



अर्चना, 2. डॉ० अमरेश कुमार
त्रिपाठी

परिवार नियोजन कार्यक्रम के प्रति ग्रामीण महिलाओं की जागरूकता पर मीडिया प्रचार के प्रभाव का समाजशास्त्री अध्ययन

शोध अध्ययनी, 2. एसो० प्रोफेसर, समाजशास्त्र विभाग, बी.आर.डी.बी.डी. पी.जी. कॉलेज आश्रम
बरहज, देवरिया (सम्बद्ध दीनदयाल उपाध्याय गोरखपुर विश्वविद्यालय, गोरखपुर (उ०प्र०) भारत

Received-05.09.2025,

Revised-12.09.2025,

Accepted-19.09.2025

E-mail : archurb2020@gmail.com

सारांश: प्रस्तुत शोध पत्र परिवार नियोजन कार्यक्रम के प्रति ग्रामीण महिलाओं की जागरूकता पर मीडिया प्रचार के प्रभाव का समाजशास्त्रीय अध्ययन प्रस्तुत करता है। भारत जैसे विकासशील देश में बढ़ती जनसंख्या एक गंभीर सामाजिक समस्या है, जिसके समाधान हेतु परिवार नियोजन कार्यक्रमों को महत्वपूर्ण नीति के रूप में लागू किया गया है। इन कार्यक्रमों की सफलता काफी हद तक ग्रामीण महिलाओं की जागरूकता एवं सहभागिता पर निर्भर करती है। यह अध्ययन प्राथमिक आँकड़ों पर आधारित है। अध्ययन क्षेत्र के रूप में उत्तर प्रदेश के रायबरेली जनपद के हरचंदपुर विकासखंड के चयनित ग्रामों की 18 से 49 वर्ष आयु वर्ग की विवाहित महिलाओं को सम्मिलित किया गया। आँकड़ों का संग्रह साक्षात्कार अनुसूची के माध्यम से किया गया तथा उनका विश्लेषण प्रतिशत विधि से किया गया। अध्ययन से स्पष्ट हुआ कि मीडिया प्रचार-विशेषकर टेलीविजन, रेडियो एवं मोबाइल ने ग्रामीण महिलाओं में परिवार नियोजन संबंधी जागरूकता बढ़ाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। यद्यपि कुछ सामाजिक एवं पारिवारिक बाधाएँ अभी भी विद्यमान हैं, फिर भी मीडिया प्रचार परिवार नियोजन कार्यक्रमों की प्रभावशीलता बढ़ाने का एक सशक्त माध्यम सिद्ध हुआ है।

कुंजीशब्द— परिवार नियोजन, ग्रामीण महिलाएँ, मीडिया प्रचार, जागरूकता, गंभीर सामाजिक समस्या, सहभागिता, संरचना।

