

जनसंचार माध्यम और जनजागृति

डॉ. संतोष कौल काक

एसोसिएट प्रोफेसर एवं अध्यक्ष, हिंदी विभाग, बी. एम. रुइया गर्ल्स कॉलेज, मुम्बई, महाराष्ट्र, भारत।

प्रस्तावना

किसी भी सूचना, भाव या विचार को दूसरों तक पहुँचाना सामान्यतः संचार कहा जाता है और यही सूचना जब एक साथ लाखों – करोड़ों लोगों तक पहुँचाई जाय उसे जनसंचार कहते हैं। जनसंचार माध्यम यानि सन्देश के प्रवाह में प्रयुक्त किये जानेवाले माध्यम। हेरोल्ड लॉसवेल के अनुसार “इनके मुख्य कार्य हैं सूचना – संग्रह व प्रसार, सूचना विश्लेषण, सामाजिक मूल्य एवं ज्ञान का सम्प्रेषण करना तथा लोगों का मनोरंजन करना।”¹ भारतीय सन्दर्भ में इसे ज्ञान के वाहक, जीवन पद्धति और एक सकारात्मक उत्प्रेरक के रूप में स्वीकृत किया गया है।

चेतनायुक्त मनुष्य के जन्म के साथ ही संचार माध्यम आरम्भ हो गया था। आरम्भ में यह व्यक्तिपरक था। फिर धीरे – धीरे यांत्रिकता की ओर उन्मुख हुआ। आरम्भ में चित्रकला, मूर्तिकला आदि सम्प्रेषण का माध्यम थे। फिर संगीत व नृत्य संचार माध्यम बने। फिर संतों, साधुओं, चारणों – भाटों ने गाँव – गाँव घूमकर नैतिक, धार्मिक एवं राजनैतिक विचारों को संप्रेषित किया। प्रेम, सदाचरण, सत्य मार्ग के अनुसरण का उपदेश भी जनसमाज को दिया। फिर सभाएँ, विचार- गोष्ठियाँ, सम्मलेन, शास्त्रार्थ, चर्चा – परिचर्चाएँ संचार का माध्यम बनीं। यह संचार व्यवस्था का शैशव – काल था। इस व्यवस्था में समस्या थी अधिक लोगों तक न पहुँच पाने की। मेले, पर्व, तीर्थ – स्थान आदि भी संचार का केंद्र बने क्योंकि देश के विभिन्न भागों से आये लोगों की संस्कृति, वेशभूषा, परंपरा, खान – पान आदि के संबंध में ज्ञान के आदान – प्रदान और प्रसार के ये महत्वपूर्ण स्थान थे। फिर राजा के संदेशवाहकों व गुप्तचरों द्वारा जानकारियाँ देने व पाने का कार्य हुआ।

लोकसाहित्य - लोकनाट्य (नौटंकी, जत्रा, तमाशा, कठपुतली इत्यादि), लोकनृत्य (कथक, भरतनाट्यम, ओडिसी, मणिपुरी आदि), लोकगीत, राम – लीला, कृष्ण – लीला आदि पारंपरिक जनसंचार माध्यम थे, जो मानवता, एकता, साक्षरता, उद्योग एवं सांप्रदायिक सद्भाव का प्रसार करते थे। आज भी सरकार इन पारंपरिक साधनों का प्रयोग विकास एवं योजनाओं की जानकारी देने के लिए करती है।

प्रारंभ में मौखिक रूप में रहनेवाली यह व्यवस्था लिपि के विकास के साथ (तांबे, पत्थरों, वृक्षों पर) मुद्रित होने लगी। आगे चलकर मुद्रण – कला का आविष्कार संचार के क्षेत्र में क्रान्तिकारी सिद्ध हुआ। संचार के यांत्रिक विकास की यात्रा प्रिंटिंग प्रेस, फिल्म, रेडियो, टी. वी. से होती हुई उपग्रह तक पहुँच गयी है। इलेक्ट्रॉनिकीय विस्तार, कंप्यूटरीकरण एवं संचार क्रांति ने एक साथ मिलकर उस सूचना महामार्ग का निर्माण किया है, जिससे समूचे विश्व का जनसमुदाय सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक धरातल पर सिमटकर विश्व – गाँव का रूप ले चुका है। इस क्रांति ने सारे विश्व को एक सूत्र में पिरोने की कोशिश की है और शांति तथा सद्भावना को बढ़ाने में महत्वपूर्ण भूमिका भी निभाई है।

