



वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय
कोटा

एम.जे.एम.सी. -7
विकासात्मक जनसंचार
(Development Communication)

विकासात्मक जनसंचार 2

पत्रकारिता एवं जनसंचार स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम
(Master of Journalism & Mass Communication)

विकासात्मक जनसंचार

जनसंचार माध्यमों का विकास एवं जीवन-स्तर
पारम्परिक जनसंचार माध्यम: महत्व एवं उपयोग

2



वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा

एम. जे. एम. सी. 7
विकासात्मक जनसंचार

पत्रकारिता एवं जनसंचार
स्नातकोत्तर पाठ्यक्रम

विकासात्मक जनसंचार

पाठ्यक्रम विशेषज्ञ समिति

- | | |
|---|---|
| * प्रो. जी.एस.एल. देवड़ा
कुलपति
कोटा खुला विश्वविद्यालय, कोटा
(अध्यक्ष समिति) | * प्रो. ए.के. बनर्जी
पूर्व-अध्यक्ष, पत्रकारिता विभाग
बनारस हिन्दू विश्वविद्यालय
वाराणसी |
| * प्रो. अब्दुल वहीद खान
निदेशक (विकास एवं प्रशिक्षण)
कॉमनवेल्थ सेक्टर ऑफ लर्निंग
वैक्वर (कनाडा) | * प्रो. जे.एस. यादव
भारतीय जनसंचार संस्थान
नई दिल्ली |
| * राधेश्याम शर्मा
पूर्व-महानिदेशक
माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता
विश्वविद्यालय, भोपाल (म. प्र.) | * डॉ. भंवर सुराणा
ब्यूरो चीफ/ विशेष संवाददाता
दैनिक हिंदुस्तान
जयपुर |
| * डॉ. ओ.पी. केजरीवाल
निदेशक, नेहरू मेमोरियल म्यूजियम एण्ड लाइब्रेरी
तीन मूर्ति भवन, नई दिल्ली | * डॉ. रमेश जैन
अध्यक्ष-जनसंचार विभाग
कोटा खुला विश्वविद्यालय, कोटा
(सचिव, समिति) |
-

संयोजक

डॉ. रमेश जैन- अध्यक्ष, जनसंचार विभाग
कोटा खुला विश्वविद्यालय, कोटा

पाठ-संपादक एवं भाषा-संपादक

पाठ-संपादक	भाषा-संपादक
डॉ. रमेश जैन अध्यक्ष, जनसंचार विभाग कोटा खुला विश्वविद्यालय, कोटा	डॉ. विष्णु पंकज वरिष्ठ साहित्यकार-पत्रकार जयपुर

अकादमिक एवं प्रशासनिक व्यवस्था

- * डॉ. आर.वी. व्यास, कुलपति
 - * डॉ. एच.बी. नन्दवाना, विभागाध्यक्ष
 - * डॉ. पी.के. शर्मा, निदेशक, पा.सा.उ. एवं वि. विभाग
-

पाठ्यसामग्री उत्पादन एवं वितरण विभाग

- * योगेन्द्र गोयल
सहायक उत्पादन अधिकारी
-

सर्वाधिकार सुरक्षित । इस पाठ्यक्रम का कोई भी अंश कोटा खुला विश्वविद्यालय / वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, कोटा की लिखित अनुमति प्राप्त किए बिना या मिम्योग्राफी (चक्रमुद्र) अथवा किसी अन्य साधन से पुनः प्रस्तुत करना वर्जित है।

वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय के पाठ्यक्रमों के विषय में और अधिक जानकारी विश्वविद्यालय के कुलसचिव, वर्धमान महावीर खुला विश्वविद्यालय, रावतभाता रोड, कोटा से प्राप्त की जा सकती हैं।

पाठ लेखक

1. **जितेन्द्र गुप्त**
वरिष्ठ पत्रकार
नई दिल्ली
2. **श्याम माथुर**
उप संपादक
राजस्थान पत्रिका, जयपुर
3. **रमेश पांडे**
सहायक महाप्रबंधक
राजस्थान परिवहन निगम
4. **शिव प्रसाद भारती**
सहायक निदेशक, सूचना एवम जनसंपर्क विभाग
गाजियाबाद
5. **महेश्वर दयालु गंगवार**
संयुक्त सचिव, नेशनल यूनियन ऑफ जर्नलिस्ट
(इंडिया)
वरिष्ठ पत्रकार
नई दिल्ली
6. **गुलाब बत्रा**
वरिष्ठ संवाददाता
यूनिवार्ता, समाचार समिति, जयपुर

पाठ्यक्रम - सप्तम

खण्ड - 2

2

इकाई 5	
जनसंचार माध्यमों का विकास एवं जीवन स्तर	7-26
इकाई 6	
पारम्परिक जनसंचार माध्यम : महत्व एवं उपयोग	27-44
इकाई 7	
विकासात्मक समाचार	45-62

इकाई 5 जनसंचार माध्यमों का विकास और जीवन स्तर

इकाई की रूपरेखा

- 5.0 उद्देश्य
- 5.1 प्रस्तावना
- 5.2 जनसंचार माध्यम क्या है ?
 - 5.2.1 जनसंचार माध्यमों की भूमिका
- 5.3 जनसंचार माध्यमों का विकास
- 5.4 जनसंचार के परम्परागत माध्यम
 - 5.4.1 सार्वजनिक ऐलान व मुनादी
 - 5.4.2 भित्ति लेखन या शिलालेख
 - 5.4.3 नाटक या नौटंकी
 - 5.4.4 मेले, उत्सव
- 5.5 जनसंचार के आधुनिक साधन
 - 5.5.1 प्रिंट मीडिया (समाचारपत्र-पत्रिकाएं)
 - 5.5.2 रेडियो
 - 5.5.3 टेलिविजन
 - 5.5.4 फिल्म
- 5.6 नई सूचना प्रौद्योगिकी एवं संचार
 - 5.6.1 केबल एवं प्राइवेट टीवी. नेटवर्क्स
 - 5.6.2 दूरसंचार
 - 5.6.3 इंटरनेट
- 5.7 जनसंचार माध्यमों का जीवन स्तर पर प्रभाव
 - 5.7.1 जानने की भूख बढ़ी
 - 5.7.2 उपभोक्तावाद का प्रचार-प्रसार
 - 5.7.3 सामाजिक मूल्यों में बदलाव
 - 5.7.4 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की महत्वपूर्ण भूमिका
- 5.8 सारांश
- 5.9 निबंधात्मक प्रश्न
- 5.10 कुछ उपयोगी पुस्तकें

5.0 उद्देश्य

प्रस्तुत इकाई का उद्देश्य जनसंचार पाठ्यक्रम के शिक्षार्थियों को जनसंचार माध्यमों के क्रमिक विकास और जीवन स्तर पर उनके प्रभावों से अवगत कराना है। विद्यार्थी इस इकाई के माध्यम से

- समाचारपत्र-पत्रिकाओं, फिल्म, टेलीविजन, रेडियो तथा अन्य परम्परागत संचार माध्यमों के विकास के बारे में संक्षिप्त जानकारी प्राप्त कर सकेंगे।

- इसके अलावा इनके निरंतर और क्रमिक विकास ने मानव जीवन को किस तरह प्रभावित किया है, यह जान सकेंगे।
- मानव की सभ्यता और संस्कृति में क्या-क्या बदलाव इन जनसंचार माध्यमों की वजह से आए, इसके बारे में संक्षिप्त जानकारी भी मिल सकेगी।
- जनसंचार माध्यमों के विकास ने जीवन स्तर पर क्या प्रभाव डाला है, यह ज्ञात कर सकेंगे।

5.1 प्रस्तावना

अनादिकाल से ही जिस प्रकार भोजन, जल और वायु मानव के जीवन की मूलभूत शारीरिक आवश्यकताएँ रही हैं, उसी प्रकार सूचना भी मानव जीवन की प्राथमिक मानसिक आवश्यकता रही है। सृष्टि के आरंभ में जहाँ इसकी आवश्यकता कुछ कम पड़ती थी, वहीं सभ्यता के विकास के साथ-साथ सूचना की आवश्यकता में भी बढ़ोतरी होती रही। जैसे-जैसे मानव ने समाज का विकास किया, सभ्यता का विकास किया, जैसे-जैसे सूचना की आवश्यकता में वृद्धि होती गई और आज के युग की हम बात करें तो पायेंगे की सूचनाओं के बिना शायद हम अपने जीवन का एक पल भी नहीं जी सके। वस्तुतः देखा जाए तो मानव सभ्यता का विकास ही सूचनाओं के आधार पर हुआ है। जीवन की प्रत्येक क्रिया में सूचनाओं और जानकारी की आवश्यकता है। जैसे-जैसे सूचना की आवश्यकता बढ़ती गई जैसे-जैसे मनुष्य ने उसे प्राप्त करने के साधनों का विकास भी किया और सूचना प्राप्ति के साधन ही कहलाए जनसंचार माध्यम।

पक्षियों द्वारा संदेश पहुँचाने के युग से आज इंटरनेट के युग तक जनसंचार माध्यमों ने एक लम्बा रास्ता तय किया है। जनसंचार माध्यमों ने अपनी विकास यात्रा में हर स्तर पर जीवन स्तर को भी कहीं न कहीं प्रभावित किया है, क्योंकि वस्तुतः इनका विकास मानव के विकास से ही सम्बद्ध था।

5.2 जनसंचार माध्यम क्या है ?

सबसे पहले तो हम यह जानने का प्रयास करते हैं कि जनसंचार क्या है? जन संचार माध्यमों से यहाँ हमारा तात्पर्य उन माध्यमों या साधनों से है जिनके जरिए किसी सूचना जानकारी या संदेश को किसी एक व्यक्ति, व्यक्तियों के समूह या किसी संस्था या सरकार द्वारा किसी अन्य व्यक्ति या व्यक्तियों के समूह तक पहुँचाया जा सके।

विल्बर्ट स्ट्रैम के अनुसार - 'जनसंचार माध्यम से तात्पर्य उस माध्यम से है जिसके द्वारा कोई समूह एक ही संदेश को ज्यादा से ज्यादा लोगों तक पहुँचाने का प्रयास करता है। ' इस प्रकार जनसंचार माध्यमों में वे सभी माध्यम शामिल किए जा सकते हैं जो एक ही समय में एक ही प्रकार का संदेश एक बड़े जन समूह तक पहुँचा सकें। इनमें अखबार, सिनेमा, रेडियो, टेलीविजन, किताबें, पत्रिकाएं, पैम्फलेट, डाक सामग्री आदि सभी मुद्रित सामग्री या इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों को शामिल किया जा सकता है।

ये माध्यम निरंतर और प्रभावी ढंग से अपना उद्देश्य पूरा करते रहें, इसके लिए यह भी जरूरी है कि इसमें योग्य लोगों का एक बड़ा समूह काम करे। जनसंचार माध्यमों का एक पहलू यह भी है कि ये चूंकि आम जनता से जुड़े होते हैं, अतः इनके द्वारा प्रचारित, प्रसारित सामग्री या संदेश आदि आम जनता की रुचि का होता है, उसमें किसी वर्ग विशेष की रुचि का प्रायः ख्याल नहीं रखा जाता। 'जानकारी, विचार आदि को एक दूसरे तक पहुँचाने की कला संचार है और जनसंचार माध्यमों के प्रयोग द्वारा एक बड़े जनसमूह तक जानकारी विचार आदि पहुँचाना ही जनसंचार है।' (इंट्रोडक्शन टू मास मीडिया)

5.2.1 जनसंचार माध्यमों की भूमिका

जनसंचार माध्यम मानव की मानसिक भूख को शांत करते हैं। इन माध्यमों से प्राप्त सूचना के आधार पर ही आज तक वह इस सभ्यता और समाज का विकास करा पाया है और आगे भी यह प्रक्रिया चलती रहेगी। जनसंचार माध्यमों का प्रमुख कार्य सूचना देना रहा है। लेकिन इसके साथ-साथ इनके कई कार्य और भी हैं जो मानव, उसके समाज और सभ्यता के विकास में महत्वपूर्ण योगदान देते हैं।

जनसंचार माध्यमों का प्राथमिक कार्य मानव को सूचना या जानकारी प्रदान करना है। उसके आस पास के वातावरण में क्या घटित हो रहा है? यह जानने की इच्छा मानव के जिज्ञासु मन में हमेशा से रही है। उसकी इसी जिज्ञासा को जनसंचार माध्यम शांत करते हैं। पूरे विश्व में कहाँ क्या घटित हो रहा है, उसके आस पास क्या चल रहा है? इस सबकी खबर, जानकारी जनसंचार माध्यम ही देते हैं। इन सूचनाओं और जानकारी के आधार पर ही उसके भावी जीवन की रूपरेखा तैयार होती है। सूचना देने के अतिरिक्त इन माध्यमों का दूसरा महत्वपूर्ण कार्य है शिक्षित करना। पाठ्य पुस्तकें, किताबें, समाचारपत्र-पत्रिकाओं के शिक्षा संबंधी समाचार, आलेख, दूरदर्शन, आकाशवाणी आदि पर प्रसारित होने वाले शैक्षिक प्रसारण आदि जनसंचार माध्यमों के इस महत्वपूर्ण कार्य का ही एक रूप है। मनोरंजन मानव की मानसिक क्षुधा है जिसे शांत कराने का दायित्व भी जनसंचार माध्यमों पर ही है। उपन्यास, कहानियाँ, कविताएं, व्यंग्य, सिनेमा, दूरदर्शन, आकाशवाणी के मनोरंजक कार्यक्रम आदि मानव की मनोरंजन की भूख को शांत करते हैं।

अन्तर्राष्ट्रीय, राष्ट्रीय या सामाजिक महत्व के किसी मुद्दे पर जनमत निर्माण करने में भी जनसंचार माध्यम महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। सरकार द्वारा लिए गए किसी निर्णय पर जनता की प्रतिक्रिया प्राप्त होने पर ही सरकार आगे कदम उठाती है। चुनावों के समय विभिन्न समाचार माध्यमों द्वारा करवाए गए जनमत सर्वेक्षण चुनाव परिणामों पर गहरा असर डालते हैं। इस प्रकार जनसंचार माध्यम सत्ता और जनता के बीच एक मजबूत सेतु का काम देता है।

जनसंचार माध्यमों द्वारा दी गई सूचनाओं और जानकारी के आधार पर ही समाज और राष्ट्र का विकास हो पाता है। समाचार माध्यमों में जब किसी जन समस्या की ओर इशारा किया जाता है तभी सरकार उसके निराकरण का प्रयास करती है। सरकार द्वारा चलाए जा रहे विभिन्न विकास कार्यक्रमों की जानकारी भी जनता को इन्हीं माध्यमों से मिलती है जिसका

जनता अपने हित में लाभ उठाती है। इस प्रकार जनसंचार माध्यम किसी भी राष्ट्र या समाज के विकास में महत्वपूर्ण योगदान देते हैं।

5.3 जनसंचार माध्यमों का विकास

मानव की मानसिक जरूरतें पूरी करने में जनसंचार माध्यमों की महत्वपूर्ण भूमिका है। मानव ने अपनी सभ्यता का विकास इन जनसंचार माध्यमों से प्राप्त जानकारी के आधार पर ही किया है। शुरुआत में जहाँ जनसंचार माध्यम जनता के एक छोटे समूह तक बात पहुँचाते थे। वहीं धीरे- धीरे मानव ने अपनी आवश्यकता के हिसाब से इन माध्यमों का विकास किया और आज स्थिति यह है कि जनसंचार माध्यमों की बदौलत दुनिया एक छोटा सा गाँव लगने लगी है और 'ग्लोबल विलेज' की अवधारणा सामने आ गई है। परस्पर व्यक्तिगत सम्पर्क से आज 'ग्लोबल विलेज' की इस अवधारणा का रूप साकार करने तक का जनसंचार माध्यमों का सफर वस्तुतः खुद मानव के विकास की कहानी है, वैज्ञानिक प्रगति की कहानी है।

जनसंचार माध्यमों को दो भागों में विभक्त किया जा सकता है। प्रथम होंगे परम्परागत जनसंचार माध्यम जिनमें सार्वजनिक ऐलान, नौटंकियाँ, नुक्कड़ नाटक आदि कई माध्यम शामिल हैं जिनका प्रयोग वैज्ञानिक प्रगति से पहले शासक वर्ग जनता तक अपना संदेश पहुँचाने के लिए करता था। दूसरे होंगे आधुनिक जनसंचार माध्यम जिनमें शामिल हैं अखबार, रेडियो, टेलीविजन फिल्म आदि माध्यम जो वैज्ञानिक प्रगति की देन हैं।

5.4 जनसंचार के परम्परागत माध्यम

जनसंचार की आवश्यकता मानव को अनादि काल से रही है। एक समय था जब मानव अपना संदेश पहुँचाने के लिए कबूतरों, तोतों और चिड़ियों का सहारा लिया करते थे। कई आदिवासी पिछड़े इलाकों में यह साधन आज भी दृष्टिगोचर होता है। लेकिन फिर जैसे-जैसे मानव की समझ बढ़ी उसने अपने संदेश दूसरे लोगों तक पहुँचाने के और भी तरीके ढूँढे। खासतौर पर शासक वर्ग को जब आम जनता तक कोई बात पहुँचानी होती थी इन माध्यमों का बहुत उपयोग होता था। इनमें सबसे पहला तरीका था -

5.4.1 सार्वजनिक ऐलान या मुनादी

आम जनता तक शासकों को जब भी कोई राज्यादेश पहुँचाना होता था तो इस तरीके का सर्वाधिक प्रयोग किया जाता था।

5.4.2 भित्ति लेखन या शिलालेख

भित्ति लेखन या शिलालेखों की परम्परा भी काफी पुरानी है। अजंता-एलोरा और खुजराहो तथा कई अन्य गुफाओं में भित्ति लेखन मिलता है। इसके अलावा सम्राट अशोक द्वारा लिखवाए गए शिलालेखों के बारे में तो सभी जानते हैं। राजा प्रजा के नाम जब भी कोई संदेश देना चाहता था और उसकी यह इच्छा रहती थी कि इस संदेश को आने वाली पीढ़ियों भी पढ़ सकें तो वह अक्सर शिलालेख लिखवाया करते थे। सम्राट अशोक द्वारा लिखवाए गए शिलालेखों से उसके समय की महत्वपूर्ण जानकारियाँ प्राप्त हुई हैं।

5.4.3 नाटक या नौटंकी

ये दोनों एक समय में आम जनता के मनोरंजन के महत्वपूर्ण साधन हुआ करते थे। कुछ इलाकों में तो आज भी इनकी लोकप्रियता बरकरार है। मनोरंजन के इन माध्यमों द्वारा आम जनता के लिए संदेश भी पहुँचाए जाते हैं। इस तरह के नाटकों या नौटंकियों की कहानी ही ऐसी होती है जिसमें वह संदेश छुपा होता है। जनता उसे देखती है अपना मनोरंजन भी करती है और उस संदेश का भी फायदा उठाती है।

इसी विधा में कठपुतली प्रदर्शन, गीत संगीत के कार्यक्रम आदि कई और विधाएं भी शामिल हैं जिनके द्वारा जनता तक उसकी अपनी स्थानीय बोली और परिवेश में मनोरंजन करते हुए उसके लिए लाभप्रद संदेश उस तक पहुँचाया जाता है। भारत का सूचना और प्रसारण मंत्रालय अपने गीत और नाटक विभाग के जरिए जनसंचार के इस माध्यम का भरपूर उपयोग सरकारी कार्यक्रमों और नीतियों को आम जनता तक पहुँचाने में आज भी कर रहा है।

5.4.4 मेले, उत्सव

मेले और उत्सव आदि भी लोक रंजन के सशक्त माध्यम हैं जहां एक बड़ा जन समुदाय एकत्र होता है और कोई भी संस्था अपना प्रचार वहाँ आसानी से कर सकती है। विभिन्न सरकारी विभागों द्वारा भी समय-समय पर राष्ट्रीय अन्तर्राष्ट्रीय मेले आयोजित किए जाते हैं, जिनमें संबंधित विभाग अपनी नीतियों और प्रगति के बारे में जनता को जानकारी प्रदान करते हैं। इसके अलावा जनता को उस क्षेत्र विशेष में चल रही नई प्रवृत्तियों के बारे में भी इन मेलों के माध्यम से जानकारी मिलती है।

हमारे देश में प्रतिवर्ष अंतर्राष्ट्रीय पुस्तक मेला, उपयोग और व्यापार मेला आदि आयोजित किए जाते हैं जिनमें आम जनता बड़ी रुचि से भाग लेती है। ये तो थे कुछ परम्परागत माध्यम जिनका प्रयोग बहुत प्राचीन समय से हो रहा है। कुछ का प्रयोग बंद हो चुका है और कुछ का अभी भी जारी है।

प्रो. सूर्य प्रसाद दीक्षित के शब्दों में - वस्तुतः निचले स्तर पर अधिकाधिक जनसंचार इन्हीं माध्यमों से हुआ। पारम्परिक संचार माध्यमों के रूप वृहदकोश में निम्नलिखित सम्मिलित हैं-

1. **लोक कलाएँ तथा संगीत**, जैसे - ग्रामीण थियेटर, कठपुतली, वार्ताएं, कथाएँ, लोकगीत, आख्यान, किस्से-कहानियों कविगान आदि।
2. **श्रोताओं एवं दर्शकों से युक्त परिस्थितियाँ**, जैसे - त्यौहार, मेले, सामाजिक रीतियाँ, विशेष उत्सव तथा ग्रामीण मेले।
3. **जनजातीय सामाजिक संस्थाएँ**, जैसे - घोटुल (मध्य प्रदेश), घुमकुरिया (बिहार) तथा समाज के प्रमुख जैसे - ग्राम मुखिया, वैध, हकीम आदि।
4. **ग्रामीण लोक कलाएँ** (हस्तशिल्प) आदि।

इन संचार माध्यमों की जड़ें स्थानीय संस्कृति में होने से इनकी अपनी स्थानीय पहचान होती थी तथा इनकी लागत कम होने के कारण इनको अभिनीत करना सुलभ था, जिसके कारण ये भारतीय समाज में संचार के प्रमुख उपकरण होने के साथ ही मनोरंजन के प्रमुख साधन थे।

समय के साथ विभिन्न स्थानों पर लोकसंचार की विशिष्ट स्थानीय शैलियाँ विकसित हो गयीं, जैसे - तमाशा (महाराष्ट्र), कविगान जात्रा (पश्चिम बंगाल), सवाल-जवाब, नौटंकी (उत्तर भारत), ओट्टन थुलाल (केरल) यक्षगान (कर्नाटक) इत्यादि, जो कालान्तर में जनसंचार के प्रचलित माध्यम बन गए।

वस्तुतः ये पारम्परिक संचार माध्यम तथा लोक-कलाएं अपने अनगिनत प्रतिभाशाली कलाकारों तथा समूहों के साथ जिम्मेदारी निभाती थीं, गाँवों तथा शहरों के मध्य विचारों, व्यवहारों तथा शैलियों के निर्वाह की। इन्होंने स्वयं समाज में बदलाव, प्रसार तथा प्रचार के वाहनों के रूप में कार्य किया। सामाजिक सुधार हेतु भी इन्होंने प्रेरित किया तथा बदलाव के कई उपकरण प्रदान किए।

लोक कलाकारों के अतिरिक्त अन्य लोग भी सूचना के समर्थ संवाहक थे। इनमें प्रथम श्रेणी में थे - सामाजिक संस्थाओं के स्थानीय पदाधिकारी, जैसे - धार्मिक संस्थाओं एवं मठों के प्रमुख, ग्राम पुरोहित (जो विवाह तथा अन्य सामाजिक संस्कार सम्पन्न कराते थे), ग्रामीण मंदिरों के पुजारी, पीर, औलिया, शिक्षक, अनुवादक, संगीतज्ञ आदि। दूसरी श्रेणी में थे वे कर्मचारी जो गाँवों में दिनों दिन कार्य करते थे, जैसे नाई, धोबी, सुनार, मोची, दाई आदि। तीसरे थे, गाँवों में प्रायः आने वाले विशिष्ट श्रेणी के लोग जैसे - पत्रवाहक, फेरीवाले व्यापारी आदि। ये सभी लोग गाँवों में सूचना का प्रवाह बनाए रखने के प्रमुख माध्यम थे। इस प्रकार स्पष्ट है कि प्राचीन भारत में संचार मुख्यतः वाचिक था, क्योंकि तब तक लिखित शब्द को प्रसारित करने की तकनीक विकसित नहीं हुई थी। आधुनिक काल के विपरीत जहां अत्याधुनिक यंत्र संचार के मुख्य साधन हैं, प्राचीन भारत में संचार तंत्र पूर्णतया मनुष्य पर आधारित था। आज भी इनके अवशेष हमारी लोकप्रथाओं में देखे जाते हैं, जैसे पुत्र जन्मोत्सव पर थाली बजाना, पुत्री जन्म पर तवा बजाना, बरात आने पर गोला दागना, नाई के हाथों ' आशय ' भेजना तथा विशिष्ट अवसरों पर डुग्गी पिटवाना आदि। निष्कर्ष यह कि प्राचीन भारत में संचार व्यवस्था पर्याप्त विकसित थी। हमारी योग साधना ने सहज ज्ञान, सम्मोहन, मारण, उच्चाटन, वशीकरण, आह्वान आदि का इतना विकास कर लिया था कि आज उस पर वैज्ञानिक ढंग से पुनर्विचार करने की आवश्यकता पुनः अनुभव की जा रही है। शकुन-अपशकुन, स्वण, पूर्वाभास, पूर्वजन्म स्मृति, दिशाशूल आदि मात्र परामनोविज्ञान के विषय नहीं हैं, बल्कि उनका एक भौतिक प्रारूप भी है। इसका मात्र वैज्ञानिक फार्मूला खोज निकालने की जरूरत है। यदि पुरानी योगविद्या जाग्रत हो जाए तो उसके समक्ष टेलीफोन, टीवी., रेडियो डिजिटल माइक्रोसॉफ्ट, आर्टिकल फाइबर, केबल, डॉटकाम, इन्टरनेट, सॉफ्टवेयर, हार्डवेयर अर्थात् नवीनतम संचार उपकरण फीके पड़ जाएंगे। यों इस योगविद्या की जब तक पुनः प्रतिष्ठा नहीं हो जाती, तब तक उसे सदृच्छा शक्ति के रूप में मान्यता देनी होगी। इतना निश्चित है कि इन पारलौकिक विधाओं में भारत बहुत सम्पन्न रहा है।

5.5 जनसंचार के आधुनिक साधन

ये जनसंचार माध्यम मुख्यतः वे हैं जो नई सूचना प्रौद्योगिकी के विकास से विकसित हुए हैं। ये जनसंचार माध्यम मुख्यतः औद्योगिक क्रान्ति की देन कहे जा सकते हैं। मुद्रण तकनीक का आविष्कार और विकास, उपग्रहों का निर्माण, कम्प्यूटर का आविष्कार, इंटरनेट, ई-मेल, फोटोग्राफी तकनीक का आविष्कार और विकास आदि ऐसे मील के पत्थर हैं जिनसे गुजरकर इन जनसंचार माध्यमों का विकास हुआ है।

