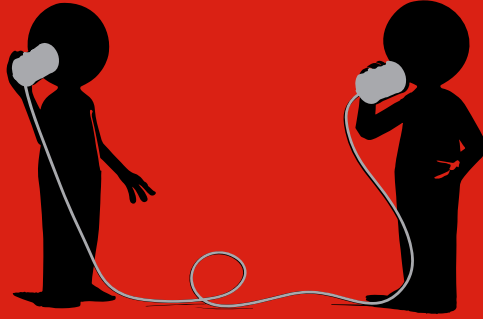


रणनीतिक संचार संदर्भ सामग्री - भाग 1

संचार और रणनीतिक संचार



लेखन

सचिन कुमार जैन

सह लेखन और संपादन

पूजा सिंह, राकेश कुमार मालवीय, विश्वंभर त्रिपाठी,
संदीप नाईक, निधि तिवारी, जावेद अनीस, राजेश भदौरिया,
सत्यम पांडेय, उपासना बेहार, अनिल धीमान,
कार्तिक शर्मा, पिंकी वर्मा

मार्गदर्शन

चिन्मय मिश्र, गुरुशरण सचदेव

संचार जहां संवाद की एक सहज सामान्य प्रक्रिया है वहीं रणनीतिक संचार किसी खास लक्ष्य की प्राप्ति के इरादे से किया जाता है।

संचार एक निरंतर प्रक्रिया है जो एक व्यक्ति स्वयं से और दूसरे व्यक्ति/व्यक्तियों, संस्था/संस्थाओं आदि के साथ करता रहता है। संचार का अर्थ जहां अपनी बात, अपने विचारों को सामने वाले व्यक्ति/व्यक्तियों के समूह या किसी संस्था तक पहुंचाना होता है वहीं प्रभावी अथवा रणनीतिक संचार का अर्थ है एक ऐसी अवधारणा या प्रक्रिया को लक्षित समूह तक पहुंचाना जो किसी संस्था के दीर्घकालिक लक्ष्यों की प्राप्ति में सहायक हो तथा इसके लिए अग्रिम योजना तैयार करने का अवसर देती हो।

सामाजिक संस्थाओं के लिए रणनीतिक संचार इसलिए आवश्यक है क्योंकि यह न केवल समाज और संस्थाओं के बीच की दूरी पाटने में मदद करता है बल्कि इसकी मदद से वे अपने काम और अपने बारे में व्यापक समाज के विभिन्न अंशधारकों मसलन जनप्रतिनिधियों, छात्रों, युवाओं, महिलाओं आदि की राय को सकारात्मक बना पाती हैं।

रणनीतिक संचार सामाजिक संस्थाओं के काम को प्रभावी बनाकर तथा उनके लक्ष्य में स्पष्टता लाकर उसकी प्राप्ति को सहज बनाता है। रणनीतिक संचार की सहायता से ही संस्थाएं अपने काम को अधिक परिणामदायक बना सकती हैं। रणनीतिक संचार की सफलता के लिए यह आवश्यक है कि हमें पता हो कि हम किससे और क्यों संचार कर रहे हैं।



संचार और रणनीतिक संचार

1 - संचार और रणनीतिक संचार क्या है?



रिश्ते-नाते टिके होते हैं। पर कभी-कभी ये रिश्ते इतने उलझ जाते हैं कि उनकी गांठें सुलझाना बड़ा मुश्किल होता है। हर रिश्ते की मूल समस्या है लोगों का यह सोचना कि कोई उन्हें समझने की कोशिश नहीं करता। समझने की यह प्रक्रिया सीधे-सीधे संचार से जुड़ी हुई है। हम एक दूसरे को समझ पाएं, यही संचार का मूलमंत्र है।

संचार की परिभाषा

- एक व्यक्ति कोई भी विचार, भावनाएं, सूचनाएं, संदेश या व्यवहार दूसरे व्यक्ति या व्यक्तियों के समूह तक पहुंचाने के लिए जिस तकनीक का इस्तेमाल करता है, उसे संचार कहा जाता है।
- संचार का मकसद एक व्यक्ति के लिए होता है अपनी बात कहना या संदेश देना और दूसरे व्यक्ति के लिए होता है बात या संदेश को ग्रहण करना।
- संचार एक प्राकृतिक प्रक्रिया और व्यवहार है। केवल इंसान ही संचार नहीं करते हैं, पशु-पक्षी भी संचार करते हैं।

जब हम एक दूसरे से अपनी जानकारी और समझ का आदान-प्रदान करते हैं तो एक प्रकार से संचार करते हैं यानि उनकी भावनाओं की अभिव्यक्ति करते हैं। यह अभिव्यक्ति या अपनी समझ का आदान-प्रदान हमारे रिश्तों



की बुनियाद को मजबूत बनाता है। यह हमारे रिश्तों को जोड़ने के साथ ही तोड़ने का भी कार्य करता है। जब हम अपनी समझ को साझा करने की इच्छा करते हैं तो संचार की प्रक्रिया होती है। तात्पर्य यह है कि हमारी भावनाओं, विचारों, दृष्टिकोणों का एक दूसरे से साझा करना ही संचार है। इस साझा करने या लेनदेन की प्रक्रिया में हमने लोगों को क्या एवं कैसे बताया यह महत्वपूर्ण नहीं है। बल्कि यह ज्यादा महत्वपूर्ण है कि लोगों ने क्या समझा है।

हम आमतौर पर एक दूसरे से अपने विचारों को अलग-अलग तरीकों से साझा करते हैं, इस दृष्टि से हमारा संचार सहज ही चलता रहता है, यह सांस लेने की तरह सक्रिय कार्य है, लेकिन यह आसान सी दिखने वाली प्रक्रिया बहुत जटिल भी है।

हम अपने जीवन में अपनी भावनाओं को व्यक्त करने या अपने विचारों का आदान-प्रदान करने में लगभग 2 हजार शब्दों का उपयोग आमतौर पर करते हैं। इन शब्दों का अपने आप में कोई अर्थ नहीं होता, दूसरे लोग उन्हें अर्थ देते हैं। सही जानकारियों और ज्ञान के संचार से समुदाय में संदेशों का प्रवाह बना रहता है।

गलत या त्रुटिपूर्ण जानकारियों के संचार से समुदाय में भ्रम एवं भ्रांतियों का जन्म होने लगता है। प्रायः लोग एक मिनट में 125 शब्द बोलते हैं जबकि उनका मस्तिष्क एक मिनट में लगभग 80 शब्द ग्रहण कर सकता है। और इस फर्क के कारण संचार प्रक्रिया में गड़बड़ी या बाधा उत्पन्न होती है। यह समझना जरूरी है कि -

- संचारकर्ता अपनी भावनाओं को कितने सही तरीके से संप्रेषित कर पाता है।
- संदेश ग्रहण करने वाले उस तरीके को कितनी हद तक समझ पाते हैं।
- संदेश देने वाले ने संदेश को किस हद तक समझने योग्य बनाया है।

प्रभावी संचार क्या है?

यह तो शब्द से ही स्पष्ट हो रहा है कि प्रभावी संचार का मतलब है इस तरह संचार किया जाए, जिससे लक्षित समूह उस विषय/संदेश को ग्रहण करे, उसे स्वीकार करे, प्रेरित हो और उसे व्यवहार में अपनाए।

प्रभावी संचार करने के लिए जरूरी शर्तें?

- संदेश स्पष्ट होना कि हम क्या कहना/बताना चाहते हैं?
- उद्देश्य स्पष्ट होना कि हम क्यों कहना/बताना चाहते हैं?
- लक्षित समूह स्पष्ट होना कि किससे संचार किया जाना है?
- यह आकलन होना कि ग्राहता / श्रोता / लक्षित समूह की क्या प्रतिक्रिया होगी, हो सकती है?
- संचार की प्रक्रिया में क्या बाधाएं हो सकती हैं कौन सी बातों से अर्थ पर नकारात्मक असर पड़ सकता है?



