



जुलाई-सितंबर 2018
ISSN: 2321-0443
UGC Journal No. 41285
ई-संस्करण सहित

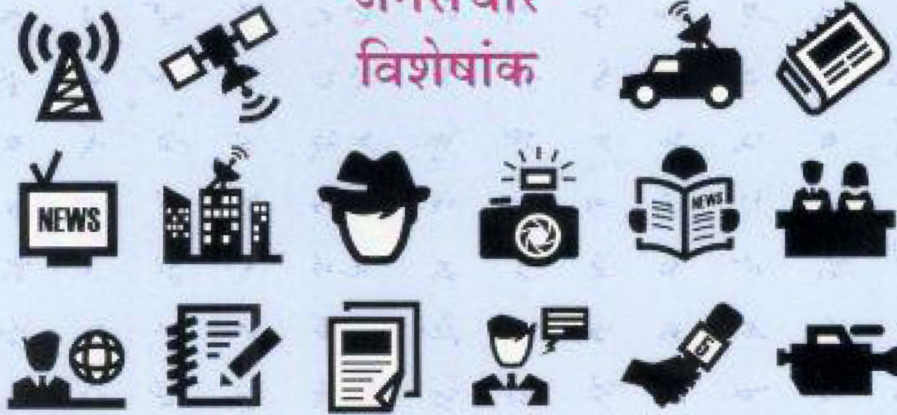
ज्ञान गरिमा



अंक : 59

सिंधु

जनसंचार
विशेषांक



वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग

मानव संसाधन विकास मंत्रालय (उच्चतर शिक्षा विभाग) भारत सरकार
Commission for Scientific and Technical Terminology
Ministry of Human Resource Development
(Department of Higher Education)
Government of India

ज्ञान गरिमा सिंधु

(त्रैमासिक पत्रिका)

जनसंचार विशेषांक

अंक - 59

(जुलाई-सितंबर 2018)



सत्यमेव जयते

वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग

मानव संसाधन विकास मंत्रालय

(उच्चतर शिक्षा विभाग)

भारत सरकार

COMMISSION FOR SCIENTIFIC AND TECHNICAL TERMINOLOGY

MINISTRY OF HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT

(DEPARTMENT OF HIGHER EDUCATION)

GOVERNMENT OF INDIA

‘ज्ञान गरिमा सिंधु’ एक त्रैमासिक विज्ञान पत्रिका है। पत्रिका का उद्देश्य है— हिंदी माध्यम से विश्वविद्यालयी व अन्य छात्रों के लिए सामाजिक विज्ञान संबंधी उपयोगी एवं अद्यतन पाठ्य पुस्तकीय तथा संपूरक साहित्य की प्रस्तुति। इसमें वैज्ञानिक लेख, शोध-लेख, तकनीकी निबंध, शब्द-संग्रह, शब्दावली-चर्चा, पुस्तक-समीक्षा आदि का समावेश होता है।

लेखकों के लिए निर्देश

1. लेख की सामग्री मौलिक, अप्रकाशित तथा प्रामाणिक होनी चाहिए।
2. लेख का विषय मानविकी एवं सामाजिक विज्ञान विषयों से संबंधित होना चाहिए।
3. लेख सरल हो जिसे विद्यालय/महाविद्यालय के छात्र आसानी से समझ सकें।
4. लेख लगभग 2000 से 3000 शब्दों का हो। कृपया टाइप किया हुआ या कागज के एक ओर स्पष्ट हस्तलिखित लेख भेजें जिसके दोनों तरफ हाशिया भी छोड़ें।
5. प्रकाशन हेतु भेजे गए लेख के साथ उसका सार भी हिंदी में अवश्य भेजें। लेख में आयोग द्वारा निर्मित शब्दावली का ही प्रयोग करें तथा प्रयुक्त तकनीकी/वैज्ञानिक हिंदी शब्द का मूल अंग्रेजी पर्याय भी आवश्यकतानुसार कोष्ठक में दें।
6. श्वेत-श्याम या रंगीन फोटोग्राफ स्वीकार्य हैं।
7. लेख के प्रकाशन के संबंध में संपादक का निर्णय ही अंतिम होगा।
8. लेखों की स्वीकृति के संबंध में पत्र व्यवहार का कोई प्रावधान नहीं है। अस्वीकृत लेख वापस नहीं भेजे जाएंगे। अतः लेखक कृपया टिकट-लगा लिफाफा साथ न भेजें।
9. प्रकाशित लेखों के लिए प्रोत्साहन के तौर पर आयोग के नियमानुसार मानदेय दिया जायेगा। भुगतान लेख के प्रकाशन के बाद ही किया जाएगा।
10. कृपया लेख की दो प्रतियां निम्न पते पर भेजे:
संपादक, ज्ञान गरिमा सिंधु
 वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग
 पश्चिमी खंड – 7, रामकृष्णपुरम्
 नई दिल्ली – 110066
11. समीक्षा हेतु कृपया पुस्तक/पत्रिका की दो प्रतियां भेजें।

पत्रिका का शुल्क:

	भारतीय मुद्रा	विदेशी मद्रा	
सामान्य ग्राहकों/संस्थाओं के लिए प्रति अंक	रु. 14.00	पौंड 1.64	डॉलर 4.84
वार्षिक चंदा	रु. 50.00	पौंड 5.83	डॉलर 18.00
विद्यार्थियों के लिए प्रति अंक	रु. 8.00	पौंड 0.93	डॉलर 10.80
वार्षिक चंदा	रु. 30.00	पौंड 3.50	डॉलर 2.88

वेबसाइट: www.mhrd.cstt.gov.in

कापीराइट © 2018

प्रकाशक:

वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग

मानव संसाधन विकास मंत्रालय

भारत सरकार, पश्चिमी खंड-7

रामकृष्णपुरम्, नई दिल्ली – 110066

बिक्री हेतु पत्र-व्यवहार का पता:

सहायक निदेशक, बिक्री एकक

वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली

आयोग, पश्चिमी खंड-7,

रामकृष्णपुरम्, सेक्टर-1,

नई दिल्ली- 110066

दूरभाष- (011) 26105211

फैक्स – (011) 26102882

बिक्री स्थान:

प्रकाशन नियंत्रक, प्रकाशन विभाग

भारत सरकार,

सिविल लाइन्स, दिल्ली-110054

पत्रिका में व्यक्त विचार लेखकों के अपने हैं। संपादक मंडल की इनसे सहमति अनिवार्य नहीं है।

परामर्श एवं संपादन समिति

प्रधान संपादक

प्रोफेसर अवनीश कुमार, अध्यक्ष

संपादक

डॉ. अशोक सेलवटकर, सहायक निदेशक

एवं

श्रीमती चक्रप्रम बिनोदिनी देवी

सहायक वैज्ञानिक अधिकारी (पत्रकारिता)

प्रकाशन-मुद्रण व्यवस्था

श्री शिव कुमार चौधरी

सहायक निदेशक

संपादन समिति

डॉ. महावीर सिंह

माध्यम विशेषज्ञ

पूर्व निदेशक, दूरदर्शन

भोपाल, मध्य प्रदेश

डॉ. रेणु सिंह

सहायक प्रोफेसर, जनसंचार विभाग

महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय

वर्धा, महाराष्ट्र

प्रो. ए.के. ठाकुर

पूर्व कार्यकारी संपादक,

दैनिक भास्कर

श्री सुधीर कुमार रिटन

सहायक प्रोफेसर, जनसंचार विभाग

महाराजा अग्रसेन कॉलेज, नई दिल्ली

श्री विनय राय

सहायक प्रोफेसर, जनसंचार विभाग

महाराजा अग्रसेन कॉलेज, नई दिल्ली

अध्यक्ष की ओर से

आयोग मूल लेखन को प्रोत्साहित करने के लिए हिंदी में दो त्रैमासिक पत्रिकाएँ ज्ञान गरिमा सिंधु एवं विज्ञान गरिमा सिंधु प्रकाशनकरता है और इस प्रकार छात्रों, विद्वानों, शिक्षकों, वैज्ञानिकों, पत्रकारों आदि की विषय में हिंदी ज्ञान वर्धन की आवश्यकताओं को पूरा करती है। 'ज्ञान गरिमा सिंधु' सामाजिक विज्ञान और मानविकी विषयों से संबंधित एक त्रैमासिक पत्रिका है जिसमें मानविकी तथा सामाजिक विज्ञान विषयों से संबंधित लेख प्रकाशित होते हैं। इस पत्रिका का उद्देश्य हिंदी में अध्ययन करने वाले छात्रों के लिए मानविकी और सामाजिक विज्ञान विषयों से संबद्ध उपयोगी एवं नवीनतम मूल पाठ प्रदान करना तथा पूरक ज्ञानपरक साहित्य को लोकप्रिय बनाना है। ज्ञान गरिमा सिंधु मिले-जुले प्रकार की है, जिसमें मानविकी तथा सामाजिक विज्ञान से संबंधित तकनीकी लेख, शोध लेख, निबंध, मॉडल शब्दावलियाँ, परिभाषा-कोश, सूचनाएँ, समाचार तथा पुस्तक समीक्षा आदि प्रकाशित की जाती है। इसी श्रृंखला में मुझे आप सबके समक्ष यह ज्ञान गरिमा सिंधु का 59 वां अंक, जनसंचार विशेषांक के रूप में प्रस्तुत करने में हर्ष का अनुभव हो रहा है।



इस विशेषांक में मीडिया के जुड़े सभी पहलुओं जैसे तकनीक, भाषा, सामाजिक सन्दर्भों आदि से संबंधित लेख सम्मिलित किये गए हैं तथा विषय विशेषज्ञों के सहयोग से संपादन किया गया है। इस देश के विभिन्न विद्वानों से लेख प्राप्त हुए, गुणवत्ता सुनिश्चित करने के उद्देश्य से इस में केवल 14 आलेखों को ही सम्मिलित किया जा सका है। आशा है कि विश्वविद्यालयी शिक्षा तथा संचार संस्थानों एवं शोधधार्थियों के लिए ज्ञान गरिमा सिंधु का यह विशेषांक अति उपयोगी होगा।

विदित है आयोग विभिन्न विषयों का शब्द कोशों, परिभाषा कोशों एवं शब्दावलियों का प्रकाशन करती है। इस पत्रिका के साथ आयोग द्वारा निर्मित जनसंचार शब्दावली के लगभग 3000 (अंग्रेजी-हिंदी) शब्दों को परिशिष्ट के रूप में सम्मिलित किये गए हैं।

इस विशेषांक के निर्माण करने में अपना बहुमूल्य योगदान देने वाले उन सभी विशेषज्ञों के प्रति मैं अपनी कृतज्ञता व्यक्त करता हूँ। साथ ही उन सभी संस्थानों का भी आभारी हूँ जिन्होंने प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष रूप से इस विशेषांक के निर्माण में सहयोग दिया। अंत में इस योजना से जुड़ी श्रीमती चक्रम बिनोदिनी देवी, स.वै.अ, को साधुवाद देता हूँ जिनके प्रयासों से योजना को मूर्त रूप दिया जा सका। मुझे पूर्ण विश्वास है कि यह विशेषांक प्रयोक्ताओं के लिए उपयोगी सिद्ध होगा। जिज्ञासु पाठकों के सुझाव एवं सम्मतियों का स्वागत है।

(प्रोफेसर अवनीश कुमार)
अध्यक्ष

संपादकीय

पत्र पत्रिकाएँ, शास्त्रसम्मत ज्ञाननिधि के बरक्स, किसी विषय के अधुनातन विवेचन एवं प्रगट नवाचार संबंधी सूचनाओं का सतत प्रवाह होती है जो पाठकों की जिज्ञासाओं एवं अभिरूचियों को वर्तमान सन्दर्भों से संयोजित करते हुए ज्ञान के नए संस्करणों को प्रस्तुत करती है। जनमाध्यम, मानव संवेदना के वास्तविक भाषानुवाद है क्योंकि भाषा के आलावा, मानव संवेदना या जीवनानुभवों को व्यक्त करने के लिए और कोई उपकरण नहीं है। पत्र-पत्रिकाएँ हमारी तात्कालिक आवश्यकता की अनुपूर्ति का उपयुक्त विकल्प है। इस अंक में डॉ महावीर सिंह ने जहाँ भाषा के उद्विकास और उसकी मीडिया में प्रयोग मूलकता का सादृश्य रेखांकन किया है तो प्रो.गोपा बागची ने हिंदी पत्रकारिता एवं शब्दावली सृजन पर अपने विचार व्यक्त किये हैं। श्री सुधीर कुमार रिंटन का लेख मीडिया में प्रस्तुत खबरों की बाज़ार में और बाज़ार में खबरों की स्थिति को रेखांकित करता है। डॉ रेणु सिंह का लेख राजनीतिक संचार को हिंदी की महत्ता को रेखांकित कर रहा है। डॉ अमिता, डॉ बबिता अग्रवाल डॉ वर्तिका नंदा, डॉ पूर्णिमा कुमारी ने अपने लेखों मीडिया के विभिन्न स्वरूपों और उसके सामाजिक सरोकारों पर अपने विचार व्यक्त किये हैं। श्री पंकज प्रसून और डॉ. दिलीप एवं डॉ सुरेश चन्द्र नायक ने विज्ञान पत्रिका में हिंदी के योगदान को रेखांकित किया है।

शोध छात्रों सुश्री सूर्यकुमारी पी. एवं श्री वी राजेश्वर सायलु के लेख नवांकुर अध्येताओं के लिए एक प्रसंग साबित होने लायक है। इसके अतिरिक्त डॉ अमित कुमार विश्वास एवं श्री लक्ष्मी नारायण शर्मा के बाज़ार और जन सरोकार पर केन्द्रित लेख पाठकों के लिए नई सामग्री उपलब्ध करायेंगे। ज्ञान गरिमा सिंधु के प्रस्तुत अंक में भाषा, पत्रकारिता एवं उससे जुड़े कतिपय सामाजिक सरोकारों को समेटे विभिन्न क्षेत्रों की अनुभूतियों को आपके सम्मुख रखने का यह एक लघु प्रयास है।

इस अंक को मूर्त रूप में लाने में विशेषज्ञों डॉ महावीर सिंह, डॉ ए.के ठाकुर, श्री सुधीर के रिंटन, डॉ रेणु सिंह एवं श्री विनय कुमार राय ने अपना अमूल्य योगदान दिया उनका बहुत-बहुत आभार। आयोग के अध्यक्ष महोदय का विशेष आभार जिनके मार्ग दर्शन एवं बहुमूल्य प्रेरणा से इस विशेषांक को मूर्त रूप मिला। साथ ही आयोग के नियंत्रण अधिकारी महोदय डॉ अशोक एन. सेलवटकर एवं आयोग से सभी संबंधित अधिकारी एवं कर्मचारी के प्रति कृतज्ञता व्यक्त करती हूँ जिनके सहयोग से यह जनसंचार विशेषांक आप सब के समक्ष प्रस्तुत कर पा रही हूँ।

अंत पुनः मैं सभी विशेषज्ञों, लेखकों और अन्य सहयोगी सहकर्मी मित्रों के अथक प्रयास का मूर्त रूप, ज्ञान गरिमा सिंधु का यह अंक आपके सम्मुख प्रस्तुत करते हुए अरुण कमल की पंक्तियाँ

“अपना क्या है इस जीवन में, सब तो लिया उधार

सारा लोहा उन लोगों का, अपनी केवल धार”

के साथ बहुत बहुत आभार।



(चक्रप्रम बिनोदिनी देवी)

सहयक वैज्ञानिक अधिकारी (पत्रकारिता)

अनुक्रमणिका

अध्यक्ष की ओर से

संपादकीय

	आलेख शीर्षक	लेखक	पृष्ठ संख्या
1	आधुनिक संचार माध्यमों में भारतीय भाषाओं की शब्दावली का विकास	डॉ. महावीर सिंह	1
2	भारत में हिंदी पत्रकारिता और शब्दावली सृजन	डॉ. गोपा बागची	7
3	राजनीतिक संचार और मीडिया साक्षरता में हिंदी एवं क्षेत्रीय भाषा की भूमिका	डॉ. रेणु सिंह	14
4	खबरों का बाज़ार या बाज़ार में खबरें	श्री सुधीर के रिंटन	22
5	सोशल मीडिया: जनांदोलनों का हथियार	डॉ. अमिता	28
6	समाचार पत्र और सोशल मीडिया	डॉ. बबिता अग्रवाल	35
7	हिंदी में विज्ञान लेखन	डॉ. दिलीप कुमार प्रो. (डॉ.) सुरेश चंद्र नायक	39
8	हिंदी में विज्ञान पत्रकारिता	श्री पंकज प्रसून	47
9	खुली जेलों की मीडिया और मानवाधिकार भूमिका	डॉ. वर्तिका नन्दा	51
10	भारतीय मीडिया मैन्सूरी की सहभागिता: संभावनाएं एवं चुनौतियाँ	डॉ. पूर्णिमा कुमारी	57
11	मीडिया का 'अनुकूलन कारोबार'	डॉ. अमित कुमार विश्वास	62
12	जनमाध्यमों में जनसरोकारों के प्रश्न और उनकी हिस्सेदारी	श्री लक्ष्मी नारायण शर्मा	68
13	हिंदी में वैज्ञानिक एवं तकनीकी शब्दावली का विकास में संदर्भ के पत्रकारिता :	सुश्री सूर्य कुमारी. पी.	73
14	हिंदी पत्रकारिता में आदिवासी सन्दर्भ	श्री बोलचेटवार राजेश्वर सायलु	79
	जनसंचार मूलभूत शब्दावली		83

आधुनिक संचार माध्यमों में भारतीय भाषाओं की शब्दावली का विकास

डॉ. महावीर सिंह

भारतीय भाषाओं में जो भी क्रांतिकारी परिवर्तन हो रहे हैं उनका सीधा संबंध प्रौद्योगिकी से जोड़ा जा सकता है विकास की अवधारणा भी डिजिटाइजेशन से संबद्ध है। वर्तमान भारत सरकार के विकास संबंधी समस्त कार्यक्रम डिजिटल तकनीक पर आधारित है। अर्थव्यवस्था को “कैशलैश” बनाने के लिए नोटबंदी तथा जीएसटी जैसे क्रांतिकारी कदम उठाये गये हैं। हमारा देश प्रौद्योगिकी समृद्ध देश बनने की दिशा में आगे बढ़ चुका है। इंटरनेट या संजाल आधारित अर्थव्यवस्था, प्रशासन में पारदर्शिता तथा दायित्व भावना से प्रेरित हो कर देश के 125 करोड़ नागरिकों को संसार के उन्नतशील देशों में अग्रिम पंक्ति पर खड़ा करने में सक्षम हैं। इन सभी भूमिकाओं में आधुनिक जनसंचार की भूमिका अहम है। मुद्रण माध्यम, इलैक्ट्रॉनिक माध्यम तथा इंटरनेट माध्यम तेज गति से जनसंचार की विधाओं को दूरस्थ अंचलों में फैला रहे हैं। दूर संचार के क्षेत्र में उपग्रहों के कारण ‘कनेक्टिविटी’ का विस्तार हुआ है। हमारा पूरा देश 24 घण्टे ऑनलाईन संचार से जुड़ा है तथा मोबाईल-फोन सुविधा के कारण सारी दुनिया हमारी मुट्ठी में है।

साइबर संचार के युग में जहाँ हम अग्रणी देशों की पंक्ति में खड़े हैं वहीं नई समस्याओं से भी जूझ रहे हैं। प्रौद्योगिकी के प्रसार के कारण हमारे देश में लगभग एक लाख पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन हो रहा है तथा इलैक्ट्रॉनिक मीडिया के क्षेत्र में लगभग एक हजार से अधिक प्रसारण चैनल राष्ट्रीय स्तर पर सेवाएं दे रहे हैं, वहीं रेडियो प्रसारण के भी केंद्रों की संख्या हजार से अधिक हैं। फिल्म निर्माण और प्रदर्शन की सुविधाओं का तेजी से विस्तार हुआ है।

इस विकास की दौड़ में तकनीकी विस्तार संतोष का विषय है लेकिन संचार मात्र प्रौद्योगिकी नहीं है। यह मानव संवेदनाओं का भाषानुवाद है। संचार तकनीकी की अपेक्षा भाषागत संवेदना का प्रातिशाख्य या उपनिषद् है। मनुष्य की जिज्ञासाओं की संतुष्टि करना संचार का मुख्य ध्येय है जिसकी प्राप्ति एक सार्वभौमिक भाषा प्रतीकों द्वारा संभव है। मनुष्य परस्पर संपर्क एवं संबंध-स्थापना के लिए शब्द को एक माध्यम के रूप में अंगीकार करता है। इसीलिए शब्द को ब्रह्म कहा गया है क्योंकि शब्द की सामर्थ्य उसकी अभिव्यक्ति क्षमता से अधिक है।

भारतीय भाषाओं के शब्द भंडार को समृद्ध बनाने के लिए भारतवर्ष में सदैव प्रयास होते रहे हैं। स्वतंत्रता प्राप्ति के समय संविधान निर्मात्री संस्था ने संविधान की धारा 344 खंड (4) के अंतर्गत शब्दावली आयोग के गठन का प्रावधान किया था। 1 अक्टूबर, 1961 को मानव संसाधन विकास मंत्रालय के अंतर्गत भारत सरकार ने शब्दावली आयोग का गठन किया जिसका ध्येय भारतीय भाषाओं में तकनीकी शब्दावली का विकास करना था।

हमारे देश में भाषाओं की बहुलता एक वरदान है। हमारे संविधान में 22 राजभाषाएँ सम्मिलित हैं जो अपने साहित्यिक वैभव के कारण नागरिकों की सामाजिक-सांस्कृतिक समृद्धि का प्रतीक है। एक-एक अनुभूति को या आशय को व्यक्त करने के लिए पर्यायवाची शब्दों का बाहुल्य है। लोक जीवन में

साहित्यिक अनुभवों को अभिव्यक्त करने के लिए भाषा का समृद्ध भंडार हमारे पास है लेकिन प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में हमारी दीनता या निर्धनता भी बड़ी समस्या है। शब्दावली आयोग द्वारा विभिन्न विषयों की मानक शब्दावली तैयार की गई है। उच्चतम न्यायालय में इन शब्दावलियों को शासकीय संस्थाओं तथा शिक्षण एवं प्रकाशन संस्थानों के लिए मानक शब्दावली के रूप में मान्यता प्रदान की है। तकनीकी शब्दावली में एकरूपता एवं मानकीकरण की समस्या आज भी बनी हुई है।

आयोग ने 1961 के पश्चात् अनेक शब्दावली ग्रंथों का प्रकाशन किया है। सर्वप्रथम प्रशासनिक शब्दावली का प्रकाशन 1965 में किया गया था और अभी तक उसके 15 संशोधित एवं परिवर्धित संस्करण प्रकाशित हो चुके हैं। आजकल शब्दावली आयोग राष्ट्रीय स्तर पर आधुनिक तकनीकी ज्ञान को भारतीय भाषाओं में उपलब्ध कराने का कार्य सम्पादित कर रहा है। इन ग्रंथों को कंप्यूटर तकनीक द्वारा वेबसाइट्स के रूप में उपलब्ध कराया जा रहा है। सूचना प्रौद्योगिकी का विकसित रूप हमारी भारतीय भाषाओं में जितना शीघ्र उपलब्ध होगा देश देश में डिजिटल संस्करण की प्रक्रिया उतनी ही शीघ्र संपन्न होगी। यह युग डिजिटल तकनीक का युग है जहाँ एक ही स्थल पर सभी विधाओं का अभिसरण या कन्वर्जेंस संभव है।

आज के प्रौद्योगिकी प्रधान युग में किसी भाषा की समृद्धि इस तथ्य पर निर्भर है कि वह विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में प्रयुक्त होने वाली विदेशी भाषाओं के समतुल्य शब्दों का निर्माण कितनी तेजी से कर पाती है। कला, साहित्य और संस्कृति के क्षेत्र में भारतीय भाषाएं विशेषतः हिंदी भाषा किसी भी विदेशी भाषा से पीछे नहीं है। भारतीय भाषाओं में रचनाकारों ने शब्दों के पर्याय रचने में गहरी रुचि प्रदर्शित की है। जितने पर्यायवाची शब्दों की उपलब्धता भारतीय भाषाओं में है उतनी समृद्धि अधिकांश विदेशी भाषाओं में नहीं है। उदाहरण के तौर पर हिंदी भाषा के कवियों ने अपनी रचनाओं में पर्यायवाची शब्दों की बहुलता को अत्यधिक महत्व दिया है। रीतिकालीन कवियों ने इस क्षेत्र में आश्चर्यजनक सफलता प्राप्त की है। एक ही छंद में अनेक पर्यायवाची शब्दों का उपयोग अनेक हिंदी कवियों की रचनाओं में हुआ है। गोस्वामी तुलसीदास ने “रामचरितमानस” में अपने एक दोहे में सिन्धु के दस

बांध्यो वननिधि, नीरनिधि, जलधि, सिंधु वारीश।

सत्य तोयनिधि, कम्पती, उदधि, पयोधि, नदीश।।

लेकिन विज्ञान, उद्योग, उपकरण निर्माण आदि के क्षेत्र में पर्यायवाची शब्दों का अकाल सा है। मशीनों का निर्माण हमारे देश में अभी हाल में ही प्रारम्भ हुआ है। हम मशीनों तथा उपकरणों का आयात ही करते रहे हैं। स्पष्ट है कि आयात के साथ-साथ विदेशी भाषा की शब्दावली की भी आयात होता है और आयातित शब्दों पर हमारी निर्भरता बढ़ जाती है। एक लंबे अंतराल के पश्चात् जब हम भारतीय भाषाओं में विदेशी भाषाओं के समतुल्य नए शब्दों का निर्माण करते हैं तो हमारे शब्द उच्चारण के स्तर पर अटपटे और अनजाने से लगते हैं। इस प्रकार के शब्द जन स्वीकृति प्राप्त नहीं कर पाते।

शब्द निर्माण की विधियाँ भी पारंपरिक शैली से मुक्त नहीं हो सकी हैं। हम मूल शब्दों की रचना नहीं करते वरन् उपलब्ध शब्दों में उपसर्ग, प्रत्यय या संधि-समास आदि की प्रयुक्ति से नए शब्द गढ़ते हैं

जो न तो समतुल्य होते हैं और न मौलिक अर्थवत्ता के धनी बन पाते हैं। अभी तक शब्दावली आयोग ने लगभग छह लाख नए शब्दों का चयन किया है या उनके मूल रूप को रूपांतरित कर नया आकार दिया है। यह कार्य निःसंदेह एक महत्वपूर्ण उपलब्धि है लेकिन इन शब्दों में मूल शब्दों की रचना नगण्य है। हमें उपलब्ध शब्दों के रूपांतरण से संतोषप्रद हल प्राप्त नहीं हो सकता जब तक कि नए मूल शब्दों का निर्माण न किया जाए। ऐसा नहीं है कि हमारी भारतीय भाषाओं में सटीक शब्दों का अभाव है लेकिन इनकी संख्या को बढ़ाना आवश्यक है।

विदेशी भाषाओं के शब्दों की तुलना में भारतीय भाषाओं के अनेक समतुल्य शब्द अर्थ एवं ध्वनि की दृष्टि से अधिक उत्तम लगते हैं। इस तथ्य के कारण हम नए मूल शब्दों का निर्माण करें तो हमें इस क्षेत्र में सफलता प्राप्त हो सकती है। अपनी भारतीय भाषाओं की शब्दावली का उपहास करने से कोई लाभ नहीं होगा। नए शब्दों की लोकप्रियता उनके बारंबार उपयोग/प्रयोग से बढ़ती है। रेडियो से प्रसारित हिंदी तथा अन्य भारतीय भाषाओं में भाषागत सुधार की झलक समाचार बुलेटिनों में देखी जा सकती है।

अंग्रेजी तथा हिंदी भाषा के अनूदित शब्दों की तुलना:-

अंग्रेजी भाषा के शब्द	हिंदी भाषा में अनूदित श्रेष्ठतर शब्द
Aberration	विपथन
Abort	विफलन
Absorb	अवशोषण
Acoustic	ध्वानिक
Adapter	अनुकूलक
Air conducting	वातानुकूलन
Ambience	परिवेशी
Analog	अनुरूप
Attenuation	क्षीणन
Booster	वर्धक
Capsule	संपुटिका
Caption	शीर्षक
Carving	उत्कीर्णन
Coating	लेपन
Convergence	अभिसरण
Distortion	विरूपण
Emission	उत्सर्जन
Format	आरूप
Hack	विच्छेदक

Impedance	प्रतिबाधा
Innovation	नवाचार
Modulation	मॉडुलन
Orientation	उन्मुखीकरण
Oscillator	दोलित्र
Partial	आंशिक
Proportional	समानुपातिक
Radiation	विकिरण
Random	यादृच्छित
Reflection	परावर्तन
Sample	प्रतिदर्श
Satellite	उपग्रह
Signal	संकेत
Transmitter	प्रेषित्र
Variable	चर

विदेशी भाषाओं ने अन्य देशों की भाषाओं के शब्दों को अपनी मूल भाषा में समाहित कर अपनी भाषा को समृद्ध किया गया है। अंग्रेजी भाषा में लैटिन, ग्रीक, फ्रेंच, जर्मन, स्पेनिश आदि अनेक भाषाओं के शब्द सम्मिलित हैं। स्वयं हिंदी भाषा में अन्य भारतीय भाषाओं के शब्दों को स्वीकार किया गया है अतः हमें नए मूल शब्दों का निर्माण करने के लिए देशी तथा विदेशी भाषाओं का आश्रय लेना चाहिए। जिन देशों में नवीन प्रौद्योगिकी का विकास हुआ है वहीं की शब्दावली से उपयुक्त शब्दों का चयन कर हिंदी भाषा में रूपांतरित कर सकते हैं। हिंदी व्याकरण के नियमों में भी कुछ सीमा तक छूट दी जानी चाहिए। अंग्रेजी भाषा के अनेक शब्दों को हम हिंदी के लिंग-वचन नियमों के अनुसार लिखने लगे हैं।

खनिज, वनस्पतियों, भूगोल, प्राकृतिक विज्ञान, चिकित्सा आदि विषयों में ग्रीक, लैटिन या अन्य प्राचीन भाषाओं से लिए गए शब्द अंग्रेजी, स्पेनिश, जापानी, मंदारिन आदि अनेक भाषाओं में स्वीकृत हो रहे हैं तब हमें भी भारतीय भाषाओं में इन पारिभाषिक शब्दों को स्वीकार करना चाहिए और भारतीय भाषाओं में मूल शब्दों की कमी को पूरा करना चाहिए। शब्दावली आयोग को सर्वप्रथम हिंदी भाषा में ऐसे शब्दकोशों का निर्माण अविलंब करना चाहिए ताकि सभी भारतीय भाषाओं को अपनी शब्द सम्पदा को समृद्ध करने का अवसर प्राप्त हो सके। हिंदी भाषा के “विकारी शब्दों” में थोड़ी आरंभिक समस्या व्याकरण के नियमों को लेकर आ सकती है लेकिन “अविकारी शब्दों” में यह समस्या नगण्य ही रहेगी क्योंकि यहां पदों के रूप में अधिक परिवर्तन नहीं होता।

भाषा एक स्थाई विधा नहीं है इसमें देश, काल और परिस्थितियों के अनुसार परिवर्तन होते रहते हैं। अंग्रेजी भाषा के मूल शब्द भारतीय भाषाओं में स्वीकार होते रहे हैं। जनसंचार माध्यमों ने पिछले 100 वर्षों में

अपनी भाषा तथा विषयवस्तु में आमूल परिवर्तन किये हैं। इस प्रक्रिया में अनेक शिक्षण संस्थाओं तथा शासकीय विभागों ने अपना योगदान दिया है। जनमाध्यमों की शब्दावली को अद्यतन रूप देने के लिए वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग ने अथक परिश्रम करते हुए हिंदी भाषा के शब्द भंडार को समृद्ध बनाया है। प्रायः जनमाध्यमों की विषयवस्तु में अंग्रेजी शब्दों की अधिकता रहती है। यह आधिक्य अनेक कारणों से आज भी बना हुआ है। तकनीकी शब्दावली में अंग्रेजी शब्दों की प्रधानता एक समस्या है। अंग्रेजी के लोक प्रचलित शब्दों को भारतीय भाषाओं में ज्यों का त्यों स्वीकार कर लिया गया है। इन शब्दों को अब अलग नहीं किया जा सकता क्योंकि उन्हें मूल भाषा जैसी स्वीकृति प्राप्त हो चुकी है। उदाहरण के लिए रेल, रोड, इंजिन, बाइक, कार, शिप, गियर, पेट्रोल, डीजल, टीवी, सैट, रेडियो, शूट, टाई, पेंट-शर्ट, प्रोफेसर, डायरेक्टर, असिस्टेंट, कीबोर्ड, प्रोजेक्टर, मोबाईल, डिजिटल, रेम, रोम, माउस, टीचर, कन्सोल, केबलटीवी, इन्टरनेट, माइयूेशन, बॉड, बारकोड, बाइट, लैम्प, केबिनेट, कैमरा, कैसेट, चैनल, चार्ट, चिप, स्टेशन, टिकिट, साइबर कैफे, डाटा, डेसीबल, एंटीना, डिस्क, ड्रायवर, डाउनलोड, अपलोड, ईयरफोन, इंजीनियर, फाइबर, फिल्म, फिलर, फेडर, माइक, फिल्टर, फ्लॉपी, फोकस, फ्रीक्वेन्सी, फ्यूज, ग्रिड, गन, गार्ड, हार्डवेयर, हैड, विंडो, नॉब, लोड, बैटरी, लॉगबुक, टेप, कवरेज, कम्पीयर, कॉपी, मॉडल, मोडेम, मोटर, नेटवर्क, नट-बोल्ट, आफसेट, ऑनलाइन, इनपुट, आउटपुट, ट्रांसफार्मर, बल्ब, पैकेट, पेज, पेन, पैच, पॉवर सप्लाई, पोर्ट, प्लास्टिक, प्रिंटर, रेडिएशन, रेंडम, रजिस्टर, रेलवे, स्क्रीन, स्मार्टकार्ड, स्पैक्ट्रम, स्विचबोर्ड, ट्राली, ट्रांजिस्टर, टेबल, वीडियो आदि-आदि।

अंग्रेजी शब्दों के समतुल्य शब्दों या पर्यायों को स्वीकार करने के लिए निम्न बिंदुओं पर विचार आवश्यक है:

- अ) कभी-कभी शब्दों के परिनिष्ठित रूप इतने जटिल एवं बोझिल हो जाते हैं कि बोलचाल की शैली से मेल नहीं खाते। उदाहरण के लिए "लौह पथ गामिनी" शब्द प्रचलित नहीं हो सका। हल्के-फुल्के शब्द तुरंत प्रचलन में आ जाते हैं। सरल, सुबोध तथा प्रामाणिक शब्दावली ही पाठक या श्रोता की आवश्यकताओं को पूरा कर सकती है।
- ब) लोक स्वीकृति भी एक ऐसी ही शर्त है जिसका ध्यान नवीन शब्दावली गढ़ने के लिए किया गया है। शब्दों का चलन लोक स्वीकृति के कारण ही बढ़ता है। पारिभाषिक शब्दों का स्वभाव ही गौरव-गरिमा से परिपूर्ण होता है अतः उनकी रचना को गम्भीर आवरण में परिवेष्ठित करना हमारी बाध्यता है। कार्यपालिका एवं न्यायपालिका संबंधी पद-नाम तथा संवैधानिक व्याख्याओं में गरिमायुक्त शब्दावली का निर्माण आवश्यक है लेकिन दुरुहता एवं अनावश्यक पांडित्य प्रदर्शन से बचना ही श्रेयस्कर है।
- स) विषयवस्तु की विवेचना के संदर्भ में महत्वपूर्ण है कि पर्यायों का चयन विषय के स्वभाव से मेल खाता हो तथा विषयवस्तु की सटीक जानकारी देने वाला हो। विज्ञान तथा प्रौद्योगिकी संबंधी शब्दावली कभी-कभी मूल अंग्रेजी शब्दों से भी कठिन लगती है। वाक्यों के गठन में भी सरलता एवं स्पष्टता का पुट आवश्यक है। विज्ञान संबंधी विषयों की शब्दावली को लोकप्रिय बनाना आज भी एक चुनौती ही है।

द) विज्ञान विषयों में अंतरराष्ट्रीय मानकों को प्राथमिकता दी जानी चाहिए। गणित के प्रतीक चिन्ह रोमन लिपि में ही दिए जाने चाहिए।

इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के आविर्भाव के कारण श्रोता-दर्शकों की संख्या में तेजी से वृद्धि हुई है। देश में रेडियो का प्रसारण 23 जुलाई, 1927 को मुम्बई केंद्र से प्रारम्भ हुआ था लेकिन रेडियो केंद्रों की संख्या स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात ही बढ़ सकी। आज कुल श्रोताओं में से 43 प्रतिशत श्रोता हिंदी भाषा के कार्यक्रम सुनते हैं। इसी प्रकार देश में दूरदर्शन की स्थापना 15 सितम्बर, 1959 को हुई थी। बाद में निजी क्षेत्र के केबल टीवी चैनल भी अपना प्रसारण करने लगे। प्रसार भारती के अलावा निजी केबल टीवी चैनल्स में जी टीवी, स्टार टीवी, सोनी टीवी, आजतक टीवी, एनडी टीवी, सहारा टीवी, इंडिया टीवी, इनाडू टीवी आदि अनेक टीवी संस्थान कार्यरत हैं जो वाणिज्य, धर्म, खेल-कूद, कार्टून तथा मनोरंजन संबंधी कार्यक्रम प्रसारित कर रहे हैं। इन कार्यक्रमों का प्रसारण उपग्रह द्वारा डिस एंटीना के माध्यम से 24 घण्टे किया जा रहा है। मोबाईल स्क्रीन पर भी इंटरनेट के माध्यम से यह कार्यक्रम उपलब्ध है।

इंटरनेट की सुविधाओं में विस्तार के कारण तथा ब्रॉडबैंड की उपलब्धता के कारण सभी कार्यक्रम कनवरजेंस-प्लेटफार्म पर उपलब्ध हैं। सोशल साइट्स की लोकप्रियता ने आम आदमी को नेटीजन बना दिया है। देश की राजनीति आज ऑनलाइन हो चुकी है। बैंकिंग, ई बिजनेस आदि की लोकप्रियता के कारण हमारी परंपरागत भाषा में बड़े परिवर्तन हो रहे हैं। बीज भाषा एवं कूट भाषा का प्रयोग दिनो-दिन बढ़ रहा है। इस स्थिति में व्याकरण और भाषा विज्ञान की आवश्यकता कम हो रही है। शब्दावली आयोग का यह भी प्रयास है कि वह बदले हुए संदर्भ में श्रोता-पाठकों के लिए नई भाषा का निर्माण करे।

जनमाध्यमों की शब्दावली के संदर्भ में यह तथ्य भी महत्वपूर्ण है कि यहाँ विज्ञान, प्रौद्योगिकी, मानविकी, चिकित्सा, प्राकृतिक विज्ञान, अंतरिक्ष, स्पोर्ट्स, अर्थतंत्र आदि विषयों का समावेश करते हुए ऐसी शब्दावली का निर्माण किया जाये जो अंग्रेजी तथा भारतीय भाषाओं के बीच के अंतराल को पाट सके। यही कारण है शब्दावली आयोग द्वारा प्रकाशित ग्रंथों में निरंतर संशोधन की आवश्यकता है। अभी भी आयोग द्वारा प्रकाशित शब्दावली में ऐसे शब्द हैं जो उच्चारण की स्थिति से दुरूह हैं। जब तक पाठकों का ज्ञान भारतीय भाषाओं के संदर्भ में उन्नत नहीं होती, तब-तक कुछ समस्याएँ बनी रहेंगी। अतः हमें दोनों पक्षों पर ध्यान देना होगा। शब्दावली के निर्माणकर्ता और उसके उपयोगकर्ता दोनों की क्षमता तथा योग्यता में सुधार की अपेक्षा है कुछ क्षेत्रों में शब्दों के साथ छेड़खानी करने की भी प्रथा है तथा मनोरंजन के लिए भाषा में तोड़-फोड़ करने की भी प्रवृत्ति है। विशेषज्ञों से इन बिंदुओं पर विचार-विमर्श करने की अपेक्षा है।

डॉ. महावीर सिंह
माध्यम विशेषज्ञ

5/12, झरनेश्वर कॉम्प्लेक्स
जवाहर चौक, भोपाल-462003
मो. 9329042672

भारत में हिंदी पत्रकारिता और शब्दावली सृजन

डॉ. गोपा बागची

परिचय

आज हिंदी एक देश में नहीं अपितु यह कई देशों में बोली और समझी जाती है, अर्थात् वैश्वीकरण के युग में आज हिंदी वैश्विक भाषा के रूप में विकसित हो रही है। वैश्वीकरण पर इस सदी के प्रमुख विचारक नोम चोम्सकी का कहना है कि “सैद्धान्तिक रूप से वैश्वीकरण शब्द का उपयोग आर्थिक वैश्वीकरण के नव उदार रूप का वर्णन करने से है।” वर्तमान में निजीकरण, उदारीकरण और विकसित देशों की भेदभाव पूर्ण नीति ने वैश्वीकरण के अर्थ को संकुचित सा कर दिया है। हालांकि सूचना प्रौद्योगिकीने वैश्वीकरण को एक अलग आयाम प्रदान किया है जिसमें न केवल वस्तुओं के उत्पादन-वितरण और विपणन का मार्ग विस्तृत हुआ है बल्कि भाषा के प्रयोग में भी विविधता के दर्शन हो रहे हैं। इसलिए यह कहना अतिशयोक्ति नहीं होगी कि वैश्वीकरण ने भी भारत में हिंदी पत्रकारिता के विकास का मार्ग प्रशस्त किया है, भले ही यह स्वार्थवश व्यापार हेतु किया गया हो लेकिन कहीं ना कहीं इसके फलस्वरूप हिंदी पत्रकारिता का वैश्विक विस्तार हो रहा है।

तभी तो आज हमारी सरकार हिंदी भाषा को संयुक्त राष्ट्र में आधिकारिक भाषा का दर्जा दिलाने हेतु प्रयत्नशील है। इस समय भारत से बाहर सौ से अधिक संस्थानों में हिंदी का पठन-पाठन इस बात का द्योतक है कि हिंदी मात्र पत्रकारिता और साहित्य की चीज नहीं वरन वह हृदयों को जोड़ने वाली ऊर्जा भी है और प्रेम की गंगा भी। हिंदी जो कभी देश प्रेम की अभिव्यक्ति का एक रूप था, वह आज़ादी के सात दशकों के बाद फिर से अपने उत्कर्ष की ओर अग्रसर होती दिख रही है। भले ही क्षेत्रीय राजनीतिक स्वार्थ की पूर्ति के लिए हिंदी की अबतक अनदेखी की जाती रही हो लेकिन भारत माता की वंदना के लिए आज भी हिंदी से बढ़िया अन्य कोई भाषा नहीं है।

मुंबई विश्वविद्यालय के डॉ. करुणाशंकर उपाध्याय अपनी पुस्तक "हिंदी का विश्व संदर्भ" में सारणीबद्ध आंकड़े देते हुए कहते हैं कि भारत एक उभरती हुई अर्थव्यवस्था है। यहां के पेशेवर युवा दुनिया के सभी देशों में पहुंच रहे हैं और दुनिया भर की बहुराष्ट्रीय कंपनियां भारत में निवेश के लिए आ रही हैं। इसलिए एक तरफ हिंदी भाषी दुनिया भर में फैल रहे हैं, तो दूसरी ओर बहुराष्ट्रीय कंपनियों को अपना व्यवसाय चलाने के लिए अपने कर्मचारियों को हिंदी सिखानी पड़ रही है। यदि हम हिंदी बोलने और समझने वाले आंकड़ों पर विश्वास करें तो संख्याबल के आधार पर हिंदी को आज विश्वभाषा माना जा सकता है। हिंदी में साहित्य-सृजन की परंपरा गंगा की अविरल धारा की भांति प्रवाहमान है। उसका काव्य साहित्य तो संस्कृत के बाद विश्व के श्रेष्ठतम साहित्य की क्षमता रखता है। उसमें लिखित

उपन्यास एवं समालोचना भी विश्वस्तरीय है। उसकी शब्द संपदा विपुल है। इसके पास पच्चीस लाख से ज्यादा शब्दों की सेना है। इसने अन्यान्य भाषाओं के बहुप्रयुक्त शब्दों को उदारतापूर्वक ग्रहण किया है।

राष्ट्रीय आंदोलन के दौरान हिंदी भाषा की पत्रकारिता ने राष्ट्र को एकता के सूत्र में पिरोने का कार्य किया था और उस समय हिंदी का सम्मान, दायरा लगातार विकसित हो रहा था, हालाँकि कालांतर में उपभोक्तावाद ने हिंदी भाषा के प्रचार-प्रसार पर नकारात्मक असर डाला। लेकिन हिंदी अपने स्वरूप, कार्यव्यवहार और आम जन की भाषा होने के कारण आज संयुक्त राष्ट्र में एक आधिकारिक भाषा के दर्जे को प्राप्त करने के लिए प्रयासरत है।

शोध अध्ययन की रूपरेखा

भारत सरकार के गृह मंत्रालय के राजभाषा विभाग की त्रैमासिक पत्रिका राजभाषा भारती एवं भारतीय संविधान में हिंदी तथा अन्य भाषाओं की स्थिति का अध्ययन इस शोध आलेख हेतु किया गया है। अध्ययन के उपरांत यह पाया गया कि अनुच्छेद 351 के अनुसार भारतीय संविधान में हिंदी को संघ की राजभाषा के रूप में मान्यता प्रदान करते हुये इस संबंध में अनुच्छेद 343 से 351 में प्रावधान किए गए हैं। इसमें हिंदी भाषा के विकास संबंधी अनुच्छेद 351 विशेष तौर पर उल्लेखनीय है जिसमें कहा गया है कि संघ का यह कर्तव्य होगा कि वह हिंदी भाषा का प्रसार बढ़ाए, उसका विकास करे ताकि वह भारत की संस्कृति के सभी तत्वों की अभिव्यक्ति का माध्यम बन सके। वहीं डॉ. माणिक मृगेश की पुस्तक समाचार पत्रों की भाषा में लेखक ने बताया है कि कैसे अलग-अलग अखबारों में क्षेत्रीय हिंदी शब्दों का प्रयोग किया जाता है। लेखक ने राजनीतिक व सामाजिक समाचारों का शैलीय पक्ष, विचलन और भाषागत वैभिन्य, विशिष्ट शैली, कोड मिश्रण, अंग्रेजी के शब्दों के हिंदीकरण पर भी चर्चा की है। एक अन्य पुस्तक जनसंचार माध्यम भाषा और साहित्य जिसमें सुधीश पचौरी ने जो विचार प्रस्तुत किए हैं उससे प्रस्तुत शोध आलेख में एक दृष्टिगत सहायता प्राप्त होती है, इसमें भाषा को आमजन के बीच कैसे प्रचलित कर मानकीकृत किया जाता है इसका बखूबी वर्णन किया गया है। वहीं हिंदी भाषा की संवैधानिक वस्तुस्थिति संबंधी जानकारी डॉ. दुर्गा दास बसु की पुस्तक भारत का संविधान- एक परिचय से प्राप्त की गई है। इसके अतिरिक्त भी कई अन्य पुस्तकों एवं इन्टरनेट पर उपलब्ध आलेखों का भी साभार आधार लिया गया है।

भारत में हिंदी पत्रकारिता का योगदान

भारत में पत्रकारिता की शुरुआत जेम्स आगस्टस हिक्की के विद्रोही तेवर के साथ हुई, हिक्की भारत के प्रथम पत्रकार थे जिन्होंने प्रेस की स्वतंत्रता के लिये ब्रिटिश सरकार से संघर्ष किया। संघर्ष की इस परंपरा का निर्वहन हमारे उन सभी राष्ट्रीय आंदोलनकारी पत्रकारों ने तब तक जारी रखा, जब तक की हमें आज़ादी नहीं मिली। हिंदी पत्रकारिता जगत में पंडित जुगल किशोर शुक्ल और भारतेन्दु से लेकर तिलक, द्विवेदी, विद्यार्थी, माखनलाल और गांधी जैसे अनेक पत्रकारों ने जिस परंपरा का पालन पोषण किया, आज भी उसी परंपरा के निर्वह की अपेक्षा हमारे समकालीन पत्रकार बंधुओं से की जाती है। आज भी हम उसी गौरवमयी पत्रकारिता के नैतिक मूल्यों का हवाला देकर किसी पत्रकार को कसौटी पर कसते हैं जिसका निर्माण राष्ट्रीय आंदोलन के दौरान हुआ था। वैसे, वर्तमान में आज कई आचार संहिताएं और

पत्रकारिता समूहों द्वारा स्व-निर्मित संस्थाएं भी हैं जो समकालीन पत्रकारों के कार्य-व्यवहार पर सम्यक दृष्टि रखते हैं और यदि जरूरी हुआ तो उसकी आलोचना भी करते हैं।

भारत में हिंदी भाषा के समाचार पत्रों पर एक नज़र डालते हैं जिससे वैश्विक परिदृश्य में हिंदी पत्रकारिता को समझने में आसानी होगी। केएमपीजी रिपोर्ट के अनुसार, नीचे दिए गए ग्राफ से स्पष्ट होता है की अंग्रेजी मीडिया के बाज़ार की 4.9% की तुलना में हिंदी मीडिया का बाज़ार 9.4% यानि करीब दुगुनी गति से आगे बढ़ रहा है जो वैश्वीकरण का परिणाम कहा जा सकता है। हम कह सकते हैं की भारत में हिंदी पत्रकारिता का विकास तेज़ी से हो रहा है।

Print media language market mix												
INR billion	2011	2012	2013	2014	2015	Growth in 2015	2016P	2017P	2018P	2019P	2020P	CAGR (2015-2020)
English market	83	86	91	96	101	4.9%	105	109	113	117	121	3.8%
Advertising	57	59	62	65	69	4.7%	72	75	79	82	86	4.6%
Circulation	26	27	29	31	32	5.2%	33	34	34	35	36	2.0%
Hindi market	62	68	75	83	91	9.4%	101	111	122	133	145	9.6%
Advertising	41	45	50	54	59	8.2%	64	71	79	87	95	10.2%
Circulation	22	24	26	29	32	11.7%	36	40	43	46	49	8.7%
Vernacular market	63	69	76	84	91	9.0%	100	110	121	133	146	9.9%
Advertising	42	46	51	57	62	9.5%	68	76	85	94	105	11.1%
Circulation	21	24	26	27	29	8.0%	32	34	37	39	42	7.3%
Total print market	209	224	243	263	283	7.6%	305	330	356	384	412	7.8%

Source: KPMG in India analysis, Industry discussions conducted by KPMG in India.

यदि पंजीकृत प्रकाशनों को देखा जाए तो हिंदी के प्रकाशनों का प्रतिशत आधे से अधिक रहा है, इस आंकड़े से भी वर्तमान में हिंदी पत्रकारिता के महत्व का आकलन किया जा सकता है। अगले पृष्ठ के सर्कुलेशन चार्ट में यह स्पष्ट अवलोकित हो रहा है।

Circulation of registered publications in FY14 and FY15

Year	English	Hindi	Vernacular
2014	15%	51%	34%
2015	13%	52%	35%

Excluding bilingual and multilingual publications

Source: The Registrar of Newspapers in India. Annual Report FY14 ended March 2014; Annual Report FY15 ended 31 March 2015

आज भारत में हिंदी पत्रों का प्रसार सबसे ज्यादा है। अगर भारत में प्रकाशित सभी दैनिक पत्रों की संख्या को सम्मिलित करके देखा जाए तो हिंदी पत्र-पत्रिकाओं की प्रसार संख्या बहुत अधिक कही जा सकती है। नीचे दिये गए चित्र सारणी में पाँच सबसे ज्यादा प्रसार वाले पत्र में चार हिंदी के समाचार पत्र को देख कर इस बात को समझा जा सकता है।

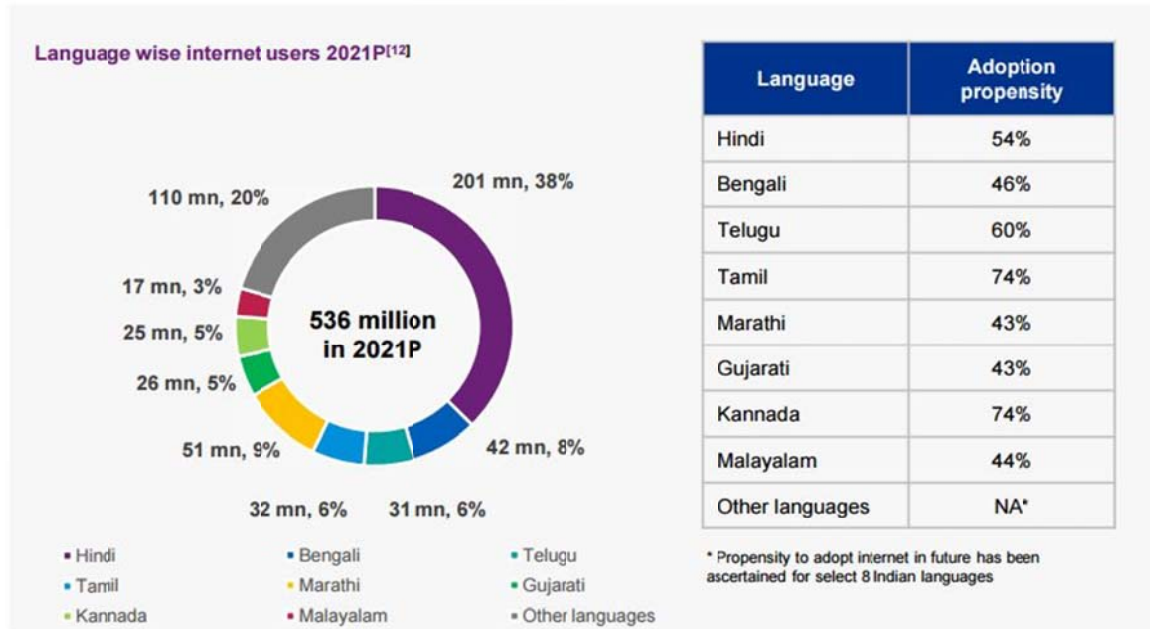


AUDIT BUREAU OF CIRCULATIONS

Highest Circulated amongst ABC Member Publications (across languages)

Sr. No.	Title	Language	Average Qualifying Sales Jul-Dec 2015	Average Qualifying Sales Jan-Jun 2015
Daily Newspapers (amongst member publications)				
1	Dainik Bhaskar	Hindi	3,818,477	3,669,616
2	Dainik Jagran	Hindi	3,307,517	3,182,160
3	The Times of India	English	3,057,678	3,049,920
4	Amar Ujala	Hindi	2,935,111	2,490,639
5	Hindustan	Hindi	2,409,604	2,472,170

वहीं भारत में इंटरनेट उपयोगकर्ता पर नज़र डाले तो भी हिंदी पत्रकारिता का उज्ज्वल भविष्य ही नज़र आता है।



12.KPMG in India analysis, April 2017

समाज से हर पहलू और आत्मीयता के साथ जुड़ाव के कारण ही पत्रकारिता को आज **कला का दर्जा** प्राप्त है। पत्रकारिता का क्षेत्र अत्यन्त व्यापकता लिए हुए है इसलिए इसे सीमित शब्दावली में बांधना कठिन महसूस होता है। पत्रकारिता को सामान्य अर्थों में परिभाषित करना बड़ा ही कठिन कार्य है, फिर भी कुछ विद्वानों ने इसे सरल रूप से परिभाषित करने का प्रयास किया है, जैसी महात्मा गाँधी के अनुसार- पत्रकारिता का अर्थ सेवा करना है। अब यह सेवा किस रूप में हो, इसकी व्याख्या अलग अलग प्रकार से अनेक लोगों द्वारा की गई है।

सबसे पहले चर्चा आचार्य महावीर प्रसाद द्विवेदी जी के बारे में, जिन्हे हिंदी पत्रकारिता का आधार पुरुष कहा जाता है। हिंदी के प्रति उनकी धारणा इतनी दृढ़ थी कि वे उसे सुगठित, सुव्यवस्थित और सर्वमान्य स्वरूप प्रदान करना चाहते थे। 'सरस्वती' के माध्यम से उन्होंने हिंदी को नई गति और शक्ति देने का जो कार्य किया, उसका आज भी कोई सानी नहीं है। अपनी दृढ़ता के चलते ही उन्होंने अनेक

पत्रकारों और साहित्यकारों को खड़ीबोली हिंदी में लिखने के लिए प्रेरित किया और 'सरस्वती' में छापकर उन्हें स्थापित किया। द्विवेदी जी ने हिंदी भाषा के शब्दों के परिष्कार का अथक प्रयत्न किया और हिंदी में लेखकों तथा कवियों की एक भावी पीढ़ी तैयार की।

कभी आचार्य महावीर प्रसाद द्विवेदी ने कहा था कि 'हिंदी' किसी भाषा के अधीन ना हो क्योंकि अधीन भाषा हो या समाज हो या देश, वह कभी भी विकास नहीं कर सकेगा। वैसे भी हिंदी सामाजिक मेल मिलाप की ऐसी भाषा है जिसमें एक तरफ संस्कृत की शक्ति है तो दूसरी तरफ अरबी, फारसी, अंग्रेजी, उर्दू से उसने शब्द ग्रहण किए और जन भाषाएं यथा अवधी, भोजपुरी, ब्रज आदि तो उसके रक्त में भरपूर घुले-मिले हैं। इसलिए उन्होंने जोर देकर कहा है कि संस्कृत, फारसी, अंग्रेजी आदि भाषाओं के जो शब्द प्रचलित हो गए हैं उनका प्रयोग हिंदी में होना ही चाहिए। हिंदी की बोलियों और अन्य भारतीय भाषाओं को हिंदी की अधीनता के नज़रिये से देखने के अपेक्षा हिंदी की ग्रहणशीलता के नज़रिये से देखे जाने की जरूरत है, क्योंकि कोई भी भाषा अपनी नम्रता, मेलजोल एवं अन्य भाषा के शब्दों को आत्मसात करने से ही सम्पन्न बनती है ना कि उससे प्रतिद्वंदिता करने से।

छत्तीसगढ़ के माधवराव सप्रे जी राष्ट्रीयता के प्रतिमूर्ति थे, उनकी हिंदी निष्ठा अपराजेय थी। उनका कहना था, 'मैं महाराष्ट्र से हूँ, परंतु हिंदी के विषय में मुझे उतना ही अभिमान है जितना किसी भी हिंदी भाषी को हो सकता है। मैं चाहता हूँ कि इस राष्ट्रभाषा के सामने भारतवर्ष का प्रत्येक व्यक्ति इस बात को भूल जाए कि मैं महाराष्ट्रीय हूँ, बंगाली हूँ, गुजराती हूँ या मद्रासी हूँ।'

वहीं हिंदी के मूर्धन्य कथाकार 'प्रेमचंद' का एक प्रेरक स्वरूप उनके जागरूक पत्रकार होने का भी है। 'माधुरी' और 'हंस' जैसी पत्रिकाओं का संपादन करके उन्होंने अपनी इस प्रतिभा का भी उत्कृष्ट उदाहरण पेश किया और हिंदुस्तानी शैली को सभी लोगों के बीच लोकप्रिय बनाने का महत्वपूर्ण कार्य किया।

'पत्रकार और पत्रकारिता शब्दावली' पर आलेख में बाबूराव विष्णुराव पराइकर जी के नाम की चर्चा ना हो तो कोई भी आलेख पूरा नहीं कहा जा सकता, क्योंकि हिंदी के मासिक पत्रों के संपादन में जो ख्याति महावीर प्रसाद द्विवेदी और प्रेमचंद की है, वैसी ही ख्याति दैनिक पत्रों के संपादन में बाबूराव विष्णुराव पराइकर जी ('आज') की भी है। दैनिक हिंदी पत्रकारिता के वे आदि-पुरुष कहे जाते हैं। उन्होंने हिंदी भाषा का मानकीकरण ही नहीं, आधुनिकीकरण भी किया और पत्रकारिता के जरिए हिंदी की पारिभाषिक शब्द संपदा में अभूतपूर्व योगदान दिया। शब्द गढ़ना एक बात है और शब्दों को लोकप्रिय करके किसी प्रयुक्ति का अंग बना देना दूसरी बात है। पराइकर जी ने इस दूसरी बात को संभव करके दिखाया है। इसलिए पत्रकारिता और हिंदी शब्दावली निर्माण में बाबूराव विष्णुराव पराइकर जी के योगदान को हमेशा याद रखा जाएगा।

