

संचार माध्यम

भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय) की त्रैमासिक यूजीसी-केयर सूचीबद्ध शोध पत्रिका

खंड-37, अंक-3

आईएसएसएन : 2321-2608

जुलाई-सितम्बर 2025



OPERATION SINDOOR



भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय)
नई दिल्ली

संचार माध्यम

भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय) की त्रैमासिक यूजीसी-केयर सूचीबद्ध शोध पत्रिका
खंड-37, अंक-3 जुलाई-सितम्बर 2025 आईएसएसएन : 2321-2608



संचार माध्यम के बारे में:

'संचार माध्यम' (ISSN : 2321-2608) भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय), नई दिल्ली की संचार, मीडिया, पत्रकारिता और उससे संबंधित मुद्दों पर केंद्रित हिंदी में प्रकाशित सामग्री चयन में उच्च मानदंडों का पालन करने वाली अग्रणी और यूजीसी केयर सूचीबद्ध शोध पत्रिका है। इसका प्रकाशन 1980 में आरंभ हुआ और आज यह हिंदी भाषा में संचार, मीडिया और पत्रकारिता से संबंधित विषयों पर विभिन्न प्रकार के विचारों, टिप्पणियों, पुस्तक समीक्षा और मौलिक शोध-पत्रों के प्रकाशन का प्रतिष्ठित मंच है। इसमें मीडिया से संबंधित सभी प्रकार के विषयों पर मौलिक अकादमिक शोध और विश्लेषण प्रकाशित किए जाते हैं। अकादमिक शोध के उच्चतर मूल्यों का पालन करते हुए 'संचार माध्यम' में प्रकाशन से पूर्व सभी शोध पत्रों/आलेखों के लिए निष्पक्ष समीक्षा की एक कठोर प्रक्रिया का पालन किया जाता है। भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय) के प्रकाशन विभाग द्वारा इसका प्रकाशन किया जाता है।

प्रधान संपादक

डॉ. प्रज्ञा पालीवाल गौड़

कुलपति

भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय)
नई दिल्ली

संपादक

प्रो. (डॉ.) प्रमोद कुमार

अध्यक्ष, स्ट्रैटिजिक कम्युनिकेशन विभाग
भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय)
नई दिल्ली

संपादक मंडल

श्री अच्युतानंद मिश्र

वरिष्ठ पत्रकार एवं पूर्व कुलपति, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल

डॉ. सच्चिदानंद जोशी

सदस्य सचिव, इंदिरा गांधी राष्ट्रीय कला केंद्र, नई दिल्ली

प्रो. ओम प्रकाश सिंह

पूर्व प्रोफेसर एवं निदेशक, महामना मदनमोहन मालवीय हिंदी पत्रकारिता संस्थान, महात्मा गांधी काशी विद्यापीठ, वाराणसी, उत्तर प्रदेश

प्रो. पवित्र श्रीवास्तव

विभागाध्यक्ष, विज्ञापन एवं जनसंपर्क विभाग, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल

प्रो. आनंद प्रधान

प्रोफेसर एवं क्षेत्रीय निदेशक, भारतीय जन संचार संस्थान, (समविश्वविद्यालय) ढेंकनाल परिसर, ओडिशा

प्रो. अनिल कुमार सौमित्र

प्रोफेसर, भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय), जम्मू परिसर

प्रो. प्रमोद कुमार

प्रोफेसर, अंग्रेजी पत्रकारिता एवं संपादक, 'संचार माध्यम', भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय), नई दिल्ली

डॉ. शुचि यादव

अध्यक्ष, मीडिया अध्ययन केंद्र, सामाजिक विज्ञान स्कूल, जवाहरलाल नेहरू विश्वविद्यालय, नई दिल्ली

डॉ. राजेश कुशवाहा

सह आचार्य, भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय), अमरावती परिसर

डॉ. राकेश उपाध्याय

सह आचार्य, भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय), नई दिल्ली

डॉ. विनीत उत्पल

सहायक आचार्य, भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय), जम्मू परिसर

श्री संत समीर

एसोसिएट प्रकाशन, भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय), नई दिल्ली

भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय) की ओर से प्रो. (डॉ.) वीरेंद्र कुमार भारती द्वारा मुद्रित एवं प्रकाशित

सभी तरह के संपादकीय पत्राचार और लेख भेजने के लिए **संपादक, संचार माध्यम, भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय)**, जेएनयू न्यू कैंपस, अरुणा आसफ अली मार्ग, नई दिल्ली-110067 (भारत) को संबोधित किया जाना चाहिए (दूरभाष : 91-11-26742920, 26741357)

ईमेल : sancharmadhyamiimc@gmail.com, drpk.iimc@gmail.com

जर्नल का वेब लिंक : <https://www.iimc.gov.in/about-journal-0>

वेबसाइट : www.iimc.gov.in

'संचार माध्यम' में प्रकाशित विचार लेखकों की अपनी अभिव्यक्ति हैं। भारतीय जन संचार संस्थान का उनसे सहमत होना अनिवार्य नहीं है।

कुलपति की कलम से



डॉ. प्रज्ञा पालीवाल गौड़
कुलपति
भारतीय जन संचार संस्थान
(समविश्वविद्यालय)

भारतीय संस्कृति में सिंदूर केवल एक सौंदर्य प्रसाधन नहीं, बल्कि एक गहन प्रतीकात्मकता से युक्त परंपरा है। सिंदूर, भारतीय संस्कृति में एक प्राचीन और पवित्र प्रतीक के रूप में जाना जाता है, जो नारीत्व और सौभाग्य का प्रतीक रहा है। यह न केवल एक रंग है, बल्कि एक सांस्कृतिक और आध्यात्मिक अभिव्यक्ति भी है, जो भारतीय समाज के मूल्यों और विश्वासों को दर्शाती है। परंतु, समय के साथ, परंपराएँ केवल रीति-रिवाज तक सीमित नहीं रहतीं, वे अपने भावार्थ, प्रयोजन और प्रतीकों के साथ पुनःपरिभाषित होती हैं—विशेष रूप से तब, जब कोई घटना उन्हें नई संवेदना, चेतना और सामूहिक स्मृति में स्थान देती है। ऐसे ही एक ऐतिहासिक मोड़ पर भारत सरकार द्वारा संचालित ‘ऑपरेशन सिंदूर’ सामने आता है, जिसने ‘सिंदूर’ को एक सांस्कृतिक प्रतीक से एक राष्ट्र-प्रेरक प्रतीक में रूपांतरित कर दिया। भारत सरकार द्वारा संचालित यह अभियान न केवल एक सैन्य और कूटनीतिक सफलता के रूप में उभरा, बल्कि इसने भारतीय जनमानस में राष्ट्रीय गौरव और एकता की भावना को भी प्रज्वलित किया।

‘ऑपरेशन सिंदूर’ भारतीय सैन्य, राजनीतिक और मानवीय रणनीति का एक अद्वितीय उदाहरण बना है। इस सैन्य अभियान के नाम में ही एक सांस्कृतिक प्रतीक को जोड़ा गया—‘सिंदूर’। यह कोई संयोग नहीं था, बल्कि एक सोची-समझी कूटनीति थी, जो जनमानस से गहरे स्तर पर जुड़ने का सामर्थ्य रखती थी। नाम केवल पहचान नहीं होते, वे स्मृति और चेतना को गहराई से प्रभावित करते हैं। जब इस अभियान को ‘सिंदूर’ नाम दिया गया, तो वह नारीत्व, त्याग और मातृभूमि के लिए समर्पण जैसे मूल्यों से गहरे स्तर पर जुड़ गया। इस अभियान में सम्मिलित सैनिकों की बहादुरी और राष्ट्रभक्ति ने सिंदूर को ‘आभूषण’ से ‘अभियान’ में रूपांतरित कर दिया। अब यह केवल माँग में भरे जाने वाला प्रसाधन नहीं, बल्कि लहू में बहने वाला आत्मबल बन गया। यह पुनःपरिभाषा थी—एक नारी प्रतीक का राष्ट्र प्रतीक में रूपांतरण।

29 जुलाई, 2025 को संसद में बोलते हुए प्रधानमंत्री श्री नरेन्द्र मोदी ने स्पष्ट किया कि “अब भारत आतंकी नर्सरी में ही आतंकियों को मिट्टी में मिलाएगा। हम पाकिस्तान को भारत के भविष्य से खेलने नहीं देंगे। इसलिए ऑपरेशन सिंदूर खत्म नहीं हुआ है, ऑपरेशन सिंदूर जारी है और यह पाकिस्तान के लिए भी नोटिस है। वो जब तक भारत के खिलाफ आतंक का रास्ता रोकेगा नहीं, तब तक भारत एक्शन लेता रहेगा। भारत का भविष्य सुरक्षित और समृद्ध होगा, यही हमारा संकल्प है।”

मीडिया को जनमानस का आईना कहा जाता है, परंतु वास्तव में यह एक सक्रिय शक्ति है, जो विचारों को न केवल प्रतिबिंबित करती है, बल्कि उन्हें दिशा भी देती है। मीडिया ने ‘ऑपरेशन सिंदूर’ को जनमानस तक पहुँचाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। समाचार चैनल, अखबार, सोशल मीडिया मंच और डिजिटल प्लेटफॉर्मों ने ‘ऑपरेशन सिंदूर’ की सफलता को न केवल एक सैन्य उपलब्धि के रूप में प्रस्तुत किया, बल्कि इसे राष्ट्रीय गौरव और एकता के प्रतीक के रूप में भी उभारा। टेलीविजन चैनलों पर विशेषज्ञों के विश्लेषण, समाचार पत्रों में विस्तृत लेख और सोशल मीडिया पर वायरल पोस्टों ने इस अभियान को एक राष्ट्रीय उत्सव का रूप दे दिया।

सोशल मीडिया, विशेष रूप से एक्स जैसे मंच, ने इस अभियान को जन-जन तक पहुँचाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। #OperationSindoor और #BharatKeVeer जैसे हैशटैग ने लाखों लोगों को जोड़ा, जिन्होंने इस अभियान में शामिल जवानों और अधिकारियों की वीरता की सराहना की। उपयोगकर्ताओं ने अपने पोस्ट में सिंदूर को साहस, बलिदान और राष्ट्रीय गौरव के प्रतीक के रूप में चित्रित किया। मीडिया ने ऑपरेशन सिंदूर को एक कहानी के रूप में प्रस्तुत किया, जिसमें नायकत्व, रणनीति और सांस्कृतिक प्रतीकवाद का समन्वय था। समाचार चैनलों ने अभियान के पीछे की रणनीति, इसके कार्यान्वयन, और इसके परिणामों को विस्तार से कवर किया। साथ ही, उन्होंने इस अभियान को भारतीय संस्कृति और परंपरा से जोड़कर इसे जनमानस के लिए अधिक प्रासंगिक बनाया।

‘ऑपरेशन सिंदूर’ ने न केवल एक सैन्य अभियान के रूप में सफलता हासिल की, बल्कि इसने सिंदूर की परंपरागत छवि को भी पुनःपरिभाषित किया। यह अब केवल एक धार्मिक या सांस्कृतिक प्रतीक नहीं रहा, बल्कि यह राष्ट्रीय गौरव, साहस और बलिदान का प्रतीक बन गया। इस पुनःपरिभाषा में जनमानस की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण रही। ऑपरेशन सिंदूर की सफलता के बाद देशभर में इस शब्द ने एक नई ऊर्जा प्राप्त की। माताएँ, बहनें, बेटियाँ—सबने इसे अपने गर्व और अस्मिता से जोड़कर देखा। सोशल मीडिया पर ‘#SindoorOfPride’ जैसे हैशटैग वायरल हुए। यह केवल अभियान का समर्थन नहीं था, यह एक सांस्कृतिक पुनर्जागरण था। जनमानस ने महसूस किया कि सिंदूर, जो अब तक केवल वैवाहिक स्थिति का संकेतक था, अब देशप्रेम, आत्मोत्सर्ग और वीरता का प्रतीक भी बन सकता है। यह प्रतीकात्मक पुनर्रचना भारतीय मानस की भावनात्मक गहराई को दर्शाती है।

बुसान अंतरराष्ट्रीय फिल्म महोत्सव में 'भारत पर्व'

