

ग्रामीण सामाजिक परिवर्तन के उत्तरदायित्व में जनसंचार माध्यम की भूमिका : एक सामाजशास्त्रीय अध्ययन

पारुल

शोध छात्रा, समाजशास्त्र विभाग
आईएफटीएम विश्वविद्यालय, मुरादाबाद

डॉ. सरिता

सहायक आचार्य, समाजशास्त्र विभाग
आईएफटीएम विश्वविद्यालय, मुरादाबाद

सार: प्रस्तुत शोध पत्र में 'ग्रामीण सामाजिक परिवर्तन के उत्तरदायित्व में जनसंचार माध्यम की भूमिका: एक सामाजशास्त्रीय अध्ययन' किया गया है। भारत गाँवों का देश है जहाँ से हमारी संस्कृति एवं समाज का उदय होता है। जहाँ ग्रामीण क्षेत्र बहुत पिछड़ा हुआ माना जाता था वहीं जनसंचार माध्यम ने ग्रामीणों को शहर से जोड़ने का कार्य किया एवं ग्रामीण क्षेत्र में रहने वालों लोगों की सामाजिक-आर्थिक स्थिति को सुधारने में पूर्णरूपेण भूमिका निभा रही है। जनसंचार के माध्यम से ग्रामीण क्षेत्र में भी लोग शिक्षित होने के साथ अपने सामाजिक-आर्थिक स्थिति को काफी हद तक सुधार लाने में सक्षम हुये हैं। संचार माध्यम को ग्रामीणों ई-विद्यालय मान लिया जाय तो गलत भी नहीं होगा। जहाँ ग्रामीण क्षेत्र के लोग सरकार द्वारा बनाई गई योजनाओं से अनभिज्ञ थे वहीं जनसंचार माध्यम ने इन्हें जागरूक कर इनके जीवन में एक नया आयाम प्रदान किया है।
मुख्य शब्द: ग्रामीण, सामाजिक परिवर्तन, जनसंचार, नवाचार, उत्तरदायित्व, विकास।

प्रस्तावना:

जनसंचार माध्यम अर्थात् मीडिया के अन्तर्गत रेडियो टेलीविजन, समाचार पत्र, पत्रिकाएं, फोन तथा इंटरनेट इत्यादि हैं। यह सूचनाओं और आंकड़ों को संरक्षित एवं संप्रेषित करने वाले उपकरण अथवा सामूहिक संचार है। 1995 में भारत में इंटरनेट की शुरुआत हुई। लोगों का जीवन नेट से जुड़ गया। लोगों के हाथों में मोबाइल फोन आ गए। इन तमाम पहलुओं ने मिलकर जनसंचार माध्यमों का दायरा बहुत बड़ा बना दिया। लोगों के जीवन के विविध आयाम इनसे संबंधित हो गए। आज इलेक्ट्रॉनिक मीडिया काफी प्रभावशाली है। यह तकनीकी विकास की देन है। प्रिंट मीडिया की जगह इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को अब ज्यादा महत्व दिया जाता है। किसी भी तरह की सूचनाओं का आदान-प्रदान श्रव्य माध्यम द्वारा होता है। इसके कारण लोगों पर बहुत अधिक प्रभाव पड़ता है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का तात्पर्य है कि जनसंचार का वह रूप जिसमें संचालन और नियंत्रण इलेक्ट्रॉनिक यंत्रों एवं यंत्रों के द्वारा हुआ करता है, उसे इलेक्ट्रॉनिक मीडिया या

जनसंचार करते हैं। रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट आदि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का महत्वपूर्ण प्रतीक है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के दो पहलू हैं- दृश्य और श्रव्य। अर्थात् देखना और सुनना दो माध्यम हैं। इलेक्ट्रॉनिक युक्तियों के कारण ही निर्मालिखित उपादान प्रभावी कार्य करते हैं- टेलीप्रिंटर, टेलीग्राफिक संदेश, इंटरनेट, मल्टी मीडिया, टेलीविजन, वीडियो, टेलीफोन, कम्प्यूटर, ई-मेल, रेडियो, टेपरिकार्डर, मोबाइल इत्यादि।

आज जनसंचार माध्यमों ने अपनी अर्हमयत से सबको परिचित करा दिया है। इसके एक नई संस्कृति को विकसित करने की कोशिश की है जिसे हम सरासिकरण को संस्कृति कह सकते हैं। आज इसके कारण ही मानव अधिकारों के बहुत सारे संवेदनशील मामले सामने आए हैं। जनसंचार माध्यमों अथवा मीडिया के द्वारा आम जनता को जागरूक बनाया जाता है। जनसंचार माध्यमों या मीडिया को मानवाधिकारों के संरक्षण का एक मंच भी कहा जा सकता है।

