

महिला सशक्तिकरण में मीडिया की भूमिका

डॉ० केशरी नन्दन मिश्रा

सदस्य, माध्यमिक शिक्षा सेवा चयन बोर्ड इलाहाबाद, उत्तर प्रदेश

सारांश

महिलाओं के प्रति सभी प्रकार के भेदभाव की रोकथाम के लिए सरकारें, शैक्षणिक संस्थान, गैर-सरकारी संगठन जिम्मेदार हैं। इन सबके अलावा इस मामले में जनसंचार माध्यमों की जिम्मेदारी भी बड़ी है। क्योंकि बहुत सारे ज्ञान, नवाचार और समाचारों के प्रसार और व्याख्या में मीडिया का प्रभाव बहुत बड़ा है। आज, मीडिया हमारे जीवन का एक बड़ा हिस्सा है। जनसंचार माध्यमों से लगभग सभी को लाभ होता है। वास्तव में, महिलाओं की अर्थव्यवस्था को सशक्त बनाने के बारे में हमारे विचारों और हमारे लक्ष्यों की घोषणा करना वास्तव में एक बड़ी शक्ति है। हम महिलाओं के आर्थिक सशक्तिकरण के लिए मीडिया के प्रयासों के बारे में विचार क्यों नहीं लाते? महिलाओं की सामाजिक भूमिकाओं को सुदृढ़ करने के लिए उनके निर्माण में जनसंचार माध्यमों की क्या भूमिका है? लैंगिक समानता और महिला आर्थिक सशक्तिकरण के लिए जनसंचार माध्यमों से हम कैसे लाभ उठा सकते हैं? मीडिया क्षेत्र में निर्णय लेने की प्रक्रिया में महिलाओं की दृश्यता और प्रभाव को कैसे सुधारा जा सकता है? इस पत्र में महिलाओं के सशक्तिकरण और लैंगिक समानता में मीडिया द्वारा निभाई जा सकने वाली शक्तिशाली और सकारात्मक भूमिका का विश्लेषण और पहचान की गई है।

मुख्य शब्द: जनसंचार, मीडिया, अर्थव्यवस्था, सशक्तिकरण, लैंगिक समानता, भेदभाव

प्रस्तावना

आधुनिक समय में मीडिया को समाज का सबसे महत्वपूर्ण उपकरण माना जाता है क्योंकि इसमें जनसंचार द्वारा बड़े दर्शकों तक पहुंचने और जहां कहीं भी पहुंच सकता है, प्रभाव पैदा करने की शक्ति है, जो अब दूर-दूर तक हो गया है। सोशल मीडिया अपने लगातार अपडेट होने वाले ऐप्स और नेटवर्किंग के माध्यम से जनसमूह पर प्रभाव का एक अनिवार्य स्रोत है। बड़े पैमाने पर मीडिया ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है, हालांकि समाज में महिलाओं की स्थिति की उपेक्षा और हाशिए पर ध्यान केंद्रित करके महिला मुक्ति के आंदोलन का समर्थन करने में वांछित डिग्री नहीं है। महिलाओं के विकास के लिए संचार अत्यंत महत्वपूर्ण है और जनसंचार माध्यम महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। यह उल्लेखनीय है कि महिलाओं की शिक्षा के विकास और रोजगार के माध्यम से इस व्यवसाय में उनके प्रवेश ने मीडिया के विकास में योगदान दिया है।

यदि मीडिया परिवर्तन का एक शक्तिशाली एजेंट हो सकता है, तो यह दमन का भी उतना ही शक्तिशाली एजेंट हो सकता है। निस्संदेह यह लैंगिक समानता और महिलाओं की स्थिति की हिमायत करने का एक प्रमुख माध्यम है। फिर भी मीडिया महिलाओं की रूढ़िबद्ध छवियों और समाज में उनकी भूमिकाओं को सुदृढ़ कर सकता है। महिलाओं और समाज में उनके योगदान पर हमेशा उनकी कठिनाइयों और अत्याचारों की खबरों की छाया रही है। यह अनिवार्य है कि प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया बदलती दुनिया में महिलाओं के विविध जीवन और समाज में योगदान की एक संतुलित तस्वीर पेश करें। चूंकि मीडिया का लोगों पर बहुत अधिक प्रभाव है, इसलिए किसी भी समाचार को रिपोर्ट करने और प्रकाशित करने से पहले उसे अधिक जिम्मेदारी के साथ कार्य करना चाहिए। महिलाओं का चित्रण जो मीडिया द्वारा उनकी छवि के लिए अपमानजनक है, लिंग संवेदनशीलता की कमी का प्रमाण है और महिलाओं के इस तरह के

