

# हिंदी 'स्व' - जनसंचार और रचनात्मक लेखन

## इकाई I

पाठ 1: रचनात्मक लेखन : अर्थ, महत्व और विविध रूप

## इकाई II

पाठ 2: जनसंचार माध्यम और रचनात्मक लेखन

## इकाई III

पाठ 3: प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक माध्यम के लिए लेखन

## इकाई IV

पाठ 4: विज्ञापन लेखन



**प्रश्न 1 - रचनात्मक लेखन का अर्थ स्पष्ट करते हुए उसका महत्त्व प्रतिपादित कीजिए।**

### **उत्तर - परिचय**

साहित्य एक ऐसा विशिष्ट माध्यम है जिसमें भाषा के द्वारा मनुष्य अपनी भावनाओं को व्यक्त करता है, जो कि रचनात्मकता के द्वारा किया जाता है। रचनात्मकता से तात्पर्य साहित्य अथवा कला के निर्माण की उस प्रक्रिया से है जिसके द्वारा लेखक अथवा कलाकार कला के अनेक माध्यमों के द्वारा अपनी भावनात्मकता को अभिव्यक्ति देता है। विद्वानों द्वारा इसे सृजनात्मकता भी कहा गया है।

### **रचनात्मक लेखन**

**अर्थ :** किसी व्यक्ति द्वारा अपने ज्ञान के आधार पर और बिना किसी दूसरे की सहायता के किसी भी प्रकार का किया गया नया वर्णन जो कि काफी अलग हो और जिसकी रचना भी पहली बार हुई हो, रचनात्मक लेख कहलाता है, इस कार्य को करने की विधि **रचनात्मक लेखन** है।



**परिभाषा :** “किसी विषय या विचार को अपनी अद्वितीय दृष्टिकोण, विचारधारा, और अनुभव के माध्यम से व्यक्त करना, **रचनात्मक लेखन** कहलाता है।”

- रचनात्मक लेखन कल्पनाशील और अनूठे तरीकों से विचारों और भावनाओं को व्यक्त करने के लिए शब्दों का उपयोग करने की कला है।
- यह एक लेखन शैली है जो व्याकरण और संरचना जैसे लेखन के तकनीकी और पारंपरिक पहलुओं से परे है, इसके बजाय कहानी कहने और व्यक्तिगत अभिव्यक्ति के सार को पकड़ने पर ध्यान केंद्रित करती है।
- यह विचारों और दृष्टिकोण को अभिव्यक्त करने का एक स्वतंत्र रूप है। इसमें समाज, राजनीति, धार्मिक तथा व्यक्तिगत मुद्दों का विशेष ध्यान रखा जाता है। रचनात्मक लेखन के माध्यम से लेखक अपनी आत्मा को व्यक्त करता है, समस्याओं को उठाता है, और समाज में चिंता एवं प्रेरणा का संचार करता है।

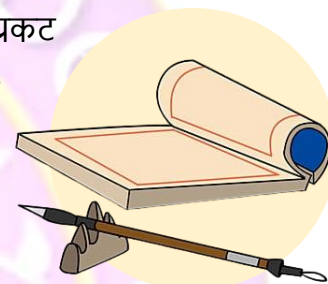
## रचनात्मक लेखन का महत्व

लेखन एक कला है जो मनुष्य को जन्मजात प्राप्त नहीं होती। इसे मनुष्य बहुत अधिक अभ्यास के द्वारा ही ग्रहण कर सकता है।

**1. कला के रूप में लेखन** : लेखन को कला के रूप में देखना एक अद्वितीय दृष्टिकोण है। यह विचारों, भावनाओं और अनुभवों को रचनात्मक ढंग से प्रस्तुत करने का साधन है। लेखन की कला पाठकों को समझने में मदद करती है और समाज को विचारों से जोड़ती है।

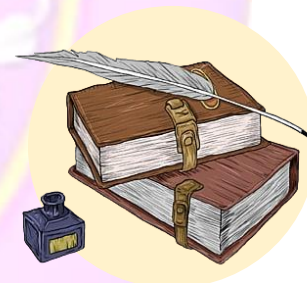


**2. कृतज्ञता की अभिव्यक्ति** : इसका अर्थ है किसी के प्रति धन्यवाद या आभार प्रकट करना। यह किसी के द्वारा किए गए उपकार, सहयोग, या सहायता के प्रति सम्मान और प्रशंसा को व्यक्त करना होता है।



• **वागीश शुक्ल के अनुसार "पढ़ना एक ऋण का स्वीकार है और लिखना उस ऋण की अदायगी।"** लेखन कृतज्ञता की अभिव्यक्ति है, यानी लेखक अपने ज्ञान और अनुभव के माध्यम से समाज को कुछ लौटाता है।

**3. लेखन की विशेषता** : लेखन केवल घटनाओं का विवरण नहीं है, बल्कि यह एक कला है जो सबके लिए समान रूप से आसान नहीं होता। एक अच्छे संवाददाता को अपनी लेखनी में कौशल होना आवश्यक है, ताकि वह दर्शन और श्रवण से प्राप्त अनुभूतियों को प्रभावी ढंग से व्यक्त कर सके।



• यह कला घटनाओं को सजीव, रोचक, स्पष्ट, सरल, सत्य और साधारण रूप में प्रस्तुत करने की क्षमता प्रदान करती है, जो एक श्रेष्ठ संवाददाता बनने के लिए जरूरी है।

**4. व्यक्तित्व की अभिव्यक्ति** : रचनात्मक लेखन लेखकों को उनके व्यक्तित्व की अभिव्यक्ति के लिए एक महत्वपूर्ण साधन प्रदान करता है। जिसे लेखक अपने विचारों, अनुभवों और धारणाओं को शब्दों के माध्यम से प्रकट करता है और समाज को एक नई दृष्टि से देखने का प्रयास करता है।



- साथ ही, लेखक अपनी निजी सोच के फलस्वरूप ही सामाजिक सत्य को अपनी दृष्टि के अनुसार ही अभिव्यक्ति प्रदान करता है।

**5. साहित्य की पुनर्रचना** : साहित्यिक रचनाकार समाज की वास्तविकता को अपनी दृष्टि से देखता, समझता और महसूस करता है। रचनात्मक लेखन से वास्तविकता की पुनर्रचना होती है, जिसे रचनाकार अपने प्रातिभा कौशल से एक नया रूप प्रदान करता है।



### निष्कर्ष

रचनात्मक लेखन साहित्य का महत्वपूर्ण अंग है, जो कला के रूप में विचारों और भावनाओं को प्रकट करता है। यह विशेषता, कृतज्ञता, और व्यक्तित्व की अभिव्यक्ति का माध्यम होता है, साथ ही साहित्य की पुनर्रचना करता है। इसके माध्यम से लेखक समाज को नई दिशा देता है और जीवन की वास्तविकता को साझा करता है। इसलिए, रचनात्मक लेखन का महत्त्व शिक्षा, साहित्य, और समाज में व्यापक है।



*Join telegram for notes - Studymaterialsol*



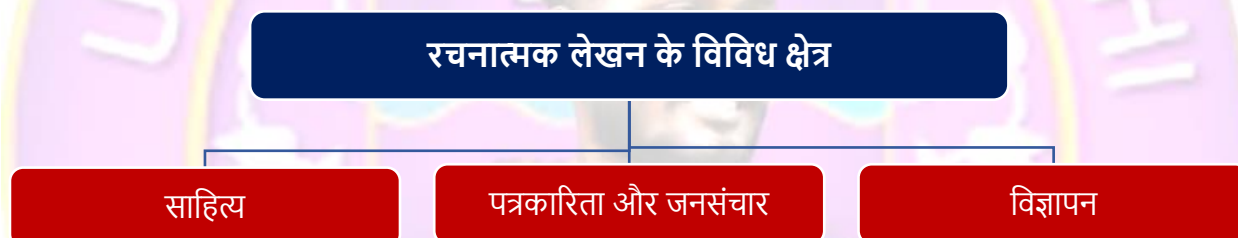
**प्रश्न 2 - रचनात्मक लेखन के विविध क्षेत्र बताते हुए उसके विविध रूपों का वर्णन कीजिए।**

