પ્રકરણ : ૩

મુદ્રિત, શ્રાવ્ય, દૃશ્યશ્રાવ્ય સમાચાર : સામ્ય અને વૈષમ્ય

- પૂર્વભૂમિકા
- સમાચાર : પરિભાષા, સ્વરૂપ અને વિશેષતા
- પ્રકાશિત અને પ્રસારિત સમાચારો : હેતુ
- અખબારી સમાચાર
- રેડિયો સમાચાર
- ટેલિવિઝન સમાચાર
- પ્રકાશનલક્ષી અને પ્રસારણલક્ષી સમાચારો : એક તુલનાત્મક અધ્યયન

ગુજરાત યુનિવર્સિટી
ગ્રંથાલય
અમદાવાદ

પ્રકરણ : 3

મુદ્રિત, શ્રાવ્ય, દૃશ્યશ્રાવ્ય સમાચાર : સામ્ય અને વૈષમ્ય

પૂર્વભૂમિકા :

સમૂહ માધ્યમોમાં 'મુદ્રણ-માધ્યમ એ સૌથી જૂનામાં જૂનું સમૂહ-માધ્યમ છે. આ મુદ્રણ માધ્યમમાં પુસ્તક, સામયિક અને દૈનિક વર્તમાનપત્રનો સમાવેશ થાય છે. આ માધ્યમ શબ્દ કે ચિત્ર દ્વારા આંખને અને એ રીતે ચિત્તને સંદેશો પહોંચાડે છે. વર્તમાનપત્રમાં સમાચાર, અભિપ્રાય, તંત્રીલેખ, જાહેરખબર અને મનોરંજન મળે છે, જ્યારે પુસ્તકમાં વિષયનું વધુ ઊંડું તેમજ તલસ્પર્શી આલેખન થયું હોય છે અને તેમાં પણ ક્યારેક મનોરંજનનો આશય રાખવામાં આવ્યો હોય છે.'[૧] વળી, 'મુદ્રણ-માધ્યમમાં પુસ્તક અને વર્તમાનપત્ર કરતાં સામયિકોનો ઈતિહાસ ટૂંકો છે. ગઈ સદીના અંત ભાગમાં પ્રિન્ટિંગની ટેક્નિક અને ટપાલસેવા ઉપલબ્ધ થતાં વિશાળ ફેલાવો ધરાવતા સામયિકો અસ્તિત્વમાં આવ્યાં.'[૨]

મુદ્રિત માધ્યમો બાદ વીજાણુ માધ્યમોના આવિષ્કારને લીધે આજે વીજાણુ માધ્યમોની બોલબાલા છે. આમ, સમૂહ માધ્યમોમાં ટેક્નોલોજીના નિતનવા આવિષ્કારોને લીધે સતત પરિવર્તન થતું રહ્યું હતું, થતું રહ્યું છે અને થતું રહેશે. એક રીતે જેમ જેમ માનવજીવનમાં બદલાતી જીવનશૈલી સમૂહ માધ્યમોને આભારી છે, તેમ તેમ સમૂહ માધ્યમોની બદલાતી તસવીર પણ આ બદલાતી જીવનશૈલીને જ આભારી છે.

સમૂહ માધ્યમમાં પ્રત્યાયક અને ભાવક વચ્ચે માધ્યમનું હોવું અનિવાર્ય છે. આ માધ્યમ મુદ્રણ સ્વરૂપમાં હોય તો તે મુદ્રિત માધ્યમ કહેવાય છે અને જ્યારે વીજાણુની મદદથી સંચાલિત હોય ત્યારે તે વીજાણુ માધ્યમ કહેવાય છે.

અખબારમાં મુદ્રિત શબ્દ છે, રેડિયોમાં શ્રાવ્ય શબ્દ છે અને ટેલિવિઝનમાં દૃશ્યશ્રાવ્ય શબ્દ છે. માધ્યમોનાં સ્વરૂપો બદલવાની સાથે જ આ માધ્યમો દ્વારા પ્રસ્તુત કરવામાં આવતાં શબ્દોની પસંદગી બદલાતા સમાચારોની પરિભાષા અને સ્વરૂપ પણ બદલાતાં રહે છે. આ તમામ માધ્યમોમાં શ્રેષ્ઠ રીતે સમાચાર પ્રદાન એ જ તેનો મુખ્ય ઉદ્દેશ છે, જેની વિગતે વાત આગળ આવશે જ. આ શોધનિબંધ વીજાણુ સમાચાર માધ્યમ વિષયક હોવાથી પ્રસ્તુત પ્રકરણમાં પ્રકાશિત અને પ્રસારિત સમાચારોનો હેતુ દર્શાવી અખબારી, રેડિયો અને ટેલિવિઝન સમાચારોને વિશેષ રીતે રજૂ કરવામાં આવ્યાં છે તેમજ મૂલવવામાં આવ્યાં છે.

૩.૧ સમાચાર : પરિભાષા, સ્વરૂપ અને વિશેષતા

'ન્યૂઝ' શબ્દ વિશે અનેક મંતવ્યો છે. જેમ કે "અંગ્રેજીમાં સમાચાર માટે વપરાતો 'ન્યૂઝ' શબ્દ 'એન, ઇ, ડબ્લ્યુ, એસ' અક્ષરોથી બનેલો છે. 'N' - નોર્થ એટલે કે ઉત્તર દિશા; 'E' - ઇસ્ટ એટલે કે પૂર્વ દિશા; 'W' - વેસ્ટ એટલે કે પશ્ચિમ દિશા અને 'S' - સાઉથ એટલે કે દક્ષિણ દિશાનું સૂચન કરે છે. મતલબ કે ચારે દિશાના 'વાવડ' એટલે સમાચાર. ન્યૂઝ શબ્દ 'ન્યૂ'નું બહુવચન છે. અંગ્રેજીમાં આ 'ન્યૂ' શબ્દ લેટિનના 'નોવા' અર્થાત 'નવીન' કે 'નવું'નો અર્થ ધ્વનિત કરે છે. 'નોવા' સંસ્કૃતના 'નવ' - નવું - શબ્દ ઉપરથી આકાર પામ્યો હોવાનું પણ

