

## दूरदर्शन का सामाजिक जीवन पर प्रभाव का मनोवैज्ञानिक विश्लेषण

मीना कुमारी\*

21 वीं सदी को हम यदि मीडिया की सदी कहें तो कोई अतिशयोक्ति नहीं होगी। शिक्षा के क्षेत्र में नये-नये आयामों द्वारा शिक्षा जगत में महत्वपूर्ण उपलब्धियों का पहाड़ सा खड़ा कर दिया जिसमें मीडिया की लोकप्रियता सर्वत्र छापी रही। मीडिया ने न केवल वर्तमान में अपितु स्वतन्त्रता संग्राम में भी अपनी पत्रकारिता के माध्यम से राष्ट्रीय तथा स्वतन्त्रता संग्राम के सेनानियों के वैचारिक यत्न की यशोगाथा का प्रमाणिक अभिलेख प्रस्तुत किया है।

वास्तव में पत्रकारिता का जन्म स्वाभिमान के संचार, स्वदेश प्रेम के उदय एवं आंग्ल शासन के प्रतिरोध हेतु हुआ था, तब पत्र पत्रिकाओं के सामयिक लेखों, विचारोत्तेजक तों तथा प्रेरक नारों ने देशवासियों का मार्गदर्शन किया था। आंग्ल शासन के अन्तर्गत उनके शासन में होने वाले अन्याय, अत्याचार, अज्ञान, शोषण एवं प्रवचन के संहारक समाचार पत्र ही हुए। जिनके द्वारा न केवल स्वतन्त्रता संग्राम को गति मिली बल्कि एक सबल, सृजनात्मक, समन्वयकारी एवं संस्कारी राष्ट्रभाषा का पोषण भी समाचार पत्र-पत्रिकाओं द्वारा ही हुआ।

पत्रकारिता की साधना से लोगों में जन आन्दोलन एवं जनजागरण की समस्त आकांक्षाओं जीव सम्भावनाओं का उदय हुआ यह भारत देश के लिए एक गौरव की बात है। यह जनजागृति एवं जनचेतना न केवल आम लोगों में आई बल्कि विद्यार्थियों में यह जन चेतना उन्हें उत्तेजित कर स्वतन्त्रता आन्दोलन और स्वाधिनता एक दूसरे के पूरक बने एवं विद्यार्थियों को भी शैक्षिक चेतना का बोध हुआ। इससे प्रेरित होकर उनमें बल स्व:वर्धक उत्तेजक पक्षों ने उनके मन मानस में चेतन्यता का चिराग जलाया। स्वतन्त्रता के बाद चेतना के इस माध्यम ने नूतन ज्ञान-विज्ञान से उदित कर जन सामान्य को अपने अधिकार एवं कर्तव्यों के सम्पादन हेतु आहूत किया। राष्ट्र उन्नति में सर्वक्ष्य आहूति देने हेतु इन्हीं पक्षों द्वारा बुद्धिजिवियों को उत्प्रेरित किया। इन्हीं समाचार पत्रों ने राष्ट्रीय एवं मानवीय (सामाजिक) मूल्यों से सन्दर्भित होकर देशवासियों में जनतन्त्र, स्वतन्त्रता, समानता, विश्वबन्धुता की भावना का संचार किया।

