



मीडिया का महिलाओं के जीवन पर प्रभाव (ग्वालियर शहर के विशेष सन्दर्भ में एक समाजशास्त्रीय अध्ययन)

ममता सैनी¹, डॉ. प्रतिभा चतुर्वेदी²

¹ माधव महाविद्यालय, ग्वालियर, मध्य प्रदेश, भारत

² चौधरी यदुनाथ सिंह स्नातकोत्तर महाविद्यालय, भिंड, मध्य प्रदेश, भारत

सारांश

प्रस्तुत शोध पत्र के माध्यम से तकनीकी एवं प्रौद्योगिकी से भरे युग में भूमंडलीकरण के इस दौर में सर्वाधिक प्रचलित हो रहे मीडिया के विभिन्न माध्यमों का महिलाओं पर पड़ने वाले प्रभाव को मध्य प्रदेश के ग्वालियर जिले के ग्वालियर शहर के सन्दर्भ में समझने का प्रयास किया गया है। इस शोध पत्र में वर्णनात्मक अभिकल्प का प्रयोग करते हुए 15-45 वर्ष की 100 महिलाओं को सर्वेक्षित किया गया। प्रस्तुत शोध हेतु तथ्यों का संकलन शोधार्थी द्वारा साक्षात्कार अनुसूची, अवलोकन, व्यक्तिगत अध्ययन तथा अनियमित साक्षात्कार प्रविधियों के माध्यम से किया गया है। अध्ययन के माध्यम से यह ज्ञात हुआ कि महिलाओं के जीवन में मीडिया के विभिन्न माध्यमों का अत्यधिक महत्त्व हो गया है। यह उन्हें अपने अधिकारों के प्रति जागरूक एवं अपराधियों के विरुद्ध आवाज उठाने हेतु प्रेरित करता है। पुरुष मानसिकतावादी समाज व परिवार से मुक्ति दिलाने एवं उनके प्रति लोगों की सोच को बदलने में अत्यधिक महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह मीडिया द्वारा मीडिया द्वारा किया जा रहा है।

मूल शब्द: युवा, मीडिया, नवीन तकनीक, मोबाइल, इन्टरनेट

प्रस्तावना

मीडिया शब्द वास्तविक रूप में अंग्रेजी के फीडियम शब्द का बहुवचन है। जिसका अर्थ है पंचाचार के माध्यम। प्रस्तुत शोध-पत्र में मीडिया माध्यमों से तात्पर्य समाचार-पत्र, पत्रिकाएं, रेडियो, टेलीविज़न, मोबाइल, इंटरनेट से है। आज के दौर में मीडिया जिंदगी का एक अहम हिस्सा बन चुका है। मीडिया के माध्यम से शिक्षा, समाचार, संगीत, फिल्में आदि का प्रसार जनसमूह के मध्य किया जाता है। मीडिया मनुष्य को वर्तमान विश्व एवं ब्रह्मांड के संदर्भ में तत्काल सूचना उपलब्ध कराने का एक महत्वपूर्ण माध्यम है, जिसके माध्यम से वह अपने ज्ञान में वृद्धि करता है एवं अपने जीवन में उसका प्रयोग कर उसे सहज बनाता है। हम अपने दैनिक जीवन में कई सारे छोटे-छोटे कार्यों को करने के सुझाव या विचार मीडिया के द्वारा ग्रहण करते हैं। फिर चाहे वह ऑनलाइन खरीददारी हो, कुछ सीखना हो या फिर नए व्यवसाय करने से सम्बंधित विचार – हमें सब कुछ आजकल मीडिया के विभिन्न माध्यमों द्वारा कुछ ही पलों में उपलब्ध हो जाता है। जिनका सीधा प्रभाव सभी व्यक्तियों के जीवन पर, जो मीडिया संसाधनों का उपयोग करते हैं, देखा जा सकता है।

महिलाओं की स्थिति के सम्बन्ध में भारतीय इतिहास कुछ खास अच्छा नहीं रहा है। उन्हें घर की दहलीज़ से बाहर निकलकर अकेले कार्य को करने की मनाही थी। हालांकि वे पुरुषों के साथ उनके कार्य में खेती जरूर करती थी। जो कि इस पित्रसत्तात्मक समाज में स्वीकार्य था। परन्तु आजादी के बाद से तकनीकी विकसित होना शुरू हुयी। जो 1990 के बाद अपने चरम पर देखी जा सकती है। इस दौर में मीडिया में महिलाओं की गतिविधिया तेज़ी से बढ़ी। चाहे प्रिंट मीडिया हो या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया सभी जगह महिलाएं अपना परचम लहरा रही थी। प्रिंट मीडिया कि बात करें तो लेखन से लेकर सम्पादन तक के कार्यों को महिलायें भागीदारी कर रही हैं। तो वही इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के आ जाने के बाद वे टेलीविज़न और इंटरनेट दुनिया से भी जुड़ गयीं हैं। आज महिलाओं ने मीडिया में समाचार वाचिका से लेकर टेलीविज़न

