The Academic
International Journal of Multidisciplinary Research

An Online Peer Reviewed / Refereed Journal
Volume 2 | Issue 9 | September 2024
ISSN: 2583-973X (Online)
Website: www.theacademic.in

संचार का विकास तथा मीडिया एवं जेंडर का बदलता स्वरुप

गुलिस्ता गौहर

प्रधानाध्यापक(कार्यवाहक), प्राथमिक विद्यालय बेगमनगर(दानपुर), आसफपुर बदायूँ।

बेसिक शिक्षा विभाग, उत्तर-प्रदेश

संचार- एक या एक से अधिक व्यक्तियों तक अपनी बात को पहुंचाना संचार कहलाता है, यहाँ बात का अर्थ सूचना, भावना अथवा विचार से लगाया जा सकता है | संचार की प्रक्रिया में ऐसे तीन महत्वपूर्ण तत्व होते हैं जिनके बिना संचार प्रक्रिया पूर्ण नहीं हो सकती है, ये तीन तत्व हैं-

1- प्रेषक- प्रेषक वह व्यक्ति होता है जो सन्देश भेजता है।

2- चैनल- चैनल से आशय उस माध्यम से है जिसके द्वारा विचारो का आदान प्रदान किया जाता है।

3- प्राप्तकर्ता- प्राप्तकर्ता वह व्यक्ति होता है जिस तक सन्देश को पहुंचाया जाता है।

संचार शाब्दिक एवं अशाब्दिक होता है जहाँ शाब्दिक संचार को लिखित एवं मौखिक में बांटा जाता है वही अशाब्दिक संचार के अंतर्गत संकेतो के प्रयोग पर संचार प्रक्रिया निर्भर होती है।आज संचार अपने जिस रूप में हमारे सामने है वह वर्षो या फिर कहना उपयुक्त होगा कि सदियों की विकासात्मक प्रक्रिया का परिणाम है, संचार प्रक्रिया के संक्षिप्त इतिहास को कुछ विद्वानों के अनुसार इस प्रकार बांटा जा सकता है-

१-मानव के उद्भव से लगभग 1000000 ईसा पूर्व - मानव के उद्भव के पश्चात एक लम्बी अवधि तक वाणी के अभाव में संचार शारीरिक संकेतो यानि हाव भाव तक सीमित था

२- 1000000 ईसा पूर्व से 30000 ईसा पूर्व- इस अवधि में मानव वाणी के प्रादुर्भाव से शाब्दिक संचार का मौखिक प्रकार हमारे सामने आया

३- 30000 ईसा पूर्व से 7000 ईसा पूर्व- यह अवधि प्रतीकों के विकास के लिए जानी जाती है यथा गुफा चित्रों का प्रयोग (भीमबेठका शैल चित्र) प्रारम्भ हुआ

४- 7000 ईसा पूर्व से 3500 ईसा पूर्व- यह अवधि लिपि विकास के लिए जानी जाती है जिससे लेखन का मार्ग प्रशस्त हुआ

५- 3500 ईसा पूर्व- यह अवधि वर्णमाला विकास के लिए जानी जाती है

६- 18वी सदी का काल- इस काल में मुद्रण का प्रारम्भ हुआ जो संचार प्रक्रिया के विकास में एक उल्लेखनीय चरण था

७- आधुनिक संचार युग- वर्तमान समय में रेडियो, टीवी, मोबाइल और अब इंटरनेट संचार क्रांति में महत्वपूर्ण भूमिका निर्वहन कर रहे है

माध्यम (मीडिया)- जब चर्चा की जाती है संचार के तत्वों की तो तीन प्रमुख तत्वों में दुसरे क्रम पर आता है माध्यम, मीडिया ही वह तत्व है जिसके द्वारा प्रेषक अपनी बात को प्राप्तकर्ता तक पंहुचा पाता है, इसके बिना निःसन्देह संचार प्रक्रिया पूर्ण नहीं हो सकती है| मीडिया के प्रकार एवं उनके ऐतिहासिक विकास क्रम को निम्न प्रकार समझा जा सकता है-

1- प्रिंट मीडिया- मुद्रण का इतिहास भारतीय समाज में बहुत प्राचीन रहा है इसके प्रारंभिक लक्षण हड़प्पा सभ्यता की उस सील में देखा जा सकता है जिनका प्रयोग वस्तुओ को उनके निर्धारित स्थान तक सुरक्षित रूप से पहुंचाने के लिए किया जाता था, मुद्रण के क्षेत्र में क्रांति का अनुभव तब किया गया जब वर्ष 1454 के आसपास गुटेनबर्ग ने प्रिंटिंग मशीन का आविष्कार किया।

