

समाज में महिलाओं का स्थान एवम् भारतीय मीडिया में महिलाओं : विकास भी, दोहन भी

डॉ. छाया आर. सूचक

आर्ट्स कॉलेज, विजयनगर

जिला - साबरकांठा

गुजरात भारत

आजकल 'स्तरी विमर्श' की अत्यन्त चर्चा है। कभी-कभी इस विमर्श में अमर्श तो परिलक्षित होता है। भारतीय संस्कृति में मूल भाव पर भी विचार-विमर्श की उपेक्षा भी नज़र आती है। मंत्रों और श्लोकों की अन्यथा और सुविधाजनक व्याख्या कर ली जाती है। भारतीय दर्शन में व्यास का महाभारतीय दिग्दर्शन आवश्यक है। उपर्युक्त श्लोक इसका प्रमाण है। तुलसीदास जी ने नारी को प्रताड़ित करने की अपेक्षा उसका "ताड़ जाने" अर्थात् "भावना को भाँपने" पर जोर दिया। 'अबला' संज्ञा पर अधिक बल दिया गया -

प्रमदा, प्रबला, वामा, पुरंध्री, स्त्री, शमा, भामिनी और महिला सम्बोधनों के भावार्थों की कौन कहे ? शब्दार्थों को ही समझने की जहमत नहीं उठाई गई। माता, गृहिणी और सचिव के रूप में उसकी पदस्थापनाओं को अनदेखा किया गया। वामा-परिवार को बुनने वाली, पुरंध्री-पुर की रक्षा करने वाली, महिला - उत्सवधर्मिणी। अन्य शब्दार्थ स्पष्ट हैं। महाज्ञानियों ने पता नहीं क्यों 'वामा' का अर्थ उल्टी/प्रतिकूल कह दिया। धन्य हो।

हमारे यहाँ पत्नी को धर्मपत्नी कहने का रिवाज है। उसके बिना कोई धर्म-कर्म नहीं हो सकता। हर महापुरुष के पीछे एक महती स्त्री होती है, हमारे यहाँ हर पुरुष के आगे कोई महिला शक्ति है। वह या तो माँ है या धर्मपत्नी, यशोदानन्दन, कौशल्यानन्दन, रेवतीरमण, जानकीरमण एवं सीताराम आदि। महिला सशक्तिकरण हमारे पहले से हैं।

भारतीय मीडिया में महिलाएँ : विकास भी, दोहन भी :

डॉ. छाया आर. सूचक

1Page

मीडिया का अर्थ है संचार का माध्यम जिसे हम कहते हैं कि मीडिया देश की आँखें हैं। देश का पंथ प्रदर्शक है। मीडिया दो प्रकार की होती है-

१. प्रिण्ट मीडिया
२. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया

संचार का प्रथम माध्यम समाचार-पत्र, मैगजीन, साप्ताहिक पोस्टर, किताबें आदि हैं तथा दूसरा माध्यम टी.वी., सिनेमा, रेडियो, वी.सी.आर., कम्प्यूटर, फोन इत्यादि इलेक्ट्रॉनिक मीडियेटर हैं।

महिलाओं का उत्पीड़न केवल मीडिया तक सीमित नहीं है, प्रत्येक क्षेत्र में महिला शोषित हो रही है। मीडिया महिलाओं के शोषण में सबसे महत्वपूर्ण कारक है। शोषण तीन प्रकार का है -

१. **आपराधिक शोषण** - बलात्कार, अपहरण, हत्या, लूटपाट, यौन-शोषण, हिंसा, भगा ले जाना, प्रेम प्रसंग में हत्या।
२. **पारिवारिक शोषण (पारिवारिक हिंसा)** - दहेज सम्बन्धी मृत्यु, पत्नी को पीटना, लैंगिक दुर्व्यवहार, विधवाओं या वृद्ध महिलाओं के साथ दुर्व्यवहार इत्यादि।
३. **सामाजिक शोषण (सामाजिक हिंसा)** - पत्नी, पुत्रवधू को भ्रूण हत्या के लिए बाध्य करना, महिलाओं के साथ छेड़छाड़, सम्पत्ति में महिलाओं का हिस्सा देने से इन्कार करना, अल्पवयस्क, विधवा को सती होने के लिए बाध्य करना, पुत्रवधू को और अधिक दहेज लाने के लिए सताना।

लोकतंत्रीय शासन प्रणाली में सरकार के तीन प्रमुख अंगों व्यवस्थापिका, कार्यपालिका एवं न्यायपालिका के अतिरिक्त चौथा प्रमुख आधारस्तम्भ प्रेस को माना जाता है जिसमें प्रिण्ट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया दोनों सम्मिलित हैं। जनसाधारण में विभिन्न सूचनाओं का सम्प्रेषण करना, जनमत का निर्माण करना, जनता में चेतना एवं जागरूकता का विकास करना प्रेस का प्राथमिक लक्ष्य है।

वर्तमान युग जिसको सूचना क्रान्ति का कालखण्ड कह कर सम्बोधित किया जाता है उसमें मीडिया द्वारा अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के नाम पर अति स्वच्छन्दता, व्यक्तिगत जीवन में

