

इकाई 11 दक्षिण एशिया में सामुदायिक मीडिया और तकनीक का उपयोग तथा अनुवाद की भूमिका

इकाई की रूपरेखा

- 11.0 उद्देश्य
- 11.1 प्रस्तावना
- 11.2 सामुदायिक मीडिया : संकल्पना और अनुप्रयोग
 - 11.2.1 सामुदायिक मीडिया क्या है?
 - 11.2.2 सामुदायिक मीडिया : प्रकार और विषयवस्तु
 - 11.2.3 सामुदायिक मीडिया की भूमिका और महत्व
- 11.3 सामुदायिक मीडिया में अनुवाद की भूमिका
- 11.4 सामुदायिक मीडिया में अनुवाद का भविष्य
- 11.5 सारांश
- 11.6 अभ्यास के लिए प्रश्न
- 11.7 शब्दावली
- 11.8 कुछ उपयोगी पुस्तकें

11.0 उद्देश्य

इस इकाई में हम दक्षिण एशिया में सामुदायिक मीडिया के भूमिका पर विचार - विमर्श करेंगे। इस इस तथ्य पर भी चर्चा करेंगे किस प्रकार नई तकनीक तेज गति से सामुदायिक मीडिया परिदृश्य और इसके आस - पास के वातावरण में तेजी से पांव पसारते जा रही है। इन सभी का अध्ययन करने के बाद आप निम्नलिखित कार्यों को करने में सक्षम हो जाएंगे :

- सामुदायिक मीडिया के बारे में विस्तृत जानकारी प्राप्त करेंगे।
- दक्षिण एशिया में सामुदायिक मीडिया के महत्व को समझ जाएंगे।
- सामुदायिक मीडिया में अनुवाद की भूमिका को समझ जाएंगे।
- सामुदायिक मीडिया में अनुवाद के भविष्य को परिभाषित करने में सक्षम हो जाएंगे।

11.1 प्रस्तावना

इस इकाई में सामुदायिक मीडिया गहराई से विचार-विमर्श करने का प्रयास करेंगे तथा हम सामुदायिक मीडिया को वैश्विक मीडिया के संदर्भ में देखने का प्रयास करेंगे। आज के मीडिया के युग में सामुदायिक मीडिया का क्या उपयोग है? अनुवाद की उपयोगिता को समझते हुए जानेंगे कि अनुवाद मीडिया प्रारूप से किसी प्रकार का मूल्य संवर्द्धन प्राप्त करता है?

हम यह भी जानने का प्रयत्न करेंगे कि अनुवाद का सामुदायिक मीडिया में कोई भविष्य है या नहीं? क्या इसके पास विकास करने की क्षमता है और क्या यह एक संपूर्ण जानकारी और मनोरंजन का स्रोत हो सकता है?

11.2 सामुदायिक मीडिया : संकल्पना और अनुप्रयोग

वह मीडिया जो समुदाय से सम्बन्ध रखती है और समुदाय के द्वारा उपयोग की जाती है उसे सामुदायिक मीडिया कहते हैं। यद्यपि हमें यह याद रखना चाहिये कि भारत जैसे विशाल और विविधता से भरे देश में यह स्पष्ट करना बहुत अधिक कठिन होगा कि वास्तव में सामुदायिक मीडिया से हमारा क्या तात्पर्य है। मास मीडिया में अत्यधिक विकास होने के बावजूद, यह वंचित लोगों तक पहुँचने में सक्षम नहीं हुआ है। वास्तव में विशेषाधिकार प्राप्त लोगों की मीडिया और वंचितों के मीडिया के बीच खाई पहले से कहीं अधिक चौड़ी हुई है। आइये हम यह समझने का प्रयास करें कि सामुदायिक मीडिया की संकल्पना (अवधारणा) से हमारा क्या तात्पर्य है।

11.2.1 सामुदायिक मीडिया क्या है?

सामुदायिक मीडिया को परिभाषित करना उतना ही कठिन है, जितना स्वयं समुदाय को परिभाषाबद्ध करना दुकर कार्य है। सामुदायिक मीडिया, मीडिया के प्रचलित रूपों में एक है जिसका स्वामित्व एक समुदाय विशेष के पास होता है और उसी के द्वारा उसका संचालन किया जाता है। वे या तो एक भौगोलिक समुदाय या पहचान या हित का समुदाय हो सकते हैं। अपने मौलिक उद्देश्यों में सामुदायिक मीडिया व्यवसायिक मीडिया, राज्य संचालित मीडिया, या सार्वजनिक प्रसारण से भिन्न है। उन लोगों, समुदायों तथा समूहों को जिन्हें स्पष्ट रूप से मीडिया के पहुँच से बाहर रखा गया है और जो मीडिया निर्माण की प्रक्रिया में हाशिये पर रहें हैं, उन्हें अनिवार्य रूप से मीडिया की आवश्यकता है। संयुक्त राष्ट्र शैक्षिक वैज्ञानिक और सांस्कृतिक संगठन (यूनेस्को), विश्व बैंक, और यूरोपियन कमीशन ने सामुदायिक मीडिया की पहचान जीवंत और लोकतांत्रिक मीडिया प्रणाली में एक महत्वपूर्ण तत्व के रूप में की है। सामुदायिक मीडिया, अपने विस्तृत रूप में जैसा कि रेंनिए ने परिभाषित किया है, यह “सामुदायिक संचार-संवाद” की प्रणाली है।