पत्रकारिता शब्दावली पर विचार

भाषा की समस्त इकाइयों में शब्दों की सर्वाधिक महत्ता है। संस्कृत भाषा में शब्द को ब्रह्म कह कर इसकी श्रेष्ठता सिद्ध की गई है। भर्तृहरि ने तो 'शब्द प्रयोग' को ही भाषा कहकर शब्द का महत्व प्रतिपादित किया है। परंतु वर्तमान वैज्ञानिक, तकनीकी, मीडिया के इस युग में संचार माध्यमों से विविध भाषाओं के गढ़े-अनगढ़े शब्दों का प्रयोग बढ़ता ही नहीं बल्कि लोकप्रिय भी होता जा रहा है ऐसे में

पत्रकारिता शब्दावली पर विचार करना आवश्यक प्रतीत होता है। किसी भी भाषा को जीवंत बनाए रखने के लिये उसमें नए-नए प्रयोग होते रहने चाहिए। उसमें नये-नये शब्द जुड़ते रहने चाहिये। 'चक्काजाम' और 'लाठीचार्ज' कुछ ऐसे ही शब्द हैं जिनमें दो भाषाओं का स्पष्ट मिश्रण दिखता है। इसी प्रकार 'रोजगारोन्मुख' शब्द, जो उर्दू और हिंदी के मिश्रण से बना है। यह बात बहुत ही स्पष्ट है कि भाषा संवाद के लिये होती है, वहीं यदि भाषा में उदारता रहेगी और यह समय के अनुसार बदलती रहेगी तो जीवंत भी रहेगी; अन्यथा, मर जायेगी।

हिंदी की पारिभाषिक एवं तकनीकी शब्दावली में सूचना क्रांति के बाद तेजी से परिवर्तन हुए हैं। पत्रकारिता शब्दावली में इंटरनेट और वेब मीडिया प्रतिपल परिवर्तन ला रहे हैं। डिजिटल तकनीक से आए सूचना के इस महाजाल में हिंदी के शब्दों को विदेशी शब्दों से प्रतिपल रू-ब-रू होना पड़ रहा है। सन् 2000 के बाद पत्रकारिता, साहित्य और मीडिया के विविध क्षेत्र तेजी से विकसित हुए हैं। मीडिया पर सूचना प्रौद्योगिकी का वर्चस्व बढ़ा है। समाचार-संकलन से लेकर प्रिंट होने तक, मोबाइल फोन, इंटरनेट, लैपटॉप, मॉडम, इत्यादि साधनों का लगातार प्रयोग किया जा रहा है। समाचारपत्र के कार्यालय अब कम्प्यूटर पर आधारित हैं।

प्रिंट मीडिया के साथ-साथ इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में भी हिंदी के तकनीकी-शब्दों की संख्या तेजी से बढ़े हैं। आज अंग्रेजी के व्यापक प्रभाव के कारण अनेक तकनीकी शब्दों को ज्यों का त्यों ग्रहण कर लिया जाता है। यह प्रवृत्ति लगातार जारी है। हालात यह हैं कि जब हम अपना नेट बंद कर रात्रि में सो जाते हैं तब भी सुबह उठने से पहले दर्जनों नए शब्द अलग अलग स्थानों से स्क्रीन पर आ जाते हैं। जाहिर है कि इंटरनेट और वेब पत्रकारिता में आ रहे ऐसे अंग्रेजी शब्दों को रोमन से देवनागरी में लिप्यंतरित किया जा रहा है।

सवाल यह उठता है कि क्या हम अंग्रेजी के शब्दों को ऐसे ही प्रतिदिन आने दें? तकनीकी और पारिभाषिक शब्दावली की प्रक्रिया को केवल सरकारी आयोग के भरोसे छोड़ना ठीक नहीं है। इसलिए पत्रकारिता कर रहे लोगों की जिम्मेदारी बनती है कि वे इसमें अपना योगदान दें। सुखद बात यह है कि लगातार कुछ लोग अपनी जिम्मेदारी निभाने आगे आ रहे हैं और इंटरनेट तथा वेब पत्रकारिता में नए-नए शब्द गढ़े जा रहे हैं। मेरा ऐसा मानना है कि आधुनिकता और तकनीक के कारण जो नए शब्द अंग्रेजी में आ रहे हैं, उसके हिंदीकरण के लिए आम जनता भी अपनी भूमिका निरंतर अदा कर रही है। पत्रकारिता और विज्ञापन जैसे क्षेत्रों में तो यह काम पहले से हो रहा है। हम सबसे पहले इंटरनेट की बात करें तो सूचना-तंत्र और पत्रकारिता को आम आदमी तक पहुंचाने की कवायद इस तकनीक ने सरल की है। दुनिया के अनेक अखबार अब इंटरनेट पर पढ़े जा सकते हैं। वहीं ब्लॉग-लेखन के काम ने समूची दुनिया में हलचल मचा दी है। सचमुच विश्व एक गाँव बन चुका है और आम आदमी अब सूचनाओं के लिए किसी सरकारी या गैर सरकारी तंत्र का मोहताज नहीं रहा है।

भारत में यदि वेब पत्रकारिता की बात करें तो यह ज्यादा पुरानी नहीं है। देश में सबसे पहले चेन्नई स्थित हिंदू अखबार ने अपना पहला इंटरनेट संस्करण जारी किया था। हिंदू का इंटरनेट संस्करण 1995 में आया था। इसके बाद 1998 तक तकरीबन 48 समाचार पत्रों ने अपने इंटरनेट संस्करण लांच किए, लेकिन मौजूदा समय में देखें तो लगभग सभी मुख्य समाचार पत्रों, समाचार पत्रिकाओं और टेलीविजन चैनलों ने नेट संस्करण मौजूद हैं।

निष्कर्ष

निष्कर्ष के रूप में कहा जा सकता है कि हिंदी के पत्रकारों ने समय के साथ चलते हुए और नवीनता के आग्रह को अपनाते हुए सामाजिक आवश्यकता के तहत हिंदी भाषा के विकास का कार्य अत्यंत तत्परता, वैज्ञानिकता और दूरदृष्टि से किया है। वहीं हिंदी पत्रकारिता ने सहज संप्रेषणीय भाषा में नई संकल्पनाओं को व्यक्त करने के लिए भाषा-निर्माण बिना किसी दबाव के करके दिखाया है, जिसे हिंदी भाषा में विकास की आदर्श स्थिति कही जा सकता है। इसी प्रकार हिंदी में नए नए शब्द गढ़े ही नहीं जाएंगे बल्कि अन्य भाषाओं से आत्मसात भी किए जा रहे हैं। इसलिए कहा जा सकता है कि हिंदी भाषा के उत्कर्ष का यह कार्य हिंदी पत्रकारिता में अनवरत जारी रहेगा।

संदर्भ सूची

- मिश्र, डॉ. अरुण प्रकाश (1989), *भाषा की भूमिका*, अहमदाबाद, संस्कृति प्रकाशन
- पचौरी, सुधीश (2009), *जनसंचार माध्यम भाषा और साहित्य*, नई दिल्ली, श्री नटराज प्रकाशन
- सिंह, अरुण कुमार, (2015), *मनोविज्ञान, समाजशास्त्र तथा शिक्षा में शोध विधियां*, मोतीलाल बनारसीदास प्रकाशन, दिल्ली.
- सिंह, डॉ. अशोक प्रताप (2013), *व्यावहारिक मनोविज्ञान*, Dorling Kindersley (India) Pvt. Ltd.
- स्मारिका (2015), दशवां विश्व हिंदी सम्मेलन, भोपाल
- उपाध्याय, करुणाशंकर (2016), *हिंदी का विश्व सन्दर्भ*
- Wimmer & Dominick, (2011). *Mass Media Research: An Introduction*- 9th edition, Cenagage
- Audit Bureau of Circulations, "Submission of circulation figures for the audit period July- December 2015" KMPG India-FICCI, Indian Media and Entertainment Industry Report, 2015 & 2017

वेबसाइट

- <http://www.rajbhasha.gov.in/hi/official-journals-articles>
- http://www.rajbhasha.nic.in/hi/official_language_policy
- <http://www.bharatdarshan.co.nz>
- <http://www.journalistcafe.com>
- <http://www.bharatdiscovery.org>
- <http://www.bbc.com/hindi>
- <http://www.dw.com/hi>
- http://asbmassindia.blogspot.in/2012/02/blog-post_8335.html
- <http://www.newswriters.in/2017/12/08/political-weapon/>
- <https://www.jansatta.com/national/un-system-not-allowing-to-make-hindi-one-of-the-un-languages-sushma-swaraj/538122/>

डॉ. गोपा बागची
विभागाध्यक्ष एवं एसोसिएट प्रोफेसर,
पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग,
गुरु घासीदास विश्वविद्यालय, बिलासपुर (छत्तीसगढ़)

राजनीतिक संचार और मीडिया साक्षरता में हिंदी एवं क्षेत्रीय भाषा की भूमिका

डॉ. रेणु सिंह

प्रस्तावना

संचार सामाजिक एवं राजनीतिक व्यवस्था को सुचारू रूप से चलाने का एक आवश्यक माध्यम है। संचार किसी भी सामाजिक एवं राजनीतिक व्यवस्था को क्रियाशील एवं गतिशील बनाता है। शासन की सभी व्यवस्थाओं जैसे- प्रभुत्ववादी, साम्यवादी, उदारवादी, लोकतंत्र इत्यादि में संचार रणनीति की विशेष महत्ता है। राजनीतिक कार्यों से संबंधित सामाजिक व्यवस्था के अंदर जितना भी संचार होता है, वह राजनीतिक संचार कहलाता है। लोकतांत्रिक व्यवस्था में राजनीतिक दलों या नेताओं को जनता या मतदाताओं से संचार करने की आवश्यकता पड़ती है और सभी राजनीतिक दल जनता से संवाद स्थापित कर अपनी-अपनी नीतियों, चुनावी घोषणा पत्र आदि जानकारी जनता तक पहुँचाते हैं। मैकनायर (2011) के अनुसार कुछ निर्धारित लक्ष्यों की पूर्ति के लिए राजनीतिक दलों एवं राजनीतिज्ञों द्वारा किए जाने वाले सभी प्रकार के संचार को राजनीतिक संचार कहते हैं। जब गैर राजनीतिक घटक जैसे वोटर या मीडियाकर्मी राजनीतिज्ञों से संचार करते हैं तथा जब इन राजनीतिक दलों या राजनीतिज्ञों के जीवन, विचार, व्यवहार या अन्य गतिविधियों पर खबरें प्रकाशित या प्रसारित होती हैं और एक प्रकार के राजनीतिक मुद्दों पर संवाद या विमर्श की स्थिति बनती है- उसे राजनीतिक संचार कहते हैं।

राजनीतिक संचार और जनमत निर्माण

लोकतंत्र में मतों के बहुमत के आधार पर ही सरकारों का चुनाव किया जाता है। राजनीतिक वर्ग को जनमत निर्माण के लिए अपने संदेश को ज़्यादा से ज़्यादा जनता तक पहुँचाने की आवश्यकता होती है, ताकि राजनीतिज्ञ उनके सामने अपना पक्ष रख सकें और उनका विश्वास जीत सकें। राजनीतिक पार्टी या नेता सीधे बहुत कम लोगों तक पहुँच पाते हैं, इसलिए अपनी सूचनाओं को अधिकतम लोगों तक पहुँचाने एवं उसे बार-बार दुहराने के लिए मीडिया की आवश्यकता पड़ती है। वॉल्टर लिप्पमेन (1922) के अनुसार संदेशों का बार-बार दुहराया जाना उन्हें ज़्यादा प्रभावशाली बनाता है क्योंकि “out of reach, out of sight, out of mind” जो हमें सामने दिखाई या सुनाई नहीं देता वह विचार या संदेश हम जल्दी ही भूल जाते हैं। अतः राजनीतिज्ञों को जनता को अपने पक्ष में लामबंद करने के लिए मीडिया की ज़रूरत होती है। राजनीतिज्ञ जनता द्वारा कई पारम्परिक माध्यमों द्वारा सीधे जुड़ते हैं- जैसे चुनावी रैलियाँ, भाषण, पार्टी कार्यकर्ता द्वारा अंतर्व्यक्तिक संचार, ओपिनीयन लीडर इत्यादि। समाचार पत्र, समाचार चैनल, राजनीतिक विज्ञापन, ब्रोशर, पैम्पलेट या होर्डिंग राजनीतिज्ञ के इन्हीं संदेशों को व्यापक रूप से अपने लक्षित पाठक, स्रोत या दर्शक के बीच में पुनः पेश करते हैं ताकि संदेशों की आवृत्ति बार बार होती रहें।

मीडिया, राजनीति और उद्योग में अंतरसंबंध

लिप्पमेन (1922) के अनुसार जनमत निर्माण एक कृत्रिम रूप से सहमति निर्माण की प्रक्रिया हो सकती है जिसमें तथ्यों को अपने फायदे के अनुसार तोड़-मरोड़ करके पेश किया जा सकता है और लोगों को अपनी बात मनवाई जा सकती है। राजनीति का अभिप्राय सत्ता और शक्ति माना जाता है और शक्तिशाली बनने के सभी इच्छुक होते हैं। भारत में “राडिया टेप्स” (2010) प्रकरण ने पूरे देश को हिलाकर रख दिया था जहाँ यह पाया गया कि किस तरह से उद्योग जगत, राजनितज्ञ और मीडिया कर्मी मिलकर कई मुख्य नीतियों एवं नियमों जैसे मंत्री पद की नियुक्तियों जैसे फ़ैसलो को अपने फ़ायदे के अनुसार तोड़-मरोड़ रहे थे। इस तरह के प्रकरण आए दिन दिखते हैं जहाँ यह पाया जाता है कि उद्योग जगत राजनीतिक फ़ैसलों में हस्तक्षेप करने की कोशिश करते हैं। असोसीएशन फ़ॉर डेमोक्रेटिक रिफ़ॉर्मस के एक रिपोर्ट¹ के अनुसार राजनीतिक दलों के चुनावी अभियान में होने वाले खर्च का एक बड़ा हिस्सा उद्योग जगत द्वारा दिए गए दान एवं चंदे द्वारा आता है। उद्योग जगत अपने पसंदीदा राजनीतिक दल को सत्ता में रखना चाहते हैं ताकि उनके द्वारा बनाए नीति नियम उद्योग जगत के हित के अनुरूप रहें। परंतु सत्ता की शक्ति को हासिल करने के लिए एक लोकतांत्रिक देश में मतों के बहुमत को प्राप्त करना आवश्यक होता है और बहुमत प्राप्त करने के लिए राजनीतिज्ञों और उद्योग जगत को मीडिया पर निर्भर होना पड़ता है।

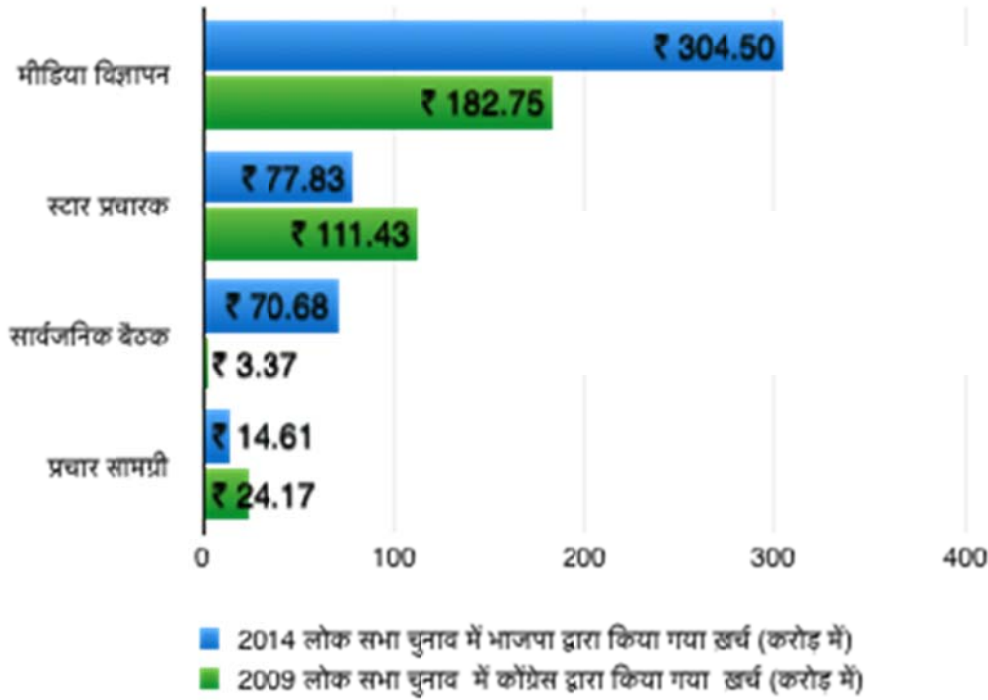
ज़्यादातर मीडिया घरानों का स्वामित्व उद्योगपतियों के हाथ में ही होते हैं, इसलिए मीडिया के निष्पक्ष भूमिका को प्रभावित करने की संभावनाएँ बढ़ जाती हैं ताकि अपने हित में सहमति का निर्माण किया जा सके। चुनावी अभियान पर होने वाले खर्चों का विवरण भी देखा जाए तो यह पता चलता है कि राजनीतिक दल चुनाव के समय सबसे ज़्यादा खर्च मीडिया प्रचार प्रसार तथा मीडिया विज्ञापन पर करते हैं। चुनाव आयोग² के अनुसार लोक सभा चुनाव 2014 में भाजपा ने लगभग 714 करोड़ और कांग्रेस ने 516 करोड़ रुपए खर्च किए थे। लोक सभा 2014 और लोक सभा 2009 में भाजपा और कांग्रेस द्वारा चुनाव में किए खर्च की तुलना की जाए तो (ग्राफ़:01)³ यह पाया गया कि दोनों ही चुनाव में विजेता राजनीतिक दल ने मुख्य रूप से खर्च मीडिया विज्ञापन पर किया था। मीडिया विज्ञापन पर लोक सभा चुनाव 2009 की अपेक्षा लोक सभा चुनाव 2014 में लगभग दो गुना ज़्यादा खर्च किया गया था। मीडिया विज्ञापन पर होने वाले खर्च ही यह स्पष्ट करते हैं कि मीडिया जनमत निर्माण करने में सहायक होते हैं और सूचनाओं के प्रचार प्रसार में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

¹ Analysis of Sources of Funding of Regional Parties of India, FY 2016-17. As in <https://www.hindustantimes.com/india-news/bjp-received-89-of-corporate-donations-in-2016-17-shows-adr-report/story-cIRkhaanWFFblZJTXiVGaO.html>

² <https://timesofindia.indiatimes.com/india/BJP-spent-over-Rs-714-crore-Congress-Rs-516-crore-in-2014-elections/articleshow/45911356.cms>

³ <https://qz.com/india/327771/it-cost-narendra-modi-100-million-to-win-the-indian-election-heres-how-he-spent-it/>

ग्राफ़:01 2014 एवं 2009 लोकसभा चुनाव में विजेता पार्टी द्वारा मुख्य घटकों पर किया गया व्यय



मीडियाकरण सिद्धांत और मीडिया साक्षरता की आवश्यकता

मीडिया का प्रमुख कार्य समाज को सूचना देना, उन्हें शिक्षित करना और उनका मनोरंजन करना है। मीडिया के द्वारा संदेश या विज्ञापन जिस तरह से आम जनता को दिया जाता है, उसमें मिलावट की संभावना बढ़ गई है। मीडिया अपनी मध्यस्थता (Mediation) की स्थिति को छोड़ते हुए खबरों की व्याख्यात्मक टिप्पणी और कथित वास्तविकता गढ़ने लगा है। मीडिया की इस प्रवृत्ति को मीडियाकरण (Mediatisation) कहते हैं। विभिन्न मीडिया घरानों के मध्य बढ़ती प्रतिद्वंद्विता, दर्शकों का खंडीकरण, मीडिया में प्रयोग होने वाले नित नई तकनीक, मीडिया को सुचारू रूप से चलाने के लिए बढ़ते खर्च, राजनीतिज्ञों एवं औद्योगिक घरानों के मीडिया से बदलते रिश्तों आदि ने मीडियाकरण संस्कृति को बढ़ावा दिया है। आज के मीडिया मुद्दों की रिपोर्टिंग करने के बजाय नेताओं की बयानबाज़ी और उनकी दिनचर्या आदि विषयों पर केंद्रित होते जा रहा है। अर्थात् मीडिया संस्थागत राजनीति के बजाय व्यक्तिगत राजनीति को महत्व देने लगी है। इस तरह के कवरेज पाठकों/ दर्शकों को राजनीतिक मुद्दों पर वस्तुनिष्ठ सूचनाएँ प्रदान नहीं करते जबकि यह एक प्रकार से किसी व्यक्ति विशेष की ब्रैंडिंग या विपणन रणनीति का हिस्सा प्रतीत होने लगा है। चूँकि ज्यादातर दर्शक सूचनाओं के इस बदलते स्वरूप को समझ नहीं पाते और संचार माध्यमों की विश्वसनीयता पर विश्वास करते हैं, इसलिए समाचार पत्रों या समाचार चैनलों द्वारा आने वाले संदेशों पर पूरी तरह से विश्वास करते हैं। वे वस्तुनिष्ठ और व्यक्तिपरक सूचनाओं में अंतर नहीं कर पाते और चुनावी अभियान के विपणन रणनीति के आसान शिकार बन जाते हैं। आज देश को केवल पूर्ण रूप से साक्षर बनाने के साथ ही मीडिया साक्षर बनाना भी आवश्यक है। मीडिया जिस

तरह हमारे जीवन का हिस्सा बन गई है, उसके सकारात्मक पक्ष के साथ-साथ हमें उसके नकारात्मक पक्ष के लिए भी खुद को तैयार करना होगा। मीडिया साक्षरता (Media Literacy) से तात्पर्य लोगों की उस क्षमता से है जो उन्हें विविध प्रकार के मीडिया के संदेशों का विश्लेषण करने, मूल्यांकन करने तथा सृजन करने के योग्य बनाती है। अतः आज के मीडियाकरण समय में मीडिया साक्षरता की आवश्यकता बहुत ज्यादा बढ़ गई है।

संचार में भाषा एवं दृश्य का महत्त्व

राजनीतिक संचार का लक्षित समूह एक न्यूनतम स्तर की पढ़ाई-लिखाई किए हुए हाशिए के व्यक्ति से लेकर देश के बौद्धिक वर्ग - सभी के लिए केन्द्रित होता है। अतः इसे बहुत ही सरल और प्रदेश के लोकप्रिय भाषाओं में सम्प्रेषित किया जाता है ताकि ज्यादा से ज्यादा लोग इसे समझे। जनमत निर्माण के तीन चरण होते हैं - किसी मुद्दे का उदय, मुद्दे पर विमर्श तथा मुद्दे पर सहमति निर्माण का शुरु होना। मीडिया के एजेंडा सेटिंग सिद्धांत के अनुसार मीडिया इस बात के लिए मजबूर नहीं कर सकती कि उसके पाठक/ दर्शक किस मुद्दे पर कैसे विचार रखे, परंतु वह इतनी प्रभावशाली अवश्य है कि जनता किस मुद्दे पर विमर्श करें यह तय करती है (कोहेन, 1963)। मीडिया कितनी बार अपने एजेंडा सेटिंग सिद्धांत के साथ-साथ अपने निजी हितों के लिए मुद्दों को व्यक्तिपरक बना देती है। यानी मीडिया मुद्दों पर बहस करते वक्त सांकेतिक भाषा, चित्रों या दृश्यों द्वारा अपने निजी एजेंडा को मज़बूती देती हैं और अपने मीडिया एजेंडा को पब्लिक एजेंडा बना देती हैं। मीडिया की इस भूमिका को एजेंडा सेटिंग का दूसरा स्तर भी कहते हैं। अर्थात् एजेंडा सेटिंग सिद्धांत के अनुसार मीडिया मुद्दों का चुनाव करती है परंतु उस मुद्दे को किस तरह की भाषा, चित्र या दृश्य के साथ कैसे पेश किया गया, वह यह दर्शाता है कि उस मुद्दे पर किस प्रकार की राय कायम की जाए। (मैककोम्ब्स, शॉ & वीवर, 1997)

चुनाव के दौरान भाषा का खेल समाचार पत्रों / समाचार चैनलों पर अधिक देखने को मिलता है। खबरों को बेचने के दबाव की वजह से उसे सनसनीखेज़ और मनोरंजक बना दिया जाता है। भाव पैदा करने वाले शब्दों का दृश्य के साथ प्रयोग किया जाता है जिससे पाठक / दर्शक उस मुद्दे के साथ एक जुड़ाव महसूस कर सके। इसके साथ ही राजनीतिज्ञों को कई उपनामों या विशेषण के साथ प्रस्तुत किया जाता है- जैसे महारथी, बाहुबली, मज़बूत नेता इत्यादि। अगर पाठक / दर्शक लगातार ये विशेषण अगर किसी राजनेता के साथ जुड़ते हुए पढ़ते / देखते हैं तब कहीं ना कहीं परोक्ष रूप से उनके मस्तिष्क में उस राजनेता की छवि के साथ ये विशेषण हमेशा के लिए जुड़ जाएँगे और खुद उन्हें पता भी नहीं चलेगा कि उन्होंने उस नेता के लिए ऐसी छवि अपने दिमाग में कैसे बना ली। कई बार मीडियाकर्मी अनजाने में इस भाषा का प्रयोग करते या कई बार वे खुद राजनीतिज्ञों के व्यक्तित्व से प्रभावित दिखते हैं। अपनी भाषा को ज्यादा ज्वलंत, रोचक और प्रभावी बनाने के चक्कर में मीडियाकर्मी कितनी बार अलंकृत और निर्णायक वाक्यों का प्रयोग करते हैं, जिससे पाठक / दर्शक की दृष्टिकोण पर असर पड़ता है।

मीडिया विज्ञापन राजनीतिक विपणन और ब्रैंडिंग का एक सशक्त माध्यम है। एक विज्ञापन के लिए भाषा और चित्र/ दृश्य बेहद अहम भूमिका निभाते हैं। विज्ञापन ज्यादातर अपने राजनेता की सकारात्मक छवि, उनकी उपलब्धियाँ या अपने विरोधी के नकारात्मक पक्ष को दिखाने की कोशिश करता है। विज्ञापन की भाषा सरल होती है और जल्द ही जुबान पर चढ़ जाती है। विज्ञापन निर्माण में कम से



कम परंतु सरल एवं प्रभावशाली शब्दों का चयन किया जाता है ताकि एक साथ भावनात्मक आग्रह, तर्क एवं सरलता उभर कर आएँ और जनता संदेशों को आसानी से समझ जाए। विज्ञापन ज्यादातर उपमा या अनुप्राश अलंकार का प्रयोग कर कम शब्दों में ज्यादा प्रभावशाली बन जाते हैं। उत्तर प्रदेश विधान सभा चुनाव (2017) में प्रयोग किए गए चुनावी नारे : 'काम बोलता है', 'परिवर्तन लाएँगे, कमल खिलाएँगे' या 'बाप- बेटे के ड्रामे

हजार, नहीं चाहिए ऐसी सरकार' इत्यादि इसके प्रमुख उदाहरण हैं। यह भी पाया गया कि उत्तर प्रदेश विधान सभा चुनाव (2017) में हिंदी में बनाए गए विज्ञापनों को उसी रूप में अंग्रेज़ी या अन्य भाषाओं के समाचारपत्रों में प्रकाशित किया गया। यानी चुनावी अभियान के समय अंग्रेज़ी अखबार पढ़ने वालों को भी हिंदी के ही राजनीतिक विज्ञापन समाचार पत्रों में देखने को मिले थे। विज्ञापन के शब्दों या भाषा का चयन पूरी तरह से सोच-विचार करके वहाँ की बोली एवं संस्कृति को ध्यान में रखते हुए बनाया जाता है। बिहार विधान सभा चुनाव 2015 के कुछ लोकप्रिय नारे जैसे : 'झाँसे में ना आएँगे, नीतिशे को जिताएँगे' या 'बहुत हुआ जुमलों का वार, फिर से एक बार नीतीश कुमार' ऐसे उदाहरण हैं जहाँ 'झाँसा' या 'जुमलों' शब्द का अनुवाद तो सम्भव था परंतु चुनावी चर्चाओं में इन शब्दों की लोकप्रियता उतनी नहीं होती जितनी ये अपने मूल रूप में रहकर प्रभावी हुए थे। इस नारे में 'नीतिशे' शब्द का प्रयोग सोची-समझी रणनीति के साथ बिहार की भोजपुरी भाषा को सम्मिलित किया गया था ताकि ये नारा जनता की आवाज़ बन जाएँ। अतः यह कहा जा सकता है कि किसी हिंदी या क्षेत्रीय प्रदेश का व्यक्ति भले ही अंग्रेज़ी बोल, पढ़ या देख रहा हो परंतु उसकी सोच को प्रभावित करने की सर्वोत्तम भाषा उसकी मातृभाषा ही होती है।



राजनीतिक संचार एवं मीडिया साक्षरता के लिए हिंदी एवं क्षेत्रीय भाषा की भूमिका

राजनीतिक संचार के इन सभी माँगों को पूरा कर पाना किसी विदेशी या गैर-मातृभाषा के बस की बात नहीं है। जनमत निर्माण के लिए राजनीतिक संचार के शब्दों के चयन में बहुत सावधानी बरतनी पड़ती है- क्योंकि भाषा एवं शब्दों में आत्मीयता होगी तभी वे पाठक/दर्शक को अपनी ओर आकर्षित कर पाते हैं। भाषा का एकमात्र उद्देश्य पाठक/दर्शक का ध्यान आकर्षित करना ही नहीं होता अपितु भाषा विश्वसनीयता उत्पन्न करने का भी काम करती हैं। ज्यादातर विज्ञापन या राजनीतिक खबरें मुख्यतः अलंकार या विशेषण का प्रयोग कर लोगों के दृष्टिकोण को प्रभावित करने की कोशिश करते हैं। परंतु

आम जनता इस अलंकृत भाषा को तभी बेहतर समझ पाएगी जब ये संचार उनकी अपनी भाषा में हो रहे हों।

अगर इस तरीके से प्रायोजित रूप से लगातार पाठक/दर्शक के दिमाग को प्रभावित करने की साजिस रची जाती है जिसमें राजनीतिक पार्टियाँ, उद्योगपति एवं मीडिया घराने लगे रहते हैं, तब यह ज़रूरी है एक स्वस्थ लोकतंत्र में वोटर किसी के हाथ का खिलौना ना बने। वोटर अपने मस्तिष्क का बेहतर प्रयोग कर अपने तर्कों की समीक्षा करके अपने उम्मीदवार का चुनाव करे। वोटर मीडिया का प्रयोग करके सूचनाएँ तो प्राप्त करें परंतु वे वस्तुनिष्ठ एवं व्यक्तिपरक सूचनाओं में अंतर कर पाने की स्थिति में हों, ताकि उन्हें न्यूनतम प्रभावित किया जा सके। भारत में अगर जनमत निर्माण करने का सर्वोत्तम माध्यम हिंदी या क्षेत्रीय भाषा है तो उन्हीं व्यक्तिपरक सूचनाओं के नकारात्मक स्वरूप के बारे में जनता को साक्षर या जागरूक बनाने का भी सर्वोत्तम तरीका हिंदी एवं क्षेत्रीय भाषा ही है।

मीडिया साक्षरता एवं वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग

स्वतंत्रता के पहले से ही भारतीय राजनीतिक एवं सांस्कृतिक मंचों पर ये विमर्श शुरू हो गए थे कि देश का संचालन एवं पठन-पाठन अपनी भाषा में किया जाए। शिक्षा का सर्वोत्तम माध्यम स्वभाषा ही होना चाहिए। भाषा शिक्षण का प्रमुख उद्देश्य भी यही है कि व्यक्ति साक्षर एवं प्रबुद्ध बनने के साथ-साथ अपने कार्य को सुचारू रूप से करने में सक्षम हो। इसलिए भारतीय नीति निर्माताओं ने देश की भाषाओं के उन्नयन पर जोर दिया। विज्ञान, तकनीकी, मानविकी या समाजिक विज्ञान के सभी विषयों में भारतीय भाषा में पारिभाषिक शब्दों के निर्माण की आवश्यकता का अनुभव किया गया। भारत के विभिन्न राज्यों एवं संस्थाओं द्वारा इन अकादमिक विषयों में हिंदी या अन्य क्षेत्रीय भाषाओं में किए गए कार्यों में समन्वय बनाने एवं विदेशी भाषाओं की वैज्ञानिक पुस्तकों का अनुवाद भारतीय भाषाओं में करने के लिए भाषाविद एवं वैज्ञानिकों के एक समर्पित समूह की ज़रूरत महसूस हुई। फलस्वरूप हिंदी या क्षेत्रीय भारतीय भाषाओं में शब्दावली निर्माण के लिए 1 अक्टूबर, 1961 को वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग की स्थापना की गई। (प्रशासनिक शब्दावली, 2016)

तकनीकी शब्दावली निर्माण से तात्पर्य है हिंदी और अन्य सभी भारतीय भाषाओं के वैज्ञानिक और तकनीकी शब्दों को परिभाषित करना एवं नए शब्दों का विकास करना ताकि सभी भारतीय भाषी एक तकनीकी शब्द का एक जैसा अर्थ निकाल सकें। शब्दावली निर्माण एक आसान और सहज प्रक्रिया नहीं है क्योंकि इसके साथ कई विसंगतियाँ जुड़ी हुई हैं। कुछ विद्वान शब्दावली को ज़्यादा से ज़्यादा संस्कृतनिष्ठ करना चाहते हैं, तो कुछ ने इसे उर्दू-फारसी और हिन्दुस्तानी कही जाने वाली भाषा में ढालना चाहते हैं। कुछ ऐसे भी विद्वान हैं जो अंग्रेजी के तकनीकी शब्दों को देवनागरी में लिप्यांतरण करते हैं परंतु इन सबसे वैज्ञानिक तथा तकनीकी विषयों के बहुयामी तथा विशाल शब्द भंडार को अपनी भाषा के व्याकरण, उसकी प्रकृति तथा विद्यार्थियों, प्राध्यापकों, शोधार्थियों, अनुवादकों, ग्रंथ लेखकों की आकांक्षाओं की पूर्ति नहीं हो पाती है। कितनी बार देखा गया कि एक ही तकनीकी शब्द के कई-कई पर्याय उपलब्ध होने से एक ऐसी अराजक स्थिति उत्पन्न हो गई जिसने शब्दावली निर्माण के नियोजन तथा प्रबंधन की ओर लोगों का ध्यान आकर्षित किया है।

मीडिया के विभिन्न विधाओं और उसके प्रभाव का प्रयोग बड़े ही सशक्त रूप से राजनीतिक संचार में देखने को मिलता है। अगर विज्ञापन का प्रयोग व्यवसायिक विपणन के लिए किया जाए तो ज्यादा से ज्यादा यह देखा जाता है कि एक वस्तु की खरीद-बिक्री पर असर पड़ता है, परंतु जब इसका प्रयोग राजनीतिक संचार के लिए जाता है और एक ग़लत राजनेता की ब्रैंडिंग की जाती है तो देश के भविष्य पर असर पड़ता है। इसलिए यह अति आवश्यक हो गया है कि मीडिया के अजेंडा सेटिंग सिद्धांत, जनमत निर्माण के तकनीक या प्रबोधन के तरीकों को जनता भली-भाँति समझे और इसके नकारात्मक प्रभाव से खुद को और देश को बचा सकें।

मीडिया साक्षरता के लिए आवश्यक है कि मीडिया की पढ़ाई स्कूल और कोलेजों में कराई जाए। स्कूल के बच्चों मीडिया विपण और विज्ञापन रणनीति के आसान शिकार होते हैं। आज चोकलेट से लेकर कार या जीवन बीमा तक के विज्ञापन में बच्चों को लक्षित किया जाता है क्योंकि आज बच्चे किसी भी निर्णय में भागीदारी निभाते हैं। अगर स्कूल में मीडिया साक्षरता विषय पर बच्चों को जागरूक किया जाए तब इस कदम के सकारात्मक परिणाम ही निकलेंगे। इसके अलावा कई नियोजित तरीके से संगोष्ठी, कार्यशाला, ओपिनीयन लीडर या अन्य विभिन्न योजनाओं द्वारा आम जनता को मीडिया साक्षर बनाया जा सकता है। परंतु इस आवश्यक विषय की शिक्षा को बढ़ावा तभी मिलेगा जब इस विषय पर क्षेत्रीय भाषा में अच्छी एवं मानक किताबें हों तथा इस विषय की तकनीकी शब्दावली समृद्ध हो। मीडिया विषय पर लगातार शोध की आवश्यकता है और जनमत निर्माण के नए- नए तरीकों को समझना ज़रूरी है। भारत में जिन विश्वविद्यालयों में हिंदी एवं क्षेत्रीय पत्रकारिता का पठन- पाठन एवं शोध होते हैं, वे वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग की ओर से प्रकाशित किताबों को मानक मानते हैं। अगर मीडिया सिद्धांतों एवं तकनीकों के लिए मानक शब्दावली बन जाती है तब उसके अनेक आयामों पर प्रासंगिक किताबें या शोध पत्र लिखना आसान हो जाएगा। भारतीय भाषाओं में मूल रूप से लिखे गए ये संग्रह ग्रंथ अपनी अवधारणा या उदाहरणों में भारतीय मीडिया संस्कृति एवं उसके व्यवहार को मुख्य रूप से उल्लेखित करेंगे, जिसे पढ़ना एवं समझना पाठकों के लिए आसान और रोचक होगा। वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग द्वारा प्रकाशित शोध पत्रिका भी सामाजिक विज्ञान के क्षेत्र में हिंदी भाषा में हो रहे शोध को बढ़ावा देती है। शोध पत्रिका *ज्ञान गरिमा सिंधु* मीडिया, समाज शास्त्र, राजनीति शास्त्र इत्यादि अनेक प्रासंगिक विषयों पर अकादमिक जगत में हो रहे शोध एवं सिद्धांतों को आम जनता के लिए प्रकाशित करती ताकि देश का बौद्धिक वर्ग अपने ज्ञान, अपने शोध प्रश्न, अपनी उपकल्पनाओं तथा अपने शोध-परिणाम के साथ-साथ अपने शोध-सुझाव से अकादमिक जगत, आम जनता या नीति निर्माताओं सभी को अवगत कराते हैं।

निष्कर्ष

सूचना समाज के युग में जहाँ सूचनाओं की बाढ़ आई हुई है, यह अति आवश्यक है कि हम यह समझे की हमारे लिए कौन सी सूचना ज़रूरी है, वस्तुनिष्ठ सूचनाएँ कौन सी है और किस सूचना द्वारा हमें प्रवाहित करने की कोशिश की जा रही है। साक्षर होना यह सुनिश्चित करता है, कि हम सूचनाओं को पढ़ और समझ सकें परंतु आज आवश्यकता है कि सूचनाओं के शाब्दिक अर्थ के साथ-साथ उसके सांकेतिक अर्थ और शब्दों के पीछे छुपे उद्देश्यों को भी समझा जाए। एक आम नागरिक से लेकर बौद्धिक वर्ग- सभी

के लिए मीडिया साक्षरता- एक अनिवार्य दक्षता का विषय बन गया है। इस शोध पत्र में मीडिया की एक विधा राजनीतिक संचार के जनमत निर्माण शैली पर विमर्श किया गया है। इस शोध द्वारा यह समझने की प्रयास किया गया है कि किस तरह एजेंडा सेटिंग सिद्धांत द्वारा सिर्फ यह तय नहीं किया जाता कि जनता किन मुद्दों पर बहस करें परंतु आज मीडिया अपने मूल काम से आगे बढ़कर एजेंडा सेटिंग सिद्धांत के दूसरे स्तर यानि पाठक/दर्शक मुद्दों पर सकारात्मक या नकारात्मक- कैसे विचार/मत बनाए- उसे भी तय करने लगी है। मीडिया भाषा और दृश्य की सहायता से हमारे मस्तिष्क और हमारे तर्क शक्ति को नियंत्रित करने की कोशिश करती है। मीडिया राजनीतिक सूचनाओं, विज्ञापन, रैली या चुनावी भाषणों के लिए मुख्य रूप से हिंदी एवं क्षेत्रीय भाषा का ही प्रयोग करती है। भारत में हिंदी एवं क्षेत्रीय भाषा आम जनता की भाषा है, इसलिए उसकी विश्वसनीयता और लोगों को प्रभावित करने की क्षमता ज्यादा होती है। इस शोध द्वारा यह अनुशंसा की गई है कि अगर सहमति निर्माण में क्षेत्रीय भाषा का महत्वपूर्ण योगदान होता है तब उस चुनावी प्रॉपगेंडा के खिलाफ लोगों को जागरूक एवं साक्षर बनाने का काम भी सफलता पूर्वक हिंदी एवं क्षेत्रीय भाषा के ज़रिए ही किया जा सकता है। हिंदी एवं क्षेत्रीय भाषाओं के लिए काम कर रहे देश के सभी संस्थानों को वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग जैसे विभाग के साथ समन्वय बनाकर भारतीय भाषा को और समृद्ध और शिक्षण एवं चिंतन के लिए लोकप्रिय माध्यम बनाने में अपनी सहभागिता करनी चाहिए।

संदर्भ

- Cohen, B.C. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, NJ: Princeton.
- Herman, S.E., & Chomsky, N. (1994). *Manufacturing Consent: the political economy of mass media*. New York: Pantheon Books.
- Kaid, L. L., & Holtz-Bacha, C. (Eds.). (2006). *The Sage handbook of political advertising*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Klapper, J. (1960). *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Harcourt Brace.
- Lilleker, G. D. (2006). *Key Concepts in Political Communication*. London : Sage Publication.
- Mc Combs, M., Shaw, D.L. & Weaver, D. (1997). *Communication and democracy: Exploring the intellectual frontiers in agenda-setting theory*. Yaweh, NJ: Erlbaum.
- McNair, B. (2011). *An Introduction to political communication* (5th ed.). London: Routledge publication.
- Prashaasnik shabdaavli* (2016). Delhi: Commission for Scientific & Technical Terminology.
- Analysis of Sources of Funding of Regional Parties of India, FY 2016-17. As in <https://www.hindustantimes.com/india-news/bjp-received-89-of-corporate-donations-in-2016-17-shows-ad-report/story-cIRkhaanWFFbIZJTXiVGaO.html>
- <https://timesofindia.indiatimes.com/india/BJP-spent-over-Rs-714-crore-Congress-Rs-516-crore-in-2014-elections/articleshow/45911356.cms>
- <https://qz.com/india/327771/it-cost-narendra-modi-100-million-to-win-the-indian-election-heres-how-he-spent-it/>

डॉ. रेणु सिंह,
सहायक प्रोफेसर, जनसंचार विभाग
महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय

खबरों का बाज़ार या बाज़ार में खबरें

- श्री सुधीर के रिंटन

‘समाचार’ और ‘पत्रकारिता’ दोनों शब्दों के अर्थ सिर्फ एक ‘घटनाक्रम’ या उसके ‘अवलोकन व प्रस्तुतीकरण की प्रक्रिया’ मात्र के इर्द-गिर्द नहीं घूमते हैं, वरन् एक पूरी प्रक्रिया के पूरक हैं जिसमें ‘नैतिक मूल्यों’, ‘सामाजिक सरोकारों’ और ‘नैसर्गिक न्याय’ का समावेश हो। समाचार सिर्फ हड़बड़ी में लिखा गया इतिहास नहीं, यह तत्कालीन समाज के लिए पथ प्रदर्शक, दिशा सूचक और सामाजिक, आर्थिक, राजनैतिक गतिविधियों का एक ऐसा दस्तावेज होता है जिससे भविष्य के सामाजिक, आर्थिक और राजनैतिक व्यवहार को नियंत्रित, गठित और परिभाषित किया जा सकता है। परन्तु आज बाजारोन्मुख मीडिया जगत क्या ऐसा कर पा रहा है? क्या संस्थान के हितों से आगे बढ़ कर समाज की आवश्यकता को मीडिया जगत अनदेखा नहीं कर रहा? और अगर ऐसा नहीं है तो समाचारों का जो हाल आज देखने को मिलता है वैसा कैसे संभव है?

डॉ राजहंस लिखते हैं कि मौजूदा समाज में पत्रकारिता के दो प्रमुख रूप दिखाई देते हैं, पहला सरलीकृत और दूसरा भावुकतावादी। इसमें ‘सत्य की खोज’ और ‘मनुष्यता की आवाज’ तलाशने वाले तर्कों पर बाजार प्रभावी तरीके से अपना आधिपत्य स्थापित कर चुका है, जाहिर है बाजार नियंत्रित समाचार, विचार और सूचनाएँ बाज़ार के सरोकारों से ज्यादा प्रभावित होंगे और बाज़ार की जरूरतों के मुताबिक ही होंगे। वातावरण कुछ ऐसा बन रहा है कि ‘नैसर्गिक न्याय’ का भाव रखते हुए भी बाज़ार सामाजिक सरोकारों पर प्रमुखता पा जाता है और नैतिक मूल्यों की परवाह भी वहीं तक संभव है जहाँ तक बाजार के हित प्रभावित न हों।

यह बात तो निर्विवाद रूप से सत्य है कि व्यावहारिकता के घोड़े पर सवार, रोज नए तर्कों और विचारधारा से प्रभावित आज की सामाजिक, आर्थिक और राजनैतिक व्यवस्था में पत्रकारिता ‘मिशन’ से ‘प्रोफेशन’ की ओर बढ़ चली है। ऐसे में खबरों को बाज़ार से अलग करके नहीं देखा जा सकता, और वो भी तब, जब श्रोता, दर्शक और पाठक सिर्फ उन्हीं खबरों के मोहताज नहीं जिसे मीडिया समय-समय पर अपनी समझ और जरूरत के मुताबिक बाज़ार में परोसता रहा है। आज का पाठक या दर्शक बहुत से समाचार स्रोतों से लगातार जुड़ा है और खबरों को अलग-अलग नज़रिए से देखने समझने का प्रयास करता है। शायद यही वजह है कि ‘वैचारिक अतिरेक’ से लेकर ‘ब्लू पेंसिलिंग’, ‘पेड-न्यूज’ व ‘एडवर्टोरियल’ जैसे बाज़ार के सभी हथकंडों की आम दर्शक न सिर्फ समीक्षा करता है, बल्कि विभिन्न अवसरों और प्लेटफार्मों पर उनके बारे में बेबाक रूप से लिखता भी है। आज पाठकों / दर्शकों का एक वर्ग ऐसा भी है

जो खबरों, मीडिया संस्थानों के साथ-साथ मीडिया कर्मियों के बारे में न सिर्फ एक राय रखता है बल्कि उनके वैचारिक मूल्यों, झुकावों और लगावों का पूरा व्योरा अपने-अपने तरीके से प्रचारित और प्रसारित भी करता है। आज बाज़ार की ज़रूरतें पाठकों / दर्शकों की अनदेखी कर पूरी कर पाना संभव नहीं है। आज का आम दर्शक भी मीडिया की विश्वसनीयता को लेकर आश्वस्त नहीं है, ऐसे में मीडिया के खबरों का संसार 'प्योर एंड पोइस' नहीं बचा। भारतीय समाज में आज यह आम धारणा सी बन रही है कि खबरें किसी खास समुदाय, व्यक्ति, समाज, समूह या फिर संगठन की 'इमेज बिल्डिंग' के लिए लिखी और प्रसारित की जा रही हैं। इन मान्यताओं ने खबरों के बाज़ार में खबरों की विश्वसनीयता पर गहरी चोट पहुंचाई है।

यह सत्य है कि आज 'खबरें' और 'पत्रकार' अपने संस्थानों की 'एडिटोरियल पालिसी' के साथ बस हमकदम से दिखते हैं, और संस्थानों में जो बाज़ार पर पकड़ बनाने की होड़ लगी है उसके निमित्त मात्र बनकर रह गए हैं। दर्शक इस 'हित-साधन' के साधन बनने को स्वतः तैयार तो नहीं ही होंगे सो इस साधना में अलग-अलग तरीकों से प्रयास अनवरत जारी हैं। खबरों को बाज़ार व दर्शकों की पसंद की 'कमोडिटी' बनाने के लिए क्या कुछ नहीं हो रहा। 'कंटेंट पालिसी' में होने वाले प्रयोग इसके सबसे बड़े उदाहरण हैं। यदि टेलीविज़न के समाचारों में प्रसारित होने वाले कंटेंट पर विचार करें तो बड़ा स्पष्ट हो जाता है कि खबरें किन क्षेत्रों और स्वरूपों में परोसी जा रही हैं।

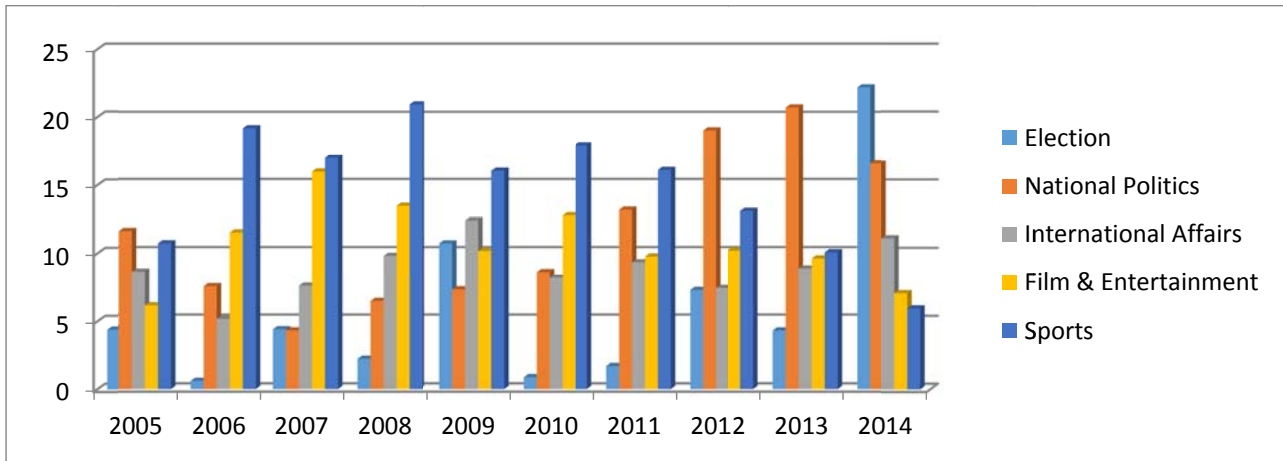


Figure 1 वर्षवार कवरेज ट्रेंड (प्राइम टाइम) २००५-२०१४

श्रोत : सेंटर फॉर मीडिया स्टडीज

२००५ से २०१४ तक पूरे दस सालों तक मुख्य धारा के प्रमुख समाचार चैनलों, आजतक (२००५ - २०१४), डी डी न्यूज (२००५ -२०१४), एनडीटीवी इण्डिया (२००५ -२००७), सहारा समय (२००५ -२००७), तत्कालीन स्टार न्यूज / सम्प्रति एबीपी न्यूज (२००५ -२०१४) और जी न्यूज (२००५ -२०१४), सीएनएन आईबीएन (२००८ -२०१४) और एनडीटीवी २४x७ (२००८ -२०१४) ने प्रमुख रूप से अपने प्राइम टाइम (शाम के ७ बजे से ११ बजे के बीच) जिन भी क्षेत्रों का कंटेंट प्रसारित किया है, उसे खबरों के बाज़ार का

मानक माना जा सकता है। इन चैनलों ने प्रत्येक वर्ष जिन प्रमुख पांच क्षेत्रों की खबरों को प्रमुखता से दिखाया था निम्नवत हैं :

2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
राष्ट्रीय राजनीति 11.6%	खेल 19.2%	खेल 16.99%	खेल 20.97%	खेल 16.03%	खेल 17.93%	खेल 16.09%	राष्ट्रीय राजनीति 19.04%	राष्ट्रीय राजनीति 20.74%	चुनाव 22.18%
खेल 10.7%	फिल्म और मनोरंजन 11.5%	फिल्म और मनोरंजन 15.97%	फिल्म और मनोरंजन 13.44%	अंतर्राष्ट्रीय 12.38%	फिल्म और मनोरंजन 12.74%	राष्ट्रीय राजनीति 13.15%	खेल 13.06%	खेल 10.04%	राष्ट्रीय राजनीति 16.58%
अपराध 9.4%	अपराध 10.5%	अपराध 11.06%	अंतर्राष्ट्रीय 9.77%	चुनाव 10.69%	राष्ट्रीय राजनीति 8.56%	फिल्म और मनोरंजन 9.72%	फिल्म और मनोरंजन 10.16%	फिल्म और मनोरंजन 9.58%	अंतर्राष्ट्रीय 11.12%
अंतर्राष्ट्रीय 8.6%	लीगल 7.7%	मानव अभिरुचि 7.69%	राष्ट्रीय सुरक्षा और रक्षा 9.35%	फिल्म और मनोरंजन 10.13%	अंतर्राष्ट्रीय 8.14%	अंतर्राष्ट्रीय 9.29%	अंतर्राष्ट्रीय 7.37%	अंतर्राष्ट्रीय 8.83%	फिल्म और मनोरंजन 7.08%
प्रादेशिक राजनीति 7.1%	राष्ट्रीय राजनीति 7.5%	अंतर्राष्ट्रीय 7.54%	अर्थ एवं व्यापार 7.76%	राष्ट्रीय राजनीति 7.27%	अपराध 5.74%	नागरिक आवश्यकताएं 7.3%	चुनाव 7.23%	अपराध 8.31%	खेल 5.96%

सारणी १ - वर्षवार प्रमुख समाचार बौट (प्राइम टाइम, ७ - ११ पी एम)

श्रोत : सेंटर फॉर मीडिया स्टडीज

उपरोक्त सारिणी से दो बातें प्रमुखता से स्पष्ट होती हैं कि टेलीविजन के खबरों के बाज़ार में राजनैतिक खबरों, खेल समाचारों, फिल्म और मनोरंजन तथा अपराध के समाचार प्रमुख रूप से दिखाए और देखे जा रहे थे। प्राइम टाइम के आलावा भी टेलीविज़न पर कमोबेश इन्ही क्षेत्र के समाचारों का बोलबाला आज भी रहता है। इसका यह अर्थ कतई नहीं है कि जनसरोकार समाचारों का हिस्सा नहीं होते, लेकिन हाँ उनका प्रतिशत प्राइम टाइम में तो बहुत ही कम रहा, जैसे २००५ में ४.१ प्रतिशत, २००६ में २.२ प्रतिशत, २००७ में १.१२ प्रतिशत, २००८ में १.३१ प्रतिशत, २००९ में १.४४ प्रतिशत, २०१० में २.४४ प्रतिशत, २०११ में ७.३ प्रतिशत, २०१२ में ५.५५ प्रतिशत, २०१३ में ३.३ प्रतिशत तथा २०१४ में १.८९ प्रतिशत। जितनी खबरें टेलीविज़न पर दिखाई भी जाती हैं उनमें 'सत्य की खोज', 'मनुष्यता की आवाज' 'नैतिक मूल्यों', 'सामाजिक सरोकारों' और 'नैसर्गिक न्याय' का कितना ख्याल रखा जाता है, किसी से छुपा नहीं है।

खबरों के बाज़ार में मीडिया की पूर्ण स्वायत्तता और नैतिकता सामाजिक दायित्वों का ख्याल बिलकुल नहीं करती और इसके समाचार के चुनावों और निर्माण में मौजूदा सामाजिक, आर्थिक और राजनीतिक परिस्थितियां उस पर हावी हो जाती हैं। इस आलोक में कहा जाए, तो इस बात में बहुत दम है कि मीडिया एक प्रबुद्ध वर्ग के लिए कार्य करता है। वह यथार्थ की ऐसी छवियां पेश करता है जिनसे उस इलीट वर्ग के हितों की पूर्ति की दिशा में नये रास्ते खुलते हैं। वह संसदीय लोकतंत्र में नौकरशाही तथा कॉरपोरेट घरानों की सामाजिक सत्ता और उनके मान-मूल्यों को बनाए रखने में अपनी अहम भूमिका निभाता है। इस परिप्रेक्ष्य में नोम चॉम्सकी ने कहा है कि, 'मुक्त बाजार अमीरों के

लिए 'समाजवाद' है, जनता कीमत अदा करती है और अमीर फायदा उठाता है- इसमें गरीबों के लिए बाजार और अमीरों के लिए ढेर सारा संरक्षण उपलब्ध है। 'इसमें कोई संदेह नहीं कि मीडिया की प्रक्रियाओं में प्रकट या अप्रकट रूप से समाज, ब्यूरोक्रेसी और बाजार के नियंत्रण का तत्व मौजूद रहता है। इस नियंत्रण की प्रक्रिया को ढाल बनाकर मीडिया अपना हित साधने में प्रत्यनशील रहता है। (मीणा रामलखन २०१२)। एस के दुबे ने भी अपनी पुस्तक पत्रकारिता के नए आयाम में लिखा है कि " भारत में मीडिया शक्तिशाली आर्थिक और राजनैतिक हितों की बंदिश में है, सरकारी तथा राजनैतिक हितों को प्रचारित प्रसारित करने के कारण उसकी विश्वसनीयता गिरती जा रही है"। समाचार, विचार और यहाँ तक कि मनोरंजन के लिए भी परोसी गयी सामग्री भी समाचारों जैसी बनाकर, समाचार चैनलों पर प्रसारित हो रही हैं। दर्शक समूहों का ख्याल

आखिर वो कौन सी वजहें हैं जो समाचारों को बाजार में एक 'कमोडिटी' की तरह बिकने के लिए परोस देती हैं, तो माईकल पोर्टर के पांच दबावों का सिद्धांत याद आता है जिसमें उन्होंने किसी भी संस्थान में उनके व्यापारिक हितों की समीक्षा करने के लिए सुझाए हैं। मीडिया जगत में यदि उन दबावों की समीक्षा करते हैं तो निम्न पांच प्रमुख दबाव समझे जा सकते हैं।

1. प्रतिस्पर्धा से पैदा हुआ वैमनस्य
2. नए संस्थानों का उदय
3. पहले से उपलब्ध अन्य संस्थानों / विकल्पों का भय
4. कच्चा माल / (माल) उपलब्ध कराने वालों का भय / निर्भरता
5. उपभोक्ताओं / दर्शकों की बारगेनिंग ताकत

ऐसे हालात में, सबसे पहले, सबसे अलग और सबसे ज्यादा चटपटा, मजेदार, गुदगुदाने में सक्षम, सनसनीखेज, चाहे जैसा भी हो पर दर्शकों की बारगेनिंग पर खरा उतरे ऐसा समाचार परोसने की होड़ क्यों न हो। फिर कैसे-कैसे समाचार सामने आते हैं किसी से छुपा नहीं है। २००७ में एक न्यूज चैनल पर एक स्कूल शिक्षिका को रुपये लेकर अपनी स्कूली छात्रा के जिस्म का सौदा करते दिखाया गया था। जिसपर पुलिस ने उस शिक्षिका को गिरफ्तार किया। बाद में वो स्टिंग आपरेशन फर्जी पाया गया और चैनल पर एक महीने का प्रतिबन्ध लगा दिया गया। नैतिकता के कई सारे सवाल खड़े हुए, कानूनी सवाल भी खड़े हुए लेकिन सबसे बड़ा सवाल जो खड़ा हुआ वह समाचारों के बाजार में आधिपत्य से 'बाजारू समाचार' तक पहुंचा दिया। दर असल पूरा मामला ये था कि शिक्षिका का स्टिंग ऑपरेशन करने वाले रिपोर्टर ने अपनी मित्र तथा पेशे से पत्रकार युवती के साथ मिलकर इस पूरे मामले को धोखे से गलत तथ्यों के साथ शूट किया। इस काम में एक अन्य व्यक्ति ने इनकी मदद की जिसका शिक्षिका के साथ पैसों के लेनदेन का मामला लंबित था। चैनल के अधिकारी द्वारा पुलिस को दिए गए के बयान के मुताबिक "उन्होंने स्टिंग को एक खबर की तरह दिखाया था। रिपोर्टर ने स्टिंग के बारे में जो जानकारियां दी थीं, उसी के अनुसार खबर चैनल पर प्रसारित की गई थी। क्या स्टिंग मिलते ही उस अधिकारी का