अनावश्यक हस्तक्षेप, अश्लीलता एवं नारी उत्पीड़न इत्यादि को प्रोत्साहन दिया जा रहा है । वैश्वीकरण व निजीकरण के इस युग में संचार साधनों पर वित्त पूँजी के निरन्तर बढ़ते आधिपत्य एवं दबाव से स्पष्ट है कि अन्य पूँजीवादी उपक्रमों की तरह सूचना तन्त्र भी अधिकाधिक लाभ कमाने का साधन बन गया है जिस कारण वर्तमान में पत्रकारिता अपनी सशक्त भूमिका एवं दायित्व से विमुख होती नज़र आ रही है । विशेषकर महिला उत्पीड़न के सन्दर्भ में पत्रकारिता की भूमिका अत्यन्त विवादास्पद होती जा रही है ।

पत्रकारिता के क्षेत्र के अन्तर्गत पत्रकारिता का विधिवत अध्ययन एवं प्रशिक्षण प्राप्त करके पत्रकारिता करने वालों की संख्या वर्तमान में बहुत ही सीमित रह गई है जबकि थोड़ा-सा कागजी ज्ञान व प्रशिक्षण प्राप्त करके पत्रकारिता से जुड़ने वालों की संख्या दिन-प्रतिदिन बढ़ती जा रही है । बदलती एवं किसति होती पत्रकारिता में ऐसे पत्रकार जो स्वयं को मात्र समाचारों एवं सूचनाओं तक सीमित नहीं रखते वरन् पत्रकारिता को लक्ष्य के साथ दौड़ते हुए पाठकों, दर्शकों एवं समाज को सही दिशा देने का दायित्व निभाते हैं उनका आज नितान्त अभाव दिखाई दे रहा है । व्यवसायीकरण की बढ़ती प्रवृत्ति, अपनी लोकप्रियता को बढ़ाने एवं पत्रकारों, प्रशासकों एवं संचालकों की अति महत्वकांक्षाओं ने विभिन्न संचार साधनों को मात्र विज्ञापनों एवं मुनाफा एकत्रित करने का माध्यम बनाकर रख दिया है । विगत कुछ वर्षों में विभिन्न संचार साधनों के द्वारा बड़े पैमाने पर नारी को एक उत्पाद के रूप में प्रस्तुत किया जा रहा है उससे निश्चित ही नारी की गरिमामयी एवं गौरवमयी छवि को ठेस पहुँच रही है । विभिन्न समाचार-पत्रों, पत्रिकाओं, टी.वी. इत्यादि के द्वारा नारी हिंसा, छेड़-छाड़, बलात्कार, देह-व्यापार इत्यादि से सम्बन्धित घटनाओं को अत्यधिक बढ़ा-चढ़ा कर प्रकाशित एवं प्रसारित किया जाता है । ऐसा करते समय पत्रकारिता से जुड़े लोग इस बात को भूला देते हैं कि अब इन घटनाओं की सूचना केवल आँकड़ों में नहीं वरन् वह तो सचित्र है जो समाज में करुणा, रोष व उत्तेजना सब एक साथ उत्पन्न करती है । इन सचित्र घटनाओं का प्रसारण व प्रकाशन समाज को न केवल विचलित करता है वरन् उस पर नकारात्मक प्रभाव भी डालता है, समाज में बढ़ रही अश्लीलता, हिंसा, उपभोक्तावादी संस्कृति, सामाजिक-सांस्कृतिक मूल्यों के ह्रास इत्यादि के लिए जनसंचार के साधन ही उत्तरदायी हैं ।

समाचार-पत्र-पत्रिकाओं में सिनेमा एवं मॉडलिंग के क्षेत्र से जुड़ी अभिनेत्रियों एवं मॉडल्स की अर्द्धनग्न व उत्तेजक तस्वीरें अधिकाधिक मात्रा में छापकर बड़ी संख्या में पाठकों को अपनी ओर खींचने का प्रयास किया जा रहा है । पुरुष-वर्ग द्वारा प्रयोग की जाने वाली निजी वस्तुओं के विज्ञापनों में देह दिखाऊ महिला मॉडल की मौजूदगी दर्ज करना, मीडिया

द्वारा हो रहे महिला उत्पीड़न का ही एक उदाहरण है। ऐसी तस्वीरों एवं विज्ञापनों को समाचार पत्र, पत्रिकाओं की बिक्री को बढ़ाने की गरण्टी माना जाता है। ऐसे में किस प्रकार उम्मीद की जा सकती है कि नव युवा पीढ़ी में संचार साधनों के द्वारा जीवन मूल्यों, आदर्शों एवं नैतिक गुणों का विकास किया जा सकता है। मीडिया के द्वारा आधुनिक नारी के नाम पर जिस नारी की तस्वीर प्रस्तुत की जा रही है वह नारी को समाज में न तो सम्मान दिला पा रही है और न ही उचित दर्जा। इसके विपरीत वह नारी के विरुद्ध बढ़ रही हिंसा एवं अपराध का कारण बन रही है। हाल ही में मीडिया द्वारा राखी सावंत व मिका प्रकरण, करीना कपूर व शाहिद कपूर के प्रेम प्रसंग से जुड़े चित्र तथा फैशन के सामने पेश किया गया तथा समाचार पत्रों में उन तस्वीरों को मुख पृष्ठ पर स्थान दिया गया वह न केवल अशोभनीय व निन्दनीय है वरन् मीडिया द्वारा किए जा रहे महिला शोषण से जुड़ा हुआ एक कदम है जो वर्तमान पत्रकारिता के बदलते हुए रूप, भूमिका एवं उसकी प्रभावशीलता पर प्रश्नचिह्न लगाता है।

