

उत्तर प्रदेश (वाराणसी) राज्य के महिला स्वास्थ्य जागरूकता पर मीडिया का प्रभाव

शोध निर्देशिका

प्रोफेसर (डॉ) पूनम कुमारी
स्नातकोत्तर गृह विज्ञान विभाग, पटना
पटना विश्वविद्यालय, पटना

शोधार्थी

प्रीति कुमारी
स्नातकोत्तर गृह विज्ञान विभाग
पटना विश्वविद्यालय, पटना

शोध सार :- उत्तर प्रदेश, खासकर वाराणसी में स्वास्थ्य कार्यक्रमों में महिलाओं की भागीदारी को प्रोत्साहित करने और जागरूकता बढ़ाने में जनसंचार माध्यमों की भूमिका महत्वपूर्ण है। जनसंचार माध्यम स्वास्थ्य पहलों के बारे में जानकारी प्रसारित करने, महिलाओं को स्वास्थ्य मुद्दों पर शिक्षित करने और सामुदायिक जुड़ाव को बढ़ावा देने के लिए एक महत्वपूर्ण उपकरण के रूप में कार्य करता है। वाराणसी में, टेलीविजन, रेडियो, प्रिंट मीडिया और डिजिटल प्लेटफॉर्म जैसे विभिन्न चैनलों के माध्यम से, जनसंचार माध्यम साक्षरता और पहुँच से संबंधित बाधाओं को दूर करते हुए बड़े दर्शकों तक प्रभावी ढंग से पहुँच सकता है। वाराणसी में, महिलाओं को प्रभावित करने वाली विशिष्ट स्वास्थ्य चिंताओं, जिनमें मातृ स्वास्थ्य, प्रजनन अधिकार और पोषण शामिल हैं, को संबोधित करने के लिए लक्षित अभियान लागू किए गए हैं। ये अभियान न केवल महिलाओं को सूचित करते हैं बल्कि उन्हें सूचित स्वास्थ्य निर्णय लेने के लिए आवश्यक ज्ञान प्रदान करके उन्हें सशक्त भी बनाते हैं। इसके अलावा, सोशल मीडिया की इंटरैक्टिव प्रकृति महिलाओं से अधिक भागीदारी और प्रतिक्रिया की अनुमति देती है, जिससे समुदाय और समर्थन की भावना को बढ़ावा मिलता है। इस अध्ययन का उद्देश्य स्वास्थ्य कार्यक्रमों के प्रचार प्रसार में सक्रिय मास—मीडिया की पहचान करना है, जिस के लिए यादृच्छिक विधि से किया गया है। शोधार्थी द्वारा साक्षात्कार अनुसूची बनाकर पोषण एवं स्वास्थ्य संबंधित कार्यक्रमों के संदर्भ में उत्तरदाताओं से आवश्यकता अनुसार सूचना प्राप्त की किया गया है। उद्देश्य पूर्ण नमूना तकनीक का प्रयोग किया किया गया है। अध्ययन निष्कर्ष इस पर ध्यान केंद्रित करते हैं कि 80% सोशल मीडिया कैपेन, युवा पीढ़ी को तथा महिलाओं में स्वस्थ जीवनशैली अपनाने के लिए प्रेरित करते हैं। 70% सरकारी जन सूचना अधिकारियों ने कहा कि ऑल इंडिया रेडियो (एआईआर) और निजी एफएम स्टेशन जैसे रेडियो स्टेशन ग्रामीण आबादी को लक्षित करके स्वास्थ्य कार्यक्रमों को सक्रिय रूप से प्रसारित करते हैं। कुल मिलाकर, जनसंचार माध्यमों का रणनीतिक उपयोग महिलाओं की जागरूकता और स्वास्थ्य कार्यक्रमों में भागीदारी को बढ़ाता है, जो अंततः क्षेत्र में बेहतर स्वास्थ्य परिणामों में योगदान देता है।

शब्द कुंजी: मास—मीडिया, जनसंचार माध्यम, स्वास्थ्य कार्यक्रम, इंटरैक्टिव प्रकृति, जागरूकता

