



International Journal of **Kannada** Research

www.kannadajournal.com

ISSN: 2454-5813

IJKR 2024; 10(3): 06-10

© 2024 IJKR

www.kannadajournal.com

Received: 06-05-2024

Accepted: 10-06-2024

ಡಾ.ಎಂ ಚಿಕ್ಕಣ್ಣ

ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕರು ಹಾಗೂ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು
ಕನ್ನಡ ಭಾಷಾ ವಿಭಾಗ
ಎಸ್.ಡಿ.ಯು.ಐ.ಎಂ
ದೊಡ್ಡಬಳ್ಳಾಪುರ ಬೆಂ.ಗ್ರಾ.ಜಿಲ್ಲೆ,
ಕರ್ನಾಟಕ, ಭಾರತ

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಮಹಿಳೆ

ಡಾ.ಎಂ ಚಿಕ್ಕಣ್ಣ

ಪೀಠಿಕೆ

ಮಾಧ್ಯಮ ಎಂದರೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಪತ್ರಿಕೆ, ಬಾನುಲಿ ಮತ್ತು ದೂರದರ್ಶನಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ಹೇಳುತ್ತೇವೆ ಆದರೆ ಸಂಗೀತ, ನೃತ್ಯ, ನಾಟಕ, ಅಂತರ್ಜಾಲ ಕ್ಷೇತ್ರ, ಭಿತ್ತಿ ಚಿತ್ರ-ಪತ್ರ, ಜಾಹಿರಾತು, ಡಂಗೂರ, ಸಿನಿಮಾ. ಇವುಗಳನ್ನೂ ಕೂಡ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದು. ನ್ಯಾಯಾಂಗ, ಕಾರ್ಯಾಂಗ ಮತ್ತು ಶಾಸಕಾಂಗಗಳಂತೆ ಪ್ರಜಾಪ್ರಭುತ್ವದ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಗವಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ನಾಲ್ಕನೇ ಅಂಗ ಎಂದೂ ಕರೆಯಬಹುದು. ಒಬ್ಬರ ಅನಿಸಿಕೆ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಮತ್ತೊಬ್ಬರಿಗೆ ತಲುಪಲು ಬಳಕೆಯಾಗುವ ಕ್ರಮವೇ ಮಾಧ್ಯಮ ಎನ್ನಬಹುದು, ಸಮೂಹ ಎಂದರೆ ಜನರ ಗುಂಪು, ತಂಡ, ಸಮುದಾಯ ಎಂದರ್ಥ.

ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಸಮಾಜ ರಕ್ಷಕನಾಗಿ, ಆಡಳಿತ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಕಾವಲು ನಾಯಿಯಾಗಿ ಹೆಸರಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಸಮಾಜವನ್ನು ಹಗಲಿರುಳೂ ಕಾಯುವ ಮುಖ್ಯ ಕರ್ತವ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಸಂರಕ್ಷಣೆ, ಮಾಹಿತಿ ವಿನಿಮಯ, ಮನಂಜನೆಯಂತಹ ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಿವೆ. ಸಮಕಾಲೀನ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಬಲ ಹಾಗೂ ಪ್ರಭಾವಿ ವಲಯವೆನಿಸಿದೆ. ಜೀವಜಗತ್ತಿನ ಉಗಮದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾದ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ಕಾಲ ಕ್ರಮೇಣ ಹಂತ ಹಂತವಾಗಿ ಬೆಳೆದು, ಮಾರ್ಪಾಡಾಗಿ ವಿಸ್ತರಿಸುತ್ತಿದೆ. ಮಾರ್ಪಾಡಾಗಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮಹಿಳೆಯ ಬಹುಮುಖ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ಅಂದರೆ ಪ್ರತಿಭೆಗಳನ್ನು ತ್ಯಾಗಮಯಿ ತಾಯಿ, ಸೇವಾ ನಿರತಳಾದ ಅಧಾಂಗಿ, ಕರುಣಾಮಯಿಯಾದ ತಾಯಿ, ಸೇವಾ ನಿರತಳಾದ ಮಗಳು ಮತ್ತು ಸೊಸೆ. ಲೈಂಗಿಕ ಆಕರ್ಷಣೆಯುಳ್ಳ ಸಂಗಾತಿ, ವ್ರತ ನೇಮಗಳಲ್ಲಿ, ಭಕ್ತಿ ನಿಷ್ಠೆಯಲ್ಲಿ ನಿರತಳಾದ ಸಂಪ್ರದಾಯಸ್ಥೆ, ಮನೆಗೆಲಸ, ಗೃಹೋಪಯೋಗಿ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಕೊಳ್ಳುವ ಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಮಿಂದೆದ್ದ ಮಹಿಳೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳಿಗೆ ಒತ್ತುಕೊಟ್ಟು ವೈಭವೀಕರಿಸಿ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುತ್ತಿವೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು. ಇದರೊಟ್ಟಿಗೆ ಮಹಿಳೆಯನ್ನು "ಭೋಗ ವಸ್ತು"ವಿನಂತೆ ಪರಿಭಾವಿಸಿರುವ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ, 'ಮಹಿಳೆಯರ "ಅಂಗಾಂಗ ಪ್ರದರ್ಶನ"ದ ವೈಭವೀಕರಣ ಇಂದು ತಾರಕಕ್ಕೇರಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು, ಅತ್ಯಾಚಾರ, ನಗ್ನತೆ, ಗುಂಪು ನಗ್ನತೆ, ವೈಭವೀಕರಣ, ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳನ್ನು ಚುಡಾಯಿಸುವುದು, ಮಹಿಳೆಯರನ್ನು ದೈಹಿಕವಾಗಿ ಹಾಗೂ ಮಾನಸಿಕವಾಗಿ ಹಿಂಸಿಸುವುದು, ಲೈಂಗಿಕ ಕಿರುಕುಳಕ್ಕೆ ಒಳಪಡಿಸುವುದು ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಅಲ್ಲ ಇಂದು ಮನರಂಜನೆಯ ವಸ್ತುಗಳನ್ನಾಗಿ ಟಿ.ವಿ. ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ, ಟಿ.ವಿ. ಧಾರವಾಹಿಗಳಲ್ಲಿ, ಟಿ.ವಿ.ಚಿತ್ರಗೀತೆಗಳಲ್ಲಿ, ಸಿನಿಮಾಗಳಲ್ಲಿ ಉಪಯೋಗಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಅನೇಕ ಗ್ರಾಹಕ ವಸ್ತುಗಳ ದೇಶಿ, ವಿದೇಶಿ ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಹಲವು ವೇಳೆ ಪುರುಷರು ಉಪಯೋಗಿಸುವ ವಸ್ತುಗಳಾದ ಶೇವಿಂಗ್ ಕ್ರೀಂ, ಒಳ ಉಡುಪುಗಳು, ಸುಗಂಧ ದ್ರವ್ಯ, ಪಾದರಕ್ಷೆಗಳಿಗೆ ಅಲ್ಲದೆ ಈಗೀಗ ವಾಹನಗಳು, ಶೌಚಾಲಯದ ಆಸನಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಉಪಕರಣಗಳ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಸಹ ಹೆಣ್ಣಿನ ಅಂಗಾಂಗಗಳನ್ನು ಹೆಣ್ಣಿನ ಬಗ್ಗೆ ಕೀಳು ಭಾವನೆಗಳು ಕೆರಳುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಇನ್ನು ಗೃಹಬಳಕೆಯ ವಸ್ತುಗಳ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಮಹಿಳೆಯರನ್ನು ಚಿತ್ರಿಸುವ ರೀತಿಯಂತೂ ಊಹಿಸಲೂ ಅಸಾಧ್ಯ, ಜಾಹಿರಾತುಗಳಲ್ಲಿ, ಧಾರವಾಹಿಗಳಲ್ಲಿ, ಸಿನಿಮಾಗಳಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯ ಚಿತ್ರಣ ಶೋಚನೀಯವಾಗಿದೆ. ಮಹಿಳೆಯನ್ನು ಅತ್ಯಂತ ತ್ಯಾಗಮಯಿಯಾದ ವಿಧೇಯಳಾದ ವ್ಯಕ್ತಿಯಂತೆ ಚಿತ್ರಿಸುವುದು, ಇಲ್ಲವೇ ಅವಳನ್ನು ಸೂಳೆಯಂತೆ ಚಿತ್ರಿಸಿ, ಯಾವುದೇ ನೀತಿ ನಡವಳಿಕೆಯಿಲ್ಲದ ಅಥವಾ ಅತೀ ಲೈಂಗಿಕ

