'RESEARCH JOURNEY' International E- Research Journal
Special Issue – 268 : माध्यम लेखन में रोजगार के अवसर
Peer Reviewed Journal
E-ISSN : 2348-7143
July- 2021

जनसंचार माध्यमों का समाज पर प्रभाव

डॉ. विष्णु गोविंदराव राठोड
(सहाय्यक प्राध्यापक, हिंदी विभाग)
कला,विज्ञान एवं वाणिज्य महाविद्यालय ,मनमाड
दूरभाष न. 9420621975
Email Id – vgrathod80@gmail.com

प्रस्तावना :-

जनसंचार शब्द अपने आप में ये बताने में सक्षम है कि ये जन से जन को जन के लिए संचार उपलब्ध कराने का साधन है अर्थात समाज है तो जनसंचार है और इसी से उसका का अस्तित्व है। यदि समाज नहीं है तो जनसंचार का वहां क्या काम ?

ये बात बिलकुल स्पष्ट है कि संचार की आवश्यकता प्रत्येक स्तर पर होती है। चाहे वो व्यक्तिगत हो या फिर सामाजिक, प्रत्येक स्तर पे इसकी आवश्यकता को खूब अच्छे से समझा जा सकता है।

पुराने ज़माने के ढोल ताशे और आग के जनसंचार माध्यम के प्रयोग से लेकर आज के टेलीविज़न और इंटरनेट माध्यमों द्वारा जनसंचार में बहुत कुछ बदला देखने को मिलता है। मगर जो सबसे बड़ा बदलाव इसमें हुआ है वो है इसकी अनिवार्यता और इसके ऊपर जनसाधारण का आश्चर्यचकित रूप से निर्भर हो जाना। ऐसा नहीं है कि पहले ऐसा बिलकुल नहीं था। पहले भी लोग इसपे सूचनाओं की खातिर निर्भर रहते थे मगर तब समाज का एक खास वर्ग इसमें ज्यादा दिलचस्पी लेता था। मगर वक़्त के बीतने के साथ साथ जनसंचार का समाज पे कुछ यूँ प्रभाव पड़ा है कि आज का युग ही सुचना क्रांति युग कहलाने लगा है। ये वो युग है जिसमे चारों तरफ सूचनाओं का संजाल फैला है और सूचनाओं को सर्वाधिक महत्त्व दिया जाता है , सूचनाओं का व्यापर होता है और सूचनाओं पे जन की निर्भरता अपने चरम सीमा पर है। आंज के पूंजीवादी समाज में जबकि पूंजी ही सबकुछ है किसी भी चीज़ की महत्त्वपूर्णता और प्रभाव का अंदाज़ा उसका समाज में बढ़ते हुए आर्थिक दखल से लगाया जा सकता है। अगर हम देखें तो पाते हैं कि सूचनाओं का व्यापार हर प्रकार से फल फूल रहा है। जहाँ एक तरफ दिन प्रतिदिन समाचार चैनलों की संख्या में बढ़ोतरी होती जा रही है तो वहीँ नए नए सोशल साइट्स ने भी बाज़ार में अपनी जगह सुनिश्चित की है। इंटरनेट जो कि आज के दौर में सुचना प्रदाता की भूमिका में है, पे बढ़ती हुई उपयोगकर्ताओं की संख्या ये बात खूब अच्छे से बता रही है कि जनसंचार माध्यमों ने अपनी पहुंच किस स्तर तक बनाई है। इस बात को और अच्छे से समझने के लिए मात्र दो तीन उदहारण काफी है :-

पहला फेसबुक और व्हाट्सएप्प तो वहीँ दूसरा प्राइवेट न्यूज़ चैनेलों की संख्या।

फेसबुक यूज़र्स की संख्या :- लगभग 241 मिलियन (वर्ष 2017 तक) भारत में जो कि आगे चल के रिकॉर्ड स्तर पर लोगों तक पहुँच बनाने वाला है।

व्हाट्सअप :- अकेले भारत में ही 200 मिलियन के क़रीब उपयोगकर्ता मौजूद है।

प्राइवेट चैनलों की संख्या :-

तकरीबन 892 ऐसे प्राइवेट न्यूज़ चैनल्स है जो केबल पर प्रतिदिन प्रसारित किये जाते है। साथ ही इन आंकड़ों से आज के युग में सूचनाओं पर अर्थात जसंचार पर लोगों की निर्भरता का अंदाज़ा भी बखूबी लगाया जा सकता है।

जनसंचार माध्यमों में संचार के अर्थ भी समय के साथ – साथ परिवर्तित होते रहे है। डॉ संजीवकुमार जैन के मतानुसार ,"जब हम किसी भाव या विचार या जानकारी को दूसरे तक पहुँचते है और वह प्रक्रिया समूहिक पैमाने पर होती है ,तो इसे जनसंचार कहते है। "1 इसी तरह जनसंचार की दूसरी परिभाषा हम यहाँ