### उत्तर - परिचय

रचनात्मक लेखन एक कला है जिसमें भावों-विचारों और संवेदनाओं का समावेश होता है। साहित्य रचना में प्राचीन समय से **कहानी, उपन्यास, नाटक, गीत** आदि में प्रयोग किया जाता रहा है। वर्तमान समय में इसका विकास विविध क्षेत्रों तथा विविध रूपों के माध्यम से अधिक वास्तविक रूप से जन-संचार को बढ़ावा देने के लिए प्रयोग किया जाता है, जिसमें **निबंध, आलोचना, डायरी, पत्रकारिता** इत्यादि विधाओं का रचनात्मक लेखन में प्रयोग किया जाता है।



### रचनात्मक लेखन के विविध क्षेत्र



#### 1. साहित्य

‘साहित्य’ रचनात्मक लेखन का एक व्यापक क्षेत्र है। इसके अंतर्गत साहित्येतर इतिहास, विज्ञान, समाजशास्त्र, भूगोल आदि विषयों पर लिखा गया साहित्य सम्मिलित नहीं होता क्योंकि इन विषयों का उद्देश्य ज्ञान और सूचना की अभिवृद्धि करना होता है जबकि रचनात्मक साहित्य भावों, संवेदनाओं और विचारों की गहरी समझ के द्वारा मनुष्य की सोच को नव्यता प्रदान करता है।



- रचनात्मक साहित्य को गद्य और पद्य दोनों रूपों में लिखा जाता है। पहले यह अधिकतर पद्य (कविता) के रूप में मिलता था, क्योंकि इसे गाकर याद रखना आसान होता था। लेकिन आधुनिक युग में गद्य ने बहुत तेजी से विकास किया है और इसमें कहानी, उपन्यास, नाटक, आत्मकथा, संस्मरण, रेखाचित्र आदि विधाओं ने साहित्य-कला को बहुत ऊँचाई तक पहुँचाया है।

- समय के साथ साहित्यिक विधाओं में बदलाव आते गए। पहले महाकाव्य और खण्डकाव्य प्रमुख थे, लेकिन आधुनिक युग में छंद से मुक्ति के कारण 'लंबी कविता' प्रचलित हो गई। अब कविता में छंदबद्धता की बजाय 'मुक्त छंद' पर जोर दिया जाता है, जिसमें 'लय' पर बल दिया जाने लगा।

## 2. पत्रकारिता एवं जनसंचार

- पत्रकारिता से संबंधित साहित्य इसी श्रेणी के अंतर्गत आता है। इसमें विशेष रूप से प्रिंट माध्यम और लेखन की विधा होने के कारण रचनात्मकता का गुण स्वाभाविक रूप से शामिल होता है।
- आधुनिक युग में पत्रकारिता के आने के पश्चात् साहित्य का क्षेत्र अत्यंत विस्तृत हो गया है। पत्रकार के लेखन का आधार 'तथ्यों का निरूपण' होता है व पत्रकार तथ्यों के उचित निरूपण से संतुष्ट होते हैं।
- पत्रकारिता के विभिन्न माध्यमों में प्रिंट, रेडियो, टेलीविजन तथा इंटरनेट स्वीकार किए जाते हैं, जो रचनात्मक लेखन के द्वारा जनसंचार में सहयोग करते हैं। फीचर लेखन, वृत्त लेखन, गीत लेखन आदि अनेक नई विधाओं ने लेखक की रचनात्मकता को एक नई पहचान दी।



## 3. विज्ञापन

- वर्षों से विज्ञापन ने वर्तमान समाज में अपना आधिपत्य जमाया हुआ है। यह वर्तमान समाज के जीवन का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन चुका है। विज्ञापन के द्वारा ही जहाँ किसी उत्पाद की बिक्री में वृद्धि होती है वहीं इसके द्वारा समाज विभिन्न सूचनाओं को भी प्राप्त करता है।
- विज्ञापन आधुनिक समाज में अभिव्यक्ति की अन्य विधाओं की अपेक्षाकृत अधिक रचनात्मक है क्योंकि कम शब्दों में किसी वस्तु, सेवा या विचार को पाठकों, श्रोताओं या दर्शकों के सामने रखने की कला किसी अन्य विधा से कहीं अधिक विज्ञापन में है। विज्ञापन-लेखक अपने अभिव्यक्ति-कौशल के द्वारा नए रचनात्मक विचारों को सामने लेकर आते हैं जिससे उपभोक्ता को समझने में आसानी होती है।
- वस्तुओं के अतिरिक्त सेवाओं के विज्ञापनों में भी आम उपभोक्ता को उसके गुणों और विशिष्टताओं के संदेश को सहजता से पहुँचाना और उसके उद्देश्य की पूर्ति करना विज्ञापन का लक्ष्य होता है जिसे अधिक से अधिक रचनात्मक तरीके से पूर्ण किया जाता है।





## रचनात्मक लेखन के विविध रूप

लिपि के आविष्कार से पहले साहित्य केवल मौखिक रूप में था। लिपि के आविष्कार के बाद, मनुष्य ने अपने विचार और भावनाओं को लिखना शुरू किया। लिपि ने भाषा को प्रतीकों में बदलकर उसे संरक्षित किया, जिससे मनुष्य द्वारा अपनी पहचान और सांस्कृतिक धरोहर को सदियों तक सहेज कर रखा गया।

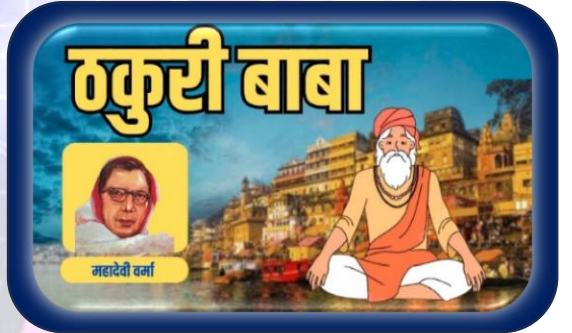
### 1. मौखिक और लिखित रूप

- रचनात्मक लेखन के मौखिक और लिखित स्वरूप में साहित्य केवल भाषा विज्ञान से ही जुड़ा हुआ नहीं है बल्कि वह समाज और उसके जीवन की गहराई से जुड़ा हुआ है। इसके द्वारा समाज की विचारधारा, परिस्थितियाँ और उसकी वर्तमान सोच लिखित रूप में साहित्य या इतिहास के दस्तावेज बन जाते हैं।
- मौखिक साहित्य (लोक-कथाएं, गीत, कहावतें, मुहावरें) लिखित साहित्य की तुलना में सीमित होता है, क्योंकि यह केवल बोलकर प्रस्तुत किया जाता है। लेकिन लिखित साहित्य व्यापक होता है, क्योंकि यह कथा, कविताएं, निबंध इत्यादि के माध्यम से समाज के विभिन्न वर्गों तक पहुंचता है।



### 2. गद्य और पद्य रूप

- रचनात्मक लेखन के गद्य और पद्य दोनों ही रूपों को लिखा जाता है। गद्य में कहानी, उपन्यास, नाटक, संस्मरण, रेखाचित्र, यात्रा वृत्तांत, रिपोर्टाज एवं पद्य के अंतर्गत खंडकाव्य, महाकाव्य, गीतिकाव्य, कविता, गीत, गजल, रुबाई आदि काव्यों को शामिल किया जाता है।
- रचनात्मक लेखन के गद्य रूप में साहित्य को सरल और सीधे विचारों के साथ आसान तरीके से प्रस्तुत किया जाता है, जो ज्ञान को बढ़ाने के लिए सहयोगी होता है। पद्य के माध्यम से रचनात्मक लेखन में कल्पना और भावनाओं को आकर्षक तरीके से छंद, अलंकारों का प्रयोग करके प्रस्तुत किया जाता है।



*Join telegram for notes - Studymaterialsol*

### 3. कथात्मक और कथेतर रूप

- कथात्मक साहित्य को रचनात्मक लेखन के अंतर्गत कल्पनाओं और विचारों को आधार बनाकर निर्मित किया जाता है, जिसे कहानी, उपन्यास, नाटक और एकांकी आदि के द्वारा प्रस्तुत किया जाता है।
- कथेतर साहित्य में वास्तविकता को आधार बनाकर साहित्य की रचना की जाती है, जिन्होंने स्वतंत्रता के बाद भारत में अपनी स्वतंत्र पहचान बनाई, इनमें निबंध, आलोचना, डायरी, पत्र तथा साक्षात्कार, जैसी विधाएं शामिल हैं।
- आधुनिक युग में 'व्यंग्य' एक ऐसी विधा के रूप में उभर कर आया जो कथात्मक और कथेतर दोनों ही रूपों में प्राप्त होता है। कुछ आलोचकों ने गद्य और पद्य दोनों में समान रूप से अभिव्यक्ति का माध्यम होने के कारण व्यंग्य को एक शैली के रूप में स्वीकृति दी है। इस तरह से हिंदी साहित्य में कथात्मक और कथेतर विधाओं दोनों ने ही साहित्य को मजबूती प्रदान की।



