Bodhi International Journal of
Research in Humanities, Arts and Science

Vol. 10 Special Issue 4 May 2026
E-ISSN: 2456-5571

Emerging Employment in Contemporary Media

आधुनिक मीडिया में रोज़गार के नए अवसर

Dr. Poornima Srinivasan

Assistant Professor & Head, Department of Hindi, Vels Institute of Science, Technology & Advanced Studies, Chennai

DOI: *https://doi.org/10.64938/bijsi.v10i4.26.may435*

Crossref doi

Open Access

Manuscript ID:
BIJ-SPL4-MAY26-MD-435

Subject: Hindi

Received: 05.02.2026
Accepted: 09.02.2026
Published: 09.05.2026

Copy Right:

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Abstract

Food plays a crucial role in The contemporary media landscape has shifted away from traditional print and electronic formats, transforming into digital-first and AI-driven models. In India, affordable data rates and widespread smartphone accessibility have democratized entertainment and employment opportunities on a massive scale. Currently, there is a consistently rising demand for specialized professionals in sectors such as digital marketing, content creation, and data analytics. Women's participation in the media sector has increased to 25%, with digital platforms providing them with work flexibility and financial independence. Networks like 'PULA' and 'Amazon Saheli' have become fundamental pillars for the success of women entrepreneurs, granting them direct access to the national market. The future job market will be centered on AI augmentation, immersive media (VR/AR), and the flexible work models of the gig economy. For professionals, technical proficiency (in SEO and video editing) and data analysis, alongside ethical decision-making, have now become essential skills. In conclusion, the digital revolution has established new paradigms of employment, paving the way for inclusive economic development for every section of society

Keywords: Contemporary Media, Digital Transformation, Artificial Intelligence - AI, Digital Literacy, OTT Platforms, Employment Generation, Social Media Networking, Women Empowerment, Creator Economy, Financial Inclusion

आधुनिक मीडिया का उदय और संक्रमण

सूचना प्रौद्योगिकी और जनसंचार के अभिसरण (Convergence) ने समकालीन मीडिया को एक ऐसा नया स्वरूप प्रदान किया है, जो पारंपरिक सीमाओं को पार कर चुका है। पिछले कुछ वर्षों में, मीडिया परिदृश्य का केंद्र 'लीनियर टेलीविजन' और 'प्रिंट' से हटकर **डिजिटल-प्रथम** और **एआई-संचालित** मॉडल्स पर केंद्रित हो गया है। यह संक्रमण केवल तकनीकी बदलाव नहीं है, बल्कि यह सूचना के लोकतंत्रीकरण की एक ऐसी प्रक्रिया है जिसने उपभोक्ताओं को सामग्री के सह-निर्माता के रूप में स्थापित किया है। रोजगार के नवीन आयाम और समावेशिता, एआई का प्रभाव और भविष्य की संभावनाएं आदि विषयों पर प्रकाश डालने का लघु प्रयास किया गया है।

समकालीन मीडिया क्या है?

"***Emerging media is the one that employs of digital technology to communicate message to the masses in a new and innovative ways. It has altered the influence of distance. Emerging media enables interactive communication and permits the merging of various media forms***" 1 **अर्थात,** समकालीन मीडिया, जिसे अक्सर "उभरता मीडिया" या "नया मीडिया" भी कहा जाता है, सूचना प्रौद्योगिकी, दूरसंचार और पारंपरिक मास मीडिया के अभिसरण (Convergence) का परिणाम है। यह डिजिटल क्रांति द्वारा संचालित है, जिसने सामग्री) के निर्माण, वितरण और उपभोग के तरीके को पूरी तरह बदल दिया है। इसकी मुख्य विशेषता यह है कि यह सूचना के द्वि-मार्गी और इंटरैक्टिव आदान-प्रदान की अनुमति देता है, जिससे भौगोलिक बाधाएं समाप्त हो गई हैं। समकालीन मीडिया अब केवल सूचना देने का साधन नहीं है, बल्कि यह एक "अनुभव अर्थव्यवस्था" बन गया है जहाँ वैयक्तिकरण और इंटरैक्टिविटी सबसे महत्वपूर्ण हैं।

Bodhi International Journal of
Research in Humanities, Arts and Science

Vol. 10 Special Issue 4 May 2026
E-ISSN: 2456-5571

समकालीन मीडिया की आवश्यकता

समकालीन मीडिया की आवश्यकता सूचना के तीव्र और समावेशी प्रवाह के लिए है। यह तकनीकी प्रगति और मानवीय रचनात्मकता का एक शक्तिशाली मेल है।समकालीन मीडिया आर्थिक विकास की गति बनाए रखने और भविष्य की पीढ़ी को डिजिटल रूप से साक्षर बनाने के लिए आवश्यक है। समकालीन मीडिया आज के डिजिटल युग में केवल एक विकल्प नहीं, बल्कि एक अनिवार्य आवश्यकता बन गया है। इसके प्रमुख कारण निम्नांकित हैं:

1. **वैश्विक कनेक्टिविटी :** सूचना और संचार तकनीकों (ICT) के अभिसरण ने समय और स्थान की दूरी को खत्म कर दिया है। दुनिया के किसी भी कोने में सूचना को तुरंत साझा करने के लिए इसकी आवश्यकता है।
2. **आर्थिक विकास और रोजगार :** नए युग के उद्योगों को बढ़ावा देने और तकनीकी कौशल आधारित नौकरियों के सृजन के लिए समकालीन मीडिया आवश्यक है। यह विदेशी निवेश (FDI) और व्यापार विस्तार को प्रोत्साहित करता है। समकालीन मीडिया की आवश्यकता आर्थिक विकास की गति बनाए रखने और भविष्य की पीढ़ी को डिजिटल रूप से साक्षर बनाने के लिए है। इसका उपयोग न केवल मनोरंजन और संचार के लिए, बल्कि जटिल समस्याओं के समाधान, वैश्विक व्यापार और शिक्षा के लोकतंत्रीकरण के लिए एक शक्तिशाली उपकरण के रूप में किया जा रहा है।
3. **शिक्षा का आधुनिकीकरण :** छात्रों को "डिजिटल नागरिक" बनाने और उन्हें वैश्विक डेटाबेस, ई-बुक्स और शोध सामग्री तक पहुँच प्रदान करने के लिए डिजिटल मीडिया की आवश्यकता है।
4. **सूचना का लोकतांत्रीकरण :** ***"Today, anybody can be a news maker. You can simply post information on the interactive websites or on any social networking sites. "-2*** इस के अनुसार यह स्वतंत्र रचनाकारों और लेखकों को पारंपरिक गेटकीपर्स (जैसे बड़े मीडिया हाउस) के बिना अपनी बात रखने और सीधे जनता तक पहुँचने का मंच प्रदान करता है।
5. **समावेशिता और सशक्तिकरण :** विशेष रूप से महिलाओं और ग्रामीण समुदायों को आर्थिक रूप से स्वतंत्र बनाने और उनकी दृश्यता (visibility) बढ़ाने के लिए इसकी आवश्यकता है।
6. **डिजिटल नागरिकता (Digital Citizenship):** *"The students are accessing the websites of their respective institutes to fill up the forms, accessing the course materials or any other work related to courseware."-3* अत: नई पीढ़ी को केवल उपभोक्ता नहीं, बल्कि "स्मार्ट नागरिक" बनाने के लिए इसकी आवश्यकता है। यह छात्रों को डिजिटल क्षेत्र में जिम्मेदार व्यवहार, सूचना की पुनर्प्राप्ति (retrieval) और संचार के कौशल सिखाता है।
7. **मूल्य श्रृंखला दक्षता (Value Chain Efficiency):** वैश्विक अर्थव्यवस्था में बढ़ती प्रतिस्पर्धा के बीच, उत्पादन और वितरण की प्रक्रियाओं (value chain) की दक्षता बढ़ाने और गुणवत्ता मानकों को पूरा करने के लिए उच्च-तकनीकी मीडिया उपकरणों की आवश्यकता है।
8. **पारंपरिक बाधाओं का समाधान:** यह पारंपरिक पाठ्यपुस्तकों की सीमाओं को तोड़कर ऐसी शैक्षिक सामग्री तक पहुँच प्रदान करता है जो सामान्यतः उपलब्ध नहीं होती, जैसे वैश्विक ऑनलाइन डेटाबेस।

आधुनिक भारत में नए मीडिया की बढ़ती भूमिका के कारण :

भारत में नए मीडिया और डिजिटल उपभोग की अभूतपूर्व वृद्धि के पीछे कई महत्वपूर्ण और आपस में

जुड़े हुए कारण हैं:

- **किफायती डेटा का वैश्विक कीर्तिमान:** भारत में इंटरनेट की सुलभता का सबसे बड़ा श्रेय दुनिया के सबसे सस्ते डेटा को जाता है। मात्र **$0.09 प्रति GB** की न्यूनतम दर ने वित्तीय बाधाओं को समाप्त कर दिया है, जिससे निम्न-आय वर्ग के परिवार भी डिजिटल मुख्यधारा से जुड़ सके हैं। दूरसंचार कंपनियों की आपसी प्रतिस्पर्धा ने इस डिजिटल समावेशन को गति दी है।
- **स्मार्टफोन का व्यापक प्रसार:** उपकरणों की घटती कीमतों और आसान किश्तों की सुविधा ने करोड़ों भारतीयों के हाथों में पहला इंटरनेट डिवाइस पहुँचाया है। ये उपकरण अब केवल संचार का साधन नहीं, बल्कि शिक्षा और आर्थिक उन्नति के द्वार बन गए हैं। आंकड़ों के अनुसार, भारत के **97% ओटीटी दर्शक** स्मार्टफोन का उपयोग करते हैं और इनमें से 81% लोग पूरी तरह मोबाइल पर ही निर्भर हैं।
- **भाषाई विविधता का सशक्तिकरण:** इंटरनेट अब केवल अंग्रेजी तक सीमित नहीं रह गया है। डिजिटल प्लेटफॉर्म्स ने भारत की भाषाई शक्ति को पहचानते हुए हिंदी, तमिल, तेलुगु और बंगाली जैसी क्षेत्रीय भाषाओं में कंटेंट का विस्तार किया है। इस रणनीति ने ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों के उन करोड़ों लोगों को डिजिटल दुनिया से जोड़ा है जो अपनी स्थानीय भाषा में जानकारी और मनोरंजन चाहते हैं।
- **जीवन का अभिन्न अंग:** आज नया मीडिया केवल एक तकनीक नहीं, बल्कि भारतीय जीवनशैली का एक अनिवार्य हिस्सा बन चुका है। भारत का मनोरंजन एवं मीडिया उद्योग 2028 तक $43 बिलियन का आँकड़ा छूने की ओर अग्रसर है। इस विकास की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि अब यह सुविधा समाज के हर वर्ग के लिए सुलभ हो गई है।
- **डिजिटल मीडिया का नया युग:** एक ऐतिहासिक बदलाव के तहत, डिजिटल मीडिया ने टेलीविज़न को पीछे छोड़ते हुए भारतीय मीडिया क्षेत्र में अपनी बादशाहत कायम कर ली है। 2024 के कुल राजस्व में इसकी हिस्सेदारी 32% रही, जो यह दर्शाता है कि भारतीयों के सूचना प्राप्त करने और मनोरंजन के उपभोग के तरीके में एक क्रांतिकारी बदलाव आया है।
- **आर्थिक और सामाजिक सशक्तिकरण:** नए मीडिया का प्रभाव केवल स्क्रीन तक सीमित नहीं है। इसने मोबाइल बैंकिंग के ज़रिए **वित्तीय समावेशन** को बढ़ावा दिया है और ई-कॉमर्स के माध्यम से **ग्रामीण कारीगरों** को वैश्विक

