

हिन्दी पत्रकारिता और मीडिया में नारी के बदलते परिदृश्य

पंकज कुमार,

शोधार्थी—हिन्दी एवं पत्रकारिता विभाग,
जे0 एस0 विश्वविद्यालय, शिकोहाबाद,
(फिरोजाबाद)उ.प्र.

डॉ0 सुमित मोहन,

सह प्राध्यापक—हिन्दी एवं पत्रकारिता विभाग,
जे0 एस0 विश्वविद्यालय, शिकोहाबाद,
(फिरोजाबाद)उ.प्र.

शोध सारांश

प्राचीनकाल से लेकर आज तक समाज में नारी का स्थान उतार-चढ़ाव का रहा है। गृहलक्ष्मी, अन्नपूर्णा, ऐश्वर्य शालिनी, सहधर्मिणी, अर्धांगिनी जैसी नारी की पारंपरिक छवि वर्तमानयुग में बदली है। आज की नारी बदली नारी—चेतना बदलते युग के अनुरूप पुरुष के कंधे से कंधा मिलाकर चलने वाली, संघर्षों—चुनौतियों का सामना करने वाली, जीवन—समाज के विभिन्न क्षेत्रों में रचनात्मक भूमिका निभाने वाली आत्मनिर्भर और महत्वाकांक्षी नारी आज एक नया प्रेरक रूप धारण कर चुकी है। समाज में नारी के उतार-चढ़ाव की स्थिति एवं महत्व—प्रतिष्ठा मीडिया माध्यमों में निरंतर अभिव्यक्ति पाती रही है स्वातंत्रता प्राप्ति से पूर्व और कुछ समय बाद तक मीडिया माध्यमों ने जहाँ भारतीय संस्कृति और जीवन मूल्यों का दिग्दर्शन कराते हुए स्वस्थ मनोरंजन की राह पकड़े रखी और समकालीन समस्याओं के प्रति जन-चेतना जाग्रत की, वही नारी को जन-जागरण के एक सशक्त माध्यम के रूप में भी निरूपित किया। उल्लेखनीय है कि मीडिया में नारी चित्रण विविध रूप और आयाम लिए हुए है। उपभोक्तावादी संस्कृति के पनपने और विशेष तौर पर बीसवीं शताब्दी के उत्तरार्द्ध में आते-आते भूमंडलीकरण की अंधी दौड़ ने उत्तर-औद्योगिक समाज को 'सूचना समाज' बदल दिया यह सभी जानते हैं कि अवधारणा के स्तर पर भूमंडलीकरण का आधार बाजारवादी है, भोगवादी है— संवेदना का इसमें कोई स्थान नहीं है। वैश्विक पटल पर इस बदलाव के प्रभावों से नारी भी मुक्त नहीं रह पाई। आज के युग में नारी की उपेक्षा के विषय में सोचना प्रासंगिक नहीं कहा जा सकता।

Keywords: हिन्दी पत्रकारिता, भूमंडलीकरण, बाजारवाद, भोगवाद, मीडिया, छवि, नारी

नागरिकों में दायित्व बोध कराने की कला को समय और समाज के संदर्भ में सजग रहकर जो कार्य किया जाता है उसे पत्रकारिता कहते हैं। श्रीमद्भगवत गीता में जगह—जगह पर शुभ दृष्टि का प्रयोग है। यह शुभदृष्टि ही पत्रकारिता है जिसमें गुणों को परखना तथा मंगलकारी तत्वों को प्रकाश में लाना सम्मिलित है। गाँधी जी तो इसमें समदृष्टि को महत्व देते थे। समाजहित में सम्यक् प्रकाशन को पत्रकारिता कहा जा सकता है। असत्य, अशिव व असुन्दर पर सत्यं शिवं

सुन्दरम की शंख ध्वनि ही पत्रकारिता है। प्रेस और पत्र का अन्योन्याश्रय सम्बन्ध है। छापने की कला से ही पत्रकारिता का उद्भव माना जाता है जिसके मूल में सद्धर्म—प्रचार ही है। "पुरातत्व की खोजें मुद्रण के इतिहास को ईसा की दूसरी शती तक ले गयी है। चीन में 175 ई0 में टप्पे से मुद्रण ग्रन्थ का कुछ भाग आज भी विद्यमान बताया जाता है। 972 ई0 में एक लाख तीस हजार पृष्ठों त्रिपिटक ग्रन्थ छपा परन्तु वर्तमान मुद्रण — पद्धति की कहानी 500 वर्ष से पीछे नहीं