प्रतिनिधित्व के लिए उन्हें जवाबदेह बनाने का आह्वान किया है। इस तरह के उदाहरणों ने राष्ट्रीय महिला आयोग को महिलाओं के अश्लील प्रतिनिधित्व (निषेध अधिनियम) 1986 में संशोधन की सिफारिश करने के लिए प्रेरित किया था।

महिलाओं की गरिमा की रक्षा करने वाले कानूनी तंत्र को मजबूत करने के लिए सरकार ने 2012 में महिलाओं के अश्लील प्रतिनिधित्व (निषेध) अधिनियम, 1986 में संशोधनों को मंजूरी दी। इसका उद्देश्य एमएमएस और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया जैसी नई तकनीकों और कुछ को शामिल करना था। महिलाओं की रूढ़िवादिता को कायम रखने वाले पोस्टर और टीवी धारावाहिकों जैसे अधिनियम के दायरे से बाहर छोड़ दिया गया है। मीडिया में महिलाओं के संतुलित और गैर-रूढ़िवादी चित्रण को बढ़ावा देना इसे प्रगतिशील तरीके से उपयोग करने और मीडिया के ऐसे किसी भी माध्यम के दुष्प्रभावों से बचने के लिए बहुत महत्वपूर्ण है। मीडिया के बारे में महिलाओं का ज्ञान और पारंपरिक और आधुनिक मीडिया के विभिन्न रूपों तक पहुंच और नियंत्रण अभी भी अधिकांश समाजों में सीमित है।

मीडिया और संचार की नई तकनीकों के माध्यम से आत्म-अभिव्यक्ति और निर्णय लेने के लिए महिलाओं की भागीदारी और पहुंच में वृद्धि एक तरह से महिलाओं को सशक्त बनाना है। महिलाओं के सशक्तिकरण और लैंगिक समानता में मीडिया द्वारा निभाई जा सकने वाली शक्तिशाली और सकारात्मक भूमिका का समर्थन किया जाना चाहिए और आगे की खोज की जानी चाहिए।

पिछले एक दशक के दौरान, सूचना प्रौद्योगिकी में प्रगति ने एक वैश्विक संचार नेटवर्क की सुविधा प्रदान की है जो राष्ट्रीय सीमाओं को पार करता है और सार्वजनिक नीति, निजी दृष्टिकोण और व्यवहार, विशेष रूप से बच्चों और युवा वयस्कों पर प्रभाव डालता है। मीडिया के लिए महिलाओं की उन्नति में कहीं अधिक योगदान करने की क्षमता हर जगह मौजूद है।

संचार क्षेत्र में करियर में अधिक महिलाएं शामिल हैं, लेकिन कुछ ने निर्णय लेने के स्तर पर पदों को प्राप्त किया है या मीडिया नीति को प्रभावित करने वाले शासी बोर्डों और निकायों में काम किया है। मीडिया में लिंग संवेदनशीलता की कमी सार्वजनिक और निजी स्थानीय, राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय मीडिया संगठनों में पाई जा सकने वाली लिंग-आधारित रूढ़िवादिता को समाप्त करने में विफलता का प्रमाण है।

मीडिया संचार - इलेक्ट्रॉनिक, प्रिंट, दृश्य और श्रव्य - में महिलाओं की नकारात्मक और अपमानजनक छवियों के निरंतर प्रक्षेपण को बदलना होगा। अधिकांश देशों में प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया बदलती दुनिया में महिलाओं के विविध जीवन और समाज में योगदान की एक संतुलित तस्वीर प्रदान नहीं करते हैं। इसके अलावा, हिंसक और अपमानजनक या अश्लील मीडिया उत्पाद भी महिलाओं और समाज में उनकी भागीदारी को नकारात्मक रूप से प्रभावित कर रहे हैं। महिलाओं की पारंपरिक भूमिकाओं को मजबूत करने वाली प्रोग्रामिंग समान रूप से सीमित हो सकती है। उपभोक्तावाद के प्रति विश्वव्यापी रुझान ने एक ऐसा माहौल तैयार किया है जिसमें विज्ञापन और वाणिज्यिक संदेश अक्सर महिलाओं को मुख्य रूप से उपभोक्ताओं के रूप में चित्रित करते हैं और सभी उम्र की लड़कियों और महिलाओं को अनुपयुक्त रूप से लक्षित करते हैं।

महिलाओं को उनके कौशल, ज्ञान और सूचना प्रौद्योगिकी तक पहुंच को बढ़ाकर उन्हें सशक्त बनाया जाना चाहिए। इससे अंतरराष्ट्रीय स्तर पर महिलाओं के नकारात्मक चित्रण का मुकाबला करने और तेजी से महत्वपूर्ण उद्योग की शक्ति के दुरुपयोग के उदाहरणों को चुनौती देने की उनकी क्षमता मजबूत होगी। मीडिया के लिए स्व-नियामक तंत्र को बनाने और मजबूत करने की आवश्यकता है और लिंग-पक्षपातपूर्ण प्रोग्रामिंग को समाप्त करने के लिए दृष्टिकोण विकसित किए जाने की आवश्यकता है। अधिकांश महिलाएं, विशेष रूप से विकासशील देशों में, विस्तारित इलेक्ट्रॉनिक सूचना

