

Vol 3 Issue 5 Nov 2013

Impact Factor : 1.9508 (UIF)

ISSN No :2231-5063

Monthly Multidisciplinary  
Research Journal

*Golden Research  
Thoughts*

Chief Editor  
Dr.Tukaram Narayan Shinde

Publisher  
Mrs.Laxmi Ashok Yakkaldevi

Associate Editor  
Dr.Rajani Dalvi

Honorary  
Mr.Ashok Yakkaldevi

**IMPACT FACTOR : 1.9508 (UIF)**

**Welcome to ISRJ**

**RNI MAHMUL/2011/38595**

**ISSN No.2230-7850**

Indian Streams Research Journal is a multidisciplinary research journal, published monthly in English, Hindi & Marathi Language. All research papers submitted to the journal will be double - blind peer reviewed referred by members of the editorial Board readers will include investigator in universities, research institutes government and industry with research interest in the general subjects.

### ***International Advisory Board***

Flávio de São Pedro Filho Federal University of Rondonia, Brazil	Mohammad Hailat Dept. of Mathematical Sciences, University of South Carolina Aiken, Aiken SC 29801	Hasan Baktir English Language and Literature Department, Kayseri
Kamani Perera Regional Centre For Strategic Studies, Sri Lanka	Abdullah Sabbagh Engineering Studies, Sydney	Ghayoor Abbas Chotana Department of Chemistry, Lahore University of Management Sciences [ PK ]
Janaki Sinnasamy Librarian, University of Malaya [ Malaysia ]	Catalina Neculai University of Coventry, UK	Anna Maria Constantinovici AL. I. Cuza University, Romania
Romona Mihaila Spiru Haret University, Romania	Ecaterina Patrascu Spiru Haret University, Bucharest	Horia Patrascu Spiru Haret University, Bucharest, Romania
Delia Serbescu Spiru Haret University, Bucharest, Romania	Loredana Bosca Spiru Haret University, Romania	Ilie Pintea, Spiru Haret University, Romania
Anurag Misra DBS College, Kanpur	Fabricio Moraes de Almeida Federal University of Rondonia, Brazil	Xiaohua Yang PhD, USA
Titus Pop	George - Calin SERITAN Postdoctoral Researcher	Nawab Ali Khan College of Business Administration

### ***Editorial Board***

Pratap Vyamktrao Naikwade ASP College Devrukh,Ratnagiri,MS India	Iresh Swami Ex - VC. Solapur University, Solapur	Rajendra Shendge Director, B.C.U.D. Solapur University, Solapur
R. R. Patil Head Geology Department Solapur University, Solapur	N.S. Dhaygude Ex. Prin. Dayanand College, Solapur	R. R. Yaliker Director Managment Institute, Solapur
Rama Bhosale Prin. and Jt. Director Higher Education, Panvel	Narendra Kadu Jt. Director Higher Education, Pune	Umesh Rajderkar Head Humanities & Social Science YCMOU, Nashik
Salve R. N. Department of Sociology, Shivaji University, Kolhapur	K. M. Bhandarkar Praful Patel College of Education, Gondia	S. R. Pandya Head Education Dept. Mumbai University, Mumbai
Govind P. Shinde Bharati Vidyapeeth School of Distance Education Center, Navi Mumbai	Sonal Singh Vikram University, Ujjain	Alka Darshan Shrivastava Shaskiya Snatkottar Mahavidyalaya, Dhar
Chakane Sanjay Dnyaneshwar Arts, Science & Commerce College, Indapur, Pune	G. P. Patankar S. D. M. Degree College, Honavar, Karnataka	Rahul Shriram Sudke Devi Ahilya Vishwavidyalaya, Indore
Awadhesh Kumar Shirotriya Secretary, Play India Play (Trust),Meerut	Maj. S. Bakhtiar Choudhary Director,Hyderabad AP India.	S.KANNAN Ph.D , Annamalai University,TN
	S.Parvathi Devi Ph.D.-University of Allahabad	Satish Kumar Kalhotra
	Sonal Singh	

**Address:-Ashok Yakkaldevi 258/34, Raviwar Peth, Solapur - 413 005 Maharashtra, India  
Cell : 9595 359 435, Ph No: 02172372010 Email: ayisrj@yahoo.in Website: www.isrj.net**



## टेलीविजन धारावाहिकों का महिलाओं पर प्रभाव (वर्धा शहर के विशेष संदर्भ में)



धरवेश कठेरिया, रवि कुमार, शिवांजलि कठेरिया, रुपाली अलोने, प्रेम कुमार, निरंजन कुमार

<sup>1</sup>सहायक प्रोफेसर, संचार एवं मीडिया अध्ययन केंद्र, महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा (महाराष्ट्र)।

<sup>2</sup>सहायक प्रोफेसर, भारतीय एवं विदेशी भाषा प्रगत अध्ययन केंद्र, महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा (महाराष्ट्र)।

<sup>3</sup>पूर्व सीनियर सब एडिटर 'द हितवाद' समाचारपत्र, जबलपुर, मध्यप्रदेश।

<sup>4</sup>शोधार्थी एम. फिल, माइग्रेसन, डायस्पोरा एवं पारदेशीय सांस्कृतिक अध्ययन, महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा (महाराष्ट्र)।

<sup>5</sup>शोधार्थी एम. फिल, संचार एवं मीडिया अध्ययन केंद्र, महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा (महाराष्ट्र)।

<sup>6</sup>शोधार्थी, एम. फिल, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, देवी अहिल्या विश्वविद्यालय, इंदौर मध्यप्रदेश।

**सारांश:** टेलीविजन धारावाहिकों का लक्ष्य समाज में सामाजिक मूल्यों को बढ़ावा देना था। लेकिन पूंजी के बढ़ते दबाव और टीआरपी (टेलीविजन रेटिंग प्वाइंट) की होड़ में टेलीविजन धारावाहिक अपने मूल लक्ष्य से भटक गए हैं। आम धारणा है कि टेलीविजन धारावाहिकों में परोसे जाने वाले तथ्यों के कारण सामाजिक मूल्यों में गिरावट दर्ज हो रही है। इसी धारणा को समझने के लिए प्रस्तुत शोध को किया गया है। शोध के तहत वर्धा शहर में टेलीविजन देखने वाली 100 से अधिक महिलाओं को सम्मिलित किया गया है। लेकिन अध्ययन में तथ्य विश्लेषण हेतु 100 महिलाओं से प्राप्त आकड़ों को ही शामिल किया गया है। प्रश्नावली तकनीक से संग्रहित आकड़ों के माध्यम से यह जानने की कोशिश की गई कि किस प्रकार टेलीविजन धारावाहिकों का महिलाओं के संपूर्ण व्यक्तित्व पर प्रभाव हो रहा है।

शोध के माध्यम से कई चौंकाने वाली जानकारी सामने आई है। शोध से ज्ञात तथ्य के अनुसार टीवी चैनलों पर अमर्यादित एवं असंस्कारित धारावाहिकों की बढ़ोत्तरी हुई है। ये धारावाहिक नारी-चरित्र की शालीनता, मातृत्व-गरिमा को घृणित रूप में प्रस्तुत करने, परस्पर घृणा, ईर्ष्या, आर्थिक प्रतिस्पर्धा में लिप्त रहने, बहुपत्नी, द्विअर्थी अश्लील भाषा के प्रयोग, बलात्कार, गर्भपात, माता-पिता, पति-पत्नी, भाई-बहन एवं अन्य सगे संबंधियों के पवित्र संबंधों को दूषित करने के आधुनिक माध्यम बन गए हैं। इनका स्पष्ट दुष्प्रभाव समाज पर पड़ रहा है। समाज के तथाकथित बड़े घरानों में प्रयोग होने वाली भाषा, वेश-भूषा एवं किशोर पीढ़ी में सेक्स के प्रति बढ़ता आकर्षण इन धारावाहिकों एवं चैनलों के प्रभाव का ही परिणाम है।

