

मीडिया अतीत वर्तमान एवं भविष्य

सारांश

देखा जाए तो मीडिया की शुरुआत मानव के जन्म से ही हो चुकी थी। समाज, देश, मानव और भाषा को आगे ले जाने में अगर किसी की महती भूमिका रही है तो वह है मीडिया। मानव को गतिशील बनाने में मीडिया का प्रत्यक्ष व परोक्ष रूप से किसी न किसी रूप में योगदान रहा है। मीडिया का स्वरूप बदलता रहा कल कुछ और था, आज कुछ और है और आने वाला कल का मीडिया कुछ और ही कहानी कहेगा। कहने का आशय ये है कि समय के साथ – साथ मीडिया के स्वरूप भी परिवर्तित होते चले गये। मीडिया किसी न किसी रूप में भाषा में ही रूपायित होता है। किसी भी समाज और देश की भाषा भी अपने आप में एक सामाजिक उत्पाद ही है। जिसे हजारों वर्षों से सींचकर बनाया जाता है। साहित्य, संस्कृति और भाषा ही वे कच्चे माल हैं जिसके आधार पर मीडिया अपने उत्पाद गढ़ता है, चाहे वह अखबार, पत्र पत्रिकाएं, टेलीविजन एवं इंटरनेट कुछ भी हो। 21 वीं सदी के इस दौर में मीडिया का प्रचार प्रसार बढ़ गया है। आज के वैश्वीकरण और बाजारवाद के चलते मीडिया की भाषा के स्वरूप में निरंतर परिवर्तन हो रहे हैं, विशेष रूप से हिन्दी भाषा। भाषा पहला विकसित माध्यम है जिसने मीडिया को व्यवस्था दी। मीडिया में भाषा का स्वरूप बदलता रहता है।¹

मुख्य शब्द : मीडिया, संचार सम्प्रेषण, स्वरूप, राष्ट्रीय, अंतर्राष्ट्रीय, भाषा प्रस्तावना



अमित शुक्ल

सहायक प्राध्यापक,
हिन्दी विभाग,
शा. ठाकुर रणमत सिंह महाविद्यालय,
रीवा, म.प्र.

मीडिया की सदियों से अनवरत यात्रा आज ऐसे शिखर पर है, जहां उसने न केवल मानव जाति को अपनी भावनाओं को उद्भासित करने की षक्ति दी बल्कि उसे नवीन संचार माध्यमों से समृद्ध के शिखर पर पहुंचाया। ध्वनि ज्ञान से सफल संचार सम्प्रेषण के पश्चात् जब मनुष्य का लिपि ज्ञान अपने चरमोत्कर्ष पर पहुंचा तो जनसंचार माध्यमों का जन्म हुआ। आज यही मीडिया विश्व में सर्वाधिक प्रभावशाली माध्यम बना हुआ है। मीडिया का अतीत, वर्तमान तो रोचक व आश्चर्य चकित कर देने वाला है ही पर उसका भविष्य और भी सुनहरा नजर आ रहा है। अतीत की ओर एक नजर करें तो महर्षि नारद वर्तमान समय के मीडिया के आदर्श पुरुष के रूप में नजर आते हैं। जहां नारद का मीडिया लोककल्याण के लिए नजर आता है वहीं महाभारत काल का मीडिया संजय के दिव्य दृष्टि के रूप में पूर्ण रूप से ईमानदार व तटस्थ दिखायी देता है। इस प्रकार मीडिया हमेशा से मानव की प्रथम जरूरत रहा है। मानव कई तरीकों से अपनी यह जरूरत पूरी करता रहा है। आदि मानव इशारों और ध्वनियों से अपनी बात करता था तो बाद के मानव ने पहले बेतरतीब और फिर तरतीबवार भाषा और उसे जाहिर करने वाले चित्रों, चिन्हों अर्थात् अक्षरों को मीडिया का साधन बनाया। इस अवस्था में एक दूसरे तक अन्तर्व्यक्तिक संचार का माध्यम रहा, अगर यह कहा जाए की संचार की शुरुआत दो व्यक्तियों या एक ही स्थान पर मौजूद छोटे-छोटे समूहों के बीच संचार की शुरुआत हुई। मीडिया का स्वरूप बदलता रहा कल कुछ और था, आज कुछ और है और आने वाला कल का मीडिया कुछ और ही कहानी कहेगा। कहने का आशय ये है कि समय के साथ – साथ मीडिया के स्वरूप भी परिवर्तित होते चले गये। वर्तमान समय के समाज में मीडिया व सूचनाओं के प्रति लोगों की ललक बढ़ रही है। हर आयु वर्ग सूचना समृद्ध होने का सुखद एहसास लिए घूम रहा है।² घरेलू महिलाओं व बच्चों की बातों में भी खबरें और ढेर सारे मीडिया के संस्कार रोपने की कोशिश हो रही है। प्रार्थना सभा के दौरान समाचार पत्रों के मुख्य शीर्षक पढ़कर बच्चों को देश दुनिया की घटनाओं एवं मुद्दों के प्रति जागरूक करने का तरीका आम हो चुका है, वहीं इंटरनेट आधारित मीडिया की ओर बच्चों को मोड़ने का सिलसिला भी अनेक स्कूलों में प्रारंभ हो चुका है। बच्चों को समसामयिक, राष्ट्रीय, अंतर्राष्ट्रीय, स्तर के विषयों, मुद्दों, घटनाओं पर विशेष