- संदेश से लक्षित समूह/श्रोता को क्या लाभ होगा ?
- संदेश दिए जाने के बाद उस की प्रतिक्रिया/ प्रभाव को जानना।
- जनहित का होना।

प्रभावी संचार के सिद्धांत

1. स्पष्ट, गरिमामय और उचित भाषा का होना।
2. संदेश का स्पष्ट होना और स्पष्ट अर्थ पर केंद्रित होना। दो अर्थ न होना।
3. विचारों का स्पष्ट होना।
4. संचार के सहयोगी तत्वों का ध्यान, मसलन हावभाव, वातावरण, परिस्थिति आदि।
5. लक्षित समूह के बारे में स्पष्ट विश्लेषण होना।
6. समानता के व्यवहार पर जोर।
7. संचार के सही माध्यम का चयन।
8. उदारता और लचीलापन होना।
9. समग्रता का ध्यान रखना।
10. परामर्श और सलाह का भाव।
11. सामाजिक-मानवीय सम्बंधों का संरक्षण।

जब हम अपनी बात या संदेश दूसरों तक पहुंचाते हैं तो यह भी जरूरी हो जाता है कि हमें पता हो कि संदेश देने वाले ने जो संदेश दिया था वह सही ढंग से पहुंचा या नहीं। यदि संदेश ठीक से नहीं पहुंचा तो संदेश ग्रहण करने वाला उसके मायने अलग समझ सकता है और रणनीतिक संचार प्रक्रिया का विपरीत प्रभाव पड़ सकता है। उदाहरण के लिए एक निर्देश पत्र के जरिए एक संदेश जारी होता है सभी बच्चों को टीका लगाया जाए, पर संदेश ग्रहण करने वाले ने समझा कि माथे पर टीका लगाना है, उसने सभी बच्चों के मस्तक पर लाल रंग का टीका लगा दिया। तात्पर्य यह है कि हम जब कोई संदेश भेजते हैं तो यदि हम संदेश ग्रहण करने वाले व्यक्ति या समूह से फीडबैक ले लें कि उन्होंने संदेश समझ लिया है तो संचार का प्रभाव सही होगा। अक्सर हम सुनते हैं, अरे यह मैंने तो ऐसा नहीं कहा था, आपने ऐसा कैसे कर दिया। यह इसी कारण होता है कि दो तरफा संचार नहीं हुआ एवं संदेश देने वाले ने कुछ कहा, संदेश प्राप्त करने वाले ने कुछ समझा। इस समझ के आधार पर ही हम कुछ धारणा बना लेते हैं।



संचारकर्ता के गुण

संचार प्रक्रिया में सबसे अहम बात यह होती है कि इस प्रक्रिया में एक संचारकर्ता या संदेश को प्रसारित करने वाला होना चाहिए। संचारकर्ता की भावनाओं एवं उनकी अभिव्यक्ति तथा संदेश देने के तौर तरीकों से संचार का प्रभाव निश्चित होता है। एक संस्था के कार्यकर्ता के रूप में वे अपने लक्ष्य समूहों या हितधारकों में अलग-अलग तरह के लोगों के साथ सम्पर्क करते हैं। इस समय वे अपने विचारों, अनुभवों, कल्पनाओं एवं जानकारियों का आदान-प्रदान करते हैं। यह उनके एवं उनके सम्पर्क समूहों के बीच सीधा संचार होता है, इस संचार को प्रभावी एवं असरकारक बनाने के लिए संचार क्षमताओं का होना बेहद जरूरी है।

जब वे संचार या किसी व्यक्ति या समूह से संवाद करते हैं तो उन्हें अपनी बात को इस तरह से रखना होता है या अपने संदेश को ऐसे पहुंचाना होता है कि वह व्यक्ति या समूह उनकी भावनाओं या उनके विचार को ठीक उसी तरह से समझे जैसा कि उन्होंने सोचा है। संदेश प्राप्त करने वाले व्यक्ति को उनके अनुरूप संदेश नहीं मिला तो उसका प्रभाव अलग होगा। इससे संदेश में बाधा पहुँच सकती है और उसके दुष्प्रभाव भी हो सकते हैं। वे एक संस्था कार्यकर्ता के रूप में विभिन्न मुद्दों एवं विषयों पर समुदाय एवं समाज के अलग अलग हितधारकों से संवाद करते हैं।

इस प्रक्रिया में उन्हें हमेशा यह ध्यान रखना होता है कि वे जिन मुद्दों या विषयों के बारे में संवाद या चर्चा करने वाले हैं उन्हें उन मुद्दों की गहरी समझ है या नहीं, क्या वे विषय से भलीभाँति परिचित हैं। क्या वे जिस व्यक्ति या समूह से संवाद कर रहे हैं, उन्हें उनकी मान्यताओं, मूल्यों, परम्पराओं एवं सामाजिक तौर तरीकों के बारे में पता है। उन्हें उस क्षेत्र एवं वहां की भौगोलिक, सामाजिक एवं राजनीतिक स्थितियों का ज्ञान है।

संचार करते समय वे जब किसी व्यक्ति या समूह के साथ होते हैं तो वह व्यक्ति या समूह उनकी भावनाओं एवं उनके ज्ञान, उनकी जानकारी के स्तर को भी समझने का प्रयास करता है। वह व्यक्ति या समूह न केवल उनकी बातों को सुनता है बल्कि उनकी शारीरिक हाव-भाव एवं नजरों पर भी गौर करता है। संचार की प्रक्रिया में उनकी बोलचाल या उनके शब्द ही संदेश नहीं प्रवाहित करते बल्कि उनके विचारों एवं भाषा के साथ ही उनके शरीर, उनके व्यवहार भी कुछ कह रहे होते हैं। यह समझने की जरूरत है कि संचारकर्ता कितनी कुशलता, सम्बेदनशीलता एवं अपने मूल्यों के साथ समूह या व्यक्ति को संदेश या जानकारी दे रहा है। इससे संदेश की ग्रहणशीलता बढ़ती है और संदेश का व्यापक प्रभाव होता है।

संचारकर्ता द्वारा प्रसारित संदेश का लक्षित समुदाय या समूह पर व्यापक असर ही उसकी संचार क्षमता का परिचायक होता है। संचारकर्ता के मूल्य, उनका ज्ञान एवं उनकी संचार कुशलता मिलकर संचार को अधिक प्रभावी बनाते हैं। संचारकर्ता संवाद करने में कुशल हो और ज्ञान न हो तो वह संदेश प्रसारित करने में अपने आपको कमजोर महसूस करेगा। इसी तरह यदि संचार में कुशल हो और ज्ञान भी हो पर मूल्य नहीं हों तो उसका असर समुदाय पर प्रभावी नहीं होगा यानि एक कुशल संचारकर्ता में ज्ञान, मूल्य एवं संचार की कुशलता होना आवश्यक है।



संस्थान के बारे में नजरिया कैसे बनता है?

हम किसी निजी या व्यक्तिगत काम में संलग्न नहीं हैं। हम जो कर रहे हैं, वह एक सार्वजनिक काम है। जिसमें हम व्यापक समाज और व्यवस्था के प्रति भी जवाबदेह होते हैं। ऐसे में यह विश्लेषण करना बहुत जरूरी हो जाता है कि हमारे काम और हमारे संस्थान के प्रति व्यापक समाज का, सामाजिक समूहों का, मीडिया का, जन प्रतिनिधियों का या सरकार के प्रतिनिधियों का दृष्टिकोण या नजरिया क्या है? हम उनके बारे में, उनके काम के बारे में क्या सोचते हैं?

