

तालिका क्रमांक-5

जनसंचार माध्यमों के सकारात्मक प्रभावों का तथ्यात्मक विवरण

क्रं.	सूचना का विवरण	संख्या	प्रतिशत
1.	सूचना शीघ्रता से प्राप्त	288	57.6
2.	सूचना शीघ्रता से प्राप्त नहीं	12	2.4
3.	उत्तर न देने वाले	200	40
	योग	500	100

उपर्युक्त तालिका से 57.6% का मानना है कि सूचनाएँ शीघ्र प्राप्त हो जाती हैं जबकि 2.4% महिलाओं का मानना है कि सूचना शीघ्रता से प्राप्त नहीं होती है। जबकि उत्तर न देने वाली महिलाओं में 40% महिलाएँ सहमत हैं।

निष्कर्ष एवं सुझाव -

नगरीय महिलाओं जनसंचार के माध्यमों के प्रभावों से संबंधित बहुत सारे अध्ययन हुए हैं। इन अध्ययनों के कुछ प्रमुख अध्ययनों का उपरोक्त विश्लेषण किया गया है। उपरोक्त संदर्भग्रंथों में समाज पर जनसंचार के विभिन्न प्रभावों का आंकलन किया गया है ये प्रभाव समाज में रहने वाले हर वर्ग के ऊपर दृष्टिगोचर होता है। नगरीय समाज विकसित और आधुनिक समाज होता है। अतः नगरीय महिलाओं के जीवन के विविध पक्षों पर जनसंचार के विविध आयाम अलग-अलग रूपों में प्रभावित करते हैं। यह प्रभाव सकारात्मक व नकारात्मक दोनों होता है। सकारात्मक प्रभाव जहाँ व्यक्तित्व को सार्वभौमिक बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। वहीं नकारात्मक प्रभाव वैयक्तिक और सामाजिक विघटन को बढ़ावा देती है।

जनसंचार में सबसे महत्वपूर्ण कड़ी है-संचार, संचार जो एक से दूसरे में आसानी से प्राप्त हो। जिससे सूचना का आदान-प्रदान आसानी से हो। सूचना की सत्यता का विशेष ध्यान दिया जाना चाहिए। सूचना प्रभावशाली हो जिससे लोग ज्ञान प्राप्त कर सकें एवं सरल हो जिससे सभी वर्ग तक आसानी से पहुँच सकें।

संदर्भ सूची-

1. जीन बॉड्रिलार्ड, (1970), *कंज्यूमर सोसायटी*, ऑक्सफोर्ड पब्लिकेशन।
2. जवरीमल्ल पाराव, (2001), *जनसंचार के सामाजिक संदर्भ*, अनामिका पब्लिशर्स एण्ड डिस्ट्रीब्यूटर्स, नई दिल्ली।
3. डॉ. महेश शुक्ला, (2001), *विध्य की पत्रकारिता के विविध आयाम* कॉमन वेल्थ पब्लिकेशन, नई दिल्ली।

महिलाओं पर सोशल मीडिया का प्रभाव

डॉ. महेश शुक्ला

प्राध्यापक समाजशास्त्र

शास.टी.आर.एस. महाविद्यालय, रीवा (म.प्र.)

एवं

क्षमा दुबे

शोध छात्रा, समाजशास्त्र

शास.टी.आर.एस. महाविद्यालय, रीवा

सारांश

आज मीडिया एक अत्याधिक प्रभावशाली माध्यम बन चुका है जिसकी पहुँच एक साथ करोड़ों लोगों तक है। आधुनिक तकनीकी ने महिला और पुरुष, युवा और वृद्ध सभी पर मीडिया के प्रभाव को अत्यधिक बढ़ा दिया है। प्रिंट मीडिया, रेडियो, टी.वी. फिल्में और इंटरनेट ये सभी मीडिया के घटक हैं। वहीं महिलाएँ विश्व की आधी आबादी हैं इसलिए उनके द्वारा मीडिया का प्रयोग और उन पर सोशल मीडिया के प्रभाव संबंधी बिन्दुओं की अनदेखी नहीं की जा सकती है।