Bodhi International Journal of
Research in Humanities, Arts and Science

Vol. 10 Special Issue 4 May 2026
E-ISSN: 2456-5571

बाज़ारों से जोड़कर उन्हें आर्थिक मज़बूती दी है। साथ ही, ऑनलाइन शिक्षण ने शिक्षा के क्षेत्र में नए द्वार खोले हैं।

- **संकट का साथी:** महामारी के दौर में जब दुनिया थम सी गई थी, तब नया मीडिया ही वह **जीवन-रक्षक कड़ी** बना जिसने लोगों को ज़रूरी सेवाओं, पढ़ाई और अपनों से जोड़े रखा।
- **हाई-स्पीड कनेक्टिविटी4G और 5G तकनीक** के आगमन ने उपयोगकर्ता के अनुभव को पूरी तरह बदल दिया है। **"5G's incredible speeds and low latency will usher in a new era of individualized experiences."** - 4 , अर्थात उच्च गति वाले डेटा ने 'बफरिंग' की समस्या को खत्म कर दिया है। अब हाई-डेफिनिशन (HD) वीडियो स्ट्रीमिंग, स्पष्ट वीडियो कॉल्स और त्वरित डाउनलोडिंग एक सामान्य अनुभव बन गए हैं। तकनीकी बाधाएं दूर होने के कारण कंटेंट की खपत में भारी उछाल आया है। आधुनिक बुनियादी ढांचे ने वीडियो कंटेंट की इस विशाल मांग को संभालने के लिए एक ठोस आधार प्रदान किया है।

समकालीन मीडिया का उपयोग

समकालीन मीडिया का उपयोग आर्थिक समृद्धि, व्यक्तिगत सशक्तिकरण और मनोरंजन के नए आयाम स्थापित करने में किया जा रहा है। समकालीन मीडिया का उपयोग न केवल मनोरंजन और संचार के लिए, बल्कि जटिल समस्याओं के समाधान, वैश्विक व्यापार और शिक्षा के लोकतंत्रीकरण के लिए एक शक्तिशाली उपकरण के रूप में किया जा रहा है। इसका उपयोग आज जीवन के हर क्षेत्र में व्यापक रूप से किया जा रहा है::

1. **कंटेंट वितरण और क्रिएटर इकोनॉमी :** यूट्यूब, टिकटॉक और इंस्टाग्राम जैसे प्लेटफॉर्म्स का उपयोग प्राथमिक वितरण चैनलों के रूप में किया जा रहा है। स्वतंत्र कलाकार और फिल्म निर्माता इनका उपयोग अपने कंटेंट के मुद्रीकरण के लिए करते हैं।
2. **विपणन और विज्ञापन :** कंपनियां ग्राहकों के व्यवहार को समझने और उनके लिए "हाइपर-पर्सनलाइज्ड" (अति-व्यक्तिगत) विज्ञापन तैयार करने के लिए डेटा एनालिटिक्स और एआई (AI) का उपयोग करती हैं। इसमें इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग एक प्रमुख उपयोग है।
3. **पत्रकारिता और समाचार :** पत्रकारिता और समाचार के बारे में यूँ कहते हैं - *"Professional journalists and media houses these days are keeping watch on social media to track and locate such events and issues." - 5* अत: पत्रकार नए स्टोरी आइडियाज खोजने, शोध सामग्री प्राप्त करने और . समाचारों को तेजी से प्रकाशित करने के लिए उभरते मीडिया टूल्स का उपयोग करते हैं।
4. **ई-कॉमर्स और उद्यमिता :** महिला उद्यमी फेसबुक और व्हाट्सएप समूहों का उपयोग अपने उत्पादों की मार्केटिंग और नेटवर्किंग के लिए करती हैं। अमेज़न सहेली जैसे प्लेटफॉर्म ग्रामीण कारीगरों को राष्ट्रीय बाजार से जोड़ते हैं।
5. **इमर्सिव अनुभव :** मनोरंजन के क्षेत्र में ऑगमेंटेड रियलिटी (AR) और वर्चुअल रियलिटी (VR) का उपयोग दर्शकों को कहानियों और खेलों के भीतर एक सजीव अनुभव देने के लिए किया जा रहा है।
6. **कार्य स्वचालन (Workflow Automation):** ***"AI is already being used to automate many aspects of media production, from content creation and distribution to analysis and recommendation."*** - **6** , अर्थात संक्षेप में हम यह कह सकते हैं कि एआई उपकरणों का उपयोग कंटेंट निर्माण, अनुवाद और प्रबंधन की प्रक्रियाओं को तेज और कुशल बनाने के लिए किया जाता है।
7. **क्राउडसोर्सिंग (Crowdsourcing):** क्राउडसोर्सिंग को समझाते हुए कहते हैं ***"Crowdsourcing means to collect information from various sources via internet. For writing features or trend stories most of the journalists are researching and getting inputs from various websites. To provide a unique experience, they are using multiple platforms such as visuals, text, images, graphics and animations."-7*** अत : पत्रकार और मीडिया हाउस अब सूचना एकत्र करने और जनमत जानने के लिए क्राउडसोर्सिंग का उपयोग करते हैं। इससे समाचार संकलन की प्रक्रिया अधिक व्यापक और सहभागी हो गई है।
8. **डिजिटल लाइब्रेरी और ऑनलाइन डेटाबेस:** शिक्षा के क्षेत्र में, छात्र और शोधकर्ता अकादमिक लेखों, ई-बुक्स और विद्वतापूर्ण सामग्री तक पहुँचने के लिए इसका उपयोग एक प्राथमिक शोध उपकरण के रूप में कर रहे हैं।
9. **कौशल-गहन कार्यों का निष्पादन :** समकालीन मीडिया उपकरणों का उपयोग जटिल आर्थिक गतिविधियों और तकनीकी परिवर्तनों के प्रबंधन के लिए किया जा रहा है, जहाँ उच्च स्तर के कौशल और ज्ञान की आवश्यकता होती है।
10. **लचीला प्रकाशन :** प्रकाशन की नवीन प्रवृत्ति पर प्रकाश डालते हुए कहते हैं ***"Unlike mainstream journalists, here journalists are getting ample scope to file their stories as and when and can publish it even from their smart phone." - 8*** पत्रकार और प्रकाशक अब अपनी कहानियों को विभिन्न प्लेटफॉर्म्स पर एक साथ और लचीले ढंग से प्रकाशित करने के लिए उभरते मीडिया का उपयोग करते हैं, जिससे उनकी पहुँच और प्रभाव बढ़ता है।

