PUNE RESEARCH SCHOLAR ISSN 2455-314X
AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY JOURNAL VOL 8, ISSUE 2

कामकाजी महिलाओं की बदलती छवि

डॉ. ठक्कर हर्षदकुमार आर.
असिस्टंट प्रोफेसर
समाजशास्त्र विभाग
सी यु शाह आर्टस् कॉलेज लालदरवाजा
अहमदाबाद गुजरात भारत

यह एक सत्य है कि मीड़िया से जुड़ने के बाद री की छवि बड़ी तेजी से बदली है और लगभग हर दशक के साथ, और कभी-कभी तो कुछ गिनती के वर्षो की अवधि में ही, वह काफी लम्बी छलांग लगाकर टी. वी. के परदे पर एकदम नई छवि के साथ परोसी जाती है । दूरदर्शन अथवा समग्र मीडिया प्रारम्भिक दिनों में तो भारतीय संस्कृति द्वारा सुप्रतिष्ठित उसी पारिवारिक महिला की छवि परोसत्ता रहा, जो परिवार का मूल आधार मानी जाती थी ।

सिनेमा हो, रेडियो टक हो, पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित कहानियाँ हों अथवा उपन्यास, उनके द्वारा प्रस्तुत नारी की छवि परिवार की शांत, सौम्य, स्नेहमयी और प्रायः मातृत्व की ममता से जगमगाती नारी की छवि होती थी । लेकिन औद्योगिक विकास, भौतिक उन्नति, प्रौद्योगिकी एवं विज्ञान की चमत्कारिक उपबल्धियों ने समूचे विश्व को प्रभावित किया और हर क्षेत्र में विकास के अनुरूप जो परिवर्तन हे, उनसे भारतीय समाज अथवा संस्कृति भी कब तक बची रह सकती थी । उससे प्रभावित होकर सृजनात्मक साहित्य के आयाम भ बदले । भारतीय नारी की छवि भी बड़ी तेजी से बदलती गई ।

यदि ऐसा न होता तो वह वर्तमान औद्योगिक सभ्यता में अपनी भूमिका का समुचित निर्वाह करने से निश्चय ही वंचित रह जाती । अधिकारों तथा स्थितियों के प्रभाव से और भौतिक उपलब्धियों की प्रेरणा से महिलाओं में वैचारिक स्तर पर भी गम्भीर परिवर्तन आया । घूँघट में छिपक बैठी लाजवंती नारी ने अपनी अगली पीढ़ी को समय के अनुसार बदलते देखा और देखा उसे नए-नए क्षेत्रों में

प रवेश करते हुए । अब तो नारी सेना तथा पुलिस जैसे विभागों से भी जुड़ने में भ पीछे नहीं रहीं ऐसे अनेक क्षेत्रों में भी वह अपने को पुरुष के समान स्तर पर कर्मठ दिखाने को तत्पर थी, जिन्हें कभी मात्र पुरुषों का क्षेत्र माना जाता था ।

यह सब सहज ही हो गया हो, ऐसा नहीं । इसके लिए महिलाओं को कई बार विरोध झेलना पड़ा । संघर्ष करना पड़ा और विद्रोह भ करना पड़ा । इस विद्रोही नारी को लेकर भी मीडिया के माध्यम से हर प्रकार का प्रचार मिलता रहा । नारी की इस छवि का उपयोग सृजनात्मक रचनाओं के माध्यम से भी उभरकर सामने आया । लेकिन इन सबके बावजूद स्त्री को मीडिया 'सामग्री' के रूप में प्रयुक्त करता ही रहा ।

वास्तव में पिछले कुछ वर्षो के इतिहास पर द्रष्टि डाली जाए तो यही तथ्य सामने आएगा कि औद्योगिक अंधड़ तथा भौतिक उपलब्धियों की तूफानी गति ने विज्ञापन के लिए सम्भवतः आकर्षक प्राकृतिक विशेषताओं के कारण ही नारी को और भी कठोरता के साथ चंगुल में दबोच लिया । स्थिति यह हो गई है कि आज मीडिया के लिए नारी वास्तव में उस 'उत्पादन' अथवा 'सामग्री' के समान ही बनकर रह गई है, जिनका प्रचार करने के लिए मीडिया नारी की देह का, उसके रूप-यौवन का, उसकी उत्तेजक, वासनात्मक छवि का खुलकर उपयोग करता है ।

