



# DJNM 101

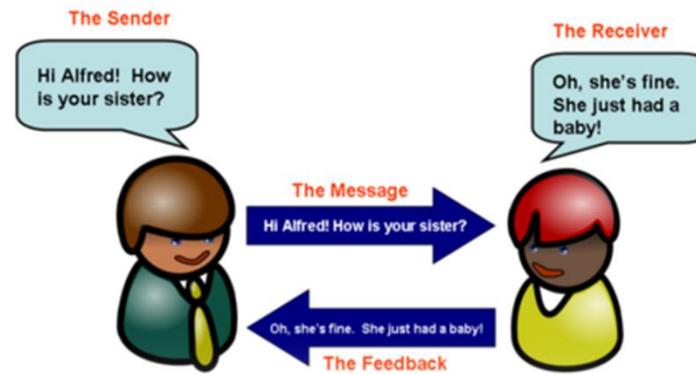
(Diploma in Journalism and New Media)

## संचार: अवधारणा, प्रक्रिया और सिद्धांत

### Communication: Concept, Processes and Theories



#### The Communication Process



पत्रकारिता एवं मीडिया अध्ययन विद्याशाखा  
उत्तराखंड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी

**DJNM 101**

(Diploma in Journalism and New Media)

पत्रकारिता एवं न्यू मीडिया में डिप्लोमा कार्यक्रम

**संचार: अवधारणा, प्रक्रिया और सिद्धांत**  
**Communication: Concept, Processes and Theories**



**उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय**

**स्कूल ऑफ जर्नलिज्म एण्ड मीडिया स्टडीज**

**उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी 263139**

**जिला (उत्तराखण्ड) नैनीताल**

---

**अध्ययन समिति :**

---

अध्यक्ष (कुलपति)

उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी,  
नैनीताल

प्रो० रेनू प्रकाश

निदेशक,

पत्रकारिता एवं मीडिया अध्ययन विद्याशाखा  
उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी

प्रो० ओ. पी. सिंह

पूर्व निदेशक, पण्डित मदनमोहन मालवीय  
पत्रकारिता संस्थान, महात्मा गांधी काशी  
विद्यापीठ, वाराणसी।

प्रो. गिरीश रंजन तिवारी

विभागाध्यक्ष, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग  
कुमाऊं विश्वविद्यालय, नैनीताल

डॉ. राकेश चन्द्र रयाल

विभागाध्यक्ष/सह-प्राध्यापक, पत्रकारिता एवं  
मीडिया अध्ययन विद्याशाखा, उत्तराखण्ड  
मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी, नैनीताल

डॉ. भूपेन सिंह

सहायक प्राध्यापक

पत्रकारिता एवं मीडिया अध्ययन विद्याशाखा,  
उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी,  
नैनीताल

डॉ. राजेन्द्र सिंह क्वीरा

सहायक प्राध्यापक (एसी)

पत्रकारिता एवं मीडिया अध्ययन विद्याशाखा,  
उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी,  
नैनीताल

---

**पाठ्यक्रम संयोजन :**

---

डॉ. राकेश चन्द्र रयाल

विभागाध्यक्ष/सह-प्राध्यापक,

पत्रकारिता एवं मीडिया अध्ययन विद्याशाखा,  
उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी, नैनीताल

---

**इकाई लेखन :**

---

डॉ. गोविन्द पन्त राजू

वरिष्ठ पत्रकार, लखनऊ

प्रो० नीरजा टण्डन

कुमाऊं विश्वविद्यालय, नैनीताल

डॉ० राकेश चन्द्र रयाल

वरिष्ठ अकादमिक एसोसिएट,

पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग,  
उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी

डॉ० सुबोध अग्निहोत्री

सहायक प्राध्यापक

पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग

उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय,  
हल्द्वानी

श्री शव प्रसाद जोशी

वरिष्ठ पत्रकार

देहरादून, उत्तराखण्ड

शालनी जोशी

वरिष्ठ संवाददाता

बीबीसी, देहरादून, उत्तराखण्ड

---

**पाठ सम्पादन :**

---

श्री शव प्रसाद जोशी

वरिष्ठ पत्रकार

देहरादून, उत्तराखण्ड

डॉ० राकेश चन्द्र रयाल

वरिष्ठ अकादमिक एसोसिएट,

पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग,  
उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी

---

**प्रकाशन वर्ष : 2024**

---

पाठ्यक्रम स्रोत – एमएमसी 101

कापीराइट : उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय

संस्करण : प्रथम

प्रकाशक : कुलसचिव, उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी– 263139 (नैनीताल)

इस सामग्री के किसी भी अंश को उत्तराखण्ड मुक्त विश्वविद्यालय, हल्द्वानी की लिखित अनुमति के बिना किसी भी रूप में अथवा मिमियोग्राफी चक्रमुद्रण द्वारा या अन्यत्र पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।

मुद्रक :

## DJNM- 101

संचार: अवधारणा, प्रक्रिया और सिद्धांत

### Communication: Concept, Processes and Theories

#### अनुक्रम

इकाई नं०	इकाई का नाम	पृष्ठ संख्या
इकाई-1	संचार : अवधारणा और प्रक्रिया	6- 25
इकाई-2	संचार के कार्य	26- 35
इकाई- 3	संचार के प्रकार	36- 43
इकाई- 4	संचार के शाब्दिक और शब्देत्तर घटक	44- 57
इकाई- 5	परम्परागत संचार	58- 77
इकाई- 6	जनसंचार और भाषा	78- 90
इकाई- 7	अंतर्राष्ट्रीय संचार	91- 110
इकाई- 8	जनसंचार के सिद्धांत	111-126

## इकाई –01

---

### संचार : अवधारणा और प्रक्रिया

---

#### इकाई की रूपरेखा

- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 उद्देश्य
- 1.3 संचार स्वरूप
- 1.4 संचार की प्रक्रिया
- 1.5 संचार का महत्त्व
- 1.6 सारांश
- 1.7 शब्दावली
- 1.8 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर
- 1.9 सन्दर्भ ग्रन्थसूची
- 1.10 सहायक / उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 1.11 निबंधात्मक प्रश्न

---

#### 1.1 प्रस्तावना :

---

पत्रकारिता के क्षेत्र में अंग्रेजी के कम्यूनिकेशन शब्द के पर्याय के रूप में संचार शब्द प्रचलित है, जिसका अर्थ है संचरण, (यानी एक स्थान से दूसरे स्थान तक जाना), सम्प्रेषण, आदान-प्रदान, अभिव्यक्ति कौशल आदि। सामान्यतः सम्प्रेषण या संचार का अर्थ है किसी जानकारी, भाव या विचार को दूसरे तक पहुँचाना और दूसरे के भाव, विचार या जानकारी पाना। इसके लिए एक और शब्द का प्रयोग किया जा सकता है –परस्पर बातचीत, या विमर्श।

इस इकाई में संचार के स्वरूप, प्रक्रिया व महत्त्व पर प्रकाश डाला गया है। संचार को सही रूप से समझने के लिए उसकी प्रक्रिया व उसके स्वरूप को समझना आवश्यक है। विद्यार्थियों को संचार विषय पर गहराई से समझाने का यह एक प्रयास है।

संचार की प्रक्रिया जटिल होती है। संचार प्रक्रिया को पूर्ण करने में जिन घटकों का उपयोग होता है उन्हें सही रूप से समझने के लिए इस इकाई का अध्ययन किया गया है।

---

## 1.2 उद्देश्य :

---

संचार और जनसंचार अब अत्यधिक महत्त्वपूर्ण विषय हैं। हम देख रहे हैं कि आज के जिस समय को सूचना विस्फोट का समय कहा गया है, उस समय में जनसंचार के विविध माध्यमों ने मनुष्य को इतना सूचना सम्पन्न बना दिया है कि पलक झपकते, हम पूरे ब्रह्माण्ड के अनेक रूपों से परिचित हो जाते हैं। अतः संचार और जनसंचार के विषय में, जनसंचार के सामाजिक परिप्रेक्ष्य के सन्दर्भ में, जनसंचार माध्यमों के विषय में जानना आवश्यक है। यहाँ हम इस इकाई के माध्यम से इन्हीं विषयों पर जानकारी एकत्र करना चाहते हैं।

इस इकाई से विद्यार्थी जान सकेंगे—

- सम्प्रेषण के स्वरूप को।
- सम्प्रेषण के महत्त्व को।
- सम्प्रेषण के विविध रूपों को।
- संचार और जनसंचार में अन्तर तथा जनसंचार के माध्यमों के विषय में जानकारी।
- संचार की विस्तृत प्रक्रिया को।

---

## 1.3 संचार स्वरूप :

---

सामान्य तौर पर हम संचार शब्द का प्रयोग करते ही उसका अर्थ समझते हैं— वक्ता या प्रेषक द्वारा संदेश भेजना और श्रोता या प्रेष्य द्वारा सूचनाएँ ग्रहण करना। यह उल्लेखनीय है कि संचार का सम्बन्ध समाज से है और समाज में संचार के समुचित संसाधनों के आने से पहले से ही संचार के विविध माध्यम अस्तित्व में आते रहे हैं। संचार का शाब्दिक अर्थ है फैलाव—विस्तार, किसी बात को आगे बढ़ाना, चलाना, फैलाना। और जनसंचार का आशय है — जन—जन में भावों की, विचारों की अभिव्यक्ति करना और भावों और विचारों को समझना। इस तरह कम्यूनिकेशन —संचार का अर्थ है —

1. विचारों, भावनाओं, सूचनाओं का आदान—प्रदान करना
2. जानकारी इकट्ठा करना
3. आपसी समझ बढ़ाना और
4. जानना अथवा बोध करना।

इस रूप में संचार के अन्तर्गत सोचना, बोलना, सुनना, देखना, पढ़ना, लिखना, परस्पर व्यवहार, विचार विमर्श, सम्भाषण, वाद—विवाद सब आ जाता है। आपसी बातचीत, टेलिफोनिक सम्प्रेषण, पत्राचार, यह

सब भी संचार के अन्तर्गत आ जाता है। यह संचार मनुष्य तो करता ही है, संसार के समस्त अन्य प्राणी किसी न किसी रूप में संचार करते हैं। एक उदाहरण से हम इस बात को समझ सकते हैं। आपने देखा होगा कि प्रायः हमारे पालतू पशु अपनी खुशी, अपनी पीड़ा, स्नेह, क्रोध— अपने हाव-भाव और चेष्टाओं द्वारा व्यक्त करते हैं। हमारी एक गाय को आम बहुत पसन्द थे। एक बार वह बीमार पड़ी। हमने आम के साथ उसे कुछ दवाईयाँ दीं। पहले इस बात का बोध उसे नहीं हुआ पर एक दिन एक टैबलेट उसके दाँत के नीचे आ गई, उस दिन से उसने न केवल आम खाना छोड़ दिया, बल्कि घर के किसी भी सदस्य के हाथ से कुछ भी खाने से इन्कार कर दिया। जबकि आस-पड़ोस के लोगों से उसका व्यवहार यथावत ही रहा। जाहिर है कि मनुष्येतर प्राणी भी अपनी भावानुभूतियों को किसी न किसी तरीके से अभिव्यक्त करते हैं। हाँ, बौद्धिक क्षमता अधिक होने के कारण मनुष्य ने संचार के बेहतर से बेहतर तरीके खोज लिए हैं।

यहाँ यह भी ध्यान देने योग्य है कि आज संचार केवल भावों या विचारों की अभिव्यक्ति का माध्यम मात्र नहीं है, इसके द्वारा अपने समाज, अपने देश में घट रही घटनाओं की ही जानकारी हमें नहीं मिलती अपितु विश्वमंच पर क्या कुछ घट रहा है, इसकी भी जानकारी मिलती है। हमारे सामाजिक परिदृश्य में गत कुछ दशकों से बहुत बदलाव आए हैं। विश्व का एकघुवीय हो जाना, भूमण्डलीकरण की प्रक्रिया की शुरुआत, और कम्प्यूटर क्रान्ति का प्रभाव—पुरजोर रूप में दिखाई देने लगा है तो हमें यह भी महसूस होने लगा है कि विश्वइतिहास में बीसवीं शताब्दी की कुछ महत्वपूर्ण घटनाओं— यथा उपनिवेशवाद का खात्मा, रूसी क्रान्ति, दो-दो विश्वयुद्ध, फासीवाद का उदय, गांधीवाद का उदय, वैज्ञानिक और तकनीकी प्रगति, मार्क्सवादी विचारधारा का फैलाव, सोवियत संघ का विघटन— आदि ने हमारे समाज—साहित्य—भाषा—चिन्तन सब पर बहुत प्रभाव डाला है और हमारी सोच, हमारी कार्यशैली को आमूल परिवर्तित कर दिया है, हम एक संस्कृति, एक भाषा का नारा लगाने लगे हैं, ऐसे में संचार शैली, संचार व्यवस्था में जो अभूतपूर्व परिवर्तन हुए हैं, वह हमें हैरत में डाल देते हैं। एक समय हमें सूचना इकट्ठा करने के लिए समय, शक्ति, श्रम काफी व्यय करना पड़ता था और आज सर्च इंजन के सहारे से पूरे विश्व की जानकारी हमारी उंगलियों में है। फ़ैक्स, ई-मेल, टेलीकॉन्फ़रेन्सिंग द्वारा, दृश्य-श्रव्य माध्यमों द्वारा हम बड़ी आसानी से अपनी इच्छित जानकारी पा लेते हैं। आजकल टेलीफोनिक साक्षात्कार बेहद प्रचलन में हैं। इससे न केवल साक्षात्कार लेने या देने वाले के समय की बचत होती है, पैसे, कागज आदि की भी बचत होती है। कहने का आशय यह है कि हमारी संचार प्रणाली अत्यन्त विकसित और वैज्ञानिक है। इस प्रणाली के विकास में हम मौखिक संचार, लिखित संचार, मुद्रण कला के माध्यम से संचार, टेलीग्राफिक प्रणाली को पार करते हुए संचार के अत्याधुनिक संसाधनों से सम्पन्न पाँचवें चरण में हैं, इस चरण में पारस्परिक क्रियात्मक संचार प्रणाली (Interactive Communication System) पर विशेष बल दिया जाता है। ई-मेल, सोशल नेटवर्किंग, टेली कॉन्फ़रेन्सिंग, फेसबुक, ट्विटर, ब्लॉग आदि शब्द इस परिप्रेक्ष्य में आज बहुत प्रचलित हो गए हैं। इन संसाधनों के द्वारा आज संचार के क्षेत्र में क्रान्ति उपस्थित हो गई है और हम संचारप्राणी (Communicating Animal) बन गए हैं। अपने बिल हम इन्टरनेट द्वारा जमा कर सकते हैं, हवाई जहाज और रेलवे के टिकट बुक करा सकते हैं, ई-पेपर के रूप में समाचारपत्र पढ़ सकते हैं, पूरे विश्व के समाचार जान सकते हैं, खरीदारी कर सकते हैं, ई-मेल द्वारा पत्र भेज सकते हैं, आलेख भेज सकते हैं, ब्लॉग द्वारा अपनी अभिव्यक्ति की क्षमता को प्रस्तुत कर सकते हैं, फेसबुक, ट्विटर आदि द्वारा अपने विचारों को सबके साथ बाँट सकते हैं और कागज की बचत कर सकते हैं, राजस्व की भी बचत कर सकते हैं।

## अभ्यास प्रश्न

प्र० 1— संचार का शाब्दिक अर्थ क्या है?

प्र० 2— हम संचार के किस चरण से गुजर रहे हैं ?

---

### 1.4 संचार प्रक्रिया :

---

संचार एक व्यक्ति से दूसरे तक अर्थपूर्ण संदेश प्रेषित करने वाली प्रक्रिया है। यह प्रक्रिया जटिल और वैज्ञानिक है। यदि संचार सम्यक रूप से नहीं होता तो संदेश ठीक-ठीक रूप से श्रोता-वक्ता तक नहीं पहुँच सकता। वस्तुतः संचार प्रक्रिया में बाधा होने पर अनेक प्रकार की गलतफहमियाँ, क्रोध, नैराश्य, ईर्ष्या, द्वेष आदि उत्पन्न हो जाते हैं। स्पष्ट है कि आभिव्यक्तिक नैपुण्य किसी भी क्षेत्र में सफलता प्राप्त करने की कुंजी है। *Good communication skills are absolutely vital in any successful workplace.* लिहाजा संचार संसाधनों का सशक्त होना बहुत जरूरी है। यदि संचार सुचारु रूप में होगा तो श्रोता उसे ठीक से ग्रहण करेगा, उसका सम्यक उत्तर देगा। एक उदाहरण से हम अपनी बात स्पष्ट कर सकते हैं। यदि किसी भी दिन बिजली नहीं आती है, तो हमारी बहुत सी गतिविधियाँ ठप पड़ जाती हैं। हम मोबाइल, इन्टरनेट का प्रयोग नहीं कर सकते, रेडियो, टी.वी के कार्यक्रम नहीं देख सकते यहाँ तक कि पानी की सप्लाई बन्द हो जाती है और कुछ समय बाद हमें एक खालीपन लगने लगता है।

सम्प्रेषक और सम्प्रेष्य का आपसी तालमेल ठीक होगा, समय की बचत होगी और सूचनाएँ अधिकाधिक एकत्र होंगी। संचार सुचारु रूप से हो, इसके लिए वक्ता को अपने विचारों को स्पष्टतः तथा विस्तारपूर्वक अभिव्यक्त करना चाहिए ताकि वह श्रोता के समक्ष एक स्पष्ट चित्र खींच सके। कहने का आशय यह है कि संचार प्रक्रिया का अर्थ है एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक अर्थपूर्ण संदेश का सम्प्रेषण। हमारे अनुभवों, विचारों, संदेश, दृष्टिकोण, मत, सूचना, ज्ञान आदि का परस्पर मौखिक, लिखित या सांकेतिक आदान-प्रदान संचार के अन्तर्गत आ जाता है। 'कोलंबिया इन्साइक्लोपीडिया ऑव कम्युनिकेशन' में संचार के विषय में कहा गया है—'The transfer of thoughts and message as contrasted with transportation of goods and persons' स्पष्टतः सम्प्रेषण की प्रक्रिया जटिल और वैज्ञानिक है।

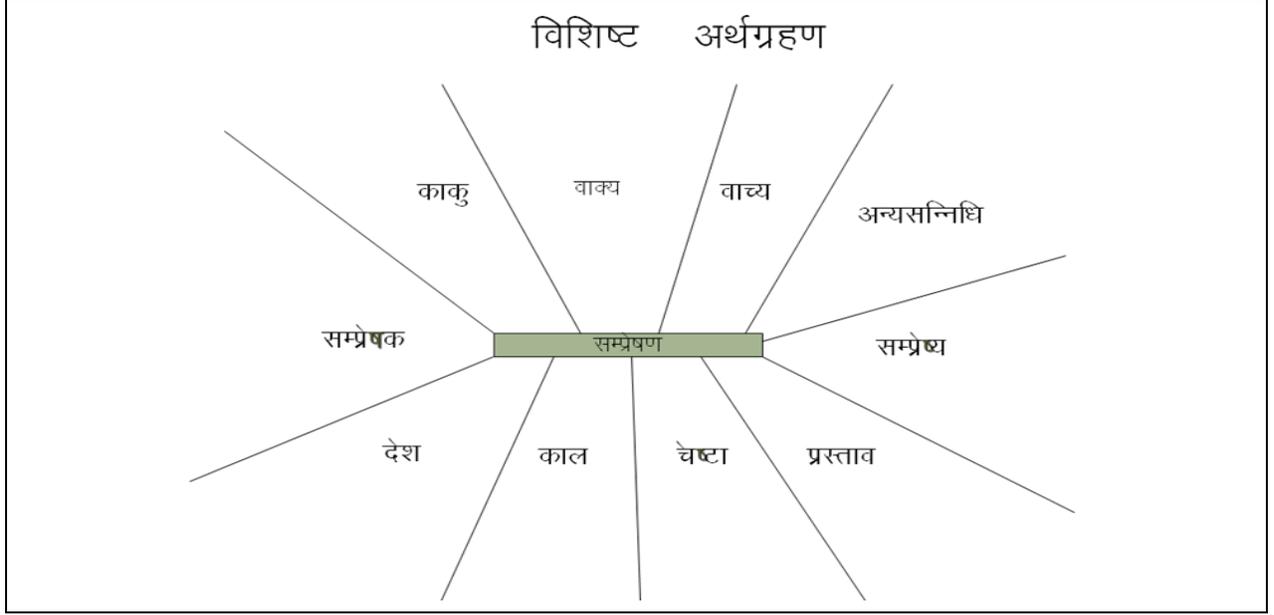
प्रेषक और प्रेष्य-वक्ता और श्रोता में परस्पर तालमेल सम्प्रेषण के लिए अत्यावश्यक है। इसके लिए जरूरी है कि वक्ता का संदेश स्पष्ट हो, श्रोता उस संदेश को ग्रहण करने के लिए तत्पर हो, योग्य हो। संदेश के माध्यम ठीक ठाक हों; और साथ साथ समय, परिस्थिति, स्थान सब अनुरूप हों। सम्प्रेषक का संदेश प्रभावशाली होने पर निश्चित रूप से श्रोता तक पहुँचेगा; और संदेश तब प्रभावशाली होता है, जब वक्ता का उद्देश्य स्पष्ट हो, वह अपनी बात मन से कह रहा हो। स्वामी विवेकानन्द ने एक बार अपनी माँ से पूछा कि 'माँ! तू इतना स्वादिष्ट खाना कैसे बनाती है? जबकि तेरा खाना बनाने का तरीका, खाने में मिलाई गई सामग्री वही है जो अन्य लोग भी प्रयोग करते हैं। माँ ने उत्तर दिया बेटे मैं इस खाने में खाना बनाते समय सामग्रियों के अलावा मन भी मिलाती हूँ। वस्तुतः मन डालकर शब्दों को भी सार्थक और प्रभावशाली बनाया जा सकता है।

सम्यक् संचार के सन्दर्भ में हमारे भारतीय चिन्तकों ने प्राचीन समय से बहुत गम्भीरता से विचार किया है। यह हम सब जानते हैं कि भाषा संचार का सबसे सशक्त माध्यम है। हमारा वैदिक साहित्य वाक् अर्थात् वाणी के विषय में विचार करते हुए यह मानता है कि वाक् तीन स्थानों – हृदय, सिर और कण्ठ— पर बंधा है। आशय यह है कि भाषा केवल कण्ठ का व्यापार नहीं है, हृदय के राग का प्रस्तोता भी है और बुद्धि का नियन्त्रण भी इस पर है। इन तीनों के द्वारा निर्देशित भाषा ही सम्प्रेषण में सर्वाधिक सशक्त होती है। संस्कृत काव्यशास्त्रियों का मानना है कि कोई भी वाक्य तब ठीक ठीक सम्प्रेषण करने में समर्थ होता है जब उसमें तीन विशेषताएँ होती हैं— आकांक्षा, योग्यता और सन्निधि। जब वक्ता अपनी बात शुरु करता है तो पहले शब्द के उच्चारण के साथ ही श्रोता के मन में उत्सुकता होती है कि आगे क्या? वक्ता कहता है पुस्तकालय, श्रोता के मन में तुरन्त जिज्ञासा होती है पुस्तकालय क्या? फिर वक्ता कहता है पुस्तकालय में मेरी इच्छित पुस्तक नहीं मिल रही।

एक उदाहरण से हम अपनी बात स्पष्ट कर सकते हैं। यदि किसी भी दिन बिजली नहीं आती है, तो हमारी बहुत सी गतिविधियाँ ठप पड़ जाती हैं। हम मोबाइल, इन्टरनेट का प्रयोग नहीं कर सकते, रेडियो, टी.वी के कार्यक्रम नहीं देख सकते यहाँ तक कि पानी की सप्लाई बन्द हो जाती है और कुछ समय बाद हमें एक खालीपन लगने लगता है।

श्रोता के मन में जागी जिज्ञासा वाक्य के 'नहीं मिल रही' अंश तक बनी रहती है और वाक्य की समाप्ति पर ही यह जिज्ञासा शान्त होती है। यह है आकांक्षा। योग्यता से मतलब है कि वक्ता द्वारा बोले जाने वाले वाक्यों में एक पदार्थ का दूसरे से निर्बाध सम्बन्ध होना चाहिए। वह आग से खेत सींचता है— इस वाक्य में आग और सींचना में परस्पर सम्बन्ध नहीं है, अतः यह वाक्य अभीष्ट अर्थ का सम्प्रेषण ठीक से नहीं करता। शब्दों में परस्पर समय आदि के व्यवधान के बिना होने वाला अविच्छिन्न प्रवाह सन्निधि है। उदाहरणतः यदि पहले दिन कहा जाय— विश्वविद्यालय और दूसरे दिन कहा जाय जाना है, तो शब्दों में सन्निधि नहीं हो सकती। एक गुरुजी ने अपने विद्यार्थी को समझाया कि बेटे जल्दी— जल्दी नहीं बोलना चाहिए। धीरे धीरे सोच समझकर ही बोलना चाहिए। शिष्य ने उनकी आज्ञा का पालन करते हुए अगले दिन आकर कहा — गुरुजी! और चुप हो गया। कुछ देर बाद फिर से कहा— गुरुजी और फिर चुप हो गया। गुरुजी ने कहा आगे तो बोल, शिष्य ने फिर अटकते हुए कहा गुरुजी.... आपके....घर में.....आग लग गई है— जब तक वाक्य पूरा हुआ, गुरुजी का घर जलकर राख हो चुका था। संचार का यह रूप स्वीकार्य नहीं है।

पश्चिमी विचारक अरस्तू का कहना था कि किसी भी नाट्यप्रस्तुति में संगठनत्रय (Three Unities— unity of time, action and place) का होना अत्यावश्यक है अन्यथा सम्प्रेषण में बाधा होगी। यह संगठनत्रय संचार के श्रेष्ठ रूप को ही व्यक्त करता है। यहाँ यह भी ध्यान देने योग्य है संदेश भेजने का लक्ष्य है संदेश ग्रहण करने वाले तक वक्ता का अभिप्राय अच्छी तरह पहुँच जाय। और यह तभी सम्भव है जब वक्ता—श्रोता में परस्पर तालमेल हो, वक्ता की कण्ठध्वनि, उसका अभिप्रेत, देश, काल, प्रस्ताव— सभी में परस्पर सन्निधि हो। वक्ता क्या कह रहा है? क्या कहना चाहता है? उसकी कण्ठध्वनि कैसी है? किस स्थान पर वह अपनी बात कह रहा है? देश कौन सा है? समय क्या है? श्रोता की मनःस्थिति क्या है? उसका बौद्धिक स्तर क्या है? यह सब बातें सम्प्रेषणीयता को सफल या असफल बनाती हैं।



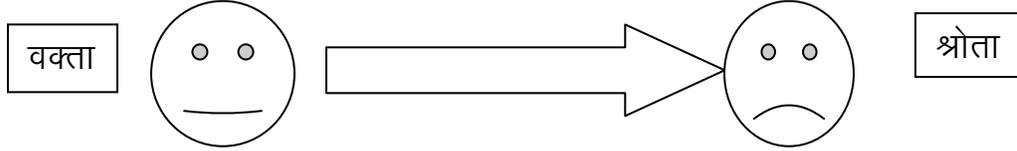
संचार की प्रक्रिया वैज्ञानिक भी है और जटिल भी। संचार की 'एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक अर्थपूर्ण संदेश प्रेषित करना'—यह परिभाषा संचार के विषय में स्पष्ट और ठीक ठीक जानकारी नहीं दे सकती। यहाँ हम अमेरिकी विद्वान् पर्सिंग (Bobbie Sorrels Persing) की परिभाषा उद्धृत करना चाहते हैं, पर्सिंग का कहना है— Human communication may be defined as the spiraling process of the transaction of meanings through symbolic action involving all elements associated with sending and receiving written, oral, and non-verbal messages'.

अर्थात् मानव संचार को प्रतीकात्मक क्रिया द्वारा अर्थों के कार्यव्यापार की सर्पिल या कुण्डलीदार प्रक्रिया द्वारा पारिभाषित कर सकते हैं। इसमें लिखित, मौखिक या शब्देतर संदेश भेजने और प्राप्त करने से जुड़े सभी तत्व शामिल हैं। पर्सिंग की उस परिभाषा में आए निम्नांकित छः घटक मानव संचार के स्वरूप को वैज्ञानिक तरीके से स्पष्ट करते हैं—

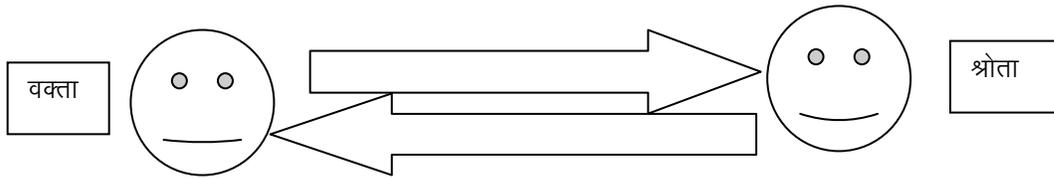
1. सर्पिल प्रक्रिया (Spiraling Process)
2. कार्यव्यापार (Transaction)
3. अर्थ (Meaning)
4. प्रतीकात्मक क्रिया या व्यवहार (Symbolic action)
5. संदेश प्रेषण तथा ग्रहण करने से जुड़े सभी तत्व (All elements associated with sending and receiving)
6. लिखित, मौखिक एवं शब्देतर संदेश (Written, Oral and non-verbal messages)

पर्सिंग का मानना है कि संचार प्रक्रिया गत्यात्मक प्रकृति की है। इस प्रक्रिया में जो संदेश भेजा जाता है वह संदेश पाने वाले के पास सीधे-सीधे नहीं पहुँचता अपितु घुमावदार तरीके से पहुँचता है। संदेश पहुँचने के बाद संदेश पाने वाले की प्रतिक्रिया होती है। जिसे फीडबैक कहा जाता है, संचार की प्रक्रिया

तभी पूरी होती है जब फीडबैक मिलता है। आपने देखा होगा कि यदि श्रोता वक्ता की ओर मुखातिब नहीं होता तो वक्ता का बात करने का सारा उत्साह खत्म हो जाता है और यदि श्रोता बात सुनने को उत्सुक होता है तो वक्ता का उत्साह बढ़ता है और वह और भी अच्छे तरीके से अपनी बात कहने का प्रयत्न करता है। इस बात को हम निम्न रेखाचित्रों से समझ सकते हैं।



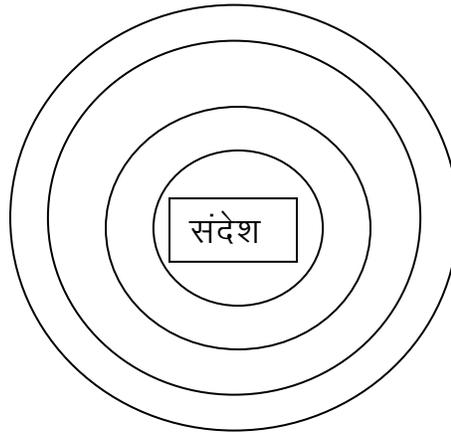
सम्प्रेषण की यह अपूर्ण प्रक्रिया है क्योंकि इसमें वक्ता को श्रोता से फीडबैक नहीं मिल रहा है।



यह चित्र सम्प्रेषण की पूर्ण प्रक्रिया को दर्शाता है क्योंकि इसमें वक्ता को श्रोता से पूरा फीडबैक मिल रहा है।

### 1. सर्पिल प्रक्रिया (Spiraling Process) :

संचार की वास्तविक प्रक्रिया सर्पिल है। इस बात को हम ऐसे भी समझ सकते हैं— यदि एक पत्थर तालाब में डाला जाय तो उसके चारों तरफ वृत्त बनते हैं। वृत्त पहले छोटा, फिर बड़ा फिर और बड़ा होता जाता है। इसी तरह संदेश वक्ता द्वारा अभिव्यक्त होता है और फिर पूरे परिवेश में फैलता जाता है। इस बात को हम इस रूप में प्रदर्शित कर सकते हैं—



परिसिंग के अनुसार प्रेषक और प्रेष्य एक ही स्तर पर संचार क्रिया आरम्भ नहीं करते। संदेश का विकास अलग-अलग होता है। हमने पहले भी इस ओर इंगित किया है कि संदेश यदि व्यवधान रहित होगा तो अधिकाधिक सफल होगा। कोई भी व्यवधान या हस्तक्षेप होने पर संचार में रुकावट आ सकती है।

परिसिंग ने संचार प्रक्रिया के विषय में बताने के साथ-साथ संचार के विभिन्न स्तरों की भी चर्चा की है। उनके अनुसार मानव संचार के पाँच स्तर होते हैं—

**क. अन्तःवैयक्तिक (स्वगत)संचार (Intrapersonal Communication)**

**ख. अन्तरवैयक्तिक संचार (Inatarpersonal Communication)**

**ग. मध्य संचार (Medio Communication)**

**घ. व्यक्ति से समूह संचार (Person to Group Communication)**

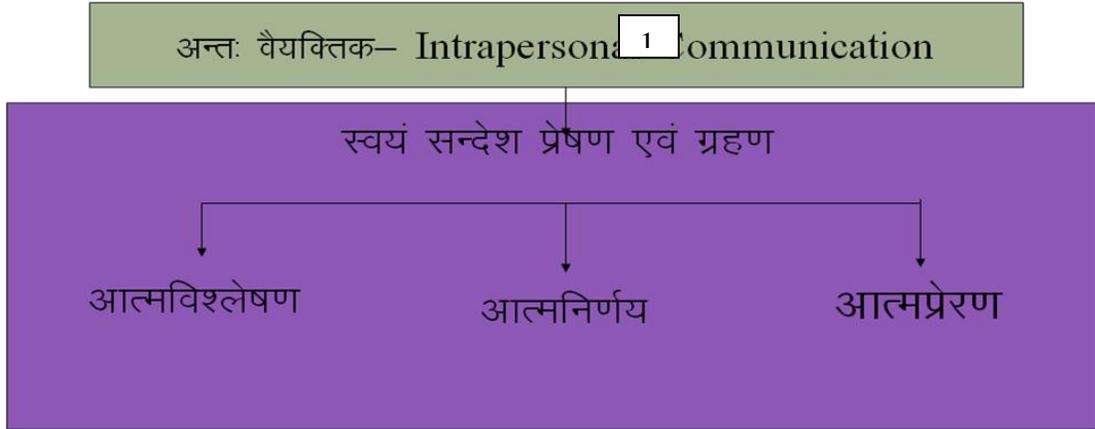
**ङ. जनसंचार (Mass Communication)**

**(क) अन्तःवैयक्तिक संचार (Intrapersonal Communication)**

संचार की प्रक्रिया सबसे पहले हमारे अन्दर ही आरम्भ होती है। जब हम किसी भी विषय में अपने आप से बातचीत करते हैं, किसी विषय में विचार करते हैं, यह अन्तःवैयक्तिक संचार है। पश्चिमी साहित्यशास्त्री क्रोचे का कहना है कि रचनाकार किसी दृश्य को देखता है, किसी घटना के बारे में सुनता है तो सबसे पहले उसके मन में उस घटना, दृश्य आदि का एक बिम्ब बनता है, यह उसका सहजानुभूत ज्ञान है। इसके उपरान्त वह उस बिम्ब को भाषा आदि माध्यमों से अभिव्यक्ति के लिए तैयार करता है। उनका कहना है कि प्रत्यक्षीकरण सहजानुभूति है। वस्तुतः हम जब कोई कार्य करते हैं उदाहरणतः कुछ लिखते हैं तो जिस कमरे में हम लिख रहे हैं, जिस कलम का प्रयोग कर रहे हैं, जिस कागज आदि पर लिख रहे हैं, जिन वस्तुओं को छू रहे हैं, जिन्हें हम अपनी अभिव्यक्ति का माध्यम बना रहे हैं, वे सब सहजानुभूतियाँ हैं। ये सहजानुभूतियाँ श्रेष्ठ संचार के लिए भूमिका तैयार करती हैं।

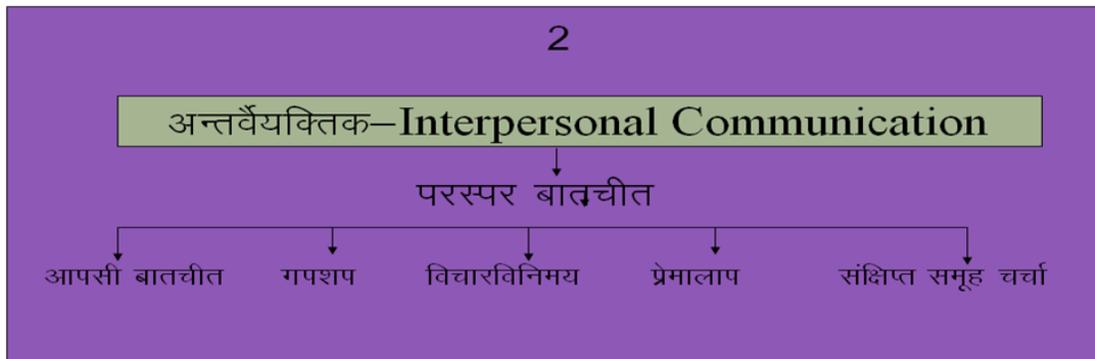
आत्मविश्लेषण, आत्मनिर्णय, आत्मप्रेरण के विकास के लिए अन्तः वैयक्तिक संचार अत्यावश्यक है। अपने चिन्तन, अपने भाव, अपने विचार को व्यवस्थित रूप में अपने हृदय में बिम्बित करने के उपरान्त ही उसका ठीक ठीक संचार हो सकता है। यह मानव संचार का प्रथम स्तर है। हमारे प्राचीन मनीषी आत्मसाधना को बहुत महत्व देते रहे हैं। ऋषि जन जिस 'सोऽहम्' का निरन्तर जाप करने के लिए प्रेरित करते हैं, वह आत्मविश्लेषण ही तो है। जिस सम्प्रेषण में आप स्वयं संदेश भेजने वाले हों और आप ही संदेश ग्रहण करने वाले, वह अन्तःवैयक्तिक संचार है।

# मानव संचार के स्तर



## (ख) अन्तर-वैयक्तिक संचार (Interpersonal Communication)

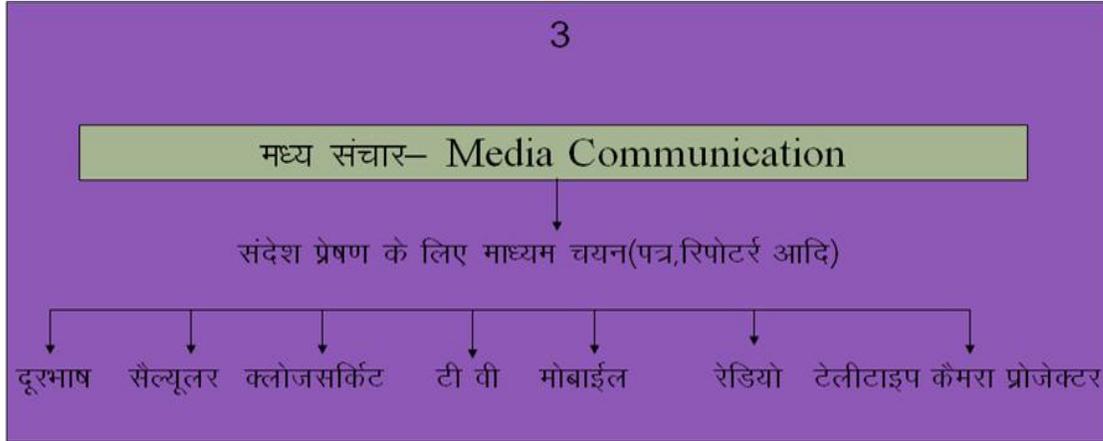
जहाँ दो व्यक्ति या कुछ लोग परस्पर बातचीत कर रहे हों, गपशप कर रहे हों, संक्षिप्त समूह चर्चा कर रहे हों, किसी समिति की बैठक में विमर्श कर रहे हों—वहाँ संचार का अन्तरवैयक्तिक रूप होता है। संचार के इस रूप में जरूरी है कि वे परस्पर विचार विमर्श करने वाले एक-दूसरे से परिचित हों, उनके अनुभवक्षेत्र समान हों, समान भाषाभाषी हों। जैसे किसी साहित्यकार का साक्षात्कार लेने के लिए यह जरूरी है कि साक्षात्कार लेने वाला उस साहित्यकार के विषय में पूरी पूरी जानकारी रखे। साहित्यकार के साक्षात्कार के लिए यदि किसी ऐसे वैज्ञानिक को बैठा दिया जाय, जो साहित्य विषयक जानकारियों से अनभिज्ञ हो, तो यह साक्षात्कार सफल और प्रभावशाली नहीं हो सकेगा।



## (ग) मध्य-संचार (Medio Communication)

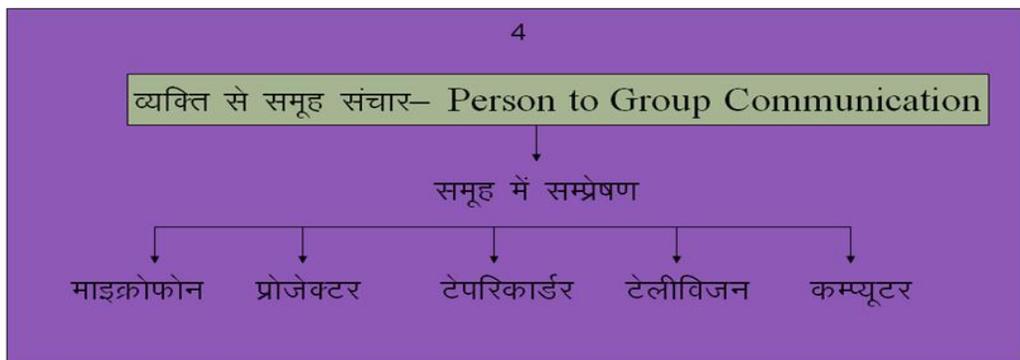
मध्य संचार तब होता है जब दो या अधिक लोग अपने संदेश प्रेषित करने के लिए कुछ माध्यमों का प्रयोग करते हैं। इस माध्यम का प्रयोग प्रायः तब होता है, जब लोग आमने सामने नहीं होते। पुराने समय में मेघों को आधार बना कर जो संदेश भेजे जाते थे, वे तो काल्पनिक मध्य संचार के माध्यम थे, कबूतरों द्वारा संदेश भेजने की परम्परा बहुत प्रचलित रही है। आज किसी यान्त्रिक या इलैक्ट्रॉनिक माध्यम— डिवाइस का प्रयोग संदेश भेजने के लिए किया जाता है, वह मध्य संचार का विषय है। दूरभाष, सैल्यूलर, क्लोज संकिट

टेलीविजन, मोबाइल रेडियो, पेजर, रडार, टेलीटाइप, मूवी कैमरा, प्रोजेक्टर, ई-मेल, आदि मध्य संचार प्रेषित करने वाले संसाधन हैं।



**(घ) व्यक्ति से समूह संचार (Person-to-group Communication)**

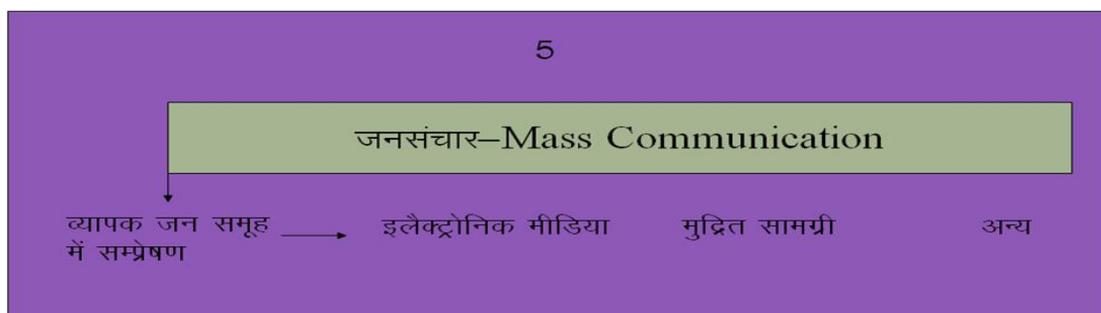
जहाँ एक वक्ता हो और श्रोता समूह में हों वहाँ व्यक्ति से समूह संचार होता है। संचार के इस स्तर में वक्ता प्रायः सभा से मुखतिब होता है। माइक्रोफोन, टेपरिकार्डर, प्रोजेक्टर, कम्प्यूटर, आदि वे तकनीकी यन्त्र हैं जो व्यक्ति से समूह संचार में प्रयुक्त होते हैं। रामचरितमानस में एक पंक्ति आती है— वक्ता श्रोता ज्ञाननिधि... वक्ता अपने अनुभव संसार को श्रोताओं के समूह में अभिव्यक्त करके जो कुछ सम्नप्रेषित करता है, उसका प्रभाव जन समूह के मन पर अक्षुण्ण होता है। किसी साधु-सन्त-महात्मा के दिये गए सम्भाषणों के प्रभाव से तो आप भिन्न ही हैं, नेताओं द्वारा सभाओं में दिये गए भाषणों के प्रभाव के विषय में भी आप जानते हैं, यह सभी समूह संचार के रूप हैं।



**(ङ) जन संचार (Mass Communication)**

जनसंचार व्यक्ति से समूह संचार का अगला चरण है। जनसंचार में संदेश प्रेषण व्यापक जनसमूह के बीच होता है। उपग्रह प्रणाली के जरिए होने वाले संचार को प्रत्येक वर्ग, स्थान, देश, समाज के लोग

ग्रहण कर सकते हैं। आपको ज्ञात होगा कि पुराने समय में सुबह-शाम प्रायः प्रत्येक शहर में एक खबरची आकर समाचार सुनाता था। वह अपने साथ एक ढोल रखता था। पहले ढोल बजाता था, फिर एक समाचार पढ़ता था, फिर ढोल बजाता था और दूसरा समाचार पढ़ता था। इस तरह वह जन समुदाय को अपना संदेश प्रेषित करता था। इसके माध्यम से प्रायः सभी सरकारी समाचार जनता तक प्रेषित किये जाते थे। अब यह कार्य लाउडस्पीकर, रेडियो, टेलीविजन आदि के द्वारा सम्पन्न होता है। मुद्रित, लिखित, इलैक्ट्रॉनिक माध्यम जनसंचार के लिए महत्वपूर्ण उपकरण हैं।



संचार का दूसरा घटक कार्यव्यापार है —

## 2. कार्यव्यापार (Transaction)

कार्यव्यापार संचार का बेहद महत्वपूर्ण उपकरण है। हमने देखा कि कोई भी अभिव्यक्ति फीडबैक की अपेक्षा करती है। यदि फीडबैक न हो तो अभिव्यक्ति का कोई मूल्य नहीं होता। किसी सभागार में किसी वक्ता के भाषण के दौरान यदि श्रोता उसे सुनने के लिए तत्पर नहीं हैं, या समझ नहीं पा रहे हैं या अपनी आँखों, चेष्टाओं, हाव-भाव से यह नहीं दिखाते कि वह जो कुछ सुन रहे हैं, सीख रहे हैं, वह उन्हें समझ में आ रहा है तो ऐसे श्रोताओं और सभागार में रखी कुर्सी-मेजों में कोई अन्तर नहीं रह जाता है। क्योंकि जैसे कुर्सी-मेजों पर वक्ता के भाषण का कोई असर नहीं होता वैसे ही ऐसे श्रोताओं पर भी कोई असर नहीं होता और यह संचार एकतरफा और इसलिए निरर्थक भी हो जाता है। तुलसीदास ने भले ही लिखा हो कि उन्होंने रामचरितमसानस को स्वान्तः सुखाय लिखा परन्तु हम जानते हैं कि उनकी कृति उनके ही नहीं बहुत से जिज्ञासुओं के लिए आज भी सुखद है। कहने का आशय यह है कि संचार दोतरफा व्यापार है। वक्ता संदेश देता है, श्रोता सुनता है। देना और सुनना— दोनों ही समान रूप से महत्व रखते हैं। यह संदेश सार्थक होता है। दूसरे शब्दों में कह सकते हैं कि संचार का कार्य अर्थोद्दीपन (stimulating meanings) करना है। पर्सिंग संचार के तीसरे घटक के रूप में इसी दृष्टि से अर्थ की चर्चा करते हैं—

## 3. अर्थ (Meaning)

वक्ता जैसे ही किसी शब्द का उच्चारण करता है, हम तुरन्त उसका अर्थ ग्रहण कर लेते हैं। वस्तुतः संचार के कार्यव्यापार से आशय है अर्थ का स्थानान्तरण। तुलसीदास कहते हैं—गिरा अरथ जल बीचि सम कहियत भिन्न न भिन्न— यानी शब्द और अर्थ पानी और पानी में उठने वाली लहर की तरह एक दूसरे से

जुड़े हुए हैं। दूसरे शब्दों में कह सकते हैं कि हमारा मस्तिष्क अपने आसपास की वस्तुओं की व्याख्या करता है। इस व्याख्या को अर्थ कह सकते हैं। संचार का कार्य व्यापार वह अर्थप्रणाली ही है, जो समय, स्थान, काल, परिस्थिति, परिवेश आदि के आधार पर निर्धारित होता है। हम रात शब्द का उच्चारण करते हैं। यह शब्द उच्चरित होने के साथ एक सामान्य अर्थ बताता है— दिन की समाप्ति। पर, सुनने वाले प्रत्येक व्यक्ति के लिए रात शब्द का अर्थ अलग अलग होता है। यदि किसी ने यह तय किया है कि रात हो घूमने जाना है, तो रात का अर्थ है— घूमने जाने का समय हो गया। किसी को अविलम्ब कहीं पहुँचना था तो रात का अर्थ है—देर हो गई। किसी को अपना काम पूरा करना है, तो रात का अर्थ बहुत थकान हो गई भी हो सकता है और अब रात है, काम जल्दी से पूरा हो जाएगा—भी हो सकता है। मतलब यह कि अर्थ हमारे मस्तिष्क में रहते हैं और हम प्रसंगानुसार विषयों की, वस्तुओं की अनोखी व्याख्याएँ करते रहते हैं। स्पष्ट है कि अर्थ की प्रकृति गत्यात्मक है। हम पाते हैं कि बहुत सारे शब्द जो पहले किसी और अर्थ में प्रयुक्त होते थे, आज दूसरे अर्थ में प्रयुक्त होने लगे हैं। उदाहरण स्वरूप हम रेडियो जौकी शब्द का उल्लेख कर सकते हैं। जौकी (Jockey) शब्द घुड़दौड़ के सवार के रूप में प्रयोग होता है और रेडियो जौकी में यह शब्द निरन्तर जोक (मजाक) करने वाला के अर्थ में प्रयुक्त होने लगा है।

#### 4. प्रतीकात्मक क्रिया (Symbolic action)

यह संचार का चौथा घटक है। भाषा की एक परिभाषा है — Language is a system of signs यानी भाषा प्रतीकों की व्यवस्था है। प्रत्येक शब्द के लिए एक प्रतीक निर्धारित है। वस्तुतः संचार की वास्तविक प्रक्रिया प्रतीकात्मक क्रिया है। ये प्रतीक वाचिक, लिखित और संकेतात्मक हो सकते हैं। हम यह भी जान चुके हैं कि मनुष्य एक मस्तिष्क से दूसरे मस्तिष्क तक आसानी से अर्थ का सीधा स्थानान्तरण नहीं कर सकता। इस स्थानान्तरण के लिए वह प्रतीकों का सहारा लेता है। प्रतीकों के द्वारा वह अपनी बात अच्छी तरह से सम्प्रेषित कर सकता है। साहित्य प्रतीकों का समृद्धतम प्रयोग करने के कारण सम्प्रेषण की दृष्टि से सर्वोत्कृष्ट होता है। हम प्रकृति के विभिन्न उपादानों से प्रभावित होते हैं, उनका वर्णन करते हैं जैसे— देखो, शाम कितनी अच्छी लग रही है। सूर्य पश्चिम दिशा में है। आकाश उसकी लालिमा से लाल हो गया है। यही बात कवि कहता है इस रूप में—

दिवस का अवसान समीप था, गगन था कुछ लोहित हो चला।

तरुशिखा पर अवरजती, कमलिनी कुल बल्लभ की प्रभा।(प्रियप्रवास, हरिऔध)

तो यही वर्णन कितना सार्थक हो जाता है, कितना सम्प्रेषणीय बन जाता है। वक्ता की वक्तृता भी इस बात पर निर्भर करती है कि वह अपने संदेश को कितने अच्छे तरीके से कह सकता है। प्रतीक अभिव्यक्ति की कला के लिए आवश्यक उपादान है।

#### 5. संचार में प्रेषण तथा ग्रहण (Sending and receiving)

यह पहले ही स्पष्ट हो चुका है कि संदेश भेजना और ग्रहण करना— ये दोनों कार्य संचार के लिए आवश्यक हैं। संदेश भेजने के साथ संचार की प्रक्रिया पूरी नहीं हो जाती, संदेश पाने वाला संदेश ग्रहण करके उस पर अपनी प्रतिक्रिया करता है, तभी यह प्रक्रिया पूरी हो पाती है। विद्वानों ने संचार के जो निर्देश दिये हैं, उनमें वे कोडिंग, डीकोडिंग के माध्यम से इस स्थिति को समझाते हैं।

## 6. लिखित, मौखिक एवं शब्देतर संदेश (Written, Oral and non-verbal messages)

संचार का छोटे घटक में सभी प्रकार के लिखित, मौखिक या संकेतात्मक संदेश आ जाते हैं। संदेश भेजने वाला पहले एक मानसिक प्रतीक निर्मित करता है, तदुपरान्त उन मानसिक प्रतीकों को बाह्य संदेश प्रतीकों के रूप में परिवर्तित करके प्राप्तकर्ता तक भेजता है। प्राप्तकर्ता का सजग मस्तिष्क इन बाह्य प्रतीकों को ग्रहण करता है और फिर उसका मानसिक प्रतीक निर्मित हो जाता है। इस तरह संदेश भेजने और ग्रहण करने की स्थिति से वक्ता का अभिप्रेत श्रोता तक पहुँच जाता है।

संक्षेप में कहा जा सकता है कि

- संचार का अर्थ है अपने भाव, विचार, संदेश, ज्ञान, सूचना को दूसरों तक पहुँचाना
- अपने अनुभवों का परस्पर आदान-प्रदान करना
- संचार की प्रक्रिया सर्पिल है। इसमें संदेश पाने वाले की प्रतिक्रिया आवश्यक है।
- संचार प्रक्रिया केवल शब्दों के आदान प्रदान से सम्भव नहीं है। शब्दों के साथ वक्ता-श्रोता के हाव-भाव, अंग संचालन आदि भी संचार प्रक्रिया में सहायक होते हैं।

मानव संचार के पाँच स्तर हैं— अन्तः वैयक्तिक, अन्तरवैयक्तिक, मध्यसंचार, व्यक्ति से समूह संचार और जन संचार।

### अभ्यास प्रश्न

प्रश्न 1— संचार प्रक्रिया क्या है ?

