दूरदर्शनः ग्रामीणों की धार्मिक आस्था का संवाहक

डा. सुनील कुमार
असिस्टेंट प्रोफेसर, जनसंचार विभाग
वीर बहादुर सिंह पूर्वांचल विश्वविद्यालय, जौनपुर

प्रस्तावनाः

टेलीविजन ने पूरे विश्व की दुनिया को बदल डाला है। इसके चलते सूचनाओं का असंतुलन अब दूर की कौड़ी हो गई है। मतलब अगर कोई भी घटना किसी भी देश में होती है, तो उसका प्रभाव तुरंत देखने को मिलता है। यानी को कोई भी सूचना या खबर को अब लोगों से दूर नहीं रखा जा सकता है। इससे लोगों के ज्ञान और शिक्षा में काफी वृद्धि हुई है। रही बात भारत में दूरदर्शन की तो यह यहां के गाव के लोगों के परिदृश्य में काफी परिवर्तन ला रहा है। कहने का मतलब दूरदर्शन ने समाज को बहुत अधिक प्रभावित किया है। हम यहां इस बात पर अध्ययन कर रहे हैं कि दूरदर्शन ने ग्रामीण लोगों की धार्मिक भावना में काफी वृदिध की है। गांव के भी लोग मंदिर- मसजिद, चर्च और गुरुद्वारे में जाने में रूचि दिखा रहे हैं। लोग मंदिर घर में पूजा -पाठ के साथ अपने धर्म गुरुओं और देवी देवताओं के धार्मिकस्थलों की यात्रा और मेले उर्स पर भी काफी संख्या में जाने लगे हैं।

देश मे यह साफ़ दिखता है। 1987 मे जब रामानंद सागर की रामायण दूरदर्शन पर दिखाई जाती थी, तो दस करोड़ लोग अपना सारा काम काज छोड़कर उसे देखते थे। रविवार को यह कार्यक्रम देखने के लिए लोग घरों में इस तरह कैद हो जाते थे कि गांव और मुहल्ले की सड़को पर सन्नाटा पसर जाता था। खेत-खलिहान में भी कोई नहीं मिलता था। मानों दूरदर्शन के कार्यक्रम के दौरान सबकी दिल और धड़कन कुछ देर के लिए थम सी गई हो। रामायण जैसे धार्मिक ग्रन्थ की महत्ता इसके बाद बढ़ी लोग इसके पात्रों को भी ठीक उसी किरदार के भगवान के रूप मे देखने लगे।

15 सितंबर 1959 को दिल्ली में दूरदर्शन का पहला प्रसारण प्रयोगात्मक आधार पर आधे घंटे के लिए शैक्षिक और विकास कार्यक्रमों के रूप में शुरू किया गया था। किसी भी मीडिया के लिए पचास साल से ज्यादा का सफर बहुत मायने रखता है वक्त के साथ चलने में दूरदर्शन ने कई उतार-चढ़ाव तय किए

हैं। बावजूद इसके यह सूचना, शिक्षा और मनोरंजन के उद्देश्यों से डिगा नहीं है। अब तक दूरदर्शन ने जो विकास यात्रा तय की है वह काफी प्रेरणादायक है। देश में टीवी के महत्व को स्थापित करने में दूरदर्शन की महत्ता को नकारा नहीं जा सकता। सही मायने में अर्थपूर्ण कार्यक्रमों और भारतीय संस्कृति को बचाए रखते हुए देश की भावनाओं को स्वर देने का काम दूरदर्शन ने ही किया है। सन 1959 से लेकर 2013 तक के लगभग अपने छह दशक में इसने हर वो मुकाम हासिल किया है जिसका उसने लक्ष्य बना रखा था। हालांकि दूरदर्शन की विकास यात्रा प्रारंभ में काफी धीमी रही लेकिन 1982 में रंगीन टेलीविजन आने के बाद लोगों का रूझान इस और ज्यादा बढ़ा और एशियाइ खेलों के प्रसारण ने तो क्रांति ही ला दी। एक दौर था जब दूरदर्शन का राज चलता था। कौन याद नहीं करना चाहेगा उन सुनहरे दिनों को जब मोहल्ले के इक्के-दुक्के रइसों के घर में टीवी हुआ करता था और सारा मोहल्ला टीवी में आ रहे कार्यक्रमों को आश्चर्यचकित सा देखता था। अगर सिर्फ मनोरंजन की बात करें तो हम लोग,पारिवारिक कार्यक्रम हमलोग ने तो लोकप्रियता का सारे रिकॉर्ड तोड़ दिये थे। इसके बाद आया भारत और पाकिस्तान के विभाजन की कहानी पर बना 'बुनियाद' जिसने विभाजन की त्रासदी को उस दौर की पीढ़ी से परीचित कराया। इस धारावाहिक के सभी किरदार आलोक नाथ (मास्टर जी), अनीता कंवर (लाजो जी), विनोद नागपाल, दिव्या सेठ, घर-घर में लोकप्रिय हो चुकी थे। फिर तो एक के बाद एक बेहतरीन और शानदार धारावाहिकों ने दूरदर्शन को घर-घर में पहचान दे दी। दूरदर्शन पर 1980 के दशक में प्रसारित होने वाले मालगड़ी डेज, ये जो है जिंदगी, रजनी, नुक्कड़, ही मैन, सिग्मा,स्पीड, जंगल बुक, वाह जनाब, कच्ची धूप, तमस, मुंगेरीलाल के हसीन सपने, सुरभि, शांति चित्रहार, कथासागर, विक्रम बेताल आदि ने जो मिसाल कायम की है उसकी तुलना आज के शायद ही किसी धारावाहिक से न की जा सकती।

