
इकाई 5 मीडिया का सकारात्मक प्रभाव*

संरचना

- 5.0 प्रस्तावना
- 5.1 स्वास्थ्य संचार में मीडिया की भूमिका
 - 5.1.1 स्वास्थ्य संचार महत्वपूर्ण क्यों है?
 - 5.1.2 स्वास्थ्य संचार का दृष्टिकोण
- 5.2 स्वास्थ्य-शिक्षा में मीडिया की भूमिका
 - 5.2.1 स्वास्थ्य शिक्षा और जनसंचार मीडिया
 - 5.2.2 स्वास्थ्य शिक्षा महत्वपूर्ण क्यों है?
 - 5.2.3 भारत में स्वास्थ्य शिक्षा
- 5.3 निष्कलंकीकरण में मीडिया की भूमिका
 - 5.3.1 निष्कलंकीकरण क्या है?
 - 5.3.2 कलंकीकरण में मीडिया की भूमिका
 - 5.3.3 निष्कलंकीकरण में मीडिया की भूमिका
- 5.4 केस स्टडी: मीडिया अभियान की सूचना प्रसार में भूमिका
- 5.5 सारांश
- 5.6 मुख्य शब्द
- 5.7 पुनरावलोकन प्रश्न
- 5.8 संदर्भ एवं पढ़ने के सुझाव
- 5.9 अतिरिक्त ऑनलाइन संसाधन

सीखने के उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के बाद, आप सक्षम होंगे:

- स्वास्थ्य संचार में मीडिया की भूमिका तथा बढ़ती स्वास्थ्य जागरूकता;
- स्वास्थ्य शिक्षा में मीडिया की भूमिका; और
- निष्कलंकीकरण में मीडिया की भूमिका पर प्रकाश डाल सकेंगे।

5.0 प्रस्तावना

अब तक आप समझ गये होंगे कि मीडिया मनोविज्ञान की जटिलताएं क्या होती हैं, तथा इसका मनोविज्ञान में, हमारे जीवन में, और इसके अध्ययन करने के तरीकों में तथा अनेक वर्षों से इस विषय में जारी अनुसंधान कार्यों में इसका क्या महत्व है। इसके अलावा, मीडिया मनोविज्ञान को अध्ययन के क्षेत्र में अपनी पहचान बनाने के लिए बहुत प्रयास करने पड़े हैं। एक बात और भी स्पष्ट है कि मीडिया के मानव मनोविज्ञान तथा संज्ञान पर पड़ने वाले नकारात्मक प्रभावों पर ही प्रायः अधिक ध्यान दिया जाता रहा है।

यह आश्चर्य की बात नहीं है हम सब जानते हैं कि अनेक वर्षों से मनोविज्ञान का मनुष्यों के नकारात्मक कार्यों के बारे में पूछताछ करने के लिये ही अधिक प्रयोग किया

*डॉ. शिवांतिका शरद, अनुप्रयुक्त मनोविज्ञान विभाग, विवेकानंद कॉलेज, दिल्ली विश्वविद्यालय, नई दिल्ली।

जाता रहा है। जब तक सकारात्मक मनोविज्ञान का उदय नहीं हुआ तब तक मनोविज्ञान को प्रायः नकारात्मक क्षेत्रों में ही प्रयोग किया गया। 1998 में अमेरिका की मनोवैज्ञानिक सभा के अध्यक्ष **मार्टिन सेलिग्मेन** ने सकारात्मक मनोविज्ञान के प्रयोग पर जोर दिया। जब तक वे अध्यक्ष पद पर बने रहे तब तक उन्होंने सकारात्मक मनोविज्ञान का प्रचार किया। मानव शक्तियों तथा मानवीय गुणों को महत्व देने की दिशा में यह जबर्दस्त प्रयास था। मनुष्यों की कमजोरियों तथा दुर्बलताओं को दिखाते रहना ही मानव मनोविज्ञान का उद्देश्य क्यों होना चाहिए?

अपने आपसे यह प्रश्न पूछिए कि मीडिया अक्सर नकारात्मक मनोविज्ञान पर ही जोर क्यों देता है, मनोविज्ञान के सकारात्मक पक्ष पर जोर क्यों नहीं दिया जाता? इस बात पर भी विचार करिये कि मनोविज्ञानी अथवा मनोविज्ञान में शोध करने वाले लोग मनुष्य के जीवन पर मीडिया के प्रभाव को ही सबसे अधिक महत्व क्यों देते हैं। क्योंकि मनोवैज्ञानिक यह बात जानते हैं कि मीडिया मनुष्यों के व्यवहार तथा उनके ज्ञानवर्धन की प्रक्रिया पर क्या प्रभाव डालता है। विद्वान यह बात जानते हैं कि जो कुछ लोग मीडिया के माध्यम से सुनते हैं, पढ़ते हैं तथा देखते हैं, उसका उन पर भारी प्रभाव पड़ता है। ऐसी मान्यताओं व कल्पनाओं पर बार-बार कड़ाई से विचार किया गया है और उन पर अनेक शोध भी हुए हैं, इस बात को लेकर अनेक अध्ययन सामने आये हैं तथा अनेक निष्कर्ष निकले हैं कि मीडिया लोगों के विचारों, उनकी भावनाओं तथा उनके कार्यों को किस प्रकार प्रभावित करता है।

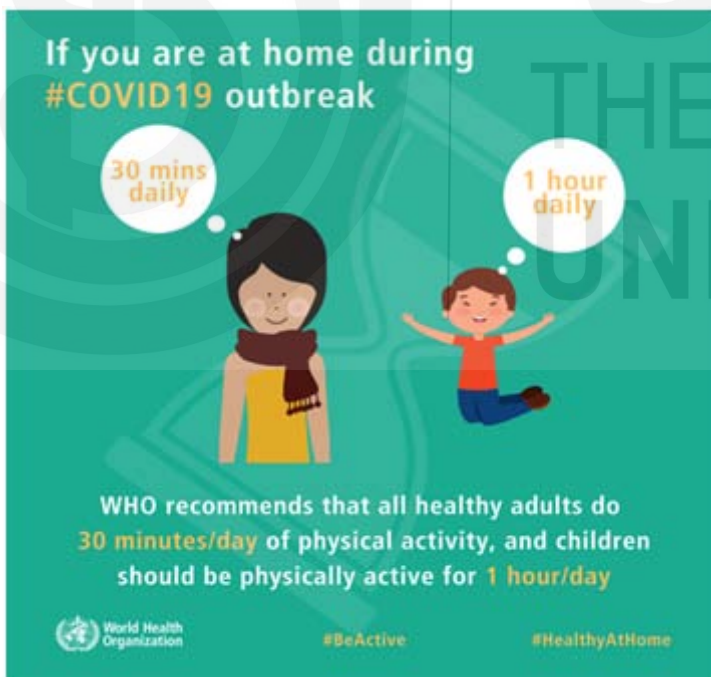
फिर भी जैसा कि हम पहले कह चुके हैं कि दुनिया भर के लोगों को यह आदत पड़ गई थी कि मीडिया के नकारात्मक प्रभावों पर ही ज्यादा ध्यान दिया जाय। कल्पना कीजिए यदि इसका उलटा सोचा गया होता तो स्थिति कैसी रहती? निश्चय ही तब हम इस बात पर विचार करते कि मनुष्यों तथा उनके जीवन पर मीडिया के सकारात्मक प्रभाव क्या होते हैं। यह बात समझ में आती है कि यदि लोग मीडिया द्वारा दिखाए जाने वाले आक्रामक दृश्यों तथा हिंसात्मक विवरणों को देखकर हिंसक हो जाते हैं, उनमें हिंसा की भावना बढ़ जाती है तो यदि मीडिया पर परहित और परोपकार के दृश्य दिखाये जा रहे होते तो उन्हें देखकर लोग परोपकारी हो जाते। मनुष्य की सोच में यह एक महत्वपूर्ण मोड़ था जो अनुसंधानकर्त्ताओं के दिमाग में पहले कभी नहीं आया। इसके साथ ही **सकारात्मक मीडिया मनोविज्ञान** का क्षेत्र अस्तित्व में आया जो मीडिया के केवल सकारात्मक संज्ञानात्मक, संवेगों तथा सकारात्मक व्यवहार संबंधी प्रयोगों को दिखाता है। सकारात्मक मीडिया के स्वास्थ्य संचार, स्वास्थ्य शिक्षा तथा निक्षेपण आदि पर पड़ने वाले प्रभावों का वर्णन इस इकाई में किया जाएगा।

5.1 स्वास्थ्य संचार में मीडिया की भूमिका

स्वास्थ्य संबंधी जानकारियों को लोगों तक पहुंचाने में मीडिया की सबसे बड़ी भूमिका है। स्वास्थ्य संचार का क्षेत्र इस बात पर जोर देता है कि संचार प्रौद्योगिकी के माध्यम से लोगों को विभिन्न प्रकार की स्वास्थ्य संबंधी समस्याओं के बारे में जानकारी किस प्रकार दी जाए। उपयोगी स्वास्थ्य सूचनाओं को लोगों तक पहुंचाने तथा लोगों में स्वास्थ्य के प्रति सजगता पैदा करने में मीडिया की बहुत बड़ी भूमिका रहती है, इसी तरह स्वास्थ्य विरोधी आदतों तथा जीवन शैली अपनाने से स्वास्थ्य पर कितना बुरा असर पड़ता है यह जानकारी भी मीडिया के माध्यम से लोगों तक पहुंचाई जा सकती है। स्वास्थ्य मीडिया स्वास्थ्य संबंधी अनेक महत्वपूर्ण जानकारियों को जन-जन तक पहुंचाकर उनका विशेष रूप से सहयोग कर सकता है। बहु आयामी मास मीडिया तथा अन्य प्रौद्योगिक नवीनीकरण के सहयोग से जन-जन तक स्वास्थ्य संबंधी जानकारियों को पहुंचाते हुए लोगों में स्वास्थ्य के प्रति जागरूकता उत्पन्न की जा सकती है तथा

उन्हें यह बताया जा सकता है कि व्यक्तिगत तथा सामूहिक स्तर पर स्वास्थ्य संबंधी जानकारी के आदान प्रदान से लोग किस प्रकार अपने स्वास्थ्य को ठीक रखने में समर्थ हो सकते हैं (डब्ल्यू. एच. ओ., 1996)।

स्वास्थ्य संचार केवल चिकित्सक और रोगी के बीच घटित होने वाली प्रक्रिया मात्र नहीं है। इसके माध्यम से स्वास्थ्य संबंधी विभिन्न जानकारियों को साझा करने से सार्वजनिक रूप से स्वास्थ्य की सुरक्षा की जा सकती है। यदि कभी स्वास्थ्य को लेकर आपातकालीन स्थिति उत्पन्न हो जाये तो लोगों को स्वास्थ्य के महत्व को तथा किसी बीमारी विशेष से बचाव संबंधी जानकारी को मीडिया के माध्यम से इस प्रकार प्रचारित किया जाना चाहिये कि हर किसी की समझ में आ जाये और बीमारी से बचने के लिए सावधानियां बरती जा सकें। इस संदर्भ में कोरोना काल में, कोरोना-19 के संक्रमण से जो महामारी की स्थिति उत्पन्न हुई उससे बचाव के लिए अनेक प्रकार की जानकारियां मीडिया द्वारा प्रसारित की गईं। जिनको समझ कर लोगों ने कोरोना के बचाव के उपाय करने सीख लिये और वे काफी हद तक अपने आपको इस बीमारी की चपेट में आने से बचा पाये। कॉलर ट्यून पर बॉलीवुड के महान अभिनेता अमिताभ बच्चन की बुलंद आवाज गूंजा करती थी, कोरोना वायरस से बचाव के लिए वे कहते थे- "दो गज की दूरी, मास्क है जरूरी"। इस चेतावनी ने जन-जन को सावधान करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। भारत सरकार के स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्रालय के अधीन काम करने वाले 'पब्लिक हेल्थ फाउंडेशन ऑफ इंडिया' नामक संस्थान ने युवाओं तथा बच्चों के लिए जो 'ई-बुक' तैयार की थी उससे ली गई कुछ आकृतियों का विवरण नीचे दिखाया गया है। यह ई-बुक, पांच विभिन्न भाषाओं में उपलब्ध है तथा इसका उद्देश्य बच्चों को कोरोना वायरस से बचाव के लिए व्यवहारिक जानकारियां प्रदान करना तथा उनका सशक्तीकरण करना था।



चित्र 5.1 कोविड-19 के समय स्वास्थ्य देखभाल व्यवहार

स्रोत: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:WHO_EN_HealthyAtHome-Physical-activity_if_you_are_at_home_during_COVID-19_outbreak.png

इस प्रकार की स्वास्थ्य संबंधी जानकारियां हम तक पहुंचाई गई थी तथा कोरोना वायरस महामारी के दौरान ऐसी सूचनाएं हमारे लिये बहुत जरूरी थीं क्योंकि उस समय सोशल मीडिया पर अनेक प्रकार की गलत जानकारियां और अफवाहें भी फैलाई जा रही थीं। अमेरिका के "हैल्दी पीपल 2010" के अनुसार- स्वास्थ्य संचार के माध्यम

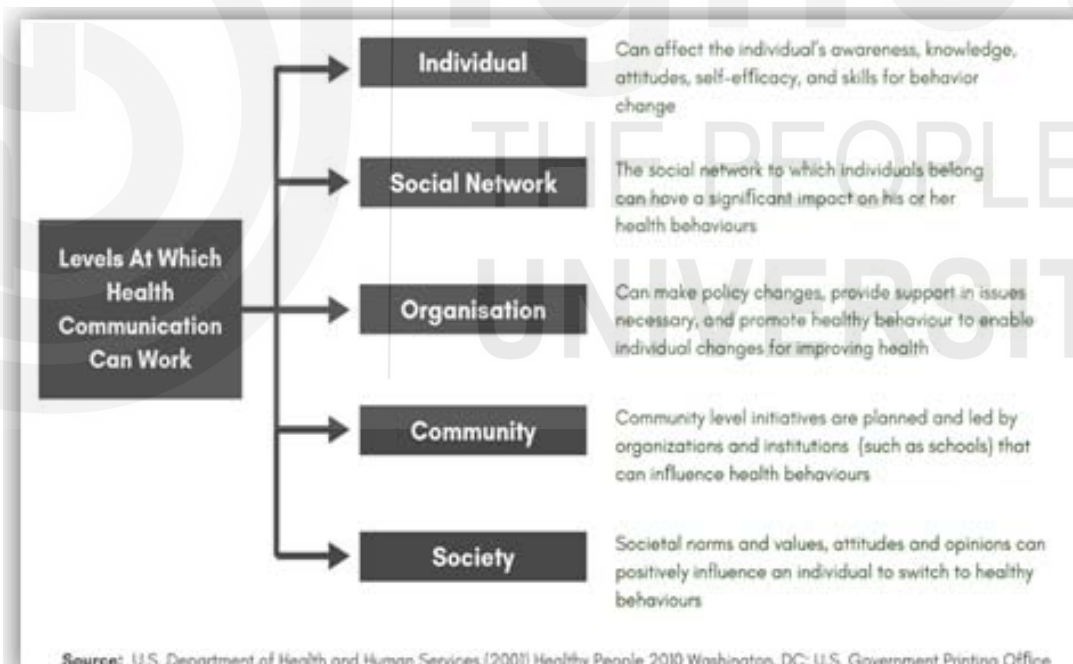
मीडिया का प्रोत्साहन एवं प्रभाव

से प्रभावी संचार से लोगों को इस बात के लिए तैयार किया जा सकता है कि वे अपने स्वास्थ्य को सुधारने के लिए सही फैसले लें। स्वास्थ्य संचार व्यक्तिगत रूप से तथा सामूहिक रूप से लोगों में यह चेतना पैदा कर सकता है कि वे सही-सही फैसले लेते हुए अपने स्वास्थ्य को सुरक्षित रख सकें।