आज का जन - संचार माध्यम समय के साथ बदलते हजारों वर्षों के विकास का परिणाम है और यह विकास द्रुत गति से अब भी जारी है। यह संचार प्रत्येक व्यक्ति, जन समुदाय व राष्ट्र के विकास की दृष्टि से, शिक्षा व संस्कृति के प्रचार – प्रसार व संवर्धन की दृष्टि से आवश्यक है।

इन संचार माध्यमों को तीन स्वरूपों में देखा जा सकता है

1. शब्द संचार माध्यम – जैसे समाचार – पत्र, पत्र – पत्रिकाएँ, पुस्तकें आदि।

2. श्रव्य संचार माध्यम – जैसे कि रेडियो, ऑडियो कसेट्स आदि।

3. दृश्य संचार माध्यम – जैसे दूरदर्शन, वीडियो, फिल्म, कंप्यूटर, अंतरजाल और उनसे जुड़ी तमाम संचार सुविधाएँ।

अधिकांशतः इसका वर्गीकरण रूप के आधार पर निम्नलिखित आधार पर भी किया जाता है।

1. मुद्रित माध्यम जैसे कि समाचार - पत्र, पत्र – पत्रिकाएँ, पुस्तकें आदि।

2. इलेक्ट्रॉनिक माध्यम जैसे कि दूरदर्शन, सिनेमा, रेडियो, इंटरनेट आदि।

ये जनसंचार माध्यम लोगों को सूचना देकर, शिक्षित करके, प्रेरणा देकर एवं उनका मनोरंजन करते हुए जनजागृति के लक्ष्य को लेकर आगे बढ़े।

मनुष्य के लिए आज के युग में सामाजिक, राजनीतिक या अन्य क्षेत्रों की गतिविधियों, घटनाओं को जानना अनिवार्य ही है। उदारीकरण, भूमंडलीकरण और व्यावसायिकता के इस युग में समाज, देश और विश्व में घटित होनेवाली घटनाओं को न जाननेवाला पिछड़ जाता है और सूचना संपन्न व्यक्ति की तूती बोलती है। प्रति क्षण उत्पादित हो रहे सूचना - भण्डार को इकट्ठा करने, उसे व्यवस्थित कर ज़रूरतमंदों तक पहुँचाने में इन माध्यमों, विशेषकर सूचना तकनीक यानी कंप्यूटर और संचार तकनीकों का समन्वय – IT की भूमिका महत्वपूर्ण है। सूचनाओं के एकत्रीकरण, व्यवस्थीकरण, व प्रसारण का कार्य ये बखूबी करते हैं। ऐसी सूचनाओं का प्रसारण इन माध्यमों – जैसे पुस्तकों, पत्र – पत्रिकाओं, रेडियो, टेलीविजन, विश्व के नेताओं के साक्षात्कारों, भेंट – मुलाकातों से होता है। रेलगाड़ियों, विमानों, शेर बाजारों, उत्पादों, उनकी गुणवत्ता, स्वास्थ्य, पर्यावरण, मौसम, कृषि आदि विषयों पर मनुष्य घर बैठे किसी भी समय सूचना पा सकता है।

संभवतः जनसंचार माध्यमों का प्रारंभ लोगों को शिक्षित एवं जागरूक करने की लिए ही हुआ होगा। आज भी सूचना देने, प्रोत्साहित करने या मनोरंजन करने के समय भी इसका लक्ष्य जनता को शिक्षित करना और जागृत करना ही होता है। संसार अनगिनत रहस्यों का केंद्र है, अगाध ज्ञान का समुद्र है। मनुष्य इस सागर में नित ज्ञान के नूतन मोती खोजता रहता है। ज्ञान- साधन एवं शिक्षा के इस प्रयास में सूचना की विशेष भूमिका से इनकार नहीं किया जा सकता। छात्रों, अध्यापकों, शोधार्थियों, वैज्ञानिकों, आदि के लिए यह अत्यंत महत्वपूर्ण है। आज के इनफार्मेशन (सूचना) युग में संचार – माध्यमों के जरिये यह कार्य हो रहा है। विश्वविद्यालय अनुदान आयोग, IGNOU आदि द्वारा देशभर के छात्रों को शिक्षा देनेवाले कार्यक्रम प्रसारित हो रहे हैं।