5.5.1 प्रिंट मीडिया (समाचारपत्र, पत्र-पत्रिकाएं)

प्रेस से यहाँ हमारा अभिप्राय मुद्रित जनसंचार माध्यमों से है। इनमें समाचार पत्र-पत्रिकाएं, पुस्तकें, पैम्फलेट्स आदि सभी शामिल हैं। मुद्रण तकनीक की शुरुआत कला के रूप में चीन में हुई इसका उद्देश्य बौद्ध धर्म का प्रचार था। सर्वप्रथम सन् 650 ई. में भगवान बुद्ध का चित्र छापा गया। सर्वप्रथम मुद्रित पुस्तक ' हरक सूत्र ' मानी जाती है। यह मुद्रण ब्लॉक के रूप में था चीनी मिट्टी के टाइपों का आविष्कार 1041 ई. में हुआ। 1314 ई. में लकड़ी के टाइप बनाए गए। चीन से यह कला कोरिया और जापान गई। यूरोप पहुँचने पर इस कला का त्वरित और स्वतंत्र विकास हुआ। प्रत्येक वर्ष के लिए अलग टाइप का आविष्कार 1440 से 1450 के बीच गुटनबर्ग ने किया। 1456 में उसने 42 लाइनों वाली पहली बाइबल छापी, जो यूरोप की प्रथम मुद्रित पुस्तक मानी जाती है।

भारत में पहला प्रेस 1556 में गोवा में स्थापित हुआ। पहली पुस्तक 'दौकत्रीना क्रिस्तौआ' 1557 में छपी। भारतीय भाषाओं में पहले पहल तमिल के टाइप 1577 में जोन्सेस गेन्सालवेज नामक स्पेनिश ने तैयार किए। नागरी लिपि में टाइप सबसे पहले यूरोप में बने। इस लिपि की पहली पुस्तक 1675 में छपी ' चाइना इलस्ट्रेटा ' मानी जाती है। मुद्रण कला का तेजी से विकास 19वीं शताब्दी में औद्योगिक क्रान्ति के बाद हुआ और पिछले तीस-चालीस वर्षों में तेजी से हुई वैज्ञानिक प्रगति का नतीजा है कि आज मुद्रण कला इतने बड़े पैमाने पर और इतने वैविध्यपूर्ण ढंग में है कि हमें देखने को मिल रही है।

मुद्रण कला के विकास से ही जनसंचार के सबसे प्रचलित माध्यम समाचारपत्रों की शुरुआत हो सकी। 139 बी.सी. में रोमन साम्राज्य में दो पृष्ठ के हाथ से लिखे बुलेटिन रोम के पब्लिक स्क्वायर फोरम में बाँटे जाते थे। इन्हें ' एक्ट ड्यूरना ' कहा जाता था। सीनेटर्स और जनता की रुचि के कार्यक्रमों की जानकारी इनमें रहती थी और इसकी दो सौ प्रतियाँ वितरित की जाती थीं। इस प्रकार इसे विश्व का प्रथम समाचारपत्र कहा जा सकता है। आधुनिक समाचारपत्रों में 1720 में छपा न्यू इंग्लैण्ड माना जाता है। इसे जेम्स और बेंजामिन फ्रैंकलीन नामक दो व्यक्ति निकालते थे।

भारत का पहला समाचारपत्र 29 जनवरी, 1780 को जैम्स आगस्टस हिक्की द्वारा निकाला गया ' बंगाल गजट ' या ' कलकत्ता जनरल एडवरटाइजर ' माना जाता है। दूसरा

समाचारपत्र पीटर रीड और बी. मैसिक द्वारा स्थापित किया गया ' इण्डिया गजट ' था जो 1780 में ही कलकत्ता से प्रकाशित हुआ था।

भाषाई पत्रकारिता में 1818 में ईसाई मिशनरियों द्वारा ईसाई धर्म के प्रचार-प्रसार के उद्देश्य से श्रीरामपुर से बंगला मासिक पत्र 'दिग्दर्शन' शुरू किया गया। इनका विरोध करने के लिए ही राजा राममोहन राय ने "ब्राह्महैनिकल मैगजीन" का प्रकाशन शुरू किया, उन्हें हम भारत में पत्रकारिता का जनक मान सकते हैं।

हिन्दी भाषा के पहले पत्र के सम्बन्ध में वैसे तो कई मान्यताएं हैं लेकिन ज्यादातर विद्वान 30 मई, 1826 कलकत्ता से प्रति मंगलवार को युगल किशोर शुक्ल के संपादन में निकलने वाले साप्ताहिक पत्र ' उदंत मार्तण्ड ' को ही मानते हैं। इस प्रकार 1826 में ' उदंत मार्तण्ड ' से शुरू हुई हिन्दी पत्रकारिता और 1780 से शुरू हुई अंग्रेजी पत्रकारिता बहुत लम्बा सफर तय करती हुई आज के आधुनिक युग में पहुँची है जहाँ आज पूरे देश में हिन्दी और अंग्रेजी सहित सभी भारतीय भाषाओं में हजारों दैनिक, साप्ताहिक, पाक्षिक, मासिक, त्रैमासिक, छमाही और सालाना पत्र-पत्रिकाएं प्रकाशित हो रही हैं। पूरे देश की लगभग 80 प्रतिशत साक्षर जनसंख्या इनका लाभ उठा रही है।

5.5.2 रेडियो

जनसंचार माध्यमों में सबसे लोकप्रिय और सर्वाधिक पहुँच वाला माध्यम रेडियो माना जाता है। रेडियो के विकास की कहानी बहुत ज्यादा पुरानी नहीं है। इस सदी की शुरुआत में ' रेडियो चुम्बकीय ' तरंगों का आविष्कार हुआ और इसके साथ ही जनसंचार माध्यमों में सबसे क्रान्तिकारी माध्यम की शुरुआत हुई। प्रसिद्ध वैज्ञानिक मारकोनी ने बेतार के तार का आविष्कार किया। पहले विश्व युद्ध में इसकी महत्वपूर्ण भूमिका रही। सारे बड़े देश इसका बेहतरीन उपयोग करने की होड़ में जुटे हुए थे। सबसे पहली सफलता मिली अमेरिका को।

पहला रेडियो समाचार प्रसारित हुआ 1916 में संयुक्त राज्य अमेरिका के राष्ट्रपति के चुनाव का। 1919 में रेडियो कार्पोरेशन ऑफ अमेरिका की स्थापना हुई। उधर ब्रिटेन में 1922 में रेडियो की दुनिया में सबसे प्रतिष्ठित एजेन्सी बी. बी. सी. यानि ब्रिटिश ब्रॉडकास्टिंग कार्पोरेशन की स्थापना हुई।

भारत में रेडियो प्रसारण की शुरुआत जून, 1923 से हुई। रेडियो क्लब मुम्बई ने पहले प्रसारण किया। नवम्बर में कलकत्ता रेडियो क्लब ने अपने कार्यक्रम प्रसारित किए। 16 मई, 1924 को मद्रास प्रेसीडेंसी रेडियो क्लब की स्थापना हुई। 23 जुलाई, 1927 को तत्कालीन वायसराय लार्ड इरविन ने मुम्बई स्टेशन का उद्घाटन किया और इसके साथ ही स्थापना हुई इंडियन ब्रॉडकास्टिंग कम्पनी (आई. बी. सी.) की। यह निजी कम्पनी थी जिसके साथ भारत सरकार अनुबंध पर प्रसारण करवाती थी। कम्पनी दिवालिया हो गई तो इसे उद्योग और श्रम विभाग के अधीन कर ' इंडियन स्टेट ब्रॉडकास्टिंग सर्विस ' का नाम दिया गया। 1935 में प्रसारण नियंत्रक विभाग गठित कर इसे इसके अधीन कर दिया गया। 19 जनवरी, 1936 के दिन पहला समाचार बुलेटिन प्रसारित हुआ। इस साल आठ जून को इंडियन स्टेट ब्रॉडकास्टिंग

सर्विस ऑल इंडिया रेडियो में तब्दील हो गई। 24 अक्टूबर, 1941 को इसे सूचना और प्रसारण विभाग के अधीन कर दिया गया। रेडियो के सबसे लोकप्रिय चैनल विविध भारती की शुरुआत हुई 3 अक्टूबर, 1957 से। पहला स्थानीय केन्द्र 30 अक्टूबर, 1984 को नागरकोइल में पहला स्थानीय केन्द्र खोला गया।

भारत में रेडियो पर एफ. एम. चैनल भी उपलब्ध है। मद्रास, कलकत्ता, मुम्बई, दिल्ली और पणजी में निजी एफ. एम. सेवाएं चल रही हैं। सूचना और प्रसारण मंत्रालय का नवीनतम रिपोर्ट के अनुसार आकाशवाणी के कार्यक्रम आज देश में 90 प्रतिशत क्षेत्र और 97 प्रतिशत जन संख्या तक पहुँच रहे हैं।

आकाशवाणी : 1999 - 2000	
1. केन्द्र	: 198
2. ट्रांसमीटर -	
(क) मीडियम वेब	: 144
(ख) शार्ट वेब	: 55
(ग) एफ.एम.	: 111
कुल	: 310
3. कवरेज -	
- क्षेत्रफल के हिसाब से	: 90.00
- जनसंख्या के हिसाब से	: 97.30

(सूचना और प्रसारण मंत्रालय की वार्षिक रिपोर्ट : 1999-2000)

5.5.3 टेलिविजन

हाल के वर्षों में हुई सूचना क्रांति का सबसे बड़ा संवाहक बना टेलीविजन। इसके आविष्कारक जॉन एल. बेयर्ड को भी सम्भवतः यह अंदाजा नहीं होगा कि उनका यह भाविष्कार दुनिया में सूचना क्रान्ति में इतनी जबरदस्त हलचल पैदा कर देगा। 1930 में न्यूयार्क में टी.वी. स्टेशन स्थापित हुआ। इस बीच लंदन में बी.बी.सी. लगातार टी.वी. प्रसारण कर रहा था। विश्वयुद्ध से टी.वी. के विकास में बाधा आई लेकिन 40 और 50 के दशक में यह विकसित देशों में जनता के जीवन का हिस्सा बन गया। उपग्रह संचार शुरू हुआ 1962 में, अर्ली बर्ड पहला संचार उपग्रह था। दो बड़े अन्तर्राष्ट्रीय उपग्रहों 1965 में इंटलसेट और 1971 में इंटरस्पूतनिक ने काम शुरू किया।

भारत में टेलीविजन की शुरुआत 15 सितम्बर, 1959 को हुई। नई दिल्ली में आकाशवाणी भवन में प्रथम राष्ट्रपति डॉ. राजेन्द्र प्रसाद ने इसका उद्घाटन किया। इसे नाम दिया गया 'दूरदर्शन'। शुरुआत में इसके कार्यक्रम एक घण्टे के होते थे जो सप्ताह में दो बार दिखाए जाते थे। 'दूरदर्शन' के विकास के लिए यूनेस्को ने 20 हजार डालर और फिलिप्स ने उपकरण प्रदान किए। देश में मनोरंजन और शिक्षा के प्रचार-प्रसार में दूरदर्शन की काफी बड़ी

भूमिका रही। अक्टूबर, 1961 से विधालयों के शैक्षिक प्रसारणों की शुरुआत हुई। किसानों के लिए कार्यक्रम 'कृषि दर्शन' 1967 से शुरू हुआ।

अप्रैल, 1976 में आकाशवाणी और दूरदर्शन को पृथक कर दिया गया। 1975 में एक वर्ष के लिए उपग्रह दूरदर्शन परियोजना 'साइट' शुरू हुई। इसके द्वारा 6 राज्यों के 2400 गाँवों के विधालय, कृषि और सामाजिक शिक्षा के कार्यक्रम प्रसारित किए जाते थे। रंगीन प्रसारण की शुरुआत 15 अगस्त, 1982 से हुई। प्रातः कालीन प्रसारणों की शुरुआत 1987 से हुई और दोपहर के प्रसारण 1989 से शुरू हुए। आज दूरदर्शन के मुख्य चैनल पर प्रतिदिन लगभग 18 घंटे प्रसारण होता है। दूरदर्शन के एक चैनल डीडी 2 जो मुख्यतः मनोरंजन चैनल है इसकी शुरुआत 1993 में हुई। इस समय इस पर प्रतिदिन 17 घंटे प्रसारण होता है। देश के लगभग 43 शहरों को छोड़कर अन्य लगभग सभी भारतीय भाषाओं के क्षेत्रीय चैनल भी चला रखे हैं जिन पर इन भाषाओं के कार्यक्रम प्रसारित होते हैं।

दूरदर्शन के इन चैनलों के अतिरिक्त लगभग 30 निजी सैटेलाइट चैनल दर्शकों को मनोरंजन और ज्ञानार्जन की सुविधा दे रहे हैं। स्टार टी.वी. नेटवर्क, जी टी.वी., सोनी टी.वी., डिस्कवरी, ए.टी.एन., बी.बी.सी., सी.एन.एन. आदि कई चैनल हैं जो दर्शकों तक लगातार 24 घंटे अपने कार्यक्रम प्रसारित कर रहे हैं। और इस प्रकार टेलीविजन आज देश के हर आम और खास आदमी की पहली जरूरतों में शामिल हो गया है।

दूरदर्शन: वर्तमान स्थिति 1999-2000

1. वर्तमान में 20 चैनल प्रसारण कर रहे हैं

(क) प्राथमिक चैनल	: डी डी. 1
(ख) मेट्रो चैनल	: डी डी. 2
(ग) समाचार और सामयिक घटनाओं का चैनल	: डी डी. न्यूज़
(घ) खेल चैनल	: डी डी. स्पोर्ट्स
(ङ) अंतर्राष्ट्रीय चैनल	: डी डी. इंडिया
(च) क्षेत्रीय चैनल	: 11 चैनल
(छ) राज्य नेटवर्क	: 4

2. भू केन्द्र नेटवर्क

भू केन्द्र द्वारा प्रसारण के लिए देशभर में लगाए गए निम्न 1060 ट्रांसमीटर कार्यरत हैं-

डी.डी. 1 के लिए ट्रांसमीटर	: 1000
डी.डी. 2 के लिए ट्रांसमीटर	: 57
अन्य ट्रांसमीटर	: 3

दूरदर्शन के कार्यक्रम इंटरनेट पर भी उपलब्ध हैं। वेबसाइट <http://ddindia.net>

(सूचना और प्रसारण मंत्रालय की वार्षिक रिपोर्ट : 1999-2000)

5.5.4 फिल्म

पूरी दुनिया में मनोरंजन के सबसे मान्यता प्राप्त और लोकप्रिय साधन सिनेमा के आविष्कार में प्रथम प्रयास 1835 में निर्मित हुआ 'जेद्राव' नामक यंत्र था जिसमें बहुत सारे चित्र चर्खी के आसपास चिपका दिए जाते थे और जब उन्हें घुमाया जाता था तो देखने वाले को चित्रों में गति होने का आभास होता था। सिनेमा के कैमरे का आविष्कार सन् 1839 में लुई दुगारे ने किया। विश्व की अन्य कलाओं के समान ही सिनेमा का विकास भी फ्रांस में ही हुआ। फ्रांस के ल्यूमिएर बंधुओं (लुई और ऑगस्ट स्ल्यूमिएर) तथा उनके साथी जॉर्ज मेलिए ने सिनेमा के विकास में महत्वपूर्ण योगदान दिया। इन्होंने छोटी-छोटी फिल्मों का प्रदर्शन शुरू किया। पेरिस में इन्होंने विश्व का पहला सिनेमाघर 'पेरिस कैफे' खोला।

भारत में सिनेमा का आगमन सन् 1896 में हुआ। मुम्बई के वाटसन होटल में 7 जुलाई, 1896 को ल्यूमिएर बंधुओं ने फिल्मों का प्रदर्शन किया। उस जमाने के हिसाब से काफी महंगे दो-दो रुपये के टिकट खरीदकर भी जनता इन चलती-फिरती तस्वीरों का जादू देखने आती थी। इसी साल भारत के हरीशचंद्र सखाराम भाटवाडेकर ने ल्यूमिएर बंधुओं से कैमरा खरीदा और 1897 में भारत की पहली फिल्म बनाई। यह दो पहलवानों की कुश्ती के चुनिंदा दृश्यों की एक लघु फिल्म थी। इसका प्रदर्शन 'मेरीथियेटर' में किया गया। चलती-फिरती तस्वीरों के इस इंद्रजाल को परवान चढ़ाया दुडीराज गोविन्द फालके (दादा साहब फालके) ने। सिनेमा के पिता होने का गौरव प्राप्त करने वाले इस शख्स ने 1913 में पहली फीचर फिल्म राजा हरिश्चन्द्र का निर्माण किया। धीरे-धीरे मुम्बई और कलकत्ता उस समय भारत में फिल्म निर्माण के प्रमुख केन्द्र के रूप में विकसित हो गए। 1929 तक भारत में जहाँ प्रतिवर्ष 38 फिल्में बनती थी, 1931 में यह बढ़कर 270 हो गई, ये मूक फिल्में थीं।

सवाक यानि बोलती फिल्मों का दौर शुरू हुआ 1931 में आर्देशर ईरानी की बनाई फिल्म 'आलम आरा' से। महबूब खान की 'आन' पहली रंगीन फिल्म है। सिनेमा निरन्तर लोकप्रियता की सीढ़ियाँ चढ़ता गया और पूरे देश में जनता के मनोरंजन का प्रमुख साधन बन गया। सरकार ने इस माध्यम की लोकप्रियता को देखते हुए 1948 में फिल्म डिवीजन की स्थापना की। भारतीय जीवन दर्शन, कला, साहित्य, संस्कृति, सामाजिक राजनैतिक, आर्थिक मुद्दों और सरकार की नीतियों पर आधारित वृत्तचित्र पूरे देश भर के सिनेमाघरों में फिल्म से पहले दिखाए जाते हैं। फिल्मों के समाज पर प्रभाव को देखते हुए उन पर नियंत्रण के लिए भारतीय सिनेमाटोग्राफ एक्ट 1952 के तहत फिल्म सेंसर बोर्ड की स्थापना की गई। कोई भी फिल्म सेंसर बोर्ड से प्रमाण-पत्र प्राप्त किए बिना सार्वजनिक रूप से प्रदर्शित नहीं की जा सकती है।

सूचना और प्रसारण मंत्रालय के अधीन हमारे देश में फिल्मों को प्रोत्साहित करने के लिए राष्ट्रीय फिल्म विकास निगम, इण्डियन मोशन पिक्चर्स एक्सपोर्ट कार्पोरेशन, फिल्म प्रभाग, फिल्म समारोह निदेशालय, फिल्म वित्त निगम, राष्ट्रीय बाल और युवा फिल्म केन्द्र और भारतीय फिल्म और टेलीविजन संस्थान नामक संगठन काम कर रहे हैं।

5.6 नई सूचना प्रौद्योगिकी एवं संचार

दुनिया नई सदी की दहलीज पर चल पड़ी है। वैज्ञानिक प्रगति लगातार परवान चढ़ रही है और मानव को दे रही है सूचना प्राप्त करने के नए से नए साधन। सूचना युग के इस जमाने में पूरी दुनिया 'सूचना सुपर हाईवे' से जुड़ रही है। सैटेलाइट और कम्प्यूटरों ने जनसंचार माध्यमों को एक ऐसा रूप दे दिया है जो दुनिया भर की खबरों से भरा है। कहा जाता है कि 'मन की गति न जाने को' यानि मन इतनी तेजी से भागता है कि पल में आपको कहाँ से कहाँ पहुँचा देता है। आज ऐसा लग रहा है कि आधुनिक जनसंचार माध्यम मन से भी तेज गति से चलते हैं और घर बैठे-बैठे आपको पूरी दुनिया की सैर करा देते हैं। बटन दबाते ही आप दुनिया के किसी भी कोने में चल रही गतिविधियों को देख सकते हैं। सैटेलाइट, टेलिविजन और इंटरनेट ने पूरी दुनिया को संकुचित कर दिया है। बटन के एक इशारे पर पूरी दुनिया आपकी आँखों के आगे से गुजर जाती है। 'सूचना सुपर हाईवे' की अवधारणा का निरंतर विकास हो रहा है। इंटरनेट और सैटेलाइट टेलिविजन इसमें महत्वपूर्ण भूमिका अदा कर रहे हैं। अमेरिकी संचार कम्पनियाँ फाइबर ऑप्टिक्स और कम्प्यूटरों के माध्यम से ग्राहकों के घर तक महत्वपूर्ण सूचनाएं उपलब्ध कराने में जुटी हैं।

सैटेलाइट टेलिविजन से भारत में काफी धूम मच गई है। हमारे देश में अंदाजन 50 से 80 हजार केबल आपरेटर हैं जो लगभग दो करोड़ लोगों को पूरी दुनिया की चकाचौंध से रूबरू कराने में लगे हैं। इस व्यवसाय में तीन चार करोड़ रुपया लगा हुआ है। इस प्रकार यह आर्थिक क्रियाकलाप का मुख्य क्षेत्र बन गया है। आने वाली सदी में मानव की यह वैज्ञानिक प्रगति उसे नई सूचनाओं के ऐसे अथाह सागर में गोते लगवाएगी, जिसका कोई ओर छोर नहीं होगा।

5.6.1 केबल एवं प्राइवेट टी.वी. नेटवर्क्स

महानगर के दर्शकों के मनोरंजन को पूरा करने के लिए केबल टी.वी. का चलन हुआ। केबल टी.वी. महाराष्ट्र एवं गुजरात में शुरू हुआ। केन्द्रीय वीडियो द्वारा फिल्में एवं सीरियल दिखाने का यह कार्य विदेशी सैटेलाइट चैनल्स की उपलब्धि के कारण सन् 1991-92 में तेजी से देश भर में फैला।

सन् 2000 तक भारत में 40 निजी टी.वी. नेटवर्क काम कर रहे थे। इसके अतिरिक्त निजी नेटवर्क्स जी टी.वी., स्टार टी.वी., सोनी, सी.एन.एन., बी.बी.सी. एवं अन्य भी कार्य करते हैं। 1990 के दशक में भारत की मुक्त अर्थ व्यवस्था नीति, भारतीय बाजार पर अमेरिका एवं अन्य विदेशी संस्थानों की घुसपैठ के साथ निजी टी.वी. चैनल की बाढ़ आई। इसका प्रभाव भारतीय समाज पर व्यापक रूप से पड़ा।

5.6.2 दूरसंचार

नई सूचना प्रौद्योगिकी को व्यापक बनाने तथा जन-जन तक पहुँचाने में दूरसंचार का महत्वपूर्ण योगदान रहा है। राजीव गांधी के प्रधान मंत्रित्व काल में साम पितरोदा के नेतृत्व में

इस दिशा में शुरूआत हुई। कालान्तर में दूरसंचार की सेवाओं में तेजी से प्रगति हुई। टेलीफोन की सुविधाएं तेजी से बढ़कर गाँवों में पहुँचने लगीं।

संचार उपग्रहों के विकास से एक देश से दूसरे के बीच प्रसारण संभव हो गया है आधुनिक संचार तकनीक, जो आज विश्व में प्रचलित हो रही है, वह इस प्रकार है -

- टेलीकान्फ़ेरेंसिंग (Teleconferencing) - टेलीकान्फ़ेरेंसिंग तकनीक में अलग-अलग स्थानों पर स्थित एक या अनेक व्यक्ति, विभिन्न प्रकार की श्रव्य दृश्य सूचनाओं जैसे आकड़े, भाषण, ग्राफ, चित्र इत्यादि का आपस में आदान-प्रदान कर सकते हैं। संचार व कम्प्यूटर को आपस में सम्बद्ध कर देने से टेलीकान्फ़ेरेंसिंग संभव होती है। टेलीकान्फ़ेरेंसिंग भी कई प्रकार की होती है -

कम्प्यूटर टेलीकान्फ़ेरेंसिंग- इसमें केवल कम्प्यूटर डाटा का ही आदान-प्रदान हो सकता है।

आडियो टेलीकान्फ़ेरेंसिंग- इसमें भाग लेने वाले लोग अलग-अलग जगह होते हुए भी एक दूसरे से वार्तालाप कर सकते हैं।

आडियो ग्राफिक टेलीकान्फ़ेरेंसिंग- यह आडियो टेलीकान्फ़ेरेंसिंग का ही एक रूप है, जिसमें कम्प्यूटर ओर श्रव्य डाटा के अतिरिक्त स्टिल ग्राफिक्स जैसे-मानचित्र, रेखाचित्र आदि का भी आदान-प्रदान हो सकता है।

वीडियो टेलीकान्फ़ेरेंसिंग- यह टेलीकान्फ़ेरेंसिंग का विकसित रूप है जिसमें श्रव्य सामग्री के साथ-साथ गतिशील चित्रों का आदान-प्रदान सम्भव है।

- टेलीटेक्स्ट (Teletext) - यह संचार की वह तकनीक है जैसे पुस्तक के कई पन्नों में समाहित होने वाली सूचनाएं (जैसे-मौसम की नवीनतम सूचनाएं, स्टॉक एक्सचेंज की सूचनाएं, गाड़ियों में आरक्षण की स्थिति सम्बन्धी सूचनाएं इत्यादि) को टी.वी. चैनलों के माध्यम से प्रसारित किया जा सकता है। इस तकनीक में यह सुविधा है कि दर्शक उस पन्ने को जिसमें उनके लिए उपयोगी सामग्री है उसे अलग से छंटकर देख सकते हैं।

- रेडियोटेक्स्ट (Radiotext) - इसे रेडियोडेट सिस्टम भी कहते हैं। यह तकनीक टेलीटेक्स के समान ही है, केवल इसमें टी.वी. की जगह रेडियो का प्रयोग होता है। इसमें एफ.एम. रेडियो के माध्यम से सूचनाएं भेजी जाती हैं। इस सूचना को पाने वाला व्यक्ति एक डिक्कोडर की सहायता से इसे अपने कम्प्यूटर पर आसानी से देख सकता है।

- वीडियोटेक्स्ट (VideoText) - यह तकनीक भी टेलीटेक्स्ट और रेडियोटेक्स के समान ही है, परन्तु इस तकनीक में सार्वजनिक टेलीफोन और कम्प्यूटर का प्रयोग होता है। इसमें सूचनाएं कम्प्यूटर के माध्यम से भेजी जाती हैं और जिन्हें कम्प्यूटर के माध्यम से प्राप्त किया जा सकता है।

5.6.3 इंटरनेट

भारत में 1990 के दशक में इंटरनेट की तेजी से प्रगति हुई। 1994 की उदारिकरण की नीति ने इस क्षेत्र में निजी कंपनियों के प्रवेश के लिए भी रास्ता खोल दिया। इस समय

