
International Multidisciplinary Research Journal

Golden Research Thoughts

Chief Editor
Dr.Tukaram Narayan Shinde

Publisher
Mrs.Laxmi Ashok Yakkaldevi

Associate Editor
Dr.Rajani Dalvi

Honorary
Mr.Ashok Yakkaldevi

Welcome to GRT

RNI MAHMUL/2011/38595

ISSN No.2231-5063

Golden Research Thoughts Journal is a multidisciplinary research journal, published monthly in English, Hindi & Marathi Language. All research papers submitted to the journal will be double - blind peer reviewed referred by members of the editorial board. Readers will include investigator in universities, research institutes government and industry with research interest in the general subjects.

International Advisory Board

Kamani Perera Regional Center For Strategic Studies, Sri Lanka	Mohammad Hailat Dept. of Mathematical Sciences, University of South Carolina Aiken	Hasan Baktir English Language and Literature Department, Kayseri
Janaki Sinnasamy Librarian, University of Malaya	Abdullah Sabbagh Engineering Studies, Sydney	Ghayoor Abbas Chotana Dept of Chemistry, Lahore University of Management Sciences[PK]
Romona Mihaila Spiru Haret University, Romania	Ecaterina Patrascu Spiru Haret University, Bucharest	Anna Maria Constantinovici AL. I. Cuza University, Romania
Delia Serbescu Spiru Haret University, Bucharest, Romania	Loredana Bosca Spiru Haret University, Romania	Ilie Pinteau, Spiru Haret University, Romania
Anurag Misra DBS College, Kanpur	Fabricio Moraes de Almeida Federal University of Rondonia, Brazil	Xiaohua Yang PhD, USA
Titus PopPhD, Partium Christian University, Oradea, Romania	George - Calin SERITAN Faculty of Philosophy and Socio-Political Sciences Al. I. Cuza University, IasiMore

Editorial Board

Pratap Vyamktrao Naikwade ASP College Devrukh, Ratnagiri, MS India	Iresh Swami Ex - VC. Solapur University, Solapur	Rajendra Shendge Director, B.C.U.D. Solapur University, Solapur
R. R. Patil Head Geology Department Solapur University, Solapur	N.S. Dhaygude Ex. Prin. Dayanand College, Solapur	R. R. Yalikal Director Management Institute, Solapur
Rama Bhosale Prin. and Jt. Director Higher Education, Panvel	Narendra Kadu Jt. Director Higher Education, Pune	Umesh Rajderkar Head Humanities & Social Science YCMOU, Nashik
Salve R. N. Department of Sociology, Shivaji University, Kolhapur	K. M. Bhandarkar Praful Patel College of Education, Gondia	S. R. Pandya Head Education Dept. Mumbai University, Mumbai
Govind P. Shinde Bharati Vidyapeeth School of Distance Education Center, Navi Mumbai	Sonal Singh Vikram University, Ujjain	Alka Darshan Shrivastava Shaskiya Snatkottar Mahavidyalaya, Dhar
Chakane Sanjay Dnyaneshwar Arts, Science & Commerce College, Indapur, Pune	G. P. Patankar S. D. M. Degree College, Honavar, Karnataka	Rahul Shriram Sudke Devi Ahilya Vishwavidyalaya, Indore
Awadhesh Kumar Shirotriya Secretary, Play India Play, Meerut (U.P.)	Maj. S. Bakhtiar Choudhary Director, Hyderabad AP India.	S.KANNAN Annamalai University, TN
	S. Parvathi Devi Ph.D.-University of Allahabad	Satish Kumar Kalhotra Maulana Azad National Urdu University
	Sonal Singh, Vikram University, Ujjain	

Address:-Ashok Yakkaldevi 258/34, Raviwar Peth, Solapur - 413 005 Maharashtra, India
Cell : 9595 359 435, Ph No: 02172372010 Email: ayisrj@yahoo.in Website: www.aygrt.isrj.org



धरवेश कठेरिया, निरंजन कुमार, नीरज कुमार सिंह, अनुपम राय, रजनीश कुमार,
रत्नसेन भारती, अम्बरीश सिंह, अविनाश त्रिपाठी

¹ सहायक प्रोफेसर, संचार एवं मीडिया अध्ययन केंद्र, महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा, महाराष्ट्र।

² पीएच. डी. शोधार्थी, संचार एवं मीडिया अध्ययन केंद्र, महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा, महाराष्ट्र।

³ शोध सहायक (परियोजना- आईसीएसएसआर), संचार एवं मीडिया अध्ययन केंद्र, महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा, महाराष्ट्र।

^{4, 5, 6} एम. फिल. शोधार्थी, संचार एवं मीडिया अध्ययन केंद्र, महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा, महाराष्ट्र।

⁷ विद्यार्थी, एम. एससी. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया (सत्र-2013-15), संचार एवं मीडिया अध्ययन केंद्र, महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा, महाराष्ट्र।

⁸ विद्यार्थी, एम.ए. जनसंचार, संचार एवं मीडिया अध्ययन केंद्र, महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा, महाराष्ट्र।

सारांश :

आज हम जिस डिजिटल सूचना क्रांति के युग में हैं उस में रेडियो कहीं न कहीं पीछे छूटता नजर आ रहा था ऐसे में प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी का रेडियो पर 'मन की बात' कार्यक्रम के माध्यम से आना यह दर्शाता है कि संचार का यह माध्यम, सोशल मीडिया, टेलीविजन, समाचारपत्र से हट कर है इसीलिए उन्होंने अपने मन की बात लोगों तक पहुंचाने के लिए रेडियो माध्यम को चुना। रेडियो के प्रसार, पहुंच और लोकप्रियता में कुछ हद तक जो कमी नजर आ रही थी वह प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी के रेडियो पर आगमन से दूर हो गई है और रेडियो संचार के सशक्त माध्यम के रूप में अपना प्रसारण और जनसेवा कर रहा है। इसीलिए प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी ने रेडियो माध्यम की शक्ति का उपयोग करते हुए देश के अंतिम नागरिक तक अपनी बात पहुंचाने का माध्यम रेडियो को ही चुना।

मन की बात कार्यक्रम ने जहां कुछ हद तक रेडियो को लोगों के बीच चर्चा में ला दिया। वहीं रेडियो अपने उद्भव काल से ही जनजागरूकता जैसे कार्यों को प्राथमिकता के साथ करता रहा है। 87 प्रतिशत तथ्य इस बात की पुष्टि करते हैं कि रेडियो आज भी ऐसे कार्यों को भलीभांति आगे बढ़ा रहा है। मन की बात कार्यक्रम रेडियो पर प्रसारित होने वाला इस प्रकार का कोई नया कार्यक्रम नहीं है। यह बात हां में प्राप्त 46 प्रतिशत मतों से साबित होती है। इस संदर्भ में रेडियो श्रोताओं के मतों से रेडियो की विश्वसनीयता और रेडियो की लोकप्रियता दोनों साबित होती है। यहां यह भी बात गौर करने योग्य है कि रेडियो पर प्रधानमंत्री के द्वारा किसी कार्यक्रम का प्रसारण भी रेडियो के प्रसार को प्रभावित नहीं करता है।