### 4. नाटक : पाठ्य और मंचीय

- साहित्य ने ही सभी विधाओं को जन्म दिया। बहुत समय तक नाटक विधा को भी 'काव्य' की संज्ञा से ही जाना जाता था। लेकिन धीरे-धीरे नाटक ने साहित्य में अपना एक अलग स्थान बनाया।
- नाटक एक रचनात्मक लेखन रूप है जो नाटकीय रूप से कहानी को प्रस्तुत करता है। इसका मूल उद्देश्य दर्शकों को मनोरंजन करने के साथ-साथ सामाजिक, राजनीतिक, धार्मिक, और मानवता के मुद्दों पर विचार करने के लिए प्रेरित करना होता है।
- नाटक में कहानी को चरित्रों के द्वारा व्यक्त किया जाता है, जो अपनी भावनाओं, विचारों, और क्रियाओं के माध्यम से कहानी को आगे बढ़ाते हैं।



### निष्कर्ष

रचनात्मक लेखन एक स्वतंत्र विधा है जिसके माध्यम से रचनाकार अपनी रचनाओं में साहित्य, पत्रकारिता एवं जनसंचार तथा विज्ञापन को मौखिक-लिखित, गद्य-पद्य, कथात्मक-कथेतर तथा नाटक आदि रूपों के माध्यम से प्रस्तुत करता है, जो कि लेखन साहित्य को सहेजकर रखने में मदद करता है।



**प्रश्न 3 - जनसंचार माध्यमों से आप क्या समझते हैं? हिन्दी भाषा को लोकप्रिय बनाने में इनकी भूमिका स्पष्ट कीजिए।**

### उत्तर - परिचय

संचार-प्रक्रिया में 'माध्यम' की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण मानी जाती है। इन माध्यमों के द्वारा ही एक असीमित जन समुदाय तक विभिन्न भावों, विचारों और सूचनाओं का संप्रेषण सहजता से किया जाता है। इन सूचनाओं को पहुँचाने के लिए जनसंचार माध्यमों में प्रत्येक माध्यम के अनुरूप भाषा का प्रयोग होता है ताकि लोगों को सूचनाएं समझने में आसानी हो।



### जनसंचार माध्यम

जनसंचार माध्यम वे साधन होते हैं, जिनका उपयोग संदेशों, जानकारी, और विचारों को एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति या समूह तक पहुँचाने के लिए किया जाता है। जनसंचार माध्यमों के द्वारा सूचनाओं को आसानी और तेजी से साझा किया जाता है, जिससे जनता को विभिन्न स्रोतों से सूचना प्राप्त करने में मदद मिलती है। जनसंचार के माध्यमों से ही समाज में जागरूकता और सामाजिक परिवर्तन को बढ़ावा मिलता है।

**जनसंचार माध्यमों के उदाहरण हैं-** टेलीविजन, रेडियो, अखबार, मैगजीन, सोशल मीडिया, इंटरनेट और विभिन्न डिजिटल माध्यम।



### विभिन्न जनसंचार माध्यम

#### 1. प्रिंट माध्यम

जनसंचार माध्यमों में प्रिंट माध्यम सबसे पुराना माध्यम है जिसमें सूचना को मुद्रित करके लोगों तक पहुँचाया जाता है। इसमें समाचार-पत्र, पत्रिकाएँ, पुस्तकें, विज्ञापन और पर्चे शामिल हैं। यह सबसे विश्वसनीय जनसंचार माध्यम है, जो लोगों को समाचार, जानकारी और विचार लिखित रूप में प्रदान करता है।

## 2. इलेक्ट्रॉनिक माध्यम

इलेक्ट्रॉनिक माध्यम उन माध्यमों को कहा जाता हैं, जो इलेक्ट्रॉनिक तकनीक का उपयोग करके विभिन्न प्रकार की जानकारी, समाचार, मनोरंजन आदि को लोगों तक पहुंचाते हैं। इलेक्ट्रॉनिक माध्यम ने संचार को आसान बना दिया है, इसके द्वारा किसी भी जानकारी या सूचना को तुरंत प्रसारित किया जाता है। इसमें रेडियो, टेलीवजन आदि शामिल है।

इलेक्ट्रॉनिक माध्यम के आने से ऑडियो केसेट, वीडियो केसेट, डीवीडी, फिल्म और डिश जैसे उपकरण भी विकसित हुए हैं।

## 3. न्यू इलेक्ट्रॉनिक माध्यम

न्यू इलेक्ट्रॉनिक माध्यम जनसंचार का एक माध्यम है, जिसका उपयोग सामाजिक, आर्थिक या सांस्कृतिक संदेशों को बेहतर तरीके से प्रसारित करने के लिए किया जाता है। ये माध्यम इलेक्ट्रॉनिक तकनीक का प्रयोग करते हैं, जैसे कि इंटरनेट, सोशल मीडिया, वेबसाइट, एप्लिकेशन्स और अन्य डिजिटल प्लेटफॉर्म।

## 4. बाह्य संचार माध्यम

पुराने समय से ही बाह्य संचार प्रणाली जनता तक सीधे पहुँचने का एक महत्वपूर्ण माध्यम रही है। यह प्रणाली विशेष रूप से प्रदर्शनियों और मेलों के माध्यम से कार्य करती थी, जहाँ लोग एकत्र होते थे और विभिन्न सूचनाओं का आदान-प्रदान करते थे। इसमें भाषण, नुक्कड़ नाटक, और अन्य सांस्कृतिक कार्यक्रम शामिल होते थे, जो सीधे-संचार की सुविधा प्रदान करते थे और सूचनाओं को अधिक प्रभावी बनाते थे।

### जनसंचार माध्यमों में हिन्दी भाषा

जनसंचार के विभिन्न माध्यमों के लेखन के लिए भाषा ही ऐसा माध्यम है जिससे जानकारी आसानी से लोगों तक पहुंचाई जा सकती है। आधुनिक युग में हिंदी भाषा जनसंचार माध्यमों में आम लोगों की भाषा बन गई है जो कि सदियों से जनसामान्य को उपयोगी सूचनाएँ और खबरें देने के लिए इस्तेमाल होती रही है। इसके साथ ही अखबारों और पत्रिकाओं में हिंदी ने बहुत विकास किया है।

जनसंचार माध्यमों के माध्यम से हिन्दी में जानकारी, समाचार, कला, साहित्य और मनोरंजन का प्रसार होता है। इससे हिन्दी भाषा की प्रतिष्ठा और प्रसार बढ़ता है। विभिन्न जनसंचार माध्यमों में हिन्दी का उपयोग करने

से लोगों की भाषा कौशल में सुधार होता है और वे अपनी भाषा के प्रति अधिक समर्पित होते हैं जिससे लोगों के बीच सामाजिक और सांस्कृतिक जुड़ाव भी बढ़ता है।

### जनसंचार के माध्यमों में भाषा की विशेषताएँ :

#### 1. सहजबोध

जनसंचार की भाषा सरल और सहज होनी चाहिए। इसके लिए जरूरी है कि आम बोलचाल के शब्दों का प्रयोग किया जाए।

