



# 14

## एक जन माध्यम के रूप में टेलीविजन की भूमिका

आप कितना टेलीविजन देखते हैं? हममें से कई तो टेलीविजन के बिना दुनिया की कल्पना भी नहीं कर सकते। निस्संदेह यह सर्वाधिक लोकप्रिय आविष्कारों में से एक है। आपका भी कोई पसंदीदा कार्यक्रम होगा। क्या आपने कभी सोचा कि किस वजह से आपका पसंदीदा कार्यक्रम इतना दिलचस्प बन जाता है? एक माध्यम के रूप में टेलीविजन की विशेषताएँ क्या हैं? इसकी अच्छाइयाँ और बुराइयाँ क्या हैं? इसके कार्य क्या हैं? इस पाठ में इनमें से कुछ प्रश्नों के उत्तर देने का प्रयास किया जायेगा।



### उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप निम्नलिखित कर सकेंगे:—

- टेलीविजन की विशेषताओं की पहचान;
- जनसंचार के अन्य माध्यमों जैसे मुद्रण, रेडियो और नये माध्यम से टेलीविजन की भिन्नता का वर्णन;
- टेलीविजन के गुणों तथा सीमाओं की व्याख्या;
- टेलीविजन के कार्यों की सूची।

### 14.1 एक माध्यम के रूप में टेलीविजन की विशेषताएँ

टेलीविजन पर क्रिकेट मैच देखते समय आपको कैसा लगता है? क्या यह स्टेडियम में मौजूद रहने जैसा नहीं है? यह अगले दिन के समाचारपत्र में मैच के बारे में पढ़ने या रेडियो पर मैच का आँखों देखा हाल सुनने से बिल्कुल अलग अनुभव है। किस कारण



टिप्पणी

टेलीविजन पर क्रिकेट मैच अधिक दिलचस्प हो जाता है।

जबकि रेडियो में मात्र ध्वनि है टेलीविजन सामग्री में ध्वनि तथा दृश्य दोनों होते हैं। टेलीविजन का यह दृश्य-श्रव्य चरित्र इसे चमत्कारिक माध्यम बना देता है जो हमें अपने ड्राइंग रूम में बैठे-बैठे विश्व का दर्शन करा देता है।

आपको याद होगा कि ठीक कैसे सचिन ने एक निर्णायक मैच में छक्का मारा। इसमें से अधिकांश के लिए “देखना ही विश्वास करना” है। यही सशक्त दृश्य प्रकृति टेलीविजन को हमारे मस्तिष्क पर स्पष्ट प्रभाव डालने में सहायक बनाती है जो बाद में भावात्मक रूप से भी हमें जोड़ लेता है। दृश्य श्रव्य गुण टेलीविजन छवियों को अधिक स्मरण योग्य भी बना देता है।



चित्र 14.1: टेलीविजन एक दृश्य श्रव्य माध्यम है।

टेलीविजन देखना मूवी देखने से किस प्रकार भिन्न है? टेलीविजन देखने के लिए आपको अपना ड्राइंग रूम छोड़ने की जरूरत नहीं है। सिनेमाघर जाकर टिकट खरीदने की जरूरत नहीं। आप अपने परिवार के साथ आराम से अपने घर में बैठ कर टेलीविजन देख सकते हैं। इसीलिए सामान्यतः टेलीविजन को एक घरेलू माध्यम माना जाता है। यह हमारे घर में ही हमें सूचना तथा मनोरंजन उपलब्ध कराता है और इस तरह यह हमारे दैनिक जीवन का एक अभिन्न अंग बन गया है। वास्तव में यह हमारी दैनिक गतिविधियाँ को तय भी कर सकता है।

क्या आपका परिवार योजनाबद्ध ढंग से एक समय विशेष पर अपना पसंदीदा धारावाहिक देखता है तथा इसी के अनुसार रात के खाने का समय तय किया जाता है? टेलीविजन की यही घरेलू प्रकृति इसकी सामग्री को भी प्रभावित करती है। क्या आपने ध्यान दिया है कि टेलीविजन रिपोर्ट का भाव अवैयक्तिक होता है, जहाँ टेलीविजन एंकर आप-दर्शक को संबोधित करता है। टेलीविजन की यह घरेलू प्रकृति

इसे एक अंतरंग माध्यम बना देती है। इससे दर्शक शो के एंकर के साथ या धारावाहिक के चरित्र के साथ निकटता के भाव का अनुभव करने लगता है।



चित्र 14.2: टेलीविजन एक घरेलू माध्यम है।

अगर आपको पता लगे कि आपके पड़ोस के शहर में एक बम विस्फोट हुआ तो आप क्या करेंगे? आप अधिक जानकारी के लिए टेलीविजन सेट खोल सकते हैं। इसलिए की टेलीविजन अपनी सजीव प्रकृति के कारण यह दृश्य तथा सूचनाएँ लगभग तत्काल प्रेषित कर सकता है। अतः टेलीविजन की दूसरी महत्वपूर्ण विशेषता यह है कि यह एक सजीव माध्यम बनने योग्य है। क्षणभर में इंडोनेशिया में आये भूकम्प के दृश्य आपके टेलीविजन सेट तक पहुँच सकते हैं। इस माध्यम की क्षमता इसे समाचार के सजीव दृश्य तथा खेलकूद का हाल आप तक भेजने के लिए आदर्श बनाता है। अगर आप टेलीविजन चैनल पर एक फुटबाल मैच देख रहे हैं तो आप लगभग तुरन्त अपनी पसंद की टीम द्वारा किये गये गोल को भी देख सकते हैं। दूसरी ओर आप दूसरे दिन के समाचारपत्र में इस मैच के बारे में केवल पढ़ ही सकते हैं। टेलीविजन आपको वह घटना दिखलाता है जो हजारों मील दूर घटित होती है।