सामुदायिक मीडिया के मुख्य विशेषताओं को इस प्रकार समझा जा सकता है :

- सामुदायिक मीडिया बाजार की ताकतों से स्वतंत्र है।
- यह मीडिया लक्षित समुदाय से सम्बंधित खबरों और सूचनाओं को प्रसारित करती है।
- सामुदायिक मीडिया एक समुदाय की समस्याओं और चिंताओं को प्रतिबिंबित करता है।
- सामुदायिक मीडिया लोकतंत्र और सहभागिता को प्रश्रय देता है।

सामुदायिक मीडिया का इतिहास

रेंनिए (2006) अपने विस्तृत अध्ययन के बाद दिखाया है कि किस प्रकार संयुक्त राज्य अमेरिका में सामुदायिक टेलीविजन और रेडियो के प्रादुर्भाव ने सामुदायिक मीडिया को स्वतंत्र अभिव्यक्ति के सिद्धांतों का पर्यायवाची बना दिया। सामुदायिक मीडिया के रूप में प्रथम आम जनता के लिए टेलीविजन स्टेशन संयुक्त राज्य अमेरिका के डेल सिटी, वर्जिनिया में सन 1968 ई. को स्थापित किया गया था। इसका प्रबंधन नगर के जूनियर चौंबर ऑफ कॉमर्स द्वारा किया गया था और इसने दो वर्षों तक बिना किसी विज्ञापन के कार्यक्रमों का प्रसारण किया। आर्थिक तंगी, उपकरण और मौलिक संसाधनों के अभाव के कारण बाद में यह बंद हो गया। सामुदायिक मीडिया का एक और प्रारंभिक उदाहरण सन 1960 और 1970 के दशक के मध्य की जवाबी संस्कृति (प्रतिकूल) वीडियो समुदाय में पाया जाता है।

जैसा कि पहले बताया जा चुका है कि वैसी मीडिया जिसका समुदाय के साथ गहरा सम्बन्ध रहा है उसे सामुदायिक मीडिया कहते हैं। इसे और अधिक बेहतर ढंग के इस परिभाषित किया जा सकता है, “सामुदायिक मीडिया एक ऐसी मीडिया है जो समुदाय के लिए, समुदाय का और समुदाय के द्वारा संचालित की जाती है। अपने उपयोग और स्वामित्व के आधार पर, सभी परम्परागत प्रकार के मीडिया को सामुदायिक मीडिया माना जा सकता है। नई मीडिया जैसे कि फेसबुक, ट्विटर, ब्लॉग, वेबसाइट आदि, वास्तव में तेजी से उभर रहे सामुदायिक मीडिया के रूप हैं और इसका प्रसार तृतीय विश्व के देशों कि भारत, बांग्लादेश और अन्य दक्षिण एशियाई राष्ट्रों में खूब बढ़ रहा है।

तृतीय विश्व के देशों में वास्तविक रूप से सामुदायिक मीडिया परम्परागत और लोक मीडिया के रूप में विद्यमान रहा है। इन देशों की एक आम समानता यह है कि ये सभी संचार-संवाद की मौखिक परम्परा से समृद्ध रहे हैं। चूँकि उन तक पश्चिमी आधुनिक ढंग की विकास की लहर देर से पहुँची, अतः यह स्वाभाविक ही था कि उन देशों में नई तकनीक भी देर से पहुँचेगी। इसलिए इन देशों में एक लम्बे समय तक सामुदायिक मीडिया रेडियो की परिधि से बाहर नहीं निकल सका। नई तकनीक ने विकास की रफ्तार सन 1990 के दशक आरम्भ में पकड़ना शुरू किया।

11.2.2 सामुदायिक मीडिया : प्रकार और विषयवस्तु

सामुदायिक मीडिया के बारे में बात करते समय हम मुख्य रूप से इसे भारत और दक्षिण एशियाई क्षेत्र के नजरिये से देखेंगे। इस क्षेत्र में मास मीडिया में उपयोग की जाने वाली सबसे लोकप्रिय और सबसे पुरानी तकनीक हमेशा से रेडियो रही है। दक्षिण एशियाई क्षेत्र में रेडियो के विकास का एक उपनिवेशवादी इतिहास रहा है। रेडियो नेपाल को छोड़कर सभी देशों में अंग्रेजों द्वारा रेडियो सेवा शुरू की गई थी। हालाँकि नेपाल भारतीय क्षेत्र में रेडियो प्रोग्रामिंग के माध्यम से इस संचार-माध्यम से अवगत हुआ। तत्कालीन ब्रिटिश शासन के संरक्षण के अधीन विकास कर रहे रेडियो के बावजूद, भारत भी एक दिलचस्प विकासवादी घटना का साक्षी बना। पहली बार सन 1935 ई. में, निजी स्टेशन उत्तर पश्चिम सीमांत प्रांत में पेशावर में और बाद में संयुक्त प्रांत में इलाहाबाद में स्थापित किया गया। इन स्टेशनों ने ग्रामीण दर्शकों के लिए कार्यक्रम प्रसारित करना शुरू किया। उन्होंने मुख्य रूप से समुदाय के लिए कार्यक्रमों का विकास किया, जबकि अधिकांश राज्य नियंत्रित रेडियो स्टेशन अपने कार्यक्रम मुख्य रूप से अंग्रेजी में प्रसारित कर रहे थे और इनका श्रोतावर्ग अंग्रेजी शिक्षित लोग थे। इन सभी स्टेशनों को बाद में आल इंडिया रेडियो जिसे हिन्दी में आकाशवाणी कहा गया के नेटवर्क में शामिल कर लिया गया, और यही से ए.आई.आर. या आकाशवाणी में ग्रामीण कार्यक्रमों की शुरुआत हुई।