दिनांक 20 से 23 सितंबर, 2025 तक दक्षिणी कोरिया के बुसान शहर में आयोजित '30वें बुसान इंटरनेशनल फिल्म फेस्टिवल' (बीआईएफएफ) और 'एशियन कंटेंट्स एंड फिल्म मार्केट' (एसीएफएम) में भारतीय मंत्रिस्तरीय प्रतिनिधिमंडल के एक सदस्य के रूप में भारतीय जन संचार संस्थान (आईआईएमसी) की ओर से सहभागी होने का अवसर प्राप्त हुआ। इस उच्चस्तरीय प्रतिनिधिमंडल में आईआईएमसी के अलावा भारतीय राष्ट्रीय फिल्म विकास निगम (एनएफडीसी), फेडरेशन ऑफ इंडियन चैंबर्स ऑफ कॉमर्स एंड इंडस्ट्रीज (फिक्की), भारतीय फिल्म एवं टेलीविजन संस्थान (एफटीआईआई) पुणे, सत्यजीत रे फिल्म एवं टेलीविजन संस्थान (एसआरएफटीआई), कोलकाता और वेक्स बाजार पहल के तहत कुछ चुनिंदा स्वतंत्र फिल्म निर्माता भी शामिल थे। भारतीय प्रतिनिधिमंडल का नेतृत्व भारत के माननीय सूचना एवं प्रसारण राज्यमंत्री डॉ. एल. मुरुगन ने किया। सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय में संयुक्त सचिव श्री पृथुल कुमार भी प्रतिनिधिमंडल में शामिल थे। इस विश्वस्तरीय आयोजन में भारत ने मुख्य रूप से WAVES बाजार का प्रमोशन किया। साथ ही सिनेमा, कला और संस्कृति के साथ सिनेमा से जुड़ी तकनीक पर भी जोर दिया गया। आयोजन में भारत ने अपनी सिनेमाई क्षमता का प्रभावी प्रदर्शन किया। इस पूरे आयोजन में सोउल (कोरिया) स्थित भारतीय दूतावास की महत्वपूर्ण भूमिका थी। बीआईएफएफ में यह भारत का पहला मंत्रिस्तरीय प्रतिनिधिमंडल था, जिसने सांस्कृतिक कूटनीति को मजबूत करने, अंतरराष्ट्रीय स्तर पर रचनात्मक सहयोग का विस्तार करने और भारत को एक रचनात्मक अर्थव्यवस्था के वैश्विक केंद्र के रूप में स्थापित करने की भारत की प्रतिबद्धता को प्रदर्शित किया। बुसान इंटरनेशनल फिल्म फेस्टिवल का आयोजन बुसान सिनेमा सेंटर में, जबकि एशियन कंटेंट्स एंड फिल्म मार्केट का आयोजन बुसान एकजीबिशन एंड कन्वेंशन सेंटर-2 (बेक्सको) में हुआ।

'एशियन कंटेंट्स एंड फिल्म मार्केट' मनोरंजन व्यापार का एक महत्वपूर्ण आयोजन है, जो बुसान अंतरराष्ट्रीय फिल्म महोत्सव के साथ ही आयोजित होता है। यह न केवल एशिया भर से, बल्कि विश्व के अन्य क्षेत्रों से भी बड़े पैमाने पर रचनाकारों, निवेशकों और फिल्म आइडिया खरीदारों को एक मंच प्रदान करता है। इसे 'कान फिल्म महोत्सव' के दौरान विशेष रूप से एशिया पर केंद्रित 'मार्च डू फिल्म' का संस्करण कहा जा सकता है। इस महोत्सव में फिल्म बिक्री बाजार, प्रदर्शनी बूथ, चैनल और नेटवर्किंग सत्रों के संयोजन में करीब 2,700 लोग शामिल हुए। एसीएफएम के दौरान आयोजित बुसान स्टोरी मार्केट पूरे महोत्सव में विशेष आकर्षण का केंद्र रहा, जहाँ मुख्य रूप से एशियाई प्रकाशकों के मूल आईपी को प्रदर्शित किया गया था। एसीएफएम का प्रथम आयोजन वर्ष 2006 में बुसान के ग्रैंड होटल में आयोजित हुआ था, जिसमें 35 देशों की 554 कंपनियों और 1,160 पंजीकृत प्रतिभागियों ने भाग लिया था।

बुसान फिल्म फेस्टिवल के दौरान भारत ने खास तौर से 'भारत पर्व' का आयोजन कर भारत की सॉफ्ट पावर से विश्व को परिचित कराया। भारत पर्व के तहत बुसान समुद्र तट पर स्थित सिग्निअल होटल में आयोजित एक सांस्कृतिक संध्या के माध्यम से फिल्मों से लेकर शास्त्रीय संगीत और नृत्य का प्रदर्शन किया गया। भरतनाट्यम और कथकली की प्रस्तुतियाँ अत्यंत मनमोहक थीं। 'भारत पर्व' ने भारत और कोरिया के सांस्कृतिक रिश्तों को और सुदृढ़ किया। इसमें दक्षिणी कोरिया सहित अनेक देशों के फिल्म निर्माता और कला जगत् से जुड़े लोगों के अतिरिक्त बुसान इंटरनेशनल फिल्म फेस्टिवल के निदेशक जंग हंसियोक, एसीएफएम की निदेशक एलेन वाई. डी. क्रिम और बुसान फिल्म कमीशन के अधिकारी भी शामिल हुए। फिल्मों ही नहीं, बल्कि संस्कृति और परंपरा के जरिये भी भारत ने इस आयोजन से अपनी मजबूत उपस्थिति दर्ज की। इसलिए आने वाले समय में भारत और दक्षिण कोरिया के फिल्म निर्माताओं द्वारा मिलकर फिल्मों के निर्माण की संभावनाएँ मजबूत हुई हैं। सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय और सियोल स्थित भारतीय दूतावास द्वारा वेक्स बाजार आउटरीच कार्यक्रम के रूप में एसीएफएम में स्थापित 'भारत पैवेलियन' ने भारत के जीवंत मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र को प्रदर्शित करने, सह-निर्माण को बढ़ावा देने और फिल्म, टेलीविजन, गेमिंग और उभरती रचनात्मक तकनीकों में अंतरराष्ट्रीय सहयोग को बढ़ावा देने का प्रयास किया। इसमें वैश्विक खरीदारों के लिए भारतीय फिल्मों, कहानियाँ और डिजिटल सामग्री प्रदर्शित की गई थीं। साथ ही भारतीय और अंतरराष्ट्रीय निर्माताओं, वितरकों और सामग्री प्लेटफॉर्म के बीच बी2बी बैठकों को सुगम बनाया गया। इसके माध्यम से एनीमेशन, वीएफएक्स, गेमिंग और इमर्सिव स्टोरीटेलिंग जैसे नए युग के क्षेत्रों में साझेदारों की संभावनाओं को भी तलाशा गया। 'भारत पैवेलियन' की थीम थी—'इंडियाज क्रिएटिव इकॉनोमी फॉर द वर्ल्ड'। अनेक फिल्म निर्माता भारतीय फिल्म निर्माताओं के साथ सह-निर्माण को लेकर उत्सुक दिखाई दिए।

इस दौरान भारत और कोरिया फिल्म उद्योग जगत् के प्रमुख प्रतिनिधियों और सरकारी अधिकारियों के साथ 'भारत-कोरिया तालमेल : सह-निर्माण में नए क्षितिज' विषय पर एक चर्चा भी आयोजित की गई। चर्चा में मुख्य रूप से सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय में संयुक्त सचिव श्री पृथुल कुमार और दक्षिणी कोरिया में भारत के प्रभारी राजदूत डॉ. निशिकांत सिंह ने भाग लिया। कोरिया से भी फिल्म एवं क्रिएटिव इंडस्ट्री से जुड़े अनेक दिग्गजों ने चर्चा में भाग लिया। कोरिया में रह रहे टीवी कलाकार अभिषेक गुप्ता ने इस अवसर पर फरटिदार कोरियाई भाषा में अपने विचार साझा किए। इसमें खासतौर से इस बात पर चर्चा की गई कि भारत सह-निर्माण को कैसे बढ़ावा दे रहा है। दोनों देशों का कंटेंट एक-दूसरे के यहाँ काफी लोकप्रिय है। श्री पृथुल कुमार ने जोर देकर कहा कि 'इंडिया सिने हब' के माध्यम से फिल्म निर्माण से जुड़ी सभी समस्याओं का समाधान 'सिंगल विंडो' के जरिये प्रस्तुत किया गया है।

भारत की दस फिल्मों का प्रदर्शन

फिल्म फेस्टिवल में भारत की दस फिल्में अलग-अलग समूहों में प्रदर्शित की गईं, जो भारतीय कथानकों की विविधता को दर्शाती हैं। इनमें शामिल हैं पद्मश्री नीला माधव पांडा की 'स्पाइंग स्टार्स', जिसने उद्घाटन प्रतियोगिता खंड में प्रतिस्पर्धा की। साथ ही सजू सुरेंद्रन की 'इफ ऑन अ विंटर नाइट',

महर्षि तुहिन कश्यप की 'कोक कोक कोकूक' और त्रिबेनी राय की 'शेप ऑफ मोमो' विजन एशिया खंड के अंतर्गत प्रदर्शित की गईं। इनके अलावा विकास रंजन मिश्रा की 'बयान', अनूप लोकर की 'डॉट टेल मदर', तनिष्ठा चटर्जी की 'फुल प्लेट', शीतल एन.एस. की 'करिजी' और विवेक चौधरी की 'आई, पापी' भी शामिल थीं। एसीएफएम में सह-निर्माण मार्केट के लिए पाँच भारतीय प्रोजेक्ट का चयन किया गया था, जिनमें शामिल थीं—सोनी राजदान द्वारा निर्देशित और आलिया भट्ट, शाहीन भट्ट, एलन मैकएलेक्स और ग्रीष्मा शाह द्वारा निर्मित 'डिफिकल्ट डॉटर्स', कुंजिला मस्क्लामणि द्वारा निर्देशित और पायल कपाडिया, जियो बेबी और कानी कुसरुति द्वारा निर्मित 'द लास्ट ऑफ देम प्लेग्स' सौरव राय द्वारा निर्देशित और सुदीप्त साधुखान, विराज सेलोट और अंकिता पुरकायस्थ द्वारा निर्मित 'लंका' (द फायर), प्रदीप कुर्बा द्वारा निर्देशित और निर्मित 'मून' तथा बिप्लब सरकार द्वारा निर्देशित और भारत और अंतरराष्ट्रीय भागीदारों द्वारा सह-निर्मित 'द मैजिकल मेन'। संजू सुरेंद्रन की 'इफ ऑन अ विंटर नाइट' ने हाईलाइफ विजन पुरस्कार जीता, जिसे अंशुल चौहान की 'टाइगर' के साथ साझा किया गया। बीआईएफएम में अपने विश्व प्रीमियर के साथ, 'इफ ऑन अ विंटर नाइट' को इसकी नई आवाज़ और साहसिक सिनेमाई दृष्टि के लिए सम्मानित किया गया। हाईलाइफ विजन पुरस्कार सिनेमा में नवीन कहानी और नए दृष्टिकोणों के लिए दिया जाता है।

दक्षिणी कोरिया एक विकसित देश है, इसलिए ढाँचागत सुविधाएँ तो वहाँ विश्वस्तरीय हैं ही, लेकिन 'एशियन कंटेंट्स एंड फिल्म मार्केट' में जिस मंडप ने मुझे सर्वाधिक प्रभावित किया वह था 'बुसान स्टोरी मार्केट'। यानी एक ऐसा मंडप, जहाँ किसी भी आयु का कोई भी व्यक्ति अपना नया विचार लेकर जा सकता है और जिस किसी को उसका विचार पसंद आए, वह उसके दाम देकर उसे खरीद सकता है। चूँकि यह फिल्म से जुड़ा आयोजन था, इसलिए इसमें विश्वभर से अग्रणी प्रकाशक, वेब सामग्री स्टूडियो और प्लेटफॉर्म तथा आईपी धारक विश्व के प्रमुख फिल्म और दृश्य-श्रव्य उद्योग के पेशेवरों से मिलने आए। एक मंडप में करीब 30 केबिन थे, जहाँ आराम से बैठकर चर्चा हो सकती थी। यह आयोजन विगत अनेक सालों से हो रहा है, जहाँ बहुत सी शोर्ट फिल्म, डॉक्यूमेंट्री, फीचर फिल्म और वेब सीरीज के निर्माताओं को मनपसंद कहानियाँ मिलती हैं। इसके अलावा यहाँ 'एशियन प्रोजेक्ट मार्केट' और 'प्रोड्यूसर हब' में भी फिल्मों से जुड़े नई कहानियों के खरीदार आए। इस वर्ष यहाँ 'डॉक स्क्वायर' नाम से एक अलग प्लेटफॉर्म मौजूद था, जहाँ वृत्तचित्र उद्योग से जुड़े लोग एक साथ आए। इसके अलावा सामग्री निर्माण में एआई और अन्य तकनीकों की भूमिका से जुड़ा मंच 'इनोएशिया' भी आकर्षण का केंद्र था।