एसाइनमेंट दिये जाते हैं। जिससे उन्हें इन्टरनेट पर सर्चिंग के साथ-साथ जानकारी खोजने का ज्ञान भी प्राप्त कर सकें। आज की नन्ही पीढ़ी भी कम उम्र अधिक मीडिया एक्सपोजर वाली बन गई है। अमेरिका के रक्षा विभाग में आंकड़ों व सूचनाओं के लेन देन को आसान बनाने के लिए स्थापित किया इंटरनेट अब आम आदमी की पहुंच बन चुका है। आज तकनीक के जरिए नये माध्यम से सूचनाएं, शब्दों, चित्रों और आवाज के जरिए पूरे विश्व में एक पल में ही पहुंच जाती हैं। मीडिया किसी न किसी रूप में भाषा में ही रूपायित होता है। किसी भी समाज और देश की भाषा भी अपने आप में एक सामाजिक उत्पाद ही है। जिसे हजारों वर्षों से सींचकर बनाया जाता है। साहित्य, संस्कृति और भाषा ही वे कच्चे माल हैं जिसके आधार पर मीडिया अपने उत्पाद गढ़ता है, चाहे वह अखबार, पत्र पत्रिकाएं, टेलीवीजन एवं इंटरनेट कुछ भी हो। 21 वीं सदी के इस दौर में मीडिया का प्रचार प्रसार बढ़ गया है। हिन्दी भाषा का जो स्वरूप आज नजर आ रहा है उसकी यात्रा लम्बी रही अर्थात् हजारों वर्ष लगे। पर अभी भी यह कहना अत्यंत कठिन है कि यह स्वरूप स्थिर है या परिवर्तन की गुंजाईस खत्म हो चुकी है। आज के वैश्वीकरण और बाजारवाद के चलते मीडिया की भाषा के स्वरूप में निरंतर परिवर्तन हो रहे हैं, विशेष रूप से हिन्दी भाषा। भाषा पहला विकसित माध्यम है जिसने मीडिया को व्यवस्था दी। मीडिया में भाषा का स्वरूप बदलता रहता है। देखा जाए तो प्रिंट मीडिया के रूप में समाचार पत्रों के सम्पादकीय महत्वपूर्ण समसामयिक, राजनीतिक और सामाजिक विषयों पर अक्सर मानक हिन्दी का प्रयोग होता है और अन्य समाचारों में क्षेत्रीय बोलियों के प्रभाव से अनुरजित हिन्दी का प्रयोग किया जाता है। समाचारों के शीर्षक की भाषा आकर्षक रहती है। सामाजिक, आर्थिक, विकास, अनुसंधान, विज्ञान, खेल, फिल्म, अपराध आदि अनेक विषयों पर अलग-अलग विशेषज्ञों द्वारा समाचार लिखे जाते हैं। विषय की विविधता के साथ भाषा का स्वरूप भी बदलता जाता है। खेल समाचारों की भाषा सरल, सुबोध और गतिशील होती है वहीं फिल्मी समाचारों की भाषा जिज्ञासामूलक, रोचक और चटपटी होती है।³ भाषा एवं संस्कृति की स्वीकृत उसे गरिमा व गति प्रदान करते हैं। पर मीडिया की बदलती भाषा में हिन्दी भाषा की ओर दृष्टिगत हों तो उसके सामने खतरे अनेक हैं। भाषा के अशुद्ध प्रयोग से हिन्दी के पत्र पत्रिकाओं की विश्वसनीयता को चोट पहुंचा रही है, एक वक्त था जब भाषा के मामले में हिन्दी के प्रतिष्ठित समाचार पत्रों को मानक माना जाता था और लोग भाषा के शुद्ध प्रयोग के कारण व भाषण सीखने के लिए पेपर खरीद कर पढ़ते थे। लेकिन मीडिया के इस दौर में स्थिति में परिवर्तन नजर आने लगा है। मीडिया के सम्पर्क से जो कुछ भी भाषा की पूंजी है उसे भी गंवाना पड़ सकता है। हिन्दी भाषा को देखें तो हिन्दी के नाम पर हिंग्लिश व अंग्रेजी की बहुलता दृष्टिगत होती है। दूरदर्शन के विभिन्न चैनल पर मनोरंजन आदि के कार्यक्रमों में अनेक भाषाओं के प्रयोग एक साथ नजर आते हैं। हिन्दी भाषा को सुनने में हिंग्रेजी भाषा की प्रधानता दिखायी देती है। दूरदर्शन में