परिचय: उत्तर प्रदेश में, स्वास्थ्य कार्यक्रमों में जन जागरूकता और भागीदारी को आकार देने में जनसंचार माध्यमों की भूमिका महत्वपूर्ण है जहाँ सामाजिक—आर्थिक कारक स्वास्थ्य परिणामों को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित करते हैं सांस्कृतिक विरासत और परंपरा से सराबोर शहर वाराणसी में। भारत में महिलाओं को खासकर स्वास्थ्य सेवाओं तक पहुँचने में अक्सर कई बाधाओं का सामना करना पड़ता है। इन बाधाओं में सीमित शिक्षा, सामाजिक—सांस्कृतिक मानदंड, आर्थिक बाधाएँ शामिल होते हैं हालाँकि, जनसंचार माध्यम एक शक्तिशाली उपकरण के रूप में उभरा है जो स्वास्थ्य कार्यक्रमों के बारे में महत्वपूर्ण जानकारी प्रसारित करके और महिलाओं की सक्रिय भागीदारी को प्रोत्साहित करके इन अंतरालों को पाट सकता है। जनसंचार माध्यमों में टेलीविज़न, रेडियो, समाचार पत्र, सोशल मीडिया और ऑनलाइन सामग्री सहित विभिन्न प्लेटफॉर्म शामिल हैं। इनमें से प्रत्येक माध्यम विविध महिला दर्शकों तक पहुँचने में एक अलग भूमिका निभाता है जहाँ महिलाओं में साक्षरता दर राष्ट्रीय औसत राष्ट्रीय स्तर पर 75% की तुलना में लगभग 60% से कम है, हालाँकि यहाँ सूचना प्रसार के लिए रेडियो और टेलीविज़न जैसे मीडिया के पारंपरिक रूप महत्वपूर्ण बने हुए हैं। ये प्लेटफॉर्म

स्थानीय संदर्भों और भाषाओं के अनुरूप स्वास्थ्य संदेशों को प्रभावी ढंग से संप्रेषित करते हैं। इसके अलावा, डिजिटल तकनीक के आगमन और ग्रामीण क्षेत्रों में भी इंटरनेट की बढ़ती पहुँच के साथ, सोशल मीडिया स्वास्थ्य मुद्दों के बारे में जागरूकता फैलाने का एक प्रभावशाली माध्यम बन गया है। व्हाट्सएप और फेसबुक जैसे प्लेटफॉर्म सामुदायिक जुड़ाव और महिलाओं के प्रजनन स्वास्थ्य, मातृ देखभाल, पोषण और निवारक स्वास्थ्य देखभाल उपायों के उद्देश्य से स्वास्थ्य कार्यक्रमों के बारे में जानकारी साझा करने देते हैं। उत्तर प्रदेश में, विभिन्न सरकारी पहलों का उद्देश्य महिलाओं के स्वास्थ्य परिणामों में सुधार करना है। राष्ट्रीय स्वास्थ्य मिशन (एनएचएम) जैसे कार्यक्रम परिवार नियोजन विधियों को बढ़ावा देते हुए मातृ और बाल स्वास्थ्य सेवाओं पर ध्यान केंद्रित करते हैं। इसके अतिरिक्त, बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ जैसी योजनाएँ लड़कियों की समग्र भलाई में सुधार के साथ—साथ उनकी शिक्षा के महत्व पर जोर देती हैं। हालांकि, इन कार्यक्रमों की सफलता काफी हद तक इस बात पर निर्भर करती है कि इन्हें लक्षित दर्शकों—महिलाओं तक कितनी अच्छी तरह से संप्रेषित किया जाता है। मास मीडिया इस संचार प्रक्रिया में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, न केवल महिलाओं को उपलब्ध सेवाओं के बारे में सूचित करके बल्कि उनके बारे में गलत धारणाओं को दूर करके भी। उदाहरण के लिए, कई महिलाएँ सरकारी योजनाओं के तहत अपने अधिकारों से अनजान होती हैं या समुदायों में फैली गलत सूचना के कारण गर्भनिरोधक विधियों से जुड़े दुष्प्रभावों के बारे में आशंकाएँ पाल सकती हैं। जागरूकता भागीदारी का एक अग्रदूत है; उपलब्ध संसाधनों के बारे में जानकारी के बिना या स्वास्थ्य सेवा तक पहुँच के बारे में अपने अधिकारों को समझे बिना, महिलाओं के स्वास्थ्य कार्यक्रमों में सक्रिय रूप से शामिल होने की संभावना कम होती है। मास मीडिया अभियान लक्षित संदेशों के माध्यम से जागरूकता बढ़ाते हैं जो स्थानीय सांस्कृतिक मूल्यों के साथ प्रतिध्वनि होते हैं। उदाहरण के लिए, सफल अभियानों ने कहानी कहने की तकनीकों का उपयोग किया है जिसमें संबंधित चरित्र हैं जो वाराणसी में महिलाओं द्वारा सामना की जाने वाली समान चुनौतियों का सामना करते हैं। वास्तविक जीवन के परिदृश्यों को प्रदर्शित करके, जहाँ महिलाएँ स्वास्थ्य कार्यक्रमों में भाग लेने से लाभान्वित होती हैं — जैसे कि प्रसवपूर्व देखभाल प्राप्त करना या टीकाकरण अभियान में भाग लेना। मास मीडिया दूसरों को भी ऐसा करने के लिए प्रेरित कर सकता है। वाराणसी और व्यापक उत्तर प्रदेश में स्वास्थ्य कार्यक्रमों के प्रति महिलाओं के बीच जागरूकता और भागीदारी बढ़ाने के लिए मास मीडिया में महत्वपूर्ण क्षमता है। संचार के विभिन्न रूपों — पारंपरिक और डिजिटल — का लाभ उठाकर हितधारक प्रभावशाली अभियान बनाते हैं जो स्थानीय आबादी के साथ प्रतिध्वनि होते हैं और साथ ही स्वास्थ्य सेवा तक पहुँच में मौजूदा बाधाओं को दूर करते हैं। इन गतिशीलता को समझना प्रभावी रणनीतियों को विकसित करने के लिए महत्वपूर्ण है जो सूचना के माध्यम से महिलाओं को सशक्त बनाती है।

