
इकाई 1 जनसंचार माध्यम : संकल्पना एवं स्वरूप

इकाई की रूपरेखा

- 1.0 उद्देश्य
- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 जनसंचार : अर्थ और स्वरूप
 - 1.2.1 संचार : अर्थ और आयाम
 - 1.2.2 संचार के प्रकार
 - 1.2.3 जनसंचार : अर्थ और स्वरूप
- 1.3 जनसंचार और पत्रकारिता
 - 1.3.1 पत्रकारिता (Journalism) : अर्थ और स्वरूप
 - 1.3.2 'जनसंचार' और 'पत्रकारिता' में अंतर्संबंध
- 1.4 जनसंचार के तत्व और वैशिष्ट्य
 - 1.4.1 जनसंचार के तत्व
 - 1.4.2 जनसंचार का वैशिष्ट्य
- 1.5 जनसंचार माध्यमों के प्रकार
 - 1.5.1 परंपरागत जनसंचार माध्यम
 - 1.5.2 आधुनिक जनसंचार माध्यम
 - 1.5.3 जनसंचार के विविध माध्यमों का मिश्रित व्यवहार
- 1.6 जनसंचार माध्यम और भाषा
- 1.7 अनुवाद और जनसंचार माध्यम : प्रकृतिगत समानता
- 1.8 सारांश
- 1.9 अभ्यास के लिए प्रश्न
- 1.10 उपयोगी पुस्तकें

1.0 उद्देश्य

प्रस्तुत इकाई का अध्ययन करने के बाद आप :

- जनसंचार के अर्थ और स्वरूप से परिचित हो सकेंगे;
- पत्रकारिता के अर्थ—स्वरूप और जनसंचार से इसके अंतर्संबंध से अवगत हो सकेंगे;
- जनसंचार के विभिन्न तत्वों, वैशिष्ट्य और प्रकारों को जान सकेंगे;
- जनसंचार का भाषा के साथ संबंध स्पष्ट कर सकेंगे; और
- अनुवाद और जनसंचार माध्यम में प्रकृतिगत समानता से अवगत हो सकेंगे।

1.1 प्रस्तावना

आज का युग, सूचना और संचार का युग है। सूचनाओं का यह प्रवाह संचार के माध्यम से ही संभव हो पा रहा है। इसलिए पहले की तुलना में आज संचार माध्यम मानव जीवन में विशेष भूमिका निभा रहे हैं। संचार के बिना मानव समाज का अस्तित्व ही संभव नहीं है क्योंकि मानव जीवन चलायमान है, जीवंतता उसकी पहचान है। जीवन की गतिशीलता में जब प्रतिक्रियाएँ शारीरिक हाव-भाव के जरिए व्यक्त होती हैं तो वह 'अव्यक्त संचार' का रूप लिए हुए हो जाती हैं और जब इनकी अभिव्यक्ति में भाव को माध्यम बनाया जाता है तो 'व्यक्त संचार' हो जाता है। व्यक्त और अव्यक्त रूप में यह संचार ही मनुष्य के सामाजिक संबंधों का आधार है; इनसे ही संबंध बनते और विकसित होते हैं। संचार के जरिए परस्पर आदान-प्रदान होने वाले संदेशों-सूचनाओं और व्यावहारिक अनुभवों से ही मानव-समाज में सामाजिक समझ का विकास होता है। सिर्फ सामाजिक संदर्भों में ही नहीं, राष्ट्र के स्तर पर भी देखें तो प्रभावी संचार व्यवस्था किसी भी देश की प्रगति और विकास का आधार सिद्ध होती है। इसलिए संचार एवं जनसंचार की प्रकृति-स्वरूप को समझना और जानना जरूरी है।

अवधारणा का स्पष्ट बोध कराने के लिए आपको प्रस्तुत इकाई में संचार के घटक, प्रक्रिया और विभिन्न प्रकारों के बारे में बताने के साथ-साथ जनसंचार के अर्थ-स्वरूप और पत्रकारिता से इसके अंतर्संबंध के बारे में जानकारी दी गई है। साथ ही, जनसंचार के विभिन्न तत्वों, वैशिष्ट्य और प्रकारों पर भी विस्तार से चर्चा की गई है। अंत में जनसंचार का भाषा के साथ संबंध स्पष्ट किया गया है तथा अनुवाद और जनसंचार में प्रकृतिगत समानता से अवगत कराया गया है।

1.2 जनसंचार : अर्थ और स्वरूप

'जनसंचार' (Mass Communication), 'जन' और 'संचार' शब्दों से मिलकर बना एक सामासिक पद है। ध्यान देने की बात यह है कि 'संचार' शब्द स्वतंत्र रूप से भी व्यवहार में लाया जाता है और 'जन' शब्द के साथ मिले हुए रूप में भी। इसलिए 'जनसंचार' शब्द के संदर्भ में हमें सबसे पहले 'संचार' शब्द, उसके अर्थ और स्वरूप पर विचार करना होगा।

1.2.1 संचार : अर्थ और आयाम

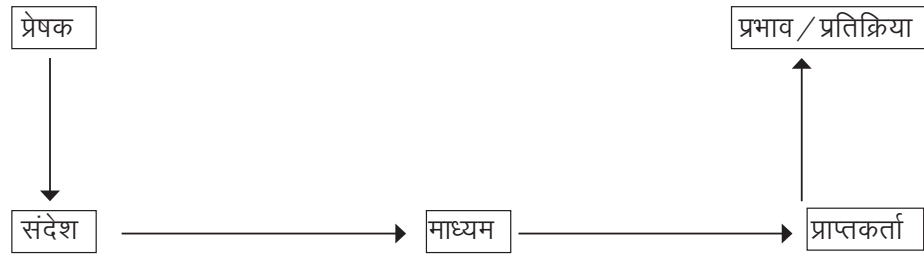
अंग्रेजी के 'Communication' शब्द की व्युत्पत्ति लैटिन शब्द 'Communis' (कम्यूनिस) से हुई है, जिसका अर्थ है – 'to make common, to import, to share, to transmit' अर्थात् 'सूचनाओं के आदान-प्रदान से समान भागीदारी निर्मित करना' संचार है। यह किसी वस्तु अथवा विषय का सबके लिए साझा होने से संबंधित अवधारणा को व्यक्त करता है। ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी के अनुसार संचार 'विचारों, जानकारी आदि का विनिमय, किसी और तक पहुँचाना या बाँटना है, चाहे वह लिखित, मौखिक या सांकेतिक हो।' (*Communication is the art of transmitting information, ideas and attitudes from one person to another.*) इस प्रवाहमान प्रक्रिया में किसी विचार, सूचना अथवा संदेश को किसी दूसरे तक किसी न किसी रूप में पहुँचाने का कार्य किया जाता है। इसके जरिए एक व्यक्ति दूसरे के विचारों, भावों और मनोवृत्तियों में शामिल होता है, सहभागी होता है।

अंग्रेजी के 'communication' शब्द के समतुल्य के रूप में प्रयुक्त होने वाला 'संचार' शब्द संस्कृत की 'चर्' धातु और 'सम्' उपसर्ग और 'घञ्' प्रत्यय से मिलकर बना है। 'चर्' का अर्थ है – चलना, आगे बढ़ना और 'सम्' उपसर्ग 'सम्यक्' का बोधक है। इस प्रकार व्युत्पत्ति की दृष्टि से देखा जाए तो सम्यक् रूप से 'चलना', 'गमन', 'गतिशील होना', 'आगे बढ़ना' अथवा 'फैलना' संचार है। इस 'संचार' शब्द को कोई बात, विचार, भाव, अनुभव, संदेश, सूचना अथवा जानकारी के संदर्भ में भी इस्तेमाल किया जाता है और अन्य अर्थ-संदर्भ में भी। इस तरह 'संचार', किसी बात को आगे बढ़ाना, चलाना या फैलाना के अर्थ को व्यक्त करने वाला शब्द है।

व्यक्ति अपने भावों-विचारों और संवेदनाओं को शारीरिक हाव-भाव, संकेतों और वाणी के माध्यम से व्यक्त करता है और उन्हें दूसरों तक पहुँचाता है। इसी तरह, दूसरे व्यक्ति के रूप में वह पहले व्यक्ति के व्यावहारिक अनुभवों रूपी विचारों आदि को सुनता है और इनसे ही संदेश-सूचना आदि सृजन होता है। एक-दूसरे के विचारों-भावनाओं आदि को एक-दूसरे तक पहुँचाना या कहा जाए कि सुनने और सुनाने की प्रक्रिया 'संचार' है। संचार से दो या दो से अधिक व्यक्तियों – 'स्रोत' (अर्थात् संप्रेषक), संदेश प्राप्त करने वाले संचार प्राप्तकर्ता (Receiver) – के बीच सूचना, संदेश या अनुभव को संप्रेषित और ग्रहण करते हुए साझा किया जाता है। इस प्रक्रिया में संप्रेषित किए जाने वाले अर्थपूर्ण संदेश (message of content) का होना जरूरी होता है। संप्रेषक, जिस साधन का उपयोग करके अपने संदेश को संग्राहक तक पहुँचाने का काम करता है, उसे 'माध्यम' अथवा 'संचार का माध्यम' (Communication Channel) कहते हैं। प्रेषण और ग्रहण की इस प्रक्रिया या कार्रवाई में 'प्रतिपुष्टि' (फीडबैक) की आवश्यकता होती है। प्रतिपुष्टि के अभाव में संदेश का एकतरफा संचरण तो संभव हो जाता है, लेकिन उसे सही अर्थों में 'संचार' नहीं कहा जा सकता। इस आधार पर देखा जाए तो संचार की प्रक्रिया के अंतर्गत (1) संप्रेषक, (2) संदेश प्राप्तकर्ता, (3) संदेश, (4) संचार का माध्यम; और (5) प्रतिपुष्टि अथवा प्रभाव को 'संचार प्रक्रिया के घटक अथवा अवयव' कहा जा सकता है। ये वे अनिवार्य घटक तत्व हैं जिनके बिना संचार नहीं हो पाता है।

संप्रेषक से संदेश प्राप्तकर्ता के बीच संपन्न होने वाली संचार की यह प्रक्रिया, सरसरी तौर पर बड़ी सरल प्रतीत होती है। लेकिन वास्तव में यह संश्लिष्ट प्रक्रिया है। दो व्यक्तियों के बीच स्थापित होने वाली संचार की प्रक्रिया में संश्लिष्टता की संभावना बहुत कम होती है। लेकिन जैसे-जैसे, संचार का दायरा बढ़ता जाता है तो उसके लक्ष्य वर्ग और संचार की विषयवस्तु व्यापक होती जाती है। बहुत बड़े समूह यानी जनसंचार के संदर्भ में यह प्रक्रिया संश्लिष्टता की पराकाष्ठा तक पहुँच जाती है। कारण, वहाँ किसी सूचना अथवा संदेश अथवा विचार को जन-जन तक संप्रेषित करने के लिए किसी एक स्रोत अथवा तत्व पर निर्भर न रहकर अनेक स्रोतों आदि पर निर्भर रहना पड़ता। वहीं, दूसरी ओर, संदेश अथवा सूचना को लक्ष्य वर्ग – पाठकों, श्रोताओं एवं दर्शकों – तक संप्रेषित करने के लिए विभिन्न स्रोतों और तत्वों को मिल-जुलकर काम करना जरूरी होता है। यानी एक पूरे मशीनरी तंत्र को अपने-अपने स्तर पर अपनी विशिष्ट भूमिका निभानी पड़ती है। यदि तंत्र का कोई भी पुर्जा अपने दायित्व को सही तरह से निभाए तो उसके कारण पूरा का पूरा तंत्र प्रभावित हो सकता है।