अध्ययन से सामने आए आंकड़ों के अनुसार आज-कल टीवी धारावाहिकों में दिखाए जाने वाले अधिकांश चरित्र परस्पर प्यार और सहयोग पर आधारित न होकर विवाहेतर संबंध, साजिश और रंजिश पर आधारित होते हैं। ऐसा लगता है कि इन धारावाहिकों में संयुक्त-परिवार की औरतों को सुबह से देर रात तक दूसरा कोई काम ही नहीं रहता है। सुबह उठने के साथ ही भड़कीली साड़ी पहनने, बिंदी लगाने और मांग भरने के बाद अपने पतियों के कान भरना और अपने इशारों पर उन्हें नचाना ही उनका काम रह गया है। रात के भोजन तक टेलीविजन धारावाहिकों की कहानी इन्हीं तथ्यों को बार-बार परोसती रहती है। डाइनिंग टेबल पर कुछ और भेद खुलते हैं और घड़ियाली आंसू बहाए जाते हैं। यह संकीर्ण मानसिकता की प्रस्तुतीकरण का एक सशक्त उदाहरण है।

ज्ञातव्य है कि प्रसारण माध्यमों का समाज से सीधा सरोकार होता है, अतः इनका संयमित होना अति आवश्यक है जैसे घर के मुखिया और देश के नेता का। ऐसे में इन धारावाहिकों का परिवार और समाज पर बुरा असर पड़ रहा है। शोध में शामिल किए गए 78 प्रतिशत परिवारों की मान्यता है कि वर्तमान धारावाहिकों के विशय इतने अभद्र, उद्देश्यहीन और नकारात्मक सोच को प्रस्तुत कर रहे हैं इसलिए इनको बदला-जाना समाज के लिए आवश्यक है।

**शब्द-कुंजी:** चालबाज, भड़कीली साड़ी, दुष्प्रभाव, द्विअर्थी अश्लील भाषा, अभद्र, रंजिश, अमर्यादित, असंस्कारित, परस्पर घृणा, डरावने और क्रूर पात्र, झगड़े और मनमुटाव, हथकंडे, उथल-पुथल, मनमस्तिष्क, महिमा मंडित करना, सद्भाव।

### शोध प्रविधि:

प्रस्तुत अध्ययन टेलीविजन धारावाहिकों का महिलाओं पर प्रभाव (वर्धा शहर के विशेष संदर्भ में) में शोध हेतु अनुमापन, तथ्य विश्लेषण तथा सैम्पलिंग पद्धति के माध्यम से शोध को स्वरूप प्रदान करने का प्रयास किया गया है। अध्ययन को विस्तार देने के लिए वर्धा शहर की सौ से अधिक महिलाओं का चयन किया गया है। अध्ययन के दौरान शोध पद्धतियों के माध्यम से यह जानने की कोशिश की गई है कि टेलीविजन धारावाहिकों को देखने के कारण महिलाओं के संपूर्ण व्यक्तित्व में किस प्रकार का और कितना बदलाव आ रहा है? अध्ययन के लिए विभिन्न टेलीविजन चैनलों पर प्रसारित धारावाहिकों का कोई निश्चित मानक तय नहीं किया गया। इसमें सभी टेलीविजन चैनलों पर प्रसारित धारावाहिकों को शामिल किया गया है जिनको महिलाएं अधिक देखना पसंद करती हैं। टेलीविजन धारावाहिकों का महिलाओं पर प्रभाव का विश्लेषण करने हेतु पूर्व अध्ययन, रिपोर्ट, विभिन्न पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित लेख, पुस्तकें, शोध पत्रिकाओं एवं विभिन्न समसामयिक अध्ययन एवं समाचारपत्रों का सहयोग लेते हुए अध्ययन को स्वरूप प्रदान किया गया है। अध्ययन में महिलाओं से संबंधित टेलीविजन कार्यक्रमों एवं महिलाओं पर उन कार्यक्रमों के प्रभावों आदि बिन्दुओं पर विस्तार से चर्चा की गई है। इसके साथ ही टेलीविजन कार्यक्रमों से महिलाओं के व्यक्तित्व में होने वाले

विभिन्न प्रकार के परिवर्तनों का भी मूल्यांकन किया गया है।

### प्रस्तावना:

संचार क्रांति विस्फोट के रूप में टेलीविजन धारावाहिक शक्तिशाली और प्रभावशाली माध्यम के रूप में उभरे हैं। टेलीविजन पर दिखाये जा रहे धारावाहिक हमारे लिए अनिवार्य मनोरंजन के माध्यम बन रहे हैं। मनोरंजक कार्यक्रमों के क्षेत्र में आज टेलीविजन धारावाहिकों का वर्चस्व है। सामाजिक परिवर्तन में भी टेलीविजन धारावाहिकों की महत्वपूर्ण भूमिका रही है। 15 सितंबर, 1959 भारत में टेलीविजन का आरंभ होता है। टेलीविजन ने आते ही कुछ कारणों को छोड़कर लोगों के घरों के साथ-साथ दिलों में भी अपनी जगह बनाने में कामयाब रहा। अपने जनशिक्षण और विकासमूलक उद्देश्य के साथ यह माध्यम थोड़ा बहुत मनोरंजन भी करता था। लेकिन धीरे-धीरे दर्शकों की इच्छा और बाजार की मांग के अनुसार टेलीविजन पर कार्यक्रमों का प्रसारण होने लगा। टेलीविजन पर धारावाहिकों की शुरुआत 1984 में प्रसारित 'हम लोग' से होती है। टेलीविजन धारावाहिक देश की संस्कृति और समाज को समझाने का महत्वपूर्ण साधन होते हैं।

'हमलोग' धारावाहिक ने इतिहास के पन्ने पर महत्वपूर्ण लोकप्रियता

हासिल की। फिर अनेक धारावाहिक आए जिनमें रजनी, बुनियाद के साथ पारिवारिक समस्याओं पर आधारित 'खानदान' ने भी दर्शकों के बीच महत्वपूर्ण जगह बनाई। ये जो हैं जिंदगी, कक्काजी कहिन, नुक्कड़ इत्यादि धारावाहिकों को दर्शकों ने काफी पसंद किया। बच्चों के लिए विशेष धारावाहिक बनाए गए एक दो तीन चार, और बेताल पच्चीसी पर आधारित विक्रम और बेताल, करमचंद जासूस आदि। दूरदर्शन पर धारावाहिकों को दिखाए जाने के कारण से दर्शकों का मनोरंजन भी होने लगा। इसी दौरान रामायण और महाभारत का भी प्रसारण हुआ इन धारावाहिकों ने दर्शकों के दिलों में ऐसी जगह बनाई की दर्शक रामायण के आरंभ होने पर टेलीविजन सेट के राम में आस्था के कारण पूजा करने लगे। इसी बीच दूरदर्शन पर जवाहरलाल नेहरू की प्रसिद्ध पुस्तक 'डिस्कवरी ऑफ इंडिया' पर आधारित 'भारत एक खोज' धारावाहिक ने महत्वपूर्ण लोकप्रियता हासिल की। यही वह दौर था जब दूरदर्शन पर अनेक धारावाहिक प्रसारित होने लगे।



उदासीकरण के दौर में दूरदर्शन ने दोपहर कालीन सेवा आरंभ की और महिलाओं को दर्शक मानकर धारावाहिकों का प्रसारण प्रारंभ किया। जिसमें स्वामिमान, शांति, जुनून काफी लोकप्रिय हुए। दोपहर कालीन धारावाहिकों में अपराजिता, औरत, इतिहास, वक्त की रफ्तार, कविता, कभी सौतन कभी सहेली, जन्मत, साहिल, मेरा हमसफर, प्रमुख रूप से शामिल हैं। 'उड़ान' धारावाहिक एक ऐसी लड़की की कहानी पर आधारित था जो मध्यम वर्ग की होकर भी एक आईपीएस अधिकारी बनने का सपना देखती है और उसके लिए संघर्ष करती है। इसी दौर में दूरदर्शन धीरे-धीरे विकास से बाजार की ओर बढ़ने लगा। इस समय के धारावाहिकों की कहानी विशेषकर औद्योगिक परिवारों पर आधारित प्रस्तुत की जाने लगी। जिनमें इम्तिहान, बनेगी अपनी बात, अधिकार, दर्द, सैलाब, हमराही, पुकार, आदि धारावाहिकों का प्रसारण किया गया। पौराणिक धारावाहिकों में शिव महापुराण, ओम नमः शिवाय, जय माता दी, विष्णु पुराण, जय हनुमान, बाइबल की कहानियां, अलिफ लैला, हातिमताई इत्यादि। सन् 1994 से जी टीवी पर 'हॉरर शो' की शुरुआत हुई। 'हॉरर शो' काफी लोकप्रिय हुए, इसी कारण बाद में सोनी और अन्य चैनलों ने भी हॉरर शो का प्रसारण किया। आहट, s s s... कोई है आदि धारावाहिकों की लोकप्रियता ने टेलीविजन पर अंधविश्वास, टोना-टोटका, तंत्रिकों के ईर्दगिर्द कहानियों पर आधारित धारावाहिकों को महत्वपूर्ण बनाया।