नारी और विज्ञापित सामग्री में कोई अन्तर न रखकर परोक्षतः और कभी-कभी दो अर्थी विज्ञापनी भाषा में यही जताया जाता है कि उपभोक्त के लिए उस वस्तु विशेष का उपयोग साथ ही प्रस्तुत सुंदर नारी के उपयोग के समान ही सुखद एवं तृप्तिदायी है, और मीडिया द्वारा नारी के 'उपयोग' की यही अंतिम सीमा नहीं है । कल तक मीडिया में नारी की जो छवि परोसी जाती थी, उसमें नारी द्वारा अपने परिवार, दांपत्य जीवन को सुखी बनाने तथा विशेषकर अपने पति को रिझा-लुभाकर हर प्रकार से उसे तृप्त रखने के लअनेक लटके सुझाए जाते थे ।

ऐसे पत्र-पत्रिकाओं का अस्तित्व आज भी है, जो नारी को प्राचीन स्तर पर पति को लुभाकर जीतने और वश में रखने के नुस्खे बताते रहते हैं, किन्तु मीडिया विशेषकर दूरदर्शन एवं सौन्दर्य-फैशन की पत्रिकाओं के सामने उनकी शक्ति क्षीण ही लगती है ।

नारी-चरित्र के दोहरे मापदंडः

एक और बात स्मरण रखने योग्य है कि अपनी ओर से मीडिया पर महिलाओं की जो भी छवि प्रस्तुत की जाती है, वह मूलतः उसी पुरातन पुरुष-प्रधान धारणाओं के आधार पर गढ़ी गई होती है । यही कारण है कि एक और तो दूरदर्शन पर अपना मूल्यांकन स्वयं अपने हिसाब से कने को आतुर विद्रोहिणी महिला की कहानी प्रस्तुत की जाती है, तो दूसरी ओर, ऐसे कथानकों को प्रसारित-प्रकाशित किया जाता है, जिनका कथ्य यह होता ह कि अपने परिवार और अपनी संस्कृति की अवहेलना करके, आधुनिकता के लोभ में घर के बाहर निकल आना स्वयं स्त्री के लिए कितना क्षोभकारी और घातक होता है और कुछ ऐसा सिद्ध किया जाता है कि ऐसी महिला अपने मूल्यों में पतित होकर कभी-कभी सब कुछ खो बैठती है ।

मीडिया के इस दोहरे मानदंडों का क्या कारण हो सकता है ? इस विषय में विशद विवेचन का तो अवसर नहीं है, किन्तु एक बात इससे स्पष्ट है कि इस दोहरे मानदंड को अपनाने का कारण कम से कम यह नहीं है कि मीडिया के नीति-निर्धारक इन दोनों के अन्तर अथवा उसके प्रभाव के विषय में अनजान हैं । नहीं, इसके विपरीत स्थिति यह है कि यह मीडिया की दोहरी मानसिकता का द्योतक है ।

जैसा कि कहा जा जुका है, अनेक क्षेत्रों की भाँति मीडिया की प्रवृत्ति भी पुरुषवादी धारणाओं से मुक्त नहीं है और वह किसी न किसी रूप में नारी को उसी स्थिति में, उसी सौम्य-शालीन-समर्पिता नारी की भूमिका में ही देखना पसंद करता है जो युगों से पुरुषो को प रिय रही है और उनकी स्वार्थपूर्ति के मामले मं प्रत्येक स्तर पर उपयोगी सिद्धि होती रही है । इसके साथ ही विदेशी टी.वी. के होड़ में भारतीय दूरदर्शन को अनेक अभियान करने पड़ें । एक से अधिक चैनल बनाकर मनोरंजन कार्यक्रमों के साथ-साथ पॉप म्युजिक तथा विदेशों में निर्मति ऐसे सीरियलों का सहारा लेना पडा जो दूरदर्शन को दर्शकों के मामले में पिछडने न दें, उसे इसमें सफलता तो मिली ।

