

‘स्त्रीत्व’ को गढ़ती महिला पत्रिकायें

Arvind Kumar Mishra*

ICSSR Doctoral Fellow, Department of Political Science, Banaras Hindu University, Varanasi-221005

सार – स्त्रीत्व को गढ़ने में महिला पत्रिकाओं की भूमिका को लेकर भारत में शायद ही कभी शोध हुआ होगा। मीडिया के अन्य माध्यमों पर नारीवादी दृष्टिकोण से विमर्श हुआ है लेकिन महिला पत्रिकाओं की भूमिका पर अकादमीय शोध न होना हैरत में डालता है। नारीवादी अध्येताओं ने जेंडर विभेदीकरण और महिलाओं के अधीनीकरण पर अच्छा खासा विमर्श प्रस्तुत किया है। अब यह एक स्थापित तथ्य बन चुका है कि जेंडर विभेदीकरण प्राकृतिक नहीं वरन् सामाजिक व सांस्कृतिक पहलुओं से संबंधित होते हैं।

----- X -----

अध्ययन की पृष्ठभूमि

सीमोन द बोउवा ने 'द सेकण्ड सेक्स' में लिखा कि सेक्सुअलिटी ने कभी मनुष्य की नियति परिभाषित नहीं की सीमोन की इस बात को कई शोधों ने पुष्ट किया है। ब्रोनविन डेवीज का लेख 'मर्द और औरत बनना' इस लिहाज से अहम है कि यह लिंग/सेक्स (जैविक व्यक्तित्व) और जेंडर (सामाजिक व्यक्तित्व) के बुनियादी बँटवारे पर अपने शोध के जरिये सवाल खड़े करता है। क्या 'प्राकृतिक' है और क्या 'सामाजिक' इसकी डेवीज नई व्याख्या करती है जो कि जेंडर को परिभाषित करने का मूल आधार रहा है। डेवीज के अनुसार हमारे जीवन की कोई भी चीज प्राकृतिक नहीं है। यहाँ तक कि शरीर भी नहीं।

सवाल यह उठता है कि जब शरीर भी प्राकृतिक नहीं है तो महिला पत्रिकायें यह दावा कैसे करती हैं कि वे महिलाओं की पत्रिका हैं? इन पत्रिकाओं में स्त्रियों की परम्परागत भूमिकाओं की निरन्तरता रहती है। इनमें स्त्रियों के घरेलूपन को प्रमुखता दी जाती है। घरेलूपन को ये पत्रिकायें स्त्रियों का निहित लक्ष्य मानती हैं और इसके लिए वे 'स्त्रियोचित' गुणों को महत्व देती हैं।

अध्ययन का औचित्य

1980 में नारीवादी अध्येता अल्मा ग्राहम ने अपनी पुस्तक 'गाइडलाइन फॉर ईक्वल ट्रीटमेंट ऑफ द सेक्सेज' में यह प्रतिपादित किया था कि समाज द्वारा किस तरह औरतों को अपनी (समाज-निर्मित) दोगम दर्जे की स्थिति से बाहर न आने देने के लिए सेक्सिस्ट भाषा और 'स्त्रियोचित' परवरिश का इस्तेमाल होता है।

महिला पत्रिकायें स्त्रियोचित परवरिश को कैसे बरकरार रखती हैं और इस परवरिश में इनकी क्या भूमिका है; इसको जानने के लिए मैंने दो महिला पत्रिकाओं- गृहलक्ष्मी जून 2010 तथा Woman's era July (First) 2010 - को लिया है। 'स्त्रीत्व' को गढ़ने में महिला पत्रिकाओं भी भूमिका पर विशद और व्यापक शोध की जरूरत है। चूँकि यह मेरा व्यक्तिगत अध्ययन है इस कारण मैंने मात्र दो महिला पत्रिकाओं तक ही अपने अध्ययन को सीमित रखा है। इस अध्ययन की सीमाओं की पूरी जिम्मेदारी मेरी है।