जाती। अलग-अलग अक्षरों के धातु का टाइप सर्वप्रथम 1450 ई0 में जर्मनी में बना। तत्पश्चात् 1466 में फ्रांस, 1477 में इंग्लैंड और 1544 में पुर्तगाल में इस कला का प्रचार हुआ। पुर्तगाल में ईसाई धर्म प्रचारकों द्वारा 1550 में दक्षिण भारत के गोवा शहर में यह कला आयी। भारत की सर्वप्रथम पुस्तक रोमन लिपि और देशी भाषा में 1560 ई0 में छपी थी परन्तु 1778 ई0 में कोलकाता में प्रेस खुलने तक कोई विशेष उन्नति इस क्षेत्र में नहीं हुई।”

उन्नीसवीं शताब्दी के तृतीय दशक में मद्रास के गर्वनर रहे सर टामस मुनरो ने भी अपने एक वक्तव्य में भारतीय स्वतंत्रता प्राप्ति में प्रेस की आजादी को महत्वपूर्ण मानते हुए एक स्थान पर कहा था – “इनको प्रेस की आजादी देना हमारे लिए खतरनाक है। विदेशी शासन और समाचार पत्रों की स्वतंत्रता दोनों एक साथ नहीं चल सकते। स्वतंत्र प्रेस का पहला कर्तव्य क्या होगा ? यही न, कि देश को विदेशी चंगुल से स्वतंत्र कराया जाय। इसीलिए अगर हिन्दुस्तान में प्रेस को स्वतंत्रता दे दी गयी तो उसका जो परिणाम होगा, वह दिखाई दे रहा है।” मुनरो का यह संदेह सत्य सिद्ध हुआ और प्रेस ने भारतीय स्वतंत्रता संग्राम में अग्रिम पंक्ति के ध्वजावाहकों का कर्तव्य पूर्ण निर्भीकता एवं समर्पण से निभाया। प्रथम स्वातंत्र्य संग्राम से पूरे नौ दशकों के अथक प्रयासों के द्वारा, जाति-पाँति के भेदभाव को मिटाकर अनेक पत्रकारों व लेखकों ने ही फूँक कर शुरु से ओदी बुरी तरह धुआँ देकर आँसू लाने वाली लकड़ियों को जलाकर संग्राम का अलाव जलाया। लकड़िया इस कदर कच्ची व गीली थी कि जलाने वालों की आँखें फूट गई फिर भी यज्ञ की लकड़ियाँ जलने से चिडचिडाकर इंकार करती रहीं।—धीरे धीरे दृश्य बदला जगह जगह चिंगारियाँ दिखाई देने लगी जो थोड़े समय बाद मिलकर जलने लगी और इस प्रकार एक दिन स्वाधीनता का सूर्य उदय हुआ।” जिन पत्रों व पत्रकारों ने इस गहरी, घनी, काली,

अंधकारपूर्ण, निराशामयी, परतंत्रता की काली रात का आवरण चीर कर स्वतंत्रता सूर्य के उदय में सहायता की उनका योगदान कभी विस्मृत नहीं किया जा सकता। उनमें एक ओर वे प्रबुद्ध विचारक हैं, जिन्होंने राजनीति में सक्रिय सहभागिता करते हुए समाचार पत्रों द्वारा अपने क्रान्तिकारी विचारों को जनता में फैलाने का कार्य किया। ये सभी उत्कृष्ट कोटि के लेखक थे। ऐसे लेखकों में श्री गोपाल कृष्ण गोखले, श्री बाल गंगाधर तिलक, लाला लाजपत राय, विपिन चंद्र पाल, महात्मा गांधी, जवाहर लाल नेहरू, डॉ० राजेन्द्र प्रसाद जैसे राजनेता सम्मिलित थे। तो दूसरी ओर साहित्य से सम्बद्ध उन विद्वानों की पंक्ति है, जिन्होंने निर्भीक साधकों के रूप में वैचारिक क्रांति को समाचार पत्रों द्वारा समाज व जनता के हृदय में प्रसारित करने का कार्य किया। ऐसे साधकों में भारतेंदु मंडल के सभी विद्वानों के साथ ही श्री अंबिका दत्त व्यास, श्री गणेश शंकर विद्यार्थी, श्री बाबूराव विष्णुराव पराडकर, श्री माखन लाल चतुर्वेदी, श्री लक्ष्मण नारायण गर्दे, श्री बालकृष्ण शर्मा नवीन, श्री कृष्ण दत्त पालीवाल जैसे अनेक कर्मठ साधक सम्मिलित थे।