भारत में प्रिंट मीडिया का इतिहास-

भारत में आधुनिक युग में मुद्रण की शुरुआत 16वी सदी में देखी जा सकती है जब यूरोपीय व्यापारी और मिशनरियां भारत में मुद्रण तकनीक लेकर आई, भारत में प्रथम छापाखाना भी पुर्तगालियों द्वारा वर्ष 1556 में लगाया गया, वर्ष 1780 में जेम्स ऑगस्टस हिक्की ने कलकत्ता से भारत का पहला समाचार पत्र बंगाल गजट प्रकाशित किया और 1990 के दशक तक आते-आते समाचार पत्रों का बड़ी संख्या में प्रकाशन होने लगा।

2- इलेक्ट्रॉनिक मीडिया- इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों का प्रयोग करके सूचनाओं का आदान-प्रदान करने वाला मीडिया इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के रूप में जाना जाता है, यथा- रेडियो,टीवी, मोबाइल, इंटरनेट आदि ।

(क) रेडियो- रेडियो विद्युत् चुंबकीय तरंगो के माध्यम से सूचना प्रसारण में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निर्वहन करता है. विद्युत् चुंबकीय तकनीक विद्युत् चुंबकीय तरंगो का उपयोग करके ध्वनि को बिना तार के लम्बी दूरी तक प्रसारित करने में सक्षम तकनीक है, रेडियो का अविष्कार इटली के मार्कोनी ने 1890 के दशक में किया था वही रेडियो प्रसारण की शुरूआत कनाडा के वैज्ञानिक ने 24 दिसंबर 1906 में एक संगीत प्रसारण के रूप में की थी.

भारत का पहला रेडियो स्टेशन बॉम्बे में वर्ष 1923 में खोला गया, वर्ष 1930 में सरकार ने इसे अपने स्वामित्व में लेते हुए इसका नाम इंडियन ब्राडकास्टिंग किया, वर्ष 1936 में इसका नाम एक बार फिर बदला गया और अब इसे आल इंडिया रेडियो के नाम से जाना जाने लगा वही वर्ष 1957 में इसका

नाम आकाशवाणी रखा गया. सर्वविदित है कि 1942 के भारत छोड़ो आंदोलन में उषा मेहता के नेतृत्व में जय प्रकाश नारायण और राम मनोहर लोहिया जैसे महान नेताओ ने भारतवासियों को आंदोलन के बारे में सूचना देने, जागृत करने एवं आंदोलन में भाग लेने हेतु प्रेरित करने में रेडियो प्रसारणों द्वारा महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।.

(ख) टेलीविज़न- टेलीविज़न संचार का एक ऐसा ऐसा माध्यम है जो सूचना देने के साथ ही मनोरंजन का कार्य करता है या फिर कहाँ जा सकता है की टीवी मनोरंजनपूर्ण तरीके से कठिन सूचना को भी बड़ी सहजता और सरलता से प्रस्तुत कर देता है, यह तकनीक छवियों को गतिशील रूप में ध्वनि के साथ मिलाते हुए बड़े ही जीवंत तरीके से दर्शको के सामने परोस देता है और यही कारण टीवी को आज तक किसी न किसी रूप में घर-घर में लोकप्रिय बनाये हुए है।

संसार और भारत में टीवी का ऐतिहासिक विकासक्रम-

सर्वप्रथम यांत्रिक टीवी का अविष्कार वर्ष 1884 में पाल नेपको द्वारा किया गया था, पहला इलेक्ट्रॉनिक टीवी वर्ष 1928 में फिलो फोरंसवर्थ द्वारा दुनिया के सामने प्रस्तुत किया गया एवं पहला रंगीन टीवी जॉन बेयर्ड लोगी द्वारा वर्ष 1928 में बनाया गया.

यदि चर्चा की जाए भारत की तो सर्वप्रथम वर्ष 1959 में दिल्ली से पहला टीवी कार्यक्रम प्रसारित किया गया , वर्ष 1972 में टीवी सेवा मुंबई में तथा 1975 में कलकत्ता और चेन्नई जैसे बड़े शहरो में प्रारम्भ हुई।

(ग) मोबाइल फ़ोन- यह एक इलेक्ट्रॉनिक उपकरण है जो एक जगह से दुसरे जगह आसानी से ले जाए जा सकने वाली तकनीक पर आधारित है और यह वायरलेस एनीटाइम एनीवेयर संचार प्रक्रिया को सुगम बनाने वाली तकनीक है, मोबाइल फ़ोन का अविष्कार मोबाइल फ़ोन का जनक कहे जाने वाले मार्टिन कूपर ने वर्ष 1973 में अमेरिका में किया था.