Corresponding Author:

ಡಾ.ಎಂ ಚಿಕ್ಕಣ್ಣ

ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕರು ಹಾಗೂ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು
ಕನ್ನಡ ಭಾಷಾ ವಿಭಾಗ
ಎಸ್.ಡಿ.ಯು.ಐ.ಎಂ
ದೊಡ್ಡಬಳ್ಳಾಪುರ ಬೆಂ.ಗ್ರಾ.ಜಿಲ್ಲೆ,
ಕರ್ನಾಟಕ, ಭಾರತ

ಬಯಕೆಯಿಂದ ಪೀಡಿತವಾದವಳಂತೆ ಚಿತ್ರಿಸುವುದು, ಹೀಗೆ ಪುರುಷ ಪ್ರಧಾನ ಸಮಾಜ ನಿರ್ಮಿಸಿರುವ ರೂಢಿಸಿದ ಸ್ತ್ರೀ ಪಾತ್ರಗಳ ಮುಖವಾಡಗಳ ನಡುವೆ ನಿಜವಾದ ಮಹಿಳೆ, ಅವಳ ಈ ನೈಜ ಕಾಳಜಿಗಳು ಚಲನಚಿತ್ರ, ಧಾರವಾಹಿ, ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಕಳೆದುಹೋಗಿವೆಯೇನೋ ಎನ್ನುವಷ್ಟು ಅಪರೂಪವಾಗಿವೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಆಧುನಿಕ ಭಾರತದಲ್ಲಿ, ಹೊಸ ಆರ್ಥಿಕ ನೀತಿಯ ಫಲವಾಗಿ ನಮ್ಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಜಾಗತೀಕರಣಗೊಂಡು ಖಾಸಗೀಕರಣ ಮತ್ತು ಉದಾರೀಕರಣಗಳ ಜೋರಾಗಿ ಬೀಸುತ್ತಿರುವಾಗ ಲಾಭಗಳಿಕೆಯೇ ಪರಮ ಧರ್ಮವಾಗಿರುವಾಗ ದೇಶಿ ಮತ್ತು ವಿದೇಶಿ ವ್ಯಾಪಾರೀ ಸಂಘ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಪ್ರಾಯೋಜಿಸುತ್ತಿರುವ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು, ಟಿ.ವಿ.ಧಾರವಾಹಿಗಳು ಹಾಗೂ ಅವುಗಳ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಜೊತೆಗೆ ನಮ್ಮ ಚಿತ್ರೋದ್ಯಮವು ಪ್ರತಿವರ್ಷ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಕೆಲವೊಂದು ಚಿತ್ರಗಳು ನಮ್ಮ ಮಹಿಳೆಯರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಗಳಿಗೆ ಎಷ್ಟು ಮಾರಕವಾಗಿವೆ ಎಂಬುದು ಗಂಭೀರವಾಗಿ ಪರಿಶೀಲಿಸಬೇಕಾಗಿರುವ ವಿಷಯವಾಗಿದೆ. ಕೆಲವೇ ಕೆಲವು ಅಪವಾದಗಳನ್ನು ಬಿಟ್ಟರೆ, ಈ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು, ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು ಕೆಲವು ಟಿ.ವಿ. ಯ ಸರಣಿ ಚಿತ್ರಗಳು ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳ ಮೇಲಿನ ದೌರ್ಜನ್ಯಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗಲು, ಲೈಂಗಿಕ ಕಿರುಕುಳಗಳು ಹೆಚ್ಚಾಗಲು ಹಾಗೂ ಅವರನ್ನು ಭೋಗ ವಸ್ತುಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಮೀಕರಿಸುವ ಪವೃತ್ತಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವುದಕ್ಕೆ ಕಾರಣವೇನೋ ಎಂದೆನಿಸದೇ ಇರದು. ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯೋತ್ತರ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಯ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮಕ್ಕೆ ಮಹಿಳೆಯರ ಪ್ರವೇಶ ಸುಲಭವೇನೋ ಆಗಿರಲಿಲ್ಲ, ಆರವತ್ತರ ದಶಕದಲ್ಲಿ ಹಲವು ಬಗೆಯ ಪ್ರತಿರೋಧಗಳ ನಡುವೆ ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರವೇಶ ಪಡೆದ ಬೆರಳೆಣಿಕೆಯ ಮಹಿಳೆಯರು ಸಾಧನೆ ಮೆರೆದಿದ್ದು ಈಗ ಇತಿಹಾಸ. 1965ರ ಭಾರತ-ಪಾಕಿಸ್ತಾನ ಯುದ್ಧದ ವರದಿಗಾರಿಕೆ ಮಾಡಿದ ಪ್ರಭಾದತ್ ಹೊಸ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಹಾಕಿದರು ಯುದ್ಧದ ವರದಿಗಾರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರಭಾದತ್ ಗೆ ಅವರು ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದ "ಹಿಂದೂಸ್ತಾನ್ ಟೈಮ್" ಪತ್ರಿಕೆ ಅವಕಾಶವನ್ನು ನೀಡಿರಲಿಲ್ಲ. ಹೀಗಿದ್ದೂ ಪಟ್ಟು ಬಿಡದ ಪ್ರಭಾದತ್ ರಜೆ ಹಾಕಿ ರಣರಂಗಕ್ಕೆ ತೆರಳಿ ಸರಣಿ ವರದಿಗಳನ್ನು ಕಛೇರಿಗೆ ಕಳಿಸಿದ್ದರು. ಅವು ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ್ದಾಗಿದ್ದರಿಂದ ಆ ಸರಣಿ ವರದಿಗಳನ್ನು ಕೈ ಬಿಡಲಾಗದೆ ಪ್ರಕಟಿಸಿದ್ದ ಪತ್ರಿಕೆ, ಕಡೆಯ ವರದಿಯ ಜೊತೆಗೆ ಮಿಲಿಟರಿ ಟ್ಯಾಂಕ್ ಮುಂದೆ ನಿಂತ ಪ್ರಭಾದತ್ ಚಿತ್ರವನ್ನೂ ಪ್ರಕಟಿಸಿತ್ತು. ನಂತರದ ದಶಕಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಲೋಕದಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯರು ಸಾಕಷ್ಟು ದೊಡ್ಡ ಹೆಜ್ಜೆಗಳನ್ನೇ ಇರಿಸಿದ್ದಾರೆ ಪತ್ರಿಕಾ ಮಾಲೀಕರು, ಸಂಪಾದಕರು ಹಾಗೂ ಟಿ.ವಿ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನಿರೂಪಕರಾಗಿ ಮಹಿಳೆಯ ಉಪಸ್ಥಿತಿ ಎದ್ದು ಕಾಣಿಸುತ್ತಿದೆ ಈ ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಬದಲಾವಣೆಯಲ್ಲಿ ಮಹಿಳಾ ಸಂಘಟನೆಗಳು ಹಾಗೂ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ಮರೆಯುವಂತಿಲ್ಲ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ಮಹಿಳೆಯರ ವೃತ್ತಿಪರತೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಯಾವ ರೀತಿ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿದೆ? ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಾದಂತೆ ಅವರ ಉದ್ಯೋಗದ ಮತ್ತು ಶಿಕ್ಷಣದ ಸ್ಥಿತಿಗತಿಗಳು ಸುಧಾರಿಸಿವೆಯೇ? ಲಿಂಗತ್ವ ರಚನೆಯಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪಾತ್ರ ಏನು? ಭಾರತೀಯ ಮಹಿಳೆಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಹೇಗೆ ಮೂಡಿದೆ? ಭಾರತೀಯ ನಿರ್ಬಲೀಕರಣಕ್ಕೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಯಾವ ರೀತಿಯ ಸ್ಪಂದನೆ, ಕೊಡುಗೆ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿವೆ? ಭಾರತೀಯ ಮಹಿಳೆಯರ ಮೂಲಭೂತ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ರಕ್ಷಿಸುವಲ್ಲಿ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪಾತ್ರ ಎಂತಹದ್ದು? ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯ ಚಿತ್ರಣ ಹಾಗೂ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಹೇಗಿರುತ್ತದೆ? ಈ ಎಲ್ಲಾ ಸಂಗತಿಗಳನ್ನು

