जनसंचार की सामाजिक भूमिका

डॉ0 राकेश प्रताप शाही*

जनसंचार का तात्पर्य एक ऐसी तकनीक से है जिसके द्वारा समान संदेश लगभग एक ही समय में बहुत से व्यक्तियों के बीच पहुँचाया जा सके। जनसंचार शब्द में शामिल 'जन' वस्तुतः जनता के मिले–जुले बड़े आकार के मानव समूह की अवधारणा का प्रतिनिधित्व करता है। समाजशास्त्र की भाषा में मानव समूह से तात्पर्य मनुष्यों के एक ऐसे संकलन से है, जो एक दूसरे के साथ सामाजिक सम्बन्ध रखते हैं। सामाजिक समूह की विशेषतओं में पारस्परिक सम्बन्ध एकता की भावना, हम–भावना, सामान्य हित, समान व्यवहार, समूह आदर्श नियम शामिल हैं। लेकिन संचार की प्रक्रिया पर विचार करने से पूर्व भीड़, श्रोता–समूह या आडियंस, जनता, जनसमूह तथा सभी के बीच के अन्तर को समझ लेना उचित होगा। श्रोता–समूह संस्थागत भीड़ का एक रूप है। यह कुछ निश्चित नियमों और आचरण के मान्य प्रतिमान का अनुसरण करता है। भीड़ संगठित नहीं होती है और संवेगों से संचालित होती है, जबकि श्रोता समूह विवेकशील होता है। जनता वार्तालाप के सामान्य जगत में विचरण करने वाले ऐसे व्यक्तियों का संग्रह है जिनके विचार किसी समस्या के समाधान अथवा मूल्यांकन के बारे में भिन्न हैं और जो विचार–विमर्श में लगे हैं, परन्तु संख्या में बहुत अधिक होने के कारण उनके लिए परस्पर व्यक्तिगत सम्बन्ध बनाए रखना सम्भव नहीं है। भीड़ के विपरीत जनता बुद्धि–विवेक से व्यवहार करती है। जनमसूह व्यक्तियों का एक अज्ञात समूह है, जो एक दूसरे से शारीरिक रूप से पृथक् है, जिनमें कोई प्रत्यक्ष अंतःक्रिया अथवा अनुभव का आदान–प्रदान नहीं होता, जो सामूहिक रूप से क्रिया करने में असमर्थ है, परन्तु प्रतीक एवं रूढ़ियाँ उत्पन्न करने में समर्थ है। भीड़ में शारीरिक समीपता पायी जाती है, जबकि जनसमूह शारीरिक रूप से दूर–दूर होता है।

जनसंचार प्रौद्योगिकी उपकरणों को माध्यम बनाकर एक बहुत बड़े जनसमूह को संदेश भेजने की प्रणाली है। मुद्रण यंत्र के आविष्कार के साथ ही जनसंचार युग की शुरूआत हो गई थी। बीसवीं सदी के आरम्भ में टेलीविजन इलैक्ट्रानिक माध्यमों के प्रचलन के साथ जनसंचार की प्रक्रिया विशाल सामाजिक शक्ति के रूप में प्रकट हुई। बीसवीं शताब्दी के अन्तिम दशकों में विकसित सेटेलाइट, कम्प्यूटर आधारित इलैक्ट्रानिक जनसंचार माध्यम इंटरनेट के इस क्रान्ति के चरमोत्कर्ष के रूप में सारे संसार को विश्व ग्राम में बदल दिया।

ज्नसंचार माध्यम सामान्यतः विशाल मिले–जुले सामाजिक गुणों वाले औपचारिक समूहों में संदेश का प्रसारण करते हैं। जनसंचार माध्यम दूर–दूर फैले, विविध संस्कृति वाले समूहों में एक ही स्रोत से सम्पर्क कर सकते हैं, लेकिन प्रेषक का लक्षित समूह से कोई सीधा परिचय नहीं होता है लक्षित समूह के सदस्य जनसंचार साधनों के माध्यम से एक समान हितों के लक्ष्य की प्राप्ति के लिए अंतःक्रिया में समाहित हो सके हैं, लेकिन सामान्यतः वैयक्तिक रूप में वे आपस में अपरिचित ही रहते हैं। यह तथ्य महत्वपूर्ण है कि अभिवृत्ति और मूल्यों में परिवर्तन की प्रक्रिया में आधुनिक जनसंचार साधन भी लक्षित समाज की संस्कृति जीवन पद्धतियों व मूल्यों की पूर्ण अवहेलना नहीं कर सकते हैं।