अध्ययन का उद्देश्य :- स्वास्थ्य कार्यक्रमों के प्रचार प्रसार में सक्रिय मास—मीडिया की पहचान करना

अध्ययन की परिकल्पना :- महिलायें स्वास्थ्य कार्यक्रमों के प्रति पूर्णत जागरूक नहीं है।

अध्ययन की प्रविधि: अध्ययन वाराणसी, उत्तर प्रदेश में स्वास्थ्य जागरूकता और सरकारी स्वास्थ्य योजनाओं के उपयोग को बढ़ावा देने में जनसंचार माध्यमों की प्रभावशीलता और प्रभाव का पता लगाने के लिए यादृच्छिक विधि से किया जाएगा। शोधार्थी द्वारा साक्षात्कार अनुसूची बनाकर पोषण एवं स्वास्थ्य संबंधित कार्यक्रमों के संदर्भ में उत्तरदाताओं से आवश्यकता अनुसार सूचना प्राप्त की जाएगी। उद्देश्य पूर्ण नमूना तकनीक का प्रयोग किया जाएगा। इसके अतिरिक्त द्वितीय सूत्र जैसे पेपर, मैगजीन, इंटरनेट एवं सरकारी दस्तावेज आधार पर सूचनाओं का संकलन किया जाएगा सूचना एकत्र करने के बाद उत्तर का संख्या के रूप से विश्लेषण भी किया जाएगा।

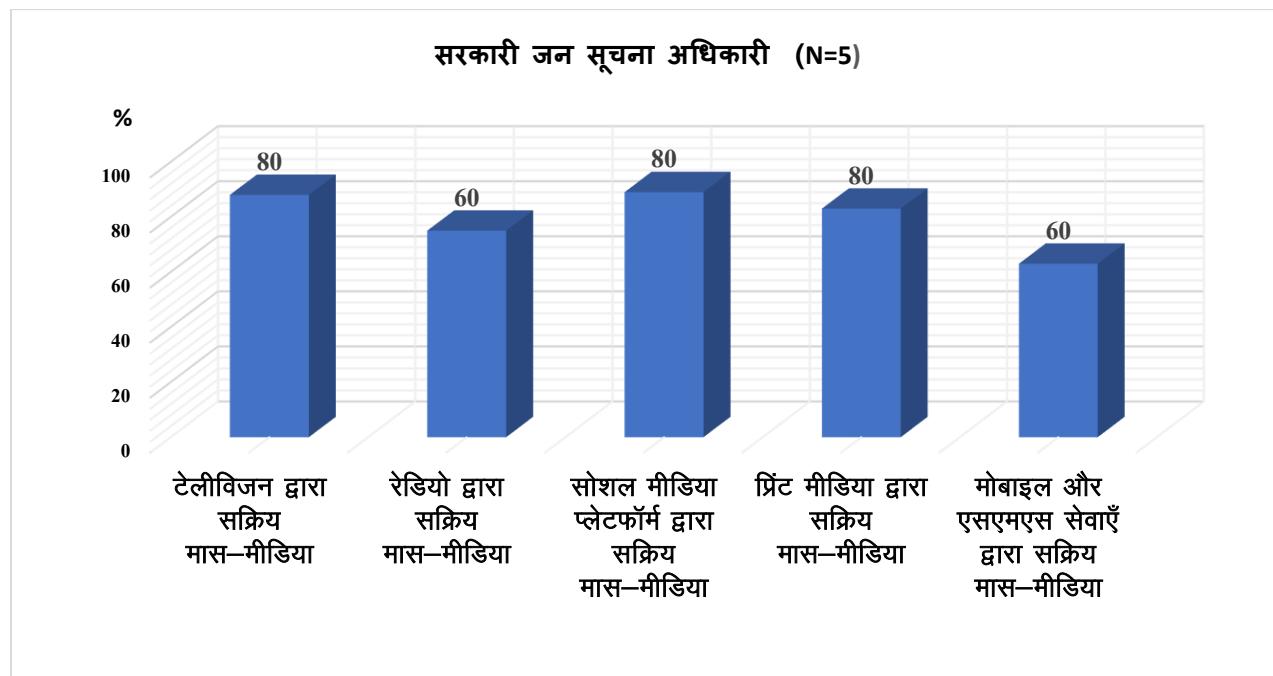
साहित्य समीक्षा: Lam et al. (2018). ने उत्तर प्रदेश, भारत में ओरल रिहाइब्रेशन सौल्यूशन (ओआरएस) और जिंक के उपयोग को बढ़ाने में मीडिया की भूमिका की जांच की। अध्ययन में पाया गया कि मीडिया अभियानों ने समुदाय की जागरूकता और ओआरएस और जिंक के उपयोग को काफी हद तक बढ़ाया, जिससे क्षेत्र में सार्वजनिक स्वास्थ्य परिणामों में सुधार हुआ।