ಅವಲೋಕಿಸುವುದು ಅನಿವಾರ್ಯವಾಗಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಆಡುಗೆ ಅನಿಲ ಬಳಸುವ ಮಹಿಳೆಯ ಪ್ರಮಾಣ ಎಷ್ಟಿದೆ. ಸೌದೆ. ಬೆರಣೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಬಳಸುವವರು ಎಷ್ಟಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬ ವಿಚಾರಗಳು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಚರ್ಚೆಗೆ ಬಂದಿರುವುದು ಅತೀ ಕಡಿಮೆ ಎಂತಲೇ ಹೇಳಬಹುದು. ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ ಸ್ವಂತ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಎಷ್ಟರಮಟ್ಟಿಗೆ ಸಾಲ ಸೌಲಭ್ಯ ಸಿಗುತ್ತಿದೆ, ಜಿಲ್ಲೆಗಳಲ್ಲಿನ ಗ್ರಾಹಕ ನ್ಯಾಯಾಲಯ, ಕುಟುಂಬ ನ್ಯಾಯಾಲಯಗಳಲ್ಲಿನ ವಿಚಾರಗಳು ಎಷ್ಟರಮಟ್ಟಿಗೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಧಾನ್ಯ ಪಡೆಯುತ್ತವೆ. ಹಾಗೆಯೇ ಭಾರತೀಯ ಮಹಿಳೆಯರು ಏಕಧರ್ಮ, ಏಕಜಾತಿ, ಏಕವರ್ಗಗಳಿಗೆ ಸೇರಿದವರಲ್ಲ ಜಾತಿ, ಧರ್ಮ, ಜನಾಂಗಗಳ ವೈವಿಧ್ಯ ಇಲ್ಲದೆ ಆದರೆ ಈ ಏಕಧರ್ಮ, ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ದ್ವನಿಗಳು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನಿಜಕ್ಕೂ ದಾಖಲಾಗುತ್ತವೆಯೇ? ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಕಟ್ಟಿಕೊಡುತ್ತಿರುವ ಮಾದರಿಗಳು ಏಕರೂಪವಾಗಿಲ್ಲವೆ? ದಲಿತ, ಮುಸ್ಲಿಂ ಮಹಿಳೆಯರ ದನಿಗಳು, ದೃಷ್ಟಿಕೋನಗಳು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟರಮಟ್ಟಿಗೆ ಬಿಂಬಿತವಾಗುತ್ತಿವೆ? ಕ್ರೀಡಾ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿನ ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ, ಕೃಷಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ, ಅಸಂಘಟಿತ ವಲಯಗಳಲ್ಲಿ ದುಡಿಯುವ ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟು ಜಾಗ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬಂತಹ ವಿಚಾರಗಳು "ಗಂಭೀರ" ವಿಮರ್ಶೆಗೆ ಒಳಪಡಬೇಕಾಗಿದೆ. "ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ"ಗಳಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ವಿಭಿನ್ನ ದೃಷ್ಟಿಕೋನಗಳೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ಪಡಿಸುವ ಟಿ.ವಿ. ನಿರೂಪಕಿಯರನ್ನು ಇಂದು ನಾವು ಕಾಣುತ್ತಿದ್ದೇವೆ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಕೋರ್ಸ್‌ಗಳಲ್ಲೂ ಮಹಿಳೆಯರ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದೆ ಆದರೆ ವೃತ್ತಿಯ ಸವಾಲುಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಮುಂದೆ ಬರುವಂತಹ ಸಾಹಸ ಮನೋಭಾವ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಹಿಳೆಯರಲ್ಲಿ ಇಂದು ಕಂಡುಬರುತ್ತಿಲ್ಲ ಎಂಬಂತಹ ಮಾತುಗಳೂ ಕೇಳಿಬರುತ್ತಿವೆ. ಇಂದಿನ ಸಂಕೀರ್ಣ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಹೊತ್ತುಗೊತ್ತಿಲ್ಲದ ಸುದ್ದಿಪಠ ಸಮಯದವರೆಗೂ ಕೆಲಸ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾ ವೃತ್ತಿ ಹಾಗೂ ಸಂಸಾರದ ಸಮತೋಲನ ಸಾಧಿಸುವುದು ಕ್ಲಿಷ್ಟಕರವೇ ಎಂಬುದೂ ಸತ್ಯಕ್ಕೆ ಹತ್ತಿರವಾದ ಮಾತು, ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಕಛೇರಿಗಳಲ್ಲಾಗಲಿ, ವಾಣಿಜ್ಯ ಸಂಕೀರ್ಣಗಳಲ್ಲಾಗಲಿ ಪ್ರತಿ ಕಟ್ಟಡಗಳಲ್ಲಿ "ಚೈಲ್ಡ್ ರೂಂ" ಎಂಬಂತಹ ಒಂದು ಸೌಲಭ್ಯ ಸೃಷ್ಟಿಸಿದ್ದಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ ಒಂದಿಷ್ಟು ನ್ಯಾಯ ಸಿಗಬಹುದು. ಮಹಿಳೆಯರು "ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ"ಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಆದರೆ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳುವ ಸ್ಥಾನಗಳಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ ನೀತಿ ರೂಪಿಸುವ ವಲಯಗಳಲ್ಲಿ ಅವರ ಪ್ರಾತಿನಿಧ್ಯ ಈಗಲೂ ಕಡಿಮೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿತವಾಗುತ್ತಿರುವ ನಕಾರಾತ್ಮಕ ಹಾಗೂ ಹೀನಾಯದ ಪ್ರತಿಮೆಗಳು ಮುಂದುವರಿದೇ ಇವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಒತ್ತಿ ಹೇಳಬೇಕಾಗಿಲ್ಲ. ಈ ರೀತಿಯ ವಿಚಾರಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಗತಿ ಆಗಿಲ್ಲ, ಆದರೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಿವೆ, ಮಹಿಳೆಯರ ಪ್ರಗತಿಗೆ ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಕೊಡುಗೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಲು ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಅವಕಾಶವಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಂದ ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ ಆಗುತ್ತಿರುವ, ಆಗಿರುವ ಅನ್ಯಾಯ ಕಡಿಮೆಯೇನಿಲ್ಲ ಮಹಿಳೆಯರ ಬರೀ ಅಂಗಾಂಗ ಪ್ರದರ್ಶನಕ್ಕೆ ಮಾತ್ರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿ ಈ ಮಾತು ಹೇಳುತ್ತಿಲ್ಲ ಇದು ಮಹಿಳೆಯರನ್ನು ಕಾಣುವ ಇಡೀ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಕುರಿತದ್ದಾಗಿದೆ. ಜಾಹೀರಾತಿನ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಬಂದರೆ ಅದು ಸಿಗರೇಟಿನಿಂದ ಹಿಡಿದು ಬನಿಯನ್, ಬ್ಲೇಡ್‌ರೆಗೆ ಹೆಣ್ಣು ರೂಪದರ್ಶಿಯಾಗುತ್ತಾಳೆ, ಒಂದು ಮಾಧ್ಯಮದ ಜಾಹೀರಾತು ಹೆಂಗಸಿನ ಎರಡು ನಗ್ನ ತೊಡೆಗಳನ್ನು