आधुनिक जनसंचार माध्यम ऐसे व्यक्तियों के बीच सामान्य सहमति का निर्माण करते हैं जो आमतौर पर परस्पर आमने–सामने नहीं मिलते हैं। समाज में सामान्य सहमति के निर्माण की प्रौद्योगिकीय प्रक्रिया के कारण जनसंचार माध्यम संस्कृति को भी प्रभावित करते हैं, वस्तुतः जनसंचार माध्यम संदेश उत्पादन तथा वितरण की प्रक्रिया में एक बड़े सामाजिक समूह की मनोवैज्ञानिक रूप से प्रभावित करते हैं, जिसके कारण समूह की संस्कृति के भौतिक तथा अभौतिक दोनों ही प्रारूपों पर सकारात्मक अथवा नकारात्मक परिवर्तन हो सकते हैं। प्रसिद्ध विचारक तथा समाजशास्त्री रेमण्ड विलियम्स ने संस्कृति को समाजशास्त्रीय दृष्टि पर विचार करते हुए जनसंचार माध्यमों के सांस्कृतिक महत्व को स्पष्ट किया है। रेमण्ड विलियम्स सम्पूर्ण सांस्कृतिक प्रक्रिया को एक सम्प्रेषण व्यवस्था के रूप में मान्यता देते थे। रोजर्स,

* **समाजशास्त्र विभाग, श्री भगवान महावीर पी0 जी0 कालेज, पावानगर (फाजिलनगर), कुशीनगर**

चौफे, वर्गर, जे0 कार्नर, मार्शल मेकलुहान, डेनस मक्युएल, जे0 एच0 आल्टस्कल, मर्टन, लाजर्सफेल्ड इत्यादि कई सामाजिक संचारशास्त्रियों ने जनसंचार या मॉस कम्यूनिकेशन को एक समाज विज्ञान के रूप में विकसित करने में महत्वपूर्ण कार्य किया है। सामाजिक विज्ञान की दृष्टि से जनसंचार नीतियाँ मात्र प्रौद्योगिकीय विकास से सम्बन्धित नहीं है। आधुनिक युग में ये नीतियाँ सामाजिक संस्थाओं तथा सामाजिक सम्बन्धों के सामान्य संगठनों तथा नियंत्रण शक्ति को भी प्रभावित करती हैं।

जनसंचार सम्बन्धी नीतियाँ निजी और सार्वजनिक दोनों ही प्रकार के संगठनों की साहित्यिक, कलात्मक, राजनैतिक, सामाजिक, सांस्कृतिक तथा आर्थिक प्राथमिकताओ के निर्धारण में महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह करती हैं। इसी कारण सामाजिक संचारशास्त्र की मान्यता है कि जनसंचार मात्र सूचनाओं के आदान–प्रदान की प्रक्रिया नहीं है, व्यापक समझ, धारणा निर्माण तथा आपसी सहमति इसकी विशेषताएं हैं।

जनसंचार माध्यम की परिभाषा पर विचार करने पर स्पष्ट होता है कि इन माध्यमों में संदेशों के आदान–प्रदान के लिये 'तकनीक अथवा उपकरण' का प्रयोग होता है। 'तकनीक अथवा उपकरण' इन माध्यमों द्वारा लगभग 'एक ही समय में बहुत से व्यक्तियों की बीच' संदेश का आदान–प्रदान करते हैं।

जनसंचार माध्यमों की इन्हीं तकनीकी विशेषताओं के कारण लोकशैली, माध्यम समूह माध्यम, प्रवचन, शिक्षण तथा अफवाहों जैसी स्वाभाविक संदेश की 'चार प्रणालियाँ, जनसंचार नहीं कहलाएंगी, क्योंकि इन प्रणालियों में माध्यम के रूप में किसी 'उपकरण' का उपयोग नहीं किया जाता, न ही संदेश की उत्पादन तथा वितरण किसी बड़े 'जनसमूह' में किया जाता है। वर्तमान युग में प्रेस अथवा मुद्रण जनसंचार माध्यम, इलेक्ट्रानिक जनप्रसारण माध्यम, रेडियो–टेलीविजन विद्युतीय चलचित्र माध्यम, सिनेमा तथा आधुनिकतम कम्प्यूटर–इंटरनेट, जनसंचार माध्यम के मुख्य प्राद्योगिकीय उपकरण है। उन्नत तकनीकी दृष्टि से आधुनिक जनसंचार माध्यमों की गति अवाध है। लेकिन सामाजिक विचारकों के मत में उन्नत प्रौद्योगिकीय तकनीक के कारण अबाध गति के ये संचार समाज के कुछ वर्गों तक ही सीमित भी रह सकते हैं। प्रौद्योगिकीय व्यापारिक कारणों से जनसंचार माध्यम, विशेषकर आधुनिक माध्यम आर्थिक रूप से काफी मंहगे बनते हैं। महंगे उपकरणों वाले माध्यम वित्तीय व्यापार बन जाते हैं तथा सामाजिक कल्याण की भावना पर विपरीत प्रभाव भी डालते हैं। महंगे जनसंचार माध्यमों की पहुँच मात्र समाज के उस छोटे वर्ग तक ही सीमित रह जाती है जो उन माध्यमों का खर्च उठा सकते हैं। यही कारण है कि तीसरी दुनिया के अधिकांश एशियाई अफ्रीकी देशों में प्रचलित महंगे भड़कीले जनसंचार माध्यम वास्तव में अल्पांश माध्यम बनकर रह गये हैं, क्योंकि उनकी वित्तीय व्यापारिक प्रवृत्तियों के कारण उनकी पहुँच मात्र महानगरों या बड़े शहरों के सम्पन्न वर्ग तक ही है।