प्रस्तावना— परिवार समाज की मूल इकाई है और समाज की संरचना, स्थिरता तथा विकास में इसकी महत्वपूर्ण भूमिका होती है। परिवार का आकार, संरचना और कार्यप्रणाली किसी भी समाज के सामाजिक, आर्थिक एवं सांस्कृतिक स्वरूप को प्रत्यक्ष रूप से प्रभावित करती है। भारत जैसे विकासशील देश में तीव्र जनसंख्या वृद्धि एक गंभीर सामाजिक समस्या के रूप में उभरकर सामने आई है, जिसके कारण गरीबी, बेरोजगारी, कुपोषण, अशिक्षा तथा स्वास्थ्य संबंधी अनेक समस्याएँ उत्पन्न हो रही हैं। सीमित संसाधनों और बढ़ती जनसंख्या के बीच संतुलन बनाए रखना आज की सबसे बड़ी सामाजिक चुनौतियों में से एक है। इन्हीं परिस्थितियों को ध्यान में रखते हुए भारत सरकार द्वारा परिवार नियोजन कार्यक्रमों को राष्ट्रीय नीति के रूप में अपनाया गया। परिवार नियोजन का उद्देश्य केवल जनसंख्या नियंत्रण तक सीमित नहीं है, बल्कि इसका व्यापक लक्ष्य मातृ एवं शिशु स्वास्थ्य में सुधार, महिलाओं के जीवन स्तर को ऊँचा उठाना तथा परिवार की आर्थिक एवं सामाजिक स्थिति को सुदृढ़ करना भी है। इस संदर्भ में ग्रामीण महिलाओं की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण मानी जाती है, क्योंकि प्रजनन स्वास्थ्य एवं परिवार से जुड़े अधिकांश निर्णय प्रत्यक्ष या परोक्ष रूप से महिलाओं से संबंधित होते हैं। ग्रामीण समाज में परिवार नियोजन कार्यक्रमों को अपनाने की प्रक्रिया अपेक्षाकृत जटिल है। अशिक्षा, परंपरागत सोच, धार्मिक एवं सामाजिक मान्यताएँ, पुरुष प्रधान मानसिकता तथा स्वास्थ्य सुविधाओं की सीमित उपलब्धता ग्रामीण महिलाओं की जागरूकता एवं सहभागिता में बाधा उत्पन्न करती हैं। कई बार महिलाओं की इच्छा के बावजूद पारिवारिक एवं सामाजिक दबाव उन्हें परिवार नियोजन के साधनों को अपनाने से रोकते हैं। ऐसे में यह आवश्यक हो जाता है कि महिलाओं तक सही वैज्ञानिक एवं व्यावहारिक जानकारी प्रभावी माध्यमों से पहुँचाई जाए। मीडिया प्रचार इस दिशा में एक सशक्त साधन के रूप में उभरकर सामने आया है। रेडियो, टेलीविजन, समाचार पत्र, पोस्टर, बैनर, मोबाइल एवं सोशल मीडिया जैसे माध्यमों के द्वारा परिवार नियोजन से संबंधित सूचनाएँ व्यापक स्तर पर प्रसारित की जा रही हैं। मीडिया न केवल जानकारी प्रदान करता है, बल्कि सामाजिक दृष्टिकोण में परिवर्तन लाने, भ्रांतियों को दूर करने तथा महिलाओं में आत्मनिर्णय की क्षमता विकसित करने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। विशेष रूप से ग्रामीण महिलाओं के लिए मीडिया प्रचार परिवार नियोजन कार्यक्रमों को समझने और अपनाने का एक प्रभावी माध्यम बन गया है। इसी पृष्ठभूमि में प्रस्तुत शोध पत्र का उद्देश्य परिवार नियोजन कार्यक्रमों के प्रति ग्रामीण महिलाओं की जागरूकता तथा इस जागरूकता पर मीडिया प्रचार के प्रभाव का समाजशास्त्रीय अध्ययन करना है। जिससे वास्तविक सामाजिक स्थिति, महिलाओं की सोच एवं व्यवहार में आए परिवर्तन को समझा जा सके। यह शोध पत्र न केवल परिवार नियोजन कार्यक्रमों की वर्तमान स्थिति को उजागर करता है, बल्कि भविष्य में इन्हें और अधिक प्रभावी बनाने के लिए भी उपयोगी सुझाव प्रस्तुत करता है।

