Vol. 9
Issue 2
15 July 2018
ISSN 0975 1254 (PRINT)
ISSN 2249-9180 (ONLINE)
www.shodh.net
A Refereed Research Journal
And a complete Periodical dedicated to
Humanities & Social Science Research
शोध संचयन

संकटकालीन समस्या के समाधान में मीडिया की भूमिका

बीज शब्द :

संकटकालीन समस्या, समस्या समाधान, मीडिया की भूमिका, पत्रकारिता, मीडिया का स्वरूप, आजादी में मीडिया की भूमिका।

मीडिया हमारे चारों ओर मौजूद है। पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो एवं दूरदर्शन ने समाज कों हमेशा प्रभावित किया हैं। विश्व के प्रगतिशील विचारों वाले देशों में जनमायम की भूमिका से इंकार नहीं किया जा सकता।

देश की आजादी के दौरान पत्रकारिता ने मिशन के रूप में काम किया। सैनिकों तक सन्देश पहुचाने में जनमाध्यम उपयोगी होते हैं। संकट के क्षणों में जनमाध्यम ने अपनी प्रतिबद्धता को प्रकट किया है। बाढ़, भूकंप, तफूान, रेल, बस, आगजनी, दंगा, लूटपात, आंदोलन जैसी दुर्घटनाओं में रिपोर्टर जान जोखिम में डालकर पल-पल की जानकारी देते हैं। भारत में नारी-सशक्तिकरण, बालिका शिक्षा, पर्यावरण, दहेज उन्मूलन, स्वच्छता अभियान, अपराध, भ्रष्टाचार, मानवाधिकार जैसे मुद्दे मीडिया में प्रखरता से उठाए जाते हैं। जिससे भारतीय लोकतंत्र को मजबूती मिल रही है।

*****

रचना सक्सेना (कुलश्रेष्ठ)
असि. प्रोफेसर, रक्षा विहार कालोनी,
भोपाल।
E-mail: rachna.kul@rediffmail.com

संकटकालीन समस्या के समाधान में मीडिया की भूमिका

मीडिया को माध्यम या मीडियम के नाम से उल्लेखित किया जाता है। मीडिया को प्रजातंत्र का चौथा स्तम्भ भी कहा जाता है। मीडिया के महत्त्व का अंदाजा इसी बात से लगाया जा सकता है कि समाज में मीडिया की भूमिका संवादवहन की होती है। यह समाज के विभिन्न वर्गों, सत्ता केन्द्रों, व्यक्तियों और संस्थाओं के बीच एक पुल का काम करता है। या यह कहें कि मीडिया हमारे चारों ओर मौजूद है जैसे टी.वी. सीरियल व शो जो हम देखते हैं, संगीत जो हम रेडियों पर सुनते हैं, पत्र एवं पत्रिकाएं जो हम रोज पढ़ते हैं, मीडिया हमारे चारों ओर मौजूद होता है। तो यह निश्चित है कि इसका प्रभाव भी हमारे और हमारे समाज के ऊपर अवश्य ही पड़ेगा।

आज के युग में मीडिया का सामान्य अर्थ समाचार-पत्र, पत्रिकाओं, टेलीविजन, रेडियो, इंटरनेट आदि से लिया जाता है। किसी भी देश के सर्वांगीण विकास, प्रगति व उन्नति में मीडिया का बहुत बड़ा योगदान होता है। यदि यह कहें, कि मीडिया एक ऐसा माध्यम है जो किसी समाज का निर्माण व पुनर्निर्माण करता है, तो यह कहना किसी प्रकार गलत नहीं होगा। इतिहास में ऐसे कई उदाहरण मौजूद हैं, जब मीडिया की शक्ति पहचान कर लोगों ने उसका उपयोग लोक परिवर्तन के लिए एक सशक्त हथियार के रूप में किया। यदि हम भारतीय इतिहास को देखें तो अंग्रेजों की कठोर दासता से सिसकते भारतीयों में, देशभक्ति व उत्साह भरने में मीडिया का सबसे बड़ा योगदान रहा है।

वर्तमान में भी मीडिया की ताकत के सामने बड़े से बड़ा राजनेता, उद्योगपति आदि सभी सिर झुकाते हैं। इतिहास से लेकर वर्तमान तक मीडिया का जन-जागरुकता में भी बहुत बड़ा योगदान रहा है। सामाजिक अभियान जैसे बच्चों को पोलियो की दवा पिलाने का अभियान हो या एड्स के प्रति जागरुकता फैलाने का कार्य, मीडिया ने अपनी जिम्मेदारी पूरी तरह से निभाई है। लोगों को वोट डालने के लिये प्रेरित करना, बाल मजदूरी पर रोक लगाने के लिये प्रयास करना, धूम्रपान के खतरों से अवगत कराना जैसे अनेक कार्यों में मीडिया की भूमिका सदैव सराहनीय रही है। मीडिया समय-समय पर नागरिकों को उनके अधिकारों के प्रति जागरुक करता रहा है। देश में भ्रष्टाचारियों पर कड़ी नजर रखता रहा है, साथ ही समय-समय पर स्टिंग आपरेशन के द्वारा इन भ्रष्टाचारी सफेदपोशों का काला चेहरा दुनिया के सामने दिखाता रहा है।

मीडिया के इन माध्यमों, पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो एवं दूरदर्शन ने हमेशा से ही समाज को किसी न किसी रूप में प्रभावित किया है, या यह कहे कि इसमें समाज को प्रभावित करने की एक अलग ही क्षमता रही है, यह कहना इसके लिए कोई अतिशयोक्ति नहीं है। समाज में इन संसाधनों के उपयोग के कारणवश ही आज समाज में पत्रकारिता का महत्त्व काफी अधिक बढ़ गया है। जो हुआ, जो हो रहा है, जो होगा और जो होना चाहिए अर्थात जिस परिवर्तन की जरूरत है, इन सब घटनाक्रम पर पत्रकार को नजर रखनी होती है। पत्रकारिता का उद्देश्य समाज में घट रही सच्ची घटनाओं पर प्रकाश डालने के साथ ही वास्तविक घटनाओं को सामने लाना है। इसके साथ ही यह इस तरह काम करता है कि 'बहुजन हिताय' की भावना सिद्ध हो।

महात्मा गांधी के अनुसार, ''पत्रकारिता के तीन उद्देश्य हैं- पहला जनता की इच्छाओं, विचारों को समझना और उन्हें व्यक्त करना, दूसरा उद्देश्य जनता में वांछनीय भावनाएं जागृत करना और तीसरा उद्देश्य सार्वजनिक दोषों को नष्ट करना है। गांधी जी ने पत्रकारिता के जो उद्देश्य बताए हैं, उन पर गौर करें तो प्रतीत होता है कि पत्रकारिता का वही काम है जो किसी समाज सुधारक का हो सकता है।''