(घ) इंटरनेट- इंटरनेट दुनिया में उयलब्ध सभी कम्प्यूटर्स को जोड़ने की एक विधि है, इंटरनेट का प्रारम्भ आर्पानेट के निर्माण के साथ 1960 के दशक में अमेरिका में हुआ था, वर्ष 1990 में WWW (वर्ल्ड वाइड वेब) की खोज ने इंटरनेट की दुनिया में उल्लेखनीय योगदान दिया ।

(ड़) सिनेमा- सिनेमा कहानी सुनाने या दिखाने की वह कला है जो विचारो और भावनाओ को अभिव्यक्त करने के लिए चल चित्रों का प्रयोग करती है, यह स्थिर छवियों को तेजी से चलाकर उसमे एक गति पैदा करने की तकनीक कही जा सकती है।

सिनेमा का इतिहास-

सिनेमा और टीवी मनोरंजन का लोकप्रिय साधन है, सिनेमा का प्रेरणा स्त्रोत नाटक या रंगमंच को माना जा सकता है जो आगे जाकर टीवी तथा सिनेमा के रूप में परिवर्धित हुआ है ।

सिनेमा में संवादों के माध्यम से कहानी को आगे बढ़ाया जाता है और संवादों का पहला उदहारण हमें भारतीय इतिहास में 1500 ईसा पूर्व ऋग्वेद के दशम मंडल के संवाद सूक्त में जिसमे यम-यमी संवाद, सरमा-पणि संवाद एवं विश्वामित्र-नदी संवाद के उदाहरण मिलते हैं, तत्पश्चात उपनिषद की लेखन शैली में भी संवाद शैली के दर्शन होते है, थोड़ा और आगे बढ़ने पर बुद्धकाल में अश्वघोष ने विश्व को प्राचीनतम नाटक सारिपुत्र-प्रकरण (जोकि अपूर्ण नाटक था परन्तु प्रथम था) दिया। यहाँ चर्चा करनी होगी इंडो ग्रीक आगमन की भी जिनके साथ भारत में यवनिका एवं दुखान्त नाटकों का विधिवत प्रारम्भ हुआ जिसकी परिणति हमे शूद्रक के मृच्छकटिकम में देखने को मिलती है, भास के 13 नाटक और फिर नाट्य की बाइबिल कही जाने वाली नाट्यशास्त्र ने इस विधा का मार्ग प्रशस्त किया। गुप्तकाल में महाकवि कालिदास के अविस्मरणीय नाटक अभिज्ञानशाकुंतलम और अन्य नाटक इस विधा के क्षेत्र में आज भी मील का पत्थर हैं, वही लेखक राजा के नाम से प्रसिद्ध वर्धन वंशीय हर्षवर्धन ने भी इस विधा को एक नई युक्ति गर्भनाटक के रूप में दी ।

टीवी, रेडियो, सिनेमा इन सभी के द्वारा रस और आनंद की अनुभूति करते हुए जागरूकता,मनोरंजन जैसे उद्देश्यों को पूर्ण किया जाता है तथा नृत्य इन सभी माध्यमों में एक महत्वपूर्ण भूमिका वहन करता है, नृत्य का इतिहास तो वेदो से भी प्राचीन है जहाँ हड़प्पा सभ्यता के मोहनजोदड़ो नगर से मिली कांस्य नर्तकी की प्रतिमा आज तक अपनी मुद्रा से अचंभित करती है. जहाँ वैदिक काल में भी नृत्य मनोरंजन का मुख्य साधन रहा और स्त्री-पुरुष सभी इसमें सामान रूप से प्रतिभाग करते रहे वही बंगाल में पाल युगीन ६ भुजा वाले नृत्यरत गणेश की मूर्ति हो या चोलकालीन नृत्यरत नटराज की शिव प्रतिमा ये सभी नृत्य की प्राचीनता का प्रमाण प्रस्तुत करते हैं.