ಮಾತ್ರ ತೋರಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆ ಇನ್ನೊಂದು ಜಾಹಿರಾತು ಅರ್ಥ ತೆರೆದ ಎದೆಗಳನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ, ಈ ಎರಡು ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ದೊಡ್ಡ ದೊಡ್ಡ ನಗರಗಳಲ್ಲಿ ಮುಖ್ಯ ವೃತ್ತಗಳಲ್ಲಿ ಅತಿ ಎತ್ತರದಲ್ಲಿ ಅತಿ ದೊಡ್ಡದಾಗಿ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ವಾಹನ ಚಾಲಕರೂ ಮೈ ಮರೆತು ಕೈಯಲ್ಲಿ ಹಿಡಿದಿರುವ ಸ್ಟೀರಿಂಗ್ ಅನ್ನು ಮರೆತು ಈ ರೀತಿಯ ಅರೆ ಬೆತ್ತಲೆಯ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ದಿಟ್ಟಿಸುವುದನ್ನು ನಾನು ಹತ್ತಿರದಿಂದ ಕಂಡಿದ್ದೇನೆ, ಇಲ್ಲಿ ಹೆಣ್ಣು ಒಂದು ಸರಕಾಗಿರುವುದಂತೂ ಖಂಡಿತ ನಿಜ, ಆ ರೂಪದರ್ಶಿಗಳು ದುಡ್ಡಿಗಾಗಿ ಮಾಡಿರಬಹುದು, ಹೊಟ್ಟೆಪಾಡಿಗಾಗಿ ಬೇರೆ ದಾರಿಯಿಲ್ಲದೇ ಮಾಡಿರಬಹುದು ಅದು ಬೇರೆ ವಿಷಯ, ಅದಕ್ಕೆ ನಮ್ಮ ಪ್ರಾಚೀನ ಶಿಲ್ಪಗಳಿಗೂ ಇದಕ್ಕೂ ವ್ಯತ್ಯಾಸವಿದೆ. ದೂರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಮಹಿಳೆ ಪಾನೀಯ, ಬನೀನು, ಬ್ಲೇಡುಗಳ ಜಾಹಿರಾತಿನಲ್ಲಿ ಅವಳು ತನ್ನ ಭುಜ, ತೋಳು, ಕಂಕುಳು ಮತ್ತು ಬೆನ್ನಿನ ಭಾಗವನ್ನು ನಗ್ನಗೊಳಿಸಿಯೇ ಇರಬೇಕು. ತೊಡೆಗಳಂತೂ ಸರಿಯೇ ಸರಿ ಅವಳ ಭಾವ ಭಂಗಿಗಳನ್ನು ಕಂಡರೆ ಇವಳೇನು ರೂಪದರ್ಶಿಯೋ, ವೇಶ್ಯೆಯೋ ಅನ್ನುವಂತಿರುತ್ತದೆ.

ಎರಡಕ್ಕೂ ಈಗ ಅಂತಹ ವ್ಯತ್ಯಾಸ ಇರುವುದಿಲ್ಲವೇನೋ ಎಂಬಂತೆ ವೇಶ್ಯ ಎಂಬ ಪದದ ಬದಲು ಸೆಕ್ಸ್ ವರ್ಕರ್ ಎಂಬ ಪದ ಬಳಸಬೇಕು ಎಂದು ಅವರಿಗೂ ಸಂಬಳ ಪಿಂಚಣಿ ಗೊತ್ತುಪಡಿಸಬೇಕು ಎಂದು ಚಳುವಳಿಯೇ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಿಗೆ ಬಂದರೆ ಹಿಂದೆಲ್ಲಾ ಈ ರೀತಿಯ ಅಂಗ ಪ್ರದರ್ಶನ ಮಾಡುವವಳು ನಾಯಕಿಗೆ ಪರ್ಯಾಯವಾಗಿ ಬರುವ, ನಾಯಕನನ್ನು ಸೆಳೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಕೆಟ್ಟವಳಾಗಿರುತ್ತಿದ್ದಳು. ನಾಯಕಿಯನ್ನು ಗರತಿ ಗೌರವ್ಯಂತೆ ತೋರಿಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಆದರೆ ಇಂದು ನಾಯಕಿಯೇ ಖಳನಾಯಕಿಯನ್ನು ಮೀರಿಸಿ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ತೆರೆಯ ಮೇಲೆ ಮೂಡಿಬಿಡುತ್ತಾಳೆ. ಅತ್ಯಾಚಾರ ಬಲತ್ಕಾರದ ದೃಶ್ಯಗಳನ್ನು ತೆರೆಯ ಮೇಲೆ ತೋರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹಿಂದಿ ಚಿತ್ರರಂಗದ ಪ್ರತಿಷ್ಠಿತ ತಾರೆಯರು ಬಲತ್ಕಾರದ ದೃಶ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವುದನ್ನು ಇಷ್ಟ ಪಡುತ್ತಾರೆ. ಮತ್ತು ಅದು ತಮ್ಮ ಪ್ರತಿಭೆಗೆ ಸವಾಲು ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇದರ ಪ್ರತಿ ಛಾಯೆ ಎಂಬಂತೆ ಚಲನಚಿತ್ರ ಪ್ರಶಸ್ತಿ ಸಮಾರಂಭವೇ ಇರಲಿ, ದೂರದರ್ಶನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ನಿರ್ವಹಣೆಯೇ ಇರಲಿ ಆ ನಿರ್ವಾಹಕಿ ತಲೆಗೂದಲನ್ನು ಬಿಚ್ಚಿರಬೇಕು ಆರೆ ಬೆತ್ತಲೆಯಾಗಿರಬೇಕು, ಇಂಗ್ಲೀಷ್ ಹಿಂದಿ ಸೇರಿಸಿ ಮಾತನಾಡಬೇಕು ಇದು ನಿಯಮದಂತೆ ನಡೆಯುತ್ತದೆ. ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಆಕಸ್ಮಾತ್ ಅತ್ಯಾಚಾರಕ್ಕೊಳಗಾದ ಹೆಣ್ಣನ್ನು ಹೇಗೋ ಮಾಡಿ ಅತ್ಯಾಚಾರ ಮಾಡಿದ ಗಂಡಿಗೆ ಕೊಟ್ಟು ಮದುವೆ ಮಾಡುವುದು ಅಂದರೆ ಆಕಸ್ಮಾತ್ ನಡೆದ ಘಟನೆಯ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಅವಳು ತನ್ನ ಬದುಕಿನ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನೇ ಕಳೆದುಕೊಂಡು ಕುಡುಕನೋ ಕೆಡುಕನೋ ಬದುಕಿನುದ್ದಕ್ಕೂ ಅವನ ಜೊತೆಯೇ ಬಾಳಬೇಕು. ಇನ್ನೂ ಒಂದು ವಿಚಿತ್ರವಿದೆ. ಈ ಸಿನಿಮಾ ರಂಗದವರದು ಇಂದು ವಯಸ್ಸಾದ ಹೆಂಗಸರೇ ಗಂಡ ಸತ್ತು ಹೋದರೆ ಹಣೆಗೆ ಸಣ್ಣ ಕುಂಕುಮವಿಡುತ್ತಾರೆ, ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಗಂಡನ ನೆನಪಿಗಾಗಿ ಎಂದು ಕರಿಮಣಿ ಸರ ಮತ್ತು ಮಾಂಗಲ್ಯದ ಸಂಕೇತಗಳನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಎಂಬ ವಿಚಾರವೂ ಮೂಡುತ್ತಿದೆ.