किन्तु साथ ही विदेशी टी.वी. कम्पनियों के साथ-साथ उस पर भी अश्लीलता एवं वासनात्मक कार्यक्रम प्रस्तुत करने तथा अपसंस्कृति अथवा भारतीय निर्मल-पावन संस्कृति पर होने वाले सांस्कृतिक आक्रमण का वाहन बनने का आरोप लगाया जाने लगा । इस प्रसंग पर निरन्तर बहस चलती ही रहती है और समय ही बताएगा कि निष्कर्ष क्या है । किन्तु यह एक सच्चाई कि मीडिया वास्तव में इस औद्योगिक युग में अपने-आप में एक समर्थ माध्यम होते हुए भी कर्ता की स्थिति में

उतना मुखर नहीं है, वरन वह मात्र एक उपकरण बनता रहता है उसे जो भ करना होता है, उसे वह पूर्णतः स्वच्छंद रूप में नहीं कर पाती । उस पर अंकुश है ।

राजनीति का दबाव भी है और सच्चाई यह है कि समृद्धि एवं साधन के लोभ में उसे बहुत कुछ औरों के लिए उनके संकेत पर करना पड़ता है । आज उसके रचनात्मक एवं सृजनात्मक कार्यों से कहीं अधिक उसके विज्ञापन एवं प्रचार की क्षमता का उपयोग हो रहा है । इस क्षेत्र में प्रस्तुतिकरण के समय उसे जो थोड़ा-सा अवसर मिलता है, उसमें चाहे वह अपने मन की कुछ भ कर ले । वस्तुस्थिति यही है कि उसमें आपको उसकी पुरुषवादी प्रवृत्ति की झलक मिल जाती है, अन्यथा तो आज उसका प्रमुख कार्य जैसे विज्ञापन ही रह गया है और इसमें वह नारी को नारी की उस सामग्री वाली छवि को अधिक से अधिक उत्तेजक रूप में प्रस्तुत करने से पीछे नहीं रहता, क्योंकि इसी के लिए उसे धन और सुविधाएँ प्राप्त होती हैं । संयोगवश उसे एक सीमा तक भारतीय संस्कृति से अलग कुछ और कार्यक्रम प्रस्तुत करने पड़ते हैं, जो मीडिया की द्रष्टि से दर्शको की माँग पर प्रस्तुत किए जाते हैं ।

मात्र मीडिया ही नहीं, जो भी व्यक्ति अथा संस्था इस स्थिति में होती है, ह ऐसे ही तर्क देती है । फिल्मों में समय-समय पर बदल-बदलकर कितने ही दौर आते रहे । प राचीन आदर्शवादी नारी की कहानी प्रस्तुत करने वाले निर्माताओं और दर्शकों ने धूम-घड़ाका मचाकर सेक्स और हिंसा, मारघाड, तस्करी आदि से सम्बन्धित कथानकों पर फिल्में बनानी शुरू कर दी और आलोचना होती है तो यह कहकर हाथ झटक लेते हैं कि जो भी हम करते हैं, वे दर्शकों की माँग पर ही करते हैं ।

दर्शकों को वह सब उपलब्ध करवाकर स्वार्थ एवं कमाई की लालसा से उनकी रुचि को विकृत करने कौन आया था ? किस आधार पर सहसा दर्शकों में ऐसी फिल्मों की माँग बढ़ गई और उसका आभास हमारे उन महान् निर्माताओं-दिग्दर्शकों को किसने कब करवाया ? ये प्रश्न कोई अहमियत नहीं रखते य़ एक और महत्वपूर्ण तथ्य की अवहेलना नहीं की जा सकती मीडिया नारी की चाहे जो छवि प्रस्तुत कर रहा हो, उससे रह-रहकर परिवर्तन एवं विरोधाभास वह अपनी प्रवृत्तियों के कारण हो अथवा दर्शकों की माँग पर, इन सबके बीच से एक सत्य उभर रहा है कि आज की महिला अपने-आपको मात्र 'सामग्री' मानकर प्रदर्शन की वस्तु बनी रहने की भूमिका में बंधी नहीं रह सकती ।