प्रश्न 2— संचार प्रक्रिया का क्या अर्थ है?

प्रश्न 3— पर्सिंग ने संचार के कितने स्तर और कितने घटक बताए हैं?

---

## 1.5 संचार का महत्त्व :

---

जैसा कि पहले कहा जा चुका है कि संचार के बिना जीवन जीने की कल्पना ही नहीं की जा सकती है। किसी भी समाज में रहने वाले लोगों के रहन-सहन, खान-पान, आचार-व्यवहार अलग-अलग होते हैं। प्रत्येक व्यक्ति की अपनी विशेषताएँ और खामियाँ होती हैं। प्रायः हम यह सुनते हैं और महसूस भी करते हैं कि महत्त्व इस बात का नहीं होता कि आपने क्या कहा ? महत्त्व इस बात का होता है कि आपने कैसे कहा? मनोवैज्ञानिक एक उदाहरण द्वारा व्यक्तियों के व्यक्तित्व की परख करते हैं। एक गिलास में आधा पानी है और आधा खाली है। एक व्यक्ति कहता है कि गिलास आधा भरा है और दूसरा कहता है कि गिलास आधा खाली है। पहले व्यक्ति को आशावादी तथा दूसरे को निराशावादी कहा जा सकता है। यानी संचार की श्रेष्ठता इस बात पर निर्भर करती है कि व्यक्ति अपने संदेश कैसे भेजता है। उसके संदेश की गुणवत्ता के आधार पर ही उसके व्यक्तित्व की पहचान होती है। संस्कृत के सुप्रसिद्ध रचनाकार बाणभट्ट के विषय में हम सब जानते हैं। वे अपनी कृति कादम्बरी की रचना कर रहे थे। रचना पूरी नहीं हो पाई और उनका मृत्यु काल आ गया। उन्हें चिन्ता हुई कि उनकी इतनी महत्वपूर्ण रचना कैसे पूरी होगी। उनके

दो पुत्र थे। उन्होंने तय किया कि दोनों पुत्रों की परीक्षा ली जाय। जो परीक्षा में उत्तीर्ण होगा, उसे ही कादम्बरी पूरी करने का दायित्व दे दिया जाए। उन्होंने अपन बड़े पुत्र का बुलाया और कहा कि सामने जो पेड़ खड़ा है, उसका वर्णन करो। पुत्र ने कहा –शुष्को वृक्षः तिष्ठति अग्रे–यानी सूखा पेड़ सामने खड़ा है। बाण ने छोटे पुत्र को बुलाकर उससे भी यही सवाल किया। जबाब आया–नीरस तरुरिह विलसति पुरतः–सामने एक रसरहित तरु विलास कर रहा है। कादम्बरी की शैली के अनुरूप यह उत्तर सुनकर बाणभट्ट ने अपनी कादम्बरी को पूरा करने का दायित्व छोटे पुत्र को सौंप दिया।

यह उदाहरण इस बात का प्रमाण है कि संचार की श्रेष्ठता पर संदेश की गुणवत्ता निर्भर करती है। हम एक और प्रसिद्ध दोहे को यहाँ उद्धृत कर सकते हैं–

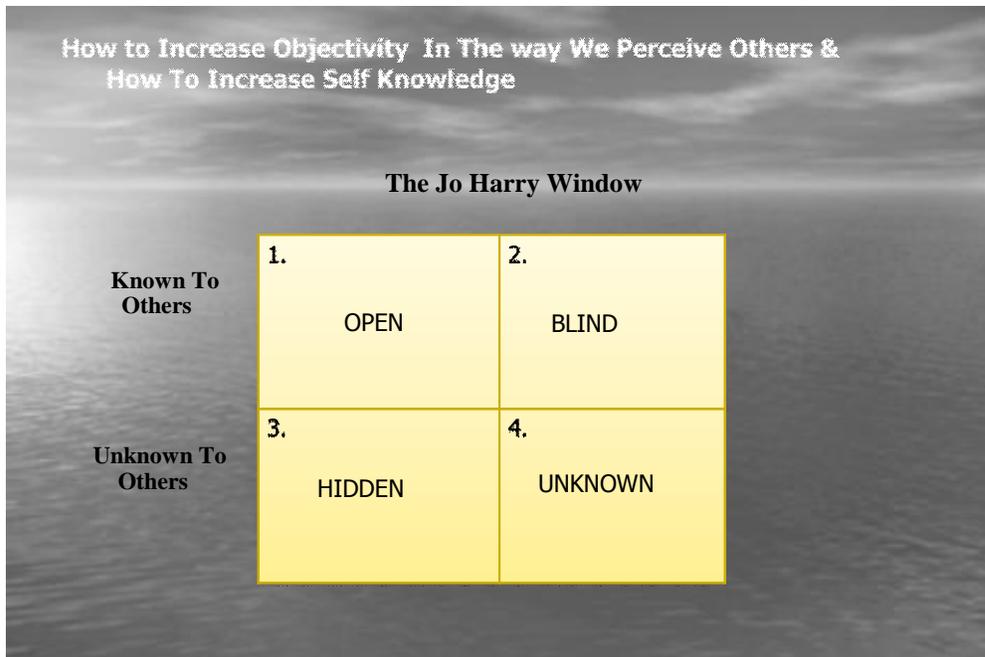
कौआ काको धन हरे, कोयल काको देय।

मीठे वचन सुनाय के सब को मन हर लेय ॥

विद्वानों का मानना है कि श्रेष्ठ संचार के मुख्य पाँच सूत्र हैं–

- Create quality Talk time with family and friends
- Learn to Communicate your knowledge to others
- Talk about misunderstanding: Be Constructive.
- Don't be afraid to ask questions
- Keep talking

अपने मित्रों और परिवारजनों से निरन्तर बातचीत करनी चाहिए। आपस में बातचीत होने पर बहुत सारी गलतफहमियाँ दूर हो जाती हैं। अपने व्यक्तित्व का विकास होता है। यहाँ जो हेरी द्वारा प्रस्तुत इस विन्डो का उदाहरण दिया जा सकता है–



जो-हेरी का कहना है कि हमारे व्यक्तित्व के चार हिस्से होते हैं—

1. जब हम दूसरों के साथ होते हैं तो हमारी भावभंगिमा, व्यवहार और व्यक्तित्व के कुछ रूपों से हम स्वयं परिचित होते हैं और दूसरों को परिचित कराते हैं (The open area)
2. हमारे व्यक्तित्व के कुछ अंश ऐसे होते हैं, जिनसे हम परिचित नहीं होते लेकिन अन्य लोग परिचित होते हैं। जैसे हम खर्गटे मारते हैं, किन्तु स्वयं स्वीकार नहीं करते (The blind area)
3. हम अपने व्यक्तित्व के कुछ हिस्सों को, अपनी भावनाओं को, अपने तक सीमित रखते हैं, और दूसरों को बताना नहीं चाहते—एक चेहरे पे कई चेहरे छिपा लेते हैं लोग—(The hidden area)
4. हम जानते हैं कि हमारे व्यक्तित्व की एक छवि ऐसी है, जिसे हम भी नहीं जानते और दूसरों के सामने भी वह प्रकट नहीं होता, पर वह छवि हमारे व्यवहार को प्रभावित करती है—जैसे अकारण क्रोधित हो जाना, अन्यमनस्क हो जाना (The unknown area)

श्रेष्ठ संचार के लिए जरूरी है कि हम अपने ओपन एरिया को विस्तृत करें। इसके लिए हमें अपने विषय में दूसरों को सम्यक् सूचनाएँ देनी चाहिए। अपने आचरण में पारदर्शिता लानी चाहिए।

अपनी जानकारियों को दूसरों तक सम्प्रेषित करना संचार का श्रेष्ठ तरीका है। अपना ज्ञान दूसरों को बाँटने पर उसमें निरन्तर वृद्धि होती है, और ज्ञान को अपने तक सीमित रखने पर वह नष्ट हो जाता है। संस्कृत में कहा गया है—

**न चौर्यहार्यं न राजहार्यं , न भ्रातभाज्यं न च भारकारी।**

**व्यये कृते वर्धते एव नित्यं, विद्याधनं सर्वधनं प्रधानम्॥**

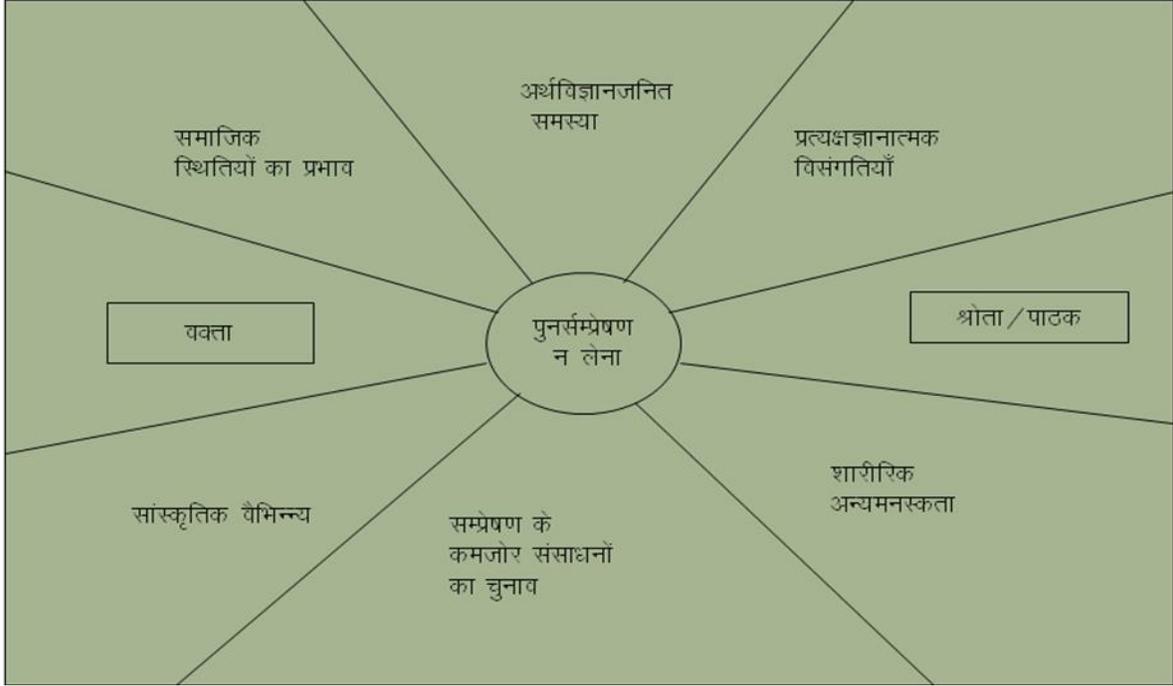
विद्या रूपी धन को न चोर चुरा सकता है, न उसका अपहरण हो सकता है, न भाई उसे छीन सकता है न वह बोझिल होता है, वह तो खर्च करने पर बढ़ता जाता है अतः विद्याधन सारे धनों में श्रेष्ठ है।

अपनी गलतफहमियों के विषय में बातचीत करनी चाहिए। सकारात्मक होना चाहिए, प्रश्न पूछने में संकोच नहीं करना चाहिए और निरन्तर विमर्श करना चाहिए।

श्रेष्ठ संचार के ये सूत्र व्यक्ति के व्यक्तित्व को निखारते हैं और उसे लोकप्रिय बनाते हैं। दूसरी ओर संचार के बाधक तत्व हमारे व्यक्तित्व को निराशा से भर देते हैं, क्रोध, ईर्ष्या और द्वेष से भर देते हैं, सूचनाओं को ठीक ठीक प्रेषिक करने में असमर्थ बना देते हैं और व्यक्ति को अलोकप्रिय बना देते हैं। बातचीत में टालमटोल करना, सुलह न करना, आपसी समझौता न होना, प्रतियोगिता का भाव, हमारा आडम्बरयुक्त व्यवहार— ये सब संचार के विरोधी तत्व हैं और संचार के रूप को बेहतर बनाने के लिए इन विरोधी तत्वों से बचना जरूरी है। संक्षेप में कह सकते हैं कि **Effective communication will undoubtedly lead to a positive one and poor communication will inevitably lead to a negative outcome.**

संचार के बाधक तत्वों के विषय में हम प्रस्तुत चित्र द्वारा स्पष्ट कर सकते हैं—

# संचार के बाधक तत्त्व



वक्ता और श्रोता की सामाजिक स्थितियाँ, उनका भाषिक ज्ञान, उनकी शारीरिक अन्यमनस्कता, सांस्कृतिक वैभिन्न्य संचार में बाधक हो सकते हैं। वक्ता का आशय कुछ हो, श्रोता किसी अन्य सन्दर्भ में उसे ग्रहण कर रहा हो; वक्ता को श्रोता से फीडबैक नहीं मिल रहा हो, संदेश प्रेषण के कमजोर संसाधनों का चुनाव किया गया हो, तो संचार में निश्चित रूप से बाधा होती है। श्रेष्ठ सम्प्रेषण के लिए यह ध्यान रखना चाहिए कि संचार में बाधक तत्व न आएँ।

संचार के बिना व्यापार के क्षेत्र में विकास नहीं हो सकता, जनता और सरकार के बीच में सम्पर्क नहीं हो सकता, साहित्य सृजन नहीं हो सकता, समाज सेवा का कार्य सुचारु रूप से नहीं हो सकता। संचार के बाधित होने पर जीवन के समस्त क्रियाकलाप भी बाधित हो जाते हैं। अतः संचार की अपरिहार्यता स्वतः सिद्ध है।

## अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— जो हैरी के अनुसार हमारे व्यक्तित्व के कितने हिस्से होते हैं ?
- प्रश्न 2— बाणभट्ट की कादम्बरी किसने पूरी की ?
- प्रश्न 3— श्रेष्ठ संचार के कितने सूत्र माने जाते हैं ?

---

## 1.6 सारांश :

---

प्रस्तुत इकाई द्वारा हमने संचार और जनसंचार को पारिभाषित करने का प्रयास किया है। अंग्रेजी के कम्युनिकेशन के पर्याय के रूप में व्यवहृत संचार/सम्प्रेषण का हमारे जीवन में विशेष महत्व है। संचार का सम्बन्ध समाज से है और समाज के अस्तित्व में आने के साथ साथ संचार के संसाधनों का भी विकास होना आरम्भ हो गया था। आरम्भ में अंग संचालन द्वारा, हाव-भाव द्वारा, विभिन्न प्रकार की मुखाकृतियों द्वारा संकेतों द्वारा सम्प्रेषण की शुरुआत हुई, फिर संचार के मौखिक, लिखित, मुद्रित और इलेक्ट्रानिक माध्यमों का विकास हुआ। आज तो हम साइबर स्पेस से जुड़े हुए हैं।

मनुष्य और मनुष्येतर प्राणी भी निरन्तर संचार में संलग्न हैं। इस संचार की प्रक्रिया वैज्ञानिक और जटिल है। इस प्रक्रिया को पर्सिंग ने सर्पिल प्रक्रिया कहा है। इस प्रक्रिया को समझने के लिए मानव संचार के पाँच स्तरों—अन्तःवैयक्तिक, अन्तरवैयक्तिक, मध्यसंचार, व्यक्ति से समूह संचार और जनसंचार—को समझना जरूरी है।

संचार का महत्व सब जानते हैं। संचार अबाध हो, स्पष्ट हो, संदेश पाने वाले तक संदेश देने वाले का संदेश स्पष्टतः और ठीक ठीक प्रेषित हो जाय— इसके लिए जरूरी है कि संचार के संसाधन समुपयुक्त हों। कभी कभी आपने देखा होगा कि कोई वक्ता भाषण दे रहा है, अचानक बिजली चली जाती है, भाषण को जनसमुदाय सुन नहीं पाता, संचार बाधित हो जाता है; माइक में खराबी आ जाती है, माइक मोबाइल आदि में तरंगित होने वाली ध्वनि के सम्पर्क में आकर गड़गडाहट करने लगता है, संदेश ठीक से प्रेषित नहीं होता और संचार बाधित हो जाता है।

यह सही है कि संचार आज मानव जीवन का एक अभिन्न अंग हो गया है। तकनीक का पक्ष इससे अत्यधिक महत्वपूर्ण और प्रभावशाली हो गया है। किसी भी व्यक्ति में जनसंचार का विशेषज्ञ बनने के लिए कुछ गुण जन्मजात होते हैं। लेकिन जनसंचार के वैज्ञानिक अध्ययन और इस विषय को समझने का प्रयास करके कोई भी व्यक्ति स्वयं को जनसंचार की कला में और अधिक निखार सकता है।

---

## 1.7 शब्दावली :

---

**सर्पिल प्रक्रिया** : पर्सिंग का मानना है कि संचार प्रक्रिया गत्यात्मक प्रकृति की है। इस प्रक्रिया में जो संदेश भेजा जाता है वह संदेश पाने वाले के पास सीधे सीधे नहीं पहुँचता अपितु घुमावदार तरीके से पहुँचता है। संदेश पहुँचने के बाद संदेश पाने वाले की प्रतिक्रिया होती है जिसे फीडबैक कहा जाता है। संचार की प्रक्रिया तभी पूरी होती है जब फीडबैक मिलता है।

**प्रतीकात्मक क्रिया** : यह संचार का चौथा घटक है। भाषा की एक परिभाषा है — Language is a system of signs यानी भाषा प्रतीकों की व्यवस्था है। प्रत्येक शब्द के लिए एक प्रतीक निर्धारित है। वस्तुतः संचार की वास्तविक प्रक्रिया प्रतीकात्मक क्रिया है। ये प्रतीक वाचिक, लिखित और संकेतात्मक हो सकते हैं।

**सम्प्रेषण** : सम्प्रेषण का आशय है विचाराभिव्यक्ति। आज यह शब्द संचार के सन्दर्भ में विशेषतः प्रयुक्त होता है।

**सूचना प्रौद्योगिकी** : सूचना आधारित तकनीक, जिसके अंतर्गत सूचना संग्रहण, संपादन, संचरण आदि अनेक गतिविधियां आती हैं, जिनके लिए इन्टरनेट, कम्प्यूटर, सैटेलाइट आदि अनेक आधुनिकतम इलैक्ट्रॉनिक संसाधनों की आवश्यकता होती है।

**लोकतन्त्र** : वह प्रशासनिक प्रणाली, जिसके अन्तर्गत प्रत्येक वयस्क नागरिक को वोट देने का अधिकार होता है। वोट द्वारा जनता अपने प्रतिनिधियों का चयन करती है।

**टेलीकांफ्रेंसिंग** : टेलीकांफ्रेंसिंग वह तकनीक है, जिसमें इन्टरनेट, कम्प्यूटर, सैटेलाइट आदि अनेक आधुनिकतम इलैक्ट्रॉनिक संसाधनों के माध्यम से दो या अनेक व्यक्तियों के बीच में वीडियो वार्ता कराई जाती है। यह प्रशासनिक एवं अकादमिक कार्यों के लिए अत्यन्त उपयोगी तकनीक है तथा अब यह काफी प्रचलन में है।

**औद्योगिक क्रान्ति** : बीसवीं शताब्दी के आरम्भ में पूँजीवादी व्यवस्था के प्रभाव से व्यक्तिश्रम के विकल्प के रूप में बड़े पैमाने पर यन्त्र प्रणाली को स्थापित किया गया, जिसे यूरोप के इतिहास में औद्योगिक क्रान्ति के रूप में जाना गया। इस क्रान्ति के आने से पूरे विश्व के सामाजिक, राजनैतिक, आर्थिक और धार्मिक परिदृश्य में आमूल परिवर्तन होने शुरू हुए और विश्वग्राम की परिकल्पना ने रूपाकार लेना शुरू किया।

---

## 1.8 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर :

---

### उत्तर 1.3

उत्तर 1— सामान्य तौर पर हम संचार शब्द का प्रयोग करते ही उसका अर्थ समझते हैं—वक्ता या प्रेषक द्वारा संदेश भेजना और श्रोता या प्रेष्य द्वारा सूचनाएँ ग्रहण करना। संचार का सम्बन्ध समाज से है और समाज में संचार के समुचित संसाधनों के आने से पहले से ही संचार के विविध माध्यम अस्तित्व में आते रहे हैं। संचार का शाब्दिक अर्थ है फैलाव—विस्तार, किसी बात को आगे बढ़ाना, चलाना, फैलाना।

उत्तर 2— हम मौखिक संचार, लिखित संचार, मुद्रण कला के माध्यम से संचार, टेलीग्राफिक प्रणाली को पार करते हुए संचार के अत्याधुनिक संसाधनों से सम्पन्न पाँचवें चरण में हैं, इस चरण में पारस्परिक क्रियात्मक संचार प्रणाली (Interactive Communication System) पर विशेष बल दिया जाता है।

उत्तर 3— संचार एक व्यक्ति से दूसरे तक अर्थपूर्ण संदेश प्रेषित करने वाली प्रक्रिया है। यह प्रक्रिया जटिल और वैज्ञानिक है।

### उत्तर 1.4

उत्तर 1— संचार प्रक्रिया का अर्थ है एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक अर्थपूर्ण संदेश का संप्रेषण। हमारे अनुभवों, विचारों, संदेश, दृष्टिकोण, मत, सूचना, ज्ञान आदि का परस्पर मौखिक, लिखित या सांकेतिक आदान—प्रदान संचार के अन्तर्गत आ जाता है।

उत्तर 2— पर्सिंग ने अपनी व्याख्या में संचार के छह स्तर और पांच घटक बताए हैं।

## उत्तर 1.5

- उत्तर 1— जो—हेरी का कहना है कि हमारे व्यक्तित्व के चार हिस्से होते हैं।  
उत्तर 2— बाणभट्ट की कादम्बरी उनके छोटे पुत्र ने पूरी की।  
उत्तर 3— श्रेष्ठ संचार के पांच सूत्र माने जाते हैं।

---

## 1.9 सन्दर्भ ग्रन्थसूची :

---

1. इस्सर, देवेन्द्र : जनमाध्यम, सम्प्रेषण और विकास— न्द्रप्रस्थ प्रकाशन, दिल्ली, 1995.
2. गुप्त, बृजमोहन : जनसंचार माध्यम विविध आयाम— राधाकृष्ण प्रकाशन, दिल्ली
3. पारेख, जवरीमल : जनसंचार माध्यमों का सामाजिक चरित्र— अनामिका पब्लिशर्स, दिल्ली
4. प्रो. हरिमोहन : आधुनिक जनसंचार और हिन्दी— तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली, 2003
5. विलियम्स, रेमण्ड : कम्यूनिकेशन— पेंग्विन बुक्स, दिल्ली
6. Ludlow/ Fer gus Panton : The Essance of Effactive Communication- Ron Prentice Hall International Ltd, Hemal Hempstead, Herts HP2 7ez England, 2000
7. Mckenna, Colleen : Powerful Communication Skills- Viva Books Pvt. Ltd, Delhi,2003
8. Mcquail, Denis,McQuail's : Mass Communication Theory Vistar Publication, Delhi, 2007

---

## 1.10 सहायक /उपयोगी पाठ्यसामग्री :

---

1. जनसंचार, सम्पादक राधेश्याम शर्मा, हरियाणा साहित्य अकादमी, पंचकूला।
2. पत्रकारिता एवं जनसंचार, डा0 राकेश रयाल, विनसर प्रकाशन, देहरादून।
3. पत्रकारिता का इतिहास एवं जनसंचार माध्यम, डॉ0 संजीव भानावत, विश्वविद्यालय प्रकाशन, जयपुर।

4. इंटरनेट।

---

### 1.11 निबंधात्मक प्रश्न :

---

**प्रश्न 1** संचार से आप क्या समझते हैं? इसके स्वरूपों पर प्रकाश डालें।

**प्रश्न 2.** संचार प्रक्रिया को समझाते हुये, इसके घटकों का भी वर्णन किजिए।

**प्रश्न 3.** संचार के महत्व को समझाते हुये संचार बाधक तत्वों पर चर्चा किजिए।

**प्रश्न 4.** पर्सिंग के अनुसार संचार के सभी स्तरों का चित्र सहित वर्णन किजिए।

## इकाई - 02

---

### संचार के कार्य

---

#### इकाई की रूपरेखा:

- 2.1 प्रस्तावना
- 2.2 उद्देश्य
- 2.3 संचार: एक समीक्षा
- 2.4 संचार का कार्य
- 2.5 संचार में शामिल तत्व
- 2.6 संचार के परिप्रेक्ष्य
- 2.7 सारांश
- 2.8 अभ्यास प्रश्न
- 2.9 शब्दावली
- 2.10 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 2.11 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 2.12 निबंधात्मक प्रश्न

---

#### 2.1 प्रस्तावना:

संचार मानव जीवन और समाज का एक अभिन्न अंग है। संचार से जुड़ी इस इकाई में संचार के अर्थ और अवधारणा पर प्रकाश डाला गया है। साथ ही संचार की कुछ स्थापित परिभाषाओं पर विचार किया गया है। संचार की प्रक्रिया को समझाते हुए उसमें शामिल तत्वों की विस्तार से चर्चा की गई है। इन्हें समझना इसलिये जरूरी है क्योंकि इससे संचार के सिद्धांत और मॉडल पर चर्चा को समझना आसान होगा। संचार की अवधारणा और अभिप्राय को समझने के लिये उसके परिप्रेक्ष्य और स्वरूप का ज्ञान भी आवश्यक है। प्रस्तुत इकाई में यह भी बताया गया है कि संचार के कार्य और महत्त्व क्या हैं।

---

## 2.2 उद्देश्य:

---

प्रस्तुत इकाई के अध्ययन के बाद आप

- बता सकेंगे संचार के कार्य
- समझ सकेंगे कि संचार के मुख्य अवयव क्या हैं।
- समाज में संचार की भूमिका क्या है।

---

## 2.3 संचार: एक समीक्षा

---

संचार मानव जीवन के सभी कार्यकलापों के केंद्र में है। संचार हर मनुष्य का सार्वभौम गुण है और एक सामाजिक प्राणी के रूप में उसके जीवन के लिये अनिवार्य है। इसलिये संचार की अवधारणा को समझने के लिए उसके मुख्य अवयवों को समझना ज़रूरी है।

किसी से बात करना, वाद-विवाद करना, किसी विषय पर सोच-विचार करना, भाषण देना या टेलीविजन देखना, रेडियो सुनना या इंटरनेट पर चैट करना या मोबाइल पर संदेश भेजना- ये सभी संचार के विविध रूप हैं।

ऐसा माना जाता है कि हर व्यक्ति अपने जीवनकाल में 70 फीसदी से ज्यादा समय संचार में व्यतीत करता है। संचार के बिना मनुष्य का जीवन मृतप्राय हो जाएगा, अतः इसे जीवन का पर्याय भी माना जाता है और इसे परिभाषित करने का अर्थ है जीवन के उद्देश्य को ही परिभाषित करने की कोशिश करना।

संचार संस्कृत की चर धातु से बना है जिसका अर्थ है चलना। सम उपसर्ग और आ प्रत्यय के लगने से इसका अर्थ हो जाता है सम्यक ढंग से चलना। यह शब्द अंग्रेजी के कम्युनिकेशन शब्द का हिन्दी पर्याय है। कम्युनिकेशन शब्द की उत्पत्ति लैटिन भाषा के कम्युनिस या कम्युनियन शब्द से हुई जिसका अर्थ है मिलजुलकर समूह में रहना।

विशेषज्ञों और विद्वानों ने संचार को परिभाषित करने के क्रम में कई परिभाषाएं दी हैं। हालांकि किसी भी एक परिभाषा पर सहमति नहीं बन पाई है।

- डेनिस मैक्वेल के अनुसार- संचार एक ऐसी प्रक्रिया है जो कॉमननेस या समानता को बढ़ावा देती है। साथ ही संचार प्रक्रिया संपन्न होने के लिये एक न्यूनतम समानता भी अनिवार्य है।

- विल्बर श्रम के अनुसार- समानता के आधार पर अनुभव की साझेदारी संचार है।
- मिलर का कहना है कि संचार का अर्थ है सूचना का एक स्थान से दूसरे स्थान पर प्रेषण।
- क्लाउड शैनन के मुताबिक, एक मस्तिष्क का दूसरे को प्रभावित करना संचार है।

कुल मिलाकर कहा जा सकता है कि संचार सिर्फ बातों और विचारों का आदान-प्रदान नहीं है। अतः संचार एक गतिशील और जटिल प्रक्रिया है जिसके द्वारा दो या दो से अधिक लोगों के बीच अर्थपूर्ण संदेशों का आदान-प्रदान किया जाता है; ये संदेश संप्रेषक और प्राप्तकर्ता के बीच सामंजस्य और साझेदारी बनाते हैं।

इस प्रकार सामान्यतः संचार की प्रक्रिया में दो या अधिक लोग शामिल होते हैं। इनमें एक संदेश भेजता है और दूसरा उसे ग्रहण करता है। संचार की प्रक्रिया में उनके बीच इन संदेशों का आदान-प्रदान भाषा, प्रतीकों और चिन्हों के जरिये होता है और उनके बीच एक संबंध कायम होता है ताकि लक्ष्य विशेष प्राप्त किया जा सके।

---

## 2.4 संचार के कार्य:

---

हम जानते हैं कि मनुष्य एक सामाजिक प्राणी है। मनुष्य के अपने अस्तित्व और समाज की प्रगति के लिये संचार आवश्यक है। वास्तव में संचार भी मनुष्य के लिये उतना ही जरूरी है जितना कि भोजन और पानी की बुनियादी आवश्यकता। हम देखें तो संचार सभी सामाजिक गतिविधियों, कार्यों और निर्वचन के केंद्र में होता है और संचार के माध्यम से ही समाज की विभिन्न संस्थाएं सफलता से अपने कार्य संपन्न कर सकती हैं। संचार एक सतत प्रक्रिया है जो अनवरत चलती रहती है। अगर संचार पर विराम लग जाए तो जीवन प्रक्रिया ठप हो जाएगी।

संचार का मुख्य कार्य सूचना देना, निर्देश देना, शिक्षा प्रदान करना, समझाना और प्रभाव डालना होता है। इस तरह मूल रूप से संचार संदेशों को रचनात्मक अर्थ प्रदान करके और लोगों के बीच संबंध स्थापित करता है जिससे उनके बीच सामुदायिक भावना को बढ़ावा मिले।

कल्पना करें कि आज के इस संचार युग में एक दिन के लिये सभी तरह के संचार संपर्क कट जाएं और आपके पास अपनी बात कहने का कोई साधन न हो और न ही कोई व्यक्ति जिससे आप बात कर सकें। किसी टीवी, रेडियो, अखबार, कंप्यूटर या मोबाइल फोन के बिना आपका जीवन कैसा होगा। संचार के जरिये ही हममें एक समुदाय में रहने

और समाज का हिस्सा बनने की भावना को बल मिलता है। संचार से विमर्श और सहमति का विवेक, रचनाशीलता और शांति और सद्भावना को बढ़ावा मिलता है। संचार के कार्यों का अध्ययन निम्नांकित शीर्षकों के अंतर्गत किया जा सकता है-

### 1. सूचना और समाचार देना-

कब चुनाव होने हैं, कौन कौन से उम्मीदवार हैं, कौन सी नई फिल्म आने वाली है, किस विद्यालय में बच्चे का दाखिला कराना उचित रहेगा, किन विश्वविद्यालयों में कौन-कौन से कोर्सेस उपलब्ध हैं, हल्द्वानी से देहरादून के लिये आवागमन के कौन से साधन उपलब्ध हैं- जरा सोचिये ये सूचनाएं कैसे मिलती हैं। चूंकि संचार हमारे दैनन्दिन जिंदगी में इतना घुल गया है कि इस ओर हमारा ध्यान कभी नहीं जाता। ये सूचनाएं संचार के जरिये ही हम तक पहुंचती हैं। संचार से हमारे पास दो तरह की सूचनाएं पहुंचती हैं- चेतावनीपरक जिसमें मीडिया हमें आतंकवाद, बाढ़ और आपदा जैसे खतरों के प्रति आगाह करता है और दूसरी वैसी सूचनाएं जो हमारे दैनन्दिन कार्यकलाप के लिये महत्त्वपूर्ण हैं।

### 2. मनोरंजन-

सभ्यता के विकास के साथ-साथ मनुष्य के जीवन में मनोरंजन का महत्त्व बढ़ता गया है। आज हम कल्पना भी नहीं कर सकते कि टेलीविजन, सिनेमा, इंटरनेट और वीडियो, डीवीडी के बिना हमारा जीवन कैसा होगा। मानव जीवन के दैनिक कार्यकलापों से उपजी नीरसता को दूर करने के लिये मनोरंजन अनिवार्य है। एक सर्वेक्षण के अनुसार आज शहरों में किशोर और बच्चे कम से कम दो से तीन घंटे टेलीविजन के सामने व्यतीत करते हैं। उनके लिये टेलीविजन मनोरंजन का सशक्त माध्यम है। टेलीविजन, रेडियो और सिनेमा ही नहीं अखबारों में भी मनोरंजन के उद्देश्य से पहेलियां, खेल, गॉसिप, कॉमिक्स और मनोरंजक फीचर होते हैं। इसके अलावा लोकनृत्य और लोकगीत भी मनोरंजन करते हैं जैसे रामलीला, पंडवाणी और झूमरा।

### 3. विमर्श और वार्ता-

कम्युनिकेशन गैप यानी संचार गतिरोध या संचार की कमी से राष्ट्रों के बीच, परिवारों के बीच, परिवार के सदस्यों के बीच और सामुदायिक जीवन में कई तरह की समस्याएं उत्पन्न होती हैं। संबंधित पक्षों के बीच सद्भावनापूर्ण संचार और विमर्श और वार्ता के जरिये ऐसे मनमुटावों और मतभेदों को विवेकपूर्ण ढंग से दूर किया जा सकता है।

#### 4. निर्देश-

समाज में प्रभावशाली भूमिका निभाने वाले लोग संचार से अर्जित ज्ञान, विशेषज्ञता और कौशल प्राप्त करते हैं और संचार से ही निर्देश देने का काम करते हैं। राष्ट्रपति या राष्ट्राध्यक्ष का युद्ध या किसी आपात स्थिति में देश के नाम संबोधन, किसी कंपनी का अपने कर्मचारियों को संबोधित कर अधिक काम करने के निर्देश देना और हड़ताल पर जाने के प्रति आगाह करना या माता-पिता का अपनी संतानों को पढ़ाई के लिये कहना संचार के निर्देश देने के कार्य हैं।

#### 5. शिक्षण और निर्वचन-

संचार सिर्फ सूचनाएं और तथ्यों को उपलब्ध कराने का काम नहीं करता है बल्कि उन्हें इंटरप्रेट यानी कि उनका निर्वचन भी करता है कि उन सूचनाओं का महत्त्व क्या है और उनकी प्रासंगिकता क्या है। जनसंचार माध्यम गेटकीपर के तौर पर काम करते हैं और उन्हीं सूचनाओं को प्रकाशित और प्रसारित करते हैं जो पाठक और दर्शक समूह के लिये जरूरी होती हैं। इसके अलावा अखबारों के संपादकीय पृष्ठों पर प्रकाशित किये जाने वाले संपादकीय लेख और टिप्पणी भी घटनाओं और तथ्यों की व्याख्या और निर्वचन करते हैं।

सूचना के अधिकार, मानवाधिकार, स्त्री शिक्षा और बीमारियों से बचाव के बारे में लोगों को शिक्षित और जागरूक करने में संचार की महत्वपूर्ण भूमिका है।

#### 6. सांस्कृतिक प्रोत्साहन-

इस अर्थ में संचार की भूमिका सामाजीकरण और सांस्कृतिक मूल्यों को पीढ़ी दर पीढ़ी स्थानांतरित करने से है। संचार से ही मनुष्य अपने समाज की भाषा, परंपरा, विश्वास, मान्यता और मूल्यों की विरासत को प्राप्त करता है। देखने, सुनने और पढ़ने से ही हम ये बात सीखते हैं कि हमें विभिन्न परिस्थितियों में किस प्रकार का व्यवहार करना चाहिये और हमसे क्या अपेक्षित है। दो देशों के बीच सद्भावनापूर्ण संबंधों में भी सांस्कृतिक आदान-प्रदान की महत्वपूर्ण भूमिका होती है।

#### 7. प्रभाव डालना:

संचार का एक महत्वपूर्ण काम है दूसरे पक्ष को प्रभावित करना और उसे किसी बात को करने या न करने के लिये समझाना या प्रेरित करना। अरस्तू के अनुसार परसुएशन या प्रभाव डालना इसलिये जरूरी है ताकि समाज में नियंत्रण स्थापित किया जा सके और शासन प्रबंध सुचारू ढंग से चलता रह सके।

## 2.5 संचार में शामिल तत्व:

संचार एक गतिशील उपक्रम है, जिसमें क्रियाओं और प्रतिक्रियाओं की श्रृंखला के माध्यम से लक्षित उद्देश की प्राप्ति की जाती है। संचार की प्रक्रिया कैसे संपन्न होती है? कल्पना कीजिये कि आप एक पत्रकार हैं। आप अपने पाठकों को ध्यान में रखकर एक संदेश गढ़ते हैं और पाठक अपनी सामर्थ्य के अनुसार उसे ग्रहण करते हैं। इस संदेश के संप्रेषण का माध्यम या चैनल समाचारपत्र है जिसमें आपकी खबर छपी है। आप एनकोडर हैं। वो खबर संदेश है और अखबार माध्यम है और पाठक डिकोडर। पाठक उस खबर को पढ़कर अपनी प्रतिक्रिया देता है, संपादक के नाम पत्र के तौर पर जो फीडबैक का रूप है। जब पाठक फीडबैक देता है तो उस स्थिति में वो फीडबैक संदेश है और पाठक एनकोडर है। उस संदेश के संप्रेषण का माध्यम या चैनल समाचारपत्र ही है और पत्रकार या संपादक डिकोडर हो जाता है। इस प्रकार संचार एक दोतरफा प्रक्रिया है।

इसी तरह से अगर दो व्यक्तियों के बीच वार्तालाप चल रहा है या किसी कंपनी के अधिकारियों की बैठक में मंदा के हालात से निबटने पर चर्चा चल रही है तो जो भी वक्ता है वो संप्रेषक है और जो भी उसे सुन रहा है वो ग्रहणकर्ता है। दो व्यक्तियों के बीच संचार में संभव है कि बारी-बारी से दोनों व्यक्तियों की भूमिका बदल रही हो।

**एनकोडिंग-** एनकोडिंग यानी संचार की पहली सीढ़ी। संदेश का स्रोत संचार की प्रक्रिया की शुरुआत करता है। अपने संचार कौशल का उपयोग करके वो संदेश गढ़ता है। संचार का स्रोत एक व्यक्ति भी हो सकता है, व्यक्तियों का समूह भी या कोई संस्थान भी। संदेश का प्रेषण करने वाले स्रोत को संदेश के ग्रहणकर्ताओं का अनुमान भी हो सकता है और नहीं भी। उदाहरण के तौर पर इन पंक्तियों को लिखते हुए मुझे इसका मोटे तौर पर तो अंदाजा है कि पत्रकारिता और संचार के छात्र इसे पढ़ेंगे लेकिन कौतुकवश कोई सामान्य व्यक्ति भी इस संदेश को पढ़ सकता है।

संदेश का निर्माण करते हुए एक स्रोत जिस प्रक्रिया से गुजरता है और जिससे वो अपने विचारों और जानकारी को एक मूर्त रूप देता है उसे ही एनकोडिंग कहते हैं।

**संदेश:-** स्रोत जो एनकोड करता है उसका भौतिक मूर्त रूप ही संदेश है। जब आप बात करते हैं तो आपका संभाषण ही संदेश है। जब आप अपने माता-पिता को पत्र लिखते हैं तो आपने पत्र में जो लिखा है वही संदेश है, जब एक टेलीविजन चैनल 24 घंटे प्रसारण करता है तो उसके कार्यक्रम और प्रसारित होने वाले समाचार ही संदेश हैं। संदेश कई तरह के हो सकते हैं- जिनका निर्माण स्वतः स्फूर्त भी हो सकता है, जिनका निर्माण सरलता से हो जाता है, जिन्हें तैयार

करने में कड़ी मेहनत लगती है और जिन्हें बनाने में तकनीकी का इस्तेमाल करना पड़ सकता है। उदाहरण के लिये व्यक्तिगत बातचीत, आमने-सामने की बातचीत, टेलीफोन पर बातचीत, टेलीविजन के विज्ञापन और सिनेमा।

**चैनल-** चैनल वो मार्ग या माध्यम हैं जिनके जरिये संदेश संप्रेषक से ग्रहणकर्ता तक पहुंचते हैं। ध्वनि तरंगे बोले हुए संदेशों को प्रसारण करती हैं तो विद्युत तरंगें दृश्यों का प्रसारण करती हैं, समाचारपत्र, किताबें और पत्रिकाएं लिखे हुए शब्दों का प्रसार करती हैं। कुछ संदेशों के संप्रेषण में एक से अधिक चैनलों का उपयोग भी किया जाता है। संचार की सफलता इस बात पर निर्भर होती है कि संदेशों के संप्रेषण के लिये किस चैनल का चुनाव किया गया और लक्षित संदेश के प्रसारण के लिये वो कितना प्रभावी है।

जन संचार की स्थिति में एनकोडर की यही इच्छा होती है कि वो अधिक से अधिक ग्रहणकर्ताओं तक पहुंचे। संदेश के प्रसारण के लिये चैनल का चुनाव इस बात पर भी निर्भर करता है कि ग्रहणकर्ताओं का स्तर, समझ और कौशल कैसा और कितना है और संदेश किन लोगों तक पहुंचाना है। उदाहरण के लिये गांवों में किसी योजना के बारे में जानकारी के प्रसार के लिये टेलीविजन और रेडियों का चयन प्रभावी रहेगा क्योंकि निरक्षर लोग भी उसे ग्रहण कर पाएंगे।

**डिकोडिंग-** डिकोडिंग की प्रक्रिया एनकोडिंग के विपरीत है जिसमें संदेश का ग्रहणकर्ता या रिसीवर मूर्त संदेशों को अपनी क्षमता के अनुसार समझता है और उनका निर्वचन (इंटरप्रेट) करता है। जैसा कि एनकोडिंग की प्रक्रिया में है उसी प्रकार डिकोडिंग की प्रक्रिया में भी कुछ लोग ज्यादा निपुण होते हैं। उदाहरण के लिये कुछ व्यक्ति किसी किताब को जल्दी पढ़ या समझ लेते हैं जबकि उसी किताब को पढ़ने में कुछ लोगों को कई दिन लग जाते हैं।

**फीडबैक-** फीडबैक रिसीवर की संदेश के प्रति प्रतिक्रिया है जो स्रोत से प्रसारित होने वाले परवर्ती संदेशों के स्वरूप और अर्थ को प्रभावित करता है। फीडबैक संचार की प्रक्रिया को दोबारा स्रोत की दिशा में यानी कि विपरीत दिशा में मोड़ देता है। मूल स्रोत ग्रहणकर्ता हो जाता है। लेकिन संदेशों का यह विनियमन तभी संभव है जब ग्रहणकर्ता हरकत में आए और अपनी प्रतिक्रिया को मूर्त रूप दे। यदि वो हरकत में नहीं आता और चुपचाप बैठ जाता है तो फीडबैक की गुंजाइश न के बराबर रह जाती है। इस अर्थ में फीडबैक किसी संदेश के प्रभाव और स्रोत के कामकाज की समीक्षा करने का हथियार भी है।

**शोर** - संचार विशेषज्ञों की परिभाषा में संदेश को स्रोत से ग्रहणकर्ता तक पहुंचाने की प्रक्रिया के बीच जिस किस्म का भी हस्तक्षेप होता है या जो बाधा आती है वही शोर है। प्रभावी संचार के लिये हर तरह के शोर का उन्मूलन जरूरी है। शोर तीन प्रकार का हो सकता है-

- सांकेतिक- जब शब्दों की व्यवस्था से असमंजस या अनिश्चय पैदा हो या ग्रहणकर्ता सांस्कृतिक कारणों से उस संदेश को अलग अलग रूपों में ग्रहण करें तो उसे सीमैटिक या सांकेतिक बाधा कहते हैं।
- पर्यावरणीय- संचार की प्रक्रिया से इतर अगर कोई आवाज हो तो उसे पर्यावरणीय शोर कहेंगे। जैसे कि किसी होटल में अपनी मेज पर बातचीत करते हुए अगर कोई दूसरी मेज पर जोर जोर से बात करें तो उसे पर्यावरणीय शोर कहते हैं। टेलीफोन पर बातचीत करते हुए अचानक सड़क से किसी लाउडस्पीकर की आवाज आना भी इसी का उदाहरण है।
- यांत्रिक- जिस माध्यम का संचार में उपयोग हो रहा अगर उसी चैनल में कोई तकनीकी व्यवधान है तो वो मेकैनिकल यानी यांत्रिक शोर कहलाता है जैसे कि एक रेडियो स्टेशन लगाकर सुनते हुए अचानक किसी और स्टेशन की आवाज आ जाना या टेलीविजन या मोबाइल फोन का सिग्नल सही ढंग से नहीं मिलना।

## 2.6 संचार के परिप्रेक्ष्य:

मानव-संचार एक बेहद जटिल सामाजिक प्रक्रिया है। संचार के अवयवों के अलावा संचार का स्वरूप और अर्थ इस बात से भी प्रभावित होता है कि उसका परिप्रेक्ष्य क्या है यानी कि किस माहौल में संचार संपन्न हो रहा है। परिप्रेक्ष्य का अर्थ है वो पर्यावरण विशेष जिसमें संचार की प्रक्रिया हो रही है।

संचार के परिप्रेक्ष्य का एक महत्वपूर्ण पहलू है समय, यानी कि संचार किस समय हुआ या हो रहा है या होगा। जब संचार होता है तो वो उसके समय को लेकर लोग कैसा महसूस करते हैं ये मानव-संचार को गहराई से प्रभावित करता है। जब कोई शाम को चार बजे किसी को टेलीफोन करे और सुबह चार बजे करे तो इसका अलग अलग असर और अर्थ होता है। इसी तरह स्वास्थ्य और शैक्षणिक परिवेश भी संचार को प्रभावित करते हैं।

संचार के परिप्रेक्ष्य का एक दूसरा पहलू है उसकी सेटिंग यानी संचार किस सेटिंग में हो रहा है। जैसे एक अध्यापक कक्षा में, पार्टी में और परिवार में अलग अलग ढंग से संचार करता है।

एक ही बात को अलग अलग स्थितियों में भी कहा जाए तो परिप्रेक्ष्य के अंतर की वजह से संचार में भी अंतर आ जाता है। संचार के शोध का ये एक महत्वपूर्ण क्षेत्र है कि विभिन्न सांस्कृतिक और सामाजिक स्थितियों में संचार कैसे संपन्न होता है और ये भी कि इन स्थितियों का संचार पर क्या प्रभाव पड़ता है।

## 2.7 सारांश:

संचार एक गतिशील और जटिल प्रक्रिया है। समाज के विभिन्न संस्थाओं के सफल कार्यसंचालन के लिये संचार एक अनिवार्यता है। कहा जा सकता है कि संचार व्यक्ति और समाज के केंद्र में है। हम संचार के बिना किसी भी तरह के सामाजिक और व्यक्तिगत जीवन की कल्पना नहीं कर सकते हैं, और सद्भाव के लिये संचार एक आवश्यक शर्त है। संचार को विद्वानों ने कई तरह से परिभाषित किया है लेकिन कुल मिलाकर इसका अर्थ भाषा और प्रतीकों द्वारा विचारों और सूचनाओं का विनियमन है।

संचार एक दोतरफा प्रक्रिया है और इस प्रक्रिया के प्रमुख अवयव हैं- संदेश का संप्रेषक, संदेश, चैनल और संदेश का ग्रहणकर्ता। ग्रहणकर्ता किसी संदेश पर अपनी जो प्रतिक्रिया भेजता है वो फीडबैक और फीडबैक भावी संचार को प्रभावित करता है। संदेश के संप्रेषक से ग्रहणकर्ता तक पहुंचने के बीच में अगर कोई व्यवधान आता है तो उसे शोर कहते हैं।

संचार की समाज में महत्वपूर्ण भूमिका और कार्य हैं। संचार के मुख्य कार्य है सूचना, मनोरंजन, शिक्षण, निर्देश और सांस्कृतिक प्रोत्साहन। संचार समाज में सहमति और सद्भाव स्थापित करने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। संचार के अर्थ और स्वरूप को उसका परिप्रेक्ष्य भी प्रभावित करता है। जब संचार की प्रक्रिया संपन्न हो रही हो तो समय, पर्यावरण और प्रसंग क्या है और ग्रहणकर्ता और संप्रेषक का स्वास्थ्य और शैक्षणिक परिवेश क्या है- ये भी संचार को प्रभावित करता है।

## 2.8 अभ्यास प्रश्न:

1. संचार से क्या अभिप्राय है? संचार की परिभाषा लिखें?
2. संचार के मुख्य कार्य क्या है?
3. संचार के मुख्य अवयव लिखें?