यदि हम अपने काम, अपने तौर तरीकों, अपनी कार्यशैली को सबके सामने खुला नहीं रखते हैं, तो अपने आप हमारे काम और चरित्र पर सवाल या शंकाएं भी हो सकती हैं। यदि हम अपने बारे में समाज के विभिन्न समूहों को नहीं बताएँगे या उनसे संवाद नहीं करेंगे, तो हमारी ताकत भी सीमित रहेगी। हो सकता है कि हमारा काम कमजोर या निष्प्रभावी भी हो जाए।

हमारे काम से सभी परिणाम केवल गतिविधियों से ही हासिल नहीं होते हैं। रिश्ते बनाने, संवाद बनाने से भी ज्यादा प्रभावी तरीके से हासिल होते हैं।

सामाजिक संस्था/संगठन और साख - साख का मतलब है कि हम जिस व्यक्ति या संस्था के बारे में बात कर रहे हैं, उसके उद्देश्यों, लक्ष्य, मूल्यों और कोशिशों पर विश्वास करना। अच्छी साख की स्थिति में अपेक्षा की जाती है कि संस्था/संगठन समाज के हित में काम करती है। नियमों और कानूनों का पालन करती है और मूल्यों से समझौता नहीं करती है।

जब साख अच्छी होती है और लोग विश्वास करते हैं, तभी वे संस्था के साथ खड़े होते हैं और संस्था के काम के बारे में सकारात्मक विचार रखते हैं।

हम जानते हैं कि एक सामाजिक कार्यकर्ता या सामाजिक संस्थान/संगठन के लिए विश्वसनीयता और साख का बहुत महत्व होता है। साख तब बनती है जब हमें जाना/जांचा और परखा जाता है। यदि हम समाज से, विभिन्न संस्थाओं से संवाद ही नहीं करेंगे, तो वे हमें परखेंगे कैसे? संस्था की साख का जुड़ाव होता है संस्था के उद्देश्यों से, लक्ष्य से, काम और काम के प्रभाव से, व्यवहार से, चरित्र और मूल्यों से; इस गतिविधि में हम संस्था, संस्था के काम और उसके लक्ष्य के प्रति विभिन्न समुदायों के नजरिए के चरित्र (सकारात्मक नजरिया, नकारात्मक नजरिया, कोई नजरिया नहीं) की पहचान करने की कोशिश करेंगे। यह बहुत जरूरी है कि हम यह विश्लेषण ईमानदारी से करें।

सामाजिक संस्था और रणनीतिक संचार

सामाजिक संस्था/संगठन विभिन्न विषयों पर पहल करते हैं। मकसद होता है समाज में बेहतरी और खुशहाली के नजरिये से बदलाव। उन्हें यह विचार करते रहना होता है कि जिस विषय पर भी वे काम कर रहे हैं, जिसमें बदलाव लाना उनका लक्ष्य है, वह विषय कैसे और किनसे प्रभावित होता है और किनको प्रभावित कर सकता है? जिनसे वह विषय या समुदाय प्रभावित होता है या उन्हें प्रभावित करता है, वे उनसे कैसा, कौन सा, कैसे और कितना और संवाद करते हैं? संवाद करते भी हैं या नहीं?

सामाजिक नागरिक संस्थाएं समाज में मानवीय और संवैधानिक मूल्यों की स्थापना के लिए सक्रिय कार्यक्रम संचालित कर रही हैं। इसके साथ ही इन संस्थाओं ने भारत की सामाजिक, आर्थिक और सांस्कृतिक चुनौतियों से निपटने के लिए कई रास्ते और समाधान प्रस्तुत किए हैं। यह दुर्भाग्यपूर्ण है कि इस महती योगदान के बावजूद भारत के सामाजिक मंचों पर सामाजिक/नागरिक संस्थाओं का नकारात्मक चित्र स्थापित किया जाता रहा है। उन्हें समस्याओं के समाधान की दिशा में एक गैर-जरूरी इकाई के रूप में प्रस्तुत करने के प्रयास भी किए गये हैं।

दूसरी तरफ हम यह भी देखते हैं कि सामाजिक/नागरिक संस्थाएं अपने हितग्राही समूहों से संवाद करने के लिए आगे नहीं बढ़ीं हैं। इसका परिणाम यह हुआ कि उनके काम, उनके उद्देश्यों और उनके मकसद के बारे में यदि किसी को जानकारी हो पाती है, तो वह है केवल उनका प्रत्यक्ष हितग्राही समूह। इससे आगे बढ़कर उन्हीं गांवों, उन्हीं विकासखंडों या जिलों में संस्थाओं ने व्यापक समाज, स्थानीय जन-प्रतिनिधियों, संवाद कर्मियों, स्थानीय प्रशासन के प्रतिनिधियों, युवाओं, छात्रों के साथ सामाजिक-आर्थिक मुद्दों, उनसे जुड़ी समस्याओं, उन समस्याओं के समाधानों में समाज के इन वर्गों यानी समुदाय, छात्रों, युवाओं, जनप्रतिनिधियों की भूमिका और एक सामाजिक/नागरिक संस्था के रूप में उनके द्वारा किए जा रहे प्रयासों पर कोई उल्लेखनीय संवाद नहीं किया।

इससे समाज और संस्थाओं के बीच में दूरी बहुत बढ़ गई। जब संस्थाओं ने समुदाय से पहचान ही नहीं बनाई, रिश्ता नहीं बनाया, तो इससे उनके बारे में नकारात्मक धारणाओं को स्थापित किया गया। अतः यह स्पष्ट करना सबसे जरूरी है कि सामाजिक/नागरिक संस्थाओं द्वारा रणनीतिक संचार की प्रक्रिया को अपना अत्यंत महत्वपूर्ण है।

समाज में सामाजिक/नागरिक संस्थाओं की रचनात्मक पहचान बनाने के लिए यह एक अनिवार्यता है कि ये संस्थाएं केवल अपने कार्यक्रम को केवल हितग्राही या लक्षित समूह-केंद्रित गतिविधियों तक ही सीमित न रखें, बल्कि व्यापक समाज और अन्य हितधारक समूहों से भी निरंतर संवाद की रणनीति और प्रक्रिया को अपनाएँ।

विषय को विभिन्न समूह, मसलन संचार माध्यमों के व्यक्ति, सरकारी तंत्र के प्रतिनिधि, युवा-छात्र समूह, महिलाएं और जनप्रतिनिधि प्रभावित तो करते ही हैं, बल्कि उनसे प्रभावित भी होते हैं। यह प्रभाव तात्कालिक भी हो



सकता है और दीर्घकालिक भी, लेकिन प्रभाव जरूर होता है। अनुभव बताते हैं कि इन विविध प्रभावी समूहों के साथ संवाद-संचार की रणनीतिक प्रक्रिया के बारे में सामाजिक/नागरिक संस्थाएं उतने गम्भीर नहीं हैं जितना उन्हें होना चाहिए। इन सभी समूहों के साथ संचार-संवाद की रणनीति और तौर-तरीके भिन्न होंगे हैं। उन्हें समझने की तैयारी भी संस्थानों को करनी होगी।

रणनीतिक संचार का महत्व और प्रभाव

याद रखिए कि हमारा उद्देश्य संस्था की पहल, उसके काम को ज्यादा प्रभावी बनाना है। हमें यह भी ध्यान रखना है कि शासन व्यवस्था में और हमारी सामाजिक व्यवस्था में कई प्रभावशाली और प्रेरक तत्व होते हैं। जो हमारे काम को छोटे से दायरे से निकाल कर बड़े पटल पर पहुंचा सकते हैं।