आधुनिक समय में भारतीय महिलाओं के जीवन में मीडिया की महत्वपूर्ण भूमिका सिद्ध हो रही है। मीडिया ने महिलाओं की स्थिति को दुनिया से जोड़ने का कार्य किया है और अपनी ओर दुनिया के ध्यान को आकर्षित किया है। पारंपरिक भारतीय समाज में लैंगिक असमानता और भेदभाव, सदियों से चला आ रहा है मीडिया ने इसे भी प्रभावित कर महिलाओं को समानता का दर्जा प्रदान किया है। आज मीडिया जगत में महिलाओं के आत्मविश्वास और पक्षता के साथ आगे बढ़ रही हैं व मोर्चा संभाल रही हैं। यह एक ऐसा लोकतांत्रिक मंच है जहाँ महिलाएँ अपनी बातें आसानी से एक बड़ी जनसंख्या के सामने बगैर किसी प्रतिबंध के रख सकती हैं। लोकतंत्र को वह चौथा स्तंभ है जिसका महिला सशक्तीकरण में अहम भूमिका है।

मुख्य शब्द- भारतीय महिलाएँ एवं मीडिया, महिला सशक्तीकरण,

समाज वैज्ञानिकी अक्टूबर- मार्च 2020-21

अंक- 33-34, ISSN 0973-4201

भारतीय समाज विज्ञान परिषद्

अध्ययन का महत्व - सोशल मीडिया ने हमारी जीवन शैली में जिस परिवर्तन का आगमन किया है उसे हम सभी सराहते हैं साथ ही सभी लोग इसका बढ़ा चढ़ाकर लाभ भी उठा रहे हैं। सोशल मीडिया जो हमारी जिंदगी का अब एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन गया है वह भी टेक्नोलॉजी की ही देन है। खास बात तो यह है कि सोशल मीडिया के क्षेत्र में पितृसत्ता कम देखने को मिलती है। महिलाएँ भी सोशल मीडिया का उतना ही इस्तेमाल कर रही हैं, जितना पुरुष कर रहे हैं। आज सोशल मीडिया एक बहुत बड़ा यंत्र बन चुका है कोई भी व्यक्ति इसके लाभ और प्रभाव से वंचित नहीं है।

प्रस्तुत शोध अध्ययन का महत्व इस प्रकार है-

1. अपने दृष्टिकोण को सामने रखने का मंच-

सोशल मीडिया महिलाओं को अपने दृष्टिकोण और अपनी राय को सामने रखने का एक मंच प्रदान करता है। वह क्या चाहती है, वह क्या महसूस करती है, वह किन चीजों में बदलाव चाहती है यह बातें कीमती हो जाती हैं जब महिलाएँ अपने विचार सोशल मीडिया में प्रस्तुत करती हैं।

2. अन्य महिलाओं को सशक्त करना-

सोशल मीडिया के जरिये महिलाएँ खुद को ही नहीं बल्कि अन्य महिलाओं को भी सशक्त कर रही हैं। वह अपनी प्रगति व उपलब्धियों को सोशल मीडिया में शेयर करती हैं तो अन्य महिलाएँ भी उसे देखकर प्रेरित होती हैं।

3. लोगों से जुड़े रहना -

महिलाएँ अपने कामकाजी जीवन में और गृहकार्य करने में हमेशा व्यस्त रहती हैं उन्हें अपने व्यक्तिगत ग्राम कामकाजी जीवन में और गृहकार्य करने में हमेशा व्यस्त रहती हैं उन्हें अपने व्यक्तिगत जीवन की ओर ध्यान देने का समय पुरुषों के मुकाबले काफी कम मिलता है इसीलिये महिलाओं के सोशल मीडिया से जुड़े होने पर अन्य लोगों, दोस्तों, रिश्तेदारों और परिचितों से जुड़े रहने का अवसर मिलता है।

4. ज्ञान और अनुभव को प्राप्त करना-

सोशल मीडिया के लाभ सिर्फ बातचीत करने और लोगों से जुड़े रहने तक सीमित नहीं है। महिलाओं को यह अपने ज्ञान को बढ़ाने और अनुभव में बढ़ोत्तरी करने का अवसर मिलता है। समाज में क्या नई चीज हो रही है, क्या बदलाव आ रहे हैं आदि की जानकारी रखकर महिलाएँ अपना ज्ञान का दायरा बढ़ा रही हैं। साथ ही सोशल मीडिया का इस्तेमाल उन्हें एक नया अनुभव प्रदान करता है।