शब्द कुंजी: शक्ति, जनमत निर्माण, अभियान, संवाद, स्वच्छता, तरंग, विचार-मंथन, सशक्त, न्यू मीडिया, सुलभ संचार, जागरूकता, एंकर, साक्षर- निरक्षर, संस्कृति, भाषा, लोकप्रियता।

उपकल्पना:

- ★ रेडियो संचार का सबसे महत्वपूर्ण व प्रभावी माध्यम है।
- ★ मन की बात कार्यक्रम ने रेडियो को आमजन में लोकप्रिय बनाया है।
- ★ सामाजिक जागरूकता में मन की बात कार्यक्रम का योगदान है।
- ★ मन की बात कार्यक्रम के माध्यम से राजनीतिक हित साधा जा रहा है।

उद्देश्य:

अध्ययन को स्वरूप प्रदान करने के लिए कुछ उद्देश्य तय किए गए हैं जो इस प्रकार हैं-

- ★ मन की बात कार्यक्रम का जनमानस पर प्रभाव का आकलन करना।
- ★ संचार के सशक्त माध्यम के रूप में रेडियो की उपलब्धता का आकलन करना।
- ★ सरकार द्वारा जनमत निर्माण के लिए संचार माध्यमों के उपयोग का विश्लेषण करना।
- ★ राष्ट्रीय विकास में रेडियो की भूमिका का आकलन।
- ★ राजनीतिक हितों की पूर्ति के उद्देश्य से रेडियो पर मन की बात।

शोध प्रविधि:

प्रस्तुत अध्ययन 'संचार के सशक्त माध्यम के रूप में रेडियो (कार्यक्रम "मन की बात" के विशेष संदर्भ में)' शोध हेतु तथ्य विश्लेषण तथा सैम्पलिंग पद्धति के माध्यम से शोध को स्वरूप प्रदान किया गया है। अध्ययन को उपयोगी एवं प्रभावी बनाने के लिए वर्धा शहर में रेडियो सुनने वाले लोगों को प्रतिभागियों के रूप में शामिल किया गया है।

अध्ययन के दौरान विभिन्न शोध पद्धति, अंतर्वस्तु विश्लेषण के माध्यम से छिपे हुए गूढ़ रहस्यों को जानने की कोशिश की गई है कि क्या रेडियो आज संचार के इन माध्यमों में अपनी पहुंच रखता है? क्या रेडियो समकालीन संचार माध्यम में उपयोगी है? रेडियो अपनी बात कहने में कितना प्रभावशाली है या नहीं, के प्रभाव का विश्लेषण किया जाएगा।

प्रस्तावना:

3 अक्टूबर, 2014 का दिन रेडियो के इतिहास में स्वर्णिम दिन था। जब प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी ने अपने 'मन की बात' कहने के लिए रेडियो जैसे माध्यम को जरिया बनाया है, इससे साफ है कि रेडियो को सुस्त कहने वालों को अपने दृष्टिकोण में सुधार करने की आवश्यकता है। रेडियो पर प्रसारित किए जाने वाले कार्यक्रम मन की बात के अब तक कुल 13 भाग प्रसारित किए जा चुके हैं। इनमें एंकर प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी द्वारा देश की विभिन्न समस्याओं के विषयों को उठाया गया है। जिसमें काला धन, स्वच्छता, सैनिक भाईयों के लिए पेंशन योजना पर विचार और हरियाणा, पंजाब में नशाखोरी जागरूकता, सबके लिए घर जैसे जरूरी विषयों पर अपने विचार जनता के सामने रखे हैं। प्रधानमंत्री मोदी ने इस कार्यक्रम के जरिये जनता और सत्ता के बीच संवाद स्थापित करने का भी प्रयास किया है।

मोदीजी ने अपने कार्यक्रम के प्रसारण में लोगों से खादी पहनने की अपील की तो देश में खादी के वस्त्रों की बिक्री में अचानक बढ़ोत्तरी हो गई। केवल खादी ही नहीं उन्होंने अनेक मुद्दों पर रेडियो के माध्यम से देशवासियों से अपील की। जिसमें स्वच्छता अभियान जैसे विशेष मुद्दों पर अपार सफलता देखी जा सकती है। आज भारत में स्वच्छता अभियान का मुद्दा छोटे से छोटे गांव, कस्बों तक में देखा जा रहा है। यह रेडियो की सफलता है कि स्वच्छता अभियान आज हमारे लिए मिशन बन गया है।

दुनिया में पहला नियमित रेडियो प्रसारण अमेरिका के पीट्सबर्ग में सन् 1920 में शुरू हुआ था, जबकि इंग्लैंड में मार्कोनी की कंपनी चेम्सफोर्ड ने 23 फरवरी, 1920 को पहली बार सफल प्रसारण किया। 1922 के आते-आते इंग्लैंड, अमेरिका, कनाडा जैसे देशों में निजी और व्यवसायिक तौर पर रेडियो प्रसारण का दायरा तेजी से बढ़ने लगा। रेडियो के विकास में प्रमुख योगदान इटली के वैज्ञानिक गुगलिल्मो मार्कोनी का रहा। मार्कोनी ने रेडियो संचार की प्रक्रिया को विस्तार दिया। मार्कोनी के रेडियो सिद्धांत को मार्कोनी नियम कहा जाता है। रेडियो टेलीग्राफ का विकास पूरे विश्व में सुनिश्चित हुआ। करीब सौ वर्षों के इतिहास में रेडियो ने कई पड़ाव देखे। सही मायने में आवाज को वेब 'तरंगों' में बदलने में कामयाबी 24 दिसंबर, 1906 को 'अटलांटिक तट पर कनाडा के वैज्ञानिक रेजीनाल्ड आब्रे फेसेन्डीन ने हासिल की और इसे रेडियो प्रसारण की शुरुआत के रूप में देखा जा सकता है।