'स्त्रीत्व' को गढ़ने में जिन बिन्दुओं को दोनों महिला पत्रिकाओं (गृहलक्ष्मी, जून, 2010 तथा Woman's era July (First) 2010) में समान रूप से पाया गया। उन बिन्दुओं का विवरण विभिन्न शीर्षकों के अन्तर्गत आगे के पृष्ठों पर है तत्पश्चात् इस अध्ययन का निष्कर्ष भी अलग से रखा गया है।

कूकिंग

महिला पत्रिकाओं में कूकिंग से संबंधित सामग्री अवश्य छपती है। अपने प्रत्येक अंक में ये पत्रिकायें अलग-अलग व्यंजनों को बनाने का तरीका सिखाती हैं (बताती हैं)। चूँकि ये पत्रिकायें स्त्रियों के घरेलूपन को प्रमुखता देती हैं अतः ये मानकर चलती हैं कि कूकिंग महिलाओं के लिए ही है; जबकि हकीकत यह है कि कूकिंग के क्षेत्र में पुरुष भी हैं। होटलों में शेफ अधिकांशतः पुरुष ही होते हैं। रेस्तराओं में पुरुष ही अधिकांशतः व्यंजनों को बनाते हैं। विभिन्न प्राइवेट चैनलों जैसे जी टी.वी. पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रम 'खाना खजाना' में मशहूर शेफ संजय कपूर व्यंजनों को बनाने के गुर सिखाते हैं तथा स्टारप्लस पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रम 'मास्टर शेफ ऑफ इण्डिया' के

जज की भूमिका का निर्वहन नामचीन फिल्म अभिनेता अक्षय कुमार कर रहे हैं। इसके साथ ही इस कार्यक्रम में महिला प्रतिभागियों के साथ पुरुष प्रतिभागी भी बढ़-चढ़ कर हिस्सा ले रहे हैं। ये तथ्य इस बात को साबित करते हैं कि कुकिंग सिर्फ महिलाओं का क्षेत्र नहीं है।

ताज्जुब तब होता है जब हम पुरुषों की पत्रिकाएँ देखते हैं और उनमें पुरुष शेफ अथवा पुरुषों के लिए व्यंजन बनाने के तरीके नहीं दिये रहते हैं। बहरहाल हम दोनों पत्रिकाओं के कुकिंग से संबंधित पृष्ठों पर एक नजर डालेंगे:

- गृहलक्ष्मी के अंक में पृष्ठ 84 से लेकर पृष्ठ 92 तक कई व्यंजनों को बनाने के तरीकों की भरमार है।
- Women's era मतं के अंक में पृष्ठ 49 से लेकर पृष्ठ 57 तक अनेक व्यंजनों को बनाने के तरीके बताये गये हैं।

गृहलक्ष्मी के खाद्य व्यंजन मध्य वर्ग की स्त्री को ध्यान में रखकर प्रस्तुत किये गये हैं जबकि Women's era के व्यंजन उच्च वर्ग की स्त्री को ध्यान में रखकर प्रस्तुत किये गये हैं। चूँकि गृहलक्ष्मी हिन्दी पत्रिका है और Women's era मतं अंग्रेजी पत्रिका है इसलिए भी मध्य और उच्च वर्ग का अन्तर परिलक्षित होता है।