राष्ट्र के सामाजिक, राजनीतिक, आर्थिक, सांस्कृतिक लक्ष्यों की प्राप्ति में जनसंचार माध्यम अपना योगदान देते आये हैं। 1857 की क्रांति के बाद, स्वतंत्रता आन्दोलन के दौरान मौजूद संचार – माध्यमों ने भारतीय जनमानस में स्वाधीनता, स्वाभिमान और राष्ट्रीय भावना की जो अलख जगाई उससे कौन परिचित नहीं है? समाज के एकीकरण, सौहार्द्र को बढ़ावा देकर लोगों में राष्ट्रीय भावना को जगाना, जन - मत निर्माण द्वारा लोगों की प्रवृत्तियों, विचारधाराओं, रूढिगत परम्पराओं के परिवर्तन के लिए मार्ग प्रशस्त करना, खबरों और उनके पीछे छिपे रहस्य की वास्तविकता को उजागर कर, सही तथ्यों को जनता में पहुँचाकर, उन्हें आवश्यकता पड़ने पर जागृत कर समाज – सुधार और पुनर्जागरण का कार्य इन माध्यमों द्वारा किया जाता है। ऐसे

कार्यक्रमों का लक्ष्य होता है विचारधारा और चरित्र में परिवर्तन कर व्यक्ति और समाज को विकास की ओर उन्मुख करना और इस तरह जनसामान्य का कायाकल्प करना। इन माध्यमों का ही यह चमत्कार है कि विश्व के एक कोने में बैठा व्यक्ति दूसरे कोने में बैठे व्यक्ति से कुछ ही क्षणों में जुड़ जाता है।

समाचार पत्रों, पत्र – पत्रिकाओं, पुस्तकों आदि द्वारा देश के राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक विकास, उनसे सम्बंधित घटनाओं की सूचना देने, उनका विश्लेषण कर जनसामान्य को सलाह देने, राष्ट्र की आवश्यकता के अनुरूप विचार – परिवर्तन करने, युद्ध व शांति से सम्बंधित चर्चाएँ करने समसामयिक समस्याओं पर विचार – विमर्श करने, बदलते जीवन – मूल्यों के विषय में चर्चा कर नवीन जीवन- मूल्यों की स्थापना करने का प्रयास किया जाता रहा है। पत्रकारिता का इतिहास आजादी के पूर्व देश को स्वतंत्र कराने की लड़ाई, चेतना और समाज – सुधार के क्षेत्र में सक्रिय योगदान की गौरव – गाथा से युक्त है।

यूँ जनसंचार के विभिन्न माध्यम साहित्य, गीत – संगीत, नृत्य और विभिन्न प्रकार के धारावाहिकों के निर्माण द्वारा जन – जन के मनोरंजन का कार्य तो करते ही हैं। अंधविश्वास, देहज – प्रथा, साम्प्रदायिकता, आतंकवाद, बालविवाह, बालमजदूरी, निरक्षरता आदि समस्याओं पर प्रकाश डालने एवं उनके उन्मूलन का कार्य करने, एवं जनता का मनोरंजन करने में संचार के माध्यम – रेडियो ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है और यह माध्यम आज भी इस दिशा में प्रयासरत है। गरीब और निर्बल वर्गों के लिए सामाजिक कल्याण के उपायों पर बल देने, राष्ट्रीय एकता को प्रोत्साहित करने, जनमानस में वैज्ञानिक चेतना विकसित करने, परिवार – कल्याण एवं जनसंख्या – नियंत्रण का सन्देश देने, भारतीय कला व संस्कृति के प्रति जागरूकता पैदा करने, खेलकूद को लोकप्रिय बनाने, पर्यावरण को संतुलित रखने के लिए जनसामान्य को जागरूक बनाने, कृषि उत्पादन को प्रोत्साहित कर हरित क्रांति व पशुपालन को बढ़ावा देने, लोगों को सूचना, शिक्षा देकर उनका मनोरंजन करने के लक्ष्य को लेकर चला दूरदर्शन आज भी राष्ट्रीय एकता, सद्भाव, विज्ञान, कृषि, पर्यावरण, संस्कृति एवं अनेक सामयिक प्रश्नों को उभारने में सतत प्रयासरत है। चलचित्र माध्यम तो पढ़े – लिखे, अनपढ़, अमीर – गरीब, आबाल वृद्ध – युवा, सभी को सर्वाधिक प्रभावित व आकर्षित करता आ रहा है। युग की समसामयिक ज्वलंत समस्याओं, राष्ट्रीय जागरण, स्त्री – शोषण, वर्ग-वर्ण वैषम्य, अन्याय, भ्रष्टाचार, जातिवाद, साम्प्रदायिकता आदि प्रश्नों को प्रस्तुत कर उनके समाधान का प्रयास फिल्मों द्वारा किया जाता रहा है।