टिप्पणी

हम सब जानते हैं कि बड़ी संख्या में लोग लिख तथा पढ़ नहीं सकते। ऐसे लोग समाचारपत्र नहीं पढ़ पाते, लेकिन वे टेलीविजन देख सकते हैं। यदि किसी के पास एक टेलीविजन रिसेवर है तो वह टेलीविजन पर प्रदर्शित सूचनाएँ प्राप्त कर सकता है।



चित्र 14.4: टेलीविजन एक जनमाध्यम है

यही इसे बड़ी संख्या में दर्शकों तक संदेश प्रेषित करने के लिए आदर्श माध्यम बनाता है।

विशाल निरक्षर जनसंख्या वाले हमारे जैसे देश में, टेलीविजन की यह विशेषता इसे सामाजिक संदेश संप्रेषित करने के लिए एक आदर्श उपकरण बना देती है। टेलीविजन का उत्पादन, दायरा तथा पहुँच भी विस्तृत होता है। यह सचमुच एक जन माध्यम है।

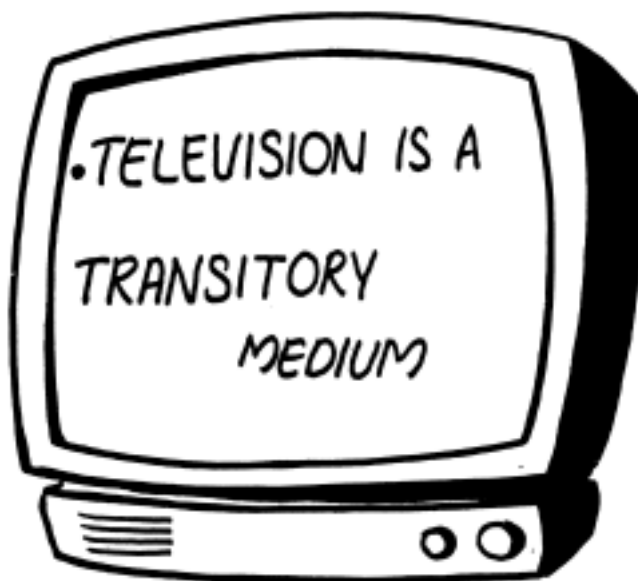


**क्रियाकलाप 14.1:** यह जानने के लिए कि आपके पड़ोस में लोग कितने घंटे टेलीविजन देखते हैं एक सर्वेक्षण कीजिए।

क्या आप हर सुबह समाचारपत्र पढ़ते हैं? क्या होता है जब आपको सुबह समय नहीं मिलता? आप इसे बाद में जब चाहे पढ़ सकते हैं। लेकिन तब क्या होता है जब आप अपने पसंदीदा टेलीविजन धारावाहिक का एक एपिसोड नहीं देख पाते? जब तक कि आपने कार्यक्रम की रिकार्डिंग की व्यवस्था न की हो। आपको किसी के द्वारा यह कहानी सुनकर ही संतोष करना होगा। अधिक कार्यक्रम निर्माण तथा स्थायित्व न होने से दर्शकों द्वारा टेलीविजन कार्यक्रमों की रिकार्डिंग आसान नहीं है। व्यावहारिक रूप से, टेलीविजन पर आने वाले हर एक कार्यक्रम की रिकॉर्डिंग असंभव है। इसीलिए आमतौर पर टेलीविजन को अस्थायी माध्यम माना जाता है।



टिप्पणी



चित्र 14.5: टेलीविजन एक अस्थायी माध्यम है

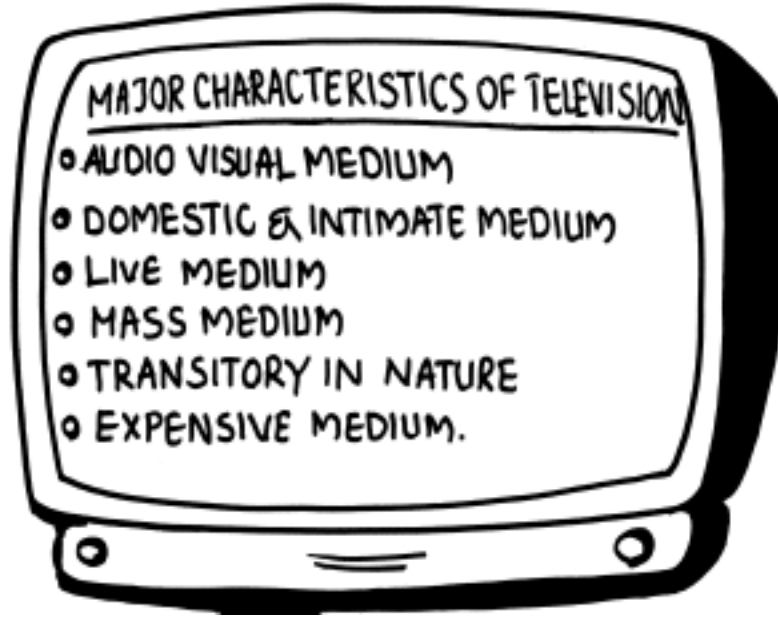
क्या आप कभी किसी टेलीविजन स्टेशन पर गये हैं? आप यह समझ कर अचंभित रह जायेंगे कि टेलीविजन स्टेशन चलाने के लिए कितनी अधिक मशीनों तथा कितने ज्यादा विशेषज्ञों की जरूरत होती है। क्या आपने या आपके किसी मित्र ने हाथ से लिखी एक पत्रिका बनाने की कोशिश की है? आप अपने लेख तथा कथाएँ लिख सकते हैं तथा आपको चित्र भी बनाने होंगे। आपको एक कागज, पेन, ड्राइंग के सामान और समय की आवश्यकता भी होगी। जबकि टेलीविजन कार्यक्रम इतनी आसानी से नहीं बन सकता। इसमें धन, मशीन और अनुभवी लोगों की आवश्यकता होती है। सामान्यतः प्रसारण माध्यम और विशेष रूप से टेलीविजन के लिए जटिल तकनीकी तथा संगठन की आवश्यकता होती है।