मॉस सोसाइटी अथवा द्वितीयक समाज ऐसे वृहद समाज को कहते हैं जिसमें सामूहिक व्यवहारों की प्रधानता होती है। द्वितीयक समाज सामूहिक व्यवहार प्रधान वह प्रगतिशील समाज है, जिसमें अवैयक्तिक सम्बन्ध, सामाजिक परिवर्तन, सामाजिक विभेदीकरण तथा वैयक्तिक गुणों का अधिक महत्व देखने को मिलता है।

समाजशास्त्री मैनहीम ने आधुनिक समाज को ही मॉस सोसायटी या द्वितीयक समाज कहा है। उनके मत में– ''द्वितीयक समाज वह समाज है जिसकी प्रमुख विशेषताएँ– तार्किकता, अवैयक्तिक सम्बन्ध, कार्यों का स्तरीय विशेषीकरण, जनसंख्या के केन्द्रीयकरण के बावजूद व्यक्ति का अवलोकन तथा घनिष्ठता और सुरक्षा भावना की कमी। ऐसे समाजों में सुझाव, अनुनय, प्रचार, लोकनायक और भीड़–व्यवहार के अन्य पहलू सामान्य होते हैं।''

1956 में समाजशास्त्री मिल्स ने मॉस आडियंस की उपरोक्त विशेषताओं का वर्णन किया था, लेकिन इसके पूर्व 1932 में क्यू0 डी0 लीविस ने 'फिक्शन एण्ड द रीडिंग पब्लिक' में पाठक समुदाय के विस्तार और साहित्य पर उसके प्रभाव का विश्लेषण किया था। इनके विचारों के आधार पर यह मान्यता बनती है कि जैसे–जैसे आडियंस अर्थात् लभित पाठक, श्रोता/दर्शकों का विस्तार होता जायेगा वैसे–वैसे माध्यमों के साहित्यिक गुणों की श्रेष्ठता कम होती जायेगी। इस मान्यता के अनुसार मॉस आडियंस की बढ़ती समाज और जनसंचार माध्यम के ही गुणों तथा व्यवस्था के लिये हानिकारक है। निश्चित रूप से लिविस की यह मान्यता साहित्य के लिये थी, लेकिन साहित्य भी जनसंचार माध्यमों में शामिल है। वेल्स

में जन्मे साहित्य– समाजशास्त्री रेमंड विलियम्स ने मानव समुदाय को वर्ग से अधिक महत्वपूर्ण मानते हुए सिद्ध किया कि साहित्य में आम जनता की भागीदारी के विस्तार के साथ–साथ साहित्य की गुणवत्ता में निरन्तर विस्तार हुआ है। यह कहा जा सकता है कि मॉस आडियन्स के विस्तार के साथ जनसंचार माध्यमों की दुनिया में लोकतान्त्रिक विचार अधिक पुष्ट होते हैं।

जनसंचार माध्यमों के सामाजिक उत्तरदायित्व की अवधारणा 1949 में संयुक्त राज्य, अमेरिका में प्रेस स्वायत्तता आयोग द्वारा प्रतिपादित की गयी। इस आयोग ने अनुभव किया कि मुक्त बाजार में प्रेस की स्वायत्तता की सोच, समाज के वंचित वर्गों की सूचनात्मक तथा सामाजिक आवश्यकताओं को पूरा कर पाती है। इस काल तक प्रेस के साथ–साथ रेडियो तथा टेलीविजन माध्यमों का भी पर्याप्त विकास हो चुका था। इस कारण आयोग का सुझाव था कि जनसंचार माध्यमों को विवेकशील सामाजिक नियंत्रण की परिधि में लाया जाना चाहिए तथा उनकी समाज के प्रति जिम्मेदारी भी तय की जानी चाहिए।