समकालीन मीडिया के विभिन्न स्वरूप :

समकालीन मीडिया सूचना प्रौद्योगिकी, दूरसंचार और पारंपरिक मीडिया के अभिसरण (Convergence) का परिणाम है। इसके प्रमुख स्वरूप निम्नलिखित हैं:

Bodhi International Journal of
Research in Humanities, Arts and Science

Vol. 10 Special Issue 4 May 2026
E-ISSN: 2456-5571

1. **डिजिटल और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म :** सोशल मीडिया की अहमियत पर प्रकाश डालते हुए कहते हैं ***"The Social media is a powerful tool in the hands of content generator to connect with their target audiences if used properly. Digital technology is considered as a game changer starting from High Definition television to social networking sites. High quality, feature rich visuals and Dolby digital sounds are some of the add on into the latest offerings." -9*** अत: इंस्टाग्राम, यूट्यूब और टिकटॉक जैसे एप्लिकेशन प्राथमिक वितरण चैनल बन गए हैं , जो लाखों लोगों तक सीधे पहुँच प्रदान करते हैं। यूट्यूब लंबी अवधि के और शैक्षिक कंटेंट के लिए एक प्रमुख माध्यम बना हुआ है।
2. **ओटीटी और स्ट्रीमिंग सेवाएं :** नेटफ्लिक्स, हुलु और डिज़्नी प्लस जैसे प्लेटफॉर्म पारंपरिक केबल टीवी के विकल्प के रूप में उभरे हैं। ओटीटी के विस्तार ने एनिमेशन, ऑनलाइन गेमिंग और वीएफएक्स (VFX) जैसे नए क्षेत्रों को जन्म दिया है।
3. **क्रिएटर इकोनॉमी :** नए जमाने के प्लेटफॉर्म्स पर स्वतंत्र और प्रयोगात्मक सामग्री के उदय ने स्वतंत्र फिल्म निर्माताओं, लेखकों और कलाकारों को सीधे मुद्रीकरण के अवसर दिए हैं।
4. **शॉर्ट-फॉर्म कंटेंट :** इंस्टाग्राम, रील्स और टिकटॉक जैसे छोटे वीडियो कंटेंट की मांग ने मीडिया की भूमिका को नया रूप दिया है। इसके योगदान को सराहनीय मानते हुए स्पष्ट करते हैं कि ***"Application of digital technology in emerging media has led to faster delivery of content to the consumers. " - 10***
5. **आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस और स्वचालन :** एआई (AI) और जेनेरेटिव एआई (Gen AI) का उपयोग हाइपर-पर्सनलाइज्ड कंटेंट बनाने और सामग्री के निर्माण को स्वचालित करने के लिए किया जा रहा है।
6. **इमर्सिव तकनीक :** वर्चुअल रियलिटी (VR), ऑगमेंटेड रियलिटी (AR) और मेटावर्स कहानी सुनाने (storytelling) के नए और इंटरैक्टिव तरीके प्रदान कर रहे हैं।
7. **ऑडियो मीडिया और पॉडकास्ट :** पॉडकास्टिंग और डिजिटल ऑडियो कंटेंट समकालीन मीडिया के बढ़ते दायरे का एक महत्वपूर्ण हिस्सा हैं।
8. **तकनीकी उपकरण (ड्रोन और रोबोटिक्स):** ड्रोन तकनीक ने फोटोग्राफी और एरियल फिल्मिंग को सुलभ बनाया है, जबकि रोबोटिक्स उत्पादन में सटीकता और रचनात्मकता बढ़ा रहा है।

उभरते रोजगार की संभावनाएं

- **डिजिटल कंटेंट क्रिएशन और मैनेजमेंट :** इसमें सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसिंग, कंटेंट स्ट्रैटेजी और डिजिटल कंटेंट क्रिएशन जैसी भूमिकाएं शामिल हैं ।इसकी कार्य प्रणाली पर प्रकाश डालते हुए कहते हैं कि ***"The working mechanism of digital media is based on creation, consumption and sharing of content." - 11*** अर्थात डिजिटल क्रांति ने आधुनिक मीडिया जगत में रोजगार के नए प्रतिमान स्थापित किए हैं। पारंपरिक प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों का स्थान अब **इंटरैक्टिव, मल्टी-प्लेटफॉर्म और एआई-आधारित सामग्री** ने ले लिया है। इस तकनीकी विस्थापन के परिणामस्वरूप डिजिटल मार्केटिंग, कंटेंट क्रिएशन और डेटा एनालिटिक्स जैसे क्षेत्रों में करियर की व्यापक संभावनाएं उभरी हैं।
- ऍफ़.आई.सी.सी.आई. के रिपोर्ट के अनुसार ***"According to a report published by the Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry (FICCI) in collaboration with Ernst & Young Private Limited (EY), the Indian media and entertainment (M&E) sector was estimated at Rs 1.73 trillion in 2021 which is projected to reach at Rs 2.23 trillion by 2023 due to digital penetration among users across geographies." - 12*** अत: विशेष रूप से भारत में, ₹2.23 ट्रिलियन तक पहुंचने वाला मीडिया और मनोरंजन बाजार इस बात का प्रमाण है कि वर्तमान में तकनीकी रूप से दक्ष पेशेवरों की मांग अपने चरम पर है।
- डिजिटल युग में हर ब्रांड एक "मीडिया हाउस" बन रहा है। इसके परिणाम स्वरूप यूट्यूब, इंस्टाग्राम और ओटीटी प्लेटफॉर्म के लिए वीडियो संपादक, कॉपीराइटर, स्क्रिप्ट राइटर और वीडियो प्रोड्यूसर्स की मांग अपने उच्चतम स्तर पर है।
- **सोशल मीडिया और इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग:** सोशल मीडिया और इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग के गहन सम्बन्ध पर हमें समझाते हैं कि ***"Many companies who launch various brands and services try to associate social media influencers in order to grab the attention of the audience towards a particular brand and service."-13*** कॉर्पोरेट, पीआर और स्वतंत्र ब्रांड निर्माण के लिए सोशल मीडिया मैनेजर, विशेषज्ञ और कम्युनिटी मैनेजर जैसी भूमिकाएं अनिवार्य हैं।
- **डिजिटल और मोबाइल जर्नलिज्म (MoJo):** डिजिटल होते न्यूज़रूम के कारण ऑनलाइन समाचार संवाददाताओं, संपादकों और मल्टीमीडिया पत्रकारों की उच्च मांग है जो डिजिटल प्लेटफॉर्म पर कंटेंट तैयार कर सकें।
- **डिजिटल मार्केटिंग और SEO/SEM:** ऑनलाइन विजिबिलिटी और एंगेजमेंट बढ़ाने के लिए सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन (SEO), सर्च इंजन मार्केटिंग (SEM), ईमेल मार्केटिंग और PPC विज्ञापनों के विशेषज्ञों की आवश्यकता है।