डेकोरेशन

घर की सजावट से संबंधित सामग्री महिला पत्रिकाओं की विषय सामग्री के आवश्यक अंग होते हैं। जब हम पुरुषों की पत्रिकाओं के पन्नों को पलटते हैं तो उनमें घर की सजावट से संबंधित सामग्री का अभाव दिखता है। दरअसल महिला पत्रिकाएँ स्त्रियों के घरेलूपन की प्रमुख पैरोकार हैं अतः ये पत्रिकाएँ 'घर' को स्त्री का 'कार्यक्षेत्र' मानती हैं। जब घर ही स्त्री का कार्यक्षेत्र होगा तो जाहिर है कि उसे सजाने सवारने की जिम्मेदारी भी स्त्रियों की मानी जायेगी। ऐसा नहीं है कि पुरुष घरों को नहीं सजाते हैं। होटल उद्योग में अधिकाधिक मात्रा में पुरुष कर्मचारी होते हैं जो होटल के कमरों को सजाते हैं। इसके साथ ही फिल्म उद्योग में सेट डिजाइनिंग का कार्यभार नामचीन पुरुष सेट डिजाइनर जैसे नितिन देसाई आदि पर हैं। विवाह जैसे अवसर पर भी सजावट का कार्य अधिकांशतः पुरुष ही करते हैं। फिर भी घर की सजावट के लिये सामग्री परोसना महिला पत्रिकाएँ अपना कर्तव्य समझती हैं। इस सामग्री को हम दोनों पत्रिकाओं में इस प्रकार पाते हैं:

- गृहलक्ष्मी में पृष्ठ 106 और 107 पर 'डेकोरेशन एक्सेसरीज के अलग अंदाज' शीर्षक के तहत।
- Women's era में पृष्ठ 90 और 91 पर 'STYLING YOUR HOME' शीर्षक के तहत।

यहाँ भी डेकोरेशन सामग्री में मध्य वर्ग और उच्च वर्ग का अन्तर स्पष्ट रूप से देखा जा सकता है।

सुन्दरता

पितृसत्ता अपनी अबाधता के लिए स्त्री के मानस को सुन्दरता के मिथक में डुबाता है। 1991 में प्रकाशित अपनी पुस्तक 'द ब्यूटी मिथ' में नाओमी वुल्फ ने सुन्दरता के मिथक को राजनीतिक बताया है। वुल्फ के अनुसार सुन्दरता का मिथक पितृसत्तात्मक प्रणाली को बचाए रखने की कोशिश करता है। वुल्फ का तर्क है कि पश्चिमी समाजों में भी महिलाएँ स्त्री सौन्दर्य की आदर्शकृत धारणाओं के बोझ तले दबी रहती हैं।

महिला पत्रिकाओं में सुन्दरता पर आधारित सामग्री की भरमार रहती है। इनमें कई-कई पृष्ठ ऐसी सामग्रियों से रंगे रहते हैं। दरअसल इन पत्रिकाओं में सबसे ज्यादा सामग्री सुन्दरता से संबंधित ही होती है। इन पत्रिकाओं में विभिन्न शीर्षकों के अन्तर्गत सुन्दरता से संबंधित सामग्री होती है:

- गृहलक्ष्मी - खूबसूरती के साथ आकर्षक होना भी जरूरी, बदलता फैशन आँखों का, जुल्फों का जादू, जानिए लुक और स्टाइल का अर्थ।
- Women's era - Cosmetic Surgery, Ark The Expent, Beauty Queries, Your Body, Keeping Fit.

इन शीर्षकों के माध्यम से ये महिला पत्रिकाएँ इन अंकों में स्त्रियों को सुन्दर बनने के गुर बताती हैं। इसके अलावा अपने हर अंक में ये सुन्दरता से संबंधित सामग्री देती हैं।

नारीवादी अध्येताओं ने सुन्दरता के आदर्शों पर अच्छा विमर्श प्रस्तुत किया है। मिशेल फूको ने सुन्दरता से प्रेरित व्यक्तित्व को 'देहग्रस्त व्यक्तित्व' की संज्ञा दी है। फूको का मत है:

“..... पुरुषवाची दृष्टिकोण से स्त्री मानस इतना प्रभावित रहता है कि वह स्वयं अपनी देह को वस्तु के रूप में देखती है देह पर निरंतर नजर रखती है क्योंकि उसे लगता है कि दूसरों की नजर में वह वस्तु के रूप में संप्रेषित है। देह को वह अनुशासित और नियंत्रित करती है ताकि 'आदर्श' नारीत्व पा