4. संचार की प्रक्रिया को विस्तार से समझाइये?

5. संचार समाज की धुरी है? टिप्पणी करें?

## 2.9 शब्दावली:

**फीडबैक-** फीडबैक रिसीवर की संदेश के प्रति प्रतिक्रिया है, जो स्रोत से प्रसारित होने वाले परवर्ती संदेशों के स्वरूप और अर्थ को प्रभावित करता है। फीडबैक संचार की प्रक्रिया को दोबारा स्रोत की दिशा में यानी कि विपरीत दिशा में मोड़ देता है।

**एनकोडिंग-** संदेश का स्रोत संचार की प्रक्रिया की शुरूआत करता है। अपने संचार कौशल का उपयोग करके वो संदेश गढ़ता है। संचार का स्रोत एक व्यक्ति भी हो सकता है, व्यक्तियों का समूह भी या कोई संस्थान भी। संदेश का प्रेषण करने वाले स्रोत को संदेश के ग्रहणकर्ताओं का अनुमान हो भी सकता है और नहीं भी।

## 2.10 संदर्भ ग्रंथ सूची:

मास कम्युनिकेशन- केवल कुमार -जायको 1994

## 2.11 निबंधात्मक प्रश्न:

1. संचार से आप क्या समझते हैं ? संचार के स्वरूप पर विस्तार से निबंध लिखिए ?
2. संचार के कार्यों की उदाहरण सहित व्याख्या कीजिए ?
3. संचार के तत्वों का सविस्तार वर्णन कीजिए ?
4. अपने आसपास आप संचार के किन माध्यमों को सबसे ज्यादा प्रयोग होता हुआ देखते हैं ? उनकी सूची बनाइये और संचार के सिद्धान्तों के तहत उनका मूल्यांकन कीजिए ?

## इकाई – 03

---

### संचार के प्रकार

---

इकाई की रूपरेखा :

- 3.1 प्रस्तावना
- 3.2 उद्देश्य
- 3.3 संचार के विभिन्न प्रकार
- 3.4 संचार के विभिन्न प्रकारों में अंतर और अंतर्संबंध
- 3.5 सारांश
- 3.6 अभ्यास प्रश्न
- 3.7 शब्दावली
- 3.8 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 3.9 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 3.10 निबंधात्मक प्रश्न

---

#### 3.1 प्रस्तावना:

---

पिछली इकाई में आपने संचार की परिभाषा और संचार के अभिप्राय के बारे में विस्तार से अध्ययन किया। इस इकाई में संचार की अवधारणा और उसके स्वरूप को और विस्तार से समझने के लिये संचार के विभिन्न प्रकार और विभिन्न स्तरों पर प्रकाश डाला गया है। साथ ही उनके बीच तुलनात्मक अध्ययन से उनके पारस्परिक संबंध और उनके बीच अंतर की व्याख्या की गई है। समझने की कोशिश की गई है कि किस तरह से संचार के सभी प्रकारों के मूल में अन्तःवैयक्तिक संचार है।

---

#### 3.2 उद्देश्य :

---

प्रस्तुत इकाई के अध्ययन के बाद आप बता सकेंगे कि-

- संचार कितने प्रकार का होता है।
- संचार के विभिन्न प्रकारों में अंतर क्या है।
- किस तरह से अन्तःवैयक्तिक संचार ही सभी प्रकार के संचार का आधार है।
- संचार के सभी प्रकारों में जन संचार का महत्त्व क्या है।

---

### 3.3 संचार के विभिन्न प्रकार :

---

संचार एक जटिल प्रक्रिया है। ये प्रकट रूप में संदेशों के आदान-प्रदान के साथ-साथ एक रचनात्मक और मानसिक प्रक्रिया भी है और इसमें माध्यम का विशेष महत्त्व है। संचार के परिप्रेक्ष्य पर चर्चा करते हुए हमने समझा था कि किस तरह से समय और संदर्भ संचार की प्रक्रिया और उसके प्रभाव को प्रभावित करते हैं। संचार की इस जटिल प्रक्रिया को सरलता से समझने के लिये कई आधार पर विभाजित किया जाता है- मौखिक या गैर-मौखिक संचार, तकनीकी या गैर तकनीकी संचार और सहभागी या गैर सहभागी संचार। इसी तरह से संचार की प्रक्रिया प्रकट और आमने-सामने है या उसमें किसी माध्यम का सहारा लिया गया है या संचार की प्रक्रिया में कितने लोग शामिल हैं- इस आधार पर संचार के अध्येताओं ने संचार के निम्न प्रकार गिनाए हैं-

**1. अन्तःवैयक्तिक संचार:** यह संचार उस स्थिति में होता है जब मनुष्य स्वयं यानी अपने आप से ही संचार करता है। सोच-विचार, चिंतन, कल्पना करना और स्वप्न देखना ये सब अन्तःवैयक्तिक संचार के रूप हैं। जब भी मनुष्य कुछ बोलता है या लिखता है तो पहले अपने स्तर पर उस संदेश के बारे में सोचता है और तब जाकर उसे अभिव्यक्त करता है। यह एक मानसिक प्रक्रिया होती है। इसमें संदेश भेजने वाला और संदेश को ग्रहण करने वाला वही व्यक्ति होता है। कहा जा सकता है कि अगर संचार समाजीकरण के केंद्र में है तो अन्तःवैयक्तिक संचार सभी प्रकार के संचार की धुरी है। चाहे वो जनसंचार हो या समूह संचार उदाहरण के लिये रामलीला के संवाद हों या किसी फिल्म का निर्माण या फिर किसी कविता या कहानी का लेखन- वे आसमान से नहीं टपकते बल्कि उनकी रचना से पहले, उन्हें अभिव्यक्त करने से पहले रचनाकार या संप्रेषक अन्तःवैयक्तिक संचार की जटिल प्रक्रिया से गुजरता है जिसमें कल्पना और चिंतन शामिल है। कह सकते हैं कि अन्तःवैयक्तिक संचार रचनाशीलता की बुनियादी जरूरत है। दैनन्दिन जीवन में भी अगर बच्चों को अपने अभिभावक से कुछ कहना होता है या माता-पिता को बच्चों से या फिर किसी व्यक्ति को पड़ोसी से कोई बातचीत करनी होती है तो वे पहले अपने मन में उसका पूर्वाभ्यास करते हैं। संचार की ये स्थिति एनकोडिंग के संदर्भ में समझी जा सकती है।

इसके अलावा ध्यान और साधना भी अन्तःवैयक्तिक संचार का उदाहरण हैं।

**2. अन्तर्वैयक्तिक संचार:** जब दो व्यक्ति आमने सामने बैठे हों और उनके बीच वार्तालाप हो रहा है तो इसे अन्तर्वैयक्तिक संचार कहते हैं। इसमें एक व्यक्ति द्वारा कही गई बातों को दूसरा व्यक्ति ध्यान से सुनता है और अपनी

प्रतिक्रिया देता है। दोनों व्यक्ति आपस में एक-दूसरे के परिचित भी हो सकते हैं, अपरिचित भी हो सकते हैं और ये परिचय की शुरूआत भी हो सकती है।

संचार के इस प्रकार में दोनों ही पक्ष बारी-बारी से संप्रेषक और ग्रहणकर्ता की भूमिका में होते हैं। अन्तर्वैयक्तिक संचार किसी को प्रभावित करने, समझाने, प्रोत्साहित करने और प्रेरित करने का आदर्श जरिया है और संचार में यदि कोई असमंजस, अस्पष्टता और अनिश्चय हो तो उसे उसी समय दूर किया जा सकता है।

ये संचार का सबसे सार्वभौम स्वरूप है और आदर्श स्थिति है क्योंकि इसमें तत्काल फीडबैक संभव है। **अन्तर्वैयक्तिक संचार** को समझने के लिये उत्तरोत्तर फोकस्ड और अनफोकस्ड संचार में भी विभाजित किया जाता है। बिहैवियर इन पब्लिक प्लेसेज नाम से अपने अध्ययन में इरविंग गॉफमैन का कहना है कि **अन्तर्वैयक्तिक संचार** अधिकांशतः अनफोकस्ड प्रकार का ही होता है। अनफोकस्ड संचार की स्थिति वो है जब हम किसी भी ऐसे व्यक्ति को देखते हैं, उसका निरीक्षण करते हैं या उसकी बात सुनते हैं बिना उस व्यक्ति के संज्ञान के कि उसे देखा सुना जा रहा है। संचार की ये स्थिति बस, पार्क, मॉल या किसी भी सार्वजनिक स्थल पर संभव है।

फोकस्ड संचार वो है जिसमें शामिल लोग एक निश्चित उद्देश्य के साथ एक दूसरे के साथ वार्तालाप करते हैं और इस बात के प्रति पूरी तरह सजग होते हैं कि वो अपनी बातों, भाषा, हाव-भाव और व्यवहार, मौखिक और अमौखिक दोनों ही तरीकों से संचार कर रहे हैं।

**3. मध्य संचार:** कुछ विद्वानों ने संचार का ये रूप भी गिनाया है। ये वो स्थिति है जब दो व्यक्ति आपस में संचार के लिए किसी माध्यम का प्रयोग करते हैं, लेकिन वे एक-दूसरे के आमने सामने नहीं होते हैं। मीडियेटेड या मध्य संचार में लोग मोबाइल, टेलीफोन और इंटरनेट के माध्यम से अपने संदेशों का आदान-प्रदान करते हैं।

**4. समूह संचार:** समूह संचार संचार की वो स्थिति है जिसमें दो से अधिक व्यक्ति आमने-सामने बैठकर विचार-विमर्श, संगोष्ठी आदि के माध्यम से अपनी भावनाओं, विचारों और संदेशों का आदान-प्रदान करते हैं। समूह संचार में सहमति और आम राय बनाने की गुंजाइश होती है। समूह संचार सामाजिक समूहों को अपने हित-अहित पर चर्चा करने और कई स्थितियों में लॉबिंग करने या किसी एक मुद्दे की एडवोकेसी करने का मौका देता है। इसमें समूह के सदस्य आमने-सामने बैठकर समान स्तर पर चर्चा कर सकते हैं। उदाहरण के लिये किसी मानवाधिकार संगठन के पदाधिकारियों की बैठक में मानवाधिकार उल्लंघन के मुद्दों पर चर्चा।

एक तरह से देखा जाए तो समूह संचार अन्तर्वैयक्तिक संचार का ही विस्तार है। हालांकि इसमें तत्काल फीडबैक की गुंजाइश कठिन और कम रहती है खास तौर पर यदि समूह का आकार बड़ा हो। वैसे भी समूह संचार में संदेशों के निर्वचन में वक्त लगता है और अपनी-अपनी क्षमता के तहत सदस्य संदेशों को ग्रहण करते हैं और उस पर अपनी प्रतिक्रिया देते हैं या नहीं देते हैं।

**5. जन संचार:** संचार की इस स्थिति में संदेशों को पूरे जन-समुदाय तक संप्रेषित किया जाता है। इसमें सभी वर्ग, वर्ण, समुदाय, संप्रदाय और विचारधारा के लोग शामिल होते हैं। जब एक व्यक्ति या संस्था तकनीकी और जन संचार के किसी माध्यम (अखबार, टेलीविजन या रेडियो) से बहुविध संदेशों को एक ही समय में विशाल जन समुदाय तक संप्रेषित करते हैं तो वो जन संचार कहलाता है। जन संचार में फीडबैक की गुंजाइश अपेक्षाकृत कम होती है और अगर होती भी है तो उसमें विलंब होता है।

जन संचार, संचार की वो स्थिति है जो संचार के दूसरे रूपों और प्रकारों से इस अर्थ में बिल्कुल भिन्न है कि यहां संप्रेषक और ग्रहणकर्ता दोनों का ही स्वरूप अन्तर्वैयक्तिक या समूह संचार से नितान्त अलग होता है। जनसंचार में ऑडियेंस या दर्शक और श्रोता अभिन्न नहीं होते बल्कि भिन्न भिन्न होते हैं और यहां तक कि संप्रेषक को इस बात की जानकारी नहीं हो पाती कि उसके द्वारा प्रकाशित और प्रसारित संदेशों को कौन-कौन ग्रहण कर रहा है।

जन संचार को अक्सर मास मीडिया के संदर्भ में ही समझा जाता है जैसे रेडियो, टेलीविजन और अखबार। लेकिन ध्यान रहे कि ये सिर्फ जन संचार की प्रक्रिया के माध्यम भर हैं और जन संचार संचार की एक जटिल स्थिति है। जन संचार माध्यमों और जन संचार की व्यापक शक्ति के बारे में कई तरह के दावे और अध्ययन हैं जिनकी अगले अध्यायों में विस्तार से चर्चा की जाएगी।

---

### **3.4 संचार के विभिन्न प्रकारों में अंतर और अंतर्संबंध :**

---

संचार की अवधारणा और प्रक्रिया को और स्पष्टता से समझने के लिये संचार के विभिन्न प्रकारों में अंतर और अंतर्संबंध को समझना जरूरी है। इससे पहले हमने संचार के जिन विभिन्न प्रकारों की चर्चा की उनमें संप्रेषक, ग्रहणकर्ता या ऑडियेंस और संदेश भेजने के माध्यम के आधार पर फर्क तो है ही लेकिन इन्हीं आधार पर वो एक-दूसरे से जुड़े हुए भी हैं और सूक्ष्म दृष्टि से देखा जाए तो वो एक-दूसरे का विस्तार या एक-दूसरे का ही लघु रूप हैं।

**अन्तःवैयक्तिक संचार जहां** स्वयं को संबोधित है वहीं अंतर्वैयक्तिक संचार एक व्यक्ति को संबोधित है और समूह संचार एक से ज्यादा व्यक्ति को और जन संचार एक विशाल जन-समुदाय को। अन्तःवैयक्तिक संचार में जहां कोई तकनीकी माध्यम नहीं होता वहीं अंतर्वैयक्तिक संचार में माध्यम हो भी सकता है और नहीं भी। उदाहरण के लिये हम अपने किसी परिजन से टेलीफोन पर बातचीत कर सकते हैं और आमने-सामने भी।

अन्तःवैयक्तिक संचार में तत्काल फीडबैक संभव है जबकि समूह संचार में समुचित फीडबैक मिलना अपेक्षाकृत कठिन होता है और जनसंचार में तत्काल फीडबैक संभव नहीं हो पाता और न के बराबर होता है। अगर फीडबैक की संभावना बनती भी है तो हमेशा ही विलंब से।

अन्तःवैयक्तिक संचार और समूह संचार में जहां आमतौर पर सहभागी- संप्रेषक और ग्रहणकर्ता एक दूसरे से परिचित होते हैं या आमने-सामने होते हैं वहीं जन संचार में संप्रेषक और ग्रहणकर्ता एक दूसरे से अनजान होते हैं। समूह संचार की सामान्य स्थिति में ऑडियेंस सजातीय होते हैं यानी उनमें लिंग, धर्म, जाति, संवर्ग, समुदाय के आधार पर समानता होती है या उनके परस्पर हित आपस में जुड़े होते हैं जबकि जन संचार में ऑडियेंस विजातीय या मिश्रित प्रकृति के होते हैं यानी उनमें कोई समानता नहीं होती है और न ही उनके पारस्परिक हित जुड़े होते हैं बल्कि भिन्न-भिन्न धर्म, जाति, संवर्ग, लिंग और समुदाय के लोग इसके ऑडियेंस में शामिल होते हैं। जन संचार इस अर्थ में संचार के दूसरे प्रकारों से भिन्न है कि इसमें अनिवार्यत तकनीकी माध्यम का प्रयोग किया जाता है।

जहां तक संचार के विभिन्न प्रकारों में अंतर्संबंध की बात है तो अगर हम मैक्वेल के अनुसार संचार के विभिन्न प्रकार और स्तर को एक पिरामिड के जरिये समझें तो **अन्तःवैयक्तिक संचार** हर तरह के संचार की बुनियाद है और संचार का आधारभूत स्तर है। कोई भी फिल्म या टीवी धारावाहिक सीधे-सीधे जन संचार के आसमान से प्रकट नहीं होता बल्कि उसके पहले उसके निर्माता निर्देशक या पटकथा लेखक कल्पना और फंतासी और उसे प्रस्तुत करने के तौर-तरीकों के बारे में सोच-विचार और चिंतन के एक लंबे दौर से गुजरते हैं जिसे हम **अन्तःवैयक्तिक संचार** के नाम से जानते हैं और तब जाकर सिनेमा या उस सीरियल विशेष का मूर्त रूप प्रकट होता है। इसी तरह से कोई लेखक, कवि या पत्रकार किताब, कहानी, कविता या रिपोर्ट लिखने के पहले अपने स्तर पर विषयवस्तु के बारे में सोचता है, कल्पना करता है, तर्क-वितर्क करता है, उसके परिणामों और ऑडियेंस की संभावित प्रतिक्रिया के बारे में सोचता है,

उसका पूर्वाभ्यास करता है- उसे मूर्त रूप में लिखता है तब जाकर उसका प्रकाशन या प्रसारण होता है। इस तरह संचार के पिरामिड की पहली सीढ़ी **अन्तःवैयक्तिक संचार** है।

**अन्तःवैयक्तिक संचार** अगर अपने आप से संवाद है तो अन्तर्वैयक्तिक संचार इस अर्थ में **अन्तःवैयक्तिक संचार** का विस्तार है कि इस स्थिति में व्यक्ति दूसरे यानी किसी और व्यक्ति से संचार करता है। अन्तर्वैयक्तिक संचार दो व्यक्तियों के बीच संचार होता है। ये प्रकट यानी आमने सामने का संचार भी हो सकता है और किसी माध्यम के जरिये भी। इस लिहाज से अन्तर्वैयक्तिक संचार के पिरामिड की दूसरी सीढ़ी है। लेकिन यहां भी ध्यान रहे कि किसी दूसरे व्यक्ति से संचार करने के पहले भी व्यक्ति **अन्तःवैयक्तिक संचार** करता है।

समूह संचार अन्तर्वैयक्तिक संचार का विस्तार माना जाता है क्योंकि यहां संचार में भाग लेनेवाले व्यक्तियों की संख्या बढ़ा जाती है। समूह संचार में दो से अधिक व्यक्तियों के बीच संचार की प्रक्रिया संपन्न होती है। संचार की इस स्थिति में भी संदेश भेजने वाले संप्रेषक और फीडबैक देनेवाले सदस्य भी पहले **अन्तःवैयक्तिक संचार** की प्रक्रिया से गुजरते हैं।

जन संचार की स्थिति में संप्रेषक, संदेश, माध्यम और ऑडियेंस की संख्या में गुणात्मक वृद्धि हो जाती है। हालांकि जन संचार की स्थिति में भी संप्रेषक के स्तर पर पहले **अन्तःवैयक्तिक संचार** क्रिया होती है और तब जाकर जन संचार माध्यमों से संदेशों का प्रकाशन और प्रसारण होता है।

इस तरह से मैक्वेल के संचार पिरामिड की पहली सीढ़ी **अन्तःवैयक्तिक संचार** है और उसके शीर्ष पर जन संचार है।

---

### 3.5 सारांश :

---

संचार की अवधारणा और प्रक्रिया की जटिलताओं को समझने के सिलसिले में इस अध्याय में आपने ये जाना कि संचार की कई स्थितियां होती हैं और संचार को कई प्रकार में विभाजित कर सकते हैं। अन्तःवैयक्तिक संचार- जब व्यक्ति अपनेआप से संचार करता है, अन्तर्वैयक्तिक संचार- जब संचार दो व्यक्तियों के बीच में होता है, समूह संचार जो दो से अधिक व्यक्तियों के बीच होता है और जन संचार जो विशाल जनसमुदाय के लिये संचार है। संचार की इन स्थितियों में अंतर होने के साथ-साथ अंतर्संबंध भी है और एक तरह से संचार के ये विभिन्न प्रकार एक-

दूसरे का लघु रूप या विस्तार ही हैं। इन सबमें जन संचार इसलिये अलग है क्योंकि इसमें तकनीकी माध्यम का प्रयोग किया जाता है। संचार के इन सभी प्रकारों के आधार में अन्तःवैयक्तिक संचार है जो सभी संचार स्थितियों का मूल है क्योंकि किसी भी तरह के संचार के पहले व्यक्ति अपने आप से संचार करता है चाहे वो कल्पना हो, सोच विचार हो या तर्कवितर्क। मैक्वेल का संचार पिरामिड इसी अवधारणा को पुष्ट करता है।

---

### 3.6 अभ्यास प्रश्न :

---

संचार के विभिन्न प्रकारों का उदाहरण सहित वर्णन करें?

- अन्तःवैयक्तिक संचार सभी संचार प्रकारों का मूल है-टिप्पणी करें?
- जन संचार और समूह संचार में क्या अंतर है, स्पष्ट करें?

---

### 3.7 शब्दावली :

---

- **मध्य संचार:** संचार की वह स्थिति जब दो व्यक्ति आपस में संचार के लिए किसी माध्यम का प्रयोग करते हैं, लेकिन वे एक-दूसरे के आमने सामने नहीं होते हैं। मीडियेटेड या मध्य संचार में लोग मोबाइल, टेलीफोन और इंटरनेट के माध्यम से अपने संदेशों का आदान-प्रदान करते हैं।
- **समूह संचार:** संचार की वह स्थिति जिसमें दो से अधिक व्यक्ति आमने-सामने बैठकर विचार-विमर्श, संगोष्ठी आदि के माध्यम से अपनी भावनाओं, विचारों और संदेशों का आदान-प्रदान करते हैं।

---

### 3.8 संदर्भ ग्रंथ सूची :

---

- मास कम्यनिकेशन इन इंडिया-केवल कुमार

---

### 3.9 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री :

---

- मास कम्यनिकेशन इन इंडिया-केवल कुमार

---

### 3.10 निबंधात्मक प्रश्न :

---

1. संचार के विभिन्न प्रकारों का उदाहरण सहित वर्णन कीजिए?
2. अंतर्व्यक्तिक संचार और जन संचार में क्या अंतर हैं? उदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए?
3. डेनिस मैक्वेल के संचार पिरामिड में संचार के विभिन्न स्वरूपों की स्थिति स्पष्ट कीजिए?

## इकाई –04

---

### संचार के शाब्दिक और शब्देतर घटक

---

#### इकाई की रूपरेखा

- 4.1 प्रस्तावना
- 4.2 उद्देश्य
- 4.3 संचार के शाब्दिक और शब्देतर घटक एक परिचय
- 4.4 संचार और भाषा
  - 4.4.1 जनसंचार और भाषा
- 4.5 संचार या जनसंचार के शब्देतर घटक
- 4.6 सारांश
- 4.7 शब्दावली
- 4.8 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर
- 4.9 सन्दर्भ ग्रन्थसूची
- 4.10 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 4.11 निबंधात्मक प्रश्न

---

#### 4.1 प्रस्तावना :

---

भाषा संचार का सबसे अधिक सशक्त माध्यम है, पर अभिव्यक्ति के शब्देतर माध्यम भी बहुत महत्वपूर्ण हैं। आपका स्वर, आपकी आवाज, आपके चेहरे के हाव-भाव शब्दों की अपेक्षा अधिक प्रभाव छोड़ते हैं। यह कह सकते हैं कि आपकी अभिव्यक्ति का 93 प्रतिशत भाग आपके हाव-भाव पर निर्भर करता है और अभिव्यक्ति का केवल 7 प्रतिशत श्रेय शब्दों को जाता है।

इस इकाई में विद्यार्थियों का परिचय संचार के शाब्दिक और शब्देतर घटकों से कराया गया है। साथ ही संचार और जनसंचार में भाषा की उपयोगिता का अध्ययन कराया गया है।

इस इकाई के माध्यम से हम प्रयास करेंगे कि इसके जरिए व्यक्तित्व विकास के उन सूत्रों को समझा जाए जिनके सहारे से व्यवहार कुशल पत्रकार बना जा सकता है। श्रेष्ठ साक्षात्कारकर्ता बना जा सकता है और व्यापारिक क्षेत्र में अपने कौशल से अपना सिक्का जमाया जा सकता है।

---

## 4.2 उद्देश्य :

---

संचारक्रान्ति के इस युग में संचार के माध्यम हमारे जीवन के लिए इतने अपरिहार्य हो चुके हैं कि उनके अभाव में जीवन जीने की कल्पना भी नहीं कर सकते। हम यह कह सकते हैं कि आज मनुष्य संचार के युग में रह रहा है। इसलिए संचार को सही रूप से समझना आवश्यक हो जाता है।

इस इकाई के माध्यम से विद्यार्थी जान सकेंगे –

- संचार के साधनों के बारे में।
- भाषा, संचार के लिए कितना अपरिहार्य माध्यम है।
- अभिव्यक्ति के शाब्दिक एवं शब्देतर रूपों को।

---

## 4.3 संचार के शाब्दिक और शब्देतर घटक एक परिचय :

---

जैसा कि पहले स्पष्ट हो चुका है कि भाषा सम्प्रेषण का सर्वाधिक सशक्त माध्यम है और यह भी कि भाषा का सामान्य प्रयोग कभी कभी अभिव्यक्ति कर पाने में पूरी तरह समर्थ नहीं हो पाता है। हम जो कुछ भी सम्प्रेषित करते हैं, उसमें हमारे हाव-भाव-चेष्टाएँ-अंग संचालन-दृष्टिनिक्षेप का भी बहुत महत्त्व होता है। हमारा लहजा, हमारी बोलचाल का ढंग, शारीरिक चेष्टाएँ, हमारी दृष्टि, वेशभूषा, समय, स्थान, मनः स्थिति, श्रोता की स्थिति यह सब हमारी बात को सम्प्रेषित करने में अहम भूमिका निभाते हैं। हमारा लोक व्यवहार, लोकाभिव्यक्तियाँ, लोकानुरंजन के विविध साधन प्राचीन समय से ही संचार के सशक्त माध्यम रहे हैं।

इतिहास साक्षी है कि भाषा के निर्माण से पहले किसी भी समाज में अभिव्यक्ति के जिन सांकेतिक साधनों का आश्रय लिया जाता रहा, वे विचारों, भावों को पूर्णतः अभिव्यक्त करने में समर्थ नहीं थे; उनकी स्थिति बिहारी के नायक-नायिका के उन आभिव्यक्तिक संकेतों की ही भाँति थी, जिन्हें नायक-नायिका के अतिरिक्त अन्यान्य लोग नहीं समझ सकते हैं—

*‘कहत नटत रीझत खिझत, मिलत खिलत लजियात।*

*भरे भौन में करत हैं नैनन ही सों बात।*

जब समाज में विकास की प्रक्रिया आरम्भ हुई और अभिव्यक्ति के मौखिक और लिखित माध्यमों के रूप में भाषा तथा बोलियों का विकास हुआ तो सामाजिक व्यवहार के लिए, सांस्कृतिक चेतना जगाने के लिए, शिक्षा देने के लिए यानी सामाजिक व्यवहार और हमारी व्यावहारिक जरूरतों को पूरा करने के लिए भाषा एक सशक्त औजार बन गई। आज हमारे पास जनसंचार के विविध रूप मौजूद हैं पर ये भी भाषा के बिना अस्तित्वहीन हैं। जाहिर है कि भाषा की महत्ता अपरिमेय है।

यह तो तय है कि भाषा के बिना अभिव्यक्ति सही ढंग से हो ही नहीं सकती, *The finest eloquence is that which gets things done; the worst is that which delays them.* यानी सर्वोत्तम वक्तृता वह है जो स्वेच्छया कर्म करा ले, और निकृष्ट वह है जो उसमें बाधा डाले। पर वक्तृता के लिए शब्दों के

साथ हमारी शारीरिक चेष्टाएँ, हमारे हाव-भाव, हमारी दृष्टि भी आवश्यक हैं। ला रोशोमो का कहना है—There is not less eloquence in the tone of the voice, in the eyes and in the demean our, than in the choice of words. यह माना जाता है कि वक्तृता केवल शब्दों के चुनाव में ही नहीं वरन् शब्दों के उच्चारण में, आँखों में और चेष्टाओं में भी होती है।

आचार्य भरतमुनि ने नाट्यशास्त्र में वाचिक, आंगिक, सात्विक और आहार्य अनुभावों की चर्चा की है। अनुभाव वे भाव हैं जो अनुभव के आधार पर निर्धारित होते हैं। किसी नाटक में अभिनय करने वाले अभिनेता जो हाव-भाव रंगमंच पर दिखाते हैं, वे अनुभाव हैं। इन हाव-भावों के प्रदर्शन के लिए अभिनेता पूर्वाभ्यास (रिहर्सल) करते हैं। वे रचनाकार द्वारा लिखे गये संवादों को दोहराते हैं— यह वाचिक अभिनय द्वारा होता है, डायरेक्टर के निर्देश से वे हाव-भाव प्रदर्शित करते हैं, यह आंगिक अनुभाव है; वे रंगमंच पर निर्धारित वेशभूषा में आते हैं, यह आहार्य अनुभाव है और इन सबके साथ वे अपने अन्दर मूल पात्र से एकाकार होकर उसके सुख-दुख, आँसू-हँसी, मूर्च्छा आदि आदि भावों का अभिनय करते हैं, यह सात्विक भाव है। आचार्य भरतमुनि का कहना है कि अभिनेता जितना अभिनय में कुशल होगा, नाटक उतना ही सफल और दर्शकों को प्रभावित करने वाला होगा। एक श्रेष्ठ संचार करने वाले को भी अभिनय कुशल होना चाहिए, तभी वह सम्यक् संचार कर पाएगा। समय, स्थान, परिस्थिति, श्रोता की स्थिति यह सब सम्प्रेषित अभिव्यक्ति को पहुँचाने में एक घटक का काम करते हैं। मतलब यह कि आप क्या सम्प्रेषित कर रहे हैं, इसकी अपेक्षा कैसे सम्प्रेषित कर रहे हैं, ज्यादा महत्वपूर्ण है।

सम्भवतः इसीलिए भारतीय परम्परा में कहा गया है कि 'सत्यं ब्रूयात् प्रियं ब्रूयात्, न ब्रूयात् सत्यमप्रियम्' —यानी सच बोलना चाहिए, पर प्रिय सत्य बोलना चाहिए, अप्रिय नहीं।

लेकिन बोले बिना भाषा का इस्तेमाल किए बिना भी अभिव्यक्ति होती है, संचार होता है। संचार के ये विभिन्न घटक यद्यपि जनसंचार माध्यमों से अलग हैं, इनकी प्रक्रिया अलग है, किन्तु एक पत्रकार को इनके विषय में जानना अत्यावश्यक है।

हालांकि ये संसाधन एकदम परिपूर्ण नहीं हैं क्योंकि भाषा बहुत महत्वपूर्ण संसाधन है, पर क्या केवल भाषा विचारों की ठीक ठीक अभिव्यक्ति कर पाती है? परिकल्पना कीजिए कि एक अध्यापक कक्षा में व्याख्यान दे रहा है। वह स्टेच्यू की तरह खड़ा है, केवल बोल रहा है, क्या उसका वक्तव्य प्रभावशाली होगा? या अध्यापक बोलने के साथ-साथ लगातार हिल रहा है, या उसके हाथ चारों दिशाओं में घूम रहे हैं, दृष्टि विद्यार्थियों की ओर न होकर दरवाजे के बाहर घूम रही है, वह विद्यार्थियों से बहुत दूर खड़ा है, उसका वक्तव्य भी प्रभावशाली नहीं हो सकता।

जब हम अपनी भाषा में शब्दों का व्यवहार करते हैं, तो सुनने वाला केवल उसके शब्दार्थ को ही ग्रहण नहीं करता अपितु उसके पीछे छिपे हुए अभिप्राय को भी समझता है। जैसे यदि हम कहते हैं कि रात हो गई है, तो सुनने वाला उसका अर्थ—कि दिन समाप्त हो गया है, मात्र नहीं लेता। यदि सुनने वाले को जल्दी घर जाना है, तो उसके लिए इस वाक्य का अर्थ है— देर हो रही है। कोई घूमने जाना चाहता है, तो उसके लिए इसका अर्थ है— घूमने जाने का समय हो गया। कोई बहुत निराश है तो उसके लिए इसका अर्थ होगा— अब कुछ नहीं हो सकता। कोई मृत्युशैया पर है, तो उसके लिए इसका अर्थ है— अब अन्त समय आ गया है। यहाँ संचार के मुख्य चार घटक हमें समझ में आते हैं—1. संदेश देने वाला, 2. संदेश ग्रहण करने वाला, 3. संदेश और 4. संदेश प्रेषित करने का माध्यम। यह माध्यम भाषा हो सकती है, हमारे

हाव-भाव हो सकते हैं, हमारी आँखें हो सकती हैं, हमारी शारीरिक भंगिमा हो सकती है, और इन सबके साथ संचार के जो अनेकानेक साधन हैं, मुद्रण से लेकर इन्टरनेट तक— वे सभी हो सकते हैं।

#### अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— सम्प्रेषण से आप क्या समझते हैं?
- प्रश्न 2— संचार के घटक कौन-कौन से हैं?
- प्रश्न 3— संचार या सम्प्रेषण के मूल रूप से दो माध्यम कौन से हैं?

---

#### 4.4 संचार और भाषा :

---

सामाजिक प्राणी होने के नाते मनुष्य स्वभावतः अपन भाव, अपने विचार दूसरे मनुष्य तक पहुँचाता और दूसरे के भावों को स्वयं समझना चाहता है। इसके लिए वह जिन माध्यमों को अपनाता है, भाषा उनमें सबसे अधिक महत्वपूर्ण है, मानव के क्रियाकलापों और व्यवहार का साधन, उसकी प्रत्येक वाचिक क्रिया का आधार और विचारों का माध्यम होने के कारण। यों अपने व्यापक अर्थ में भाषा वह साधन है जिसके द्वारा एक प्राणी दूसरे प्राणी तक अपने भाव, विचार या अभिप्राय प्रेषित करे और दूसरे के भाव, विचार या अभिप्राय स्वयं ग्रहण करे। भाषा के दो रूप हो सकते हैं—1.मूक भाषा,2.मुखर भाषा। मूक भाषा से तात्पर्य अभिव्यक्ति के उन माध्यमों से है, जिनमें वाणी का प्रयोग नहीं होता। हम अंग विक्रम (Gesture) अर्थात् हस्त संचालन द्वारा, गर्दन हिलाकर, नेत्रों के द्वारा और संकेतों (sign or signal) द्वारा जो भी अभिव्यक्ति करते हैं, उसका माध्यम मूक भाषा है।

मुखर साधनों (Spoken language) में पशु-पक्षियों की भाषा हमारे लिए अव्यक्त वाक् होने के कारण व्याख्यायेय नहीं है। 'अव्यक्त वाक्' से तात्पर्य अस्पष्ट और अनिश्चित वाणी से है। अभिप्राय यह कि पशु-पक्षियों की भाषा हमारे लिए भावाभिव्यंजना में असमर्थ है, क्योंकि हम उनकी भाषा नहीं समझते। तुलसी के शब्दों में कह सकते हैं — खग जाने खग ही की भाषा। मानवेतर प्राणियों की अपेक्षा मनुष्य की बोली के पीछे चिन्तन होने के कारण उसका स्वरूप निश्चित है। उसका अध्ययन-विश्लेषण किया जा सकता है। यही मानव द्वारा बोली जाने वाली 'भाषा' वस्तुतः भाषा के अन्तर्गत आती है। इस तरह भाषा का प्रयोजन वाणी द्वारा प्रयुक्त ऐसी ध्वनियों से है, जो अध्ययन द्वारा विश्लेषित हों और जिनके हेर फेर से शब्द बन सकें।

व्याकरणिक दृष्टि से 'भाषा' शब्द का यदि हम विश्लेषण करें तो ज्ञात होता है कि 'भाषा' शब्द संस्कृत की 'भाष्' धातु से निष्पन्न है, जिसका अर्थ है —व्यक्त वाणी। इसके आधार पर भाषा की परिभाषा है— व्यक्त वाणी में बोलना। किन्तु भाषा की यह परिभाषा भाषा के स्वरूप को पूर्णतः स्पष्ट नहीं करती। क्योंकि भाषा केवल विचाराभिव्यक्ति का साधन ही नहीं है, विचारों का माध्यम भी है। भाषा विचारों की अभिव्यक्ति का एक सशक्त माध्यम है; मानव के उच्चारणयोग्य अवयवों से निःसृत सार्थक ध्वनिसमूह है; यादृच्छिक है; प्रतीकों की व्यवस्था है, समाजसापेक्ष है और भाषा का प्रयोजन वक्ता के विचारों को श्रोता तक पहुँचाना है।

भाषा एक ओर वर्णनात्मक ध्वनि (सार्थक ध्वनियों) से सम्बद्ध है और दूसरी ओर भावों और विचारों से। इस प्रकार हमारी भाषा का आधार भौतिक और मानसिक है। यहाँ हम यह व्याख्या नहीं करेंगे कि भाषा क्या है? यहाँ हम भाषा के व्यावहारिक प्रयोग पर विचार करेंगे कि किस तरह भाषा हमारे लिए अपरिहार्य है, किस तरह भाषा का सही सही प्रयोग हमारे भावों और विचारों को पूर्ण रूप से प्रेषित करने में समर्थ होता है। संस्कृत में एक स्थान पर कहा गया है— **एकः शब्दः सम्यक्ज्ञातः सुप्रयुक्तः स्वर्गे लोके च कामधुग् भवति।** —यानी यदि एक शब्द भली प्रकार जानकर सही ढंग से प्रयोग किया जाय, तो स्वर्गलोक में कामधेनु (सभी इच्छाओं को पूरा करने वाली) की तरह प्रभावशाली होता है। भाषा की अपरिहार्य महत्ता को समझकर ही हमारे वेद वाक् की वन्दना करते हैं। हमारे चिन्तक यह मानते हैं कि 'यदि भाषा नहीं होती तो यह संसार अंधकारमय ही रह जाता; भाषा के विस्तार से ही संसार का विस्तार होता है—

*'वाचामेव प्रसादेन लोकयात्रा प्रवर्तते।*

*इदमन्धतमः कृत्स्नं जायते भुवनत्रयम्,*

*यदि शब्दावहयंज्योतिरासंसारं न दीप्यते ॥ — काव्यादर्श (दण्डी) 1/41*

कुछ क्षण के लिए भाषाविहीन समाज की परिकल्पना कीजिए, आपकी सारी गतिशीलता तुरन्त बाधित हो जाएगी, आप अपनी अनुभूतियों को अभिव्यक्त करने में असमर्थ हो जाएंगे। एक छटपटाहट, एक घुटन, एक विवशता आप पर हावी होती जाएगी और आपकी स्थिति उस गूँगे की तरह हो जाएगी, जो गुड़ खाता है पर उसकी मिठास को बाँट नहीं सकता। इसीलिए हमारा सारा वैदिक वाङ्मय भाषा के महत्त्व को स्वीकार करता है। ऋग्वेद में प्रार्थना की गई है कि हे इन्द्र! तू हमें अन्न दे, बल दे, सत्य दे और मननशक्ति से सम्पन्न वाणी दे। वेदों में ऋषि ऐसी वाणी को प्राप्त करने की कामना करते हैं जो मननशक्ति और विद्या से सम्पन्न हो, जिसमें सबको प्रकाश देने वाली सूर्य की सी दृष्टि हो, वायु सी प्राणदायिनी शक्ति हो, अन्तरिक्ष से कान हों और सब कुछ आत्मसात करने में समर्थ पृथ्वी सा शरीर हो—

*सूर्याच्चक्षुरन्तरिक्षत्स्रोत्रं पृथिव्याः शरीरम्।*

*सरस्वत्यावाचमुप ह्वयामहे मनोयुजा—अथर्ववेद, 5/10/8 —*

'न्यू टेस्टामेन्ट' में भी कहा गया है —In the beginning was the word, and the word was with God, and the word was God. यह माना जा सकता है कि सारे विश्व में भाषा की शक्ति के विषय में विचार किया गया है। हमारा काव्यशास्त्र, व्याकरण, दर्शन यदि भाषा के वैशिष्ट्य पर विचार करता रहा है तो पश्चिम में रूसी रूपवाद, संरचनावाद, शैलीविज्ञान, नई समीक्षा, उत्तर आधुनिक समीक्षा दृष्टियाँ भी इस पर विचार करती आई हैं। पश्चिमी चिन्तक रोमन याकोब्सन भाषा के घटक और उसके प्रकार्य के विषय में जो अभिमत प्रस्तुत करते हैं, वह इस बात का प्रमाण है। उनके अनुसार भाषा के छः घटक और उसके छः प्रकार्य हैं—

**वक्ता      श्रोता      सन्दर्भ      संदेश      सम्पर्क      संहिता**

(भाषा के घटक)

वक्ता सम्पर्क स्थापक माध्यम अर्थात् भाषा द्वारा सन्दर्भयुक्त संदेश—जिसके पीछे एक संहिता होती है— भेजता है और श्रोता उस संदेश को ग्रहण करता है। सन्देश भेजने में वक्ता के मनस्तत्व का भी

योगदान रहता है, श्रोता के प्रति उसके रुख की भी प्रतीति होती है। उसका उद्देश्य संदेश द्वारा श्रोता का ध्यानाकर्षण करना होता है। (Linguistics and Poetics, P 299-300)

**अज्ञेय लिखते हैं** – ‘भाषा की शक्ति, वह नहीं कि उसके सहारे सम्प्रेषण होता है। शक्ति इसमें है कि उसके सहारे, पहचान का सम्बन्ध बनता है, जिसमें सम्प्रेषण सार्थक होता है’।

आपके शब्द और आपका व्यवहार आपके विषय में दूसरों के मन में एक अवधारणा बनाते हैं कि आप किस प्रकार के व्यक्ति हैं, सकारात्मक सोच वाले हैं, नकारात्मक सोच वाले हैं या निर्णयात्मक व्यक्तित्व वाले हैं। विद्वानों का कहना है कि आपके व्यवहार के तीन पक्ष हैं— 1.सहिष्णु (यहाँ दबू के अर्थ में इस शब्द हो लें) (Submissive behaviour) 2.आक्रामक (Aggressive behaviour)और 3. निश्चयात्मक (Assertive behaviour)। प्रभावशाली संचार के लिए आपका निश्चयात्मक होना बहुत आवश्यक है। यदि आप दबू हैं तो अपने विचारों और अनुभूतियों को सम्यक् रूपेण प्रेषित नहीं कर सकेंगे; यदि आक्रामक हैं तो आपकी अभिव्यक्ति दूसरे को चोट पहुँचाएगी और यदि आप विश्वास के साथ, दूसरों को चोट पहुँचाए बिना अपने विचारों, अनुभूतियों और विश्वासों को प्रेषित करते हैं, तो आपका संचार सर्वाधिक सफल है। हम कह सकते हैं कि अपने आप को अभिव्यक्त करने के लिए सहिष्णुता और आक्रामकता का सन्तुलन बनाते हुए अपनी बात कहनी चाहिए।

The Essence of Effective Communication,Adrien Buckley, और इसके लिए शब्दचयन में सावधानी रखना जरूरी है। संस्कृत में एक श्लोक है—

**दूरात् शोभते मूर्खः लम्बं शाटपटावृतः।**

**निर्गन्धा इव किंशुकाः यावत्किंचिन्नभाषते।।—**

रेशमी वस्त्रों से सुसज्जित मूर्ख व्यक्ति दूर से ही तब तक सुशोभित होता है, जब तक कुछ बोलता नहीं है। वह किंशुका के फूलों के समान है, जो देखने में बहुत सुन्दर हैं, पर जिनमें गन्ध नहीं है।

#### **4.4.1 जनसंचार और भाषा :**

जनसंचार में एक या एकाधिक व्यक्तियों द्वारा या किसी माध्यम द्वारा किसी सन्दर्भ में संदेश प्रेषित किया जाता है और श्रोता उस संदेश को ग्रहण करता है, उससे प्रभावित होता है और अपनी प्रतिक्रिया व्यक्त करता है। जनसंचार के लिए माध्यमों की भूमिका अपरिहार्य है। जनसंचार और उसके माध्यम एक के बिना अधूरे हैं, अपर्याप्त हैं। जनसंचार और उसके वाहक माध्यम में अंगांगिभाव है। हम समाचार पत्र पढ़ते हैं, रेडियो सुनते हैं, दूरदर्शन देखते हैं। कम्प्यूटर में अपने भाव और विचार, अपने लेख टाइप करते हैं, अपनी कलात्मकता को आकार देते हैं, ई-मेल द्वारा अपने संदेश भेजते हैं, ब्लॉग द्वारा अपने विचारों को परस्पर बाँटते हैं, ट्विटर, फेसबुक द्वारा अपने विचारों को पूरे विश्व में पहुँचाते हैं—यानी सन्देश को पाठकों, श्रोताओं और दर्शकों तक सम्प्रेषित करने के लिए विभिन्न स्रोत मौजूद हैं और इन माध्यमों की महत्ता के विषय में हम अच्छी तरह से परिचित हैं। यहाँ तक मार्शल मैक्लुहान का तो सूत्रवाक्य ही है कि ‘माध्यम ही संदेश है’। फिर भी मुख्य तो संदेश ही है और संदेश और भाषा एक दूसरे के लिए अपरिहार्य हैं। हम यह भी कह सकते हैं कि संचार को व्यवस्था देने वाला पहला माध्यम भाषा ही है। प्रेस हो या मुद्रित शब्द, रेडियो हो या चलचित्र या दूरदर्शन— जनसंचार का प्रत्येक माध्यम भाषा से जुड़ा है।

