

Vol II Issue IV Oct 2012

Impact Factor : 0.1870

ISSN No :2231-5063

## Monthly Multidisciplinary Research Journal

# *Golden Research Thoughts*

Chief Editor  
Dr.Tukaram Narayan Shinde

Publisher  
Mrs.Laxmi Ashok Yakkaldevi

Associate Editor  
Dr.Rajani Dalvi

Honorary  
Mr.Ashok Yakkaldevi

**IMPACT FACTOR : 0.2105**

**Welcome to ISRJ**

**RNI MAHMUL/2011/38595**

**ISSN No.2230-7850**

Indian Streams Research Journal is a multidisciplinary research journal, published monthly in English, Hindi & Marathi Language. All research papers submitted to the journal will be double - blind peer reviewed referred by members of the editorial Board readers will include investigator in universities, research institutes government and industry with research interest in the general subjects.

### ***International Advisory Board***

Flávio de São Pedro Filho Federal University of Rondonia, Brazil	Mohammad Hailat Dept. of Mathematical Sciences, University of South Carolina Aiken, Aiken SC 29801	Hasan Baktir English Language and Literature Department, Kayseri
Kamani Perera Regional Centre For Strategic Studies, Sri Lanka	Abdullah Sabbagh Engineering Studies, Sydney	Ghayoor Abbas Chotana Department of Chemistry, Lahore University of Management Sciences [ PK ]
Janaki Sinnasamy Librarian, University of Malaya [ Malaysia ]	Catalina Neculai University of Coventry, UK	Anna Maria Constantinovici AL. I. Cuza University, Romania
Romona Mihaila Spiru Haret University, Romania	Ecaterina Patrascu Spiru Haret University, Bucharest	Horia Patrascu Spiru Haret University, Bucharest, Romania
Delia Serbescu Spiru Haret University, Bucharest, Romania	Loredana Bosca Spiru Haret University, Romania	Ilie Pinteau, Spiru Haret University, Romania
Anurag Misra DBS College, Kanpur	Fabricio Moraes de Almeida Federal University of Rondonia, Brazil	Xiaohua Yang PhD, USA
Titus Pop	George - Calin SERITAN Postdoctoral Researcher	Nawab Ali Khan College of Business Administration

### ***Editorial Board***

Pratap Vyamktrao Naikwade ASP College Devrukh,Ratnagiri,MS India	Iresh Swami Ex - VC. Solapur University, Solapur	Rajendra Shendge Director, B.C.U.D. Solapur University, Solapur
R. R. Patil Head Geology Department Solapur University, Solapur	N.S. Dhaygude Ex. Prin. Dayanand College, Solapur	R. R. Yaliker Director Managment Institute, Solapur
Rama Bhosale Prin. and Jt. Director Higher Education, Panvel	Narendra Kadu Jt. Director Higher Education, Pune	Umesh Rajderkar Head Humanities & Social Science YCMOU, Nashik
Salve R. N. Department of Sociology, Shivaji University, Kolhapur	K. M. Bhandarkar Praful Patel College of Education, Gondia	S. R. Pandya Head Education Dept. Mumbai University, Mumbai
Govind P. Shinde Bharati Vidyapeeth School of Distance Education Center, Navi Mumbai	Sonal Singh Vikram University, Ujjain	Alka Darshan Shrivastava Shaskiya Snatkottar Mahavidyalaya, Dhar
Chakane Sanjay Dnyaneshwar Arts, Science & Commerce College, Indapur, Pune	G. P. Patankar S. D. M. Degree College, Honavar, Karnataka	Rahul Shriram Sudke Devi Ahilya Vishwavidyalaya, Indore
Awadhesh Kumar Shirotriya Secretary, Play India Play (Trust),Meerut	Maj. S. Bakhtiar Choudhary Director,Hyderabad AP India.	S.KANNAN Ph.D , Annamalai University,TN
	S.Parvathi Devi Ph.D.-University of Allahabad	Satish Kumar Kalhotra
	Sonal Singh	

**Address:-Ashok Yakkaldevi 258/34, Raviwar Peth, Solapur - 413 005 Maharashtra, India  
Cell : 9595 359 435, Ph No: 02172372010 Email: ayisrj@yahoo.in Website: www.isrj.net**



## विज्ञापन और सांस्कृतिक परिवर्तन

धरवेश कठेरिया , संदीप कुमार वर्मा

सहायक प्रोफेसर  
संचार एवं मीडिया अध्ययन केंद्र महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा

### सारांश :

पत्रा-पत्रिकाओं में पूरे पन्ने के रंगीन विज्ञापन, विज्ञापन जो हमारी जिन्दगी का हिस्सा बन गये हैं। ये विज्ञापन आज कहीं न कहीं सूचना-संप्रेषण के सशक्त माध्यम बन गए हैं। जबकि आज 13 प्रतिशत की बढ़ोत्तरी के साथ विज्ञापनों पर किया जाने वाला खर्च 2011 के अनुसार 300 बिलियन (शुद्धजन्मदंजपवदंस छवतउंसप्रमक तंजपव) हो गया है। जो कि मीडिया और मनोरंजन जगत की कुल आय का 41 प्रतिशत है।

### प्रस्तावना :

आज विज्ञापनों के अनेक रूप देखने को मिलते हैं। पत्र-पत्रिकाओं में छपने वाले विज्ञापनों का इतिहास काफी पुराना। 18वीं सदी के आठवें दशक से अखबारों में एक नए ढंग के विज्ञापनों की शुरुआत हुई जिसे डिस्प्ले विज्ञापन कहा जाता है। विज्ञापन के इस चलन ने संचार माध्यमों के लिए विकास के नए द्वार खोले, जिसकी पुष्टभूमि व्यावसायिक दृष्टिकोण से लोगों को आकर्षित करना और अपने उद्देश्यों को व्यावसायिक हित में सफल बनाना है। विज्ञापन का उद्देश्य उपभोक्ताओं के लिए व्यक्ति, वस्तु एवं संस्था इत्यादि से संबंधित जानकारी उपलब्ध कराना है। विज्ञापन चुनौतीपूर्ण बाजार की प्रतिस्पर्धा का केंद्र बिंदु बनकर उत्पादक के लिए निर्णायक माहौल तैयार कर रहे हैं। इलेक्ट्रॉनिक संचार माध्यमों के विकास ने विज्ञापन जगत को नई पहचान दी। अब विज्ञापन छपने की प्रक्रिया से उभरकर दृश्य माध्यमों के महत्वपूर्ण अंग बन गए हैं। ये विज्ञापन ही हैं जो संचार माध्यमों को, चाहे वो प्रिंट माध्यम हो या इलेक्ट्रॉनिक माध्यम, सभी को गति प्रदान कर रहे हैं। विकास की यह रतार संचार माध्यमों के लिए नए आयाम खोल रही है। टीवी पर कुछ सेकण्ड के विज्ञापनों के लिए लाखों रुपये का भुगतान और शहर के व्यस्त चौहारे पर बड़े-बड़े होर्डिंग्स, ये सब यूं ही बे-असर तो नहीं! असर तो करते हैं, हमारे बजट पर हमारी खरीदारी पर, हमारी जीवन शैली पर, हमारे रहन-सहन पर, हमारे समाज, आचर-विचार पर, हमारी संस्कृति पर, हमारे रिश्तों पर। और इनका असर कहीं न कहीं समाज में नकारात्मक और सकारात्मक रूप में देखने को मिल रहा है। इनके प्रभाव से बचा नहीं जा सकता, ये विज्ञापन हमारी जीवन शैली के अभिन्न अंग बन गए हैं।

एक समय था जब विज्ञापन हमारे समाज में केवल सूचना देने के माध्यम थे। उस समय विज्ञापन हमारे जीवन-यापन के तौर-तरीकों से कोसों दूर थे। तब किसी ने सोचा भी नहीं था कि एक दिन ये विज्ञापन हमारे लिए सब कुछ हो जाएंगे और यह सच होने में ज्यादा समय भी नहीं लगा आज का युग विज्ञापन पर आधारित युग बन गया है, बिना विज्ञापन के किसी कार्य की कल्पना तक नहीं की जा सकती है। ग्रहकों की जरूरतों और इच्छाओं से मेल खाने वाली काफी अधिक सफल काफी कहलाती है। यह बात आम तौर पर देखने को मिलती है कि-यूनीक सैलिंग प्रोपोजीशन (यूएसपी) का सिद्धांत प्रत्येक विज्ञापनों के प्रयोग में लाया जाता है।