- मुद्रित माध्यमों में लेखन करते समय लेखक को विभिन्न विधाओं जैसे समाचार, फीचर और संपादकीय के अनुसार भाषा बदलनी पड़ती है। इसमें लेखक द्वारा सही शब्दों का चयन करना आवश्यक है ताकि विचार और भावनाएं स्पष्ट रूप से संप्रेषित हों और पाठकों को समझने में कठिनाई न हो।
- रेडियो हिंदी भाषा को बड़े पैमाने पर प्रसारित करता है। इसके माध्यम से लोगों को हिंदी में विभिन्न विषयों पर समाचार, मनोरंजन, शिक्षा और सामाजिक मुद्दों पर जानकारी प्राप्त होती है। रेडियो की भाषा श्रव्य और सामान्य बोलचाल की होनी चाहिए, जिससे यह श्रोताओं के मन में कल्पना जगा सके और संवाद बनाए रखे।
- टेलीविजन हिंदी भाषा को व्यापक रूप से प्रसारित करने में सक्षम है। यह दृश्य-श्रव्य माध्यम होने के कारण दर्शकों को समाचार, धारावाहिक, फिल्मों और अन्य कार्यक्रमों के माध्यम से हिंदी भाषा में जानकारी और मनोरंजन प्रदान करता है। इसलिए टेलीविजन की भाषा कार्यक्रम के प्रकार और दर्शक वर्ग के अनुसार होनी चाहिए।

#### 2. मानकीकरण

जनसंचार की भाषा का मानकीकरण होना अत्यंत आवश्यक है। यह मानकीकरण मुख्य रूप से चार पृष्ठ पर आधारित होता है - मानक वर्तनी, मानक लिपि, मानक व्याकरण तथा मानक उच्चारण।

- **मानक वर्तनी** - जनसंचार की भाषा में मानक वर्तनी का उपयोग अत्यंत आवश्यक है, विशेषकर प्रिंट मीडिया में। लोग बोलते समय शब्दों का गलत उच्चारण करते हैं, जैसे 'जनता' को 'जन्ता' या 'गलती' को 'गल्ती' कह देते हैं, जिससे लिखते समय भी वर्तनी गलत हो जाती है और माध्यम की प्रतिष्ठा को नुकसान होता है।



- **मानक लिपि** - जनसंचार माध्यमों में लिपि का भी बहुत महत्व है। उदाहरण के लिए, यदि एक स्थान पर 'हिन्दी' लिखते हैं और दूसरे पर 'हिंदी', तो यह लिपिगत गलत प्रयोग कहा जाएगा। इसी तरह, लेखकों को सम्बंध या संबंध, सम्पर्क या संपर्क, चिन्ह या चिह्न जैसे शब्दों में से एक मानकीकृत रूप का ही प्रयोग करना चाहिए। जिससे पाठक को किसी भी प्रकार की असुविधा न हो।
- **मानक व्याकरण** - जनसंचार में व्याकरण का अधिक महत्व है। राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर हिन्दी के बढ़ते प्रचलन के कारण कई इलेक्ट्रॉनिक माध्यम अपनी पटकथाओं में अन्य भाषाओं के शब्दों का प्रयोग करने लगे हैं, जो व्याकरण की दृष्टि से गलत होते हैं। हिन्दी में कई सरल और प्रचलित शब्द होते हैं, लेकिन कुछ लेखक स्वयं को विद्वान दिखाने के लिए कठिन और अप्रचलित शब्दों का प्रयोग करते हैं व आम बोलचाल की भाषा के नाम पर ऐसी भाषा का प्रयोग करते हैं, जो हिंदी के व्याकरण के अनुसार नहीं होती है।
- **मानक उच्चारण** - रेडियो और टेलीविजन में वक्ता की जरूरत होती है, जो पटकथा को बोलता है इसलिए इन माध्यमों के लिए मानक उच्चारण का होना भी आवश्यक है। लिखित शब्दों का सही और स्पष्ट उच्चारण ही इन माध्यमों के प्रभाव और प्रतिष्ठा को बढ़ाता है।

### 3. दृश्यात्मकता

जनसंचार की भाषा में दृश्यात्मकता का गुण होना आवश्यक है। यदि समाचार या जानकारी को पढ़ते समय या सुनते समय हमें उस घटना का चित्र दिखाई देता है, तो भाषा समझने में आसान होती है। यह कौशल लेखक के हाथ में होता है। विशेष रूप से रेडियो के लिए यह अत्यंत आवश्यक है क्योंकि रेडियो में न तो चित्रों को प्रकाशित किया जा सकता है और न दृश्यों को प्रसारण के समय दिखाया जा सकता है। श्रव्य माध्यम होने के कारण दृश्यात्मक भाषा रेडियो के लिए जरूरी है।

### निष्कर्ष

जनसंचार माध्यम जैसे प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक और न्यू इलेक्ट्रॉनिक माध्यम, सूचनाओं को व्यापक जनसमुदाय तक पहुँचाते हैं। जनसंचार के माध्यमों में हिंदी भाषा का प्रयोग बढ़ रहा है, जिससे यह जन-जन की भाषा बन गई है। जनसंचार की भाषा में स्पष्ट और प्रभावी तरीके से संप्रेषण करने के लिए मानक व्याकरण, शैली, लिपि और उच्चारण का प्रयोग करना आवश्यक है।

*Join telegram for notes - Studymaterialsol*

## प्रश्न 4 - प्रिंट माध्यमों के लिए उदाहरण सहित साक्षात्कार लेखन लिखिए।

### उत्तर - परिचय

प्रिंट मीडिया एक प्रमुख जनसंचार माध्यम है जिसका विकास कलम और कागज से लेकर टाइप किए गए पाठ तक हुआ है। इसमें समाचार पत्र, सामान्य पत्र लेखन और प्रारंभिक लेखन शामिल हैं। प्रिंट मीडिया का लेखन और पठन करने के लिए साक्षरता जरूरी है, यानी केवल साक्षर व्यक्ति ही इसे पढ़ और लिख सकते हैं। साक्षात्कार लेखन भी प्रिंट मीडिया का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है।



### प्रिंट माध्यमों के लिए साक्षात्कार लेखन

साक्षात्कार किसी विषय पर एक विशिष्ट व्यक्ति से प्रश्न पूछकर गहन जानकारी प्राप्त करने का तरीका है। इससे न केवल उस विषय के बारे में जानकारी मिलती है बल्कि उस व्यक्ति के जीवन के बारे में भी बहुत कुछ जानने का मौका मिलता है। विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में अक्सर राजनेताओं, फिल्मी सितारों के साक्षात्कार छपते हैं, जिन्हें पाठक बहुत रुचि से पढ़ते हैं। अंग्रेजी में इसके लिए इंटरव्यू शब्द का प्रयोग किया जाता है। उदाहरण के लिए, ट्रेन-दुर्घटना पर रेल मंत्री से अथवा बजट के वक्त वित्त मंत्री से साक्षात्कार।

### साक्षात्कार के तत्व :



## 1. संवाद

संवाद एक ऐसा जरिया है जिसके माध्यम से ही दो लोग आपस में जुड़ते हैं। एकालाप कभी भी साक्षात्कार के रूप में प्रयुक्त नहीं होता क्योंकि इसके लिए साक्षात्कार लेने वाला और देने वाला (साक्षात्कारदाता) दोनों का होना जरूरी है। ऐसे में संवाद ही दोनों के बीच प्रमुख भूमिका निभाता है। इसी के द्वारा विषय को समझा जाता है। संवाद किसी विचार को स्थापित करने, विकसित करने, व्यक्ति के चरित्र को समझने अथवा विश्वसनीयता निर्मित करने का काम करता है। प्रारंभिक बातचीत के माध्यम से ही प्रश्नकर्ता और उत्तर देने वाले व्यक्ति के मन में विश्वास विकसित होता है, जिसके आधार पर साक्षात्कार विकसित होता है। संवादों की साक्षात्कार में सबसे बड़ी भूमिका है कि इससे पात्र के मन के भावों और विषय के प्रति उनकी दृष्टि व्यक्त होने में सहायता मिलती है।

**साक्षात्कार के उद्देश्य-** व्यक्तित्व की जानकारी प्राप्त करना, विषय के प्रति जनसामान्य की प्रतिक्रिया को समझना, व्यक्तियों के मनोभावों और व्यवहार का अध्ययन करना तथा विशेषज्ञ द्वारा विषय का विस्तृत विवेचन।

