

## स्वयं सहायता समूहों में संचार माध्यमों की भूमिका

✽डॉ. रंजीता सिंह

स्वयं सहायता समूहों में संचार माध्यमों की भूमिका में विकास और संचार की अवधारणा को लाभान्वितों को मापने के लिए प्रयोग में लाया गया है। विकास के बारे में सैद्धान्तिक रूप से 'संज्ञानात्मक विकास रूपी बहुअर्थीय अवधारणा के रूप में प्रयोग किया जाता है। विकास की सैद्धान्तिक धारणा व्यवहार में प्रक्रियात्मक रूप से समझ व इकायों के योग से बनती है। वही संचार भी ग्रामीण विकास में परिवर्तन का महत्वपूर्ण माध्यम है। संचार की उपयुक्त विधि ही किसी कार्यक्रम या तकनीक को सफल या असफल सिद्ध करती है। भारत में हरित क्रांति को उपयुक्त संचार माध्यमों द्वारा सही परिप्रेक्ष्य में लागू करने से ही इसके वांछित परिणाम प्राप्त हो सके हैं। इसी प्रकार अव्यावहारिक या अनुपयुक्त संचार माध्यम यथा अव्यावसायिक संचार तकनीक अपना कर ग्रामीण विकास की विभिन्न या विकास योजनाओं के वांछित परिणाम प्राप्त नहीं कर पाए। जिससे गीरबी उन्मूलन आज भी एक स्वप्न ही बना हुआ है।

संचार माध्यमों द्वारा स्वयं सहायता समूहों के लाभान्वितों की भूमिका में संचार माध्यम किस प्रकार लाभान्वितों के दृष्टिकोण का निर्माण करते हैं तथा सकारात्मक या नकारात्मक सोच का निर्माण करते हैं।

पी.एल.डब्लू का मानना है कि संचार साधन आधुनिक युग का महत्वपूर्ण अंग है। वर्तमान तकनीकी औद्योगिक विकास की दौड़ में क्रियाशील समाजों के सामाजिक, सांस्कृतिक तथा राजनैतिक अस्तित्व के लिए संचार साधनों तथा सूचना स्रोतों का विशेष महत्व है।

इसी संदर्भ में ए.के. दास ने लिखा है, सूचना सम्प्रेषण व्यक्ति की राजनैतिक जागरूकता, ज्ञान, मूल्य तथा अभिवृत्तियों के पारस्परिक आदान-प्रदान के संदर्भ में अत्यन्त आवश्यक है।

सम्प्रेषण में मुख्यतः दो प्रकार के साधनों का प्रयोग होता है –

1. प्रत्यक्ष – इसमें समाचार पत्र, रेडियो, टेलीविजन, सिनेमा आदि को लिया जाता है।
2. अप्रत्यक्ष – इसमें भ्रमण, समूह, संगठन तथा सहभागिता को लिया जाता है।

संचार के प्रत्यक्ष साधनों पर विचार करते हुए लर्नर एवं कोलमेन ने लिखा है, प्रत्यक्ष साधन महत्वपूर्ण स्रोत हैं जो व्यक्ति को अपने आसपास की सामाजिक वास्तविकताओं को समझाने में सहायक होते हैं। इसके द्वारा व्यक्ति उन परिस्थितियों और जीवन शैली के विविध रूपों के विषय में अवगत होता है जो उसके द्वारा प्रत्यक्ष रूप से अनुभव की जाने वाली जीवन शैली और परिस्थितियों से भिन्न होती है। यह स्थिति उन्हें परिवर्तन की दिशा की ओर अग्रसर होने की प्रेरणा प्रदान करती है। स्पष्ट है कि संचार के प्रत्यक्ष साधन जन मानस में व्यापक वातावरण निर्माण का कार्य करते हैं। स्क्रहम विलवर लिखते हैं – सम्प्रेषण के साधन समाज के मूल्यात्मक विकास पर आधारित हैं। सम्प्रेषण आर्थिक विकास स्तर, समाज की एकता और पृथक्करण को प्रदर्शित नहीं करते, अपितु उसकी राजनैतिक प्रक्रियाओं को भी प्रतिबिम्बित करते हैं। विलवर ने सम्प्रेषण के मूल्यों की प्रधानता पर बल दिया है।