भाषा और खबर की समझ को नजर अंदाज किया जा रहा है। आज मीडिया, कला, साहित्य, सिनेमा संस्कृतियों द्वारा यह भ्रम फैलाया जा रहा है कि आधुनिक युग समाप्त हो चुका है, जिसमें तर्क, वितर्क, मूल्य, सिद्धांत, आदर्श और सपने हुआ करते थे। आज के उत्तर आधुनिक काल में सत्य, न्याय, क्षमता, स्वतंत्रता, जनवाद, समाजवाद, के कोई मायने नहीं रहे। अब बाजारवाद, जातिवाद, क्षेत्रवाद, सम्प्रदायवाद, फासीवाद का युग है। नैतिकता व अनैतिकता के अब कोई मायने नहीं रहे। प्रकाशक, सिनेमा के निर्माता, पुस्तक विक्रेताओं को आज अश्लीलता सोने की खान हो गयी है जिसका सीधा प्रभाव भाषा पर पड़ रहा है। समाचार पत्रों में महिलाओं के अधिकारों शोषण आदि की चर्चा न करके बलात्कार या अन्य आपत्तिजनक खबरों को चटपटी व शीर्षक को आकर्षण बनाकर भाषा का प्रयोग कुछ इस तरह करते हैं जैसे कि मुंह काला किया या फिर लड़की का शिकार किया और उसे फोटो सहित छपा जाता है। जिससे पाठक अत्यंत रुचि के साथ आनंद लेकर पढ़ें। इसी प्रकार अन्य चैनलों पर भी भाषा व उसकी पकड़ से लोग कॉफी दूर हो चुके हैं। एम. टी. वी. के म्यूजिक चैनल रीमिक्स के फूहड़ गीत भाषाओं पर कुठाराघात कर रहे हैं।⁴