यही वह समय था जब रेडियो पश्चिमी देशों से निकलकर अपने पांव पसारने में सफल हुआ और 1927 में भारत में रेडियो की शुरुआत हुई। रेडियो के प्रारंभिक प्रयोग 1921-23 के बीच मुंबई में किए गए। 1936 से भारत में ऑल इंडिया रेडियो के नाम से प्रसारण होने लगा। इसके बाद सन् 1956 में ऑल इंडिया रेडियो का नाम बदलकर आकाशवाणी कर दिया गया। आजादी के बाद भारत में रेडियो का विकास तेजी से हुआ। इसी समय रेडियो पर प्रसारित कार्यक्रमों की गुणवत्ता और विविधता पर विचार-मंथन शुरू हो गया। 1970 के दशक में रेडियो कार्यक्रमों की विषयवस्तु और विविधता में काफी बदलाव देखने को मिला जिससे रेडियो सभी वर्गों के लिए उपयोगी और महत्वपूर्ण साधन बन गया। 1980-90 के दशक तक रेडियो काफी लोकप्रिय और सुलभ माध्यम बन गया था। 1990 के दशक में प्राइवेट टेलीविजन के प्रसार ने आकाशवाणी की लोकप्रियता को कुछ हद तक प्रभावित तो किया लेकिन इस स्थिति में भी आकाशवाणी ने अपनी प्रासंगिकता बनाए रखी।

वर्तमान समय में रेडियो की लोकप्रियता और भी बढ़ी है। रेडियो संचार का एक सशक्त माध्यम है। रेडियो देश का सबसे कम पैसे में आसानी से सहज उपलब्ध माध्यम है। जिसके माध्यम से देश के कोने-कोने से लेकर, अमीर और गरीब तक संचार किया जा सकता है। इन्हीं सब कारणों को देखते हुए भारतीय प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी ने न्यू मीडिया और टेलीविजन जैसे बड़े संचार माध्यम को छोड़कर मन की बात के लिए रेडियो जैसे संचार माध्यम को अपनाया।

प्रभाव:

देश में आकाशवाणी के कुल 414 प्रसारण केंद्र हैं। हालांकि आधुनिक भारत में रेडियो की उपलब्धता करीब 100 फीसदी आबादी तक उपलब्ध है। रेडियो अपने विविध कार्यक्रमों के माध्यम से पूरे देश में प्रभावी और सुलभ संचार माध्यम के रूप में उपलब्ध है। रेडियो भाषा के आधार पर भी भारत का सबसे सशक्त माध्यम है। रेडियो को किसी भी वर्ग के लोग आसानी से सुन सकते हैं इसका सबसे महत्वपूर्ण कारण यह है कि रेडियो की भाषा सरल है। रेडियो गांव में उतना ही सुना जाता है जितना की शहरों में। भारत में आज भी ऐसे कई गांव हैं जहां बिजली नहीं है ऐसे में रेडियो सूचना एवं मनोरंजन के लिए महत्वपूर्ण हो जाता है।



वर्ष 1947 में गांधीजी ने कहा था कि 'मैं रेडियो में शक्ति देखता हूँ'। रेडियो के इतिहास में नवंबर, 1941 को नेताजी सुभाषचंद्र बोस का भारतीयों के नाम संदेश— तुम मुझे खून दो, मैं तुम्हें आजादी दूंगा, एक ऐतिहासिक प्रसारण था पर यह संदेश रेडियो जर्मनी से प्रसारित किया गया था। रेडियो एक ऐसा माध्यम है, जिसे श्रोता हर प्रकार के काम—काज करते हुए सुन सकता है। रेडियो की संचार माध्यम के रूप में एक बड़ी विशेषता यह है कि इसका लाभ साक्षर— निरक्षर सभी उठा सकते हैं।

तथ्य विश्लेषण एवं आंकड़ों का प्रस्तुतिकरण:

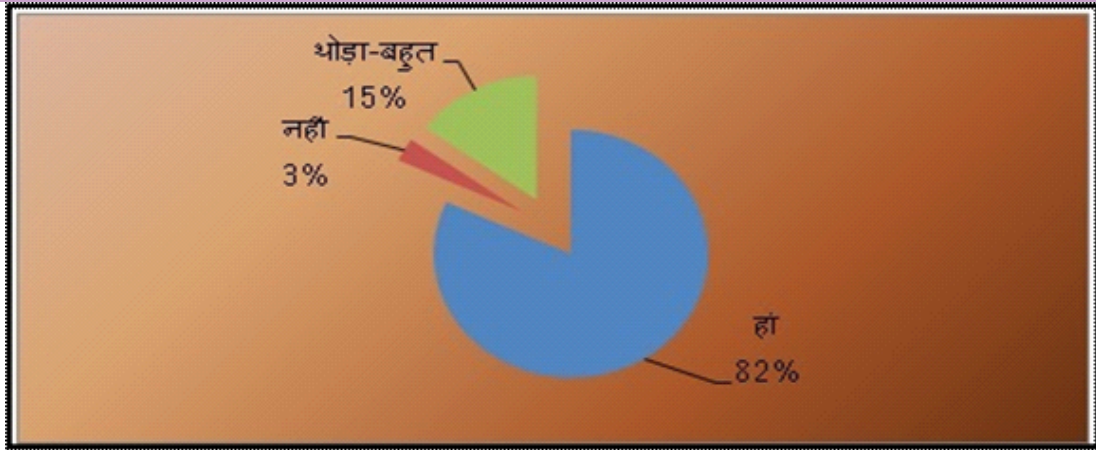
प्रस्तुत शोध 'संचार के सशक्त माध्यम के रूप में रेडियो (कार्यक्रम "मन की बात" के विशेष संदर्भ में)' के विशेष संदर्भ में अध्ययन के माध्यम से यह पता करने का प्रयास किया गया है कि आज समाज में रेडियो कितना प्रभावी है और मन की बात कार्यक्रम का प्रभाव आम जनमानस पर कितना हो रहा है? इस अध्ययन में विभिन्न शोध पद्धतियों के माध्यम से यह ज्ञात करने की कोशिश की गई है कि क्या रेडियो वर्तमान समय में सूचना प्राप्त करने का सबसे प्रभावी संचार माध्यम है? प्रस्तुत शोध में की गई उपकल्पनाएं पूर्णतः सही साबित होती हैं।

अध्ययन में रेडियो के माध्यम से जन—जागरूकता जैसे अभियानों को प्रधानमंत्री द्वारा प्रचारित—प्रसारित किया जा रहा है। जिसे श्रोताओं के द्वारा स्वीकार करते हुए उन जागरूकता अभियानों में सहभागिता भी की जा रही है। इसे जानने के लिए प्रश्नावली के माध्यम से तथ्यों को एकत्रित करके उनका विश्लेषण किया गया है। प्रस्तुत शोध वर्धा के शहरी क्षेत्र में रहने वाले प्रतिभागियों पर विशेष रूप से आधारित है। शोध में 18 वर्ष से अधिक महिला एवं पुरुष प्रतिभागियों को शामिल किया गया है जिनसे विषय से संबंधित अनेक प्रकार की जानकारी प्राप्त की गई है। तथ्य संकलन हेतु सौ से अधिक प्रश्नावलियों को भरवाया गया है लेकिन तथ्य विश्लेषण में सौ प्रतिभागियों के मतों की जानकारी को ही शामिल किया गया है।