टेलीविजन की भारत में शुरुआत अलग ढंग से हुई है। सन 1959 ई. में, जब इसे शुरू किया गया, तब टेलीविजन मुख्य रूप से एक सामुदायिक पहल थी। यूनेस्को द्वारा की प्रदान की गई बीस हजार डॉलर की आर्थिक मदद, संयुक्त राज्य अमेरिका से कुछ उपकरणों और फिलिप्स इंडिया द्वारा प्रदान किये गये एक कम कीमत के ट्रांसमीटर को लेकर सरकार ने प्रायोगिक तौर पर प्रथम टीवी स्टेशन दिल्ली में स्थापित किया। इस सेवा की शुरुआत 15 सितम्बर 1959 को प्रायोगिक रूप से एक घंटे के शैक्षणिक और विकास के कार्यक्रमों के प्रसारण के लिए किया गया।

इसका पहुँच या कवरेज क्षेत्र 40 किमी परिधि के अंदर था और एक सप्ताह में दो बार कार्यक्रमों का प्रसारण बीस मिनट के लिए किया जाता था। तब 180 टेली क्लब स्थापित किए गए और उन्हें यूनेस्को द्वारा कम कीमत के टेलीविजन सेट सामुदायिक रूप से कार्यक्रम देखने के लिए उपलब्ध कराया गया। सन 1961 ई. में उन्होंने एक सर्वेक्षण किया, जिससे यह सिद्ध हो गया कि टीवी ने लोगों को “कुछ हद तक प्रभावित” किया था। विज्ञान के शिक्षकों के लिए एक शैक्षणिक उपकरण के रूप में स्कूल टेलीविजन को सन 1961 ई. में आरम्भ किया गया। ग्रामीण जनता को लक्ष्य करके के ‘कृषि दर्शन’ कार्यक्रम की शुरुआत 26 जनवरी 1967 में की गई और इसे 180 टेली क्लब सदस्यों द्वारा प्राप्त किया गया था। एस.आई.टी.ई. भारतीय टेलीविजन परिदृश्य में एक एक महत्वपूर्ण मील का पत्थर सिद्ध हुआ। जैसा कि ऊपर वर्णित किया जा चुका है कि यूनेस्को ने भारत में टेलीविजन के उपयोग से सम्बंधित एक सर्वेक्षण का आयोजन किया जिसके निष्कर्षभारत में सेटलाईट (उपग्रहीय) टेलीविजन आरम्भ करने के पक्ष में थे। तदनुसार भारत के परमाणु उर्जा विभाग ने अमेरिका के नेशनल एरोनोटिक एंड स्पेस एडमिनिस्ट्रेशन (नासा) से एक उपग्रह को एक वर्ष के लिए भाड़े पर लेने के लिए अनुबंध किया। नासा ने मुफ्त में एक उपग्रह एटीएस 6 एक वर्ष के लिए 1 अगस्त 1975 से 31 जुलाई 1976 तक के लिए उपलब्ध कराया।

परियोजना की शुरुआत सेटलाईट संचार

संवाद के माध्यम से मुख्य रूप से विशेष विकासलक्ष्यीय कार्यक्रमों को छरू ग्रामीण समूहों में प्रसारित करने के लिए की गई थी, जिसमें आंध्र प्रदेश, कर्नाटक, उड़ीसा, राजस्थान और गुजरात राज्यों के 20 जिलों में फैले हुये कुल 2330 ग्राम शामिल थे इसके अतिरिक्त 2500 से अधिक ग्रामों और शहरों ने अर्थ ट्रांसमीटर के माध्यम से

इन कार्यक्रमों को प्राप्त किया। इस परियोजना के उद्देश्य निम्नलिखित थे :

1. ग्रामीण प्राथमिक शिक्षा में विकास करना
2. शिक्षकों को प्रशिक्षण प्रदान करना
3. कृषि, स्वास्थ्य और स्वच्छता और पोषण से जुड़ी व्यवस्थाओं में सुधार लाना
4. परिवार नियोजन और राष्ट्रीय एकीकरण में योगदान देना।

उपग्रह ने एक वीडियो और दो ऑडियो चैनल उपलब्ध कराए थे। जब प्रयोग का एक वर्ष पूर्ण हो गया, तब भारतीय अन्तरिक्ष अनुसन्धान संस्थान और अन्य संस्थानों ने मिलकर एक सर्वेक्षण किया, जिससे यह प्रमाणित हो गया कि प्रयोग औसत रूप से सफल रहा था। यद्यपि, इस प्रयोग के परिणामस्वरूप मनोरंजन कार्यक्रमों का प्रसारण आरम्भ हुआ और अब हम पाते हैं कि आज तो इसकी बाढ़ आई हुई है। कुछ कार्यक्रम जिसका निर्माण गरीबों, बच्चों और अधिकारहीन लोगों को लक्ष्य करके किया गया था, उसका दूरदर्शन द्वारा प्रसारण अभी भी जारी है।