जनसंचार माध्यमों के दृष्टि तथा जनकल्याण योजनाओं को जानकारी लोगों तक पहुंचाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है और निभाने की सतत प्रक्रिया चल रही है। आज रेडियो, टीवी और प्रिंट मीडिया के साथ-साथ कम्प्यूटर से उत्थान को बढ़ावा देने वाली सूचनाओं का प्रसारण प्रकाशन किया जा रहा है। गाँवों में गरीबों दूर करने, पंचायतों को सशक्त बनाने तथा ग्रामीण बुनियादी ढांचे के विकास के लिए सरकार द्वारा शुरू किए गए विविध कार्यक्रमों के लाभ उठाने के तौर-तरीके समझाने के उद्देश्य से भी आकाशवाणी द्वारा कार्यक्रम प्रकाशित किए जाते हैं। पिछले कुछ वर्षों में पत्र-पत्रिकाओं, विशेषकर भारतीय भाषाओं के अखबारों की संख्या तथा उनको प्रसार संख्या में जबदस्त, उछाल आया है और देश के कोने-कोने तक उनकी पहुंच बढ़ रही है। इलेक्ट्रॉनिक और प्रिंट मीडिया की तरह इंटरनेट भी अब नए संचार माध्यम के रूप में उभर रहा है।

जनसंचार माध्यम सामान्यतः मिले जुले सामाजिक गुणों वाले औपचारिक समूहों में संदेश का प्रसारण करते हैं। जनसंचार माध्यम दूर-दूर फैले, विविध संस्कृति वाले समूहों में एक ही स्रोत से सम्पर्क कर सकते हैं, लेकिन संवाद-प्रेषक का लक्षित समूह से कोई सीधा

परिचय नहीं होता है। लक्षित समूह के सदस्य जनसंचार साधनों के माध्यम से एक समान हितों के लक्ष्य की प्राप्ति के लिए अंतःक्रिया में समाहित हो सकते हैं, लेकिन सामान्यतः वैयक्तिक रूप में वे आपस में अपरिचित ही रहते हैं। यह तथ्य महत्वपूर्ण है कि अभिवृत्ति और मूल्यों में परिवर्तन की प्रक्रिया में आधुनिक जनसंचार साधन भी लक्षित समाज की संस्कृति, जीवन पद्धतियों व मूल्यों की पूर्ण अवहेलना नहीं कर सकते हैं।

जनसंचार माध्यमों के संदेश सीधे समाज के एक बड़े वर्ग में पहुंचते हैं। अतः ये माध्यम जहां एक ओर समाज की सोच को अभिव्यक्त करते हैं, वहीं दूसरी ओर जनमत को प्रभावित भी करते हैं। आधुनिक समाज जनसंचार माध्यमों पर बहुत अधिक आश्रित होता जा रहा है। अतः इन माध्यमों का सामाजिक दायित्व भी बढ़ता जा रहा है। जनसंचार माध्यमों के सामाजिक उत्तरदायित्व की अवधारणा 1949 में संयुक्त राज्य अमेरिका में प्रेस स्वायत्तता आयोग द्वारा प्रतिपादित की गई। आयोग का सुझाव था कि जनसंचार माध्यमों को विवेकशील सामाजिक नियंत्रण की परिधि में लाया जाना चाहिए तथा उनकी समाज के प्रति जिम्मेदारी भी तय की जानी चाहिए। आयोग के अनुसार-