वर्तमान समय मीडिया का है, मीडिया का समाज से घनिष्ठ संबंध है, मीडिया और समाज एक दूसरे के पूरक हो सकते हैं। मीडिया से विकास जुड़ा है विकास जो समाज और व्यक्तियों द्वारा एक निश्चित समय में की गई प्रगति के संदर्भ में होता है। मीडिया के अन्तर्गत रेडियो, समाचार पत्र, टेलीवीजन, कम्प्यूटर आदि जन-जन तक सूचनाएं सुविधा पूर्वक पहुंचाने में सर्वाधिक सशक्त माध्यम हैं। उन सभी माध्यमों का अपना-अपना विशिष्ट क्षेत्र है जनता की सुविधा एवं समाज के विकास में मीडिया की महत्वपूर्ण भूमिका है क्योंकि इनसे नई-नई जानकारियाँ और चीजों को करने के तरीकों के बारे में जानकारी प्राप्त होती है तथा जागृति पैदा कर समाज के विकास में सहायक होते हैं। देखा जाए तो मीडिया ने वर्तमान समय में भौगोलिक दूरी को पाटने में सहायता की है और जो लोग विकास के अंतिम सिरे पर रह रहे होते हैं उन्हें अपने लिए तथा अपने समुदाय के लिए नयी-नयी कसौटियों तय करने में मदद करता है। आज मीडिया के अंतर्गत टी.वी. और कम्प्यूटर, पुस्तकें, साहित्य आदि का अपना एक विशिष्ट क्षेत्र है किन्तु सामान्य परिवारों में टी. वी. ने अत्यन्त लोकप्रियता प्राप्त कर ली है। इनमें समाचार डिस्कवरी तथा सिरियलों का विशेष चलन है ये अपने रोचक एवं नाटकीयता प्रधान कथा सूत्रों से दर्शक समाज के विविध वर्गों को निरंतर आकृष्ट करते चलते हैं। अधिकांश सिरियल प्रति किस्त, आधे घण्टे (विज्ञापनों में व्यय समय को घटाकर) अर्थात् बीस मिनट के होते हैं। सिरियल निर्मित और प्रदर्शन के संचालक स्रोत विज्ञापन हैं। विविध उद्योग कम्पनियों के उत्पादों के विज्ञापनों से प्राप्त आय के बल पर सिरियल बनते और दिखाये जाते हैं विज्ञापनों से मोटी आय होती है। यहीं आय सिरियल चलाती है। समाज से जुड़े निम्नवर्ग तथा मध्यवर्ग की मूल समस्याओं निर्धनता, अशिक्षा, मनोवैज्ञानिक तनाव आदि को