सामाजिक मीडिया समुदाय मीडिया हो सकता है या नहीं इसके बारे में बहुत अधिक भ्रम रहा है। पारम्परिक विचारों के अनुसार सामुदायिक मीडिया का संवहन सन्निहित जनसंख्या के द्वारा किया जाना चाहिए। परंतु हमें यह याद रखना चाहिए कि एक सन्निहित जनसंख्या की भी समान प्रकार की समस्याएँ और मुद्दें नहीं होते हैं। सामुदायिक मीडिया समान प्रकार के विचारों के संचार-संवाद का एक प्लेटफार्म या मंच है, और सोशल (सामाजिक) मीडिया ऐसे संचार-संवादों का एक प्लेटफार्म, तब क्या सोशल मीडिया को सामुदायिक मीडिया के भाग के रूप में स्वीकार नहीं किया जाना चाहिए। संचार-संवाद के परिदृश्य में तकनीक के बढ़ते हुए प्रभाव के कारण पारंपरिक सामुदायिक मीडिया और तकनीक सकेन्द्रित सोशल मीडिया के बीच जो स्पष्ट विभाजक रेखा थी, वह क्रमशः धुंधली होती जा रही है। इसलिए हम ऐसा कह सकते हैं कि एक मीडिया को तब तक सामुदायिक मीडिया कहा जा सकता है, जब तक यह इसका विषयवस्तु लोक समर्थक और समुदाय समर्थक रहता है। इसलिए सभी मीडिया को उसके लक्षित दर्शक-श्रोता या विषयवस्तु के आधार पर सामुदायिक मीडिया के नाम से संबोधित किया जा सकता है।

11.2.3 सामुदायिक मीडिया की भूमिका और महत्व

आधुनिक जगत में मीडिया सर्वव्यापी हो चुका है। प्रायः ऐसा कहा जाता है कि अब मीडिया किसी समाज या देश का निर्माण और विध्वंस दोनों कर सकती है। हमें यह कहते हुये प्रसन्नता हो रही है कि हम एक सूचना समाज (इन्फोर्मेशन सोसाइटी) से सम्बन्ध रखते हैं। तकनीक के विकास के परिणामस्वरूप सूचनाओं का बहुत अधिक प्रसार हुआ है। कहाँ क्या हो रहा है इसकी जानकारी नहीं होने पर हमें अजीब लगता है। समाचार मीडिया द्वारा कहाँ, कब और क्या हो रहा है, इससे जुड़ी सूचनाएँ प्रदान करता है तथा हमारी समाचार प्राप्त करने की भूख को शांत कर रहा है। हम अरब स्प्रिंग, लन्दन के दंगों, प्रिंस विलियम की शादी, गुजरात की भूकम्प सुनामी, असम का बाढ़, चीन की ब्रह्मपुत्र पर बांध बनाने की योजना और ऐसा क्या है जो हमें सतत जागरूक मीडिया उपलब्ध नहीं कराती है। परंतु मुख्यधारा की मीडिया के पास चौबीसों घंटों का समय होता है और वह सारे संसार के समाचार को कवर करती है। इसलिए उन्हें समाचार के चयन में बहुत अधिक चयनात्मक 'चूजी' बनना पड़ता है। असंख्य गैर-महत्वपूर्ण समाचारों को कभी भी कोई भी कवर नहीं करता है। वे समुदाय जिनके पास बहुत सारी समस्याएँ और मुद्दें होते हैं जिन पर विचार किया जाना आवश्यक है, उसे मीडिया द्वारा कभी भी पर्याप्त स्थान नहीं दिया जाता है। ऐसी परिस्थिति में सामुदायिक मीडिया उन्हें यह स्थान उपलब्ध कराती है।

हालाँकि तकनीक एक ऐसी वस्तु है, जिस पर गहन लागत आती है और और तृतीय विश्व के देशों जैसे कि भारत के पास बहुत सीमित मात्र में संसाधन उपलब्ध है जिससे कि वह एक और विविध को तकनीक उपलब्ध करा सके। हिंदुस्तान टाइम्स समाचार पत्र में प्रकाशित एक रिपोर्ट के अनुसार, दिसंबर 2010 तक भारत का विश्व में सबसे अधिक इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या के मामले में तीसरा स्थान है और इनकी संख्या 100 मिलियन से अधिक है इसमें 40 मिलियन से अधिक लोग इंटरनेट का उपयोग मोबाइल फोन के माध्यम से करते हैं। हालाँकि

इस तथ्य पर विचार करते हुये कि भारत की जनसंख्या एक अरब 21 करोड़ से अधिक है, भारत में इंटरनेट की पहुँच की आबादी के 8.4% भाग तक ही है, जो दुनिया में सबसे कम है।

यही कहानी पारम्परिक मीडिया के साथ भी है। मीडिया की पहुँच सामाजिक-आर्थिक वर्गों के मध्य बदलती रहती है। निर्धन सामाजिक-आर्थिक वर्ग के लोगों में मीडिया की पहुँच कमजोर है। गरीब लोगों की पहुँच मुख्य रूप से रेडियो तक सीमित है। बिजली की निराशाजनक उपलब्धता के साथ कम साक्षरता दर और दयनीय क्रय शक्ति के संयोजन ने टीवी और प्रिंट मीडिया को ग्रामीण क्षेत्रों में मजबूती से पैर जमाना असंभव कर दिया है। ऐसी स्थिति दक्षिण एशिया के लगभग सभी देशों में लागू होती है।