चित्र 14.6: टेलीविजन एक खर्चीला माध्यम है



टिप्पणी



चित्र 14.7: टेलीविजन की प्रमुख विशेषताएँ



**पाठगत प्रश्न 14.1**

1. क्या टेलीविजन छवियों को अधिक स्मरण योग्य बनाता है?
2. टेलीविजन की तीन विशेषताएँ बताइये।
3. टेलीविजन की ऐसी दो विशेषताएँ बताइये जो इसे खेल के प्रसारण हेतु आदर्श माध्यम बनाती है।
4. उचित उत्तर पर सही (✓) का निशान लगाइये।
  - (i) टेलीविजन की कौन सी विशेषता इसे अंतरंग माध्यम बनाती है?
    - (क) सजीव प्रकृति
    - (ख) घरेलू प्रकृति
    - (ग) दृश्य-श्रव्य विशेषता
    - (घ) अस्थायी प्रकृति
  - (ii) इनमें से कौन माध्यम संदेश का तीव्र संप्रेषण करते हैं—
    - (क) समाचारपत्र
    - (ख) हस्तलिखित पत्रिका



टिप्पणी

- (ग) टेलीविजन
- (घ) सिनेमा
- (iii) टेलीविजन की कमी है
- (क) खर्चीला माध्यम
- (ख) श्रव्य माध्यम
- (ग) घरेलू माध्यम
- (घ) सजीव माध्यम
- (iv) टेलीविजन की कौन सी विशेषता इसे समाचार उपलब्ध कराने के लिए आदर्श माध्यम बनाती है?
- (क) दृश्य-श्रव्य विशेषता (ख) सजीव प्रकृति (ग) घरेलू चरित्र (घ) अस्थायी प्रकृति
- (v) निम्नलिखित में से कौन अपेक्षाकृत स्थायी माध्यम है?
- (क) टेलीविजन (ख) रेडियो (ग) टेलीविजन समाचार प्रसारण (घ) समाचारपत्र

## 14.2 टेलीविजन तथा जनसंचार के अन्य माध्यम

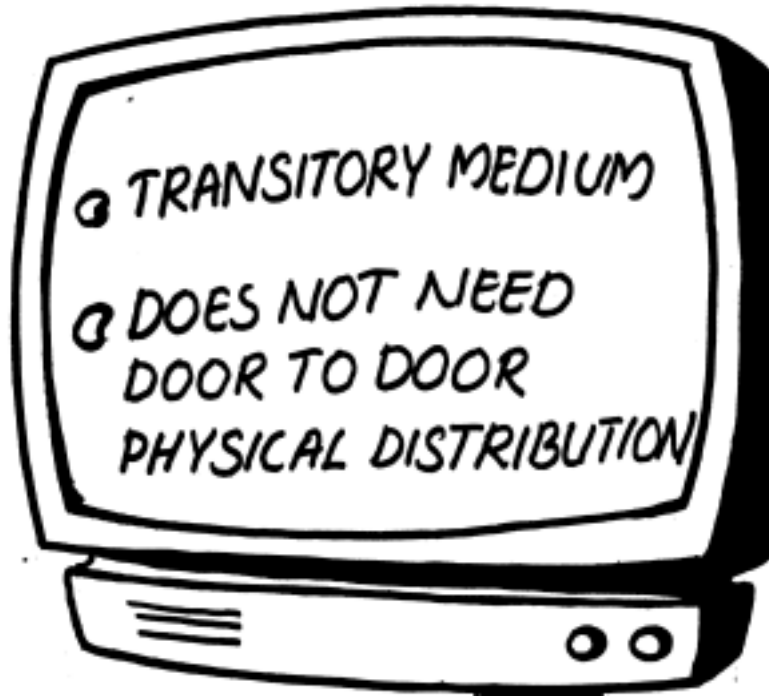
अब तक हमने टेलीविजन की अनूठी विशेषताओं को समझा। आइये अब हम यह पता करें कि टेलीविजन रेडियो, प्रिंट तथा नये माध्यम जैसे जनसंचार के अन्य माध्यमों से किस प्रकार अलग है। इनमें से प्रत्येक माध्यम की अपनी सीमाएँ तथा गुण हैं।

आपको अपना दैनिक समाचारपत्र कैसे मिलता है? आपका हॉकर इसे आपके दरवाजे पर दे जाता है, क्या यह ठीक है? अन्यथा आपको दुकान पर जाकर अखबार खरीदना पड़ता। दूसरे शब्दों में मुद्रित माध्यम को अपने समस्त उत्पाद के भौतिक वितरण की आवश्यकता होती है। यदि माँग बहुत हो जाती है तो अखबार का स्टैंड खाली हो जाता है। इसकी तुलना टेलीविजन से कीजिए। जिसके पास भी टेलीविजन सेट है उसकी पहुँच इस तक हो सकती है। यदि बहुत सारे लोग एक ही कार्यक्रम देखते हैं तब भी इस कार्यक्रम की उपलब्धता पर असर नहीं पड़ता।

दूसरी ओर हमने पहले ही जान लिया है कि यह एक अस्थायी माध्यम है। इसे मुद्रित माध्यम के तुलनात्मक स्थायित्व के विपरीत देखिये। आप अपने अखबार से पसंदीदा लेख आसानी से काटकर निकाल सकते हैं। इसे एक माह तक टेलीविजन समाचार की रिकार्डिंग करने के विपरीत रख कर देखिए। इनमें से क्या आसान होगा?