- जनसंचार माध्यमों को समाज के प्रति अपने दायित्वों का स्वनिर्धारण कर उनका निर्वाह करना चाहिए।
- अपने सामाजिक दायित्वों की पूर्ति हेतु जनसंचार माध्यमों द्वारा सही व सटीक, यथार्थपरक, संतुलित व वस्तुनिष्ठ सूचनाओं के सम्प्रेषण हेतु उच्च स्तरीय व्यावसायिक मापदण्ड निर्धारित किये जाने चाहिए।
- सामाजिक दायित्वों के निर्वाह हेतु जनसंचार माध्यमों को स्वस्थापित संस्थागत नियम कानूनों के अन्तर्गत निश्चित प्रक्रिया का पालन करना चाहिए।
- जनसंचार माध्यम ऐसी सूचनाओं व सामग्री से दूर रहें जो समाज में अपराध, हिंसा, द्वेष अथवा अशांति उत्पन्न करती हो।
- जनसंचार माध्यमों को समाज के कमजोर तथा अल्पसंख्यक वर्ग के हितों का विशेष ध्यान रखना चाहिए।
- समग्र रूप से जनसंचार माध्यम बहुलतावादी होने चाहिए तथा समाज के सभी वर्गों के विचारों की संतुलित अभिव्यक्ति होनी चाहिए।
- समाज के सभी वर्गों तथा व्यक्तियों के उत्तर देने के अधिकार की रक्षा की जानी चाहिए।
- जनसंचार माध्यमों को अपनी व्यावसायिक गतिविधियों में सदा सामाजिक हितों के संरक्षण के सिद्धान्त को प्राथमिकता देनी चाहिए।
- जनसंचारकर्मियों को नियोक्ता, बाजार तथा समाज के प्रति उत्तरदायी होना चाहिए।

आधुनिक जनसंचार माध्यमों के युग का प्रारंभ प्रिंट मीडिया के द्वारा हुआ था। समाचार पत्रों की भूमिका वर्तमान समय में भी इतनी महत्वपूर्ण है कि प्रेस को लोकतन्त्र का चौथा स्तम्भ कहा जाता है। प्रिंट मीडिया की क्रान्ति को श्यामाचरण दुबे ने विचारों की क्रान्ति कहा है कि ज्ञान के प्रसार, उनके संग्रहण व स्थायित्व में प्रिंट मीडिया सबसे अधिक सहज, सुलभ व सशक्त मीडिया है। प्रेस को दरिद्र का अभिभावक व आमजनों के हितों का जागरूक प्रहरी कहा गया है। वहीं दूसरी ओर 19वीं सदी में अमरीका में जन्मी टैक्लायड प्रेस की पीत पत्रकारिता तथा अश्लील पोर्नोग्राफी की व्यावसायिक प्रवृत्तियाँ भी प्रचलित हैं, जिसका उद्देश्य सामाजिक दायित्वों से परे बड़े नगरीय समाज में प्रेस के उत्पाद की विक्री मात्र है। समाज वैज्ञानिक स्टुअर्ट हाल ने 1973 में अपने लेख के माध्यम से प्रेस पर टिप्पणी करते हुए लिखा था कि आज के समाचार-पत्र अभिजात वर्ग के सदस्यों के कार्यों, स्थितियों तथा विशेषताओं से भरे रहते हैं। हाल ने यह टिप्पणी ब्रिटेन के प्रेस के सम्बन्ध में की थी, लेकिन आज यह टिप्पणी विश्व के लगभग सभी देशों के प्रेस के सम्बन्ध में की जा रही है।

जनसंचार साधनों की एक महत्वपूर्ण भूमिका इस रूप में है कि वह समाज में जागरूकता पैदा करके व चेतना का प्रसार करके सामाजिक सम्बन्धों को संगठित करता है। अतः व्यक्तियों में स्वस्थ मूल्यों का सम्प्रेषण करने में, सामाजिक नियंत्रण में तथा सामाजिक परिवर्तन को अपेक्षित दिशा प्रदान करने में जनसंचार माध्यमों की सकारात्मक भूमिका अपेक्षित है। संचार क्रान्ति आज सामाजिक परिवर्तन का माध्यम बन गई है, जिसने जनमत को प्रभावित करके समूचे विश्व को नये सामाजिक संदर्भ प्रदान किये हैं। इस बदले हुए समाज का चेहरा कैसा होगा, यह तो समय ही बताएगा, परन्तु वर्तमान का यथार्थ यही है कि आज संचार क्रान्ति सामाजिक रिश्तों के आर-पार एक नई सीमा रेखा, नई परिभाषा लिख रही है। आज हर क्षण बदल रहे सामाजिक परिवेश में सामाजिक मान्यताएँ तथा सामाजिक सरोकार हर पल बदल रहे हैं। सामाजिक मान्यताएँ धराशाही हो रही हैं। नये मूल्यों की सर्जना इस समाज को एक नये विश्व समाज में बदल रही है तथा सामाजिक परिवेश का एक नया प्रारूप हमारे समक्ष है, जिसमें हम अपनी टूटती हुई परम्पराओं का आइना देख रहे हैं। यह सही है कि इन संचार माध्यमों की क्रान्ति ने पूरे विश्व में मानवीय संवेदना के नये सरोकार स्थापित किए हैं तथा पूरे विश्व को एक बन्धुत्व में बांधने का सार्थक प्रयास किया है, परन्तु दूसरी ओर यह भी सत्य है कि पिछले दो दशकों से जिस तरह से दृश्य व श्रव्य माध्यमों का आकाशीय हमला हमारे समाज पर हो रहा है, उसने हमारी सामाजिक सांस्कृतिक नींव तथा हमारे परम्परागत मूल्यों को हिलाकर रख दिया है। हमारे समाज के गठबन्धन, सामाजिक रिश्तों तथा परिवार को टूटने का सामना करना पड़ रहा है।