મનાય છે."[૪]

સમાચારની વિવિધ વ્યાખ્યાઓના સાર પરથી મીડિયા તજજ્ઞ ડૉ. ચન્દ્રકાન્ત મહેતાએ આપેલી વ્યાખ્યા નોંધનીય છે. તેઓ લખે છે "'સમાચાર' એટલે બહુસંખ્યક લોકોને રસ પડે તેવી નવીનતાપૂર્ણ તથા ઉત્તેજક સામયિક - તાજી - જાણકારી કે માહિતી. આમ 'સમાચાર' એ શુષ્ક તથ્ય નથી, પરંતુ એવાં તથ્યો છે, જે વાચકના જીવન, સુખ-દુઃખ ભાવનાઓ, અને વિચારોને સ્પર્શતા હોઈ તેને આનંદદાયક અને રુચિકર લાગે છે."[૫] તો પ્રો. વિલિયમ જી. બ્લેયર એમ લખે છે કે 'અનેક વ્યક્તિઓની અભિરુચિ જે સાંપ્રત ઘટનામાં હોય તે સમાચાર છે. સર્વશ્રેષ્ઠ સમાચાર એ છે કે જેમાં ઘણા લોકોની મહત્તમ રુચિ હોય છે.' 'સમાચાર ઉતાવળે સર્જાતો ઇતિહાસ છે' એમ કહી જ્યોર્જ એચ. મોરિસ સમાચારનું મહત્ત્વ રજૂ કરે છે.

આમ, સમાચાર પત્રકારત્વનું અભિન્ન અંગ છે અને પત્રકારત્વનાં વિવિધ સ્વરૂપો છે. જેમ કે ૧. આર્થિક પત્રકારત્વ ૨. મહિલા પત્રકારત્વ ૩. સ્વાસ્થ્ય પત્રકારત્વ ૪. બાળ પત્રકારત્વ ૫. ખેલ પત્રકારત્વ ૬. વિજ્ઞાન પત્રકારત્વ ૭. કૃષિ પત્રકારત્વ ૮. ઇન્ટરપ્રિટેટિવ - વ્યાખ્યાયિત - પત્રકારત્વ ૯. સંસદીય પત્રકારત્વ ૧૦. સંશોધનાત્મક પત્રકારત્વ ૧૧. ધાર્મિક પત્રકારત્વ ૧૨. ડેવલપમેન્ટલ - વિકાસલક્ષી - પત્રકારત્વ ૧૩. ગ્રામીણ પત્રકારત્વ ૧૪. ફિલ્મ પત્રકારત્વ ૧૫. ફોટો પત્રકારત્વ ૧૬. રેડિયો પત્રકારત્વ ૧૭. ટેલિવિઝન પત્રકારત્વ ૧૮. સાહિત્યિક પત્રકારત્વ ૧૯. રમત-ગમતનું પત્રકારત્વ ૨૦. વીડિયો પત્રકારત્વ ૨૧. ઇન્ટરનેટ પત્રકારત્વ ૨૨. રાજકારણ ૨૩. ક્રાઇમ વગેરે.

સામાન્ય રીતે મુદ્રિત પત્રકારત્વમાં આ તમામ પત્રકારત્વ એક યા બીજી રીતે 'દૂધમાં સાકર ભળે' એમ ભળી જાય છે અને તેનું કારણ છે 'શબ્દ'. ક્યાંક 'શબ્દ' છપાય છે, ક્યાંક 'શબ્દ' ઉચ્ચારાય છે તો ક્યાંક 'શબ્દ'ના ઉચ્ચારણની સાથે વ્યક્તિની જીવંત મુખમુદ્રાનો સમાવેશ થાય છે. સમાચાર કોઈ પણ માધ્યમથી અપાતા હોય સમાચાર સમાચાર જ રહે છે. હા, સંબંધિત માધ્યમની વિશેષતા અને મર્યાદાની અસર તેના ઉપર પડે છે ખરી. પત્રકારત્વનાં ઉપરોક્ત તમામ પ્રકારોમાં એક સામ્ય છે અને તે છે માહિતીનું આદાન-પ્રદાન કરવું. પત્રકારત્વના પ્રત્યેક સ્વરૂપ વિશે જાણવાનો અહીં ઉપક્રમ નથી રાખ્યો કારણ કે પ્રસ્તુત શોધનિબંધ વીજાણુ માધ્યમ થકી ખેડાતા પત્રકારત્વ વિષયક હોવાથી માત્ર મુદ્રિત પત્રકારત્વ અને રેડિયો પત્રકારત્વ તેમજ ટેલિવિઝન પત્રકારત્વ વિશે વિશેષથી નોંધ લઈશું.

૩.૨ પ્રકાશિત અને પ્રસારિત સમાચારો : હેતુ

પત્રકારત્વની રીતે જોઈએ તો પ્રકાશિત અને પ્રસારિત સમાચારોનો હેતુ એક જ રહેલો છે અને તે છે જનસમુદાયને સત્યનિષ્ઠ સમાચાર કે માહિતીથી વાકેફ કરવા. એટલે જ આજે "અનેક રાજ્યો, પ્રદેશો, ધર્મો, સંસ્કૃતિઓ અને જ્ઞાતિઓ તથા ભાષાઓમાં વિભાજિત દેશ માટે માધ્યમોનું મહત્ત્વ અનેકગણું વધી જાય છે. આવા દેશમાં માધ્યમો સંપૂર્ણપણે નિયંત્રણ હેઠળ ન ચાલે, તેમ સંપૂર્ણપણે અંકુશમુક્ત પણ ન ચાલે. બંને બાજુ આવશ્યક આચારસંહિતા અપેક્ષિત છે. આજના રાજકારણીઓએ જાહેર જીવનમાં મૂલ્યોનું ધોવાણ કર્યું, ત્યારથી એમની માધ્યમોને ટકોર કરવાની ક્ષમતા ઘટી ગઈ છે. લાગણીશીલ અને અર્ધશિક્ષિત પ્રજાને માધ્યમો