वर्तमान पत्रकारिता की एक विडम्बना यह भी है कि पत्रकारिता के क्षेत्र में कई महिलाएँ भी सक्रिय रूप से जुड़ी हुई हैं परन्तु मीडिया द्वारा हो रहे महिला - उत्पीड़न को रोकने में उनके द्वारा कोई ठोस एवं सार्थक पहल नहीं हो पा रही है। वे स्वयं भी कहीं न कहीं मीडिया द्वारा किए जा रहे नारी शोषण एवं नारी की विकृत छवि को स्थापित करने में भागीदार बन रही हैं। प्रसिद्ध हिन्दी धारावाहिक निर्मात्री द्वारा विभिन्न टी.वी. चैनलों पर अपने कार्यक्रमों के द्वारा जिस रूप में नारी चित्रण पेश किया जा रहा है वह या तो आधुनिकता के रंग में रंगी कुटिलता व फैशन से लित्त खलनायिका है या खोखले आदर्शों, संस्कारों एवं बंधनों से बँधी अत्याचार सहित नायिका है। नारी के ये दोनों ही रूप नारी जगत को स्वालम्बन, आत्मनिर्भरता व आत्मसम्मान का पाठ नहीं सिखा सकते। अतः इन दोनों रूपों में उचित संतुलन स्थापित करने की आवश्यकता है।

विभिन्न द्वितीयक तथ्यों से प्राप्त सामग्री का विश्लेषण करने से यह भी स्पष्ट हुआ है कि संचार साधनों द्वारा महिला सशक्तीकरण, लैंगिक समानता, व न्याय, महिला अधिकार इत्यादि मुद्दों को मात्र औपचारिक एवं सतही ढंग से उठाया जाता है। ये वे मुद्दे एवं समस्याएँ हैं जिनको यदि मीडिया द्वारा पूरी ईमानदारी व निष्पक्षता से उठाया जाए तो निश्चित ही महिलाओं की खराब हो रही स्थिति को सुधारा जा सकता है तथा समाज को सही दिशा प्रदान की जा सकती है। जब कभी भी मीडिया द्वारा इस दिशा में ऐसा छोटा सा भी कदम उठाया गया तो समाज व जनता ने इस कदम को सराहनीय और प्रशंसनीय बताया।

जेसिका लाल हत्याकाण्ड की पुनः जाँच की माँग करना, प्रसिद्ध गायक उदित नारायण की पहली पत्नी को न्याय और सम्मान दिलाना और नोयडा निवासी निशा द्वारा दहेज लोभियों को जेल भिजवाने में सहायता करना इत्यादि कुछ ऐसे उदाहरण हैं जो मीडिया की सक्रियता और सशक्त भूमिका को प्रदर्शित करते हैं परन्तु वास्तविकता यही है कि मीडिया का उपयोग नारी उत्पीड़न को रोकने में अंशतः ही किया गया है। अधिकांशतः संचार साधन नारी उत्पीड़न से सम्बन्धित घटनाओं को विशेष प्राथमिकता देते हैं। निम्नलिखित तालिका का विश्लेषण करने से यह स्पष्ट होता है कि विभिन्न वर्षों में दैनिक समाचार-पत्रों के द्वारा ऐसी घटनाओं के प्रकाशन में ही विशेष रुचि दिखाई गई है परन्तु मीडिया ने ऐसी घटनाओं के कारणों पर न तो कभी गंभीर परिचर्चा की है और न ही ऐसी घटनाओं को रोकने के उपायों पर ही प्रकाश डाला है। इन घटनाओं का समाज पर कितना घातक व दुष्प्रभाव पड़ा रहा है इस ओर भी मीडिया ने अपनी आँखें मूँद रखी हैं –

गुजरात में विभिन्न समाचार पत्रों में नारी शोषण सम्बन्धी प्रकाशित घटनाएँ :

	२०१२	२०१३	२०१४	२०१५	२०१६
बलात्कार	१३७५४	१४८८४	१५३३०	१५१५१	१५४६८
अपहरण	१४०६३	१४८७७	१५६१७	१६३५१	१५९६२
दहेज हत्या	५०९२	५५१३	६००६	६९७५	६६९९
उत्पीड़न	३११२७	३५२४६	३६५९२	४१३७६	४३८२३
छेड़छाड़	४७५६	५६७१	५७९६	८०५४	८८५८
वेश्यावृत्ति	८४४७	७७०६	८३२३	८६९५	९३६३

मीडिया की एकाधिकारवादी एवं अनुत्तरदायी प्रवृत्ति पर विशेष निगरानी रखने की आवश्यकता है। ऐसी सूचनाएँ व समाचार जो समाज व राष्ट्रहित में नहीं हैं, केवल अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के नाम पर उनके प्रसारण की छूट नहीं दी जानी चाहिए। पत्रकारिता से जुड़े लोगों को भी उत्तराधिकार के रूप में अशिक्षित-अप्रशिक्षित सगे – सम्बन्धियों को संपादकीय एवं पत्रकारीय दायित्व देने की प्रवृत्ति से बचना चाहिए। पत्रकारिता के समुचित विकास के लिए उत्तरदायी एवं जवाबदेह पत्रकारिता का विकास करना आवश्यक है। सतर्क,