उत्तरदायित्व ये नहीं था कि उसकी पुष्टि करे और फिर समाचार को आगे प्रसारित करे, लेकिन ऐसा तब हो सकता था जब समाचार को 'कमोडिटी' मानने के बजाय 'सामाजिक सरोकारों' 'नैतिकता' और 'नैसर्गिक न्याय के सिद्धांत' को व्यापारिक हितों पर तरजीह दी जाय।

२०१० में टेनिस स्टार सानिया मिर्जा और पाकिस्तानी क्रिकेटर शोएब मलिक की शादी, शादी से पहले ही शोएब का सानिया के घर जाना, सानिया की हरी टीशर्ट, शोएब और सानिया का वो ११ सेकेंड्स का विजुअल, जैसे कितने मुद्दे थे जो टीवी स्क्रीन पर खबरों के रूप में न जाने कितने घंटों तक छाये रहे। २००४ की एक अन्य घटना भी याद आती है जिसमें टेलीविज़न ने मानवीय मूल्यों से अधिक उस सनसनी को तरजीह दी जिससे न सिर्फ एक महिला के जीवन में बल्कि दो परिवारों और सामाजिक मूल्यों में विक्षोभ पैदा कर दिया। एक फौजी अपनी शादी के कुल १० दिन बाद ही करगिल युद्ध (१९९९) के मोर्चे पर चला गया था। जहाँ से वह पाकिस्तान की सीमा के अंदर गलती से घुसा और वापसी न कर सका और पाकिस्तान में गिरफ्तार हो कर वहीं की जेल में बंद कर दिया गया। २००३ तक वह वापस नहीं आ सका तो उसकी अघोषित मौत का अंदाज़ा लगते हुए उसकी पत्नी की शादी एक व्यक्ति से कर दी गयी। लेकिन २००४ में युद्धबंदियों की वापसी के साथ उस फौजी के लौटते ही, सामाजिक और धार्मिक मान्यताओं और कुरीतियों की वजह से उस महिला पर जो बीती सो बीती लेकिन उस पूरे प्रकरण के मीडिया कवरेज ने उस महिला को कुछ कम दुःख नहीं पहुँचाया। आरुषी मर्डर केस, मुशरफ की भारत यात्रा, मुंबई आतंकी हमला, कारगिल युद्ध न जाने कितने ऐसे उदाहरण हैं, जहाँ हमारा मीडिया खबरों की मंडी में अपने फायदे के लिए कायदे और कानून दोनों की अवहेलना करने से बाज नहीं आया।

२०१६ में नोटबंदी के बाद के दिनों में अलग-अलग चैनलों पर चलने वाले समाचारों की विवेचना करें तो आपको तीन तरह के समाचार मिलते हैं, अक्वल वे जिनके अनुसार नोटबंदी कुछ हफ्तों बाद तक कहीं कुछ भी बेहतर नहीं था, लोग त्राहि-त्राहि कर रहे थे, यहाँ तक कि बैंक की लाईनों में मृत्यु तक के समाचार प्रमुखता से आये। दूसरे वो जिनके अनुसार लोगों को कोई ख़ास दिक्कत नहीं, तमाम एटीएम में कैश पहुँच चूका है और बस एक दो दिनों में बाकी तमाम एटीएम कैश से भर जायेंगे, और राष्ट्र निर्माण के लिए क्या हम इतनी आहुति भी नहीं दे सकते? तीसरे उस तरह के समाचार थे जो दिक्कतों, सुविधाओं, प्रयासों और उम्मीदों की एक बैलेन्स रिपोर्ट कहे जा सकते हैं। पहले तरह के समाचार चैनलों की भाषा, पैकेजिंग और मेकअप में हर जगह सिर्फ नकारात्मकता झलकती थी दूसरे तरह के चैनलों पर राष्ट्रभाव उमड़ा आ रहा था, तो तीसरे तरह के चैनल, जो संख्या में बहुत ही कम थे इनकी समीक्षा में लगे थे।

आज का खबर संसार पोर्टल के पाँचों बलों में सबसे अधिक दबाव उन बलों का महसूस कर रहा है जो पूँजी उपलब्ध करा रहे हैं और उपभोक्ताओं/दर्शकों की बारगेनिंग ताकत को भी मैनिपुलेट करने की कोशिश के साथ खबरें गढ़ रहा है। आज 'जो सच है वो खबर है' की अवधारणा से आगे बढ़कर वो दिखाने की कोशिश में लगे हैं जो दर्शकों को लुभा सके और उनके 'प्रमोटर्स' को भी। वजह भी बड़ी साफ़ सफ़ाक है, बाज़ार। और इस बाज़ार में एक टेलीविज़न के लिए दर्शक/टीआरपी भी उतनी ही ज़रूरी हैं जितना पूँजी

उपलब्ध करने वाली ताकतें। यह भी इस बाज़ार के सिद्धांत का एक रूप है कि 'पूँजी' लगाने वाले को उस पूँजी पर आय चाहिए, और इस आय के लिए खबरों के प्रायोजक भी। सो तमाम व्यवसायिक वस्तुएं बरास्ते संचार माध्यम, लोगों के जीवन का हिस्सा बन रही हैं। भौतिकवादी सोच का दायरा बढ़ता जा रहा है, संचार माध्यमों की डोर थामे उत्पाद, संस्कृति और रहन - सहन लोगों तक न सिर्फ पहुँच रही है बल्कि जीवन शैली को पूरी तरह प्रभावित भी कर रही है। तमाम उत्पादक और वितरक इन संचार माध्यमों का सहारा ले अपने लक्ष्य समूह में वृद्धि कर रहे हैं। बस इसी उठापटक में लक्ष्य समूह को अपनी तरफ आकर्षित करने या अपने से जोड़ के रखने के चक्कर में क्या कुछ नहीं हो रहा है। चाहे वो विज्ञापन के रूप में हो या फिर खबरों में, टीवी पर हो या सिनेमा में हर जगह बस यही प्रयास है कि हमारा श्रोता/दर्शक (लक्ष्य समूह) हमारे उत्पाद से जुड़ा रहे, या फिर फंसा रहे, और ये कोशिश करते समय व्यापारिक हित, संस्थानिक हित और शायद तथाकथित व्यावसायिक हितसाधन भले होता हो लेकिन मीडिया के उन मूलभूत गुणों की अवहेलना हो जाती है जिनके आधार पर यह समाज का दर्पण, दिशा निर्देशक और यहाँ तक कि मस्तिष्क नियंत्रक कहा जाता रहा है।

समाचारों के निर्माण के क्रम की आपाधापी ने भी आज जिस तरह की 'बाइट जर्नलिज्म' को जन्म दिया है वह भी खबरों के स्तर को कम प्रभावित नहीं कर रहा। प्रत्येक खबर में लगने वाली राजनैतिक 'बाइट' का औचित्य समझना उतना ही मुश्किल है जितना हर दिन चैनलों पर चलने वाली बहसों में असली मुद्दा समझना। बाइट या ओपिनियन पूरी तरह से अपने वैचारिक निहितार्थों के साथ ही दिए जा रहे हैं, और प्रसारित भी हो रहे हैं। खबरों के लिखने से लेकर उनकी बाइट तक को पहले से ही तयशुदा तरीके से मैनुफैक्चर जिया जा रहा है। जाहिर है 'कमोडिटी' है तो उसका उत्पादन भी होगा ही और वो भी उन्ही स्वरूपों में जो बिकाउपन में सबसे आगे ठहरे। खबरों के बाज़ार में फिलहाल संस्थानिक हितों ने देशहित और सामाजिक सरोकारों पर बढ़त बना रखी है जो खुद इस बाजार के लिए शायद ठीक नहीं, हाँ, तात्कालिक रूप से व्यापारी फायदे में हो सकते हैं, लेकिन यह मीडिया का बाज़ार अपनी मूल आत्मा से कहीं दूर बढ़ता जा रहा है जो देश और समाज के लिए शायद ठीक नहीं।

सन्दर्भ :

- राजहंस कुमार, मीडिया और हम, 2014, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, दिल्ली।
 कुमार, सुशील. 2010. रायबरेली साहित्य सेवा सदन।
 मीणा, रामलखन. 2012. जनसंचारिकी : सिद्धांत और अनुप्रयोग, कल्पना प्रकाशन, दिल्ली।
 प्रभाकर एवं वासंती पी एन, 2016, टीवी न्यूज चैनल्स इन इंडिया, अकेडमिक फाउंडेशन नई दिल्ली।
 एस के दुबे, २००६, पत्रकारिता के नए आयाम, लोकभारती प्रकाशन, इलाहाबाद।
 बायरन शार्प, १९९१, कम्प्यूटरीव मार्केटिंग इस्ट्रेटेजी : पोर्टर रीविजिटेड, मार्केटिंग इंटेलिजेंस एंड प्लानिंग वॉल्यूम ९ इशू १
 ज़िलमन डी और जे ब्रायंट, १९८४, युसिंग टेलीविजन टू एलेवेट बोरडम एंड स्ट्रेस, जर्नल ऑफ ब्राडकास्टिंग।
 परन्जॉय गुहा ठाकुरता, २०११, मीडिया एथिक्स : ड्रथ, फेयरनेस एंड ऑब्जेक्टिविटी, ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस

सोशल मीडिया: जनांदोलनों का हथियार

डॉ. अमिता

प्राचीन समय से लेकर वर्तमान समय तक, जब भी हम मीडिया की बात करते हैं, तो मीडिया की ताकत हमें साफ-साफ किसी-न-किसी रूप में देखने को मिल जाती है। चाहे नारदमुनि की बात करें या महाभारत के संजय की या फिर रवीश कुमार जैसे वर्तमान पत्रकारों की सभी ने मीडिया के लोकतंत्र के चौथे स्तंभ के रूप में स्थापित करने में अहम् भूमिका अदा की है। वर्तमान समय में जब हम मीडिया की ताकत अथवा सशक्तिकरण की बात करते हैं, तो मुख्य धारा की मीडिया से कहीं ज्यादा सोशल मीडिया प्रभावी और सशक्त होता जा रहा है। बीबीसी में प्रकाशित एक खबर के अनुसार भारत की सवा अरब जनसंख्या में लगभग 70 करोड़ लोगों के पास फ़ोन हैं। इनमें से 25 करोड़ लोगों की जेब में स्मार्ट फ़ोन हैं। 15.5 करोड़ लोग हर महीने फ़ेसबुक से जुड़ते हैं और 16 करोड़ लोग हर महीने व्हाट्सएप पर रहते हैं। सोशल मीडिया की इसी ताकत का ही परिणाम है कि जहां कहीं भी मॉब लिंग की घटना हो, या आंदोलन हो, या कोई दंगा हो, सबसे पहले सरकार अथवा प्रशासन द्वारा उस क्षेत्र के इंटरनेट को ही बाधित कर दिया जाता है, ताकि सोशल मीडिया का लोग उपयोग अथवा दुरुपयोग न कर पायें। यों तो हर चीज के सकारात्मक और नकारात्मक दोनों पहलू होते हैं। सोशल मीडिया के नकारात्मक पहलू की हम बात करें, तो इसके माध्यम से मॉब लिंग की घटना ने जिस तरीके से जोर पकड़ा है, वह चिंताजनक है। इसके माध्यम से सांप्रदायिक दंगे, निर्दोषों की हत्या आदि तो बड़े ही हैं, साथ ही बलात्कार जैसी घटनायें भी तेजी से बढ़ रही हैं। “कुछ समय पहले बेंगलुरु में उत्तर पूर्वी राज्यों के युवाओं के साथ जो व्यवहार सामने आया, उसमें इस माध्यम का जमकर दुरुपयोग हुआ। वहीं, पंजाब सहित कुछ राज्यों में आतंकवाद फैलाने के लिए सोशल मीडिया का इस्तेमाल किया गया जो कि देश की आंतरिक सुरक्षा के लिए बड़ी चुनौती बन गया। पंजाब में फ़ेसबुक पर 1984 सिख दंगे की भड़काऊ कहानियां पोस्ट की जा रहीं थीं। उन संदेशों में सिखों पर जुल्म करने वाले और दंगे को आरोपी नेताओं की हत्या के लिए एकजुट होने का आह्वान था।”¹

इसी प्रकार “उत्तर प्रदेश, बिहार, राजस्थान, तमिलनाडु, कर्नाटक और मध्य प्रदेश जैसे राज्यों में सांप्रदायिक तनाव भड़काने की कई घटनाएं सामने आईं और सोशल साइट्स पर जमकर कमेंट्स आए। इस तरह के गंभीर खतरे को लेकर पैनी नजर रखने की जरूरत है और सरकार को इस दिशा में जल्द एक कारगर कानून बनाना चाहिए। संवेदनशील इलाकों में नेटवर्किंग से कुछ तत्वों की ओर से साइबर हमले की आशंका हमेशा बनी रहती है। शरारती तत्व इस माध्यम का इस्तेमाल समस्या पैदा करने के लिए करते हैं, जिसे रोकने की आवश्यकता है। पिछले साल सोशल मीडिया का इस्तेमाल कर निहित स्वार्थी तत्वों ने बेंगलुरु में रह रहे पूर्वोत्तर के लोगों में भय पैदा कर दिया था। हाल में उत्तर प्रदेश के

मुजफ्फरनगर में हुए दंगों के दौरान भी इसी तरह सोशल मीडिया का दुरुपयोग किया गया था। मुजफ्फरनगर दंगे के दौरान सांप्रदायिक तनावों को भड़काने वाले संदेश और वीडियो क्लिप अपलोड किए गए।”² इसी प्रकार अखलाक, या फिर गुजरात के ऊनी की घटना सभी सोशल मीडिया के दुष्परिणाम के रूप में ही सामने आये।

किंतु इन दुष्परिणामों से बढ़कर हमारे सामने बड़ी संख्या में सोशल मीडिया के सदुपयोग सामने आये हैं। सोशल मीडिया सभी क्षेत्रों में अति उपयोगी सिद्ध हो रहा है और यह उपयोगिता जनांदोलनों में भी काफी सार्थक सिद्ध हुई है। जनांदोलनों की बात करते हुए हम पाते हैं कि यह एक ऐसी भीड़ अथवा समूह है, जिसमें किसी मुद्दे के प्रति व्यापक आक्रोश व्याप्त होता है, जिसे एक उद्देश्यात्मक रूप प्रदान करने के लिहाज से आंदोलन का रूप दे दिया जाता है। ‘जन’ शब्द अंग्रेजी में प्रयुक्त होने वाला ‘मास’ शब्द का हिंदी रूपांतर है। हिंदी में ‘जन’ का प्रयोग अंग्रेजी शब्द ‘पीपुल’ के लिए भी किया जाता है। हिंदी में इसके लिए एक अन्य शब्द भी प्रचलित है, वह है ‘जनता’। ‘जन’ के लिए अंग्रेजी में ‘पब्लिक’ शब्द भी प्रयोग किया जाता है।”³

भारत में शोषण, दमन अथवा अत्याचार के खिलाफ निरंतर आंदोलन होते रहे हैं। आंदोलन शब्द की शुरुआत बहुत ही विषम परिस्थितियों में हुई। आजादी के पूर्व अंग्रेजों को अखबार की ताकत का अंदाजा हो चुका था। यही कारण था कि अंग्रेजों ने तरह-तरह के प्रेस अधिनियम बनाकर भारतीय प्रेसों पर अंकुश लगाया ताकि आंदोलनों को सफलता न मिल सके और आंदोलन शिथिल पड़ जाएं। “हथियार की ताकत का प्रयोग कर अंग्रेजी शासन का अन्त करने के लिए जो भी प्रयत्न उन्नीसवीं शताब्दी में हुए, उन्हें सफलता नहीं मिल सकी, क्योंकि सैनिक दृष्टि से अंग्रेज भारतीयों के मुकाबले अधिक शक्तिशाली थे। परंतु इस काल में एक नई प्रकार की शक्ति का प्रारंभ हुआ, जिसे ‘आंदोलन’ या ‘प्रचार’ कहा गया।”⁴ किसी खास मुद्दे पर एकत्रित जन द्वारा किया जाने वाला आंदोलन ही ‘जनांदोलन’ कहलाया। यह आंदोलन अथवा जनांदोलन सामाजिक, राजनीतिक, आर्थिक किसी भी मुद्दे से संबंधित हो सकता है।

जनांदोलन, क्रांति व जनक्रांति जागरूक समाज की गति है व उसकी प्रगति का प्रतीक भी है। यह हर युग में हुआ है। विचारक, सुधारक, बुद्धिजीवी, दार्शनिक, डॉक्टर, प्रोफेसर, वकील, चिन्तक व मननशील तथा प्रगतिवादी लोग अपने-अपने समय की आर्थिक, सामाजिक, धार्मिक, राजनीतिक आदि व्यवस्था से असन्तुष्ट होकर संगठित रूप से देश की आम जनता को उस के राजतंत्र अथवा अर्थतंत्र के शोषण के खिलाफ जागरूक करते रहे हैं और उससे मुक्ति पाने तथा भविष्य में अपनी चुस्त, ईमानदार, स्वच्छंद और जनहितकारी सरकार एवं आदर्श आर्थिक व सामाजिक व्यवस्था स्थापित करने हेतु देश की आम जनता को जनक्रांति के लिए आंदोलित करते हैं। “जहां सत्ताधारी लोग अपनी गलतियों का एहसास तथा जनभावनाओं का आदर कर जनहित व देशहित में आंदोलनकारियों के कहे अनुसार अपनी व्यवस्था में परिवर्तन कर लेते हैं अथवा उनको स्वयं सत्ता ही सौंप देते हैं, वहां सत्ता का बदलाव बिना किसी रक्तपात के अहिंसात्मक रूप से हो जाता है। लेकिन जहां सत्ता में बैठे लोग जनभावनाओं की अवहेलना कर शासन के साधनों का प्रयोग अपने हित में कर क्रांतिकारियों को दबाने, कुचलने व दमन करने का प्रयत्न करते हैं वहां क्रांति हिंसक क्रांति का रूप धारण कर लेती है। मानव समाज के क्रमिक विकास का इतिहास इन्हीं हिंसक और अहिंसक जनक्रांतियों पर आधारित है, जो अब तक चला आ रहा है।”⁵ इसी हिंसक, अहिंसक क्रांति ने वर्तमान में जनांदोलन का रूप धारण कर लिया।

आधुनिक युग में सोशल मीडिया जनमानस की वैचारिक अभिव्यक्ति व जनांदोलन के एक सशक्त माध्यम के रूप में उभरकर सामने आया है। इसकी भूमिका ने देश के लोकतांत्रिक मूल्यों की रक्षा करने में जो भूमिका निभायी है, वह उल्लेखनीय है। यह माध्यम लोकतंत्र को मजबूत बनाने में महत्वपूर्ण योगदान दे रहा है। यह सभी को खुलकर बोलने का और हर मुद्दे पर बेबाकी से अपनी राय रखने का मौका दे रहा है। लोकतंत्र की अवधारणा जनता का, जनता के लिए और जनता के द्वारा शासन पर आधारित है। इस दृष्टिकोण से जनता की मुखर आवाज को शासन अथवा सरकार तक पहुंचाना अत्यंत महत्वपूर्ण है, जिसमें सोशल मीडिया यह कार्य बखूबी कर रहा है।

संचार क्रांति की ताकत को देखते हुये वर्तमान सरकार का सबसे ज्यादा ध्यान संचार क्रांति पर ही है, जिसके तहत लोगों को मुफ्त मोबाइल तक बांटा जा रहा है। साथ ही अधिकांश कार्यों को ऑनलाइन अथवा इंटरनेट के माध्यम से करने पर जोर दिया जा रहा है, जिसने संचार को क्रांतिकारी गति प्रदान की है। विगत वर्षों में संपूर्ण विश्व में संचार क्रांति हुई है। हर घर में शौचालय हो या न हो, हर हाथ में मोबाइल एक आवश्यकता बन गया है। सरकार ने इसकी जरूरत को समझते हुये ही मोबाइल, टैब व पर्सनल कम्प्यूटर मुफ्त बांटने की योजनायें प्रस्तुत की हैं, जिसे वोट बैंक के रूप में भी भुनाया जाने लगा है। मल्टीमीडिया मोबाइल पर कैमरे की सुविधा तथा किसी भी भाषा में टिप्पणी लिखकर उसे सार्वजनिक या किसी को व्यक्तिगत संदेश के रूप में भेजने की व्यवस्था के चलते मोबाइल बहुआयामी, बहुउपयोगी और सशक्त उपकरण बन चुका है।

“इन नवीनतम संचार उपकरणों के द्वारा इंटरनेट के माध्यम से लगभग नगण्य व्यय पर सोशल मीडिया के माध्यम से लोग परस्पर संपर्क में रह सकते हैं। सोशल मीडिया के अनेकानेक सॉफ्टवेयर विकसित हुये हैं। २०० से अधिक सोशल साइट्स प्रचलन में हैं, किन्तु लोकप्रिय साइट्स फेसबुक, ट्वीटर, माई स्पेस, आरकुट, हाई फाइव, फिलकर, गूगल प्लस, आदि ही हैं।”⁶

दुनिया भर में आए बदलावों में सोशल मीडिया खासकर ट्वीटर और फेसबुक ने अहम भूमिका निभाई है। फेसबुक के संस्थापक मार्क जुकरबर्ग फेसबुक के खास फीचर और उपयोगकर्ताओं की संख्या के लिए ही जाने जाते हैं, लेकिन अब दुनिया के इतिहास में बड़ा बदलाव लाने के लिए भी उनका नाम याद किया जाएगा। एक ऐसी तकनीक जिसने दुनिया में बगैर किसी घातक हथियार के जनक्रांति की अलख जगा दी, जिसमें कई मुल्कों में सत्ता पर लंबे समय से कब्जा जमाए हुए लोग हाशिए पर चले गए। इन क्रांतियों में जनता ने अपनी अभिव्यक्ति को आवाज तथा अवाम को एकजुट करने के लिए फेसबुक जैसे सोशल मीडिया का सहारा लिया।

जनांदोलनों में सोशल मीडिया की भूमिका पर बात करते हुए मुझे ‘बुद्धा इन अ ट्रैफिक जाम’ फिल्म का वह डायलॉग याद आ जाता है, जिसमें अनुपम खेर अपनी कक्षा के विद्यार्थियों से आदिवासियों की स्थिति पर चर्चा कर रहे होते हैं। चर्चा के दौरान उनमें से एक छात्र बहुत ही जोश में बोलता है कि “हम आदिवासियों के बारे में सोशल मीडिया पर लिखेंगे, तो अच्छा रहेगा। इस बात पर अनुपम खेर उस छात्र से पूछते हैं कि “सोशल मीडिया पर लिखने से क्या आदिवासियों की स्थिति बदल जायेगी?” तब वह विद्यार्थी जवाब देता है कि “स्थिति तो नहीं बदलेगी, लेकिन लोगों को उनकी वास्तविक स्थिति का पता तो चलेगा।” जहां तक मैं समझती हूँ, इस फिल्म का यह संवाद सोशल मीडिया की ताकत के बारे में लोगों को बताने का ही एक प्रयास है।

इसी प्रकार अन्य कई फिल्मों हैं, जिनमें सोशल मीडिया को विरोध और परिवर्तन के एक हथियार के रूप में दिखाया गया है। “फिल्म सत्याग्रह, जिसमें नायक ने फेसबुक के माध्यम से जन आंदोलन खड़ा करने में सफलता पाई, इसी तरह चिल्हर पार्टी नामक फिल्म में भी बच्चों ने फेसबुक के द्वारा परस्पर संवाद करके एक मकसद के लिये आंदोलन खड़ा कर दिया था। फिल्मों की कपोल कल्पना में ही नहीं, वास्तविक जीवन में भी विगत वर्ष मिस्र की क्रांति तथा हमारे देश में ही अन्ना के जन आंदोलन तथा निर्भया प्रकरण में सोशल नेटवर्किंग साइट्स का योगदान महत्वपूर्ण रहा है।”⁷

“2011 में अरब में हुए आंदोलन में मीडिया खासकर इंटरनेट, मोबाइल तकनीक के अलावा फेसबुक और ट्विटर ने अहम भूमिका निभाई। लीबिया और सीरिया में भी यही हाल रहा। इन आंदोलनों के बाद इंटरनेट सेंसरशिप की प्रवृत्ति जिस कदर बढ़ी है, वह शायद ही कभी देखने को मिली। इसके पक्ष में भले ही बहस की जाती रही, लेकिन हकीकत यह है कि अलग-अलग देशों में सेंसरशिप अपने विभिन्न अवतारों में मौजूद है। इंटरनेट पर नियंत्रण करने के लिए कहीं इंटरनेट को ब्लॉक किया गया तो कहीं कॉपीराइट, मानहानि, उत्पीड़न और अवमानना को हथियार बनाया जा रहा है। भारत के गुजरात में जहां हार्दिक पटेल के आंदोलन को देखते हुए इंटरनेट को बंद कर दिया गया था, वहीं मुंबई में बाला साहेब ठाकरे के निधन पर महाराष्ट्र की एक लड़की के कमेंट और उसकी सहेली के उस कमेंट को लाइक करने का खामियाजा किस तरह भुगतना पड़ा, यह बात किसी से छुपी हुई नहीं है।”⁸

सेंसरशिप सोशल मीडिया के ताकतवर हथियार के आगे समर्पण करने जैसा ही प्रतीत होता है। “आधुनिक युग में सोशल मीडिया केवल मनोरंजन का ही माध्यम नहीं है, बल्कि समाचारों का आदान-प्रदान करते हुई इसने कई जन-आंदोलन भी खड़े किए हैं। सोशल मीडिया के दबाव के कारण ही दिल्ली के निर्भया कांड, मुजफ्फरनगर में दंगे की घटना, समाजसेवी अन्ना हजारे का आंदोलन, आरुषि हत्याकांड और नीरा राडिया कांड को मुख्यधारा की मीडिया का विषय बनाया गया और इस पर व्यापक जनसमूह ने विचार विमर्श किया। सोशल मीडिया के माध्यम से समसामयिक मुद्दों और घटनाओं को प्रमुखता से उठाया जा रहा है। विश्व फलक पर देखें तो चीन, ट्यूनीशिया और अरब देशों में जो राजनीतिक सुगबुगाहट हुई है, उसके पीछे सोशल मीडिया का बहुत बड़ा हाथ है।”⁹

“अन्ना आंदोलन में दिल्ली के रामलीला मैदान से लेकर सड़कों तक ऐतिहासिक जन समुद्र उमड़ पड़ा था, विद्यार्थी, प्रोफेशनल्स, एनआरआई का सैलाब था। मीडिया और सोशल मीडिया की पहुंच ने देश के हर नागरिक को आंदोलन से जोड़ दिया था। वातावरण पूर्णतः परम्परागत राजनीति से अलग था। जनता इस आंदोलन में देश के नये नेतृत्व को उभरता देख रही थी।”¹⁰

सत्ता परिवर्तन से लेकर देश के तमाम जनांदोलनों में सोशल मीडिया की जो भूमिका रही है, उसे नकारा नहीं जा सकता। “भारत में गुजरात आरक्षण आंदोलन, रोहित वेमुला, कन्हैया के मुद्दे का इतनी गति और सघनता से उभार होने में सोशल मीडिया की प्रभावी भूमिका रही है।”¹¹

सोशल मीडिया के ये प्लेटफार्म न सिर्फ व्यक्तिगत जानकारियों के लिए ही प्रयोग में लाए जा रहे हैं बल्कि राजनीतिक और सामाजिक मामलों में भी यह प्रयोग हो रहा है। उदाहरण इसका एक अच्छा अन्ना आंदोलन सर्वश्रेष्ठ है। सशक्त लोकपाल बिल की मांग कई दशकों से चली आ रही थी, लेकिन अन्ना हजारे के नेतृत्व में जिस तरह से भारत में इसकी मांग ने जोर पकड़ी और उसमें लोगों का जनसमर्थन मिला, वह तो चैंकाने वाला ही था। इंटरनेट पर यह आंदोलन बहुत ही तेजी से फैला। यू-ट्यूब

पर अन्ना के इस अहिंसक संघर्ष को लाखों लोगों ने देखा। ट्विटर पर भी यह आंदोलन छाया हुआ था। सोशल मीडिया के माध्यम से ही अन्ना के इस आंदोलन को पूरी दुनिया में फैले भारतीयों और विदेशियों का समर्थन मिला। इसी प्रकार 12 दिसंबर 2012 में देश की राजधानी दिल्ली में हुए 'निर्भया कांड' में लोग दोषियों को सजा दिलाने के लिए एकजुट होकर उठ खड़े हुए थे। इसका पूरा प्रभाव पूरे देश में देखने को मिला था और यह सोशल मीडिया का ही कमाल था। इस संदर्भ में एक उदाहरण दिल्ली महिला आयोग की अध्यक्ष स्वाती मालीवाल के आह्वान पर आधी रात को सुप्रीम कोर्ट द्वारा लिया गया फैसला है।

“अन्ना के आंदोलन ने लोगों में एक जुनून-सा पैदा कर दिया था। लोग अन्ना के समर्थन में सड़कों पर आ गए थे। जो हुजूम रामलीला मैदान पर जमा था, वो देखने लायक था। मानो (जैसा अन्ना हजारों बोलते थे) 'दूसरी आजादी' अर्थात् भ्रष्टाचार से देश को आजाद कराने के लिए देश के बच्चे-बूढ़े, नौजवान "मैं हूँ अन्ना तू है अन्ना, अब तो सारा देश है अन्ना", के साथ हजारों के अनशन के साथ खड़े नजर आए थे। गौरतलब है कि जनलोकपाल बिल को पास करने के लिए समाजसेवी अन्ना हजारों रामलीला मैदान पर अनशन पर बैठे थे। इस आंदोलन में उनके सारथी और सहयोगी अरविंद केजरीवाल थे। यह सोशल मीडिया का ही करिश्मा था कि छोटी सी चिंगारी को उसने जनाक्रोश में तब्दील कर दिया था। तत्कालीन यूपीए सरकार दबाव में आ गयी थी।”¹²

“भारत में इंडिया अगेंस्ट करप्शन ने फेसबुक के जरिए लोगों को जोड़कर जनलोकपाल बिल के समर्थन में काफी बड़ा आंदोलन खड़ा कर दिया था। अरब देशों में राजनीतिक परिवर्तन के लिए हुए क्रांतियों में सोशल मीडिया ने ही अग्रणी भूमिका अदा की थी। कई देशों में किसी विशेष प्रकार का जनमत तैयार करने में भी इसका प्रयोग हो चुका है। बांग्लादेश में हाल ही के दिनों में इसका प्रयोग वहां के सत्ता परिवर्तन के लिए आन्दोलन में किया गया। मिस्र में सत्ता परिवर्तन में भी इसकी भूमिका सराहनीय रही।”¹³

मध्यप्रदेश के मंदसौर में चल रहे किसान आंदोलन को लेकर भी सोशल मीडिया पर जमकर वीडियो शेयर किए गए। एफबी और वाट्सएप पर दो वीडियो बड़ी तेजी से वायरल हुए। इनमें से एक में उपद्रवियों की पत्थरबाजी के बाद पुलिस उनकी गाड़ियों पर अपना गुस्सा निकाल रही है। वहीं दूसरे वीडियो में एक पुलिस अधिकारी उपद्रवियों से निपटने के लिए जवानों को खुली छूट देते दिख रहे हैं। इसी प्रकार इंदौर में मंडी बंद करवा रहे उपद्रवियों ने पुलिस पर जमकर पथराव किया था। पथराव के बाद पुलिस ने लाठीचार्ज कर भीड़ को तितर-बितर कर दिया था। इसके थोड़ी देर बाद फिर उपद्रवी पुलिस पर हमला करने लगे थे, जिससे गुस्साई पुलिस ने उपद्रवियों के साथ ही उनकी गाड़ियों पर भी लाठी भांजी थी, जिसका वीडियो सोशल मीडिया पर खूब वायरल हुआ। इस तरह सोशल मीडिया के प्लेटफार्म का प्रयोग करके लोग एकजुट हुए और शिवराज सिंह की सत्ता को हिलाने का भरसक प्रयास किया जो और किसी माध्यम से शायद ही संभव था।

गौरतलब है कि सोशल मीडिया के ये प्लेटफार्म न सिर्फ व्यक्तिगत जानकारियों के लिए ही प्रयोग में लाए जाते हैं बल्कि राजनीतिक और सामाजिक मामलों में भी इनका प्रयोग हो रहा है। “आपने देखा होगा कि सशक्त लोकपाल बिल की मांग कई दशकों से चली आ रही थी, लेकिन अन्ना हजारों के नेतृत्व में जिस तरह से भारत में इसकी मांग ने जोर पकड़ा और उसमें लोगों का जनसमर्थन मिला, वह

तो चैंकाने वाला ही था। इंटरनेट पर यह आंदोलन बहुत ही तेजी से फैला। यू-ट्यूब पर अन्ना के इस अहिंसक संघर्ष को लाखों लोगों ने देखा। ट्विटर की दुनिया में भी इस मुद्दे पर तहलका मचा हुआ था। भारी संख्या में लोगों के ट्वीट इस आंदोलन के समर्थन में आ रहे थे। सोशल मीडिया के माध्यम से ही अन्ना के इस आंदोलन को पूरी दुनिया में फैले भारतीयों और विदेशियों का समर्थन मिला। उल्लेखनीय है कि वर्ष 2012 में देश की राजधानी दिल्ली में हुए 'निर्भया कांड' में लोग दोषियों को सजा दिलाने के लिए एकजुट होकर उठ खड़े हुए थे। इसका पूरा प्रभाव पूरे देश में देखने को मिला था और यह सोशल मीडिया का ही कमाल था।¹⁴

हाल के कुछ मुद्दों पर बात करें तो हम पाते हैं कि "दलित संगठनों के 'भारत बंद' के जवाब में पहली बार देश में सोशल मीडिया ने अपनी प्रचंड ताकत का अहसास कराया है। यह 'बंद' किसी पार्टी, व्यक्ति या संगठन के ऐलान पर नहीं, बल्कि सोशल मीडिया की ललकार पर हो रहा है, जिसने पूरे देश में गंभीर प्रतिक्रिया से केंद्र सरकार को आगाह करने के साथ ही व्यापक सुरक्षा बंदोबस्त के लिए विवश किया है। सोशल मीडिया की ऐसी सशक्त सक्रियता का गंभीर प्रभाव पिछले एक दशक में पहली बार देखने को मिल रहा है, जिससे लगता है, मानो पूरा देश थम गया है। गौरतलब है कि एससी-एसटी एक्ट के अंतर्गत तत्काल गिरफ्तारी पर पाबंदी संबंधी सर्वोच्च न्यायालय के आदेश के विरोध में विगत दो अप्रैल को दलित संगठनों ने भारत बंद किया था। इसी तरह पिछले दिनों तमिलनाडु में सोशल मीडिया ने एक व्यापक जनांदोलन को जन्म दिया, जबदस्त विरोध प्रदर्शन ने ट्विटर, व्हाट्सएप और फ़ेसबुक पर रफ्तार पकड़ी और पूरा माहौल उत्तेजित हो उठा। आज के बंद की तरह उस आंदोलन में भी कोई पार्टी, संगठन, नेता, प्रवक्ता नहीं था। यह एक तरह का इलेक्ट्रॉनिक विद्रोह माना जा रहा है। सोशल मीडिया का यह आश्चर्यजनक उभार है, जैसाकि ऐसा कभी मीडिया की मुख्य धारा (अखबार, समाचार चैनल आदि) से भी संभव नहीं हो सका था।"¹⁵

इस प्रकार हम देखते हैं सोशल मीडिया ने जिस व्यापक जनांदोलनों का परिदृश्य हमारे सामने रखा है वह भयावह जरूर है, लेकिन जनांदोलनों की ताकत का प्रत्यक्षदर्शी है। हर छोटे-बड़े मुद्दे को सोशल मीडिया के माध्यम से जिस प्रकार उठाया जा रहा है और जनता हर मुहिम में जिस शिद्धत से जुड़ रही है, उसे न डायर की गोली मार सकती है और ना ही अंग्रेजों की सेंसरशिप।

संदर्भ सूची:-

1. बिमल कुमार, सोशल मीडिया: बढ़ता चलन और दुरुपयोग, जी न्यूज हिंदी, Nov 26, 2013
2. वही
3. जवरीमल्ल पारख, जनसंचार माध्यमों का वैचारिक परिप्रेक्ष्य, पृ.सं.-127
4. सत्यकेतु विद्यालंकार, भारत के राष्ट्रीय आंदोलन का इतिहास, पृ.सं.-25
5. डॉ. छेदीलाल साथी, सम्यक भारत की आम जनता शोषण मुक्त व अधिकार युक्त कैसे हो? अतीत से आज तक के भारतीय इतिहास में, दलित व पिछड़ी जातियों की स्थिति, पृ.सं.-38
6. सोशल मीडिया की उपयोगिता और उपभोक्ता, विवेक रंजन श्रीवास्तव, <http://readerblogs-navbharattimes-indiatimes-com>
7. वही
8. सोशल मीडिया और हम, विनीत उत्पल, Newswriters.in
9. लोकतंत्र और सोशल मीडिया- डा. अशोक कुमार मिश्र, Vishwahindijan.org

10. अन्ना आन्दोलन, जनता अब नहीं करेगी आंदोलनों पर विश्वास., साक्षी समाचार
11. के. एन. गोविंदाचार्य- जनआंदोलन संभावनाएं हैं तो सीमाएं भी, द पत्रिका अ जर्नलिस्ट नेटवर्क
12. अन्ना आन्दोलन (फाइल फोटो), जनता अब नहीं करेगी आंदोलनों पर विश्वास, साक्षी समाचार
13. सोशल मीडिया लोकतंत्र की नई शक्ति, shreshthanibandh.blogspot.in
14. www-linkedin.com
15. इसे कहते हैं सोशल मीडिया की ताकत, जय प्रकाश जय, योर स्टोरी, 10 अप्रैल 2018

डॉ. अमिता
सहायक प्राध्यापक
गुरुघासीदास केंद्रीय विश्वविद्यालय
बिलासपुर (छ.ग.)
मो.न.-9406009605

समाचार पत्र और सोशल मीडिया

डॉ. बबिता अग्रवाल

पुरानी कहावत है खरबूजे को देखकर खरबूजा रंग बदलता है। रोजमर्रा की जिंदगी में इस कहावत को सच होते हुए हम अक्सर देखते हैं। मीडिया की दुनिया में भी यह कहावत उतनी ही सच बैठती है। एक जमाना था कि जब किताबों को देख कर अखबार अपना कलेवर बदलते थे। फिर, बड़े अखबारों और छोटे अखबारों के बीच रंग बदलने का यह सिलसिला चला और खूब चला। जब रेडियो आया तो आपने तरह से उसने अखबारों को प्रभावित किया। समाचारों की प्रस्तुति का ढंग, लेख और समाचारों की भाषा, प्राथमिकताएं, खबरों का क्रम सब कुछ रेडियो की छाया से अछूता नहीं रह सका।

जब टेलीविजन आया तो एक संशय प्रिंट जगत में व्याप गया। प्रिंट माध्यम के लोगों को लगा कि बस अब उसके दिन कम ही बचे हैं। क्योंकि, रेडियो और टेलीविजन की प्रत्यक्ष करती और कराती दुनिया से वह ज्यादा समय तक लोहा नहीं ले सकेगे। रही सही कसर इंटरनेट के आगमन से पूरी हो गई। लगभग डेढ़ दशक पूर्व जब इंटरनेट ने हमारे देश में पदार्पण किया तो अच्छे अच्छे विद्वानों और पत्रकारों के मन में यह शंका उचित रूप से उठी कि अब इंटरनेट का मुकाबला असंभव है। एक दिन आयेगा जब इंटरनेट कम से कम समाचारों की दृष्टि से समाचार पत्रों की उपादेयता और प्रासंगिकता को खत्म कर देगा।

बरहाल, समय गवाह है कि समाचार पत्र, रेडियो, टेलीविजन और इंटरनेट किसी ने भी एक दूसरे के अस्तित्व को समाप्त नहीं किया। सभी, छोटे या बड़े स्तर पर अपने अपने ढंग से काम कर रहे हैं। हां इतना अवश्य हुआ कि इन प्रसार माध्यमों ने अनेक आयामों से एक दूसरे को बहुत प्रभावित किया और कर रहे हैं।

गहराई से देखें तो सामाजिक माध्यम स्वयं समाचार पत्रों के मूल उद्देश्य का प्रतिफलन है। इस अर्थ में समाचार पत्र और सोशल मीडिया में कोई भेद नहीं रह जाता। दोनों के सरोकार एक जैसे हैं। सामाजिक प्राणी के रूप में एक दूसरे से जोड़ने और अपने परिवेश के प्रति सजग रहते हुए चिंताओं को साझा करने का काम दोनों के द्वारा किया जाता है।

पारंपरिक रूप से समाचार पत्र अपने पाठकों तक मुख्यतः समाचारों को पहुंचाते आए हैं। समय के साथ समाचार पत्रों में समाचार चुनने और उन्हें एक दृष्टिकोण से समझने में पाठकों की सहायता के लिए संपादकीय लिखे जाते रहे हैं। संपादकीय एक प्रकार से विश्लेषणात्मक टिप्पणियां ही हैं। धीरे-धीरे समाचार पत्रों के कलेवर में विज्ञापनों का समावेश हुआ। उसके साथ ही बाजार और उससे जुड़े सरोकार समाचार पत्रों के कंटेंट को प्रभावित करने लगे। पहले जहां समाचार पत्र मूल राजनीतिक विचारधाराओं को आगे बढ़ाने का कार्य करते थे और सामाजिक चेतना के प्रसार के अग्रदूत बनते थे, उन्हीं समाचार पत्रों ने आगे जाकर बाजार के हितों को साधने के लिए काम करना शुरू कर दिया। इसकी चरम परिणति तब

हुई जब इंटरनेट का आगमन हुआ। जो परिवर्तन समाचार पत्रों के कलेवर में पिछले दशक से पूर्व की एक शताब्दी में नहीं हुए उससे अधिक महज पिछले एक दशक में हो चुके हैं। अब समाचार पत्र मूल रूप से समाचार पहुंचाने का नहीं बल्कि लाइटर राइटिंग अर्थात् समय बिताने हेतु हल्का-फुल्का साहित्य परोसने और लोगों को उनके दैनिक कामकाज की सामग्री उपलब्ध कराने का प्रमुख माध्यम बन चुके हैं। यह निश्चित है कि अभी भी सामाजिक सरोकार उनसे पूरी तरह ओझल नहीं हुए हैं लेकिन उनके संदर्भ तेजी से बदल रहे हैं। इंटरनेट की भूमिका इस बदलाव में अग्रणी रही है।

इंटरनेट के आगमन के साथ ही वेब माध्यमों का विकास समाचार पत्रों से भिन्न स्वरूप में हुआ। अपने आकार-प्रकार और पहुंच की दृष्टि से दोनों में काफी विविधताएं थीं। इसके बावजूद समाचार पत्र पहले से ही स्थापित थे। कुछ विचारकों के अनुसार तो उनके सामने एक समय तो अपने अस्तित्व का ही संकट आ गया था। लोग कहते थे कि इंटरनेट के उदय के साथ ही समाचार पत्रों का सूरज अस्त होने वाला है। सचमुच में ऐसा कुछ हुआ नहीं। महत्वपूर्ण बात जो हमारे देश में विशेषकर हिंदी समाचार पत्रों में घटित हुई वह था दोनों का अपने-अपने ढंग से विकास। जहां एक ओर अपने कंटेंट के लिए वेब जगत समाचारों पत्रों पर निर्भर था वहीं दूसरी ओर अपने प्रचार प्रसार के लिए वेब मीडिया को समाचार पत्रों की बैसाखी अनिवार्य लगी।

इंटरनेट के आगमन के बाद समाचार पत्रों के विज्ञापनों से राजस्व पर विपरीत प्रभाव पड़ने लगा। हाल के वर्षों में हिंदी समाचार पत्रों को इस दृष्टि से विशेष कष्ट उठाना पड़ रहा है। यह किसी से छिपा नहीं है ज्यादातर अखबारों में 80% से अधिक राजस्व विज्ञापनों को छापने से आता है। इंटरनेट के तेजी से लोकप्रिय होने के कारण अब विज्ञापनों का प्रमुख हिस्सा शासन और कारपोरेट घरानों द्वारा लगातार अधिक गतिशील और प्रभावी माध्यमों अर्थात् विभिन्न वेबसाइटों को दिया जाने लगा है।

सौभाग्य से हमारे देश में प्रजातांत्रिक लोकतंत्र की पद्धति विद्यमान होने के कारण विभिन्न स्तरों पर समय समय पर चुनाव होते रहते हैं। इन चुनावों के कारण विभिन्न राजनीतिक दल और प्रत्याशी, स्थानीय और छोटे समाचार पत्रों को आर्थिक रूप से प्रत्यक्ष और परोक्ष सहायता देते रहते हैं। ऐसा ना हो तो उनका अस्तित्व ही खतरे में पड़ जाए। तमाम सरकारी और गैर सरकारी सहायता के बावजूद यह एक स्पष्ट तथ्य है कि हिंदी समाचार पत्रों की संख्या दिनोंदिन कम होती जा रही है। निसंदेह इसमें सबसे प्रमुख कारण इंटरनेट के कारण उत्पन्न हुई प्रतिस्पर्धा है। जिसमें प्रिंट मीडिया अधिक गतिशील प्रभावी ताज़ातरीन और सस्ते वेब मीडिया के सामने टिक नहीं पा रहा।

समाचार पत्रों द्वारा रखे जाने वाले अमले पर भी इंटरनेट का प्रत्यक्ष प्रभाव पड़ा है। पहले जितनी बड़ी संख्या में समाचार पत्रों के संकलन और संपादन के लिए पूर्णकालिक और अंशकालिक प्रतिनिधि रखे जाते थे अब उनकी आवश्यकता नहीं बची है। यही स्थिति विभिन्न विषयों के डेस्क की हो रही है। बहुत कम लोगों द्वारा समाचार पत्र के संपादकीय विभाग का कार्य किया जाने लगा है। इस कारण जहां एक ओर पत्रकारिता से जुड़े कार्मिकों की संख्या में कटौती करनी पड़ रही है वहीं दूसरी ओर प्रशिक्षित स्टाफ उपलब्ध होने के कारण अनेक पारंपरिक जॉब्स करने वाले अमले को समाचार पत्र प्रबंधन हटाता चला जा रहा है। क्योंकि इनका कार्य इंटरनेट के माध्यम से आसानी से संभव हो पाता है। विज्ञापनों की कमी के कारण राजस्व में आई कमी से समाचार पत्र अपने खर्चों को घटाने के लिए विवश हुए हैं। निश्चित रूप से उनकी अर्थव्यवस्था पर इसका विपरीत प्रभाव देखने को मिला

हालांकि अभी इस दृष्टि से कोई गंभीर शोध नहीं हुआ है लेकिन सरसरी तौर पर भी यह कहा जा सकता है कि भारत में प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का संबंध अन्योन्याश्रित हो गया है।

वेब मीडिया के प्रस्फुटित होने के बाद, पिछले दशक में सोशल मीडिया ने आकार लेना आरंभ किया। आज वेब जगत में सोशल मीडिया का बोलबाला है। इंटरनेट का सबसे लोकप्रिय और रचनात्मक उपयोग सोशल मीडिया द्वारा हो रहा है। मोबाइल में इंटरनेट की सुविधा आ जाने के बाद सोशल मीडिया दिन दुगुनी रात चौगुनी प्रगति कर रहा है।

पहले जहां कंटेंट के लिए वेब जगत समाचार पत्रों पर ही अधिकतर निर्भर रहता था वहां अब इसका उल्टा नजारा देखने को मिल रहा है। जो मुद्दे, जो बातें सोशल मीडिया में चर्चित होते हैं समाचार पत्र उन्हें प्रमुखता से उठाने लगे हैं।

किसी जमाने में समाचार पत्रों में संपादक के नाम पत्र, लोकमंच, पाठकों की दुनिया, पाठकों का कोना जैसे लोकप्रिय स्तंभ हुआ करते थे। पाठक इनके लिए समाचार पत्रों को चिढ़ी भेजते थे। चुनी हुई चिट्ठियां या उनके अंश प्रकाशित किए जाते थे और इस माध्यम से कुछ महत्वपूर्ण मुद्दों पर खुली बहस होती थी। समय के साथ लोगों की व्यस्तता और चिढ़ी-पत्री भेजने में होने वाले खर्च, समय की बर्बादी जैसी बातों को देखते हुए धीरे धीरे समाचार पत्रों में इस प्रकार के स्तंभ छपना या तो कम हुए या बंद हो गए। ऐसा होने से निश्चित रूप से समाचार पत्र पाठकों के दैनिक समस्याओं, लोक रुचियों और सरोकारों से दूर हटने लगे। एक समय ऐसा आया जब समाचार पत्र, संपादक और उसकी टीम के द्वारा आरोपित सामग्री के तौर पर प्रकाशित होने लगे। फिर उनकी लोकप्रियता में कमी देखी जाने लगी। लगभग इन्हीं दिनों दैनिक भास्कर और उसकी देखादेखी अन्य समाचार पत्रों ने भी व्यापक पाठक सर्वे कराएं। हालांकि वे उपभोक्ता सर्वेक्षण की शकल में थे। इसके जरिए उन्होंने यह जाना कि उपभोक्ता समाचार पत्रों में क्या देखना और पढ़ना चाहता है। सर्वेक्षण के परिणाम स्वरूप समाचार पत्रों के आकार-प्रकार और कलेवर में भारी बदलाव आया। इस से भी बढ़कर बदलाव तब आया जब इन्हीं दिनों भारत में वेब मीडिया का आगमन हुआ। अधिकांश समाचार पत्रों ने विवशता में अपने वेब संस्करण शुरू किये। उस समय समाचार पत्रों के वेब संस्करण का चर्चा तो बहुत हुई लेकिन उनकी लोकप्रियता नहीं बढ़ सकी और ना ही वे वाणिज्यिक रूप से सफल हो सके।

दूसरी ओर Facebook और Twitter के शुरू होने के साथ ही सोशल मीडिया ने एक नए अध्याय की शुरुआत की। ना सिर्फ समाचारों बल्के पारस्परिक सरोकारों के लिए लोग इनसे जुड़े और जुड़ते चले गए। आज स्थिति यह है कि चाहे कोई राजनीतिक दल हो या व्यवसायिक घराना, सोशल मीडिया की अनदेखी उनमें से किसी के द्वारा संभव नहीं है।

नेताओं, राजनीतिक दलों, विचारकों, अभिनेताओं बड़े उद्योग पतियों और संस्थानों के द्वारा सोशल मीडिया का उपयोग दिनों दिन बढ़ता चला जा रहा है। आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस अर्थात इंटरनेट पर कृत्रिम बुद्धिमत्ता की शुरुआत के साथ ही तरह तरह के बाजार विश्लेषण सोशल मीडिया में और उसके द्वारा किए कराए जा रहे हैं। इसका व्यापक प्रभाव समाचार पत्रों पर पड़ा है। और आज तो शायद ही कोई समाचार पत्र है जो सोशल मीडिया की अनदेखी करने का जोखिम उठा सकता है।

सोशल मीडिया के कारण अब समाचार पत्र द्वारा अपने कलेवर में परिवर्तन के लिए महंगे सर्वेक्षण कराना आवश्यक नहीं रह गया है। एक जमाना था जब समाचार पत्रों द्वारा संपादक के नाम

पत्रों को देख कर और घर घर जाकर सर्वेक्षकों द्वारा पाठकों की पसंद का आकलन किया जाता था। उसके आधार पर समाचार पत्र में प्रकाशित होने वाली सामग्री की गुणवत्ता, विविधता और क्रम निर्धारित किया जाता था। अब स्थिति ऐसी नहीं है। Data mining और कृत्रिम बुद्धिमत्ता के विकास के कारण सोशल मीडिया के चलन अथवा ट्रेंड को पकड़ कर एक लोकप्रिय समाचार पत्र में कंटेंट की दृष्टि से क्या परिवर्तन किए जा सकते हैं उसका अंदाजा संपादकीय टीम को अपने दफ्तर में बैठे-बैठे लग जाता है।

बदलते हुए समय में नई नई उपभोक्ता वस्तुओं के बाजार के बीच पाठकों की प्राथमिकताएं और रुचियां भी तेजी से बदल रही हैं। यही कारण है कि समाचार पत्रों में एकसा कलेवर ज्यादा दिनों तक ठहरता नहीं है। अधिकांश लोकप्रिय समाचार पत्र प्रत्येक तिमाही में अपने कलेवर में ऐसे परिवर्तन करते दिखाई देते हैं जिन्हें आसानी से चिन्हित और रेखांकित किया जा सकता है। यह एक क्रांतिकारी सा बदलाव है, जिसके चलते समाचार पत्र आकार प्रकार और कलेवर दिन-ब-दिन बदलते चले जा रहे हैं। इस डायनेमिक परिवर्तन का श्रेय निश्चित रूप से इंटरनेट के आगमन के परिणाम स्वरूप उपलब्ध सुविधाओं और उत्पन्न दबाव को दिया जा सकता है।

डॉ. बबिता अग्रवाल
सहायक प्राध्यापक,
माखनलाल चतुर्वेदी पत्रकारिता विश्वविद्यालय भोपाल

हिंदी में विज्ञान लेखन

डॉ. दिलीप कुमार, प्रोफेसर (डॉ.) सुरेश चंद्र नायक

आज २१वीं शताब्दी के पहले दशक में जब हिंदी में वैज्ञानिक विषयों पर पुस्तकों की माँग की जाती है तो प्रायः यह सुनने में आता है कि इसके लिए आधारभूत सामग्री उपलब्ध नहीं है और हिंदी आदि भारतीय भाषाएँ आधुनिक ज्ञान-विज्ञान को अभिव्यक्त करने की दृष्टि से समर्थ नहीं हैं। हम आरंभ में ही यह स्पष्ट कर देना चाहते हैं कि यह धारणा निराधार, असत्य और भ्रामक है क्योंकि हिंदी सहित सभी भारतीय भाषाओं में सब प्रकार की प्रगतिपरक संस्कृति, ज्ञान-विज्ञान को सहज और गहन दोनों रूपों में अभिव्यक्त और संप्रेषित करने की संपूर्ण शक्ति विद्यमान है। साहित्य की ही भाँति वैज्ञानिक लेखन की भी इस देश में सुदृढ़ परंपरा रही है और हिंदी सहित सभी आधुनिक भारतीय भाषाओं ने उसे विरासत के रूप में प्राप्त किया है। इस विरासत को आगे विकसित करने के लिए आधुनिक विषयों और अनुसंधानों के अनुरूप हमने अपने भाषाकोश का पर्याप्त विकास किया है तथा विकास की यह प्रक्रिया वैज्ञानिक जगत के विकास के साथ-साथ आज भी निरंतर चल रही है। यदि हम पुरानी परंपरा की चर्चा न भी करें, तब भी इसमें संदेह नहीं कि खड़ीबोली हिंदी में वैज्ञानिक और तकनीकी लेखन की परंपरा लगभग दो सौ साल पुरानी है।

वैज्ञानिक लेखन के लिए विशिष्ट पारिभाषिक शब्दावली की आवश्यकता को हिंदी ने बहुत पहले पहचान लिया था। जैसा कि बाबू श्यामसुंदरदास ने काशी नागरी प्रचारणी सभा के पारिभाषिक शब्दनिर्माण संबंधी कार्यक्रम की प्रासंगिकता के बारे में बताया है, "जब कभी किसी व्यक्ति से किसी वैज्ञानिक विषय की पुस्तक लिखने या अनुवाद करने के लिए कहा जाता है तो वह इसके लिए तभी तैयार होता है जब सभा उन वैज्ञानिक शब्दों के पर्यायवाची शब्द हिंदी में बनाकर दे दे जिनकी उस पुस्तक या लेख को लिखने में ज़रूरत पड़ेगी।" आज भी संभावित लेखक ऐसी ही माँग करते हैं। परंतु वास्तविकता यह है कि आज पहले जैसी स्थिति नहीं है।

अब शब्दों को बनाने की उतनी ज़रूरत नहीं जितनी बनाए जा चुके शब्दों के प्रयोग की। वैज्ञानिक और तकनीकी शब्दावली आयोग आदि संस्थाओं ने लाखों की संख्या में विभिन्न विज्ञानों के शब्द बना डाले हैं और नित नए विषयों पर शब्दनिर्माण का काम अनेक स्तरों पर चल रहा है। अतः शब्दावली की अनुपलब्धता अब एक बहाना मात्र है। आवश्यकता है कि विभिन्न विषयों के विद्वान और वैज्ञानिक इस देश के आम जन को ध्यान में रखकर राष्ट्रीय भाषाओं में वैज्ञानिक लेखन में प्रवृत्त हों। इसके लिए उन्हें अपने लक्ष्य पाठक समाज को ध्यान में रखकर अलग-अलग प्रकार की शैलियाँ विकसित करनी होंगी, क्योंकि बच्चों के लिए, विद्यार्थियों के लिए, जनसाधारण के लिए और विशेषज्ञों के लिए वैज्ञानिक लेखन की शैली एक जैसी नहीं हो सकती।

यहाँ हम भारत के महान गणितज्ञ भास्कराचार्य द्वितीय (११५० ई.) के ग्रंथ 'सिद्धांत शिरोमणि' के अंतर्गत 'गोलाध्याय' में बताई गई वैज्ञानिक लेखन की विशेषताओं का उल्लेख करना चाहेंगे जो इस प्रकार हैं -

१. वैज्ञानिक साहित्य की भाषा अधिक कठिन नहीं होनी चाहिए।
२. उसमें अनावश्यक विवरण नहीं होने चाहिए।
३. उसमें मूल सिद्धांतों की सही-सही और सटीक व्याख्या की जानी चाहिए।
४. उसमें भाषागत स्पष्टता और गरिमा का निर्वाह किया जाना चाहिए।
५. उसमें विषय को पर्याप्त उदाहरणों द्वारा पुष्ट किया जाना चाहिए।

आज भी हम हिंदी में मौलिक वैज्ञानिक लेखन से ऐसी ही अपेक्षाएँ रखते हैं और चाहते हैं कि वह अनुवादाश्रित जटिलता और दुरुहता से अपने आपको बचाए रखे। तभी उसमें बोधगम्यता और सम्प्रेषणीयता जैसे गुण आ सकेंगे।

संभवतः इन्हीं बातों को ध्यान में रखते हुए जब पहले पहल खड़ीबोली में वैज्ञानिक विषयों पर पाठ्य पुस्तकें तैयार करने की चुनौती सामने आई होगी तब अंग्रेज़ी से आए वैज्ञानिक शब्दों के हिंदी पर्याय तैयार करना लाज़मी प्रतीत हुआ होगा। इस आवश्यकता की पूर्ति हेतु खड़ीबोली में वैज्ञानिक शब्द संग्रह और पुस्तक रचना का काम साथ-साथ शुरू हुआ। तकनीकी विषयों पर लिखनेवालों के लिए ऐसे शब्द संग्रह का प्रणयन लल्लूलाल जी ने किया। हम प्रायः खड़ीबोली गद्य के चार आरंभिक उन्नायकों में एक के रूप में उन्हें याद करते हैं, लेकिन उससे कहीं अधिक महत्वपूर्ण १८१० ई. में प्रकाशित उनके द्वारा संग्रहीत ३५०० शब्दों की वह सूची है जिसमें हिंदी की वैज्ञानिक शब्दावली को फ़ारसी और अंग्रेज़ी प्रतिरूपों के साथ प्रस्तुत किया गया है।

शब्द संग्रह के अनंतर पुस्तक लेखन का काम शुरू हुआ और १८४७ में स्कूल बुक्स सोसाइटी, आगरा ने 'रसायन प्रकाश प्रश्नोत्तर' का प्रकाशन किया। विभिन्न वैज्ञानिक विषयों की पुस्तकें हिंदी में तैयार करने का बहुत बड़ा काम कायस्थ राजकीय पाठशाला के गणित अध्यापक पं. लक्ष्मीशंकर मिश्र ने किया। उनके संबंध में भारतेंदु हरिश्चंद्र ने 'कवि वचन सुधा' (२३ अगस्त १८७३) में यह जानकारी दी है कि उन्होंने हिंदी भाषा में 'सरल त्रिकोणमिति' उस समय तक प्रस्तुत कर दी थी और हिंदी भाषा में गणित विद्या की पूरी श्रेणी बनाने के काम में जुट गए थे। वस्तुतः पं. लक्ष्मीशंकर मिश्र ने गणित, स्थिति विद्या, गति विद्या, वायुमंडल विज्ञान, प्राकृतिक भूगोल और पदार्थ विज्ञान जैसे विषयों पर पुस्तकें लिखकर हिंदी के आरंभिक वैज्ञानिक लेखन को सुदृढ़ आधार प्रदान किया। आगे चलकर महामहोपाध्याय पं. सुधाकर द्विवेदी ने 'चलन कलन' तथा विशंभरनाथ शर्मा ने 'रसायन संग्रह' (१८९६, बड़ा बाज़ार, कलकत्ता) की रचना की। ये सभी उदाहरण इस बात की पुष्टि करते हैं कि तकनीकी विषयों की अभिव्यक्ति में हिंदी आरंभ से समर्थ और सचेष्ट रही है।

१९वीं शताब्दी के उत्तरार्ध में विभिन्न स्तरों पर आधुनिकीकरण की प्रक्रिया के दौरान यह महसूस किया गया कि समाज में नवजागरण तभी संभव है जब भाग्यवादी अंधविश्वासों के स्थान पर तर्क और वैज्ञानिकता पर आधारित सोच का विकास किया जाय। समाज के मानस को वैज्ञानिक संस्कार देने के लिए, साइंटिफिक टैंपरामेंट विकसित करने के लिए, भारतीय भाषाओं में वैज्ञानिक लेखन को और अधिक मज़बूत किए जाने की ज़रूरत थी (और आज भी है)। इस दृष्टि से साइंटिफिक सोसाइटी अलीगढ़, वाद

विवाद क्लब बनारस, काशी नागरी प्रचारणी सभा वाराणसी, गुरुकुल कांगड़ी और विज्ञान परिषद इलाहाबाद जैसी संस्थाओं ने आंदोलनात्मक ढंग से काम किया और हिंदी के वैज्ञानिक लेखन को विस्तार दिया।

इस प्रक्रिया में जहाँ एक ओर अंग्रेज़ी तथा दूसरी यूरोपीय भाषाओं से वैज्ञानिक साहित्य का उर्दू, हिंदी और फ़ारसी में अनुवाद किया गया वहीं शब्दावली निर्माण, पत्र-पत्रिकाओं में वैज्ञानिक लेखन और मौलिक ग्रंथों के प्रणयन को भी प्रोत्साहित किया गया। खास बात यह है कि रेलवे, कपास, औषधि, कृषि आदि तमाम विषयों पर इस दौर में लिखित निबंध और पुस्तकें सरल, सहज तथा बोधगम्य भाषा में रचित हैं। हिंदी में वैज्ञानिक शिक्षा देने के आंदोलन को संगोष्ठी और व्याख्यान मालाओं की सहायता से जनजनव्यापी बनाने का प्रयास किया गया। ८ वर्ष के परिश्रम से काशी नागरी प्रचारणी सभा ने १८९८ में पारिभाषिक शब्दावली प्रस्तुत की। हिंदी में पारिभाषिक शब्द निर्माण के इस सर्वप्रथम सर्वाधिक सुनियोजित, संस्थागत प्रयास में गुजराती, मराठी और बंगला में हुए इसी प्रकार के कार्यों का समुचित उपयोग किया गया। सभा का यह कार्य देश में सभी प्रचलित भाषाओं में वैज्ञानिक शब्दावली और साहित्य के निर्माण की शृंखलाबद्ध प्रक्रिया का सूत्रपात करनेवाला सिद्ध हुआ।

हिंदी के वैज्ञानिक लेखन को इस बात से बड़ा बल मिला कि गुरुकुल कांगड़ी (१९००) ने विज्ञान सहित सभी विषयों की शिक्षा के लिए हिंदी को माध्यम बनाया और तदनुरूप १७ पुस्तकों का प्रणयन भी किया। यहाँ यह जानना रोचक होगा कि भारतेंदु और द्विवेदी युगीन लेखकों और संपादकों ने हिंदी में पर्याप्त वैज्ञानिक लेखन भी किया। पं. बालकृष्ण भट्ट, पं. महावीर प्रसाद द्विवेदी, पं. चंद्रधर शर्मा 'गुलेरी' और पं. रामचंद्र शुक्ल जैसे साहित्यकारों ने वैज्ञानिक विषयों पर भी अत्यंत सहज ढंग से लिखा और इस क्रम में अनेकानेक वैज्ञानिक शब्दावली और अभिव्यक्तियों का निर्माण किया।

इलाहाबाद में १९१३ में स्थापित विज्ञान परिषद ने १९१४ में 'विज्ञान पत्रिका' आरंभ की और वैज्ञानिक लेखन के लिए नए आयाम खोले। हिंदी भाषासमाज के लिए यह गर्व का विषय है कि 'विज्ञान पत्रिका' तब से अब तक निरंतर प्रकाशित होती आ रही है। हमारा प्रस्ताव है कि वर्ष २०१३-२०१४ को अखिल भारतीय स्तर पर 'विज्ञान पत्रिका' के 'शताब्दी वर्ष' के रूप में मनाया जाय और वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली को लोकप्रिय बनाने का चरणबद्ध आंदोलन चलाया जाए।

हिंदी में वैज्ञानिक लेखन की संभावनाओं को अनंत आकाश उपलब्ध कराने की दृष्टि से डॉ. रघुवीर के कार्य को कभी नहीं भुलाया जा सकता। उन्होंने १९४३-४६ के दौरान लाहौर से हिंदी, तमिल, बंगला और कन्नड - इन चार लिपियों में तकनीकी शब्दकोश प्रकाशित किया। बाद में १९५० में उनकी कंसोलिडेटेड डिक्शनरी प्रकाशित हुई। लोकेशचंद्र के साथ प्रस्तुत किए गए उनके बृहद कार्य 'ए कम्प्रहेंसिव इंग्लिश हिंदी डिक्शनरी ऑफ़ गवर्नमेंटल एंड एजुकेशन वड्स एंड फ्रेजिस' (१९५५, भारत सरकार) से तो सब परिचित हैं ही। डॉ. रघुवीर ने संस्कृत की धातु, उपसर्ग और प्रत्यय पर आधारित शब्द निर्माण प्रक्रिया द्वारा लाखों वैज्ञानिक शब्द बनाने का मार्ग प्रशस्त कर दिया। आगे वैज्ञानिक और तकनीकी शब्दावली आयोग ने देश भर के वैज्ञानिकों, भाषाविदों और संसाधकों की सहायता से इसे सर्वथा नई चुनौतियों के अनुरूप नया स्वरूप प्रदान किया।

इसमें संदेह नहीं कि आज वैज्ञानिक शब्दावली और अभिव्यक्तियों की दृष्टि से हिंदी अत्यंत समृद्ध है। इतने पर भी आज वैज्ञानिक विषयों पर हिंदी में लेखन बहुत ही कम और अपर्याप्त है। इसका

कारण भाषा की अशक्तता कदापि नहीं है बल्कि वैज्ञानिकों का इस दिशा में रुझान न होना ही हमारी दरिद्रता का कारण बना हुआ है। जैसा कि कहा जाता है, भारत ऐसा देश है जो संपन्न होते हुए भी दरिद्र है। वैज्ञानिक लेखन के क्षेत्र में भी यही बात सच है। इसका निराकरण तभी संभव है जब एक तो, शिक्षा के माध्यम के रूप में भारतीय भाषाओं को अपनाया जाय तथा दूसरे, वैज्ञानिकों को हिंदी में बोलने और लिखने के लिए प्रेरित किया जाए। यहाँ पारिभाषिक शब्दावली की दुरुहता की बात उठाई जा सकती है, परंतु सच यही है कि भारतीय व्यक्ति के लिए भारतीय भाषाओं की शब्दावली अंग्रेजी की अपेक्षा अधिक पारदर्शी और बोधगम्य है। उसे समझने के लिए विज्ञान के विद्यार्थियों तथा वैज्ञानिकों को अनुप्रयुक्त संस्कृत का छोटा सा लगभग ३० घंटे का प्रशिक्षण दिया जा सकता है ताकि वे इन शब्दों के निर्माण में प्रयुक्त धातु, उपसर्ग और प्रत्यय को पहचान सकें।

यदि ऐसा किया जा सके तो निश्चय ही हिंदी के माध्यम से वैज्ञानिक चेतना भारत के जनगण तक पहुँच सकती है क्यों कि यह ऐतिहासिक तथ्य है कि विज्ञान तभी लोकप्रिय हुआ है जब उसने लोकभाषा को अपनाया। इटली में गेलीलियो ने पहले लैटिन में लिखा लेकिन उन्हें प्रचार-प्रसार इतालवी में लिखने (१६३२) पर ही मिला। न्यूटन ने भी १६३७ में 'प्रिंसिपिया' की रचना लैटिन में की परंतु उन्हें लोकव्याप्ति १७०४ के अंग्रेजी लेखन से मिली जिसका बाद में लैटिन में भी अनुवाद हुआ। इतना ही नहीं डार्विन ने भी अपने सिद्धांत अंग्रेजी में प्रस्तुत किए और कालांतर में यूरोप में लैटिन में वैज्ञानिक लेखन बंद हो गया। विज्ञान के इस माध्यम परिवर्तन में यदि यूरोप के वैज्ञानिकों की भूमिका इतनी महत्वपूर्ण रही, तो क्यों नहीं भारत के वैज्ञानिक भी भारत की जनता की खातिर भारतीय भाषाओं में वैज्ञानिक लेखन को समृद्ध बना सकते?