ધારે તે દિશામાં દોરી જઈ શકે છે. માધ્યમોની તાકાત જેમ જેમ વધી રહી છે, તેમ તેમ એમની કામગીરી સામે નવા નવા પ્રશ્નાર્થો ખડા થઈ રહ્યા છે. માધ્યમ ક્યારેક બોલે તો સારું અને ક્યારેક મૌન સેવે તો સારું. ક્યારેક એણે સંયમ રાખવો પડે છે. એનું અંતિમ માપદંડ અને ધ્યેય લોકહિત જ હોઈ શકે. પણ લોકહિતને નામે એ પ્રતિષ્ઠાવાદી બની જાય છે, ત્યારે વિશ્વસનીયતા ખોઈ બેસે છે."[૬] કદાચ એટલે જ "અનેક તપાસપંચો અને અભ્યાસ જૂથોના અહેવાલો પછી પણ માધ્યમો એ જ દશામાં રહ્યા છે. સત્યશોધક જૂથથી માંડીને ચંદા કમિશન અને કુલદીપ નાયર તથા બી. જી. વર્ગીસ કમિશન સુધી અભ્યાસ થયા જ કર્યા છે. સરકારો બદલાઈ ગઈ છે, બંધારણમાં પરિવર્તન આવી ગયું છે, પણ આપણે કોઈ નક્કર માધ્યમ નીતિ ઘડી શક્યા નથી. પરિણામે માધ્યમો કેટલીક વ્યક્તિઓના તરંગ અને તુક્કાઓથી દોરવાતાં રહ્યાં છે."[૭]

આમ, "આપણે માધ્યમોની બાબતમાં બે અંતિમોની વચ્ચે ઝૂલીએ છીએ. 'આકાશવાણી' અને 'દૂરદર્શન' સંપૂર્ણ અંકુશિત માધ્યમો અને અખબારો સંપૂર્ણ મુક્ત, પરિણામે 'આકાશવાણી', 'દૂરદર્શન' ઉપર વિકાસની અને પ્રગતિની એકવિધ શરણાઈ વાગ્યા કરે અને અખબારો પૂર્ણ સમાચારોમાં સનસનાટીમાં જ રાચ્યા કરે. 'આકાશવાણી'કે 'દૂરદર્શન' બોફોર્સ અને ફેરફેક્સનું નામ સુધ્ધાં ન લે, અને અખબારોમાં એમાં વિસ્તૃત મસાલો હોય. આ બંને વલણો ચિંતાપ્રેરક છે અને અસ્વસ્થ છે. વિકાસશીલ દેશને નર્યું રાજકારણ, કાવાદાવા અને સનસનાટીમાં રાચવાનું ન પોસાય, તેમ પ્રજાના અવાજ કે લાગણીની અભિવ્યક્તિને બિલકુલ જ ગૂંગળાવી નાખવામાં આવે એ સ્થિતિ પણ આવકાર્ય નથી. બંને માધ્યમો પ્રજાના જાણવાના અધિકારને ગૂંગળાવે

નહીં અને અખબારો માત્ર કૌભાંડ કે સનસનાટીને જ સમાચાર ગણવાને બદલે શાંતિ, સ્વસ્થતા, સંવાદિતા, સ્થિરતા, વિશ્વબંધુત્વ, એકતા, અંધશ્રદ્ધા કે વહેમોથી વિમુક્ત એવા સ્વસ્થ સમાજની રચનાના ધ્યેયને નજર સમક્ષ રાખીને ચાલે તો કદાચ આપણી પ્રગતિની કૂચ વધુ ઝડપી બને.'[૮] મતલબ કે પ્રજાલક્ષી - People Oriented - એ જ પ્રજાની સમાચારલક્ષી આદર્શ સેવા છે.

૩.૨.૧ અખબારી સમાચાર :

કોઈ બનાવ, પ્રસંગ કે ઘટનાનું વર્ણન સમાચાર કહેવાય છે અને એવાં સમાચારો સંપૂર્ણ માહિતી સાથે છાપવાનું અને તેને લોકો સુધી પહોંચાડનારું માધ્યમ તે સમાચારપત્ર. "મુદ્રણકળાના વિકાસે સમાચારપત્રોના વિકાસને નવી પાંખ પ્રદાન કરી અને આજે સમાચારપત્રો સમાચાર-જ્ઞાન-વિજ્ઞાન અને મનોરંજનનું એક મહત્ત્વનું માધ્યમ અને સાધન બની ગયાં છે. સમાચારપત્ર માટે વપરાતો 'અખબાર' શબ્દ 'ખબર' શબ્દનું બહુવચન છે."[૯]

અખબારી સમાચાર એટલે મુદ્રિત રીતે વર્તમાનપત્રમાં પ્રકાશિત થતાં સમાચાર એમ વ્યાખ્યાયિત કરી શકાય. "સમાચારપત્ર માણસના જીવન માટે ખાદ્ય, પેય કે પ્રાણવાયુ જેટલું જ મહત્ત્વનું સાધન છે. વિશ્વની ગતિ-વિધિઓનું સાચું પ્રતિબિંબ સમાચારપત્ર સિવાય અન્યત્ર પ્રાપ્ત થઈ શકે નહીં. લોકો એટલે જ ધર્મગ્રંથ કરતાં પણ વધુ ઉત્સુકતાથી અખબારનાં પાનાં ઊથલાવતાં હોય છે."[૧૦]

આમ પણ પત્રકારત્વનાં મુખ્ય બે અંગો છે. એક અંગ સમાચાર અને બીજું અંગ સમાચાર ઉપરાંતનાં પૂરક લખાણો. "આપણે ત્યાં બધાં અખબારોના સમાચાર વત્તેઓછે અંશે સરખા