मंदिर, मंडल, मर्डर, स्केंडल आदि ने विडियो – पत्रिकाओं के प्रति लोगों का रुझान बढ़ाया। इसके चलते न्यूज ट्रेकर, लहरे, कालचक्र, आई विटनेस, बिजनेस प्लस, आब्जर्वर, तहलका आदि जैसी वीडियो पत्रिकाएँ भी लोकप्रिय हुईं। हालाँकि इन्होंने सूचना पहुँचाने के नाम पर सनसनी पैदा करने का काम कुछ ज्यादा ही किया। 1995 में दुनिया के सबसे बड़े कंप्यूटर नेटवर्क ने तो मानो क्रांति की नयी दिशा ही प्रशस्त कर दी। मल्टीमीडिया सूचना संसाधनों द्वारा एनसाइक्लोपीडियाज, डिक्शनरीज, रिफरेन्स मैनुअल्स, इयर बुक्स, रेफरेंस बुक्स, इलेक्ट्रॉनिक बुक्स, इलेक्ट्रॉनिक न्यूज पेपर्स, जर्नल्स यहाँ तक कि वेबपोर्टल्स में फिक्शन, लोकसाहित्य, लोकजीवन, प्रदेश – विशेष, राष्ट्र – विशेष से सम्बंधित जानकारियों का अकूत भण्डार जनसमाज को सहज ही प्राप्त होने लगा। आज इनका उपयोग शिक्षा, व्यापार, व्यवसाय से जुड़े संस्थानों द्वारा किया जा रहा है। ब्लॉग, वेबसाइट, फेसबुक, ऑस्कूट, ट्विटर जैसे ऑनलाइन माध्यम सामाजिक जागरूकता और सक्रियता बढ़ाने की दिशा में दौड़ते क्रदमों से बहुत आगे तक निकल गए हैं। पारंपरिक और आधुनिक माध्यमों का एक साथ प्रयोग आज जनसंचार का एक महत्वपूर्ण अंग बन गया है। जिसे मीडिया – मिक्स की संज्ञा भी दी जा रही है।

इस सबके बावजूद यह भी न भूलना होगा कि अब जनसंचार के माध्यम अपनी ताकत भुलाकर न जाने क्यों, कैसे अपने लक्ष्य से भटककर इतना सिमट – सिकुड़ गए हैं कि बस लोगों को लुभाने, बाजारवाद को बढ़ाने और 'टीआरपी' के जाल में उलझ गए हैं। मीडिया मजबूत तो हुआ है पर उन्हें अपनी इस ताकत का प्रयोग जिस गति से कमजोरियों को दूर करने व मानवसमाज के सशक्तिकरण एवं लोकतंत्र के