सामाजिक विकास में नई दिशा बोध का उदय तो इन माध्यमों

प्रसारण के द्वारा हुआ ही है, साथ ही नई तकनीक द्वारा नये दरवाजे खुले हैं। इससे ज्ञान, शिक्षा व चिन्तन के नये आयाम स्थापित किये हैं। नयी अपेक्षाएं जन्म ले रही हैं और नई दिशाएं बन रही हैं। कि पहले से ज्यादा चेतन और आधुनिक परिवेश से जुड़ गया है। त: संचार प्रौद्योगिकी का प्रयोग गरीबी-उन्मूलन, परिवार कल्याण व बढ़ावा देने तथा लोगों के जीवन स्तर को उँचा उठाने की दिशा में नया जा सकता है।

आज इस बदलते हुए परिवेश में इन माध्यमों की भूमिका एक महत्वपूर्ण बहस को जन्म दे रही है, क्योंकि आज इन्होंने मनुष्य को अपने आसपास से कटकर नितान्त अकेला, कमरे में बंद रहने पर जबर कर दिया है। इन परिस्थितियों में मानवीय रिश्तों को हिलाकर ख दिया है और सोचने पर विवश किया है कि मीडिया हमारे सामाजिक आचरण को कहाँ ले जा रहा है? यदि हम वर्तमान जनसंचार माध्यमों के संदेशों का विश्लेषण करें तो पाते हैं कि इन पर व्यावसायिक हित हावी हो रहे हैं। उदारीकरण, निजीकरण और वैश्वीकरण के युग में ये संचार माध्यम भी बाजार में बिकने वाली वस्तु के रूप में ढलते जा रहे हैं। बाजार की अंधाधुंध प्रतिस्पर्धा में लगे ये माध्यम नये-नये शकंठे अपनाकर नम्बर एक की दौड़ में आगे निकलने को उत्सुक हैं। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने इतनी तेजी से पैठ की है कि रोज नये-नये शकंठ के चैनल नई और दशकों को लुभाने वाली सामग्री लेकर दर्शकों को आकर्षित करने में लगे हैं। मीडिया के माध्यम से उत्पादक अपनी वस्तुओं का विज्ञापन अर्थनग्न महिलाओं का सहारा लेकर करते हैं। इस दृष्टि से मीडिया स्त्री की अधिकाधिक उपभोगवादी छवि प्रस्तुत कर सांस्कृतिक प्रदूषण फैला रहा है। हाँ इतना अवश्य है कि समाचार वाचिका, रिपोर्टर और कार्यक्रम संचालिका के रूप में महिला का आत्मविश्वास भी दिखाई देता है। एक ऐसी महिला भी नजर आती है, जो सचेत है और पुरुषों की दृष्टि से परिभाषित नहीं होना चाहती। मीडिया ने उसे उसकी छवि और अभिव्यक्ति का मंच प्रदान किया है। महिला प्रश्न के अतिरिक्त अन्य अनेक सामाजिक मुद्दों पर भी जनसंचार माध्यमों की जिम्मेदारी का मूल्यांकन करना होगा।

आज जनसंचार सामाजिक परिवर्तन की भूमिका में अपनी बेहद महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। आधुनिक समाजशास्त्रियों के मत में मानवीय विवेक द्वारा चेतन और सुव्यवस्थित प्रयत्नों द्वारा सामाजिक परिवर्तन किया जा सकता है। रेमंड विलियम्स, गौडफ्रे वेरले, पाउलो फेयरे, डेनियल लर्नर, विल्बर रोजर्स इत्यादि कई आधुनिक संचार-समाज वैज्ञानिकों ने सामाजिक परिवर्तन की प्रक्रिया में जनसंचार माध्यमों की भूमिका पर नई दृष्टि से विचार किया है। नई मान्यताओं के अनुसार शिक्षा और ज्ञान के माध्यम से सामाजिक प्रगति की दिशा में नियोजित सामाजिक परिवर्तन लाया जाना संभव है। अतः इस दृष्टि से संचार-विशेषकर इलेक्ट्रॉनिक जनसंचार माध्यम सामाजिक परिवर्तन के महत्वपूर्ण कारण हैं। ऑगबर्न के अनुसार प्रौद्योगिकी

