



Peer Reviewed Referred and
UGC Listed Journal
(Journal No. 40776)

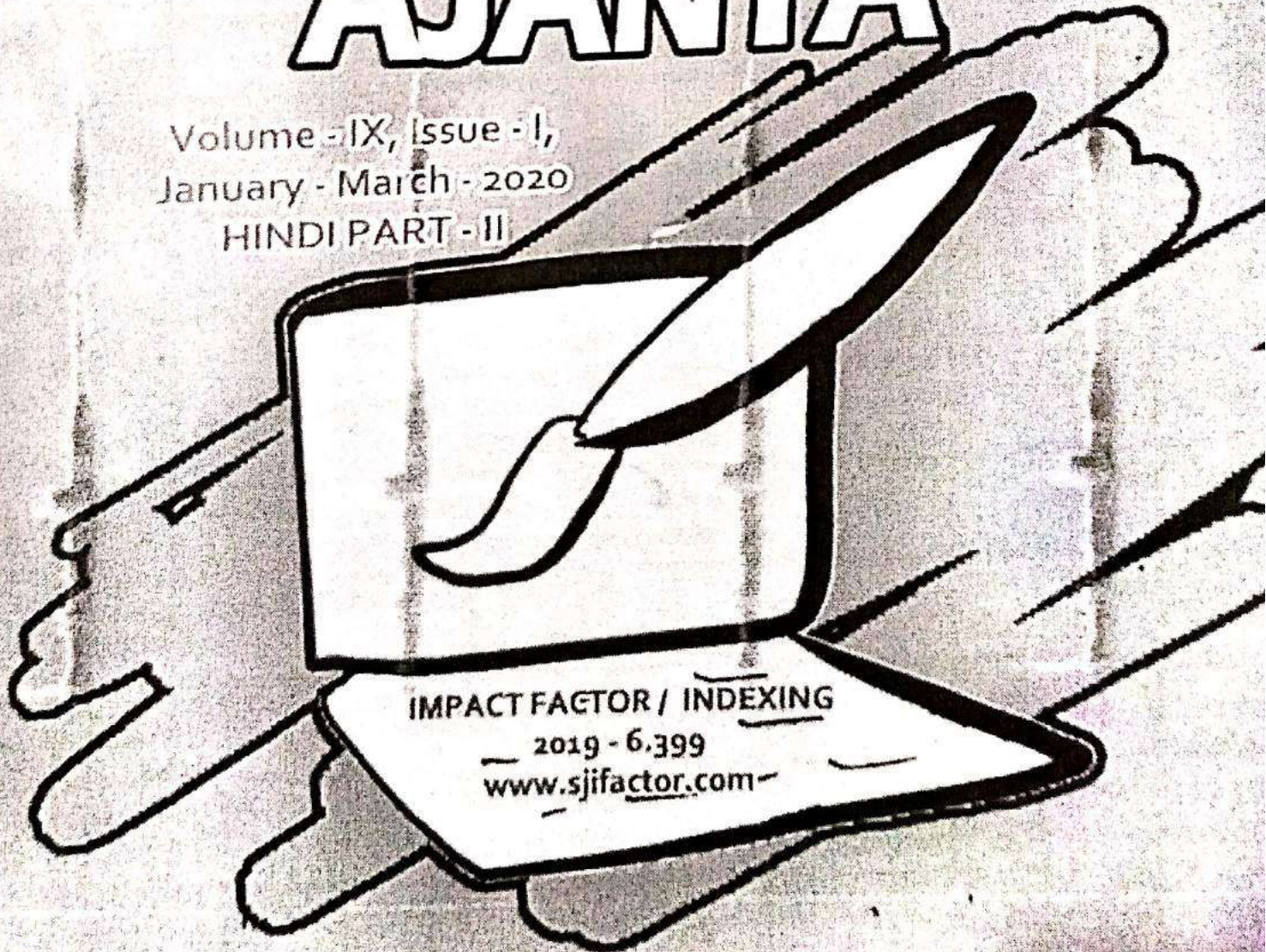


ISSN 2277 - 5730

AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY
QUARTERLY RESEARCH JOURNAL