रविवार का दिन तो मानो दूरदर्शन का ही होता था। लोग सुबह उठकर 'रंगोली' देखते, फिर नाश्ता लेकर टीवी से चिपक जाते। दोपहर में ही कुछ समय के लिए टीवी से अलग हटते थे फिर शाम को हर रविवार को दिखाई जाने वाली फिल्म देखने बैठ जाते थे। उस समय के संडे का मतलब होना था आजकल का टोटल

'फन डे'।

रामायण और महाभारत के प्रसारण ने तो टीवी को ईश्वरत्व प्रदान किया। जब यह धारावाहिक आते थे तो पूरा परिवार हाथ जोड़कर देखता था। रामायण में राम और सीता का रोल अदा करने वाले अरूण गोविल और दीपिका को लोग आज भी राम और सीता के रुप में पहचानते है तो नीतिश भारद्वाज महाभारत सीरियल के कृष्ण के रुप मे जाने गए। वहीं भारत एक खोज, दि सोर्ड ऑफ टीपू सुल्तान और चाणक्य ने लोगों को भारत की ऐतिहासिक तस्वीर से रूबरू कराया। इसी ने हमारी धार्मिक भावनाओं को बढ़ाया है। दूरदर्शन ने न जाने ऐसे कितने ही सफल धारावाहिकों के माध्यम से टीवी मनोरंजन के क्षेत्र में कई मिसाल कायम की है। सही मायने में दूरदर्शन ने मनोरंजन के मायने ही बदल दिए थे। दूरदर्शन ने मनोरंजन के साथ-साथ लोगों को शिक्षित करने में भी अहम भूमिका अदा की है। अपने कार्यक्रम के माध्यम से मीडिया में एजुटेंमेंट की आधारशिला दूरदर्शन ने ही रखी है। आज दूरदर्शन के राष्ट्रीय नेटवर्क में 64 दूरदर्शन केन्द्र या निर्माण केन्द्र,24 क्षेत्रीय समाचार केंद्र 126 दूरदर्शन रख रखाव केन्द्र, 202 उच्च शक्ति ट्रांसमीटर, 828 लो पावर ट्रांसमीटर, 351 अल्पशक्ति ट्रांसमीटर, 18 ट्रांसपोंडर, 30 चैनल तथा डीटीएच सेवा आती है। विभिन्न सवर्गों में 21708 अधिकारियों तथा कर्मचारियों के पद स्वीकृत हैं। आज दूरदर्शन के सामने भले कई सारी मुश्किलें हैं। लेकिन इसकी सबसे बड़ी मुश्किल है अपनी साख को बचाना। सरकारी भोंपू के आरोप से अबतक इसे छुटकारा नहीं मिल पाया है। बावजूद इसके आज भी दूरदर्शन समूचे भारत का समाचार-विचार और सांसकृतिक कार्यक्रमों का अकेला प्रस्तोता है। अपनी जड़ों की तरफ लौटने, जड़ों से जोड़ने, उसपर संवाद करने और सही मायने में जनमाध्यम बनने की ताकत आज भी दूरदर्शन में ही है। बड़ा सवाल यह है कि क्या दूरदर्शन अपनी इस ताकत को पहचान कर आज के समय के प्रश्नों से जूझने को तैयार है?