चित्र 5.2 ई-पुस्तक में कोविड-19 महामारी का सामना करने के चित्र

स्रोत: <https://phfi.org/covid19/covid-resources/>



चित्र 5.3 स्वास्थ्य संचार के अनेक स्तर

स्रोत: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:WHO_EN_HealthyAtHome-Physical-activity_if_you_are_at_home_during_COVID-19outbreak.png

स्वास्थ्य संचार परम्परागत तथा समकालीन संचार माध्यमों से प्रचार द्वारा किया जाता है। स्वास्थ्य के बारे में संपर्क करने की प्रक्रिया अनेक स्तरों पर की जाती है, जैसा कि चित्र संख्या 5.3 में दिखाया गया है। जितना-जितना स्वास्थ्य संचार का स्तर बढ़ता जाता है, उतना ही यह प्रभावी होता जाता है, और स्वास्थ्य सुरक्षा में उतनी ही बड़ी सफलता मिलती जाती है।

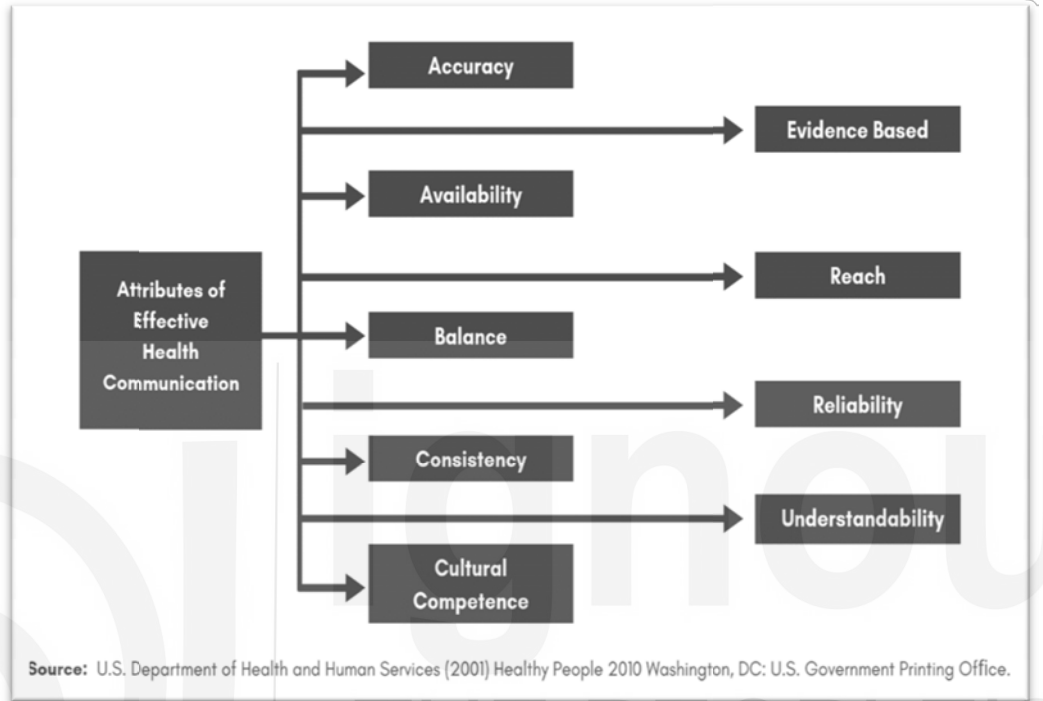
स्वास्थ्य संचार व्यक्ति को चित्र 5.5 अधिक जागरूक बनाता है, और परिणामस्वरूप लोगों को और अधिक जानकारियां प्राप्त होती हैं तथा स्वास्थ्य सुरक्षा के विभिन्न उपायों में उतनी ही अधिक वृद्धि हो जाती है। इससे अधिक स्वरूप तथा अधिक विकसित समाज के निर्माण में सहयोग मिलता है। स्वास्थ्य सुरक्षा के प्रभावी ढंग से लागू या प्रचारित होने से निम्न लिखित लाभ होते हैं:

- **स्वास्थ्य-सुरक्षा सार्वजनिक लक्ष्य बन जाती है और स्वास्थ्य-परिणाम पहले से बेहतर आते हैं:** व्यक्तियों, समुदायों, स्वास्थ्य सेवाओं से जुड़े चिकित्सकों व अन्य सहकर्मियों व सहयोगियों, नीति-निर्माताओं तथा जनता में स्वास्थ्य सचेतन व्यवहार दिखाई पड़ने लगता है; स्वास्थ्य संचार अंततः नागरिकों को स्वस्थ रखने में महत्वपूर्ण योगदान देता है। उदाहरण के लिए भारत के पल्स-पोलियो अभियान ने 5 वर्ष से कम आयु के बच्चों की 'पोलियो ड्राप्स' के माध्यम से रक्षा की और देश से इस बीमारी का खात्मा करने में सफल योगदान दिया है।
- **सामाजिक-आर्थिक, जातीय, रोग फैलाने वाले घटकों का प्रभाव कम हो जाता है:** स्वास्थ्य संचार की व्यवस्था इस प्रकार की जाती है कि सभी तक स्वास्थ्य संबंधी सूचनाएं पहुंच सके और सभी को स्वास्थ्य संबंधी सहयोग प्राप्त हो सके। सामाजिक-आर्थिक स्तर, जाति या अन्य भेद कारी स्थिति पर ध्यान दिये बिना (उदाहरण के लिये, डॉक्टर सदैव अधिक से अधिक सरल भाषा का प्रयोग करते हैं, स्वास्थ्य सेवाओं की जानकारी देने वाले पर्चे पर और पोस्टर बहुत सरल भाषा में बनाये जाते हैं जिससे विभिन्न पृष्ठभूमियों से आने वाले कम पढ़े-लिखे लोग भी उन्हें आसानी से पढ़े और समझ सकें)।
- **रोगों की रोकथाम तथा स्वास्थ्य सहयोगी व्यवहार में वृद्धि होती है:** ऐसा माना जाता है कि सावधानी इलाज से भी ज्यादा महत्व रखती है। स्वास्थ्य संबंधी जानकारियों के प्रचार-प्रसार से लोगों की जीवनशैलियों में स्वास्थ्यवर्धक बदलाव आते हैं तथा वे बीमारियों से अपनी सुरक्षा करना सीख जाते हैं। उदाहरण के लिए विश्व स्वास्थ्य संगठन ने लॉकडाउन के दौरान स्वास्थ्यवर्धक जीवन शैली को अपनाने पर जोर दिया था, जैसा कि चित्र 5.1 में दर्शाया गया है (अन्य उदाहरणों में, अनेक प्रकार की जन्म नियंत्रण विधियों का अपनाया जाना, धूम्रपान रोकने के लिये अभियान चलाना, आदि ऐसी गतिविधियां हैं जिनसे लोग अत्यधिक सावधान हो जाते हैं)।
- **बीमारियों का पता लगाने तथा महामारी फैलने आदि की स्थिति में सही सूचनाएं न मिल पाने पर:** मीडिया से बीमारियों के बारे में सरल ढंग से सही जानकारी मिल पाने में सहयोग मिलता है। हम एक ऐसे युग में प्रवेश कर चुके हैं, जिसमें तरह-तरह की सूचनाएं हैं और अधिक सूचनाओं से भ्रम की स्थिति उत्पन्न होती है- जिनमें कुछ सही होती हैं, और कुछ गलत। ज्यादातर सूचनाएं सोशल मीडिया द्वारा फैलाई जाती हैं (डब्ल्यू. एच. ओ., 2020), इससे लोगों को स्वास्थ्य अनुकूल फैसले लेने में कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है। स्वास्थ्य संचार सही और गलत सूचनाओं में भेद करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

5.1.1 स्वास्थ्य संचार महत्वपूर्ण क्यों है?

क्रिको स्ट्रेटजीज नेशनल सी बी एस की रिपोर्ट (2015) के अनुसार अप्रभावी संचार के कारण पाँच वर्ष की अवधि में 1744 लोगों की मौत हुई थीं तथा 1.71 अरब से अधिक कदाचार। ये आंकड़े यह संदेश देने के लिए पर्याप्त हैं कि मनुष्यों को बेहतर स्वास्थ्य संचार सेवाओं के साथ जीवन जीना चाहिए। स्वास्थ्य संचार सुविधाओं का उद्देश्य केवल कुछ खास बीमारियों से मुक्ति पाना मात्र नहीं है, परन्तु अधिक से अधिक स्वास्थ्य जागरूकता के साथ जीना भी है। कुछ ऐसे मानव समूह भी संसार में रहते हैं

जिन्हें भारी उपेक्षाओं के बीच जाना पड़ता है, जैसे - देह व्यापार से जुड़ों स्त्रियां, कम पढ़े-लिखे या अनपढ़ लोग, कलांकित समूह, जैसे एच आई वी/एड्स जैसी बीमारियों से पीड़ित व्यक्ति या मानसिक रोग से पीड़ित लोगों आदि तक स्वस्थ संचार के माध्यम से ही पहुँचा जा सकता है। बड़ी संख्या में स्वास्थ्य कर्मी स्वास्थ्य संचार को एक बड़ी खूबी या उपलब्धि मानते हैं, जैसे मनोविज्ञान, संचार-सिद्धांत, बाजार संबंधी जानकारी के स्रोत आदि। उनका उद्देश्य बेहतर व अधिक प्रभावी संचार कौशल प्राप्त करना है।



चित्र 5.4 प्रभावी संचार के गुण

प्रभावी स्वास्थ्य संचार के लिए निम्न चीजों की आवश्यकता होती है:

- सही जानकारी/सूचना (सूचना पूरी तरह सही और तथ्यात्मक होनी चाहिए)
- लक्षित व्यक्तियों तक अवश्य पहुँच जानी चाहिए।
- संतुलित होनी चाहिए (लाभकारी तथा सक्षम होनी चाहिए)।
- विश्वसनीय (सूचना का विवरण अन्य स्रोतों से भी मेल खाता हुआ तथा विश्वसनीय होना चाहिए)।
- सांस्कृतिक रूप से उपयुक्त (जातीय, नस्लीय तथा भाषाई विविधता का ध्यान रखा जाना चाहिए)।
- साक्ष्य आधारित (जिस सूचना को संचरित किया जाना है, उसे विज्ञान-सम्मत व अनुसंधान आधारित होना चाहिए)।
- व्यापक (जिससे ज्यादा से ज्यादा लोगों तक सूचना का स्थानांतरण किया जा सके)।
- विश्वसनीय (स्वास्थ्य-संचार का स्रोत का विवरण भरोसे के काबिल होना चाहिए)।
- समझे जाने योग्य हो तथा बार-बार दुहराई जाय (सूचना को बार-बार दुहराया जाना चाहिए तथा सरलता से उपलब्ध होने योग्य व समझे जाने योग्य होना)

चाहिए, जैसाकि कोविड-19 की रिंग टोन के माध्यम से बार-बार सूचना दी जाती थी)।

5.1.2 स्वास्थ्य संचार का दृष्टिकोण

संचार सूचनाओं को साझा करने की प्रक्रिया हैं। यदि सूचनाओं के विवरणों को दूसरों तक पहुँचाने के साधन या माध्यम उपलब्ध न हों तो सूचना साझा नहीं की जा सकती। मानव स्वभाव है कि प्राप्त होने वाली जानकारी को मनुष्य दूसरे लोगों तक पहुँचाना चाहता है, उसके लिए उपयुक्त संचार माध्यम की जरूरत पड़ती है। इसी तरह से जब स्वास्थ्य संचार की बात आती है तो स्वास्थ्य संबंधी जानकारियों को अनेक जनों तक पहुँचाने के लिए हमें संचार के साधन चाहिए। थॉमस (2006) के अनुसार कुछ पारंपरिक व कुछ समकालीन पद्धतियां हैं जिनके द्वारा स्वास्थ्य संबंधी सूचनाएं अन्य लोगों तक पहुँचाई जाती हैं। बड़ी संख्या में लोगों के संपर्क में आने की पद्धतियों में बदलाव आये हैं। इनमें से एक नया तरीका बाजार है जिसने अलग तरह की अनेक संचार व संपर्क पद्धतियां प्रदान की हैं। पारंपरिक पद्धतियों में एक पद्धति छपी हुई सामग्री द्वारा सूचनाओं को जन-जन तक पहुँचाने की है (पर्चे, पोस्टर, स्वयं सहायता निर्देशिका, स्वास्थ्य संबंधी साहित्य आदि), स्वास्थ्य मेले, सूचना एवं विवरण (ईमेल, फोन, आदि द्वारा) सार्वजनिक सेवा उद्घोषणा, रेडियो प्रसारण व रेडियो वार्ताएं, टेलीविजन, समाचार पत्र, प्रेस विज्ञप्तियां, विभिन्न मीडिया माध्यमों पर दिखाई जाने वाली कहानियां व अन्य विधाएं। स्वास्थ्य संचार के समकालीन तरीके संचार क्षेत्र में प्रौद्योगिक नवीनीकरणों के द्वारा अस्तित्व में आये हैं। इनमें सीधे उपभोक्ता बाजार तक पहुँचना इलैक्ट्रॉनिक सूचनाओं का वितरण, ई-बाजार तथा सोशल मीडिया बाजार हैं।

