IJCRT.ORG ISSN : 2320-2882

INTERNATIONAL JOURNAL OF CREATIVE RESEARCH THOUGHTS (IJCRT)

An International Open Access, Peer-reviewed, Refereed Journal

कोविड–19 के दौरान महिला पत्रकारों का पत्रकारिता के क्षेत्र में प्रासंगिकता

(शोध छात्र) हिन्दी विभाग
पु"पा मौर्य
जीवाजी यूनिर्वसिटी
ग्वालियर म.प्र.

शोध सार

वर्तमान पत्रकारिता केवल पत्र–पत्रिकाओं तक ही सीमित नहीं है बल्कि संचार के विभिन्न माध्यमों दूरदर्शन, फिल्म, आकाशवाणी, एफ.एम. चैनल, यू–ट्यूब, फेसबुक आदि संसाधनों ने पत्रकारिता के विविध रूपों का विस्तारीकरण किया है। इन सभी क्षेत्रों में महिला पत्रकारों का विशिष्ट योगदान है। कोविड–19 के दौरान महिला पत्रकारों ने पूरे समाज को चेतन्य एवं जागरूक करने के लिए समाज को एक नई दिशा दी जिससे लोग महामारी से बचें। इसके अलावा देश–विदेश की राजनीतिक समीकरणों, आर्थिक नाकाबंदी अथवा साजा बाजार की ओर भी महिला पत्रकारों न जनसाधारण का ध्यानाकर्षण करना प्रारंभ किया जिससे लोग कोविड–19 के समय सकारात्मक और गतिशील रहे। लोग उदासीन और नकारात्मक के प्रति न मुडे/झुके।

पत्रकारिता से जन–जाग्रति जुड़ी है या जन–जागृति से पत्रकारिता, इस बात की विवेचना करना तो कठिन है लेकिन आज पत्रकारिता के विभिन्न रूपों को देखकर यही लगता है कि जन–जागृति ने पत्रकारिता को विभिन्न प्रकारों में प्रकट कर उसे बहुरूपिया बना दिया है। आधुनिक मानव समाज को जिस तरह अनेक आश्चर्यजनक सुख–सुविधा और संचार सामीप्य के साधन प्रदान कर निकट से निकटतर कर दिया है, उसी का फल है– संचार का ही पत्रकारिता से एकीकृतावस्था का उदय।

मुख्य बिंदु– चैतन्य, जागरूक, राजनीतिक समीकरणों, सकारात्मक, नकारात्मक, बहुरूपिया, संचार, साधन, एकीकृतावस्था।

शोध प्रपत्र

वर्तमान युग में अधिकतर देशों में लोग कोविड–19 से पीड़ित थे उनका व्यापारिक, आर्थिक और सामाजिक गतिविधियों पर प्रभाव पड़ा। महिला पत्रकारों ने वर्तमान इतिहास को साक्ष्य बनाकर उसको समाज और राष्ट्र के सामने लाकर उजागर किया। आज के युग में देश–विदेश के राजनीतिक समीकरणों तथा सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक सोच बदली जो पूरी मानवजाति के लिए एक व्यवहारिक स्वरूप है।

''पत्रकारिता की आत्मा के स्पंदन कहाँ होते हैं। हम इस बात को अनुभव कर सकते हैं। यह मनुष्य की सहानुभूतिक और संवेदनात्मक में विद्यमान हैं। यह बड़े ही स्पष्ट भाव से वर्तमानकालीन पत्रकारिता के श्रव्य और दृश्य माध्यमों में संश्लिष्ट रहकर संप्रेषित विचारों और प्रस्तुतियों में निहित हो रही है। दंगों, दुर्घटनाओं, राजकीय जातीयया व्यक्तिक अत्याचारों के दृश्य तथा समाचार–विचार सहज ही सामाजिक प्रतिक्रियाओं को जन्म देते हैं। यह प्रतिक्रियाएँ निश्चित रूप से पत्रकारिता की आत्मा कही जा सकती हैं। जिस लोकोपवाद से मनुष्य सदा से पराजित रहा है, वह इसकी आत्मा से अत्याचारों, अनाचारों के विरुद्ध स्वयंमेव प्रस्फुटित होता है, जिसे सहन करना कोई साधारण बात नहीं है।''[1] कोविड–19 में पत्रकारिता के क्षेत्र मं महिला पत्रकारों के समक्ष कई प्रकार की सामाजिक विषमता है जिसमें समाज कोविड–19 से ग्रसित या उनकी विभिन्न समस्याओं को महिला पत्रकारों ने जनसंचार और मीडिया के माध्यम से उनको उजागर (स्प''ट) किया। जिससे राष्ट के प्रत्येक वर्ग का व्यक्ति इस महामारी से परिचित हो सकें।