Bodhi International Journal of
Research in Humanities, Arts and Science

Vol. 10 Special Issue 4 May 2026
E-ISSN: 2456-5571

- **डेटा एनालिटिक्स और AI:** ऐसे डेटा विश्लेषकों और विशेषज्ञों की मांग बढ़ रही है जो उपभोक्ता व्यवहार पैटर्न की व्याख्या कर सकें और AI-संचालित कंटेंट पर्सनलाइजेशन का प्रबंधन कर सकें।
- **क्रिएटर इकोनॉमी और फ्रीलांसिंग:** ब्लॉगर, यूट्यूबर और स्वतंत्र फिल्म निर्माताओं जैसी उद्यमी भूमिकाएं फल-फूल रही हैं, जिससे रचनाकारों को पारंपरिक गेट-कीपिंग चैनलों के बजाय सीधे प्लेटफॉर्म के माध्यम से कमाई करने की अनुमति मिलती है।
- **ओटीटी और स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म:** नेटफ्लिक्स, अमेज़न प्राइम और हॉटस्टार जैसे प्लेटफॉर्म के उदय ने मौलिक और प्रयोगात्मक कंटेंट के लिए स्क्रिप्ट राइटिंग, एक्टिंग, डायरेक्टिंग, एडिटिंग और प्रोडक्शन में बड़े पैमाने पर रोजगार पैदा किया है।
- **डिजिटल पब्लिक रिलेशंस (PR) और कॉर्पोरेट संचार:** ऑनलाइन ब्रांड प्रतिष्ठा बनाने और उसकी रक्षा करने की आवश्यकता ने पीआर को फिर से परिभाषित किया है, जिससे डिजिटल पीआर विशेषज्ञ और संकट प्रबंधक (Crisis Managers) आवश्यक हो गए हैं।
- **फैक्ट-चेकिंग और मीडिया साक्षरता:** गलत सूचनाओं के बढ़ते प्रवाह के साथ, जानकारी को सत्यापित करने के लिए फैक्ट-चेकर्स और मीडिया प्रशिक्षकों की एक विशेष आवश्यकता उत्पन्न हुई है।
- **क्षेत्रीय और हाइपर-लोकल कंटेंट:** स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म क्षेत्रीय भाषाओं पर ध्यान केंद्रित कर रहे हैं, जिससे स्थानीय कहानीकारों, वॉयस-ओवर कलाकारों और अनुवादकों के लिए नौकरियां पैदा हो रही हैं।
- **वेब डिजाइन और डेवलपमेंट:** डिजिटल प्लेटफॉर्म के लिए वेब डिजाइन और विकास की आवश्यकता ने न्यूज़ और नॉन-न्यूज़ मीडिया दोनों उद्योगों में वेब डिजाइनरों और डेवलपर्स की मांग बढ़ा दी है।
- **उभरती संभावनाएं और भविष्य के रुझान:** उभरती प्रौद्योगिकियाँ मीडिया परिदृश्य में हो रहे क्रांतिकारी बदलावों पर प्रकाश डालते हैं कि ***"Emerging technologies are undoubtedly transforming the media landscape and offering new opportunities for creativity and innovation. These technologies are opening up new possibilities for storytelling, entertainment, education, and even social engagement. The future of media and entertainment is being shaped by rapid technological advancements."-14*** अर्थात उभरती प्रौद्योगिकियाँ मीडिया परिदृश्य में क्रांतिकारी बदलाव ला रही हैं, जो रचनात्मकता, शिक्षा और सामाजिक जुड़ाव के लिए नवीन और अभूतपूर्व अवसर प्रदान करती हैं। कहानी कहने (Storytelling) के बदलते तरीकों से लेकर मनोरंजन के नए आयामों तक, मीडिया का भविष्य अब पूरी तरह से तीव्र तकनीकी प्रगति और नवाचार द्वारा निर्देशित हो रहा है।
- **AI और जनरेटिव AI एकीकरण:** AI कंटेंट उत्पादन और विश्लेषण में क्रांति ला रहा है। यह इंसानों को बदलने के बजाय एक 'को-पायलट' के रूप में कार्य कर रहा है, जिससे प्रॉम्प्ट इंजीनियर्स, AI कंटेंट रिव्यूअर्स और AI एथिक्स अधिकारियों जैसी भूमिकाएं बन रही हैं।
- **इमर्सिव मीडिया:** वर्चुअल रियलिटी (VR) और ऑगमेंटेड रियलिटी (AR) कहानी कहने के तरीके को बदल रहे हैं, जिससे AR/VR कंटेंट डिजाइनरों और इंटरैक्टिव स्टोरीटेलर्स की नई भूमिकाएं सामने आ रही हैं।
- **गिग इकोनॉमी और रिमोट वर्क:** यह क्षेत्र फ्रीलांसरों और प्रोजेक्ट-आधारित कार्यों पर भारी निर्भर है, जो विशेष रूप से कंटेंट क्रिएशन और सोशल मीडिया प्रबंधन में रिमोट वर्क की सुविधा प्रदान करता है।
- **पॉडकास्टिंग और ब्लॉग जर्नलिज्म:** पॉडकास्ट और ब्लॉग के रूप में स्वतंत्र पत्रकारिता तेजी से बढ़ रही है, जो विविध और विशिष्ट कंटेंट की पेशकश करती है।
- **हाइपर-पर्सनलाइजेशन:** AI व्यक्तिगत कंटेंट अनुशंसाओं को सक्षम बनाता है, जिसके लिए डेटा माइनिंग और उपयोगकर्ता व्यवहार विशेषज्ञों की आवश्यकता होती है।
- **वर्चुअल इन्फ्लुएंसर्स और अवतार:** सिंथेटिक मीडिया का उदय डिजिटल कैरेक्टर क्रिएटर्स और प्रबंधकों के लिए नए अवसर खोल रहा है।
- **वॉयस और विजुअल सर्च ऑप्टिमाइजेशन:** बदलती खोज आदतों के साथ, वॉयस और विजुअल सर्च के लिए कंटेंट को अनुकूलित करने वाले विशेषज्ञों की आवश्यकता है।
- **नैतिक और टिकाऊ मार्केटिंग:** पारदर्शी और नैतिक संचार की ओर बदलाव के लिए जिम्मेदार कंटेंट रणनीति के विशेषज्ञों की आवश्यकता है।
- **अनुवाद और लोकलाइजेशन:** जैसे-जैसे कंटेंट के स्थानीयकरण की मांग बढ़ रही है, AI वैश्विक दर्शकों के लिए मीडिया के अनुवाद और अनुकूलन को स्वचालित कर रहा है ।
- **स्मार्टफोन और मोबाइल तकनीक:** स्मार्टफोन और मोबाइल मीडिया के माध्यम से 'ऐप्स' (Apps) का व्यवसाय और मीडिया-दूरसंचार साझेदारी बढ़ी है।
- **ड्रोन और रोबोटिक्स:** ***"Robotic camera arms and drone automation are used in filming, particularly in complex or dangerous environments."-15***
- ड्रोन का उपयोग एरियल फोटोग्राफी और दुर्गम स्थानों की फिल्मिंग के लिए लागत प्रभावी तरीके से किया जा रहा है। रोबोटिक कैमरा आर्म्स उत्पादन में सटीकता और रचनात्मकता ला रहे हैं। ड्रोन तकनीक ने फोटोग्राफी और एरियल फिल्मिंग को संभव बनाया है । रोबोटिक्स मीडिया उत्पादन में सटीकता और रचनात्मकता को बढ़ावा दे रहा है, विशेष रूप से जटिल वातावरण में ।
- **रिमोट वर्क:** डिजिटल अर्थव्यवस्था ने भौगोलिक सीमाओं को कम कर दिया है, जिससे दूरस्थ कार्य और लचीली कार्य व्यवस्था संभव हुई है।डिजिटल अर्थव्यवस्था रिमोट और लचीली कार्य व्यवस्था की अनुमति देती है, जिससे रोजगार की भौगोलिक बाधाएं कम हो रही हैं ।डिजिटल अर्थव्यवस्था