## 2. पात्र का बाहरी और आंतरिक व्यक्तित्व

साक्षात्कार के माध्यम से श्रोता/पाठक सिर्फ किसी व्यक्ति के बाहरी रूप-रंग से प्रभावित नहीं होता, बल्कि वह उसके आंतरिक संघर्ष, चरित्र और मानसिक संघर्ष को भी समझना चाहता है। यह आंतरिक यात्रा पाठक की मानसिक विकास यात्रा का हिस्सा बनती है। यह एक तरह की मनोवैज्ञानिक यात्रा भी है। सफल लोगों के जीवन संघर्ष को जानकर आम व्यक्ति को उम्मीद मिलती है कि वह भी एक दिन सफल हो सकता है। वह अपने मन में खुद को उस व्यक्ति के समान महसूस करता है। अगर सफल व्यक्ति अपने आंतरिक संघर्ष को सहजता से प्रस्तुत कर पाता है, तो उसका बाहरी व्यक्तित्व भी पाठक को प्रभावित करता है। रतन टाटा जी इसका एक उत्कृष्ट उदाहरण हैं। प्रिंट माध्यम में साक्षात्कारकर्ता का यह दायित्व है कि वह ऐसे प्रश्न पूछे जिससे व्यक्ति का बाहरी व्यक्तित्व भी उभर कर सामने आ सके।

## 3. दृष्टिकोण

साक्षात्कार में प्रश्न पूछने वाले और जवाब देने वाले दोनों के दृष्टिकोण का उभरकर आना जरूरी है। जीवन, समाज, करियर, व्यवहार, दर्शन के प्रति दृष्टि को ही जानने के लिए साक्षात्कार लिया जाता है। हर व्यक्ति का एक सामाजिक, राजनीतिक, दार्शनिक, और धार्मिक दृष्टिकोण होता है, जो उसके साक्षात्कार में झलकता है।



लोग इन दृष्टिकोणों को समझने और विचारों से सहमत या असहमत होने के लिए साक्षात्कार पढ़ते हैं। किसी से असहमति के लिए भी उसके विचारों को जानना जरूरी है।

### साक्षात्कार लेखन की शैली

साक्षात्कार दो व्यक्तियों के बीच का संवाद है। प्रश्न-उत्तर के इस क्रम को अंततः जब कागज पर उतारा जाता है तो उसके दो तरीके हो सकते हैं-

**1. प्रश्नोत्तर शैली** - साक्षात्कार आमतौर पर दो तरीकों से लिए जाते हैं। पहले तरीके में, केवल शुरुआत में परिचय देकर साक्षात्कार को सीधे-सीधे प्रस्तुत किया जाता है। इसमें सवाल और जवाब सीधे और स्पष्ट होते हैं। दूसरे तरीके में, साक्षात्कार को फीचर के रूप में प्रस्तुत किया जाता है। इसमें प्रश्नों से ज्यादा व्यक्ति के विचारों और अनुभवों को महत्व दिया जाता है। इस प्रकार के साक्षात्कार में बीच-बीच में प्रश्न पूछे जाते हैं और उनके चारों ओर व्यक्ति के व्यक्तित्व का विस्तृत चित्रण किया जाता है। उदाहरण के लिए-

**पंकज त्रिपाठी ने कहा** कि वे चुपके से किसी दिन रामलला का दर्शन कर आएँगे। उन्होंने यह भी कहा कि अगर किसी फिल्म मेकर ने उन्हें प्रभु श्रीराम का रोल ऑफर किया तो वे खुशी-खुशी मान जाएँगे।

पंकज ने कहा कि उनकी उम्र ज्यादा हो गई है, फिर भी उन्हें श्रीराम का किरदार निभाने में कोई आपत्ति नहीं है। पंकज त्रिपाठी इन दिनों अपनी फिल्म 'मैं अटल हूँ' से चर्चा में हैं। फिल्म 19 जनवरी को रिलीज हो रही है। पंकज ने फिल्म में पूर्व प्रधानमंत्री अटल बिहारी वाजपेयी का किरदार निभाया है।

पंकज त्रिपाठी ने अपनी फिल्म, राम मंदिर उद्घाटन समारोह, इलेक्शन कमीशन के नेशनल आइकॉन पद से इस्तीफा और अपनी पर्सनल लाइफ से जुड़ी कई चीजों पर दैनिक भास्कर से बातचीत की है।

मर्यादा पुरुषोत्तम श्रीराम मेरे प्रिय हैं, मैं उनका ही रोल करना चाहूँगा।

क्या आप रामलला के प्राण प्रतिष्ठा समारोह में उपस्थित रहेंगे? जवाब में पंकज त्रिपाठी ने कहा, 'मैं पूर्वांचल का ही रहने वाला हूँ। किसी दिन चुपके से जाकर दर्शन कर आऊँगा। मैं तीर्थ स्थानों का दर्शन दुनिया की नजरों से दूर जाकर कर लेता हूँ। वहाँ सपरिवार चिंतन-मनन करता हूँ।'

पंकज त्रिपाठी से पूछा गया कि अगर उन्हें रामायण के किसी एक कैरेक्टर का रोल निभाना हो तो वो कौन होगा। उन्होंने कहा, "मर्यादा पुरुषोत्तम श्रीराम मेरे प्रिय हैं। मैं उनका ही रोल करना चाहूँगा। हालाँकि मैं अब

उस एज ग्रुप का नहीं हूँ। मेरी उम्र 48 साल हो चुकी है। हम लोग यंग श्रीराम की ही कल्पना करते हैं। इसके बावजूद अगर किसी फिल्म मेकर ने मुझ पर विश्वास जताया तो मैं हमेशा तैयार हूँ।”

## 2. प्रश्नावली निर्मित करना

किसी भी इंटरव्यू के लिए प्रश्नों की सूची तैयार करना बहुत ज़रूरी है। विषय से जुड़े प्रश्न ही एक अच्छे साक्षात्कार को संभव बनाते हैं। हालाँकि, यह भी सच है कि चाहे जितने भी प्रश्न बना लें, लेकिन इंटरव्यू में कई प्रश्न खुद ही बन जाते हैं। परंतु फिर भी एक सामान्य प्रश्न तैयार करना ज़रूरी है ताकि विषय को उसकी संपूर्णता से समेटा जा सके। उदाहरण के लिए, राजनीति विज्ञान से संबंधित प्रश्नों की सूची देखी जा सकती है-

1. वर्तमान और अतीत के राजनीतिक सिद्धांतों का अध्ययन करने में आपके पास कितना अनुभव है?
2. आप हमारी वर्तमान राजनीतिक व्यवस्था की स्थिति के फायदे और नुकसान के रूप में क्या देखते हैं?
3. समग्र रूप से वैश्विक राजनीति में रुझानों की भविष्यवाणी करने में आपका अनुभव क्या है?
4. क्या आपने कभी किसी राजनीतिक थिंक टैंक के लिए काम किया है? अनुभव का वर्णन करें।

इनके अतिरिक्त कितने भी सवाल हों पर इन्हें आरंभिक प्रश्नों के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता है।

**साक्षात्कार दो प्रकार होते हैं-** व्यक्ति और समूह साक्षात्कार। व्यक्तिगत साक्षात्कार केवल उस व्यक्ति के जीवन से जुड़ा होता है पर समूह साक्षात्कार किसी विषय पर विविध विशेषज्ञों की चर्चा-परिचर्चा पर आधारित होती है।

## निष्कर्ष

प्रिंट मीडिया में साक्षात्कार लेखन एक विशेष शैली है जो व्यक्तिगत और व्यावसायिक बातचीत को उजागर करती है। साक्षात्कार लेखन में तीन तत्व होते हैं, जिसमें विषय को बनाने के लिए चरित्र के आंतरिक और बाहरी व्यक्तित्व, दृष्टिकोण और सामान्य विचारों का वर्णन शामिल होता है। इसके साथ ही, साक्षात्कार लेखन के माध्यम से हम विभिन्न विषयों पर विशेषज्ञों के साथ चर्चा करते हैं, व साक्षात्कार लेखन व्यापक रूप से ज्ञान की वृद्धि और समर्थन के रूप में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

## प्रश्न 5 - अपना प्रिय यात्रा वृत्तांत लिखिए।

### उत्तर - परिचय

यात्रा वृत्तांत एक प्रकार का लेख या साहित्यिक रचना है, जिसमें लेखक अपने यात्रा अनुभवों का विवरण, स्थानों, संस्कृति, लोगों और विभिन्न घटनाओं के बारे में जानकारी प्रस्तुत करता है। इसमें लेखक अपने निजी अनुभवों और भावनाओं को साझा करके पाठकों को उस यात्रा का हिस्सा बनाता है। यात्रा-वृत्तांत लिखने का उद्देश्य सिर्फ अपने अनुभव बताना ही नहीं है, बल्कि दूसरों को प्रेरित करना और लोगों को उन जगहों के बारे में जानकारी देना भी है।