अमेरिका के तीसरे राष्ट्रपति थामस जयफरसन ने कहा था, कि ''यदि मुझे कभी यह निश्चित करने के लिए कहा गया कि अखबार और सरकार में से किसी एक को चुनना है तो मैं बिना हिचक यही कहूंगा कि सरकार चाहे न हो, लेकिन अखबारों का अस्तित्व अवश्य रहे।''

पत्रकारिता के माध्यम से समाज में नई जानकारियों को संप्रेषित किया जाता है, लेकिन यह इतने से भी संतुष्ट नहीं होता। वह घटनाओं, नई बातों तथा जानकारियों की व्याख्या करने का प्रयास भी करता है। घटनाओं का कारण, प्रतिक्रियाएं, उनकी अच्छाई एवं बुराइयों का विवेचना भी करता है।

पूर्व राष्ट्रपति शंकरदयाल शर्मा के अनुसार, ''पत्रकारिता पेशा नहीं, यह जनसेवा का माध्यम है। लोकतांत्रिक परम्पराओं की रक्षा करने, शांति और भाईचारे की भावना बढ़ाने में इसकी भूमिका है।''

समाज में जन जीवन को विकासोन्मुख बनाने के साथ ही मानवीय मूल्यों को स्थापित करने का दायित्व भी पत्रकारिता का होता है। वहीं पत्रकारिता के सामाजिक और व्यावसायिक उत्तरदायित्व के अनेक आयाम भी हैं तथा अपने इन उत्तरदायित्वों का निर्वहन करने के लिए पत्रकार का एक हाथ सदैव समाज की

नब्ज पर रहता है।

समाज के इस विस्तृत क्षेत्र में पत्रकारिता के यह निम्न उद्देश्य व दायित्व हैं-

1. नई-नई जानकारियां लोगों को उपलब्ध कराना।
2. सामाजिक जनमत को अभिव्यक्ति देना. समाज में उचित दिशा निर्देश देना।
3. स्वस्थ मनोरंजन की सामग्री को उपलब्ध कराना।
4. सामाजिक कुरीतियों एवं कुप्रथा को समाप्त करने के लिए प्रभावी कदम उठाना।
5. धार्मिक सांस्कृतिक उत्सवों एवं आन्दोलनों का निष्पक्ष विवेचन सामाजिक आधार पर करना।
6. सामान्यजन को उनके अधिकारों के प्रति जागरुक करना।
7. कृषि जगत तथा उद्योग जगत की उपलब्धियों के बारे में जनता को बताना।
8. सरकारी नीतियों का विश्लेषण करना एवं प्रसारण करना।
9. स्वास्थ्य के प्रति लोगों को सतर्क करना, सर्वधर्म समभाव की भावना को पुष्ट करना।
10. संकटकालीन परिस्थितियों में राष्ट्र के मनोबल को बनाये रखना।
11. वसुधैव कुटुम्बकम की भावना का प्रसार करना।

नई दिल्ली में प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी ने हिंदुस्तान टाइम्स लीडरशिप समिट-2017 को संबोधित करते हुए कहा था कि- ''समय की मांग है कि राष्ट्र के निर्माण से जुड़ी हर संस्था देश की आवश्यकताओं तथा चुनौतियों को समझते हुए, अपने स्तर पर संकल्प ले।''

उन्होंने मीडिया से नये भारत के निर्माण के लिए सकारात्मक भूमिका निभाने का संकल्प लेने और देशवासियों को इसके लिए प्रेरित करने की अपील करते हुए कहा कि ''हर संगठन, हर समाज, हर व्यक्ति अपने सामर्थ्य को समझते हुए, अपने स्तर पर बदलाव की शुरुआत करेगा, तभी न्यू इंडिया का सपना पूरा होगा।''

मीडिया का स्वरूप :

हम जनमाध्यम और उसके मौजूदा संदर्भ पर चर्चा करने से पूर्व यह देखते हैं कि देश की आजादी से लेकर बाबरी मस्जिद विध्वंस और उसके बाद आज तक राष्ट्रीय परिवेश के संदर्भ में जनमाध्यम की कैसी भूमिका रही है? अब तक करीब 7 दशकों में जन माध्यम के स्वरूप, कार्य शैली के साथ ही पत्रकारों के रहन-सहन में किस-किस तरह का परिवर्तन आया है। परिवर्तन तो एक शाश्वत प्रक्रिया है और यह आवश्यक भी है। लेकिन परिवर्तन की इस यात्रा में नैतिक मूल्यों, सामाजिक चेतना, संबंधों की पवित्रता, राष्ट्र के प्रति सम्मान और संवेदनशीलता की समझ में थोड़ा बदलाव जरूर देखने में आता है।

मीडिया को अपना हर एक कदम बड़े संभलकर रखना होता है, क्योंकि इसका सीधा प्रभाव आम जनमानस पर पड़ता है। विशेष तौर पर इलेक्ट्रानिक मीडिया को अपनी भूमिका बड़ी संभल कर निभाने की आवश्यकता होती है। वैश्वीकरण, उदारीकरण, सर्वश्रेष्ठता की होड़ के कारणवश इन सबके परिणामस्वरूप वर्तमान में मुक्त बाजार की अर्थव्यवस्था के युग के साथ ही मीडिया का स्वरूप, विकास तथा उपभोक्ता द्वारा इसकी उपयोगिता में नाटकीय तौर पर बदलाव भी आया है। मीडिया के इस बदलाव का आरंभ लगभग 1980 के दशक में हो गया था। निजी टीवी चैनल्स ने विशेष तौर से सूचना के इस प्रसार में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई है। यही नही वर्तमान में खोजी पत्रकारिता और विद्वान तथा साहसी पत्रकारों के सतत् सतर्क विश्लेषण के परिणामस्वरूप सूचना आसानी से एवं जल्द सभी को उपलब्ध हो जाती है। इसी कारण मीडिया बदलाव के एक सूचना ढांचे के रूप में परिवर्तित हो गया है।

वहीं मीडिया के इस बदलाव के परिणामस्वरूप लोगों की जीवनशैली में भी अमूल-चूल परिवर्तन आया है। गरीबी-अमीरी के बीच की खाई में जो कम गहराई देखने को मिली है, मीडिया द्वारा परिवर्तन का फल है। व्यक्ति भले ही अभावों में जी रहा हो, परंतु वह मीडिया के माध्यम से जीवन के हर अच्छे व बुरे पहलू को समझ रहा है। यह मीडिया की ही देन है कि योग व आयुर्वेदिक उपचार के माध्यम से सारी दुनिया के लोग लाभान्वित हो रहे हैं। यदि मीडिया आज इतनी प्रभावी नहीं होती तो सूचना इतनी तेज गति से नहीं पहुंच पाती। मीडिया लोकतंत्र के चौथे स्तम्भ के रूप में समाज को मजबूत दशा और दिशा प्रदान कर रही है। जनहित की रक्षा के लिए सरकार पर नियंत्रण रखते हुए, लोकतांत्रिक प्रकिया को मजबूती प्रदान करने का कार्य मीडिया बखूबी कर रही है।