हिन्दी पत्रकारिता में प्रथम पत्र ‘उदन्त मार्तण्ड’ के प्रकाशन वर्ष से लेकर प्रथम स्वतंत्रता संग्राम तक वह शुभ बयार जिसकी आशा पत्र ने अपने अंतिम अंक में व्यक्त की थी, कम से कम नहीं बही। दुधमुँही बालिका के समान हिन्दी पत्रकारिता का यह शैशव काल था, जिसमें पत्र निकलते थे और उनकी अकाल मृत्यु हो जाती थी। गदर के तीन वर्ष पहले ही जिस हिन्दी प्रथम दैनिक का जन्म हुआ था उसे 3 वर्ष बाद ही गलाघोटू कानून एडम रेग्युलेशन एक्ट का शिकार होना पडा। सन् 1857 ई0 में ही कानपुर के नाना साहब के मंत्री पटकापुर निवासी अजीमुल्ला खाँ द्वारा “पयामें आजादी” नामक पत्र का दिल्ली व झाँसी से एक साथ प्रकाशन किया गया। इस पत्र में राष्ट्रप्रेम संबंधी विस्फोटक सामग्री रहती

थी। इसी पत्र द्वारा तत्कालीन सम्राट बहादुरशाह ज़फर ने देश भक्ति का ऐतिहासिक प्रेरणास्पद संदेश प्रसारित करते हुए कहा था –

“हिन्दुस्तान के हिन्दुओं और मुसलमानों उठो ,भाइयों उठो ,खुदा ने इंसान को जितनी बरकतें अता की हैं उनमें सबसे कीमती बरकत आजादी है ।”

आजादी की इसी बरकत को पाने की आषा को अंग्रेजों ने बड़ी क्रूरता व पाषविक बर्बरताके साथ दबा दिया ।अजीमुल्ला खॉ को सूली पर लटका कर पत्र की सारी प्रतियाँ जला दी गयीं । इसी के साथ अंग्रेजों की बर्बरता का क्रूर तांडव शुरू हुआ जिसमें न जानें कितने ही पत्रों को विदेशी सत्ता का कोपभाजन बनना पडा । गदर के मात्र दस वर्ष बाद हिन्दी साहित्याकाष पर भारतेंदु हरिश्चंद्र का उदय हुआ ।कविवचन सुधा ,मासिक के प्रकाषन के दौरान उन्होंने अनुभव किया कि– “यह समय ऐसा है कि जो पीछे रह जायगा,फिर कोई उपाय किये भी आगे न बढ़ सकेगा ।” अतएव 1870से उन्होंने इसको पाक्षिक व 1873 से इसे साप्ताहिक पत्र का रूप दे दिया।इन्होंने सबसे पहले “स्वत्व निज भारत गहे “का उदघोष किया,इसके साथ ही “नारी नर सम होंहि “का उदघोष उस समय किया जब नारी मुक्ति आंदोलन का कोई नामलेवा भी नहीं था । हिन्दी में निर्भीक पत्रकारिता की नींव डालने वाले हरिश्चंद्र ने 6 जुलाई 1974 की “सुधा ” में लिखा –“बीस करोड़ भारतवासी को पचास हजार अंग्रेज शासन करते हैं वे प्रायः शिक्षित और सभ्य हैं परंतु इन्हीं लोगों के अत्याचार से सब भारतवासी दुःखी रहते हैं । “यह स्पष्टवादी उक्ति उनकी निडरता व साहस की प्रतीक है। इससे पहले भी इन्होंने 16 फरवरी की ‘सुधा ’ में लिखा था –“हे देशवासियों !इस निद्रा से चौको !उनके अंग्रेजों के न्याय के भरोसे मत फूले रहो ।ये विद्या अंग्रेजी कुछ काम न आयेगी यदि तुम हाथ के व्यापार सीखेंगे तो तुम्हें कभी दैन्य न होगा

नहीं तो अंत में सब धन विलायत चला जायगा और तुम मुँह बाये रह जाओगे ।”