### यात्रा वृत्तांत के उदाहरण :

#### 1. महादेवी वर्मा का 'यात्रा वृत्तांत'

उस दिन दोपहर तक जी भरकर उन रजत चोटियों को देखने के बाद हम अलकनंदा पर बने छोटे से पुल को पार करके पुरी देखने के लिए निकल पड़े, लेकिन निराशा ही हाथ लगी। संकरी गलियां और घर बदबूदार और गंदे थे। उन्हें देखने के बाद महादेवी वर्मा ने सोचा कि जब हम इतने बड़े तीर्थ स्थान को स्वच्छ और सुंदर नहीं रख सकते, तो किसी अन्य स्थान को स्वच्छ रखने की उम्मीद करना सिर्फ झूठी उम्मीद है। स्वर्ग की ऊँचाई और नर्क की गहराई एक-दूसरे से जुड़ी हैं, इसका प्रमाण

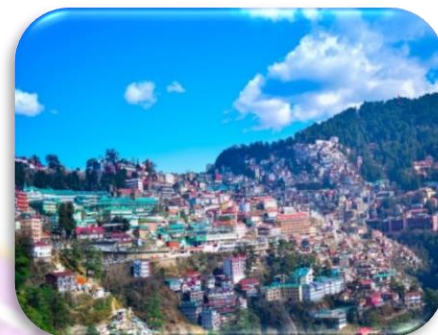


उन जगहों पर मिलता है जहाँ अच्छाई और बुराई, पवित्रता और अशुद्धता, और दया और क्रूरता एक साथ दिखाई देते हैं। हर साल, बहुत सारे लोग वहां जाते हैं, जिसमें अमीर और गरीब, शक्तिशाली और कमजोर, परिवार के साथ और अकेले यात्री शामिल होते हैं। अमीरों की सभी जरूरतें उनका पैसा पूरा कर देता है, लेकिन गरीबों के लिए न रहने की अच्छी व्यवस्था है, न खाने की। इसलिए, ज्यादातर यात्री बीमार होकर लौटते हैं और कुछ मार्ग में ही परमधाम चल देते हैं।



## 2. शिमला का 'यात्रा वृत्तांत'

शिमला हिमाचल प्रदेश की राजधानी व यहाँ का सबसे मशहूर पहाड़ी इलाका है। यह अपनी शानदार सुंदरता के लिए जाना जाता है। शायद तभी लोग इसके दीवाने हैं! शिमला की खूबसूरती ने हमेशा से ही यात्रियों को अपनी ओर आकर्षित किया है। अब चाहे पकड़ कमजोर भी हो जाए पर इसके प्रति मोह जन्म-जन्मांतर तक बना रहेगा। शिमला जैसे पर्यटन स्थल हर साल भारी भीड़ को अपनी ओर आकर्षित करते हैं।



यहाँ का वातावरण आपको इतना आकर्षित करेगा कि आप खुद भी यहाँ से नहीं जाना चाहेंगे। ऐसी सुंदरता शायद ही कहीं और मिले, इसलिए इस मौके को गंवाना मूर्खता होगी, और ऐसा कोई नहीं चाहेगा। इसके बाद शिमला की 30 मुख्य जगहों के नाम और तस्वीर मिलती हैं।

### निष्कर्ष

यात्रा वृत्तांत एक साहित्यिक शैली है जिसमें लेखक अपने यात्रा अनुभवों, स्थानों, और संस्कृति का विवरण प्रस्तुत करता है। महादेवी वर्मा के यात्रा वृत्तांत में तीर्थ स्थलों की वास्तविकता और सामाजिक असमानताओं को उजागर किया गया है, जहाँ गंदगी और अव्यवस्था के कारण यात्रियों को कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है। इसके विपरीत, शिमला जैसे पर्यटन स्थल अपनी अद्वितीय सुंदरता और आकर्षक माहौल के कारण यात्रियों को मोहित करते हैं। शिमला की सुंदरता और वहाँ का वातावरण लोगों को बार-बार आने के लिए प्रेरित करता है, और यह अनुभव इतना विशेष है कि इसे खोना मूर्खता होगी।

**प्रश्न 6 - निम्नलिखित पर टिप्पणी कीजिए :**

(क) इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के लेखन

(ख) विज्ञापन के प्रकार

**उत्तर -**

**(क) इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के लेखन**

**परिचय**

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में लेखन की भूमिका महत्वपूर्ण है, क्योंकि यह सूचना के प्रसार, मनोरंजन और शिक्षा के विभिन्न पहलुओं को समाज के हर वर्ग तक पहुँचाने का काम करता है। यह न केवल लोगों को जोड़ता है, बल्कि उन्हें विभिन्न मुद्दों पर जागरूक भी बनाता है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने संचार को अधिक प्रभावी और व्यापक बनाकर समाज में महत्वपूर्ण बदलाव लाए हैं।



**इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के लेखन**

इलेक्ट्रॉनिक माध्यम के अंतर्गत रेडियो, टेलीविजन एवं इंटरनेट जैसे प्लेटफार्मों को शामिल किया जाता है। रेडियो एक श्रव्य माध्यम है। लेकिन टेलीविजन और सिनेमा दृश्य माध्यम होते हैं। इंटरनेट श्रव्य, दृश्य और प्रिंट तीनों रूपों में होता है। श्रव्य माध्यम में शब्दों से चित्र बनाए जाते हैं, जबकि दृश्य माध्यम में चलते हुए चित्र और लाइव वीडियो का उपयोग किया जाता है। जिससे शब्दों पर निर्भरता कम हो जाती है। लेकिन किसी भी स्थिति में लिखित स्क्रिप्ट का महत्व बना ही रहता है। इलेक्ट्रॉनिक माध्यम में भी स्क्रिप्ट के बिना प्रस्तुति संभव नहीं है।

इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के अंतर्गत निम्न विधाएँ हैं, जैसे – संवाद-लेखन, गीत-लेखन, विज्ञापन लेखन।

*Join telegram for notes - Studymaterialsol*

## 1. संवाद-लेखन

संवाद किसी भी विधा के लिए अनिवार्य हैं। रेडियो, टीवी, समाचार अथवा 24 घंटे चलने वाली खबरें- सभी के लिए एक स्क्रिप्ट तैयार की जाती है जिसमें संवाद का अहम स्थान होता है। रेडियो और टीवी दोनों में अक्सर एकालाप (एक व्यक्ति द्वारा बोले गए शब्द) का प्रयोग होता है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में शब्द की प्रस्तुति ही संवाद है। अभिनेता इस तरह से संवाद को प्रस्तुत करता है कि उसके साथ संवाद लेखक का नाम याद नहीं रहता बल्कि पात्र के नाम से ही उसके संवाद याद रह जाते हैं।

### संवाद की प्रमुख विशेषताएं :

1. संवाद को पात्रों के व्यवहार और आचरण के अनुरूप ही लिखना चाहिए। परिवेश, परिस्थिति और वर्ग के अनुसार ही संवाद लिखे जाने चाहिए।
2. संवाद अधूरे या दोहराव वाले नहीं होना चाहिए।
3. संवाद को चित्रात्मक होना चाहिए यानी उसमें चित्र बनाने की क्षमता होनी चाहिए।
4. सामान्य और विवरणात्मक संवादों का जन समाज पर प्रभाव नहीं होता इसलिए संवादों में व्यंग्य और मारक क्षमता का होना जरूरी है।
5. रेडियो पर शब्द ही चित्र बनाते हैं इसलिए शब्दों में ही केनवास बनाने की योग्यता होनी जरूरी है।

**रेडियो** बोलचाल का सर्वोत्तम माध्यम है। रेडियो भावों को शब्दों में और शब्दों को भावों में बदल देता है। चाहे वह फीचर प्रस्तुति हो, साक्षात्कार हो, रेडियो नाटक हो या गीतमाला, अच्छे संवाद ही रेडियो की जान होते हैं। संवाद किसी भी चरित्र की पृष्ठभूमि, उसके मनोभाव, हाव-भाव, प्रतिक्रिया, मूड और अंदाज को समझाने में मदद करते हैं।