“

जब हम सामाजिक बदलाव का काम करते हैं, तब समाज और व्यवस्था में कई ऐसे लोग और समूह होते हैं, जो उस तरह का बदलाव आने नहीं देना चाहते हैं। वे संस्था के खिलाफ भी काम कर सकते हैं। वे ऐसे भी हो सकते हैं कि वे न संस्था के काम का पक्ष लें और न ही उसका विरोध करें, किन्तु यदि उनका सहयोग मिले तो संस्था की छवि, स्वीकार्यता और प्रभाव कई गुना ज्यादा बढ़ सकता है।

”

संस्थाएं अपनी रणनीति बनाती हैं, तब उनकी पहचान तो करती हैं, रणनीति में भी एक हद तक उन्हें शामिल करती हैं; किन्तु कार्यक्रम चलाते समय हम उनसे रिश्ता बनाना भूल जाते हैं। रिश्ता बनाना एक महत्वपूर्ण तत्व है। रिश्ता बनाने की प्रक्रिया का मूल आधार होता है संवाद करना। बातचीत करते रहना। अपने काम और उसके अनुभवों की बात साझा करना। एक दूसरे की समस्याओं और उपलब्धियों पर बात करना।

जब हम अपने कार्यक्षेत्र में देखते हैं कि किसी महिला समूह ने बहुत बढ़िया पहल करके पूरे गाँव में पोषण बगिया स्थापित करवा दी हैं। क्या हम यह कहानी अपने क्षेत्र के जन प्रतिनिधि से, सांसद से, विधायक से, अधिकारियों से साझा करते हैं?

जब हम देखते हैं कि हमारे क्षेत्र के 20 युवा किसानों ने अपनी दो एकड़ की जमीन में चार-परत की फसल की और उससे एक लाख रुपए की आय अर्जित की। क्या हमने ऐसी कहानी अपने क्षेत्र के मीडिया प्रतिनिधियों या जनप्रतिनिधियों के साथ साझा की?

जरूरी नहीं है कि हम समस्याएं या शिकायत लेकर ही मीडिया या सरकार के नुमाइंदों के पास जाएं। हम सामान्य मुलाकात के लिए भी मीडिया प्रतिनिधियों और सरकार के नुमाइंदों के पास जा सकते हैं। अपना परिचय मजबूत कर सकते हैं, ताकि वे केवल हमारी गतिविधि को ही न जानें, बल्कि हमारे लक्ष्यों, हमारे काम करने के तौर तरीकों और संस्थागत मूल्यों को भी जानें। जब उनसे हमारी पहचान हो जाती है, तब वे हमारी शिकायतों के आधार पर हमारे बारे में कोई नकारात्मक नजरिया बनाएंगे, इसकी सम्भावना कम हो जाएगी। वे संस्था को अपना विरोधी नहीं मानेंगे। जरूरी है एक दूसरे को जानना-पहचानना।



2 - रणनीतिक संचार की अवधारणा, आवश्यकता और उपयोगिता

परिस्थिति

सामाजिक नागरिक संस्थाएं समाज में मानवीय और संवैधानिक मूल्यों की स्थापना के लिए सक्रिय कार्यक्रम संचालित कर रही हैं। इसके साथ ही इन्होंने भारत की सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक चुनौतियों से निपटने के लिए कई रास्ते और समाधान प्रस्तुत किए हैं। इसके बावजूद भारत के सामाजिक मंचों पर उक्त संस्थाओं का नकारात्मक चित्र स्थापित किया गया है। उन्हें समस्याओं के समाधान की दिशा में गैर-जरूरी इकाई के रूप में प्रस्तुत करने के प्रयास किए गये हैं। सवाल यह है कि क्या वे इस बात के प्रति सजग हैं कि समाज में, या अन्य संस्थाओं में सामाजिक संस्थाओं के प्रति क्या नजरिया है? अक्सर गलत नजरिया इस कारण से बनता है क्योंकि सामाजिक संस्थाएं समाज के साथ, साझेदार समूहों या अन्य हितधारकों के साथ संवाद नहीं करती हैं।

व्यापक समाज भी उक्त संस्थाओं की रचनात्मक भूमिका और योगदान के बारे में अवगत नहीं है। इसका मुख्य कारण है कि ये संस्थाएं बदलाव की कहानियों को केवल दफ्तरी दस्तावेजीकरण तक ही सीमित रखती हैं। बहुत जरूरी है कि सामाजिक संस्थाएं अपनी अभिव्यक्ति में कहानी कहने के तरीकों को प्रभावी ढंग से शामिल करें।

चूंकि उक्त संस्थाएं उन प्रचलित व्यवस्थाओं को बदलने के लिए काम करती हैं, जिससे शोषण, गरीबी, सामाजिक-आर्थिक असमानता को मजबूती या समर्थन मिलता है, इसलिए उन्हें उन शक्तियों और व्यवस्थाओं के विरोध का भी सामना करना है। जो शोषण, गरीबी और असमानता बनाए रखना चाहते हैं। ऐसी स्थिति में जरूरी होता है कि सामाजिक-नागरिक संस्थाएं अपने नजरिए, विचार और काम को प्रभावी ढंग से समाज और अन्य साझेदारों के साथ निरंतर साझा करती रहें।

संस्थागत व्यवस्था और नीति में संचार और संवाद को महत्व न मिलने से भी संस्थान के भीतर अप्रिय स्थिति निर्मित होती है।

रणनीतिक संचार की क्षमता वृद्धि

इन संस्थाओं द्वारा किए जा रहे प्रयासों को जोड़ने के लिए जरूरी है कि सामाजिक-नागरिक संस्थाओं और कार्यकर्ताओं की क्षमता वृद्धि की जाए। जिसका मकसद है उक्त संस्थाओं द्वारा कृषि, खाद्य सुरक्षा, पोषण, सामाजिक-आर्थिक समानता, रोजगार सरीखे विषयों पर की जा रही रचनात्मक पहल और उन कार्यक्रमों को परिणाम दायक बनाने के लिए रणनीतिक संचार की क्षमता वृद्धि करना और उनकी कार्ययोजना में संचार के पहलू को मजबूत बनाना।

हम यह मानते हैं कि हमारे विषय को विभिन्न समूह, मसलन संचार माध्यमों के व्यक्ति, सरकारी तंत्र के प्रतिनिधि, युवा-छात्र समूह, महिलाएं और जनप्रतिनिधि प्रभावित करते हैं। यह प्रभाव तात्कालिक भी हो सकता है और दीर्घकालिक भी, लेकिन प्रभाव जरूर होता है। अनुभव बताते हैं कि इन विविध प्रभावी समूहों के साथ संवाद-



संचार की रणनीतिक प्रक्रिया के बारे में सामाजिक/ नागरिक संस्थाएं उतनी गम्भीर नहीं हैं, जितना उन्हें होना चाहिए। इन सभी समूहों के साथ संचार-संवाद की रणनीति और तौर तरीके भिन्न होते हैं। उन्हें समझने की तैयारी भी संस्थानों में होना जरूरी है।

हम मानते हैं कि यह बहस और पहल के विषयों को प्रस्तुत करने के तरीकों को बदलने का वक्त है और इस पहल में रणनीतिक संचार बहुत अहम भूमिका निभा सकता है। जरूरी है कि उक्त संस्थाएं अपने संचार, संवाद और दस्तावेजीकरण के कौशल को व्यवस्थित रूप दें, ताकि उनकी पहल, अनुभव, सीखें और योगदान समाज के सामने प्रस्तुत किया जा सके।

रणनीतिक संचार क्या है?