Bodhi International Journal of
Research in Humanities, Arts and Science

Vol. 10 Special Issue 4 May 2026
E-ISSN: 2456-5571

भौगोलिक बाधाओं को कम कर रही है और घर से काम करने के अवसर दे रही है।

ICT टूल्स और डेटा इन्फ्रास्ट्रक्चर (Cloud, Big Data & IoT)

Cloud Computing:

- **क्लाउड कंप्यूटिंग:** मीडिया कंपनियां AI-संचालित कंटेंट निर्माण और भविष्य कहनेवाला विश्लेषण (Predictive Analytics) जैसे डेटा-भारी कार्यों को संभालने के लिए क्लाउड का उपयोग करती हैं ।
- **बिग डेटा और एनालिटिक्स:** यह मीडिया कंपनियों को दर्शकों के व्यवहार और विज्ञापनों की प्रभावशीलता को गहराई से समझने में मदद करता है, जिससे दर्शकों की संख्या (Retention Rate) बढ़ती है। "Big data and analytics significantly improve customer satisfaction to ensure longer viewing sessions and higher retention rates" - 16
- **ब्लॉकचेन और NFT:** यह तकनीक कंटेंट के स्वामित्व को सुरक्षित करने, राजस्व साझा करने और पायरेसी की चिंता को दूर करने में मदद करती है।
- **इमर्सिव टेक्नोलॉजी:** VR, AR और मेटावर्स कहानी सुनाने के नए तरीके प्रदान कर रहे हैं और डिजिटल दुनिया के साथ हमारे जुड़ाव को बदल रहे हैं।
- **अन्य विशिष्ट अवसर**
- **ई-कॉमर्स और विज्ञापन:** इंटरैक्टिव शॉपिंग सीधे टीवी और डिजिटल कंटेंट के साथ जुड़ रही है।
- **ब्लॉकचेन:** ब्लॉकचेन के महत्त्व पर कहते हैं कि ***"Blockchain secures intellectual property and tracks content ownership through smart contracts and distributed ledgers." - 16*** अत: कंटेंट के स्वामित्व (Ownership) को सुरक्षित करने और पायरेसी रोकने के लिए ब्लॉकचेन और NFT का उपयोग बढ़ रहा है।
- **ड्रोन ऑपरेटर:** फोटोग्राफी और फिल्मिंग के लिए ड्रोन का उपयोग लागत बचाने और कठिन लोकेशंस तक पहुँचने के लिए किया जा रहा है।

