

भूमण्डलीकरण के दौर में टेलीविजन संस्कृति एवं शिक्षा

शिव बचन सिंह यादव*

भूमण्डलीकरण के इस दौर में टी0 वी0 ने जिस तरह से जनमानस में अपनी पैठ बनाई है, संभवतः किसी दूसरे जन माध्यम की स्वीकार्यता इस स्तर की नहीं है। आज टी.वी. लोगों की जरूरत बन गई है। शहरों से लेकर गाँवों तक इसकी प्रभावी भूमिका देखी जा सकती है। समाज का कोई भी तबका इससे पूर्णतया अछूता नहीं रह गया है। इसका जादू हर आयु वर्ग के लोगों को बांधे हुए है। बच्चे, वृद्ध एवं जवान सभी इसके फैन हैं। सभी इससे आनन्द ले रहे हैं। 1959 में जब टी.वी. दूरदर्शन के रूप में हिन्दुस्तान में आया था, तो लोगों में यह आशा बंधी थी कि इससे ज्ञानोपयोगी चीजों के साथ-साथ स्वस्थ मनोरंजन भी दर्शकों को उपलब्ध होगा। यह सांस्कृतिक उन्नयन में सहायक बनकर राष्ट्र निर्माण में अपना योगदान देगा। साहित्यिक, सांस्कृतिक और शैक्षणिक गतिविधियों को बढ़ावा देकर युवा पीढ़ी को एक मजबूत मंच प्रदान करेगा। लेकिन मौजूदा हालात को देखने से केवल और केवल निराशा ही हाथ लगती है। आज बुद्धिजीवियों की सारी उम्मीदों पर पानी फिर गया है। दरअसल दृश्य एवं श्रव्य माध्यम होने के कारण टी0वी0 का प्रभाव अन्य माध्यमों की तुलना में ज्यादा होता है। इसके कारण बच्चों का सामाजिकरण गलत तरीके से हो रहा है, जिससे उनके व्यवहार में आक्रामकता एवं हिंसा परिलक्षित होने लगी है। इसके परिणाम स्वरूप समाज में उनका समायोजन ठीक ढंग से नहीं हो पा रहा है। ऐसे में शिक्षा की तमाम तकनीकों के बावजूद भी उनको सही ढंग से शिक्षित करना काफी मुश्किल हो गया है। आज समाज मनोवैज्ञानिकों के सामने टी0वी0 ने गम्भीर चुनौती पेश कर दी है, जिसका समाधान बाजार की शक्तियों ने दुरुह कर दिया है।

ज्ञानवर्द्धक, शैक्षणिक व सांस्कृतिक उन्नयन तथा स्वस्थ मनोरंजन की जगह टी.वी.ने पिछले 24-25 सालों में ऐसा सांस्कृतिक प्रदूषण फैलाया है, जिसने भारतीय संस्कृति एवं सामाजिक मूल्यों को तहस-नहस करने में कोई कसर नहीं छोड़ा है। टी.वी. द्वारा अश्लील कार्यक्रमों के जरिये एक ओर जहाँ ऐंद्रिक उत्तेजना पैदा करने की कोशिश की जाती है, वहीं दूसरी ओर बेशुमार मुनाफा कमाने की कोशिश की जाती है। कार्यक्रमों में खूब अश्लीलता का प्रदर्शन किया जाता है तो

ऐंद्रिक सुख या मनोरंजन इसका गौण लक्ष्य होता है। मुनाफा का विस्तार एवं वर्चस्व स्थापित करना बुनियादी लक्ष्य होता है। अश्लील सामग्री सिर्फ संभ्रांत वर्ग की पसंद है, ऐसा नहीं है। इसकी मांग गैर-संभ्रांत वर्ग में भी तेजी से बढ़ी है। उपग्रह चैनलों, केबल टी.वी. एवं इंटरनेट के माध्यम से ऐसी सामग्री ने सभी वंदिशों, सीमाओं एवं वर्गों की सांस्कृतिक पहचान को तोड़कर अपना विस्तार किया है। आज इसने निजी और 'सार्वजनिक' की विभाजन रेखा को समाप्त कर दिया है। यह हमारे निजी जीवन के सौंदर्य के अधिकार का क्षय है। यह नग्नता के रूप में गुमनाम भक्ति का प्रदर्शन है।

आज चैनल वार के आगाज के साथ बेहिसाब देशी-विदेशी चैनल वजूद में आ गये हैं। वैश्वीकरण, उदारीकरण एवं निजीकरण की नीति के तहत बाजारवाद एवं उपभोक्तावादी मानसिकता ने लोगों को विवेक शून्य बना दिया है। चैनलों ने टी0 आर0 पी0 बढ़ाने के लिए सारी हदें पार कर दी है। प्रतिस्पर्धा की अंधी दौड़ में स्थापित मूल्य और मर्यादाएं काफी पीछे छूट गयी हैं। होड़ नंगेपन की है, बेहूदा प्रस्तुतियों की है और जैसे-तैसे दर्शकों को बांधे रखने की है। आज टी0 वी0 ने हमारे सामाजिक जीवन का चेहरा-मोहरा ही बदल दिया है। इनका फोकस शिक्षा एवं संस्कृति के स्वस्थ पहलुओं पर न हो कर केवल बाजार उद्देश्यों के लिए है। इन सबका लक्ष्य सपने दिखाकर कृत्रिम दुनिया की सैर कराना है।

