Chapter-10

अध्याय 10

गृह पत्रिकाएं एवम् हिन्दी के प्रचार प्रसार में उनकी भूमिका

- प्रस्तावना
- गृह पत्रिकाओं का स्वरूप
- गृहपत्रिकाओं की आवश्यकता
- गृहपत्रिकाओं का उद्देश्य
- राजभाषा के प्रचार प्रसार में गृह पत्रिकाओं की भूमिका
- भारतीय रेलों की गृह पत्रिकाएं
- गृहपत्रिका की सम्पादन कला

अध्याय 10

गृह पत्रिकाएं एवम् हिन्दी के प्रचार-प्रसार में उनकी भूमिका

प्रस्तावना

यद्यपि हिन्दी को संविधान में देश की राजभाषा का दर्जा प्राप्त है किन्तु व्यवहार में अंग्रेजी का आज भी वर्चस्व बना हुआ है। हिन्दी के प्रचार-प्रसार में भारत सरकार की नीति प्रोत्साहन जनक रही है। भारत सरकार का प्रयास रहा है कि हिन्दी का प्रसार जनजागृति से हो, किसी जोर-जबरदस्ती से नहीं। यही कारण है कि राजभाषा के रूप में हिन्दी का उत्तरोत्तर प्रयोग सरकारी कार्यालयों, बैंकों, उपक्रमों आदि में कम गति से बढ़ा हो किन्तु हिन्दी के प्रति कर्मचारियों के रुख में सकारात्मक रूप से बदलाव आया है। हिन्दी में काम करने के प्रति अधिकारियों व कर्मचारियों में जो तीखे या व्यंग्यात्मक तेवर हुआ करते थे, अब हिन्दी के प्रति मैत्रीपूर्ण रवैये में बदल चुके हैं। वे अब सरकार द्वारा चलाई जा रही विभिन्न प्रोत्साहन योजनाओं में न केवल भाग लेकर पुरस्कार प्राप्तकरते हैं बल्कि हिन्दी में कार्य करने के प्रति उनमें उत्साह है। इस प्रकार का वातावरण निर्माण करने में जिन विभिन्न कारकों की भूमिका है उनमें प्रतिष्ठानों द्वारा निकाली जाने वाली 'गृह पत्रिकाओं' की भूमिका सबसे अधिक और महत्वपूर्ण मानी जा सकती है। सामान्य रूप से गृह पत्रिकाओं से तात्पर्य औद्योगिक प्रतिष्ठानों की संस्था-पत्रिका से होता है जिसमें उनके व्यापार का लेखाजोखा रहता है किन्तु

बदलते परिवेश में 'गृहपत्रिका' का क्षेत्र अधिक व्यापक हुआ है और यह प्रचार माध्यम औद्योगिक संस्थानों तक सीमित न रहकर सरकारी व अर्द्ध सरकारी कार्यालयों, बैंकों व अन्य वित्तीय संस्थानों, सार्वजनिक व निजी उपक्रमों आदि में भी लोकप्रिय हो चुका है। इसके अलावा इसकी भूमिका में भी मूलभूत बदलाव आया है। आज सरकारी अथवा निजी क्षेत्र में जनसम्पर्क का सबसे अधिक सशक्त माध्यम होने के कारण हिन्दी को जनव्यापी बनाने में इन गृह पत्रिकाओं का योगदान महत्वपूर्ण बन चुका है।

हिन्दी के प्रचार-प्रसार में गृह-पत्रिकाओं के योगदान पर चर्चा करने से पूर्व हम गृह पत्रिकाओं की मूल प्रकृति और उसके स्वरूप तथा उद्देश्यों पर संक्षिप्त चर्चा करेंगे।

2. गृह पत्रिकाओं का स्वरूप

गृह पत्रिका की परिभाषा सेम ब्लैक ने यों की है कि, 'यह बिना लाभ का नियतकालीन प्रकाशन है जिसे संस्था अपने कर्मचारियों अथवा जनता से सम्पर्क स्थापनार्थ प्रकाशित करती है।[1] व्यापारिक एवम् व्यावसायिक संस्थानों द्वारा प्रकाशित की जाने वाली गृहपत्रिका के बारे में व ट्रेण्ड आर. केनफील्ड का कहना है: व्यवहारिक एवम् व्यावसायिक संस्थान अपने सदस्यों को व्यापारिक एवम् व्यावसायिक तकनीक के सम्बन्ध में सूचना देने, संस्थान के कार्यकलापों का ब्यौरा देने, प्रतिष्ठान कार्यों में सदस्यों की सहभागिता प्राप्त करने तथा प्रतिष्ठान के लिए सदस्यों की विशिष्ट सेवाओं का सम्मान करने के लिए पत्रिकाएं प्रकाशित की जाती है।[2] गृह पत्रिका किसी भी संस्थान या प्रतिष्ठान के प्रति जनमत निर्धारित कराने का एक जागरुक माध्यम है। अतः यदि कोई प्रतिष्ठान अपने प्रचार माध्यम के रूप में गृह-पत्रिका का प्रकाशन करता है तो वह उचित भी है और विवेकपूर्ण भी। यद्यपि जनमत या लोकमत तैयार

1. Sam black - ' the role of Public Relation in Management Page 54 - 'House Journal is non profit making periodical published by an organisation to maintain contact either with the employees or with the public'
2. Canfield, Bertrand R. and Moore H Frazier : Public Relation Principles, Case and Problems, Page 176

करने के और भी माध्यम होते हैं किन्तु जनसम्पर्क में सभी का उपयोग उपयुक्त समय पर किया जाता रहता है । इसमें मुख्य बात है जनमत तैयार करना जो किसी भी संस्थान के लिए अपने उत्पाद और स्वयं की विश्वसनीयता कायम करने के लिए अत्यंत आवश्यक है । प्रत्येक संस्थान यह भली-भांति समझता है कि सामाजिक जीवन विभिन्न दबाव समूहों और प्रति दबाव समूहों से प्रभावित रहता है, अतः प्रचार माध्यम का प्रयोग कर जनअभिमत का अनुकूलन अपने पक्ष में करने के लिए सतत् प्रयासशील रहता है। राजनीतिक दल, सरकारी विभाग, निजी प्रतिष्ठान, सार्वजनिक क्षेत्र के उद्यम या उपक्रम और औद्योगिक संस्थान परोक्ष रूप में जनअभिमत को प्रभावित करने के लिए पत्र पत्रिकाओं का प्रकाशन करते हैं। यह पत्रिकाएं ही गृहपत्रिका (House Journal) कहलाती हैं। इन गृह-पत्रिकाओं का प्रकाशन एवम् प्रसार सम्प्रेषण की आवश्यकता पूर्ति एवम् प्रसार के लिए ही किया जाता है । अतः सभी प्रकार के प्रतिष्ठानों में प्रचार और स्व-छविनिर्माण के लिए गृहपत्रिकाओं का प्रकाशन किया जाता है ।

डॉ. बलदेवराज गुप्त के अनुसार गृह-पत्रिका यों परिभाषित की गई हैं : 'किसी व्यापार संघ, औद्योगिक संस्थान अथवा राष्ट्रीयकृत उद्योग एवम् बैंकों द्वारा अपने कर्मचारियों, सदस्यों एवम् ग्राहंकों से सम्पर्क लाभ के लिए प्रकाशित गृह पत्रिका है जिसका प्रकाशन मुनाफे या आय की दृष्टि से नहीं किया जाता है और जिसका उपयोग विशिष्ट समूह के लिए अभिप्रेत है, कभी-कभी जनता के लिए भी यह लाभदायक एवम् उपयोगी हो सकती है ।[1] जॉन ए. हैजलवुड ने गृह पत्रिका की व्याख्या इस प्रकार की है : 'गृह पत्रिका ऐसा प्रकाशन है जो उद्योग या व्यापार में सम्प्रेषण या संचार माध्यम के रूप में नियमित रूप से प्रकाशित किया जाता हो ..... उसके पाठक कर्मचारी, ग्राहक, अंशधारी आदि होते हैं ।[2]

1. डॉ. बलदेवराज गुप्त : भारत में जनसम्पर्क, पृष्ठ 79
2. हेजलवुड जॉन ए. : हाऊस जरनल, पृष्ठ 17

बी. आर. केन्फील्ड के अनुसार अपने वितरकों और दुकानदारों को आवश्यक सूचनाएं, नीतियों तथा कार्यक्रमों का विवरण देने के लिए गृह पत्रिका की भूमिका महत्वपूर्ण है ।[1] अतः किसी भी प्रतिष्ठान या संस्थान में गृह-पत्रिका एक ऐसा सुदृढ़ एवम् सबल मंच है जो आर्थिक लाभ तो नहीं देता किन्तु पारस्परिक दृष्टिकोण को समझने-समझाने तथा नीतियों एवम् कार्यक्रमों के सुव्यवस्थित संचालन की सुविधाएं जुटा देता है । यह मात्र सूचना-पत्र (Information Bulletin) नहीं है और न ही प्रतिष्ठान का 'माउथपीस', बल्कि संस्थान से जुड़े सभी व्यक्तियों के पारस्परिक विचार-विनिमय और उनकी प्रतिक्रियाएं अभिव्यक्त करने का सशक्त माध्यम है । ब्रिटिश एसोसिएशन ऑफ इण्स्ट्रीयल एडिटर्स के अनुसार 'गृहपत्रिका' वह प्रकाशन है, जो किसी औद्योगिक प्रतिष्ठान/कम्पनी/उद्यम/सार्वजनिक निगम द्वारा एक निश्चित समयान्तर पर निकाली जाती है तथा जो लाभ के लिए प्रकाशित नहीं होती ।'

गृह पत्रिका की शुरुआत एक जर्मन व्यापारी बैंकर्स 'दी फूर्मस' ने सन् 1609 में की थी । इसके बाद लोवेल कॉटन मिल, मैसेचूस्टेस द्वारा 'द लोवेल ऑफरिंग' के नाम से गृह पत्रिका का प्रकाशन आरंभ किया गया । भारत में सबसे पहले 1906 में 'प्लाण्टर्स क्रानिकल' का और 1927 में 'इण्डियन स्टेट रेलवे मैगजीन' गृह पत्रिकाओं का नियमित प्रकाशन आरम्भ हुआ । आज अनेक संस्थान अपनी गृह पत्रिकाएं प्रकाशित करते हैं । विविध प्रतिष्ठान अपने कार्यकलाप, चाहे वह प्रतिष्ठान के अपने उत्पादों की विशेषता बताने के लिए हों या उनकी अन्य किसी गतिविधि से सम्बन्धित हों, की जानकारी अपनी संस्था की पत्रिका के माध्यम से कर्मचारियों अथवा उन तक पहुँचाते हैं जिनका हित उस प्रतिष्ठान से जुड़ा हो ।