5. अपनी उपलब्धियों और प्रोग्रेस को शेयर करना-

महिलाएँ हर तरह से सोशल मीडिया का इस्तेमाल कर रही हैं। तो अपनी उपलब्धियों और प्रोग्रेस को शेयर करना कैसे भूलें सोशल मीडिया पर न सिर्फ हमारे परिचित हमें बधाईयां देते हैं बल्कि अज्ञान लोग भी आगे बढ़कर सराहते हैं।

पूर्व साहित्य के अध्ययन की समीक्षा-

टी.डी.एस.आलोक² (2001) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया-

टी.डी.एस. आलोक जनसंचार माध्यमों पर अध्ययन करने वाले एक समर्थ आलोचक है उन्होंने इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की दशा एवं दिशा पर काफी चिंतन और मनन किया है अपने अध्ययन इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में जनसंचार के कई अनछुये पहलुओं और प्रभावों का मूल्यांकन किया है।

उनका मानना है कि- स्वतंत्रता प्राप्ति से पूर्व प्रत्येक पत्रकार जो मीडिया से जुड़ते थे वे शब्दों के शिल्पी थे एक-एक शब्द का प्रयोग बहुत सोच-विचार तथा पूर्ण सावधानी से करते थे। उनकी वाणी में, लेखन में, हार्दिकता एवं संवेदनशीलता पूर्णतः एकाकार रहती थी आज पत्रकार चाहे वह इलेक्ट्रॉनिक माध्यम से जुड़ा है अथवा प्रिंट मीडिया से उसके भीतर शब्दों को प्रयोग में जाने का वह आसुत संस्कार है ही नहीं। भाषा भले ही प्रभावकारी हो, तथ्य भी समोहक ढंग से उजागर कर दिये गये हो पर उद्देश्य पर निष्ठा का स्वाथ अभाव ही रहता है।

आलोक का मानना है कि पहले पत्रकार समाज, राष्ट्र तथा मानवता की सेवा भावना को लेकर इस व्यवसाय में आता था अब पत्रकार केवल निजी सुख साधन जुटाने के भाव से ही प्रेरित होकर इस विषय को अपनाता है।

वास्तव में इलेक्ट्रॉनिक माध्यम का हर कार्यक्रम ऐसा होना चाहिए जिसमें अज्ञान के अंधेरे से टक्कर लेने की प्रबल क्षमता हो अन्यथा देश की लोकसत्ता चौथे स्तंभ में मजबूती का संबल देने वाले इस माध्यम का कोई अर्थ न रह जायेगा।

“भारतीय दूरदर्शन पर कटाक्ष करते हुए वे लिखते हैं कि - दूरदर्शन का यह मूल दायित्व होना चाहिए की वह संस्कृति के संरक्षण में अपनी अहजम भूमिका निभाए क्योंकि अपनी मूल संस्कृति से जुड़कर ही हमारा देश सुख समृद्धि का वास्तविक सुख भोग सकता है जिस तरह से देश की संस्कृति विलीन होती जा रही है, उनकी पुनर्स्थापना किये बिना न तो इस देश के जन-मन को सुख मिल सकता है और न ही समृद्धि का वह, वास्तविक सुख भोग सकता है। दूरदर्शन एक प्रभावकारी माध्यम है। अतः इस दृष्टि से

दूरदर्शन से जुड़े प्रत्येक कर्मी का यह पुनीत कर्तव्य बन जाता है कि वह ऐसे सामाजिक कार्यक्रमों को तैयार करें जिन्हें देखकर सांस्कृतिक मूल्यों की पुनर्स्थापना हो सके।”

अध्ययन क्षेत्र-

प्रस्तुत अध्ययन रीवा जिले पर केन्द्रित है। रीवा नगर विन्ध्यन कगारी प्रदेश के मध्यवर्ती पर 24' 42' उत्तरी अक्षांश एवं 81' 15' पूर्वी देशांतर पर बीहर एवं बिछिया नदी के संगम पर स्थित है। इसका नामकरण पवित्र नदी रेवा नदी के नाम पर प्रतिष्ठित हुआ है। प्रस्तुत अध्ययन नगरीय महिलाओं पर केन्द्रित है। इस अध्ययन में रीवा नगर के विभिन्न कालोनियों में रहने वाली शिक्षित महिलाओं को सम्मिलित किया गया है।