विविध संचार चैनलों का प्रयोग, जैसे रेडियो, टेलीविजन, समाचारपत्र, विज्ञापन, पर्चे, इंटरनेट तथा सोशल मीडिया उपकरण (जैसे ट्विटर, फेसबुक, तथा यू-ट्यूब) आदि द्वारा लोगों के संपर्क में आया जा सकता है। स्वास्थ्य संचार के विभिन्न तरीके लोगों का जानकारियों में वृद्धि करते हैं, उनके दृष्टिकोणों तथा सोचने के तरीकों में बदलाव लाते हैं - जिनमें खतरों से बचने के नजरिए, सकारात्मक व्यवहार पर जोर देना, सामाजिक तौर-तरीकों को प्रभावित करना, सहयोगी तथा आवश्यक सेवाओं की उपलब्धता में वृद्धि करना तथा व्यक्तियों का इस तरह सशक्तिकरण करना कि वे अपने आपको स्वस्थ रखने की आदत डाल लें।

इसमें अनेक क्षेत्र शामिल हैं, जिनमें शिक्षा द्वारा मनोरंजन या मनोरंजन द्वारा शिक्षा, स्वास्थ्य पत्रकारिता, पारस्परिक संपर्क, मीडिया, एडवोकेसी, संगठनात्मक संचार, खतरों से सावधान करने वाली जानकारियां देना सामाजिक संपर्क तथा सोशल मार्केटिंग आदि शामिल हैं। विविध मीडिया संचार से लेकर पारंपरिक तथा संस्कृति परक संचार, जैसे कहानी सुनाना, कठपुतली का तमाशा तथा नुक्कड़ नाटक, आदि शामिल है। धारावाहिक (सोप-ओपेरा) तथा फिल्म, आदि का प्रायः स्वास्थ्य सूचनाओं के प्रचार-प्रसार के लिए किया जाता है।

आइए अब स्वास्थ्य संचार संबंधी विभिन्न माध्यमों पर विचार करते हैं:

- 1) **मनोरंजन मीडिया** – अक्सर अपने अनेक फिल्मों देखी होंगी तथा टेलीविजन सीरियल देखें होंगे, और मन में आया होगा कि आप भी इनका हिस्सा होते। कभी-कभी आपको हूबहू आपके जैसा कोई पात्र फिल्म में देखने को मिलता है जिसके कारण आपके आत्म विश्वास में उछाल आ जाता है, जैसे *हैरी पॉटर* देखते समय या *नारनिया* देखते समय आपके मन में आता है कि काश आपके पास भी जादू का बेंड होता या जादू की छड़ी होती। फिल्मों, टेलीविजन सीरियल,

काल्पनिक पात्र, आदि सब हमारे मन में भावनाओं का संचार कर देते हैं, जो सामान्यतः हम अनुभव नहीं कर पाते। अब तक की इकाइयों में हमने पढ़ा कि मीडिया किस प्रकार मीडिया हम पर प्रभाव डालता है और यह किस तरह हमारे जीवन का हिस्सा बनता जा रहा है।

इस प्रकार, जब स्वास्थ्य के बारे में जानकारीयां साझा करने की बात आती है तो मीडिया सबसे ज्यादा सहयोगी व उपयोगी साबित होता है।

उदाहरण के लिए 2007 में जब 'तारे जमीन पर' नामक फिल्म प्रसारित हुई थी तो हमने देखा था कि उसमें विद्यालय जाने वाले बच्चे का किरदार दिखाया गया जो डिस्लेक्सिया नामक मानसिक रोग से पीड़ित था। यह फिल्म बहुत पंसद की गई। इसने बच्चों के साथ व्यवहार करने के मामले में बहुत महत्वपूर्ण सीख दी थी। फिल्म में जिस बच्चे का किरदार दिखाया गया, उसे 'अधिगम अक्षमता' या **डिस्लेक्सिया** रोग से पीड़ित होने के बावजूद सामान्य विद्यालय में दाखिल करा दिया गया था। मानसिक रूप से कम विकसित होने के कारण उस बच्चे को वह सब समझ में नहीं आता था जो विद्यालय के शिक्षक उसे कक्षा में सिखाते थे। माता-पिता बच्चे की मानसिक अक्षमता से परिचित नहीं थे। उन्होंने बच्चे को यह सोच कर बोर्डिंग में डाल दिया कि वहाँ के वातावरण में वह सुधर जायेगा। लेकिन उसकी दशा में तब तक कोई सुधार नहीं हुआ जब तक एक अपरंपरागत शिक्षक विद्यालय में नहीं आ गया। इस शिक्षक ने यह जान लिया कि बच्चे की मानसिक अक्षमता के कारण उसका व्यवहार दूसरे बच्चे से अलग तरह का है। उस बच्चे को आत्मीयता पूर्ण व्यवहार से इतना बदल डाला कि उसने कलात्मक प्रतियोगिता में इतना अच्छा प्रदर्शन किया कि सामान्य मनोदशा वाले व सक्षम छात्र व शिक्षक भी वैसा नहीं कर पाये। फिल्म में दर्शकों के मन पर इतना अच्छा प्रभाव डाला कि फिल्म समीक्षकों ने ही नहीं, दर्शकों ने भी उसकी प्रशंसा की, बुद्धिजीवियों को भी यह फिल्म बहुत पसंद आई (राव तथा कृष्णा, 2008)।

शिक्षा मनोरंजन कार्यक्रम मनोरंजन के साथ-साथ स्वास्थ्य संबंधी महत्वपूर्ण जानकारीयां भी प्रदान करते हैं। मनोरंजन मीडिया स्वास्थ्य संचार को बढ़ावा देते हैं तथा स्वस्थ जीवन-शैली के बोर में जानकारी भी प्रभावी ढंग से प्रदान करते हैं। इस प्रभाव के बारे में इकाई के अंत में केस अध्ययन के माध्यम से विस्तार से समझाने का प्रयास किया जायेगा।

डिजिटल विपणन — इंटरनेट के आविष्कार के साथ ही दुनिया एक बहुत छोटी स्थली बनकर रह गई है। दुनिया के विभिन्न भागों के लोग एक दूसरे से संपर्क स्थापित कर सकते हैं। वे संस्कृति, शिक्षा आदि के स्तर पर एक दूसरे से जुड़ सकते हैं। लोग इंटरनेट पर निर्भरता बढ़ जाने के बाद, अब यह जरूरी हो गया है कि हम विवेक का प्रयोग करें और स्वस्थ व सकारात्मक मामलों में ही लोगों से जुड़े। पारंपरिक मीडिया, जैसे टेलीविजन और रेडियो, स्वास्थ्य सूचनाएं प्रदान करने के मामले में अब कम लोकप्रिय साधन माने जाते हैं, अब इस उद्देश्य के लिए सोशल मीडिया का अधिक उपयोग होता है। ऑनलाइन स्वास्थ्य सूचनाओं का आदान-प्रदान करने वाली ज्यादातर उपभोक्ता ऐसी सूचनाओं को अधिक परोसते हैं जो उन्हें पसंद हैं। स्वास्थ्य संचार सामाजिक मीडिया अब एक दिशीय नहीं रहा है (क्योंकि मास-मीडिया पर होने वाला प्रचार-प्रसार अर्धगामी होता है) अब वह बहुदिशीय हो गया है। यहाँ उपभोक्ता जानकारी प्राप्त भी करते हैं और उसे दूसरों के साथ साझा भी करते हैं (अर्धगामी संचार), यह परिवर्तन आने के बाद स्वास्थ्य संचार का क्षेत्र तथा स्वास्थ्य शिक्षा का क्षेत्र दोनों बदलाव की ओर अग्रसर हैं। आजकल अनेक वैबसाइट मौजूद हैं जो लोगों को प्रासंगिक और

सहयोगी सूचनाएं देते हैं। 'चैट बॉट्स' के माध्यम से स्वास्थ्य के बारे में संक्षेप में बातचीत कर सकते हैं। सोशल मीडिया एकाउंट लोगों को यह बताने में मदद करते हैं कि वे अपने आपको स्वस्थ कैसे रख सकते हैं। सोशल मीडिया पर प्रभावशाली लोग जो स्वास्थ्य संचार अभियानों को कार्यान्वित करने में सहयोग करते हैं, जिससे व्यक्तियों को स्वस्थ व्यवहार के अनुकूल होने के लिए समर्थन एवं प्रोत्साहन मिलता है।

सोशल मीडिया विपणन: सोशल मीडिया पर लोग स्वास्थ्य संबंधी संदेशों का ऑनलाइन तकनीक से आदान-प्रदान करते हैं जिसमें सोशल नेटवर्क की भूमिका होती है। जैसे फेसबुक, सूचना फैलाने वाले मंच जैसे यू ट्यूब तथा माइक्रो ब्लॉगिंग सेवाएं, जैसे ट्विटर। सोशल मीडिया द्वारा स्वास्थ्य संबंधी जानकारियों का प्रचार-प्रसार को फायदा यह है कि एक व्यापक फलक है - दूर-दूर तक जानकारियों को पहुँचाने में सक्षम है तथा तुरंत पहुँचाने में सफल होता है और फिर अधिक महंगा भी नहीं है। सोशल मीडिया अभियान ज्यादा प्रभावशाली होते हैं और ज्यादा कारगर साबित होते हैं। इनके माध्यम से वेब आधारित चर्चाओं द्वारा स्वास्थ्य संबंधी सूचनाओं की जन-जन तक और कहीं भी पहुँचाया जा सकता है।

सोशल मीडिया अभियानों के प्रभावों के बारे में किये गये अध्ययनों से पता लगता है कि ये प्रभाव व्यवहार में सकारात्मक परिवर्तन लाते हैं। कोविड-19 महामारी काल में सूचनाओं के प्रचार-प्रसार के लिए सोशल मीडिया का इस्तेमाल किया गया था। जिसका उद्देश्य लोगों को सावधान करना तथा उनके दिलों से भय का निराकरण करना था। उन्हें अनावश्यक चिंताओं से मुक्ति दिलाना था। चिकित्सा संस्थान, सोशल मीडिया का प्रयोग अपने उपभोक्ताओं के सम्पर्क साधने के लिए चैनल के रूप में करते हैं। भारत के मीडिया अभियानों में यू-ट्यूब का कैंसर के रोगियों से संबंधित *महिन्द्रा राइज़* कार्यक्रम प्रसारित किया जाता है जिसका शीर्षक है - 'सेहत का बटुआ' स्त्रियां अपने बटुआ ब्लाउज़ के अंदर छिपाकर रखती हैं, एक ऐसी यादगार के रूप में कि उन्हें ब्रैस्ट कैंसर न हो। इस अभियान को https://www.youtube.com/watch?v=zu_55piVrJU पर देखा जा सकता है (भारत में 'ब्रैस्ट कैंसर' के स्वयं-निदान के प्रयास का तरीका महिन्द्रा की एक सीएसआर पहल है)।

- 2) **विज्ञापन** — स्वास्थ्य संचार की एक और बड़ी प्रविधि विज्ञापन हैं प्रति वर्ष पारंपरिक जन-स्वास्थ्य विज्ञापनों पर बड़े स्तर पर प्रचार के लिए निवेश किया जाता है, जिसका उद्देश्य स्वास्थ्य संबंधी आदतों में रचनात्मक बदलाव लाना होता है। शेविच के अनुसार (2010) "शिक्षा परक अभियान एक तरह का बिक्री अभियान है - इसमें बिक्री के लिए जो चीज हम प्रस्तुत करते हैं, वह है स्वास्थ्य।" वाणिज्यिक विज्ञापनों तथा स्वास्थ्य संबंधी विज्ञापनों का उद्देश्य दर्शकों के व्यवहार में परिवर्तन लाना होता है।" इसलिए वस्तुओं के विज्ञापनों (वाणिज्यिक विज्ञापन) तथा स्वास्थ्य-संवर्धन हेतु किये जाने वाले विज्ञापनों में समानता होती है। इनसे संबंधित सिद्धांतों तथा तरीकों के बारे में इकाई 7 में बताया गया है।
- 3) **अंतवैयक्तिक संचार** — यह एक संचार का एक महत्वपूर्ण रूप है क्योंकि इसमें स्वास्थ्य संबंधी निर्देश देने वाले चिकित्सक और रोगी के बीच होने वाली बातचीत शामिल है। लोगों की यह आदत होती है कि वे चिकित्सक द्वारा कहे गये एक-एक शब्द को अच्छी तरह पकड़ते हैं क्योंकि वे उन पर पूरा भरोसा करते हैं। इसलिए स्वास्थ्य को ठीक रखने के बारे में शिक्षा देते समय चिकित्सा कर्मियों को

इस बात पर विशेष ध्यान देना चाहिये कि वे उनसे किस तरह बात करते हैं जिन्हें वे स्वास्थ्य निर्देश दे रहे हैं। उनके द्वारा दिये गये निर्देश इस ढंग से रोगियों तक पहुंचने चाहिए कि वे उन्हें अच्छी तरह समझ सकें और उनका अमल कर सकें।

इस मामले में मीडिया बहुत बड़ी भूमिका निभाता है। क्योंकि मीडिया केवल जानकारियों का प्रचार-प्रसार ही नहीं करता है कि स्वास्थ्य संबंधी सलाहों का पालन करें। इस प्रकार यह महत्वपूर्ण है कि स्वास्थ्य संबंधी जानकारियों को ज्यादा से ज्यादा लोगों तक पहुंचाया जाये। परन्तु इससे भी ज्यादा जरूरी यह है कि जो जानकारी उन्हें दी जा रही है, वे उस पर अमल करें। आगे इकाई में यह बताया जायेगा कि अमिताभ बच्चन द्वारा *पल्स पोलियो* अभियान इतना सफल क्यों रहा, कि उनकी आवाज और उसमें छिपे संदेश के बल पर लोग पोलियो बूथ की ओर उमड़ पड़ते थे।

मनुष्यों का व्यवहार कोई ऐसी चीज नहीं है कि उसे एक बार बदल दिया जाये तो उद्देश्य पूरा हो गया, परन्तु सच तो यह है कि मनुष्य के व्यवहार को बदलने की प्रक्रिया लगातार जारी रहनी चाहिये। उदाहरण के लिये यदि आप किसी व्यक्ति को यह समझाना चाह रहे हैं कि वह व्यायाम करना शुरू कर दे तो इस बात की पूरी संभावना है कि आपके एक बार समझाने से कोई व्यक्ति व्यायाम करने को राजी नहीं होगा। इसके लिये आप उन्हें व्यायाम के बारे में तथा उससे होने वाले लाभों के बारे में बार-बार बताना पड़ेगा और उनके मन में यह बात बिठानी पड़ेगी कि ऐसा करने से उन्हें कितना फायदा होगा। कोशिश करते-करते एक दिन ऐसा आयेगा कि वे आपकी बात मान जायेंगी और फिर वे व्यायाम को अपनी आदत बना लेंगे।