હોય છે."[૧૧] કારણ કે આપણે ત્યાં મોટા ભાગના સમાચારો સમાન સ્રોતોમાંથી ઉપલબ્ધ થતાં હોય છે. આ સમાચારો માત્ર તેની શબ્દ પસંદગી, ચિત્ર પસંદગી અને અન્ય તંત્રી માવજતથી જ જુદાં પડે છે. તદુપરાંત "પત્રકારત્વ લોકોને સ્પર્શતું પ્રબળ માધ્યમ હોવાને કારણે પત્રકારે લેખના વિષયની પસંદગી અને ભાષાશૈલીનો પણ એટલો જ ઉચિત ખયાલ રાખવો પડે છે. અખબારની ભાષાશૈલીમાં અખબારનું પોત પ્રગટતું હોય છે. માત્ર સેન્શેશનલ ન્યૂઝ ધરાવતાં છાપાં ભાષાના લોકપ્રભાવ પરત્વે બેદરકાર હોય છે."[૧૨]

સામાન્ય રીતે અખબારી સમાચાર યોગ્ય ચિત્ર સાથે સમાચારના મહત્ત્વ મુજબ નિર્ધારિત જગામાં પ્રકાશિત કરવામાં આવે છે. અતિ મહત્ત્વના સમાચાર હોય તો 'લીડ' રૂપે આઠ કોલમમાં પ્રકાશિત થાય છે. અખબારી સમાચારમાં આંતરરાષ્ટ્રિય, રાષ્ટ્રિય, તાલુકા, જિલ્લા અને શહેર મુજબ વર્ગીકરણ કરી નિર્ધારિત સમાચારો ચોક્કસ પૃષ્ઠ ઉપર પ્રકાશન કરવામાં આવતાં હોય છે. અખબારી સમાચારની વિશિષ્ટતા અને મર્યાદા એક જ છે અને એ છે અક્ષરજ્ઞાન. નિરક્ષર લોકો માત્ર ચિત્રાકૃતિ પરથી જ સમાચારની ઘટનાનો ક્યાસ કાઢી શકે છે. અખબારી સમાચારમાં નિયમિત ફોલોઅપ થતું હોવાથી માહિતીનાં સ્રોત તરીકે તેનું મહત્ત્વ છે. અખબાર ગમે તે સમયે ગમે ત્યાં સાથે રાખી અનુકૂળતા મુજબ વાંચી શકાય છે અને પ્રમાણમાં સસ્તા હોવાથી આજે અખબારોનો ફેલાવો સવિશેષ જોવા મળે છે.

ઇન્ડિયન રીડરશીપ સર્વે ૨૦૧૦ અનુસાર ભારતમાં પ્રિન્ટ મીડિયાની પહોંચ જોઈએ તો પ્રથમ ૩૦ વર્તમાનપત્રોમાં ૧૫૯.૫૦ લાખ વાચકો સાથે 'દૈનિક જાગરણ' પ્રથમ ક્રમે,

૧૩૪.૮૮ લાખ વાચક સાથે 'દૈનિક ભાસ્કર' દ્વિતીય ક્રમે અને ૧૦૮.૩૯ લાખ વાચકો સાથે 'હિન્દુસ્તાન' તૃતીય ક્રમે આવે છે. ૭૨.૫૪ લાખ વાચકો સાથે 'ટાઈમ્સ ઑફ ઇન્ડિયા' સાતમા ક્રમે આવે છે. ૫૨.૪૯ લાખ વાચકો સાથે 'ગુજરાત સમાચાર' ૧૮મા ક્રમે આવે છે અને ૩૬.૦૩ લાખ વાચકો સાથે 'દિવ્ય ભાસ્કર' ૩૦મા ક્રમે આવે છે. આમ, પ્રથમ ત્રણ ક્રમે હિન્દી વર્તમાનપત્રો છે. સાતમા ક્રમે અંગ્રેજી અને છેક અઢારમા ક્રમે ગુજરાતી વર્તમાનપત્ર છે.

૩.૨.૨ રેડિયો સમાચાર :

રેડિયો સમાચાર વિશે વાત કરીએ તો "સમાચાર સંગઠનની પ્રારંભિક શરૂઆત ઈ.સ. ૧૯૩૭માં થઈ જ્યારે સમાચાર સેવાને કેન્દ્રિત કરવા માટે એક યોજના બનાવવામાં આવી અને એક સમાચાર સંપાદકની નિમણૂક કરવામાં આવી, જેનું કાર્યાલય દિલ્હીમાં રાખવામાં આવ્યું. ઈ.સ. ૧૯૩૯માં વિશ્વયુદ્ધ શરૂ થવાથી આ સંગઠનના વિકાસને ઘણું પ્રોત્સાહન આપવામાં આવ્યું અને ઈ.સ. ૧૯૪૫ સુધી કેન્દ્રીય સમાચાર સંગઠન આપમેળે અસ્તિત્વમાં આવી ગયું. તે વખતે આ સંગઠન માત્ર 'હોમ સર્વિસ' માટે વિભિન્ન ભારતીય ભાષાઓમાં સમાચાર બુલેટિન પ્રસારિત કરતું હતું પરંતુ આ સંગઠન વિદેશ સેવા માટે સમાચાર બુલેટિન પ્રસારિત કરતું હતું, જેને યુદ્ધ દરમિયાન બનાવવામાં આવ્યું હતું. ઈ.સ. ૧૯૪૮માં કેન્દ્રીય સમાચાર સંગઠનનું બે ભાગોમાં વિભાજન થઈ ગયું. એક સમાચાર સેવા વિભાગ અને બે વિદેશ સેવા વિભાગ. સમાચાર સેવા વિભાગે સમાવિષ્ટ સંગઠનના સંપૂર્ણ સમાચાર-કાર્યને પોતાના હાથમાં લઈ લીધું. જ્યારે વિદેશ સેવા વિભાગે વિદેશ સેવા અંતર્ગત પ્રસારિત થનારા

