

ग्रामीण महिलाओं के उत्थान में मीडिया का योगदान

Ekta Hussian

Assistant Professor, Department of Political Science, MVSC (Udaipur), JRN RV (Deemed to-be-University) Udaipura, Rajasthan, India

सारांश

आजादी के 69 वर्षों के बाद आज भी भारत जैसे देश में समय की सबसे महत्वपूर्ण जरूरत बनी हुई है महिलाओं विकास और उनके सशक्तिकरण की। कई ऐसी समस्याएं जो देश के विकास में बाधक हैं उनका समाधान महिला सशक्तिकरण किए बिना असंभव है। अर्थव्यवस्था और राजनीति हो या शिक्षा और स्वास्थ्य की गुणवत्ता में सुधार की बात हो, महिलाओं की भूमिका के बगैर ये काम संभव नहीं है। लेकिन जहां लगभग अस्सी प्रतिशत महिलाएं ग्रामीण निरक्षर हैं, उनसे इन सभी भूमिकाओं को निभाने की उम्मीद तभी की जा सकेगी जब उन्हें अपनी इन क्षमताओं एवं अहमियत का पता हो।

संविधान ने महिलाओं को सभी तरह के अधिकार दे दिए, इन अधिकारों को लागू करने के लिए कानून भी बना दिए लेकिन इनका लाभ तो तब होगा जब महिलाओं को इनकी जानकारी होगी और यहां पर महत्वपूर्ण हो जाती है मीडिया की भूमिका। मीडिया की भूमिका के बगैर ये काम मुश्किल ही नहीं बल्कि असंभव है। जनसंचार के विभिन्न माध्यम महिलाओं में जागरूकता लाकर, उन्हें अपने अधिकारों एवं भूमिकाओं के बारे में सजग बनाकर उनका सशक्तिकरण करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं लेकिन महिलाओं की वर्तमान स्थिति को देखते हुए कहा जा सकता है कि अभी इस मुद्दे पर काफी कुछ किया जाना बाकी है।

स्विट्जरलैंड के ठिकाने से काम करने वाली एक गैर सरकारी संस्था के 136 देशों के अध्ययन के मुताबिक स्त्री पुरुष के बीच अंतर की वैश्विक सूची में भारत एक सौ एकवें स्थान पर है। महिलाओं के स्वास्थ्य एवं जन्म के बाद उनके जीवित रहने के मामले में भारत एक सौ पैंतीसवें यानि नीचे से दूसरे स्थान पर है। आर्थिक भागीदारी में एक सौ चौबीसवें और शैक्षणिक उपलब्धियों के लिहाज से एक सौ बीसवें नंबर पर है।

मूल शब्द: आजादी, शैक्षणिक, महिलाओं, संविधान

प्रस्तावना

हम प्रगति तब तक नहीं कर सकते जब तक राजनीति से लेकर अर्थव्यवस्था और स्वास्थ्य से लेकर शिक्षा के क्षेत्र में महिलाओं को सशक्त नहीं बना देते। शासन और नीतियों के स्तर पर कई बार प्रगति के तत्व देखने को मिल जाने के बावजूद हकीकत तो यह है कि महिलाएं आज भी व्यावहारिकता में हर तरह की समस्याओं से जूझ रही हैं। संसद में आज महिलाओं का प्रतिनिधित्व लगभग ग्यारह प्रतिशत है। माध्यमिक एवं उच्च शिक्षा तक केवल साढ़े छब्बीस प्रतिशत महिलाओं की पहुंच है और दुनिया भर में कुपोषण से मरने वाले बच्चों की तादाद भारत में ही सबसे ज्यादा है जिसमें अधिकतर संख्या बच्चियों की है।

जन्म से लेकर शिक्षा हासिल करने की बात हो या फिर कैरियर बनाकर शादी करने और बच्चा पैदा करने जैसे सवाल हो, आज भी महिलाओं को रूढ़िवादी सोच और पूर्वाग्रह से ग्रसित सोच वाले लोगों से कदम कदम पर जूझना पड़ता है। हमें इन बातों को समझना पड़ेगा

कि कोई परिवार, समाज या देश महिलाओं को शिक्षित, स्वस्थ एवं वित्तीय रूप से सशक्त बनाए बगैर देश के विकास करने की सिर्फ कोरी कल्पना ही कर सकता है।