इसी तरह के प्रयास किसी व्यक्ति के स्वास्थ्य संबंधी व्यवहारों व आदतों को बदलने के लिये करना पड़ता है। **समझाने के लिये आग्रह करने वालों को प्रभावशाली ढंग से अपनी बात रखनी चाहिए जिससे उनकी सलाह पर अमल करने के लिये वह व्यक्ति राजी हो जाय, जिसे सलाह दी जा रही है।** स्वास्थ्य संचार स्वास्थ्य शिक्षा का अभिन्न अंग है। अब हम यह बताने का प्रयास करेंगे कि स्वास्थ्य शिक्षा और स्वास्थ्य संचार में क्या अंतर है और इनके प्रचार-प्रसार में मीडिया किस प्रकार बढ़-चढ़ कर भूमिका निभाता है।

प्रिन्ट मीडिया (अखबार, पत्रिकाएं, पोस्टर तथा पर्चे आदि) में छपने वाले विज्ञापनों का विशेष महत्व होता है। वे लोगों तक जीवन और जीवन शैली संबंधी जानकारियां पहुंचाते हैं और उन्हें स्वास्थ्य शिक्षा प्रदान करते हैं शर्मा (2005) का कहना है कि पूरी दुनिया में समाचार पत्र स्वास्थ्य संबंधी जानकारियों के अत्यधिक महत्वपूर्ण स्रोत हैं। प्रिन्ट मीडिया स्वास्थ्य संबंधी लगभग हर विषय पर जानकारी प्रदान करता है। स्वास्थ्य संबंधी समस्याओं के बारे में जानकारी देते समय मीडिया लोगों के व्यवहार में परिवर्तन लाता है। यह परिवर्तन पहले से चली आ रही स्वास्थ्य विरोधी आदतों को बदल डालने को लेकर हो सकते हैं, गलत जानकारियों पर विश्वास करने को लेकर हो सकते हैं, या फिर पहले से पड़ी स्वास्थ्य विरोधी आदतों को बदलने तथा वर्तमान में प्राप्त जानकारियों पर विश्वास करने की आदतों को बदलने को लेकर हो सकते हैं।

अपनी प्रगति की जाँच कीजिए 1

निम्नलिखित कथनों में सत्य अथवा असत्य में उत्तर दीजिए:

- 1) स्वास्थ्य संचार का व्यापक उद्देश्य लोगों को अनेक प्रकार की स्वास्थ्य संबंधी आदतों या कार्यों के प्रति जागरूक करना होता है।

- 2) मनोरंजन मीडिया स्वास्थ्य संचार का प्रचार-प्रसार करने वाला चैनल नहीं है।
- 3) इंफोडोमिक में बहुत कम जानकारी होती है।
- 4) प्रभावी स्वास्थ्य संचार के लिये यह जरूरी है कि सूचनाएं सांस्कृतिक रूप से सही हों।
- 5) सोशल नेटवर्क स्वास्थ्य संचार का महत्वपूर्ण माध्यम है।

5.2 स्वास्थ्य-शिक्षा में मीडिया की भूमिका

स्वास्थ्य-शिक्षा का प्रमुख उद्देश्य लोगों को स्वास्थ्य संबंधी जानकारियां देना होता है। विश्व स्वास्थ्य संगठन (डब्ल्यू एच ओ) के अनुसार - "स्वास्थ्य शिक्षा, स्वास्थ्य संबंधी अनुभवों पर आधारित होती है। इसका उद्देश्य स्वास्थ्य सुधार करने में लोगों की सहायता करना होता है - उनकी स्वास्थ्य संबंधी जानकारियों में वृद्धि करके अथवा उनकी सोच को प्रभावित करके" (डब्ल्यू एच ओ, 1998)। डब्ल्यू. एच. ओ. की परिभाषा निम्नलिखित तथ्यों पर जोर देती है-

- अ) स्वास्थ्य संबंधी जानकारियों का प्रचार-प्रसार करना।
- ब) लोगों को प्रेरणा देना और उनका मनोबल बढ़ाना।
- स) आवश्यक कदम उठाना।
- द) स्वास्थ्य सुधार।
- न) स्वास्थ्य संबंधी व्यवहार या जीवन शैली बरकरार रखना।

स्वास्थ्य शिक्षा एक सामाजिक विज्ञान है जिसे जैविक, पर्यावरणीय, मनोवैज्ञानिक, भौतिक तथा चिकित्सा विज्ञान के आधार पर तैयार किया गया है। यह सार्वजनिक स्वास्थ्य से संबंधित अच्छी आदतों को व्यवहार में लाने से संबंधित है। इसका उद्देश्य स्वास्थ्य सुधार करना, बीमारियों, द्विव्यागताओं तथा अकाल मृत्यु को रोकना है। स्वास्थ्य शिक्षा प्रदान करने वाले स्वयं सेवक इस शिक्षा के माध्यम से लोगों के व्यवहार में उनके काम करने और जीवन जीने के तौर-तरीकों में बदलाव लाने का प्रयास करते हैं। इन परिवर्तनों से लोगों की जानकारियों, दृष्टिकोणों, योग्यताओं तथा व्यवहारों में व्यक्तिगत रूप से सामूहिक रूप से, संस्थागत अथवा सामुदायिक स्तर पर परिवर्तन आते हैं। स्वास्थ्य शिक्षा का उद्देश्य व्यक्तियों समुदायों आदि की स्वास्थ्य संबंधी आदतों में सकारात्मक परिवर्तन लाना तथा उनके रहन-सहन, कार्य-स्थितियों तथा स्वास्थ्य में रचनात्मक बदलाव लाना होता है।

बॉक्स 5.1 मनन कीजिए!

दोनों की परिभाषाएं और व्याख्याएं समझने के बाद क्या आप स्वास्थ्य शिक्षा और स्वास्थ्य संचार में अंतर बता सकते हैं?

इतना सब जाने के बाद भी स्वास्थ्य संचार और स्वास्थ्य शिक्षा में अंतर करना इसलिए कठिन हो रहा है कि दोनों के बीच बहुत समानताएं हैं। दोनों एक जैसी जानकारियां साझा करती हैं और इससे यह पता लगता है कि स्वास्थ्य संचार, स्वास्थ्य शिक्षा का एक हिस्सा है। स्वास्थ्य शिक्षा का उद्देश्य केवल स्वास्थ्य संबंधी व्यवहार अथवा स्वास्थ्य की गुणवत्ता के बारे में जानकारी देना मात्र नहीं है, बल्कि लोगों के अच्छे स्वास्थ्य के लिए प्रोत्साहित करना तथा उसके लिए उनमें समुचित आत्मविश्वास योग्यता व सामर्थ्य पैदा करना है।

स्वास्थ्य शिक्षा प्रदान करने के अनेक तरीके हैं, जिन्हें तीन स्तरों पर समझा जा सकता है- विचारों व सूचनाओं को इस तरह प्रदान करना कि लोगों के ज्ञान में वृद्धि हो, उनकी सोच में सकारात्मक बदलाव आए तथा विभिन्न प्रकार के स्वास्थ्य संबंधी कौशलों की उन्हें जानकारी मिले। व्यक्तिगत तरीकों में सीधे आमने-सामने मिलने का तरीका शामिल है, जैसे घर-घर जाकर बात करना। यह तरीका पारस्परिक है इसमें दोनों ओर से सूचनाओं का आदान-प्रदान किया जाता है। क्लाइंट (सामान्यतः कोई व्यक्ति पर रोगी) प्रश्न पूछ सकता है और स्वास्थ्य कर्मी उसके प्रश्नों के उत्तर दे सकता है, स्वास्थ्य कर्मी नर्स या अन्य कोई भी स्वास्थ्य की जानकारी रखने वाला व्यक्ति हो सकता है। स्वास्थ्य शिक्षा के लिए शिक्षा देने वाला और लेने वाला, कम से कम दो व्यक्तियों की जरूरत पड़ती है। छोटे-छोटे समूह बनाकर भी स्वास्थ्य शिक्षा प्रदान की जा सकती है।



चित्र 5.5 स्वास्थ्य शिक्षा कार्यक्रम

इसमें प्रदर्शन, करके दिखाना, नुक्कड़ नाटक, पेनल वार्ता, समूह वार्ता, सेमिनार, व्याख्यान, कार्यशाला आदि को अनेक तरीके अपनाए जाते हैं। इन तरीकों में व्यक्तिगत पारस्परिकता नहीं होती। इसमें प्रतिपुष्टि की जा सकती है। समूह के लगभग एक जैसे लोग ही शामिल होते हैं, जैसे सभी अस्थि-सुषिरता के रोगी हो सकते हैं या गर्भ निरोधकों जानकारी लेने को उत्सुक व नव-विवाहित जोड़े हो सकते हैं। समूह में बात करने का तरीका मास-मीडिया की तरह ही काम करता है। इसका उद्देश्य ज्यादा से ज्यादा लोगों तक पहुंचाना होता है जो अलग-अलग जीवन स्थितियों वाले या अलग-अलग जगहों पर रहने वाले हो सकते हैं। उसके लिए आमने सामने आकर विचारों को आदान-प्रदान की जरूरत नहीं पड़ती। इन तरीकों में प्रदर्शनी लगाना, भाषण देकर समझाना, स्वास्थ्य सहयोगी अभियान चलाना आदि शामिल हैं, इसके लिए रेडियो, टेलीविजन, समाचारपत्र पत्रिका, बिल-बोर्ड, आदि का प्रयोग किया जा सकता है।

5.2.1 स्वास्थ्य शिक्षा और जनसंचार मीडिया

स्वास्थ्य शिक्षा का उद्देश्य लोगों तथा समुदायों को यह समझाना है कि वे अपने स्वास्थ्य को अपने नियंत्रण में कैसे रखें। इसके लिए उन्हें स्वास्थ्य संबंधी जानकारी दी जाती है और स्वास्थ्य के बारे में उनकी सोच को बदला जाता है। लेकिन मात्र जानकारी देना ही स्वास्थ्य शिक्षा का उद्देश्य नहीं है। स्वास्थ्य शिक्षा लोगों को इस बात के लिए तैयार करती है कि वे अपने स्वास्थ्य का ध्यान रखने और स्वस्थ रहने की कला कैसे सीखें। स्वास्थ्य खराब होने के अनेक कारण होते हैं। ये सामाजिक, आर्थिक, पर्यावरणीय, परिस्थितियों आदि अनेक तरह के हो सकते हैं। कभी-कभी लोग

इसलिए भी बीमार पड़ते हैं कि उनकी प्रकृति बहुत नाजुक होती है और वे विपरीत प्रभावों को सह नहीं पाते, या फिर वे स्वस्थ बने रहने के लिए आवश्यक उपायों व तरीकों को नहीं अपनाते।

गुप्ता एवं शर्मा (2015) का विचार है कि जनसंचार मीडिया हमें आवश्यक स्वास्थ्य सूचनाएं प्रदान करता है तथा जन साधारण को इस योग्य बनाता है कि वे स्वास्थ्य सहयोगी उपायों का इस्तेमाल करते हुए स्वयं को स्वस्थ रख सकें। स्वास्थ्य को ठीक रखने में सोशल मीडिया की भी बड़ी भूमिका है। सोशल मीडिया पर स्वास्थ्य संबंधी जानकारी यथेष्ट मात्रा में रहती है। इसलिए स्वास्थ्य की शिक्षा देने वाले चिकित्सा-कर्मचारी तथा स्वास्थ्य संवर्धन प्रक्रिया से जुड़े स्वास्थ्य शिक्षक सोशल मीडिया पर उपलब्ध स्वास्थ्य सामग्री पर भरोसा करने लगे हैं। इसलिए यह जरूरी है कि सोशल मीडिया प्रौद्योगिकी पर और अधिक अनुसंधान कार्य किया जाना चाहिए। जनसंचार मीडिया की पहुंच इतनी व्यापक है कि दुनिया के किसी भी भाग में रहने वाले व्यक्तियों तक यह मीडिया पहुंच जाता है। मीडिया दूर-दराज में रहने वाले लोगों के व्यवहार में उनकी सोच और संस्कृति में परिवर्तन ला सकता है। मीडिया दैनिक जीवन में लोगों के सोचने और व्यवहार करने के तरीकों को बदल सकता है (गुप्ता, 2006)।

सोशल मीडिया का उपयोग स्वास्थ्य शिक्षा के लिए संचार रणनीतियों को बढ़ा सकता है एवं सार्वजनिक स्वास्थ्य के लिए नए अवसर प्रदान कर सकता है। स्वास्थ्य शिक्षक और पेशेवर अब दृश्यमान और व्यवहार्य होने के लिए सोशल मीडिया टूल्स पर भरोसा कर रहे हैं। स्वास्थ्य शिक्षकों द्वारा सोशल मीडिया प्रौद्योगिकियों के उपयोग एवं इसके प्रभाव पर और अधिक शोध किए जाने की आवश्यकता है।

बॉक्स 5.2 स्वास्थ्य शिक्षा और स्वास्थ्य

स्वास्थ्य शिक्षा यह सार्वजनिक स्वास्थ्य का हिस्सा है। इसके अंतर्गत:

- अनुसंधान कार्य एवं आकलन
- मास मीडिया को विनियोजित करना तथा स्वास्थ्य संपर्क अभियान चलाना।
- मास मीडिया की सहायता से स्वास्थ्य संपर्क अभियान चलाते हुए लोगों की सोच तथा उनके व्यवहार को बदलना। ज्ञान तथा सिखाने की कला के प्रचार-प्रसार से लोगों का स्वस्थ रहना सिखाता।
- इन कार्यक्रमों का मूल्यांकन करना और बेहतर कार्यक्रमों का निर्माण करना।
- स्वास्थ्य सुरक्षा पर जोर देना (स्वस्थ जीवन शैली, नीतियां तथा वातावरण)।
- लोगों को, स्वास्थ्य सलाहकारों को तथा अन्य कर्मियों व नीति निर्माताओं को प्रशिक्षण देना।

(ऑल्ड, रेडिअस, गेलर-अंटी, हिनमेन, गोश्च व मेल, 2011)

स्वास्थ्य संचार: यह संचार अध्ययन संकाय का भाग है। इसके अंतर्गत स्वास्थ्य संबंधी जानकारियां प्रदान करना (जैसे, जन स्वास्थ्य अभियान, स्वास्थ्य शिक्षा चिकित्सक रोगी बातचीत) स्वास्थ्य संबंधी जानकारियां की जांच करना तथा उनका प्रचार-प्रसार करना आदि शामिल है। इसके लिए विभिन्न प्रकार की उन सभी संचार प्रौद्योगिकियों पर जोर दिया जाता है जो लोगों तक जानकारियां पहुंचाने तथा उनके स्वास्थ्य संबंधी व्यवहार को बदलने में सहयोगी हो सकती है। मुख्य काम तो स्वास्थ्य से संबंधित सूचनाओं व जानकारियों का प्रसारण करना ही है (जैसे स्वास्थ्य में वृद्धि करने वाले तथा स्वास्थ्य को खतरे में पड़ने से रोकने वाले तरीकें आदि) स्वास्थ्य सूचनाएं **स्वास्थ्य शिक्षा का हिस्सा** होती हैं। यह लोगों के स्वास्थ्य के बारे में जानकारियों में वृद्धि करती हैं जो स्वास्थ्य शिक्षा का प्रमुख उद्देश्य है।

