Global Journal of Multidisciplinary Studies Available online at www.gjms.co.in
Volume 3, Issue3, Feb 2014
ISSN: - 2348-0459

''मीड़िया की सामाजिक उपादेयताः संकट और संभावनाएँ''

गोपाल लाल मीणा
सहायक प्रोफेसर (हिन्दी–विभाग) स्वामी श्रद्धानन्द महाविद्यालय
(दिल्ली विश्वविद्यालय)
अलीपुर,दिल्ली–110036

सारांश

समाज के विकास में मीड़िया की बहुत महत्वपूर्ण भूमिका होती है। सामाजिक विकास से आशय यहाँ सामाजिक,आर्थिक,राजनीतिक,धार्मिक, एंव सांस्कृतिक विकास से ही नहीं इसके अंतर्गत मानव समाज के स्वास्थ्य, शिक्षा, आदि मुद्दों से लेकर मनुष्य की जीवन–शैली तक को माना जाना चाहिए। विगत वर्षो में सामाजिक विकास का मुद्दा, अंतर्राष्ट्रीय मंच पर जिस तेजी से उभरा है, उतना शायद ही पहले कभी उभरा हो। इसमें मीड़िया की ही भूमिका है।

खोज शब्द – धार्मिक , समाज, शिक्षा

प्रस्तावना

मीड़िया प्रजातंत्र का चतुर्थ स्तंभ कहा जाता है। प्रजातांत्रिक व्यवस्था में कार्यपालिका,व्यवस्थापिका, न्यायपालिका, की कार्य प्रणाली व कार्यशैली को नियंत्रित और संतुलित करनें में मीड़िया की एक महत्वपर्ण भूमिका होती है । इन तीनों अंगों के सफल और असफल कार्य संस्कारों के बाद मीड़िया का काम प्रारम्भ होता है। मीड़िया समाज को सूचना, शिक्षा और मनोरंजन प्रदान करवाता है। साथ ही जनमत निर्माण का भी कार्य मीड़िया द्वारा ही किया जाता है। आज दिनों–दिन मीड़िया के क्षेत्र में अनेक प्रकार के तकनीकी और प्रौद्योगिकी में नये–नये परिवर्तन देखनें को मिलते है। जिस गति से तकनीकी और प्रौद्योगिकी का इस्तेमाल मीड़िया में बढ़ा है, विश्व के समुदायों एंव राष्ट्रों की दूरियाँ मिट सी गई है। सम्पूर्ण दुनियाँ सिमटकर एक ग्राम सी बन गई है। इसीलिए आज'ग्लोबलग्राम' अर्थात् वैश्वीकरण का बोलबाला है।

ग्लोबलग्राम और वैश्वीकरण के इस दौर में विश्व के अनेक देशों की संस्कृति, खानपान, पहनावा, नहीं आचार–विचार में भी परिवर्तन देखनें को मिल जाता है। आज किसी भी देश का नागरिक दुनियाँ के किसी भी कोनें में क्यों न चला जाए उसे अपनें भोजन, पहनावे, तथा पसंद की वस्तुओं का संकट अब उसे नहीं सताता है। आज मीड़िया के परंपरागत जनसंचार माध्यमों से इतर सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में जबरदस्त

क्रांति आई है। वर्तमान में तो इंटरनेट और इसके बढ़तें प्रयोग में 'सोशलमीड़िया' के रूप में अनेक टूल्स तकनीकी प्रौद्योगिकी नें प्रदान किया है, जिसमें मीड़िया प्रतिष्ठानों से परें व्यक्तिगत अभिव्यक्ति भी मुखर होकर सामनें आनें लगी है। निश्चित रूप से मीड़िया हमारा गुरू, पथप्रदर्शक,परामर्शदाता, और मनोरंजन आदि को लेकर यह हमारे दैनिक जीवन में प्रविष्ट हो गया है।