3. गृह-पत्रिकाओं की आवश्यकता

जैसा कि पूर्व में बताया जा चुका है कि विभिन्न संस्थान अपने कर्मचारियों, खरीददारों, उपभोक्ताओं, अंशधारियों, जनसाधारण तथा सरकार को संतुष्ट करने

1. केन्फ्रील्ड बी.आर. : पब्लिक रिलेशन्स : प्रिंसीपल्स, केसेज एण्ड प्रॉब्लम्स पृ. 255

के उद्देश्य से अपनी संस्था की प्रगति, कार्यों, नीतियों और नई सफलताओं का नियमित प्रचार एवम् प्रसार करने के लिए गृह-पत्रिका प्रकाशित करते हैं। गृह पत्रिका का महत्व समाचार-पत्र से ज्यादा है क्योंकि उनका जीवन दीर्घ होता है जबकि समाचार-पत्र का जीवन अल्पकालिक होता है। इसके अलावा पत्रिका में प्रकाशित सामग्री प्रचार का स्थायी स्वरूप लिए होता है जिसके कारण उसका प्रभाव स्थायी और उपयोगी होता है। अतः औद्योगिक प्रतिष्ठानों, निजी संस्थानों, सार्वजनिक एवम् सहकारी क्षेत्र के विभिन्न उपक्रमों, उद्यमों और स्वायत्त निकायों में अन्तः बाह्य प्रचार के लिए प्रायः गृह पत्रिका का प्रकाशन किया जाता है। गृह पत्रिका की आवश्यकता इस दृष्टि से भी महसूस की जा सकती है कि किसी संस्थान या प्रतिष्ठान से सम्बन्धित या उससे प्रभावित उपभोक्ता या उक्त संस्थान में रुचि रखने वाला हर व्यक्ति यह जानने के लिए उत्सुक रहता है कि उसके संस्थान में क्या-क्या गतिविधि हो रही है, किसकी पदोन्नति हुई है, कौन स्थानांतरित हो रहा है, कौन-कौन उस संस्थान में नए भर्ती हुए हैं, उनके संस्थान की वित्तीय स्थिति क्या है, कौन-सी नई तकनीक संस्थान द्वारा अपनाई गई है आदि। इसके साथ-साथ प्रायः गृहपत्रिकाओं में संस्थान के कार्यक्षेत्र से सम्बन्धित लेख आदि प्रकाशित किए जाते हैं जो संस्थान के रचनाकारों को भी अभिव्यक्ति देते हैं। इस प्रकार से गृह-पत्रिका प्रबन्धकों की एकतरफा एकाधिकार का क्षेत्र नहीं रहता बल्कि संस्थान से जुड़े सभी व्यक्तियों की सहभागिता इससे जुड़ी रहती है। यही तथ्य उसे लोकप्रिय और उपादेय भी बनता है। संस्थान से जुड़ी जिज्ञासाओं के समाधान के निमित्त कोई भी प्रतिष्ठान गृह पत्रिका प्रकाशित करने की अनिवार्यता अनुभव करता है। पत्रिका चूंकि स्थायी प्रचार का साधन होती है अतः इसमें अपनी बात पूरी कहने, अपनी नीति, कार्यकलाप या समस्या विशेष के विषय में सविस्तार जानकारी समुचित और सचित्र रूप से प्रस्तुत की जा सकती है। गृहपत्रिका की आवश्यकता पर बल देते हुए श्रीमती बार बार्स कैसल कहती हैं - 'सूचना पहुँचाकर ही हम किसी को अपनी ओर आकर्षित करके मोड़ सकते हैं और उनका मत

सफलतापूर्वक प्राप्त कर सकते हैं।'[1] यही कारण है कि वर्तमान युग की मंहगाई में भी प्रत्येक प्रतिष्ठान या संस्थान अपने उद्देश्यों एवम् लक्ष्यों को प्रचारित एवम् प्रसारित करने के लिए अपने तरीके से अपनी भाषा में अपने लोगों तक पहुँचाने की व्यवस्था 'गृह पत्रिका' के प्रकाशन से करता है। यह जरूरी नहीं कि किसी संस्थान की नीतियों, कार्यों एवम् योजनाओं के सम्बन्ध में सभी बातें जानते हों, उस दृष्टि से भी गृह पत्रिका का प्रकाशन आवश्यक होता है। यह भी संभव है कि किसी वर्ग विशेष के लिए प्रस्तावित योजनाओं या अन्य किसी भी कार्य के सम्बन्ध में कतिपय शंकाएं उत्पन्न हो जाएं तो उनके समाधान के लिए भी 'गृह पत्रिका' प्रकाशित की जाती है। कभी-कभी यह भी होता है कि कई समाचार पत्र अपनी नीति-विशेष के कारण अथवा अन्य कारणों से किसी संस्थान या प्रतिष्ठान और उसके उत्पादों के विज्ञापन तथा समाचार प्रकाशित न करने को बंधित होते हैं तो ऐसी स्थिति में भी संस्थानों या प्रतिष्ठानों के लिए यह आवश्यक हो जाता है कि अपने कार्यकलापों के प्रचार के लिए 'गृह पत्रिका' का प्रकाशन करें।

4. गृह पत्रिकाओं का उद्देश्य

जैसा कि पूर्व में कहा गया है वर्तमान समय में औद्योगिक प्रतिष्ठान एवम् निजी उद्यम अनेक प्रकार के दबाव समूहों के बीच कार्य करने के लिए बाध्य हैं और उन्हें अनेक अंदरूनी और बाहरी तनावों व प्रतिस्पर्धाओं के बीच से गुजरना पड़ता है। ऐसी स्थिति में उनका जनसम्पर्क अनुभाग गृह-पत्रिका के माध्यम से एक ऐसा कवच तैयार कर सकता है कि वह पत्रिका मात्र प्रचार का उद्देश्य पूरा न करे अपितु वह संस्थान के उद्देश्यों की पूर्ति भी करती हो।

गृह पत्रिका के तीन भेदों-आन्तरिक गृह पत्रिका, बाह्य गृह पत्रिका एवम् संयुक्त गृह पत्रिका - के अनुसार गृह पत्रिका के उद्देश्य निम्नप्रकार से विभाजित किए जा सकते हैं :

1 Castle, Mrs Bar Bars : 'It can only rule by consent and can only succeed by persuation and conviction and therefore by the dissimination of the information '

1. आन्तरिक गृह पत्रिका

अपने कर्मचारियों या निकट सम्पर्क रखने वालों को जानकारी पहुँचाने के लिए किसी प्रतिष्ठान या औद्योगिक उपक्रम द्वारा प्रकाशित की जाने वाली पत्रिका 'आन्तरिक गृह-पत्रिका' कहलाती है। आन्तरिक गृह-पत्रिका की आवश्यकता तभी होती है जब प्रतिष्ठान या संस्थान का आकार इतना बड़ा होता है कि उसके शीर्षस्थ अधिकारियों के लिए अपने सहकर्मी, अधीनस्थ कर्मचारियों या श्रमिक वर्ग अथवा संस्थान से सम्बन्धित व्यक्तियों के साथ व्यक्तिगत रूप से सम्पर्क करना सम्भव नहीं हो पाता तब वैयक्तिक सम्पर्क का साधन या उपकरण गृह-पत्रिका ही रह जाती है। बड़े-बड़े औद्योगिक घराने, सरकारी और सहकारी संस्थान, बैंक, व्यापारिक प्रतिष्ठान, औद्योगिक संगठन, रेलें, राज्य परिवहन निगम आदि ऐसी पत्रिकाओं का प्रकाशन करते हैं। कुछ विशाल संगठन अपने अलग-अलग विभागों के लिए अलग-अलग पत्रिकाओं का प्रकाशन करते हैं जैसे रेलवे मंत्रालय के विभिन्न अंचल कार्यालयों - पश्चिम रेलवे, उत्तरी रेलवे, पूर्वी रेलवे, केन्द्रीय रेलवे आदि में अलग-अलग पत्रिकाओं का प्रकाशन होता है। इसी प्रकार बड़े-बड़े औद्योगिक घराने अपने - अपने कारखानों के लिए अलग-अलग पत्रिकाएं प्रकाशित करते हैं। आन्तरिक गृह पत्रिका तीन प्रकार[13] से सम्प्रेषण माध्यम का रूप ग्रहण करती है :

क) ऊर्ध्वाकार सम्प्रेषण : इस प्रकार के सम्प्रेषण के माध्यम के रूप में पत्रिका प्रबन्धकों और कर्मचारियों के बीच एक कड़ी का काम करती है। अर्थात् प्रबन्धक समूह की ओर से उनकी बातें कर्मचारियों तक पहुँचाई जाती हैं और कर्मचारियों पर उन बातों का पड़ने वाला प्रभाव व उनकी अनुकूल अथवा प्रतिकूल प्रतिक्रियाएं प्रबन्धकों तक सम्प्रेषित की जाती हैं। इसके अलावा प्रतिष्ठान की नीतियों, उपलब्धियों एवम् कल्याणकारी योजनाओं से भी कर्मचारियों को इन पत्रिकाओं के माध्यम से अवगत कराया जाता है। इस प्रकार के सम्प्रेषण के विषय में बी. आर. केन्फील्ड का कहना है, 'प्रबन्धकों से कर्मचारियों के लिए प्रेषित सम्प्रेषण औपचारिक निर्देश,