Madhusudan et al. (2024). शोधकर्ता प्रभावी संचार के लिए जनता की राय को आकार देने में जनसंचार माध्यमों के प्रभाव का विश्लेषण करते हैं। अध्ययन इस बात पर प्रकाश डालता है कि मीडिया अभियान किस तरह से जनता की धारणाओं और व्यवहारों को प्रभावित कर सकते हैं, वांछित परिणाम प्राप्त करने में रणनीतिक संचार के महत्व पर जोर देते हैं।

तालिका 1:- तथ्यों का वर्गीकरण:- स्वास्थ्य कार्यक्रमों के प्रचार प्रसार में सक्रिय मास-मीडिया की पहचान

स्वास्थ्य कार्यक्रमों के प्रचार प्रसार में सक्रिय मास-मीडिया की पहचान उपरोक्त विषय में सरकारी अधिकारियों से जानकारी	सरकारी जन सूचना अधिकारी (N=5)%	जन सूचना अधिकारी की संख्या
टेलीविजन द्वारा सक्रिय मास-मीडिया	80	4
रेडियो द्वारा सक्रिय मास-मीडिया	60	3
सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म द्वारा सक्रिय मास-मीडिया	80	4
प्रिंट मीडिया द्वारा सक्रिय मास-मीडिया	80	4
मोबाइल और एसएमएस सेवाएँ द्वारा सक्रिय मास-मीडिया	60	3
कुल सरकारी जन सूचना अधिकारी की संख्या (N=5)		

ग्राफ संख्या 1:- स्वास्थ्य कार्यक्रमों के प्रचार प्रसार में सक्रिय मास-मीडिया की पहचान