सन् 2000 का समय धारावाहिकों के इतिहास में महत्वपूर्ण रहा। क्योंकि इस साल कई ऐसे धारावाहिकों का प्रसारण शुरू हुआ, जिन्होंने टेलीविजन पर मनोरंजन की धारा को बदलकर रख दिया। स्टार प्लस पर जुलाई 2000 में कौन बनेगा करोड़पति, क्योंकि सास भी कभी बहू थी का प्रसारण शुरू हुआ। इन धारावाहिकों के वजह से स्टार प्लस नंबर एक का चैनल बन गया। महिला पात्रों को मुख्य भूमिका में दर्शकों द्वारा काफी पसंद किया जा रहा था और धारावाहिक लोकप्रिय हो रहे थे। फलस्वरूप दर्शकों की मांग के अनुसार धारावाहिकों में महिला पात्रों को मुख्य पात्र की भूमिका दी जाने लगी। इस समय ज्यादातर धारावाहिक महिलाओं पर ही आधारित होते थे। धारावाहिकों के इतिहास के पन्नों पर एकता कपूर ने नयी मिसाल हासिल की और आते ही एक साथ अनेक धारावाहिकों का प्रसारण किया। केसर, कुटुंब, कुसुम, कहीं तो होगा, जस्सी जैसी कोई नहीं, कहानी घर-घर की, आदि धारावाहिकों में थोड़ा नयापन आया क्योंकि यह अन्य धारावाहिकों से थोड़े अलग थे। ये मेरी लाइफ है, अस्तित्व एक प्रेम कहानी, मिली, करीना-करीना, किटी पार्टी, वो रहनेवाली महलों की, करिश्मा आदि। सन 2006 में उत्तर प्रदेश, राजस्थान, मध्य प्रदेश एवं बिहार के परंपरागत पृष्ठभूमि पर आधारित अनेक धारावाहिकों का प्रसारण आरंभ हुआ। मायका, सात फेरे, घर की लक्ष्मी, करम अपना-अपना, घर एक सपना, एक चाबी पड़ोस में, कुलवधू, बालिका वधू, थोड़ी खुशी-थोड़ा गम आदि धारावाहिकों को इस श्रेणी में रखा जा सकता है।



ज्ञातव्य है कि टेलीविजन मनोरंजन का सबसे सशक्त माध्यम है जब टेलीविजन का अस्तित्व नहीं था तब महिलाओं को अपने काम-काज से फुर्सत नहीं मिलती थी। वह अपने दोपहर के काम-काज होने के बाद आस-पड़ोस की अन्य महिलाओं से मिला-जुला करती थीं लेकिन टेलीविजन पर जब से दोपहर कालीन प्रसारणों के आरंभ होने से महिलाओं की दुनियां एकाकी होती गई है। क्योंकि अब वे धारावाहिकों को देखने के लिए घरों की चारदीवारी में कैद हैं। अब वे मिलकर आचार नहीं बनाती हैं और ना एक-दूसरे को मदद करती हैं और ना आपस में अब सबके साथ उनका हंसी-मजाक होता है आजकल अधिकतर महिलाएं अपने-अपने घरों में सिमटती जा रही हैं। वे अपने काम-काज से लौटकर टेलीविजन देखती हैं, वे मनोरंजन का हिस्सा बन चुकी हैं। टेलीविजन कार्यक्रमों को महिलाएं बहुत ही एकाग्रता के साथ देखती हैं। इस तरह वे उन धारावाहिकों के पात्रों से जुड़ जाती हैं पात्रों के दुख-दर्द, हंसी-खुशी अपनी सी लगने लगती है, क्योंकि धारावाहिकों की कुछ झलकियां सामाजिक जीवन से संबंधित दिखाई जाती हैं।

पिछले कुछ वर्षों में भारत में धारावाहिकों का प्रचार-प्रसार काफी तेजी से बढ़ा है। आज धारावाहिकों ने करवट ली है अब उनका काम केवल शिक्षा या मनोरंजन करना नहीं है बल्कि किसी भी हथकंडे से टीआरपी को बढ़ाना है। सामाजिक उथल-पुथल में टेलीविजन धारावाहिकों की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण रही है। इन धारावाहिकों ने अपने तरीके से भारतीय उच्च और मध्यमवर्गीय समाज में लोकप्रियता हासिल की। धारावाहिकों के वजह से समाज में साक्षरता, शिक्षा और आधुनिक विचारों के प्रसार से महिलाओं में स्वतंत्र इच्छा शक्ति का विकास हुआ वह अपने निर्णय खुद लेने की हिम्मत करने लगी। महिलाएं अपने आत्मसम्मान के प्रति जागरूक हुईं। सही और गलत की पहचान करने लगी। परंपरागत स्त्री की छवि धीरे-धीरे बदलने लगी। अब स्त्री समाज में एक आदर्श छवि बनकर उभरने लगी। पुरुष प्रधान समाज के मूल्य धीरे-धीरे ही सही पर कमजोर होने लगे। ना आना इस देश लाड़ो, धारावाहिक में लड़की होना एक बहुत बड़ा अपराध है, इसलिए उनको जन्म के पहले ही पेट में मार दिया जाता है। पहले समाज में भी ऐसी दुर्घटनाएं होती थीं। पर अब धारावाहिकों का ही असर है की यह प्रथा कम हो रही है। ठीक उसी तरह पहले बाल-विवाह की प्रथा थी, लड़की की बचपन में ही शादी कर दी जाती थी इसका क्या परिणाम होता है यह बालिका वधू धारावाहिक में दर्शाया गया है।

यह सच है कि धारावाहिकों के प्रसारण ने समाज में महिलाओं को उचित सम्मान और अधिकार दिलाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। लेकिन इस सच से भी इनकार नहीं किया जा सकता है कि धारावाहिकों के प्रसारण ने ही आज महिलाओं की छवि को दूषित करने का भी काम किया है। हमारे जिस समाज में महिलाओं को देवी का दर्जा प्राप्त है आज उसी समाज में महिलाओं को चालबाज और रणनीतिकार के रूप में दिखाया जा रहा है। आज जिस तरह की महिला पात्रों को धारावाहिकों में प्रस्तुत किया जा रहा है उस तरह की महिलाओं की कल्पना भारतीय समाज में किसी भी रूप में नहीं की जा सकती है। ऐसा लगता है कि कुछ महिलाएं टेलीविजन पर दिखाए जा रहे इन धारावाहिकों के मोह जाल में फंस गई हैं। उनका अधिकतर समय इन्हें देखने में ही जाता है। धारावाहिकों को अत्याधिक समय देने के कारण आज अधिकतर महिलाओं की सोच उन्हीं पात्रों की तरह हो रही है जिन्हें वे पसंद करती हैं। उनका व्यवहार भी सामाजिक न होकर बनावटी और कल्पनाशील प्रतीत होता है। प्रस्तुत अध्ययन में ऐसे ही महत्वपूर्ण तथ्यों को शामिल किया गया है।

#### तथ्य विश्लेषण एवं आंकड़ों का प्रस्तुतीकरण:

प्रस्तुत शोध विषय टेलीविजन धारावाहिकों का महिलाओं पर प्रभाव (वर्धा शहर के विशेष संदर्भ में) का अध्ययन टेलीविजन पर दिखाए जा रहे धारावाहिकों का महिलाओं पर पड़ने वाले विभिन्न प्रभावों के अन्तर्गत क्रिया-प्रतिक्रिया का मूल्यांकन करना ही इस शोध का मुख्य उद्देश्य है। शोध में ऐसी उपकल्पना की गई थी कि वर्तमान समय में टेलीविजन पर प्रसारित हो रहे धारावाहिकों का गृहणियों पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ रहा है। यह तथ्य शोध में सत्य पाया गया है। अध्ययन क्षेत्र के रूप में वर्धा शहर को तथ्य संकलन हेतु चुना गया था। चूंकि वर्धा शहर औद्योगिककरण की दृष्टि से अविकसित है साथ ही महाराष्ट्र