आधुनिक युग में अफरा-तफरी-सी मची है । उसके बीच नारी के कितने ही उपयोग किए जा रहे हैं, किन्तु वह इस सबको झेलकर भी एक विशिष्ट साहसी, निर्भीक, दमदार नारी के रूप में उभर रही

है । वह पचास वर्ष पूर्व अथवा अपनी पुरानी पीढ़ी की लाजवंती स्त्री के सर्वथा विपरीत है । अब वह केवल औरों के प्रति उपयोगी बनकर अपा मूल्यांकन करने को तैयार नहीं । वह समर्थ और दबंग नारी है जो किसी भी मामले में अपने को लज्जित नहीं अनुभव करती ।

वह शीघ्र ही उपभोक्ता पुरुष-वर्ग की उपर्युक्त 'सामग्री' वाली स्थिति से मुक्त होकर लोकतंत्र के विकास की वाहक बनने को तत्पर हो रही है । ये संस्कार वर्तमान औद्योगिक जगत में व्याप्त अंधेरगर्दी से और भी पुष्ट और समर्थ हुए हैं । झेल-झेलकर उसने संकट की निरस्त करने की क्षमता प्राप्त की है और आशा है कि कल यही भारत की वास्तविक नारी का प्रतिनिधित्व करेगी । मीडिया ने उपभाक्तावादी संस्कृति की आवश्यकता एवं दबाव के कारण दूर की चारदीवारी में कैद स्त्री को मुक्ति दिलाई और उसे घरेलू गुलामी से आजादी दी । एक नई छवि दी । किन्तु वास्तविकता यह थी कि घरेलू दासता से निकलकर नारी को उसने पूर तरह आजाद नहीं होने दिया, बल्कि उपभोक्तावादी बाजार की गुलामी करने को बाध्य किया ।

निजी कामकाज में लगी महिलाओं के राष्ट्रीय आयोग के नारी शिक्षा सम्बन्धी सुझावः

नियुक्ति – भारत सरकार ने इस राष्ट्रीय आयोग की नियुक्ति 5 जनवरी, 1987 को की । इस आयोग की अध्यक्षा इला आर. भट्ट थी ।

महिला शिक्षा का महत्वः

आयोग ने स्वीकार किया कि शिक्षा एक ऐसा साधन है जिससे स्त्रियों को रोजगार पाने में काफी सहायता मिलती है । शिक्षा से स्त्रियों में आत्मविश्वास की भावना बढ़ती है, तथा वे कई प्रकार के शोषणों से बच सकती है । शिक्षा से स्त्री शक्ति बढ़ती है ।

आयोग के नारी शिक्षा सम्बन्धी सुझावः

1. स्कूल आयु से प र्व बच्चों की देखभाल करना इसी सहायिका का उत्तरदायित्व हो । स्कूल में इसके लिए स्थान का प्रबंध किया जाए ।
2. क्योंकि लड़कियाँ घर के कामकाज में हाथ बँटाती हैं, इस कारण उनकी शिक्षक्षा के लिए कक्षाएँ उपयुक्त समय पर लगाई जाएँ ।

3. ग्रामीण क्षेत्रों में अध्यापिकाएँ पर्याप्त संख्या में उपलब्ध कराने के लिए उनकी न्यूनतम शैक्षिक योग्यताओं में छूट दी जाएँ ।
4. अभिभावकों की लड़कियों की शिक्षा में रूचि जगाने के लिए तथा दूसरी पाली में उन्हें भेजने के लिए एक सहायिका की नियुक्ति की जाए ।
5. स्त्रियों की उचित व्यावसायिक शिक्षा का प्रावधान किया जाए ।
6. लड़कियों को स्कूल में भेजने के लिए उन्हें अनेक प्रकार की सुविधाएँ दू जाए ।
7. अभिभावकों को इस बात के लिए जागरूक किया जाए कि वे अपनी पुत्रियों की शिक्षा में रुचि लें ।
8. प्रौढ़-महिलाओं के लिए संक्षिप्त पाठयक्रमों का निर्माण किया जाए ।

संदर्भः

1. महिलाओं के प्रति अपराध, प्रज्ञा शर्मा, पोइन्टर पब्लिशर्स, जयपुर (राज.)
2. www.googlereserch