संचार तथा सामाजिक जीवन के बीच गहरा सम्बन्ध है। पारस्परिक जागरुकता समाजिक सम्बन्धों का एक अनिवार्य तत्व है। समानता, विभिन्नता, सहयोग, संघर्ष को पारस्परिक जागरूकता में शामिल किया गया है। बुद्धि, तर्क, भाषा अभिव्यक्ति, संस्कृति मनुष्य के नैसर्गिक गुण हैं। इन गुणों तथा भौतिक माध्यमों के मिश्रण से संचार मनुष्य, समाज में पारस्परिक जागरूकता की क्रिया द्वारा सामाजिक सम्बन्धों की सृष्टि में सहायता करता है। आज प्रविधि, और संचार एक–दूसरे के अविभाज्य अंग बन गये हैं। आज के समाज में संचार ने एक नयी महत्वपूर्ण सामाजिक भूमिका ग्रहण कर ली है। लश्मेन्द्र चोपड़ा ने अपनी पुस्तक 'जनसंचार का समाजशास्त्र' में जनसंचार माध्यमों की तीन प्रमुख सामाजिक भूमिका का उल्लेख किया है–

(अ) समाजीकरण में जनसंचार माध्यमों की भूमिका
(ब) सामाजिक परिवर्तन में जनसंचार माध्यमों की भूमिका
(स) सामाजिक नियन्त्रण में जनसंचार माध्यमों की भूमिका

समाजीकरण में जनसंचार माध्यमों की भूमिका

जनसंचार माध्यम समाजीकरण के प्रमुख माध्यम है। मानव समाज बुद्धि, तर्क–नीति तथा सामाजिक–सांस्कृतिक परम्पराओं की सतत् प्रक्रिया द्वारा विकास की ओर गतिशील है। इस गति को बनाये रखने के लिए आवश्यक है कि वह इनका हस्तांतरण एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी को करता रहे। संचार की विभिन्न विधाएं हस्तांतरण की इस प्रक्रिया में सहायता कर सामाजिक निरन्तरता बनाये रखती है। समाजीकरण का मूल आधार ही संचार है। मनुष्य जैवकीय प्राणी से सामाजिक प्राणी तब बनता है जब संचार द्वारा सांस्कृतिक अभिवृत्तियों, मूल्यों और व्यवहार प्रकारों को आत्मसात् कर लेता है। आधुनिक माध्यमों की प्रगति के साथ समाजीकरण की प्रक्रिया में भी परिवर्तन हुए हैं। इन परिवर्तनों के अध्ययन स्पष्ट करते हैं कि इन माध्यमों के सामाजिक दायित्व में बढ़ोत्तरी ही हुई है, क्योंकि आधुनिक समाज जनसंचार माध्यमों पर अधिक आश्रित हो गया है। मौखिक संचार की स्थिति का समाजीकरण परिवार जैसे प्राथमिक समूह तक ही सीमित था। मुद्रण तकनीक के विकास के साथ पुस्तकें सुलभ हुई, जिनके कारण ज्ञान का क्षेत्र विस्तृत हुआ। रेडियो, टेलीविजन तथा इन्टरनेट जैसे आधुनिक इलेक्ट्रानिक मीडिया के कारण सीखने की प्रक्रिया में ढेरों सूचना संदेश उपलब्ध हो गये हैं। आकाश के माध्यम से प्राप्त संदेशों ने समाज की भौगोलिक तथा राजनैतिक सीमाओं से बाहर के पर्यावरण तथा संस्कृति का भी समावेश किया है। यही नहीं, विज्ञापनों के माध्यम से सायास रूप से कुछ संदेश समाज में सम्प्रेषित किये जा रहे हैं। परिवार जैसे समूहों के पारस्परिक संदेशों की प्रकृति तथा आधुनिक इलेक्ट्रानिक जनसंचार माध्यमों से प्रसारित नये संदेशों में विरोधाभास भी हो सकता है। इस स्थिति का मूल्यांकन अत्यन्त सावधानीपूर्वक करने की आवश्यकता है, क्योंकि यह आवश्यक नहीं है कि पारस्परिक मूल्य और संस्कृति पूर्णतः निरस्त करने योग्य हों या नये विचार बिल्कुल गलत हों। आपसी संवाद द्वारा विचार–विमर्श के बाद नयी मान्यताएं स्थापित की जा सकती हैं लेकिन यह बहुत आवश्यक है कि मानव इतिहास के लम्बे सामाजिक अनुभवों से विकसित परिवार जैसे महत्वपूर्ण प्राथमिक समूह तथा विवाह जैसी संस्थाओं, के सम्बन्ध में जनसंचार माध्यम संदेश सम्प्रेषित करते समय विशेष सावधानी रखें। यही बात सामाजिक पर्यावरण तथा संस्कृति के सम्बन्ध में कही जा सकती है, क्योंकि ये व्यक्ति के समाजीकरण में महत्वपूर्ण