भारत में सिनेमा का इतिहास-

भारत में व्यावसायिक सिनेमा का प्रारम्भ वर्ष 1863 में लुमियरे ब्रोदर्स की फिल्म के बॉम्बे में प्रदर्शन के साथ हुआ, वही किसी भारतीय द्वारा बनाई गई पहली फिल्म 1913 में दादासाहेब फाल्के द्वारा बनाई गई राजा हरिश्चंद्र थी इसलिए ही दादासाहेब फाल्के को भारतीय सिनेमा जगत का जनक कहा जाता है, चूकि राजा हरीशचंद्र बिना ध्वनि की यानि एक मूक फिल्म थी इसलिए भारतीय सिनेमा की पहली बोलती फिल्म बनाने का श्रेय अर्देशिर ईरानी को जाता है जिन्होंने वर्ष 1931 में पहली बोलती फिल्म आलमआरा बनाई, जहाँ 1950-1960 के दशक को भारतीय सिनेमा का स्वर्ण युग कहा जाता है वहीँ वर्तमान समय में डिजिटल प्लेटफॉर्म्स जैसे ओटीटी आदि सिनेमा के नए आयाम से दर्शको का परिचय करवा रहे हैं।

(च) विज्ञापन- विज्ञापन किसी उत्पाद या सेवा के बारे में उपभोक्ता को जागरूक करने और उनकी रूचि जागृत करने का एक साधन और माध्यम है-

विश्व का प्रथम विज्ञापन सम्भवता 3000 ईसा पूर्व मिस्र में मिले विज्ञापन को माना जाता है जिसमे एक भगोड़े गुलाम को खोजने और बुनाई की दुकान के प्रचार का जिक्र है । वहीँ भारत में विज्ञापन का पहला उदहारण गुप्तकालीन मंदसौर प्रशस्ति में मिलता है जोकि रेशम बुनकरों की कौशल पूर्ण सेवाओं की घोषणा करता है ।

जेंडर- सामान्यतः जेंडर एवं सेक्स को समानार्थी रूप से प्रयुक्त किया और समझा जाता है परन्तु जहाँ एक तरफ सेक्स व्यक्ति के प्राकृतिक अंतर एवं शारीरिक सरंचना में भिन्नता यथा गुणसूत्र, हॉर्मोन एवं प्रजनन अंग के अंतर को दर्शाता है वही जेंडर एक सामाजिक सरंचना है जो किसी व्यक्ति की आत्म पहचान को दर्शाता है कि वह स्वयं को एक महिला, पुरुष या अन्य किसी लिंग के रूप में कैसे जानता, समझता एवं स्वीकार करता है|

टेलीविज़न एवं सिनेमा जगत में जेंडर विषमता तथा जेंडर भूमिकाओं का क्रमिक विकास- संसार में कोई भी व्यक्ति एक लिंग विशेष की पहचान के साथ जन्म लेता है परन्तु जन्म के कुछ ही समय पश्चात् से या फिर कहा जा सकता है की जन्म के समय से ही परिवार, समुदाय और फिर विद्यालय कभी स्वाभाविकतः तो कभी अप्रत्यक्ष रूप से जेंडर रोल्स समझाने का काम करते है वही मीडिया भी इन भूमिकाओं के निर्माण में तथा फिर पुनर्निर्माण में अपनी भूमिका का निर्वहन करता चला आ रहा है| यदि इस सन्दर्भ में टीवी की भूमिका पर चर्चा की जाय तो विश्लेषण करना होगा विज्ञापनों का भी-