''सूचना प्रौद्योगिकी के अधिकाधिक प्रयोग एवं इंटरनेट के विस्तार के कारण, मानव जीवन के विभिन्न क्षेत्रों की गतिविधियों में क्रांतिकारी परिवर्तन आये हैं। इसका प्रभाव समाज की अर्थव्यवस्था एवं प्रशासनिक व्यवस्था पर व्यापक रूप से पड़ा है। व्यापारिक, वाणिज्यिक गतिविधियों में इस प्रौद्योगिकी ने एक विशेष स्थान अर्जित कर एक नई अर्थव्यवस्था का सूत्रपात ई–वाणिज्य

(ई–कॉमर्स) के रूप में किया है।''[2]

महिला पत्रकार ई–पत्रकारिता से जुड़ चुकी हैं उसका कारण ग्रामीण एवं दूरस्थ क्षेत्रों में पत्रकारिता ने हीं पूरे समाज और राष्ट्र को बदला ह। जिससे सामाजिकता परिवर्तित हुई है। ये सारे कारण तकनीकी बदलाव पोर्टल एवं वेबसाइट के द्वारा हुए हैं। इसके अलावा महिला पत्रकारों ने अपने ज्ञान एवं विवेक के द्वारा वैश्विक त्रासदी से कैसे बचे, लोगों को जागरूक भी किया है।

"एक अन्य प्रमुख नेटवर्क नेशनल इन्फार्मेटिक संटर (एन.आई.सी.) के रूप में सामने आया जिसने प्रायः सभी जनपद मुख्यालयों को राष्ट्रीय नेटवर्क से जोड़ दिया। एन.आई.सी. आज देश के विभिन्न भागों में 1460 स्थलों को अपने नेटवर्क के जरिए जुड़े हुए हैं। यह नेटवर्क बहुत सूक्ष्म अमस्चार टर्मिनल्स (बी. एम. ए. टी.) पर आधारित है। एन.आई.सी. का मुख्य उद्देश्य राज्यकीय कार्यक्रमों के लिए सूचना जारी करना है। लेकिन काफी समय से एन.आई.सी. अर्ध सरकारी संगठनों के लिए भी बैंडविड्थ उपलब्ध करा रहा है।"[3]

महिला पत्रकार नई तकनीकी को भी अपना रही है। जिसका संबंध वेबसाइट एवं पोर्टल से है। अधिकतर महिला पत्रकार आधुनिक तकनीकी पक्ष को वरीयता देती है। महिला पत्रकारों को विकासशील बनाने में कंप्यूटर, इंटरनेट, रेडियो आलेख, सम्पादकीय आलेखन, विज्ञापन मीडिया, की प्रमुख भूमिका है इन सभी के द्वारा महिला पत्रकारों ने प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष रूप से समाज में एक नया स्थान प्राप्त किया। जिससे वे अपने संपादकीय लेखन के माध्यम से पत्रकारिता को अधिक सशक्त बनाये और देश को एक नई दिशा दें। बहुत सी महिला पत्रकारों ने कोविड के दौरान विज्ञापनां के माध्यम से समाज को जागरूक किया। विज्ञापन के द्वारा समाज को एक नई दिशा दी जाती है। जो समाज का अशिक्षित एवं अपमानजनक वर्ग है, उसे चेतन्य किया जाता है।

"आज तो किसी पक्ष को जीवित रखना या मार डालना विज्ञापन दाताओं के हाथ में है। अच्छे से अच्छा पत्र हो यदि विज्ञापनदाता उसे विज्ञापन न दे तो उसका चलना भी असंभव हो जाए। लार्ड नार्थक्लिफ ने विज्ञापनों की प्राप्ति की प्रतिस्पर्धा में बिक्री की सर्टिफिकेट पेश करने पर, विज्ञापन देने की आवाज उठाई वे स्वयं पत्रकार थे। कदाचित उस समय उन्होंने यह अनुभव नहीं किया कि उनकी इस नीति से कितना भारी अनर्थ होने जा रहा है।"[4] पत्रकारों ओर पत्रकारिता का आपस में समन्वय है तभी बहुत से पत्रकार अपनी क्षमताओं के द्वारा किसी भी अवधारणा को व्यवहारिक रूप दे देते हैं। कोविड–19 के दौरान राष्ट्र को स्वस्थ एवं स्वच्छ बनाने में विज्ञापनों की अहम भूमिका रही है। जैसे डिटॉल से बार–बार हाथ साफ करना, दो गज दूरी रखना, मास्क पहनना, भीड़–भाड़ वाले इलाके में न जाना, गर्म पानी का सेवन करना। एवं स्वच्छ और गर्म भोजन करना। इन सभी ने कोविड के दौरान ग्रामीण एवं शहरी लोगों को अधिक जागरूक किया। जिससे वे महामारी से बचें और अपने परिवार को बचाएं।

"आज भारत सूचना क्रांति के अग्रइत के रूप में पहचाना जाता है। जीवन और समाज के प्रत्येक क्षेत्र में आज जब सूचना क्रांति का प्रवेश हो चुका है तो भला जनसंपर्क इससे अछूता कैसे रह सकता था। जनसंपर्क के क्षेत्र में आज सूचना तकनीक (कंप्यूटर) का जमकर प्रयोग किया जा रहा है। दूसरे शब्दों में कहा जा सकता है। कि सूचना–तकनीक ने आज जनसंपर्क