विकास में करना चाहिए था, नहीं किया। क्यों? आज आदर्श कमजोर पड़ते जा रहे हैं। विकृतियाँ बढ़ रही हैं। ग्लैमर व व्यापार से जुड़कर पैसा महत्वपूर्ण हो गया है। इन माध्यमों का मूल लक्ष्य सूचना, शिक्षा, जनजागृति, मनोरंजन के द्वारा सेवा करना कहीं छीजता जा रहा है। जबसे भारत दुनियाभर के उत्पाद निर्माताओं के लिए एक बाजार बना, ये माध्यम अब मार्किट के फायदे को ध्यान में रखकर काम करते हैं – इनका लक्ष्य अब बाजारवाद को बढ़ावा देकर अपना टीआरपी बढ़ाना हो गया है। व्यापार तो ठीक है पर intention और ethics सही हों तभी तो दबावों से बचा जाएगा न! बाजार में टिके रहने, सबसे आगे, सबसे तेज बनने की होड़ में दौड़ते हुए अब ये माध्यम, विशेषकर दृश्य – श्रव्य माध्यम सत्य को तोड़ मरोड़कर या आधा – अधूरा ही परोस रहे हैं। इतना ही नहीं अपितु ये सभी अब सामान्य लोगों की जिंदगी से, उनकी समस्याओं से, जनांदोलनों से मुँह चुराने लगे हैं। किसान, गरीब व मध्यवर्ग के लगभग 75% लोग, उनकी समस्याएँ इस बाजारवाद की भेंट चढ़कर मुख्यधारा से गायब होती चली गयी हैं। आपदाएँ यदि बताई भी जा रही हैं कभी – कहीं तो उनसे बचने की जानकारियों का अभाव है या ऐसे कार्यक्रमों का प्रतिशत बहुत ही कम है।

भाषा राष्ट्र के विकास का प्रमुख हथियार होती है पर आज इन माध्यमों से भाषा की तमीज़ – तहजीब गायब होती जा रही है। क्रिकेट, क्राइम, फैशन, बॉलीवुड, नकली रियलिटी शोज और इनसे बनते नायकों के भंवर में ये माध्यम धँसते जा रहे हैं। वे अपनी जड़ों से दूर और अपने सरोकारों से विचलित होकर, अपने वास्तविक आधार को खोते जा रहे हैं। क्या हुआ, क्या देखा, कैसा लगा, अधिकारी कब पहुँचे, कितनी देर से पहुँचे आदि तक ही उनके प्रश्न आकर सिमट जाते हैं।

स्वतंत्रता आन्दोलन में हथियार की भूमिका निभानेवाले अखबार ज्यादा पृष्ठ, ज्यादा सामग्री देकर भी पाठक से जीवंत रिश्ता जोड़ने में चूक रहे हैं क्योंकि अब बाजारवाद के प्रभाव से चिकने, विज्ञापन भरे पृष्ठों की संख्या बढ़ रही है। विपाशा और बसु को मिलकर इनाम पाने के लिए ललचानेवाली घोषणाओं का शोर बढ़ता जा रहा है। व्याकरण गलतियाँ तो अब इन माध्यमों में ही नहीं मुद्रित माध्यम में भी इतनी बढ़ रही हैं कि स्कूल जाता हुआ बच्चा भी वो गलतियाँ पकड़ ले। अन्य तो जाने ही दीजिये। सिनेमा, समाज और राजनीति में से आज कौन पहले है, महत्वपूर्ण है – इसे समाचार – पत्र पढ़कर आसानी से जाना जा सकता है।

रेडियो सीलोन से गुँजती दिलकश आवाजों व गीतों का स्थान अब रेडियो एफ. एम., रेडियो मिर्ची, फीवर – 104, रेडियो वन, रेडियो सिटी, बिग एफ. एम. और उनपर हाज़िर लवगुरुओं ने ले लिया है, जो युवा – वर्ग को या तो 'सेटिंग' अथवा 'डेटिंग' करने की बातें समझा रहे हैं, या फिर नामी – गिरामी लोगों से साक्षात्कार लेकर उन्हें कौन – सी फिल्म, कौन – सा गाना, क्या खाना या पकाना पसंद है यह पूछ – पूछकर सोच को सीमित करने में लगे हैं। आदमी के मौलिक अधिकारों, विचारों की बात उठाने की जिम्मेदारी हर माध्यम से कम होती जा रही है।