**टीवी और फिल्मों** में संवाद की भूमिका अलग-अलग होती है। संवाद रोचक और सरल भाषा में प्रस्तुत किए जाते हैं। संवाद परिवेश के अनुसार लिखे जाते हैं, ताकि श्रोता उसे आसानी से समझ सकें। धारावाहिकों में संवाद उसके संदर्भ के अनुसार लिखे जाते हैं। संवाद में कल्पना और नाटकीयता होती है, जो दर्शकों का मनोरंजन करती है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में संवाद कम और अभिनय पर ज्यादा आधारित है, इसलिए संवाद में सहजता, नाटकीयता, स्वाभाविकता जैसे गुण होना जरूरी है।



## 2. गीत-लेखन

गीत हमारी संस्कृति और लोक साहित्य का प्रमुख भाग हैं। आज भी शादी-विवाह से लेकर सामान्य जीवन के हर अवसर पर गीत गाए जाते हैं। गीतों के बिना न तो हमारा समाज आगे बढ़ता है न ही हमारी फिल्में। गीतों में विचार कम और दिल की भावनाएँ अधिक व्यक्त होती है। फिल्मी गीतकारों ने अपने व्यक्तित्व में देशभक्ति, साधुवाद, छायावाद, भजन, कव्वाली, कबीर, लोकगीत, नृत्यगीत, चिंतन और जीवन विज्ञान का अनूठा मिश्रण किया है और ये गीत अपने आप आज़ादी की भावना जगाते हैं।

हिन्दी में छायावाद काल में गीतिकाव्य लिखने की परम्परा विकसित हुई। गीतिकाव्य की विशेषताओं को गीतों की विशेषताएँ माना जाता है। आत्म-अभिव्यक्ति, स्वतन्त्रता, सहजता, कल्पनाशीलता और माधुर्यता गीतिकाव्य की मुख्य विशेषताएँ हैं। साथ ही, गीतों का गेय होना सबसे प्रमुख है।

### मुखड़ा और अंतरा

एक गीत में मुखड़ा और अंतरा दोनों ही महत्वपूर्ण हैं। शुरुआत की पंक्तियों को मुखड़ा कहते हैं और पहले अनुच्छेद को अंतरा। हर अंतरे के बाद फिर से वही मुखड़ा लिखा जाता है जो पहले प्रयुक्त हुआ था।

### गीत के प्रकार

गीत कई प्रकार के होते हैं। अर्जुन चव्हाण ने अपनी पुस्तक 'मीडिया कालीन हिंदी' में गीतों के प्रकार को 21 भागों में बाँटा है जैसे- भाव गीत, भक्ति गीत, भजन गीत, देशभक्ति परक, राष्ट्र गीत, प्रेम गीत/प्रणय गीत, श्रृंगार गीत आदि।

विभिन्न प्रकार के गीत लिखने के लिए गीतकार को ताल, लय, ध्वनि, संगीत, अच्छी विषयवस्तु, अलंकार, छंद, मीटर का ज्ञान होना जरूरी है, तभी एक अच्छा गीत लिखा जा सकता है।

## 3. विज्ञापन-लेखन

विज्ञापन प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक दोनों ही विधाओं में अत्यंत लोकप्रिय है। विज्ञापन के माध्यम से किसी भी उत्पाद के बारे में जानकारी आसानी से मिलती है और विक्रेता को उत्पाद बेचने के लिए अच्छा माध्यम मिलता है। रेडियो के विज्ञापन **जिगल** के अंदाज में बनाए जाते हैं, जिसे सुनकर श्रोता उसे याद ही न करे बल्कि गुनगुना भी सके। रेडियो विज्ञापन की भाषा सहज, सरल और आकर्षक होनी चाहिए जिसका प्रयोग एफ.एम के मध्य कुछ क्षण भर के लिए ही होता है पर फिर भी वह हमेशा के लिए याद रह जाता है।

उदाहरण के लिए;

"वीको टर्मेरिक/नहीं कॉस्मेटिक/वीटो टर्मेरिक आयुर्वेदिक क्रीम"



इस विज्ञापन को बाद में टीवी पर भी प्रचारित किया गया और यह अत्यंत लोकप्रिय भी हुआ। टीवी विज्ञापन तो दर्शक के भीतर ब्रांड के प्रति उत्सुकता और आग्रह जगाने का सबसे बड़ा माध्यम है।

**विज्ञापन लिखते समय निम्न विशेषताओं को ध्यान में रखना आवश्यक है -**

- विज्ञापन में सहजता और सरलता का प्रयोग करना।
- आकर्षक जिंगल का प्रयोग करना।
- दर्शक पर प्रभाव डालने वाली विशेषता का निदर्शन।
- बेहतरीन छवियों का प्रयोग।
- बच्चों के लिए एनीमेशन आधारित विज्ञापन लेखन।
- कम समय में अधिक कहने में सक्षमता।

### निष्कर्ष

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में लेखन की विधाएँ जैसे संवाद लेखन, गीत लेखन और विज्ञापन लेखन, समृद्ध और विविध हैं। रेडियो, टेलीविज़न और इंटरनेट जैसी भाषाओं पर लेखन महत्वपूर्ण है। रेडियो के लिए लेखन में शब्दों और ध्वनि, संगीत पर ध्यान केन्द्रित किया जाना चाहिए, वहीं टीवी के लिए शब्दों से ज्यादा एक्शन अर्थात् क्रियाओं का महत्व है। हर माध्यम में, स्क्रिप्ट एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है, जो प्रस्तुति का आधार है।

## (ख) विज्ञापन के प्रकार

### परिचय

वर्तमान युग विज्ञापन का युग है। 'विज्ञापन' दो शब्दों के संयोग से बना है- वि+ज्ञापन। 'वि' से तात्पर्य है विशेष और 'ज्ञापन' से अर्थ है ज्ञान करना। अर्थात् किसी विशेष उत्पाद की ओर ध्यान आकर्षित करना, उसके बारे में ज्ञात कराना और उसके बारे में सूचना देना "विज्ञापन" कहलाता है। यह दैनिक जीवन में उपभोग की अनेक वस्तुओं का चुनाव करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।



### विज्ञापन के प्रकार

बाजार में अपने उत्पादक, संगठन या कंपनी की छवि-निर्माण के लिए विज्ञापन एक विश्वसनीय माध्यम है। अपनी-अपनी आवश्यकताओं व कार्यों के आधार पर विभिन्न प्रकार के विज्ञापनों का प्रयोग किया जाता है।

**विज्ञापनों के निम्नलिखित प्रकार होते हैं-**



### (क) उत्पाद व सेवा के आधार पर

किसी औद्योगिक इकाई द्वारा उत्पादित या व्यावसायिक संगठन द्वारा दी जा रही सेवा के आधार पर विज्ञापन कई प्रकार के होते हैं-



1. **औद्योगिक विज्ञापन** - औद्योगिक कंपनियाँ अपने उत्पादों की बिक्री के लिए उच्चस्तरीय विज्ञापनों का उपयोग करती हैं। बड़ी कंपनियाँ जैसे वोल्टास, टाटा, किलोस्कर, एस्कॉर्ट्स आदि अपने विज्ञापन विशेष रूप से उद्यमियों और निश्चित ग्राहकों को ध्यान में रखकर बनाती हैं। ये विज्ञापन कच्चे माल, उपकरणों, और मशीनों की बिक्री के लिए होते हैं और आमतौर पर पत्रिकाओं में प्रकाशित होते हैं। ऐसे विज्ञापनों का क्षेत्र सीमित होता है, इसलिए विज्ञापनदाता संभावित ग्राहकों तक सीधे पहुँचने की कोशिश करते हैं। इसके लिए वे व्यापारिक जर्नल्स और डाक-विज्ञापन का उपयोग करते हैं।
2. **उपभोक्ता विज्ञापन** - दैनिक प्रयोग में काम आने वाली वस्तुएँ, खाद्य-सामग्री, श्रृंगार-सामग्री, साबुन, कपड़ा, चावल, साइकिल आदि के लिए दिए विज्ञापनों को उपभोक्ता विज्ञापन कहा जा सकता है। इस प्रकार के विज्ञापन फुटकर विक्रेता, थोक व्यापारी, क्षेत्रीय वितरक व उत्पादक आदि के द्वारा अलग-अलग अथवा संयुक्त रूप से दिए जाते हैं।
3. **वित्तीय विज्ञापन** - इस प्रकार के विज्ञापन निजी कंपनियों, बैंकों, बीमा कंपनियों, सरकारी और गैर-सरकारी लाटरी एजेंसियों आदि के द्वारा दिए जाते हैं। कंपनियों के वार्षिक आय-व्यय का विवरण, अध्यक्षीय भाषण, पूँजीधारकों के लिए दिए गए विज्ञापन भी वित्तीय विज्ञापन हैं। इन विज्ञापनों में आमतौर पर चित्र नहीं होते हैं और लिखित सामग्री अधिक होती है। इन विज्ञापनों का पाठक वर्ग सीमित है।

