



3

रेडियो की दुनिया

समाचार प्रिंट मिडिया या जनसंचार का मुद्रित माध्यम है जबकि रेडियो और टेलीविजन जनसंचार के प्रमुख इलेक्ट्रॉनिक माध्यम हैं। ये दोनों माध्यम जन-जन तक सूचना, शिक्षा और मनोरंजन पहुँचाते हैं। इनके द्वारा घर बैठे ही संसार के कोने-कोने में घट रही घटनाओं की जानकारी तुरंत प्राप्त हो जाती है।

रेडियो : अर्थ और स्वरूप

रेडियो सस्ता, सुलभ और सुविधाजनक श्रेष्ठ माध्यम है। इसे कोई कहीं भी किसी भी स्थिति में सुन सकता है। नेत्रहीनों के लिए तो यह वरदान है। सूचना क्रांति के इस युग में रेडियो ही उनका एकमात्र सहारा है जिसके सहारे वे विश्व से अपने आपको जोड़ पाते हैं। जहाँ बिजली नहीं है वहाँ भी रेडियो सुना जा सकता है। खेत की मेड़ पर रखकर इसे किसान सुन सकता है, रसोई घर में काम करती गृहिणी सुन सकती है, साइकिल चलाता व्यक्ति सुन सकता है। यानी रेडियो हर समय, हर जगह और हर कोई सुन सकता है।

आमतौर पर 'रेडियो' शब्द का प्रयोग रेडियो सेट के लिए किया जाता है। रेडियो उस यंत्र का नाम है जो रेडियो-संकेतों को प्राप्त कर श्रोताओं तक पहुँचाता है। अमेरिका में पहले इसे रेडियो टेलीग्राफ़ कहते थे। बाद में इसे रेडियो कहा जाने लगा।

रेडियो शब्द की उत्पत्ति लैटिन भाषा के शब्द 'रेडियस' से हुई है जिसका तात्पर्य उस किरण या प्रकाश स्तंभ से है जो आकाश में विद्युत चुंबकीय तरंगों

द्वारा फैलती है। इन्हीं तरंगों के ज़रिए ध्वनि को एक जगह से दूसरी जगह भेजा जाता है। इन तरंगों की खोज 1886 ई. में जर्मन वैज्ञानिक हेनरिच हर्ट्ज़ ने की थी इसीलिए विद्युत तरंगों की गति को मापने के लिए किलोहर्ट्ज़, मेगाहर्ट्ज़ का इस्तेमाल होता है। इसे दर्शाने के लिए ही रेडियो सेटों पर KHZ (किलोहर्ट्ज़), MHZ (मेगाहर्ट्ज़) आदि संकेत लिखे होते हैं।

रेडियो : उद्भव और विकास

हर्ट्ज़ ने विद्युत तरंगों की खोज तो अवश्य की थी परंतु उन्हें इसका अनुमान नहीं था कि इसका उपयोग दूर संचार के लिए भी किया जा सकता है। 1891 ई. में यह काम कर दिखाया गुगलियो मार्कोनी ने। उन्होंने इंग्लैंड के कार्नवाल इलाके के पोलधू नामक स्थान से अटलांटिक महासागर के पार कनाडा के न्यूफाउंडलैंड में स्थित सेंट जॉन्स से भेजी गई आवाज़ को सुनने तथा अपनी बात दूसरी तरफ पहुँचाने में सफलता प्राप्त की।

इंग्लैंड में पहला रेडियो कार्यक्रम 23 फ़रवरी 1920 को प्रसारित किया गया। 1928 ई. में ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग सर्विस (बी.बी.सी.) की स्थापना हुई। 1947 ई. में तीन अमेरिकन वैज्ञानिक राकले, ब्राटेन तथा बार्डिन ने ट्रांज़िस्टर का आविष्कार कर इसे जनसाधारण का माध्यम बना दिया।