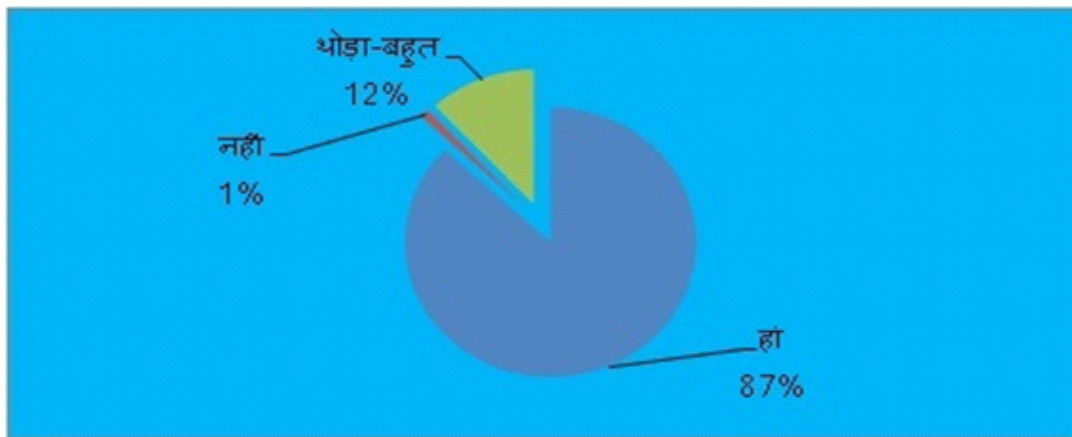
प्रश्नावली में कुल 12 प्रश्नों को शामिल किया गया है। प्रश्नावली में बहुविकल्पीय प्रश्नों के माध्यम से प्राप्त तथ्यों को अध्ययन हेतु उपयोग में लाया गया है। प्रश्नावली में बहुविकल्प के रूप में हां, नहीं और थोड़ा—बहुत को तथ्य संकलन हेतु आधार बनाया गया है। प्रश्नावली का अंतिम प्रश्न खुला रखा गया है। जिसमें प्रतिभागियों से विषय से संबंधित विचार एवं सुझाव लिए गए हैं। प्रस्तुत शोध में प्रश्नावली के कुल 12 प्रश्नों में से कुछ उपयोगी तथ्यों का चित्रमय प्रस्तुतिकरण किया गया है। जो इस प्रकार है—

प्रश्न. 1. क्या आप रेडियो सुनना पसंद करते हैं? के संदर्भ में 74 प्रतिशत उत्तरदाता रेडियो सुनना पसंद करते हैं वहीं 02 प्रतिशत लोग रेडियो सुनना पसंद नहीं करते हैं जबकि थोड़ा—बहुत के अंतर्गत 24 प्रतिशत लोगों ने अपना मत दिया है। आंकड़ों के विश्लेषण से यह निष्कर्ष निकलता है कि रेडियो सुनने वाले लोग ज्यादा हैं। इसलिए रेडियो आज भी संचार के सशक्त माध्यम के रूप में स्थापित है। प्रश्न. 2. आप रेडियो को किस रूप में देखते हैं? के संदर्भ में 44 प्रतिशत लोगों का मानना है कि वे रेडियो को मनोरंजन के रूप में देखते हैं वहीं 49 प्रतिशत लोगों का मत है कि वे रेडियो को संचार माध्यम के रूप में देखते हैं जबकि 07 प्रतिशत लोगों का मानना है कि वे रेडियो को शैक्षणिक लाभ की दृष्टि के रूप में देखते हैं। तथ्यों के आकलन के पश्चात यह कहा जा सकता है कि ज्यादातर लोग रेडियो को संचार माध्यम के रूप में देखते हैं।

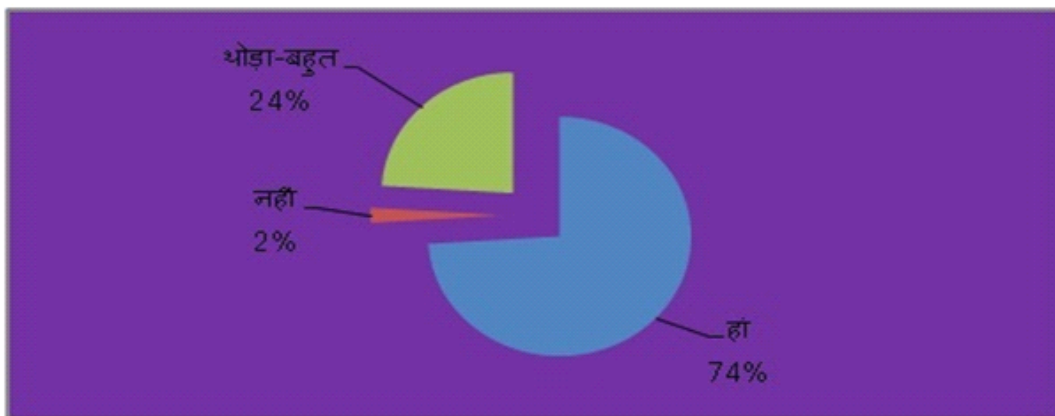
प्रश्न. 3. क्या आप विकास में रेडियो का योगदान मानते हैं? के संदर्भ में सबसे ज्यादा 82 प्रतिशत लोगों का मानना है कि विकास में रेडियो का महत्वपूर्ण योगदान है वहीं 15 प्रतिशत लोगों का मत है कि विकास में रेडियो का योगदान थोड़ा—बहुत है जबकि 03 प्रतिशत लोगों का मानना है कि विकास में रेडियो का योगदान नहीं है। आंकड़ों पर गौर करें तो 82:15:3, इससे साफ होता है कि 97 प्रतिशत लोग विकास में रेडियो के योगदान को स्वीकार करते हैं।