शोध प्रविधि-

समाज विज्ञान में किसी भी समस्या के अध्ययन के लिए एक विशिष्ट पध्दति होती है। इस पध्दति से अध्ययन को कई चरणों में बांटकर हम अपने लक्ष्य को प्राप्त करते हैं। अध्ययन की प्रकृति के अनुसार हम शोध तकनीक, उपकरणों, प्रविधियों का चुनाव करते हैं। प्रस्तुत अध्ययन को तार्किक और यथार्थपूर्ण बनाने के लिए वैज्ञानिक प्रविधियों का प्रयोग किया जायेगा।

प्रस्तुत अध्ययनरत का स्वरूप ज्ञान प्राप्ति के उपागम के आधार पर सर्वेक्षण एवं मूल्यांकनात्मक अनुसंधान के लिए अन्वेषणात्मक एवं विवरणात्मक अनुसंधान का होगा। इस स्वरूप को वैज्ञानिक बनाने के लिए साक्षात्कार अवलोकन आदि प्रविधि का प्रयोग किया जायेगा।

तथ्यों का विश्लेषण-

सोशल मीडिया एक प्रकार से महिलाओं के जीवन का महत्वपूर्ण अंग बन चुका है। महिलाओं पर सोशल मीडिया के प्रभाव को दर्शाने के लिए कुछ तालिकाओं को दर्शाया गया है जो निम्न प्रकार से हैं-

तालिका क्रमांक-1

इंटरनेट के प्रयोग की जानकारी

क्रं.	इंटरनेट का प्रयोग	संख्या	प्रतिशत
1.	इंटरनेट का प्रयोग बढ़ रहा है	312	62.4
2.	इंटरनेट का प्रयोग घट रहा है	156	31.2
3.	जवाब न देने वाले	32	6.4
योग		500	100

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट है कि 62.4% लोग इंटरनेट का प्रयोग कर रहे हैं जबकि 31.2% लोग कम प्रयोग कर रहे हैं अथवा 6.4% लोगों ने जवाब नहीं देना उचित समझा है। इसके प्रतिशत को देखकर पता चलता है कि इंटरनेट का प्रयोग तेजी से बढ़ रहा है एवं जीवन को प्रभावी भी बना रहा है।

तालिका क्रमांक-2

सोशल मीडिया के प्रयोग की जानकारी

क्रं.	सोशल मीडिया के प्रकार	संख्या	प्रतिशत
1.	फेस बुक	176	35.2
2.	व्हाट्सएप	236	47.2
3.	ट्विटर	36	7.2
4.	अन्य	32	6.4
5.	जवाब न देने वाले	20	4
योग		500	100

उपर्युक्त तालिका से स्पष्ट होता है कि सर्वाधिक जनसंख्या 47.2% व्हाट्सएप का प्रयोग करती है जबकि दूसरे नंबर पर फेसबुक को 35.2% लोगों द्वारा इस्तेमाल किया जाता है। ट्विटर को 7.2% लोग ही इस्तेमाल कर पाए हैं इसकी लोकप्रियता भी धीरे-धीरे बढ़ रही है लोग अपने विचार यहाँ प्रकट करने में सक्षम हैं। 6.4% लोग अन्य सोशल मीडिया पर एक्टिव हैं और 4% लोग किसी भी प्रकार से सोशल मीडिया में अपना समय नहीं दे रहे हैं।

तालिका क्रमांक-3

सर्वाधिक प्रभावित माध्यम

क्रं.	माध्यम	संख्या	प्रतिशत
1.	इलेक्ट्रॉनिक मीडिया	108	21.6
2.	प्रिंट मीडिया	192	38.4
3.	सोशल मीडिया	196	39.2
4.	उत्तर न देने वाले	4	0.8
योग		500	100

उपर्युक्त तालिका से यह स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया सर्वाधिक प्रभावित माध्यम है। सोशल मीडिया 39.2% लोगों द्वारा, दूसरे नंबर पर प्रिंट मीडिया प्रभावित है। 38.4% और 21.6% लोगों द्वारा

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का प्रयोग किया जा रहा है। जबकि 0.8% लोग इसका कोई भी उत्तर नहीं दे रहे हैं।