बुसान स्टोरी मार्केट का उद्देश्य नए विचारों को वैश्विक मंच प्रदान करना है। भारत की बात करें तो यहाँ विचारों की कमी नहीं है, लेकिन लेखकों को इस प्रकार का वैश्विक मंच प्रायः नहीं मिलता। इसलिए लेखकों, उपन्यासकारों, साहित्यकारों, प्रकाशकों और फिल्म-निर्माताओं को एक मंच पर लाने का यह विचार सराहनीय है। हम जानते हैं कि विचार किसी समस्या का समाधान करने, बदलाव लाने और मानव विकास को आगे बढ़ाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। विचारों के बिना प्रगति रुक जाती है, इसलिए विचार करने की क्षमता एक अमूल्य कौशल है। विचार दुनिया बनाते हैं, क्योंकि वे भविष्य के व्यवहार के मार्गदर्शक होते हैं। पूर्वग्रह और अज्ञानता में निहित सबसे तुच्छ विचार भी इतिहास रचते हैं और सार्वजनिक संस्कृति का निर्माण करते हैं। विचार जब गतिशील होते हैं तो व्यवहार के आदर्श बन जाते हैं। एक महान् विचार अपने आप में मूल्यवान नहीं है, बल्कि इसे क्रियान्वित करने से उसका मूल्य बढ़ता है और वह दुनिया को बदल सकता है। हमारे देश में कथा-कहानियों की अत्यंत प्राचीन और समृद्ध परंपरा है, जो वेदों और उपनिषदों से लेकर महाभारत, रामायण, जातक कथाओं, पंचतंत्र और लोक कथाओं तक फैली हुई है। यह परंपरा न केवल मनोरंजन का माध्यम रही है, बल्कि नैतिक, सामाजिक और धार्मिक मूल्यों को भी पीढ़ी-दर-पीढ़ी पहुँचाने का एक शक्तिशाली साधन रही है। विभिन्न वाद्य यंत्रों, नृत्यों, कठपुतलियों और मुखौटों का उपयोग करके कथा कहने की कला को और अधिक जीवंत बनाया गया है, जिससे कहानी कहने की शैली में विविधता आई है। ये कहानियाँ आज भी पाठकों, दर्शकों को प्रभावित करती हैं। आवश्यकता है उन कहानियों को ढूँढ़कर सामने लाने की।

बुसान स्टोरी मार्केट की विशेषता यह है कि यहाँ लेखक फिल्म निर्माताओं, डॉक्यूमेंट्री निर्माताओं, वेब सीरीज निर्माताओं आदि से प्रत्यक्ष मिलकर अपनी कथा-कहानी का यथोचित मूल्य प्राप्त कर सकते हैं। इससे फिल्म और मनोरंजन जगत् से जुड़े लोगों को नई कहानियाँ मिल जाती हैं और लेखकों को अपना सम्मानजनक मेहनताना। इससे बाद में किसी प्रकार के कॉपीराइट आदि का झंझट भी नहीं रहता। दक्षिणी कोरिया एक विकसित राष्ट्र है। इस स्तर पर पहुँचने के लिए कोरिया के लोगों ने दीर्घकाल तक परिश्रम किया। वहाँ लोगों में नागरिक सूझबूझ का स्तर भी गौर करने लायक है। बुसान की मेट्रो रेल में जब सफर किया तो यह देखकर आश्चर्य हुआ कि प्रत्येक कोच में गर्भवती महिला के लिए एक सीट आरक्षित है और यदि कोच में कोई भी गर्भवती महिला सफर नहीं कर रही है तो भी उस सीट पर कोई अन्य महिला नहीं बैठती। इसी प्रकार वरिष्ठ नागरिकों के लिए आरक्षित सीटों पर भी कोई नहीं बैठता। सड़क पर गाड़ी में चलते समय अथवा सार्वजनिक परिवहन का प्रयोग करते समय आपको हॉर्न की आवाज सुनाई नहीं पड़ती। कोरिया में लोग अपने स्वास्थ्य को लेकर बहुत सजग दिखे—'ओवरवेट' लोग दिखाई नहीं दिए।

बुसान यूनिवर्सिटी ऑफ फॉरेन स्टडीज का इंफ्रास्ट्रक्चर विस्मित कर देने वाला है। इसमें एक 'इंडिया सेंटर' है, जहाँ कोरिया के विद्यार्थी हिंदी और भारतीय संस्कृति का अध्ययन कर रहे हैं। इस केंद्र की रीढ़ हैं प्रो. सून चेउल ली और भारत से वहाँ गए विद्वान डॉ. सृजन कुमार, जिन्होंने इस केंद्र के माध्यम से भारतीय सांस्कृतिक जीवन को जीवंत बना दिया है। इसकी स्थापना में वहाँ के भारतीय दूतावास की भी सक्रिय भूमिका रही है। यह केंद्र भारतीय फिल्म फेस्टिवल और अंतरराष्ट्रीय योग दिवस जैसे आयोजनों के माध्यम से कोरिया में भारतीय संस्कृति को प्रोत्साहित करता है। भारतीय संस्कृति से प्रभावित और हिंदी तथा संस्कृत में वार्तालाप करने में सक्षम कुछ विद्यार्थियों से बातचीत करने का अवसर भी मिला। धीरे-धीरे कोरिया में भारतीय संस्कृति फिर से जीवंत हो रही है।

प्रो. (डॉ.) प्रमोद कुमार
संपादक



प्रकाशन विभाग

भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय)

अरुणा आसफ अली मार्ग, जेएनयू न्यू कैम्पस, नई दिल्ली-110 067



संचार माध्यम

भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय)

की यूजीसी-केयर सूचीबद्ध शोध पत्रिका

खंड 37 (3)

आईएसएसएन : 2321-2608

जुलाई-सितम्बर 2025

विषय सूची

- ऑपरेशन सिंदूर : हाइब्रिड युद्ध के परिप्रेक्ष्य में एक विश्लेषण
डॉ. जयप्रकाश सिंह और डॉ. रविंद्र सिंह 1
- ऑपरेशन सिंदूर : भारत के सभ्यतागत प्रतीकों और स्मृतियों का प्रभावशाली संचार
डॉ. रविंद्र सिंह 9
- ऑपरेशन सिंदूर में 'इनफार्मेशन वॉरफेयर' की भूमिका का अध्ययन
हरिओम कोचर 14
- रामचरितमानस में रणनीतिक संचार के सूत्र
मृत्युंजय कुमार 21
- मीडिया और पीआर गुरु के रूप में दत्तोपंत ठेंगड़ी का अध्ययन
प्रो. (डॉ.) प्रमोद कुमार 29
- पत्रकार बालेश्वर अग्रवाल
डॉ. रामाशंकर कुशवाहा 42
- भारतीय ज्ञान परंपरा में संचार : ऐतिहासिक यात्रा, वर्तमान प्रासंगिकता और भविष्य की संभावनाएँ
पूनम कुमारी और डॉ. अनिल कुमार निगम 47
- जनजातीय संस्कृति एवं बस्तर के लोकगीत
डॉ. अंजली कुमारी 55
- पूर्वोत्तर भारत और सामुदायिक रेडियो : संस्कृति संरक्षण और संवाद का सेतु
अंशुल चौहान और डॉ. धीरज कुमार 61
- हिमाचली ग्रामीण लोगों के बीच सामुदायिक रेडियो कार्यक्रमों के बारे में जागरूकता पैदा करने में सोशल मीडिया की भूमिका :
'रेडियो नगर' के विशेष संदर्भ में
डॉ. योगेश कुमार गुप्ता और अली जॉन सिंह प्रेमी 66
- हिंदी साहित्य और रचनात्मक सिनेमा : समकालीन अर्थ-संदर्भ
सलोनी शर्मा और डॉ. विवेक कुमार जैसवाल 74
- ओटीटी प्लेटफॉर्म : भारत में उभरती हुई डिजिटल क्रांति का सम्यक् विश्लेषण
प्रिया त्यागी और डॉ. नितिन कुमार 78
- 'भास्कर डॉट कॉम' एवं 'जागरण डॉट कॉम' के संपादकीय वेबपृष्ठों पर प्रकाशित विषयवस्तु का विश्लेषणात्मक अध्ययन
लोकेंद्र सिंह राजपूत 86

14. भारतीय आर्थिक नीति विमर्श में उभरते कथ्य और रुझान : तीन वित्तीय वर्षों के सर्वेक्षणों का तुलनात्मक अध्ययन शिरखा शालिनी	92
15. बाल गंगाधर तिलक और उनकी पत्रकारिता का विश्लेषणात्मक अध्ययन डॉ. लोकनाथ	100
16. स्वतंत्रता आंदोलन में पूर्वांचल की ग्रामीण पत्रकारिता की भूमिका ('जासूस' पत्रिका के विशेष संदर्भ में एक अध्ययन) विवेक कुमार और प्रो. मनीषा शर्मा	106
पुस्तक समीक्षा :	
1. दीनदयाल उपाध्याय के लोक संचारक पक्ष पर पठनीय पुस्तक सन्त समीर	111
2. पारंपरिक भारतीय सौंदर्यशास्त्र को आधुनिक संदर्भ में समझने का प्रयास डॉ. आदित्य ओझा	114
3. विकास संचार पर एक समग्र अध्ययन प्रो. (डॉ.) प्रमोद कुमार	115
4. पत्रकार को 'पत्रकार' बनाने वाली पुस्तक मनोहर सिंह	116



ऑपरेशन सिंदूर : हाइब्रिड युद्ध के परिप्रेक्ष्य में एक विश्लेषण

डॉ. जयप्रकाश सिंह¹ और डॉ. रविंद्र सिंह²

सारांश

सात मई 2025 को शुरू हुआ ऑपरेशन सिंदूर न केवल युद्ध के स्वरूप और रणनीति में आए व्यापक बदलावों की नीतिगत स्वीकृति का परिचायक बना, बल्कि उसके व्यावहारिक क्रियान्वयन और उसमें दक्षता का संकेतक बनकर भी उभरा है। इस सैन्य अभियान ने स्पष्ट कर दिया कि आधुनिक युद्ध अब रणक्षेत्र की पारंपरिक सैन्य कार्रवाई की सीमाओं से परे जाकर संचार और सांस्कृतिक संदर्भों की संज्ञानात्मक परिधि में भी समानांतर रूप से लड़े जा रहे हैं और युद्ध में सूचना और संचार की भूमिका केंद्रीय होती जा रही है। भारत के चीफ ऑफ डिफेंस स्टाफ (सीडीएस) जनरल अनिल चौहान का यह कथन कि इस संघर्ष के दौरान सेना को अपना 15 प्रतिशत समय झूठी खबरों और झूठे विमर्शों से लड़ने में व्यतीत करना पड़ा, इसी तथ्य को रेखांकित करता है कि आधुनिक युद्धों में संचार प्रक्रिया एक निर्णायक भूमिका में आ चुकी है। इस कथन में केवल सैन्य सूचना भर नहीं थी, बल्कि यह युद्ध के बदलते स्वरूप की सर्वोच्च रणनीतिक स्तर पर स्वीकृति भी थी। इस परिप्रेक्ष्य में ऑपरेशन सिंदूर को एक हाइब्रिड युद्ध के रूप में देखा जाना समीचीन होगा—एक ऐसा युद्ध, जिसमें पारंपरिक सैन्य कार्रवाई के साथ-साथ सूचना युद्ध, संचार प्रबंधन, मनोवैज्ञानिक अभियान तथा सांस्कृतिक विमर्श समान रूप से सक्रिय और निर्णायक भूमिका निभाते हैं। हाइब्रिड युद्ध की विशेषता इसकी 'संचार-केंद्रित रणनीति' होती है, जहाँ संघर्ष की सफलता केवल शत्रु को पराजित करने में नहीं, बल्कि अपनी वैधता को स्थापित करने और अपने पक्ष में एक समृद्ध एवं प्रभावी 'कथानक' रचने में निहित होती है। प्रस्तुत शोध पत्र ऑपरेशन सिंदूर के अंतर्निहित रणनीतिक संचार, मीडिया विमर्श की संरचना और हाइब्रिड युद्ध की अवधारणा के आलोक में इस अभियान का विश्लेषण करता है।