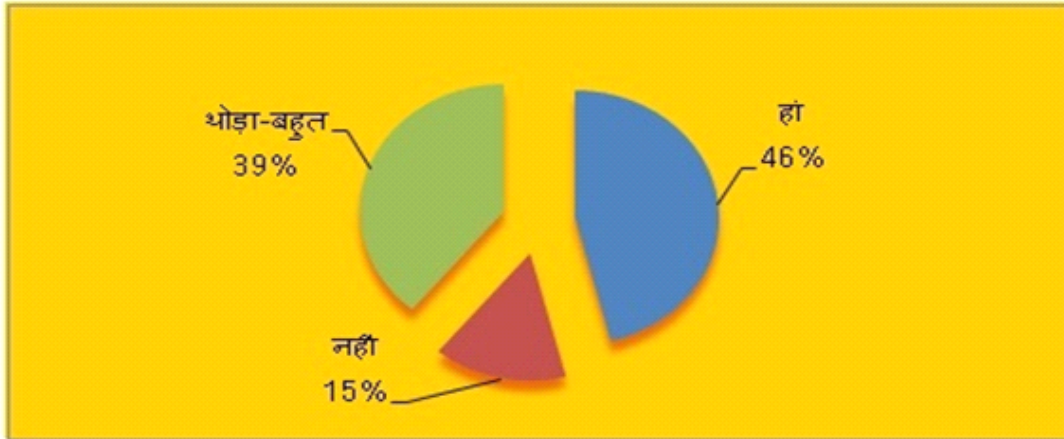
प्रश्न. 4. क्या अन्य माध्यमों के आने से रेडियो की विश्वसनीयता में कमी आई है? उक्त प्रश्न के 38 प्रतिशत आंकड़े दर्शाते हैं कि रेडियो आज भी सबसे विश्वसनीय माध्यम हैं वहीं 37 प्रतिशत मत रेडियो की विश्वसनीयता की कमी को अन्य माध्यमों के आने से स्वीकार करते हैं वहीं 25 प्रतिशत लोगों का मत थोड़ा-बहुत के रूप में देखने को मिलता है। उक्त विश्लेषण से साफ होता है कि रेडियो आज भी संचार का महत्वपूर्ण एवं सशक्त माध्यम है। वहीं प्रश्न. 5. क्या सांस्कृतिक-सामाजिक विकास में रेडियो उपयोगी है? रेडियो सांस्कृतिक-सामाजिक विकास में महत्वपूर्ण योगदान दे रहा है 83 प्रतिशत हां में मिले मत यह साबित करते हैं जबकि नहीं का मत केवल 03 प्रतिशत और थोड़ा-बहुत के अंतर्गत केवल 14 प्रतिशत मत प्राप्त होते हैं। तथ्य वर्तमान समय में रेडियो की उपयोगिता को साबित करते हैं। प्रश्न. 6. क्या जन-जागरूकता बढ़ाने में रेडियो की भूमिका है? 87 प्रतिशत आंकड़े यह दर्शाते हैं कि रेडियो जन-जागरूकता बढ़ाने में महत्वपूर्ण भूमिका अदा कर रहा है थोड़ा-बहुत में 12, नहीं में केवल 01 प्रतिशत मत प्राप्त होते हैं कहना गलत नहीं होगा की रेडियो अपने उद्देश्य की सफलतापूर्वक गाथा कह रहा है।



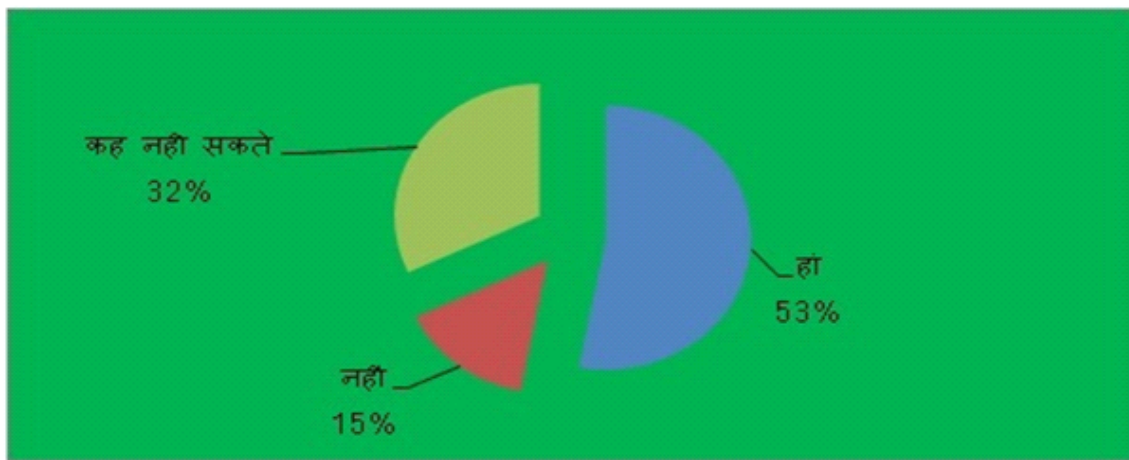
प्रश्न. 7. क्या राष्ट्रीय एकता को बनाए रखने में रेडियो की भूमिका है? नहीं के अंतर्गत 02 प्रतिशत आंकड़े यह दर्शाते हैं कि रेडियो राष्ट्रीय एकता को बनाए रखने में कितनी सशक्त भूमिका निभा रहा है। क्योंकि हां के मत सबसे ज्यादा 74 प्रतिशत प्राप्त होता है। परंतु थोड़ा-बहुत को भी मानने वालों का मत 24 प्रतिशत है। रेडियो आज भारत के संदर्भ में अपने कार्यक्रमों के माध्यमों से पूरे देश की संस्कृति को प्रसारित कर रहा है।



प्रश्न. 8. क्या आप शैक्षणिक योगदान में रेडियो की भूमिका को मानते हैं? उपर्युक्त मतों के विश्लेषण से यह ज्ञात होता है कि शैक्षणिक योगदान में रेडियो की भूमिका को मानने वाले 65 प्रतिशत हैं जबकि शैक्षणिक योगदान में रेडियो की भूमिका को थोड़ा-बहुत मानने वाले 26 प्रतिशत व नहीं को मानने वाले 09 प्रतिशत प्राप्त मत हैं। मतों के आधार पर रेडियो महत्वपूर्ण रूप में शैक्षणिक योगदान दे रहा है। वहीं प्रश्न. 9. क्या रेडियो कार्यक्रम मन की बात के माध्यम से श्रोताओं की संख्या में बढ़ोत्तरी हुई है? प्राप्त आंकड़ों के विश्लेषण से यह कहा जा सकता है कि 46 प्रतिशत उत्तरदाता रेडियो कार्यक्रम मन की बात के माध्यम से श्रोताओं की संख्या में बढ़ोत्तरी को स्वीकार करते हैं। जबकि 39 प्रतिशत थोड़ा-बहुत स्वीकार करते हैं और 15 प्रतिशत उत्तरदाता इसे नकारते हैं। निष्कर्ष निकलता है कि रेडियो कार्यक्रम मन की बात के माध्यम से श्रोताओं की संख्या में बढ़ोत्तरी हुई है।