जनसंचार की भाषा के मुख्य दो रूप हैं— मुद्रित और श्रव्य। मुद्रित भाषा के लिए साक्षर होना आवश्यक है श्रव्य के लिए नहीं। आपको यह तो ज्ञात ही है कि भाषा के मुद्रित रूप के विकसित होने के पहले से भाषा के श्रव्य रूप का अस्तित्व है। हमारी वैदिक परम्परा श्रुत परम्परा ही है। सहस्रों पद, भजन—गेय परम्परा से ही संरक्षित हुए हैं। शब्द के अलावा ध्वनियों, संकेतों, अभिनयादि के द्वारा भी भाव समझ सकते हैं, मौन की भी एक भाषा होती है। पुस्तकों, सन्दर्भग्रन्थों, पत्रिकाओं, समाचारपत्रों में मुद्रित शब्द का ही सारा खेल है, तो आकाशवाणी, दूरदर्शन, आदि में भाषा का श्रव्य—दृश्य रूप प्रयुक्त होता है। संक्षेप में जनसंचार के मुख्य घटक— समाचारपत्र, रेडियो, दूरदर्शन तथा चलचित्र— भाषा के विविध रूपों का व्यवहार करते हैं। क्योंकि भाषा ही वह संचार व्यवस्था है जिसमें मानव के सारे क्रियाकलाप आ जाते हैं। भाषिक आचरण ने ही मनुष्य को मनुष्येतर प्राणियों से अलग प्रमाणित किया है। इसलिए संचार माध्यमों—चाहे वह प्रेस हो या इलैक्ट्रॉनिक माध्यम— उनके विकास की कल्पना भाषा के बिना नहीं की जा सकती है। जनसंचार माध्यमों के विकास के साथ साथ भाषा का विकास और भाषा के विकास के साथ संचार माध्यमों का विकास होता चलता है। भाषिक प्रयोगों में समय और संसाधनों के अनुरूप परिवर्तन होते जाते हैं। आज नये भाषिक प्रयोग, नई शैलियाँ, नये अर्थ भाषाकोश में जुड़ रहे हैं। द्विभाषिकता या बहुभाषिक ज्ञान की महत्ता अब अच्छी तरह समझ में आने लगी है। अनुवाद का तो महत्व इस बात से ही सिद्ध हो जाता है कि आज अनुवाद को एक विज्ञान के रूप में देखा जाता है। तकनीकी विकास ने 'यूनीकोड' द्वारा भाषा की अपरिहार्यता को सिद्ध किया है।

यहाँ भारत की भाषाओं और जनसंचार माध्यमों में प्रयुक्त हिन्दी का उल्लेख करना आवश्यक है। हमारे संविधान की आठवीं अनुसूची में—असमी, बांग्ला, बोडो, डोगरी, गुजराती, हिन्दी, कन्नड़, कश्मीरी, कोकणी, मैथिली, मलयालम, मणिपुरी, मराठी, नेपाली, उड़िया, पंजाबी, संस्कृत, सन्थाली, सिन्धी, तमिल, तेलगु, उर्दू आदि 22 भाषाएँ शामिल हैं। हमारे बहुभाषी राष्ट्र में अनेक सरकारी और गैरसरकारी संस्थान भाषाओं के प्रचार—प्रसार में जुटे हैं। यहाँ एक सार्वदेशिक प्रचार भाषा के रूप में हिन्दी को प्रचारित—प्रसारित किया जाता रहा है। हिन्दी के सन्दर्भ में बात करते हुए हमें यह भी ध्यान रखना है कि सभी भारतीय भाषाओं के समानान्तर अंग्रेजी भाषा का भी प्रचार—प्रसार भारत में निरन्तर हो रहा है।

किसी भी समाज में भाषा के विविध रूपों की एक सीमा होती है और इसका निर्धारण और नियन्त्रण समाज द्वारा होता है। भारत में औद्योगीकरण के प्रभाव से अंग्रेजी के प्रयोग का आधिक्य होने लगा है तो वैश्विक परिदृश्य में हिन्दी का भी प्रभाव बढ़ा है। हिन्दी के प्रयोग में आज अंग्रेजी के शब्दों का बाहुल्य है। हमारे भाषाविदों, चिन्तकों, विचारकों का एक वर्ग इस स्थिति से चिन्तित है तो दूसरा इसे स्वीकार करने की बात करता है। हम यहाँ भाषा विषयक विवाद में न पड़ते हुए जनसंचार माध्यमों में प्रयुक्त होने वाली भाषा की ही चर्चा करेंगे।

आज की दुनिया को विज्ञापनी दुनिया कहा जाता है। एक व्यवसाय के रूप में विज्ञापन आज अपनी गहरी पकड़ बना चुका है। वास्तव में विज्ञापनों ने जनसंचार माध्यमों का आश्रय लेकर पूरे विश्व को अपने प्रभाव में जकड़ा हुआ है। विज्ञापन की भाषा बनावटी होती है। क्योंकि विज्ञापनों में अतिरंजना द्वारा अपने उत्पाद को अधिकाधिक लोकप्रिय बनाने का प्रयत्न विज्ञापनदाताओं द्वारा किया जाता है। एक सक्षम और सफल विज्ञापन के लिए आकर्षक गुण, श्रवणीयता एवं सुपाठ्यता, स्मरणीयता तथा विक्रय की शक्ति का होना जरूरी है और इसके लिए शब्द की सामर्थ्य को पहचानकर उसकी प्रयुक्ति की जाती है। समाचारपत्र,

रेडियो तथा दूरदर्शन के विज्ञापनों की भाषा अलग अलग होती है। समाचार पत्रों के विज्ञापनों की भाषा में स्थानीय उपभोक्ता की आवश्यकता के अनुसार सामाजिक या सांस्कृतिक सन्दर्भ होते हैं, रेडियो में श्रव्यता पर आधारित होने के कारण शब्द चयन और उच्चारण पर बल दिया जाता है और दूरदर्शन में दृश्य-श्रव्य दोनों का प्रयोग होने से शब्दों के उच्चारण के साथ साथ दृश्यों के प्रस्तुतीकरण की ओर ध्यान दिया जाता है। भाषायी लचीलापन, कोमलता, संक्षिप्तता तथा प्रभावोत्पादकता प्रचार माध्यमों के विज्ञापनों की भाषा का वैशिष्ट्य है।

समाचार पत्रपत्रिकाओं की भाषा विज्ञापनी भाषा से अलग होती है। भाषायी औजार किस तरह से जनमन को प्रभावित करते हैं, हिन्दी की स्वतन्त्रतापूर्व की पत्रकारिता पर नज़र डालते ही वह स्पष्ट हो जाता है। आज समाचार पत्रों की भाषा के वे तेवर तो नहीं हैं, अनेकशः भाषा का 'हिंग्लिशी' प्रयोग हावी हाता जा रहा है, तब भी भाषिक प्रयोग पत्रपत्रिकाओं के तेवर व्यक्त करने में समर्थ हैं। रंगमंच की भाषा लिखित भाषा और बोली हुई भाषा के बीच की कड़ी कही जाती है। हिन्दी के सन्दर्भ में रंगमंच की भाषा का कोई मुहावरा या अंदाज नहीं बन पाया है। सिनेमा की भाषा ने भाषाई विकास में महत्वपूर्ण योगदान दिया है। सिनेमा की भाषा ने हिन्दी को देश-देशान्तर में प्रसरित किया है।

रेडियो ने जनसंचार और भाषा के सन्दर्भ में अहम भूमिका निभाई है। रेडियो की प्रकृति मुद्रण माध्यमों तथा श्रव्य-दृश्य माध्यमों से अलग है। वहाँ वाक् , ध्वनि-प्रभाव तथा चुप्पी- ये तीन कारक मिलकर भाषा का निर्माण करते हैं। श्रोताओं का ध्यान आकर्षित करने के लिए वक्ता को सुर(pitch), ताल (tempo), और स्वर (tone), में विविधता रखनी होती है। हिन्दी वार्ता, नाटक, एकांकी, रूपक, कविताएँ, अनुवाद, आँखों देखा हाल, कमेन्ट्री आदि के माध्यम से भाषा का प्रचार प्रसार बहुत बढ़ा है। हालाँकि दृश्य माध्यमों का विस्तार होने से श्रव्य माध्यम अब पीछे छूटने लगे हैं, पर भाषा के प्रचार प्रसार में आकाशवाणी के योगदान को नकारा नहीं जा सकता।

दूरदर्शन ने भाषा के प्रसार प्रचार को नए आयाम दिये हैं। मेकबोय का कहना है- 'दुनियाभर के टेलीविजन नेटवर्क देखते हुए मैं हमेशा महसूस करता हूँ कि टेलीविज़न में भाषा पक्ष ही सबसे ज्यादा हावी रहता है। भाषा का प्रयोग टेलीविज़न से भले किसी भी रूप में शब्द, वाक्य, ध्वनि में हो, टेलीविज़न की भाषा पर ध्वनि के साथ भाषा का जो असर देखा गया है, वही शायद इस मीडिया की सबसे बड़ी ताकत है।

कम्प्यूटर, इन्टरनेट आदि ने भाषा की अपार सम्भावनाओं के दरवाजे खोल दिये हैं।

### अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— संचार में भाषा की क्या उपयोगिता है?
- प्रश्न 2— भाषा के कितने रूप हो सकते हैं?
- प्रश्न 3— भाषा से आप क्या समझते हैं?
- प्रश्न 4— वर्तमान में जनसंचार के प्रमुख घटक कौन से हैं?

---

## 4.5 संचार या जनसंचार के शब्देतर घटक :

---

जनसंचार के शब्देतर घटक भी भाषिक घटकों से कम महत्वपूर्ण नहीं हैं, हालांकि इनके द्वारा सिर्फ प्रत्यक्ष स्थिति में ही संचार सम्भव है। जब रेडियो का आविष्कार हुआ तो वहाँ भाषिकेतर माध्यमों का प्रयोग नहीं हो सकता था। हालाँकि रेडियो नाटक आदि के प्रयोग हुए और खूब सफल हुए और वहाँ ध्वनि प्रयोग द्वारा शब्दों के बीच के 'स्पेस' को भरने का प्रयास किया गया किन्तु जैसे ही दूरदर्शन का प्रवेश हुआ, उसके पास दृश्य-श्रव्य सभी संसाधन मौजूद होने के कारण वह इतनी द्रुतगति से लोकप्रिय हुआ कि संचार के अन्य सभी संसाधनों से कहीं आगे बढ़ गया। दूरदर्शन द्वारा भाषिक और भाषिकेतर दोनों ही घटकों का यथाशक्य प्रयोग किया जाता है।

एक उदाहरण ध्यान में आता है— कृष्ण के मथुरा चले जाने पर गोपियाँ और सारे ही गोकुलवासी उनके बिना व्याकुल थे, व्यथित थे; ऐसे में उद्धव कृष्ण का संदेश लेकर गोकुल आए। उन्होंने गोपियों को कृष्ण का संदेश बताने के बाद उनसे उनका हाल पूछा। गोपियाँ भाव विह्वल होने के कारण अपनी सब बातें शब्दों से बताने में असमर्थ हो गईं तब उन्होंने—'नेकु कहि बैननि, अनेकु कहि नैननि सों; रही सही सोउ कह दीन्हि हिचकीनि सों'—यानी थोड़ी बात तो शब्दों से कही, अनेक नेत्रों से कह दीं और बाकी सब बातें हिचकियों से कह दीं।

### संचार/जनसंचार के शब्देतर घटक ये हैं—

**दृष्टि** — ये आँखें हमारे इतिहास की वाणी और हमारी कला का सच्चा सपना हैं। ये आँखें हमारा अपना नूर और पवित्रता है। ये आँखें ही अमर सपनों की हकीकत/और/हकीकत का अमर सपना हैं/ इनको देख पाना ही अपने आप को देख पाना/समझ/जाना है। (शमशेर सिंह)

आँखें शब्देतर संचार का महत्वपूर्ण हिस्सा हैं। यदि वक्ता अपना वक्तव्य देते समय अपनी आँखें अपने पैरों की ओर रखते हैं, तो उनके वक्तव्य का प्रभाव अधिक नहीं पड़ता। दृष्टि द्वारा ही यह पता चलता है कि श्रोता वक्ता की बात सुन-समझ रहा है अथवा नहीं। आँखों से संचार और आँखों से ही फीडबैक शब्दों से भी ज्यादा प्रभाव छोड़ता है। आप अक्सर अपने अध्यापक द्वारा यह निर्दिष्ट किये जाते हैं कि 'मेरी आँखों में देखो'। आप वक्ता की अपेक्षा अगर कहीं और देख रहे होते हैं तो वक्ता के लिए यह बहुत असुविधाजनक होता है। आँखों को हृदय की वाणी भी कहा जाता है। कोलीन मैकन्ना का कहना है—To communicate more confidence and polish, keep your head up and vary the direction of your gaze. Eye contact emphasizes a point and establishes trust.

**शारीरिक भंगिमा** — एक अध्यापक यदि कक्षा में सावधान की मुद्रा में खड़े होकर व्याख्यान दे, या हाथ-पैर इधर-उधर घुमाते हुए, अपने हाथों से अजीब सी मुद्राएँ बनाते हुए व्याख्यान दे तो उसकी बात का बहुत ज्यादा प्रभाव विद्यार्थियों पर नहीं पड़ता। शारीरिक भंगिमा आपके संदेश को प्रभविष्णु बनाती है। शारीरिक भंगिमा से ही यह पता चलता है कि आप अपने श्रोताओं के विषय में क्या सोच रहे हैं, एक अच्छे वक्ता को बिना तनाव के, सावधानी से अपने प्रस्तुतीकरण के प्रति जागरूक होकर संदेश भेजने चाहिए। क्या आपने यह ध्यान दिया है कि यदि वक्ता बोलते समय अपने शरीर को दूसरी ओर घुमाकर बात करते हैं, श्रोता उनकी ओर ध्यान नहीं देते हैं। इसीलिए कहा जाता है कि —An erect posture lends additional assertiveness to your message.

**फासला**—वक्ता और श्रोताओं के बीच का फासला संचार में प्रभाव डालता है। श्रोताओं से दूरी आपका संदेश ठीक से नहीं प्रेषित कर सकती है और बहुत अधिक नजदीकी भी आपको ठीक से अभिव्यक्त कर पाने में समर्थ नहीं होती। आपने देखा होगा कि कभी कभी कोई वक्ता माइक पकड़ कर अपना चेहरा उसके बिल्कुल नजदीक रखकर बोलता है, तो हम कहते हैं कि आवाज़ साफ नहीं आ रही है। माइक थोड़ा दूर रखा जाना चाहिए।

**मुखाकृति**—क्या आपने किसी को मुस्कुराते हुए चेहरे से या हँसते हुए क्रोध प्रकट करते देखा है? ऐसी स्थिति में सम्प्रेषण सार्थक नहीं होता है। संस्कृत में कहा गया है— यत्र आकृतिः तत्र गुणाः वसन्ति। आपके आकार, आपकी मुखमुद्रा से आपके गुणों का परिचय हो जाता है। प्रभावशाली संचार के लिए आपकी मुखाकृति का भावानुकूल होना जरूरी है।

**संकेत और भंगिमा**— आपकी भंगिमा आपकी मुखाकृति की तरह प्रभावशाली होनी चाहिए। आपकी भंगिमा से आपके हृदयस्थ भावों का पता चल जाता है। बिहारी के एक दोहे से हम यह बात अच्छी तरह कह सकते हैं— (बतरस लालच लाल की मुरली धरी लुकाय)

सौंह करे भौंहनि हँसे देन कहे नटि जाय।।— कृष्ण से बात करने के लालच में राधा ने कृष्ण की बाँसुरी छिपा दी। कृष्ण ने जब पूछा कि बाँसुरी कहाँ है, तो राधा ने कसम खाई कि बाँसुरी उसके पास नहीं है। लेकिन भौंहों के क्षरा यह भी जता दिया कि बाँसुरी उसी के पास है। कृष्ण को यकीन हो गया कि बाँसुरी राधा के ही पास है और उन्होंने राधा से बाँसुरी देने के लिए कहा तो राधा फिर से मुकर गई। यहाँ शब्दों की अपेक्षा भंगिमा का प्रभाव सम्प्रेषण के लिए अधिक कारगर है।

**वाचिक स्वर**—आपकी आवाज़, आपका स्वर आपके व्यवहार के विषय में सब कुछ बता देता है। वक्ता की टोन से श्रोता उसके अभिप्राय से अच्छी तरह से परिचित हो जाता है। उदाहरणतः यदि किसी को कहा जाय कि आप बहुत अच्छे हैं तो स्वर की कोमलता यह स्पष्ट कर देगी कि वक्ता वास्तव में श्रोता को अच्छा कह रहा है। यदि इस तरह से कहा जाय— आऽऽप तोऽऽ बहुऽऽऽत अच्छे हैं— तो इसका अभिप्राय है कि यह बात व्यंग्य में कही गई है, यानी आप बिल्कुल अच्छे नहीं हैं। यह बात हम पहले भी कह चुके हैं कि महत्व इस बात का नहीं है कि आपने क्या कहा, महत्व इस बात का है कि आपने कैसे कहा?

**प्रवाह**— सामान्यतः भाषा का प्रवाह अत्यावश्यक है। शब्दों, वाक्यों को तोड़ तोड़ कर बोलने से, या बहुत जल्दी जल्दी बोलने से सम्प्रेषण में बाधा होती है। आपके वक्तृत्व का कोमल और स्पष्ट प्रवाह श्रोताओं के अन्तःकरण में प्रविष्ट हो जाता है।

**समय**—पश्चिमी चिन्तक अरस्तू किसी भी नाटक की सफलता के लिए तीन गुणों की अनिवार्यता मानते हैं— समय, स्थान और कार्य की एकता। Unity of time, action and place यदि कोई बात उचित समय में उचित स्थान पर कही जाय तो उसकी प्रभाव अक्षुण्ण होता है। अगर किसी समस्या के विषय में आप ठीक समय पर अभिव्यक्ति नहीं कर पाते हैं और बाद में सोचते हैं कि मुझे उस समय यह कहना था, तो आपका सम्प्रेषण कमजोर है। समय का ध्यान रखने पर आपका सम्प्रेषण प्रभावशाली हो जाता है।

**पहनावा**—जो वेश देश, स्थान के अनुरूप नहीं होता, वह आपके पूरे व्यक्तित्व को अप्रभावशाली बना देता है। आपका पहनावा आपके स्तर, आपकी सोच को अभिव्यक्त करता है। हम फिल्मों, नाटकों में देखते हैं कि प्रायः विदूषक विकृत वेशभूषा द्वारा हास्य की सृष्टि करते हैं।

इस प्रकार हम कह सकते हैं कि संचार के ये शब्देतर घटक भाषा के साथ जुड़कर मानव संचार को प्रभावशाली बना देते हैं।

#### अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— संचार के शब्देतर घटक कौन-कौन से हैं?  
प्रश्न 2— पहनावा से आप क्या समझते हैं?  
प्रश्न 3— संचार में शारीरिक भंगिमा का क्या महत्व है?  
प्रश्न 4— संचार में आंखों की भूमिका किस रूप में होती है?

---

#### 4.6 सारांश :

संचार और जनसंचार के शाब्दिक एवं शब्देतर घटकों की चर्चा से यह स्पष्ट है कि किसी भी समाज में व्यवहार कुशल होना आवश्यक होता है। किसी भी व्यक्ति को सम्प्रेषण के इन सूत्रों के विषय में जानकारी हो और वह उसका उपयोग अपने व्यक्तित्व के विकास में करता हो तो उससे उसके व्यक्तित्व का विकास अवश्य होता है, इसमें कोई सन्देह नहीं है।

संचार और जनसंचार के घटकों की समझ विकसित करके पत्रकारिता को भी बेहतर बनाया जा सकता है। संचार और जनसंचार के घटकों का सबसे बेहतरीन इस्तेमाल टेलीविजन में होता है। और अगर हम मूक फिल्मों की बात करें तो उनमें सब कुछ अभिनय (भंगिका), दृष्टि, मुखाकृति आदि के जरिए ही होता था। चार्ली चैप्लिन की फिल्मों को याद कीजिए। बिना किसी डायलाग के सिर्फ संचार के शब्देतर घटकों से उन्होंने सर्वकालिक यादगार फिल्में बना डाली थीं। टेलीविजन के समाचारों में भी इसका उपयोग किया जा सकता है। किसी दुःखद स्थिति में किसी पीड़ित का विलाप जो बात करता है वहीं बात पीड़ित की पथराई आंखें भी कह देती हैं, टीवी पत्रकार को संचार के इस घटक का इस्तेमाल अवश्य करना चाहिए।

---

#### 4.7 शब्दावली :

**दृष्टि** : आंखे शब्देतर संचार का महत्वपूर्ण हिस्सा है। आंखों द्वारा अपने विचारों को, इच्छाओं को दूसरे व्यक्ति तक जिस संचार घटक द्वारा पहुंचाया जाता है उसे दृष्टि कहते हैं।

**भंगिमा** : भंगिमा का तात्पर्य शारीरिक हाव भाव से है जो दूसरे व्यक्ति तक हमारे संदेश या विचारों को पहुंचाती है। यह संचार का शब्देतर घटक है।

**फासला** : वक्ता और श्रोताओं के बीच का फासला संचार में प्रभाव डालता है। श्रोताओं से दूरी भी संदेश ठीक से नहीं प्रेषित कर सकती और बहुत अधिक नजदीकी भी ठीक से अभिव्यक्ति कर पाने में समर्थ नहीं होती। इसलिए संचार प्रक्रिया में फासला होना आवश्यक है।

**मुखाकृति** : संस्कृत में कहा गया है — यत्र आकृतिः तत्र गुणाः वसन्ति। आपके आकार, आपकी मुखमुद्रा से आपके गुणों का परिचय हो जाता है। प्रभावी संचार के लिए आपकी मुखाकृति का भावानुकूल होना जरूरी है।

**संकेत** : ऐसे इशारे करना जिनसे आपकी भावनाएं व अभिव्यक्ति प्रदर्शित हो संकेत कहते हैं।

**वाचिक स्वर** : आपकी आवाज, आपका स्वर आपके व्यवहार के विषय में सब कुछ बता देता है। वक्ता की टोन से श्रोता उसके अभिप्राय से अच्छी तरह से परिचित हो जाता है।

---

#### 4.8 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर :

---

##### उत्तर 2.3

**उत्तर 1—** सूचना, अभिव्यक्ति, व्यवहार, हाव-भाव तथा संकेतों का एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक पहुंचना और उस व्यक्ति द्वारा उस पर प्रतिक्रिया करना ही सम्प्रेषण है।

**उत्तर 2—** संचार के घटक – संदेश देने वाला, संदेश ग्रहण करने वाला, संदेश और माध्यम हैं।

**उत्तर 3—** संचार या सम्प्रेषण के मूल रूप से दो माध्यम – भषिक और भाषिकेत्तर हैं। भाषिक माध्यम मौखिक या लिखित होने के कारण प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष सभी स्थितियों में सम्प्रेषणीय होते हैं, जबकि भाषिकेत्तर माध्यम केवल प्रत्यक्ष स्थिति में ही सम्भव है।

##### उत्तर 2.4

**उत्तर 1—** एक व्यक्ति अपने विचारों को अपनी भाषा के माध्यम से सही रूप में अभिव्यक्त कर सकता है, लेकिन जिस दूसरे व्यक्ति से वह अपने विचार रख रहा है उसे उसकी भाषा का ज्ञान यदि नहीं है तो वह अपने विचारों को उसके सामने नहीं रख पाता। इसलिए कह सकते हैं कि संचार में दोनों पक्षों को उस भाषा का ज्ञान होना आवश्यक है जिस भाषा को संचार का माध्यम चुना गया है।

**उत्तर 2—** भाषा के मुख्यतः दो रूप हो सकते हैं— 1 मूक भाषा, 2 मुखर भाषा। मूक भाषा से तात्पर्य अभिव्यक्ति के उन माध्यमों से है, जिनमें वाणी का प्रयोग नहीं होता। मुखर भाषा का तात्पर्य वाणी से है।

**उत्तर 3—** व्याकरणिक दृष्टि से 'भाषा' शब्द का यदि हम विश्लेषण करें तो ज्ञात होता है कि भाषा शब्द संस्कृत की 'भाष' धातु से निष्पन्न है, जिसका अर्थ है व्यक्त वाणी। इसके आधार पर भाषा की परिभाषा है— व्यक्त वाणी में बोलना या अपनी वाणी से अपने विचारों को व्यक्त करना।

**उत्तर 4—** वर्तमान में जनसंचार के प्रमुख घटक समाचार पत्र-पत्रिकाएं, टीवी, रेडियो, सिनेमा तथा इंटरनेट हैं तथा धीरे-धीरे मोबाइल भी जनसंचार माध्यम का रूप ले रहा है।

##### उत्तर 2.5

**उत्तर 1—** संचार के शब्देतर घटक हैं— दृष्टि, शारीरिक भंगिमा, फासला, मुखाकृति, वाचिक स्वर, संकेत/भंगिमा, प्रवाह, समय तथा पहनावा हैं।

- उत्तर 2—** पहनावा आपके स्तर, आपकी सोच को अभिव्यक्त करता है। फिल्मों में खल चरित्र अपनी वेशभूषा से ही पहली नजर में पहचाने जाते हैं। बाकि कलाकारों का पहनावा प्रायः गम्भीर होता है।
- उत्तर 3—** शारीरिक भंगिमा से ही यह पता चलता है कि आप अपने श्रोताओं के विषय में क्या सोच रहे हैं या उनसे क्या कहना चाहते हैं। एक अच्छे वक्ता को बिना तनाव के, सावधानी से अपने प्रस्तुतिकरण के प्रति जागरूक होकर संदेश भेजने चाहिए। आपने अक्सर देखा होगा कि यदि वक्ता बालेते समय अपने शरीर को दूसरी ओर घुमाकर बात करता है, तो श्रोता उसकी ओर ध्यान नहीं देता, जिससे वक्ता अपनी बात को सही रूप से श्रोताओं तक नहीं पहुंचा पाता।
- उत्तर 4—** आंखे शब्देतर संचार का महत्वपूर्ण हिस्सा है। यदि वक्ता अपना वक्तव्य देते समय अपनी आंखें अपने पैरों की ओर रखते हैं या इधर-उधर रखते हैं तो उनके वक्तव्य का प्रभाव अधिक नहीं पड़ता।

---

#### 4.9 सन्दर्भ ग्रन्थसूची :

---

- |                           |   |  |
|---------------------------|---|--|
| 1. प्रो. हरिमोहन          | : | आधुनिक जनसंचार और हिन्दी, तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली।                          |
| 2. भानावत, संजीव          | : | पत्रकारिता का इतिहास एवं जनसंचार माध्यम, युनिवर्सिटी पब्लिकेशन, जयपुर, 2000। |
| 3. Malhan P.N.            | : | Communication Media :Yesterday, Today, Tomorrow .                            |
| 4. Quail, Mc S.           | : | Mass Communication Theory.   |
| 5. Powerful,              | : | Colleen Mckenna, Viva Books<br>Communication Skills, Pvt Ltd, Delhi.         |
| 6. Maccooby E, Television | : | Its impact on School Children,public opinion, Quart.                         |

---

#### 4.10 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री :

---

1. जनसंचार, सम्पादक राधेश्याम शर्मा, हरियाणा साहित्य अकादमी, पंचकूला।
2. पत्रकारिता एवं जनसंचार, डा० राकेश रयाल, विनसर प्रकाशन, देहरादून।
3. पत्रकारिता का इतिहास एवं जनसंचार माध्यम, डॉ० संजीव भानावत, विश्वविद्यालय प्रकाशन, जयपुर।
4. इंटरनेट।

---

#### 4.11 निबंधात्मक प्रश्न :

---

प्रश्न 1— विज्ञापन की भाषा कैसी होनी चाहिए? क्या विज्ञापन संचार का सशक्त माध्यम है?

प्रश्न 2— आपके वस्त्र आपके विषय में क्या कहते हैं? वस्त्र संचार प्रक्रिया में किस रूप से शामिल हैं? व्याख्या किजिए।

प्रश्न 3— एक प्रभावशाली वक्तव्य के लिए क्या विशेषताएं होनी चाहिए? स्पष्ट किजिए।

प्रश्न 4— जनसंचार के शब्देतर घटक क्या हैं? उदारहण सहित समझाइये।

प्रश्न 5— एक सफल संचार के लिए किन-किन बातों पर विशेष ध्यान देना चाहिए?

## इकाई –05

---

### परम्परागत संचार माध्यम

---

#### इकाई की रूपरेखा

- 5.1 प्रस्तावना
- 5.2 उद्देश्य
- 5.3 लोकमाध्यमों का संचार में उपयोग
- 5.4 लोकसाहित्य एवं संचार
  - 5.4.1 लोकगीत
  - 5.4.2 लोकगाथाएं
  - 5.4.3 लोककथाएं
- 5.5 लोकनाट्य
- 5.6 कठपुतली
- 5.7 परम्परागत संचार के अन्य साधन
- 5.8 सारांश
- 5.9 शब्दावली
- 5.10 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर
- 5.11 सन्दर्भ ग्रन्थसूची
- 5.12 सहायक / उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 5.13 निबंधात्मक प्रश्न

---

#### 5.1 प्रस्तावना :

---

हालांकि परम्परागत संचार माध्यम आज के दौर में ग्रामीण समाज के लिए ही अधिक प्रभावी रह गए हैं लेकिन फिर भी ये देश के बड़े हिस्से में अपने अंदाज में लोकप्रिय बने हुए हैं। भारत जैसे ग्राम प्रधान देश में टैक्नोलॉजी के विकास के बावजूद इनकी उपादेयता बरकरार है और कई संदर्भों में तो अब ये परम्परागत संचार माध्यम नए चोले के साथ अधिक प्रभावशाली रूप में पुर्नजीवित भी होने लगे हैं।

इस इकाई में छात्रों को परम्परागत संचार के बारे में समझाया जायेगा। लोकमाध्यमों का संचार में उपयोगिता, लोकसाहित्यों का संचार में उपयोगिता तथा परम्परागत संचार के अन्वय माध्यमों का जिक्र इस इकाई में किया जायेगा।

परम्परागत संचार माध्यम ही आधुनिक संचार तथा जनसंचार की प्रथम पीढ़ी मानी जाती है। भारत जैसे ग्राम प्रधान समाज में परम्परागत संचार की महत्ता आज भी है। इसलिए यहां परम्परागत संचार का अध्ययन करना आवश्यक हो जाता है।

---

## 5.2 उद्देश्य :

---

प्राणी जगत में तमाम जीव-जन्तु संचार का उपयोग करते हैं। मनुष्य में भी सभ्यता के जन्म के साथ-साथ संचार का उपयोग आरम्भ हो गया था और प्राग् ऐतिहासिक शैल चित्रों से हमें इसके प्रमाण मिलते हैं। प्रस्तुत इकाई में हम संचार के परम्परागत माध्यमों का अध्ययन करेंगे। परम्परागत संचार माध्यमों का उपयोग और उसकी विशेषताओं का भी अध्ययन हम इस इकाई के जरिए कर सकेंगे।

इस इकाई के जरिए विद्यार्थी जान सकेंगे –

- संचार के विभिन्न परम्परागत साधनों के बारे में।
- संचार के माध्यम के रूप में लोकसाहित्य की भूमिका को।
- संचार माध्यम के तौर पर लोकनाट्यों की उपयोगिता को।
- लोकसंचार माध्यम के रूप में कठपुतली की उपयोगिता।

---

## 5.3 लोकमाध्यमों का जनसंचार में उपयोग :

---

लोकमाध्यम या परम्परागत संचार माध्यम से आशय इस तरह के संचार माध्यमों से है, जो हमारी परम्परा से जुड़े हुए हैं और जिनका प्रयोग हम पीढ़ियों से करते चले आए हैं। आधुनिक मुद्रण और पत्र पत्रिकाओं का संचार माध्यमों के रूप में इतिहास पांच-छह सौ साल पुराना ही है। रेडियो, टीवी और अन्य इलैक्ट्रॉनिक संचार माध्यम तो और भी नए हैं। लेकिन परम्परागत जनसंचार माध्यम सदियों पुराने हैं। भारत में लोकगाथाएं, लोकगीत, लोकनृत्य, लोकनाट्य, कठपुतली, खेल-तमाशा, स्वांग-नकल, जादू का प्रदर्शन, धार्मिक प्रवचन आदि अनेक ऐसे लोकमाध्यम हैं, जिनका उपयोग जन संचार के लिए किया जाता रहा है। लोक माध्यम लोगों के दिल-दिमाग पर अपनी छाप छोड़ते हैं इसलिए उनके जरिए दिया जाने वाला संदेश भी बेहद व्यक्तिगत और गहरा असर पैदा करता है। ये पारम्परिक संचार माध्यम प्रायः ग्राम्य संस्कृति से जुड़े होते हैं और इनकी मौलिकता तथा विश्वसनीयता जबर्दस्त होती है।

भारत में परम्परागत संचार माध्यमों का विकास भी ग्रामीण जीवन के इर्द गिर्द ही हुआ। आधुनिक युग की साक्षरता की दौड़ में भले ही भारत पिछड़ा रहा हो लेकिन ऐतिहासिक परम्परा में भारतीय जीवन में

ज्ञान की कमी कभी भी नहीं रही। वैदिक युग का ज्ञान जो मंत्रों के रूप में था और जिसमें परम्परागत रूप से इन लोकमाध्यमों का प्रभाव भले ही एक सा रहा है लेकिन इनकी विषय वस्तु में छिपा संदेश वक्त के साथ हमेशा बदलता रहा है। मध्यकालीन भक्ति युग में संतों ने इसका उपयोग मानव मूल्यों को नए अर्थ देने में किया तो कबीर जैसे फक्कड़ों ने बुराइयों को धता बताने में। आजादी के दौर में स्वाधीनता की कामना इनका लक्ष्य था तो आजादी के बाद के दौर में महिला जागरूकता, धार्मिक भाईचारे, कुरीतियों के उन्मूलन आदि के लिए इनका उपयोग होता रहा है। आज भी इक्कीसवीं सदी में ये नए तेवरों के साथ नए अंदाज में अपनी उपयोगिता साबित कर रहे हैं।

वर्षों के अनुभव के निचोड़ शामिल थे, वह परम्परागत संचार माध्यमों की ही गुरु-शिष्य परम्परा में मौखिक रूप से पीढ़ियों तक हस्तान्तरित होता चला गया। दादी-नानी की कहानियां भी इसी का एक रूप हैं जो अब संयुक्त परिवारों की टूटती अवधारणा के कारण खत्म होती जा रही हैं। इसी तरह लोकगीतों, लोककथाओं और लोकनाट्य ने शताब्दियों तक भारतीय समाज एवं व्यक्ति के विकास, उसके जीवन मूल्यों की स्थापना और संरक्षण में अतुलनीय योगदान दिया है।

परम्परागत संचार माध्यमों की एक विशेषता यह है कि वे धार्मिक, सांस्कृतिक तथा सामाजिक जीवन के बेहद करीब होते हैं। एक तरह से कहें तो उसी से उपजे और बने होते हैं। इनकी विषयवस्तु जनसामान्य की परम्परा, रीति रिवाजों, समारोहों और उत्सवों से जुड़ी होती है। जनसामान्य के जीवन के दुख-सुख इनमें प्रदर्शित होते हैं और इनकी प्रस्तुति में रोचकता तथा अपनापन होता है। अपनी भाषा में होने से भी इन्हें लोगों तक पहुंचने में आसानी होती है। जैसे कि कहा गया है कि “निज कवित्त केहि लागि न नीका, सरस होहिं अथवा अति फीका”। अर्थात् चाहे सरस या सरल हो अथवा बेहद नीरस और फीकी, अपनी लिखी चीज किसी को बुरी नहीं लगती। यही बात परम्परागत लोकमाध्यमों पर भी लागू होती है। भाषा और बोली की समानता के कारण ये लोगों को अपने लगते हैं और अधिक आसानी से आकृष्ट करते हैं।

लोकमाध्यमों की इन्हीं खूबियों के कारण जनसंचार विशेषज्ञों ने भी लोकमाध्यमों को जनसंचार माध्यमों का अति उपयोगी स्वरूप माना है। मैकब्राइड कहते हैं – “जन सामान्य के प्रति अपने व्यापक आकर्षण और लाखों निरक्षर या कम पढ़े लिखे लोगों के गहनतम संवेगों को छूने के अपने गुण के कारण लोकगीत और लोकनाट्य का माध्यम अद्वितीय होता है।” लोक परम्परा की एक खूबी यह भी है कि इसने अपने इतिहास की कड़ियां अपनी कथाओं में, गीतों में, नाटकों में जोड़ी हैं और इन कथाओं, गीतों अथवा नाटकों के जरिए ये माध्यम उसे एक स्थान से दूसरे स्थान, एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी तक पहुंचाने में लगे रहते हैं।

परम्परागत संचार माध्यमों के बारे में यह भी माना जाता है कि इनकी जर्बदस्त पकड़ और विश्वसनीयता की एक बड़ी वजह यह है कि इनका प्रदर्शन जिस समाज में होता है, उस समाज के आर्थिक-सामाजिक मुद्दे और सांस्कृतिक पृष्ठभूमि इन्हीं लोकमाध्यमों से जुड़ी होती है। इनकी उत्पत्ति भी उसी समाज के नियमों, मान्यताओं, अन्तर्विरोधों और स्थापनाओं से होती है। लोकमाध्यमों के विशेषज्ञ श्याम परमार कहते हैं “ भारत के लोकमाध्यमों का एक शानदार अतीत रहा है। शताब्दियों से ये लोकमाध्यम अपनी लोकप्रियता और विश्वसनीयता बरकरार रखे हुए हैं”। संस्कृति विशेषज्ञ कपिला वास्त्यायन के अनुसार लोकमाध्यमों के इतने दीर्घजीवी होने की असली वजह इनका मौखिक परम्परा में एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी

तक पहुंचना है। हालांकि इनके कोई लिखित नियम-कायदे या संहिताएं नहीं हैं लेकिन यह परम्परा में ही आगे बढ़ते रहते हैं। ”

परम्परागत रूप से इन लोकमाध्यमों का प्रभाव भले ही एक सा रहा है लेकिन इनकी विषय वस्तु में छिपा संदेश वक्त के साथ हमेशा बदलता रहा है। मध्यकालीन भक्ति युग में संतों ने इसका उपयोग मानव मूल्यों को नए अर्थ देने में किया तो कबीर जैसे फक्कड़ों ने बुराइयों को धता बताने में। आजादी के दौर में स्वाधीनता की कामना इनका लक्ष्य था तो आजादी के बाद के दौर में महिला जागरूकता, धार्मिक भाईचारे, कुरीतियों के उन्मूलन आदि के लिए इनका उपयोग होता रहा है। आज भी इक्कीसवीं सदी में ये नए तेवरों के साथ नए अंदाज में अपनी उपयोगिता साबित कर रहे हैं। नए दौर में कठपुतली अन्तराष्ट्रीय स्तर का संचार माध्यम बन चुका है तथा स्वांग और लोकगीतों आदि की महत्ता मीडिया से लेकर कारपोरेट घरानों तक सब जगह स्वीकार्य हो चुकी है।

### अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— परम्परागत संचार माध्यम क्या हैं?
- प्रश्न 2— भारत में जनसंचार के प्रमुख लोक माध्यम क्या-क्या हैं?
- प्रश्न 3— भारत में परम्परागत लोकमाध्यमों का विकास किस पृष्ठभूमि में हुआ ?
- प्रश्न 4— लोकमाध्यम किस कारण से लोगों को अधिक आकृष्ट करते हैं?

---

## 5.4 लोकसाहित्य और जनसंचार :

---

परम्परागत जनसंचार साधनों में लोकसाहित्य का स्थान प्रमुख है। लोकसाहित्य वह साहित्य है जो लोक से उपजा होता है। लोक के बिम्बों और जीवन दर्शन से बना होता है। शिलालेख और ताम्रपत्र जैसे विवरण समाज के कुछ रहस्यों का खुलासा करते हैं तो कुछ को भाषा और लिपि की जटिलता के कारण अनसुलझा ही छोड़ देते हैं। अन्य लिखित ग्रंथों के साथ भी ऐसी ही समस्या है लेकिन लोकसाहित्य क्योंकि लोक से जुड़ा होता है इसलिए वह अपने संदेश, अपने ज्ञान और अपनी सूचनाओं को समाज की भाषा के अनुरूप बदलता रहता है और इसलिए उसे समझने में भाषा या लिपि की जटिलताएं आड़े नहीं आती। कथित सभ्यता से दूर रहने वाली अल्प या अशिक्षित जनता के सुख-दुख, आशा-निराशा और जीवनसंस्कृति की अभिव्यक्ति जिस साहित्य में सुलभ होती है उसी को लोकसाहित्य कहते हैं। लोकसाहित्य की प्रमुख विशेषताएं इस प्रकार हैं :-

1. वह मौखिक परम्परा से आगे बढ़ता है और उसमें देश, काल, परिस्थिति के हिसाब से परिवर्तन होते रहते हैं।
2. उसके रचनाकार और रचनाकाल अज्ञात होते हैं अथवा उसे समाज की रचना कहा जा सकता है।
3. उसमें प्रचार या उपदेश की प्रवृत्ति नहीं होती।
4. उसमें सबके प्रति सहिष्णुता होती है।
5. उसकी भाषा सहज व शैली सरल होती है।

दूसरे शब्दों में कहें तो लोकसाहित्य लोक समाज का जीवंत दस्तावेज होता है। लोकसाहित्य को कई विधाएं हैं जिनमें लोकगीत और लोकगाथाएं मुख्य हैं।

#### 5.4.1 लोकगीत :

लोकगीत, लोक जीवन के रीति-रिवाजों और प्रचलित विश्वासों, अभावों और अनुभूतियों, उत्साह और जिजिविषा की सहज अभिव्यक्ति हैं। अंग्रेजी के फोक सोंग्स (Folksongs) के समानार्थी लोकगीत लोक में प्रचलित, लोक द्वारा रचित, और लोक के लिए रचित गीत हैं जिनका सबसे महत्वपूर्ण पक्ष उनका गेय होना है। एक परिभाषा के मुताबिक “लोकगीत लोकजीवन की अनायास प्रवाहात्मकता की सहज अभिव्यक्ति हैं, जो आधुनिक सायास प्रभावों से अछूते और मौलिकता से भरे होते हैं।” वास्तव में बनावटी और शास्त्रीय दोनों प्रकार के विधि-विधानों से अप्रभावित समाज की मौलिक तथा संगीतमय अभिव्यक्ति ही लोकगीत हैं।

भारत की सांस्कृतिक विविधता के कारण अपने देश में तो हर ओर लोकगीतों का खजाना ही बिखरा पड़ा है। हर जातीय समूह, हर सांस्कृतिक समूह और हर अंचल के अपने अलग-अलग लोकगीत हैं। एक अनुमान के अनुसार भारत में तीन हजार से भी अधिक लोकगीत शैलियां हैं। हर शैली की अपनी खूबियां हैं, अपनी पहचान है और अपने संदर्भ हैं। प्रायः ये सभी लोकगीत शैलियां समाज का मनोरंजन तो करती ही हैं, उसे जीने का एक ढंग भी बताती हैं। लोकगीतों को दो मुख्य आधारों पर वर्गीकृत किया जाता है।

1. विषय के आधार पर ।
2. क्रिया विधान के आधार पर ।

विषय के आधार पर लोकगीतों को तीन श्रेणियों में बाटा गया है।

**1. भक्ति गीत** – इस तरह के लोकगीतों का संगीत पक्ष बहुत सशक्त होता है। इनमें प्रकृति के विभिन्न स्वरूपों तथा देवी देवताओं की भक्ति की जाती है। कभी कभी इनमें सूफी या निर्विकार साधना भी प्रकट होती है। लोकगीतों का यह अपेक्षाकृत परिष्कृत रूप है।

**2. संस्कारगीत** – लोकगीतों का यह सर्वाधिक जीवन्त स्वरूप है। इन गीतों में भावना और कल्पना के स्वर होते हैं और जिन्दगी की मौज का उन्मुक्त संगीत। इस प्रकार के गीत विभिन्न संस्कारों में, विभिन्न समारोहों और उत्सवों में और कभी कभार एकांत की अभिव्यक्ति के रूप में भी गाए जाते हैं।

**3. जनजातीय लोकगीत** – जनजातीय लोकगीत प्रायः हर जनजाति की अपनी बोली और अपनी भाषा में होते हैं। इन गीतों में प्रकृति के साथ जीवन के अर्न्तसम्बन्धों की मार्मिक अभिव्यक्ति होती है। इस तरह के गीतों की संगीत रचना भी अपने समुदाय की परिस्थितियों के अनुकूल होती है और इनमें इस्तेमाल होने वाले लोकवाद्य भी अलग-अलग प्रकार के होते हैं। भारतीय सन्दर्भों में जनजातीय लोकगीतों का अपना एक अलग महत्व है और सरकारी एजेंसियों ने प्रचार कार्य के लिए भी इनका पर्याप्त इस्तेमाल किया है।

क्रिया विधान प्रचार के आधार पर लोकगीतों के वर्गीकरण में लोकगीतों को –

1. संस्कार गीत

2. ऋतु गीत
3. पर्व गीत
4. श्रंगार गीत और
5. विशेष अवसरों के गीत आदि श्रेणियों में बांटा गया है।

लोक में प्रचलित गीत, लोक द्वारा सृजित गीत और लोक विषयक गीत यानी लोकगीतों में लोकमानस की लयात्मक अभिव्यक्ति, लोक कामना की स्फूर्तिजन्य प्रस्तुति तथा लोकजीवन का प्रतिबिम्ब प्रदर्शित होता है। लोकगीतों में सामुहिकता की प्रवृत्ति अधिक व्यापक होती है। सहजता, सामुहिक भाव, परम्परा तथा संगीत का आधार ये चारों बातें लोकगीतों की खास विशेषताएं हैं। लोकगीतों की रचना व्यक्ति नहीं समाज करता है। इनकी अभिव्यक्ति वैयक्तिक न होकर सामुहिक होती है इसलिए ये गीत लोकतंत्र की भावना को भी मजबूती देते हैं।

भारत के विभिन्न प्रान्तों की कुछ प्रमुख लोकगीत शैलियों में हीर, गिद्दा, चैती, कजरी, बाऊल, बिहू, बिरहा, छठगीत, आल्हा, झूमर, सोहर, बारहमासा, आदि प्रमुख हैं। उत्तराखण्ड में भी लोकगीतों की श्रेष्ठ परम्परा है। उत्तराखण्ड के लोकगीतों में चांचरी, झोड़े, बैर, भगनौल, छपेली, ऋतुरैण, चौफला, झुमैल, पाण्डौ नृत्य आदि प्रमुख हैं। उत्तराखण्ड में होली गीत भी लोकगीतों के रूप में गाए जाते हैं और अनेक संस्कार गीत भी, जिनमें शकुनांखर प्रमुख हैं।

जनसंचार के साधन के रूप में लोकगीतों का प्रयोग प्रत्यक्ष और परोक्ष दोनों रूपों में होता है। प्रत्यक्ष रूप में इन गीतों में ही शाब्दिक परिवर्तन कर उनके जरिए संदेश पहुंचाया जाता है। जबकि परोक्ष रूप में, ऐसे आयोजनों में उपस्थित जनसमुदाय तक किसी अन्य माध्यम से संदेश पहुंचाया जाता है।

#### 5.4.2 लोकगाथाएं :

लोकगाथा, लोकगीतों का ही एक विस्तारित और परिवर्धित स्वरूप है। लोकगाथा में लोक तत्व, गेयता और कथा तत्व का संतुलित सामंजस्य होता है। लोकगाथाएं इस तरह की गेय रचनाएं हैं, जिनमें कोई लोकप्रिय कथा हो और उसे सजीव ढंग से कहा गया हो। इस दृष्टि से लोकगाथाएं लोकगीतों की तुलना में एक संचार माध्यम के रूप संदेश के प्रसारण में अधिक सफल मानी जाती हैं। इनका आकार भी लोकगीतों की तुलना में कहीं बड़ा होता है। लोकगीतों में एक ही विषयवस्तु होती है जबकि लोकगाथाओं में विविध घटनाओं और अनुभूतियों का चित्रण होता है। लोकगाथाओं में अनेक बार उपकथाएं भी होती हैं और कई बार कथा विस्तार में कई पीढ़ियों का अन्तराल भी। लोकगीत में एक ही रस होता है जबकि लोकगाथाओं में अनेक रस एक साथ मिलते हैं। लोकगाथाओं में परम्परा, व्यक्तित्व चित्रण, ऐतिहासिकता, अलौकिकता आदि प्रभावों का समावेश होता है। लोकगाथाओं को मुख्यतः तीन वर्गों में बांटा जा सकता है।

1. प्रेमकथात्मक लोकगाथाएं उदाहरणार्थ हीर रांझा, ढोला मारू आदि ।
2. वीरगाथात्मक लोकगाथाएं, यथा आल्हा, लोरिकायन आदि ।
3. रोमांचपूर्ण लोकगाथाएं यथा सोरठी आदि ।

उत्तराखण्ड में भी अनेक लोकगाथाएं प्रचलित हैं। जिनमें मालूशाही जैसी प्रेमकथात्मक लोकगाथा शामिल है तो रसिक रमौल जैसी वीर गाथात्मक लोकगाथाएं भी। जागर भी उत्तराखण्ड की एक प्रसिद्ध लोकगाथा शैली है जिसमें अनेक कथाएं हैं जो अनेक देवी-देवताओं, ग्राम देवताओं, स्थानीय शासकों आदि के बारे में होती हैं। इसी तरह भड्डों या पंवाड़े भी एक प्रकार की वीर गाथाएं ही हैं।

भारतीय लोकगाथाओं की अनेक विशेषताएं हैं, जिनमें प्रमुख इस प्रकार हैं :-

1. प्रायः इनके रचनाकार और रचनाकाल अज्ञात होते हैं।
2. लोकगाथाएं गेय होती हैं।
3. प्रायः इनकी रचना लोकछन्दों में होती है।
4. इनमें स्थानीय बोलियों, कहावतों तथा मुहावरों का प्रयोग होता है।
5. इनकी कथाएं स्थानीय नायकों पर आधारित होती हैं।

### 5.4.3 लोककथाएं :

लोकगाथाओं में जहां काल का विस्तार होता है, कथानक का विस्तार होता है वहीं लोककथाएं लोक प्रचलित ऐसी कथाएं हैं जो लोकगाथाओं की तरह एक गेय भी नहीं होती और उतनी विस्तृत भी नहीं। लोककथाओं में प्रायः एक ही विषय पर एक ही कहानी को किसी संदेश, विचार, उपदेश या सीख के साथ पूरा किया जाता है। लोककथाएं परम्परागत होती हैं और लिखित या मौखिक रूप में एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी तक पहुंचती हैं। लोककथाओं को 6 प्रमुख वर्गों में बांटा जा सकता है :-

1. व्रत कथा
2. प्रेम कथा
3. उपदेश कथा
4. मनोरंजन कथा
5. सामाजिक कथा, तथा
6. पौराणिक कथा ।

भारतीय लोककथाओं में परिकथाओं (Fairy Tale) के उदाहरण कम हैं, धार्मिक, सामाजिक, व नैतिक सन्दर्भ अधिक। भारतीय लोककथाओं में निम्नलिखित विशेषताएं होती हैं :-

1. इनमें प्रेम का पुट होता है ।
2. इनमें मंगल कामना की भावना होती है।
3. इनमें रहस्य, रोमांच और अलौकिकता की प्रधानता होती है।
4. इनके वर्णन सहज होते हैं।
5. इनमें भाग्यवाद और कर्मवाद का समन्वय देखने को मिलता है ।

6. इनमें प्रकृति चित्रण का बाहुल्य होता है।

प्रायः इन कथाओं का अन्त संयोगों से होता है। भारतीय लोककथाओं की एक बड़ी विशेषता इनके नैतिक शिक्षा के संदेश और इनका उपदेश पक्ष है। जातक कथाएं, कथा सरित्सागर, हितोपदेश और पंचतंत्र ऐसी ही श्रेष्ठ भारतीय लोक कथाएं हैं। उत्तराखण्ड में भी हर अंचल की अपनी विशिष्ट लोककथाएं हैं जो जीवन की सहज अनुभूतियों के साथ नैतिक संदेशों से भी परिपूर्ण हैं।

### अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— लोकसाहित्य क्या है ?
- प्रश्न 2— लोकगीत से आप क्या समझते हैं?
- प्रश्न 3— लोकगाथाओं को किन-किन वर्गों में बांटा गया है?
- प्रश्न 4— उत्तराखण्ड की प्रमुख प्रेमकथात्मक लोकगाथा कौन सी है ?
- प्रश्न 5— भारतीय लोककथाओं को कितने वर्गों में बांटा जा सकता है?