तालिका क्रमांक-4

फेसबुक, ट्विटर जैसे संचार माध्यमों से लोगों में डिप्रेशन की समस्या की जानकारी

क्रं.	डिप्रेशन की जानकारी	संख्या	प्रतिशत
1.	डिप्रेशन की समस्या बढ़ी है	228	45.6
2.	डिप्रेशन की समस्या कम है	80	16
3.	जवाब न देने वाले	192	38.4
योग		500	100

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट होता है कि 45.6% लोग डिप्रेशन की समस्या है ज्यादा प्रयोग सोशल मीडिया का इसकी वजह बनती है। 16% डिप्रेशन की कम समस्या है। जवाब न देने वाले लोगों का प्रतिशत 38.4% है।

निष्कर्ष एवं सुझाव-

सोशल मीडिया पर सकारात्मक बातचीत की तुलना में नकारात्मक अनुभव ज्यादा असर डालते हैं। निष्कर्षों का प्रकाशन पत्रिका डिप्रेशन एण्ड एंजाइटी में किया गया है। अमेरिका के पीट्सबर्ग विश्वविद्यालय के ब्रायन प्रिम्क ने कहा, हमने पाया है कि सोशल मीडिया के सकारात्मक अनुभव बहुत आंशिक रूप से कम अवसाद वाले लक्षणों से जुड़े हैं। सोशल मीडिया किसी नशे की तरह इस्तेमाल कर रहे हैं। बच्चों से लेकर महिलाएं, वृद्ध, पुरुष सभी इसके इस्तेमाल से ग्रसित होते जा रहे हैं। जिससे समय का काफी नुकसान होता है।

सुझाव - प्रस्तुत शोध में कुछ सुझाव दिए गए हैं जो निम्न प्रकार से हैं:-

1. मीडिया द्वारा महिलाओं को मनोरंजन सामग्री के माध्यम से शिक्षित व जागरूक किया जाना चाहिए।
2. महिलाओं में पढ़ने की आदत विकसित की जानी चाहिए ताकि उन्हें अपनी पसंद और वरीयता के आधार पर कार्यक्रमों के चयन और पाठन के सामग्री के चुनाव की स्वतंत्रता मिल सकें।
3. महिलाओं की मीडिया में भागेदारी को बढ़ाना होगा, जिससे उनसे जुड़े मुद्दों को सामने और उन पर चर्चा आसान बन सकें।
4. मीडिया को महिलाओं से संबंधित सभी मुद्दों को प्राथमिकता से उठाना चाहिए जैसे की कन्या भ्रूण

हत्या, बालिका शिक्षा, ग्रामीण महिलाओं की समस्या, गरीबी, अशिक्षा महिला सशक्तिकरण आदि आवश्यक है।

5. प्रिंट व इलेक्ट्रॉनिक मीडिया संस्थानों द्वारा समय-समय पर महिलाओं की रूचि व अरूचि को समझने के लिए उनसे प्रतिक्रिया ली जानी चाहिए।
6. मीडिया द्वारा समाज के लिए प्रेरणा व उदाहरण प्रस्तुत करने वाली साहसी महिलाओं से संबंधित सामग्री को प्रमुखता और गंभीरता से लिया प्रचारित व प्रसारित करना चाहिए जिससे अन्य महिलाएं उनसे प्रेरणा लेकर जागरूक और स्वावलंबी बन सकें।
7. महिलाओं के सशक्तीकरण और उनके समानाधिकार की मांग के लिए प्रिंट मीडिया की भूमिका अभूतपूर्व रही है विशेष रूप से महिलाओं को मानसिक रूप से सशक्त बनने और उनके प्रति समाज के दृष्टिकोण को बदलने में प्रिंट मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है। इसलिये प्रिंट मीडिया द्वारा महिलाओं के हितों पर खुलकर चर्चा व परिचर्चा की जानी आवश्यक है।

संदर्भ सूची-

1. टी.डी.एस. आलोक (2001), *इलेक्ट्रॉनिक मीडिया*, अनामिका पब्लिशर्स एण्ड डिस्ट्रीब्यूटर्स, नई दिल्ली.
2. जवरीमल्ल पाराव, (2001), *जनसंचार के सामाजिक संदर्भ*, अनामिका पब्लिशर्स एण्ड डिस्ट्रीब्यूटर्स, नई दिल्ली।
3. डॉ. महेश शुक्ला, (2001), *विंध्य की पत्रकारिता के विविध आयाम*, कॉमन वेल्थ पब्लिकेशन, नई दिल्ली।