स्वाधीनता से पूर्व मीड़िया से जुड़े लोग मानवीय वेदना,संवेदना,तथा पीड़ा को हृदय से महसूस करते थे, और पीड़ित मानवता के पक्ष में अपनी कलम चलाते थे । स्वतंत्रता से पूर्व के जितनें भी भारतीय पत्रकार थे, उनमें सामाजिकता से जुड़े मुद्दों पर बखूबी लेखन किया। यही नहीं जनसरोकार से जुड़े अनेक प्रश्नों को अपनें पत्रों के माध्यम से व्यक्त किया। भारतीय समाज की अशिक्षा, दुर्दशा, रूढ़िगत जड़ता, सामाजिक विषमता, जात–पॉत, छूआछूत, गरीबी, शोषण, अशिक्षा, बाल विवाह, विधवा समस्या, सती प्रथा, धर्माड़म्बर, आदि पर तत्कालीन सम्पादकों एंव लेखकों नें प्रचुर मात्रा में लेखन किया। यहीं नहीं इन सब प्रकार की रूढ़ियों से ग्रस्त भारतीय समाज में स्वाधीनता व राष्ट्रीय चेतना से सराबोर करनें में तत्कालीन पत्रकार एंव लेखकों, संपादकों ने न जानें कितनी यातनाएँ सह कर भी लेखन कर्म को जारी रखा। इन सब से यह स्पष्ट होता है कि उस समय प्रिंट मीड़िया के जो रूप देखनें को मिलते है, उससे जुड़े लोग एक मिशन की भावना से काम करते थे। उनमें व्यावसायिकता के गुण कम देखनें को मिलते है। उच्च मानवीय नैतिक मूल्यों की पराकाष्ठा को उनके व्यक्तित्व में देखा जा सकता है। किसी भी प्रकार का लालच, स्वार्थ और नैतिक दुर्बलता को उस समय इस व्यवसाय से जुड़े लोगों में आम तौर पर नहीं देखा जा सकता । वे अपनें मिशन की सफलता के लिए कितनी ही बड़ी कुर्बानी के लिए हमेशा तैयार रहते थे। सत्ता का कोपभाजन भी कई बार उनको बनना पड़ता था। इसके लिए कई पत्रकारों ने अपने व्यक्तिगत व सामाजिक जीवन को कुर्बान किया है। ऐसे कई उदाहरण हमारे सामने हैं।

उस समय की पत्रकारिता उच्च नैतिक मूल्यों के धरातल पर आधारित थी, जिसमें केवल राष्ट्र और राष्ट्रीय विचार ही उनकी मानसिकता में हमेशा सवार रहता था। जो सपनें उन लोगों ने देखें थे और अपनी पत्रकारिता के माध्यम से लोगों को दिखाए थे ऐसा स्वाधीनता के बाद कुछ भी नहीं हो सका । स्वाधीनता तो मिल गई और यहॉ इस देश की जनता पर शासन करनें वाले गौरी चमड़े वाले अंग्रेज तो चले गए पर यहीं के काली चमड़ी वाले देशी लोग व्यवस्थाओं पर काबिज होनें लगे । राजकीय जीवन और जनसेवा के प्रतिफल में अपना व अपनों का उपकार करनें लगे। ऐसी स्थिति राष्ट्रीय संसाधनों का समुचित आवंटन लोकतांत्रिक नहीं बन पाया और उसका लाभ खास लोगों तक ही रहा । ऐसें में इन पत्रकारों की धरोहर समाप्त होती चली गई। एक नई पत्रकारों की पीढ़ी

नए–नए मूल्यों के साथ इस क्षेत्र में आने लगी। पत्रकारी संस्कार मिशन के बजाय पत्रकारों को शुद्ध व्यावसायिकता की ओर बढ़नें को मजबूर होना पड़ा।

जनतांत्रिक प्रक्रिया और उसकी स्थापना में मीड़िया का महत्वपूर्ण योगदान होता है। इसी लिए कहा भी जाता है कि मीड़िया ही है लोकतांत्रिक मूल्यों का संवाहक और आधुनिक मूल्यों का स्थापक होता है। पत्रकारिता न तो आकाश से टपकती है, और न पातालतोड़ कुएँ की तरह जमीन से अचानक विकसित होती है और समाज के अन्दर काम कर रहे उद्देश्यों तथा अभिप्रायों में से ही अपनें उद्देश्य का अभिप्राय चुनती है । वह राजनीतिक सत्ता के फ्रेम में काम करती है।लेखक, पत्रकार, कलाकार, शिक्षक, संत आदि हमेशा किसी प्रकार के नियंत्रण से मुक्त होने चाहिए । तभी वे अच्छी तरह से सोच सकते है और अच्छी रचना और निर्माण कर सकते है। मीड़िया वैसे तो स्वायत्त होता है और वह स्वायत्त रहकर ही लोकतांत्रिक व जनतांत्रिक मूल्यों का संवर्द्धन कर सकता है । उस पर किसी प्रकार का अंकुश नहीं होना चाहिए । लेकिन आपातकाल में मीड़िया पर अंकुश लगाने की कोशिश की गई लेकिन फिर वहीं मीड़िया खुला प्रतिरोध करता दिखाई देता है।