बुलेटिंस, कर्मचारी-पत्रिका और मौखिक संवाद के रूप में होता है, जबकि कर्मचारियों की ओर से जो सम्प्रेषण प्रबन्धकों के लिए किया जाता है, वह अनौपचारिक तथा मौखिक सुझावों, विचारों, आलोचनाओं और टिप्पणियों के रूप में होता है। कभी-कभी यह सम्प्रेषण औपचारिक ज्ञापनों या मेमोरेंडम के रूप में भी दिया जाता है।[1]' इस प्रकार की पत्रिकाओं का रूप हमें आज सरकारी, अर्द्धसरकारी या निजी प्रतिष्ठानों के कर्मचारी संगठनों के मुखपत्र में देखने को मिल जाता है। लगभग सभी बड़े प्रतिष्ठानों में कर्मचारी संघों या श्रमिक यूनियनों द्वारा अपनी-अपनी पत्रिकाएं प्रकाशित की जाती हैं जिनमें कर्मचारियों के वेतन, सेवा-शर्तों, कल्याण योजनाओं आदि से सम्बन्धित मांगों को समय-समय पर उठाकर प्रबन्धकों का ध्यान आकर्षित किया जाता है। केन्द्र सरकार और राज्य सरकार के कर्मचारी-संघों द्वारा भी इस प्रकार की पत्रिकाएं नियमित रूप से निकाली जाती हैं जो सुदूर और विभिन्न क्षेत्रों में पदस्थापित कर्मचारियों के बीच सम्प्रेषण का सशक्त माध्यम बन चुकी हैं। इसके अलावा सार्वजनिक क्षेत्र के उपक्रमों, बैंकों, बीमा कम्पनियों के कर्मचारियों के संघों द्वारा भी इस प्रकार की पत्रिकाएं निकालना आम बात बन चुकी है। यह पत्रिकाएं देश के कोने-कोने में कार्य कर रहे कर्मचारियों को एक दूसरे को भावनात्मक रूप से जोड़ने का महत्वपूर्ण कार्य बखूबी कर रही है। इस प्रकार की पत्रिकाओं में आयकर विभाग के कर्मचारी संघ की 'आयकर' नामक पत्रिका का उदाहरण लिया जा सकता है जो देश भर में फैले आयकर विभाग के कर्मचारियों के बीच सम्प्रेषण की अहम् भूमिका निभा रहा है। ठीक इसी प्रकार सरकारी विभागों, प्रतिष्ठानों, बीमा व बैंकिंग क्षेत्र की कम्पनियों, औद्योगिक घरानों के अपने मुखपत्र होते हैं किन्तु इनका क्षेत्र अधिक व्यापक होता है क्योंकि इनमें कर्मचारियों से सम्बन्धित कल्याणकारी योजनाओं की जानकारी के अतिरिक्त प्रतिष्ठान के विभिन्न कार्यकलापों एवम् नीतिगत निर्णयों की जानकारी वार्षिक लेखा-जोखा, वार्षिक प्रगति प्रतिवेदन आदि का भी समावेश होता है।

1. B.R. Canfield and More H.F. · Public Relations : Principles, cases and Problems, Page 54

ख) क्षैतिज सम्प्रेषण : इस प्रकार के सम्प्रेषण के माध्यम से कर्मचारियों और विभिन्न विभागों के बीच आपसी सम्प्रेषण, विचारों व जानकारियों का आदान-प्रदान किया जाता है। इसके अलावा इसमें सामाजिक, सांस्कृतिक और परिवार सम्बन्धी समाचार तथा कर्मचारियों की सृजनात्मक चेतना की अभिव्यक्ति का समावेश होता है। साथ ही कर्मचारियों की पदोन्नति, वेतनवृद्धि, नियुक्ति, स्थानान्तरण के समाचार भी इसी माध्यम से दिए जाते हैं। बी.आर. केनफील्ड और एच.एफ. मूर के अनुसार 'इस सम्प्रेषण की आवश्यकता कार्मिकों और प्रबन्धकों के मध्य प्रभावशाली समन्वय और अधिकाधिक सहयोग की भावना विकसित करने के लिए होती है।[1]' इस प्रकार की गृहपत्रिकाओं में बैंकिंग, वित्तीय संस्थानों, बीमा कम्पनियों आदि की विभागीय पत्रिकाएं शामिल की जा सकती हैं जिसमें विभागीय कर्मचारियों के स्थानांतरण, पदोन्नति के समाचारों के अलावा उनकी साहित्यिक रचनाओं, उनके परिवार के सदस्यों की प्रतिभा आदि को स्थान दिया जाता है।

ग) इतिवृत्त सम्प्रेषण : इस माध्यम से किसी भी प्रतिष्ठान या संस्थान के विविध घटनाक्रम, विशिष्ट अतिथि आगमन, संस्थान के लक्ष्य व उपलब्धियों का वर्णन देते हुए रजत, स्वर्ण या हीरक जयन्ती सम्बन्धी अवसरों पर गृह पत्रिका या इसके विशेषांक अपने इतिवृत्त प्रकाशित कर संस्थान की छवि उजागर करती है। इन अंकों में कर्मचारियों की सर्जनात्मक क्षमता का परिचय देते हुए उनकी कहानियों, कविताओं, चुटकलों, पहेलियों, कार्टून, लेखों आदि का भी समावेश किया जाता है। इस प्रकार की पत्रिकाएं स्मारिकाओं के रूप में भी विशेष अंक प्रकाशित करती हैं।

उपर्युक्त सम्प्रेषण माध्यमों के रूप में निर्वाह करती हुई आंतरिक गृह पत्रिकाओं के उद्देश्य निम्नलिखित हो सकते हैं :

1) प्रतिष्ठान के प्रति कर्मचारियों की निष्ठा में वृद्धि करना।

2) प्रबन्धकों एवम् कर्मचारियों के मध्य सहयोग बढ़ाना।

1. B.R. Canfield and More H.F.:Public Relations:Principles, cases and Problems, Page 54-55

3) कर्मचारियों के बीच पारस्परिक सहयोग व सहकार की भावना में अभिवृद्धि करना।

4) प्रतिष्ठान की नीतियों, समस्याओं तथा उद्देश्यों की व्याख्या करना।

5) कर्मचारियों की सृजनात्मकता और मनोरंजन-परक गतिविधियों का परिचय कराना।

6) स्वास्थ्य व सुरक्षा संवर्द्धन।

7) प्रतिष्ठान की साख-वृद्धि।

भारतीय रिजर्व बैंक द्वारा प्रकाशित होने वाली गृह पत्रिका 'विदाउट रिजर्व' भारतीय जीवन बीमा निगम की पत्रिका 'योगक्षेम', हिन्दुस्तान जिंक लि. की 'जिंक न्यूज', हिन्दुस्तान पैट्रोलियम की पत्रिका 'एच पी न्यूज़' एवम् 'भारत रिफाइनरीज़ हाउस जर्नल', भारतीय रेल, उत्तर रेल, पूर्वी रेल पत्रिका आदि आन्तरिक गृह पत्रिकाओं के उदाहरण हैं।

2. बाह्य गृह–पत्रिका

जब कोई प्रतिष्ठान अपने कर्मचारियों के अतिरिक्त बाहरी व्यक्तियों या संस्थाओं को अपने कार्यकलापों, अपनी सफलताओं व उपलब्धियों, अपनी योजनाओं तथा नए उत्पाद की विशिष्टताओं की जानकारी देने के लिए जिस पत्रिका का प्रकाशन करता है, वह बाह्य जनसम्पर्क पत्रिका कहलाती है। यह मुख्यतः कम्पनी के ग्राहकों एवम् स्टॉकिस्टों के लिए होती है। इसमें सामान्यतः अनुभवी डीलरों के विशेष लेख, उनके स्वयं के बारे में जानकारी, आधुनिक विपणन तकनीक की जानकारी, अधिकतम लाभ प्राप्त करने के उपाय एवम् सुझाव आदि सम्मिलित किए जाते हैं। बाह्य गृह पत्रिका के माध्यम से अपने प्रतिष्ठान या संस्थान से सम्बन्धित सभी वर्गों का विश्वास अर्जित किया जा सकता है तथा उनके बीच प्रतिष्ठान की साख वृद्धि की जा सकती है। हालांकि यह अन्य सामान्य पत्रिकाओं जैसी ही होती है किन्तु इसकी मुख्य विशेषता यह है कि इस पत्रिका में प्रतिष्ठान विषयक समाचारों की बहुलता रहती है। कुछ

पत्रिकाएं विशिष्ट वर्ग के लिए भी प्रकाशित की जाती हैं जैसे डॉक्टरों, इंजीनियरों, दवाईयों, वास्तुविदों आदि के लिए। इसके अतिरिक्त विशिष्ट उत्पाद-वर्ग के लिए भी बाह्य पत्रिकाएं निकाली जाती हैं। जैसे किराना बाजार पत्रिका, साइकल बाजार पत्रिका, ऑटो बाजार पत्रिका, हार्डवेयर बाजार पत्रिका आदि। इस प्रकार की पत्रिकाएं व्यवसाय विशेष या वर्ग विशेष के लोगों के लिए बगैर लाभ के जनसंपर्क के विशेष प्रचारात्मक लक्ष्य की पूर्ति के लिए निकाली जाती हैं।

बाह्य गृह पत्रिका के उद्देश्य

बर्नेज ने बाह्य गृह पत्रिका के निम्न चार मुख्य उद्देश्य बताए हैं :

1. प्रतिष्ठान के समाचारों कों नियमित रूप से प्रकाशित करना।
2. विक्रेताओं की समस्याओं पर विचार, आर्थिक स्थिति तथा विक्रय-वृद्धि सम्बन्धी नीतियों का विवरण देना।
3. प्रतिष्ठान के अपने उत्पादनों की अपने क्षेत्र में छवि बनाना।
4. प्रतिष्ठान के नए उत्पादों व सेवाओं की सम्पूर्ण जानकारी देना।

फिलिप लेसली ने अपनी पुस्तक 'पब्लिक रिलेशन्स हैण्ड बुक' में बताया है कि बाह्य गृह पत्रिका का प्रकाशन बाह्य जनसंपर्क साधने और संस्थान का प्रचार कार्य सम्पन्न करने के लिए किया जाता है।

उनके अनुसार बाह्य पत्रिकाओं के निम्नलिखित उद्देश्य होते हैं :

1. अपने स्टॉक होल्डर्स, वितरकों और ग्राहकों तक अपनी नीतियों, कार्य पद्धति, नवीन योजनाओं की सूचना पहुँचाना।
2. स्टाक होल्डर्स, वितरकों और प्रबंधकों के पारस्परिक व्यावसायिक संबंधों का संवर्द्धन करना।
3. बाजार में अपने उत्पाद के प्रति स्पर्धात्मक खपत के लिए नयी योजनाओं की जानकारी देना।
4. उत्पादक एवम् उपभोक्ता के बीच विश्वनीयता का विस्तार करना।

5. प्रतिष्ठान की साख में अभिवृद्धि करना।

बाह्य गृह पत्रिकाओं के प्रकाशन में इस बात पर ध्यान देने की आवश्यकता है कि संस्थान की नीतियों को संरक्षण तो मिले ही, साथ ही प्रतिष्ठान के प्रबन्धकों, मालिकों और पत्रिका-पाठकों के हितों के बीच संतुलन स्थापित रहे। इन पत्रिकाओं में प्रतिष्ठान की प्रगति और विकास की जानकारी दिए जाने के साथ-साथ जनोपयोगी विशेष सामग्री के बारे में विशेषज्ञों के लेख तथा कर्मचारियों की सर्जनात्मक प्रतिभा को भी स्थान दिया जाना चाहिए। इस बात पर ध्यान दिया जाना चाहिए कि तकनीकी एवं विशेष लेखों को सहज और बोधगम्य बनाकर प्रस्तुत किया जाए ताकि सभी उसे आसानी से समझ सकें।