### (ख) विज्ञापनकर्ताओं के आधार पर

विज्ञापनों को विज्ञापित करने वाले विज्ञापनकर्ताओं के आधार पर विज्ञापन निम्नलिखित प्रकार के होते हैं-

1. **व्यक्तिगत विज्ञापन** - व्यक्तिगत विज्ञापनों में किसी उत्पाद या सेवा को खरीदने का अनुरोध नहीं किया जाता बल्कि किसी व्यक्ति या व्यक्ति समूह को अपनी भावनाओं से अवगत कराया जाता है। जैसे- बधाई या शुभकामनाएँ विज्ञापित करना।
2. **सहकारी विज्ञापन** - सहकारी संस्थाओं द्वारा अपने व्यवसाय को पहचान दिलाने और लोगों में स्वीकृति पाने के लिए किए जाने वाले विज्ञापनों को सहकारी विज्ञापन कहते हैं। जैसे- दूध निर्माताओं द्वारा दूध पर या हर रोज अंडे खाने पर बल देने वाला विज्ञापन।
3. **फुटकर विज्ञापन** - फुटकर विज्ञापन वे विज्ञापन होते हैं जो स्थानीय बाजार या क्षेत्र में बिक्री के लिए दिए जाते हैं। इस प्रकार के विज्ञापनों के लिए दीवार लेखन, होर्डिंग, बैनर, स्थानीय समाचार पत्र व पैम्फलेट्स आदि का प्रयोग किया जाता है। उदाहरण के लिए, कपड़े की दुकान, जूतों की दुकान, ड्राईक्लीनर या किसी होटल मालिक द्वारा दिए गए विज्ञापन।

### (ग) प्रस्तुतीकरण के आधार पर

समाचार पत्रों व पत्रिकाओं में पूर्व निर्धारित स्थानों या कॉलमों में छपने वाले विज्ञापन इस श्रेणी में आते हैं। ये विज्ञापन दो प्रकार के होते हैं-

- 1. वर्गीकृत विज्ञापन** - ये विज्ञापन पूर्व निर्धारित पृष्ठों पर सामूहिक शीर्षक के अंतर्गत प्रकाशित होते हैं। सामान्यतः इनका संबंध क्रय-विक्रय, रोजगार, शोक संवेदना, वैवाहिक, संपत्ति, नीलामी, निविदा सूचना आदि से होता है। इन विज्ञापनों की विशेषता इनकी संक्षिप्तता होती है।
- 2. प्रायोजित परिशिष्ट** - समाचार पत्र कभी-कभी विशेष उत्पाद या सेवा पर अतिरिक्त पृष्ठ प्रकाशित करते हैं, जिसे प्रायोजित परिशिष्ट कहा जाता है। ये व्यावसायिक संगठनों, स्वैच्छिक संस्थाओं, गैर-सरकारी संस्थाओं या सरकार द्वारा प्रायोजित किए जाते हैं।

### (घ) भौगोलिक आधार पर

भौगोलिक आधार पर निम्न विज्ञापन हैं-

- 1. राष्ट्रीय विज्ञापन** - इस श्रेणी में वे विज्ञापन आते हैं जिनका प्रसार एक राष्ट्र तक सीमित होता है। अधिकतर ये विज्ञापन केन्द्र सरकार द्वारा राष्ट्रीय एकता, सांप्रदायिक सद्भाव, सामुदायिक स्वास्थ्य, पर्यटन आदि के संबंध में दिए जाते हैं।
- 2. क्षेत्रीय विज्ञापन** - ये विज्ञापन क्षेत्रीय महत्व के होते हैं एवं इसके लिए क्षेत्रीय समाचार पत्रों व रेडियो का प्रयोग किया जाता है। इसमें मुख्यतः कृषि, लघु उद्योग, यातायात के नियमों आदि से संबंधित संदेश होते हैं।
- 3. स्थानीय विज्ञापन** - ये विज्ञापन केवल स्थानीय जनता की रुचि के ही होते हैं। स्थानीय समाज सेवा संस्थाएँ, नगर निगम आदि इस श्रेणी के मुख्य विज्ञापक होते हैं। स्थानीय विक्रेता भी अपने उत्पाद की बिक्री के लिए स्थानीय समाचार पत्रों, पोस्टरों, दीवार-लेखन, पर्चे आदि का प्रयोग करते हैं।

### (ङ) माध्यम के आधार पर

विज्ञापन को लक्षित उपभोक्ता तक पहुँचाने के लिए विभिन्न प्रकार के माध्यमों से विज्ञापन किया जाता है। माध्यम के आधार पर विज्ञापनों को निम्नलिखित वर्गों में बाँटा जा सकता है-

1. **प्रेस विज्ञापन** - प्रेस विज्ञापन वे विज्ञापन होते हैं जो दैनिक, साप्ताहिक, मासिक पत्र-पत्रिकाओं में निरंतर प्रकाशित होते हैं। स्मारिका विज्ञापन या सौजन्य विज्ञापन किसी अवसर पर होने वाले विशेष आयोजन के लिए प्रकाशित स्मारिका में दिए जाते हैं। इसके अतिरिक्त किसी भी संगोष्ठी, नाट्य समारोह या विशेष आयोजन पर मुद्रित सूचना या निमंत्रण पत्र पर विज्ञापक के संक्षिप्त विज्ञापन प्रचार की दृष्टि से दिए जाते हैं। प्रेस विज्ञापन की पहुँच और प्रचार जनता या उपभोक्ताओं के बड़े वर्ग तक संभव है। अतः यह माध्यम अत्यंत सशक्त एवं लोकप्रिय माना जाता है।
2. **इलेक्ट्रॉनिक माध्यम विज्ञापन** - पिछले कई दशकों में विज्ञापन का सबसे महत्वपूर्ण योगदान इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के जरिए हुआ है। इनमें आकाशवाणी और दूरदर्शन प्रमुख हैं। उपग्रह टेलीविजन के कारण दूरदर्शन पर कई चैनल आ गए हैं, जिससे विज्ञापनों में क्रांति आ गई है। आजकल इंटरनेट, ई-मेल और कंप्यूटर भी विज्ञापन के नए माध्यम हैं। यह विज्ञापन का सबसे तेज और महँगा साधन है।
3. **बाह्य विज्ञापन** - बाह्य विज्ञापन, विज्ञापन का सबसे प्राचीन माध्यम है। इसमें घरों की बाहरी दीवारों, गली-मुहल्ले के मोड़ों, सार्वजनिक स्थलों तथा यात्रा वाहनों पर विभिन्न प्रकार के विज्ञापन प्रदर्शित किए जाते हैं। बाह्य विज्ञापन में नई-नई तकनीकों एवं नए-नए तरीकों का प्रयोग होता है। पोस्टर्स, बैनर, विद्युत-पट्ट (नियॉन साइन), परिवहन विज्ञापन, पर्चे, दीवार-लेखन आदि इसी प्रकार के विज्ञापन हैं। बाह्य विज्ञापन में आजकल स्तम्भ विज्ञापन का व्यापक प्रयोग होने लगा है। रेलवे प्लेट-फार्म, बस प्लेटफार्म, तथा बस स्टैंड के खंभों तथा बिजली और टेलीफोन के खंभों पर एक निश्चित आकार के पैनल्स पर पोस्टर्स चिपकाकर प्रचार किया जाता है।

### निष्कर्ष

वर्तमान युग में विज्ञापन का बहुत ही महत्व है जो कि विशेष उत्पादों या सेवाओं की जानकारी को लोगों तक पहुँचाने का साधन है। यह उत्पादकों, संगठनों या कंपनियों की छवि-निर्माण के लिए एक विश्वसनीय माध्यम है जिसके द्वारा उपभोक्ता वस्तुओं की उपयोगिता को दूर देश में बैठकर समझ पाता है। घर बैठे ही नए-नए उपभोग की वस्तुओं के बारे में जान पाता है।

*Join telegram for notes - Studymaterialsol*