उपभोक्ता संस्कृति के मकड़जाल में पड़ता जा रहा है नया मध्यवर्ग- प्रो.नदीम हसनैन

हिंदी विवि में भारत के मध्यम वर्ग में उभरती हुई उपभोक्ता संस्कृति तथा बदलती जीवनशैली पर हुआ गंभीर विमर्श

वर्धा, 10 अक्टूबर, 2011; महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय,वर्धा में सुप्रसिद्ध मानवशास्त्री व विवि के पूर्व प्रतिकुलपति प्रो. नदीम हसनैन ने 'भारत के मध्यम वर्ग में उभरती हुई उपभोक्ता संस्कृति तथा बदलती जीवनशैली: एक मानवशास्त्रीय दृष्टिकोण' विषय पर विचार व्यक्त करते हुए कहा कि नये मध्यवर्ग के युवाओं के पास बहुत पैसा है। युवा शाम को अपनी शान-शौकत के लिए हजारों-हजार खर्च कर देते हैं पर सामाजिक कार्यों के लिए खर्च नहीं करते हैं। वे उपभोक्ता संस्कृति के मकड़जाल में पड़ते जा रहे हैं।

विश्वविद्यालय के हबीब तनवीर सभागार में मानवविज्ञान विभाग की ओर से आयोजित विशेष व्याख्यान समारोह की अध्यक्षता प्रतिकुलपति प्रो.ए.अरविंदाक्षन ने की। इस अवसर पर दिल्ली विश्वविद्यालय के प्रो.पी.सी.जोशी, विवि के कुलसचिव डॉ.के.जी.खामरे, मानवविज्ञान के विभागाध्यक्ष डॉ. फरहद मलिक मंचस्थ थे।

लखनउ विश्वविद्यालय के मानवविज्ञान के विभागाध्यक्ष प्रो. नदीम हसनैन ने कहा कि आज तीन शब्द प्रचलित हैं-उपभोक्तावाद, उपभोक्ता संस्कृति और मध्यम वर्ग। ऐसे तमाम लोग उपभोक्तावाद में रहे हैं जो उत्पाद और सेवाओं को, जिसका वे इस्तेमाल कर रहे हैं, बुनियादी जरूरतों से ज्यादा हैं। प्रोडक्शन, डिस्ट्रीब्यूशन और कंजम्शन- इन तीनों के बिना कोई भी समाज रह ही नहीं सकता है चाहे वह सरल समाज हो या जटिल। लेकिन जब हम बुनियादी जरूरतों के अलावा उत्पाद व सेवाओं का उपयोग करते हैं जिनके उद्देश्य सामाजिक दिखावा के रूप में होता है, आमतौर पर हम इसे उपभोक्तावाद के रूप में समझते हैं।

मानवशास्त्री आल्थर लुई के 'कल्चर ऑफ पावर्टी के कंसेप्ट' के हवाले से प्रो. हसनैन ने कहा कि दुनियाभर के गरीबों की एक संस्कृति है जो सार्वभौमिक है। उसी तरह से उपभोक्ता संस्कृति भी अपने प्रकृति में वैश्विक है। आम तौर पर ये कहा जाता है कि ये कैपीटिलिज्म ओरिएंटेड अर्थव्यवस्था है। उपभोक्ता संस्कृति में ज्यादातर उपभोक्ता ख्वाईशमंद हैं, कोशिश व हासिल करते हैं उन उत्पादों को, जिनकी उसे बहुत उपयोगिता नहीं होती है बल्कि सामाजिक हैसियत को दिखाने में होती है। ये जितने भी सामान्य जीवन के उत्पाद, सेवाएं हासिल करता है एक्सचेंज के द्वारा या जैसे भी हो सके, वस्तुओं को प्राप्त करने को ललायित रहता है। वह स्वयं उत्पाद नहीं बनाता है, वह सिर्फ उपभोक्ता होता है। सरल समाज जैसे कि जनजातीय समाजों या आदिवासी समाजों व जटिल समाज के बीच में हम अंतर देख सकते हैं। सरल समाजों में उत्पादक ही उपभोक्ता होता है जबकि जटिल समाजों में उपभोक्ता उत्पादक नहीं होता है।