3. संयुक्त गृह पत्रिका

संयुक्त गृह पत्रिका निकालने का प्रयोजन यह है कि प्रतिष्ठान के आंतरिक कर्मचारियों और बाह्य लोगों के हित के लिए भिन्न-भिन्न पत्रिकाएं न निकालकर संयुक्त रूप से दोनों के हित सम्वर्द्धन के लिए एक ही पत्रिका का प्रकाशन किया जाए। इस प्रकार की गृहपत्रिकाओं के प्रकाशन के पीछे यही मान्यता रहती है कि प्रतिष्ठान विषयक समस्त जानकारी अर्थात् उसका इतिहास, उसके उत्पादों का विवरण, उसकी आय-व्यय का विवरण, कार्ययोजनाओं का विस्तार, संस्थान की नीतियों एवम् उसमें भविष्य मे सम्भावित परिवर्तनों की सूचना आदि अपने कर्मचारियों के साथ-साथ आम जनता को भी उपलब्ध हो सके और संस्थान के प्रति जन अभिमत प्राप्त किया जा सके।[1]

भारतीय जहाजरानी निगम द्वारा प्रकाशित 'सन्देश' इस प्रकार की श्रेष्ठ पत्रिका है। इसके पाठकवर्ग में इसके कर्मचारियों के अलावा सरकारी कर्मचारी, दूसरी जहाजरानी कम्पनियों व समाचार-पत्रों के लोग भी शामिल हैं। शालीमार पेंट्स लि. कम्पनी द्वारा प्रकाशित 'दी शालीमार स्टैण्डर्ड', टिस्को समाचार (टाटा आयरन एण्ड स्टील भारती), सेल , आयकर - भारती (आयकर विभाग), सैनिक समाचार

1. जनसंपर्क : प्रचार एवम् विज्ञापन : डॉ. विजय कुलश्रेष्ठ पृष्ठ 181

(रक्षा मंत्रालय) आदि भी इसी श्रेणी की पत्रिकाएं हैं। उपर्युक्त-गृह पत्रिका के उद्देश्य निम्नानुसार हो सकते हैं -

1. संस्थान की नीतियों व विशेषताओं की व्याख्या करना।
2. पारस्परिक सम्बन्धों को सुदृढ़ करना।
3. सभी स्तरों पर संस्थान की साख में अभिवृद्धि करना।

जिस गति से औद्योगीकरण बढ़ रहा है, उसी गति से उनके आंतरिक और बाह्य तनावों और प्रतिस्पर्धाओं में भी वृद्धि हो रही है। ऐसे में औद्योगिक संस्थान का जनसंपर्क विभाग गृह-पत्रिका के माध्यम से उनकी कठिनाइयों को काफी मात्रा में कम कर सकता है। गृह-पत्रिका की जिम्मेदारी भी इस दृष्टि से बढ़ गई है। उसकी भूमिका मात्र प्रचार माध्यम के रूप में न रहकर संस्थान की नीतियों, प्रबन्धकों की विचारधारा, संस्थान के कार्यक्रमों और योजनाओं की विस्तार से विवेचना करने में अहम् हो गई है, जिसके फलस्वरूप सरकार, संस्थान के अधिकारी, कर्मचारी, पाठकवर्ग सभी संस्थान की नीतियों से अच्छी तरह से अवगत होकर संस्थान की प्रगति से संतुष्ट तो होते ही हैं साथ ही उसके भविष्य के प्रति भी आशावान् रह सकते हैं।

उक्त विवेचना के बाद गृह पत्रिका का उद्देश्य रहता है संस्थान की नीतियों, उसके कार्यक्रमों व योजनाओं के बारे में सूचना देना। सूचना देने के माध्यम से गृह पत्रिकाओं का जनमत निर्माण की दिशा में योगदान महत्वपूर्ण सिद्ध होता है। इसके अलावा गृह-पत्रिका अपने सदस्यों-अधिकारी, कर्मचारी, पाठक, संस्थान से सीधे या परोक्ष रूप से जुड़े सभी व्यक्तियों के मध्य पारस्परिक सौहार्द की भावना जागृत करने का शक्तिशाली माध्यम है। यह अधिकारियों और प्रबन्धकों, कर्मचारियों और अधिकारियों, श्रमिकों और अधिकारियों के बीच एक कड़ी का काम करती है। गृह पत्रिका के होते जनसम्पर्क विभाग को संस्थान के प्रचार-प्रसार के लिए किसी बाहरी माध्यम की आवश्यकता नहीं रहती क्योंकि गृहपत्रिका संस्थान में कार्यरत कार्मिकों

की सर्जनात्मकता को अभिव्यक्त करने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। दूसरी ओर यह अन्य कर्मचारियों के लिए भी प्रेरणा देने का मंच उपलब्ध कराती है। इस प्रकार गृह पत्रिकाएँ संस्थान कर्मियों की सर्जनात्मक चेतना के प्रकाशन का माध्यम बनकर पत्रिका के सर्जनात्मक उद्देश्य की पूर्ति करती है। इस उद्देश्य की पूर्ति में गृहपत्रिका ने हिन्दी के प्रचार-प्रसार में काफी योगदान दिया है। केन्द्र सरकार के लगभग सभी उपक्रमों निगमों, कार्यालयों और वित्तीय संस्थानों की अपनी हिन्दी पत्रिकाएं निकलती हैं जिनमें कर्मचारियों की सृजनात्मक प्रतिभा को पर्याप्त स्थान दिया जाता है। इन विभागीय पत्रिकाओं में विभाग के कार्यकलापों आदि की जानकारी तो होती ही है बल्कि इनमें कर्मचारियों द्वारा लिखें लेख, कहानी, कविता, व्यंग्य, चुटकुले आदि को शामिल किया जाता है। इन पत्रिकाओं का परिचालन न केवल अन्तः विभागीय होता है बल्कि इन्हें अन्य विभागों को भी प्रेषित किया जाता है। फलस्वरूप पत्रिकाओं के अन्तरविभागीय विनिमय से एक दूसरे की प्रतिभा को जानने समझने का अवसर प्राप्त होता है तथा कार्यालयों में राजभाषा के अनुकूल वातावरण तैयार होता है। इन पत्रिकाओं से प्रेरणा प्राप्त कर कर्मचारी अपना दैनिक कामकाज हिन्दी में करने की ओर प्रवृत्त होते हैं जो भारत सरकार की राजभाषा नीति और इन पत्रिकाओं के प्रकाशन का उद्देश्य है।

गृह पत्रिका को रुचिपूर्ण बनाने के लिए यह आवश्यक भी है कि इसे मात्र सूचनाप्रदक अथवा निर्देश देने वाली पत्रिका न बनने दिया जाए बल्कि इस सर्जनात्मक और प्रेरणात्मक बनाने का भी प्रयास किया जाए। गृह पत्रिका से अपेक्षित है कि वह प्रबन्धकों का ही 'माउथपीस' न रहकर अपने परिवार के सभी सदस्यों के विचार का मंच बने। तभी वह अपने उद्देश्यों की पूर्ति में पूर्ण रूप से सफल हो सकेगी। इसमें कर्मचारियों, श्रमिकों, ग्राहकों, हिस्सेदारों, अधिकारियों की प्रतिक्रियाओं को स्थान अवश्य प्राप्त होना चाहिए अन्यथा गृह पत्रिका का रचनात्मक उद्देश्य सिद्ध नहीं हो सकेगा। गृह पत्रिका को किसी भी संस्थान या प्रतिष्ठान के सभी वर्गों की अभिव्यक्ति

का रचनात्मक मंच होना चाहिए।

4. राजभाषा के प्रचार–प्रसार में गृह पत्रिकाओं की भूमिका

भारतीय संविधान के अनुच्छेद 343 के अनुसार देवनागरी लिपि में लिखी जाने वाली हिन्दी संघ की राजभाषा है। अनुंच्छेद 351 में संघ सरकार पर यह दायित्व डाला गया कि 'वह हिन्दी भाषा का प्रसार बढ़ाए, उसका विकास करे ताकि वह भारत की सामासिक संस्कृति के सभी तत्वों की अभिव्यक्ति का माध्यम बन सके और आठवीं अनुसूची में विनिर्दिष्ट भारत की अन्य भाषाओं के प्रयुक्त रूप, शैली और पदों को आत्मसात करते हुए और जहाँ आवश्यक या वांछनीय हो वहां उसके शब्द भंडार के लिए मूलतः संस्कृत भाषा से तथा गौणतः अन्य भारतीय भाषाओं से शब्दों को ग्रहण करते हुए उसकी समृद्धि सुनिश्चित करे।' अपने इस दायित्व का निर्वहन करते हुए संघ सरकार द्वारा राजभाषा के प्रचार-प्रसार के लिए कई उपाय किए जिसमें राजभाषा विभाग का गठन,शब्दकोशों का निर्माण, विभिन्न प्रोत्साहन योजनाओं का क्रियान्वयन, हिन्दी शिक्षण योजना एवम् अन्य स्वैच्छिक संस्थाओं के माध्यम से हिन्दी, टाइपिंग एवम् आशुलिपि का प्रशिक्षण-कार्य, राजभाषा कार्यान्वयन एवम् सलाहकार समितियों का गठन आदि शामिल हैं। इस प्रकार भारत सरकार का सतत् प्रयास रहा है कि संघ सरकार के कार्यालयों, उपक्रमों एवम् बैंकों में राजभाषा का प्रयोग उत्तरोत्तर बढ़ता रहे। राजभाषा के प्रभावी कार्यान्वयन के लिए राजभाषा अधिनियम 1963,राजभाषा नियम,1976 बनाए गए। इनके अलावा राजभाषा विभाग द्वारा समय-समय पर आदेश व निर्देश जारी किए जाते रहे हैं। इन सब उपायों के फलस्वरूप भारत सरकार के नियंत्रणाधीन कार्यालयों, उपक्रमों व बैंकों में राजभाषा प्रयोग की स्थिति में काफी सुधार हुआ है। राजभाषा के मामले में सरकार की प्रारम्भ से ही नीति प्रोत्साहनपरक रही है। यही कारण है कि राजभाषा अधिनियम व नियमों के अनुपालन के लिए दण्डात्मक प्रावधान नहीं रखे गए। सरकार का उद्देश्य यही रहा है कि कार्यालयों में राजभाषा के प्रति अनुकूल वातावरण तैयार किया जाए जिससे