(अ) सामान्यतः विज्ञापन किसी भी संचार साधन यथा रेडियो(श्रव्य) या टीवी(दृश्य श्रव्य) के लिए निर्मित किया जाए,इसके निर्माण के समय यह विशेष ध्यान रखा जाता है कि जिस वर्ग को लुभाने के लिए विज्ञापन का निर्माण किया जा रहा है विज्ञापन में उसी वर्ग की आवाज़े (यदि विज्ञापन का प्रसारण रेडियो पर किया जाना है) या फिर चेहरे (यदि विज्ञापन टीवी के लिए बनाया जा रहा है) दिखाए जाएँ, उदहारण के लिए जहाँ शेविंग क्रीम के विज्ञापन में पुरुष चेहरे लिए जाते हैं वही बिंदी की विज्ञापन में महिला चेहरे। अब यदि दृष्टि डाली जाए 1970 के दशक के उत्तरार्ध के चर्चित विज्ञजनों पर तो उस समय तक 'सबकी पसंद निरमा' (जोकि एक डिटर्जेंट पाउडर है),का विज्ञापन सबकी ज़बान पर चढ़ चुका था, तभी वर्ष 1982 निरमा के ही एक नए विज्ञापन में तत्कालीन सर्वप्रसिद्ध महिला चेहरों हेमा, रेखा,जया और सुषमा को लेकर एक नई पंक्ति जोड़ी गई और यह विज्ञापन तत्कालीन सर्वप्रसिद्ध विज्ञापनों में सबसे लोकप्रिय विज्ञापन रहा, परन्तु ये इतना अधिक चर्चित विज्ञापन इस बिंदु पर केंद्रित था कि तत्कालीन सुप्रसिद्ध महिला चेहरे निरमा को पसंद करते हैं तथा उसी से कपडे धुलते हैं, यहाँ तक की इन चारों को टीवी स्क्रीन पर हँसते-मुस्कुराते कपडे धुलते हुए भी दिखाया गया| अब जहाँ एक तरफ ये विज्ञापन हमारे तत्कालीन समाज का दर्पण था जहाँ अधिकतर महिलायें गृहणियां होती थी वही इस विज्ञापन ने जेंडर भूमिका भी समझा दी कि कपडे धुलना महिलाओ का काम है| निरमा के पश्चात् वर्ष 1990 में प्रसारित

विज्ञापन 'सुनो बहना फेना ही लेना' भी काफी चर्चित विज्ञापनों में से था, यहाँ भी यही बताने का प्रयास किया गया था की फेना तो बहना ही लेगी क्योकि कपडे बहन ने ही धुलने हैं,आखिर भाई फेना क्यों नहीं ले सकता और कपडे क्यों नहीं धुल सकता? वही यदि अब हम विश्लेषण करें 21वी सदी के डिटर्जेंट साबुन की विज्ञापनों का तो अब 'रिन' के विज्ञापन में भाई कपडे रगड़ता नज़र आता है वहीँ एरियल ने तो अपनी टैगलाइन ही बना दी है "शेयर दी लोड" यानी डिटर्जेंट पाउडर के विज्ञापनों में समय के साथ बदलती जेंडर भूमिकाएं मुखर होती जा रही हैं|

अब यदि बात करें विक्स के विज्ञापन की तो यहाँ भी बदलती जेंडर भूमिकाएं साफ़ तौर पर दिखाई पड़ती हैं जहाँ एक विज्ञापन में गले की जकड़न से व्यथित बच्चा अपने पापा से कहता है माँ चाहिए और पापा देते हैं माँ जैसा आराम देने वाली विक्स, वही विज्ञापन के क्लाइमेक्स में मम्मी भी अपने ऑफिस से जुड़ जाती है विडिओ कॉल पर,यहाँ भी बदलती जेंडर भूमिकाओं को सकारात्मक दृष्टिकोण के साथ प्रस्तुत किया गया है जहाँ माँ वर्किंग हैं और पापा घर में बच्चे का ख्याल रखने के लिये उसके साथ घर पर रुके हैं|

जहाँ पहले एनर्जी ड्रिंक्स के विज्ञापनों में पापा थककर बाहर से आते थे और सूरज को उनकी सारी एनर्जी चूसते हुए दिखाया जाता था वही आजकल वीमेन हॉर्लिक्स और एनर्जी ड्रिंक्स के विज्ञापन में चर्चित अभिनेत्रियों को दिखाया जाना बदलती जेंडर भूमिकाओं की ओर एक स्पष्ट संकेत करता है । परन्तु आज भी कुछ विज्ञापन और उनके निर्माता जेंडर रूढ़िबद्धता से ग्रसित हैं उदहारण के लिए जब भी अक्षय कुमार हार्पिक और एक माइक लेकर घर में एंट्री लेकर पूछते हैं कि "क्या आपका टॉयलेट क्लीन है?", उनके सामने हमेशा खड़ी नज़र आती हैं महिलायें, जैसे टॉयलेट को साफ़ रखना बस महिलाओं का ही काम और उत्तरदायित्व है । वही ग्रीन टी के विज्ञापन भी अधिकतर सुन्दर और छरहरी काया वाली अभिनेत्रियों को ही कास्ट करते हैं कभी अभिनेताओं को नहीं, जैसे बस सुन्दर और छरहरा होना लड़कियो की ही ज़रूरत है क्युकी उन्हें शादी के लिए खुद को हमेशा से शोकेस जो करना होता है| वही टूथपेस्ट और परफ्यूम के विज्ञापनों में आज भी महिलाओ को उत्पाद के तौर पर दिखाया जाता है जैसे महिलायें बस खुशबू सूंघकर अपना जीवनसाथी चुन लेती हैं, यहीं जेंडर रूढ़िबद्धता अपने चरम पर तो तब पहुंच जाती है जब एक अंडरवियर के विज्ञापन में रश्मिका मंधना जैसी बड़ी स्टार विक्की कौशल का अंडरवियर ही देखती रह जाती है और इम्प्रेस हो जाती है, क्या इस तरह के विज्ञापन 21वी सदी में भी महिलाओ के इंटेलेक्ट पर प्रश्न चिन्ह लगाने का काम नहीं कर रहे हैं?