1990 के बाद भूमण्ड़लीकरण की प्रक्रिया में तीव्र गति से विकास होनें के कारण निजी चैनलों की बाढ़ सी आ गई । इसके बाद तो मीड़िया नें खबर को उत्पाद के रूप में बेचनाशुरू किया ।बाजार की उदारीकरण की नीति विज्ञापनव्यवसाय तथा सूचना, समाचार, मनोरंजन, के साथ विज्ञापन के क्षेत्र में भी मीड़िया जगत रूचि रखनें लगा और ऐसी स्थिति में उसकी स्थिति बाजार सेवी के रूप में दिखाई देने लगी। विज्ञापन संस्कृति के बाद मीड़िया उद्योग में शुद्ध व्यवसायिकता जोर पकड़नें लगी। धीरे–धीरे इस क्षेत्र में सम्पादकीय विभाग का महत्व घटता गया । विज्ञापन विभाग का महत्व बढ़ता गया । इसी से अंदाजा लगाया जा सकता है कि जो सम्पादकीय विभाग किसी भी मीड़िया प्रतिष्ठान का मस्तिष्क होता है, उसको नजर अन्दाज किया जाने लगा। अधिक से अधिक आर्थिक उन्नति हेतु विज्ञापन की तरफ ध्यान दिया जानें लगा। ऐसी स्थिति में मीड़िया प्रतिष्ठान इस बात का ध्यान रखकर समाचार या सूचना प्रकाशित करनें लगे कि अमुक संस्था के विरूद्ध समाचार या प्रतिकूल टिप्पणी करनें पर उससे मिलनें वाला विज्ञापन बन्द हो जाएगा। या अमुक व्यक्ति के विरूद्ध टिप्पणीं करनें पर इस व्यक्ति से होनें वाला सीधा आर्थिक लाभ हमारे मीड़िया प्रतिष्ठान के पक्ष में सीधे रूप से प्रभावित होगा । ऐसी स्थिति में मीड़िया जनजुड़ाव के विषयों और समस्याओं में रूचि भी सोच –समझ कर लेने लगा। इससे स्पष्ट होता है कि मीड़िया सीधे जनता के प्रत्यक्ष सरोकारों के लिए उत्तरदायी है, लेकिन उनके प्रति उदासीन सा दिखाई देता है। वह वहीं काम करता है या वहीं छापता है

जिससे उसकी प्रसार संख्या में सीधी वृद्धि हो या फिर उसको सीधा विज्ञापन व्यवसाय में कोई लाभ मिले। इसका मतलब यह नहीं कि सभी मीड़िया प्रतिष्ठान ऐसा करते है, कुछ मीड़िया प्रतिष्ठान ऐसे भी है जो इन सबकी परवाह किए बिना अबाध रूप से काम कर रहे है।

ऐसी स्थिति में आजकल यह देखा जाता है कि हिन्दी मीड़िया में अधिकांश समय हाई प्रोफाइल, हीरो–हीरोइन, राजनेता, और सेलीब्रिटिज ही छाई रहती है या कोई धार्मिक प्रवचन देने वाले काली–पीली पोशाके पहनें साधु–महात्मा या बाबा छाए रहते है । मीड़िया का एक महत्वपूर्ण काम है जनमत निर्माण करना । किसी वस्तु, व्यक्ति, विचार, मत, विश्वास, धर्म, या दल विशेष के पक्ष में जनमत तैयार करना । इसके लिए मीड़िया एक सर्वसुलभ और उत्तम साधन है। ऐसी स्थिति में मीड़िया केवल अपने आर्थिक हितों की पूर्ति हेतु सोचता है । वह यह नहीं सोचता कि जो विचार या विज्ञापन हमारे प्रतिष्ठान के द्वारा प्रसारित होगा उसका असर कितनें लोगों पर पड़ेगा और कितने लोगों पर उसका नकारात्मक प्रभाव पड़ेगा। और ऐसा होता भी है कई बार विज्ञापनों को देखकर लोग बिना चिकित्सक की सलाह लिए दवाईयॉ इस्तेमाल कर लेते है । और उसका सीधा असर उनके स्वास्थ्य पर पड़ता है लेकिन इसके प्रति मीड़िया उत्तरदायी नही होता। बल्कि होना यह चाहिए कि मीड़िया सच्चा पथ प्रदर्शक, परामर्शदाता, व शिक्षक होने के नाते अच्छे और बुरे के बारे में राय ही ना दे बल्कि उसको प्रतिबंधित भी करनें का प्रयास करे। लेकिन विज्ञापन और आर्थिक हित की उपेक्षा वह नहीं कर पाता ।

