

## CLASSIFICATION OF MASS COMMUNICATION THEORY

### जनसंचार के सिद्धांत का वर्गीकरण

जनसंचार के सिद्धांतों को विभिन्न तरीकों से वर्गीकृत किया गया है। क्योंकि यह सामाजिक, राजनीतिक, तकनीकी आदि कारकों के आधार पर बदलते रहते हैं। अधिकांश सिद्धांतकार जन माध्यम या मास मीडिया के विकास के युग के आधार पर अपने सिद्धांतों को वर्गीकृत किये हैं। क्योंकि जिस तरह से समाज में मीडिया का संचालन और तकनीकी परिवर्तन हुआ उस तरह से समय के साथ-साथ मीडिया में भी बदलाव आया है। संचार के सिद्धांतों को मुख्य रूप से निम्नलिखित वर्गों में बांटा गया है जो इस प्रकार है—

- सामाजिक सिद्धांत (Sociological Theories)
- मनोवैज्ञानिक सिद्धांत (Psychological Theories)
- सांस्कृतिक सिद्धांत (Cultural Theories)
- मीडिया समाज सिद्धांत (Media Society Theories)
- नियामक सिद्धांत (Normative Theories)

### 1. सामाजिक सिद्धांत (Sociological Theories)

सामाजिक सिद्धांत सामाजिक संबंधों, आर्थिक और राजनीतिक संदर्भों में मीडिया की भूमिका की व्याख्या करता है। यह सिद्धांत इस धारणा पर आधारित है कि जनसंचार और सामाजिक परिवर्तन के बीच एक निश्चित संबंध मौजूद है। सामाजिक सिद्धांत में विशेषज्ञ कुछ प्रमुख सिद्धांतों की चर्चा की है, जैसे कि कल्टिवेशन सिद्धांत, एजेंडा सेटिंग सिद्धांत, उपयोगिता एवं परितुष्टि सिद्धांत और निर्भरता सिद्धांत।

- कल्चिवेशन सिद्धांत (Cultivation Theory)

मीडिया के प्रभावों के अध्ययन में इस सिद्धांत का उपयोग किया गया है। विशेषरूप से टेलीविजन कार्यक्रमों के प्रभाव पर किये गए शोध में इस सिद्धांत का प्रयोग किया गया। वर्ष 1967 में इस सिद्धांत को जॉर्ज गर्बनर ने प्रस्तुत किया था। जॉर्ज गर्बनर ने अपने सहयोगियों के साथ टेलीविजन कार्यक्रमों का विस्तृत अध्ययन किया। इस शोध की मूल कल्पना थी कि लगातार टेलीविजन के कार्यक्रम देखने से हम सामाजिक जगत की प्रकृति के संबंध में जिस प्रकार की धारणा और तस्वीर बनाते हैं वह स्टीरियो टाइप तथा विकृत होती है। साथ ही हम वास्तविकता के बेहद संकुचित, सीमित एवं चयनित भाग को ही ग्रहण कर पाते हैं।

इस सिद्धांत में वास्तविक जगत की जो तस्वीर टेलीविजन के कार्यक्रमों, धारावाहिकों तथा समाचारों के जरिये दिखायी जाती है उसमें मौजूद जो विकृतियां हैं उसका प्रभाव हमारे मस्तिष्क पर इस तरह से पड़ता है कि हम वास्तविक जगत को भी टेलीविजन द्वारा दिखाए गए रूप में देखने लगते हैं। इस क्रम में मनुष्य धीरे-धीरे जनसंचार के संदेशों एवं उसके द्वारा प्रस्तुत किए गए छवि के आधार पर ही सीखता है और अपनी धारणाएं बनाता है। इस सिद्धांत के अनुसार जनसंचार अपनी प्रभावी भूमिका निभाते हुए मनुष्य के अनुभवों पर हावी हो जाता है।

- एजेंडा सेटिंग सिद्धांत (Agenda Setting Theory)

वैज्ञानिक शोध के माध्यम से एजेंडा सेटिंग की अवधारणा प्रस्तुत करने का श्रेय मैकॉम्ब एंड शॉ (Mc-combs & Shaw) का जाता है। इसकी परिकल्पना का व्यवस्थित अध्ययन इन्होंने वर्ष 1972 में किया। एजेंडा सेटिंग की अवधारणा यह है कि मीडिया द्वारा मुद्दों का निर्माण किया जाता है। यह लोगों को बताता है कि आज कौन सा मुद्दा सबसे महत्वपूर्ण है और कौन सा नहीं। लोगों को मीडिया से ही पता चलता है कि कौन से मुद्दे प्रमुख हैं। एजेंडा सेटिंग जन माध्यमों द्वारा जन समुदाय को प्रभावित करने का तरीका है। यह लोगों में विचार एवं बहस के मुद्दे स्पष्ट करती है।

मैकाम्ब एवं शॉ ने एजेंडा सेटिंग का जो अवधारणा दिया उसके आधार पर इस सिद्धांत के प्रमुख तत्व हैं—

- किसी मुद्दे पर सार्वजनिक बहस संचालित करना
- कुछ खास मुद्दों का अधिक प्राथमिकता देना
- अन्य मुद्दों को नकार देना
- किसी खास मुद्दों को जानबूझकर नकार देना

यह सिद्धांत मीडिया जनमत पर खास प्रभाव छोड़ता है। लोगों को मुद्दों की जानकारी मीडिया के द्वारा ही होता है। मीडिया में किस मुद्दे को किस क्रम में रखा जा रहा है, उसको कितना महत्व दिया जा रहा है यह सब महत्वपूर्ण होता है। एजेंडा सेटिंग की अवधारणा पर विभिन्न शोधकर्त्ताओं ने कई प्रकार के शोध किए।

जारी है.....