अब तक की गई चर्चा के आधार पर संचार की प्रक्रिया जिन चरणों के जरिए संपन्न हो पाती है, उसे निम्नलिखित आरेख की सहायता से व्यक्त किया जा सकता है:



संचार की प्रक्रिया

1.2.2 संचार के प्रकार

अब तक आपको यह स्पष्ट हो गया होगा कि संचार की प्रक्रिया प्रेषक, संदेश, माध्यम, प्राप्तकर्ता और प्रभाव एवं प्रतिक्रिया के जरिए संपन्न होती है। इस प्रक्रिया को अपनाकर जो संदेश प्रेषित किया जाता है, उसका संचार से जुड़े लोगों पर जो सामाजिक अथवा मनोवैज्ञानिक प्रभाव पड़ता है; उस प्रभाव के अनुरूप व्यक्ति अथवा व्यक्ति-समूह न केवल व्यवहार करते हैं और बल्कि अपने व्यवहार को नियंत्रित तक करते हैं। यही कारण है कि व्यक्ति अथवा व्यक्ति-समूह के संबंधों के आलोक में हमें संचार के कई प्रकार नजर आते हैं। जैसे, व्यक्ति का स्वयं अपने आप से, किसी अन्य व्यक्ति से, दो या उससे अधिक व्यक्तियों से बात करना संचार है। सिर्फ इतना ही नहीं, व्यक्तियों का यह समूह अपने आकार-प्रकार में बृहद् से बृहत्तर तक हो सकता है।

वैसे तो व्यक्ति का स्वयं अपने आप से भी बात करना संचार ही है, किंतु जब वह दूसरों से बात करता है तभी संचार का वास्तविक रूप उभरकर सामने आता है। जब संचार की यह प्रक्रिया व्यापक स्तर पर अथवा कहा जा सकता है कि बड़े पैमाने पर होती है तब वह 'जनसंचार' तक का रूप धारण कर लेती है। संप्रेषण किए जाने वाले व्यक्तियों की संख्या और उन पर प्रभाव और उनकी प्रतिक्रिया को ध्यान में रखते हुए संचार को मुख्य रूप से चार वर्गों में विभाजित किया जाता है – 'अंतःवैयक्तिक संचार', 'अंतर-वैयक्तिक संचार', 'समूह संचार' और 'जनसंचार'।

अंतःवैयक्तिक संचार (Intra-personal Communication) को 'आंतर-व्यक्ति संचार', 'आभ्यंतर संचार', 'स्वगत संचार' अथवा 'वैयक्तिक संचार' आदि नामों से भी जाना जाता है। यह संचार वस्तुतः एक मनोवैज्ञानिक प्रक्रिया है। इस संचार में कोई अन्य व्यक्ति नहीं वह स्वयं ही होता है। व्यक्ति द्वारा स्वयं अपने आप से बात करता है यानी चिंतन के धरातल पर एक ही व्यक्ति द्वारा दो भूमिकाएँ निभाते हुए वस्तु, स्थिति अथवा घटना पर दो भिन्न कोणों से तर्क-वितर्क करना अंतःवैयक्तिक संचार है। इस प्रकार के संचार में भाषा, संकेत अथवा प्रत्यक्ष रूप में किसी संप्रेषण (अर्थात् प्रेषण और ग्रहण) की जरूरत नहीं होती है। हालाँकि अंतःवैयक्तिक संचार की प्रक्रिया के संपन्न होने पर ही मनुष्य के हर्ष-विषाद आदि मनोगत भावों को स्वर प्राप्त होता है और भाषा, लिपि, व्याकरण, साहित्य आदि का सर्जन संभव है, किंतु सामाजिक प्रक्रिया के रूप में इसे संचार के एक प्रकार-विशेष के रूप में स्वीकार नहीं किया जाता क्योंकि इसमें प्रेषक एवं प्राप्तकर्ता एक ही होता है इसलिए संचार की प्रक्रिया संपन्न नहीं होती। उस स्थिति में, स्वाभाविक है कि सार्थक संचार स्थापित नहीं हो पाता है।

अंतर-वैयक्तिक संचार (Inter-personal Communication) दो व्यक्तियों के बीच संप्रेषण (प्रेषण और ग्रहण) की स्थिति है। यह संचार की इस दो-तरफा (two-way) प्रक्रिया में संप्रेषण दो व्यक्तियों के प्रत्यक्ष संपर्क और उपस्थिति में संभव हो पाता है। यह प्रक्रिया शारीरिक रूप से पास-पास उपस्थिति या फिर शारीरिक दूरी के बावजूद टेलीफोन-मोबाइल आदि माध्यमों के जरिए भी संपन्न हो सकती है। यह संप्रेषण ध्वनि और शब्दों के द्वारा तो किया ही जाता है, सांकेतिक रूप वाला भी हो सकता है। उदाहरण के लिए, माता-पिता का अपने बच्चे को गुस्से में आँख तरेर कर देखना क्रोध अथवा नाराजगी के भाव को प्रेषित करता है।

बेहद आंतरिक और तत्काल प्रकृति का होने के कारण अंतर-वैयक्तिक संचार में प्रतिपुष्टि (फीडबैक) के रूप में संदेश प्राप्तकर्ता पर प्रभाव और उसकी प्रतिक्रिया तुरंत मिलने की संभावना होती है। वास्तविकता यह है कि संदेश, स्पर्श, मुस्कान, भाव-भंगिमा, हाव-भाव, भाषा और शब्दों आदि के जरिए विचारों के संचरण में इस प्रकार का संचार काफी सफल सिद्ध होता है। दूसरे व्यक्ति से सीधे संपर्क स्थापित होने से इसमें संप्रेषण बाधा की संभावना भी नहीं रहती है। सामाजिक दृष्टि से भी इस प्रकार के संचार का बहुत अधिक महत्व है और इस प्रकार के संप्रेषण के अभाव में संवादहीनता की स्थिति पैदा होती है।

समूह संचार (Group Communication) वास्तव में 'अंतःवैयक्तिक संचार' और 'जनसंचार' के बीच की स्थिति को दर्शाता है। यह संचार कुछ व्यक्तियों के बीच आमने-सामने संप्रेषण की स्थिति को व्यक्त करता है। इस तरह, न तो यह अंतर-वैयक्तिक संचार की तरह दो व्यक्तियों के बीच संप्रेषण है और न ही यह जनसंचार की भाँति काफी अधिक और भौगोलिक रूप से एक-दूसरे अलग-थलग लोगों के बीच संप्रेषण है। 'समूह संचार' की स्थिति तब बनती है जब व्यक्तियों का एक समूह आमने-सामने बैठकर विचार-विमर्श, बैठक, गोष्ठी आदि करके अपने भावों-विचारों अथवा संदेश का आपस में खुलकर आदान-प्रदान करते हैं। यानी इसमें प्रत्यक्ष संप्रेषण अनिवार्य रूप से उपस्थित नजर आता है। विचारों के प्रत्यक्ष रूप से आदान-प्रदान की इस प्रक्रिया में प्राप्तकर्ता समूह पर प्रभाव अथवा उनकी प्रतिक्रिया या प्रतिपुष्टि (फीडबैक) भी तत्काल देखने को मिलती है। इस तरह, प्रभावी संचार की प्रक्रिया के सभी चरण इसमें प्रत्यक्ष रूप से मूर्त होते नजर आते हैं। इसलिए इसे संचार की प्रभावशाली प्रक्रिया माना जाता है।

जनसंचार (Mass Communication) : संचार के विविध प्रकारों में 'जनसंचार' का विशेष महत्व है। इस पर इकाई के अगले भाग में अपेक्षाकृत विस्तार से चर्चा की जा रही है।

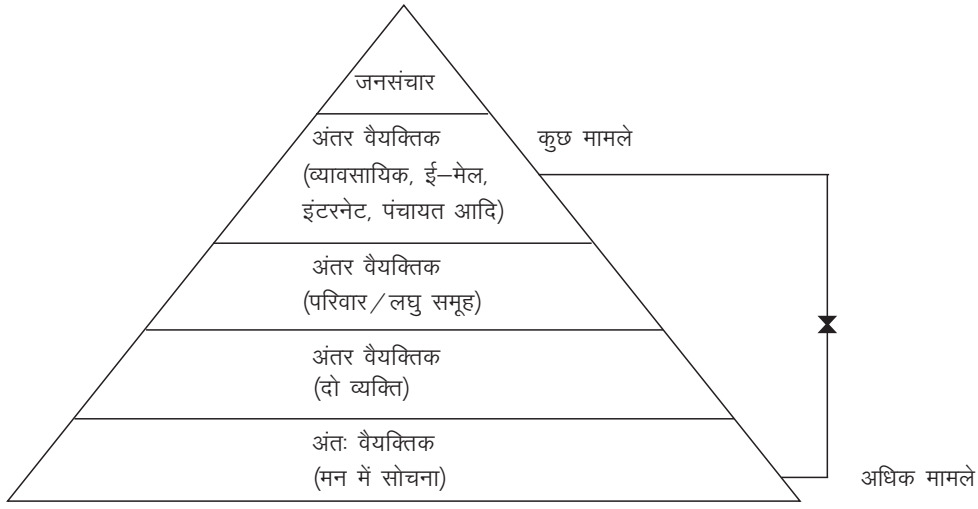
1.2.3 जनसंचार : अर्थ और स्वरूप

'जनसंचार', जनसाधारण तक संदेश को पहुँचाने के भाव का व्यंजक शब्द है। जब हम किसी भाव, अनुभव, संदेश अथवा विचार आदि को व्यापक जन-समूह तक पहुँचाने का प्रयत्न करते हैं तो संचरण की यह प्रक्रिया 'जनसंचार' है। किसी न किसी माध्यम के जरिए कोई सूचना, जानकारी, संदेश, भाव अथवा विचारों का काफी अधिक लोगों, देशों-समाजों आदि तक यानी जनसाधारण से आदान-प्रदान करना 'जनसंचार' है। इस तरह, यह कहा जा सकता है कि बहुत बड़ी संख्या में भौगोलिक रूप से बिखरे लोगों तक संचार के प्रभावी माध्यम के जरिए संदेश अथवा सूचना आदि को पहुँचाना 'जनसंचार' है। बड़े पैमाने पर संदेश या सूचना के आदान-प्रदान या संचार की प्रक्रिया है। यह बड़ी संख्या में लोगों से उल्लेखनीय है कि लोगों के इस व्यापक समूह की प्रकृति एक समान न होकर, विषम होती है और उस तक तकनीकी के किसी न किसी साधन-उपकरण की सहायता से संदेश पहुँचाया जाता है। साथ ही, यह भी ध्यान देने की जरूरत है कि

जनसंचार, प्रायः एकतरफा होता है। इसका लक्ष्य वर्ग कोई भी हो सकता है। कतिपय चिंतकों ने जनसंचार को इस प्रकार परिभाषित किया है :