मीड़िया मानवीय चेतना और जन जागरण का एक सशक्त माध्यम है । लेकिन आज भी यह देखा जाता है कि हिन्दी मीड़िया में मिथ्या धर्माण्डबर, झूठे पाखंण्ड़ आदि करते हुए अनेक काली–पीली पोशाक वाले बाबा मीड़िया में छाए रहते है। यदि वे धार्मिक दृष्टि का विकास करते है तो क्या मीड़िया की जिम्मेदारी नहीं बनती कि वह अपनें पाठकों व दर्शकों में वैज्ञानिक दृष्टि से युक्त करनें का प्रयास करे। इसलिए यह कहा जा सकता है कि जनसंचार माध्यम ज्ञानवर्धक होते है पर कोई इनका गलत प्रयोग करे तो जनसंचार माध्यमों का कोई दोष नहीं । प्रत्येक वस्तु के दो पहलु होते है अच्छाई और बुराई । वस्तु की अस्मिता वस्तु के प्रयोग पर निर्भर करती है। ब्लेड़ को लें तो इसका निर्माण हजामत बनाने के लिए किया जाता है यह इसका सकारात्मक पक्ष हुआ लेकिन इससे यदि कोई जेब काटनें लगे तो यह उसका नकारात्मक पक्ष हुआ। अतः आज के युग में मीड़िया की उपादेयता के बिना मानव जीवन की कल्पना भी नहीं की जा सकती । निःसंदेह जिस प्रकार पानी बिन मछली का जीवन व्यर्थ है, ठीक उसी प्रकार मनुष्य जीवन में मीड़िया बिना सब कुछ व्यर्थ है। मीडिया के संकट और संभावनाओं पर विचार करते हुए कहा जा सकता है कि मीड़िया सामाजिक परिवर्तन में महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है। लेकिन

मीड़िया चाहे वो प्रिंट या इलैक्ट्रॉनिक कैसा भी हो यह आरोप लगता रहा है कि यह सत्ता और व्यावसायिक, वाणिज्यिक प्रतिष्ठानों की शरण से बाहर नहीं निकला है। सरकारी मीड़िया तंत्र में सरकारी प्रशस्ति और निजी चैनलों एंव प्रिंट प्रतिष्ठान अपनी नीतियों का प्रदर्शन ही होता है। आज चैनलों में उच्च वर्गीय कलाकारों, नेताओं, व्यक्तित्वों का प्रदर्शन आम बात है। जन सरोकारों का वास्ता अब भी बहुत कम दिखाई देता है। इतना सब कुछ होते हुए भी जनमानस के बहुत बड़े हिस्से को शिक्षित एंव मनोरंजन ओर सूचनाएँ करवा रहा है। हिन्दी मीड़िया नें निश्चित रूप से सामाजिक परिवर्तन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है, लेकिन इसकी पहुँच और व्याप्ति भारतीय समाज के सम्पूर्ण भाग तक अभी बाकी है । हिन्दी मीड़िया को इस ओर भी ध्यान देना चाहिए कि मीड़िया में प्रस्तुत कार्यक्रमों को अधिकांश जनता किस रूप में स्वीकार कर रहीं ह। कहीं उसका प्रभाव उल्टा नकारात्मक तो नहीं पड़ रहा । हिन्दी सिनेमा में जो ऐक्टिंग होती है वैसी ही ऐक्टिंग युवा घर पर करते है जिससे हिंसात्मक प्रवृत्ति बढ़ती जा रही है। फिल्मों में जैसे दृश्य फिल्माए जा रहे है उसे आज के युवा किस रूप में स्वीकार कर रहे है इस पर ध्यान देनें की जरूरत है। बढ़ते अपराध, अश्लीलता, नैतिक अवमूल्यन या मूल्यहीनता आदि इन सबको वाया हिन्दी मीड़िया ही आयातीत माना जा सकता है। प्रिंट मीड़िया के प्रति कम आकर्षण भी आजकल एक आम रूचि बनती जा रही है। लोग अध्यवसायी कम होते जा रहे है है। पढ़ना कम पसन्द करनें लगें है क्योंकि जब से इलैक्ट्रॉनिक माध्यमों की प्रचुर मात्रा में सर्वसुलभता बढ़ी है लोग दृश्य माध्यमों का ज्यादा प्रयोग करते है । यहाँ तक कि हाथ से लिखनें के बजाय टाइप करना तथा कम्प्यूटर पर काम करना ज्यादा पसन्द करनें लगे है । यह स्थिति कमोबेश अब हिन्दी मीड़िया में भी देखनें को मिलती है। इस प्रकार सोचनें के लिए माध्यमों का तथा करनें के लिए भी इन गैजेट्स का प्रयोग बढ़ा है। ऐसी स्थिति में नई पीढ़ी को मानसिक रूप से पंगु बनाती है। इससे नई पीढ़ी में गंभीरता और समस्या विश्लेषण की क्षमता का सर्वथा अभाव पाया जा सकता है। कोई भी ऐसी पीढ़ी को बरगला सकता है। अपने हित में उसका उपयोग और दुरूपयोग करने की पूरी संभावना बढ़ जाती है। वर्तमान में यह देखा भी जा सकता है।