हांलाकि जनसंचार के विभिन्न माध्यमों में लगातार महिलाओं से संबंधित कार्यक्रमों के प्रसारण हो रहे हैं। प्रिंट मीडिया से लेकर रेडियो और दूरदर्शन इस विषय पर काम करता रहा है, प्राइवेट चैनलों ने भी महिलाओं से संबंधित कार्यक्रमों का प्रसारण आरंभ किया और इस दिशा में काफी बदलाव हुए भी हैं। लेकिन इन सबके बावजूद आखिर क्या वजह है कि इस क्षेत्र में अब तक कोई सार्थक सफलता नहीं मिली। यहां यह विश्लेषण करना अनिवार्य हो जाता है कि आखिर विभिन्न जनसंचार माध्यमों में महिलाओं को किस तरह प्रस्तुत किया जा रहा है और उनसे संबंधित कार्यक्रमों के विषय वस्तु किस तरह के हैं।

समकालीन संदर्भ में जनसंचार के विभिन्न माध्यमों में विज्ञापनों ने महिलाओं को उपभोग की वस्तु के रूप में लगातार प्रस्तुत कर

नकारात्मकता पैदा करने का काम किया है। विज्ञापनों को देखे तो उपभोक्ताओं को आकर्षित करने के लिए महिलाओं के शरीर का उपयोग किया जा रहा है।

यदि समाचार पत्रों से लेकर विभिन्न इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के विज्ञापनों पर नजर डालें तो ऐसे विज्ञापन गिने चुने ही मिलते हैं जहां उसे उपभोग की वस्तु और बहुत ही पारंपरिक रूप में प्रस्तुत नहीं किया जाता है। विज्ञापन कंपनियों औरतों के सशक्तिकरण के लिए विज्ञापन नहीं बनाती बल्कि उनका उद्देश्य अपने सामानों की बिक्री बढ़ाना होता है और विभिन्न जनमाध्यमों को चलाने का काफी खर्च इन विज्ञापनों के माध्यम से आता है इसलिए बगैर किसी रोक टोक के यह व्यवसाय फल फूल रहा है। देखा जाय तो महिला विकास और सशक्तिकरण के प्रयासों पर विभिन्न जनमाध्यमों के इन विज्ञापनों का बहुत ही नकारात्मक प्रभाव पड़ा है। आज हम अपने समाज को महिलाओं के प्रति संवेदनशील बनाने की चाहे जितनी भी बातें कर लें लेकिन सच्चाई तो यह है कि एक बच्चा से लेकर वयस्क तक इन विज्ञापनों के माध्यम से जाने अनजाने महिलाओं को उपभोग की वस्तु के रूप में ही देखने लगता है। इतना ही नहीं, कहीं न कहीं ये विज्ञापन दर्शकों के मस्तिष्क पर ऐसा गहरा असर डालते हैं कि एक लड़की भी जाने अनजाने अपने आप को उसी रूप में देखना शुरू कर देती है और ये उसके दिमाग में इतना गहरा बैठ जाता है कि फिर उन्हें इनमें कुछ गलत भी नहीं लगता है और वे अपने आप को उसी रूप में आसानी से स्वीकार भी लेती है।

यदि समाचार पत्रों की बात करें तो लगभग सभी अंग्रेजी समाचार पत्रों से लेकर हिंदी समाचार पत्रों तक का पाठक वर्ग मुख्यतया शिक्षित पुरुष वर्ग होता है। इन पत्रों का मुख्य उद्देश्य समाचारों को लोगों तक पहुंचाना होता है। हांलाकि ये बहुत आसानी से महिला सशक्तिकरण जैसे सामाजिक परिवर्तन करने में अपनी भूमिका निभा सकते हैं लेकिन ज्यादातर पत्र यथास्थिति बनाए रखने का काम कर रहे हैं। दुखद यह है कि इन पत्रों के तीसरे पन्नों में महिलाओं से संबंधित हिंसक और पैशाचिक घटनाएं खबर जरूर बन जाती है लेकिन तुलना की जाए तो उनके उत्थान और विकास की खबरों को कम तवज्जो दी जाती है। हिमालय पर चढ़ने और किसी राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय प्रतियोगिता में जीत हासिल करने जैसे समाचारों को पत्रों में जगह देते हैं लेकिन इन पर विशेष कवरेज बहुत कम ही समाचार पत्र या चैनल करते हैं ताकि लोगों को यह पता चल पाए कि उस सफलता के पीछे की कहानी क्या है।