महिलाओं के लिए अवसर

- **रोजगार में वृद्धि:** ***"In software, women enjoy preferences on a scale that they never experienced in any other field of engineering and science. Women in India occupy 27 per cent of professional jobs in the software industry"-17*** उक्त उद्धरण इस विषय को पुष्ट करता है कि डिजिटल मार्केटिंग और कंटेंट क्रिएशन के क्षेत्र महिलाओं के लिए नए द्वार खोल रहे हैं। भारत में सॉफ्टवेयर उद्योग में लगभग 27% पेशेवर महिलाएं हैं।डिजिटल अर्थव्यवस्था महिलाओं के लिए विशेष रूप से डिजिटल मार्केटिंग और कंटेंट क्रिएशन जैसे क्षेत्रों में अवसर बढ़ा रही है। भारत में सॉफ्टवेयर उद्योग में 27% पेशेवर नौकरियां महिलाओं के पास हैं।
- **महिला उद्यमिता:** ***"According to the report, PULA assists women entrepreneurs grow their companies' visibility and financial performance by providing a cost-effective platform for them to promote their goods and services. The results of this study will help women business owners use social media platforms by increasing their exposure, networking, and effectively selling their goods and service." - 18***
- फेसबुक ग्रुप 'PULA' (Pune Ladies Avenue) जैसे प्लेटफॉर्म महिलाओं को बिना किसी बड़े निवेश के अपने उत्पादों की मार्केटिंग करने और वित्तीय रूप से स्वतंत्र होने में मदद कर रहे हैं। यह उन्हें घर और करियर के बीच संतुलन बनाने की सुविधा भी देता है।
- **सशक्तिकरण:** तकनीक के माध्यम से महिलाएं वैश्विक बाजारों तक पहुँच रही हैं, जिससे उनकी आर्थिक और सामाजिक स्थिति में सुधार हो रहा है।
- **हाइपरलोकल रोजगार:** क्षेत्रीय और स्थानीय समाचारों में बढ़ती रुचि के कारण स्थानीय स्तर पर मीडिया पेशेवरों के लिए अवसर बढ़े हैं।
- **शिक्षा और पहुँच:** डिजिटल लाइब्रेरी और ऑनलाइन डेटाबेस छात्रों को आधुनिक शोध सामग्री तक पहुँच प्रदान कर रहे हैं, जिससे वे भविष्य के रोजगार के लिए तैयार हो रहे हैं।

रोजगार सृजन और कौशल पर प्रभाव

- **कौशल की मांग में बदलाव :** कौशल की बदलती मांग पर प्रकाश डालते हुए स्पष्ट करते हैं कि ***"There are potential challenges and ethical considerations associated with emerging technologies."-19*** डिजिटल साक्षरता, CMS की जानकारी और AI उपकरणों के साथ परिचित होने की आवश्यकता पर जोरदेना आवश्यक है।
- **लिंग और समावेशिता :** एआई के प्रभाव और डिजिटल अर्थव्यवस्था के माध्यम से डिजिटल मार्केटिंग तथा अन्य क्षेत्रों में उपलब्ध रोजगार के विभिन्न अवसरों द्वारा महिलाएं सशक्त हो रही हैं।
- **रिमोट वर्क का उदय :** डिजिटल क्रांति और एआई संचालित नवाचारों के समावेश ने भौगोलिक सीमाओं को समाप्त कर दिया है, जिससे लचीली कार्य व्यवस्था और 'रिमोट वर्क' (Remote Work) के नए प्रतिमान स्थापित हुए हैं।
- **तकनीकी क्षेत्रों में भागीदारी:** भारत के सॉफ्टवेयर उद्योग में लगभग 27% पेशेवर नौकरियां महिलाओं के पास हैं, जिसने उन्हें डिजिटल मीडिया विकास से निकटता से जोड़ दिया है।
- **सामुदायिक उद्यमिता में नेतृत्व:** महिलाएं "PULA" (पुणे लेडीज) जैसे गुप्त सोशल मीडिया समूहों का उपयोग कर रही हैं, ताकि कम लागत वाले

Bodhi International Journal of Research in Humanities, Arts and Science

Vol. 10 Special Issue 4 May 2026
E-ISSN: 2456-5571

मार्केटिंग प्लेटफॉर्म बनाए जा सकें। ये प्लेटफॉर्म महिला नेतृत्व वाले छोटे व्यवसायों के लिए दृश्यता और वित्तीय प्रदर्शन को बढ़ाते हैं।

- **ई-कॉमर्स और शिल्प कौशल:** 'जीवन ज्योति महिला अधिकारिता कार्यक्रम' (JJWEP) जैसे कार्यक्रमों ने ग्रामीण महिलाओं को 'अमेज़न सहेली' जैसे प्लेटफॉर्म के माध्यम से देश भर के ग्राहकों तक पहुँचने में सक्षम बनाया है, जिससे उनकी बिक्री में काफी वृद्धि हुई है।
- **उद्यमिता में लचीलापन:** सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म महिला उद्यमियों के लिए एक "कम निवेश" वाला प्रवेश बिंदु प्रदान करते हैं, जिसने उन्हें घर-आधारित व्यवसायों के माध्यम से अपने पेशेवर लक्ष्यों और पारिवारिक जिम्मेदारियों के बीच संतुलन बनाने में सक्षम बनाया है।