કાર્યક્રમોનો કાર્યભાર સંભાળ્યો. 'આકાશવાણી'નો સમાચાર સેવા વિભાગ વિશ્વના સૌથી મોટા રેડિયો સમાચાર સંગઠનોમાંનો એક છે. આ વિભાગ દેશ અને વિદેશ સેવાઓ અંતર્ગત ૨૬૯ બુલેટિનનું પ્રસારણ કરે છે. આમાંથી ૨૦૪ બુલેટિન દેશ માટે હોય છે જેમાં ૪૩ બુલેટિન ૧૭ ભારતીય ભાષાઓમાં દિલ્હીથી પ્રસારિત કરવામાં આવે છે અને ૧૨૪ બુલેટિન લગભગ ૬૦ ભારતીય ભાષાઓ અને જનજાતિ બોલીઓમાં હોય છે, જેને ક્ષેત્રીય કેન્દ્રો પરથી પ્રસારિત કરવામાં આવે છે. સમાચાર બુલેટિનોને લગભગ ૩૬ કલાકનો પ્રસારણ સમય ફાળવવામાં આવે છે, જેમાંથી ૮ કલાક અને ૮ મિનિટનો સમય વિદેશ સેવા માટે હોય છે."[૧૩]

આજે "સમાચાર પ્રસારણના સમયમાં નિરંતર વૃદ્ધિ થઈ રહી છે. ૨૦૦૨-૨૦૦૩ના આંકડા મુજબ દિલ્હી તથા અન્ય કેન્દ્રો મળીને ૩૬૪ બુલેટિન આકાશવાણી દ્વારા દરરોજ પ્રસારિત થાય છે. ૪૩ કલાક ૧૦ મિનિટનું સમાચાર પ્રસારણ થાય છે. દિલ્હી કેન્દ્રથી 'હોમ સર્વિસ' માટે ૮૪ બુલેટિન પ્રસારિત કરવામાં આવે છે, જેની કુલ અવધિ ૧૨ કલાક ૨૦ મિનિટ છે. સમાચાર સેવા વિભાગની ક્ષેત્રીય એકમો દ્વારા વિભિન્ન પ્રસારણ કેન્દ્રો પરથી ૧૮૭ સમાચાર બુલેટિન પ્રસારિત કરવામાં આવે છે, જેનો કુલ સમય ૧૯ કલાક ૪૫ મિનિટ છે. આ બુલેટિન ૬૪ ભાષા અને બોલીઓમાં હોય છે. વિદેશ સેવા અંતર્ગત ૨૫ ભાષાઓમાં ૬૪ સમાચાર બુલેટિન હોય છે. આ બુલેટિન વિદેશી તથા ભારતીય ભાષામાં હોય છે. તેનું કુલ પ્રસારણ ૮ કલાક ૫૭ મિનિટ છે. જુલાઈ ૨૦૦૨થી ૧૦ મિનિટનું કન્નડ ભાષામાં એક બુલેટિન ખાડી દેશો માટે પ્રસારિત કરવામાં આવે છે."[૧૪]

"સમાચાર પ્રસ્તુતિમાં પણ પરિવર્તન થઈ રહ્યું છે. સવારે ૮ કલાકનું બુલેટિન હવે 'સમાચાર પ્રભાત' અને અંગ્રેજીમાં 'મોર્નિંગ ન્યૂઝ' નામે આવે છે. આ જ રીતે ઉર્દૂ સમાચાર બુલેટિન 'ખબરનામા'માં પણ પરિવર્તન કરવામાં આવ્યું છે. બપોરે પ્રસારિત થતા સમાચાર બુલેટિનનો સમયગાળો વધારીને અડધા કલાકનો કરવામાં આવ્યો છે. આ બુલેટિન 'દોપહર સમાચાર' તથા 'મિડ ડે ન્યૂઝ'ના નામે હોય છે. આકાશવાણીની ફોન સમાચાર સેવાનો લાભ કોઈ પણ નિર્ધારિત ફોન નંબર ડાયલ કરીને લઈ શકે છે, જે અંતર્ગત મુખ્ય સમાચાર ફોન પર મળી શકે છે. ઈન્ટરનેટ પર પણ આકાશવાણીના સમાચાર સુલભ છે." [૧૫]

રેડિયો સમાચાર લેખન અને પ્રસ્તુતતા વિશે જોઈએ તો "આ બુલેટિનમાં સમય પ્રમાણે શબ્દોની સીમા નીચે મુજબ છે.

પ્રારંભ	૧૦ સેકન્ડ	૧૦ થી ૧૫ શબ્દ
સમાચાર શીર્ષક	૫૦ સેકન્ડ	૧૦૦ થી ૧૧૦ શબ્દ
સમાચારનું મુખ્ય વિવરણ	૦૮ થી ૨૦ સેકન્ડ	૧૦૦૦ થી ૧૧૦૦ શબ્દ
શીર્ષકનું પુનરાવર્તન	૩૦ સેકન્ડ	૮૦ થી ૯૦ શબ્દ
સમાપન	૧૦ સેકન્ડ	૧૦ થી ૧૫ શબ્દ

આ રીતે કુલ ૧૦ મિનિટમાં લગભગ ૧૨૦૦ થી ૧૩૦૦ શબ્દોમાં સમાચાર પ્રસારિત કરવામાં આવે છે. સમાચારપત્રોમાં સમાચાર લખતી વખતે સર્વપ્રથમ 'ઈન્ટ્રો' અથવા 'લીડ' તૈયાર કરવામાં આવે છે, જેમાં સમાચાર-સાર હોય છે. આ પ્રથમ અનુચ્છેદ બાદ સમાચારનું