संकेत शब्द : हाइब्रिड वॉरफेयर, ऑपरेशन सिंदूर, संचार-केंद्रित रणनीति, तथ्यों की सत्यता, जनमत नियंत्रण, सूचना प्रबंधन, मनोवैज्ञानिक युद्ध इत्यादि।

प्रस्तावना

हाइब्रिड वॉरफेयर एक ऐसी रणनीतिक अवधारणा के रूप में उभरा है, जिसने पारंपरिक युद्ध की स्थूल रेखाओं को धुँधला कर दिया है। इसकी सबसे महत्वपूर्ण विशेषता यह है कि इसमें युद्ध का कोई निश्चित स्थल या समय निर्धारित नहीं होता और न ही गोला-बारूद या सीमाओं पर टकराव ही युद्ध का एकमात्र सूचक रह जाता है। इसके स्थान पर युद्ध अब एक सतत और बहुस्तरीय प्रक्रिया में रूपांतरित हो जाता है, जिसमें संचार-प्रक्रिया, साइबर आक्रमण, मनोवैज्ञानिक अभियानों एवं सांस्कृतिक विमर्शों का कुशल प्रयोग करके प्रतिस्पर्धी की प्रतिक्रिया क्षमता को बाधित कर दिया जाता है। इस युद्ध में संचार-प्रक्रिया केवल सूचनाओं के हस्तांतरण का माध्यम भर नहीं रहती, बल्कि युद्ध-रणनीति का मुख्य रणक्षेत्र बन जाती है। हाइब्रिड वॉरफेयर में नीति-निर्णयन को अपंग बनाने की कोशिश की जाती है और जनता के मध्य अविश्वास और अराजकता का परिवेश रचने का प्रयास किया जाता है। बैसरन में हुए आतंकी नरसंहार के पश्चात् भारत ने जिस प्रकार अपने प्रत्युत्तर को रणनीतिक ढंग से विन्यस्त किया, वह हाइब्रिड वॉरफेयर की गूढ़ संरचना का स्पष्ट संकेतक था।

शोध प्रविधि

हाइब्रिड वॉरफेयर के संबंध में पुस्तकों में उपलब्ध अधिकांश सामग्री उसके मानक स्वरूप को बताने का प्रयास करती है। भारत के संदर्भ में हाइब्रिड वॉरफेयर के विभिन्न घटकों की पहचान और युद्धकाल में होने वाले उसके प्रभावों के बारे में अभी तक ज्यादा शोध कार्य नहीं हुआ है। प्रस्तुत शोधपत्र ऑपरेशन सिंदूर को आधार बनाकर युद्धकाल में भारतीय

सुरक्षा के संदर्भ में हाइब्रिड वॉरफेयर की बदलती चुनौतियों और भारत की रणनीतिक तैयारियों का विश्लेषण करता है। इसके लिए बिखरी सामग्री और बेतरतीब तथ्यों को एक निश्चित परिप्रेक्ष्य में संयोजित किया जाना आवश्यक था, इसलिए विषयगत विश्लेषण शोध प्रविधि का उपयोग किया गया है।

हाइब्रिड वॉरफेयर की अवधारणा

हाइब्रिड वॉरफेयर की अवधारणा का उल्लेख सबसे पहले एक अमेरिकन सैन्य विद्वान् फ्रैंक जी. हॉफमैन ने 2007 में प्रकाशित अपने शोध "Conflict in the 21st Century : The Rise of Hybrid Warfare" में किया था। नाम से ही यह स्पष्ट है कि इस युद्ध में युद्ध के विभिन्न आयामों का सम्मिलन (convergence of war-domains) होता है, और प्रतिस्पर्धी के विरुद्ध एक साथ कई मोर्चे खोले जाते हैं, लेकिन इस युद्ध में केंद्रीय भूमिका सूचना और संचार की होती है।

हाइब्रिड संघर्षों का मुख्य लक्ष्य समाज पर नियंत्रण करना, लोगों की मानसिकता को प्रभावित करना तथा उन लोगों को प्रभावित करना होता है, जो राज्य में महत्वपूर्ण निर्णय लेने के लिए जिम्मेदार होते हैं (डेनिक, 2017)। युद्ध के हाइब्रिड मॉडल को डिकोड करते हुए सैन्य मामलों के जानकार अजय सिंह लिखते हैं कि हाइब्रिड वॉरफेयर वास्तव में युद्ध का एक बहुआयामी-मॉडल है, जिसमें समग्र लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए सैन्य, अनियमित सेना, राजनीतिक, आर्थिक, कूटनीतिक और मनोवैज्ञानिक सहित सभी उपलब्ध साधन शामिल होते हैं (सिंह, 2013)।

हाइब्रिड खतरों में पारंपरिक सैन्य गतिविधियाँ, सशस्त्र कार्रवाइयाँ,

¹सहायक आचार्य, कश्मीर अध्ययन केंद्र, हिमाचल प्रदेश केंद्रीय विश्वविद्यालय, धर्मशाला, हिमाचल प्रदेश. ईमेल : jps.h.pol@gmail.com

²सहायक आचार्य (हिंदी पत्रकारिता), भारतीय जन संचार संस्थान, जम्मू परिसर, जम्मू-कश्मीर. ईमेल : drrsbhadwal@gmail.com

चुनावों और राजनीतिक प्रक्रियाओं में हस्तक्षेप, आर्थिक दबाव का प्रयोग, गलत सूचना अभियानों का प्रसार, सीमाओं पर अनियमित बलों की घुसपैठ, नागरिक और सैन्य बुनियादी ढाँचे के खिलाफ या सरकारी नेटवर्क और बैंकिंग प्रणाली के खिलाफ गतिज, इलेक्ट्रॉनिक और साइबर हमले शामिल हैं (थिएल, 2021)। इस प्रकार हाइब्रिड वॉरफेयर की संचरना अत्यंत जटिल है।

यह धूसर क्षेत्र (Grey Zone) में लड़ा जाता है। हाइब्रिड युद्ध विभिन्न क्षेत्रों और आयामों का उपयोग करके युद्धक्षेत्र का विस्तार करता है, विभिन्न अंतरफलकों (Interface) के धूसर क्षेत्र (Grey Zone) में काम करता है और रचनात्मक रूप से बल के उपयोग को गैर-सैन्य उपकरणों और शक्ति आयामों (Vector of power) के व्यापक स्पेक्ट्रम के साथ जोड़ता है (शिमड, 2021)। 21वीं सदी में हाइब्रिड युद्ध गैर-सैन्य, राजनीतिक, सूचनात्मक, आर्थिक साधनों का उपयोग करके आंतरिक कमजोरियों का फायदा उठाता है। यह हेर-फेर, धमकी, गलत सूचना का भी इस्तेमाल करता है (सिर्डी, 2017)। इससे इक्कीसवीं सदी में युद्ध की रेखाएँ तेजी से धुँधली होती जा रही हैं (मंसूर, 2012, पृष्ठ-1)।

कुछ विद्वान् हाइब्रिड वॉर को एक 'छद्म युद्ध' मानते हैं। यह वह सैनिक रणनीति है, जिसमें परंपरागत युद्ध के साथ-साथ मनोवैज्ञानिक युद्ध मिलकर लड़ा जाता है। यह लड़ाई सिर्फ हथियारों से नहीं लड़ी जाती, बल्कि जनता की सोच बदलने में भी लगी रहती है। हाइब्रिड वॉर के तहत अफवाहें, भ्रामक खबरें, गलत जानकारीयों फैलाई जाती हैं। नियमित रूप से ऐसा करते रहने से आमजन की सोच बदलने लगती है। इंटरनेट मीडिया के वर्तमान दौर में ऐसा करना बेहद सरल भी है (कुमार, 2022)। पिछले कुछ वर्षों में मीडिया के सूचना तंत्र और इसके प्रवाह के प्रभाव का अध्ययन करने पर यह तथ्य स्पष्ट भी हो गया है।

इस परिस्थिति में आधुनिक युद्ध में, जैसा कि अतीत के पारंपरिक युद्धों में होता था, दुश्मन के सभी हथियारों का इस्तेमाल करना नितांत आवश्यक है। ऐसा न करना विवेकहीन होगा (रोजर, 2008, पृष्ठ-89)। अगर हमारी सेना पुराने शूरवीरों की तरह आधुनिक युद्ध के सभी हथियारों का इस्तेमाल करने से इनकार कर दे, तो वह अपना मिशन पूरा नहीं कर पाएगी। हम तब सुरक्षित नहीं रह पाएँगे। हमारी राष्ट्रीय स्वतंत्रता, हमारी सभ्यता शायद खत्म हो जाएगी (रोजर, 2008, पृष्ठ-90)। इसीलिए सूचनाओं और मनोवैज्ञानिक संघर्षों के वर्तमान युग में हाइब्रिड वॉरफेयर के स्वरूप एवं प्रभाव को समझते हुए उससे प्रभावी ढंग से निपटने के लिए तैयारी करना अनिवार्य हो गया है। ऑपरेशन सिंदूर के बाद भारत और पाकिस्तान में उपजे तनाव के दौरान इस स्थिति को और भी व्यावहारिक ढंग से समझने में सहायता मिली।

ऑपरेशन सिंदूर : संचार दृष्टि से एक अत्यंत रणनीतिक अभियान

ऑपरेशन सिंदूर भारतीय सुरक्षाबलों द्वारा चलाया गया एक साहसिक एवं संचारीय दृष्टि से एक अत्यंत रणनीतिक अभियान था। ऑपरेशन सिंदूर हमारा संकल्प, संदेश और प्रत्युत्तर है (द्विवेदी, 2025)। भारत ने पहलगाम आतंकी हमले के 15 दिन बाद मंगलवार देर रात पाकिस्तान के आतंकी अड्डों पर सबसे बड़ी स्ट्राइक की। आतंकियों ने 22 अप्रैल, 2025 को पहलगाम में 'धर्म' पूछकर निर्दोष पर्यटकों को मारा था। इसके प्रत्युत्तर में भारत ने पाकिस्तान और पाक अधिकृत कश्मीर में लश्कर-ए-तैयबा

और जैश-ए-मोहम्मद के हेडक्वार्टर सहित आतंकी ठिकाने तबाह कर दिए। भारत ने ऐसे 21 ठिकाने चिह्नित किए। यह अभियान देर रात तब हुआ, जब बड़ी संख्या में आतंकी इन ठिकानों में थे। इसमें 100 से ज्यादा आतंकी मारे गए और सैकड़ों घायल हुए (भास्कर न्यूज, 8 मई, 2025)। इसके तहत पाकिस्तान के पंजाब प्रांत में करीब 100 किलोमीटर अंदर और गुलाम जम्मू-कश्मीर में मिसाइलों से हमला करते हुए नौ आतंकी ठिकानों को पूरी तरह ध्वस्त कर दिया गया (मिश्र, 2025)। ऑपरेशन सिंदूर भारतीय सेना के इतिहास के सफलतम अभियानों में से एक माना जा रहा है।

भारतीय सशस्त्र बलों का ऑपरेशन सिंदूर एक अत्यंत रणनीतिक, संतुलित और दूरदर्शी निर्णयों की श्रृंखला भी थी। इस ऑपरेशन में भारत ने जिस सूझबूझ और संयम का परिचय दिया, वह उसकी परिपक्व कूटनीति और रक्षा नीति का प्रतीक है। वैश्विक मंच पर भारत की छवि को मजबूत बनाए रखने के उद्देश्य से हर निर्णय पर विचार कर लिया गया था। भारत ने यह सुनिश्चित किया कि सैन्य कार्रवाई सीमित दायरे में रहकर की जाए, ताकि न केवल राष्ट्रीय सुरक्षा को सुदृढ़ किया जा सके, बल्कि अंतरराष्ट्रीय स्तर पर भी भारत को एक जिम्मेदार और शांतिप्रिय राष्ट्र के रूप में देखा जाए। भारत ने इस दौरान जो भी फैसले लिए, वे पूरी तरह से सधे हुए और रणनीतिपूर्वक लिए गए थे। हर फैसले को इस प्रकार से लिया गया था, जिससे वैश्विक स्तर पर भारत की छवि मजबूत हो और किसी प्रकार का कोई अंतरराष्ट्रीय राजनीतिक दबाव न पड़ सके। भारत ने पहले ही अपनी सारी सैन्य कार्रवाई सीमित रखी, जिससे सुरक्षा के साथ राजनीतिक बढ़त मिल सके (हसनैन, 2025)। सैन्य अभियान और युद्धविराम के पश्चात् वैश्विक कूटनीति के क्षेत्र में इससे भारत को विशेष लाभ मिला।