राजभाषा कार्यान्वयन कार्य स्वतःस्फूर्त हो। यही कारण है कि राजभाषा प्रयोग की प्रगति अपेक्षाकृत धीमी रही है और हम अभी भी लक्ष्यों से काफी पीछे हैं। जिन प्रोत्साहनजनक कार्यक्रमों को भारत सरकार ने लागू किया है उनमें शामिल है : हिन्दी दिवस/सप्ताह/पखवाड़ा/माह का आयोजन, विभिन्न हिन्दी प्रतियोगिताओं का आयोजन, हिन्दी कार्यशालाओं का संचालन, हिन्दी पुस्तकों व पत्र-पत्रिकाओं की खरीद व कर्मचारियों के बीच उनका परिचालन आदि। हिन्दी पत्रिकाओं का प्रकाशन भी इन्हीं प्रोत्साहनपरक कार्यक्रमों की श्रृंखला में आता है। आज बहुत से कार्यालयों, उपक्रमों व बैंकों की गृह-पत्रिकाएं हिन्दी में प्रकाशित की जा रही हैं और उनका राजभाषा के प्रचार-प्रसार में प्रभावशाली योगदान सिद्ध हो चुका है। विभागीय हिन्दी पत्रिकाओं के लिए राजभाषा विभाग ने कुछ दिशा निर्देश दिए हैं जिनका उल्लेख नीचे किया जा रहा है :

1. केन्द्र सरकार के कार्यालयों/उपक्रमों/बैंकों/निगम आदि द्वारा यदि केवल अंग्रेजी में पत्र या पत्रिकाओं का प्रकाशन किया जाता है तो यह आवश्यक है कि हिन्दी में भी पत्र या पत्रिका का प्रकाशन किया जाए। यदि किसी कारण ऐसी पत्रिका का प्रकाशन हिन्दी तथा अंग्रेजी में अलग-अलग सम्भव न हो तो वहाँ एक ही प्रकाशन में हिन्दी तथा अंग्रेजी दोनों भाषाओं में लेख आदि का प्रकाशन किया जाए किन्तु हिन्दी में प्रकाशित लेखों या रचनाओं की पृष्ठ संख्या का अनुपात अंग्रेजी के लेखों या रचनाओं से कम न हो।[1]
2. विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं के संपादकीय विभागों में हिन्दी तथा अन्य भारतीय भाषाओं का जो स्टाफ काम करता है उसके तथा समान प्रकार के अंग्रेजी में काम करने वाले स्टाफ के वेतनमान, पदनाम तथा अन्य सेवा शर्तों में कोई भेदभाव न किया जाए और इस बारे में एक रूपता लाने के लिए आवश्यक उपाय किए जाएं। स्टाफ भी उतना अवश्य रखा जाए जितना समकक्ष अंग्रेजी

1. राजभाषा विभाग का दि. 18-7-85 का कार्यालय ज्ञापन सं. 20034/13/79 पत्रिका एकक तथा दि. 27-8-73 का का.ज्ञा. 11015/43/73-रा.भा.

की पत्र-पत्रिकाओं के लिए रखा गया हो।[1]

3. राजभाषा के प्रचार प्रसार हेतु प्रकाशित पत्र-पत्रिकाओं में साहित्यिक लेख कहानी कविताओं आदि के अलावा निम्नलिखित विषयों में भी लेख हों अथवा सम्पादकीय में प्रधानता दी जाए:[2]

1. राजभाषा विभाग द्वारा जारी किए गए महत्वपूर्ण आदेशों का सारांश या पूरा आदेश।
2. सम्बन्धित मंत्रालय की हिन्दी सलाहकार समितियों और सम्बन्धित कार्यालयों की राजभाषा कार्यान्वयन समितियों में लिए गए महत्वपूर्ण निर्णयों की सूचनाएं।
3. संबंधित कार्यालय विषयक टिप्पणियाँ, प्रारूप लेखन, निरीक्षण रिपोर्टें, वैज्ञानिक/तकनीकी रिपोर्ट।
4. हिन्दी के महत्व और राष्ट्रीय एकता के सन्दर्भ में भूमिका विषयक प्रेरणा देने वाले लेख।
5. प्रदेश विशेष में प्रकाशित होने वाली राजभाषा सम्बन्धी पत्र-पत्रिका में हिन्दी और क्षेत्रीय भाषा की साम्यता और निकटता दर्शाने वाली सामग्री।
6. भर्ती/प्रोन्नती परीक्षाओं और साक्षात्कारों में हिन्दी प्रयोग की समीक्षा।
7. राजभाषा के रूप में हिन्दी के कार्यान्वयन की प्रगति, हिन्दी में हो रहे कामकाज का विवरण आदि।
8. पुरस्कार और प्रोत्साहन योजनाओं का विवरण तथा समय-समय पर पुरस्कृत कर्मचारियों का नामोल्लेख आदि।
9. कार्यालय में कार्यरत आधिकारियों द्वारा लिखित तकनीकी/वैज्ञानिक/औद्योगिक/आर्थिक विषयों पर मौलिक लेख।
10. सम्बन्धित विभाग में हो रहे व्यावहारिक कामकाज के फोटो नमूने।

---

1. का.ज्ञा. 11034/7/77-अ.वि. एकक, दि. 16-2-78
2. राजभाषा विभाग का.ज्ञा. सं. 20034/13/88 - रा.भा. (पत्रिका) दि. 15-2-88

भारत सरकार द्वारा राजभाषा प्रचार-प्रसार की दिशा में किए जा रहे प्रयासों के परिप्रेक्ष्य में संचार माध्यमों की उपयुक्तता को देखते हुए इन पत्रिकाओं का अस्तित्व काफी महत्वपूर्ण हो गया है। हमारे देश में गृह पत्रिकाओं का प्रकाशन व्यावसायिक संस्थानों, निजी प्रतिष्ठानों आदि के द्वारा काफी समय से किया जा रहा है। अब इस श्रंखला में सरकारी विभागों द्वारा प्रकाशित गृह-पत्रिकाओं की महत्वपूर्ण कड़ी जुड़ चुकी है। यह माना जा सकता है कि सरकारी विभागों द्वारा अपनी गृह पत्रिकाओं में हिन्दी को प्रमुखता देना उनकी बाध्यता हो सकती है किन्तु निजी व स्वायत्त संस्थानों की गृह पत्रिकाओं में हिन्दी को प्रमुखता देना पूर्णतः एक व्यावसायिक सोच का परिणाम है। सभी संस्थान जानते हैं कि उनकी नीतियों या कार्यकलापों को सामान्य जनता तक हिन्दी के माध्यम से ही पहुंचाया जा सकता है। यहाँ तक कि उन्हें अपने कर्मचारियों के सभी वर्गो तक अपनी बात पहुँचानी है तो उन्हें हिन्दी का सहारा लेना ही होगा। बाजार में अपना उत्पाद घर-घर पहुँचना है तो उसकी विशिष्टियों के बारे में जानकारी आम जनता को हिन्दी में ही पहुँचाना होगा, इस तथ्य से सभी औद्योगिक संस्थान अच्छी तरह से अवगत हैं। यही कारण है कि किसी प्रकार का सरकारी दबाव न होने के बावजूद अधिकांश निजी व स्वायत्त प्रतिष्ठानों की गृह पत्रिका में हिन्दी को ही प्रधानता दी जाती है। व्यावसायिक संस्थानों में गृह पत्रिकाएं दो रूपों में प्रकाशित की जाती हैं - एक प्रमुख गृह पत्रिका के रूप में और दूसरे विविध व्यावसायिक समूह के स्तर पर भिन्न-भिन्न पत्रिकाओं के रूप में। इस दृष्टि से श्रीराम उद्योग समूह द्वारा सर्वाधिक गृह पत्रिकाएं प्रकाशित की जाती है। इसके बाद टाटा समूह का स्थान आता है। विभिन्न औद्योगिक समूहों, सार्वजनिक, संस्थानों, निकायों, निगमों आदि के द्वारा प्रकाशित गृह पत्रिकाओं में कुछ के नाम नीचे उद्धृत किया जा रहे हैं :-

श्री राम पत्रिका, योगक्षेम (भारतीय जीवन बीमा निगम), स्टील भारती (सेल), मिल्स पत्रिका (डी.सी.एम.), विदुरा (प्रेस इन्स्टीट्यूट ऑफ इण्डिया), शिविरा (राजस्थान शिक्षा विभाग), सागरिका (विशाखापत्तनम् बन्दरगाह), पालिका समाचार

(दिल्ली नगरपालिका), आकाशवाणी (ऑल इण्डिया रेडियो), स्वागतम् (एयर इण्डिया), 'कुरुक्षेत्र' एवम् 'योजना' (केन्द्रीय प्रकाशन विभाग), हरियाणा सम्वाद (हरियाणा सरकार), राजस्थान विकास (पंचायत राज्य निदेशालय), हिमप्रस्थ (हिमाचल प्रदेश सरकार), कार्पेट व गलीचा (गलीचा उद्योग समूह), लोक उद्योग (कार्यालय भवन निर्माण), 'परमाणु' (परमाणु ऊर्जा विभाग, मुम्बई), भगीरथ (केन्द्रीय जल आयोग), रबड़ समाचार (रबड़ बोर्ड, कोट्टायम), उत्पादक (राष्ट्रीय उत्पादकता परिषद्), चिकित्सा (लेडी हार्डिग मेडिकल कॉलेज, नई दिल्ली), न्यूक्लियर इण्डिया (अणु शक्ति ऊर्जा विभाग, लोकनायक भवन, नई दिल्ली), बीजपत्रिका (राष्ट्रीय बीज निगम), आरोग्य संदेश (केन्द्रीय स्वास्थ्य ब्यूरो), विद्युत भारती (ऊर्जा मंत्रालय, विद्युत विभाग, नई दिल्ली), उद्योग व्यापार पत्रिका (उद्योग मंत्रालय), लघु उद्योग समाचार (लघु उद्योग विकास संगठन, नई दिल्ली), बीज पत्रिका (राष्ट्रीय बीज निगम, कृषि मंत्रालय), रेशम उद्योग (केन्द्रीय रेशम बोर्ड, उद्योग मंत्रालय), 'कृषि चयनिका' और 'खेती' (भारतीय कृषि अनुसंधान परिषद) वाणिज्य भारती (वाणिज्य मंत्रालय, उद्योग भवन, नई दिल्ली) हमारा घर (परिवार कल्याण विभाग, स्वास्थ्य एवम् परिवार कल्याण मंत्रालय), उच्चतम न्यायालय निर्णय पत्रिका, और उच्च न्यायालय निर्णय पत्रिका (राजभाषा खण्ड, विधायी विभाग, नई दिल्ली), आविष्कार (नेशनल रिसर्च डिवलपमेंट कॉर्पोरेशन ऑफ इण्डिया, नई दिल्ली), 'ऑयल एण्ड ऑयल सीड्स जनरल' (हिन्दी, अंग्रेजी, गुजराती) (बॉम्बे ऑयल एण्ड सीड्स ट्रेडर्स एसोसिएशन, मुम्बई), चीतल (उत्तर भारत वन्य जीवन संरक्षण सो., देहरादून), पर्यावरण दर्शन (विज्ञान वैचारिकी अकादमी, इलाहाबाद), विज्ञान (विज्ञान परिषद, इलाहाबाद), विज्ञान परिचय (इन्डियन इन्स्टीट्यूट ऑफ साइंस, बैंगलोर), विज्ञान प्रगति (प्रकाशन और सूचना निदेशालय (सी.एस.आई. आर.), नई दिल्ली), विज्ञान शोध भारती (भारतीय विज्ञान शोध अकादमी ग्वालियर), वैज्ञानिक (हिन्दी विज्ञान साहित्य परिषद, भाभा परमाणु अनुसंधान केन्द्र, मुम्बई),