रणनीतिक संचार का मतलब है कि विभिन्न समूहों और व्यक्तियों के स्वभाव, भूमिका और उनके भावों को पहचान कर संदेश और माध्यम का चयन करके संवाद करना।

रणनीतिक संचार के तहत उद्देश्य होता है कि वे अपने लक्ष्य, सपने और पहल के बारे में उन सभी हितधारकों और साझेदारों से संवाद करें, जो इन्हें (लक्ष्यों, सपनों और पहल को) प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से प्रभावित कर सकते हैं। रणनीतिक संचार के माध्यम से ये संस्थाएं समाज में एक पारदर्शी और प्रतिबद्ध संस्थागत इकाई के रूप में स्थापित होती हैं। जब समाज सामाजिक संस्था/संगठन के मकसद और पहल को जानने लगता है, तो वह उसका सहयोगी बन जाता है। वह उसका विरोधी नहीं रहता। स्पष्ट रूप से सामाजिक संस्थाओं/संगठनों के लिए रणनीतिक संचार का मतलब है समाज के विभिन्न और विविध समूहों को संवाद के माध्यम से अपने साथ जोड़ना।

रणनीति संचार का मतलब है कि उक्त संस्थाएं अपनी अभिव्यक्ति, वक्तव्य और प्रस्तुति में (यानी संचार की प्रक्रिया में) अपने उस सपने के बारे में बात करें, जो उन्होंने एक बेहतर समाज के लिए देखा है। वे कैसा समाज चाहते हैं? वह समाज कैसे बनेगा? इस सपने के प्रति वे कितने प्रतिबद्ध हैं?

इन बिन्दुओं को बार-बार दोहराने की जरूरत है, ताकि उनका संदेश मकसद/मंशा के साथ आगे बढे। उन्हें अपने काम, परियोजना, कार्यक्रम या नीतियों की आलोचना/समीक्षा से आगे बढना होगा और अपने सपने को केंद्र में रखकर नया कथानक गढ़ना होगा।



हमारी समझ

1. रणनीतिक संचार की व्यवस्था बनाने के पीछे हमारी समझ यह है कि उक्त संस्थाओं को जिन साझेदारों/हितधारकों के साथ पहल करना होती है, उनमें व्यापक विविधता होती है। उनमें महिला समूह होते हैं, उनमें युवा और छात्र होते हैं, उनमें सरकारी तंत्र के प्रतिनिधि होते हैं। जन प्रतिनिधि होते हैं, संचार माध्यमों के प्रतिनिधि और व्यापक समाज के लोग शामिल होते हैं।
2. रणनीतिक संचार का आधार है अपने सपने, लक्ष्य, उद्देश्य के साथ जोड़कर अपनी बात को कहना, अपना विचार प्रसारित करना और अन्य समूहों को अपने सपने/लक्ष्य के साथ जोड़ना।
3. विविध समूहों से संवाद-संचार की प्रक्रिया का निर्धारण समूह की विशेषता, उसके स्वरूप, उसके चरित्र, स्वभाव और प्राथमिकताओं के आधार पर निर्धारित होता है।
4. अलग-अलग समूहों के साथ संचार-संवाद में भाषा, हाव-भाव, संचार के तरीके, माध्यम, उद्देश्य इस बात से तय होंगे कि किस समूह या व्यक्ति से संचार-संवाद किया जा रहा है।
5. रणनीतिक संचार-संवाद की संस्थागत नीति और क्षमता वृद्धि की व्यवस्था बनाना।

रणनीतिक संचार नीति में शामिल पहलू

- लक्षित समूह, उसके स्वभाव और चरित्र की पहचान
- लक्षित समूह के अनुसार भाषा का चयन
- लक्षित समूह के अनुसार संचार के तरीकों (चर्चा, प्रस्तुतिकरण, इन्फोपैक, विस्तृत रिपोर्ट, वीडियो, पारम्परिक तरीके, व्यावहारिक कार्य आदि)
- लक्षित समूह की आवश्यकताओं की पहचान करना
- लक्षित समूह के विषय/मुद्दे से जुड़ाव के बारे में समझ
- लक्षित समूह की भूमिका (हक धारक, निर्णय लेना, निर्णय लेने की प्रक्रिया को प्रभावित करना, वातावरण बनाना, प्रोत्साहक/सहजकर्ता की भूमिका, जनमत बनाना या उसे प्रभावित करना)
- रणनीतिक संवाद-संचार के चरण और उसमें निरंतरता
- रणनीतिक संवाद-संचार का उद्देश्य (लाभ या आत्मीयता और रिश्ते)
- अपने अनुभवों, संस्था के परिणामों और उपलब्धियों को कहानी के रूप में प्रस्तुत करना
- टीम प्रबंधन में संचार को प्रभावी महत्व देना

रणनीतिक संचार-संवाद नीति के मूल्य

पारदर्शिता

गरिमा

स्पष्टता

तथ्यात्मक,
तर्कसंगत एवं
सरल
व्याख्या

जवाबदेहिता

सहभागिता

दृष्टि-आधारित
होना

3 - प्रभावी संचारक के लिए कुछ सूत्र

यदि पूछा जाए कि कौन एक प्रभावी संचारक-प्रभावी संवादकर्ता बनना चाहता है तो शायद ही कोई इसका उत्तर 'नहीं' में दे।

यह एक महत्वपूर्ण प्रश्न है कि क्या वास्तव में प्रभावी संचारक या प्रभावी संवादकर्ता बनना बेहद कठिन लक्ष्य है? वास्तव में प्रभावी संचारक होने का अर्थ क्या होता है? इस विषय में कुछ बेहद बुनियादी बातें हैं, मसलन -

- मुझे यह अहसास है कि 'मैं' किस समूह से संचार-संवाद कर रहा हूँ और उसकी जरूरतें क्या हैं और मैं उनकी प्रतिपूर्ति कैसे करना चाहता हूँ?
- संदर्भित विषय में रुचि होना, उसे अच्छे से जानना और जानते रहना।
- यह स्पष्ट करना और करते रहना कि वास्तव में 'मैं' क्या कहना या बताना चाहता हूँ?
- मुझे पता है कि संचार-संवाद के पीछे मेरी वास्तविक मंशा क्या है?
- मैं संचार-संवाद में शामिल हर व्यक्ति के 'बात-विचार' को एकाग्रता से सुनने के लिए तैयार हूँ।
- मैं यह मानता हूँ कि लोगों में असहमति हो सकती है और अगर कोई व्यक्ति मुझसे असहमत है, तो इसका यह मतलब कतई नहीं कि वह मेरा विरोधी है।
- मुझे पता है कि प्रश्न संचार-संवाद की धुरी होते हैं। मैं प्रश्न सुनने-समझने के लिए तैयार हूँ।

वास्तव में प्रभावी संचार और प्रभावी संवाद के सिद्धांत बेहद साधारण और सरल होते हैं, लेकिन साधारण और सरल होना ही बेहद मुश्किल होता है। यह जरूरी नहीं कि उपरोक्त सभी बिन्दुओं का विवरण दिया जाए। कुछ बातें सूत्र में होती हैं और उन्हें सूत्र में ही रखा जाना चाहिए। बहरहाल कुछ बातें अनुभव और जीवन की सीखों से आती हैं। यहां कुछ ऐसी ही बातों पर चर्चा की जा रही है। जो भी बिंदु लिखे जा रहे हैं वे अपने आप में स्वतंत्र भी हैं और एक दूसरे के साथ गुंथे हुए भी हैं।