कुछ समाचार पत्रों में महिलाओं के लिए अलग से पन्ने हैं लेकिन जिस तरीके से उनके विकास संबंधित मुद्दों पर लेखन की आवश्यकता है उसकी कमी यहां आसानी से देखी जा सकती है। इसकी एक वजह यह है कि अधिकतर समाचार पत्रों में अब भी निर्णायक स्तर तक पुरुषों की ही पहुंच है और इस विषय पर उनका रवैया उदासीनता का है। कुछ समाचार पत्रों एवं मैगजीन में यदि इस तरह के कुछ पहल हुए

भी हैं तो वे समस्या की गंभीरता को देखते हुए काफी नहीं लगते। हांलाकि पहले के मुकाबले मीडिया उद्योग में महिलाओं की संख्या बढ़ी है और उनके द्वारा भी महिला सशक्तिकरण जैसे विषय पर काम करने की पहल हुई है लेकिन अधिकतर जगहों पर उनसे उम्मीद की जाती है कि वे फैशन, खान पान, सौंदर्य जैसे विषयों तक ही स्वयं को सीमित रखें। उन्हें उन निर्णायक पदों तक पहुंचने के लिए एक बार फिर उसी पुरुष प्रधान सोच से लड़ाई करनी होती है।

महिला विशेष मैगजीन की बात की जाय तो वहां भी वैसे लेखों और खबरों की संख्या ज्यादा है जो महिलाओं को अपने शारीरिक सौंदर्य, घरेलू कामों एवं पारंपरिक भूमिका में ज्यादा प्रस्तुत करता है। जबकि महिलाओं की आंकड़ेवार स्थिति को देखा जाय तो महिला सशक्तिकरण पर एक आंदोलन की आवश्यकता है। अधिकतर महिलाएं तो इन बातों से वाकिफ भी नहीं है कि उनकी स्थिति कितनी दयनीय है। अश्लील साहित्य तो महिलाओं की बिलकुल घिनौनी तसवीर प्रस्तुत करने में लगा है जिस पर कोई रोक टोक नहीं है और वह भी धड़ल्ले से पाठकों के लिए उपलब्ध है।

दूसरी तरफ, समाचार पत्रों एवं मैगजीन के साथ एक समस्या यह भी है कि महिलाओं तक इसकी सीधी पहुंच काफी सीमित है क्योंकि भारत जैसे देश में निरक्षर महिलाओं की संख्या लगभग अस्सी प्रतिशत है।

आज की तारीख में शहरों के साथ गांवों में भी रेडियो एवं टेलीविजन की जितनी व्यापक पहुंच हो गई है, इनका इस्तेमाल महिलाओं के विकास के लिए बहुत आसानी से किया जा सकता है। हांलाकि रेडियो और दूरदर्शन काफी समय से लोगों को महिलाओं से संबंधित विषयों पर कार्यक्रम प्रसारित कर रहा है लेकिन वाकई इन कार्यक्रमों को उन पर क्या प्रभाव है और कहां चूक हो रही है, कितने लोगों को इनका फायदा पहुंच रहा है, इन सबके विश्लेषण के बाद उनमें परिवर्तन की आवश्यकता है। इसके लिए व्यापक स्तर पर रिसर्च एवं फीडबैक की जरूरत है। गांवों तक डीटीएच सुविधा को देखते हुए उन्हें सशक्त करने के लिए कार्यक्रमों को महिलाओं तक आसानी से पहुंचाया जा सकता है। 24 घंटे चल रहे मनोरंजन चैनलों पर महिलाओं को सिर्फ पारंपरिक रूप में न दिखाकर उनकी सशक्त छवि प्रस्तुत करना अनिवार्य है। उनके लिए विभिन्न प्रकार के शिक्षण एवं कला कौशल विकसित करने वाले कार्यक्रमों के प्रसारण के साथ स्वरोजगार संबंधित जानकारियां उपलब्ध कराने की जरूरत है। सफल महिलाओं के संघर्ष की कहानियों को वृत्तचित्र के रूप में दिखाने का काफी प्रेरणादायक असर हो सकता है। महिलाओं में सारी क्षमताएं हैं, जनमाध्यमों को जरूरत है उसे प्रेरित करके बाहर निकालने की।