उन्होंने देशानुराग तथा स्वदेशी व्रत की भावनाओं का प्रचार प्रसार अपने पत्रों के द्वारा बंग भंग आंदोलन से प्रायः तीन दशक पहले आरंभ कर दिया था । विदेशी सरकार के कोप व दमन का सामना करते हुए भारतेंदु ने दो दशक के अंदर हिन्दी अनुरागी और स्वदेशानुरागी हिन्दी प्रेमी लेखकों का एक मंडल खडा कर दिया । 1877 में इस मंडल के सदस्य बालकृष्ण भट्ट ने हिन्दी का पहला राष्ट्रीय पत्र निकाला–‘ हिन्दी प्रदीप ’। उनके संबंध में पं० कर्मवीर सुन्दरलाल ने अपने एक पत्र में लिखा था– “जिस समय राष्ट्रीयता का कहीं निशान भी न था ,जिस समय आजादी का नाम लेना गुनाह था ,स्वराज्य शब्द का उच्चारण भी अभी किसी के मुख से न हुआ था उस समय यह पवित्र अग्नि अहियापुर मुहल्ले के एक कोने में उस अज्ञात किन्तु विषाल हृदय के अंदर बड़े जोरों के साथ धधक रही थी और अपने आस पास के वायुमंडल को गरमाती रहती थी ।”

आधुनिक वैज्ञानिक प्रेस और पत्र से पर्याप्त भिन्नता रखने वाले रोमन के ‘एक्टा डिउर्ना’ (Acta Diurna) दैनिक घटनायें और चीन के ‘पेकिंग गजट’ से पत्रकारिता का प्रारम्भ माना गया है। बाइबिल के अधिकाधिक प्रसार की प्रेरणा वर्ष गॉटेनबुर्ग नामक ईसाई ने मध्य जर्मनी के मायन्स नगर में सन् 1440 ई० में आधुनिक मुद्रण कला से साम्य रखने वाले प्रेस की स्थापना की। आज कल के समाचार – पत्रों का प्रारम्भिक रूप नीदरलैंड के ‘न्यूजाइटिंग’ (1526 ई०) से मिलता है। सन् 1615 ई० में जर्मनी से ‘फ्रैंकफुर्ट जर्नल’, 1631 ई० में फ्रांस से ‘गजट द फ्रांस’, 1667 ई० में बेलजियम से ‘गजट वैन गट’, 1666 ई० में इंग्लैंड से ‘लन्दन’ गजट ’ और 1690 ई० में संयुक्त राष्ट्र अमेरिका से ‘पब्लिक ऑकरेंसेज’ का प्रकाषन हुआ दैनिक पत्र के रूप में ‘डेली करेंट’

का नाम लिया जाता है, जो 11 मार्च 1702 ई0 में निकला।

भारत के गोवा में 1550ई0 में प्रेस की स्थापना हुई। मुम्बई में 1662 ई0, मद्रास में 1772 ई0 तथा कोलकाता में सन् 1779 ई0 में प्रेस बैठाये गये। 29 जनवरी 1780 ई0 वह स्वर्णिम दिवस हैं जिस दिन एक गैर भारतीय द्वारा पत्र प्रकाशित हुआ। 'बंगाल गजट एण्ड कैलकटा एडवर्टाइजर' के सर्वस्व जेम्स अगस्टस हिकी थे। संक्षेप में इस पत्र को 'हिकी.ज गजट' कहा जाता है जिसका लक्ष्य था। "यह राजनीतिक और व्यापारिक पत्र खुला तो सबके लिए है, पर प्रभावित किसी से नहीं है।" 'इंडियन गजट' (1780), 'बंगाल जर्नल' (1784) और 'इंडियन वर्ड' (1791) कलकत्ते से ही प्रकाशित हुए। भारतीय पत्रकारिता के जनक राजा राममोहन राय (1772-1833) के प्रयास से 1818 ई0 में 'बंगाल गजट', 1821 ई0 में संवाद कौमुदी, और 'मिरातुल - अखबार' निकले। पत्र-प्रकाशन के लक्ष्य को उन्होंने स्पष्ट किया-