\*शोधार्थी गृह विज्ञान विभाग बी० एन० एम० यू०, मधेपुरा

वर्तमान सन्दर्भ में मीडिया एक महत्वपूर्ण आम माध्यम है। दूरदर्शन आज जन जन में लोकप्रिय सिद्ध हो रहा है। दूरदर्शन पर विज्ञापित एवं प्रचारित विज्ञापनों की महता स्वयंसिद्ध है सच तो यह है कि दूरदर्शन का लोकप्रियता पर यह पूरा विज्ञापन घूम रहा है। ये विज्ञापन दूरदर्शन विभाग आर्थिक भित्ति की पुष्ट नींव ही नहीं हैं अपितु विज्ञापन दाताओं के लिए अपरिमित आर्थिक उपलब्धि के अपव्यय के प्रभावशाली स्रोत भी हैं। मनोरंजन की कामना रखने वाला औसत भारतीय, युवा से युवातर होता जा रहा है। यह एक सकारात्मक परि:श्य है इसके अलावा विदेशों में रहने वाले दो करोड़ से अधिक भारतवंशी निरन्तर मनोरंजन की ओर उन्मुख हो रहे हैं। विश्वस्तर पर भारतीय विषयवस्तु, कथा और कलाकारों, अन्तरराष्ट्रीय फिल्मों की संख्या और स्वी.ति बढ़ती जा रही है। भारतीय मनोरंजन की इस व्यापक स्वी.ति से इस उद्योग के विस्तार को और अधिक तीव्रता मिलेगी। मनोरंजन उद्योग को समझने के लिए कुछ प्रमुख कारकों को गहराई से देखना उपयोगी होगा। टेलीविजन माध्यम में विभिन्न शैलियां अपने जीवन-चक्र की विविध अवस्थाओं में हैं। बच्चों के मनोरंजन और शिक्षा के क्षेत्र में हाल के समय में अनेक चैनलों का आगमन हुआ है समाचारों के क्षेत्र में भी पिछले कई वर्ष में कई नये चैनल आ गए हैं।

बढ़ते मीडिया चैनलों के कारण उन सब पर दर्शकों के मस्तिष्क में अपने उत्पाद का स्मरण बनाए रखने के लिए विभिन्न ब्रांड अधिक शीघ्रता से अपने उत्पादों का विज्ञापन करेंगे। पिछले दशक में न केवल टेलीविजन चैनलों की संख्या में काफी वृद्धि हुई है, बल्कि उनके कार्यक्रमों में भी काफी विविधता आई है। उनकी दर्शक संख्या बढ़ी है और अलग-अलग जनसांख्यिकीय तबकों की रूचियों के अनुरूप कार्यक्रम प्रसारित करने वाले चैनल भी बढ़े हैं। उन पर विज्ञापन प्रसारित करना अब सस्ता हो गया है।

पिछले कुछ वर्षों में वैज्ञानिक प्रगति के कारण दूरदर्शन की कार्यविधियों में आए क्रांतिकारी परिवर्तनों ने मानवीय जीवन-शैली को पूरी तरह से बदल दिया है। कई नए चैनलों का खुल जाना और उन पर विभिन्न प्रकार के नए कार्यक्रमों का प्रसारित होना – हमारे जीवन को कई रूपों में प्रभावित करते हैं। 'डिस्कवरी' तथा 'ज्ञान दर्शन' जैसे चैनल दूरदर्शन के ज्ञान के प्रसार के उद्देश्य को पूरा करने में पूरी सहायता प्रदान कर रहे हैं। विश्वविद्यालय अनुदान आयोग(यू.जी.सी.) द्वारा आयोजित विशेष कक्षाओं के कार्यक्रमों का प्रसारण युवाओं के लिए विशेष रूप से लाभप्रद है। इसके अतिरिक्त ऐसे कार्यक्रम भी दूरदर्शन पर प्रसारित किए जाते हैं, जो हमारी सांस्कृतिक विरासत को जीवित रखने में सहायक हैं, किन्तु ऐसे ज्ञानवर्द्धक तथा सांस्कृतिक चैनलों तथा कार्यक्रमों की संख्या इतनी कम है कि इन्हें अंगुली पर गिना जा सकता है। वहीं दूसरी ओर ऐसे चैनलों तथा कार्यक्रमों की भरमार