भारत में 1 दूरसंचार विभाग, 2 महानगर टेलीकाम निगम लिमिटेड तथा 3 विदेश संचार निगम लिमिटेड इंटरनेट की सुविधाएं उपलब्ध कराने का कार्य कर रहे हैं। इंटरनेट के ग्राहकों की संख्या बढ़ रही है। इंटरनेट आज मानव समाज के समक्ष ऐसी- ऐसी संभावनाओं के द्वार खोल रहा है, जिसकी कल्पना भी कुछ दशक पहले तक नहीं की जा सकती थी।

5.7 जनसंचार माध्यमों का जीवन स्तर पर प्रभाव

मनुष्य की जानकारी और सूचनाएं प्राप्त करने की भूख ने ही जन्म दिया जनसंचार माध्यमों को। इसलिए निश्चित रूप से मानव व जीवन इनसे प्रभावित रहा। इन माध्यमों से प्राप्त सूचनाओं के आधार पर ही मानव ने स्वयं का विकास, सभ्यता का विकास और समाज का विकास किया। इस इकाई में हम जनसंचार माध्यमों के मानव जीवन पर तथा उसके समाज पर पड़ने वाले प्रभावों के बारे में ही कुछ जानने का प्रयास करेंगे।

5.7.1 जानने की भूख बढ़ी

मनुष्य की महत्वाकांक्षाएं बहुत होती हैं और महत्वाकांक्षा जन्म देती है जिज्ञासा को। इस प्रकार मनुष्य एक घोर जिज्ञासु प्राणी अपनी जिज्ञासा को शांत करने के लिए वह तरह-तरह के उपाय करता है और इसी प्रकार उसने इस सभ्यता का विकास किया है। जनसं माध्यमों ने उसकी इस जिज्ञासु प्रवृत्ति को और बढ़ावा दिया है। एक समय था जब मानव के समाज का दायरा उसके अपने गाँव, कस्बे तक सीमित था। उसे बस वहीं की खबरों से मतलब था। फिर वह अपनी महत्वाकांक्षाएं पूरी करने के लिए भ्रमण करने लगा। इस तरह उसका दायरा बढ़ने लगा। अब उसे अन्य स्थानों की जानकारी की आवश्यकता भी पड़ने लगी। धीरे- धीरे यह दायरा विस्तृत होता गया और आज स्थिति यह आ गई कि दुनिया के हरेक आदमी को पूरी दुनिया की खोज खबर थोड़ी बहुत रखनी पड़ती है, वरना वह आज के प्रतिस्पर्धात्मक से अपना अस्तित्व बचाए नहीं रख सकता।

इस काम में मनुष्य की सहायता कर रहे हैं ये जनसंचार माध्यम जिन्होंने पूरी पृथ्वी को एक छोटे से गाँव में तबदील कर दिया है और ' ग्लोबल विलेज ' की यह अवधारणा दिन प्रतिदिन विकसित होती जा रही है। हरेक व्यक्ति जागरूक हो रहा है, अपने आसपास के परिवेश ही नहीं, अपने अधिकारों के प्रति ही नहीं, अपने उत्तरदायित्वों के प्रति ही नहीं बल्कि पूरी दुनिया के प्रति भी।

इसी जागरूकता का परिणाम पिछले दिनों पूरे देश में चले सूचना के अधिकार आंदोलन के रूप में सामने आया। पूरे देश में यह आंदोलन चला और गाँव-गाँव में आम आदमी ने सरकारी कामकाज में पारदर्शिता की मांग की। यह सब जनसंचार माध्यमों की वजह से ही हो सका कि निचले स्तर तक आम आदमी इस आंदोलन से जुड़ा। राजस्थान में भी यह आंदोलन काफी प्रभावी रहा। सरकार को भी जनता की इस मांग को मानना पड़ा, इस संबंध में उपाय करने पड़े।

इस प्रकार समाज को उसके अधिकारों और कर्तव्यों के बारे में जागरूक बनाने में इस जनसंचार माध्यमों ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। आज पूरे देश में गाँव-गाँव तक किसी न

किसी जनसंचार माध्यम की पहुँच है। यही कारण है कि गाँव का भोला भाला निरक्षर आदमी भी पूरे देश में सामाजिक, राजनीतिक और आर्थिक क्षेत्र की हलचलों से वाकिफ रहता है।

पिछले पचास साल के आजादी के बाद के हमारे इतिहास पर नजर डालें तो हम पाएंगे कि हमारी सबसे बड़ी उपलब्धि यही रही है कि इतनी सामाजिक, सांस्कृतिक विभिन्नताएं होते हुए भी पूरे देश में हम अपने प्रजातंत्र को सफलतापूर्वक बचा पाए हैं और न सिर्फ बचा पाए हैं बल्कि इसको मजबूत बनाने में भी सफल हुए हैं। इस काम में जनसंचार माध्यमों ने बहुत बड़ा योगदान दिया है। समाचारपत्र, पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट, कम्प्यूटर और अन्य माध्यमों ने इस देश के आम आदमी की राजनीतिक समझ को विकसित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई हैं। यही कारण है कि आम चुनावों के समय हमारा पूरा देश सिर्फ चुनावों के बारे में ही सोचता और बात करता है। गाँव का निरक्षर आदमी भी इस मामले में हर पहलू पर विचार कर, हालात को समझकर स्वतन्त्र रूप से निर्णय लेता है।

जनसंचार माध्यमों के निरन्तर विकास ने आम आदमी की जानकारीयों प्राप्त करने की भूख को और बढ़ाया है। यही कारण है कि आज का समय सूचना क्रांति का समय कहा जा रहा है। केबल, टी.वी., हुतगामी दूरसंचार के साधनों, इंटरनेट आदि ने पूरी दुनिया को एक छोटे से गाँव में तब्दील कर दिया है। हरेक आदमी हर पल कहीं न कहीं से कुछ जानकारी प्राप्त कर रहा है। सूचनाएं आने का वेग इतना ज्यादा है कि वह इसे सम्भाल ही नहीं पा रहा है। जैसे एक आँधी सी चारों तरफ चल रही है।

5.7.2 उपभोक्ता का प्रचार-प्रसार

समाज के ऊपर जहाँ इन माध्यमों के प्रभाव की बात आती है तो हम यह पाते हैं कि समाज में उपभोक्तावादी के प्रसार में इनकी भूमिका सबसे ज्यादा रही है खासकर पिछले 10-12 वर्षों में। इन जनसंचार माध्यमों को स्वयं को जीवित रखने के लिए पैसे की जरूरत पड़ती है और यह पैसा आता है विज्ञापनों के जरिए। वे विज्ञापन जो दिए जाते हैं सरकार द्वारा या व्यावसायिक संस्थाओं द्वारा। इन विज्ञापनों के चमकदार मायाजाल ने ही आज पूरे समाज को उपभोक्तावाद के चंगुल में फंसा दिया है। सब जगह ब्रांड का ही नाम चलता है। आदमी को खाने, पीने, रहने, सोने अर्थात् हरेक क्रिया में इस उपभोक्तावादी वस्तुओं की आवश्यकता पड़ने लगी है। जब इन संचार माध्यमों का इतना प्रभाव नहीं था तो 'सादा जीवन उच्च विचार' की जीवन शैली आम आदमी अपनाता था, मोटा खाता था मोटा पहनता था, थोड़े में गुजारा कर लेता था। परन्तु आज स्थिति बदल गई है, रोटी खाने के लिए आटा भी एक निश्चित ब्रांड चाहिए तो सोने के लिए तकिया भी एक निश्चित ब्रांड का चाहिए, चलने के लिये जूते और पहनने के लिए कपड़े से लेकर नहाने के, हाथ धोने के लिए साबुन तक का एक ब्रांड निश्चित है। यह सब इन जनसंचार माध्यमों की ही देन है।

कोई भी समाचारपत्र उठा लीजिए, टी.वी. का कोई भी चैनल देखिए, रेडियो का कोई भी स्टेशन सुनिए, कोई भी फिल्म देखने जाइए, विज्ञापन आपका कहीं भी पीछा नहीं छोड़ते। रंगीन, चमकदार और ग्लैमर से भरपूर इन विज्ञापनों ने आम आदमी की जीवन शैली को पूरी तरह से

बदल कर रख दिया है। नवजात शिशु से लेकर 90-95 साल के वृद्ध तक कोई भी इनसे अछूता नहीं है।

इन विज्ञापनों का सबसे ज्यादा प्रभाव बच्चों पर देखा जा सकता है। इनके जीवन में ये ब्रांड नाम इतना ज्यादा घर कर चुके हैं कि जिस चीज का विज्ञापन टी.वी. पर नहीं आता वह चीज ये बच्चे इस्तेमाल करना ही पसंद नहीं करते। शायद यही कारण है कि टीवी पर आने वाले 90 प्रतिशत विज्ञापन बच्चों को केन्द्र में रखकर बनाए जाते हैं। ये ब्रांड नाम आज इनके जीवन की पहली आवश्यकता है। खाने वाली छोटी सी टॉफी से लेकर पढ़ने वाली किताबों तक ये विज्ञापन छाए हैं। विज्ञापन दाता कम्पनियों भी यह जानती हैं कि किसी वस्तु की बाजार में मांग बढ़ानी है तो उसे बच्चों और महिलाओं में लोकप्रिय कर दिया जाए। इस बात का ही फायदा उठाकर इन कम्पनियों ने कई ऐसे उत्पाद हमारे जीवन में शामिल कर दिये जो हमारे यहाँ पहले कभी इस्तेमाल नहीं होते थे। उदाहरण के लिए मैदे के बने नूडल्स मैगी के विज्ञापन के पहले नूडल्स क्या चीज होती है कोई नहीं जानता था। लेकिन मैगी टू मिनिट्स नूडल्स नाम के इस प्रभावी विज्ञापन ने नूडल्स को हमारे मध्यम वर्गी परिवारों की जिन्दगी का एक हिस्सा बना दिया। ऐसी बहुत सी वस्तुएं आज हमारी जिन्दगी में इन विज्ञापनों की देन हैं।

इस उपभोक्तावाद ने ही प्रचलन शुरू किया 'क्रेडिट कार्ड', 'प्रिविलेज कार्ड' और 'फाइनेंस' का। आज पूरा बाजार आप बिना कुछ भी खरीद सकते हैं। सिर्फ आपके पास क्रेडिट कार्ड होना चाहिए। एक जमाना था जब आपको कुछ खरीददारी करने के लिए बहुत कुछ सोचना पड़ता था। नकद रूप्यों का इंतजाम करना पड़ता था लेकिन आज जमाना बदल गया है। अब आपकी जेब में रखा एक छोटा सा कार्ड आपकी हर समस्या का समाधान कर सकता है। यह सब जनसंचार माध्यमों द्वारा फैलाए गए इस उपभोक्तावाद की ही माया है कि यदि आपके पास फिलहाल धन नहीं हो तो भी पूरा बाजार आपके लिए खुला है।

जनसंचार माध्यमों का हमारे जीवन पर सबसे ज्यादा प्रभाव उनके द्वारा फैलाये गए इस उपभोक्तावाद का ही पड़ा है। इस एक प्रभाव ने हमारे देश के पूरे मध्यवर्ग का जीवन ही बदल कर रख दिया है और न सिर्फ मध्यमवर्ग बल्कि निम्न वर्ग भी इस आँधी से अछूता नहीं है।

5.7.3 सामाजिक मूल्यों में बदलाव

समाज जो इन जनसंचार माध्यमों से सीधे रूप में जुड़ा है वस्तुतः इन जनसंचार माध्यमों का अस्तित्व समाज की वजह से ही है। क्योंकि समाज से गहरा सम्बन्ध इन माध्यमों का है अतः सामाजिक मूल्यों को बनाने-बिगाड़ने में इनका सबसे महत्वपूर्ण योगदान है। पिछले लगभग एक दशक में सूचना क्रांति के इस दौर में हमारे सामाजिक मूल्यों में क्रांतिकारी बदलाव आया है। बरसों से जिन सामाजिक मूल्यों को हमने अपने जीवन में स्थान दे रखा था वे एक-एक करके टूटते जा रहे हैं। हमारी अपनी सभ्यता और संस्कृति हमारे अपने नैतिक बंधन सब में बदलाव आ रहा है। जनसंचार माध्यमों के जरिए पश्चिमी देशों की सभ्यता, संस्कृति और उनकी जीवन शैली ने हमारी जीवन शैली को लगभग बदल कर रख दिया है। हमारा आज का युग जबर्दस्त सामाजिक बदलाव का युग है। वस्तुतः देखा जाए तो यह संक्रमण काल है जहाँ

पुराने मूल्य तो टूट रहे हैं और नये मूल्य अभी बने नहीं हैं और वो पूरी पीढ़ी जिसने पुराने मूल्यों के जमाने में जन्म लिया और नये मूल्यों के जमाने में समझदार हुई दिग्भ्रमित सी नजर आ रही है। न वह उन पुराने मूल्यों को छोड़ पा रही है और न नये मूल्यों को ग्रहण कर पा रही है।

समाचारपत्र, पत्र-पत्रिकाएं, टेलीविजन, रेडियो, फिल्में, अर्थात् वे जनसंचार माध्यम जो आम आदमी के जीवन से पूरी तरह जुड़े हुए हैं नये जमाने की चकाचौंध से भरे हैं। प्रिंट मीडिया अर्थात् समाचारपत्र, पत्र-पत्रिकाओं पर यदि हम नजर डालें तो पाएंगे कि आज हिन्दी पत्रकारिता लगभग समाप्त सी हो गई है जो चल रही है वह भी थोड़ी बहुत क्षेत्रीय स्तर पर जिन्दा है जिसका स्तर कुछ बहुत अच्छा नहीं है।

हिन्दी पत्रकारिता ने इधर कुछ वर्षों में मार्केटिंग को प्रमुखता दी है। जैसे राजस्थान में दैनिक भास्कर के आगमन से मार्केटिंग शैली का तेज गति से विकसित होना। अब समाचारपत्र अपनी संपादकीय लोकप्रियता के आधार पर नहीं बिक रहे हैं, बल्कि उनकी प्रचार-प्रसार संख्या बढ़ाने में उनके 'मालामाल ऑफर', 'आकर्षक उपहार', महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। राजस्थान पत्रिका एवं 'दैनिक भास्कर' के मध्य हुई प्रतिस्पर्धा को इस संदर्भ में अच्छी तरह देखा जा सकता है।

आज युग है अंग्रेजी पत्रकारिता का जो लगभग पूरी तरह से पश्चिमी प्रभाव में है। खासतौर पर राष्ट्रीय स्तर पर आज अंग्रेजी पत्रकारिता का ही बोलबाला है जिसमें भारत के आम आदमी की जीवन शैली नदारद है। ग्लेज्ड रंगीन पन्नों पर यह पत्र-पत्रिकाएं पूरी तरह से पाश्चात्य रंग में रंगी हैं, जिसका सीधा प्रभाव इनके सबसे बड़े पाठक वर्ग मध्यम वर्ग पर पड़ रहा है और हमारे देश का मध्यम वर्ग पश्चिम की जीवन शैली का अनुसरण कर रही है।

5.7.4 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की महत्वपूर्ण भूमिका

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने इस बदलाव को लाने में सबसे महत्वपूर्ण भूमिका अदा की है। 80 के दशक के आखिरी सालों में जब से भारत में सैटेलाइट टी.वी की शुरुआत हुई और विदेशी चैनलों का भारत में प्रसारण शुरू हुआ तब से भारतीय समाज में आमूल चूल परिवर्तन आ गया है। स्टार टी.वी., एम.टी.वी, वी.टी.वी, जी. टी.वी. और दुनिया भर के सैकड़ों चैनलों ने पश्चिमी प्रभाव से भरपूर कार्यक्रमों द्वारा भारत के सम्पूर्ण सामाजिक परिदृश्य को बदल डाला।

दूरदर्शन पर 80 के दशक के शुरुआती सालों में दो लम्बे धारावाहिक प्रसारित हुए थे 'हम लोग' और 'बुनियाद' भारतीय सभ्यता और संस्कृति की गंध समेटे इन दो धारावाहिकों में लोकप्रियता के अविजित कीर्तिमान स्थापित किए थे। लेकिन सैटेलाइट चैनल्स की शुरुआत के बाद जब इन्हीं दोनों धारावाहिकों का पुनः प्रसारण हुआ तो इनकी कहीं चर्चा तक नहीं हुई। कारण क्या था धारावाहिक वहीं थे परन्तु समाज की सोच बदल गई थी। 'स्वाभिमान', 'शांति', 'तारा', 'क्योंकि सास भी कभी बहू थी', 'कलश', 'कहानी घर-घर की', 'संस्कृति', 'कहीं किसी रोज', 'कसम', 'कन्यादान', 'हसरतें' जैसे धारावाहिक देखने वाले आम आदमी ने दूसरी बार में

'हम लोग' और 'बुनियाद' को शुरू से ही खारिज कर दिया। समाज की बदलती विचारधारा मात्र इस एक उदाहरण से स्पष्ट है।

एक जो महत्वपूर्ण बदलाव इन धारावाहिकों की वजह से आया वह था समाज में खासतौर पर मध्यमवर्गीय समाज में महिलाओं की सोच में 'स्वाभिमान', 'शांति', 'हसरतें', 'तारा', 'औरत', 'कलश', जैसे - सैकड़ों धारावाहिकों ने महिलाओं की सोच में महत्वपूर्ण बदलाव किया टेलीविजन का सबसे बड़ा दर्शक वर्ग महिलाओं का है। मनोरंजन बेचने वाले लोगों ने इस अहम मुद्दे को पहचाना और महिलाओं का एक नया रूप अपने धारावाहिकों में प्रस्तुत किया जिसका मध्यम वर्ग की महिलाओं पर जबरदस्त प्रभाव पड़ा आर्थिक व मानसिक रूप से स्वतन्त्र महिलाओं का जो रूप आज हमारे समाज में देखने में आ रहा है वह इन धारावाहिकों की ही देन है।

कुछ-कुछ ऐसी ही स्थिति बच्चों और किशोरों की है। 21वीं सदी की दहलीज पर जन्म लेने वाले इन बच्चों में गजब की समझ देखी जा रही है। अपने आप में सिमटे शामिल बच्चों का जमाना अब लद चुका है। अब जमाना है तेज तर्रार बच्चों का जो हर तरह की जानकारी से लैस है और किसी भी चुनौती का सामना करने को तैयार है। सूचना क्रांति के युग में जन्मे ये बच्चे अपने लक्ष्य के प्रति पूरी तरह जागरूक हैं और जानते हैं कि इन्हें क्या चाहिए और उसे कैसे हासिल करना है।

सिनेमा, जिसका भारत के आम आदमी पर हमेशा से जबरदस्त प्रभाव रहा है उसने भी आम आदमी की रुचियों और पसन्द-नापसन्द को काफी हद तक बदला है। साफ-सुधरी सामाजिक फिल्मों को पसन्द करने वाला दर्शक 70 के दशक में अचानक मारधाड़, हिंसा और सैक्स को पसन्द करने लगा, धीरे- धीरे उससे भी ऊबा और वापस पारिवारिक फिल्मों की ओर मुड़ गया। साथ में यथार्थवादी सिनेमा का एक दौर भी चला जो आज एक नए रूप में हमारे सामने है। इस प्रकार सिनेमा ने लगातार नये-नये रूप धरे लेकिन सिनेमा के मामले में एक जो महत्वपूर्ण बात हुई वह यह कि कभी यह दर्शकों की पसन्द के हिसाब से बदला और कभी दर्शकों ने इसके हिसाब से अपनी पसन्द को बदला। लेकिन कुछ भी हो शुरूआती दौर के सिनेमा और आज के सिनेमा में बहुत अन्तर है क्योंकि उस जमाने की समाज और आज के समाज में बहुत अन्तर है। जून 2001 में प्रदर्शित फिल्म ' गदर' एवं ' लगान ' को इस संदर्भ में देखा जा सकता है। सारांशतः देखा जाए तो समाज पर सबसे ज्यादा प्रभाव टेलिविजन ने डाला और पिछले एक दशक में तो टेलीविजन ने समाज का लगभग सम्पूर्ण ढांचा ही बदल कर रख दिया है।

आने वाले समय में जन संचार माध्यमों का और भी उन्नत और परिष्कृत रूप सामने आयेगा। इंटरनेट के रूप में इसका आगमन हो चुका है और इंटरनेट के बुखार ने आम आदमी को अपनी गिरफ्त में लेना शुरू कर दिया है। देखना यह है कि सूचनाएं हासिल करने की मानव की यह भूख आखिर कब तक शान्त होगी?

5.8 सारांश

इस इकाई में आपने अध्ययन के दौरान जाना कि जनसंचार माध्यमों का जैसे-जैसे विकास होता गया वैसे-वैसे उसका समाज के जीवन-स्तर पर प्रभाव बढ़ता गया।

आज इंटरनेट ने आदमी की जीवन शैली को बदल दिया है। वह मध्यमवर्गीय घरों में घुस चुका है। उच्च मध्यमवर्गीय पिता से उसके जवान होते बेटे-बेटी इंटरनेट की मांग करने लगे हैं। बेटे-बेटी इंटरनेट के जरिए अपने दोस्तों से गर्पें लड़ना चाहते हैं। माँ कहती हैं, बहन-भी हैं? इंटरनेट पर बैठा बेटा कहता है - 'बहन में क्या रखा है'। माँ पूछेगी - खेल के मैदान नहीं जाओगे? बेटा कहेगा, "इंटरनेट ही खेल का मैदान है। मेरा देश, मेरा जनतंत्र और मेरा बाजार है। इंटरनेट नई सभ्यता के कृष्ण का विराट विश्व रूप है - सब कुछ एक में (आल इन वन)।"

'आज का मीडिया' - संपादकीय, शंभुनाथ।

हमारा जीवन मीडिया के लिए नहीं बल्कि हमारे जीवन के लिए मीडिया है मीडिया की आलोचना का केन्द्रीय परिप्रेक्ष्य यही होना चाहिए। मीडिया-विशेषज्ञ सामान्यतः मीडिया के संबंध में व्यावसायिक प्रचार के अंग बनते जा रहे हैं मीडिया के जरिए सत्ता पर और सत्ता के जरिए मीडिया पर कब्जा करने की होड़ मची हुई है।

पूनचंद जोशी ने युनेस्को द्वारा गठित मेकब्राइड कमीशन के हिस्सेदार तमाम विकासशील देशों तथा अन्य देशों के प्रतिनिधियों की चिंताओं को रेखांकित करते हुये, सवाल उठाया है - 'खास तौर पर टेलीविजन और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के आने के बाद क्या हमारी अस्मिता हमारी राष्ट्रीय सांस्कृतिक अस्मिता सुरक्षित है या खतरे में पड़ गई है? मेकब्राइड कमीशन की रिपोर्ट का भी मत यही था कि मीडिया से जो सांस्कृतिक हमला हो रहा है वह सैनिक या राजनैतिक हमले से अधिक खतरनाक है।

जनसंचार माध्यमों का जो जीवन-शैली पर प्रभाव पड़ा है उससे जानने की भूख बढ़ी है उपभोक्तावाद का प्रचार-प्रसार हुआ है सामाजिक मूल्यों में बदलाव आया है तथा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की इस दिशा में महत्वपूर्ण भूमिका रही है। इसके साथ यह तथ्य भी उल्लेखनीय है कि जनसंख्या माध्यमों के विकास से जहाँ जीवन स्तर ऊँचा उठा है वहाँ नैतिक मूल्यों में गिरावट तथा समाज का विघटन भी हुआ है।

5.9 निबंधात्मक प्रश्न

1. भारत में जनसंचार माध्यमों के विकास पर एक आलोचनात्मक लेख लिखिए।
2. जनसंचार माध्यम क्या है ? आप आज जनसंचार माध्यमों में किसे प्रभावशाली मानते हैं ? कारण सहित विवेचना कीजिए।
3. जनसंचार के परम्परागत साधन कौन से हैं ? क्या नई सूचना प्रौद्योगिकी के युग में आज भी ये कारगर हैं ? उदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए।
4. जनसंचार के आधुनिक साधन कौन-कौन से हैं ? इन साधनों में किसकी पहुँच सबसे अधिक है ? अपने मत की पुष्टि के लिए कुछ उदाहरण भी दीजिए।

5. जनसंचार माध्यमों का मनुष्य के जीवन-स्तर और जीवन शैली पर पड़े व्यापक प्रभाव की चर्चा कीजिए।
 6. 'जनसंचार माध्यमों के विकास ने समाज के जीवन-स्तर को ऊँचा और उसकी जीवन-शैली में बदलाव किया, लेकिन समाज के नैतिक मूल्यों में गिरावट तथा समाज का विघटन किया।' स्पष्ट कीजिए।
-

5.10 कुछ उपयोगी पुस्तकें

1. **टेलीविजन की दुनिया** - प्रभु, झिगरन, भारत बुक सेन्टर, लखनऊ
2. **दूरदर्शन** - दशा और दिशा, सुधीश पचौरी, सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, नई दिल्ली
3. **समकालीन सृजन** - संपादक शंभुनाथ, 20 बाल मुकुन्द मक्कर रोड, कलकत्ता - 700007
4. **सिनेमा की संवेदना** - डॉ. विजय अग्रवाल, प्रतिभा प्रतिष्ठान, नई दिल्ली
5. **Television in India** - Gopal Saksena, Vikas Publishing House, New Delhi

इकाई 6 पारम्परिक जनसंचार माध्यम : महत्व एवं उपयोग

इकाई की रूपरेखा

- 6.0 उद्देश्य
 - 6.1 प्रस्तावना
 - 6.2 पारम्परिक जनसंचार माध्यम एवं उसके कतिपय आयाम
 - 6.3 पारम्परिक जनसंचार माध्यमों का महत्व
 - 6.3.1 शहरी जीवन में महत्व
 - 6.3.2 प्रयोगधर्मिता की दृष्टि से महत्व
 - 6.3.3 पर्यटन और व्यावसायिक दृष्टि से महत्व
 - 6.3.4 शैक्षणिक अथवा अकादमिक दृष्टि से महत्व
 - 6.3.5 प्रचार अभियान की दृष्टि से महत्व
 - 6.3.6 नुक्कड़ नाटकों का महत्व
 - 6.3.7 नुक्कड़ नाटक की प्रस्तुति
 - 6.3.8 पुतुल कला का महत्व
 - 6.4 पारम्परिक जन संचार माध्यमों का उपयोग
 - 6.4.1 परिपाटीगत उपयोग
 - 6.4.2 लोकानुरंजनपरक उपयोग
 - 6.5 बदलते संदर्भ में जनसंचार माध्यमों की प्रासंगिकता
 - 6.6 कुछ उपयोगी पुस्तकें
 - 6.7 निबंधात्मक प्रश्न
-

6.0 उद्देश्य

ग्रामीण हल्कों में पारम्परिक जनसंचार माध्यम अपना महत्व और उपयोगिता सिद्ध किए हुए हैं। यद्यपि आज गाँवों के माईने बदल रहे हैं। वैश्वीकरण और विकास को अन्य स्थानीय उथल-पुथल ने भी कई गाँवों को कस्बा और कस्बों को शहर बना दिया है। गाँव के पारम्परिक जनसंचार माध्यम भी कस्बे के साथ पहुँच गए हैं और अनुरंजन धर्म को तमाशबीनों का एक नुस्खा बना दिया है किन्तु क्या पारम्परिक जनसंचार माध्यम अपना अस्तित्व खो बैठेंगे।