ग्रामीण महिलाओं के उत्थान में समाचार पत्रों का योगदान

महिलाओं को सशक्त करने के लिए उन्हें सिर्फ साक्षर नहीं बल्कि शिक्षित करना होगा। यदि एक महिला शिक्षित होती है तो एक कई

लोगों को शिक्षित करने की ताकत पैदा होती है। वह अपना, अपने परिवार और अपने समाज में प्रेरणास्त्रोत बन जाती है। इसके लिए टेलीविजन पर नियमित रूप से कुछ कार्यक्रमों को प्रसारित किए जाने की जरूरत है। इन माध्यमों से एक बार उन्हें रास्ता दिखा जा जाए तो आज इतने संसाधन मौजूद हैं कि वो अपने आप को काफी आगे तक ले जाने में सक्षम होंगी। उनकी शिक्षा के लिए सरकार के लिए समय समय पर कई तरह के स्कीम लाए जाते हैं लेकिन दुखद है कि उन्हें इसके बारे में कोई जानकारी नहीं है। हमें यह समझना होगा कि बगैर शिक्षा के किसी भी तरह के कार्यक्रम को सफलता नहीं मिल सकेगी। शिक्षित नहीं होने के कारण ही वे धर्म के कट्टर निर्वहन एवं अंधविश्वासों में लगी रहती हैं और इसे अपने बच्चों में भी पोषित करती जा रही है, जिसका परिणाम यह है कि हमारा समाज विकास के पथ पर अग्रसर नहीं हो पा रहा है। रेडियो और टेलीविजन समाज की कुरीतियों, अंधविश्वासों के खिलाफ अभियान चलाकर उन्हें जागरूक कर सकता है। गांवों एवं कस्बों में महिलाओं की सफलता एवं संघर्ष संबंधी वृत्तचित्र आदि महिलाओं के प्रेरणास्त्रोत बन सकते हैं।

एक महिला सशक्त तभी होगी जब वह स्वस्थ होगी। एक स्वस्थ महिला ही अपने बच्चों एवं परिवार के स्वास्थ्य का खयाल रख सकती है। स्वास्थ्य संबंधी जागरूकता के लिए रेडियो और टेलीविजन पर कार्यक्रमों को दिखाए जाने की जरूरत है। सरकारी कार्यक्रमों के बारे में भी उन्हें जागरूक बनाना होगा। हालांकि रेडियो एवं दूरदर्शन पर इस तरह के कार्यक्रमों का लगातार प्रसारण होता है, प्राइवेट चैनलों की भी देश के हर कोने में पहुंच को देखते हुए यह अनिवार्य कर देना चाहिए कि कम से कम कुछ नियमित घंटों का प्रसारण महिलाओं के शिक्षा एवं स्वास्थ्य से संबंधित हो। भारत जैसे देश में पल्ल पोलियो अभियान की सफलता यह सुनिश्चित करता है कि महिलाओं के सशक्तिकरण के लिए भी यदि हर स्तर पर अभियान चलाया जाए तो परिवर्तन की दर काफी तेज हो जाएगी।

महिलाओं को सशक्त करने के लिए यह अनिवार्य है कि जनमाध्यम उन्हें वित्तीय रूप से सशक्त बनाने के लिए विभिन्न प्रकार के व्यवसाय कौशलों को सीखने, ऋण लेने आदि के बारे में जानकारियां उपलब्ध कराए। इस क्षेत्र में सफल महिलाओं के अनुभवों को साक्षात्कार एवं वृत्तचित्रों के माध्यम से दिखाकर दूसरी और महिलाओं को प्रेरित करे। स्वसहायता ग्रुप आदि के गठन के बारे में उन्हें विस्तार से जानकारी देकर लाभ पहुंचाया जा सकता है जिसका आरंभिक उद्देश्य महिलाओं को आर्थिक मदद देना, लघु बचत को बढ़ावा देना और महिलाओं में रोजगार को बढ़ावा देकर आर्थिक रूप से सशक्त करना है।