भारत में भी रेडियो के पहुँचने में बहुत देर नहीं हुई। सन 1921 में टाइम्स ऑफ़ इंडिया तथा डाक तार विभाग के संयुक्त प्रयास से मुंबई (बंबई) से एक कार्यक्रम प्रसारित किया गया जिसे गवर्नर ने पुणे में सुना। 1924 ई. में कुछ लोगों ने मिलकर मद्रास में प्रेसीडेंसी रेडियो क्लब की स्थापना की। 23 जुलाई 1926 को इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कंपनी ने प्रसारण आरंभ किया। सन 1936 में इसका नाम बदलकर ऑल इंडिया रेडियो रख दिया गया। आज़ादी के बाद सन 1957 में इसका नाम **आकाशवाणी** हो गया। इस शब्द का प्रयोग सबसे पहले मैसूर के प्रो. गोपालस्वामी ने अपने प्रसारण केंद्र के लिए किया था। आज भारत में आकाशवाणी की चार प्रमुख सेवाएँ हैं: राष्ट्रीय प्रसारण, विविध भारती, विदेशी सेवा और एफ.एम. सेवा। हैम रेडियो एक प्रकार की निजी रेडियो सेवा है जिससे एक खास दूरी के भीतर संदेश प्रचारित-प्रसारित किए जाते हैं।

रेडियो की विशिष्टताएँ

रेडियो के लिए आलेख लेखन से पहले माध्यम के रूप में इसकी विशिष्टता को जानना ज़रूरी है। रेडियो की विशेषता यह है कि यह श्रव्य माध्यम है। इसमें जो कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं उन्हें सुना जा सकता है, देखा नहीं जा सकता। इसीलिए इसे 'दृश्यहीन माध्यम' भी कहा जाता है जिसके 'संदेशों' को सुनकर ही ग्रहण किया जा सकता है। श्रव्य होने के कारण रेडियो से प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों की प्रस्तुति और भाषा को इसी के अनुरूप ढालना पड़ता है। इसीलिए रेडियो में बोलचाल की भाषा पर ज़ोर दिया जाता है। सरल भाषा का प्रयोग रेडियो के लिए अत्यंत आवश्यक है।

श्रोताओं की कल्पना-शक्ति का उपयोग — रेडियो श्रोताओं की कल्पना-शक्ति को साथ लेकर चलता है। रेडियो में सब कुछ सुनकर समझा जाता है। श्रोता अपनी कल्पना-शक्ति के सहारे दृश्य बनाता है। यदि किसी राजा या राजदरबार का वर्णन किया जाता है तो श्रोता अपनी कल्पना के अनुसार उसकी वेशभूषा, आकार, भव्यता आदि के दृश्य अपने मन में बनाता है। रेडियो के लिए लिखते समय श्रोताओं की इस कल्पना-शक्ति का उपयोग करना चाहिए।

सामयिकता का बोध — रेडियो वर्तमान का माध्यम है। इसलिए इसके लिए लिखा जाने वाला आलेख भी उसके प्रवाह में बहता दिखाई देना चाहिए। रेडियो प्रसारण में श्रोताओं को वर्तमान का बोध कराया जाता है और यह आभास दिलाया जाता है कि जैसे सब कुछ उसी समय बताया जा रहा है, हालाँकि रेडियो के अधिकांश कार्यक्रम पहले से रिकार्ड कर लिए जाते हैं। केवल *समाचार* और *आँखों देखा हाल* का ही सीधा प्रसारण होता है।

लचीलापन — रेडियो एक लचीला माध्यम है। इसे कहीं भी किसी भी मनःस्थिति में कोई भी सुन सकता है। रेडियो के कार्यक्रमों को सुनने के लिए उससे चिपक कर बैठना आवश्यक नहीं है। इसे काम करते-करते भी सुना जा सकता है। रेडियो एक निजी माध्यम भी है। आमतौर पर इसे समूह में नहीं, बल्कि निजी तौर पर ही सुना जाता है। रेडियो के लिए आलेख लिखते समय रेडियो की इन

विशेषताओं का ध्यान रखना चाहिए। तदनु रूप भाषा आसान होनी चाहिए। इसी कारण रेडियो की प्रसारण शैली अनौपचारिक और अंतरंग होती है। श्रोताओं को ऐसा महसूस होना चाहिए कि कार्यक्रम-प्रस्तुतकर्ता उससे सीधी बात कर रहा है। यहीं पर रेडियो लेखक की भूमिका अहम हो जाती है। रेडियो लेखक को बोले जानेवाले शब्दों या बोलचाल की भाषा का इस्तेमाल करना चाहिए वरना श्रोता कार्यक्रम नहीं सुनेंगे।