સંપૂર્ણ વિવરણ વિસ્તારથી આપવામાં આવે છે.રેડિયો માટે તો સમાચાર લગભગ ૨૦ થી ૩૦ શબ્દોમાં લખવાના હોય છે. આ શબ્દમર્યાદામાં સમાચારથી સંબંધિત 'શું, કેમ, ક્યાં, ક્યારે, કોણ અને કેવી રીતે' - what, why, where, when, who and how - નો સંક્ષિપ્ત ઉલ્લેખ કરી દેવો પડે છે. પહેલા સમાચાર લેખનમાં મુખ્ય વિવરણ, વિસ્તૃત વિવરણ, અન્ય સંદર્ભિત તેમજ મહત્ત્વનું વિવરણ હોય છે, જ્યારે બીજામાં મુખ્ય વિવરણ અને સંવાદનું વર્ણન હોય છે. સામાન્ય કે ઓછાં મહત્ત્વના સમાચારને રેડિયો સંવાદમાં સ્થાન નથી મળતું."[૧૬]

૩.૨.૩ ટેલિવિઝન સમાચાર :

"દૃશ્ય, ધ્વનિ અને ગતિના માધ્યમથી ઘટનાનું પ્રામાણિક નિરૂપણ ટેલિવિઝન સમાચાર દ્વારા મળે છે. પૂર, અગ્નિકાંડ, વિમાની-દુર્ઘટના તથા સમારોહના સમાચાર 'વાંચવા' અને 'સાંભળવા'ની અપેક્ષાએ 'જોવા'નું વધારે લાભદાયી બને છે. ટેલિવિઝન સમાચારમાં ઓછામાં ઓછી ટીકા-ટિપ્પણી સાથે વધુમાં વધુ તસવીરોનો રસાસ્વાદ કરાવવામાં આવે છે."[૧૭]

અલબત્ત "પત્રકારત્વના ક્ષેત્રમાં સૌથી પ્રાચીન માધ્યમ મુદ્રણ અર્થાત્ સમાચારપત્રોનું છે. સમાચારપત્ર માત્ર જોઈને વાંચી શકાય છે તો બીજી તરફ રેડિયોનો પ્રભાવ માત્ર કાન સુધી સીમિત છે. જ્યારે ટેલિવિઝનમાં આ બંનેનો સમન્વય થાય છે. આથી તેનો પ્રભાવ આંખ અને કાન અને મન પર સમાન રીતે થાય છે. આ જ કારણ છે કે તે આપણી ભાવનાઓને તે સહજ રીતે પ્રભાવિત કરે છે. આ રીતે સમાચારપત્ર અને રેડિયોની તુલનામાં ટેલિવિઝન અત્યંત પ્રભાવશાળી છે."[૧૮]

અખબાર, રેડિયો અને ટેલિવિઝનના સમાચારોને એકસાથે જોઈએ તો ત્રણેયની ભેદરેખા સ્વયં સ્પષ્ટ વર્તાઈ આવે છે. જેમ કે "સમાચારપત્રોમાં સમાચાર છપાય છે. કોઈ સંવાદદાતા તેને લખે છે. રેડિયોમાં સમાચારવાચક આપણને સમાચાર સંભળાવે છે. ટેલિવિઝન મુખ્યત્વે આપણને એ સ્થળ પર લઈ જાય છે, જ્યાં ઘટનાઓ ઘટી, જ્યાંથી સમાચારનો વિકાસ થયો. આપણે ઘટનાઓને સ્વયં જોઈ શકીએ છીએ. ટેક્નિકલ રીતે આ કામ જટિલ છે. અનેકાનેક દૃષ્ટિકોણથી તાલમેલ બેસાડ્યા પછી જ પડદા પર પરિણામ સામે આવે છે. સમન્વયની એક સામાન્ય ભૂલ સમગ્ર પરિશ્રમ પર પાણી ઢોળી દે છે. આથી સમાચાર સાથે સંકળાયેલ તમામ વ્યક્તિઓએ પોતપોતાના કાર્યમાં પ્રત્યેક પળ સાવધાન રહેવું પડે છે. ઘણી વાર કોઈ મહત્ત્વપૂર્ણ સમાચાર અયોગ્ય વળાંક લઈ લે છે અને શરૂઆતના લેખન બાદ પ્રસારણના સમય સુધી તેનું સ્વરૂપ એકદમ બદલાઈ જાય છે. આવી સ્થિતિમાં સમાચાર-સંપાદક અને તેના સહયોગી પ્રસ્તુતકર્તાને પડકારોનો સામનો કરવો પડે છે. આવા સમાચારોને પ્રસારણ દરમિયાન લખવામાં આવે છે. જો દૃશ્ય-સામગ્રી ઉપલબ્ધ હોય તો તેની સાથે જ તાલમેલ કરી સમાચાર લખવા જરૂરી હોય છે. ઉતાવળમાં કોઈ અર્થનો અનર્થ થઈ શકે છે. આ જ એ પડકાર છે જેનો સામનો અન્ય કોઈ સંચાર-માધ્યમમાં કાર્યરત લોકોને કરવો નથી પડતો. સંપાદક અથવા પ્રસ્તુતકર્તાને જ્યાં સુધી પોતાની ભૂલની જાણ થાય ત્યાં સુધીમાં ત્વરિત વ્યાપકતાને કારણે નાનામાં નાની ભૂલ પણ દર્શકોના ધ્યાનમાં આવી જાય છે, અને પોતાની ભૂલ માટે તેમણે ક્ષમા-યાચના કરવી પડે છે. અન્યથા આગામી બુલેટિનમાં સુધારા ચોક્કસ કરવા પડે છે."[૧૯]

"ટીવી સમાચારની કાર્યપ્રણાલીની સરખામણીમાં માત્ર રેડિયોના સમાચાર સંકલન સાથે જ મર્યાદિત રૂપમાં કરી શકાય છે. રેડિયોમાં સમાચારોનો એક માત્ર આધાર છે શબ્દ અર્થાત્ 'ધ્વનિ'. ટેલિવિઝનમાં ધ્વનિની સાથે જીવંત ચિત્ર સમાચારોનો પ્રાણ છે. રેડિયો માત્ર કાન માટે છે, ટેલિવિઝન આંખ અને કાન બેઉ માટે છે. રેડિયોના સમાચાર શબ્દો પર આધારિત છે. જીવંત ચિત્રોના માધ્યમથી ટેલિવિઝન સમાચાર રજૂ કરવા એ ઘણું કપરું કામ છે. ટીવી સમાચારના સચિત્ર અંશોને સાર્થક કરવા માટે કુશળ સંપાદન જરૂરી છે."[૨૦]