भूमिका निभाते हैं और इनके अवमूल्यन का अर्थ है– समाजीकरण से वैयक्तिकरण की स्थिति की ओर पलायन। इस पलायनवादी स्थिति का अन्तिम परिणाम सामाजिक विखण्डन के रूप में अनेक सामाजिक समस्याओं का जन्म हो सकता है।

सामाजिक परिवर्तन, जीवन की स्वीकृत रीतियों में परिवर्तन को कहते हैं। समाजशास्त्रीय मान्यताओं के अनुसार सामाजिक परिवर्तन एक अनिवार्य सामाजिक घटना है, लेकिन इसकी गति प्रत्येक समाज में समरूप नहीं होती है। अधिकांश समाजों में इसकी गति धीमी होती है कि सामान्यतः आम जनों को इसका आभास नहीं होता।

सामाजिक परिवर्तन के कारकों के विश्लेषण हेतु समाजशास्त्री एकमत नहीं हैं। कार्ल मार्क्स आर्थिक कारकों, मैक्सबेबर धार्मिक कारकों को, सारोकिन सांस्कृतिक कारकों को सामाजिक परिवर्तन के लिए उत्तरदायी मानते हैं, लेकिन आधुनिक समाज वैज्ञानिकों के मत में मानवीय विवेक द्वारा चेतना तथा सुव्यवस्थित प्रयत्नों द्वारा सामाजिक परिवर्तन किया जा सकता है। रेमण्ड विलियम्स, गोड्फ्रे बेस्ले, पाउले फ्रेयरे, डेनियल, लर्नर, बिल्बर स्कार्म, एवर्ट एम0 रोजर्स इत्यादि कई आधुनिक संचार–समाज वैज्ञानिकों ने सामाजिक–परिवर्तन की प्रक्रिया में जनसंचार माध्यमों की भूमिका पर नयी दृष्टि से विचार किया है। नयी मान्यताओं के अनुसार शिक्षा और ज्ञान के माध्यम से बुद्धि भावना को जीता जा सकता है, ताकि सामाजिक प्रगति की दिशा में सामाजिक परिवर्तन का प्रभावी नियोजन सम्भव हो सके। समाजशास्त्रियों की विभिन्न विचारधाराओं के विश्लेषण से स्पष्ट है कि संचार–विशेषतः इलेक्ट्रानिक जनसंचार माध्यम सामाजिक परिवर्तन के महत्वपूर्ण कारकों में है।

समाज वैज्ञानिक आगबर्न के मत में प्रौद्योगिकी, समाज के पर्यावरण में परिवर्तन द्वारा, जिसके प्रति हमें अनुकूलित होना पड़ता है, बदलती है। यह परिवर्तन प्रायः, भौतिक पर्यावरण में पहले–पहल आता है। हम इन परिवर्तनों के साथ जो अनुकूलन करते हैं, उससे प्रथाओं तथा सामाजिक संस्थाओं में परिवर्तन हो जाता है। यह तथ्य संचार साधनों पर भी लागू होता है। आधुनिक इलेक्ट्रानिक माध्यम प्रौद्योगिकीय परिवर्तन की ही उपज है, इस कारण इन माध्यमों ने सामाजिक सम्बन्धों में अनेक परिवर्तन उत्पन्न कर सामाजिक जीवन को व्यापक रूप से प्रभावित किया है।

सभी संचार विधियों का मूल्य कार्य संदेश प्रेषण प्रक्रिया में समय व दूरी पर विजय पाना है। आधुनिक इलेक्ट्रानिक मीडिया ने अपनी इस विजय यात्रा में देशों की भौगोलिक, राजनैतिक व सांस्कृतिक सीमाओं को भी समेट लिया है। इसके कारण कई समूहों की पारस्परिक पहचान में बदलाव आया है। खान–पान, वेश–भूषा, रहन–सहन तथा जीवन शैली पर भी इन परिवर्तनों का प्रभाव पड़ा है। संदेशों के आदान–प्रदान के व्यापार, शिक्षा तथा मनोरंजन को भी प्रभावित किया है। सामाजिक विचारक रेमण्ड विलियम्स के अनुसार प्रौद्योगिकी के कारण एक नयी भौतिक संस्कृति विकसित हुई है, लेकिन सामाजिक आविष्कारों के द्वारा जनसंचार माध्यमों का सामाजिक परिवर्तन में सबसे बड़ा योगदान होता है। भौतिक आविष्कार मनुष्य की जीवन शैली को प्रभावित करते हैं, जबकि सामाजिक आविष्कार विचारों को प्रभावित कर सम्पूर्ण सामाजिक संगठन को परिवर्तित कर एक नयी सामाजिक व्यवस्था का प्रवर्तन करते हैं। सामाजिक आविष्कारों की परिकल्पना करते हुए समाज वैज्ञानिक आगबर्न ने कहा था– ''ये वो आविष्कार हैं जो भौतिक नहीं हैं और न ही प्राकृतिक विज्ञान से इनका सम्बन्ध है।''