है जो लगातार हमारी संसृति को नष्ट करने का प्रयास करते जा रहे हैं। वस्तुतः दूरदर्शन ने आज हमें ऐसे सांस्कृतिक मोड़ पर ला खड़ा किया है जहाँ अश्लीलता और असभ्यता की तीव्र लहर हमें अपसंसृति के गर्त में डूबो रही है। वैसे तो संचार के सभी तंत्रों ने अपने-अपने स्तर से समाज में अपसंसृति को बढ़ावा दिया है, किन्तु सर्वाधिक लोकप्रिय एवं सुग्राह्य होने के कारण दूरदर्शन का प्रभाव समाज के प्रत्येक वर्ग पर सर्वाधिक पड़ता है। इसलिए दूरदर्शन को अपसंसृति के विकास का सर्वाधिक उत्तरदायी एवं अगुवा कहा जाता है।

भूमण्डलीकरण के इस दौर में व्यावसायिक प्रतियोगिता के कारण विभिन्न उत्पादों के विज्ञापन आज के दूरदर्शन के मुख्य अंग बन गए हैं। विभिन्न कम्पनियों अपने उत्पादों का विज्ञापन विभिन्न आकर्षक तरीकों से प्रस्तुत कर उपभोक्ताओं को आकर्षित करने का प्रयास करती हैं, किन्तु इस प्रतियोगिता में इस तथ्य का ध्यान बिल्कुल नहीं रखा जाता कि समाज पर इसका क्या प्रभाव पड़ेगा? कम्पनियों अपने लाभ के लिए विज्ञापनों के निर्माण में तथा दूरदर्शन अर्थ लाभ की आशा में उन विज्ञापनों के प्रस्तुतीकरण में इन तथ्यों को पूरी तरह भूल जाते हैं कि इस प्रकार के प्रसारण में सभ्यता तथा शिष्टता का ध्यान रखा गया है या नहीं। उदाहरण के लिए, एक विज्ञापन में दिखाया जाता है कि एक लड़की किसी लड़के के साथ शादी करने से इसलिए इन्कार कर देती है, क्योंकि वह लड़का किसी विशेष कम्पनी का अंडरवियर नहीं पहनता। इसी प्रकार के कई अन्य विज्ञापन भी दूरदर्शन पर देखे जा सकते हैं, जो अश्लील, असभ्य और अशिष्ट तो होते ही हैं साथ ही पूरी तरह बेतुके भी होते हैं।

इन चैनलों पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों तथा विज्ञापनों का सर्वाधिक तीव्र प्रभाव अबोध बच्चों एवं किशोरों पर पड़ता है। अपने अति संवेदनशील मस्तिष्क के कारण, ये किशोर जो देखते हैं अथवा सुनते हैं उन्हें अपनी आदतों में सम्मिलित करने लगते हैं। वे व्यावहारिक सत्य तथा त्रिमता में विभेद नहीं कर पाते। फलतः वे व्यावहारिक जीवन में भी ऐसे कार्य करने का प्रयास करते हैं, जिन्हें कैमरे के विशेष प्रभाव द्वारा संभव बनाकर दूरदर्शन पर प्रसारित किया जाता है। कई ऐसे कार्य हैं, जिन्हें किशोर दूरदर्शन पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों के नायकों तथा खलनायकों को प्रभावित करने का प्रयास करते हैं। किशोरों में धूम्रपान तथा तम्बाकू सेवन की बढ़ती प्रवृत्ति इन्हीं क्रूर प्रभावों की द्योतक है। बाल हृदय में ऐसी वि.ति का उद्भव, वास्तव में हमारी स्नेहिल संसृति पर विपत्ति ही है। इसके अतिरिक्त दूरदर्शन पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रम ऐसा कोई संदेश नहीं द पाते जिससे सामाजिक तनाव को कम किया जा सके और सामाजिक मूल्यों का ह्रास रोका जा सके। ऐसा कहा जाता है कि जिस देश में जैसी शिक्षा व्यवस्था होगी वैसे