विज्ञापन के संदर्भ में यह कहना गलत नहीं होगा कि विज्ञापन हमारे लिए एक ऐसा सशक्त साधन बन गये हैं, जिसके माध्यम से हम जीवन की छोटी से छोटी आवश्यकताओं की पूर्ति करते हैं चाहे वह हमें अपने लिए कपड़ा खरीदना हो या दूसरों के लिए कोई गिफ्ट, विज्ञापन की सहायता तो लेनी ही होगी। वर्तमान समय में हम विज्ञापन के आदी हो गए हैं, और इस कारण हम पूर्ण रूप से विज्ञापनों पर आधारित जीवन जी रहे हैं। कपड़े की खरीदारी, नहाने का साबुन, खाने का तेल, लगाने के लिए परयूम, पीने के लिए चाय, काफी, दूध कोई भी वस्तु हो जिसमें सोना, चांदी, हीरा, उपयोग के लिए गाड़ी, रहने के लिए घर, खाने के लिए रेस्तरां, यहाँ तक कि आपकी जिंदगी का अहम हिस्सा जो आपके सुख-दुख का साथी होता है, जिसे हम पत्नी कहते हैं भी विज्ञापन के द्वारा मिल रही है। आज विज्ञापन ने हमारी खुद की पहचान खत्म कर दी है। आज हमारी पहचान विज्ञापित वस्तुओं की खरीद के आधार पर होने लगी है, जिसमें अक्सर सुना जाता है कि वर्माजी के तो घर में एलजी का लेट्रॉन टीवी है, एलजी टीवी के माध्यम से आज वर्माजी की पहचान हो रही है।

एक ऐसा उदाहरण वर्माजी का ही नहीं है। ऐसे आज कई उदाहरण हैं जो हमारे बीच मौजूद हैं। अक्सर लोगों को कहते हम सुनते हैं कि उस नए मकान का कलर कितना अच्छा है शायद एशियन पेंट लगाया है, उस मकान की पहचान उसके मालिक से नहीं बल्कि उसके कलर से है जो विज्ञापनों के माध्यम से लोगों के सिर चढ़कर बोल रहा है। एक मोहल्ले में कुछ लोग दोहरेजी का पता पूछ रहे थे, कोई नहीं बता पाया, लेकिन जब पूछने वाले ने बताया कि उनके पास काले कलर की सेन्ट्रो कार है तो लोगों ने उसको घर तक पहुँचा दिया। आज हमारी पहचान विज्ञापन रूपी वस्तु ने ले ली है, हमारी संस्कृति हमारे समाज को दिशा विहीन कर दिया है। हमारे संस्कारों को खत्म कर दिया है क्योंकि ना विज्ञापन किसी भी वस्तु का हो उसमें स्त्री की उपस्थिति अति आवश्यक है। पुरुषों की दाढ़ी बनाने के लिए ब्लेड का विज्ञापन, परंतु उसमें भी स्त्री आकर उसकी गुणवत्ता और प्रयोग का तरीका बताती है। पुरुषों के पहनने के लिए अंडर गारमेंट का विज्ञापन, लेकिन उससे आराम और गुणवत्ता का एहसास पास खड़ी स्त्री कराती है। बात यही नहीं खत्म होती है। युवाओं के चलाने के लिए मोटर साइकिल का विज्ञापन हो या

Please cite this Article as : धरवेश कठेरिया , संदीप कुमार वर्मा , विज्ञापन और सांस्कृतिक परिवर्तन : Golden Research Thoughts (Oct. ; 2012)