" मेरा उद्देश्य मात्र इतना ही है कि जनता के सामने ऐसे बौद्धिक निबंध उपस्थित करू जो उनके अनुभव को बढ़ाये और सामाजिक प्रगति में सहायक सिद्ध हो। मैं अपनी शक्तिभर शासकों को उनकी प्रजा की परिस्थितियों का सही परिचय देना चाहता हूँ और प्रजा को उनके शासकों द्वारा स्थापित विधि - व्यवस्था से परिचित कराना चाहता हूँ ताकि शासक जनता को अधिक से अधिक सुविधा देने का अवसर पा सकें और जनता उन उपायों से अवगत हो सके जिनके द्वारा शासकों से सुरक्षा पायी जा सके और अपनी उचित मांगें पूरी करायी जा सकें।" राजा राममोहन राय के उपयुक्त विनीत भाव से अंग्रेज शासक पिघले नहीं, उन लोगों ने पत्र - प्रकाशन को हर प्रकार से हतप्रभ किया। उन्नतसर्वी शताब्दी के तीसरे दशक में मद्रास के गवर्नर सर टॉमस मुनरों ने प्रेस की आजादी आंग्ल सत्ता की

समाप्ति का पर्याय माना। उनके ही शब्दों में "..... इनको प्रेस की आजादी देना हमारे लिए खतरनाक है। विदेशी शासन और समाचार - पत्रों की स्वतंत्रता दोनों एक साथ नहीं चल सकते। स्वतंत्र प्रेस का पहला कर्तव्य क्या होगा? यही न, कि देश को विदेशी चंगुल से स्वतंत्र कराया जाय? इसलिए अगर हिन्दुस्तान में प्रेस को स्वतंत्रता दे दी गयी तो उसका जो परिणाम होगा, वह दिखाई दे रहा है।" वास्तव में शासक का अनुमान शतप्रतिशत सही निकला और पत्र स्वतंत्रता के ध्वजावाहक सिद्ध हुए।

आज के व्यापारोन्मुखी संसार में 'विज्ञापन' प्रचार का सशक्त और अपरिहार्य साधन है। आज एक तरफ जहाँ कम्प्यूटर उपग्रह और डिजिटल प्रौद्योगिकी एवं लगातार विकसित हो रही संचार प्रौद्योगिकी के कारण जनसंचार की नई-नई तकनीकों का विकास तीव्र गति से हो रहा है वहीं इन माध्यमों में नारी को विशेष रूप से चित्रित किया जा रहा है। उल्लेखनीय है कि यह नारी चित्रण विविध रूप और आयाम लिए हुए है। भारतीय समाज में नारी का महत्व सदैव महत्व पूर्ण रहा है, हालांकि उसका शोषण भी कम नहीं हुआ है। प्राचीनकाल से लेकर आज तक समाज में नारी का स्थान उतार-चढ़ाव का रहा। गृहलक्ष्मी, अन्नपूर्णा, ऐश्वर्यशालिनी, सहधर्मिणी, अर्धांगिनी जैसी नारी की पारंपरिक छवि वर्तमानयुग में बदली है। आज की नारी बदली नारी-चेतना बदलते युग के अनुरूप पुरुष के कंधे से कंधा मिलाकर चलने वाली, संघर्षों-चुनौतियों का सामना करने वाली, जीवन-समाज के विभिन्न क्षेत्रों में रचनात्मक भूमिका निभाने वाली आत्मनिर्भर और महत्वाकांक्षी नारी आज एक नया प्रेरक रूप धारण कर चुकी है। समाज में नारी के उतार-चढ़ाव की स्थिति एवं महत्व-प्रतिष्ठा मीडिया माध्यमों में निरंतर अभिव्यक्ति पाती रही है स्वातंत्रता प्राप्ति से पूर्व और कुछ समय बाद तक मीडिया माध्यमों ने जहाँ भारतीय संस्कृति और जीवन मूल्यों का दिग्दर्शन कराते हुए स्वस्थ

मनोरंजन की राह पकड़े रखी और समकालीन समस्याओं के प्रति जन-चेतना जाग्रत की, वही नारी को जन-जागरण के एक सशक्त माध्यम के रूप में भी निरूपित किया। उदाहरण के लिए, 'मदर इण्डिया' जैसी फिल्म का नाम लिया जा सकता है। लेकिन धीरे-धीरे उपभोक्तावादी संस्कृति के पनपने और विशेष तौर पर बीसवीं शताब्दी के उत्तरार्द्ध में आते-आते भूमंडलीकरण की अंधी दौड़ ने उत्तर-औद्योगिक समाज को 'सूचना समाज' बदल दिया यह सभी जानते हैं कि अवधारणा के स्तर पर भूमंडलीकरण का आधार बाजारवादी है, भोगवादी है— संवेदना का इसमें कोई स्थान नहीं है। वैश्विक पटल पर इस बदलाव के प्रभावों से नारी भी मुक्त नहीं रह पाई।

