं। सारांश, प्रगति विवरण(केवल रूपरेखा), अधिक जानने के लिए पढ़ें एवं अंत में अभ्यास प्रश्न दिया गया है। जिसे पढ़ कर शिक्षार्थी इस इकाई के बारे में ज्ञान प्राप्त कर सकेंगे एवं दिए गए प्रश्न को सुलझा सकेंगे ।

इकाई- 6 'हिन्दी में आवेदन लेखन कला' इकाई में आवेदन से संबंधित मूलभूत अवधारणाओं का स्पष्ट अध्ययन किया जाता है। सबसे पहले आवेदन का अर्थ और प्रकार समझाए गए हैं, जिनके माध्यम से विद्यार्थी यह जान पाते हैं कि आवेदन किसी निश्चित उद्देश्य के लिए किसी अधिकारी अथवा संस्था को लिखा गया औपचारिक अनुरोध-पत्र है। इसके साथ ही इसके विभिन्न प्रकारों का परिचय दिया गया है, जिससे शिक्षार्थियों को परिस्थितियों के अनुसार उपयुक्त भाषा और शैली का चयन करना आता है। इसके बाद आवेदन और सामान्य पत्राचार में अंतर को सरल रूप में प्रस्तुत किया गया है। इकाई में आगे आवेदन पत्रों की रूपरेखा दी गई है जिसमें प्रेषक का पता, तिथि, प्राप्तकर्ता का विवरण, विषय, संबोधन, मुख्य विवरण, विनम्र निवेदन, समापन तथा हस्ताक्षर जैसे तत्वों का क्रमबद्ध अध्ययन कराया गया है। साथ में आवेदन पत्रों का वर्गीकरण तथा कुछ उपयुक्त नमूनों को शामिल किया गया है, ताकि विद्यार्थी वास्तविक परिस्थितियों में आवेदन-लेखन की तकनीक को आसानी से समझ सकें। इसका अध्ययन छात्रों को इकाई से संबंधित संपूर्ण जानकारी देगा और वे प्रश्नों के उत्तर आसानी से दे सकेंगे।

इकाई- 7 'हिंदी पत्रकारिता' इकाई में पत्रकारिता के स्वरूप, उसके उद्भव और क्रमिक विकास का अध्ययन कराया जाता है। इकाई की शुरुआत पत्रकारिता के स्वरूप को समझने से होती है, जहाँ यह स्पष्ट किया गया है कि पत्रकारिता समाज का दर्पण है। इसके बाद पत्रकारिता के उद्भव का ऐतिहासिक विवरण प्रस्तुत किया गया है। इसमें बताया गया है कि पत्रकारिता का आरंभ मुद्रण तकनीक के विकास और जनचेतना के विस्तार के साथ हुआ। इकाई में आगे पत्रकारिता के विकास का अध्ययन कराया गया है, जिसमें प्रिंट पत्रकारिता के विस्तार, भाषा-विविधता में उसके विकास, स्वतंत्रता-उपरांत पत्रकारिता के सुदृढ़ीकरण, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की शुरुआत, और अंततः डिजिटल पत्रकारिता के उदय जैसे महत्वपूर्ण

चरणों को समाहित किया गया है। इससे विद्यार्थियों को यह समझ मिलती है कि पत्रकारिता समय, तकनीक और सामाजिक परिवर्तनों के साथ लगातार विकसित होती रही है। सारांश, प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा), अधिक जानने के लिए पढ़ें एवं अंत में अभ्यास प्रश्न दिया गया है। जिसे पढ़ कर शिक्षार्थी इस इकाई के बारे में ज्ञान प्राप्त कर सकेंगे एवं दिए गए प्रश्न को सुलझा सकेंगे।

इकाई- 8 'संक्षेपण लेखन' इकाई में विद्यार्थियों को संक्षेपण की परिभाषा, उद्देश्य और उसकी उपयोगिता का अध्ययन कराया जाता है। इसमें बताया जाता है कि संक्षेपण किसी भी विस्तृत पाठ के मूल भाव को संक्षिप्त, स्पष्ट और संगठित रूप में प्रस्तुत करने की कला है, जो विचारों को सार रूप में समझने में सहायक होती है। इस इकाई में अच्छे संक्षेपण के प्रमुख लक्षण पर विशेष ध्यान दिया जाता है। साथ ही संक्षेपण लेखन की प्रक्रिया को भी समझाया जाता है। शिक्षार्थियों को यह भी बताया जाता है कि संक्षेपण बनाते समय शब्द-सीमा, जटिल वाक्यों, पुनरुक्रियों और विचार-चयन जैसी कठिनाइयाँ आती हैं और उन्हें कैसे दूर किया जा सकता है। इकाई में उपयुक्त उदाहरण के माध्यम से संक्षेपण की विधि को व्यावहारिक रूप में प्रस्तुत किया जाता है, जिससे विद्यार्थी न केवल संक्षेपण की तकनीक को समझते हैं, बल्कि उनकी विश्लेषणात्मक और अभिव्यक्तिगत क्षमता विकसित होती है। जिसे पढ़कर शिक्षार्थी इस इकाई के बारे में ज्ञान प्राप्त कर सकेंगे और विविध प्रश्नों का हल करने में सक्षम होंगे ।

इकाई- 9 'समाचार लेखन कला' इकाई में समाचार निर्माण की पूरी प्रक्रिया, उसकी विशेषताओं तथा लेखन-कला के व्यावहारिक स्वरूप का अध्ययन कराया जाता है। समाचार लेखन प्रक्रिया के चरणों में सूचना-संग्रह, सत्यापन, चयन, समाचार की रूपरेखा बनाना, उल्टे पिरामिड शैली में प्रस्तुति तथा भाषा-संपादन को विशेष रूप से समझाया जाता है। इस इकाई में बताया जाता है कि समाचार लेखन की मुख्य विशेषताएँ वस्तुनिष्ठता, संक्षिप्तता, स्पष्टता, तात्कालिकता, संतुलन और सरल भाषा हैं, जिनसे समाचार विश्वसनीय बनता है। साथ ही विद्यार्थियों को समाचार लेखन कला के उदाहरणों के माध्यम से यह समझाया जाता है कि किसी घटना को तथ्यपूर्ण, प्रभावी तथा रोचक रूप में कैसे प्रस्तुत किया जाता है। इस इकाई के माध्यम से शिक्षार्थी पत्रकारिता की बुनियादी तकनीकों को सीखते हैं, समाचारों का विश्लेषण करने में सक्षम बनते हैं तथा व्यवहारिक लेखन-कौशल विकसित करते हैं, जिससे उनकी विश्लेषण क्षमता एवं साहित्यिक समझ में अभिवृद्धि होती है। पाठ के अंत तक शिक्षार्थी इस इकाई की मुख्य अवधारणाओं को समझ पाएंगे और संबंधित प्रश्नों का समाधान कर सकेंगे।

इकाई- 10 'संचार और संप्रेषण' इकाई में संचार की मूल अवधारणा, उसका अर्थ और परिभाषा, उद्देश्य एवं प्रक्रिया का अध्ययन कराया जाता है। इसमें स्पष्ट किया गया है कि संचार किसी संदेश को प्रेषक से प्राप्तकर्ता तक पहुँचाने की प्रक्रिया है, जिसका उद्देश्य सूचना का आदान-प्रदान, विचारों का प्रसार और सामाजिक समन्वय सुनिश्चित करना है। इकाई में दोनों प्रकार के संचार के बीच अंतर भी समझाया गया है। इसके अतिरिक्त संचार के महत्व पर चर्चा की गई है, जिसमें इसकी भूमिका सामाजिक, शैक्षणिक और व्यावसायिक संदर्भों में स्पष्ट की गई है। साथ में दोनों के बीच संबंध को समझाया गया है, जिससे विद्यार्थी जान पाते हैं कि संचार केवल सूचना का आदान-प्रदान नहीं, बल्कि सामाजिक और वैचारिक संबंधों को

मजबूत करने का माध्यम भी है। इस इकाई के अध्ययन से शिक्षार्थी संचार की प्रक्रियाओं, प्रकारों और उपयोगिता को आत्मसात कर सकेंगे। अधिक जानने के लिए पढ़ें एवं कुछ अभ्यास प्रश्न इकाई के अंत में दिया गया है। जिसे पढ़ कर शिक्षार्थी संचार और संप्रेषण के बारे में जानेंगे और प्रत्येक प्रश्न का उत्तर आसानी से दे पाएंगे।

इकाई- 11 'विभिन्न जनसंचार माध्यमों का स्वरुप' इकाई में जनसंचार की अवधारणा और जनमाध्यम का अर्थ स्पष्ट किया जाता है। इसमें जनसंचार और जनमाध्यम की विशेषताओं का अध्ययन कराया जाता है। इकाई में उनकी भूमिका और चुनौतियाँ भी समझाई गई हैं, जिसमें सूचना का प्रसार, समाज में जागरूकता, लोकतांत्रिक संवाद के साधन के रूप में योगदान और झूठी/विकृत जानकारी, मीडिया पूर्वाग्रह जैसी कठिनाइयाँ शामिल हैं। साथ ही आधुनिक जनसंचार माध्यमों का संक्षिप्त विवेचन किया गया है, जिसमें प्रिंट मीडिया, रेडियो, टेलीविजन और डिजिटल/सोशल मीडिया जैसे माध्यमों की विशेषताओं और उपयोगिता का परिचय दिया गया है। इस इकाई के अध्ययन से विद्यार्थी जनसंचार और जनमाध्यम की संरचना, प्रभाव और सामाजिक उपयोगिता की समझ बढ़ेगी और परीक्षाओं में पूछे जाने वाले विविध प्रश्नों को आत्मविश्वासपूर्वक हल करने में सहायता मिलेगी।

इकाई- 12 'श्रव्य माध्यम रेडियो' इकाई में विद्यार्थियों को श्रव्य माध्यम की अवधारणा, अर्थ और परिभाषा का अध्ययन कराया जाता है। इसमें श्रव्य माध्यम की विविध विधाओं का परिचय दिया गया है। इकाई में श्रव्य माध्यम की उपयोगिता पर भी ध्यान केंद्रित किया गया है, जिसमें शिक्षा, सूचना प्रसार, मनोरंजन और सांस्कृतिक संवर्धन में इसकी भूमिका स्पष्ट की गई है। साथ ही इस इकाई में श्रव्य माध्यम और अनुवाद की आवश्यकताओं पर चर्चा की गई है, जिससे विद्यार्थी समझ सकें कि सूचना और साहित्य को विभिन्न भाषाओं और संस्कृतियों तक पहुँचाने में अनुवाद कितनी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। इस इकाई के अध्ययन से शिक्षार्थी श्रव्य माध्यम की संरचना, उपयोगिता और प्रभावशीलता को समझेंगे और आवश्यक ज्ञान अर्जित करेंगे तथा प्रश्नों को सही ढंग से हल करने की योग्यता प्राप्त करेंगे।

इकाई- 13'दृश्य-श्रव्य माध्यम' इकाई में दृश्य-श्रव्य माध्यम के अर्थ और स्वरूप का अध्ययन कराया जाता है। इसमें दृश्य-श्रव्य माध्यम के विविध रूप और विधाओं पर ध्यान केंद्रित किया गया है। इकाई में दृश्य-श्रव्य सामग्री और अनुवाद की आवश्यकता पर भी चर्चा की गई है, जिससे विद्यार्थियों को यह समझने में मदद मिलती है कि सूचना, शिक्षा और सांस्कृतिक संदेश को विभिन्न भाषाओं तथा समुदायों तक प्रभावी रूप से पहुँचाने में अनुवाद कितना महत्वपूर्ण है। साथ ही इस इकाई में दृश्य-श्रव्य माध्यम की उपयोगिता और महत्व स्पष्ट किया गया है, जिसमें इसके सामाजिक, शैक्षणिक, सांस्कृतिक और मनोरंजन संबंधी योगदान को समझाया गया है। इस इकाई के अध्ययन से शिक्षार्थी दृश्य-श्रव्य माध्यम की संरचना, कार्यप्रणाली और सामाजिक प्रभाव को आत्मसात कर पाएंगे और उनका उपयोग प्रश्नों को हल करने में कर पाएंगे।

इकाई- 14 'विज्ञापन लेखन' इकाई में विद्यार्थियों को इसके अर्थ और उद्देश्य का अध्ययन कराया जाता है। इसमें बताया गया है कि विज्ञापन लेखन का मुख्य उद्देश्य किसी उत्पाद, सेवा या विचार को प्रभावशाली, आकर्षक और स्पष्ट रूप में प्रस्तुत कर लक्षित समूह तक पहुँचाना है। इकाई में विज्ञापन लेखन की प्रक्रिया

के चरण पर भी विशेष ध्यान दिया गया है। साथ ही विज्ञापन लेखन की प्रमुख विशेषताएँ जैसे संक्षिप्तता, आकर्षक भाषा, सटीकता, रचनात्मकता और पाठक/दर्शक के साथ संवाद स्थापित करना, समझाई गई हैं। इकाई में कुछ व्यावहारिक उदाहरणों के माध्यम से विज्ञापन लेखन की कला को स्पष्ट किया गया है, जिससे विद्यार्थी न केवल तकनीक को समझते हैं, बल्कि रचनात्मक और प्रभावी विज्ञापन तैयार करने में सक्षम भी बनते हैं। जब छात्र इस इकाई को पढ़ेंगे, तो वे इसके बारे में बेहतर समझ विकसित कर पाएंगे और उससे जुड़े प्रश्नों को हल करने में भी सक्षम हो जाएंगे।

इकाई- 1 : हिंदी के विविध रूप

इकाई की रूपरेखा

1.1 उद्देश्य

1.2 प्रस्तावना

1.3 राजभाषा की अवधारणा

1.3.1 राजभाषा की विशेषताएँ

1.3.2 राजभाषा हिंदी का स्वरूप एवं विकास

1.3.3 राजभाषा हिंदी का संवैधानिक विकास

1.3.4 राजभाषा हिंदी की संवैधानिक सीमाएं

1.4 राष्ट्रभाषा की अवधारणा

1.5 राष्ट्रभाषा और राजभाषा में अंतर

1.6 मातृभाषा के रूप में हिंदी

1.6.1 मातृभाषा की विशेषताएँ

1.7 सारांश

1.8 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

1.9 अधिक जानने के लिए पढ़ें

1.10 अभ्यास पश्न

1.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप -

- राष्ट्रभाषा एवं राजभाषा के रूप में हिंदी को समझ सकेंगे।
- राजभाषा की विशेषताओं से परिचित हो पाएंगे।
- राजभाषा हिंदी का संवैधानिक विकास किस रूप में हुआ है उससे ज्ञात हो सकेंगे।
- राजभाषा हिंदी की सांवैधानिक सीमा को समझ पांएगे।
- राष्ट्रभाषा और राजभाषा में किस प्रकार का अंतर है उससे ज्ञात हो पाएंगे।
- मातृभाषा के रूप में हिंदी का प्रयोग किस-किस क्षेत्र में होता है उससे परिचित हो पाएंगे।

1.2 प्रस्तावना

भाषा किसी भी देश की पहचान और उसकी संस्कृति को व्यक्त करने का सबसे जरूरी माध्यम होती है। जब भारत अंग्रेजों का गुलाम बना, तो अंग्रेजों ने यहाँ की सांस्कृतिक पहचान को कमजोर करने की कोशिश की। उसी योजना के तहत अंग्रेजी भाषा को बढ़ावा दिया गया। इससे न सिर्फ हम राजनीतिक और आर्थिक रूप से गुलाम हुए, बल्कि भाषाई रूप से भी हमारी आजादी छिन गई। जब भारत 1947 में आज़ाद हुआ, तब संविधान बनाने वालों ने यह सोचा कि देश के सभी लोगों को जोड़ने के लिए एक ऐसी भाषा होनी चाहिए जो सबकी हो- एक ऐसी भाषा जो सरकार और प्रशासन में भी काम आ सके और आम जनता भी समझ सके। इस मामले में हिंदी सबसे उपयुक्त भाषा मानी गई। हिंदी न सिर्फ बोलने में सरल, मधुर और प्रभावशाली है, बल्कि इसका साहित्य भी बहुत समृद्ध और गौरवशाली है। इसमें हर तरह की अभिव्यक्ति की ताकत है और इसका शब्द भंडार बहुत बड़ा है। इन्हीं सब कारणों से भारत सरकार ने हिंदी को राजभाषा के रूप में अपनाया और इसके लिए संविधान में विशेष प्रावधान भी किए गए, ताकि यह भाषा देश को जोड़ने और प्रशासन चलाने में मुख्य भूमिका निभा सके।

1.3 राजभाषा की अवधारणा

समय के साथ समाज और देश का हर तरफ से विकास होता है। जैसे-जैसे देश आगे बढ़ता है, वैसे-वैसे लोगों को अपनी बात कहने और एक-दूसरे से जुड़ने के लिए भाषा की जरूरत भी बदलती और बढ़ती है। अगर भाषा में भी समय के अनुसार बदलाव न हो, तो देश अपनी बात ठीक से कह नहीं पाएगा, यानी वह 'गूंगा' बन जाएगा। इसलिए जरूरी है कि जैसे देश और समाज आगे बढ़ते हैं, वैसे ही भाषा भी आगे बढ़े। भाषा को भी नया, काम के लायक और उपयोगी बनाना जरूरी है। अब सवाल उठता है कि कोई भाषा आधुनिक कैसे बनती है? तो इसका मतलब सिर्फ यह नहीं कि वह ''राजभाषा'' (सरकारी भाषा) बन जाए। ''राजभाषा'' और ''भाषा'' में फर्क होता है। दोनों के काम और ज़रूरतें भी अलग-अलग होती हैं। ''राजभाषा'' का मतलब है वह भाषा जिसका इस्तेमाल सरकार और प्रशासन अपने काम-काज में करती है। भारत के संविधान में यह

साफ लिखा गया है कि देश के सरकारी कामों के लिए कौन-सी भाषा का उपयोग होगा। भारत में हिंदी को राजभाषा का दर्जा दिया गया है। यानी केंद्र सरकार अपने ज्यादातर आधिकारिक कामों में हिंदी का इस्तेमाल करती है। यह भाषा सरकार, प्रशासन और विभिन्न सरकारी कार्यों में उपयोग की जाती है। भारतीय संविधान के तहत, हिंदी को राजभाषा के रूप में मान्यता दी गई है और इसे केंद्र सरकार के आधिकारिक कार्यों में प्रमुख रूप से उपयोग किया जाता है।

1.3.1 राजभाषा की विशेषताएँ

प्रत्येक भाषा की अपनी प्रकृति होती है और निश्चय ही प्रत्येक भाषा के निर्माण में उसकी विशेषताएँ खास भूमिका तय करती हैं। राजभाषा वस्तुत: अत्यंत व्यापक आशयबोधक शब्द है, जिसमें संबंधित संपूर्ण राजकीय नीतियों एवं व्यवहारों की अभिव्यक्ति का अतीत, वर्तमान और भविष्य जुड़ा होता है। इस संदर्भ में राजभाषा की कतिपय विशेषताओं का उल्लेख किया जा सकता है; यथा-

- राजभाषा एक सामान्य भाषा न होकर विशिष्ट प्रकार की भाषा होती है।
- राजभाषा कला निरपेक्ष और शासन सापेक्ष होती है।
- राजभाषा में निर्थ की अभिव्यक्ति अभिधा के माध्यम से की जाती है।
- राजभाषा का स्वरूप मानक होता है तथा इसमें एक तरह की एकरूपता पाई जाती है।
- सामान्य भाषा की तुलना में राजभाषा का अनुप्रयोग क्षेत्र सीमित होता है।
- राजभाषा संबंधित देश में प्रशासनिक एवं राजनैतिक एकता कायम करती है।
- राजभाषा का प्रयोग औपचारिक एवं मर्यादित शैली में होता है।
- राजभाषा की प्रकृति उपयोगिता मूलक होती है।
- राजभाषा की शब्द संपदा सुनिश्चित एवं विशेष प्रयोजन के लिए निर्धारित प्रयुक्तियों तक ही सीमित है।

1.3.2 राजभाषा हिंदी का स्वरूप एवं विकास

हर भाषा की शुरुआत आम बोलचाल की भाषा के रूप में होती है और

शुरू में उसका एक ही रूप होता है, जिसे 'साधारण भाषा' कहा जाता है। समय के साथ जब उस भाषा को बोलने वाले लोग सामाजिक, आर्थिक, राजनैतिक, प्रशासनिक, साहित्यिक और सांस्कृतिक रूप से आगे बढ़ते हैं, तो उनकी भाषा भी दो दिशाओं में विकसित होती है। एक ओर भाषा अभिव्यक्ति और संचार के लिए और अधिक प्रभावशाली और सक्षम बनती है, तो दूसरी ओर अलग-अलग क्षेत्रों में उसके विभिन्न रूप बनने लगते हैं। आज हिंदी भाषा भी इसी प्रक्रिया से गुजर रही है। हिंदी अब सिर्फ बातचीत तक सीमित नहीं है, बल्कि साहित्य, राजनीति, पत्रकारिता, व्यापार, खेल और प्रशासनिक कामकाज में भी सफलतापूर्वक इस्तेमाल हो रही है। इसी वजह से हिंदी के कई रूप बन गए हैं। भाषा विज्ञान में इन रूपों को 'प्रयुक्ति' कहा जाता है। उदाहरण के लिए— बोलचाल की हिंदी, प्रशासनिक हिंदी, पत्रकारिता की हिंदी, व्यापार की हिंदी आदि। इन सभी प्रयुक्तियों का भी लगातार विकास हो रहा है। इसलिए यह कहना गलत नहीं होगा कि 'राजभाषा हिंदी' भी हिंदी भाषा की एक प्रयुक्ति है, जिसका उपयोग भारत के विभिन्न राज्यों और केंद्र सरकार के प्रशासनिक कार्यों में किया जा रहा है।

1.3.3 राजभाषा हिंदी का सांवैधानिक विकास

भारत की स्वाधीनता से पहले हिंदी में 'राजभाषा' शब्द का प्रयोग नहीं मिलता। सन् 1946 ई. में संविधान सभा का गठन हुआ। संविधान सभा की नियम समिति ने पहले ही डॉ. राजेन्द्र प्रसाद की अध्यक्षता में यह निर्णय लिया था कि सभा की कामकाज की भाषा हिंदुस्तानी या अंग्रेजी होगी। हालाँकि कोई भी(सदस्य)अध्यक्ष की अनुमति से अपनी मातृभाषा में भाषण दे सकेगा। 14 जुलाई 1947 को संविधान सभा के चौथे सत्र के दूसरे दिन यह संशोधन प्रस्तुत किया गया कि 'हिंदुस्तानी' के स्थान पर 'हिंदी' शब्द रखा जाए। वैसे फरवरी 1948 में संविधान का जो प्रारूप प्रस्तुत किया गया था, उसमें राजभाषा विषयक कोई धारा नहीं थी। केवल इतना उल्लेख था कि संसद की भाषा अंग्रेजी या हिंदी होगी। सर्वप्रथम 1949 ई. में श्री राजगोपालचारी ने भारतीय संविधान सभा में नेशनल लैंग्वेज के समानांतर 'स्टेट लैंग्वेज' शब्द का इस्तेमाल किया, ताकि इन दोनों के बीच विभेदक रेखा की पहचान हो सके। यहाँ यह भी उल्लेखनीय है कि संविधान सभा में, भारतीय संविधान के अंतर्गत हिंदी को राजभाषा घोषित

करने वाला प्रस्ताव दक्षिण भारतीय नेता और विद्वान् श्री गोपालस्वामी आयंगर की तरफ से आया, जिसका समर्थन गुजरात के श्री कन्हैयालाल मणिकलाल मुंशी ने किया। इन दोनों विद्वानों ने राजभाषा के रूप में हिंदी की प्रतिष्ठान के लिए एक सूत्र भी तैयार किया, जिसे 'मुंशी–आयंगर फॉर्मूले' के रूप में जाना जाता है।



महत्वपूर्ण बिंदु

भारतीय संविधान के भाग 5, 6 और 17 में 'राजभाषा' से जुड़े नियम और प्रावधान शामिल किए गए हैं। ये प्रावधान अनुच्छेद 343 से लेकर अनुच्छेद 351 तक दिए गए हैं। इसके अलावा अनुच्छेद 120 (भाग 5) और अनुच्छेद 210 (भाग 6) में संसद और राज्यों की विधानसभाओं में इस्तेमाल होने वाली भाषा के बारे में जानकारी दी गई है।

1.3.4 राजभाषा हिंदी की सांवैधानिक सीमाएं–

भारतीय संविधान में यह तय किया गया था कि संविधान लागू होने के पंद्रह साल बाद, यानी 1965 से सरकारी कामकाज हिंदी में किया जाएगा। लेकिन सरकार इस फैसले को पूरी तरह लागू नहीं कर पाई। खासकर बंगाल और तमिलनाडु जैसे अहिंदी भाषी इलाकों में इसका कड़ा विरोध हुआ। उस समय के प्रधानमंत्री पंडित जवाहरलाल नेहरू ने इस विरोध को देखते हुए भरोसा दिलाया कि हिंदी को अकेली राजभाषा बनाने से पहले अहिंदी भाषी राज्यों की सहमति ली जाएगी और तब तक अंग्रेजी को हटाया नहीं जाएगा। बाद में इसी आश्वासन को कानूनी रूप देने के लिए राजभाषा अधिनियम 1963 और उसमें 1967 के संशोधन के जरिए कानून बनाया गया। संविधान के अनुच्छेद 348 (1) में यह व्यवस्था की गई है कि उच्चतम न्यायालय और उच्च न्यायालयों में कार्यवाही की भाषा अंग्रेजी ही रहेगी। संसद में भी विधेयक और प्रस्तावित संशोधनों का आधिकारिक पाठ अंग्रेजी में ही होगा। हालांकि, इसी अनुच्छेद में यह प्रावधान भी है कि राष्ट्रपति की मंजूरी से राज्यपाल अपने राज्य के उच्च न्यायालय में हिंदी या राज्य की राजभाषा के इस्तेमाल का आदेश दे सकता है, मगर यह आदेश अदालत के निर्णयों, डिक्री और आदेशों पर लागू नहीं होगा। मतलब साफ है कि कानून और न्याय व्यवस्था की भाषा, उन राज्यों में भी जहाँ हिंदी राजभाषा मानी जाती है, आज भी अंग्रेजी ही बनी हुई है। इस तरह,

संविधान में जो व्यवस्था बनाई गई थी और बाद में संसद और सरकार ने जो नियम बनाए, उन्हें देखने से यह स्पष्ट होता है कि हिंदी आज तक राजभाषा के रूप में अपने पूरे अधिकार हासिल नहीं कर सकी। इसका मुख्य कारण अहिंदी भाषी इलाकों का विरोध और अंग्रेजी समर्थकों का प्रभाव रहा है।

1.4 राष्ट्रभाषा की अवधारणा

राष्ट्रभाषा भाषा वह भाषा होती है जो मुख्य रूप से किसी राष्ट्र का प्रतिनिधित्व करती है। यह वो भाषा होती है जो देश के अधिकांश नागरिकों द्वारा बोली एवं समझी जाती है। राष्ट्रभाषा का स्वरूप लगभग राजभाषा की तरह ही होता है परंतु इनमें भिन्नता होती हैं। राष्ट्रभाषा का शाब्दिक अर्थ समस्त राष्ट्र में प्रयुक्त होने वाली भाषा से होता है। यह वह भाषा होती है जो किसी देश के समस्त कार्यों में उपर्युक्त होती है। आसान शब्दों में कहा जाए तो राष्ट्रभाषा वह भाषा होती है जिसे एक देश राष्ट्रभाषा घोषित करता है। यह किसी देश की एकता को सुदृढ़ बनाने का कार्य करती है। यह भाषा आम जनता की भाषा होती है जिसे देश की संविधान सभा द्वारा संवैधानिक दर्जा दिया जाता है। राष्ट्रभाषा किसी देश बहुसंख्यक समाज के द्वारा बोली जाती है। यह संपूर्ण देश में एक समान रूप से लागू होती है। किसी देश की राष्ट्रभाषा अंतरराष्ट्रीय स्तर पर राष्ट्र का प्रतिनिधित्व करती है जिसमें राष्ट्रीय एकता एवं अंतरराष्ट्रीय संवाद संपर्क की भी आवश्यकता होती है। राष्ट्रभाषा के माध्यम से किसी देश के स्वतंत्र अस्तित्व की सुरक्षा होती है। भारतीय संविधान में किसी भी भाषा को राष्ट्रभाषा के रूप में परिभाषित नहीं किया गया है। संविधान निर्माण के समय कुछ बुद्धिजीवियों का यह मत था कि अंग्रेजी भाषा को ही राष्ट्रभाषा बनाया जाए जबकि कुछ लोगों का मानना था कि केवल हिंदी भाषा को ही राष्ट्रभाषा का दर्जा दिया जाना चाहिए। परंतु कुछ अन्य लोगों का यह भी मानना था कि भारत के प्रांतीय भाषा में से किसी एक भाषा को राष्ट्रभाषा बनाना चाहिए। भारत देश में लगभग 100 से भी अधिक भाषाएँ बोली जाती हैं जिसमें हिंदी, उर्दू, संस्कृत, गुजराती, बंगाली, मराठी, तमिल, तेलुगू आदि भाषाएँ प्रमुख हैं। भारत में प्राचीन काल से ही राष्ट्रभाषा को लेकर वाद-विवाद चलता रहता है। परंतु अब तक किसी भी भाषा को राष्ट्रभाषा के रूप में चयनित नहीं किया गया है।

1.5 राष्ट्रभाषा और राजभाषा में अंतर

किसी देश की राष्ट्रीयता व संस्कृति का निर्माण और निर्माण का विकास

एक विशिष्ट भौगोलिक एवं ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य में होता है। ऐसे में कुछ प्रादेशिक विभेदों के होते हुए भी कश्मीर से कन्याकुमारी और कच्छ से असम तक भारतीय संस्कृति की आत्मा एक रही, संस्कृत, प्राकृत, अपभ्रंश, अवहट्ट से लेकर आधुनिक काल तक हिंदी के विकास की यही परंपरा संपूर्ण रही है। कहना गलत न होगा कि जिस देश के लोग एक भाषा के सूत्र में बँधे रहते हैं, उनके भावों व विचारों की अभिव्यक्ति में एकरूपता रहती है। भारतीय संदर्भ में एक सार्वदेशिक अर्थात् राष्ट्रभाषा की आवश्यकता 1857 की जनक्रांति के बाद ही विशेष रूप से महसूस की गई। साथ ही लोकमानस के स्तर पर किसी आंदोलन को संचालित करने में राष्ट्रभाषा की उपादेयता सहज ही अनुभूत है। स्वतंत्रता संघर्ष के दौरान यह बात स्पष्ट हो गई थी भारत के लिए किसी एक प्रतिनिधि या संपर्क भाषा की आवश्यकता है और वह भाषा अपेक्षाकृत अधिक लोगों द्वारा बोली जाने के कारण हिंदी ही हो सकती है।

वर्ष 1909 ई. में गाँधीजी ने अपनी पुस्तक 'हिंद स्वराज और होमरूल' के अठारहवें अध्याय में यही बात कही थी। अमर कथाशिल्पी उपन्यास सम्राट मुंशी प्रेमचंद का यह कथन अत्यंत महत्त्वपूर्ण है कि ''भारत की राष्ट्रीयता एक राष्ट्रभाषा पर निर्भर है और दक्षिण के हिंदी प्रेमी राष्ट्रभाषा प्रचार करके राष्ट्र का निर्माण कर रहे हैं। राष्ट्रभाषा का होना लाजिमी है। अगर संपूर्ण भारत को एक राष्ट्र बनना है तो उसे एक भाषा का आधार लेना पड़ेगा।'' अस्तु, राष्ट्रभाषा के रूप में हिंदी का विकास मूलत: आजादी के पहले हुआ है और सन् 1947 ई. तक हिंदी राष्ट्रभाषा के रूप में प्रतिष्ठित होने के साथ-साथ राजभाषा का दर्जा प्राप्त करने में भी सक्षम हो चुकी थी। तब तक राष्ट्रभाषा और राजभाषा का अभिप्राय एक ही था। बाद में जब भारत की संविधान सभा में इस बात पर विधिवत विचार हुआ तो मान लिया गया कि राष्ट्रभाषा के रूप में तो हिंदी पहले से ही प्रतिष्ठित है तथा अब इसे राजभाषा का भी दर्जा दिया जाना चाहिए। हालाँकि, विवेचनात्मक संदर्भ में राष्ट्रभाषा की संकल्पना राजभाषा की संकल्पना से अलग है। भारत जैसे विशाल देश में अनेक भाषाओं और बोलियों के चलते हमारे संविधान ने यह विवेकपूर्ण निर्देश दिया है कि सरकारी कामकाज की भाषा में हिंदी को अपनाया जाए। ऐसे में संविधान के कुछ एक अनुच्छेदों की मारफत हिंदी 'राजभाषा' तो बन गई है, लेकिन राष्ट्र की भाषा अर्थात् 'राष्ट्रभाषा' के रूप में हिंदी को आज भी सर्वसम्मति नहीं मिल पाई है। दरअसल राजभाषा का प्रयोजन जहाँ एक ओर सीमित है, उपयोगिता सीमित है, वहीं दूसरी ओर राष्ट्रभाषा का प्रयोजन काफी विस्तृत एवं व्यापक होता है। फिर भी उसी भाषा का गौरव सबसे अधिक हो सकता है और वही राष्ट्रभाषा कहला सकती है, जिसको सामान्यजन समझता हो और जिसका अस्तित्व व अनुप्रयोग सामाजिक

और सांस्कृतिक दृष्टि से भी महत्त्वपूर्ण हो। इस प्रकार भारतीय संदर्भ में राष्ट्रभाषा व राजभाषा (दोनों) के निहितार्थ हिंदी की उपयोगिता एवं महत्त्व का रेखांकन उल्लेखनीय है।

राजभाषा और राष्ट्रभाषा में निम्नलिखित अंतर होते हैं-

* राजभाषा किसी राज्य की विशेष भाषा होती है जिसमें सभी शासकीय कार्य व पत्राचार किया जाता है जबकि राष्ट्रभाषा संपूर्ण राष्ट्र की भाषा होती है जिसे अनिवार्य रूप से पूरे देश में अपनाया जाता है।

* किसी देश में राजभाषा एक या एक से अधिक भी हो सकती है परंतु राष्ट्रभाषा पूरे देश में केवल एक ही होती है।

* राजभाषा किसी देश की वैकल्पिक भाषा भी हो सकती है परंतु राष्ट्रभाषा अनौपचारिक भाषा होती है जिसका कोई अन्य विकल्प नहीं होता है।

* राजभाषा का प्रयोग केवल प्रशासनिक कार्यालयों एवं किसी सीमित क्षेत्र में ही किया जाता है जब की राष्ट्रभाषा का प्रयोग देश के लगभग सभी स्थानों में किया जाता है।

* राजभाषा अंतर्राष्ट्रीय संवाद संपर्क हेतु आवश्यक नहीं होती है जबकि राष्ट्रभाषा राष्ट्रीय एकता एवं अंतर्राष्ट्रीय संवाद सम्पर्क के लिए बेहद आवश्यक मानी जाती है।

* राजभाषा का चुनाव राष्ट्रीय प्रतीक के रूप में नहीं किया जा सकता जबकि राष्ट्रभाषा का चुनाव राष्ट्रीय प्रतीक के रूप में किया जा सकता है।

* राजभाषा किसी देश के प्रशासक वर्ग की भाषा होती है जबकि राष्ट्रभाषा देश की जनता की भाषा होती है।

* राजभाषा का क्षेत्र सीमित होता है परंतु राष्ट्रभाषा का क्षेत्र असीमित होता है।

1.6 मातृभाषा के रूप में हिंदी

हिन्दी भारत की प्रमुख मातृभाषा है। किसी भी समाज में जिस भाषा के माध्यम से लोग आपस में बातचीत करते हैं, कामकाज करते हैं, पढ़ते-लिखते हैं, वही उस समाज की मातृभाषा मानी जाती है। विशेष रूप से, जिस भाषा को बच्चा सबसे पहले अपनी माँ से सीखता है और जिसके जरिए वह अपने परिवार

और समाज के लोगों से संवाद करता है, वही उसकी असली मातृभाषा होती है। हालाँकि, उत्तर प्रदेश जैसे हिन्दी भाषी राज्यों में छोटे बच्चों की शुरुआती भाषा अक्सर अवधी, ब्रज या भोजपुरी जैसी बोलियाँ होती हैं। लेकिन जब वे बड़े होते हैं और समाज में संवाद करते हैं तो वे खड़ीबोली हिन्दी का प्रयोग करते हैं, जो वहाँ के पढ़े-लिखे या शिष्ट वर्ग की सामान्य भाषा है। इसलिए उत्तर प्रदेश की वास्तविक मातृभाषा हिन्दी मानी जाती है, न कि वहाँ की क्षेत्रीय बोलियाँ। शिक्षा प्रणाली में भी खड़ीबोली हिन्दी को ही पढ़ाया जाता है। किसी भी भाषा के कई रूप होते हैं— जैसे उपभाषाएँ और बोलियाँ। मातृभाषा के भी कई स्थानीय रूप हो सकते हैं। आमतौर पर जो बोली बच्चे की माँ बोलती है, वही उसकी पहली भाषा होती है। घर के अंदर लोग अपनी स्थानीय बोली में बात करते हैं, लेकिन बाहरी दुनिया में हिन्दी का प्रयोग करते हैं। इसलिए अवधी, ब्रज, भोजपुरी जैसी बोलियाँ मातृभाषा की उपश्रेणी में आती हैं और इन्हें 'मातृ बोली' कहा जा सकता है।

हिंदी को जन्म से लेकर पहली भाषा के रूप में सीखा जाता है, जो आमतौर पर परिवार या समुदाय में बोली जाती है। यह वह भाषा है जो उनके शुरुआती संवाद, विचारों और पहचान को आकार देती है। बहुत से लोगों के लिए, हिंदी केवल दिन-प्रतिदिन के संवाद का एक साधन नहीं है, बल्कि यह उनके सांस्कृतिक और भावनात्मक संबंध का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है।

हिंदी को मातृभाषा के रूप में समझने के मुख्य पहलू-

1. **पहली सीखी गई भाषा-**
   हिंदी वह भाषा है जिसे बच्चे स्वाभाविक रूप से उन परिवेशों में सीखते हैं, जहां यह परिवार, समुदाय या क्षेत्र में बोली जाती है। यह उनकी भाषाई विकास की नींव है।

2. **सांस्कृतिक और भावनात्मक जुड़ाव-**
   हिंदी बोलने वालों के लिए यह भाषा गहरे भावनात्मक महत्व की होती है, क्योंकि यह घर, परंपरा और समुदाय के मूल्यों से जुड़ी होती है। यह उनके सांस्कृतिक पहचान का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बनती है।

3. **संवाद की भाषा-**
   हिंदी केवल संवाद का एक साधन नहीं है, बल्कि यह वह माध्यम है

जिसके द्वारा व्यक्ति अपने विचारों, भावनाओं और रचनात्मकता को अपनी दैनिक जिंदगी में व्यक्त करता है।

4. राष्ट्रीय पहचान को बढ़ावा देना-

भारत की एक आधिकारिक भाषा के रूप में हिंदी का महत्वपूर्ण योगदान है, क्योंकि यह विभिन्न भाषाई पृष्ठभूमियों से आने वाले लोगों को एकजुट करने में सहायक है। यह क्षेत्रों और समुदायों के बीच संवाद के लिए एक सामान्य भाषा के रूप में कार्य करती है।

5. अन्य भाषाओं के सीखने की नींव-

हिंदी को मातृभाषा के रूप में जानने से भाषाई कौशल में सुधार होता है, जो बदले में अन्य भाषाओं को सीखने में मदद करता है, चाहे वह भारत में हो या अंतरराष्ट्रीय स्तर पर।

भारत के सभी प्रांत में 'हिंदी भाषा' का प्रचलन होता है। भारत के हिंदी भाषी प्रदेश के रूप में भौगोलिक दृष्टी से हिंदी भाषा का क्षेत्र हिमाचल प्रदेश, पंजाब का कुछ भाग, हरियाणा, राजस्थान, दिल्ली, उत्तर प्रदेश, मध्य प्रदेश और बिहार है। इस क्षेत्र के आधार पर हिंदी के पाँच उपभाषा है और उनके आंचलिक रूप भी है।

भाषा	उपभाषाएँ	बोलियाँ
हिंदी	पश्चिमी हिंदी	खड़ीबोली या कौरवी ब्रजभाषा हरियाणी बुन्देली कन्नौजी
	पूर्वी हिंदी	अवधी बघेली छत्तीसगड़ी
	राजस्थानी	पश्चिमी राजस्थानी(मारवाड़ी) पूर्वी राजस्थानी(जयपुरी) उत्तरी राजस्थानी(मेवाती) दक्षिणी राजस्थानी(मालवी)

	पहाड़ी	पश्चिमी पहाड़ी मध्यवर्ती पहाड़ी (कुमायूँनी-गड़वाली)
	बिहारी	भोजपुरी मगही मैथिलि

1.6.1 मातृभाषा की विशेष्ताएँ

मातृभाषा वह भाषा होती है जिसे कोई व्यक्ति अपने जन्म के बाद सबसे पहले सीखता है। यह आमतौर पर उस परिवार या समुदाय की भाषा होती है जिसमें वह व्यक्ति बड़ा होता है।

1. **प्रथम भाषा**-
   यह वह भाषा होती है जिसे बच्चा स्वाभाविक रूप से, बिना औपचारिक शिक्षा के, अपने घर या परिवेश से सीखता है।
2. **भावनात्मक जुड़ाव**-
   लोगों का अपनी मातृभाषा से गहरा भावनात्मक संबंध होता है। यह लोरी, पहले शब्द, बचपन की सोच और भावनाओं की भाषा होती है।
3. **अन्य भाषाओं के सीखने की नींव**-
   मातृभाषा का अच्छा ज्ञान अन्य भाषाओं को सीखने में मदद करता है, क्योंकि इससे व्याकरण, शब्दावली और संवाद कौशल की नींव मजबूत होती है।
4. **सांस्कृतिक पहचान**-
   मातृभाषा व्यक्ति को उसकी सांस्कृतिक जड़ों, परंपराओं और विरासत से जोड़ती है। यह समुदाय की मान्यताओं, कहानियों और ज्ञान को अपने भीतर समेटे होती है।
5. **संज्ञानात्मक और शैक्षिक लाभ**-
   शोध से पता चला है कि जो बच्चे अपनी प्रारंभिक शिक्षा मातृभाषा में प्राप्त करते हैं, वे विद्यालय में बेहतर प्रदर्शन करते हैं क्योंकि वे परिचित भाषा में अवधारणाओं को बेहतर समझ पाते हैं।

6. भाषाई विविधता का संरक्षण–

मातृभाषाओं को बढ़ावा देना और उनका प्रयोग करना भाषाई विविधता को बनाए रखने और लुप्तप्राय भाषाओं की रक्षा करने में सहायक होता है।



महत्वपूर्ण बिंदु–

भारत के हिंदी भाषी प्रदेश के रूप में भौगोलिक दृष्टि से हिंदी भाषा का क्षेत्र हिमाचल प्रदेश, पंजाब का कुछ भाग, हरियाणा, राजस्थान, दिल्ली, उत्तर प्रदेश, मध्य प्रदेश और बिहार।



1.7 सारांश

हर देश की एक अपनी पहचान और संस्कृति होती है, जो उसके भूगोल और इतिहास के आधार पर बनती है। भारत एक बड़ा देश है, जहाँ अलग-अलग राज्यों और इलाकों की भाषाएँ और परंपराएँ हैं, लेकिन फिर भी कश्मीर से कन्याकुमारी और कच्छ से कामरूप (असम) तक भारतीय संस्कृति की आत्मा एक जैसी रही है। इसी भावना से एक साझा, अखिल भारतीय भाषा का विकास होता चला गया और वही भाषा है हिंदी। हिंदी का विकास संस्कृत, प्राकृत, अपभ्रंश और अवहट्ट जैसी भाषाओं से होते हुए आज के आधुनिक रूप में पहुँचा है। जब देश के लोग एक भाषा में जुड़ते हैं, तो उनके विचारों और भावनाओं में भी एकरूपता आती है। भारत की आजादी से पहले हिंदी में 'राजभाषा' शब्द का कोई उपयोग नहीं होता था। जब संविधान का मसौदा तैयार किया जा रहा था, उस समय 'ऑफिशियल लैंग्वेज' का हिंदी अनुवाद 'राजभाषा' किया गया। इसके बाद यह शब्द औपचारिक रूप से प्रचलन में आ गया। भारतीय संविधान के भाग 5, 6 और 17 में 'राजभाषा' से जुड़े नियम और प्रावधान शामिल किए गए हैं। ये प्रावधान अनुच्छेद 343 से लेकर अनुच्छेद 351 तक दिए गए हैं। इसके अलावा अनुच्छेद 120 (भाग 5) और अनुच्छेद 210 (भाग 6) में संसद और राज्यों की विधानसभाओं में इस्तेमाल होने वाली भाषा के बारे में जानकारी दी गई है। हालाँकि, इन संवैधानिक प्रावधानों के बावजूद हिंदी को 'राजभाषा' के रूप में जितनी प्रगति करनी चाहिए थी, वह संतोषजनक नहीं रही। इसके पीछे क्षेत्रीय राजनीतिक संकीर्ण सोच, अधिकारियों की उदासीनता, मजबूत इच्छाशक्ति की कमी और अंग्रेजी के प्रति अधिक लगाव जैसी वजहें जिम्मेदार मानी जाती हैं। भारतीय संविधान में हिंदी को राजभाषा का दर्जा तो मिल गया, लेकिन इसे अब तक पूरी तरह से राष्ट्रभाषा के रूप में स्वीकार नहीं किया गया है, क्योंकि देश में बहुत सी भाषाएँ और

बोलियाँ हैं। फिर भी, हिंदी वही भाषा है जिसे सबसे ज्यादा लोग समझते हैं और जो देश की एकता में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। इसलिए हिंदी की उपयोगिता और महत्व को भारतीय समाज, संस्कृति और प्रशासन- तीनों में प्रमुख रूप से स्वीकार किया गया है।



अपनी प्रगति जाँचें

1. 'राष्ट्रभाषा' से आपका क्या अभिप्राय है?
2. भारतीय संविधान के किस भाग में 'राजभाषा' का प्रावधान मिलता है?
3. भारत के हिंदी भाषी प्रदेश के रूप में भौगोलिक दृष्टी से हिंदी भाषा के क्षेत्रों का नाम लिखिए?
4. भोजपुरी बोली है या भाषा?
5. हिंदी भाषा की तीन उपभाषाओं का नाम लिखिए?

1.8 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

प्रश्न 1 का उत्तर- राष्ट्रभाषा भाषा वह भाषा होती है जो मुख्य रूप से किसी राष्ट्र का प्रतिनिधित्व करती है। यह वो भाषा होती है जो देश के अधिकांश नागरिकों द्वारा बोली एवं समझी जाती है। राष्ट्रभाषा का स्वरूप लगभग राजभाषा की तरह ही होता है परंतु इनमें भिन्नता होती हैं।

प्रश्न 2 का उत्तर- भारतीय संविधान के भाग 5, 6 और 17 में 'राजभाषा' से जुड़े नियम और प्रावधान मिलता हैं।

प्रश्न 3 का उत्तर- हिमाचल प्रदेश, पंजाब का कुछ भाग, हरियाणा, राजस्थान, दिल्ली, उत्तर प्रदेश, मध्य प्रदेश और बिहार।

प्रश्न 4 का उत्तर- बोली है।

प्रश्न 5 का उत्तर- पूर्वी हिंदी, राजस्थानी और बिहारी।

1.9 अधिक जानने के लिए पढ़ें

- मलिक, म.राजभाषा हिंदी. दिल्ली: राजपाल एंड सन्स।
- वासवानी, कि.राजभाषा हिंदी विवेचन और प्रयुक्ति. नई दिल्ली: वाणी

प्रकाशन।

- दुबे, उ. ना. राजभाषा के संदर्भ में हिंदी आंदोलन का इतिहास. दिल्ली: प्रकाशन संस्थान।
- गोस्वामी, कृ.प्रयोजनमूलक भाषा और कार्यालयी हिंदी. दिल्ली: कलिंगा पब्लिकेशन।
- कुलश्रेष्ठ, वि., & कुलश्रेष्ठ, रा. प्रयोजनमूलक हिन्दी. जयपुर: पंचशील प्रकाशन।
- बुंदेले, शं. प्रयोजनमूलक हिन्दी और अनुवाद.अमरावती: संत गाडगे बाबा अमरावती विश्वविद्यालय।
- वासवानी, कि. राजभाषा हिंदी विवेचना और प्रयुक्ति. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- पाण्डेय, कै. ना. प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका. इलाहाबाद : लोकभारती प्रकाशन।
- तरुण, र. (2007). प्रयोजनमूलक हिन्दी. दिल्ली: अशोक प्रकाशन।
- शर्मा, र. प्र. (2008). प्रयोजनमूलक हिन्दी. वाराणसी: विश्वविद्यालय प्रकाशन।

1.10 अभ्यास प्रश्न

क) संक्षिप्त प्रश्नों के उत्तर लिखिए :

1. भारत का संविधान कब लागू हुआ था?
2. राजभाषा से आपका किया अभिप्राय है?
3. भारतीय संविधान के किस भाग में राजभाषा संबंधी उपबंध है?
4. संविधान सभा में हिंदी को 'राजभाषा' घोषित करने वाला प्रस्ताव किसने पेश किया था?
5. 'ऑफिशियल लैंग्वेज' का हिंदी अनुवाद क्या है?
6. भारतीय संविधान के किस किस भाग में 'राजभाषा' से जुड़े नियम और प्रावधान शामिल किए गए हैं?

ख) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लिखिए :

1. राष्ट्रभाषा और राजभाषा के मध्य अंतर को स्पष्ट कीजिए।
2. राजभाषा हिंदी की सांवैधानिक सीमाओं का उल्लेख कीजिए।
3. राष्ट्रभाषा की अवधारणा को स्पष्ट कीजिए।
4. राजभाषा हिंदी का सांवैधानिक विकास किस प्रकार हुआ?
5. मातृभाषा की विशेषताओं का उल्लेख कीजिए?
6. ''मातृभाषा के रूप में हिंदी'' आपके शब्दों में वर्णन कीजिए।

******

इकाई 2 : हिंदी की संविधानिक स्थिति

इकाई की रूपरेखा

1.1 उद्देश्य

1.2 प्रस्तावना

1.3 भारतीय संविधान में हिन्दी की स्थिति

1.4 अनूच्छेद 343 से 351

1.5 हिन्दी प्रयोग संबंधी राष्ट्रपति के आदेश

1.6 राजभाषा आयोग,1955

1.7 राजभाषा अधिनियम,1963

1.8 1968 का संकल्प

1.9 राजभाषा नियम 1976

1.10 सारांश

1.11 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

1.12 अधिक जानने के लिए पढ़ें

1.13 अभ्यास प्रश्न

2.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप -

- राजभाषा के अर्थ स्वरूप को जान सकेंगे।
- संविधान में हिन्दी की स्थिति को जान पाएंगे।
- भाषा संबंधित अनुच्छेदों से परिचित हो पाएंगे।
- हिन्दी प्रयोग संबंधी राष्ट्रपति के आदेश से परिचित हो सकेंगे।
- 1968 के संकल्प को समझ पाएंगे।
- विभिन्न राजभाषा अधिनियमों की जानकारी प्राप्त करेगें।

2.2 प्रस्तावना

भाषा हमारे विचारों की अभिव्यक्ति और सम्प्रेषण का माध्यम है। सामाजिक-प्रशासनिक क्रियाकलापों के लिए भाषा के कई रूप प्रचलित हैं- जैसे

मातृभाषा, राजभाषा, राष्ट्रभाषा, संपर्कभाषा आदि। मनुष्य भाषिक प्राणी है, यद्यपि हर जीव अपने अंतर की अभिव्यक्ति प्रकाशन के लिए किसी-न-किसी संकेत प्रणाली को अपनाता है, परन्तु भाषिक प्रणाली ईश्वर की ओर से मनुष्य को दी गई अमूल्य संपदा और धरोहर है। मनुष्य जाति के सांस्कृतिक विकास में इस भाषा का आधारभूत योगदान रहा है, परन्तु सांस्कृतिक विकास के अनुरूप भाषिक विकास के भी विभिन्न चरण देखे गए है।

'राजभाषा' का शाब्दिक अर्थ है- राजा की भाषा अर्थात् शासक की भाषा। इन शब्द से राजा और भाषा के महत्व का ज्ञान होता है, किन्तु जनतांत्रिक शासन में 'राजा' शब्द का महत्व नहीं है। इस प्रकार राजभाषा का अर्थ है-राजकीय भाषा या राजकाज की भाषा। इसी आधार पर भारत सरकार ने 'राजभाषा आयोग'(Official Language Commission) का निर्माण किया है। 14 सितम्बर,1949 को हिन्दी भारत संघ की राजभाषा बनी। राजभाषा के प्रयोग के चार मुख्य क्षेत्र हैं- शासन, विधान, न्यायपालिका और कार्यपालिका स्वतंत्रता पूर्व इन चारों क्षेत्रों में अंग्रेजी का वर्चस्व था। इन्हीं चारों क्षेत्रों में हिन्दी को प्रतिष्ठित करना ही राजभाषा हिन्दी को महत्क देना है।

2.3 भारतीय संविधान में हिन्दी की स्थिति

हमारे देश का संविधान 26 जनवरी, 1950 ई. को लागू हुआ। स्वतत्रंता प्राप्ति से पूर्व देश में स्वतत्रंता आन्दोलन के साथ-साथ हिन्दी को राष्ट्र भाषा बनाये जाने की सर्वाधिक मांग की जा रही थी। संविधान निर्माताओं ने 14 सितम्बर,1949 ई. को हिन्दी को संघ की राजभाषा स्वीकार करते हुए राजभाषा हिन्दी के संबंध में प्रावधान किए।

संविधान के भाग 5 एवं 6 के क्रमश: अनुच्छेद 120 तथा 210 में तथा भाग 17 के अनुच्छेद 343 से 351 में राजभाषा हिन्दी के संबंध में प्रावधान किये गये हैं। भारतीय संविधान की धारा 343 से 351 के विभिन्न अनुच्छेदों में राजभाषा का प्रावधान किया गया है। इनमें मुख्यत: चार अध्यायों में चर्चा की गई है-संघ की भाषा, प्रादेशिक भाषा, उच्चतम न्यायालय और उच्च न्यायालय की भाषा, राजभाषा संबंधी नियम धारा 343 में हिन्दी को भारत संघ की राजभाषा और देवनागरी को उसकी लिपि के रूप में मान्यता दी गई है। हिन्दी को राजभाषा के रूप में प्रतिष्ठित करने में राष्ट्रीय आंदोलन में प्रयुक्त हिन्दी की

विशेष भूमिका रही है। देश के महापुरुषों, हिन्दी-प्रेमियों, राष्ट्रीय नेताओं के साथ सामाजिक और साहित्यिक संस्थाओं की भूमिका विशेष रूप में उल्लेखनीय रही है ।

इन प्रावधानों के साथ भारत की 22 भाषाओं को संविधान की अनुसूची-8 में मान्यता दी गई हैं। पंजाबी, मराठी, सिंधी, गुजराती, बांगला, हिन्दी, तामिल, तेलगु, मलयालम, कन्नड़, मणिपुरी, कोंकणी, नेपाली, संथाली, मैथिली, बोड़ो, डोगरी, उर्दू, कश्मीरी, संस्कृत, असमीया और ओड़िया भाषाओं को संविधान में मान्यता प्राप्त हैं।

सर्वप्रथम संविधान में कुल 14 भाषाएं ही सम्मिलित थी। सन् 1967 में 21 वें संविधान संशोधन द्वारा 'सिंधी' भाषा 8 वीं अनुसूची में जोड़ी गई थी। सन् 1992 में 71 वें संविधान संशोधन द्वारा कोंकणी, नेपाली तथा मणिपुरी भाषाएं 8 वीं अनुसूची में जोड़ी गई थी । सन् 2003 में 92 वें संविधान संशोधन द्वारा संथाली, मैथिली, बोड़ो तथा डोगरी भाषाएं 8 वीं अनुसूची में जोड़ी गई थी।

2.4 अनूच्छेद 343 से 351

अनुच्छेद 343-खंड (1)- संविधान के अनुसार हिन्दी संघ की राजभाषा है तथा लिपि देवनागरी होगी । संघ के शासकीय प्रयोजनों में भारतीय अंकों का अंतरराष्ट्रीय रूप 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 0 प्रयुक्त होगा।

अनुच्छेद 343-खंड (2)- 26 जनवरी, 1965 ई. तक अंग्रेजी उन सभी प्रयोजनों के लिए प्रयोग की जाती रहेगी, जिनके लिए वह संविधान के लागू होने के समय से पूर्व प्रयोग की जाती थी।

अनुच्छेद 343-खंड (3)- संसद को यह शक्ति प्राप्त है कि 15 वर्ष की अवधि समाप्त हो जाने के पश्चात् संसद यदि चाहे तो विधि द्वारा संघ के शासकीय प्रयोजनों के लिए आगे भी अंग्रेजी का प्रयोग जारी रख सकती है।

नोट : इसी धारा के भाग दो में स्पष्ट किया गाया है कि 15 वर्षों तक संघ के राजकाज में अंग्रेजी का प्रयोग किया जाता रहेगा, जहाँ पहले अंग्रेजी का प्रयोग होता था,परंतु राष्ट्रपति चाहेंगे तो इसी कालावधि में अपने आदेश द्वारा संघ के राजकीय प्रयोजनों में अंग्रेजी के साथ हिन्दी प्रयोग प्राधिकृत कर सकेंगे।

अनुच्छेद 344- राजभाषा के सम्बन्ध में आयोग और संसद की समिती: राष्ट्रपति इस संविधान के प्रारंभ से 5 वर्ष की समाप्ति पर और तत्पश्चात ऐसे

प्रारम्भ से दस वर्ष की समाप्ति पर, आदेश द्वारा एक आयोग गठित करेगा जो एक अध्यक्ष और आठवीं अनुसूची में विनिर्दिष्ट विभिन्न भाषाओं का प्रतिनिधित्व करने वाले ऐसे अन्य सदस्यों से मिलकर बनेगा जिनको राष्ट्रपति नियुक्त करे और आदेश में आयोग द्वारा अनुसरण की जाने वाली प्रक्रिया परिनिश्चित की जाएगी।

आयोग का यह कर्तव्य होगा कि वह राष्ट्रपति को-संघ के शासकीय प्रयोजनों के लिए हिन्दी भाषा का अधिकाधिक प्रयोग, संघ के सभी या किन्हीं शासकीय प्रयोजनों के लिए अंग्रेजी भाषा के प्रयोग पर निर्वढ़न्धनों, संघ के किन्ही प्रयोजनों के लिए प्रयोग की जाने वाली भाषा, संघ के किसी एक या अधिक विनिर्दिष्ट प्रयोजनों के लिए प्रयोग किए जाने वाले अंकों के रूप, संघ की राजभाषा एवं संघ और किसी राज्य के बीच या एक राज्य और दुसरे राज्य के बीच पत्रादि की भाषा और उसके प्रयोग के सम्बन्ध में राष्ट्रपति द्वारा आयोग को निर्देशित किए गए किसी अन्य विषय के बारे में सिफारिश करे।

आयोग भारत की औद्योगिक, सांस्कृतिक और वैज्ञानिक उन्नति का और लोक सेवाओं के सम्बन्ध में, अहिन्दी भाषी क्षेत्रों के व्याक्तियों के न्यायसंगत दावों और हितों का सम्यक् ध्यान रखेगा। एक समिति गठित की जाएगी जो तीस सदस्यों से मिलकर बनेगी जिनमें से 20 लोकसभा के सदस्य होंगे और 10 राज्यसभा के सदस्य होगे। जो क्रमश: लोकसभा के सदस्यों और राज्यसभा के सदस्यों द्वारा आनुपातिक प्रतिनिधित्व पद्धति के अनुसार एकल संक्रमणीय मत द्वारा निर्वाचित होंगे। समिति का यह कर्तव्य होगा कि वह आयोग की सिफारिशों की परीक्षा करे और राष्ट्रपति को उन पर अपनी राय के बारे में प्रतिवेदन दे। राष्ट्रपति प्रतिवेदन पर विचार करने के पश्चात् उस संपूर्ण प्रतिवेदन के या उसके किसी भाग के अनुसार निर्देशन दे सकेंगे।

अनुच्छेद 345- राज्य की राजभाषा या राजभाषाएँ अनुच्छेद 346 और 347 के उपबन्धों के अधिन रहते हुए, किसी राज्य का विधानमण्डल विधि द्वारा, उस राज्य में प्रयोग होने वाली भाषाओं में से किसी एक या अधिक भाषाओं को या हिन्दी को उस राज्य के सभी या किन्ही शासकीय प्रयोजनों के लिए प्रयोग की जाने वाली भाषा या भाषाओं के रूप में अंगीकार कर सकेगा, परन्तु जब तक राज्य का विधान मंडल, विधि द्वारा अन्यथा उपबन्ध न करे तब तक राज्य के भीतर उन शासकीय प्रयोजनों के लिए अंग्रेजी भाषा का प्रयोग किया

जाता रहेगा जिसके लिए उसका इस संविधान के प्रारम्भ से ठीक पहले प्रयिग किया जा रहा था ।

अनुच्छेद 346– संघ द्वारा प्राधिकृत भाषा एक राज्य से दूसरे राज्य के बीच पत्रवार्ता आदि के लिए प्रयुक्त होगी । यदि कोई राज्य परस्पर हिन्दी भाषा को स्वीकार करना चाहे तो कर सकेंगे।

अनुच्छेद 347– यदि किसी राज्य में जनसमुदाय द्वारा किसी भाषा को विस्तृत स्वीकृति प्राप्त हो और राज्य उसे राजकीय कार्यों में प्रयोग के लिए मान्यता दे और राष्ट्रपति की स्वीकृति मिल जाए, तो उक्त भाषा का प्रयोग मान्य होगा।

अनुच्छेद 348– इसमें उच्चतम न्यायालय, उच्च न्यायालयों की भाषा पर विचार किया गया है। यहाँ यह प्रावधान है कि जब तक संसद विधि द्वारा उपबंध न करे, तब तक कार्य अंग्रेजी में ही होगा। इसके अंतर्गत उच्चतम न्यायालय, प्रत्येक उच्च न्यायालय, संसद के दोनों सदनों से प्रस्ताव पारित होना चाहिए। अधिनियम संसद या राज्य विधान मंडल से पारित्कि जाएं और राष्ट्रपति या राज्यपाल द्वारा स्वीकृति मिले। यह प्रस्ताव विधी के अधीन और अंग्रेजी में होंगे। नियमानुसार स्वीकृति के बाद हिन्दी का प्रयोग संभव होगा, किन्तु उच्च न्यायालय द्वारा दिए गए निर्णय या आदेश पर लागू नहीं होगा।

अनुच्छेद 349– संविधान के प्रारंभिक 15 वर्षों की कालावधि तक संसद के किसी सदन से पारित राजभाषा संबधित विधेयक या संशोधन बिना राष्ट्रपति की मंजूरी के स्वीकृत नहीं होगा। यह विधेयक राजभाषा संबंधित तीस सदस्यीय आयोग की स्वीकृति के पश्चात् ही राष्ट्रपति विचार कर स्वीकृति प्रदान करेंगे।

अनुच्छेद 350– इस अनुच्छेद में विशेष निर्देशों को व्यवस्थित किया गया है। इसके अनुसार कोई भी व्यक्ति अपनी समस्या को संघ और राज्य के पदाधिकारियों को संबंधित मान्य भाषा में अभिवेदन कर सकेगा। इससे प्रत्येक व्यक्ति को अधिकृत भाषा में संघ या राज्य के अधिकारियों से पत्र–व्यवहार का अवसर दिया गया है।

i. प्राथमिक स्तर पर मातृभाषा में शिक्षा देने के लिए सुविधाएँ–प्रत्येक राज्य और राज्य के अंदर प्रत्येक स्थानीय प्राधिकारी का यह प्रयास होगा कि भाषाजात अल्पसंख्यक वर्गो के बालकों को शिक्षा के प्राथमिक स्तर में मातृभाषा में शिक्षा देने के लिए पर्याप्त सुविधाओं की व्यवस्था की जाये,और राष्ट्रपति

किसी राज्य को ऐसे निर्देश दे सकेगा जैसे कि वह ऐसी सुविधाओं का उपबंध सुनिश्चित कराने के लिए आवश्यक या उचित समझाता है।

ii. भाषाई अल्पसंख्यकों के लिए विशेष पदाधिकारी– भाषाई अल्पसंख्यक वर्गों के लिए एक विशेष अधिकारी होगा जिसे राष्ट्रपति नियुक्त करेगा।

अनुच्छेद 351– हिन्दी भाषा के विकास के लिए निर्देश–भारतीय संविधान की अष्टम सूची में स्थान प्राप्त भाषाओं को महत्व दिया गया है। हिन्दी भाषा के प्रचार–प्रसार से भारत की सामाजिक संस्कृति को अभिव्यक्ति मिलने का संकेत है। भारत की अन्य भाषाओं में प्रयुक्त रूप, शैली और पदों को आत्मसात करते हुए और जहां आवश्यक हो वहां उसके शब्द–भंडार के लिए मुख्यत: संस्कृत से और गौणत: अन्य भाषाओं से शब्द ग्रहण करते हुए उसकी समृद्धि सुनिश्चित करे। इस अनुच्छेद के निम्नलिखित तथ्य है–

i. संघ का पहला दायित्व है कि वह हिन्दी भाषा का प्रसार बढ़ाए।
ii. संघ का यह दायित्व होगा कि वह हिन्दी का विकास इस रूप में करे कि वह भारत की सामाजिक–संस्कृति की अभिव्यक्ति का माध्यम बन सके।
iii. संघ का यह दायित्व होगा कि वह हिन्दी की समृद्धि सुनिश्चित करें।