टी. वी. चैनल्स 24 घंटे समाचार दिखाने की होड़ में उसे ज़बरदस्ती घसीटते जा रहे हैं। संवाददाता वस्त्रों, श्रृंगार प्रसाधनों की दुकान पर अपना अनुभव सुनाने में लगे हैं। घटना की सही जानकारी पाए बिना आधी अधूरी खबरें परोसकर दंगे भड़काने जैसा भयानक कर्म भी हो रहा है। सनसनीखेज खबरों और बयानों के उलटे प्रभाव पड़ते हैं। मामलों का फॉलो अप, अंतिम परिणति तक समस्या को पहुँचाने की कोशिश, भूल – सुधार का प्रयास यहाँ अदृश्य है। विचार – दारिद्र्य का संकट बढ़ता जा रहा है। चीख – चिल्लाकर अश्लीलता, कामुकता, बलात्कार, मार – धाड़, चोरी – डकैती के कारनामों को बढा – चढाकर नाट्य – रूपांतरण के द्वारा सजीव करके धीमा ज़हर फैलाया जा रहा है। भूत – प्रेत के किस्सों, ग्रह – नक्षत्रों के आतंक से रोजाना भय और अन्धविश्वास फैलाकर वैचारिकता और बुद्धि को कुंद किया जा रहा है। माता – पिता, भाई – बहन, पति – पत्नी, पुत्र – पुत्री, गुरु – शिष्य, आदि रिश्तों के साथ – साथ विभिन्न जाति, धर्म एवं प्रान्तों के बीच संदेह की रेखाएँ खींची जा रही हैं।

आम जनता की मूलभूत आवश्यकताओं और अपेक्षाओं के मुद्दों को दरकिनार कर उपभोक्तावाद को बढ़ानेवाले मूल्य थोपे जा रहे हैं। स्वस्थ मनोरंजन को नज़र अंदाज़

कर नारी – देह के अमर्यादित प्रदर्शन, हिंसा, अपसंस्कृति के निरुद्देश्य कार्यक्रमों की प्रस्तुति द्वारा समाज को बिखराव की ओर धकेला जा रहा है। सामाजिक उत्तरदायित्वों से दूर होकर जनांदोलनों की अपेक्षा राजनीतिज्ञों, सत्ताधीशों, सेलिब्रिटियों का नियंत्रण विज्ञापनों और सूचना माध्यमों पर बढ़ता हुआ दिखाई दे रहा है। अपराधयुक्त छविवालों का महिमा – मंडन, धनाढ्यों, अभिनेता-अभिनेत्रियों, यहाँ तक कि समाज के प्रतिष्ठित व्यक्तियों के प्रेम - प्रसंग, उनकी शानो - शौकत, संतों के प्रवचन भी और कांड भी, डायटिंग, ब्यूटी पार्लर, सौन्दर्य - उपचार आदि इन माध्यमों का पसंदीदा विषय बन गए हैं। यदि जनसंचार माध्यमों से हमारे गाँव – शहर और उनमें रहनेवाले साधारण लोग इसी तरह गायब होने लगे तो वह दिन अब ज्यादा दूर नहीं जब ये माध्यम 'जन संचार' न रहकर 'सीमित संचार' बनकर रह जाएँगे। जिस देश के संचार माध्यमों ने राष्ट्रीय संस्था की तरह कार्य किया हो, जिनमें कभी देश व समाज को गढ़ने – रचने का साहस था, स्वप्न था, संकल्प था वह बाज़ार के एजेंट बनकर कैसे रह सकते हैं? यह निश्चित ही चिंतनीय और विचारणीय है।