के अनेक धारावाहिकों, खेल जगत, व्यवसाय क्षेत्र, आदि सभी जगहों में अपनी अहम भूमिकाओं के लिए जानी जाती हैं।

प्रस्तुत शोध पत्र के माध्यम से 15-45 वर्ष की महिलाओं को सर्वेक्षित किया गया। जिन पर मीडिया के विभिन्न माध्यमों के पड़ने वाले प्रभावों का अध्ययन करने का प्रयास किया गया है। चूंकि मीडिया के माध्यमों का अधिकांश प्रयोग इसी आयु वर्ग की महिलाओं के द्वारा किया जाता है अतः इस शोधपत्र में इन्हें लिया गया है।

उद्देश्य

1. मीडिया का महिलाओं के जीवन पर होने वाले प्रभाव को जानने का प्रयास किया गया है।
2. महिलाओं पर मीडिया के सकारात्मक व नकारात्मक प्रभाव का पता लगाना एवं
3. महिलाओं पर मीडिया के प्रभाव के सम्बन्ध में सुझाव देना।

शोध पद्धति

प्रस्तुत शोध पत्र का क्षेत्र मध्यप्रदेश के ग्वालियर जिले का एक प्रमुख शहर ग्वालियर को चुना गया है। इस वर्णनात्मक अभिकल्प का प्रयोग करते हुए ग्वालियर शहर में मीडिया का महिलाओं पर पड़ने वाले प्रभाव का अध्ययन किया गया है। जिसके लिए शोधार्थी ने दैव निदर्शन विधि के द्वारा ग्वालियर शहर की 100 महिलाओं का चयन किया है। प्राथमिक तथ्यों का संकलन के लिए साक्षात्कार अनुसूची, व्यक्तिगत अध्ययन, अवलोकन तथा अनियमित साक्षात्कार प्रवृत्तियों का प्रयोग किया गया है। एवं द्वितीय तथ्यों का संकलन समाचार-पत्र, पत्रिकाओं, संबंधित पुस्तकों, प्रतिवेदनों तथा प्रकाशित एवं अप्रकाशित शोध प्रबंधों के माध्यम से किया गया है।

आंकड़ों का विश्लेषण

प्रस्तुत शोध को अधिक विश्वसनीय एवं उपयोगी बनाने के लिए सर्वेक्षण से प्राप्त आंकड़ों को क्रमबद्ध एवं व्यवस्थित करके निम्न सारणी में प्रस्तुत किया गया है।

सारणी 1: उत्तरदाताओं की वैयक्तिक जानकारी

मापदण्ड	कुल उत्तरदाता	चर	कुल
आयु	100	15-45 वर्ष	100
धर्म	100	हिंदू	82
		मुस्लिम	18
वैवाहिक स्थिति	100	विवाहित	42
		अविवाहित	58
शिक्षा	100	स्कूली शिक्षा	27
		विश्वविद्यालयीन शिक्षा	63
		साक्षर	10
व्यवसाय	100	विद्यार्थी	57
		कर्मचारी	15
		ग्रहणी	27
परिवार की प्रकृति	100	एकल	51
		संयुक्त	49

नोट – परिणाम प्रतिशत के आधार पर निकाला गया है।

- प्रस्तुत शोध पत्र के लिए 15-45 आयु वर्ग की 100 महिला उत्तरदाताओं का चयन किया गया है, जिस में सर्वाधिक 82 प्रतिशत उत्तरदाता हिन्दू धर्मावलम्बी थी एवं शेष मुस्लिम धर्मानुयायी। सर्वेक्षण के दौरान किसी अन्य धर्म की कोई उत्तरदाता नहीं पायी गयी।
- सर्वेक्षण के दौरान सर्वाधिक 58 प्रतिशत उत्तरदाता विवाहित थी एवं 42 प्रतिशत अविवाहित। सर्वेक्षित महिलाओं में कोई भी महिला उत्तरदाता तलाकशुदा या परित्यक्ता नहीं थी।