सुविज्ञ व उत्तरदायित्वपूर्ण पत्रकारिता ही समाज को सही दिशा प्रदान कर सकती है । स्वच्छन्दवादी और व्यावसायिकतापूर्ण पत्रकारिता को संवैधानिक व कानूनी तरीके से ही नियमित करना अत्यन्त आवश्यक होता जा रहा है । पत्रकारिता की जवाबदेही के मापकों एवं दायरों को सुनिश्चित करके ही पत्रकारिता को जीवन्त एवं उसकी भूमिका को सशक्त एवं सार्थक बनाया जा सकता है ।

विज्ञापनों द्वारा नारी उत्पीड़न :

वर्तमान युग प्रतियोगिता का युग है । आज बाजार में व्यक्ति के दैनिक जीवन से सम्बन्धित उपयोग की वस्तुएँ सरलता से प्राप्त हो सकती हैं । आज एक ही वस्तु के अनेक ब्राण्ड बाजार में देखने को मिलते हैं । ऐसी स्थिति में प्रत्येक निर्माणकर्ता अपनी वस्तु को श्रेष्ठ प्रमाणित करने के लिए विज्ञापन का सहारा लेते हैं किन्तु आज प्रतियोगिता के इस दौर में विज्ञापन केवल वस्तुओं तक ही सीमित होकर नहीं रह गए हैं । आज अपने विज्ञापन को आकर्षक बनाने के लिए उसमें अनावश्यक रूप से नारी का अश्लील प्रयोग किया जाता है चाहे उसमें नारी के चित्रण की आवश्यकता हो अथवा न हो । फिर भी आकर्षण की वस्तु के रूप में नारी को प्रस्तुत किया जाता है, जैसे – लिरिल साबुन का विज्ञापन, विभिन्न डियो के विज्ञापन, गारनियर शैम्पू के विज्ञापन आदि जो आजकल टी.वी. पर दिखाए जा रहे हैं, नारी के शारीरिक और मानसिक उत्पीड़न के उदाहरण हैं ।

टी. वी. सीरियल्स द्वारा नारी उत्पीड़न :

वर्तमान समय में बड़े पर्दे अर्थात् सिनेमाघरों से ज्यादा टी.वी. व्यक्तियों की पसन्द बनता जा रहा है । लोग भावनात्मक रूप से उनसे जुड़ते जा रहे हैं और सीधे-सीधे उसे अपने जीवन से जोड़ते हैं । वर्तमान समय में टी. वी. सीरियल्स में नारी का जो स्वरूप प्रस्तुत किया जा रहा है वह सामाजिक दृष्टि से नितान्त गलत है । सीरियल में एक ही नारी की दो या तीन बार शादियाँ दिखाई जाती हैं । शादी और तलाक के बीच का फासला चंद दिन या चंद महीनों का दिखाया जाता है । प्रत्येक सीरियल में नारी का किसी न किसी रूप में नकारात्मक चित्रण किया जाता है । माँ को ही संतान का दुश्मन दिखाया जाता है और धन के लिए पत्नी-पति की प्रतिद्वन्द्विता दिखाई जाती है । नारी ही दूसरी नारी के घर को तोड़ते दिखाई जाती है ।

चलचित्रों द्वारा नारी उत्पीड़न :

चलचित्रों की यदि वास्तविक प्रकृति का अध्ययन किया जाए तो इसका उद्देश्य व्यक्ति के मनोरंजन के सम्बन्ध में होता है। वर्तमान चलचित्रों का उद्देश्य व्यक्ति का मनोरंजन नहीं है। उसका लक्ष्य तो किसी भी प्रकार सफलता प्राप्त करना और धन कमाना है फिर चाहे इसके लिए उसे अपनी मर्यादा की सीमा ही क्यों न लाँधनी पड़े। वर्तमान चलचित्र नारी के स्वरूप को इतने विकृत रूप में प्रस्तुत कर रहा है जिससे नारी की प्रतिष्ठा को गहरा आघात पहुँचा है। आज नारी भोग-विलास की वस्तु के रूप में अश्लीलता के साथ परोसी जाती है।

आज फिल्मों में अश्लीलता सर्वोपरि हो गई है। 'जिस्म' जैसी फिल्मों की समाज को कोई आवश्यकता नहीं है। इस फिल्म के पश्चात् बिपाशा बसु द्वारा अपने साक्षात्कार में फिल्म के पक्ष में कही गई बातों को हम लिखना भी नहीं ठीक नहीं समझते? लेकिन समझ में नहीं आता कि इन फिल्मों को बनाया ही क्यों जाता है जिनसे कोई शिक्षा ही न मिले, बल्कि समाज में गन्दगी फैलती है। किसी फिल्म की लोकप्रियता के लिए स्त्री देह का प्रदर्शन सबसे सुगम मार्ग समझा जाता है। सुहाग रात, स्त्री के गुप्त भेद, यौवन का भरपूर आनन्द देने का दावा करने वाली फिल्मों से समाज में कई विकार उत्पन्न हो रहे हैं।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया द्वारा विज्ञापन में महिलाओं का शोषण किया जा रहा है, विज्ञापन चाहे कार का हो, कॉफी, आफ्टर शेव लोशन, सिगरेट या पान-मसाला का स्त्री का आकर्षण स्वरूप प्रस्तुत कर लोगों को रिझाने का पूरा प्रयास किया जाता है। स्त्री आकृति का सर्वाधिक प्रयोग शैम्पू, साबुन, फर्नीचर, फ्रिज, शीतल पेय, सौन्दर्य-प्रसाधन, कपड़े आदि के लिए होता है। इसके अतिरिक्त पुरुष व महिलाओं के अंतःवस्त्रों का विज्ञापन भी अधिकांश महिलाएँ ही करती देखी जाती हैं। हमारी भारतीय संस्कृति में लज्जा व धर्म महिलाओं का आभूषण माना जाता है किन्तु आज मीडिया की चकाचौंध से महिलाएँ लाज-लज्जा त्याग कर नग्नता पर उतर आई हैं। आज का समाज बौद्धिक समाज है, लेकिन इस प्रगतिशील युग के बौद्धिक लोग बुद्धिहीन प्रतीत होते हैं, तभी तो अन्तः वस्त्रों के विज्ञापनों की आवश्यकता आन पड़ी है। कार के विज्ञापन में अर्द्ध वस्त्रों को लपेट कर स्त्रियाँ कार के ऊपर बैठी हैं। यह विज्ञापन किस चीज का हो रहा है? उन महिलाओं का, या उन कपड़ों का, या उस कार का? निर्णय लेना भी कठिन हो जाता है।