मीड़िया से जुड़े मीड़ियाकर्मियों का भी नैतिक दायित्व है कि उनके पास विश्वभर का सूचनास्रोत होता है । उसे सम्पूर्ण समाज के सभी वर्गो तक पहुँचाना नैतिक रूप से आवश्यक है, जिससे उनकी दृष्टि, सोच व समझ बनकर शिक्षित होने में सक्षम हो सके । मीड़िया में जन सामान्य से जुड़े सरोकारों की पैरवी मीड़ियाकर्मी आज भी कम ही करते है और उन मुद्दों से अधिकांश मीड़ियाकर्मी एंव प्रतिष्ठान बचते रहते है। लेकिन यह तो सच्चाई है कि इलैक्ट्रॉनिक मीड़िया के अनेक रूपों नें हिन्दी भाषी समाज को भी सोचने के लिए मजबूर किया है। हिन्दी

मीड़िया में भी आधुनिक इलैक्ट्रॉनिक यंत्रों का प्रयोग प्रचुर मात्रा में बढ़ा है । जैसे इंटरनेट, वीड़ियोटेक्स्ट, टेलीग्राफ, टेलेक्स, टेलीप्रिंटर आदि इलैक्ट्रॉनिक यंत्रों और गैजेट्स का प्रयोग खूब बढ़ रहा है। मीड़िया को भारतीय सन्दर्भ में जरूर थोड़ा सतर्क होकर कार्य करनें की आवश्यकता अभी भी है। प्रसारण नीतियों में केवल और केवल बाजार,राजनीति,धर्मान्धता,फिल्मी हस्तियों का भौंड़ा प्रदर्शन,राजनेताओं का आत्मप्रशंसापूर्ण वक्तव्य आदि पर ही जोर दिया जा रहा है। संत बाबाओं द्वारा छद्म धार्मिक प्रलाप,योग और सिद्धियों का भ्रमजाल आदि तो प्रचुर मात्रा में प्रदर्शित होता है। लेकिन जिस देश की अधिकांश आबादी गॉवों में निवास करती है, वे गॉव और उनसे जुड़े विषय अभी भी नही प्रसारित होते।

जिस देश की अर्थव्यवस्था को ग्राम आधारित कहा जाता है और जिस देश का कमेरा वर्ग जो गॉवों में निवास करता है । लेकिन उन्हीं गॉवों के प्रति हिन्दी मीड़िया उदासीन होता जा रहा है। जिस देश की संस्कृति और पहचान केवल गॉव से होती है वही गॉव और जुड़े मुद्दे गौण होते जा रहे है। इन सब बातों से लगता है कि हिन्दी मीड़िया जन साधारण में रूचि नहीं रखता। इन दिनों तो किसी भी चैनल को खोलो केवल मात्र हाई प्रोफाइल का प्रदर्शन और उसकी लल्लो चप्पों मीड़िया करता दिखाई देता है।