इस इकाई के माध्यम से पारम्परिक जनसंचार के महत्व और उपयोग पर विस्तृत विमर्श किया गया है। इस इकाई के अध्ययन के बाद आप -

- पारम्परिक जनसंचार माध्यमों के ग्रामीण जीवन में महत्व से अवगत हो सकेंगे।
- उनके शहरी जीवन तक पहुँच और वहाँ उनकी महत्ता की जानकारी कर सकेंगे।
- पर्यटन और होटल आदि के व्यावसायिक दृष्टि के महत्व से रू-ब-रू हो सकेंगे।
- उनके लोकानुरंजन परक उपयोग की जानकारी जुटा सकेंगे।
- इन माध्यमों से जुड़े कलाकारों अथवा लोककर्मियों के व्यावसायिक नजरिये को पहचान सकेंगे।
- शोध एवं अध्ययनपरक उपयोग को जान सकेंगे।

- बदलते परिप्रेक्ष्य में इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के बीच उनके अस्तित्व तथा अहमन्यता को जान सकेंगे।

इस तरह प्रस्तुत इकाई का उद्देश्य पारम्परिक जनसंचार माध्यमों के महत्व और उनके उपयोग की बहुदृष्टीय पहचान करना, उनके स्वरूप तथा ग्रामीण सहित शहरी क्षेत्र में उनकी प्रासंगिकता के बारे में विस्तृत चर्चा करना है। परिवर्तनकारी विश्व में पारम्परिक माध्यमों का महत्व उजागर हो, इस बात की कोशिश प्रस्तुत इकाई में की गई है। इस इकाई के अध्ययनोपरान्त आप यह जान सकेंगे क्रांति के अत्याधुनिक स्वरूप के बीच पारम्परिक जनसंचार माध्यम कहाँ हैं? उनके कलाकारों, व्यवसायियों की क्या स्थिति क्या है? परम्परा धर्म मानस का स्वरूप क्या है और इन माध्यमों के महत्व तथा उपयोग को बनाए रखने के लिए सामुदायिक और सरकारी स्तर पर क्या प्रयास हो रहे हैं? संस्कृति में पारम्परिक जनसंचार माध्यम किस तरह अपना स्वरूप तय कर रहे हैं अथवा बदलकर सामने आ रहे हैं, इस बात की जानकारी भी प्रस्तुत इकाई से हो सकेगी।

6.1 प्रस्तावना

संचार जनजीवन का एक गुण भी है और एक विशेषता भी जिसकी बदौलत वह एक और अनेक के साथ अपना तादात्म्य स्थापित करता हुआ समुदाय की परिधि को उत्तरोत्तर विस्तीर्ण करता रहता है। संचार चाहे जिस विधा से हो, मौन अथवा वाक् शक्ति से संपृक्त हो लेकिन संवाद और समझ उसके वे निहित मूल्य हैं जो उसे दृढ़ता और स्थायित्व प्रदान करते हुए सार्थक स्वरूप देते हैं।

संचार ही कदाचित वह आभूषण है जिससे जनजीवन आपदा अपनी विशिष्ट अभिव्यक्ति लिए हुए हैं। एक तरह से संचार प्राणीमात्र का अभिव्यक्ति व्यग्र सहज धर्म है। यह जीवन का लक्षण भी है। जीवन अभिव्यक्ति में विसर्जित होता है अथवा अभिव्यक्ति में अपनी सार्थकता सिद्ध करता है। पारम्परिक जनसंचार माध्यमों के संदर्भ में उक्त विशिष्टताओं और उनके महत्व तथा उपयोग पर इस इकाई में व्यापक प्रकाश डाला गया है।

6.2 पारम्परिक जनसंचार माध्यम एवं उसके कतिपय आयाम

पारम्परिक जनसंचार माध्यम की परिभाषा और विशेषताओं के संबंध में इससे पूर्व की इकाई में चर्चा की गई है किन्तु यहाँ उनके कतिपय आयामों को संक्षिप्त रूप से विवेचित करने का प्रयास किया जा रहा है।

पारम्परिक जनसंचार माध्यमों से यहाँ हमारा अभिप्राय लोकजीवन से जुड़े उन माध्यमों से है जो अनुरंजन के साथ ही शिक्षण का भी कार्य करते हैं और लोकमूल्यों की स्थापना के लिए सतत सजीव साक्ष्य के रूप में अपना सफर तय करते आए हैं। इस रूप में रेड (इंडी) अथवा मुनादी पीटना, कठपुतली, लोकनायक, ख्याल, जात्रा, संगीत, लोकगीत, लोकनृत्य, पड़, कावड़, लोककथा, लोकगाथा, पवाड़े आदि वे लोकमाध्यम हैं जो एक अंचल से लेकर देश ही नहीं, अन्तर्राष्ट्रीय स्तर तक अपनी पहचान बनाये हुए हैं। ये माध्यम अपनी प्रदर्शनकारी लोकधर्मिता सहज रूप से सिद्ध करते हैं और प्रदर्शन धर्म होने के बावजूद विभिन्न आडम्बरों से

मुक्त होकर अनुरंजन की मिठास में शिक्षण की औषधि देते हैं। इन माध्यमों ने इतिहास, पुरातत्व, ऐतिहासिक, नायकों, महापुरुषों, संतों, जुझारू वीर-वीरांगनाओं आदि की कथाओं और उनकी शिक्षाओं को भी अमरता प्रदान कर रखी है।

इस दृष्टि से यदि पारम्परिक जनसंचार माध्यमों को देखें तो उनकी निम्नलिखित विशेषताएँ उभरती हैं -

- ये माध्यम लोकजीवन के लिए मनोमुग्धकारी हैं।
- लोकजीवन के लिए अनुरंजनकारी हैं।
- प्रेरणादायी और लोक को सनातन आदर्श के अनुकरण की शिक्षा देने वाले हैं।
- व्यक्ति के समाजीकरण की प्रक्रिया के महत्वपूर्ण सोपान हैं और उल्लासकारी गतिविधियों के हेतु भी।

इस तरह पारम्परिक जनसंचार माध्यम सैद्धान्तिक निरूपण की अपेक्षा सहजता अथवा व्यावहारिक रूप को ज्यादा स्वीकार्य कर अपने को सिद्ध करते रहे हैं। इसीलिए वे समय की चाल को भी पहचानते हैं और प्रयोक्ताओं के हाथों अपने स्वरूप को भी युगानुरूप ढालने का प्रयास करते हैं।

6.3 पारम्परिक जनसंचार माध्यमों का महत्व

लोककला मर्मज्ञ पद्मश्री देवीलाल सामर मानते हैं कि वाचिक अभिव्यक्ति ही जनसंचार माध्यमों का प्राण है। इसमें गेय तत्व की प्रधानता है जिसके स्वर, शब्द तथा अर्थ रचना-कौशल की बजाय व्यवहार-कौशल होकर अपनी छाप छोड़ते हैं। लोकसंगीत के संदर्भ में वे जनसंचार माध्यमों की सोपानगत विशेषताओं को सिद्ध करते हैं और मानते हैं कि वह गीत लोकगीत है जो जनसाधारण द्वारा प्रयुक्त होता है और जनसाधारण की भावना को व्यक्त करता है। 'लोक' शब्द गाँव के अर्थ में एक रूढ़ हो गया है अतः लोकगीत गाँवों में गाए जाने वाले गीतों की ओर संकेत करता है किन्तु ये दोनों की तात्पर्य अपूर्ण होते हुए भ्रामक भी हैं। लोकगीत जनसाधारण द्वारा भी प्रयुक्त होता है और जनसाधारण अधिकतर गाँवों में ही है। इसलिए यह तात्पर्य सही होते हुए भी अपूर्ण इसलिए है कि सभी जनसाधारण द्वारा गाये जाने वाले गीत लोकगीतों की परिधि में नहीं आते। गीतों की लोकरंजकता उनके प्रभाव और प्रचार क्षेत्र की व्यापकता तथा लोकग्राह्यता ही उन्हें लोक गीतों का दर्जा नहीं दे देती है। यहाँ इस बात का ध्यान रखना होगा कि विरलता में सरलता और लोककंठाधारितता जनसंचार का रूप लेकर लोक समुदाय में धारणीय होती है। इसी क्रम से कोई सृजन लोक की थाती सिद्ध होता है।

देवीलाल सामर इस प्रक्रिया में यह भी मानते हैं कि यह किसी प्रभाव या प्रयत्न से नहीं हुआ करता। यह ऐसी अज्ञात प्रक्रिया है जो अनादिकाल से चली आ रही है और जिसके कार्य कारण का कोई पता नहीं है। सामर की इस मान्यता के विपरीत यदि समग्र पारम्परिक जनसंचार माध्यम हैं, उन्हें शास्त्रीय कसौटी पर कसकर न देखा जा सकता है, न ही परखा जा सकता है क्योंकि वे माध्यम लोक के अपने हैं। लोक के अनुसार हैं और लोक के साथ लोकमय हैं।

इन माध्यमों का सर्वाधिक महत्व ग्रामीण जीवन में रहा है। यूं तो यह मान्यता चली आ रही है कि कला का पूर्व रूप चाहे वह कोई भी माध्यम रहा है, उसका उद्गम और पल्लवण का क्षेत्र लोकाचल ही रहा है। वही जब अभिजात्य अथवा शास्त्रीय दृष्टिवाले समुदाय में निक्षेपित होता है तो अभिजात्य अथवा सुसंस्कृत हो जाता है किन्तु पारम्परिक जनसंचार ग्राम्यजीवन में तमाम लोकचारों, संस्कारों, दैनन्दिन अथवा आवसरिक अनुष्ठानों, उत्सवों पर अपना महत्त्व सिद्ध करते हैं। ग्रामीण जीवन में पारम्परिक जनसंचार माध्यमों का महत्व मुख्य रूप से अनुरंजन और शिक्षण के रूप में सामने उग्रता है और यह एक महत्वपूर्ण बात है कि ग्रामीण अपने आपको इन माध्यमों से पृथक नहीं रख पाते। ऐसे कई उदाहरण हैं जब किसी कलाकार के कमजोर पड़ने अथवा थक-हार जाने पर दर्शकों में से ही किसी ने कलाकाय होकर मंच पर अथवा समूह के बीच उपस्थित होकर कला को अवलंबन प्रदान किया हो और संचार का सातत्य बनाये रखा।

6.3.1 शहरी जीवन में महत्व

यदि सिनेमा युग से पहले के जमाने पर दृष्टि निक्षेप करें तो ज्ञात होता है कि शहरों में संचार माध्यमों का थोड़ा परिष्कृत रूप दिखाई देता था किन्तु ऐसे भी उदाहरण मिले हैं जब शहरवासियों ने ग्रामीण कलाकारों को अपने यहाँ न्यौता देकर अपनी प्रदर्शनकारी कलाओं का आनन्द लिया। शहरवासी इन माध्यमों का महत्व समझते हैं और लोक शिक्षण के लिए यहाँ तक कि नशेड़ियों, बुरी आदतों वालों और गाफिल गफलतों को रास्ते पर लाने के लिए भी पारम्परिक माध्यमों का महत्व समझा गया।

इन माध्यमों की चमत्कारिकता एक ऐतिहासिक कहानी से जाहिर होती है। उदयपुर के महाराणा प्रतापसिंह (द्वितीय) अपने राजकाज पर ध्यान नहीं देते थे। अपने अधीनस्थ सरदारों पर भी उनका प्रभाव नहीं रहा। इससे प्रजा की बड़ी दुर्दशा होने लगी लेकिन महाराणा को कैसे पता चले कि उनके राज में प्रजा घोर दुःखी है। इसके लिए एक बार महाराणा के सम्मुख रावल-जाति के कलाकारों का समत प्रदर्शन रखा गया। इस स्वांग प्रदर्शन में किसान को बेगार में सिर पर गठरी उठाने को कहा गया। उसने ' चौहानों की प्रजा ' कहकर गठरी उठाने से मना कर दिया। एक के बाद एक किसान स्वांग बनकर आते रहे और अपने को ' झालों की प्रजा ', 'राठौड़ों की प्रजा' कहकर गठरी उठाने से मना कर दिया। अन्त में आये किसान ने जब अपने को 'रवालसे की प्रजा' बताया तब सिपाहियों ने जूतों से उसे बुरी तरह पीटा।

यह देख महाराणा को बड़ा दुख हुआ कि सरदारों की प्रजा तो बड़े आराम में जीवन बसर कर रही है और रवालसे की प्रजा पर भारी अत्याचार हो रहा है। तब महाराणा को सुध आई और राजकाज की ओर ध्यान गया। कविराजा श्यामलदास ने अपने प्रसिद्ध इतिहास ग्रंथ ' वीरविनोद ' में भी इस घटना का उल्लेख किया है। रावल कलाकार उच्च कोटि के गायक, नर्तक, व्यंग्यक, वाचाल तथा विनोदी होते हैं। राज परिवार की जो समस्याएँ किसी से नहीं सुलझ पाई, रावलों ने अपने प्रदर्शनों के माध्यम से उनका निराकरण करने में बड़ी सफलता पाई।

6.3.2 प्रयोगधर्मिता की दृष्टि से महत्व

जन शिक्षण, लोकशिक्षण, प्रौढ़ शिक्षण को प्रभावी बनाने के लिए पारम्परिक लोक माध्यमों ने बड़ी कारगर भूमिका निभाई। इनमें कठपुतली, पड़ तथा कावड़ को लेकर बड़े उन्नत प्रयोग किए गए। आखर जन को आखर वन बनाने के लिए आखर दूत, आखर जोत, आखर देव, आखर दीप आदि बड़े सशक्त माध्यम बने। लोकमाध्यमों द्वारा प्रशिक्षण देने हेतु जगह-जगह शिविर आयोजित किए गए। डॉ. महेन्द्र भानावत ने पारम्परिक लोकप्रचलित लोकधुनों को आधार बनाकर नृत्य नाटिकाएँ, पड़ नाटिका, कावड़ वाचनियाँ, कठपुतली खेल तथा चौराहा नाटक लिखे। पद्य कविताएँ लिखीं। भारतीय लोक कला मंडल तथा अन्य कलाधर्म संस्थाओं के माध्यम से भी बड़ा जबरदस्त कार्य हुआ।

भारतीय लोक कला मंडल द्वारा संपूर्ण साक्षरता के लिए चलाए गए प्रचार अभियान की पहचान देश-विदेश तक हुई। प्रौढ़ शिक्षा निदेशालय के निदेशक हरिओम तिवारी ने इस संदर्भ में कहा कि साक्षरता संदेश जन-जन तक पहुँचाने में सांस्कृतिक जत्थों तथा परम्परागत संचार माध्यमों की भूमिका अब अधिकाधिक पहचानी एवं स्वीकार की जा रही है। इसी के मद्दे नजर हम लोगों ने मूल रूप से हिन्दी भाषा में नाटकों, गीतों, कविताओं तथा नारों आदि की कई पुस्तिकाओं का निर्माण एवं प्रकाशन करवाया है। इन पुस्तिकाओं की प्रौढ़ शिक्षा कर्मियों द्वारा बराबर मांग इन माध्यमों की लोकप्रियता को दर्शाती है।

इस तरह शहरी जीवन में अथवा अभिजात्य जीवन में प्रयोग के रूप में कई बार लोकसंचार माध्यमों का आरोपण अथवा प्रयोगीकरण किया गया किन्तु इसका मूलाधार लोकरंग था। लोकक्षेत्र की वस्तु को उठाकर अभिजात्य वर्ग के समक्ष प्रस्तुत करने की प्रक्रिया में उसे वेदों से जोड़ा गया और नाट्यशाला को यज्ञानुष्ठान और बलि से युक्त करके उस पर धार्मिकता और आध्यात्मिकता का रंगरोपन किया गया। वैसे शहरी जनजीवन में लीलाएँ, रास और अन्य पारसी प्रभाव आधारित प्रदर्शनधर्मी कलाएँ प्रभावी रही हैं। सिनेमा युग के आविर्भाव के साथ ही ये कलाएँ एक बार फिर ग्रामीण जीवन की ओर धकेल दी गईं।

6.3.3 पर्यटन और व्यावसायिक दृष्टि से महत्व

आज पर्यटन का महत्व समझा जाने लगा है। भारत ही क्या, देश-विदेशों में भी पर्यटन को विदेशी धनागम का एक प्रमुख व्यवसाय समझा जाने लगा है। होटलों-मोटलो, हेरीटेज रिसोर्ट एवं पेड़ंग गेस्ट जैसी योजनाओं ने पर्यटन व्यवसाय को नई ऊँचाइयाँ दी हैं। पर्यटक दर्शनी अथवा ऐतिहासिक व प्राकृतिक स्थानों का भ्रमण तो करने आते ही हैं, क्षेत्रीय अथवा आंचलिक सांस्कृतिक विशिष्टताओं तथा लोकप्रदर्शनकारी कलाओं को भी देखने आते हैं। कृत्रिम गाँवों की स्थापना, वहाँ शिल्प और कला बाजार का विकास और एक ही स्थान पर विवि अंचलों की प्रदर्शन धर्मी कलाओं की प्रस्तुति उन्हें लुभाने के लिए पर्याप्त होती है। इसी दृष्टि से आज पर्यटन को लोकसंस्कृति से जोड़ लाभदायी बनाने के सपने देखे जा रहे हैं।

विरासत के नाम पर शिल्पग्रामों विभिन्न होटलों में कलाकारों की प्रस्तुतियाँ इन कलाओं के बदलते दौर में महत्व को परिभाषित करती हैं राजस्थान के रेत के धरे हों अथवा हेरिटेज

होटलों अथवा सांस्कृतिक स्थलों पर पर्यटकों की चहलपहल बढ़ाने के लिए वहाँ पारम्परिक जनसंचार माध्यमों से जुड़े लोक कलाकारों की प्रस्तुतियां अपना महत्व और मायल सिद्ध करती हैं।

उदयपुर का गणगौर उत्सव रियासत काल में बड़ा प्रसिद्ध था किन्तु अब वह उतना ही पर्यटकीय हो गया है जो विदेशियों को अब लुभाने वाला धनदाता पर्व और गणगौर धनदात्री देवी ही अधिक हो गई है। इस सम्बंध में डॉ. श्रीकृष्ण ' जुगनू ' का कथन द्रष्टव्य है । वे लिखते हैं कि कन्याओं और किशोरियों को मनचाहा वर देने और सुहागिनों के चूड़ा-चून्दड को चिरायु करने वाली गणगौर अब विदेशी धनदात्री के रूप में देखी जाने लगी है। रियासतकालीन परम्परा को जो नवीन रूप दिया गया है उसके मूल में अधिकाधिक पर्यटकों को आकर्षित करने और विदेशी धन जुटाने का लक्ष्य निहित है। जबसे पर्यटन विभाग ने उदयपुर के गणगौर महोत्सव को अपनी नजर से देखा और पर्यटकों के लिए उजागर किया तब से तीन दिवसीय आयोजन में पहले दो दिन मुख्य हो गए हैं और इस दौरान जो सांस्कृतिक कार्यक्रम आयोजित किए जाने लगे हैं वे विदेशी धनसंग्रह के लिए उपयुक्त सिद्ध हुए हैं। न केवल होटल व्यवसायियों बल्कि दुकानदारों, अनन्य (एंटीक) सामग्री विक्रेताओं श्रृंगार प्रसाधन विक्रय करने वालों को भी इस आयोजन के दौरान आय हो जाती है।

पर्यटन विभाग ने इस उत्सव को अपने कलैण्डर में सम्मिलित कर बड़ा व्यापक प्रचार किया और इसे मेवाड़ महोत्सव नाम दिया है। बड़ी संख्या में विदेशी पर्यटक यहाँ आने लगे हैं और इसकी फोटोग्राफी या वीडियोग्राफी कर यहाँ की स्मृतियों को अपने संग ले जाते हैं। इस महोत्सव में पर्यटकों के लिए भी प्रतियोगिताएँ आयोजित की जाने लगी हैं। विदेशी पर्यटकों में 'बैस्ट कपल' का चयन कर उन्हें पुरस्कृत किया जाने लगा है।

6.3.4 शैक्षणिक अथवा अकादमिक दृष्टि से महत्व

लोककलाओं के शैक्षणिक प्रयोग की अवधारणा विगत कुछ वर्षों में सामने आई है। यूं तो जनसंचार माध्यम परम्परा से ही शैक्षिक अथवा अकादमिक योगदान देते आए हैं। ये माध्यम जड़ता में चैतन्य फूंकने वाले और निर्जीव को सप्राण करने वाले रहे हैं। मूक बधिर बालकों तथा शारीरिक रूप से अक्षम विद्यार्थियों को शिक्षित करने के लिए इन माध्यमों का उपयोग किया जाता रहा है। कई शैक्षिक प्रशिक्षणों में भी इन माध्यमों का उपयोग अनिवार्यतः किया जाता रहा है।

सांस्कृतिक स्रोत एवं प्रशिक्षण केन्द्र के सेवारत शिक्षकों के लिए अनुस्थापन पाठ्यक्रम में पारम्परिक जनसंचार माध्यमों को शिक्षण के श्रेष्ठ आधार के रूप में बताया जाकर उनका प्रयोग, उनके निर्माण और कलाप्रविधि को सिखाया जाता है।

लोककलाओं को शैक्षणिक महत्व दिलाने का श्रेय पद्मश्री देवीलाल सामर को है। वर्ष 1946 में उनके मन में एक कल्पना जगी कि लोकजीवन में व्याप्त लोककलाओं का विकास और पारम्परिक जनसंचार माध्यमों का पुनरुद्धार किया जाए। विद्याभवन, उदयपुर में कार्यरत रहते हुए राजस्थान एवं देश के विविध अंचलों के ग्राम्य जीवन से उनका निकट संपर्क हुआ। एक शिक्षक के नाते उन्होंने अपने लेखन और कार्यकलापों से देश के विशिष्ट नेताओं तथा

चिंतकों का ध्यान इस और आकर्षित किया कि यदि हमारे देश की लोककलाओं को सुरक्षित नहीं रखा गया तो हमारी प्रेरणा एवं संस्कृति का अनन्त स्रोत सदा के लिए नष्ट हो जाएगा।

कुछ ऐसी ही कल्पनाएँ वेरियर एलविन के दिमाग में भी आईं और उन्होंने मध्यप्रदेश के आदिवासी अंचल के दृश्य और श्रव्य लोकवार्ता रूपों को संकलित एवं संवर्द्धित करने का संकल्प किया। उन्होंने ग्रंथ लेखन तक अपना कार्य सीमित रखा जबकि सामरजी ने भारतीय लोक कला मंडल जैसी संस्था खड़ी की और पारम्परिक माध्यमों के शैक्षणिक प्रयोग एवं उपयोग को निश्चित किया। इससे पूर्व रामनरेश त्रिपाठी देवेंद्र सत्यार्थी आदि ने भी पारम्परिक माध्यमों, विशेषकर लोकगीतों के संग्रह और संपादन का काम इसी चिंता के साथ किया। त्रिपाठी के मध्यभारत और सत्यार्थी ने देश के विभिन्न अंचलों का दौरा कर विभिन्न अवसरों पर गाए जाने वाले गीतों को संग्रहीत किया। धरती गाती है, धीरे बहो गंगा, बाजत आवे ढोल जैसी उनकी कृतियां पारम्परिक माध्यमों की पैठ देती हैं।

राजस्थान के परिप्रेक्ष्य में यही कार्य सूर्यकरण पारीक, डॉ. पुरुषोत्तमलाल मेनारिया, लक्ष्मीकुमारी चूडावत, डॉ. स्वर्णलता अग्रवाल जगमाल सिंह 'ग्रामीण', कोमल कोठारी, विजयदान देथा, सुधा राजहंस, डॉ. नरेन्द्र जनास, पतराम गौड़, डॉ. उपा कस्तुरिया, डॉ. लक्ष्मी 'कमल', डॉ. सुशीला गुप्ता, डॉ. कविता मेहता, नानूराम संस्कर्ता, डॉ. गोविंद रजनीश, डॉ. कन्हैयालाल शर्मा, डॉ. एल. डी. जोशी ओंकारेश्वर पुरोहित, मालिनी काले, डॉ. महेन्द्र भानावत, डॉ. श्रीकृष्ण 'जुगनू', गौंडाराम वर्मा, शिबबन कृष्ण रौना, दीनदयाल ओझा, रावत सारस्वत, डॉ. बनत्रारी लाल साहू, डॉ. कहानी भानावत, नारायण सिंह सांदू, डॉ. सोहनदान चारण, डॉ. चम्पादास कामड, डॉ. कन्हैयालाल सहल प्रभृति विद्वानों, संग्राहकों और अनुसंधित्सुओं ने न केवल लोकगीत अपितु राजस्थान के लोकवार्ता स्वरूप का भी संकलन एवं अध्ययन किया। भीलों की भारत गाथाओं, लोकदेवताओं के पवादों, प्रेमाख्यानों, व्रत कथाओं, छोरों और डवालों, कीर्तनों, भीली जीवन के झामटडों गूजरों की बगावत, पहाड़ों, सांझी अनुष्ठानों, कामडों के जाप सबदों, कथक्कड़ों की बातों, खनालों, समतों आदि लोकवार्ता के जितने रूप राजस्थान में मिलते हैं उतने अन्यत्र शायद ही मिलें। ये ही रूप लोकशिक्षण के आधार बने हुए हैं। हर अज्ञात व्यक्ति इन रूपों का विद्यार्थी है और हर गायक, बातपोश, टेरिया, हुंकारिया, कुटकडिया, गला, आनंदी इन संवादी-गायकी रूपों का प्रवक्ता है।

6.3.5 प्रचार अभियान की दृष्टि से महत्व

पारम्परिक संचार माध्यमों का प्रचार की दृष्टि से महत्व सदियों पूर्व ही समझ लिया गया था जबकि शैलूष, नट विदूषक, साला यालिए आदि पात्र नियोजित प्रचार के लिए अपनी मंडलियों के साथ निकला करते थे। पुराण कथाओं के वाचन के लिए व्यास गद्दी पतियों की अवधारणा, जैन थारूपों के प्रचारार्थ गंधर्व मंडलियों का गाँव-गाँव गायन और वादन जैसे कई उदाहरण हैं जिनसे जाहिर होता है कि सद् प्रवृत्तियों, सच्चरित्रों और सद्कार्यों के प्रचारार्थ लोक माध्यमों का उपयोग किया जाता था।

पौराणिक प्रसंगों में इन बातों पर जोर दिया गया कि कथा पारायण अवसर पर नृत्यदलों को भी बुलाकर लोगों को इकट्ठा किया गया। पौराणिक काल की यही परम्परा वर्तमान तक अपना महत्व बनाए हुए है। आज भी जनजागरण अभियानों के रूप में लोककला मंडलियों का उपयोग किया जा रहा है। राजस्थान में नारू उन्मूलन, नारी शिक्षा, संपूर्ण साक्षरता, अल्प बचत, परिवार नियोजन, बीमा, पानी बचाओ जैसे अभियानों में पारम्परिक जनसंचार माध्यमों ने जड़ता में चेतना फूंकने का कार्य किया।