राजभाषा का वैज्ञानिक तकनीकी और प्रशासनिक क्षेत्रों में योगदान:

आज के युग में विज्ञान के ज्ञान को जन साधारण तक पहुंचाना बेहद महत्वपूर्ण है। इसे कहने की या दोहराने की आवश्यकता नहीं है। विज्ञान के सरल ज्ञानको जन-जन तक पहुंचाना विदेशी भाषा द्वारा संभव नहीं है। इसीलिये हिंदी में तकनीकी - वैज्ञानिक शिक्षण के लिये नये सिरे से सोचना बेहद जरूरी है। अब इसे शिक्षण- प्रशिक्षण की सार्थक भाषा बनाने हेतु हमें नई परियोजनाओं के बारे में भी सोचना होगा। हमें चाहिये कि अनुसंधान एवम सर्जन के लिये सरल शब्दों की संरचना द्वारा भाषा को सरल बना, बोलचाल की भाषा से थोड़े ऊपर बैठा, हर एक आम आदमी समझ सके, ऐसी भाषा को इन क्षेत्रों में लानी होगी। इतना ही नहीं अंग्रेजी के बेहद प्रचलित शब्दों को भी जो विज्ञान, प्रशासन इत्यादि से जुड़े हैं, उन शब्दों के इस्तेमाल की भी अनुमति देनी होगी तभी हम हमारी राजभाषा के वैज्ञानिक, तकनीकी व प्रशासनिक क्षेत्रों में लाभ उठाते हुए देश को उन्नत कर पायेंगे।

आज तकनीकी के कारण कंप्यूटर लिपि-अक्षर (Fonts) अब 'युनिकोड' में बहुत सरल हो गये हैं। हिंदी मनीषियों के लिये अपनी बात हिंदी के अंतर्जाल (internet) के माध्यम से सरलता से लोगों के सामने रखी जाना आज आम बात है। इसी कारण आज हिंदी में विज्ञानका भविष्य उज्ज्वल दिखाई दे रहा है। वैज्ञानिक एवं तकनीकी शब्दावली आयोग, केंद्रीय निदेशालय, हिंदी ग्रंथ अकादमी, कुछ स्वयंसेवी संस्थाओं के द्वारा इस विषय में महत्वपूर्ण काम हो रहा है।

जीवन के प्रत्येक क्षेत्रको अभिव्यक्त करने के लिये सदैव चुनौतियों का सामना करना ही होता है। जीवन को संचालित करने हेतु अनुभव और ज्ञानका संतुलन बनाये रखना बेहद आवश्यक है और ये दोनों ही से विकास की अतुलनीय समृद्धि होती है।

राजभाषा का वैज्ञानिक क्षेत्र में योगदान:

पूर्व प्रधानमंत्री स्वर्गीय श्री पी.वी. नरसिंहराव ने लिखा है 'विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में विदेशी भाषा से कोई राष्ट्र न तो मौलिक ढंग से विकास कर सकता है और न तो अपनी विशिष्ट वैज्ञानिक एवं प्रौद्योगिकीय पहचान बना सकता है। विदेशी भाषा से अनुवाद की बैसाखी का सहारा भी अधिक समय तक नहीं लिया जा सकता है। विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी इस शताब्दी के प्रमुख एवं प्रखर स्वर हैं। आज साहित्य एवं दर्शन परिवर्तन का इतना बड़ा माध्यम नहीं जितना विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी हैं। आज के युग को विज्ञान का युग कहें तो अतिशयोक्ति नहीं होगी परन्तु इसके साथ-साथ आज का युग जन साधारण का भी युग है। इस युग को अधिकतम उपादेय एवं प्रभावी बनाने के लिए जन साधारण को विज्ञान के साथ जोड़ देना ही आज विज्ञान लेखन का परम लक्ष्य होना चाहिए। इस लक्ष्य की प्राप्ति हेतु जन साधारण के बीच वैज्ञानिक दृष्टि तथा वैज्ञानिक मनोवृत्ति विकसित करने की अर्थात् वैज्ञानिक जागरूकता जगाने की विशेष आवश्यकता है। वैज्ञानिक जागरूकता को विकसित करने का सबसे सशक्त तथा समर्थ माध्यम है **विज्ञान लेखन**। जन मानस की वैज्ञानिक मनोवृत्ति जगाने और जीवन तथा विज्ञान के बीच सार्थक समन्वय स्थापित करने के लिए यदि लेखन को एक सशक्त माध्यम मान लिया जाय तो ऐसे लेखन के माध्यम या वाहक के रूप में भाषा की महत्ता अपने आप स्थापित हो जाती है। यदि विज्ञान को जनमानस की संवेदना का हिस्सा बनाना है तो हमें भारतीय भाषाओं की और विशेष रूप से राजभाषा हिंदी की महत्ता को समझना ही पड़ेगा।

वैज्ञानिक एवं तकनीकी शब्दावली के सृजन में आज उल्लेखनीय प्रगति हुई है। आज वैज्ञानिक कोष पारिभाषिक कोष विज्ञान की लगभग हर विधा के लिए उपलब्ध हैं। इसके लिए वैज्ञानिक एवं तकनीकी शब्दावली आयोग, नई दिल्ली ने प्रशंसनीय कार्य किया है। हमारे देश के वरिष्ठ तथा प्रतिष्ठित हिंदी में विज्ञान लेखक डॉ. शिव गोपाल मिश्र के अनुसार आज 3500 से अधिक हिंदी में विज्ञान लेखक हैं जिनमें 150 महिलाएं हैं तथा 8000 हजार से भी अधिक विज्ञान संबंधी पुस्तकें लिखी जा चुकी हैं। उन का कहना है कि हम जिन्हें लोकप्रिय विज्ञान लेखक कहते हैं आजकल वे ही छापे हुए हैं। जिन्होंने हिंदी में विज्ञान की पाठ्यपुस्तकें लिखी हैं और प्रतियोगिता वाली पत्रिकाओं के लिए लगातार लिखते रहते हैं, वे हाई स्कूल से लेकर महाविद्यालय और विश्वविद्यालयों के परिसरों तक व्याप्त हैं। हर्ष की बात है कि हिंदी भाषा में विज्ञान की पत्रिकाओं का अवश्य विस्तार हुआ है जो विज्ञान को लोकप्रिय बनाने की दिशा में सक्रिय हैं। कुछ मुख्य पत्रिकाएं निम्नलिखित हैं:

विज्ञान (इलाहाबाद), संदर्भ (होशंगाबाद), स्रोत (भोपाल), विज्ञान चेतना (जयपुर), विज्ञान आपके लिए (गाजियाबाद), सामयिक नेहा (गोरखपुर) विज्ञान भारती प्रदीपिका (जबलपुर)। इसके अतिरिक्त विज्ञान प्रगति, विज्ञान लोक, विज्ञान जगत, अविष्कार तथा विज्ञान गरिमा सिंधु आदि पत्रिकाएं भी उल्लेखनीय हैं।

वैज्ञानिक एवं तकनीकी पारिभाषिक शब्दावली का हिंदी में अब अभाव नहीं है परन्तु विज्ञान लेखक इसका समुचित उपयोग नहीं कर रहे हैं और तमाम लेखक स्वयं नित नए शब्द गढ़ रहे हैं। इस अराजक स्थिति के जो कारण हैं वह ये हैं....

1. एक तो भाषागत कठिनाई
2. वैज्ञानिक जगत की घोर उपेक्षा
3. हिंदी में लिखे आलेखों शोधपत्रों को प्रस्तुत करने के लिए मंचों का अभाव
4. प्रकाशन की असुविधा

आज भी शैक्सपेयर की और कालिदास की कृतियां पढ़ी जाती हैं ;किन्तु न्यूटन के वैज्ञानिक ग्रंथ प्रिंसिपिया मैथेमैटिका और आइन्सटाइन के मूल विज्ञान शोध पत्रों को अधिकांश लोग पढ़ने की आवश्यकता नहीं समझते क्योंकि वास्तव में विज्ञान के लिये अपनी राजभाषा में प्रस्तुती अति महत्वपूर्ण है।

राजभाषा का तकनीकी क्षेत्र में योगदान

सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में पिछले कुछ दशकों से शीघ्र गति से विकास हुआ है। यह मनुष्य को सोचने विचारने और संप्रेषण करने के लिए तकनीकी सहायता उपलब्ध कराती है। सूचना प्रौद्योगिकी के अंतर्गत कंप्यूटर के साथ-साथ माइक्रोइलेक्ट्रॉनिक्स और संचार प्रौद्योगिकी के शामिल होने के कारण इसके विकास का नवीनतम रूप हमें इंटरनेट, मोबाइल, रेडियो, टेलीविजन, टेलीफोन, उपग्रह प्रसारण, कंप्यूटर के रूप में हमें दिखाई दे रहा है।

आज सूचना प्रौद्योगिकी की विस्तृत भूमिका को देखते हुए विश्व स्तर पर हिंदी भौगोलिक सीमाओं को पार कर सूचना टेक्नोलॉजी के परिवर्तित परिदृश्य में विभिन्न जनसंचार माध्यमों तक पहुँच रही है। हिंदी के नए सॉफ्टवेयर हों या इंटरनेट, कंप्यूटर टेक्नोलॉजी अनेक चुनौतियों को स्वीकार कर अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर जन-माध्यमों में अपनी मानक भूमिका के लिए संघर्षरत है।

राजभाषा विभाग **सी-डैक, पुणे** के माध्यम से कंप्यूटर पर हिंदी प्रयोग को सरल व कुशल बनाने के लिए विभिन्न सॉफ्टवेयरों द्वारा हिंदी भाषा को तकनीकी से जोड़ने का सफल प्रयास 'प्रगत संगणन विकास केन्द्र (सी-डैक), पुणे ने किया है। 'एप्लाइड आर्टिफिशियल इंटेलीजेंस ग्रुप, प्रगत संगणन विकास केंद्र, पुणे द्वारा निर्मित सॉफ्टवेयर में विभिन्न भारतीय भाषाओं के माध्यम से इंटरनेट पर हिंदी सीखने के लिए **लीला सॉफ्टवेयर** विकसित किया है। लीला सॉफ्टवेयर के माध्यम से हिंदी प्रबोध, प्रवीण और प्राज्ञ पाठ्यक्रम असमी, बांग्ला, अंग्रेज़ी, कन्नड़ मलयालम, मणिपुरी, मराठी, उड़िया तमिल, तेलुगू, पंजाबी, गुजराती, नेपाली और कश्मीरी के द्वारा इंटरनेट पर सीखे जा सकते हैं। हिंदी प्रबोध, प्रवीण एवं प्राज्ञ पाठ्यक्रम के प्रशिक्षण के मूल्यांकन हेतु ऑन लाइन परीक्षा प्रणाली का विकास भी किया जा रहा है। अब इंटरनेट के माध्यम से ही परीक्षा दी जा सकेगी। द्विभाषी- द्विआयामी अंग्रेज़ी-हिंदी उच्चारण सहित ई-महाशब्दकोश का विकास भी किया गया है। ई-महाशब्दकोश में हर शब्द का उच्चारण दिया गया है जो कि किसी और शब्दकोश में नहीं मिलता। हिंदी शब्द देकर भी उसका अंग्रेज़ी में अर्थ खोजना संभव हो पाया है। इस में प्रत्येक अंग्रेज़ी और हिंदी शब्द के प्रयोग भी दिए गए हैं।

आज के दौर में इंटरनेट पर सभी तरह की महत्वपूर्ण जानकारियाँ व सूचनाएँ उपलब्ध हैं जैसे परीक्षाओं के परिणाम, समाचार, ई-मेल, विभिन्न प्रकार की पत्र-पत्रिकाएँ, साहित्य, अति महत्त्वपूर्ण जानकारी युक्त डिजिटल पुस्तकालय आदि। परन्तु ये प्रायः सभी अंग्रेजी भाषा में हैं। अतः आज ये जरूरी है कि ये जानकारियाँ भी हिंदी में उपलब्ध कराई जाये। कम्प्यूटर पर भाषाओं के बीच एक पुल बनाने के लिए 'मंत्र' प्रोजेक्ट के तहत एक हिंदी सॉफ्टवेयर के विकास के सहयोग से ये कुछ हद तक मुमकिन होता दिख रहा है।

आने वाली शताब्दी अंतर्राष्ट्रीय संस्कृति की शताब्दी होगी और सम्प्रेषण के नए-नए माध्यमों व आविष्कारों से वैश्वीकरण के नित्य नए क्षितिज उद्घाटित होंगे। इस सारी प्रक्रिया में अनुवाद की महती भूमिका होगी। इससे "वसुधैव कुटुम्बकम्" की उपनिषदीय अवधारणा साकार होगी। इस दृष्टि से सम्प्रेषण-व्यापार के उन्नायक के रूप में अनुवादक एवं अनुवाद की भूमिका निर्विवाद रूप से अति महत्त्वपूर्ण सिद्ध होती है।

राजभाषा का प्रशासनिक क्षेत्र में योगदान

हम हिंदी को बोलचाल की भाषा के रूप में काम में लेते हैं तो उसे पूर्णतया कार्यरूप में लेने का भी प्रयास किया जाना चाहिए। अतः हम हिंदी भाषी बनें, हिंदी में सोचें, बोलें तथा लिखें भी इस सोच के कारण ही आज प्रशासनिक कार्य राजभाषा में होना अनिवार्य बन चुका है।

किसी भी संस्था की गृह पत्रिका उसकी सतत क्रियाशीलता, जागरूकता एवं उपलब्धियों की प्रतिबिम्ब होती है। केन्द्र में हो रहे विभिन्न कार्यक्रमों तथा आयुर्विज्ञान के क्षेत्र में हो रहे अनुसंधान कार्यों को जन-साधारण तक पहुँचाने में ये पत्रिकाएँ एक अहम् भूमिका निभा रही हैं। हमारे संस्थान में 'दर्शना' पत्रिका निकाली जा रही है। आई.सी.एम.आर भी हिंदी विज्ञान पत्रिकाओं का हिमायती रहा है और सभी संस्थानों का वेब-पेज हिंदी में बनाये गये हैं।

केन्द्र में राजभाषा के प्रयोग को उत्तरोत्तर बढ़ाने के लिए नियमित रूप से हिंदी कार्यशालाओं का आयोजन भी संस्थानों में किया जा रहा है। इन कार्यशालाओं में प्रशासन व लेखा अनुभाग में कार्यरत कर्मचारी भाग लेते हैं जिनमें केन्द्र के या केन्द्र के बाहर के विषय-विशेषज्ञ, कर्मचारियों को हिंदी में सरलता से काम करने के महत्वपूर्ण सुझाव देते हुए हिंदी में कार्य करने की प्रेरणा व प्रोत्साहन देते हैं।

हिंदी में कार्य करने के उत्साह को अधिकाधिक बढ़ाने हेतु सरकारी संस्थानों में दिनांक 14 से हिंदी सप्ताह का आयोजन किया जाना निश्चित किया गया है। सप्ताह के दौरान विभिन्न प्रतियोगिताओं, यथा - श्रुतिलेख प्रतियोगिता, हिंदी टिपन्नी व पत्र लेखन प्रतियोगिता, कार्यालय शब्दावली ज्ञान, निबन्ध लेखन प्रतियोगिता, सुलेख प्रतियोगिता, जैसे कार्यक्रमोंका आयोजन किया जाता है। हिंदी सप्ताह के दौरान हिंदी कार्यशाला का भी आयोजन किया है और हिंदी सप्ताह के दौरान आयोजित विभिन्न प्रतियोगिताओं के विजेताओं को नकद पुरस्कारों से सम्मानित किया जाता है। प्रत्येकसंस्थान में हिंदी कम्प्यूटर प्रशिक्षणदेना भी जरूरी किया जा रहा है।

हिंदी में उत्कृष्ट कार्य के लिए केन्द्र के द्वारा नगर राजभाषा कार्यान्वयन समिति (नराकास) पुरस्कार भी रखे जा रहे हैं।

युनिकोड एक ऐसी तकनीक है जो कम्प्यूटर द्वारा फाइलों के आदान प्रदान में काम आती है। युनिकोड की सहायता से कम्प्यूटर पर हिंदी में टाइप जानने वाला तो काम कर ही सकता है। साथ ही, जो लोग कम्प्यूटर पर हिंदी में काम करना चाहते हैं और कर नहीं पाते हैं, वे भी बिना विशेष प्रयत्न किए कम्प्यूटर पर हिंदी में काम कर सकते हैं। उपर्युक्त प्रोहत्सानों के कारण अब कर्मचारी एवं अधिकारी गण प्रशासनिक कार्य हिंदी में करने को उत्सुक देखे जा रहे हैं।

वैज्ञानिक युग में हिंदी की उपादेयता समाप्त नहीं हुई है। हिंदी भाषा एक जीवंत भाषा है और अपनी संप्रेषणीयता के कारण ही हिंदी स्वतंत्रता संग्राम की भाषा बन पाई है। हिंदी को क्लिष्ट भाषा न बनाते हुए इसके सरलीकरण पर अगर जोर दिया जाये तो अवश्य ही ये अपना योगदान का दायरा वैज्ञानिक, तकनीकी और प्रशासनिक क्षेत्रों में बढ़ा सकती है। वैश्वीकरण के दौर में आज परिस्थितियाँ बदल गई हैं और समस्त टी.वी. चैनलों, सिनेमा एवं एफ.एम. रेडियो इत्यादि में आज यह भाषा एक आवश्यकता के रूप में उभर कर सामने आ रही है जो हम भारतीयों के लिये गर्व की बात है।

संदर्भ सूची ग्रंथ:

- भाषा विज्ञान - भोला नाथ तिवारी, किताब महल, नई दिल्ली, 1951
- भाषा और समाज - रामविलास शर्मा, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली
- भाषा और समाज (गूगल पुस्तक ; लेखक - डॉ राम विलास शर्मा)
- भाषा का संसार (गूगल पुस्तक ; लेखक - प्रो. दिलीप सिंह)

डा. दिलीप कुमार
विभागाध्यक्ष, जनसंचार और पत्रकारिता,
लिंग्याज ललिता देवी इंस्टिट्यूट ऑफ मैनेजमेंट एंड साइंसेज,
सम्बद्ध, गुरु गोविन्द सिंह इन्द्रप्रस्थ, विश्वविद्यालय दिल्ली

प्रोफेसर (डॉ.) सुरेश चंद्र नायक
एमिटी स्कूल ऑफ कम्युनिकेशन,
एमिटी यूनिवर्सिटी छत्तीसगढ़

हिंदी में विज्ञान पत्रकारिता

पंकज प्रसून

आज अंतरिक्ष से लेकर धरती तक यानी आकाश से पाताल तक भारतीय वैज्ञानिक कुछ-न-कुछ नया और इन्सान के लिये उपयोगी आविष्कार और खोज कर रहे हैं। चन्द्रयान प्रक्षेपित किया और चाँद पर पानी की खोज की। मंगलयान प्रक्षेपित किया तो वह पहली बार में ही सफलतापूर्वक मंगल ग्रह पर पहुंच गया। और अब अंतरिक्ष में गगनयान प्रक्षेपित करने की योजना पर जोरशोर से काम चल रहा है।

गेहूँ, चावल की अधिक उपज देनेवाली और स्वादिष्ट किस्मे तैयार हुई तो देश में हरित क्रांति आयी और अनाज उत्पादन में भारत आत्मनिर्भर हो गया। गाय-भैंस की उन्नत नस्लें तैयार कर देश में श्वेत क्रांति आयी और आज की तारीख में दुग्ध उत्पादन में भारत दुनिया का नंबर एक देश है।

रक्षा के क्षेत्र में भी हमारे वैज्ञानिकों ने अपना कमाल दिखाया है। आधुनिकतम प्रक्षेपास्त्र, टैंक सरीखे हथियारों के निर्माण की स्वदेशी प्रोद्योगिकी से आज न केवल हमारी सीमाएं सुरक्षित हैं बल्कि हम इन्हें दूसरे देशों को बेच भी सकते हैं। स्वदेशी परमाणु ताकत से देश मज़बूत हुआ है।

हमारे वैज्ञानिक इतना कुछ कर रहे हैं। मगर हिंदी के अखबारों में ये उपलब्धियां छोटी सी खबर के रूप में किसी महत्वहीन पृष्ठ पर नजर आती हैं। इसलिये कोई अस्सी करोड़ हिंदी भाषी इन बातों से सर्वथा अनजान ही रहते हैं। हिंदी में प्रकाशित अखबारों की संख्या अच्छी खासी है लेकिन उनमें राजनीतिक, मनोरंजन और अपराध के समाचारों को प्रमुखता दी जाती है। विज्ञान के लिये उनमें जगह ही कहाँ है? कुछ अखबार विज्ञान की खबरें और फीचर युवा और शिक्षा परिशिष्ट में डालते हैं उनके लिये विज्ञान आम आदमी के लिये नहीं है। विज्ञान की खबरें बस खानापूरी के लिये छापी जाती हैं।

यह तो हुई प्रिंट मीडिया की बात। इन दिनों निजी समाचार चैनलों की टेलीविजन पर भरमार है। लेकिन एकाध को छोड़ शायद ही किसी के पास विज्ञान के लिये कोई स्लॉट है।

ऐसी बात नहीं है कि हिंदी में लिखनेवाले विज्ञान पत्रकारों और लेखकों की कमी है। एक अनुमान है कि इनकी संख्या साढ़े तीन हजार के आसपास है। बावजूद इसके किसी भी हिंदी अखबार में शायद ही कोई विज्ञान डेस्क हो। जबकि विज्ञान की खबरों में आंकड़ों और शोध परिणामों की सत्यता की जाँच बहुत जरूरी है। विज्ञान पत्रकार ही इस काम को अच्छी तरह से कर सकता है।

विज्ञान पत्रकारिता की यह दुखद स्थिति पिछले कुछ वर्षों में बनी और बढ़ी है। पिछली शताब्दी में ऐसा नहीं था। *धर्मयुग*, *साप्ताहिक हिंदुस्तान* जैसे लोकप्रिय साप्ताहिक अपने हर अंक में प्रायः विज्ञान और वैज्ञानिक विषयों पर लेख और फीचर प्रकाशित करते थे। *धर्मयुग* में तो विज्ञान डेस्क भी था और एक विज्ञान पत्रकार उसका प्रभारी था। साप्ताहिक *रविवार* में नियमित रूप से विज्ञान पर स्तम्भ प्रकाशित होता था। *कादम्बिनी* के हर अंक में वैज्ञानिक विषयों पर लेख रहते थे। हिंदी के एकमात्र डाइजेस्ट *नवनीत* में भी वैज्ञानिक विषयों पर मौलिक लेख प्रकाशित होते थे। हिंदी *सन्डे मेल* में विज्ञान का अलग से डेस्क था।

वह सत्तर का दशक था जो निश्चित रूप से विज्ञान पत्रकारिता का स्वर्ण युग था। उन दिनों हिंदी के कई दैनिक पत्रों ने भी वैज्ञानिक उपलब्धियों को प्रमुखता से तरजीह देना शुरू किया था।

वैसे हिंदी में विज्ञान पत्रकारिता का गौरवशाली इतिहास रहा है। विज्ञान लेखन की नींव सन १८८४-८८ में ही हो चुका था। जब १८८४-१८८८ तक *पीयूष प्रवाह* में धारावाहिक रूप से अम्बिका दत्त व्यास की विज्ञान कथा *आश्चर्य वृत्तांत* प्रकाशित हुई थी। जो जूल बर्न के उपन्यास 'जर्नी टू द सेटर ऑफ अर्थ' का देसी संस्करण थी। पिछली शताब्दी की शुरुआत में *सरस्वती* नामक पत्रिका शुरू हुई थी, जिसके सम्पादक थे पंडित महावीर प्रसाद द्विवेदी। इसका प्रवेशांक जून सन १९०० में आया था। उसमें विज्ञान कथा प्रकाशित हुई थी, जिसका शीर्षक था *चंद्रलोक की यात्रा* और जिसके लेखक थे केशव प्रसाद सिंह। यह भी मौलिक रचना नहीं थी। जूल बर्न के *फ्रॉम द अर्थ टू द मून* पर आधारित थी। सन १९०८ में प्रकाशित अस्चार्यजनक *घंटी* हिंदी की पहली मौलिक विज्ञान कथा थी, जिसके लेखक थे सत्यदेव परिव्राजक सन १९२४ में महापंडित राहुल सांकृत्यायन का उपन्यास *बाईसवीं सदी* और फिर डा सम्पूर्णानन्द का उपन्यास *पृथ्वी से सप्तऋषि मंडल तक* प्रकाशित हुए। आचार्य चतुरसेन शास्त्री का *खगोल* भी उल्लेखनीय विज्ञान उपन्यास था।

सूर्यकांत त्रिपाठी निराला ने *सुधा* में विज्ञान पत्रकारिता पर मार्गदर्शक लेख लिखा था। चंद्रधर शर्मा गुलेरी ने आंख के बारे में उस समय तक उपलब्ध वैज्ञानिक सूचनाओं के आधार पर लेखमाला लिखी थी।

हिंदी में विज्ञान पत्रकारिता को स्थापित करने का सबसे बड़ा और सार्थक कदम विज्ञान परिषद, प्रयाग ने उठाया। इसकी स्थापना सन १९१३ में हुई थी। इसका मुख्य उद्देश्य था भारत में वैज्ञानिक विचारधारा का हिंदी में प्रचार और प्रसार। इस संस्था ने सन १९१५ से *विज्ञान* नामक मासिक पत्रिका का प्रकाशन भी शुरू किया जो १०३ वर्षों से आज तक निरंतर प्रकाशित हो रही है। इसके पहले संपादक थे लाला सीताराम और पंडित श्रीधर पाठक। अभी इसके संपादक हैं डॉ शिवगोपाल मिश्र। डॉ मिश्र का विज्ञान प्रचार-प्रसार के प्रति समर्पण भाव इतना है कि इलाहाबाद विश्वविद्यालय से सेवानिवृत्त होने के बाद मिली सारी रकम उन्होंने परिषद् को दान में दे दिया और उसका गेस्ट हाउस बनवाया।

इस पत्रिका ने विज्ञान लेखन में आधारभूत समस्याओं पर विशेषांक प्रकाशित किये हैं। जैसे सन १९३० में ही इसने पारिभाषिक शब्दों की समस्या पर विशेषांक निकाला। उस समय हिंदी में वैज्ञानिक शब्दों का कोई कोष नहीं था। जिसे जो मन में आता था अनुवाद कर देता था। पाठकों को इससे काफी असुविधा होती थी। उस समय भारत स्वतंत्र भी नहीं था। लेकिन इस पत्रिका ने इस समस्या को काफी गंभीरता से लिया। सन १९३२ में *पौराणिक सृष्टि और विकासवाद* पर इसका एक विशेषांक आया था जो आज भी पठनीय और संग्रहणीय है।

इन सबके अलावा यह संस्था विज्ञान पत्रकारिता के लिये समर्पित है जो अपने देश में एक मिसाल है।

हिंदी में विज्ञान पत्रकारिता का मील स्तम्भ साबित हुई है *विज्ञान प्रगति*, जिसका प्रकाशन सन १९५२ से आरम्भ हुआ। इसे वैज्ञानिक तथा औद्योगिक अनुसन्धान परिषद् प्रकाशित करती है। यह

पत्रिका हिंदी के पाठकों को देश-विदेश में हो रही वैज्ञानिक उपलब्धियों से अवगत कराती और जनमानस में वैज्ञानिक सोच को विकसित और अंधविश्वास से छुटकारा दिलाने का काम करती है।

दरअसल विज्ञान पत्रकारिता का मूल उद्देश्य भी यही है। प्रयोगशालाओं की खबरें, विज्ञान का रोमांच और वैज्ञानिकों के कार्यों को आसन और सरल शब्दों में पाठकों तक पहुँचाना। हिंदी में विज्ञान पत्रकारिता की शुरुआत विज्ञान कथाओं से हुई और जब वास्तविक विज्ञान से लोगों को परिचित करने की बात आयी तो विदेशी लोक विज्ञान लेखों का अनुवाद ही विज्ञान पत्रकारिता बन कर रह गया। मौलिक रचनाओं का सर्वथा अभाव रहा।

उन दिनों विज्ञान लेखक भी गिनती के थे। गुणाकर मुले इस दौर के विज्ञान लेखक और पत्रकार थे। हिंदी भाषी नहीं होते हुए भी उन्होंने हिंदी में लिखा। हालाँकि उनकी अधिकतर रचनाएँ पाठ्यपुस्तक में संग्रहित लेखों की तरह लगते हैं। उनकी शैक्षणिक पृष्ठभूमि गणित की थी इसलिये वे विषय के साथ न्याय कर पते थे।

लेकिन आम पाठकों की दिलचस्पी ऐसे लेखों को पढ़ने में नहीं हो रही थी। फिर वह दूसरे दर्जे की पत्रकारिता थी। विज्ञान पत्रकार को अनुवादक समझा जाने लगा।

तभी डॉ रमेश दत्त शर्मा इस क्षेत्र में आये। वे कृषि विज्ञान में दक्ष थे। भारतीय कृषि अनुसन्धान संस्थान की पत्रिका के संपादक भी थे। उन्होंने थोड़ा साहित्य और फिर विज्ञान को मिला कर लिखना शुरू किया। लेकिन उनके साथ दिक्कत यह थी कि वे कृषि विज्ञान और प्रकारांतर से जीव विज्ञान पर ही लिख पाते थे। इसलिये विज्ञान की अन्य शाखाओं में हो रहे महत्वपूर्ण कार्यों से हिंदी का पाठक अछूता ही रहा।

धीरे धीरे हिंदी में प्रोफेशनल विज्ञान पत्रकार आते गये। और विज्ञान की सामग्री, उसका प्रस्तुतीकरण भी बदलता गया। पंतनगर कृषि विश्वविद्यालय ने अपनी पत्रिका निकली तो उसके संपादक बने देवेन्द्र मेवाड़ी। उन्होंने वनस्पति शास्त्र और हिंदी में स्नातकोत्तर के अलावा पत्रकारिता में भी डिप्लोमा लिया था। मेवाड़ी जी ने प्रकृति विज्ञान और विज्ञान को लोकप्रिय बनाने में जबरदस्त काम किया है और कई पुरस्कारों से भी सम्मानित हुए हैं।

इलाहाबाद के शुक्देव प्रसाद के अवदान को भी भुलाया नहीं जा सकता। वे अभी भी सक्रिय हैं और विज्ञान की पत्रिकाओं में लिखते जा रहे हैं। उन्होंने कई विज्ञान पत्रिकाओं का संपादन भी किया।

पहले विज्ञान पत्रकारों के सामने सामग्री की समस्या होती थी। इन्टरनेट ने इसे दूर कर दिया है। इसके बाद दूसरी समस्या होती थी विज्ञान के पारिभाषिक शब्दों के हिंदी अनुवाद की। पिछले डेढ़ सौ वर्षों से इस पर काम चल रहा है। सन १९०१ में नागरी प्रचारिणी सभा ने सात विषयों से सम्बंधित शब्दावली के निर्माण का बीड़ा उठाया। सन १९४२ में विज्ञान परिषद् इलाहाबाद ने अंग्रेजी-हिंदी वैज्ञानिक कोष प्रकाशित किया।

परन्तु एक अराजक स्थिति पैदा हो गयी थी। एक ही शब्द के कई पर्याय आ गये थे। तब भारत सरकार ने १९६१ में वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग बना कर इस काम को अपने हाथों में ले लिया। परिणाम यह हुआ कि पारिभाषिक शब्दों का हिंदी में मानकीकरण हुआ। आयोग ने अब तक आठ लाख तकनीकी शब्दों के हिंदी पर्याय तैयार कर कोशों के रूप में प्रकाशित किया है।

अब स्थिति यह है कि आधुनिक तकनीक से लैस हिंदी का विज्ञान पत्रकार, जो विश्व स्तर की सामग्री तैयार कर सकता है, के पास प्रकाशन के लिये कोई साधन नहीं और टेलीविज़न में कोई गुंजाईश नहीं है। विज्ञान की कुछ ही पत्रिकाएं बची हुई हैं जिनमें प्रमुख हैं-आविष्कार, सन्दर्भ (होशंगाबाद), स्रोत (भोपाल), विज्ञान चेतना (जयपुर), विज्ञान आपके लिए (गाजियाबाद), विज्ञान भारती प्रदीपिका (जबलपुर) अब इस हालत में कोई कैसे हिंदी का पूर्णकालिक विज्ञान पत्रकार बने?

पंकज प्रसून
के-१२०३, होम्स १२१,
सेक्टर -१२१, नोएडा -२०१३०१
मोबाईल - ९८११८०४०९६

खुली जेलें, मानवाधिकार और मीडिया की भूमिका

डॉ. वर्तिका नन्दा

जेलों के बिना किसी समाज की कल्पना नहीं की जा सकती, लेकिन इसके बावजूद जेलों का संचालन एक टापू की तरह होता है। सामाजिक और राजनीतिक प्राथमिकताओं से दूर जेलें समाज का एक ऐसा सच हैं, जो हाशिए में सिमटी होने के बावजूद देश और समाज की सेहत को परिलक्षित करती हैं।

बंदियों के साथ व्यवहार के लिए न्यूनतम मानक निर्धारित करने के लिए *संयुक्त राष्ट्रीय नियम* 2010, भारत में मॉडल प्रिजन मैनुअल, 2017 में जेलों में कैद महिला बंदियों को लेकर संसदीय समिति की रिपोर्ट- हिरासत में महिलाएं और न्याय तक उनकी पहुँच और अब सुप्रीम कोर्ट में 1382 जेलों की अमानवीय स्थिति पर सुनवाई की प्रक्रिया ने जेलों को लेकर कई जरूरी मुद्दों की तरफ ध्यान दिलाया है। अब यह माना जाने लगा है कि जेलों को सुधार गृह बनाने के लिए उनमें बुनियादी परिवर्तन लाने होंगे। इनमें खुली जेलों की सक्रिय मौजूदगी सबसे अहम है।

दरअसल खुली जेलें तीन तरह की होती हैं- सेमी ओपन जेल, ओपन जेल और ओपन कॉलोनी। सेमी ओपन जेल में कैदी जेल के ही एक हिस्से में रहते हुए कुछ बंदिशों से मुक्त हो जाता है। ओपन जेल में वह जेल के बाहरी परिसर में रहते हुए जेल के खुले वातावरण में अपनी आजीविका कमा सकता है और अपने परिवार से समय-समय पर मिलते रहने की छूट पा लेता है। वह रोज जेल से बाहर एक नियत समय से जा सकता है और काम करके फिर लौट सकता है, जबकि खुली कॉलोनी में बंदी कहीं भी बाहर जाकर किसी भी तरह के काम को करने के लिए आजाद रहता है, अपने परिवार के साथ रह सकता है और समाज के साथ आसानी से घुल-मिल सकता है। कुल मिलाकर खुली जेल एक ऐसी जेल होती है, जिसमें जेल के सुरक्षा नियमों को काफी लचीला रखा जाता है। ऐसी जेलें बड़ी जेलों का ही बाहरी हिस्सा होती हैं जो सलाखों से काफी हद तक आजाद होती हैं। ऐसी जगहों में बंदी के भागे जाने के डर को ध्यान में रखते हुए किसी तरह की सुरक्षा का दबाव नहीं रखा जाता। इन जेलों में बंदियों को आत्मानुशासन और खुद अपनी रोटी अर्जित करने पर जोर दिया जाता है। इसमें एक बड़ी बात यह भी है कि इन बंदियों से बाहर के लोग आकर मिल सकते हैं। ऐसे में यह बंदी भी धीरे-धीरे अपने आप को समाज में लौटने के लिए तैयारी का अवसर पा लेते हैं। इस तरह की खुली जेल का मकसद जेलों में बढ़ती भीड़ पर काबू पाना, बंदियों को उनके अच्छे व्यवहार के लिए एक मौका देना और उन्हें समाज में लौटने के लिए फिर से तैयार करना होता है। ब्रिटेन में 70 के दशक में ही ओपन जेल शुरू कर दी गई थी और जेल के 10 प्रतिशत बंदियों को इनमें भेजे जाने का प्रावधान था। भारत में राजस्थान और महाराष्ट्र में इसी परिपाटी को अपनाया जा रहा है, लेकिन बाकी राज्य इसमें अभी पीछे हैं।

इन्हीं खुली जेलों को लेकर 2017 सितंबर में सुप्रीम कोर्ट ने एक आदेश दिया था कि पूरे देश में खुली जेल को जल्दी से जल्दी लागू किया जाये। बाद में मार्च, मई और अगस्त 2018 में अलग-अलग सुनवाईयों के दौरान आदेश के जरिए न्यायमूर्ति एम.बी.लोकूर और न्यायमूर्ति दीपक गुप्ता की खंडपीठ ने तमाम राज्यों और केंद्र शासित प्रदेशों के पुलिस महानिदेशकों (जेल) को चेतावनी दी कि जेलों में क्षमता से ज्यादा भीड़ के मुद्दे से निपटने के लिए अदालत के पहले के आदेश के मुताबिक एक कार्य योजना जमा करने में नाकाम रहने की वजह से उनके खिलाफ अदालत की अवमानना का मामला चलाया जा सकता है। खंडपीठ ने देश भर में नई खुली जेलें बनाने पर जोर दिया। जस्टिस मदन लोकूर और दीपक गुप्ता ने अपने ऐतिहासिक फैसले में जोर देकर कहा है कि अब भारत में खुली जेलों की तादाद को बढ़ाना होगा। अभिनेता संजय दत्त के मामले में दायर जनहित याचिका के वजह से इस फैसले को लिया गया। संजय दत्त ने महाराष्ट्र की जेलों में पांच साल का समय गुजारा था। जनहित याचिका को संज्ञान में लेते हुए सुप्रीम कोर्ट ने 11 निर्देश भी दिए (यह बात अलग है कि खुद संजय दत्त पर बनी फिल्म संजू में कई ऐसे दृश्य दिखाए गए जो सच्चाई से परे थे)।

इस समय भारत में कुल 63 खुली जेलें हैं। इनमें से केवल 4 ही महिलाओं के लिए हैं। यरवदा, तिरुअनंतपुरम और राजस्थान में दुर्गापुर और सांगानेर में महिलाओं के लिए खुली जेल का प्रावधान है। 2010 में यरवदा, पुणे में देश की पहली महिला खुली जेल को शुरू किया गया। बाकी 59 खुली जेलों में महिलाओं को रखने की कोई सुविधा नहीं है। कई राज्यों में महिलाओं की खुली जेल को लेकर अब तक हिचक बनी हुई है। यहां यह भी जोड़ा जा सकता है कि पूरे देश में इस समय लगभग 1401 जेलें हैं, जिनमें से महिलाओं के लिए सिर्फ 18 ही हैं। यानी चाहे महिला जेल हो या खुली जेल- दोनों ही जगह अनदेखी को महसूस किया जा सकता है।

यह कम ताज्जुब की बात नहीं है कि देश की सबसे पुरानी जेलों में से एक और दक्षिण एशिया की सबसे बड़ी जेल तिहाड़ को महिलाओं को ओपन जेल तक लाने में इतने सालों का समय लग गया और आखिरकार 2018 अगस्त में तिहाड़ में 6 महिलाओं को सेमी ओपन जेल तक पहुंचाना तय किया गया।

असल में दुनिया भर में जेलों का निर्माण पुरुषों के हिसाब से ही किया गया था। महिला और बच्चे बाद में जोड़े गए। जेलों के मामले में महिलाओं और बच्चों की जरूरतें आज भी उतनी प्राथमिकता नहीं पातीं। यही वजह है कि अपनी सजा पूरी होने के कगार पर खड़ी कई महिलाएं अपने अच्छे और सुधरे आचरण के बावजूद खुली जेल में पहुंचने में अयोग्य करार दी जाती हैं। जेल में बंद ये महिलाएं आर्थिक, सामाजिक, शारीरिक, सृजनात्मक और यहां तक कि अपने रिश्तों के लिहाज से भी अपने आप को कटा हुआ पाती हैं।

भारत की जेलों में इस समय करीब 17,834 से अधिक महिलाएं कैद हैं। इनमें से करीब 6000 आजीवन कारावास की सजा काट रही हैं। देश में महिलाओं के लिए कुल 18 जेलें हैं और सिर्फ 4 जेलें खुली जेलें हैं। देश की जेलों में करीब 30 प्रतिशत जगह अभी भी खाली पड़ी है। इन्हीं जेलों में करीब 1800 बच्चे अपनी मां के साथ रहने को मजबूर हैं। यह हिंदुस्तान की जेलों का एक बड़ा सच है। भारत

के कई राज्यों में आज भी महिलाओं के लिए तेल या शैंपू ले जाना मना है। लेकिन इन जेलों में महिला कैदियों के साथ फैशन शो करने में कभी कोई मनाही नहीं दिखती। जेलों को लेकर हमारा रवैया इस कदर ढीला और नकारात्मक है कि देखकर हैरानी होती है।

यहां यह जोड़ना भी जरूरी है कि इस समय देश की ज्यादातर जेलों में अपनी निर्धारित क्षमता से कहीं ज्यादा कैदी हैं। नेशनल क्राइम रिकॉर्ड्स ब्यूरो की 2015 की रिपोर्ट के मुताबिक भारतीय जेलों में क्षमता के मुकाबले 114.4 फीसदी ज्यादा कैदी बंद हैं और कुछ मामलों में तो यह तादाद छह सौ फीसदी तक है। इस वजह से भी खुली जेलों को बनाए जाने की हिमायत होती रही है।

दुनिया में पहली खुली जेल स्वीटजरलैंड में 1891 में बनी थी। उसके बाद अमेरिका में 1916 में और ब्रिटेन में 1930 में बनाई गई। साल 1975 आते-आते अमेरिका में खुली जेलों की संख्या 25 हो गई जबकि इंग्लैंड में 13 और भारत में 23।

भारत में पहली खुली जेल 1905 में मुंबई में बनी और इसमें थाणे केंद्रीय जेल, मुंबई के खास बंदियों को रखा गया। लेकिन इस खुली जेल को 1910 में बंद करना पड़ा। उत्तर प्रदेश में अनधिकृत तौर पर खुली जेल का पहला कैंप 1953 में बनाया गया। इसका मकसद वाराणसी के पास चंद्रप्रभा नदी पर एक बांध बनाना था। इस कैंप की जबरदस्त सफलता को देखते हुए 1956 में उत्तर प्रदेश के शहर मिर्जापुर में भी ऐसा ही प्रयोग किया गया।

मौजूदा समय में खुली जेलों में करीब 100 से 1000 तक बंदी रखे जाते हैं। लेकिन डकैती और फर्जीबाड़े जैसे अपराधों में लिप्त रहे बंदियों का इस जेल के लिए चुनाव नहीं किया जाता। सुप्रीम कोर्ट ने माना है कि अब समय आ गया है कि सभी राज्य खुली जेलों के सिद्धांत का गंभीरता से अध्ययन करें और उसे अमल में लायें। इस फैसले में शिमला और दिल्ली की तिहाड़ जेल का खास उल्लेख किया गया है। भारत में तेलंगाना और मध्य प्रदेश में होशंगाबाद और 2018 की मई में शुरू हुई सतना की खुली जेलों ने आधुनिक तरीके से अपना कायाकल्प किया है। इसी तरह राजस्थान की जेलों का सर्वे करने पर सामने आया कि जेलों में बंद कई कैदियों का आचरण अच्छा है, लेकिन खुली जेलों की संख्या और उनकी क्षमता कम होने की वजह से बंदियों को जेल की चारदीवारी में बंद रहना पड़ता है। यह माना जाता है कि जेलों में 90 फीसदी कैदी ऐसे हैं, जो आदतन अपराधी नहीं हैं। लेकिन दुर्घटनावश अपराध कर बैठे और उन्हें सजा हो गई। ऐसे कैदियों को खुली जेलों में शिफ्ट किए जाने पर विचार किया जा सकता है। मिसाल के तौर पर राजस्थान में 1955 में पहली खुली जेल की स्थापना की गई थी, जिसका परिणाम काफी अच्छा रहा।

सुप्रीम कोर्ट के 11 सूत्रीय निर्देश में स्वतंत्रता के अधिकार, जेलों के अंदर मानवीय व्यवहार, जेलों में अप्राकृतिक मृत्यु वाले बंदियों के परिवारों को मुआवजा देने और अकेलेपन और कैद से निपटने के लिए काउंसलिंग पर विचार करने को भी कहा गया है। कोर्ट ने परिवारों से मुलाकात, फोन के जरिए संपर्क को भी बढ़ाने का सुझाव दिया है। इसके साथ ही अकेलेपन को कम करने और मानसिक स्थिरता में सुधार के लिए समाचार पत्रों और पत्रिकाओं के जरिए बाहरी दुनिया से जोड़ने की जरूरत भी बताई है।

कोर्ट ने कैदियों के साथ व्यवहार के न्यूनतम स्तर के बारे में संयुक्त राष्ट्र महासभा की ओर से अपनाए गए मंडेला नियमों का भी जिक्र किया है। राष्ट्रीय मानवाधिकार आयोग के आंकड़ों से पता चलता है कि परिवार और मित्रों से कटे हुए कैदियों के जेल से बाहर रहने वाले लोगों की तुलना में आत्महत्या करने की आशंका 50 प्रतिशत अधिक होती है।

सुप्रीम कोर्ट ने जेलों में अफसरों के लिए ट्रेनिंग और बंदियों के लिए उनके अधिकारों पर कार्यक्रम आयोजित करने पर भी जोर दिया है। इसके अलावा माहिला और बाल विकास मंत्रालय से भी कहा गया है कि वह जेलों में बच्चों और महिलाओं की देखभाल को लेकर अपने काम को आगे बढ़ाए। यहां यह जोड़ना जरूरी है कि देश भर में करीब 1800 बच्चे अपनी माता या पिता के साथ जेल में रहते हैं और उन्हें सिर्फ 6 साल तक ही उनके साथ जेलों में रहने की इजाजत होती है। नेशनल क्राइम रिकार्ड ब्यूरो के मुताबिक भारत में पिछले 15 सालों में जेलों में बंद होने वाली महिलाओं की संख्या में 50 प्रतिशत की बढ़ोतरी हुई है। इसी तरह पिछले एक दशक में लगभग 477 महिला बंदियों की मौत जेल के अंदर हुई है।

ऐसे में खुली जेलों को लेकर सुप्रीम कोर्ट का निर्देश मील का पत्थर साबित होगा लेकिन इसे लागू करना इतना आसान नहीं लगता। जेलें सामाजिक और प्रशासनिक दोनों ही स्तरों से अनदेखी का शिकार होती हैं। जस्टिस मुल्ला और जस्टिस कृष्णा अय्यर की रिपोर्ट में दी गई सलाहें आज भी पूरी तरह से लागू नहीं हो पाई हैं। जेलों में करीब 80 प्रतिशत बंदी विचाराधीन हैं और न्यायिक प्रक्रिया अक्सर बहुत लंबा समय लेती हैं। इससे जेलों में भीड़ का बढ़ना स्वभाविक है। देश की जेलों में अपनी संख्या से कम से कम 18 प्रतिशत ज्यादा बंदियों का मौजूद होना चौंकाता है। प्रशासनिक स्तर पर जेलें राज्यों के अधीन आती हैं। भारत में जेलों को सुधारगृह कहा जाने लगा है, लेकिन ऐसा कहने भर से काम पूरा नहीं होता। जेलें अपराधियों के लिए बड़े अपराधी बनने का वर्कशॉप भी बनती रही हैं। विचाराधीन और सजायाफ्ता या फिर एक बार अपराध करके आये और बार-बार अपराध करने वाले बंदियों को अलग-अलग रखने का प्रावधान न होने से जेलें बाहर की दुनिया के लिए खतरे का कारक बनती हैं। जेलों को नए सिरे से बदलाव की जरूरत है, जिसके लिए प्रशासनिक और न्यायिक स्तर पर कोशिशों के अलावा साहित्य और कला का भी अपना योगदान हो सकता है। जब तक हर स्तर पर संवाद शुरू नहीं होगा, तब तक हालात बदल नहीं सकेंगे।

एक तरफ जेलें भीड़ से लबरेज़ हैं, तो दूसरी तरफ इनमें जेल कर्मचारियों की भारी कमी भी बनी हुई है। नेशनल लीगल सर्विस अथॉरिटी (नालसा) की ओर से जारी एक रिपोर्ट के मुताबिक देश भर की जेलों में कर्मचारियों की अनुमोदित क्षमता 77,230 है, लेकिन इनमें से 31 दिसंबर, 2017 तक 24,588 यानी 30 फीसदी से भी ज्यादा पद खाली थे। ऐसे में सुप्रीम कोर्ट ने पुलिस महानिदेशकों (जेल) को खाली पदों को भरने की हिदायत दी थी। सुप्रीम कोर्ट ने इस निर्देश पर सभी राज्यों से मई 2018 तक रिपोर्ट मांगी थी। इसके बाद फिर कुछ निर्देश जारी किए गए, जिसके तहत तिहाड़ से लेकर मध्य प्रदेश और तेलंगाना तक खुली जेलों को लेकर नए सिरे से व्याख्याएं होने लगी हैं।

वैसे न्यूज मीडिया ने भी इन जेलों का खुलकर समर्थन करना शुरू किया है। लेकिन यह भी एक सच है कि इन खबरों में हाई प्रोफाइल बंदियों को ही प्रमुखता मिली है। 2017 से दिल्ली की तिहाड़ में चल रही ओपन जेल पर आई तमाम खबरों के केंद्र में मनु शर्मा ही रहा। साल 1999 में पूर्व केंद्रीय मंत्री विनोद शर्मा के बेटे मनु शर्मा ने दक्षिणी दिल्ली के रेस्तरां में 34 वर्षीया मॉडल जेसिका लाल की गोली मारकर हत्या कर दी थी। जेसिका द्वारा मनु को शराब परोसने से मना करना हत्या की वजह थी। पकड़े जाने के बाद फरवरी, 2006 को मनु शर्मा को कोर्ट से बरी कर दिया गया था, लेकिन देश में हुए विरोध-प्रदर्शन के बाद केस की सुनवाई दोबारा दिल्ली हाईकोर्ट में हुई और फिर उसे उम्रकैद की सजा सुनाई गई।

2018 में तिहाड़ के सेंटेंस रिव्यू बोर्ड ने जिन कैदियों की रिहाई के मामलों में सुनवाई की, उनमें मनु शर्मा का नाम काफी आगे रहा। इस बोर्ड में उन कैदियों के अनुमोदन रखे जाते हैं, जो कैदी उम्रकैद या कुछ मामलों में 10 साल से अधिक की सजा काट रहे होते हैं या जिनकी उम्र बहुत अधिक हो जाती है। इसकी शर्त होती है कि जेल में सजा काटते वक्त कैदी का व्यवहार बहुत अच्छा होना चाहिए। उन्हें जब पैरोल मिली हो, वे तय वक्त पर जेल में वापस आए हों। जेल में भी किसी गैरकानूनी काम में शामिल न रहे हों। इसी तरह के व्यवहार वाले कैदियों की रिहाई के मामले एसआरबी के सामने रखे जाते हैं। इसके बाद मीटिंग में इनकी रिहाई के भाग्य का फैसला किया जाता है। मीडिया के केंद्र में किसी एक बंदी पर ही पूरा जोर होने से फैसलों की निष्पक्षता पर साफ तौर पर असर पड़ता है।