अश्लीलता के विरुद्ध भारतीय महिलाओं के बढ़ते आक्रोश को देखते हुए अगस्त, १९८६ में राज्यसभा में तत्कालीन महिला राज्यमंत्री मार्ग्रेट अल्वा के प्रयासों से एक ऐसा विधेयक बनाया गया जिसमें विज्ञापनों, पत्रों, पुस्तकों आदि के माध्यम से अश्लील चित्रण पर

रोक लगाई गई । इस बिल को 'महिला का अश्लील चित्रण रोकने का बिल १९८६' का नाम दिया गया । १९८६ में बने विधेयक के पश्चात् वर्तमान मीडिया के द्वारा महिलाओं के शोषण में वृद्धि हुई है । वर्तमान समय में निर्वस्त्र के प्रदर्शन की कीमत इतनी ज्यादा दी जाती है कि महिलाएँ रुपयों के लिए ऐसे प्रदर्शन से परहेज नहीं करती हैं । लेकिन मीडिया का कार्य यदि नैतिकता से किया जाए तो क्या मीडिया अपना कार्य सुगमता से नहीं कर सकेगा ? कर सकेगा, अवश्यसंभावी है ।

मीडिया के इस कृत्य से समाज पर अत्यन्त ही बुरा प्रभाव पड़ रहा है । मीडिया चाहे मुद्रित हो या इलेक्ट्रॉनिक, दोनों ने ही महिलाओं का शोषण किया है । आधुनिक मीडिया नैतिकता का उल्लंघन कर रहा है । नैतिकता की पुकार है कि....

१. कामोत्तेजक और फूहड़ चित्रों का प्रदर्शन न किया जाए ।
२. विज्ञापनों से कोई शारीरिक-मानसिक क्षति न हो ।
३. किसी भी सामाजिक छवि का हनन न हो ।
४. लोक नीति द्वारा निर्धारित व्यवस्था का उल्लंघन न हो ।

आज विज्ञापनों में 'नारी आकृति' का उपयोग हो रहा है, वह चित्तनीय है । 'अश्लील चित्रण बिल १९८६' और विज्ञापन आचार-संहिता के पश्चात् विज्ञापनों में नारी छवि का दुरुपयोग हो रहा है । स्त्री आकृति के दुरुपयोग के लिए दोषी लोगों के विरुद्ध कड़े कानून बनाकर हम इस क्षेत्र में सुधार की आशा कर सकते हैं । मीडिया ने नारी की छवि का दुरुपयोग किया है, उसकी छवि को धूमिल किया है । यदि मीडिया अपने नकारात्मक पहलुओं को सुधार ले तो महिलाओं में जागृति का समस्त श्रेय मीडिया को ही जाएगा ।

पत्रिकाओं तथा समाचार पत्रों द्वारा नारी उत्पीड़न :

वर्तमान समय में प्रिण्ट मीडिया भी नारी के उत्पीड़न में पीछे नहीं है । अपनी पत्रिका को आकर्षक बनाने के लिए नारी के अश्लील चित्र प्रस्तुत किए जाते हैं । नारी-शोषण की कहानी समाचार-पत्रों में मिर्च-मसाला लगाकर लिखी जाती है । बलात्कार जैसी घटना (जो कि एक नारी के सम्पूर्ण जीवन को पूर्णरूप से नष्ट कर देती है और नारी के अस्तित्व को गहरा आघात पहुँचाती है) की जानकारी समाचार पत्र पूर्ण रूप से दे देते हैं । नारी के शील-भंग की घटनाएँ प्रतिदिन पत्रिकाओं व समाचार-पत्रों में प्रकाशित होती रहती हैं ।

इसके अतिरिक्त अन्य रूप में भी नारी का उत्पीड़न हो रहा है। व्यावसायिक दृष्टि से जहाँ एक ओर नारी का यौन उत्पीड़न होता है वहीं दूसरी ओर पुरुष महिला को अपने से आगे बढ़ता देखना नहीं चाहता है। पारिवारिक दृष्टि से नारी का उत्पीड़न परिवार के सदस्यों द्वारा किया जाता है। नारी न तो अपनी इच्छानुसार वस्त्र पहन सकती है और न ही इच्छानुसार कहीं घूम सकती है क्योंकि हो सकता है कि यदि वह ऐसा करे तो उसे उत्पीड़ित करने के लिए कोई विकृत मस्तिष्क व्यक्ति उसके समाने उपस्थित हो जाए।