परिवार नियोजन में मीडिया प्रचार की भूमिका— आधुनिक समाज में मीडिया को सामाजिक परिवर्तन का एक सशक्त माध्यम माना जाता है। मीडिया न केवल सूचना प्रदान करता है, बल्कि सामाजिक चेतना के निर्माण, दृष्टिकोण परिवर्तन तथा व्यवहार में सकारात्मक बदलाव लाने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। परिवार नियोजन जैसे संवेदनशील विषय में मीडिया की भूमिका और भी अधिक महत्वपूर्ण हो जाती है, विशेषकर ग्रामीण समाज में जहाँ शिक्षा का स्तर अपेक्षाकृत कम होता है और पारंपरिक धारणाएँ अधिक प्रभावशाली होती हैं। ग्रामीण महिलाओं के लिए मीडिया परिवार नियोजन संबंधी जानकारी प्राप्त करने का एक प्रमुख स्रोत बनकर उभरा है। टेलीविजन, रेडियो, समाचार पत्र, पोस्टर, बैनर, मोबाइल संदेश एवं सोशल मीडिया के माध्यम से महिलाओं को परिवार नियोजन के विभिन्न साधनों, उनके लाभ, उपयोग की विधि तथा सरकारी सुविधाओं की जानकारी सरल भाषा में प्राप्त होती है। मीडिया प्रचार के कारण परिवार नियोजन से जुड़ी भ्रांतियाँ एवं अंधविश्वास धीरे-धीरे कम हो रहे हैं। मीडिया के माध्यम से यह संदेश व्यापक रूप से प्रसारित किया गया है कि परिवार नियोजन केवल बच्चों की संख्या सीमित करने का उपाय नहीं है बल्कि यह मातृ एवं शिशु स्वास्थ्य, महिलाओं के शारीरिक एवं मानसिक कल्याण तथा परिवार की आर्थिक स्थिति सुधार से भी प्रत्यक्ष रूप से जुड़ा हुआ है। इस प्रकार मीडिया प्रचार ने ग्रामीण महिलाओं में परिवार नियोजन के प्रति सकारात्मक सोच विकसित करने में महत्वपूर्ण योगदान दिया है। मीडिया प्रचार ने महिलाओं में आत्मनिर्णय की भावना को भी प्रोत्साहित किया है। मीडिया के माध्यम से प्राप्त जानकारी के कारण महिलाएँ अब परिवार नियोजन से संबंधित निर्णयों में अधिक सक्रिय भूमिका निभाने लगी हैं। वे न केवल स्वयं जागरूक हुई हैं, बल्कि अपने परिवार के अन्य सदस्यों को भी परिवार नियोजन के लाभों के प्रति समझाने का प्रयास कर रही हैं। हालाँकि यह भी सत्य है कि केवल मीडिया प्रचार ही परिवार नियोजन कार्यक्रमों की पूर्ण सफलता सुनिश्चित नहीं कर सकता। सामाजिक एवं पारिवारिक दबाव, पति एवं बुजुर्गों की असहमति तथा सांस्कृतिक मान्यताएँ अब भी कई बार महिलाओं के निर्णयों में बाधा बनती हैं। इसके बावजूद मीडिया ने ग्रामीण महिलाओं की सोच में परिवर्तन लाने की दिशा में एक मजबूत आधार तैयार किया है। अतः यह कहा जा सकता है

अनुरूपी लेखक/ संयुक्त लेखक

ASVP PIF-9. 805 /ASVS Reg. No. AZM 561/2013-14



कि परिवार नियोजन कार्यक्रमों की सफलता में मीडिया की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण है। यदि मीडिया प्रचार को स्थानीय भाषा, ग्रामीण जीवन की वास्तविकताओं एवं सांस्कृतिक संदर्भों के अनुरूप और अधिक प्रभावी बनाया जाए, तो ग्रामीण महिलाओं में परिवार नियोजन के प्रति जागरूकता एवं स्वीकृति को और अधिक सुदृढ़ किया जा सकता है।

अध्ययन के उद्देश्य- इस शोध के प्रमुख उद्देश्य निम्नलिखित हैं:

1. ग्रामीण महिलाओं में परिवार नियोजन कार्यक्रमों के प्रति जागरूकता का अध्ययन करना।
2. परिवार नियोजन के विभिन्न साधनों की जानकारी का विश्लेषण करना।
3. मीडिया प्रचार के प्रभाव का समाजशास्त्रीय मूल्यांकन करना।