महत्वपूर्ण बिंदु– भारतीय संविधान के अनुच्छेद 343 से 351 तक राजभाषा से संबंधित प्रावधान किए गए हैं। अनुच्छेद 343 में स्पष्ट किया गया है कि संघ की राजभाषा हिन्दी होगी और देवनागरी लिपि में लिखी जाएगी। साथ ही अंग्रेजी भाषा को एक निश्चित अवधि तक सहायक राजभाषा के रूप में प्रयोग करने का प्रावधान भी रखा गया।
इसी खंड में आगे विभिन्न अनुच्छेदों के माध्यम से उच्चतम न्यायालय, उच्च न्यायालयों, संसद के कार्य, संख्याओं के स्वरूप, राज्यों और केंद्र के बीच संचार और हिन्दी के प्रसार एवं उसके विकास की दिशा तय की गई। इसीलिए, अनुच्छेद 343 से 351 को **भारतीय संविधान में हिन्दी की संवैधानिक स्थिति की रीढ़** कहा जाता है।

2.5 हिन्दी प्रयोग संबंधी राष्ट्रपति के आदेश

संविधान के अनुच्छेद 343(2)के अनुसार राष्ट्रपति ने 27 मई 1952 को आदेश जारी किया जिसमें राज्यपालों और उच्चतम तथा उच्च न्यायालयों के न्यायाधीशों की नियुक्रियों के अधिपत्र में अंग्रेजी के साथ हिन्दी के प्रयोग को भी लागू किया जाये।

3 दिसम्बर,1955 के राष्ट्रपति के आदेश द्वारा संघ के निम्नलिखित सरकारी प्रयोजनों में अंग्रेजी के अतिरिक्त हिन्दी के प्रयोग को भी लागम किया जाए–

i. जनता से व्यवहार।
ii. प्रशासनिक रिपोर्टे, सरकारी पत्रिकाएँ तथा संसद में प्रस्तुत रिपोर्ट।
iii. सरकारी संकल्प एवं विधायी अधिनियम।
iv. राजभाषा हिन्दी वाले प्रदेशों के साथ पत्र व्यवहार में।
v. संधि पत्र और करार।
vi. अन्य देशों की सरकारों, राजदूतों और अंतराष्ट्रीय संगठनों के साथ पत्र व्यवहार।
vii. राजनयिक और कांसल के पदाधिकारियों और अन्तराष्ट्रीय संगठनों में भारती प्रतिनिधियों के नाम जारी किए जाने वाले औपचारिक दस्तावेज।

2.6 राजभाषा आयोग,1955

भारतीय संविधान के अनुच्छेद 344 के अनुसार संविधान के लागू होने के पाँच साल बाद राष्ट्रपति को एक राजाभाषा आयोग नियुक्त करने का अधिकार दिया गया था। इसके अनुसार 7 जून, 1955 को राष्ट्रपति द्वारा एक राजभाषा आयोग का गठन किया गया। इस आयोग के अध्यक्ष श्री बाल गंगाधर खेर थे और विभिन्न राज्यों के इसमें अन्य 20 प्रतिनिधि थे। अन्त में आयोग ने अपना एक विस्तृत प्रतिवेदन जुलाई, 1956 में राष्ट्रपति के समक्ष प्रस्तुत किया गया। इस प्रतिवेदन में राजभाषा के संबंध में आयोग ने सुझाव दिया–

i. सार्वजनिक क्षेत्र में विदेशी भाषा का प्रयोग उचित नहीं है।
ii. हिन्दी सर्वाधिक बोली और समझी जाने वाली भाषा है।
iii. हिन्दी की पारिभाषिक शब्दावली का निर्माण होनी चाहिए।

iv. प्रशासनिक कर्मचारियों को हिन्दी का कार्यसाधक ज्ञान होना चाहिए।
v. चौदह वर्ष की उम्र तक भारत के प्रत्येक विद्यार्थी को हिन्दी भाषा की ज्ञान करा देना चाहिए।
vi. संसद विधानमण्डल और उच्च-न्यायालयों में हिन्दी तथा प्रादेशिक भाषाओं का व्यवहार होना चाहिए।
vii. प्रतियोगिता परिक्षाओं में हिन्दी का एक अनिवार्य प्रश्नपत्र होना चाहिए।
viii. भारत की भाषाओं में निकटता लाने की व्यवस्था होनी चाहिए।

2.7 राजभाषा अधिनियम,1963

सन 1965 के बाद भी सरकारी कार्य में अंग्रेजी का प्रयोग जारी रख सकती है। इसी व्यवस्था के आधार पर संसद ने राजभाषा अधिनियम,1963 पारित किया। भारत सरकार ने शिथिल नीतियों का पालन किया, जिसके परिणामस्वरूप राजभाषा अधिनियम,1963 का जन्म हुआ। यथासंशोधित राजभाषा अधिनियम,1963 (1963 का अधिनियम संख्यांक 19), (10 मई,1963) उन भाषाओं का जो संघ के राजकीय प्रयोजनों, संसद कार्य के संव्यवहार, केन्द्रीय और राज्य अधिनियमों और उच्च न्यायालयों में कतिपय प्रयोजनों के लिए प्रयोग में लाई जा सकेंगी।

हिन्दी से वह हिन्दी अभिप्रेत है जिसकी लिपि देवनागरी है। संविधान के प्रारम्भ से 15 वर्ष की कालावधि की समाप्ति हो जाने पर भी, हिन्दी के अतिरिक्त अंग्रेजी भाषा, नियत दिन से ही संघ के उन सब राजकीय प्रयोजनों के लिए जिनके लिए वह उस दिन से ठीक पहले प्रयोग में लायी जाती थी, तथा संसद में कार्य के संव्यवहार के लिए, प्रयोग में लायी जा सकेंगी। परन्तु संघ और किसी ऐसे राज्य के बीच, जिसने हिन्दी को अपनी राजभाषा के रूप में नहीं अपनाया है, पत्रादि के प्रयोजनों के लिए अंग्रेजी भाषा प्रयोग में लाई जाएगी। किसी अन्य राज्य के साथ, उसकी सहमति से, पत्रादि के प्रयोजनों के लिए हिन्दी को प्रयोग में लाने से निवारित करती है और ऐसे किसी मामले में उस राज्य के साथ पत्रादि के प्रयोजनों के लिए अंग्रेजी भाषा का प्रयोग बाध्यकर न होगा।

संसद की राजभाषा समिति ने आयोग की सिफारिशों पर विचार करने के पश्चात् वर्ष 1959 में कुछ सुझाव दिए-'हिन्दी का ज्ञान प्राप्त करने तक

अधिकारी अंग्रेजी में कार्य करते रहे। पैंतालीस वर्ष से ऊपर के उम्र वाले कर्मचारियों को हिन्दी के प्रशिक्षण से छूट दी जाए। हिन्दी के शब्द सामर्थ्य की स्थिति तक सरकारी उपक्रमों में अंग्रेजी का ही प्रयोग हो। केन्द्रीय सेवाओं में परीक्षाओं का माध्यम अंग्रेजी ही रहे। 1965 के बाद हिन्दी प्रधान भाषा हो और अंग्रेजी को सहभाषा का स्थान दिया जाए।' समिति ने सामान्य रूप से राजभाषा आयोग की सिफारिशों को मानने का सुझाव दिया।

इन दोनों सिफारिशों के बाद राष्ट्रपति ने आदेश जारी किए जिसके मुख्य बिन्दु इस प्रकार हैं–

i. अखिल भारतीय सेवाओं में भरती के लिए परीक्षा का माध्यम अंग्रेजी बनी रहे और कुछ समय बाद हिन्दी और अन्य प्रादेशिक भाषाओं का प्रयोग करने की व्यवस्था की जाए।
ii. 45 वर्ष से कम उम्र के कर्मचारियों के लिए हिन्दी प्रशिक्षण अनिवार्य बनाया जाए।
iii. हिन्दी में वैज्ञानिक और तकनीकी शब्दावली के निर्माण के लिए एक स्थायी आयोग बनाया जाए।
iv. प्रशासनिक साहित्य का अनुवाद किया जाए।
v. कानून सम्बन्धी साहित्य का हिन्दी अनुवाद किया जाए।
vi. टंकण तथा आशुलिपि को हिन्दी में कार्य करने का प्रशिक्षण दिया जाए।
vii. शिक्षा मंत्रालय हिन्दी प्रचार की व्यवस्था करे तथा इस कार्य में गैर सरकारी संस्थाओं की भी सहायता करे।
viii. राजकाज में हिन्दी के प्रगामी प्रयोग के लिए गृह मंत्रालय योजना तैयार करे।

राष्ट्रपति के इस आदेश के अनुगमन में दो आयोग स्थापित किए गए तथा अनुवाद कार्य एवं कर्मचारियों के प्रशिक्षण कार्यक्रम शुरू किए गए।

2.8 1968 का संकल्प

सन् 1968 में संविधान के राजभाषा अधिनियम को ध्यान में रखकर संसद के दोनों सदनों द्वारा विशेष संकल्प पारित किया। इसमें निम्नलिखित विचार रखे गए–

i. हिन्दी प्रचार-प्रसार का प्रयत्न किया जाएगा और प्रतिवर्ष लेखा-जोखा संसद के पटल पर रखा जाएगा।

ii. आठवीं सूची की भाषाओं के सामूहिक विकास पर राज्य सरकारों से परामर्श और योजना-निर्धारण।

iii. त्रिभाषा-सूत्र पालन करना।

iv. सघ लोक-सेवा आयोग की परीक्षाओं में अंग्रेजी के साथ हिन्दी और आठवीं सूची की भाषाओं को अपनाना।

v. कार्यालयों से जारी होने वाले सभी दस्तावेज हिन्दी और अंग्रेजी दोनों भाषाओं में हों। संसद के दोनों सदनों में प्रस्तुत किए जाने वाले सरकारी पत्र आदि अनिवार्य रूप से हिन्दी और अंग्रेजी दोनों भाषाओं में हों।



अपनी प्रगति जाँचें

1. संविधान के किस अनुच्छेद में हिंदी संघ की राजभाषा हैं?
2. भारत के राज्यों को कितने वर्गों में बांटा गया है?
3. राजभाषा का शाब्दिक अर्थ क्या है?
4. हिन्दी भारत संघ की राजभाषा कब बनी?
5. सर्वप्रथम संविधान में कुल कितनी भाषा सम्मिलित थी?

2.9 राजभाषा नियम 1976

राजभाषा (संघ के शासकीय प्रयोजनों के लिए प्रयोग) नियम, 1976 है। संविधान में यह कहा गया था कि वर्ष 1965 से सरकार का सारा कामकाज हिन्दी में होने लगेगा, परन्तु सरकार की लचर नीतियों के कारण ऐसा संभव नहीं हो सका। अहिन्दी भाषी क्षेत्रों, विशेषकर तमिलनाडु और बंगाल में हिन्दी का विरोध शुरू हो गया। तत्कालीन प्रधानमंत्री जवाहरलाल नेहरू ने आश्वासन दिया कि हिन्दी एकमात्र सरकारी कामकाज की भाषा स्वीकार करने से पहले अहिन्दी भाषी क्षेत्रों की सम्मति प्राप्त की जाएगी और तब-तक अंग्रेजी में कामकाज होता रहेगा। राजभाषा अधिनियम और 1967 के संशोधित अधिनियम द्वारा इस आश्वासन को कानूनी रूप प्रदान कर दिया गया, राजभाषा हिन्दी

सम्बन्धी राष्ट्रपति के आदेशों, संसद की सिफारिशों और राजभाषा अधिनियम के उपबन्धों को कार्यान्वित करने का उत्तरदायित्व भारत सरकार के गृह मंत्रालय को सौंपा गया जिसके अधीन एक राजभाषा अनुभाग की स्थापना हुई। बाद में यह अनुभाग स्वतत्रं राजभाषा विभाग हो गया। इस विभाग ने 1976 में कुछ नियम निर्धारित किए। आज भी इन्हीं नियमों के अनुसार सरकार की द्विभाषा नीति का अनुपालन हो रहा है। ये नियम कुछ इस प्रकार हैं-

1. ये नियम केन्द्र सरकार के कार्यालयों, केन्द्र सरकार के निगमों और कंपनियों पर लागू होते हैं।
2. भारत के राज्यों को 3 वर्गों में बांटा गया है-

'क' वर्ग के क्षेत्र-उत्तर प्रदेश, मध्य प्रदेश, राजस्थान, बिहार, हिमाचल प्रदेश, हरियाणा, दिल्ली, उत्तरांचल, झारखंड और छत्तीसगड़। ये सभी हिन्दी भाषी क्षेत्र है।

'ख' वर्ग के क्षेत्र-पंजाब, गुजरात, महाराष्ट्र, केन्द्रशासित प्रदेश-चण्डीगड़ तथा अण्डमान निकोबार द्वीप-समूह।

'ग' वर्ग के क्षेत्र-शेष सभी राज्य एवं केन्द्रशासित प्रदेश। बंगाल, उड़ीसा, असम, आंध्रप्रदेश, तामिलनाडु, कर्नाटक, केरल आदि।

3. 'क' क्षेत्र के अन्तर्गत आने वाले केन्द्र सरकार के अथवा राज्य सरकार के किसी कार्यालय को या व्यक्ति को हिन्दी में पत्र लिखे जाए। यदि किसी को अंग्रेजी में पत्र भेजा जाए तो उसका हिन्दी अनुवाद भी भेजा जाए।

4. 'ख' श्रेणी के राज्यों से पत्र-व्यवहार हिन्दी में भेजा जाए, यदि कोई पत्र अंग्रेजी में भेजा जाए तो उसका हिन्दी अनुवाद संलग्न किया जाए। यदि कोई किसी अन्य भाषा में पत्र-व्यवहार चाहे तो पत्र के साथ हिन्दी अनुवाद भेजा जाए।

5. ग' क्षेत्र के कार्यालयों को पत्रादि अंग्रेजी में भेजे जाए।

6. हिन्दी में कहीं से भी प्राप्त पत्रों के उत्तर हिन्दी में ही देने होंगे।

7. केन्द्र सरकार के कार्यालयों में सभी पत्र, रजिस्टर हिन्दी एवं अंग्रेजी दोनों भाषाओं में होंगे।

8. जहां 80 प्रतिशद से अधिक कर्मचारी हिन्दी में कार्य करते हो वहां टिप्पणी, प्रारूप इत्यादि का कार्य हिन्दी में किया जा सकेगा।

9. सभी दस्तावेज हिन्दी और अंग्रेजी दोनों भाषाओं में साथ-साथ

निकाले जाएगे और इसका उत्तरदायित्व दस्तावेजों ओर हस्ताक्षर करने वाले अधिकारी का होगा।

भारत सरकार द्वारा राजभाषा हिन्दी प्रचार-प्रसार के लिए सतत प्रयास किए जा रहे हैं। सभी मंत्रालयों के साथ हिन्दी सलाहकार समितियाँ बनाई गई हैं। इन समितियों की बैठक भी त्रैमासिक होने का प्रावधान है। इन बैठकों में राजभाषा प्रयोग के लेखा-जोखा पर विचार किया जाता है।

वर्तमान समय में राजभाषा हिन्दी के आकर्षक रूप से प्रयोग में देश की एकता और अखंण्डता निहित है। राजकाज में राजभाषा हिन्दी का निराशाजनक प्रयोग अत्यंत चिंता का विषय है। देश के उच्च अधिकारी और दूसरे देश में जाने वाले राजनयिक ही नहीं, अधिकारी भी हिन्दी के प्रयोग को राष्ट्रीय कार्य समझें, तो हिन्दी को अनुकूल दिशा मिलेगी। विभिन्न कार्यालयों में द्विभाषी-अंग्रेजी-हिन्दी, कंप्यूटरों की अनुकूल संख्या होने की संभावना प्रसन्नता का विषय है, किन्तु उनका हिन्दी भाषा के संदर्भ में उपयोग हो, यह अपेक्षित है। निश्चय ही राजभाषा के सम्मानजनक प्रयोग होने पर देश की एकता और उन्नति निश्चित होगी।



2.10 सारांश

राजभाषा का शाब्दिक अर्थ है-राज की भाषा अर्थात् शासक की भाषा। सरकारी कार्यालयों में जिस भाषा का प्रयोग होता है तथा राज्य सरकारे जिस भाषा में अपने पत्र आदि केन्द्र सरकार की तथा केन्द्रीय प्रशासन अपने संदेश राज्य सरकारों को संप्रेषित करता है, वह राजभाषा कही जाती है। हमारे देश की केन्द्रीय सरकार हिन्दी के साथ-साथ अंग्रेजी भाषा का प्रयोग करती है। हिन्दी के साथ-साथ अंग्रेजी भी सह राजभाष के रूप में संविधान द्वारा स्वीकृत है। केन्द्र की राजभाषा को 'संघभाषा भी कहा जाता है। स्वतंत्र भारत में राजभाषा का सिंहासन हिन्दी को सौंपा गया है। 14 सितम्बर,1949 ई. को संविधान सभा ने सर्वसम्मति से हिन्दी को भारत की राजभाषा का दर्जा दिया, इसीलिए 14 सितम्बर को प्रत्येक साल सम्पूर्ण देश में 'हिन्दी दिवस' मानाया जाता है। अनुच्छेद 343 के खण्ड (1) में हिन्दी को संघ की राजभाषा और लिपि देवनागरी घोषित किया गया है।

राजभाषा हिन्दी के प्रगामी प्रयोग के लिए केन्द्र सरकार के राजभाषा विभाग के अन्तर्गत आठ क्षेत्रीय कार्यान्वयन कार्यालयों-कोलकाता, गुवाहाटी, गाजियाबाद, मुम्बई, भोपाल, देल्ली, कोचीन और बेंगलूर-की स्थापना की गयी है। केन्द्रीय सरकार के मंत्रालयों-विभागों में राजभाषा के प्रयोग को सुनिश्चित करने के लिए 43 हिन्दी सलाहकार समितियाँ स्वीकृत हैं। हिन्दी अब प्रशासन की भाषा बन रही है। अनुच्छेद 351 के तहत हिन्दी के संवर्द्धन और विकास हेतु राजभाषा विभाग विभिन्न नियमों, अधिनियमों, संकल्पों तथा आदेशों का सस्ती से अनुपालन कर रहा है। यही कारण है कि हिन्दी ज्ञान-विज्ञान, व्यापार-वाणिज्य, विज्ञान, संचार माध्यम तथा सामाजिक नियंत्रण की भाषा बन रही है। कुल मिलाकर भारत के जन-कल्याणकारी गणतंत्र में सम्पर्क और राजभाषा के रूप में हिन्दी का भविष्य सुखद और प्रीतिकर है।

2.11 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

प्रश्न 1 का उत्तर- अनुच्छेद 343-खंड (1) के अनुसार हिन्दी संघ की राजभाषा है।

प्रश्न 2 का उत्तर- भारत के राज्यों को 3 वर्गों में बांटा गया है।

प्रश्न 3 का उत्तर- राजभाषा का शाब्दिक अर्थ है-राज की भाषा अर्थात् शासक की भाषा।

प्रश्न 4 का उत्तर- 14 सितम्बर, 1949 को हिन्दी भारत संघ की राजभाषा बनी।

प्रश्न 5 का उत्तर- सर्वप्रथम संविधान में कुल 14 भाषाएँ ही सम्मिलित थी।

2.12 अधिक जानने के लिए पढ़ें

- दीक्षित, मीरा. (2013). हिन्दी भाषा. इलाहाबाद : लोकभारती प्रकाशन।
- पाण्डेय, कै. ना. (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका. इलाहाबाद : लोकभारती प्रकाशन।
- मिश्र, न. भाषा विज्ञान और हिन्दी भाषा. दिल्ली: संजय प्रकाशन।
- शर्मा, रा.भाषा विज्ञान : हिन्दी भाषा और लिपि.इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- सिंह, दे. प्र.भाषा विज्ञान और हिन्दी भाषा का स्वरूप-विकास. दिल्ली: हिन्दी बुक सेंटर।

- तिवारी, भोलानाथ. मानक हिन्दी का स्वरूप. दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।
- बुंदेले, शं. प्रयोजनमूलक हिन्दीऔर अनुवाद.अमरावती: संत गाडगे बाबा अमरावती विश्वविद्यालय।
- वासवानी, कि. राजभाषा हिंदी विवेचना और प्रयुक्ति. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- पाण्डेय, कै. ना. प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- तरुण, र. (2007). प्रयोजनमूलक हिन्दी. दिल्ली: अशोक प्रकाशन।

2.13 अभ्यास प्रश्न

क) संक्षिप्त प्रश्नों के उत्तर लिखिए :

1. राजभाषा से आप क्या समझते हैं?
2. अनुच्छेद से आप क्या समझते है?
3. अनुच्छेद 343 खंड (1) में हिंदी के बारे में किया लिखा हुआ हैं?
4. 1955 के प्रथम राजभाषा आयोग के अध्यक्ष कौन थे?
5. 'हिंदी दिवस' कब मनाया जाता है?
6. हिन्दी को भारत की राजभाषा का दर्जा कोनसी संविधान ने दिया वर्ष और दिनांक उल्लेख कीजिए?

ख) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लिखिए :

1. हिन्दी की संवैधानिक स्थिति पर प्रकाश डालिए।
2. राजभाषा अधिनियम,1963 के बारे में लिखिए।
3. जुलाई,1956 के प्रतिवेदन में राजभाषा के संबंध में राष्ट्रपति के समक्ष आयोग ने कौन कौन सा सुझाव दिया था?
4. राजभाषा नियम 1976 के बारे में लिखिए।
5. राजभाषा आयोग, 1955 के बारे में संक्षिप्त रूप में लिखिए।
6. 'हिंदी दिवस' पर एक निबंध लिखिए।

******

इकाई 3 : हिन्दी में टिप्पणी लेखन

इकाई की रूपरेखा

3.1 उद्देश्य

3.2 प्रस्तावना

3.3 टिप्पण का तात्पर्य

3.4 टिप्पणी अर्थ और परिभाषा

3.5 टिप्पण और टिप्पणी में अंतर

3.6 टिप्पण की विशेषताएँ

3.7 टिप्पणी लेखन की सामान्य नियम एवं व्यवस्थित प्रारूप

3.8 कार्यालयी/प्रशासकीय टिप्पणियों एवं अभिव्यक्तियों के हिंदी रूप

3.9 सारांश

3.10 प्रगति विवरण

3.11 अधिक जानने के लिए पढ़ें

3.12 अभ्यास प्रश्न

3.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप –

- टिप्पणी के अर्थ को जान सकेंगे।
- टिप्पण तथा टिप्पणी के अंतर को समझ पाएंगे।
- टिप्पणी के प्रकारों से भी ज्ञात हो पाएंगे।
- टिप्पणी लेखन संबंधी महत्वपूर्ण बातें और विशेषताओं को समझ पाएंगे।
- टिपण्णी लेखन की सामान्य नियम से ज्ञात हो पाएंगे।
- साथ ही टिपण्णी लेखन की व्यवस्थित प्रारूप को समझ सकेंगे।
- कार्यालयी/प्रशासकीय टिप्पणियों एवं अभिव्यक्तियों के हिंदी रूप को सीखेंगे।

3..2 प्रस्तावना

सरकारी कार्यालयों में विभिन्न समस्याओं तथा प्रश्नों आदि पर विविध

पत्र प्राप्त होते रहते हैं। चूंकि ये समस्याएँ गहन तथा काफी संख्या में होती हैं, अत: इन पर विषय विशेष के हर दृष्टिकोण पर विचार करके एक अधिकारी द्वारा निर्णय लिया जाना संभव नहीं हो सकता। अत: यहाँ यह आवश्यक हो जाता है कि पत्र के विषय-विशेष के विभिन्न पहलुओं का परीक्षण टिप्पणी के माध्यम से कार्यालय द्वारा किया जाए तथा इन टिप्पणियों के माध्यम से आवश्यक सुझाव भी उच्च अधिकारियों को प्रस्तुत करे। इस पूरी प्रकिया में टिप्पणियों के माध्यम से लिए गए निर्णय के आधार पर मसौदा तैयार किया जाता है तथा वह आगे स्वीकृति के लिए प्रस्तुत होता है। अत: समस्याओं आदि को समुचित रूप में निपटाने में टिप्पणी ही ऐसा माध्यम है जिससे सरकारी कामकाज को सही ढंग से चलाया जा सकता है।

3.3 टिप्पण का तात्पर्य

टिप्पण अंग्रेजी शब्द नोटिंग (Noting) का समानार्थी शब्द है। 'टिप्पण' शब्द का सामान्य अर्थ है-किसी मामले में राय या सम्मति देना होता है। लेकिन कार्यालयों में इसका अर्थ बाहर से आने वाले पत्रों या प्रशासनिक मामलों पर कार्यवाई करने के उद्देश्य से फाइल पर टिप्पण लिखना होता है। विभिन्न कार्यालयों में कर्मचारी और अधिकारी टिप्पण के माध्यम से ही आपस में संवाद करते है। कार्यालयों में किसी भी पत्र आदि के प्राप्त होने पर सक्षम अधिकारी को उस पर यथा-आवश्यक निर्णय लेने में सहायता देने के उद्देश्य से उस विषय से संबंधित कार्यालय की रीति, नीति और कार्य की स्थिति के अनुसार लिखित रूप में दी जाने वाली जानकारी को टिप्पणी कहा जाता है। कार्यालयों की कार्यप्रणाली का यह एक महत्वपूर्ण अंग है। टिप्पणी का क्षेत्र कार्यालय है। कार्यालय चाहे सरकारी हो, अर्ध सरकारी हो टिप्पणी का प्रयोग क्षेत्र माना जाता है। सरकारी कार्यालयों में टिप्पणी की स्थिति अपरिहार्य रूप में स्वीकार की जाती है। सरकारी सचिवालय तथा लोकसेवा आयोग के कार्यालय आदि के कार्यालय आदि में इसका विशेष प्रचलन है।

3.4 टिप्पणी अर्थ और परिभाषा

'टिप' टिप्पणी का संक्षिप्त रूप है । 'हिन्दी साहित्य कोश' में टिप्पणी की व्युत्पति और अर्थ पर प्रकाश डालते हुए बताया गया है- टिप्+क्विप्= टिपा,

''सा पण्यते स्तूयते इति टिप्पणी''=टिपा पण्+अच् ।

हिन्दी में 'टिप्पणी' शब्द प्राय: अंग्रेजी के 'नोट' (Note) शब्द का अर्थ देता है। 'टीक','टीका' के साथ समास (टीका-टिप्पणी) के रूप में प्रयुक्त होने पर आलोचना, दोषप्रदर्शन, छिद्रान्वेषण या नुक्ताचीनी का अर्थ देता है। टिप्पणी के पर्याय के रूप में टीका, विवृत्ति और व्याख्या शब्द तो चलते ही हैं, आख्या, अभ्युक्ति और विवरण शब्द भी व्यवहृत होता हैं। कहीं-कहीं सूचना तथा आलोचना शब्द भी प्रयोग किए जाते हैं । अंग्रेजी के Noting, Note, Comment तथा Remark शब्द अलग-अलग अर्थ देते हुए भी बहुधा टिप्पणी का ही भाव दे देते हैं।

टिप्पणी की कुछ प्रमुख परिभाषाएँ-

डॉ. कैलाश चन्द्र भाटिया के अनुसार- ''शास्त्रीय रूप में 'टिप्पण' से आशय किसी पत्र/ प्रकरण के निपटान को सुविधाजनक और सुकर बनाने के उद्देश्य से उस पर की गई 'लिखत' से होता है।''

डॉ. महेन्द्र चतुर्वेदी के अनुसार- ''हर चरण में लिखकर जो सुझाव, संकेत, निर्देश आदि दिए जाते हैं अथवा जो तथ्य, सूचनाएँ रखी जाती हैं, उन्हें टिप्पणी कहते हैं।''

डॉ. ओम प्रकाश के अनुसार- ''किसी भी पत्र को निपटाने के लिए उस पर लिपिक से लेकर सचिव तक जो संक्षिप्त या विस्तृत मंतव्य लिखा जाता है, उसे 'टिप्पणी' कहा जाता है।''

बृहत हिन्दी शब्द सागर के अनुसार- ''किसी अधिकारी के प्रस्ताव आदि के संबंध में अन्य अधिकारी, सहायक द्वारा संक्षेप में प्रकट की गई राय, सुझाव या आपत्ति को टिप्पण कहा जाता है।''

कुल मिलाकर टिप्पणी वह अभ्युक्ति होती है, जो विचाराधीन पत्रों को निपटाने के लिए लिखी जाती है, या किसी विचाराधीन पत्र के निस्तारण के लिए लिखी गई अभ्युक्ति को टिप्पणी कहते हैं। टिप्पणी का एक स्वरूप यह भी हो सकता है कि,'टिप्पणी वह लेखन प्रक्रिया है, जो किसी सरकारी कार्यालय में आए हुए पत्र के निस्तारण के लिए लिपिक अथवा सहायक अधिकारी द्वारा लिखी जाती है।' दरअसल, टिप्पणी का चलन कार्यालयीय कार्यों को सरल बनाने, उनका यथाशीघ्र निस्तारण (Disposal) के लिए ही हुआ। ये टिप्पणियाँ विचाराधीन पत्र पर लिखित मंतव्य के रूप में होती हैं। इस तरह हम देखते हैं कि संक्षेप में मुख्य

बातों का उल्लेख करना ही टिप्पणी है। इनका प्रयोग सुझाव, विवरण और विचारों की सूक्ष्म भाषा में अभिव्यक्ति के लिए किया जाता है।

3.5 टिप्पण और टिप्पणी में अंतर

दरअसल, टिप्पण तो टिप्पणी लिखने की प्रक्रिया का नाम है। सरकारी पत्राचार के विविध रूपों का प्रयोग एक कार्यालय से दूसरे कार्यालय के साथ किया जाता है, परन्तु जब किसी कार्यालय में बाहर से आए हुए किसी पत्र आदि पर कार्यवाही करनी होती है तो कार्यवाही करने वाले कार्यालय में एक या एक से अधिक अधिकारियों तथा सहायकों को आपस में वस्तुस्थिति को समझने एवं संक्षेप में प्रस्तुत करने की आवश्यकता होती है। संबोधित कर्मचारी को उस आवती की महत्वपूर्ण बाते संक्षेप में अधिकारी के समक्ष प्रस्तुत करने की आवश्यकता होती है। संबोधित कर्मचारियों को उस आवती की महत्वपूर्ण बातें संक्षेप में अधिकारी के समक्ष प्रस्तुत करनी पढ़ती है। यदि उस प्रस्तुतीकरण में अस्पष्टता रह जाती है या अधिकारी के मन में कोई शंका उठती है तो वह अपने अधीनस्थ कर्मचारियों से उसके समाधान के लिए पूछताछ करता है। कार्यालय में इन सब कामों को करने, कराने के लिए फाइलों आदि पर लिखित रूप में जो टिप्पणी आदि प्रस्तुत की जाती है, उसे टिप्पण लेखन कहा जाता है। सरकारी कार्यालयों में संबद्ध अधिकारी के विचारार्थ किसी मामले या समस्या आदि की विस्तृत सामग्री प्रस्तुत की जाती है। वह न केवल काफी गहन होती है अपितु उसका विस्तारपूर्वक विश्लेषण किए बिना उसे निपटाया भी नहीं जा सकता। ऐसी अवस्था में उन समस्याओं के विभिन्न आयामों को 'टिप्पणी' के माध्यम से कार्यालय द्वारा प्रस्तुत किया जाता है तथा समस्या के समाधान हेतु 'टिप्पणी' कुछ सुझाव भी देता है। ये सुझाव निष्पक्ष होते हैं तथा बिना किसी भय के दिए जाते हैं। वस्तुत: टिप्पणी में विषयवस्तु का इतना तार्किक विश्लेषण किया जाता है कि अधिकारी को निर्णय लेने में कोई कठिनाई प्रतीत नहीं होती। किसी मामले का विस्तारपूर्वक विश्लेषण करते हुए तर्क पर आधारित स्वत: पूर्ण सामग्री की प्रस्तुति को 'टिप्पण' कहते हैं तथा यह सामग्री जिस लेख के रूप में लिखकर सहायक प्रस्तुत करता है, उसे टिप्पणी कहते हैं।

3.6 टिप्पण की विशेषताएँ

किसी मामले का विस्तारपूर्वक विशलेषण करते हुए तर्क पर आधारित स्वत पूर्ण सामग्री की प्रस्तुति को टिप्पण कहते हैं तथा यह सामग्री जिस लेख के रूप में लिखकर सहायक प्रस्तुत करता है, उसे टिप्पणी कहते हैं। सरकारी कार्यालयों में विभिन्न समस्याओं तथा प्रश्नों आदि पर विविध पत्र प्राप्त होते रहते हैं। ये समस्याएँ गहन तथा काफी संख्या में होती है, अत इन विषय-विशेष के हर दृष्टिकोण पर विचार करके एक अधिकारी द्वारा निर्णय लिया जाना संभव नहीं हो सकता। अत:यहां यह आवश्यक हो जाता है कि पत्र के विषय-विशेष के विभिन्न पहलुओं का परीक्षण टिप्पणी के माध्यम से कार्यालय द्वारा किया जाए तथा टिप्पणीक इन टिप्पणीयों के माध्यम से आवश्यक सुझाव भी उच्च अधिकारियों को प्रस्तुत करें। इस पूरी प्रक्रिया में टिप्पण के माध्यम से लिए गए निर्णय के आधार पर ही मसौदा तैयार किया जाता है तथा वह आगे स्वीकृति के लिए प्रस्तुत होता है। अत: समस्याओं आदि को समुचित रूप से निपटाने में टिप्पण ही ऐसा माध्यम है जिससे सरकारी कामकाज को सही ढग से चलाया जा सकता है। टिप्पण और टिप्पणी दो अलग बातें नहीं है। टिप्पण लेखन की प्रक्रिया का प्रारंभ तब होता है जबकि कार्यालय में सहायक को प्राप्त कोई आवती प्राप्त होता है। कार्यालय सहायक का आवती को फाइल करके अपनी टिप्पणी के साथ प्रस्तुत करता है। जिन पत्रों पर टिप्पणी की जानी है, उन्हें विचारधीन पत्र अथवा संक्षिप्त सांकेतिक शब्द के रूप में 'वि.द.' कहते हैं। टिप्पण लेखन एक कला है। इसमें निपुणता प्राप्त करने के लिए निरंतर अभ्यास की आवश्यकता रहती है। टिप्पणी लिखने वाले को भाषा पर अधिकार के साथ-साथ विषय की गहरी समझ होना भी आवश्यक है। इसके लिए कोई विशेष नियम नहीं होते बल्कि यह टिप्पण पत्र के अनुकूल ही लिखा जाता है। टिप्पण की संपूर्ण प्रक्रिया निम्नलिखित स्तरों पर होती है

1. **टिप्पणी प्रारंभ करना:** टिप्पणी सामान्यता टिप्पण फलक पर ही लिखी जाती है। विचारधीन पत्र के संबंध में टिप्पणी आरंभ करते समय टिप्पणीक सर्वप्रथम सबसे ऊपर बायीं ओर विषय लिखता है। इस शब्द को रेखांकित करने उसे नीचे उसकी क्रम संख्या, प्रेषक और प्रेषिती का नाम आदि होता है। तत्पश्चात यदि किसी अधिकारी आदि

की आदेश उसमें लिखा हो,तो उसे भी उद्धत किया जाता है।

2. **वाद प्रश्न :** विचारधीन पत्र में उल्लिखित मूल विषय अथवा मूल प्रश्न ही वाद प्रश्न होता है। जिसे टिप्पणीक पहले ही लिख देता है जिससे अधिकारी वि.प. के संपूर्ण विषय को आसानी से समझ सकें तथा टिप्पणी का उसी संदर्भ में अवलोकन कर सकें।
3. **प्रकरण विशेष :** इसमें प्रकरण की विषयवस्तु पर सभी दृष्टिकोण से विचार किया जाता है तथा सभी तथ्यों की तर्कानुसारेण प्रस्तुति की जाती है। विषय की संपूर्ण प्रस्तुति के साथ-साथ संबद्ध अधिकारी की जानकारी के लिए कार्यालय में उपलब्ध विषय से संबंधित सामग्री का हवाला भी दिया जाता है। पत्र के मूल प्रश्न अथवा विषय पर प्रत्येक दृष्टिकोण से विवेचना की जाती है, जिससे संबद्ध अधिकारी पूरे प्रकरण से भली-भांति परिचित हो सके।
4. **निष्कर्ष एवं सुझाव :** पत्र के प्रकरण / विषय का पुरा खुलासा करने के बाद टिप्पणीक अपना निष्कर्ष देता है जो निष्पक्ष एवं स्वार्थरहित होता है। विचारधीन पत्र में उल्लेखित समस्या विशेष का हल किस प्रकार किया जाना चाहिए आदि पर वह अपना निष्पक्ष मत व्यक्त करने में पूरी तरह स्वतंत्र रहता है।



महत्वपूर्ण बिंदु :

टिप्पण के मूलतः चार रूप होते हैं-

1. **सामान्य टिप्पण :** सामान्य टिप्पण ऐसी टिप्पणी होती है, जिसे निपटाने के लिए किसी पूर्व इतिहास की आवश्यकता नहीं होती।
2. **स्वतः पूर्ण टिप्पण :** इसमें विचारधीन पत्र में उद्धत मामले का पूरा इतिहास लिखा जाता है। ऐसी टिप्पणी प्राय नए अधिकारी की जानकारी हेतु लिखी जाती है। यह टिप्पणी अन्य प्रकार की टिप्पणियों से बड़ी तथा विस्तृत होती है।
3. **अंतर्विभागीय टिप्पण :** ऐसी टिप्पण का प्रयोग दो विभागों के बीच होता है। जब किसी विभाग से कोई बात मांगनी हो तो अंतर्विभागीय

टिप्पणी लिखी जाती है।

3. **नेमी कार्यालय टिप्पण :** नेमी टिप्पणी छोटी-छोटी होती हैं। सामान्यतया सरकारी कार्यालयों में ऐसी टिप्पणियों का अधिक प्रयोग किया जाता है। जब कोई टिप्पणी संबद्ध अधिकारी के पास पहुंचाती है तो वह उस पर अनेक तरह से कार्रवाई कर सकता है।

टिप्पण लिखते समय कार्यालय में कुछ आवश्यक सैद्धांतिक बिन्दुओं का पालन किया जाता है। एक अच्छे टिप्पण लेखन के लिए यह आवश्यक भी है। टिप्पण-लेखन के समय निम्नलिखित बिन्दुओं पर ध्यान रखना आवश्यक है। मुख्य रूप से टिप्पण लेखन की विशेषताओं को तीन भागों में विभाजित किया गया है-

* **आंतरिक विशेषताएँ :** टिप्पण का आंतरिक भाग कथ्य, मूल विषय अथवा समस्या से संबंधित रहता है।

* **बाह्य विशेषताएँ:** इसके बाहरी भाग टिप्पण लेखक द्वारा प्रयुक्त की जाने वाली प्रक्रिया होती है।

* **भाषागत विशेषाताएँ :** भाषागत विशेषताओं के अंतर्गत किस प्रकार की भाषा का प्रयोग टिप्पणी किया जाना चाहिए इसका उल्लेख किया जाता है।

इन तीनों विशेषताओं को निम्नलिखित बिंदुओं द्वारा स्पष्ट किया जा रहा है-

पूर्णता: अच्छा टिप्पण विचाराधीन विषय के सभी महत्वपूर्ण बातों को व्यक्त करता है।

समाधानपरक : अच्छे टिप्पण में समस्या का समाधान सुझाया जाता है। एक से अधिक समाधान होने पर समाधान के सभी विकल्पों का उल्लेख किया जाता है तथा इनमें से सबसे उपयुक्त विकल्प सुझाया जाता है।

प्रासंगिकता : टिप्पण विचाराधीन विषय से संबंधित ही होता है। उसमें विषयांतर होने के लिए स्थान नहीं होता है।

व्यक्तिगत आक्षेप से मुक्त : टिप्पण औपचारिक भाषा में लिखा जाता है। इसमें किसी व्यक्ति या अधिकारी पर कोई आक्षेप नहीं लगाया जाता है। इसका उद्देश्य विचाराधीन पत्र पर कार्यावाई में सहयोग करना है।

वस्तुनिष्ठता : टिप्पणी लिखते समय मैं, हम, हमने, मैंने आदि शब्दों का प्रयोग नहीं करना चाहिए बल्कि इसके विपरीत अन्य पुरूष का प्रयोग करना चाहिए। क्योंकि टिप्पणी वैयक्तिक न होकर वस्तुनिष्ठ होती है।

संक्षिप्तता : टिप्पणी संक्षिप्त होनी चाहिए, परंतु इतनी भी संक्षिप्त न हो की उसमें आवश्यक तथ्यों का अभाव हो तथा यह आवश्यक नहीं है कि टिप्पणी सदैव संक्षिप्त ही लिखी जाए। कभी-कभी ऐसी समस्या पर जिस पर विस्तार अपेक्षित हो, विस्तृत टिप्पणी भी लिखी जा सकती है। ऐसी टिप्पणी में पूर्व-निर्देशों का हवाला आदि भी दिया जाता है तथा यदि शासन की ओर से पहले इस पर कोई आदेश दिया गया हों, तो उनका उल्लेख करना भी आवश्यक है।

स्पष्टता : किसी भी टिप्पणी को लिखते समय यह बात ध्यान रखी जानी आवश्यक है कि उसमें प्रस्तुत किए गए विचार स्पष्ट हों तथा दोहरें अर्थ वाले न हो। टिप्पणी में किसी निष्कर्ष पर पहुंचने के लिए अनेक विचारों अथवा तर्को का समावेश नहीं करना चाहिर अपितु एक ही विचार निष्कर्ष रूप में तर्कसंगत तरीके से प्रस्तुत करना चाहिए जो कि स्पष्ट हो।

टिप्पणी की टोन अथवा स्वर: जिस प्रकार टिप्पणी की भाषा अत्यंत महत्वपूर्ण होता है, उसी प्रकार टिप्पणी का स्वर भी बहुत महत्व रखता है। टिप्पणी का स्वर कभी भी व्यक्तिवाचक नहीं होनी चाहिए।

टिप्पणी का प्रस्तुतीकरण: टिप्पणी लिखते समय यह ध्यान रखने योग्य बात है कि विचारों के अनुरूप अलग-अलग प्रस्तुत किए जाएं। टिप्पणी में अलग-अलग प्रस्तर देने के साथ-साथ पहले प्रस्तर को छोड़ कर अन्य प्रस्तरों की संख्या भी डालनी चाहिए जिससे टिप्पणी के किसी विशेष अंश को संदर्भित करने में आसानी हो सके।

भाषा : टिप्पण की भाषा सरल, सुबोध, अभिधात्मक भाषा, अनुशासिक एवं विनयशील भाषा होनी चाहिए। शब्दों के अन्य अर्थ निकाले जाने की संभावना कम-से-कम होनी आवश्यक है। टिप्पणीक का भाषा पर पूर्ण नियंत्रण होना चाहिए। टिप्पणी की भाषा कूट नहीं हो तथा उसमें किसी व्यक्ति या संस्था की आलोचना भी नहीं की जानी चाहिए।

टिप्पणी में अलंकार, मुहावरों, लोकोक्तियों आदि का प्रयोग नहीं होना चाहिए। टिप्पणी की भाषा में शुद्धता का होना आवश्यक है। यह शुद्धता व्याकरणिक दृष्टि से भी अपेक्षित है तथा तथ्यों के सही प्रस्तुतीकरण की दृष्टि से भी।



अपनी प्रगति जांचें

1. टिप्पणी की भाषा कैसी होनी चाहिए?
2. टिप्पण के चार रूप का नाम उल्लेख कीजिए?
3. टिप्पणी का संक्षिप्त रूप क्या है?
4. टिप्पण शब्द का अंग्रेजी समानार्थी शब्द क्या है?
5. टिप्पणी में किस किस वस्तु का प्रयोग नहीं होना चाहिए?

3.7 टिप्पणी लेखन की सामान्य नियम एवं व्यवस्थित प्रारूप

टिप्पणी लेखन की सामान्य नियम

- **समाधान प्रस्तुत करने की आवश्यकता**–
  टिप्पणीकार को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि जिस पत्र पर टिप्पणी लिखी जा रही है, उसकी समस्या स्पष्ट रूप से बताई जाए और उसके समाधान का उपयुक्त सुझाव भी दिया जाए।
- **सन्दर्भ और क्रमबद्धता बनाए रखना**–
  विचारों को इस तरह व्यवस्थित किया जाए कि पत्र से जुड़ी पूर्व कार्यवाहियों का उल्लेख क्रमवार रूप से हो, ताकि वर्तमान स्थिति समझने और भविष्य की कार्यवाही तय करने में सुविधा हो।
- **व्यक्तिगत आरोपों से बचाव** –
  टिप्पणी लिखते समय किसी अधिकारी या कर्मचारी पर व्यक्तिगत टिप्पणी या आरोप नहीं लगना चाहिए।
- **सही और शालीन भाषा का प्रयोग**–
  भाषा में कटुता के बजाय विनम्रता हो और अभिव्यक्ति स्पष्ट तथा अर्थपूर्ण हो। अनावश्यक दोहराव से भी बचना चाहिए।
- **संक्षिप्त और सारगर्भित लेखन** –
  टिप्पणी में अनावश्यक विस्तार से बचते हुए कम से कम शब्दों में बात पूरी तरह कहनी चाहिए।
- **पत्र से जुड़े विवरण का उल्लेख**–
  टिप्पणी में पत्र संख्या, दिनांक और पृष्ठ संख्या जैसे सभी आवश्यक विवरण अवश्य दर्ज होने चाहिए।

- **विषय को बिंदुओं में विभाजित करना** -
  यदि टिप्पणी लंबी हो तो विषय को छोटे-छोटे बिंदुओं में विभाजित कर प्रत्येक बिंदु पर अलग से विचार प्रस्तुत करना उचित होता है।
- **पूर्व विवरण और मुख्य समस्या का उल्लेख**-
  पत्र से जुड़ी सभी महत्वपूर्ण जानकारियाँ और उसकी प्रमुख समस्या का उल्लेख टिप्पणी के आरंभ में ही करना चाहिए।
- **अनुच्छेदों का क्रमांकन** -
  पहले अनुच्छेद को छोड़कर बाकी सभी अनुच्छेदों को क्रमांकन करना चाहिए।
- **प्रथम पुरुष का प्रयोग न करना** -
  टिप्पणी में 'मैं', 'मेरे द्वारा' जैसे प्रथम पुरुष वाले शब्दों का प्रयोग नहीं होना चाहिए।
- **हस्ताक्षर** -
  टिप्पणी पूर्ण करने के बाद अंत में लघु हस्ताक्षर अवश्य करने चाहिए।

टिप्पणी लेखन की व्यवस्थित प्रारूप

- **विषय** (Subject)-
  जिस बिंदु या मामले पर टिप्पणी की जा रही है, उसका स्पष्ट उल्लेख।
- **पृष्ठभूमि** (Background) -
  विषय से जुड़े मुख्य तथ्यों और घटनाओं का संक्षिप्त परिचय।
- **मूल समस्या** (Core Issue)-
  जिस समस्या, प्रस्ताव या निर्णय पर विचार करना है, उसका स्पष्ट विवरण।
- **विकल्प** (Options) -
  समस्या के संभावित समाधान तथा प्रत्येक विकल्प के पक्ष और विपक्ष में तर्क।
- **सुझाव** (Recommendation) -

सबसे उपयुक्त समाधान या कार्यवाही का स्पष्ट उल्लेख और उसकी अनुशंसा।

- **निष्कर्ष** (Conclusion) -
  अंतिम निर्णय और आगे की अपेक्षित कार्यवाही का संक्षिप्त सार।

3.8 कार्यालयी/प्रशासकीय टिप्पणियों एवं अभिव्यक्तियों के हिंदी रूप

स्वीकृति : Acceptance

पावती : Acknowledgement

कार्यकारी/कार्यवाहक : Acting

भूलचूक : Act of commission and omission

अतिरिक्त, अपर : Additional

तदर्थ : Ad-hoc

समायोजन : Adjustment

स्थगन : Adjournment

प्रशासन : Administration

प्रतिकूल : Adverse

शपथपत्र, हलफनामा : Affidavit

पूर्वोक्त , उपर्युक्त : Aforsaid

कार्यसूची : Agenda

अनुबंध, करार : Agreement

भत्ता : Allowance

परिशिष्ट : Appendix

लागू, प्रयोज्य : Applicable

अनुमोदन : Approval

सहायक : Assistant

साक्ष्यांकन : Attestation

प्रतिकृति : Facstmile

फाइल, मिसिल : File

अंतिम रूप देना : Finalise to

आरोग्य प्रमाण–पत्र : Fitness certificate

वेतन नियतन : Fixation of pay

अनुवर्ती कार्यवाही : Follow-up-action

प्रपत्र : Form

अग्रेषण पत्र : Forwarding letter

निधि : Fund

राजपत्रित : Gazetted

सामान्य परिपत्र : General circular

महाप्रबंधक : General manager

सदाचरण : Good conduct

श्रेणी, पदक्रम, ग्रेड : Grade

अनुदान : Grant

सहायक अनुदान : Grant-in-aid

स्वीकृत : Granted

उपदान, आनुतोषिक : Gratuity

मार्गदर्शन, संदर्शन : Guidance

शीर्ष, प्रधान, मद : Head

प्रधान-कार्यालय : Head office

मुख्यालय : Head Quater

इतिवृत्त : History sheet

मानदेय : Honorarium

अवैतनिक : Honorary

कार्यसमय : Hours of Business

कार्यान्वित करना, अमल में लाना : Implement to

अग्रदाय : Imprest

रोक रखना, स्थगित अवस्था में : Inabeyance

अग्राह्य, अस्वीकार्य : Inadmissible

असावधानी से : Inadvertenly

प्रभारी : Incharge

आनुषंगिक, प्रासंगिक : Incidential

वेतन-वृद्धि : Increment

पदस्थ, पदधारी : Incumbent

अदक्ष : Inefficien

वैयक्तिक सहायक : Personal Assistant

कार्मिक अधिकारी : Personal Officer

योजना अधिकारी : Planning Officer
निजी सचिव : Private Secretary
परिवीक्षाधीन : Probationer
जनसंपर्क अधिकारी : Public Relations Officer
प्रचार अधिकारी : Publicity officer
क्रय अधिकारी : Purchase officer
स्वागत अधिकारी : Reception officer
सचिव : Secretary
अनुभाग अधिकारी : Section Officer
सुरक्षा अधिकारी : Security officer
आशुलिपिक : Stenographer
आशुटंकक, स्टेनो टाइपिस्ट : Steno-typist
पर्यवेक्षक : Supervisor
यातायात प्रबंधक : Traffic Manager
अनुवादक : Translator



3.9 सारांश

सभ्यता के विकास के साथ-साथ मानव जीवन की व्यस्तता बढ़ती जा रही है। जीवन के प्रत्येक क्षेत्र में पत्र-व्यवहार अपरिहार्य हो गया है। सरकारी कार्यालयों में विशेष रूप से असंख्य पत्रों का आदान-प्रदान होता है। उन्हीं पत्रों को कम समय और सरल विधि से निपटाने के लिए टिप्पणी की आवश्यकता होती है। पत्र में वर्णित विषय से संबंधित प्रश्नों, समस्याओं का विश्लेषण, तत्संबंधित पूर्व निर्णयों तथा आवश्यक सुझावों आदि का उल्लेख टिप्पणी में किया जाता है, टिप्पणी लेखन से कार्यालयों में विचाराधीन विषय, कार्य, पत्रादि संबंधी मामलाओं को हल करने, उन्हें सरलता से निपटाने में सहायता मिलती है।

टिप्पणी अनेक प्रकार की होती है। टिप्पणी लेखन के समय जिन बातों का ध्यान रखना आवश्यक है वे हैं-भाषा, संक्षिप्ता, प्रस्तुतीकरण, टोन अथवा स्वर का स्पष्टता आदि होना जरूरी है। साथ ही टिप्पण लेखन की प्रक्रिया भी समझी तथा उसके मुख्य विशेषताओं का भी उल्लेख किया गया है।

3.10 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

प्रश्न 1 का उत्तर– टिप्पण की भाषा सरल, सुबोध, अभिधात्मक भाषा, अनुशासिक एवं विनयशील भाषा होनी चाहिए ।

प्रश्न 2 का उत्तर–सामान्य टिप्पण, स्वत:पूर्ण टिप्पण, अंतर्विभागीय टिप्पण, नेमी कार्यालय टिप्पण।

प्रश्न 3 का उत्तर– 'टिप'।

प्रश्न 4 का उत्तर– 'Noting'।

प्रश्न 5 का उत्तर– अलंकार, लोकोक्तोयों, मुहावरों का प्रयोग नहीं होना चाहिए।

3.11 अधिक जानने के लिए पढ़ें

- रमेश तरुण। (2007). प्रयोजनमूलक हिन्दी. दिल्ली: अशोक प्रकाशन।
- रघुनन्दन प्रसाद शर्मा। (2008). प्रयोजनमूलक हिन्दी. वाराणसी विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- कैलाश नाथ पाण्डेय। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- अर्चना श्रीवास्तव। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी: विविध आयाम. वाराणसी: विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- माधव सोनटके। (2024). प्रयोजनमूलक हिन्दी. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- भोलानाथ तिवारी। मानक हिन्दी का स्वरूप. दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।
- शंकर बुंदेले। प्रयोजनमूलक हिन्दी और अनुवाद. अमरावती: संत गाडगे बाबा अमरावती विश्वविद्यालय।
- किशोर वासवानी। राजभाषा हिंदी विवेचना और प्रयुक्ति. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- पाण्डेय, कै. ना. प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- दीक्षित, मीरा. (2013). हिन्दी भाषा. इलाहाबाद : लोकभारती प्रकाशन।



3.12 अभ्यास पश्न

क) संक्षिप्त प्रश्नों के उत्तर लिखिए-

1. टिप्पण से आप क्या समझते है?
2. सामान्य टिप्पण से आप क्या समझते है?
3. टिप्पण के मूलत: कितने रूप होतें हैं नाम उल्लेख कीजिए?
4. टिप्पणी की एक परिभाषा लिखिए?
5. टिप्पणी का स्वर कैसी होनी चाहिए?
6. टिप्पणी में स्पष्टता किस प्रकार होनी चाहिए?
7. स्वीकृति, पावती और कार्यकारी/ कार्यवाहक के अंग्रेजी रूप लिखिए?

ख) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लिखिए

1. टिप्पण के स्वरूप पर प्रकाश डालिए।
2. टिप्पण और टिप्पणी में क्या अंतर है?
3. टिप्पणी की विशेषताओं का उल्लेख कीजिए।
4. टिप्पणी लेखन सम्बन्धी सामान्य नियमों पर प्रकाश डालिए।
5. टिप्पणी लेखिन की व्यवस्थित प्रारूप किस प्रकार हैं स्पष्ट कीजिए।
6. टिप्पणी का परिभाषा देती हुए टिप्पणी लिखते समय किन किन बातों का ध्यान रखना आवश्यक हैं उल्लेख कीजिए।

******

इकाई 4 : हिन्दी में पत्राचार

इकाई की रूपरेखा

4.1 उद्देश्य

4.2 प्रस्तावना

4.3 पत्राचार का अर्थ

4.4 पत्राचार के विविध रूप

4.5 पत्रों के प्रकार

4.6 पत्राचार के लिए आवश्यक तत्व

4.7 पत्राचार के प्रमुख अंग और नमूना

4.8 प्रारूपण और कार्यालयी पत्राचार

4.9 सारांश

4.10 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

4.11 अधिक जानने के लिए पढ़ें

4.12 अभ्यास प्रश्न

4.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप -

- पत्राचार क्या है? उसे जान पाएंगे।
- पत्राचार के अर्थ एवं रूप को समझ सकेंगे।
- पत्रों के प्रकार को समझ पाएंगे।
- पत्राचार के आवश्यक तत्व को जान पाएंगे।
- पत्रों की भाषा कैसी होनी चाहिए उससे ज्ञात हो पाएगे।
- प्रारूपण और कार्यालयी पत्राचार क्या हैं उससे परिचित हो पाएगे।
- कार्यालयी पत्रों के प्रकारों से ज्ञात हो सकेंगे।

4.2 प्रस्तावना

प्रस्तुत इकाई में आप 'पत्राचार' के बारे में जानकारी प्राप्त करेंगे। पत्राचार जीवन का अनिवार्य अंग है चाहे वह पत्र लेखन के रूप में हो या ई-मेल के

रूप में एस. एम. एस के रूप में। कार्यालय और व्यवसाय में तो पत्राचार की विशिष्ट भूमिका होती है। इसके बिना न तो कार्यालय का कार्य-संपादन हो सकता है और न ही व्यवसाय को गति मिल सकती है। इस इकाई के माध्यम से आप पत्राचार का अर्थ, इसकी आवश्यकता और महत्व, इसके विविध रूप तथा इसके अनिवार्य तत्वों के बारे में जानेंगे। आप यह भी समझ पाएंगे कि पत्राचार के कौन-कौन से प्रकार होते हैं-जैसे औपचारिक और अनौपचारिक पत्राचार, व्यक्तिगत और सरकारी पत्राचार, व्यावसायिक पत्राचार आदि। इसके साथ ही, आप यह सीखेंगे कि प्रभावी पत्र लेखन के लिए किन बातों का ध्यान रखना चाहिए-जैसे स्पष्टता, संक्षिप्तता, शिष्ट भाषा, सही प्रारूप और उचित प्रस्तुतीकरण। इस अध्ययन का उद्देश्य केवल सैद्धांतिक ज्ञान देना ही नहीं है, बल्कि आपको व्यवहारिक रूप से भी सक्षम बनाना है ताकि आप विभिन्न परिस्थितियों में उचित पत्र तैयार कर सकें। आशा है कि इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप पत्राचार की संपूर्ण प्रक्रिया को भली-भांति समझ पाएंगे और पत्र लेखन की कला में निपुण हो सकेंगे।

4.3 पत्राचार का अर्थ

कार्यालयों आदि में सरकार की रीति-नीति की व्याख्या और कार्य के संबंध में किसी भी संगठन, संस्था, व्यक्ति आदि को लिखित रूप में जो कुछ भी कहा अथवा बताया जाता है, उसे पत्राचार की संज्ञा दी जाती है।

पत्राचार मूल रूप से पत्र लेखन है। यह एक कला है जिसका हमारे जीवन में प्राय: उपयोग होता है। बचपन में हम अपने सम्बन्धियों या मित्रों को पत्र लिखते हैं, किन्तु बड़े होने पर यह क्षेत्र और अधिक विस्तृत हो जाता है। वर्तमान समय में कार्यालय तथा व्यवसाय से सम्बन्धित पत्रों का चलन भी बढ़ गया है। छोटी अवस्था में लिखे गए पत्रों में भावुकता का अंश अधिक रहता है, परन्तु जैसे-जैसे विचारों में प्रौढ़ता आती है, पत्रों की भाषा और शैली में निखार आ जाता है। संक्षेप में कहा जाए तो वही पत्र अच्छा माना जाता है जिसे पढ़कर लिखी हुई बात सरलता से समझ में आ सके। व्यवसाय के क्षेत्र में व्यापारी एक-दूसरे को अपने व्यापार से सम्बन्धित पत्र लिखते हैं और ग्राहक आवश्यक जानकारियाँ प्राप्त करने या वस्तुएँ खरीदने के लिए व्यापारियों अथवा दुकानदारों को पत्र भेजते हैं। कार्यालयों में अधिकारियों और कर्मचारियों के लिए एक-

दूसरे से सीधे मिलकर बातचीत करना प्राय: सम्भव नहीं होता, इसलिए अधिकतर कार्य पत्रों के माध्यम से ही संपन्न होते हैं। इन सभी क्षेत्रों में पत्रों का उद्देश्य भिन्न होता है, इसलिए इनका स्वरूप भी एक-दूसरे से अलग दिखाई देता है।

'पत्राचार' शब्द का निर्माण दो शब्दों के मेल से हुआ है। इसमें एक शब्द है 'पत्र' और दूसरा शब्द है 'आचार'। 'पत्र' एक स्थान से दूसरे स्थान तक संप्रेषण का एक माध्यम है, एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति के बीच संपर्क का एक सूत्र है। इसी का विकसित रूप आज आप ईमेल के रूप में देख रहे हैं। 'आचार' उस प्रक्रिया या पद्धति को कह सकते हैं जिसमें पत्र लेखन से लेकर पत्र प्राप्ति निहित है। सरकारी क्षेत्र में और व्यावसायिक क्षेत्र में पत्राचार का विशेष महत्व है क्योंकि वहां लिखित शब्द की सत्ता है न कि उच्चरित शब्द की। मन्तव्य को गन्तव्य तक पहुँचाने के लिए पत्राचार किया जाता है। पत्र द्वारा मनुष्य अपने भावों, विचारों या अपेक्षित सूचनाओं का संप्रेषण एवं सम्पर्क स्थापित करना ही पत्राचार है। पत्र हमारे दैनिक एवं सामाजिक जीवन का अंग होते हैं। इनका संबंध शिक्षित-अशिक्षित, धनी-निर्धन प्रत्येक से है। आज का युग कम्प्युटर का युग है जिसके कारण पत्र के क्षेत्र में विस्तार एवं विविधता दिखलाई देने लगी है। पहले जहाँ प्रेषक अपना पता बाई ओर लिखता था वहीं आज प्रेषक का पता पत्र के प्रारम्भ में दायीं ओर ही लिखा जाता है।



महत्वपूर्ण बिंदु

किसी भी पत्राचार को प्रभावी और उद्देश्यपूर्ण बनाने के लिए कुछ मूलभूत तत्व आवश्यक होते हैं। इनमें—

- **स्पष्टता :** संदेश सरल और स्पष्ट होना चाहिए।
- **संक्षिप्तता :** अनावश्यक विवरण से बचते हुए केवल आवश्यक जानकारी दी जाए।
- **शिष्टता और औपचारिकता:** भाषा विनम्र और आदरपूर्ण होनी चाहिए।
- **सटीकता:** तथ्य सही और प्रमाणित होने चाहिए।
- **प्रभावशीलता:** पत्र का भाव पाठक पर सकारात्मक असर डाले और उद्देश्य को पूरा करे।

4.4 पत्राचार के विविध रूप

पत्राचार यानी पत्रों के माध्यम से विचार, सूचनाओं या संदेशों का आदान-प्रदान, कई रूपों में होता है। मुख्य रूप से पत्राचार को दो श्रेणियों में बांटा जा सकता है-औपचारिक और अनौपचारिक। कार्यालयों में अलग-अलग प्रकार की जनकारी अलग-अलग ढंग से देने की परम्परा रही है। तदानुसार पत्राचार के अलग-अलग रूप निश्चित किए हुए है जैसे-

* पत्र
* अर्ध सरकारी पत्र
* तार
* त्वरित पत्र
* सेविंगग्राम
* कार्यालय ज्ञापन
* ज्ञापन
* अन्तर कार्यालय ज्ञापन
* कार्यालय आदेश
* आदेश
* सूचना
* परिपत्र
* अनुस्मारक
* पृष्ठांकन
* विज्ञापन
* निविदा सूचना
* अधिसूचना
* संकल्प
* प्रेस विज्ञाप्ति और प्रेस नोट
* प्राप्ति सूचना
* अनौपचारिक टिप्पणियाँ
* आवेदन-पत्र
* अभ्यावेदन।

कार्यालयों में कभी साधारण पत्र लिखे जाते है तो कभी त्वरित (एक्सप्रेस) पत्र कभी अर्ध सरकारी पत्र लिखे जाते हैं तो कभी तार देना होता है। यही नहीं, कभी ज्ञापन के रूप में सूचना मँगाई जाती है तो कभी कार्यालय ज्ञापन द्वारा सरकारी निर्णय की सूचना दी जाती है। कभी अनौपचारिक टिप्पणी द्वारा अन्य मंत्रालयों, विभागों आदि से सलाह मांगी जाती है तो कभी नियानों आदि की घोषणा, छुट्टी, तरक्की, आदि की सूचना राजपत्र में अधिसूचित करने के लिए अधिसूचना जारी की जाती है अथवा सार्वजनिक महत्व के मामलों पर सरकारी निर्णय की घोषणा के लिए संकल्प तैयाए किए जाते हैं। सरकारी निर्णय प्रेस विज्ञप्ति या प्रेस नोट द्वारा भी प्रसारित किया जाता है। कार्य, महत्व, और अवसर की आवश्याकता के अनुसार पत्राचार के रूपों का प्रयोग किया जाता है।

4.5 पत्रों के प्रकार

पत्रों को मुख्यत: दो भागों में बाँट सकते हैं-

1. औपचारिक पत्र

क) व्यावसायिक पत्र

ख) कार्यालयी पत्र

ग) आवेदन पत्र

2. अनौपचारिक पत्र

क) बधाई पत्र

ख) धन्यवाद पत्र

ग) शुभकामना

घ) निमंत्रण पत्र

ङ) अन्य पत्र

1. औपचारिक पत्र-औपचारिक पत्र वे होते हैं जो कार्य, सरकारी या कार्यालयी उद्देश्यों के लिए लिखे जाते हैं। जब किसी सरकारी या आधिकारिक काम से जुड़ा पत्र लिखा जाता है, तो उसे 'औपचारिक पत्र' कहा जाता है। ऐसे पत्र प्राय: उन व्यक्तियों को भेजे जाते हैं जिनसे हमारा व्यक्तिगत संबंध नहीं होता। इन पत्रों में केवल कार्य-संबंधी बातें ही होती हैं और औपचारिकता तथा नियमबद्ध भाषा का प्रयोग किया जाता है, क्योंकि संबंधों में दूरी रहती है। औपचारिक पत्रों में भी अनौपचारिक पत्रों की तरह आरंभ, संबोधन, विस्तार और समाप्ति

जैसे अंग होते हैं। हालांकि, इन अंगों में प्रयुक्त सामग्री विषय के अनुसार बदलती रहती है।