अनपढ़ होकर भी लोककलाकारों ने जनशिक्षण का वह कार्य कर दिखाया जिसे आधुनिक माध्यम भी पूरा नहीं कर सके। यह सच ही है कि पारम्परिक संचार माध्यम गाँववालों द्वारा, गाँववालों के लिए अपना महत्व बनाए हुए हैं। जब भी कोई कलादल गाँव में आता है, गाँव वाले उसके साथ एकमेक हो जाते हैं।

लोकमाध्यमों की ताकत को पहचानकर ही इनके माध्यम से राष्ट्रीय प्रौढ़ शिक्षा निदेशालय, चिकित्सा और स्वास्थ्य विभाग, महिला एवं बाल विकास विभाग, स्वच्छ परियोजना, अल्प बचत विभाग जैसे कई सरकारी विभागों ने अपने कार्यक्रमों का प्रचार-प्रसार किया। इसके लिए साउण्ड ड्रामा डिवीजन, राजस्थान संगीत नाटक अकादमी, भारतीय लोककला मंडल, पश्चिम क्षेत्र सांस्कृतिक केन्द्र जैसी सरकारी और स्वयं सेवी संस्थाओं ने कला जत्थों के प्रशिक्षण आयोजित किए और कठपुतली, पड़, कावड़, लोकनृत्य, लोकगीत सहित चौपाल नाटक अथवा नुक्कड़ नाटक के मिलेजुले अभियानपरक कार्यक्रम गाँव-गाँव में दिखाए।

6.3.6 नुक्कड़ नाटकों का महत्व

नुक्कड़ नाटक लिखते समय कुछ जरूरी बातों का खुलासा यहाँ जरूरी है। ये नाटक लिखते समय हमें निम्नलिखित बातों का ध्यान रखना जरूरी है -

1. नुक्कड़ नाटक लिखते समय डायलॉग छोटे रखें।
2. केवल बोलचाल की भाषा का इस्तेमाल करें।
3. एक ही नाटक में सारी सामाजिक बुराइयों का हल पेश करने की कोशिश न करें।
4. नाटक के निर्देशों में ऐसी स्थितियों का वर्णन न करें जो नुक्कड़ नाटक में दर्शाई नहीं जा सकतीं। जैसे - शाम का समय है, पेड़ों के नीचे कुत्ता सो रहा है, चारपाई पर माँ बैठी है, पेड़ों के नीचे पाँच पात्र ताश खेल रहे हैं आदि।
5. नुक्कड़ नाटक में सपाट प्रकाश का इस्तेमाल किया जाता है इसलिए समय और काल का अंतर प्रकाश से नहीं, डायलॉग या सूत्रधार के द्वारा बताया जाता है।
6. अभिनेता कम से कम प्रोपर्टीज का इस्तेमाल करते हैं। चारपाई, पेड़, कुत्ता, टेलीफोन आदि नाटक की प्रोपर्टीज का हिस्सा नहीं बन सकते। ये चीजें केवल मूक अभिनय से ही दिखाई जा सकती हैं।
7. प्रयास यह रहना चाहिए कि नाटक दस या उससे कम पात्रों को लेकर किया जा सके।

8. गीत, तुकान्त संवाद, हाजिर-जवाबी वाले डायलॉग और मनोरंजक स्थितियों नुक्कड़ नाटक का उतना ही आवश्यक अंग हैं जितना लाइट का, मंच सज्जा आदि का मंचीय नाटक में।
9. नुक्कड़ नाटक 30-35 मिनट से अधिक लंबा नहीं होना चाहिए।
10. 'निरक्षर व्यक्ति पशु के समान है ' जैसे डायलॉग निरीक्षणों के प्रति घृणा और हीनता का भाव दर्शाते हैं। साक्षरता नाटकों में ऐसे विचारों की कोई जगह नहीं है।

नुक्कड़ नाटक प्रदर्शित करते समय ध्यान योग्य बातें इस प्रकार हैं-

1. नुक्कड़ नाटक गोलाकार क्षेत्र में किया जाता है। दर्शक दायरे के चारों ओर बैठते हैं।
2. इसमें परदे नहीं होते। रोशनी या अंधेरे पर कोई नियंत्रण नहीं होता।
3. अभिनेता हर समय दर्शकों के सामने होते हैं, चाहे वे डायलॉग बोल रहे हों, चाहे खामोश हों।
4. अभिनय- क्षेत्र से बाहर जाते समय यह ध्यान रखना आवश्यक है कि अभिनय- क्षेत्र में वापस नहीं आवें। वह वहीं से लौट जाए जहां से प्रस्थान किया था, नहीं तो किसी दूसरे पात्र के लिए समस्या हो सकती है।
5. दायरे के बीचोंबीच खड़े होकर डायलॉग न बोले। धीरे- धीरे चलते रहे और घूमते भी रहे ताकि सब दर्शकों को सम्बोधित का सकें।
6. डायलॉग साफ, खुली आवाज़ में बोलें। धीमे सुरों में खुसपुस वाले डायलॉगों का नुक्कड़ नाटक में कोई स्थान नहीं है।
7. गायन मंडली, कोरस, सूत्रधार, नट-नटी, ढोल-मंजीरे, लोकधुनों आदि का इस्तेमाल खुलकर करें।

ऐसे प्रचार अभियानों में लोकनाट्य के अभिजात्य रूप नुक्कड़ नाटक ने अपनी और प्रतिष्ठा बढ़ाई। इसी कारण अब विभिन्न अभियानों के लिए लोक-कलाकारों को नुक्कड़ नाटकों के प्रदर्शन, लेखन के लिये प्रशिक्षित करने पर जोर दिया जा रहा है। प्रौढ़शिक्षा निदेशालय, नई दिल्ली ने नुक्कड़ नाटक के लिये गायन मंडली, कोरस, सूत्रधार, नट-नटी, ढोल -मंजीरे, लोकधुनों आदि का इस्तेमाल खुल कर करने का सुझाव दिया।

6.3.7 नुक्कड़ नाटक की प्रस्तुति 'बच्चे कहाँ हैं' ?

यहाँ एक लोकप्रिय नुक्कड़ नाटक का मूलपाठ नीचे दिया जा रहा है-

(यह नाटक एक गोल दायरे में खेला जाएगा। शिक्षक क्लास को न पाकर उन्हें ढूँढने के लिये दायरे में घूमते हैं। एक के बाद एक सारे सीन थोड़ी दूरी पर खेले जाएंगे। अन्त में शिक्षक वहीं पहुँच जाएगा, जहाँ से उसने अपनी यात्रा शुरू की थी। बच्चे बड़े भी गा सकते हैं। गायक मंडली का प्रवेश)

कोरस

: जलता-तपता धीरे मरता खपता जाता बचपन

जीवन खेता दुःख को ढोता ढलता जाता बचपन

(गाने के खत्म होते ही गायक मण्डली वहीं बैठ जाती है और घन्टी

- की आवाज़ आती है। आवाज के साथ एक शिक्षक उठ का दायरे के अन्दर आता है।)
- शिक्षक** : अरे बच्चे कहाँ हैं? आज भी कोई नहीं आया। कहाँ चले गये सारे बच्चे? कल तक तो दो तीन आ जाते थे। नहीं आए तो मेरी बला से। झंझट खत्म। मैं भी चलो। ढेर सारे काम करने हैं, वैसे सोने में भी बुराई नहीं है।
- कोरस में से एक** : बस खत्म हो गयी तुम्हारी जिम्मेदारी। झाड़ू लिया हाथ।
- शिक्षक** : बच्चे आएँ तभी पढाओगे। वरना टाटा-बाई-बाई।
- शिक्षक** : भइया मुझे पढ़ाने के पैसे मिलते हैं ना कि बच्चों को पकड़-पकड़ कर स्कूल में बिठाने के।
- वही व्यक्ति** : क्या तुमसे इतना भी नहीं बनता कि जाकर पता लगाओ कि बच्चे आखिर क्यों नहीं आए हैं ।
- शिक्षक** : सही कह रहे हो। देखता हूँ कि बच्चे क्या कर रहे हैं। (शिक्षक अपनी यात्रा शुरू करता है। एक दो कदम चलने पर उसे एक बच्चे की आवाज़ सुनाई देती है। बच्चा खेलने में मगन है । साथ ही साथ वह गा रहा है)
- बच्चा** : मछली जल की रानी है।
जीवन उसका पानी है।
हाथ लगाओ डर जाएगी।
बाहर निकालो मर जाएगी।
(अचानक उसे कुछ याद आता है। वह दौड़ता हुआ अपनी माँ के पास आता है जो करीब बैठी एक थाली को कपड़े में बाँध रही है)
- बच्चा** : माँ, माँ, जल्दी से खाना दो।
- माँ** : ऐसी भी क्या जल्दी है। सुन, पहले एक काम कर दे।
- बच्चा** : नहीं माँ, जल्दी से दो, मुझे स्कूल को देर हो रही है।
- माँ** : पहले मेरा काम, फिर स्कूल।
- बच्चा** : नहीं माँ (तुनक कर बोलता है)
- माँ** : तू अपने बापू को भूखा मारेगा। सवेरे से धूप में सड़ रहा है पहले उसे खाना दे आ, जा।
- बच्चा** : माँ, देर हो जाएगी।
- माँ** : तो मत जाना स्कूल। ऐसे भी क्या धरा हैं स्कूल में। (शिक्षक आता है)
- शिक्षक** : अरे, आप उसे स्कूल क्यों नहीं भेज रही?
- माँ** : स्कूल जाएगा तो खेत पर उसके बापू के पास खाना कौन पहुँचाएगा? (पलट कर बच्चों पर डपटती है) टुकुर - टुकुर क्या ताक रहा है? जा, खाना लेकर जा। भाग के जा। (बच्चा भागता है। माँ पीछे से चिल्लाती

हैं) बापू खा ले तभी आना।

(शिक्षक वहीं बच्चों को देखता है। वहीं फिर आ जाता है। गायक मंडली अपनी जगह पर उठ खड़ी होती है)

गायक : खेतों में खलियानो में भी खपता जाता बचपन।

मण्डली : रोजी रोटी के चक्कर में पिसता जाता बचपन।

(गाय बैलों को हांकने की आवाज़ निकालता हुआ एक बच्चा अपने बाप के साथ कहीं जा रहा है)

शिक्षक : रमेश, आज स्कूल नहीं आओगे।

रमेश : नहीं मास्साब, स्कूल गसर तरे ढोर कौन चराएगा।

बाप : वो तो सभी जानते हैं। मैं भी चाहता हूँ कि यह थोड़ा पढ़-लिख जाए। पर क्या करूँ? अपनी जमीन तो है नहीं। थोड़ी थी पह हड़प ली जमींदार ने। अब खेतों में मजदूरी करता हूँ। देर हो गयी तो मालिक डांटेगा। चल रमेश।

(शिक्षक वहीं फिरकर जाता है। गायक मण्डली झट खड़ी होती है)

गायक : देखो बच्चों को शाला से दूर भगाता बचपन।

मण्डली : जंगल-जंगल मारा-मारा ढोर चराता बचपन।

(एक चाय की दुकान। लोग इधर-उधर बैठे हैं। एक तरफ मालिक बैठा कुछ बना रहा है। शोर हो रहा है)

मालिक : छोड़ कहाँ गया? पैर में जंग लग गया है? तेज भाग, इधर आ।

(शिक्षक का प्रवेश)

शिक्षक : मोहन, तुमने यहाँ काम कब से शुरू किया?

छोड़ : अभी तो चार दिन ही हुए हैं।

शिक्षक : पर स्कूल?

छोड़ : क्या करूँ मास्साब? माँ भी बहुत चाहती है कि मैं पढ़ूँ। मेरा का, पर माँ बीमार जो है। वह काम पर जा नहीं सकती। बापू तो काम की तलाश में शहर गये। महिना हो गया। न कोई खबर है न घर में धेला है।

(तभी मालिक की आवाज़ आती है)

मालिक : छोड़ आ जा, चाय डाल। (छोड़ उधर भागता है)

दूसरी आवाज़ : छोड़ दो समोसे।

छोड़ : जी साहब। (छोड़ उधर भागता है।)

तीसरी आवाज़ : छोड़, पानी।

छोड़ : जी साहब। (छोड़ उसकी तरफ भागता है) अब दायरे पर बैठे पात्र भी आवाज़ लगाने लगते हैं। छोड़ दायरे में इधर उधर 'जी साहब' कहता तेजी से भागता रहता है। शिक्षक ये देख बहुत व्याकुल हो जाता है।

- गायक मंडली उठ खड़ी होती है।
- गायक** : होटल में बर्तन धोते हैं, फिर भी ये भूखे सोते हैं।
जीवन खेता दुःख ढोता ही मरता जाता बचपन।
(एक जगह कुछ बच्चे बैठे दियासलाई में मसाला लगा रहे हैं। उनके हाथ यंत्रवत तेजी से चल रहे हैं। शिक्षक उन्हें देखता है)
- मालिक** : अबे तेजी से चला कम्बख्त।
- बच्चा** : चला तो रहा हूँ। एक तो हाथ जले पड़े हैं।
- मालिक** : अबे चुप, जबान लड़ाता है। दूँगा घुमाकर, पहुँच जाएगा अपने शराबी बाप के ठेके पर।
- बच्चा** : (अपने आपसे) 12 घंटे से जी तोड़ काम कर रहा हूँ। पता नहीं कितना खटाएगा सेठ।
- शिक्षक** : (बच्चे से) क्यों बेटा, तुम स्कूल क्यों नहीं आते?
- बच्चा** : बापू मारता है। बोलता है क्या बैठ कर रोटियाँ तोड़ने के लिए पैदा किया था? जा, कमा-धमा कर ला। माँ को भी मारता है। वो भी बीड़ी बनाती है।
- मालिक** : (शिक्षक से) अबे तू कौन है? क्यों काम में हर्ज करवा रहा है। फूट यहाँ से। (शिक्षक बाहर निकलता है। गायक मण्डली खड़ी होती है)
- गायक** : दियासलाई, बीड़ी, शीशी क्या-क्या और बनाते हैं?
- मण्डली** : जीने की कोशिश में बच्चे मरते-मिटते जाते हैं।
(कुछ बच्चे बैठे ताश खेल रहे हैं। एक बच्चा दूसरी तरफ से हाथ में भीख का कटोरा लिए भागता हुआ आता है। शिक्षक खड़ा देख रहा है)
- बच्चा** : अरे, आज अच्छे पैसे मिल गए। एक सिठानी ने तो आज पाँच दिए।
- ताश खेलने वालों में से एक** : अच्छा, आ जा। बैठ।
- भिखारी बच्चा** : ना जी ना, अब यह सब नहीं। मुझे पढ़ना है। मैं इस पैसे से, सलेट खरीदूँगा। पढ़ूँगा। घर चिट्ठी लिखूँगा। सब खुश होंगे।
- पहला** : अबे आ, बड़ा आया पढ़ने वाला। (हाथ पकड़ कर बिठा लेता है)
- भिखारीबच्चा** : न, मैं नहीं खेळूँगा।
- सारे** : अरे आ न यार। बड़ा मजा आ रहा है। तू भी खेला। कल से मत खेलियो, आ जा।
(भिखारी बच्चा भी खेलने बैठा जाता है। गायक मण्डली उठ खड़ी होती है)
- गायक** : जूतों पर पालिश करता बोझा ढोता बचपन।
जीवन की इस रेल-पेल में धक्के खाता बचपन।

सलेट, किताबों और पेंसिल से होता दूर यह बचपन।
जीवन खोता दुःख ढोता रोज ही ढलता जाता बचपन।
तड़पता बिना जीए ही मरता जाता बचपन।

शिक्षक : देख लिया मैंने किवच्चे कहाँ हैं। जान लिया मजबूरी अज्ञानता और
अभाव को। जिन्दगी क्या नहीं करवाती है। फिर भी पढ़ना जरूरी है।
लड़ना जरूरी है और लड़ाई के लिए पढ़ना जरूरी है।

मानता हूँ यह काम मुश्किल हैं, पर करना तो है ही। कुछ करूँगा। सब से मिल्गूंगा।
बताऊँगा जो जब भी पढ़ना चाहे सुबह, दोपहर, शाम आकर पढे। यह पाठशाला अब सब के लिए
16 घंटे खुली रहेगी।

6.3.8 पुतुल कला का महत्व

प्रचार अभियान के इसी प्रसंग में पुतली अथवा पुतुल कला का उपयोग भी
अविस्मरणीय है। विभिन्न संदेशों या अभियानों के लिए प्रतल नाटकों का अधिकाधिक उपयोग
किया जाने लगा है। आई पी. भाटी, रायपद घोराई, वसंत घोरई, विष्णुपद घोरई, के.के.
रामचन्द्र, पुलवर, जगदीश चन्द्र हलदार, रलबाला नूरी, कोलहू चरण साहू, खेरातीराम भाट,
बी.एच. पुत्ता सामाचार्य, पूरण भट्ट आदि पुतली प्रवीणों, निदेशकों ने संगीत नाटक अकादमी,
नई दिल्ली के साथ कई प्रयोग कर इस पारम्परिक माध्यम की पहचान को नया रूप देने का
प्रयास किया है।

इस संदर्भ में यह स्मरणीय है कि धागापुतली, दस्ताना पुतली, छाया पुतली, छड़ पुतली
सहित जापानी शैली की बुनसे व जल पुतलियों का भी इस रूप में उपयोग किया जाने लगा है
और इस कला को गति देने के लिए उदयपुर शहर में तकरीबन प्रतिवर्ष पुतुल नाट्य उत्सव भी
आयोजित होने लगा है। संगीत नाटक अकादमी के एक प्रकाशन में कहा गया है कि भारत में
पुतुल कला की समृद्ध और चिरकालिक परंपरा रही है। विद्वानों की राय में भारत में पुतुल कला
का आविर्भाव पन्द्रह सौ वर्ष पहले हो चुका था।

छाया, धागा, छड़ी तथा दस्ताना पुतुल कलाएं देश के विभिन्न भागों में व्याप्त हैं।
पीढ़ी-दर-पीढ़ी पुतुल कला के कुछ रूप बदलती हुई परिस्थितियों में भी अविच्छिन्न रहे हैं। तब
भी देशव्यापी इस कला-रूप को समय के प्रवाह में अस्तित्व संकट का सामना करना पड़ा है।
आवश्यकता महसूस की जाती रही है इनके संरक्षण की तथा इससे बढ़कर राष्ट्रीय स्तर पर
समन्वय की, कलाकारों को सही दिशा देने की।

संगीत नाटक अकादमी ने अपने स्थापना काल से ही पुतुल कला के संरक्षण, संवर्धन
और प्रोन्नति के लिए प्रतिबद्ध रही है। पिछले कुछ वर्षों में अकादमी ने देश के विभिन्न भागों में
अनेकों कार्यशालाएं और उत्सवों का आयोजन किया है, जिनमें पुतुल कला की विशिष्ट तकनीकों
अथवा रूपों पर विशेष बल दिया गया है। इन उत्सवों में पारंपरिक पुतुल कलाकारों ने अपनी
प्रस्तुतियों के माध्यम से अपने-अपने कौशल का प्रदर्शन किया है। कार्यशालाओं के माध्यम से
पारंपरिक पुतुल बनाने तथा संचालन की कला का आदान-प्रदान किया है। ये कार्यशालाएं, उत्सव

तथा सेमिनार आदि उदयपुर, गोहाटी, उडुपि, धर्मस्थल, डायमंड हॉर्बर तथा दिल्ली में आयोजित किए गए हैं। इन आयोजनों में अनेक प्रतिभाशाली कलाकारों ने अपने पारम्परिक शैलियों के प्रदर्शन किए तथा सामग्रियों और विषयों के प्रयोग के प्रति नई विचारधारा प्रदान की है। भारतीय दर्शकगण धीरे- धीरे इस दृष्टिकोण के प्रति आकर्षित हो रहे हैं कि पुतुल नाट्य मनोरंजन तथा शिक्षा का एक अद्भुत माध्यम है।

पिछले कुछ वर्षों में पुतुल कलाकार व विशेषज्ञों द्वारा यह महसूस किया जाने लगा कि पुतुल रंगमंच पर नाट्यलेख का अभाव-सा है। इन्हीं विचारों को आगे बढ़ाते हुए अकादमी द्वारा वर्ष 1999 में पुतुल नाट्य लेखन कार्यशाला का आयोजन किया गया। इस कार्यशाला में देश के विभिन्न भागों से आए पुतुल कलाकारों ने पंचतंत्र, हितोपदेश तथा स्थानीय लोककथाओं से सम्बन्धित पशु-पक्षियों की शिक्षाप्रद कथाओं पुतुल नाट्य लेख तैयार किए। कई कलाकारों ने पौराणिक कथाओं को समकालीन सामाजिक परिदृश्य से जोड़ते हुए पुतुल नाटक तैयार किए। निश्चित रूप से प्रयोगात्मक संभावनाओं को विशिष्ट आयाम देने वाली यह पुतुल कला और कलाकार नई दिशा देने में महत्वपूर्ण कदम माना जाएगा।

6.4 पारम्परिक जनसंचार माध्यमों का उपयोग

आप ऊपर पढ़ चुके हैं कि पारम्परिक जनसंचार माध्यमों का महत्व अभी कम नहीं हुआ है। गाँव ही नहीं, शहरों के अभिजात्य दर्शकों, कला समीक्षकों, मीडिया विशेषज्ञों व सम्प्रेषण कुशलों ने इस तथ्य को स्वीकारा है कि आडम्बर रहित कम समय, कम साधन, कम कलाकार एवं कम स्थान के बीच भी ये माध्यम हर वर्ग को शिक्षित-प्रशिक्षित करने का सामर्थ्य रखते हैं। इन माध्यमों की प्रयोगधर्मिता स्वयं सिद्ध है तथापि आज के दौर में इनके उपयोग पर संक्षिप्त जानकारी यहाँ दी जा रही है।

6.4.1 परिपाटीगत उपयोग

यह सच है कि पारम्परिक जनसंचार माध्यम का दर्शक और प्रदर्शक पारम्परिक समाज ही है और वहीं उसका श्रेष्ठतम उपयोग है तथापि इसमें दो राय नहीं कि अभिजात्य समाज में भी उसका उपयोग होने लगा है जो बहुत प्रभावी है। यों आज जनसंचार का रूप पारम्परिक रूप से बदला हुआ है और उसका सौंदर्य शास्त्र अभी लिखा जाना शेष है। पारम्परिक माध्यम अस्तु की अनुकरणात्मक पद्धति पर ही आधारित नहीं है बल्कि उसका अपना एक स्वरूप, एक प्रयोग तथा एक उपयोग है। उसके परिपाटीगत उपयोग का आधुनिक रंगमंच में भी उपयोग किया जाने लगा है। डॉ. चन्द्रशेखर कम्बार ने लिखा है - हमारे देश में दो तरह की लोकप्रिय - संस्कृति कलाएँ हैं। सिनेमा और टी.वी. द्वारा पैदा की जा रही जन संस्कृति की लोकप्रियता हमारी लोककला-संस्कृति की लोकप्रियता से पिछल अलग है। लोककला की लोकप्रियता हमारी जनता की मूलभूत जरूरतों को पूरा करने की विनम्र कोशिश करती है जबकि हमारे जनमाध्यमों की लोकप्रियता जरूरतें पैदा करती है और फिर उन्हें पूरा करने की कोशिश करती है। डॉ. कम्बार मानते हैं कि कुछ आधुनिक नाटककार सम्प्रेषण की तीव्रता बढ़ाने के लिए रंगमंच की तकनीक और कौशल उधार ले रहे हैं लेकिन आधुनिक रंगमंच बनने का दावा तो करता है लेकिन जनता

के रंगमंच के नाटकों की तरह यह राजनीतिक कार्यवाही का विकल्प नहीं बन सकता। यह लोक रंगमंच की संगीतात्मकता और प्रतिरूपण की पद्धति की ओर आकर्षित तो होता है लेकिन यह पश्चिम के आधुनिक रंगमंच की ओर अधिक झुकता है। हम पुराने सिद्धांतों का नये संदर्भों में उपयोग कर सकते हैं।

इस तरह परिपाटीगत उपयोग आज नए हेतुओं के साथ, नए कला सोच और नए संदर्भों के साथ सामने आ रहा है। न केवल नाटक अपितु लोकगीत आदि लोकवार्ता के विविध रूपों के साथ भी ऐसा ही हो रहा है। उत्तर आधुनिक युग में यह आवश्यक भी है।

6.4.2 लोकानुरंजनपरक उपयोग

मूलतः पारम्परिक माध्यम लोकानुरंजन की आवश्यकता की पूर्ति भी करते हैं अतः उनका प्रमुख उपयोग लोकानुरंजनपरक ही है। इन माध्यमों का कोई व्यक्तिगत सम्पर्क नहीं होता किन्तु इनके प्रस्तुत, पात्र, अभिनेता, वेशभूषा, रूप सज्जा, गायक, वादक अपनी विशिष्टता के साथ देखने को मिलते हैं।

गाँव के दर्शक आज भी इन माध्यमों को देख कर अपनी कुंठाओं को दूर करते हैं। थकान उतारते हैं और लोकसुभाषित की तरह शिक्षा ग्रहण करते हैं। आगे बढ़ते हैं। गाँवों में आज भी नट, रावल, कथक्कड़, बातपोश, भवाई, भांड, बहुरूपिया जैसे एकल अथवा समूह प्रदर्शनधर्मी अपनी कलाओं से अनुरंजन के आधार बने हुए हैं। ये माध्यम लोकानुरंजन के साथ-साथ जनशिक्षण के कई प्रतिमान भी लिए होते हैं और इसी कारण उनकी अजरता-अमरता भी बनी हुई है। इनकी सिद्धता के प्रमुख सोपानों पर दृष्टिनिक्षेप किया जा सकता है। डॉ. श्रीराम शर्मा के अनुसार ये निम्नांकित हैं -

1. निसर्ग सिद्ध अभिव्यक्ति
2. भाव जात की सुधरता एवं स्वाभाविकता
3. भाषा का अनगढ़ प्रयोग
4. लोककाव्यों में प्रयुक्त छन्दों के निर्वाह में शैथिल्य
5. तजो या धुनों का सौंदर्य
6. प्रस्तुत विधान में सदृश्य का अनूठापन
7. मस्ती के वातावरण की संसृष्टि
8. उपदेश, नैतिकता, धार्मिकता का संरक्षण
9. समसामयिक बोध
10. मुक्त कपूर धारा का अजल प्रवाह
11. रूढ़ियों एवं परम्पराओं का निर्वाह
12. लोकसंस्कृति की अभिव्यक्ति

ये माध्यम परम्पराजीवी कलाकारों के लिए व्यावसायिक उपयोग के आधार बने हुए हैं वहीं आज इन माध्यमों का शोध व अध्ययन की दृष्टि से भी उपयोग किया जा रहा है।

6.5 बदलते संदर्भ में जनसंचार माध्यमों की प्रासंगिकता

ये जनसंचार माध्यम बदलते दौर में क्या अपनी उपयोगिता खो रहे हैं? इस बात पर समय-समय पर बहस होती रही है, लेकिन यह सच है कि कलाओं में काल सापेक्षिक रूप से कभी अधिक गति से चलता हुआ, कभी ठहरा हुआ और कभी अनन्त है, कुछ ऐसा देखने को मिलता है। रचना का समय भौतिक समय से निश्चय ही भिन्न है, यह मानना ही होगा। आज इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के बीच जबकि समय संस्कृति और सभ्यता तक बदलाव की ओर अपना मूड़ किये हुए है वहाँ पारम्परिक जनसंचार माध्यमों की प्रासंगिकता विचारणीय हो चली है कुछ ऐसे ही मुद्दे सुप्रसिद्ध नाट्यकर्मी जगदीशचंद्र माथुर ने उठाये और उनका उत्तर भी दिया। उनके अनुसार ये मुद्दे इस प्रकार हैं -

1. गाँवों की जिंदगी में परिवर्तन आ रहा है। अतः गाँवों को इस वातावरण में कैसे रखा जाए?
2. जो-जो जातियाँ हैं और उनके जो-जो व्यवसाय हैं उनके लिए आर्थिक हल कैसे खोजा जाए?
3. अब जजमान चले गए तो उनके लिए नया जजमान कौन हो?
4. क्या यह संभव नहीं कि गाँव का समुदाय ही जजमान बन जाए?