प्रो. हसनैन ने मध्यम वर्ग को पूराना मध्यम वर्ग और नया मध्यम वर्ग में विभाजित करते हुए बताया कि पूराना मध्यम वर्ग उपनिवेशवादी काल से आजादी के उपरांत 1960 ई. के दशक तक में आता है। उसमें ईमानदारी होती थी। उसके सामाजिक सरोकार होते थे। उसमें कम्यूनिटी फीलिंग होती थी और वे इकोनोमिक सिक्योर फेमिली से आते थे। वे सामाजिक और नैतिक मूल्य की भी बात करते थे जहां उन्होंने सामाजिक और धार्मिक सुधार आंदोलनों में अपनी भूमिका अदा की, वहीं वे जेंडर जस्टिस की भी बात करते थे। उन्होंने राष्ट्रवादी विचारधारा व राष्ट्रवादी भावनाओं को बढ़ाने में मदद की और सबसे महत्वपूर्ण बात वे अपनी खीची लक्ष्मण रेखा को पार नहीं करते थे। लेकिन 1960-70 के दशक के बाद से मध्यम वर्ग का चरित्र तेजी से बदला है। नया मध्यम वर्ग बहुत क्वालीफाइड और टेक्नोलॉजिकली लैस हैं। मानवशास्त्री आंद्रे बीते ने लिखा है कि नया मिडिल क्लास का सारा जोर व्यवसाय, शिक्षा और सेलरी इनकम पर होता है। पूराना मिडिल क्लास का जोर संपत्ति के स्वामित्व पर होता था जबकि नया मिडिल क्लास अपनी सेलरी पर बहुत ज्यादा निर्भर है। ये नया मिडिल क्लास सारी जातियों से आ रहा है, सभी क्षेत्रों से आ रहा है। आंद्रे बीते ने कहा है कि ये नया मध्यम वर्ग उपर उठने के लिए बहुत बैचेन है, ये बैचेनी पुराने मिडिल क्लास में नहीं थी। आज का मिडिल क्लास पुराने मिडिल क्लास को कहता है कि ये जड़ समाज था। नेशनल काउंसिल फॉर एप्लाइड इकोनोमिक रिसर्च 2001-02 में कहा गया है कि 2 से 8 लाख सलाना आमदनी वाले लोगों की संख्या 10.7 मिलियन यानी एक करोड़ 70 लाख आंकी गई है। 2001 के बाद 2010 और 2011 यानी पूरे एक दशक में जिसतरह से डाइवर्सिटी बढ़ी है, जिसप्रकार से मल्टी नेशनल्स व कार्पोरेट सेलरी का जो ऑफर करती है, होश उड़ जाते हैं। 5 से 12 लाख सलाना कमाई करने वालों की संख्या 30 करोड़ से अधिक है। ये संख्या थोड़ी अधिक लगती है। अगर ये संख्या है तो वाकई इंडिया शाईनिंग कर रहा है और नहीं तो बी.डी. शर्मा का हिन्दुस्तनवां अंधेरे में है।

क्या हमारा लजीज व्यंजन मलीन बस्तियों में जाएगा- प्रो. हसनैन ने कहा कि आज वेस्टेज करना भी स्टेटस सिंबल में शुमार है। आप देखेंगे कि फाइव स्टार, फोर स्टार जैसे होटलों में खाना का खूब वेस्टेज किया जाता है। प्लेट साफ कर खायेंगे तो आप भूख्खड़ समझे जायेंगे। एक एनजीओ ने होटल मालिकों से कहा कि आप जिस खाना को फेंकते हैं उसे हमें दे दीजिये हम उसे जरूरतमंदों को दे देंगे। फाइव स्टार होटल के मालिक का कहना था कि हमें खाना फेंकना तो मंजूर है मगर किसी भूखे को लजीज व्यंजन का आनंद नहीं लेने दे सकते। उनका कहना स्पष्ट था कि क्या हमारा खाना मलीन बस्तियों में जाएगा।

लाइफ बोट से पहले आप उतरिये- प्रो. हसनैन ने कहा कि जूलीइन स्टीवर्ट ने सांस्कृतिक विकास के सन्दर्भ में यह उल्लेखित किया है कि विकास का पैमाना यही होगा कि प्रति व्यक्ति ऊर्जा कितनी खपत करता है। साथ ही समाज में प्रति व्यक्ति के वेस्टेज से उसके विकास का आकलन किया जाएगा। आज अपार्टमेंट कल्चर में हम इलेक्ट्रॉनिक्स सामान खरीदते चले जाते हैं। इसके कई कारण हैं यथा: नए मॉडल का बाजार में आ जाना या फिर ऑफर मिलना। चूंकि वेस्टेज को खपाने में इतनी दिक्कतें आ रही हैं, पृथ्वी सहन नहीं कर पा रही हैं। विकसित देशों के लोग टेक्नोलोजिकली समृद्ध हैं अतएव उनका कहना है कि लाइफ बोट में उतने ही लोग सवार हों जितने को पृथ्वी वहन कर सकें। पाकिस्तान के अर्थशास्त्री प्रो.नरिवुड हक का विकसित देशों के द्वारा पृथ्वी पर कचरा फैलाने के संदर्भ में कहना है कि पहले उस लाइफ बोट से आप उतरिये क्योंकि आप पृथ्वी पर सबसे ज्यादा कचरा फेंकते हैं।

मानवविज्ञान विभाग के सहायक प्रोफेसर डॉ. निशीथ राय ने मंच का संचालन किया तथा कुलसचिव डॉ.के.जी. खामरे ने आभार व्यक्त किया। शुरूआत में आदिवासी चिंतक प्रो.रामदयाल मुण्डा के निधन पर दो मिनट का मौन रखकर श्रद्धांजलि अर्पित की गई। समारोह के दौरान विश्वविद्यालय के अतिथि लेखक से.रा.यात्री, मीडियाविद् प्रो. रामशरण जोशी, डॉ.एस.कुमार सहित बड़ी संख्या में शैक्षणिक, गैर-शैक्षणिक कर्मी, शोधार्थी व विद्यार्थी उपस्थित थे। इस दौरान श्रोताओं ने कई रोचक प्रश्न कर समारोह को जीवंत बनाया।

-अमित कुमार विश्वास