2. अनौपचारिक पत्र- अनौपचारिक पत्र वे पत्र होते हैं जिनमें भाषा और भाव पूरी तरह सहज व स्वाभाविक रहते हैं और किसी नियम या निर्धारित परिपाटी का बंधन नहीं होता। ये पत्र सामान्यत: अपने रिश्तेदारों, मित्रों या परिचितों को लिखे जाते हैं। ऐसे पत्रों में हम सामने वाले की कुशलक्षेम पूछते हैं, अपनी कुशलता और व्यक्तिगत समाचार साझा करते हैं। इनकी भाषा अत्यंत सरल, आत्मीय और संवादात्मक होती है, जिससे यह प्रतीत होता है मानो आमने-सामने बैठकर बातचीत हो रही हो। अनौपचारिक पत्र लिखते समय प्राय: सबसे पहले पत्र के ऊपरी दाहिने कोने में प्रेषक का पूरा पता लिखा जाता है। यदि पत्र प्राप्त करने वाला व्यक्ति हमें भली-भाँति जानता हो और उसे हमारा पता पहले से ही मालूम हो, तो केवल स्थान का नाम लिखा जा सकता है या कभी-कभी पता बिल्कुल नहीं भी लिखा जाता। लेकिन तारीख अवश्य लिखी जाती है, ताकि यह स्पष्ट रहे कि पत्र किस दिन लिखा गया है।

4.6 पत्राचार के लिए आवश्यक तत्व

पत्राचार को रोचक, आकर्षक और प्रभावपूर्ण बनाने के लिए निम्नलिखित बातों पर ध्यान देना आवश्यक है-

1. **सरलता और सहजता:** कार्यालयों में तरह-तरह के पत्र प्रतिदिन जगह-जगह से प्राप्त होते हैं। कुछ में जानकारी दी गयी होती हैं। कुछ में कुछ जानकारी माँगी गयी होती है और कुछ में विचार-विमर्श के लिए तथ्य भेजे गये होते हैं। सभी का उत्तर देना आवश्यक होता है। इन पत्रों का उत्तर देते समय मुख्य रूप से ध्यान रखने वाली बात यह होती है कि उत्तर में जो कुछ भी लिखा जाए वह कार्यालय की रीति, नीति और कार्य के आनुरूप तो हो ही, उसमें अपना मन्तव्य पत्र पाने वाले तक जितनी सरल और सहज भाषा में पहुँचाया जा सकेगा उतना ही उचित होगा। पत्राचार में भाषा सीधी-सादी होनी चाहिए। पत्र में लेखक का हृदय बोलता है वह स्वयं सब जगह नहीं जाता लेकिन उसकी भावना भाषा के माध्यम से सब जगह पहुँच जाती है।

2. **रोचकता और प्रवाहयुक्त हो:** पत्राचार में सीधी- सादी भाषा में रोचक ढंग से बात कह देना ही पर्याप्त होता है। कोश आदि की सहायता से अथवा पहले अंग्रेजी में सोचकर और बाद में उसका हिन्दी में अनुवाद करके यदि आप पत्राचार करेंगे तो उसमें समय अधिक लगेगा और भाषा में बनावटीपन आ जाएगा। अत: किसी पत्र के अनुवाद से बचना चाहिए और अनुवाद करके किसी को पत्र नहीं भेजना चाहिए। पत्र में कृत्रिमता नहीं होनी चाहिए। इसीलिए पत्रों की भाषा में बहुज्ञता के प्रकाशन की आवश्यकता नहीं होती। तथ्यों की प्रस्तुति पर विशेष बल रहना चाहिए, चाहे पत्र सरकारी हो या व्यावसायिक। इसमें पत्र में रोचकता कम हो जाएगी और प्राप्तकर्ता को समझने में भी कठिनाई आ सकती है।
3. **संक्षिप्तता, स्पष्टता और पूर्णता :** पत्राचार के लिए यह एक आवश्यक शर्त है कि पत्र में जो कुछ लिखा जाए वह संक्षेप में हो लेकिन अपने में स्पष्ट और पूर्ण हो। ऐसा न हो कि मूल कथ्य ही कमजोर पड़ जाए। मुख्य बात पत्र में अवश्य आ जानी चाहिए। स्पष्टता के लिए आवश्यक है कि पत्र में लिखावट पढ़ने योग्य हो। सबसे अच्छा तो यह है कि पत्र टाइपराटर या कंप्यूटर से टंकित हो। यदि लंबा लिखना हो तो उसके लिए पर्याप्त समय, सामग्री और धैर्य अपेक्षित है।
4. **आकर्षक और सुरुचिपूर्ण :** पत्राचार को आकर्षक और सुरुचिपूर्ण भी बनाना चाहिए। इसके लिए आवश्यक है कि भाषा विषय के अनुकूल हो। शब्द चयन नितांत सटीक और वाक्य छोटे-छोटे हों। लंबे वाक्यों के प्रयोग से पत्र लेखक को बचना चाहिए। यदि कोई कठिन शब्द है जो उसका सरल रूप प्रयोग में लाना चाहिए। अनुच्छेद भी छोटे-छोटे और एक ही भाव को व्यक्त करने वाले हों। भाषा-शैली एक विशेष शिष्ट स्वरूप लिए होनी चाहिए जिससे पत्र लेखक की शालीनता का बोध हो सके। लम्बे और क्लिष्ट शब्दों का प्रयोग न किया जाए। हिन्दी का कोई कठिन शब्द आप लिख रहे हैं तो कोष्ठक में अंग्रेजी शब्द को भी देवनागरी लिपि में लिख दिया जाए। यदि मुद्रित पत्र शीर्ष वाले कागज का प्रयोग पत्राचार के लिए किया गया है तो उसकी साज सज्जा आकर्षक और मनोहारी होनी चाहिए।

सादे कागज पर लिखा गया पत्र भी अपनी लिखावट की सुंदरता, स्पष्टता, उचित लेखन-शैली, संबोधन, अभिवादन आदि से भी पाठक का ध्यान आकृष्ट कर लेता है ।

4. **विराम चिन्हों का उचित प्रयोग:** सामान्यत: हिन्दी में विरामों का प्रयोग अंग्रेजी के ढंग से ही किया जाता है। इस ओर पत्र लेखक को विशेष ध्यान देना चाहिए। इसे भाषा और भावों को स्पष्ट करने में सहायता मिलती है। अनावश्यक रूप से विराम, कॉमा, कोष्ठक आदि को लगा देने से कभी अर्थ का अनर्थ भी हो सकता है और पत्र का उत्तर प्रतिकूल भी मिल सकता है।



अपनी प्रगति जांचें

1. पत्राचार के प्रमुख अंगों का नाम उल्लेख कीजिए?
2. पत्राचार के पाँच रूपों का नाम लिखिए?
3. भाषा और भावों को स्पष्ट करने में कौन सा चिन्ह सहायक होते है?
4. 'सूचना' किस प्रकार का पत्र है?
5. पत्रों को मुख्यत: कितने भागों में वर्गीकरण किया गया हैं और उसका नाम उल्लेख कीजिए।

4.7 पत्राचार के प्रमुख अंग और नमूना

पत्राचार के आवश्यक तत्व से आप अवगत हो गए होंगे। अब यह जरूरी है कि आपको पत्राचार के विभिन्न अंगों से भी परिचित करा दिया जाए। पत्राचार के अंगों को सुविधा की दृष्टि से निम्न प्रकार से बांटा जा सकता है-

1. **शीर्षक**-शीर्षक प्राय: छपा हुआ होता है। इसमें प्रेषक संस्था का नाम, तार का पता और टेलीफोन नंबर होता है। आजकल मोबाइल नंबर और इमेल भी दिया जाता है।
2. **प्रेषक का पता**-यह पत्र के दाहिनी ओर रहता है। इसमें संस्था का पूरा पता, नगर का नाम, पिन कोड, ईमेल का पता आदि दिया जाता है।
3. **पत्र संख्या**- यह बाईं ओर लिखी जाती है। इससे फाइल में रखने

और साथ लगाने में सहयोग मिलता है।

4. **दिनांक**- संदर्भ के लिए दाहिनी ओर लिखा जाता है।
5. **प्राप्तकर्ता**- जिसे पत्र भेजा जा रहा है। उसका पूरा पता ऊपर बाईं ओर दिया जाता है।
6. **विषय**- यह पत्र के भाव का संक्षिप्त रूप होता है। इसका लाभ यह होता है कि प्राप्तकर्ता तुरंत समझ लेता है कि पत्र किस संबंध में है और इससे समय की बचत भी होती है।
7. **संबोधन**- यह अलग-अलग पत्रों में अलग-अलग प्राप्तकर्ता के अनुसार होता है। जैसे कहीं 'प्रिय महोदय', कहीं 'महोदय', कहीं 'प्रियवर', और कहीं 'प्रिय श्री'।
8. **प्रारंभ**-पत्र के प्रारंभ में संदर्भ, दिनांक और विषयवस्तु को लिया जाता है।
9. **कलेवर**-यह पत्र का महत्वपूर्ण भाग है। इसे मूल कथ्य या मुख्य भाग भी कहा जाता है। इसमें प्रेषक प्राप्तकर्ता को बताने वाली और पूछने वाली बातों का अलग-अलग अनुच्छेद में उल्लेख करता है। प्रत्येक अनुच्छेद अपने पूर्व के अनुच्छेद से जुड़ा हुआ होना चाहिए। भाषा स्पष्ट और सहज हो, द्वियर्थक शब्दों का प्रयोग पत्र के कलेवर में न हो। वाक्य छोटे-छोटे होने चाहिए।
10. **उपसंहार**- इसे समापन भी कहते हैं लेकिन इससे पूर्व धन्यवाद ज्ञापन किया जाना चाहिए।
11. **अधोलेख**- इसे हस्ताक्षर से पूर्व लिखा जाता है, जैसे-भवदीय, आपका, आपका आज्ञाकारी आदि।
12. **हस्ताक्षर**- अधोलेख के बाद प्रेषक के हस्ताक्षर होते है।
13. **प्रेषक का नाम** - हस्ताक्षर के बाद प्रेषक का नाम टाइप किया हुआ रहता है। ऐसा इसलिए किया जाता है क्योंकि कभी कभी हस्ताक्षर सुपाठ्य नहीं होते। अर्ध सरकारी पत्र में इस स्थान पर पदनाम न देकर केवल नाम दिया जाता है। जहां किसी बड़े अधिकारी के स्थान पर कोई अन्य व्यक्ति हस्ताक्षर करता है तो वहां कृते, कुलसचिव आदि का प्रयोग किया जाता है।

14. प्रेषक का पदनाम- इसे प्रेषक के नाम के बाद लिखा जाता है । (कहीं-कहीं यह नहीं भी दिया जाता है)

15. संलग्नक-ये पत्र के साथ लगने वाले कागज होते हैं और इनका उल्लेख बाईं ओर किया जाता है।

इन सभी अंगों को इस रूप में भी समझा जा सकता है-

(1) भारतीय संचार निगम लिमिटेड, नई दिल्ली

तार : .....

फोन : .....

(2) जे-25, कंचनजंघा बिल्डिंग,
कनॉट प्लेस पो. आ.
नई दिल्ली-110001

(3)संख्या.....

(4) दिनांक .....

(5)सर्वश्री .....

.....

.....

(6) विषय :

(7) महोदय,

(8) प्रारंभ

(9) कलेवर

(10) समापन

(11) भवदीय

(12) हस्ताक्षर

(13) नाम

(14) पदनाम

(15) संलग्नक

व्यावसायिक पत्र : वर्तमान समय में व्यवसाय चलाने के लिए इन पत्रों की विशेष उपयोगिता है। व्यावसायिक पत्र वे होते हैं जो कोई व्यक्ति, कंपनी या संस्था अपने व्यवहार हेतु प्रयोग करते हैं। इन पत्रों को अनेक वर्गो में बांटा जा सकता है, जैसे-

1. बैंक पत्र
2. निविदा पत्र
3. बीमा पत्र
4. मूल्य सूची मांगने के लिए पत्र
5. दर जानने के लिए पत्र
6. क्रयादेश संबंधी पत्र
7. भुगतान संबंधी पत्र
8. विक्रय प्रस्ताव संबंधी पत्र
9. एजेंसी लेन-देन से संबंधीत पत्र
10 व्यापारिक संदर्भ संबंधी पत्र
11 वस्तु विशेष का मंगाने संबंधी पत्र आदि।

व्यावसायिक पत्र लिखने का नियम/अंग

1. मुद्रित शीर्ष (संस्था या संस्थान का)
   तार पता
   दूरभाष संख्या/ फैक्स नं./ ईमेल का पता
   कूट संकेत(कोड)
   पूरा पता
2. दिनांक
3. पत्र संख्या
4. प्राप्तकर्ता का नाम
5. संदर्भ
6. औपचारिक संबोधन
7. आरंभिक वाक्य
8. कथ्य विषयवस्तु
9. अंतिम अनुशांसात्मक वाक्य
10. प्रेषक या उसके स्थानापन्न व्यक्रि के हस्ताक्षर
11. पद-स्वामी, प्रबंधक आदि
12. संलग्न या अन्य सामग्री आदि का निर्देश
13. पुनश्च (यदि आवश्यक हो)

आदि का प्रयोग किया जाता है ।

4.8 प्रारूपण और कार्यालयी पत्राचार

केंद्र अथवा प्रादेशिक सरकारों द्वारा परस्पर तथा अपने विभिन्न विभागों, निकायों, संबद्ध अथवा अधीनस्थ आयोगों, निगमों, कार्यालयों अथवा दूसरे देशों से संबंध रखने वाले प्रशासनिक और कूटनीतिक कामकाज को निपटाने के लिए जो पत्र-व्यवहार होता है, उसे कार्यालयी अथवा प्रशासकीय पत्र-व्यवहार कहते हैं। कार्यालयी पत्र ऐसे औपचारिक पत्र होते हैं जो भारत सरकार अथवा उसके अधीनस्थ अर्धसरकारी विभागों के विविध क्षेत्रों से संबंधित होते हैं। ये शिक्षा, स्वास्थ्य, खेलकूद, संस्कृति जैसे मंत्रालयों से जुड़े विषयों पर तैयार किए जाते हैं। इन पत्रों का प्रमुख उद्देश्य सूचनाओं का आदान-प्रदान करना होता है, जिससे विभागीय कार्य समय पर और सुचारु रूप से संपन्न हो सकें। वास्तव में प्रशासनिक कार्य प्रणाली का अधिकांश संचालन इन्हीं पत्रों के माध्यम से होता है, क्योंकि वे आदेश, निर्देश, अनुमोदन और स्पष्टीकरण जैसे सभी सरकारी कार्यों का आधार बनते हैं। संबद्ध अधिकारी द्वारा दिए गए निर्देशों के अनुसार सहायक अथवा वरिष्ठलिपिक (Assistant) पत्र का कच्चा रूप तैयार करता है, जिसे 'प्रारूपण' (Drafting) कहा जाता है। ये पत्र सरकार की ओर से प्राप्त आदेशों-निर्देशों के अनुसार सचिव, उपसचिव अथवा अवरसचिव के ओर से प्रसारित अथवा प्रेषित किए जाते हैं, लेकिन इनका 'प्रारूप' (Draft) अनुभाग अधिकारी अथवा सहायक द्वारा ही तैयार किया जाता है।

निगम-निकायों, विभागों को पत्र लिखने और उनके उत्तर प्राप्त करने के अतिरिक्त सार्वजनिक सरकार के कामकाज के क्षेत्र अनेक और विविध प्रकार के होते हैं। इन सब पत्रों की प्रकृति भिन्न प्रकार की होती है। इसलिए कार्यालयी पत्रों के लेखन के स्वरूप सूचना, निविदा सूचना-प्रेस सूचना तथा विज्ञापन प्रसारण आदि भी प्रशासकीय पत्राचार के अंग होते है, लेकिन इसमें भी भिन्नता होती है। कार्यालयी अथवा प्रशासकीय-पत्रों के प्रमुख प्रकार निम्नलिखित है

कार्यालयी पत्रों के प्रकार

1. शासनादेश या राज्यादेश
2. सरकारी या शासकीय-पत्र
3. अर्धसरकारी या अर्धशासकीय-पत्र

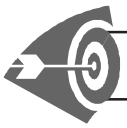
4. अशासकीय/ गैरसरकारी–पत्र
5. परिपत्र
6. कार्यालय आदेश
7. कार्यालय ज्ञापन
8. ज्ञापन/ ज्ञाप
9. अधिसूचना/ विज्ञप्ति
10. उद्घोषण
11. सूचना
12. आदेश
13. अनुस्मरण/ अनुस्मारक–पत्र
14. पृष्ठांकन
15. प्रस्ताव
16. प्रेस–विज्ञप्ति
17. स्वीकृति/ मंजूरी–पत्र
18. निविदा सूचना
19. तार
20. तार पुष्टि/अनुसरण–पत्र
21. मितव्यय–पत्र
22. द्रुत–पत्र
23. रेडियोग्राम
24. प्राप्ति स्वीकार/पावती–पत्र
25. विज्ञापन
26. शासकीय संकल्प

अत: स्पष्ट है कि विभाग अपने संदेश या सूचना को अन्य विभाग तक पहुँचाने के लिए कार्यालयी पत्र का प्रयोग करता है। इसी प्रकार सरकारी एवं अर्धसरकारी संस्थानों के कर्मचारी भी आवश्यक निर्देश, जानकारी या प्रस्ताव अपने–अपने विभागों में इन्हीं विविध प्रकार के 'कार्यालयी पत्रों' के माध्यम से संप्रेषित करते हैं।



4.9 सारांश

प्रस्तुत इकाई में पत्राचार की परिभाषा पर विचार किया गया है। पत्राचार जीवन का महत्वपूर्ण अंग है। कार्यालय और व्यवसाय में तो इसकी सर्वाधिक उपयोगिता है हालांकि आज ई-मेल और फैक्स की सुविधा भी प्राप्त है। 'पत्राचार' एक प्रक्रिया या पद्धति है जिसमें पत्र लेखन से लेकर पत्र प्राप्ती निहित है। यह उर्दू में 'खत-किताबत' कहलाता है। वास्तव में कार्यालयों आदि में सरकार की रीति-नीति की व्याख्या और कार्य के संबंध में किसी भी संगठन, संस्था, व्याक्ति आदि को लिखित रूप में जो कुछ भी कहा अथवा बताया जाता है, वह सब पत्रचार के कोटि में आता है। पत्राचार सरल, सहज और स्पष्ट होना चाहिए। संक्षिप्ता या पत्राचार का अनिवार्य गुण है लेकिन उसे अपने आप में पूर्ण होना चाहिए। पत्र आकर्षक और सुरुचिपूर्ण होना चाहिए। और यथास्थान विराम चिन्हों का सटीक प्रयोग होना चाहिए। मूल रूप से यहां कार्यालयी पत्र और व्यावसायिक पत्र और उनके तत्वों और अंगों तथा लेखन-पद्धति पर विचार किया गया है। प्रषेक, विषय, दिनांक, संदर्भ आदि पत्राचार के मुख्य तत्व है। पत्राचार की भाषा भी शालीन, स्पष्ट, छोटे-छोटे वाक्यों वाली होनी चाहिए। सभी अनुच्छेद परस्पर संबंद्ध होने चाहिए।



4.10 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

प्रश्न 1 का उत्तर- शीर्षक, प्रेषक का पता, पत्र संख्या, दिनांक, प्राप्तकर्ता, विषय, संबोधन, प्रारंभ, कलेवर, उपसंहार, अधोलेख, हस्ताक्षर, प्रेषक का पदनाम, प्रेषक का नाम, संलग्नक।

प्रश्न 2 का उत्तर- पत्र, अर्ध सरकारी पत्र, तार, त्वरित पत्र, सेविंगग्राम।

प्रश्न 3 का उत्तर- 'विराम चिन्ह'।

प्रश्न 4 का उत्तर- 'कार्यालयी पत्र'।

प्रश्न 5 का उत्तर- विज्ञापन, ज्ञापन और आदेश।

प्रश्न 6 का उत्तर- दो,औपचारिक पत्र और अनौपचारिक।



4.11 अधिक जानने के लिए पढ़ें

- शर्मा, रघुनन्दन प्रसाद। (2008). प्रयोजनमूलक हिन्दी. वाराणसी: विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- पाण्डेय, कैलाश नाथ। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- तरुण, रमेश। (2007). प्रयोजनमूलक हिन्दी. दिल्ली: अशोक प्रकाशन।
- श्रीवास्तव, अर्चना। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी: विविध आयाम. वाराणसी: विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- सोनटके, माधव। (2024). प्रयोजनमूलक हिन्दी. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- तिवारी, भोला। मानक हिन्दी का स्वरूप. दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।
- बुंदेले, शंकर। प्रयोजनमूलक हिन्दी और अनुवाद. अमरावती: संत गाडगे बाबा अमरावती विश्वविद्यालय।
- वासवानी, किशोर। राजभाषा हिंदी विवेचना और प्रयुक्ति. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- पाण्डेय, कै. ना. प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- दीक्षित, मीरा. (2013). हिन्दी भाषा. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।

4.12 अभ्यास प्रश्न

क) संक्षिप्त प्रश्नों के उत्तर लिखिए-

1. पत्राचार का अर्थ क्या है?
2. व्यावसायिक पत्र के दो वर्गों के नाम लिखिए?
3. प्रेषक का पदनाम किसके बाद लिखा जाता है?
4. पत्र के प्रारम्भ में किन किन विषयवस्तु को लिया जाता हैं?

ख) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लिखिए :

1. पत्राचार के अर्थ एवं परिभाषा से क्या तात्पर्य है-आलोचना कीजिए।

2. पत्राचार के विविध रूपों पर चार्चा कीजिए।
3. पत्राचार के तत्वों पर प्रकाश डालिए?
4. व्यावसायिक पत्राचार क्या है?
5. प्रारूपण और कार्यालयी पत्राचार क्या है?
6. पत्राचार के प्रमुख अंगों का प्रयोग करते हुए स्वयं एक विषय देकर पत्र लिखिए।
7. औपचारिक पत्र और अनौपचारिक पत्र में क्या अंतर होता है? उदाहरण सहित लिखिए।

******

इकाई 5 : सरकारी कार्यालयों में प्रयुक्त होने वाले पत्र

इकाई की रूपरेखा

1.1 उद्देश्य
1.2 प्रस्तावना
1.3 आदेश
1.4 कार्यालय ज्ञापन और ज्ञापन
1.5 सूचना
1.6 अधिसूचना
1.7 प्रेस विज्ञप्ति
1.8 निविदा
1.9 तार
1.10 घोषणा
1.11 परिपत्र
1.12 मंजूरी पत्र
1.13 प्राप्ति स्वीकार
1.14 सारांश
1.15 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)
1.16 अधिक जानने के लिए पढ़ें
1.17 अभ्यास प्रश्न

5.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप

- कार्यालयों के आदेश के बारे में जान पाएंगे।
- कार्यालय ज्ञापन और ज्ञापन के विषय में समझ विकसित होगी।
- सूचना क्या है? उसके के बारे में जान पाएंगे।
- अधिसूचना क्या है, इसका ज्ञान होगा।
- प्रेस विज्ञाप्ति के बारे में जान पाएंगे।
- निविदा क्या है, इसकी जानकारी होगी।

- तार क्या है, इसका ज्ञान होगा।
- घोषणा क्या है? उसके बारे में जान पाएंगे।
- परिपत्र क्या है, इसके बारे में ज्ञान प्राप्त होगा।
- मंजूरी पत्र क्या है? उसके बारे में समझ सकेंगे।
- प्राप्ति स्वीकार क्या है? उसके बारे में जान पाएंगे।

5.2 प्रस्तावना

सरकारी कार्यालयों में विभिन्न प्रकार के पत्रों का उपयोग किया जाता है, जिनमें सरकारी पत्र, कार्यालय आदेश, अधिसूचना, कार्यालय ज्ञापन, ज्ञापन, प्रेस विज्ञाप्ति, निविदा, अनुस्मारक आदि पत्र शामिल हैं। सरकारी कार्यालयों में लिखे जाने वाले विविध प्रकार के चुनिन्दा पत्राचार के नमूने है। कार्यालयों में कार्यों को संपादित करने की एक सुनिश्चित प्रक्रिया से गुजरना पढ़ता है। यह प्रक्रिया पत्र को दर्ज करने से लेकर उसका उत्तर भेजने तक पूर्ण होती है। कार्यालयी भाषा का सर्वाधिक प्रयुक्त और प्रचलित रूप प्रशासनिक पत्राचार के रूप में सामने आता है। प्रशासनिक पत्राचार में मसौदा, टिप्पणी, संक्षेपण आदि के रूप में दिन प्रतिदिन का कार्यालयी पत्राचार चलता है। कार्यालयों में फाइलों पर लिखी टिप्पणियों और जारी किए आदेशों को पत्रों के रूप में प्रेषित किया जाता है। विभिन्न सरकारी कार्यालयों मे पत्र के माध्यम से कार्य सम्पादित होते हैं, ऐसे पत्रों को कार्यालयी पत्र कहा जाता है। ये सरकारी पत्र भी कहलाते हैं। ऐसे पत्र एक देश की सरकार से दूसरे देश की सरकार को और एक मत्रांलय से दूसरे को तथा एक कार्यालय से दूसरे कार्यालय को और कार्यालय से व्यक्ति संस्था विशेष को भेजे जाते हैं। कार्यालयी पत्रों में सरकार की नीति, समस्या अथवा उसके किसी बड़े निर्णय का उल्लेख किया गया होता है। ये सभी दस्तावेज़ शासकीय कार्यों को सुव्यवस्थित ढंग से संपन्न करने के लिए आवश्यक होते हैं। सरकारी कार्यालयों में पत्राचार की एक निश्चित प्रक्रिया अपनाई जाती है, जिसमें पत्र को दर्ज करने से लेकर उसका उत्तर भेजने तक क्रमबद्ध कार्यवाही की जाती है। कार्यालयी भाषा का सबसे औपचारिक और प्रचलित रूप प्रशासनिक पत्राचार के रूप में सामने आता है। इसमें मसौदा तैयार करना, कार्यालय ज्ञापन,टिप्पणियाँ लिखना, संक्षेपण बनाना, तार लिखना, घोषणा

करना, परिपत्र देना तथा पत्रों को अंतिम रूप देना जैसी गतिविधियाँ नियमित रूप से संपन्न होती हैं। फाइलों पर लिखी गई टिप्पणियों के आधार पर जब आदेश या निर्णय जारी किए जाते हैं, तो उन्हें पत्रों के रूप में सम्बंधित कार्यालयों, संस्थाओं या व्यक्तियों तक पहुँचाया जाता है। विभिन्न सरकारी कार्यालयों में अधिकांश कार्य इन्हीं पत्रों के माध्यम से संपादित होते हैं, जिन्हें कार्यालयी पत्र कहा जाता है। ये पत्र केवल एक ही मंत्रालय या विभाग के बीच ही नहीं, बल्कि एक देश की सरकार से दूसरे देश की सरकार को, एक मंत्रालय से दूसरे मंत्रालय को, एक कार्यालय से दूसरे कार्यालय को, या कार्यालय से किसी विशेष संस्था अथवा व्यक्ति को भी प्रेषित किए जा सकते हैं। कार्यालयी पत्रों का उद्देश्य प्राय: सरकारी नीति, समस्या, योजना अथवा किसी बड़े निर्णय को स्पष्ट रूप में अभिव्यक्त करना होता है। इनका स्वरूप पूर्णत: औपचारिक, सुसंगठित और निश्चित ढाँचे में बँधा होता है। ऐसे पत्रों में केवल विषय से संबंधित, स्पष्ट और तर्कसंगत बातें ही कही जाती हैं। तार या त्वरित संदेश आपात परिस्थितियों में तुरंत सूचना पहुँचाने के लिए उपयोग किए जाते हैं। घोषणा सरकार की योजनाओं या निर्णयों को सार्वजनिक करने का माध्यम है। परिपत्र का प्रयोग किसी आदेश या दिशा-निर्देश को एक साथ कई कार्यालयों तक पहुँचाने के लिए किया जाता है। स्वीकार पत्र प्राप्त पत्र या सूचना की औपचारिक पुष्टि के लिए लिखा जाता है। सूचना संबद्ध व्यक्तियों या संस्थाओं को किसी विशेष विषय से अवगत कराने हेतु जारी की जाती है। सरकारी पत्राचार न केवल प्रशासनिक कार्यों को गति प्रदान करता है, बल्कि यह सुनिश्चित भी करता है कि सरकारी संचार व्यवस्थित, प्रमाणिक और औपचारिक मानकों के अनुरूप हो।

5.3 आदेश

इस प्रकार के पत्रों के माध्यम से केन्द्र सरकार के कार्यालयों, विभागों आदि में ने पदो के सृजन, कर्मचारियों से संबंधित महत्वपूर्ण विषयों पर सरकार द्वारा लिए गए निर्णयों की जानकारी, प्रशासनिक मामलों में की गई कार्रवाई की सूचना, शक्तियों के प्रत्यायोजन आदि की जानकारी दी जाती है। यथा-

संख्या .....

भारत सरकार

विभाग ..... नई दिल्ली, दिनांक .....

दिनांक ..... के आदेश संख्या .....की ओर ध्यान आकर्षित किया जाता है जिसमें यह निर्धारित किया गया है कि सभी कार्य दिवसों में मध्यांतर दोपहर बाद 1.30 से 2.00 बजे तक होगा। सभी कर्मचारियों को यह सूचित किया जाता है कि वे मध्यांतर की अवधि 30 मिनट तक सीमित रखे और 2 बजे आकर अपना कार्य शुरू कर दें।

क ख ग

अवर सचिव, भारत सरकार

5.4 कार्यालय ज्ञापन और ज्ञापन

कार्यालय ज्ञापन का आशय यह है कि मंत्रालयों के आपसी पत्र-व्यवहार के लिए प्राय: ''कार्यालय ज्ञापन'' (Office Memorandum) का ही प्रयोग किया जाता है। इसमें पारंपरिक सरकारी पत्र की तरह प्रेषक, सेवा में, संबोधन आदि औपचारिकताओं का प्रयोग नहीं किया जाता। ज्ञापन का मसौदा सदा अन्य पुरुष (third person) में लिखा जाता है। ज्ञापन समाप्त होने पर उस पर संबंधित अधिकारी के हस्ताक्षर और उस का पदनाम अंकित किया जाता है। जिस अधिकारी को यह ज्ञापन भेजा जा रहा है, उसका पदनाम और पता ज्ञापन के अंत में बाएँ नीचे कोने में लिखा जाता है।

उदाहरण-

कार्यालय ज्ञापन

संख्या 611-9.4

भारत सरकार

रेल मंत्रालय

नई दिल्ली दिनांक 13. सितम्बर, 2004

विषय : कार्यालय के स्थान परिवर्तन की सूचना

अधोहस्ताक्षरी को यह निर्देश हुआ है कि सभी मंत्रालयों को यह सूचित कर दिया जाए कि इस मंत्रालय का सूचना-कार्यालय वर्तमान कक्ष को छोड़कर कक्ष संख्या 3 में पहुँच गया है।

क ख ग,

अवर सचिव, भारत सरकार

ज्ञापन का प्रयोग छुट्टी की स्वीकृति/अस्वीकृति, विलंब से आने के कारण, प्रार्थियों को नौकरी आदि के संबंध में जानकारी देने के लिए किया जाता है। यह सरकारी आदेश के समान नहीं होते और अन्य पुरुष में इन्हें लिखा जाता है और न ही इसमें संबोधन होता है और न अधोलेख, केवल अधिकारी का हस्ताक्षर और उसका पदनाम होता है। पाने वाले का नाम और या पदनाम हस्ताक्षर के नीचे बाईं ओर लिखा जाता है। इसके विपरीत अंतरकार्यालय ज्ञापन का प्रयोग सरकारी उपक्रमों में एक विभाग/ कार्यालय को सूचना के आदान-प्रदान के लिए किया जाता है। ये भारत सरकार के मंत्रालयों/कार्यालयों/ विभागों में नहीं लिखे जाते। यथा-

विषय : छुट्टी की स्वीकृति

श्री ..... जो कि इस समय उपकुलसचिव के रूप में दिल्ली विश्वविद्यालय में काम कर रहे हैं किंतु मूलत : वे ..... मंत्रालय के हैं, के दिनांक .....के आवेदन के संदर्भ में और दिल्ली विश्वविद्यालय के दिनांक ..... के ज्ञापन से आगे श्री..... को निम्न रूप में छुट्टी में वृद्धि स्वीकार की जाती है-

1. असाधारण छुट्टी .....दिन,.....से ..... तक
2. अर्जित छुट्टी..... दिन,.....से.....तक

श्री.....को छुट्टी के पहले .....और बाद में .....जोड ने की भी अनुमति दी गई है/ थी।

अवर सचिव, भारत सरकार

सेवा में,

श्री.....

द्वारा.....

प्रतिलिपि-

1.

2.

कृते अवर सचिव, भारत सरकार

5.5 सूचना

जन-साधारण की सूचनार्थ कई बार सरकार कुछ विशेष सूचनाएँ समाचारपत्रों में प्राय: निम्नलिखित कार्यों के उद्देश्यों से प्रकाशित कराती है-1. रिक्त स्थानों का विज्ञापन, 2. नीलाम, 3. निविदाएँ, 4. न्यायालय के नोटिस, 5. कार्यालय का स्थान परिवर्तन, 6. इसी प्रकार की अन्य सूचनाएँ। इन सूचनाओं में सूचना, प्रकाशित करवाने वाले कार्यालय का नाम और उसके अधिकारियों का पद आदि लिखा जाता है। बीच में विषय की सूचना और अंत में हस्ताक्षरित का पदनाम लिखा जाता है।

उदाहरण-

सूचना

दिनांक 12 सितम्बर, 2025 को दैनिक हिन्दुस्तान में वर्गीकृत विज्ञापन में कॉलम न. एक में रिक्त स्थान प्लेसमेंट शीर्षक के अंतर्गत प्रकाशित 'ओइल इंडिया लिमिटेड' के नाम से प्रकाशित विज्ञापन गलत तथा भ्रामक है। इससे हमारा कोई संबंध नहीं है।

यू. के. बोस,
चीफ कंट्रोलर,
ओइल इंडिया लिमिटेड

5.6 अधिसूचना

नियमों और प्रशासनिक आदेशों की घोषणा, शक्तियों का सौंपा जाना, राजपत्रित अधिकारियों की नियुक्ति, छुट्टी, तरक्की आदि का भारत के राजपत्र में प्रकाशित करके अधिसूचित करने के लिए इसका प्रयोग किया जाता है। इसके अतिरिक्त अध्यादेश, अधिनियम, स्वीकृत विधेयक तथा संकटकालीन घोषणाएं भी अधिसूचित की जाती है। कभी-कभी यदि अधिसूचना बहुत महत्वपूर्ण है तो 'असाधारण राजपत्र' भी प्रकाशित किया जाता है।

उदाहरण-

(भारत के राजपत्र के 1 खण्ड 2 में प्रकाशन के लिए)

भारत सरकार

सूचना तथा प्रसारण मंत्रालय

संख्या .....

दिल्ली प्रशासन

नई दिल्ली

दिनांक .....

अधिसूचना

भूकंप आपदा प्रबंधन से संबंधित निदेशक श्री.....ने अपने वर्तमान पद का कार्यभार दिनांक ..... के पूर्वाह्न से संभाला।

आदेश से

क ख ग

अवर सचिव, दिल्ली

प्रशासन

प्रतिलिपि निम्नलिखित के सूचनार्थ प्रेषित

–सचिव

–मुख्य अभियंता

–राजपत्र में प्रकाशनार्थ

5.7 प्रेस विज्ञप्ति

सरकार के किसी निर्णय अथवा महत्वपूर्ण जानकारी, जिसका बहुत अधिक प्रचार करने की आवश्यकता होती है, उसके लिए प्रेस विज्ञप्ति या प्रेस नोट जारी किया जाता है । प्रेस विज्ञप्ति प्रेस नोट की अपेक्षा अधिक औपचारिक होती है इसलिए उसे यथावत छापा जाता है। इसमें कोई हेर–फेर नहीं हो सकता जबकि प्रेस नोट को आवश्यकता के अनुसार छोटा या बड़ा किया जा सकता है। यथा–

(सोमवार ..... को प्रातः ..... बजे से पूर्व प्रकाशित या प्रसारित न किया जाए)

प्रेस विज्ञप्ति

भारत सरकार और पाकिस्तान सरकार के बीच कूटनीतिक संबंध

भारत सरकार और पाकिस्तान की सरकार आपस में इस बात पर पूर्ण रूप

से सहमत हो गई हैं कि दोनों देशों में फिर से कूटनीतिक संबंध स्थापित किए जाएं। दोनों देश इस बात पर भी सहमत है कि किसी भी आतंकी गतिविधि को स्वीकार न किया जाएं और पाकिस्तान किसी भी स्थिति में अपनी भूमि का उपयोग भारत के विरुद्ध आतंकी गतिविधि होने के लिए प्रयोग नहीं करने देगा। पाकिस्तान के इस वचन को भारत सरकार ने सराहा। मुख्य सूचना अधिकारी, प्रेस सूचना ब्यूरो, नई दिल्ली को इस प्रेस विज्ञप्ति को जारी करने तथा इसे विस्तृत रूप से प्रसारित करने हेतु प्रेषित।

ह .....

(.....)

संयुक्त सचिव,
भारत सरकार
विदेश मंत्रालय,
नई दिल्ली,

दिनांक .....

5.8 निविदा

इस प्रकार के पत्रों में सरकार की ओर से सामान खरीदने, निर्माण कार्य को पूरा करने अथवा किसी कार्य को करने के लिए निविदा सूचनाएँ जारी की जाती हैं। इसमें खरीद किए जाने वाले माल का संक्षिप्त विवरण, निर्माण कार्य की जानकारी अथवा जो कार्य लिए जाना है उसका विवरण दिया जाता है। इसका एक उदाहरण–

असम नगर निगम

निविदा सूचना नं. 3, सन् 2024–2025

पान बाजार, गुवाहाटी–781001 में ए ब्लॉक की 5 गलियों पर सीमेंट की सड़क बनाने हेतु असम नगर निगम द्वारा योग्य वर्ग में पंजीकृत ठेकेदारों की ओर से निर्धारित प्रपत्रों में निविदाएं आमंत्रित करता है। प्रपत्र असम नगर निगम, टाउन हाल से 17–05–2024 से 12–06–2025 तक प्राप्त किए जा सकते

हैं। भरे हुए मोहरबंद निविदा प्रपत्र, असम नगर निगम, टाउन हाल में दिनांक 30-06-2024 को शाम 4.00 बजे तक स्वीकार किए जाएंगे।

निविदा राशि .....

अनुमानित राशि .....

धरोहर राशि .....

पूरा करने का समय .....

अधिशासी अभियंता

(परियोजना)



अपनी प्रगति जांचें

1. प्रेस विज्ञप्ति कब जारी किया जाता है?
2. अधिसूचना का प्रयोग कब किया जाता हैं?
3. मंजूरी पत्र कब लिखा जाता है?
4. गश्ती पत्र का अन्य नाम क्या है?
5. सरकार कब घोषणा निकालती है?
6. कार्यालयी ज्ञापन क्या है?

5.9 तार

जब किसी स्थान को कोई संदेश तत्क्षण कार्यवाही के लिए भेजना आवश्यक होता है, तब तार का प्रयोग किया जाता है। तार का प्रयोग किसी विषय अथवा समस्या की गम्भीरता ज्ञापित करने के लिए किया जाता है। तार का कलेवर संक्षिप्त किंतु स्पष्ट होना चाहिए। अतएव शब्द चयन करते समय इस बात का ध्यान रखना आवश्यक है कि संक्षिप्तता के साथ-साथ स्पष्टता बनी रहे।

उदाहरण-

तुरंत
संचालन का योग

सरकारी

दिल्ली
दिनांक 3 सितम्बर, 2025 संख्या 342/32 (1) देखिए सम संख्या 13 अगस्त का पत्र (.) प्रत्युत्तर तुरंत चाहिए।

उद्योग सचिव

तार से न भेजा जाए
असम, दिनांक 13 सितम्बर, 2025

कृष्ण स्वरूप,
उद्योग निदेशक, असम सरकार

5.10 घोषणा

देश में सरकार को किसी अत्यंत राष्ट्रीय महत्त्व के विषय पर अपना निश्चय पर निर्णय प्रसारित करना होता है तो वह घोषणा निकालती है। जैसे किसी राज्य में दल बदल के कारण सवैधानिक संकट उत्पन्न हो गया तो वहाँ राज्यपाल की रिपोर्ट पर तुरंत राष्ट्रपति महोदय राष्ट्रपति शासन लागू किया गया।

भारत सरकार
गृह मंत्रालय, नई दिल्ली
दिनांक:10 अप्रैल, 2025

क्रमांक 50/पी 87

(राज्य का नाम)के राज्यपाल से प्राप्त सूचना के आधार पर राष्ट्रपति महोदय इस निष्कर्ष पर पहुँचे हैं कि दल बदल के कारण (राज्य का नाम) में संवैधानिक संकट पैदा हो गया है। व्यवस्था को सामान्य बनाने के लिए वहाँ राष्ट्रपति शासन अनिवार्य हो गया है। इसलिए वहाँ राष्ट्रपति महोदय राष्ट्रपति शासन घोषित करते हैं।

कृते/राष्ट्रपति,
(नाम)
सचिव

5.11 परिपत्र

कभी-कभी किसी वरिष्ठ अधिकारी को एक ही सूचना एक से अधिक अधीन कार्यालयों को एक साथ भेजनी होती है, तो प्रेषक अधिकारी परिपत्र या गश्ती पत्र का प्रयोग करता है। परिपत्र परिकल्पना करने वाला पत्र इसलिए

कहा जाता है क्योंकि यह एक ही प्रकार के अनेक कार्यालयों में भेजा जाता है। इस प्रकार परिपत्र वह पत्र है जो एक ही उद्देश्य और विषय की पूर्ति के लिए अनेक अधिकारियों को लिखा जाता है। इसे गश्ती पत्र भी कहते हैं। परिपत्र स्वरूप और प्रकृति में शुद्ध सरकारी होते हैं, पर उनके रूप में थोड़ी सी भिन्नता होती है। इसका अर्थ है कि परिपत्र में प्रेषक का व्यक्तिगत नाम तथा पद नहीं दिया जाता सामान्यरूप से उसका उल्लेख होता है। साधारणत: पत्र छपे होते हैं या उन्हें साइक्लोस्टाइल कर लिया जाता है। कभी-कभी पत्र के नीचे पंक्तियों का चिह्न बना लिया जाता है जिसमें आवश्यकता पड़ने पर प्राप्तकर्ता अधिकारी का पद-नाम लिख दिया जाता है। सामान्यत: सरकारी अधिकारी परिपत्रों का प्रयोग तब करते हैं जब विषय सार्वजनिक महत्व का हो और अपेक्षाकृत अधिक महत्व का हो।

उदाहरण-

अ आ विश्वविद्यालय,असम

प्रेषक

(कुलपति के नाम)

कुलपति,

अ आ विश्वविद्यालय, असम

सेवा में,

प्राचार्य,

क ख ग कॉलेज,

परिपत्र संख्या 20/1993 दिनांक 17 अगस्त 2025 असम

विषय : बुक बैंक योजना की प्रगति

महोदय,

मुझे यह सूचित करने का सम्मान प्राप्त है कि महाविद्यालयों और विश्वविद्यालयों में अध्यनरत छात्रों की सहायता के लिए बुक बैंक योजना क ख शासन द्वारा संचालित की जा रही है। अ आ विश्वविद्यालय में भी यह योजना सुचारु रूप से क्रियाशील है।

योजना की समीक्षा और उपयोगिता का मूल्यांकन करने के लिए असम सरकार ने जानकारी मांती है।

कृपया इसे अत्यंत महत्वपूर्ण समझें और अपने विद्यालय में बुक बैंक योजना की प्रगति के बारे में आवश्यक सूचना भेजने का कष्ट करें। योजना को अधिक उपयोगी बनाने के लिए आप कुछ रचनात्मक सुझाव भी भेज सकते हैं।

भवदीय,
(नाम)

5.12 मंजूरी पत्र

राष्ट्रपति की ओर से प्राप्त स्वीकृति (मंजूरी) की सूचना जब किसी मंत्रालय विभाग कार्यालय को देनी होती है तो राष्ट्रपति की ओर से यह मंजूरी पत्र लिखा जाता है। इसका प्रारूप सरकारी पत्र जैसा ही होता है। पृष्ठांकन में उन अधिकारियों का उल्लेख किया जाता है जिनको सूचना तया कार्यावाही के लिए प्रतिलिपि भेजी जाती है। वित्त का प्रश्न यदि जुड़ा है तो इसकी प्रतियाँ वित्त मंत्रालय या महालेखा परीक्षक को भी भेजी जाती हैं।

उदाहरण–

पत्र संख्या 40/6/04
भारत सरकार
वाणिज्य मंत्रालय, नई दिल्ली
दिनांक:17 सितम्बर, 2025

प्रेषक
अवर सचिव, भारत सरकार
सेवा में,
महानिदेशक,
आयात निर्यात निदेशालय,
नई दिल्ली।

विषय: वाणिज्य मंत्रालय के निर्यात विभाग में संयुक्त निदेशक के पद की मंजूरी

महोदय,

आपको सूचना देने का मुझे निर्देश मिला है कि राष्ट्रपति ने कृपापूर्वक आपके महानिदेशालय के अंतर्गत निर्यात-प्रभाग के 3700-150-4900-200-7700 के वेतनक्रम में एक संयुक्त निदेशक के पद की मंजूरी दे दी है। इस पद के सम्बन्ध में होने वाला व्यय चालू वित्त वर्ष में महानिदेशालय के वर्तमान बजट में से ही किया जाएगा।

भवदीय,
अवर सचिव,
भारत सरकार

प्रतिलिपि
को सूचनार्थ प्रेषित
.....
अवर सचिव,
भारत सरकार



महत्वपूर्ण बिंदु

प्रेस विज्ञप्ति एक ऐसा आधिकारिक दस्तावेज है जिसे किसी सरकारी विभाग, संस्था या संगठन द्वारा मीडिया को जारी किया जाता है, ताकि जनता तक सही और प्रमाणित जानकारी पहुँच सके। यह समाचार के रूप में प्रकाशित या प्रसारित होता है।

- प्रेस विज्ञप्ति का मुख्य उद्देश्यजनता को सूचित करना, नीतियों और कार्यक्रमों की जानकारी देना, पारदर्शिता बनाए रखना है।
- इसमें भाषा संक्षिप्त, स्पष्ट और तथ्यपरक होती है।
- प्रेस विज्ञप्ति के माध्यम से सरकार या संस्था अपनी गतिविधियों की आधिकारिक घोषणा करती है, इसलिए इसे जनसंपर्क का सशक्त माध्यम भी माना जाता है। प्रेस विज्ञप्ति को आधुनिक संचार और प्रशासनिक कार्यप्रणाली का एक अनिवार्य अंग कहा जा सकता है।

5.13 प्राप्ति स्वीकार

यह सरकारी पत्र-व्यवहार का औपचारिक तथा संक्षिप्त रूप है। जनता के विभिन्न वर्गों की ओर से राष्ट्रपति, प्रधानमंत्री तथा मंत्रियों, विभागों, कार्यालयों के अधिकारी आदि के नाम शिकायती तथा अन्य प्रकार के सैकड़ों पत्र आते रहते हैं। पत्र प्रेषक के संतोष के लिए पावती पत्र भेजे जाते हैं।

उदाहरण-

भारत सरकार
प्रधानमंत्री कार्यालय

सेवा में,
क ख, दिलशाद गार्डन, दिल्ली।
भारत सरकार प्रधानमंत्री कार्यालय

नई दिल्ली 110001,
दिनांक 17.9.2025

महोदय,

आपका 24 अगस्त 2025 का पत्र प्रधानमंत्री को मिल गया है। उस पर उचित कार्यवाही की जा रही है।

भवदीय,
निजी सचिव,
प्रधानमंत्री भारत सरकार



5.14 सारांश

सरकार के कामकाज के क्षेत्र अनेक और विविध प्रकार के होते हैं। संबद्ध सरकारों, मंत्रालयों, निगम-निकायों, विभागों को पत्र लिखने और उनके उत्तर प्राप्त करने के अतिरिक्त सार्वजनिक निविदा, ज्ञापन, अधिसूचना, प्रेस विज्ञप्ति, आदेश आदि भी प्रशासनीक पत्राचार के माध्यम होते हैं। इन सब पत्रों की प्रकृति भिन्न प्रकार की होती है। इसलिए कार्यालयों पत्रों के लेखन के स्वरूप में भी भिन्नता होती है। प्रस्तुत अध्याय में विशेष पत्रों की रूप रेखा तैयार की गई है।

सरकार के कामकाज के क्षेत्र अत्यंत व्यापक और विविधतापूर्ण होते हैं। केंद्र और राज्य सरकारों, विभिन्न मंत्रालयों, निगमों, आयोगों, विभागों तथा अन्य प्रशासनिक निकायों के बीच निरंतर पत्र-व्यवहार चलता रहता है। इस पत्राचार के अंतर्गत न केवल संबद्ध संस्थानों को पत्र लिखना और उनके उत्तर प्राप्त करना

शामिल है, बल्कि सरकारी गतिविधियों और नीतियों को जन-जन तक पहुँचाने के लिए विभिन्न प्रकार के औपचारिक दस्तावेज भी तैयार किए जाते हैं। प्रशासनिक पत्राचार में प्राय: सार्वजनिक निविदाएँ, कार्यालय ज्ञापन (Office Memorandum), ज्ञापन (Memorandum), अधिसूचनाएँ (Notification), प्रेस विज्ञप्तियाँ (Press Release), आदेश (Order) आदि प्रमुख स्थान रखते हैं। इन माध्यमों के अतिरिक्त कई अन्य औपचारिक दस्तावेजों का भी उपयोग किया जाता है, जैसे-सूचना (Information / Intimation)-किसी विशेष विषय या निर्णय के बारे में संबद्ध पक्षों को अवगत कराना। घोषणा (Announcement)-सरकार की नीतियों, योजनाओं या विशेष कार्यक्रमों के संबंध में सार्वजनिक रूप से जानकारी देना। तार (Telegram)-अति आवश्यक या अत्यंत त्वरित संचार के लिए प्रचलित माध्यम, विशेषकर आपात परिस्थितियों में। परिपत्र (Circular)-किसी आदेश, नियम या दिशा-निर्देश को एक साथ कई कार्यालयों अथवा विभागों तक पहुँचाने के लिए। स्वीकार पत्र (Acknowledgement Letter)-प्राप्त पत्र, दस्तावेज या सूचना की औपचारिक प्राप्ति की पुष्टि हेतु।

इन सभी पत्रों की प्रकृति, उद्देश्य और भाषा में स्पष्ट भिन्नता होती है। उदाहरण के लिए, जहाँ निविदा या अधिसूचना में सटीक, औपचारिक और कानूनी भाषा का प्रयोग आवश्यक होता है, वहीं प्रेस विज्ञप्ति या घोषणा में भाषा अपेक्षाकृत सरल और जनसुलभ रखी जाती है। परिपत्र या आदेश में निर्देशात्मक शैली अपनाई जाती है, जबकि स्वीकार पत्र संक्षिप्त और विनम्र रूप में लिखा जाता है इसी कारण, विभिन्न प्रशासनिक पत्रों के लेखन के स्वरूप और प्रस्तुति में भी भिन्नता पाई जाती है। प्रस्तुत अध्याय में इन विशेष प्रकार के पत्रों की रूपरेखा, उनका प्रारूप तथा उनकी विशेषताओं को विस्तार से समझाया गया है, ताकि शासकीय कार्यालयों में होने वाले पत्राचार को व्यवस्थित, प्रभावी और औपचारिक मानकों के अनुरूप बनाया जा सके।

5.15 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

प्रश्न 1 का उत्तर- सरकार के किसी निर्णय अथवा महत्वपूर्ण जानकारी, जिसका बहुत अधिक प्रचार करने की आवश्यकता होती है, उसके लिए प्रेस विज्ञप्ति या प्रेस नोट जारी किया जाता है।

प्रश्न 2 का उत्तर- नियमों और प्रशासनिक आदेशों की घोषणा, शक्तियों का सौंपा जाना, राजपत्रित अधिकारियों की नियुक्ति, छुट्टी, तरक्की आदि का भारत के राजपत्र में प्रकाशित करके अधिसूचित करने के लिए इसका प्रयोग किया जाता है।

प्रश्न 3 का उत्तर-राष्ट्रपति की ओर से प्राप्त स्वीकृति (मंजूरी) की सूचना जब किसी मंत्रालय विभाग कार्यालय को देनी होती है तो राष्ट्रपति की ओर से यह मंजूरी पत्र लिखा जाता है।

प्रश्न 4 का उत्तर- परिपत्र

प्रश्न 5 का उत्तर- देश में सरकार को किसी अत्यंत राष्ट्रीय महत्व के विषय पर अपना निश्चय पर निर्णय प्रसारित करना होता है तो वह घोषणा निकालती है।

प्रश्न 6 का उत्तर- कार्यालय ज्ञापनका आशय यह है कि मंत्रालयों के आपसी पत्र-व्यवहार के लिए प्राय: ''कार्यालय ज्ञापन'' (Office Memorandum) का ही प्रयोग किया जाता है। इसमें पारंपरिक सरकारी पत्र की तरहप्रेषक, सेवा में, संबोधन आदि औपचारिकताओं का प्रयोग नहीं किया जाता। ज्ञापन का मसौदा सदाअन्य पुरुष (third person) में लिखा जाता है।



5.16 अधिक जानने के लिए पढ़ें

- शर्मा, रघुनन्दन प्रसाद। (2008). प्रयोजनमूलक हिन्दी. वाराणसी: विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- पाण्डेय, कैलाश नाथ। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- तरुण, रमेश। (2007). प्रयोजनमूलक हिन्दी. दिल्ली : अशोक प्रकाशन।
- श्रीवास्तव, अर्चना। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी: विविध आयाम. वाराणसी : विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- सोनटके, माधव। (2024). प्रयोजनमूलक हिन्दी. इलाहाबाद : लोकभारती प्रकाशन।
- तिवारी, भोला। मानक हिन्दी का स्वरूप. दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।
- बुंदेले, शंकर। प्रयोजनमूलक हिन्दी और अनुवाद. अमरावती: संत

गाडगे बाबा अमरावती विश्वविद्यालय।

- वासवानी, किशोर। राजभाषा हिंदी विवेचना और प्रयुक्ति. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- पाण्डेय, कै. ना. प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- दीक्षित, मीरा. (2013). हिन्दी भाषा. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।

5.17 अभ्यास प्रश्न

क) संक्षिप्त प्रश्नों के उत्तर लिखिए-

1. ज्ञापन क्या है?
2. क्या आदेश और अधिसूचना एक है?
3. परिपत्र क्या है?
4. सरकारी घोषणा क्या है?
5. प्राप्ति स्वीकार कौन और किसे भेजते है?
6. किसकी ओर से मंजूरी पत्र भेजा जाता है?
7. कार्यालय ज्ञापन और ज्ञापन में दो अंतर लिखिए?

ख) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लिखिए :

1. आदेश की रूप रेखा तैयार कीजिए।
2. अधिसूचना की रूप रेखा तैयार कीजिए।
3. प्रेस विज्ञप्ति के नियमों का उल्लेख कीजिए?
4. निविदा क्या है? एक रूपरेखा तैयार कीजिए।
5. तार क्या है? एक रूपरेखा तैयार कीजिए।
6. प्राप्ति स्वीकार क्या है उदाहरण सहित लिखिए।
7. सूचना को परिभाषित करते हुए तीन सूचनाओं का उदाहरण दीजिए।
8. कार्यालय ज्ञापन और ज्ञापन क्या है उदाहरण सहित लिखिए।

******

इकाई 6 : हिन्दी में आवेदन लेखन कला

इकाई की रूपरेखा

6.1 उद्देश्य
6.2 प्रस्तावना
6.3 आवेदन पत्र का अर्थ और परिभाषा
6.4 आवेदन पत्र का स्वरूप
6.5 आवेदन पत्र लिखते समय ध्यान रखने योग्य बातें
6.6 आवेदन और पत्राचार में अंतर
6.7 आवेदन पत्रों की रूपरेखा
6.8 आवेदन पत्रों का वर्गीकरण एवं कुछ नमूने
6.9 सारांश
6.10 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)
6.11 अधिक जानने के लिए पढ़ें
6.12 अभ्यास प्रश्न

6.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप –

- आवेदन क्या है? उसके रूप से परिचित हो पाएंगे।
- आवेदन के अर्थ को जान पाएंगे।
- आवेदन पत्र क्या है? यह समझकर परिभाषाओं को समझेंगे।
- आवेदन पत्र के स्वरूप को समझ सकेंगे।
- आवेदन के वर्गीकरण को जान पाएंगे।
- आवेदन के कुछ नमूने को भी देख पाएंगे।

6.2 प्रस्तावना

लेखन कला के अंतर्गत पत्र लेखन का विशेष महत्व है। पत्राचार मानव जीवन का एक आवश्यक अंग है, क्योंकि यह संवाद और संप्रेषण का प्रभावी

माध्यम है। पत्राचार के विभिन्न रूपों मेंआवेदन पत्र को अत्यंत महत्वपूर्ण स्थान प्राप्त है। यह केवल औपचारिक संवाद का साधन ही नहीं, बल्कि व्यक्ति की आवश्यकताओं, इच्छाओं और परिस्थितियों को सुव्यवस्थित रूप से प्रस्तुत करने का माध्यम भी है। व्यवसाय-व्यापार और सरकारी या अर्ध-सरकारी संगठनों के साथ पत्र-व्यवहार का एक रूप आवेदन पत्र भी है। आवेदन पत्र के माध्यम से आवेदक अपने विषय में कोई सूचना, जानकारी, आवास, अग्रिम धन या पदोन्नति चाहने की बात संबद्ध व्यक्ति अधिकारी तक पहुँचाता है। दैनंदिन के क्रिया-कलाप में प्राय: आवेदनपत्र या प्रार्थनापत्र लिखने की आवश्यकता पड़ती है। इन आवश्यकताओं में संगठन अथवा प्रतिष्ठान में किसी पद के लिए रिक्त स्थान पर नियुक्ति के लिए लिखे जाने वाले आवेदन पत्र भी शामिल हैं। वास्तव में विषय की प्रकृति के अनुसार आवेदनपत्र अनेक प्रकार के होते हैं। आवेदन ऐसा पत्र है जिसके माध्यम से किसी कार्यालय, कारखाने, फैक्ट्री या व्यावसायिक संस्थान या किसी संस्था में सेवा करने हेतु निवेदन किया जाता है। आवेदन पत्र लेखन की कला केवल भाषाई कौशल पर निर्भर नहीं करती, बल्कि इसमें तार्किकता, विनम्रता और विषयानुकूल प्रस्तुति की भी आवश्यकता होती है। एक ओर जहाँ इसमें भाषा की शुद्धता और स्पष्टता अनिवार्य है, वहीं दूसरी ओर इसकी शैली औपचारिक और सम्मानजनक होनी चाहिए। यही कारण है कि आवेदन पत्र लेखन को हिंदी भाषा और पत्राचार के अध्ययन में एक स्वतंत्र इकाई के रूप में स्थान दिया गया है। पस्तुत पाठ में आवेदन पत्र की परिभाषा और स्वरूप, आवेदन पत्र लिखते समय ध्यान रखने योग्य बातें, आवेदन और अन्य पत्राचार में अंतर, आवेदन पत्रों की रूपरेखा तथा वर्गीकरण सहित कुछ व्यावहारिक नमूनों का अध्ययन किया जाएगा। इसके माध्यम से छात्र न केवल आवेदन पत्र लेखन के तकनीकी पक्ष को समझ सकेंगे, बल्कि इसे व्यवहारिक जीवन में सही ढंग से प्रयोग करने में भी सक्षम होंगे।

6.3 आवेदन पत्र का अर्थ और परिभाषा

व्यवसाय, व्यापार तथा सरकारी या अर्ध-सरकारी संस्थानों में पत्र-व्यवहार का एक महत्वपूर्ण रूप आवेदन-पत्र भी है। इसके माध्यम से आवेदक अपनी आवश्यकता या अनुरोध-जैसे किसी सूचना की प्राप्ति, आवास की व्यवस्था, अग्रिम धन, पदोन्नति अथवा अन्य सुविधा-संबंधित अधिकारी तक पहुँचाता है।

दैनिक कार्यों में प्राय: आवेदन-पत्र अथवा प्रार्थना-पत्र लिखने की आवश्यकता पड़ती है। इसमें संस्थान या संगठन में किसी पद पर नियुक्ति के लिए रिक्त स्थान भरने हेतु दिए जाने वाले आवेदन-पत्र भी सम्मिलित होते हैं। वास्तव में, विषय और उद्देश्य के आधार पर आवेदन-पत्र के विभिन्न प्रकार हो सकते हैं। दूसरे शब्दों में, आवेदन-पत्र अपनी प्रकृति और प्रयोजन के अनुसार अलग-अलग रूप धारण कर सकता है। अंग्रेजी में आवेदनपत्र को Letter of application Reference and appointments कहा जाता है। आर. आर्नर के अनुसार, '' A letter of Application is a selling letter. It sells yours speciality, it sells your training, it sells your skill, your, knowledge, your service and ability.'' डॉ. भोलानाथ तिवारी भी आवेदनपत्र की इसी प्रकार की व्याख्या करते हुए कहते हैं, ऐसा पत्र, जिसके माध्यम से आवेदक किसी कार्यालय, कारखाने, फैक्ट्री या व्यावसायिक संस्थान या किसी संस्था में सेवा (नौकरी) करने हेतु निवेदन करता है, आवेदन पत्र या निवेदनपत्र कहलाता है। व्यावसायिक क्षेत्र में यह वास्तव में दृष्टि-विशेष के आधार पर एक विक्रय-पत्र (sales letter) होता है, क्योंकि जिस प्रकार विक्रेता विक्रय-पत्र के माध्यम से अपना माल बेचना चाहता है, उसी प्रकार आवेदनपत्र या प्रार्थनापत्र के माध्यम से आवेदक सेवाओं का विक्रय करना चाहता है। इस पत्र के माध्यम से आवेदक अपनी सेवाओं का विक्रय करना चाहता है। इस पत्र के माध्यम से आवेदक अपने गुण, कला, सेवाएँ, क्षमता एवं व्यक्रित्व को बेचने का प्रयास करता है। आवेदनपत्र व्यक्रि के व्यक्तित्व को वैशिष्टय प्रदान करता है। सरकारी अथवा गैर-सरकारी कार्यालयों/संस्थाओं में प्रस्तुत किए गए पत्र आवेदनपत्र कहलाते हैं।

आवेदन-पत्र सदा अपने से उच्च अधिकारी को संबोधित किए जाते हैं, अत: उसमें कुछ औपचारिकताओं का पालन किया जाना आवश्यक है। उनके लिखने की भी एक निर्धारित पद्धति है। आवेदन-पत्रों की भाषा सदा शिष्ट होनी चाहिए। उनमें शब्दों, अभिव्यक्तियों तथा विचारों में क्रमबद्धता होनी आवश्यक है। उनमें असंगत तर्को, लम्बे-लम्बे वाक्यों के साथ अतिश्योक्तियों एवं पुनरूक्तियों से भी बचना चाहिए। भाषा सरल और सुबोध और वाक्य छोटे-छोटे हों तो आवेदन अच्छा समझा जाता है। अपनी प्रार्थना को नम्र भावों में संयत ढगं से किन्तु संक्षेप में प्रकट कर देना सदा लाभदायक होता है। इस पत्र के माध्यम से आवेदन अपने गुण, कला, सेवाएँ, क्षमता एवं व्यक्तित्व को बेचने का प्रयास

करता है। आवेदनपत्र व्यक्ति के व्यक्तित्व को वैशिष्ट्य प्रदान करता है। सरकारी अथवा गैर-सरकारी कार्यालयों/ संस्थानों में प्रस्तुत किए गए पत्र आवेदनपत्र कहलाते हैं।

छोटे आवेदन-पत्रों को छोड़ कर अन्य आवेदनों के कलेवर को तीन भागों में बांटा जा सकता है-पहले भाग में प्रस्तावना रहती है जिसमें संक्षिप्त रूप में विषय को प्रस्तुत किया जाता है, दुसरे भाग में विषय से संबंधित मूल वक्तव्य होता है और तीसरे भाग में प्रार्थना निहित होती है।

बड़े आवेदनों को परिच्छेदों में बांट देना उचित होता है। इससे विषय (मामले) को परिच्छेदों में विभाजित करके प्रस्तुत करने से आवेदक तथा अधिकारी, दोनों कों ही मामले को समझाने एवं समझने की सुविधा होती है। यद्धपि इस संबंध में कोई विशेष नियम तो नही बनाया जा सकता, तथापि यह कहा जा सकता है कि आवेदन का परिच्छेद विभाजन व्यवहृत विषय पर निर्भर होता है। आवेदन पत्रों का तीन मुख्य भाग है-

1. शीर्ष भाग- इसमें जिस अधिकारी को आवेदन प्रस्तुत करना है, उसके पद का नाम, कार्यालय का नाम तथा स्थान लिखा जाता है। प्रारम्भ के बाएं कोने में 'सेवा में' लिखकर ही अधिकारी का पद लिखा जाना चाहिए। इस भाँति आवेदन पत्र के शीर्ष भाग का ढाँचा इस प्रकार होता है-

सेवा में,

निदेशक मोहदय,

पुलिस अनुसंधान एवं विकास ब्यूरो, (गृह मंत्रालय),

नई दिल्ली।

अन्य जगहों के लिए उपर्युक्त पदनाम एवं कार्यालय के नाम को बदल कर अन्य मंत्रालय या कार्यालय के नाम रखे जा सकते हैं, यथा-

सेवा में,

उपसचिव/ अवरसचिव/.....आदि

.....मंत्रालय/कार्यालय/ निदेशालय .....आदि

नई दिल्ली/ बम्बई/ लखनऊ .....आदि

2. मुख्य भाग- मुख्य भाग का आरम्भ आदर सूचक शब्द के संबोधन से किया जाता है। यदि किसी सरकारी अधिकारी को आवेदन-पत्र संबोधित

करना है, तो प्रारंभ में 'महोदय' लिखा जाना चाहिए। यदि किसी गैर सरकारी व्यक्ति को आवेदन-पत्र संबोधित करना है तो 'प्रिय महोदय' और किसी संस्था या फर्म को संबोधित करना है, तो 'प्रिय महानुभाव' शब्द लिखे जाने चाहिए। आवेदनपत्र का आरंभ विनयसूचक शब्दों से किया जाता है। इसके लिए आरम्भ में ये शब्द लिखे जाते है-

'सविनय/सादर/नम्र निवेदन है.....' इसके पश्चात आवेदन की विषय-वस्तु में प्रार्थना अथवा संबंधित विषय का ब्यौरा रहता है। आवेदन के अंत में आभार सूचक शब्द लिखना शिष्टता की दृष्टि से आवश्यक है। इसके वाक्य लिखे जाते हैं-

क) आशा है आप मेरी प्रार्थना स्वीकार कर कृतार्थ / अनुगृहीत करेंगे।

ख) 'आपकी इस कृपा के लिए मैं सदा आभारी रहूँगा।'

ग) 'मैं आपका बहुत आभारी होऊँगा यदि आप ..... प्रदान करने की कृपा करेंगे।'

घ) 'आपसे प्रार्थना है कि मुझे .....की अनुमति देने की कृपा करें।'

ङ) 'निवेदन है कि ..... की अनुज्ञा देकर मुझे कृतार्थ करें।'

च) 'सधन्यवाद'

3. अधोभाग- आवेदन समाप्त करने के पश्चात 'अधोलेख' में नीचे दाईं ओर 'भवदीय' शब्द का प्रयोग किया जाता है। इसके नीचे आवेदक (प्रार्थी) के हस्ताक्षर और कोष्ठक में पूरा नाम दिया जाता है। सरकारी अधिकारियों द्वारा लिखे जाने वाले आवेदनों अथवा प्रार्थना-पत्रों मे आवेदक के नाम के नीचे उसका पदनाम भी दिया जाना चाहिए। आवेदक को अपना पूरा पता तथा आवेदनपत्र भेजने की तिथि नीचे बाईं ओर देनी चाहिए।

6.4 आवेदन पत्र का स्वरूप

आवेदन-पत्र को व्यवस्थित और औपचारिक रूप देने के लिए इसे सामान्यत: कुछ निश्चित बिंदुओं के अनुसार लिखा जाता है। ये बिंदु निम्नलिखित हैं—

1. प्रारंभ-पत्र की शुरुआत में बाईं ओर 'सेवा में' लिखना चाहिए। इसके ठीक नीचे अगली पंक्ति में जिस व्यक्ति या अधिकारी को पत्र भेजा जा रहा है, उसका नाम, पदनाम तथा पूरा विभागीय पता स्पष्ट रूप से अंकित

करना आवश्यक है।

2. विषय- उसके बाद 'विषय' शीर्षक देकर संक्षिप्त शब्दों में यह उल्लेख करना चाहिए कि किस पद या कार्य के लिए आवेदन किया जा रहा है।

3. संबोधन -'सेवा में' के ठीक नीचे बाईं ओर 'महोदय'/'महोदया' जैसे संबोधन सूचक शब्द लिखकर उनके बाद अल्प विराम (,) का प्रयोग किया जाता है।

4. शिष्टाचार द्योतक शब्द- मुख्य विषय प्रारंभ करने से पहले संबोधन के नीचे 'प्रार्थना है','सविनय निवेदन है','विनम्र निवेदन है'जैसे विनम्रता सूचक वाक्य लिखे जाते हैं, ताकि पत्र की भाषा औपचारिक और शिष्ट बनी रहे।

5. मुख्य विषय- आवेदन- पत्र के मध्य भाग में मुख्य विवरण संक्षेप और स्पष्ट रूप से लिखा जाता है। यहाँ यह बताया जाता है कि आवेदक किस पद के लिए, किस कारण से या किस योग्यता के आधार पर आवेदन कर रहा है। अंत में विषय का सार अत्यंत शिष्टता के साथ दोबारा संकेत किया जाता है।

6. अर्हताएँ और अनुभव- जिस पद के लिए आवेदन किया जा रहा है, उसकी अपेक्षित शैक्षणिक योग्यता, तकनीकी दक्षता, अनुभव आदि को क्रमबद्ध रूप में अंकित करना चाहिए।

7. समापन सूचक शब्द- पत्र समाप्त करते समय दाईं ओर 'भवदीय'/'भवदीया','प्रार्थी'/'प्रार्थिनी','भवनिष्ठ' जैसे शब्दों का प्रयोग किया जाता है और उनके बाद अल्पविराम लगाया जाता है।

8. नाम और पता- समापन सूचक शब्दों के नीचे आवेदक को अपने हस्ताक्षर करने चाहिए। हस्ताक्षर के ठीक नीचे अपना पूरा नाम और स्थायी पतास्पष्ट अक्षरों में लिखना आवश्यक है।

9. तिथि- पत्र के प्रारंभ में प्रेषक के पते के बाईं ओर आवेदन लिखने की तारीख अंकित होनी चाहिए।

10. संलग्न-यदि आवेदन-पत्र के साथ प्रमाण-पत्रों, अनुभव-पत्रों या अन्य दस्तावेजों की प्रतिलिपियाँ संलग्न की जा रही हों, तो अंत में 'संलग्न' शीर्षक के अंतर्गत उनका स्पष्ट उल्लेख करना चाहिए।

6.5 आवेदन पत्र लिखते समय ध्यान रखने योग्य बातें

आवेदन पत्र लिखते समय कुछ बातों का विशेष ध्यान रखना आवश्यक होता है जो निम्नलिखित हैं-

1. भाषा की शुद्धता- पत्र की भाषा शुद्ध, सरल और व्याकरण की दृष्टि से सही होनी चाहिए। कठिन और जटिल शब्दों की बजाय सामान्य और प्रचलित शब्दों का प्रयोग करना उचित है। गलत वर्तनी या व्याकरण संबंधी त्रुटियाँ आवेदन पत्र को कमजोर बना देती हैं। उदाहरण-

गलत- मैं अपने ऑफिस से छुट्टी लेना चाहता हूँ क्यूँकि मैं बहुत थक गया हूँ।

सही- मैं स्वास्थ्य संबंधी कारणों से अवकाश हेतु प्रार्थना करता हूँ।

2. संक्षिप्तता और स्पष्टता- आवेदन पत्र बहुत लंबा या अनावश्यक विवरणों से भरा नहीं होना चाहिए। वाक्य छोटे, सीधे और स्पष्ट हों, ताकि पढ़ने वाले को तुरंत आशय समझ आ जाए। विषय से असंबंधित या बार-बार दोहराई गई बातें पत्र की प्रभावशीलता को कम कर देती हैं। उदाहरण-

गलत- मुझे कई व्यक्तिगत और पारिवारिक कारणों से कुछ दिनों के लिए अवकाश की आवश्यकता पड़ रही है, इसलिए मैं आपसे निवेदन करता हूँ कि मुझे अवकाश प्रदान करने की कृपा करें।

सही - मैं 3दिन (10 से 15 जुलाई) का अवकाश व्यक्तिगत कारणों से चाहता हूँ। कृपया स्वीकृति प्रदान करने की कृपा करें।

3. शिष्टाचार और औपचारिकता- पत्र में हमेशा सम्मानजनक और विनम्र भाषा का प्रयोग करना चाहिए। संबोधन, पदनाम और समापन में औपचारिकता होनी चाहिए। आवेदन पत्र का अंत धन्यवाद, सादर निवेदन है या आपका आज्ञाकारी जैसे शब्दों से होना उपयुक्त माना जाता है। आदेशात्मक या कठोर भाषा की बजाय विनम्र और अनुरोधात्मक शैली अपनानी चाहिए। उदाहरण-

गलत- मुझे छुट्टी चाहिए, आप मंजूर कर दीजिए।

सही- आपसे विनम्र निवेदन है कि कृपया मुझे तीन दिन का अवकाश प्रदान करने की कृपा करें।

6.6 आवेदन और पत्राचार में अंतर

असल में आवेदन एक प्रकार का औपचारिक पत्र होता है, जिसे किसी विशेष उद्देश्य जैसे—छुट्टी माँगने, नौकरी के लिए, प्रमाणपत्र के लिए या किसी सुविधा की मांग हेतु लिखा जाता है। इसमें अनुरोध या प्रार्थना की जाती है। जैसे अवकाश, सहायता, प्रमाणपत्र आदि। आवेदन में हमेशा औपचारिक और विनम्र भाषा का प्रयोग होता है।

दूसरी ओर पत्राचार का अर्थ है पत्रों के माध्यम से सूचना, विचार, या भावना का आदान-प्रदान। यह औपचारिक (सरकारी, व्यावसायिक) या अनौपचारिक (मित्रों, रिश्तेदारों से) हो सकता है। पत्राचार व्यापक शब्द है जिसमें सभी प्रकार के पत्र शामिल होते हैं। जानकारी देना, संवाद करना, विचार साझा करना या किसी विषय पर चर्चा करना। पत्राचार की भाषा पत्र के प्रकार पर निर्भर करती है—औपचारिक या अनौपचारिक हो सकती है।



अपनी प्रगति जांचें

1. आवेदन पत्रों के मुख्य भाग कितने प्रकार के है?
2. पत्राचार औपचारिक है या अनौपचारिक?
3. आवेदन-पत्र किसे संबोधित किए जाते हैं?
4. पत्राचार की भाषा किस पर निर्भर करती है?
5. आवेदन समाप्त करने के पश्चात 'अधोलेख' में नीचे दाईं ओर किस शब्द का प्रयोग किया जाता है?