लोकतंत्र, मताधिकार, स्त्री शिक्षा का प्रसार, बन्धुआ मजदूरी की समाप्ति, अन्धविश्वासों का उन्मूलन जैसे नये विचारों तथा इनसे सम्बद्ध संस्थाओं के प्रोत्साहन में आधुनिक जनसंचार माध्यम महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकते हैं। इन सामाजिक आविष्कारों द्वारा समाज में नये मूल्य प्रचलित होते हैं, जो बाद में सामाजिक परिवर्तन का कारक बनते हैं। सामाजिक संचारशास्त्री एवर्ट रोजर्स के मत में नये विचार समाज में जनसंचार माध्यमों द्वारा प्रचलित होते हैं। रोजर्स के अनुसार समाज में नये विचारों के प्रसारण व स्थान की गति धीमी होती है।

जनसंचार माध्यम न सिर्फ सामाजिक परिवर्तन के लिए महत्वपूर्ण है, बल्कि सामूहिक विवेक द्वारा सामाजिक विघटन रोकने में उनको महत्वपूर्ण भूमिका है। सीधा अर्थ यह है कि जनसंचार माध्यम सकारात्मक परिवर्तन के अपने सामाजिक उत्तरदायित्व की अवहेलना नहीं कर सकते।

समाजीकरण तथा सामाजिक परिवर्तन के साथ–साथ सामाजिक गतिविधियों में समरसता व व्यवस्था बनाये रखना जनसंचार का मुख्य सामाजिक उत्तरदायित्व है। यही कारण है कि समाजशास्त्रियों ने जनसंचार माध्यमो का मुख्य सामाजिक उत्तरदायित्व है। यही कारण है कि समाजशास्त्रियों ने जनसंचार माध्यमों को जनसंचार माध्यमों को जनमत के अभिकरण के रूप में सामाजिक नियंत्रण के सशक्त साधनों में शामिल किया है।

समाजशास्त्री लैंडिस के अनुसार– ''सामाजिक नियन्त्रण एक सामाजिक प्रक्रिया है, जिसके द्वारा व्यक्ति को समाज के प्रति उत्तरदायी बनाया जाता है और सामाजिक संगठन को निर्मित व संरक्षित किया जाता है।''

समाज वैज्ञानिक ई0 ए0 रूक ने सामाजिक नियंत्रण शब्द का प्रयोग उन नियोजित अथवा अनियोजित प्रक्रियाओं तथा अधिकरणों के लिए किया है, जिसके द्वारा व्यक्तियों को समूहों के जीवन मूल्यों के समरूप व्यवहार करने हेतु प्रशिक्षित, प्रेरित अथवा बाध्य किया जाता है। भारतीय समाज वैज्ञानिक डॉ0 राधाकमल मुखर्जी के सम्बन्ध में लिखा– ''मूल्य समाज द्वारा मान्यता प्राप्त इच्छाएँ तथा लक्ष्य हैं, जिनका अंतरीकरण सीखने या समाजीकरण की प्रक्रिया के माध्यम से होता है।'' डॉ0 मुखर्जी ने सामाजिक मूल्यों सम्पत्ति, प्रस्थिति, प्रेम व न्याय को सामाजिक संगठन की सुव्यवस्था बनाये रखने के लिए आवश्यक बताया है। उनके मत में सामाजिक संगठन के प्रारूप समाज या समुदाय में समानता व न्याय के मूल्य अभिव्यक्त होते हैं। इसी प्रकार सामाजिक संगठन के श्रेष्ठतम स्वरूप सामूहिकता, सचेत अनुशासन, उच्चस्तरीय बुद्धि व विवेक का परिणाम होता है। स्वतः प्रेम, सामाजिक उत्तरदायित्व तथा सहयोग सामूहिकता के आधारभूत मूल्य हैं। डॉ0 राधाकमल मुखर्जी के मतानुसार यदि समाज अपने अस्तित्व को बनाये रखना चाहता है तो उसके लिए यह आवश्यक है कि यह व्यतिव के परम या सर्वोच्च मूल्यों की नियमित रूप से पूर्ति करता रहे। व्यक्ति को सर्वोत्तम खोज सुन्दरता, अच्छाई तथा प्रेम के उच्चतम आध्यात्मिक मूल्य हैं। इसी सुन्दरता, अच्छाई या प्रेम के आधार पर सामाजिक सम्बन्धों व संस्थाओं की सृष्टि और पुनः सृष्टि होती है। सम्पूर्ण मानव समाज व मानव कल्याण के लिए इन मूल्यों का संरक्षण आवश्यक है।