पहनने के लिए कपड़े, लगाने के लिए बॉडी डियोडेंट, पर्युम आदि सभी में स्त्री का उपयोग इस कदर किया जा रहा है कि मानो स्त्री का जन्म ही ऐसे विज्ञानों के लिए हुआ है। उसकी सुन्दरता ऐसे विज्ञानों के माध्यम से उस उत्पाद को किसी भी कीमत पर बेचना और सिर्फ बेचना ही है। भारतीय बाजार में आज स्त्री किसी उत्पाद को बेचने का एक ऐसा माध्यम बन गई है जिसके बिना किसी उत्पाद को बाजार में लाने की कल्पना भी नहीं की जा सकती है। विज्ञान बाजार स्त्री का उपयोग कामोत्तेजक भावना को बढ़ाकर उत्पाद को बेचने का प्रयास कर रहा है। स्त्री के माध्यम से बाजार आज उत्पाद को ही नहीं बल्कि स्त्री-छवि को ही बेच रहा है। अगर विज्ञान से परे देखें तो इसी स्त्री को भारतीय संस्कृति ने देवी का स्थान दिया है। इस प्रकार जिस स्त्री को भारतीय संस्कृति में देवी का स्थान प्राप्त है, आज उस स्त्री को विज्ञानों ने बाजार में बिकने के लिए खड़ा कर दिया है। उसकी सुन्दरता उसकी कीमत का निर्धारण करती है। जबकि विज्ञान के संदर्भ में अश्लीलता चित्रण प्रतिषेध अधिनियम, 1986 बना हुआ है।<sup>1</sup> यह अधिनियम अशिष्टता एवं अश्लीलता का प्रतिषेध करता है। स्त्री शरीर-प्रदर्शन के संदर्भ में यह अधिनियम विशेष रूप से बनाया गया है। यह अधिनियम ऐसे सभी विज्ञानों-प्रकाशनों आदि को प्रतिषेध करता है, जिनमें किसी भी रूप में स्त्री अशिष्ट रूपण अंतर्विष्ट है।<sup>2</sup> यह नियम आगे बताता है कि ऐसी पुस्तकों, पुस्तिकाओं आदि के : जिनमें स्त्री अशिष्ट रूपण अंतर्विष्ट है, विक्रय/वितरण/परिचालन को प्रतिषेध करता है।<sup>3</sup> इस अधिनियम में दण्ड के संबंध में कहा गया है कि पहली बार दोष सिद्ध हो जाने पर किसी भी तरह का कारावास, जिसकी अवधि दो वर्ष हो सकती है और जुर्माना, जो दो हजार तक हो सकेगा, दण्ड दिया जा सकता है। दूसरी बार और उसके बाद दोष सिद्ध होने पर भारी दण्ड का प्रावधान किया गया है।<sup>4</sup> लेकिन स्त्री के संबंध में विज्ञान में उसके प्रस्तुतीकरण को लेकर चाहे जितने नियम बनें या भविष्य में बनाए जाएं, सुधार की संभावना हमेशा कम ही दिखाई देती है, क्योंकि विज्ञानों के संदर्भ में स्त्री, बाजार की आवश्यकता बनती नजर आ रही है। आज विज्ञान हमारे सांस्कृतिक प्रतिमान, सामाजिक मान्यताओं पर जमकर प्रहार कर रहा है। विज्ञान की शक्ति का अंदाजा इसी बात से लाया जा सकता है कि टेलीविजन स्क्रीन पर दिखाया जा रहा बड़े से बड़ा कार्यक्रम भी विज्ञान को दिखाने के लिए बीच में ही रोक दिया जाता है। और आपको मजबूरीवश विज्ञान दिखाया जाएगा, देखना पड़ेगा या फिर आप चैनल बदलकर किसी और कार्यक्रम पर अपनी नजर डालें। यदि, दिखाया जा रहा कार्यक्रम आपको पसंद है तो आप बार-बार रिमोट का बटन दबाकर उसके आने की प्रतीक्षा करेंगे।

विज्ञान का दूसरा रूप हमें उसके संदेश वाहक के रूप में भी देखने को मिलता है। सामाजिक दिशा-निर्देश विज्ञान का एक महत्वपूर्ण अंग बनते जा रहा है। सरकार अपनी नीतियों, योजनाओं और क्रिया-कलापों का बड़े पैमाने पर विज्ञान कर रही है। ताकि आवश्यक सूचना और संदेश समाज के वंचित समुदाय तक पहुंच सकें और उनके जीवन के अभाव दूर हो सके। इन विज्ञानों पर सरकार प्रतिवर्ष मोटी रकम खर्च करती है। और सूचना प्रसारित करने के लिए प्रसिद्ध कलाकारों या खिलाड़ियों आदि का उपयोग बतौर 'ब्रांड अंबेसडर' कर रही है। इसी प्रकार बहुत से एनजीओ संस्थान और कारपोरेट जगत भी सामाजिक संदेश प्रसारित करने में सकारात्मक परिवर्तन के लिए विज्ञान माध्यम का सहारा ले रहे हैं। यहां तक कि व्यावसायिक विज्ञानों में भी सामाजिक संदेशों का पुट दिखाई दे रहा है। आवश्यकता इस बात की है कि विज्ञानों में विज्ञापित संदेश की विश्वसनीयता बनी रहे तभी वह सामाजिक परिवर्तन की प्रक्रिया को सफल बना सकते हैं। आज-कल विज्ञान भी सार्थक सूचना संप्रेषित करने के कारगर साधन बनते जा रहे हैं।

विज्ञान निर्माण में कभी-कभी अतिरेक का भी आभास होता है उदाहरण के लिए हर विज्ञान में नारी सौंदर्य का सहारा लेना उन्हें कम वस्त्रा और भड़काऊ भाव-भंगिमा में प्रस्तुत करना नारी के सम्मान को ठेस पहुंचाने जैसा है। सौंदर्य का सृजन करते समय उसके सम्मान की रक्षा करना आवश्यक है अन्यथा यथार्थ जीवन में भी नारी के सम्मान को ठेस पहुंच सकती है। आज-कल समाज में काम-कुंठाओं के कारण विज्ञानों में प्रदर्शित नारी देह को प्राप्त करने के लिए जो अपराध की घटनाएं बढ़ रही हैं उसके लिए विज्ञान दोषी न बने इस बात की भी चिंता करनी चाहिए।