मीडिया का प्रभाव समाज के प्रत्येक वर्ग पर स्पष्ट रूप से दृष्टिगोचर होता है। यह हमारे जीवन का अभिन्न अंग बन चुकी है। इसीलिए पिछले कुछ वर्षों में युवा पीढ़ी इसकी तरफ बहुत ही जबरदस्त तरीके से आकर्षित हुई है।

समाज में मीडिया की भूमिका :

प्राचीन काल से ही 'व्यक्तियों को सहायता प्रदान करने

अथवा सेवा की भावना' के महत्त्व का अनुभव किया गया था। गीता के अनुसार ''सृष्टि के आरंभ में बह्मा ने त्याग के साथ मनुष्य की रचना करने के बाद कहा कि पारस्परिक बलिदान तथा सहायता से उनका विकास तथा उनकी समृद्धि एवं वृद्धि होगी।'' यह त्याग कामधेनु के समान है जो सभी इच्छित वस्तुओं को प्रदान करेगा। भारतीय दर्शन में यज्ञ को बहुत महत्त्व दिया गया है जिसका अर्थ ऐसी किसी भी सामाजिक, राष्ट्रीय अथवा व्यक्तिगत क्रिया से है जिसमें व्यक्ति सेवा की भावना से अपने को पूर्ण रूप से लगाने के लिए तैयार है। समाज कल्याण में सेवा की भावना का सर्वोपरि स्थान है।

पंचतन्त्र में यह ठीक ही कहा गया है, ''सेवा धर्म परम गहनो योगिनाम् प्रिय गम्य:'' इसीलिए जो व्यक्ति सेवा की भावना से, लाभ की भावना से नहीं तथा आत्मसंतोष की भावना से, सफलता की भावना से नहीं, कार्य करता है, वही समाज कल्याण में वास्तविक योगदान दे सकता है।

वहीं मीडिया के संदर्भ में देखें तो, मीडिया समाज का वह आईना है जो समाज को उसकी अच्छाई एवं बुराई करके उसकी वास्तविक स्थिति से अवगत कराता है। जिसे समाज में जागरुकता पैदा करने वाले एक साधन के रूप में देखा जाता है, जो लोगों को सही व गलत करने की दिशा प्रदान करने में एक प्रेरक का कार्य करता नज़र आता है।

सूचना और तकनीक ने वर्तमान युग को एक नए मुकाम पर लाकर खड़ा कर दिया है। आज हम विश्व में कहीं भी किसी घटित घटनाओं को सीधे अपने संचार माध्यम द्वारा आसानी से देख सकते है। किसी घटित घटना पर हम अपनी राय भी विभिन्न संचार माध्यमों द्वारा कहीं भी कभी भी लोगों तक पहुंचाई जा सकती है। संचार के माध्यम ही सामाजिक-सांस्कृतिक परंपराओं व रूढ़ियों की जटिलताओं का हस्तांतरण करते हुए, एक नए समाज की स्थापना कर रहा है। नैतिक मूल्यों के साथ वर्तमान समय में जिस परिवर्तन का हम दर्शन कर रहे हैं, उसमें सबसे अधिक श्रेय मीडिया को जाता है।

यह भूमिका किसी एक देश अथवा क्षेत्र तक सीमित नहीं है, विश्व के तमाम प्रगतिशील विचारों वाले देशों में जनसंचार की इस भूमिका से कोई इंकार नहीं कर सकता। मीडिया में और विशेष तौर पर प्रिंट मीडिया में जनमत बनाने की अद्‌भुत शक्ति है। नीति निर्धारण में जनता की राय जानने में और नीति निर्धारकों तक जनता की बात पहुंचाने में मीडिया एक सेतु की तरह काम करता है।

यही नहीं युग चेतना ही पत्रकारिता को समृद्ध करती है। समाज व राष्ट्र के सामने जब विषम स्थितियां उत्पन्न होती हैं, तब उनका सम्यक विवेचन प्रस्तुत करके आम सहमति के बिन्दु तक पहुंचने में पत्रकार और मीडिया एक मंत्र प्रस्तुत करते हैं। युगीन समस्याओं, आशाओं और आकांक्षाओं पर मनन-चिंतन करके पत्रकार मीडिया द्वारा आमजन में स्थित संतुलित चिंतन-चेतना, रचनात्मक विकास करते हैं। पत्रकार घटनाओं का मानवीय संस्करण प्रस्तुत करता है। उसे पूर्वाग्रहों से मुक्त हो कर कार्य करना होता है। उसकी प्रतिबद्धता समाचारों से है। एक चिकित्सक की भांति वह घटनाओं की नाड़ी पकड़ता है, फिर उसका निदान भी बताने के साथ जनमत का निर्माण करता है। पत्रकारिता एवं मीडिया जन-जन को जोड़ने का काम करते हैं। समाज के विभिन्न वर्गों में आपसी समझ के भाव को विकसित करते हुए एक मेल-जोल की संस्कृति का विकास करने में सहायक बनते हैं।

वर्तमान समय में वैज्ञानिक जन-चेतना के विकास के साथ-साथ कई अन्य क्षेत्रों का भी विकास हो रहा है, जिससे समाज में प्रचलित मूल कार्य खेती और परिवार कल्याण जैसे कार्यक्रमों को प्रोत्साहन मिल रहा है। आज समाज का कोई भी ऐसा क्षेत्र नहीं है जहां मीडिया की पहुंच न हो। यह हमें समय-समय पर खेलों की जानकारी भी देता है, जिससे हममें देशी तथा विदेशी खेल की भावना का विकास हो रहा है। यही नहीं महत्त्वपूर्ण तथ्यों की जानकारी एवं स्वास्थ्य के प्रति जागरूकता का श्रेय मीडिया को जाता है। ग्लोबलवार्मिंग के इस दौर में पिछले एक दशक से जिस उपभोक्तावादी संस्कृति ने जन्म लिया है, उसका प्रभाव आज पूरे विश्व में देखने को मिल रहा है। वहीं समाचार चैनल्स हमें वह सब दिखा रहे हैं, जिसे हम देखना चाहते हैं। आज भारत की जनता मीडिया की अस्सी प्रतिशत बातों को सच मानकर चलती है। ऐसे में लोगों की भावनाओं से खेलना मीडिया का अपने कर्तव्य से भटकना माना जाएगा। समय के साथ-साथ समाचारों व विज्ञापनों, प्रदर्शनों में अपनी गुणवत्ता व अपनी मान-मर्यादाओं तथा अपनी स्थिति को बनाये रखना भी आवश्यक हो गया है। लोकतंत्र में कार्यपालिका, न्यायपालिका, व्यवस्थापिका के समुचित ढंग से कार्य नहीं करने पर लोकतंत्र के चौथे स्तम्भ मीडिया को अपनी सकारात्म भूमिका निभानी पड़ती हैं। मीडिया की समाज में जितनी सशक्त भूमिका होगी, उतना ही सकारात्मक सामाजिक परिवर्तन होगा।