और सुझाव दिए -

1. हर ब्लॉक में एक-एक मंच हो।
2. पाठ्यक्रम में इन कलारूपों को स्थान मिलना चाहिए।
3. छात्रों को त्यौहार-उत्सव पर छुट्टी देने की बजाय त्यौहारोत्सव मनाने की परम्परा डाली जाए।
4. कलाओं को प्रोत्साहन देने के लिए मेलों-ठेलों में क्षेत्रीय महोत्सव आयोजित हों।
5. कला-जातियों के बच्चों के लिए अच्छी छात्रवृत्तियों की व्यवस्था हो।
6. कलाकारों का सांस्कृतिक आदान-प्रदान हो।
7. कला को व्यावसायिक बनाना भी जरूरी है।
8. जगह-जगह लोककला संग्रहालयों की स्थापना हो।
9. इन कलाओं को अपने ही वातावरण में प्रदर्शित होने के लिए महानगरों की चकाचौंध से इन्हें बचाना होगा।

और अंत में कहा - यदि ऐसा नहीं किया गया तो खतरा यह है कि कहीं इन कलाओं की जड़ें ही न उखड़ने लग जाएं।

डॉ. महेन्द्र भानावत ने 'लोककलाएँ : पुनरुद्धार की प्रक्रिया' के विवेचन में कुछ और प्रश्न रखे जो उतने ही महत्वपूर्ण हैं। ये प्रश्न हैं -

1. आज की बदली हुई जीवन व्यवस्था में इन कलाओं का क्या रूप हो?
2. क्या ये कलाएँ अपने पारम्परिक परिवेश में ही जीवित रह सकती हैं?
3. और यदि इनमें परिवर्तन-परिवर्द्धन भी हो तो वह किस सीमा तक हो?

4. यह परिवर्तन-परिवर्द्धन कलाकार स्वयं करे या अन्य दृष्टिमान कला-पुरुष?
 5. और क्या यह किया हुआ परिवर्तन ऐसा नहीं लगेगा जैसे थोपा हुआ हो?
 6. क्या दर्शक और प्रदर्शक का एक मन उसे आँख मीचकर स्वीकार कर लेगा?
- डॉ. सत्येन्द्र ने लोककलाओं के संरक्षण के लिए कुछ महत्वपूर्ण सुझाव दिए हैं जो इस प्रकार हैं-
1. लोककलाओं के मूल लोकरूप की रक्षा के लिए यथा संभव उनके लोकपरिवेश को भी सुरक्षित रखने के प्रयत्न किए जाएं।
 2. अनुष्ठानिक पक्ष को और अधिक युक्तिसंगत बनाया जाए।
 3. लोकपरिवेश वाली स्थिति को लोककला के पादपों के लिए नर्सरी रूप में ग्रहण किया जाए।
 4. इन लोककला नर्सरियों का रखरखाव बड़ी सावधानी से हो।
 5. उनमें से व्यवसाय योग्य शाखा-प्रशाखाओं और अंशों को अन्यत्र ले जाकर उनका संस्कार किया जाए।
 6. उन्हें व्यवसाय का माध्यम बनाया जाए।
 7. व्यवसायोपयोगी बनाने पर भी इनकी लोकतात्विक अस्मिता की प्रकृति की रक्षा की जाए।

(और कहा है कि लोककला की तात्त्विकता - यथार्थता विश्व भौतिक है। अतः विश्व-लोककलाओं का विशद अध्ययन और अनुसंधान कर अपने क्षेत्र की कलाओं को उस भूमि पर लाने के लिए प्रयत्न किए जाएं। इन सबके लिए यह अत्यन्त आवश्यक है कि एक अखिल भारतीय लोककला प्रतिष्ठान स्थापित किया जाए।

6.6 कुछ उपयोगी पुस्तकें

1. स्वतंत्र भारत के पचास वर्ष, भाग-2, भालचन्द्र गोस्वामी 'प्रखर', पोइन्टर पब्लिशर्स, जयपुर, 1998
2. लोककला : मूल्य और संदर्भ, डॉ. महेन्द्र भानावत, भारतीय लोककला मण्डल, उदयपुर, 1974
3. नुककड़ पर, भाग- 1, प्रौढ़ शिक्षा निदेशालय, नई दिल्ली, 1994
4. लोकधर्मी प्रदर्शनकारी कलाएँ, देवीलाल सामर, भारतीय लोककला मण्डल, उदयपुर, 1968
5. पाबूजी की पड़, डॉ. महेन्द्र भानावत, मध्यप्रदेश आदिवासी लोककला परिषद्, भोपाल, 2000
6. कठपुतली : कला और शिक्षा, देवीलाल सामर, भारतीय लोककला मण्डल, उदयपुर, 1971
7. लोकवार्ता की पगडंडियाँ, डॉ. सत्येन्द्र, भारतीय लोक कला मण्डल, उदयपुर, 1974
8. सांस्कृतिक राजस्थान, खण्ड- 2, रतन शाह, अखिल भारतवर्षीय मारवाड़ी सम्मेलन, कोलकाता, 1989

9. राजस्थानी परम्परा और संस्कृति, विजय कानोडिया, अखिल भारतीय मारवाड़ी युवा मंच, कोलकाता, 2000
 10. राजस्थान के रावल, डॉ. महेन्द्र भानावत, भारतीय लोककला मण्डल, उदयपुर, 1967
 11. कठपुतली: परम्परा और प्रयोग, देवीलाल सामर, भारतीय लोक कला मण्डल, उदयपुर, 1972
-

6.7 निबंधात्मक प्रश्न

1. पारम्परिक जनसंचार माध्यमों के महत्व पर प्रकाश डालिए।
2. ग्रामीण और शहरी जीवन के लोकानुरंजन में क्या अन्तर है?
3. गाँवों और कस्बों में पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए आपके क्या सुझाव हैं?
4. नुक्कड़ नाटक की विशेषताएँ और उसके प्रभावी मंचन को आप किस तरह परिभाषित करना चाहेंगे?
5. पुतलियों की विभिन्न शैलियों से आपका क्या तात्पर्य है?
6. बदलते जीवन - परिवेश में लोक माध्यमों की उपयोगिता को आप किस प्रकार रेखांकित करना चाहेंगे?

इकाई 7 विकासात्मक समाचार

इकाई की रूपरेखा

- 7.0 उद्देश्य
- 7.1 प्रस्तावना
- 7.2 विकास की अवधारणा
- 7.3 विकासात्मक समाचार लेखन: एक विश्लेषण
 - 7.3.1 ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य
 - 7.3.2 उद्योग एवं कृषि विकास
 - 7.3.3 सरकारी जनसंचार माध्यमों की भूमिका
- 7.4 विकासात्मक समाचार: उद्भव एवं विकास
- 7.5 विकासात्मक समाचारों की उपेक्षा
- 7.6 विकासात्मक समाचारों का विस्तार
- 7.7 विकासात्मक समाचारों के स्रोत
 - 7.7.1 सरकारी स्रोत
 - 7.7.2 गैर सरकारी स्रोत
- 7.8 विशेष अध्ययन
- 7.9 विकासात्मक समाचार लेखन विधा
 - 7.9.1 विकासात्मक समाचार के प्रमुख बिन्दु
 - 7.9.1.1 सामयिकता
 - 7.9.1.2 घटना स्थल
 - 7.9.1.3 मानवीय रुचि
 - 7.9.1.4 आत्मीयता
 - 7.9.1.5 सकारात्मक सोच एवं पहल
 - 7.9.1.6 समाचार में सहायता
 - 7.9.1.7 विकास के लिए अज्ञानता
 - 7.9.1.8 प्रशिक्षण का अभाव
- 7.10 विकासात्मक समाचार लेखन: दशा एवं दिशा
- 7.11 विकास के मार्ग में अज्ञान का अंधेरा
- 7.12 विकासात्मक समाचार-एक उदाहरण
- 7.13 सारांश
- 7.14 कुछ उपयोगी पुस्तकें
- 7.15 निबन्धात्मक प्रश्न

7.0 उद्देश्य

समाचार-लेखन की मौलिक एवं शैलीगत विशेषताओं के अध्ययन के बाद समाचार-लेखन का कार्य किसी भी क्षेत्र में करना सम्भव है। लेकिन पिछले कुछ दशकों में सामाजिक आर्थिक

एवं नई सूचना टेक्नोलाजी के क्षेत्र में हुए गतिशील परिवर्तनों के कारण विकास के नये आयामों की संरचना हुई है। विकास की इस यात्रा का व्यापक परिवेश है। समाचार लेखन की उद्योग, कृषि, खेल, विज्ञान एवं नई टेक्नोलाजी आदि के क्षेत्रों में विशेषताओं के समान विकासात्मक पहलुओं की दृष्टि से भी अपनी विशेषताएं हैं। अतः विकासात्मक समाचार लेखन की आवश्यकता को प्रतिपादित करते हुए इसके विविध पक्षों को इस इकाई में प्रस्तुत किया गया है। इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आप -

- विकास की अवधारणा के व्यापक परिवेश से परिचित हो सकेंगे।
- उद्योग एवं कृषि के विकास के साथ-साथ जीवन के विभिन्न क्षेत्रों में हुए विकास के सन्दर्भ में सरकारी प्रयासों, विभिन्न समाचार माध्यमों की ऐतिहासिक पृष्ठभूमि का विवेचन कर सकेंगे।
- विकासात्मक समाचारों के उद्भव एवं विस्तार के बारे में जान सकेंगे।
- विकासात्मक समाचारों के स्रोतों से परिचित हो सकेंगे।
- विकासात्मक समाचार लेखन की विधा को समझ सकेंगे।
- साथ ही ऐसे समाचारों के लेखन की दशा एवं दिशा के बारे में जानकारी प्राप्त कर सकेंगे।
- आप एक कुशल एवं योग्य विकासात्मक समाचार लेखन में पारंगत प्राप्त कर सकेंगे।

7.1 प्रस्तावना

पत्रकारिता के ऐतिहासिक सूत्रों की तलाश की जाए तो यह तथ्य उभर का सामने आता है कि पत्रकारिता का भारत के सच्चय में केन्द्र बिन्दु राजनैतिक हलचल रही। आजादी से पूर्व विभिन्न क्षेत्रों में जो कुछ विकास हुआ, वह तत्कालीन राजनैतिक उद्देश्यों की पूर्ति के लिए किए जाने वाले प्रयासों का फल था। लेकिन स्वतन्त्रता के बाद देश की आर्थिक एवं सामाजिक दृष्टि से सुदृढ़ बनाने के लिए योजनाबद्ध विकास का प्रारम्भ किया गया। इस दिशा में कृषि एवं औद्योगिक विकास को प्रमुखता मिली। लेकिन विकास के आर्थिक, सामाजिक, शैक्षिक, सांस्कृतिक आदि अनेक पहलू हैं। पत्रकारिता ने भी विकास क्रम में अनेक परिवर्तनों को ग्रहण करते हुए विस्तार एवं धारणाओं की दृष्टि से नए क्षितिजों को छूने की चेष्टा की है। समय ने लय से अपने को जोड़ा है।

पत्रकारिता में खेल समाचार, कृषि एवं उद्योग समाचारों, व्यवसायगत समाचारों, विज्ञान समाचारों जैसे विशेष क्षेत्रों में समाचार-लेखन की विशिष्टताओं का समावेश होने लगा। परन्तु इस प्रक्रिया में अनेक क्षेत्र अछूते रह गए। अतः विकास से जुड़े व्यापक देश-परिवेश की धारणा के प्रसंग में समाचार लेखन की विशेषताओं को अलग से समझना और विकसित करना आवश्यक समझा गया। इसी तथ्य को सामने रखते हुए इस इकाई की संरचना में विकासात्मक समाचार-लेखन को विकास के प्रसार एवं फैलाव के विस्तृत-परिवेश से सम्बद्ध करने का प्रयास किया गया है।

7.2 विकास की अवधारणा

विकास का शाब्दिक अर्थ है - प्रसार या फैलाव। विकास की परिकल्पना का आधार आमतौर से भौतिक क्षेत्र में प्रसार या फैलाव से लिया जाता है। परन्तु यह एक व्यापक क्षेत्र को अपने में समाए हुए है। जीवन के किसी भी क्षेत्र में चाहे भौतिक हो या गुणात्मक, उसमें वृद्धि या प्रसार की गतिविधियों विकास की अवधारणा का अंग होती है। विकास एक व्यापक एवं साफल्य आधारित प्रक्रिया है। इसके अन्तर्गत उद्योग, कृषि, टेकनोलोजी, व्यवसाय, बौद्धिक एवं शैक्षणिक क्षेत्र, कला, संस्कृति, सामाजिक बदलाव, स्वास्थ्य आदि विभिन्न क्षेत्रों को सम्मिलित किया जा सकता है। बौद्धिक विकास में शिक्षा, संचार माध्यम, साहित्य आदि को सम्मिलित कर सकते हैं। सांस्कृतिक विकास में संगीत, नृत्य, ललित कलाओं एवं रंगमंच के विकास की गतिविधियों का हवाला दे सकते हैं। सामाजिक विकास के सन्दर्भ में सामाजिक परम्पराओं में परिवर्तन, बदले सामाजिक मूल्य एवं संबंधों का उल्लेख किया जाता है। भौतिक विकास में उद्योग, कृषि, प्रौद्योगिकी, तकनीक, व्यवसाय एवं व्यापार को भी जोड़ा जाता है। टेकनोलोजी द्वारा आर्थिक गतिविधियाँ निर्धारित होती हैं। उद्योगों एवं खेती के प्रसार संबंधी आकड़े आर्थिक-जगत् के अन्तर्गत आते हैं। इस प्रकार विभिन्न क्षेत्रों के समाचारों के लेखन के लिए आर्थिक-पत्रकारिता, वित्तीय समाचार, औद्योगिक समाचार, कृषि समाचार आदि के विविध और व्यापक परिवेश में एक क्षेत्र का दूसरे से गहन संबंध जुड़ा हुआ है। ऐसे में विकास को अवधारणा को स्पष्ट करना जरूरी है। अतः किसी एक बिन्दु को लेकर विकास के सन्दर्भों को परखा जाना चाहिए। आर्थिक, औद्योगिक, कृषि, कला, शिक्षा, संस्कृति आदि विभिन्न क्षेत्रों में विकास योजनाओं या स्थितियों में सुधार के लिए किए जाने वाले समस्त प्रयत्नों एवं समाज पर इनके सकारात्मक या नकारात्मक प्रभाव की चर्चा से सम्बन्धित समाचारों को विकासात्मक समाचार की श्रेणी में रख सकते हैं।

भारत में विकास के लक्ष्य को सामने रखते हुए आजादी के बाद 1951 में जब योजनाबद्ध विकास की परिकल्पना की गई तो विकास के सोच का आधार ग्रामीण-विकास के बिन्दु पर केन्द्रित किया गया। आज भी अधिकांश योजनाएँ या विभिन्न सूत्रीय विकास कार्यक्रमों में सम्पूर्ण ग्रामीण विकास योजना, स्व-रोजगार के ग्रामीण युवकों को प्रशिक्षण, ग्रामीण महिलाओं एवं बच्चों का विकास, जवाहर रोजगार योजना गारन्टी कार्यक्रम, इन्दिरा आवास योजना, गैर पारम्परिक ऊर्जा-स्रोत, खाली और बंजर पड़ी भूमि का विकास आदि का उद्देश्य सम्पूर्ण विकास और विकास की मौलिक अवधारणा के अंग हैं।

संयुक्त राष्ट्र के विकास कार्यक्रम की अवधारणा के अनुसार विकास का लक्ष्य मानव विकास पर केन्द्रित है। इसके अन्तर्गत विकास का अर्थ है - वे सारे प्रयत्न जिनसे मनुष्य की आयु, ज्ञान एवं आय में वृद्धि हो। विकास के इस मापदंड के अनुसार भारत का विकास के सन्दर्भ में दुनिया के 175 देशों में 135 वा स्थान है। यूनिसेफ ने शिशु-मृत्यु दर या प्रतिव्यक्ति सकल घरेलू आय को विकास का प्रतिमान माना है। शिशु मृत्यु दर के लिहाज से भारत का 42वा स्थान है और 145 देशों में प्रतिव्यक्ति सकल घरेलू आय के हिसाब से 115वां स्थान है।

यद्यपि आजादी के बाद अनाज के उत्पादन, औद्योगिक उत्पादन, शिक्षा एवं साक्षरता के प्रसार, चिकित्सा सुविधाओं के विस्तार आदि के क्षेत्रों में विकास योजनाओं के क्रियान्वयन से अनेक उपलब्धियाँ हुई हैं। परन्तु विकास प्रक्रिया में अनेक कमियों के कारण देश के सामने आज भी सामाजिक, आर्थिक, शैक्षणिक एवं सांस्कृतिक दृष्टि से अनेक समस्याएँ खड़ी हैं। ऐसे में विकास पत्रकारिता एवं विकासात्मक समाचार लेखन की अहम् भूमिका है।

7.3 विकासात्मक समाचार लेखन : एक विश्लेषण

विकास की अवधारणा के मूल में समाज का कल्याण करने के लिए उसको मौलिक जरूरतों को पूर्ति के प्रयत्न करने के साथ-साथ उसकी स्थितियों एवं दशा में परिवर्तन एवं सुधार लाना है। इस सामाजिक बदलाव या विकास के लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए यह आवश्यक है कि आम लोगों को विभिन्न विकास योजनाओं और कार्यक्रमों की सूचना प्राप्त हो, उनके विकास को गति देने में भागीदारी पाने के लिए उन्हें उत्प्रेरित और शिक्षित किया जाए।

यह कार्य सूचना माध्यम ही कर सकते हैं। विकास सूचनाओं एवं समाचारों के लागू किए जाने के मूल में छिपा है। ऐसा होने से लोगों की जरूरतों का ज्ञान होने और उनकी प्रतिक्रिया, उनकी योजनाओं की सफलता में भागीदारी को बढ़ाने में भी सहायता मिल सकेगी। यहाँ विकासात्मक समाचारों की महत्वपूर्ण भूमिका प्रारम्भ होती है। मानवीय विकास या सामाजिक आर्थिक विकास के सन्दर्भ में विकासात्मक- समाचार उत्तेजक का काम करते हैं। परिदृश्य को बेहतर बनाने की भूमिका का निर्वाह करते हैं।

विकासात्मक पत्रकारिता या विकासात्मक समाचारों की उपादेयता, व्यापकता और भूमिका को रेखांकित करते हुए द्वितीय प्रेस आयोग ने अपनी रिपोर्ट में स्पष्ट किया है कि ' विकास रपट में सही और गलत काम की पूरी तस्वीर प्रस्तुत करनी चाहिए। उसमें आम आदमी के जीवन को प्रभावित करने वाले विभिन्न विकास कार्यक्रमों की विभिन्न परिस्थितियों में विभिन्न स्थानों पर सफलता और विफलता के कारणों की छानबीन होनी चाहिए। ' हर व्यक्ति यह जानना चाहता है कि चारों ओर ऐसा क्या घटित हो रहा है जिसका प्रभाव उस पर पड़ता है या पड़ सकता है। उसके जीवन में सुधार या परिवर्तन के लिए भी कोई सम्भावनाएँ बन रही हैं या बनने को प्रक्रिया में हैं। ऐसी बातों को जानने की भी उसमें जिज्ञासा होती है जो भले ही सनसनीखेज और रोमांचक न हो परन्तु उसके जीवन में बदलाव का संकेत देती हो। ऐसे समाचार जो स्थितियों में बदलाव के प्रयत्नों एवं उनकी सफलता या विफलता पर प्रकाश डाले, किसी भी समाचार-पत्र या माध्यम के लिए महत्वपूर्ण होते हैं।

आमतौर से विकासात्मक समाचारों का अर्थ उन समाचारों से लिया जाता है जो खेती, उद्योग आदि के क्षेत्र में विकास के आंकड़े प्रस्तुत करते हैं परन्तु वस्तुतः यह विकास का मात्र एक पक्ष है। दूसरा और अधिक वास्तविक पक्ष है, विभिन्न विकास योजनाओं के द्वारा समाज के विभिन्न वर्गों के आर्थिक, सामाजिक और सांस्कृतिक जीवन पर पड़ने वाला प्रभाव। विकास के क्रम में कौन आगे बढ़ा और कौन पीछे छूट गया, यह जानना भी आवश्यक है। विकास के सम्पूर्ण परिदृश्य की पड़ताल से सम्बन्धित समाचार विकासात्मक समाचारों की श्रेणी में आते हैं।

7.3.1 ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य

व्यापक अर्थ में लें तो विकासात्मक समाचार लेखन का इतिहास उतना ही पुराना है, जितनी पुरानी समाचारपत्रों की दुनिया है। समाचारपत्र छपे और उसमें विकास की खबरें न हों, ऐसा होना सम्भव नहीं। आखिर, जीवन के विभिन्न क्षेत्रों में हो रही गतिविधियों ही तो समाचार बनती हैं। लेकिन जब हम विकासात्मक समाचार लेखन को एक विधा के रूप में लेते हैं तो उसका अर्थ भौतिक विकास के साथ जुड़ जाता है। किसी भी देश में उद्योग, कृषि, व्यापार, प्रौद्योगिकी, विज्ञान आदि के क्षेत्र में हो रही गतिविधिया ही विकास समाचार बनती हैं। यदि विकासात्मक समाचारों को भौतिकविकास की परिधि में ही देखें तो यह मानना होगा कि स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात् देश में जब पहली पंचवर्षीय योजना (1950-1955) लागू हुई तभी विकास समाचार लेखन की दुनिया का पहला अध्याय प्रारम्भ हुआ। इस पंचवर्षीय योजना का लक्ष्य ही देश का सर्वांगीण भौतिक विकास करना था। अतः विकास की जो प्रक्रिया प्रारम्भ हुई, उससे संबन्धित हर समाचार, विकासात्मक समाचार लेखन का अंग बन गया।

विकासात्मक समाचार लेखन के इतिहास को स्वतंत्रता के बाद के वर्षों में ही टटोलना होगा क्योंकि पूरे भारत में प्रकाशित समाचारपत्रों में आज़ादी से पूर्व विकास की अवधारणा पर कोई ध्यान नहीं दिया गया। सम्भव है कि सामाजिक, सांस्कृतिक, आर्थिक तथा राजनीतिक कारण इस दिशा में बाधक रहे हों। समाचारपत्रों का ध्येय भी विकास के मुद्दों की ओर ध्यान देने की दृष्टि से उदासीनतापूर्ण रहा।

7.3.2 उद्योग एवं कृषि विकास

भारत ने 1947 में आज़ादी प्राप्त की। भारतीय अर्थव्यवस्था उस समय अत्यन्त दयनीय स्थिति में थी। साम्राज्यवाद राव उपनिवेशवाद की मार ने भारत की अर्थ-व्यवस्था को चौपट कर दिया था। आज़ादी के बाद, भारत के सामने देश के बँटवारे और अर्थ-व्यवस्था के कारण अनेक चुनौतियाँ थीं। गरीबी और दुर्दशा के इस वातावरण में पहली प्राथमिकता अर्थ-व्यवस्था का एक समुचित ढाँचा तैयार करने की थी। भारत के संविधान में यह स्पष्ट उल्लेख किया गया कि सामाजिक न्याय पर आधारित अर्थ-व्यवस्था के विकास को गति दी जाएगी। स्वतंत्रता, समानता और न्याय की स्थापना के साथ आर्थिक विकास करने हेतु मिश्रित अर्थ व्यवस्था का मार्ग अपनाया गया।

भारतीय अर्थ-व्यवस्था को सुदृढ़ करने के इस कार्य को चार चरणों में बाँटा गया। 1950 से प्रारम्भ पहले चरण के अन्तर्गत एक आर्थिक ढाँचे की संरचना का बुनियादी कार्य हाथ में लिया गया। इसके अन्तर्गत सिंचाई, ऊर्जा, उत्पादन, शिक्षा, पेयजल, संचार माध्यमों का विकास और मूल उद्योगों के विकास के कार्यों की योजना बनाकर विकास यात्रा प्रारम्भ की गई। विकास का दूसरा चरण 1955-60 की अवधि का रहा जो बहुत ही कठिनाइयों भरा था। इस समय खाद्यान्नों की अत्यन्त कमी थी। देश की आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए खाद्यान्न आयात करने पड़ते थे। अतः कृषि विकास को प्राथमिकता दी गई। कृषि विकास के लिए किए

गए महत्वपूर्ण उपायों के माध्यम से 'हरित क्रान्ति' की नींव डाली गई। खेती में आत्मनिर्भरता का मार्ग प्रशस्त किया गया।

इस प्रकार प्रारम्भिक तौर पर उद्योगों एवं कृषि विकास के लिए पंचवर्षीय योजनाओं के द्वारा देश में एक ऐसा आधारभूत ढाँचा तैयार किया गया जिसके परिणामस्वरूप 1970 के बाद देश की अर्थव्यवस्था में एक नया मोड़ आया। एक दशक के बाद नियन्त्रित अर्थ-व्यवस्था की ढाल देने का कार्य शुरू हुआ और 1990 के बाद देश में आर्थिक सुधारों को लागू करने के साथ-साथ एक मुक्त अर्थ व्यवस्था की शुरुआत की गई। विकास की इस सम्पूर्ण यात्रा में विभिन्न सूचना माध्यमों एवं विकासात्मक समाचारों के विकास का मुद्दा बार-बार सामने आया।