समाज को पर्यावरण में परिवर्तन द्वारा बदलती है, जिसके प्रति हमें अनुकूलित होना पड़ता है। यह परिवर्तन प्रायः भौतिक पर्यावरण में पहले आता है, तत्पश्चात् प्रथाओं तथा सामाजिक संस्थाओं में परिवर्तन आता है। आधुनिक इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों ने सामाजिक संबंधों में अनेक परिवर्तन उत्पन्न कर सामाजिक जीवन को व्यापक रूप से प्रभावित किया है, जिसके कारण कई समूहों की पारम्परिक पहचान में बदलाव आया है। खान-पान, वेश-भूषा, रहन-सहन तथा जीवनशैली पर भी इन परिवर्तनों का प्रभाव पड़ा है। संदेशों के आदान-प्रदान ने व्यापार, शिक्षा तथा मनोरंजन को भी प्रभावित किया है। रेमंड विलियम्स के अनुसार नई प्रौद्योगिकी के कारण एक नई भौतिक संस्कृति विकसित हुई है। स्पष्ट है कि किसी भी नए विचार की स्थापना नियोजित ढंग से की जा सकती है। अतः जनसंचार माध्यमों का दायित्व है कि वे सामाजिक विवेक का निर्माण करें, जो सामाजिक समस्याओं के सम्भव हल के सम्बन्ध में सामाजिक सहमति और प्रयत्नों को जन्म दें। इस सम्बन्ध में रेडियो और टेलीविजन द्वारा प्रस्तुत कार्यक्रम सामाजिक क्रिया अथवा सोशल एक्शन प्रसारण कहलाते हैं। इस तरह के कार्यक्रमों में समसामयिक समस्याओं का विश्लेषण प्रस्तुत कर समाज का उनकी ओर ध्यान तो आकर्षित किया ही जाता है, साथ ही श्रोताओं या दशकों को प्रोत्साहित किया जाता है कि वे इन सामाजिक समस्याओं के प्रति अपने विचार व्यक्त करें।

प्रसारण माध्यम में सामाजिक प्रतिबद्धता और खोज पूर्ण पड़ाप भी सामने आते हैं। मीडिया का एक प्रमुख दायित्व है- सामाजिक मूल्यों का प्रसार करके सामाजिक नियंत्रण रखना। खेद का विषय है कि समाज में राजनीतिक और सामाजिक जीवन में नैतिक मूल्यों के निरन्तर ह्रास से उत्पन्न सोचनीय स्थिति मीडिया की चिन्ता का विषय नहीं है। सभी जनसंचार माध्यम हत्या, बलात्कार, अपहरण, राहजनों और राजनीतिक उठापटक के समाचारों से भरे रहते हैं, परन्तु विडम्बना यह है कि ये समाचार धीरे-धीरे समाज को संवेदनशून्य बनाते जा रहे हैं। यदि समाज इन हत्याओं और बलात्कार जैसे अपराधों के प्रति संवेदन खोता जा रहा है तो कहना होगा कि कहीं न कहीं इन जनसंचार माध्यमों के संदेश सम्प्रेषण में कोई कमी है। एक अन्य स्थिति भी दिखाई देती है, जहां समाचार को एक्सक्लूसिव बनाकर प्रस्तुत कि जाता है। यहां भी समाचार का उद्देश्य मनसनी फैलाना होता है। संचार माध्यमों पर व्यावसायिकता लगातार हावी होती जा रही है, जिस कारण आधुनिकतावादी प्रौद्योगिकी ने एक नई ग्लोबल लोक संस्कृति का प्रसार किया। रेमंड विलियम्स का मत है कि प्रौद्योगिकी से समृद्ध इन जनसंचार माध्यमों की व्यवस्था में सार्वजनिक सामाजिक संस्थाओं की भागीदारी नहीं रहने की दिशा में आर्थिक व्यापारिक व्यवस्थाएँ मनोरंजन, सूचना, ज्ञान और शिक्षा को उत्पाद में बदलकर बाजार में बिक्री के लिए उतार देंगी, तब दिशा में ग्लोबल विलेज की अवधारणा मात्र पंतासी बन