उपकल्पनाः दूरदर्शन का प्रभाव धर्म, संस्कृति और जीवनशैली पर पड़ रहा है।

उद्देश्यः धार्मिक कार्यक्रम से संबंधित तथ्यों का विश्लेषण।

शोध प्रविधिः 1. निदर्शन प्रणाली का प्रयोग उत्तरदाताओं के चयन के लिए किया गया है।

2. साक्षात्कार अनुसूची का प्रयोग (चार सौ उत्तदाताओं का निदर्शन के आधार पर चयन)

विश्लेषाँणात्मक शोध प्रविधिः साक्षात्कार अनुसूची के माध्यम से प्राप्त आकड़ों को एकत्रित करके तथ्यों का विश्लेषण किया गया। इसे सांख्यिकी पद्धित के द्वारा तथ्यों का संकलन करके प्राप्त आकड़ों को विश्लेषित सारणी और रेखाचित्रों की सहायता से किया गया है। इसमें उतर-प्रदेश के वाराणसी जिले के काशी विद्यापीठ ब्लाक के चार गांव अलाउद्दीनपुर, सुरही, भट्टी और कंदवा गांव पर आधारित अध्ययन किया गया है।

सीमाएः प्रस्तुत शोध पत्र सिर्फ गांव के लोगों की धार्मिक आस्था पर केंद्रित है। बाकि पहलुओं को इस शोध पत्र से इतर रखा गया है।

दूरदर्शन का संक्षिप्त इतिहासः 1926 में स्काटलैंड के वैज्ञानिक जे एल बेयर्ड ने किया था। भारत में अक्टूबर 1959 में दूरदर्शन शुरू हुआ। पहले पहले केवल ब्लैक एंड व्हाइट टी.वी. ही थे। दुनिया भर के लोग सायंकाल से देर रात तक टी.वी. के कार्यक्रमों का आनंद उठाते हैं। आज रंगीन और केबल टी.वी. का युग है। दर्शकों के लिये भी सौ भी अधिक चैनल उपलब्ध है।

दूरदर्शन में सूचनादाता की अभिरूचि का मूल्यांकनः इलेक्ट्रानिक मीडिया के दौर में टेलीविजन में यर्थाथता और प्रमाणिकता की वजह से समाज पर धाक जमा ली है। दूरदर्शन ने समाज से जुड़ी हर अभिरूचियों का ध्यान रखा है। मनोरंजन, शिक्षाप्रद कार्यक्रम, समाचार, सामाजिक और धार्मिक सीरियलों ने अपने कार्यक्रमों के समय सड़कों को सुनसान करके दिखा दिया है कि आमजनों में उनके प्रति कितनी अभिरूचि है। आज टेलीविजन पूरे भारत की जरूरत बन गया है। इसमें दृश्य और श्रव्य दोनों का समावेश होता है, जिसकी वजह से इसका प्रभावशाली होना लाजमी है। अब तो दूरदर्शन ने सूचना के क्षेत्र में रोज नई-नई क्रान्ति कर लोगों को दांतों तले उंगलियां दबाने पर मजबूर किया है। दूरदर्शन की लोकप्रियता और इसके कार्यक्रम के प्रति लोगों की बढ़ती रूचि का

अंदाजा इसी में लगाया जा सकता है कि आज शहर और गांव में इसका प्रसार तेजी से बढ़ा है। अगर यूं कहा जाए कि आज का भारतीय समाज पूरी तरह दूरदर्शन की सूचनाओं और कार्यक्रम पर आधारित हो गया है तो अतिश्योक्ति नहीं होगी।

हालांकि भारत में आज भी दूरदर्शन पर सरकारी नियंत्रण है। इस शोध में दूरदर्शन के लिए अनुमोदित सरकारी नीतियों के प्रति उत्तरदाताओं के दृष्टिकोण और अभिरूचि जानने का प्रयास किया जा रहा है। ऐसे में कितने लोग दूरदर्शन देखते हैं उनकी अभिरूचि का कौन सा कार्यक्रम है। परिवार में कितने वर्ष से टेलीविजन सेट है। टेलीविजन परिवार के साथ देखते हैं या अलग। अगर अलग देखते हैं तो कौन सा कार्यक्रम उन्हें पृथक होने को मजबूर कर रहा है। टेलीविजन सेट खरीदने का उत्तरदाताओं का प्रमुख उद्देश्य क्या है। दूरदर्शन के कार्यक्रमों से आपने क्या लाभ उठाया और ग्रामीण क्षेत्रों में दूरदर्शन में पड़ने वाले दुष्प्रभाव का आकलन करने का क्या प्रयास किया गया। अभिरूचि के बाद ग्रामीणों का इस पर क्या प्रभाव पड़ा। इसके बाद उनकी बदलती जीवनशैली के अध्ययन के लिए कुछ मानक प्रश्नों से उसे चेक किया गया है।