नारी के इस उत्पीड़न को रोकने के लिए यह आवश्यक है कि स्वयं नारी अपने ऊपर हो रहे इन अत्याचारों के खिलाफ आवाज उठाए। अपनी सुरक्षा स्वयं करे। अपने व्यक्तित्व को सफळता के उस शिखर तक ले जाए जहाँ पर कोई स्वार्थी व्यक्ति उस तक न पहुँच पाए। तभी नारी अपनी वास्तविक छवि को बनाए रख पाएगी।

इक्कीसवीं सदी की दस्तक के साथ आज अपने देश में और अन्तर्राष्ट्रीय क्षेत्रों में जनसंचार माध्यमों का क्षितिज बहुत बढ़ गया है। आज जहाँ जनसंचार माध्यमों में समाचार-पत्र, साप्ताहिक, पाक्षिक व मासिक पत्रिकाएँ और पुस्तकें सम्मिलित हैं वहीं कम्प्यूटर क्रान्ति के युग में रेडियो तथा दूरदर्शन जैसे जनसंचार माध्यम प्रत्येक घर में प्रवेश कर चुके हैं।

आज मारे सामाजिक स्वरूप में बदलाव आया है। पश्चिमी संस्कृति से आकर्षित हमारी भावधारा सत्यम् शिवम् सुन्दरम् धूमिल पड़ती जा रही है। ग्लोबलाइजेशन के इस युग में समस्त पृथ्वी एक खरीदने बेचने का मंच बन गई है। मीडिया ने भी वैज्ञानिक क्रान्ति के परिणामस्वरूप नए प्रयोगों को आत्मसात् करने का प्रयत्न किया है।

विश्व की आधी जनसंख्या नारियों की है। नारी मुक्ति आन्दोलनों के साथ-साथ नारियों ने अपनी सदियों पुरानी परम्पराओं की बेड़ियाँ उतारकर फेंक दी हैं। इस परिवर्तन के पश्चात् भी हमारे जनसंचार माध्यमों में नारी को प्रस्तुत करने की प्रवृत्ति अभी भी दकियानूसी और सामंती है। नारी के विशय में इनका दृष्टिकोण बुर्जुवा ही है। मनोरंजक एवं सामान्य कार्यक्रमों में उसका आज का सही चित्र नहीं उभर पाता। यहाँ उसे करुणा और ममता की प्रतिमूर्ति और सदियों पुराने मूल्यों की अवधारिणी के रूप में ही प्रस्तुत किया जाता है। नारी बिम्ब की प्रस्तुति आज की जीती-जागती साहसपूर्ण औरत के चित्रण के स्थान पर रोती-बिलखती सदियों पुरानी औरत के रूप में प्रस्तुत कर उसके गुणों को छिपा कर नारी का शोषण किया जाता रहे है।

एक ओर नारी का चित्रण मीडिया द्वारा उसकी दीन-हीन छवि प्रस्तुत कर किया जा रहा है वहीं दूसरी ओर नारी के विषय में मीडिया के दृष्टिकोण से उसे मात्र उपभोग की वस्तु मानकर ही पेश किया जाता है। सबसे अधिक दुर्दशा तो इन जनसंचार माध्यमों के विज्ञापनों में नारी की छवि की होती है। विज्ञापन निर्मित करने से लेकर मॉडल की चुनाव प्रक्रिया सभी में केन्द्र-बिन्दु नारी का शारीरिक सौन्दर्य ही रहता है। पहले मॉडल चुनाव में चेहरा, रंग, चाल-ढाल, उसके सलीके की प्राथमिकता रहती थी वहीं आज उस युवती की आकर्षक देह्यष्टि ही चुनाव की एकमात्र कसौटी है। उपभोक्ता वस्तुओं की बिक्री बढ़ाने हेतु नारी के शरीर के आकर्षण की ओर ध्यान केन्द्रित कर विज्ञापन निर्मित किए जाते हैं। निश्चय ही विज्ञापनदाताओं की यह वृत्ति दूषित, अश्लील और सामाजिक मूल्यों को गंदला करने वाली है। इस प्रवृत्ति की पराकाष्ठा तो तब हो जाती है जब पुरुष वर्ग द्वारा प्रयुक्त वस्तुओं के विज्ञापनों में भी नारी के शरीर के चित्रों की सहायता से बिक्री बढ़ाने का प्रयास दिखाई देता है। हद तब होती है जब सिगरेट-बीड़ी के विज्ञापनों में नारी के शरीर के चित्रों की सहायता से बिक्री बढ़ाने के प्रयासों को देखते हैं। यह प्रयास किसी भी दृष्टि से स्तुत्य नहीं है।

सिनेमा, टेलीविजन ही नहीं, विभिन्न समाचार-पत्रों व पत्रिकाओं में छपे अनेकानेक विज्ञापनों में आकर्षण का मूल-मंत्र महिलाओं का नग्न प्रदर्शन ही है। कहीं एक नग्न युवती के पुष्ट वक्ष में सौन्दर्य देखा जा रहा है तो कहीं सुगठित शरीर की नग्नता में। कहीं युवती की मदभरी आँखों में सौन्दर्य खोजा रहा है तो कहीं उसके क्षीण कटि-प्रदेश में।