इस्पात विकास (अनुसंधान एवम् विकास केन्द्र, स्टील ऑथोरिटी ऑफ इण्डिया लि. रांची), ई.आई.एल. प्रगति (इंजीनियर्स इण्डिया लि., नई दिल्ली), खादी ग्रामोद्योग (खादी और ग्रामोद्योग आयोग, मुम्बई), खाद्य विज्ञान (केन्द्रीय खाद्य प्राद्यौगिकी अनुसंधान संस्थान, मैसूर), ग्राम शिल्प (नैशनल रिसर्च डिवलपमेंट कार्पोरेशन ऑफ इण्डिया, नई दिल्ली), ग्राम प्रौद्योगिकी (इंडियन इन्स्टीट्यूट ऑफ टेक्नोलोजी, हौजखास, नई दिल्ली), चर्म विज्ञान (सेंट्रल लैदर रिसर्च इंस्टीट्यूट रीजनल एक्सटेंशन सेंटर, कानपुर), अंतरिक्ष भारत (भारतीय अन्तरिक्ष अनुसंधान संगठन, अन्तरिक्ष भवन, बैंगलूर), तिलहन पत्रिका(तिलहन विकास निदेशालय, क्षेत्रीय कार्यालय, हैदराबाद), बी.आई.टी.एस. मैगज़ीन (बिड़ला प्रौद्योगिकी और विज्ञान संस्थान, पिलानी), मध्य प्रदेश रेडियो एण्ड इलैक्ट्रोनिक्स (मध्य प्रदेश रेडियो मर्चेंट्स एसोसिएशन, इन्दौर), महाराष्ट्र पब्लिक वर्क्स जरनल (हिन्दी-अंग्रेजी-मराठी, महाराष्ट्र इंजीनियरिंग रिसर्च इंस्टीट्यूट, नासिक), मानकदूत (भारतीय मानक ब्यूरो, नई दिल्ली), विद्युत संदेश (राजस्थान राज्य विद्युत बोर्ड), सी.एफ.टी.आर.आई. समाचार (केन्द्रीय खाद्य प्रौद्योगिकी अनुसंधान संस्थान, मैसूर), स्नेह संदेश (हिन्दी, अंग्रेजी) (अखिल भारतीय अखाद्य तेल उद्योग संघ, पूणे) भारतीय खान ब्यूरो समाचार (भारतीय खान ब्यूरो, नागपुर), भारत की खनिज सांख्यिकी (भारतीय खान ब्यूरो, नागपुर), इण्डियन मिनरल्स (प्रकाशन विभाग, भारत सरकार, नई दिल्ली), इंडियन जरनल ऑफ मिटिरियोलाजी हाइड्रोलोजी एण्ड जिओफिजिक्स (हिन्दी अंग्रेजी) (मौसम विभाग, पुणे) इत्यादि।

उपर्युक्त के अतिरिक्त राजभाषा हिन्दी के प्रचार-प्रसार में संलग्न विभिन्न विभागों की हिन्दी गृह पत्रिकाओं में निम्नलिखित उल्लेखनीय हैं :-

राजभाषा भारती, राजभाषा पुष्पमाला (राजभाषा विभाग, भारत सरकार, नई दिल्ली), सुगंध (आयकर विभाग, जबलपुर), राजभाषा संदेश (आयकर, राजस्थान, इंद्रधनुष (आयकर, इलाहबाद), आयकर ज्योति (आयकर विभाग, हरियाणा), लहर

(आयकर विभाग, भोपाल), अभिव्यक्ति (आयकर विभाग, वडोदरा), समन्वय (बैंक नगर राजभाषा कार्यान्वयन समिति, वडोदरा), उपक्रम भारती (नगर राजभाषा कार्यान्वयन समिति (उपक्रम), वडोदरा), दिशा (न्यू इण्डिया एश्योरेंस कम्पनी लि. वडोदरा), सर्जना (गुजरात रिफाइनरी, वडोदरा), गुर्जर भारती (केन्द्रीय उत्पाद एवम् सीमा शुल्क विभाग, वडोदरा), अणु भारती (तारापुर परमाणु बिजलीघर, न्यूक्लियर पावर कार्पोरेशन, थाना मुम्बई), ड्युटेरियम डाइजेस्ट (भारी पानी संयंत्र, वडोदरा), रेल सुरभि (मध्य रेलवे), सुरभि (आयकर विभाग, अहमदाबाद), प्रगति (दूरसंचार विभाग, वडोदरा), झरोखा (आयकर विभाग, चेन्नै), इण्डप्रतिमा (इण्डियन बैंक, क्षेत्रीय कार्यालय., मुम्बई), संवाद (युनाइटेड इंडिया इन्शयोरेंस कं. लि. वडोदरा), आह्वाहन (आयकर विभाग, कोल्हापुर), पूर्वाचल (आयकर विभाग, पश्चिम बंगाल), यूनियन धारा (यूनियन बैंक ऑफ इंडिया, मुम्बई), स्मारिका (ओ.एन.जी.सी. पश्चिमी क्षेत्रीय कार्य केन्द्र, वडोदरा), राजभाषा दर्पण (गैस आथोरिटी ऑफ इण्डिया लि., भोपाल), यशोगंध (भारतीय जीवन बीमा निगम, औरंगाबाद मण्डल), आयकर भारती (आयकर विभाग, मुम्बई), प्रयास (बैंक नगर राजभाषा कार्या. समिति, बैंगलूर), बैंक भाषा (बैंक नगर राजभाषा कार्यान्वयन समिति, भोपाल), आयकर दोआबा (आयकर विभाग, जालंधर), आयकर वाणी (आयकर विभाग, लखनऊ), आयकर दर्पण (आयकर विभाग, दिल्ली), कृभको प्रगति (कृभको हज़ीरा संकुल), भाषादीप (आयकर विभाग, पटियाला), भाषा (भाषा विभाग, राजस्थान सरकार), सेतु (भारतीय स्टेट बैंक, जयपुर), आयकर पूर्व भारती (आयकर विभाग, पूर्वी क्षेत्र) आदि।

इन गृह पत्रिकाओं का अध्ययन करने पर जो मुख्य बातें सामने आईं, उनका ब्यौरा निम्नवत् है :-

1. लगभग सभी गृहपत्रिकाओं में संस्थान से सम्बन्धित लेखों को वरीयता दी जाती है।

2. राजभाषा अधिनियम, नियमों और प्रोत्साहन योजनाओं की जानकारी इनमें शामिल की जाती है।
3. कार्यालय में दैनिक प्रयोग में आने वाले अंग्रेजी-हिन्दी शब्दों व वाक्यांशों को भी कई पत्रिकाओं में समाविष्ट किया गया है।
4. राजभाषा से जुड़ी गतिविधियों और पुरस्कृत कर्मचारियों की सूची को भी पत्रिका में स्थान दिया जाता है।
5. कर्मचारियों की पदोन्नति, स्थानान्तरण, नियुक्तियों, सेवानिवृत्तियों, शोक समाचार आदि का विवरण भी प्रकाशित किया जाता है।
6. संस्थान से सम्बन्धित महत्वपूर्ण परिपत्र, अधिसूचनाओं का समावेश होता है।
7. संस्थान की सांस्कृतिक एवम् सामाजिक गतिविधियों तथा खेलकूद समाचारों को भी इन पत्रिकाओं में स्थान प्राप्त होता है।
8. आलोच्य अवधि के दौरान प्रतिष्ठान में घटित होने वाली महत्वपूर्ण घटनाओं, सम्मेलनों, संगोष्ठियाँ, कार्यशालाओं आदि का ब्यौरा भी इनमें शामिल होता है।
9. कर्मचारियों की सृजनात्मकता की अभिव्यक्ति भी इन पत्रिकाओं के माध्यम से की जाती है।
10. कुछ पत्रिकाएं, विशेषकर बैंक, निगम आदि की पत्रिकाएं, अपने संस्थान की नई योजनाओं की जानकारी पाठकों तक पहुँचाने का कार्य करती है।
11. इन पत्रिकाओं का परिचालन मुख्यतः विभागीय होने से कर्मचारियों को अपनी सृजनशीलता हिन्दी में अभिव्यक्त करने का अवसर मिलता है जिसके फलस्वरूप कार्यालयों में हिन्दी में काम करने के प्रति वातावरण तैयार होता है जो हिन्दी पत्रिकाओं का मूल उद्देश्य भी होता है।

जिस गति से गृहपत्रिकाओं की संख्या में वृद्धि हो रही है, उससे उसके महत्व का पता चलता है। सुप्रसिद्ध कवि डॉ. हरिवंशराय बच्चन का मानना है कि 'यदि इन गृहपत्रिकाओं की ओर विशेष ध्यान दिया जाए तो ये अन्य सामाजिक और राजनीतिक

पत्रिकाओं से अधिक सफल एवम् महत्वपूर्ण सिद्ध होंगी।....... इससे गतिशील साहित्य का निर्माण होगा। औद्योगिक गृहपत्रिकाएं इस प्रकार से साहित्य का निर्माण कर सकती हैं।'

5. भारतीय रेलों की गृह पत्रिकाएं

भारतीय रेल सार्वजनिक क्षेत्र का सबसे बड़ा संस्थान है। सम्पूर्ण भारत में इनका जाल बिछा हुआ है। जाहिर है इस वृहत् उपक्रम की गृहपत्रिकाओं की संख्या देश के किसी भी संस्थान की गृहपत्रिकाओं की तुलना में काफी अधिक होंगी। यही कारण है कि रेल विभाग की पत्रिकाओं का उल्लेख अलग से विस्तार से किया जा रहा है। रेलों की पत्रिकाओं को तीन श्रेणियों में बाँटा जा सकता है।[1] प्रथम श्रेणी में वे पत्रिकाएं आती हैं जिन्हें स्मारिका कहा जाता है और जो किसी अवसर विशेष पर प्रकाशित की जाती हैं। किन्तु विज्ञापनों के बल पर प्रकाशित होने वाली ऐसी स्मारिकाओं का जीवन और विस्तार भी अधिक नहीं होता क्योंकि ये जन-जन तक पहुँच नहीं पाती। इन पत्रिकाओं में यद्यपि कई महत्वपूर्ण व उपयोगी तथा विषय-विशेष पर स्तरीय व शोधपरक रचनाएं प्रकाशित होती हैं किन्तु नियमित प्रकाशन के आभाव में और सीमित क्षेत्र में वितरण के कारण इनकी आयु भी सीमित हो जाती है। अपितु हिन्दी के प्रचार-प्रसार की दृष्टि से इन स्मारिकाओं का अपना महत्व है। क्षेत्रीय रेलों और अखिल भारतीय रेलवे के हिन्दी समारोहों के अवसर पर प्रकाशित स्मारिकाएं अपने कलेवर और अपनी सारगर्भित रचनाओं के कारण ध्यान आकर्षित करती हैं। चितरंजन रेल इंजन कारखाना और डीजल इंजन कारखाना वाराणसी, भारतीय रेलवे यांत्रिक एवम् विद्युत अभियंत्रण संस्थान आदि ने अपनी स्मारिकाएं प्रकाशित की हैं जो प्रचार साहित्य के अन्तर्गत आती हैं।