AJANTA

Volume - IX, Issue - I,
January - March - 2020
HINDI PART - II



IMPACT FACTOR / INDEXING
— 2019 - 6.399
www.sjifactor.com—

Ajanta Prakashan



CONTENTS OF HINDI PART - II



अ.क्र.	शोधलेख एवं शोधकर्ता	पृष्ठ क्र.
१	जनसंचार माध्यमों की हिंदी डॉ. माया सगरे	१-५
२	२१ वीं सदी का मीडिया और हिंदी का वैश्विक स्वरूप डॉ. श्रवण कुमार	६-१२
३	जनसंचार माध्यमों की हिन्दी अमेय संजय संगेकर योगेश शिवलाल रजक प्रा. सुशांत ठोके	१३-१५
४	जनसंचार माध्यमों में हिंदी डॉ. देवीदास यशवंत इंगळे	१६-२०
५	प्रयोजनमूलक हिंदी के विविध रूप प्रा. डॉ. राम दगडू खलंगे	२१-२७
६	प्रयोजनमूलक हिंदी : विविध आयाम डॉ. प्रा. मदन नामदेव खरटमोल	२८-२९
७	मीडिया महिलाओं के लिए एक रोजगार डॉ. दत्ता साकोले	३०-३३
८	अनुवाद में रोजगार के अवसर डॉ. विनोद श्रीराम जाधव	३४-३८
९	अनुवाद क्षेत्र डॉ. राजकुमार टी. राठोड	३९-४१
१०	विज्ञापन और हिन्दी भाषा डॉ. ज्ञानेश्वर गणपतराव रानभरे	४२-४६
११	हिंदी में रोजगार के अगणित अवसर डॉ. प्रेरणा उवाळे	४७-५१
१२	प्रयोजन मूलक हिंदी : विविध आयाम में अनुवाद क्षेत्र प्रा. डॉ. बळीराम घी. राख	५२-५४

७. मीडिया महिलाओं के लिए एक रोजगार

डॉ. दत्ता साकोले

प्रपाठक हिन्दी विभाग, शिक्षण महर्षि ज्ञानदेव मोहेकर महाविद्यालय कलम, त्रि. उधमानाबाद।

वर्तमान सूचना क्रांति में भारतीय महिलाएँ भारतीय समाज का एक नया सृजन करती हुई एक नए समाज की सुंदर संरचना की ओर बढ़ रही हैं। समूचा विश्व सिमटकर एक ग्लोबल गॉव में परिवर्तित हो रहा है। एक समय जब भारत में प्रिंट मीडिया को लाने के लिए अपने-अपने स्तर पर क्रांति करनी पड़ी थी लेकिन बीसवीं शताब्दी के आते ही संचार क्रांति को मीडिया युग की संज्ञा प्राप्त हो गयी। प्रेस का विस्तार हो गया। प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का तेजी से विस्तार हुआ। इक्कीसवीं शती तक पहुँचते-पहुँचते संपूर्ण समाज इस परिवर्तन से लाभान्वित हुआ। 19 वीं शताब्दी के अंत में टेलीफोन का अविष्कार हो चुका था और बीसवीं शताब्दी के आरंभ में मुद्रण कला का व्यापार प्रचार-प्रसार पूरे विश्व में हो चुका था। यही कारण था कि भारतीय समाज इसकी चकाचौंध से प्रभावित होने लगा। इस बदलते परिवेश में जहाँ एक ओर भारत की जनता अपनी नई आँखों से पूरे विश्व को देखने का प्रयास कर रही है वहीं भारतीय महिलाएँ भी कुछ कम नहीं थीं। आज वह अंग्रेजी भूमिका निभा रही हैं। भारतीय नारी आज अपने लिए एक जमीन पा गई है और अब उस तलाश है आसमों की। सूचना क्रांति से महिलाओं में क्या बदलाव आया है? यदि इस प्रश्न पर हम विचार करें तो हम पाते हैं कि आज केवल शहर की ही महिलाएँ नहीं बल्कि गॉव की महिलाएँ भी समाचार पत्र की जानकारी, टी.वी. की जानकारी रखने लगी हैं। यह श्रेय जाता है मीडिया संस्कृति को जिसने महिलाओं के लिए एक खुली दुनिया प्रदान की है। इस खुले आसमान से वह पूरे विश्व को देख पाने में सक्षम होंगी भले यह संभावनाएँ धीरे-धीरे ही फलीभूत हो सकेंगी। भारतीय महिलाएँ जो चौखट से बाहर की दुनिया जानती तक नहीं थीं वही महिलाएँ आज पूरे विश्व स्तर पर छा गई हैं।