देश में पश्चिम की अंधी नकल शुरु हो गई है। भारतीय निर्माता भी इसमें बढ़-चढ़कर हिस्सा ले रहे हैं। वे पश्चिमी मूल्यों एवं संस्कृति को आधार बनाकर ऐसा कार्यक्रम प्रस्तुत कर रहे हैं, जिससे युवा पीढ़ी पथ भ्रष्ट होने के रास्ते पर अग्रसर है। भारतीय संदर्भ में देखे तो 'बिग बॉस' जैसे टी0 वी0 कार्यक्रम ने सारी हदें पार कर दी है। इन कार्यक्रमों के द्वारा वह सब कुछ दिखाया जा रहा है, जो पारंपरिक भारतीय समाज में मान्य नहीं है। ये कार्यक्रम पश्चिमी देशों के टी0 वी0 प्रोग्राम के आधार पर बनाये गये हैं तथा भारतीय समाज एवं बाजार को भुनाने के लिए उसका देशी संस्करण प्रस्तुत किया जा रहा है। जो किसी भी दृष्टि से देशीय नहीं है।

बेहिसाब मुनाफा कमाने के लिए कॉरपोरेट कल्चर एवं बाजारवादी व्यवस्था ने बड़ी बेदरदी से शिक्षा, साहित्य, संस्कृति एवं स्वच्छ मनोरंजन को टी0 वी0 की दुनिया से बाहर निकाल दिया है। ये सभी चीजें हासिये पर आ गई हैं। बाजार का ऐसा जादू चलाया है, जिसमें 'श्लील' चीजें गौण हैं और 'अश्लील' मुखर रूप में सामने हैं। भूमण्डलीकरण के प्रभाव में टेलिविजन प्रोग्राम में नारी देह की नुमाइश आम बात हो गई है। नारी की सामाजिक छवि का दोहन हो चुका है। नारी के प्रति नजरिया नितान्त बाजार हो गया है। बाजारवादी मानसिकता के कारण ही टी0वी0 में स्त्री चिन्तन और स्त्री विमर्श का अब स्थान नहीं रह गया है। नारी

की अहमियत एक वस्तु से ज्यादा नहीं छोड़ी है। उनके द्वारा नारी की भोग्या छवि को स्थापित करने का पूरा प्रयास किया जा रहा है। टी0 वी0 ने समाज से लोक गीत एवं लोक नृत्य लगभग गायब ही कर दिया है। ये लोक विधाएं अपना वजूद बचाने के लिए संघर्ष कर रही हैं। सारा परिदृश्य बाजारवादी हो गया है। स्वस्थ और स्वच्छ मनोरंजन एवं शिक्षाप्रद कार्यक्रमों की कोई गुंजाइस नहीं बची है।

आज टी0 वी0 के विभिन्न चैनलों पर ऐसे अनेकों धारावाहिक चलाये जा रहे हैं, जिसमें विवाहेत्तर संबंधों, उन्मुक्त यौन दृश्य, हिंसा, साजिश एवं झूठ फरेब को प्रमुखता से दिखाया जा रहा है, जिससे लोगों में न केवल चारित्रिक दोष उत्पन्न हो रहे हैं, बल्कि इससे पूरा का पूरा सामाजिक वातावरण प्रदूषित हो रहा है। सामाजिक वर्जनाएं टूट रही हैं। इस बाजारवादी दौड़ में सभी शामिल हैं। निर्माता, निर्देशक, अभिनेता, अभिनेत्रियां, विज्ञापन कंपनियां सभी नैतिकता और सुचिन्ता को ताक पर रखकर सिर्फ मुनाफा कमाने की जी तोड़ प्रतियोगिता में शामिल हैं। मनोरंजन के नाम पर यौन और हिंसा को बढ़ावा देकर बच्चों एवं युवाओं को घोर कामुक बनाया जा रहा है। सेक्स और हिंसा की 'ओवर डोज' पाए हुए ऐसे किशोर एवं युवा भयावह कारनामों कर रहे हैं। आज मनोरंजन उद्योग पूरी तरह विज्ञापन उद्योग पर आधारित है। समाज में अपसंस्कृति फैलाने में जितना योगदान टी0 वी0 चैनलों का है उससे ज्यादा योगदान विज्ञापनों का है। अपने उत्पाद की पहुँच उपभोक्ताओं तक पहुँचाने के लिए ये विज्ञापन मर्यादा विहीन ढंग से चित्रित किये जा रहे हैं, ताकि दर्शक उन्हें ध्यान से देखे। विज्ञापन के जरिये ही टी0 वी0 चैनलों को धन मिलता है। अतः विज्ञापन उन्मुख प्रोग्राम बनाकर कॉरपोरेट कल्चर को बढ़ावा दिया जा रहा है। टी0 वी0 चैनलों पर विज्ञापन इतना ज्यादा दिखाया जाता है कि 10 मिनट का कार्यक्रम 30 मिनट में समाप्त होता है। विज्ञापन के माध्यम से विकसित समाजों की संस्कृति को एक आदर्श या प्रतिमान के रूप में प्रस्तुत किया जाता है। आयातीत विज्ञापन अभियानों से जीवन के विभिन्न क्षेत्रों में एक तरह की मनोवैज्ञानिक निर्भरता पैदा की जाती है। विकसित देशों के उपभोग प्रतिमानों को स्वीकार करने से भारत जैसे विकासशील देशों के न केवल अर्थतंत्र बल्कि सामाजिक जीवन में भी गम्भीर कठिनाईयाँ पैदा हो रही हैं। जो समाज वैज्ञानिकों एवं शिक्षाविदों के लिए एक चुनौती बन गया है।