स्वास्थ्य संवर्धन: स्वास्थ्य संवर्धन का अर्थ है - वह प्रक्रिया जिसके तहत लोग अपनी आदतों व व्यवहारों पर नियंत्रण रखते हुए अपने स्वास्थ्य को अच्छी तरह चुस्त-दुरस्त रखते हैं (स्वास्थ्य संवर्धन शब्दावली, 1998)। 1980 में विश्व स्वास्थ्य संगठन ने पूरी दुनिया में सबके लिए स्वास्थ्य योजना के अंतर्गत अनेक स्वास्थ्य संबंधी कार्यक्रम आरंभ किये थे। इस समूची अभियान का उद्देश्य स्वास्थ्य संवर्धन था।

मीडिया में करोड़ों लोगों तक पहुंचने की क्षमता है, इसलिए स्वास्थ्य शिक्षा संबंधी कार्यक्रमों को जन-जन तक पहुँचाने के लिए मीडिया की सेवाएं ली जाती हैं। मीडिया लोगों के व्यवहार को बदलने की क्षमता रखता है। इस प्रकार, मीडिया एक **परिवर्तन प्रतिनिधि** के रूप में काम करता है। यह लोगों के ज्ञान में वृद्धि करता है, उनकी सोच को बदलता है, उनके विश्वासों में परिवर्तन लाता है, उनकी रुचियों पर भी प्रभाव डालता है, और अंततः उन्हें ऐसी जमीन पर खड़े करना में सफलता प्राप्त करता है, जहाँ वे अपने स्वास्थ्य का पूरा ख्याल रख सकें और एक स्वस्थ व्यक्ति के रूप में जीवन जीने का अवसर प्राप्त कर सकें।

5.2.2 स्वास्थ्य शिक्षा महत्वपूर्ण क्यों है?

जिस समुदाय के लोग स्वस्थ नहीं होते, जिस देश के लोग स्वस्थ नहीं होते, वे समुदाय, वे देश उन्नति नहीं रह सकते। जब किसी देश के लोगों का स्वास्थ्य गिरने लग जाता है, उस देश की अर्थव्यवस्था में भी गिरावट आने लगती है। इस सत्य को और अच्छी तरह समझने के लिए हमें निम्न उदाहरणों को ध्यान से देखना चाहिए:

1347 से लेकर 1351 तक, पूरे यूरोपीय क्षेत्र में काला जार या ब्लेक प्लेग नामक रोग फैला था जिसमें यूरोपीय देशों के 30 प्रतिशत से लेकर 60 प्रतिशत तक लोगों की मौत हो गई थी। 7.5 करोड़ से लेकर 20 करोड़ तक लोग इस महामारी में मारे गये और इसका परिणाम यह हुआ कि लोग जीवन से बुरी तरह निराश व हताश हो गये (दनहम, 2008)। जो जीवित बचे वे बुरी तरह भयभीत और सहमे हुए थे। जीवन के सुरक्षा के लिए वे ज्यादातर घरों में ही दुबके रहे, काम पर नहीं निकले और इससे यूरोपीय देशों में भीषण आर्थिक संकट उत्पन्न हो गया। सरकार ऐसी भयावह महामारी के समय लोगों की उतनी सहायता नहीं कर पाई जितने उससे अपेक्षा थी। लोगों ने सरकार को दोषी मानते हुए उसका बहिष्कार किया और पूरे क्षेत्र में अनिश्चयता और अस्थिरता का वातावरण उत्पन्न हो गया। इसका धार्मिक क्षेत्र पर भी बुरा प्रभाव पड़ा, लेकिन वह सब बताना अप्रासंगिक होगा। परन्तु जो प्रासंगिक है, वह यह है कि यदि स्वास्थ्य का समय पर ठीक से ध्यान न रखा जाय तो उसके कितने घातक परिणाम लोगों, समुदायों तथा देशों को भुगतने पड़ सकते हैं।

आज के समय में स्थितियां, पहले से अपेक्षाकृत बेहतर हैं। 13वीं शताब्दी की तुलना में अब चिकित्सा प्रौद्योगिकी बहुत विकसित हो चुकी है, फिर भी, मृत्यु और स्वास्थ्य पर घातक प्रहार होना, मनुष्य के नियंत्रण में नहीं है। परन्तु इसका यह अर्थ भी नहीं माना जाना चाहिए कि मनुष्य अपने स्वास्थ्य का ध्यान रखने में असमर्थ हैं और वे अपने स्वास्थ्य की रक्षा नहीं कर सकते। इस संदर्भ में मौजूदा कोरोना वायरस का संकट एक उल्लेखनीय उदाहरण है।

स्वास्थ्य-शिक्षा का उद्देश्य लोगों को शिक्षा देना है, जिससे वे स्वास्थ्य को ठीक रखने के तरीके सीख सकें। स्वास्थ्य शिक्षा लोगों के जीवन की गुणवत्ता में वृद्धि करता है, और एक स्वस्थ समाज का सृजन करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

बॉक्स 5.3 गतिविधि

कोविड-19 महामारी पर विचार कीजिए और इस विषय पर अपने विचार व्यक्त कीजिए कि वायरस के संक्रमण के समय, स्वास्थ्य-शिक्षा ने बदहवास और भयाक्रांत लोगों का मार्गदर्शन करते हुए उनके स्वास्थ्य को बचाने की दिशा में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई थी।

5.2.3 भारत में स्वास्थ्य शिक्षा

2011 की जनगणना के अनुसार भारत में 26 करोड़ से ज्यादा ऐसे लोग रहते हैं जो पढ़ या लिख नहीं सकते। निरक्षरता के इस अनुपात के आधार पर आप अनुमान लगा सकते हैं कि ऐसे लोगों पर स्वास्थ्य शिक्षा का कैसा और क्या प्रभाव पड़ता होगा। देश में ग्रामीण क्षेत्रों में रहने वालों की संख्या अब भी नगरों में रहने वालों की संख्या से अधिक है। भारत एक अत्यधिक विविधता वाला देश है, इसलिए स्वास्थ्य शिक्षा की योजना बनाते समय इन सब बातों का ध्यान रखना पड़ता है।

भारत में केन्द्रीय स्वास्थ्य शिक्षा ब्यूरो (स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्रालय, भारत सरकार) स्वास्थ्य शिक्षा का प्रमुख संस्थान है (https://dghs.gov.in/content/1408_3_httpchebncin.aspx)। स्वास्थ्य शिक्षा के उद्देश्य से इस संस्थान ने 5 विभागों को यह दायित्व सौंपा है कि वे स्वास्थ्य संबंधी जानकारियों को जन-जन तक पहुँचाएं। वे ऐसी योजनाएं तैयार करते हैं जिनमें सभी स्थितियों व समस्याओं को ध्यान में रखते हुए प्रभावी ढंग से स्वास्थ्य संबंधी अधिक से अधिक जानकारियां, अधिक से अधिक लोगों तक पहुँचाई जा सकें। इन विभागों का विवरण इस प्रकार है:

- प्रशिक्षण विभाग,
- मीडिया तथा सम्पादकीय विभाग,
- स्वास्थ्य-संवर्धन तथा शिक्षा सेवाएं,
- विद्यालय स्वास्थ्य शिक्षा विभाग, तथा
- प्रशासनिक विभाग।

जब ये सभी विभाग मिलकर काम करते हैं, और स्वास्थ्य शिक्षा में सुधार करने और उसके कार्यक्रमों को लागू करने में जुटते हैं, तो इस कार्य में मीडिया की क्या भूमिका रहती है, यह समस्या जानना बहुत जरूरी है। **मीडिया विभाग** स्वास्थ्य शिक्षा अभियान को संचालित करने के लिए अनेक तरीके इस्तेमाल करता है। नवीनतम व अत्यधिक कारगर सूचनाओं का चयन करके यह विभाग लोगों से संपर्क साधता है तथा उन्हें बीमारियों से बचने के उपाय बताता है। स्वास्थ्य संबंधी विषयों पर प्रदर्शन का आयोजन किया जाता है तथा विश्व स्वास्थ्य दिवस, विश्व मानसिक स्वास्थ्य दिवस, तम्बाकू रहित दिवस, विश्व एड्स दिवस, जैसे अनेक महत्वपूर्ण दिवसों पर विशेष कार्यक्रमों का आयोजन किया जाता है। सम्पादकीय विभाग अनेक प्रकार की स्वास्थ्य संबंधी पत्र-पत्रिकाओं का प्रकाशन करता है, जैसे *स्वस्थ हिन्द* (अंग्रेजी की मासिक पत्रिका), *आरोग्य संदेश* (हिन्दी की मासिक पत्रिका) तथा *स्वास्थ्य शिक्षा समाचार* (हिन्दी की त्रैमासिक पत्रिका)। इन पत्रिकाओं में स्वास्थ्य शिक्षा संबंधी लेखों तथा विवरणों तथा सुझावों आदि को शामिल किया जाता है (शर्मा, 2005)।

यह ब्यूरो सभी राष्ट्रीय स्वास्थ्य कार्यक्रमों तथा केंद्रीय स्वास्थ्य सेवा निदेशालय के तकनीकी विभागों को मीडिया की सेवाएं उपलब्ध करवाता है। आल इंडिया रेडियो पर

प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों की लिखित प्रति तैयार करना तथा दूरदर्शन केंद्रों पर प्रसारित होने वाले जन स्वास्थ्य सेवाओं पर आधारित कार्यक्रमों का जो प्रारूप तैयार किया जाता है, यह दायित्व ब्यूरो निभाता है।

अपनी प्रगति की जाँच कीजिए 2

1) स्वास्थ्य शिक्षा तथा स्वास्थ्य संचार में अंतर बनाइए।

.....
.....
.....

2) स्वास्थ्य शिक्षा कार्यक्रमों को बढ़ावा देने वाले तरीकों के बारे में बताइए।

.....
.....
.....

5.3 निष्कलंकीकरण में मीडिया की भूमिका

बॉक्स 5.4 मनन कीजिए!

क्या कभी अपने अपेक्षा के प्रतिकूल व्यवहार करने के कारण झिड़कियां खाई हैं? (जैसे यदि कोई लड़की ऊँची आवाज में चिल्लाते हुए बात करे तो लोगों के द्वारा ऐसा करने के लिए डांट पड़ती है या लड़के को स्त्रीवत होने पर फटकारा पर फटकार लगाना)।

“कलंक को नकारात्मक कृत्य माना जाता है, इससे किसी व्यक्ति का महत्व कम हो जाता है, और समाज में उसका मान-सम्मान नहीं रहता। जिस व्यक्ति पर कलंक या धब्बा लग जाता है, उसकी प्रायः अपेक्षा की जाती है तथा लोग उससे बचने लगते हैं। यदि कोई समुदाय या समूह विशेष बदनाम हो जाता है, तब इसके लिए उस समुदाय या समूह के लोगों को ही दोषी या जिम्मेदार माना जाता है और उसके प्रति भेदभाव की प्रवृत्ति जन्म ले लेती है” (सेल्टर्स पेडनियल्ट्स, 2020)।

कलंक एक ऐसी बुराई है जो कलंकित व्यक्ति या समूह को दूसरों से अलग कर देती है। जैसे भारत में लड़के-लड़कियों से यह अपेक्षा की जाती है कि वे खास तरह से व्यवहार करें, इसी तरह लड़कों से भी अपेक्षा की जाती है कि वे खास तरह का व्यवहार करें। पुरुषों से पुरुषों जैसे व्यवहार की अपेक्षा होती है और महिलाओं से महिलाओं जैसे व्यवहार की। अतः जब कोई लड़की/महिलाओं जैसे व्यवहार से हटकर पुरुषों जैसा व्यवहार के लिए आक्षेपित करते हैं और समाज उसे अलग निगाहों से देखने लगता है और फिर ऐसी लड़की एक तरह से अपने विचित्र व्यवहार के कारण बदनाम हो जाती है और लोग उसकी पहचान उसी रूप में बना लेते हैं। इस प्रकार, यदि कोई पुरुष स्त्रियों जैसा व्यवहार करता है तो उसे समाज में स्त्रैण माना जाने लगता है, और फिर लोग उसकी इसी रूप में पहचान बना लेते हैं तथा उसकी अन्य विशेषताओं को देखना बंद कर देते हैं।

इसी प्रकार यदि कोई व्यक्ति मानसिक अक्षमता का शिकार हो तो लोग भारतीय समाज में उसे पागल समझने लगते हैं। इसलिए यदि किसी परिवार में कोई बच्चों या अन्य सदस्य मानसिक विकलांगता से ग्रसित होता है तो लांछित होने के डर से

परिवार के लोग उसकी विकलांगता को छिपा लेते हैं। समाज में कलंकित हो जाने का भय बुरी तरह व्याप्त है।

इरविंग गोफमेन, 20वीं शताब्दी के सबसे प्रभावशाली समाजशास्त्री, कलंक को एक ऐसी घटना मानते हैं जिसके कारण समाज कलंकित व्यक्ति का बहिष्कार करने लगता है। सामान्यतः व्यक्तियों को तीन श्रेणियों में विभाजित किया जा सकता है।

- **कलंकित:** वे लोग जिनमें जन-सामान्य किसी खास तरह का और अवांछित लक्षण देखते हैं।
- **सामान्य:** वे लोग जिन पर कोई कलंक या आक्षेप न लगा है।
- **बुद्धिमान:** सामान्य जनों के बीच ऐसे लोग जो लोगों को आक्षेपित या कलंकित मान लेते हैं, यदि वे सामान्य से हटकर हों।

गरहार्ड फाक (2001) एक अन्य समाजशास्त्री एवं इतिहासकार का विचार है कि कलंकित करने की प्रवृत्ति मानव-सभ्यता का अनिवार्य अंग है क्योंकि एक समूह दूसरे समूह को कलंकित मानता है, यदि उसमें कुल अलग लक्षण देखें तो यह शायद इसलिए होता है कि समाज में कुछ तरह के लोग स्वीकार्य होते हैं और कुछ तरह के स्वीकार्य नहीं होते। जो स्वीकार्य होते हैं उनके प्रति अलग नजरिया होता है और जो स्वीकार्य नहीं होते, उनके प्रति अलग नजरिया होता है। फाक का विचार है कि हम सब लोग तथा सभी समाज कुछ स्थितियों को सामान्य से अलग वर्जित या कलंकित मानते हैं तथा कुछ व्यवहारों के बारे में भी हमारा इसी तरह का नजरिया है जो हमारे हिसाब से नहीं होते, उन्हें हम स्वीकार नहीं करना चाहते और अपने समूह का हिस्सा नहीं बनाना चाहते।

बॉक्स 5.5 मनन कीजिए!