यही नंगेपन की प्रस्तुति फिल्मों जैसे जनसंचार के सशक्त माध्यम में भी होती है। सिनेमा को आधुनिक युग का जादू कहा जाता है। ललित कलाओं के संगम स्वरूप यह माध्यम हमारे जीवन में एक ऐसा सशक्त माध्यम बन गया है जिसके प्रभाव से हम बच नहीं सकते। सिनेमा जो भ्रम उत्पन्न करने के कौशल में सम्पन्न होता है, बिम्बों को झूठा आकार प्रदान करने की इसमें सबसे अधिक क्षमता होती है। इसमें सेक्स सम्बन्धी या मुक्त विचार सम्बन्धी मूल्य उस सीमा तक सक्रिय किए जाते हैं कि उसमें हुए महिला शोषण से इन्कार नहीं किया जा सकता।

अश्लील फिल्में बनाने वाले निर्माताओं का मुख्य उद्देश्य पैसा कमाना होता है। पिछले कुछ वर्षों में भारतीय तथा विदेशी अश्लील फिल्मों की बाढ़-सी आ गई है। फिल्म के माध्यम से यौन, बलात्कार आदि विषयों को दिखाकर जहाँ एक ओर नारी अंग प्रदर्शन उनका मुख्य उद्देश्य है वहीं ऐसे विषयों को दिखाकर एक भ्रष्ट समाज का निर्माण किया जा रहा है।

विश्व में आज टेलीविजन सबसे अधिक लोकप्रिय एवं सशक्त माध्यम माना जा सकता है। यद्यपि टेलीविजन के अधिकांश कार्यक्रमों में नारी का चित्रण आदर्श व खलनायिका दोनों ही रूपों में किया जा रहा है, किन्तु फिल्मों से प्रभावित टेलीविजन में भी आज अधिकांश कार्यक्रम फिल्मों पर आधारित ही निर्मित किए जाते हैं जिनमें नारी शोषण स्पष्ट परिलक्षित होता है। इसी प्रकार १९८४ में टेलीविजन पर हुए एक अध्ययन के अनुसार ७१ प्रतिशत विज्ञापनों में नारी अंग प्रदर्शन ही आकर्षण का मुख्य केन्द्र हैं।

रेडियो, टेलीविजन तथा फिल्मों के साथ-साथ जनसंचार की एक नई विधा वीडियो कैसेट, रिकार्डर का प्रचलन भी बहुत बढ़ गया है। आजकल अत्यधिक लचर फिल्मों का निर्माण एक फैशन बनता जा रहा है, जिन्हें वी.सी.आर. पर बन्द कमरे में देखा जा सकता है। घर पर बने इस लघु थियेटर में देखी जाने वाली अधिकांश फिल्मों में खुलकर नारी का अंग प्रदर्शन किया जाता है। एक प्राकर से यह प्रथा नारी शोषण को बढ़ाने में काफी सीमा तक जिम्मेदार है।

नारी की गरिमा की धज्जियाँ उड़ाते पोस्टर एवं होर्डिंग्स :

विश्व महिला दिवस तमाम मनाए जाने वाले दिवसों की तरह पिछले दिनों मना लिया गया। इस समाज में ऐसा ही हैं। एक दिवस मना लीजिए और शेष दिन जो जी में आए, कीजिए। ऐसा भी नहीं कि एस एक दिवस हम बड़े सात्विक, शिष्ट, कुलीन और मर्यादित हो जाते हैं मगर मंच और माइक पर व्यक्त किए जाने वाले विचारों में खाली सच्चाई के बगैर यदि कुछ कहा जा सकता है तो कहने से मत चूकिए। हमारे लिए सार्थकता का पैमाना बस यही है। वास्तव में लगता यों है कि जितने ज्यादा उदासीन, स्वार्थी और मतलबपरस्त परिवेश में हम साँस ले रहे हैं वहाँ दिखाने का बस एक यही तरीका हमारे पास रह गया है। बारहों महीने देश के हर शहर के कुछ खास सिनेमाघरों में दिखाई जाने वाली घटिया और अश्लील फिल्में तथा सिनेमाघर के बाहर लगे गंदे पोस्टर निरन्तर हमारी श्रुतुमुर्गी मनोवृत्ति का उपहोस उड़ाया करते हैं और हम अपने ही उपहास में शामिल हो जाया करते हैं।

शहर चाहे कोई भी हो, दो-चार उसके अपने घटिया सिनेमाघर जरूर होते हैं। ये सिनेमाघर शहर की किसी भी जगह पर हो सकते हैं। हो सकता है वहाँ पर लड़कियों का कोई स्कूल या कॉलेज हो। हो सकता है वही कहीं लाइन लगाकर महिलाओं को बस का इंतजार करना पड़ता हो। हो सकता है उस सिनेमाघर के सामने से होकर नियमित रूप से महिलाएँ गुजरती हों। ऐसे घटिया सिनेमाघरों पर लगे अश्लील फिल्मों के पोस्टर क्या कहते

हैं ? वह हिन्दी या विदेशी फिल्म की ऐसी हीरोइन हो सकती है जिसने प्ने भविष्य के लिए सारा जमाना ताक पर रख दिया होता है मगर वह स्त्री, अपने सामने से होकर गुजरने वाली स्त्रियों की ओर किस बेशर्म निगाह से, निर्लज्जाता से देखती है, यह विचारने का साहस ही किसमी में हो ।