ही वहां सामाजिक मूल्य होते हैं। क्योंकि समाज और शिक्षा एक दूसरे के अभिन्न अंग हैं। दोनों एक दूसरे के बिना निरर्थक हैं। समाज शिक्षा के उद्देश्य एवं लक्ष्यों को अपने अनुसार निर्धारित करता है और शिक्षा समाज में आवश्यक परिवर्तन कर उसका विकास करती है। इस प्रकार शिक्षा ही सामाजिक मूल्यों को अपने अनुसार बनाती है अथवा उनमें आवश्यक परिवर्तन भी करती है। शैक्षिक चेतना का सामाजिक जीवन में बहुत अधिक महत्व है। क्योंकि शिक्षा के बिना मनुष्य को पूंछ विहिन पशु कहा जाता है।

परन्तु आज के इस वैज्ञानिक युग में मीडिया एवं विज्ञापनों के युग में शिक्षा के मूल लक्ष्यों एवं उद्देश्यों में शायद अत्यधिक परिवर्तन आ गया है, जिससे यह प्रतीत होता है कि शिक्षा समाज को अपने लक्ष्यों से विमुख कर रही है। आज हर कार्य को विज्ञापनों के माध्यम से अधिक दिखावटी और भ्रामक बनाकर समाज के सामने प्रस्तुत किया जाता है जिससे आम समाज उसे समझने में कठिनाई महसूस करता है। आज हर जगह विज्ञापन ही विज्ञापन दिखाई देते हैं जिनमें भड़काऊ और अश्लील ज्यादा होते हैं जो नासमझ पीढ़ी अर्थात् किशोरों को अत्यधिक प्रभावित करते हैं क्योंकि उनके सामने जो प्रस्तुत किया जायेगा वही सही मानते हैं। बल्कि वास्तविकता दूसरी होती है। इसलिए शोधकर्ता ने व्यावसायिक विज्ञापनों का बालकों की शैक्षिक चेतना, उनके समायोजन और सामाजिक मूल्यों पर कितना प्रभाव होता है ? अथवा नहीं? का अध्ययन करने का निश्चय किया है।

शिक्षा के द्वारा मानव जाति को अज्ञानता तथा दुःखों से निकालना है शिक्षा को हिंसा तथा सामाजिक व्यवस्था को कमजोर करने वाले कारणों से मानव जाति को बचाना है। इसलिए स्कूल के पाठ्यक्रम का लक्ष्य, छात्रों के लिए ज्ञान अर्जित करने वाला, विश्वव्यापी समझदारी बढ़ाने वाला, सकारात्मक .ष्टिकोण, दक्षता को बढ़ाने वाला, जीवन मूल्यों से ओतप्रोत तथा बहुमुखी प्रतिभा को बढ़ाने वाला होना चाहिए।

प्रायः यह देखा जाता है कि जो बालक या किशोर प्रमुख चल-चित्रों एवं धारावाहिकों की महत्ता को हृदयगम नहीं कर पाते वे भी दूरदर्शन पर प्रस्तुत विज्ञापनों (व्यावसायिक) में अपार आनन्द प्राप्त करते हैं। इसी सन्दर्भ के कारण इन विज्ञापनों के किशोर चित्त पर अमिट प्रभाव व आकर्षण के कारण शिक्षा मूलक शैक्षिक चेतना की गणवेषणा की आवश्यकता अनुभव हुई। इस अध्ययन के परिणाम स्वरूप यह वैज्ञानिक निष्कर्ष प्रस्तुत किये जा सकते हैं कि विज्ञापनों का मुग्धमति बालकों पर कितना शिव, अशिव प्रभाव पड़ता है। शिक्षा के क्षेत्र में यह अपने ढंग का अपूर्व व फलदायक प्रयास है।

दूरदर्शन द्वारा प्रसारित सामाजिक मूल्यों को इन नई पीढ़ी के बच्चों में विभिन्न रूप से स्थापित करने का एक महत्त्वपूर्ण माध्यम बन चुका है जिसमें