टिप्पणी



चित्र 14.8: मुद्रित माध्यम की विशेषताएँ

अपेक्षाकृत स्थायी प्रकृति का  
घर-घर भौतिक रूप से वितरित होता है।

आप विश्वकप क्रिकेट कैसे देखना चाहेंगे? क्या आप पिछले दिन के मैच में क्या हुआ यह जानने के लिए सुबह तक अखबार की प्रतीक्षा करेंगे? या आप रेडियो पर आँखों देखा हाल सुनेंगे? यदि आपके पास एक टेलीविजन सेट है, तो संभवतः आप मैच की ताजा गतिविधियों को जानने के लिए इसके समक्ष बैठना अधिक पसंद करेंगे। इसलिए कि टेलीविजन की दृश्य-श्रव्य प्रकृति इसे रेडियो तथा मुद्रित दोनों से बेहतर बनाती है।

रेडियो एक श्रव्य माध्यम है जबकि मुद्रित मात्र दृश्य सामग्री पर निर्भर होता है। टेलीविजन के एक जन माध्यम के रूप में विस्मयकारी सफलता का कारण यह है कि यह दृश्य तथा श्रव्य दोनों सामग्री प्रस्तुत करता है। यह रेडियो की व्यक्तिगत तात्कालिकता के साथ दर्शक को बाँध लेने वाले दृश्य जोड़ देता है। इसका दृश्य-श्रव्य चरित्र इसे यथार्थ के संचार हेतु विपुल शक्ति प्रदान करता है तथा इससे दर्शक भावनात्मक रूप से भी जुड़ जाता है।

क्या आपके पास एक रेडियो के साथ एक टेलीविजन सेट भी है? अपने रेडियो सेट पर आप किस तरह का कार्यक्रम सुनते हैं? क्या आपका पसंदीदा रेडियो चैनल अधिकांश संगीत आधारित कार्यक्रम प्रसारित करता है? अपनी श्रव्य प्रकृति के कारण रेडियो संगीत तथा बोले गये शब्दों के संप्रेषण के लिए एक उत्तम माध्यम है।

दूसरी ओर टेलीविजन डाक्यूमेंट्री सूचनाओं को भेजने के लिए एक बेहतर माध्यम है।



आप टेलीविजन पर समाचार देखना अधिक पसन्द करेंगे या रेडियो पर सुनना? टेलीविजन की दृश्य सामग्री इसे रेडियो समाचार की अपेक्षा अधिक प्रभावी बना देती है। ऐसा इसलिए है कि रेडियो भौतिक वास्तविकता का अनुभव कराने में टेलीविजन को पीछे नहीं छोड़ सकता। कल्पना कीजिये कि आप अपने टेलीविजन सेट पर सानिया मिर्जा तथा वीनस विलियम्स के बीच हो रहे टेनिस मैच को देख रहे हैं। क्या यह रेडियो के आँखों देखा हाल की अपेक्षा अधिक 'वास्तविक अनुभव' नहीं संप्रेषित करेगा?