विज्ञानों की इस निर्भरता को कहीं न कहीं बांधने की आवश्यकता है तभी हमारे सांस्कृतिक मूल्य, जो अमूल्य सांस्कृतिक धरोहर के रूप में स्थापित हैं, को बचाया जा सकता है। जो हमारे बीच भारतीय संस्कृति की परंपरा के रूप में जीवित रहेंगे। सांस्कृतिक मूल्यों को बचाने और संरक्षित करने के लिए संचालित सिद्धांत, सार्वभौमिक मूल्य, नैतिकता, चरित्र आदि आचारशास्त्र की शैली के कुछ अवयव का स्थापित किया जाना आवश्यक है। इनमें से अधिकांश चीजों को हम नियमों के दायरे में भी रखना पसंद करते हैं। देखा जाए तो विज्ञान में हो रहे नैतिक-अनैतिक चीजों की नैतिकता उचित तथा अनुचित आचरण से संबंधित है। उचित कर्म वह है जो मानव को शुभ की प्राप्ति में सहायक होता है जबकि अनुचित कर्म विपरीत दिशा में ले जाता है।<sup>10</sup> नैतिकता की तह को देखा जाए तो नैतिकता सिर्फ व्यक्तिगत विचार है तथा नैतिक निर्णय भावनाओं का अथपूर्ण प्रस्तुतीकरण है। विज्ञानों में भी नैतिकता का प्रश्न व्यक्तिगत स्तर पर अधिक हावी होता है जो किसी व्यक्ति की भावनाओं से संबंधित हो सकता है। अब प्रश्न यह भी उठता है कि विज्ञान जैसी अल्प समयावधि की विषयवस्तु किस प्रकार नैतिकता के विरुद्ध हो सकती है। विज्ञान एक कारोबार जैसी स्थिति में है और इनकी प्रस्तुति और जुगलबंदी उपभोक्ता को समझाने की जदोजहद को क्षेत्र, भाषा और दूरी को भी छोटा करती है। विज्ञान विकास और प्रतिस्पर्धा के बीच की ऐसी कड़ी है, जो व्यवसाय का प्रमुख अंग बन गया है। और, यह एक विशेष वातावरण निर्मित करता है जिससे उपभोक्ताओं की उत्प्रेरणा को मूल्यों की तुलना में ज्यादा महत्व दिया जाता है।

पश्चिमी देशों में विज्ञान शैली शास्त्रीय विचारधारा की समझ से आगे एक अलग मार्ग तय करती है। जो बाजार की कार्य प्रणाली का इस्तेमाल लोकप्रिय परिप्रेक्ष्यों और भावनाओं को नियंत्रित करने को लेकर प्रमुखता में होती है।<sup>11</sup>

विज्ञान की बदलती तस्वीर में अश्लीलता, सेक्स, भौंडापन, फूहड़ भाव-भंगिमाएं आदि आम तौर की जिंदगी में बतौर प्रदूषक प्रवेश कर रही हैं। अब विज्ञानों की शैली किस वक्त दर्शक को शर्मशार कर देगी, कोई नहीं जानता। यूं कहें कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के श्रोता/दर्शक मनोवैज्ञानिक स्तर पर भले ही तैयार न हों, लेकिन वह तो जनमाध्यम की भूमिका को दरकिनार कर संस्कृतियों के यथार्थ की बदसूरती को गढ़ रहे हैं। गर्भनिरोधक संबंधी सामग्रियों के विज्ञान दिखाने का प्रयास कितना दूर तक असरकारक सिद्ध होगा यह विज्ञान निर्माता की भी समझ से परे ही रहता है।

मीडिया में सभी माध्यमों विज्ञान की समीक्षाएं भी यथासंभव होनी चाहिए। यह भी साफ हो कि जनता तक पहुंचने वाले विज्ञानों की वास्तविकता समूचे समाज और संस्कृति के लिए क्या प्रतिबिंबित करती हैं? इस प्रकार के अनेक प्रश्नों से रुबरु होने और माध्यमों की कसौटी का भरपूर विश्लेषण व्यवसायिक हितों की नई संभावनाओं के प्रति भले ही प्रतिकूल रहे। लेकिन, विज्ञानों की व्यापारिक शक्ति के दबाव को सांस्कृतिक दृष्टि से भी परखना आवश्यक पहलू है। मीडिया और लोकतंत्र के बारे में इन जोरदार बहसों को लेकर दो किस्म के सवाल खड़े होते हैं: तथ्य से जुड़े सवाल और मूल्य से जुड़े सवाल।<sup>12</sup> बड़ा विचित्र है कि तथ्य से जुड़े प्रश्न पर विरले ही कोई बहस करना चाहता है। वैश्वीकृत समाज और अंतर्राष्ट्रीय बाजार के निर्माण में जुटी मुक्त व्यापार व्यवस्था विज्ञान के माध्यम से प्रतिस्पर्धा के इस माहौल में उत्पाद को बनाए रखने के लिए मूल तत्व के रूप में देखती है। आप विज्ञान से लैस कर दिए गए हैं: अखबार-पत्रिका के कोने-कोने, होर्डिंग, पोस्टर, पैंपलेट, वॉल पेंटिंग, वेटिंग रूम ही नहीं, आपकी ई-मेल, हर मनपसंद बेबसाइट की एक-एक क्लिक और तो और अपका पर्सनल मोबाइल, इन विज्ञानों का वाहक है। पूरे परिदृश्य को समझें तो अब यह संभव नहीं है कि आप इन सभी पर नियंत्रण पूर्ण रूप से कर सकेंगे।