की उपराजधानी नागपुर के नजदीक होने के कारण भी इस शहर का विकास प्रभावित हुआ है इसलिए शहर के पुरुषों की एक बड़ी संख्या नागपुर में रोजगार के अवसर तलाशती है जिस कारण उन्हें वर्धा-नागपुर आवागमन प्रतिदिन करना पड़ता है। यह एक महत्वपूर्ण तथ्य है जिसके कारण गृहणियों को घर में लम्बे समय तक अकेले रहना पड़ता है। इस वजह से वह टेलीविजन कार्यक्रम देखने में ज्यादा समय बिताती है।

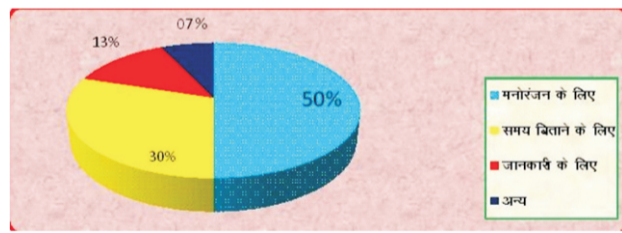
प्रस्तुत शोध में मुख्य रूप से घरेलू महिलाओं को शामिल किया गया है। शोध में शामिल ज्यादातर महिलाएं 30 से 45 वर्ष उम्र के बीच की हैं और साथ ही उनकी शिक्षा स्नातक तक देखने को मिलती है। शोध में टेलीविजन धारावाहिकों के कारण महिलाओं पर पड़ने वाले प्रभावों का अध्ययन करने का प्रयास किया गया है। शोध में उनके रहन-सहन, वेश-भूषा, सामाजिक सांस्कृतिक रीति रिवाज, उनकी रूचि, उनके व्यवहार में परिवर्तन, उनकी बदलती दिनचर्या एवं उनकी विषय विशेष कार्यक्रमों को देखने की आदतों पर प्रश्नावली के माध्यम से तथ्यों को संकलित करके उनका विश्लेषण किया गया है। जो इस प्रकार है- इस प्रश्नावली में कुल 15 प्रश्नों को रखा गया है। इन बहुविकल्पीय प्रश्नों के माध्यम से विभिन्न प्रकार के तथ्यों को शामिल किया गया है। प्रश्नावली में बहुविकल्प के रूप में हां, नहीं, थोड़ा-बहुत एवं पता नहीं को तथ्य संकलन हेतु आधार माना गया है, इसके साथ-साथ कुछ प्रश्नों में इनके अलावा भी प्रश्नों से संबंधित प्रश्नों के उत्तर को शामिल किया गया है, ऐसे कुछ ही प्रश्न इस प्रश्नावली में रखे गए हैं जो उत्तरदाताओं की रूचि को बढ़ाने का काम करेंगे। प्रश्नावली में विभिन्नता होने के कारण यह तथ्य संकलन में भी सहायक साबित हुई। प्रश्नावली के कुल 15 प्रश्नों में से कुछ महत्वपूर्ण प्रश्नों के आंकड़ों की चित्रमय प्रस्तुति अध्ययन को बेहतर समझने की दृष्टि दी गई है।

प्रश्न क्रमांक 01 क्या आप टेलीविजन धारावाहिक देखती हैं? के संदर्भ में 72 प्रतिशत महिलाएं सहमत नजर आईं जबकि सिर्फ 15 प्रतिशत महिलाएं असहमत थीं और 13 प्रतिशत थोड़ा-बहुत ही टेलीविजन पर धारावाहिक देखना पसंद करती हैं।

वहीं प्रश्न क्रमांक 02 आप धारावाहिक क्यों देखती हैं? के पक्ष में 50 प्रतिशत महिलाएं देखने को मिलती है जो कि टेलीविजन धारावाहिक मनोरंजन के लिए देखती हैं जबकि 30 प्रतिशत खाली समय बिताने के लिए, वहीं जानकारी बढ़ाने के लिए केवल 13 प्रतिशत महिलाएं ही टेलीविजन पर धारावाहिकों को देखना पसंद करती हैं और अन्य में यह आंकड़ा केवल 07 प्रतिशत ही है। आंकड़ों की प्रस्तुति इस प्रकार है-

**प्रश्न क्रमांक 02 आप धारावाहिक क्यों देखती हैं?**

क्रमांक	विवरण	महिलाओं का मत	प्रतिशत
1	मनोरंजन के लिए	50	50
2	समय बिताने के लिए	30	30
3	जानकारी के लिए	13	13
4	अन्य	07	07
कुल योग		100	100



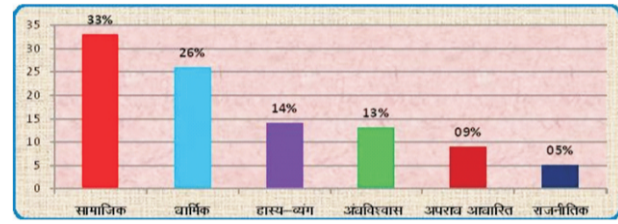
प्रश्न क्रमांक 03 आप किस प्रकार के धारावाहिक देखती हैं? के संदर्भ में प्राप्त आंकड़ों का प्रस्तुतीकरण कुछ विस्तृत हो जाता है। क्योंकि इस प्रश्न में उत्तर के विकल्प के रूप में कुल 6 प्रकार के धारावाहिक कार्यक्रमों को शामिल किया गया है। जिसमें उत्तरदाताओं की रूचि में महत्वपूर्ण भिन्नताएं देखने को मिलती है। सामाजिक, सांस्कृतिक धारावाहिकों को देखने वाली महिलाओं का प्रतिशत 33 है जो कि इस प्रश्न के उत्तर में सर्वाधिक आंकड़ा है। धार्मिक 26 प्रतिशत, हास्य-व्यंग्य 14 प्रतिशत, अंधविश्वास 13 प्रतिशत, अपराध 09 प्रतिशत एवं राजनीति आधारित धारावाहिक को देखने वाली महिलाओं का आंकड़ा केवल 05 प्रतिशत का है।

प्रस्तुत आंकड़े यह भी दर्शाते हैं कि अपराध और राजनीति आधारित कार्यक्रमों में महिलाओं की रूचि अधिक नहीं है। तथ्यों का प्रस्तुतीकरण इस प्रकार

है-

**प्रश्न क्रमांक 03 आप किस प्रकार के धारावाहिक देखती हैं?**

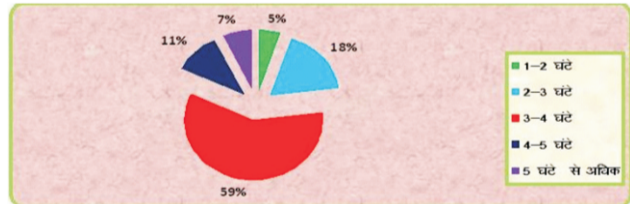
क्रमांक	विवरण	महिलाओं का मत	प्रतिशत
1	सामाजिक	33	33
2	धार्मिक	26	26
3	हास्य-व्यंग	14	14
4	अंधविश्वास	13	13
5	अपराध आधारित	09	09
6	राजनीतिक	05	05
कुल योग		100	100



प्रश्न क्रमांक 04 आप रोज कितने घंटे धारावाहिक देखती हैं? के संदर्भ में 1 से 2 घंटे धारावाहिक देखने वाली महिलाओं का प्रतिशत 05 है जबकि 2 से 3 का प्रतिशत 18 है और 3 से 4 घंटे प्रतिदिन टेलीविजन धारावाहिक देखने वाली महिलाओं का प्रतिशत 59 पाया गया है। जबकि 4 से 5 घंटे का प्रतिशत 11 होने के साथ-साथ 5 से अधिक घंटों का समय बिताने वाली महिलाओं का प्रतिशत केवल 07 है। इस प्रश्न के उत्तर से एक बात तो तय है कि वर्तमान समय में महिलाएं अधिक समय टेलीविजन धारावाहिकों को देखने में बिताती हैं जो कि सामाजिक दृष्टि से हमारे परिवार और समाज के हित में नहीं है क्योंकि धारावाहिक के माध्यम से परोसी जा रही विषयवस्तु उपयुक्त नहीं है। आंकड़ों का प्रस्तुतीकरण इस प्रकार है-