6.7 आवेदन पत्रों की रूप रेखा

सेवा में,

निदेशक/उपसचिव/अवरसचिव,

.....मंत्रालय/ कार्यालय/ विभाग/निदेशालय,

.....(स्थान)।

महोदय,

सादर/सविनय निवेदन है कि .....

.....

.....

आशा है आप मेरी प्रार्थना स्वीकार कर मुझे कृतार्थ करेंगे।

भवदीय

(नाम)

पदनाम

संलग्नक .....

दिनांक .....



महत्वपूर्ण बिंदु

आधुनिक समय में आवेदन पत्र समय के साथ संचार माध्यमों और तकनीक में क्रांतिकारी बदलाव आए हैं। पहले जहाँ आवेदन पत्र केवल हस्तलिखित या प्रिंट रूप में प्रस्तुत किए जाते थे, वहीं आज के डिजिटल युग में आवेदन पत्र का स्वरूप और शैली दोनों बदल गए हैं।

ऑनलाइन आवेदन–इस प्रक्रिया से आवेदन पारदर्शी, तेज और समय की बचत करने वाला हो गया है।

ई–मेल के माध्यम से आवेदन–इसके द्वारा व्यक्ति किसी भी संस्था या अधिकारी तक तुरंत अपना आवेदन पहुँचा सकता है।

डिजिटलीकरण और औपचारिक भाषा का प्रयोग–डिजिटल प्लेटफॉर्म पर आवेदन करते समय औपचारिक भाषा का पालन अनिवार्य है। संक्षिप्त शब्दावली, इमोज़ी या अनौपचारिक शैली का उपयोग स्वीकार्य नहीं है। साथ ही ऑनलाइन आवेदन में वर्तनी की शुद्धता, ई–मेल का सही प्रारूप, और तकनीकी निर्देशों (जैसे–PDF फॉर्मेट, निर्धारित साइज के दस्तावेज आदि) का पालन करना आवश्यक होता है।

6.8 आवेदन पत्रों का वर्गीकरण एवं कुछ नमूने

आवेदन पत्रों/प्रार्थना–पत्रों को विषय–वस्तु की एकरूपता के आधार पर तीन वर्गों में विभाजित किया जा सकता है– पहले वर्ग में कार्यालय के कार्य से संबंधित समस्याओं को जैसे विभिन्न प्रकार की छुट्टियों, स्थानान्तरण, वेतन

या पदनाम में परिवर्तन, स्थायीकरण, सामान्य भाविष्य निधि के हिसाब में गड़बड़ी, सरकारी मकान का आवंटन आदि को रखा जा सकता है, दूसरे वर्ग में वेतन तथा धन संबंधि समस्याएँ, जैसे वेतन वृद्धि, वार्षिक वेतनवृद्धि, समयोपरि भत्ते, विशेष वेतन वृद्धि, पदोन्नति, वरिष्ठता, विभिन्न प्रकार के अग्रिम धन तथा विभिन्न प्रकार के भुगतानों को रखा जा सकता है और तीसरे वर्ग में पारिवारिक-व्यावसायिक, संपादक के नाम पत्र, निमंत्रण पत्र आदि को रखा जा सकता है ।

आवेदन लिखे जाने पत्रों के कुछ नमूने

अल्प-कालीन अवधि की छुट्टी के लिए

निवेदन है कि मेरी माताजी काफी समय से अस्वस्थ चल रहीं हैं। उन्हें पेट की बीमारी है। अभी तक उनका इलाज घर पर ही हो रहा था, किन्तु अब गुवाहाटी अस्पताल के डॉक्टरों की राय से उन्हें अस्पताल में भरती कराना पड़ा है। मुझे नित्य ही प्रातःकाल 10 बजे उनके वहां खाना पहुँचाना पड़ेगा। प्रतिदिन एक घंटे देर से आने की अनुमति देने की कृपा करें।

सधन्यवाद

आकस्मिक अवकाश के लिए

निवेदन है कि वर्षा में भीग जाने के कारण मैं रात से ज्वर से पीड़ित हूँ, अतः आज कार्यालय में उपस्थित होने में असमर्थ रहूँगा। कृपया आज का आकस्मित अवकाश प्रदान कर मुझे कृतार्थ करें।

सधन्यवाद,

प्रतिपूरक छुट्टी के लिए

सविनय निवेदन है कि मैंने गत दूसरे शनिवार की छुट्टी के दिन तथा रविवार को कार्यालय में आकर कार्य किया था। इस संबंध में मुझसे यह कहा गया था कि समयोपरि भत्ते के स्थान पर इन दोनों दिनों के कार्य के बदले में मुझे दो प्रतिपूरक छुट्टियाँ प्रदान की जाएंगी। कृपया मुझे अब दूसरे शनिवार एवं रविवार को कार्य करने के बदले में दिनांक ....तथा ..... की प्रतिपूरक छुट्टी प्रदान कर कृतार्थ करें।

सधन्यवाद

आवेदन पत्रों कुछ पत्र एक जैसा ही लिखे जाते है–स्थानांतरण से संबंधित, कार्य परिवर्तन के लिए, पहचान पत्र के लिए आदि।

नियुक्ति की अधिसूचना निकालने के लिए

मेरी सहायक शिक्षा अधिकारी से पदोन्नति होकर सहायक निदेशक के रूप में नियुक्ति दो मास पूर्व हुई थी और नियुक्ति के तुरन्त बाद ही मैने नए पद का कार्यभार संभाल लिया था। किन्तु मेरी नियुक्ति की अधिसूचना अभी तक प्रकाशित नहीं हुई है, जिससे मेरा वेतन रुका हुआ है। आपसे निवेदन है कि अधिसूचना शीघ्र निकाल दी जाए जिससे मुझे वेतन मिल सके।

सधन्यवाद,

बच्चों के शैक्षिक भत्ते के लिए

सादर निवेदन है कि मेरा पुत्र ..... अब तक गुवाहाटी के कॉटन कॉलेज में..... कक्षा में पड़ रहा था। इस वर्ष वह उच्च शिक्षा के लिए ..... चला गया है। निवेदन है कि मुझे उसके लिए नियत दर दे बच्चों का शैक्षिक भत्ता देने की कृपा की जाए। इस समय ..... मूल वेतन .....रू. है। निर्धारित फार्म में बच्चों से संबंधित अपेक्षित सूचनाओं के साथ–साथ सभी प्रमाण पत्र एवं कॉलेज के प्रधानाध्यापक का प्रमाण–पत्र भी इस आवेदन पत्र के साथ संलग्र है।

चिकित्सा प्रतिपूर्ति के लिए

निवेदन है कि अपनी बहन की बीमारी के दौरान उसके इलाज पर हुए व्यय के संबंध में सरकारी अस्पताल के प्राधिकृत चिकित्सक से प्रमानित ..... रू. का बिल मैंने दिनांक .....को रोक? अनुभाग को प्रस्तुत किया था। इसका भुगतान दो मास के गुजर जाने कर बाद भी अभी तक नहीं हुआ है। आपसे अनुरोध है कि कृपया इसका भुगतान शीघ्र कराने का कष्ट करें।



6.9 सारांश

आवेदन पत्र एक ऐसा औपचारिक पत्र है जिसे किसी संस्था, कार्यालय

या अधिकारी को विशेष उद्देश्य की पूर्ति के लिए लिखा जाता है। इसका मुख्य प्रयोजन किसी कार्य की स्वीकृति, अनुमति या सुविधा प्राप्त करना होता है। इसकी भाषा शिष्ट, सरल और स्पष्ट होनी चाहिए ताकि सामने वाला तुरंत विषय को समझ सके। आवेदन-पत्र किसी पद, अवसर या कार्य के लिए औपचारिक अनुरोध प्रस्तुत करने का माध्यम है। यह स्पष्ट, सुव्यवस्थित और शिष्ट भाषा में लिखा जाता है ताकि पाठक पर सकारात्मक प्रभाव पड़े। आवेदन-पत्र केवल नौकरी के लिए ही नहीं, बल्कि कार्यालयीन कार्यवाही जैसे छुट्टी, स्थानांतरण, वेतन वृद्धि, अग्रिम राशि, आवास आवंटन आदि से जुड़े विषयों के लिए भी लिखे जाते हैं। इनकी विविधता समय, परिस्थिति और विषय के अनुसार बदलती रहती है। आवेदन-पत्र का वर्गीकरण कई आधारों पर किया जा सकता है, जैसे- विषय के आधार पर, उद्देश्य के आधार पर या औपचारिकता के स्तर पर। प्रमुख तत्व इस प्रकार हैं-प्रारंभ, विषय, संबोधन और शिष्टाचार शब्द, मुख्य विषय, समापन सूचक शब्द, हस्ताक्षर, नाम, पता, तिथि,संलग्नक। अत:आवेदन-पत्र एक औपचारिक दस्तावेज है जो उचित प्रारूप, स्पष्ट भाषा और विनम्र शैली में लिखा जाता है। इसकी प्रकृति और प्रारूप विषय तथा आवश्यकता के अनुसार बदलते हैं, जिससे यह सुनिश्चित हो सके कि संबंधित अधिकारी तक आवेदक की योग्यता, उद्देश्य और अनुरोध सही रूप से पहुँच सके। आवेदन पत्र लिखते समय ध्यान रखने योग्य बातें भी अत्यंत महत्वपूर्ण हैं। पत्र की भाषा शुद्ध, संक्षिप्त और विनम्र होनी चाहिए। अनावश्यक विवरणों से बचना चाहिए तथा विषय स्पष्ट और सीधे ढंग से प्रस्तुत करना चाहिए। शिष्टाचार और औपचारिकता का पालन करने से पत्र का प्रभाव बढ़ता है। आवेदन पत्रों का वर्गीकरण भी किया जाता है। यह व्यक्तिगत आवेदन (जैसे- अवकाश, छात्रवृत्ति, प्रवेश हेतु आवेदन), व्यावसायिक आवेदन (जैसे- नौकरी, पदोन्नति, सेवा-संबंधी आवेदन) और सरकारी/आधिकारिक आवेदन (जैसे- अनुदान, लाइसेंस, सुविधा प्राप्ति हेतु आवेदन) आदि प्रकारों में विभाजित किया जा सकता है। प्रत्येक वर्ग में विषय और शैली का चयन प्रसंग के अनुसार किया जाता है।

अत: आवेदन पत्र लेखन एक ऐसी कला है जिसमें औपचारिक भाषा, विनम्र शैली और व्यवस्थित रूपरेखा का संतुलन आवश्यक है। सही स्वरूप, उचित शिष्टाचार और स्पष्ट अभिव्यक्ति से लिखा गया आवेदन पत्र न केवल

उद्देश्य की पूर्ति में सहायक होता है, बल्कि लेखक की व्यक्तित्वगत छवि को भी प्रभावशाली बनाता है।

6.10 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

प्रश्न 1 का उत्तर- मुख्य भाग तीन प्रकार के हैं।

प्रश्न 2 का उत्तर- औपचारिक (सरकारी, व्यावसायिक) और अनौपचारिक दोनों प्रकार के हो सकते हैं।

प्रश्न 3 का उत्तर- आवेदन-पत्र सदा अपने से उच्च अधिकारी को संबोधित किए जाते हैं।

प्रश्न 4 का उत्तर- पत्राचार की भाषा पत्र के प्रकार पर निर्भर करती है।

प्रश्न 5 का उत्तर- आवेदन समाप्त करने के पश्चात 'अधोलेख' में नीचे दाईं ओर 'भवदीय' शब्द का प्रयोग किया जाता है।



6.11 अधिक जानने के लिए पढ़ें

- शर्मा, रघुनन्दन प्रसाद। (2008). प्रयोजनमूलक हिन्दी. वाराणसी: विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- पाण्डेय, कैलाश नाथ। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- तरुण, रमेश। (2007). प्रयोजनमूलक हिन्दी. दिल्ली: अशोक प्रकाशन।
- श्रीवास्तव, अर्चना। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी: विविध आयाम. वाराणसी: विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- सोनटके, माधव। (2024). प्रयोजनमूलक हिन्दी. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- तिवारी, भोला। मानक हिन्दी का स्वरूप. दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।
- बुंदेले, शंकर। प्रयोजनमूलक हिन्दी और अनुवाद. अमरावती: संत गाडगे बाबा अमरावती विश्वविद्यालय।
- वासवानी, किशोर। राजभाषा हिंदी विवेचना और प्रयुक्ति. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।

- पाण्डेय, कै. ना. प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- दीक्षित, मीरा. (2013). हिन्दी भाषा. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।



6.12 अभ्यास प्रश्न

क) संक्षिप्त प्रश्नों के उत्तर लिखिए-

1. आवेदन से आप क्या समझते है?
2. आवेदन के अर्थ पर प्रकाश डालिए।
3. आवेदन पत्रों/प्रार्थना-पत्रों को विषय-वस्तु की एकरूपता के आधार कितने वर्गो में विभाजित किया जा सकता है?
4. पत्राचार का अर्थ क्या है?
5. आवेदन पत्र के शीर्ष भाग में क्या लिखा जाता है?
6. आवेदन पत्र के अधो भाग में क्या लिखा जाता है?

ख) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लिखिए:

1. आवेदन का वर्गीकरण कीजिए।
2. आवेदन का नमूना तैयार कीजिए।
3. नियुक्ति की अधिसूचना निकलने हेतु एक रूपरेखा प्रस्तुत कीजिए।
4. NSS कार्य हेतु दो दिन कि छुट्टी की प्रार्थना के लिए अपने हिंदी विभाग के प्रधानाचार्य को एक आवेदन लिखिए।
5. आवेदन पत्र के स्वरूप को स्पष्ट कीजिए।
6. आवेदन पत्र का परिभाषा देते हुए आवेदन पत्र का अर्थ स्पष्ट कीजिए।

******

इकाई 7 : हिन्दी पत्रकारिता

इकाई की रूपरेखा

7.1 उद्देश्य
7.2 प्रस्तावना
7.3 पत्रकारिता का स्वरूप
7.4 पत्रकारिता का प्रकार
7.5 पत्रकारिता का उद्भव एवं विकास
7.6 सारांश
7.7 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)
7.8 अधिक जानने के लिए पढ़ें
7.9 अभ्यास प्रश्न

7.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप-

- पत्रकारिता के स्वरूप को समझने में सहायता होगी।
- पत्रकारिता का सामान्य परिचय जान पाएंगे।
- पत्रकारिता का अर्थ एवं परिभाषा जान सकेंगे।
- पत्रकारिता के प्रकार एवं स्वरूप को जान पाएंगे।
- पत्रकारिता के उद्भव और विकास को जान पाएंगे।
- पत्रकारिता से जुड़े महान व्यक्तियों से परिचित हो सकेंगे।

7.2 प्रस्तावना

आज का युग मीडिया का है। मीडिया यानी माध्यम। माध्यम यानी संचार। संचार यानी पत्रकारिता। पत्रकारिता का सामान्य अर्थ सूचना देना होता होता है। जब किसी घटना के तथ्य को उसकी सम्पूर्णता में दूसरों तक पहुँचाया जाता है तो उसे पत्रकारिता कहा जाता है। संचार शब्द की अर्थव्यवस्था भी लगभग वैसी ही है जैसी पत्रकारिता की। संचार का अर्थ है-घटना को जन-सामान्य तक संचरित करना या संप्रेक्षित करना। मीडिया को आजकल प्राय: इन सभी शब्दों से ज्यादा स्वीकृति मिल गई है। यह माध्यम जिससे किसी घटना, परिस्थिति या भावना / संस्कृति को समान रूप से सबके बीच पहुँचाया

जाए उसे मीडिया कहते हैं। मुद्रित जन-माध्यमों का सर्वाधिक लोकप्रिय माध्यम समाचार पत्र और उसके बाद विभिन्न प्रकार की पत्र-पत्रिकाएँ हैं। पत्रकारिता से परिचय कराने की दृष्टि से प्रस्तुत अध्याय पत्रकारिता: अर्थ, परिभाषा एवं क्षेत्र में पत्रकारिता शब्द का अर्थ पत्रकारिता कार्य से आशय एवं पत्रकारिता की परिभाषाओं की चर्चा की गई है। इस पाठयक्रम का मुख्य उद्देश्य विभिन्न क्षेत्रों में प्रयोजनमूलक हिन्दी के प्रति जागरूकता लाना है। इस अध्याय मे पत्रकारिता और पत्रकार के रिश्ते, पत्रकार के गुण, पत्रकार की योग्यता एवं उत्तरदायित्व पत्रकारिता के क्षेत्र की चर्चा भी सविस्तार से की गई है।

7.3 पत्रकारिता का स्वरूप

'पत्रकारिता' शब्द का जन्म संस्कृत भाषा के 'पत्र' शब्द में 'क' (करना) धातु, जिन + तल् + टाप् प्रत्ययों के योग से हुआ है, जिसका आशय होता है- पत्र-पत्रिकाओं के लिए समाचार और लेख आदि लिखना। इधर, उर्दू में पत्रकारिता को 'खबरनवीसी' कहते हैं। इबरनवीसी या पत्रकारिता के लिए अंग्रेजी में 'जर्नलिज्म' शब्द का इस्तेमाल किया जाता है। मानव जीवन में पत्रकारिता अपने महत्वपूर्ण स्थान और उच्च आदर्शों के पालन के लिए सदैव अपनी पहचान बनाती आ रही है। भारत में पत्रकारिता का इतिहास लगभग दो सौ वर्ष का है। आज 'पत्रकारिता' शब्द हमारे लिए कोई नया शब्द नहीं है। सुबह होते ही हमें अखबार की आवश्यकता होती है, फिर सारे दिन रेडियो, दूरदर्शन, इंटरनेट एवं सोशल मीडिया क माध्यम से समाचार प्राप्त करते रहते हैं। साथ ही रेडियो, टीवी और सोशल मीडिया सुबह से लेकर रात तक हमारे मनोरंजन के अतिरिक्त अन्य कई जानकारियों से परिचित कराते हैं। इसके साथ ही विज्ञापन ने हमें उपभोक्ता संस्कृति से जोड़ दिया है। कुल मिलाकर पत्रकारिता के विभिन्न माध्यम जैसे समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट, सोशल मीडिया ने व्यक्ति से लेकर समूह तक और देश से लेकर सारे विश्व को एकसूत्र में बाध दिया है। इसके परिणाम स्वरूप पत्रकारिता आज राष्ट्रीय स्तर पर विचार, अर्थ, राजनीति और यहां तक कि संस्कृति को भी प्रभावित करने में सक्षम हो गई है।

मनुष्य का सहज प्रवृत्ति है कि वह अपने आसपास की चीजों, घटनाओं और लोगों के बारे में ताजा जानकारी रखना चाहता है। उसमें जिज्ञासा का भाव

प्रबल होता है। यही जिज्ञासा समाचार और व्यापक अर्थ में पत्रकारिता का मूल तत्व है । पत्रकारिता शब्द अंग्रेजी के 'जर्नलिज्म' का हिन्दी रूपांतर है। शब्दार्थ की दृष्टि से 'जर्नलिज्म' शब्द 'जर्नल' से निर्मित है और इसका अर्थ है 'दैनिकी', 'दैनन्दिनी', 'रोजनामचा' अर्थात जिसमें दैनिक कार्यों का विवरण हो। आज जर्नल शब्द 'मैहजीन', समाचार पत्र', 'दैनिक अखबार' का द्योतक हो गया है। 'जर्नलिज्म' यानी पत्रकारिता का अर्थ समाचार पत्र, पत्रिका से जुड़ा व्यवसाय, समाचार संकलन, लेखन, संपादन, प्रस्तुतीकरण, वितरण आदि होगा। आज के युग में पत्रकारिता के अभी अनेक माध्यम हो गये हैं, जैसे–अखबार, पत्रिकाएँ, रेडियो, दूरदर्शन, वेब–पत्रकारिता, सोशल मीडिया, इंटरनेट आदि।

हिन्दी में भी पत्रकारिता का अर्थ भी लगभग यही है। पत्र से पत्रकार और फिर पत्रकारिता से इसे समझा जा सकता है। वृहत हिन्दी शब्दकोश के अनुसार पत्र का अर्थ चिट्ठि, कागज, वह कागज जिस पर कोईबात लिखि या छपी हो, वह कागज या धातु की पट्टी जिस पर किसी व्यवहार के विषय में कोई प्रामाणिक लेख लिखा या खुदवाया गया हो (दानपत्र, ताम्रपत्र), किसी व्यवहार या घटना के विषय का प्रमाणरूप लेख, दस्तावेज, यान वाहन, समाचार पत्र, अखबार है। पत्रकारिता का अर्थ है घटना, विषय आदि का विवेचन करनेवाली विद्या।

किसी घटना की रिपोर्ट समाचार है जो व्यक्ति, समाज एवं देश दुनिया को प्रभावित करती है। इसके साथ ही इसका उपरोक्त से सीधा संबंध होता है। इस कर्म से जुड़े मर्मज्ञ विभिन्न मनीषियों द्वारा पत्रकारिता को अलग–अलग शब्दों में परिभाषित किए हैं। पत्रकारिता के स्वरूप को समझने के लिए यहँ कुछ महत्वपूर्ण परिभाषाओं का उल्लेख किया जा रहा है–

1. **न्यू वेबस्टर्स डिक्शनरी**– प्रकाशन, सम्पादन, लेखन एवं प्रसारणयुक्त समाचार माध्यम का व्यवसाय ही पत्रकारिता है।
2. **विल्वर श्रम**– जनसंचार माध्यम दुनिया का नक्शा बदल सकता है।
3. **हिन्दी शब्द सागर**– पत्रकार का काम या व्यवसाय ही पत्रकारिता है।
4. **डॉ. अर्जुन तिवारी**– ज्ञान और विचारों को समीक्षात्मक टिप्पणियों के साथ शब्द, ध्वनि तथा चित्रों के माध्यम से जन–जन तक पहुँचाना ही पत्रकारिता है। यह वह विद्या है जिसमें सभी प्रकार के पत्रकारों के कार्यों, कर्तव्यों और लक्ष्यों का विवेचन होता है। पत्रकारिता समय के साथ–साथ समाज की दिग्दर्शिका और नियामिका है।

5. **डॉ.बद्रीनाथ कपूर**– पत्रकारिता पत्र–पत्रिकाओं के लिए समाचार लेख आदि एकत्रित करने, सम्पादित करने, प्रकाशन आदेश देने का कार्य है।
6. **डॉ. शंकरदयाल शर्मा**– पत्रकारिता एक पेशा नहीं है बल्कि यह तो जनता की सेवा का माध्यम है। पत्रकारों को केवल घटनाओं का विवरण ही पेश नहीं करना चाहिए, आम जनता के सामने उसका विश्लेषण भी करना चाहिए। पत्रकारों पर लोकतांत्रिक परम्पराओं की रक्षा करने और शांति एवं भाईचारा बनाए रखने की भी जिम्मेदारी आती है।

पत्रकार में कुछ गुण ऐसे होना चाहिए जो उसे सफल पत्रकार बना सकता है उसमें सक्रियाता, विश्वासपात्रता, वस्तुनिष्ठता, विश्लेषणात्मक क्षमता, भाषा पर अधिकार होना चाहिए।



महत्वपूर्ण बिंदु

- भारत में पत्रकारिता की शुरुआत 1780 ई. मेंजेम्स ऑगस्टस हिक्की के अंग्रेज़ी अख़बार बंगाल गज़टसे मानी जाती है।
- हिन्दी पत्रकारिता का शुभारंभ 1826 में पंडित जुगल किशोर शुक्ल द्वारा प्रकाशित ''उदन्त मार्तण्ड'' से हुआ।
- स्वतंत्रता संग्राम के समय पत्रकारिता ने जागरूकता, संगठन और संघर्ष में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई।
- स्वतंत्रता के बाद पत्रकारिता ने लोकतंत्र के चौथे स्तंभ के रूप में खुद को स्थापित किया और आधुनिक समय में यह प्रिंट, रेडियो, टेलीविज़न और डिजिटल मीडिया तक विस्तृत हो गई।

7.4 पत्रकारिता का प्रकार

पत्रकारिता जीवन का स्पंदन है। विभिन्न तरह के अनुभवों का उच्चतर संश्लेष है। समय के परदों को लाँघकर यह घूस के रूप में नोटों का बंडल ले रहे हाथों को पकड़ती है, तो निर्लज्ज और निश्चिंत हो चुकी घाघ सत्ता को उसकी हैसियत की ओर इशारा करती है। पश्तौर लाचार हो चुके व्यक्ति को जीवन के गर्भानाल से जोड़ती है। कुल मिलाकर इसका चरित्र विविध धर्मी

और बहुआयामी है। इसका समकालीन चरित्र बदला है। इसे अब गुलाब के साथ आलू की भी चिन्ता होती है। आज यह अपने द्युति और आभामय निष्पक्ष तेवर के कारण आग का मौन दर्प हो चुकी है। राजनीति, समाज, धर्म, खेल, व्यापार, सूचना, शिक्षा, संसद के साथ-साथ ग्राम्य समाज की छवियों का भी ध्वन्यंकन करती है। आज यह अपनी नई भूमिका में विचारों की नई पैरहन के साथ खड़ी हुई है। अत: इस आधार पर पत्रकारिता के क्षेत्र और क्षितिज का विस्तार हुआ है आधुनिक युग में जितने भी क्षेत्र हैं सबके सब पत्रकारिता के भी क्षेत्र हैं, चाहे वह राजनीति हो या न्यायालय या कार्यालय, विज्ञान हो या प्रौद्योगिकी हो या शिक्षा, साहित्य हो या संस्कृति या खेल हो या अपराध, विकास हो या कृषि या गांव, महिला हो या बाल या समाज, पर्यावरण हो या अंतरिक्ष या खोज। इन सभी क्षेत्रों में पत्रकारिता की महत्ता एवं उपादेयता को सहज ही महसूस किया जा सकता है। दूसरी बात यह कि लोकतंत्र में इसे चौथा स्तंभ कहा जाता है। ऐसे में इसकी पहुंच हर क्षेत्र में हो जाता है। इस बहु आयामी पत्रकारिता के कितने प्रकार हैं उस पर विस्तृत रूप से चर्चा की जा रही है।

खोजी या पत्रकारिता:

खोजी पत्रकारिता वह है जिसमें आमतौर पर सार्वजनिक महत्व के मामले जैसे, भ्रष्टाचार, अनियमितताओं और गड़बड़ियों की गहराई से छानबीन कर सामने लाने की कोशिश की जाती है। स्टिंग ऑपरेशन खोजी पत्रकारिता का ही एक नया रूप है। खोजपरक पत्रकारिता भारत में अभी भी अपने शैशवकाल में है। इस तरह की पत्रकारिता में ऐसे तथ्य जुटाकर सामने लाए जाते हैं, जिन्हें आमतौर पर सार्वजनिक नहीं किया जाता। लेकिन एक वर्ग यह मानता है कि खोजपरक पत्रकारिता कुछ है ही नहीं क्योंकि कोई भी समाचार खोजी दृष्टि के बिना लिखा ही नहीं जा सकता है। लोकतंत्र में जब जरूरत से ज्यादा गोपनीयता बरती जाने लगे और भ्रष्टाचार चरम पर हो तो खोजी पत्रकारिता ही उसे सामने लाने का एकमात्र विकल्प होती है। संचार क्रांति, इंटरनेट या सूचना अधिकार जैसे प्रभावशाली अस्त्र अस्तित्व में आने के बाद तो घोटाले उजागर होने का जैसे दौर शुरू हो गया। इसका नतीजा है कि पिछले दिनों 2जी स्पेक्ट्रम घोटाला, कॉमनवेल्थ गेम्स घोटाला, आदर्श घोटाला आदि उल्लेखनीय हैं। समाज की भलाई के लिए खोजी पत्रकारिता अवश्य एक अंग है लेकिन इसे भी अपनी मर्यादा के घेरे में रहना चाहिए।

आर्थिक पत्रकारिता :

इस धरती पर आज के भौतिकवादी समय में हर वस्तु अर्थ केन्द्रित हो गई है। संबंधों की गणित अर्थाधारित होकर बन-बिगड़ रही है। जाहिर है, आज की पत्रकारिता भी इससे अछूती नहीं है। पहले की तुलना में समाचार पत्रों में एक नहीं कई पन्ने बाजार, पंचवर्षीय योजना, शेयर के प्रचार, वस्तुओं के विज्ञापन, बैंक-बीमा संबंधी सूचनाओं से अँटे-पटे होते हैं। कुल मिलाकर वाणिज्य, तकनीक और अर्थशास्त्र संबंधी सूचना देती आज की पत्रकारिता 'आर्थिक पत्रकारिता' को पुष्ट कर रही है।

ग्रामीण पत्रकारिता या कृषि पत्रकारिता :

कृषि-प्रधान देश होने के कारण इस देश में ग्रामीण पत्रकारिता काफी लोकप्रिय हुई है। आर्थिक पत्रकारिता कि तरह ग्रामीण पत्रकारिता में देश की जनता को कृषि अर्थात्त बीज, पशुपालन, कीटनाशक, सहकारिता, फलों, सब्जियों के उगाने का समय, फसलों की सुरक्षा, उनके रख-रखाव की मुकम्मल जानकारी दी जा रही है। ग्रामीण पत्रकारिता के कुछ मुख्य विषयों की-मुद्रा एवं कृषि रसायन, कृषि अर्थशास्त्र, कृषि प्रसार, पशुपालन और दुग्ध उद्योग, भूमि संरक्षण आदि है।

खेल पत्रकारिता :

जनपद स्तर से लेकर प्रदेश, देश तथा अन्तराष्ट्रीय स्तर पर खेलों के प्रति रुझान बड़ा है। निजी स्तर से लेकर सरकारी स्तर तक खेलों को बड़ावा देने के लिए 'खेल कोटा' निर्धारित किया गया है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में खेलों के प्रसारण के लिए बाकायदा प्रायोजक होते है। प्रिंट मीडिया यथा पत्रिकाओं में भी खेलों से संबंधित विज 1जापनों की भीड़ होती है। इस तरह से खेल-रिपोर्टरों की 'खेल-समीक्षा' ने खेल पत्रकारिता को काफी लोकप्रिय बनाया है।

व्याख्यात्मक पत्रकारिता :

पत्रकारिता केवल घटनाओं की सूचना देना नहीं है। पत्रकार से अपेक्षा की जाती है कि वह घटनाओं की तह तक जाकर उसका अर्थ स्पष्ट करे और आम पाठक को बताए कि उस समाचार का क्या महत्व है। पत्रकार इस महत्व को बताने के लिए विभिन्न प्रकार से उसकी व्याख्या करता है। इसके पीछे क्या

कारण है। इसके पीछे कौन था और किसका हाथ है। इसका परिणाम क्या होगा। इसके प्रभाव से क्या होगा आदि की व्याख्या की जाती है। साप्ताहिक पत्रिकाओं, संपादकीय लेखों में इस तरह किसी घटना की जांच पड़ताल कर व्याख्यात्मक समाचार पेश किए जाते हैं। टीवी चैनलों में तो आजकल यह ट्रेंड बन गया है कि किसी भी छोटी सी छोटी घटनाओं के लिए भी विशेषज्ञ पेनल बिठाकर उसकी सकारात्म के वं नकरात्मक व्याख्या की जाने लगी है।

शैक्षिक पत्रकारिता :

शिक्षा के बिना कुछ भी कल्पना करना संभव नहीं है। पत्रकारिता सभी नई सूचना को लोगों तक पहुंचाकर ज्ञान में वृद्धि करती है। जब से शिक्षा को औपचारिक बनाया गया है तब से पत्रकारिता का महत्व और बड़ गया है। जब तक हमें नई सूचान नहीं मिलेगी हमें तब तक अज्ञानता घेर कर रखी रहेगी। उस अज्ञानता को दूर करने का सबसे बड़ा माध्यम है पत्रकारिता। चाहे वह रेडियो हो या टेलीविजन या समाचार पत्र या पत्रिकाएं सभी में नई सूचना हमें प्राप्त होती है जिससे हमें नई शिक्षा मिलती है। यह जिज्ञासा ही पत्रकारिता को बड़ावा देता ह तो पत्रकारिता उसकी जिज्ञासा के अनुरूप शिक्षा एवं ज्ञान प्रदान कर उसकी जिज्ञासा को शांत करने का प्रयास करता है। जिज्ञासा को शांत करना ही शैक्षिक पत्रकारिता का कार्य है।

इनके अतिरिक्त भी पत्रकारिता के अन्य अनेक प्रकार यथा- वॉचडॉग पत्रकारिता, एडवोकेसी पत्रकारिता, पीत पत्रकारिता, महिला पत्रकारित, बाल पत्रकारिता, विशेषज्ञ पत्रकारिता, रेडियो पत्रकारिता, विकास पत्रकारिता, संसदीय पत्रकारिता, टेलीविजन पत्रकारिता, फोटो पत्रकारित, विज्ञान पत्रकारिता, विधि पत्रकारिता, सांस्कृतिय-साहित्यिक पत्रकारित, अपराध पत्रकारिता, राजनैतिक पत्रकारिता, संदर्भ पत्रकारिता आदि हो सकते हैं।

7.5 पत्रकारिता का उद्भव और विकास

दैनिक समाचारपत्रों के अतिरिक्त साप्ताहिक, पाक्षिक, मासिक, त्रैमासिक और वार्षिक पत्र-पत्रिकाएँ भी प्रकाशित होती हैं। विषय और प्रकाशनावधि के अनुरूप इन पत्र-पत्रिका का वर्गीकरण साहित्यिक, धार्मिक, वैज्ञानिक, सामाजिक, राजनीतिक तकनीकी, खेल और शैक्षिक आदि रूपों में किया जाता है। एक

ही क्षेत्र की पत्रिकाओं के स्वरूप में भी अंतर होता है। उदाहरण के लिए साप्ताहिक पत्रिकाओं में कुछ पत्रिकाएँ केवल कहानियाँ छापती हैं, कुछ का विषय केवल आलोचनात्मक साहित्य का प्रकाशन होता है। फिल्मी पत्रिकाओं का उद्देश्य केवल मनोरंजन होता है। हजारों की संख्या में प्रकाशित होने वाली इन पत्र-पत्रिकाओं में गिनी-चुनी ही पत्रकारिता के मानदंडों का पालन करके उच्च और राष्ट्रीय स्तर तक पहुँच पाती हैं। मासिक, त्रैमासिक और वार्षिक कालावधि की विविध विधाओं वाली पत्रिकाओं का स्तर विषय और भाषा दोनों की दृष्टि से ही उच्च स्तरीय होता है।

हिन्दी पत्रकारिता का काल-विभाजन अनेक आचार्यों ने किया है। मोटे तौर पर इसे चरणों में विभाजित किया जा सकता है -

i. पृष्ठभूमि काल (1780 से 1825 ई. तक)
ii. उद्भव काल (1826 से 1867 ई. तक)
iii. भारतेन्दुकाल (1867 से 1899 ई. तक)
iv द्विवेदी काल (1900 से 1920 ई. तक)
v गांधी युग (1921 से 1946 ई. तक)
vi स्वातन्त्र्योत्तर काल (1947 से 1989 ई. तक)
vii समकालीन / ई-पत्रकारिता (1990 से अब तक)

हिन्दी पत्रकारिता के काल विभाजन की क्रमिक विकास-यात्रा का अध्ययन करेंगे।

पृष्ठभूमि काल 1780 -1825 ई. :

इस काल के अंतर्गत सन् 1780 से लेकर 1825 तक के काल को हम अध्ययन करेंगे। भारत के समाचार पत्रों की प्रारंभिक भूमि होने का श्रेय कलकत्ता को है। कलकत्ते से अंग्रेज जनरल जेम्स ऑगस्टक हिकी ने 29 जनवरी 1780 को भारत का पहला समाचार पत्र हिकी गजट निकाला। बंगाल से निकलने के कारण इसे बंगाल गैजेट भी कहा जाता है। सरकारी नीतियों के विरोध के चलते हिकी गजट बन्द हि गया लेकिन भारतीय पत्रकारिता के इतिहास में हिकी अमर हो गया। इस चरण में अन्य निकालने वाले कुछ पत्र थे-'बंगाल जनरल 1785 टॉमस जोन्स', 'मैड्रास कूरियर 1785 रिचार्ड जॉन्सटन', 'इण्डिया मैजेट 1780 मेसिंक और पीटर रीड', बॉम्बे हेरल्ड 1789', मैड्रास

गैजेट 1795 हम्फ्रीज आदि। 1780 से 1718 ई. तक केवल अंग्रेजी भाषा में समाचार पत्र निकले। देशी भाषा का प्रथम समाचार पत्र होने का गौरव दिग्दर्शन नामक पत्र को है। इसका प्रकाशन 1818 ई. में हुआ था इसे जोशुआ मार्शमैन ने प्रकाशित किया था। इसके बाद दो साप्ताहिक पत्र भी बंगला में निकाले गये। ये पत्र थे बंगाल गैजेट और समाचार दर्पण। राजा राम मोहन राय ने चार समाचारपत्रों का प्रकाशन शुरू किया जिसमें से तीन भारतीय भाषाओं के थे तथा एक अंग्रेजी का। सन् 1922 ई. में फारसी का पहला पत्र मिराउतल अखबार भी राजा राममोहन राय ने ही निकाला था। इस काल में हांलाकि संपादन के मानकों को न पूरा कर पाने के बावजूद हिन्दी पत्रकारिता में इनका अपना महत्व है।

उद्भव काल 1826-1867 ई. :

हिन्दी पत्रकारिता की वास्तविक शुरूआत इसी काल से होती है इसीलिए इसे उद्भव काल कहा जाता है। हिन्दी के प्रथम पत्र की दृष्टि से 'उदण्ड मार्तण्ड' की गणना की जाती है। उदण्ड मार्तण्ड का पहला प्रकाशन 30 मई 1826 ई. को कलकत्ते से पं. युगलकिशोर शुक्ल के संपादकत्व में निकला था। यह साप्ताहिक पत्र था। 11 दिसम्बर 1827 ई. को सरकारी कोप एवं आर्थिक कठिनाइयों के कारण इस पत्र को बंद करना पड़ा। उदण्ड मार्तण्ड के बाद महत्वपूर्ण समाचार पत्र बंगदूत का प्रकाशन भी कलकत्ते से ही 10 मई 1829 ई. को हुआ। यह पत्र चार भाषाओं में निकलता था। इस पत्र के मूल प्रेरक राजा राम मोहन राय थे तथा सम्पादक नीलरतन हालदार थे। हिन्दी क्षेत्र में निकलने वाले पत्र की दृष्टि से बनारस अखबार 1845 ई. (काशी) की गणना की जाती है। इस पत्र के प्रेरक राजा शिवप्रसाद सितारे हिन्द थे। इस पत्र के संपादन श्री गोबिन्द रघुनाथ दत्ते थे। इसके पश्चात तारामोहन मित्र के संपादकत्व में 1850 ई., सदासुखलाल के संपादकत्व में बुद्धि प्रकाश का प्रकाशन महत्वपूर्ण है। हिन्दी का पहला दैनिक पत्र 'समाचार सुधावर्षण' जो बाबू श्यामसुन्दर सेन के संपादकत्व में कलकत्ते से प्रकाशित हुई। इस युग के अन्य महत्वपूर्ण पत्रों में सर्वाहितकारक पत्र तथा क्रान्तिकारी अजीमुल्ला खाँ के संपादन में पयामे आजादी महत्वपूर्ण है।

भारतेन्दुकाल 1867 - 1899 ई. :

भारतेन्दु हरिश्चन्द्र के आहमन से पूर्व हिन्दी पत्रकारिता का केन्द्र कलकत्ता था उसे उन्होंने हिन्दी प्रदेश से जोड़ दिया। 1867 ई. में भारतेन्दु हरिश्चंद ने काशी

से 'कविवचन सुधा' नामक पत्रिका का प्रकाशन शुरू किया। आधुनिक विषयों से युक्त यह हिन्दी की पहली पत्रिका थी। इसलिए उन्हें साहित्यिक पत्रकारिता के भी जनक कहे जा सकते हैं। कविवचन सुधा के अतिरिक्त हरिश्चन्द्र द्वारा प्रकाशित अन्य पत्रिका-हरिश्चन्द्र मैगजीन, हरिश्चन्द्र चन्द्रिका, एवं बाला बोधिनी। भारतेन्दु काल के पत्रों में बालकृष्ण भट्ट के संपादन में प्रकाशित हिन्दी प्रदीप (1877 ई.) का महत्वपूर्ण योगदान है। 17 मई 1878 ई. को कलकत्ता से भारत मित्र पाक्षिक का प्रकाशन शुरू हुआ। इसके संपादक छोटूलाल मिश्र थे। पं. अम्बिका प्रसाद वाजपेयी के संपादन मे यह पत्र हिन्दी का शीर्ष पत्र बन गया। 1883 ई. में प्रकाशित ब्राह्मण पत्र का संपादन प्रताप नारायण मिश्र ने किया था। हिन्दोस्तान 1885 पत्र का प्रकाशन उत्तर प्रदेश के कालाकांकर से राजा रामपाल सिंह ने प्रकाशित किया था। मालवीय जी के संपादन में इस पत्र ने ख्याति अर्जित की। इस दौर के पत्रों में हिन्दी बंगवासी का भी महत्वपूर्ण स्थान है। 1890 में प्रकाशित वेंकटेश्वर समाचार (बम्बई) भीमहत्वपूर्ण था। काशी से प्रकाशित नागरी प्रचारिणी पत्रिका 1896 ई.। हिन्दी पत्रकारिता की दिशा मे महत्वपूर्ण कदम था। हिन्दी भाषा और हिन्दी साहित्य के विकास में इस पत्रिका का सर्वाधिक योगदान है। इसके संपाद मंडल में श्यामसुन्दर दास, सुधाकर द्विवेदी, किशोरीलाल गोस्वामी, राधाकृष्ण दास इत्यादि थे। इस काल में निकले अन्य महत्वपूर्ण पत्र हैं-अल्मोड़ा अखबार 1871 ई., बिहारबंधु संपादक केशवराम भट्ट, भारतबंधु-तोताराम 1871 ई., आनंदकादम्बिनी 1883 ई. बदरीनारायण चौधरी प्रेमधन इत्यादि।

द्विवेदी काल 1900 - 1920 ई. :

हिन्दी पत्रकारिता के इस युग को महावीर प्रसाद द्विवेदी के नाम पर रखा गया है। द्विवेदी के द्वारा प्रकाशित सरस्वती पत्र इस युग में भाषा एवं साहित्य में केन्द्रीय भूमिका निभाती है। सन् 1900 में इलाहाबाद से इस पत्रिका का प्रकाशन शुरू होता है। इस पत्र के संपादक मण्डल में बाबू श्यामसुन्दर दास, श्री कार्तिक प्रसाद खत्री, पंडित किशोरी लाल गोस्वामी, बाबू जगन्नाथ दास एवं बाबू राधाकृष्णदास थे। सन् 1903 से महावीर प्रसाद द्विवेदी ने इस पत्र का संपादन का कार्य-भार संभाला। सुदर्शन नामक पत्र का प्रकाशन काशी से माधवप्रसाद मिश्र ने 1900 किया। सन् 1907 ई. में साप्ताहिक अभ्युदय पत्र का

प्रकाशन प्रयाग से मालवीय जी ने किया था। मर्यादा नामक मासिक पत्र का संपादन 1910 ई. में प्रयाग से पं. कृष्णकान्त मालवीय ने किया था। बाद में इस पत्र का संपादन संपूर्णानंद, प्रेमचन्द तथा बनारसीदास चतुर्वेदी जैसे साहित्यकारों ने किया। सम्मेलन पत्रिका 1913 ई. में प्रयाग से गिरिजा कुमार घोष के संपादन में निकली थी। श्री शिवमुनि के संपादन में सन् 1915 में प्रकाशित ज्ञानशक्ति इस युग का महत्वपूर्ण पत्र था। सन् 1919 मे गणेश शंकर विद्यार्थी की प्रेरणा से गोरखपुर से स्वदेश हिन्दी साप्ताहिक का प्रकाशन हुआ था। इसके अतिरिक्त इस युग के अन्य महत्वपूर्ण पत्रिका हैं–प्रभा–1913, प्रताप 1913 कानपुर से गणेश शंकर विद्यार्थी, समालोचक 1902 जयपुर से चन्द्रधर शर्मा गुलेरी, इन्दु 1909 काशी अम्बिका प्रसाद गुप्त इत्यादि।

गांधी युग 1920 - 1947 ई. :

इस युग की पत्रकारिता पर महात्मा गाँधी और राष्ट्रीय आन्दोलन का बहुत गहरा प्रभाव रहा है। यह प्रभाव इस युग की पत्रकारिता के विषय चयन से लेकर प्रस्तुति तक व्याप्त है। द्विवेदी युग की पत्रकारिता का मूल स्वर साहित्यिकेवं सुधार से ज्यादा संचालित रहा है। आज दैनिक पत्र का प्रकाशन इस काल की पत्रकारिता में स्थायी महत्व रखता है। इसका प्रकाशन 5 अप्रैल 1920 को शिवप्रसद गुप्त ने काशी से किया था। स्वतंत्र पत्र का प्रकाशन 4 अगस्त 1920 को कलकता से पं. अम्बिका प्रसाद वाजपेयी ने प्रारम्भ किया था। कर्मवीर पत्र का प्रकाशन जबलपुर से 17 जनवरी 1920 ई. को माखनलाल चतुर्वेदी के संपादन में हुआ था। समन्वय पत्र का प्रकाशन 1922 ई. में रामकृष्ण मिशन के तरफ से किया गया था। इसके संपादक माधवानन्द जी थे, निराला जी की प्रतिभा को निखारने में इस पत्र का महत्वपूर्ण योगदान है। 23 अगस्त 1923 ई. को मतवाला का प्रकाशन हिन्दी पत्रकारिता में एक नए मोड़ का सूचक है। इस पत्र के संपादक मुंशी नवजादिक लाल, निराला, बाबू शिवपूजन सहाय और महादेव प्रसाद सेठ थे। धार्मिक–आध्यात्मिक पत्रिकाओं में कल्याण का विशिष्ट स्थान है। यह पत्र गोरखपुर से 1826 ई. में निकला था। सन् 1928 में प्रकाशित विशाल भारत रामानन्द चट्टोपाध्याय ने प्रकाशित किया था। विशाल भारत के संपादक पं. बनारसीदास चतुर्वेदी थे। इस समय के साहित्यिक पत्रों में माधुरी 1921, चाँद 1922, सुधा1927, तथा हंस 1930 आदि पत्रिकाओं का विशिष्ट

स्थान है। माधुरी के संपादक रुपनारायण पाण्डेय, चाँद के महादेवी वर्मा, प्रभा के दुलारेलाल भार्गव तथा हंस के प्रेमचन्द थे। जागरण का प्रकाशन 11 फरवरी 1931 के संपादक शिवपूजन सहाय थे। इस युग के अन्य महत्वपूर्ण पत्रों में इंदौर समाचार, सन्मार्ग, सैनिक, विश्वमित्र इत्यादि रहा है।



अपनी प्रगति जांचें

1. पत्रकारिता के विभिन्न प्रकारों के नाम बताइए?
2. 'दिग्दर्शन' का प्रकाशन कब हुआ था?
3. प्रारंभिक काल में पत्रकारिता का मुख्य कार्य क्या था?
4. कर्मवीर पत्र कब, कहा और किसके संपादन में प्रकाशित हुआ था?
5. 'पत्रकारिता' शब्द का जन्म संस्कृत भाषा के 'पत्र' शब्द में क्या जोड़ने से हुआ है?

स्वातंत्र्योत्तर युग 1948 - 1989 ई. :

गांधी युग के बाद पत्रकारिता की दृष्टि भिन्न रही है, जहाँ पहले का उद्देश्य स्वतंत्रता प्राप्ति था वहीं दूसरे का जन-प्रतिबद्धता हो गयी। दिल्ली से दैनिक नवभारत का प्रकाशन 4 अप्रैल 1947 को प्रारम्भ हुआ। 29 जून 1950 को दूसरा नाम नवभारत टाइम्स कर दिया गया। इसके संपादक सत्यदेव विद्यालंकार थे। हिन्दुस्तान पत्र का प्रकाशन 2 अक्टूबर 1950 से प्रारम्भ हुआ। पहले यह पत्र साप्ताहिक था बाद में दैनिक हो गया। स्वातंत्योन्तर काल के पत्रों में खोजपूर्ण पत्रकारिता की दृष्टि से जनसत्त का महत्वपूर्ण नाम है । 5 जून 1947 ई. से इंदौर से कृष्णचन्द्र मुदगल तथा कृष्णकांत व्यास के प्रयत्नों से नई दुनिया का प्रकाशन आरम्भ हुआ। इन्दौर समाचार का 22 मार्च 1946 में इन्दौर से पुरूषोत्तम विजय के संपादन में प्रारम्भ हुआ, पूर्णचन्द गुप्त ने 1947 से कानपुर से जागरण का प्रकाशन किया। सन् 1948 में डोरीलाल अग्रवाल तथा मुरारीलाल माहेश्वरी ने आगरा से अमर उजाला का प्रारंभ किया। युगधर्म का प्रकाशन नागपुर से 1951 ई. में प्रारम्भ हुआ। पंजाब केसरी का प्रकाशन 1964 में जालन्धर से हुआ। धर्मयुग का प्रकाशन बम्बई से टाइम्स आफ इण्डिया समूह ने 1950 में किया। इस पत्र के प्रथम संपादक इलाचन्द्र जोशी थे। बाद में धर्मवीर भारती के संपादन में धर्मयुग देश का सर्वाधिक लोकप्रिय पत्र बन गया। राष्ट्रदूत का प्रकाशन 1 अगस्त 1951 को जयपुर से हजारीलाल शर्मा ने किया। स्वदेश सन् 1966 को

इन्दौर से प्रकाशित हुआ था। दैनिक भास्कर का प्रकाशन 1958 में भोपाल से हुआ। इसके आदि संपादक काशीनाथ चतुर्वेदी थे। पंजाब के महत्वपूर्ण पत्रों मे वीर प्रताप 1958 की गणना की जाती है। दिनमान टाइम्स आफ इण्डिया समूह का समाचार पत्र है। इसका प्रकाशन दिल्ली से 21 फरवरी 1985 को प्रारम्भ हुआ। अज्ञेय के संपादन में दिनमान ने हिन्दी पत्रकारिता को नई ऊँचाई दी। माधुरी पत्रिका का प्रकाशन बम्बई से 20 जनवरी 1964 को आरम्भ हुआ। यह फिल्म जगत से संबंधित पत्रिका है। सारीका पत्र का प्रकाशन 1970 में आरम्भ हुआ। कमलेश्वर के संपादन में इस पत्रिका ने विशेष ख्याति अर्जित की। चंदामामा बाल साहित्य की प्रमुख पत्रिका है। यह हिन्दी भाषा के अतिरिक्त अन्य कई भारतीय भाषाओं में प्रयुक्त होती है। हरिप्रसाद नेवटिया ने बम्बई से 1952 में नवगीत मासिक पत्रिका का प्रकाशन प्रारम्भ किया। सरिता का प्रकाशन नई दिल्ली से हुआ। सामाजिक एवं पारिवारिक पुनर्निर्माण की दृष्टि से इस पत्र का विशेष योगदान रहा है। मनोरमा पत्रिका का प्रकाशन इलाहाबाद से प्रारम्भ हुआ। महिलाओं के लिए गृहशोभा पत्रिका का प्रकाशन दिल्ली से प्रारम्भ हुआ। इसके अतिरिक्त आजकल इंडिया टुडे, प्रथम प्रवक्ता, भारतीय पक्ष जैसे पत्रों ने भी सामाजिक, धार्मिक, राजनीतिक, संस्कृतिक प्रश्नों को गंभीरता से उठानेका कार्य किया है।

समकालीन/ ई-पत्रकारिता 1991- वर्तमान तक :

सन् 1990 के बाद का समय भूमंडलीकरण एवं वैश्वीकरण से प्रभावित रहा है। भूमंडलीकरण यंत्र प्रधान दर्शन रहा है। इस दर्शन का प्रभाव इस युग की पत्रकारिता पर भी पड़ा है। फलत: पत्रकारिता अधिक लोकतांत्रिक हुई है। इस युग की पत्रकारिता ब्लाग, ट्वीटर के माध्यम से चलती है। इसमें केन्द्र नहीं हैं। यह ज्यादा लोकतांत्रिक प्रक्रिया है। इसमें सबके लिए जगह है। इसे ई-पत्रकारिता कहा गया है।



7.6 सारांश

पत्रकारिता का कार्य समय के अनुसार बदल गया है। प्रारंभिक काल में इसका मुख्य कार्य था नए विचार का प्रचार करना। तकनीकी विकास, परिवहन व्यवस्था में विकास, उद्योग एवं वाणिज्य के प्रसार के कारण आज पत्रकारिता

एक उद्योग बन चुका है। आज पत्रकारिता का मुख्य कार्य सूचना प्रदान करना, शिक्षा प्रदान करना, लोगों का मनोरंजन करना, जनमत को आकार देना और लोकतंत्र की रक्षा करना। पत्रकारिता में निष्पक्षता के साथ संतुलन की बात भी जुड़ी हुई है। उस यथार्थ को संतुलित एवं निष्पक्ष बनाने के लिए कोई न कोई स्रोत की आवश्यकता पड़ती है। इस पाठ में पत्रकारिता का स्वरूप, प्रकार और उद्भव एवं विकास के बारे में जान गये होंगे।

आधुनिक युग में जितने भी क्षेत्र हैं सबके सब पत्रकारिता के भी क्षेत्र हैं, चाहे वह राजनीति हो या न्यायालय या कार्यालय, विज्ञान हो या प्रौद्योगिकी हो या शिक्षा, साहित्य हो या संस्कृति या खेल हो या अपराध, विकास हो या कृषि या गांव, पर्यावरण हो या अंतरिक्ष या खोज। इन सभी क्षेत्रों में पत्रकारिता की महत्ता एवं उपादेयता को सहज ही महसूस किया जा सकता है। दूसरी और लोकतंत्र में इसे चौथा स्तंभ का दर्जा मिलने के कारण तथा इसकी पहुंच हर क्षेत्र में होने के कारण यह बहु आयामी बन गई है। हिन्दी पत्रकारिता इस दृष्टि से महत्वपूर्ण रही है कि इसमे जन सरोकारों एवं प्रतिबद्धताओं को पूरी ईमानदारी से अपन लेखन का विषय बनाया है। भारतीय या हिन्दी पत्रकारिता का इतिहास नया है। उसमें भी 1780 से लेकर सन 1947 तक हिन्दी पत्रकारिता के केन्द्र में राष्ट्रीय नवजागरण या स्वतंत्रता ही रहे हैं। सन् 1947 तक हिन्दी पत्रकारिता का मूल ध्येय राष्ट्रीय मुक्ति ही रहा है। कथ्य पर बल देने से शिल्प या प्रयोगधर्मिता पर बल कम हो जाता है।

7.7 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

प्रश्न 1 का उत्तर- खोजी या पत्रकारिता, आर्थिक पत्रकारिता, ग्रामीण पत्रकारिता या कृषि पत्रकारिता, खेल पत्रकारिता, व्याख्यात्मक पत्रकारिता, शैक्षिक पत्रकारिता

पश्न 2 का उत्तर- 1818 ई.।

प्रश्न 3 का उत्तर- प्रारंभिक काल में इसका मुख्य कार्य था नए विचार का प्रचार करना।

प्रश्न 4 का उत्तर- कर्मवीर पत्र का प्रकाशन जबलपुर से 17 जनवरी 1920 ई. को माखनलाल चतुर्वेदी के संपादन में हुआ था।

प्रश्न 5 का उत्तर- 'पत्रकारिता' शब्द का जन्म संस्कृत भाषा के 'पत्र' शब्द

में 'क' (करना) धातु, जिन + तल् + टाप् प्रत्ययों के योग से हुआ है।



7.8 अधिक जानने के लिए पढ़ें

- शर्मा, रघुनन्दन प्रसाद। (2008). प्रयोजनमूलक हिन्दी. वाराणसी: विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- पाण्डेय, कैलाश नाथ। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- तरूण, रमेश। (2007). प्रयोजनमूलक हिन्दी. नई दिल्ली: अशोक प्रकाशन।
- श्रीवास्तव, अर्चना। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी: विविध आयाम. वाराणसी: विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- सोनटके, माधव। (2024). प्रयोजनमूलक हिन्दी. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- मोश्र, कृष्ण बिहारी। पत्रकारिता: इतिहास और प्रश्न. वाणी प्रकाशन।
- नगेन्द्र। हिन्दी साहित्य का इतिहास. नई दिल्ली: मयूर पब्लिकेशन।
- तिवारी, भोलानाथ मानक हिन्दी का स्वरूप. दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।
- बुंदेले, शंकर। प्रयोजनमूलक हिन्दी और अनुवाद. अमरावती: संत गाडगे बाबा अमरावती विश्वविद्यालय।
- वासवानी, किशोर। राजभाषा हिंदी विवेचना और प्रयुक्ति. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।

7.8 अभ्यास प्रश्नः

क) संक्षिप्त प्रश्नों के उत्तर लिखिए

1. सामान्य अर्थ में पत्रकारिता क्या है?
2. पत्रकारिता के सन्दर्भ में गाँधी युग का समय कब से कब तक माना जाता है?
3. दिल्ली से दैनिक नवभारत का प्रकाशन कब प्रारम्भ हुआ था?
4. भारत के समाचार पत्रों की प्रारंभिक भूमि होने का श्रेय किसको है?