टिप्पणी



चित्र 14.9: (क) समाचारपत्र



टिप्पणी

दृश्य श्रव्य माध्यम डाक्यूमेंट्री सूचना के लिए बेहतर माध्यम

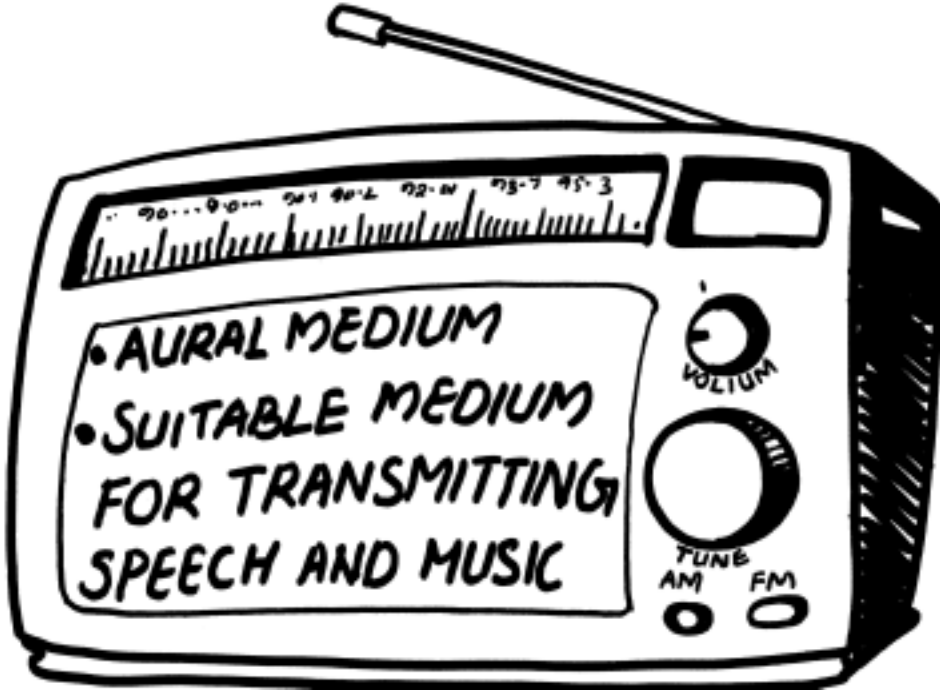


चित्र 14.9: (ख) टेलीविजन

आप घरेलू कामकाज करते समय भी रेडियो सुन सकते हैं। आप रेडियो पर समाचार सुनने के साथ गाड़ी भी चला सकते हैं और दाढ़ी भी बना सकते हैं। जबकि टेलीविजन देखने में अविभाजित ध्यान की आवश्यकता होती है। आप रहने वाले कमरे में रेडियो चला कर उसे रसोईघर से सुन सकते हैं। जबकि यदि आप टेलीविजन के साथ ऐसा करना चाहें तो आप बहुत सारी कहानी नहीं समझ सकेंगे। बहुत से लोग परिप्रेक्ष्य में अपना रेडियो चला कर रखते हैं जबकि वे अपना रोजमर्रा का कामकाज कर रहे होते हैं। रेडियो का यही गुण अब तक उसे टेलीविजन के आक्रमण से बचाने में मदद कर रहा है। रेडियो केन्द्रों ने इस सुविधा को समझ लिया है और इसीलिए रेडियो कार्यक्रमों में अधिक से अधिक संगीत शामिल हो गया है।



टिप्पणी



चित्र 14.10: (a) रेडियो सुनना



चित्र 14.10: (b) टेलीविजन देखना



टिप्पणी

कल्पना कीजिए आप गणतंत्र दिवस परेड का आँखों देखा हाल रेडियो पर सुन रहे हैं। यह टेलीविजन पर यही देखने से कितना भिन्न होगा? आप देखेंगे कि रेडियो पर सुनाया गया आँखों देखा हाल शब्दों के माध्यम से गणतंत्र दिवस परेड का चित्र बनाने का प्रयास करता है। दूसरी ओर टेलीविजन की श्रव्य सामग्री केवल दृश्यों के सहयोग के लिए होती है। ये इसलिए है कि टेलीविजन एक दृश्य श्रव्य माध्यम है जबकि रेडियो पूर्णतः श्रव्य सामग्री पर निर्भर करता है। दोनों के बीच यह मौलिक अन्तर उस तौर तरीके पर भी असर डालता है जिससे दोनों माध्यमों पर समाचार या अन्य कार्यक्रम प्रस्तुत किए जाते हैं।



**क्रियाकलाप 14.3 :** किसी एक घटना के रेडियो तथा टेलीविजन प्रसारण की तुलना कीजिए। लिखिए कि आपने किसे पसन्द किया तथा क्यों?

पाठ एक में आपने सीखा कि इंटरनेट टेलीविजन को कड़ी टक्कर दे रहा है। इंटरनेट या न्यू मीडिया ने संप्रेषण की एक नयी दुनिया को सामने ला दिया है। आप क्या करते हैं जब आप टेलीविजन का कार्यक्रम विशेष उबाऊ पाते हैं? तब आप चैनल बदलते हैं। या आप टेलीविजन चैनल को कार्यक्रम के बारे में पत्र लिखते हैं। दोनों ही मामलों में प्रतिपुष्टि विलम्बित है। कोई ऐसा तरीका नहीं जिससे निर्माता यह जान सके कि दर्शकों ने उसका कार्यक्रम पसन्द किया या नहीं। इस प्रकार टेलीविजन की अन्य विशेषता विलम्बित प्रतिपुष्टि है।

दूसरी ओर न्यू मीडिया एक अन्तरक्रियात्मक माध्यम है। इसमें आप तत्काल इसकी सामग्री के विषय में टिप्पणी भेज सकते हैं। यह आपको अपनी विषय सामग्री सजित करने की भी सुविधा देता है। न्यू मीडिया संबंधी पाठ में आप विस्तार से जान सकेंगे कि यह कैसे किया जाय। जब आप टेलीविजन कार्यक्रम देख रहे होते हैं तब आप कमोबेश निष्क्रिय दर्शक बने रहते हैं। निश्चित रूप से ऐसा न्यू मीडिया के साथ नहीं है।



चित्र 14.11: रिमोट या माउस

हमने देख लिया है कि टेलीविजन समाचार कार्यक्रम विश्व को हमारे घर तक पहुँचा सकता है। यह हमें वाशिंगटन में आयोजित विश्व के नेताओं की बैठक के बारे में या अंटार्कटिका में वैश्विक उष्णता के प्रभाव के बारे में तथा एक विश्व चैम्पियनशिप में भारतीय एथलीट के स्वर्णपदक जीतने के बारे में बता सकता है। हमने यह भी सीखा कि टेलीविजन को घरेलू माध्यम समझा जाता है। दूसरी ओर न्यू मीडिया एक वैयक्तिक माध्यम है। यह माउस के एक क्लिक के साथ आपको सारी दुनिया के लोगों के साथ जोड़ देता है।



चित्र 14.12: (क) टेलीविजन वलम्बित या सीमित प्रतिपुष्टि



टिप्पणी

टेलीविजन आपको सारी दुनिया की घटनाओं का गवाह बनाता है। न्यू मीडिया आपको इन घटनाओं में भागीदारी करने की शक्ति बेबसाइट पर अपनी टिप्पणी भेजने की सुविधा के साथ प्रदान करता है।

क्या आप अपने मित्रों के साथ अपने पसंदीदा टेलीविजन कार्यक्रम की चर्चा करते हैं? एक लोकप्रिय टेलीविजन कार्यक्रम देखते समय आपके मन में एक समुदाय का सहभाव उत्पन्न होता है। न्यू मीडिया में आप इससे एक कदम आगे जाते हैं। यह आपके एक समुदाय के निर्माण की ही सुविधा देता है। जिससे आप समान अभिरुचि के लोगों के सम्पर्क में रह सकते हैं। उदाहरणार्थ यदि आप किशोर कुमार के गानों के दीवाने हैं तो आप इंटरनेट पर किशोर कुमार फैन क्लब में शामिल हो सकते हैं। इससे आपको न्यूयार्क जैसे दूरस्थ स्थान पर भी बसे किशोर कुमार के दीवानों के साथ सम्पर्क तथा गीतों के आदान-प्रदान में मदद मिलेगी।