**प्रश्न क्रमांक 04 आप रोज कितने घंटे धारावाहिक देखती हैं?**

क्रमांक	विवरण	महिलाओं का मत	प्रतिशत
1	1-2 घंटे	05	05
2	2-3 घंटे	18	18
3	3-4 घंटे	59	59
4	4-5 घंटे	11	11
5	5 घंटे से अधिक	07	07
कुल योग		100	100

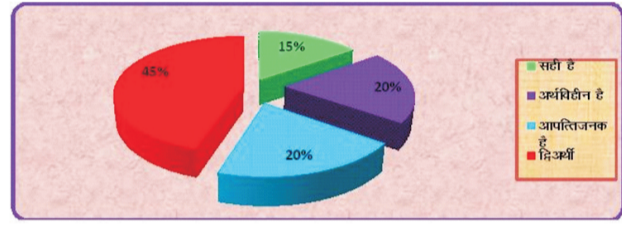
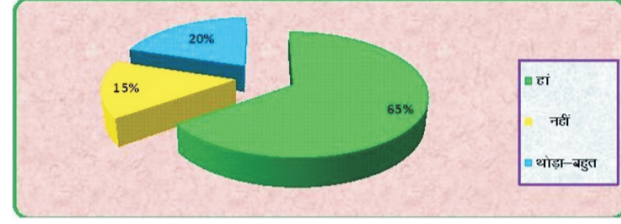


प्रश्न क्रमांक 05 क्या धारावाहिक आपको प्रभावित करते हैं? के संदर्भ में 50 प्रतिशत प्रतिभागियों का मानना है कि धारावाहिक उन्हें प्रभावित करते हैं जबकि नहीं का आंकड़ा केवल 10 प्रतिशत ही है और धारावाहिकों से थोड़ा-बहुत प्रभावित होने वालों का प्रतिशत 30 है इस प्रश्न के संदर्भ में पता नहीं विकल्प के अंतर्गत भी आंकड़े प्राप्त होते हैं जिसमें यह प्रतिशत केवल 10 ही है।

प्रश्न क्रमांक 06 वर्तमान समय में दिखाए जा रहे टेलीविजन धारावाहिकों की भाषा-शैली किस प्रकार की है? के संदर्भ में 15 प्रतिशत प्रतिभागी वर्तमान में दिखाई जा रही भाषा-शैली से सहमत हैं जबकि 20 प्रतिशत प्रतिभागी इसे अर्थविहीन मानते हैं और आपत्तिजनक मानने वालों की संख्या 20 प्रतिशत ही है। धारावाहिकों की भाषा शैली को द्विअर्थी मानने वालों का आंकड़ा 45 प्रतिशत पाया गया है। प्रस्तुत तथ्य वर्तमान में धारावाहिकों में दिखाई जा रही भाषा का सही मायनों में प्रदर्शन करते हैं और साथ ही इनके प्रस्तुतीकरण पर भी प्रश्न चिन्ह लगाते हैं। आंकड़ों का प्रस्तुतीकरण इस प्रकार है-

**प्रश्न क्रमांक 06 वर्तमान समय में दिखाए जा रहे टेलीविजन धारावाहिकों की भाषा-शैली किस प्रकार की है?**

क्रमांक	विवरण	मत	प्रतिशत
1	सही है	15	15
2	अर्थविहीन है	20	20
3	आपत्तिजनक है	20	20
4	द्विअर्थी	45	45
कुल योग		100	100



प्रश्न क्रमांक 07 वर्तमान समय में दिखाए जा रहे टेलीविजन धारावाहिकों का प्रस्तुतीकरण किस प्रकार का है? के संदर्भ में केवल 16 प्रतिशत इस बात से सहमत हैं कि टेलीविजन कार्यक्रमों का प्रस्तुतीकरण सभ्य है जबकि 35 प्रतिशत इसे असभ्य मानते हैं, 30 प्रतिशत प्रतिभागी इन कार्यक्रमों को भड़काउ मानते हैं और 19 प्रतिशत प्रतिभागी इन्हें आपत्तिजनक व संस्कृति विहीन मानते हैं। प्रस्तुत तथ्यों से साफ होता है कि वर्तमान टेलीविजन धारावाहिकों का प्रस्तुतीकरण किसी भी स्तर पर समाज के हित में नहीं है इसका प्रस्तुतीकरण बाजारवादी व्यवस्था अपने लाभ को ध्यान में रखकर कर रही है न कि सामाजिक दायित्व को निभाने के लिए। आंकड़ों के प्रस्तुतीकरण से इसे साफ समझा जा सकता है।

प्रश्न क्रमांक 08 धारावाहिकों में दिखाए जा रहे पात्रों से क्या आप स्वयं अपनी तुलना करते हैं? के संदर्भ में 28 प्रतिशत प्रतिभागी हां में उत्तर देते हैं जबकि नहीं में उत्तर देने वाले का प्रतिशत 32 है और थोड़ा-बहुत का आंकड़ा 12 प्रतिशत है लेकिन पता नहीं का 28 प्रतिशत का आंकड़ा यह दर्शाता है कि दर्शकों को यह पता ही नहीं है कि वे अपनी तुलना धारावाहिक पात्रों से करते हैं या नहीं लेकिन क्रमांक 09 टेलीविजन पर दिखाए जा रहे महिलाओं पर आधारित कार्यक्रमों से क्या समाज में महिला संबंधी अपराधों में बढोत्तरी हो रही है? के संदर्भ में जरूर 33 प्रतिशत प्रतिभागी हां में उत्तर देते हैं जबकि नहीं में 21 और थोड़ा-बहुत का प्रतिशत 26 है और 20 प्रतिशत पता नहीं का आंकड़ा यह दर्शाता है कि महिलाएं धारावाहिकों के समाज पर पड़ने वाले प्रभाव को ठीक तरह से समझने में असमर्थ हैं।

वहीं प्रश्न संख्या 10 क्या धारावाहिकों में दिखाए जा रहे महिला पात्रों की छवि को बढ़ा-चढ़ा कर प्रस्तुत किया जा रहा है? के संदर्भ में 70 प्रतिशत प्रतिभागी हां में उत्तर देते हैं, जबकि नहीं में 10, थोड़ा-बहुत में 15 और पता नहीं में 05 प्रतिशत प्रतिभागी शामिल हैं। आंकड़े दर्शाते हैं कि टेलीविजन धारावाहिकों में महिला किरदारों को बढ़ा-चढ़ा कर पेश किया जा रहा है।

प्रश्न संख्या 11 क्या धारावाहिकों से हमारे व्यवहार एवं रहन-सहन में परिवर्तन आ रहा है? के संदर्भ में आंकड़े दर्शाते हैं कि हमारा व्यवहार एवं रहन-सहन बदल रहा है। 72 प्रतिशत प्रतिभागी हां में, 13 प्रतिशत नहीं में, 10 प्रतिशत थोड़ा-बहुत और पता नहीं का प्रतिशत केवल 05 है। प्रश्न क्रमांक 12 क्या धारावाहिकों से हमारे पारिवारिक (घरेलू) रिश्तों में मनमुटाव (तनाव) आ रहा है? के आंकड़े हमारे परिवार में मनमुटाव की स्थिति को बयां करते नजर आते हैं। 65 प्रतिशत प्रतिभागी हां में उत्तर देते हैं 15 प्रतिशत नहीं में और थोड़ा-बहुत का प्रतिशत 20 होने के साथ ही पता नहीं का कोई मत प्राप्त नहीं हो सका है। आंकड़ों का प्रस्तुतीकरण इस प्रकार है-

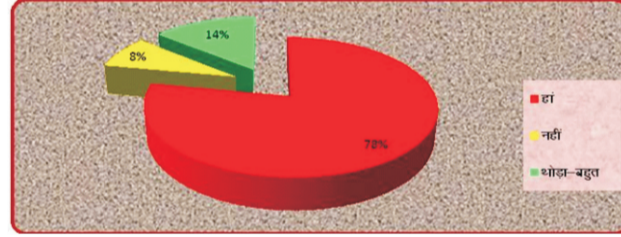
**प्रश्न क्रमांक 12 क्या धारावाहिकों से हमारे पारिवारिक (घरेलू) रिश्तों में मनमुटाव (तनाव) आ रहा है?**