हर व्यक्ति, हर समय विचार उत्पन्न करता रहता है

- यह नहीं मानना चाहिए कि दुनिया में केवल कुछ ही लोग विचार उत्पन्न करते हैं। जरा सोचिये, जब आप किसी व्यक्ति को संकट में देखते हैं, तब क्या आपके मन में कोई बात जन्म लेती है? जब आप अखबार में पढ़ते हैं कि किसी व्यक्ति ने खुद को और अपने परिवार को इसलिए समाप्त कर दिया क्योंकि उसके पास छः महीने से कोई रोजगार नहीं था? जब आप देखते हैं कि एक बड़े प्रभावशाली व्यक्ति ने अपने व्यावसायिक प्रतिष्ठान के पास थक कर और भूख के कारण निढाल पड़े व्यक्ति को ठोकर मारकर वहां से हट जाने को कहा? क्या ऐसी स्थितियां देख-सुन-पढ़कर हमारे दिमाग में कोई बात जन्म नहीं लेती है। बिलकुल लेती है, वही बात विचार का आरम्भ होती है।
- बस इतना अंतर होता है कि कुछ लोग इन पर ज्यादा गहराई से सोचते हैं और फिर उन्हें अभिव्यक्त भी करते हैं। वास्तव में बस यही फर्क होता है।
- जब हम किन्हीं घटनाओं या बातों के कुछ व्यापक पहलुओं (ऐसा क्यों हुआ? बेघर लोगों के लिए समाज या सरकार को क्या करना चाहिए? बेरोजगारी की स्थिति गम्भीर क्यों हो रही है?) के बारे में सोचने लगते हैं, तो विचार भी व्यापक होने लगते हैं। अब हमें यह करना है कि हम 'विचार' की शुरुआत करके ही उन्हें त्याग न दें, उन्हें छोड़ न दें। किसी भी व्यक्ति, घटना, परिस्थिति या नीति के बारे में जो भी हमारे मन-मस्तिष्क में आता है, उसे हम विस्तार और आकार देना शुरू करें।
- ऐसा करने पर शुरुआत कुछ प्रश्नों से होगी। उन प्रश्नों के उत्तर खोजना शुरू कीजिए। ये उत्तर अखबारों में छपे लेखों से मिलेंगे, पत्रिकाओं और किताबों से मिलेंगे। कुछ वृत्तचित्रों से मिलेंगे।
- जो भी प्रश्न उभरते हैं, उन्हें अपनी डायरी में दर्ज कर लीजिए और ऐसे व्यक्ति के बारे में सोचिये, जो उन प्रश्नों के उत्तर दे सकता हो। प्रश्नों से घबराइए मत। उत्तर अवश्य मिल जाएंगे। विचार करने का मतलब यह कतई नहीं होता कि हम या आप हर विषय के बारे में सब कुछ जानते हैं। ऐसा भ्रम नहीं पालना चाहिए। विचारों के उत्पन्न होते रहने का मतलब ही यह होता है कि हम जानते रहना चाहते हैं, नया सीखते रहना चाहते हैं।

सलाह : कहां मानें, कहां त्यागें?

- यह विश्वास होना बहुत जरूरी है कि हर व्यक्ति का अपना अलग व्यक्तित्व होता है, उसका अनुभव होता है, काम करने का तरीका होता है। जब व्यक्ति अपनी यह सच्चाई भूल जाता है, तब वह बार-बार दूसरों से सलाह लेने लगता है। वह हर सलाह को महत्वपूर्ण मानता है और ठीक वैसा ही करने की कोशिश करता है। लेकिन उस सलाह को ज्यों का त्यों लागू कर पाना असम्भव होता है। ऐसे में अच्छी सलाह का परिणाम भी 'खराब' ही आता है।
- सच यह है कि दूसरे व्यक्ति का अपना नजरिया, अनुभव और काम करने का तौर-तरीका होता है, सलाह देने वाला व्यक्ति इस 'अपेक्षा' से सलाह देता है कि लोग उसकी सलाह को ज्यों का त्यों समझ लेंगे और अपना लेंगे। जब ऐसा होगा तो 'उत्कृष्ट परिणाम' हासिल होंगे। लेकिन ऐसा होता नहीं है।
- जरूरी नहीं कि हम सलाह देने या सलाह लेने वाले की नेकनीयती पर प्रश्न खड़ा करें, लेकिन मानव के स्वाभाविक गुणों को भूल जाने से विरोधाभासी स्थितियां पैदा हो जाती हैं।
- जब सलाह के मुताबिक काम करने पर भी अपेक्षित परिणाम सामने नहीं आते हैं, तो सलाह लेने वाले व्यक्ति को लगता है कि उसे सही सलाह नहीं दी गई। उधर, सलाह देने वाला व्यक्ति महसूस कर रहा होता है कि मैंने इतनी अच्छी सलाह दी थी, लेकिन उसका मान नहीं रखा गया। अब मैं उस व्यक्ति से बात नहीं करूंगा।
- सलाह देते समय यह अध्ययन कभी नहीं किया जाता है कि उसे लागू करने के लिए किस तरह के कौशल, क्षमताओं, संसाधनों, वातावरण, नजरिए और रणनीति की जरूरत होगी। इन तत्वों का विश्लेषण किए बिना 'सलाह को क्रियान्वित करना' सम्भव नहीं होता है। जो बिंदु या पहलू महत्वपूर्ण या रुचिकर या सम्भव लगे, उसे रखें, बाकी को छोड़ दें।
- सलाह के सम्बन्ध में सूत्र यह है कि सलाह को व्यक्ति के अनुभवों और परिस्थितियों के सन्दर्भ में सुनना-समझना चाहिए। फिर उसे अपने विश्लेषण की प्रक्रिया में डाल देना चाहिए।
- कभी भी सलाह इस अपेक्षा से नहीं दी जानी चाहिए कि वह ज्यों की त्यों लागू कर दी जायेगी।

प्रभावी संचारक की तैयारी के सूत्र

हम अपनी बात प्रभावी ढंग से सम्प्रेषित कर पाएं, बता पाएं, इसकी सबसे ज्यादा तैयारी अपने भीतर, अपने मन में, अपने मस्तिष्क में होती है। तैयारी अच्छी है या नहीं, इसकी गवाही हृदय देता है। हृदय की दो भूमिकाएं होती हैं - वह धड़कने की गति से बता देता है कि तैयारी कैसी है? वह परिणाम के संकेत 'आत्मविश्वास' का निर्माण भी करता है।

प्रभावी संचारक को यह तरीका अपनाना चाहिए -

- 1 अपने विषय को स्पष्ट करना और फिर उसे अधिक स्पष्ट करते रहना।
- 2 अपने विषय से सम्बंधित संदेश, जो सम्प्रेषित किया जाना है, को तैयार करना और तैयार संदेश पर खुद कम से कम पांच बार पूछना- क्यों, क्या, कैसे, कहां, कौन, कब ?
- 3 संदेश के संबंध में स्वयं से पूछे गए प्रश्नों का आकलन करना कि कितने प्रश्नों के उत्तर उपलब्ध हैं और कितने प्रश्नों के उत्तर उपलब्ध नहीं हैं? जिन प्रश्नों के उत्तर मिले, उनका तथ्यों से सन्दर्भों के साथ परीक्षण करना और जिनके उत्तर नहीं मिले, उनके उत्तर खोजना।
- 4 अपने विषय को किसी बच्चे और विषय से असम्बद्ध उम्रदराज व्यक्ति को स्पष्ट करना।
- 5 अपने संदेश को व्यवस्थित करें, उसे एक स्वरूप प्रदान करें। मानक यह है कि संदेश बिलकुल सरल होना चाहिए। अगर संदेश जटिल है और उसकी बहुत व्याख्या करनी पड़ेगी और ऐसा हो सकता है कि अति-व्याख्या संदेश को विरोधाभासी बना दे।

संदेश या काम को चरित्र से जोड़ना गम्भीर चूक

हम समूह में या टीम में काम करते हैं। हमारी भूमिका में 'गति' के साथ 'परिपक्वता और विचार' को साधना अपने आप में बहुत बड़ी चुनौती होती है। हम पर दबाव होता है कि अपने काम या प्रक्रिया को बहुत तेजी से पूरा कर लें। इससे हमारे व्यवहार में कुछ बुनियादी गफलतें या कहें कि दोष आ जाते हैं। ये गफलतें स्पष्ट रूप से हमारे स्वभाव के विरोधाभास को दर्शाती हैं।