विज्ञानों को व्यक्ति तक जबरिया पहुंचाने का काम भी व्यापारिक चलन के रूप में स्थापित हो गया है। अब तो व्यक्ति विज्ञानवादाता के अनुसार ही सोचेगा, चीजों को अनुभव करेगा और व्यवहार करेगा। क्योंकि, बिक्री के लिए उत्पाद को मन-मस्तिष्क पर गहरी छाप देना हो या

एक पल में उत्पाद का समर्थन हासिल करना हो! विज्ञान इस प्रक्रिया में पर्याप्त होते हैं। विज्ञान की संभावी योजना और प्रभावों के मायाजाल ने ही विज्ञान विधा को विज्ञान उद्योग का स्वरूप प्रदान किया। परंतु, इस उद्योग की जटिलता यह रही कि इसमें 'सब बिकने के वास्ते' ही केंद्र बिंदु रहा। जिससे व्यावसायिक के मायने ओर मूल अर्थ का विलोप हो गया। सेक्स सिंबल, कामुक अपील, स्टेटस, ट्रेंड और इमोशन तक भी विज्ञानों में अनावश्यक होते हुए भी प्रमुख आकर्षण हैं। विज्ञानों के आकर्षण असंतुलित होने के कारण उपभोक्ता व्यवहार तथा संस्कृति दिग्भ्रमित हो रही हैं। इस बारे में रेमंड विलियम्स का विचार है कि विज्ञान केवल वस्तुओं को बेचने की कला ही नहीं है। यह एक दिग्भ्रमित समाज की संस्कृति का सच्चा अंग है।<sup>13</sup> उपभोक्तावादी मानसिकता संस्कृति और विचार की विसंगतियां गढ़ रही है। गर्भनिरोधक सामग्रियों के विज्ञान संबंधित रोकथाम के उद्देश्य से भटककर विकृत संस्कृति बना रहे हैं। कंडोम के विज्ञान में गर्भनिरोधक व सक्रमणा के बजाए कामुक अनुभव और लेवर को महत्व दे रहे हैं। कहीं न कहीं इन विज्ञानों में पश्चिमी पृष्ठभूमि को शामिल किया जा रहा है और भारतीय संस्कृतियों पर कुठाराघात किया जा रहा है। विज्ञान निर्माण नीतियों और स्वीकृतियों के असंतुलित होने के पीछे बहुराष्ट्रीय कंपनियों भी हैं। इनके व्यापारिक हित विज्ञान शैली को परिवर्तित करते हैं और विभिन्न माध्यमों से इनके प्रसारण से सामाजिक परिवर्तन भी होते हैं।

विज्ञान की आचार संहिता के संदर्भ में द एडवर्टाईजिंग स्टैंडर्ड कौंसिल ऑफ इंडिया के अनुसार, विज्ञान में किए गए वादों की सच्चाई को सुनिश्चित करना और भ्रमित करने वाले विज्ञानों पर नियंत्रण।<sup>14</sup> आमतौर पर मान्य सार्वजनिक सालीनता को शालीनता को देखते हुए यह सुनिश्चित करना कि विज्ञान अभद्र न हों।<sup>15</sup> साथ ही, ऐसे उत्पादों के विज्ञान पर नजर रखना जिनका उपयोग सामाजिक तौर पर मान्य नहीं है, या जिन उत्पादों को व्यापक तौर पर खतरनाक माना जाता है।<sup>16</sup> इसके अलावा विज्ञानों के संदर्भ में यह भी कहा गया है कि— यह सुनिश्चित करना कि विज्ञान स्वस्थ प्रतियोगिता के तहत बनाए गए हों, जिससे उपभोक्ता बाजार में मौजूद उत्पादों के बारे में जानकारी हासिल कर सकें और बिजनेस की प्रतियोगिता का उद्देश्य भी सार्थक हों।<sup>17</sup> लेकिन, शायद एएससीआई द्वारा बनाए गए ये नियम—कायदे विज्ञान निर्माण कलाओं के लिए काफी नहीं हैं। विज्ञान की विभिन्न आचार—संहिताओं के बावजूद स्वीकृत मानक की अस्पष्टता विज्ञान क्षेत्र का संकट है। इस संबंध में यदि विभिन्न एजेंसियों एवं विज्ञान सेवाओं के लिए अलग—अलग उत्पादन श्रेणियों की विज्ञान की ग्राह्यता तय करना आवश्यक है। वह उत्पाद चाहें स्वास्थ्य, सौंदर्य, खाद्य सामग्री, यंत्र—उपकरण, प्रौद्योगिकी, वित्तीय एवं अन्य सेवाएं हों, सार्वभौमिक स्तर पर आवश्यकता इस बात की है कि विज्ञान में सूचना की आधारशिला प्राथमिकता रहनी चाहिए, अपील आदि द्वितीयक हों। वहीं इस विज्ञान स्वीकृति के स्तर पर तक्रसंगत होने भी उतने ही आवश्यक हैं फिर चाहे विज्ञान के माध्यम कुछ भी हों और उनकी प्रौद्योगिकी का तरीका भी कुछ हो।