समाजशास्त्री डॉ0 श्यामाचरण दूबे के शब्दों में– ''मनुष्य जैवकीय प्राणी से सामाजिक प्राणी तब बनता है जब वह संचार द्वारा संस्कृति अभिवृत्तियों, मूल्यों और व्यवहार प्रतिमानों को आत्मसात कर लेता है। डॉ0 श्यामाचरण दूबे ने सांस्कृति निरंतरता को जनसंचार माध्यमों पर आधारित साामजिक प्रक्रिया माना है। जनसंचार माध्यम व्यक्ति, समाज और मूल्यों के बीच परस्पर आदान–प्रदान द्वारा सम्बन्ध स्थापित कर सांस्कृतिक निरन्तरता को गति देते हैं। डॉ0 राधाकमल मुखर्जी अपनी पुस्तक ''द शोशल स्ट्रेक्चर आफ वैल्यूज'' में लिखते हैं– ''मनुष्य और समाज तैरती हुई बत्ती और गहरे तेल के बीच चलने वाले अनंत आदान प्रदान से अनुभव को उजली, स्थिर ज्योति पनपती है, जो कि हमारे नीरस और निरानंद विश्व को निरंतर प्रकाश और गरमाहट देती रहती है।

स्पष्ट है कि जब तक समाज के सारे सदस्य अपने व्यक्तिगत स्वार्थों, आकांक्षाओं व भावनाओं को सारे समाज की कल्याण प्रक्रिया में नहीं समाहित करेंगे, तब तक सामाजिक संगठन प्रभावी ढंग से काम नहीं कर सकेगा, इसलिए समाजिक नियंत्रण द्वारा वैयक्तिक सदस्यों के व्यवहार को समाज की आवश्यकतानुसार नियंत्रित करना आवश्यक है।

सामाजिक नियंत्रण के तत्वों में सामाजिक सुझाव से विचारधाराएं सामाजिक– नैतिक मूल्य, धर्म लोकरीतियाँ व प्रथाएँ शोभाचार या फैशन, कला और साहित्य, लोकमत व प्रचार, उपहार, कानून व शिक्षा शामिल है। जनसंचार माध्यम सामाजिक नियंत्रण के इन तत्वों के अभिकरण के रूप में सामाजिक नियंत्रण के प्रभावी साधन हैं। ये माध्यम न केवल सामाजिक नियंत्रण में सहायता देते हैं, बल्कि जनमत के निर्माण द्वारा उनकी समीक्षा भी प्रस्तुत करते हैं। दृश्य श्रव्य संचार साधन जनमत पर गम्भीर प्रभाव छोड़ने की क्षमता रखते हैं। सिनेमा का आविष्कार उन्नीसवीं सदी में हुआ, बीसवीं सदी में कला के रूप में इसका विकास हुआ। सिनेमा कलात्मक विविधिता की अभिव्यक्ति के सशक्त माध्यम का रूप ग्रहण कर ही रहा था कि तभी बीसवीं सदी के मध्य में टेलीविजन अभिव्यक्ति के नये जनसंचार माध्यम के रूप में सामने आया। उपग्रह प्रौद्योगिकी के विकास ने टेलीविजन को अद्‌भुत सम्प्रेक्षण शक्ति प्रदान की।

सम्भवतः इसी कारण समाज वैज्ञानिक रेमंड विलियम्स ने टेलीविजन को ''सहस्त्रमुखी प्रौद्योगिकीय दानव'' कहा है। दृश्य श्रव्य माध्यम होने के कारण इसका प्रभाव दर्शकों के अचेतन में बैठ जाता है। ध्वनि और चित्रों का माध्यम अधिक नाटकीय हाता है। नाटकीयता के ये तत्व इन माध्यमों को अधिक लोकप्रिय बनाते हैं। लेकिन टेलीविजन के रंगीन होने के बाद प्रौद्योगिकीय तकनीक इन माध्यमों पर अधिक हावी हो गयी।