सके। परिणामस्वरूप एक देहग्रस्त व्यक्तित्व का निर्माण होता है।“

महिला पत्रिकाओं का अवलोकन करने से मिशेल फूको के उपरोक्त मत की पुष्टि होती है।

फैशन

महिला पत्रिकायें बदलते फैशन से अवगत कराती रहती है। इन पत्रिकाओं के हर अंक में बदलते फैशन से संबंधित सामग्री रहती है:

- गृहलक्ष्मी - फैशन में हाई हील का टशन (Page-62), टशन फंकी ज्वैलरी का (Page-80), इसके अलावा 5 पेज नये फैशन ड्रेस के, 2 पेज आभूषणों के।
- Women's era - 2 पेज नये हेयर स्टाइल के (Page-68-76)

महिला पत्रिकायें स्त्रियों को नवीनतम फैशन जैसे - कास्ट्यूम, हेयर स्टाइल, ज्वैलरी एवं अन्य एसेसरीज के साथ चलने का संदेश देती है।

महिला पत्रिकाओं में बदलते फैशन के प्रस्तुतीकरण में मध्य वर्ग और उच्च वर्ग का अन्तर स्पष्टतया देखा जा सकता है। हिन्दी महिला पत्रिकाओं में निफ्ट, निड, वूमैन्स पालिटेक्निक दिल्ली पर्ल अकेडमी, सृष्टि स्कूल ऑफ डिजाइन आदि फैशन इन्सटीट्यूटों में अध्ययनरत् छात्र/छात्राओं के डिजाइन किये हुए परिधान व अन्य एसेसरीज स्थान पाते हैं जबकि अंग्रेजी महिला पत्रिकाओं में देश के ही नहीं विदेशों के भी फैशन समारोहों में प्रदर्शित परिधान व नामचीन डिजाइनरों के परिधानों से इनके पृष्ठ सज्जित होते हैं।

इतरलिंगी यौन-व्यवस्था

महिला पत्रिकायें Hetrosexual व्यवस्था को सर्वमान्य मानती है। इनके कालम और सामग्री इसकी पुष्टि करते हैं। नारीवादी अध्येताओं ने स्त्रियों के शोषण के लिए Hetrosexual व्यवस्था को मुख्य रूप से जिम्मेदार माना है महिला पत्रिकाओं के कालम और इनकी सामग्री स्त्रियों के लिए होती है क्योंकि ये पत्रिकायें अपने को महिलाओं की पत्रिका कहती है। इन पत्रिकाओं की सामग्री इतरलिंगी यौन व्यवस्था में स्त्री की भूमिका पर आधारित होती है। इससे परिलक्षित होता है कि ये पत्रिकायें Hetrosexual व्यवस्था को सर्वमान्य मानती है।

प्रभा खेतान की पुस्तक 'उपनिवेश में स्त्री' (2004) में जोरदार ढंग से इतरलिंगी यौन-व्यवस्था का खण्डन किया गया है। यह खण्डन इस प्रकार है - सवाल उठता है कि स्त्री इतरलिंगी यौन-व्यवस्था को क्यों अपनाये? यदि पुरुष का चुनाव स्त्री के लिए एक सहज नैसर्गिक प्रक्रिया है और यह उसके हित में जाता है तो स्त्री को आदिकाल से इतना दमन और शोषण क्यों झेलना पड़ा? आखिर इन दमनकारी संस्थाओं को निर्मित ही क्यों किया गया? ध्यान रहे इतरलिंगी यौन-व्यवस्था का चुनाव स्त्री ने नहीं किया। अपने आप में यह एक संस्था है जो स्त्री मानस को यौन-व्यवस्था स्वीकारने के लिए बाध्य करती है। इसकी अनिवार्यता इसलिए भी है क्योंकि इसी की सहायता से स्त्री को अधीनस्थ रखना, इस अधीनस्थता को जायज ठहराना और सहज रूप प्रदान करने के लिए विवाह एवं परिवार की व्यवस्था को निर्मित एवं प्रचलित करना संभव हो सका।

स्त्री समलैंगिकता रेडिकल नारीवाद की अभिव्यक्ति माना जाता है। फिर भी इसने महिलाओं को कुछ न कुछ मात्रा में आकर्षित किया है। समलैंगिकता ने स्त्रियों को विषमलैंगिकता का एक विकल्प दिया है।