(ब) टीवी एवं बदलती जेंडर भूमिकाएं-

विज्ञापन से इतर अब यदि विश्लेषण किया जाए टीवी यानि धारावाहिक में जेंडर और इसकी बदलती भूमिकाओं का तो हमे एक बार फिर रुख करना होगा इतिहास का, 1990 का दशक जब दूरदर्शन ही मनोरंजन और सूचना प्रसारण का एकमात्र माध्यम था| धारावाहिक हमेशा से ही महिलाओ की रूचि के मद्देनज़र बनाये जाते रहें है जिससे की महिलायें पूरा दिन घर संभालते, हुए सबकी अपेक्षाओं पर खरे उतरते-उतरते जब बोझिल महसूस करें तब रस की अनुभूति लेकर अपना मन हल्का करने के लिए

धारावाहिक देख ले जहाँ उनकी ही कहानियों को दिखाया जाता है और यहीं वजह है कि समय के साथ धारावाहिको का रूप ज़रूर बदला परन्तु इनकी लोकप्रियता महिलाओ के बीच आज भी जस की तस बनी हुई है, परन्तु धारावाहिको का विश्लेषण करने पर ये बिंदु प्रकाश में आता है कि यहाँ जेंडर भूमिकाएं नकारात्मकता की और अग्रसर हुई हैं, हालाँकि रज़िया सुल्तान और झाँसी की रानी और तुलसी जैसे किरदार भी देखने को मिलते हैं लेकिन इन धारावाहिको ने कुछ रिश्तो विशेष को एक नकारात्मक छवि देने का काम किया है उदहारण के लिए-

1- 1990-2000 का दशक- इस दौर में जो धारावाहिक डीडी 1 पर प्रसारित हुए उनमे महिलायें बहुत सशक्त एवं सकारात्मक भूमिकाओं में नज़र आई जैसे- आरोहण, उड़ान तथा औरत, और इन सशक्त भूमिकाओं का प्रभाव तत्कालीन समाज पर भी दृष्टिगोचर हुआ तथा महिलायें सशक्त होती नज़र आई ।

2- 2000-2010 का दशक- इस दशक में भी दूरदर्शन का काफी बोलबाला था हालाँकि डिश टीवी प्रचलन में आ चुका था लेकिन संभ्रांत परिवारों तक सीमित था, भारत का आमजन अभी भी दूरदर्शन पर ही निर्भर था, इस समय भी न्यूज़ एंकर से लेकर धारावाहिक के किरदार तक महिलाओ की सकरात्मक छवि गढ़ते दिखाई पड़ते थे. स्त्री, उर्मिला,एयरहोस्टेस,मिस इंडिया,शिकवा,जो कहूंगा सच कहूंगा जैसे धारावाहिक में मज़बूत महिला किरदार गढ़े गए वही उदारीकरण के पश्चात् आये नए करियर ऑप्शंस जैसे ब्यूटी कांटेस्ट और एविएशन इंडस्ट्री पर भी महिलाओ को जागरूक किया । यद्यपि कुछ चरित्र ग्रे भी थे परन्तु शक्तिमान की गीता विश्वास जैसे सशक्त महिला किरदारों के सामने ये ग्रे रोल्स बौने ही नज़र आये ।

3- 2011-2020 तक का समय- अब दौर आया मल्टीपल चैनल्स और एकता कपूर का जहाँ इन चैनल्स की विविधता ने जन्म दिया गला काट टीआरपी प्रतियोगिता को, जहाँ सभी मूल्य और नैतिकता मानो भुला दी गई और अब जैसे टीवी की महिला किरदारों को षड़यंत्र करने के अलावा दूसरा कोई काम ही नहीं रहा, हालाँकि यहाँ प्रोडक्शन और डायरेक्शन में एकता कपूर ने कदम रखकर टीवी से लेकर सिनेमा इंडस्ट्री तक में महिलाओ के लिए बैकस्टेज क्रू बनने का दरवाज़ा खोला पर एकता कपूर ने कोमोलिका जैसे अन्य भी ऐसे टॉक्सिक महिला किरदार गढ़े जिसका प्रभाव भारतीय समाज पर टूटते परिवारों के रूप में साफ़ तौर पर देखा जा सकता है ।