असल में जेलें कभी भी बहुत गंभीरता से नहीं ली जातीं। पिछले कुछ समय में जेलों में हो रहे काम को लेकर न्यूज मीडिया और फिल्मों की दिलचस्पी कुछ बढ़ी जरूर है लेकिन इसकी एक बड़ी वजह कई प्रभावशाली लोगों का जेलों में जाना है। जेलों के अंदर जो मानवीय संपदा मौजूद है, उसे लेकर अब तक देश में कोई गंभीर और ठोस नीति नहीं बन सकी है। जेल में शशिकला की आरामतलबी से लेकर सुब्रत राय सहारा के लिए विशेष इंतजाम, चौटाला के लिए रियायतें, संजय दत्त के लिए पिघलती सलाखें- ऐसे किस्से खबरों के केंद्र में रहे हैं। इनमें से बहुत-सी खबरें अपने असली रूप में बाहर आ ही न सकीं, जबकि कुछ के सिर्फ सिरे ही पकड़े जा सके। जेल में आसाराम हो, राम रहीम या पीटर मुखर्जी- खबर का संसार उस एक तस्वीर को पाने के लिए लालायित रहता ही है, जो एक्सलूसिव हो और तुरंत बिके, इस बात की परवाह किए बिना कि कई बार ऐसी खबरों का खामियाजा उन्हें भुगतना पड़ता है, जिनका इन से कोई सहूलियतों सरोकार नहीं। जेल में वीआईपी स्टेटस का बंदी जेल के अंदर रहकर भी खबर बनाने की जुगत में रहता है, ताकि अरुण गवली की तरह बाहर आने पर राजनीतिक समाज में उसका दखल बन सके। इस कहानी में एक कड़ी यह भी है कि जब ऐसे किरदारों पर फिल्में बनती हैं, तो अपराध और अपराधियों का बाजार-भाव भी तय होने लगता है।

2017 में *डैडी* और *लखनऊ सेंट्रल* और फिर दाऊद इब्राहिम की बहन हसीना पार्कर पर आई फिल्म की चर्चा ने जेलों को फिर से शहरी चौपालों की जिज्ञासा का विषय बना दिया। लेकिन जेलों का फिल्मी विषय बनने का यह पहला मौका नहीं है। 1957 में व्ही शांताराम निर्मित *दो आंखें, बारह हाथ*, 1963 में बिमल रॉय की फिल्म *बंदिनी* से लेकर 1994 में अमेरिका में बनी फिल्म *शशांक रिडेंशन* और

2013 में दक्षिण कोरिया में बनी फिल्म *मेरिकैल इन सेल नंबर 7* – जैसी कई फिल्मों ने जेलों की त्रासदी को उभारा, कैदियों की मनोदशा, जेलों के अंदर के विद्रूप माहौल और अभिव्यक्ति के घुटे माहौल को कहा और अपने-अपने स्तर पर रिकार्ड कायम किए। लेकिन ऐसा हर बार नहीं हो पाया। हां, बॉलीवुड और मीडिया इस बात से आश्वस्त जरूर रहा कि जेलें हमेशा ही खबर बनती हैं, जनता को खींचती हैं और अंततः मालिक की झोली में व्यापार लाती हैं। यहां यह जानना दिलचस्प हो सकता है कि *दो आंखें, बारह हाथ*, भारत में बनी पहली ऐसी फिल्म थी जो कि खुली जेल पर आधारित थी और इसका कथानक पूरी तरह से सच पर आधारित था। इस फिल्म को खुद एक जेलर ने लिखा था। पहले यह फिल्म एक किताब के रूप में सामने आई और बाद में इसे एक फिल्म में तब्दील कर दिया। इसे लिखने वाला जेलर जेलों की जिंदगी में बदलाव का एक साधन बन जाएगा, यह खुद उस जेलर ने भी कभी सोचा नहीं होगा। इस फिल्म की रूपरेखा खुले जेल के प्रयोग पर आधारित थी।

लेकिन फिल्म के सेट और जेल में कई बार बहुत फर्क भी होता है। देखने और दिखाने के नजरिए में भी। बॉलीवुड बखूबी जानता है कि जन मानस की दिलचस्पी जेलों में हमेशा रही है। यहां कौतुहल है, सलाखों के पीछे के परछाईं- भरे समाज को देखने की उत्सुकता भी, लेकिन जेल सुधार को लेकर भी जनता में सजगता या जागरूकता हो, यह जरूरी नहीं है। इसलिए जेलों पर काम और उसे लेकर प्रचार करते समाज के लिए सतर्कता अहम है।

बहरहाल खुली जेलें आशाएं तो जगाती ही हैं। वैसे भी जेलें सन्नाटे में पलती हैं। जेल से बाहर आने पर अपराधी फिर से अपराध की दुनिया में न लौटे, इसे सुनिश्चित करने के लिए उन संस्थाओं को संकल्प लेना होगा जिन पर यह जिम्मेदारी है। सुप्रीम कोर्ट के फैसले ने एक रास्ते को खोला है लेकिन इस रास्ते में हिचकोलों की कोई कमी नहीं। न्यूज मीडिया के लिए जेल से आने वाली बुरी खबर और फिल्मों के लिए जेल से मिलने वाले कथानक का व्यापार से जुड़ जाना न समाज के हित में है, न बंदी के।

संदर्भ:

देश की 1382 जेलों की अमानवीय स्थिति के संबंध में सुप्रीम कोर्ट में दायर याचिका पर 27 मार्च 2018 को हुई सुनवाई

नन्दा, वर्तिका: *तिनका तिनका डसना. तिनका तिनका फाउंडेशन, 2016*

नन्दा, वर्तिका: *तिनका तिनका तिहाड़*. राजकमल प्रकाशन: 2013

कारागार और कलम, कविता, 6 नवंबर, 2016, जनसत्ता

वेबसाइट:

गृह मंत्रालय और नेशनल क्राइम रिकॉर्ड ब्यूरो की वेबसाइट

लोक सभा और राज्य सभा की वेबसाइट

डॉ. वर्तिका नन्दा

जेल सुधारक

संस्थापक, **तिनका तिनका**

Email: tinkatinkaorg@gmail.com

Website: www.tinkatinkaprisonreforms.org

भारतीय मीडिया में स्त्री की सहभागिता: संभावनाएं एवं चुनौतियाँ

डॉ. पूर्णिमा कुमारी

भूमिका :

मीडिया को समाज का प्रतिबिम्ब माना जाता है, किन्तु विविधता से भरे भारतीय समाज की मीडिया में विविधता के संकेत तक नज़र नहीं आते। जाति, धर्म अथवा लिंग भेद एक प्रकार की मनोदशा है जो व्यक्ति में समाजीकरण के द्वारा चेतन और अवचेतन अवस्थाओं के संयुक्त परिस्थितियों में निर्मित होती है। मीडियाकर्मी मीडिया में स्थापित सवर्णों, पुरुषों की अधिसत्ता को स्वीकार करें अथवा नहीं किन्तु मीडियाकर्मियों की पृष्ठभूमि इस पर सत्यता की मोहर लगाती है। लोकतंत्र की बात करने वाली मीडिया में समाज के समस्त वर्गों की आवाज़ सम्मिलित नहीं है, इसे मीडियाकर्मियों की सामाजिक, आर्थिक, और शैक्षणिक पृष्ठभूमि के अध्ययन से प्राप्त आंकड़े और 'खबरों के चरित्र की विवेचना' उजागर करते हैं। आरक्षण का मुद्दा हो अथवा दो जाति विशेष की भिड़ंत या फिर महिलाओं के उत्पीड़न की सूचना, मीडिया की निष्पक्षता पर सवाल उठते रहे हैं।

मीडिया संगठनों में कार्य संबंधी जिम्मेदारियों के बंटवारे पर भी सवाल उठते रहे हैं। महिलाओं के साथ कार्य के वितरण पर भेदभाव को विशेष परिस्थितियों का हवाला दे कर अधिकतर मीडियाकर्मियों ने स्वीकारा है। मीडिया समाज का दर्पण अवश्य है किन्तु इसकी खबरों का आधार सामाजिक सरोकार पर ही निर्भर होना चाहिए। मीडिया के निर्णायक समिति से ले कर विभिन्न पदों तक महिलाओं की सहभागिता बढ़ेगी तभी मीडिया में निरपेक्षता एवं संतुलन की स्थिति आएगी तथा खबरें व्यावहारिक रूप से न्यायसंगत बन पायेगी।

मीडिया सामाजिक परिवर्तन लाने हेतु एक शक्तिशाली यन्त्र है। अस्तु मीडिया में जब तक खबरों के निर्माण में विभिन्नता का रंग शामिल नहीं होगा तब तक वो जनता की आवाज़ नहीं बन पायेगा। लोगों के स्वभाव एवं मनोवृत्तियों को बदलना कठिन है। मीडिया लक्ष्य प्रतीकों का अविष्कार करता है जिससे व्यवहार में परिवर्तन लाना सहज होता है।

मीडिया की कार्य-संस्कृति और स्त्री :

किसी भी व्यवसाय की संस्कृति वहां कार्य करने वाले कर्मियों के द्वारा स्थापित होती है, ठीक उसी प्रकार जैसे किसी क्षेत्र विशेष की संस्कृति वहाँ के निवासियों के माध्यम से विकसित होती है।

मीडिया के विभिन्न शाखाओं में लैंगिक विषमता आंतरिक कार्य-संस्कृति में अंतर उत्पन्न कर देता है। अंग्रेजी मीडिया, हिंदी मीडिया और क्षेत्रीय भाषा की मीडिया के आंतरिक वातावरण में यह अंतर

स्पष्ट दिखता है। मीडिया के विभिन्न शाखाओं में यह अंतर क्यों व्याप्त है इसे समझने के लिए मीडियाकर्मियों की पृष्ठभूमि को खंगालने का प्रयास किया गया।

प्राप्त आंकड़ों के आधार पर हिंदी मीडिया के अंतर्गत अधिकतम मीडियाकर्मियों का सम्बन्ध ग्रामीण अथवा छोटे शहरों से है वहीं अंग्रेजी माध्यम के अधिकतर मीडियाकर्मी शहर अथवा बड़े शहरों से सम्बन्ध रखते हैं। इसी कारण हिंदी मीडिया में संकुचित विचारधाराएं व्याप्त हैं तथा अंग्रेजी मीडिया संस्थानों में अपेक्षाकृत खुली संस्कृति का बोल-बाला है।

मीडिया की कार्य संस्कृति के अंतर को एक वरिष्ठ पत्रकार ने बताया कि - *हमारे यहाँ एक पुरुष पत्रकार महिला पत्रकार के साथ चाय भी पी लेता है तो हंगामा हो जाता है किन्तु बगल में ही अंग्रेजी अखबार का दफ्तर है वहाँ की परिस्थितियाँ भिन्न हैं।* इस फ़र्क को समझने हेतु शोधकर्ता ने कान्वेंट और सरकारी स्कूल के प्रांगण का भ्रमण किया तथा वहाँ के बच्चों से बात किया, फिर ये अंतर स्वतः स्पष्ट हो गया। दोनों के परिवेश और परवरिश में व्यापक अंतर है। भाषाई अंतर से मीडिया संगठन भी अछूता नहीं है, परिवेश और व्यक्तिगत कुंठा को भाषा उद्धृत कर ही देती है।

मीडिया के लिए इससे बड़ी त्रासदी क्या होगी कि मीडियाकर्मी ही मीडिया-संस्कृति की आलोचना करते हैं। मीडिया में कार्य कर रहे व्यक्ति किसी परिचित को मीडिया में आने के लिए सुझाव देना भी नहीं चाहते और लड़कियों को तो हरगिज नहीं। उनके विचार में न कार्य की स्थिरता है और न ही वेतन की। प्रोन्नति भी सिर्फ गुणवत्ता पर आधारित नहीं है, बल्कि आंतरिक राजनीति की भी प्रमुख भूमिका होती है। मीडियाकर्मियों का कहना था कि लड़कियों के लिए मीडिया क्षेत्र उपयुक्त नहीं है। उनके लिए इस क्षेत्र में अन्य भी कई तरह की चुनौतियाँ हैं, अगर उनकी सोच समझौतावादी है, संघर्षशील और धैर्यशील हैं तो स्वयं के जोखिम पर मीडिया में आ सकती हैं। ऐसी परिस्थियाँ काम हेतु यथोचित वातावरण नहीं रहने देती हैं।

हिंदी मीडिया संस्थानों में कार्यरत अधिकांश मीडियाकर्मियों का सम्बन्ध संयुक्त परिवार से है। प्राप्त आंकड़ों से विदित है कि संयुक्त परिवार में पुरुषवादी विचारधारा प्रबल रहती है, महिलाएं घर के अंदर का कार्यभार संभालती हैं। उन्हें निर्णय लेने का अधिकार नहीं होता है और न ही उनके द्वारा लिए गए निर्णय को प्रमुखता दी जाती है। घर के वातावरण में प्रवाहित होती इस सोच को बड़ी सहजता से घर के बच्चे अपने व्यवहार में शामिल कर लेते हैं। वक्त के साथ उच्च शिक्षा-दीक्षा तथा उन्नत वातावरण के संपर्क में आने के बाद उनकी जीवन-शैली में परिवर्तन अवश्य आ जाता है परन्तु परिपक्व हो गए सोच में बदलाव नहीं आ पाता और विभिन्न परिस्थितियों में स्पष्ट रूप से व्यक्तित्व में नज़र आ जाता है।

संयुक्त परिवार में पुरुषवादी विचारधारा प्रबल रहती है एवं प्राप्त आंकड़ों से प्रमाणित होता है ६६ फीसदी परिवार में निर्णय लेने का अधिकार पिता के पास है। पिता नहीं हैं तो ही माता इस अधिकार को जिम्मेदारी समझ कर वहन करती है। इस प्रकार के आंकड़े संयुक्त परिवार में महिलाओं की वास्तविक स्थिति को उजागर करते हैं।

पुरुषवादी सोच की दृष्टि घर हो अथवा व्यवसायिक क्षेत्र, विभेदता और अव्यवस्था को जन्म देती है जिसकी वजह से वे सहकर्मी को सम्मान देना तो दूर की बात है बराबरी का दर्जा तक देने को तैयार नहीं होते हैं। शोध के दौरान अधिकांश मीडियाकर्मियों ने विभिन्न व्यक्तियों/चरित्रों को अपना आदर्श बताया, किन्तु माँ, बहन, भाभी अथवा अन्य स्त्री चरित्र, उनके आदर्श का हिस्सा नहीं हैं। महिलाओं के

हाव-भाव, शैली की जिक्र करने वाले बहुतेरे मिले परन्तु बौद्धिकता का बखान करने वाले शख्स नहीं मिले।

बात-चीत के क्रम में कई मीडियाकर्मियों ने महिला सहकर्मियों के लिए अनुपयुक्त शब्दों का उपयोग किया। इस प्रकार की भाषा का इस्तेमाल किसी सहकर्मी के लिए करना उनके सामाजिक संदर्भों का ही प्रतिफल है। ज़ाहिर है पुरुषवादी सोच की विचारधाराओं से अनावृत वातावरण में जब लालन-पालन होगा तो पुरुषों में महिलाओं के अस्तित्व को स्वीकारने का साहस नहीं आ पाएगा।

मीडिया में स्त्री की सहभागिता: संभावनाएं एवं चुनौतियाँ :

महिलाओं की सामाजिक स्थिति में सुधार को लेकर लंबे समय से वैश्विक स्तर पर चिंता व्यक्त की जा रही है और समय-समय पर इसके लिए कदम भी उठाए गए हैं। देश में आजादी के बाद से नीति निर्माताओं ने मुख्यधारा की मीडिया, रेडियो, टेलीविजन, और समाचार पत्रों से महिलाओं की सामाजिक स्थिति में सुधार लाने की उम्मीद की। लेकिन इस मीडिया ने यथास्थिति को ही बनाए रखा और महिलाओं की सामाजिक स्थिति में सकारात्मक परिणाम आते हुए नहीं दिखे।

सम्बंधित शोध में प्राप्त आँकड़ों के अनुसार ४० प्रतिशत मीडियाकर्मी मानते हैं कि लड़कियां उनके लिए चुनौती है, ४४ प्रतिशत का मानना है कि वे चुनौती नहीं हैं, ७ प्रतिशत ने कहा की कभी इस विषय पर सोचा नहीं और १३ प्रतिशत ने कहा कि सुन्दर लड़कियां उनके लिए चुनौती हैं। शोध के दरम्यान कुछ मीडियाकर्मियों ने अपने सहकर्मी महिला कर्मचारियों पर अभद्र टिप्पणी भी देने से गुरेज नहीं किये, यथा लड़कियां अपनी सुंदरता को भुनाती हैं, वे गुण के आधार पर नहीं टिकी हैं।

मीडिया संगठन में लिंग-भेद की व्याप्ति पर दृष्टि डालते हुए उषा राँय, जो प्रिंट मीडिया में पत्रकारिता के ३७ साल का अनुभव रखती हैं, बताती हैं कि *मीडिया में महिला पत्रकारों को गंभीरता से नहीं लिया जाता है और न ही विशेष जिम्मेदारीपूर्ण कार्य दिया जाता है। इन्होंने बताया कि भारत की प्रथम युद्ध संवाददाता प्रभा दत्त उनकी समकालीन रही हैं। १९६५ के भारत पाकिस्तान युद्ध का श्रीमती दत्त रिपोर्ट लेने जाना चाहती थी किन्तु संपादक ने इजाज़त नहीं दिया। फिर उन्होंने ऑफिस से अवकाश लिया और रिपोर्ट कवर करने चलीं गयीं। पुनः रिपोर्ट तैयार करतीं और ऑफिस भेज देतीं। शुरू में संपादक ने प्रकाशित नहीं किया किन्तु अधिक बार उनकी रिपोर्ट को उपेक्षित नहीं कर पाये, क्योंकि रिपोर्ट दमदार होती थी।* ऐसे कई उदाहरण हैं कि महिलाएं ऑफिस की धारा के विरुद्ध जा कर अतिरिक्त प्रयत्न और श्रम करके स्वयं को प्रमाणित करती रही हैं।

महिलाएं चारदीवारी के बाहर नहीं निकल सकें इसके लिए पुरुषवादी सोच के लोग उन पर विराम लगाने के लिए कई हथकंडे अपनाते हैं, जैसे- छेड़खानी करना, कपड़ों पर टिप्पणी करना, कार्यालय में भेदभाव का माहौल निर्मित करना इत्यादि। ध्यान देने योग्य है कि ब्रिटिश फिल्म निर्माता, लेसली उडविन द्वारा निर्देशित फिल्म "भारत की बेटी", जो महिलाओं के प्रति पुरुषों का रवैया जांच करने के लिए किया गया प्रयास है। इस फिल्म का आधार दिसंबर, २०१२ में निर्भया सामूहिक बलात्कार घटना है। इस वृत्तचित्र में उस जघन्य घटना के अपराधी मुकेश का साक्षात्कार है, जिसमें उसने बलात्कार का कारण लड़कियों को घर से बाहर निकलना, देर रात तक जींस पहन कर टहलना बताया है। कारावास में रहने के बाद भी उसे किसी बात का अफ़सोस नहीं है, वरन इस तरह के वारदात के लिए लड़कियों को ही दोषी

ठहराना इस बात की गवाही देता है कि व्यक्तित्व का गठन एक दिन की परिणति नहीं है और न ही इकलौता ऐसे सोच वाला ये पुरुष है, अन्यथा उसकी गिरफ्तारी के बाद बलात्कार की घटना बंद हो जाती। तहलका संस्थापक तरुण तेजपाल का एक कनिष्ठ सहयोगी के साथ छेड़खानी करने के आरोप में गिरफ्तार होना ये साबित करता है कि सिर्फ शिक्षा की कमी ही इस जघन्य घटना का कारण नहीं है।

अमर उजाला की एक रिपोर्टर ने अपना अनुभव बताया कि किस प्रकार मेरठ में कार्य करने के दरम्यान संपादक बेवजह फोन करते थे और उन्हें मना करने पर काम में अड़चने उत्पन्न करने लगे। उनकी शिकायत कर खुद को अभिमान के साथ दफ्तर से जोड़े रखी, किन्तु उसकी इस प्रयास की सराहना करने की बजाय लोग नकारात्मक छवि बनाने लगे। शोधकर्ता जब अन्य सहकर्मी से बात किये तो कुछ पुरुष मीडिया सहकर्मी ने बताया कि 'वो लड़की बदनाम है, ज़रा आप सतर्क रहना'। कई संस्थानों में शोधकर्ता ने इस प्रकार के माहौल को महसूस किया। कार्यालयीय स्तर पर लिंग-भेद व्याप्त है। सहजता से महिला पत्रकार, गंभीर पत्रकारिता से स्वयं को जोड़ नहीं पाती, हर कदम चुनौतीपूर्ण होता है। कार्य चाहे विशिष्ट हो या वैचारिक समानता की, दफ्तर में सम-भाव दृष्टि हासिल करने हेतु महिला पत्रकारों को संघर्ष से गुजरना पड़ता है।

७५ फ़ीसदी मीडियाकर्मियों का मानना है कि महिला मीडियाकर्मियों डेस्क वर्क में अधिक अभिरुचि रखती हैं जिस कारण उनकी सीमितता फीचर राइटिंग अथवा सॉफ्ट स्टोरी तक ही रह जाती है।

अमर उजाला के कुछ वरिष्ठ पत्रकार इसकी पुष्टि करते हुए बताते हैं कि - *महिलाएं फीचर लेखन, कला संस्कृति पर लेखन, सॉफ्ट स्टोरी में अधिक अभिरुचि दिखाती हैं, जब कि अन्य खबरों के लिए क्षेत्र में जाना पड़ता है।* उसी संस्थान की महिला मीडियाकर्मियों इससे इत्तफाक नहीं रखती हैं, उनका कहना है कि *मीडिया में आने के फैसले के साथ हम खुद को हर कार्य व दायित्व को निभाने हेतु भी तैयार करते हैं। आज-कल मीडिया संगठनों में महिलाओं का चयन बढ़ गया है, एक वरिष्ठ पत्रकार ने बताया कि मीडिया संगठन में कार्य करने हेतु साक्षात्कार में लड़का और लड़की में से किसी एक का चुनाव करना हो तो प्रायः हम लड़कियों का चुनाव करते हैं क्योंकि ये कार्य के प्रति ईमानदार रहती हैं, वेतन के सम्बन्ध में मोल-भाव / सौदेबाजी करना सहज होता है क्योंकि ये घर के आर्थिक-भार को वहन करने में सहयोगी होती हैं न कि प्रमुख।*

निष्कर्ष:

मीडिया में जब तक गंभीर पत्रकारिता में स्त्रियों की भागीदारी की संख्या में बढ़ोतरी नहीं आएगी तब तक खबरों में संतुलन की स्थिति नहीं बन पाएगी और न ही मीडिया के माध्यम से महिलाओं की सामाजिक सुधार से सम्बंधित वास्तविक कार्य हो पायेगा। मीडिया को महानगरों और नगरों के राजमार्ग से निकल कर गांवों तथा कस्बों की गलियों तक पहुंचना होगा। प्रत्येक चरण पर महिला की जागरूकता हेतु कार्य करना होगा। विज्ञापन हो अथवा साक्षात्कार, महिलाओं के चारित्रिक सशक्तता से सम्बंधित चित्रण की प्रस्तुति करनी होगी। आज भी मीडिया महिलाओं को गुलदस्ते के रूप में परोसने का काम करता है। परिणामतः आज भी मीडिया हो या जन-साधारण, महिलाओं को गंभीरता से नहीं लेते।

समाजीकरण की प्रक्रिया को दुरुस्त करने के ध्येय से संसद हो अथवा सरकारी नौकरी, शैक्षणिक संस्थान हों या गांव का चौपाल, आरक्षण तथा सरकारी योजनाओं की वजह से सामाजिक एवं आर्थिक कार्यों में महिलाओं की भागीदारी बढ़ी है। मीडिया को भी महिलाओं की वैतनिक एवं कार्यािक नीति में बदलाव ला कर निर्णायक समूह तथा वरिष्ठ पदों पर इनकी मौजूदगी को स्वीकार करने की पहल करनी चाहिए।

डॉ. पूर्णिमा कुमारी

लेखिका ने माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल, म.प्र. के पत्रकारिता विभाग से पी-एच. डी. की उपाधि प्राप्त किया है।

मीडिया का 'अनुकूलन कारोबार'

डॉ. अमित कुमार विश्वास

'जब मीडिया बड़े कॉर्पोरेट घरानों के नियंत्रण में आ जाता है तब इसका संपूर्ण कार्यांतरण हो जाता है। मीडिया के उपयोगकर्ता इसके प्रभाव की गिरफ्त में आ जाते हैं तब उनकी इंद्रियों पर मीडिया का कब्जा भी हो जाता है अर्थात् जब पाठक, दर्शक या श्रोता की इंद्रियां मीडिया द्वारा अनुकूलित कर ली जाती हैं तब कॉर्पोरेट वर्ग इस उपयोगकर्ता वर्ग को उपभोक्ता वर्ग में तब्दील कर देता है। प्रकारांतर से यही उपभोक्ता वर्ग राष्ट्रीय और बहुराष्ट्रीय निगमों के लिए विराट बाजार का निर्माण करता है-

मार्शल मैक्लुहान

मीडिया के विद्यार्थियों से जब पूछा गया कि वे पत्रकारिता की पढ़ाई क्यों करना चाहते हैं तो एक ने जवाब दिया कि, 'मुझे बहुत पैसा कमाना है', दूसरे ने कहा कि, 'मुझे नाम और शोहरत चाहिए' और तीसरे ने कहा कि, 'मेरे छोटे भाई को एमबीए करके भी मैनेजमेंट का काम नहीं मिल पा रहा है जबकि बड़े भैया अखबार का पूरा मैनेजमेंट संभालते हैं। पत्रकारिता करके मैं भी भैया की तरह बनना चाहता हूँ।' सवालियों का लब्बोलुआब यही है कि कोई पैसा कमाने के लिए तो कोई शोहरत के लिए तो कोई मैनेजमेंट संभालने के लिए पत्रकारिता की पढ़ाई करता है। किसी के जेहन में यह बात नहीं आई कि हमें एक सफल पत्रकार बनना है। दीक्षांत समारोह की प्रेस विज्ञप्ति को डीसी खबर बनाने के लिए कहा तो विद्यार्थी बहुत ही हतप्रभ थे, उनके चेहरे से साफ झलक रहा था कि वे प्रेस विज्ञप्ति का खबर नहीं बना पाएंगे। विद्यार्थियों ने कहा कि डीसी खबर शब्द पहली बार सुना है तो सवाल उठता है कि पत्रकारिता की दशा और दिशा क्या होगी? उपभोक्तावादी दौर में मीडिया में जो कंटेंट परोसे जा रहे हैं, वह कैसे, किनके लिए और क्यों प्रस्तुत किया जा रहा है? उनके निहितार्थ क्या हैं?

परंपरागत रूप से प्रेस या मीडिया को हम लोकतंत्र का 'चौथा स्तंभ' या 'पहरूआ' के रूप में देखते-समझते आए हैं। देश के प्रत्येक संवेदनशील व जागरूक नागरिक का यह सोचना कर्तव्य है कि क्या यह प्रहरी वर्तमान वैश्वीकृत परिवेश में भी अपनी अपेक्षित या वांछित भूमिका निभा रहा है? क्या भूमंडलीकरण और बाजारवादी सुनामी ने इसके मूलभूत चरित्र को परिवर्तित किया है? सामाजिक-आर्थिक-सांस्कृतिक-राजनीतिक स्तरों पर आ रहे परिवर्तनों से यह कितना प्रभावित हुआ है। प्रश्न या मूल मुद्दा यह भी है कि मीडिया देश के लिए 'दिशा बोधक' की भूमिका निष्ठापूर्वक निभा रहा है या नहीं? क्या यह भी किसी उद्योग की भांति सिर्फ 'प्रोडक्ट' और 'बाजार की वस्तु' बन कर रह गया है। क्या इसकी ऐतिहासिक हस्तक्षेपधर्मिता आज भी जीवित है, इन सारे सवालों के बीच अंतर्विन्यस्त है यह लेख।

मीडिया की भूमिका के संदर्भ में गहराई से विश्लेषण करें तो हम पाते हैं कि मूलरूप से पत्रकारिता के दो कार्य हैं- 1.लोकतंत्र के स्तंभ के रूप में काम करना और 2.लोगों को एक साथ लाने, समुदायों को एक करने में अहम भूमिका का निर्वाह करना। मीडिया को समाज सापेक्ष होना चाहिए लेकिन ऐसा नहीं हो रहा है, क्यों नहीं हो रहा है, जवाब बहुत ही पेचीदा है। मीडिया मिशनवादी से आज 'नग्न धंधावाद' की ओर अग्रसर है। सन् 90 के दशक में आए भूमंडलीकरण और उदारीकरण की नीति ने विश्वग्राम की संकल्पना को साकार करने के लिए वैश्विक बाजार को अपनाया। यह भूमंडलीकरण आज राजनीतिक स्तर पर एक ध्रुवीयता के साथ आया है, धन, भोग, लोभ ही इसके मूल्य व आदर्श हैं, जो कि अमेरिकी पूंजीवाद को जायज ठहराता है। यह मूलतः प्रौद्योगिकी व तकनीक संचालित प्रक्रिया है। तकनीक व प्रौद्योगिकी के विस्तार के फलस्वरूप न सिर्फ भिन्न अर्थ-व्यवस्थाओं की भौगोलिक दूरियां कम हुई हैं अपितु अर्थ-व्यवस्थाएं भी परस्पर नजदीक आई हैं। इस परस्पर नजदीकी के मार्ग में आनेवाली बाधाओं एवं नियंत्रणों को दूर कर मुक्त बाजार के लिए खुला रास्ता तैयार की गई है। इसी मुक्त बाजार के रास्ते से पूंजीवादी ताकतें आर्थिक एकीकरण के तहत विश्व-व्यापार की गतिविधियों को तीव्र करता है। इसके साथ ही व्यापारीकरण के लिए तीव्र प्रतिस्पर्द्धाएं होती हैं। बाजार में हम वस्तुओं की तुलना कर अच्छी चीजों को घर ला पाते हैं क्योंकि कोई भी राष्ट्र उन्हीं वस्तुओं का निर्यात करते हैं जिनकी गुणवत्ता अच्छी हो ताकि बाजार में उसका मूल्य अधिकतम मिल सके। मीडिया संस्थानों में प्रयुक्त कथ्य और तथ्य बाजावादी प्रवृत्तियों में इजाफा करने वाले होते हैं। वाजप्ता विशेषज्ञों की पूरी मंडली इस कार्य में संलग्न रहते हैं कि कैसे आम आदमी को बाजार का हिस्सा बनाया जाए। भूमंडलीकरण उत्पादन की गुणात्मक प्रक्रिया को प्रोत्साहित करता है ताकि लाभ तुरंत और अधिकाधिक मात्रा में प्राप्त हो सके। अधिक उत्पादन को खपाने के लिए बाजार की आवश्यकता के मद्देनजर राष्ट्र-राज्य और सरकारों द्वारा स्थापित कानून, विशेषकर वे जो बहुराष्ट्रीय निगमों के विस्तार में बाधा पहुंचाते हैं, को सुधारा जाता है या बिल्कुल समाप्त किया जाता है। इसलिए आर्थिक सुधार भूमंडलीकरण का महत्वपूर्ण हिस्सा है। बाजार को विस्तारित करने में बहुराष्ट्रीय कंपनियां आमदा हैं। आज अधिकांश बहुराष्ट्रीय मीडिया कॉर्पोरेशन संचार से जुड़े कई सेक्टरों में काम कर रहे हैं जिनमें मुख्य रूप से समाचार-पत्र, रेडियो, केबल टेलीविजन चैनल सहित पुस्तक प्रकाशन, संगीत, मनोरंजन पार्क और अन्य तरह के मीडिया और मनोरंजन उत्पाद शामिल हैं। प्रौद्योगिकी क्रांति ने बहुराष्ट्रीय कंपनियों को अपनी गतिविधियों के विस्तार के लिए अपार संभावनाओं को जन्म दिया है। आज अधिकांश बड़े मीडिया कॉर्पोरेशन दुनिया भर में न सिर्फ अपनी गतिविधियां चला रहे हैं बल्कि जन भावनाओं को भी अपने में समाहित कर बाजार का हिस्सा बना रहे हैं। कई कॉर्पोरेशनों ने या तो किसी देश में अपनी कोई सहयोगी कंपनी खोल रखी है या किसी देशी कंपनी के साथ साठगांठ कर ली है। हमारे देश में ही कई बहुराष्ट्रीय मीडिया कॉर्पोरेशनों के भारतीय संस्करण बाजार में उपलब्ध हैं। ये वैश्विक संगठन अपनी गतिविधियों के विस्तार के लिए स्थानीयकरण की ओर अभिमुख हैं और वे हमारी स्थानीय जरूरतों तथा रुचियों के अनुसार अपने उत्पादों को ढाल रहे हैं। इस तरह भूमंडलीकरण स्थानीयताओं का रूप ग्रहण कर रहा है और बहुराष्ट्रीय कॉर्पोरेशनों की ये स्थानीयता उनके ही वैश्विक उपभोक्ता मूल्यों और व्यापार संस्कृति को प्रोत्साहित करते हैं। इसलिए तो मीडियाविद् नॉम चॉम्स्की कहते हैं कि 'मीडिया-कारपोरेट मिलकर उपभोक्ता को गुमराह और दिशाभ्रमित करते हैं क्योंकि उसके लिए उपभोक्ता भी उत्पाद की तरह है

जिसको तिकड़मी मीडिया निजी कारपोरेशन को बेच देता है। मीडिया नए बिंबों, छवियों और प्रतीकों को गढ़ता है और उपभोक्ता इसमें आसानी से गिर जाता है।’

यहां यह कहा जा सकता है कि वर्तमान संदर्भ में भूमंडलीकरण और मीडिया के अंतर्संबंधों का अवलोकन करें तो हम पाते हैं कि यह जीवन से जुड़े हर पहलू या अस्तित्व के हर रूप का वस्तुकरण करता है। बाजार में उसकी कीमत निर्धारित करता है तथा दुनिया के बाजार में उनकी खरीद-बिक्री करता है। इस क्रम में दो चीजों पर टारगेट किया जाता है एक तो ‘धर्म’ और दूसरा ‘सेक्स’। यही कारण है कि आज सौंदर्य व देह का विश्वव्यापी उद्योग बन चुका है। बाजार ने छद्म यथार्थ को गढ़ना शुरू किया। सब सुंदर दिखना चाहती हैं। हम जानते हैं कि ‘फेयर एंड लवली’ के प्रयोग से कोई भी गोरा या काला नहीं हो जाता है फिर भी हम बड़े ही शौक से ‘फेयर एंड लवली’ का इस्तेमाल करते हैं। ‘काम वाली बाई’ अपनी मालकिन को देखकर जरूरत सामान की बजाय ‘गोरा बनाने वाली क्रीम’ को सौ-दो सौ में खरीद कर ले आती है। संचार माध्यमों में प्रसारित चकमक विज्ञापनों ने बाजार में नया उपभोक्ता वर्ग को पैदा किया है। कंडोम का विज्ञापन प्रसारित कर एक तरफ जहां एड्स नामक बीमारी के जंजाल से बचने की नसीहत दे रही है वहीं कामुकता को भी बढ़ाती है।

बहुराष्ट्रीय कंपनियों द्वारा अपनाई गई बाजारीय प्रवृत्ति प्राकृतिक संसाधनों पर कब्जा करने की है। यह हमें जीवन में सुख व सुविधा दिलाने के लिए अभिप्रेरित करता है बशर्ते कि हमारे पास उनके सामानों को खरीदने के लिए पर्याप्त पैसे हों। हम उनके ग्राहक बन सकें, इसके लिए वे संचार माध्यमों का भरपूर उपयोग करते हैं। पूरनचंद्र जोशी का कहते हैं कि ‘पश्चिमी जगत में टेलीविजन उत्तर औद्योगिक समाज का केंद्र है। भारत की स्थिति इससे भिन्न नहीं। वर्चस्व के साधन के रूप में संचार उपभोक्तावादी बाजार का सहचर है। वहां एकरूपता का साम्राज्य है।’ इस एकरूपता की प्रक्रिया में जनता की भूमिका गौण, निष्क्रिय और ग्रहीता की रह जाती है। उत्पादक शक्तियों की जगह ‘ग्राहक’ की भूमिका महत्वपूर्ण हो जाती है। यह तो तय है कि समाजवाद के विघटन के बाद जो व्यवस्था आई है, वह पूँजीवाद है। आज अगर आधुनिकता, पूँजीवाद की सहचरी है तो हमें यहां अमेरिका के बाजारीय वर्चस्वकारी नीतियों पर पहल करना होगा। बहुराष्ट्रीय कंपनियां अपने हित में सहमति का वातावरण गढ़ती है। ‘नॉम चॉम्स्की ने ‘मैनुफैक्चरिंग कंसेप्ट’ पद का उपयोग करते हुए स्पष्ट किया है कि ‘सहमति गढ़ने के संगठित उद्योग हैं- अमरीकी विदेश विभाग से लेकर टेलीविजन तक। बहुराष्ट्रीय कंपनियों के हित पूरी दुनिया में फैले हैं। बाजारवादी दृष्टियों के कारण अब राजनीतिक-सामाजिक चिंतक भारत को अमेरिका का ‘ग्राहक-राज्य’ (क्लाइंट स्टेट) के रूप में परिभाषित करने लगे हैं।’ अमरीकी नेता कहते हैं, अमेरिका के हित पूरी दुनिया में फैले हैं। बहुराष्ट्रीय कंपनियों के हित अमेरिका के राष्ट्रीय हितों का रूप ले लेते हैं। इस आर्थिक और राजनीतिक गठबंधन से वर्चस्व की शक्ति जन्म लेती है। वर्चस्व को उचित ठहराने के लिए यह विश्वास जगाया जाता है कि अमेरिका ही सभ्य और सर्वश्रेष्ठ है। उसे दुनिया की भूल सुधारने का अधिकार है।’ अमेरिका ने अपनी आर्थिक नीतियों को मनवाने के लिए क्यूबा, इराक, अफगानिस्तान, निकारागुआ, चिली, पनामा, ग्वाटेमाला, अल सल्वाडोर, वियतनाम सहित दुनिया के कई देशों पर सैनिक या खुफिया दखलंदाजी के अभियान चलाए। आज आर्थिक नीतियों को ध्यान में रखकर ही वर्चस्व कायम करने की मुहिम में विकसित राष्ट्र लगे हैं। “वर्चस्व का एक साधन राज्यसत्ता के संरक्षण में सेना और बहुराष्ट्रीय कंपनियों का गठबंधन है तो

दूसरा साधन संचार प्रणाली है। प्रेस, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट सभी पर वर्चस्वशाली हितों का एकाधिकार है। लेकिन मार्क्स कहा करते थे कि पूँजीवाद अपने विनाश के साधन स्वयं उत्पन्न करता है। संचार की क्रांति ने जो साधन उत्पन्न किए हैं, उनपर नियंत्रण रख पाना महाशक्तियों के वश में नहीं है। प्रतिरोधी शक्तियां भी अपने वेबसाइट कायम कर रही हैं और अपना संदेश दे रही हैं। निस्संदेह, अभी शक्ति संतुलन क्रांतिकारी परिवर्तनों के नहीं है लेकिन परिस्थितियां अटल नियति बन कर हावी नहीं हो गई हैं। बिखरे हुए प्रयत्नों में एकसूत्रता के तरीके भी खोजे जा रहे हैं। साथ ही उन्नत पूँजीवादी समाजों के लिए चाहे उत्तर आधुनिकता और उत्तर मार्क्सवाद का विचार समीचीन हो, परंतु जैसा कि एडवर्ड सईद ने उल्लेख किया है कि 'विरासत और रूढ़िवाद से प्रभावित अरब और इस्लामी संस्कृतियों में आधुनिकता अब भी निःशेष नहीं हुई है। आधुनिकता, उत्तर-आधुनिकता की पहचान का प्रश्न इस आसन्न प्रश्न से जुड़ जाता है कि हमें कैसे आधुनिक बनना है।' आधुनिक बनने की होड़ में हम आधुनिक प्रौद्योगिकी के गुलाम होते चले गए। चूंकि प्रौद्योगिकी का विकास विकसित राष्ट्रों की देन थी, हम उन राष्ट्रों पर निर्भर रहने लगे। पूँजीवाद का बाजार तरुण हो या वृद्ध, आर्थिक विषमता को बहुत गहरे तक सिंचित किया। वृद्ध पूँजीवाद का आर्थिक संगठन और प्रशासन नियंत्रण जितना दृढ़ होता गया, बौद्धिक विमर्श में 'बहुलता', 'विखंडन', 'आस्वाद' की धारणाएं उतनी जड़ पकड़ती गईं। बाजार ने मध्यवर्ग की चेतना में समृद्धि और आधुनिकता को, उपभोग और हैसियत को एक-दूसरे का पर्याय बना दिया। फलतः श्रम के मूल्यों और श्रमिक जनता के प्रति उदासीनता में वृद्धि हुई, सफलता की 'बटमार संस्कृति' विकसित हुई, उत्पादन से उपभोग का संबंध टूट गया, विच्छिन्नता का बोध तत्कालिक सुख के प्रदर्शन में बदल गया। बाजार और नौकरशाही का कठोर नियंत्रण, नागरिक समाज में सुख का उपभोक्तावादी दर्शन, यांत्रिक जीवनशैली और लगातार छीजते सामाजिक सरोकार, इन सबने मिलकर एक ऐसा दुश्चक्र चलाया जिसमें फंसा मध्यवर्ग यातना अनुभव करता है लेकिन परिवर्तन नहीं चाहता। मध्यवर्ग यह जानते हुए भी कि 'प्रतिरोध' असहमति की भावना को तुष्ट करता है लेकिन यथास्थिति में फेरबदल का डर नहीं पैदा करता। वे यह मानकर चलते हैं कि छद्म सिद्धांतों से व्यवस्था तो नहीं टूटती, आदमी व्यवस्था में पच जाता है और अपनी अचेतनता को ही सार्थक मानने लगता है। नैतिकता के सिद्धांत भी बदलते हैं। 'सब चलता है' वाली संवेदनहीनता यहां पहुंचती है कि 'पैसा आना चाहिए, शर्म तो आनी जानी चीज है। फ्रांसिसी लेखिका और विचारक विवियन फोरेस्ते ने लिखा है कि 'पूँजीवाद को अपने कार्यकलाप पर लोगों से स्वीकृति और समर्थन की आज न उतनी उम्मीद है न जरूरत, जितनी उनकी उदासीनता की। लोग सवाल न उठाएं, 'व्यक्तिगत' राजनीति और 'आस्वाद' की सार्थकता में व्यस्त रहें। उपभोक्तावादी आधुनिकता जितना ही राज्य, बाजार और सूचना तंत्र को जनता से अलग एक मायावी शक्ति या शक्तिशाली माया में बदलती है, भौतिकतावादी वस्तुओं की मांग उतनी ही बढ़ती जाती है। भोगवादी सभ्यता परिवर्तनगामी शक्तियों को अतार्किक करार देती है। यही कारण है कि प्रतिरोध की संस्कृति को नेस्तनाबूद कर दिया जाता है या दबा दिया जाता है। भोगवादी सभ्यता का जोर तत्कालिकता पर होता है। 'तत्कालिकता इन्हीं परिस्थितियों का बोध है जिसका वस्तुगत आधार 'फास्ट फूड' और 'यूज एण्ड थ्रो' वाला बाजार है।' बाजार का अर्थ है माल का उत्सव, उपभोग का सुख, मुनाफे का स्रोत। उपभोग और मुनाफे का संतुलन बिकाऊ माल के माध्यम से स्थापित होता है। इसलिए बिकाऊ माल एक पवित्र मिथक बन जाता है, अर्थात् ब्रांड का प्रतिमान स्थापित हो जाता है।

लेकिन इन नए मिथकों का निर्माण सामाजिक अनुभव और सांस्कृतिक परंपरा से नहीं होता बल्कि बाजार की रणनीति और भूमंडलीय प्रतिमान के रूप में होता है। इसलिए वे जातीय विशेषता प्रकट करने के बदले सार्वभौम एकरूपता स्थापित करते हैं। लेकिन मुनाफे और उपभोग के संतुलन में उत्पादन की प्रक्रिया और उत्पादक शक्तियां अदृश्य हो जाती हैं। प्रक्रिया के प्रति अचेतना प्रत्येक 'व्यवस्था' के अस्वीकार और 'व्यक्तिगत' को राजनीति बनाने के सिद्धांत में प्रतिफलित होती हैं। वस्तु उत्पादन प्रक्रिया से निरपेक्ष हो जाती है तथा व्यक्ति सामाजिक प्रक्रिया से उदासीन हो जाता है।

व्यक्ति के उदासीन होने से हम प्रायः देखते रहे हैं कि भारतीय लोकतंत्र की तकरीबन सभी महत्वपूर्ण संस्थाएं वैश्विक पूंजीवाद से कमोबेश प्रभावित हुई हैं। इन संस्थाओं के चरित्र व कार्यशैली में गुणात्मक परिवर्तन देखने को मिले। इस संबंध में मीडिया ही नहीं, भारतीय राज्य को ही देखें, कभी इसके कर्ताधर्ता इसे 'जनकल्याणकारी राज्य' घोषित करने में गर्व का प्रदर्शन महसूस किया करते थे। 'समाजवाद' का जयघोष आज भूमंडलीकरण के व्योम में कहीं गुम हो चुका है। अब कर्ताधर्ताओं का बाजारोन्मुख नारा है-सुविधा आपूर्तिकर्ता अर्थात् भारतीय राज्य अब 'फैसीलीटेटर' की भूमिका निभाएगा। यह 'मुक्त-अर्थव्यवस्था' को उसके चरमोत्कर्ष बिंदु तक पहुंचाने के लिए तथा बगैर किसी वर्गीय भेदभाव के सभी को एक जैसे विकास के जुमले के रूप में 'समतल मंच' की सुविधा उपलब्ध कराएगा और इस प्रक्रिया में वह कोई हस्तक्षेप नहीं करेगा। यदि इससे किसी प्रकार की बहुआयामी विषमता व असंतुलन पैदा होते हैं तो इन्हें वैश्विक पूंजीवाद के अपरिहार्य परिणाम के रूप में स्वीकार किया जाना चाहिए।

हाल के कुछ वर्षों में भ्रष्टाचार की जो सुनामी आई है, इससे हम सभी अवगत हैं। मीडिया चिंतक रामशरण जोशी कहते हैं कि 'इस सुनामी ने राष्ट्र की शिखर संस्थाओं को तल तक निगल लिया है। घोटालों-महाघोटालों का विस्फोट इसके अन्यतम उदाहरण हैं। इस सिलसिले पर कब व कहां विराम लगेगा, यह अनिश्चित है।' यह सही है कि राष्ट्र-राज्य के नियंत्रणों ने इस 'सुनामी-परिघटना' को वैश्विक पूंजीवादीकरण की स्वाभाविक नियति के रूप में स्वीकार कर लिया है। इसलिए भूमंडलीकृत भारत की आम जनता को इससे चिंतित होने की जरूरत नहीं है क्योंकि पूंजीपति वर्ग द्वारा मीडिया के माध्यम से ऐसा वातावरण निर्मित किया जा रहा है कि जल्द ही आपका भला होने वाला है। वे इस दकियानूसी में कि अब तो आपकी गरीबी-बेकारी के लिए नीति-नियम बनने को मसौदा तैयार हो चुका है, आप अपना धैर्य मत खोइए। हमें यह जानकर खुशी होती है कि लगातार अरबपतियों की संख्या में इजाफा हो रहा है पर गरीबी की रेखा की लंबाई कम होती नहीं दिखती है। तब हम यह सोचने को बाध्य होते हैं कि आखिर ऐसा क्यों हो रहा है? ऐसे में कहा जा सकता है कि पूंजीपति वर्ग वैश्विक ग्राम की आड़ में अपने बाजार को विस्तारित करने के लिए मीडिया का इस्तेमाल करते हैं। इस केंद्रीकृत व्यवस्था से बेशुमार मुनाफा चंद पूंजीपति वर्ग के पास ही जाता है, अमीर और गरीब के बीच की खाई और भी गहरी होती जाती है। भूमंडलीकरण की प्रक्रिया में मीडिया वाहक के रूप में अपनी भूमिका निभा रहा है और यह हममें नए किस्म की भूख पैदा करता है।

वर्तमान मीडिया के परिदृश्य पर दृष्टि डालते हैं तब यह भ्रम स्वतः ही भंग हो जाता है कि मीडिया लोकतंत्र का चौथा स्तंभ है। इसे निगम-सत्ता द्वारा नियंत्रित लोकतंत्र के स्तंभों में से एक कहा जा सकता है। जब निगम-लोकतंत्र का स्तंभ में रूपांतरित हो गया है तब इससे जनपक्षधरता की भूमिका

की अपेक्षा करना आत्ममूर्खता होगी। यही वजह है कि आज हम मीडिया के दृश्य-अदृश्य 'अनुकूलन कारोबार' के चरित्र को सही संदर्भों में नहीं समझ पा रहे हैं और इसके प्रति हम आज भी कई प्रकार के भ्रम पाले हुए हैं।

डॉ. अमित कुमार विश्वास
सहायक संपादक
महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय
संपर्क : 9970244359

जनमाध्यमों में जनसरोकारों के प्रश्न और उनकी हिस्सेदारी

लक्ष्मी नारायण शर्मा

वर्तमान समय सूचना प्रौद्योगिकी का युग है। सूचनाएं किसी देश के शक्तिशाली होने में उतनी ही महत्वपूर्ण भूमिका रही हैं जितना कि युद्ध के उपकरण। सूचनाओं का यह महत्व सामाजिक, राजनैतिक और व्यक्तिगत जीवन पर भी साफ तौर पर दिखाई देता है। संवाद और संचार की सामान्य प्रक्रिया से आगे बढ़ते हुए आज सूचनाओं को त्वरित हासिल करने के साधनों से लैस होने की प्रतिस्पर्धा का समय है। सामाजिक और राजनैतिक संगठनों के लिए अपनी सक्रियता और उपस्थिति दर्ज कराने के लिये संचार माध्यम एक प्राथमिक उपकरण के रूप में आवश्यक उपकरण बन चुके हैं। संचार माध्यमों पर निर्भरता सिर्फ अपनी उपस्थिति दर्ज कराने के लिये ही नहीं बल्कि सामाजिक, राजनैतिक क्षेत्रों में घट रही घटनाओं की जानकारी हासिल करने के लिये भी जरूरी हो गई है। सूचनाओं को हासिल करने और इस प्रक्रिया में शामिल होने की स्पर्धा भी एक विशेष तरह की रणनीति का रूप लेती जा रही है। सूचना संग्रह, उनके प्रसारण से आगे बढ़ते हुए उनके प्रसारण की रणनीति को प्रभावित करने की एक अलग तरह की प्रतिस्पर्धा भी चलती दिखाई देती है। वर्तमान समय में यह प्रतिस्पर्धा व्यापक पैमाने पर देखने को मिल रही है।

अगम्भीर राजनीतिक बहसों की प्रमुखता

भारत में जनमाध्यम जनमानस की कितनी बातों को समझ रहे हैं और वर्तमान में जन सरोकारों से कितना जुड़े हुए हैं, यह जानना और समझना बेहद चौकाने वाला या उससे आगे बढ़ते हुए कहें कि चिंताजक प्रतीत होता दिखाई पड़ता है। मुख्यधारा की मीडिया के रूप में मान्य जनमाध्यमों ने समाज की मूल जरूरतों और उनके आधारभूत विषयों को एक तरह से नजरअंदाज कर दिया है। कई बार जनसरोकार के सवाल उठाकर ध्यान खींचने की कोशिश होती है लेकिन ऐसा सिर्फ उसी समय होता है जब वह विषय राजनैतिक बहस अथवा विवाद का कारण बन रहा होता है। किसी विषय का सामाजिक-आर्थिक आधारों पर सूचनाओं और तथ्यों के संकलन के साथ प्रस्तुतिकरण एक तरह से हासिये पर धकेल दिया गया है। मुख्यधारा के समाचार चैनलों और अखबारों में यह प्रवृत्ति पनपती दिखाई दे रही है। तुलनात्मक रूप में समाचार पत्र समय-समय पर विषय के समावेशी कवरेज की कोशिश करते हैं लेकिन समाचार चैनलों पर हर विषय राजनैतिक विवाद के दृष्टिकोण से ही स्थान पाता है, जिस कारण दर्शक कोई सूचना हासिल कर पाने से वंचित रह जाता है और थोपे गये राजनैतिक बहसों के निर्णयों को जानने के लिये बाध्य होता है। इस मायने में अखबार कुछ व्यापकता लिये दिखाई देते हैं लेकिन उनकी प्रवृत्ति भी विषयों को सीमित और संकुचित करने की ओर अग्रसर होती दिखाई दे रही है।

संतुलित कवरेज का अभाव

इस बात में कोई संदेह नहीं कि जनमाध्यमों ने समय-समय पर राजनितिक-सामाजिक विषयों पर जनसहभागिता को विकसित करने के साथ ही मानवाधिकारों और नागरिक अधिकारों से सम्बंधित विषयों पर महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह किया है। राजनितिक और संस्थागत भ्रष्टाचार को लेकर भी जनमाध्यम समय-समय पर खोजी रिपोर्ट अथवा बहसों के माध्यम से लोगों का ध्यान आकर्षित करते रहे हैं लेकिन समय के साथ ऐसे विषयों की खोजपरक रिपोर्टिंग में कमी आई है। भ्रष्टाचार के मुद्दे सिर्फ आरोप लगाने और राजनैतिक बहसों का हिस्सा भर बनकर रह गए हैं जिनका उपयोग सिर्फ मतदान के समय नागरिक को मतदाता के रूप में अपने पक्ष में लामबंद करने के लिये किया जाता है। ऐसे चुनावी रणनीतियों और बहसों पर मीडिया कोई नई धारा इंगित करते हुए कुछ नए तथ्य जनता के सामने लाते हों, ऐसा बेहद कम ही होता है। टेलीविजन और समाचार पत्र दोनों से ही गम्भीर प्रवृत्ति की रिपोर्टिंग धीरे-धीरे गायब होती दिखाई दे रही है। इन सबके बीच कुछ जनमाध्यम ऐसे हैं जो अपने मूल स्वभाव को बचाये रखने की कोशिश करते हुये बहुआयामी और जनसरोकारी रिपोर्टिंग को प्राथमिकता दे रहे हैं। हालांकि इनकी संख्या कम है और यही असंतुलन चिंता का मुख्य कारण है।

प्राइम टाइम में छद्म विषयों को प्रमुखता

उदाहरण समझने के लिये देश के हिन्दी भाषा के समाचार चैनलों पर शाम के समय में प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों पर एक नजर डालनी होगी। जिस प्राइम टाइम की अवधि में सबसे अधिक दर्शक टेलीविजन देख रहे होते हैं, उस समय सभी प्रमुख चैनल ऐसे कार्यक्रम या बहस आयोजित कर रहे होते हैं, जिनसे जनकल्याण या जनसरोकार का किसी तरह लेना देना नहीं होता। किसी भी चैनल पर समाचारों का कोई ऐसा कार्यक्रम प्रस्तुत नहीं होता जिसमें दिनभर में देश के अलग-अलग हिस्सों में घटी घटनाओं की जानकारी मिल सके। देश के अधिकांश राज्यों के मुख्यमंत्रियों के बयान या उनसे जुड़ी खबरें गायब रहती हैं। प्राइम टाइम में मुख्य रूप से राष्ट्रीय स्तर पर राजनैतिक वर्चस्व रखने वाली पार्टियों और इनसे संबद्ध दलों से जुड़े विषय या विवाद प्राइम टाइम के केंद्र में होते हैं। इसके अलावा हाई प्रोफाइल व्यक्तियों से जुड़े अपराध की घटनाओं को प्रमुखता दी जाती है। दिन भर के गिने चुने चार अथवा पांच समाचारों को देश का प्रतिनिधि समाचार कैप्सूल बनाकर प्रस्तुत किया जाता है। राजनैतिक बहसों में भी दलों के कामकाज पर नहीं बल्कि आमतौर पर किसी नेता के बयान पर चर्चा होती है। मुख्यरूप से ऐसे बयानों पर चर्चा होती है जिसे जारी करने वाले नेता खुद उस बयान पर चौबीस घण्टे भी कायम नहीं रहते। ऐसे बयानों के विश्लेषण के नाम पर धुर विरोधी राजनैतिक दलों के प्रवक्ताओं को स्टूडियो में बिठाकर एक छद्म द्वन्द का निर्माण कर बहस के नाम पर उत्तेजक माहौल बनाया जाता है जो कि सूचनात्मक न होकर किसी मनोरंजन चैनल से प्रतिस्पर्धा करता प्रतीत होता है। ऐसी बहसों में वक्तागण शालीनता की हदें तोड़ते हैं और गालीगलौज से होते हुये कई बार मारपीट तक की घटनाएं लाइव प्रसारण के दौरान घट जाती हैं। बहस को ऐसे तर्कों और तथ्यों के आधार पर जीतने की कोशिश होती है जो अप्रमाणिक अथवा मिथ्या होते हैं। अंदाजा लगाया जा सकता है कि ऐसी बहसों से क्या निष्कर्ष निकलता होगा। कई बार नियंत्रित और सरकारी कहे जाने वाले दूरदर्शन व अन्य चैनलों पर तुलनात्मक रूप से इन बहसों से अधिक सारगर्भित और बहुआयामी बहस देखने को मिल जाती है।

राष्ट्रीय चैनलों से बेहतर क्षेत्रीय चैनलों की भूमिका

राष्ट्रीय स्तर के चैनलों की स्थिति से इतर देश के अलग-अलग हिस्सों में संचालित हो रहे क्षेत्रीय समाचार चैनलों ने तुलनात्मक रूप से अधिक बेहतर भूमिका निभाई है। ऐसे चैनल एक क्षेत्र अथवा प्रदेश विशेष में सीमित हैं लेकिन वे स्थानीय मुद्दों और समस्याओं को लगातार उठाते हैं। कई बार इन चैनलों द्वारा उठाये गये विषय का बाद में राष्ट्रीय चैनलों द्वारा भी अनुसरण किया जाता है। महानगरों से अलग सुदूरवर्ती क्षेत्रों में घटने वाली महत्वपूर्ण घटनाओं को इन्हीं क्षेत्रीय चैनलों पर प्रारंभिक रूप से स्थान मिलता है और जब वह समाचार सभी समीकरणों को संतुलित करते हुये राष्ट्रीय चैनलों को उनके स्तर का हितकारी प्रतीत होता है तो वे भी उसका अनुसरण करते हैं। किसानों की समस्या, भूमि अधिग्रहण, पृथक राज्य आंदोलन, राज्यों के बीच जल-वितरण समस्या, भूमि अधिग्रहण, पृथक राज्य आंदोलन, नक्सलवाद, स्वास्थ्य सेवाओं की बदहाली, मूलभूत सुविधाओं का संकट जैसे विषय आमतौर पर क्षेत्रीय समाचार चैनलों में प्रमुखता से स्थान पाते हैं और दूरदराज के क्षेत्रों की समस्याएं राजधानी तक पहुँचती है। इस तरह ये चैनल जन समस्याओं और सरकार के बीच एक सेतु के रूप में काम करते हुए सूचनाओं के प्रसारण का काम करते हैं। कई बार कई महत्वपूर्ण विषयों पर राष्ट्रीय चैनलों की भूमिका महसूस की जाती है क्योंकि उनकी पहुँच और प्रभावशीलता अधिक होती है लेकिन आमतौर पर ऐसी अपेक्षाओं को निराशा का ही सामना करना पड़ता है।

पत्र-पत्रिकाओं की स्थिति तुलनात्मक रूप में बेहतर

समाचार चैनलों की तुलना में समाचार पत्रों और पत्रिकाओं में घटनाओं और विषयों को समग्र रूप से कवर करने की कोशिश दिखाई देती है। सारगर्भित और खोजपरक रिपोर्टों की संख्या भले ही कम हों लेकिन जनजीवन से जुड़े ज्यादातर विषयों को समाचार पत्र स्थान देते हैं। जन संगठनों, राजनैतिक दलों व आम जनता की बातों को स्थान देने के मामले में पत्र चैनलों से अधिक लोकतान्त्रिक प्रतीत होते हैं। अखबारों में किसानों के धरना-प्रदर्शन से लेकर राशन वितरण प्रणाली की खामी तक और खाद-बीज की किल्लत से लेकर खराब सड़कों तक के समाचार नियमित रूप से स्थान पाते हैं। इन सबके बीच अस्पतालों की अव्यवस्था, स्कूलों के पठन-पाठन का माहौल, गांव-शहर-कस्बों में होने वाली सार्वजनिक जीवन की नियमित गतिविधियां भी समाचार के रूप में स्थान पाती रहती हैं। कई तरह के दवाबों अथवा प्रभावों के असर से कुछ समाचारों को अधिक व कुछ को कम स्थान मिलने की सम्भावना के बीच आमतौर पर प्रतिनिधित्व के मामले में समाचार पत्र-पत्रिकाएं ज्यादातर विषयों को स्थान देने का प्रयास करती हैं।

पत्रों के बढ़ते संस्करण और अपेक्षित होते मुद्दे

जनसंचार के साधन के रूप में समाचार पत्रों को समाचारों की विविधता के प्रतिनिधित्व के हिसाब से भले ही समग्रता में संतोषजनक माना जाये लेकिन इनकी प्रवृत्ति भी लगातार जन सरोकार से जुड़े विषयों को गौण करने की ओर अग्रसर होती दिखाई दे रही है। इस लिहाज से छोटे और मंझोले अखबार कई बार बहुसंस्करणीय अखबारों से अधिक सशक्त और जिम्मेदारी की भूमिका का निर्वाह करते दिखाई पड़ते हैं। कारपोरेट घरानों से संचालित होने वाले अखबार कारपोरेट विज्ञापन के दवाब में अखबारों में

समाचारों की सामग्री भी यह मानकर निर्धारित करते हैं कि पाठक विज्ञापन में रुचि लेने वाला और उस उपभोक्ता वर्ग से सम्बंधित है जो विज्ञापित वस्तु के खरीदने का संभावित ग्राहक भी है। ऐसे में जब अखबारों में इस तरह के विज्ञापनों की भरमार होती है तो समाचारों का चयन व संपादन भी बेहद बारीकी से करते हुए समाचारपत्र के पृष्ठों से इस तरह के समाचार उपेक्षित कर दिए जाते हैं जिनसे विपन्नता अथवा समस्याओं की ओर ध्यान आकर्षित होता हो। कारपोरेट और बहु संस्करणीय अखबार एक नए तरह का प्रयोग कर रहे हैं जो समाचारों को एक तरह से उपेक्षित करने की तरह का व्यवहार प्रतीत होता है। एक ही जनपद में अखबार दो तरह के संस्करण प्रकाशित करते हैं। एक संस्करण नगर का संस्करण जबकि दूसरा देहात का संस्करण कहलाता है। आंचलिक व कस्बाई समाचारों को देहात संस्करण में स्थान दे दिया जाता है और इन क्षेत्रों की ज्यादातर सूचनाएँ, घटनाएँ, समस्याएँ नगर संस्करण में स्थान हासिल नहीं कर पाते। इस तरह एक ओर जहाँ समाचारों को पत्रों में स्थान तो मिल जाता है लेकिन वह एक क्षेत्र तक ही सीमित होकर रह जाते हैं और कई बार तो ये प्रकाशित समाचार जनपद मुख्यालय के जिम्मेदार अधिकारियों तक भी नहीं पहुँच पाते और फिर ऐसे में सूचनाओं के प्रकाशन के औचित्य पर सवाल उठने लगते हैं क्योंकि जनमाध्यम का मुख्य उद्देश्य सूचनाओं और समाचारों के माध्यम से जनता व लोकसेवकों के बीच संवाद व सेतु का निर्माण करना है।

नई भूमिका में वेब मीडिया

समाचार चैनलों और पत्र-पत्रिकाओं के साथ ही वर्तमान समय में सूचना संचार के क्षेत्र में वेब मीडिया ने मजबूती के साथ अपनी उपस्थिति दर्ज कराई है और परंपरागत जनमाध्यमों के सामने कड़ी चुनौती पेश की है। शुरुआती कुछ समय तक समाचारों को लेकर कुछ प्रमुख समाचार चैनलों और पत्रों के समूहों द्वारा संचालित वेबसाइट्स एकाधिकार के साथ अपनी उपस्थिति दर्ज कराते हुये दिखे लेकिन धीरे-धीरे इस माध्यम पर बहुत सारी नई वेबसाइट्स ने अपनी उपस्थिति दर्ज कराते हुये सूचनाओं पर नियंत्रण और एकाधिकार की प्रवृत्ति को एक तरह से चुनौती पेश की। एक ओर जहाँ कई वेबसाइट्स में सनसनी और राजनैतिक पक्षधरता की रिपोर्टिंग देखने को मिली तो इन सबके बीच कई समाचार वेबसाइट्स ने समानांतर धारा बनाते हुए निष्पक्ष और बहुआयामी कवरेज से लोगों का अपनी ओर ध्यान खींचा। इसके साथ ही इस माध्यम की सबसे खास विशेषता यह है कि यहाँ पृष्ठों अथवा एयरटाइम की कमी का बहाना नहीं है। यहाँ हर समय हर तरह के प्रश्न उठाने और उसे जनमानस के बीच ले जाने के रास्ते खुले हैं। बहुआयामी कवरेज और जनसरोकारों के प्रश्नों को विस्तृत स्थान मिलने के कारण वेब आधारित नया माध्यम लोगों के बीच लगातार लोकप्रिय होता जा रहा है।

अपराध और राजनीति को प्रमुखता से कवरेज

जन माध्यमों के द्वारा प्रकाशित और प्रसारित होने वाली सामग्री का विश्लेषण करने पर सामने आता है कि राजनीति, अपराध, सिनेमा से जुड़ी खबरें सबसे अधिक स्थान प्राप्त करती हैं। खेलों में क्रिकेट ही प्रमुखता से स्थान पाता है जबकि अन्य खेल औसत कवरेज भी मुश्किल से हासिल कर पाते हैं। इन विषयों की तुलना में स्वास्थ्य, यातायात के साधन, रोजगार, बिजली-पानी की समस्याओं से जुड़ी खबरों का औसत बेहद कम होता है। इस तरह के समाचारों को बेहद बोझिल रूप से खानापूर्ति के रूप में स्थान दे

दिया जाता है जबकि अपराध और राजनीति से जुड़ी ऐसी खबरें जिनका जनता से सीधे कोई सरोकार नहीं है, वे अधिक स्थान और महत्व हासिल कर रही हैं। सड़क दुर्घटना, पर्यावरण प्रदूषण जैसी समस्याओं को भी बेहद चलताऊ किस्म का कवरेज देकर हासिये की ओर धकेल दिया जाता है जबकि मानव जीवन पर इन घटनाओं और विषयों का हर रोज व्यापक पैमाने पर असर पड़ता है। दूसरी ओर अपराध और राजनीति से जुड़े ऐसे समाचारों को मुख्य समाचार का रूप दे दिया जाता है जिनके प्रसारण से सनसनी के अलावा कोई निष्कर्ष निकलता नहीं दिखाई देता। मनोरंजन और क्रिकेट से जुड़ी गतिविधियों को कई बार प्रमुख समाचार के रूप में प्रस्तुत कर समाचार की परिभाषा तक बदल देने का प्रयास किया जाता है।

नए मीडिया की ओर अग्रसर नया समाज

निष्कर्षतः कहा जा सकता है कि जनमाध्यमों में जनसरोकार से जुड़े सभी विषयों को समुचित स्थान दिला पाना अभी एक चुनौती है। व्यावसायिक व अन्य प्रतिस्पर्धात्मक कारणों से फिलहाल जनसरोकार से जुड़े विषयों पर छद्म समाचारों ने अपना कब्जा जमा रखा है और समाचारों के नाम पर बहुतायत में मनोरंजन सामग्री प्रस्तुत की जा रही है। ग्रामीण भारत की समस्याओं, उपलब्धियों और वहाँ के जनजीवन की समस्त कहानियां अभी समग्र रूप में मीडिया में आना बाकी हैं। चुनाव, बीमारी, अपराध या किसी अन्य सन्दर्भ में ही अब तक गांव की तस्वीर मीडिया में प्रस्तुत की जाती रही है। ग्रामीण भारत की एक स्वतंत्र और समग्र तस्वीर व उनका जनजीवन अभी मुख्यधारा की मीडिया से अपने संबोधन की प्रतीक्षा में है। इसी तरह देश के सुदूरवर्ती क्षेत्रों में निवास करने वाले विभिन्न भाषा-भाषी लोग, आदिवासी-जनजातीय समूह के लोग व अलग-अलग कारणों से समाज की मुख्यधारा में शामिल होने से वंचित रह गए लोग इस इंतजार में हैं कि जनमाध्यमों में उन्हें समाचारों की प्राथमिक सूची में शामिल किया जाएगा। जनमाध्यमों को देर-सबेर अपने इस प्राथमिक दायित्व का निर्वहन करना ही होगा क्योंकि यह देश-समाज से अधिक स्वयं उसके अपने अस्तित्व को बचाये रखने के लिए आवश्यक है। अन्यथा की स्थिति में प्रचलित जनमाध्यमों के बरक्स यह समाज सूचना अथवा संवाद के लिये किसी नए तरह के तंत्र के विकास की ओर अग्रसर होता दिखाई दे। वह नया तंत्र नया मीडिया या किसी ऐसे ही नए नाम से संबोधित किया जा सकेगा।

लक्ष्मी नारायण शर्मा
सीनियर रिपोर्टर, ईटीवी लखनऊ

हिंदी में वैज्ञानिक एवं तकनीकी शब्दावली का विकास: पत्रकारिता के संदर्भ में

सूर्य कुमारी पी.