भारत वर्ष की आजादी में मीडिया की भूमिका :

देश की आजादी के लिए हो रहे आंदोलन के दौरान

पत्रकारिता ने एक मिशन के रूप में काम किया। महात्मा गांधी, गणेश शंकर विद्यार्थी, पराड़कर और जवाहरलाल नेहरू जैसे कई पत्रकार केवल इसीलिये इस पेशे में आए क्योंकि उन सबको लगता था, कि स्वाधीनता संग्राम की अलख जगाने और उसे जन-जन तक पहुंचाने का काम पत्रकारिता के माध्यम से ही किया जा सकता है। यही कारण था कि प्रत्येक आंदोलनकारी कहीं न कहीं एक पत्रकार भी था। शहीद भगत सिंह से लेकर बाल गंगाघर तिलक, सुभाष चन्द्र बोस जैसे तमाम क्रांतिकारियों ने किसी न किसी रूप में पत्रकारिता को स्वाधीनता आंदोलन का हथियार जरूर बनाया। 'हरिजन' समेत ऐसे हजारों पत्रों का उल्लेख मिलता है, जो हिंदी और अन्य भारतीय भाषाओं में ब्रिटिश हुकूमत के खिलाफ राष्ट्रव्यापी माहौल बना रहे थे।

देश जब गुलामी की जंजीरों में जकड़ा हुआ था, तब अंग्रेजी हुकूमत के जड़ से पांव उखाड़ने के लिए देश के अलग-अलग स्थानों में लोगों को जागरूक करने एवं ब्रिटिश हुकूमत की असलियत जनता तक पहुंचाने के लिये कई पत्र-पत्रिकाओं व अखबारों ने लोगों को आजादी के समून्दर में कूद पड़ने एवं भारत माता को आजाद कराने के लिए कई तरह से लोगों में जोश भरा एवं भारतीय समाज के प्रति अपने उत्तरदायित्वों का बखूबी से निर्वहन भी किया। उस समय देश के अलग-अलग स्थानों से स्वराज्य, केसरी, काल, पयामे आजादी, युगान्तर, वंदेमातरम, संध्या, प्रताप, भारतमाता, कर्मयोगी, भविष्य, अभ्युदय, चांद जैसे कई ऐसी पत्र-पत्रिकाओं ने सामाजिक सरोकारों के बीच देशभक्ति का पाठ लोगों को पढ़ाया और आजादी की लड़ाई में योगदान देने देने के लिए जागरूक किया।

1870 से 1918 तक का समग्र ऐसा था, जब चेतना और जागरूकता की लहर फैलनी तो शुरू हो गई थी, लेकिन सामूहिक भागीदारी वाले राष्ट्रीय आंदोलन का स्वरूप पुरी तरह नहीं उभर सका था जनता को मुद्दों और सवालों से जोड़ने के लिए उस समय न छोटी-बड़ी सभाओं का सिलसिला ही शुरू हो सका था और न ही ऐसा कोई राजनीतिक कार्यक्रम सामने आ सका था, जिससे जनता की भगीदारी हो सकती और जिसे जन-संघर्ष का रूप दिया जा सकता। उस समय सबसे पहला राजनीतिक कार्यक्रम यही था कि जनता का राजनीतिकरण किया जाए, राजनीतिक चेतना का प्रचार-प्रसार किया जाए, अपने अधिकारों के प्रति लोगों को शिक्षित किया जाए और राष्ट्रीय विचारधारा का प्रसार किया जाए। चूँकि उस समय भारतीय जनता के पास न कोई संगठन था और न कोई संगठित राजनीतिक कार्यक्रम सामने था, इसलिए प्रेस ही उस समय एक ऐसा हथियार था, जिसके जरिए जनता को राजनीतिक रूप से शिक्षित-प्रशिक्षित किया जा सकता था और एक राष्ट्रीय विचारधारा का बीज़ रोपा जा सकता था। राष्ट्रीय आंदोलन की बुनियाद रखने में अख़बारों और पत्रकारों की कितनी महत्त्वपूर्ण भूमिका थी, इसका अंदाजा इसी तथ्य से लगाया जा सकता है कि 1885 में भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस की स्थापना जिन लोगों ने की, उनमें से करीब एक-तिहाई पत्रकार थे।

अख़बारों का असर पढ़े-लिखे लोगों के बीच ही नहीं था और न ही वे शहरों और बड़े कस्बों तक सीमित थे, बल्कि इनकी पहुँच दूर-दराज के गाँवों तक थी हालाँकि गाँवों में कोई इक्का-दुक्का शिक्षित व्यक्ति ही होता था, पर अख़बार पढ़कर वह उसकी चर्चा दसियों और लोगों से करता था।

लेकिन अख़बारों के लिए काम आसान नहीं था। वह अगर लोगों में राजनीतिक चेतना जगाने, राष्ट्रीयता की भावना का प्रचार करने, औपनिवेशिक शासन के शोषण-चक्र को बेनकाब करने और उसके ख़िलाफ़ माहौल बनाने की कोशिश कर रहे थे, तो दूसरी तरफ़ सरकार के पास उनपर अंकुश लगाने की शक्ति थी। 1870 में ब्रिटिश सरकार ने भरतीय दंड सहिता में धारा 124 ए को जोड़ा, जिसके तहत ''भारत में विधि द्वारा स्थापित ब्रिटिश सरकार के प्रति विरोध की भावना भड़काने वाले व्यक्ति'' को तीन साल की कैद से लेकर आजीवन देश-निकाला तक की सज़ा दिए जाने का प्रावधान था। बाद में इस धारा में कई और कड़े प्रावधान जोड़े गए।

भारतीय पत्रकारों ने बड़ी अक्लमंदी से काम लेते हुए कई ऐसे तरीके खोज निकाले, जिससे उन्हे इन कानूनों की गिरफ्त में फँसाया न जा सके। मिसाल के तौर पर धारा 124-ए से बचने का उन्होंने अनोखा तरीका खोना। चूँकि ब्रिटिश सरकार के प्रति जिन लोगों की निष्ठा संदेह से परे होती थी, उन पर धारा 124-ए लागू नहीं होती थी, इसलिए भारतीय पत्रकार जब साम्राज्यवादी शोषण के ख़िलाफ़ अपने लेखों में आग उगलते थे, तो उसके साथ ही महारानी ओर ब्रिटिश सरकार के प्रति गहरी निष्ठा जतानेवाली बातें भी लिख देते थे।