3.3 પ્રકાશનલક્ષી અને પ્રસારણલક્ષી માધ્યમો : એક તુલનાત્મક અધ્યયન

માનવીય જીવનશૈલીમાં સંચાર માધ્યમોના વિકાસને લીધે ઘણું જ પરિવર્તન આવી ગયું છે. આજે માહિતી અને મનોરંજનની વચ્ચે માનવમન અટવાતું રહે છે. નગર હોય કે ગામ પ્રત્યેક જણને પોતાની આજુબાજુ શું થઈ રહ્યું છે તે જાણવાની ઉત્કંઠા રહે છે. એમ પણ કહી શકાય કે માધ્યમના વિકાસ દ્વારા જ માનવમનની માહિતી મેળવવાની જિજ્ઞાસાનો પણ વિસ્તાર થયો છે. નાના ગામનો માનવી નગરની દિનચર્યા જાણવા ઉત્સુક રહે છે, તો નગરનો માનવી દેશવિદેશની ઘટનાઓ પર મીટ માંડીને બેસી રહે છે. રોજબરોજ પ્રિન્ટ મીડિયામાં જોવા મળતાં નવાં સમાચારપત્રો તેમજ ઇલેક્ટ્રોનિક મીડિયામાં જોવા મળતી નવી ન્યૂઝ ચૅનલો માનવમનની આ જિજ્ઞાસાનું જ પરિણામ છે.

સમાચાર માધ્યમ તરીકે કોઈ પણ માધ્યમ સંપૂણ ન હોઈ શકે તે સ્વાભાવિક છે. પ્રત્યેક

માધ્યમને મર્યાદા અને વિશેષતા બંને હોય છે. અખબાર, રેડિયો અને ટીવી ક્રમશઃ વિકસતા સમાચાર માધ્યમની આરસી છે. આજે આવતીકાલે પ્રકાશિત થતાં અખબારની રાહ જોયાં વિના રેડિયો કે ટીવીના માધ્યમથી સમાચાર સુધી પહોંચી શકાય છે. અખબારની જેમ રેડિયો પણ સાથે લઈ જઈ શકાય છે અને વીજળી ન હોય તો સેલની મદદથી પણ રેડિયો ઓન થઈ શકે છે.

ભારત દેશમાં સાક્ષરતાનો દર પ્રમાણમાં ઓછો છે. આજે વર્તમાનપત્ર મોંઘાં છે અને દરેક સ્થળ પર પ્રાપ્ય પણ નથી. વળી, વર્તમાનપત્રનાં વાંચન માટે સાક્ષર હોવું પણ જરૂરી છે. રેડિયો એક શ્રાવ્ય માધ્યમ હોવાથી વર્તમાનપત્રની આ મર્યાદાથી પર છે. રેડિયોની આ વિશેષતા જ રેડિયોની લોકપ્રિયતા માટે કારણભૂત છે. આથી ભારતમાં રેડિયો ક્ષેત્રે વ્યાવસાયિક કંપનીઓ પણ કાર્યરત થઈ છે. આમ, અખબાર કરતાં કૈંક વિશેષ રેડિયોમાં છે, તો રેડિયો કરતાં કૈંક વિશેષ ટેલિવિઝનમાં છે. ટેલિવિઝનમાં દૃશ્ય હોવાથી સમાચાર સજીવ લાગે છે તેમજ વધારે ધ્યાનપાત્ર બને છે. ટેલિવિઝન દર્શકોને સમગ્ર ઘટનાનો 'આંખો દેખ્યો અહેવાલ' પૂરો પાડે છે. ટેલિવિઝન સમાચાર દર્શકોને દૃશ્યાનુભૂતિની ટેવ પાડી દે છે અને આથી દૃશ્યવિહીન સમાચાર દર્શકોને જોવા-સાંભળવા નથી ગમતા. નિતનવી ટેક્નોલોજીને કારણે ટેલિવિઝનનું પ્રસારણ પણ હવે સરળ બન્યું છે, તેમ છતાં રેડિયો પ્રસારણની સરખામણીમાં તે ખૂબ જ ખર્ચાળ અને મહેનત માગી લે તેવી પ્રક્રિયા છે. અલબત્ત 'ગ્લેમર'ને લીધે ટેલિવિઝન માધ્યમનું ચલણ વધુ રહ્યું છે અને એટલે જ રોજબરોજ નવી નવી ન્યૂઝ ચૅનલોનું આગમન થાય છે.

સમાચારપત્રની સરખામણીએ રેડિયો તથા ટેલિવિઝનમાં 'લાઈવ કોમેન્ટ્રી - આંખો દેખ્યો અહેવાલ' શ્રોતા-દર્શકોને ખૂબ જ પ્રિય હોય છે. ખાસ કરીને ક્રિકેટ મેચના જીવંત પ્રસારણમાં આ 'લાઈવ કોમેન્ટ્રી'નું સવિશેષ મહત્ત્વ રહે છે. તાજેતરમાં જ 'વર્લ્ડ કપ' અને 'આઈપીએલ'ની ક્રિકેટ મેચને કારણે જાણે કે ભારત બંધ હોય તેવી સ્થિતિ ટેલિવિઝન પ્રસારણને કારણે જ શક્ય બની હતી. સમાચારપત્રમાં આ શક્ય નથી. રેડિયોમાં માત્ર જીવંત સ્વર સંભળાય છે. પરંતુ ટેલિવિઝનમાં જીવંત સ્વર સાથે જીવંત દશ્યનો સમન્વય થાય છે. લાઈવ કોમેન્ટ્રીમાં પ્રત્યેક પળે નવી ઘટના આકાર લે છે અને દશ્ય બદલાય છે. આ સાથે જ નવાં દશ્યની માંગ મુજબ નવું વિશ્લેષણ આવે છે. ક્રિકેટ મેચ ઉપરાંત સાંસ્કૃતિક કાર્યક્રમો, પરેડ તેમ જ વિશિષ્ટ કાર્યક્રમો માટે જીવંત પ્રસારણને અગ્રીમતા આપવામાં આવે છે.