- उपरोक्त सारणी के अनुसार कोई भी उत्तरदाता अशिक्षित नहीं पायी गयी। सर्वेक्षण में अधिकांश 63 प्रतिशत उत्तरदाता विश्वविद्यालयीन शिक्षा प्राप्त एवं 27 प्रतिशत स्कूली शिक्षा प्राप्त थी। और 10 प्रतिशत उत्तरदाता साक्षर थे। यहां साक्षर से तात्पर्य उत्तरदाता को सिर्फ पढ़ना एवं अपने हस्ताक्षर करना आता था।
- उपरोक्त सारणी के अनुसार सर्वाधिक 57 प्रतिशत विद्यार्थी एवं 15 प्रतिशत उत्तरदाता कर्मचारी या किसी व्यवसाय में लगे हुए थे। जबकि 27 प्रतिशत उत्तरदाता ग्रहणी महिलाएं थी।
- शोध के दौरान संयुक्त परिवार वाले उत्तरदाता 51 प्रतिशत थे जबकि 49 प्रतिशत उत्तरदाता एकल परिवार से सम्बंधित थे
- सारणी 2 में दर्शाए गए आंकड़ों के अनुसार 38 प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते थे कि प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के आ जाने से कहीं ना कहीं उनका दैनिक कार्य बाधित हुआ है। वहीं 26 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने इस तथ्य से आंशिक सहमति जताई। जबकि 36 प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते थे कि प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया उनके कार्य में किसी भी प्रकार की बाधा नहीं बनता है।
- सारणी 2 में दर्शाए गए तथ्यों के अनुसार लगभग सभी उत्तरदाता ने यह माना की मीडिया उनकी शॉपिंग में अत्यधिक सहायक हुआ है।
- सारणी 2 के अनुसार 40 प्रतिशत उत्तरदाता प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से प्रकाशित विज्ञापन उनके विचारों को प्रभावित करते थे जबकि 32 प्रतिशत उत्तरदाता आंशिक तौर पर प्रभावित होते थे और 28 प्रतिशत प्रभावित नहीं होते थे।
- उपर्युक्त सारणी में दर्शाए गए आंकड़ों से स्पष्ट है कि सर्वाधिक 78 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना था कि प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने उन्हें अपने अधिकारों के प्रति जागरूक किया है। जबकि 22 प्रतिशत ने इससे इनकार किया।

सारणी 2: उत्तरदाताओं पर मीडिया का प्रभाव

मीडिया का महिलाओं पर प्रभाव	कुल उत्तरदाता	प्रतिक्रियाएं	कुल
दैनिक कार्य बाधित होता है?	100	हाँ	38
		आंशिक तौर पर	26
		नहीं	36
शॉपिंग में उपयोग ?	100	हाँ	95
		नहीं	5
विचारों पर विज्ञापन का प्रभाव ?	100	हाँ	40
		आंशिक तौर पर	32
		नहीं	28
अधिकारों के प्रति जागरूकता ?	100	हाँ	78
		नहीं	22
अपराधियों के विरुद्ध आवाज उठाने हेतु जागृत हुई है ?	100	पूर्ण सहमत	57
		आंशिक सहमत	34
		असहमत	9
परिवार में महिलाओं की प्रकृति एवं भूमिका को बदलने में योगदान दिया है?	100	हाँ	63
		नहीं	37
परिवारों में पाई जाने वाली पुरुष प्रधानता को कम करने में अपना योगदान दिया है ?	100	हाँ	44
		अंशतः	16
		नहीं	40

नोट – परिणाम प्रतिशत के आधार पर निकाला गया है।

- सारणी 2 से स्पष्ट है कि 57 प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते थे कि मीडिया के आ जाने के बाद अपराधियों के विरुद्ध आवाज उठाना अब पहले की अपेक्षा सरल हो गया है। साथ ही 34 प्रतिशत महिलाएं इस तथ्य से आंशिक रूप से सहमत थीं। शेष 9 प्रतिशत महिलाएं ऐसा नहीं मानती थीं।
- सारणी 2 से स्पष्ट है कि 63 प्रतिशत महिला उत्तरदाताओं का मानना था कि प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने परिवार में महिलाओं की प्रकृति एवं भूमिका को बदलने में योगदान दिया है। जबकि 37 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने इसका नकारात्मक उत्तर दिया।
- सारणी 2 में दर्शाए गए आंकड़ों से स्पष्ट है कि अधिकांश उत्तरदाता इस तथ्य से 44 प्रतिशत पूर्णतः एवं 16 प्रतिशत अंशतः सहमत थे कि परिवार में पुरुष प्रधानता को कम करने में मीडिया का एक बृहद योगदान रहा है। जबकि 40 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने इससे असहमती प्रकट की। सैद्धांतिक तौर पर भले ही हम यह मानते हैं कि विकास महिलाओं को समानता एवं आगे आने का अवसर प्रदान करता है परंतु सतही सच्चाई यह है कि आज भी भारत में ग्रामीण जनसंख्या का प्रतिशत बहुत अधिक है और यहां पर आज भी पुरुष प्रधानता ही पाई जाती है।

