

संचार की बुलेट सिद्धांत (Hypodermic or Bullet Theory)

जनसंचार की प्रक्रिया जनमाध्यमों के द्वारा संचालित होती है। यह जनमाध्यम संचारकर्त्ता और श्रोता दोनों के लिए बहुत महत्वपूर्ण है। श्रोता, पाठक और दर्शक जनमाध्यमों से प्रभावित होता है। किसी संचार का प्रभाव तत्काल उसके प्रापक पर पड़ता है या उसमें वक्त लगता है? इन्हीं बातों पर विचार करने के लिए संचार विशेषज्ञों ने अपने दृष्टिकोण से विचार व्यक्त किए। और बुलेट सिद्धांत की अवधारणा सामने आयीं।

संचार प्रक्रिया में संदेश एक स्थान से दूसरे स्थान तक भेजने वाला यानी संचारक महत्वपूर्ण होता है। संचारक ही संदेश का स्वरूप, आकार, आवश्यकता और प्रक्रिया एवं माध्यम का निर्धारण करता है। इस सिद्धांत के अनुसार, संचार प्रक्रिया में संदेश प्राप्तकर्त्ता अर्थात जो संदेश ग्रहण करता है वह महत्वपूर्ण नहीं होता है। ग्रहीता की क्या आवश्यकता है, उसकी क्या रुचि है, उसका कैसा स्वभाव है आदि बातों का ध्यान संचार प्रक्रिया के दौरान नहीं रखा जाता है। इसमें जनमाध्यम की प्रभावशीलता का अध्ययन किया गया। जनसंचार माध्यम इतने ज्यादा शक्तिशाली एवं प्रभावी होते हैं कि वे लोगों के विचारों को अपनी इच्छानुसार बदल सकते हैं। इस दृष्टि से जनमाध्यमों को अधिक महत्वपूर्ण माना गया। चूंकि समाज बहुत बड़ा होता है इसलि संदेश संभावित श्रोता के लिए प्रेषित किया जाता है और संदेश की रचना करते समय समाज के लोगों की आयु, शिक्षा, आदत, प्रकृति और उनकी आवश्यकता आदि के आधार पर समान तत्व निकालकर संदेश बनाया जाता है। इसी आधार पर बुलेट सिद्धांत लागू होता है।

संचार के इस सिद्धांत का प्रतिपादन प्रथम विश्वयुद्ध के बाद अमेरिका में हुआ। अमेरिकी समाज में जनमाध्यमों का प्रभाव लगातार बढ़ता जा रहा था। उस समय लोग जनमाध्यमों पर अधिक भरोसा करने लगे थे। इसी समय विशेषज्ञ ने महसूस किया कि जनमाध्यम एक शक्तिशाली हथियार है क्योंकि इसके द्वारा भेजे गए संदेश का लोगों पर सीधा असर होता है। और इस पर कई अध्ययन हुए। बुलेट सिद्धांत को 'हाइपोडर्मिक निडल थ्योरी' या एक चरणीय संचार भी कहते हैं। इस सिद्धांत का विकास 1930 के आस पास हुआ था और 40 के दशक के अध्ययनों में जनमाध्यमों को अधिक शक्तिशाली और जनता के विचारों को तुरंत प्रभावित करने वाला बताया। उस समय रेडियो सबसे नया माध्यम था और लोगों का जुड़ाव भी रेडियो के प्रति अधिक था। इन माध्यमों का कितना असर लोगों पर हुआ था इसका उदाहरण 30 अक्टूबर 1938 को मिलता है जब पहली बार किसी रेडियो कार्यक्रम "War of the world" के बीच एक समाचार बुलेटिन को प्रसारित किया गया था। यह समाचार श्रोताओं के

लिए एक भयानक समाचार साबित हुआ था। जिसके बाद संचार वैज्ञानिकों ने “War of the world” को मैजिक बुलेट सिद्धांत के मुख्य उदाहरण के रूप में प्रस्तुत किया।

इस सिद्धांत के अनुसार किसी जनमाध्यम से प्रसारित संदेश सीधे श्रोताओं द्वारा ग्रहण कर ली जाती है और उसका प्रभाव अधिक होता है। *जिस प्रकार बंदूक से निकली गोली सीधे निशाने पर पहुंचती है उसी प्रकार जनमाध्यमों से निकला संदेश भी सीधे श्रोताओं तक पहुंचता है।*

जनमाध्यम इंजेक्शन की भांति श्रोताओं के दिमाग में संदेश भरते हैं और श्रोता तुरंत इस पर प्रतिक्रिया करते हैं। हाइपोडर्मिक एक ग्रीक शब्द है जिसका अर्थ ‘सिरिन्ज’ होता है इसलिए इसका नाम हाइपोडर्मिक रखा गया। इसमें प्रमुख बिन्दु सामने आते हैं—

- यह एक रेखीय संचार है जो जनमाध्यम से सीधे श्रोता तक पहुंचता है।
- इसमें निष्क्रिय श्रोता होते हैं। जनमाध्यम जो भी संदेश चाहे श्रोता के दिमाग में भर सकता है।
- यह माना जाता है कि फीडबैक अथवा प्रतिपुष्टि का कोई प्रभाव नहीं होता।
- इसमें संप्रेषक का हित महत्वपूर्ण होता है श्रोता का नहीं।
- जनसंचार की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण होती है।
- श्रोता के लिए शिक्षा, सूचना आदि करने जैसा कोई उद्देश्य नहीं रहता।
- इस सिद्धांत में श्रोता को आकर्षित करना महत्वपूर्ण है।

संदर्भ :

- सम्प्रेषण प्रतिरूप एवं सिद्धांत, डॉ. श्रीकांत सिंह
- आलेख डॉ. राम प्रवेश राय, सहायक प्रोफेसर, न्यू मीडिया (newswriters.in)