तत्परता — रेडियो एक तत्पर माध्यम है। दुनिया भर में घट रही घटनाओं की सूचना वह तुरंत अपने श्रोताओं तक पहुँचा देता है। मौसम और प्राकृतिक विपत्ति, रेलगाड़ी के आवागमन/ट्रैफिक जाम, शहर में होने वाले विभिन्न समारोहों की ताज़ा जानकारियाँ रेडियो पर तुरंत और कम खर्च में दूर-दराज़ के इलाके तक भेजी जा सकती हैं। रेडियो लेखक को प्राप्त समाचारों को तुरंत प्रसारण के योग्य बनाना होता है। इसलिए रेडियो लेखक की भाषा पर पकड़ मज़बूत होनी चाहिए।

श्रोता वर्ग की पहचान

रेडियो पर उच्चरित शब्द प्रसारित होते हैं पर ये उच्चरित शब्द लिखकर पढ़े जाते हैं। परंतु सब कुछ ऐसा प्रतीत होता है कि प्रसारणकर्ता श्रोताओं के साथ आमने-सामने बैठकर बातचीत कर रहा हो। किंतु वास्तव में वह एक आलेख पढ़ रहा होता है। इसलिए रेडियो आलेख तैयार करने से पहले लेखक को यह जान लेना चाहिए कि वह किस श्रोता वर्ग के लिए लिख रहा है अर्थात् उसका आलेख किस श्रोतावर्ग को सुनाया जाएगा। इसके लिए उसे उस श्रोता वर्ग की रुचियों, मनोविज्ञान और ज्ञान स्तर का अवश्य ध्यान रखना चाहिए। इसी के अनुरूप वह अपने आलेख के लिए विधा और भाषा का चुनाव करता है। रेडियो के श्रोताओं में अपार विविधता होती है। उसमें बच्चे, बूढ़े, महिला, पुरुष, निरक्षर, साक्षर, बुद्धिजीवी सभी प्रकार के श्रोता होते हैं। इसलिए रेडियो के लिए लिखा गया आलेख स्पष्ट, सहज, सरल और प्रवाहयुक्त होना चाहिए।

रेडियो लेखन के प्रमुख उपकरण

रेडियो शब्द, ध्वनि, संगीत और मौन के द्वारा अपना संदेश श्रोताओं तक पहुँचाता है।

शब्द — रेडियो में बोले हुए शब्द श्रोताओं तक पहुँचते हैं। ये शब्द बिंब का निर्माण करते हैं। ये मानवीय उपस्थिति के संकेत के साथ-साथ किसी कार्यक्रम, प्रसारण संस्था, पात्र या चरित्र के सूचक होते हैं। वाचक का स्तर न केवल 'उद्घोषक' का बल्कि पूरे रेडियो स्टेशन का परिचायक बन जाता है। रेडियो की सुई घुमाते ही वाचक के स्वर की शैली से ही पता चल जाता है यह बी. बी. सी. की हिंदी सेवा है या विविध भारती का कोई कार्यक्रम।

ध्वनि — रेडियो में ध्वनि का विशेष महत्त्व है। इसी के माध्यम से प्रसारणकर्ता वातावरण का निर्माण करता है। इसे ध्वनि-प्रभाव कहते हैं। चिड़ियों की चहचहाहट, मंदिर की घंटियों आदि से सुबह का अहसास कराया जाता है, रेलगाड़ी की आवाज़, 'चाय गर्म चाय' की आवाज़, शोर-गुल आदि के मिश्रण से रेलवे स्टेशन का भान होता है। रेडियो नाटक में ध्वनि प्रभाव का विशेष तौर पर उपयोग किया जाता है।

संगीत — किसी भी रेडियो स्टेशन से संगीत का सबसे ज़्यादा प्रसारण होता है। यह रेडियो को मनोरंजन का सुलभ माध्यम बनाता है। प्रसारण सेवा की पहचान उसकी 'संकेत धुन' से होती है। रेडियो नाटक में दृश्य बदलने और खुशी या दुख का माहौल दर्शाने में संगीत का उपयोग किया जाता है। इस प्रकार रेडियो में संगीत विभिन्न स्थितियों, मनःस्थितियों, घटनाओं आदि का सूचक बन जाता है।