पत्रकारिता की तुलना मानव-जीवन से की जा सकती है। जिस प्रकार मानव जीवन अत्यंत विस्तृत और विविध रंगों से रंगा है, ठीक उसी प्रकार पत्रकारिता का क्षेत्र भी विस्तृत व्यापक तथा बहुरंगीय है। आदि और अंत, आरम्भ और समाप्ति, जन्म, मृत्यु, निर्माण और विध्वंस दोनों प्रक्रियाएँ परस्पर विरोधी होते हुए भी एक दूसरे की सहगामिनी हैं। सृष्टि का प्रत्येक तत्व उत्पन्न होकर विकास के विभिन्न सोपानों से गुजरकर नष्ट हो जाता है। सूर्य, चन्द्रमा, पृथ्वी तथा नक्षत्रों की एक निश्चित आयु सीमा है। जिसके पश्चात् इन्हें भी विनष्ट हो जाना है। सृष्टि का यह एक शाश्वत नियम है जिसकी व्याख्या धर्म और विज्ञान दोनों अपने-अपने दृष्टिकोण से करते हैं। पत्र-पत्रिकाओं के विषय में भी यह नियम अपवाद नहीं है। यह तथ्य निर्विवाद रूप से स्वीकारणीय है कि आधुनिक पत्र-पत्रिकाएँ एक विराट रूप की स्वामिनी हैं। परन्तु अतीत में इसका स्वरूप क्या ऐसा ही रहा होगा जैसा कि वर्तमान में है।

पत्र-पत्रिकाओं का इतिहास और विकास एक गहन अनुसंधान का विषय है। कागज तथा मुद्रण प्रौद्योगिकी के आविष्कार के पूर्व पाषाण खंडों, भोजपत्रों आदि पर लेखन द्वारा शब्द और अर्थ की अभिव्यक्ति की जाती थी। सूचनाओं आदि का संप्रेषण नगाड़े बजाकर मौखिक रूप से किया जाता था। सभ्यता के आदिमयुग में ये साधन संप्रेषण और अभिव्यक्ति के लिए उपलब्ध थे। पत्र-पत्रिकाओं के आरंभिक स्रोत प्राचीन काल के शिलालेख स्वीकार किये जा सकते हैं। इस दृष्टि से ईसा से लगभग 4000 वर्ष पूर्व (जिसे बेविलोनी काल माना जाता है) की सुमेरी सभ्यता की चित्रलिपि अनिवार्य रूप से उल्लेखनीय है, जिसमें अंकगणित संबंधी विवरण प्रस्तुत किये हैं। इसके अतिरिक्त ईसा से लगभग 1700 वर्ष पूर्व मिट्टी पर लिखी कुछ गणतीय सामाग्री है जो पत्र-पत्रिकाओं के आरम्भिक रूप का परिचय देते हैं। इस प्रकार शिलालेखों को पत्र-पत्रिकाओं का रूप कह देना कोई अतिशयोक्ति न होगी क्योंकि प्राचीन काल में शिलालेखों का मुख्य उद्देश्य अवश्य ही उपलब्धियों को जनसामान्य तक पहुँचाना रहा होगा। इतिहास का अवलोकन करने से हमें ज्ञात होता है कि भिन्न-भिन्न देशकाल वातावरण में राजाओं एवं सामंतों का मुख्य उद्देश्य विविध अभिलेखों के माध्यम से अपनी दिग्विजयों और जीवन की सामाजिक, धार्मिक एवं राजनीतिक घटनाओं को चिरस्थायी बनाना था।

शिलालेखों के माध्यम से तात्कालिक समाज के विषय में अनेक महत्वपूर्ण सूचनाएँ मिलती हैं, जैसे कि पत्र-पत्रिकाओं को परिभाषित करते हुए स्पष्ट किया गया कि पत्र-पत्रिकाएँ जनसूचना का सशक्त माध्यम हैं। प्राचीन काल के ये शिलालेख, पत्र-पत्रिकाओं की कसौटी पर खरे उतरते हैं। विभिन्न राजाओं की सूचनाओं को इन शिलालेखों के माध्यम से जनता तक पहुँचाया जाता था। अशोक के शिलालेख इस तथ्य के प्रमाण हैं। जनसूचना तथा जनसंपर्क के माध्यम के रूप में पत्र-पत्रिकाओं का अस्तित्व इन शिलालेखों के माध्यम से प्रकट होता है। यह कहा जा सकता है कि शिलालेख आधुनिक

पत्र-पत्रिकाओं तथा जनसंचार के अन्य साधनों के प्राचीन संस्करण हैं। सुश्री विमलारानी के अनुसार, “प्राचान काल के शिला और स्तम्भ लेख, ताम्रपत्र आदि से पता चलता है कि राजाओं आदि की सूचना लोगों को कैसे दी जाती थी”।⁴

30 मई 1826 को कलकत्ता से प्रकाशित पंडित जुगल किशोर शुक्ल के संपादन में निकलने वाले ‘उदंतत मार्ताण्ड’ को हिंदी का पहला समाचार पत्र माना जाता है। समाचार पत्रों का इतिहास सबसे पहले भारत में यूरोपीय लोगों का प्रवेश के साथ ही प्रारम्भ होता है। भारतीय संदर्भ में विकास तथा राष्ट्रवाद के विकास में समाचार पत्रों की अत्यन्त महत्वपूर्ण भूमिका रही है, खासकर ‘प्रेस’ को लेकतांत्रिक राज्य का चौथा स्तंभ माना जाता है, जबकि साम्राज्यवादी शासन में यही प्रेस राष्ट्रीय मुक्ति का एक सशक्त माध्यम भी बन जाता है। भारत में सर्वप्रथम प्रिंटिंग प्रेस लाने का श्रेय पुर्तगालियों को दिया जाता है। पहली मशीनरी भारत में 1674 में पहुंचायी गयी थी। 1684 ई. में अंग्रेजी ‘ईस्ट इण्डिया कम्पनी’ ने भी भारत की पहली पुस्तक की छपाई की थी। 1684 ई. में ही कम्पनी ने भारत में प्रथम प्रिंटिंग प्रेस (मुद्रणालय) की स्थापना की। असल में पत्र-पत्रिकाएँ ऐसा सशक्त माध्यम हैं जो हमारे जीवन की विविधताओं, नित्य नूतनताओं और दैनिक घटनाओं को शीघ्र प्रस्तुत करने की अतुल्य क्षमता रखती हैं। वह माध्यम है जिससे हम देश विदेश में घटित घटनाओं की जानकारी घर बैठे ही प्राप्त करते रहते हैं। डॉ. भंवर सुराणा के अनुसार, “पत्र-पत्रिकाएँ वह धर्म है, जिसका संबन्ध पत्रकार के कार्य से है जिससे वह तत्कालीन घटनाओं और समस्याओं का सबसे अधिक सही और निष्पक्ष विवरण पाठकों के समक्ष प्रस्तुत करें और जनमत जागृत करने का भी श्रम करें”⁵।

विज्ञान और प्रौद्योगिकी का विकास मुख्य रूप से पश्चिमी देशों में हुआ। भारत में अंग्रेजों के शासन काल में इसका प्रसार हुआ। अंग्रेजों ने विज्ञान और प्रौद्योगिकी शिक्षा का प्रारंभ संस्कृत, अरबी, फारसी में प्रचलित परंपरागत ज्ञान के विकल्प और विरोध में किया था। उस समय विज्ञान और प्रौद्योगिकी की शिक्षा अंग्रेजी में ही दी जाती थी। स्वतंत्र होने के बाद भारत में अशिक्षा को दूर करते हुए सब को शिक्षित करने के लक्ष्य निर्धारित किए गए। उसके फलस्वरूप ही विज्ञान और प्रौद्योगिकी के क्षेत्रों से संबंधित शिक्षा का विकास हुआ। इस लक्ष्य की पूर्ति के लिए कई आयोगों का गठन किया गया जैसे - विश्वविद्यालय शिक्षा आयोग (1947-49); सेकंडरी शिक्षा आयोग (1952-53); शिक्षा आयोग (1964-66) आदि के मार्गदर्शन में प्राइमरी शिक्षा से लेकर विश्वविद्यालय तक के शिक्षा क्षेत्र में विज्ञान और प्रौद्योगिकी से संबंधित शिक्षा पर बल दिया गया।

किसी भी विषय के विभिन्न पहलुओं में इस्तेमाल होने वाले शब्दों को वैज्ञानिक तरीके से समझ कर प्रस्तुत विशिष्ट शब्दावली को वैज्ञानिक शब्दावली कहते हैं। दूसरे शब्दों में कहें तो इन शब्दों को ही पारिभाषिक शब्दावली भी कहते हैं। पारिभाषिक शब्दों को जानने से पहले हमें यह जानना जरूरी है कि हम समाज में किस भाषा का प्रयोग करते हैं और उस भाषा में पारिभाषिक शब्दों को किस प्रकार प्रयोग करते हैं। दरअसल, पारिभाषिक शब्दावली के प्रयोग का एक प्रमुख लाभ यह भी है कि इससे भाषा का मानकीकरण हो जाता है और आम जन में इनके प्रयोग से संचार विभेद या संचार अंतराल की संभावना

4. विमला रानी, हिंदी साहित्य को नियत कालिक पत्रिकाओं का योगदान, पृ-9

5. shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream

भी खत्म हो जाती है। विविध भारतीय भाषाओं और हिंदी में वैज्ञानिक-पारिभाषिक शब्दावली के निर्माण का प्रयत्न किया गया है। सबसे पहले भारतीय भाषाओं के क्षेत्र में ऐसा व्यवस्थित प्रयत्न शिवाजी के समय में हुआ था। उनकी आज्ञानुसार रघुनाथपंत ने राज-काज के लिए संस्कृत के आधार पर 1500 मराठी भाषिक शब्दों की रचना की और उनका संग्रह राजकोष के रूप में किया था।

इसके बाद गुजराती भाषा में भी वैज्ञानिक शब्दावली का निर्माण हुआ और गुजराती-अंग्रेज़ी कोश के रूप में वैज्ञानिक शब्दावली प्रकाशित हुई। हिंदी में वैज्ञानिक एवं तकनीकी शब्दावली प्रयोग की जिम्मेदारी भारतीय जनता पर है। हिंदी पारिभाषिक शब्दावली को अपने दैनिक व्यवहार में लाए। यह आज प्रत्येक भारतीय जन से अपेक्षित है। हिंदी के विकास को सतत प्रवाहमय बनाए रखने तथा उसके इस्तेमाल को जनोपयोगी बनाने की दिशा में पारिभाषिक शब्दावली में सरल एवं सुग्राह्य शब्दों का निर्धारण जरूरी है। हिंदी में वैज्ञानिक शब्दावली का विकास वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग द्वारा कई सालों से चला आ रहा है। विकास की प्रक्रिया स्वतंत्रता पूर्व से चली आ रही है। हालाँकि भारतीय समाज में भाषा के मानकीकरण को कई प्रयास समय-समय पर किए गए और आम जनमानस पर उसका सकारात्मक प्रभाव भी पड़ा। स्वतंत्रता के बाद राष्ट्रभाषा आयोग द्वारा हिंदी के संदर्भ में इसका स्तर व्यापक हुआ है। “सन् 1906 में काशी नागरी प्रचारणी सभा, सन् 1925 में बनारस हिंदू विश्वविद्यालय, सन् 1919 में गुरुकुल कांगड़ी द्वारा, सन् 1985 में डॉ. बृजमोहन द्वारा भारतीय हिंदी परिषद् के तत्वावधान में निर्मित गणित-शब्दावली के रूप में डॉ. सुख सम्पालिराय भण्डारी, डॉ. रघुवीर जैसे व्यक्तियों के निर्देशन में निर्मित वैज्ञानिक शब्दावली के रूप में एक बहुस्तरीय क्रम चलता आया, किन्तु भारत सरकार द्वारा 1950 में वैज्ञानिक शब्दावली बोर्ड और सन् 1961 में वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग के स्थायी रूप से गठन के कारण इस कार्य में तेजी आई।”⁶ संपूर्ण भारतीय भाषाओं के लिए वैज्ञानिक शब्दावली के विकास की प्रक्रिया में सबसे महत्वपूर्ण और महान कार्य का श्रेय डॉ. रघुवीर को ही मिलता है। डॉ. रघुवीर ने एक निश्चित सिद्धान्त से प्रेरित होकर यह महान कार्य किया। उनके कार्यों की विशेषता यह है कि उन्होंने कुछ सिद्धान्त स्थिर किए और सिद्धान्तों के आधार पर ही शब्दावली यानि पारिभाषिक शब्दावली का सृजन किया। उनके योगदान से ही हिंदी पारिभाषिक शब्दावली समृद्ध और उन्नत भी हुई। “हिंदी साहित्य सम्मेलन ने लगभग 20-25 वैज्ञानिक विषयों पर पारिभाषिक शब्दावलियों का निर्माण करवाया और उसमें से कई प्रकाशित भी हुई हैं। शिक्षा मंत्रालय के केंद्रीय हिंदी निदेशालय ने भी विभिन्न विषयों के छोटे प्रकाशित शब्दों को संपादित कर उनको एक ही पुस्तक के अंतर्गत रखकर एक विशाल शब्द संग्रह 1962 में प्रकाशित किया।”⁷ लेकिन इन समस्त कोशों के विकासक्रम में वैज्ञानिकता की आवश्यकता को महसूस किया जा सकता है।

वास्तव में तकनीकी शब्दावली को “विशिष्ट अर्थ वाले शब्दों की सूची” के रूप में समझा जा सकता है, “जिसका प्रयोग किसी विशिष्ट अर्थ में किया जाए। जो किसी विशिष्ट अर्थ को सूचित करे।”⁸ उसी को तकनीकी शब्दावली कहते हैं। तकनीकी शब्द का हर एक भाषा में अलग अर्थ है जैसे “मूल

6. 'हिंदी में वैज्ञानिक एवं तकनीकी शब्दावली का निर्माण', डॉ. पोरुमल्ल रवीन्द्र; पृष्ठ.सं.26

7 'हिंदी में वैज्ञानिक एवं तकनीकी शब्दावली का निर्माण', डॉ. पोरुमल्ल रवान्द्र; पृष्ठ.सं.110

8 'खोज: (शोध त्रैमासिक)', प्रो. सूर्यप्रसाद दीक्षित; पृष्ठ.सं. 58,59.

अंग्रेज़ी 'जमवीदपबंस' ग्रीक भाषा के 'Technical' का अर्थ है- 'कला' या 'कला विषयक' 'Techne' से तात्पर्य है। 'कला' तथा 'शिल्प', ग्रीक भाषा में 'Tektor' शब्द का अर्थ -'निर्माण करने वाला (निर्माता)' अर्थात् 'बढ़ाई के अर्थ में प्रयुक्त होता है'। लैटिन भाषा में 'Texerre' शब्द का अर्थ है- 'बुनना या बनाना'। इस सन्दर्भ में अर्थ हुआ- 'तकनीकी शब्द वह शब्द है जो किसी निर्मित अथवा खोजी गयी वस्तु अथवा विचार को व्यक्त करता है'।⁹ पारिभाषिक शब्द किसी न किसी विषय क्षेत्र से अनिवार्य जुड़ा रहता है और उसी विषय से ही उस क्षेत्र के संबद्ध अर्थ को समझा जा सकता है। उदाहरण के लिए 'रेखित चैक' (crossed check) का प्रकट अर्थ -'रेखाओं द्वारा खींचा गया चैक' अर्थात् 'जिसकी बाईं ओर ऊपर दो समानांतर रेखाएँ खींची हों' और 'जिसके बीच लिखा हो, जिसका भुगतान उसी के खाते में हो जिस के नाम से चैक काटा गया हो'। अतः यह माना जा सकता है कि हर एक पारिभाषिक शब्द उसमें तकनीकी शब्द हो या वैज्ञानिक शब्द बिना पारिभाषा के नहीं समझे जा सकते हैं। इसलिए इन शब्दों को ही पारिभाषिक शब्द कहते हैं। अर्थात् वह शब्द जो परिभाषा की अपेक्षा रखते हैं। मूलतः अधिकांश शब्द पारिभाषिक बनने से पहले सामान्य या गैर तकनीकी अर्थों में प्रचलित होते रहते हैं। प्रायः सामान्य भाषा में भी प्रयोग होते रहते हैं। जैसे -

सामान्य शब्द का अर्थ	पारिभाषिक शब्द का अर्थ
Memory(स्मृति)	स्मृति (कम्प्यूटर में)
Mouse (चूहा)	माउस (कम्प्यूटर में एक उपकरण)
Energy (शक्ति)	ऊर्जा (भौतिकी)

पारिभाषिक शब्द मूलतः सूक्ष्मीकरण की ओर होते हैं। हर पारिभाषिक शब्द अपने विषय क्षेत्र में एक नियत तथा एक निश्चित अर्थ का बोध कराता है। तकनीकी शब्द के लिए 'प्रौद्योगिकी' शब्द को प्रयोग में लाया गया। 'प्रौद्योगिकी' का संबंध विज्ञान से जुड़ी हुई प्रक्रियाओं के अनुप्रयुक्त रूपों से है। तकनीकी विषयों की संकल्पना के लिए प्रयुक्त पारिभाषिक शब्दों के अनुवाद के लिए लक्ष्य भाषा में समतुल्य पारिभाषिक शब्दों की आवश्यकता होती है। क्योंकि सामान्य अनुवाद में तकनीकी संकल्पना का अभाव होता है। इसलिए सामान्य अनुवाद में इस प्रकार की समस्या का सामना नहीं करना पड़ता। तकनीकी विषयों के यथातथ्य, बोधगम्य और स्पष्ट अनुवाद के लिए पारिभाषिक शब्दावली की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। तकनीकी विषय के पारिभाषिक शब्दों का समतुल्यता के आधार पर अनुवाद करने के लिए पारिभाषिक शब्दावली एक महत्वपूर्ण साधन है। 27 अप्रैल 1960 में राष्ट्रपति ने वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग की स्थापना का आदेश दिया। फलस्वरूप 1961 में आयोग की स्थापना अमल में आयी। भारत में स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद 'वैज्ञानिक, तकनीकी शब्दावली और प्रशासनिक शब्दावली' के निर्माण का कार्य बहुत तेजी से शुरू हुआ। केन्द्र सरकार ने इसके निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभायी। 1952 में केन्द्र सरकार ने शिक्षा मंत्रालय के अधीनस्थ वैज्ञानिक और तकनीकी शब्दावली बोर्ड के तत्वावधान का आरंभ किया। 1961 में बना आयोग शिक्षा मंत्रालय के केन्द्रीय हिंदी निदेशालय के अधीन कार्य करता है, लेकिन 1 अक्टूबर 1961 से यह आयोग स्वतंत्र रूप से कार्य करने लगा।

9 . 'खोजः(शोध त्रैमासिक)', प्रो. सूर्यप्रसाद दीक्षित; पृष्ठ.सं.58,59.

पत्रकारिता के उदय में हस्तलिखित फारसी पत्रों का महत्वपूर्ण स्थान रहा, लेकिन पत्रकारिता का विकास 'प्रेस' के आगमन से ही संभव हो पाया। समाचारों को आदान-प्रदान करने की प्रक्रिया के फलस्वरूप समाचार-पत्रों की रचना हुई। हालाँकि आज की आधुनिक पत्रकारिता को कागज़, स्याई और प्रेस के बिना नहीं देखा जा सकता, लेकिन प्रारंभ में इनके अभाव में भी पत्रकारिता को विकसित होते अवश्य देखा जा सकता है। यदि हम पत्रकारिता की पृष्ठभूमि पर विचार करें तो ज्ञात होता है कि मनुष्य की भावाभिव्यक्ति की प्रवृत्ति के कारण ही जन संचार के विभिन्न माध्यम विकसित हुए। डॉ. अर्जुन तिवारी का विचार है, "जिस प्रकार ज्ञान प्राप्ति की उत्कंठा, चिंतन एवं अभिव्यक्ति की आकांक्षा ने भाषा को जन्म दिया, ठीक उसी प्रकार समाज में एक दूसरे के कुशल-क्षेम जानने की प्रबल इच्छा शक्ति ने पत्रों के प्रकाशन को बढ़ावा दिया।"¹⁰ एक समय था जब पत्रकार को भी साहित्यकार की तरह जन्मजात माना जाता है। लेकिन आज पहले जैसी सोच में विपरीत परिवर्तन आ चुका है। आज का युग कंप्यूटर, इंटरनेट तथा फैक्स का युग है। आज मुद्रण, फोटोग्राफी और पत्रकारिता का स्वरूप परिवर्तित हो रहा है। केवल समाचार लिखना ही पत्रकारिता नहीं है, अब तो पत्र-पत्रिकाओं के आकार- प्रकार और स्वरूप में बुनियादी तौर पर बदलाव आया है। अब साक्षात्कार परिचर्चाएँ, लेख, व्यवसायिक सामाग्री और विज्ञापन तो पत्रकारिता में उल्लेखनीय है ही, इसके साथ-साथ सृजनात्मक लेखन भी पत्रकारिता का विशिष्ट अंग माना जाता है। डॉ. चंद्रकांत मेहता के अनुसार "आज पत्रकारिता का विकास के विविध शिखरों को पार करते हुए लोक-हृदय में सम्मानपूर्ण साधन प्राप्त कर चुकी है। इसका मुख्य कारण यह है कि पत्रकारिता विज्ञान, संपादन कला तथा साज-सज्जा शैली का संगम स्थल है।"¹¹ यही नहीं विश्व की पत्र-पत्रिकाओं में विज्ञान-लेखन वर्षों से हो रहा है, विश्व की पहली विज्ञान पत्रिकाएं 'जुर्नल दे सेवांस' और 'फिलोसाफिकल ट्रांजेक्शन' मानी जाती हैं। जो विज्ञान पत्रकारिता का आधार बनीं, "विश्व के प्रथम वैज्ञानिक पत्रिका का आरंभ सन् 1665 में फ्रांस में हुआ था, जिसका श्रेय 'जुर्नल दे सुवांस' को जाता है। इसके तीन माह उपरांत लंदन की रॉयल सोसाइटी के तात्कालीन सचिव हेनरी ओल्लवर्ग ने 'फिलोसाफिकल ट्रांजेक्शन्स' का प्रकाशन प्रारंभ किया। ये दोनों निजी पत्रिकाएँ थी। 'जुर्नल दे सेवांस' में मौलिक वैज्ञानिक शोध- निष्कर्षों के अतिरिक्त पुस्तकों की समालोचना पर भी बल दिया जाता था, जबकि 'फिलोसाफिकल ट्रांजेक्शन्स' में मुख्यतः शोध- निष्कर्षों का ही प्रकाशित होते थे। कुछ व्यक्ति 'फिलोसाफिकल ट्रांजेक्शन्स' को ही विश्व की वैज्ञानिक मानते थे। भारत की प्रथम वैज्ञानिक पत्रिका 'एशियाटिक रिसर्च' थी, जिसका प्रकाशन सन् 1788 में रॉयल एशियाटिक सोसाइटी ने आरंभ किया था। कुल मिलाकर भारतीय भाषाओं की प्रथम वैज्ञानिक पत्रिका होने का श्रेय बंगाल भाषा की 'पाश्वावली' को जाता है। जिसका प्रारंभ सन् 1821 में हुआ था।"¹² इक्कीसवीं सदी में सूचना प्रौद्योगिकी और जैव प्रौद्योगिकी ने विज्ञान पत्रकारिता के लिए नवीन मार्ग खोल दिए हैं। विज्ञान पर मनुष्य की विजय -यात्रा के साथ-साथ वैज्ञानिक उपलब्धियों को जन-जन तक पहुँचाने के लिए विज्ञान पत्रकारिता की प्रतिष्ठा हुई। जैसे-जैसे विज्ञान ने आगे कदम बढ़ाए नवीन खोज, अनुसंधान एवं नए-नए प्रयोग होते चले गए और धीरे-धीरे विज्ञान ने पत्रकारिता का आश्रय

10. आधुनिक पत्रिका, डॉ.अर्जुन तिवारी.पृ-2

11. पत्रकारिता के स्वरूप एवं पत्रकार, नवीन चंद्र पंत, पृ-194

12. हिंदी साहित्यिक पत्रिका, डॉ. चंद्रकांत मेहता-पृ.13

लेकर मानव जीवन पर आधिपत्य कर लिया। आज स्थिति यह है, “विज्ञान ने थल,जल और वायु पर विजय प्राप्त कर ली है तथा उससे मानव जीवन का प्रत्येक क्षेत्र अत्यधिक प्रभावित है। लोक रुचि के अनुरूप विज्ञान पत्रकारिता का क्षेत्र अब व्यापक हो रहा है। विज्ञान पत्रकारिता भारत की गरीबी, स्वास्थ्य, यातायात के साधनों का अभाव, आवास की विकट समस्या से जूझ रही है। हमारे विकास से जुड़ कर यह पत्रकारिता मानव जीवन को उन्नत बनाने में साधना-रत है।”¹³ विज्ञान पत्रकारिता का क्षेत्र अति व्यापक है। इसी कारण विज्ञान पत्रकारिता हमारे जीवन से, सामाजिक जीवन से गहराई से जुड़ी हुई है।

निष्कर्ष रूप में यह कहा जा सकता है कि पत्र-पत्रिकाएँ समाज का विभिन्न अंग है। आरंभ से लेकर अब तक अपने कर्तव्यों को निभाते हुए समाज को जागृत करने में अपना अतुलनीय योगदान अदा कर रही है। मूलतः पत्र-पत्रिकाएँ मानव जीवन की विविधता और नए साधनों की प्रचुरता ने पत्र-पत्रिकाओं के क्षेत्र को अति विस्तृत कर दिया। मुद्रण तकनीकों के आविष्कार एवं विकास के फलस्वरूप मानव समाज में क्रांतिकारी परिवर्तन आए हैं। ज्ञान- विज्ञान के प्रचार- प्रसार में मुद्रण यंत्र ने अभूतपूर्व भूमिका का निर्वाह किया है। पत्र-पत्रिकाएँ समाज को ज्ञान का प्रकाश प्रदान करती हैं, प्रायः यह देखा गया है कि जिस देश में समाचार पत्रों और पत्रिकाओं की स्थिति जितनी अच्छी है उस देश में समाचार पत्रों और पत्रिकाओं की स्थिति उतनी अच्छी है। उस देश की आर्थिक, राजनीतिक एवं सामाजिक स्थिति उसी के अनुरूप उतनी ही अच्छी होगी। पत्र-पत्रिकाएँ समाज के सदस्यों तथा संस्थाओं के बीच परस्पर संबंध स्थापित करती हैं ये लोक- विचारों की संवाहिका है, लोकमत तथा लोकभाव को वाणी प्रदान करना उसका धर्म है।

आधार थ सूची:

1. हिंदी में वैज्ञानिक एवं तकनीकी शब्दावली का निर्माण, डॉ. पोरुमल्ल रवीन्द्र; पत्रिका प्रकाशन, 2012
2. खोज (शोध त्रैमासिकी), प्रो. सूर्यप्रसाद दीक्षित; रायपुर-छत्तीसगढ़, नौवा अंक; अप्रैल-जून 2012

संदर्भ ग्रंथ सूची:

1. विमला रानी, हिंदी साहित्य को नियत कालिक पत्रिकाओं का योगदान, पृ-9
2. shodhgnga.inflibnet.ac.in/bitstream
3. 'हिंदी में वैज्ञानिक एवं तकनीकी शब्दावली का निर्माण', डॉ. पोरुमल्ल रवीन्द्र; पृष्ठ.सं.26
4. 'हिंदी में वैज्ञानिक एवं तकनीकी शब्दावली का निर्माण', डॉ. पोरुमल्ल रवान्द्र; पृष्ठ.सं.110
5. 'खोज: (शोध त्रैमासिक)', प्रो. सूर्यप्रसाद दीक्षित; पृष्ठ.सं.58,59.
6. 'खोज: (शोध त्रैमासिक)', प्रो. सूर्यप्रसाद दीक्षित; पृष्ठ.सं.58,59.
7. आधुनिक पत्रिका, डॉ.अर्जुन तिवारी.पृ-2
8. पत्रकारिता के स्वरूप एवं पत्रकार, नवीनचंद्र पंत,पृ-194
9. हिंदी साहित्यिक पत्रिका, डॉ. चंद्रकांत मेहता-पृ.13
10. हिंदी पत्रकारिता और भावात्मक, डॉ. अर्जुन तिवारी.एकता.पृ.17

सूर्य कुमारी पी.

suryakumariharshita@gmail.com

Mobile. No: 9652425545

13. हिंदी पत्रकारिता और भावात्मक, डॉ. अर्जुन तिवारी.एकता.पृ.17

हिंदी पत्रकारिता में आदिवासी सन्दर्भ

बोलचेटवार राजेश्वर सायलु

विश्व में आज अनेक भाषाएँ बोली जाती हैं। विश्व की हर भाषा एवं बोली किसी न किसी भाषा परिवार से संबंधित है। आदिम काल में हर भाषा-भाषी जन-समूह अपने सीमित वाक्-व्यवहार द्वारा अपनी जरूरतों को पूरा करता था। लेकिन वैज्ञानिक विकास के युग में देश की सीमा-रेखा अस्पष्ट होती जा रही है। भूमंडलीकरण के कारण आज संपूर्ण विश्व एक गाँव या कस्बे के रूप में दिखाई दे रहा है। इसलिए उसे एक संपर्क भाषा की जरूरत महसूस हो रही है। इस कारण वर्तमान समय में मनुष्य के जीवन में पत्रकारिता उतनी ही उपयोगिता रखती है जितना कि जीवन रूपी जिंदगी को संचालित रखने के लिए प्राणवायु। संस्कृति, कला, दर्शन एवं प्रौद्योगिकी समाज तथा साहित्य के प्रचार-प्रसार में पत्रकारिता ने अपनी अहम भूमिका निभाई है। मनुष्य के अभिव्यक्ति एवं सामाजिक परिवर्तन का एक प्रमुख स्रोत भी है। पत्रकारिता एक ऐसी प्रक्रिया है जिसके कारण विचारों को एक-दूसरे तक संप्रेषित करने का कार्य किया जाता है।

इन विचारों को एक-दूसरे तक संप्रेषित करने में भाषा की अहम भूमिका होती है। कहा जाता है कि भाषा विचारों की अभिव्यक्ति का सशक्त माध्यम है। पहले आदिवासी समुदायों में जंगल में आग लगाकर, ढोल बजाकर, जोर से पुकार लगाना, मेला, कथा गोष्ठी, गीत, नाट्यकला आदि के द्वारा संप्रेषण किया जाता था। लेकिन बदलते समय के अनुसार माध्यम भी बदल गए हैं। आज इन माध्यमों की जगह पत्रकारिता ने ली है। इस 21वीं सदी में हिंदी पत्रकारिता के अनेक प्रकार दिखाई देते हैं-जैसे मुद्रण, इलेक्ट्रॉनिक, इंटरनेट, मोबाईल आदि।

यहाँ हिंदी भाषा में प्रकाशित प्रिंट या मुद्रण पत्रकारिता की बात कर रहे हैं, वह भी आदिवासी पत्रकारिता से संबंधित। आज पत्रकारिता का स्तर दिन-प्रतिदिन बढ़ रहा है। पर मुख्यधारा की पत्रकारिता आजादी के 70 साल बाद भी आदिवासी को नकार रही है। सही मायने में आदिवासी आज भी राष्ट्रीय मुख्यधारा के हाशिये पर दिखाई देते हैं। आज आदिवासी समाज को लेकर अनेक पत्र-पत्रिकाएँ पूरे देश से हिंदी, अंग्रेजी एवं अन्य भारतीय भाषाओं में प्रकाशित हो रही हैं। आदिवासियों के माध्यम से कई जगह दैनिक पत्र भी निकलते हैं।

कुछ दशक पहले आदिवासी समाज में सामाजिक उन्नति, सांस्कृतिक उन्नति, आर्थिक उन्नति, शैक्षणिक उन्नति के लिए सामूहिक चिंतन का माध्यम केवल सभा-सम्मलेन ही हुए करते थे। यह इसके लिए सशक्त माध्यम था और है भी। किन्तु अब इस उत्तर आधुनिक विकासवादी एवं तकनीकी युग में समाज की चिंता और चिंतन-प्रसार की दौड़ में शामिल होकर आदिवासी समाज के बुद्धिजीवी, चिन्तनशील एवं विद्वत्तजनों ने पत्र-पत्रिकाओं के माध्यम से समाज के लोगों को उनके हक और अधिकारों के प्रति

सचेत तथा जागरूक बनाने का बीड़ा उठाया। जिसके माध्यम से हिंदी भाषा में अनेक आदिवासी पत्र-पत्रिकाओं का जन्म हुआ है।

“विश्व में अलग-अलग स्तर पर आदिवासी, जनजातियों द्वारा आर्थिक अधिकारों और सांस्कृतिक स्वायत्तता की लड़ाई लड़ी जा रही है। साथ ही सांस्कृतिक सवालों पर व्यवस्था का ध्यान खींचने के लिए बहस भी होती रही है।¹ इससे कह सकते हैं कि आदिवासी पत्रकारिता यानी आदिवासी समुदायों की संस्कृति तथा अस्मिता को बचाने हेतु संकल्पबद्ध है। जिसमें मुख्य रूप से- ‘युद्धरत आम आदमी’ संपादक रमणिका गुप्ता, ‘आदिवासी साहित्य’ गंगासहाय मीणा, ‘अरावली उदघोष’ स्व. बी.पी. वर्मा, ‘पथिक’, ‘आदिवासी सत्ता’ के.आर. शाह, ‘अखड़ा’ संपादक वंदना टेटे, ‘रंगवार्ता’ अश्विन कुमार पंकज, ‘जनजाति’ दिल्ली मिनिस्ट्री ऑफ इंडिया, ‘ट्राइब’ उदयपुर राजस्थान, ‘आदिवासी’ राधाकृष्ण आदि। उपर्युक्त पत्रिकाएँ हिंदी भाषा में प्रकाशित होती हैं। हिंदी भाषा में प्रकाशित होती हैं।

‘युद्धरत आम आदमी’ का त्रैमासिक रूप में 1978 से प्रकाशन किया जा रहा है। आदिवासी, दलित, महिला, सांप्रदायिक सदभावना, जनवादी आन्दोलन तथा शोध के क्षेत्र में यह पत्रिका कार्य करती है। यह हिंदी की सम्मानित पत्रिका मानी जाती है। इसके माध्यम से आदिवासी लेखकों की उत्कृष्ट रचनाओं को प्रकाशित होने का अवसर प्राप्त हुआ है। यह पत्रिका देश में आदिवासियों की स्थिति का एक आड़ना प्रस्तुत करती है।

‘आदिवासी सत्ता’ के संपादक के.आर. शाह अपनी पत्रिका के बारे में कहते हैं कि अभिव्यक्ति का अभाव और रोशनी में भी अंधकार के एहसास में जीते हुए समाज की अनसुनी आवाज को नई पहचान देने हेतु फरवरी 2005 को हिंदी मासिक ‘आदिवासी सत्ता’ का प्रकाशन प्रारंभ किया गया है। एक ऐसा समाज जो शिक्षा के क्षेत्र में आज भी सबसे अंतिम पंक्ति का सदस्य है। वहाँ वैचारिक क्रांति द्वारा आदिवासी सत्ता की पाठशाला खोलना रेगिस्तान में जलप्रपात तलाशने जैसा ही है।² 1991 के बाद आर्थिक उदारीकरण की नीतियों से तेज आदिवासी अस्मिता और अस्तित्व की रक्षा के लिए राष्ट्रीय स्तर पर पैदा हुई ऊर्जा ही आदिवासी पत्रकारिता है।

‘अरावली उदघोष’ बी.पी. शर्मा द्वारा संपादित, उदयपुर, राजस्थान से प्रकाशित होती है। यह “आदिवासी मुद्दों को लेकर निकलने वाली सबसे पुरानी पत्रिकाओं में से एक है। विगत 30 वर्ष से लगातार देश भर के आदिवासियों के लिए संघर्षरत पत्रिका अरावली उदघोष है। देश के विभिन्न अंचलों में फैले आदिवासियों को विकास की मुख्य धारा में लाकर उनका कल्याण करना पत्रिका का उद्देश्य रहा है। इसलिए पत्रिका समय-समय पर आदिवासियों की पीड़ा व्यक्त कर उन पर विचार करने के लिए विशेषांक निकालती है।³

आदिवासी जीवन संस्कृति और लोकपरंपरा पर केन्द्रित पत्रिका का आरंभ सन-1920 के आसपास हुआ। जब आदिवासियों के लिए आदिवासियों द्वारा और आदिवासियों की पत्रिका ‘आदिवासी’ का प्रकाशन अविभाजित बिहार में छोटानागपुर उन्नत समाज ने आरंभ किया था। यह कुछ साल छपती रही, बाद में बंद हो गई। आगे जून-जुलाई 1947 में बिहार जनसंपर्क विभाग ने इसी नाम से मासिक पत्रिका के रूप में शुरू की थी। नब्बे के दशक तक सफल प्रकाशन होने के बाद बंद हुई।⁴ आगे चलकर छोटानागपुर प्रमंडलीय जनसंपर्क विभाग ने तीसरी बार ‘आदिवासी’ नाम से ही साप्ताहिक आवृत्ति में इसका प्रकाशन आरंभ किया है। पहले छोटानागपुर उन्नति समाज की ओर से प्रकाशित होने वाली ‘आदिवासी पत्रिका’ में

मुंडारी, कुडुख, हो आदि सभी आदिवासी भाषाओं में रचनाएँ छपती थी। बाद में बिहार सरकार ने पत्रिका 'आदिवासी' शुरू की तो संपादक राधाकृष्ण बने तब इस पत्रिका की भाषा हिंदी हो गई। इस पत्रिका का मकसद भी आदिवासी साहित्य, संस्कृति को उजागर करना था।

आदिवासियों की साहित्य की वाचिक परंपरा रही। पीढ़ी-दर-पीढ़ी से गीत, कथा, आख्यान, नाट्य एवं मुहावरे, लोकोक्ति आदि मौखिक माध्यम पहुंचाते रहे हैं। अब इस परंपरा को अखड़ा पत्रिका के माध्यम से पिछले 13 साल से आदिवासी साहित्य, संस्कृति, दर्शन आदि से जुड़े मुद्दों को प्रकाशित किया जा रहा है। इसी तरह 2015 में 'आदिवासी साहित्य' नाम से एक पत्रिका का प्रकाशन दिल्ली से शुरू हुआ है।

'रंगवार्ता' रंगमंच की त्रैमासिक पत्रिका 2004-2005 में अश्विन कुमार पंकज और सचिन द्वारा शुरू हुई थी। 'रंगवार्ता' भारतीय रंगमंच को आदिवासी अभिव्यक्ति प्रधान करने का कार्य कर रही है। भारत के आदिवासी नाटककार, रंगकर्मी, जनभाषा एवं रंगभाषा बने यही हमारे समय की चुनौती है। इन्हीं मुद्दों को लेकर प्रकाशित होने वाली पत्रिका है।

'दलित आदिवासी दुनिया' सजग साप्ताहिक दस्तक, देश का प्रथम और एकमात्र राष्ट्रीय आदिवासी अखबार है। जिसके संपादक मुक्ति तिर्की हैं।

अतः 21वीं सदी को विमर्श का दौर कहा जाता है, इस दौर में आदिवासी विमर्श भी उभरकर सामने आया है। जिसमें विस्थापन की समस्या, जल, जंगल, जमीन की समस्या, साहित्य, संस्कृति, धर्म, दर्शन सामाजिक अस्तित्व, अस्मिता एवं आंदोलनों तथा गरीबी, कुपोषण, नसबंदी, बंधुआ-मजदूरी, एसिड हमला, नक्सलवाड़ी समझकर आदिवासियों का एनकाउंटर करना, आदिवासी महिलाओं एवं लड़कियों का बलात्कार एवं शारीरिक शोषण, अपहरण, अन्याय, अत्याचार को लेकर हिंदी भाषा के योगदान से अनेक पत्र-पत्रिकाएँ प्रकाशित हो रही हैं।

आदिवासी पत्रकारिता में आने वाली पारिभाषिक एवं तकनीकी शब्दावली इस प्रकार हैं—आदिम, मूलवासी, आदिवासी, वनवासी, अनुसूचित-जनजाति (भारत के संविधान का अनुच्छेद 366 (25) अनुसूचित जनजातियों को परिभाषित करता है कि वे समुदाय जिन्हें संविधान के अनुच्छेद 342 के अनुरूप अनुसूचित किया गया है। यह अनुच्छेद कहता है कि केवल वे समुदाय जिन्हें प्रारंभिक सार्वजनिक अधिसूचना के माध्यम से राष्ट्रपति द्वारा अथवा संसद के परवर्ती संशोधनकारी अधिनियम के माध्यम से ऐसा घोषित किया गया है, को अनुसूचित जनजातियां माना जायेगा), आरक्षण, भूमि अधिग्रहण, वन कानून, पेसा, डीएनटी, एएमएसवाय (आदिवासी महिला सशक्तीकरण योजना), सीसीडी (संरक्षण-सह-विकास), सीवीओ (मुख्य सतर्कता अधिकारी), सीटीएस (क्राफ्ट्समैन प्रशिक्षण योजना), डीईएसए (जिला शिक्षा समर्थनकारी एजेंसी), ईएमआरएस (एकलव्य आदर्श आवासीय विद्यालय), एफडीसी (वन विकास निगम), एफआरए, (वन विकास अधिनियम), एचएलसी (उच्च स्तरीय समिति), आईटीडीपी (एकीकृत जनजातीय विकास परियोजना/एजेंसी), माडा (संशोधित क्षेत्र विकास उपागम), एमएफपी (लघु वन उत्पाद), एमओटीए (जनजातीय कार्य मंत्रालय), एमएसपी (न्यूनतम समर्थन मूल्य), एनसीएसटी (राष्ट्रीय अनुसूचित जनजाति आयोग), एनओएस (राष्ट्रीय समुद्रपारीय छात्रवृत्ति की योजना), एनएसटीएफडीसी (राष्ट्रीय अनुसूचित वित्त और विकास निगम), एनटीए (राष्ट्रीय जनजातीय पुरस्कार), एनटीपी (राष्ट्रीय जनजातीय नीति), पीएमएस (मैट्रिकोत्तर छात्रवृत्ति योजना), पीवीटीजी (विशेष रूप से

कमजोर जनजातीय समूह / पूर्व में आदिम आदिम जनजातीय समूह के रूप में ज्ञात), आरजीएनएफ (राजीव गांधी राष्ट्रीय अध्येतावृत्ति), टीएसपी को एससीए (जनजातीय उपयोजना को विशेष केंद्रीय सहायता), एसजी (राज्य अनुदान), एसएचजी (स्व सहायता समूह), एसटीडीसीसी (राज्य जनजातीय विकास सहकारी निगम), टीएसी (जनजातीय परामर्शदात्री परिषद), ट्राईफेड (भारतीय जनजातीय सहकारी विपणन विकास संघ लिमिटेड), आदि।

1. दलित पत्रकारिता (सामाजिक,सांस्कृतिक, साहित्यिक व राजनीतिक चिंतन)-सं.मोहनदास नैमिशराय-पृ.सं-79-श्री नटरंग प्रकाशन नई दिल्ली- प्र.सं. 2008
2. www.gondwanasandeshraipr.blogspot.in
3. www.katha-chakra.blogspot.in/2010/10/blog-post.html
4. www.bhashkar.com/jharkhand/ranchi/news/JHA-RAN-HMU-MAT
5. जनजातीय कल्याण एवं विकास- Annual Report 2014-15

बोलचेटवार राजेश्वर सायलु (पीएच.डी. शोधार्थी)
दलित-आदिवासी अध्ययन एवं अनुवाद केंद्र,
हैदराबाद विश्वविद्यालय, हैदराबाद-500046
मो.नं- 9491495580
E-mail-r.bolchetwar(C@gmail.com)

जनसंचार मूलभूत शब्दावली

# (Hash Tag)	हैश टैग	Correspondent	
24 × 7	अनवरत	Accuracy	सटीकता
3 D	त्रि-आयामी	Accuracy & Fairness	सटीकता और निष्पक्षता
3 D Printing	त्रि-आयामी मुद्रण	Acetate Sheet (P.P.)	ऐसीटेट शीट
A B-Roll	ए बी-रॉल	ACI (Advertising Council Of India)	एडवर्टाइजिंग काउन्सिल ऑफ इंडिया/ भारतीय विज्ञापन परिषद
A.I.R.	आकाशवाणी	Acknowledgement Of Source	स्रोत का उल्लेख
A.N.P.A. (=American News Papers Publishers Association)	अमेरिकी समाचार पत्र प्रकाशक संघ	Acoustic (I.&B.)	ध्वनिकता
A.P (Associated Press)	एसोसिएटेड प्रेस	Acoustic Feedback	ध्वनिक प्रतिपुष्टि
A.P.I.	(ए.पी.आई.) एसोसिएटेड प्रेस ऑफ इंडिया	Acoustic Tile (I.&B.)	ध्वनिरोधी टाइल
AAP (Australian Associated Press)	ऑस्ट्रेलियन एसोसिएटेड प्रेस	Acoustic Treatment	ध्वनिक उपचार
ABC (American Broadcasting Company)/ (Australian Broadcasting Corporation)	अमेरिकी ब्रॉडकास्टिंग कंपनी/ ऑस्ट्रेलियन ब्रॉडकास्टिंग निगम	Acoustic Wave (I.&B.)	ध्वनिक तरंग
ABC (Audit Bureau Of Circulation)	ऑडिट ब्यूरो ऑफ सर्कुलेशन/प्रसार लेखापरीक्षा कार्यालय	Acoustics (Of Room) (I.&B.)	1. कक्ष ध्वनिकता 2. ध्वनिकी (विज्ञान)
ABNI (Asia Business News International)	एशिया बिजनेस न्यूज इंटरनेशनल	Active Audience	सक्रिय श्रोता/ सुधी स्रोत
Above-The-Fold	मोड़ के ऊपर का हिस्सा	Actuality	वास्तविकता
Abrasive (P.P.)	अपघर्षी, अपघर्षक	Actuality Recording (I.&B.)	स्थल रिकार्डिंग/ यथा तथ्य रिकार्डिंग
Accent	लहजा	Ad Agency	विज्ञापन एजेंसी
Accessory Advertising	अनुपूरक विज्ञापन	Ad Interim Copyright Clause	अन्तरिम कापीराइट प्रावधान/ अंतरिम प्रति लिप्यधिकार प्रावधान
Accident Stories	दुर्घटना समाचार	Ad Libs	आशु टिप्पणी
Accidental Sampling (P.P.)	आकस्मिक प्रतिदर्श	Ad Ratio	विज्ञापन अनुपात
Accompaniment (I.&B.)	संगत	Ad Rule	विज्ञापन नियम
Accompanist (I.&B.)	संगतकार	Adapter (I.&B.)	1. ऐडेप्टर 2. रूपान्तरकार 3. ऐडेप्टर कागज
Accordion Fold (P.P.)	एकार्डियन मोड़ (अखबार के संदर्भ में)	Ad-cut (=Logo =Logotype)	ऐडकट (लोगो, नामशैली)
Accreditation	मान्यता, अधिस्वीकृति	Add Alley	विज्ञापन वीथि
Accredited Press	मान्यता प्राप्त प्रेस संवाददाता	Add Matter	विज्ञापन विषयवस्तु
		Add, To	बढ़ाना, जोड़ना
		Additive Color	योज्य रंग
		Adequate Sampling	उपयुक्त प्रतिदर्श
		Adjustable Bed (P.P.)	समायोज्य तल

Adjustable Focus Lens	समायोज्य फोकस लेंस
Adless Paper	विज्ञापन-रहित समाचार-पत्र
Advance Announcement	पूर्व उद्घोषणा
Advance Copy	अग्रिम प्रति
Advance Feed	अग्रिम प्रसार सामग्री
Advance Release	अग्रिम विज्ञप्ति
Advertisement	विज्ञापन
Advertisement Agent	विज्ञापन अभिकर्ता
Advertisement Canvasser	विज्ञापन संग्रहकर्ता
Advertisement Composition	विज्ञापन संरचना
Advertisement Copy (=Advertising Matter)	विज्ञापन कॉपी
Advertisement Department (= Advertising Department)	विज्ञापन विभाग
Advertisement Embryo	कच्चा विज्ञापन
Advertiser	विज्ञापनदाता
Advertising	विज्ञापन, विज्ञापन देना
Advertising Agency	विज्ञापन एजेन्सी, विज्ञापन अभिकरण
Advertising Appeal	विज्ञापन अपील
Advertising Area	विज्ञापन क्षेत्र
Advertising Association	विज्ञापन संघ
Advertising Budget	विज्ञापन बजट
Advertising Campaign	विज्ञापन अभियान
Advertising Catalogue	विज्ञापन सूचीपत्र
Advertising Code	विज्ञापन आचार संहिता
Advertising Consultant	विज्ञापन परामर्शदाता
Advertising Copywriter	विज्ञापन लेखक
Advertising Cost	विज्ञापन लागत
Advertising Cut-Off	विज्ञापन विच्छेद-सीमा/कट ऑफ
Advertising Directory	विज्ञापन निर्देशिका
Advertising Film	विज्ञापन फिल्म
Advertising News	विज्ञापन समाचार

Advertising Page	विज्ञापन पृष्ठ
Advertising Plan	विज्ञापन योजना
Advertising Rate	विज्ञापन दर
Advertising Regulation	विज्ञापन नियमन
Advertising Research	विज्ञापन अनुसंधान/शोध
Advertising Return	विज्ञापन प्रतिलाभ
Advertising Revenue	विज्ञापन आय/विज्ञापन राजस्व
Advertising Sketch	विज्ञापन रेखाचित्र
Advertising Strategy	विज्ञापन कार्यनीति/विज्ञापन रणनीति
Advertorial	विज्ञापन-लेख
Advocacy Journalism	पक्षधर पत्रकारिता
Agate Line	अक्षरविन्यास रेखा
Agency Report	एजेन्सी रिपोर्ट/अभिकरण संवाद
Agenda Setting	कार्यसूची निर्धारण, नियोजित संकल्प
Agony Column	व्यथा स्तंभ, व्यथा कथा
Air Bell (=Bubble Mark)	फफोला-चिह्न, बुलबुला चिह्न
Album	चित्र संग्रह, एलबम
Alibi Copy	संदर्भ प्रति/मिथ्या कथन प्रति
Alignment	1. सरेखण 2. (I. & B.) एकरेखण 3. (P.P.) समरेख
All Caps	सभी कैपिटल में
All-In-Hand	1. पूर्ण वितरित 2. पूर्ण नियंत्रण
Allotment Of Programme (I. & B.)	कार्यक्रम/प्रोग्राम आवंटन, कार्यक्रम सौंपना
Alphabet Length	अक्षर लंबाई
Altar Fold	आल्टर फोल्ड
Alternative Journalism	वैकल्पिक पत्रकारिता
Alternative Programme (I&B)	वैकल्पिक प्रोग्राम, वैकल्पिक कार्यक्रम
Amateur Performance	1. नौसिखिया प्रदर्शन/अपरिपक्व प्रदर्शन 2. शौकिया प्रदर्शन
Ambient Light	परिवेशी प्रकाश
Ambush Journalism	आक्रामक पत्रकारिता
Amplifier	प्रवर्धक, ऐम्पलीफायर