क्रमांक	विवरण	मत	प्रतिशत
1	हां	65	65
2	नहीं	15	15
3	थोड़ा-बहुत	20	20
4	पता नहीं	0	0
कुल योग		100	100

प्रश्न क्रमांक 13 क्या धारावाहिक हमारे आपसी बोल-चाल की भाषा में परिवर्तन के लिए जिम्मेदार है? के आंकड़े दर्शाते हैं कि 50 प्रतिशत प्रतिभागी हां में उत्तर देते हैं और 20 प्रतिशत नहीं में जबकि थोड़ा-बहुत का प्रतिशत केवल 30 है और पता नहीं के अंतर्गत कोई प्रतिक्रिया नहीं दी गई है। वहीं प्रश्न संख्या 14 क्या वर्तमान समय में दिखाए जा रहे धारावाहिकों के विषय बदले जाने चाहिए? के संदर्भ में हां का प्रतिशत 78 है जो कि यह सशक्त तरीके से दर्शाता है कि वर्तमान धारावाहिकों के विषय और भाषा अभद्र, अशिष्ट, उद्देश्यहीन और नकारात्मक सोच को प्रस्तुत कर रहे हैं इसलिए इनका बदला जाना समाज के लिए हित में होगा। नहीं में केवल 08 प्रतिशत का आंकड़ा है और थोड़ा-बहुत में यह आंकड़ा 14 प्रतिशत ही है जबकि पता नहीं के अंतर्गत कोई प्रतिक्रिया उपलब्ध नहीं है। आंकड़ों का प्रस्तुतीकरण इस प्रकार है-

**प्रश्न संख्या 14 क्या वर्तमान समय में दिखाए जा रहे धारावाहिकों के विषय बदले जाने चाहिए?**

क्रमांक	विवरण	मत	प्रतिशत
1	हां	78	78
2	नहीं	08	08
3	थोड़ा-बहुत	14	14
4	पता नहीं	0	0
कुल योग		100	100



प्रश्नावली के अंतिम प्रश्न क्रमांक 15, क्या धारावाहिक हमारे सामाजिक-सांस्कृतिक जीवन-शैली में परिवर्तन के लिए जिम्मेदार हैं? के संदर्भ में 69 प्रतिशत प्रतिभागी हां को चुनते हैं जबकि नहीं का आंकड़ा 15 प्रतिशत और थोड़ा-बहुत में केवल 13 प्रतिशत प्रतिक्रिया दर्ज हुई है। लेकिन उपलब्ध आंकड़े इस प्रश्न की अहमियत को बखूबी दर्शाते हैं और उपलब्ध आंकड़े यह भी दर्शाते हैं कि धारावाहिक किस तरह हमारे सामाजिक-सांस्कृतिक जीवन-शैली में परिवर्तन के लिए जिम्मेदार हैं।

तथ्य विश्लेषण में शोध के संबंध में की गई उपकल्पना सटीक बैठती है कुछ प्रश्नों में अंतिम विकल्प पता नहीं पर किसी प्रकार की प्रतिक्रिया दर्ज नहीं हो सकी, उसका सीधा तर्क यही है कि प्रतिभागी ने अन्य विकल्पों को बेहतर तरीके से चुना है। महत्वपूर्ण आंकड़ों की चित्रमय प्रस्तुति अध्ययन को बेहतर समझने में सहयोग करेगी।

**प्रभाव:**

शोध के दौरान यह तथ्य उभरकर सामने आए हैं कि ज्यादातर महिलाएं मनोरंजन के लिए टेलीविजन धारावाहिकों को देखना पसंद करती हैं। ऐसे में उन्हें पता नहीं चल पाता है कि मनोरंजन की आड़ में उन्हें सामाजिक विषयों से इतर सामग्री परोसी जा रही है। ज्यादातर धारावाहिकों में महिलाओं की नकारात्मक भूमिका को ही प्रमुखता से दर्शाया जा रहा है। इससे भारतीय समाज में नारी के त्याग, तपस्या, सहनशीलता, समर्पण, आदि की सदियों पुरानी अवधारणा लुप्त होती नजर आ रही है। भारतीय समाज की व्यवस्था में महिलाओं

की जो छवि दुर्गा, सरस्वती, लक्ष्मी और सृजनकर्ता के रूप में बनी है उसमें बदलाव दिख रहा है। समाज की नई पीढ़ी इससे अलग शिक्षा ले रही है। इसके बावजूद "कहानी घर-घर की" जैसे धारावाहिक में घर की छोटी बहू पल्लवी द्वारा घर को बर्बाद करने का भाव दिखाया जाता है। क्या यही हमारे समाज की पारिवारिक व्यवस्था का स्वरूप है?

आज मनोरंजन नारी व पुरुष दोनों के लिए आवश्यक है। पुरुषों का मनोरंजन बाहर के वातावरण में भी हो जाता है, लेकिन एक स्त्री घरेलू काम-काज पूर्ण कर मनोरंजन के लिए टेलीविजन पर ही आश्रित रहती है। आजकल टेलीविजन पर जिस प्रकार के पारिवारिक धारावाहिक दिखाए जा रहे हैं, ये कहीं से भी नारी की गरिमा और मर्यादा का ख्याल नहीं करते। विशेषतः इन दिनों टेलीविजन चैनलों पर धारावाहिकों के अन्तर्गत सास-बहू की कहानी, देवरानी-जेठानी की कहानी, गोद लिए बच्चे की कहानी, एक महिला द्वारा दूसरे के पति को हासिल करने के हथकंडे, बिजनेस को चालाकी से हथियाना आदि अन्य विषयों के ही धारावाहिक विशेष रूप से प्रस्तुत किए जा रहे हैं। और ये धारावाहिक पौराणिक भारतीय संस्कृति एवं समाज व्यवस्था को कम तवज्जो दे रहे हैं। धारावाहिकों में अश्लीलता और फूहड़ता का प्रदर्शन हो रहा है। यही कारण है कि समाज पर इन धारावाहिकों का बहुत ही नकारात्मक प्रभाव पड़ रहा है। महिलाएं लगातार झूठ बोलना पसंद कर रही हैं, बड़ों का सम्मान घटता जा रहा है, पति-पत्नी के बीच अविश्वास बढ़ रहा है। पहनावे में भी बदलाव नजर आ रहा है। संयुक्त परिवारों के टूटने में ये कथित पारिवारिक धारावाहिक एक मुख्य कारण बन गए हैं। इस संबंध में ज्यादातर महिलाओं का मानना है कि टेलीविजन धारावाहिकों में महिला पात्रों की छवि को बढ़ा-चढ़ा कर पेश किया जाता है।

शोध के विभिन्न पहलुओं के अध्ययन के पश्चात् यह स्पष्ट होता है कि टेलीविजन चैनलों पर प्रसारित होने वाले ज्यादातर धारावाहिकों में जिन विषयों का चित्रण तड़क-भड़क के साथ और कैमरे को लंबे समय तक फोकस कर किया जाता है, वह सब स्त्रियों की वास्तविक छवि से अलग हैं। आज धारावाहिक महिलाओं की जिस प्रकार की छवि गढ़ रहे हैं उसका विरोध तमाम समाज-सुधार आंदोलनों में तथा स्त्री-स्वतंत्रता के आंदोलनों में होता रहा है। एक प्रकार से आज अधिकतर धारावाहिकों की थीम तमाम समाज-सुधार आंदोलनों का विरोध होती है, भले ही धारावाहिकों की प्रस्तुति के अंत में और पहले यह घोषणा की जाती है कि हमारा उद्देश्य स्त्रियों के शोषण के खिलाफ आवाज उठाना तथा उनके अधिकारों की रक्षा करना है। ज्यादातर महिलाएं इस बात को स्वीकारती हैं कि अक्सर इन धारावाहिकों में जिन बातों को हाईलाईट किया जाता है वह सच से परे होती हैं। महिलाएं इस बात को स्वीकारती हैं कि टेलीविजन धारावाहिकों द्वारा घरेलू हिंसा में क्रूरता और वास्तविकता की सारी सीमाओं को लांघा जाता है। ज्यादातर धारावाहिकों में स्त्रियों को दो रूपों में प्रस्तुत किया जाता है। या तो उन्हें देवियों के रूप में चित्रित किया जाता है, जो असह्य वेदना, घोर अत्याचार को सहन करते हुए भी क्षमा और त्याग की मूर्ति बनी रहती है, या उसे घृणित चुड़ैल के रूप में प्रस्तुत किया जाता है जो दुष्टता और क्रूरता की किसी भी सीमा तक जा सकती है। औरत ही औरत की दुश्मन है, इस धिसी-पिटी धारणा को प्रायः सभी धारावाहिकों में पुष्ट किया जाता है। आज अधिकतर धारावाहिकों द्वारा स्त्री पर अत्याचार करने, उसे अपमानित करने, उसे अधिक से अधिक घोर यातना सहते दिखाने और सामंती समाज के सड़े-गले मूल्यों को महिमा मंडित करना ही दिखाया जा रहा है।