ಹೀಗಿದ್ದರೂ ನಮ್ಮ ಸಿನಿಮಾದವರು ಮಾತ್ರ ಗಂಡ ಸತ್ತ ದೃಶ್ಯದ ಮುಂದಿನ ದೃಶ್ಯಕ್ಕೆ ಅವಳಿಗೆ ಬಿಳಿ ಸೀರೆ ಉಡಿಸಿ ಬೋಳು ಹಣೆ, ಬೋಳು ಕೈ, ಬೋಳು ಕುತ್ತಿಗೆ ಮಾಡಿ, ವೈದವ್ಯದ ವೈಭವೀಕರಣ ನಡೆಸುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಅವಳ ದೇಹದ ಕಾಮೋತ್ತೇಜಕ ಭಾವ ಭಂಗಿಗಳು ಮಾತ್ರ ಹಾಗೇ ಇರುತ್ತವೆ. ಬಿಳಿ ಸೀರೆಯಲ್ಲಿ ಇನ್ನಷ್ಟು ಹೊಳೆದು ತೋರುತ್ತವೆ. "ಹೆಣ್ಣು ಈ ಜಗದ ಕಣ್ಣು" ಆಕೆಯನ್ನು

ನಾವು ಹೇಗೆ ಬಿಂಬಿಸುತ್ತೇವೆಯೋ ಸಮಾಜ ಅವಳನ್ನು ಹಾಗೆ ಕಾಣುತ್ತದೆ. ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಕಾನೂನು ಮೂಲಕ ನಿಯಂತ್ರಿಸುವ ಬದಲು ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ತಮ್ಮ ಮೇಲೆಯೇ ಲಕ್ಷಣ ರೇಖೆ ಹಾಕಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಅನಾರೋಗ್ಯಕರ ಪೈಪೋಟಿಯ ಕಾರಣದಿಂದ ಮಹಿಳೆಯರ ವಿಚಾರದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕ ಬದ್ಧತೆಯನ್ನು ಮೀರುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇದು ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಆಂತರಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಮಹಿಳೆಯರನ್ನು ಅಶ್ಲೀಲವಾಗಿ ಬಿಂಬಿಸುತ್ತಿರುವುದಕ್ಕೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮಾತ್ರ ಕಾರಣವಲ್ಲ ಎಂಬುದು ಒಂದು ಅಂಶ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೇಲೆ ವಾಣಿಜ್ಯ ಸೇರಿದಂತೆ ಎಲ್ಲ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳ ಪ್ರಭಾವವೂ ದಟ್ಟವಾಗಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಯಾಂತ್ರಿಕರಣದ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಪರಂಪರೆಯನ್ನು ನಾವು ಮರೆತಿರುವುದು ಈ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಬೆಳೆಯಲು ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ಟಿ.ಆರ್. ಪಿ.ಯ ಪೆಡಂಭೂತದ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ತಮ್ಮ ಮೂಲ ಸೌಕರ್ಯವನ್ನು ಮರೆತಿರುವಂತಿದೆ. ಅನೇಕ ಮಹಿಳೆಯರು ಶೋಷಣೆಗೆ ಒಳಗಾಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಸುದ್ದಿಯ ವ್ಯಾಮೋಹಕ್ಕೆ ಬಿದ್ದ ಕೆಲವು "ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು" ಮಾನವೀಯತೆಯನ್ನು ಮರೆಯುತ್ತಿವೆ. ಈ ರೀತಿಯ ಕಾರಣದಿಂದ ಮಹಿಳಾ ದೌರ್ಜನ್ಯ ವೈಭವೀಕರಿಸುತ್ತದೆ. "ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು" ಫ್ಯಾಷನ್ ಜಗತ್ತಿಗೆ ನೀಡುವ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಮಹಿಳೆಯರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ನೀಡುತ್ತಿಲ್ಲ ಮಹಿಳೆಯರ ಮೂಲಭೂತ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಅದರ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ತೋರಿಸಿಕೊಡಬೇಕೆಂದ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಟಿ.ಆರ್. ಪಿ.ಗಾಗಿ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲದ ವಿಷಯವನ್ನೇ ದಿನವಿಡೀ ತೋರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅಶ್ಲೀಲತೆ ತುಂಬಿದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ಹೆಣ್ಣನ್ನು ತುಚ್ಛವಾಗಿ ತೋರುವ ಧಾರಾವಾಹಿ, ಸಿನಿಮಾಗಳು ಕಡಿಮೆಯಾಗಬೇಕೆಂದು ಇಂತಹ ಅಸಭ್ಯ ವರ್ತನೆಗಳು ಕ್ರಮೇಣ ದೂರವಾಗಿ ನಮ್ಮ ಸಭ್ಯ ಸಮಾಜವನ್ನು ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿರಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ಮುಂದೆ ಬರುವಂತಾಗಬೇಕೆಂದು. "ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು" ಜನಸಾಮಾನ್ಯರಿಗೆ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸಮಾಜಮುಖಿಯಾದ ವಿಷಯವನ್ನು ಮುಟ್ಟಿಸುವ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡಬೇಕೇ ಹೊರತು ಮಹಿಳೆಯರನ್ನು ಟಿ. ಆರ್. ಪಿ. ಗಾಗಿ ಬಳಕೆ ಮಾಡುವುದು ಕಡಿಮೆಯಾಗಬೇಕೆಂದು. "ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು" ರಾಜಕಾರಣದ, ರಾಜಕೀಯದವರ ಕ್ಷುಲ್ಲಕ ಜಗಳ, ಸಿನಿಮಾದವರ ದೈನಂದಿನ ರಂಗುರಂಗಿನ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಪಕ್ಕಕ್ಕೆ ಸರಿಸಿ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಉನ್ನತ ಸಾಧನೆಗೈದು ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿಗಳಾಗಿ ಬದುಕುತ್ತಿರುವವರ ಬಗ್ಗೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲುವ ಕೆಲಸ ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ಪ್ರಜಾಪ್ರಭುತ್ವ ದೇಶವಾಗಿರುವ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮಹಿಳಾ ರಾಜಕಾರಣಿಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತಿರುವುದು ನಿಜ. ಆದರೆ ಅನೇಕ ಮಹಿಳೆಯರು ದಕ್ಷರೂ, ಸಮರ್ಥರೂ ಆದ ಮಹಿಳೆಯರು ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರದಲ್ಲಿ ಉನ್ನತ ಸ್ಥಾನಗಳನ್ನು ಪಡೆದು ತಮ್ಮ ಕರ್ತವ್ಯಗಳನ್ನು ಜವಾಬ್ದಾರಿಯಿಂದ ಮತ್ತು ಕೌಶಲ್ಯದಿಂದ ನಿರ್ವಹಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಸಂಗ್ರಾಮದಲ್ಲಿ ಪ್ರಧಾನ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸಿದ ಭಾರತ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ಅಧ್ಯಕ್ಷ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಅಲಂಕರಿಸಿದ ಡಾ.ಅನ್ನಿಬೆಸೆಂಟ್, ಸರೋಜಿನಿ ನಾಯ್ಡು ಮತ್ತು ಇಂದಿರಾ ಗಾಂಧಿಯವರಿಂದ ದೇಶಕ್ಕೆ ಅಪಾರ ಸೇವೆ ಸಂದಿದೆ. ವಿಶ್ವ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳಾಗಿ, ರಾಯಭಾರಿಗಳಾಗಿ, ರಾಜ್ಯಪಾಲರಾಗಿ, ಶಾಸಕರು ಮತ್ತು ಸಂಸದರಾಗಿ ಮಹಿಳೆಯರು ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಸರ್ಕಾರದ ವಿವಿಧ ಇಲಾಖೆಗಳಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯರು, ಪುರುಷರಿಗೆ ಸರಿಸಮಾನರಾಗಿ ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬ ವಿಷಯಗಳೂ ಸಹ "ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ"ಗಳ ಮುಖೇನ ಬೆಳಕಿಗೆ ಬಂದಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು.

ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ದುರ್ಬಲ ವರ್ಗದವರು ಎಂದು ಗುರುತಿಸುವ ವರ್ಗಗಳಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯರೂ ಸೇರಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. ಅನೇಕ ಬಗೆಯ ಸಾಮಾಜಿಕ ಆತಂಕಗಳನ್ನು ಸಹ ಅವರು ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅವರು ತಮ್ಮ ಹಕ್ಕುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಕರ್ತವ್ಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಪಡೆಯಲು ಸಹ ಬಯಸಿದ್ದಾರೆ. ತಮ್ಮ ಸಾಮಾಜಿಕ, ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಾನಮಾನ ಸ್ವಾವಲಂಬನೆ ಸಂರಕ್ಷಣೆಗಳತ್ತ ಗಮನ ಹರಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ. ಸಮಾಜದ ಎಲ್ಲಾ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲೂ ಮುಂದಿದ್ದಾರೆ. ಅಂತಹ ಮಹಿಳೆಯರಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸಿ ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ಗಟ್ಟಿಗೊಳಿಸುವಂತಹ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳು ಸಮಾಜವನ್ನು ಹೊಸ ಚಿಂತನೆಗಳಿಗೆ ಹಚ್ಚುತ್ತವೆ. ಮಹಿಳೆಯರ ಉಪಯೋಗಕ್ಕಾಗಿ "ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ"ಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಇಂತಹ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲದೇ ಮಹಿಳೆಯರ ಬವಣೆ, ಕಷ್ಟ-ಕಾರ್ಪಣ್ಯ, ಕುಟುಂಬದ ಆರೋಗ್ಯ ಇತ್ಯಾದಿಯಾಗಿ ಮಹಿಳೆಯರನ್ನು ಕುರಿತು ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು "ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮ"ಗಳು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಅವರ ಬಗ್ಗೆ ಕುಟುಂಬದ ಮತ್ತೊಂದು ಭಾಗವಾದ ಪುರುಷರಲ್ಲೂ ಜಾಗೃತಿ, ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮೂಡಿಸಬೇಕಾದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಮಹಿಳಾ ಮೀಸಲಾತಿ, ಸ್ವಯಂ ಉದ್ಯೋಗ-ಸಶಕ್ತೀಕರಣ, ವಿಧವಾ ವಿವಾಹ, ಲಿಂಗಭೇದ, ಹಲವು ರಂಗಗಳಲ್ಲಿ ಅಸಾಧಾರಣ ಸಾಧನೆ ಮಾಡಿದ ಮಹಿಳೆಯರ ವ್ಯಕ್ತಿ ಚಿತ್ರ, ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಹೋರಾಟದಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯರ ಪಾತ್ರ, ಮಹಿಳಾ ಆರೋಗ್ಯ ಮುಂತಾದ ಅನೇಕಾನೇಕ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೊಂಬತ್ತರ ದಶಕದಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಬಿತ್ತರಿಸುವ ಮೂಲಕ ಮಹಿಳಾಪರ ಚಿಂತನೆಗಳನ್ನು ಈ "ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು" ತನ್ನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಲ್ಲಿ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನ ನಡೆಸಿದವು.

"ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು" ಯಾವುದೇ ಒಂದು ಸಂದೇಶವನ್ನು ಲಕ್ಷಾಂತರ ಜನರಿಗೆ ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ತಲುಪಿಸಬಲ್ಲ ವಾಹಕಗಳು - ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಾಧನಗಳು ನಿಜ, ಆದರೆ ಇವು ಈಗ ಕೇವಲ ಇಂತಹ ಸಾಧನಗಳಾಗಿಯೇ ಉಳಿದಿಲ್ಲ. ಸಂವಹನದ ರೀತಿಗಳು, ನೀತಿಗಳು ಬದಲಾದಂತೆ ಹಲವಾರು ಬದಲಾವಣೆಗಳಾಗುತ್ತವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ: ಹೆಂಡತಿ ಮನೆಯ ಹೊರಗಿನ ಎಲ್ಲಾ ಸಮಾಜಾರಕ್ಕೆ ಗಂಡನ ಮೇಲೆಯೇ ಅವಲಂಬಿಸಬೇಕಾಗಿದ್ದಾಗ ಗಂಡ ಅವಳಿಗೆ ಯಾವ ವಿಷಯ ತಿಳಿಸಬೇಕು ಯಾವುದನ್ನು ತಿಳಿಸಬಾರದು ಎನ್ನುವುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತಿದ್ದ, ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಅವಳಿಗೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ನಿಲುಕುವಂತಾದಾಗ ತನಗೆ ಬೇಕಾದುದನ್ನು ಓದುವ, ನೋಡುವ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಅವಳಿಗೆ ಸಿಕ್ಕಿತು. ಅವಳು ಅಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಪುರುಷ ಪ್ರಧಾನ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಹಿಡಿತದಿಂದ ಮುಕ್ತಳಾದಳು ಎನ್ನಬಹುದು. ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಇದ್ದವರು-ಇಲ್ಲದವರ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಬದಲಾಯಿಸಿವೆ.

20 ನೇ ಶತಮಾನದಿಂದ, ದೂರದರ್ಶನ, ಚಲನಚಿತ್ರಗಳು, ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಗೀತ ವೀಡಿಯೋಗಳು ಸೇರಿದಂತೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯರು ಹೆಚ್ಚು ಲೈಂಗಿಕವಾಗಿ ಮತ್ತು ವಸ್ತುನಿಷ್ಠರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಮಹಿಳೆಯರ ದೈಹಿಕ ನೋಟ, ದೇಹ ಚಿತ್ರಣ, ಸಾಮಾಜಿಕ ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಸೌಂದರ್ಯವನ್ನು ಯಾವಾಗಲೂ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸುಳ್ಳು ಮತ್ತು ಅಪಾಸ್ತವಿಕವಾಗಿ ಚಿತ್ರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಜಾಹೀರಾತುಗಳು, ಸಂಗೀತ ವೀಡಿಯೋಗಳು ಮತ್ತು ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ, ಹುಡುಗಿಯರು ಮತ್ತು ಮಹಿಳೆಯರನ್ನು ವಸ್ತುಗಳಂತೆ ತೋರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವರ ಮಾನವೀಯ ಮೌಲ್ಯಗಳು ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಹೆಣ್ಣಿನ ದೇಹದ ಶೋಷಣೆ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಮನರಂಜನೆಗಾಗಿ ಜಾಹೀರಾತಿಗಾಗಿ ಬಳಸುತ್ತಾರೆ. ಫ್ಯಾಷನ್ ಉದ್ಯಮವು ಮಹಿಳೆಯರ ಮತ್ತು ಬಾಲಕಿಯರ ಉಡುಪುಗಳನ್ನು ಅತಿಯಾಗಿ ಲೈಂಗಿಕಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ;

ಅವುಗಳನ್ನು ವಿಶಿಷ್ಟವಾಗಿ ಲೈಂಗಿಕವಾಗಿ ಸುಸ್ಪಷ್ಟವಾದ ಉಡುಪುಗಳಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಿಸಲಾಗಿದೆ, ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಇತ್ತೀಚಿನ ಫ್ಯಾಷನ್‌ಗಳೊಂದಿಗೆ ಮುಂದುವರಿಯಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿರುವ ಮಕ್ಕಳು ಮತ್ತು ಪೋಷಕರ ಮೇಲೆ ಬೇಟೆಯಾಡುತ್ತವೆ. ಮಾಡೆಲ್‌ಗಳು, ಸೂಪರ್ ಮಾಡೆಲ್‌ಗಳು, ಬ್ಯೂಟಿ ಕ್ಲೀನ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಆಟಿಕೆಗಳು ಸಹ ಮಹಿಳೆಯರು ಮತ್ತು ಹುಡುಗಿಯರಿಗೆ ಸಾಧಿಸಲಾಗದ ಸೌಂದರ್ಯ ಮತ್ತು ದೈಹಿಕ ಪರಿಪೂರ್ಣತೆಯ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದು. ಐತಿಹಾಸಿಕವಾಗಿ, ಚಲನಚಿತ್ರ ಉದ್ಯಮವು ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ ಮತ್ತು ಹೊರಗೆ ಮಹಿಳೆಯರನ್ನು ಶೋಷಿಸುತ್ತದೆ. ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ರೂಢಿಗತವಾಗಿ, ಮಹಿಳೆಯರನ್ನು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಒಂದು ಆಯಾಮದ ಪಾತ್ರಗಳಾಗಿ ಚಿತ್ರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ, ಅತಿಯಾದ ಭಾವನಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ನಂತರದ ಅವರ ಪುರುಷ ಪ್ರತಿರೋಧಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಅಸಂಖ್ಯಾತ ಕಾರಣಗಳು ಕಾರಣವೆಂದು ಹೇಳಬಹುದು, ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿನ ಪುರುಷ ಪ್ರಾಬಲ್ಯ ಮತ್ತು ಸ್ತ್ರೀ ಪ್ರಾತಿನಿಧ್ಯದ ಕೊರತೆ. ಪರದೆಯ ಮೇಲೆ ಮಹಿಳೆಯರ ಚಿತ್ರಣಕ್ಕೆ ಬಂದಾಗ, ಮಹಿಳೆಯರ ಮಾನವೀಯ ಮೌಲ್ಯಗಳು ಏನೆಂಬುದರ ಸೀಮಿತ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವಿದೆ.

ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ, ಮಹಿಳೆಯರ ದೈಹಿಕ ಮತ್ತು ಲೈಂಗಿಕ ಆಕರ್ಷಣೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಒತ್ತು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ, ಬಯಕೆಯ ವಸ್ತುವಾಗಿ ಅಥವಾ ಇನ್ನೊಂದು ಬದಿಯಲ್ಲಿ ಗೌರವಾನ್ವಿತ ಗೃಹಿಣಿ ಅಥವಾ ತಾಯಿಯಾಗಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಕಪ್ಪು ಮಹಿಳೆಯರನ್ನು "ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು" ಅಸಹ್ಯಕರ, ಅಜ್ಞಾನ, ಮುಖಾಮುಖಿ ಮತ್ತು ಜೋರಾಗಿ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುತ್ತವೆ. ಅವರು ಯಾರೆಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ಈ ಸ್ಥಿರ ಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಆಂತರಿಕಗೊಳಿಸುವುದರೊಂದಿಗೆ ಅವರು ಹಣಗಾಡುತ್ತಾರೆ, ಅವರು ಆಪ್ಟಿಕನ್ ಅಮೇರಿಕನ್ ಹುಡುಗಿಯರಿಗೆ ಸೌಂದರ್ಯದ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಾರೆ, ಅದು ಸೌಂದರ್ಯ ಹೇಗಿರಬೇಕು ಎಂಬ ಬಿಳಿ ಮಾನದಂಡಗಳಿಗೆ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿ ಅಳೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಚಲನಚಿತ್ರ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ಸ್ತ್ರೀ ಸೌಂದರ್ಯದ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ, ಇದು ಯುರೋಪಿಯನ್ ಮೂಲದ ಮಹಿಳೆಯರ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳನ್ನು ಹೋಲುತ್ತದೆ, ಇದು ಕಪ್ಪು ಹುಡುಗಿಗೆ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಚಿಕ್ಕ ಹುಡುಗಿಗೆ ಸಾಧಿಸಲು ಅಸಾಧ್ಯವಾಗಿದೆ. ಅದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಕಪ್ಪು ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ವಿಶಿಷ್ಟವಾಗಿ ಚಲನಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರೀಡಾಪಟುಗಳು, ಸೇವಕರು, ಸಂಗೀತಗಾರರು ಮತ್ತು ಅಪರಾಧಿಗಳಂತಹ ಔದ್ಯೋಗಿಕ ಪಾತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಿಸಲಾಗಿದೆ, ಬಿಳಿ ಪಾತ್ರಗಳ ಪಾತ್ರಗಳಿಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಸ್ಥಾನಮಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಪಾತ್ರಗಳು.

ಭಾರತೀಯ ಮಹಿಳೆಯರು ಏಕಧರ್ಮ, ಏಕಜಾತಿ, ಏಕವರ್ಗಗಳಿಗೆ ಸೇರಿದವರಲ್ಲ. ಜಾತಿ, ಧರ್ಮ, ಜನಾಂಗಗಳ ವೈವಿಧ್ಯ ಇಲ್ಲಿದೆ. ಆದರೆ ಈ ವೈವಿಧ್ಯದ ದೃಷ್ಟಿಗಳು ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನಿಜಕ್ಕೂ ದಾಖಲಾಗುತ್ತಿವೆಯೇ? "ಮಾಧ್ಯಮಗಳು" ಕಟ್ಟಿಕೊಡುತ್ತಿರುವ ಮಾದರಿಗಳು ಏಕರೂಪವಾಗಿಲ್ಲವೇ? ದಲಿತ, ಮುಸ್ಲಿಂ ಮಹಿಳೆಯರ ದನಿಗಳು, ದೃಷ್ಟಿಕೋನಗಳು ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟರಮಟ್ಟಿಗೆ ಬಿಂಬಿತವಾಗುತ್ತಿವೆ? ಕ್ರೀಡಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿನ ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟು ಜಾಗ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬಂತಹ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಅಲ್ಲಗಳೆಯುವುದು ಅಸಾಧ್ಯ ಎನ್ನಬಹುದು. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟವಾಗುವ, ಪ್ರಸಾರವಾಗುವ ಸುದ್ದಿಗಳಲ್ಲಿ ಶೇ 37ರಷ್ಟು ಮಹಿಳೆಯರ ಕೊಡುಗೆ ಇದೆ. 15 ವರ್ಷಗಳ ಹಿಂದೆ ಇದು ಶೇ 28ರಷ್ಟಿತ್ತು. ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ವಿಭಿನ್ನ ದೃಷ್ಟಿಕೋನಗಳೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಸ್ತುತಿ ಪಡಿಸುವ ಟಿ. ವಿ. ನಿರೂಪಕಿಯರನ್ನು ಇಂದು ನಾವು ಕಾಣುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಕೋರ್ಸ್‌ಗಳಲ್ಲೂ ಮಹಿಳೆಯರ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಾಗು-