---

### 5.5 लोकनाट्य :

भारत में जनसंचार के साधन के तौर पर नाटक का प्रयोग बहुत पुराना है। भरत मुनि का नाट्यशास्त्र इस बात का उदाहरण है कि प्राचीन भारत में नाटक का संचार के माध्यम के रूप में क्या महत्व था। नाटक के इसी महत्व को लोक ने भी समझा और इसी का परिणाम हुआ कि भारत में लोकनाट्य का एक विशिष्ट विधा के रूप में विकास हुआ। लोकनाट्य की एक परिभाषा के अनुसार— “ लोकनाट्य, लोक मनोरंजन का एक ऐसा साधन है, जिसमें मंचीय नाटकों जैसी शास्त्रीयता नहीं होती और न ही किसी तरह का दिखावा। अधिक तामझाम के बिना भी ये दर्शकों से सीधा तादात्म्य स्थापित कर लेते हैं।” एक अन्य परिभाषा के मुताबिक “ मनोरंजन एवं सामाजिक शिक्षा के लिए की गई सामुहिक अभिव्यक्ति ही लोकनाट्य है, जिसमें नाट्य दल अथवा कलाकारों के योगदान के साथ-साथ दर्शकों की भागीदारी भी महत्वपूर्ण होती है।”

प्रायः लोकनाट्यों की कथावस्तु से दर्शक परिचित होता है। इनमें कथानक या कथा प्रसंगों का अधिक महत्व नहीं होता है। वास्तव में लोक नाट्यों के प्रसंगों के मूल्य स्थाई होते हैं और कलाकार के प्रदर्शन के जरिए वे साकार रूप में दर्शकों के सम्मुख प्रस्तुत होते हैं। लोकनाट्यों में दर्शकों को आकर्षित करने की जबर्दस्त शक्ति होती है। कथा के आरम्भ, मध्य एवं अन्त के विकास की इसमें विशेष चिन्ता नहीं की जाती। इनमें कहानी का विकास स्वतः ही होता रहता है। लोकनाट्य में पात्रों और दर्शकों के बीच किसी तरह का दुराव छिपाव नहीं होता है। जहां आधुनिक मंच का पात्र अपनी अभिनय क्षमता, वेशभूषा, निर्देशकीय प्रभावों से सज्जित होकर मंच पर खुद को नाटक का पात्र दिखाने के लिए सायास प्रसास करता है, वहीं लोकनाट्यों का पात्र बिना किसी आवरण के दर्शकों की कल्पना शक्ति के सहारे उन्हें यह जताता है कि वह किस पात्र का अभिनय या उसकी नकल पर रहा है। आधुनिक मंच की मान्यता के विपरीत लोकनाट्यों में सादगी और अनौपचारिकता अधिक होती है।

गीत और संगीत लोकनाट्यों का प्रधान अंग है। कभी-कभी इसमें नृत्य को भी प्रधानता दी जाती है लेकिन इनका संगीत शास्त्रीय नहीं होता। इसे जनसंगीत कहा जा सकता है। प्रत्येक लोकनाट्य की अपनी अलग गायन व नर्तन शैली होती है। इनमें इस्तेमाल होने वाले वाद्य भी विभिन्न प्रकार के होते हैं और लोकनाट्यों की प्रस्तुति में वादकों की अत्यधिक महत्वपूर्ण भूमिका होती है। प्रस्तुति के लिहाज से सभी लोकनाट्यों में प्रायः आरम्भ होते समय गणपति वन्दना या कोई अन्य वन्दना अवश्य होती है। लोकनाट्यों को तीन प्रमुख श्रेणियों में बांटा जा सकता है :-

1. नृत्य प्रधान लोकनाट्य
2. संगीत प्रधान लोकनाट्य
3. अभिनय प्रधान लोकनाट्य ।

नृत्य प्रधान लोकनाट्यों में रासलीला, विदेशिया, कीर्तिनिया आदि प्रमुख हैं। संगीत प्रधान लोकनाट्यों के उदाहरणों में तमाशा, शेखावटी तथा अभिनय प्रधान लोकनाट्यों में नकल, बहुरूपिया आदि प्रमुख हैं।

कथ्य के आधार पर भी लोकनाट्यों का वर्गीकरण किया जाता है। इस आधार पर लोक नाट्यों के प्रमुख वर्ग इस प्रकार हैं :-

- धार्मिक नाटक— जैसे रामलीला ।
- ऐतिहासिक नाटक— जैसे राजा हरिश्चन्द्र ।
- नृत्य प्रधान नाटक – जैसे रासलीला ।
- प्रेम प्रधान नाटक – जैसे नौटंकी ।
- हास्य प्रधान नाटक – जैसे बहुरूपिया ।

लोकनाट्य की सबसे बड़ी खूबी उनका लोकधर्मी होना है। यह मिले जुले समाज का जन मंच होते हैं जिनके जरिए सहज रूप से जनसंचार भी होता है। भारत में इसकी परम्परा काफी पुरानी है। भरत मुनि ने तो नाट्य कला के लिए पूरा नाट्यशास्त्र ही रच डाला था। यूरोप में लगभग ढाई हजार वर्ष पूर्व विकसित हुए यूनानी रंगमंच को उसी काल में जनसंचार के एक उपयोगी माध्यम के रूप में जन स्वीकृति मिल चुकी थी। भारत में भी अलग-अलग राज्यों में अलग-अलग प्रकार की लोकनाट्य शैलियां और रूप प्रचलित हैं। नौटंकी उत्तर प्रदेश में तो जात्रा बंगाल में प्रचलित है। भवाई गुजरात का प्रमुख लोकनाट्य है। तमाशा महाराष्ट्र का और यक्षगान कर्नाटक का लोकप्रिय लोकनाट्य है। इसी तरह रामलीला समूचे ग्रामीण भारत का लोकप्रिय लोकनाट्य है जो अलग-अलग स्वरूपों में लोक मनोरंजन के साथ-साथ जनसंचार का कार्य भी करता है।

बंगाल तथा असम, त्रिपुरा, बिहार और उड़ीसा के कुछ हिस्सों में लोकप्रिय जात्रा का आरम्भ 15वीं सदी के आस-पास से माना जाता है। पहले जात्रा में सिर्फ धार्मिक कथाएं ही होती थीं। उन्नीसवीं सदी से इनकी विषय वस्तु में सामाजिक विषय भी शामिल होने लगे। जात्रा मुख्यतः गीत प्रधान नाट्य है परन्तु अधिकारी यानी सूत्रधार के जरिए इसमें गद्य भी प्रयोग होता है तथा संवादों का भी। पहले जात्रा में 60-70

तक गीत होते थे और यह पूरी-पूरी रात चलती थीं लेकिन अब इनमें 10-15 गीत ही इस्तेमाल किए जाते हैं और प्रस्तुति का समय भी कुछ घंटों तक सीमित हो गया है।

भवाई 15वीं सदी से ही प्रारम्भ हुई मानी जाती है। गुजरात के इस लोकप्रिय लोकनाट्य में कई छोटी नाटिकाओं को गीत और नृत्यों के जरिए जोड़कर प्रस्तुत किया जाता है और इनका मुख्य विषय सामाजिक सन्दर्भों पर केन्द्रित होता है। नायक यानी सूत्रधार और रंगीलो यानी जोकर इसके प्रमुख पात्र होते हैं।

महाराष्ट्र में प्रचलित तमाशा कृष्ण और उनके ग्वाल सखाओं पर केन्द्रित कथा नाट्य है जिसमें सूत्रधार और विदूषक मुख्य पात्र होते हैं। हास्य, व्यंग और प्रतिस्पर्धा तथा ईर्ष्या के भावों को संवादों के जरिए तेज गति से प्रस्तुत करना इसकी विशेषता है। लेकिन वर्तमान में अश्लीलता भरे संवादों के कारण इसकी काफी आलोचना भी होने लगी है।

उत्तरप्रदेश, बिहार और मध्यप्रदेश में प्रचलित नौटकी प्राचीन भारतीय लोकनाट्यों में से एक है। संगीत घरानों की तरह नौटकी के भी कई घराने हैं, कई शैलियां हैं। जिनमें हाथरस शैली और कानपुर शैली प्रमुख है। इसी तरह रामलीला भी एक ऐसा लोकनाट्य है जिसकी अलग-अलग इलाकों में अलग-अलग शैलियां हैं। रामलीला उत्तराखण्ड का भी सर्वाधिक लोकप्रिय लोकनाट्य है जिसमें गायन, अभिनय और संवाद का सुन्दर संयोजन होता है। लोकनाट्यों के प्रस्तुतिकरण की अपनी कुछ औपचारिकताएं भी होती हैं। जिनका निर्वाहन प्रस्तुतियों में अनिवार्य समझा जाता है। अधिसंख्य लोकनाट्यों का आरम्भ गणपति वन्दना से होता है हालांकि उसका तरीका हर जगह अलग-अलग होता है। भारतीय लोकनाट्यों में प्रयुक्त होने वाले लोक वाद्यों में तुर्रा, कलंगी, नक्कारा, नफीर, ढोलक, चंग, तुरही, तुनतुना, भूगंत, चंडे, तथा चिमटा आदि प्रमुख हैं। इनमें वेशभूषा या दृश्य संयोजन का कोई विधान नहीं होता है। लोकनाट्यों में बड़े-बड़े महल, उद्यान, नदी, पेड़, पहाड़, देव दरबार, जंगल आदि का निर्माण क्षण भर में मात्र गीत एवं अभिनय से ही कर दिया जाता है। इनमें पात्रों के लिए भी किसी तरह के बंधन अथवा सीमाएं नहीं हैं। पुरुष पात्र महिला भी हो सकता है अथवा मूछों वाला पात्र महिला का अभिनय करता दिख सकता है। इनके पात्र वृक्ष, वन, फल, फूल, नदी, पहाड़, जानवर आदि कुछ भी हो सकते हैं, लेकिन इनके दर्शकों का कथावस्तु और अभिनय से ऐसा तारतम्य बन जाता है कि सब कुछ बेहद अनौपचारिक और बेहद सहज हो जाता है।

लोकनाट्य के प्रायः सभी स्वरूप सदियों से लोगों से जुड़े हुए हैं और आज भी एक लोकमाध्यम के रूप में उनकी पकड़ बरकरार है। जनसंचार के साधन के रूप में उनकी भूमिका अब भी कम नहीं हुई है और अब तो उसका व्यावसायिक उपयोग भी किया जाने लगा है। लेकिन व्यावसायिकता की इस दौड़ में इस बात का खतरा भी छिपा हुआ है कि कहीं लोकनाट्य अपनी मूल स्वाभाविकता और अपनी आत्मा ही न खो दें।

### अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— लोकनाट्य की एक परिभाषा बताइए ?
- प्रश्न 2— लोकनाटकों के प्रधान अंग क्या हैं ?
- प्रश्न 3— नृत्य प्रधान लोकनाट्यों के कुछ उदाहरण बताइए ?

## 5.6 कठपुतली :

कठपुतली भारत के सर्वाधिक प्राचीन लोकसंचार माध्यमों में से एक हैं। मूलतः इसे भारतीय लोकमाध्यम माना जाता है। कुछ विद्वान तो यहां तक मानते हैं कि नाटक का विकास भी इसी भारतीय कठपुतली कला से ही हुआ है। बहरहाल यह बात निर्विवाद है कि कठपुतली मूलतः भारतीय लोकमाध्यम है और भारत से ही इसका प्रसार पूरी दुनिया में हुआ। आज भारत में कठपुतलियों के कई रूप प्रचलित हैं। राजस्थान में धागों वाली कठपुतली, उड़ीसा तथा बंगाल में दस्ताने वाली कठपुतली तथा आंध्र प्रदेश की छाया कठपुतलियां इनमें से प्रमुख हैं।

अवास्तविक, अनुपात विहीन और निर्जीव होते हुए भी कठपुतलियों के पात्र सैकड़ों वर्षों से अपने विशिष्ट अंदाज के द्वारा दर्शकों की सामुहिक कल्पना को अर्थ प्रदान करते आए हैं तथा उन तक अपनी बात संप्रेषित करते आए हैं। कठपुतलियों के जरिए कठपुतली कलाकार इस लोकमाध्यम के उपयोग से जनसंचार करते आए हैं और समाज को मनोरंजन के साथ-साथ शिक्षा प्रदान करते रहें हैं। वस्तुतः कठपुतली एक निर्जीव वस्तु है जो मानवीय संचालन और निर्देशन के कारण सजीव होने का आभास देती है। यह संचालन का ही कमाल होता है कि दर्शकों और निर्जीव पुतलियों के बीच संवेग एवं भावनाओं का आदान-प्रदान होने लगता है। इस आदान-प्रदान यानी इंटर-एक्शन के कारण कठपुतलियां एक प्रभावी जनसंचार माध्यम बन जाती हैं। मानवीय प्रयासों के कारण संचालन से निर्जीव कठपुतली का सजीव होने का आभास देना और दर्शकों के साथ तादाम्य और संवाद स्थापित कर लेना ही कठपुतली कला की सबसे बड़ी विशिष्टता है।

हालांकि यह माना जाता है कि कठपुतली कला भारत का लोक माध्यम है लेकिन आज भारत की तुलना में विश्व के अन्य देशों में यह अधिक विकसित जनसंचार माध्यम बन चुकी है। दरसल भारत में ग्रामीण लोक माध्यम होने के कारण इसके आर्थिक आधार कभी मजबूत नहीं रहे। विशिष्ट हस्त कौशल वाली कला होने के कारण यह पैतृक संपत्ति के रूप में एक वंश या परिवार तक ही सीमित बनी रही। कभी व्यापक सामाजिक और सामुदायिक स्वरूप में सामने नहीं आ सकी। कभी ग्रामीण समाज द्वारा और कभी सामंतों, जमींदारों द्वारा और आजादी के बाद सरकारी संस्थाओं द्वारा उसे कुछ संरक्षण तो मिला लेकिन वह इसके विकास के लिए पर्याप्त नहीं था। इसलिए यह कला पिछड़ती चली गई जबकि विदेशों में कठपुतलियों का उपयोग एक 'विज्ञान' की तरह शिक्षा और जन संचार के लिए किया जाने लगा है। पश्चिमी देशों में कठपुतली बनाने, उनका संचालन और नाट्य विधान सिखाने तथा उनका प्रदर्शन करने का नियमित प्रशिक्षण देने वाले अनेक केन्द्र हैं। विशिष्ट बच्चों की शिक्षा के लिए तो इस कला का उपयोग हो ही रहा है, सामान्य बच्चों में भी अभिनय, संगीत, साहित्य तथा नृत्य आदि की अभिरूचि जागृत करने के लिए भी कठपुतलियों का इस्तेमाल होता है। रूस में कठपुतलियों के जरिए लोककथाओं का प्रदर्शन होता है तो इंग्लैण्ड में कठपुतलियों के लोकनृत्य अधिक प्रचलित हैं। जर्मनी में भी कठपुतलियों के जरिए इतिहास की जानकारी दी जाती है।

कठपुतलियां मुख्यतः पांच प्रकार की होती हैं। यह वर्गीकरण उनके संचालन की विधियों के आधार पर किया गया है।

1. धागेवाली कठपुतलियां
2. दस्तानेवाली कठपुतलियां
3. छड़वाली पुतलियां
4. दस्ताने एवं छड़वाली पुतलियां
5. छाया पुतलियां

**धागे वाली कठपुतलियां** — इन कठपुतलियों के संचालन में संचालन करने वाला धागों के सहारे बंधी कठपुतलियों को उपर से संचालित करता है तथा यह कठपुतली कला का एक लोकप्रिय स्वरूप है। इस तरह की कठपुतलियों का जन्म राजस्थान में हुआ था। इस तरह की कठपुतलियों में हाथ-पैर का संचालन बहुत अच्छी तरह से होता है। इसकी प्रस्तुति में दर्शक एक साथ बहुत सी कठपुतलियों की गतिविधियों का आनन्द ले सकता है।

**दस्ताने वाली कठपुतलियां** — इन कठपुतलियों का निर्माण दस्तानों के उपर होता है। इसमें कठपुतली के सिर को तर्जनी से, मध्यमा और अंगूठे से एक-एक हाथ तथा कलाइयों से कमर की हलचल का संचालन होता है। यह कठपुतलियों का अपेक्षाकृत नया स्वरूप है और धीरे-धीरे लोकप्रिय होता जा रहा है। इनके प्रस्तुतिकरण में मंच सज्जा का भी खूब उपयोग होता है।

**छड़वाली कठपुतलियां** — यह पुतलियां विदेशों में अधिक प्रयुक्त होती हैं। इनका निर्माण तो दस्तानों पर ही होता है लेकिन इनके संचालन में तीन छड़ों का भी उपयोग होता है। दो छड़ें पुतली के हाथों तथा एक छड़ पुतली के सिर के संचालन में काम आती है। विदेशों में इनको शरीरनुमा लकड़ी के फ्रेम पर बनाया जाता है और गरदन एवं कमर के हिस्सों को गोल लकड़ी की छड़ों पर एक के उपर एक रख कर कठपुतली में हरकत पैदा की जाती है।

**दस्ताने एवं छड़वाली कठपुतलियां** — इन कठपुतलियों के निर्माण एवं संचालन में छड़ एवं दस्ताने दोनों का इस्तेमाल होता है। संचालनकर्ता हाथों में दस्ताने पर बनी पुतली को पहन कर नीचे खड़ा होकर संचालन करता है। परदे तथा मंच पर प्रस्तुत अन्य सामग्री को आगे-पीछे गति देने के लिए छड़ों का इस्तेमाल किया जाता है। यह शैली ऐसी है कि इसमें कठपुतलियों के जरिए हर प्रकार के भावों का संप्रेषण किया जा सकता है। इसमें धागे वाली कठपुतलियों की तरह कठपुतलियों के आपस में उलझने की आशंका भी नहीं होती। पश्चिम में जनसंचार माध्यम के तौर पर इनका प्रयोग सबसे अधिक होता है।

**छाया पुतलियां** — छाया पुतलियां एक खास तरह की कठपुतलियां होती हैं, जिसमें चमड़े की पुतलियों पर प्रकाश डाल कर एक सफेद कपड़े पर उसकी छाया के जरिए विभिन्न भाव व मुद्राएं प्रस्तुत की जाती हैं। दो-तीन मीटर लम्बे तथा दो मीटर चौड़े सफेद पतले पर्दे पर विभिन्न आकार की चमड़े की पुतलियों की छाया के जरिए छाया पुतलियां दर्शकों के सामने सजीव पात्रों की तरह प्रभाव पैदा कर देती हैं। भारत में आंध्र प्रदेश, कर्नाटक और केरल में तथा इण्डोनेशिया, कम्बोडिया आदि में छाया पुतलियां खासी लोकप्रिय हैं। हालांकि इन छाया पुतलियों के प्रस्तुतिकरण की अपनी कुछ सीमाएं भी हैं।

कठपुतली प्रदर्शन में सर्वाधिक महत्वपूर्ण भूमिका कठपुतली कलाकार या संचालनकर्ता की होती है। हालांकि वह प्रदर्शन में कहीं दिखाई नहीं देता, लेकिन निर्जीव पुतलियों के जरिए संवेदनाओं का संचार

उसी की अंगुलियों के कमाल से सम्भव होता है। कठपुतली संचालनकर्ता, एक प्रकार से स्वयं कठपुतली के रूप में दर्शकों के सम्मुख प्रस्तुत हो जाता है। उसकी सारी भावनाएं, सारी चेष्टाएं, सारा संदेश कठपुतलियों के संप्रेषण के रूप में जीवंत हो उठता है।

कठपुतली संचालनकर्ता के लिए अंगुलियों की मदद से कठपुतलियों का संचालन जितना महत्वपूर्ण होता है उसके लिए उतना ही महत्व कठपुतलियों द्वारा बोले जाने वाले संवादों का भी है। अच्छा प्रस्तुतकर्ता अपने संवादों के जरिए कठपुतलियों को आवाज दे देता है, उनमें जान फूंक देता है। कठपुतली संचालन में संगीत का भी विशेष महत्व है। संगीत का उपयोग सूत्रधार के रूप में भी होता है और भय, आश्चर्य, क्रोध आदि भावों की अभिव्यक्ति के लिए भी।

कठपुतली संचालनकर्ता के साथ-साथ कठपुतलियों का भी अपना महत्व है। दिखने में सामान्य लगने वाली कठपुतलियों के निर्माण में अत्यधिक श्रम और समय लगता है। फिर जब वे मंच पर अवतरित होती हैं तो कुछ खास विशेषताओं के कारण उनका दर्शक के दिलो दिमाग पर गहरा प्रभाव पड़ता है। ये विशेषताएं हैं – कठपुतलियों की व्यक्तित्वविहीनता, अवास्तविकता और सार्वभौमिकता। यानी कठपुतलियों की अपनी कोई मुखमुद्रा नहीं होती, दर्शक को उनका प्रदर्शन देखते हुए उनके अवास्तविक होने का अहसास होता है तथा कठपुतलियों की कथाओं के पात्र मानव की भावनाओं के पात्र होते हैं।

भारत में कठपुतलियों के माध्यम से प्रायः वीर योद्धाओं की गाथाएं, धार्मिक कथाएं, सामाजिक कथाएं और हास्य कथाओं को प्रस्तुत किया जाता है। प्रायः इन सभी के जरिए समाज को कुछ संदेश भी दिए जाते हैं जो मुख्यतः सार्वजनिक और व्यक्तिगत जीवन की नैतिकता के बारे में होते हैं। जनसंचार माध्यम के रूप में इनका उपयोग सामाजिक सुधार, शिक्षा और लोगों को जागरूक बनाने में भी किया जाता है। विदेशों में तो इसे एक विशिष्ट कला के रूप में भी मान्यता मिल चुकी है।

पश्चिम में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में अब 'एनीमेशन' के रूप में कठपुतली कला के ही एक आधुनिक रूप का खूब इस्तेमाल होने लगा है। जिसमें निर्जीव रेखा चित्रों को कम्प्यूटर की मदद से गति प्रदान की जाती है और वे सजीव होने का आभास देने लगती हैं। भारत में भी कठपुतलियों के जरिए सरकारी योजनाओं का प्रचार और प्रसार किया जाता रहा है। ग्रामीण क्षेत्रों में तो अब भी यह जनसंचार का लोकप्रिय माध्यम है ही, वर्तमान में इसका परिष्कृत रूप शहरी क्षेत्रों में भी लोकप्रिय होने लगा है।

### अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— कठपुतली कला की सबसे बड़ी विशेषता क्या है ?
- प्रश्न 2— पश्चिमी देशों में कठपुतली कला का किस तरह उपयोग हो रहा है ?
- प्रश्न 3— संचालन के आधार पर कठपुतलियों को कितने वर्गों में बांटा जा सकता है ?
- प्रश्न 4— कठपुतली प्रदर्शन में संवादों की क्या भूमिका है ?

---

### 5.6 परम्परागत संचार के अन्य साधन :

---

हमारे देश में परम्परागत लोकसंचार के साधनों में उतनी ही विविधता और विभिन्नताएं दिखाई देती हैं जितनी हमारी लोकसंस्कृति और लोकभाषाओं में। लोकगीत, लोककथा, लोकनाट्य और लोकगाथाओं

के अलावा भी ऐसे अनेक जनमाध्यम हैं जो लोक से भी जुड़े हुए हैं और जनसंचार में भी सहायक हैं। इनमें से ज्यादातर बेहद स्थानीय हैं और उनका प्रभाव बेहद सीमित क्षेत्र विशेष में ही होता है। लेकिन बहुत से ऐसे साधन भी हैं जो अपेक्षाकृत अधिक व्यापक क्षेत्र में प्रचलित हैं। स्वांग, विभिन्न लोककलाएं, धार्मिक प्रवचन और जादू आदि इसी तरह के कुछ साधन हैं।

**स्वांग** — स्वांग एक ऐसा लोक जनसंचार माध्यम है जिसमें नृत्य, संगीत, अभिनय और कवित्व का एक साथ संगम होता है। स्वांग ऐसा पारम्परिक लोकमाध्यम है जिसके आयोजन के लिए विशिष्ट मंच की जरूरत नहीं होती। जहां भी थोड़ी खुली जगह उपलब्ध हो, वहीं इसका आयोजन हो सकता है। स्वांग का असली मकसद दर्शकों का मनोरंजन है, उनमें प्रेम का संचार करना है। स्वांग के अनेक रूप भारत में प्रचलित हैं। कहीं इसे नकल तो कहीं भांड और कहीं भड़ैती कहते हैं। स्वांग की विषयवस्तु भारतीय संस्कृति से जुड़ी कथाएं होती हैं। ऐतिहासिक, पौराणिक, सांस्कृतिक और धार्मिक आख्यान ही इनके प्रमुख विषय होते हैं। स्वांगों में संगीत पक्ष भी अधिक महत्वपूर्ण नहीं होता। इनका मुख्य आकर्षण पात्रों का अभिनय और उनका अन्दाज होता है। उत्तराखण्ड में भी होली के दौरान स्वांग खेले जाते हैं जिनमें प्रायः किसी खास व्यक्ति के अंदाज अथवा उसके किसी खास दुर्गुण पर व्यंग किया जाता है।

चूंकि स्वांग का मुख्य भाव व्यंग का होता है अतः इनके जरिए दर्शकों तक कोई भी संदेश अप्रत्यक्ष ढंग से आसानी से पहुंचाया जा सकता है। इस दृष्टि से वर्तमान समय में भी बहुत सी कंपनियाँ अपने उत्पादों की बिक्री के लिए स्वांग का सहारा लेती हैं। सामाजिक कुरीतियों के विरुद्ध भी स्वांग का प्रयोग एक महत्वपूर्ण जनसंचार माध्यम के रूप में किया जाता रहा है।

- **जादू** — जादू पश्चिम बंगाल, महाराष्ट्र और कर्नाटक का एक लोकप्रिय जनसंचार माध्यम है। जादू वस्तुतः दर्शकों को अचम्भित कर देता है, चमत्कृत कर देता है। इसलिए जादू देखते समय दर्शक जादूगर के जबर्दस्त प्रभाव में आ जाता है। ग्रामीण क्षेत्रों में जादूगर का मजमा लोगों की खूब भीड़ जुटा लेता है और इस भीड़ में जादूगर जो कुछ कहता है दर्शक उस पर विश्वास करने लगते हैं। अक्सर जादूगर अपने प्रदर्शन के दौरान स्थानीय सामाजिक कुरीतियों के खिलाफ भी संदेश देते हैं। प्रत्यक्ष अथवा अप्रत्यक्ष रूप से दिए गए संदेश दर्शक के मन में गहरा असर करते हैं। केन्द्र और राज्य सरकारें भी अपनी योजनाओं के प्रचार के लिए जादू के खेल का सहारा लेती हैं और व्यावसायिक प्रतिष्ठान भी।
- **लोकोत्सव** — लोकोत्सवों की परम्परा अपने देश में काफी पुरानी है। लोकोत्सव समाज के सरोकारों से गहरे जुड़े होते हैं। इनसे लोगों की आस्था और विश्वास भी जुड़े होते हैं, इसलिए ये जनसंचार के भी बेहतर माध्यम हैं। प्रायः हर विशिष्ट समाज के अपने खास लोकोत्सव होते हैं जिनमें उस समाज की सक्रिय भागीदारी होती है। कभी-कभी इन लोकोत्सवों में परम्परा से चली आ रही कुरीतियों को समाप्त कर नई परम्पराओं की शुरुआत की जाती है। कई बार समाज इनके जरिए नई स्वस्थ परम्पराओं को शुरू करता है।

लोककला माध्यम विचारों के प्रवाह का एक सुन्दर माध्यम हैं। ये विरोध, असहमति और सुधारों के भी संवाहक हैं। इनके जरिए सामाजिक मूल्यों पर टिप्पणी की जाती है, सुधारों की बात की जाती है और व्यंग के जरिए असंतोष या विरोध को अभिव्यक्ति दी जाती है— कपिला वात्सायन इस तरह ये माध्यम

बदलाव के माध्यम के रूप में काम करते हैं। लोकोत्सव से जुड़े होने के कारण ऐसी परम्पराएं शीघ्र ही समाज के हर वर्ग तक पहुंच जाती हैं। उदाहरणार्थ उत्तराखण्ड में देवी मन्दिरों में खास अवसरों पर होने वाली सामुहिक पशुबलि की प्रथा खत्म करने की आवाज ऐसे लोकउत्सवों के दौरान ही उठी और परिणामस्वरूप अब अनेक प्रमुख मंदिरों में यह पूर्णतः बन्द हो गई है और लोग प्रतीक रूप में नारियल चढ़ा कर काम चलाने लगे हैं। जनजातीय समाजों की अनेक कुप्रथाओं को समाप्त करने का आह्वान ऐसे ही लोक उत्सवों के दौरान हुआ और ये कुप्रथाएं समाप्त भी हो गईं। उत्तराखण्ड की नन्दा राजजात भी एक ऐसा बड़ा लोकोत्सव है जिसमें हजारों की संख्या में लोगों की भागीदारी होती है।

- **लोकनृत्य** – लोकनृत्य भी एक ऐसा लोकमाध्यम है जो जनता के अर्न्तमन तक किसी संदेश को पहुंचाने का रास्ता माना जाता है। पंडवानी, पंथी, माच, राई, भांगड़ा, गिद्धा, झूमर, रास, डांडिया आदि कुछ ऐसे प्रमुख लोकनृत्य हैं जो जनसंचार माध्यम के रूप में भी सक्रिय भूमिका निभाते हैं। उत्तराखण्ड के झोडा-चांचरी, हुड़किया बौल, चौफुला, झुमैल आदि ऐसे प्रमुख लोकनृत्य हैं जिनमें सामुहिक भागीदारी होती है और इस कारण से वे प्रत्यक्ष अथवा परोक्ष जनसंचार के साधन माने जाते हैं। इनकी उपयोगिता वर्तमान समय में भी कम नहीं हो रही।
- **लोककला** – लोककला के अर्न्तगत वे सारी कलाएं आती हैं जो लोक संस्कृति और लोकजीवन से जुड़ी हुई हैं। आलेख या चित्रकारी लोककला का ऐसा ही एक रूप है। आलेख अलग-अलग पर्वों, अवसरों और स्थानों के लिए अलग-अलग प्रकार से बनाए जाते हैं। गेरू, खड़िया, चावल के आटे आदि से बने इस तरह के चित्रों को हरियाणा व राजस्थान में लांडणा या मांडना कहते हैं तो उत्तराखण्ड में अल्पना या ऐंपण इसका सर्वाधिक प्रचलित रूप है। ऐंपण चावल के आटे और गेरू से बनाए जाते हैं और जीवन के हर उत्सव के लिए इनके अलग-अलग रूप होते हैं। चित्रकला के इन रूपों के अलावा धातुकर्म, काष्ठकला, वस्त्रकला आदि लोककलाओं के और भी अनेक रूप हैं जो किसी न किसी ढंग से जनसंचार के काम आते हैं और आधुनिकता की आंधी के बावजूद किसी न किसी तरह अपना अस्तित्व और उपयोगिता बनाए हुए हैं।
- **संस्कार-समारोह** – इस तरह के आयोजन प्रायः व्यक्तिगत विषयों या सामाजिक परम्पराओं से जुड़े होते हैं। भारतीय जीवन दर्शन में मनुष्य के जीवन के 16 संस्कारों में नामकरण, यज्ञोपवीत, विवाह आदि ऐसे संस्कार हैं जिनको व्यक्ति समाज के साथ साझा उत्सव के तौर पर मनाता है। विवाह समारोह की अनेक रस्में ऐसी होती हैं जिनमें सामुहिक भागीदारी होती है। इनमें बहुत दूर-दूर के स्थानों पर रहने वाले लोग, रिश्तेदार एक दूसरे से मिलते हैं और इनके जरिए अलग-अलग संस्कृतियों का मिलन होता है। उत्तराखण्ड के विवाह समारोहों में सुआंल पथाई, रत्याली, शकुनांखर जैसे अवसर जनसंचार के बेहतरीन उदाहरण हैं। इसी तरह होलियों के आयोजन, घरेलू कथाओं के आयोजन आदि के जरिए भी जनसंचार होता है। ऐसे संस्कार प्रायः क्षेत्र विशेष के आधार पर अलग-अलग रूप भी बदलते हैं और लोक प्रतीकों की इनमें विशेष भूमिका होती है।
- **धार्मिक प्रवचन व आयोजन** – धार्मिक प्रवचन तो सीधे सीधे एक प्रकार का प्रत्यक्ष जनसंचार माध्यम है जिसमें एक वक्ता जो कुछ संदेश देता है वह उपस्थित जन समुदाय तक सीधा संप्रेषित होता है। कीर्तन महाराष्ट्र का ऐसा ही लोकमाध्यम है तो रामचरितमानस का पाठ उत्तर प्रदेश का।

भागवत कथा, प्रवचन, संत्संग, कथा आदि इसके कुछ अन्य रूप हैं। उत्तराखण्ड में बैसी और आठों इनका एक रूप हैं। मूलतः इस तरह के आयोजनों में मुख्य वक्ता या कथावाचक या गुरु एक अच्छे अभिनेता और कथा वाचक की तरह कथा सुनाता है। बीच-बीच में वह अपने वाक्चातुर्य से श्रोताओं को जीवन के नैतिक नियम-कानूनों को भी समझाता जाता है। इस तरह के आयोजन अब शहरी क्षेत्रों में भी खासे लोकप्रिय होने लगे हैं और अनेक बार इनमें हजारों लोग एक साथ भी शामिल होते हैं। यह सामाजिक और नैतिक जीवन के उच्च मानदण्डों की स्थापना के साथ-साथ देश प्रेम और मानव प्रेम की शिक्षा देने में भी सहायक होते हैं।

यह स्पष्ट है कि जनसंचार के उपरोक्त सभी माध्यमों का अपने-अपने रूप में महत्व है और अपनी खास भूमिका भी है। प्रायः इन सभी माध्यमों के मकसद में एक बात समान है कि ये सब मनुष्य को उच्च नैतिक मूल्यों की राह दिखाते हैं। यही खूबी भारत के समाज की भी है इसीलिए इन साधनों की उपयोगिता आज के युग में भी खत्म नहीं हुई है बल्कि और अधिक बढ़ गई है।

### अभ्यास प्रश्न

- प्रश्न 1— स्वांग क्या है ?
- प्रश्न 2— लोकोत्सव जनसंचार के बेहतर माध्यम क्यों होते हैं ?
- प्रश्न 3— सामुहिक भागीदारी वाले उत्तराखण्ड के कुछ प्रमुख लोकनृत्यों के नाम बताइए ?
- प्रश्न 4— धार्मिक प्रवचन किस प्रकार के जनसंचार माध्यम हैं ?

## 5.7 सारांश :

हमारे परम्परागत लोकसंचार माध्यमों का इतिहास काफी पुराना है। हमारी सभ्यता के विकास के इतिहास जितना ही पुराना। मनुष्य ने अपने दीर्घ अनुभव से जो सीखा उसे भावी पीढ़ियों के लिए विभिन्न कला रूपों में सुरक्षित कर दिया। भारतीय परम्परा में जिन चौंसठ कलाओं की बात आती है वे सब ऐसे ही विकसित हुईं। कला के जो रूप लोक से जुड़े वे अधिक सहज और स्वाभाविक बने रहे। हालांकि सभ्यता के विकास के साथ-साथ इनमें से बहुतों की उपयोगिता खत्म हो गई तो कइयों ने खुद को मौके के हिसाब से बदल कर अपनी उपयोगिता बरकरार भी बनाए रखी।

इन्हीं कला रूपों में अनेक ऐसे हैं जो जनसंचार की दृष्टि से भी बेहद उपयोगी और महत्वपूर्ण हैं। इनके जरिए पीढ़ियों का ज्ञान और अनुभव आगे बढ़ता रहता है और इंफारमेशन टेक्नोलॉजी के वर्तमान युग में भी इनकी यह भूमिका बरकरार है। एक तरह से देखें तो इन लोकमाध्यमों का जनसंचार से दोतरफा रिश्ता है। जिस प्रकार किसी बेल को बढ़ने के लिए सहारे की जरूरत होती है। अगर उसे किसी वृक्ष का सहारा मिल जाए तो उससे वृक्ष की छाया भी घनी हो जाती है। इसी तरह लोकमाध्यमों के सहारे से जनसंचार के साधन लोगों को बेहतर मनोरंजन और मार्ग निर्देशन करने में सफल होते हैं।

लोक जनसंचार माध्यमों की पकड़ जबर्दस्त होती है। प्रसिद्ध राजनेता और भारतीय कला ममर्झ डा. कर्ण सिंह ने एक बार कहा था “ भारतीय लोकमाध्यमों की जनमानस में अत्यधिक विश्वसनीयता है। इतनी विश्वसनीयता तो आधुनिक संचार माध्यमों की भी नहीं है। जब कोई विचार या कोई संदेश लोकमाध्यमों के जरिए संप्रेषित किया जाता है तो वह सीधे लोगों के दिल दिमाग पर असर करता है। ”

कलाविद कपिला वात्सायन तो इन माध्यमों को बदलाव का हथियार तक मानती हैं,“ लोककला माध्यम विचारों के प्रवाह का एक सुन्दर माध्यम हैं। ये विरोध, असहमति और सुधारों के भी संवाहक हैं। इनके जरिए सामाजिक मूल्यों पर टिप्पणी की जाती है, सुधारों की बात की जाती है और व्यंग के जरिए असंतोष या विरोध को अभिव्यक्ति दी जाती है। इस तरह ये माध्यम बदलाव के माध्यम के रूप में काम करते हैं।”

भारत में इन माध्यमों का संरक्षण मूल रूप से तो समाज के जरिए खुद ब खुद किया जाता है। लेकिन भारतीय ललित कला अकादमी, संगीत नाटक अकादमी, इंडियन काउंसिल फॉर कल्चरल रिलेशन, नेशनल सेंटर फॉर फरफार्मिंग आर्ट्स आदि ऐसी कुछ प्रमुख सरकारी संस्थाएं हैं जो लोक कलाओं और लोकमाध्यमों के संरक्षण का काम कर रही हैं। स्पिक मैके व अनेक निजी संस्थाएं तथा विभिन्न राज्य सरकारें भी अपने-अपने स्तर से लोकमाध्यमों का संरक्षण करने में जुटी हैं। भारत सरकार का गीत और नाटक प्रभाग देश भर में क्षेत्रीय कार्यालयों के जरिए लोकमाध्यमों के कलाकारों और दलों का पंजीकरण करता है और उनके जरिए लोगों का मनोरंजन और सरकारी नीतियों का प्रचार करवाता है। इसी तरह दृश्य और प्रचार निदेशालय भी सरकारी प्रचार के लिए लोकमाध्यमों का उपयोग करता है। वर्तमान में निजी व्यावसायिक संस्थाएं भी अपने प्रचार के लिए इन साधनों का उपयोग करने लगी हैं। अब तो इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों के साथ मिलकर लोकमाध्यमों ने एक नए ‘मीडिया मिक्स’ को जन्म दे दिया है। जिसके कारण लोकमाध्यमों की पहुंच का दायरा बहुत बढ़ गया है क्योंकि पहले जिस लोकनाट्य को एक वक्त में एक प्रदर्शन के जरिए सिर्फ कुछ सौ लोग देख सकते थे, उसी को इलैक्ट्रॉनिक रूप में रेडियो के जरिए या टेलीविजन के जरिए लाखों लोग एक साथ सुन या देख सकते हैं। लोकमाध्यमों की इलैक्ट्रॉनिक साधनों के साथ हो रही यह जुगलबन्दी भविष्य के लिए अधिक बेहतर उम्मीदें जगाती है।

---

## 5.8 शब्दावली :

---

**लोकमाध्यम** : लोकमाध्यम से आशय ऐसे जनसंचार माध्यमों से है जो सभ्यता के विकास के साथ विकसित हुए हैं। लोक अभिव्यक्ति के ये माध्यम लोगों के धार्मिक, सांस्कृतिक और सामाजिक जीवन से गहरे जुड़े होते हैं और इनकी विषयवस्तु जनसामान्य की परम्परा, रहन-सहन, रीति-रिवाजों, सुख-दुखों, समारोहों व उत्सवों से जुड़ी होती है। लोकगाथा, लोकगीत, लोकनृत्य आदि इनके उदाहरण हैं।

**लोकनाट्य** : लोकनाट्य लोक मनोरंजन का ऐसा साधन है जिसमें मंचीय नाटकों जैसी शास्त्रीयता नहीं होती और न ही अधिक दिखावा। नाटकों की यह विधा बिना अधिक तामझाम के अपनी अनौपचारिक शैली के कारण दर्शकों से सीधा तादात्म्य बिठा लेती है। यह ऐसी सामुहिक प्रस्तुति है जिसमें अभिनेता के साथ-साथ दर्शक की भी अहम भूमिका होती है।

**संस्कार गीत** : संस्कार गीत लोकपरम्परा के ऐसे गीत हैं जो जीवन के विभिन्न संस्कारों के मौके पर गाए जाते हैं। हर संस्कार के लिए अलग-अलग गीत होते हैं और एक ही संस्कार के लिए अलग-अलग क्षेत्रों में अलग-अलग तरह के गीत गाए जाते हैं। ये संस्कार गीत श्रुत परम्परा में सदियों से एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी तक का सफर तय करते आ रहे हैं।

**रामलीला** : रामलीला भारत के सर्वाधिक प्रचलित लोकनाट्यों में एक है। यों तो इसका विस्तार भारत से बाहर भी खूब हुआ है लेकिन भारत में हर प्रान्त और क्षेत्र में इसकी प्रस्तुति अलग अंदाज में होती है। उत्तराखण्ड में भी रामलीला एक महत्वपूर्ण लोकनाट्य है, जिस पर पारसी थिएटर का अत्यधिक प्रभाव है।

राम के जीवन के प्रसंगों वाले इस लोकनाट्य को गीत शैली में भी प्रस्तुत किया जाता है और संवाद शैली में भी। रामलीला में संगीत के लिए प्रायः हारमोनियम का प्रयोग अवश्य होता है।

**एनीमेशन :** एनीमेशन एक ऐसी कला है जिसमें निर्जीव रेखाचित्रों या आकृतियों में कम्प्यूटर के जरिए जान डाली जाती है। इस कला का जन्म पश्चिम जर्मनी में हुआ माना जाता है। इसमें कम्प्यूटर के जरिए स्थिर चित्रों को गति प्रदान की जाती है। स्थिर चित्रों या ग्राफिक्स के एक एक फ्रेम को इस तरह बनाया और जोड़ा जाता है कि वे गतिशील लगने लगते हैं। संगीत और ध्वनियों के सम्मिश्रण से ये गतिशील पात्र बोलते हुए भी लगते हैं और सजीव भी। पश्चिम में इस माध्यम का आजकल खूब इस्तेमाल होने लगा है।

---

### 5.10 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर :

---

#### उत्तर 1.3

**उत्तर 1—** परम्परागत संचार माध्यम ऐसे जनसंचार माध्यम हैं जिनका प्रयोग पीढ़ियों से होता रहा है और जो हमारी परम्परा से जुड़े हुए हैं।

**उत्तर 2—** भारत में लोकगाथाएं, लोकगीत, लोकनृत्य, लोकनाट्य, कठपुतली, स्वांग, खेल-तमाशा, धार्मिक प्रवचन आदि जनसंचार के प्रमुख लोकमाध्यम हैं।

**उत्तर 3—** भारत में परम्परागत लोकमाध्यमों का विकास ग्रामीण पृष्ठभूमि में ग्रामीण जन जीवन के इर्दगिर्द हुआ।

**उत्तर 4—** लोकमाध्यम भाषा, बोली और संस्कृति की समानता के कारण लोगों को अधिक आकृष्ट करते हैं।

#### उत्तर 1.4

**उत्तर 1—** लोकसाहित्य वह साहित्य है जो जन से उपजा हुआ होता है।

**उत्तर 2—** लोकगीत लोक में प्रचलित, लोक द्वारा और लोक के लिए रचित ऐसे गीत हैं जिनमें लोकजीवन के रीति-रिवाजों, आस्था-विश्वासों और अनुभूतियों की सहज अभिव्यक्ति होती है।

**उत्तर 3—** लोकगाथाओं को प्रेमकथात्मक, वीरगाथात्मक और रोमांचपूर्ण लोकगाथा, इन तीन वर्गों में बांटा गया है।

**उत्तर 4—** मालूसाही उत्तराखण्ड की प्रमुख प्रेम कथात्मकलोक गाथा है।

**उत्तर 5—** भारतीय लोककथाओं की 6 प्रमुख वर्गों में बांटा जा सकता है।

#### उत्तर 1.5

**उत्तर 1—** लोकनाट्य की एक परिभाषा के अनुसार, “लोकनाट्य लोक मनोरंजन का एक ऐसा साधन है जिसमें मंचीय नाटकों जैसी शास्त्रीयता नहीं होती और न ही किसी तरह का दिखावा।

उत्तर 2— गीत और संगीत लोकनाटकों के प्रधान अंग हैं, कभी-कभी इनमें नृत्य को भी प्रमुखता दी जाती है।

उत्तर 3— नृत्य प्रधान लोकनाट्यों में रासलीला, विदेशिया व कीर्तिनिया आदि प्रमुख हैं।

उत्तर 4— नौटंकी उत्तर प्रदेश, बिहार और मध्य प्रदेश के कुछ भागों में प्रचलित लोकनाट्य है।