- 1 किसी भी व्यक्ति के काम या उसकी प्रतिक्रिया या परिणाम को परिस्थिति या पृष्ठभूमि से जोड़ कर न देखते हुए, उसके चरित्र के साथ जोड़कर देखना। मसलन वह व्यक्ति तो लापरवाह ही है, वह व्यक्ति संस्था के प्रति निष्ठावान नहीं है, वह किसी खास धर्म के प्रति रुझान रखता है और दूसरे धर्म से द्वेष रखता है।



- 2 अपने काम या अपनी प्रतिक्रिया या अपने काम के परिणाम को परिस्थिति और पृष्ठभूमि के साथ जोड़कर प्रस्तुत करना, न कि अपने चरित्र के साथ जोड़कर। जब हम यह कहते हैं कि हम यह परिणाम इसलिए हासिल नहीं कर पाए क्योंकि समुदाय इस समानता का व्यवहार अपनाने के लिए तैयार नहीं होता है, हमारे पास सीमित संसाधन थे या हमारे पास बहुत ज्यादा काम था, हम अपने विरोधाभास को व्यक्त कर रहे होते हैं।

जब हम समीक्षा की प्रक्रिया में होते हैं या फिर किसी खास विषय पर संवाद कर रहे होते हैं, तब अपने कार्यक्रम या उसके परिणामों के प्रति हम अलग नजरिये और मानकों के आधार पर विश्लेषण करते हैं, जबकि दूसरों के कार्यक्रम या उनके परिणामों के प्रति किसी अन्य नजरिये और मानकों के आधार पर विश्लेषण या समीक्षा करते हैं।

यह जरूरी है कि हम परिस्थिति, पृष्ठभूमि और बहु-आयामी वास्तविक कारकों के आधार पर संचार और संवाद करें। इन कारकों को हम पहले से चुनकर या पहचान कर नहीं रख सकते हैं। इन्हें जानने के लिए हमें व्यक्ति की बातों को ध्यान से सुनना और महसूस भी करना होगा।

किसी व्यक्ति के काम या प्रतिक्रिया को उसकी खराब या नकारात्मक मंशा से नहीं जोड़ना चाहिए। हो सकता है कि किसी में अनुभव, ज्ञान, कौशल या समझ की कमी हो, लेकिन इन्हें नकारात्मक इरादे के रूप में नहीं लिया जाना चाहिए।

संवाद का समय और समय से संवाद

- हम संवाद की तैयारी के लिए समय नहीं देते हैं। हम सीधे संवाद करना चाहते हैं। यह अच्छी आदत नहीं है। जिस विषय पर हम काम कर रहे हैं, उस पर दिन में कम से कम एक बार संवाद के नजरिये से कुछ अभ्यास करें। तैयारी करें। जब हम बैठक, समीक्षा, मूल्यांकन, प्रशिक्षण या मेल-मुलाकात करते हैं, तभी उसकी तैयारी करेंगे, तो संचार-संवाद प्रभावी नहीं होगा। संचार-संवाद की जरूरत को याद रखें और यह भी कि संचार-संवाद कोई विशेष आयोजन नहीं होता; यह हर वक्त होने वाली प्रक्रिया है। यह जरूर है कि हम इसके लिए सदैव तैयार रहें।
- सदैव तैयार कैसे रहें? यह एक सरल सा सवाल हो सकता है, किन्तु इसका उत्तर सघन अभ्यास में छिपा हुआ है। मान लीजिए आप एक बैठक में शामिल हो रहे हैं। उसमें किसी विषय पर कोई सत्र चल रहा है। उस सत्र से आप विषय के बारे में कुछ नया जान रहे हैं। जो जान रहे हैं, उसे आप अपनी कापी में जरूर लिख रहे होंगे। इसके साथ ही थोड़ा रुक कर खुद से सवाल पूछिए कि अगर मुझे इस विषय पर अपनी बात प्रस्तुत करनी होगी, तो मैं कैसे प्रस्तुत करूंगी/करूंगा? मेरा वक्तव्य क्या होगा? मैं किन शब्दों का इस्तेमाल करूंगी/करूंगा? मैं कौन से तथ्य का इस्तेमाल करूंगी/करूंगा?
- यही बात एक दिन बाद पुनः दोहरा लीजिए। उस सत्र की विशेष बात क्या थी? हम जिस वक्त कोई नई बात जानते हैं और उसके बाद 24 घंटे में अगर वही बात एक बार दोहरा ली जाए तो वह बात हमारे मन



का हिस्सा बन जाती है। बस कुछ ही समय में उस सत्र की बात आपकी संचार प्रक्रिया का हिस्सा बन जागी। इसका दूसरा पक्ष यह है कि जो बात हमने किताब में पढ़ी या किसी व्याख्यान में सुनी है, वह तत्काल सुनते या पढ़ते समय ही हमारे मन का, हमारी स्मृति का हिस्सा नहीं बन जाती है। अगर हम उस पढ़ी या सुनी हुई बात पर कुछ समय बाद थोड़ा विचार कर लें, तो वह बात/जानकारी/ विचार हमारे ज्ञान भण्डार में जमा हो जाती है। सूत्र यह है कि कोई भी बात इससे पहले कि हम भूल जाएं या वह बात कहीं खो जाए, उसे फिर से संदर्भ के दृष्टिकोण से याद कर लीजिए।

- आपके मन-मस्तिष्क में जो विचार आया, उसका विश्लेषण कीजिये। जो भी बातें उभरती जाती हैं, उन्हें लिख डालिए।

‘क्या’ के साथ ‘कैसे और क्यों’ का बहुत महत्व है।

- सामाजिक कार्यकर्ता या संस्था के रूप में हम सामाजिक-आर्थिक बदलाव और बेहतरी के लिए काम कर रहे हैं। जब हम अपनी चर्चाओं पर नजर डालते हैं, तब हमें पता चलता है कि हम लगभग 90 फीसदी समय केवल यही बताते हैं कि ‘क्या’ समस्या है? ‘क्या’ किया जा रहा है? गतिविधियां ‘क्या’ हैं? कार्यक्रम या परियोजना ‘क्या’ है?
- वास्तव में केवल ‘क्या’ तक सीमित रहना ही संचार-संवाद को निष्प्रभावी बना देता है, क्योंकि ‘क्या’ से लगभग सभी समान रूप से वाकिफ होते ही हैं। समस्या क्या है? गरीबी, असमानता, शोषण, भेदभाव, छुआछूत आदि समस्याएं हैं। लेकिन संचार-संवाद का महत्वपूर्ण पहलू यह होगा कि गरीबी, असमानता, शोषण, भेदभाव, छुआछूत ‘क्यों’ है? इनका निर्माण या रूपांकन ‘कैसे’ होता है? इन समस्याओं या चुनौतियों को दूर ‘कैसे’ किया जा सकता है? वास्तव में समस्याएं तो एक समान ही दिखाई देती हैं, लेकिन नजरिये और सोच में विविधता दिखाई देती है, जब समस्याओं के मूल कारणों यानी ‘क्यों’ का ताला खुलता है?
- किसी का नजरिया हो सकता है कि यदि देश का खूब आर्थिक विकास होगा, कुछ बड़ी कम्पनियां और कारखाने स्थापित होंगे और जब लोग खूब उपभोग करेंगे, तो गरीबी मिट सकती है, लेकिन दूसरा पक्ष होगा कि कुछ कम्पनियों या बड़े कारखानों के बजाए छोटे-छोटे उद्योग लगाने से गरीबी मिटेगी। बड़े उद्योग तो श्रम को केवल गुलाम बना कर रख लेंगे। इससे तो गरीबी और बढ़ जाएगी।
- सूत्र यह है कि प्रभावी संचार-संवाद तभी हो सकता है, जब हम अपने विषय के अलग-अलग आयामों के बारे में अपने विचार गढ़ते हैं। क्या, क्यों, कैसे के बारे में विचार करते रहते हैं।