Amplitude (I.& B.)	आयाम
Amplitude Distortion (I.& B.)	आयाम विकृति/विरूपण
Amplitude Modulation (I.& B.)	आयाम मॉडुलन
Analoge System	एनालॉग व्यवस्था/ सादृश्य व्यवस्था/प्रणाली
Analogue Signal	एनालॉग संकेत/ सादृश्य संकेत
Analogy Lead	साम्य कथा-मुख
Anchor	संयोजक/एंकर
Anchor Graphics	एंकर ग्राफिक्स
Anchor Story	आधार समाचार
Anchoring	संयोजन
Anecdotal Lead	उपाख्यान आमुख/कथा
Anecdote	उपाख्यान
Angle	कोण, दृष्टिकोण, पहलू, पक्ष
Angle (=Angle-Out=Angular Paper)	कोणी कागज
Angle Of Incidence (I.& B.)	आपतन कोण
Angle Of View	दृष्टिकोण
ANI (Asian News International)	एशियन न्यूज इन्टरनेशनल
Animation	एनीमेशन/सजीवता, जीवंतता
Anniversary Issue	वार्षिकांक, वार्षिकी, जयंती अंक
Announcer (I.& B.)	1. उद्घोषक 2. वाचक
Anonymous Source	अज्ञात स्रोत
Antenna	ऐन्टेना, आकाशी तार
Anticipatory News	पूर्वानुमानित समाचार
Antinode	ऐन्टीनोड
Aperture	द्वारक, छिद्र
Art Division	कला प्रभाग
Art Periodical	कला-पत्रिका
Article	लेख
Articulate Reader	मुखर पाठक / कुशल पाठक
Articulation (I.& B.)	(स्पष्ट) उच्चारण
Artificial Light	कृत्रिम प्रकाश
Artist Casual (I.& B.)	नैमित्तिक कलाकार

Aspect Ratio	आयाम अनुपात
Assemble	समुच्चय करना / संयोजन
Assignment	आबंटित कार्य
Assignment Book	समनुदेशन पुस्तक
Assignment Editor	आवंटन संपादक
Assignment of Copyright	1. प्रकाशन अधिकार प्रदान करना, 2. कापीराइट देना 3. प्रतिलिप्याधिकार आवंटन
Assistant Editor	सहायक संपादक
Assistant Information Officer	सहायक सूचना अधिकारी
Assistant Station Director	सहायक केंद्र निदेशक
Associate Editor	सहयोगी संपादक
Associated Advertising	सह-विज्ञापन
Associated Press (AP)	एसोसिएटेड प्रेस
Atlas	1. ऐटलस 2. ऐटलस (कागज का आकार)
Attribution	आरोपण/ संदर्भ/ उल्लेख
Audible Spectrum (I.& B.)	श्रव्य स्पेक्ट्रम
Audience	श्रोतागण/दर्शक गण
Audience Research	श्रोता अनुसंधान, दर्शक अनुसंधान, पाठक अनुसंधान
Audio	श्रव्य ध्वनि
Audio Mixer	ध्वनि मिश्रक
Audio Console	ध्वनि नियंत्रक
Audio Frequency (I.& B.)	श्रव्य आवृत्ति/ ध्वनि आवृत्ति
Audio Sensitivity	ध्वनि संवेदिता
Audio-Dub	ध्वन्यंतरण
Audio-Visual	श्रव्य दृश्य
Audition	1. स्वरपरीक्षण
Audition Committee	श्रवण समिति, स्वर परीक्षण समिति
Authoritarian Theory (Of The Press)	अधिनायकवादी सिद्धांत (प्रेस का)
Authorized Version	अधिकृत/प्राधिकृत पाठ, प्रामाणिक पाठ

Autocue	स्वतः संकेत
Autofocus (AF)	स्वतः फोकस
Automatic Gain Control/controller	स्वतः लब्धि नियंत्रण/नियंत्रक
Auxiliary Advertising	सहायक विज्ञापन, सह विज्ञापन
B/(Bulb) Setting	बी./ (बल्ब) सेटिंग
Baby Spotlight (I.& B.)	लघु स्पॉट, लघु पुंजदीप
Back Announcement	पार्श्वघोष, पार्श्व उद्घोषण
Back Lighting (I.& B.)	पृष्ठदीपन, पार्श्व प्रकाशन
Back To Back	एक के बाद एक
Back Up	बैक अप
Background	पृष्ठभूमि
Background Audio	पार्श्वध्वनि
Background Light	पार्श्व प्रकाश
Background Music (I.& B.)	पार्श्व संगीत
Background Report	पृष्ठभूमि रिपोर्ट
Backgrounder	पृष्ठभूमि लेख
Backlash	पिच्छट
Back-Pack Journalism	बहुविज्ञ पत्रकारिता
Baffle	अवरोधक
Bag Journalism	झोलाछाप पत्रकारिता
Balance	संतुलन
Balanced Make Up	संतुलित सज्जा, संतुलित मेकअप
Band-Pass Filter (I.& B.)	बैंड पारक छन्ना
Bandwidth	बैंड पट्टी, बैंड विस्तार
Banner	महाशीर्ष
Banner Advertising	पट्ट विज्ञापन
Banner Headline	पताका शीर्षक/शिरो रेखा
Bar Code	बार कोड
Bar Line (=Cross Line)	एकपंक्ति शीर्ष
BARC India	ब्राडकास्ट ऑडियंस रिसर्च कौंसिल ऑफ़ इंडिया
Base	आधार
Bass (I.& B.)	मंद (स्वर)
BBC (British	ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कॉर्पोरेशन

Broadcasting Corporation)	
Beacon (I.& B.)	बीकन/ दीप स्तंभ
Beat Reception	मिश्र अभिग्रहण
Bhasha	भाषा (संवाद समिति का नाम)
Bi- Directional Mic	द्विमुखी माइक्रोफोन
Bill Board Hoarding	विज्ञापन पट्ट
Binary Code	द्वि-आधारी कूट
Binder Line	योजक शीर्ष, पृष्ठ शीर्ष
Binding	जिल्दसाजी
Bit	बिट, द्वायंक
Bitmap	बिट मैप, द्वायंक प्रतिचित्र
Black & White	श्वेतश्याम/श्याम श्वेत
Black Balance	श्याम संतुलन
Black Frame	श्याम फ्रेम/चौखटा/भारी चौखटा
Blank Groove (I.& B.)	मूक ध्वनिपथ
Blank Page	अमुद्रित पृष्ठ, कोरा पन्ना
Blank Space	कोरा स्थान/खाली स्थान
Blanket (Rubber-Coated Pad Mounted On A Cylinder Of An Offset Press)	आवरण/ब्लैकेट
Blanket Head	सर्वछादी शीर्ष/ब्लैकेट हैड
Blast (I.& B.)	विस्फोट
Bleed Cut	सिरांत कर्तन
Bleed Off Page	कोरांत छपाई, कोर तक छपाई
Blind Folio	संख्या-रहित पृष्ठ
Blind Interview	पहचान-रहित साक्षात्कार, अनामिक साक्षात्कार
Blind Lead	संदिग्ध समाचार/आमुख
Blob	1. ब्लॉब 2. धब्बा, दाग
Block	ब्लॉक
Block Condenser (I.& B.)	ब्लॉक संधारित्र
Block Cutout (I.& B.)	परिकर्तित ब्लॉक
Block Letter	बड़े अक्षर
Block Line	ब्लॉक लाइन
Block Print	ब्लॉक मुद्रण, ब्लॉक मुद्रित प्रति

Block Programming	कार्यक्रम का अनुक्रमण
Blockbuster	धमाकेदार (कृति)
Blog	ब्लॉग
Blogger	ब्लॉग-लेखक / चिट्ठा लेखक
Blogosphere	ब्लॉग-जगत्
Blooping	ध्वनि-व्यवधान
Blow Up (I.& B.)	बड़ा करना, बढ़ाना, संवर्धन
Blue Journalism	पक्षधर पत्रकारिता
Blue Print	1. रूपरेखा 2. नील नक्शा, ब्लूप्रिंट 3. (I.& B.) अनुरेख
Blue line	मुद्रण प्रूफ
Blue-Penciling	पक्षधर संशोधन
Blur	धुंधला होना
Blurred Outline	अस्पष्ट रूपरेखा
Body	बॉडी, काय
Body Colour	काय-रंग
Body Language	देह भाषा
Bold Face	काला अक्षर
Bold Type	मोटा टाइप
Book Mark	पुस्तक चिह्न
Booklet	ग्रंथिका, पुस्तिका
Booster	वर्धक
Booth	(I.& B.) बूथ, कक्षिका
Bottom Left Or Right	बायां या दायां निचला भाग
Bounce Lighting	प्रत्यावर्तित प्रकाश-व्यवस्था
Bowl Rails	पहिया-पटरियां
Bowl Track	पहिया-पथ
Box Story	चौखटी समाचार
Brace Makeup	पार्श्व सज्जा, पार्श्व मेकअप
BRAI(Broadcast Regulatory Authority Of India)	ब्रॉडकास्ट रेग्युलेटरी अथारिटी ऑफ इंडिया भारतीय दुरसंचार विनियामक प्राधिकरण
Brail Journalism	ब्रेल पत्रकारिता
Brail Script	ब्रेल लिपि
Brainstorming Room	ब्रेनस्टोर्मिंग .कक्ष

Brand Attitude	ब्रांड अभिवृत्ति
Brand Awareness	ब्रांड जागरूकता
Brand Image	ब्रांड छवि
Brand Magazine	ब्रांड पत्रिका
Breach Of Privilege	विशेषाधिकार भंग/हनन
Break	तोड़, भंग
Breaking News	ब्रेकिंग न्यूज
Break-over	शेषांश
Breath Area	स्वसन क्षेत्र
Bridge	समाचार सेतु
Briefing	अधिकृत जानकारी देना
Broad Sheet	समाचार पत्र (A2 आकार)
Broadband	ब्रॉडबैंड, विस्त, तरंग पट्टी
Broadcast	प्रसारण
Broadcast Contract (I.& B.)	प्रसारण संविदा
Broadcast Coverage	प्रसारण समावेशन, प्रसारण आच्छादन
Broadcast Engagement (I.& B.)	प्रसारण आबंध
Broadcast Feature	प्रसारण रूपक/फीचर
Broadcast Fee (I.& B.)	प्रसारण फीस
Broadcast Journalism	प्रसारण पत्रकारिता
Broadcast Quality	प्रसारण गुणवत्ता
Broadcast Transmitter (I.& B.)	प्रसारण प्रेषित्र
Broadcasting Station	प्रसारण केंद्र
Brochure	विवरणिका, पुस्तिका
Bromide Paper	ब्रोमाइड पेपर
Browser	ब्राउजर, अन्वेषक
Browsing	ब्राउजिंग
Bubble Mark (=Air Bell)	बुलबुला चिह्न
Budget Story	बजट समाचार
Buffer Hand (P.P.)	बफर हैंड
Buffer Shot	अतिरिक्त शॉट
Bull Dog	प्रारंभिक संस्करण
Bullet Intro	बुलेट इंट्रो

Bulletin	1. बुलेटिन	Cable Authority (I.& B.)	केबल (भेजने का) प्राधिकार/प्राधिकारी
Bureau	ब्यूरो	Cable Desk	केबल डेस्क
Bureau Chief	ब्यूरो प्रमुख	Cable Editor	केबल संपादक
Bureau Of Advertising	विज्ञापन ब्यूरो	Cable News Channels	केबल समाचार चैनल
Bus Advertising	बस-विज्ञापन	Cable Television	केबल टेलीविजन
Business	कारोबार, व्यापार	Cable Television Regulation Act	केबल टेलीविजन नियंत्रण अधिनियम
Business Beat	1. वाणिज्य क्षेत्र, कारोबार क्षेत्र, व्यापार क्षेत्र,	Calendar Journalism	तिथिगत पत्रकारिता
Business Department	वाणिज्य विभाग, कारोबार विभाग	Calendar News Story	तिथिगत समाचार
Business Division	कारोबार प्रभाग, वाणिज्य प्रभाग	Call Sign	अभिज्ञान संकेत
Business Editor	कारोबार संपादक, वाणिज्य संपादक	Call Time	बुलावा समय
Business Form	कारोबार फॉर्म, वाणिज्य प्रपत्र	Calligraphist	सुलेखकार, खुशनवीस, क्रातिब
Business Journalism	वाणिज्य पत्रकारिता	Cam Shaft	कैम शैफ्ट
Business Magazine	वाणिज्य पत्रिका	Camcorder	कैमकॉर्डर
Business Manager	कारोबार प्रबंधक	Cameo Process	कैमियो प्रक्रिया
Business Newspaper	व्यापारिक समाचार-पत्र	Camera	कैमरा
Business Notice	व्यापार सूचना	Camera Angle (I.& B.)	कैमरा कोण
Business Page	व्यापार - वाणिज्य पृष्ठ	Camera Lucida	कैमरा ल्यूसिडा
Business Publication	व्यापारिक प्रकाशन	Camera Man (I.& B.)	कैमरा मैन
Butter Paper	मखनिया कागज़	Camera Obscura	कैमरा आब्सक्युरा
By Line (=Print Line)	नाम पंक्ति, मुद्रक पंक्ति	Camera Ready	कैमरा-तैयार (संकेत)
By Line Story	नाम पंक्ति समाचार	Camera Shake	कैमरा कंपन
By Liner	नाम (से छपने) वाला	Camera View Point (I.& B.)	कैमरा लक्ष्य
Bystanders' Journalism	तमाशबीन पत्रकारिता	Campaign	अभियान
Byte	बाइट, वक्तव्य, टिप्पणी	Campaign Officer	विशेष प्रचार आधिकारी
C.G.O (Can Go Over)	प्रकाश्य, प्रकाशन योग्य	Canadian Press (National News Agency Of Canada)	कनाडियन प्रेस
C1S And C2S(Coated One Side And Coated Both Sides)	एक ओर लेपित और दोनों ओर लेपित	Candid Photograph	प्रकृत फोटोग्राफ
Cabinet Size	कैबिनेट आकार	Cannons Of Journalism	पत्रकारिता के नीति-सिद्धांत
Cable (Conductor Attachment Based Local Extension (I. & B.))	केबल	Caps (=Capitals)	कैप्स, कैपिटल, दीर्घाक्षर
Cable Advertising	केबल विज्ञापन	Caps And Small Caps	कैपिटल अक्षर तथा छोटे कैपिटल अक्षर
		Capsule Lead	कैप्सूल लीड, संपुट कथामुख
		Caption	शीर्षक, चित्रपरिचय

CAR (Computer Assisted Reporting)	कंप्यूटर सहायित समाचार-लेखन	CD	सीडी (कॉम्पैक्ट डिस्क)
Card	कार्ड	Celebrity Endorsement	चर्चित व्यक्ति का अनुमोदन
Card Reader	कार्ड रीडर	Celebrity Journalism	चर्चित व्यक्ति (आधारित) पत्रकारिता
Card, Catalogue	क्रमसूची कार्ड	Censor Board	सेन्सर बोर्ड
Career Feature	रोजगारपरक रूपक	Censorship	सेंसरशिप, अभिवेचन
Carriage Fee	प्रसारण शुल्क	Censorship Bureau	सेन्सर कार्यालय, अभिवेचन कार्यालय
Carrier	वाहक, वाहित्र	Center Spread	सेंटर स्प्रेड
Carry Over	अगले पृष्ठ पर	Central Press Accreditation Committee	केंद्रीय प्रेस प्रत्यायन/अधिस्वीकरण समिति
Carted Shot	कार्टेड चित्र	Chain Dot	बिंदु शृंखला
Cartography	मानचित्रण	Chain Lines	पंक्ति शृंखला
Cartoon	व्यंग्य चित्र	Change-Over (I.& B.)	बदलना
Cartoon Film (I.& B.)	कार्टून फिल्म, व्यंग्य फिल्म	Change-Over Cue	बदलाव संकेत
Cartoonist	व्यंग्य चित्रकार/ कार्टूनिस्ट	Changing Audience	श्रोता/दर्शक परिवर्तन
Cartoonist's Balloon(=Balloon)	कार्टूनकार का बैलून / पात्रोक्ति	Channel (I.& B.)	सरणि चैनल/ चैनल
Cartridge	कार्ट्रिज	Channel Allocation	सरणि विनियोजन, चैनल आवंटन
Case-Study	वैयक्तिक अध्ययन	Character	1.अंक, 2. अक्षर, 3. मुद्र, 4. पात्र
Cassette	कैसेट	Character Assassination	चरित्र हत्या
Cast (I.& B.)	पात्र वर्ग, पात्र सूची	Character Count	पंक्त्यक्षर-गणना
Casting	1. ढली वस्तु 2. पात्र निर्धारण (I.& B.) 3. ढलाई	Character Recognition	अक्षर अभिज्ञान
Casting Machine Operator	ढलाई-मशीन प्रचालक	Character Set	अक्षर समुच्चय
Casual Advertisement	आकस्मिक विज्ञापन, करार विज्ञापन, संविदा विज्ञापन	Chat	बतचीत, बतकही/गपशप
Casual Clause Lead	कारण-हेतुक वाक्यांश आमुख	Cheque Book Journalism	चेकबुक पत्रकारिता
Catalogue (=Catalog)	1. सूचीपत्र 2. क्रमसूची	Chief Editor	मुख्य संपादक
Catalogue Card	क्रमसूची कार्ड	Chief Engineer	मुख्य अभियन्ता
Catalogue, Advertising	विज्ञापन सूचीपत्र	Chief News Editor	मुख्य समाचार संपादक
Catch Line	संकेत पंक्ति	Chief Proof Reader	मुख्य प्रूफ रीडर
Catharsis Theory	विरेचन सिद्धांत	Chief Sub Editor	मुख्य उपसंपादक
CATV (Community Antenna Television)	कम्युनिटी एन्टेना टेलीविजन	Children's Programme (I.& B.)	बच्चों का प्रोग्राम, बच्चों का कार्यक्रम
CCD	चार्ल्स कपल डिवाइस	Chit-Chat	वार्तालाप
CCTV(Closed Circuit Television)	सीसीटीवी (क्लोज्ड सर्किट टेलीविजन)		

Chorus (I.& B.)	कोरस, वृंदगान
Chroma Key	क्रोमा की
Chronological Lead	कालक्रमिक कथामुख/ आमुख
Chronological Narrative	कालानुक्रमिक वर्णन/कथन
Churnalism	चर्नलिज्म, पूर्वाग्रही पत्रकारिता, मनगढ़ंत पत्रकारिता
Cine Cameraman (I.& B.)	सिने कैमरामैन
Cine-Correspondent	फिल्म संवाददाता
Cine-Editor	फिल्म संपादक
Cine-Journalism	फिल्म पत्रकारिता
Cinematograph (I.& B.)	चलचित्र
Circulation	1. प्रसार 2. प्रसरण 3. बिक्री
Circulation Date	प्रसार तिथि/ प्रसरण तिथि
Circulation Manager	प्रसार प्रबंधक
Circulation Policy	प्रसार नीति
Cit - Com	सिट - कॉम, परिस्थितिजन्य हास्य
Citation	1. उद्धरण 2. प्रशस्ति
Citizen Journalism	नागरिक पत्रकारिता
City Affairs	नगर-चर्चा, स्थानीय मुद्दे
City Desk	नगर डेस्क
City News	नगर समाचार/ स्थानीय समाचार
City Reporter	नगर संवाददाता
Civic Journalism	जन पत्रकारिता
Civic News	नगर पालिका समाचार, स्थानीय निकाय समाचार
Clapper	क्लैपर, करतलपट्ट
Clarity	स्पष्टता
Classified Advertisement	वर्गीकृत विज्ञापन
Classified Information	वर्गीकृत सूचना
Clean Copy	सही प्रति/ स्वच्छ प्रति
Clear Channel	1. क्लियर चैनल 2. निर्बाध माध्यम/ चैनल/सरणि
Cliché	क्लिसे/ पिष्टोक्ति
Click	क्लिक

Clientele	ग्राहक-वर्ग
Clip	1. कर्तन 2. क्लिप/ पकड़नी
Clip Book (=Stock Cuts)	स्टॉक ब्लॉक
Clipping	कतरन
Close Ended	विकल्पहीन प्रश्न
Close Medium Shot (I.& B.)	मध्य निकट शॉट
Close-Up (I.& B.)	(I. & B.) निकट शॉट
Club News	क्लब समाचार
CMS (Content Management System)	कंटेंट मैनेजमेंट सिस्टम, अंतर्वस्तु प्रबंधन प्रणाली
CMYK	सी एम वाई के (नीला, मैजेन्टा, पीला, काला) वर्णक्रम
CNN (Cable News Network)	सी एन एन (केबल न्यूज नेटवर्क)
Co-Author	सहलेखक
Code of Ethics	आचार-संहिता
Co-Editor	सह संपादक
Collaborative Journalism	साझा पत्रकारिता
Collage	कोलाज, समुच्चय
Colon	उप विराम
Colonial Press	औपनिवेशिक प्रेस
Colour Blanks	रंग रिक्तियाँ
Colour Break	रंग विभेदन
Colour Control Bar	रंग नियंत्रण शलाका/पट्टी
Colour Correction	रंग संशोधन
Colour Curve	रंग-वक्र
Colour Key	रंग-संकेतक
Colour Plate	रंगीन मुद्रण प्लेट
Colour Balance	रंग संतुलन
Colour Filter (I.& B.)	वर्ण फिल्टर, वर्ण छन्ना, रंग छन्ना
Colour Proof	रंग प्रूफ, रंगीन प्रूफ
Colour Scheme	रंग-योजना
Colour Separation	रंग पृथक्करण
Colour Transparency	रंग पारदर्शिका

Column	कॉलम, स्तंभ	Compering (I.& B.)	समायोजन
Column Centimeter	कॉलम सेन्टीमीटर	Complementary Colour	पूरक रंग
Column Head	स्तंभ शीर्ष	Complimentary	मानार्थ
Column Writer	स्तंभ लेखक	Composer	1. संगीतकार (I.& B.) 2. योजक
Column Writing	स्तंभ लेखन	Composing Room	अक्षर-योजन कक्ष, कंपोजिंग कक्ष
Columnist	स्तंभ लेखक	Composite (I.& B.)	मिलाजुला, सामासिक, संमिश्र
Comedy	हास्य-विनोद	Composite Film	समेकित फिल्म, संयुक्त फिल्म
Comic	कॉमिक, हास्य, हास्यप्रद	Composite Proof	संयुक्त प्रूफ
Comic Strip(Three-Or Four-Panel Drawings That Form A Story)	कॉमिक स्ट्रिप, हास्य-चित्रण कहानी	Composition	1. (Ptg.) अक्षर-योजन 2. (I. & B.) रचना 3. संघटन, संयोजन
Commemoration Volume	स्मारक ग्रंथ, अभिनंदन ग्रंथ	Compositor	अक्षर-योजक, कंपोजिटर
Comment	टिप्पणी, टीका	Comprehensive Dummy	समावेशी पूर्वरूप
Commentary	विवरण, वर्णन, टिप्पणी, समीक्षा, टीका	Comprehensive News Service	समावेशी समाचार सेवा
Commentator	1. विवरणकार 2. (I. & B.) समीक्षक, टीकाकार	Compression	संपीड़न, संकुचन
Commentator's Box (I.& B.)	विवरणकार कक्ष	Compressor	संपीड़क, संकुचक
Commercial Page	वाणिज्य पृष्ठ, व्यापार पृष्ठ	Computer Enhancement	कंप्यूटरीय संवर्धन
Commercial Programme	वाणिज्यिक कार्यक्रम	Computer To Film	कंप्यूटर से फिल्म
Commissioner of Patents	पेटेंट कमिश्नर, एकस्व आयुक्त	Computer To Plate	कंप्यूटर से प्लेट
Commodification of News	समाचार का सामग्रीकरण	Computer To Print	कंप्यूटर से मुद्रण
Commonness	समरूपता, सामान्यता	Concert (I.& B.)	संगीत गोष्ठी, संगीत सभा
Communication Barrier	संचार बाधा	Concise	संक्षिप्त
Communication Gap	सम्प्रेषण अंतराल	Condensed Article	सार लेख
Communication Research	संचार शोध	Conductor (I.& B.)	वृंद नायक
Communication Satellite	संचार उपग्रह	Confidentiality	गोपनीयता
Community Journalism	सामुदायिक पत्रकारिता	Confidentiality of Source	स्रोत की गोपनीयता
Community Programme	स्थानीय प्रोग्राम, सामुदायिक कार्यक्रम	Conflict of Interest	स्वार्थ का टकराव
Community Radio	सामुदायिक रेडियो	Conglomeration	1. संगुटीकरण 2. संगुटित समूह
Companion Paper	सहयोगी पत्र	Consent	सहमति
Compere (I.& B.)	1. समायोजन 2. समायोजक 3. समायोजन करना, सूत्रधार	Consignment	प्रेषित सामग्री
		Console (I.& B.)	कन्सोल
		Contact Print	प्रथम मुद्रित प्रति
		Contempt of Court	न्यायालय की अवमानना
		Content Analysis	विषय-वस्तु विश्लेषण, अंतर्वस्तु विश्लेषण

Continuity	क्रमबद्धता, कड़ी, सातत्य, निरंतरता
Contract Rate	अनुबंध-दर
Contradiction	1. अंतर्विरोध 2. खंडन, प्रतिवाद
Contrast (Color)	रंग-भेदन
Contrast And Balanced Make-Up	वैषम्यात्मक तथा संतुलित आसज्जन
Contrast Lead	बेमेल कथामुख
Control Room	नियंत्रण कक्ष
Conventional Media	पारंपरिक जनसंचार माध्यम
Convergence	अभिसरण
Conversational Style	संवाद शैली
Cookie	कुकी
Coordination Desk	समन्वय डेस्क
Coppering	1. समाचार का नवीनीकरण 2. ताम्र लेखन
Copy	1. प्रति, 2. प्रतिलिपि 3. कॉपी 4. मुद्रणार्थ सामग्री
Copy Correction	कॉपी शोधन, कॉपी संपादन
Copy Desk	कॉपी-डेस्क
Copy Editing	कॉपी संपादन
Copy Editor	कॉपी संपादक
Copy Reader (=Copy Editor)	कॉपी संपादक, पांडुलिपि संपादक
Copy Tasting	कॉपी अनुमोदन
Copy Writing	पांडुलिपि-लेखन, कॉपी लेखन
Copying	प्रतिलिपिकरण
Copyright	प्रतिलिप्यधिकार, कॉपीराइट
Copyright Act	कॉपीराइट अधिनियम, प्रतिलिप्याधिकार अधिनियम
Copyright Document	कॉपीराइट दस्तोवज
Copyright Registration	कॉपीराइट का पंजीकरण
Correction	संशोधन, भूलसुधार, शोधन, सुधार
Correspondent	संवाददाता
Couch Mark	दोष चिह्न
Counter Propaganda	प्रतिप्रचार, जबावी प्रचार

Country Copy	ग्रामीण समाचार
Country Correspondent	ग्रामीण संवाददाता
Country Newspaper	ग्रामीण/प्रादेशिक समाचारपत्र
Cover	1. आवरण 2. लिफाफा
Cover Photo	आवरण चित्र
Cover Shot	कवर शॉट
Cover Story	आवरण कथा
Cover To Cover	आद्योपांत, आदि से अंत तक
Coverage	1. व्याप्ति 2. समावेशन
CPM: Cost Per Thousand Impressions (M Being The Roman Numeral For 1,000)	प्रति हजार प्रति लागत
CPU (Central Processing Unit)	सी.पी.यू., केंद्रीय प्रसंस्करण इकाई
Crane Down	क्रेन डाउन
Crane Up	क्रेन अप
Credit Line (I.& B.)	1. आभार पंक्ति 2. नामोल्लेख, सूत्रोल्लेख
Creeping Title (I.& B.)	चलित शीर्षक
Crescendo (I.& B.)	स्वरोत्कर्ष
Crew	कू, दल, टीम
Crime News	अपराध समाचार
Crime Reporter	अपराध रिपोर्टर
Crony Journalism	चाटुकारिता की पत्रकारिता
Crop (=Cropping)	काटना, काट-छांट करना
Cross Fade	क्रॉस फेड
Cross Media Platform	अंतर माध्यम प्लेटफोर्म
Crowd Sourcing	जन-संकुल स्रोत
Cub	प्रशिक्षु
Cue (I.& B.)	(n.) क्यू, संकेत (v.) क्यू करना
Cue Sheet (I.& B.)	क्यू शीट, संकेत पत्र
Cultivation Theory	संचार का संवर्धन सिद्धांत
Curling	बल पड़ना, कर्लिंग
Current Affairs	(I. & B.) समसामयिक विषय, (Journ.) समसामयिक चर्चा

Current Number	ताजा अंक, नवीन अंक
Cursor	कर्सर, संकेतक
Curtain Raiser	प्रवेशांक
Cut (I.& B.)	कट (टीवी-फ़िल्म संबंधी)
Cut away	कट अवे (टीवी-फ़िल्म संबंधी)
Cut in	कट-इन (टीवी-फ़िल्म संबंधी)
Cut Line (=Under Line) (=Caption)	चित्र परिचय
Cut Point	कट पाइंट
Cut To Bleed	सिरान्त कर्तन
Cut-In Letter (=Drop Letter)	1. अलंकृत अक्षर 2. दीर्घाक्षर
Cut-Line	कट लाइन, नया पैरा
Cyan	सियान (रंग)
Cyber Crime	साइबर अपराध
Cyber Journalism	साइबर पत्रकारिता
Cyber Law	साइबर कानून
Cyber Space	साइबर स्पेस/जगत
Cyclorama	साईक्लोरामा, चल दृश्याभास
Cylinder Press	सिलिंडर प्रेस
DAB (Digital Audio Broadcasting)	डिजिटल ध्वनि प्रसारण
Dais (I.& B.)	मंच
Dateline	तिथि रेखा, दिनांक रेखा
Date of Release	भेजने की तिथि, जारी करने का दिनांक
DAVP	विज्ञापन एवं दृश्य प्रचार निदेशालय
Day Plan	दैनिक कार्य-योजना
Day Pool (DP)	दिन की पाली
Db: (Decibel)	डेसिबेल
Dead Air	ध्वनि-अवरोधी क्षेत्र
Dead Band	निष्क्रिय बैंड
Deadline	1. अंतिम सीमा 2. इतिरेखा
Death-Knock	संपादन संकेत
Decimo-Octavo (=18 Mo)	अठारह पेजी
Decimo-Sexto (16=Mo)	सोलह पेजी

Deck	शीर्ष
Decoding	विसंकेतन
Defamation	मानहानि
Defocus	विकेंद्रित फोकस
Delayed Identification Lead	विलंबित पहचान कथा मुख/आमुख
Delayed Intro	विलंबित इंट्रो
Delayed News	विलंबित समाचार
Delivery Mechanism	वितरण प्रणाली
Departmental Editor	विभागीय संपादक
Depth of Column	स्तंभ लंबाई
Depth of Field	छायाचित्र गहनता, स्पष्ट छायाचित्र गहनता
Depth of Focus (I.& B.)	फोकस की गहराई
Descriptive Lead	वर्णनात्मक कथामुख/आमुख
Design and Lay-out	डिजाइन, अभिकल्प
Designer	डिजाइनर, अभिकल्पक
Desk Chief	डेस्क प्रमुख
Deskman	डेस्ककर्मी
Desktop Publishing	डेस्कटॉप प्रकाशन
Development Journalism	विकास पत्रकारिता
Devotional Music	भक्ति संगीत
Dialogue	संवाद
Dialogue Intro	संवाद आमुख
Dialogue Lead	संवाद कथामुख
Die Cutting	डाई द्वारा कटाई
Differential Focus (I.& B.)	सांतर फोकस
Diffuser (I.& B.)	डिफ्यूज़र, विसारक
Digest	सार-संग्रह
Digital Audio Disc	डिजिटल ऑडियो डिस्क
Digital Broadcasting	डिजिटल प्रसारण
Digital divide	डिजिटल विभाजन
Digital Inking	डिजिटल अंकन
Digital Photograph	डिजिटल फोटोग्राफ
Digital Radio Broadcasting	डिजिटल रेडियो ब्रोडकास्टिंग

(DRB)	
Digital Recording	डिजिटल ध्वनि-अंकन
Digital Television (DTV)	डिजिटल टेलीविजन
Diminuendo (I.& B.)	अवरोह, स्वराप्कर्ष
Dinky Dash	डिंकी डैश
Diplomatic Correspondent	राजनयिक संवाददाता
Direct Lead	परंपरागत कथामुख/आमुख, सीधा आमुख
Direct Mail Advertising	प्रत्यक्ष डाक विज्ञापन
Direct News Cast	प्रत्यक्ष समाचार प्रसार
Director (External Services)	निदेशक (विदेश सेवाएं)
Director (Film)	निर्देशक (फिल्म)
Director (News Services)	निदेशक (समाचार सेवाएं)
Director (Programme)	निदेशक (कार्यक्रम)
Director of Public Relation	जन संपर्क निदेशक
Directorate of Regional Publicity	क्षेत्रीय प्रचार निदेशालय
Disc (I.& B.)	1. डिस्क 2. रिकार्ड
Disc Jockey (I.& B.)	डिस्क-जोकी
Disinformation	मिथ्या सूचना
Dispatch	प्रेषण
Display	1. प्रदर्शन 2. सजावट, डिस्प्ले 3. सजावटी छपाई 4. सजावट करना, प्रदर्शित करना
Display Advertising	सजावट विज्ञापन/प्रदर्शन विज्ञापन
Display Headline	सजावटी शीर्षक
Display News	सजावटी समाचार
Dissemination of Information	सूचना प्रसार
Distinctive (Incident) Lead	विशिष्ट (घटना) कथामुख/आमुख
Distortion	विकृति, विरूपण
Distribution	वितरण
Distribution Center	वितरण केंद्र
Distribution Method	वितरण विधि
Distribution Right	वितरण अधिकार

Distributor	वितरक
Documentary	वृत्तचित्र,
Dolby Sound	डोल्बी ध्वनि
Dolly (I.& B.)	डौली
Dolly Shot (I.& B.)	डौली शॉट (फिल्म संबंधी)
Dolly-In	डॉली इन (फिल्म संबंधी)
Dolly-Out	डॉली आउट (फिल्म संबंधी)
Door Stepping	डोर स्टेपिंग, गैर अनुमति साक्षात्कार
Dope Sheet	छायाचित्र विवरणी
Dot Matrix Printer	डॉट मैट्रिक्स मुद्रक
Dots-Per-Inch	बिंदु प्रति इंच
Dotted Rule	बिंदुकित रेखिका
Double Column Heading	दो कॉलम का शीर्षक
Double Page Spread	द्विपृष्ठीय विस्तार
Double Space	डबल स्पेस, दुगुना अंतर
Downlink	डाउन लिंक, अधः शृंखला
DPI (Dots Per Square Inch)	डीपीआई (प्रति वर्ग इंच बिंदु)
Dramatization	नाटकीकरण
Dramatized News	नाटकीकृत समाचार
DRB (Digital Radio Broadcasting)	डीआरबी (डिजिटल रेडियो प्रसारण)
Dress Rehearsal	गणवेश अभ्यास
Drop Folio	तल पृष्ठांक
Drop Head	अनुमहाशीर्ष
Drop Head Line (=Drop Line, =Step Form Head Line, =Step Line =Stepped Line =Lap Line =Break Line =Split Line)	सोपानी शीर्ष
Drop Intro	विलंबित कथामुख
Drop Letter	दीर्घाक्षर, अवपात अक्षर
Drop Line	1. सोपानी शीर्ष 2. अवपात रेखा
Drop-Out (To Lose Audio Or Video Signal)	डॉप आउट, रुकावट
Dry News	दृश्य विहीन समाचार

DSLR	डिजिटल सिंगल लेंस रिफ्लेक्स केमरा
DTH	डीटीएच (डाइरेक्ट टू होम)
DTP(Desktop Publishing)	डेस्क टॉप प्रकाशन
DTV (Digital Television)	डिजिटल टेलीविजन
Dubbing (I.& B.)	आरोपण, डब करना
Duet (I.& B.)	युगलगायन
Duet, Instrumental (I.& B.)	युगलगायन, दोसाज, जुगलबंदी
Dummy	डमी
Dumping	खत्ता, मशीन में डालना, स्थानांतरित करना
Duty Chart (Studio)	कार्य चार्ट
Dynamic Range	गत्यात्मक विस्तार (फोटोग्राफी संबंधी)
Ear Phone	इयर फोन
Earth Station	भूतल उपग्रह केंद्र
Eavesdropping	चोरी-छिपे सुनना
E-Book	ई-पुस्तक
Echo (I.& B.)	प्रतिध्वनि
Edit	संपादन
Edit Bay	संपादन पटल
Edit Point	संपादन बिंदु
Edit Suite	संपादन कक्ष/ संपादन मशीन
Editing	संपादन करना
Edition	संस्करण
Editor	संपादक
Editorial	संपादकीय, संपादकीय लेख, अग्रलेख
Editorial Aggressiveness	संपादकीय आक्रामकता
Editorial Balance	संपादकीय संतुलन
Editorial Calendar	संपादकीय कलेंडर
Editorial Conference	संपादकीय सम्मेलन
Editorial Department	संपादकीय विभाग
Editorial Division	संपादकीय प्रभाग

Editorial Influence	संपादकीय प्रभाव
Editorial Material	संपादकीय सामग्री
Editorial Meeting	संपादकीय बैठक
Editorial Note	संपादकीय टिप्पणी
Editorial Page	संपादकीय पृष्ठ
Editorial Planning	संपादकीय योजना
Editorial Policy	संपादकीय नीति
Editorial Section	संपादकीय अनुभाग
Editorial Writer	संपादकीय लेखक
Editorial Writing	संपादकीय लेखन
Editor-In-Chief	प्रमुख संपादक
Education Beat	शिक्षा संबंधी समाचार बीट
Educational Film	शिक्षा चलचित्र
Edutainment	शिक्षणोरंजन, शिक्षाप्रद मनोरंजन
EFE(Electronic Field Experiment)	इलेक्ट्रॉनिक प्रसारण क्षेत्र प्रयोग
Effects Track (I.& B.)	प्रभाव-पथ
EFP (Electronic Field Production)	इलेक्ट्रॉनिक क्षेत्र-आधारित निर्माण
Electro (=Electrotype)	इलेक्ट्रोटाइप
Electromagnetic Waves	विद्युत् चुंबकीय तरंगें
Electronic Media	इलेक्ट्रॉनिक संचार माध्यम
Electronic News Gathering(ENG)	इलेक्ट्रॉनिक समाचार संकलन
Electronic Production	इलेक्ट्रॉनिक निर्माण
Electronic Publishing	ई-प्रकाशन, इलेक्ट्रॉनिक प्रकाशन
E-Mail	ई-मेल
Embargo	सावधिक रोक/प्रतिबंध
Embedded Journalist	चारण पत्रकार
Embedded Reporting	चारण पत्रकारिता
Embryo Advertisement	कच्चा विज्ञापन
Emotional Intro	भावनात्मक आमुख
Encoding	संकेतीकरण
End Dash	समाप्ति डैश/चिह्न
End Mark	समापन चिह्न
ENG Van	इलेक्ट्रॉनिक समाचार संग्रहण

	वाहन
Engraver	उत्कीर्णक, ब्लॉक निर्माता, तक्षणकार,
Engravings	1. उत्कीर्ण सामग्री 2. तक्षित ब्लॉक
Enlarger	परिवर्धक
Entertaining Feature	रोचक रूपक, मनोरंजक रूपक
Entertainment Show	मनोरंजक प्रस्तुति/प्रदर्शन
Entrapment Journalism (= Sting)	पाशबंधन पत्रकारिता
Envelope Journalism	'लिफाफा' पत्रकारिता
Environment Journalism	पर्यावरण पत्रकारिता
E-Paper	ई समाचार-पत्र
Equalize	समकरण
Equalizer	समकारक
Equipment	उपकरण/उपस्कर
Establishing Shot	परिचय शॉट
Ethical Code	नैतिक संहिता, आचारनीति संहिता
Ethical Hacking	नैतिक हैकिंग
Ethical Standard	नैतिक मानक, आचारनीतिक मानक
Ethics of Journalism	पत्रकारिता की आचारनीति/नैतिकी
European News Agency	यूरोपियन न्यूज एजेन्सी
Evening Daily Newspaper	सांध्य दैनिक समाचारपत्र
Evening Editor	सांध्य संपादक
Evening News	सांध्यकालीन समाचार
Evening Pool	संध्या पूल
Event Reporting	कार्यक्रम/स्थल रिपोर्टिंग
Exchange Copy	विनिमय प्रति
Exchange List	विनिमय सूची
Exclusive News	1. अनन्य समाचार 2. विशेष समाचार 3. एकमात्र, एकांतिक
Executive Editor	कार्यकारी संपादक
Executive Producer	कार्यकारी निर्माता

Exography	बाहरी साज-सज्जा
Explanatory Text	व्याख्यात्मक पाठ
Expose	पर्दाफाश करना, (प्रिंटमीडिया) मुद्रण-उद्घास, (न्यूजमीडिया) उपलब्ध कराना
Exposure	उद्घासन
Eye Brow	सहशीर्षक
Eye Line	आइ लाइन
E-Zine	ई. मैगजीन
Facebook	फेसबुक
Facsimile	प्रतिकृति
Fact File	तथ्य फाइल
Factual Intro	तथ्यात्मक आमुख
Factual News / Interview	तथ्यात्मक समाचार / साक्षात्कार
Factual Reporting	तथ्यात्मक समाचार लेखन
Fade	फेड
Fade-In	फेड इन, शनैः प्रकटन
Fade-Out	फेड आउट, शनैः लोपन
Fading (I.& B.)	मंदन क्षेत्र, नियंत्रण संकेत (फिल्म संपादन संबंध)
Fading Area	फेडिंग एरिया
Fairness Doctrine	निष्पक्षता का सिद्धांत
Fake News (=Hoax)	फेक न्यूज / जाली समाचार
FAQ's (Frequently Asked Questions)	बहुधा पूछे जाने वाले प्रश्न
Farm Editor	कृषि संपादक
Fashion Correspondent	फैशन संवाददाता
Fashion Feature	फैशन रूपक
Fashion Journalism	फैशन पत्रकारिता
Fast Film	फास्ट फिल्म
Fast Lens	फास्ट लेन्स, बड़े अपरचर वाला लेन्स
Fat Head (=Fat Line)	स्थूल शीर्ष
Feature	रूपक
Feature Article	रूपक लेख / रोचक लेख
Feature, Biographical	चरित्र रूपक

(I. & B.)	
Feature, Copy	रूपक लेखप्रति
Feature Film	फीचर फिल्म, कथा चित्र
Feature Lead	रूपक कथामुख / रोचक कथामुख
Feature Writer	रूपकलेखक, फीचर लेखक
Feature Writing	रूपकलेखन, फीचर लेखन
Federal News Service	फेडरल न्यूज सर्विस
Feed (=Feeding Of Sheet) (P.P.)	फीड / भरण
Feed Guide	फीड निर्देशिका
Feed Spool (I. & B.)	फीड स्पूल, भरनी
Feedback	प्रतिपुष्टि
Ferro-Print	फेरो प्रिंट
Film	1. फिल्म, चित्रपट, चलचित्र 2. परत
Film Gauge	फिल्म गेज
Film Journalism	फिल्म पत्रकारिता
Film Laboratory (I. & B.)	फिल्म कार्यशाला, फिल्म प्रयोगशाला
Film Lamination	फिल्म परतीकरण
Film Processing	1. फिल्म प्रसंस्करण 2. फिल्म प्रिंट करना
Film Slide (I. & B.)	फिल्म स्लाइड
Film Speed	फिल्म गति
Film Strip (I. & B.)	फिल्म पट्टी
Film Transmission	फिल्म प्रेषण/प्रदर्शन
Films Division	फिल्म प्रभाग
Filter (=Filtering Paper)	फिल्टर, छन्ना कागज़
Final Proof	अंतिम प्रूफ, पूर्णतः संशोधित प्रूफ
Finance News	वित्त समाचार, वित्तीय समाचार
Financial Advertising	वित्तीय विज्ञापन
Financial Editor	वित्तीय संपादक
Financial Page	वित्त पृष्ठ
Financial Reporter	वित्त संवाददाता
Fine Grain Print (I. & B.)	सुकण कागज़
Finishing Process	परिष्करण/मार्जन प्रक्रिया

First Proof	पहला प्रूफ
Fish Eye Lens	फिश आई लेन्स (लेन्स का एक प्रकार)
Five Ws and one H	समाचार व्यवहार
Flag (=Mast Head)	1. महाशीर्ष, महापृष्ठ शीर्ष 2. मुद्रण चेतावनी
Flag Line	ध्वज रेखा, चेतावनी रेखा
Flair for Writing	1. लेखन के रुझान
Flap	आवरक, पल्ला
Flash	औचकक समाचार, कौंध - समाचार, तडित् संवाद 2. फ्लैश लाईट,
Flashback (I. & B.)	अतीतावलोकन
Flat Bed Press	समतल प्रेस
Flat plan	सम्पूर्ण - प्लान
Flat Rate (Advt)	सपाट दर
Flexographic Printing (=Aniline Printing)	फ्लैक्सोग्राफ़ीय मुद्रण
Flick (I. & B.)	फ्लिक, प्रकाश
Flicker (I. & B.)	स्फुरक
Flock Printing (=Frost Printing)	फ्लॉक मुद्रण, मखमली मुद्रण
Floor (Studio)	1. फ्लोर 2. रंगभूमि 3. मंच
Flop Film	विफल फिल्म
Flowery Writing	अलंकारिक लेखन
Flyer	फ्लायर
FM Radio	एफ एम रेडियो
Focal Length (I. & B.)	फोकस दूरी
Focus	केंद्रबिंदु, फोकस
Foil Stamping	फॉइल ठप्पा मुद्रण, पर्णिका ठप्पा मुद्रण
Fold	पुस्तक पेटिका
Folder	फोल्डर
Folding Machine	मुड़ाई मशीन
Folio	फोलिओ, पृष्ठ
Folk Music (I. & B.)	लोक संगीत
Folk Song (I. & B.)	लोक गीत

Folk Tale (I.& B.)	लोक कथा
Follow (=Follow Up)	अनुवर्ती (समाचार के संदर्भ में)
Follow Up Copy	अनुवर्ती कॉपी
Follow Up Lead	अनुगामी शीर्ष
Follow- Up Story	अनुवर्ती समाचार
Follow-Up Question	अनुवर्ती प्रश्न
Font (=Founte)	फॉन्ट, वर्ण आकार
Foot Slug	विषय संकेत
Footage (I.& B.)	फिल्म लंबाई (फुट में)
Foreign Correspondent	विदेश संवाददाता
Foreign News	विदेशी समाचार
Foreign News Service	विदेशी समाचार सेवा
Foreign Policy	विदेश नीति
Format (News)	प्रारूप, आरूप, फॉर्मेट
Format (Photo)	प्रारूप (फोटो)
Fortnightly	पाक्षिक (पत्रिका)
Forum	गोष्ठी/मंच
Founder Editor	संस्थापक संपादक
Four Colour Printing	रंगीन मुद्रण
Fourth Estate	राज्य का चतुर्थ स्तंभ, प्रेस
Frame	ढांचा, चौखटा, फ्रेम
Free Expression	स्वतंत्र अभिव्यक्ति
Free Press	स्वतंत्र प्रेस
Freedom of Expression	अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता
Freedom of Information(FOI)	सूचना की स्वतंत्रता
Freedom of Press	प्रेस की स्वतंत्रता, प्रेस स्वातंत्र्य
Freelance Writer	स्वतंत्र लेखक
Freelancer	स्वतंत्र पत्रकार, स्वतंत्र लेखक
Free-To-Air	निःशुल्क प्रसारण
Frequency of Sound Waves	ध्वनि तरंगों की आवृत्ति / बारंबारता
Frisket	1. (mask) आवरण 2. (frisket finger) अपसारक
Front Cover	1. मुख्य आवरण 2. मोर्चे का

Front Page	संवाददाता
Front Page Story	1. मुख पृष्ठ 2. पहला पृष्ठ
F-Stop	प्रथम समाचार
Fudge	एफ-स्टॉप
Fudge Column	छपते-छपते
Full Page	छपते-छपते (समाचार) स्तंभ
Full Shot (I.& B.)	पूरा पृष्ठ
Full Text	पूरा शॉट
Funnel Interview	पूरी कापी
FX (Effects)	शंकु साक्षात्कार
Gagging Act	एफएक्स (प्रभाव)
Gain Control	1. निरोधक कार्य 2. निरोधक अधिनियम
Galley Proof	1-गेन नियंत्रक
Gate Keeping	गैली प्रूफ
Gatekeeper	समाचार प्रभिवेचन
Gateway	समाचार प्रभिवेचक
General Magazine	प्राकाश द्वार / प्राकाश संयोजन
General Write-up	सामान्य पत्रिका
Generation Loss	सामान्य लेख
Ghana News Service	उत्तरोत्तर क्षय
Ghost Writer	घाना न्यूज सर्विस
Gigabytes	छद्म लेखक / अन्यार्थ लेखक
Glazed Print	गीगाबाइट
Glitch	कांचित प्रिन्ट
Glossy Finish	रुकावट
Glossy paper	चमकदार परिष्कृति
Goal Setter	चमकदार कागज
Gonzo Journalism	लक्ष्य-निर्धारक
Google	गॉजो पत्रकारिता, स्वसमावेशी पत्रकारिता
Google Plus+	गूगल
Gossip Column	गूगल प्लस +
Gotcha	गपशप स्तंभ
Journalism(=Entrapment)	शब्दजाल पत्रकारिता

Journalism)	
government news	सरकारी समाचार
Grab interview	बरबस साक्षात्कार
Gramophone	ग्रामोफोन
Graphic Art	आलेखी कला, मुद्रण कला
Graphic Illustration	1. आलेखीय चित्र, रेखाचित्र 2. चित्रवत् निदर्शन
Graphic Machine	1. ग्राफिक मशीन 2. आलेखित्र
Graphic Template	ग्राफिक टेम्पलेट
Graphics	1. ग्राफिक्स, चित्रसज्जा 2. आलेखिकी
Graphics Department	चित्रसज्जा विभाग, आलेखिकी विभाग
Gravure Roto	रोटो ग्रेव्यूर
Green Copy	1. प्रारंभिक प्रारूप 2. पहली मशीन प्रति
Green Room	सज्जा कक्ष
Grid System	ग्रिड प्रणाली
Groove	खांच
Ground Waves	भूतल तरंग
Group Communication	समूह संचार
Group Discussion	समूह परिचर्चा
Group Interview	सामूहिक साक्षात्कार
Grouping/ Clubbing	समूहन, सामूहिकीकरण
Guerrilla Marketing	छापामार विपणन
Guide Book	संदर्शिका, गाइड पुस्तक
Gutter Journalism	छद्मवेशी / दूषित / गंदी पत्रकारिता
Gutter Press	छद्मवेशी प्रेस
Hacker	साइबर-संधमार
Hacking	साइबर संधमारी
Hair Line	बारीक रेखा
Halftone Screen	अर्धछाया स्क्रीन, हाफटोन स्क्रीन
Halo Effect	परिवेष-प्रभाव
Ham Radio	हैम रेडियो
Hand Copied Manuscript	हस्त प्रतिलिपित पांडुलिपि

Hand Held	हस्तधारित
Handout	विज्ञप्ति
Hanger (P.P.)	अनुमहाशीर्ष
Hanging Indent	लटकन हाशिया
Hapdong News Agency	हैपडॉन्ग न्यूज एजेन्सी
Hard Copy	हार्ड कॉपी, संपठनीय प्रति
Hard Focus	तीखा फोकस
Hard Hitting Story	मारक समाचार
Hard News	1. अतिमहत्वपूर्ण समाचार 2. ठोस समाचार
HDTV (High Definition Television)	हाइ डेफिनिशन टेलिविजन
Head (Tripod)	शीर्ष (त्रिपाद)
Head Blanket	सर्वछादी शीर्ष
Head Drop	अनुमहाशीर्ष
Head Jump	शेषांकन शीर्ष
Head Line	1. मुख्य समाचार 2. शीर्षक
Head Liner	शीर्ष समाचार
Head Margin	शीर्ष हाशिया
Head of Desk	डेस्क प्रभारी
Head Room	हेडरूम
Head Rule	शीर्ष रेखा
Head Sked	हेड स्केड
Head Slug	शीर्ष पंक्ति
Heading (News)	शीर्षक (समाचार)
Hectivism	सकारात्मक साइबर संधमारी
Hi-Fi (High Fidelity)	उच्च तद्रूपता
High Lights (I.& B.)	विशिष्टताएं, मुख्य अंश
High-Fidelity Color	उच्च तद्रूपता रंग
Hissing Sound	हीसिंग / सित्कार ध्वनि
Hit	तत्काल सफल
Hits	देखने वालों की संख्या
Hoarding (Advt.)	प्रचार-पटल/होर्डिंग
Hold For Release	प्रकाशन रोक
Hold Over	रोक रखना, रोकना
Hold Press	प्रेस रोको,

Hologram	होलोग्राम
Home Journal	गृह पत्रिका
Home Page	मुख्य पृष्ठ
Hook	हुक, ध्यानाकर्षक
Horizontal Caption	क्षैतिज शीर्षक/चित्रपरिचय
Horizontal Layout	क्षैतिज सज्जा/विन्यास
Hot Spot	1. घटना-स्थल 2 हॉट स्पॉट
House Ad	गृह विज्ञापन
House Journal	मुखपत्र, संस्थापत्र
House Magazine	गृह पत्रिका
HTML (Hypertext Markup Language)	एच टी एम एल
Http (Hypertext Transfer Protocol)	एच टी टी पी
Hue	वर्ण, रंग
Human Interest Feature	मानवीय संवेदना रूपक / रूपलेख
Human Interest Story	जनरुचि समाचार
Humorous Feature	हास्य रूपक
Humour Column	हास्य स्तंभ
Humourous Feature	हास्य रूप लेख/रूपक
Hyperlink	हाइपर लिंक, अधिशृंखला
Hypertext	अधिपाठ, हाइपर टेक्स्ट
Hyphen	समास-चिह्न
Hypodermic Needle Theory	हाइपोडर्मिक नीडल सिद्धांत
I.N.S	इंडियन न्यूजपेपर सोसायटी
I.T.U.	अंतरराष्ट्रीय दूरसंचार संघ
Idea Generation	विचार उद्भव
Ident (= Station Identity)	केंद्र पहचान
Identification Caption	पहचान शीर्षक
Identity of Station	केंद्र परिचय
IFWJ (Indian Federation Of Working Journalist)	अखिल भारतीय श्रमजीवी पत्रकार संघ
Illustrated Article	सचित्र लेख
Illustrated Feature	सचित्र रूपक, सोदाहरण रूपक

Illustration (Multi media)	कम्प्यूटर रेखाचित्र
ILNA(Indian Languages Newspaper Association)	भारतीय भाषा समाचार पत्र संघ (इंडियन लैंग्वेज न्यूजपेपर एसोसिएशन)
Image Area	छवि क्षेत्र
Immunity	निरापदता उन्मुक्ति
Impact Analysis	प्रभाव विश्लेषण, प्रभाव आकलन
Impersonal Journalism	व्यक्ति-निरपेक्ष पत्रकारिता
Impression/s	1. छाप, दाब, टान 2. प्रतिमुद्रा
Imprint Line	अनुमुद्रण पंक्ति
Impromptu (I.& B.)	आशु
Improvisation (script / dialogue)(I.& B.)	1. तात्कालिक सुधार 2. आशु रचना
In Cue (=Cue In)	संकेत देना
Indent	विशेष हाशिया वाला, अंतः हाशिया वाला
Indention	हाशियान्तर
Independent Television News (ITN)	इंडिपेन्डेंट टेलीविजन न्यूज
In-Depth Stories	सारगर्भित समाचार
Indoor Shoot	आंतरिक दृश्यांकन
Induction	1. पूर्वरंग 2. आगमन
Industrial Advertising	औद्योगिक विज्ञापन
Industrial Journalism	औद्योगिक पत्रकारिता
Inflammatory Writing	भड़काऊ लेखन
Infomercial	सूचना-वाणिज्यिक
Information And Broadcasting Ministry	सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय
Information Bureau	सूचना ब्यूरो
Information Centre	सूचना केंद्र
Information Desk	सूचना डेस्क
Information Officer (I.& B.)	सूचना अधिकारी
Information Services	सूचना सेवाएँ
Informed Public Opinion	जागृत जनमत
Infotainment	सूचनाप्रद मनोरंजन

Infringement of Copyright	प्रतिलिप्याधिकार का अतिलंघन/उल्लंघन
In-House Writer	संस्थागत लेखक
Ink Jet Printing	इंकजेट मुद्रण
Input Device	इनपुट डिवाइस / निविष्टि युक्ति
Input News	प्राप्त समाचार
Insert	निवेशन
Inset	इनसेट
Insider (source)	अंतरंग सूत्र
Institutional Advertising	संस्थागत विज्ञापन
Institutional Journal	संस्था का मुखपत्र
Instruction Sheet (Programme)	अनुदेश पत्रक
Instrument (I.& B.)	वाद्य, साज
Instrumental Music (I.& B.)	वाद्य संगीत, साजसंगीत
Intensity (Voice / Light)	तीव्रता
Inter African New Agency	इंटर अफ्रीकन न्यूज एजेंसी
Inter Cut (I.& B.)	अंतर काट
Interesting Feature	रोचक रूपक
Interference (Signal/ Communication)	बाधा, गड़बड़, हस्तक्षेप
Interlude (I.& B.)	बीच का कार्यक्रम, विष्कंभक
Intern	प्रशिक्षु
International Amity	अंतरराष्ट्रीय बन्धुत्व
International News	अंतरराष्ट्रीय समाचार
International News Service	अंतरराष्ट्रीय समाचार सेवा, अंतरराष्ट्रीय समाचार व्यवस्था
Internet	इंटरनेट / संजाल
Internet TV	इंटरनेट टीवी
Interpersonal Communication	अंतरवैयक्तिक संचार
Interpretation	व्याख्या, अर्थ लगाना, निर्वचन, अर्थनिर्णय
Interpretative Feature	व्याख्यात्मक रूपक
Interpretative Reporting	व्याख्यात्मक समाचार लेखन
Interruptible Feedback	व्यवधानीय प्रतिपुष्टि

Interview	इंटरव्यू, भेंट, साक्षात्कार
Interviewer (I.& B.)	भेंटकर्ता, साक्षात्कारकर्ता
Intimation (Programme)	1. इंटिमेशन (कार्ड विशेष का आकार) 2. सूचना
Intonation (I.& B.)	स्वरशैली
Intrapersonal Communication	अंतरावैयक्तिक संचार
Intro	1. मुखड़ा 2. आमुख
Invasion of Privacy	निजता पर आक्रमण
Inverted Pyramid	विलोम स्तूपी, उल्टा पिरामिड
Investigator	खोजी
job press	जॉब छापाखाना
job printing	फुटकर छपाई, जॉब छपाई
job ticket	कार्य टिकट, जॉब टिकट, कार्यादेश
job, editorial	संपादकीय कार्य
Jogger	नौसिखिया (ब्रिटिश)
Join	जोड़ना, जोड़
joint communique	संयुक्त विज्ञापित
joint editor	संयुक्त संपादक
joint station director (I.& B.)	संयुक्त केंद्र निदेशक
Jordanian New Agency	जॉर्डनी न्यूज एजेंसी
Journal	जर्नल, पत्रिका
journal vocational	व्यावसायिक जर्नल
Journalese	1. अखबारी भाषा 2. पत्रकार-शैली
Journalism	पत्रकारिता
journalism, impersonal	व्यक्ति-निरपेक्ष पत्रकारिता
journalism, industrial	औद्योगिक पत्रकारिता
journalism, literary	साहित्यिक पत्रकारिता
journalism personal	वैयक्तिक पत्रकारिता
journalism, radio	रेडियो पत्रकारिता
Journalist	पत्रकार
journalistic approach	पत्रकारीय नज़रिया / दृष्टिकोण
journalistic authority	पत्रकारीय वर्चस्व
journalistic career	पत्रकारिता वृत्ति

journalistic field	पत्रकारिता क्षेत्र
journalistic integrity	पत्रकारी सत्य-निष्ठा
journalistic media	पत्रकारिता-माध्यम
journalistic opportunity	पत्रकारिता अवसर
journalistic responsibility	पत्रकारीय दायित्व
journalistic standards	पत्रकारीय मापदंड / मानक
journalistic style	पत्रकारीय शैली, पत्रकारिता शैली
journalistic technique	पत्रकारिता तकनीक
journalistic treatment	पत्रकारीय निरूपण
journalistic writing	पत्रकारीय लेखन
Journo	पत्रकार
j-school	पत्रकारिता विद्यालय
Judgement	1. निर्णय 2. आकलन
judicial custody	न्यायिक हिरासत
Jugglery	बाजीगरी
jumb head	शेषांश शीर्ष
jumb make-up	शेषांश सज्जा
jump-cut	जंप कट
jumbo roll	बड़ा लेखन, बड़ा मुट्ठा
Jump	शेषांकन
jump head	शेषांकन शीर्ष
jump line	शेषांकन पंक्ति
junk journalism	सारहीन पत्रकारिता
Jurisdiction	अधिकारिता, अधिकार क्षेत्र
Jurisprudence	विधिशास्त्र
Justice	न्याय
Justification	औचित्य
justification (ptg.)	समकरण
Justified	औचित्यपूर्ण
justify (ptg.)	समस्थापन करना, सम करना
justifying (=justification)	समस्थापन
jute paper	1. पटसन कागज् 2. पूंजीपतियों का अखबार
Juxtaposition	सान्निध्य