ऐसी स्थिति में भी, सामुदायिक मीडिया एकमात्र मीडिया है जहाँ तक अधिकारविहीन लोगों की पहुँच हो सकती है। ऐसे देशों में सामुदायिक मीडिया हमेशा बेजुबान वर्गों को आवाज प्रदान करने के साथ, निराश्रितों को आशा की किरण और उनके कार्यों को आयोजित करने के लिए एक प्लेटफार्म भी प्रदान करती रही है। इसके साथ यह विचारों और संस्कृतियों के आदान-प्रदान के लिए एक प्लेटफार्म का कार्य भी करती है। तृतीय विश्व के देशों में सामुदायिक मीडिया की भूमिका रचनात्मक एवं दूरगामी प्रभाव वाली रही है। यह समुदायों को सकारात्मक कदम उठाने के लिए सशक्त बना सकती है। यह उन्हें उनकी लोकतांत्रिक निर्णय लेने की क्षमता के बारे में विश्वास दिला सकती है और इस प्रकार उन्हें सामूहिक कार्य की ओर अग्रसर कर सकती है।

दक्षिण एशियाई क्षेत्र में सामुदायिक मीडिया की कहानी ठीक वैसी ही रही है जैसी सामुदायिक मीडिया के बारे में सोचा गया था। यहाँ उल्लेख करना प्रासंगिक होगा कि जब हम सामुदायिक रेडियो के पहुँच की चर्चा करते हैं तब भारत अभी भी अपने दक्षिण एशियाई पड़ोसियों की तुलना में बहुत पीछे खड़ा दिखाई देता है। सिविल सोसाइटी के समझौता-वार्ताओं और उच्चतम न्यायालय के ऐतिहासिक फैसले, जिसने रेडियो तरंगों को सार्वजनिक सम्पत्ति घोषित किया, इन सभी के कारण भारत में सामुदायिक रेडियो के प्रसारण की अनुमति दी गई। इसके बावजूद समाचार और समसामयिक घटनाओं की चर्चा प्रसारण इस माध्यम के द्वारा प्रसारित करने की अनुमति नहीं है। इसके कारण इस संचार माध्यम की प्रभावशीलता बहुत कम हो गई है। परंतु अभी आशा की किरण बुझी नहीं है, और सरकार इस संबंध में एक नए प्रस्ताव विचार कर रही है जिसके जल्दी ही लागू किये जाने की संभावना है। नेपाल, श्रीलंका और बांग्लादेश में सामुदायिक रेडियो की कहानी पूर्ण रूप से उत्साहजनक है। दूसरी ओर पाकिस्तान में कुछ निजी एफएम रेडियो स्टेशन कुछ समुदाय से सम्बंधित कार्यक्रमों का प्रसारण कर रहे हैं और इसे सामुदायिक मीडिया के रूप में न्यायोचित ठहरा रहे हैं। दो विश्वविद्यालयीन कैम्पस स्टेशनों कराची और पेशावर विश्वविद्यालयों में स्थित है। स्टेशन का अस्तित्व पाकिस्तान में नहीं है।

परंतु इन सभी का यह अर्थ नहीं है कि सामुदायिक मीडिया के भाग के रूप में सामुदायिक रेडियो आज के समाज में प्रासंगिक नहीं है। वास्तव में इसकी भूमिका और अधिक ठोस हो गई है क्योंकि डिजिटल विभाजन लगातार बढ़ता जा रहा है और आबादी के एक बड़े भाग की आवाज मुख्यधारा के मीडिया द्वारा अनसुनी की जा रही है। सूचना की बाढ़ के युग में बाजारवादी ताकतों से जुड़कर, सामुदायिक मीडिया कदाचित वर्तमान में पहले की अपेक्षा कहीं अधिक प्रासंगिक हो गया है।

11.3 सामुदायिक मीडिया में अनुवाद की भूमिका

सामुदायिक मीडिया में भी बहुत सारी सूचनाओं और विचारों का आदान-प्रदान किया जाता है। इसके साथ ही यह लोगों के लिए अन्य समुदायों की संस्कृति को समझने के लिए एक मंच प्रदान करता है। जब देश के किसी भाग में कोई नया विचार या नई पद्धति सफल होती है, तब इसके वृद्ध समाज के उपयोग के लिए देश के अन्य भागों में प्रयोग किया जा सकता है। यदि प्रयोग सफल होता है तो इसकी पुनरावृत्ति की जा सकती है और इस प्रकार सफलता की कहानी को आगे बढ़ाया जा सकता है। चूँकि हर एक देश में अनेक भाषाएँ प्रयोग में होती हैं अतः एक भाषा पर आधारित सामुदायिक मीडिया से काम नहीं चल सकता। इन सबके लिए, बहुत अधिक अनुवाद कार्य की जरूरत होती है।