दूरदर्शन कार्यक्रम में अभिरूचि के आधार पर विवरण-

गांव का नाम	नियमित देखते हैं	प्रतिशत	कभी-कभी देखते हैं	प्रतिशत	कभी नही देखते हैं	प्रतिशत	संपूर्ण उत्तरदाता की आवृत्ति
अलाउद्दीनपुर	30	33.33	38	42.22	22	24.44	90
सुरही	22	36.66	26	43.33	12	20.00	60
भट्टी	32	32.00	41	41.0	27	27.00	100
कंदवा	50	33.33	68	45.33	32	31.33	150
योग 400 100%	134	33.5 %	173	43.25 %	93	23.25%	

उपरोक्त सारणी के विश्लेषण के अनुसार चारों गांवों में टेलीविजन के कार्यक्रम नियमित रूप से देखने वालों की संख्या 33.50 फीसदी है, कभी-कभी देखने वालों की 43.25 फीसदी है। 23.25 फीसदी टीवी कभी देखते ही नहीं। गांववार अध्ययन में देखा गया है कि सुरही गांव में सर्वाधिक 33.66 फीसदी लोग नियमित कार्यक्रम देखते हैं। कंदवा में 45.33 फीसदी लोग कभी-कभी कार्यक्रम देखते हैं। इसी तरह भट्टी में सर्वाधिक 27.0 फीसदी लोग टीवी देखते ही नहीं। सारणी के विश्लेषण से पता चलता है कि सबसे अधिक संख्या कभी-कभी कार्यक्रम देखने वालों की है। दूसरे नंबर पर नियमित रूप से कार्यक्रम

देखने वालों की संख्या है। इससे स्पष्ट होता है कि गांव के लोगों का दूरदर्शन के कार्यक्रम के प्रति अभिरूचि है। यह आंकड़े प्रदर्शित करते हैं। यह इस बात का सूचक है कि दूरदर्शन का ग्रामीणों की अभिरूचि पर प्रभाव पड़ रहा है। लोग जब उनके मनपसंद का कार्यक्रम आता है तो वह दूरदर्शन से चिपके रहते हैं। उन्हें कई जानकारियां चाहे वह कृषि संबंधी हो या समाज संबंधी या संस्कृति संबंधी। उसमें उनकी रूचि होती थी। गांव के लोगों को दूरदर्शन के कौन से कार्यक्रम कब और किस समय आएगा, यह जुबान पर रटा रहता था। इससे यह पूरी तरह साबित होता है कि दूरदर्शन के कार्यक्रम के प्रति उनकी रूचि जबरदस्त है।

दूरदर्शन के धार्मिक सीरियलों के कारण बढ़ती धार्मिकता संबंधी विवरण-

गांव का नाम	नियमित देखते हैं	प्रतिशत	कभी-कभी देखते हैं	प्रतिशत	कभी नही देखते हैं	प्रतिशत	संपूर्ण उत्तरदाता की आवृत्ति
अलाउद्दीनपुर	60	66.66	20	22.22	10	11.11	90
सुरही	30	50.00	25	41.33	05	8.33	60
भट्टी	80	80.00	12	12.0	08	8.00	100
कंदवा	110	78.33	30	20.0	10	6.66	150
योग 400		280		30			10
	70 %			27.75. %		8.25 %	

आंकड़ो के अनुसार धार्मिक भावना में वृद्धि का कारण दूरदर्शन कार्यक्रम के सीरियल हैं। इसमें चारों गांवों के लगभग 70 फीसदी लोग सहमत हैं। 27.75 लोग असहमत है। 8.25 फीसदी लोग इस बारे में अपना मत नहीं दिया। गांववार विवरण में सहमत होने वालों की सर्वाधिक संख्या 80 फीसदी लोग भट्टी गांव के हैं। इसके बाद कंदवा के लोग दूसरे नंबर पर है, जबकि असहमत होने वालों में सबसे अधिक लोग सुरही के 41.66 फीसदी हैं। इससे यह अस्पष्ट होता है कि लोगों में दूरदर्शन कार्यक्रम के चलते धार्मिक भावनाएं जागृत हुईं हैं। धर्म के प्रति विश्वास बढ़ा है। यह विश्लेषण इससे भी साबित होता है कि सारणी