मौन — रेडियो में मौन का सकारात्मक उपयोग किया जाता है। दो कार्यक्रमों के बीच में मौन आता है। धीमी गति के समाचार में चुप्पी वाक्य को विभाजित करने, पैराग्राफ़ बदलने आदि की भूमिका निभाती है। रेडियो नाटक में मौन विशेष परिस्थिति का आभास कराता है। जैसे काँपती आवाज़ — मत जाओ ... मत जाओ बेटे मुझे छोड़कर-मुझे अनाथ बनाकर ... मत जाओ ... रुक जाओ।

इस संवाद के बीच में आया मौन पिता की मनःस्थिति को दर्शाता है और श्रोता की कल्पना-शक्ति को सक्रिय बनाता है। इसी प्रकार हास्य कार्यक्रमों में संवाद के बाद हल्का सा मौन, फिर उभरती हँसी कार्यक्रम को प्रभावशाली बनाती है।

विधा का चुनाव

श्रोता वर्ग नियत करने के बाद तदनुरूप रेडियो विधा का चुनाव करना चाहिए। रेडियो की प्रमुख विधाएँ इस प्रकार हैं —

1. वार्ता — वार्ता रेडियो की सर्वाधिक प्रचलित विधा है। इसमें वार्ताकार किसी विषय पर बोलता है। वार्ता के लिए आलेख तैयार करते समय बातचीत की शैली अपनानी चाहिए। नीचे रेडियो वार्ता का एक उदाहरण दिया जा रहा है —

आतंकवाद ... यह आज का डरावना सच है। अमेरिका में हुए आतंकवादी हमले ने सारी दुनिया को हिला कर रख दिया। भारत भी आतंकवाद से जूझ रहा है। आप, हम, सभी अभी तक इस दहशत से उबर नहीं पाए हैं। क्या है इसका समाधान? कब छूटेगी इसकी अँधेरी छाया? आइए, इन्हीं सब पक्षों पर विचार करें।

2. नाटक और रूपक — आमतौर पर नाटक देखने की चीज़ है, परंतु रेडियो पर हम इसे सुनते हैं। ध्वनि प्रभावों, शब्दों और संवादों के ज़रिए रेडियो नाटक तैयार किया जाता है। इसे सुनकर श्रोता अपने मन में दृश्य की कल्पना करता है।

रेडियो रूपक में तथ्यों को नाटकीय रूप में प्रस्तुत किया जाता है। आवाज़ों, ध्वनि प्रभावों, संगीत, भेंटवार्ता आदि को मिलाकर जब किसी विषय को नाटकीय रूप में प्रस्तुत किया जाता है तो उसे रूपक कहते हैं। इसकी विषय-वस्तु किसी समस्या, सूचना, घटना, व्यक्ति आदि पर आधारित होती है। जैसे — बाल-मज़दूरी, सूर्यग्रहण, स्वाधीनता आंदोलन, महात्मा गांधी।

3. समाचार — रेडियो समाचार सरल और स्पष्ट ढंग से सुनाया जाता है। इसमें सब कुछ संक्षेप में कहना होता है। समाचार पत्र की तरह इसमें विस्तार की गुंजाइश नहीं होती है। रेडियो के श्रोता-समूह में निरक्षर, कम पढ़े-लिखे लोगों से

लेकर बुद्धिजीवी वर्ग भी शामिल होता है। निम्न आय वर्ग से लेकर उच्च आय वर्ग के लोग भी समाचार सुनते हैं, इसलिए रेडियो समाचार की भाषा सहज, स्वाभाविक और संश्लिष्ट होती है। किसी भी स्थिति में भाषा क्लिष्ट नहीं होनी चाहिए।

4. जनसेवा सूचनाएँ — जनसेवा सूचनाओं से तात्पर्य उन तात्कालिक जानकारियों से है जिनका संबंध आम जनता से होता है और उसे तुरंत प्रसारित करना होता है, जैसे- रेलगाड़ियों के विलंब से आने-जाने की सूचना, बिजली की आपूर्ति में बाधा, संभावित तूफान की चेतावनी, रोज़गार समाचार, मौसम संबंधी जानकारी, मंडी के भाव, शहर में होने वाले आयोजन, गुमशुदा व्यक्तियों की सूचनाएँ। एक उदाहरण देखिए —