ತ್ತಿದೆ. ಆದರೆ ವೃತ್ತಿಯ ಸವಾಲುಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಮುಂದೆ ಬರುವಂತಹ ಸಾಹಸ ಮನೋಭಾವ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಹಿಳೆಯರಲ್ಲಿ ಇಂದು ಕಂಡು ಬರುತ್ತಿಲ್ಲ ಎಂಬಂತಹ ಮಾತುಗಳೂ ಕೇಳಿಬರುತ್ತಿವೆ. ಆದರೆ ಇಂದಿನ ಸಂಕೀರ್ಣ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಹೊತ್ತು ಗೊತ್ತಿಲ್ಲದ ಸುದೀರ್ಘ ಗಂಟೆಗಳ ಕೆಲಸ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾ ವೃತ್ತಿ ಹಾಗೂ ಸಂಸಾರದ ಸಮತೋಲನ ಸಾಧಿಸುವುದು ಕ್ಲಿಷ್ಟಕರವೇ ಎಂಬುದೂ ನಿಜ. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಕಚೇರಿಗಳಾಗಲಿ, ವಾಣಿಜ್ಯ ಸಂಕೀರ್ಣ-ಗಳಾಗಲಿ ಪ್ರತಿ ಕಟ್ಟಡಗಳಲ್ಲಿ 'ಜೈಲ್ಡ್ ರೂಂ' ಅಥವಾ 'ಮಕ್ಕಳ ಕೋಣೆ' ಎಂಬಂತಹ ಒಂದು ಸೌಲಭ್ಯ ಸೃಷ್ಟಿಸಿದಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆಯರು ಎಷ್ಟೊಂದು ನಿರಾತಂಕವಾಗಿರಬಹುದಲ್ಲವೆ ಎಂಬುದೊಂದು ಸಲಹೆ ಹೊರಹೊಮ್ಮಿದ್ದು ಮಹತ್ವದ್ದು. ಮಕ್ಕಳ ಮೇಲಿನ ಲೈಂಗಿಕ ದೌರ್ಜನ್ಯ ಪ್ರಕರಣಗಳನ್ನೂ ಇಂತಹದೊಂದು ಸೌಲಭ್ಯ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಸಹಕಾರಿ. ಯುವ ಪತ್ರಕರ್ತೆಯರು ಮಾತ್ರವಲ್ಲ ಉದ್ಯೋಗಸ್ಥ ಮಹಿಳೆಯರು ನೆಮ್ಮದಿಯಿಂದ, ಸಮಾಧಾನದಿಂದ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ಸಮಾಜ ಒದಗಿಸಬಹುದಾದ ಸೌಕರ್ಯ ಇದು. ಮಾಧ್ಯಮ, ಸಮಾಜದ ವಾಸ್ತವದ ಪ್ರತಿಬಿಂಬ ಎನ್ನಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಅತಿಯಾದ ಲೈಂಗಿಕತೆಯೇ ಮೈವೆತ್ತ ಹೆಣ್ಣಿನ ಚಿತ್ರಣ ವಾಸ್ತವವೇ? ಟಿ. ವಿ. ಧಾರಾವಾಹಿಗಳ ಪಾತ್ರಗಳು ವಾಸ್ತವಿಕವಾಗಿವೆಯೇ? ಸಮರ್ಥ ವೃತ್ತಿಪರರು, ಕಾರ್ಮಿಕ ಮಹಿಳೆ, ರೈತ ಮಹಿಳೆಯರು ಜನಪ್ರಿಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಗುವುದೇ ಅಪರೂಪ. 'ಸೀತೆ' ಅಥವಾ 'ಕೈಕೇಯಿ' ಎಂಬಂತೆ ಎರಡು ಅತಿರೇಕಗಳ ಪಾತ್ರಗಳೇ ವಿಜೃಂಭಿಸುವುದು ಮಾಮೂಲಾಗಿದೆ. ತ್ಯಾಗಮಯಿ ಸ್ತ್ರೀ ಪಾತ್ರ ಈಗಲೂ ಅಚ್ಚುಮೆಚ್ಚಿನ ಆದರ್ಶವಾಗೇ ಉಳಿದಿದೆ. ಇದು ಸದ್ಯದ ಸಾಮಾಜಿಕ ವಾಸ್ತವವನ್ನು ಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬಂತಹ ಸಮರ್ಥನೆ ಭಾಗಶಃ ಸತ್ಯ. ಸಾಮಾಜಿಕ ವಾಸ್ತವದೊಂದಿಗೆ ಮಾಧ್ಯಮದ್ದು ದ್ವಿಮುಖ ಸಂಬಂಧ. ಒಂದೆಡೆ ಅದು ಇರುವುದನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ. ಮತ್ತೊಂದೆಡೆ ಅದು ಸಮಾಜದ ನಡವಳಿಕೆಗಳ ಮೇಲೂ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಾವು ನೆನಪಿಡಬೇಕು.

ಉಪಸಂಹಾರ

ಮಾಹಿತಿಯಲ್ಲಿ ಬಲವಿದೆ ಎನ್ನುವ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಕೇಳುತ್ತಿರುತ್ತೇವೆ. ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಜನರಿಗೆ, ಸಮಾಜದ ಅಂಚಿನಲ್ಲಿದ್ದ ದುರ್ಬಲರಿಗೆ, ಹೊಸ ಹೊಸ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸುವಲ್ಲಿ ಸಹಾಯ ಮಾಡಿದೆ. ಮಾಡುತ್ತಲಿವೆ. ಒಂದು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ 'ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಜನರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬಲವನ್ನು ತಂದುಕೊಟ್ಟಿವೆ.

ಪರಾಮರ್ಶನ ಗ್ರಂಥಗಳು

1. ಚಂದ್ರಶೇಖರ್ ಬಿ: ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು:2003: ಪ್ರಸಾರಾಂಗ ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ.ಹಂಪಿ.
2. ಡಾ.ಪ್ರಭಾವತಿ ಎಸ್: ಜಾಗತೀಕರಣ ಮತ್ತು ಮಹಿಳೆ:2006: ಕನ್ನಡ ಸಾಹಿತ್ಯ ಪರಿಷತ್ತು, ಬೆಂಗಳೂರು
3. ಡಾ.ಪೂರ್ಣಿಮಾ.ಟಿ.ಸಿ.: ಆಧುನಿಕ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಕನ್ನಡ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ:2003: ಪ್ರಸಾರಾಂಗ ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ.ಹಂಪಿ.
4. ಪ್ರೊ.ವೀರಭದ್ರಪ್ಪ ಬಿ.ವಿ.: ಭಾರತೀಯ ಮಹಿಳೆಯ ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ವಿಕಾಸ:2006: ಕನ್ನಡ ಸಾಹಿತ್ಯ ಪರಿಷತ್ತು, ಬೆಂಗಳೂರು
5. ಡಾ.ಶ್ರೀಮತಿ ಹೆಚ್.ಎಸ್: ಆಧುನಿಕ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮಹಿಳೆ:2001: ಪ್ರಸಾರಾಂಗ ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ.ಹಂಪಿ.

6. ಡಾ.ಸರೋಜ ಕೆ: ಮಹಿಳೆ ಮತ್ತು ಸಮೂಹಮಾಧ್ಯಮಗಳು:2004: ಪ್ರಸಾರಾಂಗ ಕನ್ನಡ ವಿ.ವಿ.ಹಂಪಿ.
7. ಡಾ. ಎಂ. ಎಸ್ ಆಶಾದೇವಿ: ವಚನ ಪ್ರವೇಶ: ಅಕ್ಷರ ಪ್ರಕಾಶನ ಹೆಗ್ಗೋಡು
8. ಡಾ. ಎಚ್.ಎಸ್. ಶ್ರೀಮತಿ: ದ ಸೆಕೆಂಡ್ ಸೆಕ್ಸ್:
9. ಕಮಲ ಹಂಪನ:ಅಕ್ಕಮಹಾದೇವಿ: ಕರ್ನಾಟಕ ಬುಕ್ ಏಜೆನ್ಸಿ ಬೆಂಗಳೂರು
10. ಜನಾರ್ದನ ಭಟ್ ಬಿ: ಸಾಹಿತ್ಯ ವಿಮರ್ಶೆ: ಕರ್ನಾಟಕ ಸಾಹಿತ್ಯ ಅಕಾಡೆಮಿ, ಬೆಂಗಳೂರು
11. ಜ್ಯೋತಿ ಶಶಿಕುಮಾರ್: ಮಹಿಳಾ ಸಾಮಾಜಿಕತೆ: ಮಹಿಳಾ ಅಧ್ಯಯನ ಕೇಂದ್ರ, ಕನ್ನಡ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಹಂಪಿ
12. ಜಯಶ್ರೀ ದಂಡೆ:ಅಕ್ಕಮಹಾದೇವಿ: ಕಲ್ಯಾಣ ನಾಡಿನ ಶರಣ ಪರುಷತ್ತು ಬಸವ ಕಲ್ಯಾಣ ಬೀದರ್ ಜಿಲ್ಲೆ,
13. ಡಾ. ಬರಗೂರು ರಾಮಚಂದ್ರಪ್ಪ:ಸಿನಿಮಾ ಒಂದು ಜನಪದ ಕಲೆ: (ಲೇಖನ)
14. ಡಾ. ಎಂ.ಎಸ್. ವೇದ: ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್ ಮಾಯಾಜಾಲ: (ಲೇಖನ)
15. ಟಿ.ಜಿ ಶ್ರೀನಿಧಿ:ಅಂತರ್ಜಾಲ ಮಾಯಾಬಜಾರ್: (ಲೇಖನ)
16. www.books.google.co.in.
17. www. boosganga.com
18. www.chitraloka.com
19. www.current books.com
20. https://cn.wikipedia.org
21. www.deconhereld.com
22. www.ebooksgo, org
23. www.justbooksclc.com
24. www.kanaja.in
25. www.kspedic.com