छोड़ स्त्री या पुरुष के विवाहेत्तर संबंधों और उनसे उत्पन्न हुई खटपट को अपना विषय बनाते हैं। उनमें विशेष चटपटापन रहता है सीरियलों में कहीं कोई जमीन या जायदाद की हकदारी का झगड़ा है, यहाँ षडयन्त्र, जालसाज, सीना जोरी या मारधाड़ का प्रकरण इन कथाओं के माध्यम से समाज में जनजागरुकता लाने का प्रयास करते हैं वहाँ अब मीडिया बाजार के लिए है और बाजार मीडिया के लिए पूँजी और तकनीकी के मेल ने एक नये किस्म के भू-मण्डलीकरण को संभव बनाया है। इसने राष्ट्र की सभी सीमाओं को तोड़ दिया है, और इस प्रक्रिया में कोई भी देश संस्कृति के मामले में आत्मनिर्भर नहीं बचा है। नया साम्राज्यवाद स्थापित हो गया है, जिसने नई-नई कामनाओं और इच्छाओं को जन्म दिया है। नारी के पास सौंदर्य और देह ऐसी ही दुर्लभ वस्तुएँ हैं। बाजार ने इस दुर्लभ वस्तु को एक ब्राण्ड में तब्दील कर दिया है। बाजार के लिए यही उत्तम है कि नारी घर से बाहर आए क्योंकि उसके विभिन्न ब्रांडों की अच्छी उपभोक्ता या उन्हें बेचने का अच्छा जरिया हो सकती है। मीडिया में दूरदर्शन, आकाशवाणी जैसे सरकारी माध्यम ने स्टार टी.वी., जी.टी.वी., सोनी, बी.वी.सी., सी.एन.एन. जैसे गैर सरकारी माध्यम हैं। गैर सरकारी में पुनः जी.टी.वी. जन टी.वी. सोनी जैसे भारतीय तथा स्टार, सी.एन.एन., बी.बी.सी. जैसे माध्यम पहचाने जा सकते हैं। इंटरनेट तथा एकदम अनियंत्रित स्रोता तक सीधे पहुँचने वाले डी.टी.एच. जैसे माध्यम भी हैं। वहीं संचार तंत्र के माध्यम व्यक्त होने वाले साहित्य के सभी रूपों से अपेक्षा की जाती है कि वे मनोरंजक हों। तभी वे लोकप्रिय होंगे। साथ ही उन्हें लोकहितकारी होना चाहिए। यदि ऐसा किसी कारण से नहीं हो पाता तो समाज और विशेषकर नयी पीढ़ी पर इसका प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है यह हमारी चिंता का विषय है वास्तव में सार्थक संचार तंत्र से अपेक्षा की जाती है कि वह अपने युग के विकारों से संघर्ष करें। लैंगिंग भेदभाव जाति या धर्म जैसे टकरावों पर संतुलित रवैया उससे अपेक्षित होता है। इसके विपरीत फिल्म एवं टेलीवीजन इन दोनों की दृश्य-श्रव्य साधनों में लैंगिंग असंवेदनशीलता का अधिक बढ़ावा दिया गया है। नारी देह, विवाहेत्तर संबंध प्रतीक होना—संचार साधनों ने वस्तुपक्ष में इनका जमकर दोहन किया है। एक तरफ मीडिया से जागरुकता आई है तो दूसरी ओर युवाओं में नई सोच के कारण बड़े बुजुर्गों के प्रति सम्मान घटा है फिर भी विकास में मीडिया की भूमिका निश्चित ही सराहनीय है। यदि देखा जाए तो वर्तमान समय में मीडिया राजनैतिक घटनाओं को अधिक महत्व दे रहा है। और वह अधिकांश वही खबर देता है जो राजनीतिज्ञ कहते हैं या नहीं कहते। यह उनकी ही गतिविधियों के समाचार देने में अधिक व्यस्त है। परंतु आजकल की राजनीति दिनों दिन नकली या फर्जी सी होती जा रही है। राजनीतिज्ञ यह बात कभी नहीं कहते जो इनका अभिप्राय होता है।⁵

अतः मीडिया राजनीति के बारे में जो खबरें देता है वह यथार्थ तो हो सकते हैं परंतु यह यथार्थ कृत्रिम या बनावटी होता है। यह अति यथार्थवादी संसार मीडिया में अधिकांश स्थान घेरे रहता है। ग्रामीण क्षेत्रों की वो खबरें