ये आकाशवाणी दिल्ली है। एक सूचना सुनिए : केंद्रीय माध्यमिक शिक्षा बोर्ड की परीक्षाएँ जो 10 मार्च से आरंभ होने वाली थीं वे अब 15 मार्च से आरंभ होंगी। विस्तृत जानकारी के लिए अपने विद्यालय से संपर्क करें, सूचना समाप्त हुई।

5. विज्ञापन — किसी उत्पाद की ओर ध्यान आकर्षित करना और उसके बारे में सूचना देना विज्ञापन कहलाता है। रेडियो विज्ञापन संक्षिप्त होता है। इसमें संगीत और ध्वनि प्रभाव का उपयोग किया जाता है।

6. उद्घोषणा — उद्घोषणा और कंपेयरिंग रेडियो प्रसारण का अहम हिस्सा है। सुबह रेडियो की सुई घुमाते ही पहले रेडियो स्टेशन की धुन सुनाई पड़ती है फिर उद्घोषणा की आवाज़ उभरती है —

. . . ये आकाशवाणी भोपाल है। 'सुबह-सबरे' में आपका स्वागत है। विनीत अग्रवाल का नमस्कार स्वीकार करें। पेश है भीमसेन जोशी की आवाज़ में एक भजन।

ऐसी उद्घोषणाएँ दिन भर रेडियो से प्रसारित होती रहती हैं। ये उद्घोषणाएँ भी पहले से लिखी होती हैं।

7. कंपेयरिंग — रेडियो में कंपेयरिंग का अर्थ है — किसी कार्यक्रम का संचालन। गीत-संगीत के कार्यक्रम, साक्षात्कार, परिचर्चा, फ़ोन इन, चैट शो, आँखों देखा हाल, रेडियो रिपोर्ट, रेडियो ब्रिज आदि कंपेयरिंग आधारित कार्यक्रम हैं।

8. गीत-संगीत — गीत-संगीत के कार्यक्रम में कार्यक्रम संचालक या सूत्रधार की भूमिका महत्त्वपूर्ण होती है। गीतों के बीच-बीच में वह शेरों-शायरी, सूचनाओं और ज्ञानवर्धक बातों का सुंदर समन्वय करता है। इस प्रकार के कार्यक्रम में सूचनाओं को इस प्रकार पिरोना होता है कि कार्यक्रम में बाधा भी न पड़े और सूचनाएँ जन-जन तक पहुँच जाएँ।

9. साक्षात्कार — साक्षात्कार में भी सूत्रधार की भूमिका प्रमुख होती है। किसी भी व्यक्ति से साक्षात्कार लेने से पहले उस व्यक्ति के बारे में पूरी जानकारी हासिल कर लेनी चाहिए और उसे कागज़ पर नोट कर लेना चाहिए। साक्षात्कार के दौरान पूछे जाने वाले प्रश्न भी बना लेने चाहिए।

10. परिचर्चा — परिचर्चा में किसी विषय पर चर्चा करने के लिए दो या दो से अधिक व्यक्ति हिस्सा लेते हैं। इसमें संचालक का यह प्रमुख दायित्व होता है कि कार्यक्रम विषय से न भटके और संवादी निर्धारित विषय पर ही बात करें। इसके अंतर्गत चैट-शो और रेडियो-ब्रिज भी आते हैं। चैट-शो परिचर्चा का ही बदला हुआ रूप है। परिचर्चा में केवल विषय-विशेषज्ञ ही शामिल होते हैं जबकि चैट-शो में आम नागरिकों को भी शामिल किया जाता है। रेडियो ब्रिज भी एक प्रकार की परिचर्चा ही है। इसमें अलग-अलग रेडियो स्टेशनों पर बैठे विशेषज्ञ किसी विषय पर अपनी राय देते हैं। उदाहरण के लिए, दिल्ली केंद्र से प्रसारित होने वाले रेडियो ब्रिज कार्यक्रम में पटना, लखनऊ, भोपाल, चेन्नै, जम्मू में बैठे विशेषज्ञों की राय प्रसारित की जा सकती है।

11. फ़ोन इन — आजकल 'फ़ोन इन' कार्यक्रम का प्रचलन खूब बढ़ गया है। इसमें श्रोता घर बैठे अपने गाने की फरमाइश कर सकता है, किसी कार्यक्रम में शामिल होने वाले चिकित्सक या किसी प्रमुख व्यक्ति से सवाल पूछ सकता है और रेडियो पर उसका जवाब सुन सकता है।