4- 2020 से वर्तमान समय तक- अब तो दौर है बिग बॉस जैसे उन रियलिटी शोज का जहाँ नेशनल टीवी पर जो जितनी बड़ी और गन्दी गालियां देता है वो उतना बड़ा एंटरटेनर कहलाता है और टीआरपी बटोरता है, ठीक यही स्थिति हमारे टीवी के न्यूज़ एंकर की भी है|

(स) सिनेमा और बदलते जेंडर रोल्स-

अब बात आती है सिनेमा और जेंडर रोल्स के विश्लेषण की, यदि विश्लेषण का विषय सिनेमा हो और गानो का ज़िक्र न हो ये तो अन्याय होगा| जहाँ 1970-2000 के कालक्रम में गाने लिखे जाते थे-

एक लड़की को देखा तो ऐसा लगा,

जैसे वीणा की तान, जैसे रंगो की जान,

जैसे मंदिर में हो कोई जलता दिया|

क्या आज कोई गीतकार अभिनेत्री की तुलना माँ सरस्वती के वाद्य यन्त्र वीणा और मंदिर के पवित्र दिए से कर सकता है?

निःसन्देह इसका उत्तर होगा- नहीं , आज तो हनी सिंह कभी लड़की को बम बुलाते हैं तो कभी हॉट, फिर तो हीरो के लिए भी आतंकवादी और चायवाला जैसे शब्दों का प्रयोग होना चाइये जिनके लिए इन उपमाओ की सार्थकता तो सिद्ध की जा सके |

अब यदि बात फिल्मो की की जाए तो कुछ फिल्म समीक्षक तो कहते हैं कि सिनेमा ने महिलाओ को सशक्त महिला किरदारों के माध्यम से बहुत प्रेरित किया है, किरदार बहुत प्रगतिवादी दृष्टिकोण से लिखे जाने लगे हैं, काफी हद तक वो ठीक भी कहते हैं परन्तु सशक्त किरदार लिखे जाने का एकमात्र अर्थ यह तो नहीं लगाया जा सकता की ख़राब किरदार लिखे जाने बंद हो गए हो गए है| फिल्मे पहले भी दो प्रकार की होती थी 1- ए ग्रेड फिल्मे, 2- बी ग्रेड फिल्मे | फिल्मे आज भी दो ही प्रकार की होती हैं ए ग्रेड और बी ग्रेड| अंतर बस इतना है की अब बी ग्रेड फिल्मो में बड़े सितारों को लेकर दर्शको को इतना रोमांचित कर दिया जाता है कि ये बी ग्रेड होने का एहसास उतना अधिक नहीं करवाती हैं|

यदि भारतीय सिनेमा के इतिहास पर नज़र डाली जाए तो सबसे पहले नाम आता है वर्ष 1957 में आई फिल्म मदर इंडिया का, इसमें नरगिस दत्त का किरदार इतना सशक्त था की इसको महिला प्रधान भारतीय राष्ट्रीय फिल्म कह दिया जाए तो अतिश्योक्ति नहीं होगी, इसके बाद यदि बात की जाए 1970 के दशक की तो वर्ष 1972 से लेखक सलीम-जावेद की जोड़ी ने भारतीय सिनेमा में नीव रखी सशक्त महिला किरदारों की, ये ठीक वही दौर था जब देश की प्रधानमंत्री इंदिरा गाँधी थी और आधुनिक भारत का प्रत्येक व्यक्ति महिलाओ को एक अलग दृष्टि से देख पा रहा था, शायद इंदिरा के रूप में उन्हें अपने गौरवशाली इतिहास की रानी रुद्रम्मा, रज़िया सुलतान, और लक्ष्मीबाई याद आती रही होंगी और इसका सीधा असर हमारी फिल्मो के किरदारों पर भी दिखाई पड़ता है, कॉमिकली ही सही 1972 में आई फिल्म सीता और गीता में गीता के रूप में भारतीय सिनेमा को अपनी रील लाइफ इंदिरा गाँधी मिली जो किसी का ज़ुल्म और प्रभुत्व नहीं स्वीकार करने वाली थी, फिर 1975 में आई भारतीय सिनेमा के इतिहास का मील का पत्थर कही जाने वाली शोले की बसंती को भला कोई कैसे भूल सकता है जो अपने घर का हर वो काम करती थी जो कोई मर्द करता है बसंती बोल्ड भी थी और इंडिपेंडेंट भी, उसके बाद वर्ष 1988 में आई तीन फिल्मो यथा महावीरा, खून भरी मांग और अर्थ ने इस परंपरा को आगे बढ़ाया|