5. दैनिक भास्कर का प्रकाशन कब और कहा से हुआ था?
6. उदण्ड मार्तण्ड का पहला प्रकाशनकब हुआ था?

ख) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लिखिए :

1. पत्रकारिता का प्रमुख कार्य क्या है–स्पष्ट कीजिए?
2. पत्रकारिता के स्वरूप पर प्रकाश डालिए।
3. पत्रकारिता के विभिन्न प्रकारों के बारे में बताइए?
4. पत्रकारिता के उद्भव एवं विकास पर एक टिप्पणी प्रस्तुत कीजिए।
5. 'स्वातंत्योत्तर युग 1948–1989 ई.' के बारे में लिखिए।
6. पत्रकारिता के परिभाषाओं का उल्लेख करते हुए वर्तमान समय में पत्रकारिता किस स्थिति पर है, अपना विचार प्रकट कीजिए।

******

इकाई 8 : संक्षेपण लेखन

इकाई की रुपरेखा

8.1 उद्देश्य
8.2 प्रस्तावना
8.3 संक्षेपण लेखन की परिभाषा और उद्देश्य
8.4 संक्षेपण के प्रमुख प्रकार
8.5 संक्षेपण की विधि एवं तत्व
8.6 अच्छे संक्षेपण के प्रमुख लक्षण
8.7 संक्षेपण लेखन की प्रक्रिया
8.8 संक्षेपण में आने वाली सामान्य कठिनाइयाँ
8.9 संक्षेपण का उदाहरण
8.10 सारांश
8.11 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)
8.12 अधिक जानने के लिए पढ़ें
8.13 अभ्यास प्रश्न

8.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप-

- 'संक्षेपण' शब्द का स्पष्ट अर्थ समझ पाएंगे।
- संक्षेपण के प्रकारों से परिचय होकर ज्ञान प्राप्त होगा।
- संक्षेपण के परिभाषाओं को समझ पाएँगे।
- संक्षेपण की विधि एवं तत्व से परिचित होंगे।
- उत्तम संक्षेपण के गुणों को स्पष्ट कर सकेंगे।
- संक्षेपण में आने वाली सामान्य कठिनाइयों का ज्ञान प्राप्त होगा।
- संक्षेपण के कुछ उदाहरणों को देख सकेंगे।

8.2 प्रस्तावना

पिछली इकाइयों में आपने रिपोर्ट लेखन, पत्राचार एवं अन्य प्रशासनिक अभिव्यक्तियों का अध्ययन किया है। इस इकाई में हम एक विशेष लेखन

कौशल जिसे संक्षेपण लेखन कहा जाता है उस पर ध्यान केंद्रित करेंगे। इसका लक्ष्य यह है कि आप किसी पाठ, संवाद या सूचना को पढ़कर उसका मर्म पकड़ें और उसे कम शब्दों में स्पष्टता के साथ प्रस्तुत कर सकें। संक्षेपण किसी भी पाठ, लेख, भाषण या विचार को उसके मूल रूप से छोटा करके प्रस्तुत करने की कला है। इसमें अनावश्यक विवरण, उदाहरण और पुनरावृत्तियों को हटाकर केवल मुख्य बिंदुओं को स्पष्ट और व्यवस्थित रूप में रखा जाता है। संक्षेपण का उद्देश्य पाठक या श्रोता को न्यूनतम शब्दों में अधिकतम तथ्यात्मक जानकारी देना है। यह न केवल समय की बचत करता है, बल्कि विषय की गहन समझ और अभिव्यक्ति-कुशलता को भी विकसित करता है। सरकारी दस्तावेजों, व्यावसायिक पत्रों, छात्र सामग्री और विभिन्न संगठनों में कार्य करने वालों के लिए संक्षेपण लेखन एक अनिवार्य और व्यावहारिक कला है। किसी बड़े लेख, भाषण, या दस्तावेज को संक्षिप्त और सटीक रूप में प्रस्तुत करना समय की माँग है।

8.3 संक्षेपण की परिभाषा

संक्षेपण अंग्रेजी के "precis" शब्द से लिया गया है, जिसका तात्पर्य होता है - संक्षिप्त और सटीक रूप में प्रस्तुत करना। यह किसी लिखित या मौखिक सामग्री के मूल विचारों का एक ऐसा सार होता है, जिसमें मुख्य बातें ही सम्मिलित होती हैं और अनावश्यक विवरण छोड़ दिए जाते हैं। संक्षेपण की घनात्मक परिभाषा देते हुए प्रो. नलिन विलोजन ने लिखा है, ''संक्षेपीकरण को हम किसी बड़े ग्रंथ का संक्षिप्त संस्करण, बड़ी मूर्ति का लधु अंकन और बड़े चित्र का छोटा चित्रण कह सकते हैं।''

जे. बी. बर्नाड ने संक्षेपण की बहुत सटीक और संक्षिप्त परिभाषा करते हुए कहा है, ''संक्षेपण किसी लिखित सामग्री के आधारभूत तथ्यों का सुनियोजित अध्ययन है।''

श्री शैलेन्द्र श्रीवास्तव के अनुसार, ''संक्षेपण वह रचना रूप है, जिसमें समास शैली के माध्यम से किसी रचना का सार-तत्व उपस्थित किया जा सकता है।''

डॉ. वासुदेव प्रसाद संक्षेपण के सभी कोणों को विचार में रखते हुए उसे

इस प्रकार परिभाषित करते हैं-''किसी विस्तृत विवरण, सविस्तार व्याख्या, वक्तव्य, पत्र-व्यवहार, लेख इत्यादि के तथ्यों और निर्देशनों के ऐसे संयोजन को संक्षेपण कहते हैं जिसमें अप्रासंगिक, असंबद्ध, पुनरावृत्त अनावश्यक बातों का त्याग और सभी अनिवार्य, उपयोगी तथा मूल तथ्यों का प्रवाहपूर्ण और संक्षिप्त संकलन हों।''

दूसरे अर्थ में संक्षेपण की परिभाषा समझे तो-''संक्षेपण वह प्रक्रिया है जिसमें किसी लंबे वर्णन या संवाद को उसके प्रमुख तत्वों में सीमित करके, उसे संक्षिप्त, तार्किक और संगठित रूप में प्रस्तुत किया जाता है।''

''संक्षेपण वह कला है जिसमें मूल सामग्री के केंद्रीय विचारों को बिना उसका आशय बदले, कम से कम शब्दों में इस प्रकार प्रस्तुत किया जाता है कि पाठक को मूल लेख की भावना का बोध हो सके।''

संक्षेपण केवल शब्दों की कटौती नहीं है, बल्कि यह विचारों का पुनर्गठन है, जिसमें मूल भाव बना रहता है लेकिन उसे छोटे, सरल और स्पष्ट रूप में लिखा जाता है।

8.4 संक्षेपण के प्रमुख प्रकार

व्यावहारिक जीवन में संक्षेपण मुख्यत: दो प्रकार के माने जाते हैं- (1) अनुच्छेद-संक्षेपण (Running Summary or Precis), (2) पत्र-संक्षेपण या सारिणी संक्षेपण (Latter Summary or Tabular Summary)

(1) अनुच्छेद-संक्षेपण (Running Summary or Precis)

इस प्रकार के संक्षेपण में किसी अनुच्छेद, विवरणात्मक वृत्तांत या इतिवृत्तात्मक तथ्य को संक्षिप्त रूप में प्रस्तुत किया जाता है। इसमें वाक्यों का क्रम परस्पर सुसंबद्ध और समन्वित रहता है, जिससे विचारों की धारा प्रवाही बनी रहती है। इसी कारण कुछ विद्वानों ने इसे ''धारा प्रवाही संक्षेपण'' भी कहा है। इसका उद्देश्य है-मूल विचारों को संक्षेप में, परंतु स्पष्ट और तार्किक रूप से प्रस्तुत करना।

(2) पत्र-संक्षेपण या सारिणी-संक्षेपण (Letter Summary or Tabular Summary)

विभिन्न संस्थानों, सरकारी कार्यालयों और व्यावसायिक प्रतिष्ठानों को प्रतिदिन बड़ी संख्या में पत्र प्राप्त होते हैं। इन पत्रों की मुख्य बातों को संक्षिप्त

सारिणी (टेबल) के रूप में सुरक्षित रखने की जो विधि अपनाई जाती है, उसे ''सारिणी-संक्षेपण'' या ''पत्र-संक्षेपण'' कहा जाता है। इसका उद्देश्य है-अनेक पत्रों के सार को एक ही स्थान पर क्रमबद्ध और स्पष्ट रूप में सुरक्षित रखना ताकि आवश्यकता पड़ने पर तुरंत जानकारी प्राप्त की जा सके।

8.5 संक्षेपण की विधि एवं तत्व

संक्षेपण लिखने से पहले मूल पाठ को अच्छी तरह समझना और उसका सार स्पष्ट रूप से पकड़ना आवश्यक है। इसके लिए निम्न विधियों का पालन किया जाता है—

1. मूल अनुच्छेद का वाचन

- संक्षेपण प्रारंभ करने से पहले मूल पाठ को ध्यानपूर्वक पूरा पढ़ें।
- यदि पहली बार पढ़ने पर विषय स्पष्ट न हो, तो दूसरी और तीसरी बार पढ़ कर प्रमुख तथ्यों व विचार-बिंदुओं को रेखांकित कर लें।

2. आवश्यक अंश का चयन

- रेखांकित बातों में से केवल अनिवार्य व महत्वपूर्ण अंश चुनें।
- कई वाक्य संरचना में अलग होने पर भी एक ही विचार व्यक्र कर सकते हैं; ऐसे में केवल सबसे स्पष्ट और सार्थक वाक्य रखें।
- मूल पाठ के क्रम को ज्यों का त्यों रखना आवश्यक नहीं-संदर्भानुसार विचारों को क्रमबद्ध ढंग से व्यवस्थित किया जा सकता है।
- मूल के सुझाव आदि अंत में दिए जाएँ, ताकि संक्षेपण का प्रवाह तार्किक रहे।
- केवल रेखांकित वाक्यों को जोड़कर लिखना संक्षेपण नहीं है; संक्षेपण का अर्थ है-मूल विचार को समझकर उसे अपने शब्दों में सुसंगत और सुव्यवस्थित ढंग से प्रस्तुत करना।

3. भाषा और शैली

- संक्षेपण की भाषा स्पष्ट, सीधी और सुबोध होनी चाहिए।
- मूल पाठ में प्रयुक्त अलंकार, कहावतें, मुहावरे, उदाहरण या अतिरिक्त सजावट हटा दें।
- यथासंभव अपनी शब्दावली का प्रयोग करें; मूल शब्दों का कम से

कम प्रयोग हो।

- इससे लेखक का कौशल और भाषा पर अधिकार प्रकट होता है।

4. शीर्षक का चयन

- संक्षेपण का अंतिम चरण शीर्षक देना है।
- सामान्यत: शीर्षक अनुच्छेद की शुरुआत या अंत में व्यक्त मुख्य विचार से लिया जा सकता है।
- यदि ऐसा स्पष्ट न हो, तो पूरे संक्षेपण में व्यक्त भाव के आधार पर स्वयं शीर्षक तैयार करें।
- शीर्षक संक्षिप्त, आकर्षक और केंद्रीय विचार को दर्शाने वाला होना चाहिए।

उपर्युक्त विधि अनुच्छेद के संक्षेपण के लिए है। पत्र-संक्षेपण (सारिणी संक्षेपण) की विधि इससे कुछ भिन्न होती है। उनमें संख्या, प्रेषण का दिनांक, प्राप्ति-दिनांक, प्रेषक एवं प्रेषती के नाम और पत्र के मूल विषय का उल्लेख होता है।

संक्षेपण के तत्व

1. संक्षिप्तता- का मूल धर्म ही किसी विस्तृत कथ्य को कम से कम शब्दों में प्रस्तुत बना है, अत: 'संक्षिप्तता' उसका सर्वप्रधान गुण है। इसके लिए संक्षेपणकर्ता का शब्द-ज्ञान प्ति विशुद्ध और विस्तृत होना चाहिए जिससे संक्षेपण के लिए उपयुक्त शब्दों का चुनाव करते समय उसे कठिनाई न हो।

2. तथ्यात्मकता

- संक्षेपण में मूल तथ्य पूर्ण रूप से सम्मिलित होने चाहिए।
- केवल मूल वाक्यों को जोड़ना पर्याप्त नहीं, बल्कि सभी मुख्य बिंदु स्पष्ट रूप से आने चाहिए।
- शब्दों की नहीं, बल्कि विचार की संक्षिप्तता आवश्यक है।

3. तारतम्य या एकसूत्रता- कई बार देखा जाता है कि संक्षेपण-कर्ता बिना सोचे-समझे केसी मूल अनुच्छेद के बीच-बीच में से कुछ अंश लेकर सार प्रस्तुत कर देता है। उस सार को पढ़ने से यह स्पष्ट ही नहीं होता कि वक्ता या लेखक वास्तव में कहना क्या चाहता है? इसका कारण यह होता है कि उस सार में तथ्यों या विचारों का तारतम्य अथवा एकसूत्रता नहीं रहती है। 'सार' रूप प्रस्तुत किए जाने वाले अंश में मूल तथ्यों या विचार-बिंदुओं का परस्पर समन्वयात्मक

तारतम्य अवश्य रहना चाहिए। उसमें विखराव अथवा अटपटापन न हो। संक्षेपण-अंश पढ़ने के पश्चात् ऐसा प्रतीत होना चाहिए कि पूरे अनुच्छेद में कोई एक बात सुव्यवस्थित ओर सुसंबद्ध रूप में कही गई है। यह तभी सम्भव है जब संक्षेपण के वाक्यों में आदि से अंत तक एकसूत्रता रहेगी।

4. सुबोधता

- संक्षेपण का रूप सरल और स्पष्ट होना चाहिए।
- अनावश्यक कठिन शब्दावली या जटिल पर्यायवाची प्रयोग से बचना चाहिए।
- पाठक को अर्थ समझने में कोई कठिनाई न हो।

5. अभिव्यक्ति-कुशलता- ऊपर संक्षेपण के जितने गुण अथवा तत्व बताए गए हैं उन सबका सम्यक निर्वाह संक्षेपण-कर्ता की लेखन-कुशलता पर निर्भर है। लेखन का अर्थ यहाँ केवल कुछ बातों को लिपिबद्ध करना नहीं, अपितु लिखने की एक विशेष, रोचक और प्रभावशाली शैली से है।

8.6 अच्छे संक्षेपण के लक्षण

एक प्रभावशाली संक्षेपण निम्नलिखित विशेषताओं वाला होता है, जिसकी चर्चा नीचे की गई है-

- संक्षेपण में केवल मूल लेख के प्रमुख विचारों और सूचनाओं को ही गिना जाता है। इसमें गौण बातें, उदाहरण या सजावटी विवरण शामिल नहीं करते। इसका मुख्य उद्देश्य पाठ के सार को संक्षिप्त रूप में प्रस्तुत करना होता है, जिससे मूल अर्थ स्पष्ट रूप से बाहर निकल कर आए।
- संक्षेपण की भाषा अत्यंत सहज, स्पष्ट और अर्थपूर्ण होनी चाहिए ताकि पाठक मूल विचारों को बिना किसी भ्रम के समझ सके। इसमें कठिन शब्दावली, जटिल वाक्य या अनावश्यक शब्दों का प्रयोग नहीं किया जाता। सरल भाषा संक्षेपण को सुगम और प्रभावी बनाती है। मूल लेखन की शैली और भाव को यथासंभव बनाए रखता है।
- संक्षेपण में लेखक या संक्षेपकर्ता की निजी राय, भावना या दृष्टिकोण नहीं झलकना चाहिए। इसका उद्देश्य केवल मूल पाठ के विचारों को निष्पक्ष और वस्तुनिष्ठ रूप में प्रस्तुत करना होता है। यह प्रस्तुति तथ्य

आधारित होती है, न कि व्याख्यात्मक या आलोचनात्मक।

- संक्षेपण में अनावश्यक उदाहरण, विस्तार से दिए गए विवरण और अत्यधिक अलंकारिक या भावनात्मक शब्दों का प्रयोग नहीं किया जाता। इसका उद्देश्य मूल विषयवस्तु को स्पष्ट, सटीक और संक्षिप्त रूप में प्रस्तुत करना होता है। अत: केवल आवश्यक और प्रमुख तथ्य ही शामिल किए जाते हैं।

8.7 संक्षेपण लेखन की प्रक्रिया

हमें संक्षेपण तैयार करते समय निम्नलिखित बातो को ध्यान में रखना चाहिए जिसकी चर्चा हम नीचे करेंगे :

- संक्षेपण लिखते समय हमें यह ध्यान देने की जरुरत कि पूरा पाठ दो से तीन बार ध्यानपूर्वक पढ़े साथ ही इससे पाठ का उद्देश्य, मुख्य विचार और उसकी संरचना स्पष्ट रूप से समझ में आए। बार-बार पढ़ने से लेखक के दृष्टिकोण और विषय की गहराई को बेहतर रूप से समझा जा सकता है।
- मुख्य बिंदुओं को चिन्हित करना संक्षेपण की प्रक्रिया में एक महत्वपूर्ण प्रक्रिया है। पाठ को पढ़ते समय उन वाक्यों या अनुच्छेदों पर विशेष ध्यान देना चाहिए जो लेख का मूल संदेश प्रस्तुत करते हैं। इन बिंदुओं को रेखांकित या अलग नोट कर लेने से संक्षेप तैयार करते समय अनावश्यक बातों से बचा जा सकता है और विषय की स्पष्टता बनी रहती है।
- अनावश्यक विवरणों, उदाहरणों और उपमाओं को अलग करना संक्षेपण की गुणवत्ता को बेहतर बनाता है। मूल लेख में प्रयुक्त विस्तृत व्याख्याएँ, सजावटी उपमाएँ या वर्णनात्मक उदाहरण पाठ को लंबा बना सकते हैं, जो संक्षेपण में आवश्यक नहीं होते। इसलिए ऐसे अंशों की पहचान कर उन्हें हटाना चाहिए ताकि केवल मूल विचार ही संक्षिप्त रूप में प्रस्तुत हों और पाठक का ध्यान मुख्य विषय पर केंद्रित रहे।



महत्वपूर्ण बिंदु :

डॉ. कैलाश चंद्र अग्रवाल :

उनके अनुसार, ''संक्षेपण किसी मूल लेख या सामग्री का संक्षिप्त रूप है, जिसमें मूल भाव को बिना बदले संक्षेप में प्रस्तुत किया जाता है।''

8.8 संक्षेपण लेखन में कठिनाइयाँ

- संक्षेपण लेखन में एक सामान्य कठिनाई यह होती है कि लेखक मूल अंश के शब्दों को ही दोहराने लगता है। ऐसा करना संक्षेपण की मौलिकता को कम करता है और उसे केवल शब्द-प्रतिलिपि बना देता है। संक्षेपण का उद्देश्य ही है कि—मूल विचारों को अपने शब्दों में संक्षिप्त रूप में प्रस्तुत करना। लेकिन जब लेखक मूल भाषा को ही ज्यों का त्यों दोहराता है, तो न तो विचारों का पुनर्गठन हो पाता है और न ही संक्षेपण प्रभावशाली बनता है। इस प्रवृत्ति से बचने के लिए लेखक को अंश को समझकर अपने शब्दों में भाव को व्यक्त करना चाहिए।
- संक्षेपण लेखन की एक आम गलती यह होती है कि लेखक उसमें अपनी व्यक्तिगत राय या निष्कर्ष जोड़ देता है। यह संक्षेपण की वस्तुनिष्ठता को प्रभावित करता है। संक्षेपण का उद्देश्य केवल मूल लेख या व्यक्तव्य के विचारों को संक्षिप्त और स्पष्ट रूप में प्रस्तुत करना होता है, न कि उस पर टिप्पणी करना। जब लेखक अपनी राय जोड़ता है, तो वह मूल सामग्री की भावना से भटक जाता है और पाठक को भ्रमित कर सकता है। इसलिए संक्षेपण में किसी प्रकार की व्याख्या, आलोचना या निष्कर्ष देने से परहेज करना चाहिए।
- संक्षेपण लेखन में एक सामान्य कठिनाई यह होती है कि लेखक या तो अत्यधिक विस्तार से लिख देता है, जिससे वह संक्षेपण के उद्देश्य को खो देता है, या फिर अत्यंत संक्षेप में लिख देता है, जिससे मूल विचारों की स्पष्टता नहीं रह जाती। बहुत अधिक शब्दों में लिखना

पाठ को पुन: मूल जैसा बना देता है, जबकि बहुत कम शब्दों में लिखने से उसकी संपूर्णता और अर्थ अपूर्ण रह जाते हैं। एक प्रभावी संक्षेपण वही होता है जो उपयुक्त शब्द सीमा में रहते हुए मूल पाठ के आवश्यक विचारों को संतुलित और स्पष्ट रूप में प्रस्तुत कर सके।

- संक्षेपण लेखन में वाक्य विन्यास और क्रम में गड़बड़ी करना एक सामान्य त्रुटि होती है, जिससे लेखन की स्पष्टता और प्रवाह प्रभावित होता है। यदि वाक्य अनुचित क्रम में रखे जाएँ, तो पाठक को विषय समझने में कठिनाई होती है और मूल अर्थ भी विकृत हो सकता है। संक्षेप करते समय यह आवश्यक होता है कि वाक्य तार्किक और व्यवस्थित क्रम में हों, जिससे विचारों का प्रवाह स्वाभाविक बना रहे। एक प्रभावशाली संक्षेपण तभी संभव है जब उसमें वाक्य रचना सटीक हो और मुख्य बिंदु उचित क्रम में व्यवस्थित हों।

8.9 संक्षेपण का उदाहरण

संक्षेपण के उदाहरण सहित नीचे दिया गया है, कृपया अनुच्छेद को देखें और समझे:

प्रश्न- (अनुच्छेद)

भारत एक कृषि प्रधान देश है। यहाँ की अधिकांश जनसंख्या गाँवों में निवास करती है और उनकी आजीविका मुख्यत: खेती पर आधारित है। भारत में गेहूँ, चावल, गन्ना, कपास, दालें आदि प्रमुख फसलें उगाई जाती हैं। इन फसलों के उत्पादन में मौसम, सिंचाई, बीज, खाद और आधुनिक तकनीकों की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। हालाँकि, किसानों को कई समस्याओं का सामना करना पड़ता है, जैसे—बाजार की अस्थिरता, फसल का उचित मूल्य न मिलना, मौसम की अनिश्चितता, और कर्ज का बोझ। सरकार ने किसानों की मदद के लिए अनेक योजनाएँ चलाई हैं—जैसे किसान क्रेडिट कार्ड, न्यूनतम समर्थन मूल्य, बीमा योजना, आदि। इन प्रयासों से खेती की स्थिति में कुछ सुधार तो हुआ है, लेकिन अब भी ग्रामीण भारत में कृषि को अधिक सशक्र बनाने की आवश्यकता है, जिससे किसानों की आर्थिक स्थिति बेहतर हो सके और वे आत्मनिर्भर बन सकें।

उत्तर (संक्षेपण):

भारत की अधिकांश जनसंख्या खेती पर निर्भर है, परंतु किसानों को अनेक समस्याओं का सामना करना पड़ता है। सरकार की योजनाओं से कुछ राहत मिली है, पर खेती को और सशक्त बनाए जाने की आवश्यकता है ताकि किसान आत्मनिर्भर बन सकें।

प्रश्न- (अनुच्छेद)

किसी भी पदार्थ से अपनी भावनाओं का सम्बन्ध मात्र जोड़ देने से वह कला की संज्ञा नहीं पाता। वह पदार्थ मानव-मात्र में समानरूप से एक-सी भावनाओं की सृष्टि करे या उत्तेजित करे, तब यथार्थ कला है। जहाँ तक भावनाओं के समावेश या उत्तेजना का प्रश्न है, राष्ट्रीय झंडे से अधिक भावोत्तेजना की शक्ति, किसी अन्य पदार्थ में नहीं। लाखों व्यक्ति जिसकी रक्षा के लिए अपने प्राणों को हँसते-हँसते होम डालें, उसकी शक्ति की क्या सीमा! तो भी वह झंडा ललित कला नहीं कहा जा सकता। राष्ट्रीय झंडे का सम्बन्ध किसी एक भौगौलिक और राष्ट्रीय इकाई से है। किसी दूसरे राष्ट्रीय झंडे को देखकर उसी प्रकार की भावनाएँ उत्पन्न नहीं होतीं जैसी कि उस देश के वासी के मन में होती हैं। अत: हम झंडे को यथार्थ कलाकृति नहीं कह सकते।

उत्तर- शीर्षक-राष्ट्रीय झंडा और कलाकृति

वही पदार्थ कलाकृति है, जो सभी मनुष्यों में एक-सी भावनाओं को उत्पन्न करे। राष्ट्रीय झंडे में भावोत्तेजन की सबसे अधिक शक्ति है, लेकिन वह ललित कलाकृति नहीं। उसका संबंध देश और उसके प्रति राष्ट्रीय भावना से है। प्रत्येक देशवासी अपने ही देश के झंडे को देखकर भावोत्तेजित होता है।

पश्न- (अनुच्छेद) सभी भारतीय भाषाएँ कई शताब्दियों तक साहित्य और दर्शन के क्षेत्र में विकसित रही हैं। सिर्फ आधुनिक विज्ञान तथा तकनीकी के क्षेत्र में ही उनका अपेक्षित विकास अपेक्षित मात्रा में नहीं हुआ था। इसलिए उनमें आधुनिक प्रशासन के लिए उपयुक्त पारिभाषिक शब्द तैयार नहीं मिलते। सच पूछा जाए तो यह कोई कठिन समस्या नहीं है। प्रचलन के अभाव में भाषा विकसित नहीं होती। उसका विकास तभी होता है जब शब्दों का प्रयोग कई तरह से हो। प्रशासन का क्षेत्र भी इसका अपवाद नहीं है। हर एक राज्य को यह स्वतंत्रता होनी चाहिए कि वह अपने लिए आवश्यक शब्दावली का निर्माण करे, दूसरी भाषाओं से शब्द ले, या नये शब्द बना ले, अन्य भाषाओं के शब्द.

अपना ले। तभी उनका शब्द-भंडार बढ़ सकता है। हमें अंग्रेजी के प्रचलित शब्दों को लेने में भी संकोच नहीं करना चाहिए। हिंदी में जो शब्द बने हैं, अन्य भाषाएँ उन्हें अपना सकती हैं।

उत्तर-शीर्षक-''पारिभाषिक शब्दावली का निर्माण''

भारत की सभी भाषाओं में साहित्य और दर्शन-सम्बन्धी शब्द-भंडार तो बहुत है किंतु तकनीकी शब्दावली की कमी है। इसके लिए प्रत्येक राज्य को प्रशासनिक काम-काज में प्रयुक्त होने वाली पारिभाषिक शब्दावली तैयार करनी चाहिए। इस सम्बन्ध में अन्य भाषाओं के शब्द ग्रहण करने और नए शब्द गढ़ने में संकोच करना चाहिए। जरूरत पड़ने पर प्रांतीय भाषाएँ हिंदी की पारिभाषिक शब्दावली अपना सकती हैं।

प्रश्न (अनुच्छेद)- ''हम प्रजातंत्र के युग में हैं। प्रजातंत्र का अर्थ व सार यह होता है कि जनता का पूर्ण रूप उसमें हिस्सा हो। यह तभी सम्भव हो सकता है जब राज्य का प्रशासन जनता की भाषा में प्रशासन की भाषा अगर जनता की भाषा में विभिन्न होगी तो वह प्रशासन जनतांत्रिक कदापि न होगा, वह कुछ और ही होगा। उस अवस्था में प्रशासक और प्रशासित एक-दूसरे से पराए हो जाता हैं। इसलिए यह आवश्यक होता है कि अधिकार व उत्तरदायित्व से पूर्ण सारे विधान लोगों को अपनी भाषा में बनें, ताकि वे अपने वैधानिक व कानूनी हक व जिम्मेदारियों को जान सकें। न तो उन्हें ऐसे दूसरों पर निर्भर रहना पड़ेगा जो विधान की भाषा जानते हों। उन्हें जो कानूनी ज्ञान मिलेगा, वह प्रत्यक्ष नहीं रहेगा, वह अप्रत्यक्ष ही रहेगा। जब तक यह कमी दूर न होगी, तब तक जनतंत्र का गठन कमजोर ही रहेगा। इसलिए यह आवश्यक है कि प्रशासन जनता की भाषा में चले विधान जनता का भाषा में बने, न्यायालयों के निर्णय जनता की भाषा में निकलें और शिक्षा का माध्यम उच्च-से-उच्च श्रेणियों तक में जनता की भाषा हो।''

उत्तर-''जनतंत्र में जनभाषा का महत्त्व''

''जनतंत्र की सफलता तभी संभव है जब उसका सारा प्रशासनिक कार्य जनभाष में ही चले। जन भाषा से भिन्न किसी अन्य भाषा में प्रशासनिक कार्य होने पर जनता और प्रशासन में तालमेल नहीं रहता। जनता के सभी अधिकारों और कर्तव्यों का विधान यदि उसकी अपना भाषा में नहीं होगा तो वह स्वाधीन होते हुए भी, भाषा की दृष्टि से पराधीन बनी रहेगी। स्वाधीनता के लिए प्रशासन,

विधान, न्यायालय और शिक्षा आदि सभी क्षेत्रों में जनभाषा का प्रयोग होना चाहिए।

अत: इस संक्षेपण अनुच्छेद में यह दिखाया गया है कि किस तरह ऊपर के लेख को तीन पंक्ति रूप में लिख दिया गया है।



अपनी प्रगति जाँचे

प्रश्न 1: संक्षेपण लेखन में मुख्य रूप से किन बातों का ध्यान रखना चाहिए?

2. संक्षेपण अंग्रेजी के किसशब्द से लिया गया है?
3. संक्षेपण के दो तत्व का नाम लिखिए?
4. संक्षेपण की एक विधि का नाम लिखिए?
5. अच्छे संक्षेपण के एक लक्षण लिखिए?



8.10 सारांश

संक्षेपण लेखन एक महत्वपूर्ण बौद्धिक और भाषिक कौशल है, जो किसी भी विचार, पाठ या आपस के वक्तव्य को संक्षिप्त, सटीक और प्रभावपूर्ण ढंग से प्रस्तुत करने की क्षमता प्रदान करता है। यह सिर्फ शब्दों को घटाने या वाक्य छोटा करने की प्रक्रिया नहीं है, बल्कि यह मूल विचारों को सटीक रूप से रखते हुए उन्हें एक नवीन भाषा और ढाँचे में प्रस्तुत करने की दक्षता है। एक अच्छा संक्षेपण मूल पाठ की आत्मा को छेड़े बिना उसके आवश्यक अंशों को पाठक के सामने प्रभावी रूप से रखता है।

संक्षेपण लेखन में लेखक को पहले पूरा पाठ ध्यानपूर्वक पढ़ना चाहिए, जिससे वह विषय-वस्तु को समझ सके और मुख्य विचारों की पहचान कर सके। इसके बाद अनावश्यक विवरण, उदाहरण, अलंकरण और लेखक की व्यक्तिगत शैली को हटाकर मूल भावों को संक्षिप्त रूप में प्रस्तुत किया जाता है। यह लेखन निष्पक्ष और वस्तुनिष्ठ होता है, जिसमें लेखक की निजी राय या विश्लेषण की कोई आवश्यकता नहीं होती। शिक्षा, पत्रकारिता, प्रतियोगी परीक्षाओं और व्यावसायिक पत्राचार में संक्षेपण लेखन की बड़ी उपयोगिता है। यह किसी सूचना को सीमित शब्दों में प्रस्तुत करने की कला सिखाता है, जिससे संवाद संक्षिप्त लेकिन प्रभावशाली बनता है।

8.11 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

प्रश्न 1 का उत्तर : केवल मुख्य विचार लिखें, भाषा सरल रखें, निजी राय न जोड़ें, अधिक जानने के लिए ऊपर देखें।

प्रश्न 2 का उत्तर : संक्षेपण अंग्रेजी के ''precis'' शब्द से लिया गया है।

प्रश्न 3 का उत्तर : संक्षिप्तता, तथ्यात्मकता।

प्रश्न 4 का उत्तर : भाषा और शैली।

प्रश्न 5 का उत्तर : संक्षेपण में केवल मूल लेख के प्रमुख विचारों और सूचनाओं को ही गिना जाता है। इसमें गौण बातें, उदाहरण या सजावटी विवरण शामिल नहीं करते। इसका मुख्य उद्देश्य पाठ के सार को संक्षिप्त रूप में प्रस्तुत करना होता है, जिससे मूल अर्थ स्पष्ट रूप से बाहर निकल कर आए।

8.12 अधिक जानने के लिए पढ़ें

- वर्मा, लक्ष्मीसागर। हिंदी गद्य लेखन और संप्रेषण कौशल. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- शर्मा, ब्रजमोहन। प्रशासनिक हिंदी: सिद्धांत और व्यवहार नई दिल्ली: केंद्रीय हिंदी निदेशालय।
- बच्चन, हरिवंश राय। हिंदी शैली विज्ञान. नई दिल्ली: राजपाल एंड सन्स।
- मिश्र, विद्यानिवास। भाषा और समाज. नई दिल्ली: भारतीय ज्ञानपीठ।
- तरूण, रमेश। (2007). प्रयोजनमूलक हिन्दी. नई दिल्ली: अशोक प्रकाशन।
- श्रीवास्तव, अर्चना। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी: विविध आयाम. वाराणसी : विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- सोनटके, माधव। (2024). प्रयोजनमूलक हिन्दी. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- मोश्र, कृष्ण बिहारी। पत्रकारिता : इतिहास और प्रश्न. वाणी प्रकाशन।
- नगेन्द्र,(डॉ.)। हिन्दी साहित्य का इतिहास. नई दिल्ली: मयूर पब्लिकेशन।

● तिवारी, भोला। मानक हिन्दी का स्वरूप. दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।

8.13 अभ्यास प्रश्न

(क) संक्षिप्त प्रश्नों के उत्तर लिखिए-

1. संक्षेपण लेखन में 'मुख्य बिंदुओं को चिन्हित करना' क्यों आवश्यक होता है?
2. संक्षेपण लेखन में वाक्य विन्यास की भूमिका स्पष्ट कीजिए?
3. संक्षेपण के तीन परिभाषा लिखिए।
4. पत्र-संक्षेपण या सारिणी-संक्षेपण क्या है?
5. श्री शैलेन्द्र श्रीवास्तव के अनुसार संक्षेपण क्या है?
6. संक्षेपण मुख्यत: कितने प्रकार के हैं?

(ख) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लिखिए।

1. एक प्रभावशाली संक्षेपण के प्रमुख गुणों की चर्चा कीजिए।
2. संक्षेपण लेखन में आने वाली प्रमुख कठिनाइयों पर प्रकाश डालिए।
3. संक्षेपण के प्रमुख प्रकारों का उल्लेख कीजिए।
4. संक्षेपण विधि को रेखांकित कीजिए।
5. संक्षेपण के तत्व को स्पष्ट कीजिए।
6. किसी भी पुस्तक के अनुच्छेद से एक संक्षेपण अपने शब्दों में लिखिए।

******

इकाई : 9 समाचार लेखन कला

इकाई की रूपरेखा

9.1 उद्देश्य
9.2 प्रस्तावना
9.3 समाचार क्या है?
9.4 समाचार लेखन प्रक्रिया के चरण
9.5 समाचार लेखन की विशेषताएँ
9.6 समाचार लेखन कला के कुछ उदाहरण
9.7 सारांश
9.8 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)
9.9 अधिक जानने के लिए पढ़ें
9.10 अभ्यास प्रश्न

9.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप -

- सामाचार क्या है? इस तथ्य को समझ सकेंगे।
- समाचार किन किन स्त्रोतों से प्राप्त करते है उनसे परिचित हो पाएंगे।
- समाचार लेखन के विभिन्न विशेषताओं से परिचित होंगे।
- समाचार लेखन की प्रक्रियाओं को समझ पाएंगे।
- सामाचार लेखन की सिद्धांतों से परिचित होंगे।
- समाचार लेखन की विधि से भी ज्ञात हो पाएंगे।
- कुछ उदाहरण भी देख सकेंगे।

9.2 प्रस्तावना

पत्रकारिता लोकतंत्र का चौथा स्तंभ मानी जाती है, और इसका आधार है - समाचार लेखन। समाचार लेखन मात्र घटनाओं का वर्णन भर नहीं, बल्कि एक जिम्मेदार और सशक्त प्रक्रिया है, जो समाज को सूचना, जागरूकता और दिशा प्रदान करती है। आज के सूचना-प्रधान युग में समाचार का प्रभाव केवल

सीमित पाठकों तक नहीं रह गया, बल्कि यह वैश्विक संवाद और जनचेतना का माध्यम बन गया है। ऐसे में समाचार लेखन की प्रक्रिया को समझना अत्यंत आवश्यक हो जाता है।

समाचार लेखन एक विधिवत चरणबद्ध प्रणाली है, जिसमें पत्रकार को तथ्य एकत्र करने से लेकर, उनकी पुष्टि, चयन, प्रस्तुति और संपादन तक कई चरणों से गुजरना पड़ता है। इसकी भाषा स्पष्ट, संक्षिप्त और उद्देश्यपरक होती है, तथा इसमें तटस्थता और सत्यता की प्रधानता होती है। इस प्रक्रिया के माध्यम से ही समाज को घटनाओं की वास्तविक और निष्पक्ष तस्वीर मिलती है।

इसका मूल उद्देश्य, पाठक न केवल खबरों को समझ सकें, बल्कि उनकी विश्वसनीयता और गुणवत्ता का भी मूल्यांकन कर सकें इस प्रकार का विश्वास दिलाकर इसे जनहित में प्रस्तुत करना ही समाचार लेखन का मूल दायित्व होता है। समाचार लेखन की प्रक्रिया एक व्यवस्थित और चरणबद्ध कार्य है, जिसमें किसी घटना या विषय से संबंधित सूचनाओं को एकत्रित कर, उन्हें प्रमाणित कर, एक प्रभावी और पठनीय शैली में प्रस्तुत किया जाता है। इसका उद्देश्य जनसाधारण तक सटीक, निष्पक्ष और ताजातरीन जानकारी पहुँचाना होता है।

9.3 समाचार क्या है?

समाचार किसी भी ताजा, महत्वपूर्ण और प्रासंगिक घटना, विचार, तथ्य, सूचना या समस्याकी वह प्रस्तुति है, जिसमें समाज के एक बड़े वर्ग की रुचि, जिज्ञासा या चिंतानिहित हो तथा जो लोगों के जीवन, विचार, भावनाओं, व्यवहार या नीतियों पर प्रत्यक्ष अथवा परोक्ष रूप से प्रभाव डालने की क्षमता रखती हो।

अख़बारों में छपने वाले अधिकांश समाचार एक विशेष ढाँचे में लिखे जाते हैं। इस शैली में किसी भी घटना, विचार या समस्या से जुड़ी सबसे जरूरी जानकारी को समाचार की शुरुआत में ही प्रस्तुत किया जाता है। पहले पैराग्राफ में घटना से संबंधित प्रमुख तथ्य दिए जाते हैं, जबकि बाद के पैराग्राफों में क्रमश: कम महत्व की सूचनाएँ जोड़ी जाती हैं। यह क्रम तब तक चलता है जब तक पूरा समाचार समाप्त नहीं हो जाता। समाचार लेखन की इस पद्धति को ''उलटा पिरामिड शैली'' (Inverted Pyramid Style) कहा जाता है।

उलटा पिरामिड शैली समाचार लेखन की सबसे आम, व्यावहारिक और आधारभूत शैली मानी जाती है। यह शैली कहानी या साहित्यिक लेखन से अलग है, क्योंकि कहानियों में चरम बिंदु (क्लाइमेक्स) अंत में आता है, जबकि इस शैली में सबसे महत्वपूर्ण तथ्य शुरुआत में ही दिए जाते हैं। इसे 'उलटा पिरामिड' इसलिए कहा जाता है क्योंकि इसमें पिरामिड का चौड़ा हिस्सा ऊपर रहता है, जहाँ सबसे अहम सूचना होती है और क्रमशः नीचे की ओर कम महत्वपूर्ण विवरण आते जाते हैं। समाचार का सारांश सबसे पहले प्रस्तुत होता है और फिर सहायक या पृष्ठभूमि जानकारी दी जाती है।

समाचार स्त्रोत (Sources of News)

समाचार लेखन के लिए सामग्री कहाँ से आती है, यह प्रश्न अत्यंत महत्वपूर्ण है। समाचार तभी विश्वसनीय माना जाता है जब उसका स्त्रोत प्रामाणिक और सटीक हो। पत्रकार का कार्य केवल सूचना प्राप्त करना ही नहीं, बल्कि उसे सत्यापित कर पाठकों/श्रोताओं/दर्शकों तक निष्पक्ष रूप से पहुँचाना भी है। समाचार स्त्रोतों को सामान्यतः पाँच प्रमुख वर्गों में रखा जा सकता है।

1. प्रत्यक्ष अनुभव (Eyewitness/Direct E&perience)

- प्रत्यक्ष अनुभव सबसे प्रामाणिक स्त्रोत है।
- पत्रकार स्वयं घटनास्थल पर जाकर घटनाओं को देखता, सुनता और अनुभव करता है।
- ऐसे समाचारों में त्रुटि की संभावना कम होती है क्योंकि रिपोर्टर स्वयं का अवलोकन प्रस्तुत करता है।
- उदाहरण: भूकंप, रेल दुर्घटना, चुनाव स्थल या किसी खेल आयोजन की रिपोर्ट।

2. समाचार एजेंसियाँ (News Agencies)

- समाचार एजेंसियाँ विभिन्न क्षेत्रों में फैले संवाददाताओं के माध्यम से समाचार एकत्र करती हैं और मीडिया संस्थानों को उपलब्ध कराती हैं।
- इनके द्वारा राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय समाचारों की तुरंत जानकारी मिलती है।
- भारत में प्रमुख एजेंसियाँ:
    - प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया (PTI)
    - यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया (UNI)

- अंतरराष्ट्रीय एजेंसियाँ:
  Reuters (यूके)
  Associated Press – AP (अमेरिका)
  Agency France-Presse – AFP (फ्रांस)

3. प्रेस विज्ञप्तियाँ (Press Releases)

- यह सरकारी विभागों, कंपनियों, संस्थानों, राजनीतिक दलों या किसी संगठन द्वारा मीडिया को दी गई आधिकारिक सूचना होती है।
- इनका उपयोग नीतियों, योजनाओं, सम्मेलनों, नए कार्यक्रमों और उपलब्धियों की जानकारी देने के लिए किया जाता है।
- प्रेस विज्ञप्तियों पर आधारित समाचार लिखते समय तथ्यों की जाँच और भाषा का संतुलन बनाए रखना आवश्यक है।

4. साक्षात्कार (Interviews)

- विशेषज्ञों, नेताओं, खिलाड़ियों, प्रत्यक्षदर्शियों या किसी विषय से जुड़े व्यक्तियों से बातचीत करके समाचार सामग्री प्राप्त की जाती है।
- साक्षात्कार से समाचार को गहराई और विश्वसनीयता मिलती है।
- यह तरीका राजनीति, सामाजिक मुद्दों, आर्थिक नीतियों और खेल-संस्कृति जैसे विषयों के लिए विशेष उपयोगी है।

5. सोशल मीडिया और अन्य ऑनलाइन स्त्रोत (Social Media and Digital Sources)

- आज के डिजिटल युग में ट्विटर (X), फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब जैसे प्लेटफॉर्म समाचार का बड़ा स्त्रोत बन चुके हैं।
- कई बार घटनाओं की पहली झलक इन्हीं माध्यमों से मिलती है।
- लेकिन इन स्त्रोतों से मिली जानकारी हमेशा प्रामाणिक नहीं होती, इसलिए फैक्ट-चेकिंग आवश्यक है।
- ऑनलाइन पोर्टल्स, ब्लॉग और नागरिक पत्रकारिता (Citizen Journalism) भी नए समाचार स्त्रोत बन गए हैं।

समाचार स्त्रोत अनेक प्रकार के हो सकते हैं। किन्तु पत्रकार की सबसे बड़ी जिम्मेदारी है कि किसी भी स्त्रोत से प्राप्त सूचना को सत्यापित कर ही प्रस्तुत करे। एक जिम्मेदार पत्रकार को यह समझना चाहिए कि समाचार का स्त्रोत ही उसकी विश्वसनीयता का आधार है।

9.4 समाचार लेखन प्रक्रिया के चरण

समाचार लेखन पत्रकारिता का मूल आधार है। यह वह प्रक्रिया है जिसके माध्यम से किसी घटना या विषय को जनसाधारण तक तथ्यात्मक, निष्पक्ष और प्रभावशाली ढंग से प्रस्तुत किया जाता है। एक अच्छी खबर न केवल सूचनात्मक होती है, बल्कि समाज को जागरूक करने और दिशा देने में भी सहायक सिद्ध होती है। समाचार लेखन कोई आकस्मिक कार्य नहीं, बल्कि एक विधिवत प्रक्रिया है, जो कई चरणों में पूरी होती है। इन चरणों को समझना न केवल पत्रकारों के लिए, बल्कि सामान्य पाठकों के लिए भी आवश्यक है, ताकि वे खबरों की विश्वसनीयता और गुणवत्ता को समझ सकें।

9.4.1 विषय या घटना की पहचान

विषय या घटना की पहचान समाचार लेखन की प्रक्रिया की पहली कड़ी है। समाचार लेखन की प्रक्रिया की शुरुआत उस क्षण से होती है जब पत्रकार किसी विषय या घटना को समाचार के रूप में पहचानता है। यह चरण अत्यंत महत्वपूर्ण होता है, क्योंकि यहीं से यह तय होता है कि कौन-सी जानकारी पाठकों या दर्शकों तक पहुँचेगी और किस प्रकार समाज को जागरूक, सूचित और प्रभावित करेगी।

घटनाओं की भीड़ में से एक समाचार योग्य विषय को चुनना पत्रकार की सूझबूझ, दृष्टिकोण और संवेदनशीलता पर निर्भर करता है। हर घटना समाचार नहीं होती; समाचार वही होता है जो समाज के किसी हिस्से को प्रभावित करता हो, उसमें कोई नवीनता हो, वह असामान्य हो, या उसमें व्यापक जनहित निहित हो।

इस प्रक्रिया में पत्रकार को निम्नलिखित तत्वों का विशेष ध्यान रखना होता है:

1. नवीनता (Novelty)- कोई विषय तभी समाचार योग्य बनता है जब उसमें ताजगी और नवीनता हो। पुरानी या बार-बार दोहराई गई घटनाएं आमतौर पर पाठकों में रुचि नहीं जगातीं।

2. असामान्यता (nusualness)- जो घटनाएं सामान्य से अलग होती हैं, वे लोगों का ध्यान अधिक आकर्षित करती हैं। उदाहरण के लिए, यदि

किसी गाँव में बर्फबारी हो जाए जहाँ कभी बर्फ नहीं गिरी, तो यह एक असामान्य घटना मानी जाएगी।

3. प्रभावशीलता (Impact)- जिस घटना का असर बड़ी संख्या में लोगों पर पड़े या जो किसी समुदाय, राज्य या देश के हित से जुड़ी हो, वह खबर महत्वपूर्ण होती है। जैसे बजट, चुनाव, प्राकृतिक आपदा आदि।

4. जनहित (Public Interest)- पत्रकार को यह सुनिश्चित करना होता है कि चुनी गई खबर समाज के लिए उपयोगी हो। ऐसी खबरें जो लोगों की समस्याओं, जरूरतों या अधिकारों से जुड़ी होती हैं, उन्हें प्राथमिकता दी जाती है।

विषय या घटना की पहचान केवल सूचना एकत्र करने की प्रक्रिया नहीं है, बल्कि यह पत्रकारिता की नैतिक जिम्मेदारी का पहला पड़ाव भी है, जहाँ यह तय होता है कि मीडिया समाज को किस दिशा में प्रभावित करेगा। यह प्रक्रिया न केवल तकनीकी दक्षता बल्कि मानवीय संवेदना और सामाजिक सरोकारों की भी माँग करती है।

9.4.2 सूचना एकत्र करना

घटना के चयन के बाद अगला चरण होता है तथ्य एकत्र करना, जो समाचार लेखन की रीढ़ की हड्डी माना जाता है। पत्रकार विभिन्न स्रोतों जैसे प्रत्यक्ष अनुभव, साक्षात्कार, प्रेस विज्ञप्तियाँ, सरकारी आँकड़े, सोशल मीडिया और समाचार एजेंसियों से सूचनाएँ जुटाता है। इस प्रक्रिया में सत्यता और विश्वसनीयता सर्वोपरि होती है, इसलिए पत्रकार को सतर्क, निष्पक्ष और विवेकशील रहना आवश्यक है। तथ्य एकत्र करते समय उसे यह सुनिश्चित करना होता है कि कोई भी जानकारी भ्रामक न हो और पाठकों तक सही रूप में पहुँच सके।

9.4.3 तथ्यों की पुष्टि

तथ्य एकत्र करने के बाद उनकी पुष्टि करना समाचार लेखन की अनिवार्य प्रक्रिया है। अपुष्ट या आधे-अधूरे तथ्यों पर आधारित खबरें पत्रकार की साख को नुकसान पहुँचा सकती हैं और समाज में भ्रम या अफवाह फैला सकती हैं। इसलिए हर सूचना का क्रॉस-वेरिफिकेशन विभिन्न स्रोतों से करना आवश्यक

होता है। पत्रकार को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि प्रस्तुत की जा रही जानकारी प्रमाणिक, सटीक और निष्पक्ष हो, ताकि खबर पाठकों का विश्वास अर्जित कर सके और पत्रकारिता की विश्वसनीयता बनी रहे।

9.4.4 संरचना और प्रारूप निर्धारण

संरचना और प्रारूप निर्धारण के चरण में यह तय किया जाता है कि खबर को किस रूप में प्रस्तुत किया जाएगा—सीधी खबर, फीचर स्टोरी या संपादकीय के रूप में। इसमें सूचना की प्रस्तुति शैली, भाषा, शीर्षक, उपशीर्षक और तथ्य क्रमबद्ध रूप से किस प्रकार रखे जाएंगे, इस पर विशेष ध्यान दिया जाता है।

9.4.5 शीर्षक और लीड लेखन

शीर्षक वह हिस्सा होता है जो पाठक का ध्यान सबसे पहले आकर्षित करता है, इसलिए यह संक्षिप्त, स्पष्ट और प्रभावशाली होना चाहिए। इसके बाद लीड आता है, जो खबर का पहला अनुच्छेद होता है। लीड में खबर के मुख्य बिंदु—क्या हुआ, कब, कहाँ, कैसे और क्यों (5W1H)—स्पष्ट रूप से शामिल किए जाते हैं ताकि पाठक को तुरंत पूरी घटना का सार समझ आ सके। शीर्षक के प्रकार को हम निम्नलिखित रूप से बाँट सकते हैं-

लीड-समाचार-पत्र में प्रथम पृष्ठ पर लीड समाचार का शीर्षक सबसे मोटा और आकर्षक होता है, भाषिक-रचना की दृष्टि से समाचार का सारतत्व इस लीड शीर्षक में आ जाना चाहिए। लीड शीर्षक चार कालम से लेकर आठ कालम तक हो सकता है।

पूर्ण पांती (Full line) शीर्षक में ध्यान रखा जाता है कि भावाभिव्यक्ति के साथ गिने-गिनाए अक्षरों का (मात्राओं सहित) का प्रयोग हो जिससे न अगल-बगल में जगह खाली रहे और न उसका कोई अंश अगले कालम में जा पाए। लीड शीर्षक के तथ्यों को उभारने के लिए सहायक शीर्षक भी दे दिए जाते हैं, जिससे रीड आउट (Read out) अथवा हेंगर (Hanger) कहते हैं।

9.4.6 मुख्य खबर लेखन

मुख्य खबर लेखन या बॉडी में लीड के बाद समाचार का विस्तृत और व्यापक विवरण प्रस्तुत किया जाता है। इस भाग में घटना से जुड़ी सभी

महत्वपूर्ण जानकारियाँ, तथ्य, संदर्भ और पृष्ठभूमि दी जाती है। इसे 'उल्टे पिरामिड शैली' में लिखा जाता है, जिसमें सबसे महत्वपूर्ण और आवश्यक जानकारी सबसे पहले दी जाती है, जबकि कम महत्वपूर्ण या अतिरिक्त विवरण बाद में आते हैं। इस शैली से पाठक को खबर के मुख्य अंश जल्दी समझ में आ जाते हैं और यदि वे पूरा लेख न पढ़ें तो भी उन्हें महत्वपूर्ण जानकारी मिल जाती है। यह पत्रकारिता में प्रभावी और व्यावहारिक तरीका माना जाता है।

9.4.7 भाषा-शैली

समाचार लेखन में भाषा का अत्यंत महत्वपूर्ण स्थान होता है। पत्रकार को सरल, स्पष्ट, संक्षिप्त और प्रभावी भाषा का उपयोग करना चाहिए ताकि खबर सभी पाठकों तक आसानी से समझ में आए। भावनात्मक या पक्षपाती भाषा से बचना आवश्यक है, ताकि खबर वस्तुनिष्ठ और निष्पक्ष बनी रहे। इससे पाठक सही जानकारी प्राप्त कर सके और पत्रकारिता की विश्वसनीयता बनी रहे। भाषा की यह शैली समाचार को प्रभावी और पारदर्शी बनाती है।

9.4.8 संपादन और संशोधन

समाचार का अंतिम मसौदा तैयार होने के बाद उसकी संपादन प्रक्रिया होती है। इसमें वर्तनी, व्याकरण, तथ्यात्मक त्रुटियाँ और भाषा की अशुद्धियाँ सुधारी जाती हैं। कभी-कभी खबर की प्रस्तुति या क्रम में भी बदलाव किया जाता है।

9.4.9 प्रकाशन या प्रसारण

अंतिम रूप दिए जाने के बाद समाचार को प्रिंट, टीवी, रेडियो या डिजिटल प्लेटफॉर्म पर प्रकाशित या प्रसारित किया जाता है। इसके साथ ही समाचार लेखन की प्रक्रिया पूरी होती है।

समाचार लेखन एक उत्तरदायित्वपूर्ण कार्य है, जिसमें संवेदनशीलता, निष्पक्षता और सटीकता की आवश्यकता होती है। यदि उपर्युक्त सभी चरणों को सावधानीपूर्वक अपनाया जाए, तो एक प्रभावी, विश्वसनीय और जनहितकारी समाचार तैयार किया जा सकता है, जो न केवल सूचनाएँ देता है, बल्कि समाज को दिशा भी प्रदान करता है।



अपनी प्रगति जांचें

1. समाचार लेखन में पत्रकार को किन किन तत्वों का विशेष ध्यान रखना चाहिए?
2. एक सम्पूर्ण समाचार में किन किन प्रश्नों के उत्तर अवश्य होने चाहिए?
3. सामाचार लेखन में किस शैली का प्रयोग किया जाता है?
4. लोकतंत्र का चौथा स्तंभ क्या है?
5. सामाचार लेखन का मूल दायित्व क्या होता हैं?

9.5 समाचार लेखन की विशेषताएँ या सिद्धांत

किसी भी समाचार पत्र, पत्रिका, टीवी चैनल या डिजिटल मीडिया की गुणवत्ता का मूल्यांकन मुख्यत: उसके समाचारों की प्रस्तुति, विश्वसनीयता और शैली से किया जाता है। एक प्रभावशाली समाचार केवल सूचनाओं का संग्रह नहीं होता, बल्कि वह समाज को दिशा देने, सोचने की दृष्टि विकसित करने और जन-चेतना को जागृत करने वाला माध्यम होता है। इसलिए समाचार लेखन में कुछ विशेषताओं और सिद्धांतों का पालन अनिवार्य माना जाता है। ये विशेषताएँ न केवल समाचार को पठनीय बनाती हैं, बल्कि उसकी प्रामाणिकता और प्रभावशीलता भी सुनिश्चित करती हैं।

1. तथ्यात्मकता और निष्पक्षता (Factual and Objective)

समाचार की सबसे प्रमुख विशेषता है उसकी तथ्यपरकता। एक अच्छा समाचार कल्पना या अनुमान पर आधारित नहीं होता, बल्कि वह वास्तविक तथ्यों पर आधारित होता है। साथ ही, उसमें किसी प्रकार की पक्षधरता या पूर्वग्रह नहीं होता। निष्पक्षता पत्रकार की ईमानदारी को दर्शाती है और पाठकों का विश्वास कायम रखती है।

2. नवीनता (Timeliness/Novelty)

समाचार की उपयोगिता उसकी नवीनता में निहित होती है। बीते हुए कल की घटना आज समाचार नहीं होती। समाचार वही होता है जो ताजातरीन हो और जिसे जानने की लोगों में जिज्ञासा हो। नवीनता समाचार का आवश्यक

गुण है, जो उसे प्रासंगिक और आकर्षक बनाता है।

3. महत्त्व और प्रभाव (Significance and Impact)

हर समाचार का समाज पर कोई न कोई प्रभाव होता है। समाचार लेखन में यह देखना जरूरी होता है कि दी गई खबर कितनी जन-सरोकार से जुड़ी है। उदाहरण के लिए, किसी क्षेत्र में आई बाढ़ या चुनाव परिणाम आमजन के जीवन को प्रभावित करते हैं, इसलिए ऐसे समाचारों को प्रमुखता मिलती है।

4. संक्षिप्तता और स्पष्टता (Conciseness and Clarity)

एक अच्छा समाचार संक्षिप्त होते हुए भी संपूर्ण जानकारी देता है। जटिल और लंबी बातें पाठक को भ्रमित कर सकती हैं। अत: समाचार लेखन में स्पष्ट और सरल भाषा का प्रयोग आवश्यक है। यह विशेषता समाचार को जन-सुलभ बनाती है।

5. रोचकता और पठनीयता (Interest and Readability)

समाचार केवल जानकारी देने का माध्यम नहीं, बल्कि पाठक को जोड़े रखने का उपकरण भी है। इसलिए समाचार में रोचकता बनाए रखना आवश्यक है। रोचकता भाषा, शैली, शीर्षक और प्रस्तुति से आती है। एक जीवंत और प्रभावशाली लेखन शैली समाचार को पठनीय बनाती है।

6. संतुलन और समरूपता (Balance and Proportion)

समाचार लेखन में तथ्यों को तोड़-मरोड़ कर प्रस्तुत करना अक्षम्य है। लेखक को सभी पक्षों को समान महत्व देते हुए समाचार लिखना चाहिए। इससे संतुलन बना रहता है और पाठकों को घटनाओं की संपूर्ण समझ मिलती है। पक्षपातपूर्ण लेखन पत्रकारिता की नैतिकता के विरुद्ध है।

7. उत्तरोत्तर महत्व का सिद्धांत (Inverted Pyramid Structure)

समाचार लेखन का एक स्थापित सिद्धांत है—उल्टा पिरामिड ढाँचा, जिसमें सबसे महत्वपूर्ण जानकारी पहले दी जाती है, फिर क्रमश: कम महत्वपूर्ण विवरण। इससे पाठक को प्रारंभ में ही मुख्य सूचना मिल जाती है और समय की बचत भी होती है।

8. छः ककार (5W1H) सिद्धांत

यह समाचार लेखन का मूल आधार है। एक सम्पूर्ण समाचार में निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर अवश्य होने चाहिए:

- What – क्या हुआ?

- When – कब हुआ?
- Where – कहाँ हुआ?
- Who – किसने किया?
- Why – क्यों हुआ?
- How – कैसे हुआ?

किसी समाचार को तैयार करते समय मुख्य रूप से छह बुनियादी प्रश्नों का उत्तर देना आवश्यक माना जाता है– क्या हुआ, कब हुआ, कहाँ हुआ, किसने किया, क्यों हुआ और कैसे हुआ। इन छह प्रश्नों को ही पत्रकारिता में छः ककार कहा जाता है। समाचार लेखन के दौरान किसी भी घटना, समस्या या विचार से जुड़ी रिपोर्ट को स्पष्ट, संपूर्ण और प्रभावी बनाने के लिए इन्हीं छः बिंदुओं को आधार बनाया जाता है।

9. भाषायी मर्यादा और शुद्धता

समाचार की भाषा मर्यादित, शुद्ध और सरल होनी चाहिए। अशिष्ट, आपत्तिजनक या अपमानजनक शब्दों से बचना आवश्यक है। एक पत्रकार को भाषा की गरिमा बनाए रखनी चाहिए क्योंकि मीडिया जन-प्रभाव का साधन है।

10. शीर्षक की प्रभावशीलता

समाचार का शीर्षक उसकी पहली छवि होता है। यह छोटा, आकर्षक, तथ्यात्मक और सारगर्भित होना चाहिए ताकि पाठक उसे पढ़ने के लिए उत्साहित हों। प्रभावशाली शीर्षक पाठक को पूरे समाचार तक खींच ले जाता है।



महत्वपूर्ण बिंदुः

समाचार लेखन केवल घटनाओं को शब्दों में ढालने की प्रक्रिया नहीं, बल्कि यह सामाजिक जिम्मेदारी से जुड़ा कार्य है। इसकी विशेषताएँ और सिद्धांत पत्रकारिता को एक नैतिक, बौद्धिक और लोकमंगलकारी कार्यक्षेत्र बनाते हैं। यदि पत्रकार इन सिद्धांतों का पालन ईमानदारी और संवेदनशीलता के साथ करें, तो पत्रकारिता न केवल सूचना का स्रोत बनेगी, बल्कि समाज के निर्माण की एक सशक्त धुरी भी सिद्ध होगी।

9.6 समाचार लेखन कला के कुछ उदाहरण

समाचार लेखन कला के कुछ उदाहरण नीचे दिए गए हैं, जो इस विधा की शैली, संरचना और प्रस्तुति को स्पष्ट करते हैं। ये उदाहरण सरल, तथ्यात्मक और स्पष्ट शैली में प्रस्तुत किए गए हैं:

नमूना 1 : प्राकृतिक आपदा पर समाचार

शीर्षक:

उत्तराखंड में बादल फटने से भारी तबाही, 12 लोगों की मौत

लीड (प्रारंभिक अनुच्छेद):

उत्तराखंड के रुद्रप्रयाग जिले में सोमवार सुबह बादल फटने की घटना में अब तक 12 लोगों की मौत हो चुकी है, जबकि कई लोग लापता हैं। राहत और बचाव कार्य जारी है।

मुख्य विवरण :

स्थानीय प्रशासन के अनुसार, सुबह 5 बजे के आसपास यह हादसा हुआ जब अचानक तेज बारिश के साथ बादल फट गया। कई घर और सड़कें क्षतिग्रस्त हो गईं हैं। राष्ट्रीय आपदा प्रतिक्रिया बल (NDRF) की टीमें मौके पर पहुँच चुकी हैं। मुख्यमंत्री ने मृतकों के परिजनों को चार लाख रुपये की सहायता राशि देने की घोषणा की है। मौसम विभाग ने अगले 48 घंटे भारी बारिश की चेतावनी दी है।

नमूना 2 : शिक्षा क्षेत्र की खबर

शीर्षक :

CBSE ने 10वीं और 12वीं की बोर्ड परीक्षा की तिथियाँ घोषित कीं

लीड:

केंद्रीय माध्यमिक शिक्षा बोर्ड (CBSE) ने बुधवार को 10वीं और 12वीं कक्षा की बोर्ड परीक्षाओं की तिथियाँ घोषित कर दी हैं। परीक्षाएँ 15 फरवरी 2025 से शुरू होंगी।

मुख्य विवरण:

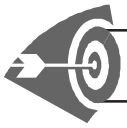
CBSE द्वारा जारी अधिसूचना के अनुसार, 10वीं की परीक्षा 15 फरवरी से 10 मार्च तक और 12वीं की परीक्षा 15 फरवरी से 20 मार्च तक आयोजित की जाएगी। परीक्षा सुबह 10:30 बजे से दोपहर 1:30 बजे तक होंगी। बोर्ड

ने छात्रों से समय पर एडमिट कार्ड डाउनलोड करने और नियमों का पालन करने की अपील की है। प्रश्नपत्रों में इस बार 20% अंक केस स्टडी आधारित पश्नों पर होंगे।



9.7 सारांश

समाचार लेखन पत्रकारिता की एक महत्वपूर्ण कला है, जिसमें सूचनाओं को प्रभावी, सटीक और रोचक ढंग से प्रस्तुत किया जाता है। इसकी विशेषता इसकी संरचना, वस्तुनिष्ठता और स्पष्टता में निहित होती है। एक सफल समाचार लेखक वही होता है जो विषय की पहचान, तथ्य संग्रह, पुष्टि और प्रस्तुति में दक्ष हो। इसमें समाचार लेखन में छह बुनियादी प्रश्नों- क्या, कौन (या किसके साथ), कहाँ, कब, क्यों और कैसे- का उत्तर देना ज़रूरी होता है। इन्हें पत्रकारिता मेंछः ककारया '5W1H' सूत्रकहा जाता है। किसी घटना, समस्या या विचार से जुड़ी खबर को स्पष्ट और पूर्ण बनाने के लिए इन्हीं बिंदुओं को आधार बनाया जाता है।उलटा पिरामिड शैली समाचार लेखन की सबसे लोकप्रिय और व्यावहारिक पद्धति है। इसमें सबसे महत्वपूर्ण तथ्य या सूचना शुरुआत में दी जाती है और उसके बाद क्रमशः कम महत्व के विवरण जोड़े जाते हैं। यह शैली कहानी लेखन के विपरीत है, जहाँ चरम बिंदु अंत में आता है। समाचार को इस ढाँचे में लिखने से पाठक को मुख्य जानकारी तुरंत मिल जाती है और संपादन में भी सुविधा रहती है '5W1H' सूत्र और 'उल्टे पिरामिड' शैली का पालन करते हुए पाठकों को आवश्यक जानकारी पहले ही प्रदान की जाती है। समाचार लेखन का महत्व इस बात में है कि यह समाज को जागरूक, सूचित और सक्रिय बनाता है। यह लोकतंत्र का चौथा स्तंभ होने के नाते जनमत निर्माण में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। सटीक भाषा और निष्पक्षता इसकी आत्मा मानी जाती है।



9.8 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

प्रश्न 1 का उत्तर- नवीनता (Novelty), असामान्यता (Unusualness), प्रभावशीलता (Impact),जनहित (Public Interest)

प्रश्न 2 का उत्तर- What – क्या हुआ ?, When – कब हुआ ?, Where

– कहाँ हुआ?, Who – किसने किया?, Why – क्यों हुआ?, How – कैसे हुआ?