12. आँखों देखा हाल — आँखों देखा हाल रेडियो का एक लोकप्रिय कार्यक्रम है। इसके द्वारा गणतंत्र दिवस, क्रिकेट मैच तथा अन्य महत्त्वपूर्ण घटनाओं को स्थल से सीधे श्रोताओं तक पहुँचाया जाता है।

13. रेडियो रिपोर्ट — यह रेडियो की विशिष्ट विधा है जिसमें किसी समारोह की रिपोर्ट प्रस्तुत की जाती है। जिन कार्यक्रमों का आँखों देखा हाल नहीं प्रस्तुत हो पाता उसकी संक्षिप्त रेडियो रिपोर्ट प्रस्तुत की जाती है। इसमें संचालक समारोह की कार्यवाही का विवरण देता रहता है और समारोह की रिकार्डिंग सुनाई जाती है।

रेडियो की भाषा

रेडियो की भाषा का अर्थ है श्रव्य-माध्यम की भाषा यानी ऐसी भाषा, जो श्रोता के मस्तिष्क में **दृश्य** निर्मित कर सके, उसकी कल्पना को जागृत कर सके। इसके लिए ज़रूरी है कि —

- वाक्य छोटे हों।
- सरल शब्दों का प्रयोग किया जाए।
- आँकड़ों को अंकों में नहीं शब्दों में लिखा जाए।
- रेडियोनुकूल शब्दों का प्रयोग किया जाए।

रेडियो से प्रसारित **संदेश** को श्रोता सुनकर समझता है। रेडियो पर जो भी प्रसारित होता है वह तुरंत दुबारा नहीं सुना जा सकता है। इसलिए यदि जटिल वाक्यों का प्रयोग किया गया तो श्रोता संदेश समझ नहीं पाएगा और कार्यक्रम अपने उद्देश्य में सफल नहीं हो पाएगा।

रेडियो लेखन छपे लेखन से भिन्न होता है। मुद्रित लेखन में तो उपर्युक्त, निम्नलिखित, अतः, एवं, तथा, यह, वह आदि शब्दों का इस्तेमाल किया जाता है परंतु रेडियो पर इनका प्रयोग नहीं होता। इसी तरह अंततोगत्वा, द्रष्टव्य जैसे कठिन और सहज समझ न आने वाले शब्द भी रेडियो के लिए उपयुक्त नहीं हैं। रेडियो पर केवल उन्हीं शब्दों का इस्तेमाल करना चाहिए जिसे आसानी से सुनकर समझा जा सके।

रेडियो आलेख में आँकड़े शब्दों में लिखे होने चाहिए, जैसे — एक लाख, डेढ़ लाख, दो करोड़ आदि। यदि 2000000 लिखेंगे तो वाचक शून्य ही गिनता रह जाएगा और कार्यक्रम में व्यवधान पैदा हो जाएगा। इसके अलावा

आँकड़ों को पूर्णांकों में लिखना चाहिए। जैसे 29320 को लिखना चाहिए उनतीस हजार से कुछ अधिक।

रेडियो आलेख का आरंभ आकर्षक होना चाहिए। इसकी विषय सामग्री में नएपन की अपेक्षा रहती है। इसके अलावा विषय को जितने संक्षेप में प्रस्तुत किया जा सके उतना ही अच्छा है।

प्रश्न-अभ्यास

1. 'रेडियो एक सशक्त जनसंचार माध्यम है'— समझाइए।
2. माध्यम के रूप में रेडियो की विशिष्टताएँ बताइए।
3. रेडियो आलेख तैयार करते समय किन बातों पर विशेष ध्यान देना आवश्यक है?
4. रेडियो में शब्द, ध्वनि, संगीत और मौन का महत्त्व बताइए।
5. निम्नलिखित पर संक्षिप्त टिप्पणी लिखिए —
 - आकाशवाणी की प्रमुख सेवाएँ
 - रेडियो की भाषा
 - फ़ोन इन
 - कंपेयरिंग
6. निम्नलिखित विषयों को आधार बनाकर रेडियो पर प्रसारित करने के लिए जनसेवा सूचनाएँ तैयार कीजिए —
 - मौसम की सूचना
 - रेलगाड़ियों के विलंब से आने-जाने की सूचना