आज के युग में नारी की उपेक्षा के विषय में सोचना प्रासंगिक नहीं कहा जा सकता। यही कारण है कि रेडियों से विशेष श्रोता वर्ग के लिए प्रसारित किए जाने वाले कार्यक्रमों में महिलाओं के लिए अलग से कार्यक्रम भी शामिल है। नारी की अपनी एक विशिष्ट-विलक्षण दुनिया है और कुछ अपनी विशेष समस्याएँ भी। घर, परिवार, समाज, व्यवसाय, राजनीति, स्वास्थ्य आदि प्रत्येक विषयों पर विभिन्न कार्यक्रमों में राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर महिलाओं की भागीदारी बढ़ी है। अपनी तथा अपनों की समस्याओं के संबंध में उसने अब सक्रिय रूप से भाग लेना शुरू कर दिया है। तमाम गंभीर एवं अनुत्तरित समस्याओं के बारे में वे अब बहुत बेबाक दिखई देने लगी हैं और पूरे मनोयोग के साथ उनका कारण तथा निवारण ढूँढने लगी है। इस दृष्टि से रेडियो एवं टेलीविजन ने उन्हें अभिव्यक्ति का एक सार्थक मंच भी प्रसाद किया है। एफ.एम. रेडियो चैनलों की बाढ़ में "एफ. एम. म्याऊं" जैसे रेडियो चैनल शुरू हो चुके हैं जो केवल महिलाओं के लिए ही हैं। प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में नारी का विभिन्न रूपों में चित्रण मिलता है। कहीं वह प्रेमिका के रूप में नजर आती है तो कहीं पत्नी,

बहन, और माँ के रूप में कहीं वह अपने रूप सौंदर्य में गर्व करने वाली रूपगर्विता नारी के रूप में नजर आती हैं। ऐसा ही रूप हमें अयूर हर्बल कोल्ड क्रीम के विज्ञापन में उत्पाद की गुणवत्ता के साथ "ऐसी खिलती त्वचा कि आपका दीवाना आपको छुए बिना रह न पाये" के रूप में एक नवयौवना का मौन निमंत्रण नजर आता है। घर का काम करते-करते थक जाने के बाद वह "मूव" की मालिश करती है। बच्चों को व "जॉनसेन बेबी सोप" से अथवा "पियर्स" से नहलाती है। बच्चों का खयाल रखती नारी उन्हें शारीरिक और मानसिक तंदरुस्ती प्रदान करने के लिए "बोर्नविटा" और "माइलो" आदि देती है तथा उन्हें सर्दी से बचाने के लिए बच्चे की नाक और छाती पर "विक्स" लगाती है। परिवार के मुखिया के हार्ट की रक्षा के लिए वह कोई चांस नहीं लेना चाहती—केवल "सफोला गोल्ड" खरीदती है। परिवार की स्वास्थ्य रक्षा के लिए वह "डेटॉल" साबुन इस्तेमाल करती है। इसी तरह, पति के मित्रों के घर आने और उनके द्वारा गाजर के हलवे की मॉग करने पर वह "हाकिन्स प्यूचरा कुकर" में हलवा आधे घण्टे में तैयार कर देती है। वहीं तरह-तरह के "कुरकुरे" परोस कर वह पति और बच्चों सहित पूरे परिवार को खुश रखती है। विज्ञापनों में नारी का माँ के रूप में "वात्सल्य" भी बढ़ा-चढ़ा कर दिखाया जाता है। घर में चोर के घुसने और उसे खांसी आने पर यह नारी मातृ-सुलभ स्नेह दर्शाते हुए उसे ऐसी खॉंसी की दवा देती है मानों वह घर का ही सदस्य हो और माँ को उसकी सेहत की पूरी-पूरी चिंता हो। इसी प्रकार "एड्स" के विज्ञापन में शबाना आजमी और स्वास्थ्य रक्षा टीकों के लिए जूही चावला, पल्लवी जोशी जैसी सिने-तारिकाओं की उपस्थिति समाज में सकारात्मक सोच पैदा करती है। वास्तव में नारी को विभिन्न रूपों में दिखाकर विज्ञापनकर्ता अपने उत्पाद के संदर्भ में लोगों में विश्वसनीयता जमाना चाहता है ताकि