अब आप यह तो समझ ही गये होंगे कि कलंकीकरण क्या होता है, आप कलंकीकरण की अब क्या परिभाषा करेंगे? आपके विचार से कलंक से मुक्ति के उपाय क्या हैं?

5.3.1 निष्कलंकीकरण क्या है?

कलंक दूर करने के उपायों या विधियों को निष्केपण या कलंक से मुक्ति कहा जाता है। दूसरे शब्दों में ऐसे आक्षेपों से मुक्ति पाना जिन्हें समाज में शर्मनाक माना जाता है, निष्कलंकीकरण कहलाता है। कलंकों या आक्षेपों को शिक्षा द्वारा दूर किया जा सकता है, जिनमें निम्न तथ्यों को शामिल करना होगा:

- **लोगों को तथ्यात्मक जानकारी देना** (जैसे, पुरुषों को स्त्रीवत होना, तथा महिलाओं का पुरुषों जैसा व्यवहार करना आदि)।
- **कलंकित समूहों का सशक्तिकरण** (जैसे लोगों को अधिक मुखर होने के लिए प्रोत्साहित करना तथा अपने अलग होने की सच्चाई को स्वीकार करना, आदि)।
- **अधिक सावधानी से बोलना** (सस्ती व सतही भाषा का इस्तेमाल नहीं करना - लोगों के अलगपन को दर्शाने के लिए उन पर कटाक्ष आदि नहीं करना)।
- **सकारात्मकता पर जोर देना** (लोगों को यह बताना या समझाना कि विभिन्नताएं होती हैं, हर मनुष्य को उसके उसी रूप में स्वीकार किया जाना चाहिए, जैसा कि वह है, अलग तरह का होने की आजादी को स्वीकार किया जाना चाहिए)।

- अधिक समावेशी समाज का निर्माण (एक ऐसा समाज जहां विभिन्नताओं को उनके असली रूप में स्वीकारा जाता हो)।

बॉक्स 5.6 मनन कीजिए!

क्या आप किसी व्यक्ति या समूह द्वारा कभी कलांकित किए गये हो? आपने इससे मुक्ति कैसे पाई?

बहुत से लोग ऐसे होते हैं जो कलंक या आक्षेप के साथ बड़े होते हैं क्योंकि वे इसके बारे में ज्यादा कुछ नहीं जानते। परन्तु कुछ लोग इससे बाहर आ जाते हैं वे ऐसी जानकारियों का सहारा लेते हैं जो उन्हें समाज द्वारा लगाए गये कलंक से बाहर आने की हिम्मत देती हैं। कलंक से मुक्ति पाने के लिये व्यक्तिगत अनुभव अथवा ऐसे ही अन्य कारक विशेषरूप से मदद करते हैं। मीडिया के माध्यम से भी अपने ऊपर लगे कलंक अथवा आक्षेप के प्रभाव को कम किया जा सकता है। मीडिया में दूर-दूर तक अपना प्रभाव छोड़ने की क्षमता होती है और वह व्यक्ति य समुदाय को कलंक मुक्त करने का रास्ता निकाल सकता है। आइये, अब इस पर विचार करें कि मीडिया किस प्रकार व्यक्ति या व्यक्ति समूह को कैसे कलंकित अथवा निष्कलंकीकरण साबित कर सकता है।

5.3.2 कलंकीकरण में मीडिया की भूमिका

2015 में एक एक्टीविस्ट ने 'आस्कार्स सो व्हाइट' जारी किया था और तब से यह आज तक अपना महत्व बनाये हुए है। इसके जरिये ऑस्कार जैसे मूल्यवान और महत्वपूर्ण पुरस्कार का बहिष्कार करते हुए कुछ फिल्मी कलाकारों तथा अभिनेताओं ने इस बात का विरोध प्रकट किया था कि हॉलीवुड की फिल्मों में महत्वपूर्ण भूमिकाओं, खासकर नायकों की भूमिकाओं के लिये श्वेत को ही क्यों चुना जाता है? अश्वेत लोगों को क्यों नहीं चुना जाता। इसी तरह कुछ खास भूमिकाओं के लिए पुरुषों को ही क्यों चुना जाता है, महिलाओं को क्यों नहीं चुना जाता है। ऑस्कर पुरस्कारों की चयन प्रक्रिया में अश्वेतों का प्रतिनिधित्व कम होने के कारण प्रायः अश्वेत कलाकारों को ऑस्कर के लिये नामांकित नहीं किया जाता था। सोशल मीडिया में इस मुद्दे पर भारी चर्चा हो गई। लोगों ने ऐसी पक्षपात पूर्ण प्रवृत्ति और परंपरा का विरोध किया अंततः इस पर पुनर्विचार करना पड़ा। फिल्मों में भी इसका जबर्दस्त प्रभाव पड़ा।

लोगों ने अपने आपसे प्रश्न पूछना शुरू किया कि फिल्मों में विभिन्न प्रकार की नस्लों वाले कलाकारों का प्रतिनिधित्व क्यों नहीं होना चाहिये? क्या, इस समय फिल्मों में सभी नस्लों के कलाकारों को खुलकर प्रतिनिधित्व करने के अवसर दिये जाते हैं। इस प्रश्न का उत्तर 'नहीं' में मिला। क्योंकि हॉलीवुड सिनेमा में श्वेत को तथा पुरुष चरित्रों को अधिक महत्व दिया जाता था जबकि अन्य नस्लों वाले चरित्र भी अक्सर लोकप्रिय और चर्चित श्वेत कलाकारों द्वारा ही निभाये जाते थे। भारत में उत्तर-पूर्वी भारत के चरित्रों के अभिनय के लिए उत्तर-पूर्वी भारत के कलाकार को नहीं लिया गया। जैसे मेरी कॉम के चरित्र पर अभिनय के लिए अदाकारा प्रियंका चौपड़ा को चुना गया, नाकि उत्तर पूर्वी भारत का कलाकार।

फिल्मों की जीवन में महत्वपूर्ण भूमिका होती है। इन काल्पनिक कहानियों में ऐसे-ऐसे चरित्र होते हैं जो बहुत लोगों के लिए, 'रोल मॉडल' बन जाते हैं। इसलिए सिनेमा में विविधता को शामिल न करने से समाज पर सीधा प्रभाव पड़ता है। प्रतिनिधित्व का सवाल केवल अश्वेत कलाकारों तक ही सीमित नहीं रहा। इसमें स्त्रियों की भूमिकाओं तथा एल जी बी टी क्यू समुदाय से जुड़े लोगों तथा विभिन्न नस्लों से जुड़े लोगों के प्रतिनिधित्व के सवाल भी उठाये गये।

फिल्मों में चरित्रों का चित्रांकन जिस तरह किया जाता है, उसी तरह लोग अपने बारे में सोचने लगते हैं। वे इसके बारे में जानकार और पढ़कर अपने आपको शिक्षित करते हैं। बिना प्रतिनिधित्व यह सब होना संभव ही नहीं है। अश्वेत लोगों को बदमाशों के गैंग के रूप में दिखाना, ऐशियाई मूल के चरित्रों को दकियानूसी दिखाना, आदि ऐसे चलन हैं जो मौजूदा कलंक को और भी मजबूत कर देते हैं। यही वह जगह है जहाँ मीडिया परिपक्वता का परिचय दे सकता है। जिन्हें कंलाकित या वर्जित कहकर अलग रखा गया है उन्हें स्वीकृति प्रदान करने का समाज पर अच्छा प्रभाव पड़ता है। मीडिया के एक बड़े हिस्से ने इस पर खुलकर सामने आना शुरू कर दिया है कि अलग लगने वाले लोगों को स्वीकार किया जाना चाहिए (जैसे मानसिक व्याधि, एचआईवी/एड्स से पीड़ित व्यक्तियों को सामान्य मनुष्यों की तरह ही महत्व देना, आदि)।

भारत के बारे में विदेशियों के क्या विचार हैं, आप क्या सोचते हैं? क्या वे भारत के लोगों को गरीब मानते हैं, भारत को जनसंख्या के बोझ से लदा देश मानते हैं, या सांपों और सपेरों का देश मानते हैं?

अपने आप से पूछिए – क्या भारत की सचमुच यही पहचान है? नहीं, सच इससे बिल्कुल अलग है। दुनिया के अन्य देशों के लोग भारत के बारे में फिल्मों से जो जानकारी प्राप्त करते हैं, टेलीविजन पर दिखाये जाने वाले धारावाहिकों से तथा किताबों, आदि से जो जानकारी मिलती है, उसी से वे भारत के बारे में अनुमान लगाते हैं। यह कोई रहस्य नहीं है कि अंतर्राष्ट्रीय पर्दे पर प्रायः भारतीय चरित्रों को नहीं दिखाया जाता जब कभी उन्हें दिखाया भी जाता है तो एक बदनाम पहचान के साथ दिखाया जाता है या फिर पूर्वाग्रह युक्त अपेक्षाओं के साथ दिखाया जाता है। अंतर्राष्ट्रीय मीडिया के लिए भारतीयों का इस तरह दिखाया जाना या न दिखाया जाना कोई विषय नहीं है। जबकि भारतीय सिनेमा में कोई उल्लेखनीय विविधता नहीं है। भारतीय फिल्मों में प्रायः स्त्री पात्र प्यार के लिए पहल करते नहीं दिखाई पड़ती, पहल पुरुष पात्र करते हैं और स्त्रियों उसमें रुचि लेने लगती हैं। एल जी बी टी व्यू से जुड़े पात्र केवल कॉमिक्स में दिखाए जाते हैं। मानसिक रोग हो जाये, तो उसे छिपाया जाता है, विभिन्न चैनलों पर मानसिक रोग से पीड़ित व्यक्तियों का मखौल उड़ाया जाता है।

इससे यह पता लगता है कि भारत में अभी हमें बहुत आगे जाने की जरूरत है। फिल्मों या नाटकों में जैसा दिखाया जाता है, वैसा ही दर्शकों के निजी जीवन में उतरने लगता है, क्योंकि लोग मीडिया के सीधे संपर्क में रहते हैं। आज के समय में जब ज्यादातर लोग मीडिया से जुड़े हैं, यह बात साफ है कि मीडिया का यह दायित्व बन जाता है कि वह सकारात्मक भूमिका में दिखे, क्योंकि लोग मीडिया से सीखते हैं।

अनेक मामलों में ऐसा होने भी लगा है। इस इकाई के अंत में 'केस अध्ययन' प्रस्तुत की गई है, उसे पढ़कर आप यह जान जायेंगे कि मीडिया किस प्रकार स्वास्थ्य शिक्षा एवं स्वास्थ्य सूचना प्रदान में अपनी भूमिका निभाता है। जहाँ मीडिया लोगों को कलंकित रूप से दिखाने में भूमिका निभाता है, वहीं कलंक को दूर कर व्यक्तियों व संस्थाओं के निष्कलंकीकरण में भी मीडिया की भूमिका महत्वपूर्ण है।

5.3.3 निष्कलंकीकरण में मीडिया की भूमिका

बॉक्स 5.7 गतिविधि

जब आप किसी विषय के बारे में जानना चाहते हैं, तो आप क्या-क्या करते हैं?

- अ) पुस्तकालय जाते हैं।
- ब) गूगल से जानकारी प्राप्त करते हैं।
- स) डॉक्यूमेंट्री फिल्म देखते हैं
- द) फिल्म या टेलीविजन देखते हैं।
- न) समाचार पत्रों की कतरनों से सूचनाएं प्राप्त करते हैं।
- प) उपर्युक्त सभी तरीके अपनाते हैं।

ज्यादातर संभावना यही है कि ऊपर बताए गए सभी तरीकों को अपनाया जाता है। इससे यह पता लगता है कि हमारे जीवन में मीडिया की भूमिका कितनी ज्यादा है। अनेक ऐसी समस्या या अवधारणाएं हैं जिनके बारे में मनुष्यों को जानकारी नहीं होती, परन्तु कोई फिल्म, कोई मीडिया-अभियान, कोई समाचार पत्र में छपा लेख आपको इसके लिए प्रेरित कर सकता है कि आप समस्याओं के बारे में जाने।

उदाहरण के लिए, 'तारे जमीन पर' नामक फिल्म ने लोगों के शिक्षण संस्थानों को सीखने की अक्षमता के बारे में जागरूकता प्रदान की। मीडिया आपकी जागरूकता में वृद्धि करने की भी क्षमता रखता है। जो व्यवहार वर्जित या कलंकित माने जाते हैं, उनके बारे में विशेष शिक्षा प्रदान करते हुए मीडिया उनकी वर्जितता या कलंक को निष्क्रिय कर सकता है।

उदाहरण के लिए फिल्मों में स्त्रियों को प्रायः भावुक, संरक्षण की भावना से भी तथा घर-परिवार को सम्हालने वाली के रूप में दिखाया जाता है। ऐसी स्त्रियों के सशक्तिकरण की जरूरत महसूस नहीं की जाती। इसी तरह अन्य भूमिकाओं में जो स्त्रियां हैं, उन्हें भी सकारात्मक रूप से ही प्रस्तुत किया जाना चाहिए। हाल के कुछ वर्षों में, भारतीय फिल्मों के दर्शक तथा दूरदर्शन के दर्शक यह देख रहे होंगे कि अब कुछ संदर्भों में महिलाओं को भोली-भाली और सहायक की भूमिकाओं में ही नहीं दिखाया जाता, उन्हें यौन संबंधों के मामले स्वतंत्र भी दिखाया जाने लगा है। इन फिल्मों में महिला किरदारों को प्यार में रुचि लेने वाली न दिखा कर, पहल करने वाली दिखाया जाता है। जैसेकि की फिल्में *कहानी*, *क्वीनडीयर जिंदगी*, *पदमावती* आदि की भूमिकाएं पर्याप्त रूप से सशक्त व सकारात्मक हैं।