में सबसे पंसदीदा धारावाहिक कार्यक्रम के आधार पर विवरण में सर्वाधिक 40 फीसदी लोग धारावाहिक सीरियल देखते हैं।

निष्कर्षः कहते हैं कि मीडिया समाज का दर्पण होता है। इस पर आई सूचना, हो खबर हो संदेश हो वह दूर–दूर तक के लोगों को प्रभावित करती है। इस शोधपत्र में हम दूरदर्शन के समाज में होने वाले प्रभाव पर अध्ययन कर रहे हैं। इससे यह साबित होता है कि दूरदर्शन पर आने वाले धार्मिक धारावाहिकों का लोगों पर काफी प्रभाव पड़ रहा है। इसके प्रभाव से लोगों की धार्मिक भावना में काफी बढ़ोतरी हुई है। 1987 मे जब रामानंद सागर की रामायण सीरियल दूरदर्शन पर दिखाई गई थी, तो दस करोड़ लोग अपना सारा काम काज छोड़कर घरों में कैद हो जाते थे। दूरदर्शन पर संतोषी माता जैसी फिल्म ने भी लोगों के मन में धर्म के प्रति कौतुहल पैदा की। लोग इसकी महत्ता को समझकर शुक्रवार के दिन व्रत भी रहने लगें। इसमें खास बात यह रही कि धार्मिक भावना गांव के लोग पर सीधे प्रहार करती है। यहां संचार का बुलेट सिद्धांत काम करता है।

1990 के बाद केबल टी वी द्वारा पश्चिमी चैनल दूरदर्शन पर दिखने लगे। इस समय बच्चों पर पश्चिमी प्रभाव बढ़ने लगा। वे पश्चिमी संस्कृति को अपनाने लगे। दुख की बात यह है कि पश्चिमी सभ्यता के गुणों को अपनाने के बजाए, भारतीय शहरों मे रहने वाले बच्चों ने उनकी बहुत सी बुरी आदतें भी अपनाई हैं। 1995 के बाद एकता कपूर के बहुत से कार्यक्रम दूरदर्शन पर दिखाई देने लगें, जो ज़्यादातर समाज से जुड़े रिश्ते जैसे साँस–बहू के बुरे रिश्तों के विषय पर बनाएँ जाते हैं। मेरी राय मे ये कार्यक्रम समाज मे बुरे खयालात फैलाते हैं। हालांकि इसके निर्माता जो भी तर्क दें कि उनकी यह मंशा कतई नहीं है। वह महिला शसक्तिकरण के लिए प्रयास कर रही हैं। मगर सिक्के के दोनों पहलुओं को देखना जरूरी है।

मेरी राय मे भारतीय मीडिया को अपनी ताकत पहचाननी चाहिए और उस ताकत को समाज के भले के लिए इस्तेमाल करना चाहिए। यह बात भी ठीक है कि धार्मिक भावना से ही हम हिन्दू समाज या किसी भी समाज को एक कर सकते हैं।

संन्दर्भ सूचीः

1. साइबर स्पेस और मीडिया-सुधीर पचौरी, प्रवीण प्रकाशन, नई दिल्ली।
2. चतुर्वेदी जगदीश्वर (2012)- जनमाध्यम प्रायोगिकी और विचारधारा, प्रकाशक-अनामिका पब्लिसर एंड डिस्ट्रीव्यूटर्स (प्रा लि)।
3. योजना (अक्तूबर-2008), सूचना प्रकाशन मंत्रालय, नई दिल्ली।
4. संचार क्रान्ति और हिन्दी पत्रकारिता-डा. अशोक कुमार शर्मा
5. संकम्प्यूटर ज्ञान और सूचना प्रौद्योगिकी-एबीडी ग्रुप आफ पब्लिकेशन-154 जत्तीवाड़ा मेरठ
6. भड़ास फार मीडिया....281 मीडिया सोशल रिसपांसबिल्टी।
7. उच्च शिक्षा में गुणवत्ता, डब्ल्यू डब्ल्यू डब्ल्यू, प्रो. कन्सलटेंसी आर्गनाइजेशन/ पेज डिस्पले
8. शिलर हरबर्ट आई, सिंह राम कवीन्द्र (अनुवाद) 2002-संचार माध्यम और सांस्कृतिक वर्चस्व, प्रकाशक-ग्रंथशिल्पी (ई) प्राइवेट लिमिटेड, दिल्ली।