अपनी बात को प्रभावी ढंग से रखना जारी रखें

हम कई लोगों से मिलते जुलते हैं। कई कार्यशालाओं, सेमीनार और व्याख्यानों में शामिल होते हैं। क्या आपने गौर किया कि उसमें किस तरह से संचार-संवाद होता है? अगर आप गौर से देखेंगे तो आप कुछ खास तरह की स्थितियां पाएंगे-

- जो लोग अपने विषय को अच्छे से जानते-समझते हैं। जिन्होंने अपने विषय पर गहराई से विचार और विश्लेषण किया होता है, वे किसी को अपने विचार से सहमत कराने के लक्ष्य से संचार-संवाद नहीं करते हैं। वे अपने विषय को पूर्णता और व्यापकता के साथ प्रस्तुत करने के लक्ष्य के साथ संचार-संवाद करते हैं। वे किसी से अनुनय या मनुहार नहीं करते हैं कि दूसरे लोग भी उनके विचार से सहमत हो जाएं और उसी विचार को ग्रहण कर लें। ऐसी अवस्था में प्रस्तुतकर्ता या संचारक उन लोगों की भाषा से खुद भी संदेश लेते रहते हैं कि उनकी बात पहुंच रही है या नहीं? वे बीच में रुकते हैं और पूछते हैं कि क्या कोई प्रश्न या दुविधा है? अगर कोई प्रश्न खड़ा होता है, तो वे उसे यानी प्रश्न को अपनी पहली उपलब्धि मानते हैं।
- जो लोग अभी विषय को ठीक से जान भी नहीं पाए होते हैं, वे अपने विषय को प्रस्तुत करने से ज्यादा इस बात के लिए प्रतिबद्ध होते हैं, कि जो भी वे प्रस्तुत कर रहे हैं, उससे सभी सहमत हों। सहमति के लिए वे उग्रता के साथ संचार-संवाद करते हैं। ऐसी अवस्था में व्यक्ति केवल अपनी बात कह देना चाहता है। अगर कोई प्रश्न खड़ा होता है, तो उस पर उनकी नकारात्मक प्रतिक्रिया होती है।

प्रभावी संचार का अहम तत्व - वातावरण का अध्ययन

- संचार तभी प्रभावी होता है, जब वातावरण संदेश के अनुकूल हो। अनुकूल या प्रतिकूल का मतलब यह नहीं है कि अगर वातावरण प्रतिकूल है तो वह संदेश दिया ही नहीं जाएगा।
- मसलन राजनीतिक वातावरण ऐसा है कि सहिष्णुता, पारदर्शिता, धर्मनिरपेक्षता और बंधुत्व की बात करना नकारात्मक माना जाता है; तो क्या इसका मतलब है कि सहिष्णुता, पारदर्शिता, धर्मनिरपेक्षता और बंधुत्व के मूल्यों पर संवाद ही नहीं किया जाएगा? नहीं, ऐसा कतई नहीं है। वातावरण के अध्ययन से यह स्पष्ट हो जाता है कि किस तरह से संचार करने पर संदेश प्रभावी होगा? इसमें शब्दों के चयन, कथानक और संचार की तकनीक की पहचान महत्वपूर्ण हो जाती है।
- जब राजनीतिक संरचनाएं और व्यवस्थाएं सामाजिक-आर्थिक समस्याओं को और ज्यादा गम्भीर बना रही होती हैं, तब वातावरण का अध्ययन बेहद जरूरी हो जाता है।
- वातावरण के अध्ययन का आशय यह है कि समाज में किस तरह की व्यवस्था बनाने की प्रतिबद्धता प्रदर्शित की जा रही है? समाज के मूल मुद्दों को प्राथमिकता देने की नीयत है या उनसे भटकाव पैदा करने की नीयत है? क्या इस वातावरण में समतामूलक, अमन पसंद समाज के निर्माण से जुड़ी हुई बात को सुना जा रहा है या उसे दबाया जा रहा है? ऐसे ही प्रश्नों का उत्तर हमें वातावरण के अध्ययन से मिलता है।



प्रभावी संचार का अहम तत्व -

सुनना

- अक्सर यह मान लिया जाता है कि जो 'बोलता' या 'लिखता' है, वही संचारक होता है। ऐसा बिलकुल नहीं है। जो सुन रहा है, वह भी संचारक है। जो प्रश्न पूछ रहा है, वह भी संचारक है। जो देख रहा है, वह भी संचारक है।
- संचार तभी प्रभावी होता है, जब हममें सुनने का कौशल होता है। वास्तव में सुनने का परीक्षण करते रहना जरूरी होता है।
- अक्सर होता यह है कि जब कोई अपनी बात कह रहा होता है, तब हम उसकी बात की ध्वनि (आवाज) को सुन रहे होते हैं, उसकी बात को नहीं।
- जरा ध्यान दीजिए कि जब कोई व्यक्ति अपनी बात कह रहा था, तब आपके दिमाग में क्या अपनी ही कोई बात नहीं चल रही थी? कहीं ऐसा तो नहीं था कि उसकी बात का पहला हिस्सा सुनते ही आपने उसके संबंध में अपनी बात को सोचना या उसके प्रतिकार की कोई बात सोचनी शुरू कर दी थी?
- होना यह चाहिए कि जब कोई भी व्यक्ति अपनी बात कह रहा हो, तब उसकी बात सुनते समय हमारे मन में या दिमाग में कोई और बात नहीं चल रही होनी चाहिए। जब उसकी बात पूरी हो जाए, उसके कुछ समय बाद तक उसकी बातों को समझने का प्रयास किया जाए और इसके बाद ही अपनी बात कही जाए, वह भी तब, जब वह वास्तव में जरूरी हो।
- सुनने का एक अभ्यास यूं भी किया जा सकता है- किसी संवाद में जो बात किसी व्यक्ति के द्वारा कही गई, उसे ऐसे दोहरा दीजिए कि उसमें हमारा कोई विचार या नजरिया न जुड़ा हो।



प्रेरित करने की मंशा हो

- स्वाभाविक है कि हम जो भी बात कहते हैं, अक्सर उससे सहमत होते हैं। लेकिन प्रभावी संचारक को यह सोचना चाहिए कि उसके संदेश से कोई भी व्यक्ति या समूह क्यों प्रेरित होगा या क्यों प्रेरित नहीं होगा? अपने संचार से प्रेरित करने के लिए खुद को तैयार कीजिए।
- प्रेरणा का एक संदेश शरीर की भाषा से भी जाता है। दूसरा संदेश इस बात से जाता है कि हमारे संदेश में केवल जानकारियां हैं या फिर मन का जुड़ाव भी है, भावनाएं और जीवंतता भी है।



- जो लोग प्रेरित करने के लिए संचार-संवाद करते हैं, वे किसी की कम जानकारियों का उपहास नहीं करते हैं। वे अपनी उत्कृष्टता का अहंकार नहीं पालते हैं। वे किसी के कमजोर या नकारात्मक प्रश्न पर उग्र या उपेक्षापूर्ण प्रतिक्रिया नहीं देते हैं।
- वे लोग ही अपने संचार-संवाद से किसी को प्रेरित कर पाते हैं, जो लोगों के व्यक्तित्व को समझते और महसूस करते हैं, जिनमें खुद और जानने की जिज्ञासा होती है।
- वे सुनते ज्यादा हैं और खारिज कम करते हैं या फिर खारिज नहीं करते हैं। प्रभावी संचारक रंगों की कूची (जिज्ञासा, समता, स्वयं पर विश्वास, नम्रता) लेकर संचार करता है, धारदार हथियार (क्रोध, अहंकार, खराब शब्द, उग्र प्रतिक्रिया) लेकर नहीं।