- जनसंचार ऐसी संस्थाओं एवं प्रतीकों का समुच्चय है, जिसमें विशेषज्ञों द्वारा तकनीकी उपकरणों मसलन प्रेस, रेडियो, फिल्म वगैरह का इस्तेमाल करके कोई सांकेतिक संदेश, विशाल, बहुआयामी तथा दूर-दूर तक बिखरे श्रोताओं तक पहुँचाया जाता है। – जानोविच
- जनसंचार का अर्थ है – जन के लिए संचार के साधन। इसमें जनता न तो निष्क्रिय भागीदार होती है और न ही प्रत्येक संप्रेषित संदेश को आसानी से स्वीकार कर लेती है बल्कि इन माध्यमों को प्रभावित भी करती है और प्रभावित भी होती है। वर्तमान में जनसंचार माध्यम से ग्रहण समूह-सदस्य के रूप में नहीं करते बल्कि अकेले या दो-चार लोगों के बीच करते हैं। आज के विकसित प्रौद्योगिकी के युग में व्यक्ति घर बैठे ही अकेले फिल्म देख सकता है और घर बैठे ही दुनिया से संपर्क कर सकता है। – जवरीमल्ल पारख
- जनसंचार लाखों दर्शकों/श्रोताओं के लिए बड़े पैमाने पर तैयार किए गए संदेशों का संचार है। ये दर्शक/श्रोता किसी एक स्थान पर इकट्ठा होने की बजाए अपने-अपने घरों में बैठकर वैयक्तिक रूप से संदेश प्राप्त करते हैं। ये संदेश विभिन्न संगठनों विशेष तौर पर निजी या सार्वजनिक उद्यमियों, स्वायत्त या सरकारी निकायों के प्रशिक्षित पेशेवर व्यक्तियों द्वारा तैयार किए जाते हैं। ये सभी संगठन उन संदेशों के उत्पादन और वितरण के लिए अपेक्षित हार्डवेयर और सॉफ्टवेयर के लिए भारी मात्रा में निवेश करते हैं। जनसंचार आधुनिक विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी का उत्पाद है जो कमोबेश मुक्त उद्यम पद्धति के उत्पादन है। – प्रो. जे.वी. विलानिलम

जनसंचार की अवधारणा को स्पष्ट करने वाले इन विचारों के आधार पर यह कहा जा सकता है कि यह सूचना आदि को समाज के सभी वर्गों के ज्यादा से ज्यादा लोगों तक पहुँचाता है। इसका मूल उद्देश्य यह होता है कि जनसामान्य को जानकारी या लाभ प्राप्त हो सके। इस संदेश-प्रसारण के लिए मुद्रण और विभिन्न इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों का उपयोग किया जाता है। संचार माध्यम के जरिए प्रेषक का संदेश प्रत्येक वर्ग के संग्राहक/प्राप्तकर्ता तक यथावत पहुँचने में ही जनसंचार प्रक्रिया की सफलता निहित है। हालाँकि यह एकतरफा संचार प्रक्रिया होती है, लेकिन तकनीकी सुविधाओं के कारण संदेश प्राप्त करने वालों में से सीमित संख्या में भागीदारी की विशेष व्यवस्था भी संभव हो पाती है। एक अन्य पक्ष यह भी है कि इसमें प्रतिपुष्टि की संभावना बहुत कम होती है और अगर हो भी तो अप्रत्यक्ष रूप से और अपेक्षाकृत देरी से होगी। लेकिन इतना तो अवश्य ही है कि जनसंचार माध्यमों का स्तर किसी भी देश-समाज की प्रगति और विकास का मानक बन गया है। हकीकत यह है कि किसी भी सभ्य समाज में जनसंचार के अभाव में प्रगति संभव नहीं। जनसंचार के क्षेत्र में तीव्र गति से हो रहे विकास के चलते समूचा विश्व एक 'विश्व गाँव' का रूप धारण करता जा रहा है। विश्व-विख्यात संचार समाजशास्त्री डैनिस मैकाले ने समाज में संचार के अंतःवैयक्तिक संचार, अंतर-वैयक्तिक संचार, समूह संचार और जनसंचार रूपी विभिन्न स्तरों में जनसंचार को शीर्ष पर सही माना है और अंतःवैयक्तिक संचार को आधार-तल पर। संचार के इन विभिन्न स्तरों को निम्नलिखित आरेख की सहायता से समझा जा सकता है :



1.3 जनसंचार और पत्रकारिता

कतिपय विद्वानों ने 'जनसंचार' के अर्थ में 'पत्रकारिता' शब्द का भी खूब प्रयोग किया है। और कुछ विद्वानों ने तो 'जनसंचार' को केवल 'पत्रकारिता' विषयक एक नया परिष्कृत शब्द स्वीकार किया है। लेकिन इस संबंध में किए गए अध्ययन चिंतन इसे भ्रांत धारणा सिद्ध करते हैं। इसलिए इस पर विचार करना भी जरूरी है। लेकिन, इस पर व्यापक विचार करने से पहले, पत्रकारिता के अर्थ को जानना उपयुक्त होगा।

1.3.1 पत्रकारिता (Journalism) : अर्थ और स्वरूप

सूचना, शिक्षा और मनोरंजन का सशक्त माध्यम 'पत्रकारिता' का समाज में एक महत्वपूर्ण स्थान और महत्व है। पत्रकारिता, आधुनिकता की एक विशिष्ट उपलब्धि है। आज के आधुनिक सभ्य समाज और विशेष तौर पर किसी भी लोकतांत्रिक समाज में पत्रकारिता को जन-चेतना का सर्जक और वाहक तथा जन-हित का संरक्षक स्वीकार किया जाता है। पत्रकारिता का सामान्य अर्थ है – पत्रकार का काम या व्यवसाय। इस अर्थ के आधार पर विचार करें तो यह पता चलता है कि पत्रकारिता, (1) पत्रकार होने की अवस्था या भाव; (2) पत्रकार का काम; और (3) पत्रकारों के कार्यों और कर्तव्यों आदि का विवेचन करने वाली विद्या का द्योतक शब्द है।

'पत्रकारिता' का अर्थ स्पष्ट करके उसे परिभाषित करते हुए डॉ. बद्रीनाथ कपूर ने वैज्ञानिक परिभाषिक कोश में लिखा है कि 'पत्रकारिता पत्र-पत्रिकाओं के लिए समाचार, लेख आदि एकत्रित तथा संपादित करने, प्रकाशन-आदेश आदि देने का कार्य है।' पत्रकारिता के अर्थ-संदर्भ का विस्तार होने के बारे में डॉ. हरिमोहन ने अपनी 'रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता' पुस्तक में लिखा है – 'पत्रकारिता शब्द का प्रयोग करते ही हमारी मानस पटल पर मुद्रित अक्षरों से भरे समाचार-पत्र आ जाते हैं। जैसे-जैसे संचार के साधन बढ़े हैं वैसे-वैसे पत्रकारिता का स्वरूप बदला है, उसके क्षेत्र का विस्तार हुआ है। सूचनाओं का दायरा बढ़ा है। अब मुद्रित समाचार-पत्रों, पत्रिकाओं, पिरियोडिकल से लेकर रेडियो, दूरदर्शन, इंटरनेट इत्यादि नवीनतम इलेक्ट्रॉनिक जनसंचार-माध्यम भी पत्रकारिता में सम्मिलित है।' (पृ. 9) स्पष्ट है कि डॉ. हरिमोहन पत्रकारिता को व्यापक आयाम प्रदान करते हैं। इसी संदर्भ में 'मानविकी पारिभाषिक कोश' का भी उल्लेख किया जा सकता है। इस कोश में पत्रकारिता को परिभाषित करते हुए डॉ. नगेंद्र ने लिखा है कि 'पत्रकारिता का अभिप्राय है – समाचार पत्रों, रेडियो, टेलीविजन आदि द्वारा प्रसारित करने के लिए समाचारों का संग्रह अथवा प्रेषण अथवा उनका लेखन, संपादन या नियोजन।'

चैंबर्स डिक्शनरी के अनुसार, 'प्रकाशन, संपादन, लेखन एवं प्रसारण युक्त समाचार का व्यवसाय ही पत्रकारिता है।' वहीं, पत्रकारिता को परिभाषित करते हुए डेविड बेनराइट ने स्पष्ट किया है कि 'पत्रकारिता एक जनसंचार है। यह रोजमर्रा की घटनाओं को कुछ शब्दों, ध्वनियों या तस्वीरों को जनसंचार के तंत्र द्वारा पेश करती है, जिससे जानने के लिए मानव सदा उत्सुक रहता है कि नया क्या है।' जनसंचार के तंत्र में नएपन की यह प्रस्तुति ही पत्रकारिता का प्राण-तत्व है।

कुल मिलाकर यह कहा जा सकता है कि पत्रकारिता में घटनाओं, तथ्यों, व्यवस्थापरकता के साथ-साथ आर्थिक, राजनीतिक, राष्ट्रीय, सामाजिक, सांस्कृतिक एवं कलात्मक संदर्भों आदि की प्रस्तुति होती है। पत्रकारिता, इस तरह की सूचनाएँ, पत्रकार द्वारा चारों दिशाओं से एकत्रित कर जन-साधारण तक पहुँचाने का माध्यम है और पत्रकार अपनी मेधा-शक्ति के बल पर सरस बनाकर कलात्मक रूप से प्रस्तुत करता है। वैसे, यह कलात्मक प्रस्तुति साहित्यिक रचनाकर्म की तुलना में कम कलात्मक कल्पना-प्रवण होती है। कारण, साहित्य में कल्पनात्मकता प्रमुख रूप से विद्यमान रहती है जबकि पत्रकारिता में यथार्थ का बोध कराने वाली स्थितियाँ प्रमुख होती हैं; और कलात्मकता को शैली का अंग बनाया जाता है।

1.3.2 'जनसंचार' और 'पत्रकारिता' में अंतर्संबंध

जब 'जनसंचार' और 'पत्रकारिता' पर विचार किया जाता है तो अक्सर इन शब्दों को एक-दूसरे के पर्याय के रूप में व्यवहार में लाने की प्रवृत्ति दिखाई देती है। वहीं, कतिपय विद्वान 'जनसंचार' को 'पत्रकारिता' विषयक एक नए परिष्कृत शब्द के रूप में व्यवहार में लाते हैं। हालाँकि अंतर्संबंध की दृष्टि से देखें तो इनमें एक-दूसरे पर निर्भरता (अन्वोन्याश्रिता) दिखाई देती है, लेकिन इस संबंध में किए गए अध्ययन-चिंतन इस धारणा को गलत सिद्ध करते हैं कि 'जनसंचार', 'पत्रकारिता' विषयक एक नया परिष्कृत शब्द है। इसलिए इनके बीच के अंतर्संबंध पर समानता और असमानता के आलोक में विचार करना जरूरी हो जाता है।

'संचार' का अर्थ स्पष्ट करते हुए इस इकाई के भाग 1.2 में आपको यह बताया जा चुका है कि संचार के अंतर्गत मुख्य रूप से दो कार्य शामिल होते हैं - 'प्रेषण' और 'ग्रहण'। वहीं, 'संचार' का अर्थ स्वरूप हमें बताता है कि जनसंचार के द्वारा संदेश के रूप में किसी भाव, विचार, सूचना आदि को ज्यादा से ज्यादा लोगों तक विभिन्न माध्यमों के जरिए पहुँचाया या प्रसारित किया जाता है। ये माध्यम, मुद्रित, श्रव्य, दृश्य-श्रव्य और इलेक्ट्रॉनिक आदि का आधार प्राप्त होते हैं और इनके भी अनेक उप-प्रकार आदि विकसित हो चुके हैं, जिन पर इस इकाई के भाग 1.5 में आप पढ़ चुके हैं। माध्यम भले ही किसी भी प्रकार का क्यों न हो, उनमें से किसी के भी जरिए प्रेषक का संदेश प्राप्तकर्ता तक यथावत पहुँचने में ही संचार प्रक्रिया की सफलता है। इसलिए यह प्रक्रिया स्वयं में एक विधा है, जिसमें इसकी कला और शिल्प को अध्ययन का विषय बनाया जाता है। हालाँकि पत्रकारिता में भी प्रेषक के संदेश को प्राप्तकर्ता तक यथावत पहुँचाने की संचार प्रक्रिया से जुड़ी हुई है। इसलिए, 'जनसंचार' के अर्थ में 'पत्रकारिता' शब्द को भी व्यवहार में लाया जाता है। किंतु यहाँ यह ध्यान रखकर चलने की आवश्यकता है कि पत्रकारिता और जनसंचार में असमानता के तत्व भी विद्यमान हैं।