शोध पद्धति- प्रस्तुत अध्ययन उत्तर प्रदेश के रायबरेली जनपद के हरचंदपुर विकासखंड के अंतर्गत स्थित ग्राम पर आधारित है। यह अध्ययन वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक प्रकृति का है। शोध कार्य में प्राथमिक आँकड़ों का प्रयोग किया गया है। आँकड़े सर्वे विधि साक्षात्कार अनुसूची के माध्यम से एकत्र किए गए। निदर्श चयन हेतु दैव निदर्शन प्रणाली का प्रयोग किया गया है। जिसके अंतर्गत 18-49 आयु वर्ग की 50 विवाहित महिलाओं का चयन किया गया है। अध्ययन अवधि 2023 से 2024 तक रही। प्राप्त आँकड़ों का विश्लेषण प्रतिशत विधि के माध्यम से किया गया है।

तथ्यों का प्रस्तुतिकरण-

1. उत्तरदात्री महिलाओं की आयु-वर्ग के अनुसार स्थिति सारणी संख्या-1

क्रम संख्या	आयु वर्ग (वर्ष)	आवृत्ति	प्रतिशत
1.	18-28	10	20
2.	29 -38	18	36
3.	39-48	14	28
4.	49 से अधिक	08	16
योग	-	50	100

सारणी से स्पष्ट है कि कुल 50 उत्तरदाताओं में 29-38 वर्ष आयु वर्ग की महिलाएँ सर्वाधिक 18 (36%) हैं। इसके बाद 39-48 वर्ष आयु वर्ग 14 (28%) के साथ दूसरे स्थान पर है। 18-28 वर्ष आयु वर्ग की महिलाएँ 10 (20%) तथा 49 वर्ष से अधिक आयु वर्ग की महिलाएँ सबसे कम 8 (16%) पाई गई। इससे ज्ञात होता है कि अध्ययन में मध्यम आयु वर्ग की महिलाओं की भागीदारी अधिक है।

2. परिवार नियोजन शब्द से परिचित महिलाओं की स्थिति- सारणी संख्या-2

क्रम संख्या	उत्तर	आवृत्ति	प्रतिशत
1.	हाँ	42	84
2.	नहीं	8	16
योग	-	50	100

सारणी के अनुसार कुल 50 उत्तरदाताओं में 42 महिलाएँ परिवार नियोजन शब्द से परिचित हैं, जिनका प्रतिशत 84 है। वहीं 8 महिलाएँ इससे परिचित नहीं हैं, जिनका प्रतिशत 16 है। इससे स्पष्ट होता है कि अधिकांश महिलाओं में परिवार नियोजन के प्रति जागरूकता पाई जाती है।

3. परिवार नियोजन की जानकारी प्राप्त करने के प्रमुख स्रोत- सारणी संख्या-3

सारणी से स्पष्ट है कि परिवार नियोजन की जानकारी प्राप्त करने का प्रमुख स्रोत टेलीविजन है, जिससे 18 महिलाओं को

क्रम संख्या	जानकारी के स्रोत	आवृत्ति	प्रतिशत
1.	टेलीविजन	18	36
2.	रेडियो	8	16
3.	मोबाइल/सोशल मीडिया	12	24
4.	स्वास्थ्य कार्यकर्ता	10	20
5.	अन्य	2	4
योग		50	100

जानकारी मिली, जिसका प्रतिशत 36 है। इसके बाद मोबाइल/सोशल मीडिया से 12 महिलाओं को जानकारी प्राप्त हुई, प्रतिशत 24 रहा। स्वास्थ्य कार्यकर्ताओं से 10 महिलाओं ने जानकारी प्राप्त की, प्रतिशत 20 है। रेडियो से जानकारी पाने वाली महिलाओं की संख्या 8 है, प्रतिशत 16 रहा, जबकि अन्य स्रोतों से जानकारी प्राप्त करने वाली महिलाएँ सबसे कम 2 हैं, जिनका प्रतिशत 4 है। इससे स्पष्ट होता है कि मीडिया, विशेषकर टेलीविजन और मोबाइल परिवार नियोजन जानकारी के प्रमुख साधन हैं।