सामाजिक संरचना और जन सम्प्रेषण के बारे में हिक्स और अन्य ने लिखा है कि भारत जैसे विकासशील सामाजिक संरचना में संचार सम्प्रेषण समुदाय की जागरूकता, चेतना और सामान्य दिशा का आधार ही न होकर पिछड़े तथा

अनुसूचित जातियों के संदर्भ में उनके उत्कर्ष सम्बन्धी प्रतिक्रियाओं में महत्वपूर्ण योगदान देता है। संचार सम्प्रेषण राजनीतिक सामाजीकरण का एक प्रमुख आधार है। श्रीनिवास ने संचार को भारतीय संदर्भ में आधुनिकता एवं मनोवैज्ञानिक गतिशीलता का सृजन स्रोत माना है। प्रो. योगेन्द्र सिंह ने लिखा है कि सम्प्रेषण के साधनों के आधुनिकरण ने परम्परा और आधुनिकता के मध्य सांस्कृतिक विसंगति को जन्म दिया है। सी.पी. भाम्बरी ने बातया कि आधुनिक भारत में संचार सम्प्रेषण साधनों को सांस्कृति एवं धार्मिक जीवन शैली, परिवार, राजनीतिक चेतना, नवीन विचारों, व्यवहारों तथा समूह सहभागिता के प्रभावी कारकों के रूप में जाना जा सकता है।

उक्त सभी व्याख्याओं व विश्लेषण से स्पष्ट है कि संचार के माध्यम से आज समसामयिक समाज में जागरूकता एवं वातावरण निर्माण में महती भूमिका निभाते हैं।

जन संचार के माध्यमों से विकास की जानकारी –

विकास व संचार के सम्बन्ध की जानकारी प्राप्त करने के लिए चयनित सूचनादातों से इस सम्बन्ध में आंकड़े एकत्रित किए गए, जो निम्न प्रकार है।

#### सारणी

संचार माध्यम के प्रभाव के आधार पर वर्गीकरण

क्र.सं.	संचार माध्यम	आवृत्ति	प्रतिशत
1.	टेलीविजन	35	14.24
2.	रेडियो	46	19.16
3.	पत्रिका	2	0.80
4.	अखबार	15	6.25
5.	इंटरनेट	0	0.0
6.	कोई जानकारी नहीं	142	59.16
	कुल	240	100

उपरोक्त सारणी से स्पष्ट है कि ग्रामीण क्षेत्रों में लाभान्वितों के चलाए जाने वाले कई कार्यक्रमों की जानकारी का प्रचार प्रसार करने में आधुनिक संचार के माध्यमों की उल्लेखनीय भूमिका नहीं रही है। चयनित उत्तरदाताओं में से सर्वाधिक 19.16 प्रतिशत उत्तरदाता रेडियो से विकास कार्यक्रमों की जानकारी प्राप्त करते हैं। इसके बाद 14.24 प्रतिशत सूचनादाता टी.वी. के माध्यम से विकास कार्यक्रमों की जानकारी प्राप्त करते हैं। इससे यह तथ्य तो पता चलता है कि रेडियो व टी.वी. सूचना के साधन बन रहे हैं। पत्रिका व इंटरनेट जैसी चीजों से विकास कार्यक्रमों की जानकारी लेने वाले सूचनादाताओं का प्रतिशत नहीं के बराबर है। पत्रिका से जानकारी लेने वालों का प्रतिशत 0.8 व इंटरनेट से जानकारी लेने वालों का प्रतिशत 0 है। स्पष्ट है कि गांवों में पत्रिका व कम्प्यूटर जैसे साधन भी तक नहीं पहुंच पाए हैं। इसके अलावा अखबार के माध्यम से जानकारी प्राप्त करने वाले