पत्रकारिता, मूलतः पत्रकार संबंधी व्यवसाय या कार्य से जुड़ा हुआ है। एक विधा के रूप में संचार को किसी संदेश को प्रेषित करने और अन्य के द्वारा ग्रहण करने की प्रविधि से संबंधित है, तकनीक एवं प्राविधिकता, इसकी कला एवं शिल्प का अध्ययन किया जाता है। इसलिए पत्रकारिता की तुलना में संचार अधिक व्यापक है। इस संदर्भ में 'दृश्य-श्रव्य

संप्रेषण और पत्रकारिता' शीर्षक पुस्तक में डॉ. जेम्स एस. मूर्ति के विचार विशेष तौर पर उल्लेख करने योग्य हैं :

जनसंचार माध्यम :
संकल्पना एवं स्वरूप

'संचार विधा में किसी संदेश के विनिमय की प्रविधि, तकनीक एवं प्राविधिकता, इसकी कला एवं शिल्प का अध्ययन किया जाता है। साथ ही इसमें उस मनोवैज्ञानिक प्रभाव अध्ययन किया जाता है, जो इस प्रकार के आदान-प्रदान के फलस्वरूप व्यक्ति की मनोवृत्ति एवं उसके व्यवहार में आए संभावित परिवर्तन के रूप में परिलक्षित होता है। इसके विपरीत पत्रकारिता अधिक-से-अधिक संचार के वर्णक्रम का एक लघु अंश मात्र है। ऐसा इसीलिए भी, क्योंकि सही अर्थ में पत्रकारिता का उल्लेख संचार के मुद्रण-माध्यमों, जैसे - समाचारपत्रों, पुस्तकों एवं पत्र-पत्रिकाओं के संबंध में ही किया जाता है। इसका स्वरूप व्यापक तभी होता है, जब प्रसारण पत्रकारिता तथा फिल्म पत्रकारिता के रूप में इसका प्रयोग हो, जिसमें सिनेमा, रेडियो एवं टेलीविजन जैसे माध्यम भी शामिल हों।' (पृ.27)

डॉ. जेम्स एस. मूर्ति के उपर्युक्त विचार स्पष्ट रूप से बताते हैं कि 'जनसंचार' को 'पत्रकारिता' विषयक एक नए परिष्कृत शब्द के रूप में स्वीकार करने का विचार उपयुक्त नहीं है क्योंकि पत्रकारिता की तुलना में यह एक विस्तृत प्रक्रिया है। जनसंचार की अवधारणा में पत्रकारिता की अपेक्षा अनेक साधन नजर आते हैं। ज्ञान की शाखा के रूप में भी यदि इन दोनों विचार किया जाए तो यह स्पष्ट रूप से पता चलता है कि जनसंचार की तुलना में पत्रकारिता सीमित ज्ञान शाखा है। आधुनिक युग में मोबाइल और इंटरनेट द्वारा संवाद और पत्रकारिता संचार के ही हिस्से हैं। पत्रकारिता के अंतर्गत संचार के विभिन्न माध्यमों का उपयोग अवश्य किया जाता है।

पत्रकारिता में स्रोत और संदेश प्राप्तकर्ता के बीच संदेश/सूचना/जानकारी भेजने की एकतरफा क्रिया ही होती है अर्थात् संप्रेषण होता है। संदेश/सूचना/जानकारी ग्रहणकर्ता सूचना या संदेश मात्र को ग्रहण करता है। अपनी ओर से स्रोत के लिए कई संदेश/सूचना/जानकारी लौटाता नहीं। अर्थात् 'संवाद' की प्रक्रिया घटित ही नहीं होती, उसे एकतरफा 'संवाद' कहा जा सकता है। बहुत सामान्य से उदाहरण से समझें तो हम रेडियो, टेलीफोन और टेलीविजन या समाचार पत्र का उदाहरण ले सकते हैं। टेलीफोन संचार का एक बहुत अच्छा उदाहरण है। यहाँ स्रोत और प्राप्तकर्ता के बीच विधिवत संदेश/सूचना/जानकारी का आदान-प्रदान होता है; उनमें 'संवाद' होता है जबकि रेडियो, टेलीविजन या समाचार पत्र आदि के माध्यम से संदेश/सूचना/जानकारी संप्रेषित की जाती है। श्रोता, दर्शक या पाठक अपनी ओर से संदेश/सूचना/जानकारी स्रोत को लौटा नहीं सकता। (रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता, डॉ. हरिमोहन, पृ. 27-28)

कुल मिलाकर यही कहा जा सकता है कि संचार के मुद्रित माध्यमों तक ही सीमित नजर आने वाली पत्रकारिता अपने स्वरूप में तभी व्यापक अर्थ-संदर्भ प्राप्त कर पाएगी यदि उसमें रेडियो, टेलीविजन और सिनेमा आदि अन्य माध्यमों का भी भली प्रकार से समावेश हो जाए। तभी पत्रकारिता सही अर्थों में जनसंचार का पर्याय बन पाएगी।

1.4 जनसंचार के तत्व और वैशिष्ट्य

आज के आधुनिक विश्व में सामाजिक और राष्ट्रीय जीवन में जनसंचार का व्यापक प्रभाव नजर आता है। वस्तुस्थिति यह है कि जनसंचार, लोगों के आचार-व्यवहार, रहन-सहन, खान-पान और उनकी भाषा को नियंत्रित और संचालित कर रहा है। जनसंचार के हमारे बदलते सामाजिक सरोकारों तक आयाम व्याप्त नजर आते हैं। जनसंचार के प्रमुख तत्वों के तौर पर मुख्य रूप से सूचना, शिक्षा और मनोरंजन को स्वीकार किए जाते हैं।

1.4.1 जनसंचार के तत्व

जनसंचार की अवधारणा में किसी भाव, विचार, सूचना आदि को समाज के सभी वर्गों के ज्यादा से ज्यादा लोगों तक पहुँचाना ताकि लोगों को उन भावों आदि की 'सूचना', जानकारी या लाभ प्राप्त हो। यह सूचना या जानकारी की विषयवस्तु व्यापक आयाम लिए हुए होती है। यह विश्व के किसी भी कोने में घटित घटना, किसी भी समाज की गतिविधि और किसी भी व्यक्ति के कृत्यों से संबंधित हो सकती है। इसके अलावा, यह शासन-प्रशासन, विज्ञान-प्रौद्योगिकी, पर्यावरण, खेल, वाणिज्य-व्यापार, स्वास्थ्य, लोगों की समस्याओं आदि जीवनचर्या के किसी भी विषय या पक्ष से जुड़ी हुई हो सकती है। जनसंचार इस तरह की जानकारी को जन-जन तक पहुँचाने का काम करता है।

जनसंचार, व्यक्ति को शिक्षित भी करता है और निर्देशित भी। यहाँ 'शिक्षा' का अर्थ प्रमाणन के लिए औपचारिक शिक्षा प्राप्त करने से नहीं है। जनसंचार से प्राप्त जानकारी, व्यक्ति को शिक्षित करके जागरूक बनाती है और प्रेरणा-प्रोत्साहन का काम करती है।

जनसंचार से मानसिक उन्नयन तो होता ही है, साथ ही यह 'मनोरंजन' के सशक्त माध्यम की भूमिका निभाता है। जनसंचार माध्यमों के द्वारा स्वस्थ मनोरंजन का प्रस्तुतीकरण संभव है। इससे मानव जीवन और जीवनचर्या में खीझ-निराशा या एकरसता जैसी नकारात्मक भावनाओं को समाप्त कर नीरस बनने से बचाने का काम भी करता है।

जनसंचार के विविध माध्यम सूचना, शिक्षा एवं मनोरंजन के तत्वों के समावेश के कारण इसे 'इनफोटेनमेंट' (Infotainment) भी कह दिया जाता है। 'इनफोटेनमेंट' अंग्रेजी का मिश्र शब्द है, जो 'Information' और 'Entertainment' से मिलकर बना है।

जनसंचार के माध्यम, सूचना, शिक्षा और मनोरंजन के साथ-साथ राष्ट्रीय एकता और विकास की प्रक्रिया में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। सिर्फ इतना ही नहीं, वे सामाजिक परिवर्तन तक के आधार सिद्ध हो जाते हैं। वास्तव में जनसंचार को भाषा के जरिए भाव, संवेदना, संदेश, सूचना, तथ्य, ज्ञान, शिक्षा और मनोरंजन आदि को संप्रेषित करने की व्यवस्था अथवा प्रक्रिया स्वीकार किया जाता है।

1.4.2 जनसंचार का वैशिष्ट्य

जनसंचार की अपनी कुछ विशेषताएँ भी हैं। इन पर विचार करते हुए डॉ. दंगल झाल्टे ने जनसंचार की जिन विशेषताओं का उल्लेख किया है, वे इस प्रकार हैं :

1. जनसंचार की सबसे प्रमुख विशेषता है कि यह साधारण जनता के लिए होता है, अर्थात् यह विशेष वर्ग के लिए नहीं होता।
2. जनसंचार की दूसरी विशेषता यह है कि यह अपना संदेश तीव्रतम गति से गंतव्य तक पहुँचाता है। समाचार-पत्र, रेडियो तथा टेलीविजन के माध्यम से तीव्र गति से कोई भी संदेश जनसामान्य तक पहुँचाया जा सकता है।
3. जनसंचार का माध्यम लिखित या मौखिक कोई भी हो सकता है। मौखिक में भाषण या वक्तव्य द्वारा और लिखित में समाचार पत्र-पत्रिकाएँ आती हैं।
4. जनसंचार प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष हो सकता है। प्रत्यक्ष रूप से जनता के समक्ष खड़े होकर संदेश दिया जा सकता है। अप्रत्यक्ष रूप से पर्दे के पीछे रहकर जनता को संदेश दिया जा सकता है।
5. जनसंचार की सबसे प्रमुख विशेषता यह है कि इसमें जनसामान्य की प्रतिक्रिया का पता चल जाता है।
6. जनसंचार का प्रभाव गहरा होता है और उसे बदला भी जा सकता है।

1.5 जनसंचार माध्यमों के प्रकार

जनसंचार का आरंभ मानव के विकास के लंबे इतिहास से जोड़कर देखा जा सकता है। इस विकास में आप उस समय की कल्पना कीजिए जब भाषा नहीं थी और लोग अपनी बात कहने के लिए हाव-भाव, इशारों अथवा चित्रों आदि का उपयोग करते थे। मनुष्य ने समूह में रहने सीखने के साथ जनसंचार का उपयोग करना शुरू कर दिया था। अपनी आरंभिक अवस्था में मानव/आदिमानव ने अपनी जरूरतों को पूरा करने के लिए कई तरह की आवाजों, हाव-भावों और संकेतों के जरिए संचार करना शुरू किया। लेकिन मानव सभ्यता के विकास के साथ-साथ संचार के माध्यमों में भी धीरे-धीरे परिवर्तन आता गया। इसके लिए खतरों की चेतावनी रूपी संदेशों के लिए चित्र खींचना, धूम-संकेत, संगीत-नृत्य और ढोल-नगाड़ों की गूँज का इस्तेमाल किया जाता था। यानी इन्हें संदेशों के आदान-प्रदान के माध्यम के रूप में व्यवहार में लाया जाता था। संचार की इन पद्धतियों से किए जाने वाले संचार की गति काफी धीमी थी और घोड़ों-कबूतरों आदि के प्रयोग के बावजूद सीमित था। लेकिन, समाज के उदय और विकास के साथ-साथ सूचनाओं आदि के आदान-प्रदान का बढ़ना उत्तरोत्तर जारी रहा। आज भी समुद्री यात्रा में संकट की स्थिति में धूम-संकेतों के जरिए संप्रेषण स्थापित करने को व्यवहार में लाए जाते हुए देखा जा सकता है।