रेलों में पत्रिका की दूसरी श्रेणी में हिन्दी विभागों द्वारा निकाली जाने वाली पत्रिकाएं आती हैं। भारत सरकार का प्रतिष्ठान होने के कारण रेल व्यवस्था राजभाषा

1. भारतीय रेलों में पत्रिका प्रकाशन - श्री रमेश नीलकमल (राजभाषा भारती अंक 48)

के प्रचार-प्रसार एवम् रेल कार्यालयों में उसके प्रगामी प्रयोग के लिए प्रयासशील है। इन पत्रिकाओं में हिन्दीतर भाषा भाषियों की हिन्दी रचनाओं को वरीयता से प्रकाशित कर उन्हें हिन्दी में कामकरने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है। राजभाषा के क्रमिक विकास और अधिकाधिक प्रचार-प्रसार के लिए यह आवश्यक भी है। इन पत्रिकाओं के फलस्वरूप भारतीय रेल के देशभर में फैले कार्यालयों में हिन्दी के प्रति अनुकूल वातावरण तैयार होता है।

तीसरी श्रेणी में वे पत्रिकाएं आती हैं जिनका उद्देश्य हिन्दी के प्रचार प्रसार के साथ-साथ रेल कर्मियों की, रेल कर्मी साहित्यकारों की साहित्यिक प्रतिभा को भी अभिव्यक्त करना होता है। दूसरों के समान रेलकर्मी का भी अपना सामाजिक वृत्त है और उनकी सामाजिक भी जिम्मेदारियाँ हैं। उनके विचारों को भी पत्रिकाओं के माध्यम से अभिव्यक्त किया जाना आवश्यक होता है। अतः रेलकर्मियों की स्वयंसेवी संस्थाओं या हिन्दीतर विभाग द्वारा निकाली जाने वाली पत्रिकाएं इसी तीसरी श्रेणी में आती हैं। इन पत्रिकाओं का सामाजिक परिवेश में अपना महत्व है और वे रेल के विभिन्न वर्गों के कर्मियों के विचारों को मंच प्रदान कर उन्हें भावनात्मक रूप से जोड़ने का महत् कार्य निभा रही हैं।

रेल विभाग की कुछ पत्रिकाओं का उल्लेख किया जाना इन पत्रिकाओं की प्रकृति को समझने के लिए आवश्यक होगा। पूर्वी रेलवे मुख्यालय की समाचार पत्रिका है :- 'जीवन मार्ग' जो पूर्वी रेलवे के जनसम्पर्क विभाग द्वारा प्रत्येक माह प्रकाशित की जाती है। पूर्वी रेलवे के हिन्दी विभाग द्वारा प्रकाशित त्रैमासिक-पत्र 'प्रतिबिम्ब' भी महत्वपूर्ण पत्रिका है। समय-समय पर इसके विशेषांक का भी प्रकाशन होता रहता है। इसके छठे अंक को 'मैथिलीशरण गुप्त' विशेषांक के रूप में निकाला गया था जिसमें दस साहित्यिक लेख और दो कविताएं हैं। ये सभी महाकवि की साहित्य-साधना पर प्रकाश डालते हैं। इस विशेषांक में प्रकाशित एक काव्य कृति 'आग और लाठी' के रचनाकार को रेल मंत्रालय द्वारा 'मैथिलीशरण गुप्त पुरस्कार' से भी सम्मानित

किया गया था। पूर्व रेलवे के दानापुर मंडल द्वारा 'रेलवाणी' नाम से पत्रिका का प्रकाशन किया जाता है जिसके विभिन्न अंकों में रेलकर्मी-रंगकर्मियों की उपलब्धियों के अलावा गाँधी, शास्त्री, दिनकर, सर्वेश्वर और अज्ञेय की रचनाओं को शामिल कर एक साहित्यिक पत्रिका के स्तर पर लाने का प्रयास किया गया है।

मुगलसराय मंडल की 'रेलमुक्ता', धनबाद की 'किसलय', हावड़ा मंडल की 'रेल रसना' और आसनसोल मंडल की 'रेल रश्मि' पत्रिकाएं उल्लेखनीय हैं। 'रेल रसना' के तीसरे अंक को 'लघुकथा अंक' के रूप में प्रकाशित किया गया था जिसमें सात अहिन्दी भाषियों की मूल रूप से हिन्दी में लिखी लघुकथाएं शामिल की गई हैं। सवारी एवम् माल डिब्बा कारखाना लिलुआ की अर्द्धवार्षिकी 'राजभाषा-प्रभा' ने हिन्दीतर भाषा-भाषी रेल कर्मी साहित्यकारों की रचनाएं शामिल कर हिन्दी के प्रचार-प्रसार में रेलकर्मियों की आस्था को बल दिया है। जमालपुर रेल इंजन मरम्मत कारखाना की राजभाषा कार्यान्वयन समिति (लेखा विभाग) द्वारा 'लेखा भारती' का प्रकाशन किया जा रहा है। इसमें सम्मिलित उच्चस्तरीय लेखों, कहानियों, कविताओं, रेल विषयक निबन्धों के कारण यह पत्रिका काफी लोकप्रिय है।

दक्षिण पूर्व रेलवे स्थित हिन्दी संगठनों एवम् अन्य विभागों द्वारा कुल ग्यारह पत्रिकाएं प्रकाशित की जा रही हैं जिनमें आद्रा मंडल की 'जय चण्डी', बिलासपुर मंडल की 'दीक्षा', खड़गपुर मंडलकी 'उद्‌बोधन', चक्रधरपुर मंडल की 'स्वर्णरेखा' और भारतीय लेखा एवम् लेखा परीक्षा विभाग की 'मुकुल' उल्लेखनीय हैं। दक्षिण पूर्व रेलवे मुख्यालय से एक त्रैमासिक 'गतिमान' का भी प्रकाशन किया जा रहा है। पूर्वोत्तर सीमा रेलवे मुख्यालय का मुखपत्र है 'रेल भारती'। इसके मण्डल कार्यालयों से भी पत्रिकाएं निकाली जा रही हैं जिनमें अलीपुर द्वारा मंडल की अर्द्धवार्षिक पत्रिका 'बंगा समांचल गुंजन' एक सार्थक पत्रिका के रूप में उभरी है।

दक्षिण मध्य रेलवे मुख्यालय की 'रेल सुधा', गुंतकल मंडल की 'गुंतकल वाणी' और हैदराबाद मंडल की पत्रिका 'अजंता' भी प्रस्तुति, विषय-चयन तथा संयोजन

की दृष्टि से महत्वपूर्ण है। दक्षिण रेलवे मुख्यालय से 'दक्षिण ध्वनि', मद्रास मंडल से 'माधुरी', पालक्कार मंडल से 'रेल समाचार' और 'चिराग', मदुरै मंडल से 'मधुरैल ध्वनि' तथा तिरुवंतपुरम् मंडल से प्रकाशित 'संगम' इस बात की पुष्टि करते हैं कि हिन्दी का विरोध कहीं नहीं है और रेलकर्मियों में तो और भी नहीं।

मध्य रेल की पत्रिकाओं में मुख्यालय से प्रकाशित 'राजभाषा समाचार' तथा 'रेल सुरभि' उल्लेखनीय हैं। 'रेल सुरभि' ने समय-समय पर विशेषांक भी प्रस्तुत किए हैं जिनमें 'राष्ट्रकवि मैथिलीशरण गुप्त स्मृति अंक और कम्प्यूटरीकरण पर विशेषांक तो अपनी बहुमूल्य रचनाओं के कारण संग्रहणीय बन पड़े हैं। उत्तर रेलवे मुख्यालय से 'सरस्वती संगम' पत्रिका का प्रकाशन किया जा रहा है। इस पत्रिका ने भी राष्ट्रकवि पर विशेषांक जारी किया है। प्रसिद्ध व्यंग्यकार गोपाल चतुर्वेदी के हाथों जिस पत्रिका का प्रकाशन किया जा रहा हो उसका प्रत्येक अंक संग्रहणीय होना स्वाभाविक है। इसी तरह पूर्वोत्तर रेलवे के लखनऊ मंडल से 'प्रगति' और पश्चिम रेलवे के जयपुर मंडल से 'नक्षत्र' का प्रकाशन भी अपने आपमें कीर्तिमान है। रेलवे बोर्ड की निर्माण इकाई भारतीय रेल कंस्ट्रक्शन कम्पनी लि. 'इरकॉन समाचार' निकालकर पत्रकारिता क्षेत्र में महत्वपूर्ण योगदान दे रही है। चितरंजन रेल इंजन कारखाना से 'अजय धारा' पत्रिका का प्रकाशन किया जा रहा है।

'रेल राजभाषा' रेल मंत्रालय के राजभाषा निदेशालय की पत्रिका है जिसके अंक 21-22 में प्रकाशित टिप्पणी के अनुसार संपूर्ण भारतीय रेलों में इस समय 50 से भी अधिक पत्रिकाओं का प्रकाशन किया जा रहा है। ये सभी प्रत्रिकाएं हिन्दी के बहु आयामी प्रयोग की दिशा में निरन्तर प्रयासरत हैं। रेल मंत्रालय द्वारा प्रकाशित हिन्दी मासिक 'भारतीय रेल' पिछले 35 वर्षो से न केवल हिन्दी की सेवा करती आ रही है, वरन् रेलकर्मी साहित्यकारों की रचनाओं का प्रकाशन तथा वर्ष प्रति वर्ष विशेषांक निकालकर रेल वाङ्ममय की प्रस्तुति भी कर रही है। रेलवे बोर्ड की पत्रिका के रूप में यह उसकी गरिमा के अनुरूप है। भारतीय रेल अपने आप में राष्ट्र का लघु रूप है जो

अनेकता में एकता का सिद्धान्त प्रतिपादित कर रही है और हमारी सामाजिक संस्कृति को अपनी गृहपत्रिकाओं के माध्यम से अभिव्यक्त कर रही है। हिन्दी के प्रचार प्रसार में इन पत्रिकाओं का योगदान निःसंदेह काफी ज्यादा और महत्वपूर्ण सिद्ध हुआ है।