इन सबके अलावा महिला सशक्तिकरण के लिए एक सबसे महत्वपूर्ण पहल करना होगा, वह है स्त्रियों के प्रति पुरुषों की मानसिकता में बदलाव का पहल। उनकी मानसिकता में बदलाव लाना होगा कि महिलाएं उनसे कम नहीं हैं और वे भी उनकी तरह हर तरीके का काम

कर सकती हैं। उन्हें यह भी बताना होगा कि जहां भी संसाधन की कमी होती है स्त्रियां उन्हें अपने श्रम से किस तरह पूरा कर लेती हैं। पुरुषों को जागरूक करना होगा कि स्त्रियां यदि घरेलू है तो भी उनका श्रम एक परिवार की जिंदगी में कैसे मायने रखता है। यहां पर जनमाध्यमों की भूमिका काफी महत्वपूर्ण हो जाती है। वे ऐसे कार्यक्रमों का प्रसारण करें जो न सिर्फ महिलाओं को सशक्त करने और उन्हें स्वावलंबी बनाने के लिए हो बल्कि पुरुषों को भी इनके बारे में जागरूक बनाए कि एक सशक्त महिला की उनकी जिंदगी में क्या अहमियत है। उनमें भी इस बात की समझ विकसित की जाए कि यदि महिलाएं पिछड़ी हैं तो उनमें पुरुष प्रधान समाज की सामंती सोच का भी दोष है और उनमें बदलाव लाना कितना अनिवार्य है।

महिलाओं के सशक्तिकरण अभियान में समाचार पत्रों, रेडियो एवं टेलीविजन के अलावा सिनेमा में भी कम ही महिलाओं को सशक्त रूप में प्रस्तुत किया जा रहा है। हालांकि हाल के कुछ सिनेमा में महिलाओं को सशक्त रूप में प्रस्तुत करने की पहल हुई है लेकिन दूसरी तरफ इन सिनेमा में धड़ल्ले से महिलाओं को आइटम नंबर के रूप में भी प्रस्तुत किया जा रहा है। जबकि इसके विपरीत उन्हें काफी सशक्त रूप में प्रस्तुत कर समाज के सामने उदाहरण प्रस्तुत किया जा सकता है।

महिलाओं को सशक्त करने के लिए उपरोक्त माध्यमों के अलावा पारंपरिक माध्यमों जैसे नुक्कड़ नाटक आदि का भी इस्तेमाल किया जा सकता है क्यों कि हमें यह नहीं भूलना होगा कि आज भी अस्सी प्रतिशत ग्रामीण निरक्षर महिलाओं तक पहुंचने की चुनौती है जहां हमें पारंपरिक जनमाध्यमों का इस्तेमाल करना ही होगा। पारंपरिक माध्यमों की खासियत यह है कि इससे लोग अपने आप को जुड़ा हुआ पाते हैं और अपना प्रतिबिंब उसमें देख पाते हैं।

महिलाओं के लिए इस तरह के कार्यक्रमों को प्रसारित करना होगा जिनमें वे मानसिक रूप से काफी सशक्त हैं और यह आत्म विश्वास लाना होगा कि कुछ भी काम ऐसा नहीं है जो वे नहीं कर सकती हैं। महिलाओं के सशक्त होने की एक अनिवार्य शर्त है कि लिंग भेद समाप्त हो। हर व्यक्ति यह समझे कि लड़के और लड़कियां दोनों बराबर हैं। सब को यह बताने की जरूरत है कि जो औरत पूरी सृष्टि की रचयिता है वह कमजोर नहीं हो सकती है। जरूरत है सोच में बदलाव की। जनमाध्यमों के द्वारा महिलाओं में इस सोच को पुख्ता करना होगा कि यदि वे मनोभावनाओं की संकीर्णता से स्वयं को उपर उठाकर अपने आपको उत्पादक एवं व्यापक बना लें तो समाज की मुख्यधारा में शामिल होने से उन्हें कोई नहीं रोक सकता। लेकिन जनमाध्यमों की जिम्मेदार भूमिका के बगैर इस सपने को सच करना नामुमकिन है।