कर्म का चेहरा ही बदल कर रख दिया है। इसके अलावा प्रचार के कार्य में भी कंप्यूटर आदि का खूब प्रयोग किया जा रहा है।''[5]

महिला पत्रकारों ने अपने विषयों को अधिक जागरूक करने के लिए बहुत से समाज के समक्ष कोविड–19 के दौरान हुई दुर्घटनाओं से परिचय कराया। जिस कारण से लोग महामारी से परिचित होकर अपना मोहल्ला, कालानी, नगर को कैसे बचाएं और परिवार एवं समाज को स्वच्छता की दृष्टि से अच्छा जीवन जीने की प्रेरणा दें।

''आधुनिक युग में संचार के लिए भाषण और शब्दों का प्रयोग ही अधिक किया जाता है। भाषा का विकास मानव के पृथ्वी पर आने के हजारों साल बाद हुआ। संचार शब्द को विभिन्न विद्वानों ने अपने–अपने तरीके से परिभाषित करने का प्रयास किया है। डेनिस मैक्वेल के मुताबिक, संचार, प्रक्रिया से आपसी सामंजस्य में वृद्धि होती है तथा संचार एक प्रक्रिया है जो भागीदारी तथा सहभागिता पर आधारित है।''[6]

महिला पत्रकारों की कार्यशैली पुरू''ा पत्रकारों से अलग होती है। उन्होंने अपने नए तरीके से जीवन को व्यवहारिक बनाने का कोविड–19 के दौरान लोगों को जागरूक किया जिससे शासन और लोगों के बीच में अच्छा तालमेल हो सके। महिला पत्रकारों ने स्वास्थ्य संबंधी सभी विभाग एवं कर्मचारियों को भी सहयोगात्मक भावना को विकसित करने की सलाह दी। जिसमें प्रमुख रुप से ए.एन.एम., जी.एन.एम., डॉक्टर, सिविल सर्जन, चिकित्सा अधिकारी, चिकित्सक अधीक्षक, नर्स एवं वार्ड वॉय को राष्ट्र की सेवा करने के लिए प्रेरित किया।

''पत्रकारिता का प्राणतत्व समाचार है। मानव की ज्ञान–पिपासा तब शांत होती है जब वह समाचार सुन लेता है, अथवा पढ़ लेता है। प्रातः कालीन नित्य क्रियाकलापों का एक अभिन्न अंग नये–नये समाचारों की जानकारी प्राप्त करना है क्योंकि यह आधुनिक जीवन की एक अनिवार्यता है। जिसमें सभी की रूचि रहती है।''[7]

पत्रकारिता के क्षेत्र में महिला पत्रकारों का परिवार, समाज और राष्ट्र पर विशेष प्रभाव पड़ा। जिससे देश का प्रत्येक व्यक्ति सशक्त और तेजस्वी बन सके। महिला पत्रकारों ने देश के विभिन्न शहरों, कस्बों एवं ग्रामों में जाकर लोगों से मेल–मिलाप किया। जिससे समाज और समुदाय के आयाम परिस्थितिजन्य बने। विकास की अनेक धाराएँ अपनी योग्यता के द्वारा समाज तक पहुँचाई जिससे समाज और राष्ट्र का सही रूप से प्रबंधन हो सके। तभी पूरा समाज विकास के मापदंडों पर चल सकता है। पत्रकार समाज के लिए चेतन्यदाता होता है जो अपनी कर्म और योग्यता के आधार पर समाज के प्रत्येक वर्ग के व्यक्ति को चैतन्य बनाता है।

सन्दर्भ सूची

1 'ार्मा जगदीश, पत्रकारिता प्रशिक्षण, हरीश विश्वविद्यालय प्रकाशन आगरा, संस्करण–नवीन संस्करण, पृ''ठ–46

2 शिप्रा कुमारी, जनसंचार एवं पत्रकारिता, ओमेगा पब्लिकेशन्स नई दिल्ली, संस्करण–2008, पृ''ठ–48

3 शिप्रा कुमारी, जनसंचार एवं पत्रकारिता, ओमेगा पब्लिकेशन्स नई दिल्ली, संस्करण–2008, पृ''ठ–71

4 संतो''ा कुमार, पत्रकारिता बल आज और कल, ओमेगा पब्लिकेशन्स नई दिल्ली, संस्करण–2012, पृ''ठ–130

5 मीनाक्षी सिंह, जनसंपर्क प्रबंधन, ओमेगा पब्लिकेशन्स नई दिल्ली, संस्करण–2008, पृ''ठ–62

6 मीनाक्षी सिंह, जनसंपर्क प्रबंधन, ओमेगा पब्लिकेशन्स नई दिल्ली, संस्करण–2008, पृ''ठ–56

7 शिप्रा कुमारी, जनसंचार एवं पत्रकारिता, ओमेगा पब्लिकेशन्स नई दिल्ली, संस्करण–2008, पृ''ठ–95