शहर का घटिया सिनेमाघर हर सप्ताह चुन-चुन कर अश्लील फिल्में ला रहा होता है । आए दिन फिल्में लगा और बदला करती हैं । मगर किसी के कान में जूँ तक नहीं रेंगती । समाजसेवा करने वाले परवाह नहीं करते कि ऐसे सिनेमाघरों और उनमें लगने वाली फिल्मों के खिलाफ क्या किया जाना चाहिए ? किसी को भी इस गंदगी में झाड़ू फेरने की चिन्ता नहीं है । सालों से ये सिनेमाघर बदस्तूर चल रहे हैं । फिल्मोद्योग की अनिश्चितता, उसका बाजार चाहे जितने जोखिमों से भरा क्यों न हो, ऐसी फिल्मों का बाजार हमेशा उनके प्रचार वाक्य की तरह गर्म रहता है । जब कभी सेन्सर बोर्ड की अध्यक्ष कोई स्त्री होती है तो उम्मीद की जाती है कि कम से कम ऐसे समय में फिल्मों में स्त्री की मर्यादा की रक्षा होगी, पर ऐसा होता नहीं है ।

आशा पारेख जब सेन्सर बोर्ड की अध्यक्ष भीं तब ऐसी फिल्मों की तादार खूब हुआ करती थी । अब जब शर्मिला टैगोर हैं तब भी इस तरह की फिल्में खथूब आ रही हैं, बल्कि हम इस दौर में, यह देखने में आ रहा है कि तमाम लोकप्रिय सितारों से भरी हिन्दी फिल्मों की नायिकाएँ बेहद वाहियात ढंग से परदे पर प्रकट हो रही हैं । ऐसी तमाम हीरोइनें हैं जिनके नाम याद करना या उल्लेख करना उनको बिना वजह तवज्जो देना होगा, अगर जिनके कैरियर का अनार एक-दो फिल्मों में ही फुस्स होकर रह जाया करता है, वे भी भरपूर एक्सपोजर चाहती हैं किसी भी कीमत पर ।

यह सब देखकर बड़ी शर्मिंदगी होती है कि पोस्टरों पर अश्लील स्त्री और उसकी देह किस तरह समाज की स्त्री के सात अपमानजनक और बेइज्जत करने वाली ठिठोली करती नज़र आती है । एक ऐसे जमाने में, जब युवा पीढ़ी ज्यादा बोलड और दुस्साहसी होने को तैयार हो, अश्लील पोस्टर और घटिया गाने इस पीढ़ी को कहाँ तक ले जाएँगे और यह पीढ़ी स्त्रियों का कितना आदर कर पाएगी ? समाज दे इन प्रश्नों के उत्तर ।

यह बात तो है कि स्त्री का अपना अस्तित्व, उसकी अस्तित्वता जिन प्रश्नों के दायरे में है, वे प्रश्न लगातार सदियों और युगों से ज्यों के त्यों बल्कि समय के साथ ज्यादा ज्वलन्त होते जा रहे हैं । उसी अनुपात में आज स्त्री का समाज ज्यादा जटिल और विषम परिस्थिति

में है लेकिन ऐसे दौर में जब स्त्री पोस्टरों में, स्त्री फिल्मों में, स्त्री इस समूचे वर्तमान में केवल एकसचेंज ही की जा रही है और विश्व महिला दिवस पर केवल एक दिन अपनी सारी चिन्ताएँ व्यक्त कर अपनी सारी संवेदनाएँ प्रकट कर निरर्थक रूप से मुट्ठी भींचकर हवा में लहराने व अगले ही क्षण हवा हो जाने वाली अपनी आवाज बुलन्द कर रहे हों तो इससे अंत में हासिल क्या होगा?

सच्चाई यह है कि अगर हम और आप यह चाहते हैं कि नारी का शोषण बन्द हो, नारी की अस्मिता के साथ खिलवाड़ न हो, नारी की इज्जत सरेआम नीलाम न हो तो आवश्यकता है हमारे जागने की, इस समाज को जगाने की, घर-घर में भारतीय संस्कृति की अलख जगाने की, आवश्यकता है पुरजोर विरोध करने की। फिर न मीडिया नारी का शोषण कर सकेगा, न किसी होडिंग पर नारी की नग्न अर्द्धनग्न तस्वीरें मिलेंगी, न फिर कोई हमारी बहू-बेटियों को सरे आम सड़को पर छेड़ेगा, न फिर कोई देवियों की नग्न तस्वीर बनाएगा, न फिर कोई भारत माता को डायन कहने की हिम्मत कर पाएगा, न सरे आम गौ हत्या होगी। और फिर जैसा यह समाज चाहेगा वैसा ही भारतीय मीडिया तो क्या अन्तर्राष्ट्रीय मीडिया भी करने के लिए विवश हो जाएगा।

संदर्भ :

1. कार्यशील महिलाओं का समजा में बदलता स्वरूप, ले. श्रीमती मजू शर्मा, राज पब्लिशिंग हाऊस, जयपुर। पृ. १
2. सामाजिक समस्याएँ, अर्नॅडा प्रकाशन, अमदावाद।
3. समायोजन मनोविज्ञान, लिबर्टी, पब्लिकेन्सन, अमदावाद।
4. असरकारक वर्तन का मनोविज्ञान, डॉ. अरविन्द शाह पार्थ्व पब्लिकेन्सन, अमदावाद।
5. www.google.working.womens.problems.and.issue
6. www.google.samajiksamsyaareachars