दोनों देशों के मध्य संवाद से भारत-पाकिस्तान के बीच एक सप्ताह के भीतर ही युद्ध विराम घोषित हो गया। दोनों देशों के मध्य भले घोषित युद्ध न हुआ हो, फिर भी इससे कई सबक मिले। विशेषकर हाइब्रिड वॉरफेयर को समझने की दृष्टि से यह हमारे समक्ष एक महत्त्वपूर्ण केस स्टडी के रूप में आता है। ऑपरेशन सिंदूर के चौथे दिन एआई से बना एक वीडियो इंटरनेट मीडिया पर खूब प्रचलित हुए। एक्स, फेसबुक और अन्य इंटरनेट प्लेटफॉर्म पर तरह-तरह के वीडियो की बाढ़ आ गई। पुराने वीडियो भी नए बताकर चलाए गए। कई पाकिस्तानी हैंडल से फेक सूचनाओं को प्रसारित किया गया। एआई का उपयोग करके फेक वीडियो इंटरनेट मीडिया पर प्रचलित किए गए। इस फेक वीडियो में विदेश मंत्री डॉ. एस जयशंकर युद्ध के लिए क्षमा माँगते दिख रहे हैं। एआई की मदद से बने इस फेक वीडियो को इंटरनेट मीडिया पर पाकिस्तानी साइबर आतंकवादियों ने फैलाया। इस कारण सूचनाओं के लिए इन प्लेटफॉर्मों पर आ रहे वीडियो को सही मानना जोखिम भरा है (विजय, 2025)। इस प्रकार ऑपरेशन सिंदूर के समय सैन्य संघर्ष के साथ-साथ सूचनाओं और मनोविज्ञान रणनीतियों के स्तर पर भी गंभीर युद्ध लड़ा गया। यही युद्ध का हाइब्रिड स्वरूप है।

ऑपरेशन सिंदूर में परिलक्षित हुए हाइब्रिड वॉरफेयर के प्रमुख घटक

ऑपरेशन सिंदूर के दौरान भारतीय सशस्त्र बलों द्वारा अपनाई गई संचार रणनीति भी समकालीन युद्धकला में हाइब्रिड वॉरफेयर की अवधारणा का एक सजीव, सटीक और प्रभावी उदाहरण बनकर सामने आई। यह युद्ध केवल सेना और शस्त्रों तक सीमित नहीं था। इसकी निर्णायक शक्ति सैन्य

कार्रवाई के साथ-साथ प्रतीकों, भाषा और जनसंचार की युक्तियों में निहित थी। बैसरन (पहलगाम) में आतंकियों द्वारा धर्म के आधार पर चुनकर किए गए नरसंहार ने न केवल मानवीयता को झकझोरा, बल्कि भारत की संप्रभुता, नीति और मानसिक दृढ़ता को भी खुली चुनौती दी। इस आघात का प्रत्युत्तर भारतीय सैन्य प्रतिष्ठान ने जिस संयम, विवेक और रणनीतिक परिपक्वता के साथ दिया, उसमें सैन्य पराक्रम के साथ-साथ संप्रेषण की बहुस्तरीय योजना भी स्पष्ट रूप से परिलक्षित हुई।

ऑपरेशन सिंदूर और उसके बाद चार दिनों तक भारत और पाकिस्तान के बीच तनाव चरम पर रहा। इस अवधि में न केवल सीमाओं पर हमले होते रहे, बल्कि डिजिटल और कूटनीतिक मोर्चों पर भी संघर्ष जारी रहा। इस संघर्ष के दौरान संभवतः पहली बार भारत ने हाइब्रिड वॉरफेयर के लगभग सभी पहलुओं को अनुभव किया। फेक खबरों, झूठी तस्वीरों और वीडियो के माध्यम से मनोवैज्ञानिक युद्ध चलाया गया। परमाणु हमले की धमकियों के माध्यम से दबाव बनाने की कोशिश की गई। वहीं, भारत ने सिंधु जल संधि का निरस्तीकरण कर रणनीतिक दबाव बढ़ाया। अंतरराष्ट्रीय मंचों पर कूटनीति के माध्यम से भारत ने वैश्विक समर्थन जुटाने का भी सार्थक प्रयास किया। यह समूचा परिदृश्य दर्शाता है कि आधुनिक युद्ध केवल हथियारों से नहीं, बल्कि सूचना, विचार, साइबर और कूटनीतिक रणनीतियों के माध्यम से भी लड़े जाते हैं।

ऑपरेशन सिंदूर के समय युद्ध की वे सभी रणनीतियाँ दृष्टिगत हुईं, जो प्रायः हाइब्रिड वॉरफेयर के अंतर्गत आती हैं। ऑपरेशन सिंदूर के समय भारत के सत्ता एवं सैन्य प्रतिष्ठानों ने स्वभाषा में संवाद की रणनीति अपनाई। दूसरी प्रमुख रणनीति महिलाओं की भागीदारी को प्रमुखता के साथ रेखांकित करने की थी। तीसरा घटक था साइबर स्पेस में लड़ा गया युद्ध, जहाँ डिजिटल बुनियादी ढाँचे को निशाना बनाकर संचार तंत्र को बाधित किया गया। इसके साथ-साथ आर्थिक अस्थिरता उत्पन्न कर शत्रु पक्ष पर दबाव बनाने की रणनीति अपनाई गई। खुफिया तंत्र ने अदृश्य निगरानी के माध्यम से निर्णायक भूमिका निभाई गई। वहीं, मीडिया की निगरानी और नियंत्रण द्वारा विचारधारा और सूचनाओं के प्रवाह को निर्देशित किया गया। अंततः, कूटनीतिक सक्रियता द्वारा अंतरराष्ट्रीय समर्थन जुटाने या विरोध कम करने के भी प्रयास किए गए।

परिवेश की भाषा में रणनीतिक संवाद : भ्रम को काटने का भावपथ

हाइब्रिड वॉरफेयर में सामान्य नागरिकों की समझ को प्रभावित करने की कोशिश की जाती है और परिवेश की भाषा में सामान्य नागरिकों की समझ को प्रभावित करने की क्षमता अधिक होती है। परिवेश की भाषा में जटिल संदेश भी सहज ढंग से स्वीकार कर लिए जाते हैं। भाषा वह शक्ति है, जो किसी व्यक्ति के विश्व-बोध को निर्धारित करती है। भाषा की सीमा, सामर्थ्य और संरचना उसके उपयोगकर्ता के विचार और चिंतन को निर्धारित करते हैं। भाषा विश्व-बोध को ही नहीं, बल्कि व्यक्ति के समय और स्थान-बोध को भी निर्धारित करने की क्षमता रखती है (सिंह, 2020)। इसलिए हाइब्रिड वॉर में परिवेश की भाषा का रणनीतिक मूल्य बढ़ जाता है।

ऑपरेशन सिंदूर में पहली बार परिवेश में निहित भाषाओं के रणनीतिक मूल्य को न केवल स्वीकार किया गया, बल्कि उसका सटीक तरीके से उपयोग भी किया गया। भाषा किसी भी व्यक्ति के हृदय की कुंजी

होती है। ऑपरेशन सिंदूर के समय प्रेस ब्रीफिंग की भाषिक संरचना अत्यंत रणनीतिक थी। हिंदी और अंग्रेजी में समानांतर रूप से संवाद प्रस्तुत कर भारतीय सेना ने यह संकेत दिया कि वह केवल शहरी, अंग्रेजीभाषी वर्ग से नहीं, बल्कि पूरे देश से संवाद करने को प्रतिबद्ध है। ऐसे राष्ट्र में जहाँ दशकों तक विदेश नीति, रक्षा और रणनीतिक संवाद पर एक सीमित भाषा-वर्ग का प्रभुत्व रहा हो, वहाँ एक निर्णायक सैन्य अभियान की प्रेस ब्रीफिंग की शुरुआत हिंदी में करना केवल भाषाई चयन नहीं, बल्कि रणनीतिक साहस का परिचायक था। यह जनसंवाद की दिशा में उठाया गया ऐसा कदम था, जो सैन्य प्रतिष्ठान को नागरिक समाज के और निकट लाता है।

ऑपरेशन सिंदूर के बाद हुई प्रथम प्रेस ब्रीफिंग द्विभाषी थी। इससे भी प्रमुख बात यह थी कि प्रेस ब्रीफिंग की प्रथम भाषा हिंदी थी, और बाद में उसी सामग्री का अंग्रेजी अनुवाद प्रस्तुत किया जा रहा था। कर्नल सोफिया कुरैशी और विंग कमांडर व्योमिका सिंह द्वारा की गई संयुक्त प्रेस ब्रीफिंग में कर्नल सोफिया कुरैशी ने हिंदी में और विंग कमांडर व्योमिका सिंह ने अंग्रेजी में जानकारी दी। स्पष्ट था कि भारत अपनी पहचान को स्थापित करने के लिए अधिक सजग था और अपने आंतरिक श्रोताओं (नागरिकों) में भ्रम न फैले, इसलिए परिवेश की भाषा में स्पष्ट रूप से संदेश देने की कोशिश की गई।

एयर मार्शल ए. के. भारती ने रामचरितमानस की प्रसिद्ध चौपाई का उपयोग कर इस भाषिक रणनीति को और अधिक सघन स्वरूप प्रदान किया।

**“विनय न मानत जलधि जड़, गए तीन दिन बीति।
बोले राम सकोप तब, भय विनु होइ न प्रीति।”**

यह चौपाई, जो भारतीय समाज की चेतना में गहराई से रची-बसी है, नीति, चेतावनी और अनुशासन का ऐसा मुहावरा है, जिसे किसी स्पष्टीकरण की आवश्यकता नहीं है। इसके प्रयोग ने सैन्य नीति को सांस्कृतिक धरातल पर संप्रेषित कर दिया। ऐसा संप्रेषण औपचारिक वक्तव्यों से कहीं अधिक विश्वसनीय, आत्मीय और प्रभावशाली सिद्ध हुआ।

हाइब्रिड वॉर धारणाओं के क्षेत्र में भी लड़ा जाता है। धारणाओं के इस युद्ध में भाषा सबसे प्रभावशाली अस्त्र बन चुकी है। अंतरराष्ट्रीय राय का प्रबंधन भले ही कूटनीति से किया जा सके, लेकिन यदि अपने ही देश की जनता युद्ध की वैधता से विमुख हो जाए, तो नीति-निर्णय, सैनिक मनोबल और नेतृत्व, तीनों संकटग्रस्त हो सकते हैं। यही कारण है कि अब परिवेश की भाषाएँ रणनीतिक संचार की अनिवार्यता बन चुकी हैं। इस परिदृश्य में यह स्पष्ट हो गया है कि भारतीय सैन्य संप्रेषण की आगामी दिशा बहुभाषिकता की होगी, एक ऐसा संवाद जो न केवल विरोधी को उसकी भाषा में संबोधित करे, बल्कि अपने नागरिकों और वैश्विक साझेदारों को उनकी भाषाओं में भरोसा दिलाए। यही रणनीतिक विजय का नवीनतम और निर्णायक पथ है।

रणचंडी : एक सभ्यतागत भाव की अभिव्यक्ति

हाइब्रिड वॉरफेयर में समाज की सभी इकाइयों तक पहुँच बनाना आवश्यक होता है क्योंकि इस युद्ध के निशाने पर प्रत्येक नागरिक होता है। इस युद्ध में समाज के प्रत्येक वर्ग का मंतव्य महत्वपूर्ण हो उठता है। क्योंकि इसमें ‘सामूहिक स्मृति’ को ध्वस्त करने और ‘सामूहिक निर्णयन प्रक्रिया’ को पंगु बनाने की कोशिश की जाती है। इसलिए, यह आवश्यक हो जाता

है कि समाज के सभी अंगों का भावनात्मक जुड़ाव चल रहे संघर्ष से बने। यह भावनात्मक जुड़ाव युद्ध की रणनीतिक समझ पैदा करने में तो सहयोगी होता ही है, इसके माध्यम से युद्ध की वैधता और नैतिकता से जुड़े प्रश्नों को भी बेहतर ढंग से सामान्य जन तक पहुँचाया जा सकता है।