कालांतर में संप्रेषण के सबसे सशक्त माध्यम 'भाषा' के जन्म और विकास ने तो संचार की दुनिया को ही बदल डाला। कहा तो यह जाता है कि मनुष्यों ने भाषा के माध्यम से विचारों का आदान-प्रदान सिर्फ 35 हजार वर्ष पूर्व ही शुरू किया था। फिर, आगे चलकर पाँच-सात हजार वर्ष पूर्व लेखन के रूप में लिपि के विकास ने भी मानव-ज्ञान में अभिवृद्धि की। लिपि ने तो संचार को स्थायित्व प्रदान करने में अभूतपूर्व भूमिका निभाई। लिखित माध्यमों का प्रयोग, जनसंचार के विकास में पहला क्रांतिकारी परिवर्तन सिद्ध हुआ। लेकिन, मानव सभ्यता के विकास के इस चरण तक संचार की गति धीमी थी और इसे कबूतर जैसे पक्षियों और घोड़े-ऊँटों जैसे जानवरों की सहायता से लिखित सामग्री को संप्रेषित किया जाता था।

माना जाता है कि चीन में नौवीं शताब्दी में छपाई का काम शुरू हुआ और यूरोप में पंद्रहवीं सदी में। सोलहवीं सदी में विश्व के अनेक देशों में अखबार निकलने शुरू हो गए थे। औद्योगिक क्रांति के साथ संचार को भी नए-नए आयाम मिलने शुरू हो गए। समय के साथ-साथ वैज्ञानिक अन्वेषणों से लिखित भाषा का 'मुद्रित माध्यम' के रूप में यांत्रिक विस्तार हुआ। इस विस्तार को लकड़ी के टप्पे, हाथ की मशीन, विद्युतचालित मशीन, लेटर प्रेस, ऑफसेट प्रेस, रोटरी मशीन, फोटो ऑफसेट मशीन आदि के रूप में छपाई की पद्धति में अनेक परिवर्तन हुए। इन परिवर्तनों को मुद्रण माध्यमों के विकास के रूप में देखा जा सकता है। लिखित माध्यमों का यह प्रयोग-व्यवहार, जनसंचार के विकास में पहला क्रांतिकारी परिवर्तन सिद्ध हुआ था।

जनसंचार के क्षेत्र में दूसरे महत्वपूर्ण परिवर्तन – संप्रेषण में आवाज (श्रव्य) के सफलतापूर्वक प्रयोग का महत्वपूर्ण योगदान रहा। यह प्रयोग 'रेडियो' के रूप में विज्ञान के आविष्कार था। वहीं अगले महत्वपूर्ण चरण को श्रव्य के साथ दृश्य के समायोजन के रूप देखा जा सकता है। यह हमें टेलीविजन और सिनेमा के रूप में प्रभावी नजर आता है। जनसंचार के इस विकासक्रम में टेलीग्राफ, टेलीफोन, वायरलेस, कंप्यूटर, कृत्रिम उपग्रह के आविष्कार आदि तकनीकी विकास वास्तव में जनसंचार के क्षेत्र में क्रांतिकारी माध्यम सिद्ध हुए। मुद्रण माध्यमों से शुरू हुए तकनीकी विकास की दूरसंचार के युग की शुरुआत की परिणति ने संचार के तीव्रतम साधनों के व्यवहार और आविष्कार का मार्ग प्रशस्त किया।

इस प्रकार यह कहा जा सकता है कि मानव-सभ्यता के विकास के साथ-साथ जनसंचार के माध्यमों का उत्तरोत्तर विकास हुआ है और पीढ़ी-दर-पीढ़ी विकसित होता हुआ आधुनिक माध्यम तक पहुँचा है। इसे ध्यान में रखते हुए जनसंचार माध्यमों को मुख्य रूप से दो वर्गों में विभाजित किया जाता है – (1) परंपरागत जनसंचार माध्यम; और (2) आधुनिक जनसंचार माध्यम।

1.5.1 परंपरागत जनसंचार माध्यम

परंपरागत जनसंचार माध्यम, मनुष्य को पीढ़ी-दर-पीढ़ी उत्तराधिकार के रूप में मिले माध्यम हैं। ये श्रव्य, दृश्य और श्रव्य-दृश्य रूप में व्यवहृत होते नजर आते हैं। लोकगीत, लोककथा, लोक-नाट्य, लोक नृत्य, लोक-कलाएँ, लोक रंगमंच, ललित कलाएँ (जैसे गीत, संगीत आदि), उत्सव, पर्व, मेले, मूर्तिकला (अजंता-एलोरा आदि), वास्तुकला (खजुराहो मंदिर, कोणाक्र का सूर्य मंदिर, गया का विष्णुपद मंदिर) आदि परंपरागत जनसंचार माध्यम हैं।

इन विविध परंपरागत माध्यमों के आगे विभिन्न रूप भी हमें देखने को मिलते हैं। जैसे, तमाशा, नौटंकी, रामलीला, कठपुतली, स्वांग आदि 'लोक नाट्य' के विभिन्न रूप हैं तो गोदना, मधुबनी पेंटिंग, राजस्थानी चित्रकलाएँ, काँगड़ा शैली, ब्रज की माँझी आदि विभिन्न प्रकार की लोककलाएँ हैं। इसी तरह, भारत के प्रसिद्ध शास्त्रीय नृत्य कथक, भरतनाट्यम, मणिपुरी, कुचिपुड़ी और कथकली आदि भी पारंपरिक संचार माध्यमों के अंतर्गत आते हैं, जिन्हें प्राचीन लोक-कथाओं में निहित संदेशों को संगीत, वाद्य और अभिनय मुद्राओं के साथ प्रस्तुत किया जाता है। लोक गीतों का मंडलियों में गायन हो या फिर कृषि कार्य, ऋतुओं के उल्लास और माँगलिक पर्वों पर प्रस्तुत किए जाने वाले लोक नृत्य भी पारंपरिक संचार से ही जुड़े हैं। पंजाब का भांगड़ा, महाराष्ट्र की लावणी और गुजरात का गरबा पारंपरिक समूह संचार का प्रमाण है, जो आज के भी भारतीय समाज के लोकजीवन का अंग बना हुआ है। सिर्फ इतना ही नहीं, परंपरा में हमें संदेश प्रेषित करने के लिए कबूतर, तोता, मैना आदि विभिन्न प्रकार के पक्षियों के प्रयोग की भी प्रवृत्ति रही है, जो संवाद प्रेषण के लिए आज भी कहीं न कहीं साधन के रूप में व्यवहार में लाए जा रहे हैं।

हालाँकि विज्ञान जगत में हुई उल्लेखनीय प्रगति और विकास के कारण संचार के साधन अत्याधुनिक हो गए हैं और अत्याधुनिक साधन-उपकरणों ने संचार में अभूतपूर्व तीव्रता ला दी है। इसलिए पारंपरिक साधन प्राचीन बन चुके हैं। लेकिन, इसके बावजूद, परंपरागत माध्यम आज भी अपना अस्तित्व, प्रासंगिकता एवं क्रियाशीलता बनाए हुए हैं; किसी न किसी रूप में इनका इस्तेमाल होते नजर आ ही जाते हैं।

1.5.2 आधुनिक जनसंचार माध्यम

आधुनिक युग में व्यापक वैज्ञानिक अन्वेषणों से मानव-सभ्यता का चहुँमुखी विकास हुआ है। इस विकास के कारण संचार के क्षेत्र को भी नए आयाम प्राप्त हुए हैं। फलस्वरूप संचार के अनेक रूप हमारे सामने उभरे हैं, जिन्हें जनसंचार के आधुनिक माध्यम कहा जा सकता है। इन आधुनिक माध्यमों में से कुछ केवल लिखित रूप में संप्रेषण का माध्यम हैं, कुछ केवल श्रव्य रूप का और कुछ में दृश्य एवं श्रव्य दोनों साधनों का उपयोग किया जाता है। इनमें से लिखित माध्यम का संबंध मुद्रण से है और दृश्य-श्रव्य माध्यमों का इलेक्ट्रॉनिक माध्यम से। ध्यान देने की बात यह है कि इस विकासक्रम में पहले मुद्रण माध्यम का विकास हुआ और बाद में इलेक्ट्रॉनिक माध्यम का। इन माध्यमों के बारे में

आप अगली इकाइयों में अध्ययन करेंगे। यहाँ केवल इन आधुनिक जनसंचार माध्यमों से आपको संक्षेप में परिचित कराया जा रहा है।

जनसंचार माध्यम :
संकल्पना एवं स्वरूप

‘मुद्रण माध्यम’ (print media) का लिखित जनसंचार में प्रयोग किया जाता है। समाचार—पत्र, पत्रिकाएँ, पुस्तकें, जर्नल, पोस्टर, पम्फलेट, होर्डिंग आदि मुद्रित रूप वाले ‘लिखित जनसंचार माध्यम’ हैं। इसे ‘प्रेस’ अर्थात् ‘छापाखाना’ भी कहते हैं। संचार के विभिन्न माध्यमों में से यह सर्वाधिक प्राचीन माध्यम है।

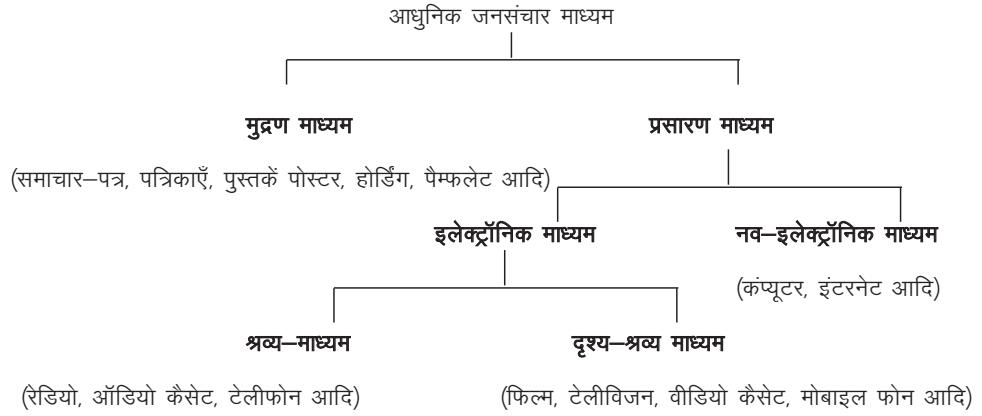
इलेक्ट्रॉनिक माध्यम (electronic media) का संबंध इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों की सहायता श्रव्य और दृश्य संचार से है। रेडियो **‘श्रव्य जनसंचार माध्यम’ (audio media -AM)** है। **‘दृश्य—श्रव्य जनसंचार माध्यमों’ (audio-visual media -AVM)** के अंतर्गत सिनेमा, टेलीविजन और वीडियो आदि शामिल हैं। इन्हें **‘प्रसारण माध्यम’** भी कहा जाता है।