प्रसिद्ध अमेरिकी लेखक और अमेरिकी कांग्रेस के पूर्व लायब्रेरियन डेनियल डूस ने अपनी पुस्तक 'दि रिपब्लिक ऑफ टेक्नालॉजी' में लिखा था कि दरअसल जो टेक्नालॉजी विकसित हो रही है उसकी कुछ विशेषताएं हैं: पहली विशेषता उसकी यह है कि उसे लगातार बदलना है, उससे पहले वाली टेक्नालॉजी को हटाकर आगे आना है और फिसलने का खतरा हर वक्त बना रहेगा, इसलिए यह क्षणिक है, इससे सारे संबंध क्षणिक हैं, इससे जो जुड़ेगा, जो इस्तेमाल करेगा उसके रिश्ते भी क्षणिक होंगे: दूसरा कि अपनी जगह पर जहां इनका विकास हुआ वहां पर सीमित नहीं रह सकेगी।<sup>18</sup> अब इनके नियंत्रण कुछ हद तक अनियंत्रित हो रहे हैं, इसलिए विज्ञान प्रवृत्तियों का विविध टेक्नालॉजी से जुड़ना और भी विचित्र हुआ। कई मायने में ऑडियो—विजुअल मीडिया अधिक प्रभावी होने के कारण हमारी संस्कृति, हमारी नैतिकता और हमारी विचारधारा पर संभावित बाजार और नए ट्रेंड इन माध्यमों द्वारा तैयार हो रहे हैं। कुल मिलाकर संस्कृति पर भी विज्ञान का दबाव और बदलाव थोपा जा रहा है। वहीं वैश्विक स्तर एवं क्षेत्रीय स्तर की मनोवृत्ति को समाप्त करने में आधुनिक विज्ञानों की महत्वपूर्ण भूमिका रही है। इन सबके साथ विज्ञान की केंद्रीय भूमिका को स्पष्ट देखा जा सकता है। विश्व अर्थतंत्र के बढ़ते भूमण्डलीकरण के साथ ही विज्ञान भी अर्थतंत्र के महत्वपूर्ण हिस्से हो गए हैं। विज्ञान भौतिक, पर्यावरण, आनुवंशिकता, संस्कृति तथा विशिष्ट अनुभव जैसे तत्वों से समाज में व्यक्ति और व्यक्तित्व को भी निर्धारित कर रहे हैं। संस्कृति के परिवर्तन व्यक्ति के दृष्टिकोण को परिवर्तित कर देते हैं और नई आवश्यकताओं को उत्पन्न करना शुरू कर देते हैं। इसलिए विज्ञान के प्रभाव से बदली संस्कृति सामूहिक कल्याण की हो, ऐसी संभावना न्यूनतम ही होती है। भूमंडलीकृत मीडिया में विज्ञान के सामाजिक और आर्थिक प्रभाव मसलन अलग—थलग नहीं देखे जा सकते हैं। समूची भूमंडलीय प्रणाली में विज्ञान—संचार माध्यम—पार—राष्ट्रीय कंपनियां—आईएमएफ के सामूहिक मोर्चे ने ऐसे नवउदार शासनों की स्थापना को प्रोत्साहित किया है।<sup>19</sup>