जो नीति निर्माताओं को हमारे गांवों में विकास के चिन्हों अथवा उनके अभाव के बारे में सूचना देती है मुश्किल से स्थान पाती है, क्योंकि ऐसी खबरों में आम पाठकों की कोई रुचि नहीं होती यदि विकास में असंतुलन अथवा गांवों में आवश्यक बुनियादी सेवाओं की अनुपस्थित और अनुपलब्धता के बारे में मीडिया खबर नहीं देगा तो कौन देगा। मीडिया विकास में लगे तुलनात्मक रूप से अधिक उन्नत राज्यों और देशों तथा किनारे पड़े खड़े राज्यों के बीच एक पुल का काम करता है। यह कृषक समुदाय को और अधिक जानकारी प्राप्त करने अथवा जानकारी की खोज करने में मदद करता है यह यथास्थिति से असंतोष की भावना को जन्म देता है और उन्हें इस बात का एहसास दिलाता है कि वे उन कृषि संबंधी और व्यक्तिगत उपलब्धियों से वंचित हैं जिसका आनंद अन्य सभी नागरिक उठा रहे हैं। विकास, संप्रेषण अथवा समाचार जिसमें ग्रामीण विकास पर मुख्य जोर रहता है, दुर्भाग्यवश मीडिया की मुख्यधारा से कटा हुआ है। एक समय था जब केवल टेलीवीजन चैनल दूरदर्शन ही मयस्सर था। विकल्प के इस शून्य में 'कृषि दर्शन' जैसे कार्यक्रमों को देखने की विवशता थी। किसानों से संबंधित यह कार्यक्रम यद्यपि हमारी अपेक्षाओं और रुचि के अनुकूल नहीं था। परंतु कार्यक्रमों में दिखाए जाने वाली रियलिटी बाइट्स (यथार्थ दृश्यों) ने हमें सच्चाई के संपर्क में बनाए रखा था। हमें निरंतर भारत देश की वास्तविक तस्वीर के दर्शन कराए जाते रहे। कृषि दर्शन ने न केवल कृषि क्षेत्रों से जुड़ी छोटी-छोटी उपलब्धियों के बारे में जानकारी देना जारी रखा बल्कि देशभर के किसानों की कठिनाईयों एवं समस्याओं से भी रुबरु कराया। आज जब केवल टेलीवीजन का जाल फैल चुका है, दूरदर्शन शहरी क्षेत्रों में बहुत कम देखा जाने लगा है। परंतु देश के दूरदराज के गांवों की झोपड़ियों के लिये दूरदर्शन या उससे भी अधिक आकाशवाणी ग्रामीण और शहरी भारत के बीच संपर्क सूत्र बना हुआ है पर विडम्बना यह है कि भारत के शहरी दर्शक केवल सनसनीखेज और चटक-मटक भरे ड्रामाई कार्यक्रम देखते हैं तथा इनके समाचारों के मुख्य स्रोत एन.डी.टी.वी. जैसे निजी चैनल हैं, उनका नियंत्रण बड़े-बड़े मीडिया घरानों के हाथों में वही समाचार देख पाते हैं जो चैनल उनको दिखाना चाहते हैं।⁶

अतः शहरी लोगों और ग्रामीण दर्शकों श्रोताओं पसंदीदा कार्यक्रमों के बीच काफी अंतर है वर्तमान दौर प्रौद्योगिकी (आई.टी.) का युग है जिला मुख्यालयों में सामुदायिक सूचना केन्द्रों की स्थापना की गई है जिनका मुख्य उद्देश्य संप्रेषण की खाई को पाटना है जिन लोगों ने इस क्रांति की शुरुआत की उनका विचार था कि वे कम्प्यूटर के रहस्य को मिटायेगें और गांवों को उसके की-बोर्ड का इस्तेमाल सिखाकर उनको इंटरनेट से जोड़ दिया जाएगा परंतु एक अशिक्षित ग्रामीण द्वारा कम्प्यूटर का उपयोग सीखना तब तक सरल नहीं होगा जब तक वह सी.आई.सी. में नियमित रूप से नहीं जाता सरकार का प्रयास और नियत उचित हो सकती है परंतु जिस तरह से अमल किया जा रहा है वह उचित नहीं है। ग्रामीणों को सी.आई.सी. का इस्तेमाल करना सिखाने में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की उल्लेखनीय भूमिका है इसके समर्थन में