विशेष बात यह है कि सिनेमा—टेलीविजन आदि इन इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों का स्वरूप भी तेजी से परिवर्तित हो रहा है और नए—नए इलेक्ट्रॉनिक माध्यम विकसित हो रहे हैं। लगातार विकसित होती जा रही कंप्यूटर, उपग्रह एवं डिजिटल प्रौद्योगिकी के कारण जनसंचार के क्षेत्र में व्यवहार में लाई जाने वाली नई संचार प्रौद्योगिकी के कारण मीडिया की भूमिका बदल रही है। पहले मुद्रण की नई तकनीक विकसित होने में वर्षों लग गए थे, किंतु आज इलेक्ट्रॉनिक माध्यम वाली जनसंचार की नई—नई तकनीकों का तीव्र गति से विकास हुआ है। तीव्र गति से विकसित हो रही इन नई तकनीकों के कारण रेडियो जैसे श्रव्य माध्यम और फिल्म—टेलीविजन जैसे दृश्य—श्रव्य माध्यमों को कंप्यूटर, इंटरनेट जैसे इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों से चुनौती मिल रही है। यही कारण है कि इन नव—विकसित तकनीकों को **‘नव—इलेक्ट्रॉनिक माध्यम’** की संज्ञा दे दी गई है। भाषा में संक्षिप्तता लाते हुए नव—इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों को ‘नव—माध्यम’ भी कह दिया जाता है, जो वस्तुतः नव—इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के ही द्योतक हैं।

इलेक्ट्रॉनिक और नव—इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के जरिए प्रस्तुत किए जाने वाले संदेश को रेडियो—टेलीविजन जैसे इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों की सहायता से फैलाया जाता है, प्रसारित किया जाता है। इसलिए इन्हें ‘प्रसारण माध्यम’ भी कह दिया जाता है। हालाँकि इन माध्यमों में से सर्वप्रथम रेडियो का आविष्कार हुआ था, इसलिए ‘Broadcast’ (प्रसारण) शब्द को व्यवहार में लाया जाता था। आगे चलकर, टेलीविजन तकनीक के विकास के बाद उसके जरिए प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों के संदर्भ में अंग्रेजी में ‘Telecast’ शब्द का प्रयोग किया जाने लगा। रेडियो या टेलीविजन के जरिए ध्वनि संकेतों के जरिए प्रसारण किया जाता है। ये ध्वनि संकेत, वायु तरंगों के साथ सभी दिशाओं में प्रसारित होते हैं, जिन्हें उस विशेष आवृत्ति के लिए समस्वरित रेडियो सेट या अन्य ध्वनि ग्राह्य यंत्र प्राप्त कर पाने योग्य होते हैं।

अंग्रेजी के ‘ब्रॉडकास्ट’ और ‘टेलीकास्ट’ शब्दों के प्रतिशब्द के रूप में हिंदी में ‘प्रसारण’ शब्द को ही व्यवहार में लाया जा रहा है। भारत सरकार के वैज्ञानिक तथा तकनीकी शब्दावली आयोग ने इसी ‘प्रसारण’ शब्द को स्वीकार किया हुआ है। उल्लेखनीय है कि नई—नई तकनीकों के प्रयोग से मीडिया को जो नई दिशाएँ प्राप्त हो रही हैं, उसकी वजह से इलेक्ट्रॉनिक माध्यम विस्तार पाते जा रहे हैं। यही कारण है कि ‘ब्रॉडकास्ट’ और ‘टेलीकास्ट’ की तर्ज पर नव—विकसित इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के जरिए प्रसारण के कारण ‘वेबकास्ट’ जैसे शब्द भी व्यवहार में लाए जा रहे हैं और ऑनलाइन, या डी.टी.एच. आदि के रूप में प्रसारण हो रहे हैं। वैसे, इतना तो अवश्य है कि मुद्रण माध्यम के अलावा, अन्य सभी माध्यमों के लिए ‘प्रसारण’ शब्द भी प्रयुक्त किया जाता है।

कुल मिलाकर यही कहा जा सकता है कि इलेक्ट्रॉनिक और नव-इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों का संबंध लक्षित श्रोता अथवा दर्शक वर्ग के लिए प्रसारित किए जाने वाले प्रसारण से है। इस लक्षित वर्ग की रेडियो, टेलीविजन या कंप्यूटर आदि आधुनिक उपकरण विशेष की सहायता से प्रसारण तक पहुँच संभव हो पाती है। अब तक की गई चर्चा के आधार पर आधुनिक जनसंचार माध्यमों का निम्नलिखित प्रकार से आरेखीय निरूपण संभव है :



1.5.3 जनसंचार के विविध माध्यमों का मिश्रित व्यवहार

जनसंचार के इन विविध प्रकारों के बारे में संक्षेप में जानने के लिए आपकी जानकारी के लिए यह बताना भी जरूरी है कि नई संचार प्रौद्योगिकी के विकास की वजह से इन सभी माध्यमों को स्वतंत्र रूप से और मिला-जुलाकर प्रयोग करते हुए कारगर ढंग से इस्तेमाल में भी लाया जा रहा है। उदाहरण के लिए, श्रव्य माध्यम के अंतर्गत रेडियो प्रसारण में 'फोन-इन' कार्यक्रम का प्रसारण, समाचार-पत्रों को सक्षम बनाने में टेलीप्रिंटर, टेलेक्स, टेलीकॉपियर का प्रयोग, कंप्यूटर की सहायता से टेलीटेक्स्ट प्रणाली, वीडियो टेक्स्ट, इंटरनेट, ऑनलाइन डाटाबेस, इलेक्ट्रॉनिक बुलेटिन कार्ड, ऑडियो टेक्स्ट, केबल टेक्स्ट, इलेक्ट्रॉनिक अखबार, फैंक्स आदि वस्तुतः जनसंचार माध्यमों के विकास की परिणति हैं।

जनसंचार के क्षेत्र में विकास की गति केवल इन्हीं प्रौद्योगिकीय उपकरणों तक ही सीमित नहीं रह गई है। विकास की यह गति जनसंचार माध्यमों के विविध प्रकारों और उनके स्वरूप में भी परिवर्तन ला रही है, उन्हें दिनोंदिन नए-नए आयाम प्राप्त हो रहे हैं। जैसे, समाचार पत्रों को कंप्यूटर द्वारा टाइपसेट करके बहुरंगी चित्रों के साथ निकाला जा रहा है जिससे उनका रंग-रूप ही बदल गया है। और, इंटरनेट की बात करें तो इसने प्रिंट मीडिया को इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में बदल दिया है। मुद्रित रूप में नजर आने वाले विभिन्न समाचार-पत्रों के ई-संस्करण इसका प्रमाण हैं। इसी तरह से मुद्रित पुस्तकों की 'ई-बुक' के रूप में उपलब्धता का भी उल्लेख किया जा सकता है। वहीं, नव-इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के रूप में कंप्यूटर और इंटरनेट जनसंचार माध्यमों के इस विकास एवं एकीकरण में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। नव इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के ट्विटर, फेसबुक, ब्लॉग आदि रूप संचार का विस्तार कर रहे हैं और दूरगामी प्रभाव डाल रहे हैं।

कुल मिलाकर यही यह जा सकता है कि वैज्ञानिक और प्रौद्योगिकीय प्रगति के कारण आज के समय में जनसंचार के विविध माध्यमों में स्पष्ट रूप में सम्मिलन नजर आ रहा है, उनकी प्रकृति में नयापन आ रहा है। अनुमान यह भी लगाया जा सकता है कि निकट भविष्य में जनसंचार के विकास की गति और तीव्र होगी और उन्हें नए-नए आयाम प्राप्त होंगे।

1.6 जनसंचार माध्यम और भाषा

अब तक किए गए अध्ययन से आपको यह स्पष्ट हो गया है कि संचार का सीधा-सा अर्थ यह माना जाता है कि अपने भावों और विचारों आदि को दूसरों तक पहुँचाना और दूसरों के विचारों आदि को ग्रहण करना। विचारों को भाषिक एवं भाषेतर माध्यमों से संप्रेषित किया जाता है। भाषिक माध्यम, भाषा पर आधारित होते हैं और ये मूलतः मौखिक अथवा लिखित होते हैं। वहीं, भाषिकेतर माध्यम में संकेत, स्पर्श, मुख मुद्रा यानी आंगिक भाषा का प्रयोग किया जाता है। भाषिक माध्यम से प्रत्यक्ष अथवा परोक्ष स्थितियों में संप्रेषण संभव हो जाता है, जबकि भाषेतर माध्यमों के जरिए संप्रेषण केवल प्रत्यक्ष स्थिति में (यानी आमने-सामने) ही संभव हो पाता है। लेकिन इतना तो अवश्य ही है कि इन दोनों ही माध्यमों में विषय-वस्तु के साथ-साथ वक्ता/लेखक और श्रोता/पाठक/दर्शक का होना अनिवार्य है। मौखिक या उच्चरित होने के कारण भाषा में बलाघात, अनुतान, सुर आदि अप्रत्यक्ष तत्वों का समावेश, संप्रेषण को प्रभावशाली बनाने में सहायक होता है। वहीं, दूसरी ओर, भाषा के लिखित रूप में इस प्रकार के समावेश के लिए विभिन्न युक्तियों को भी व्यवहार में लाया जाता है। अपने अस्तित्व में आने के बाद भाषा – भले ही वह लिखित रूप लिए हो या फिर मौखिक – संप्रेषण का सबसे सशक्त माध्यम बन गई है।

संचार के आधार में किसी भी माध्यम से ही, लेकिन कथ्य या संदेश रूपी सूचना, विचार और मनोरंजन को जन-सामान्य तक पहुँचाना, उनका प्रचार-प्रसार करना है। संचार की प्रक्रिया की पूर्ण सफलता इस बात पर निर्भर करती है कि माध्यम के द्वारा संदेश, प्राप्तकर्ता तक कैसे का वैसा (यथावत) पहुँचे। लेकिन, यह भी स्वीकार्य तथ्य है कि संदेश समझने-समझाने में बाधाएँ भी उत्पन्न होती हैं, विशेष तौर पर भाषिकेतर माध्यमों से। संचार के माध्यम के रूप में 'भाषा' और उसके सही-सही प्रयोग का बहुत महत्व होता है। इसीलिए भाषा के बिना व्यापक प्रसार संभव नहीं। इसी कारण से यह स्वीकार किया जाता है कि संचार के लिए भाषा एक आवश्यक माध्यम है। विशेष यह है कि इसमें भाषा न केवल जरूरी है बल्कि उसका संप्रेषणीय होना सर्वाधिक महत्व रखता है।

भाषा का व्यवहार, संचार के रेडियो, टेलीविजन, पत्र-पत्रिकाएँ आदि विभिन्न मुद्रित और इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के रूप में नजर आता है। जनसंचार के इन माध्यमों के अनुरूप उसके लिए प्रयुक्त की जाने वाली भाषा, उसका स्वरूप और महत्व बदलता रहता है। उदाहरण के लिए, रेडियो की भाषा का मूल आधार उसका 'श्रव्यत्व' अर्थात् भाषा का श्रव्य होना है। इसमें भाषिक अभिव्यक्ति के दौरान वाक् (speech), ध्वनि प्रभाव (Sound effects), और मौन (silence) आधार बनते हैं तो टेलीविजन की भाषा, दृश्य, शब्दों, हाव-भाव, संगीत और मौन आदि के जरिए अभिव्यक्ति पाती है। यानी जनसंचार के विविध माध्यमों-रूपों में भाषिक अभिव्यक्ति एकसमान नहीं होती; प्रत्येक रूप के लिए अलग-अलग प्रकार की भाषा की जरूरत होती है। जैसे, किसी प्राकृतिक दृश्य का वर्णन लिखित माध्यम में करना हो तो उस दृश्य का विस्तार से वर्णन करना होगा। जबकि, रेडियो में कुछ दृश्य-वर्णन का अंदाजा सुनकर भी संभव हो पाता है। और टेलीविजन जैसे माध्यम में इसे विस्तार से वर्णित करने के स्थान पर दृश्य दिखाकर संप्रेषण किया जा सकता है। इस तरह, तुलनात्मक दृष्टि से, यह कह सकते हैं कि अन्य माध्यमों की तुलना में लिखित माध्यमों में भाषा का महत्व सर्वाधिक होता है। जैसे, समाचार पत्र-पत्रिकाओं आदि मुद्रित माध्यम की तुलना में रेडियो जैसे श्रव्य माध्यम में भाषा का महत्व कम है। इसी तरह, फिल्म-टेलीविजन आदि दृश्य-श्रव्य माध्यम में भाषा की भूमिका, अन्य दोनों माध्यमों की तुलना में और भी कम है। जनसंचार के विविध माध्यमों की विधाएँ भी अलग-अलग हैं और उनमें क्षेत्रगत विभिन्नता भी पाई जाती है। उदाहरण