पिछले कुछ वर्ष से महिलाओं को सशक्त बनाने और उनके मुद्दे उठाने में मीडिया ने अहम भूमिका निभाई है। हालांकि अभी भी इस दिशा में बहुत कुछ किया जाना शेष है। दिल्ली में निर्भया का मुद्दा मीडिया ने खूब उछाला। जिसने उसके परिवार को इंसाफ दिलाया। परंतु कई पीड़ित महिलाओं को न्याय के लिए दरबंद होना पड़ता है। दैनिक

जागरण के पूर्व प्रधान संपादक श्रद्धेय नरेन्द्र मोहन जी की 81वीं जयंती पर जीजीएम साइंस कॉलेज में आयोजित संगोष्ठी में वक्ताओं ने अपने विचार रखे। कॉलेज के प्रिंसिपल डॉ | अजीत अंगराल मुख्य अतिथि थे। 'महिला सशक्तीकरण में मीडिया की भूमिका' शीर्षक पर आयोजित संगोष्ठी में वक्ताओं ने कहा कि देश में आधी जनसंख्या महिलाओं की है। यह सही है कि इस समय कोई ऐसा क्षेत्र नहीं है जिसमें महिलाओं ने सफलता के झंडे न गाड़े हों। बावजूद वे आज भी अधिकारों से वंचित हैं। मीडिया ने एक तो महिलाओं को कई अहम पद देकर उन्हें सशक्त बनाया वहीं उनकी प्रेरक कहानियों से उनमें आत्मविश्वास भी उत्पन्न किया। डॉ | अजीत अंगराल ने श्रद्धेय नरेन्द्र मोहन जी को श्रद्धासुमन अर्पित करते हुए कहा कि उनकी जीवनी ही सभी के लिए प्रेरणास्रोत का काम करती है। यही नहीं जिस प्रकार से उन्होंने महिलाओं के मुद्दों को उठाया, वह भी सभी के लिए मिसाल है। मीडिया के कारण आज महिलाओं पर होने वाले जुर्म सामने आ रहे हैं। उन्हें इंसाफ भी मिल रहा है। उन्होंने संगोष्ठी में उपस्थित विद्यार्थियों से देहेज न लेने और महिलाओं का पूरा सम्मान करने की शपथ भी दिलाई। इससे पहले कार्यक्रम का आगाज मुख्य अतिथि ने श्रद्धेय नरेन्द्र मोहन के चित्र पर पुष्प अर्पित कर की। इसके बाद पारंपरिक दीप प्रज्वलित किया गया। मंच संचालन मोनिका भाउ ने बखूबी किया। कॉलेज के स्टाफ सदस्य और गांधीयन स्टडी सेंटर के सदस्य भी मौजूद थे।

मीडिया ने विश्व को जोड़ा है। कहीं पर कुछ होता है, उसका संदेश हर जगह जाता है। आज कई महिलाएं प्रमुख पदों पर हैं और इसमें मीडिया की भी अहम भूमिका रही है। यह महिलाएं अन्य को आगे बढ़ने की राह दिखा रही है। मीडिया ने कई महिलाओं को रोजगार भी दिया है। मलाला युसूफ को कौन जानता, अगर उसे मीडिया ने नहीं दिखाया होता। यही सशक्तीकरण है।

शोध

महिलाओं के मुद्दे कभी भी पहले इतने चर्चा में नहीं होते थे जितने आज हैं। यह मीडिया के कारण ही है। आज अगर किसी पर तेजाब फेंकने करी घटना होती है तो आरोपी सलाखों के पीछे होता है। कारण उसका मीडिया में आना है। चाहे रोजगार हो या फिर अन्य मुद्दे, अगर उन्हें कोई उठाएगा नहीं तो किस प्रकार से न्याय मिलेगा।

इसमें कोई संदेह नहीं कि निर्भया को इंसाफ दिलाने में मीडिया की अहम भूमिका थी लेकिन इस तरह की कई पीड़ित लड़कियां हैं जिन्हें न्याय नहीं मिलता। कुछ साल पहले तक मीडिया नहीं था लेकिन समय के साथ बहुत बदलाव आया। इससे मीडिया की भूमिका भी बढ़ी। उसकी जिम्मेदारी भी बढ़ी है। सोशल मीडिया भी इसमें अहम भूमिका निभा रहा है।

राष्ट्र की तरक्की में मीडिया की अहम भूमिका है। आर्थिक, सामाजिक व राजनीतिक हर रूप में इसकी भूमिका है। लिंग के आधार पर होने