चित्र 14.12: (ख) न्यू मीडिया/श्रोता की भागीदारी सम्भव



यदि आप आज के अखबार की तुलना टेलीविजन के आगमन से पहले के अखबार से करें तो आप पायेंगे कि आज के अखबार में द श्य सामग्री बहुत अधिक है क्योंकि टेलीविजन के आगमन ने मुद्रण उद्योग को अपने को पुनर्स्थापित करने के लिए तत्पर किया। टेलीविजन द्वारा उपलब्ध द श्य सामग्री के इन्द्रजाल से लोग प्रभावित हो गये। पीछे रहने से बचने के लिए मुद्रित माध्यम ने अधिक से अधिक छायाचित्र तथा अन्य चित्र प्रस्तुत करना शुरू कर दिया।

समय-समय पर जब नये माध्यमों का उद्भव होता है, तब पुराने माध्यम नयी चुनौतियों के साथ अनुकूलन करने का प्रयास करते हैं। टेलीविजन के आगमन से पूर्व 60 प्रतिशत से अधिक मुद्रण सामग्री कथा आधारित होती थी। शीघ्र ही टेलीविजन अधिकांश लोगों के लिए अधिक प्रिय मनोरंजन का स्रोत बन गया। इससे मुद्रित माध्यम अधिक अकाल्पनिक सामग्री प्रस्तुत करने को तत्पर हुआ। ध्यान दीजिए कि किस प्रकार समाचार की प्रस्तुति दोनों टेलीविजन तथा मुद्रित माध्यम में होती है। आप पायेंगे कि जबकि टेलीविजन आपके लिए तत्काल ताजे समाचार शीर्षक प्रस्तुत करता है, समाचारपत्र विश्लेषण पर अधिक केन्द्रित रहता है तथा आपको अतिरिक्त पृष्ठभूमि बताता है।



**क्रियाकलाप 14.4:** समाचारपत्र तथा टेलीविजन चैनल का एक समान समाचार लीजिए। इन दोनों माध्यमों में समाचार संवाद की विधियों में क्या अन्तर है?

क्या आपने दर्शकों की सहभागिता वाला कार्यक्रम देखा है? यहाँ मतदाता शो के परिणाम का निर्णय करते हैं। यह सामग्री में अन्तरक्रियात्मकता के तत्व को सम्मिलित करने का टेलीविजन का एक प्रयास है। न्यू मीडिया के आगमन ने टेलीविजन को नयी चुनौतियों का सामना करने के लिए अपने को बदलने के लिए तत्पर किया।

इसी प्रकार समाचार कार्यक्रम तथा अन्य शो ने दर्शकों का एस.एम.एस. दिखाना शुरू कर दिया है। कुछ समाचार चैनल आपको अपने कैमरे या मोबाइल फोन पर छायांकित रिपोर्ट उन तक भेजने की सुविधा भी देते हैं। इसे "सिटीजेन जर्नलिज्म" कहा जाता है। इससे दर्शक भी सामग्री या कार्यक्रम निर्माण में सहभागी हो सकता है। आजकल अखबार भी स्वभाव में सहभागिता परक बनने का प्रयास कर रहे हैं। अनेक प्रमुख समाचारपत्र पाठकों को दिलचस्प छायाचित्र भेजने के लिए प्रोत्साहित करते हैं जिसे वे प्रकाशित भी करते हैं।

जब टेलीविजन पहली बार अस्तित्व में आया तो यह समझा जाता था कि यह अखबार को द श्यपटल से हटा देगा। जबकि हमने देखा कि ऐसा नहीं हुआ।





टिप्पणी

समाचारपत्रों ने अपने को नये प्रतिद्वंद्वी की चुनौतियों का सामना करने के लिए पुनर्स्थापित किया। इसी तरह नये माध्यम के युग में बहुत से लोगों ने टेलीविजन के युग के अन्त की भविष्यवाणी की। आप क्या समझते हैं? क्या आने वाले वर्षों में आप टेलीविजन देखना बन्द कर देंगे?



**पाठगत प्रश्न 14.2**

1. समुचित शब्द/शब्दों के साथ रिक्त स्थान की पूर्ति करें—
  - (i) रेडियो एक ..... माध्यम है।
  - (ii) समाचारपत्र एक अपेक्षाकृत ..... माध्यम टेलीविजन की अस्थायी प्रकृति की तुलना में है।
  - (iii) टेलीविजन के आगमन ने मुद्रण को अपनी द श्य सामग्री ..... करने के लिए तत्पर किया।
2. (i) टेलीविजन के सम्बन्ध में निम्नलिखित में से कौन सा वक्तव्य सही है?
  - (क) इसकी प्रकृति द श्य श्रव्य है।
  - (ख) यह सजीव माध्यम है।
  - (ग) यह मुद्रण से कम शक्तिशाली है।
  - (घ) विलम्बित प्रतिपुष्टि इसका एक लक्षण है।
- (ii) निम्न में से कौन दर्शक को टेलीविजन सामग्री निर्माण की सुविधा देता है।
  - (क) सिटीजेन जर्नलिज़्म
  - (ख) समसामयिक मामलों के कार्यक्रम
  - (ग) समाचार
  - (घ) धारावाहिक
- (iii) गलत वक्तव्य पहचानिये।
  - (क) समाचारपत्र को पाठक तक भौतिक रूप से पहुँचाना होता है।
  - (ख) टेलीविजन ने समाचारपत्र को समाप्त कर दिया है।
  - (ग) टेलीविजन एक घरेलू माध्यम है।
  - (घ) न्यू मीडिया प्रकृति से अन्तरक्रियात्मक है।