प्रश्न. 10. क्या सरकारें रेडियो का उपयोग अपने पक्ष में जनमत निर्माण के लिए करती हैं? 53 प्रतिशत प्रतिभागी मानते हैं कि सरकारें रेडियो का उपयोग अपने पक्ष में जनमत निर्माण के लिए करते आई हैं जबकि कह नहीं सकते के अंतर्गत 32 प्रतिशत प्रतिभागी जवाब देते हैं और नहीं के अंतर्गत केवल 15 प्रतिशत मत ही प्राप्त होते हैं। यह सर्वविदित है कि सत्तासीन सरकारें हमेशा से संचार माध्यमों का उपयोग अपने पक्ष में जनमत को लाने का कार्य करती रहीं हैं।



प्रश्न.11. क्या मन की बात या इस तरह के अन्य कार्यक्रम रेडियो की विश्वसनीयता पर प्रश्न चिन्ह खड़ा करते हैं? प्राप्त आंकड़ों के विश्लेषण से यह कहा जा सकता है कि रेडियो की विश्वसनीयता किसी कार्यक्रम विशेष से प्रभावित नहीं होती है। 22 प्रतिशत हां के अंतर्गत प्राप्त आंकड़े इस बात को साबित करते हैं जबकि नहीं का मत 53 प्रतिशत है और थोड़ा-बहुत के अंतर्गत यह मत केवल 25 प्रतिशत है। प्राप्त मतों से हम रेडियो की विश्वसनीयता को समझ सकते हैं।

विभिन्न प्रश्नों के अंतर्गत प्राप्त आंकड़े आज भी रेडियो को संचार माध्यम के रूप में उपयोगिता एवं महत्व को साबित करते हैं। रेडियो किसी कार्यक्रम विशेष का मोहताज न होकर संचार माध्यम के रूप में सबके लिए सदाबहार बना हुआ है।

निष्कर्ष:

रेडियो की लोकप्रियता एक बार फिर चरम पर है। कारण यह नहीं की मन की बात जैसे कार्यक्रमों का प्रसारण रेडियो पर प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी के द्वारा हो रहा है बल्कि तकनीकी क्रांति जो कि मोबाइल क्रांति के रूप में हमारे बीच उपस्थित है। मोबाइल क्रांति ने रेडियो नाम के उपकरण के अस्तित्व को खत्म कर दिया है। आज अगर हम रेडियो को जानते हैं तो सिर्फ अंकों से (फ्रिक्वेंसी-98 .3 एफ.एम.) या फिर नाम से। रेडियो के इसी स्वरूप ने अपनी उपस्थिति को और भी लोकप्रिय बनाया है। उक्त संबंध में मन की बात कार्यक्रम के प्रभाव एवं

लोकप्रियता, रेडियो की विश्वसनीयता आदि के संबंध में शोध में निम्नलिखित निष्कर्ष प्राप्त हुए हैं जो इस प्रकार हैं—

- रेडियो की लोकप्रियता आज भी बरकरार है। शोध में प्राप्त 74 प्रतिशत आंकड़े इसे साबित करते हैं। वर्तमान समय में अनेक संचार के माध्यम होने के बाद भी रेडियो अपने उद्देश्य सूचना, शिक्षा एवं मनोरंजन को अपने में समाहित किए हुए है।
- रेडियो मनोरंजन का सबसे सशक्त माध्यम है। यह तथ्य इस संदर्भ में भी साबित होता है कि आज हर युवा अपने मोबाइल में मनोरंजन के लिए रेडियो का उपयोग करता नजर आ रहा है। मनोरंजन के लिए रेडियो का उपयोग इस संदर्भ में भी महत्वपूर्ण हो जाता है क्योंकि इसके उपयोग से हमारे दूसरे कार्यों में किसी प्रकार का व्यवधान नहीं आता है।
- निष्कर्ष स्वरूप तथ्य यह भी दर्शाते हैं कि रेडियो राष्ट्रीय विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। अध्ययन में प्राप्त 82 प्रतिशत आंकड़े इस भूमिका को सत्यापित करते हैं। रेडियो की यह भूमिका या योगदान विकास के हित में कोई नया नहीं है। रेडियो अपने आरंभिक दिनों से ही राष्ट्रीय विकास में अपनी सशक्त भागीदारी देता रहा है।
- संचार के आधुनिक माध्यमों के आगमन के उपरांत भी रेडियो की विश्वसनीयता आज भी बरकरार है। 38 प्रतिशत आंकड़े इसे साबित करते हैं वहीं सांस्कृतिक-सामाजिक विकास में भी रेडियो अपनी भूमिका अदा कर रहा है। अध्ययन में प्राप्त 83 प्रतिशत आंकड़े इस बात की पुष्टि करते हैं। रेडियो अपने योगदान को विभिन्न कार्य क्षेत्रों में बखूबी निभाता हुआ नजर आता है इसीलिए रेडियो सर्वव्यापी बना हुआ है।
- मन की बात कार्यक्रम ने जहां कुछ हद तक रेडियो को लोगों के बीच चर्चा में ला दिया। वहीं रेडियो अपने उद्भव काल से ही जनजागरूकता जैसे कार्यों को प्राथमिकता के साथ करता रहा है। 87 प्रतिशत तथ्य इस बात की पुष्टि करते हैं कि रेडियो आज भी ऐसे कार्यों को भलीभांति आगे बढ़ा रहा है। इस जागरूकता में केवल समाज से जुड़े मुद्दे ही नहीं शामिल हैं बल्कि राष्ट्रीय एकता जैसे विषय के पक्ष में 74 प्रतिशत मत इस बात की पुष्टि करते हैं।
- शैक्षणिक जागरूकता में भी रेडियो पीछे नहीं रहा। अध्ययन में 65 प्रतिशत मत रेडियो के इसी योगदान को साबित करते हैं।
- मन की बात कार्यक्रम रेडियो पर प्रसारित होने वाला इस प्रकार का कोई नया कार्यक्रम नहीं है। यह बात हां में प्राप्त 46 प्रतिशत मतों से साबित होती है। इस संदर्भ में रेडियो श्रोताओं के मतों से रेडियो की विश्वसनीयता और रेडियो की लोकप्रियता दोनों साबित होती है। यहां यह भी बात गौर करने योग्य है कि रेडियो पर प्रधानमंत्री के द्वारा किसी कार्यक्रम का प्रसारण भी रेडियो के प्रसार को प्रभावित नहीं करता है।
- यह सर्वविदित है कि सत्तासीन सरकारें संचार माध्यमों का उपयोग अपने पक्ष में जनमत निर्माण के लिए करती आई हैं। शोध अध्ययन में प्राप्त आंकड़े इस बात की पुष्टि करते हैं।
- रेडियो की विश्वसनीयता किसी कार्यक्रम विशेष से प्रभावित नहीं होती है। क्योंकि किसी संचार माध्यम के प्रति उसके श्रोताओं, पाठकों, दर्शकों का विश्वास एकाएक निर्मित नहीं होता है। इसके निर्माण में वर्षों लग जाते हैं। यह किसी कार्यक्रम विशेष से नहीं बनता है और न ही किसी कार्यक्रम विशेष से ही उगमगाता है। किसी माध्यम की साख उसकी अपनी पूंजी है। जो लंबे समय में निर्मित होती है।