7.3.3 सरकारी जनसंचार माध्यमों की भूमिका

विकास की यात्रा को सार्थक बनाने के लिए यह आवश्यक था कि आम आदमी को विकास योजनाओं की पूरी जानकारी दी जाए और वे इन योजनाओं के क्रियान्वयन में अपनी महत्त्वपूर्ण सक्रिय भागीदारी निभाएं। लेकिन देश की विविधतापूर्ण दुर्गम भौगोलिक स्थितियों तथा अशिक्षा के घोर अन्धकार में मुद्रित माध्यमों एवं समाचारपत्रों से यह कार्य पूरा करना सम्भव नहीं था। ऐसे में, सरकार के जिस माध्यम ने विकास को गति देने की दिशा में महत्त्वपूर्ण योग दिया, वह था - आकाशवाणी। आकाशवाणी ने विकासात्मक समाचारों एवं विकास से संबन्धित गतिविधियों को गतिशील बनाने में अहम भूमिका निभाई। अपनी स्वस्थ मनोरंजन प्रदान करने एवं जन-शिक्षण प्रशिक्षण का दायित्व निभाने के साथ-साथ राष्ट्रीय स्तर पर स्वीकृत योजनाओं की विकास गति एवं उपलब्धियों को आम आदमी तक देश के दुर्गम स्थलों से लेकर कोने-कोने तक पहुँचाने में आकाशवाणी ने प्रभावपूर्ण एवं नियोजित प्रयत्न किए।

सरकार ने विकास योजनाओं की संरचना करते समय ही यह अनुभव किया कि विविध आर्थिक एवं सामाजिक विकास की योजनाओं की सफलता के लिए एक आधारभूत संचार और सूचना तंत्र का गठन करना अनिवार्य है। इस सोच के परिणाम स्वरूप जहाँ विभिन्न राज्यों में सूचना एवं जनसम्पर्क विभागों की स्थापना और विस्तार किया गया वहाँ केन्द्रीय-स्तर पर पत्र सूचना कार्यालयों, प्रकाशन कार्यालयों, छाया चित्रण अनुभाग, फिल्म अनुभाग आदि की स्थापना की गई तथा इनका विस्तार किया गया। इन समस्त विभागों के बीच एक तालमेल बैठाया गया। कुछ वर्षों बाद दूरदर्शन का भी विस्तार किया गया। लेकिन आकाशवाणी की विकासात्मक समाचारों के प्रसारण की दृष्टि से सर्वोत्तम स्थान रहा।

इस प्रकार आकाशवाणी ने व्यापक-स्तर पर सामाजिक और आर्थिक विकास प्रयत्नों को अपने विकासात्मक समाचार प्रसारण कार्यों से गति एवं शक्ति प्रदान की। विकास और संचार एकदूसरे के पूरक हैं। लेकिन विकास को गति देने की दृष्टि से समाचारपत्रों एवं अन्य माध्यमों का भरपूर उपयोग नहीं हुआ है। इस युग में एक दृश्य माध्यम होने के कारण दूरदर्शन एक सशक्त माध्यम की भूमिका निभा सकता है। लेकिन देश के शैक्षणिक, सामाजिक, आर्थिक और सांस्कृतिक विकास की दृष्टि से इस माध्यम का सदुपयोग नहीं किया गया है। आकाशवाणी एवं दूरदर्शन का केन्द्रीकरण होने के कारण प्रदेश स्तर भी विकास कार्यों के सन्देश जन-जन तक पहुँचाने का कार्य सम्पन्न नहीं किया जा सका है।

7.4 विकासात्मक समाचार : उद्भव एवं विकास

व्यापक अर्थ में देखा जाए तो विकासात्मक समाचार लेखन का इतिहास उतना ही पुराना है, जितनी पुरानी समाचारपत्रों की दुनिया है विकास की प्रक्रिया जीवन का अभिन्न अंग है और इसलिए इसकी झलक भी प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप में समाचारों पत्रों में सदैव मिलती रहती है। लेकिन विकास के मुद्दों को एक सकारात्मक एवं महत्वपूर्ण मुद्दा मानते हुए इसे विशेष रूप से समाचार-लेखन में स्थान देने की दृष्टि से भारतीय समाचारपत्र जगत को देखें तो आजादी के पूर्व की राजनैतिक एवं अन्य परिस्थितियों की प्रवृत्ति को विरासत में लेकर विकसित हुए समाचार जगत में इसे लम्बे समय तक गौण स्थान मिला है। भारत में विकासात्मक समाचारों के उद्भव एवं विकास के बारे में द्वितीय प्रेस आयोग की टिप्पणी वास्तविक स्थिति का चित्रण करती है। छठे दशक के शुरू में प्रथम पंचवर्षीय योजना की शुरुआत ही समाचारपत्रों में नदी घाटी योजनाओं, उर्वरक संयंत्रों, नये इस्पात नगरों और ऐसी ही दूसरी योजनाओं का प्रचार करने वाले आलेख छपे। फिर भी इन परियोजनाओं के कारण लोगों की विशेषकर गाँवों में रहने वाले बहुसंख्यक लोगो की जिन्दगी के परिवर्तन के बारे में अधिक नहीं लिखा गया और न ही अपेक्षाओं और परिवर्तनों के बारे में अधिक ध्यान दिया गया। काफी समय बाद में भारतीय प्रेस ने एक ऐसी गहन रिपोर्ट की शुरुआत की जिसे एक विकासशील देश में गौरवपूर्ण स्थान मिलना चाहिए।

7.5 विकास सम्बन्धी विचारों की उपेक्षा

विकास सम्बन्धी विचारों के लिए यह अति आवश्यक है कि 'संकेत' और 'सत्य' इन दो बातों की ओर ध्यान दिया जाए। आम तौर पर अधिकांश समाचार 'सांकेतिक' होते हैं। उन्हें पढ़ने से कुछ घटनाओं के बारे में संकेत तो मिल जाते हैं लेकिन 'सत्य' प्रगट नहीं होता। संबद्ध विषय की पूरी तस्वीर सामने नहीं आती। वाल्टर लिपमेन ने 'समाचार' और 'सत्य' की परिभाषा करते हुए लिखा है कि घटना का संकेत सही नहीं बल्कि उस घटना से सम्बद्ध तथ्यों को उजागर करके ही पत्रकार सही अर्थों में अपनी भूमिका निभा सकता है।

विकासात्मक समाचारों का क्षेत्र इस दृष्टि से बहुत उपेक्षित कहा जा सकता है। बेंगलूर स्थित इण्डियन इंस्टीट्यूट ऑफ मैनेजमेन्ट के निदेशक प्रोफेसर एन.एस रामास्वामी ने बताया कि विभिन्न व्यवसायों का सर्वेक्षण करने के बाद यह बात उजागर हुई है कि समाज के प्रति दायित्व निभाने की प्रक्रिया में विभिन्न समाचार माध्यमों ने अनेक महत्वपूर्ण क्षेत्रों की भारी उपेक्षा की है। इसका तात्पर्य यह है कि पत्रकारिता ने समाज से अपने आपको पूरी तरह सम्बद्ध नहीं किया। पत्रकारिता यदि समाज से पूर्णतया निष्ठा के साथ सम्बद्ध हो जाए तो वह अपनी जिम्मेदारी स्वतः पूर्ण कर लेगी। राष्ट्रीय विकास में करोड़ों लोगों को लगाना और उनको इसमें भागीदार बना देना, ऐसा महत्वपूर्ण कार्य है जिसमें विकासात्मक समाचार लेखन के माध्यम से पत्रकारिता अपनी सार्थक भूमिका निभा सकती है। आर्थिक और सामाजिक विकास के क्षेत्र में विभिन्न माध्यमों का जो योग हो सकता था, उस बिन्दु पर विशेष ध्यान नहीं दिया गया। इस स्थिति का दुष्परिणाम यह हुआ कि समाज में एक ऐसे वातावरण का निर्माण नहीं किया जा सका जहाँ विकास को उच्च प्राथमिकता मिली है।

काफी समय पूर्व एक सर्वेक्षण इस बात को आधार मानकर करवाया गया कि विभिन्न माध्यमों या समाचारपत्रों ने विकास, विशेषकर समाज के प्रति अपने दायित्व का निर्वाह किस सीमा तक किया है और पत्रकारिता के क्षेत्र में किन बातों को अधिक महत्व दिया है। यह बात सन् 1976 के आसपास की है। सर्वेक्षण से जो तथ्य सामने आए, वे चौंकाने वाले थे। सर्वेक्षण से पता चला कि कृषि, पशुपालन, उद्योग, शिक्षा, परिवहन, स्वास्थ्य, परिवार कल्याण जैसे महत्वपूर्ण विषयों को समाचारों में कुल मिलाकर छह प्रतिशत स्थान मिला।

विगत वर्षों में किए गए सर्वेक्षणों में उस्मानिया विश्वविद्यालय द्वारा किया गया सर्वेक्षण दिलचस्प रहा क्योंकि इस सर्वेक्षण से यह पता चला कि सामाजिक विषयों के लिए केवल आठ समाचारपत्र ऐसे पाए गए उन्होंने सर्वाधिक साढ़े नौ प्रतिशत स्थान गरीबी, शिक्षा, समाज कल्याण जैसे विषयों को प्रदान किया। कुल मिलाकर स्थिति यह रही कि अधिकांश समाचारपत्रों ने साठ प्रतिशत स्थान विज्ञापनों को दिया और लगभग चालीस प्रतिशत स्थान समाचारों को दिया। इन समाचारपत्रों में विकासात्मक समाचारों को विदेशी समाचारों के बराबर भी स्थान नहीं दिया। इससे यह तथ्य स्पष्ट होता है कि समाचारपत्रों की रुचि विकासात्मक समाचारों में उतनी नहीं रही जितनी भारत - जैसे विकासशील राष्ट्र में अपेक्षित थी।

इससे यह निष्कर्ष भी निकलता है कि सामाजिक उत्थान एवं विकास के कार्यों को कर्तव्य एवं निष्ठा के साथ पूरा नहीं किया गया। अधिकांश समाचारपत्रों का कार्यक्षेत्र नगरों और महानगरों तक सीमित रहा। विकास की सम्पूर्ण गतिविधियों से उन्होंने विभिन्न माध्यमों को विकास प्रक्रिया के आकर्षण से दूर रखा। इसके अतिरिक्त विकासात्मक समाचारों की उपेक्षा एवं विकासात्मक पत्रकारिता के विकास में ऐतिहासिक कारण भी बाधा रहे। देश के समाचारपत्रों एवं माध्यमों पर राजनैतिक समाचारों का वर्चस्व रहा है जबकि विकसित राष्ट्रों में राजनैतिक नेताओं के वक्तव्यों एवं राजनैतिक हलचल को इतना महत्व नहीं दिया जाता है। सामाजिक, आर्थिक, शैक्षणिक, वैज्ञानिक, कृषि एवं मानवीय रुचि के समाचारों को उन देशों में विशेष रुचि के साथ प्रकाशित किया जाता है। भारत में सर्वोच्च प्राथमिकता राजनीतिज्ञों के वक्तव्यों को दी जाती है। इस सम्बन्ध में पत्रकार एम.वी. कामथ का कहना है कि इस स्थिति का एक प्रमुख कारण यह है कि भारत में अधिकांश संपादक अथवा समाचारपत्रों के मालिक लम्बी अवधि तक आजादी के संघर्ष से जुड़े रहे। कई दशकों तक वे राजनैतिक आन्दोलनों का हिस्सा बने रहे। इसलिए उनके लिए आजादी के बाद राजनैतिक घटनाक्रमों से अलग रहना सम्भव नहीं हुआ।

इसके अलावा स्वतंत्रता के बाद पत्रकारिता कोई 'मिशन' नहीं रह गई। इसका व्यवसायीकरण हो गया और समाचारपत्रों का उद्देश्य धन अर्जित करना बन गया। अपने औद्योगिक एवं व्यावसायिक हितों की पूर्ति के लिए समाचार माध्यमों एवं समाचारपत्रों को एक हथियार के रूप में इस्तेमाल करने का सिलसिला शुरू कर दिया। प्रजातंत्र के इस चौथे-स्तम्भ पर जब तक पूंजीपतियों की छाया नहीं पड़ी थी, तब तक सामाजिक दायित्व एवं राष्ट्रीय विकास समाचारपत्रों का प्रमुख ध्येय रहा। आजादी के बाद राष्ट्रीय दायित्व गौण हो गया।

सरकारी स्तर पर कृषि, योजना, विकास सम्बन्धी समाचारों को प्राथमिकता देने एवं विकासात्मक समाचार लेखन को बढ़ावा देने के लिए 'योजना', 'कुरुक्षेत्र', 'खेती', 'समाज-कल्याण',

'इण्डियन फार्म जरनल' आदि का प्रकाशन शुरू किया गया । लेकिन ये माध्यम एक सीमा तक ही अर्थपूर्ण भूमिका निभा सके।

7.6 विकासात्मक समाचारों का विस्तार

सातवें दशक में देश के भौतिक विकास की गतिविधियों में तेजी आई। उद्योगों का विस्तार हुआ। अनेक नए उद्योग स्थापित किए गए। कृषि-उत्पादन बढ़ाने के लिए उन्नत बीजों, उर्वरकों और बड़ी सिंचाई योजनाओं की ओर विशेष ध्यान दिया गया। बड़े-बड़े बाँध बनाए गए। प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में नए अनुसंधान किए गए। व्यापार के विस्तार के लिए विदेशों से सम्बन्ध बनाए गए। ये सभी गतिविधियाँ समाचारपत्रों की सुर्खियां बनती रहीं। समाचारपत्रों का ध्यान इन विकास कार्यों की ओर गया। इस स्थिति ने विकासात्मक समाचार लेखन को पुष्ट किया। कृषि और ग्रामीण विकास भी इस प्रकार समाचार के स्रोत बनने की प्रक्रिया के अंग बनने लगे। इस प्रकार सातवें दशक को विकासात्मक समाचार लेखन की विधा के विकास की दृष्टि से महत्वपूर्ण सिद्ध हुआ।

'टाइम्स ऑफ इण्डिया' ने अपनी 150वीं वर्षगांठ के वर्ष में विकासात्मक समाचारों को प्रमुखता से प्रकाशित करना प्रारम्भ किया। इस परिवर्तन को समाचार जगत में महत्वपूर्ण माना गया तथा द्वितीय प्रेस आयोग ने अपनी रिपोर्ट में इस बात का उल्लेख करके विकासात्मक समाचारों की अहमियत को रेखांकित किया। इस प्रकार जो शुरुआत हुई उसका परिणाम यह हुआ कि 'इण्डियन एक्सप्रेस', 'स्टेट्समैन', 'हिन्दुस्तान टाइम्स', 'नवभारत टाइम्स', 'जनसत्ता' एवं उस समय के प्रमुख साप्ताहिक 'हिन्दुस्तान' जैसे पत्रों ने विकासात्मक समाचार-लेखन एवं विकास पत्रकारिता को आगे बढ़ाने में सार्थक भूमिका निभाई। क्षेत्रीय समाचारपत्रों में उड़िया दैनिक 'समाज', रायपुर से प्रकाशित 'देशकधु', कानपुर के 'दैनिक जागरण' ने विकासात्मक समाचारों को प्रमुखता देकर इस दिशा में प्रारम्भ प्रयत्नों को गति दी। 'राजस्थान पत्रिका' के 1975 में प्रारम्भ कॉलम ' मैं देखता चला गया ' और 1998 में प्रारम्भ 'आओ गाँव चलें ' जैसे कॉलम प्रारम्भ किए गए। ' नई दुनिया '(इंदौर) ने भी विकासात्मक समाचार को प्रमुखता दी और गाँवों से संबद्ध अनेक कॉलम शुरू किए। ' नई दुनिया ' क्षेत्रीय पत्रकारिता, ग्रामीण समस्याओं, गाँवों की दशा, विकास के भौतिक एवं अन्य कार्यों की ओर भी उन्मुख हुई।

हिन्दी के समाचारपत्रों ने जहाँ विकास पत्रकारिता को विशेष महत्व देना आरम्भ किया, वहीं पर उन्होंने अपने पाठकों की रुचि का विशेष ध्यान रखते हुए अन्य मुद्दों पर भी लेख छापने शुरू किए। सन् 1962 के चीनी आक्रमण के बाद से क्षेत्रीय समाचारपत्रों ने रक्षा से जुड़े विषयों पर लेखनी चलानी शुरू कर दी। खेत-खलिहान पर 1970 से ही ' नवभारत टाइम्स ' (दिल्ली) ने अलग से कृषि परिशिष्ट प्रकाशित करना आरम्भ कर दिया था। हिन्दी समाचारपत्रों ने विज्ञान से संबंधित समाचारों के महत्व को भी स्वीकारा।

7.7 विकासात्मक समाचारों के स्रोत

वैसे तो भारत गाँवों का देश है। अतः विकासात्मक समाचारों का प्रमुख स्रोत भारत के गाँव हैं। लेकिन विकास की अवधारणा व्यापक है और भौतिक, शैक्षणिक, सामाजिक विज्ञान नई

सूचना प्रौद्योगिकी आदि विभिन्न क्षेत्रों में विकासात्मक गतिविधियों का कार्य क्षेत्र है। अतः विकासात्मक समाचारों के स्रोत भी विभिन्न और व्यापक क्षेत्र लिए हुए हैं। आम तौर से विकासात्मक समाचारों के स्रोतों को दो भागों में बाँटा जाता है - 1. सरकारी स्रोत, 2. गैर सरकारी स्रोत।

7.7.1 सरकारी स्रोत

सरकारी स्तर पर केन्द्रीय मन्त्रालयों, राज्य सरकारों के सूचना विभागों की विज्ञप्तियों, आकाशवाणी एवं दूरदर्शन से प्रसारित समाचारों तथा अन्य सरकारी सूत्रों से विकास सम्बन्धी जानकारी मिलती है। लेकिन सरकारी आंकड़े एक तरफा होते हैं। इन सरकारी माध्यमों से दी जाने वाली विकास या विकास परियोजनाओं की जानकारी के बारे में द्वितीय प्रेस आयोग द्वारा की गई टिप्पणी वस्तुस्थिति को स्पष्ट करने वाली है - 'विकास को दिखने के सरकारी माध्यमों के प्रयास प्रायः प्रस्तुति के अति सरलीकरण के शिकार बनते हैं। केन्द्र के पत्र सूचना कार्यालय और राज्यों के सूचना विभागों द्वारा दिए जाने वाले विकास संबंधी विवरणों में अनेक को समाचारपत्र प्रमुखता से नहीं छापते क्योंकि ऐसा माना जाता है कि उनमें परिवर्तन की तस्वीर का एक ही पक्ष होता है, जबकि वास्तविक जीवन में विकास की प्रक्रिया आसान नहीं होती। उसके दौरान कठिनाईया आती हैं और उसे सफल बनाने के लिए दृढ़ प्रयास करने पड़ते हैं '

इस टिप्पणी से स्पष्ट होता है कि सूचना के सरकारी स्रोतों की सीमाएँ हैं। सफलता या असफलता की सम्पूर्ण और सही जानकारी नहीं मिल पाती। सरकारी विभागों की चिन्ता यह रहती है कि योजनाओं या विकास कार्यों का उज्ज्वल पक्ष ही सामने उभर कर आए।

7.7.2 गैर सरकारी स्रोत

सरकारी माध्यमों के अलावा योजना आयोग या अध्ययन दलों की रिपोर्टें, शोध संस्थानों के सर्वेक्षण और निजी एवं गैर सरकारी संगठनों से विकास की प्रक्रिया की गहराई में झाँकने का प्रयास किया जा सकता है। सबसे अच्छा स्रोत तो वह स्थान या समुदाय होता है जहाँ किसी प्रकार की विकास योजना या गतिविधि को कार्यान्वित किया जा सकता है। लोगों से स्वयं जानकारी प्राप्त करना और अपनी आँखों से देखकर विकासात्मक समाचारों का सृजन करना ही श्रेष्ठतम रास्ता है। यथार्थ को परखने के लिए पैनी दृष्टि की आवश्यकता होती है। वास्तविकता यह है कि ग्रामीण विकास, समाज के दुर्बल वर्गों, बेरोजगार युवकों, महिलाओं, बच्चों आदि के उत्थान एवं विकास के लिए लागू की जाने वाली योजनाओं का अपेक्षित लाभ इन्हें नहीं मिलता। यही हाल छोटे किसानों, कृषक मजदूरों, प्रौढ़ शिक्षा, ग्रामीण रोजगार आदि कार्यक्रमों का है। विकास पर खर्च किए जाने वाले धन का एक बड़ा भाग क्रियान्वयन के लिए जिम्मेदार अधिकारियों एवं लोगों की जेब में चला जाता है। ऐसी स्थिति में, यथार्थ को अभिव्यक्ति देने का बड़ा दायित्व विकासात्मक समाचारों के दायरे में आता है। युद्ध के मोर्चे पर तैनात या अपराध समाचारों से सम्बद्ध संवाददाता की तरह विकासात्मक समाचारों के लिए नियुक्त संवाददाता का दायित्व भी चुनौतीपूर्ण है। निहित स्वार्थ वाले अधिकारियों एवं लोगों का उसे कोप भाजन बनना पड़ता है।

7.8 विशेष अध्ययन

गत कुछ दशकों में किए गए विभिन्न अध्ययनों एवं सर्वेक्षणों से यह निष्कर्ष निकाला है कि सूचना के क्षेत्र में ग्रामीण समाज की ओर विशेष ध्यान देने की आवश्यकता है। कई संस्थाओं ने इस दिशा में महत्वपूर्ण कार्य किया है और यूनेस्को ने अपने अध्ययन में ग्रामीण प्रेस की भूमिका पर अधिक बल दिया है। नगरीय एवं ग्रामीण पर्यावरण के बीच सामंजस्य के लिए निरन्तर एक संवाद कायम करने की जरूरत को इस अध्ययन में रेखांकित किया गया है। यूनेस्को ने 1985 में 'ग्रामीण सम्प्रेषण पुरस्कार' प्रारम्भ किया। यह पुरस्कार अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर गुणात्मक एवं नए प्रयासों को प्रोत्साहन देकर ग्रामीण सूचना तब या सम्प्रेषण को प्रभावी बनाने की दृष्टि से प्रारम्भ किया गया। एशिया मॉस कम्यूनिकेशन रिसर्च एण्ड इन्फार्मेशन सेन्टर, सिंगापुर ने संगोष्ठियों, चर्चाओं, अध्ययनों की रिपोर्ट प्रकाशित करने आदि माध्यमों से ग्रामीण पत्रकारिता के विकास की दिशा में प्रयत्न किए हैं तथा एशिया के देशों में विकासात्मक पत्रकारिता को आगे बढ़ाने के लिए पत्रकारों के लिए प्रशिक्षण कार्यक्रमों का आयोजन किया है।

विकासात्मक समाचारों के क्षेत्र में किए गए अध्ययनों से यह बात सामने आई है कि जिला स्तरीय लघु समाचारपत्रों ने विकासात्मक समाचारों के द्वारा राष्ट्रीय विकास में अहम भूमिका निभाई है। इन ग्रामीण पत्रों ने ग्रामीण पाठकों में, नवसाक्षरों में अपनी पाठकीय क्षमता बढ़ाकर ग्रामीण एकाकीपन के बीच संचार का नया अध्याय प्रारम्भ किया है। इन्टरनेशनल कमीशन फॉर दी स्टडी ऑफ कम्यूनिकेशन प्रोबलम्स ने अपनी सिफारिशों में सामुदायिक पत्रकारिता(कम्यूनिटी प्रेस) का गांवों एवं कस्बों के लिए महत्वपूर्ण माना है और कहा है कि आर्थिक एवं सामाजिक विकास कार्यों के विस्तार को गति देने के लिए मुद्रित सहयोग की भूमिका निभाने के लिए विकासात्मक एवं कम्यूनिटी प्रेस को बढ़ावा दिया जाना चाहिए।

राष्ट्रीय और क्षेत्रीय समाचारपत्रों की रुचि राष्ट्रीय और अन्तर्राष्ट्रीय महत्वपूर्ण विषयों में अधिक रही है। उनकी भाषा भी उसी प्रकार ग्रामीण भाषा से भिन्न रही है। ऐसे में ग्रामीण समाज में परिवर्तन के लिए उनकी भाषा और मुहावरों में स्थानीय रुचियों के साथ विकासात्मक कार्यों को सम्पूर्णता से प्रस्तुत करने के लिए ग्रामीण पत्रकारिता की सिफारिश की गई है।

'प्रेस कौन्सिल ऑफ इण्डिया' ने भी विकासात्मक समाचारों को गति देने तथा विकास की एक सम्पूर्ण तस्वीर प्रस्तुत करने के लिए विकासात्मक समाचार लेखन या विकासात्मक पत्रकारिता को बढ़ावा देने के लिए प्रशिक्षण एवं कार्यशालाओं के आयोजन किए हैं। इन प्रयासों से एक बात स्पष्ट रूप में उभर कर सामने आई है कि विकास को एक विस्तृत एवं सम्पूर्ण परिप्रेक्ष्य के साथ प्रस्तुत करने के लिए जनभागीदारी को बढ़ावा देना आवश्यक है और यह कार्य विकासात्मक पत्रकारिता के माध्यम से ही संभव है। पत्रकारिता के परिदृश्य को देखें तो देश में समाचारपत्रों ने इस दिशा में विकास के पहलू को काफी हद तक उपेक्षित रखा है। दुर्घटनाओं, हत्याओं, अपराधों, राजनीति, युद्धों, राजनेताओं के भाषणों आदि पर पत्रकारिता अधिक केन्द्रित रही है। इससे विकास के पहलू या सकारात्मक कार्यों की अवहेलना हुई है। सनसनीखेज पत्रकारिता के दौर में पत्रकारिता को संतुलित दिशा की आवश्यकता है। साथ ही विकासात्मक

समाचारों की पहुँच भी ग्रामीण स्तर तक होनी चाहिए। समय के साथ सन्तुलन और सम्पूर्णता के लक्ष्य प्राप्त करने के लिए पत्रकारिता के क्षेत्र की खाइयों को पाटने के प्रयास करने चाहिए।

कृषि एवं अन्य क्षेत्रों में पत्रिकाएं भी प्रकाशित की गई हैं लेकिन विकास की दृष्टि से यथार्थ एवं पाठकों के सर्वेक्षण के आधार पर विकासात्मक प्रक्रिया के बजाय अनुसंधान जैसे विषयों पर अधिक प्रकाशन हुए हैं जो विकास यात्रा से जुड़े हुए तो हैं लेकिन विकास और परिवर्तन के प्रयासों से अप्रत्यक्ष रूप से सम्बन्ध रखते हैं।

7.9 विकासात्मक समाचार लेखन विधा

पत्रकारिता के क्षेत्र में समाचार संकलन के समान ही महत्वपूर्ण कार्य है - समाचार लेखन। यह एक ऐसी विधा है जो अध्ययन और अभ्यास के द्वारा ही सीखी जा सकती है। वैसे ऐसे समाचारों का दायरा विस्तृत है और हर प्रकार के समाचारों के लेखन के लिए विभिन्न बातों की जानकारी करना आवश्यक है लेकिन समाचारों के लेखन में कुछ मूल तत्वों का ध्यान रखने की जरूरत होती है-चाहे समाचार किसी विषय के हों। समाचार लेखन में सामयिकता घटना स्थल, प्रकाशन स्थल, मानवीय रुचि, आत्मीयता और संक्षिप्तता जैसे तत्वों का ध्यान रखना आवश्यक है। इसके साथ ही तथ्य और सत्य, स्पष्टता, सुरुचि एवं सहिष्णुता का होना भी समाचार को प्राणवान एवं रुचिकर बनाता है।