बढ़ते दौर में रोज़गार प्राप्ति के लिए आवश्यक कौशल और शिक्षा

- **तकनीकी कौशल:** एडोब प्रीमियर प्रो, आफ्टर इफेक्ट्स, कैनवा, फोटोशॉप, वर्डप्रेस और SEO टूल्स में प्रवीणता।
- **विश्लेषणात्मक कौशल:** गूगल एनालिटिक्स 4, मेटा बिजनेस सूट और अन्य रिपोर्टिंग टूल्स से डेटा की व्याख्या करने की क्षमता।
- **डिजिटल साक्षरता:** AI टूल्स (जैसे ChatGPT), एनालिटिक्स सॉफ्टवेयर और कंटेंट मैनेजमेंट सिस्टम (CMS) का मूलभूत ज्ञान।
- **मल्टी-स्किलिंग:** विभिन्न प्लेटफार्मों (वीडियो, टेक्स्ट, ऑडियो) पर एक साथ काम करने की क्षमता।
- **रचनात्मकता और कहानी सुनाना:** लेखन, संपादन और कंटेंट रणनीति पर मजबूत पकड़।
- **नैतिक निर्णय:** एआइ और डीपफेक के दौर में, नैतिक निर्णय लेना एक महत्वपूर्ण कौशल है।

निष्कर्ष: उपरोक्त विवेचनों से हम स्पष्ट होता है कि भावी समाज में समकालीन मीडिया सूचना का माध्यम ही नहीं रहा है, अपितु यह एक जटिल तकनीकी-आर्थिक तंत्र है। यह 'अनुभव अर्थव्यवस्था' को बढ़ावा देने का अभिन्न अंग बन रहा है। समकालीन मीडिया के सफल प्रयोग के लिए हमें तकनीकी निपुणता और उपभोक्ता की नब्ज को समझना अनिवार्य हैं। निष्कर्ष के रूप में हम यह कह सकते हैं कि , समकालीन मीडिया लचीलेपन , डिजिटल साक्षरता और नैतिक निर्णय लेने की क्षमता पर टिका है। रचनात्मक कहानी कहने और तकनीकी दक्षता के बीच सही संतुलन बनाने वाला ही भविष्य का सफल मीडिया पेशेवर हो पाएगा।

संदर्भ

1. White, A. (2012). *The Digital Labour Challenge: Work in the Age of New Media*. Working Paper No. 287. Sectoral Activities Department, International Labour Office (ILO), Geneva. ISBN: 978-92-2-126159-9.
2. Sadiku, M. N. O., Adekunte, P. A., & Sadiku, J. O. (2025). *Emerging Technologies in Media and Entertainment*. International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD), Volume 9, Issue 3, pp. 331-339. ISSN: 2456-6470.
3. https://www.iasgurukul.com/blog/ignou-books/ma-books/Unit-26-ma-5.pdf
4. https://journalism.university/online-brand-management/trends-potential-new-media-india/#google_vignette
5. https://employmentnews.gov.in/newemp/MoreContentNew.aspx?n=InDepthJobs&k=60226#:~:text=One%20can%20explore%20opportunities%20in,as%20well%20as%20electronic%20media.
6. Shankar, M. R., & Kumar, A. (2022). *Effect of Social Media on Employment Generation and Working Women*. Journal of Emerging Technologies and Innovative Research (JETIR), Volume 9, Issue 9, pp. f408-f417. ISSN: 2349-5162.
7. P.8, https://osou.ac.in/eresources/DJMC-05-Block-01-EmergingMedia.pdf#:~:text=The%20print%20media,it%20as%20All%20India%20Radio.
8. P.29, https://osou.ac.in/eresources/DJMC-05-Block-01-EmergingMedia.pdf#:~:text=The%20print%20media,it%20as%20All%20India%20Radio.
9. P.8, https://osou.ac.in/eresources/DJMC-05-Block-01-EmergingMedia.pdf#:~:text=The%20print%20media,it%20as%20All%20India%20Radio.
10. P.333,https://www.ijtsrd.com/papers/ijtsrd79974.pdf
11. P.25, https://osou.ac.in/eresources/DJMC-05-Block-01-EmergingMedia.pdf#:~:text=The%20print%20media,it%20as%20All%20India%20Radio.
12. P.334,https://www.ijtsrd.com/papers/ijtsrd79974.pdf
13. P.51,https://osou.ac.in/eresources/DJMC-05-Block-01-EmergingMedia.pdf#:~:text=The%20print%20media,it%20as%20All%20India%20Radio.
14. P.57,https://osou.ac.in/eresources/DJMC-05-

Bodhi International Journal of
Research in Humanities, Arts and Science

Vol. 10 Special Issue 4 May 2026
E-ISSN: 2456-5571

Block-01-EmergingMedia.pdf#:~:text=The%20print%20media,it%20as%20All%20India%20Radio.

15. P.23,https://osou.ac.in/eresources/DJMC-05-Block-01-EmergingMedia.pdf#:~:text=The%20print%20media,it%20as%20All%20India%20Radio.
16. P.23, https://osou.ac.in/eresources/DJMC-05-Block-01-EmergingMedia.pdf#:~:text=The%20print%20media,it%20as%20All%20India%20Radio.
17. Dr. Rajesh Kumar, Issue no 42, 15-21 January 2022, https://employmentnews.gov.in/newemp/MoreContentNew.aspx?n=InDepthJobs&k=60226#:~:text=One%20can%20explore%20opportunities%20in,as%20well%20as%20electronic%20media.
18. Dr. Rajesh Kumar, Issue no 42, 15-21 January 2022, https://employmentnews.gov.in/newemp/MoreContentNew.aspx?n=InDepthJobs&k=60226#:~:text=One%20can%20explore%20opportunities%20in,as%20well%20as%20electronic%20media.
19. Dr. Rajesh Kumar, Issue no 42, 15-21 January 2022, https://employmentnews.gov.in/newemp/MoreContentNew.aspx?n=InDepthJobs&k=60226#:~:text=One%20can%20explore%20opportunities%20in,as%20well%20as%20electronic%20media.
20. P.335,https://www.ijtsrd.com/papers/ijtsrd79974.pdf
21. P.332,https://www.ijtsrd.com/papers/ijtsrd79974.pdf
22. P.332,https://www.ijtsrd.com/papers/ijtsrd79974.pdf
23. P.174,https://egyankosh.ac.in/handle/123456789/67336
24. P.f409,https://www.jetir.org/papers/JETIR2209575.pdf
25. P.334,https://www.ijtsrd.com/papers/ijtsrd79974.pdf