

जनसंचार सिद्धांत की प्रमुख अवधारणाएं (Key Concepts of Mass Communication Theory)

मनोवृत्ति परिवर्तन के सिद्धांत (Attitudinal Change Theory)- चयनात्मक प्रक्रियाओं को समझने से पहले असंगति की अवधारणा को समझना महत्वपूर्ण है। असंगति सिद्धांत ने तर्क दिया कि जब कोई व्यक्ति नई जानकारी का सामना करता है तो उसे मानसिक परेशानी का सामना करना पड़ता है। वर्ष 1949 में कार्ल हॉवलैंड (Carl Hovland) और उनके शोधकर्त्ताओं की टीम ने इस सिद्धांत की प्रभावशीलता का परीक्षण किया। मनोवृत्ति परिवर्तन के सिद्धांत ने सुझाव दिया कि विसंगति को दूर करने के लिए मानव मन एक सचेत या अवचेतन स्तर पर चयनात्मक प्रक्रियाओं का उपयोग करता है।

जनसंचार के सिद्धांतों में चयनित प्रक्रियाओं (Selective Process) का काफी महत्वपूर्ण स्थान है। विभिन्न प्रकार के संचार माध्यमों के द्वारा विभिन्न प्रकार की सूचनाओं और संदेशों का निरंतर संप्रेषण किया जाता है। श्रोता, पाठक, और दर्शक अपनी अभिरुचि, आवश्यकता और परिस्थिति के अनुसार सूचनाओं और संदेशों को ग्रहण करता है। इसके अंतर्गत जिन प्रमुख अवधारणाओं का उल्लेख किया गया है वे इस प्रकार हैं—

- चयनित प्रकटीकरण (Selective Exposure)
- चयनित मनोयोग (Selective Attention)
- चयनित बोध और (Selective Perception)
- चयनित धारणाएं (Selective Retention)

चयनित प्रकटीकरण (Selective Exposure)

इस प्रक्रिया में अगर हम देखें तो व्यक्ति का मास मीडिया के साथ एक्सपोजर अथवा प्रकटीकरण काफी चयनित होता है। प्रत्येक व्यक्ति उसी संचार व्यवस्था के समक्ष अपना प्रकटीकरण करता है जो उसके दृष्टिकोण से मेल खाती है या जिसके प्रति उसकी दिलचस्पी रहती है। जो संचार व्यवस्था उसके दृष्टिकोण से मेल नहीं खाती उसकी वह उपेक्षा कर देता है। इस प्रक्रिया में व्यक्ति खुद को हर प्रकार के संचार माध्यम और संप्रेषण के लिए खुला नहीं

छोड़ता बल्कि वह उन्हीं चीजों को अपने पास पहुंचने देता है जो उसके अनुरूप चयनित हों। उदाहरण के लिए, यदि कोई व्यक्ति किसी संगोष्ठी या वार्ता या व्याख्यान के सत्र में भाग लेता है तो वह अपने रुचि के क्षेत्र के आधार पर विषय का चयन करता है।

अनुसंधानकर्ताओं का मानना है कि कोई भी व्यक्ति बहुत साधारण तरीके से किसी संदेश को ग्रहण या उपेक्षित नहीं करता है क्योंकि वह बिना जाने, बिना समझे किसी भी संदेश की विषय-वस्तु के सम्बंध में अनुमान नहीं लगा सकता। कुछ शोधकर्ताओं का यह मानना है कि हम उन जन माध्यमों और लोगों से घिरे होते हैं जो महत्वपूर्ण मुद्दों पर हमारे दृष्टिकोण से सहमत होते हैं। सामान्यतया लोग ऐसी सूचना की उपेक्षा करते हैं जो उसके दृष्टिकोण का समर्थन तो करती है परन्तु उसकी अवस्था कमजोर होती है। परन्तु वहीं कुछ ऐसे विवादित सूचनाएं जो कि नयी रोचक और मनोरंजक होती है उसकी उपेक्षा नहीं की जाती है। अगर संदेश मानसिक अशांति या असंवादिता उत्पन्न करता है परन्तु लाभदायी है तो व्यक्ति उसकी उपेक्षा नहीं कर सकता।

चयनित मनोयोग (Selective Attention)

यह एक ऐसी प्रवृत्ति है, जिसमें कोई व्यक्ति किसी संदेश के उस भाग को ग्रहण करता है जो उसके दृष्टिकोण, विश्वास और व्यवहार से मेल खाती है और संदेश के उस भाग की वह उपेक्षा कर देता है जो उसके दृष्टिकोण, विश्वास और व्यवहार के प्रतिकूल होता है। इसमें कुछ शोधकर्ताओं का कहना है कि लोग संदेश के उस भाग पर काफी कठिनाई से ध्यान देते हैं जो उसके दृष्टिकोण, विश्वास और व्यवहार से असहमति रखता हो। लोग ऐसे संदेश को ग्रहण नहीं करते जो उसके तात्कालिक दृष्टिकोण का विरोध और मानसिक अशांति उत्पन्न करता है।

चयनित बोध और (Selective Perception)

प्रायः लोगों की बोध या संज्ञान करने की प्रवृत्ति उसकी आवश्यकताएं, दृष्टिकोण एवं अन्य मनोवैज्ञानिक कारकों से प्रभावित होती है। इसे ही चयनित बोध कहा जाता है। चयनित बोध, व्यक्ति की मान्यताओं, सांस्कृतिक अपेक्षाओं, मनोदशाओं और दृष्टिकोणों से प्रभावित होता है। अवबोधन की प्रक्रिया में मनुष्य एक सक्रिय भूमिका निभाता है। दैनिक जीवन में हम जिन भौतिक, अभौतिक एवं वैचारिक चीजों से सामना करते हैं उसका अवबोधन या प्रत्यक्षीकरण हम किस प्रकार करते हैं यह हमारी जरूरतें, आकांक्षाएं, सामाजिक एवं मनोवैज्ञानिक कारकों, अभिरुचियों तथा अभिवृत्तियों पर निर्भर करता है। इस तरह हमारा अवबोधन एक चयनित अवबोधन होता है।

चयनित धारणाएं (Selective Retention)

सूचनाओं को याद करने की शक्ति व्यक्ति की इच्छा, आवश्यकता, प्रवृत्ति, स्वभाव और मनोवैज्ञानिक कारकों से प्रभावित होती है। इस प्रक्रिया में मनुष्य विभिन्न प्रकार के जनसंचार से प्राप्त संदेशों में से कुछ ही चीजों को वह अपने स्मृति में सुरक्षित रखता है, शेष सभी चीजों को वह भूल जाता है। यही चयनित धारणाएं हैं। इसमें वह उसी चीजों को याद रखता है जो उसकी जरूरतों, अभिरूचियों और विचारों के अनुकूल होती है।

इस प्रकार चयनित प्रक्रिया की अवधारणा के अनुसार मीडिया लोगों को किस हद तक प्रभावित करेगा, इसे नियंत्रित करने की काफी क्षमता खुद लोगों के पास मौजूद है।