सामाजिक मूल्यों के नये संदर्भ उन विज्ञापनों में अन्तरनिहित होते हैं। इससे बच्चों के अन्दर नेतृत्व क्षमता, अभिव्यक्ति क्षमता, आत्मनिर्भरता, सहयोग आदि महत्वपूर्ण सामाजिक मूल्यों का सृजन सीखने को मिलता है अर्थात् विद्यार्थियों में इन विज्ञापनों के द्वारा शैक्षिक चेतना, समायोजन व सामाजिक मूल्यों के विकास में बदलता प्रभाव देखने को मिलता है और किशोर बच्चे इन व्यावसायिक विज्ञापनों को देखकर नये-नये उत्पादों से परिचित होते हुए उसके उपभोग की उपयोगिता को भी समझने लगते हैं। इससे शैक्षिक चेतना के बढ़ने के साथ ही समायोजन एवं सामाजिक मूल्यों की सृजन प्रक्रिया में निरन्तर वृद्धि होती रहती है।

वर्तमान युग मीडिया का युग है। मीडिया जिसमें कम्प्यूटर द्वारा दूरदर्शन से तथा परम्परागत रूप से प्रिन्ट मीडिया आम लोगों में अपनी पहुंच, अपनी लोकप्रियता के कारण सजग पत्रकारिता के माध्यम से बनाये हुए है। इसी माध्यम से जिसमें कम्प्यूटर शिक्षा, दूरदर्शन से शिक्षा तथा पत्राचार से सार्वजनिक शिक्षा, प्रौढ़ शिक्षा, शिक्षा तकनीक में प्रबन्ध का प्रयोग शिक्षा को गति प्रदान करता है 'दूरस्थ शिक्षा का महत्वपूर्ण कार्य है, जोड़ना। इसमें शहर को शहर से न केवल जोड़ना बल्कि गांवों को शहर से जोड़ना व शहर को विद्यालय, महाविद्यालय एवं विश्वविद्यालय से जोड़ना अहम कार्य है। दूरस्थ शिक्षा के लिए दूरदर्शन सबके लिए लोकप्रिय अहम साधन है। इससे शिक्षा लोकप्रिय, मनोरंजक, उत्तेजक तथा अधिगम्य बन सकेगी।

जनवरी 1985 में तत्कालिन प्रधानमंत्री राजीव गांधी के नेतृत्व में भारत सरकार ने नई राष्ट्रीय शिक्षा नीति के निर्माण की घोषणा की। इस .ष्टि से राष्ट्र की वर्तमान शिक्षा व्यवस्था का विश्लेषण एवं समीक्षा की गई तथा राष्ट्र के भावी शिक्षा के स्वरूप सहित "चैलेन्ज ऑफ एजुकेशन ए पॉलिसी प्रेशपेक्टिव" के नाम से शिक्षा मन्त्रालय द्वारा अगस्त 1985 में प्रकाशित की गई जिस पर सम्पूर्ण देश में राष्ट्रीय शिक्षा पर खुलकर बहस हुई।" इस बहस के आधार पर "चैलेन्ज ऑफ एजुकेशन" राष्ट्रीय शिक्षा नीति की रूपरेखा में परिवर्तन करके संशोधित रूपरेखा का एक प्रारूप तैयार करके केन्द्रिय शिक्षा परामर्श मण्डल के सम्मुख प्रस्तुत किया गया। मण्डल द्वारा प्रारूप तैयार करने के बाद संसद के बजट अधिवेशन (1988) ने नई राष्ट्रीय शिक्षा नीति को अपनी स्वी.ति प्रदान कर दी। इस शिक्षा नीति का मुख्य विषय था "21 वीं सदी के लिए भारत" पर विचार करना था इसके लिए आधुनिकतम प्रचार माध्यमों में से एक दूरदर्शन से शिक्षा को जन-जन तक पहुंचाना है। यह विद्यार्थियों के व्यवहार परिवर्तन का इस माध्यम का अधिकाधिक उपयोग करना स्वीकार किया गया। दूरदर्शन के श्रव्य व .श्य दोनों माध्यमों से ज्ञानेन्द्रिया के उपयोग से अधिगम और सुगम हो गया। रोचकता की .ष्टि से इसके द्वारा प्रसारित व्यावसायिक विज्ञापनों से विद्यार्थियों की शैक्षिक चेतना, समायोजन एवं