राजमार्गों तक प्रभावी ढंग से पहुंचने में सक्षम नहीं हैं और इसलिए नेटवर्क स्थापित नहीं कर सकती हैं जो उन्हें सूचना के वैकल्पिक स्रोत प्रदान करेगी। इसलिए महिलाओं को अपनी वृद्धि और प्रभाव में पूरी तरह से भाग लेने के लिए नई प्रौद्योगिकियों के विकास के संबंध में निर्णय लेने में शामिल होने की आवश्यकता है।

निष्कर्ष

महिला सशक्तिकरण में तेजी लाने के लिए मीडिया की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण है जिससे महिलाओं का आर्थिक सशक्तिकरण होगा। मास मीडिया, हालांकि, सभी सोशल मीडिया की तरह, महिला होने की स्वस्थ अवधारणाओं के प्रसार के माध्यम से, आधुनिक समाज में महिलाओं की भूमिका क्या है, अच्छे उदाहरण जो महिलाएं हमें हर दिन देती हैं, को बढ़ाने के लिए अच्छे और व्यावहारिक साधन हैं। उन्होंने जो परिणाम हासिल किए हैं और अर्थशास्त्र के कई क्षेत्रों में महिलाओं तक पहुंचना जारी रखा है और महिलाओं के सामाजिक विचार, युवा महिलाओं को उनके आर्थिक सशक्तिकरण के लिए अच्छे विचार और उदाहरण दे रहे हैं। लैंगिक समानता की अवधारणा के प्रसार के लिए मीडिया अभियानों के कार्यान्वयन के साथ मास मीडिया भी एक मजबूत योगदान दे सकता है। अगर लोग मीडिया में देखें कि पुरुषों और महिलाओं के बीच के मतभेदों को दूर करना उन्हें रोजमर्रा की जिंदगी में वापस लाएगा। मास मीडिया ने हमेशा अनजाने में समाज की सोच और व्यवहार को प्रभावित और प्रभावित किया है। मीडिया को महिलाओं के अश्लील प्रतिनिधित्व के बावजूद स्थापित, सफल और प्रसिद्ध महिलाओं की सफलता की कहानियों पर ध्यान केंद्रित करना चाहिए। जेंडर भूमिकाओं को आकार देने वाले समाजीकरण के एक महत्वपूर्ण एजेंट के रूप में, लिंग के संबंध में जांच और संतुलन के लिए इसके तंत्र को मजबूत करने की आवश्यकता है। मीडिया को महिलाओं को एक सभ्य और सम्मानजनक तरीके से पेश करने में सक्षम बनाना चाहिए और महिलाओं के नकारात्मक चित्रण से बचने के लिए महिलाओं के सम्मान और सम्मान को बढ़ावा देना चाहिए।

मीडिया पेशेवरों को लैंगिक मुद्दों पर संवेदनशील बनाने की जरूरत है और उन लोगों के लिए पुरस्कार की एक प्रणाली विकसित की जा सकती है जो महिलाओं को सकारात्मक तरीके से चित्रित करने में सक्षम हैं। साथ ही नियमों की अवहेलना करने वालों के खिलाफ सख्त दंडात्मक कार्रवाई की जानी चाहिए। मीडिया के माध्यम से भारतीय संस्कृति और समाज के आधार पर महिलाओं की नई अभिनव सभ्य प्रस्तुति पेश की जानी चाहिए। इस खतरे से लड़ने के लिए नैतिकता और नैतिकता के साथ व्यापक सामाजिक जागरूकता के साथ एक मजबूत विधायी प्रयास की आवश्यकता है ताकि महिलाओं को एक वस्तु के रूप में नहीं बल्कि अधिकार और सम्मान के साथ एक व्यक्ति के रूप में देखा जा सके।

References

- 1) The SAGE Handbook of Gender and Communication – Bonnie. J. W & Julia T. Wood (Chapter 19: Gender & New Media)
- 2) Philo, G. (2007) 'News Content Studies, Media Group Methods and Discourse Analysis
- 3) Comparison of Approaches', in E. Devereux (ed.), Media Studies: Key Issues and Debates, London: Sage, 101-33.
- 4) Carter Cynthia, Gill Banston and Stiert Allan (ed) (1998). News, Gender and Power.
- 5) Creedon, Pamela J. (1989). Women in Mass Communication Challenging Gender Values. Sage Publication.