महिला पत्रिकाओं की समीक्षा विषमलैंगिकता और समलैंगिकता के दृष्टिकोण से उचित है।

विज्ञापन

महिला पत्रिकाओं में छपने वाले विज्ञापन पूरी तरह महिला केन्द्रित होते हैं। तात्पर्य यह है कि ये विज्ञापन स्त्रियों को उनकी पारम्परिक भूमिका में ही रखते हैं। इन विज्ञापनों में सर्वाधिक संख्या सौन्दर्य प्रसाधनों की होती है। इसके अलावा बच्चों से संबंधित विभिन्न कम्पनियों के विज्ञापन (खिलौने, तेल, साबुन आदि) होते हैं क्योंकि बच्चों के देख-रेख की जिम्मेदारी स्त्रियों की मानी जाती है। इसके साथ ही घरेलू उपकरणों के विज्ञापन, आभूषणों के विज्ञापन, खाद्य सामग्री के विज्ञापन आदि भी प्रचुर मात्रा में होते हैं।

गृहलक्ष्मी और Women's era में छपने वाले विज्ञापनों का अवलोकन करने से ज्ञात होता है कि ये विज्ञापन महिलाओं को ध्यान में रखकर छपते हैं। गृहलक्ष्मी के विज्ञापन मध्य वर्ग की स्त्रियों को ध्यान में रखकर छपे हैं जबकि Women's era के विज्ञापन उच्च वर्ग की स्त्रियों को ध्यान में रखकर छपे हैं।

निबंध

महिला पत्रिकाओं में छपने वाले निबंध स्त्रियों से संबंधित होते हैं या स्त्रियों को संबोधित होते हैं। प्रायः ये निबंध स्त्रियों की पारंपरिक भूमिकाओं से संबंधित होते हैं जैसे-

- Women's era में छपे निबंध 'GOSSIPING WOMEN GREATEST STRESSBU STER' (Page-8)। और 'BAI AND LARGE' (Page-34)।
- गृहलक्ष्मी में छपा लेख 'आखिर महिलाओं का क्या दोष है?' (Page-6)। यह लेख रेप की समस्या पर है। और लेख 'जारी है कहर डोमेस्टिक वायलेंस का (Page-20)।

महिला पत्रिकाओं में छपने वाले निबंधों में कुछ निबंध तो पारंपरिकता को जारी रखने के पक्षधर होते हैं जबकि कुछ निबंध स्त्रियों की समस्याओं को सामने रखते हैं। इस प्रकार इन पत्रिकाओं में छपने वाले निबंध विरोधाभासी प्रकृति के होते हैं।

एगोनी कालम

महिला पत्रिकाओं में ऐसे कई नियमित कालम छपते हैं जो महिलाओं की समस्याओं से संबंधित होते हैं। इन कालमों में महिलाओं की समस्याओं के समाधान सुझाये जाते हैं। कुछ कालम तो महिलाओं के लिए अच्छे होते हैं क्योंकि इन कालमों के माध्यम से वे अपनी समस्याओं के समाधान पाती हैं। इन कालमों में अधिकांश कालम स्त्रियों की पारंपरिक भूमिकाओं को बढ़ावा देते हैं।

अध्ययन के निष्कर्ष

पीछे के पृष्ठों पर महिला पत्रिकाओं की विषय-सामग्री के विश्लेषण से 'स्त्रीत्व' को गढ़ने में महिला पत्रिकाओं की भूमिका पर जो निष्कर्ष प्राप्त होते हैं, उन्हें निम्नलिखित बिन्दुओं में समाहित किया जा सकता है:

- महिला पत्रिकाएँ इतरलिंगी यौन व्यवस्था की समर्थक हैं। ये इतरलिंगी यौन व्यवस्था का सुनियोजित प्रस्तुतीकरण करती हैं। इस सुनियोजित प्रस्तुतीकरण में स्त्रियों को पारम्परिक और सीमित भूमिका में रखा जाता है। इन भूमिकाओं को स्त्री के कर्तव्य के रूप में प्रस्तुत किया जाता है।
- इन पत्रिकाओं में स्त्री को व्यक्ति के रूप में नहीं वरन् वस्तु (object) के रूप में प्रस्तुत किया जाता है। इन

पत्रिकाओं का सर्वाधिक जोर स्त्री को वस्तु के रूप में बनने के लिए जरूरी 'सुन्दरता' पर रहता है। ये पत्रिकाएँ स्त्रियों की अपनी विभिन्न विषय-सामग्री के माध्यम से उन्हें वस्तुकरण की ओर अग्रसर करती हैं अर्थात् वस्तु बनाती हैं।

- ये पत्रिकाएँ सामान्य तौर पर किशोरावस्था की लड़कियों से लेकर मध्य आयु (middle aged) की महिलाओं को ध्यान में रखकर छपती हैं और ये पत्रिकाएँ परिवारिक पत्रिकाएँ मानी जाती हैं। जब किशोरावस्था की एक लड़की इस प्रकार की पत्रिकाओं को पढ़ती है तो उसे अपने सामाजिक भूमिका अर्थात् विवाहोपरान्त पत्नी और माँ बनने का आभास मिलने लगता है। इस प्रकार ये पत्रिकाएँ किशोरावस्था की लड़कियों का "आभासी समाजीकरण" करती हैं।
- महिला पत्रिकाएँ स्त्रियों के समाजीकरण में एजेन्ट की भूमिका निभाती हैं। स्त्रियों को सीमित दायरे में रखने के लिए इनकी भूमिका अत्यन्त प्रभावी है।
- महिला पत्रिकाओं की विषय सामग्री महिलाओं की आय को देखकर छापी जाती है अर्थात् ये पत्रिकाएँ एक खास आय वर्ग की महिलाओं का प्रतिनिधित्व करती हैं। हिन्दी महिला पत्रिकाएँ मध्य वर्ग की महिलाओं का प्रतिनिधित्व करती हैं जबकि अंग्रेजी महिला पत्रिकाएँ उच्च वर्ग की महिलाओं का प्रतिनिधित्व करती हैं।
- महिला पत्रिकाओं पर पूँजीवाद का प्रभाव साफ देखा जा सकता है। इन पत्रिकाओं का कलेवर और प्रस्तुतीकरण पूँजीवाद के रंग में रंगे होते हैं। इन पत्रिकाओं में छपने वाले विज्ञापन स्त्रियों को पूँजीवाद के दलदल में धसाने वाले होते हैं।

कुल मिलाकर महिला पत्रिकाओं की सामग्री स्त्रियों को किसी भी प्रकार से बौद्धिक नहीं बनाती हैं। ये पत्रिकाएँ उन्हें परम्पराओं की निरन्तरता के लिए तैयार करती हैं अर्थात् उन्हें घरेलूपन के दायरे में ही रखना चाहती हैं। निष्कर्ष को एक वाक्य में इस प्रकार कहा जा सकता है- महिला पत्रिकाएँ स्त्रियों को 'गढ़ती' हैं।

सन्दर्भ सूची

1. ब्रानविन डेवीज, 'मर्द और औरत बनना' संकलित जेंडर एवं शिक्षा रीडर-पू दिल्ली: निरन्तर, 2010
2. गृहलक्ष्मी, जून, 2010
3. वूमन्स इरा, जुलाई (प्रथम), 2010
4. प्रभा खेतान, उपनिवेश में स्त्री, दिल्ली: राजकमल प्रकाशन, 2003
5. सुजान फालूदी, बैकलैश (दी अनडिक्लेअर्ड वार अगैन्स्ट वूमैन), लन्दन: विन्टेज, 1992

Corresponding Author

Arvind Kumar Mishra*

ICSSR Doctoral Fellow, Department of Political Science, Banaras Hindu University, Varanasi-221005

arvindpolitical@gmail.com