उदाहरण के लिए, ग्रामीण निर्धनों के लिए असंख्य सरकारी योजनायें हैं। इन योजनाओं से सम्बंधित सूचनायें केवल कुछ प्रमुख भारतीय भाषाओं के साथ अंग्रेजी में उपलब्ध हैं। परंतु हम जानते हैं कि भारत के बहुभाषिक देश हैं और केवल कुछ ही भाषाओं को संविधान द्वारा प्रमुख भाषाओं के रूप में स्वीकृत किया गया है। इसलिए सरकार के विभागों द्वारा संचालित योजनाओं की सूचनाएँ जनसंख्या के एक बड़े भाग तक नहीं पहुँच पाती हैं किसी योजना का अधिकाधिक लाभ उठाने के लिए संबंधित लोगों को योजनाओं की पूर्ण जानकारी होनी चाहिये।

इस प्रकार अनुवाद ही एक ऐसा मार्ग है जो लोगों को इन योजनाओं के बारे में जानकारी प्रदान कर सकता है। सामुदायिक मीडिया में अनुवाद का उपयोग कर हम लोगों की नई ज्ञान प्राप्त करने, अन्य संस्कृतियों और यहाँ तक कि अन्य भाषाओं के बारे में सूचना प्राप्त करने की भूख को शांत कर सकता है। उदाहरण के लिए, एक छोटे से गाँव में एक समुदाय अपने राज्य के अन्य भागों से अलग-थलग पड़ सकता है। स्वयं को बेहतर तरीके से जानना जरूरी है जो सामुदायिक मीडिया से संभव है इससे एक प्रकार के बंधन का निर्माण होता है जो उनके अपने संचार और समझ में दीर्घ काल तक सद्भाव पैदा करने का कार्य करेगा। उन्हें बेहतर ढंग से जानने का एकमात्र तरीका उनके साथ आंतरिक सांस्कृतिक संवाद करना ही है। अलग-अलग क्षेत्रों में रह रहे समुदायों की भिन्न भाषाओं के कारण यहाँ प्राथमिक सफलता अनुवाद के कार्यों के माध्यम से प्राप्त की जा सकता है। हम विभिन्न देशों के साहित्य, संस्कृति, राजनीति आदि को केवल अनुवाद के माध्यम से जानते हैं। यही बात समान रूप से सामुदायिक मीडिया के साथ भी लागू होती है। यहाँ अनुवाद भूमिका और अधिक रचनात्मक, सकारात्मक और संकेंद्रित है।

11.4 सामुदायिक मीडिया में अनुवाद का भविष्य

जैसा कि पहले ऊपर वर्णित किया जा चुका है कि यह सूचना क्रांति का युग है जहाँ समुदायों के मध्य विशाल मात्र में सूचनाओं का निर्माण और वितरण किया जाता है। ये सभी विभिन्न भाषाओं में उपलब्ध होते हैं और इस प्रकार अनुवाद ही एक ऐसा माध्यम है जिसके द्वारा इसे लोगों तक पहुँचाया जा सकता है। हमने अनुभाग 11.2.2 में विभिन्न प्रकार के मीडिया के बारे में समझाया है। यद्यपि हमने कहा था कि भारत जैसे देश के साथ साथ दक्षिण एशियाई क्षेत्र में सामुदायिक मीडिया या परंपरागत मीडिया जैसे रेडियो के रूप में विद्यमान है, फिर भी हम तेजी से उभर रहे इंटरनेट और मोबाइल टेलीफोनी के महत्त्व को सामुदायिक मीडिया के अन्य प्रारूप के रूप में नहीं नकार सकते हैं। यह सत्य है कि विकास धीमी गति से हो रहा है परंतु हमें यह स्वीकार करना होगा कि इसमें बदलाव हो रहा है। सबसे रोचक और तेज विकास निश्चित रूप से मोबाइल टेलीफोन सेक्टर में हो रहा है। हमारे अध्ययनों से यह साबित होता है कि, "वर्ष 2010 के प्रथम चार महीनों के दौरान प्रत्येक महीने लगभग 19 मिलियन उपभोक्ता जुड़ें, जो यह सिद्ध करता है कि भारत में वायरलेस ग्राहकता की दर तीव्र गति से बढ़ रही है। ग्राहकों की संख्या आने वाले चार वर्षों के दौरान निरंतर बढ़ती रहेगी, और इसके वर्ष 2012 ताज एक बिलियन आकड़ों को पार कर जाने का अनुमान है। वर्ष 2014 तक, मोबाइल टेलीफोन घनत्व - जो सेल फोन की उपलब्धता का एक मात्रक है - उसे 100 व्यक्तियों पर 97.4 प्रतिशत तक पहुँचने का अनुमान है।

‘भारत का वायरलेस सब्सक्राइबर बेस : सब्सक्राइबरों की संख्या मिलियन में’ की चर्चा Source: <http://www.itu.int/ITU-T/inf/dbase/india/india.html> पर देखी जा सकती है।

अन्य मीडिया के विपरीत, मोबाइल टेलीफोन में एक वर्ग विभाजन नहीं दिखाई देता है। इसे सभी लोगों के के द्वारा अपने विभिन्न उपयोगों के लिए इस्तेमाल किया जाता है। श्रमिक अपने कार्यों के लिए, किसान बाजार की सूचनाओं के लिए, छात्र एक-दूसरे से संपर्क करने के लिए इसका उपयोग करते हैं और इस प्रकार सभी लोगों की कुछ न कुछ जरूरतें हैं जिसके लिए उन्हें मोबाइल फोन की आवश्यकता होती है। मोबाइल फोन के क्षेत्र में एक और महत्वपूर्ण विकास यह है कि बहुत सारे लोग इसके माध्यम से रेडियो का आनन्द उठा रहे हैं। मोबाइल फोन सेट निर्माताओं ने बेसिक फोन मॉडल सेट में रेडियो सिग्नल को प्राप्त करने की सुविधा प्रदान की है। इस प्रकार दिन प्रतिदिन यह एक वास्तविक सामुदायिक मीडिया के रूप में उभर रहा है। ऐसा हो सकता है कि सोशल मीडिया सेक्टर में मोबाइल कम्युनिकेशन के बढ़ते हुये प्रभाव को समझ कर इसे अपने मीडिया के संचार साधनों