मीडिया की दुनियाँ में आज जिस तरह की उथल पुथल मची है ऐसे पहले कभी देखी नहीं गयी। बाजार और समाज के उत्तरदायित्वों को निभाते हुए रास्ते बना पाना उसके लिए कठिन हो रहा है। इसी के बीच प्रिंट मीडिया को यदि देखें तो प्राचीन काल में जो अखबार जनचेतना को चेतना देने का काम करते थे और देश की सच्ची स्थितियों को बताते थे। आजादी की लड़ाई में हथियार की तरह काम आते थे वही आज मिशन और प्रोफेशन बनकर रह गए हैं। आज अखबारों की चेतना खो गयी है और जनता सो गयी है। आज की जनता इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पर भरोसा करने लगी है बजाय प्रिंट के। कारण साफ है अखबारों में अपनी विश्वसनीयता खो दी है। नैतिकता तो निरंतर घटती जा रही है। अखबार आज साधन संपन्नता के रूप में, नेताओं की धरोहर के रूप में एवं अर्थ संपन्नता का सूचक बन गए हैं। आज टी.वी की खबरें अधिक लुभाती हैं, समाचार पत्र नहीं। आजादी से पूर्व हमारी हिंदी भाषा की पत्रकारिता देश के आंदोलनों से जुड़कर शक्ति प्रदान किया करती थी किंतु आज वही जनांदोलनों से कटकर मात्र सत्ताधीशों की चाणी एवं भाषा की पत्रकारिता देश के आंदोलनों से जुड़कर शक्ति प्रदान किया करती थी किंतु आज वही जनांदोलनों से कटकर मात्र सत्ताधीशों की चाणी एवं सत्ता संघर्ष का आईना भर

रह गई हैं। यही कारण हैं कि समाचार पत्रों एवं पाठकों के बीच दूरियों बढ़ रही है। यह बात भी सच हैं कि यदि पत्रकार पाठकों के बीच दूरियों बढ़ रही हैं। यह बात भी सच हैं कि यदि पत्रकार पाठकों की फिक्र नहीं करेंगे तो पाठक भला उनकी चिंता क्यों करेंगे? आज इनकी आकर्षकता प्राप्त करने के बावजूमद वह अपनी चमक खो बैठे हैं यहीं आज अखबारों के लिए, पत्रकारों के लिए एक चुनौती बन गयी हैं। अब जब इतनी बड़ी बड़ी चुनौती पत्रकार और अखबार के बीच है। या यूँ कहिए कि प्रिंट मीडिया के समक्ष हैं तब ऐसे में नारी पत्रकार की खोज करना मानों और कठिन कार्य बन जाता है। आज पत्रकार की खोज करना मानों और कठिन कार्य बन जाता है। आज पत्रकार शीघ्र विहीन केंचुएँ की भाँति बनते जा रहे हैं। और अखबारों के भविष्य पर प्रश्न चिन्ह लगते जा रहे हैं। शब्दों की नहत्ता, सामाजिक सरो कार, संवेदनाएँ, विचारशीलता आदि सब घटता चला जा रहा है। अब पहले जैसे साहित्यकार नहीं बचे हैं जो पत्रकारिता पर दबाव बनाने हेतु कांति करें यही कारण है कि आने वाले समय में बौद्धिक नेतृत्व का अभाव दिखाई दे रहा है। भारत देश में अखबारों का भविष्य उज्ज्वल है लेकिन सन् 2009 के एक लेखक के अनुसार भारत की 115 करोड़ आबादी में 30 करोड़ जनसंख्या निरक्षर हैं। जब यह साक्षर बनेगी तो अखबार नहीं पड़ेगी। आज इस युग में पूरा सच बताने वाले अखबार की जरूरत है और पत्रकार का मकसद केवल छापना ना हो कर उसमें संवेदनशीलता एवं मूल्यबोध होना आवश्यक है।

जब हम मीडिया कहते हैं तो यह आधुनिक युग का पर्याय बन जाता है आदि युग में भी चीजें थी परंतु आज जैसी नहीं। रूप बदला शब्द बदले जीवन का बदलना स्वाभाविक हो गया। ऐसे में महिलाओं ने क्या परिवर्तन किये वो भी अपने जीवन के लिए इसे जानना तभी संभव होगा जब हम उन्हें उनके स्तर पर जानें। प्रारंभ में समाचार अथवा संदेश प्रसारण के माध्यम से दूरभाष, तार, समाचार, पत्र, पत्रिकाएँ, रेडियो, टी.वी., सिनेमा इत्यादि। इन्हीं सभी शब्दों को एक साथ अंग्रेजी में यदि मीडिया कहा जाएँ तो गलत ना हो गा। इसी कम में संचार तंत्र ने इलेक्ट्रानिक और अंतरिक्ष विज्ञान के युग में प्रवेश किया तथा इसके व्यापक तथा विराट परिवेश ने इसे नाम दिया मल्टीमीडिया का। अब तो ये कंप्यूटर से जुड़कर वैश्विक स्तर पर पहुँच गया हैं।