सूचनादाताओं का प्रतिशत 6.25 रहा जो कि ठीक नहीं कहा जा सकता है।

आंकड़ों से एक बात यह भी स्पष्ट हो जाती है कि अखबार, पत्रिका व इंटरनेट से सूचना प्राप्ति का प्रतिशत कम होने का एक कारण निरक्षता भी है। अतः गांव में टेलीविजन व रेडियो ही विकास कार्यक्रमों की जानकारी देने का प्रमुख साधन है। 59.16 प्रतिशत सूचनादातों को तो विकास कार्यक्रमों को कोई जानकारी ही नहीं है।

चयनित सूचनादाताओं को सरकारी कार्यक्रमों से भी विकास कार्यक्रमों की कितनी जानकारी मिलती है। इस तथ्य को भी परखने के लिये उत्तरदाताओं से आंकड़ो एकत्रित किये गये जो निम्न प्रकार है

**सारणी**  
**प्रसार माध्यम प्रभाव के आधार पर वर्गीकरण**

क्र.सं	प्रसार माध्यम	आवृत्ति	प्रतिशत
1	प्रदर्शनी	19	7.91
2	विकास मेला	21	8.75
3	विभागीय कार्यक्रम	60	25.00
4	कोई जानकारी नहीं	140	58.33
	कुल	240	100

उपरोक्त सारणी से पता चल रहा है कि सरकार द्वारा चलाए जा रहे कार्यक्रमों से लोगों को विकास कार्यक्रमों की कितनी जानकारी मिलती है। निष्कर्षतः विभागीय कार्यक्रमों के द्वारा सबसे अधिक जानकारी सूचनादाता प्राप्त करते हैं। विभागीय कार्यक्रमों से विकास योजनाओं की जानकारी प्राप्त करने वाले सूचनादाताओं का प्रतिशत 25 रहा। इसके अतिरिक्त सूचनादाता विकास मेलों में भी विकास योजनाओं की जानकारी प्राप्त करते हैं।

विकासमेलों से जानकारी प्राप्त करने वाले सूचनादाताओं का प्रतिशत 25 रहा। इसके अतिरिक्त सूचनादाता विकास मेलों में भी विकास योजनाओं की जानकारी प्राप्त करते हैं। विकास मेलों से जानकारी प्राप्त करने वाले सूचनादाताओं का प्रतिशत 8.75 रहा। वे सूचनादाता जो प्रदर्शनी से विकास योजनाओं की जानकारी प्राप्त करते हैं, उनका प्रतिशत 7.91 रहा। इस प्रकार प्राप्त आंकड़ों से यह पता चलता है कि सरकार द्वारा चलाए जा रहे प्रचार कार्यक्रमों में सबसे अधिक विभागीय कार्यक्रम रहे हैं तथा इसके बाद विकास मेले व प्रदर्शनी रही है। इसका कारण यह है कि ग्रामीण महिलाओं को वहां की सांस्कृतिकता मेलों व प्रदर्शनियों में नहीं जाने देती जबकि विभागीय कार्यक्रम में यह महिलाएं आसानी से जा सकती हैं।

व्याख्याता,

एस.एस. जैन सुबोध पी.जी. कॉलेज, जयपुर

**संदर्भ**

1. ए.के. दास – आक्यूपेशनल पेटर्न थ्रू जनरेशन इन रुरल एरिया ऑफ वेस्ट बंगाल, शिड्यूल्ड कास्ट एण्ड शिड्यूल्ड ट्राइब्स, वेलफेयर डिपार्टमेन्ट ऑफ वेस्ट बंगाल, कलकत्ता – 1968
2. एम.एन. श्रीनिवास – कास्ट इन माडर्न इण्डिया एण्ड अदर एजेश, एशिया पब्लिक हाऊस, बम्बई, 1962
3. योगेन्द्र सिंह – मॉडर्नाइजेशन ऑफ इण्डियन ट्रेडिशन, थॉमसन प्रेस (इं.) लिमिटेड, फरीदाबाद (फर्स्ट एड, 1973) : 1977
4. सी.पी. भाम्बरी – द अरबन वोटर : म्यूनिसिपल इलेक्शन इन राजस्थान : एन इम्पीरीकल स्टडी, नेशनल पब्लिकेशन हा, नई दिल्ली, 1973, पेज 126–137