मीडिया के आ जाने से बे-आवाज को आवाज मिल सकती थी। वे लोग बिना किसी सहायक के कम्प्यूटर चलाने की प्रभावोत्पादकता के बारे में ध्यान दे सकते थे। कि जहाँ टेलीफोन कनेक्शन नहीं है वहाँ सी.आई.सी. का उपयोग व्यवहारिक नहीं होगा। यह सत्य है कि सरकार नियंत्रित दूरदर्शन जैसा मीडिया ग्रामीण मुद्दों पर निजी चैनलों के मुकाबले अधिक कवरेज देता है निजी चैनल केवल उन्हीं मुद्दों पर जोर देते हैं जो शहर के लोगों को प्रभावित करते हैं। ग्रामीण आबादी की समस्याओं से उनका न तो सरोकार है और न हीं स्थान अथवा समय। मीडिया के ध्यान देने पर जब कोई विषय लोगों के सामने आता है तभी उससे संबंधित गडबडियों को सुधारने का प्रयास होता है। भ्रष्टाचार की बीमारी ने आधुनिक समाज और सरकार को ग्रस्त कर रखा है विकास के मार्ग में सबसे बड़ी बाधा है दुस्साही अधिकारियों और नेताओं को भ्रष्टाचार में लिप्त होने से रोकने में मीडिया ही केवल उत्तरदायित्व भरी भूमिका निभा रहा है। विकास संबंधी आवश्यकताओं को पूरा करने में भ्रष्टाचार एक बाधक तत्व है। खोजी पत्रकारिता के जरिये मीडिया ने अनेक कार्यक्रमों और सौंदर्यों को भ्रष्टाचार के चंगुल से मुक्त कराया है।⁷

इस प्रकार देखा जायें तो एक तरह से मीडिया की भूमिका अत्यन्त महत्वपूर्ण है, अगर वह चाहे तो समाज में और भी अधिक जागरूकता लाकर देश में एक स्वच्छ और स्वस्थ छवि स्थापित कर सकता है। मीडिया निम्नानुसार समाज में जागरूकता ला सकता है—

1. बेटे व बेटा एक समान है, उन्हें समान अधिकार दें।
2. महिलाओं के साथ हो रही यौन-हिंसा व अपराधों को रोकने के लिये जनजागृति और कानूनों को कठोर बनाने के लिये अभियान चलाएं।
3. मीडिया में महिला की सकारात्मक छवि दिखाई जाये।
4. महिलाओं के प्रति होने वाले अपराधों को व्यवसायिक दृष्टि से न दिखाया जाए, यानि जो बिके।
5. स्त्री पुरुष के बीच लैंगिक भेदभाव का समाप्त करने के लिए हर संभव प्रयास करें।
6. विज्ञापनों में महिलाओं की अश्लील छवि दिखाने पर रोक लगे।
7. यौन-उत्पीड़न व बलात्कार हिंसा दृश्य न दिखाए जायें।
8. बाल-विवाह, सती प्रथा, दहेज-प्रथा, कन्या भ्रूण हत्या महिलाओं व बालिकाओं के शोषण पर जनमत तैयार करना।
9. महिलाओं के कानूनी, राजनीतिक, मानव अधिकारों की जानकारी मीडिया दें।
10. घरेलू हिंसा कानून पर जनजागरण अभियान चलाया जाये।
11. महिला एवं पुरुष की समान छवि मीडिया में दिखाई जाये।
12. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के व्यावसायिकता को सीमित किया जाये।
13. ऐसे कार्यक्रमों व सीरियलों का बहिष्कार किया जाये जो महिला की नकारात्मक छवि प्रदर्शित करते हों।

14. परिवार में महिला को समान अधिकार मिले।
15. शासन कानूनी अधिकार प्राप्त किसी उच्चस्तरीय समिति का गठन करे जो कार्यक्रमों और विज्ञापनों की समीक्षा करके अंकुश लगाये और दण्ड देने का अधिकार भी हो।
16. सकारात्मक मूल्यों को बढ़ावा देना चाहिए और भेदभाव का समाप्त करना चाहिए।
17. महिलाओं एवं बच्चों के लिए उच्चस्तरीय कार्यक्रम तैयार करें।
18. इस प्रकार के कार्यक्रम बनाये जो महिला के शारीरिक, मानसिक, समाजिक नैतिक, और आध्यात्मिक विकास में सहायता दे।
19. महिलाओं के आर्थिक, वाणिज्यिक, दैहिक शोषण व असमानता पर चर्चा करनी चाहिए।
20. ऐसे कार्यक्रमों को क्षेत्रीय व राष्ट्रीय स्तर पर पुरस्कृत किया जाये जो महिलाओं के प्रति सकारात्मक छवि प्रस्तुत करते हैं। मीडिया का यह दायित्व है कि जनमानस को सही जानकारी देकर, नई दुनिया और नये दुनिया और नये समाज की सोच जगाएं। देश के अंदर महिलाओं के संबंध में न्याय और समानता का उदाहरण प्रस्तुत करें। स्त्रियों के मानव अधिकारों की रक्षा होगी तभी हम सही अर्थों में एक प्रजातांत्रिक राष्ट्र कहलायेंगे। अपने देश को ऐसा उपवन बना पाएंगे जिसमें हर पौधा निकालकर पूरे उपवन को पुष्पित और सुगन्धित करेगा। वास्तव में विकास के लिए आज की आवश्यकता है कि महिलाओं की भावनाओं का आदर करते हुए उनके हित में सोचे और नारी की ऐसी छवि मीडिया में प्रस्तुत करे कि वो विश्व के लिए एक मिसाल हो जाए। और यह सोच वास्तव में नारी के लिए एक नई दिशा निर्धारित करेगी। 8