निष्कर्ष एवं सुझाव

मध्य प्रदेश के ग्वालियर शहर की महिलाओं पर मीडिया के विभिन्न माध्यमों के होने वाले प्रभावों के संदर्भ में किए गए अध्ययन में पाया गया कि अधिकांश उत्तरदाता अविवाहित हिंदू मतावलम्बी स्कूली शिक्षा प्राप्त थे। जो एकल परिवार से संबंधित है। अध्ययन में पाया गया कि मीडिया ने उत्तरदाताओं को अपने अधिकारों के प्रति जागरूक तो किया ही है साथ ही अपने विरुद्ध हो रहे अपराध या हिंसा अथवा समाज में उनकी आंखों के सामने हो रहे अत्याचार या हिंसा के अपराधियों के विरुद्ध आवाज

उठाने के लिए प्रेरित करने वाले एक सशक्त माध्यम का कार्य किया है। मीडिया व्यक्ति के लिए सिर्फ सूचना एवं मनोरंजन का ही साधन नहीं है बल्कि यह लोगों की प्रत्येक क्षेत्र में जाकर मदद करता है। उनमें से एक है ऑनलाइन शॉपिंग या विज्ञापन देखकर अपने लिए सही उत्पाद का चुनाव करना। अध्ययन में शामिल उत्तरदाताओं माना कि मीडिया के विभिन्न माध्यम उनके लिए शॉपिंग के दौरान अत्यधिक सहायक सिद्ध हुए।

मीडिया एक बेहद ही मनोरंजक एवं मनमोहक माध्यम है, जिसकी लत किसी व्यक्ति को कब पड़ जाती है यह उसे पता ही नहीं चलता। सर्वेक्षित अधिकांश मतदाताओं ने यह माना कि मीडिया उनके दैनिक कार्यों को तो बाधित करता ही है साथ ही मीडिया के द्वारा निकाले गए विभिन्न विज्ञापन भी उनके विचारों को काफी हद तक प्रभावित किया। मीडिया एक वृहद सूचना एवं शिक्षा का माध्यम है जो समाज में फैल रही अराजकता एवं और नैतिकता को कम करने में एक अच्छे साधन के रूप में कार्य कर सकता है। इसने पुरुष मानसिकतावादी सोच को बदलना शुरू कर दिया है। अध्ययन में शामिल अधिकांश उत्तरदाताओं ने माना कि प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के द्वारा प्रसारित की जा रही सूचनाओं एवं कार्यक्रमों के माध्यम से परिवारों में महिलाओं की भूमिका एवं प्रकृति में बदलाव आया है। एवं परिवारों में व्याप्त पुरुष प्रधानता को काफी हद तक कम करने में योगदान दिया है।

मीडिया उद्योगपति एवं सरकार को मीडिया प्रसारण को विनियमित करने की जरूरत है। सरकार को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि वह मीडिया के माध्यम से उन्हीं सूचनाओं एवं कार्यक्रमों का वह फिल्मों का प्रसारण करने की इजाजत दे जो भारतीय परंपरा को बढ़ावा दें या उन पर कुठाराघात ना करें। टीवी या इंटरनेट पर किसी भी प्रकार के

हिंसात्मक या अश्लील प्रसारण या चित्रण को रोका जाना चाहिए जो भारतीय समाज में व्याप्त मूल्यों को धीरे-धीरे कमजोर बना रहा है। मीडिया के किसी भी माध्यम पर महिलाओं का अनैतिक या अश्लील चित्रण नहीं किया जाना चाहिए। ऐसा करने पर सरकार द्वारा ऐसे मीडिया चैनल या इंटरनेट वेबसाइट आदि को कठोर दंड दिया जाना चाहिए।

सन्दर्भ सूची

1. डॉ. पाण्डेय, एस. एस. (2009), समाजशास्त्र, टाटा मेग्रा हिल एजुकेशन प्राइवेट लिमिटेड, नई दिल्ली।
2. ग्लोबल डिजिटल ओवरव्यू, datareportal.com/global/digital/overview
3. सैनी, ममता (2021), मीडिया का युवाओं के जीवन पर प्रभाव – ग्वालियर शहर के विशेष सन्दर्भ में एक समाजशास्त्रीय अध्ययन, इंटरनेशनल जर्नल ऑफ ह्यूमैनिटीज एंड सोशल साइंस रिसर्च अंक 7, इश्यु 5, पृष्ठ. 41-43
4. गांधी, वी. पी. (1995), मीडिया एंड कम्युनिकेशंस टुडे – पॉलिसी, ट्रेनिंग एंड डेवलपमेंट, संस्करण 2, कनिष्का पब्लिशर्स, नई दिल्ली।
5. भट्ट, एस. सी. (2003), मीडिया – सेंसेशन नॉट ट्रुथ, ज्ञान पब्लिशिंग हाउस, नई दिल्ली।
6. सैनी, ममता (2021), मीडिया का पारिवारिक जीवन पर प्रभाव, अप्रकाशित शोध ग्रन्थ, जीवाजी विश्वविद्यालय, ग्वालियर, मध्यप्रदेश।