भारत जैसे विकासशील देश में जहाँ लगभग 70 करोड़ की आबादी गांवों में रहती है, तथा जहाँ सरकारी आंकड़ों के मुताबिक लगभग 36 करोड़ भारतीयों को भरपेट भोजन नहीं मिल पा रहा है, वहाँ सैटेलाइट टी0 वी0 के माध्यम से दुनिया की सैर कराना उन्हें यथार्थ से परे ले जाकर मायावी दुनिया में बैठाना है। आए दिन हो रहे सांस्कृतिक हमले को रोकने हेतु हमारे नीति-नियंताओं और

बुद्धिजीवियों को गंभीर चिंतन मनन करने की आवश्यकता है, ताकि बाहर से आ रहे सांस्कृतिक प्रदूषण को रोका जा सके एवं भावी पीढ़ी को बचाकर उन्हें सही ढंग से शिक्षित किया जा सके।

सन्दर्भ:-

1. चतुर्वेदी, जगदीश्वर एवं सिंह, सुधा, डिजिटल युग में मासकल्चर और विज्ञापन, अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स (प्रा0) लिमिटेड, नई दिल्ली, 2010
2. मिश्र, राजेन्द्र, मीडिया मंथन, तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली, 2009
3. चतुर्वेदी, जगदीश्वर, माध्यम साम्राज्यवाद, अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स (प्रा0) लि0, नई दिल्ली, 2002
4. शिलर, हरबर्ट आई0, संचार माध्यम और सांस्कृतिक वर्चस्व, ग्रंथ शिल्पी (इंडिया) प्रा0 लि0, नई दिल्ली, 2009
5. हरमन, एडवर्ड एस0 एवं मैकचेस्नी, रॉवर्ट डब्ल्यू0, भूमण्डलीय जन माध्यम : निगम पूंजीवाद के नये प्रचारक, ग्रंथ शिल्पी (इंडिया) प्रा0 लि0 दिल्ली, 2006
6. कश्यप, श्याम एवं कुमार, मुकेश, टेलिविजन की कहानी, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली, 2008
7. सिन्हा, सच्चिदानंद, भूमंडलीकरण की चुनौतियाँ, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 2012
8. मंडल, दिलीप एवं अविनाश, कथादेश (मीडिया वार्षिकी), सहयात्रा प्रकाशन प्रा0 लि0, दिल्ली, अप्रैल, 2011
9. पाण्डेय, रवि प्रकाश, वैश्वीकरण एवं समाज, विजय प्रकाशन मंदिर (प्रा0) लि0, वाराणसी, 2012
10. भारद्वाज, नंद, संस्कृति, जन संचार और बाजार, सामयिक प्रकाशन, नई दिल्ली, 2007
11. घूलिया, सुभाष, संचार क्रान्ति की राजनीति और विचारधारा ग्रंथ शिल्पी (इंडिया) प्रा0 लि0, दिल्ली, 2001
12. गुप्ता, एस0पी0 एवं गुप्ता, अल्का, उच्चतर शिक्षा मनोविज्ञान सिद्धान्त एवं व्यवहार, शारदा पुस्तक भवन, इलाहाबाद, 2014
13. किशोर, राज, अश्लीलता का हमला, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 1998
14. Murray, John P., The Impact of Televised Violence, Hofstra Law Review(Summar 1994)
15. Barren, R.A. and Donn Byrne: सामाजिक मनोविज्ञान(प्रथम हिन्दी अनुवाद), पीयरसन एजुकेशन, 2004