में शामिल कर लिया हो। उदाहरण के लिए, एनआरएचएम के अधीन असम के प्रत्येक स्वास्थ्य उपकेंद्र पर एक सहायक नर्स (सेविका) और मीडवाईफ (एएनएम) को एक मोबाइल फोन प्रदान कर उन्हें एक समूह के रूप में जोड़ दिया गया। इस प्रकार वे एक समुदाय के रूप में परिवर्तित हो गया, जिसके समान हित और पारस्परिक कार्य क्षेत्र हैं। उनके क्षेत्र से सम्बंधित सभी सूचनाएँ उनके मध्य मोबाइल फोन के माध्यम से संचारित होती हैं। यहाँ तक कि समूह से बाहर के लोग जो सूचना या सेवा प्राप्त करना चाहते हैं वे भी उन्हें फोन कर सकते हैं। इस स्थिति में उनको अनुकूलित करने के लिए बहुत अधिक सामग्री को अनुवादित करने की आवश्यकता होती है।

ऐसी विभिन्न तरह की गतिविधियाँ निरंतर बढ़ती रहेंगी और इस प्रकार यह अनुवाद कार्य के लिए एक उज्ज्वल भविष्य का निर्माण करेगा। सामुदायिक मीडिया धीरे-धीरे अधिक तकनीक सघन होते जा रहा है और इसमें सोशल नेटवर्किंग आधुनिक फोन के रूप में उभर रहा है। यहाँ तक कि ब्लॉग और वेबसाइट भी तीव्र गति से सामुदायिक मीडिया के रूप में उभर रहे हैं। दिल्ली ट्रैफिक पुलिस अपने समुदाय से जुड़ने के लिए फेसबुक का इस्तेमाल कर रही है जो कि यात्रियों का एक समूह है। उसी प्रकार से भारत के जनगणना के कार्यालय के पास एक फेज है जिसके माध्यम से वह अपने समुदाय के सभी नागरिकों से तुरंत संपर्क कर सकती है। समुदायों के ऐसे असंख्य उदाहरण देखे जा सकते हैं जो वेब की दुनिया में अपने लिए एक मंच की तलाश कर रहे हैं। और यह दिन प्रतिदिन बढ़ता ही जा रहा है।

यह अनुवाद उद्योग के लिए एक बहुत उज्ज्वल भविष्य सुनिश्चित करता है।

11.5 सारांश

इस इकाई में हमने समझने का प्रयास किया है कि :

1. सामुदायिक मीडिया क्या है?
2. सामुदायिक मीडिया और परम्परागत मीडिया में क्या अंतर है?
3. क्या परम्परागत मीडिया को सामुदायिक मीडिया के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता है या नहीं?
4. कैसे सामाजिक (सोशल) नेटवर्किंग, मोबाइल टेलीफोनी के रूप में नई मीडिया सामुदायिक मीडिया के मंच को पुनर्परिभाषित कर रहा है।
5. हमने सम्पूर्ण परिदृश्य को दक्षिण एशियाई क्षेत्र के परिप्रेक्ष्य में समझने का भी प्रयत्न किया है।
6. अंततः, हमने यह भी देखने का प्रयास किया है कि तेजी से उभर रहे नए प्रकार के सामुदायिक मीडिया में अनुवाद की कोई भूमिका है या नहीं और इसका क्या भविष्य है?

11.6 अभ्यास प्रश्नों के उत्तर

1. सामुदायिक मीडिया से आप क्या समझते हैं?
2. सामुदायिक मीडिया और पारम्परिक मीडिया में क्या अंतर है?
3. भारत में रेडियो में ग्रामीण कार्यक्रमों के इतिहास की चर्चा कीजिए।
4. टेलीविजन की उत्पत्ति भारत में एक विकास समर्थक साधन के रूप में हुआ। उदाहरण के साथ उत्तर दीजिए।
5. निम्न पर एक लघु निबंध लिखें
(क) एस.आई.टी.ई.
(ख) यूनेस्को
6. क्या आप सोचते हैं कि सोशल मीडिया को सामुदायिक मीडिया के रूप में स्वीकार किया जाना चाहिए?