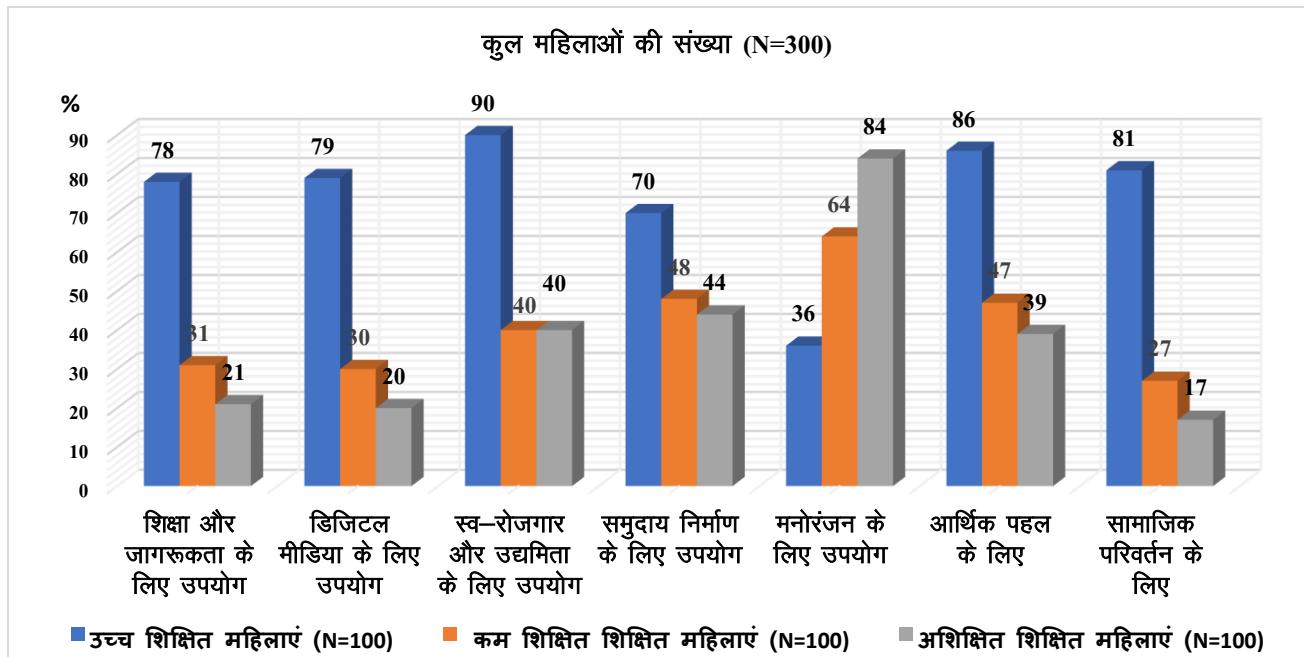
स्रोत: सर्वेक्षण के आधार पर

उपरोक्त तालिका (संख्या 1) के अनुसार तथ्यों का विश्लेषण:- स्वास्थ्य कार्यक्रमों के प्रचार में सक्रियता का महत्व एवं मतलब है कि ये माध्यम केवल सूचना प्रदान नहीं कर रहे हैं, बल्कि वे लोगों को प्रेरित करने और उन्हें कार्यवाही करने के लिए भी प्रोत्साहित कर रहे हैं। उदाहरण के लिए टीवी विज्ञापन, टीबी या अन्य रोगों की रोकथाम के लिए टीकाकरण के महत्व को उजागर करते हैं। सोशल मीडिया कैपेन, युवा पीढ़ी को तथा महिलाओं में स्वस्थ जीवनशैली अपनाने के लिए प्रेरित करते हैं। उपरोक्त विषय में जब सरकारी जन सूचना अधिकारियों से जानकारी प्राप्त की तो अधिकारियों के अनुसार स्वास्थ्य कार्यक्रमों को प्रभावी ढंग से प्रचारित करने वाले सक्रिय जनसंचार माध्यमों की पहचान करने के लिए, सरकारी जन सूचना अधिकारी अक्सर उपकरणों और रणनीतियों के संयोजन का उपयोग कर रहे थे। सरकारी जन सूचना अधिकारियों के अनुसार 80% स्वास्थ्य कार्यक्रम संवर्धन में सक्रिय जनसंचार माध्यम “टेलीविजन” अपनी दृश्य अपील और व्यापक पहुँच के कारण स्वास्थ्य अभियानों के लिए एक शक्तिशाली माध्यम बना हुआ है। उदाहरण के लिए, आयुष्मान भारत जैसे अभियान नियमित रूप से दूरदर्शन जैसे राष्ट्रीय चनलों और निजी प्रसारकों (जैसे, स्टार प्लस) पर विज्ञापित किए जाते हैं। 60% सरकारी जन सूचना अधिकारियों ने कहा कि स्वास्थ्य लाभों को समझाने वाली नाटकीय कहानियों या इन्फोग्राफिक्स के साथ शहरी और ग्रामीण दर्शकों को समान रूप से जोड़ता है। 60% सरकारी जन सूचना अधिकारियों ने कहा कि ऑल इंडिया रेडियो (एआईआर) और निजी एफएम स्टेशन जैसे रेडियो स्टेशन ग्रामीण आबादी को लक्षित करके स्वास्थ्य कार्यक्रमों को सक्रिय रूप से प्रसारित करते हैं। उदाहरण के लिए, मिशन इंद्रधनुष के तहत मातृ स्वास्थ्य के लिए जागरूकता अभियान। ऑल इंडिया रेडियो (एआईआर) सीमित डिजिटल कनेक्टिविटी वाले दूरदराज के क्षेत्रों तक पहुँचता है। 80% सरकारी जन सूचना अधिकारियों के अनुसार फेसबुक, टिवटर, इंस्टाग्राम और यूट्यूब जैसे प्लेटफॉर्म का स्वास्थ्य संवर्धन के लिए बड़े पैमाने पर उपयोग किया जाता है। उदाहरण के लिए, स्वास्थ्य एवं परिवार कल्याण मंत्रालय द्वारा कोविड-19 टीकाकरण अभियान पर वास्तविक समय में अपडेट किया गया। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म दोतरफा बातचीत और जुड़ाव को प्रोत्साहित करता है, जिससे स्वास्थ्य विभाग जनता के प्रश्नों का समाधान कर सकते हैं। 80% सरकारी जन सूचना अधिकारियों के अनुसार समाचार पत्र और पत्रिकाएँ स्वास्थ्य मुद्दों पर विस्तृत जानकारी और संपादकीय टुकड़े प्रदान करती हैं। उदाहरण के लिए, “द हिंदू” जैसे समाचार पत्रों या “इंडिया टुडे हेल्थ” जैसी स्वास्थ्य पत्रिकाओं में अभियान कवरेज। 60% सरकारी जन सूचना अधिकारियों ने कहा कि मोबाइल सेवाएँ टीकाकरण कार्यक्रम, स्वास्थ्य सलाह या कार्यक्रम नामांकन के बारे में व्यक्तियों को एसएमएस सूचनाएँ भेजती हैं। उदाहरण के लिए, कोविड-19 महामारी के दौरान के एसएमएस अलर्ट और ऐप सूचनाएँ अधिकतम प्रभाव के लिए व्यक्तिगत स्वास्थ्य संचार, स्वास्थ्य संदेशों के लिए उपयोग किए जाने वाले पोस्टर, बिलबोर्ड और सार्वजनिक प्रदर्शन, प्रसवपूर्व देखभाल जागरूकता को बढ़ावा देने वाले स्थानीय रेडियो अभियान सांस्कृतिक प्रासंगिकता के लिए अनुकूलित संदेश इन सब ने मिल कर सार्वजनिक स्वास्थ्य पहलों में मास मीडिया को एकीकृत करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाया है। स्वास्थ्य कार्यक्रमों के प्रचार प्रसार में इनके द्वारा सक्रिय मास-मीडिया की पहचान है।