इक्कीसवीं सदी में तो मीडिया का प्रभाव इतना बढ़ा है कि यह शक्ति का केंद्र बन गया है और इसकी शक्ति निरंतर बढ़ती जा रही हैं, अब प्रिंट मीडिया के बाद इलेक्ट्रानिक मीडिया ने उनके संपूर्ण जीवन के परिदृश्य ही बदल दिए हैं। हम सभी की सुबह से लेकर रात तक की दिनचर्या अब इनके माध्यम से निर्धारित हुयी हैं। सुबह उठकर अखबार फिर रेडिओ फिर टेलीविजन, इंटरनेट एवं मोबाईल इन सभी के इर्द-गिर्द हमारा जीवन घूमता रहता है आज केवल महिलाएँ घर के कामों में ही नहीं तो नये-नये रोजगार हेतु वह भी अपने कार्यक्षेत्रों को नयी जगहों पर तलाशने लगी हैं। अभी तक केवल रेडियों में हिंदी डायरेक्टर, हिंदी कार्यक्रमों के प्रसारण, रेडियो के लिए लेखन, रेडिया के लिए मुलाकात, साक्षात्कार इत्यादी से जुड़े कार्य ही महिलाएँ करती थी किंतु अभी-अभी एक नया क्षेत्र एफ.एम रेडियो का भी उनके लिए खुल गया है। समाज में घर परिवारों में सबसे ज्यादा सम्मानित-गौरवान्वित यही महिलाएँ है कारण टी.आर.पी. और जनसंपर्क। आज जहाँ एक ओर स्त्रीवादी चिंतन में परिवर्तन देखने को मिलता है वहीं यह भी कहना गलत न होगा कि विज्ञापनों द्वारा परोसी जा रही आकामक भौतिकता ने स्त्री की दुर्दशा की है।

मीडिया साहित्य कला सौंदर्य, संस्कृति और स्त्री की अनेकों छवियों प्रस्तुत करता है। यह कालानुसार परिवर्तित होता रहता है। आज मूल प्रश्न हैं कि स्त्री होने का अर्थ क्या है? मीडिया पर स्त्री जो प्रचारित होती है

उसका सरोकार क्या है? उसका अस्तित्व सत्त्व क्या है? जब हम मीडिया को महिलाओं के लिए एक रोजगार मान बैठते हैं तो सर्वप्रथम प्रश्न उठता है कि मिडिया उसमें किस रूप में देखती है? आज के इस बाजारीकरण के युग में! मिडिया स्त्री की बहुआयामी, व्यापक, विविध रूप छवि को जिस संकीर्ण अर्थ में परिसीमित कर रहा है वह तो रोजगार की परिभाषा नहीं हो सकती। यह युग अस्तित्व के बोध का युग नाणियों के लिए रहा है यही कारण है कि आज शिक्षित-प्रशिक्षित, स्वतंत्र सोच वाली नारियाँ मीडिया की बाजारवादी संस्कृति टी.वी. के माध्यम से हमारे घरों में घुस आई हैं। इतना ही नहीं तो आज अंतरराष्ट्रीय बाजारवाद का युग है ऐसे में बाजार केवल अपना मुनाफा देखता है तो भला नारियों के रोजगार का क्या? रोजगार कई प्रकार के होते हैं— फिल्मों में कहानी लिखकर रोजगार पाना, अभिनय करके रोजगार पाना, गाना गाकर रोजगार पाना तथा फोटो शूट, एडिटिंग, लाइटिंग अनेकों कार्य इससे जुड़े हैं लेकिन बाजारवादी संस्कृति डिस्पोजेबल संस्कृति है। इसमें औरत की देह बनने का अर्थ बड़ा भयानक प्रतीत होता है। मीडिया, अखबार, पत्र-पत्रिकाएँ, टी.वी. सीरियल और कार्यक्रम, फिल्मों में सबसे अधिक विज्ञापनों में स्त्री छवि देखने को मिलती है तो क्या यह महिला रोजगार है? इसमें प्रगति कहा जाए या समय की माँग? इस पर विचार किया जाना चाहिए। आज महिलाएँ सभी क्षेत्रों में विविध स्तरों पर कार्यरत हैं। घर परिवार स्वावलंबी स्वायत्त औरत की भूमिका बदली है क्या? क्या मीडिया पर भी पुरुष वर्चस्व ही स्त्री छवियों को निर्मित कर रहा है। मीडिया आज समाज के लिए नये समीकरण के रूप में बाजार हेतु नारी विज्ञापन तैयार कर रहा है और नारी छवितकों बाजार के साथ-साथ विश्व स्तर पर स्थापित कर रहा है। समाज में घर परिवारों में सबसे ज्यादा सम्मानित-गौरान्वित यही महिलाएँ कारण टी.वी. और अनसंपक। आज जहाँ एक ओर स्त्रीवादी चिंतन में परिवर्तन देखने को मिलता है वहीं यह भी कहना गलत न हो गा कि विज्ञापनों द्वारा परोसी जा रही आक्रमक भौतिकता ने स्त्री की दुर्दशा की है।