इस प्रकार, मीडिया सार्वजनिक क्षेत्रों में नये-नये आख्यानो के प्रस्तुतिकरण में भी सशक्त भूमिका निभा सकता है। पहले से चली आ रही कट्टर धारणाओं को तोड़ने, पूर्वाग्रह से युक्त भेदभाव पूर्ण व्यवहारों से मुक्ति दिलाने में मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है। मीडिया लोक से उतरी हुई मान्यताओं सकता है। मीडिया लोक से उतरी हुई मान्यताओं व धारणाओं को सामान्य मान्यताओं या धारणाओं के रूप में प्रस्तुत कर सकता है या फिर बिना कुछ बोले हाथ में मोमबतियां लेकर प्रदर्शन करते हुए गहरा संदेश दे सकता है। 2005 में 'रंग दे बसंती' फिल्म में इंडिया गेट पर ऐसे प्रदर्शन को सार्वजनिक रूप से सामने लाया गया था, जो बाद में प्रदर्शन का सशक्त तरीका बन गया।

भारत में मानसिक व्याधि को एक बहुत बड़ा दोष माना जाता है। परन्तु अब हालात कुछ बदलने लगे हैं, और अब इसका कारण यह है कि मानसिक अक्षमता या मानसिक

व्याधि जैसे विषयों पर लोग खुलकर बात करने लगे हैं। भारत में हाल ही में आत्महत्या की प्रवृत्ति को अपराध की कोटि से बाहर निकालने का प्रयास भी किया गया है। मानसिक स्वास्थ्य से जुड़ी हुई समस्याओं को अपराधिक व्यवहार मानने की प्रवृत्ति अब कम होती जा रही है। 'हिचकी', 'पा', 'तारे जमीन पर' जैसी महत्वपूर्ण फिल्मों ने विभिन्न मनोवैज्ञानिक विकारों पर चर्चा प्रारंभ की है।

लोकप्रिय चैनल तथा सोशल मीडिया का ऐसे मामलों में बड़ा हाथ है। मानसिक स्वास्थ्य संबंधी समस्याओं के बारे में लोकप्रिय चैनल तथा सोशल मीडिया जागरूकता का वातावरण पैदा करने का प्रयास कर रहे हैं। इससे लोगों को ऐसी समस्याओं पर विचार करने के अवसर प्राप्त होते हैं जो मनुष्यों के बीच अब तक नकारात्मक रूप से प्रस्तुत की जाती रही हैं। इससे लोगों में उन लोगों के प्रति सहयोग और समझ की भावना पैदा होती जा रही है जो ऐसी ही अनेक पीड़ादायक स्थितियों से गुजर रहे हैं। इससे एक ऐसे समुदाय का जन्म हो रहा है जिससे लोग खुलकर एक दूसरे का सहयोग कर सकते हैं। उदाहरण के लिये, बॉलीवुड की प्रसिद्ध अभिनेत्री दीपिका पादुकोन की जिंदगी में एक ऐसा मोड़ आया कि वे अवसाद में चली गईं। लेकिन उन्होंने अपने आपको संभाला और अवसाद के विरुद्ध अपनी लड़ाई तेज कर दी। उन्होंने अपने अवसादग्रस्त होने की बात को सार्वजनिक रूप से उस समय स्वीकार किया, जब उनका फिल्मी कैरियर चोटी पर था। लेकिन सार्वजनिक रूप से अपने चाहने वालों तथा अन्य लोगों के साथ इस स्थिति को साझा करने से उन्हें अतिरिक्त बल मिला, उनके आत्मविश्वास का स्तर बढ़ा और वे अवसाद से बाहर आ गईं। उन्होंने सार्वजनिक रूप से ऐसी मनोदशाओं को साझा करने के महत्व को स्वीकारते हुए 'नॉट अशेम्ड' शीर्षक से यू-ट्यूब पर एक वीडियो जारी किया, जिसमें उन्होंने उन तमाम अनुभवों का खुलासा किया था जिनसे उन्हें अवसाद के दौरान गुजरना पड़ा था।



Deepika is #NotAshamed

Deepika Padukone, a popular Bollywood actress, openly talking about her battle with depression in a YouTube Video

यदि 'एलजीबीटीक्यू+' समुदाय के प्रतिनिधित्व का उदाहरण लें तो हम यह पायेंगे कि समाज में उनका प्रतिनिधित्व ना के बराबर है। ज्यादातर उन्हें अनोखी भूमिकाओं में ही प्रस्तुत किया जाता है। लेकिन मीडिया ने इस समुदाय के लोगों की भावनाओं को तथा उनकी भूमिकाओं को सकारात्मक रूप में प्रस्तुत किया और मीडिया के माध्यम से इस समुदाय के लोगों ने जो प्रदर्शन किये और अपनी पहचान को समाज में स्वतंत्र रूप से स्थापित करने के लिये दवाब बनाया तब से समाज में उनके प्रति सहानुभूति की भावना बढ़ी है, और अलग व्यवहार होने के बावजूद उन्हें मानव समाज का हिस्सा मानने पर जोर दिया गया। अब अनेक टी.वी. सीरियलों में तथा फिल्मों में एल,जी,बी,टी,क्यू. + समुदाय के पात्रों को शामिल किया जाने लगा है। इन्हें गुणवत्ता

वाला सकारात्मक तथा महत्वपूर्ण भूमिकायेँ दी जाती हैं। उदाहरण के लिये *कपूर एण्ड सन्स* नामक फिल्म में अग्रणी पात्र के रूप में एक समलैंगिक पात्र को दिखाया गया है। इस चरित्र को वास्तविक ढंग से प्रस्तुत किया गया है। ऐसे चरित्र को इतने वास्तविक ढंग से प्रस्तुत किया गया है कि उसकी समलैंगिकता पर कोई भृकुटि नहीं तानता और ना ही कोई मजाक उड़ाता। इस प्रकार इस चरित्र के माध्यम से पूरे समुदाय को सार्वजनिक क्षेत्र में आगे खड़ा कर दिया गया है।



Kapoor And Sons' Film Poster

It Showed one of the lead characters as being gay, excluding the stereotypes that come with it

हमने लगातार पढ़ा और अनुसंधानों के माध्यम से जाना कि मीडिया का जन-जीवन पर क्या प्रभाव पड़ता है। यह बात भी समझी जा सकती है कि मीडिया के बड़े से बड़े संदेश भी लोगों के व्यवहार तथा उनकी ज्ञानावस्था को नहीं बदल पाते। लगातार सकारात्मक संदेशों के प्रवाह से धीरे-धीरे प्रभाव पड़ता है। मीडिया रचनात्मक दिशा में बदलाव की इस गति को तेज कर सकता है, मीडिया की प्रभावी शक्ति के कारण ही उसे सूचनाओं के प्रचार-प्रसार के लिए इस्तेमाल किया जाता है।

अगले अनुभाग में 'केस स्टडी' पर विचार करेंगे और यह समझेंगे कि मीडिया ने स्वास्थ्य शिक्षा के प्रचार-प्रसार में तथा एचआईवी/एड्स मुक्ति अभियानों में किस प्रकार अग्रणी भूमिका निभाई है।

अपनी प्रगति की जाँच कीजिए 3

- 1) निष्कलंकीकरण की परिभाषा बताइए।

.....
.....
.....

- 2) कुछ ऐसे उदाहरण दीजिए जिनमें मीडिया ने लोगों के व्यवहार को निष्कलंकीकरण करने में भूमिका निभाई है?

.....

5.4 केस स्टडी: मीडिया अभियान की सूचना प्रसार में भूमिका

केस स्टडी-1 एचआईवी/एड्स के बारे में मास मीडिया अभियान (सूद, शौफनर-रोजर्स, तथा सेन गुप्ता, 2007)।

एचआईवी/एड्स एक तरह के वायरस से फैलता है जो व्यक्ति की रोग-रोधक शक्ति को नष्ट कर देता है, इससे व्यक्ति बीमारी की चपेट में आ जाता है। यह एक तरह का संक्रामक रोग है जो मुख्यतः एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति में यौन संबंधों द्वारा फैलता है। इसका अभी तक कोई इलाज नहीं है, परन्तु इससे बचाव किया जा सकता है। जिन्हें एड्स हो जाता है, वे सामान्य जीवन जी सकते हैं, बशर्ते कि वे इसे फैलने से रोके।

परन्तु रोग के बारे में पर्याप्त जानकारी के बिना ऐसा करना आसान नहीं है। एड्स के बारे में दुष्प्रचार इस तरह हो चुका है कि लोग इसे एक कलंक मानते हैं। ऐसे में समाज में उन लोगों का जीना मुश्किल हो जाता है जो इस बीमारी से पीड़ित हैं। कुछ लोग बदनाम होने के डर से चिकित्सक के इलाज कराने भी नहीं जाते। यह स्थिति उन लोगों के लिए भी खतरनाक है जो रोग-ग्रस्त हैं तथा उन लोगों के लिए भी जो रोगग्रस्त नहीं हैं, परन्तु रोग पीड़ित व्यक्ति के संसर्ग से रोगग्रस्त हो सकते हैं।

भारत में 1986 में एड्स का पहला मामला सामने आया था और तब से यह देश के बड़े भाग में फैल चुका है। यह जरूरी है कि लोगों को इस रोग के बारे में ज्यादा से ज्यादा जागरूक किया जाये और यह प्रयास किया जाये कि यह रोग और अधिक ना फैलें। भारत सरकार की एचआईवी अनुमान रिपोर्ट के अनुसार वर्ष 2019 में लगभग 23.49 लाख लोग एचआईवी/एड्स (पी.एल.एच.आई.वी.) के साथ जी रहे हैं एवं अनुमान है कि 2010 से 2019 के बीच नए एचआईवी संक्रमण में 37 प्रतिशत गिरावट आई है।

एचआईवी/एड्स मुख्यतः यौन संबंधों द्वारा संक्रमित होने वाला रोग है। भारत में सैक्स के बारे में तथा इस रोग के बारे में बात करना निषेध माना जाता है। इसका नतीजा यह हुआ है कि जानकारी या सावधानी के अभाव यह बीमारी और फैली है। यद्यपि समय अब बदल रहा है; कम से कम महानगरों में बहुत बदलाव आया है। लेकिन फिर भी निषेध की स्थितियां और भेद-भाव पूर्ण सोच ऐसे रोग की रोकथाम, उसे सुरक्षा तथा उसकी चिकित्सा अब भी एक बड़ी समस्या है (यूनीसेफ, 2004)।

भारत में एड्स की रोकथाम करने के लिए मनोरंजन शिक्षा रणनीति: मनोरंजन मीडिया ने भारत में एड्स से बचाव के लिए समुचित जानकारी देने की रणनीति बनाई। मनोरंजन शिक्षा की रणनीति एलबर्ट बंडुरा के सामाजिक संज्ञानात्मक सिद्धांत पर आधारित है जिसके अनुसार जैसा लोग देखते हैं, उसके अनुसार, उनके व्यवहार में बदलाव आ जाता है और वे अपने रोल मॉडल के अनुसार काम करना पसंद करते हैं।

बीबीसी वर्ल्ड सर्विस ट्रस्ट पार्टनरशिप अभियान: एचआईवी/एड्स के बारे में जागरूकता पैदा करने के लिए भारत में बीबीसी वर्ल्ड सर्विस ट्रस्ट (बीबीसी डब्ल्यू एसटी), भारत के संस्थान 'राष्ट्रीय एड्स नियंत्रण संगठन (एन ए सी ओ), दूरदर्शन

(राष्ट्रीय दूरदर्शन सेवा) तथा आल इंडिया रेडियो ने साझा अभियान शुरू किया था। इस अभियान का उद्देश्य था:

- एचआईवी संक्रमण के तरीकों के बारे में सही जानकारी देना।
- एचआईवी संक्रमण से बचाव के लिए समुचित जानकारी उपलब्ध करना।
- एचआईवी/एड्स के बारे में पारस्परिक सम्पर्क को बढ़ावा देना।
- कंडोम के बारे में जानकारी देना तथा कंडोम के इस्तेमाल की विधियों के बारे में बताना।

'जासूस विजय' नामक एक दूरदर्शन धारावाहिक आरंभ किया गया जिसमें विजय एचआईवी पॉजिटिव है। वह अपने अनुभवों के आधार पर बताता है कि एचआईवी/एड्स पीड़ित रोगियों को कितना भेदभाव सहना पड़ता है। वायरस से बचाव, इलाज के बारे में कंडोम के इस्तेमाल तथा अन्य सभी तरीके से जिनसे एचआईवी/एड्स के संक्रमण को रोका जा सकता है के बारे में बताता है।



Jasoos Vijay, a TV series with the aim to spread awareness about HIV/AIDS

Image Source: IMDB

एक अन्य टेलीविजन कार्यक्रम "हाथ से हाथ मिला" शुरू किया गया। यह कार्यक्रम गली-गली तक पहुंचाया गया। हर एपिसोड युवाओं के असली जीवन के अनुभवों को दिखाया जाता था, सार्वजनिक रूप से यौन-स्वास्थ्य के बारे में वार्ताएं आयोजित की जाती थीं, संगीत का सहयोग लिया जाता था। प्रतियोगिताएं आयोजित की जाती थीं। इसके अलावा हर 9 मिनट बाद टेलीविजन पर सूचनाएं दोहराई जाती थीं जिनमें ये निम्नलिखित बिन्दु शामिल होते थे:

- एचआईवी संक्रमण के फैलने के तरीकों के बारे में गलत सूचनाओं व जानकारीयों का निराकरण करना।
- एचआईवी से पीड़ित व्यक्तियों के बारे में गलत धारणाओं का निराकरण करना।
- एचआईवी संक्रमण को रोकने के तरीकों के बारे में जानकारी देना (जैसे, कंडोम का इस्तेमाल)।
- यौन-व्यवहारों और यौन-संबंधों के बारे में खुली वार्ताओं का आयोजन।

छः एक मिनट रेडिया स्पॉट भी तैयार किये गये जो स्थानीय दर्शकों तथा श्रोताओं को दिखाये जाते थे इनमें विशेष रूप से पुरुष श्रोता तथा दशर्क शामिल होते थे।

इनमें एचआईवी संक्रमण कैसे फैलता है और उससे कैसे बचा जाए, आदि के बारे में बताते समय यौन-संबंधों के लिए कंडोम का इस्तेमाल अनिवार्य है, यह बताया जाता था।

मीडिया अभियानों के परिणाम: इस अभियानों के माध्यम से जन-सामान्य तक ऐसी जानकारियां पहुंच गई कि एचआईवी के बारे में उनकी सोच में भारी बदलाव आ गया। इसके अलावा मीडिया के प्रचार के कारण लोगों में प्रायः यह जागृति आ गई कि वे ये सब चीजें अच्छी तरह जान गए:

- एसटीआई, एचआईवी/एड्स तथा कंडोम,
- एचआईवी संक्रमण की स्थितियां तथा कारण,
- एचआईवी संक्रमण से जुड़ी गलत जानकारियां,
- अन्य लोगों से एसटीआई, एचआईवी/एड्स तथा कंडोम के इस्तेमाल के बारे में बात करना जिन्हें अब तक जानकारी नहीं थी।