सुझाव:

शोध अध्ययन में प्राप्त निष्कर्षों के आधार पर निम्नलिखित सुझाव दिए जा रहे हैं—

- रेडियो संचार का सशक्त माध्यम है अतः इस माध्यम का उपयोग सरकार को अपने हितों की पूर्ति के लिए नहीं बल्कि जनसरोकारों की पूर्ति हेतु किया जाना चाहिए।
- चूंकि भारत गांवों का देश है और लगभग 65 प्रतिशत आबादी अभी भी गांवों में निवास करती है। ऐसे में सरकार की योजनाओं की सही जानकारी लक्षित समूह तक खासकर ग्रामीण क्षेत्रों तक नहीं पहुंच पाती है। इस संदर्भ में रेडियो महत्वपूर्ण संचार माध्यम के रूप में नजर आता है। इसलिए सरकार को रेडियो से प्रसारित कार्यक्रमों पर सजगता से नजर रखनी चाहिए। जिससे रेडियो की भागीदारी देश के विकास हेतु महत्वपूर्ण हो सके।
- केवल मन की बात जैसे कार्यक्रमों के प्रसारण का वरीयता के साथ प्रस्तुतिकरण और बढ़ाचढ़ा के प्रस्तुत करना श्रोताओं के साथ न्याय नहीं होगा। रेडियो से प्रसारित होने वाले अनेक ऐसे कार्यक्रम जानकारी न होने के अभाव में काल के गाल में समा गए लेकिन उनकी उपयोगिता राष्ट्रीय हित में थी। चूंकि मन की बात जैसे कार्यक्रम का प्रसारण स्वयं देश के प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी के द्वारा किया जा रहा है इसलिए भी इस कार्यक्रम को बढ़ा-चढ़ा कर प्रस्तुत किया गया। रेडियो राष्ट्रीय संचार माध्यम है इसलिए सत्ता पक्ष को अपने प्रचार-प्रसार के लिए इसका उपयोग नहीं करना चाहिए। रेडियो पर प्रसारित सामाजिक सरोकार से जुड़े हुए सभी कार्यक्रमों के साथ प्रस्तुति में समान न्याय होना चाहिए।
- रेडियो विश्वसनीय माध्यम के रूप में हमारे बीच उपस्थित है। अतः सरकार को अपने निजी हितों को साधने के लिए इसका उपयोग नहीं करना चाहिए। क्योंकि आम श्रोता रेडियो से निकले वाक्यों को सत्य मानते हैं।
- रेडियो कार्यक्रम खासकर संगीत आधारित युवाओं के द्वारा वरीयता के साथ सुने जाते हैं। इसलिए इसका प्रभाव, प्रभावी कार्यक्रमों के निर्माण के माध्यम से राष्ट्र हित में किया जा सकता है। देश में राष्ट्रीय विषयों के संबंध में जागरूकता अभियान संबंधित कार्यक्रमों का प्रसारण रेडियो पर आवश्यक हो।
- प्रतिभागी मन की बात जैसे कार्यक्रमों के प्रसारण से रेडियो श्रोताओं की संख्या में बढ़ोत्तरी को स्वीकार करते हैं। तात्पर्य यह है कि मन की बात जैसे कार्यक्रम को प्रस्तुत करने का जिम्मा स्वयं प्रधानमंत्री संभालते हैं। इसलिए इस कार्यक्रम की श्रोता संख्या में वृद्धि देखी गई। अतः भविष्य में राष्ट्र उपयोगी महत्वपूर्ण प्रसारणों को विशेष या प्रतिष्ठित हस्तियों के द्वारा ही अगर प्रस्तुत किया जाए तो बेहतर होगा।

शोध की उपयोगिता एवं भविष्य में शोध:

प्रस्तुत शोध रेडियो की वापसी 'मन की बात' के विशेष संदर्भ में विषय के माध्यम से वर्तमान समय में रेडियो के बढ़ते प्रभाव और उसके महत्व को दर्शाता है। शोध के माध्यम से यह विस्तारित करने का प्रयास किया गया है कि वर्तमान समय में रेडियो पर मन की बात जैसे कार्यक्रमों से समाज में किस प्रकार के परिवर्तन देखने को मिल रहे हैं। रेडियो संचार का सशक्त माध्यम है अतः देश के विकास के संदर्भ में रेडियो का महत्वपूर्ण उपयोग किया जा सकता है। मन की बात जैसे कार्यक्रमों से रेडियो माध्यम की लोकप्रियता कुछ हद तक बढ़ी है। ऐसे कार्यक्रमों का प्रसारण होते रहना चाहिए। अध्ययन रेडियो के प्रसार को बढ़ाने में सहायक हो सकता है। अध्ययन में अनेक ऐसे निष्कर्ष एवं सुझाव दिए गए हैं जिनके आधार पर रेडियो के भविष्य की दिशा तय की जा सकती है। अध्ययन सरकार द्वारा चलाए जा रहे नीतियों के प्रचार-प्रसार हेतु दिशा-निर्देश के रूप में लक्षित समूह तक पहुंचने के लिए सहायक हो सकता है।

रेडियो के भविष्य और उपयोगिता को ध्यान में रखते हुए सूचना, शिक्षा और मनोरंजन के उद्देश्य की पूर्ति हेतु बेहतर कार्यक्रमों का निर्माण आवश्यक है। जो बिना किसी भेदभाव के निर्मित किए जाएं तभी संभव है कि रेडियो अपने उद्देश्यों की पूर्ति हेतु सफल हो सके। शोध से प्राप्त आंकड़ों को रेडियो के भविष्य हेतु दिशा-निर्देश तय करने में प्रयुक्त किया जा सकता है।

सहायक संदर्भ सूची:

- 1.केवल जे. कुमार, मास कम्यूनिकेशन इन इंडिया, जयको पब्लिशिंग हाउस, मुंबई।
- 2.मोहन सुंदर राजन, दूरसंचार कथा, 1995, नेशनल बुक ट्रस्ट, नई दिल्ली।
- 3.डी.डी. ओझा और सत्यप्रकाश, दूरसंचार एवं सूचना प्रौद्योगिकी, 2001, ज्ञान गंगा प्रकाशन, दिल्ली।
- 4.अमित गर्ग, दूरसंचार के साधन, 1995, अम्बर प्रकाशन, दिल्ली।
- 5.डॉ. संजीव भानावत, रेडियो, टीवी एवं फिल्म माध्यमों का दिग्दर्शन, जनसंचार केंद्र, राजस्थान विश्वविद्यालय, जयपुर, राजस्थान।
- 6.टी.डी. एस आलोक इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स (प्रा.) लि., दिल्ली।
- 7.डॉ. देवव्रत सिंह भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, प्रभात प्रकाशन, दिल्ली।
- 8.के.पी. आर्य. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, प्रतिभा प्रतिष्ठान, नई दिल्ली।
- 9.रेडियो प्रोडक्शन, रावर्ट जेकलीश संस्करण 5वां, फोकल प्रेस, लंदन।
- 10.दिस इस आल इंडिया रेडियो, यू.एल. वरूआ, प्रकाशन विभाग, नई दिल्ली।
- 11.इंडियन ब्राडकास्टिंग, एच. आर. लूथरा, पब्लिकेशन डिवीजन, 1986, दिल्ली।
- 12.लोकल रेडियो जर्नलिज्म, पी. चान्टलर एवं एस. हैरिस, फोकल प्रेस, लंदन।
- 13.ब्रॉडकास्टिंग इन इंडिया, पी.सी चटर्जी, सेज पब्लिकेशन, नई दिल्ली।
- 14.रेडियो प्रसारण, कौशल शर्मा, प्रतिभा प्रतिष्ठान, नई दिल्ली, 1904।
- 15.दी वे टू राइट रेडियो ड्रामा, विलियम आश, ई.एल.एम. ट्री बुक्स, 1985।
- 16.दी रेडियो स्टेशन, एम. कीथ एंड रेडियो प्रोडक्शन, आर्ट एवं साइंस, फोकल प्रेस, 1990।
- 17.मास कम्यूनिकेशन प्रिंसिपल एंड प्रेक्टिस, कैसेटा एंड असांटे, मैकमिलन एंड कंपनी, 1979।
- 18.न्यूज राइटिंग, जॉर्ज हेग, कनिष्क प्रकाशन, नई दिल्ली।
- 19.परस्पेक्टिव ऑन रेडियो एंड टीवी लेस्ली स्मिथ, हार्पर रॉ।
- 20.टेलीविजन एंड रेडियो एनाउंसिंग, एस.डब्ल्यू. हायड, कनिष्क प्रकाशन, नई दिल्ली।
- 21.इंटरप्रीटिव रिपोर्टिंग, नौवां एडीशन, मैकडूगल एंड रीड, मैकमिलन पब्लिशिंग कंपनी न्यूयॉर्क।
- 22.आडियो वीडियो सिस्टम्स, आर.जी. गुप्ता, टाटा मेकप्रो हिल।
- 23.साउंड एंड रिकार्डिंग, एन इंद्रोडक्शन, फ्रांसिस रमसे एंड टिम कार्मिक, फोकल प्रेस।
- 24.ब्रॉडकास्ट न्यूज राइटिंग, रिपोर्टिंग एंड प्रोड्यूसिंग, टेड व्हाइट, फोकल प्रेस।
- 25.टेलीविजन, कबल एंड रेडियो, एडगर विलिस, फोकल प्रेस।
- 26.भारत में जनसंवाद, डॉ. महावीर सिंह, प्रकाशन विभाग, सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय (भारत सरकार), दिल्ली, 1994।
- 27.P C Joshi, Communication and National Development, 2002, Anamika Publication, New Delhi 110002, India.

रिपोर्ट:

- 1.लॉर्ड एनन रिपोर्ट ऑन फ्यूचर ब्रॉडकास्टिंग, 1977 बीबीसी लंदन।
- 2.बीबीसी, प्रोड्यूसर्स गाइड लाइंस, बीबीसी।
- 3.आकाश भारती रिपोर्ट, बी.जी. वर्गीज गुप, प्रकाशन विभाग, दिल्ली।
- 4.इंडिया 2015, प्रकाशन विभाग, नई दिल्ली।

वेबसाइट संदर्भ:

- 1.www.allindiaradio.gov.in
- 2.www.pmindia.gov.in
- 3.www.kpmg.com

4. www.tritondigital.com

फोटो संदर्भ:

1. http://www.google.co.in/imgres?imgurl=http://media2.intoday.in/indiatoday/images/stories/modiradiostory_650_121414112301.jpg&imgrefurl=http://indiatoday.intoday.in
2. <http://www.google.co.in/imgres?imgurl=http://www.thehindubusinessline.com>.
3. <http://www.google.co.in/imgres?imgurl=http://s4.firstpost.in/wpcontent/uploads/2015/01/mann-ki-baat-PTI.jpg&imgrefurl=http://www.firstpost.com/india/mann-ki-baat>.
4. <http://www.google.co.in/imgres?imgurl=http://img.niticentral.com/2014/11/thumbnaill1.jpg&imgrefurl=http://www.niticentral.com>.
5. <http://www.google.co.in/imgres?imgurl=http://i.ndtvimg.com/mt/201411/people%252520listening%252520to%252520mankibaat>.
6. http://www.google.co.in/imgres?imgurl=https://newsnation1.s3.amazonaws.com/images/2015/01/27/378060263_1422369605_Mann-Ki-Baat.

Publish Research Article

International Level Multidisciplinary Research Journal For All Subjects

Dear Sir/Mam,

We invite unpublished Research Paper, Summary of Research Project, Theses, Books and Book Review for publication, you will be pleased to know that our journals are

Associated and Indexed, India

- ★ International Scientific Journal Consortium
- ★ OPEN J-GATE

Associated and Indexed, USA

- ✍ EBSCO
- ✍ Index Copernicus
- ✍ Publication Index
- ✍ Academic Journal Database
- ✍ Contemporary Research Index
- ✍ Academic Paper Database
- ✍ Digital Journals Database
- ✍ Current Index to Scholarly Journals
- ✍ Elite Scientific Journal Archive
- ✍ Directory Of Academic Resources
- ✍ Scholar Journal Index
- ✍ Recent Science Index
- ✍ Scientific Resources Database
- ✍ Directory Of Research Journal Indexing

Golden Research Thoughts
258/34 Raviwar Peth Solapur-413005, Maharashtra
Contact-9595359435
E-Mail-ayisrj@yahoo.in/ayisrj2011@gmail.com
Website : www.aygrt.isrj.org