वाले भेदभाव को दूर करना हो या फिर अन्य कोई अन्याय, मीडिया ने इन मुद्दों को उठाया। अभी भी उन्हें पूरी तरह से न्याय नहीं मिला है और यहीं पर मीडिया को अपनी जिम्मेदारी को समझना है।

मीडिया लोकतंत्र का चौथा खम्भा है | इसमें कोई संदेह नहीं है कि लोकतंत्र को बनाए रखने में मीडिया की अपनी अहम भूमिका है, लेकिन ऐसी क्या आवश्यकता जान पड़ी कि जर्मन दार्शनिक और समाज वैज्ञानिक हेबरमास को कहना पड़ा कि, 'जन संपर्क के साधन (Media of Mass communication) सूचना (Information) के प्रयास और तर्क-वितर्क (Reasoning) के प्रोत्साहन का उद्देश्य पूरा नहीं करते, बल्कि व्यापारिक हितों (Business Interest) और मनोरंजन (Entertainment) के उद्देश्यों की पूर्ति करते हैं | यही कारण है कि आज के युग में लोकतंत्र का रूप विकृत हो गया है | जाहिर सी बात है कि मौजूदा समय में जनसंपर्क के माध्यम यानी मीडिया का रूप स्वयं विकृत हो गया है | जिसका सबसे बड़ा कारण भूमंडलीकरण, आर्थिक उदारीकरण और निजीकरण है | जिसने मीडिया को अपने पूंजीतंत्र और राजनीति तंत्र में इस कदर जकड़ा है कि अब प्रिंट मीडिया खासकर टीवी मीडिया में चेहरा/सुन्दरता/आकर्षण और उत्तेजक सेक्स अपील को प्राथमिकता दी जाने लगी है | इस जरूरत को उस बाज़ार ने पैदा की है | जिस बाज़ार से मीडिया को पूँजी मुनाफ़े के तौर पर वापस आनी है | इसमें सबसे अधिक नुकसान अगर किसी का हो रहा है तो वह हैं महिलाएं | देश में महिलाओं की आधी आवादी होने के बावजूद भी उन्हें आज भी सभी समस्याओं का सामना करना पड़ता है, जिनकी वजह से वे सदियों पहले हाशिये पर थी | यह सही है कि इस समय कोई ऐसा क्षेत्र नहीं है, जिसमें महिलाएं सफलता के झंडे न गाड़े हों | बावजूद इसके वे आज भी समाज में अपनी स्वतंत्र अस्तित्व नहीं बना पाई हैं और इसके लिए कोई एक कारण उत्तरदायी नहीं है | लेकिन जनसंपर्क के माध्यमों के जरिये प्रारंभ में महिलाओं की स्थिति में जो सकारात्मक बदलाव आए, उनकी वजह से लोगों की अपेक्षाएं मीडिया से बढ़ गई थीं | कई मामलों में मीडिया आज भी महिलाओं के विकास एवं उनके सशक्तिकरण में अपनी सकारात्मक भूमिका निभा रहा है लेकिन साथ ही समाज में महिलाओं के प्रति स्टीरियोटाइप भी गढ़ रहा है, जो महिलाओं के विकास एवं सशक्तिकरण के राह में सबसे बड़ा रोड़ा बनकर खड़ा हो जाता है |

भारत में पूँजीपतियों-कारपोरेट घरानों, राजसत्ता और नौकरशाही के बीच नापाक गठबंधन शुरु से रहा है | मीडिया में कमोबेश अस्सी फिसदी हिस्सेदारी देशी-विदेशी पूँजीपतियों की है, जब पूँजी और बाज़ार में चरित्र, वसूल, सिद्धांत और आदर्श खतरे में हैं फिर उसके निवेशकों से नैतिकता की उम्मीद कैसे की जा सकती है साथ में उसके पोषकों से भी | मौजूदा मीडिया में पूँजी और मुनाफे का वर्चस्व जैसे-जैसे बढ़ा है, वैसे-वैसे नैतिक पतन का ग्राफ भी बढ़ा है | तहलका के मुख्य संपादक तरुण तेजपाल के मामले को इसी निगाह से देखा जा