यहां तक कि पत्रकारिता का यह मिशन आजादी के बाद भी 1947 से लेकर 1977 तक तीन दशकों तक भी इसी जुझारूता से चलता रहा। इस दौरान पत्रकारों की इस पैनी कलम ने जवाहरलाल नेहरू और इंदिरा गांधी जैसे ताकतवर प्रधानमंत्रियों को भी नहीं छोड़ा। चाहे मसला रक्षा मंत्रालय में जीप घोटाले का हो या फिर चीन के साथ युद्ध में भारत की पराजय का हो या

बंगाल का दुर्भिक्ष ही क्यों न हो या फिर देश में आपात काल की स्थिति हो या पूर्वोत्तर समेत अशांत हिमालयी राज्यों में विदेशी घुसपैठ क्यों न हो, हर मोर्चे पर मीडिया, भारतीय जनता के साथ भारतीय जनता के लिए सरकार के सामने इन घटनाओं का जबाव मांगने के लिए खड़ी रही। आपात काल की घोषणा का विरोध करने में देश के कई ऐसे समाचार पत्र भी रहे जिन्होंने कई दिन तक संपादकीय ही नहीं लिखी तथा सम्पादकीय की स्थाई जगह ही काले बॉर्डर के साथ खाली छोड़ दी।

इसी दौरान लोक नायक जयप्रकाश नारायण के आंदोलन, राष्ट्रभाषा आंदोलन और हरित क्रांति जैसे अनेक राजनीतिक और सामाजिक गतिविधियों को आगे बढ़ाने में भी उस समय के मीडिया ने एक नये सार्थक की भूमिका का निर्वाह किया था। असम में ऐसे ही एक छात्र आंदोलन में ऑल असम स्टूडेंट्स यूनियन, जिसे संक्षिप्त रूप में 'आसू' भी कहा जाता है, जैसे एक मजबूत छात्र संगठन का प्रादुर्भाव भी हुआ। 'आसू' राजनीतिक रूप से कितना प्रभावशाली संगठन था इसका अंदाजा इसी तथ्य से लगया जा सकता है, कि इसी छात्र संगठन ने पहली बार इंदिरा गांधी जैसी प्रभावशाली नेता के खिलाफ न केवल सफल आंदोलन चलाया बल्कि असम गण परिषद के नाम से एक ताकतवर राजनीतिक शक्ति के रूप में संसदीय राजनीति में हिस्सा भी लिया। यह सब तभी संभव हुआ है, जब इन ताकतों को मीडिया का समर्थन प्राप्त हुआ है।

युद्ध काल में मीडिया की भूमिका :

युद्ध काल में मीडिया कि और भी अहम् भूमिका हो जाती है। युद्ध काल में सैनिकों तक सन्देश पहुचाने के लिए रेडियो और टी.वी जनसंचार माध्यम अत्यधिक उपयोगी होते हैं। यह जनसंचार माध्यम एक तरफ तो सैनिकों को देश दुनिया के समाचार सुनाते है, तो वहीं दूसरी ओर इनके माध्यम से युद्ध के मोर्चे के समाचार पूरे विश्व को बताते है। वर्ष 1990 में सेटेलाइट से जुड़ने के बाद सी.एन.एन ने अमेरिका द्वारा कुवेत पर किये गये हमले का सीधा प्रसारण करके पहली बार युद्ध काल की रिपोर्टिंग के मायने ही बदल दिए। लोगों ने पहली बार युद्ध का सीधा प्रसारण देखा। जिसमें मिसायलें चलते हुए, बड़ी-बड़ी बस्तिओं को आग के हवाले होते हुए देखा। इसके पश्चात् अमेरिका में 11 सितम्बर 2001 को वर्ल्ड ट्रेड सेंटर पर हवाई हमले और उसके बाद उन दोनों भवनों को धराशाई होते देखा। अमेरिका द्वारा वर्ष 1990 में इराक पर हमला तथा बाद में जवाबी कार्यवाही के रूप में ओसामा बिन लादेन का ट्रेड सेंटर पर हवाई हमला दिखाकर युद्ध की निस्सारता को भी दिखाने का काम किया।

मीडिया के माध्यम से इस युद्ध को लेकर यह सच निकलकर सामने आया कि तेल के कुँओं पर कब्जा करके इराक को कमजोर बनाने के लिए अमेरिका ने यह युद्ध इराक पर थोपा था। युद्ध से पहले अमेरिका उन अस्त्रों को पूरी तरह खत्म करके पूरी मानवता को बचाना चाहता है। मीडिया ने तटस्थ होकर इस सन्दर्भ में अपनी भूमिका निभाई।

आतंकवादी घटनाओं में मीडिया की भूमिका :

भारत जैसे लोकतांत्रिक देश में जहां पर विविध भाषा-भाषी, जातियों, धर्मों के लोग अपनी-अपनी सांस्कृतिक चेतना और परंपराओं के साथ अपना जीवन निर्वहन करते है। वहां पर आतंकवाद को अपने पैर पसारने का ओर अधिक अवसर आ प्राप्त होता है। हमारा उदारवादी लोकतंत्र एवं वोट के आधार पर बनने वाली हमारी सरकारें भी जिस प्रमाणिकता के साथ आतंकवाद के खिलाफ खड़े होना चाहिए, खड़ी नहीं हो पातीं। भारत देश जो कि दुनिया का दूसरा सबसे बड़ी आबादी वाला महादेश है। यहां पर आतंकवाद का बढ़ता संजाल एक बहुत बड़ी वैश्विक समस्या है। जिसका समाधान निकालना अति आवश्यक है। साथ ही दुनिया के तमाम देश इस समस्या से जूझ रहे हैं। बात भारत और उसके पड़ोसी देशों की हो, तो यह जानना भी आवश्यक है कि इस आतंकवाद की एक बड़ी पैदावार इन्हीं देशों में तैयार हो रही है।

आतंकवाद के इस विभिन्न स्वरूपों का सामना करने में मीडिया की भूमिका सामने आती है। परंतु भारतीय जनमाध्यम के लिए यह बड़ा प्रश्न है कि वह आतंकवाद के सवाल पर किस तरह की प्रस्तुति करे। भारत देश में जब भी संकट के क्षण आये है तब भारतीय जनमाध्यम ने अपने देश गौरव तथा आतंकवाद के खिलाफ अपनी प्रतिबद्धता को प्रकट किया है।