ऑपरेशन सिंदूर में आधी आबादी को संबोधित करने की कोशिश तो की ही गई। महिलाओं के भारतीय समाज में रचे-बसे स्वरूप 'रणचंडी' से संवेदित करने की कोशिश भी की गई। इस रणनीति की झलक दो महिला सैन्य अधिकारियों कर्नल सोफिया कुरैशी और विंग कमांडर व्योमिका सिंह द्वारा की गई संयुक्त प्रेस ब्रीफिंग में विशेष रूप से देखने को मिली। यह केवल सूचना साझा करने की प्रक्रिया नहीं थी, बल्कि एक सशक्त संप्रेषणीय वक्तव्य था, जो कई लक्षित समूहों तक बहुस्तरीय संकेत पहुँचा रहा था। सबसे सशक्त संदेश कट्टरपंथी मानसिकता के उन लोगों के लिए था, जो महिलाओं को युद्ध और निर्णय के क्षेत्र से बाहर देखने की चूक करते हैं।

विदेश सचिव ने ऑपरेशन सिंदूर के बारे में जानकारी देने के लिए विस्तारपूर्वक व्याख्या की शैली अपनाई, लेकिन ऑपरेशन की मुख्य खबर भारतीय सशस्त्र बलों की दो महिला अधिकारियों—कर्नल सोफिया कुरैशी और विंग कमांडर व्योमिका सिंह—ने दी। प्रेस ब्रीफिंग के लिए भारत सरकार का यह एक सुनियोजित मास्टर स्ट्रोक था। आतंकवादियों ने पहलगाय हमले का संदेश प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी के पास ले जाने के लिए महिलाओं को जीवित छोड़ दिया था। नई दिल्ली ने उन्हें संदेश देने के लिए महिला अधिकारियों को चुनकर कड़ा जवाब दिया। भारत की ओर से आतंकवादियों को जवाब देने के लिए ये महिलाएँ प्रतीकात्मक रूप से प्रतिनिधि चेहरा बन गईं (यादव, 2025)।

ऑपरेशन सिंदूर में महिलाओं को 'चेहरा और आवाज' बनाए जाने के आंतरिक प्रभाव तो थे ही, प्रतिस्पर्धी देश की सामाजिक संरचना और मानसिकता पर भी इसके जरिये चोट करने की कोशिश की गई थी। यह महिलाओं को युद्ध के अयोग्य मानने वाली मानसिकता पर हमला था, जिसका प्रभाव आंतरिक और बाह्य दोनों स्तरों पर महसूस किया गया। आंतरिक स्तर पर संदेश सहभागिता और नेतृत्व का था तो बाह्य स्तर पर प्रतिस्पर्धी देश में इसने एक बेचैनी पैदा की।

सूचनाओं के रणनीतिक प्रबंधन के व्यवस्थित प्रयास

हाइब्रिड युद्ध में सूचनाओं के रणनीतिक प्रबंधन से अभिप्राय है सूचनाओं का इस ढंग से रणनीतिक उपयोग किया जाना कि जानबूझकर तथ्यों, अफवाहों और भावनात्मक संदेशों का प्रयोग कर समाज, राजनीति और सुरक्षा तंत्र को प्रभावित किया जा सके। इस प्रक्रिया में सोशल मीडिया, न्यूज चैनलों, ब्लॉग्स और डिजिटल प्लेटफॉर्म का उपयोग कर जनमत को भ्रमित करने, सामाजिक तनाव बढ़ाने और राजनीतिक अस्थिरता फैलाने के प्रयास किए जाते हैं। ऑपरेशन सिंदूर जैसे घटनाक्रम में यह रणनीति स्पष्ट रूप से देखी गई, जहाँ सूचना को एक हथियार के रूप में इस्तेमाल किया गया, ताकि विरोधी पक्ष की मानसिकता, निर्णय क्षमता और आंतरिक एकता को कमजोर किया जा सके।

भारत की पाकिस्तान पर कार्रवाई के बीच सोशल मीडिया पर प्रोपेगंडा और गलत सूचनाएँ फैलाने वाले अकाउंट की बाढ़ जैसी आ गई। हजारों अकाउंट भारतीय नामों से चलाए जा रहे थे, जो पाकिस्तानी लोग चला रहे

थे। किसी अकाउंट का ऑपरेटर खुद को भारतीय सेना का पूर्व अधिकारी बता रहा था, तो कई अकाउंट हिंदू नामों से खोले गए। ये स्वयं को काँग्रेस या भाजपा जैसी पार्टियों का समर्थक भी बता रहे थे। भारत सरकार ने इन अकाउंट की पहचान कर उन्हें ब्लॉक भी किया। 8 मई को ऐसे ही 8 हजार सोशल मीडिया अकाउंट ब्लॉक किए गए। इसके बावजूद रोज ऐसे हजारों अकाउंट बनाए गए (तिवारी, 2025)। इन फर्जी अकाउंट के माध्यम से पाकिस्तानी एजेंडे को प्रसारित करके भारतीय नागरिकों के अभिमत को प्रभावित करने का कार्य किया गया।

ऑपरेशन सिंदूर के समय फेक सूचनाओं का कुछ भारतीयों के अभिमत पर प्रभाव देखने को भी मिला। इस दृष्टि से पाकिस्तान में बैठे लोगों को बड़ी सफलता मिली। सुधीर पचौरी ने इस प्रभाव को स्पष्ट करते हुए लिखा कि युद्ध सरीखे संवेदनशील वातावरण में कोई भी 'देश प्रेमी नागरिक' अपने देश के खिलाफ नहीं जा सकता। फिर भी कुछ ऐसे 'मीडिया बहादुर' नजर आए, जो हर बात पर सरकार के खिलाफ नजर आए। अपने 'विरोध' की 'सेल' कर करोड़ों का धंधा किया। ऐसी यौद्धिक स्थिति में भी बहुत से एक्स एकाउंट, सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म और यूट्यूबर देश और सरकार की 'निंदा' करते हैं, सच के नाम पर शुद्ध 'फेकरी' करते हैं और चुनी हुई सरकार के खिलाफ संदेह फैलाकर दुश्मनों के हौसले बढ़ाते हैं। अब तो यह भी साफ हो चुका है कि बहुत से विदेशी 'सट्टेबाज धन्ना सेठ' और 'एनजीओ' कुछ मीडिया को 'टूलकिट' देकर, यहाँ अराजकता फैलाना चाहते हैं (पचौरी, 2025)। इस दृष्टि से देखें, तो पाकिस्तान में सक्रिय ऑनलाइन आतंकवादी विभिन्न ऑनलाइन मंचों पर फर्जी सूचनाओं को प्रसारित करके कुछेक भारतीय नागरिकों के अभिमत को अपनी इच्छानुसार प्रभावित करने में सफल रहे।

हालाँकि इस दौरान भारत सरकार, भारतीय रक्षा मंत्रालय के अधिकारी एवं सैन्य अधिकारी फर्जी सूचनाओं के प्रतिरोध के लिए अत्यंत सक्रिय दिखे। ऑपरेशन सिंदूर के दौरान आई फर्जी सूचनाओं की बाढ़ को निष्प्रभावी बनाने के लिए भारतीय अधिकारी निरंतर प्रेस ब्रीफिंग करते रहे, ताकि शत्रु पक्ष द्वारा प्रेरित फर्जी सूचनाओं का अभियान भारतीय सेना और समाज में किसी तरह के भय का माहौल न पैदा कर सके। ऑपरेशन के दौरान विदेश सचिव मिस्त्री ने एक प्रेस कॉन्फ्रेंस में स्पष्ट किया कि भारत में विभिन्न स्थानों और सैन्य प्रतिष्ठानों को नष्ट करने के पाकिस्तान के दावे 'सरासर झूठे' हैं। सिरसा और सूरत वायुसेना अड्डों को नष्ट करने के पाकिस्तान के दावे सच नहीं हैं। आदमपुर स्थित एस-400 बेस को नष्ट करने का दावा भी पूरी तरह झूठा है। उन्होंने कहा कि भारत की विद्युत प्रणालियों, साइबर प्रणालियों, महत्वपूर्ण बुनियादी ढाँचों पर हमला होने और उन्हें नष्ट किए जाने के दावे सच से कोसों दूर हैं। अफगानिस्तान पर हमले का दावा भी फर्जी है (हिंदुस्तान, 11 मई, 2025)। इससे जनता में विश्वसनीयता और पुष्ट सूचनाओं का प्रवाह निरंतर बना रहा।

साइबर स्पेस में संघर्ष

हाइब्रिड युद्ध के अंतर्गत ऑपरेशन सिंदूर के समय साइबर स्पेस में भी निरंतर और अदृश्य रूप से एक युद्ध लड़ा गया। गोपनीय डिजिटल कोड, वायरस, हैकिंग तकनीकों और डाटा इस युद्ध के हथियार बने। इस संदर्भ में सबसे बड़ा संकट यह होता है कि यहाँ शत्रु की पहचान करना कठिन होता है। साइबर हमलावर किसी भी देश में बैठा हो, मगर उसका

निशाना वैश्विक होता है। ऑपरेशन सिंदूर के संदर्भ में साइबर स्पेस में संचालित गतिविधियों ने गहरा प्रभाव छोड़ा। इस दौरान भारत की कई सरकारी वेबसाइटों, सामरिक संचार तंत्रों, वित्तीय नेटवर्कों और मीडिया प्लेटफॉर्मों को निशाना बनाकर सूचना का प्रवाह बाधित किया गया। भारत के रक्षा विशेषज्ञों ने ऑपरेशन सिंदूर के दौरान साइबर स्पेस में शत्रु पक्ष के हमलों को लेकर निरंतर चिंताएँ जाहिर करने के साथ-साथ उनसे प्रभावी ढंग से निपटने के लिए सजग भी किया। इसके लिए उनकी तरफ से कई व्यावहारिक उपाय भी सुझाए गए।

साइबर हमले दुश्मन के नेटवर्क, उनकी कमान और नियंत्रण प्रणालियों, परिवहन और संचार लिंक को पंगु बनाने के लिए किए जाने वाले पूर्व-आक्रमणकारी हमले होते हैं (सिंह, 2013, पृष्ठ-21)। ऑपरेशन सिंदूर के दौरान भी साइबर स्पेस में हमले निरंतर जारी रहे। पहलगांम आतंकी हमले के बाद भारत की महत्वपूर्ण बुनियादी ढाँचा वेबसाइटों पर उन्नत साइबर अपराधी समूहों ने 15 लाख से अधिक साइबर हमले किए। महाराष्ट्र साइबर के अनुसार, इनमें से 150 हमले सफल रहे। भारत और पाकिस्तान के बीच सैन्य शत्रुता रोकने के समझौते के बावजूद, पाकिस्तान, बांग्लादेश और पश्चिम एशियाई देशों से साइबर हमले जारी हैं (अमर उजाला, 13 मई, 2025)। इस प्रकार सीजफायर के बाद सैन्य संघर्ष भले ही थम गया हो, मगर साइबर स्पेस में हमले अब भी जारी हैं।

भारत पर होने वाले इन साइबर हमलों से संबंधित एक रिपोर्ट में सात गंभीर खतरे वाले समूहों की पहचान की गई। इनमें एपीटी 36 (पाकिस्तान), पाकिस्तान साइबर फोर्स, टीम इनसेन पीके, मिस्टीरियस बांग्लादेश, इंडो हैक्स सेक, साइबर ग्रुप होक्स 1337 और नेशनल साइबर क्रू (पाकिस्तान समर्थित) शामिल हैं। इन समूहों ने मालवेयर अभियान, डिस्ट्रीब्यूटेड डिनायल-ऑफ-सर्विस (डीडीओएस) हमले, जीपीएस स्पूफिंग और वेबसाइट डिफेसमेंट जैसे तरीकों का प्रयोग किया। कुलगँव बदलापुर नगर परिषद् की वेबसाइट डिफेस की गई और दावा किया गया कि छत्रपति शिवाजी महाराज हवाई अड्डे और टेलीकॉम कंपनियों का डाटा चोरी हुआ। इसे डार्कनेट पर भी देखा गया (अमर उजाला, 13 मई, 2025)। इस प्रकार, युद्ध के समय साइबर हमलों की तीव्रता और प्रभाव हमारी अपेक्षा से कहीं अधिक बढ़कर थी।