#### उत्तर 1.6

उत्तर 1— कठपुतली कला की सबसे बड़ी विशिष्टता इसका निर्जीव होते हुए भी सजीव होने का आभास देना और दर्शकों के साथ तादात्म्य स्थापित कर लेना है।

उत्तर 2— पश्चिमी देशों में कठपुतली कला का उपयोग विशिष्ट बच्चों की शिक्षा के माध्यम के रूप में होता है और सामान्य बच्चों में भी कला, संगीत, नृत्य, साहित्य आदि के प्रति अभिरूचि जगाने के लिए इसका उपयोग होता है।

उत्तर 3— संचालन के आधार पर कठपुतलियों को 5 वर्गों में बांटा गया है।

उत्तर 4— कठपुतली प्रदर्शनकर्ता संवादों के जरिए ही कठपुतलियों में जान फूंक देता है उनमें सजीव प्रभाव पैदा कर देता है।

#### उत्तर 1.7

उत्तर 1— स्वांग एक ऐसा परम्परागत जनसंचार माध्यम है जिसमें नृत्य, अभिनय, संगीत और कवित्व का सामुहिक प्रस्तुतिकरण होता है।

उत्तर 2— लोकोत्सव चूंकि समाज के सरोकारों से जुड़े होते हैं और इनसे लोगों की गहरी आस्था और विश्वास जुड़े होते हैं इस कारण ये जनसंचार के अच्छे माध्यम माने जाते हैं।

उत्तर 3— झोड़ा— चांचरी, हुड़किया बौल, चौफुला तथा झुमैल आदि ऐसे प्रमुख लोकनृत्य हैं।

उत्तर 4— धार्मिक प्रवचन प्रत्यक्ष जनसंचार माध्यम हैं क्योंकि इनमें प्रवचनकर्ता जनसमुदाय से सीधा संवाद करता है।

---

### 5.11 सन्दर्भ ग्रन्थसूची :

---

1. अग्रवाल, बीरबाला (सं) : संचार माध्यम, मिलिन्द प्रकाशन, गोवा
2. इस्सर, देवेन्द्र : जनमाध्यम : संप्रेषण और विकास  
इन्द्रप्रस्थ प्रकाशन, दिल्ली।
3. कौल, जवाहर लाल : हिन्दी पत्रकारिता का बाजार भाव  
प्रभात प्रकाशन, दिल्ली।
4. तिवारी, अर्जुन : संपूर्ण पत्रकारिता विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी।
5. सरदाना, चन्द्रकान्त : जनसंचार : कल, आज और कल  
एवं मेहता, के. सिंह ज्ञान गंगा, दिल्ली।

6. Gupta. B.R. : Mass Communication and development  
Viswvidhyalaya, Prakashan, Varanasi.

---

### 5.12 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री :

---

1. सम्पूर्ण पत्रकारिता, अर्जुन तिवारी, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी।
2. जनसंचार : कल, आज और कल, चन्द्रकान्त सरदाना।

---

### 5.13 निबंधात्मक प्रश्न :

---

- प्रश्न 1—** परम्परागत लोकसंचार माध्यमों की ऐतिहासिक पृष्ठभूमि के बारे में विस्तार से बताइए ?
- प्रश्न 2—** लोकमाध्यमों का संचार में किस तरह उपयोग होता है ? लोकमाध्यमों को उदाहरण सहित समझाइये।
- प्रश्न 3—** संचार में लोकसाहित्य की क्या उपयोगिता है ? लोकसाहित्य को उदाहरण सहित समझाइये।
- प्रश्न 4—** जनसंचार माध्यम के रूप में कठपुतली की क्या भूमिका है ?
- प्रश्न 5—** लोकगीतों से आप क्या समझते हो? लोकगीतों को किन-किन आधारों पर वर्गीकृत किया जा सकता है ?
- प्रश्न 6—** कठपुतली कला का जन्म कहां हुआ माना जाता है ? कठपुतलियों की प्रमुख विशेषताएं बताइये।

## इकाई – 06

---

### जनसंचार और भाषा

---

इकाई की रूपरेखा :

- 6.1 प्रस्तावना
- 6.2 उद्देश्य
- 6.3 जन संचार में लेखन का महत्व
- 6.4 जन संचार की भाषा की विशेषताएं
- 6.5 संचार की भाषा का स्वरूप
- 6.6 अभ्यास प्रश्न
- 6.7 सारांश
- 6.8 शब्दावली
- 6.9 संदर्भ ग्रंथसूची
- 6.10 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 6.11 निबंधात्मक प्रश्न

---

#### 6.1 प्रस्तावना:

जन संचार की भाषा से जुड़ी इस इकाई में बताया गया है कि संचार माध्यमों की भाषा कैसी होनी चाहिए जिससे ऑडियेंस के सामने किसी तरह का कोई भ्रम या अस्पष्टता की स्थिति न हो और उन्हें सभी जानकारियां स्पष्ट रूप से मिल जाएं। विद्वानों का यह मानना है कि अगर भाषा में लोच, सटीकता और स्पष्टता हो तो उसका निश्चित रूप से जनता से जुड़ाव होगा और सफल संचार संभव हो जाएगा।

प्रस्तुत इकाई में यह भी बताया गया है कि जन संचार की भाषा की क्या विशेषताएं हैं और वास्तव में संचार माध्यमों को किस तरह की भाषा पर जोर देना चाहिए।

---

## 6.2 उद्देश्य:

---

प्रस्तुत इकाई के अध्ययन के बाद आप बता सकेंगे कि -

- जन संचार माध्यमों की भाषा कैसी होनी चाहिए।
- जन संचार की भाषा के लिए कौन से मानक होने चाहिए।
- जन संचार माध्यमों की पठनीयता और दृश्यात्मकता के लिहाज से मीडियाकर्मियों को किन बातों का ध्यान रखना चाहिये।

---

## 6.3 जनसंचार में लेखन का महत्व:

---

मनुष्य एक संवेदनशील प्राणी है। वह अपनी संवेदनात्मक अनुभूतियों को प्रकट करने के लिए विभिन्न कला माध्यमों का सहारा लेता है। उन्हीं माध्यमों में से साहित्य भी एक ऐसा माध्यम है जिसमें भाषा के द्वारा मनुष्य अपनी भावनाओं को व्यक्त कर पाता है। संवेदनशील प्राणी होने के नाते वह समाज की गतिविधियों में भी शामिल रहता है। अपने मस्तिष्क में जिन घटनाओं को वह संजोता है उसे अभिव्यक्त भी करता है। लिखना भी एक कला है, लेकिन यह मनुष्य को जन्मजात नहीं प्राप्त होती है। विद्वानों ने माना है कि पढ़ने से लिखना अधिक सुखद कला है। हर श्रेष्ठ लेखक अपनी सृजनात्मक प्रतिभा द्वारा उस भाव और विचार को लेखन की विविध विधाओं में से किसी का चयन कर उसमें उन्हें अभिव्यक्ति देता है।

इस संबंध में नंद किशोर त्रिखा का पत्रकारिता को लेकर ये कथन उल्लेखनीय है कि ‘संवाददाता, जो मुख्यतः अच्छे लेखक होने चाहिए, पत्र और संपादक के न केवल नेत्र और उनके कान हैं बल्कि मुख भी हैं, जिसके द्वारा विविध घटनावलियों की अभिव्यक्ति और चित्रण होता है। फलतः लेखनी पर उनका अधिकार होना परम आवश्यक है।’ दर्शन और श्रवण से उत्पन्न अनुभूतियों को लिपिबद्ध रूप में व्यक्त करना, घटनाओं का सजीव व रोचक, स्पष्ट और सरल, सत्य और साधार चित्रण करना तब तक संभव नहीं है, जब तक संवाददाता या रिपोर्टर अपनी कलम का धनी न हो।

वैसे देखा जाए तो भाषा और समाज का संबंध काफी पुराना है। यह माना जाता है कि भाषा समाज की ऊपरी संरचना का ही अंग है। लेकिन सच यह है कि जैसे-जैसे समाज में परिवर्तन आता है वैसे-वैसे भाषा भी बदलती रहती है। भाषा निर्माण किसी वर्ग विशेष के हाथों में नहीं है, बल्कि वह समाज के सभी वर्गों के सहयोग से निर्मित होती है। इसलिए भाषा समाज की मिली-जुली संपत्ति है। लोक व्यवहार की भाषा किसी भी समाज के विकास की द्योतक होती है। आम जनता की आवाज को जनता की भाषा में सहज रूप में सामने लाया जा सकता है। भारत जैसे राष्ट्र में जहां हर चार कोस पर वाणी में परिवर्तन हो जाता है वहां भी लोक व्यवहार की भाषा के कारण उसकी संस्कृति और परंपरा जीवंत है। एक समय ऐसा था तब इंग्लैंड में अभिजात्य वर्ग की भाषा फ्रेंच थी, लेकिन उसका साहित्य लैटिन भाषा में लिखा जाता था। अंग्रेजी ग्रामीण और निचले तबके के लोगों की भाषा समझी जाती थी। जिसने लोक व्यवहार के रूप में प्रयुक्त की जाने वाली इस भाषा में अपने इतिहास और संस्कृति को बचाए रखा।

भारत के संबंध में कहा जाए तो यहां भाषा को परिपक्व करने में शिक्षाविदों ने अतुलनीय योगदान दिया है। जानकारों के मुताबिक हजारों वर्षों की परंपरा में यहां शब्द को प्रणव ओंकार मानकर नादब्रह्म की उपासना के रूप में साधा गया है। पाणिनि, पतंजलि आदि मनीषियों ने भाषा चिंतन को दर्शन और आध्यात्म का विषय मानकर संस्कृत व्याकरण को जो परिपूर्णता प्रदान की, वह समूचे भाषिक विश्व के लिए विस्मय की वस्तु है। व्युत्पत्ति, निरुक्ति, वाक्यदीय और व्याकरणिक कोटियों का संधान करके इन आचार्यों ने शब्द शक्तियों की खोज की है, उसे विश्व भाषाओं में आज भी असामान्य माना जा रहा है।

देखा जाए तो हर भाषा का अपना शब्द भंडार होता है, उनके उच्चारण की अपनी विधि होती है और उसकी व्याकरणिक संरचना अन्य भाषा से भिन्न होती है, उसकी लिपि के चिन्ह भी अन्य भाषाओं की लिपियों से भिन्न होते हैं। उसका अपना शब्दकोष होता है। इसलिए प्रत्येक भाषा में लिखा गया सर्जनात्मक या व्यावसायिक साहित्य इन्हीं मानदंडों पर ही उत्कृष्ट और श्रेष्ठतम की यात्रा तय करता है।

जन संचार के संबंध में यदि भाषा पर प्रकाश डाला जाए तो जन संचार के विभिन्न माध्यमों के लेखन के लिए भाषा ही ऐसा आधार है जिसके द्वारा सहजता से सूचनाओं को संप्रेषित किया जाता है। सूचनाओं को जन-जन तक पहुंचाने के लिए जन संचार की भाषा को उसके माध्यम के अनुरूप उपयोगी होना आवश्यक है। जन संचार के माध्यमों के अनुरूप ही उसकी भाषा के प्रयोग का स्तर भी बदलता रहता है। समाचार पत्र-पत्रिकाओं को पाठकों द्वारा पढ़ा

जाता है, टीवी पर कार्यक्रमों को देखा और सुना जाता है। कंप्यूटर पर देखा जाता है। इस तरह जन संचार के माध्यमों के अनुरूप ही भाषा का स्तर इन्हीं दृष्टियों पर बदला जाता है।

---

## 6.4 जन संचार की भाषा की विशेषताएं:

---

जन संचार के माध्यमों की भाषा कैसी हो जिससे उसका प्रभाव पाठकों, श्रोताओं और दर्शकों पर व्यापक रूप से हो सके और वे उसका लाभ उठा सकें। कई विद्वानों ने इस दिशा में काफी काम किया है। जन संचार के माध्यमों की भाषा के लिए मुख्य रूप से निम्नलिखित विशेषताएं होनी चाहिए-

**1. सरल और सहज-** जन संचार की भाषा सहज और सरल होने से श्रोता या पाठक के लिए यह बोधगम्य ही नहीं होती बल्कि उसका सहज बोध होना भी जरूरी है। प्रयोगधर्मी लेखक आपने आलेख या पटकथा के अंतर्गत नवीन प्रयोगों के मोह से ऐसे शब्दों का जाल बिछा देते हैं जो सरल और सहज होने के साथ-साथ कृत्रिमता का भी एहसास कराते हैं। ये कलात्मक प्रयोग भले ही पाठकों या श्रोताओं को पढ़ने और सुनने में अच्छे लगते हों, लेकिन सच्चाई यह है कि जब तक इन प्रयोगों की अर्थध्वनियों से पाठक या श्रोता परिचित नहीं हो पाता तब तक वह व्यर्थ है। इसलिए जन संचार की भाषा सहज बोध होनी चाहिए। इसके लिए अवश्यक है कि भाषा में ऐसे शब्दों का प्रयोग होना चाहिए जो लोक व्यवहार में हों। अगर किसी अन्य भाषा या बोली से उधार लिए गए शब्दों से यदि संप्रेषण को उपयोगी बनाया जा सकता है तो लेखक को बेहिचक ऐसे शब्दों का प्रयोग करना चाहिए।

मुद्रित माध्यमों (अखबार, किताबें, पुस्तिकाएं आदि) के लिए भाषा में लेखक को विधाओं के अनुसार परिवर्तन भी करना पड़ता है। समाचार, फीचर, संपादकीय आदि के लिए लेखन की भाषा में शब्दों के चयन पर विशेष ध्यान देना चाहिए। विचारों और भावों के संप्रेषण के समय भाषा स्वयं ही अपने शब्द खोज लेती है। कोई भी लेखक हमेशा ही ऐसे शब्दों का चयन करे जो वास्तव में सरल और सुग्राह्य हों। इसके अलावा समाज के हर वर्ग के लिए लेखन में भी लेखक को सतर्कता बरतनी होगी। अब चाहे उसे महिलाओं के लिए लिखना हो या बच्चों के लिए। खास वर्ग के लेखन के प्रति लेखक को भाषा पर विशेष ध्यान देना होगा, जिससे उन्हें समझने में कोई दिक्कत न आ सके।

आवाज ही पहचान होती है और अगर स्पष्ट आवाज आ रही है तो उसे समझने में कसरत नहीं करनी होगी। खासकर रेडियो की भाषा काफी सरल, सहज और स्पष्ट होनी चाहिए। इसमें कभी भी ऐसे आंकड़ों का प्रयोग नहीं

करना चाहिए जिससे श्रोताओं के मन में भ्रम पैदा हो सके। इसमें सामान्य बोलचाल की भाषा का प्रयोग होना चाहिए और भाषा में इतनी ताकत होनी चाहिए कि वह लोगों के मन में अपनी पैठ बना दे और पूरे विवरण का चित्र उनके मस्तिष्क में खिंच जाए। रेडियो के लिए आलेख जहां सहज, सरल, स्पष्ट और सुबोध भाषा में हो वहीं उसमें एक ऐसा कल्पना संसार बनाने की भी क्षमता हो जिससे श्रोता बाग-बाग हो उठे। लिखने और बोले जाने वाले शब्दों में यही अंतर होता है कि कुछ ऐसे शब्द जो अखबार में तो छप सकते हैं पर उनका प्रयोग रेडियो में नहीं हो सकता है, हालांकि रेडियो में बोले जाने वाले शब्दों को हम अखबार में आसानी से छाप सकते हैं। कठिन और जल्दी से समझ में न आने वाले शब्दों के प्रयोग से हम रेडियो की भाषा को जटिल बना देंगे जो श्रोताओं के लिए काफी घातक साबित होगा और ऐसे कार्यक्रम को श्रोता बिलकुल तवज्जो नहीं देंगे।

इसी प्रकार टीवी के लिए लेखक को नए सिरे से कसरत करनी होगी। इसमें दर्शकों को ध्यान में रखकर ही लेखन कार्य किया जा सकता है। समाज के विभिन्न वर्ग विशेष के मद्देनजर ही काँपी का लेखन किया जाए। महिलाओं, बच्चों, किसानों, पढ़े-लिखे लोगों की मनःस्थिति को ध्यान में रखकर टीवी लेखक उन शब्दों का चयन करे जिससे उनमें भ्रम न पैदा हो सके और स्पष्ट रूप से चित्रों को देखकर तथा आवाज को सुनकर आसानी से समझ सके। कुल मिलाकर पटकथा लेखक को ऐसी भाषा का प्रयोग करना है जो दर्शकों के मनोभावों के हिसाब से सामंजस्य बिठा सके। खासकर दृश्यों के अनुरूप अगर टीवी लेखक लिखता है तो इससे दर्शकों को सहजबोध होगा। टीवी समाचारों के लिए भी भाषाई लोच के अलावा सहजता पर ज्यादा ध्यान देना चाहिए। समाचार लेखक को ऐसे शब्दों का चुनाव करना चाहिए जिनमें पूरी सूचना समाहित हो और भ्रम न पैदा करे। टीवी की भाषा में कभी भी द्विअर्थी, विशेषण वाले शब्द, भ्रमजाल फैलाने वाली बातों का प्रसारण नहीं करना चाहिए।

**2. भाषा का मानकीकरण-** जन संचार माध्यमों के लिए भाषा के मानकों पर अवश्य ध्यान देना होगा। इसके तहत-वर्तनी, लिपि, व्याकरण तथा उच्चारण पर सतर्कता बरतनी होगी।

जन संचार में प्रयोग होने वाली भाषा में वर्तनी पर ध्यान देना जरूरी है। खासकर प्रिंट मीडिया के लिए तो और सतर्कता बरतने की जरूरत है। बोलचाल की भाषा में जो शब्द प्रयोग किए जाते हैं उन्हें ही लिखा जाता है, लेकिन वर्तनी की त्रुटियां होने से पाठकों का मन खिन्न हो जाता है। कई बार विद्वानों को भी वर्तनी को लेकर भ्रम हो जाता है, ऐसे में पटकथा लेखक हो या फिर स्तंभ लेखक, उसे हर हाल में शब्दकोष का सहारा लेना चाहिए। वर्तनी में एकरूपता

न होने से जन संचार माध्यम की प्रतिष्ठा को आघात लगेगा। अखबार हो या पुस्तक, इनमें छपी गलतियों को पाठक आसानी से पकड़ लेता है और उससे पत्र या पुस्तक की प्रतिष्ठा को चोट पहुंचती है तथा अखबार या पुस्तक की अच्छी सामग्री होने के बावजूद उसे श्रेष्ठता नहीं प्राप्त हो पाती है। कुछ उदाहरण- आशीर्वाद को ज्यादातर मौकों पर आशीर्वाद लिखा जाता है जो कि गलत है। उज्ज्वल को भी उज्ज्वल लिखना गलत है। गलती को कई विद्वान जल्दी में गलती लिख जाते हैं। इलेक्ट्रॉनिक माध्यम यानी टीवी और रेडियो से दिखाए और सुनाए जाने वाले कार्यक्रमों में भी यही बात लागू होती है। अगर वर्तनी में त्रुटियां होंगी तो उसका उच्चारण भी प्रभावित होगा। फलतः दर्शकों और श्रोताओं के मन में माध्यम के प्रति जुड़ाव कम होगा।

इसी प्रकार लिपि को भी लेखकों को ध्यान में रखना होगा। खासकर रेडियो और टीवी की पटकथा लिखते समय भी लिपि का मानक तय होना चाहिए। कभी-कभी आधे अक्षरों की जगह पर बिंदी का प्रयोग किया जाता है और कई जगहों पर आधे अक्षर ही लिखे जाते हैं जैसे-संबंध को कुछ माध्यम पटकथा में सम्बन्ध लिखते हैं। ऐसे ही हिन्दी को भी कई लेखक हिन्दी लिख देते हैं। इस प्रकार पाठकों की सुविधा के लिए मानकीकृत रूपों का ही प्रयोग करना चाहिए, जिससे भाषा में उन्हें दिक्कतें न हों।

अब बात व्याकरण की करते हैं। वर्तमान में संचार माध्यमों में कई प्रकार से लेखक अपनी पटकथा में ऐसे शब्दों का प्रयोग करते हैं जो व्याकरण की दृष्टि से काफी अशुद्ध होते हैं।

अंग्रेजी की पद्धति पर लिखे जाने वाले वाक्य हिन्दी की वाक्य संरचना से काफी भिन्न होते हैं। लेकिन लेखक इन शब्दों को प्रचलित और सरल बताकर प्रयोग करने से नहीं चूकते। हिन्दी में अपार शब्द भंडार होने के बावजूद लेखक अंग्रेजी के ऐसे शब्दों का प्रयोग करते हैं जिससे हिन्दी का मर्म ही खत्म हो जाता है। खासकर प्रिंट माध्यमों में व्याकरण की अशुद्धियों से भरी भाषा पाठक की रुचि खत्म कर देती है। वर्तमान में कई ऐसे अखबार निकाले जा रहे हैं जिसमें अंग्रेजी और हिन्दी को मिलाकर हिंग्लिश के रूप ने जन्म ले लिया है। हिन्दी में जो शब्द चलन में नहीं हैं उनकी जगह पर अंग्रेजी के शब्दों का प्रयोग किया जा सकता है, लेकिन अगर हिन्दी में ही उसका सहज और सरल रूप मौजूद है तो अंग्रेजी के शब्द की कोई जरूरत नहीं महसूस होनी चाहिए। अब हिन्दी में राष्ट्रीय स्तर की पत्र-पत्रिकाएं पूर्ण विराम के स्थान पर डॉट चिन्ह का प्रयोग कर रही हैं। पूर्ण विराम, अल्प विराम, अर्द्धविराम, प्रश्नवाचक, विस्मयादिबोधक, निर्देशक, कोष्ठक, उपविराम आदि चिन्हों के सही प्रयोग से पाठकों को पढ़ने में अरुचि नहीं होती। रेडियो और टीवी में

एंकर के लिए ये सारी चीजें काफी जरूरी हैं वरना अर्थ का अनर्थ होने का खतरा हो सकता है। लेखक को व्याकरण की दृष्टि से सजगता बरतनी होगी वरना आम पाठक को भ्रमित जानकारीयां मिलने का खतरा रहेगा।

रेडियो और टीवी में एंकर द्वारा किए गए उच्चारणों से श्रोताओं और दर्शकों के मन पर गहरी छाप पड़ती है, लेकिन अगर इसे कुछ गलत उच्चारित किया जाए तो इससे माध्यम की प्रतिष्ठा पर असर पड़ता है। कभी-कभी पटकथा लेखक ऐसे शब्दों का प्रयोग करता है जो कि एंकर के लिए काफी नए होते हैं। ऐसे में वह उच्चारण करने में गड़बड़ा जाता है जिससे कार्यक्रम का स्वाद बिगड़ने का खतरा बना रहता है। इसके लिए एंकर को भाषा का इतना ज्ञान होना आवश्यक है जिससे वह शब्दों का उचित उच्चारण कर सके। हालांकि पत्रकारिता में आम फहम की भाषा प्रयोग होती है, ऐसे में लेखक को अपनी पटकथा में हिन्दी, अंग्रेजी और उर्दू के ऐसे शब्दों का प्रयोग करना चाहिए जो उसकी बोलचाल में आते हों। अक्सर जल्दबाजी में बोले जाने वाले शब्दों का उच्चारण ठीक न होने से दर्शकों पर विपरीत असर पड़ता है। कभी-कभी हेतु को एंकर हेतू बोल देता है या फिर जूठा को झूठा। ऐसे में दर्शकों और श्रोताओं को भ्रम होना लाजिमी है। शब्दों का मानक उच्चारण होने से ही किसी कार्यक्रम को सफल बनाया जा सकता है।

**3. दृश्यात्मकता-** जन संचार की भाषा में दृश्यात्मकता का गुण होना जरूरी है। पाठक अगर अखबार पढ़ रहा है या फिर वह रेडियो के माध्यम से कोई कहानी सुन रहा है तो उसके मन मस्तिष्क में ऐसे दृश्य उपस्थित हो जाएं जिससे स्टोरी अपने आप स्पष्ट हो जाए। ऐसे स्थिति पैदा करने का पूरा दारोमदार लेखक पर होता है। शब्दों का चयन करते समय उसे ध्यान रखना होगा कि पाठक या श्रोताओं के दिमाग में घटना चित्रित हो जाए। खबरों के अलावा फीचर, डॉक्यूमेंट्री, कमेंट्री, उद्घोषणा आदि के समय अगर लेखक भाषा में ऐसे शब्दों का प्रयोग करे जो पाठकों और श्रोताओं के मन में चित्र की अनुभूति ला दे और भी अच्छा होगा। ऐसे में भाव, विचार, पात्र, प्रसंग, विषय या विधा के अनुकूल लिखी गई भाषा ही जन संचार की सच्ची भाषा होगी।

---

## 6.5 संचार की भाषा का स्वरूप:

---

जैसे-जैसे संचार माध्यमों और संसाधनों में बदलाव हो रहा है, उसी के अनुसार संचार की भाषा भी अपना चोला बदल रही है। समाचार पत्रों के साथ आकाशवाणी की प्रतिस्पर्धा और आकाशवाणी के साथ दूरदर्शन और दूरदर्शन के साथ विभिन्न चैनलों की प्रतिस्पर्धा के कारण हिन्दी की मानकता पर ही सवाल उठने लगे हैं। अब एक नई

हिन्दी संचार माध्यमों का संबल बन रही है। वर्तमान युग में इसके नए स्वरूप पर विचार करने की आवश्यकता समझी जा रही है।

पहले बात समाचार पत्रों की करते हैं। जैसा कि पूर्व में बताया जा चुका है कि अखबार आम पाठकों तक पहुंचता है और उसकी भाषा ऐसी होनी चाहिए जिसे आम आदमी आसानी से समझ सके। पत्रिकाओं में भी मानक हिन्दी का प्रचलन है। खासकर साहित्य, संस्कृति, धर्म व अध्यात्म आदि विषयों पर छपने वाली सामग्री भी मानक हिन्दी में होती है। हालांकि समाचार पत्रों में हिन्दी के अलावा अंग्रेजी के भी प्रचलित शब्दों का भरपूर प्रयोग किया जाता है जिससे पाठकों को समझने में आसानी रहे। इससे साफ है कि अंग्रेजी के शब्दों के प्रयोग से मानक हिन्दी को कोई खतरा नहीं होता है। और तो और अगर मानक हिन्दी से कोई उम्मीद करे कि उसमें बाहरी शब्दों की मिलावट नहीं होगी तो यह बात बेमानी है।

भाषा में भी मिला-जुला मिश्रण बना रहेगा, इसे नकारा नहीं जा सकता। कुछ पत्र-पत्रिकाओं में जो विज्ञापन प्रकाशित हो रहे हैं उनमें भाषा खिचड़ी हो गई है। जैसे-एलजी मोबाइल का विज्ञापन देखिए- *गाता रहे मेरा फोन। पेश करते हैं बी-2050 जिसमें हैं 5 सुपरहिट प्री-लोडेड गाने।* हिन्दी पत्र-पत्रिकाओं में शुद्ध हिन्दी में भी विज्ञापन निकलते हैं, मिश्रित हिन्दी या हिंगलिश में भी बहुत सारे विज्ञापन अंग्रेजी भाषा में भी छपते हैं। हिन्दी पत्र-पत्रिकाओं में वर्गीकृत विज्ञापनों की भाषा ज्यादातर हिन्दी है।

टेंडर, सरकारी सूचनाएं भी हिन्दी में ही ज्यादा प्रकाशित होती हैं, लेकिन इनमें भी जरूरत के हिसाब से अंग्रेजी शब्दों को डाला जाता है। इसी का परिणाम है कि विज्ञापनों की भाषा का स्वरूप भी लगातार बदल रहा है। इनसे शुद्ध हिन्दी की अपेक्षा करना निरर्थक है। विज्ञापनों की बदौलत ही पत्र पत्रिकाओं का अस्तित्व है। कमाई के स्रोत पर पत्र-पत्रिकाओं का कोई नियंत्रण नहीं होता। पत्रकारिता और भाषा के कई विद्वान मानते हैं कि हिन्दी में कई अखबार और पत्रिकाएं जो निकल रही हैं, उनका मूल उद्देश्य हिन्दी भाषा की दशा और दिशा सुधारना नहीं है बल्कि पूंजी कमाना है। पूंजी के जरिए सत्ता केन्द्र के इर्द-गिर्द रहना उनका उद्देश्य है। हिन्दी की सेवा तो गौण है। अनेक नामचीन पत्र-पत्रिकाओं के नाम भी विशुद्ध हिन्दी में नहीं हैं, जैसे नवभारत टाइम्स, इंडिया टुडे, आउटलुक आदि। जो पत्र-पत्रिकाएं अपने में हिन्दी प्रेम का दंभ भरते हैं उनके कई कॉलम भी अंग्रेजी नामों से छपते रहते हैं। देखा जाए तो हिन्दी का बाजार बहुत

मजबूत है। व्यावसायिक घरानों की मजबूरी है कि वे अपने विज्ञापन हिन्दी में निकालें। हिन्दी की जड़ें काफी मजबूत हैं और किसी के पास इतनी ताकत नहीं कि उसको समूल नष्ट कर सके।

अब रेडियो भाषा की प्रकृति पर नजर डालें। श्रव्य माध्यम में श्रोताओं का हर तरह का वर्ग होता है। इसमें अशिक्षित से लेकर पूर्ण शिक्षित लोग मौजूद होते हैं। रेडियो में प्रसारण की भाषा को इतना सरल होना चाहिए कि उसे जो भी सुने वह गुने भी। हर शब्द उसकी समझ में आ जाए। आकाशवाणी के लिए समाचार हो या वार्ता, नाटक हो या अन्य किसी विधा का कार्यक्रम, सभी में भाषा की प्रकृति सरल, सहज, सुगम और स्पष्ट होनी चाहिए। प्रसारण की भाषा के लिए जरूरी बातें--

- बोलचाल की भाषा के शब्दों का प्रयोग करें, जिन्हें अशिक्षित व्यक्ति भी आसानी से समझ सकें।
- वाक्य छोटे, सरल, शुद्ध तथा रोचक हों।
- प्रत्येक वाक्य अपने में पूर्ण तथा परिशुद्ध हो।
- वाक्य सुलझे और आडंबर रहित हों।
- विचारों को प्रसारित करने से पहले श्रोताओं के स्तर का ध्यान करें।
- श्रोताओं पर विद्वता की धाक जमाना अनुचित होगा।
- समय सीमा के अंदर ही समाप्त होने वाले कार्यक्रम दिए जाएं।
- समाचारों का लेखन छोटा किंतु पूर्ण हो, जिससे बीच में समाप्त होने की स्थिति में समाचार पूरा हो जाए।
- समाचारों का सार-संक्षेप प्रथम वाक्य में होना चाहिए और बाद में उसका विस्तार का क्रम रखना चाहिए।
- समाचार रचना में सिद्धांततः क्या, क्यों, कब, कहां, किसने तथा कैसे जैसी ककारों का प्रयोग करना चाहिए।

आकाशवाणी में ज्यादातर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों की भाषा तो मानक हिन्दी में है, लेकिन फिल्म, संगीत और विज्ञापनों का स्तर यहां भी बदल गया है। आकाशवाणी में चूंकि सरकारी नीति-रीति का पालन किया जाता है, ऐसे में मानकीकृत हिन्दी का प्रयोग लाजिमी है। लेकिन प्रायोजित कार्यक्रमों में हिन्दी का स्तर वैसा नहीं होता। खासकर फिल्म और संगीत में भाषा का खिचड़ी स्तर मिल रहा है। पुराने फिल्मी गीतों में तो विशुद्ध हिन्दी की मिठास मिलती है लेकिन नए दौर के हिन्दी गीतों में अंग्रेजी शब्दों की भरमार हो रही है। इन गीतों में युवा पीढ़ी के लोगों की

काफी रुचि है। हालांकि आकाशवाणी को आत्मनिर्भर होने के लिए धनार्जन की जरूरत है और ऐसे में विज्ञापन प्रसारित करना उसकी विवशता है। इसी के चलते विज्ञापनदाता भी मनमाने ढंग से विज्ञापन बनवाते हैं और उसकी भाषा के साथ प्रयोग करते हैं। ग्राहकों को सामानों के बारे में जो जानकारी मिलती है उसमें अंग्रेजी और हिन्दी की मिश्रित भाषा का कमाल होता है। रेडियो को चूंकि अब पैसा चाहिए, इसलिए मनमाना विज्ञापन प्रसारित कराने की मजबूरी हो गई है। हालांकि इतने दबावों के बावजूद रेडियो की भाषा अब भी काफी हद तक शुद्ध है।

दूरदर्शन और निजी टीवी चैनलों के प्रचार-प्रसार से हिन्दी को नई चेतना मिली और उसका व्यापक प्रभाव क्षेत्र तैयार हुआ। हिन्दी भाषियों के बीच उद्योगपतियों की पैठ से हिन्दी के चार चांद लग गए। हिन्दी के साथ उर्दू जैसी भाषा का भी प्रसार टीवी चैनलों की वजह से ज्यादा हुआ। एशिया के कई देशों में हिन्दी और उर्दू की अच्छी पैठ बन गई है। बड़ी कंपनियों ने हिन्दी के जरिए बाजार में अच्छी पैठ बनाई है। अब सवाल उठता है कि टीवी में प्रयोग हो रही हिन्दी का स्वरूप कैसा है। टीवी नागरिकों को मनोरंजनपरक कार्यक्रम दिखाने के अलावा सूचना देने का कार्य करता है।

दूरदर्शन सरकारी नियंत्रण में है, इसलिए उसकी भाषा मानक हिन्दी के आसपास है। जहां तक सैटेलाइट चैनलों की बात करें तो उनमें भी सूचनाएं मानक हिन्दी में ही होती हैं। कुछ चैनल अपनी भाषा में अंग्रेजी शब्दों का बहुतायत में प्रयोग करते हैं। उनका तर्क है कि उनके ज्यादातर दर्शक विदेशी पृष्ठभूमि वाले हैं। इसके अलावा चैनलों में जो भी मनोरंजक कार्यक्रम पेश किए जा रहे हैं उनकी भाषा भी खिचड़ी है। कुल मिलाकर हिंदी हिंगलिश के चंगुल में लगती है। मानक हिन्दी का प्रयोग न के बराबर हो रहा है। बात फिल्मों की करें तो भी भाषा में पहले लोकरंग का पुट रहता था। इसके बाद आंचलिकता को स्थान मिला और इससे फिल्मों की लोकप्रियता भी बढ़ी। हालांकि लोकरंग के कारण हिन्दी का स्वरूप यथावत बना रहा, लेकिन भाषा में अंग्रेजी शब्दों की भरमार हो गई।

आधुनिक जन संचार माध्यमों में हिन्दी के विविध रूप और शैलियां प्रयोग में लाई जा रही हैं। डॉ. हरिमोहन ने इनका वर्गीकरण करते हुए चार प्रकार बताए हैं-

- मानक हिन्दी- सूचना प्रधान कार्यक्रमों में इसका प्रयोग ज्यादा होता है।
- बोलचाल की हिन्दी- स्थानीयता का पुट रहता है, आंचलिक शब्दावली का प्रयोग होता है, गीतों में विविधता होती है।

- अंग्रेजी-हिन्दी मिश्रित-इसे हिंग्लिश नाम दिया गया है।
- हिन्दी की अन्य भारतीय भाषाओं की शब्दावली मिलाकर बनी हिन्दी। इसमें तमिल, गुजराती और बंगला प्रमुखता से शामिल हैं। फिल्मी गीतों में इसके प्रयोग काफी मिलते हैं।

वस्तुतः यह कहा जा सकता है कि समाचार पत्रों, पत्रिकाओं, आकाशवाणी, दूरदर्शन, टीवी चैनलों पर समाचार एवं सूचना प्रधान सामग्री का स्वरूप तो मानक हिन्दी है, लेकिन मनोरंजन प्रधान कार्यक्रमों और विज्ञापनों की भाषा मानक हिन्दी नहीं है। कहीं पर स्थानीय बोलियां हावी हैं तो कहीं अंग्रेजी की भरमारा।

---

## 6.6 अभ्यास प्रश्न :

---

प्रश्न 1. मनुष्य अपनी अनुभूतियों को कैसे प्रकट करता है?

प्रश्न 2. जन संचार की भाषा की क्या-क्या विशेषताएं होनी चाहिए?

प्रश्न 3. भाषा के मानकीकरण से क्या तात्पर्य है?

प्रश्न 4. जन संचार में भाषा की सरलता से आप क्या समझते हैं ?

प्रश्न 5. रेडियो की भाषा कैसी होनी चाहिए?

प्रश्न 6. हिंदी में प्रसारित हो रहे किन्हीं दो धारावाहिकों में पात्रों द्वारा बोले जा रहे संवादों का अध्ययन कीजिए? हिंदी शब्दों का प्रयोग कितना करते हैं, ये जांचिए?

प्रश्न 7. टीवी चैनलों में दिखाए जाने वाले विज्ञापनों की भाषा का मूल्यांकन कीजिए?

प्रश्न 8. बहुविकल्पीय प्रश्न:

1. इनमें से कौन सा शब्द सही है-

अ-आशिर्वाद                      ब-आशीर्वाद

स-आसीर्वाद                      द-आशीर्वाद

2. रेडियो-टीवी पर सूचनाओं में प्रयोग होती है-

अ-मानक हिन्दी    ब-अंग्रेजी मिश्रित हिन्दी

स-अंग्रेजी                      द-इनमें से कोई नहीं

3. विज्ञापनों की भाषा में जोर दिया जाता है-

अ-अंग्रेजी पर                      ब-हिन्दी मिश्रित अंग्रेजी पर

स-देशज भाषा पर द-इनमें से कोई नहीं

4. परंपरागत जन माध्यम हैं!

अ-रेडियो

ब-लोकगीत

स-समाचार पत्र

द-टेलीविजन

---

## 6.7 सारांश:

मनुष्य एक सामाजिक प्राणी है। वह जिस समाज में रहता है उसी के आचार-विचार को अपनाता है। अपने मनोभावों को व्यक्त करने के लिए वह भाषा का सहारा भी लेता है। यह भाषा उसे अपने परिवेश से मिलती है। उसके परिवेश में जनसंचार माध्यमों का विस्तृत दायरा विद्यमान है। ये माध्यम ही मनुष्य के आसपास के वातावरण का अध्ययन करके उसके सरल और सहज रूप को लोगों के सामने रखते हैं। चाहे अखबार हो या रेडियो, टीवी हो या कंप्यूटर, हर जगह भाषा का अपना महत्व है। विद्वान यह मानते हैं कि भाषा बोधगम्य और सहजबोध वाली हो जिससे लोगों में भ्रम न पैदा हो और उन्हें जानकारीयां आसानी से उपलब्ध हो सकें। इस इकाई में जन संचार माध्यमों की भाषा की विशेषताओं के अलावा उनके स्वरूप पर भी प्रकाश डाला गया है।

---

## 6.8 शब्दावली :

**सहजबोध:** भाषा में प्रयोग किए शब्द जब दर्शकों, श्रोताओं और पाठकों को आसानी से समझ में आते हैं।

**मानकीकरण:** किसी भी भाषा को कसौटी पर कसने के लिए कुछ स्तर निर्धारित किए जाते हैं, जिससे मानकीकरण का बोध होता है।

**जन माध्यम:** विचारों को दूसरों तक पहुंचाने वाला।

---

## 6.9 संदर्भ ग्रंथ सूची :

1. उपाध्याय, डॉ अनिल कुमार, पत्रकारिता और जनसंचार: सिद्धांत एवं विकास, भारती प्रकाशन, वाराणसी, (2008)

2. अरोड़ा, डॉ हरीश, जनसंचार, युवा साहित्य चेतना मंडल, श्रीनिवासपुरी,  
नई दिल्ली, (2007)

---

### 6.10 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री:

---

1. वत्स, डॉ जितेंद्र, डॉ किरणबाला, (2009), जनसंचार माध्यम और सर्वांग, अमर प्रकाशन, लोनी, गाजियाबाद
2. बैरन, डेविस (2006), मास कम्यूनिकेशन थ्योरी, थॉमसन-वर्ल्ड्सवर्थ,

---

### 6.11 निबंधात्मक प्रश्न:

---

1. जनसंचार माध्यमों में उत्कृष्ट लेखन के लिए लेखक को क्या-क्या सावधानियां बरतनी होंगी?
2. महिलाओं और बच्चों के लिए लेखन में लेखक को किस बात पर ज्यादा जोर देना चाहिए?
3. अखबारों में समाचारों की भाषा और संपादकीय पेज की भाषा के अंतर को उदाहरण देकर समझाएं?
4. जन संचार में भाषा के मानकीकरण को उदाहरण देकर समझाइए?

## इकाई-07

---

### अंतरराष्ट्रीय संचार

---

#### इकाई की रूपरेखा :

- 7.1 प्रस्तावना
- 7.2 उद्देश्य
- 7.3 अंतरराष्ट्रीय संचार: अर्थ, परिभाषा और अवधारणा
- 7.4 अंतरराष्ट्रीय समाचार एजेंसियां, बिग फोर और भारतीय समाचार एजेंसियां
  - 7.4.1 एएफ़पी
  - 7.4.2 एसोसिएटेड प्रेस(एपी)
  - 7.4.3 रॉयटर्स
  - 7.4.4 भारतीय समाचार एजेंसियां- पीटीआई, यूएनआई
  - 7.4.5 अंतरराष्ट्रीय समाचार संगठन
- 7.5 नई विश्व सूचना और संचार व्यवस्था
  - 7.5.1 यूनेस्को और एनवाइको(NWICO)
  - 7.5.2 मैकब्राइड आयोग
  - 7.5.3 आयोग की रिपोर्ट और सिफारिशें
- 7.6 अंतरराष्ट्रीय संचार में समकालीन प्रवृत्तियां
- 7.7 सारांश
- 7.8 अभ्यास प्रश्न
- 7.9 शब्दावली
- 7.10 संदर्भ ग्रंथ सूची
- 7.11 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री
- 7.12 निबंधात्मक प्रश्न

---

## 7.1 प्रस्तावना :

---

अंतरराष्ट्रीय संचार संस्कृतियों और राजनीति शास्त्र के बीच घटित होने वाला संचार है। अंतरराष्ट्रीय संचार में राजनैतिक, आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक और सैन्य मामले सब कुछ निहित है।

ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य में अंतरराष्ट्रीय संचार की कोशिशें हम रोमन साम्राज्य के दिनों से देख सकते हैं जब भूगोल में ज्यादा से ज्यादा हिस्से पर क्रब्जे की लड़ाई के लिए रोमन शासकों ने क्या कदम उठाए। वृहद व्यापार भी इसका एक लक्ष्य था और इसके लिए संचार गतिविधियों के रूप में संदेशवाहकों और लिखित पाठ इस्तेमाल किए गए।

अंतरराष्ट्रीय व्यापार ने अंतरराष्ट्रीय संचार को भी एक गति दे दी और दोनों एक दूसरे के पूरक बनते गए। फिर दौर आया टेलीग्राफ़ का। तार ने संचार की प्रणाली में बड़े बदलाव किए और विकसित देशों को व्यापारिक और सैन्य लिहाज से और सुदृढ़ किया। तार के साथ साथ अखबारों ने भी बड़ी भूमिका निभाई और एक बड़ा नेटवर्क अखबारों का भी बना। इसी नेटवर्क को सूचना की सप्लाई के एवज में समाचार एजेंसियों का जन्म हुआ और 19वीं सदी के मध्य में एक के बाद एक समाचार एजेंसियां सामने आईं। 1835 में फ्रांस में हवास(Havas) ऐसी ही एक समाचार एजेंसी थी जिससे एएफपी(AFP) का जन्म हुआ। 1849 में जर्मन एजेंसी वोल्फिन आई और 1851 में ब्रिटेन में रॉयटर्स की स्थापना की गई। ये तीनों अंतरराष्ट्रीय स्तर पर काम कर रहीं एजेंसियां थी और तीनों को अपने अपने देश की सरकारों से मदद हासिल होती थीं।

---

## 7.2 उद्देश्य :

---

अंतरराष्ट्रीय संचार पर केंद्रित इस इकाई का उद्देश्य छात्रों को इसके अर्थ, परिभाषा, दायरे और विभिन्न आयामों से परिचित कराना है। अंतरराष्ट्रीय संचार का महत्त्व, आज के सूचना प्रौद्योगिकी के दौर में इसकी प्रासंगिकता और उपयोगिता पर भी हम प्रकाश डालेंगे। अंतरराष्ट्रीय सूचना एजेंसियां क्या हैं और अंतरराष्ट्रीय संचार से उनका संबंध क्या है, यह बताया जाएगा। सूचना और समाचार के अंतरराष्ट्रीय प्रवाह में संयुक्त राष्ट्र की भूमिका, विशेषकर यूनेस्को का योगदान, बड़े देशों के रवैये और विकासशील देशों की सूचना प्रवाह को संतुलित बनाने की कोशिशों की भी चर्चा की जाएगी। इस संबंध में अंतरराष्ट्रीय सूचना प्रवाह और नई विश्व सूचना और संचार व्यवस्था की

अवधारणाओं के बारे में जानेंगे नई सूचना व्यवस्था को लेकर संयुक्त राष्ट्र की संस्था यूनेस्को के तत्वाधान में मैकब्राइड आयोग के गठन और उसकी सिफारिशों का उल्लेख किया जाएगा। अंतरराष्ट्रीय संचार से जुड़ी समकालीन प्रवृत्तियों के बारे में भी इस इकाई में हम जानेंगे। खासकर अंतरराष्ट्रीय समाचार संगठन, विश्व सिनेमा, प्रकाशन जगत और अन्य सांस्कृतिक गतिविधियों के बारे में।

---

### 7.3 अंतरराष्ट्रीय संचार: अर्थ और अवधारणा :

---

अंतरराष्ट्रीय संचार, अंतरराष्ट्रीय सीमाओं को लांघता एक ऐसी संचार व्यवस्था है जिसमें पारंपरिक रूप से सरकारों के बीच परस्पर सूचना आदान प्रदान की प्रक्रिया चलती है, इसमें कुछ शक्तिशाली राज्य संचार के अजेंडे को निर्धारित करते रहते हैं।

अंतरराष्ट्रीय संचार से आशय संचार के सांस्कृतिक, आर्थिक, राजनैतिक, सामाजिक और तकनीकी आकलन और मीडिया पैटर्न और राष्ट्र-राज्यों के बीच और उनके पार होने वाले प्रभावों से है। यह मीडिया और संचार पद्धतियों और तकनीकियों के वैश्विक पहलुओं पर फोकस करता है लिहाजा राष्ट्रीय या स्थानीय पहलुओं या मुद्दों पर इसका उतना ध्यान नहीं जाता।

अंतरराष्ट्रीय संचार, संचार और मीडिया अध्ययनों के क्षेत्र में एक एक जटिल और तेजी से उभरती सब फ़ील्ड है। इसमें संस्कृति और सांस्कृतिक उत्पादीकरण यानी कमोडिटीकरण(सांस्कृतिक उत्पाद को कमोडिटी में बदल देना), विश्व भर में फैले मीडिया साम्राज्यों के समाचार प्रसारण और सूचना के प्रसार और इन प्रक्रियाओं की रोशनी में विकासशील देशों की चुनौतियां शामिल हैं। नई विश्व सूचना व्यवस्था (NWIO-न्यू वर्ल्ड इंफ़ोर्मेशन ऑर्डर) के संदर्भ में, अंतरराष्ट्रीय संचार सत्ता और टेक्नोलजी की प्रक्रिया के सवाल उठाता है। सेंसरशिप और मानवाधिकार के सवाल भी उठते हैं। टेक्नोलजी के संदर्भों में ये टीवी सैटेलाइट प्रसारण और राष्ट्र राज्य की भूमिका, सूचना की आजादी और तकनीकी की आजादी के सवाल भी उठाता है। ट्रांसनेशनल(पराराष्ट्र) संचार के नए औजारों की छानबीन भी यह करता है। यूनेस्को, दूसरी संयुक्त राष्ट्र एजेंसियों और स्वयंसेवी या गैरसरकारी संगठनों के स्वरूप और कामकाज पर भी ये झलक पेश करता है।

दो परस्पर जुड़ी घटनाओं के चलते अंतर्संबंधों, समन्वयों को देखने और जांचने के ग्लोबल नज़रिए में बदलाव आया। पहला वाक्या था शीत युद्ध की समाप्ति और उससे आने वाले बड़े बदलाव। जिसमें यूरोप का राजनैतिक रिप्लानमेंट एक है। दूसरी घटना है बढ़ती हुई वैश्विक निर्भरता यानी विश्व आर्थिकी का विस्तार। भूमंडलीय मंदी ने दिखाया कि बड़ी से बड़ी अर्थव्यवस्था जैसे अमेरिका और छोटी से छोटी अर्थव्यवस्था आइसलैंड के बीच आर्थिक अंतर्निर्भरता है। लेकिन ये पारस्परिक निर्भरता महज़ आर्थिक ओरिएंटेशन नहीं है, इसका एक सांस्कृतिक आयाम भी है और राजनैतिक भी और यही अंतरराष्ट्रीय संचार की पेचीदगियों को समझने का रास्ता भी मुहैया कराता है।