लोग उत्पाद के प्रति आकर्षित हों और उसे अधिक से अधिक मात्रा में खरीदें।

नारी के सहज चित्रण को दर्शाने के लिए अधिकांश टी.वी. धारावाहिकों में ईर्ष्या, द्वेष और झगड़ालू वृत्ति को भी प्रस्तुत किया जाता है। इस संदर्भ में विशेष तौर पर एकता कपूर द्वारा बनाए जाने वाले धारावाहिकों का उल्लेख किया जा सकता है। जो होते तो महिला पात्र प्रधान है लेकिन इनमें दिखाई जा रही महिलाएं मंथरा-कैकेयी की भाँति कुचालें चलती नजर आती हैं। इसी क्रम में सोनी टेलीवीजन पर प्रसारित होने वाले महिला पात्र “तीन बहुरानियाँ” धारावाहिक का भी विशेष तौर पर उल्लेख किया जा सकता है जिसमें चार पीढ़ियों की बहएँ दिखाई गई हैं इसमें दो पीढ़ियों की महिलाएँ आदर्श नारी का रूप प्रस्तुत करती हैं, जबकि तीसरी पीढ़ी की तीन बहएँ कैकेयी-मंथरा जैसी चालें चलने वाली हैं। जिनकी वजह से परिवार में उथल-पुथल सी मची रहती है।

मीडिया माध्यमों में विशेष तौर पर विज्ञापनों में नारी, उसकी मांसल और वासन-रंजित छवि को माध्यम बना दिया जाता है ताकि दर्शकों को विज्ञापित वस्तु और नारी-देह की सुलभता का एकाकार होता नजर आये। स्थिति यह है कि वस्तु की गुणवत्ता का स्थान उसकी पैकिंग, चमक-दमक और नारी देह ने ले लिया है मीडिया में नारी को भोग विलास की वस्तु के रूप में प्रस्तुत किया जा रहा है। प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों तथा विज्ञापनों में नारी की वाहिता तस्वीर प्रस्तुत की जाती है, उसे सैक्स की पुड़िया बना दिया गया है। मीडिया माध्यमों में नारी की मांसल और वासना रंजित छवि को प्रस्तुत करने के दौरान लोक-लाज आदि का कोई स्थान नहीं रह गया है। साबुन की बिक्री का विज्ञापन हो या फिर परफ्यूम अथवा पर्स आदि का विज्ञापन, नारी देह को खुल कर प्रदर्शित किया जाता है। सिनेमा जगत में और

मॉडलिंग के क्षेत्र में कलात्मकता के नाम पर नारी-देह का वासनात्मक अंग-प्रदर्शन आम बात है। समाचार-पत्र-पत्रिकाओं और टेलीवीजन आदि में नारी देह के साथ बढ़-चढ़कर नग्न प्रदर्शन की होड़ ने समाज को नारी की अशोभन छवियों परोसी है। “कडोम” जैसे गर्भ निरोधक उपायों और कामोत्तेजक दवाओं के विज्ञापनों में प्रदर्शित नारी चित्रण को तो किसी भी प्रकार से शिष्ट नहीं कहा जा सकता। वस्त्र-आभूषणों के प्रति आकर्षण और समर्पण नारी की सहज प्रवृत्ति है। नारी की इस वस्त्र आभूषणों के प्रति आकर्षित और समर्पित नारी के रूप में चित्रित करना आम बात है। “नक्षत्र डायमंड” के विज्ञापन में ऐश्वर्या राय जैसी विश्व सुंदरियाँ उत्पाद का विज्ञापन करती दिखाई देती हैं। महिलाओं के साड़ियों आदि वस्त्रों-आभूषणों के विज्ञापनों में नारी की उपस्थिति तो स्वयं में तार्किक है, किन्तु पुरुषों के वस्त्रों आदि में भी नारी ही मार्केटिंग का आधार पर बनती है, जो स्वयं में विचारणीय ही नहीं चिंता का विषय है। सौंदर्य-प्रसाधनों के उपभोक्ता के रूप में नारी की छवि निर्मित करना मीडिया माध्यमों में विशेष रूप से परिलक्षित किया जा सकता है। वैसे तो सौंदर्य प्रसाधनों को कमोबेश प्रत्येक व्यक्ति इस्तेमाल में लाता है किन्तु नारी के मन में ऐश्वर्या राय, सुष्मिता सेन, प्रियंका चोपड़ा और डायना जैसी विश्व-सुंदरियों को अपना आदर्श बनाने की मानसिकता विकसित करने का प्रयास किया जा रहा है। उन्हें “ब्रांड एम्बेसेडर” बना कर बहुराष्ट्रीय कंपनियों के उत्पादों की बिक्री के लिए विज्ञापनों में उतारा जाता है। जनसंचार माध्यमों और विज्ञापनों के जरिए एक विलक्षण काल्पनिक दुनिया को निर्मित करना जो कि नारी के लिए मृगमरीचिका है, और बहुराष्ट्रीय कंपनियों के लिए स्वार्थ-सिद्धि का साधन।