वहीँ चर्चा करनी होगी डॉन(1978) की भी जिसमे परवीन बॉबी का किरदार इतना लोकप्रिय रहा कि आज तक बिच्छू और एक था टाइगर में रानी मुकर्जी और कटरीना कैफ के किरदारों में फाइटर रोमा की झलक साफ़ दिखाई पड़ती है| पिंजर(2003) की पुरो,युवा(2004) की शशि, चक दे इंडिया(2007)

की पूरी कास्ट, इंग्लिश-विंग्लिश(2012) की शशि, डिअर ज़िन्दगी(2016) की काइरा, हिचकी(2018) की नैना माथुर इन सभी किरदारों के माध्यम से जहाँ भारतीय सिनेमा ने इतिहास कायम किया है वही मर्दानी(2014) की शिवानी शिवाजी रॉय, पीकू(2015), पिंक(2016), और डार्लिंग्स(2022)के बदरू और शम्सु जैसे किरदारों को दर्शको का भरपूर प्रेम और स्नेह मिला है।

वही संक्षिप्त में चर्चा कर लेते हैं बैकस्टेज भूमिकाओं की जहाँ टीवी क़्वीन का टाइटल अपने नाम किया है एकता कपूर ने वही आशिमा छिब्बर, ज़ोया अख्तर, और मेघना गुलज़ार(हाल ही में राष्ट्रीय फिल्म पुरस्कार से सम्मानित) जैसे नाम आज किसी पहचान के मोहताज नहीं हैं तथा ऑनस्क्रीन से लेकर ऑफस्क्रीन तक महिलाये अपनी नई भूमिकाओं की चुनौतियों को स्वीकारते हुए नित नए कीर्तिमान स्थापित कर रही हैं। हालाँकि आज भी यदा कदा आइटम सांग्स के नाम पर तो कभी बॉक्स ऑफिस रिपोर्ट के लोभ में महिला को बार-बार उत्पाद के तौर पर भी दिखाया जाता है परन्तु धीरे-धीरे ये तस्वीर परिवर्तित हो रही है और भविष्य में महिलाए और पुरज़ोर तरीके से उभरने के स्पष्ट संकेत दे रही हैं ।

सन्दर्भ-

1. अग्रवाल, ऋतु एवं मिश्रा, एम के, शिक्षण अधिगम के सिद्धांत, आगरा: राखी प्रकाशन, पृष्ठ संख्या- 26-37.
2. शर्मा, आर एस, इंडियाज़ एन्सिएंट पास्ट, ऑक्सफ़ोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस, पृष्ठ- 74-84.
3. सिंह, उपिंदर, प्राचीन एवं पूर्व मध्यकालीन भारत का इतिहास- पाषाण काल से 12वी शताब्दी तक, पीयरसन, पृष्ठ- २४०.
4. यूजीसी नेट जेआरऍफ़, पेपर 2- शिक्षाशास्त्र, अरिहंत प्रकाशन इंडिया लिमिटेड, पृष्ठ-529-528,
5. यशपाल, मेहता, ग्रोवर, आधुनिक भारत का इतिहास- एक नवीन मूल्यांकन, एस चंद हायर एकेडेमी, पृष्ठ-420.
6. अख्तर, जावेद,टॉकिंग सांग्स- इन कन्वर्सेशन विथ नसरीन मुन्नी कबीर, ऑक्सफ़ोर्ड इंडिया पेपरबैक, पृष्ठ-130.
7. प्रीतम, अमृता, रसीदी टिकट, इंडिया पेंगुइन, पृष्ठ-50.
8. चंद्र, सतीश, मध्यकालीन भारत-राजनीति, समाज और संस्कृति, ओरिएण्टल ब्लैक स्वान, पृष्ठ-82.
9. चतुर्वेदी, अरुण, सम्प्रेषण कला, केंद्रीय हिंदी संस्थान, आगरा, पृष्ठ- 91.