मानव की प्रवृत्ति के कारण समाज के जन्म के साथ ही मीडिया भी समाचार अथवा संदेश प्रसारण माध्यम थे — दूरभाष, टेलीफोन, तार टेलिग्राम, समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, रेडियो, आकाशवाणी, टी.वी., दूरदर्शन, सिनेमा, चलचित्र। यह सभी संचार तंत्र चूँकि समाचार संदेश के माध्यम थे, अंत अंग्रेजी शब्द मीडिया विज्ञान के युग में प्रवेश किया तथा इसके व्यापक तथा विराटपरिवेश ने इसे नाम दे दिया मल्टिमीडिया अर्थात् बहुव्यापक या विराट संचारतंत्र जिसमें कम्प्यूटर से जुड़कर अपने स्वरूप को वैश्विक कर लिया है। इन्द्र विद्या वाचस्पति के अनुसार — संचार माध्यम, पॉचवां वेद है, जिसके जरिए हम ज्ञान-विज्ञान संबंधी बातों को जानकर अपना बंद मस्तिष्क खोलते हैं।

इक्कीसवीं सदी में तो मिडिया का प्रभाव इतना बड़ा है कि यह शक्ति का केन्द्र बन गया है और उसकी शक्ति निरंतर बढ़ती जा रही है। सच तो यह कि इन दिनों मीडिया ने मानवीय दिनचर्या को नियंत्रित कर रखा है। हमारी हर सुबह समाचार पत्र, टेलीविजन, रेडियो, इंटरनेट, मोबाइल के साथ शुरू होती है और नींद भरी आँखों के साथ समाप्त होती है। वास्तव में सूचना प्रौद्योगिक एवं संचार क्रांति की इस चकाचौंध में मीडिया ने हमारे आचार, व्यवहार, एवं मनोवैज्ञानिक सरो कार को एक नया फलक प्रदान किया है। एफ.एम. की दुनिया ने भारत जैसे देश के मध्यम वर्गीय समाज को नए सूचना मनोरंजन, ग्लोबल शिक्षा तथा विविधताओं की दुनिया में स्थापित किया है। इसके प्रभाव बहुआयामी हैं और यह सामाजिक, धार्मिक, सांस्कृतिक, आर्थिक, राजनैतिक, मनोवैज्ञानिक, पारिवारिक

इत्यादि सभी पक्षों को अलग-अलग ढंग से प्रभावित कर रहा है। वेण्डेल फिलिप्स नामक विद्वान के अनुसार – आज का मीडिया एक वारगी जनसर्ग का माता-पिता, स्कूल, कॉलेज, शिक्षक, थियेटर, आदर्श और पारदर्शकता के रूप में हमारा साथी हो गया है। निश्चय ही मीडिया के कारण सामाजिक परिदृश्य में कुछ परिवर्तन हो रहा है, देशकाल की दूरियों मिट रही हैं, परिदृश्य, विचार संस्कृति सम्यता सभी का आदन-प्रदान बढ़ा है। अन्याय, उत्पीड़न, अत्याचार, अनाचार, शोषण, भ्रष्टाचार व मानवाधिकार के हनन का निरंतर विरोध करते हुए मीडिया ने मनुष्य के आत्मविश्वास को बढ़ाया है तथा एक संबल प्रदान कर अधिकारों के रक्षक के रूप में सामने आया है।

संदर्भ

1. मीडिया विमर्श – डॉ. विरेन्द्र सिंह यादव
2. पत्रकारिता एक परिचय – डॉ. मधू धवन
3. हिन्दी प्रिंट मीडिया – डॉ. सविता सिंह