जायेगी। रेमंड विलियम्स के विचारों का समाजशास्त्रीय विश्लेषण करते हुए वाल्टर बेंजामिन का प्रसिद्ध कथन याद आता है। उन्होंने हिटलर के बारे में कहा था- “हिटलर ने सबसे खतरनाक काम राजनीति का सौंदर्यीकरण करके किया था।” उन्नत तकनीक से लैस आज के बाजार निर्देशित टेलीविजन, सिनेमा भी फैशन, अश्लीलता, भ्रष्टाचार, अपराधों, युद्ध सहित लगभग सभी सामाजिक विसंगतियों के सौंदर्यीकरण द्वारा उन्हें उपभोक्तावादी मनोरंजन की फंतासी में बदलने के काम में जुटे हुए हैं। एक चिंताजनक बात यह भी है कि यह कार्य सुझावात्मक ढंग से हो रहा है, जिसके कारण मूल्य समाप्त हो रहे हैं। बाजार निर्देशित लोकप्रियतावादी टेलीविजन, सिनेमा माध्यम मात्र व्यावसायिक उद्देश्य से फंतासी के गुब्बारे को खोखली तथा अवास्तविक रंगीन इच्छाओं के विस्फोट की सीमा तक फुलाते जा रहे हैं, जिसके कारण समाज में कई ऐसे कृत्रिम लक्ष्य उपस्थित हो जाते हैं, जिनकी पूर्ति के लिए सामाजिक साधन उपलब्ध नहीं होते हैं। आर.के. मर्टन के मत से अगर समाज के नियमों पर वैयक्तिक इच्छाएँ हावी हो जाएँ तो सामाजिक व्यवहार में अनेक विसंगतियाँ उत्पन्न हो जाएंगी। ये विसंगतियाँ समाज में अनुशासनहीनता, अपराध व विद्रोह से लेकर व्यक्तियों को सामाजिक उदासीनता तथा आत्महत्या तक प्रेरित कर सकती हैं। अतः मनोरंजन और शिक्षा के इन माध्यमों को बाजार की शक्तियों से बचाकर उनका उपयोग सामाजिक उद्देश्य के लिए करना बहुत आवश्यक है, अन्यथा विकास का लक्ष्य प्राप्त करना कठिन हो जाएगा।

निष्कर्ष

इतना अवश्य है कि तेजी से आ रहे सामाजिक परिवर्तन में मूल्यों को बचाए रखने का दायित्व मीडिया पर है। आपसी संवाद

द्वारा विचार विमर्श के बाद नई मान्यताएँ स्थापित की जा सकती हैं। संदेशों के आदान-प्रदान ने व्यापार, मनोरंजन, खानपान, वेशभूषा, रहन-सहन तथा जीवनशैली को तो प्रभावित किया है, परन्तु जनसंचार माध्यमों को सामाजिक सरोकारों में अपनी सशक्त सकारात्मक भूमिका का निर्वहन करना अभी भी शेष है। लोकतंत्र, मताधिकार, स्त्री शिक्षा का प्रसार, महिला जागरण, बंधुआ मजदूरी की समाप्ति, अंधविश्वासों का उन्मूलन, अधिकारों का संरक्षण जैसे नये विचारों को स्थापित करने तथा इनसे सम्बद्ध संस्थाओं के प्रोत्साहन में आधुनिक जनसंचार माध्यमों को अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निर्वहन करना होगा और सामाजिक सरोकारों से जुड़कर ग्राह्य नये विचारों के प्रसारण व स्थापना की नींव रखकर और सामूहिक विवेक द्वारा सामाजिक ढांचे को मजबूत बनाना होगा।

संदर्भ सूची:

- Business Dictionary Com.
- Cary Janssen, Techopedia.com.
- सुभाषा सेतिया, कुरुक्षेत्र, अक्टूबर 2011
- पारख जवरीमल्ल 'जनसंचार माध्यमों का सामाजिक चरित्र', अनामिका पब्लिशर्स, दिल्ली, 1999
- इस्सर देवेन्द्र, 'जनसंचार: सम्प्रेषण और विकास', इन्द्रप्रस्थ प्रकाशन, दिल्ली, 1995
- चोपड़ा, लक्ष्मेन्द्र, 'जनसंचार का समाजशास्त्र' आधार प्रकाशन, पंचकूला, हरियाणा, 2002