**क्रियाकलाप 14.5:** 1. टेलीविजन समाचार, रेडियो समाचार तथा दैनिक अखबार का अवलोकन तथा अनुश्रवण एक सप्ताह तक कीजिए तथा तीनों माध्यमों में एक ही समाचार की प्रस्तुति विधि की भिन्नताओं की सूची बनाइये। प्रत्येक माध्यम में शब्द तथा चित्र के प्रयोग की विधियों पर विशेष ध्यान दीजिए।



टिप्पणी

### 14.3 टेलीविजन के कार्य



चित्र 14.13: टेलीविजन के कार्य

क्या आप नेशनल ज्योग्राफिक जैसे चैनलों पर प्रसारित कार्यक्रम देखते हैं? ये आपको कछुए के जीवन से लेकर ज्वालामुखी के वैज्ञानिक तथ्य जैसे विषयों के बारे में सम्पूर्ण जानकारी देते हैं। इसी प्रकार समाचार चैनल आपको स्थानीय फुटबॉल मैच से लेकर इराक के युद्ध तक की घटनाओं के बारे में बताते हैं। अतः सूचना उपलब्ध कराना टेलीविजन के प्रमुख कार्यों में से एक है।



**क्रियाकलाप 14.6 :** आपने पसंदीदा चैनल पर उपलब्ध सूचना को देखें व पहचानें। कार्यक्रम देखकर प्राप्त सूचना का एक नोट बनायें।

क्या आप 'ज्ञानदर्शन' पर नेशनल इंस्टीट्यूट ऑफ ओपेन लर्निंग (एन.आई.ओ.एस) के कार्यक्रम देखते हैं? क्या ये कार्यक्रम आपको पाठ अच्छी तरह समझने में मदद करते हैं? ज्ञान दर्शन टेलीविजन के शैक्षिक उद्देश्यों हेतु टेलीविजन के प्रयोग का एक उत्तम उदाहरण है। अपनी दृश्य प्रकृति के कारण टेलीविजन शिक्षा का एक उत्तम स्रोत हो सकता है। एक देश पर बने टेलीविजन कार्यक्रम के माध्यम से फ्रांस के बारे में एक पाठ अधिक रुचिकर बनाया जा सकता है जो आपको पेरिस के दृश्य तथा ध्वनि दिखा व सुना सकता है। अतः टेलीविजन एक अदभुत शैक्षिक माध्यम हो सकता है।

जनसंचार



टिप्पणी

क्या आपको कुछ और विषय ध्यान आ रहे हैं जिन्हें टेलीविजन की सहायता से पढ़ाया जा सकता है।

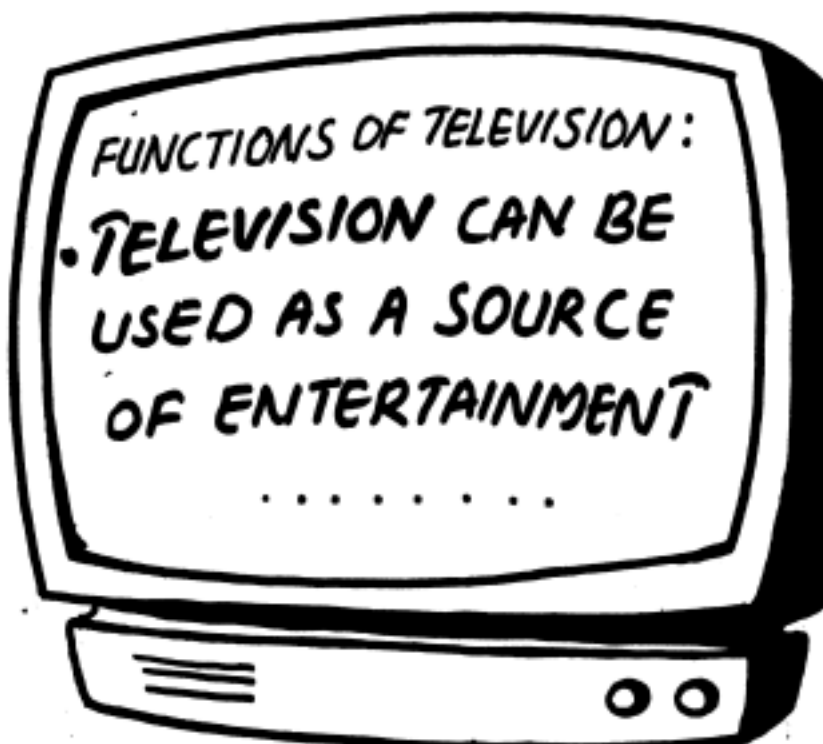
टेलीविजन का प्रयोग किया जा सकता है:-

- भौतिक कौशलों के प्रदर्शन हेतु
- गतिशीलता प्रदर्शन के लिये
- निरक्षर व्यक्तियों हेतु
- दूरवर्ती शिक्षा को और विद्यार्थी आधारित बनाने हेतु
- शिक्षण को और आकर्षक तथा गत्यात्मक बनाने हेतु

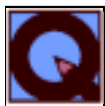
हालांकि शैक्षिक माध्यम के रूप में टेलीविजन की अपनी सीमितताएँ हैं। आप कक्षा में अपने शिक्षक से अपनी शंकाएँ हमेशा पूछ सकते हैं। इसी प्रकार कुछ कठिन विषयों को शिक्षक दोहरा भी सकता है। स्वाभाविक रूप से व्यावहारिकता में टेलीविजन यह नहीं कर सकता। शिक्षा के क्षेत्र में टेलीविजन के प्रयोग की सीमितताएँ हैं। इनके कारण निम्नांकित हैं—