ऐसा लगता है राजनेता, न्यायपालिका,अफसर और व्यवसायियों, ठेकेदारों का गठजोड़ जो सत्ता और व्यवस्था के भोग मे चल रहा है उसमें मीड़िया भी मौन स्वीकृति देकर कूद पड़ा है। हिन्दी मीड़िया को कहीं गरीबी, भूखमरी, और जनसाधारण की समस्याएँ नहीं दिखाई देती है। उच्च प्रोफाइल लोगों को यदि छींक भी आती है तो वह हिन्दी मीड़िया की मुख्य खबर बन जाती है । लेकिन भूख से और अर्थाभाव तथा स्वास्थ्य सुविधाओं के अभाव में होनें वाली मौत भी अपना स्थान मीड़िया में नहीं प्राप्त कर पाती । जो मीड़िया सरकार और सरकारी कार्यव्यवहार पर अंकुश रखनें के लिए हुआ करता है वह तो उसकी प्रशंसा में चौबीस घंटे लगा रहता है। जिसमें दलितों, आदिवासियों, पिछड़ों को, स्पेस उचित रूप से नहीं मिल रहा। धर्म एंव रूढ़ियों आदि को दूर करनें, अशिक्षा एंव अज्ञानता के भ्रमित कार्यक्रम एंव विज्ञापनों पर जरूर नियंत्रित करना चाहिए । उदारीकरण, निजीकरण, और वैश्वीकरण का विश्वव्यापी दौर और उसके नफे–नुकसान दुनियॉ के सामने संसाधनों का अंधाधुंध बंदरबॉट और असमानता, भेद, गरीबी, विषमता और संवेदनशून्यता के विकास के रूप में आ रहे है। इसको मीड़िया माध्यमों द्वारा ही समझा समझाया जा रहा है। एक तरफ तो मीड़िया माध्यमों द्वारा विकास की बात की जा रही है। दूसरी तरफ मीड़िया माध्यम उदारीकरण, निजीकरण और वैश्वीकरण के फलस्वरूप नए प्रतिमान स्थापित करने में जुटा हुआ है। इसको यूँ कहे कि एल.पी.जी. मॉड़ल के विकासशील देशों में तो कुछ दूसरे ही प्रभाव पड़े है। इनके कारण आज नये सामाजिक, सांस्कृतिक,

आर्थिक, राजनैतिक मूल्यों का विकास हुआ है। जिसके कारण साधारण मानव मात्र का मीड़िया माध्यमों के केन्द्र से दूर होना आसानी से देखा जा सकता है। इस मॉड़ल के फलस्वरूप जो नये परिणाम हमारे सामने आए है वे चौंकाने वाले है। उन्हें मोटे–मोटे तौर पर हम निम्न बिन्दुओं के रूप में सम्मिलित कर सकते हैः–

पूँजी और पूँजीपतियों का राज्य व्यवस्था के आभामण्ड़ल पर काबिज होना।

सत्ता और व्यवस्था के गठजोड़ में पूँजी और पूँजीपतियों की दखल। पारस्परिक हित पूर्ति में सहयोग। जनसाधारण के प्रति अरूचि का विकास।

सत्ता और व्यवस्था में आम जनता से जुड़े मुद्दों पर संवेदनशून्य संसदीय गरिमा का ह्यस।

सत्ता और व्यवस्था के लिए धनबल और बाहुबल की पर्याप्त दखल।

अस्मिता धर्मी राजनीति का विकास।

छद्म स्वार्थी तत्वों के कारण पक्ष और विपक्ष का छद्म विलयन। जिससे सार्थक संवाद की परंपरा संसद से लुप्त हो गई। आरोप–प्रत्यारोप का दिखावा मात्र, दोनों में वैचारिक साम्यता के व्यापक दर्शन दिखाई देते है।मीड़िया माध्यमों का जनसाधारण के मुद्दों ओर समस्याओं से निरपेक्ष भाव से प्रस्तुत होने की अधिकता को महसूस होना। इन सब मुद्दों के लिए मीड़िया माध्यमों द्वारा ठीक से जनमत बनाया जाना चाहिए। पर उसके जनमत सर्वे उतने ठीक नही उतर रहे जितने की अपेक्षा है।