भूमंडलीकरण की प्रक्रिया में विज्ञानदाताओं की प्राथमिकता का एक मजबूत रुझान हल्की—फुल्की चीजों को ज्यादा महत्व देने और सार्वजनिक सेवा से जुड़े कार्यक्रमों की सकारात्मक अभिव्यक्ति को शून्य महत्व देने का है। इसके साथ ही इस रुझान में दर्शकों को आकर्षित करने वाले ऐसे कार्यक्रमों को भरपूर प्रदर्शित करने का तत्व भी मौजूद है जिनमें सेक्स और हिंसा का जोर ज्यादा हो। यह सारा कुछ बाजार के तर्क के तहत किया जाता है।<sup>20</sup> लेकिन, जो भी जनमाध्यमों की भूमिका ही विज्ञान और विषयवस्तु को निर्धारित करती है। मीडिया चिंतक मार्शल मैकलुहान के मत में "सभी माध्यम हमारे ही विस्तार हैं जिनका काम नई रूपांतरिकरण दृष्टि और ज्ञान को उपलब्ध कराना है।"<sup>21</sup> विज्ञान विधा का विस्तार भी समाज के समानांतर विकास से जुड़ा होना भी आवश्यक है। क्योंकि, कई समाज स्वयं विकसित नहीं हो पाते। इन समाजों में विपरीत स्थिति को स्थानांतरित करना एक तलछट का निर्माण करता है और तब संबंधित परिवर्तनों को भी आकार देना कठिन हो जाता है। क्योंकि, यह मीडिया ही है जो साक्षात् रूप से समाज के प्रत्येक स्थान पर पहुंच रहा है और लोग निरंतर प्रभावित हो रहे हैं।

#### संदर्भ सूची

1. FICCI- KPNG, Report 2011.
2. FICCI- KPNG, Report 2011.
3. डॉ. प्रेमचन्द पातंजलि, आधुनिक विज्ञान, प्रकाशक— वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 1997.
4. डॉ. प्रेमचन्द पातंजलि, आधुनिक विज्ञान, पृष्ठ सं. 116<sup>प</sup>
5. वही पृष्ठ सं. 144.
6. अशोक महाजन, विज्ञान, पृष्ठ सं. 91, प्रकाशक— हरियाणा साहित्य अकादमी, पंचकूला, 1999<sup>प</sup>
7. वही।
8. डॉ. प्रेमचन्द पातंजलि, आधुनिक विज्ञान, पृष्ठ सं. 144<sup>प</sup>
9. वही।
10. मधु अग्रवाल, भारतीय विज्ञान में नैतिकता, प्रकाशक—प्रकाशन विभाग, सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार, नई दिल्ली, 1995.
11. नोम चॉम्स्की, जनमाध्यमों का माया लोक, पृष्ठ सं. 17, प्रकाशक— ग्रंथ शिल्पी, दिल्ली, 2006.
12. एडवर्ड एस. हरमन एवं रॉबर्ट डब्लू. मैक्चेरनी, भूमंडलीय जनमाध्यम, पृष्ठ सं. 16, ग्रंथ शिल्पी प्रकाशक, दिल्ली, 2006.
13. कुमुद शर्मा, विज्ञान की दुनिया, पृष्ठ सं. 90, प्रकाशक— प्रतिभा प्रतिष्ठान, दिल्ली, 2004.
14. द एडवर्टाईजिंग स्टैंडर्ड कौंसिल ऑफ इंडिया।

15. वही।
16. वही।
17. वही।
18. रामशरण जोशी, मीडिया और बाजारवाद, पृष्ठ सं. 22, प्रकाशक— राधाकृष्ण प्रकाशन, दिल्ली, 2010.
19. भूमंडलीय जनमाध्यम, एडवर्ड एस. हरमन एवं रॉबर्ट डब्लू. मैक्वेस्नी, पृष्ठ सं. 297.
20. वही पृष्ठ सं. 298.
21. रामशरण जोशी, मीडिया मिथ और समाज, पृष्ठ सं. 107, प्रकाशक— शिल्पायन प्रकाशन, दिल्ली, 2008.



# Publish Research Article International Level Multidisciplinary Research Journal For All Subjects

Dear Sir/Mam,

We invite unpublished research paper.Summary of Research Project,Theses,Books and Books Review of publication,you will be pleased to know that our journals are

## Associated and Indexed,India

- \* International Scientific Journal Consortium Scientific
- \* OPEN J-GATE

## Associated and Indexed,USA

- EBSCO
- Index Copernicus
- Publication Index
- Academic Journal Database
- Contemporary Research Index
- Academic Paper Databse
- Digital Journals Database
- Current Index to Scholarly Journals
- Elite Scientific Journal Archive
- Directory Of Academic Resources
- Scholar Journal Index
- Recent Science Index
- Scientific Resources Database

Golden Research Thoughts  
258/34 Raviwar Peth Solapur-413005,Maharashtra  
Contact-9595359435  
E-Mail-ayisrj@yahoo.in/ayisrj2011@gmail.com  
Website : www.isrj.net