7. क्या आपको लगता है कि सामुदायिक रेडियो हाशिए पर जी रहे या अधिकारविहीन लोगों पर बहस और चर्चा करने के लिए एक मंच का कार्य कर सकता है?
8. आपके विचार में भारत जैसे देश में सामुदायिक मीडिया का क्या महत्व है?
9. भारत में सामुदायिक रेडियो पर समाचार और समसामयिक खबरों को प्रसारित करने की अनुमति नहीं है। क्या आप सोचते हैं कि यह सामुदायिक रेडियो के सम्पूर्ण दर्शन को कमजोर बनाता है? अपने उत्तर का औचित्य सिद्ध करें।
10. तकनीक ने अमीरों और गरीबों के बीच खाई को चौड़ा किया है। इसका उत्तर सामुदायिक मीडिया के सन्दर्भ में दीजिए।
11. क्या आप सोचते हैं कि टेलीफोन सामुदायिक मीडिया के रूप में तीव्र गति से उभर रही है?
12. सामाजिक क्षेत्र में सामुदायिक भागीदारी की जरूरत है और यह कार्य समुदाय मीडिया के माध्यम से किया जा सकता है। औचित्य के साथ सिद्ध कीजिए।
13. सामुदायिक मीडिया बेजुबानों की जुबान है। क्या आप ऐसा सोचते हैं?
14. आप दिन भर अपने मित्रों को एसएमएस भेजते हैं। क्या यह एक सामुदायिक संचार-संवाद है?
15. सामुदायिक मीडिया में अनुवाद एक सक्त भूमिका निभायेगा। क्या आप सहमत हैं?

11.7 शब्दावली

- सामुदायिक रेडियो** : यह रेडियो की सबसे लोकतांत्रिक अवधारणा है। यह समुदाय से सम्बन्ध रखता है, समुदाय के द्वारा संचालित किया जाता है, और इसके कार्यक्रम समुदाय विशेष को लक्षित करके प्रसारित किये जाते हैं।
- अरब स्प्रिंग** : मध्य पूर्व और उत्तरी अफ्रीका में वर्ष 2010 - 2011 में हुए सामूहिक विद्रोह। यह दिसंबर 2010 में लीबिया से आरंभ होकर मध्यपूर्व और उत्तरी अफ्रीका के देशों में फैल गया। प्रदर्शनकारियों ने एक दूसरे संवाद तथा संचार के लिए मुख्य रूप से सोशल (सामाजिक) मीडिया जैसे फेसबुक, ट्विटर, यूट्यूब, स्काइप आदि का उपयोग किया था।
- मोबाइल टेलीडेंसिटी** : मोबाइल धनत्व। एक क्षेत्र में रहने वाले प्रत्येक 100 लोगों द्वारा उपयोग किये जा रहे मोबाइल फोन की संख्या। 100 से अधिक होने का अर्थ यह है कि लोगों से अधिक मोबाइल फोन की संख्या। तृतीय विश्व के देशों में 10 से कम टेलीडेंसिटी हो सकती है।
- फेसबुक** : यह सबसे अधिक लोकप्रिय सोशल नेटवर्किंग साइट है जो विभिन्न प्रकार, जातियों और समुदायों का एकीकरण करता है और उन्हें समान रुचियों पर आधारित समुदाय के निर्माण में सहायता भी करता है। इस साइट में एक व्यक्ति एक ही समय में विभिन्न समुदायों का सदस्य बन सकता है।
- सोशल (सामाजिक) नेटवर्किंग** : वर्चुअल (वास्तविक) समुदाय जो निम्नलिखित मंचों के द्वारा जुड़े होते हैं जैसे ट्विटर, ऑरकुट, फेसबुक, स्काइप, गूगल प्लस आदि।
- एन.आर.एच.एम.** : नेशनल रूरल हेल्थ मिशन या राष्ट्रीय ग्रामीण स्वास्थ्य मिशन। आर्थिक और सामाजिक विकास की प्रक्रिया में स्वास्थ्य के महत्व को स्वीकार करते हुये और, हमारे नागरिकों के जीवन की गुणवत्ता में सुधार के लिए, भारत सरकार ने इसकी शुरुआत एक विशेष अवधि वर्ष 2005 से वर्ष 2012 के लिए की थी।

11.6 कुछ उपयोगी पुस्तकें

- हाउली, केविन (संपादक), *अंडरस्टैंडिंग कम्युनिटी मीडिया*, सेज पब्लिकेशन।
- कारपेंटियर, निको तथा स्सिफो, सल्वतोरे (अतिथि संपादक) *कम्युनिटी मीडिया-दि लॉन्ग मार्च स्पेशल इश्यू* (वोल्यूम 27, इश्यू 2) *टेलिमेटीक्स एंड इन्फोर्मेशन*, प्रधान संपादक : सर्वेस, जेन एल्सेविएर।
- कारपेंटियर, निको, *मीडिया एंड पार्टिसिपेशन, ए साईट ऑफ आइडीअलाजिकल-डेमोक्रेटिक स्ट्रगल*, इंटेलेक्ट बुक्स।
- गॉर्डोन, जेनी (संपादक), *नोशनस ऑफ कम्युनिटी. ए कलेक्शन ऑफ कम्युनिटी मीडिया डेटाबेस एंड ड्राईलेमास*. पीटर लैंग।
- बैलिए, ओल्गा, काम्मर्ट्स, बार्ट; तथा कारपेंटियर, निको, *अंडरस्टैंडिंग अल्टरनेटिव मीडिया*, ओपन प्रेस यूनिवर्सिटी।
- फुल्लर, लिंडा (संपादक), *कम्युनिटी मीडिया, इंटरनेशनल पर्सपेक्टिवस*।
- रेनिए, इल्ली *कम्युनिटी मीडिया; ए ग्लोबल इंट्रोडक्शन*, रोवमेन एंड लिटिलफील्ड।