निष्कर्ष

निष्कर्ष यह है कि मीडिया एक ऐसा माध्यम है जो समाज और जीवन के प्रत्येक क्षेत्र से जुड़ा हुआ है, आज का समय मीडिया का है समाज की हरएक सच्चाई को जनता तक पहुँचाने में मीडिया की अहम भूमिका है। मीडिया सच बताने के लिए पूर्णतः स्वतंत्र नहीं है, परन्तु यही तो असली चुनौती है। सच्चाई ही मीडिया का सबसे शक्तिशाली हथियार है और इस सच्चाई का पालन मीडियाकर्मी को करना ही होगा। क्योंकि वर्तमान समय का सर्वाधिक शक्तिशाली हथियार मीडिया ही है और इसके बिना समाज अधूरा है। यदि मीडिया शहरों की अपेक्षा गाँव की महिलाओं को प्रतिनिधित्व दे तब वह दिन दूर नहीं जब मीडिया का क्षेत्र इतना व्यापक होगा, जिसमें सम्पूर्ण भारत की जीती-जागती नारी की तस्वीर मीडिया के माध्यम से उजागर होगी और वह तस्वीर नारी का सौंदर्य मीडिया तक सीमित न रहकर एक ऐसा आयाम स्थापित करेगा जो नारी में आत्मविश्वास लायेगा वह आत्मविश्वास सिर्फ मीडिया की देन होगी। 9

संदर्भ ग्रन्थ सूची

1. डॉ. मनोरमा देवी—वैश्विक परिदृश्य पर हिन्दी भाषा की अस्मिता, बाजारवाद और आधुनिक हिन्दी साहित्य दशा और दिशा, पृष्ठ-78

2. डॉ. भगवतस्वरूप- भूमंडलीकरण मीडिया और नारी, शोध दिशा, सम्पादक, डॉ. गिरिराज शरण अग्रवाल बिजनौर। पृष्ठ-46
3. भारत 2011, प्रकाशन विभाग, सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार नई दिल्ली।
4. सुरेश कुमार, 2005 इंटरनेट पत्रकारिता, बालाजी ऑफसेट, नवीन शाहदरा, दिल्ली।
5. डॉ. अजय सिंह- मीडिया की बदलती भाषा, लोकभारती प्रकाशन इलाहाबाद। पृष्ठ-191-193
6. रूपचंद गौतम, 2005 संचार से जनसंचार, बालाजी ऑफसेट नवीन शाहदरा दिल्ली
7. न्यू मीडिया इंटरनेट की भाषायी चुनौतियां और सम्भावनाएं-प्रकाशक राधा कृष्ण नई दिल्ली। पृष्ठ-35,50,64
8. मीडिया विमर्श-गिरीश मुक्तबोध, राष्ट्रीय संगोष्ठी, केसरवरनी महाविद्यालय जबलपुर, पृष्ठ-191-193
9. स्वयं का सर्वेक्षण एवं निष्कर्ष।