4. परिवार नियोजन के साधनों से संबंधित जानकारी की स्थिति- सारणी संख्या-4



क्रम संख्या	साधन	जानकारी रखने वाली महिलाएं	प्रतिशत
1.	गर्भनिरोधक गोलियां	15	30
2.	कंडोम	10	20
3.	कॉपर-टी	14	28
4.	नसबंदी	7	14
5.	कोई जानकारी नहीं	4	8
योग	-	50	100

सारणी के अनुसार के अनुसार परिवार नियोजन के साधनों में गर्भनिरोधक गोलियों की जानकारी 30 प्रतिशत महिलाओं में पाई गई। कॉपर-टी के बारे में 28 प्रतिशत महिलाओं को जानकारी है। कंडोम की जानकारी 20 प्रतिशत महिलाओं में पाई गई, जबकि नसबंदी के बारे में 14 प्रतिशत महिलाएं जानती हैं। वहीं 8 प्रतिशत महिलाओं को परिवार नियोजन के किसी भी साधन की जानकारी नहीं है।

5. मीडिया प्रचार से परिवार नियोजन के प्रति में जागरूकता में परिवर्तन सम्बन्धी स्थिति-

सारणी संख्या-5

क्रम संख्या	प्रतिक्रिया	आवृत्ति	प्रतिशत
1.	हाँ, जागरूकता बढ़ी है	38	76
2.	थोड़ा प्रभाव	8	16
3.	कोई प्रभाव नहीं	4	8
योग	-	50	100

सारणी के अनुसार मीडिया प्रचार से परिवार नियोजन के प्रति जागरूकता बढ़ने की बात 76 प्रतिशत महिलाओं ने स्वीकार की। 16 प्रतिशत महिलाओं का मत है कि मीडिया प्रचार का उन पर बहुत कम या थोड़ा प्रभाव पड़ा है। वहीं 8 प्रतिशत महिलाओं ने माना कि मीडिया प्रचार का उन पर कोई प्रभाव नहीं पड़ा। इससे स्पष्ट होता है कि मीडिया प्रचार ने अधिकांश महिलाओं की जागरूकता बढ़ाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है।

6. परिवार नियोजन अपनाने में प्रमुख बाधाएँ-

सारणी संख्या-6

क्रम संख्या	बाधाएँ	आवृत्ति	प्रतिशत
1.	पारिवारिक दबाव	16	32
2.	सामाजिक परम्पराएँ	12	24
3.	जानकारी की कमी	10	20
4.	पति की असहमति	8	16
5.	अन्य	4	8
योग	-	50	100

सारणी से स्पष्ट होता है कि परिवार नियोजन अपनाने में सबसे बड़ी बाधा पारिवारिक दबाव है, जिसे 32 प्रतिशत महिलाओं ने स्वीकार किया। इसके बाद सामाजिक परम्पराएँ 24 प्रतिशत के साथ दूसरी प्रमुख बाधा हैं। जानकारी की कमी को 20 प्रतिशत महिलाओं ने बाधा माना, जबकि पति की असहमति को 16 प्रतिशत महिलाओं ने कारण बताया। अन्य कारणों का उल्लेख 8 प्रतिशत महिलाओं द्वारा किया गया। इससे स्पष्ट है कि परिवार एवं समाज से जुड़ी बाधाएँ परिवार नियोजन अपनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं।

7. परिवार नियोजन अपनाने की स्थिति-

सारणी संख्या-7

क्रम संख्या	अपनाने की स्थिति	आवृत्ति	प्रतिशत
1.	अपनाया है	30	60
2.	नहीं अपनाया	20	40
योग	-	50	100

सारणी के अनुसार कुल 50 महिलाओं में से 30 महिलाएँ परिवार नियोजन को अपनाती हैं, जिनका प्रतिशत 60 है। वहीं 20 महिलाएँ परिवार नियोजन को नहीं अपनाती हैं, जिनका प्रतिशत 40 है। इससे स्पष्ट होता है कि अध्ययन क्षेत्र में परिवार नियोजन अपनाने वाली महिलाओं की संख्या, न अपनाते वाली महिलाओं की तुलना में अधिक है।