के लिए, रेडियो और टेलीविजन विधा में शब्दों के शुद्ध उच्चारण का विशेष महत्व है तो समाचार-पत्र आदि मुद्रित माध्यम में शब्दों की सही-सही वर्तनी के प्रयोग का। जनसंचार माध्यमों का संबंध राजनीतिक, सामाजिक-सांस्कृतिक, आर्थिक, व्यावसायिक, विज्ञान-प्रौद्योगिकी, खेल, सिनेमा, स्वास्थ्य, पर्यावरण आदि मानव जीवन की सामाजिक जीवनचर्या के सभी पक्षों से है। इसलिए हमें इन पक्षों के अनुरूप भाषा के विविध रूप और अभिव्यक्तियाँ (प्रयुक्तियाँ) भी मिलती हैं। इसलिए किसी एक माध्यम के जरिए किए जाने वाले जनसंचार के इन पक्षों की भाषा में भी परस्पर अंतर नजर आता है। भाषा का यह अंतर जनसंचार की विभिन्न विधाओं के स्तर पर भी देखा जाता है। जैसे, समाचारों की भाषा और संपादकीय की भाषा में अंतर या फिर विज्ञापनों की भाषा का उल्लेख किया जा सकता है, जो स्वयं में विशिष्ट प्रकार की होती है।

भाषा के प्रयोग के स्तर पर जनसंचार के विविध माध्यमों में क्षेत्रगत भिन्नता नजर आती है, लेकिन भाषा की सरलता, सहजता और सजीवता के साथ-साथ शैली की रोचकता जैसे कुछेक सामान्य पक्षों का समावेश मीडिया के किसी भी माध्यम की भाषा में व्याप्त होना अनिवार्य माना जाता है। बोलचाल की भाषा से निकटता सभी प्रकार के जनसंचार माध्यमों की भाषा की विशेषता हैं। भाषा में बोलचाल की रवानगी लाने और उसे कायम करने के लिए मीडिया की भाषा में कई स्तरों पर विचलन नजर आता है। जरूरत को ध्यान में रखते हुए प्रचलित शब्दावली का प्रयोग करते हुए औपचारिक भाषा को व्यवहार में लाना, मिली-जुली (संकर) भाषा और हिंदी के अलावा, संस्कृत, उर्दू, अंग्रेजी के और यहाँ तक कि अन्य भाषाओं के प्रचलित शब्दों का प्रयोग, कहावतों-मुहावरों एवं मिथकों आदि का व्यवहार, छोटे-छोटे वाक्य प्रयोग, तथ्यों की कड़ी को उपयुक्त रीति-नीति से संगठित कर प्रस्तुत करना, और संक्षिप्ताक्षरों का भरपूर प्रयोग मीडिया में सहज रूप से स्वीकार्य है। इसीलिए मीडिया की भाषा, सही अर्थों में 'हिंदुस्तानी भाषा-व्यवहार' का क्षेत्र है।

मानव-मस्तिष्क की यह सहज प्रवृत्ति है कि वह किसी भी भाव-विचार आदि को सुनकर ग्रहण करते समय उनमें एक निश्चित सीमा तक ही परस्पर संबंध जोड़ पाता है। सरल शब्दों में कहा जाए तो वह आम तौर पर पिछले आठ-दस शब्दों को ही तत्काल याद रख पाता है। शब्दों की सिर्फ संख्या ही नहीं, कठिन शब्दों के संदर्भ में भी यह स्वीकार्य तथ्य है कि इस प्रकार के शब्दों वाले वाक्यों को अक्षरशः याद रखना मुश्किल होता है। वहीं, यह भी सही है कि यदि वाक्य बहुत लंबा होगा तो पाठक, दर्शक अथवा श्रोता को व्यक्त भावों की कड़ियाँ जोड़ने में कठिनाई होती है। इसलिए छोटे-छोटे वाक्य प्रयोग और प्रचलित शब्दों का प्रयोग आदि का खास ध्यान रखा जाता है। इसलिए जनसंचार की भाषा में हमें कहीं-कहीं भाषा के व्याकरणिक नियमों का अतिक्रमण, सरल शब्द प्रयोग, शब्दों के नए प्रयोग या नए-नए शब्द गढ़ना, शब्दों एवं अभिव्यक्तियों को नए-नए संदर्भ देना जैसे प्रयास भी सहज रूप से व्यवहार में लाना नजर आता है। वास्तव में, मीडिया में भाषा संबंधी प्रयोगधर्मिता को खुले मन से स्वीकार किया जाता है। इस आधार पर हम कह सकते हैं कि भाषा के स्तर पर विस्तार, प्रयोगधर्मिता, लचीलापन और बोधगम्यता आदि विविध तत्व-आयाम संचार माध्यमों की भाषा को विशिष्टता प्रदान करते हैं। मीडिया की भाषा के इस वैशिष्ट्य को, परोसी जाने वाली सामग्री के सृजन, उसका संपादन करते हुए 'नवसृजन' और अनुवाद करते हुए 'अनुसृजन' के समय बनाए रखा जाता है।

भाषा प्रयोग के स्तर इस प्रकार के प्रयासों का मूल कारण यह है कि संचार माध्यमों की भाषा का प्रयोक्ता वर्ग 'जन-सामान्य' है, न किसी विशिष्ट प्रयोक्ता-वर्ग। जब हम सामान्यजन की बात करते हैं तो उसके अंतर्गत समाज के सभी वर्गों के लोग शामिल माने जाते हैं। वे भाषा विशेष की न्यूनतम जानकारी रखने वाले भी हो सकते हैं और

भाषा के विद्वान भी। यही कारण है कि अनुवाद करते समय प्रयोक्ता वर्ग के अनुरूप, भाषा को ढालकर व्यवहार में लाया जाता है। इसी आधार पर संचार माध्यमों की भाषा में क्लिष्ट प्रयोग से बचने एवं उसके सहज पठनीय एवं प्रवाहमयी रूप को केंद्र में रखा जाता है। पठनीयता से दूरी, अस्पष्ट उद्देश्य, भाषा की दुरुहता और शैली में एकरसता आदि पक्ष, किसी भी संचार माध्यम के लिए प्राण-घातक सिद्ध होते हैं। यही कारण है कि प्रयोक्ता वर्ग की भिन्नता आदि आयामों के कारण संचार माध्यमों की भाषा, साहित्यिक भाषा अथवा तकनीकी लेखन की भाषा से भिन्न स्वरूप की होती है, किंतु वह एकदम आमफहम भी नहीं होती।

संचार माध्यम और भाषा का अंतर्संबंध स्पष्ट रूप से यही संकेत करता है कि भाषा, जनसंचार माध्यमों को संप्रेषणीय बनाने का कार्य करती है; इसके बिना किसी भी जनसंचार का लक्ष्य प्राप्त नहीं किया जा सकता। भाषा वह महत्वपूर्ण कारक है जो जनसंचार माध्यमों की उपयोगिता को बढ़ाने और उनके महत्व को प्रमाणित करती है। वास्तव में भाषा, जनसंचार की रीढ़ है। संचार माध्यमों की भाषा की अपनी विशिष्टताएँ होती हैं, जिसे मूल लेखन और अनुवाद के स्तर पर बनाए रखना अनिवार्य रूप से अपेक्षित होता है।

1.7 अनुवाद और जनसंचार माध्यम : प्रकृतिगत समानता

अनुवाद और मीडिया का आपस में घनिष्ठ संबंध है। इनकी आपसी संबद्धता का आधार इनके कार्य और गुणधर्म में समानता है। इन दोनों का कार्य एकसमान है क्योंकि ये दोनों ही 'संप्रेषण' करते हैं और इसे करने का माध्यम 'भाषा' बनती है। भाषा के जरिए किया जाने वाला यह संप्रेषण ही दोनों में एक प्रकार से संवाद स्थापित करता है। जनसंचार माध्यमों की अपनी भाषा होती है, जिसके जरिए वे अपने लक्ष्य उपयोक्ता वर्ग से जुड़ते हैं। यह भाषा, मनुष्य की प्राकृतिक भाषा होती है जिन्हें हम हिंदी, पंजाबी, तमिल, तेलुगु, मराठी, बांग्ला, अंग्रेजी, जर्मन, जापानी, स्पैनिश आदि नामों से जानते हैं। इनमें से मीडिया किसी एक भाषा-विशेष के जरिए अपने लक्षित उपयोक्ताओं तक पहुँचता है और उनसे संवाद स्थापित करता है। अनुवाद, मीडिया के लिए संवाद भाषा का काम करते हैं।

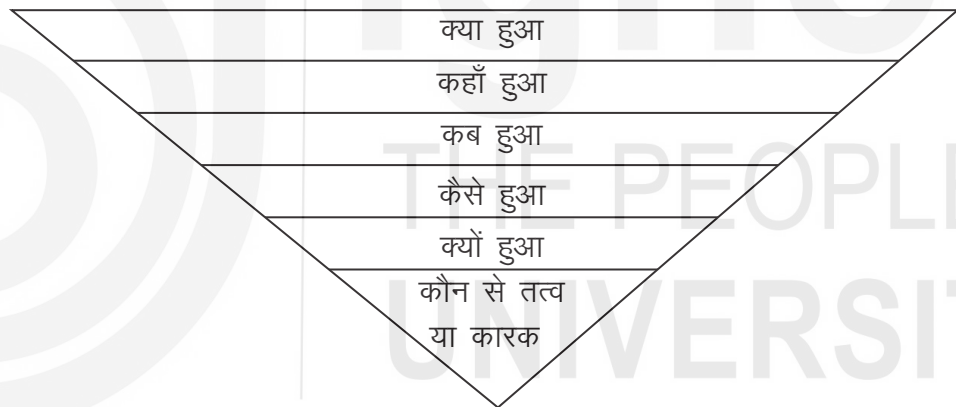
अनुवाद के बारे में स्वीकार किया जाता है कि यह 'परकाया प्रवेश' है; अनुवाद करते समय अनुवादक को मूल सामग्री की काया में मानसिक स्तर पर प्रवेश करना पड़ता है। वैसी ही स्थिति मीडिया की भी है। अनुवाद की तरह ही, मीडिया भी 'परकाया प्रवेश' है। जिस तरह अनुवादक अपने अस्तित्व को भुलाकर मूल के लेखक के विचार, कल्पना और भावों के साथ तादात्म्य स्थापित करके अनुवाद कर्म करता है उसी तरह संचार माध्यमों के क्षेत्र में अनुवाद करने वाले की भी यही कोशिश रहती है कि वह अनूदित सामग्री को सहज संप्रेषणीय रूप प्रदान करते हुए लक्षित वर्ग (पाठक, श्रोता या दर्शक) के समक्ष सरल और सुबोध भाषा में प्रस्तुत करता है।