केस स्टडी से यह पता लगता है कि किस प्रकार मीडिया उन लोगों तक सभी संबंधित जानकारियों को पहुंचा सकता है जिन्हें इसकी जरूरत है। इसके अलावा, अपने उद्देश्य को भी पूरा किया है।

केस स्टडी 2: बच्चन-प्रभाव: दो बूंद जिंदगी की (भारत के पल्स पोलियों अभियान पर आधारित)

2002 में भारत में पोलियों की बीमारी बुरी तरह फैली। उत्तर भारत में इसका भारी प्रकोप देखने को मिला। उत्तर प्रदेश और बिहार से 95 प्रतिशत पोलियो के मामले सामने आए। परन्तु लोगों में पोलियो ड्राप्स के बारे में सहमति नहीं बन पा रही थी। ग्रामीण क्षेत्रों के लोग इसके लिए तैयार नहीं हो रहे थे। तब स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्रालय तथा यूनीसेफ ने ओगिल्वी तथा मेथर नामक विज्ञापन कम्पनी को भारत में पल्स पोलियो कार्यक्रम को जन-जन तक पहुंचाने का दायित्व सौंपा। इस कंपनी के सामने सबसे बड़ी चुनौती ग्रामीण माताओं को पोलियो ड्राप्स के लिए अपने बच्चों को टीकाकरण शिविर तक लाना था।

माताओं को पोलियो ड्राप्स के लिए तैयार करने के लिए बॉलीवुड के सुप्रसिद्ध महानायक अमिताभ बच्चन की सेवाएं ली गईं। उन्हें 2002 में इस अभियान का ब्रांड एम्बेसेडर बनाया गया ताकि पोलियो पर काबू पाया जा सके। अमिताभ बच्चन उत्तर भारत के सबसे ज्यादा चहेते और लोकप्रिय सिने-कलाकार हैं। उन पर लोग बहुत भरोसा करते हैं। उनकी 'गुस्सैल युवक' की छवि (यह भूमिका उन्होंने अनेक हिन्दी फिल्मों में निभाई)। विज्ञापन कंपनी ने लाभ लिया। टेलीविजन में प्रसारित होने वाले विज्ञापन में अमिताभ बच्चन की बुलंद आवाज सुनाई पड़ने लगी - 'धिवकार है हम पर ... पोलियो बूथ पर इतने कम लोग?' 20वीं शताब्दी के आरंभिक वर्षों में टेलीविजन तथा रेडियो पर अमिताभ बच्चन की अपील करने वाली आवाज लगातार सुनाई देती रही; और इसका प्रभाव उन माताओं पर भी पड़ा जो अपने बच्चों को पोलियो ड्राप्स दिलवाने में किसी अप्रत्यक्ष भय के कारण झिझक रही थीं, और वे भी निकल पड़ीं पोलियो बूथ पर पहुंची अपने बच्चों को दो बूंद जिंदगी की दिलवाने के लिए।

जब माताओं से यह पूछा जाता था कि वे पहले क्यों नहीं निकल कर आईं ... और अब क्यों इतनी बड़ी संख्या में उमड़ पड़ी, तब उनका जवाब होता था - "अमिताभ बच्चन नाराज हो गए हैं।" अनुसंधानकर्ता भी इस निष्कर्ष पर पहुंचे थे कि अमिताभ बच्चन की आवाज में कुछ खास बात है। रेडियो पर आने वाले विज्ञापन का लोगों पर इतना असर नहीं पड़ा था जितना टेलीविजन पर आने वाले विज्ञापन का पड़ा था। विज्ञापन के दिल को छूने वाले अंदाज ने लोगों पर जादू कर दिया था। यूनीसेफ ने

भी इस सत्य को संज्ञान में लिया और अमिताभ बच्चन की आवाज को इस विज्ञापन की 'जान' के रूप में स्वीकार करते हुए उन्हें यूनीसेफ गुड विल एम्बेसेडर कहकर सम्मानित किया (स्रोत: <https://www.unicef.org/india/our-partners/celebrities/amitabh-bachchan>)



स्रोत:

<https://www.socialsamosa.com/2020/03/brand-saga-pulse-polio-campaign/>

मीडिया के सशक्त पल्स पोलियो अभियान ने अद्भुत सफलता हासिल की, और 2005 तक आते-आते भारत में केवल 66 केस ही रह गये, जबकि 2004 में 135 पोलियो केस दर्ज किये गये थे, 2003 में 225 तथा 2002 में भारत में 1600 पोलियो के मामले पाये गये थे।

पोलियो को समाप्त करने के लिए चलाये गये अभियान की सफलता के बाद अमिताभ बच्चे दो उंगलियां उठाकर बनाते हुए कहते नजर आते थे – “पल्स पोलियो प्रतिरक्षण – दो बूंद जिंदगी की”।

इसके साथ ही घर-घर जाकर पोलियो ड्राप्स पिलाने का अभियान भी चलाया गया। पोस्टरों, अभियानों, प्रदर्शनियों, व्यक्तिगत सम्पर्कों, ग्रामीण सभाओं (स्वास्थ्य मेले), दीवारों पर लिखे नारों द्वारा, लोक-नाटकों द्वारा तथा सामुदायिक सभाओं के माध्यम से भारत में ऐसा प्रचार हुआ कि पोलियो को भारत में उन्मूलन हो सका।

5.5 सारांश

अब तक हमने इस इकाई में जो सीखा है, उसे सारांशित करें।

- जब मीडिया चैनल लोकप्रिय हुए तो उनके सकारात्मक पहलुओं की अनदेखी की गई। इसके नकारात्मक प्रभावों पर बहुत ज्यादा ध्यान दिया गया। इसका नतीजा यह हुआ कि लोगों ने यह जानने को कोशिश ही नहीं कि मीडिया किस तरह सकारात्मक रूप से मानव समाज में सहयोग कर सकता है।

- सकारात्मक मनोविज्ञान के अस्तित्व में आने के बाद मीडिया के अनेक ऐसे उपयोग सामने आने लगे, जिन्हें लोगों के सहयोग के लिए इस्तेमाल किया जा सकता है। तभी से मीडिया को और अधिक महत्व दिया जाने लगा। मीडिया ने समाज सहयोगी तथा अन्य अनेक प्रकार के जो रचनात्मक सहयोग दिये हैं उन्हें स्वीकार किया जाने लगा। यहां तक आते-आते मीडिया के सकारात्मक इस्तेमाल की पृष्ठभूमि तैयार हो चुकी है। अब यह देखना होगा कि हम मीडिया का सकारात्मक इस्तेमाल कैसे कर सकते हैं।
- स्वास्थ्य संबंधी जानकारी प्राप्त करने में, स्वास्थ्य शिक्षा प्रदान करने में, कलंकीकरण और निष्कलंकीकरण में मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका अदा करती है।
- केस स्टडी के माध्यम से हमने जाना कि मीडिया ने एचआईवी/एड्स के बारे में लोगों को जागरूक करने में महत्वपूर्ण भूमिका अदा की। इतना ही नहीं इस रोग से पीड़ित लोगों के बहिष्कार किये जाने का मीडिया ने विरोध किया और यह समझाने का प्रयास कि जो लोग इस रोग से पीड़ित हैं। उनसे दूरी बनाये रखने की बजाय अपने बचाव का ध्यान रखते हुए उनकी सहायता की जानी चाहिये। दूसरे केस स्टडी में यह समझाने का प्रयास किया गया है कि पोलियो संबंधी जानकारियों के प्रचार-प्रसार में तथा पोलियो से बचाव के बारे में मीडिया ने किस प्रकार महत्वपूर्ण भूमिका अदा की और पोलियो उन्मूलन अभियान को सफल बनाया। मीडिया का इस्तेमाल यदि उपयुक्त रणनीति के माध्यम से किया जाये तो मीडिया समाज के लिये बहुत उपयोगी साबित हो सकता है और समाज के बहुआयामी रचनात्मक विकास में बड़ी भूमिका निभा सकता है।

5.6 मुख्य शब्द

निष्कलंकीकरण : किसी व्यक्ति अथवा संस्था पर लगे कलंक को मिटाना तथा उन्हें सामान्य अवस्था में प्रस्तुत करना निष्कलंकीकरण कहलाता है जिसके लिये अनेक प्रकार के उपाय करने पड़ते हैं।

स्वास्थ्य संबंधी सूचनायें प्रसारित करने के तरीके : जैसे सार्वजनिक स्वास्थ्य अभियान, स्वास्थ्य शिक्षा, चिकित्सक और रोगी के बीच वार्ता आदि।

स्वास्थ्य शिक्षा : इसका उद्देश्य स्वास्थ्य संबंधी शिक्षा प्रदान करके बीमारियों की रोकथाम करना होता है। स्वास्थ्य शिक्षा के द्वारा अकाल मृत्यु, असामान्य व्यवहार तथा कार्यों में परिवर्तन लाया जा सकता है।

स्वास्थ्य संवर्धन अपने स्वास्थ्य संबंधी समस्याओं के निराकरण द्वारा स्वस्थ रहने की आदत डालना।

इनफोडेमिक (बहुत सारी सही और गलत जानकारी एक साथ होना) : जब बहुत तरह की खबरें किसी मामले में फैल जाती हैं तो यह तय करना मुश्किल हो जाता है कि इसमें कौनसी खबर सही है कौनसी गलत। अफवाहें अथवा अधकचरी सूचनायें सोशल मीडिया द्वारा फैलाई जाती हैं।

सकारात्मक मीडिया मनोविज्ञान : यह मनोविज्ञान का उप क्षेत्र है जो मीडिया के सकारात्मक, संज्ञानात्मक, भावनात्मक तथा व्यवहार संबंधी प्रभावों की मीडिया के माध्यम से जानकारी देता है।

कलंक : किसी पर लगा एक ऐसा आक्षेप जो उसे बदनाम कर देता है तथा उसके व्यक्तित्व की संपूर्णता को कम कर देता है।

5.7 पुनरावलोकन प्रश्न

- 1) स्वास्थ्य शिक्षा में मास मीडिया की भूमिका का वर्णन कीजिए?
- 2) विकाशील समाज के लिए स्वास्थ्य शिक्षा के महत्व का वर्णन कीजिए।
- 3) मास मीडिया अभियान कलंक को हटाने में तथा व्यवहार में परिवर्तन लाने में किस प्रकार सहयोग करता है? प्रासंगिक केस स्टडी द्वारा अपने उत्तर का समर्थन कीजिए।
- 4) प्रभावी स्वास्थ्य संचार की मुख्य विशेषताओं पर प्रकाश डालिए।
- 5) स्वास्थ्य संबंधी सूचनाओं के प्रसार-प्रसार करने वाले विभिन्न चैनलों की व्याख्या कीजिए।

5.8 संदर्भ एवं पढ़ने के सुझाव

Auld, M. E., Radius, S. M., Galer-Unti, R., Hinman, J. M., Gotsch, A. R., & Mail, P. D. (2011). Distinguishing between health education and health information dissemination. *American journal of public health, 101*(3), 390–392. <https://doi.org/10.2105/AJPH.2010.300037>

CRICO Strategies National CBS Report.(2015). Malpractice Risks in communication failures. Retrieved from <https://www.rmfi.harvard.edu/Malpractice-Data/Annual-Benchmark-Reports/Risks-in-Communication-Failures>

Dunham, (29th January 2008). *Black death 'discriminated' between victims*. Retrieved from <http://www.abc.net.au/science/articles/2008/01/29/2149185.htm>

Falk, G. (2001). *STIGMA: How We Treat Outsiders*. Prometheus Books.

Thomas, R. K. (2006) *Introduction to Health Communication*. In: *Health Communication*. Springer, Boston, MA .https://doi.org/10.1007/0-387-26116-8_1

World Health Organisation.(2021) Infodemic Management – Infodemiology. *Ad-Hoc Technical Consultation on Managing the COVID-19 Infodemic*. Available online at: <https://www.who.int/teams/risk-communication/infodemic-management> (accessed July 7–8, 2021).

US Office of Disease Prevention and Promotion.(2004). Health communication, *Healthy People 2010* (Vol. 1). Retrieved from <http://healthy.people.gov/Document/HTML/volume1/11HealthCom.htm#edn4>.

Rao, T. S. Sathyanarayana; Krishna, V. S. T. (2008). "Wake up call from 'Stars on the Ground'". *Indian Journal of Psychiatry, 50* (1): 2–4. doi:10.4103/0019-5545.39749.

Schevitz J. (2010). Advertising as a force in public health education. 1915. *American journal of public health, 100*(7), 1202–1204. <https://doi.org/10.2105/ajph.100.7.1202>

Sharma, M. (2005). Health Education in India: A Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT). *The International Electronic Journal of Health Education, 8*, 80-85

Salters-Pedneault, K. (2020). *Understanding Stigma When You Have BPD*.

Retrieved from <https://www.verywellmind.com/stigma-a-definition-of-stigma-425329>

Sood, S., Shefner-Rogers, C.L. & Sengupta, M. (2007). The Impact of a Mass Media Campaign on HIV/AIDS Knowledge and Behavior Change in North India: Results from a Longitudinal Study. *Asian Journal of Communication*, 16(3), 231-250

WHO (1996). *Communication, Education and Participation: A Framework and Guide to Action*. WHO (AMRO/PAHO), Washington, 1996

WHO

(1998). <https://www.who.int/healthpromotion/about/HPR%20Glossary%201998.pdf> (WHO definition)

<https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpubh.2020.573397/full#B2>

education-entertainment campaigns in COVID-19:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10410236.2020.1847451>

<https://npin.cdc.gov/pages/health-communication-strategies>

Popular social media health-promotion campaigns:

<https://www.bangthetable.com/blog/public-health-social-media-campaigns/>

Health education in India: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ794068.pdf>

https://dghs.gov.in/content/1408_3_httpchebnicin.aspx

5.9 अतिरिक्त ऑनलाइन संसाधन

- Effective use of social media platforms for promotion of mental health awareness (nih.gov)
- 3 Effective Marketing Campaigns Promoting Mental Health Wellness 3 Effective Marketing Campaigns Pro (digitalmediasolutions.com)
- Social Media as an Educational Tool to Promote Health (uniteforsight.org)
- EMRPUB_2012_EN_1362.pdf (who.int)
http://www.emcdda.europa.eu/attachements.cfm/att_94034_EN_Effectiveness%20of%20Mass%20Media%20campaigns%20HDA.pdf
- Prof. Melanie A. Wakefield, PhD, Prof. Barbara Loken, PhD, and Prof. Robert C. Hornik, PhD (2010). Use of mass media campaigns to change health behaviour (nih.gov)

अपनी प्रगति की जाँच कीजिए 1 के उत्तर

- 1) सत्य
- 2) असत्य
- 3) असत्य
- 4) असत्य
- 5) सत्य