अतः इस हम कह सकते हैं कि ज्यादातर टेलीविजन धारावाहिक अपने व्यवसायिक हित के लिए पारिवारिक सद्भाव बिगाड़ने और महिलाओं की छवि को दूषित करने का काम कर रहे हैं।

#### अध्ययन के लक्ष्य एवं उद्देश्य:

टेलीविजन धारावाहिकों का महिलाओं पर प्रभाव (वर्धा शहर के विशेष संदर्भ में) का उद्देश्य है कि किस प्रकार आज आधुनिकता की अंधी दौड़ में महिलाएं टेलीविजन में प्रसारित कार्यक्रमों को हकीकत मान रही हैं और उन्हें अपने जीवन में शामिल कर रही हैं के साथ-साथ धारावाहिकों का आज महिलाओं पर किस तरह का प्रभाव हो रहा है का अध्ययन करना है। साथ ही कुछ महत्वपूर्ण बिन्दु अन्य हैं जो इस प्रकार हैं-

1. टेलीविजन धारावाहिकों का महिलाओं पर होने वाले प्रभाव का अध्ययन।
2. वर्धा शहर में टेलीविजन के प्रति महिलाओं की रुचि को जानना।
3. महिलाएं विशेषकर किस प्रकार के कार्यक्रम पसंद करती हैं को जानना।
4. समाज में हो रहे बदलाव में धारावाहिकों के योगदान एवं प्रभाव को समझना।
5. महिला संबंधी अपराधों में हो रही बढ़ोत्तरी में टेलीविजन कार्यक्रमों के योगदान की भूमिका का अध्ययन।

#### अध्ययन निष्कर्ष:

जैसा कि शोध में उपकल्पना की गई थी कि टेलीविजन कार्यक्रमों के प्रभाव के कारण आज महिलाओं में सामाजिक और सांस्कृतिक परिवर्तन हो रहे हैं जो कि तथ्य विश्लेषण से भी साबित होता है। अध्ययन में कई ऐसे तत्व पाए गए जिनका क्रमबद्ध विवरण इस प्रकार है।

1. अध्ययन में पाया गया है कि लगभग 80 प्रतिशत महिलाएं टेलीविजन धारावाहिक देखती हैं।
2. टेलीविजन धारावाहिकों में मनोरंजन के लिए 50 प्रतिशत महिलाएं टेलीविजन देखती हैं।
3. सामाजिक एवं सांस्कृतिक 33 प्रतिशत, धार्मिक 26 प्रतिशत, अंधविश्वास के 13 प्रतिशत, हास्य-व्यंग के 14 प्रतिशत, एवं अपराध आधारित 09 प्रतिशत महिलाएं कार्यक्रम देखती हैं।
4. 76 प्रतिशत से अधिक महिलाएं प्रतिदिन 3-4 घंटे से अधिक धारावाहिक देखती हैं।
5. 65 प्रतिशत महिलाओं का मानना है कि वे धारावाहिकों से पूरी तरह से प्रभावित होती हैं।
6. 45 प्रतिशत महिलाएं यह स्वीकार करती हैं कि धारावाहिकों की भाषा द्विअर्थी हो गई है। इसी कारण 35 प्रतिशत इसे असम्य मानती हैं।
7. 33 प्रतिशत महिलाओं का मानना है कि उनके प्रति समाज में बढ़ते अपराध के पीछे का बड़ा कारण टेलीविजन धारावाहिक है।
8. 70 प्रतिशत महिलाएं यह मानती हैं कि जिस तरह से धारावाहिकों में महिला किरदारों को दिखाया जा रहा है वास्तव में महिलाएं उतनी कठोर और चालबाज नहीं होती हैं। ऐसे कार्यक्रमों को तत्काल बंद कर देना चाहिए।
9. 72 प्रतिशत से अधिक महिलाएं इस तथ्य को स्वीकार करती हैं कि धारावाहिकों का प्रभाव उनके रहन-सहन और जीवनशैली को बेहतर बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं।
10. जबकि 65 प्रतिशत से अधिक महिलाएं यह भी स्वीकार करती हैं कि धारावाहिकों के कारण ही आज घर-घर में झगड़े और मनमुटाव की स्थिति पैदा हो रही है।
11. इन सब परिवर्तनों के बावजूद 78 प्रतिशत से अधिक महिलाएं यह स्वीकार करती हैं कि इन धारावाहिकों के विषय बदले जाने चाहिए जिनसे इनके नकारात्मक प्रभाव को सकारात्मक परिवर्तन में बदला जा सके। यह हमारे समाज के लिए उपयोगी साबित हो। इनके देखने से हमारी संस्कृति और आचार-विचार दूषित न हो।

#### सुझाव:

- शोध के संबंध में निम्नलिखित सुझाव दिए गए हैं। जो इस प्रकार हैं-
1. अधिकतर महिलाएं टेलीविजन धारावाहिक देखती हैं चूंकि महिलाएं घर की महत्वपूर्ण सदस्य होती हैं। इस कारण टेलीविजन धारावाहिकों के विषय बदले जाने चाहिए ऐसे कार्यक्रमों को वरीयता दी जानी चाहिए जो घर, परिवार, हमारी संस्कृति को बढ़ावा देते हों न कि तोड़ने का काम करें।
  2. महिलाओं को अधिक समय तक कार्यक्रम नहीं देखना चाहिए इससे उनकी आंखों एवं याददाश्त पर भी असर पड़ता है। इस संबंध में अनेक राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय शोध प्रकाशित हो चुके हैं।
  3. महिलाओं को अधिक समय टीवी देखने की बजाय अच्छे साहित्य का अध्ययन करना चाहिए।
  4. अधिक धारावाहिक देखने के कारण महिलाएं अपने आस-पास उसी तरह का माहौल महसूस करने लगती हैं। नतीजन महिलाएं अपनों पर अविश्वास करना आरंभ कर देती हैं जिससे रिश्ते कमजोर होते हैं।
  5. महिलाओं के धारावाहिकों के समान अपने जीवन को व्यतीत करने की इच्छा के कारण अनेकों परिवार आज टूट रहे हैं। एकांकी परिवारों की बढ़ोत्तरी इसका सशक्त उदाहरण है।
  6. अत्याधिक टेलीविजन कार्यक्रम देखने के कारण महिलाओं में चिड़चिड़ापन और अविश्वास की भावना बढ़ रहा है। जो कि परिवारों के टूटने का कारण भी बन रहा है।
  7. धारावाहिकों में दिखाई जा रही वेश-भूषा आज धीरे-धीरे हमारे घरों में आपनाई जा रही है जो कुछ हद तक परिवार के सदस्यों को आपस में असहज महसूस कराती है।
  8. धारावाहिक प्रस्तुतीकरण शत-प्रतिशत सत्य नहीं होते हैं। यह केवल मनोरंजन के माध्यम हैं जो अब मनोरंजन करने में भी असफल हैं। इसलिए इनके पात्रों से स्वयं की तुलना नहीं करनी चाहिए धारावाहिक केवल एक मिथक है।
  9. भारतीय संस्कृति में महिलाओं को प्रतिष्ठा और सम्मान की नजर से देखा जाता

है, लेकिन आज के धारावाहिक इसे अनेक डरावने और क्रूर पात्रों में अधिक प्रस्तुत करते हैं इसलिए हर महिला को इनका विरोध करना चाहिए।