तालिका 2 :- तथ्यों का वर्गीकरण:- महिलाओं द्वारा मास-मीडिया का विभिन्न तरीकों से उपयोग की जानकारी

महिलाओं द्वारा मास-मीडिया का विभिन्न तरीकों से उपयोग की जानकारी	उच्च शिक्षित महिलाएं (N=100%)	कम शिक्षित महिलाएं (N=100)%	अशिक्षित महिलाएं (N=100)%
शिक्षा और जागरूकता के लिए उपयोग	78	31	21
डिजिटल मीडिया के लिए उपयोग	79	30	20
स्व-रोजगार और उद्यमिता के लिए उपयोग	90	40	40
समुदाय निर्माण के लिए उपयोग	70	48	44
मनोरंजन के लिए उपयोग	36	64	84
आर्थिक पहल के लिए	86	47	39
सामाजिक परिवर्तन के लिए	81	27	17
कुल महिलाओं की संख्या (N=300)			

ग्राफ संख्या 2:- महिलाओं द्वारा मास-मीडिया का विभिन्न तरीकों से उपयोग की जानकारी



स्रोत: सर्वेक्षण के आधार पर

उपरोक्त तालिका (संख्या 2) के अनुसार तथ्यों का विश्लेषण:- महिलाओं द्वारा मास-मीडिया का विभिन्न तरीकों से उपयोग किए जाना तथा उनकी भूमिका और इस क्षेत्र में उनकी बढ़ती भागीदारी के कई पहलू हैं। आज की महिलाएं डिजिटल और पारंपरिक दोनों प्रकार के माध्यमों का लाभ उठा रही हैं। इसके उपयोग की प्रमुख श्रेणियां इस प्रकार हैं अध्ययन अनुसार उच्च शिक्षित महिलाएं