वर्तमान समय का सर्वाधिक शक्तिशाली हथियार मीडिया ही है और इसके बिना समाज और साहित्य अधूरा है, वहीं दूसरी ओर नारी में आत्मविश्वास जागृत करने में मीडिया की

महत्वपूर्ण भूमिका हो सकती 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। तब मीडिया और नारी व साहित्य एक दूसरे के पर्याय ही न होंगे बल्कि एक अच्छे दोस्त भी।

सन्दर्भ

1. हिन्दी पत्रकारिता :विविध आयाम :डॉ० वेद प्रताप वैदिक ,नेशनल पब्लिशिंग हाउस ,नई दिल्ली-2018
2. आर० आर० भटनागर – द राइज एण्ड ग्रोथ आफ जर्नलिज्म, किताब महल ,इलाहाबाद । 2019
3. मिश्र हेरम्ब –: पत्रकारिता संकट व संत्रास, अनादि प्रकाशन इलाहाबाद । 2012
4. दिक्षित प्रवीण : जनमाध्यम और पत्रकारिता, सहयोगी साहित्य संस्थान,माहेश्वरी मोहाल,कानपुर । 2010
5. नारायण के० पी० : सम्पादनकला, मध्यप्रदेश हिन्दी ग्रंथ अकादमी भोपाल । 2016
6. तिवारी अर्जुन : आधुनिक पत्रकारिता व हिन्दी पत्रकारिता, विश्वविद्यालय प्रकाशन वाराणसी । 2011
7. आधुनिक पत्रकारिता : डॉ० अर्जुन तिवारी , विश्वविद्यालय प्रकाशन ,वाराणसी । 2015
8. गुप्त निबंधावली भाग-1,2 :सं-झाबरमल्ल शर्मा ,बनारसी दास चतुर्वेदी,प्र०-गुप्त स्मारक,समिति । 2011
9. वृहद हिन्दी पत्र –पत्रिका कोष :डॉ०सूर्य प्रसाद दीक्षित ,वाणी प्रकाशन ,दिल्ली । 2010
10. स्वतंत्रता आंदोलन और हिन्दी पत्रकारिता:डॉ० अर्जुन तिवारी,विश्वविद्यालय प्रकाशन ,वाराणसी-2011
11. हिन्दी पत्रकारिता :कृष्ण बिहारी मिश्र ,लोकभारती प्रकाशन ,15-ए ,महात्मा गाँधी पार्क,इलाहाबाद ।2019
12. खण्डिलकर रा० र० –पत्र और पत्रकार , ज्ञानमण्डल वाराणसी । 2001
13. शर्मा श्यामसुन्दर : समाचार पत्र मुद्रण एवं साजसज्जा म. प्र. हिन्दी ग्रंथ अकादमी, भोपाल । 2021
14. जोशी सुशीला : पत्रकारिता विकास के विविध आयाम, राजस्थान हिन्दी ग्रन्थ अकादमी,जयपुर । 2019
15. चटर्जी आर. के. : मासकम्युनिकेशन, नेशनल बुक ट्रस्ट नई दिल्ली ।2018
16. मेहता डी. एस. : मासकम्युनिकेशन, एण्ड जर्नलिज्म इन इण्डिया, एलाइड पब्लिशर्स लि. ,नई दिल्ली । 2015
17. जान होहेनवर्ग-दप्रोफेशनल जर्नलिज्म आक्स फोर्ड एण्ड आई.बी. एच.पब्लिसिंग कम्पनी,नई दिल्ली ।2014
18. जी. के. पुरी : जर्नलिज्म सुधा पब्लिकेशन्स प्रा० लि०,नई दिल्ली । 2016