यह माना जा सकता है कि मीड़िया तभी सच्चा गुरू, परामर्शदाता और सहयोगी बन सकता है जब जन सामान्य को साथ लेकर चलेगा। इसमें सुधार करनें की अभी भी और जरूरत है। तभी मीड़िया का सच्चा स्वरूप और उद्देश्य पूर्ण होगा। मुख्य धारा के मीड़िया संस्थानों की कमियॉ अब कहीं जाकर सोशल मीड़िया के द्वारा पूरी की जा रही है। सोशल नेटवर्किंग द्वारा अब जनता जनार्दन स्वयं ही मुखर होकर सामाजिक परिवर्तन की आकांक्षा के प्रयास में लगी हुई है। जो काम सामाजिक, सांस्कृतिक, धार्मिक, राजनैतिक, आर्थिक परिवर्तन के समस्त मीड़िया प्रतिष्ठानों को करने चाहिए वह अब सोशल मीड़िया द्वारा किए जा रहे है। सूचना क्रॉति से सोशल मीड़िया द्वारा हर सामाजिक को अवसर मिल रहे है। इसके कारण चारो और परिवर्तन की आकांक्षा समाज में दिखाई भी देने लगी है। यह हमारे देश में ही नहीं विश्व के सभी देशों में दिखाई दे रहा है। आशा है मीड़िया द्वारा समाज सापेक्ष सोच में उत्तरोत्तर वृद्धि होगी। जिससे प्रजातांत्रिक मूल्यों का विकास होगा। सूचना माध्यमों के प्रजातांत्रिकता से शिक्षा में व्यापकता में वृद्धि होगी और विकसित और खुशहाल भारत के निर्माण के सपने भविष्य में पूर्ण होगे।

स्रोत ग्रंथ–

1. चोपड़ा, लक्ष्मेन्द्र, जनसंचार का समाजशास्त्र, आधार प्रकाशन, पंचकुला, हरियाणा, 2002.
2. मिश्र, चन्द्र प्रकाश,1. संचार के मूल सिद्धान्त, 2. संचार और संचार माध्यम, संजय प्रकाशन, नई दिल्ली, 2002.

3. सिंह, ओम प्रकाश, संचार के मूल सिद्धान्त, क्लाशिकल पब्लिशिंग कम्पनी, नई दिल्ली, 2002.
4. सिंह, श्रीकान्त, सम्प्रेषण–प्रतिरूप एंव सिद्धान्त, भारती पब्लिशर्स एण्ड़ डिस्ट्रीब्यूटर्स, फैजाबाद, उ.प्र.,2001.
5. श्रवण कुमार, हिन्दी पत्रकारिता का बदलता स्वरूप, ओमेगा पब्लिकेशन, नई दिल्ली–110002.
6. सिंह, बच्चन, हिन्दी पत्रकारिता का बदलता स्वरूप, व
   हिन्दी पत्रकारिता के नये प्रतिमान,विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी,221001.
7. भानावत, संजीव, पत्रकारिता का इतिहास एवं जन–संचार माध्यम,
   समाचार माध्यमों का संगठन एवं प्रबंध,
   समाचार लेखन के सिद्धान्त और तकनीक,
   सम्पादन कला,सभी यूनिवर्सिटी पब्लिकेशन, जयपुर से प्रकाशित।
8. दीक्षित, सूर्यप्रकाश, जनपत्रकारिता जनसंचार एंव जनसम्पर्क, संजय प्रकाशन, दिल्ली,2004.
9. जैन, रमेशचन्द, जनसंचार एवं पत्रकारिता खण्ड–1 व 2, मंगलदीप पब्लिकेशन, जयपुर,2003.
10. कुमार, हरीश, सिनेमा और साहित्य, संजय प्रकाशन, नई दिल्ली, 1998।
11. मिश्र, अच्युतानन्द, हिन्दी के प्रमुख समाचार पत्र और पत्रिकाएँ, खंड़–1 से 5, सामयिक प्रकाशन, नई दिल्ली,11002.
12. राय, सुजाता, राष्ट्रीय जागरण और हिंदी पत्रकारिता का आदिकाल, अनामिका पब्लिशर्स एण्ड़ डिस्ट्रीब्यूटर्स, दिल्ली,110052.