68% तथा अशिक्षित महिलाएं 31% शिक्षा और जागरूकता, स्वास्थ्य, शिक्षा, और कानूनी अधिकारों के लिए टेलीविजन, रेडियो, और ऑनलाइन प्लेटफॉर्म का उपयोग कर रही थी। ग्रामीण क्षेत्रों में महिलाएं रेडियो कार्यक्रमों और आकाशवाणी से परिवार नियोजन, स्वच्छता और पोषण से संबंधित जानकारी प्राप्त कर रही थीं। उच्च शिक्षित महिलाएं 69%, कम शिक्षित महिलाएं 31%, तथा अशिक्षित महिलाएं 21%, सोशल मीडिया (जैसे फेसबुक, इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप) के माध्यम से स्वास्थ्य जागरूकता अभियान, शिक्षा सामग्री, और महिलाओं के अधिकारों की जानकारी साझा कर रही थी जैसे गर्भावस्था के दौरान व्हाट्सएप ग्रुप्स में स्वास्थ्य पर चर्चा और जानकारियां साझा करना। स्व-रोजगार और उद्यमिता के लिए उच्च शिक्षित महिलाएं (90%) कम शिक्षित महिलाएं (40%) तथा अशिक्षित महिलाएं (40%) स्व-रोजगार और उद्यमिता के लिए मास-मीडिया का उपयोग अपने छोटे व्यवसायों के प्रचार और बिक्री के लिए कर रही थी। उदाहरण के लिए इंस्टाग्राम और यूट्यूब का उपयोग करके महिलाओं द्वारा हस्तनिर्मित वस्त्र और आभूषण बेचना। समुदाय निर्माण के लिए ऑनलाइन समुदाय और फोरम के माध्यम से उच्च शिक्षित महिलाएं 70%, कम शिक्षित महिलाएं 48%, तथा अशिक्षित महिलाएं 44% अपने अनुभव साझा कर रही थी और अन्य महिलाओं की समस्याओं का समाधान कर रही थी। उदाहरण के लिए महिला सहायता समूह और NGO द्वारा व्हाट्सएप पर महिला अधिकारों और सरकारी योजनाओं की जानकारी देना। मनोरंजन के लिए उच्च शिक्षित महिलाएं (36%), कम शिक्षित महिलाएं (64%), तथा अशिक्षित महिलाएं (84%) फ़िल्में, वेब सीरीज और प्रेरणादायक सामग्री का उपयोग कर रही थी। उदाहरण के लिए Netflix और अन्य प्लेटफॉर्म पर महिलाओं के सशक्तिकरण पर आधारित सीरीज देखना। अध्ययन में पाया पाया कि आर्थिक पहल के लिए उच्च शिक्षित महिलाएं (86%), कम शिक्षित महिलाएं (47%), तथा अशिक्षित महिलाएं (39%) मास-मीडिया के माध्यम से सरकारी योजनाओं जैसे "बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ" जननी सुरक्षा योजना आदि की जानकारी प्राप्त कर रही थी और लाभ उठा रही थी। उदाहरण के लिए सरकारी विज्ञापनों के माध्यम से महिलाओं में वित्तीय साक्षरता का प्रचार। अध्ययन अनुसार 81% उच्च शिक्षित महिलाएं तथा 17% अशिक्षित महिलाएं मास-मीडिया का उपयोग करके महिलाएं सार्वजनिक मुद्दों और महिलाओं की सुरक्षा से संबंधित विषयों पर जागरूकता फेला रही थी। सामाजिक परिवर्तन के लिए 81% उच्च शिक्षित महिलाएं, 17% कम शिक्षित महिलाएं तथा 27% अशिक्षित महिलाएं मास-मीडिया का उपयोग सामाजिक मुद्दों पर चर्चा और राजनीतिक भागीदारी बढ़ाने के लिए कर रही थी। महिलाओं के बीच मास-मीडिया का प्रभावी उपयोग बढ़ाने के लिए निम्नलिखित कदम उठाए जा सकते हैं जैसे डिजिटल साक्षरता अभियान, विशेष रूप से ग्रामीण क्षेत्रों की महिलाओं के लिए स्थानीय ताकि अधिक से अधिक महिलाएं समझ सकें। महिलाओं और मास-मीडिया के इस तालमेल ने न केवल उन्हें सशक्त किया है, बल्कि समाज में सकारात्मक बदलाव लाने में भी बड़ी भूमिका निभाई है।

निष्कर्ष:

- स्वास्थ्य कार्यक्रमों के बारे में जानकारी प्रसारित करने में मास मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, जिससे उत्तर प्रदेश के वाराणसी में महिलाओं में जागरूकता बढ़ी है। टेलीविजन, रेडियो, समाचार पत्र और सोशल मीडिया जैसे विभिन्न चौनलों के माध्यम से महिलाओं को उपलब्ध स्वास्थ्य सेवाओं और पहलों के बारे में जानकारी दी जाती है।
- महिलाओं को अपने स्वास्थ्य और अपने परिवार के स्वास्थ्य के बारे में सूचित निर्णय लेने में सक्षम बनाती है। यह सशक्तिकरण समग्र सामुदायिक स्वास्थ्य परिणामों को बेहतर बनाने के लिए आवश्यक है।
- मास मीडिया स्थानीय स्वास्थ्य मुद्दों को उजागर करके और उनके बारे में चर्चा को प्रोत्साहित करके सामुदायिक जुड़ाव की सुविधा प्रदान करता है। यह जुड़ाव स्वास्थ्य कार्यक्रमों पर सामुदायिक स्वामित्व की भावना को बढ़ावा देता है।

संस्कृतियाँ:

- लक्षित मास मीडिया अभियान विकसित किया जाना चाहिएजो विशेष रूप से वाराणसी में महिलाओं द्वारा सामना की जाने वाली अनूठी स्वास्थ्य चुनौतियों को संबोधित करते हैं, यह सुनिश्चित करते हुए कि संदेश स्थानीय सांस्कृतिक संदर्भों के साथ प्रतिध्वनित होते हैं। समुदाय के भीतर विश्वसनीय आवाजों के माध्यम से स्वास्थ्य कार्यक्रमों के बारे में संदेशों को बढ़ाने के लिए स्थानीय प्रभावशाली लोगों और सामुदायिक नेताओं के साथ साझेदारी करें।
- महिलाओं के लिए प्रशिक्षण कार्यक्रम लागू किया जाना चाहिए कि वे स्वास्थ्य संबंधी जानकारी तक पहुँचने और स्वास्थ्य मुद्दों से संबंधित ऑनलाइन चर्चाओं में भाग लेने के लिए डिजिटल प्लेटफॉर्म का प्रभावी ढंग से उपयोग कैसे करें।
- सुनिश्चित किया जाना चाहिए कि जनसंचार माध्यमों की पहल मौजूदा स्वास्थ्य सेवाओं के साथ एकीकृत हो, ताकि जब जागरूकता बढ़े, तो महिलाओं के लिए इन सेवाओं से सीधे जुड़ने के लिए सुलभ मार्ग उपलब्ध हों। एक निरंतर फीडबैक लूप बनाएँ, जहाँ जनसंचार माध्यमों के माध्यम से प्रचारित स्वास्थ्य सेवाओं से संबंधित उनकी ज़रूरतों और प्राथमिकताओं के बारे में महिलाओं की आवाज़ सुनी जाए।

संदर्भ—ग्रन्थ सूची:-

- Tan, M., & Wallis, K. (2014). Media and public health communication: Strategies and impacts. *Social Science & Medicine*, 102, 107–113. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2013.12.019>
- Madhusudan, N., & Bhoortel, U. (2024). Impact of mass media for shaping opinions to have effective communication. *Cambridge Open Engage. PP. 319 – 329 12(1) PP. 319 – 329* <https://doi.org/10.33774/coe-2024-1f916>
- Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (2017). Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications. *Social Research: An International Quarterly*, 84(4), 773-792. <https://doi.org/10.1353/sor.2017.0033>
- Kline, K. N. (2016). A decade of research on health content in the mass media: A review and a look ahead. *Journal of Health Communication*, 11(1), 43-59. <https://doi.org/10.1080/10810730500461059>
- Lam, Floi., Gladys., H. Abou., Haidar. (2018). Scaling up ORS and zinc: Media's role in public health in Uttar Pradesh. *Journal of Global Health*, 9(1), DOI:[10.7189/jogh.09.010501](https://doi.org/10.7189/jogh.09.010501)
- Elshatarat, R. A., & Yacoub, M. I. (2021). The impact of mass media campaigns on diabetes prevention and control: A systematic review. *Diabetes Research and Clinical Practice*, 178, 108971. <https://doi.org/10.1016/j.diabres.2021.108971>
- Balbo, M., & Gorny, D. (2019). Mass communication and societal transformation: A systematic review. *Communication Research*, 46(3), 213–231. <https://doi.org/10.1177/0093650218815759>
- Maxwell, Mccombs. (2018). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187. <https://doi.org/10.1093/poq/nfs000>
- Rosenberg, H., V, Dumka. (2018). The role of media in the health policy process. *Health Economics, Policy, and Law*, 13(1), 1-14. <https://doi.org/10.1017/S174413311700020X>