- यह बुनियादी रूप से एकतरफा संचार माध्यम है।
- कार्यक्रमों का निर्माण तथा प्रसारण दोनों खर्चीले हैं।
- कार्यक्रम निर्माण प्रक्रिया काफी लंबी है।

आप टेलीविजन क्यों देखते हैं? क्या कोई एक प्रधान कारण बता सकते हैं? बहुत सारे लोग मनोरंजन या आनन्द के लिए टेलीविजन देखते हैं। अतः मनोरंजन प्रदान करना टेलीविजन का प्रमुख उद्देश्य है। यही कारण है कि धारावाहिक, फिल्म या संगीत आधारित कार्यक्रम टीवी के लोकप्रिय कार्यक्रमों में से हैं विभिन्न लोगों के लिए टीवी अलग रुचि के कार्यक्रम उपलब्ध कराता है। आपके भाई को फुटबॉल मैच देखना पसंद हो सकता है, तो आपकी बहन को प्रश्नोत्तरी कार्यक्रम।



चित्र 14.14



**पाठगत प्रश्न 14.3**

1. टेलीविजन के दो कार्यों का उल्लेख करें।
2. शैक्षिक उद्देश्यों हेतु टी.वी. के उपयोग का उदाहरण दें।
3. टेलीविजन के सबसे लोकप्रिय कार्य का नाम बताइए।
4. उपयुक्त शब्दों की सहायता से खाली स्थान भरें:—
  - (i) ..... एक चैनल का उदाहरण है जो सूचनात्मक कार्यक्रम उपलब्ध कराता है।
  - (ii) दूरवर्ती शिक्षा को ..... बनाने में टेलीविजन उपयोगी है।
  - (iii) टेलीविजन की एकतरफा माध्यम के रूप में कार्यप्रणाली इसके शिक्षक के रूप में भूमिका को ..... करती है।



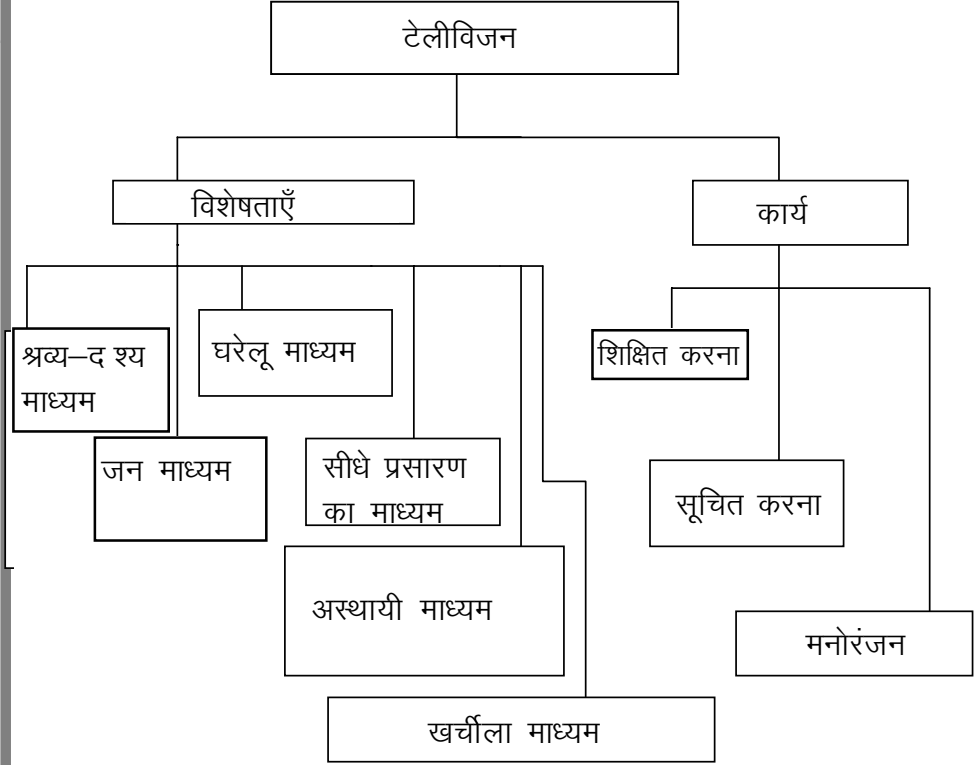
टिप्पणी



टिप्पणी



### 14.4 आपने क्या सीखा



### 14.5 पाठान्त प्रश्न

1. टेलीविजन की मुख्य विशेषताएँ बताइए।
2. टेलीविजन, प्रिंट तथा रेडियो में प्रमुख अंतर स्पष्ट करें।
3. टेलीविजन की प्रमुख क्षमताएँ तथा सीमाएँ स्पष्ट करें।
4. टेलीविजन के कार्य बताइए।



### 14.6 पाठगत प्रश्नों के उत्तर

- 14.1
1. टेलीविजन का श्रव्य-दृश्य चरित्र।
  2. सजीव माध्यम, श्रव्य-दृश्य विषयवस्तु, घरेलू माध्यम, कोई अन्य।
  3. सजीव माध्यम, श्रव्य-दृश्य प्रकृति।
  4. (i) ख (ii) ग (iii) क (iv) ख (v) घ



14.2 1. (i) श्रव्य

(ii) स्थायी

(iii) बढ़ोतरी

14.3 1. (i) शिक्षित करना (ii) सूचित करना (iii) कोई अन्य

2. (i) ज्ञानदर्शन (ii) कोई अन्य

3. मनोरंजन प्रदान करना।

4. (i) नेशनल ज्योग्राफिक, कोई अन्य

(ii) निजी

(iii) सीमाएँ

टिप्पणी