लोकतंत्र का मकसद है सामंती चिन्हों, भाषाओं एवं व्यवहार का लोप करके लोकतांत्रिक संस्कृति का विकास करना। लोकतंत्र के तीन महत्वपूर्ण स्तम्भ हैं विधायिका, कार्यपालिका और न्यायपालिका लोकतंत्र का चौथा स्तम्भ संचार माध्यम को माना जाता है। जिस 'लोक' की सुरक्षा और सुविधा हेतु लोकतंत्र के पहले तीन स्तम्भ प्रतिष्ठित होते हैं उसे और सुदृढ़ बनाने में संचार माध्यमों की एक बहुत बड़ी और महत्वपूर्ण भूमिका है, इसमें कोई दो राय नहीं। इसलिए उसी 'लोक' यानि जनता के ज़मीनी मुद्दों पर अपना ध्यान केन्द्रित करना इनकी जिम्मेदारी बनती है। यदि संचार माध्यम पूरी इमानदारी, निष्ठा और नैतिकता के साथ इस काम में जुट जाएँ तो यह कार्य असंभव भी नहीं। देश के सामने गरीबी, भुखमरी, बेरोज़गारी, बुनियादी सुविधाओं के अभाव, सामाजिक न्याय आदि गंभीर प्रश्नों और उनसे निपटने की कठिन चुनौतियों का उत्तर, समाधान खोजना अभी बाकी है। इसके लिए सरकार, प्रशासन एवं आम जनता को अपने साथ जोड़कर जनसंचार माध्यम एक बहुत बड़ा कार्य करने में सक्षम हैं। क्योंकि यह एक बहुत ही सशक्त एवं प्रभावशाली माध्यम है। आवश्यकता है भारत का आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक एवं सांस्कृतिक सशक्तिकरण करने के लिए समाज, जाति, धर्म, भाषा, क्षेत्र – प्रान्त आदि के खाँचों में सिमटे – बंटे हुए राष्ट्र को एक करने का प्रयास करने की जिम्मेदारी ये माध्यम उठाएँ। युद्ध तो मानव – मन की उपज ही हैं अतः मन में शांति स्थापित करनेवाली आधारशिला को पुनः खोजना होगा। शिक्षा के प्रसार, संस्कृति के प्रचार, विश्व – संस्कृति के दर्शन, सिद्धांत व अवधारणाओं पर आधारित सार्थक, मनोरंजक कार्यक्रमों द्वारा हृदयों को परिवर्तित करने का प्रयास किया जा सकता है। ज्ञान का उचित मात्र में प्रयोग करके ही ये माध्यम लोगों के बीच बढती खाइयों को पाटकर जीवन – मूल्यों, संस्कृति एवं मानवीयता के ज़रिये 'वसुधैव कुटुम्बकम्' की भारतीय अवधारणा को सार्थक कर सकते हैं। जनसंचार वह माध्यम है जो जनमत बनाकर, फैसलों में बदलाव लाने, समाज को बदलने की ताकत रखता है। आज दुनिया को उसके इसी सकारात्मक, निर्माणकारी रूप की ज़रूरत है। हालांकि यह भी सोचना होगा कि यदि सुव्यवस्था के लिए बने चार स्तंभों में से कोई स्तंभ कमज़ोर हो रहा हो तो उसे सहारे की आवश्यकता हो सकती है। केवल उसकी आलोचना करने की बजाय मानव स्वयं वह पाँचवा स्तम्भ बने जो इसे मज़बूत करने सहारा देने में आगे आये तो इसमें कोई हानि तो नहीं दीखती। प्रवृत्तियाँ बदलने, समाज को बदलने, लोगों को न्याय व हक दिलाने की पैरवी करता हुआ यह माध्यम जब सजग जनता से जुड़ जाता है तो राठौर, मनु शर्मा, सुशील शर्मा जैसे लोग बच नहीं पाते। अभी तो बस्तियों, मुहल्लों, वाहनों में छिपे बलात्कारी, अन्यायी, प्रशासनिक भ्रष्टाचार व शोषण को बढ़ावा देनेवाले अनेक राक्षस हमारी पकड़ से आजाद हैं। SMS, FACEBOOK, TWITTER, E-MAIL इत्यादि जैसे मीडिया - तंत्र भी जब खुद को उपभोक्तावाद की अपेक्षा ऐसे अन्यायों के खिलाफ, उपभोक्ताओं, दलितों, महिलाओं या शोषितों के अधिकारों के लिए लड़ें। इस माध्यम को आन्दोलन करने का मज़बूत जरिया बनाने की जब सब सोचेंगे, तभी परिवर्तन या बदलाव की उम्मीद

की जा सकती है, वर्ना जागृति की बात तो दूर रही, 'अंधा युग' के अश्वत्थामा की तरह असंख्य अश्वत्थामाओं को अपने अर्धसत्य द्वारा पशु बनाने का अपराध करने के लिए इतिहास भी इन माध्यमों को कभी क्षमा नहीं कर पाएगा। बेहतर हो कि ये माध्यम अपनी शक्ति का दुरुपयोग कर, मानव के शुभ, कोमलतम भ्रूण यानी मानवता की हत्या के अपराध से बचें।

सन्दर्भ

1. <https://hi.m.Wikipedia.org>