प्रश्न 3 का उत्तर– ''उलटा पिरामिड शैली'' (Inverted Pyramid Style)।

प्रश्न 4 का उत्तर– पत्रकार।

प्रश्न 5 का उत्तर– पाठक न केवल खबरों को समझ सकें, बल्कि उनकी विश्वसनीयता और गुणवत्ता का भी मूल्यांकन कर सकें इस प्रकार का विश्वास दिलाकर इसे जनहित में प्रस्तुत करना ही समाचार लेखन का मूल दायित्व होता है।



9.9 अधिक जानने के लिए पढ़ें

- जोशी, प्रभात. (2002). पत्रकारिता क्या है. मुंबई: भारतीय विद्या भवन।
- पांडेय, रामेश्वर. (2005). पत्रकारिता: सिद्धांत और प्रयोग. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- चतुर्वेदी, उमेश. (2010). समाचार लेखन. नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन।
- शंकर, रवि. (2014). प्रिंट मीडिया: सिद्धांत और व्यवहार. नई दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।
- गोयल, योगेश कुमार. (2016). आधुनिक पत्रकारिता: सिद्धांत, शैली और स्वरूप. दिल्ली: भारतीय विद्या निकेतन प्रकाशन।
- श्रीवास्तव, अर्चना। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी: विविध आयाम. वाराणसी: विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- सोनटके, माधव। (2024). प्रयोजनमूलक हिन्दी. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- मोश्र, कृष्ण बिहारी। पत्रकारिता: इतिहास और पश्र. वाणी प्रकाशन।
- नगेन्द्र, (डॉ.)। हिन्दी साहित्य का इतिहास. नई दिल्ली: मयूर पब्लिकेशन।
- तिवारी, भोलानाथ। मानक हिन्दी का स्वरूप. दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।

9.10 अभ्यास पश्न

क) संक्षिप्त पश्नों के उत्तर लिखिए-

1. समाचार लेखन की प्रक्रिया की पहली कड़ी क्या होती है?
2. 'उल्टे पिरामिड शैली' का क्या अर्थ है?
3. समाचार लेखन में 5W1H का क्या महत्व है?
4. समाचार क्या है?
5. पत्रकारिता की एक महत्वपूर्ण कला क्या है?
6. पत्रकार को किस भाषा से बचना आवश्यक है?

ख) निम्नलिखित पश्नों के उत्तर लिखिए :

1. समाचार लेखन की प्रक्रिया के प्रमुख चरणों का वर्णन कीजिए।
2. समाचार लेखन में तथ्य एकत्र करने और उनकी पुष्टि की प्रक्रिया को विस्तार से समझाइए।
3. समाचार लेखन में भाषा की भूमिका और उसकी विशेषताओं पर विचार प्रस्तुत कीजिए।
4. सामाचार लेखन की विशेषताओं को रेखांकित कीजिए?
5. सामाचार क्या है और सामाचार को किस शैली में लिखा जाता है उदाहरण सहित लिखिए?
6. समाचार स्त्रोत के प्रमुख वर्गों का नाम उल्लेख करते हुए विस्तार रूप से लिखिए।
7. समाचार लेखन हेतु निम्न सूचनाओं के आधार पर एक समाचार तैयार कीजिए।

विषय-विश्वविद्यालय में आयोजित वार्षिकोत्सव की सूचना, समय-12 मार्च, 2025, स्त्रोत-विश्वविद्यालय के कुलपति xyz, मुख्य अतिथि-गृह मंत्री, कार्यक्रम-रंगारंग सांस्कृतिक कार्यक्रम और पुरस्कार वितरण।

******

इकाई : 10 संचार और संप्रेषण

इकाई की रूपरेखा

10.1 उद्देश्य

10.2 प्रस्तावना

10.3 संचार और संप्रेषण के अर्थ एवं परिभाषा

10.4 संचार और संप्रेषण के प्रकार

10.5 उद्देश्य और प्रक्रिया

10.6 संचार और संप्रेषण में अंतर

10.7 संचार का महत्व और दोनों के बीच का संबंध

10.8 संचार की बाधाएँ

10.9 सारांश

10.10 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

10.11 अधिक जानने के लिए पढ़ें

10.12 अभ्यास प्रश्न

10.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप -

- संचार और संप्रेषण के अर्थ एवं परिभाषा से परिचित हो पाएंगे।
- संचार और संप्रेषण के प्रकारों से परिचित होंगे।
- संचार और संप्रेषण के उद्देश्य और प्रक्रिया को स्पष्ट रूप से जान पाएंगे।
- संचार और संप्रेषण- दोनों में अंतर को देख पाएंगे।
- संचार का महत्व और दोनों के बीच का संबंध से ज्ञात हो सकेंगे।
- संचार में होने वाले बाधाओं को समझ पाएंगे।

10.2 प्रस्तावना

मानव जीवन के विकास और समाज की संरचना में संचार और संप्रेषण की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण है। सभ्यता के आरंभिक चरण से ही मनुष्य ने अपने विचारों, अनुभवों और भावनाओं को साझा करने के लिए विभिन्न

माध्यमों का सहारा लिया। यही प्रक्रिया आगे चलकर संचार और संप्रेषण के रूप में विकसित हुई। संप्रेषण को उस तकनीकी प्रक्रिया के रूप में देखा जाता है जिसके माध्यम से संदेश या सूचना एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँचती है, जबकि संचार का दायरा कहीं अधिक व्यापक है। इसमें सूचना के साथ-साथ भावनाएँ, विचार और दृष्टिकोण भी एक-दूसरे तक पहुँचते हैं। संचार और संप्रेषण के विभिन्न प्रकार हैं, जो परिस्थितियों और प्रयोजनों के अनुसार भिन्न-भिन्न रूप धारण करते हैं। इनका उद्देश्य केवल संदेश पहुँचाना नहीं, बल्कि उसे समझना, ग्रहण करना और उस पर प्रतिक्रिया देना भी है। प्रत्येक प्रकार की प्रक्रिया अपने भीतर एक विशेष पद्धति और चरण लिए हुए होती है, जो उसे प्रभावी बनाते हैं। दोनों शब्द अक्सर समानार्थक प्रतीत होते हैं, किंतु इनमें सूक्ष्म अंतर मौजूद है। संप्रेषण जहाँ तकनीकी साधनों और माध्यमों की क्षमता को रेखांकित करता है, वहीं संचार मानवीय जुड़ाव और संवाद की गहराई को सामने लाता है। समाज के सामंजस्यपूर्ण विकास के लिए दोनों का परस्पर संबंध अनिवार्य है। आधुनिक युग में संचार की प्रासंगिकता और भी बढ़ गई है। यह न केवल व्यक्तिगत संबंधों को मजबूत करता है बल्कि संगठनात्मक विकास और सामाजिक समरसता को भी गति प्रदान करता है। किन्तु यह भी सच है कि संचार की प्रक्रिया अनेक बाधाओं से प्रभावित हो सकती है। अस्पष्ट भाषा, सांस्कृतिक भिन्नता, तकनीकी सीमाएँ और धैर्य की कमी जैसी रुकावटें संदेश की प्रभावशीलता को घटा देती हैं। यह आवश्यक है कि हम संचार और संप्रेषण की परिभाषा, उनके प्रकार, उद्देश्य, प्रक्रिया, अंतर, महत्व और बाधाओं को स्पष्ट रूप से समझें। इन्हीं पहलुओं की व्यवस्थित चर्चा से न केवल विषय का सैद्धांतिक आधार मजबूत होता है, बल्कि व्यावहारिक जीवन में भी प्रभावी संवाद स्थापित करने में सहायता मिलती है।

10.3 संचार और संप्रेषण के अर्थ एवं परिभाषा

संचार का अर्थ

'संचार' शब्द 'सम्' उपसर्ग और 'चार' धातु से मिलकर बना है, जिसका तात्पर्य है—'एक साथ चलना' या 'एक-दूसरे के साथ विचारों, भावनाओं या सूचनाओं का आदान-प्रदान करना'। संचार एक ऐसी प्रक्रिया है जिसके माध्यम से व्यक्ति अपने विचार, अनुभव, सूचना या ज्ञान को दूसरों तक पहुँचाता है।

संचार की परिभाषा

1. विल्बर श्रैम के अनुसार—''संचार वह प्रक्रिया है जिसमें एक प्रेषक एक संदेश को किसी माध्यम द्वारा एक प्राप्तकर्ता तक भेजता है और उससे प्रतिक्रिया प्राप्त करता है।''
2. ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी के अनुसार—''संचार वह प्रक्रिया है जिसके द्वारा व्यक्ति जानकारी का आदान-प्रदान करते हैं।''

संप्रेषण का अर्थ

संप्रेषण का अर्थ है—संचार द्वारा भेजे गए संदेश को समझना, ग्रहण करना और उसके अनुसार प्रतिक्रिया देना। यह संचार का आवश्यक अंग है, जो यह सुनिश्चित करता है कि भेजी गई बात को प्राप्तकर्ता ने किस रूप में ग्रहण किया।

संप्रेषण की परिभाषा

1. डॉ. रामविलास शर्मा के अनुसार—''संप्रेषण वह प्रक्रिया है जो लेखक और पाठक, वक्ता और श्रोता, या किसी भी दो पक्षों के बीच प्रभावी संवाद सुनिश्चित करती है।''
2. सामान्य रूप में—''संप्रेषण वह मानसिक प्रक्रिया है जिसमें प्राप्तकर्ता संदेश को समझकर उसके प्रति प्रतिक्रिया करता है।''

इस प्रकार संचार और संप्रेषण दोनों मिलकर प्रभावी संवाद की नींव रखते हैं।

10.4 संचार और संप्रेषण के प्रकार (Types of Communicationand Transmission)

''संचार'' और ''संप्रेषण'' दोनों के प्रकार अलग-अलग होते हैं, क्योंकि संचार एक व्यापक प्रक्रिया है जब कि संप्रेषण उसका एक हिस्सा है।

संचार मानव जीवन का मूलभूत अंग है। परिस्थितियों और आवश्यकताओं के अनुसार संचार की विभिन्न शैलियाँ विकसित हुई हैं। सामान्यत: संचार को निम्नलिखित प्रकारों में विभाजित किया जाता है-

1. मौखिक संचार (Verbal Communication)

- यह संचारभाषा के प्रयोग पर आधारित होता है।
- इसमें बोलकर या सुनकर सूचना का आदान-प्रदान किया जाता है।

- उदाहरण: वार्तालाप, भाषण, टेलीफोन पर बातचीत, कक्षा में अध्यापन।
- विशेषता:
  - त्वरित प्रतिक्रिया (Feedback) मिलती है।
  - संबंधों को मजबूत करने में मदद करता है।
- सीमा: कभी-कभी गलत उच्चारण या भाषा की अस्पष्टता से अर्थ भ्रमित हो सकता है।

2. लिखित संचार (Written Communication)

- यह संचार लिखित शब्दों के माध्यम से किया जाता है।
- इसमें पत्र, ई-मेल, रिपोर्ट, निबंध, किताबें, समाचार पत्र आदि शामिल हैं।
- विशेषता:
  - स्थायी और सुरक्षित रिकॉर्ड रहता है।
  - जटिल विचारों को व्यवस्थित रूप से प्रस्तुत करने का अवसर देता है।
- सीमा: इसमें त्वरित प्रतिक्रिया संभव नहीं होती।

3. अशाब्दिक/गैर-मौखिक संचार (Non-verbal Communication)

- इस प्रकार के संचार में शब्दों का प्रयोग नहीं किया जाता।
- सूचना को हाव-भाव, शारीरिक मुद्राओं, चेहरे के भाव, नेत्र-संपर्क, हाथ के संकेत, आवाज़ के उतार-चढ़ाव आदि से व्यक्त किया जाता है।
- उदाहरण: मुस्कान से प्रसन्नता, आक्रोश से लाल चेहरा, सिर हिलाकर सहमति/असहमति व्यक्त करना।
- विशेषता:
  - भावनाओं को प्रभावी ढंग से व्यक्त करता है।
  - शब्दों से अधिक सशक्त संदेश दे सकता है।
- सीमा : हर संस्कृति में इनके अर्थ भिन्न हो सकते हैं, जिससे गलतफहमी हो सकती है।

4. दृश्य एवं श्रव्य संचार (Visual and Audio Communication)

- जब संदेश चित्र, रेखाचित्र, नक्शे, ग्राफ़, चार्ट या प्रतीकों के माध्यम से दिया जाता है तो उसे दृश्य संचार कहते हैं।
- जब सूचना ध्वनि या श्रव्य माध्यम से दी जाती है, जैसे रेडियो

प्रसारण, भाषण, संगीत, तो यह श्रव्य संचार कहलाता है।

उदाहरण:

- दृश्य संचार: इन्फोग्राफक्सि, पिक्टोग्राम, पोस्टर, सिग्नल लाइट।
- श्रव्य संचार : रेडियो, टेप रिकॉर्डिंग, सार्वजनिक उद्घोषणा प्रणाली।

- यह दोनों अक्सर मिलकर ऑडियो-विजुअल संचार का रूप भी ले लेते हैं, जैसे टेलीविजन और फिल्म।

5. सामूहिक व व्यक्तिगत संचार (Mass and Interpersonal Communication)

- **व्यक्तिगत संचार** (Interpersonal Communication):
  - दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच प्रत्यक्ष बातचीत या संदेश का आदान-प्रदान।

    उदाहरण: मित्रों से बातचीत, शिक्षक और छात्र के बीच संवाद।
- **सामूहिक संचार** (Mass Communication):
  - जब सूचना एक साथ बहुत बड़ी जनसंख्या तक पहुँचाई जाती है।
  - इसके लिए प्रिंट मीडिया (समाचार पत्र, पत्रिकाएँ) और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया (रेडियो, टीवी, इंटरनेट) का उपयोग होता है।
- **विशेषता:**
  - व्यक्तिगत संचार में अपनापन और गहराई होती है।
  - सामूहिक संचार समाज को दिशा देने और जनमत निर्माण में सहायक होता है।

संप्रेषण का तात्पर्य है- संदेश को एक व्यक्ति या संस्था से दूसरे तक पहुँचाने की प्रक्रिया। इसमें Feedback (प्रत्युत्तर)अनिवार्य नहीं होता। यह केवल सूचना या संदेश को प्रसारित करने पर केंद्रित होता है। संप्रेषण के प्रमुख प्रकार निम्नलिखित है-

1. मौखिक संप्रेषण (Oral Transmission)

- इसमें संदेश को बोलकर एक व्यक्ति से दूसरे तक पहुँचाया जाता है। उदाहरण:-बातचीत, भाषण, मीटिंग, टेलीफोन पर सूचना देना।
- **विशेषताएँ:**
  - सबसे सरल और त्वरित संप्रेषण।
  - व्यक्ति-से-व्यक्ति संवाद में सहज।

- **सीमा:**
  - स्थायी रिकॉर्ड नहीं रहता।
  - गलत उच्चारण या अस्पष्ट भाषा से भ्रम हो सकता है।

2. लिखित संप्रेषण (Written Transmission)

- इसमें संदेश को लिखित रूप में दिया जाता है।

  उदाहरण: पत्र, ई-मेल, नोटिस, ज्ञापन, रिपोर्ट।
- **विशेषताएँ:**
  - स्थायी और सुरक्षित रिकॉर्ड मिलता है।
  - जटिल जानकारी को व्यवस्थित रूप से प्रस्तुत किया जा सकता है।
- **सीमा:**
  - प्रतिक्रिया मिलने में समय लगता है।
  - औपचारिकता अधिक रहती है।

3. औपचारिक संप्रेषण (Formal Transmission)

- यह संप्रेषण किसी संगठन, कार्यालय या संस्था के निर्धारित नियमों और संरचना के अंतर्गत होता है।

  उदाहरण: सरकारी आदेश, अधिसूचना, कार्यालयीन पत्राचार।
- **विशेषताएँ:**
  - अधिकार और जिम्मेदारी स्पष्ट रहती है।
  - अनुशासन और व्यवस्था बनी रहती है।
- **सीमा:**
  - प्रक्रिया कभी-कभी जटिल और धीमी हो जाती है।

4. अनौपचारिक संप्रेषण (Informal Transmission)

- इसे सामान्यत: ''Grapevine Communication'' कहा जाता है।
- यह संप्रेषण व्यक्तिगत संबंधों, सहकर्मियों या मित्रों के बीच स्वत: होता है।

  उदाहरण: चाय के समय चर्चा, गलियारों में बातचीत, अफवाहें।
- **विशेषताएँ:**
  - त्वरित और स्वाभाविक।
  - मानवीय संबंधों को मजबूत करता है।

- **सीमा:**
  - अपुष्ट या गलत सूचना भी फैल सकती है।

5. व्यक्तिगत संप्रेषण (Interpersonal Transmission)

- इसमें संदेश एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति या छोटे समूह तक पहुँचाया जाता है।

  उदाहरण: शिक्षक और छात्र का संवाद, परिवार में सूचना देना।
- **विशेषताएँ:**
  - आत्मीयता और विश्वास पर आधारित।
  - प्रत्यक्ष संवाद होने से प्रभावी।
- सीमा:
  - दायरा सीमित होता है।

6. सामूहिक संप्रेषण (Mass Transmission)

- जब सूचना एक साथ बड़ी संख्या में लोगों तक पहुँचाई जाती है, तो उसे सामूहिक संप्रेषण कहते हैं।

  उदाहरण: रेडियो, टेलीविजन, समाचार पत्र, सोशल मीडिया।
- **विशेषताएँ:**
  - व्यापक जनसमूह तक सूचना पहुँचाता है।
  - जनमत निर्माण और सामाजिक परिवर्तन में सहायक।
- **सीमा:**
  - व्यक्तिगत प्रतिक्रिया सीधे नहीं मिल पाती।

संचार के प्रकार विविध हैं और प्रत्येक की अपनी विशेष भूमिका है। किसी भी स्थिति में उपयुक्त प्रकार का चयन ही संचार को प्रभावी बनाता है। मौखिक और लिखित संचार औपचारिक आवश्यकताओं को पूरा करते हैं, जबकि अशाब्दिक, दृश्य-श्रव्य और सामूहिक संचार व्यापक प्रभाव छोड़ते हैं। उसी प्रकार संप्रेषण के प्रकार विविध हैं और इनका उपयोग परिस्थितियों तथा आवश्यकता के आधार पर किया जाता है। जहाँ औपचारिक और लिखित संप्रेषण संगठनों व कार्यालयों के लिए उपयोगी है, वहीं अनौपचारिक और मौखिक संप्रेषणमानवीय संबंधों को मजबूत करता है। इसी प्रकार सामूहिक संप्रेषण समाज और राष्ट्र तक संदेश पहुँचाने का सशक्त माध्यम है।

10.5 उद्देश्य और प्रक्रिया

मानव एक सामाजिक प्राणी है, जिसे अपने विचारों, भावनाओं और आवश्यकताओं को दूसरों तक पहुँचाने की आवश्यकता होती है। यही आवश्यकता संचार और संप्रेषण की मूल आधारशिला है। संचार और संप्रेषण किसी भी समाज के विकास, संगठन और समन्वय के लिए अत्यंत आवश्यक तत्व हैं। नीचे संचार और संप्रेषण के उद्देश्य और उनकी प्रक्रिया को सरल भाषा में कुछ शीर्षकों के साथ स्पष्ट किया गया है।

1. विचारों का आदान-प्रदान

संचार का मुख्य उद्देश्य विचारों, भावनाओं, अनुभवों और सूचनाओं को एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक पहुँचाना है। यह आदान-प्रदान पारस्परिक समझ को जन्म देता है।

2. सामाजिक समन्वय

समाज में सामंजस्य और अनुशासन बनाए रखने के लिए प्रभावी संचार आवश्यक है। जब लोग आपस में संवाद करते हैं, तो वे एक-दूसरे की आवश्यकता, सोच और दृष्टिकोण को समझते हैं।

3. शिक्षा और ज्ञान का प्रसार

शिक्षक और छात्र के बीच संवाद, माता-पिता और बच्चों के बीच बातचीत या पुस्तकों और मीडिया के माध्यम से सूचनाओं का संप्रेषण— यही शिक्षा और ज्ञान के विस्तार का मार्ग प्रशस्त करते हैं।

4. निर्णय-निर्माण में सहायता

किसी भी संस्था या संगठन में निर्णय लेने के लिए सटीक जानकारी की आवश्यकता होती है। यह जानकारी प्रभावी संचार के माध्यम से ही संभव होती है।

5. प्रेरणा और नेतृत्व

नेता या प्रबंधक जब अपने विचारों को स्पष्ट रूप से साझा करते हैं, तो वे अपन अनुयायियों को प्रेरित करते हैं। अच्छा संचार नेतृत्व की प्रभावशीलता को बढ़ाता है।

6. संबंधों को सुदृढ़ बनाना

पारिवारिक, सामाजिक या व्यावसायिक संबंधों में संवाद की प्रमुख

भूमिका होती है। संचार और संप्रेषण से ही विश्वास, सहानुभूति और सहयोग की भावना विकसित होती है।

संचार की प्रक्रिया (Communication Process **)**

संचार एक सतत और चक्रीय प्रक्रिया है, जिसमें कई तत्व सक्रिय रूप से कार्य करते हैं। इसके मुख्य चरण निम्नलिखित हैं:-

1. **प्रेषक** (Sender)- संचार प्रक्रिया की शुरुआत उस व्यक्ति से होती है, जो कोई विचार, सूचना या भावना साझा करना चाहता है। इसे प्रेषक कहते हैं।
2. **संदेश** (Message)- प्रेषक जो विचार या सूचना भेजना चाहता है, वही संदेश कहलाता है। यह मौखिक, लिखित, दृश्य या सांकेतिक रूप में हो सकता है।
3. **संहिताकरण** (Encoding)- प्रेषक अपने विचारों को किसी भाषा, संकेत, चित्र या शब्दों में ढालता है ताकि उसे भेजा जा सके। इस प्रक्रिया को संहिताकरण कहा जाता है।
4. **माध्यम या चैनल** (Medium/Channel)- संदेश को प्रेषक से ग्रहणकर्ता तक पहुँचाने के लिए जिस साधन का प्रयोग किया जाता है, वह माध्यम कहलाता है, जैसे—वाणी, पत्र, ईमेल, टेलीफोन आदि।
5. **ग्रहणकर्ता** (Receiver)- यह वह व्यक्ति होता है जो प्रेषक द्वारा भेजे गए संदेश को प्राप्त करता है।
6. **विकोडिंग** (Decoding)- जब ग्रहणकर्ता संदेश को प्राप्त करता है, तो वह उसे समझने की कोशिश करता है। इसे विकोडिंग कहते हैं। इसका प्रभाव इस बात पर निर्भर करता है कि ग्रहणकर्ता कितनी सटीकता से संदेश को समझता है।
7. **प्रतिक्रिया** (Feedback)- संदेश को समझने के बाद ग्रहणकर्ता जो उत्तर या प्रतिक्रिया देता है, वह फीडबैक कहलाती है। यह दर्शाता है कि संचार सफल रहा या नहीं।
8. **प्रवाह में बाधा** (Noise)- संचार के दौरान यदि कोई अवरोध उत्पन्न होता है, जैसे—शब्दों का अस्पष्ट उच्चारण, तकनीकी दिक्कत, मानसिक उलझन आदि, तो उसे नॉइज या बाधा कहते हैं।

संप्रेषण की प्रक्रिया

संप्रेषण, संचार प्रक्रिया का ही एक हिस्सा है, जिसमें ग्रहणकर्ता संदेश को न केवल प्राप्त करता है, बल्कि उसे समझकर उचित प्रतिक्रिया भी देता है। यदि संप्रेषण प्रभावी न हो, तो संचार अधूरा रह जाता है। उदाहरण के लिए, यदि शिक्षक कुछ पढ़ा रहा है, लेकिन छात्र उसे ठीक से समझ नहीं पा रहे, तो संप्रेषण असफल माना जाएगा।

इसलिए, संप्रेषण की सफलता इस पर निर्भर करती है कि संदेश कितना स्पष्ट, उपयुक्त और समयानुकूल है तथा ग्रहणकर्ता की समझ और ग्रहणशक्ति कैसी है।

संचार और संप्रेषण, मानव समाज की रीढ़ हैं। इनके माध्यम से ही व्यक्ति अपने विचार साझा करता है, समाज मे संवाद स्थापित करता है और विकास की दिशा में अग्रसर होता है। इनकी प्रक्रिया जितनी सहज और स्पष्ट होती है, संवाद उतना ही प्रभावी और सफल होता है। इसलिए व्यक्तिगत जीवन हो या सामाजिक या व्यावसायिक क्षेत्र, प्रभावी संचार और संप्रेषण का अभ्यास अत्यंत आवश्यक है।



महत्वपूर्ण बिंदु

संचार के स्तर (Levels of Communication) चार हैं- व्यक्तिगत संचार, समूह संचार, संगठनात्मक संचार और जनसंचार। संचार के तत्व (Elements of Communication) इस प्रकार हैं-प्रेषक (Sender), संदेश (Message), माध्यम (Channel/Medium), प्राप्तकर्ता (Receiver), प्रतिक्रिया (Feedback) और बाधाएँ (Noise/Barriers)।

10.6 संचार और संप्रेषण में अंतर

संचार एक संपूर्ण प्रक्रिया है जिसमें विचार भेजने और प्राप्त करने दोनों की भूमिका होती है, जबकि संप्रेषण उस प्रक्रिया का एक हिस्सा है जो प्राप्त संदेश को समझने और प्रतिक्रिया देने से संबंधित होता है। यदि संप्रेषण सफल नहीं है, तो संचार अधूरा और निष्प्रभावी रह जाता है।

संप्रेषण और संचार शब्द अक्सर एक-दूसरे के पर्यायवाची होते हुए भी दोनों में कुछ अंतर नजर आता है। नीचे एक तालिका के माध्यम से इन दोनों

के बीच के प्रमुख अंतर स्पष्ट किए गए हैं-

संचार	संप्रेषण
1. विचारों, सूचनाओं और भावनाओं के आदान-प्रदान की प्रक्रिया।	1. भेजे गए संदेश को समझने और उसके अनुसार प्रतिक्रिया देने की प्रतिक्रिया।
2. सूचना को दूसरों तक पहुँचाना।	2. सूचना को ग्रहण कर उसे समझना और अर्थ निकालना।
3. प्रेषक, संदेश, माध्यम, ग्रहणकर्ता, फीडबैक, शोर (Noise)।	3. संदेश, ग्रहणकर्ता, अर्थ ग्रहण करना और प्रतिक्रिया देना।
4. यह एक व्यापक प्रक्रिया है जिसमें संप्रेषण भी शामिल होता है।	4. यह संचार का एक भाग है, जो केवल संदेश के अर्थ ग्रहण से संबंधित है।
5. संवाद की पूरी प्रक्रिया पर केंद्रित।	5. संदेश को समझने और अर्थ ग्रहण करने की क्षमता पर केंद्रित।
6. जैसे-शिक्षक का कक्षा में पढ़ाना।	6. जैसे-छात्र का उस पढ़ाए गए विषय को समझना।



अपनी प्रगति जांचें

1. संचार प्रक्रिया के मुख्य चरणों का नाम उल्लेख कीजिए?
2. 'संचार' शब्द से आप क्या समझते हैं?
3. संचार और संप्रेषण के बीच दो अंतर लिखिए।
4. 'प्रेषक' किसे कहते है?
5. मौखिक संप्रेषण क्या है?

10.7 संचार का महत्व और दोनों के बीच संबंध

संचार केवल संदेश भेजने की प्रक्रिया नहीं है, बल्कि यह एक समझ का आदान-प्रदान है, जिसमें प्रेषक और ग्रहणकर्ता दोनों सक्रिय होते हैं। इसमें भावना, विचार, संस्कृति और संदर्भ का समावेश होता है।

10.7.1 महत्व:

1. **समाज निर्माण का आधार:** मनुष्य सामाजिक प्राणी है, और संचार ही समाज को एक सूत्र में बांधता है।
2. **शिक्षा और ज्ञान का विस्तार:** शिक्षक और विद्यार्थी के बीच प्रभावी संचार शिक्षा की गुणवत्ता को बढ़ाता है।
3. **प्रभावी नेतृत्व और प्रबंधन:** संगठन में नेता अपने विचारों को स्पष्ट रूप से संप्रेषित करके टीम का मार्गदर्शन करता है।
4. **सांस्कृतिक आदान-प्रदान:** संचार के माध्यम से विभिन्न संस्कृतियों में संवाद स्थापित होता है और सह-अस्तित्व की भावना बढ़ती है।
5. **संवेदनशीलता और सहानुभूति का विकास:** संचार केवल तथ्यों का आदान-प्रदान नहीं, बल्कि भावनाओं और अनुभवों को साझा करने की प्रक्रिया भी है।

10.7.2 संचार और संप्रेषण के बीच अंर्तसंबंध

- संप्रेषण संचार का एक भाग है। संप्रेषण के बिना संचार अधूरा है।
- संचार में केवल संदेश भेजना नहीं, बल्कि समझना और प्रतिक्रिया देना भी शामिल है।
- संप्रेषण में माध्यम और तकनीक का महत्व है, जबकि संचार में संदर्भ, संस्कृति, और भावनात्मक बुद्धिमत्ता की भूमिका अधिक होती है।

संचार और संप्रेषण दोनों ही आधुनिक समाज की नींव हैं। जहाँ संप्रेषण सूचनाओं को तेज और व्यापक रूप से पहुँचाने का माध्यम है, वहीं संचार मनुष्यता, आपसी समझ और सह-अस्तित्व का आधार है। दोनों के समन्वय से ही एक प्रभावी, जागरूक और संवादशील समाज की रचना संभव है।

10.8 संचार की बाधाएँ

संचार तभी प्रभावी होता है जब संदेश सही रूप में प्रेषक से प्राप्तकर्ता तक पहुँचकर समझा जाए। लेकिन कई बार विभिन्न कारणों से संदेश का आशय बदल जाता है या पूरी तरह से नहीं पहुँच पाता। इन्हीं कारणों को संचार की बाधाएँ कहा जाता है। प्रमुख बाधाएँ इस प्रकार हैं:

1. भौतिक बाधाएँ (Physical Barriers)

- ये बाधाएँ भौतिक या पर्यावरणीय परिस्थितियों से उत्पन्न होती हैं।
  उदाहरण:
  - शोर-शराबा (Noise)
  - लंबी दूरी
  - खराब टेलीफोन/नेटवर्क कनेक्शन
  - माइक्रोफोन या लाउडस्पीकर की खराबी
- प्रभाव: संदेश स्पष्ट रूप से सुनाई या दिखाई नहीं देता, जिससे गलतफहमी हो सकती है।

2. भाषा संबंधी बाधाएँ (Language Barriers)

- संचार में प्रयुक्त भाषा यदि जटिल, अपरिचित या अस्पष्ट हो तो यह बड़ी बाधा बनती है।
  उदाहरण:
  - तकनीकी शब्दावली (Jargon) का अत्यधिक प्रयोग
  - अनुवाद में त्रुटि
  - अलग-अलग भाषाओं का प्रयोग
- प्रभाव: संदेश का सही अर्थ प्राप्तकर्ता तक नहीं पहुँच पाता।

3. मनोवैज्ञानिक बाधाएँ (Psychological Barriers)

- संचार प्रक्रिया में शामिल व्यक्ति की मानसिक अवस्था या भावनाएँ भी बाधा डाल सकती हैं।
  उदाहरण :
  - गुस्सा, चिंता या अवसाद में दिया गया संदेश
  - पूर्वाग्रह (Prejudice) या संदेह
  - आत्मविश्वास की कमी
- प्रभाव: व्यक्ति संदेश को तर्कसंगत ढंग से नहीं समझ पाता या गलत व्याख्या कर लेता है।

4. सांस्कृतिक बाधाएँ (Cultural Barriers)

- जब संचार में शामिल लोग भिन्न-भिन्न संस्कृतियों, परंपराओं या सामाजिक मान्यताओं से आते हैं तो बाधाएँ उत्पन्न होती हैं।

उदाहरण:

- अलग-अलग प्रतीकों या इशारों के अर्थ
- रीति-रिवाजों और विश्वासों का भेद
- सामाजिक स्तर या वर्ग में अंतर

- प्रभाव: एक ही संदेश विभिन्न संस्कृतियों में अलग-अलग अर्थ ले सकता है।

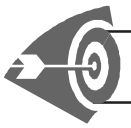


10.9 सारांश

संचार और संप्रेषण को आधुनिक समाज की प्रगति और संरचना के मूलाधार के रूप में देखा जा सकता है। जहाँ संप्रेषण सूचना को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँचाने की तकनीकी प्रक्रिया है, वहीं संचार इससे कहीं व्यापक है, क्योंकि इसमें न केवल संदेशों का आदान-प्रदान होता है, बल्कि विचारों, भावनाओं और अनुभवों की साझेदारी भी शामिल रहती है। ये दोनों प्रक्रियाएँ एक-दूसरे की सहायक और पूरक हैं तथा मानव जीवन के हर क्षेत्र में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। डिजिटल और वैश्वीकरण के वर्तमान युग में प्रभावी संचार की कल्पना बिना सशक्त संप्रेषण के संभव नहीं है। केवल सूचना प्रेषित कर देना पर्याप्त नहीं होता, बल्कि उसे समझना, ग्रहण करना और उसके आधार पर प्रतिक्रिया देना भी उतना ही आवश्यक है। संचार की यह विशेषता मानव संबंधों को प्रगाढ़ बनाती है, संगठनात्मक कार्यप्रणाली को सुदृढ़ करती है और सामाजिक एकता को बढ़ावा देती है। इसके विपरीत, संप्रेषण माध्यम अपनी तकनीकी क्षमता, गति और विश्वसनीयता को दर्शाते हैं, जिससे संदेश का प्रभाव और भी बढ़ जाता है। एक स्वस्थ, जागरूक और विकसित समाज के निर्माण के लिए संचार और संप्रेषण दोनों की संतुलित एवं प्रभावी उपस्थिति आवश्यक है। जब ये दोनों प्रक्रियाएँ साथ-साथ कार्य करती हैं, तभी व्यक्तिगत जीवन से लेकर सामाजिक और वैश्विक स्तर तक सार्थक संवाद स्थापित होता है और सकारात्मक परिवर्तन संभव हो पाता है। हालाँकि, संचार प्रक्रिया कई बार बाधाओं से प्रभावित होती है, जिसके कारण संदेश की स्पष्टता और प्रभावशीलता कम हो सकती है। एक दक्ष संचारक को चाहिए कि वह इन अवरोधों की पहचान करके उन्हें दूर करने के उपाय अपनाए। सरल और स्पष्ट भाषा का प्रयोग, आधुनिक

तकनीकी साधनों का उचित उपयोग, धैर्यपूर्वक संवाद करना और विभिन्न संस्कृतियों के प्रति संवेदनशील रहना—ये सब उपाय संचार को अधिक प्रभावी बनाने में सहायक सिद्ध होते हैं।

इस तरह कहा जा सकता है कि संचार और संप्रेषण मिलकर समाज को आगे बढ़ाने की ऊर्जा प्रदान करते हैं और इनके संतुलित प्रयोग से ही बेहतर संवाद तथा रचनात्मक विकास संभव है।



10.10 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

प्रश्न 1 का उत्तर- प्रेषक (Sender), संदेश (Message), संहिताकरण (Encoding), माध्यम या चैनल (Medium/Channel), ग्रहणकर्ता (Receiver), विकोडिंग (Decoding), प्रतिक्रिया (Feedback), प्रवाह में बाधा (Noise)

प्रश्न 2 का उत्तर- 'संचार' शब्द 'सम्' उपसर्ग और 'चार' धातु से मिलकर बना है, जिसका तात्पर्य है—'एक साथ चलना' या 'एक-दूसरे के साथ विचारों, भावनाओं या सूचनाओं का आदान-प्रदान करना'।

प्रश्न 3 का उत्तर- संचार और संप्रेषण के बीच दो अंतर निम्नलिखित हैं-

• सूचना को दूसरों तक पहुँचाना।	• सूचना को ग्रहण कर उसे समझना और अर्थ निकालना।
• प्रेषक, संदेश, माध्यम, ग्रहणकर्ता, फीडबैक, शोर (Noise)	• संदेश, ग्रहणकर्ता, अर्थ ग्रहण करना और प्रतिक्रिया देना।

प्रश्न 4 का उत्तर- संचार प्रक्रिया की शुरुआत उस व्यक्ति से होती है, जो कोई विचार, सूचना या भावना साझा करना चाहता है। इसे प्रेषक कहते हैं।

प्रश्न 5 का उत्तर- मौखिक संप्रेषण वह संप्रेषण है जिसमें संदेश को बोलकर एक व्यक्ति से दूसरे तक पहुँचाया जाता है।



10.11 अधिक जानने के लिए पढ़ें

- भानावत, संजीव। (2015). संचार सिद्धांत और प्रक्रिया. नई दिल्ली: सम्यक प्रकाशन।
- कुमार, कृष्ण। (2013). जनसंचार: सिद्धांत और दृष्टिकोण. नई

दिल्ली: राजकमल प्रकाशन।

- लाल, रतन। (2016). जनसंचार माध्यम. दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।
- धूल, सुभाष। (2018). संप्रेषण और जनसंचार. लखनऊ: विश्व पुस्तकालय।
- शर्मा, जगदीश। (2014). जनसंचार: सिद्धांत, प्रक्रिया एवं प्रभाव. दिल्ली: विद्या प्रकाशन।
- कुमार, अरविंद। (2017). संचार माध्यम और प्रौद्योगिकी. अनुभव प्रकाशन।
- श्रीवास्तव, अर्चना। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी: विविध आयाम. वाराणसी: विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- सोनटके, माधव। (2024). प्रयोजनमूलक हिन्दी. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- मोश्र, कृष्ण बिहारी। पत्रकारिता: इतिहास और पश्र. वाणी प्रकाशन।
- नगेन्द्र, (डॉ.) ।हिन्दी साहित्य का इतिहास. नई दिल्ली: मयूर पब्लिकेशन।

10.12 अभ्यास पश्न

क) संक्षिप्त प्रश्नों के उत्तर लिखिए-

1. संचार की परिभाषा लिखिए।
2. संप्रेषण से आप क्या समझते हैं?
3. संचार और संप्रेषण के दो प्रकार लिखिए।
4. संचार और संप्रेषण में एक प्रमुख अंतर लिखिए।
5. संचार का एक सामाजिक महत्व बताइए।
6. संचार में बाधाओं को कम करने का एक उपाय लिखिए।

ख) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लिखिए

1. प्रभावी संप्रेषण की विशेषताओं एवं महत्व को स्पष्ट कीजिए।
2. संचार एवं संप्रेषण के प्रकारों का विस्तार से वर्णन कीजिए।
3. संचार और संप्रेषण के बीच क्या-क्या अंतर हैं? विस्तारपूर्वक लिखिए।
4. आधुनिक समाज में संचार का महत्व स्पष्ट कीजिए तथा इसमें संप्रेषण की भूमिका बताइए।
5. संचार और संप्रेषण के परस्पर संबंध को स्पष्ट कीजिए।
6. संचार में आने वाली बाधाओं के प्रकार बताइए तथा उनके समाधान के उपाय अपने शब्दों में लिखिए।

******

इकाई : 11 विभिन्न जनसंचार माध्यमों का स्वरुप

इकाई की रूपरेखा

11.1 उद्देश्य

11.2 प्रस्तावना

11.3 जनसंचार माध्यमों का ऐतिहासिक विकास

11.4 जनसंचार माध्यमों के प्रकार

11.5 जनसंचार और जनमाध्यम से तापर्य

11.6 जनसंचार और जनमाध्यम की विशेषताएँ

11.7 जनसंचार और जनमाध्यम की भूमिका एवं चुनौतियाँ

11.8 आधुनिक जनसंचार माध्यमों का संक्षिप्त विवेचन

11.9 सारांश

11.10 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

11.11 अधिक जानने के लिए पढ़ें

11.12 अभ्यास प्रश्न

11.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप -

- जनसंचार माध्यमों का एतिहासिक विकास किस प्रकार हुआ उससे परिचित होंगे।
- जनसंचार माध्यम के प्रकार को जानेंगे।
- जनसंचार और जनमाध्यम के अर्थ, स्वरूप आदि को समझ पाएंगे।
- इसकी विशेषताओं से परिचित होंगे।
- जनसंचार और जनमाध्यम की भूमिका एवं चुनौतियों को समझेंगे।
- आधुनिक जनसंचार माध्यमों से भी परिचय प्राप्त कर पाएंगे।

11.2 प्रस्तावना

मानव समाज एक संवादशील समाज है, जहाँ सूचना का आदान-प्रदान उसकी प्रगति, विकास और सांस्कृतिक संरचना का आधार है। इस संवाद और

सूचना के आदान-प्रदान को सुचारु रूप से संचालित करने में जनसंचार माध्यमों की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण होती है। जनसंचार माध्यम वे साधन हैं, जिनके माध्यम से एक संदेश या सूचना बड़े जनसमूह तक पहुँचाई जाती है। वर्तमान युग सूचना का युग है, जहाँ संचार साधनों ने समाज के प्रत्येक क्षेत्र—राजनीति, शिक्षा, मनोरंजन, संस्कृति, व्यापार और सामाजिक चेतना—को व्यापक रूप से प्रभावित किया है।

जनसंचार माध्यमों के विविध स्वरूप जैसे—प्रिंट मीडिया (अखबार, पत्र-पत्रिकाएँ), इलेक्ट्रॉनिक मीडिया (रेडियो, टेलीविजन), डिजिटल मीडिया (सोशल मीडिया, वेबसाइट्स, पोडकास्ट्स) और सिनेमा आदि—ने समाज में सूचनाओं के प्रचार-प्रसार के तरीके को ही नहीं बदला, बल्कि सोचने और समझने की दिशा को भी नया मोड़ दिया है। आज एक क्लिक पर विश्व की घटनाएँ हमारे समक्ष उपस्थित हो जाती हैं।

नीचे हम जनसंचार के विभिन्न माध्यमों के स्वरूप, उनकी प्रकृति, कार्यशैली और समाज में इसके क्या प्रभाव है इसे समझने का प्रयास करेंगे। आईए, अब जनसंचार और जनमाध्यम क्या है इसे जान लेते है।

11.3 जनसंचार माध्यमों का ऐतिहासिक विकास

जनसंचार माध्यमों का विकास प्राचीन काल से आधुनिक युग तक विभिन्न चरणों में हुआ है। प्रारंभिक समय में मौखिक परंपरा, गीत, लोककथाएँ, भजन, गाथाएँ और लोकनाट्य ही समाज को संदेश पहुँचाने के प्रमुख साधन थे, वहीं शासक वर्ग अपने आदेश शिलालेखों, स्तंभलेखों और दूतों के माध्यम से जनता तक पहुँचाता था। मध्यकाल में हस्तलिखित पांडुलिपियाँ, धार्मिक ग्रंथ, पत्र, लोक-नाट्य, कीर्तन, कव्वाली और मेलों के द्वारा संचार का कार्य हुआ। आधुनिक युग की शुरुआत मुद्रण कला के आविष्कार से हुई, जिसने सूचना प्रसार में क्रांति ला दी। भारत में 1780 में प्रकाशित हिक्की गजटसे पत्रकारिता का प्रारंभ हुआ और समाचार पत्र स्वतंत्रता आंदोलन में जनजागरण का सशक्त साधन बने। 20वीं शताब्दी में रेडियो का उदय हुआ, जिसने समाचार, शिक्षा और मनोरंजन को घर-घर तक पहुँचाया। 1959 से टेलीविजन ने जनसंचार को नया रूप दिया और 1982 में रंगीन प्रसारण के बाद इसकी लोकप्रियता तेजी

से बढ़ी। सिनेमा का आरंभ 1913 में दादासाहेब फाल्के की राजा हरिश्चंद्र फिल्म से हुआ, जिसने सामाजिक, सांस्कृतिक और मनोरंजन के क्षेत्र में क्रांति ला दी। 21वीं सदी में इंटरनेट और डिजिटल तकनीक के आने से संचार का स्वरूप पूरी तरह बदल गया। सोशल मीडिया, ई-न्यूज पोर्टल, ब्लॉग और मोबाइल एप्स ने सूचना को वैश्विक, त्वरित और सहभागितापूर्ण बना दिया। इस प्रकार, जनसंचार माध्यमों की यात्रा मौखिक परंपरा और शिलालेखों से शुरू होकर आज डिजिटल मीडिया और इंटरनेट तक पहुँच चुकी है।

''जनसंचार माध्यमों का ऐतिहासिक विकास'' को यदि प्राचीन से आधुनिक काल तक देखा जाए तो इसे अलग-अलग चरणों में निम्नलिखित रूप से समझा जा सकता हैं-

क) प्राचीन काल

- प्रारंभ में संचार का मुख्य साधन मौखिक परंपराथी।
- गीत, लोककथाएँ, गाथाएँ, भजन और लोकनाट्य जैसे माध्यमों से समाज को संदेश दिए जाते थे।
- राजाओं और शासकों के आदेशदूतों, ढोल-नगाड़ों और शिलालेखोंके माध्यम से जनता तक पहुँचते थे।
- अशोक केशिलालेख और स्तंभलेख प्राचीन भारत में जनसंचार के महत्त्वपूर्ण उदाहरण हैं।

ख) मध्यकाल

- इस काल में हस्तलिखित पांडुलिपियाँ, पत्र और धार्मिक ग्रंथ ज्ञान-वितरण का साधन बने।
- सूफी संतों और भक्ति आंदोलन के कवियों ने अपने भजनों और कविताओं से समाज को संदेश दिए।
- लोक-नाट्य, कीर्तन, कव्वाली और मेले सामाजिक संचार के महत्वपूर्ण रूप रहे।

ग) आधुनिक काल की शुरुआत - मुद्रण युग (15वीं सदी से आगे)

- 15वीं शताब्दी में गुटेनबर्ग द्वारा मुद्रण कला (Printing Press) के आविष्कार ने संचार में क्रांति ला दी।
- भारत में 18वीं शताब्दी में अंग्रेज़ों के आगमन के बाद अखबारों की शुरुआत हुई।

- 1780 में जेम्स ऑगस्टस हिक्की नेहिक्की गजट (Bengal Gazette) नामक पहला समाचार पत्र प्रकाशित किया।
- इसके बाद विभिन्न भारतीय भाषाओं में भी समाचार पत्र निकले और स्वतंत्रता आंदोलन में प्रेस ने बड़ी भूमिका निभाई।

घ) रेडियो युग (20वीं सदी की शुरुआत)

- 1927 में भारत में रेडियो प्रसारण की शुरुआत हुई।
- 1936 में ''ऑल इंडिया रेडियो'' (आकाशवाणी) की स्थापना हुई।
- समाचार, मनोरंजन, शिक्षा और संगीत—सबका प्रमुख साधन रेडियो बना।
- द्वितीय विश्व युद्ध और स्वतंत्रता संग्राम के दौरान रेडियो अत्यंत प्रभावशाली माध्यम साबित हुआ।

ङ) टेलीविजन युग

- 1959 में दिल्ली से टेलीविज़न प्रसारण की शुरुआत हुई।
- 1982 एशियाई खेलों के समय भारत में रंगीन टीवी की शुरुआत हुई।
- मनोरंजन, समाचार और शैक्षिक कार्यक्रमों के कारण टीवी जनसंचार का सबसे लोकप्रिय माध्यम बन गया।
- 1990 के दशक में उपग्रह चैनलों और निजी चैनलों के आने से टीवी की पहुँच और प्रभाव बढ़ा।

च) सिनेमा

- 1913 में दादासाहेब फाल्के नेराजा हरिश्चंद्रनामक पहली मूक फिल्म बनाई।
- इसके बाद भारतीय सिनेमा ने सामाजिक और सांस्कृतिक चेतना को स्वरूप देने का कार्य किया।
- आज सिनेमा न केवल मनोरंजन बल्कि सामाजिक संदेश, जनचेतना और विचारधारा का भी सशक्त माध्यम है।

छ) डिजिटल और इंटरनेट युग (21वीं सदी)

- इंटरनेट और मोबाइल तकनीक ने संचार की परिभाषा ही बदल दी।
- ई-मेल, वेबसाइट, ई-न्यूज पोर्टल, ऑनलाइन जर्नल, ब्लॉग और सोशल मीडिया (Facebook, WhatsApp, Twitter, YouTube आदि) नए जनसंचार माध्यम बने।
- डिजिटल मीडियाने सूचना को तेज, सुलभ और वैश्विक बना दिया।

अब एक तरफा संचार की जगह द्विपक्षीय और सहभागितापूर्ण संचार का दौर है।

11.4 जनसंचार माध्यमों के प्रकार

जनसंचार माध्यमों को उनकी प्रकृति और तकनीक के आधार पर पाँच मुख्य वर्गों में बाँटा जा सकता है। सबसे पहलेप्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, डिजिटल मीडिया, लोक माध्यम और सोशल मीडिया। इन पाँच माध्यमों को हम निम्नलिखित रूप से समझ सकते हैं-

क) प्रिंट मीडिया- यह जनसंचार का सबसे पुराना और प्रभावशाली माध्यम है, जिसमें समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, जर्नल, पुस्तिकाएँ और पुस्तकें शामिल होती हैं। यह माध्यम विस्तृत और स्थायी जानकारी उपलब्ध कराता है तथा समाज को समाचार, विचार, विश्लेषण और ज्ञान प्रदान करता है। भारत में प्रेस ने स्वतंत्रता आंदोलन के समय जनजागरण और राष्ट्रवाद को मजबूत करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। आज भी प्रिंट मीडिया विश्वसनीयता और गहराई के कारण समाज, राजनीति और शिक्षा के क्षेत्र में महत्वपूर्ण माना जाता है, हालाँकि डिजिटल माध्यमों की बढ़ती लोकप्रियता ने इसके सामने नई चुनौतियाँ भी खड़ी कर दी हैं।

ख) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया-इसमें मुख्यत: रेडियो और टेलीविज़न शामिल हैं, जो श्रव्य और दृश्य दोनों रूपों में जनसंचार के प्रभावशाली साधन हैं। रेडियो समाचार, संगीत, नाटक और शैक्षिक कार्यक्रमों का सरल व सस्ता माध्यम है, जबकि टेलीविज़न ध्वनि और चित्र के सम्मिलित रूप से अत्यधिक प्रभाव उत्पन्न करता है। भारत में रेडियो ने स्वतंत्रता आंदोलन और बाद में ग्रामीण विकास में महत्वपूर्ण योगदान दिया, वहीं टेलीविजन ने मनोरंजन, शिक्षा और सामाजिक संदेश प्रसार को नई दिशा दी। आज उपग्रह और निजी चैनलों की वृद्धि ने इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को और भी सशक्त और बहुआयामी बना दिया है।

ग) डिजिटल मीडिया- डिजिटल मीडिया आधुनिक संचार का सबसे तीव्र और वैश्विक स्वरूप है। इसमें इंटरनेट आधारित प्लेटफॉर्म जैसे ई-पेपर, न्यूज़ पोर्टल, ब्लॉग, पॉडकास्ट और वेबसाइटें शामिल हैं, जो 24 घंटे त्वरित और इंटरैक्टिव सूचना उपलब्ध कराते हैं। यह माध्यम पाठ, ध्वनि, चित्र और

वीडियो के मिश्रण से अधिक प्रभावशाली संचार करता है। डिजिटल मीडिया ने समाचारों को सीमाओं से मुक्त कर वैश्विक स्तर पर पहुँचाया है, साथ ही आम नागरिक को भी सामग्री निर्माता और प्रसारक बना दिया है। हालाँकि, फेक न्यूज और सूचना की प्रामाणिकता इसके सामने बड़ी चुनौतियाँ हैं।

घ) लोक माध्यम– यह माध्यम जनसंचार का सबसे पुराना और पारंपरिक स्वरूप है, जो मौखिक परंपराओं और लोककला पर आधारित है। इसमें लोकगीत, लोकनाट्य, कठपुतली, कीर्तन, भजन, मेले और जात्रा जैसे माध्यम शामिल हैं। ये साधन विशेष रूप से ग्रामीण और अशिक्षित समाज तक संदेश पहुँचाने में प्रभावी रहे हैं, क्योंकि इनमें सरल भाषा, स्थानीय संस्कृति और मनोरंजन का सम्मिश्रण होता है। विकास योजनाओं, स्वास्थ्य जागरूकता और सामाजिक संदेशों के प्रसार में आज भी लोक माध्यम महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

ङ) सोशल मीडिया–यह आधुनिक युग का सबसे तेज और सहभागितापूर्ण जनसंचार माध्यम है। फेसबुक, ट्विटर (X), इंस्टाग्राम, यूट्यूब और व्हाट्सऐप जैसे प्लेटफॉर्म इसके प्रमुख उदाहरण हैं। यहाँ हर व्यक्ति केवल संदेश ग्रहणकर्ता ही नहीं बल्कि संदेश प्रेषक भी होता है, जिससे यह दोतरफा संवाद का मंच बन गया है। सोशल मीडिया जनमत निर्माण, सामाजिक आंदोलनों, राजनीतिक अभियानों और वैश्विक संपर्क का प्रभावी साधन है। हालाँकि, फेक न्यूज, अफवाहें और साइबर सुरक्षा से जुड़ी समस्याएँ इसकी बड़ी चुनौतियाँ हैं।

11.5 जनसंचार एवं जनमाध्यम से तात्पर्य

मानव सभ्यता के विकास में संचार की महती भूमिका रही है। प्रारंभिक युग में जब मानव केवल संकेतों और प्रतीकों के माध्यम से संवाद करता था, तब भी वह एक दूसरे से विचार साझा करने की कोशिश करता था। कालांतर में भाषा, लेखन और मुद्रण कला के विकास के साथ संचार ने न केवल तीव्रता प्राप्त की, बल्कि वह एक सामाजिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक और आर्थिक शक्तिस्वरूप बन गया। विशेष रूप से जब संचार केवल दो व्यक्तियों तक सीमित न रहकर जनसमूह को संबोधित करने लगा, तो इसे 'जनसंचार' कहा गया। इसी जनसंचार को सक्षम करने वाले साधनों को 'जनमाध्यम' कहा जाता है।

11.5.1 जनसंचार से तात्पर्यः

जनसंचार (Mass Communication) का अर्थ है –किसी सूचना, विचार, संदेश, ज्ञान या भावना को एक व्यक्ति अथवा संस्था द्वारा बड़े जनसमूह तक एक साथ पहुँचाना। यह संप्रेषण एकतरफा भी हो सकता है और कभी–कभी बहुपरस्पर (इंटरैक्टिव) भी, विशेषत: आधुनिक डिजिटल प्लेटफॉर्म्स के माध्यम से।

जनसंचार के प्रमुख घटक हैं:

1. प्रेषक (Sender) – जो संदेश भेजता है।
2. संदेश (Message)–जो सामग्री प्रेषित की जाती है।
3. माध्यम (Medium)– जिसके द्वारा संदेश जनसमूह तक पहुँचता है।
4. प्रापक (Receiver)– वह जनसमूह जो संदेश को ग्रहण करता है।
5. प्रतिक्रिया (Feedback)– प्रापक की प्रतिक्रिया, जो संचार को पूर्ण बनाती है (डिजिटल मीडिया में विशेष रूप से स्पष्ट)।

जनसंचार का उद्देश्य न केवल सूचना देना होता है, बल्कि शिक्षित करना, मनोरंजन करना, जनमत बनाना और सामाजिक चेतना को जागृत करना भी होता है।

11.5.2 जनमाध्यम से तात्पर्यः

जनमाध्यम (Mass Media) वे सभी साधन हैं, जिनके द्वारा संप्रेषण की प्रक्रिया को बड़े स्तर पर जनसमूह तक पहुँचाया जाता है। ये माध्यम ही संचार प्रक्रिया के वाहक होते हैं।

जनमाध्यमों को मुख्यत: निम्नलिखित वर्गों में बाँटा जा सकता है:

1. **प्रिंट मीडिया (मुद्रित माध्यम)**
   - जैसे: अखबार, पत्रिकाएँ, पुस्तिकाएँ, पोस्टर, पैम्पलेट आदि
   - विशेषता: स्थायित्व, गहराई से पढ़ने की सुविधा, दस्तावेजी प्रमाण
2. **इलेक्ट्रॉनिक मीडिया**
   - जैसे: रेडियो, टेलीविजन, सिनेमा
   - विशेषता: श्रव्य–दृश्य प्रभाव, व्यापक पहुँच, तत्काल संप्रेषण
3. **नव–संचार माध्यम (New Media या डिजिटल मीडिया)**
   - जैसे: इंटरनेट, सोशल मीडिया (फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम),

ब्लॉग, वेब पोर्टल, यूट्यूब आदि

- विशेषता: संवादात्मकता (इंटरैक्टिविटी), तात्कालिकता, वैश्विक पहुँच, लोकतांत्रिक स्वरूप



अपनी प्रगति जांचें :

1. जनसंचार से आप क्या समझते है?
2. क्या फेसबुक नव-संचार माध्यम का हिस्सा है?
3. लोकतंत्र का चौथा स्तंभ किसे कहा जाता है?
4. दो प्रिंट मीडिया का उदाहरण दीजिए?
5. MOOCs का पूर्ण रूप क्या है?