जब कहीं अचानक आतंकवादी बम विस्फोट करते हैं तो तुरंत ही उस जगह से जुड़े रिपोर्टर वीडियो बनाकर अपने चैनल को भेज देते हैं। और चैनल ब्रेकिंग न्यूज के रूप में उसे तुरंत ही प्रसारित कर देता है। 2 नवम्बर 2008 को मुंबई के ताज होटल और नरीमन हाउस को आतंकवादिओं ने अपना निशाना बनाया तो मीडिया ने पूरे 60 घंटे तक के खौफनाक मंजर की पल पल का समाचार पूरे विश्व के सामने प्रस्तुत किया। इतना ही नहीं मीडिया ने उससे संबंधित पूरे तथ्य खोजकर प्रस्तुत भी किये। जिससे पूरे विश्व के सामने यह सच सामने आ गया कि इस आतंकवादी हमलें के पीछे पाकिस्तानी आतंकवादी संगठन लश्करे तय्यबा का

हाथ है जिसे आई.एस.आई का समर्थन प्राप्त है। सब ही जानते है कि लश्करे तयबा के उद्देश्य क्या हैं-वह ईसाईयों, यहूदिओं और हिन्दुओं को इस्लाम का दुश्मन मानता है। इसका मकसद है इस्लाम धर्म को पूरे विश्व में फैलाना तथा दूसरे धर्मों का पूरी तरह से विनाश कर देना। इस तथ्य से परिचित करने में मीडिया ने एहम भूमिका निभाई। होटल के अन्दर फंसे भारतीय और विदेशी लोगों के साथ उनके परिजनों को जोड़ने में भी मीडिया का सराहनीय योगदान रहा।

हालांकी मुंबई धमाकों के समय भारतीय मीडिया की भूमिका को काफी लांछित किया गया और उसके सीधे प्रसारण को कुछ लोगों की मौत का जिम्मेदार भी माना गया। मीडिया अपनी क्षमता के साथ हमारे साथ खड़ा है। किस प्रसंग का प्रसारण करना, किसका नहीं? इसका नियमन मीडिया स्वयं नहीं कर सकता। जब सीधे प्रसारण को रोकने की बात सेना की ओर से कही गई, तो मीडिया ने तत्काल इस पर अमल किया।

प्राकृतिक आपदाएं एवं मीडिया :

किसी देश या प्रदेश में जब प्राकृतिक आपदा आती है, जैसे बाढ़, भूकंप, तूफान जैसी प्राकृत विपत्ति का जब कहीं प्रकोप होता है। तब उस देश या प्रदेश के लोगों को महाविनाश की परिस्थिति का सामना करना पड़ता है। प्राकृतिक आपदा प्रकृति का एक ऐसा षडयंत्र है कि, जहां महा-विनाश ही विनाश है। और उस विनाश से पार पाना बहुत ही मुश्किल तथा कभी तो असंभव सा ही प्रतीक होने लगता है। ऐसी परिस्थिति में सभी प्रकार के संस्थानों का अव्यवस्थित होना तो अति संभव है। वहीं आवश्यक संस्थानों जैसे बिजली के कनेक्शन का टूट जाना, ट्रांसपोर्ट के साधनों का या बह जाना या इसकी भी उपलब्धता न होने पर एक विकट परिस्थित उन्पन्न हो जाती है। साथ ही सबही जगह से सभी प्रकार का संपर्क टूट जाने पर लोगों को स्वयं को सुरक्षित करने में बहुत सी कठिनाइयों का सामना करना पड़ता हैं। इन कठिनाइयों में उनकी हर संभव सहायता तो जिला प्रसाशन या प्रदेश सरकार करती है। मीडिया और सरकार के बीच के रिश्ते हमेशा अच्छे नहीं हो सकते क्योंकि मीडिया का काम ही है सरकारी कामकाज पर नज़र रखना। लेकिन वह सरकार को लोगों की समस्याओं, उनकी भावनाओं और उनकी मांगों से भी अवगत कराने का काम करता है और यह मौक़ा उपलब्ध कराता है कि सरकार जनभावनाओं के अनुरूप काम करे। किन्तु जनमाध्यम भी उनकी इन कठिनाइयों से उभारने के लिए उनका पूरा-पूरा सहयोग करता है। जनसंचार माध्यमों में कार्यरत रिपोर्टर अपनी जान जोखिम में डालकर उन्हें रिश्तेदारों से जोड़ने का प्रयास करते हैं। साथ ही घटना स्थल की पल पल की जानकारी देने के लिए सीधे प्रसारण से वे जुड़ जाते हैं। अपने मोबाइल या कैमरे से तुरंत वीडियो बनाकर हेड-आफिस भेजते रहते हैं और हेड आफिस से न्यूज प्रोड्यूसर एंकर के लिए ब्रेकिंग न्यूज तुरंत लगाकर लोगों को पल पल कि जानकारी देते रहते हैं। जैसे नेपाल में गुजरात में भूकंप आया, जब बिहार में कोसी नदी में बाढ़ आई थी तो जनसंचार माध्यमों के द्वारा लोगों तक खबर पहुँचाई गई कि वहां पर युद्ध स्तर पर मदद की जाने कि जरूरत है। जिसमें हमारे देश की पूरी जनता अपना सहयोग देने के लिए आगे आ गयी, साथ ही इसमें विदेशी सहायताएं भी प्राप्त हुई।

जब मई 2015 में नेपाल देश में आये भूम्कप के झटकों ने कहर ढाया था तथा नेपाल के आधे से ज्यादा हिस्सों को अपनी चपेट में लेकर तहस-नहस कर दिया था, जिसमें वहां बहुत अधिक जन-धन की हानि का सामना करना पड़ा। तथा जिसके कुछ बड़े-बड़े झटकों का भारत के कई हिस्सों को सामना करना पड़ा था। तब भी मीडिया ने अपना काम बड़ी होशयारी, समझदारी एवं निडरता के साथ निभाया था।

यही नही मीडिया भूकंप क्षेत्र में फंसे लोगों की तत्परता से मदद करता है। भूकंप क्षेत्र के हालात पर पल पल की खबर से सभी लोगो को अवगत कराता है। ताकि प्रभावित लोगों को हर संभव सहायता मूहया कराने की पूरी-पूरी कोशिश की जा सके। बिहार की कोसी नदी का कहर टूट जाने पर भी अखबारों में विश्लेषण शुरू हो गया कि था, कि आखिर प्रतिवर्ष बिहार में बाढ़ क्यूँ आ जाती है।

जब देश के किसी हिस्से में तबाही मची हो तो राष्ट्रीय मीडिया उसकी अनदेखी कैसे कर सकता है। हम सबको बहुत अच्छे से याद है कि जून वर्ष 2013 में जब उत्तराखंड में बाढ़ ने भयानक कहर बरपाया था। तब 6 हजार लोगों की जानें चली गईं। 4 हजार से ज्यादा गांव जलमग्न हो गए। उत्तराखंड की त्रासदी भीषणतम त्रासदियों में से एक थी। उस समय राष्ट्रीय मीडिया जिस तरह तत्पर हुआ, उसी तरह कश्मीर में आयी बाढ़ को लेकर भी यह उतना ही संवेदनशील हुआ। जम्मू-कश्मीर में पिछले 60 वर्षों की यह सबसे भीषण बाढ़ में से एक थी। वहां के लोगों ने झेलम का ऐसा रूप पहले कभी नहीं देखा था। राज्य के ढाई हजार से अधिक गांवों में बाढ़ ने कहर बरपाया। 300 से अधिक लोगों की जान चली गई। 90 लाख लोग बाढ़ से प्रभावित हुए।