તો ભૂકંપના સમાચાર સમાચારપત્રમાં સવિસ્તાર ભૂતકાળમાં આવેલા ભૂકંપોની માહિતી સાથે તસવીરો સહિત વાંચી શકાય છે. આ જ સમાચાર રેડિયો પર તસવીર ન હોવાથી એટલા અસરકારક નથી લાગતા. આ બંને માધ્યમોની સરખામણીમાં જીવંત પ્રસારણને લીધે ટેલિવિઝન ભૂકંપની ભયાનકતા દર્શાવી શકે છે. આવી દુર્ઘટનાના સમયગાળામાં લોકો સામાન્ય રીતે ટેલિવિઝન જોવાનું પસંદ કરે છે.

મુદ્રિત માધ્યમ કરતાં વીજાણુ માધ્યમમાં ગતિનું વિશેષ મહત્ત્વ છે. વર્તમાનપત્ર ૨૪ કલાક બાદ વાસી બને છે, જ્યારે રેડિયો કે ટેલિવિઝનમાં ૨૪ મિનિટમાં જ સમાચાર જૂના થઈ જાય છે. જેમ કે, તાજેતરમાં સર્વત્ર છવાયેલ અન્ના હજારેના આમરણાંત ઉપવાસની વિગતો

સમાચારપત્રમાં વાંચવી હોય તો ૨૪ કલાકની રાહ જોવી પડે, જ્યારે ટેલિવિઝન સમાચારમાં ૨૪ સેકન્ડમાં જ સમગ્ર ઘટનાક્રમનું અપડેટ જોઈ શકાય છે. પ્રત્યેક નવું બુલેટિન નવા સમાચારો થકી જ શ્રોતા-દર્શક મન પર પોતાની પકડ જમાવે છે. તો મુદ્રિત માધ્યમમાં ચોક્કસ પૃષ્ઠ પર ચોક્કસ પ્રકારનાં સમાચાર વાંચી શકાય છે જેમ કે તંત્રી પાનું, ખેલ પાનું, આંતરરાષ્ટ્રિય સમાચાર, નગરવિશેષ, દેશવિદેશ ઇત્યાદિ. રેડિયો-ટેલિવિઝન તેની સમયસીમાને કારણે આવાં વર્ગીકરણમાં ન પડતા સમાચારની મહત્ત્વતા મુજબ તેને અગ્રીમ ક્રમ આપી પ્રસારણ કરે છે. આમ, ટેલિવિઝન સમાચાર આજે સહુ કોઈની પ્રથમ પસંદગી બન્યા છે અને એટલે જ ૨૪ કલાકની ન્યૂઝ ચૅનલોની સંખ્યામાં ઉત્તરોત્તર વધારો જોવા મળે છે.

• • •

સંદર્ભ-સૂચિ

૧. શાહ, ડૉ. પ્રીતિ, સમૂહ માધ્યમો અને સાહિત્ય, પૃષ્ઠ-૫૪

૨. શાહ, ડૉ. પ્રીતિ, સમૂહ માધ્યમો અને સાહિત્ય, પૃષ્ઠ-૫૬

૩. એડવિન, એમરી, ધ પ્રેસ એન્ડ અમેરિકા, (તિવારી, ડૉ. અર્જુન, જનસંચાર, પૃષ્ઠ-૧૧૪)

૪. મહેતા, ડૉ. ચંદ્રકાન્ત, પત્રકારત્વ : સિદ્ધાંત અને અધ્યયન, પૃષ્ઠ-૨૪

૫. મહેતા, ડૉ. ચંદ્રકાન્ત, પત્રકારત્વ : સિદ્ધાંત અને અધ્યયન, પૃષ્ઠ-૨૫

૬. દલાલ, ડૉ. યાસીન, ચોથી જાગીર, પૃષ્ઠ-૭

૭. દલાલ, ડૉ. યાસીન, ચોથી જાગીર, પૃષ્ઠ-૮

૮. દલાલ, ડૉ. યાસીન, ચોથી જાગીર, પૃષ્ઠ-૯

૯. મહેતા, ડૉ. ચંદ્રકાન્ત, પત્રકારત્વ : સિદ્ધાંત અને અધ્યયન, પૃષ્ઠ-૨૭

૧૦. મહેતા, ડૉ. ચંદ્રકાન્ત, પત્રકારત્વ : સિદ્ધાંત અને અધ્યયન, પૃષ્ઠ-૨૬

૧૧. દેસાઈ, ડૉ. કુમારપાળ, અખબારી લેખન, આમુખ પૃષ્ઠ-૫

૧૨. મહેતા, ડૉ. ચંદ્રકાન્ત, પત્રકારત્વ : સિદ્ધાંત અને અધ્યયન, પૃષ્ઠ-૩૩

૧૩. www.allindiaradio.org

૧૪. શર્મા,કૌશલ, રેડિયો પ્રસારણ, પૃષ્ઠ-૨૯

૧૫. શર્મા,કૌશલ, રેડિયો પ્રસારણ, પૃષ્ઠ-૩૦

૧૬. તિવારી, ડૉ. અર્જુન, જનસંચાર, પૃષ્ઠ-૩૬૮

૧૭. તિવારી, ડૉ. અર્જુન, જનસંચાર, પૃષ્ઠ-૧૧૯

૧૮. તિવારી, ડૉ. અર્જુન, જનસંચાર, પૃષ્ઠ-૩૮૫

૧૯. તિવારી, ડૉ. અર્જુન, જનસંચાર, પૃષ્ઠ-૩૮૫

૨૦. તિવારી, ડૉ. અર્જુન, જનસંચાર, પૃષ્ઠ-૩૮૫