11.6 जनसंचार और जनमाध्यम की विशेषताएँ

जनसंचार और जनमाध्यम आधुनिक युग की संचार प्रक्रिया के महत्वपूर्ण अंग हैं। इनकी सहायता से समाज में सूचना, विचार, मनोरंजन और शिक्षण जैसे उद्देश्यों की पूर्ति की जाती है। जनसंचार वह प्रक्रिया है जिसमें किसी संदेश को बड़े जनसमूह तक एक साथ पहुँचाया जाता है, जबकि जनमाध्यम वे उपकरण और साधन हैं जिनके द्वारा यह प्रक्रिया संभव होती है। आज के डिजिटल और वैश्विक युग में जनमाध्यमों की भूमिका अत्यंत व्यापक और प्रभावशाली हो गई है। इनके अनेक स्वरूप जैसे -प्रिंट मीडिया (अखबार, पत्रिकाएँ), इलेक्ट्रॉनिक मीडिया (रेडियो, टेलीविजन), और डिजिटल मीडिया (सोशल मीडिया, वेबसाइट्स) समाज को अनेक स्तरों पर प्रभावित कर रहे हैं। इनके प्रभाव और कार्यक्षमता को समझने के लिए उनकी प्रमुख विशेषताओं को समझना आवश्यक है।

1. व्यापक पहुँच (Massive Reach):

जनमाध्यमों की सबसे बड़ी विशेषता इनकी व्यापक पहुँच है। ये ऐसे माध्यम हैं जो एक ही समय में लाखों-करोड़ों लोगों तक सूचना या विचार को पहुँचाने में सक्षम होते हैं। टेलीविजन चैनलों, समाचार पत्रों, रेडियो कार्यक्रमों और सोशल मीडिया प्लेटफार्मों की मदद से कोई भी जानकारी अथवा संदेश विश्व के किसी भी कोने तक पहुँचाया जा सकता है। उदाहरण के लिए, एक अंतरराष्ट्रीय समाचार चैनल किसी आपदा की जानकारी कुछ ही मिनटों में

वैश्विक दर्शकों तक पहुँचा सकता है। डिजिटल माध्यमों की पहुँच सीमाओं से परे है और इंटरनेट से जुड़े किसी भी व्यक्ति तक वह सूचना तुरन्त पहुँचा सकता है। यह विशेषता जनमाध्यमों को पारंपरिक संवाद के तरीकों से अलग और प्रभावशाली बनाती है।

2. तत्काल प्रभाव (Instant Impact):

जनमाध्यमों की दूसरी महत्वपूर्ण विशेषता इनका तात्कालिक प्रभाव है। घटनाओं की जानकारी या समाचारों का प्रसारण वास्तविक समय में किया जा सकता है। इससे आम जनता को किसी भी घटना या परिस्थिति के बारे में तुरंत जानकारी मिलती है और वे उसी अनुसार प्रतिक्रिया भी दे सकते हैं। उदाहरणस्वरूप, किसी प्राकृतिक आपदा के समय टेलीविजन और सोशल मीडिया के माध्यम से राहत कार्यों की स्थिति और सरकारी कदमों की जानकारी तुरंत आम लोगों तक पहुँचाई जा सकती है। इसी तरह, चुनाव परिणाम, खेल प्रतियोगिताओं, मौसम की चेतावनियाँ आदि भी तुरंत जनसमूह तक पहुँचती हैं। यह विशेषता जनसंचार को न केवल तेज बनाती है बल्कि जनहित के कार्यों में भी सहायक सिद्ध होती है।

3. लोकतांत्रिक स्वरूप (Democratic Nature) :

आधुनिक जनमाध्यम विशेष रूप से डिजिटल माध्यम, अपने लोकतांत्रिक स्वरूप के लिए जाने जाते हैं। सोशल मीडिया जैसे प्लेटफार्मों ने आम नागरिक को भी अपनी बात रखने, विचार व्यक्त करने और वैश्विक संवाद में भाग लेने का अवसर प्रदान किया है। यह विशेषता जनसंचार को केवल एकपक्षीय संचार से बहुपक्षीय संवाद की ओर ले जाती है। अब केवल मीडिया संस्थान ही नहीं, बल्कि प्रत्येक नागरिक स्वयं भी पत्रकार, लेखक, समीक्षक और विचारक बन सकता है। ट्विटर, फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब जैसे प्लेटफार्मों ने जनतंत्र को सूचना और अभिव्यक्ति की नई ऊर्जा दी है। इससे लोकतांत्रिक मूल्यों को बल मिला है और सत्ता तथा समाज के बीच संवाद अधिक पारदर्शी हुआ है।

4. बहु-विषयक प्रभाव (Multidimensional Impact) :

जनमाध्यमों का प्रभाव केवल सूचना या समाचार तक सीमित नहीं है, बल्कि ये शिक्षा, राजनीति, समाज, विज्ञान, संस्कृति और मनोरंजन जैसे अनेक क्षेत्रों में भी अत्यंत सक्रिय भूमिका निभाते हैं।

- शिक्षा के क्षेत्र में ऑनलाइन कक्षाएँ, शैक्षणिक पोर्टल और यूट्यूब चैनल्स ने शिक्षा को सुलभ और सस्ता बना दिया है।
- राजनीति में जनमाध्यम चुनाव प्रचार, जनमत निर्माण और नीति संवाद का प्रमुख माध्यम बन चुके हैं।
- सामाजिक सुधार की दिशा में मीडिया ने भ्रूण हत्या, दहेज, बाल विवाह, पर्यावरण संरक्षण जैसी अनेक सामाजिक बुराइयों के खिलाफ जनचेतना फैलाई है।
- मनोरंजन के रूप में सिनेमा, धारावाहिक, वेब सीरीज़ और लाइव स्ट्रीमिंग ने समाज को नए आयाम दिए हैं।
- विज्ञान और तकनीक की जानकारी भी मीडिया के माध्यम से जनसाधारण तक पहुँचती है, जिससे वैज्ञानिक दृष्टिकोण का विकास होता है।

जनसंचार और जनमाध्यमों की उपर्युक्त विशेषताएँ इन्हें आज के युग का एक प्रभावशाली और अपरिहार्य अंग बनाती हैं। इनकी पहुँच, गति, संवादात्मकता और बहुआयामी प्रभाव ने समाज के प्रत्येक पहलू को प्रभावित किया है। यदि इनका उपयोग सकारात्मक, नैतिक और जनहितकारी ढंग से किया जाए, तो यह न केवल सूचना प्रसार का माध्यम बन सकते हैं, बल्कि सामाजिक परिवर्तन, जनजागरण और लोकतांत्रिक सशक्तिकरण के प्रमुख औजार भी सिद्ध हो सकते हैं।

11.7 जनसंचार और जनमाध्यम की भूमिका एवं चुनौतियाँ

आज का युग सूचना और संचार का युग है। जनसंचार और जनमाध्यम आधुनिक समाज की रीढ़ बन चुके हैं। ये न केवल जानकारी देने वाले माध्यम हैं, बल्कि सामाजिक चेतना, शिक्षा, लोकतांत्रिक सशक्तिकरण और मनोरंजन के क्षेत्र में भी इनकी भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण है। जनसंचार के माध्यम जैसे—अखबार, टेलीविजन, रेडियो, सिनेमा और डिजिटल प्लेटफॉर्म (जैसे सोशल मीडिया)—आज हर व्यक्ति के जीवन में किसी न किसी रूप में जुड़े हुए हैं। ये साधन समाज के निर्माण, दिशा निर्धारण और जनहित के संरक्षण में निर्णायक भूमिका निभाते हैं।

11.7.1 जनसंचार और जनमाध्यम की भूमिका :

जनसंचार और जनमाध्यम की निम्नलिखित विशेषताएँ है–

1. जनचेतना का निर्माण :

जनमाध्यम समाज में व्याप्त बुराइयों, अंधविश्वास, अशिक्षा, लैंगिक भेदभाव, दहेज प्रथा, बाल विवाह जैसे मुद्दों पर जनचेतना फैलाने का कार्य करते हैं। विभिन्न अभियानों, वृत्तचित्रों, रिपोर्टिंग और चर्चाओं के माध्यम से ये माध्यम जनमत को जागरूक करते हैं और सामाजिक सुधार की दिशा में जनभागीदारी सुनिश्चित करते हैं। उदाहरणस्वरूप, 'बेटी बचाओ, बेटी पढ़ाओ' जैसे अभियानों को मीडिया ने घर–घर पहुँचाया।

2. लोकतंत्र का चौथा स्तंभ :

मीडिया को लोकतंत्र का चौथा स्तंभ माना जाता है, क्योंकि वह शासन के कार्यों की निगरानी करता है। यह सरकार की नीतियों और निर्णयों की आलोचना, समीक्षा और विश्लेषण करके जनता की आवाज को मुखर करता है। जब कार्यपालिका, विधायिका या न्यायपालिका में कहीं चूक होती है, तब मीडिया ही वह मंच है जो जनहित में सवाल उठाता है और सत्ता को उत्तरदायी बनाता है। यही मीडिया की लोकतांत्रिक ताकत है।

3. शिक्षा और जानकारी का साधन :

जनसंचार के माध्यम शिक्षा के प्रचार–प्रसार में सहायक हैं, विशेषकर ग्रामीण और पिछड़े क्षेत्रों में। दूरदर्शन के 'ज्ञानदर्शन', रेडियो के 'रेडियो पाठशाला' या यूट्यूब के शैक्षणिक चैनलों के माध्यम से शिक्षा को सरल, सुलभ और सस्ता बनाया गया है। इसके अलावा, कृषि, स्वास्थ्य, पर्यावरण और तकनीक जैसे विषयों की जानकारी भी जनमाध्यमों के जरिये आमजन तक पहुँचती है।

4. मनोरंजन :

जनमाध्यम केवल गंभीर जानकारी ही नहीं, बल्कि मनोरंजन का भी प्रमुख स्रोत हैं। फिल्मों, धारावाहिकों, संगीत, हास्य कार्यक्रमों और खेलों के माध्यम से वे जनमानस को मानसिक राहत और तनावमुक्ति प्रदान करते हैं। अच्छा मनोरंजन व्यक्ति की सृजनात्मकता, सामाजिक समझ और भावनात्मक संतुलन को भी बढ़ाता है।

5. आपातकालीन सूचनाएँ :

आपदा या संकट की स्थिति में जनमाध्यम तत्काल और विश्वसनीय जानकारी प्रदान करने का सशक्त साधन हैं। भूकंप, बाढ़, महामारी, चक्रवात आदि जैसी आपात परिस्थितियों में समाचार चैनल, रेडियो और सोशल मीडिया पर प्रसारित सूचनाएँ जनजीवन को सुरक्षित करने में सहायक सिद्ध होती हैं। हाल ही में कोविड-19 महामारी के दौरान स्वास्थ्य सुझावों और सरकारी दिशा-निर्देशों को मीडिया ने व्यापक रूप से प्रचारित किया।

11.7.2 जनसंचार और जनमाध्यम की चुनौतियाँ :

1. सूचनाओं की प्रामाणिकता पर संकट :

डिजिटल मीडिया और विशेषकर सोशल मीडिया के अत्यधिक विस्तार से फर्जी खबरों (Fake News) और अफवाहों का प्रसार एक गंभीर समस्या बन गया है। बिना सत्यापन के प्रसारित खबरें समाज में भ्रम, भय और हिंसा का कारण बन सकती हैं। यह मीडिया की विश्वसनीयता को भी प्रभावित करता है।

2. व्यावसायीकरण:

जनमाध्यमों का एक बड़ा हिस्सा अब व्यावसायिक लाभ के लिए संचालित होता है। इस कारण कई बार समाचारों की जगह विज्ञापन, सनसनीखेज और भ्रामक सामग्री को तरजीह दी जाती है। इससे जनहित की खबरें हाशिये पर चली जाती हैं और मीडिया की प्राथमिकता बदल जाती है।

3. राजनीतिक पक्षधरता :

कुछ जनमाध्यम राजनीतिक दलों या विचारधाराओं के प्रति पक्षपाती रुख अपना लेते हैं। निष्पक्ष और संतुलित पत्रकारिता की जगह जब मीडिया किसी एक विचारधारा का प्रचारक बन जाता है, तब उसका उद्देश्य केवल सूचना देना नहीं रह जाता, बल्कि वह प्रचार का औजार बन जाता है। इससे जनमत को गलत दिशा में मोड़ा जा सकता है।

4. सूचनात्मक असमानता :

ग्रामीण और दूरदराज के क्षेत्रों में अब भी इंटरनेट, बिजली और संचार के आधुनिक साधनों की पहुँच सीमित है। यह सूचनात्मक असमानता डिजिटल विभाजन (Digital Divide) को जन्म देती है, जिससे समाज का एक बड़ा

हिस्सा सूचना क्रांति के लाभ से वंचित रह जाता है।

11.8 आधुनिक जनसंचार माध्यमों का संक्षिप्त विवेचन

जनसंचार माध्यमों का स्वरूप समय के साथ तेजी से परिवर्तित हुआ है। पहले जहाँ केवल मौखिक, मुद्रित और दृश्य माध्यमों तक जनसंचार सीमित था, वहीं आज तकनीक के विकास ने इसे वैश्विक, डिजिटल और बहुआयामी बना दिया है। आधुनिक जनसंचार माध्यम न केवल सूचना देने का कार्य करते हैं, बल्कि संवाद, शिक्षा, प्रचार, जनजागरण और मनोरंजन जैसे उद्देश्यों की पूर्ति में भी अहम भूमिका निभाते हैं। इनका प्रभाव समाज, राजनीति, संस्कृति, और अर्थव्यवस्था के सभी क्षेत्रों में स्पष्ट रूप से देखा जा सकता है।

निम्नलिखित आधुनिक जनसंचार माध्यमों का संक्षिप्त विवेचन प्रस्तुत है-

1. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया (Electronic Media):

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया जैसे रेडियो, टेलीविजन और सैटेलाइट चैनल सूचना और मनोरंजन का प्रभावशाली साधन हैं।

- रेडियो अब भी ग्रामीण क्षेत्रों में लोकप्रिय है, विशेषकर कृषि, स्वास्थ्य और शैक्षणिक जानकारी के लिए।
- टेलीविजन दृश्य और श्रव्य दोनों रूपों में कार्य करता है, जिससे यह समाचार, शिक्षा और मनोरंजन का सशक्त साधन बनता है।

2. डिजिटल मीडिया (Digital Media) :

डिजिटल युग में इंटरनेट आधारित माध्यमों ने जनसंचार की परिभाषा ही बदल दी है।

- सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे फ़ेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, यूट्यूब आदि अब व्यक्ति को वैश्विक स्तर पर संवाद की शक्ति देते हैं।
- वेबसाइट्स, ब्लॉग्स, पोडकास्ट और वेब न्यूज़ पोर्टल सूचना को तेजी से और सुलभता से उपलब्ध कराते हैं।
- डिजिटल मीडिया इंटरएक्टिव है, यानी उपभोक्ता केवल श्रोता नहीं, बल्कि सक्रिय भागीदार भी होता है।

3. मोबाइल और ऐप्स आधारित संचार :

स्मार्टफोन और मोबाइल ऐप्स जैसे WhatsApp, Telegram, News

Apps आदि ने व्यक्तिगत और सामूहिक संचार को अत्यंत सरल और तेज बना दिया है। अब समाचार, वीडियो, ऑडियो और दस्तावेज कुछ ही क्षणों में एक स्थान से दूसरे तक पहुँचाए जा सकते हैं।

4. ऑनलाइन शिक्षा और वेबिनार:

कोविड-19 महामारी के बाद ऑनलाइन कक्षाएँ, MOOCs, वेबिनार और ई-लर्निंग प्लेटफॉर्म (जैसे: Coursera, BYJUÓs, SWAYAM) शिक्षा के आधुनिक साधन बन चुके हैं। ये ज्ञान के लोकतंत्रीकरण की दिशा में महत्त्वपूर्ण कदम हैं।



महत्वपूर्ण बिंदु :

MOOCs ऐसे ऑनलाइन पाठ्यक्रम होते हैं जो किसी भी व्यक्ति के लिए खुले होते हैं, और जिनमें एक साथ हज़ारों लोग भाग ले सकते हैं। ये पाठ्यक्रम अक्सर नि:शुल्क होते हैं या नाममात्र शुल्क पर उपलब्ध होते हैं।

5. ओटीटी (OTT) प्लेटफॉर्म :

Netfli&, Amazon Prime, Disney+ Hotstar जैसे ओटीटी प्लेटफॉर्मों ने पारंपरिक टेलीविजन और सिनेमा को नई चुनौती दी है। ये दर्शकों को उनकी पसंद का कंटेंट कभी भी, कहीं भी देखने की सुविधा देते हैं। यह मनोरंजन का नवीनतम और लोकप्रिय माध्यम बन चुका है।

आधुनिक जनसंचार माध्यमों ने संवाद की परंपरागत सीमाएँ तोड़ दी हैं। अब संचार एकतरफा नहीं रहा, बल्कि सहभागिता पर आधारित हो गया है। हालांकि, इनके साथ कुछ चुनौतियाँ—जैसे फेक न्यूज़, निजता का उल्लंघन और सूचना का अतिरेक—भी जुड़ी हैं। बावजूद इसके, यदि इन माध्यमों का विवेकपूर्ण और नैतिक उपयोग किया जाए तो ये जनचेतना, लोकतंत्र और सामाजिक प्रगति के सशक्त साधन सिद्ध हो सकते हैं।



11.9 सारांश :

आधुनिक जनसंचार माध्यमों ने सूचना, शिक्षा, मनोरंजन और जनचेतना के क्षेत्र में क्रांतिकारी परिवर्तन किया है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया जैसे टेलीविजन और रेडियो से लेकर डिजिटल माध्यमों जैसे सोशल मीडिया, वेबसाइट्स,

मोबाइल ऐप्स और ओटीटी प्लेटफॉर्म तक, ये सभी साधन समाज को जागरूक, शिक्षित और सशक्त बनाने में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। ये न केवल त्वरित और व्यापक संचार संभव बनाते हैं, बल्कि आम व्यक्ति को अभिव्यक्ति का मंच भी प्रदान करते हैं। ऑनलाइन शिक्षा, वेबिनार और डिजिटल संवाद से ज्ञान अधिक सुलभ हुआ है। हालांकि फर्जी खबरें, व्यावसायीकरण और सूचनात्मक असमानता जैसी चुनौतियाँ भी इनसे जुड़ी हैं, फिर भी यदि इनका विवेकपूर्ण उपयोग किया जाए तो ये माध्यम लोकतंत्र, सामाजिक सुधार और विकास के सशक्त उपकरण सिद्ध हो सकते हैं।

11.10 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

प्रश्न संख्या 1. का उत्तर : जनसंचार का अर्थ है– किसी सूचना, विचार, संदेश, ज्ञान या भावना को एक व्यक्ति अथवा संस्था द्वारा बड़े जनसमूह तक एक साथ पहुँचाना।

प्रश्न 2. का उत्तर : हाँ।

प्रश्न 3. का उत्तर : मीडिया को।

प्रश्न 4 का उत्तर : अखबार, पत्रिका।

प्रश्न 5 का उत्तर : मैसिव ओपन ऑनलाइन कोर्स।

11.11अधिक जानने के लिए पढ़ें

- कुमार, कृष्ण. (2013). जनसंचार : सिद्धांत और दृष्टिकोण. नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन।
- लाल, रतन. (2016). जनसंचार माध्यम. दिल्ली: प्रभात प्रकाशन।
- धूल, सुभाष. (2018). संप्रेषण और जनसंचार. लखनऊ: विश्व पुस्तकालय।
- शर्मा, जगदीश. (2014). जनसंचार: सिद्धांत, प्रक्रिया एवं प्रभाव. दिल्ली: विद्या प्रकाशन।
- कुमार, अरविंद. (2017). संचार माध्यम और प्रौद्योगिकी. नई दिल्ली: अनुभव प्रकाशन।
- शर्मा, रघुनन्दन प्रसाद। (2008). प्रयोजनमूलक हिन्दी. वाराणसी:

विश्वविद्यालय प्रकाशन।

- पाण्डेय, कैलाश नाथ। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।
- तरूण, रमेश। (2007). प्रयोजनमूलक हिन्दी. नई दिल्ली: अशोक प्रकाशन।
- श्रीवास्तव, अर्चना। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी: विविध आयाम. वाराणसी: विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- सोनटके, माधव। (2024). प्रयोजनमूलक हिन्दी. इलाहाबाद: लोकभारती प्रकाशन।

11.12 अभ्यास प्रश्न

क) संक्षिप्त प्रश्नों के उत्तर लिखिए-

1. प्राचीन काल में प्रयुक्त होने वाले संचार माध्यम कौन-कौन से थे?
2. प्रिंट मीडिया के अंतर्गत कौन-कौन से साधन आते हैं?
3. जनसंचार किसे कहते हैं?
4. जनमाध्यमों के दो उदाहरण लिखिए।
5. प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में क्या अंतर है?
6. सोशल मीडिया जनसंचार के क्षेत्र में किस प्रकार प्रभाव डालता है?

ख) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लिखिए

1. जनसंचार माध्यमों के ऐतिहासिक विकास को प्राचीन से आधुनिक काल तक विस्तार से स्पष्ट कीजिए।
2. जनसंचार के प्रमुख घटकों की विवेचना कीजिए एवं इसके प्रभावों का वर्णन कीजिए।
3. जनमाध्यमों की भूमिका लोकतंत्र में कैसे महत्वपूर्ण है? उदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए।
4. जनसंचार माध्यमों की प्रमुख विशेषताओं की व्याख्या कीजिए।
5. जनसंचार और जान माध्यम दोनों के महत्व और चुनौतियों पर एक आलेख प्रस्तुत कीजिए।
6. आधुनिक तकनीक और डिजिटल मीडिया ने जनसंचार की प्रक्रिया को किस प्रकार परिवर्तित किया है?

******

इकाई : 12 श्रव्य माध्यम 'रेडियो'

इकाई की रूपरेखा

12.1 उद्देश्य

12.2 प्रस्तावना

12.3 श्रव्य माध्यम : अर्थ और परिभाषा

12.4 श्रव्य माध्यम की विविध विधाएँ

12.5 रेडियो का विकास

12.6 रेडियो कार्यक्रमों के प्रकार

12.7 रेडियो की विशेषताएँ और सीमाएँ

12.8 श्रव्य माध्यम की उपयोगिता:

12.9 श्रव्य माध्यम और अनुवाद की आवश्यकताएं

12.10 सारांश

12.11 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

12.12 अधिक जानने के लिए पढ़ें

12.13 अभ्यास प्रश्न

12.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप –

- श्रव्य माध्यम का अर्थ और परिभाषा को जान सकेंगे।
- श्रव्य माध्यमों के विभिन्न विधाओं के बारे में जान पाएंगे।
- रेडियो के विकास किस प्रकार हुआ उससे परिचित होंगे।
- रेडियो कार्यक्रमों के प्रकारों को समझ पाएँगे।
- रेडियो की विशेषताएँ और सीमाओं को समझेंगे।
- श्रव्य माध्यमों में अनुवाद की भूमिका और चुनौतियों से भी परिचित हो पाएंगे।

12.2 प्रस्तावना

संचार के विभिन्न माध्यमों में श्रव्य माध्यम का विशेष महत्व रहा है। यह ऐसा माध्यम है जो केवल श्रवण शक्ति पर आधारित होता है और श्रोता को

बिना दृश्य साधनों की आवश्यकता के सूचना, विचार तथा मनोरंजन प्रदान करता है। श्रव्य माध्यम का सबसे लोकप्रिय और प्रभावशाली रूप रेडियो है, जिसने बीसवीं शताब्दी से लेकर आज तक जनमानस पर गहरा प्रभाव डाला है। रेडियो का इतिहास इसके विकास और निरंतर परिवर्तनों का साक्षी है। प्रारंभ में यह समाचार और जानकारी के आदान-प्रदान का प्रमुख साधन बना, वहीं आगे चलकर इसमें संगीत, नाटक, वार्तालाप, शैक्षिक कार्यक्रम, कृषि प्रसारण तथा विज्ञापन जैसी विविध विधाएँ शामिल होती गईं। रेडियो की प्रमुख विशेषता इसकी सरलता, कम लागत और व्यापक पहुँच में निहित है। यह ग्रामीण और दूरदराज के क्षेत्रों तक पहुँचने में सक्षम है और आपातकालीन परिस्थितियों में भी उपयोगी सिद्ध होता है। हालांकि इसमें दृश्यात्मकता का अभाव और तकनीकी साधनों पर निर्भरता जैसी सीमाएँ भी हैं, फिर भी इसके महत्व को नकारा नहीं जा सकता। शिक्षा, कृषि, स्वास्थ्य और सामाजिक जागरूकता जैसे क्षेत्रों में रेडियो ने अभूतपूर्व योगदान दिया है। डिजिटल युग में एफएम रेडियो, इंटरनेट रेडियो और पॉडकास्ट के रूप में इसके नए रूप सामने आए हैं, जिससे यह माध्यम और भी प्रासंगिक हो गया है। साथ ही, अनुवाद की आवश्यकता ने इसे बहुभाषी और विविध सांस्कृतिक पृष्ठभूमि में और अधिक प्रभावी बना दिया है। इस प्रकार श्रव्य माध्यम, विशेषकर रेडियो, न केवल सूचना का संवाहक है बल्कि समाज को जोड़ने, संस्कृति को प्रसारित करने और जनचेतना को विकसित करने का एक सशक्त उपकरण भी है।

12.3 श्रव्य माध्यम : अर्थ और परिभाषा

मानव संचार की प्रक्रिया में माध्यमों की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण होती है। इन माध्यमों के द्वारा विचारों, भावनाओं, सूचनाओं और ज्ञान का आदान-प्रदान प्रभावी ढंग से किया जाता है। संचार के प्रमुख प्रकारों में एक है -श्रव्य माध्यम। यह ऐसा माध्यम है जिसमें केवल श्रवण इंद्रिय (सुनने की क्षमता) के माध्यम से जानकारी प्राप्त की जाती है। रेडियो, ऑडियो रिकॉर्डिंग, पॉडकास्ट, टेलीफोन वार्ता, वॉयस असिस्टेंट आदि इसके प्रमुख उदाहरण हैं। श्रव्य माध्यम संचार का एक सरल, प्रभावी और व्यापक पहुंच वाला साधन है, जिसने न केवल सूचना के क्षेत्र में क्रांति लाई, बल्कि शिक्षा, मनोरंजन और सामाजिक जागरूकता में भी अपनी अहम भूमिका निभाई।

12.3.1 श्रव्य माध्यम का अर्थः

'श्रव्य' शब्द संस्कृत मूल का है, जिसका अर्थ होता है –जो सुना जा सके। अत: श्रव्य माध्यम का तात्पर्य ऐसे संचार उपकरण या साधनों से है जिनमें संदेश को श्रवण के माध्यम से ग्रहण किया जाता है। इसमें दृश्य सहायता की आवश्यकता नहीं होती, अर्थात् केवल ध्वनि (आवाज़) के माध्यम से संवाद होता है।

इस माध्यम में वाचिक भाषा, ध्वनि प्रभाव, संगीत, और विराम जैसे श्रव्य संकेतों के माध्यम से श्रोता तक संदेश पहुँचता है। यह माध्यम दृष्टिहीन व्यक्तियों के लिए भी अत्यंत उपयोगी होता है और तकनीक के विकास के साथ अब यह मोबाइल एप्स, इंटरनेट और डिजिटल प्लेटफॉर्म पर भी उपलब्ध हो गया है।

12.3.2 परिभाषाएँ :

श्रव्य माध्यम वे संचार उपकरण या विधियाँ हैं, जिनके द्वारा कोई सूचना, संदेश, विचार, या ज्ञान ध्वनि के माध्यम से (बिना किसी दृश्य के) प्राप्त या संप्रेषित किया जाता है। इसमें श्रोता को सिर्फ सुनने के माध्यम से जानकारी मिलती है। बहुत सारे विद्वानों ने इस पर अपना-अपना मन व्यक्त किया हैं-

1. संचार विशेषज्ञ विल्बर श्रैम के अनुसार-

''श्रव्य माध्यम वे उपकरण हैं जिनके द्वारा श्रोता केवल ध्वनि के माध्यम से जानकारी या संदेश प्राप्त करते हैं।''

2. ऑडियो विजुअल शिक्षा परिषद् के अनुसार-

''श्रव्य माध्यम ऐसे शैक्षिक साधन हैं जो शिक्षण प्रक्रिया में श्रवणेंद्रिय को सक्रिय बनाकर अधिगम को प्रभावी बनाते हैं।''

3. राष्ट्रीय शैक्षिक अनुसंधान और प्रशिक्षण परिषद (NCERT) के अनुसार-

''रेडियो, टेप रिकॉर्डर, पॉडकास्ट, और अन्य श्रवण माध्यम शिक्षा में सहायक उपकरण के रूप में कार्य करते हैं, जो छात्र की समझ और ध्यान केंद्रित करने की क्षमता को बढ़ाते हैं।''



अपनी प्रगति जांचें

1. श्रव्य माध्यम की तीन विधाओं का नाम लिखिए?
2. श्रव्य माध्यम में अनुवाद कितने प्रकार हैं?
3. रेडियो कार्यक्रम के दो प्रकारों का नाम उल्लेख कीजिए?
4. रेडियो को हिंदी नाम 'आकाशवाणी' कब दिया गयाथा?
5. रेडियो की एक विशेषता लिखिए।

12.1 श्रव्य माध्यम की विविध विधाएँ

संचार के विभिन्न माध्यमों में श्रव्य माध्यम एक अत्यंत प्रभावी और व्यापक रूप से प्रयुक्त साधन है। इसमें केवल श्रवण इंद्रिय के माध्यम से संदेशों, विचारों, भावनाओं और सूचनाओं का आदान-प्रदान होता है। यह न केवल व्यक्ति को तात्कालिक जानकारी प्रदान करता है, बल्कि उसे मनोरंजन, शिक्षा और सामाजिक चेतना से भी जोड़ता है। तकनीकी विकास के साथ श्रव्य माध्यम की विविध विधाएँ उभरी हैं, जो आज के आधुनिक समाज में अत्यधिक प्रभावशाली सिद्ध हो रही हैं। इसके विभिन्न विधाओं को निम्नलिखित रूप से विचार किया जा सकता हैं-

1. रेडियो :

रेडियो सबसे पुराना और परंपरागत श्रव्य माध्यम है, जो आज भी विशेषकर ग्रामीण भारत में अत्यधिक लोकप्रिय है। यह निम्नलिखित रूपों में उपलब्ध है:

- एएम/एफएम रेडियो- संगीत, समाचार, वार्ताएँ, नाटक, कृषि आधारित कार्यक्रम आदि।
- सामुदायिक रेडियो- स्थानीय भाषाओं में प्रसारण, ग्रामीण और जनजातीय समुदायों के लिए।
- डिजिटल रेडियो/ इंटरनेट रेडियो- आधुनिक तकनीक से लैस, मोबाइल और वेबसाइट पर उपलब्ध।

2. टेलीफोन/ मोबाइल संवाद:

दूरसंचार क्रांति ने श्रव्य संचार को नया स्वरूप दिया है। अब मोबाइल फोन के माध्यम से :

- व्यक्तिगत बातचीत की जा सकती है।
- वॉइस मैसेज, ऑडियो कॉल, और कांफ्रेंस कॉलिंग संभव है।
- व्यवसाय, ग्राहक सेवा, टेली-काउंसलिंग आदि में इसका विशेष उपयोग होता है।

3. पॉडकास्ट (Podcast) :

यह डिजिटल युग की लोकप्रिय विधा है, जिसमें विषय-विशेष पर आधारित श्रव्य एपिसोड श्रोताओं के लिए उपलब्ध होते हैं। पॉडकास्ट शिक्षा, मनोरंजन, प्रेरणा, स्वास्थ्य, टेक्नोलॉजी आदि सभी क्षेत्रों को कवर करता है। इसका सबसे बड़ा लाभ यह है कि इसे कभी भी, कहीं भी सुना जा सकता है।

4. ऑडियो बुक्स (Audio Books) :

पुस्तकों का श्रव्य रूप-जिसे श्रोता पढ़ने के बजाय सुन सकते हैं। दृष्टिहीन, वरिष्ठ नागरिक, और व्यस्त दिनचर्या वाले लोगों के लिए यह अत्यंत उपयोगी है। प्रसिद्ध साहित्य, आत्मकथा, उपन्यास, और प्रेरक पुस्तकें अब ऑडियो फॉर्म में उपलब्ध हैं।

5. टेप रिकॉर्डर / भाषण रिकॉर्डिंग्स:

टेप रिकॉर्डर पारंपरिक विधि है, जो शिक्षा, अनुसंधान और मीडिया में काम आती है। शिक्षक अपने व्याख्यान रिकॉर्ड कर सकते हैं, शोधकर्ता साक्षात्कार रिकॉर्ड करते हैं। अब डिजिटल रिकॉर्डर और मोबाइल एप्लिकेशन ने इसे और भी सुलभ बना दिया है।

6. टेलीविजन/ फिल्म में श्रव्य अंश (Voice-over / Audio description):

हालांकि टेलीविजन दृश्य माध्यम है, परंतु इसके भीतर का श्रव्य पक्ष (जैसे संवाद, संगीत, पृष्ठभूमि ध्वनि) अत्यंत महत्वपूर्ण होता है। दृष्टिहीन दर्शकों के लिए ऑडियो विवरण एक सहायक श्रव्य विधा बन चुकी है।

7. वॉयस असिस्टेंट / आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (Voice Assistants like Ale&a, Siri, Google Assistant):

ये आधुनिक तकनीक से युक्त उपकरण हैं, जो मानव आवाज़ को पहचानकर उत्तर प्रदान करते हैं। आज स्मार्टफोन, स्मार्ट स्पीकर और होम ऑटोमेशन में इनका व्यापक उपयोग हो रहा है।

8. ध्वनि प्रसारण ऐप्स / ऑडियो स्ट्रीमिंग (JioSaavn, Spotify,

Gaana, Audible):

इन ऐप्स के माध्यम से संगीत, ऑडियो पुस्तकें, भजन, ध्यान संगीत, और पॉडकास्ट उपलब्ध होते हैं। ये शहरी युवाओं में अत्याधिक लोकप्रिय हो रहे हैं।

12.1 रेडियो का विकास

रेडियो का विकास 19वीं शताब्दी के उत्तरार्ध में हुआ, जब वैज्ञानिकों ने विद्युत चुंबकीय तरंगों पर प्रयोग प्रारंभ किए। 1864 में जेम्स क्लर्क मैक्सवेल ने विद्युत चुंबकीय तरंगों का सिद्धांत प्रस्तुत किया और 1887 में हाइनरिख हर्ट्ज़ ने इन तरंगों के अस्तित्व को प्रमाणित किया। इसके बाद गुलिएल्मो मार्कोनी ने 1895 में वायरलेस टेलीग्राफी का सफल प्रयोग कर रेडियो का व्यावहारिक स्वरूप प्रस्तुत किया। 1901 में उन्होंने इंग्लैंड से अमेरिका तक संदेश प्रसारित कर दिया, जो रेडियो संचार के इतिहास में मील का पत्थर साबित हुआ। 1906 में रेजिनाल्ड फेंसडेन ने पहली बार रेडियो पर मानव आवाज और संगीत का प्रसारण किया। इस प्रकार रेडियो केवल तकनीकी प्रयोग तक सीमित न रहकर समाचार, मनोरंजन और जनसंपर्क का सशक्त साधन बन गया। प्रथम और द्वितीय विश्वयुद्ध के दौरान रेडियो ने सैनिक संचार और जनमत निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। धीरे-धीरे यह माध्यम पूरे विश्व में लोकप्रिय हो गया।भारत में रेडियो का इतिहास 1921 से प्रारंभ होता है, जब बॉम्बे में सबसे पहले रेडियो का प्रयोगात्मक प्रसारण हुआ। 1923 में बॉम्बे और कलकत्ता रेडियो क्लब ने नियमित प्रसारण की शुरुआत की। 1927 में इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी (IBC) की स्थापना हुई, जिसने मुंबई और कोलकाता से रेडियो सेवाएँ प्रारंभ कीं। आर्थिक संकट के कारण यह संस्था 1930 में बंद हो गई, जिसके बाद सरकार ने इसे अपने अधीन लेकर इंडियन स्टेट ब्रॉडकास्टिंग सर्विस (ISBS) के रूप में संगठित किया। 1936 में इसका नाम बदलकर ऑल इंडिया रेडियो (AIR) रखा गया, जिसे 1957 में हिंदी नाम 'आकाशवाणी' दिया गया। स्वतंत्रता संग्राम के समय भी रेडियो ने राष्ट्रवादी चेतना जागृत करने में योगदान दिया। नेताजी सुभाषचंद्र बोस ने 1942 में 'आजाद हिंद रेडियो' के माध्यम से भारतीयों को संबोधित किया और स्वतंत्रता आंदोलन को नई ऊर्जा प्रदान की। स्वतंत्रता प्राप्ति के समय भारत में केवल छह रेडियो स्टेशन थे, लेकिन आज

यह नेटवर्क सैकड़ों केंद्रों तक विस्तारित हो चुका है। 1977 से एफ.एम. प्रसारण की शुरुआत हुई और 2000 के दशक में निजी एफ.एम. चैनलों को भी अनुमति मिल गई। वर्तमान समय में रेडियो परंपरागत ट्रांजिस्टर तक सीमित न रहकर मोबाइल एप्स, इंटरनेट रेडियो और पॉडकास्ट जैसे आधुनिक स्वरूपों में भी उपलब्ध है। अत: यह कहा जा सकता है कि रेडियो ने न केवल संचार के स्वरूप को बदल दिया बल्कि भारतीय समाज के शैक्षिक, सांस्कृतिक और सामाजिक विकास में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। विश्व स्तर पर रेडियो ने संचार की दिशा बदल दी और सूचना को दूर-दराज़ तक पहुँचाना संभव बनाया। भारत में भी रेडियो ने शिक्षा, मनोरंजन, समाचार और सांस्कृतिक संरक्षण में उल्लेखनीय योगदान दिया है। तकनीकी प्रगति के साथ रेडियो ने स्वयं को लगातार नया रूप दिया है और आज भी यह सबसे सुलभ व जनप्रिय माध्यमों में से एक है।

12.6 रेडियो कार्यक्रमों के प्रकार

रेडियो एक बहुआयामी माध्यम है, जिसके अंतर्गत विभिन्न प्रकार के कार्यक्रम प्रस्तुत किए जाते हैं। ये कार्यक्रम श्रोताओं की आवश्यकताओं, रुचियों और सामाजिक संदर्भों के अनुसार तैयार किए जाते हैं। इनमें समाचार, नाटक, वार्तालाप और चर्चा, संगीत, शैक्षिक एवं कृषि प्रसारण, विज्ञापन और जिंगल्स प्रमुख हैं।

समाचार- समाचार रेडियो का सबसे महत्वपूर्ण और लोकप्रिय कार्यक्रम माना जाता है। रेडियो समाचार तात्कालिकता और विश्वसनीयता के कारण श्रोताओं तक तीव्र गति से पहुँचता है। देश और विदेश की घटनाओं, राजनीतिक परिवर्तनों, आपदाओं, खेल, व्यापार तथा विज्ञान से संबंधित समाचार संक्षिप्त, स्पष्ट और सरल भाषा में प्रसारित किए जाते हैं। ग्रामीण और अशिक्षित श्रोता भी इन्हें सहज रूप से समझ पाते हैं, इसलिए समाचार रेडियो की रीढ़ माने जाते हैं।

नाटक- नाटक रेडियो कार्यक्रमों की मनोरंजनात्मक और रचनात्मक विधा है। इसे ''रेडियो नाटक'' या ''श्रव्य नाटक'' कहा जाता है। इसमें दृश्य तत्व नहीं होते, इसलिए ध्वनि, संगीत, संवाद और प्रभावी प्रस्तुति ही श्रोताओं की कल्पना को सजीव बनाती है। रेडियो नाटक सामाजिक समस्याओं, ऐतिहासिक घटनाओं, साहित्यिक कृतियों और सांस्कृतिक प्रसंगों पर आधारित होकर

श्रोताओं को शिक्षित और मनोरंजन दोनों करते हैं।

वार्तालाप और चर्चा- यह भी रेडियो के लोकप्रिय कार्यक्रम हैं। किसी विषय विशेषज्ञ, विद्वान, पत्रकार या सामाजिक कार्यकर्ता को आमंत्रित कर संवाद या पैनल चर्चा आयोजित की जाती है। इसमें सामयिक विषयों, सामाजिक मुद्दों, शिक्षा, स्वास्थ्य और राजनीति पर विचार प्रस्तुत किए जाते हैं। इनका उद्देश्य श्रोताओं में जागरूकता फैलाना और विभिन्न दृष्टिकोणों से उन्हें अवगत कराना होता है।

संगीतकार्यक्रम-संगीतकार्यक्रम रेडियो के आरंभ से ही श्रोताओं के प्रिय रहे हैं। शास्त्रीय, लोक, सुगम, फिल्मी और आधुनिक पॉप संगीत रेडियो के माध्यम से व्यापक श्रोतावर्ग तक पहुँचता है। संगीत कार्यक्रम न केवल मनोरंजन प्रदान करते हैं, बल्कि सांस्कृतिक धरोहर के संरक्षण और प्रसार में भी सहायक होते हैं। विशेष रूप से लोकसंगीत और क्षेत्रीय गीत रेडियो की लोकप्रियता को बढ़ाते हैं।

शैक्षिक और कृषि प्रसारण- यह रेडियो की एक अनूठी पहचान है। विभिन्न शैक्षणिक संस्थानों और कृषि विश्वविद्यालयों के सहयोग से रेडियो पर शैक्षिक वार्ताएँ, परीक्षाओं की तैयारी, विज्ञान, स्वास्थ्य और पर्यावरण संबंधी जानकारी प्रसारित की जाती है। इसी प्रकार किसानों के लिए कृषि प्रसारण अत्यंत उपयोगी होते हैं, जिनमें मौसम की जानकारी, बीज, उर्वरक, कीट नियंत्रण, नई कृषि तकनीकों और सरकारी योजनाओं से संबंधित जानकारी दी जाती है। ग्रामीण विकास में ऐसे कार्यक्रमों की विशेष भूमिका रही है।

विज्ञापन और जिंगल्स- यहरेडियो के व्यावसायिक स्वरूप को दर्शाते हैं। विज्ञापनों के माध्यम से श्रोताओं तक उत्पादों और सेवाओं की जानकारी पहुँचाई जाती है। जिंगल्स छोटे-छोटे गीतनुमा संदेश होते हैं, जो सरल, आकर्षक और यादगार होते हैं। ये विज्ञापन को रोचक बनाते हैं और श्रोताओं के मन में गहरी छाप छोड़ते हैं।

इस प्रकार, रेडियो कार्यक्रमों की विविधता इसे अन्य माध्यमों से अलग बनाती है। समाचार से लेकर संगीत और शैक्षिक प्रसारण तक, रेडियो हर वर्ग और हर आयु के श्रोताओं की आवश्यकताओं को पूरा करता है तथा समाज के सांस्कृतिक, शैक्षिक और आर्थिक विकास में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

12.7 रेडियो की विशेषताएँ और सीमाएँ

रेडियो एक ऐसा श्रव्य माध्यम है जिसने जनसंचार के क्षेत्र में महत्वपूर्ण स्थान बनाया है। इसकी कुछ विशेषताएँ इसे अन्य माध्यमों से अलग करती हैं और कुछ सीमाएँ इसकी प्रभावशीलता को आंशिक रूप से कम भी करती हैं।

विशेषताएँ-

सुलभता- रेडियो एक अत्यंत सरल और सुलभ माध्यम है, जिसे ग्रामीण से लेकर शहरी क्षेत्रों तक कोई भी आसानी से सुन सकता है। रेडियो यंत्र अपेक्षाकृत सस्ता होता है और अब मोबाइल फोन तथा इंटरनेट एप्स के माध्यम से भी उपलब्ध है, जिससे यह और भी अधिक सुलभ हो गया है।

सामर्थ्य- रेडियो पर कार्यक्रमों का निर्माण और प्रसारण अन्य माध्यमों की तुलना में काफी सस्ता होता है। श्रोता के लिए भी रेडियो सुनने में कोई विशेष खर्च नहीं आता। यही कारण है कि कम आय वाले वर्ग के लोग भी रेडियो का लाभ उठा पाते हैं।

सशक्त प्रभाव- ध्वनि, संगीत और शब्दों के संयोजन से रेडियो का संदेश श्रोताओं पर गहरी छाप छोड़ता है। यह तुरंत प्रभाव उत्पन्न करने की क्षमता रखता है और आपात स्थितियों में चेतावनी अथवा निर्देश देने का सबसे प्रभावी साधन सिद्ध होता है। साथ ही, रेडियो की पहुँच बहुत व्यापक है और यह लाखों-करोड़ों श्रोताओं को एक साथ संबोधित कर सकता है।

इन विशेषताओं के साथ रेडियो की कुछ सीमाएँभी हैं, जो इस प्रकार के हैं-

सीमाएँ-

दृश्य अभाव- रेडियो केवल श्रव्य माध्यम है, इसमें चित्र या दृश्य नहीं होते। इसलिए संदेश को पूरी तरह प्रभावी बनाने के लिए केवल आवाज़, शब्द और ध्वनि प्रभावों पर निर्भर रहना पड़ता है। इस कारण कभी-कभी संदेश अधूरा या कम प्रभावशाली लग सकता है।

तकनीकी निर्भरता- रेडियो प्रसारण और ग्रहण करने के लिए तकनीकी साधनों की आवश्यकता होती है। यदि बिजली, ट्रांसमीटर या रिसीवर में समस्या हो तो प्रसारण प्रभावित हो जाता है। ग्रामीण और दूरदराज़ क्षेत्रों में कभी-कभी सिग्नल की समस्या भी आती है।

क्षणिक- क्षणिक होते हैं, अर्थात् एक बार प्रसारित हो जाने के बाद श्रोता उन्हें दोबारा नहीं सुन सकता (जब तक पुन: प्रसारित न किया जाए)। इस कारण कोई संदेश अगर छूट जाए तो श्रोता को जानकारी अधूरी रह सकती है।

सीमित भागीदारी- रेडियो में श्रोताओं की भागीदारी सीमितरहती है क्योंकि यह प्राय: एकतरफ़ा माध्यम है।

12.8 श्रव्य माध्यम की उपयोगिता

श्रव्य माध्यमों की कुछ प्रमुख उपयोगिताएँ निम्नलिखित रूप से प्रस्तुत की जा सकती हैं:

1. शिक्षा में सहायक-श्रव्य माध्यम ई-लर्निंग और वर्चुअल कक्षाओं को सुगम बनाते हैं, जिससे छात्र कहीं से भी गुणवत्तापूर्ण शिक्षा प्राप्त कर सकते हैं।
2. भाषा शिक्षण में प्रभावी-उच्चारण सुधार, सुनकर भाषा समझने की क्षमता और संवाद कौशल के विकास में श्रव्य माध्यम अत्यंत उपयोगी सिद्ध होते हैं।
3. तत्काल सूचना संप्रेषण- समाचार, मौसम, यातायात और आपातकालीन घोषणाओं के लिए यह एक तेज और भरोसेमंद माध्यम है।
4. विश्वसनीयता का माध्यम-रेडियो और ऑडियो समाचार चैनल्स अपनी तथ्यात्मक और सटीक जानकारी के कारण जनविश्वास अर्जित करते हैं।
5. मनोरंजन का स्रोत - संगीत, नाटक, किस्से, हास्य कार्यक्रम आदि के जरिए यह थकान और मानसिक तनाव को कम करने में मदद करता है।
6. प्रेरणा व आत्मविकास -प्रेरणादायक भाषण, पॉडकास्ट और जीवन शैली से जुड़ी चर्चाएँ व्यक्तित्व विकास में योगदान देती हैं।
7. दृष्टिहीनों के लिए उपयुक्र- श्रव्य माध्यम दृष्टिहीन व्यक्तियों को सूचना और ज्ञान का समान अवसर प्रदान करते हैं।
8. अशिक्षित वर्ग के लिए ज्ञान का माध्यम-पढ़ने की आवश्यकता के बिना जानकारी प्राप्त कर पाना उन्हें सशक्त बनाता है।

9. सामाजिक जागरूकता का माध्यम- स्वास्थ्य, स्वच्छता, शिक्षा, मतदान आदि जैसे विषयों पर जनजागरूकता फैलाने में सहायक।
10. सुलभ और किफायती-मोबाइल, रेडियो या इंटरनेट के जरिए कम लागत में बड़ी संख्या तक पहुँच संभव है, जिससे यह ग्रामीण और दूरस्थ क्षेत्रों के लिए भी सुलभ है।

इन सभी उपयोगिताओं से स्पष्ट होता है कि श्रव्य माध्यम न केवल ज्ञान का संप्रेषण करते हैं, बल्कि समाज के विविध वर्गों के समग्र विकास में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।



महत्वपूर्ण बिंदुः

श्रव्य माध्यम ने आधुनिक समाज में संचार की सीमाओं को तोड़ा है। इसकी विविध विधाएँ समय के साथ तकनीकी रूप से और अधिक समृद्ध होती जा रही हैं। पारंपरिक माध्यमों जैसे रेडियो से लेकर उन्नत डिजिटल प्लेटफॉर्म तक, यह साधन सूचना, शिक्षा, जागरूकता और मनोरंजन के क्षेत्र में अनवरत योगदान दे रहा है। विशेषकर भारत जैसे विविधतापूर्ण देश में, जहाँ भाषायी और साक्षरता स्तर में अंतर है, वहां श्रव्य माध्यम लोगों को जोड़ने और सशक्त बनाने का कार्य करता है। इसलिए यह कहा जा सकता है कि श्रव्य माध्यम की विविध विधाएँ आज के संचार-युग की अनिवार्य आवश्यकता बन चुकी हैं।

12.9 श्रव्य माध्यम और अनुवाद की आवश्यकताएं

मानव संप्रेषण की प्रक्रिया में श्रव्य माध्यम और अनुवाद दोनों की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण है। श्रव्य माध्यम, जिसमें सूचना और विचारों का आदान-प्रदान केवल ध्वनि यानी श्रवण के माध्यम से होता है, आज के डिजिटल और वैश्विक युग में एक सशक्त माध्यम बन चुका है। वहीं दूसरी ओर, अनुवाद भाषायी विविधताओं को पाटने का सेतु है, जो विभिन्न भाषाओं के बीच संवाद को संभव बनाता है। जब श्रव्य माध्यम बहुभाषी समाजों में प्रयुक्त होता है, तो उसकी पहुँच, प्रभावशीलता और उपयोगिता को सुनिश्चित करने के लिए अनुवाद की आवश्यकता अनिवार्य हो जाती है।

श्रव्य माध्यम वे संचार उपकरण हैं जिनमें संदेशों को केवल सुनने की प्रक्रिया के माध्यम से प्राप्त किया जाता है। जैसे—रेडियो, पॉडकास्ट, ऑडियो बुक्स, टेलीफोन, वॉयस असिस्टेंट आदि। यह माध्यम विशेष रूप से उन लोगों के लिए उपयोगी होता है जो पढ़ नहीं सकते या देख नहीं सकते, जैसे दृष्टिहीन या अशिक्षित वर्ग।

12.9.1 श्रव्य माध्यम में अनुवाद की आवश्यकता क्यों?

श्रव्य माध्यमों में अनुवाद क्यों आवश्यक है-इस पर निम्लिखित रूप में विचार किया जा सकता हैं-

1. भाषायी विविधता का पुलः

भारत जैसे बहुभाषी देश में जहाँ सैकड़ों भाषाएं और बोलियाँ बोली जाती हैं, वहाँ श्रव्य माध्यम की सामग्री यदि केवल एक भाषा तक सीमित रह जाए तो उसका प्रभाव सीमित रह जाता है। उदाहरणतः, एक रेडियो कार्यक्रम यदि केवल हिंदी में हो, तो तमिल या असमीयाश्रोता उससे नहीं जुड़ पाएंगे। अनुवाद इस विविधता को एकता में बदलता है।

2. सूचना की समान उपलब्धता :

सरकारी घोषणाएँ, आपातकालीन सूचनाएँ, सार्वजनिक स्वास्थ्य संबंधी संदेश आदि जब श्रव्य माध्यमों से प्रसारित होते हैं, तो उनका अनुवाद आवश्यक होता है ताकि वे सभी भाषायी समुदायों तक समान रूप से पहुँच सकें।

3. शिक्षा और ई-लर्निंग में सहायक :

ऑडियो आधारित शिक्षण सामग्री जैसे—ऑडियो लेक्चर, भाषा शिक्षण ऐप्स, पॉडकास्ट आदि का अनुवाद छात्रों को अपनी मातृभाषा में समझने का अवसर देता है। इससे शिक्षण अधिक प्रभावशाली और समावेशी बनता है।

4. सांस्कृतिक विनिमय को बढ़ावा :

एक क्षेत्र की लोककथाएं, नाटक, गीत या प्रेरणादायक भाषण जब अनुवादित रूप में श्रव्य माध्यम से प्रस्तुत किए जाते हैं, तो वे अन्य भाषाई समुदायों में भी सुने और समझे जा सकते हैं, जिससे सांस्कृतिक आदान-प्रदान को बल मिलता है।

5. व्यावसायिक उपयोग में सहायकः

कॉर्पोरेट कंपनियां, उत्पाद प्रचार, ग्राहक सेवा आदि में वॉइस मैसेज या विज्ञापन तैयार करती हैं, जिनका विभिन्न भाषाओं में अनुवाद कर स्थानीय

बाजारों तक प्रभावी पहुँच बनाई जा सकती है।

12.9.2 श्रव्य माध्यम में अनुवाद के प्रकार :

1. सिंक्रोनस अनुवाद (तत्काल अनुवाद): जैसे लाइव भाषणों या प्रेस कॉन्फ्रेंस में एक साथ किया जाने वाला अनुवाद।
2. ऑडियो डबिंग: जैसे किसी फिल्म, डॉक्यूमेंट्री या धारावाहिक के लिए एक भाषा की ध्वनि को दूसरी भाषा में बदलना।
3. वॉयस-ओवर अनुवाद: जब वक्ता की मूल आवाज़ के ऊपर अनुवादक की आवाज़ सुनाई देती है।
4. स्क्रिट आधारित अनुवाद: श्रव्य सामग्री की स्क्रिप्ट को पहले अनुवादित कर फिर उसे रिकॉर्ड किया जाता है।

12.9.3 चुनौतियाँ और समाधान:

- **चुनौतियाँ:**
  - भाषाई भावों और संस्कृति का सटीक संप्रेषण।
  - तकनीकी शब्दों का उपयुक्त अनुवाद।
  - समयबद्धता और ध्वनि गुणवत्ता बनाए रखना।
- समाधान :
  - प्रशिक्षित अनुवादकों की सहायता।
  - भाषायी और तकनीकी परीक्षण।
  - AI आधारित ट्रांसलेशन टूल्स का उपयोग।

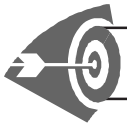
श्रव्य माध्यम और अनुवाद का मेल संचार को बहुभाषी समाज के अनुरूप बनाता है। यह न केवल सूचना की पहुँच को बढ़ाता है, बल्कि शिक्षा, संस्कृति, व्यापार और समाज के हर क्षेत्र में सहभागिता और समावेशिता को सुनिश्चित करता है। जैसे-जैसे तकनीकी प्रगति हो रही है, श्रव्य माध्यमों का प्रभाव और विस्तार बढ़ रहा है, और इसी के साथ अनुवाद की भूमिका भी पहले से कहीं अधिक महत्वपूर्ण हो चुकी है। अत: यह समय की मांग है कि श्रव्य माध्यमों में अनुवाद की गुणवत्ता, सटीकता और विविधता को विशेष प्राथमिकता दी जाए।



12.10 सारांश

रेडियो का विकास विश्व स्तर पर 19वीं शताब्दी के उत्तरार्ध में हुआ। मार्कोनी, हर्ट्ज़ और फेंसडेन जैसे वैज्ञानिकों ने इसके तकनीकी आधार को विकसित किया। भारत में रेडियो की शुरुआत 1920 के दशक में हुई और धीरे-धीरे यह ऑल इंडिया रेडियो (आकाशवाणी) के रूप में राष्ट्रीय स्तर पर फैल गया। आज यह एफ.एम., ए.एम., सामुदायिक और डिजिटल रेडियो के रूप में समाज के हर वर्ग तक पहुँच बना चुका है। रेडियो कार्यक्रमों के प्रकार विविध हैं-समाचार, नाटक, वार्तालाप और चर्चा, संगीत, शैक्षिक एवं कृषि प्रसारण, विज्ञापन और जिंगल्स। इन कार्यक्रमों के माध्यम से रेडियो श्रोताओं को समयानुसार जानकारी, मनोरंजन और शिक्षा प्रदान करता है। रेडियो की प्रमुख विशेषताएँ इसकी व्यापक पहुँच हैं। यह अशिक्षित, ग्रामीण और दृष्टिबाधित श्रोताओं के लिए विशेष रूप से उपयोगी है। हालाँकि, इसमें दृश्य तत्वों का अभाव, तकनीकी निर्भरता और क्षणिकता जैसी सीमाएँ भी मौजूद हैं। रेडियो की उपयोगिता शिक्षा, कृषि, महिला सशक्तिकरण, स्वास्थ्य, आपदा प्रबंधन और जनजागरण में स्पष्ट रूप से दिखाई देती है। यह समाज और सरकार के बीच सेतु का कार्य करता है और ग्रामीण विकास में विशेष योगदान देता है। श्रव्य माध्यम और अनुवाद की आवश्यकता भी महत्वपूर्ण है, क्योंकि भारत जैसे बहुभाषी देश में संदेशों को विभिन्न भाषाओं में उपलब्ध कराना आवश्यक है। अनुवाद के माध्यम से विविध भाषाई समुदायों तक एक ही संदेश पहुँचाना संभव होता है।

अत: निष्कर्ष रूप में कहा जा सकता है कि रेडियो, श्रव्य माध्यमों में सबसे प्रभावी, सुलभ और विश्वसनीय साधन है। इसने न केवल सूचना और मनोरंजन प्रदान किया है बल्कि शिक्षा, संस्कृति और सामाजिक जागरूकता में भी महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई है। समय के साथ-साथ अपनी प्रासंगिकता बनाए रखते हुए रेडियो आज भी जनसंचार का सशक्त और लोकप्रिय साधन है।



12.11 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

प्रश्न 1. का उत्तर- पॉडकास्ट, रडियो, टेलीफोन

प्रश्न 2. का उत्तर- चार प्रकार हैं।

प्रश्न 3. का उत्तर- समाचार, नाटक।

प्रश्न 4. का उत्तर-1957 में।

पश्न 5. का उत्तर- सशक्र प्रभाव- ध्वनि, संगीत और शब्दों के संयोजन से रेडियो का संदेश श्रोताओं पर गहरी छाप छोड़ता है। यह तुरंत प्रभाव उत्पन्न करने की क्षमता रखता है और आपात स्थितियों में चेतावनी अथवा निर्देश देने का सबसे प्रभावी साधन सिद्ध होता है। साथ ही, रेडियो की पहुँच बहुत व्यापक है और यह लाखों-करोड़ों श्रोताओं को एक साथ संबोधित कर सकता है।



12.12 अधिक जानने के लिए पढ़ें

- दीक्षित, प्रवीण। (1980). जनमाध्यम और पत्रकारिता. कानपुर : सहयोगी साहित्य संस्थान।
- द्विवेदी, संजय। (2015). रेडियो पत्रकारिता. नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन।
- ठाकुर, नीलिमा। (2017). रेडियो : एक अध्ययन. मुंबई: पब्लिकेशन होम।
- कुमार, विनोद। (2016). रेडियो का जादू. दिल्ली: नेशनल पब्लिशिंग हाउस।
- जोशी, रामशरण। (2014). रेडियो लेखन. वाराणसी : हिंदी साहित्य अकादमी।
- शर्मा, रघुनन्दन प्रसाद। (2008). प्रयोजनमूलक हिन्दी. वाराणसी: विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- पाण्डेय, कैलाश नाथ। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी की नयी भूमिका. इलाहाबाद : लोकभारती प्रकाशन।
- तरुण, रमेश। (2007). प्रयोजनमूलक हिन्दी. नई दिल्ली: अशोक प्रकाशन।
- श्रीवास्तव, अर्चना। (2014). प्रयोजनमूलक हिन्दी: विविध आयाम. वाराणसी: विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- सोनटके, माधव। (2024). प्रयोजनमूलक हिन्दी. इलाहाबाद : लोकभारती प्रकाशन।

12.13 अभ्यास प्रश्न

क) संक्षिप्त प्रश्नों के उत्तर लिखिए-

1. 'श्रव्य' शब्द किस भाषा से निकला है?
2. संचार विशेषज्ञ विल्बर श्रैम के अनुसार श्रव्य माध्यम क्या है?
3. रेडियो की दो सीमाएँ लिखिए।
4. सामुदायिक रेडियो किसे कहते हैं?
5. श्रव्य माध्यम में अनुवाद की आवश्यकता क्यों होती है?
6. रेडियो की सुलभता का एक उदाहरण लिखिए।

ख) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लिखिए

1. रेडियो एक प्रभावशाली श्रव्य माध्यम के रूप में शिक्षा, सूचना और मनोरंजन में किस प्रकार योगदान देता है? उदाहरण सहित स्पष्ट करें।
2. विश्व और भारत में रेडियो के विकास की रूपरेखा प्रस्तुत कीजिए।
3. रेडियो कार्यक्रमों के प्रकारों का वर्णन कीजिए और उदाहरण दीजिए।
4. रेडियो के महत्व को समझाते हुए श्रव्य माध्यम की विविध विधाओं पर चर्चा कीजिए?
5. रेडियो किस प्रकार ग्रामीण एवं अशिक्षित समाज के लिए लाभकारी सिद्ध होता है? स्पष्ट कीजिए।
6. श्रव्य माध्यमों की किन्ही 10 विशेषताओं को रेखांकित कीजिए?

******

इकाई 13: दृश्य-श्रव्य माध्यम

इकाई की रूपरेखा

13.1 उद्देश्य
13.2 प्रस्तावना
13.3 दृश्य-श्रव्य माध्यम : अर्थ और स्वरूप
13.4 दृश्य-श्रव्य माध्यमों का विकास
13.5 दृश्य-श्रव्य, माध्यम : विविध रूप और विधाएँ
13.6 दृश्य-श्रव्य सामग्री और अनुवाद
13.7 उपयोगिता और महत्व
13.8 सारांश
13.9 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)
13.10 अधिक जानने के लिए पढ़ें
13.11 अभ्यास प्रश्न

13.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप -

- दृश्य-श्रव्य माध्यम : अर्थ और स्वरूप को जान पाएंगे।
- दृश्य-श्रव्य माध्यमों का विकास की रूप में हुआ हैं उसको समझ पाएँगे।
- दृश्य-श्रव्य, माध्यम: विविध रूप और विधाओं के बारे में ज्ञात होंगे।
- दृश्य-श्रव्य सामग्री और अनुवाद भूमिका से भी परिचित हो सकेंगे।
- दृश्य-श्रव्य सामग्री और अनुवाद को समझने में सहायता होगी।
- उपयोगिता और महत्व से भी ज्ञात हो पाएँग।

13.2 प्रस्तावना

दृश्य-श्रव्य माध्यम (Audio-Visual Media) आधुनिक संचार का एक प्रभावशाली और व्यापक क्षेत्र है। यह माध्यम ध्वनि (श्रव्य) और चित्र (दृश्य)

के संयोजन से संदेश को अधिक सशक्त, प्रभावी और रोचक बनाता है। केवल शब्दों से कही गई बात अक्सर श्रोताओं या दर्शकों तक सीमित रूप में पहुँचती है, किंतु जब उसमें चित्र और ध्वनि दोनों का समन्वय होता है, तो संदेश गहराई से समझ में आता है और दीर्घकालीन प्रभाव उत्पन्न करता है। यही कारण है कि आज दृश्य-श्रव्य माध्यम सूचना, मनोरंजन, शिक्षा, संस्कृति और जन-जागरूकता के क्षेत्र में क्रांतिकारी परिवर्तन लाने वाला प्रमुख साधन बन चुका है।

दूरदर्शन, चलचित्र, यूट्यूब, वेब सीरीज़, वृत्तचित्र, शैक्षिक वीडियो और समाचार चैनल जैसे विविध प्लेटफॉर्म दृश्य-श्रव्य माध्यम के प्रमुख उदाहरण हैं। आज के डिजिटल युग में यह माध्यम समाज के हर वर्ग तक पहुँचना संभव बना रहा है, चाहे वह ग्रामीण क्षेत्र हो या शहरी परिवेश। यह शिक्षा को अधिक रोचक और प्रभावी बनाता है, साथ ही सामाजिक मुद्दों, संस्कृति, परंपरा और विचारों को व्यापक जनसमूह तक पहुँचाने में भी सहायक सिद्ध हो रहा है। दृश्य-श्रव्य माध्यम (Audio-Visual Media) आधुनिक संचार का एक प्रभावशाली और व्यापक क्षेत्र है। यह माध्यम ध्वनि (श्रव्य) और चित्र (दृश्य) के संयोजन से संदेश को अधिक सशक्त, प्रभावी और रोचक बनाता है। केवल शब्दों से कही गई बात अक्सर श्रोताओं या दर्शकों तक सीमित रूप में पहुँचती है, किंतु जब उसमें चित्र और ध्वनि दोनों का समन्वय होता है, तो संदेश गहराई से समझ में आता है और दीर्घकालीन प्रभाव उत्पन्न करता है। यही कारण है कि आज दृश्य-श्रव्य माध्यम सूचना, मनोरंजन, शिक्षा, संस्कृति और जन-जागरूकता के क्षेत्र में क्रांतिकारी परिवर्तन लाने वाला प्रमुख साधन बन चुका है।

13.3 दृश्य-श्रव्य माध्यम : अर्थ और स्वरूप

दृश्य-श्रव्य माध्यम आधुनिक संप्रेषण प्रणाली का एक अत्यंत प्रभावशाली और प्रभावकारी माध्यम है, जो ध्वनि (श्रव्य) और दृश्य (चित्र, वीडियो आदि) दोनों तत्वों का एकीकृत प्रयोग करता है। इस माध्यम की प्रमुख विशेषता यह है कि यह केवल सूचना प्रदान नहीं करता, बल्कि उसे अधिक आकर्षक, संप्रेषणीय और स्मरणीय बना देता है। निचे इसके अर्थ और स्वरुप पर विस्तृत रूप में चर्चा उपलब्ध हैं।

13.3.1 अर्थ

'दृश्य' का तात्पर्य है जो आँखों से देखा जा सके, जैसे चलचित्र, चित्र, वीडियो, ग्राफिक्स आदि। 'श्रव्य' वह है जिसे कानों से सुना जा सके, जैसे भाषण, संगीत, संवाद, ध्वनि प्रभाव आदि। जब ये दोनों तत्व एक साथ किसी संदेश या सामग्री को प्रस्तुत करने के लिए प्रयोग किए जाते हैं, तो उसे 'दृश्य-श्रव्य माध्यम' कहा जाता है। यह माध्यम बहु-इंद्रिय अनुभव को जन्म देता है, जिससे सूचना का प्रभाव कई गुना बढ़ जाता है।

इस माध्यम का उपयोग विशेष रूप से शिक्षा, पत्रकारिता, विज्ञापन, मनोरंजन, सामाजिक जागरूकता अभियानों और सरकारी संप्रेषण में किया जाता है। इसका उद्देश्य केवल संदेश का प्रसार ही नहीं, बल्कि गहन प्रभाव उत्पन्न करना होता है।

13.3.2 स्वरूप

दृश्य-श्रव्य माध्यम अनेक स्वरूपों में हमारे सामने आता है, जिनमें से कुछ प्रमुख निम्नलिखित हैं:

1. दूरदर्शन और चलचित्र

दूरदर्शन दृश्य-श्रव्य माध्यम का सबसे पुराना और लोकप्रिय स्वरूप है, जो आज भी सूचनाओं, समाचारों, धारावाहिकों और वृत्तचित्रों के माध्यम से जनमानस को प्रभावित करता है। चलचित्रों (फिल्मों) के माध्यम से न केवल मनोरंजन होता है, बल्कि सामाजिक संदेशों, ऐतिहासिक घटनाओं और सांस्कृतिक पहलुओं का भी सशक्त संप्रेषण किया जाता है।

2. शैक्षिक वीडियो और ई-लर्निंग प्लेटफॉर्म

आज के डिजिटल युग में ऑनलाइन शिक्षा के क्षेत्र में दृश्य-श्रव्य माध्यम अत्यधिक प्रभावी सिद्ध हो रहा है। यूट्यूब, कोर्सेरा, स्वयम, और अन्य प्लेटफॉर्मों पर उपलब्ध शिक्षण वीडियो छात्रों के लिए जटिल विषयों को सरल और रोचक बनाते हैं। ग्राफिक्स, एनिमेशन और संवाद आधारित प्रस्तुति शिक्षण प्रक्रिया को नई गति देती है।

3. समाचार चैनल और डॉक्यूमेंट्रीज़

समाचार चैनल दृश्य-श्रव्य माध्यम का एक अत्यंत गतिशील रूप हैं। ये

न केवल तात्कालिक घटनाओं की जानकारी देते हैं, बल्कि विश्लेषण और बहस के माध्यम से समाज में जनचेतना का निर्माण भी करते हैं। वहीं डॉक्यूमेंट्रीज़ किसी विषय की गहराई में जाकर दृश्य और श्रव्य के माध्यम से तथ्यात्मक जानकारी प्रस्तुत करती हैं।

4. सोशल मीडिया और डिजिटल प्लेटफॉर्म

फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब, टेलीग्राम जैसे डिजिटल माध्यम दृश्य-श्रव्य संप्रेषण के प्रमुख वाहक बन चुके हैं। इनमें वीडियो क्लिप्स, रील्स, लाइव स्ट्रीमिंग आदि के जरिए व्यापक जनसमूह तक विचार, संस्कृति, उत्पाद और घटनाएं तेजी से पहुँचाई जाती हैं।

5. प्रदर्शनी, थिएटर और मंचीय प्रस्तुतियाँ

हालाँकि इनका स्वरूप पारंपरिक है, फिर भी ये दृश्य-श्रव्य माध्यम के अंतर्गत आते हैं। मंच पर अभिनय, संवाद, प्रकाश और संगीत के सामूहिक प्रयोग से दर्शकों पर गहरा प्रभाव पड़ता है।

दृश्य-श्रव्य माध्यम आज के सूचना प्रधान युग में केवल तकनीकी नवाचार नहीं, बल्कि सामाजिक परिवर्तन का सशक्त साधन बन चुका है। इसकी पहुँच, प्रभावशीलता और विविधता इसे अन्य संप्रेषण माध्यमों की तुलना में कहीं अधिक समृद्ध बनाती है। शिक्षा, सूचना, मनोरंजन और सामाजिक चेतना के प्रसार में इसकी भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण है। आने वाले समय में कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI), वर्चुअल रियलिटी (VR) और इंटरैक्टिव मीडिया के साथ इसके स्वरूप में और भी विस्तार और परिष्कार देखने को मिलेगा।

इस प्रकार, दृश्य-श्रव्य माध्यम न केवल एक संचार उपकरण है, बल्कि यह जन-मानस के सोचने, समझने और बदलने की दिशा को प्रभावित करने वाला एक अत्यंत शक्तिशाली माध्यम बन चुका है।



महत्वपूर्ण बिंदुः

दृश्य-श्रव्य माध्यम केवल सूचना और मनोरंजन का साधन नहीं है, बल्कि यह समाज की संस्कृति का दर्पण और संवाहकभी है। किसी भी समाज की भाषा, कला, परंपरा, लोकगीत, लोकनाट्य, रीति-रिवाज, मूल्य और विश्वास जब ध्वनि और चित्र के रूप में प्रस्तुत होते हैं, तो वे न केवल संरक्षित रहते हैं, बल्कि आने वाली पीढ़ियों तक भी पहुँचते हैं।

13.4 दृश्य-श्रव्य माध्यमों का विकास

दृश्य-श्रव्य माध्यम (Audio-Visual Media) का विकास मानव सभ्यता के संचार इतिहास से गहराई से जुड़ा हुआ है। प्रारम्भ में जब मनुष्य ने संवाद की आवश्यकता अनुभव की, तब उसने मौखिक भाषा, इशारे, चित्रों और नृत्य-गीत के माध्यम से संचार की परंपरा विकसित की। धीरे-धीरे यह प्रक्रिया तकनीकी साधनों के सहारे विकसित होकर आधुनिक दृश्य-श्रव्य माध्यमों का रूप ले पाई।

1. प्राचीन और लोक परंपरा

लिपि के विकास से पहले ही लोग भित्तिचित्रों, गीतों, नाट्य प्रस्तुतियों, कठपुतली नृत्य और लोकनाट्य के माध्यम से संदेश पहुँचाते थे। ये लोक-नाट्य और गीत दृश्य (नृत्य, अभिनय, चित्र) और श्रव्य (संगीत, संवाद, ध्वनि) तत्वों का संयोजन थे।

2. मुद्रण और आधुनिक संचार की पृष्ठभूमि

15 वीं शताब्दी में छापेखाने के आविष्कार ने संचार माध्यमों में क्रांति ला दी। इसके बाद धीरे-धीरे समाचार-पत्र, पत्रिकाएँ और पुस्तकों ने समाज को नई दृष्टि दी। किंतु इनमें दृश्य और ध्वनि का संयोजन नहीं था। यह संयोजन 19वीं शताब्दी में तकनीकी विकास के साथ संभव हुआ।

3. फोटोग्राफी और चलचित्र का उदय

- 1826 मेंजोसफ नाइसफोर निएप्सने पहली तस्वीर खींची।
- 1839 मेंलुई दागेरद्वारा दागेरोटाइप तकनीक आई।
- 19वीं शताब्दी के उत्तरार्ध मेंथॉमस एडीसन और ल्यूमियर बध्नओं ने चलचित्र तकनीक विकसित की। 1895 में पेरिस में पहली बार चलचित्र का सार्वजनिक प्रदर्शन हुआ, जिसे आधुनिक सिनेमा की शुरुआत माना जाता है।