दैनिक भास्कर समाचार पत्र में प्रकाशित एक अन्य रिपोर्ट के अनुसार, साइबर आतंकियों के निशाने पर सैन्य प्रतिष्ठान और केंद्र के अहम विभागों के ईमेल व अधिकारियों के सोशल मीडिया अकाउंट हैं। उनके 3,000 कंप्यूटर और स्मार्टफोन हैक करने की कोशिश की गई है। आम लोगों पर 10 लाख से ज्यादा फिशिंग अटैक के प्रयास हुए। बताया जा रहा है कि केंद्र, राज्य और निजी क्षेत्रों की 10-15 हजार वेबसाइट को डिफेस कर डेटा चुराने की कोशिश की गई (भास्कर न्यूज, 10 मई, 2025, पृष्ठ-जैकेट 4)। इसका उद्देश्य गोपनीय सूचनाओं में सेंध लगाना और फर्जी सूचनाओं को प्रसारित करना था।

अतीत के अनुभवों और ऑपरेशन सिंदूर के सबकों से एक बात तो बिल्कुल स्पष्ट है कि भारत को इस मोर्चे पर शत्रुओं से निपटने के लिए एक मजबूत रक्षा तंत्र विकसित करने की आवश्यकता है। रक्षा विशेषज्ञ राल्फ थिएल के सुझाव इस संदर्भ में उल्लेखनीय हैं। राष्ट्रों को हाइब्रिड खतरों को पहचानने, समझने और प्रबंधित करने की क्षमता विकसित करनी चाहिए, व्यक्तिगत रूप से और उनकी संपूर्णता में। उन्हें ऐसे उपकरणों की

आवश्यकता है, जो कम-से-कम उनके हमलावरों के बराबर हों। जैसे-जैसे तकनीक और क्षमताएँ लगातार तेज गति से विकसित होती जा रही हैं, हाइब्रिड खतरों से निपटने में निरंतर सफलता के लिए निरंतर नवाचार ही कुंजी है। तदनुसार 5जी, कृत्रिम बुद्धिमत्ता, क्लाउड इनफ्रास्ट्रक्चर, अंतरिक्ष आदि जैसी प्रौद्योगिकी अब केवल औद्योगिक या निजी क्षेत्र के विषय नहीं रह गई हैं। ये रणनीतिक बुनियादी ढाँचा बन गए हैं, जो अंततः सुरक्षा और समृद्धि का आधार है (थिएल, 2021, पृष्ठ-7)। भारत सरकार को इस दिशा में गंभीरता के साथ मंथन करके रिसर्च एंड डिवेलपमेंट क्षेत्र को प्रोत्साहित करते हुए भारत में साइबर सुरक्षा के लिए एक मजबूत तंत्र विकसित करने के लिए प्रयास करने होंगे।

आर्थिक अस्थिरता के प्रयास

युद्ध के समय आर्थिक अस्थिरता के माध्यम से शत्रु पक्ष पर दबाव बनाना हाइब्रिड वॉरफेयर का एक अत्यंत प्रभावशाली और अदृश्य आयाम है। पारंपरिक युद्धों की अपेक्षा यह तरीका कहीं अधिक स्थायी, सूक्ष्म और व्यापक प्रभाव उत्पन्न करता है। इसमें दुश्मन देश की वित्तीय प्रणाली, बाजार, मुद्रा मूल्य, आपूर्ति शृंखला और उद्योगों को लक्षित कर उन्हें धीरे-धीरे कमजोर किया जाता है। इसका उद्देश्य प्रत्यक्ष टकराव के बिना ही राजनीतिक नेतृत्व और जनता के मनोबल को तोड़ना होता है। ऑपरेशन सिंदूर के परिप्रेक्ष्य में यह रणनीति स्पष्ट रूप से देखी गई।

ऑपरेशन सिंदूर के दौरान हाइब्रिड वॉरफेयर का यह पक्ष उभरकर सामने आया। दरअसल चीन के फाइटर विमानों को राफेल के मुकाबले बढ़ा-चढ़ाकर दिखाने के पीछे आर्म लॉबी काम कर रही थी। जब राफेल खरीदा गया, तो अन्य दावेदारों में अमेरिका और ब्रिटेन की कंपनियाँ भी थीं। लिहाजा पश्चिमी मीडिया के झूठ से राफेल निर्माता कंपनी के शेयर अचानक गिर गए। भारत में भी एक बड़ा वर्ग हमारी सैन्य उपलब्धि को पश्चिमी मीडिया के प्रभाव में नकार रहा है। इन्हें अकाट्य सत्य भी नजर नहीं आता (दैनिक भास्कर, 15 मई, 2025)। मगर भविष्य में हाइब्रिड वॉरफेयर की इस तरह की विध्वंसक रणनीतियों को अनदेखा नहीं किया जा सकता।

खुफिया तंत्र की बड़ी परिधि

हाइब्रिड वॉरफेयर की सफलता में जिस तत्त्व की सबसे गुप्त, लेकिन सबसे निर्णायक भूमिका होती है, वह है खुफिया तंत्र। यह तंत्र एक ऐसी सतर्क आँख की तरह कार्य करता है, जो प्रतिद्वंद्वी की हर गतिविधि पर नजर रखता है, उसे समय रहते समझता है और उपयुक्त प्रत्युत्तर की रूपरेखा तैयार करता है। खुफिया एजेंसियों की भूमिका केवल जानकारी एकत्र करने तक सीमित नहीं होती, बल्कि वे मनोवैज्ञानिक, रणनीतिक और तकनीकी स्तर पर सटीक विश्लेषण कर युद्ध की दिशा को प्रभावित करने में सक्षम होती हैं।

ऑपरेशन सिंदूर के समय युद्ध विराम घोषित होने पर जब सैन्य संघर्ष थम गया, उसके बाद भारत की जाँच एजेंसियों को कई चौंकाने वाले सत्य पता चले। भारत के कई सुरक्षाकर्मी, यू-ट्यूबर और अन्य नागरिक भारत की सुरक्षा तैयारियों से जुड़ी महत्वपूर्ण जानकारी पाकिस्तान की खुफिया एजेंसियों या सैन्य अधिकारियों को साझा करते थे। ये गोपनीय और सुरक्षा से जुड़ी महत्वपूर्ण जानकारियाँ पैसे के लालच में साझा की जा रही थीं। निःसंदेह इन अहम जानकारियों का पाकिस्तानी सेना और सत्ता प्रतिष्ठानों

ने सैन्य संघर्ष के दौरान उपयोग कर भारत को क्षति पहुँचाने हेतु उपयोग भी किया होगा। इससे युद्ध काल में अपने देश में एक मजबूत खुफिया तंत्र विकसित करने के साथ-साथ शत्रु पक्ष के खुफिया तंत्र की रणनीतियों और योजनाओं को समझने के लिए भी तैयारी होगी।

आधुनिक युद्ध पूरी आबादी पर अपनी मौजूदगी का दावा करता है, इसलिए हमें हर जगह की जानकारी होनी चाहिए। ऐसे में हमारे पास एक विशाल खुफिया नेटवर्क होना चाहिए, जिसे संभव हो तो युद्ध शुरू होने से पहले ही स्थापित कर लेना चाहिए (रोजर, 2008, पृष्ठ-31)। बहुत से राष्ट्रों ने इस दिशा में कार्य शुरू कर दिया है।

22 अप्रैल, 2025 को हुए पहलगाम आतंकी हमले को लेकर एक अन्य बड़ा खुलासा हुआ है। इस हमले से दो माह पहले अमेरिका की स्पेस टेक कंपनी 'मैक्सर टेक्नोलॉजीज' को इस इलाके की हाई-रेजोल्यूशन सैटेलाइट तस्वीरों के रिकॉर्ड ऑर्डर मिले थे। 'द प्रिंट' की रिपोर्ट के मुताबिक जहाँ आमतौर पर माह में एक-दो ऑर्डर आते हैं, वहाँ फरवरी में 12 ऑर्डर मिले यानी करीब 12 गुना। यह सिलसिला आतंकी हमले के एक हफ्ते पहले तक जारी रहा। इतना ही नहीं, जून 2024 में मैक्सर ने एक पाकिस्तानी जियोस्पेशियल कंपनी ब्यूरो ऑफ स्पेशियल इंटेलिजेंस (बीएसआई) को अपना पार्टनर बनाया था। बीएसआई पाक नागरिक ओबैदुल्ला सैयद की कंपनी है। पार्टनर बनने के बाद से जम्मू-कश्मीर के संवेदनशील इलाकों की तस्वीरों के ऑर्डर बढ़ गए थे। इनमें पहलगाम के अलावा, पुलवामा, पुंछ, अनंतनाग और राजौरी की तस्वीरों की भी माँग बढ़ी थी (पिल्लई, 2025)।

ऑपरेशन सिंदूर के संदर्भ में बात करें, तो पाकिस्तान में आतंकी ठिकानों पर सटीक हमला करने में इसरो की अहम भूमिका रही। इसरो के सैटेलाइट नेटवर्क के इनपुट के जरिये मिली मदद से भारतीय सेनाओं ने सैन्य रडार सिस्टम नष्ट करने और पाकिस्तान के ड्रोन व मिसाइल हमलों को निष्क्रिय करने की सफलता हासिल की। भारतीय सेनाओं को आतंकीयों के अड्डों की सटीक पहचान करने, हमले के लिए लक्ष्य तय करने से लेकर पाकिस्तानी सेना के ठिकानों, हथियारों व टुकड़ियों के आवागमन, रडार स्टेशनों व उनकी इलेक्ट्रॉनिक गतिविधियों को ट्रैक करने जैसी हर संवेदनशील हरकत को पकड़ने और खुफिया जानकारी हासिल करने में इसरो का सैटेलाइट नेटवर्क खासा मददगार बन रहा है (शर्मा, 2025)। इस समय इसरो के कम-से-कम 7 सैटेलाइट संवेदनशील व खुफिया जानकारी एकत्रित कर रहे हैं।

मीडिया निगरानी और दिशा-निर्देश

हाइब्रिड वॉरफेयर की एक अन्य प्रमुख रणनीति है - सूचना और संचार माध्यमों का अपने सैन्य अभियान की सफलता के लिए कुशलतम उपयोग करना। इसके अंतर्गत फर्जी खबरें, दुष्प्रचार और साइकोलॉजिकल ऑपरेशंस के माध्यम से जनमत और शत्रु पक्ष के नेतृत्व के निर्णयों को प्रभावित किया जाता है। ऐसे में मीडिया की निगरानी और नियंत्रण एक आवश्यक रणनीतिक उपकरण बन जाता है, जो सूचना युद्ध के प्रभाव को सीमित कर सकता है। सोशल मीडिया पोर्टल्स और ऑनलाइन मंचों पर शेयर की जाने वाली झूठी जानकारी भी केवल जनता को भ्रमित ही नहीं करती, बल्कि राष्ट्रीय सुरक्षा और सामाजिक एकता को भी कमजोर कर सकती है। ऑपरेशन सिंदूर जैसे घटनाक्रम में यह देखा गया कि शत्रु पक्ष

द्वारा योजनाबद्ध दुष्प्रचार, जनता के बीच भय और भ्रम फैलाने के उद्देश्य से फर्जी सूचनाओं को प्रसारित किया गया। इन प्रयासों का मुकाबला करने के लिए एक सुदृढ़ मीडिया निगरानी तंत्र, फर्जी खबरों की त्वरित पहचान, फैक्ट-चेकिंग नेटवर्क और तकनीकी टूल्स का समग्र ढंग से उपयोग किया जाना चाहिए।

ऑपरेशन सिंदूर के बाद पाकिस्तान के साथ बढ़े तनाव और युद्ध जैसे हालात के बीच मीडिया में चल रही खबरों व चर्चाओं से भारत के नागरिकों में भय और भ्रम पैदा न हो, इसको लेकर भारत सरकार सुपर एक्टिव मोड में रही। जहाँ एक ओर भारत सरकार के सूचना व प्रसारण मंत्रालय ने मीडिया व सोशल मीडिया पर चल रही खबरों व कंटेंट को लेकर लगातार निर्देश जारी किए, वहीं दूसरी ओर रक्षा मंत्रालय की ओर से भी भारत-पाक के बीच बने ताजा तनावपूर्ण हालात के मद्देनजर मीडिया कवरेज को लेकर एडवाइजरी जारी की गई (चतुर्वेदी, 9 मई 2025)। इससे फेक खबरों के प्रसार पर काफी हद तक नियंत्रण रहा।