7.9.1 समाचार लेखन के प्रमुख बिन्दु

विकासात्मक समाचार लेखन के प्रमुख बिन्दुओं को इस प्रकार रेखांकित किया जा सकता है-

7.9.1.1 सामयिकता

समाचार चाहे विकासात्मक हो या अन्य प्रकार का, सामयिकता सर्वाधिक महत्वपूर्ण तत्व है। कोई भी समाचार नवीनतम घटनाओं व वर्तमान से जितना अधिक जुड़ा होगा उसमें पाठक को उतनी ही अधिक रुचि होगी। अतः समाचार का सबसे बड़ा गुण है - उसकी तात्कालिता या सामयिकता। समाचारों का कई बार एक सिलसिला चलता है। घटनाक्रम के तेज प्रवाह में समाचारों का कथ्य भी बदलता है। इस समय की बदलती नब्ज को पकड़ना ही सामयिकता है। समाचार यदि सामाजिक एवं नया न हो तो वह संदर्भ या आख्यान बन कर रह जाता है।

7.9.1.2 घटना स्थल

अपने आसपास, गाँव, नगर या राज्य के समाचारों में आम पाठक की रुचि अधिक रहती है। क्योंकि जो पाठक के आसपास घटित होता है, वह उसे अधिक प्रभावित करता है। उदाहरण के लिए चम्बल सिंचाई क्षेत्र में विस्तार या सिंचाई सम्बन्धी समाचारों में चम्बल सिंचाई क्षेत्र या 'कमाण्ड एरिया ' में रहने वालों तथा आसपास के लोगों की दिलचस्पी अधिक होगी।

7.9.1.3 मानवीय रुचि

जीवन में अनेक ऐसी बातें और स्थितियां हैं जो अर्थपूर्ण होती हैं। आमतौर पर भाषण, अपराधों, भ्रष्टाचार, राजनैतिक गतिविधियों की समाचारपत्रों में भरमार रहती है। मनुष्य के आर्थिक, सामाजिक और सांस्कृतिक जीवन की अपनी कठिनाइयां हैं। उसकी रोजमर्रा की जिन्दगी को प्रभावित करने वाली बातों और मानवीय जीवन के विभिन्न पक्षों से सम्बन्धित समाचारों में सर्वाधिक जन रुचि रहती है। अतः समाचारों में मानवीय पक्ष पर अधिक बल दिया जाना चाहिए।

7.9.1.4 आत्मीयता

समाचारों से जुड़ी बातों में आत्मीयता का होना आवश्यक है। पाठक को समाचार पढ़ने के बाद वह करीब से छू जाए और उसे लगे कि समाचार में उसकी आत्मा भी बोलती है। ऐसे समाचार ही प्रभाव छोड़ते हैं। समाचारों का विश्लेषण करने वाले आमतौर से प्रमुख बिन्दु हैं स्वहित, सम्पत्ति, काम वासना, संघर्ष, असाधारणता, यश, रहस्य, साहसिक कार्य, आविष्कार, प्रगति, नाटकीयता, संस्कृति, विश्वास, स्वास्थ्य, सुरक्षा, बंधुत्व, सामाजिक एवं आर्थिक परिवर्तन।

इस विश्लेषण पर दृष्टि डालें तो लगेगा कि जीवन के नकारात्मक पहलुओं में समाचारपत्रों की अधिक दिलचस्पी है जबकि संस्कृति, विश्वास, सुरक्षा, बन्धुत्व, सामाजिक एवं आर्थिक परिवर्तन को गति देकर जीवन में खुशहाली का मार्ग प्रशस्त करने वाले विकासात्मक या सकारात्मक समाचारों को जन रुचि की दृष्टि को समाचारपत्र बहुत महत्वपूर्ण नहीं मानने की प्रवृत्ति के शिकार है।

7.9.1.5 सकारात्मक सोच एवं पहलू

बहरहाल, जीवन की कठिनाइयों, समस्याओं का समाधान करने, आर्थिक व सामाजिक विकास के द्वारा सदियों से शोषित, पीड़ित और गरीबी के शिकार लोगों के जीवन में नई सुबह लाने वाले प्रयासों का सर्वाधिक महत्व है और इस दिशा में सकारात्मक सोच और पहल की आवश्यकता है ताकि विकासात्मक समाचारों की गति मिल सके।

7.9.1.6 समाचार में सत्यता

समाचार में सत्यता होना आवश्यक है। समाचार पूर्वाग्रह एवं पक्षपात रहित होने चाहिए। समाचार की भाषा सरल और सहज हो ताकि पाठक को समाचार पढ़ने एवं बात को समझने में कठिनाई न हो। स्पष्टता समाचार का बहुत बड़ा गुण है। समाचार सुरुचिपूर्ण ढंग से लिखा जाना चाहिए तथा उसमें संक्षिप्तता भी होनी चाहिए। कम शब्दों में पूरी बात कहने का अभ्यास करना जरूरी है ।

7.9.1.7 विकास के लिए अज्ञान हटाना जरूरी

विकास के लिए गरीबी के अतिरिक्त अज्ञानता को हटाना जरूरी है। अज्ञानता ने लोगों को विकास की ओर बढ़ने से रोकने में बड़ी बाधा पेश कर रखी है। गरीबी और अज्ञानता की दुधारी तलवारों के बीच फंसे ग्रामीण अंचल आज वह सब कुछ प्राप्त नहीं कर सके जिसके वे सही अर्थों में हकदार हैं। विकास पत्रकारिता के क्षेत्र में वही लोग अधिक सफल सिद्ध होंगे जिनके सीने में उपेक्षित तथा अविकसित क्षेत्रों के प्रति विशेष हमदर्दी हो। अतः इस ओर ग्रामीण अंचल के पत्रकारों को विशेष ध्यान देना होगा।

7.9.1.8 प्रशिक्षण का अभाव

विकास के क्षेत्र में सूचना का सबसे बड़ा महत्व होता है। बिना सूचना के किसी भी क्षेत्र में विकास सम्भव नहीं है। विकास पत्रकारिता उसी प्रक्रिया का नाम है जो लोगों को सभी आवश्यक सूचना देकर विकास को गति प्रदान करती है। दुःख की बात है भारत जैसे विकासशील देश में आज भी विकास पत्रकारिता (Development Journalism) को महत्व नहीं मिला है और न ही विश्वविद्यालयों के जनसंचार विभागों में विकास पत्रकारिता को अलग से विषय बनाकर महत्व दिया गया है।

वरिष्ठ पत्रकार श्री राधे श्याम शर्मा ने लिखा है - 'अफसोस ही नहीं बल्कि आश्चर्य की बात है की हमारे देश में 80 ऐसी व्यवसायिक संस्थाएँ हैं जो किसी न किसी रूप में पत्रकारितासे संबद्ध हैं, लेकिन इन सभी के कुल मिला कर भी ऐसे प्रयास सफल नहीं हुए जो विकास पत्रकारिता को आगे बढ़ाने में सहायक सिद्ध हो।' (विकास पत्रकारिता, पृष्ठ 32)

विकास पत्रकारिता के विकास के लिए यह आवश्यक है कि जनसंचार कर्मियों एवं पत्रकारों को इस दिशा में प्रशिक्षण देकर उन्हें योग्य बनाया जाए।

7.10 विकासात्मक समाचार लेखन : दशा और दिशा

विकास की धारा से विकासात्मक सोच उत्पन्न होता है और यों भी कह सकते हैं कि विकासात्मक चिंतन की धारा भी विकास के परिदृश्य में परिवर्तन लाती है। विश्व स्तर पर निरन्तर विभिन्न समस्याओं के अध्ययन और संयुक्त राष्ट्र संघ के सम्मेलनों के द्वारा विश्व परिदृश्य के बारे में समय-समय पर चिंतन किया जाता है। पर्यावरण, खाद्यान्न, जनसंख्या, रोजगार, मानव-संसाधन, टेक्नोलोजी, सूचना एवं संचार आदि विभिन्न पक्षों पर एक नए चिंतन की जो शुरुआत हुई है। विकास का दायरा अब केवल कृषि और उद्योग तक सीमित नहीं है। विकास की गति को बढ़ाने की आवश्यकता का एक बड़ा कारण यह है कि पुनः निर्माण तथा विकास की दृष्टि से अन्तर्राष्ट्रीय बैंक ने सारी दुनिया की स्थिति का अध्ययन करके यह निष्कर्ष निकाला कि 20वीं सदी के अन्त तक निर्धन लोगों की संख्या बढ़कर साठ करोड़ हो जाएगी। इस चौंकाने वाली संख्या में से 54 करोड़ लोग कम आमदनी वाले देशों के होंगे। अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर यह विचार व्यक्त किया गया कि कोशिश इस तरह की होनी चाहिए जिससे कम आमदनी वाले 40 प्रतिशत लोगों के खाद्य, पोषण, स्वास्थ्य, शिक्षा, मकान आदि क्षेत्रों से जुड़ी आवश्यक जरूरतों को पूरा किया जा सके। इसके साथ-साथ परिवार कल्याण कार्यक्रम की

प्रभावपूर्ण ढंग से चलाए जाने पर बल दिया गया। ऐसी स्थिति में विकास प्रक्रिया से संबंधित लोगों के लिए 'गरीबी का भूगोल' पढ़ना आवश्यक हो गया है। इस दिशा में विकास पत्रकारिता एवं विकासात्मक समाचारों की महत्वपूर्ण भूमिका हो सकती है। नितान्त गरीब के किस क्षेत्र में है? उनकी संख्या क्या हैं? उनकी गरीबी के कारण क्या हैं? ऐसे अनेक प्रश्नों के उत्तर देने के लिए व्यवस्थित अध्ययन की जरूरत है।

सबसे ज्यादा कमी है - जीवन में विकास को अहमियत देने के संदर्भों में पत्रकारिता के क्षेत्र की उपेक्षा। भारत में विकासात्मक समाचार लेखन की दशा और दिशा अभी भी शैशव अवस्था में है। विकासात्मक समाचारों एवं विकासात्मक पत्रकारिता की ओर विशेष ध्यान नहीं दिया गया है। आर्थिक पहलुओं के तो सर्वेक्षण हुए हैं। उद्योग एवं व्यवसाय के बारे में भी सोच चला है। लेकिन विकासात्मक समाचार लेखन का क्षेत्र समय के साथ व्यापक नहीं बना है। (विकास पत्रकारिता)

7.11 विकास के मार्ग में अज्ञान का अंधेरा

भारत में विकास एवं विकासात्मक समाचारों एवं विकास पत्रकारिता के मार्ग की सबसे बड़ी बाधा अज्ञान का अंधेरा है। गरीबी और अज्ञानता की दुधारी तलवारों के बीच फंसे भारत के करोड़ों लोगों विकास की यात्रा में सक्रिय भागीदारी नहीं कर सके। ग्रामीण अंचलों में विकास की परिकल्पना करते समय यह देखना होगा कि उनके जीवन की पीड़ा और कष्टों की कहानी कितनी भयावह है? मधुविश्वासों और अज्ञानता के अंधेरे में विकास योजनाएं कितनी पूरी होती हैं और उनका लाभ कितने गरीबों और कारगर लोगो तक पहुँचता है? इसका लेखा- जोखा सच्चाई और निष्ठा के साथ सम्पन्न होना तभी सम्भव है, जबकि विकासात्मक एवं विकास से जुड़े सवालों की तह तक जाने का प्रयास किया जाए।

विकासात्मक समाचार लेखन का मार्ग कठिन है। यह नकारात्मक या सनसनीखेज समाचारों जैसी दुनिया नहीं है। यहाँ खामोशी है और एक नयी सुबह की रह देखती हुई करोड़ों निरह लोगो की दृष्टिया हैं। यह आजादी से पूर्व उस मिशन की भावना से संभव हो सकता है। व्यावसायिकता अपनी जगह है लेकिन विकास का मुद्दा व्यवसाय नहीं बन सकता। यह राष्ट्रीय भावना से प्रेरित लोगो द्वारा ही तथ्य और सत्या की खोज कर के पूर्ण किया जा सकता है। इसके लिए शिक्षण परिक्षण तो चाहिए ही लेकिन अहम बात यह है की ऐसे पत्रकार ही विकासात्मक लेखन मे सफल हो सकते है जिनके दिलो में उपेक्षित और अविकसित क्षेत्रो के लोगो के प्रति सहानुभूति और पीड़ा है।

यह कार्य सम्पन्न करने के लिए वर्तमान में इस स्थिति में बदलाव लाना आवश्यक है जहाँ पत्रकारिता अपने समाचारपत्रों में प्रकाशित सामग्री के बारे में यह सोचती है कि वह पाठकों की रुचि के अनुसार समाचारों का प्रकाशन करती है। कई बार यह प्रवृत्ति भी देखने में आती है कि समाचारपत्रों का प्रकाशन या उत्पादन या प्रचार, ठीक उसी तरह हो रहा है जिस प्रकार किसी कारखाने में साबुन या अन्य कोई उत्पाद तैयार होकर विक्रय के लिए प्रचारित किया जाए या बाजार में लाया जाए। इस स्थिति में सामाजिक एवं राष्ट्रीय दायित्व गौण हो जाते हैं और

विकास एवं विकासात्मक समाचार लेखन व्यावसायिकता की मानसिकता को सर्वोपरि रखकर पूर्ण नहीं किया जा सकता है।

7.12 विकासात्मक समाचार : एक उदाहरण

विकासात्मक समाचार हिन्दी के प्रायः सभी समाचारपत्रों में प्रकाशित हो रहे हैं। लेकिन इन्हें जितना महत्व दिया जाना चाहिए उतना न तो पाठकों ने दिया और न समाचारपत्रों ने। विकासात्मक समाचार का एक उदाहरण देखिए -

खोज - पहले चरण में राज्य का एक लाख वर्ग किलो मीटर क्षेत्र शामिल

प्रदेश से होगी खनिज संपदा के भूगर्भीय सर्वे की शुरुआत

■ रूपेश श्रोती
जयपुर 20 अगस्त। जमीन में छिपी खनिज सम्पदा का पता लगाने के लिए राष्ट्रीय स्तर पर तैयारी की जा रही है। अब देश की खनिज सम्पदा से जुड़ा एक नया नक्शा बनेगा। इस की शुरुआत राजस्थान से अक्टूबर महीने में राजस्थान से शुरू होने वाली अपने तरह के पहले सर्वे के पहले चरण में राज्य का एक लाख वर्ग किलो मीटर क्षेत्र शामिल किया गया है। 8-9 वर्ग तक चलने वाले इस सर्वे में हर वर्ग किलो मीटर पर एक नमूना लिया जाएगा जिससे खनिज पदार्थों के बारे में अधिक से अधिक जानकारी एककतरित की जा सके। राज्य में यह फला सर्वे हैं जिसमें एक साथ करीब 29 खनिज तत्वों की जाँच एक ही नमूने से की जाएगी।

‘सिस्टमेटिक जिओकेमिकल मैपिंग इन राजस्थान’ नाम से होने वाले इस सर्वे की जिम्मेदारी भारतिए भू -

1995 तक जो सर्वे किए गए राजस्थान में सोने की संभावना अधिक व्यक्त की जा रही है। इस समय यहाँ जो सोने की दो किलो मीटर लंबी बेल्ट है, उसमें नमूने में 39 खनिज पदार्थों की उपस्थित के बारे में वैज्ञानिक पता लगाएंगे”।

दरअसल राजस्थान करीब 3 लाख 42 हजार 239 वर्ग किलो मीटर में फैला हुआ है। भू - विज्ञान में इसे 4 छेत्रों पश्चिमी मेदान (थार मरुस्थल), आरवली पहाड़, पूर्वी मेदन (मेवर), और दक्षिण - पूर्वी पथहारी क्षेत्र (विंध्य) में बाटा गया है। भू - वैज्ञानिकों को दक्षिणी पूर्वी क्षेत्र में कई तरह के खनिज पदार्थ मिलने की संभावना अधिक नज़र आ रही है। पहले चरण में बासवाड़ा, उदयपुर, चित्तौड़गढ़, भीलवाला, टोंक, जयपुर, झुंझनु, सीकर और अलवर में सर्वे कार्य किया जाएगा। जीएसआई के डाइरेक्टर पी.सी. बाकलीवाल कहते हैं , “इस तरह के

संभावना व्यक्त की जा रही है की इस सर्वे में जमीन का व्यापक तरीके से परीक्षण होगा, जिस से ऐसे क्षेत्रों का पता लग सकता है जहाँ पर सोने की प्रतिक्षण मात्रा अधिक हो। वही इस तरह का सर्वे पूरे भारत में होगा और एक-एक वर्ग किलो मीटर पर जमीन पर पाये जाने वाले तत्वों का डेटाबेस संबन्धित जीएसआई द्वारा तैयार किया जाएगा।

इस डेटाबेस को, नेशनल जीओ केमिकल रिफ्रेन्स ग्रेड (NGRG), नाम दिया जाएगा। देश के सभी जीएसआई क्षेत्रीय मुख्यालय के कम्प्यूटर नेटवर्क के माध्यम से जुड़े रहेंगे। इस

वैज्ञानिक सर्वेक्षण विभाग मेपिंग से सोना एवं प्लैटिनम तरह से भविष्य में केवल (GSI) राजस्थान ने ली है यहाँ के डिप्टी डायरेक्टर जेनेरल बी.डी. इंगरा कोटी बताते हैं, "स्तर और 80 के दशक में जो सर्वे राजस्थान में हुए हैं उसमें जमीन की ऊपरी सतह से रेत ली गयी और उसमें सीमित खनिज तत्वों की उपस्थित जानने के लिए परीक्षण" किए गए। इसके बाद वर्ष 1988 से

के बारे में सटीक जानकारी का संग्रह जी.एस.आई कर पाएगा। इस तरह के सर्वे चीन, कनाडा, दक्षिण अफ्रीका में बहुत हुये हैं जिनके बाद कई तरह की खनिज खानों ने वहाँ जन्म लिया। इस सर्वे में जमीन की ऊपरी परत के साथ साथ गहराई से भी पश्चिम के लिए नमूने जमा किए जाएंगे।"

माऊस के एक क्लिक से देश के किसी भी हिस्से की जमीन खनिज तत्वों के बारे में जानकारी प्राप्त की जा सकेगी।

(दैनिक भास्कर, जयपुर
31 अगस्त, 2001)

7.13 सारांश

एक ओर जहाँ नई अन्तरराष्ट्रीय अर्थ व्यवस्था की लहर चल रही है वहाँ देश के स्तर पर विकास की सम्पूर्ण अवधारणा का विकास करने की दिशा में विकासात्मक समाचार लेखन का दायरा और इसकी भूमिका को भी रेखांकित किया जाना आवश्यक है भारतीय पत्रकारिता में व्याप्त ऐतिहासिक कमियों एवं असंतुलन की समीक्षा करके विकासात्मक समाचारों की महत्ता को फिर से परिभाषित एवं प्रतिपादित करने की आवश्यकता है।

पत्रकारिता के क्षेत्र में आत्मनिरीक्षण की जरूरत है लीक पर चलते रहने की प्रवृत्ति को समाप्त करके समय की धारा से जोड़े बिना पत्रकारिता को गतिमय एवं जीवंत बनाए हुए नहीं रखा जा सकता पत्रकारिता में यह सवाल भी अपने आपसे पूछना होगा कि गत कई सालों में मुद्रण नई सूचना टेक्नोलोजी आदि अनेक क्षेत्रों में विकास की नई ऊँचाइयाँ छू लेने वाले पत्रकारिता- जगत में कौन से महत्वपूर्ण बिन्दु उपेक्षित रह गए?

हिन्दी पत्रकारिता का विकास भविष्य में थ्री टायर विकास होगा एक स्तर राष्ट्रीय दूसरा प्रादेशिक और तीसरा जिला स्तरीय होगा लेकिन ग्रामीण राजनीति की धमापेल के बीच कब वह दिन आ पायेगा जब जिलों की पत्रकारिता प्रोफेशनल बनेगी और अपने पैरों पर खड़ी हो सकेगी जिस दिन यह होगा उस दिन समूची भारतीय पत्रकारिता को व्यापक आधार मिलेगा।

इधर हिन्दी के समाचारपत्रों के ' दैनिक भास्कर', ' राजस्थान पत्रिका', ' जागरण', 'नई दुनिया', 'नवभारत टाइम्स', 'दैनिक हिन्दुस्तान', 'राष्ट्रीय सहारा', 'दैनिक ट्रिब्यून', ' जनसत्ता', 'नवभारत', 'अमर उजाला', 'आज' आदि ने विकासात्मक समाचारों को पर्याप्त स्थान देना शुरू किया है उनका यह कार्य प्रशंसनीय है फिर भी यह सच है आज पत्रकारिता पर राजनीति हावी है।

'राजस्थान पत्रिका' ने पत्रकारिता के क्षेत्र में जहाँ नए कीर्तिमान स्थापित किए हैं वहाँ विकास पत्रकारिता के क्षेत्र में भी वह अनेक राष्ट्रीय तथा क्षेत्रीय समाचारपत्रों को पीछे छोड़ चुका है आपातकालीन स्थिति के दौरान राजस्थान पत्रिका के सम्पादक श्री कर्पूरचंद कुलिश ने ग्रामीण अंचलों का एक लम्बे समय तक दौरा किया और ' में देखता चला गया ' शीर्षक से ग्रामीण क्षेत्र

की एक सजीव तस्वीर सम्पूर्ण राष्ट्र के सामने प्रस्तुत की। सन 1985 के बाद उसे उन्होंने ' आओ गाँव चले ' शीर्षक से एक ओर लेखमाला ग्रामीण अंचलों की स्थिति पर शुरू की जो आज तक जारी है।

कृषि उद्योग तथा संचार के इन तीनों क्षेत्रों में यदि तेजी से विकास हो जाए तो राष्ट्रीय प्रगति अपने आप हो जाएगी ऊर्जा, तेल, कोयला, स्वास्थ्य, शिक्षक, समाज कल्याण, पर्यावरण, वाणिज्य सहकारिता आदि ऐसे क्षेत्र हैं जिनमें तेजी से विकास करने तथा किए गए विकास को जन-जन तक पहुंचाने में जनसंचार जगत महत्वपूर्ण भूमिका प्रस्तुत कर सकता है आवश्यकता है कि ' विकास पत्रकारिता ' को तेजी से आगे बढ़ा कर समाज में ऐसा वातावरण तैयार किया जाए जिससे विकास संबंधी भावना पैदा हो।

7.14 कुछ उपयोगी पुस्तकें

1. विकास पत्रकारिता, राधेश्याम शर्मा, हरियाणा साहित्य अकादमी, चण्डीगढ़
2. मैं देखता चला गया, कर्पूरचन्द कुलिश, राजस्थान पत्रिका, जयपुर
3. अपने गिरेबान में क्षेत्रीय पत्रकारिता का बदलता चेहरा - यशवन्त व्यास, राधाकृष्ण प्रकाशन दिल्ली
4. राजेन्द्र माथुर संचयन (दो भाग) - मोहिनी माथुर, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली
5. राजस्थान पत्रिका - बढ़ते कदम, विजय भण्डारी, राजस्थान पत्रिका, जयपुर
6. पत्र, पत्रकार और पत्रकारिता - राजेन्द्र शंकर भस, प्रकाशन विभाग, भारत सरकार, दिल्ली
7. पत्रकार और पत्रकारिता - रमेश जैन, राजस्थान प्रकाशन, जयपुर
8. विदुरा, सितम्बर-अक्टूबर, 1988, प्रेस इंस्टीट्यूट ऑफ इण्डिया, दिल्ली
9. आंचलिक पत्रकार (मासिक), विजयदत्त श्रीधर, माधव राव सप्रे स्मृति समाचारपत्र संग्रहालय, भोपाल

7.15 निबंधात्मक प्रश्न

1. विकास की अवधारणा से आप क्या समझते हैं? विस्तार से समझाइए।
2. 'हिन्दी पत्रकारिता में विकासात्मक समाचार: उद्भव एवं विकास' पर एक लेख लिखिए।
3. 'आज भी हिन्दी समाचारपत्रों में विकासात्मक समाचारों की उपेक्षा की जाती है।' इस कथन की समीक्षा कीजिए।
4. विकासात्मक समाचारों के स्रोत पर प्रकाश डालिए।
5. यदि आपको किसी दैनिक समाचारपत्र का सम्पादक बना दिया जाए तो आप विकासात्मक समाचार लेखन को प्रभावशाली एवं लोकप्रिय बनाने के लिए क्या करेंगे?
6. विकासात्मक समाचार लेखन के प्रमुख बिन्दुओं पर प्रकाश डालिए।

विश्वविद्यालय द्वारा संचालित पाठ्यक्रमों की सूची

पाठ्यक्रम का नाम	अवधि
1. स्नातक उपाधि प्रारम्भिक पाठ्यक्रम	6 माह
2. भोजन एवं पोषण में सर्टिफिकेट	6 माह
3. कम्प्यूटर ज्ञान एवं प्रशिक्षण का प्रारम्भिक पाठ्यक्रम	6 माह
4. सर्टिफिकेट इन कम्प्यूटिंग	6 माह
5. पंचायती राज प्रोजेक्ट में प्रमाण-पत्र	6 माह
6. संस्कृति एवं पर्यटन में प्रमाण-पत्र	6 माह
7. महिलाओं में वैधानिक बोध में प्रमाण-पत्र	6 माह
8. राजस्थानी भाषा एवं संस्कृति में प्रमाण-पत्र	6 माह
9. बी.ए.एफ./बी.सी.एफ. (त्रिवर्षीय पाठ्यक्रम)	1 वर्ष
10. एम.ए.(अर्थशास्त्र, राजनीति विज्ञान, इतिहास, हिन्दी)	2 वर्ष
11. एम.बी.ए.	3 वर्ष
12. पी.जी.डी.एच.आर.एम.	1 वर्ष
13. पी.जी.डी.एफ.एम.	1 वर्ष
14. पी.जी.डी.एम.एम.	1 वर्ष
15. पी.जी.डी.एल.एल.	1 वर्ष
16. टी.एच.एम.	1 वर्ष
17. डी.एन.एच.ई.	1 वर्ष
18. डी.सी.ओ.	1 वर्ष
19. डी.एल.एस.	1 वर्ष
20. डी.सी.सी.टी.	18 माह
21. बी.जे.(एम.सी.)	1 वर्ष
22. एम.जे.(एम.सी.)	2 वर्ष
23. बी.लिब.	1 वर्ष
24. पर्यावरण विज्ञान में स्नातकोत्तर डिप्लोमा	1 वर्ष
25. बी.एड.	2 वर्ष
26. पी.एच.डी.	3 वर्ष
27. पी.जी.डी.ई.एस.डी.	1 वर्ष