10.टेलीविजन धारावाहिक आज कथ्य और तथ्यविहीन पात्रों का प्रस्तुतीकरण करते नजर आते हैं। जबकि हमारा समाज और संस्कृति ऐसे प्रस्तुतीकरणों की अनुमति ही नहीं देता है।

11.अत्याधिक धारावाहिक देखने के कारण आज महिलाएं अपने परिवार को समय नहीं दे पाती हैं।

12.अधिकतर महिलाओं को टीवी बंद होने के बाद भी धारावाहिकों के संबंध में बात करते हुए देखा जा सकता है। यह उनकी पारिवारिक जिम्मेदारियों के हित में नहीं है। साथ ही इससे इस बात का भी अनुमान लगाया जा सकता है कि धारावाहिक आज महिलाओं के मनमस्तिष्क में किस कदर हावी हो चुके हैं। आज महिलाओं ने विश्व स्तर पर अपनी काबिलियत को साबित किया है यह सब यू ही तो नहीं है। देश-विदेश में वे अनेक उच्च पदों पर पदासीन हैं। इसलिए धारावाहिकों के माध्यम से महिलाओं की नकारात्मक छवि को प्रस्तुत नहीं किया जाना चाहिए।

#### संदर्भ ग्रंथ सूची:

देवव्रत सिंह, भारतीय इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, प्रभात प्रकाशन, दिल्ली, हरिमोहन, रेडियो और दूरदर्शन पत्रकारिता, तक्षशिला प्रकाशन, संस्करण 2006. श्याम कश्यप, एवं मुकेश कुमार, खबरें विस्तार से, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली।

सुधीश पचौरी, दूरदर्शन विकास से बाजार तक, प्रकाशक- प्रवीण प्रकाशन, दिल्ली 2000.

नोम चोम्सकी, जनमाध्यमों का मायालोक, प्रकाशक- ग्रंथ शिल्पी (इंडिया) प्राइवेट लिमिटेड, दिल्ली, 2006.

आनंद मित्रा, टेलीविजन एण्ड पॉपुलर कल्चर इन इंडिया, प्रकाशक- सेज पब्लिकेशन, दिल्ली, 1993.

जवरीमल पारख, जनसंचार के सामाजिक संदर्भ, प्रकाशक-अनामिका पब्लिकेशंस एण्ड डिस्ट्रीब्यूटर (प्रा. लि.), नई दिल्ली, 2001.

सीन मैकब्राइड, मेनी वायसेज वन वर्ल्ड, कम्युनिकेशन एंड सोसाइटी दुडे एंड टुमोरो, प्रकाशक- यूनेस्को, पेरिस, 1980.

पीसी जोशी, कमेटी रिपोर्ट-1986, एन इंडियन पर्सनैलिटी फॉर इंडियन टेलीविजन।

FICCI- KPMG, Report,2012,2013.

[http://babavijayendra.blogspot.in/2010/05/blog-post\\_6842.html](http://babavijayendra.blogspot.in/2010/05/blog-post_6842.html)

<http://www.firstnewslive.com/component/content/article/57-womans-world/381-2011-01-07-14-07-57.html>

[http://aparajita.org/read\\_more.php?id=117&position=3](http://aparajita.org/read_more.php?id=117&position=3)

[http://www.starnewsagency.in/2010/03/blog-post\\_1815.html](http://www.starnewsagency.in/2010/03/blog-post_1815.html)

[http://meri-parwaz.blogspot.in/2011/07/blog-post\\_12.html](http://meri-parwaz.blogspot.in/2011/07/blog-post_12.html)

[www.panchjanya.com](http://www.panchjanya.com)

[www.indiantelevision.com](http://www.indiantelevision.com)

<http://www.balajitelefilms.com>

[www.tamindia.com](http://www.tamindia.com)

[www.ecxchange4media.com](http://www.ecxchange4media.com)

[www.jansatta.com/index.../35718-2013-01-01-05-55-](http://www.jansatta.com/index.../35718-2013-01-01-05-55-.)

[chaydukan.blogspot.com/2012/06/blog-post.html?](http://chaydukan.blogspot.com/2012/06/blog-post.html?)

<http://www.prabhatkhabar.com>

<http://www.livehindustan.com/news/entertainment/teltalk/article1-kritika-kamra-28-91-315938.html>

<http://www.livehindustan.com/news/entertainment/teltalk/article1-story-28-91-124661.html>

[http://jagadishwarchaturvedi.blogspot.in/2010/03/blog-post\\_09.html](http://jagadishwarchaturvedi.blogspot.in/2010/03/blog-post_09.html)

<http://ajaykumarjha1973.jagranjunction.com/2010/03/12/>

#### फोटो संदर्भ :

1.[http://www.google.co.in/search?newwindow=1&hl=en&biw=1366&bih=653&site=imghp&tbn=isch&sa=1&q=tv+humlog+sereal&oq=tv+humlog+sereal&gs\\_l=img](http://www.google.co.in/search?newwindow=1&hl=en&biw=1366&bih=653&site=imghp&tbn=isch&sa=1&q=tv+humlog+sereal&oq=tv+humlog+sereal&gs_l=img).

2.[http://www.google.co.in/search?newwindow=1&hl=en&biw=1366&bih=610&site=imghp&tbn=isch&oq=+ramayan+on+dd1&gs\\_l=img](http://www.google.co.in/search?newwindow=1&hl=en&biw=1366&bih=610&site=imghp&tbn=isch&oq=+ramayan+on+dd1&gs_l=img).

3.<http://www.google.co.in/search?newwindow=1&hl=en&biw=1366&bih=610&site=imghp&tbn=isch&sa=1&q=ma habharat>.

4.<http://www.google.co.in/search?newwindow=1&hl=en&biw=1366&bih=610&site=imghp&tbn=isch&sadiscovry+of+india+tv+serial+on+tv&oq=discovry+of+india+tv+serial>.

5.[http://www.google.co.in/search?newwindow=1&hl=en&biw=1366&bih=610&site=imghp&tbn=isch&sa=1&q=shanti+tv+serial+on+tv&oq=shanti+tv+serial+on+tv&gs\\_l=img.3](http://www.google.co.in/search?newwindow=1&hl=en&biw=1366&bih=610&site=imghp&tbn=isch&sa=1&q=shanti+tv+serial+on+tv&oq=shanti+tv+serial+on+tv&gs_l=img.3).

6.<http://www.google.co.in/search?newwindow=1&hl=en&biw=1366&bih=610&site=imghp&tbn=isch&sa=1&q=udaan+tv+serial&oq=uddan+tv&gs>.

7.[http://www.google.co.in/search?newwindow=1&hl=en&biw=1366&bih=610&site=imghp&tbn=isch&sa=1&q=shanti+tv+serial+on+tv&oq=shanti+tv+serial+on+tv&gs\\_l=img](http://www.google.co.in/search?newwindow=1&hl=en&biw=1366&bih=610&site=imghp&tbn=isch&sa=1&q=shanti+tv+serial+on+tv&oq=shanti+tv+serial+on+tv&gs_l=img).

8.<http://www.google.co.in/search?newwindow=1&hl=en&biw=1366&bih=610&site=imghp&tbn=isch&sa=1&q=balika+badhu+tv+serial+on+tv&oq=balika+badhu+tv+serial>.



# Publish Research Article International Level Multidisciplinary Research Journal For All Subjects

Dear Sir/Mam,

We invite unpublished research paper.Summary of Research Project,Theses,Books and Books Review of publication,you will be pleased to know that our journals are

## Associated and Indexed,India

- \* International Scientific Journal Consortium Scientific
- \* OPEN J-GATE

## Associated and Indexed,USA

- EBSCO
- Index Copernicus
- Publication Index
- Academic Journal Database
- Contemporary Research Index
- Academic Paper Databse
- Digital Journals Database
- Current Index to Scholarly Journals
- Elite Scientific Journal Archive
- Directory Of Academic Resources
- Scholar Journal Index
- Recent Science Index
- Scientific Resources Database

Golden Research Thoughts  
258/34 Raviwar Peth Solapur-413005,Maharashtra  
Contact-9595359435  
E-Mail-ayisrj@yahoo.in/ayisrj2011@gmail.com  
Website : www.isrj.net