इसी तरह यह भी स्वीकार्य तथ्य है कि जिस तरह अनुवाद किन्हीं दो भाषाओं, संस्कृतियों और परिवेशों के बीच सेतु बंधन का कार्य करता है वही कार्य मीडिया भी करता है। अनुवाद, दो भाषाओं और उसके प्रयोक्ता वर्ग को जोड़ने वाले संपर्क सेतु का काम करता है। उसी तरह, मीडिया भी स्रोत और श्रोता/दर्शक/पाठ के बीच सेतु निर्माण का काम करता है। 'मीडिया' शब्द अपने आप में ही 'दो बिंदुओं को जोड़ने वाला' के अर्थ को व्यक्त करता है और जनसामान्य से संपर्क में यह स्रोत और लक्ष्य वर्ग (अर्थात् सूचना प्राप्तकर्ता) रूपी दो बिंदुओं को जोड़ता है। मीडिया भी घटनाओं आदि के विवरण को संकलित-संपादित और अनूदित कर लक्षित वर्ग के सामने प्रस्तुत करता है। यह अनुवाद

और मीडिया ही है जिनके माध्यम से हम देश-काल और भाषाओं की सीमाओं से ऊपर उठकर सूचनाओं और जानकारियों को अपनी भाषा में प्राप्त कर पाने योग्य हो पाते हैं।

अनुवाद कर्म की सफलता इसमें स्वीकार की जाती है कि अनूदित पाठ, लक्ष्य भाषा-भाषियों को सहज रूप से संप्रेषणीय हो। यानी अनूदित पाठ की संप्रेषणीयता, अनुवाद की मूलभूत और सर्वाधिक प्रयोजनीयता स्वीकार की जाती है। पाठ में संप्रेषणीयता के अभाव में अनुवाद का उद्देश्य ही खंडित हो जाता है। यदि अनूदित पाठ सहज संप्रेषणीय न हो तो अनुवाद का प्रयोजन ही निष्फल हो जाता है। संप्रेषणीयता के संदर्भ में जनसंचार माध्यमों की भी यही स्थिति है। जनसंचार के माध्यमों से प्रेषित किए जाने वाले संदेश-विचार आदि का संबंध जन-सामान्य से होता है। इसलिए उनका संप्रेष्य होना अनिवार्य होता है, अन्यथा जनसंचार का प्रयोजन निष्फल हो जाएगा।

मीडिया और अनुवाद की समानधर्मिता के ये आयाम मीडियाकर्मी और अनुवादक की कर्मशीलता को भी आपस में संबद्ध करते हैं। मीडिया में अंग्रेजी के '5W & 1H' तथा हिंदी के 'छह ककार' के सिद्धांत को अपनाकर सूचना को संप्रेषित करने का काम किया जाता है। '5W & 1H' का अर्थ है – what, when, where, why, who और how। इसे अगर हिंदी में कहें तो 'छह ककार' हैं – 'क्या', 'कब', 'कहाँ', 'क्यों', 'कौन' और 'कैसे' के संदर्भ में सूचना को प्रस्तुत करना। इसका अर्थ यह है कि सबसे अधिक महत्वपूर्ण तथ्य या सूचना आदि को सबसे पहले प्रस्तुत करना और उसके बाद क्रमशः घटते महत्व के आधार पर प्रस्तुत करना। मीडिया अनुवाद में भी इसी सिद्धांत का उसी रूप में महत्व है।



मीडियाकर्मी भिन्न स्रोतों से सामग्री जुटाता है और उसे या फिर संपादक को छह ककार के संदर्भ में प्रस्तुत करता है। मीडिया अनुवादक को भी इसे ध्यान में रखना होता है कि कौन-सी घटना या सामग्री का अनुवाद, कब की सामग्री और क्यों अनुवाद के साथ-साथ और कैसे अनुवाद। मीडिया के क्षेत्र में काम करने वाले व्यक्ति अनुवादक की ही भाँति काम करता है। दोनों का ही विषय-ज्ञान, भाषा, संस्कृति, परिवेश, आचार-विचार और अन्य जानकारियों से संपन्न होना जरूरी होता है। वे सभी विषयों की अपनी समझ के बल पर अपने कार्य के साथ न्याय कर पाने योग्य हो पाते हैं। सिद्धांत रूप में मीडियाकर्मी से सूचना या जानकारी में अपनी ओर से 'न छोड़ो और न जोड़ो' की अपेक्षा रहती है। यही अपेक्षा अनुवादक के स्तर पर भी की जाती है। मीडिया का दर्शक, पाठक या श्रोता अपने रुझान, अपने समय और अपनी भाषा के अनुसार सूचना की प्राप्ति करना चाहता है। इसलिए मीडियाकर्मी अपने माध्यम-विशेष की जरूरतों और सीमाओं को ध्यान में रखते हुए सूचना/जानकारी में काट-छाँट या परिवर्तन करता है। अनुवादक भी इसी प्रकार का दायित्व निभाता है और लक्षित वर्ग की अपेक्षाओं को ध्यान में रखते हुए अनुवाद करते समय मूल सामग्री में काट-छाँट या परिवर्तन (अर्थात् कुछ जोड़ना अथवा छोड़ना) करते हुए अनुवाद करता है।

भाषा के स्तर पर स्पष्टता, सहजता—सरलता लाने के साथ—साथ उसमें बोधगम्यता एवं संप्रेषणीयता का आधार लेकर चलना मीडियाकर्मी और अनुवादक, दोनों का ही दायित्व होता है। यह भी वास्तविकता है कि जिस प्रकार अनुवाद में जोखिम उठाने पड़ते हैं, उसी प्रकार मीडिया को भी जोखिम उठाने पड़ते हैं। अनुवादक और संपादक इस जोखिम को सहजता से उठाते हैं। यह तभी संभव हो पाता है कि मीडियाकर्मी और अनुवादक, दोनों ही अपने दायित्व को पूरी ईमानदारी से और तटस्थ भाव से निभाते हैं। उनका कर्म, तथ्यपरक और यथार्थ—निष्ठा से परिपूर्ण एवं सोद्देश्य होना चाहिए तभी वे अपने कर्म को भली प्रकार से संपन्न कर पाने योग्य बन पाते हैं।

1.8 सारांश

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद आपको यह स्पष्ट हो गया होगा कि भावों, विचारों, तथ्यों, सूचनाओं, भावनाओं, अभिव्यक्तियों आदि के एक—दूसरे के साथ आदान—प्रदान के लिए संचार की प्रक्रिया को अपनाया जाता है। संदेश प्राप्तकर्ता को किसी विषय का अर्थ, आशय स्पष्ट रूप से समझाने में संचार सहायक सिद्ध होता है। संचार अंतःवैयक्तिक, अंतर—वैयक्तिक, समूह संचार और जनसंचार का रूप लिए हुए हो सकता है। इन विविध प्रकारों में से विशेष तौर पर 'जनसंचार' को अध्ययन का विषय बनाया गया है। इस अध्ययन से आपको यह पता चल गया होगा कि किसी भाव या संदेश आदि को जन—जन तक पहुँचाना जनसंचार है। हालाँकि इसी अर्थ में कुछ विद्वान 'पत्रकारिता' शब्द का भी प्रयोग कर देते हैं। इकाई में इन दोनों शब्दों के प्रयोग के संदर्भ में भी विचार किया गया है। अब आप समझ गए होंगे कि मुद्रित माध्यमों तक ही सीमित नजर आने वाली 'पत्रकारिता' अपने स्वरूप में तभी व्यापक अर्थ—संदर्भ प्राप्त कर पाएगी यदि उसमें रेडियो, टेलीविजन और सिनेमा आदि अन्य माध्यमों का भी भली प्रकार से समावेश हो जाए।

जनसंचार और भाषा का अंतर्संबंध स्पष्ट करता है कि भाषा इन माध्यमों को संप्रेषणीय बनाने का कार्य करती है। भाषा के बिना, किसी भी जनसंचार का लक्ष्य प्राप्त करना संभव नहीं। संचार माध्यमों के भाषिक वैशिष्ट्य को मूल लेखन और अनुवाद में बनाए रखना अपेक्षित होता है। अनुवाद और मीडिया की प्रकृतिगत समानता स्पष्ट करती है कि दोनों आपस में घनिष्ठता से संबंधित हैं। कार्य और गुणधर्म में समानता — इनकी परस्पर संबद्धता का आधार है। ये दोनों ही 'संप्रेषण' करते हैं और इसे करने का माध्यम 'भाषा' बनती है। और, संप्रेषणीयता के अभाव अनुवाद और जनसंचार का प्रयोजन निष्फल सिद्ध होता है।

जनसंचार के इन अवधारणागत आयामों के बारे में जानने के बाद अगली इकाई में मुद्रित माध्यमों की संकल्पना, प्रकार और भाषा के संबंध में सिलसिलेवार जानकारी प्राप्त करेंगे।

1.9 अभ्यास के लिए प्रश्न

1. संचार का अर्थ स्पष्ट करते हुए इसके घटक—तत्वों का संक्षेप में उल्लेख कीजिए।
2. जनसंचार से आप क्या समझते हैं? पाँच पंक्तियों में स्पष्ट कीजिए।
3. 'जनसंचार' और 'पत्रकारिता' में अंतर्संबंध स्पष्ट कीजिए।
4. जनसंचार के विभिन्न प्रकारों का संक्षिप्त परिचय दीजिए।
5. जनसंचार के विविध माध्यमों के मिश्रित व्यवहार का संक्षिप्त विवरण दीजिए।
6. जनसंचार और भाषा पर निबंध लिखिए।

7. जनसंचार माध्यम और अनुवाद में प्रकृतिगत समानता के आयाम स्पष्ट कीजिए।

1.10 उपयोगी पुस्तकें

- डॉ. हरिमोहन, आधुनिक जनसंचार और हिंदी, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली, 2008।
- शर्मा, राधेश्याम, जनसंचार, हरियाणा साहित्य अकादमी, पंचकूला, चतुर्थ संस्करण 2004।
- इस्सर, डॉ. देवेंद्र, जन-माध्यम : संप्रेषण और विकास, इंद्रप्रस्थ प्रकाशन, दिल्ली, 1995।
- तिवारी, डॉ. अर्जुन, जनसंचार और हिंदी पत्रकारिता, जयभारती प्रकाशन, इलाहाबाद, 1994।
- कुंदरा, डॉ. बलबीर, जनसंचार के बदलते परिप्रेक्ष्य, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली, 2005।
- पारख, डॉ. जवरीमल्ल, जनसंचार माध्यमों का सामाजिक चरित्र, अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स (प्रा.) लिमिटेड, दिल्ली, 2001।
- डॉ. हरिमोहन, रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता, तक्षशिला प्रकाशन, दिल्ली, चतुर्थ संस्करण 2017।
- मूर्ति, डॉ. जेम्स एस., दृश्य-श्रव्य संप्रेषण और पत्रकारिता, भारतीय भाषा पीठ, नई दिल्ली, 1990।
- विलानिलम, प्रो. जे.वी., भारत में जनसंचार की संवृद्धि और विकास, (अनु. हरीश जैन), राष्ट्रीय पुस्तक न्यास, भारत, नई दिल्ली, 2016।
- मिश्र, डॉ. चंद्रप्रकाश, संचार और संचार माध्यम, संजय प्रकाशन, नई दिल्ली, द्वितीय संस्करण 2006।