उस वक्त मीडिया, खासकर चौबीस घंटे चलने वाले

न्यूज चौनलों की पेशेगत जिम्मेदारी को लेकर इंसानी भेदभाव और अनदेखी का कोई आरोप नहीं लगाया जा सकता था।

दुर्घटनाएं एवं मीडिया की भूमिका :

जब देश, प्रदेश तथा किसी शहर, कस्बे में कोई बड़ी रेल या बस तथा आगजनी जैसी अन्य कोई दुर्घटना तथा दंगा, लूटपात, आंदोलन जैसी घटनाएं घट जाती है, तो ऐसी परिस्थिती को संभालने के लिए प्रशासन तो तुरंत ही अलर्ट हो जाता है तथा लोगों की सहायता करने के लिए घटना स्थल पर पहुंच जाता है। परंतु इसके साथ ही मीडिया भी उतना ही सर्तक हो, अपनी जिम्मेदारी निभाने लगता है। घटना के संबंध में सबसे पहले इलेक्ट्रॉनिक मीडिया अपने माध्यम से तुरंत ही खबर को प्रसारित करता है तथा हर थोड़े समय में घटित घटना के अपडेट को तो देने लगता हैं। वहीं घटना घटने के कारणों का ब्यूरा भी देता है। साथ ही प्रभावित क्षेत्र में दुर्घटनाग्रस्थ लोगों का उनके परिवारों तथा परिचितों से सम्पर्क भी कराता है। वहीं वर्तमान में सोशल मीडिया के माध्यम से भी घटना के फोटो तथा घटनाक्रम को वायरल कर लोगों को सूचित किया जाता है। साथ ही इस क्षेत्र में प्रिन्ट मीडिया भी अपनी अहम भूमिका को निभाते हुए घटना के संबंध में लोगों को पूरी जानकारी देने के साथ ही राष्ट्रीय आधार पर तो लोगों को जोड़ता है। वहीं वह घटना से संबंधित प्रदेश तथा शहरी स्तर पर भी लोगों को जोड़ने का काम बखूबी करता है। घटना के प्रति जिम्मेदार लोगों तथा हुई गलतियों पर प्रशासन का ध्यान केन्द्रित करता है व दुर्घटनाग्रस्थ लोगों को न्याय भी दिलाता है। वहीं प्रदेशों तथा शहरों में चल रहे शहरी तथा राज्य स्तरिय मीडिया भी शहरों, कस्बों तथा राज्य में कोई दुर्घटना जैसे सड़क हादसा स्कूली व कॉलेज बस एवं वेन हादसा जैसी अन्य घटना में प्रदेश सरकार के साथ अपनी भी अहम् भूमिका को निभाता हैं। साथ ही घटना के संबंध में संपूर्ण तथ्य उपलब्ध करावा कर सरकार का ध्यान घटनाक्रम पर आकर्षित कर कानून व्यवस्था में अपना सहयोग प्रदान करता है।

सोशल मीडिया की भूमिका :

वैश्विक आधार पर देखें तो वर्तमान में अरब देशों में हुई जनक्रांति के पीछे सबसे बड़ी भूमिका न्यू मीडिया की रही है। इन देशों में सरकार द्वारा जब समाचार पत्रों और चैनलों पर प्रतिबंध लगाए गए तब वहां की जनता एक-दूसरे से सोशल साइटों के जरिए जुड़ी, जिससे वहां जनक्रांति को एक नई दिशा मिली। वहीं भारतीय परिवेश में भी पिछले कुछ वर्षों से हो रहे जन-आंदोलनों में न्यू मीडिया ने महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई है।

सोशल मीडिया में ब्लॉग एवं वेब पोर्टल तो आम लोगों को अपने विचार निष्पक्ष रूप से रखने के लिए एक वरदान से कम साबित नहीं हुआ हैं। नये मीडिया जगत में वेब पोर्टलों की तो बाढ़ सी आ गई है। यहीं नहीं अधिकतर लोग अपना निजी वेब पोर्टल बनाते हैं। यहां तक की पोर्टलों और ब्लॉग पर राष्ट्रीय एवं अतंराष्ट्रीय मुद्दों पर भी परिचर्चाएं होने लगी है। इसका सबसे बड़ा फायदा यह है कि इसमें सभी लोगों को अपने विचार व्यक्त करने का आसानी से एक सहज ही स्थान मिल जाता है। जिसका परिणाम यह होता है कि वह उस मुद्दे में विशेष रुचि लेने लगते हैं।

वास्तव में सामाजिक मीडिया पारस्परिक संबंध के लिए एक अंतर्जाल या अन्य माध्यमों द्वारा निर्मित आभासी समूहों को संदर्भित करता है। यह व्यक्तियों और समुदायों को इक्ठ्ठा करने व सहभागी बनाने का एक सरल माध्यम है। इसका उपयोग सामाजिक संबंध बनाने के साथ उपयोगकर्ता सामग्री के संशोधन के लिए एक उच्च पारस्परिक प्लेटफार्म बनाने के लिए, मोबाइल और बेब पर आधारित प्रौद्योगिकियों के प्रयोग के रूप में भी देखा जा सकता है। सामाजिक मीडिया के कई रूप हैं जिनमें कि इंटरनेटफोरम, वेबब्लॉग, सामाजिक ब्लाग, माइक्रोब्लागिंग, विकीज, सोशलनेटवर्क, ब्राडकास्ट, फोटोग्राफ, चित्र, चलचित्र आदि सभी आते हैं। अपनी सेवाओं एवं सुविधा को मुहेया कराने के लिए सोशल मीडिया की कई संचार प्रौद्योगिकी भी उपलब्ध हैं।

यू-ट्यूब पर तो किसी भी मुद्दे से संबंधित वीडियो देखे जा सकते है साथ ही इसमें इसका कोई भी यूजर इस पर अपना चैनल भी बना सकता है और उस पर अपने विडियों या अन्य जानकारियां डाल सकता है। जिसके कारण इसकी लोकप्रियता तीव्र गति से बढ़ी है। वहीं फेस बुक पर भी इसके यूजर्स मार्केटिंग से संबंधित विज्ञापन एवं विडियों तथा अन्य जानकारियां भी शेयर कर सकते है। साथ ही यह तो हम सभी जानते है, कि यह अपने परिचितों से जुड़ने का एक सहज, सरल, सस्ता तथा एक अच्छा माध्यम तो है ही।

