Effect of Communication on Public Opinion

संचार का जनमत पर प्रभाव

Presented by

Dr. Archana Bharti

Guest Faculty, MJMC

Sem-1, Paper- 101

Date- 07/08/2021

*संचार का जनमत पर प्रभाव

* संचार माध्यम किस रूप में जनमत को प्रभावित करता है, यह विषय संचार विशेषज्ञों के लिए महत्वपूर्ण रहा है।
* संचार विशेषज्ञों के अनुसार, कुछ प्रकार के मुद्दों पर, कुछ विशेष स्थितियों में, कुछ लोगों तक, किसी संचार का कुछ खास प्रभाव होता है।

*संचार का जनमत पर प्रभाव

* जनमत पर संचार का कुछ प्रभाव होता है, भले उसका प्रभाव कम हो या ज्यादा। किस तरह का संचार, किस तरह के लोगों पर, किस तरह की स्थितियों में, किस तरह के मुद्‌दों पर, किस तरह का प्रभाव डालेगा, यह अलग–अलग होता है।
* जनमत पर संचार का क्या प्रभाव होगा, यह संचार की प्रकृति पर निर्भर करता है।

संचार का जनमत पर प्रभाव

* माध्यम जितना वैयक्तिक (Personal) होगा, प्रभाव उतना अधिक होगा। जो माध्यम जितना अधिक लोगों से दूर होगा उसका असर कम होगा। इसलिए अंतरवैयक्तिक संचार (Interpersonal Communication) का ज्यादा असर माना जाता है।
* जनमत पर संचार के प्रभाव में ओपिनियन लीडर और टू–स्टेप फ्लो की भी महत्वपूर्ण भूमिका होती है। संचार किस माध्यम से किया गया, यह भी एक महत्वपूर्ण कारक है।

संचार का जनमत पर प्रभाव

- संचार का जनमत पर क्या असर पड़ेगा, यह किसी मुद्दे की प्रकृति पर भी निर्भर करता है। तात्कालिक मुद्दों में जनमत पर संचार का प्रभाव अधिक पड़ने का अवसर होता है, लेकिन पुराने मुद्दों पर पहले से जनमत बना होने के कारण संचार का प्रभाव कम पड़ता है।
- बड़े मुद्दों की अपेक्षा छोटे मुद्दों पर संचार का अधिक असर पड़ता है।

संचार का जनमत पर प्रभाव

* जनमत पर संचार का क्या असर होगा, यह निर्धारित करने में इस बात की भी महत्वपूर्ण भूमिका होती है कि संचार किन लोगों पर केंद्रित है।
* जिस मुद्दे पर लोगों ने पहले से कोई विचार बना लिया है उस पर मीडिया का असर कम होता है।
* लोगों को किसी मुद्दे पर कितनी जानकारी है, उसके ज्ञान और चिंतन का स्तर क्या है, इन सारी चीजों पर निर्भर करता है कि संचार का क्या असर होगा।

*संचार का जनमत पर प्रभाव

* संचार द्वारा जनमत को किस हद तक प्रभावित किया जा सकता है, इस पर परिस्थितियों का भी गहर असर होता है।
* संचार का जनमत पर क्या प्रभाव होगा, इसका कोई सामान्य नियम नहीं है। परन्तु संचार द्वारा किसी मुद्दे पर लोगों की दिलचस्पी पैदा की जा सकती है, उनकी जानकारी बढ़ायी जा सकती है। परन्तु निर्णय लेने की प्रक्रिया लोगों की अपनी होती है।