---

#### 7.4 अंतरराष्ट्रीय समाचार एजेंसियां, बिग फ़ोर और भारतीय समाचार एजेंसियां:

---

यूनेस्को की परिभाषा के मुताबिक, “समाचार एजेंसी वह अंडरटैकिंग या उपक्रम है अपने किसी भी वैधानिक स्वरूप में जिसका प्रमुख उद्देश्य समाचार और समाचार सामग्री इकट्ठा करना है जिसका एकमात्र लक्ष्य है तथ्यों को अभिव्यक्त या प्रस्तुत करना, और समाचार उद्यमों के समूह को यह सामग्री वितरित करना, और नितांत अपवादस्वरूप उन निजी व्यक्तियों को भुगतान और अन्य व्यापार नियमों के तहत यथासंभव संपूर्ण और निष्पक्ष समाचार सेवा मिल सके।”

लेकिन आज के दौर में यह परिभाषा उपयुक्त नहीं जान पड़ती क्योंकि अंतरराष्ट्रीय समाचार एजेंसियां विशालकाय निगमों में बदल गई हैं जिनके पास अपार मुनाफा और उसकी निरंतर विकसित होती गुंजायशें हैं। वे अब वित्तीय और बाजार के आंकड़ें भी अपनी ग्राहक कंपनियों और संस्थानों को उपलब्ध कराती हैं और ये उनके कारोबार का प्रमुख आकर्षण बन गया है। इन एजेंसियों के पास समाचार उद्यमों से ज्यादा व्यवसायिक उद्यम बतौर ग्राहक हैं। कुछ एजेंसियां सिर्फ टेक्स्ट यानी पाठ या मुद्रित शब्द ही सप्लाई नहीं करती वे ऑडियो, वीडियो, फोटोग्राफी और हर किस्म के आंकड़े उपलब्ध कराने के बिजनेस में हैं।

अंतरराष्ट्रीय समाचार एजेंसियों का स्वरूप बदल गया है और उनका सूचना संकलन भी संपूर्ण और निष्पक्ष नहीं रहा है जैसा कि यूनेस्को ने चाहा था। उनकी खबरों में व्यवसाय या बड़े देशों के हित सर्वोपरि हैं और यूनेस्को की कोशिशों के बावजूद इन एजेंसियों के जरिए सूचना प्रवाह के असंतुलन को दुरुस्त नहीं किया जा सका है। 1990 के बाद आर्थिक उदारवाद और भूमंडलीकरण के दौर में तो मुक्त सूचना प्रवाह के हवाले से एक सूचना विस्फोट का

माहौल बन गया है। ये विस्फोट उपभोक्तावादी समाज में है लेकिन इसकी उत्पत्ति के सभी कारक बड़े और संसाधन संपन्न देशों में निर्मित हुए हैं।

## बिग फोर

प्रमुख परराष्ट्रीय या अंतरराष्ट्रीय समाचार एजेंसियों में 90 के दशक से पहले तक बिग फोर की ही गूंज थी और उनका सिक्का समाचार संकलन और वितरण के बाजार में चलता था।

ये थे- ब्रिटेन की रॉयटर्स, अमेरिका की एपी(एसोसिएटेड प्रेस), फ्रांस की एएफपी (एजेंसे फ्रांस प्रेसे) और अमेरिका की ही यूपीआई(यूनाईटेड प्रेस इंटरनेशनल)। 1980 के दशक के आखिरी दिनों में यूपीआई का बोलबाला कम होता गया। अंतरराष्ट्रीय तौर पर इसकी पहचान कम हुई। समाचार संकलन और वितरण में कटौती आई, नेटवर्क भी कम हो गया और 90 के बाद ये अमेरिका में एक तरह से घरेलू समाचार एजेंसी के रूप में ही सिमटती चली गई। यूपीआई ने लेकिन इंटरनेट संस्करण में अपना अंतरराष्ट्रीय समाचार संकलन का काम जारी रखा।

मौजूदा समय में अंतरराष्ट्रीय स्तर पर तीन एजेंसियों का ही बोलबाला है- एपी, रॉयटर्स और एएफपी। बिग फोर अवधारणा तो अब नहीं रही लेकिन इन तीनों एजेंसियों को चुनौती देने के लिए खाड़ी क्षेत्र से यानी पश्चिम एशिया से तेज़ी से एक समाचार नेटवर्क का उदय 1996 में खाड़ी देश क्रतर से हुआ- अल जज़ीरा नेटवर्क। शुरुआत में ये एक अरबी टीवी समाचार चैनल था लेकिन धीरे धीरे इसकी लोकप्रियता बढ़ती गई और अंतरराष्ट्रीय समाचार प्रतिस्पर्धा में अपने निष्पक्ष और अमेरिकी दबाव से मुक्त कवरेज में इसे इतनी लोकप्रियता मिली कि किसी भी बड़ी घटना के मामले में अल जज़ीरा का रुख देखा जाने लगा। ये नेटवर्क अब अंग्रेजी में भी है। मल्टीमीडिया स्तर पर फैले इस नेटवर्क ने कम समय में अपनी पकड़ बनाई है और एजेंसी का स्वरूप न होने के बावजूद, अंतरराष्ट्रीय मीडिया हल्कों में इस नेटवर्क से जारी प्रेस वक्तव्यों और खबरों ने सारी दुनिया का ध्यान अपनी ओर खींचा है।

अन्य महत्वपूर्ण अंतरराष्ट्रीय समाचार एजेंसियां हैं- जर्मनी की डीपीए (डॉयचे प्रेसे आजेण्टुर), रूस की इतार-तास(टेलीग्राफनोय एजेंत्स्वो सोवेत्सकावो सोयूसा), मिस्र की मेना( मिडल ईस्ट न्यूज़ एजेंसी) आदि।

### 7.4.1 एएफपी(AFP) :

---

एएफपी, हवास नाम की समाचार एजेंसी की उत्तराधिकारी है जो 1835 में अस्तित्व में आई थी। कई फ्रांसीसी अखबार और फ्रांस की सरकार इस एजेंसी को आर्थिक मदद मुहैया कराती है। पूरी दुनिया में एएफपी के सूचना तंत्र का

वृहद संजाल है जिसमें रिपोर्टर, फोटोग्राफर, स्ट्रिंगर आदि शामिल हैं। प्रथम विश्व युद्ध से पहले, हवास नाम की ये एजेंसी मूल रूप से अनुवाद का काम करती थी। और विभिन्न समाचार पत्रों को अनुदित सामग्री उपलब्ध कराती थी लेकिन धीरे धीरे इसने समाचार संकलन और वितरण की ओर रुख किया। ये भी खास बात है कि दुनिया की दो और प्रतिष्ठित समाचार एजेंसियों के मालिकों ने इसी एजेंसी से काम शुरू किया था। पॉल जुलियस रॉयटर और बर्नार्ड वुल्फ। रॉयटर ने ब्रिटेन में और वुल्फ ने जर्मनी में समाचार एजेंसी शुरू की और खासे सफल रहे। आज रॉयटर अपने नेटवर्क के हिसाब से दुनिया की सबसे बड़ी समाचार एजेंसी बन गई है।

एएफपी के ग्राहकों में दस हजार से ज्यादा अखबार और 70 छोटी एजेंसियां हैं। डेढ़ सौ से ज्यादा देशों में एएफपी संचालित की जाती है और इसके पास 110 विदेश ब्यूरो का नेटवर्क है। करीब 200 फुलटाइम संवाददाताओं और 500 से ज्यादा स्ट्रिंगरों यानी पार्ट टाइम रिपोर्टरों की मदद से एएफपी के भेजे समाचार दुनिया भर के मीडिया संस्थानों में इस्तेमाल किए जाते हैं।

#### 7.4.2 एपी :

---

अमेरिकी के न्यूयार्क में छह प्रमुख अखबारों ने मिलकर कॉर्पोरेटिव प्रयत्न के रूप में एक उपक्रम का गठन 1848 में किया। इसे नाम दिया गया- एसोसिएटड प्रेस(एपी)। 1900 में ही एपी को समाचार संकलन की प्रतिस्पर्धा में पुख्ता जमीन हासिल हो पाई, उससे पहले इस बाजार पर एएफपी, रायटर्स और जर्मन एजेंसी वुल्फ का ही एकाधिकार सरीखा था, और विदेशों में एपी को अपनी खबरों के लिए ग्राहक नहीं मिल रहे थे। 1934 तक यही स्थिति रही फिर एपी के ट्रैफिक प्रमुख केंट कूपर की मेहनत रंग लाई और एपी ने इस वर्चस्व को तोड़ने में सफलता पाई और जल्द ही अपनी जगह बना ली। एपी के सौ से ज्यादा देशों में ब्यूरो हैं। पांच हजार से ज्यादा संवाददाता और सैकड़ों स्ट्रिंगरों की बदौलत एपी दुनिया के 1300 अखबारों, टीवी कैमरा और वीडियो सेवा- एपीटीएन(एसोसिएटड प्रेस टेलीविजन न्यूज) की मदद से 3400 प्रसारकों और एक हजार निजी ग्राहकों को अपनी सेवाएं पहुंचाती है।

#### 7.4.3 रॉयटर्स या थॉमसन रॉयटर्स :

---

2008 तक रायटर्स समाचार एजेंसी रॉयटर्स ग्रुप का उपक्रम थी। लेकिन 2008 में द थॉमसन कॉरपोरेशन ने रॉयटर्स ग्रुप का अधिग्रहण कर लिया, तबसे ये समाचार एजेंसी थॉमसन रॉयटर्स का हिस्सा मानी जाती है। इसकी अपनी वृहद ऑनलाइन सेवा भी है और कई दूसरे समाचार उपक्रम भी।

इस समय दुनिया में सबसे बड़ा समाचार संकलन एजेंसी नेटवर्क थॉमसन रॉयटर्स का ही माना जाता है। थॉमसन रॉयटर्स सबसे बड़ी अंतरराष्ट्रीय मल्टीमीडिया समाचार एजेंसी भी मानी जाती है जो विश्व समाचार के अलावा निवेश और व्यापार जगत की खबरें और वित्तीय बाजार की सूचनाएं और आंकड़े आदि जारी करती है। माना जाता है कि खबरों से ज्यादा रॉयटर्स की आय के स्रोत वित्तीय बाजार की खबरें, शेयर मार्केट के उछाल और आंकड़ें ही रहे हैं जिनके संकलन पर एजेंसी की रणनीतिक और प्रबंधकीय महारथ मानी जाती है।

पॉल जुलियस रॉयटर्स ने लंदन में 1851 में रॉयटर एजेंसी खोली थी। हजारों नियमित और गैरनियमित संवाददाताओं की मदद से 94 देशों के 200 शहरों में और करीब 20 भाषाओं में रॉयटर्स समाचार संकलित करती है। समाचार जगत में बीबीसी से पहले रॉयटर्स की अपनी प्रतिष्ठा रही है। अमेरिकी राष्ट्रपति अब्राहम लिंकन की हत्या की सबसे पहली खबर रॉयटर्स ने ही जारी की थी।

#### 7.4.4 भारतीय समाचार एजेंसियां :

---

20वीं सदी के शुरुआती वर्षों में भारतीय पत्रकार केसी रॉय ने भारत की पहली समाचार एजेंसी, प्रेस न्यूज ब्यूरो(पीएनबी) का गठन किया था। 1930 के दशक में एस सदानंद ने राष्ट्रीय समाचार एजेंसी बनाई जिसका नाम रखा गया फ्री प्रेस ऑफ इंडिया(एफपीआई) लेकिन ये एजेंसी दो साल ही चल पाई। लेकिन इसी एजेंसी से 1933 में यूनाइटेड प्रेस ऑफ इंडिया(यूपीआई) का जन्म हुआ। यह एजेंसी काफी सफल रही। आजादी मिलने तक, रॉयटर्स और यूपीआई ही भारतीय अखबारों के लिए समाचारों का मुख्य स्रोत थीं।

1949 में इंडियन और ईस्टर्न न्यूजपेपर सोसायटी ने अपनी एजेंसी शुरू की। नाम था- प्रेस ट्रस्ट ऑफ इंडिया(पीटीआई)। यूपीआई 1958 में परिदृश्य से गायब हो गई और पीटीआई ही अकेली एजेंसी रह गई। पीटीआई का पूरे देश में विशाल नेटवर्क है। हजारों पत्रकार यहां काम करते हैं। देश भर में फैले सैकड़ों दफ्तरो में रिपोर्टरों के अलावा स्ट्रिंगर्स और तकनीशियनों का एक भरापूरा अमला है। पीटीआई समाचार के अलावा वित्त जगत और शेयर बाजार की सूचनाएं और आंकड़ें भी जारी करती है। कई विदेशी समाचार एजेंसियों से उसका व्यवसायिक तालमेल है।

पीटीआई को यूं तो भारत में बड़ा दखल है लेकिन उसके वर्चस्व को कुछ कम करने की कोशिश की यूनाइटेड न्यूज ऑफ इंडिया(यूएनआई) नाम की समाचार एजेंसी ने। बीबीसी रॉय उसके संस्थापक थे। आकार में ये पीटीआई जितनी बड़ी और विशाल तो नहीं है लेकिन यूएनआई का भी अपना एक बाजार है और कई अखबार और संस्थान

उसके ग्राहकों में हैं। पीटीआई की तरह वित्त बाजार के लिए भी उसकी सेवा है। यूनीफिन( वित्तीय और बैंकिंग सेवा) और यूनिस्टॉक( स्टॉक एक्सचेंज के लिए सेवा)। पीटीआई की तरह यूएनआई की भी फोटोसर्विस है। पीटीआई की हिंदी सेवा का नाम भाषा है और यूएनआई की भी हिंदी सेवा है जिसका नाम है यूनिवार्ता।

#### 7.4.5 अंतरराष्ट्रीय समाचार संगठन :

अंतरराष्ट्रीय समाचार एजेंसियों के अलावा दुनिया के सूचना और समाचार प्रवाह के संकलन, उत्पादन और वितरण के व्यवसाय में कई अंतरराष्ट्रीय समाचार संगठन भी अस्तित्व में हैं। बीबीसी, वॉयस ऑफ अमेरिका, सीएनएन, डॉयचे वेले(जर्मन रेडियो), रेडियो जापान, चाइना रेडियो, रेडियो नीदरलैंड्स, रेडियो फ्रांस, अल जजीरा आदि ऐसे ही समाचार प्रसारण के संस्थान हैं।

ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कॉर्पोरेशन यानी बीबीसी ने सार्वजनिक प्रसारक के रूप में 1926 में शुरू की थी। ब्रिटिश संसद द्वारा स्वीकृत एक विशेष ग्रांट के तहत बीबीसी को वित्तीय मदद दी जाती है। बीबीसी का नेटवर्क पूरी दुनिया में फैला है। रेडियो और टीवी के संवाददाता तकरीबन सभी महाद्वीपों के प्रमुख देशों की राजधानियों में तैनात हैं। बीबीसी अंग्रेजी के अलावा 21 गैर यूरोपीय भाषाओं और 17 यूरोपीय भाषाओं में कार्यक्रम प्रसारित करता है। बीबीसी टीवी अंग्रेजी में 24 घंटों का टीवी नेटवर्क है जिसका पूरी दुनिया में सघन नेटवर्क है। बीबीसी की इंटरनेट सेवा भी अब अंतरराष्ट्रीय समाचार जगत में अपनी मजबूत जगह बना चुकी है। और अंग्रेजी, उर्दू और हिंदी समेत कई भाषाओं में बीबीसी ऑन लाइन सेवाएं करोड़ों लोगों द्वारा देखी जाती है।

जैसे ब्रिटेन के लिए बीबीसी का महत्त्व है वैसे ही अमेरिका की प्रमुख प्रसारण सेवा है वॉयस ऑफ अमेरिका(वीओए)। दूसरे विश्व युद्ध के बाद सोवियत संघ से शीत युद्ध के माहौल में अमेरिका में सूचना व्यवस्था को मजबूत और व्यापक बनाने का बीड़ा उठाया यूएसआईए यानी यूनाइटेड स्टेट्स इंफोर्मेशन एजेंसी ने। वीओए का गठन इसी केंद्रीय सेवा के तहत 1953 में किया गया था। अमेरिका की राजनीति, नीति और सामरिक सांस्कृतिक उद्देश्यों के प्रसारण का मुख्य मंच वीओए ही रहा है।

वीओए का प्रसारण दुनिया की 35 भाषाओं में किया जाता है। वीओए रेडियो की हिंदी सेवा भी लोकप्रिय रही है लेकिन कुछ वर्ष पहले इसे बंद कर दिया गया।

**जर्मन रेडियो** की हिंदी सेवाओं को भी बंद कर दिया गया है। अब यह ऑनलाइन यानी इंटरनेट पर उपलब्ध है। बीबीसी का हिंदी रेडियो प्रसारण भी सुबह दोपहर और शाम का रहा है। दोपहर का कार्यक्रम बंद कर दिया गया है। पहले सुबह का प्रसारण बंद करने की बात की जा रही थी लेकिन श्रोताओं के दबाव में ये फैसला वापस ले लिया गया है। इस तरह बीबीसी की हिंदी सेवा के सुबह और शाम दो कार्यक्रम अभी रेडियो पर चल रहे हैं। बीबीसी हिंदी ने अपनी वेबसाइट के जरिए समाचार की दुनिया में एक बड़ी छलांग लगाई है।

---

### 7.5 नई विश्व सूचना और संचार व्यवस्था (NWICO) न्यू वर्ल्ड इंफ़ोर्मेशन एंड कम्यूनिकेशन ऑर्डर) :

---

अंतरराष्ट्रीय संचार की बात सबसे पहले शीत युद्ध के विश्व में उठी जब एक ओर अमेरिका और उसके सहयोगी देश थे तो दूसरी ओर कम्युनिस्ट ब्लॉक जिसकी अगुवाई तत्कालीन सोवियत संघ के पास थी। तीसरा गुट उन गरीब मुल्कों का था जिन्हें उपनिवेश से उस दौरान निजात मिली थी या मिल रही थी, वे विकासशील देश कहे जाते रहे हैं। गुटनिरपेक्ष ब्लॉक ये कहलाया गया जिसकी अगुवाई भारत, मिस्र और तत्कालीन यूगोस्लाविया कर रहे थे।

दूसरे विश्व युद्ध के बाद यह साफ़ था कि अंतरराष्ट्रीय सिस्टम में कुछ तै क्रिस्म की सूचनाएं शांति और पारदर्शिता के बहुत ज़्यादा ताक़तवर हैं। राष्ट्रों के बीच संस्कृति और सूचना मामलों में संतुलन बनाए रखने के लिए, संयुक्त राष्ट्र के झंडे तले यूनेस्को(UNESCO- संयुक्त राष्ट्र शैक्षिक, वैज्ञानिक और सांस्कृतिक संगठन) की स्थापना की गई थी। यूनेस्को का मक़सद शिक्षा, विज्ञान, संस्कृति और संचार में सभी सदस्य देशों को उत्साहित करना ही नहीं था बल्कि एक ऐसा मंच मुहैया कराना भी उसका एक लक्ष्य था जिस पर आकर देश शांतिपूर्वक सांस्कृतिक, और बौद्धिक अधिकारों, सूचना और समाचार के प्रवाहों और अभिव्यक्ति की आज़ादी पर तर्कसंगत और सर्वसम्मत नज़रिया बना पायें।

#### 7.5.1 यूनेस्को(UNESCO) और एनवाइको(NWICO):

---

1970 के दशक में यूनेस्को के मंच के तहत अंतरराष्ट्रीय सूचना और समाचार प्रवाह पर तीखी बहसें हुईं। विकासशील देशों ने बड़े देशों से आने वाले प्रवाह, उसके असंतुलन, पक्षपात और मुनाफा केंद्रित सोच को निशाना बनाते हुए एक नई विश्व सूचना व्यवस्था की मांग पर जोर दिया। इसी का नतीजा था कि 1976 में ट्यूनीशिया की

राजधानी ट्युनिस में सूचना पर गुटनिरपेक्ष देशों के सम्मेलन में एनवाइको(NWICO) के गठन की मांग उठी। दिल्ली में भी एक सम्मेलन उसी साल हुआ जिसमें ये मांग दोहराई गई।

इससे पहले 1975 में अंतरराष्ट्रीय समाचार एजेंसियों के वर्चस्व और एकतरफा समाचार संकलन और वितरण के खिलाफ अपनी एकजुटता और प्रतिरोध दिखाने और अपनी मिलीजुली समाचार संकलन और वितरण व्यवस्था निर्मित करने के उद्देश्य से गुटनिरपेक्ष देशों ने अपनी एक सामूहिक समाचार एजेंसी बनाने का फैसला किया था। इसे नाम दिया गया- गुटनिरपेक्ष समाचार एजेंसी पूला।

दुनिया के तीन चौथाई देशों की गरीब और सूचना से वंचित आबादी के अधिकारों और विकासशील देशों की बेहतरी के लिए यूनेस्को में नई विश्व सूचना और संचार व्यवस्था के निर्माण के लिए बहसें जारी रहीं। इसी बीच 1978 में सूचना और संचार संबंधी असंतुलनों, अमीर देशों के रवैयों और विकासशील देशों की सामाजिक सांस्कृतिक और तकनीकी बाधाओं के अध्ययन के लिए एक आयोग के गठन का फैसला किया गया। 16 सदस्यों वाले इस आयोग का अध्यक्ष शॉन मैकब्राइड को बनाया गया और आयोग का नाम था- इंटरनेशनल कमीशन फॉर द स्टडी ऑफ कम्यूनिकेशन प्रॉब्लम्स। संक्षेप में इसे ही मैकब्राइड कमीशन या आयोग कहा गया। 1979 में आयोग ने अपनी रिपोर्ट यूनेस्को को सौंपी। अमेरिका और उसके मित्र देशों के भारी विरोध और दबाव के बावजूद यूनेस्को ने 1980 में इस रिपोर्ट को स्वीकार कर लिया। अमेरिका ने नाराज होकर दिसंबर 1984 में यूनेस्को का बहिष्कार कर दिया। ब्रिटेन और सिंगापुर भी बाद में अमेरिका के समर्थन में बहिष्कार कर गए। 2003 के बाद ही ये देश यूनेस्को में लौटे हैं। 1980 में ही यूनेस्को ने मैकब्राइट कमीशन की रिपोर्ट मिलने के बाद आईपीडीसी यानी इंटरनेशनल प्रोग्राम फॉर डेवलेपमेंट ऑफ कम्यूनिकेशन का गठन कर दिया है। इसी के तहत एक परिषद बनाई गई जिसमें 35 सदस्य रखे गए थे।

नई विश्व सूचना और संचार व्यवस्था के गठन की दिशा में इस तरह उपरोक्त कदम प्रभावी साबित हुए। अंतरराष्ट्रीय स्तर पर और यूनेस्को के स्तर पर 1970 का पूरा दशक इस व्यवस्था के लिए जूझता रहा। अमीर देशों ने इस दौरान विकासशील और गरीब देशों की प्रखरता और प्रतिरोध का विरोध किया। लेकिन नई विश्व व्यवस्था के प्रश्न के आगे दबाव काम नहीं आए। लेकिन विकासशील देशों की इस कोशिश के बावजूद ये कहना कि वास्तव में विकसित देशों ने सूचना प्रवाह को गरीब देशों के पक्ष में कर दिया हो, ऐसा नहीं हुआ, बल्कि आगे के दशकों में

खासकर 1990 के दशक के बाद आर्थिक उदारीकरण और मुक्त बाजार व्यवस्था ही हावी हो गई और जहां से बात शुरू हुई थी यानी मुक्त सूचना प्रवाह- वहीं बात फिर पहुंच गई। अमेरिका और मित्र देशों की बहुराष्ट्रीय कंपनियों ने इसी प्रवाह के दम पर नवउपनिवेश बनाए, विकासशील देशों को अपने दरवाजे खोलने पड़े। मुक्त बाजार में सूचना और संचार भी शामिल थे और ये बड़े देशों की कंपनियों और वहां की सत्ता राजनीति की नीति और सामरिकता के मुताबिक विकासशील देशों में तय एजेंडे के साथ आते चले गए।

### 7.5.2 मैकब्राइड आयोग :

आयरलैंड के तत्कालीन विदेश मंत्री शॉन मैकब्राइड की अगुवाई में यूनेस्को ने अंतरराष्ट्रीय सूचना प्रवाह की पेचीदगियों और उससे जुड़े विवादों के समाधान के लिए एक आयोग का गठन किया था। मैकब्राइड आयोग में 16 सदस्य थे जो विभिन्न विचारधाराओं, राजनीतिक, आर्थिक और भौगोलिक क्षेत्रों का प्रतिनिधित्व करते थे। पेरिस स्थित यूनेस्को के मुख्यालय में आयोग की आठ बैठकें हुई थीं। इसके अलावा स्वीडन, तत्कालीन यूगोस्लाविया, भारत और मेक्सिको में इसकी 4 गोलमेज वार्ताएं हुई थीं जिनमें विशेषज्ञों और विद्वजनों ने 100 से ज्यादा पर्चे प्रस्तुत किये। 1976 में गठित मैकब्राइड आयोग ने 1979 में अपनी रिपोर्ट यूनेस्को को सौंपी और यूनेस्को ने 1980 में बेलग्रेड में हुए अपने 21वें आम सम्मेलन में इसे स्वीकार कर लिया।

आधुनिक विश्व में यह पहला अवसर था जब सूचना और संचार की व्यवस्था और समस्याओं पर इतना गहन अध्ययन और अन्वेषण किया गया। इस आयोग की रिपोर्ट का नाम था: 'अभिव्यक्तियां अनेक, विश्व एक : एक नये, अधिक न्यायपूर्ण और अधिक परिपक्व विश्व सूचना और संचार व्यवस्था की ओर' ( मैनी वॉयसेस, वन वर्ल्ड।)

पूरी दुनिया में संचार व्यवस्थाओं की समीक्षा के दौरान ये पाया गया कि दुनिया के विभिन्न देशों ने अपनी अपनी बहुरंगी परंपराओं, सामाजिक, आर्थिक और सांस्कृतिक व्यवस्था और विशिष्ट जरूरतों और संभावनाओं के अनुरूप समाधान के विविध तरीके अपनाए हैं। ये विविधता अनमोल है और इसका सम्मान किया जाना चाहिये। इसलिये किसी पूर्व नियोजित मॉडल को सभी जगह एक समान ढंग से लागू नहीं किया जा सकता। फिर भी एक ऐसी दुनिया में जहां सभी देश एक दूसरे पर निर्भर हैं ये संभव है कि साझे हित में, साझा लक्ष्यों और साझा मूल्यों को लेकर विश्व संचार का एक मोटा खाका तैयार किया जाए।

### 7.5.3 मैकब्राइड आयोग की सिफारिशें :

मैकब्राइड आयोग की रिपोर्ट के निष्कर्ष और कुछ महत्वपूर्ण सिफारिशें इस तरह से हैं-

- हम एक ऐसे समय में रह रहे हैं जहां पूरी मानव सभ्यता के अस्तित्व पर हथियारों की दौड़ और विभिन्न देशों के बीच मौजूद घोर विषमताओं का खतरा मंडरा रहा है। इससे न सिर्फ तनाव पैदा हो रहा है बल्कि मानव सभ्यता के भविष्य और उसके अस्तित्व मात्र पर भी संकट छाया है।
- इन हालात में एक बेहतर, अधिक न्यापूर्ण और अधिक लोकतांत्रिक सामाजिक व्यवस्था और मौलिक अधिकारों पर अमल समय की मांग है।
- इन लक्ष्यों को स्वतंत्र, मुक्त और संतुलित संचार के जरिये बेहतर पारस्परिक समझ और सहिष्णुता से ही हासिल किया जा सकता है।
- इस समीक्षा के दौरान ये भी पाया गया कि सबसे ज्यादा इस बात की जरूरत है कि संचार के ढांचे और संचार के प्रवाह में असमानताओं और विषमताओं का उन्मूलन किया जाए। विकासशील देशों को विकसित देशों पर अपनी निर्भरता कम करनी होगी और एक अधिक समतामूलक विश्व संचार व्यवस्था के लिये प्रयास करना होगा। इस मुद्दे पर व्यापक बहस हुई है लेकिन सिर्फ सिद्धांतवादी आग्रह की बजाय अब इसके लिये ठोस उपाय करना जरूरी है।
- आयोग की दृढ़ मान्यता है कि संचार एक बुनियादी व्यक्तिगत अधिकार तो है ही सभी समुदायों और देशों के लिये जरूरी एक सामूहिक अधिकार भी है और आयोग के निष्कर्ष इसी मान्यता पर आधारित हैं। सूचना का अधिकार –विशेष रूप से सूचना मांगने, सूचना प्राप्त करने और सूचना प्रदान करने का अधिकार कई दूसरे अधिकारों के पालन के लिये पूर्व शर्त है। वास्तव में संचार प्रक्रिया की जैसी प्रवृत्ति होती है उससे ये स्पष्ट है कि इसका समुचित उपयोग राजनीतिक, सामाजिक और आर्थिक पर्यावरण पर निर्भर है और इसके लिये सबसे अनिवार्य है कि सभी देशों में लोकतांत्रिक व्यवस्था हो और विभिन्न देशों के पारस्परिक संबंध भी लोकतांत्रिक हों। इसी संदर्भ में राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर संचार व्यवस्था का लोकतांत्रिकीकरण जरूरी

है और दूसरी ओर समाजों के लोकतांत्रिकीकरण में भी संचार की भूमिका कितनी महत्वपूर्ण है, इसका अंदाजा लगाया जा सकता है।

- ये जरूरी है कि सामाजिक, आर्थिक और सांस्कृतिक विकास के उद्देश्यों को ध्यान में रखते हुए समावेशी राष्ट्रीय संचार नीति बनाई जाए। इस नीति के निर्माण में सभी प्रभावित क्षेत्रों के साथ व्यापक मशविरा किया जाए ताकि इसके अमल में सभी संगठित समूहों की भागीदारी सुनिश्चित हो। राष्ट्रीय सरकारों और अंतर्राष्ट्रीय बिरादरी को नियोजन और फंडिंग में संचार की भूमिका को समझना होगा और संचार को वरीयता देनी होगी। हर देश को चाहिये कि वो अपनी जरूरतों, परंपराओं और परिस्थितियों के अनुरूप संचार व्यवस्था का निर्माण करे जिससे उसकी एकता, स्वतंत्रता और स्वायत्ता सुनिश्चित हो।
- हम मानते हैं कि संचार को लेकर जो मौजूदा राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय परिदृश्य है उसे देखते हुए नई सूचना और संचार व्यवस्था पर अमल एक दीर्घ और निरंतर प्रक्रिया होगी। राष्ट्रीय सूचना और संचार व्यवस्था में असंतुलन और असमानता उतनी ही चिंताजनक और असह्य है जितनी आर्थिक, राजनीतिक और तकनीकी विषमताएं और असंतुलन। इसके लिये राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर कई महत्वपूर्ण निर्णय लेने होंगे। इन निर्णयों में सिर्फ पेशेवर, शोधकर्ता और संचार विशेषज्ञों की ही भूमिका नहीं होगी और न ही ये राजनीतिक और आर्थिक ताकतों की बपौती होगी बल्कि निर्णय लेने की इस प्रक्रिया में समुचित सामाजिक भागीदारी सुनिश्चित होनी चाहिये। इसके लिये लीक से हटकर नये दृष्टिकोण और नई सोच को विकसित करना होगा जिससे विविधता और बहुलता की बेहतर समझ हो और अलग-अलग ढंग से रहनेवाले लोगों की गरिमा और समानता के प्रति आदर हो।
- सभी देशों को संभाविक विकल्पों और पारस्परिक विरोधी हितों को देखते हुए निवेश की प्राथमिकताएं तय करनी होंगी। खास तौर पर विकासशील देशों को पहले लोगों की बुनियादी जरूरतें पूरी करनी हैं। ये ध्यान में रखना होगा कि संचार सिर्फ जन सूचना की प्रणाली नहीं है बल्कि शिक्षा और विकास का भी अनिवार्य अंग है।

- सभी विकास परियोजनाओं के संचार पहलुओं के लिये अपेक्षित फंड मुहैया कराया जाए। तथाकथित 'विकास समर्थित संचार' खेती,परिवार नियोजन ,शिक्षा,धर्म,उद्योग और स्वास्थ्य सभी तरह के विकास की पहल और प्रसार के लिये जरूरी है।
- बुनियादी पोस्टल और दूरसंचार सेवाओं जैसी अनिवार्य संचार सेवाओं के विकास के लिये ग्रामीण इलेक्ट्रॉनिक एक्सचेंज बनाया जाए।
- छोटे शहरों और गांवों में सामुदायिक प्रेस के प्रसार से न सिर्फ आर्थिक और सामाजिक विकास के प्रति चेतना का विस्तार होगा बल्कि नव साक्षरों के लिये पढ़ने की सामग्री भी उपलब्ध हो पाएगी।
- छोटे स्थानीय रेडियो स्टेशन,कम लागत के टेलीविजन और वीडियो सिस्टम से ऐसे कार्यक्रमों का निर्माण किया जा सकेगा जो स्थानीय लोगों के विकास के प्रयासों के लिये प्रासंगिक होंगे और जो स्थानीय स्तर पर विविध सांस्कृतिक अभिव्यक्तियों के लिये अवसर प्रदान करेंगे।
- मनोरंजन के लिये संचार के इस्तेमाल के साथ-साथ, सूचना और शिक्षण के लिये भी संचार के इस्तेमाल को समान वरीयता देनी होगी। इसी तरह से शिक्षा प्रणाली ऐसी हो कि संचार गतिविधियों के लिये कुशल युवा तैयार किये जा सकें। प्राथमिक और सेकेंडरी कक्षाओं से ही छात्रों को संचार के विभिन्न रूपों और उसके इस्तेमाल से परिचय कराया जाए(अखबार कैसे पढ़ें जाएं, रेडियो और टेलीविजन के कार्यक्रमों का मूल्यांकन कैसे किया जाए और विभिन्न ध्वनि और श्रव्य माध्यमों की तकनीक और उपकरण का कैसे उपयोग किया जाए। ) इससे छात्र यथार्थ को बेहतर ढंग से समझ सकेंगे और उनका समसामयिक विषयों का ज्ञान भी बढ़ेगा।
- सामुदायिक श्रोता और दर्शक समूहों का गठन किया जाए जिससे परिस्थिति विशेष में मनोरंजक और शैक्षणिक दोनों ही तरह के अवसरों का विस्तार हो सकेगा।शैक्षणिक और सूचनापरक गतिविधियों के विस्तार के लिये मोबाइल पुस्तकों,पुस्तकालय,टेप और फिल्म की लाइब्रेरी और स्कूलों के लिये विशेष दृश्य श्रव्य कार्यक्रमों को बढ़ावा दिया जाए।
- संचार प्रणाली और मीडिया प्रोडक्शन का विकेंद्रीकरण किया जाए और स्थानीय संचार रिसोर्स केंद्र बनाए जाएं। इन केंद्रों के जरिये मनोरंजन,शिक्षण,सांस्कृतिक आदान-प्रदान और सूचनाओं का प्रसार संभव है।

सूचना और शैक्षणिक महत्त्व की सामग्रियों की विश्वसनीयता और स्वीकार्यता के लिये जरूरी है कि उनका स्थानिक जुड़ाव हो।

- सिर्फ इस बात की अपील करना ही जरूरी नहीं है कि संचार को राष्ट्रीय विकास की प्रक्रिया में व्यापक महत्त्व दिया जाए बल्कि इसके लिये जरूरी संसाधन भी जुटाए जाएं।
- अलग संचार नीति बनाई जाए जो अधिक संपन्न और आभिजात्य तबके पर अधिक कर लगाए और व्यावसायिक विज्ञापनों पर भी कर लगाए जा सकते हैं।
- कागज की आपूर्ति बढ़ाने के लिये अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर एक बड़ा अनुसंधान और विकास प्रयास किया जाए। पूरी दुनिया में कागज और न्यूजप्रिंट की कमी और इसकी बढ़ती कीमतों से अखबार, पत्रिका और प्रकाशन उद्योग जूझ रहा है खास तौर पर विकासशील देश में ये समस्या बहुत बड़ी है। कुछ पर्यावरणीय दबाव भी अपनी जगह हैं जिन्हें देखते हुए यूनेस्को और फाओ (एफएओ) को चाहिये कि वो संयुक्त रूप से रिसाइकिलिंग के जरिये या अन्य वैकल्पिक तरीकों से कागज के उत्पादन को बढ़ावा दे। इनमें वैकल्पिक सामग्रियों और वनस्पतियों से नए तरह के कागज का निर्माण भी शामिल है।
- सूचना के मुक्त और स्वतंत्र प्रवाह में संचार और दूरसंचार पर लगनेवाले टैरिफ और खबरों के प्रसारण पर लगनेवाला एयरमेल शुल्क प्रमुख बाधा है। खास तौर पर विकासशील देशों के लिये इस स्थिति में सुधार किया जाना जरूरी है और इसके लिये राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर प्रयास किये जाने चाहिये। सरकारों को अपने संचार शुल्कों की समीक्षा करनी होगी और कीमत तय करने में एजेंसियों को इस बात का ध्यान रखना होगा कि उनका उद्देश्य लाभ कम जनसेवा अधिक हो।
- इलेक्ट्रोमैग्नेटिक स्पेक्ट्रम और भूस्थैतिक कक्षाएं (जियोस्टेशनरी ऑरबिट) सीमित संसाधन हैं और इसका समान वितरण होना चाहिये क्योंकि इन पर पूरी मानव सभ्यता का हक है। इस सिलसिले में हमें वर्ल्ड एडमिनिस्ट्रेटिव कॉन्फ्रेंस (जेनेवा, 1979 ) की सिफारिशों के अनुसार इन संसाधनों के उपयोग के लिये समय-समय पर विशेष कॉन्फ्रेंस का आयोजन करना चाहिये।

---

## 7.6 अंतर्राष्ट्रीय संचार में समकालीन प्रवृत्तियां :

---

शीत युद्ध में वर्चस्व और विचार की लड़ाई सबसे ऊपर थी। 1990 के दशक से संसाधनों पर कब्जे की लड़ाई का दौर शुरू होता है 1990 से। जब दशक की शुरुआत में अमेरिका ने इराक पर हमला बोल दिया। रासायनिक हथियारों को नष्ट करने की आड़ में हुए इस हमले में देश और उसकी संस्कृति को ही तबाह कर दिया गया। 1990 के दशक के शुरू में सोवियत संघ पूरी तरह टूटफूट गया था और अमेरिकी रेटरिक और विदेशी नीति का अधिकांश काउंटर प्वायंट गायब हो गया था- शीत युद्ध उन्माद, कम्युनिज्म को लेकर अमेरिकी चिंताएं, और एटमी तबाही का डर आदि विदेशी निवेश ने एजेंडे में सबसे ऊपर जगह हासिल कर ली थी। बाजार उन्मुख नीतियां बनाई जा रही थीं और सोवियत संघ से जुड़े पुराने देश यूरोपीय संघ में आ रहे थे एक मीडिया सिस्टम इस तरह विकसित हो रहा था जो मुक्त प्रेस की वकालत कर रहा था।

आर्थिक रूप से संपन्न, और सामरिक लिहाज से शक्तिशाली पश्चिमी देशों- यहां अमेरिका उनमें सर्वोपरि है- से समाचार और सूचना का प्रवाह सदियों से जारी है। अपनी सामग्री और मूल्य में जाहिर है यह एकतरफ़ा ही कहा जाता है क्योंकि यह एक ही जगह से निर्मित होकर अपने ही विचार से लैस और अपने ही बाजार सिद्धांतों-राजनैतिक सामरिक नीतियों की पैरवी करता हुआ उन देशों को जाता है जिन्हें विकासशील या गरीब देश कहा जाता है लेकिन जहां अधिसंख्यक आबादी है जो उस प्रवाह की एक बहुत विराट उपभोक्ता बिरादरी है। हॉलीवुड की फ़िल्में हों या पत्रिकाओं के गड्ढर के गड्ढर, कई क्रिस्म के वीडियो, टेलीविज़न कार्यक्रम, समाचार आदि सबसे ज़्यादा वहीं उनका उत्पादन होता है जहां आर्थिकी मज़बूत है और टेक्नोलजी उच्चकोटि की है। सूचना प्रवाह में असंतुलन की शुरुआत यहीं से होती है। अब यह मामला महज़ सूचना प्रवाह असंतुलन और एजेंडा सेट करने का नहीं है, इससे एक बहुत बड़ी खाई भी बनती चली गई है, दो दुनियाएं सामने आ गई हैं जिन्हें हम हैव एंड हैव नॉट्स( संपन्न और विपन्न) के रूप में जानते हैं या चिंहित करते हैं। यानी एक ओर हैं साधन संपन्न देश और दूसरी ओर हैं साधनहीन या साधनों से विपन्न देश।

इस बारे में किए गए तमाम अंतरराष्ट्रीय अध्ययन बताते हैं कि अमीर और गरीब देशों के बीच खाई चौड़ी होती जा रही है। यही नहीं विकासशील देशों में भी अमीर और गरीब तबकों की आय में भी एक बहुत बड़ा अंतर है- बल्कि गरीबों की संख्या बढ़ती जा रही है और जितना गरीब बढ़ रहे हैं अमीर तबके की आय में उतना ही इज़ाफ़ा हो

रहा है। और यह दास्तान विकासशील देशों की नहीं है, आय का यह असंतुलन अमेरिका जैसे देश में भी दिखता है जहां अर्थव्यवस्था की वृद्धि आबादी के 40 फ़ीसदी लोगों पर टिकी है जिनके पास देश की आय का 68 फ़ीसदी हिस्सा है। जबकि 60 फ़ीसदी आबादी बदहाली में रहती है। (शिलर 1996-संदर्भ इंटरनेशनल कम्यूनिकेशन एंड ग्लोबलाइजेशन- अली मोहम्मदी, सेज पब्लिकेशन-1997,1999,2005।)

स्पष्ट है कि विकसित देशों खासकर अमेरिका की बड़ी मनोरंजन और मीडिया कंपनियां या दूसरे बड़े उद्योग का एकमात्र लक्ष्य राजस्व और मुनाफ़ा है। सूचना और प्रौद्योगिकी के तमाम छोटे से छोटे और बड़े से बड़े उपकरण, हार्डवेयर और सॉफ़्टवेयर, पॉकेट आकार के वीडियो कैमरे, वीडियो कैसेट रिकॉर्डर, लैपटॉप सैटेलाइट सिग्नल रिसीवर और ट्रांसमीटर, फ़ाइबर ऑप्टिक्स, माइक्रोवेव रिले और लैपटॉप कम्प्यूटर, फ़ैक्स मशीनें, मोबाइल टेलीफ़ोन और इंटरनेट ने मनुष्य कल्पना के पार जाकर अंतरराष्ट्रीय संचार का विस्तार किया है। रेडियो और टीवी में आए दिन हो रहे बदलाव, प्रस्तुतीकरण में अत्याधुनिक बदलाव, प्रसारण की व्यापकता, कवरेज के नाना विषय जिसमें राजनीति, सेमिनार से लेकर फ़ैशन शो, विश्व सुंदरी प्रतियोगिताएं, ओलंपिक खेल, बैठकें, फ़ुटबॉल और क्रिकेट के लीग मैचों से लेकर विश्व कप तक, टेनिस और अपने यहां आईपीएल सनसनी तक लोगों की ज़िंदगियों में वृहद और विभिन्न सूचनाओं का ऐसा जखीरा भरता जा रहा है जो एक पल के लिए खाली होता जाता है और अगले ही पल फिर से भर जाता है।

सूचना और मनोरंजन प्रस्तुति के इस उफनते सागर में, एक ओर वे संस्थान, कंपनियां और निवेशक हैं जिनके लिए मुनाफ़ा ही मुनाफ़ा है तो दूसरी ओर उपभोक्ता हैं जो एक लिहाज़ से इस “सूचना सूनामी” की चपेट में आ गया है। अंतरराष्ट्रीय संचार के इस वैश्विक विकास को भूमंडलीकरण की उस अवधारणा के तहत समझा जा सकता है जो सत्ता और संचार के संबंधों की समकालीनता, सामाजिक संबंधों और तनावों के पुनर्गठन और बड़े बहुराष्ट्रीय निगमों के संचालन, सांस्कृतिक कमोडिटी, मनोरंजनों और सूचना तकनीकी के नव कारोबारियों का एक दर्शन सरीखा बन गया है।

उपग्रह संचार आज के दौर में भूमंडलीकृत बाज़ार का एक प्रमुख औजार बन गया है। वह उसकी संचालन शक्तियों में एक है। और भूमंडलीकरण के सबसे महत्वपूर्ण कार्यों में से एक है- सूचना का मुक्त प्रवाह। अगर अमेरिकी टीवी चैनलों या दूसरे सांस्कृतिक उद्योगों को देखें तो वे मुक्त प्रवाह के पैरोकार बेशक हैं लेकिन ये मुक्त प्रवाह अमेरिकी

नज़रिए और मूल्य सैद्धांतिकी का है। इस मुक्त प्रवाह में विश्व की बहुत बड़ी आबादी तक पहुंचने का लक्ष्य है, उन तक अपने विचार को प्रसारित या संप्रेषित करना, उनकी अपनी वैचारिकियों या उनके अपने स्थानीय सांस्कृतिक पर्यावरण में एक कथित जागरूकता भरना। इस हलचल के ज़रिए भूमंडलीकरण भूगोलों को सिकोड़ता है और कुछ इस तरह की दुनिया निर्मित करने की कोशिश करता है जिसे ग्लोबल गांव कहा जा सके। लेकिन ये गांव इस लिहाज़ से गांव नहीं कि वहां कोई ग्रामीण भावना या एक मिलनसार सामाजिक संरचना बनी होती है- वह बाजार प्रभाव और उसके विस्तार की वजह से गांव कहा जाता है जहां सबकुछ एक जगह उपलब्ध है। भोजन से लेकर सूचना तक।

---

### 7.7 सारांश :

मैकब्राइड कमीशन की रिपोर्ट के लिहाज़ से देखें तो दुनिया में एक तार्किक, मानवीय और निष्पक्ष और स्वतंत्र और संतुलित सूचना प्रवाह बनाने की विकासशील देशों की लड़ाई या संयुक्त राष्ट्र के यूनेस्को की कोशिशें भूमंडलीकृत विश्व में या तो भुलाई जा चुकी हैं या वह लड़ाई ही रद्द कर दी गई है। कुछ ऐसा हुआ है कि 1970 के दशक के कई विकासशील और गुटनिरपेक्ष देश अब अपनी छवि और सत्ता राजनीति के ढांचे में ऐसे नहीं रह गए हैं कि वे दुनिया के मंच पर अपनी आवाज़ें उसी बुलंदी से उठा सकें। अब वे भूमंडलीकृत विश्व ग्राम के नुमायंदे हो गए हैं उस गांव के वासी जिसका प्रधान ज़ाहिर है अमेरिका है या वे बहुराष्ट्रीय निगम और वित्त संस्थान हैं जिनके मुख्यालय अमेरिका में हैं।

मुनाफ़े और वर्चस्व की इस कल्पनातीत लड़ाई में जहां राष्ट्र राज्य की सामरिक टकराहटों के समांतर बहुराष्ट्रीय निगमों और कंपनियों का अपना दिन ब दिन बढ़ता साम्राज्य है ऐसे में कुछ जानकार यह आशंका भी ज़ाहिर करते हैं कि हो न हो देश जैसी भौगोलिक इकाइयां और सत्ता व्यवस्थाएं सिकुड़ती जाएं, वे अर्थहीन और शक्तिहीन होती जाएं और उनका स्थान ये विशाल निगम ले लें, अपने ही ढंग से दुनिया की अर्थव्यवस्था समाज और संस्कृति को संचालित करते हुए।

---

### 7.8 अभ्यास :

1. अंतरराष्ट्रीय संचार की परिभाषा लिखिए? अंतरराष्ट्रीय संचार की अवधारणा का विकास कैसे हुआ?

2. सूचना और संचार के प्रवाह को संतुलित करने में यूनेस्को की भूमिका की चर्चा कीजिए?
3. अंतरराष्ट्रीय समाचार एजेंसियों की जरूरत क्यों पड़ी? एजेंसियों का विवरण देते हुए विस्तार से बताइये?
4. मैकब्राइड आयोग क्या है? इस आयोग को कब, क्यों और कहां गठित किया गया था?
5. बिग फोर क्या है?