आधुनिकतावादी प्रौद्योगिकी ने नयी लोकप्रिय संस्कृति का प्रसार किया। इस लोकप्रिय संस्कृति को टेलीविजन जैसे आधुनिकतम जनसंचार माध्यमों ने 'ग्लोबल विपेज'' के रूप में प्रदर्शित किया। यह कहा गया कि आधुनिक उपग्रह प्रौद्योगिकी की उच्च तकनीक के कारण टेलीविजन के माध्यम से कई परिवर्तन आये। दुनिया के देश अधिक नजदीक आये, ग्लोबल विपेज की लोकप्रिय अवधारणा के कारण सांस्कृतिक, सामाजिक तथा राजनीतिक परिवर्तन हुए, लेकिन समाज वैज्ञानिक रेमंड विलियम्स का मत है कि उच्च प्रौद्योगिकी से समृद्ध इन जनसंचार माध्यमों की व्यवस्था में सार्वजनिक सामाजिक संस्थाओं की भागीदारी नहीं रहने की दशा में आर्थिक व व्यापारिक व्यवस्थाएं मनोरंजन, सूचना, ज्ञान और शिक्षा को स्वहित में उत्पाद में बदल कर बाजार, बिक्री के लिए उतार देगी, तब इस दशा में ग्लोबल विलेज की अवधारणा मात्र फेंतासी बनकर रह जायेगी। रेमंड विलियम्स के विचारों का समाजशास्त्रीय विश्लेषण करते समय वाल्टर बेंजमानि का प्रसिद्ध कथन याद आता है। उन्होंने हिटलर के बारे में कहा था– ''हिटलर ने सबसे खतरनाक काम राजनीति का सौंदर्यीकरण करके किया।'' उन्नत तकनीक से लैस आज के बाजार–निदेशित टेलीविजन, सिनेमा की फैशन, अश्लीलता, भ्रष्टाचार, अपराधों, युद्ध सहित लगभग सभी सामाजिक विसंगतियों के सौंदर्यीकरण द्वारा उन्हें उपभोक्तावादी मनोरंजन की फेंतासी में बदलने के काम में जुटे हुए हैं। एक चिंताजनक बात यह भी है कि यह कार्य सुझाावात्मक ढंग से हो रहा है, जिसके कारण मूल्य हो रहे हैं।

मनोविज्ञान की भाषा में मूलरूप से इच्छाओं तथा फेंतासी में जटिल सम्बन्ध होता। फेंतासी का जन्म इच्छाओं से ही होता है। फेंतासी इच्छाओं पर आधारित काल्पनिक दुनिया होती है। बाजार निर्देशित लोकप्रियतावादी टेलीविजन–सिनेमा माध्यम मात्र व्यापारिक उद्देश्य से फेंतासी के गुब्बारे को खोखली तथा अवास्तविक रंगीन इच्छाओं के विस्फोट की सीमा तक फुलाते चले जाते हैं जिसके कारण समाज में कई ऐसे कृत्रिम लक्ष्य उपस्थित हो जाते हैं, जिनकी पूर्ति के लिए सामाजिक साधन कहीं भी उपलब्ध नहीं होते। समाज वैज्ञानिक राबर्ट के मर्टन के मत में अगर समाज के नियमों पर वैयक्तिक इच्छाएं हो जायें, तो सामाजिक व्यवहार में अनेक विसंगतियाँ उत्पन्न हो जायेंगी। ये विसंगतियां समाज में अनुशासनहीनता, अपराध व विद्रोह से लेकर व्यक्तियों को सामाजिक उदासीनता तथा आत्महत्या तक प्रेरित कर सकती हैं। इसी कारण यह आवश्यक है कि उच्च प्रौद्योगिकी से लैस टेलीविजन जैसे शक्तिशाली माध्यमों को मात्र मशीन नहीं समझा जाना चाहिए। रेडियो की तरह टेलीविजन ने भी विकास को समर्पित धारावाहिकों के माध्यम से सामाजिक–आर्थिक जनसमस्याओं के हल खोजने की दिशा में जागरूकता जनमत का निर्माण किया है। मनोरंजन और शिक्षा के सशक्त माध्यम टेलीविजन को बाजार की शक्तियों से बचाकर उसका उपयोग सामाजिक उद्देश्य के लिए करना बहुत आवश्यक है, अन्यथा सामाजिक विकास का लक्ष्य प्राप्त करना कठिन हो जायेगा।

संदर्भ ग्रन्थ

1. डेनियल बैल : दि सोशल फ्रेम वर्क ऑफ इन्फोरमेशन सोसाइटी' 1980.
2. ज्यां बोड्रिलार्ड : दि मासेज : दि इम्प्लोजन ऑफ दि सोशल इन दी मीडिया'
3. अर्जुन तिवारी : 'संचार और हिन्दी प्रत्रकारिता'
4. ज्यॉ फ्रेक्रोजॅ ल्योटार्ड : 'दि पोस्ट मार्डन कन्डीशन : ए रिपोर्ट ऑन नालेज'
5. रवि प्रकाश पाण्डेय : 'वैश्वीकरण एवं समाज'
6. रवि प्रकाश पाण्डेय : 'समाजशास्त्रीय सिद्धान्त', अभिगम एवं परिप्रेक्ष्य'
7. एस0एल0 दोषी : 'आधुनिक समाजशास्त्रीय विचारक'