सकता है। कारपोरेट पत्रकारिता में बहुत सारे मामले दफन हो जाते हैं, जो खुल कर सामने नहीं आते। अधिकतर महिला पत्रकार और कर्मी करियर इसके शिकार हो चले हैं और आज भी हो रहे हैं। इनके शिकार होने की सबसे बड़ी कमजोरी है भविष्य की चिंता में श्रम-शोषण, दैहिक शोषण और यौन शोषण के खिलाफ खुला विद्रोह नहीं कर पाती। जिस दिन उन्हें निष्पक्ष न्याय की गारंटी मिल जाए, उस दिन आश्चर्यजनक आंकड़े सामने आ सकते हैं।

बेशक आज मीडिया समाज में महिलाओं को बराबरी का दर्जा देने की बात करता है लेकिन आज मीडिया में ही महिलाओं को बराबरी का दर्जा नहीं है। आज भी कई मीडिया संस्थान हैं जो अपने महिला मीडिया कर्मचारी को 'मेटरनिटी लीव' तक नहीं देते।

निष्कर्ष

स्वतंत्रता के सात दशक बीत जाने के बाद भी भारत में इस समय की सबसे बड़ी जरूरत बनी हुई है महिलाओं के विकास एवं सशक्तिकरण की। कई ऐसी समस्याएं हैं जो देश के विकास में बाधक हैं, उनका समाधान महिला सशक्तिकरण किये बगैर संभव नहीं है। अर्थव्यवस्था या राजनीति हो या शिक्षा और स्वास्थ्य की गुणवत्ता में सुधार की बात हो, महिलाओं की भूमिका के बगैर संभव नहीं है लेकिन जहाँ अस्सी प्रतिशत ग्रामीण महिलाएं निरक्षर हैं, उनसे इन सभी भूमिकाओं को निभाने की उम्मीद तभी की जा सकती है जब उन्हें अपनी इन क्षमताओं एवं अहमियत का पता हो।

संविधान ने महिलाओं को सभी तरह के अधिकार भले ही दे दिए हो, इन अधिकारों के लिए कानून भी बना दिए हो, लेकिन इनका लाभ तो वह तभी प्राप्त होगा जब महिलाओं को इनकी जानकारी होगी और यहाँ पर महत्वपूर्ण हो जाती है मीडिया की भूमिका। यद्यपि जनसंचार के माध्यम महिलाओं में जागरूकता लाकर उन्हें अपने अधिकारों एवं भूमिका के बारे में सजग बना रहे हैं। लेकिन साथ ही महिलाओं की एक नकारात्मक छवि भी गढ़ रहे हैं। इसलिए महिलाओं की वर्तमान स्थिति को देखते हुए कहा जा सकता है कि अभी इस मुद्दे पर मीडिया में काफी कुछ किया जाना शेष है।

सन्दर्भ सूची

1. आर.सी. मजूमदार और ए.डी. पुसल्कर (संपादक): भारतीय लोगों का इतिहास और संस्कृति. वॉल्यूम I, वैदिक युग. मुंबई: भारतीय विद्या भवन 1951, पी.394
2. नाचमियास, सी एफ एण्ड नाचमियास डी (2012) 'रिसर्च मेथड्स इन सोशल साइंसेस' (5वां सं) लंदन, आर्नोड
3. एस.एच. प्रिस्टर (2006), 'डूइंग मीडिया रिसर्च : एन इंट्रोडक्शन' थारुसेण्ड ओक्स केलिफोर्निया, सेज
4. वेबर, आर.पी. (2010), 'बेसिक कान्टेन्ट एनालिसिस', (दि.सं.), न्यूवरी पार्क सेज पब्लिकेशंस

5. क्रिपेनडोर्स, के (2010), कान्टेन्ट एनालिसिस : एन इंट्रोडक्शन टू इट्स मेथाडालाजी, ब्रेवरी हिल्स, सेज
6. डी सोला पूल.आई (2009), 'ट्रेण्ड्स इन कान्टेन्ट एनालिसिस' अर्णना, इलि, यूनिवर्सिटी आफ इलियोनोस प्रेस
7. बड आर (डब्ल्यू थार्प आर.के. एण्ड डोनह्यू, एल (2011), 'कान्टेन्ट एनालिसिस आफ कम्युनिकेशन, न्यूयार्क' मैकमिलन कं.