---

### 7.9 शब्दावली :

**नैम(NAM)-** नॉन एलाइन्ड मूवमेंट यानी गुटनिरपेक्ष आंदोलन। 1961 में तत्कालीन यूगोस्लाविया की राजधानी बेलग्रेड में नैम की स्थापना की गई थी। दूसरे विश्व युद्ध के उपरांत दुनिया राजनैतिक-आर्थिक रूप से दो भागों में बंटी पाई गई। एक ओर थे अमेरिका की अगुवाई में पूंजीवादी अर्थव्यवस्था वाले विकसित देश, जिन्हें पहली दुनिया कहा गया। दूसरी ओर थे तत्कालीन सोवियत संघ की अगुवाई में समाजवादी अर्थव्यवस्था वाले कम्युनिस्ट देश, जिन्हें दूसरी दुनिया कहा गया। लेकिन दोनों दुनियाओं के बीच शीत युद्ध के तनावपूर्ण माहौल में एशिया, अफ्रीका, और लातिन अमेरिका के कई देशों ने अलग ही रास्ता चुना और अपनी तीसरी दुनिया बनाने का फैसला किया जो दोनों गुटों से अलग यानी निरपेक्ष हो। ऐसे देश गुटनिरपेक्ष देश कहलाए, और उन्हीं ने ये गुटनिरपेक्ष आंदोलन खड़ा किया जिसके तहत दुनिया के ज्यादातर गरीब और उपनिवेशी सत्ताओं से मुक्त हुए देश शामिल थे। भारत, मिस्र और यूगोस्लाविया जैसे देश तीसरी दुनिया में प्रमुख थे।

---

### 7.10 संदर्भ सूची :

- मास कम्यूनिकेशन इन इंडिया- केवल कुमार, जायको पब्लिशिंग हाउस 1994
- एडिटोरियल- वीर बाला अग्रवाल,
- विकीपीडिया
- ग्लोबल कम्यूनिकेशन- हामिल मौलाना
- <http://www.reuters.com/>

- <http://www.lapl.org/>
- अन्य संबंधित समाचार वेबसाइटें

---

### 7.11 सहयोगी/उपयोगी पाठ्य सामग्री :

---

- समाचार और विचार की प्रमुख पत्र पत्रिकाएं
- इन्तू की संबंधित अध्ययन पुस्तिका-इंटरनेशनल कम्यूनिकेशन
- बीबीसी(हिंदी और अंग्रेजी), सीएनएन(अंग्रेजी), अल जज़ीरा(अंग्रेजी), डॉयचे वेले(हिंदी और अंग्रेजी) की वेबसाइटें
- समाचार एजेंसियों की वेबसाइटें

---

### 7.12 निबंधात्मक प्रश्न :

---

1. विकसित और विकासशील देशों में सूचना और समाचार प्रवाह में असंतुलन की क्या वजहें थीं? इसे दूर करने के लिए क्या उपाय किए गए? विस्तार से बताइये?
2. अंतरराष्ट्रीय संचार की नई प्रवृत्तियों के बारे में विस्तार से लिखिए? क्या सूचना प्रवाह में अभी भी विकसित देशों का बोलबाला है? ऐसा क्यों है? कारण बताइये?
3. मैकब्राइड कमीशन के गठन की वजह क्या थी? कमीशन की सिफारिशों का विस्तार से उल्लेख कीजिए?
4. किन्ही तीन समाचार एजेंसियों के स्वरूप के बारे में चर्चा कीजिए?

## इकाई- 08

---

### जन संचार के सिद्धान्त

---

इकाई की रूपरेखा :

- 8.1 प्रस्तावना
- 8.2 उद्देश्य
- 8.3 प्रिंट मीडिया के परिप्रेक्ष्य में जन संचार के सिद्धान्त
  - 8.3.1 प्रेस के चार सिद्धान्त
  - 8.3.2 नियामक सिद्धान्त
  - 8.3.3 लोकप्रिय सांस्कृतिक दृष्टिकोण सिद्धान्त
  - 8.3.4 संवेदी विस्तार सिद्धान्त
- 8.4 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के संदर्भ में जन संचार के सिद्धान्त
  - 8.4.1 गणितीय सिद्धान्त
  - 8.4.2 माध्यम ही सर्वशक्तिमान
  - 8.4.3 एजेंडा सेटिंग कार्य
  - 8.4.4 द्विस्तरीय सिद्धान्त
  - 8.4.5 बहुस्तरीय सिद्धान्त
  - 8.4.6 निर्भरता का सिद्धान्त
  - 8.4.7 खेल का सिद्धान्त
  - 8.4.8 बुलेट का सिद्धान्त
  - 8.4.9 षड्यंत्र का सिद्धान्त
- 8.5 जन संचार के अन्य सिद्धान्त
  - 8.5.1 सामाजिक प्रभाव का सिद्धान्त
  - 8.5.2 उपयोग एवं संतृप्ति का सिद्धान्त

8.5.3 परावर्ती प्रक्षेपीय सिद्धान्त

8.5.4 संतुलन का सिद्धान्त

8.5.5 उदारवादी लोकतांत्रिक सिद्धांत

8.6 अभ्यास प्रश्न

8.7 सारांश

8.8 शब्दावली

8.9 संदर्भ ग्रंथसूची

8.10 सहायक उपयोगी सामग्री

8.11 निबंधात्मक प्रश्न

---

## 8.1 प्रस्तावना:

---

इस इकाई में जन संचार के कई चुनिंदा सिद्धांतों की चर्चा की जा रही है। इन सिद्धांतों के माध्यम से यह पता लगाया जा सकेगा कि जन संचार माध्यम और संचार प्रक्रिया समाज में किस तरह से कार्य करती है तथा समाज पर उसका क्या प्रभाव पड़ेगा।

---

## 8.2 उद्देश्य:

---

प्रस्तुत इकाई के अध्ययन के बाद आप

- बता सकेंगे कि मास मीडिया और समाज के संबंध आपस में कैसे हैं।
- इनमें क्या बदलाव आ रहे हैं।
- इसके अलावा जन संचार के विभिन्न सिद्धांतों की व्याख्या प्रस्तुत कर सकेंगे।

---

## 8.3 प्रिंट मीडिया के परिप्रेक्ष्य में जन संचार के सिद्धान्त:

---

संचार की प्रक्रिया और मानव व्यवहार के संबंधों को लेकर विभिन्न देशों में काफी शोध कार्य किए गए। इसमें संचार विशेषज्ञों के अलावा समाजशास्त्रियों, मनोविज्ञानियों, अर्थशास्त्रियों, मानव शास्त्र के पुरोधों के अलावा राजनीतिशास्त्र के ज्ञाताओं ने अपना योगदान दिया। समाज में जनसंचार की स्थिति, लोगों पर उसके प्रभावों और संबंधों को लेकर अनेक निष्कर्ष निकाले गए। इस पर विशेषज्ञों ने कई सिद्धांतों का प्रतिपादन किया। इनमें से कुछ का ब्यौरा यहां दिया जा रहा है-

### 8.3.1 प्रेस के चार सिद्धान्तः

---

संचार विशेषज्ञ विल्बर श्रैम, एफ़ साइबर्ट और टी पेटरसन ने 1956 में एक पुस्तक का प्रकाशन कर प्रेस के चार प्रमुख सिद्धान्तों को सामने रखा। इनका मानना था कि किसी भी देश की संचार व्यवस्था वहां की शासन व्यवस्था के अनुरूप कार्य करेगी।

**1. सर्वसत्तावादी सिद्धांत-(Authoritarian Theory)** प्राचीनकाल में कुछ अपवादों को छोड़कर राजतंत्रात्मक प्रणाली दुनिया में हावी रही। राजतंत्र अधिनायकवादी होता है। व्यक्ति केन्द्रित सत्ता में व्यक्तिगत और वैचारिक स्वतंत्रता की कोई जगह नहीं होती। आरंभ में मास मीडिया(जन माध्यम) राज्य द्वारा नियंत्रित और संचालित होते थे और उनका कार्य जनता तक राजकीय सूचनाओं को पहुंचाना था। 16वीं सदी में जब यूरोप में छपाई का कार्य शुरू हुआ तो हेनरी अष्टम ने सेंसरशिप और अन्य कानूनी प्रावधानों से प्रेस पर नियंत्रण कर लिया। आज भी यह व्यवस्था अधिनायकवादी शासन व्यवस्था के रूप में देखी जा रही है। इस व्यवस्था में सरकार यह चाहती है कि प्रेस व अन्य जन संचार माध्यम उसकी व्यवस्था के अनुरूप कार्य करें। इसी कारण प्रेस एक दबाव का केन्द्र नहीं बन पाते हैं और शासन की अनुकरणवादी नीतियों को प्रेस को स्वीकारना पड़ता है।

**2. उदारवादी सिद्धांत-(Libertarian Theory)** साइबर्ट इस सिद्धांत के प्रतिपादक हैं। इसके अनुसार ऐसे देशों में जहां लोकतंत्रीय शासन प्रणाली काम कर रही है, वहां संस्कृति, तकनीक और सामाजिक विकास की स्थिति उन्नत भले ही न हो, लेकिन जन संचार माध्यम पूर्ण रूप से शासकीय नियंत्रण से मुक्त होते हैं। इन देशों में नागरिकों को अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का अधिकार संविधान द्वारा दिया जाता है और यहां पर जन संचार माध्यम व्यापक लोकहित एवं जनकल्याण के लिए कार्य करते हैं। ऐसे देशों में संचार माध्यम एक स्वतंत्र उद्योग के रूप में कार्य करते हैं। मिल्टन, जेफरसन, जॉन स्टुअर्ट मिल जैसे व्यक्तिगत स्वतंत्रता के हिमायती विचारक इस सिद्धांत के प्रमुख समर्थक रहे। जेफरसन

ने समाचार पत्रों की स्वतंत्रता का समर्थन किया था। इस सिद्धांत के अनुरूप 17वीं और 18वीं सदी में यूरोप और अमेरिका में प्रेस की स्थापना हुई। इस सिद्धांत के अनुसार समाचार पत्र जनता को सूचना देने और उसके कार्यों पर पर्यवेक्षक की भांति नजर रखने का कार्य भी करते हैं। ऐसे में उनकी स्वतंत्रता आवश्यक है।

**3. मार्क्सवादी सिद्धांत-(Marxist Theory)** मार्क्स द्वारा प्रतिपादित साम्यवादी विचारधारा के अनुसार सभी साधनों की भांति प्रेस को भी राज्य के नियंत्रण में होना चाहिए। साम्यवादी व्यवस्था में व्यक्तिगत स्वतंत्रता महत्वपूर्ण नहीं होती, अतः सर्वसत्तावादी सिद्धांत की तरह यहां कुछ विशेषताएं लागू होती हैं। राज्य नियंत्रित प्रेस सरकार के दृष्टिकोण का समर्थक होता है और सरकार द्वारा निर्देशित सूचनाओं को जनता तक पहुंचाने का कार्य करता है। राज्य के कठोर नियंत्रण से मीडिया का अपना कोई स्वतंत्र अस्तित्व नहीं होता और वह राज्य शासन के पूरक अंग के रूप में कार्य करता रहता है। यहां का मीडिया लोगों में शासन के प्रति निष्ठा जगाने का कार्य करता है।

**4. सामाजिक उत्तरदायित्व का सिद्धांत-(Social Responsibility Theory)** यह सिद्धांत 1940 में आया था। इसे अमेरिका के प्रेस स्वतंत्रता आयोग ने प्रतिपादित किया था और इस आयोग के अध्यक्ष राबर्ट हचिंस थे। इस सिद्धांत के अनुसार चूंकि जन संचार माध्यम समाज और राष्ट्र के प्रत्येक अंग को प्रभावित करते हैं अतः उनको सामाजिक सरोकारों से जुड़ा होना चाहिए। यह सिद्धांत उदारवादी सिद्धांत की तर्ज पर प्रेस की स्वतंत्रता का समर्थक है लेकिन उसे निरंकुशता और स्वेच्छाचारी व्यवहार से बचाने के लिए आचार संहिता व सामाजिक उत्तरदायित्व से जोड़ने का हिमायती है। भारत जैसे विकासशील देश के लिए यह सिद्धांत काफी महत्वपूर्ण है, क्योंकि यहां जन संचार माध्यमों का सामाजिक सरोकारों से जुड़ा रहना सामाजिक व राष्ट्रीय विकास के लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए आवश्यक है।

### **8.3.2 जन संचार के नियामक सिद्धान्त (Normative Theory):**

---

इन सिद्धांतों के तहत कुल छह प्रकार के सिद्धांत आते हैं। ऊपर बताए गए प्रेस के चार सिद्धांतों में डेनिस मैक्वेल ने दो और सिद्धांत जोड़कर इसे नियामक सिद्धांत की संज्ञा दी। नियामक से तात्पर्य है कि मीडिया का स्वरूप वास्तव में कैसा होना चाहिए, जनमाध्यमों से क्या अपेक्षाएं होती हैं और व्यवहार में क्या है? इसके साथ ही जनसंचार माध्यमों के राजनीतिक, सांस्कृतिक और आर्थिक संदर्भों का भी अध्ययन करना है। इस सिद्धांत के मूल में यह तथ्य निहित है कि जन माध्यमों का स्वरूप राज्य के स्वरूप के अनुसार होता है।

**1. सर्वसत्तावादी सिद्धांत-** ऐसे राज्य जहां अधिकनायकवादी शासन व्यवस्था है वहां संचार माध्यमों को स्वतंत्रता और स्वायत्तता प्राप्त तो नहीं होती बल्कि इस बारे में किसी प्रकार का चिंतन भी नहीं किया जा सकता। समाज और जन संचार माध्यम एक-दूसरे के पूरक होते हैं। जन माध्यमों द्वारा प्रसारित संदेश सामाजिक परिवर्तन को प्रभावित कर समाज की प्रकृति को निर्धारित करने में अपना योगदान देते हैं। संस्कृति, तकनीक, सरकारी प्रणाली, सामाजिक विकास, इन चारों तत्वों से समाज और जन संचार माध्यम प्रभावित होते हैं। जिस देश की संस्कृति, तकनीक विकसित होती है किंतु वह सरकारी व्यवस्था द्वारा संचालित होती है तो वहां सामाजिक विकास की गति तेज होते हुए भी शासकीय नियंत्रण के कारण उसमें अधिनायकवादी तत्वों की भरमार रहती है। ऐसे देशों में जन संचार माध्यम केवल सरकार की कठपुतली बनकर रह जाते हैं। ये जन माध्यम केवल सरकारी प्रचार तंत्र को ही पुष्ट करने में लगे रहते हैं। ऐसे में जन माध्यमों के गुण-दोषों का मूल्यांकन नहीं हो पाता है।

**2. मुक्त प्रेस सिद्धांत-** साइबर्ट के स्वतंत्रतावादी सिद्धांत को ही डेनिस मैक्वेल ने फ्री प्रेस की संज्ञा दी। ऐसे देश जहां लोकतंत्र में विश्वास किया जाता है, यहां तकनीक और सामाजिक विकास भले ही उन्नत किस्म का न हो, लेकिन जन संचार माध्यम पूर्णरूप से सरकारी नियंत्रण से मुक्त होते हैं। इन देशों के नागरिकों को अभिव्यक्ति की आजादी का अधिकारी संविधान प्रदत्त होता है। यहां के जन माध्यम व्यापक लोकहित और जनकल्याण के लिए गुण-दोषों का मूल्यांकन करके विकास के नए आयामों को तैयार करते हैं। जन संचार माध्यम यहां एक स्वतंत्र उद्योग के रूप में विकसित होते हैं। इन देशों में अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता कानूनों द्वारा संरक्षित होती है, जिससे जन संचार माध्यम सरकारी नीतियों के दोषों की खुलकर आलोचना कर सकते हैं। इन देशों के जन माध्यम प्रायः सही सूचनाएं, स्वस्थ मनोरंजन और सद्शिक्षा प्रदान करने की ओर अग्रसर रहते हैं।

**3. साम्यवादी सिद्धांत-** इसे सोवियत मीडिया सिद्धांत भी कहा गया है। जिन देशों में साम्यवादी शासन व्यवस्था है और मार्क्स, लेनिन तथा एंजेलस के समाजवादी सिद्धांत को अपनाया है वहां के जनमाध्यम भी उसी के अनुरूप कार्य करते हैं। ऐसे देशों के जन संचार माध्यम सरकार की नीतियों और लोक कल्याणकारी कार्यों का प्रचार-प्रसार करते रहते हैं। इन देशों के जन संचार माध्यम जनता में शासक के प्रति निष्ठाभाव जगाने का कार्य करते रहते हैं। विश्व के कई साम्यवादी देशों में जन संचार माध्यमों के इस रूप को देखा जा सकता है। विकास तथा कल्याणकारी सूचनाओं की

प्रधानता होती है और उन सूचनाओं को दबाने का भरसक प्रयास किया जाता है जो शासन के सिद्धांतों और उनकी नीतियों की आलोचना करती हैं। इन देशों के जन माध्यम सामाजिक विचारधारा से सराबोर रहते हैं।

**4. सामाजिक उत्तरदायित्व का सिद्धांत-** कुछ ऐसे देश हैं जो केवल अपने सामाजिक दायित्वों का निर्वाह करते हैं तथा सरकारी नीतियों और सिद्धांतों से अपने को दूर रखते हैं। इन देशों के जन माध्यम सामाजिक विकास में सहायक सूचनाओं, खबरों और विचारों को विशेष महत्व देते हैं। इस सिद्धांत को प्रतिपादित करने वालों का मानना है कि जन संचार माध्यमों के कुछ सामाजिक दायित्व भी होते हैं। प्रायः जन संचार माध्यमों पर समाज में हिंसा, अपराध और बुराइयों को बढ़ावा देने का आरोप लगता है लेकिन विद्वानों का कहना है कि मीडिया इसे ईमानदारी से समाज के सामने लाता है। इनका कहना है कि ये माध्यम ही समाज के दर्पण के रूप में कार्य करते हैं। माना जाता है कि साठ के दशक में अमेरिकी मीडिया ने लोगों को वह सब कुछ दिखाया जिसे उन्होंने पहले कभी नहीं देखा था। स्पष्ट है कि जन संचार माध्यमों का कार्य केवल समाज में घटी घटनाओं की सच्ची तस्वीर ही पेश करना नहीं, बल्कि उसके अपने सामाजिक दायित्वों का निर्वाहन करना भी शामिल है। जन संचार माध्यमों का दायित्व है कि समाज की कुरीतियों और बुराइयों को दूर करने के लिहाज से काम करे, जिससे एक ओर शिक्षा का प्रसार हो सके तो दूसरी ओर सामाजिक समरसता और सौहार्द कायम हो सके। जन संचार माध्यमों को केवल लोगों की इच्छा पर ही नहीं चलना चाहिए बल्कि एक अच्छे पथ प्रदर्शक के रूप में यह निर्णय करना चाहिए कि क्या देखना, सुनना और पढ़ना देश और समाज के हित में है।

**5. विकासात्मक माध्यम का सिद्धांत-** यह सिद्धांत राष्ट्रीय विकास से मीडिया की संबद्धता को जरूरी बताता है। देश के विकास के लिए जिस तरीके से अन्य इकाइयां सहयोग करती हैं, उसी प्रकार मीडिया का भी उपयोग होना चाहिए। सिद्धांत के अनुसार जन संचार माध्यमों को हिंसात्मक खबरों से परहेज करते हुए ऐसे समाचारों को प्रकाशित करना चाहिए जो राष्ट्र के विकास में सकारात्मक भूमिका निभाते हैं। ऐसे देश जो विकसित देशों की तर्ज पर विकास की दौड़ में शामिल हैं वहां के जन संचार माध्यमों को सकारात्मक प्रसारण में सहयोग देना चाहिए। यह सिद्धांत जन संचार माध्यमों के उस स्वरूप का पक्षधर है जो अपने देश की सांस्कृतिक और आर्थिक पहचान बनाने में समर्थ हैं। इन देशों में जन संचार माध्यम सांस्कृतिक-आर्थिक परिधि में रहते हुए विकास के प्रति समर्पित रहते हैं।

**6. लोकतांत्रिक सहभागिता का सिद्धांत-** इस सिद्धांत में यह बताया गया है कि लोकतांत्रिक विकास की प्रक्रिया में व्यक्ति और जन माध्यम दोनों की भागीदारी आवश्यक है। यह सहभागिता बाध्यकारी नहीं होनी चाहिए। इस सिद्धांत को भी डेनिस मैक्वेल ने प्रतिपादित किया। इसमें कई सैद्धांतिक तत्वों का मिश्रण है जैसे-स्वतंत्रतावाद, कल्पनावाद, समाजवाद, समतावाद तथा क्षेत्रवाद शामिल हैं। इस सिद्धांत के अनुरूप जन संचार माध्यमों का स्वरूप ऐसा होना चाहिए ताकि जनतांत्रिक विकास में आम जन की सहभागिता सुनिश्चित की जा सके।

### **8.3.3 लोकप्रिय सांस्कृतिक दृष्टिकोण सिद्धांत(Popular Cultural View):**

---

इस सिद्धांत को प्रतिपादित करने वाले विद्वानों का मानना था कि जन संचार माध्यमों विशेषकर प्रेस द्वारा संदेश प्रसारित कर किसी समाज के सांस्कृतिक स्तर में परिवर्तन किया जा सकता है। इन विद्वानों का जुड़ाव साहित्य से ज्यादा रहा। सामाजीकरण की प्रक्रिया द्वारा समाज के नए सदस्यों को सांस्कृतिक चेतना की जानकारी प्रसारित की जाती है। जन संचार माध्यम इस प्रक्रिया में महत्वपूर्ण भूमिका अदा करते हैं। विद्वानों ने माना कि जन संचार माध्यमों में इतनी सामर्थ्य होती है कि वे समाज के अधिक शक्तिशाली समूह की संस्कृति को कम शक्तिशाली समूह में संचारित कर उस समूह विशेष के सांस्कृतिक स्तर उठा सकते हैं। इसी प्रकार यही मीडिया उच्च सांस्कृतिक स्तर वाले समाज के सांस्कृतिक स्तर में गिरावट भी ला सकता है।

### **8.3.4 संवेदी विस्तार सिद्धांत (Sense Extension Theory):**

---

इस सिद्धांत का प्रतिपादन मार्शल मैक्लुहान ने किया था। उनका कहना था कि माध्यम ही संदेश है। माध्यम ही स्वयं में संप्रेषक है और यह मानव तथा समाज के ऊपर बाध्यकारी प्रभाव डालता है। मैक्लुहान का कहना है कि कार्यक्रम चाहे जैसा हो लोग टीवी जरूर देखेंगे, क्योंकि यह किसी अन्य माध्यम की तुलना में अधिक प्रभावी और आकर्षक होता है। उनके अनुसार इलेक्ट्रॉनिक मीडिया मानव जीवन के हर पहलू पर प्रभाव डाल रहा है और एक नई सभ्यता की इबारत लिख रहा है। ऐसा संदेशों की विषय वस्तु के कारण नहीं बल्कि टीवी, सिनेमा और कंप्यूटर के अलावा अन्य माध्यमों की प्रकृति के कारण ऐसा हो रहा है। जनसंचार के माध्यम संवेदी संगठनों और विचारों को बदल देते हैं और इस प्रकार वे समाज में व्यापक बदलाव कर सकते हैं। इस सिद्धांत के अनुसार जन माध्यम मनुष्य की क्षमताओं और संवेदनाओं का विस्तार है जो संवेदी संतुलन को प्रभावित करते हैं।

---

## 8.4 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के संदर्भ में जन संचार के सिद्धान्त:

---

### 8.4.1 गणितीय सिद्धान्त:

---

इस सिद्धान्त को शेनन और वीवर ने प्रतिपादित किया। दोनों इंजीनियर एक टेलीफोन कंपनी में कार्यरत थे। दोनों ने सिद्धान्त के आधार पर ही एक मॉडल विकसित किया।

स्रोत.....संदेश.....ट्रांसमीटर.....संदेश.....माध्यम.....प्राप्तकर्ता.....लक्ष्य

#### शोर

इसमें संदेश की चयन प्रक्रिया गणितीय आधार पर की जाती है। चयनित संदेश को ट्रांसमीटर संकेत में परिवर्तित कर मास मीडिया में प्रेषित किया जाता है। ऐसी स्थिति में बाहरी शोर संदेशों को प्रभावित करते हैं। यह शोर मशीनों द्वारा ही पैदा होते हैं। कभी-कभी अवांछित सूचना गंतव्य तक न पहुंचने देने के लिए भी शोर पैदा किए जा सकते हैं। लक्ष्य तक पहुंचने के लिए जो प्रारूप होता है, उसका आकलन गणितीय आधार पर किया जा सकता है। संचार के विश्लेषण के आधार पर इस सिद्धान्त के प्रतिपादकों ने तीन तरह की दिक्कतों का वर्णन किया। इसमें तकनीकी स्तर, अर्थ विषयक तथा प्रभाव शामिल हैं। शेनन और वीवर का मानना था कि अगर जन संचार माध्यमों के तकनीकी स्तर में सुधार होगा तो शेष दोनों स्तर काफी सुधर जाएंगे। इस सिद्धान्त में फीडबैक की अवधारणा को कोई स्थान नहीं दिया गया है। जबकि फीडबैक के द्वारा संदेश और संचार की अवस्था दोनों में ही सुधार किया जा सकता है।

### 8.4.2 माध्यम ही सर्वशक्तिमान:

---

वर्ष 1940 में के.हालैंड ने इस सिद्धान्त का प्रतिपादन किया। उनका कहना था कि जन संप्रेषण में माध्यम ही सबसे ज्यादा महत्वपूर्ण होता है। संप्रेषणकर्ता जन संचार माध्यमों का प्रयोग कर संदेशों का प्रभाव संदेश ग्रहण करने वाले व्यक्ति पर छोड़ता है, क्योंकि ग्रहणकर्ता निष्क्रिय होता है। इसी तर्ज पर मार्शल मैक्लुहान ने भी कहा है कि माध्यम ही संदेश है और इसी के चलते जन संचार माध्यमों की उपयोगिता की बात सामने आई।

### 8.4.3 एजेंडा सेटिंग कार्य:

---

इस सिद्धान्त के अनुसार किसी भी व्यक्ति के व्यवहार में तीन स्तरों पर बदलाव आ सकते हैं। पहला स्तर यह कि किसी विषय पर सूचना मनुष्य को प्राप्त होती है। दूसरा यह कि प्राप्त सूचना के अनुसार व्यक्ति अपना मूल्यांकन करता है। तीसरा यह कि मिली सूचनाओं के आधार पर व्यक्ति कुछ को अपने व्यवहार में लाता है और उसी के

अनुसार कार्य करना प्रारंभ कर देता है। इन तीनों स्तरों में जन संचार माध्यमों की भूमिका पहले स्तर पर ही होती है। इसके अलावा व्यवहार में बदलाव लाने में उनकी भूमिका महत्वपूर्ण होती है। उदाहरण के लिए अखबार में अगर किसी पाठक की रुचि का समाचार है तो वह पहले उसी को पढ़ेगा, शेष को नजरअंदाज कर देगा। वहीं रेडियो और टीवी में जो कार्यक्रम प्रसारित होते हैं उनको प्राप्त करना दर्शकों और श्रोताओं की मजबूरी बन जाती है, जब तक कि वह सेट को बंद न कर दे। इस प्रकार रेडियो और टीवी एक निश्चित कार्य के अनुसार कार्यक्रमों का प्रसारण कर जनता के व्यवहार में परिवर्तन लाने का प्रयास करते हैं।

#### 8.4.4 द्विस्तरीय सिद्धान्त:

---

इस सिद्धान्त को पॉल लेज़र्सफील्ड ने प्रतिपादित किया था। उनका मानना था कि संचार एकतरफा न होकर दोतरफा होता है। इसमें संदेशकर्ता अपना संदेश भेजता है और ग्रहणकर्ता उस संदेश पर अपनी प्रतिक्रिया देता है। उनका कहना था कि जन प्रतिक्रिया से ही जन संचार प्रभावी सिद्ध हो सकता है वरना नहीं। हालांकि उन्होंने जन संचार की अपेक्षा व्यक्तिगत संचार को अधिक प्रभावी माना। पॉल लेज़र्सफील्ड ने अपने शोध निष्कर्षों को अपनी पुस्तक “द पीपुल्स च्वायस” में लिखा। उन्होंने एक चुनाव के दौरान मतदाताओं के बीच सर्वे किया। इससे ज्ञात हुआ कि कुछ लोगों ने मतदान का निर्णय अपने पड़ोसियों और मित्रों से या फिर परिवार वालों से बातचीत कर किया। इसके अलावा कुछ थोड़े से मतदाताओं ने मतदान से जुड़ी जानकारियां जन संचार माध्यमों से लीं और उन्हें अपने मित्रों, पड़ोसियों तक उन संदेशों को पहुंचाया। ऐसे लोगों को लेज़र्सफील्ड ने मत नेता (ओपीनियन लीडर) का नाम दिया। लेज़र्सफील्ड का मानना है कि प्रायः संदेश जन संचार माध्यमों के जरिए ओपीनियन लीडर तक पहुंचते हैं और ओपीनियन लीडर उन संदेशों को आबादी के उस हिस्से तक पहुंचाते हैं जहां लोगों की सक्रियता बहुत कम होती है। इसे ही जनसंचार माध्यमों के प्रभाव का द्विस्तरीय सिद्धान्त कहा जाता है।

#### 8.4.5 बहुस्तरीय सिद्धान्त:

---

इस सिद्धान्त के अनुसार संचार एक द्विस्तरीय नहीं बल्कि बहुस्तरीय प्रक्रिया है। इसमें व्यक्ति अपनी रुचि के अनुसार जनसंचार माध्यमों का प्रयोग करता है। जैसे कुछ लोग राजनीति, फाइनेंस, फैशन और मनोरंजन में ज्यादा रुचि रखते हैं। इनकी जानकारी पाने के लिए ही जन संचार माध्यमों का प्रयोग करते हैं। अपने विचारों को पुख्ता रखने के लिए ये लोग आपस में भी संचार करते रहते हैं। ये समाज के शीर्ष स्तर के नेता होते हैं और अपनी बात को निचले स्तर

तक पहुंचाने का कार्य करते हैं। निचले स्तर के नेता भी जन संचार माध्यमों का प्रयोग करते हैं, लेकिन ऊपर के नेताओं के लिहाज से कम। वे जन संचार माध्यमों की सूचनाओं और मत नेताओं से मिली सूचनाओं की तुलना करते हैं और इसके बाद अपनी बात को निचले स्तर तक पहुंचाते हैं। इस स्तर के लोग जन माध्यमों का प्रयोग बिलकुल नहीं करते हैं और अगर करते भी हैं तो बहुत कम। इस प्रकार संचार की इस प्रक्रिया में मत नेताओं की एक लंबी लाइन बन जाती है, जो अनेक स्तरों पर संदेश की गति को बढ़ाते हुए प्राप्तकर्ता को प्रभावित करते हैं। इस प्रकार लोग संदेश भेजने वाले से संदेश प्राप्त करने वाले तक अनेक स्तरों पर संचार माध्यमों से प्रभावित होते हैं।

#### 8.4.6 निर्भरता का सिद्धान्त:

इस सिद्धान्त से पता चलता है कि संदेश पाने वाले किस प्रकार संचार माध्यमों पर अपनी निर्भरता महसूस करते हैं। विद्वानों का कहना है कि समाज में जितनी अनिश्चितता होगी तो लोगों की संदर्भ संरचना उतनी ही कम स्पष्ट होगी, जिससे संदेश ग्रहणकर्ताओं की निर्भरता संचार माध्यमों पर बढ़ जाती है। विश्लेषकों का कहना है कि जन संचार माध्यमों से प्रसारित संदेशों का प्रभाव उस वक्त ज्यादा बढ़ जाता है जब वे कई विशिष्ट व केन्द्रीय सूचना प्रणालियों के रूप में कार्य करते हैं। माध्यम संसार में सूचनाओं के जितने भी कम स्रोत होंगे, माध्यमों द्वारा हमारे मस्तिष्क, चिंतन, दृष्टिकोण और व्यवहार को प्रभावित करने की संभावना उतनी ही अधिक होगी। अतः ग्रहणकर्ता के मस्तिष्क पर विकासात्मक प्रभाव डालने में संदेशों की गुणवत्ता महत्वपूर्ण होती है न कि उनकी मात्रा। यह सच है कि माध्यम दर्शकों/श्रोताओं को प्रभावित करते हैं, लेकिन यह एकतरफा प्रक्रिया नहीं है। माध्यम भी दर्शकों/श्रोताओं की प्रतिक्रिया से प्रभावित होते हैं। माध्यमों की भूमिका पर कुछ बिंदु निम्न हैं-

1. अस्पष्टता का समाधान और परिस्थितियों की व्याख्या के क्षेत्र को सीमित करना ताकि दर्शक/श्रोता इसे आसानी से समझ सकें
2. दृष्टिकोण का निर्माण
3. कार्यक्रमों का निर्धारण
4. लोगों की आस्थाओं का विस्तार
5. मूल्यों का स्पष्टीकरण

विश्लेषकों का कहना है कि भावात्मक प्रभाव को समझे बिना दृष्टिकोण निर्माण के संज्ञानात्मक प्रभावों का अनुमान लगा पाना कठिन होगा। जब सामाजिक टकराव बढ़ जाता है तो जन संचार माध्यमों के चित्रण के अनुसार ही शासन उन समूहों के बारे में विभिन्न दृष्टिकोणों को निर्माण कर उचित कार्रवाई कर सकता है। साथ ही जन संचार माध्यम लोगों को उनके सामाजिक लक्ष्यों की ओर सक्रिय करने या निष्क्रिय करने, दोनों तरह की भूमिका का निर्वाह करते हैं।

#### 8.4.7 खेल का सिद्धान्त:

---

संचार शास्त्री हेरॉल्ड लासवेल के अनुसार जन संचार माध्यमों के तीन प्रमुख कार्य होते हैं-

1. वातावरण की निगरानी।
2. सूचना की व्याख्या और लोगों के व्यवहार का निर्धारण।
3. परंपराओं का पोषण।

वहीं विल्बर श्रेम और रीवर्स ने जनसंचार माध्यमों के दो और कार्य जोड़े हैं- मनोरंजन और विज्ञापन। इस तरह जन संचार माध्यमों के पांच कार्य हुए, लेकिन जरूरी नहीं कि उन्हीं के लिए जनता इसका प्रयोग करे। विलियम स्टीफेंशन ने अपनी किताब “द प्ले थ्योरी ऑफ मास कम्यूनिकेशन“ में कहा है कि जनता जन संचार माध्यमों का प्रयोग खाली समय व्यतीत करने के लिए करती है। कुछ लोग मानसिक और सामाजिक जरूरतों को पूरा करने के लिए इसका उपयोग करते हैं। इसलिए यह एक व्यक्ति की इच्छा पर निर्भर है कि वह जन संचार माध्यमों का उपयोग किसलिए करता है।

#### 8.4.8 बुलेट का सिद्धान्त:

---

दूसरे विश्व युद्ध के दौरान इस सिद्धान्त का प्रयोग किया गया था। उस वक्त मित्र देशों (अमेरिका, ब्रिटेन, फ्रांस, कनाडा आदि) ने जन संचार माध्यमों का प्रचार माध्यम के रूप में व्यापक स्तर पर प्रयोग किया। विश्लेषकों ने यह माना कि मीडिया जनता को प्रभावित करने का एक ताकतवर माध्यम है। इनका कहना है कि जन संचार माध्यमों से जो संदेश निकलता है वह गोली की तरह लोगों के मस्तिष्क तक पहुंचता है। इसके लिए संदेश प्राप्तकर्ता बहुत ही सजग रहता है और वह हमेशा ऐसे संदेश के लिए तत्पर भी रहता है। इससे यह साबित होता है मीडिया सर्वशक्तिमान साधन है और इसके उपयोगकर्ता एक सशक्त संदेशवाहक। इस सिद्धान्त से स्पष्ट है कि दर्शकों/श्रोताओं का निर्माण भिन्न-भिन्न

जनसमूहों द्वारा होता है और हर दर्शक तथा श्रोता प्राप्त संदेशों की एक समान प्रतिक्रिया व्यक्त करेगा। यदि ऐसा संभव हो सका तो लोग दुर्घटना, बीमारी और भयानक फिल्मों को देखकर मीडिया के प्रति अधिक संवेदनशील होकर भावनात्मक रूप से जुड़ पाएंगे। शोध और अनुभव के आधार यह कहा जा सकता है कि जन समूह का जो स्वरूप इस सिद्धांत में स्वीकारा गया है वह प्रासंगिक नहीं है। इस प्रकार मास मीडिया का बुलेट सिद्धांत अपनी उत्पत्ति के समय भले ही प्रभावी रहा, लेकिन वर्तमान परिवेश में संचार का यह सिद्धांत प्रभावी नहीं रह गया है।

#### **8.4.9 षड्यंत्र का सिद्धान्त:**

---

इस सिद्धांत के प्रतिपादकों का मानना है कि जन संचार माध्यम संगठन उन लोगों के मनःस्थिति के अनुसार कार्यक्रम तैयार करते हैं, जिनका उन पर स्वामित्व या नियंत्रण होता है या जो दबाव समूह अस्तित्व और विकास के उनके लक्ष्य में मदद करते हैं। इस तरह से जन संचार माध्यम उन लोगों के प्रति एक तरीके से षड्यंत्र करते हैं, जिनका इन माध्यमों पर कोई प्रभाव नहीं पड़ता। संदेश इस प्रकार से तैयार किए जाते हैं जो कि उच्च मध्य वर्ग या अभिजात्य वर्ग के विचारों के अनुकूल होता है तथा पूरे समाज से उसका बहुत कम जुड़ाव होता है। ऐसे मीडिया संगठन प्रायः व्यवस्था के समर्थक होते हैं तथा सरकारी की राजनीतिक व्यवस्था के कारण उन्हें अपने समानांतर संगठनों से अधिक प्रतिस्पर्धा का सामना नहीं करना पड़ता है। ऐसे मीडिया संगठन जनता के प्रति काफी गैर जिम्मेदार हो जाते हैं। जन संचार माध्यम उनके हितों को सामने ही नहीं ला पाते और न उनकी समस्याओं पर ध्यान दे पाते हैं। इस प्रकार ऐसे जन संचार माध्यम आम जनता के प्रति षड्यंत्र कर अपना हित साधते हैं।

---

### **8.5 जन संचार के अन्य सिद्धान्त:**

---

#### **8.5.1 सामाजिक प्रभाव का सिद्धांत (Social Influence or Identification Theory):**

---

जन संचार माध्यमों में दिखाए जाने वाले नायकों की छवि ऑडियंस(दर्शक/श्रोता/पाठक) अपने जीवन में उतारने का प्रयास करते हैं। उन्हीं की भांति ऑडियंस(दर्शक/श्रोता/पाठक) आचरण भी करते हैं। यह अनुकरण कुछ समय के लिए ही सही, लेकिन ऑडियंस(दर्शक/श्रोता/पाठक) के व्यवहार और जीवन शैली को प्रभावित करता है। यदि इस प्रभाव को सामाजिक व्यवस्था का समर्थन मिल जाए तो वह अभिरुचि का रूप ले लेता है। एकात्मीकरण का अर्थ है कि किसी चहेते व्यक्ति के गुणों को अपने चरित्र में शामिल करना। हर्बर्ट कोलमैन ने अभिरुचि परिवर्तन से जुड़े

सामाजिक प्रभाव को तीन प्रतिक्रियाओं में बांटा है- इसमें अनुपालन(Compliance), एकात्मिकरण (Identification और अंतरीकरण (Internalisation) शामिल हैं।

अनुपालन का अर्थ किसी पुरस्कार या सम्मान की आशा अथवा किसी दंड से बचने के लिए प्रभावों को स्वीकार करना है जो सामान्य मानव की प्रकृति का हिस्सा है। वहीं एकात्मिकरण में एक व्यक्ति किसी दूसरे व्यक्ति के व्यवहार को इसलिए स्वीकार करता है क्योंकि वह व्यवहार उस व्यक्ति को या उसके समूह को संतुष्ट करता है। अंतरीकरण में जब व्यक्ति किसी समस्या के समाधान के संदर्भ में उसे उपयोगी पाता है या वह उसके मनोनुकूल होता है क्योंकि वह उसके मूल्यों की जरूरतों के अनुरूप होता है। यह सिद्धांत बताता है कि रचनात्मक एवं विकासात्मक पक्ष में जनसंचार माध्यम महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकते हैं।

### 8.5.2 उपयोग एवं संतुष्टि का सिद्धांत(Uses and Gratification Theory)

यह सिद्धांत सामाजिक प्रभाव सिद्धांत के काफी करीब है। इसकी खास बात यह है कि इसमें जन संचार माध्यम अपने दर्शकों/श्रोताओं/पाठकों को इस बात के लिए प्रेरित करते हैं कि वह अपनी आवश्यकताओं की संतुष्टि के लिए उनका अधिकतम उपयोग करें। 1959 में ई.काट्ज़ ने यह अवधारणा पेश की। इसका मुख्य बिंदु था कि लोगों का मीडिया के प्रति क्या व्यवहार होता है। हॉकरों की हड़ताल के चलते अखबार से वंचित लोगों को लेकर काट्ज़ ने बर्नार्ड बेरेलसन के साथ मिलकर शोध किया। इसमें पता लगाया गया कि अखबार न पढ़ पाने से लोगों ने क्या खोया। इस पर लोगों ने कहा कि इससे उन्हें काफी नुकसान हुआ है। कोई अखबार में प्रकाशित मनोरंजन के कॉलमों से वंचित रहा तो किसी को देश-दुनिया का अपडेट नहीं मिल सका। कोई मौसम, फैशन और खेल की जानकारियां न मिल पाने से परेशान था तो व्यापारी वर्ग वाणिज्य की दुनिया की हलचल न मिल पाने से परेशान था। इससे पता चला कि मीडिया के जरिए लोग अपनी संतुष्टि तलाशते हैं और तनावमुक्त रहने का प्रयास करते हैं। लोगों को अपनी विशिष्ट आवश्यकताओं की प्रतिपूर्ति के लिए मीडिया के सहारे की जरूरत पड़ती है। भोजन, पानी, आवास की तर्ज पर मास मीडिया का उपयोग भी कुछ इसी तरह किया जा सकता है। मुख्य जरूरतें निम्न रूप से हैं-

- वातावरण पर निगरानी रखना-

हमारे आसपास क्या हो रहा है, यह जानकारी मीडिया देता है और इसी के आधार पर हम फैसला करते हैं कि हमें क्या करना है! मौसम की रिपोर्ट के आधार पर ही हम छाता लेकर बाहर निकलते हैं ताकि बारिश से बचाव कर सकें।

शेयर बाजार की रिपोर्ट के आधार पर ही निवेश का फैसला लेते हैं। खबरों के आधार पर हम मतदान के अलावा राजनीति से जुड़े अहम निर्णय करते हैं।

- **समाजीकरण संबंधी कार्य-**

मीडिया से जानकारीयां पाकर हम लोगों के समक्ष अपने को बेहतर ढंग से पेश कर सकते हैं। किसी बहस-मुबाहिसे में शामिल होने के लिए सूचनाएं और ज्ञान परम आवश्यक है।

- **ध्यान बंटाने संबंधी कार्य-**

विचलन, विषयांतर, मनोरंजन के लिए लोग मास मीडिया का उपयोग करते हैं। उपयोग और संतृप्ति यानी यूजेज एंड ग्रेटिफिकेशन इन रूपों में होती है- मनोरंजन, विशिष्ट व्यक्तियों या सेलिब्रिटीज़ की प्रशंसा या निंदा होते देखना, सुंदरता या सुंदर व्यक्ति को देखना, दूसरों के साथ अनुभव बांटना, अपनी जिज्ञासा मिटाना, धार्मिक कार्यक्रमों को देखना, दूसरी ओर ध्यान बंटाना, दूसरों के सुख-दुख से जुड़ना, ऐसे लोगों की तलाश जिनके आदर्श अनुकरणीय हों, अपनी पहचान की तलाश, देश-दुनिया की जानकारी पाना, न्याय के प्रति भरोसा जगाना, प्रेम में भरोसा पैदा करना, चमत्कार या अद्भुत चीजों के प्रति जिज्ञासा, दूसरों की गलतियां देखना, दुनिया की व्यवस्था पर नजर, अप्रिय भावनाओं को मिटाना, यौन आकांक्षाओं की तृप्ति, बुराइयों तथा बुरे लोगों के बारे में जानना, अपने नैतिक, आध्यात्मिक और सांस्कृतिक मूल्यों को दृढ़ करना, खलनायकों की कार्य पद्धति देखना।

### **8.5.3 परावर्ती प्रक्षेपीय सिद्धांत (Reflective Projective Theory):**

---

इस सिद्धांत में जन संचार के सभी पक्ष समाहित हैं। इसके अनुसार जनसंचार माध्यम को समाज के दर्पण के रूप में माना जा सकता है जो उसकी ऐसी छवि पेश करता है जिसमें प्रत्येक प्रेक्षक अपनी नजर से स्वयं को और पूरे समाज को देखता है। यह सिद्धांत जनसंचार के सामाजिक एवं व्यक्तिगत महत्व के अंतर को स्पष्ट करता है। वास्तव में यह सिद्धांत निरूपित करता है कि प्रसारण सामयिक संस्कृति का महत्वपूर्ण अंग है। कोई देश या समाज नक्शे या भौगोलिक सीमाओं से नहीं गढ़ा जा सकता है बल्कि इसका निर्माण समान विचारों और संस्कृति से बनता है जिसकी अपनी एक छवि होती है, किंतु यह समान दृष्टि ऐसी होनी चाहिए जिसे सभी लोग स्वीकार कर सकें।

### **8.5.4 संतुलन का सिद्धांत (Balance Theory):**

---

संचार के इस सिद्धांत से इस बात की पुष्टि होती है कि व्यक्ति केवल उसी बात को ग्रहण करता है जो उसे पसंद होती है। न्यूकाँम्ब के अनुसार-संचार क्रिया की विशेषता होती है कि उसका रुझान संतुलन और सुसंगति स्थापित करने की ओर होता है। इस अवधारणा में स्पष्ट है कि संदेश भेजने वाला संचार की क्रिया में समानुभूति का ध्यान रखे।

### 8.5.5 उदारवादी लोकतांत्रिक सिद्धांत (Liberal Democratic Theory):

---

इस सिद्धांत के अनुसार किसी भी व्यक्ति के लिए स्वतंत्रता जरूरी है। व्यक्तिवादी विचारधारा ही इस सिद्धांत का मूलभूत आधार है। स्वतंत्रता का अर्थ- अभिव्यक्ति की आजादी और राज्य के नियंत्रण से मुक्ति भी है। विश्लेषकों का कहना है कि राज्य को किसी व्यक्ति के कार्यों में कतई हस्तक्षेप नहीं करना चाहिए जिससे वे निर्भीक होकर अपना कार्य संचालित कर सकें। आज विश्व के कई देशों में लोकतांत्रिक व्यवस्था सफलतापूर्वक चल रही है। इस व्यवस्था में यह भी देखा जाना चाहिए कि वहां की जनता अपने अधिकारों के प्रति कितनी सचेत है। जनता को जगाने का काम वहां के जन संचार माध्यम करते हैं।

---

### 8.6 अभ्यास प्रश्न:

1. प्रेस के प्रमुख सिद्धांतों पर प्रकाश डालिए ?
2. मानक सिद्धांतों को संक्षेप में समझाएं ?
3. शैनन-वीवर के मॉडल की उपयोगिता को समझाएं ?
4. जन संचार में खेल के सिद्धांत को अपने शब्दों में लिखें ?
5. यूजर्स और ग्रेटिफिकेशन थ्योरी क्या है ?

---

### 8.7 सारांश:

---

जन संचार के सिद्धांतों की इस इकाई में विस्तृत व्याख्या की गई है। जन संचार माध्यम पूरे समाज पर कैसे प्रभाव डालते हैं तथा समाज के हित किस तरह से प्रभावित होते हैं, इस इकाई को पढ़ने के बाद तस्वीर साफ हो जाएगी। इकाई में इस बात पर भी जोर दिया गया है कि मनुष्य किन हालात में कैसा बर्ताव करेगा और इसके बाद जन संचार के कुछ स्वरूपों का अध्ययन करने के बाद संदेश को भेजने की व्यवस्था की जाती है जिससे सही परिणाम प्राप्त

हो सकेंगे। इकाई में मनोवैज्ञानिक, समाजशास्त्रीय और मानवशास्त्रीय पक्षों के आधार पर विश्लेषकों ने कई सिद्धांतों को प्रतिपादित किया है। संचार माध्यमों के प्रभाव का द्विस्तरीय सिद्धांत और बहुस्तरीय सिद्धांत भी इसी तर्ज पर आधारित है। इसके अलावा जन संचार के अन्य सिद्धांतों के बारे में भी समझाया गया है।

---

## 8.8 शब्दावली:

---

**एजेंडा:** किसी कार्य या प्रक्रम के लिए बनी कार्यसूची

**बुलेट:** गोली की तरह भेदने वाला

**संतुलन:** किसी जगह पर साम्य बनाना

**संतृप्ति:** इच्छा भर जाना या तृप्त होना

---

## 8.9 संदर्भ ग्रंथसूची:

- 
1. उपाध्याय, डॉ अनिल कुमार: पत्रकारिता और जनसंचार: सिद्धांत एवं विकास, भारती प्रकाशन, वाराणसी
  2. अरोड़ा, डॉ हरीश: जनसंचार, युवा साहित्य चेतना मंडल, श्रीनिवासपुरी, नई दिल्ली
  3. राजगढ़िया, विष्णु: जनसंचार: सिद्धांत और अनुप्रयोग, राधाकृष्ण प्रकाशन, नई दिल्ली

---

## 8.10 सहायक/उपयोगी पाठ्यसामग्री:

- 
1. वत्स, डॉ जितेंद्र, डॉ किरणबाला, (2009), जनसंचार माध्यम और सर्वांग, अमर प्रकाशन, लोनी, गाजियाबाद
  2. बैरन, डेविस (2006), मास कम्यूनिकेशन थ्योरी, थामसन-वर्ल्ड्सवर्थ

---

## 8.11 निबंधात्मक प्रश्न:

- 
1. जनसंचार के मानक सिद्धांत कौन से हैं, सविस्तार से समझाएं ?
  2. महिलाओं के परिप्रेक्ष्य में उपयोग और संतृप्ति सिद्धांत का उल्लेख करें?
  3. उदारवादी लोकतांत्रिक सिद्धांतों को उदाहरण देकर स्पष्ट करें ?
  4. जन संचार में सामाजिक उत्तरदायित्व के सिद्धांत के बारे में बताइये ?



**Uttarakhand Open University, Haldwani -263139**

**Toll Free : 1800 180 4025**

**Operator : 05946-286000**

**Admissions : 05946-286002**

**Book Distribution Unit : 05946-286001**

**Exam Section : 05946-286022**

**Fax : 05946-264232**

**Website : <http://uou.ac.in>**