सामाजिक मूल्यों के विकास में व्यावसायिक विज्ञापनों के प्रभावों का अध्ययन के प्रति जिज्ञासा प्रकट की जाने लगी है।

अतः मीडिया द्वारा प्रसारित कार्यक्रम एवं विषय सीधे एवं सरल ढंग से इस प्रकार प्रस्तुत किये जायें कि विषयों के सम्बन्ध में सम्प्रेषण किशोरों में सहज हो सके। यहां किशोरों से अभिप्रायः +12 से 19 आयु वर्ग के विद्यार्थियों (छात्र-छात्राओं) से है जो सीनियर माध्यमिक स्तर पर अध्ययनरत हैं।

किशोर शब्द मनोवैज्ञानिक .ष्टि से परिवर्तन तथा आयु की .ष्टि से बालक एवं युवा के मध्य की स्थिति है। किशोर न बालक और न ही युवा। भावात्मक .ष्टि से वह उस समुद्र की तरह है जहां कभी भी ज्वार आ सकता है, जिसे बांचा नहीं जा सकता। हर .ष्टि से भिन्न स्थिति है, किशोरों की, एक ओर जहां उस पर उसके व्यवहार पर समाज द्वारा प्रश्नचिन्ह लगाया जाता है, अपने आप में किशोरों के व्यवहार उनकी शैक्षिक चेतना, उनकी समायोजन समस्याओं तथा स्थापित सामाजिक मूल्यों के विकास की प्रक्रिया में मीडिया की भूमिका में दूरदर्शन के व्यावसायिक विज्ञापनों के प्रभाव से उनके व्यवहार को जानना चाहा। एकरवेग, डेनियल अब्राहम (1997) अपने शोध शीर्षक "विज्ञापन सीखना और ग्राहक की पसंद में अच्छे बाजार की सम्भावना"। शीर्षक पर शोध किया। कानटर रोनाल्ड जे. (1997) ने अपने शोध शीर्षक "दूरदर्शन का कक्षा-कक्ष अन्तःक्रिया से संस्.ति एवं सामाजिक संरचना पर प्रभाव।" अध्ययन किया। कपाड़िया ए.एम.एस. (1992) ने दूरदर्शन का छात्रों की सीखने पर प्रभाव" पर शोध किया। शर्मा अमिताप, (2000) – "किशोरों की शैक्षिक निष्पत्ति एवं व्यवहार पर दूरदर्शन विज्ञापन तत्त्वों के प्रभाव का अध्ययन" पी-एच.डी. स्तरीय शोध कार्य किया। शर्मा अमिताप, शर्मा सरोज, रतनलाल (2004)– "किशोरों की अध्ययन आदतों पर दूरदर्शन कार्यक्रमों का मनोवैज्ञानिक प्रभाव।" शीर्ष पर प्रायोजना स्तरीय कार्य किया। हेज, माया जानिया (2008) ने "अफ्रीकन एवं अमेरिकन महाविद्यालयों के छात्रों का सांस्.तिक परिचय, सामाजिक समायोजन तथा शैक्षिक समायोजन" विषय पर शोधकार्य किया। आदि अनेकों शोधकर्ताओं ने इस क्षेत्र में कार्य किया, लेकिन व्यावसायिक विज्ञापनों का किशोर विद्यार्थियों की शैक्षिक चेतना, सामाजिक मूल्यों एवं समायोजन पर प्रभाव का अध्ययन किसी ने नहीं किया। यह शोध इस क्षेत्र में एक नया कार्य होगा।

### सन्दर्भ ग्रंथ सूची

1. Joyce Sprefkin, (1979) : Sterotyping & TV In Television Awareness Training. New york: Media Action Research Centre
2. Mechan, D.M. (1983): Ladies Of The Evening: Women Characters of Prime Time Television. Metuchen, NJ: Scarecrow
3. Aulette J.R. (1994). Changing Families. Belmont.CA: Wadsworth Publishing Company