Kalvar (P.P.)	कैल्वर फोटो-प्रक्रिया
keep standing	बंधा रखो, रखे रहो
Kenya News Agency	केन्या न्यूज एजेंसी
kernel letter	कर्णित टाइप
Kerning	अधिमुद्रण
kettle stitch	कटाव सिलाई
Key	कुंजी, संकेत
key board	कुंजी पटल
key negative plate	की निगेटिव प्लेट
key points	मुख्य बिंदु
key shot	की शॉट
'keyed' ad	कुंजीकृत विज्ञापन, संकेतित विज्ञापन
keyed advertising	संकेतिक विज्ञापन
keyhole journalism	ताक-झांक पत्रकारिता
Kicker	किकर
Kill	1. निरस्त करना, व्यर्थ करना, विफल करना 2. प्रकाशित न होने देना
kill fee (a reduced fee paid to a freelance journalist for a story that is not used)	अप्रयोग भुगतान
kill to	खत्म करना
Kiss and tell journalism	गोपनीय तथ्य प्रकटन पत्रकारिता
kite-flying	स्वप्निल पत्रकारिता
knife drum (=knife roll =knived roll =beater roll (er))	फेंट-बेलन
Knives	कर्तिका
knock down	कांटछांट, कलपुर्जे अलग करना, ध्वस्त करना, खत्म करना
knock up	व्यवस्थित करना, गड्डी बनाना
kraft paper (=craft paper)	बांसी कागज, क्राफ्ट कागज
Lead-Room	लीड रूम
libelous passage	अपलेखात्मक लेखांश
line jump	शेषांकन पंक्ति

linear composing	रैखिक संपादन, लीनियर कंपोजिंग
linear paper	जलरेखित कागज़
Line block	लाइन ब्लॉक, रेखा ब्लॉक
Link	संपर्क (सूत्र)
LinkedIn	लिंकडइन (वेबसाइट)
linotype machine	लाइनो-टाइप मशीन
Listener	श्रोता
listener report (I & B)	श्रोता रिपोर्ट
literary agent	साहित्यिक अभिकर्ता, साहित्यिक एजेंट
literary editor	साहित्य संपादक
literary journalism	साहित्यिक पत्रकारिता
literary magazine	साहित्यिक पत्रिका
Lithography	शिलामुद्रण, लिथोग्राफी
live broadcast (I & B)	सजीव प्रसारण
live effects (I & B)	सजीव प्रभाव
live programme (I & B)	सजीव कार्यक्रम
live streaming	सजीव (कार्यक्रम) प्रसारण
loaded question	संयुक्त प्रश्न
lobby briefing	सत्ता के गलियारे में दी जाने वाली जानकारी
lobby correspondent	गोष्ठी संवाददाता
lobby reporting	लॉबी समाचार-संकलन
local advertising	स्थानीय विज्ञापन
local angle	स्थानीय दृष्टिकोण
local coverage	स्थानीय (समाचार) संकलन
local news	स्थानीय समाचार
location (I & B)	स्थल, चित्र स्थल
locking up (lock up)	फर्मा बंधन
log (I & B)	लॉग
log book (I & B)	कार्य पंजी
log sheet	लॉग शीट
logging (I & B)	कार्य पंजी में कार्यवाही दर्ज करना
logo	प्रतीक-चिह्न

long shot	लांग शाट
loud	अतिरंजित
loud speaker	लाउड स्पीकर
lower case	लोअर केस, छोटे अक्षर
Ludlow machine	लुडलो मशीन
luminosity	जगमगाहट, ज्योति, दीप्ति
machine proof (=press revise =machine revise)	अंतिम प्रूफ, मशीन प्रूफ
magazine	पत्रिका
magazine article	पत्रिका लेख
magazine section	पत्रिका प्रभाग
Maghreb Arabe Presse	मगरेब अरब प्रेस (संवाद समिति)
Magyar Tevirati Iroda	माग्यार तेविराति इरोडा (संवाद समिति)
mailing	डाक-प्रेषण, डाक से भेजना
main title	मुख्य शीर्षक
mainstream journalism	मुख्य धारा की पत्रकारिता
make over	प्रतिपूर्ती निष्पादन
make ready	तैयारी करना
make up art	आसज्जन कला
make-up	सज्जा, विन्यास
make-up man	रूपकार, सज्जाकार
Managing Editor	प्रबंध संपादक
manual	नियमावली
manuscript	पांडुलिपि
market-driven journalism	बाजार-प्रेरित पत्रकारिता
married print (I & B)	युगल प्रति
mass circulation	जन प्रसारण
mass communication	जन संचार
mass media	जन-संचार साधन, जन संचार माध्यम
mass publication	जन प्रकाशन
mass society theory	जन समाज सिद्धांत
massification	समूहीकरण
mast head	समाचार-पत्र शीर्षक

master copy (MC)	मूल प्रति
master of journalism	पत्रकारिता में स्नातकोत्तर डिग्री
master print	मूल (मुद्रित) प्रति
master scene script	1. मुख्य दृश्य पटकथा 2. मुख्य दृश्य आलेख (रेडियो)
master tape	मास्टर टेप, मूल (तैयार) टेप
mat	मैट
mat art	मैट आर्ट
mat roller	मैट रोलर
media	मीडिया, माध्यम
media center	मीडिया केंद्र
media control	मीडिया नियंत्रण
media critics	मीडिया समीक्षक
Media Dependency	मीडिया निर्भरता
media imperialism	मीडिया साम्राज्यवाद
media industry	मीडिया उद्योग
media literacy	मीडिया सजानता
media management	मीडिया प्रबंधन
media marketing	मीडिया विपणन
media mix	मीडिया मिक्स / मिश्र
media monopoly	मीडिया एकाधिकार
media planning	मीडिया नियोजन
media relations	मीडिया संबंध
media research	मीडिया शोध
media savvy	मीडिया सचेतनता
media selection	मीडिया चयन
media space buying	मीडिया (विज्ञापन) के लिए स्थान और समय का क्रय
media studies	मीडिया अध्ययन
media trial	मीडिया ट्रायल
medium	माध्यम
medium newspaper	मध्यम श्रेणी समाचारपत्र
meet the press	प्रेस से मिलिए
melting pot of news	खबर बनने की प्रक्रिया
message	संदेश, संवाद
metropolitan	महानगरीय पत्रकारिता

journalism	
metropolitan press	महानगरीय प्रेस
mic	माइक
micro blogging	लघु ब्लॉग-लेखन
microphone (P.P.)	माक्रोफोन
microwave transmission	सूक्ष्म तरंग प्रेषण/प्रक्षेपण
Middle East News Agency	मिडल ईस्ट न्यूज एजेन्सी
mid-point	मध्य-बिंदु
mid-shot	मिड शॉट
mild story	मृदुल समाचार
military censorship	सैनिक अभिवेचन/सेन्सर
mime	स्वांग (रचना)
mimeograph	मिमियोग्राफ, अनुलिपि कागज़
mimicry	नकल
misinformation	भ्रामक सूचना
misprint (=printer's devil)	मुद्रण भूल , मुद्रण दोष
mix	मिश्रण
mixer (P.P.)	मिश्रक
mixing console	मिक्सिंग कंसोल
mob-logging	भीड़ के स्वरूप का आकलन
model shot (I & B)	माडल शॉट
modem	मॉडेम
modulation	आरोहण-अवरोहण
MOJO (Mobile Journalism)	मोबाइल पत्रकारिता
monitor (I & B)	अनुश्रवण, मॉनिटर
monitor copy	अनुश्रवण प्रति/कॉपी, मॉनिटर कॉपी
monitoring service (I & B)	अनुश्रवण सेवा
monotype	मोनोटाइप
montage	मोन्ताज, संग्रथित चित्र
more to follow	सम्बद्ध सामग्री
morning daily newspaper	प्रातः कालिक दैनिक (समाचार-पत्र)
morning pool (MP)	प्रातः पाली

morphing	चित्रांतरण
motion picture (I & B)	चलचित्र, फिल्म
motion picture play	फिल्मी नाटक
motion study	कार्यगति अध्ययन
mould	सांचा
mount	स्थापन
mouse	माउस, (कम्प्यूटर इनपुट डिवाइस)
mouth piece (=organ)	मुख पत्र
movie channel	सिने चैनल
movie editor	चलचित्र संपादक 2. सिने संपादक
moviola (I & B)	मूविओला
MS (manuscript) MSS- (manuscripts)	पांडुलिपि
muckraking	पर्दाफाश करना, भंडाफोड़ करना
mufassil correspondent	उपनगरीय संवाददाता
mug shot	मग शॉट
multi layer color film	बहुपरती रंगीन फिल्म
multi media	मल्टी मीडिया
multi step flow theory	बहु चरणीय प्रवाह सिद्धांत
multi track recorder	मल्टी ट्रैक रिकॉर्डर
multi vision	मल्टीविजन
multiple edition	बहु संस्करण
multiple exposure (I & B)	एकाधिक उद्भासन
multiple image	विविध छवि
multiplex	मल्टिप्लेक्स
multiplier effect	गुणक प्रभाव, वर्धक प्रभाव
Music Editor	संगीत संपादक
Musical Feature (I.& B.)	संगीत रूपक
NDCMC (National Documentation Center of Mass Communication)	नेशनल डॉक्यूमेंटेशन सेंटर ऑफ मास कम्युनिकेशन (राष्ट्रीय जन संचार प्रलेखन केंद्र)
new media	न्यू मीडिया
new wave cinema	न्यूवेव सिनेमा

news	समाचार
news agency	समाचार एजेंसी, समाचार समिति
news analysis	समाचार विश्लेषण
news anchor	समाचार प्रस्तुतकर्ता
news and views	समाचार और विचार
news article	समाचार लेख
news beat	समाचार/संवाद क्षेत्र
news break	ताजा खबर मिलना, ताजा समाचार
news bulletin (I. & B.)	समाचार बुलेटिन
news bureau	समाचार कार्यालय, समाचार ब्यूरो
news cast	समाचार प्रसार
news casting	समाचार प्रसारण
news channel	समाचार चैनल
news column	समाचार स्तंभ
news commentator	समाचार टीकाकार
news component	समाचार का घटक
news conference	संवाददाता सम्मेलन
news content	समाचार तत्व, समाचार वस्तु
news co-ordinator	समाचार समन्वयकर्ता
news coverage	समाचार-आच्छादन, समाचार कवरेज
news culture	समाचार संस्कृति
news cycle	समाचार चक्र
news dispatch	न्यूज डिस्पैच, समाचार प्रेषण
news editing	समाचार संपादन
news editor	समाचार संपादक
news feature	समाचार आलेख, समाचार रूपक
News Feature (I.& B.)	समाचार रूपक
news flash	ताजा समाचार
news gatherer	समाचार संकलनकर्ता
News Gathering	1. समाचार एकत्रीकरण 2. समाचार संकलन
news in brief	संक्षिप्त समाचार, समाचार संक्षेप
news instinct	समाचार समझ
news item	समाचार

news lead	कथामुख/आमुख
news letter	1. संवाद पत्र 2. समाचार पत्र 3. वृत्तपत्र
news magazine	समाचार पत्रिका
news management	समाचार प्रबंधन
news on demand	न्यूज़ ऑन डिमांड, मांग आधारित समाचार
newspaper readership	समाचार पत्र पाठक-संख्या
news peg	समाचार आधार
news person	समाचारकर्मी
news photograph	समाचार छायाचित्र, समाचार फोटो
news pool	समाचार पूल
news portal	समाचार पोर्टल
news presenter	समाचार प्रस्तुतकर्ता
news print	समाचारपत्र का कागज, अखबारी कागज
news rap	समाचार संक्षेप
news reader (I & B)	समाचार वाचक
news reel	समाचार चित्र
news release	समाचार विज्ञप्ति
news reporter	संवाददाता
news reporting	समाचार लेखन
news review	समाचार समीक्षा
news sense	समाचार सूझ-बूझ
news service	समाचार सेवा
news services division	समाचार सेवा प्रभाग
news stand	समाचारपत्र बिक्री स्थल
news story	समाचार
news update	अद्यतन समाचार
news value	समाचार मूल्य
newsman	पत्रकार
newspaper	समाचारपत्र, अखबार
newspaper advertisement	समाचारपत्र विज्ञापन
newspaper agency	समाचारपत्र एजेंसी / अभिकरण
newspaper chain	समाचारपत्र श्रृंखला

newspaper establishment	समाचारपत्र प्रतिष्ठान/अधिष्ठान
newspaper group	समाचारपत्र समूह
newspaper management	समाचारपत्र प्रबंधन
newspaper record	समाचार-पत्र अभिलेख
newsworthy	प्रकाशनयोग्य, समाचारयोग्य
news-writing	समाचार लेखन
newsy	समाचारयोग्य
niche marketing	विशिष्ट वर्ग विपणन
NIE (newspapers in education)	शिक्षा समाचारपत्र
Night Editor	रात्रि संपादक
night pool (NP)	रात्रि पारी
noise	अवांछित ध्वनि / रुकावट
non linear editing	नॉन लीनियर संपादन
non pareil	छह प्वाइंट टाइप
non-attributable	अनारोप्य
non-verbal communication	गैर मौखिक संवाद
normative theory	नार्मेटिव सिद्धांत
Nose - Room	नोज रूम
nose for news	समाचार की समझ
NUJ (National Union of Journalists)	एन. यू. जे. (नेशनल यूनियन आफ जर्नलिस्ट्स), राष्ट्रीय पत्रकार संघ
NWICO (New World Information & Communication Order)	एन.डब्लू.आइ.सी.ओ. (नव विश्व सूचना एवं संचार व्यवस्था)
OB van (Outdoor Broadcasting Van)	ओ बी वैन (बाह्य प्रसारण वाहन)
objective reporting	विषयनिष्ठ लेखन, वस्तुनिष्ठ समाचार लेखन
objectivity	वस्तुनिष्ठता
obscene material	अश्लील समग्री
odddity	बेढंगापन
off camera	ऑफ कैमरा
off the air	प्रसारण समाप्ति
off the record	अप्रकाशनीय

official communique	आधिकारिक विज्ञप्ति	over exposure	अति उद्भासन/अति अनावरण
official newspaper	अधिकृत समाचारपत्र, मुख पत्र, शासकीय मुखपत्र	over head projector (OHP)	ओवर हेड प्रोजेक्टर
Official Secrets Act	गोपनीयता अधिनियम	over play	अतिरेक
official source	आधिकारिक सूत्र	over the shoulder (OTS)	ओवर द शोल्डर (ओटीएस)
official version	आधिकारिक कथन	over sowing (=over casting=whip stitching)	लीपापोती
omni directional microphone	बहुदिश ध्वनिग्राही/माइक्रोफोन	owner-editor	मालिक संपादक, स्वामी संपादक
on air	प्रसारण रत	P.T.I (Press Trust of India)	प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया
on camera	कैमरे पर	padding	कागज रंगाई
on mic	माइक पर	Page,editorial	संपादकीय पृष्ठ
on the record	प्रकाशन योग्य	Page,proof (=made up proof)	पृष्ठ प्रूफ
one-column headline	एकल स्तंभी शीर्ष	Page three	पेज थ्री, अभिजन (समाचार) पृष्ठ
one-to-one	एकक वार्ता	Page title	पृष्ठ शीर्षक
online	ऑन-लाइन	page view	पृष्ठ अवलोकन
online journalism	ऑन-लाइन पत्रकारिता	page-makeup	पृष्ठ सज्जा
online news	ऑन लाइन समाचार	pagination	पृष्ठांकन
op. cit (opera citato)	पूर्वोक्त कृति, पू. कृ.	Paid News	पेड न्यूज
op-ed	संपादकीय पृष्ठ	Pakistan Press International Agency	पाकिस्तान प्रेस इंटरनेशनल एजेंसी
open source software	ओपन सोर्स / मुक्त सॉफ्टवेयर	pallet	पृष्ठ चौकी, बिन्दु
open-ended question	मुक्तोत्तर प्रश्न	pamphlet	पुस्तिका
opera (I & B)	ऑपेरा, संगीतिका	pan	कैमरे को घुमाना
operating system	संचालन प्रणाली	pan India	अखिल भारतीय
opinion	अभिमत	PANA (pan-asia newspaper alliance)	पाना (पैन एशिया न्यूजपेपर एलायन्स)
opinion leader	अभिमत अग्रणी	panel advertisement	पैनल विज्ञापन, लघु विज्ञापन
opinion poll	जनमत सर्वेक्षण	panel producer	पैनल प्रोड्यूसर
opinion writing	मत-लेखन / पक्ष-लेखन	panorama	परिदृश्य
optic centre	ऑप्टिक केंद्र, चाक्षुष मध्य	pantograph	पेंटोग्राफ, आलेखित्र
optical (I & B)	प्रकाशिक	Paparazzi	अंतरंग फोटो पत्रकारिता
out cue	समापन संकेत	paper back	कागजी जिल्द वाला
Out dated	कालबाह्य, काल्पातीत	parachute journalism	पैराशूट पत्रकारिता
outdoor media	आउटडोर मीडिया		
outdoor shoot	आउटडोर शूट		
out of print (=out of stock)	अप्राप्य		
Outline	रूपरेखा		
outside broadcasting	बाह्य प्रसारण		

para-dub	पैराडब
paralinguistic	पराभाषिक
parliament review	संसद समीक्षा
parliamentary correspondent	संसदीय संवाददाता
parliamentary reporting	संसद समाचार लेखन
parody lead	व्यंग्य कथामुख/आमुख
Pars News Agency	पार्स न्यूज एजेंसी
part time correspondent	अंशकालिक संवाददाता
partisan journalism	पक्षपातपूर्ण पत्रकारिता
party organ	दलीय मुखपत्र
pay channel	भुगतान चैनल
pay-per-view	प्रति अवलोकन भुगतान
PC (personal computer)	निजी कंप्यूटर
PCI (Press Council of India)	भारतीय प्रेस परिषद
PCR	पीसीआर
PDA (personal digital assistant)	पीडीए
penny press	1 टकही प्रेस 2 सस्ता समाचार पत्र
periodic news cast	आवधिक समाचार-प्रसार
periodical	आवधिक पत्रिका
person lead	व्यक्ति-प्रधान कथामुख, कौन कथामुख
personal ad	व्यक्तिगत विज्ञापन
personality feature	व्यक्तित्व रूपलेख/रूपक
personality interview	व्यक्तित्व साक्षात्कार
personalized column	वैयक्तिक स्तंभ
press lord	प्रेस अधिपति, प्रेस मालिक
Philippine Press International	फिलीपीन प्रेस इंटरनेशनल
phono-interview	फोनो इंटरव्यू, फोन पर लिया साक्षात्कार
photo cell	फोटो सेल
photo composing	छायाचित्र संयोजन
photo credit	छायाचित्र परिचय
photo division	फोटो प्रभाग

photo editing	फोटो संपादन
photo editor	फोटो संपादक
photo feature	फोटो फीचर / रूपक
photo finish	फोटो फिनिश
photo illustration	फोटो सचित्रिकरण
photo journalist	फोटो पत्रकार
photographer	छायाकार
photographic service (I & B)	फोटो सेवा
photographic services section (I & B)	फोटो सेवा अनुभाग
photometer	प्रकाशमापी, फोटोमीटर
photo-offset	फोटो-ऑफसेट
photopolymer printing plate (P.P.)	प्रकाश बहुलकी मुद्रण प्लेट
pics/pixel	पिक्सेल
pictorial (=pictorial magazine)	सचित्र पत्रिका
pictorial journalism	सचित्र पत्रकारिता
pictorial magazine (=pictorial)	सचित्र पत्रिका
picture editing	चित्र संपादन
Picture Editor	चित्र संपादक
picture feeds: video provided by news agencies that media organisations, pay to use	चित्र संभरण, पिक्चर फीड्स
pin hole	सूची छिद्र
piracy	चोरी, नकल
piratical edition	चोरी संस्करण
pitch	1. हद, पिच 2. (I & B) तारत्व
pixel	पिक्सेल, थिप्रान्श
plagiarism	साहित्यिक चोरी
planned interview	नियोजित साक्षात्कार
play down	प्ले डाउन, दबाना, महत्व कम करना
play theory	प्ले सिद्धांत
play up	ऊपर उठाना
playback	प्रतिश्रवण

plug-in	प्लग इन
podcast	पॉडकास्ट
political cartoon	राजनीतिक व्यंग्यचित्र
political gossip column	राजनीतिक गपशप स्तंभ
political reporting	राजनीतिक समाचार लेखन
pop culture	पॉप संस्कृति
pop-up advertising	पॉप-अप विज्ञापन
portal	वेब पोर्टल
post production	निर्माणोत्तर (संपादन आदि)
post roll	पोस्ट रोल, पश्च प्रदर्शन
poster advertising	पोस्टर विज्ञापन
poster campaign	पोस्टर अभियान
post-mortem	1 . मरणोत्तर (परीक्षा) 2. घटनोत्तर समीक्षा
post-synchronisation (I & B)	मिलान पश्चात्
POV (Point of View) shot	पीओवी शॉट
PPC (pay per click)	प्रति क्लिक भुगतान
pre production	निर्माणपूर्व, प्रस्तुतिपूर्व
pre roll	प्री रोल, रिकार्डिंग से पहले
Pre-Cap	पूर्वाख्यान
precision journalism	सटीक पत्रकारिता
premiere (I & B)	प्रथम प्रदर्शन
preparation of news	समाचार तैयारी
pre-press	मुद्रण-पूर्व, छपाई-पूर्व
preprint	पूर्वमुद्र, पूर्वमुद्रण
pre-release (I & B)	पूर्व प्रदर्शन
present (I & B)	प्रस्तुत करना, पेश करना
preservative paper	परिरक्षी कागज
press	मुद्रणालय, छापाखाना
press advertisement	अखबारी विज्ञापन, प्रेस विज्ञापन
Press Association of India	प्रेस एसोसिएशन ऑफ इंडिया
press box	पत्रकार कोष्ठ
press briefing	प्रेस वार्ता
press card	प्रेस कार्ड
press chamber	प्रेस कक्ष

press club	प्रेस क्लब
press commission	प्रेस आयोग
press communiqué	प्रेस विज्ञप्ति
press conference	प्रेस सम्मेलन
press facilities	प्रेस सुविधाएं
press facilities officer	प्रेस सुविधा अधिकारी
press gallery	प्रेस दीर्घा
Press Information Bureau	पत्र सूचना कार्यालय
press kit	प्रेस सामग्री
press law	प्रेस कानून
press liberty	प्रेस स्वतंत्रता
press management	प्रेस प्रबंधन
press manager	प्रेस प्रबंधक
press notice (=report for the press)	प्रेस नोटिस
press officer	प्रेस अधिकारी
press registrar	प्रेस पंजीयक
press release	प्रेस विज्ञप्ति
press room	पत्रकार कक्ष
press round up	समाचार-पत्र सिंहावलोकन
Press Trust of Ceylon	प्रेस ट्रस्ट ऑफ सीलोन
pressman (=machine minder)	यंत्रपाल
preview (I & B)	पूर्वदर्शन
primary source	प्राथमिक स्रोत
prime time	प्राइम टाइम
print line	प्रकाशन परिचय
print line (=by line)	नाम पंक्ति, मुद्रक पंक्ति
print publicity	मुद्रित प्रचार
print media	मुद्रण माध्यम
print order	मुद्रण आदेश, छपाई आदेश
print publicity	मुद्रण प्रचार
print run	मुद्रण संख्या, छपाई संख्या
printed but not published	मुद्रित किंतु अप्रकाशित
printed source	मुद्रित स्रोत
Printer	1. मुद्रक 2. मुद्रित्र

printer's devil (=misprint)	मुद्रण भूल , मुद्रण दोष
printer's mark	मुद्रक बोध-चिह्न
printer's ream	मुद्रक की रीम
printer-publisher	मुद्रक-प्रकाशक
printing	छपाई, मुद्रण
printing block	मुद्रण ब्लॉक
printing plate	मुद्रण प्लेट
printing press	मुद्रणालय/छापाखाना
printing trade	मुद्रण व्यवसाय
printing unit	मुद्रण इकाई
Privacy	निजता
privilege	विशेषाधिकार
process	1. रसायन क्रिया 2. प्रक्रिया
Process (ing) department	प्रसंस्करण विभाग
process engraving	ब्लॉक, ब्लॉक बनाना
processor	प्रसंस्कारक, संसाधक, संसाधित्र
producer	निर्माता
product research	उत्पाद शोध
production	प्रस्तुतीकरण, सृजन, प्रस्तुति, ग्रंथ- निर्माण, तैयारी
production of programme (I & B)	कार्यक्रम तैयार करना
professional	पेशेवर, व्यावसायिक
programme (I & B)	प्रोग्राम, कार्यक्रम
programme branch (I & B)	कार्यक्रम शाखा
programme executive	1. (I&B) कार्यक्रम प्रबंधक 2. कार्यक्रम अधिकारी
projecter	प्रदर्शक यंत्र
promo	प्रोमो
pronunciation (I & B)	उच्चारण
proof	प्रूफ
proof reading	प्रूफ-शोधन, प्रूफ पढ़ना
proof reading marks	प्रूफ शोधन चिह्न
propaganda	अपप्रचार
propagandist	अपप्रचारक

protection of copyright	कापीराइट का संरक्षण
Protocol	प्रोटोकाल, मान्य कार्यव्यवहार
PRSI (Public Relations Society of India)	पब्लिक रिलेशन्स सोसाइटी ऑफ इंडिया
pseudo-event	छद्म घटना
pseudonym	छद्मनाम
public apathy	लोक उदासीनता
public broadcast	लोक प्रसारण
public broadcaster	लोक प्रसारक
public glare	जनता की नजर
public opinion	लोकमत, जनमत
public relations	जन संपर्क
public service advertising	लोक सेवा विज्ञापन
publicist	प्रचारकर्ता
publicity	प्रचार, प्रसार
publisher	प्रकाशक
Pulitzer prize	पुलित्ज़र पुरस्कार
pull-out	अतिरिक्त संस्करण
pulp fiction	घटिया कहानी
qualified privilege	सीमित विशेषाधिकार
quantitative research	मात्रात्मक अनुसंधान
quarterly	त्रैमासिक, त्रैमासिकी
quarto	चौपेजी, चार पृष्ठीय
quash	मंसूख करना, निकाल देना
questionnaire	प्रश्नावली
quiz programme (I & B)	प्रश्नोत्तरी
quote	उद्धरण
rabble-rouser	भीड़-उत्तेजक, भड़काऊ
rack adjustment	रैक व्यवस्थापन
radical journalism	आमूल परिवर्तनवादी पत्रकारिता
radical media	आमूल परिवर्तनवादी मीडिया
radio	रेडियो, ध्वनि प्रसारण यंत्र
radio adaptation (I & B)	रेडियो रूपांतरण, रेडियो रूपांतर
radio address (I & B)	रेडियो अभिभाषण

Radio Ceylone	रेडियो सिलोन
radio dispatch (I & B)	रेडियो समाचार, रेडियो संवाद
radio documentary (I & B)	रेडियो वृत्त
radio jockey	रेडियो जाँकी
radio news	रेडियो समाचार
radio news reel (I & B)	रेडियो समाचार-दर्शन
radio spectrum	रेडियो स्पेक्ट्रम, तरंग संसार
radio station (I & B)	रेडियो स्टेशन, प्रसारण केंद्र, बेतार केंद्र
RAM (random access memory)	आरएएम (यादच्छिक अभिगम स्मृति)
random	यादच्छिक
random sampling	यादच्छिक प्रतिचयन
raw footage	कच्चा फुटेज
reach	पहुँच
readability	सुपाठ्यता
reader	1. पाठक
readers letter	पाठकों के पत्र
readership	पाठक-संख्या
read-out	रीड आउट
recap	सार कथन
recording rights	ध्वन्यंकन अधिकार
recreation	मनोरंजन
reel spool	फीता चक्र
reference division	संदर्भ प्रभाग
reference material	संदर्भ सामग्री
reference service	संदर्भ सेवा
registration of copyright	कापीराइट का पंजीयन
regular column	नियमित स्तंभ
regulators	नियामक, नियंत्रक
rehashing	पुनः प्रस्तुतीकरण, अशोधित प्रस्तुतीकरण
Rehearsal	पूर्वाभ्यास
reinforcement theory	पुनः प्रबलन - सिद्धांत
relay (I & B)	रिले, समप्रसार

Relay station	सह प्रसारण केंद्र
release	लोकार्पण
reliable source	विश्वस्त सूत्र
remote control	दूरस्थ नियंत्रण
renewal of copyright	कापीराइट का नवीकरण
reportage (I & B)	रिपोताज
reporter	समाचारदाता, रिपोर्टर, संवाददाता
reporting career	पत्रकारिता व्यवसाय, समाचार लेखन वृत्तिक
reporting skill	संवाद कौशल
reprint (=park)	पुनर्मुद्रण, पुनर्मुद्र, पुनर्मुद्रित
reproduction	पुनः प्रस्तुति
research design	शोध अभिकल्प
research report	अनुसंधान प्रतिवेदन
retail advertising	खुदरा विज्ञापन
Reuters	रॉइटर्स (संवाद समिति)
reverb	प्रतिध्वनि
Reverse tele-cine	फिल्म से टीवी के लिए परिवर्तन
review	समीक्षा
revised edition	परिशोधित संस्करण
re-writing	पुनर्लेखन
rhythm	लय, ताल
right of privacy	निजता का अधिकार
RNI(Registrar of Newspapers of India)	भारतीय समाचार-पत्र पंजीयक
roaming correspondent	यायावर संवाददाता
rolling press(=hanging press)	रॉलिंग प्रेस
ROM (read only memory)	आर ओ एम (केवल पठन स्मृति मात्र)
Roman type	रोमन टाइप
rough and tough journalism	कष्ट-साध्य पत्रकारिता
rough cut (I.&B.)	प्राथमिक सम्पादन
rough draft	प्रारंभिक मसौदा
round the clock coverage	अनवरत समाचार संकलन
round up	सिंहावलोकन

roving correspondent	यायावर संवाददाता
royalty	रॉयल्टी, स्वामिस्व
RPM (revolutions per minute)	चक्र प्रति मिनट/घूर्णन प्रति मिनट
RTI (right to information)	सूचना का अधिकार
rumour mill	अफवाह उड़ाने वाला
run-on matter	जारी सामग्री
running commentary	आखों देखा हाल
running footage	प्रवाही प्रसारण अंश
running story	प्रसारित हो रहा समाचार
rural journalism	ग्रामीण पत्रकारिता
rush	तुरंत
rushes	असंपादित सामग्री
sales promotion	विक्रय प्रचार-प्रसार
sampling	न्यादर्श, प्रतिचयन
SANA(Syrian Arab News Agency)	साना (सीरियायी अरब न्यूज एजेंसी)
SAP (South Asian Press)	एसएपी (साउथ एशियन प्रेस)
SAPA (South African Press Association)	एस ए पी ए (साउथ अफ्रिकन प्रेस असोसियेशन)
satellite communication	सैटेलाइट संचार / उपग्रह संचार
satellite radio	सैटेलाइट रेडियो
satellite telephone	सैटेलाइट टेलीफोन
satellite television	सैटेलाइट टेलीविजन
satire writing	व्यंग्य लेखन
scandalous writing	निंदा लेखन
scene outline	दृश्य परिचय, दृश्य रूपरेखा
schedule	कार्यक्रम अनुसूची
science & technology reporting	विज्ञान एवं तकनीकी रिपोर्टिंग
science editor	विज्ञान संपादक
science fiction	विज्ञान कथा
science journalism	विज्ञान पत्रकारिता
science journalist	विज्ञान पत्रकार
science news	विज्ञान समाचार, विज्ञान वार्ता

scoop (=scoop news)	धमाका / स्कूप (समाचार)
screen	पर्दा, जाली, स्क्रीन, छानना
screen balance	पटल संतुलन, पटल समायोजन
screen printing	स्क्रीन मुद्रण
scribe	1. लेखक, कातिब, 2. लिखना 3. खुरचना
script (radio and television)	1. पांडुलिपि 2. आलेख
script writer	लेखक
search engine	सर्च इंजन, खोज इंजन
seeditious material	राजद्रोहपूर्ण सामग्री
see copy	पांडुलिपि देखें
self regulation	आत्म नियंत्रण, आत्म नियमन
selfie	सेल्फी, स्व-चित्र
senior correspondent	वरिष्ठ संवाददाता
senior sub-editor	वरिष्ठ उपसंपादक
sensational journalism	सनसनीखेज पत्रकारिता
sensational reporting	सनसनीखेज संवाद-लेखन
sequence, colour	रंग- अनुक्रम
serial	धारावाही, क्रमिक
set (I.&B.)	सेट, दृश्यबंध
set top box	सेट टाप बॉक्स
SFX (special effects)	विशेष प्रभाव
sheetfed press	ताव भरित प्रेस, शीट-फेड-प्रेस
shoot (I.&B.)	दृश्यांकन
shooting	शूटिंग, चित्र लेना
shooting schedule (I.&B.)	शूटिंग कार्यक्रम
shooting script (I.&B.)	शूटिंग पांडुलिपि
short film / news	लघु फिल्म / संक्षिप्त समाचार
shot (I.&B.)	शॉट, चित्रण, चित्र
shortwave radio	लघुतरंग रेडियो, शॉर्ट वेव रेडियो
shoulder head	पार्श्व शीर्ष
show business	प्रदर्शन व्यवसाय
shutter	शटर, कपाट
sibilance	ऊष्म ध्वनि प्रयोग, उच्चारण दोष, दंत्योष्ठ ध्वनि

side bar	बगली छड़, पार्श्व छड़
side story	संबद्ध समाचार
side-heading	पार्श्व शीर्षक
signal (I.&B.)	संकेत, सिगनल
signal amplification	संकेत प्रवर्धन
signal loss	संकेत हास
signal noise ratio	संकेत शोर अनुपात
signature tune (I.&B.)	संकेत धुन
sign-off	समापन प्रसारण
silent film (I.&B.)	मूक फिल्म
simset (sim SET)	तदनरूप
Simultaneous Broadcasting (I.& B.)	सह प्रसारण
single column headline	एक कॉलमी शीर्षक
single rule	एकल रेखिका
SITE (Sattalite Instructional Television Experiment)	सेटेलाईट इंस्ट्रक्शनल टेलीविजन प्रयोग (उपग्रह प्रसारण का प्रथम प्रयोग)
sketch (I.&B.)	शब्दचित्र, स्केच
skit (I.&B.)	झलकी, प्रहसन
slander	अपमान-वचन
slant	मोड़, झुकाव
slueth	अन्वेषी (संवाददाता), भेदिया (संवाददाता)
slide film	स्लाइड फिल्म
slogan	नारा
slot	खांचा
slow motion (I.&B.)	विलंबित दृश्य गति
slug	स्लग, विषय संकेत, पंक्तिक
slug casting	स्लग ढलाई
slug line	संकेत पंक्ति
slur	दाग
slush	गीली लुगदी
small capital	लघु दीर्घाक्षर, छोटे कैपिटल
small-town daily	लघुनगर दैनिक
snap poll	आकस्मिक मतदान

soap opera	सोप ऑपेरा (बहुपात्र अतिनाटक), टीवी धारावाहिक
social and personal item	सामाजिक और वैयक्तिक समाचार
social feature	सामाजिक रूपक
social group	सामाजिक समूह
social responsibility theory	सामाजिक उत्तरदायित्व का सिद्धांत
society column	सामाजिक स्तंभ
soft copy	इलेक्ट्रॉनिक प्रति, सॉफ्ट कॉपी
soft focus (I.&B.)	नरम फोकस, हलका धुंधला फोकस
soft news	नेम्य समाचार
software	सॉफ्टवेअर, प्रक्रिया-सामग्री
solicitor	सॉलिसिटर, पक्ष प्रचारक
solo (I.&B.)	सोलो, एकल
sound	ध्वनि
sound byte	साउंड बाइट
sound, light, camera (I.&B.)	फ़िल्म-निर्देशन कमांड
Sound Effects (I.& B.)	ध्वनि-प्रभाव,
sound on tape (SOT)	टैप पर ध्वन्यंकन
sound track (I.&B.)	ध्वनि पथ
source material	मूल साधन, स्रोत सामग्री
speaker	वक्ता
special audience programme (I.&B.)	विशेष श्रोता कार्यक्रम
special correspondent	विशेष संवाददाता
special edition	विशेष संस्करण
special effect (I.&B.)	विशेष प्रभाव
special issue	विशेषांक
specimen page	नमूना पृष्ठ
speculative story	परिकल्पित समाचार
speech story	भाषण समाचार
spiral of silence	मौन-वलय
sponsor	प्रायोजक
sponsored programme (I.&B.)	प्रायोजित प्रोग्राम

sports article	खेल-लेख
sports column	खेल स्तंभ
Sports Editor	खेल-कूद संपादक
sports journalism	खेल पत्रकारिता
spot broadcast	प्रत्यक्ष प्रसारण
spotlight (I.&B.)	पुंजदीप, सामयिकी
squib	संक्षिप्त समाचार
stage review	रंगमंच समीक्षा, नाट्य समीक्षा
stamped paper	मोहरदार कागज
standard film (I.&B.)	मानक फिल्म
standardised expression	मानकीकृत अभिव्यक्ति
stand-up comedy	प्रत्यक्ष सुखांतक/कॉमेडी
state desk	प्रादेशिक डेस्क
state news	राज्य समाचार
station director (I.&B.)	केंद्र निदेशक
stereo	स्टीरियो
stereotype	घिसा-पिटा
sting (a short piece of music)	स्टिंग
sting operation	छलपूर्ण कारवाई, दंश कारवाई
stock	माल, स्टॉक
stock footage	1. संग्रह फुटेज 2. दृश्यांश
stock shot (I.&B.)	संग्रह चित्र
story structure	समाचार-संरचना, समाचार गठन
streaming	1. सुप्रवाहन 2. स्ट्रीमिंग
stringer	1. अंशकालिक संवाददाता 2. फुटकर संवाद प्रेषक 3. अंशकाल संवाद
stringer journalism	फुटकर-संवाद पत्रकारिता
strip, cartoon (I.&B.)	कार्टून पट्टी, व्यंग्यचित्र पट्टी
strobe	1. स्ट्रोब प्रकाश 2. स्टोबदर्शी 3. तीव्र पुंजप्रकाश 4. प्रतिध्वनिदर्शी
studio	प्रसारण कक्ष, स्टूडियो
studio, live (I.&B.)	स्टूडियो में रिकार्डिंग जारी
style book (=style sheet)	शैली पुस्तक, (शैली पत्रक)
style sheet	शैली पुस्तिका

sub editor	उपसंपादक
sub title	उपशीर्षक
subbing (I.&B.)	संपादन / उपसंपादन
substandard film (I.&B.)	अवमानक फिल्म
substantial revision	आमूल परिवर्तन
subterranean magazine	गुप्त पत्रिका
suburban news	उपनगरीय समाचार
success stories	सफलता कथाएं
sulphate process	सल्फेट प्रक्रिया
sulphate pulp (P.P.)	सल्फेट लुगदी
sulphite digester	सल्फाइट पाक यंत्र
sulphite liquor	सल्फाइट द्रव
sulphite process	सल्फाइट प्रक्रिया
sulphite pulp (P.P.)	सल्फाइट लुगदी
sulphite waste liquor (P.P.)	सल्फाइट भुक्त-शेष द्रव
sulphur dye stuff	गंधक रंजक द्रव्य
sulphurized board	गंधकीय गत्ता
Summary	सारांश, संक्षिप्त रूप
summary board	सारांश कथामुख
Sunday edition	रविवारीय संस्करण
Super	सुपर
superimpose (I.&B.)	अध्यारोपण
superior character	शिरोवर्ती अंक, उपरवाला अक्षर
surrogate advertising	प्रतिनियुक्त विज्ञापन, अपरोक्ष विज्ञापन
surveillance	निगरानी
survey	सर्वेक्षण
suspence story	उत्सुकता-जनक समाचार
sustainable development	सतत चिरस्थायी विकास, संधारणीय विकास
switch, gripper lever (P.P.)	पकड़ लिवर स्विच
symbol	प्रतीक
symphony (I.&B.)	सिम्फनी, सहयोजन
symposium	परिसंवाद, परिचर्चा

synchronization (I.&B.)	तारतम्यता
syndicate (News)	अभिषद्, परिषद्
synopsis	कथासार
synthetic opinion	कृत्रिम राय, संश्लेषणात्मक राय
tab	1. टैब 2. निकला हिस्सा
tabloid	टैब्लॉयड (छोटा समाचार पत्र)
tabloid newspaper	छोटा समाचार पत्र
tag	1. बिल्ला 2. चिप्पी 3. नामोल्लेख
tagline	1. सूक्ति 2. टैगलाइन
tail-piece	दुमछल्ला
take (s)	1. टेक, खंडिका 2. लिपि-अंश 3. समाचार खंड
talk (I.&B.)	वार्ता
talk show	वार्ता कार्यक्रम
talkback	1. टॉक-बैक (डिवाइस) 2. पृष्ठवार्ता
talker (I.&B.)	वार्ताकार
talkies	1. टॉकीज 2. सिनेमाघर
TAM (television audience meter)	टैम (टेलीविजन श्रोता मापी)
Tape (Electro - Magnetic)	इलेक्ट्रो-मैग्नेटिक टेप
tape deck	टेप डेक
tape library	टेप लाइब्रेरी
tape recorder	टेप रिकॉर्डर
target audience	लक्षित श्रोतागण
teaser lead	उत्सुकताजनक आमुख
technique of editing	संपादन-प्रविधि, संपादन कला
teenage magazine	किशोर पत्रिका, किशोरों के लिए पत्रिका
telacast time	प्रसारण समय (टीवी)
tele type setter	टेलीटाइप योजक
telecast	दूरदर्शन द्वारा प्रसारित
telegraph copy	तार पांडुलिपि
telemarketing	टेलीमार्केटिंग, दूरविपणन
telephoto	दूर चित्र, टेलीफोटो

telephoto lens (I.&B.)	दूरचित्र लेन्स
teleprinter	टेलीप्रिंटर, दूर मुद्रक
teleprompter	टेलीप्रॉम्पटर
teletext	टेलीपाठ
television	दूरदर्शन
television journalism	टेलीविजन पत्रकारिता
television rights	टेलीविजन (प्रसारण) अधिकार
terms of advertisement	विज्ञापन की शर्तें
terrestrial transmission	भूतल प्रसारण
terse copy	संक्षिप्त स्पष्ट पांडुलिपि
tertiary colour	तृतीयक रंग
texture	1. कण, दाना, 2. गठन, बनावट
theatrical	नाट्य संबंधी / नाटकीय
theme	विषय / विषय वस्तु
three-dimensional work of art	त्रि-आयामी कला-कृति
thumbnail sketch (I.&B.)	प्राथमिक चित्रण, दुहर्फी चित्रण, दुहर्फी झांकी
ticker	टिकर, चलित पट्टिका (टीवी पर)
tilt	टिल्ट (कैमरा कोण के संदर्भ में)
time and motion study	समय गति अध्ययन
Time Order	समयानुशासन
time signal (I.&B.)	समय संकेत
timeliness	सामयिकता, समयबद्धता
tint	आभा-रंग, आभा
tip-off	टिप ऑफ, सूचना-संकेत देना
title	शीर्षक
title page	मुख पृष्ठ
to follow	जारी
tone (I.&B.)	टोन, छाया
top head	शिखरस्थ शीर्ष
top shot	उपर से लिया गया शॉट
topline	शीर्ष पंक्ति
tracking shot (I.&B.)	चल शॉट
trade journal	व्यापार पत्रिका
trade-mark	ट्रेडमार्क, व्यापार-चिह्न, बोध

	चिह्न
tragedy (I.&B.)	दुःखांतक
trailer	झलक, विज्ञापन चलचित्र, ट्रेलर
trainee reporter	प्रशिक्षु संवाददाता
transcription (I.&B.)	प्रत्यंकन
transcription library	प्रत्यंकन संग्रह
transcription programme library (I.&B.)	रिकॉर्ड कार्यक्रम संग्रह
transducer	ट्रांसड्यूसर, परिवर्तक
transfer	अनुचित्रण, उतार
transit advertising	1. वाहनस्थ विज्ञापन 2. पारवहन विज्ञापन
transition	संक्रमण, अंतरवर्ती
translation	अनुवाद
transmission (I.&B.)	प्रसार, प्रेषण
transmission assistant(I.&B.)	प्रेषण सहायक
transmission executive (I.&B.)	प्रेषण प्रबंधक
transmission hour (I.&B.)	प्रसार काल, प्रेषण काल
transmit	प्रसारण, प्रेषण
transparency	पारदर्शिता
transparent colour	पारदर्शी रंग
travel editor	यात्रा संपादक
travel journalism	यात्रा पत्रकारिता
travelling apron	सचल ऐप्रन
travelling matt process	सचल मैट प्रक्रिया
travelogue	यात्रावृत्त
travelogue film (I.&B.)	यात्रा चित्र / यात्रावृत्त
treatment	निष्पादन
trend	प्रचलन
trick photography	प्रवंचन फोटोग्राफी
trim	कर्तन, कटाव
trimming	कांट-छांट
trio (I.&B.)	त्रिवादय, त्रयी
tri-pod	त्रिपाद
Tripoli	ट्रिपोली

tri-weekly	त्रिसाप्ताहिक; सप्ताह में तीन बार
troll	1. बदतमीज 2. बेहूदा
trolley	ट्रॉली
trolley shot (I.&B.)	ट्रॉली शॉट
TRP (television rating point)	टीआरपी (दर्शकता)
truck left	ट्रक लेफ्ट
truck right	ट्रक राइट
turn column	पलट कॉलम परिवर्तन
turn over	1. पलटना 2. आगतांश
twitter	ट्विटर
two-shot	द्वि-शॉट
type	टाइप, मुद्राक्षर
type body	टाइप कॉय, टाइप बॉडी
type case	टाइप धानी, टाइप कोश
type casting machine	टाइप ढलाई मशीन
type face	टाइप रूप
type graph	टाइपोग्राफ
type manuscript	टंकित पांडुलिपि
type matter (=matter)	टाइप सामग्री
type scale (=line gauge)	टाइप मापनी
type script	टाइप प्रति, टंकित प्रति
type set	टाइप योजित, टाइप सेट, कंपोजित
type setting machine	टाइपयोजक मशीन
type size	टाइप आकार
typesetting	टाइप योजन
typographic style	मुद्रांकन शैली
typographical error (= typo)	टाइप त्रुटि
typography	मुद्रण कला 2. टाइप विन्यास
U.C (=upper case)	बड़ा अक्षर
unattributed source	अकथित स्रोत
un-cut footage	अकर्तित फुटेज
undated story	अदिनांकित समाचार

underexposure	कम उद्भासन
underground press	भूमिगत प्रेस
unedited	असंपादित
unethical method	अनैतिक तरीका
uneven inking	असमान स्याही
unidirectional mic	एकदिशीय माइक
unique visitor	विशिष्ट आगंतुक
universal (copy) desk	सार्वत्रिक (समाचार) डेस्क
universal copyright convention	सर्वदेशीय कापीराइट अभिसमय
univision	यूनिविजन
unlock	खोलना
unmodulated track (I.&B.)	अमाडुलित पथ
unquote	इति उद्धरण
unscramble	सुलझाना
un-starred question	अतारांकित प्रश्न
unusual news	असामान्य समाचार
update	अद्यतन करना, अद्यतन स्थिति बताना
up-link	अप-लिंक
upper case(capital letters)	दीर्घाक्षर
upscale (sound)	ध्वनिवर्धन
user generated content	प्रयोक्ता जनित सामग्री
USP (unique selling proposition)	यू.एस.पी. (विशिष्ट विक्रय प्रस्ताव)
variable focus lens(I.&B.)	परिवर्ती फोकस लेंस
variable shutter	परिवर्ती शटर
variable speed motor	चर गति मोटर
VCR (video cassette recorder)	वीसीआर (वीडियो कैसेट रिकॉर्डर)
verbal communication	मौखिक संचार/संप्रेषण
vernacular press	भाषायी प्रेस
verse style	पद्य शैली
vertical caption	1. ऊर्ध्व शीर्षक 2. ऊर्ध्व चित्रपरिचय

vertical cut	ऊर्ध्व काट
vertical integration	ऊर्ध्व एकीकरण
VHF	अति उच्च आवृत्ति (वीएचएफ)
VHS	वीडियो होम सिस्टम (वी एच एस)
video	वीडियो
video assistaant	वीडियो सहायक
video blog	वीडियो ब्लॉग
video blogger (=vlogger)	वीडियो ब्लॉगर (= वी ब्लॉगर)
video cable	वीडियो केबल
video camera	वीडियो कैमरा
video cassette	वीडियो कैसेट
video conferencing	वीडियो के माध्यम से संवाद
video control operator	वीडियो नियंत्रक
video disk	वीडियो डिस्क
video display terminal (VDT)	वीडियो प्रदर्श टर्मिनल
video editing	वीडियो संपादन
video jockey(VJ)	वीडियो जॉकी (वीजे)
video journalist	वीडियो पत्रकार
video news magazine	वीडियो समाचार पत्रिका
video on demand	मांग आधारित वीडियो
video signal	वीडियो संकेत
video switcher	वीडियो स्विचर
video tape	वीडियो टेप
video track	वीडियो ट्रैक
viewership	दर्शक संख्या
viewfinder	व्यू फाइंडर, दर्शनी (कैमरा संबद्धी)
viewing filter	दृश्य फिल्टर
vignette	विसरित चित्र (फोटोग्राफी लेंस संबद्धी)
vignette block	विसरित ब्लॉक (फोटोग्राफी लेंस संबद्धी)
vignette half tone	विसरित अर्ध छाया, विसरित हाफटोन (फोटोग्राफी लेंस संबद्धी)

visual	दृश्य
Visual Effects	दृश्य प्रभाव
Visual Language	दृश्य भाषा
visual lay-out	दृश्य विन्यास
visual medium	दृश्य माध्यम
visualizer	दृश्यक
visuals	दृश्य सामग्री
VOA (Voice of America)	वोइस ऑफ अमरीका
vocal music (I.&B.)	गायन
vocalist (I.&B.)	गायक
vodcast	वॉडकॉस्ट/वीडियो पाडकॉस्ट
voice (I.&B.)	स्वर, आवाज, ध्वनि
voice control (I.&B.)	स्वर नियंत्रण
voice over (VO)	वायस ओवर,
voice over recording	वायस ओवर रिकार्डिंग, ध्वन्यारोहण
Voice Over Shot	वो शॉट - वॉइस ओवर शॉट
voice quality (I.&B.)	स्वर गुणवत्ता / कंठ माधुर्य
voice test	स्वर परीक्षण
voicer or voice report	स्वर रिपोर्ट
vox pop	जन प्रतिक्रिया
VTR (video tape recorder)	वीडियो टेप रिकॉर्डर
walk through	चलते चलते
walki-talki	वॉकी-टॉकी
WAN (wide area network)	(वान) वृहद जालक्रम
war journalism	युद्ध पत्रकारिता
ward robe	1. वेश-सामग्री 2. परिधान कक्ष
warm colour	वार्म रंग
watch dog	प्रहरी
watch dog journalism	प्रहरी पत्रकारिता
Watergate effect	वाटरगेट प्रभाव
wave length	तरंग दैर्घ्य
weather graphics	मौसम रेखाचित्र
weather report	मौसम विवरण

weathercasters	मौसम प्रसारक
weave (news)	(समाचार) संरचना
web	वेब , संजाल
web 2.0	वेब 2. 0
web cam	वेब कैमरा
webcasting	वेब प्रसारण
weekly newspaper	साप्ताहिक समाचार पत्र
what lead	'क्या' कथामुख, घटनाप्रधान कथामुख
when lead	'कब' कथामुख
where lead	'कहां' कथामुख
whispering campaign	कानाफूसी अभियान
whistle blower	अपकर्म सूचनादाता
white balance	श्वेत संतुलन
white paper	श्वेत पत्र
who lead	'कौन' कथामुख
why lead	'क्यों' कथामुख
wide angle lens	विशाल कोण लेन्स / ज्यादाक्षेत्र आच्छादित करने वाला लेंस
wide angle shot	विशाल कोण चित्रण / ज्यादाक्षेत्र आच्छादित करने वाला शॉट
wi-fi	वाइ-फाइ (इंटरनेट के संबंध में)
wildlife photographer	वन्य जीव फोटोग्राफर
wind-up	समेटना
wire news (=wire story)	तार समाचार
wire service	तार सेवा
wireless	बेतार
wireless mic	बेतार माइक
Woofer	वूफर / धमक सुनाने वाला स्पीकर
word processor	शब्द संसाधित्र, वर्ड प्रॉसेसर
word-of-mouth information	मौखिक सूचना
working journalist	श्रमजीवी पत्रकार
Working Journalists Act	श्रमजीवी पत्रकार अधिनियम
WOW Factor	आश्चर्य जनक तत्व

wrap up	1. समापन 2. अंतिम सारांश
writer	लेखक
write-ups	प्रचार लेखन
writing style	लेखन शैली
WWW (world wide web)	वर्ल्ड वाइड वेब (डब्ल्यू डब्ल्यू डब्ल्यू)
X factor	एक्स-फैक्टर
xerox	1. जीरॉक्स (म.) 2. जीरॉक्स (प्रति) / फोटोकॉपी / प्रतिलिपि
XML	एक्स एम एल
yearbook	वार्षिकी
yellow journalism	पीत पत्रकारिता/सनसनीखेज पत्रकारिता
yellow page	विज्ञापन पृष्ठ
yellow press	सनसनी खेज प्रेस, पीत प्रेस

zebra line	जेब्रा लाइन
zero hour	शून्यकाल
zip-pan (I.&B.)	ज़िप-पैन
zone selection	क्षेत्र चयन
zoom	ज़ूम (कैमरा संबंधी)
zoom control	ज़ूम नियंत्रण (कैमरा संबंधी)
zoom effect	ज़ूम प्रभाव (कैमरा संबंधी)
zoom lens (I.&B.)	ज़ूम लेन्स (कैमरा संबंधी)
zoom ratio	ज़ूम अनुपात (कैमरा संबंधी)
zoom stand	ज़ूम स्टैंड (कैमरा संबंधी)
zoom-in	1. ज़ूम इन 2. ज़ूम करना (कैमरा संबंधी)
zooming	ज़ूम करना (कैमरा संबंधी)
zoom-out	ज़ूम करना (कैमरा संबंधी)

ग्राहक फार्म

सेवा में :

अध्यक्ष,

वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग,

पश्चिमी खंड-7, रामकृष्णपुरम्, नई दिल्ली-110066

महोदय,

कृपया मुझे "विज्ञान गरिमा सिंधु" (त्रैमासिक पत्रिका) का एक वर्ष के लिए से ग्राहक बना लीजिए। मैं पत्रिका का वार्षिक सदस्यता शुल्क रुपये, अध्यक्ष, वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग, नई दिल्ली के पक्ष में, नई दिल्ली स्थित अनुसूचित बैंक में देय डिमांड ड्राफ्ट सं. दिनांक द्वारा भेज रहा/रही हूँ। कृपया पावती भिजवाएं।

नाम

पूरा पता

भवदीय

(हस्ताक्षर)

	सामान्य ग्राहकों / संस्थाओं के लिए	विद्यार्थियों के लिए
प्रति अंक	₹ 14.00	₹ 8.00
वार्षिक चंदा	₹ 50.00	₹ 30.00
पाँच वर्ष	₹ 250.00	₹ 150.00
दस वर्ष	₹ 500.00	₹ 300.00
बीस वर्ष	₹ 1000.00	₹ 600.00

डिमांड ड्राफ्ट "अध्यक्ष, वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग, के पक्ष में नई दिल्ली स्थित अनुसूचित बैंक में देय होना चाहिए। कृपया ड्राफ्ट के पीछे अपना नाम पूरा पता भी लिखें। ड्राफ्ट 'एकाउंट पेई' होना चाहिए। यदि ग्राहक विद्यार्थी है तो कृपया निम्न प्रमाण-पत्र भी संलग्न करें :

कृपया डिमांड ड्राफ्ट के पीछे अपना नाम और पता लिखें।

विद्यार्थी-ग्राहक प्रमाण पत्र

प्रमाणित किया जाता है कि कुमारी/श्रीमती/श्री इस विद्यालय/
महाविद्यालय/विश्वविद्यालय के विभाग का छात्र/की छात्रा है।

(हस्ताक्षर)

(प्राचार्य/विभागाध्यक्ष)

(मोहर)

प्रकाशन विभाग के बिक्री केंद्र
Sales Counters of Department of Publication

1	किताब महल प्रकाशन विभाग, बाबा खड़ग सिंह मार्ग, स्टेट एम्पोरियम बिल्डिंग, यूनिट नं. 21 नई दिल्ली-110001	Kitab Mahal Department of Publication, Baba Kharag Sigh Marg, State Emporia Building, Unit No.-21, New Delhi-110001
2	बिक्री पटल प्रकाशन विभाग, उद्योग भवन, गेट नं.-3, नई दिल्ली-110001	Sale Counter Department of Publication, Udyog Bhawan, Gate No.-3, New Delhi-110001
3	बिक्री पटल प्रकाशन विभाग, लॉयर चैंबर, दिल्ली उच्च न्यायालय, नई दिल्ली-110003	Sale Counter Department of Publication, Lawyers Chambber, Delhi Hight Court, New Delhi-110003
4	बिक्री पटल प्रकाशन विभाग, संघ लोक सेवा आयोग, धौलपुर हाउस, नई दिल्ली-110001	Sale Counter Department of Publication, Union Public Service Commissions, Dholpur House, New Delhi-110001
5	बिक्री पटल प्रकाशन विभाग, सी.जी.ओ.काम्पलेक्स, न्यू मेरीन लाइन्स, मुंबई-400020	Sale Counter Department of Publication, C.G.O. Complex, New Marine Lines, Mumbai-400020
6	पुस्तक डिपो प्रकाशन विभाग, के.एस.राय मार्ग, कोलकाता-700001	Pustak Depot, Department of Publication, K. S. Roy Marg, Kolkata-700001s

आयोग का बिक्री केंद्र
Sales Counter of CSTT

वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग मानव संसाधन विकास मंत्रालय पश्चिमी खंड-7, रामकृष्णपुरम, नई दिल्ली-110066	Commission for Scientific and Technical Terminology Ministry of Human Resource Development West Block-VII, R. K. Puram, New Delhi-110066
--	--

अधिक जानकारी के लिए संपर्क करें :

For detailed information please contact:

प्रभारी अधिकारी (बिक्री) वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग मानव संसाधन विकास मंत्रालय पश्चिमी खंड-7, रामकृष्णपुरम, नई दिल्ली-110066 फोन नं.-011-26105211 / विस्तार-246	The Officer-in-Charge (Sales) Commission for Scientific and Technical Terminology Ministry of Human Resource Development West Block-VII, R. K. Puram, New Delhi-110066 Ph. No.-011-26105211/ Extn.-246
--	---

Mobile App of Administrative Terms Glossary is now available in Google Play Store.

Step-1: Search CSTT • Step-2: Download • Step-3: Open to use

वैतश आयोग द्वारा प्रकाशित शब्दावलियाँ, परिभाषा-कोश मोबाईल ऐप तथा ई-पुस्तक के रूप में उपलब्ध हैं।

**प्रोफेसर अवनीश कुमार
अध्यक्ष**

**Glossaries and Definitional Dictionaries published by CSTT
are available in mobile apps and e-books format.**

**Professor Avanish Kumar
Chairman**



वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग
मानव संसाधन विकास मंत्रालय (उच्चतर शिक्षा विभाग)
पश्चिमी खंड-7, रामकृष्णपुरम, नई दिल्ली - 110066.

Commission for Scientific and Technical Terminology
Ministry of Human Resource Development
(Department of Higher Education)
West Block-7, R.K. Puram, New Delhi - 110066.
☎ 011-26105211 • Website: www.cstt.mhrd.gov.in
www.csttpublication.mhrd.gov.in