सोशल मीडिया के माध्यम से समसामयिक मुद्दों व घटनाओं को प्रमुखता से उठाया जा रहा है। जिस पर व्यापक जनसमूह विचार-विमर्श करता है। यदि न्याय की बात की जाये तो यह कई जगह स्वयं सोशल मीडिया ने ही अपने यूजर्स द्वारा कई राजनैतिक एवं सामाजिक मुद्दों पर जनमत तैयार किया है। जैसे आरूषि तलवार को इंसाफ दिलाने के लिए कैंडल लाइट मार्च से लेकर दिल्ली निर्भया रेप केस तथा मुजफ्फरनगर में दंगे की घटना,

नीरा राडिया कांड व हमारी भारतीय सेना से संबंधि डोकलाम मुद्दा जैसे बड़े से बड़े मुद्दों से लेकर छोटे से छोटे मुद्दों तक जन-समर्थन प्राप्त करने के लिए न्यू मीडिया के माध्यम से लोगों से संपर्क साधा गया। दिल्ली निर्भया रेप में निर्भया को न्याय दिलाने के लिए विशाल संख्या में युवा सड़कों पर आ गए थे, जिससे सरकार दबाव में आकर एक नया एवं ज्यादा प्रभावशाली कानून बनाने पर मजबूर हो गई है। वैश्विक स्तर पर देखे तो चीन, ट्यूनीशिया और अरब देशों में जो राजनीतिक सुगबुगाहट हुई है, उसके पीछे सोशल मीडिया का बहुत बड़ा हाथ है।

इसके लिए एक ओर फेसबुक जैसी सोशल साइट पर एक पेज बनाकर लोगों को आंदोलन व उसके समय, स्थान की जानकारी दी गई, वहीं मोबाइल फोन पर भी एसएमएस द्वारा लोगों को सूचित किया गया। फेसबुक, ऑरकुट व ट्विटर जैसी सोशल साइट्स पर अब लोग राष्ट्रीय महत्त्व के मुद्दों पर भी जमकर बहस करने लगे हैं जिससे लोगों में जागरूकता आई है।

न्यू मीडिया ने समाज में एक बड़े परिवर्तन के साथ एक अलग ही पहचान बनाई है। इसकी सबसे बड़ी खूबी है कि इससे युवा पीढ़ी ज्यादा जुड़ रही है। जिससे आने वाले समय में मीडिया के इस नए माध्यम की संभावनाएं और अधिक बढ़ेगी।

आम चुनाव के दौरान भी राजनीतिक पार्टियां सोशल मीडिया का उपयोग कर आमजनता को चुनाव के प्रति जागरूक करने जैसा महत्त्वपूर्ण कार्य कर रही है। इतना ही नहीं आम चुनाव में सोशल मीडिया के उपयोग से वोटिंग प्रतिशत बढ़ा है, साथ ही साथ युवाओं में चुनाव के प्रति जागरूकता भी बढ़ी है।

लोकप्रियता के प्रसार में सोशल मीडिया एक बेहतरीन प्लेटफॉर्म है, जहां व्यक्ति स्वयं को अथवा अपने किसी उत्पाद को ज्यादा लोकप्रिय बना सकता है। आज फिल्मों के ट्रेलर, टीवी प्रोग्राम का प्रसारण भी सोशल मीडिया के माध्यम से किया जा रहा है। वीडियो तथा आडियो चैट भी सोशल मीडिया के माध्यम से सुगम हो गई है। जिनमें फेसबुक, व्हाट्सऐप, इंस्टाग्राम कुछ प्रमुख प्लेटफार्म बहुत अधिक प्रचलन में हैं।

सामाजिक कुप्रवृत्तियों का जनता सोशल मीडिया के माध्यम से प्रबल विरोध कर रही है। जो किसी भी लोकतंत्र को सफल बनाने के लिए आवश्यक है। किसी भी घटना की त्वरित सूचना अब लोगों को सोशल मीडिया के माध्यम से मिल जाती है।

सोशल मीडिया एक प्रकार से समाज में सकारात्मक भूमिका भी अदा करता है जिससे किसी भी व्यक्ति, संस्था, समूह और देश आदि को आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक रूप से समृद्ध बनाया जा सकता है। सोशल मीडिया के जरिए ऐसे कई विकासात्मक कार्य हुए हैं जिनसे कि लोकतंत्र को समृद्ध बनाने का काम हुआ है जिससे किसी भी देश की एकता, अखंडता, पंथनिरपेक्षता, समाजवादी गुणों में अभिवृद्धि हुई है।

अत: हमारे द्वारा उपयोग किये जाने वाले सभी प्रकार के मीडिया जन-जागरूकता लाने के प्रमुख उपकरण के रूप में उभर कर सामने आये है। राष्ट्र, समाज और जनहित के मुद्दों को जन माध्यम द्वारा प्रभावशाली ढंग से उठाया जाता रहा है। भारत में नारी सशक्तिकरण, बालिका शिक्षा, पर्यावरण, दहेज उन्मूलन, स्वच्छता अभियान, अपराध, भ्रष्टाचार का विरोध और मानवाधिकार जैसे मुद्दे मीडिया में प्रखरता से उठाए जाते रहे हैं जिससे भारतीय लोकतंत्र को मजबूती मिल रही है। सामाजिक कुप्रवृत्तियों का जनता सोशल मीडिया के माध्यम से प्रबल विरोध कर रही है, जो किसी भी लोकतंत्र को सफल बनाने के लिए आवश्यक है। किसी भी घटना की त्वरित सूचना अब लोगों को समाज में प्रचलित सभी प्रकार के मीडिया माध्यमों से मिल जाती है।

संदर्भ :

1. भारत का स्वतंत्रता संघर्ष - प्रो. बिपिन चन्द्र (सेंटर फॉर हिस्टोरिकल स्टडीज स्कूल ऑफ सोशल साइंसेज, जवाहरलाल नेहरू विश्वविद्यालय) एवं मृदुला मुखर्जी, आदित्य मुखर्जी, क.न. पनिकर, सुचेता महाजन ISBN: 9789380172057
2. भारतीय स्वाधीनता - संग्राम का इतिहास - इन्द्र विद्यावाचस्पति ISBN: 978.7309.325.8
3. भारत में समाज कार्य का क्षेत्र - प्रो. सुरेन्द्र सिंह एवं प्रो. आर.बी. एस. वर्मा (समाजकार्य विभाग, लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ) ISBN: 81.85936.20.X
4. http://www.virarjun.com/news-345114
5. http://hindi.webdunia.com/
6. http://e&news-in/\p¾1567
7. https://sarajmiyahoocom-yuva.blogspot.in/2011/12/sankat-kaal-mein-jansanchar-ki-bhumika.html
8. http://hindi.indiawaterportal.org/node/48113
9. http://shrajanpath-13.blogspot.in/2014/07/blog-post_18.html
10. https://samvadsetupatrika.wordpress.com

◆◆◆