यह वह दौर था जब दृश्य-श्रव्य माध्यम पहली बार समाज में व्यापक प्रभाव डालने लगे।

4. रेडियो और ध्वनि माध्यम

20 वीं शताब्दी के प्रारंभ में रेडियो का विकास हुआ। 1923 में भारत में पहला रेडियो प्रसारण हुआ और 1936 में ऑल इंडिया रेडियोकी स्थापना हुई। रेडियो ने समाचार, मनोरंजन और शिक्षा को जन-जन तक पहुँचाने में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई। यह पहला व्यापक श्रव्य माध्यम था जिसने समाज को एक साथ जोड़ा।

5. सिनेमा में ध्वनि और रंग

1927 में अमेरिका में पहली बार ध्वनि युक्त चलचित्र (The Jazz Singer) प्रदर्शित हुआ। भारत में 1931 मेंआलम आरापहली बोलती फिल्म बनी। इसके बाद भारतीय सिनेमा में गानों और संवादों का चलन शुरू हुआ। 1950 के दशक में रंगीन फिल्में भी बनने लगीं, जिससे दृश्य-श्रव्य प्रभाव और सशक्त हो गया।

6. टेलीविजन का आगमन

1959 में भारत में टेलीविजन प्रसारण शुरू हुआ। प्रारम्भ में यह शैक्षिक और प्रायोगिक उद्देश्यों तक सीमित रहा। 1982 में एशियाई खेलों के दौरान भारत में रंगीन टेलीविजन आया, जिससे दृश्य-श्रव्य माध्यमों की लोकप्रियता चरम पर पहुँच गई। टेलीविजन ने चित्र, ध्वनि और गति तीनों को मिलाकर आम जनता तक समाचार, ज्ञान और मनोरंजन पहुँचाया।

7. डिजिटल युग और इंटरनेट आधारित माध्यम

1990 के दशक से इंटरनेट और डिजिटल तकनीक ने दृश्य-श्रव्य माध्यमों को नया आयाम दिया।

- सीडी, डीवीडी, सैटेलाइट चैनल, केबल नेटवर्क का विस्तार हुआ।
- 2000 के बाद सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म (यूट्यूब, फेसबुक, इंस्टाग्राम) ने आम व्यक्ति को भी अपनी दृश्य-श्रव्य सामग्री प्रस्तुत करने का अवसर दिया।
- आज के दौर में ओटीटी प्लेटफ़ॉर्म (नेटफ्लिक्स, अमेज़न प्राइम, हॉटस्टार) औरस्ट्रीमिंग सेवाएँदृश्य-श्रव्य माध्यमों का सबसे सशक्त रूप हैं।

8. वर्तमान परिदृश्य

आज दृश्य-श्रव्य माध्यम शिक्षा, पत्रकारिता, विज्ञापन, संस्कृति, राजनीति और मनोरंजन-हर क्षेत्र में अपरिहार्य बन चुके हैं। मोबाइल फोन, डिजिटल कैमरा, वर्चुअल रियलिटी (VR), ऑगमेंटेड रियलिटी (AR) और आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) के साथ यह माध्यम लगातार नए-नए आयाम ग्रहण कर रहे हैं।

13.5 दृश्य-श्रव्य माध्यम : विविध रूप और विधाएँ

दृश्य-श्रव्य माध्यम आधुनिक युग का एक ऐसा संप्रेषण उपकरण है, जिसने सूचना, शिक्षा, मनोरंजन और सामाजिक चेतना के क्षेत्र में एक नई क्रांति उत्पन्न की है। यह माध्यम श्रव्य (ध्वनि) और दृश्य (चित्र या चल-चित्र) दोनों

को मिलाकर संप्रेषण को अधिक प्रभावी, आकर्षक और स्मरणीय बना देता है। जहाँ एक ओर पारंपरिक संप्रेषण माध्यम केवल शब्दों या ध्वनि तक सीमित थे, वहीं दृश्य-श्रव्य माध्यम इंद्रियों के बहुआयामी उपयोग द्वारा संप्रेषण की शक्ति को कई गुना बढ़ा देता है।

इस इकाई में हम दृश्य-श्रव्य माध्यम के विविध रूपों और उसकी प्रमुख विधाओं की विस्तार से चर्चा करेंगे।

13.5.1 दृश्य-श्रव्य माध्यम के विविध रूप

दृश्य-श्रव्य माध्यम अनेक रूपों में हमारे सामने उपस्थित होता है, जो समाज, तकनीक और उपयोग के क्षेत्र के अनुसार अलग-अलग स्वरूप ग्रहण करता है। इसके प्रमुख रूप निम्नलिखित हैं :

1. सिनेमा (चलचित्र)

सिनेमा दृश्य-श्रव्य माध्यम का सबसे प्रभावशाली और लोकप्रिय रूप है। यह मनोरंजन के साथ-साथ सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक विचारों का भी प्रभावी संप्रेषण करता है। भारतीय सिनेमा जैसे बॉलीवुड, क्षेत्रीय फिल्म उद्योग और वृत्तचित्र फ़िल्में समाज में गहरी छाप छोड़ने की क्षमता रखती हैं।

2. दूरदर्शन और टेलीविजन

टेलीविजन घर-घर तक पहुँचने वाला एक अत्यंत व्यापक माध्यम है, जो समाचार,धारावाहिक,शिक्षा, संगीत, विज्ञापन और फिल्मों के माध्यम से बहुआयामी भूमिका निभाता है। यह लोगों की सोच, भाषा, रहन-सहन और मूल्यों को भी प्रभावित करता है।

3. यूट्यूब और डिजिटल वीडियो प्लेटफॉर्म

डिजिटल युग में यूट्यूब, नेटफ्लिक्स, अमेज़न प्राइम, डिज़्नी+ हॉटस्टार जैसे प्लेटफॉर्मों ने दृश्य-श्रव्य माध्यम को नई ऊँचाइयाँ प्रदान की हैं। यहाँ पर न केवल पेशेवर निर्माता, बल्कि आम नागरिक भी वीडियो बनाकर समाज के विविध पहलुओं को प्रस्तुत कर सकते हैं।

4. शैक्षिक वीडियो और ई-लर्निंग

ऑनलाइन शिक्षा की बढ़ती लोकप्रियता ने दृश्य-श्रव्य माध्यम को शिक्षा के क्षेत्र में अत्यंत महत्त्वपूर्ण बना दिया है। वीडियो लेक्चर, ट्यूटोरियल्स, एनिमेटेड अवधारणाएं और इंटरैक्टिव लर्निंग टूल्स ने शिक्षण की पारंपरिक

पद्धति में आमूलचूल परिवर्तन कर दिया है।

5. सोशल मीडिया और मोबाइल एप्लिकेशन

फेसबुक, इंस्टाग्राम, स्नैपचैट, रील्स और शॉर्ट्स जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर छोटे-छोटे वीडियो क्लिप्स के माध्यम से भी दृश्य-श्रव्य संप्रेषण प्रभावी रूप से हो रहा है। ये माध्यम तेजी से जन-मानस को प्रभावित करते हैं और व्यापक पहुँच रखते हैं।

6. थिएटर और मंचीय प्रस्तुतियाँ

हालाँकि यह परंपरागत रूप है, फिर भी रंगमंच और नाटक दृश्य-श्रव्य माध्यम का महत्वपूर्ण अंग हैं। मंच पर कलाकारों की अभिनय क्षमता, संवाद, प्रकाश व्यवस्था और ध्वनि प्रभाव मिलकर दर्शकों को वास्तविकता का अनुभव कराते हैं।

13.5.2 दृश्य-श्रव्य माध्यम की प्रमुख विधाएँ

विधा का तात्पर्य है कि किसी माध्यम की प्रस्तुति किस प्रकार की शैली, ढाँचे या उद्देश्य के अंतर्गत की जाती है। दृश्य-श्रव्य माध्यम की प्रमुख विधाएँ निम्नलिखित हैं:

1. वृत्तचित्र (डॉक्यूमेंट्री)

यह एक तथ्यपरक विधा है जो किसी विषय, घटना, व्यक्ति या समस्या की वास्तविकता को चित्र और ध्वनि के माध्यम से प्रस्तुत करती है। इसका उद्देश्य जानकारी देना, चेतना फैलाना या जनमत तैयार करना होता है। वृत्तचित्रों का प्रयोग शिक्षा, पर्यावरण, राजनीति, विज्ञान आदि क्षेत्रों में व्यापक रूप से होता है।

2. फीचर फिल्में

यह विधा कल्पना और यथार्थ का संयोग होती है। इसमें कहानी, पात्र, संवाद, संगीत, और दृश्य-श्रव्य तकनीकों का प्रयोग करके दर्शकों को भावनात्मक रूप से जोड़ा जाता है। इसका उद्देश्य मनोरंजन के साथ-साथ विचारोत्तेजना भी हो सकता है।

3. शैक्षिक वीडियो

इनका उद्देश्य किसी विशेष ज्ञान या कौशल को सरल और रोचक रूप में प्रस्तुत करना होता है। स्कूलों, विश्वविद्यालयों और ऑनलाइन प्लेटफॉर्मों पर

ऐसे वीडियो विद्यार्थियों के लिए अत्यंत उपयोगी होते हैं।

4. विज्ञापन फिल्में

इनका उद्देश्य उत्पादों, सेवाओं या विचारों को प्रचारित करना होता है। विज्ञापन छोटे होते हैं, लेकिन इनमें दृश्य और ध्वनि के प्रभावशाली प्रयोग से बहुत कम समय में दर्शकों को आकर्षित करने की क्षमता होती है।

5. समाचार और बहस आधारित कार्यक्रम

न्यूज चैनल्स पर प्रसारित होने वाले समाचार, डिबेट और रिपोर्टिंग आधारित कार्यक्रम दृश्य-श्रव्य विधा के अंतर्गत आते हैं। ये कार्यक्रम जन-संवेदनाओं, राजनीतिक विचारधाराओं और सामाजिक मुद्दों पर प्रभाव छोड़ते हैं।

6. वेब सीरीज़ और ओटीटी कंटेंट

हाल के वर्षों में वेब सीरीज़ ने दर्शकों के बीच नई विधा के रूप में पहचान बनाई है। इनका कथानक पारंपरिक फिल्मों से अलग और अधिक प्रयोगधर्मी होता है।

दृश्य-श्रव्य माध्यम अपने विविध रूपों और विधाओं के माध्यम से आज के समाज का दर्पण बन चुका है। यह केवल सूचना का माध्यम नहीं, बल्कि विचारों, भावनाओं, और सांस्कृतिक मूल्यों का संवाहक भी है। शिक्षा, समाज, राजनीति, अर्थव्यवस्था और संस्कृति—हर क्षेत्र में इसकी प्रभावशाली उपस्थिति है। तकनीकी प्रगति और डिजिटल क्रांति के साथ इसका विस्तार निरंतर जारी है।

आज यह आवश्यक हो गया है कि हम इस माध्यम का प्रयोग विवेकपूर्ण, रचनात्मक और सामाजिक उत्तरदायित्व के साथ करें, ताकि यह केवल मनोरंजन नहीं, बल्कि समाज के उत्थान का भी माध्यम बन सके।

13.6 दृश्य-श्रव्य सामग्री और अनुवाद

दृश्य-श्रव्य सामग्री (Audio-Visual Content) आज के डिजिटल युग में संचार, शिक्षा, मनोरंजन और प्रचार का एक अत्यंत प्रभावशाली साधन बन चुकी है। यह सामग्री ध्वनि (श्रव्य) और दृश्य (चित्र या वीडियो) के संयोजन से तैयार होती है, जो श्रोता और दर्शक दोनों को एक साथ प्रभावित करती है। फिल्मों, टेलीविजन कार्यक्रमों, यूट्यूब वीडियो, शैक्षिक पाठ्य सामग्रियों, विज्ञापनों, वेब सीरीज़, पॉडकास्ट और ई-लर्निंग टूल्स जैसी सभी विधाएँ दृश्य-श्रव्य सामग्री के अंतर्गत आती हैं।

इस सामग्री की वैश्विक पहुँच ने अनुवाद की आवश्यकता और महत्व को भी समान रूप से बढ़ा दिया है। दृश्य-श्रव्य अनुवाद (Audio-Visual Translation- AVT) भाषा और संस्कृति की सीमाओं को लांघकर सामग्री को बहुभाषी और बहु सांस्कृतिक दर्शकों तक पहुँचाने का कार्य करता है। यह लेख दृश्य-श्रव्य सामग्री और अनुवाद की परस्पर संबद्धता, चुनौतियों और संभावनाओं पर केंद्रित है।

13.6.1 दृश्य-श्रव्य अनुवाद की आवश्यकता

विश्व वैश्वीकरण, डिजिटल तकनीक और इंटरनेट की व्यापकता ने सूचना और सामग्री के आदान-प्रदान को सीमाहीन बना दिया है। ऐसे में दृश्य-श्रव्य सामग्री को केवल एक भाषा तक सीमित रखना अब संभव नहीं।

दर्शक अपनी भाषा और सांस्कृतिक पृष्ठभूमि में प्रस्तुत सामग्री को अधिक सहजता और गहराई से समझते हैं। अनुवाद के माध्यम से सामग्री को स्थानीय भाषाओं में पहुँचाना न केवल उपयोगकर्ता अनुभव को समृद्ध करता है, बल्कि निर्माता को भी व्यापक दर्शक वर्ग तक पहुँचने में सहायता करता है।

13.6.2 दृश्य-श्रव्य अनुवाद की विधियाँ

1. सबटाइटलिंग (Subtitling)

दृश्य के साथ लिखित रूप में संवादों का अनुवाद स्क्रीन पर प्रदर्शित किया जाता है। यह लागत-कुशल और व्यापक रूप से उपयोग में लाया जाने वाला तरीका है।

2. डबिंग (Dubbing) :

मूल भाषा के संवादों को नए भाषा में बोलकर उस पर सिंक्रोनाइज़ किया जाता है, ताकि पात्रों के हाव-भाव के साथ मेल बैठाया जा सके। यह दर्शकों को अधिक नैसर्गिक अनुभव देता है।

3. वॉइस-ओवर (Voice-over) :

विशेषकर वृत्तचित्रों या समाचार रिपोर्टों में मूल ध्वनि को पृष्ठभूमि में हल्का रखते हुए अनुवादित ध्वनि को मुख्य रूप में प्रस्तुत किया जाता है।

4. स्थानीयकरण (Localization):

केवल भाषा का अनुवाद नहीं, बल्कि संस्कृति, बोलचाल, रीति-रिवाज

और संदर्भ के अनुसार सामग्री का रूपांतरण किया जाता है।

13.6.3 चुनौतियाँ

- **संवादों की भाषिक और सांस्कृतिक बारीकियाँ:**

एक ही शब्द या अभिव्यक्ति का अलग भाषा में सटीक अनुवाद कठिन हो सकता है।

- **हास्य, मुहावरे और स्थानीय बोली :**

इनका अनुवाद करते समय भाव और प्रसंग का ध्यान रखना चुनौतीपूर्ण होता है।

- **तकनीकी सीमाएँ :**

सबटाइटल की लंबाई, डबिंग की लिप सिंकिंग, और वॉइस-ओवर के टाइमिंग जैसे मुद्दे अक्सर अनुवादक को सीमित करते हैं।

दृश्य-श्रव्य सामग्री और अनुवाद आज की वैश्विक सूचना संस्कृति में एक-दूसरे के पूरक बन गए हैं। अनुवाद न केवल भाषा की बाधा को पार करता है, बल्कि संस्कृतियों को जोड़ने का कार्य भी करता है। एक सफल दृश्य-श्रव्य अनुवादक को न केवल भाषाओं का ज्ञान होना चाहिए, बल्कि मीडिया तकनीक, सांस्कृतिक संवेदनशीलता और रचनात्मकता की समझ भी आवश्यक है।

आने वाले समय में कृत्रिम बुद्धिमत्ता, मशीन ट्रांसलेशन और ऑटोमेटेड डबिंग जैसे तकनीकी साधनों से इस क्षेत्र में और भी संभावनाएँ खुलेंगी, लेकिन मानवीय संवेदनशीलता और भाषिक दक्षता की महत्ता बनी रहेगी। दृश्य-श्रव्य अनुवाद एक रचनात्मक, तकनीकी और भाषाई दक्षता का संतुलन माँगने वाला अत्यंत समृद्ध क्षेत्र है।



अपनी प्रगति जांचें

प्रश्न 1. दृश्य-श्रव्य माध्यम क्या हैं? इसके दो उदाहरण दीजिए।

प्रश्न 2. दृश्य-श्रव्य माध्यमों की विशेषताएँ संक्षेप में लिखिए।

प्रश्न 3. दृश्य और श्रव्य माध्यमों का शिक्षा के क्षेत्र में क्या योगदान है?

प्रश्न 4. आधुनिक सिनेमा की शुरुआत कब माना जाता है?

प्रश्न 5. भारत में टेलीविजन प्रसारण कब शुरू हुआथा?

13.7 उपयोगिता और महत्व

वर्तमान सूचना प्रधान युग में दृश्य-श्रव्य सामग्री (Audio-Visual Content) शिक्षा, संचार, मनोरंजन और जनजागरूकता का एक सशक्त माध्यम बन चुकी है। यह सामग्री ध्वनि (श्रव्य) और दृश्य (चित्र या वीडियो) के संयोजन से बनती है, जिससे संदेश अधिक प्रभावशाली, आकर्षक और स्मरणीय हो जाता है। पारंपरिक पाठ आधारित संप्रेषण की तुलना में दृश्य-श्रव्य सामग्री बहु-इंद्रिय अनुभव प्रदान करती है, जिससे जानकारी ग्रहण करने की प्रक्रिया अधिक सहज और प्रभावशाली हो जाती है।

1. शिक्षा के क्षेत्र में उपयोगिता

शिक्षण प्रक्रिया में दृश्य-श्रव्य सामग्री का प्रयोग शिक्षार्थियों को विषय की जटिल अवधारणाओं को सरलता से समझने में सहायक होता है। एनिमेशन, ग्राफिक्स, शैक्षिक वीडियो और इंटरैक्टिव पाठ्यक्रम छात्रों की रुचि को बनाए रखते हैं और लंबे समय तक याद रखने में मदद करते हैं। खासकर विज्ञान, गणित, भूगोल और भाषा जैसे विषयों के लिए यह अत्यंत उपयोगी सिद्ध होती है।

ई-लर्निंग प्लेटफॉर्म जैसे 'स्वयं', 'निष्ठा', 'Byju's', 'Unacademy' आदि इसी माध्यम पर आधारित हैं, जिनके माध्यम से लाखों छात्र शिक्षा प्राप्त कर रहे हैं।

2. जनसंचार और जनजागरूकता

दृश्य-श्रव्य सामग्री समाचार, विज्ञापन, वृत्तचित्र और शॉर्ट फिल्म्स के माध्यम से सामाजिक मुद्दों, सरकारी योजनाओं और जनस्वास्थ्य अभियानों की जानकारी प्रभावी ढंग से जन-जन तक पहुँचाती है। जैसे-'स्वच्छ भारत अभियान', 'बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ' आदि के प्रचार में वीडियो संदेशों की बड़ी भूमिका रही है।

3. मनोरंजन के क्षेत्र में

सिनेमा, वेब सीरीज़, टेलीविजन धारावाहिक, यूट्यूब वीडियो और शॉर्ट फिल्में लोगों के मनोरंजन के प्रमुख साधन बन चुके हैं। ये माध्यम केवल मनोरंजन ही नहीं, बल्कि सामाजिक, सांस्कृतिक और भावनात्मक स्तर पर भी

दर्शकों को प्रभावित करते हैं।

4. व्यवसायिक एवं विपणन क्षेत्र में

उत्पादों और सेवाओं के प्रचार-प्रसार में दृश्य-श्रव्य सामग्री की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण है। विज्ञापन वीडियो, प्रमोशनल क्लिप्स और प्रेज़ेंटेशन के माध्यम से कंपनियाँ उपभोक्ताओं तक प्रभावशाली ढंग से पहुँच पाती हैं।

5. बहुभाषी और वैश्विक संप्रेषण

दृश्य-श्रव्य अनुवाद (जैसे डबिंग और सबटाइटलिंग) के माध्यम से सामग्री को विभिन्न भाषाओं में प्रस्तुत किया जा सकता है, जिससे वैश्विक स्तर पर सूचना का आदान-प्रदान संभव होता है।

दृश्य-श्रव्य सामग्री ने संप्रेषण की परंपरागत सीमाओं को तोड़ते हुए ज्ञान, सूचना और मनोरंजन के क्षेत्र में क्रांतिकारी परिवर्तन लाया है। इसकी पहुँच, प्रभावशीलता और रोचकता इसे अन्य संचार माध्यमों से अधिक प्रभावशाली बनाती है। आने वाले समय में तकनीकी प्रगति के साथ इसकी उपयोगिता और भी अधिक व्यापक और सशक्त होगी। अत: यह कहना उचित होगा कि दृश्य-श्रव्य सामग्री आज के युग की अनिवार्य आवश्यकता बन चुकी है।



13.8 सारांश

दृश्य-श्रव्य माध्यम आज के युग का एक बहुआयामी संप्रेषण उपकरण है, जिसने सूचना, शिक्षा, संचार, प्रचार और मनोरंजन के क्षेत्र में अभूतपूर्व परिवर्तन लाया है। यह माध्यम श्रव्य (ध्वनि) और दृश्य (चित्र या वीडियो) दोनों को सम्मिलित कर एक ऐसा अनुभव रचता है, जो न केवल सूचनात्मक होता है, बल्कि प्रभावशाली, रोचक और दीर्घकालिक स्मृति में अंकित हो जाने वाला भी होता है।

शिक्षा के क्षेत्र में दृश्य-श्रव्य सामग्री ने शिक्षण को अधिक व्यावहारिक, संवेदी और सहभागितामूलक बना दिया है। वीडियो लेक्चर, एनिमेशन, डॉक्यूमेंट्री और ई-लर्निंग टूल्स के माध्यम से छात्रों को जटिल विषयों को सरल और प्रभावशाली ढंग से समझने का अवसर प्राप्त हो रहा है। विशेषकर दूरस्थ शिक्षा और ऑनलाइन कक्षाओं में यह सामग्री शिक्षा के लोकतंत्रीकरण की दिशा में एक मजबूत आधार बन चुकी है।

जनसंचार के क्षेत्र में दृश्य-श्रव्य सामग्री जनजागरूकता फैलाने, सामाजिक मुद्दों पर विमर्श खड़ा करने और जनमत निर्माण में अत्यंत प्रभावी सिद्ध हो रही है। सरकारी योजनाओं, पर्यावरणीय चेतना, स्वास्थ्य जागरूकता और नागरिक कर्तव्यों से संबंधित संदेशों को जन-जन तक पहुँचाने में इसका अत्यंत उपयोग हुआ है।

मनोरंजन जगत में यह माध्यम फिल्मों, वेब सीरीज़, धारावाहिकों और वीडियो गेम्स के रूप में सामाजिक-सांस्कृतिक मूल्यों, भावनाओं और यथार्थ को रचनात्मक ढंग से प्रस्तुत कर रहा है। आज दृश्य-श्रव्य माध्यम केवल मनोरंजन का साधन नहीं, बल्कि विचार संप्रेषण, विमर्श निर्माण और सांस्कृतिक आदान-प्रदान का सशक्त मंच बन चुका है।

इसके साथ ही अनुवाद और स्थानीयकरण की प्रक्रिया ने दृश्य-श्रव्य सामग्री को वैश्विक रूप दिया है। डबिंग, सबटाइटलिंग और वॉइस ओवर जैसी विधाओं ने इसे विभिन्न भाषाओं और संस्कृतियों में पहुँचाने का कार्य किया है, जिससे यह सामग्री बहुभाषी दर्शकों के लिए भी सुलभ और प्रभावशाली बन गई है।

अंततः, दृश्य-श्रव्य माध्यम एक ऐसा समन्वित संप्रेषण मंच है जो आधुनिक तकनीक, भाषाई दक्षता, रचनात्मकता और सामाजिक चेतना को एक साथ जोड़ता है। इसके प्रयोग में जहाँ रचनात्मक संभावनाएँ हैं, वहीं जिम्मेदार उपयोग की आवश्यकता भी है। यदि इसका उपयोग सकारात्मक दिशा में किया जाए, तो यह शिक्षा, समाज और संस्कृति को प्रगति के नए शिखरों तक पहुँचाने की क्षमता रखता है।

13.9 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

प्रश्न 1. का उत्तर : वे संचार माध्यम जो देखने और सुनने दोनों की सुविधा प्रदान करते हैं, जैसे—टेलीविजन, फिल्म।

प्रश्न 2. का उत्तर : सहज संप्रेषण, व्यापक पहुँच, दृश्य प्रभाव, भावनात्मक जुड़ाव, शिक्षाप्रद और मनोरंजनात्मक आदि।

प्रश्न 3. का उत्तर : विषय-वस्तु को रोचक बनाना, जटिल जानकारी को सरल बनाना, ऑडियो-विजुअल संसाधनों से प्रभावी शिक्षण आदि।

प्रश्न 4 का उत्तर- 1895 में पेरिस में पहली बार चलचित्र का सार्वजनिक प्रदर्शन हुआ, जिसे आधुनिक सिनेमा की शुरुआत माना जाता है।

प्रश्न 5 का उत्तर-1959 में भारत में टेलीविजन प्रसारण शुरू हुआथा।



13.10 अधिक जानने के लिए पढ़ें

- दीक्षित, प्रवीण। (1980). जनमाध्यम और पत्रकारिता. कानपुर: सहयोगी साहित्य संस्थान।
- द्विवेदी, संजय। (2015). रेडियो पत्रकारिता. नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन।
- ठाकुर, नीलिमा। (2017). रेडियो: एक अध्ययन. मुंबई: पब्लिकेशन होम।
- कुमार, विनोद। (2016). रेडियो का जादू. दिल्ली: नेशनल पब्लिशिंग हाउस।
- जोशी, रामशरण। (2014). रेडियो लेखन. वाराणसी: हिंदी साहित्य अकादमी।
- शर्मा, रघुनन्दन प्रसाद। (2008). प्रयोजनमूलक हिन्दी. वाराणसी: विश्वविद्यालय प्रकाशन।
- त्रिपाठी, उमेश। (2011). मास कम्युनिकेशन और ऑडियो-विजुअल मीडिया. इलाहाबाद: किताब महल।
- कुमार, अशोक। (2013). दृश्य-श्रव्य संचार. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- खन्ना, रवि। (2017). टेलीविजन समाचार लेखन और प्रोडक्शन के आसान तरीके. नई दिल्ली: विज़डम विलेज पब्लिकेशन।
- धुलिया, सुभाष., प्रधान, आनंद। समाचार: अवधारण और लेखन प्रक्रिया. नई दिल्ली: भारतीय जनसंचार संस्थान।

13.11 अभ्यास प्रश्न

क) संक्षिप्त प्रश्नों के उत्तर लिखिए

1. दृश्य का क्या अर्थ है ?
2. दृश्य-श्रव्य माध्यम के किन्हीं तीन स्वरुओं का नाम उल्लेख कीजिए ?
3. क्या दृश्य-श्रव्य माध्यम से शिक्षा का प्रचार-प्रसार संभव है ?

4. दृश्य-श्रव्य माध्यम से क्या अभिप्राय है?
5. भारत में टेलीविजन प्रसारण कब प्रारम्भ हुआ?
6. 'आलम आरा' फिल्म किस वर्ष प्रदर्शित हुई?

ख) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लिखिए

1. शिक्षा और जनसंचार में दृश्य-श्रव्य माध्यमों की उपयोगिता पर प्रकाश डालते हुए इसके लाभ और सीमाओं का विश्लेषण कीजिए।
2. दृश्य-श्रव्य माध्यमों के विविध रूप और विधाओं पर एक विस्तृत लेख प्रस्तुत कीजिए।
3. दृश्य-श्रव्य माध्यमों में अनुवाद की आवश्यकता और इसकी चुनौतियों पर एक आलेख प्रस्तुत कीजिए।
4. दृश्य-श्रव्य माध्यम का अर्थ और स्वरूप विस्तार से स्पष्ट कीजिए।
5. दृश्य-श्रव्य माध्यमों के विकास की ऐतिहासिक यात्रा पर प्रकाश डालिए।
6. भविष्य में दृश्य-श्रव्य माध्यमों की संभावनाओं पर विचार कीजिए।

******

इकाई : 14 विज्ञापन लेखन

इकाई की रूपरेखा

14.1 उद्देश्य
14.2 प्रस्तावना
14.3 विज्ञापन लेखन का अर्थ और उद्देश्य
14.4 विज्ञापन लेखन प्रक्रिया के चरण
14.5 विज्ञापन लेखन के प्रकार
14.6 विज्ञापन लेखन में भाषा और शैली
14.7 विज्ञापन लेखन की विशेषताएँ
14.8 विज्ञापन लेखन की चुनौतियाँ और संभावनाएँ
14.9 विज्ञापन लेखन कला के कुछ उदाहरण
14.10 सारांश
14.11 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)
14.12 अधिक जानने के लिए पढ़ें
14.13 अभ्यास प्रश्न

14.1 उद्देश्य

इस इकाई के अध्ययन से आप -

- विज्ञापन लेखन का अर्थ और उद्देश्य के बारे में परिचय प्राप्त कर पाएंगे।
- विज्ञापन लेखन प्रक्रिया के चरण को समझ सकेंगे।
- विज्ञापन लेखन के प्रकार को जानेंगे।
- विज्ञापन के प्रकार और विज्ञापन लेखन के प्रकार अलग अलग हैं उसको समझेंगे।
- विज्ञापन लेखन में भाषा और शैली किस प्रकार होनी चाहिए उससे परिचित होंगे।
- विज्ञापन लेखन की विशेषताओं को समझ पाएंगे।
- विज्ञापन लेखन में किन किन चुनौतियों का सामना करना पड़ता है और संभावनाएं क्या क्या हैं उसे जानेंगे।

- विज्ञापन लेखन कला के कुछ उदाहरण से परिचय प्राप्त करेंगे।

14.2 प्रस्तावना

आधुनिक युग में विज्ञापन केवल वस्तुओं और सेवाओं के प्रचार का साधन नहीं रह गया है, बल्कि यह सामाजिक, सांस्कृतिक और आर्थिक परिवर्तनों का प्रतिबिंब बन चुका है। विज्ञापन लेखन वह कला है, जिसके माध्यम से किसी विचार, वस्तु, सेवा या संस्था की जानकारी इस प्रकार प्रस्तुत की जाती है कि वह उपभोक्ता के मन पर गहरी छाप छोड़ सके और उसे क्रियाशील बना सके। विज्ञापन लेखन एक रचनात्मक एवं प्रभावशाली संप्रेषण कला है, जिसका मुख्य उद्देश्य उपभोक्ता को उत्पाद या सेवा की ओर आकर्षित करना होता है। यह केवल सूचनात्मक नहीं होता, बल्कि मनोवैज्ञानिक रूप से उपभोक्ता की रुचि, आवश्यकता और भावनाओं को संबोधित करता है। विज्ञापन लेखन में शब्दों का चयन अत्यंत सूक्ष्मता और रणनीति से किया जाता है ताकि कम शब्दों में अधिक प्रभाव डाला जा सके। वर्तमान प्रतिस्पर्धात्मक बाजार में, विज्ञापन लेखन एक महत्वपूर्ण व्यावसायिक उपकरण बन चुका है जो किसी ब्रांड की छवि निर्माण, उत्पाद प्रचार और उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने की क्षमता रखता है। इसमें रचनात्मकता, संक्षिप्तता, आकर्षक शैली तथा विपणन की समझ आवश्यक होती है। विज्ञापन लेखन न केवल बिक्री बढ़ाने का माध्यम है, बल्कि यह समाज में विचारों और रूझानों को दिशा देने वाली एक सशक्त संप्रेषण विधा भी है। विज्ञापन लेखन के विभिन्न चरण–विचार–निर्माण, मसौदा–तैयारी, भाषा–चयन, शैली–निर्धारण और प्रस्तुति–इसे एक व्यवस्थित कला बनाते हैं। इसके प्रकार भी विविध हैं, जैसे प्रिंट मीडिया विज्ञापन, रेडियो विज्ञापन, टेलीविज़न विज्ञापन और डिजिटल–सोशल मीडिया विज्ञापन। प्रत्येक प्रकार की अपनी विशिष्ट भाषा, शैली और प्रस्तुति–पद्धति होती है।

अत: विज्ञापन लेखन केवल व्यापारिक गतिविधि नहीं, बल्कि यह सामाजिक संचार का एक सशक्त माध्यम है। यह न केवल उपभोक्ता को प्रभावित करता है, बल्कि समाज में नई सोच, जीवनशैली और सांस्कृतिक मूल्यों के निर्माण में भी योगदान देता है।

14.3 विज्ञापन लेखन का अर्थ और उद्देश्य

विज्ञापन लेखन का अर्थः

विज्ञापन लेखन एक ऐसी संप्रेषण कला है, जिसमें किसी उत्पाद, सेवा, विचार या संस्था के प्रति जनमानस का ध्यान आकर्षित करने हेतु प्रभावशाली, रचनात्मक और आकर्षक भाषा का प्रयोग किया जाता है। इसे अंग्रेज़ी में Copywriting कहा जाता है। इसमें शब्दों, वाक्यांशों और नारों के माध्यम से उपभोक्ताओं को प्रेरित किया जाता है कि वे किसी वस्तु को खरीदें, सेवा का लाभ लें या किसी विचार को अपनाएँ। विज्ञापन लेखन का प्रयोग प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक, डिजिटल और बाह्य माध्यमों (होर्डिंग, पोस्टर आदि) में किया जाता है।

विज्ञापन लेखन का उद्देश्यः

1. **ध्यान आकर्षित करनाः** विज्ञापन लेखन का प्रमुख उद्देश्य उपभोक्ता का ध्यान खींचना होता है। इसके लिए रोचक और सहज भाषा का प्रयोग किया जाता है।
2. **जानकारी प्रदान करनाः** किसी उत्पाद या सेवा की विशेषताओं, उपयोगिता, कीमत और उपलब्धता की जानकारी उपभोक्ता तक पहुँचाई जाती है।
3. **उत्पाद/सेवा की छवि निर्माणः** विज्ञापन लेखन ब्रांड की एक सकारात्मक और विश्वसनीय छवि बनाने में सहायक होता है।
4. **क्रय प्रेरणा देनाः** विज्ञापन इस प्रकार लिखा जाता है कि उपभोक्ता उत्पाद या सेवा को अपनाने के लिए मानसिक रूप से प्रेरित हो जाए।
5. **प्रतिस्पर्धा में आगे बढ़ानाः** वर्तमान समय में बाजार में अनेक विकल्प उपलब्ध हैं। प्रभावी विज्ञापन लेखन से किसी उत्पाद को प्रतियोगिता में आगे लाया जा सकता है।
6. **भावनात्मक जुड़ावः** विज्ञापन उपभोक्ता की भावनाओं को छूता है जिससे वे उस ब्रांड से एक भावनात्मक संबंध बना पाते हैं।

अतः विज्ञापन लेखन केवल व्यापारिक नहीं, बल्कि सामाजिक व सांस्कृतिक प्रभाव वाला सशक्त माध्यम बन गया है।



महत्वपूर्ण बिंदु-

विज्ञापन लेकहं में ध्यान देने युग्य बिंदु

1. भाषा सरल तथा बोधगम्य होनी चाहिए।
2. विज्ञापन जिस वर्ग के लिए है, उसी वर्ग के अनुरूप भाषा का प्रयोग होना चाहिए।
3. विज्ञापन में लिखित सामग्री को पढ़ने से पाठक में उस उत्पाद-विशेष को खरीदने के लिए रुचि उत्पन्न होनी चाहिए।
4. विज्ञापन लेखन उपभोक्ता की रुचि के अनुकूल होना चाहिए, न कि उत्पाद तैयार करने वाली कपंनी के मालिकों की रुचि के अनुसार।
5. विज्ञापन उत्पाद के बारे में केवल उत्सुकता ही नहीं जगाए, बल्कि उपभोक्ता को आश्वस्त करे कि यह उत्पाद उसके लिए लाभदायक सिद्ध होगा।
6. विज्ञापन लेखन के समय इस बात का भी उल्लेख होना चाहिए कि उपभोक्ता या ग्राहक वह उत्पाद कहाँ से खरीदे।
7. यदि विज्ञापन से उपभोक्ता को संतुष्टि की गारंटी मिल जाती है तो उत्पाद की खरीद में तुगमता होती है।

14.4 विज्ञापन लेखन प्रक्रिया के चरण

विज्ञापन लेखन एक रचनात्मक और रणनीतिक प्रक्रिया है, जिसका उद्देश्य उपभोक्ताओं को किसी उत्पाद, सेवा, विचार या संस्था के प्रति आकर्षित करना होता है। यह केवल आकर्षक भाषा के प्रयोग तक सीमित नहीं होता, बल्कि इसमें बाजार की समझ, उपभोक्ता की मानसिकता और मीडिया माध्यमों का संतुलित उपयोग भी शामिल होता है। एक प्रभावी विज्ञापन कई चरणों से गुजरकर तैयार होता है, ताकि वह लक्षित समूह पर सकारात्मक प्रभाव डाल सके। नीचे विज्ञापन लेखन की प्रक्रिया के प्रमुख चरणों का विवरण दिया गया है-

1. उद्देश्य की स्पष्टता (Clarification of Purpose):

विज्ञापन लेखन की पहली आवश्यकता है-उसके उद्देश्य की पहचान। लेखक को यह जानना आवश्यक है कि विज्ञापन क्यों बनाया जा रहा है? क्या

वह किसी उत्पाद को बेचने के लिए है, किसी सेवा के प्रति जागरूकता बढ़ाने के लिए है या किसी ब्रांड की छवि निर्माण के लिए? जब उद्देश्य स्पष्ट होगा तभी संदेश सटीक रूप से तैयार हो सकेगा।

2. लक्षित दर्शकों की पहचान (Identifying Target Audience):

प्रभावशाली विज्ञापन उन्हीं के लिए लिखा जाता है जिनके लिए वह उत्पाद या सेवा है। इस चरण में यह विश्लेषण किया जाता है कि विज्ञापन किन लोगों को ध्यान में रखकर लिखा जाएगा-उनकी आयु, लिंग, वर्ग, भाषा, शिक्षा, रहन-सहन, और क्रय क्षमता आदि का अध्ययन किया जाता है। इससे विज्ञापन की भाषा, शैली और माध्यम निर्धारित करने में सहायता मिलती है।

3. उत्पाद/सेवा का विश्लेषण (Product/Service Analysis):

इस चरण में उस वस्तु या सेवा की विशेषताओं, उपयोगिता, लाभ, भिन्नता और विशिष्टता का सूक्ष्म विश्लेषण किया जाता है। यह जानकारी विज्ञापन के मुख्य संदेश को तय करने में मदद करती है। उदाहरण के लिए, अगर कोई साबुन त्वचा को नमी प्रदान करता है, तो यही बात विज्ञापन की थीम बन सकती है।

4. मीडिया चयन (Media Selection):

विज्ञापन किस माध्यम से प्रकाशित या प्रसारित किया जाएगा—यह तय करना बहुत आवश्यक है। प्रिंट (अख़बार, पत्रिका), इलेक्ट्रॉनिक (टीवी, रेडियो), डिजिटल (सोशल मीडिया, वेबसाइट), या बाह्य (बिलबोर्ड, पोस्टर)—हर माध्यम की अपनी सीमा और प्रभाव होता है। मीडिया का चयन लक्षित दर्शकों और बजट के आधार पर किया जाता है।

5. संदेश का निर्माण (Message Formation):

यह विज्ञापन लेखन की सबसे रचनात्मक और महत्वपूर्ण प्रक्रिया है। इसमें आकर्षक हेडलाइन, प्रभावशाली टैगलाइन, ग्राहकों को जोड़ने वाले वाक्य, ब्रांड का नाम और कॉल टू एक्शन (Call to Action) जैसी चीज़ें शामिल होती हैं। लेखक को शब्दों का ऐसा जाल बुनना होता है जो कम समय में अधिक प्रभाव डाले और ग्राहकों की मानसिकता पर सीधा असर करे।

6. भाषा और शैली का निर्धारण (Deciding Tone & Language):

विज्ञापन की भाषा सरल, संक्षिप्त, संवादात्मक और प्रभावशाली होनी चाहिए। यदि विज्ञापन बच्चों के लिए है तो भाषा मर्मस्पर्शी और रंगीन होगी, जबकि किसी बीमा कंपनी का विज्ञापन अधिक विश्वसनीय और सूचित भाषा

में लिखा जाएगा।

7. समीक्षा और परीक्षण (Review & Testing):

विज्ञापन तैयार होने के बाद उसकी समीक्षा आवश्यक होती है। यह देखा जाता है कि कहीं कोई तथ्यात्मक या भाषिक त्रुटि तो नहीं है। कई बार विज्ञापन को एक सीमित दर्शक समूह पर आजमाया जाता है, जिससे उसकी प्रभावशीलता का अनुमान लगाया जा सके।

8. अंतिम प्रस्तुति और प्रकाशन (Final Presentation & Publishing): समीक्षा के बाद विज्ञापन को संबंधित मीडिया में प्रकाशित या प्रसारित किया जाता है। इसके साथ ही प्रतिक्रिया और प्रभाव पर निगरानी रखी जाती है ताकि भविष्य के विज्ञापनों में सुधार किया जा सके।

विज्ञापन लेखन एक सुव्यवस्थित प्रक्रिया है, जिसमें कल्पना, संप्रेषण कौशल और बाजार की समझ का समन्वय होता है। यदि सभी चरणों को विधिवत रूप से अपनाया जाए, तो विज्ञापन न केवल उपभोक्ताओं को आकर्षित करता है, बल्कि वह ब्रांड की दीर्घकालिक पहचान भी बनाता है। यह प्रक्रिया केवल शब्दों का खेल नहीं, बल्कि सोच, समझ और संप्रेषण की कला है।

14.5 विज्ञापन लेखन के प्रकार

मुख्य रूप से विज्ञापन दो प्रकार के माने जाते हैं-

1. सम्मानक विज्ञापन- इसके द्वारा जनमत तैयार करने में मदद मिलती है। विभिन्न राजनीतिक, धार्मिक दलों द्वारा अपने प्रति जनता के विश्वास को प्राप्त करने के लिए जो पत्र, प्रपत्र, घोषणा-पत्र

2. संस्थागत विज्ञापन- अपने-अपने विचारों, सेवाओं और उत्पादों के बारे में जनसामान्य को चित करने और उसका विश्वास प्राप्त करने के लिए संस्थागत विज्ञापन को सबसे अधिक प्रभावी माना जाता है। विभिन्न प्रतिष्ठान, पत्र-पत्रिकाओं, सड़कों पर लगे होर्डिंग्स अपनी-अपनी संस्था द्वारा तैयार उत्पाद का प्रचार करते हैं।

लेकिन विज्ञापन लेखन का स्वरूप माध्यम के अनुसार बदलता रहता है। किसी भी विज्ञापन की भाषा, शैली और प्रस्तुति का निर्धारण इस बात पर निर्भर करता है कि वह किस माध्यम से प्रसारित होने वाला है। मुख्य रूप से विज्ञापन लेखन को चार प्रकारों में बाँटा जा सकता है-

1. प्रिंट मीडिया विज्ञापन

प्रिंट मीडिया (समाचारपत्र, पत्रिकाएँ, पोस्टर, ब्रोशर, पैम्पलेट आदि) विज्ञापन का सबसे पुराना और पारंपरिक माध्यम है। उदाहरण–अख़बार में छपे डिस्काउंट ऑफर वाले विज्ञापन। पत्रिकाओं में छपे सौंदर्य प्रसाधन या स्वास्थ्य उत्पादों के विज्ञापन। पोस्टर और बैनर पर लगने वाले राजनीतिक या सामाजिक संदेश।

2. रेडियो विज्ञापन

रेडियो श्रव्य माध्यम है, इसलिए इसमें ध्वनि, आवाज़ और संगीत का महत्त्व अधिक होता है। उदाहरण:

''हर घर कुछ कहता है, एशियन पेंट्स'' जैसे जिंगल।

स्थानीय बाज़ारों या आयोजनों की घोषणाएँ।

सरकारी योजनाओं के प्रचार संदेश।

3. टेलीविज़न विज्ञापन

टेलीविज़न ऑडियो और विजुअल, दोनों का मेल है, इसलिए यह सबसे प्रभावी विज्ञापन माध्यमों में से एक है। उदाहरण:

साबुन, शैम्पू, टूथपेस्ट, पेंट आदि के टेलीविज़न विज्ञापन।

सामाजिक संदेश जैसे ''बेटी बचाओ, बेटी पढ़ाओ'' अभियान।

त्योहारों पर विशेष ऑफर या सेल विज्ञापन।

4. डिजिटल और सोशल मीडिया विज्ञापन

21वीं सदी में डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म (Facebook, Instagram, YouTube, Google Ads, Twitter, WhatsApp आदि) विज्ञापन का सबसे तेज़ी से बढ़ता हुआ माध्यम है। उदाहरण:

सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर द्वारा किसी उत्पाद का प्रचार।

YouTube पर वीडियो विज्ञापन।

ई–कॉमर्स वेबसाइटों पर पॉप–अप विज्ञापन।

14.6 विज्ञापन लेखन में भाषा और शैली

विज्ञापन लेखन केवल सूचनाएँ देने का साधन नहीं है, बल्कि उपभोक्ता को प्रभावित करने और उसके मनोविज्ञान पर असर डालने की कला भी है। इसीलिए विज्ञापन की भाषा और शैली विशेष ढंग से गढ़ी जाती है। विज्ञापन की भाषासंक्षिप्त, सारगर्भित, स्पष्ट, सरल, आकर्षक और यादगारहोनी चाहिए।

शैली में भी नवीनता,भावनात्मकता और सृजनात्मकता आवश्यक है।

क) सरलता और प्रभावशीलता

- विज्ञापन लेखन की भाषा अत्यंतसरल और सहजहोनी चाहिए, ताकि किसी भी वर्ग का व्यक्त उसे तुरंत समझ सके।
- छोटे और प्रभावशाली वाक्यों का प्रयोग किया जाता है, क्योंकि विज्ञापन पढ़ने/देखने/सुनने वाला व्यक्ति लंबे विवरणों में नहीं उलझना चाहता।
- प्रभावशीलता के लिए भाषा में ऐसे शब्दों और वाक्यांशों का चयन होता है, जो उपभोक्ता के मन पर तुरंत असर डालें और उन्हें उत्पाद या सेवा की ओर आकर्षित करें।

ख) भावनात्मक अपील

- विज्ञापन केवल तथ्यों पर आधारित नहीं होता, बल्कि वहभावनाओं और संवेदनाओंको भी संबोधित करता है।
- परिवार, रिश्ते, स्वास्थ्य, सुंदरता, प्रतिष्ठा, सुरक्षा आदि भावनाओं को छूने वाले संदेश विज्ञापन में अधिक सफल होते हैं।
- भावनात्मक अपील से उपभोक्ता का उत्पाद के साथ भावनात्मक जुड़ाव (emotional bonding) बनता है, जिससे वह खरीदने के लिए प्रेरित होता है।

ग) लोकभाषा और स्थानीय संदर्भ

- किसी भी विज्ञापन की सफलता इस बात पर निर्भर करती है कि वह जन-जन की भाषा में कितनी आसानी से पहुँच पाता है।
- लोकभाषा, मुहावरों, कहावतों और स्थानीय संदर्भों का प्रयोग करने से विज्ञापन अपनापन और निकटता पैदा करता है।
- ग्रामीण क्षेत्रों के विज्ञापनों में अक्सर बोलचाल की भाषा और स्थानीय सांस्कृतिक प्रतीकों का प्रयोग किया जाता है, जबकि शहरी क्षेत्रों में आधुनिक और ट्रेंडी शब्दों का प्रयोग अधिक होता है।

14.7 विज्ञापन लेखन की विशेषताएँ

विज्ञापन लेखन (Advertising Copywriting) एक सृजनात्मक संप्रेषण प्रक्रिया है जिसकी अनेक विशेषताएँ होती हैं। ये विशेषताएँ इसे अन्य लेखन विधाओं से अलग बनाती हैं और विज्ञापन को प्रभावशाली, आकर्षक और

उद्देश्यपूर्ण बनाती हैं। निम्नलिखित प्रमुख विशेषताएँ हैं:

1. संक्षिप्तता (Brevity):

विज्ञापन लेखन में शब्दों की मितव्ययता आवश्यक होती है। कम शब्दों में अधिक प्रभाव डालना इसकी मूलभूत विशेषता है। एक छोटा लेकिन सटीक वाक्य उपभोक्ता पर गहरा प्रभाव छोड़ सकता है।

2. आकर्षकता (Attractiveness):

विज्ञापन की भाषा और प्रस्तुति इस प्रकार होती है कि वह पाठक/दर्शक का ध्यान तुरंत खींच सके। हेडलाइन, टैगलाइन या स्लोगन रोचक और ध्यान खींचने वाले होते हैं।

3. प्रेरक स्वभाव (Persuasive Nature):

विज्ञापन लेखन का उद्देश्य केवल जानकारी देना नहीं, बल्कि उपभोक्ता को किसी उत्पाद/सेवा को अपनाने के लिए प्रेरित करना होता है। अत: इसकी शैली मनोवैज्ञानिक और प्रेरक होती है।

4. उपभोक्ता केंद्रितता (Consumer-Centric):

विज्ञापन लेखन में उपभोक्ता की आवश्यकताओं, इच्छाओं और भावनाओं को ध्यान में रखा जाता है। भाषा और शैली उसी अनुसार ढाली जाती है।

5. सर्जनात्मकता (Creativity):

रचनात्मकता विज्ञापन लेखन की आत्मा है। इसमें नए-नए विचार, रूपक, प्रतीक और भाषा प्रयोग होते हैं जो विज्ञापन को विशिष्ट और यादगार बनाते हैं।

6. ब्रांड की पहचान (Brand Identity):

विज्ञापन लेखन ब्रांड के नाम, प्रतीक, टैग लाइन और विशिष्टता को स्थापित करने का कार्य करता है। इससे उपभोक्ता ब्रांड को पहचानने लगते हैं।

7. भावनात्मक अपील (Emotional Appeal):

अक्सर विज्ञापन उपभोक्ता की भावनाओं- जैसे प्यार, सुरक्षा, सफलता, सुंदरता या डर- से जुड़ते हैं, जिससे उत्पाद की स्वीकृति बढ़ जाती है।

8. प्रासंगिकता (Relevance):

विज्ञापन की सामग्री, भाषा और संदर्भ लक्षित दर्शकों की संस्कृति, समय और परिस्थिति से जुड़ी होनी चाहिए, तभी वह प्रभावी होती है।

9. स्पष्टता (Clarity):

विज्ञापन का संदेश सरल, स्पष्ट और भ्रमरहित होना चाहिए ताकि उपभोक्ता तुरंत समझ सके कि उत्पाद/सेवा क्या है और क्या लाभ देगा।

10. क्रियात्मक आग्रह (Call to Action):

अधिकांश विज्ञापनों में अंत में उपभोक्ता को कोई कार्य करने के लिए प्रेरित किया जाता है- जैसे ''आज ही खरीदें'', ''अभी कॉल करें'', ''डाउनलोड करें'' आदि।

विज्ञापन लेखन की ये विशेषताएँ उसे प्रभावशाली, व्यावसायिक और जनसंचार के प्रभावी माध्यम के रूप में स्थापित करती हैं। यह केवल सूचनात्मक नहीं, बल्कि मनोवैज्ञानिक, भावनात्मक और सृजनात्मक स्तर पर भी उपभोक्ता से संवाद स्थापित करता है।



अपनी प्रगति जांचें

1. विज्ञापन लेखन की पाँच विशेषताओं का नाम उल्लेख कीजिए?
2. मुख्य रूप से विज्ञापन के प्रकार कितने हैं?
3. विज्ञापन लेखन के कितने प्रकार हैं?
4. विज्ञापन लेखन के लिए दयां देने युग्य दो महत्वपूर्ण बिंदु लिखिए।
5. विज्ञापन लेखन का एक प्रमुख उद्देश्य लिखिए।

14.8 विज्ञापन लेखन की चुनौतियाँ और संभावनाएँ

क) नई तकनीक और डिजिटल प्लेटफॉर्म

चुनौतियाँ

- **तेज़ी से बदलती तकनीक:** इंटरनेट, सोशल मीडिया, मोबाइल ऐप, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस और डेटा एनालिटिक्स जैसी नई तकनीकें विज्ञापन की शैली और माध्यम को लगातार बदल रही हैं। लेखक को इन परिवर्तनों के साथ तालमेल बिठाना चुनौतीपूर्ण होता है।
- **अल्प ध्यान अवधि:** डिजिटल प्लेटफॉर्म पर उपभोक्ता का ध्यान बहुत कम समय (कुछ सेकंड) तक रहता है, इसलिए संदेश को अत्यंत संक्षिप्त और प्रभावी बनाना पड़ता है।
- **नकारात्मक प्रतिक्रिया का खतरा:** डिजिटल माध्यम पर कोई भी

विज्ञापन तुरंत आलोचना, व्यंग्य या नकारात्मक टिप्पणियों का शिकार हो सकता है।

संभावनाएँ

- **वैश्विक पहुँच:** डिजिटल प्लेटफॉर्म विज्ञापनों को विश्वभर में पहुँचाने की सुविधा देते हैं।
- **टारगेट ऑडियंस चयन:** डेटा और एल्गोरिद्म की मदद से केवल इच्छित उपभोक्ता तक संदेश पहुँचाया जा सकता है।
- **रचनात्मक प्रयोग:** वीडियो विज्ञापन, इंटरैक्टिव विज्ञापन, सोशल मीडिया कैंपेन और इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग जैसी नई संभावनाएँ उपलब्ध हैं।

ख) उपभोक्ता मनोविज्ञान की बदलती प्रवृत्तियाँ

चुनौतियाँ

तेज़ी से बदलती पसंद-नापसंद: आज के उपभोक्ता फैशन, ट्रेंड और सोशल मीडिया से प्रभावित होकर जल्दी-जल्दी अपनी पसंद बदलते हैं।

सतर्क और जागरूक उपभोक्ता: उपभोक्ता अब पहले की तरह केवल भावनात्मक अपील से प्रभावित नहीं होते; वे उत्पाद की गुणवत्ता, ब्रांड की विश्वसनीयता और सामाजिक उत्तरदायित्व की भी जाँच करते हैं।

भ्रामक विज्ञापन पर अविश्वास: उपभोक्ता झूठे दावों और अतिशयोक्ति वाले विज्ञापनों को तुरंत नकार देते हैं।

संभावनाएँ

पर्सनलाइजेशन: उपभोक्ता डेटा के आधार पर प्रत्येक उपभोक्ता के लिए व्यक्तिगत (customized) विज्ञापन बनाना संभव हो गया है।

इंटरएक्टिव विज्ञापन: गेम, क्विज, पोल या डायरेक्ट इंटरैक्शन के माध्यम से उपभोक्ता को विज्ञापन में शामिल किया जा सकता है।

सकारात्मक भावनात्मक जुड़ाव: यदि विज्ञापन सामाजिक मुद्दों, पर्यावरण या सांस्कृतिक मूल्यों को जोड़ता है, तो उपभोक्ता ब्रांड को समर्थन देता है।

ग) प्रतिस्पर्धा और नवाचार

चुनौतियाँ

अत्यधिक प्रतिस्पर्धा: हर क्षेत्र में सैकड़ों कंपनियाँ और ब्रांड मौजूद हैं, जो उपभोक्ता का ध्यान आकर्षित करने की कोशिश करते हैं।

भिन्नता पैदा करना कठिन: इतने सारे विज्ञापनों के बीच अलग और

अनोखा दिखना चुनौतीपूर्ण है।

लागत का दबावः उच्च गुणवत्ता वाले विज्ञापन बनाने में अधिक खर्च होता है, जबकि कंपनियाँ लागत कम करना चाहती हैं।

संभावनाएँ

रचनात्मकता का अवसरः नई सोच, नए विचार और नए माध्यम अपनाकर विज्ञापन लेखक भीड़ से अलग दिखाई दे सकते हैं।

स्थानीयकरण (Localization): स्थानीय संस्कृति, भाषा और परंपरा से जुड़कर विज्ञापन अधिक प्रभावी हो सकते हैं।

नवीन मीडिया प्रयोगः वर्चुअल रियलिटी (VR), ऑगमेंटेड रियलिटी (AR) और आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) जैसी तकनीकें विज्ञापन को बिल्कुल नए रूप में प्रस्तुत करने की संभावनाएँ देती हैं।

14.9 विज्ञापन लेखन कला के कुछ उदाहरण

यहाँ दो विभिन्न क्षेत्रों के विज्ञापन लेखन के संक्षिप्त और प्रभावशाली उदाहरण प्रस्तुत हैं, जो इस कला की रचनात्मकता और उद्देश्यपूर्ण शैली को दर्शाते हैं—

उदाहरण 1: सौंदर्य उत्पाद (फेस क्रीम) के लिए विज्ञापन

टैगलाइनः

''अब निखार आपका अपना है!''

मुख्य संदेशः

अपनी त्वचा को दें प्राकृतिक चमक और कोमलता Glow हर्बल फेस क्रीम के साथ। 7 दिनों में दिखे असर–बिना किसी रसायन के।

टैगलाइनः

''खूबसूरती जो रहे हमेशा आपके साथ!''

उदाहरण 2ः मोबाइल नेटवर्क सेवा के लिए विज्ञापन

टैगलाइनः

''जहाँ आप, वहाँ नेटवर्क!''

मुख्य संदेशः

अब बात कीजिए बिना रुके, बिना बाधा के। X-Connect 5G नेटवर्क के साथ हर कोना बनेगा कनेक्टेड- शहर हो या गाँव।

टैगलाइन :

''हर रिश्ते को रखे करीब!''

इन उदाहरणों में स्पष्ट, संक्षिप्त, भावनात्मक और आकर्षक भाषा का प्रयोग किया गया है जो विज्ञापन लेखन कला की विशेषताओं को दर्शाता है। ये विज्ञापन उपभोक्ता को न केवल जानकारी देते हैं, बल्कि उत्पाद/सेवा की ओर प्रेरित भी करते हैं।



14.10 सारांश

विज्ञापन लेखन आधुनिक संचार और विपणन का एक अनिवार्य अंग है, जिसका मूल उद्देश्य केवल उत्पाद या सेवा का परिचय कराना ही नहीं, बल्कि उपभोक्ता के मनोविज्ञान को प्रभावित कर उसे क्रय-प्रेरित करना भी है। विज्ञापन लेखन का अर्थ है—सूचना, आकर्षण और भावनात्मक अपील को भाषा, शैली और रचनात्मकता के माध्यम से इस प्रकार प्रस्तुत करना कि संदेश सीधा और प्रभावी रूप में लक्षित उपभोक्ता तक पहुँच सके। विज्ञापन लेखन एक सृजनात्मक और प्रभावशाली संप्रेषण कला है, जिसका उद्देश्य उपभोक्ताओं को किसी उत्पाद, सेवा या विचार की ओर आकर्षित करना होता है। यह केवल सूचनात्मक नहीं, बल्कि प्रेरणात्मक भी होता है। इसमें शब्दों का ऐसा चयन किया जाता है जो कम समय में अधिक प्रभाव छोड़ सके। विज्ञापन लेखन की शैली संवादात्मक, संक्षिप्त और आकर्षक होती है, जो सीधे उपभोक्ता की मानसिकता और भावनाओं को संबोधित करती है।

इसकी कला में कल्पनाशीलता, भावनात्मक अपील, संक्षिप्तता और उपभोक्ता-केन्द्रित दृष्टिकोण आवश्यक होता है। विज्ञापन लेखन का मुख्य उद्देश्य उत्पाद की जानकारी देना, ब्रांड की छवि बनाना, उपभोक्ताओं को प्रेरित करना और बाजार में प्रतिस्पर्धा में बढ़त दिलाना होता है।

विज्ञापन लेखन की विशेषताएँ जैसे-आकर्षक हेडलाइन, प्रभावशाली टैगलाइन, स्पष्ट संदेश, भाषा की सरलता और 'कॉल टू एक्शन' इसे एक सशक्त माध्यम बनाती हैं। आज के प्रतिस्पर्धी युग में विज्ञापन लेखन व्यापार, मीडिया

और जनसंचार का अनिवार्य अंग बन गया है, जो जन-मानस को प्रभावित करने की व्यापक क्षमता रखता है।

भाषा और शैली विज्ञापन का प्राण मानी जाती है। सरलता, प्रभावशीलता, भावनात्मक अपील तथा लोकभाषा का प्रयोग उपभोक्ता के मन पर गहरी छाप छोड़ता है। विज्ञापन लेखन की प्रमुख विशेषताएँ हैं- संक्षिप्तता, स्पष्टता, आकर्षण, स्मरणीयता और उपभोक्ता के साथ भावनात्मक जुड़ाव। यद्यपि विज्ञापन लेखन के सामने चुनौतियाँ भी हैं, जैसे नई तकनीक और डिजिटल प्लेटफॉर्म का दबाव, उपभोक्ता की बदलती प्रवृत्तियाँ तथा तीव्र प्रतिस्पर्धा; परंतु इन्हीं के बीच नवाचार और रचनात्मकता की अपार संभावनाएँ भी विद्यमान हैं। व्यक्तिगत विज्ञापन, स्थानीय भाषा और संस्कृति का प्रयोग, तथा नवीन माध्यमों का उपयोग भविष्य में विज्ञापन लेखन को और प्रभावशाली बना सकते हैं। सफल विज्ञापन वही है, जो उपभोक्ता के मन को छूकर उसकी जीवनशैली और विकल्पों को प्रभावित करे।

14.11 प्रगति विवरण (केवल रूपरेखा)

प्रश्न 1. का उत्तर- संक्षिप्तता (Brevity), आकर्षकता (Attractiveness), प्रेरक स्वभाव (Persuasive Nature), उपभोक्ता केंद्रितता (Consumer-Centric), सर्जनात्मकता (Creativity)

प्रश्न 2 का उत्तर- मुख्य रूप से विज्ञापन के दो प्रकार है। सम्मानक विज्ञापनऔर संस्थागत विज्ञापन।

प्रश्न 3 का उत्तर- विज्ञापन लेखन के चार प्रकार है।

प्रश्न 4 का उत्तर- विज्ञापन में लिखित सामग्री को पढ़ने से पाठक में उस उत्पाद-विशेष को खरीदने के लिए रुचि उत्पन्न होनी चाहिए। विज्ञापन लेखन उपभोक्ता की रुचि के अनुकूल होना चाहिए, न कि उत्पाद तैयार करने वाली कपंनी के मालिकों की रुचि के अनुसार।

प्रश्न 5 का उत्तर-ध्यान आकर्षित करना: विज्ञापन लेखन का प्रमुख उद्देश्य उपभोक्ता का ध्यान खींचना होता है। इसके लिए रोचक और सहज भाषा का प्रयोग किया जाता है।



14.12 अधिक जानने के लिए पढ़ें

- सिन्हा, रमेश कुमार। (2016). विज्ञापन: सिद्धांत और प्रयोग. नई दिल्ली: राजपाल एंड संज प्रकाशन।
- चतुर्वेदी, मधुकर श्याम। (2014). विज्ञापन लेखन की कला. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन।
- द्विवेदी, संजय। (2013). जनसंचार और विज्ञापन. भोपाल: समवेत प्रकाशन।
- वर्मा, रवीन्द्र कुमार। (2018). विज्ञापन और जनसंचार माध्यम. नई दिल्ली: केन्द्रीय हिंदी निदेशालय।
- सिंह, अर्चना। (2020). विज्ञापन: अवधारणा और प्रक्रिया. मुंबई: भारतीय विद्या भवन।
- दीक्षित, प्रवीण। (1980). जनमाध्यम और पत्रकारिता. कानपुर: सहयोगी साहित्य संस्थान।
- द्विवेदी, संजय। (2015). रेडियो पत्रकारिता. नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन।
- ठाकुर, नीलिमा। (2017). रेडियो: एक अध्ययन. मुंबई: पब्लिकेशन होम।
- कुमार, विनोद। (2016). रेडियो का जादू. दिल्ली: नेशनल पब्लिशिंग हाउस।
- जोशी, रामशरण। (2014). रेडियो लेखन. वाराणसी: हिंदी साहित्य अकादमी।

14.13 अभ्यास प्रश्न

क) संक्षिप्त प्रश्नों के उत्तर लिखिए-

1. विज्ञापन लेखन का मूल अर्थ क्या है?
2. विज्ञापन लेखन का मुख्य उद्देश्य क्या होता है?
3. विज्ञापन लेखन प्रक्रिया का पहला चरण कौन-सा है?

4. विज्ञापन लेखन में 'टैगलाइन' का क्या महत्व है?
5. विज्ञापन लेखन में संक्षिप्तता क्यों आवश्यक होती है?
6. विज्ञापन लेखन की दो चुनौतियाँ लिखिए।
7. विज्ञापन लेखन को किस प्रकार की कला माना जाता है?

ख) निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर लिखिए

1. विज्ञापन लेखन क्या है? इसके प्रमुख उद्देश्य और विशेषताओं की विस्तार से व्याख्या कीजिए।
2. एक प्रभावी विज्ञापन लेखन प्रक्रिया के चरणों का वर्णन कीजिए।
3. विज्ञापन लेखन के विभिन्न प्रकारों का वर्णन कीजिए।
4. विज्ञापन लेखन में भाषा की भूमिका और उपभोक्ता की मानसिकता के प्रभाव की चर्चा कीजिए।
5. विज्ञापन लेखन में भाषा और शैली की भूमिका को उदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए।
6. डिजिटल और सोशल मीडिया विज्ञापन के लाभ और हानियों पर टिप्पणी कीजिए।
7. विज्ञापन लेखन कला के उदाहरण देते हुए बताइए कि यह आधुनिक जनसंचार माध्यमों में कितना प्रभावशाली है।

******

KRISHNA KANTA HANDIQUI STATE OPEN UNIVERSITY
Headquarter : Patgaon, Rani, Guwahati - 781017, Assam, India
City Office: NH 37, Resham Nagar, Khanapara, Guwahati-781022, Assam, India
Tel. : 0361-2235971 / 2234964, Fax : 0361-2235398
Website : www.kkhsou.in

Printed at : R.R. Graphics, Rajgarh Road, Byelane:03, H.no. 15, Guwahati-781003