निष्कर्ष- प्रस्तुत अध्ययन के विश्लेषण के आधार पर यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि अध्ययन क्षेत्र की ग्रामीण महिलाओं में परिवार नियोजन के प्रति सामान्यतः सकारात्मक जागरूकता पाई जाती है। आयु संरचना के विश्लेषण से स्पष्ट होता है कि परिवार



नियोजन से संबंधित निर्णयों में मध्यम आयु वर्ग की महिलाओं की भागीदारी अधिक है। अधिकांश महिलाएँ परिवार नियोजन शब्द से परिचित हैं, जो क्षेत्र में जागरूकता के स्तर को दर्शाता है। परिवार नियोजन की जानकारी प्राप्त करने में मीडिया की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण पाई गई है, जिसमें टेलीविजन और मोबाइल/सोशल मीडिया प्रमुख सूचना स्रोत के रूप में उभरकर सामने आए हैं। इसके साथ ही स्वास्थ्य कार्यकर्ताओं की भूमिका भी उल्लेखनीय रही है। परिवार नियोजन के विभिन्न साधनों में गर्भनिरोधक गोलीयों और कॉपर-टी के प्रति जानकारी अपेक्षाकृत अधिक पाई गई, जबकि नसबंदी जैसे स्थायी साधनों के प्रति जानकारी अपेक्षाकृत कम रही। मीडिया प्रचार के प्रभाव संबंधी तालिकाओं से यह स्पष्ट होता है कि मीडिया ने महिलाओं की जागरूकता बढ़ाने और उन्हें परिवार नियोजन की ओर प्रेरित करने में सकारात्मक भूमिका निभाई है। अधिकांश महिलाओं ने स्वीकार किया कि मीडिया प्रचार से उनकी समझ और सोच में परिवर्तन आया है। तथापि, कुछ महिलाओं पर मीडिया का सीमित या नगण्य प्रभाव भी देखा गया। अध्ययन में यह भी सामने आया कि परिवार नियोजन अपनाने में पारिवारिक दबाव, सामाजिक परंपराएँ, जानकारी की कमी तथा पति की असहमति जैसी बाधाएँ महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। कुल मिलाकर यह कहा जा सकता है कि मीडिया प्रचार ने परिवार नियोजन के प्रति जागरूकता बढ़ाने में प्रभावी योगदान दिया है, किंतु सामाजिक एवं पारिवारिक बाधाओं के कारण इसका पूर्ण लाभ अभी सभी महिलाओं तक नहीं पहुँच पाया है। इस दिशा में निरंतर और लक्षित प्रयासों की आवश्यकता प्रतीत होती है।

सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

1. दुबे, एस. सी. (2014), भारतीय ग्रामीण समाज, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, नई दिल्ली।
2. सिंह, के. एन. (2016), भारतीय समाज: संरचना एवं परिवर्तन, रावत पब्लिकेशंस, जयपुर।
3. शर्मा, रामआसरे (2017), समाजशास्त्रीय अध्ययन पद्धतियाँ, हिंदी माध्यम कार्यान्वयन निदेशालय, दिल्ली विश्वविद्यालय।
4. कुमार, अरुण (2018), मीडिया और सामाजिक परिवर्तन, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली।
5. मिश्रा, ओ. पी. (2019), संचार माध्यम एवं समाज, प्रभात प्रकाशन, नई दिल्ली।
6. भारत सरकार (2020), राष्ट्रीय परिवार कल्याण कार्यक्रम, स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्रालय, नई दिल्ली।
7. भारत सरकार (2021), राष्ट्रीय जनसंख्या नीति, स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्रालय, नई दिल्ली।
8. यादव, वी. पी. (2020), ग्रामीण महिला एवं सामाजिक विकास, शारदा पब्लिकेशन, प्रयागराज।