6. गृह पत्रिका की सम्पादन कला

गृह पत्रिकाओं से स्वस्थ रचनात्मक साहित्य के सृजन की अपेक्षा की जानी स्वाभाविक है। अन्य व्यावसायिक पत्रिकाओं की तुलना में इन प्रकाशनों के साधन व क्षेत्र सीमित हैं जबकि उनसे अपेक्षा अधिक की जाती है। सीमित साधनों के बावजूद प्रयास किया जाना चाहिए कि गृह पत्रिका का प्रस्तुतिकरण प्रभावशाली हो। गृह पत्रिका के लिए सामग्री का चयन करते समय सम्पादक को यह ध्यान रखना चाहिए कि संस्थान के छोटे से छोटे कर्मचारी, संस्थान के छोटे-छोटे ग्राहक या अन्य पाठक वर्ग का शैक्षणिक स्तर किस प्रकार का है। इसमें दी जाने वाली सामग्री सरल, स्पष्ट, रुचिकर एवम् मानवीय व नैतिक आधार पर लिखी हुई होनी चाहिए। विषय-विशेषज्ञों के विशिष्ट आलेख, समस्या समाधान उनके अनुभव आदि का समावेश भी होना आवश्यक है। विषय को ज्ञानवर्धक तथा सुबोध बनाने के लिए यथास्थान फोटोचार्ट्स, ग्राफ, डिजाइन्स आदि को सम्मिलित किया जाना चाहिए। चित्रात्मक एवम् हल्की फुल्की शैली का प्रयोग तकनीकी लेखों को समझने के लिए उपयोगी साबित होता है। क्लिष्ट और दुरूह भाषा के प्रयोग से बचना चाहिए। चयन की गई तकनीकी सामग्री सही और प्रामाणिक होनी आवश्यक है। पत्रिका के लिए कुछ महत्वपूर्ण और आवश्यक कालम निर्धारित कर दिए जाने चाहिए। निर्धारित किए गए कालम को नियमित रूप से प्रकाशित किया जाना चाहिए। इससे पत्रिका की क्रमबद्धता बनी रहती है और पाठकों को अगले अंक की प्रतीक्षा भी रहती है। सम्पादक को चाहिए कि सामग्री का चयन करते समय इस बात का ध्यान रखे कि संस्थान के विभिन्न विभागों को पर्याप्त प्रतिनिधित्व प्राप्त हो। इसके लिए उसे सभी विभागों से तालमेल बनाए रखना चाहिए। चयनित सामग्री की प्रस्तुति आकर्षक होनी चाहिए। जहाँ तक सम्भव हो निर्धारित

कालमों के लिए डिजाइन तथा ब्लॉक बनवा लेने चाहिए। समस्त सामग्री को यथास्थान लगाकर 'डमी' तैयार कर लेनी चाहिए। शीर्षक, उपशीर्षक आदि के लिए टाइप का आकार, मुद्रण-स्थिति आदि भी नियत कर देनी चाहिए। मुखपृष्ठ और आवरण में जो छपना है उसका ब्लॉक, रंग-डिजाइन का भी चयन पहले ही कर लेना चाहिए। कभी-कभी बहुरंगी और कलात्मक आवरण भी पत्रिका के रूप को संवार देते हैं। गृहपत्रिका किस कागज पर छपनी है, किस आकार में और कितनी संख्या में छपनी है, यह पहले ही निश्चित कर लेना चाहिए। पत्रिका की साज-सज्ञा, प्रस्तुतिकरण, फोटो का यथास्थान किन्तु व्यवस्थित उपयोग, पठनीय सामग्री का सुरुचिपूर्ण संयोजन आदि से पत्रिका में चार चांद लग जाते हैं। पत्रिका में कहीं-कहीं हास्य व्यंग्य व कार्टून के साथ-साथ ऐसे कर्मचारियों द्वारा तैयार चित्र या कार्टून भी दिए जाएं जो कर्मचारियों की प्रतिभा और कल्पनाशीलता का परिचय देते हों। जीवन बीमा निगम की पत्रिका 'योगक्षेम' आदर्श सम्पादन का उत्कृष्ट नमूना है जिसे इण्डियन एसोसिएशन और इण्डस्ट्रीयल एडीटर्स का गृह पत्रिका के लिए प्रथम पुरस्कार भी प्राप्त हो चुका है।

गृह पत्रिका कुशल सम्पादन इसके सृजनात्मक एवम् प्रेरणादायी रूप को निखार सकता है। सम्पादकीय किसी भी पत्रिका की आत्मा माना जाता है। गृहपत्रिका के लिए भी यह बात सही है। अतः सम्पादकीय काफी प्रभावशाली हो और उसमें पत्रिका में सम्मिलित सामग्री का पूर्व आभास हो। आलोच्य अवधि की महत्वपूर्ण घटना का भी सम्पादकीय में उल्लेख होना चाहिए। सम्पादक का अपने पाठकों के साथ निरंतर सम्पर्क बना रहना चाहिए। इससे पत्रिका के सम्बन्ध में प्राप्त सुझावों और विचारों के कारण पत्रिका के निरंतर सुधार की गुंजाइश बनी रहती है। सम्पादकीय इस निरन्तरता को बनाए रखने में एक अटूट कड़ी का काम करता है।

जहाँ तक पत्रिका के शीर्षक का सम्बन्ध है, शीर्षक सदैव छोटा, आकर्षक और संस्थान के मूल उद्देश्यों को अभिव्यक्त करने वाला होना चाहिए। सामान्यतः संस्थान के नाम के साथ बुलेटिन, न्यूज, रिपोर्टर, न्यूजलैटर, पत्रिका आदि शब्द जोड़कर

शीर्षक दिया जाता है, जैसे एस.आई.एस.आई. न्यूजलैटर, टाटा न्यूज, समाचार पत्रिका (आयकर, राजकोट), बीज पत्रिका (राष्ट्रीय बीज निगम) तिलहन पत्रिका आदि। हिन्दी पत्रिकाओं में 'भारती' 'संदेश' जैसे शब्द संस्थान के नाम के साथ जोड़कर शीर्षक दे दिया जाता है। जैसेः राजभाषा भारती, आयकर भारती, अणुभारती, विज्ञान-शोध भारती, गुर्जर भारती, उपक्रम भारती, विद्युत-संदेश, स्नेह संदेश, आरोग्य संदेश, राजभाषा संदेश आदि। किन्तु कल्पनाशील शीर्षक पत्रिका को अधिक रोचक व आकर्षक बना देता है जैसे योगक्षेम (भारतीय जीवन बीमा), भागीरथ (सिंचाई व ऊर्जा विभाग), सागरिका (विशाखापत्तनम् गोदी), सुगंध (आयकर जबलपुर), रेल-सुरभि, अभिव्यक्ति (आयकर, वडोदरा), बिदुरा (प्रेस इन्स्टीट्यूट ऑफ इण्डिया), स्वागतम् (एयर इण्डिया) आदि। इस प्रकार के शीर्षक अधिक सटीक, रोचक व मनोहारी लगते हैं।

गृहपत्रिका कितने समय अन्तर से निकाली जाए यह प्रतिष्ठान की आवश्यकता और संसाधनों पर निर्भर करता है। वैसे गृह पत्रिका का मासिक होना आदर्श स्थिति है किन्तु यह संस्थान के छोटे व बड़े होने पर भी निर्भर करता है। छोटे संस्थानों के लिए मासिक पत्रिका निकालना इसलिए व्यावहारिक प्रतीत नहीं होता कि मासिक पत्रिका के लिए नियमित सामग्री का मिलते रहना एक समय के बाद बन्द हो जाता है फलस्वरूप पत्रिका को बन्द करने की स्थिति पैदा हो सकती है। पत्रिका के लिए सामग्री नियमित रूप से मिलती रहे इसके लिए पत्रिका को द्वैमासिक या त्रैमासिक रखा जाना ही उपयुक्त होगा। बड़े प्रतिष्ठानों में सामग्री के अभाव की गुंजाइश कम रहती है इसलिए उनका मासिक रूप में गृहपत्रिका निकलना ही उपयुक्त रहता है।

अन्त में सबसे महत्वपूर्ण बात आती है कि गृहपत्रिकाओं की भाषा कैसे हो ? आज हमारे देश में हिन्दी राजभाषा पद पर प्रतिष्ठित है। देश के अधिकांश हिस्सों में यह बोली व समझी जाती है। गृह पत्रिका में चूंकि कर्मचारियों का योगदान अधिक होता है इसलिए ऐसी भाषा का उपयोग करना वांछनीय है जो अधिकांश तबके द्वारा

ग्राह्य हो। इस दृष्टि से भी हिन्दी का उपयोग करना श्रेयस्कर है। दूसरे, गृह पत्रिका का विस्तार कर्मचारियों के अलावा उनके परिवार के सदस्यों, संस्थान के ग्राहकों, वितरकों आदि तक होता है, जिनमें जनभाषा का उपयोग अधिक होता है। अतः यह आवश्यक है कि पत्रिका उन लोगों की अपनी भाषा में छपनी चाहिए। यदि कर्मचारी-वर्ग में एक बड़ा हिस्सा ऐसा हो जो अपनी प्रांतीय भाषा के अलावा कोई भी भाषा न समझता हो तो पत्रिका का द्विभाषी होना उपयोगी रहेगा। केन्द्र सरकार के कार्यालयों, उपक्रमों और हिन्दी भाषी प्रदेशों में स्थित कार्यालयों, उपक्रमों, निगमों आदि की राजभाषा हिन्दी होने के कारण उनके द्वारा निकाली जाने वाली गृहपत्रिकाओं में हिन्दी भाषा का वर्चस्व होना स्वाभाविक है। इन गृहपत्रिकाओं को अपने प्रतिष्ठान की नीतियों के प्रसार करने के साथ-साथ राजभाषा के प्रचार-प्रसार का दायित्व भी निभाना पड़ता है इसीलिए उक्त गृह पत्रिकाओं में हिन्दी को सर्वोच्च स्थान प्राप्त है। अंग्रेजी और क्षेत्रीय भाषा का स्थान हिन्दी के बाद आता है। आयकर विभाग, चेन्नै की पत्रिका 'झरोखा' में हिन्दी के साथ-साथ तमिल और अंग्रेजी को भी माध्यम बनाया गया है किन्तु केन्द्र सरकार की भाषा नीति के अनुरूप हिन्दी को प्रमुख पृष्ठों में और अधिक स्थान उपलब्ध कराया गया है। गृहपत्रिकाओं की भाषा के मामले में यही स्थिति आदर्श और वांछनीय है।