रक्षा मंत्रालय ने सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म एक्स के जरिये भी एक एडवाइजरी जारी की। इस एडवाइजरी में सरकार ने सभी मीडिया चैनलों, डिजिटल प्लेटफॉर्मों और आम नागरिकों को सुरक्षा बलों की कार्रवाई या मूवमेंट की लाइव कवरेज से दूर रहने की सख्त हिदायत दी। इस संबंध में कहा गया है कि किसी भी तरह की लाइव रिपोर्टिंग या संवेदनशील जानकारी साझा करने से ऑपरेशन की सफलता पर असर पड़ सकता है और जवानों की जान खतरे में पड़ सकती है (चतुर्वेदी, 9 मई, 2025)। इसके बाद संघर्ष की मीडिया कवरेज काफी सीमा तक संतुलित ही नजर आई।

भारतीय रक्षा विभाग द्वारा भी इस तरह की एडवाइजरी जारी की गई कि किसी भी सूचना को प्रसारित करने में थोड़ा धैर्य बरता जाए। साथ ही सुरक्षा बलों की किसी भी गतिविधि से संबंधित किसी भी वीडियो या तस्वीर को तो किसी भी हालत में साझा नहीं करना चाहिए। इस तरह के निर्देश सरकारी स्तर से समय-समय पर जारी किए गए (पाठक, 2025)। परिणाम यह हुआ कि कोई भी ऐसी सूचना द्विपक्षीय संघर्ष के दौरान प्रसारित नहीं हुई, जिससे सरकार या सेना का ऑपरेशन बाधित होने से बचा। ऑपरेशन सिंदूर के समय व्यापक राष्ट्रीय हितों को सर्वोच्च महत्त्व देते हुए भारतीय सेना ने मीडिया आधारित सूचना-प्रवाह का कुशलता के साथ प्रबंधन करने में सफलता पाई, मगर भविष्य की चुनौतियों और खतरों को ध्यान में रखते हुए भारत को संचार शिक्षा की एक दूरगामी रणनीति तैयार कर शैक्षणिक संस्थानों में क्रियान्वित करनी होगी। एक ऐसे समय में जब भारत 'हायब्रिड वॉरफेयर' जैसे युद्ध को झेल रहा है, भारत को अराजक और अस्थिर बनाने के लिए मीडिया के माध्यम से झूठे आख्यान गढ़े जा रहे हैं, तब यह आवश्यक हो जाता है कि संचार-शिक्षा के भारतीयकरण के संदर्भ में गंभीरता से विचार किया जाए और सूचना-प्रवाह तथा संचार प्रक्रिया के भारतीयकरण की स्पष्ट रूपरेखा तय की जाए (सिंह, 2021)। इसके लिए अभी से प्रयास किए जाने आवश्यक हो गए हैं।

दूसरा, आख्यानों के युद्ध में शब्दावली का भी विशेष महत्त्व होता है। हाइब्रिड वॉरफेयर के कुछ पारिभाषिक शब्दों यथा काइनेटिक, नॉन-काइनेटिक, कन्वेंशनल, सब-कन्वेंशनल वॉरफेयर, इनफॉर्मेशन वॉरफेयर, मल्टी डोमेन ऑपरेशंस एवं हाइब्रिड टैकटिक्स, टूल्स इत्यादि का लेखन मीडिया में आया है, जो कि अच्छा संकेत माना जाना चाहिए। भविष्य में

भारतीय मीडिया द्वारा इन पारिभाषिक शब्दों को विस्तार देते हुए हाइब्रिड वॉरफेयर के तौर-तरीकों, वर्तमान उदाहरणों, शत्रु देशों द्वारा भारत के विरुद्ध प्रयोग किए जा रहे हाइब्रिड टैक्टिक्स को पहचान कर उसके बारे में लोक शिक्षण करने का प्रयास और बड़े स्तर पर करने की आवश्यकता होगी (सिंह एवं कुमार, 2023)। हाइब्रिड युद्ध से संबंधित इन शब्दों के अर्थ, प्रभाव और प्रयोग के बारे में जब भारतीय समाज सजग होगा, तभी आख्यानो के युद्ध में भारत बढ़त बना सकेगा।

वैश्विक गठजोड़ की कूटनीति

हाइब्रिड वॉरफेयर की जटिल और बहुआयामी प्रकृति में वैश्विक गठजोड़ के लिए कूटनीति एक रणनीतिक आवश्यकता बनकर उभरी है। यह कूटनीति सहयोगी राष्ट्रों के बीच विश्वास और संवाद को बढ़ाती है। ऑपरेशन सिंदूर के अनुभवों से सीखने को मिला है कि अंतरराष्ट्रीय मंचों पर समान विचारधारा वाले देशों के साथ रणनीतिक गठबंधन से न केवल आक्रामक पक्ष पर दबाव बनाया जा सकता है, बल्कि अपने पक्ष में वैश्विक समर्थन भी सुनिश्चित किया जा सकता है।

पीटर आर. मंसूर ने हाइब्रिड वॉरफेयर में कूटनीति का महत्त्व समझाते हुए लिखा है कि एक हद तक, सभी युद्धों में आख्यानो की लड़ाई शामिल होती है अर्थात् कौन सा पक्ष नैतिक रूप से उच्च स्थान रखता है या लोगों को अपने कारण के न्याय के बारे में आश्वासन दे सकता है। संबंधित देश की आबादी को संघर्ष में लाकर हाइब्रिड युद्ध धारणाओं के महत्त्व को बढ़ाता है। यद्यपि युद्धकालीन प्रचार प्राचीन काल से ही एक समय-सम्मानित परंपरा रही है, लेकिन इंटरनेट, सैटेलाइट टेलीविजन और रेडियो जैसी आधुनिक संचार प्रणालियाँ प्रोपेगंडा और सार्वजनिक सूचना की प्रसारण दरों को मौलिक रूप से बढ़ाती हैं (मंसूर, 2012, पृष्ठ-4)। इसलिए हाइब्रिड वॉरफेयर में शामिल पक्ष इनके समुचित उपयोग से अधिकतम लाभ लेने के लिए प्रयासरत रहते हैं।

अमर उजाला में 11 मई, 2025 को प्रकाशित अपने एक लेख में पार्थ सारथी ने लिखा कि ऑपरेशन सिंदूर के दौरान करीब चार दिन की तनातनी के बाद कूटनीतिक विशेषज्ञ युद्ध विराम पर भारत की सहमति को लेकर अपने निष्कर्ष के लिए स्वतंत्र हैं। दोनों पक्षों के समर्थन और विरोध में कई तर्क दिए जा रहे हैं। हालाँकि सही निहितार्थ में देखें, तो आतंकवाद के खिलाफ जंग में भारत अपने उद्देश्य में सफल रहा है। कूटनीतिक मोर्चे पर पाकिस्तान की दुनिया भर में फजीहत हुई है (पार्थसारथी, 2025)। भारत की कूटनीतिक रणनीति का दूसरा पहलू अत्यंत महत्त्वपूर्ण है। सैन्य कार्रवाई के जरिये भारत पाकिस्तान के उकसावे में नहीं आया। उसने दुनिया को सफल संदेश दिया कि उसकी लड़ाई पाकिस्तान के खिलाफ नहीं, बल्कि आतंकी संगठनों के खिलाफ है। उन आतंकी संगठनों के खिलाफ, जिन्हें पाकिस्तान में वित्तीय और राजनीतिक संरक्षण हासिल है (पार्थ सारथी, 2025)।

भारत की सैन्य कार्रवाई के बाद वैश्विक स्तर पर मची हलचल पर भी ध्यान देने की जरूरत है। पाकिस्तान को सबसे बड़ा झटका यह लगा कि एक भी खाड़ी देश उसके समर्थन में नहीं आया। याद कीजिए, जब भारत ने 1998 में पोखरण में परमाणु परीक्षण किया था, तब सऊदी अरब से लेकर ईरान तक तमाम इस्लामिक देश उसके समर्थन में खड़े हो गए थे। सऊदी ने तो परीक्षण तक पाकिस्तान को प्रतिदिन मुफ्त में 50 हजार बैरल तेल

देने की घोषणा की थी। अब भारत की जवाबी कार्रवाई के बाद तुर्किए को छोड़कर एक भी इस्लामिक देश उसके समर्थन में खड़ा नहीं हुआ। ईरान, सऊदी अरब, संयुक्त अरब अमीरात ने तटस्थ देश की भूमिका निभाई। यहाँ तक की चीन ने भी सार्वजनिक तौर पर पाकिस्तान का समर्थन नहीं किया। इसके उलट रूस समेत अन्य पश्चिमी देश भारत के पक्ष में परोक्ष और प्रत्यक्ष खड़े नजर आए (पार्थसारथी, 2025)। इसे भारत की एक बड़ी कूटनीतिक जीत माना जा सकता है।

निष्कर्ष

ऑपरेशन सिंदूर ने बड़ी स्पष्टता के साथ इस सत्य को उद्घाटित किया है कि भारत द्वारा पाकिस्तान में पल-बढ़ रहे आतंकियों के खिलाफ कार्रवाई और बाद के द्विपक्षीय सैन्य संघर्ष के समय हथियारों के साथ-साथ कथानकों, विमर्शों और सूचनाओं की भी निर्णायक भूमिका रही। इस संघर्ष ने भारत को एक ऐसा अनुभव प्रदान किया है, जो इसे भविष्य के युद्धों की तैयारी के लिए सही दिशा दिखाने में सहायक सिद्ध हो सकता है। भारत को अपने सैन्य और असैन्य संस्थानों के मध्य सहयोग की एक ऐसी धुरी विकसित करनी होगी, जो सूचना युद्ध, साइबर आक्रमण और दुष्प्रचार के समन्वित प्रतिकार की दिशा में कार्यरत हो। इसमें विशेष रूप से जनसंचार प्रणाली को नवीनतम तकनीकी आधारों पर सशक्त बनाना आवश्यक होगा, जिससे फेक न्यूज, मनोवैज्ञानिक प्रचार और भावनात्मक युद्ध के औजारों का प्रभावी खंडन किया जा सके। साथ ही, भारत को अपने कूटनीतिक प्रयासों को वैश्विक परिप्रेक्ष्य में अधिक व्यवस्थित और सशक्त करना होगा, जिससे अंतरराष्ट्रीय जनमत और समर्थन को समय रहते अपने पक्ष में मोड़ा जा सके। सामरिक शिक्षा और प्रशिक्षण की नीतियों में संचार प्रबंधन, मीडिया साक्षरता, सांस्कृतिक विमर्श तथा साइबर रणनीति को अनिवार्य रूप से सम्मिलित करना होगा, ताकि अगली पीढ़ी का नेतृत्व इस युद्ध के परिवर्तित और अनपेक्षित स्वरूपों के प्रति अधिक सजग और सक्षम बन सके। अंततः, ऑपरेशन सिंदूर से प्राप्त अंतर्दृष्टियों को केवल तात्कालिक प्रतिक्रियाओं में सीमित न रखते हुए उन्हें एक दीर्घकालिक, संस्थागत रणनीति में ढालना आवश्यक है। भारत को अब न केवल युद्ध की स्थिति में अपने पक्ष को सही ठहराना है, बल्कि युद्ध से पहले ही उस विमर्श को रचना है, जो न केवल सच का, बल्कि न्याय, नैतिकता और जनसामर्थ्य का वाहक हो। रणनीतिक संचार-कौशल, अंतर-संस्थागत समन्वय और सामरिक सतर्कता से ही भारत हाइब्रिड युद्ध की जटिल चुनौतियों का समग्र रूप से सामना करने में सक्षम होगा।

संदर्भ सूची

अमर उजाला. (13 मई, 2025). पहलगाम के बाद भारत पर 15 लाख साइबर हमले, 150 छोड़ सभी नाकाम, धर्मशाला संस्करण. पृष्ठ-10 कुमार, ए. (20 सितंबर, 2022). भारत को हाइब्रिड वार के लिए तैयार रहना चाहिए, वायुसेना प्रमुख ने ऐसा क्यों कहा?. दैनिक जागरण <https://www.jagran.com/news/national-iaf-chief-vivek-ram-chaudhari-says-security-environment-in-neighborhood-far-from-ideal-must-prepare-for-hybrid-warfare-23085025.html> से 15 मई, 2025 को पुनःप्राप्त। चतुर्वेदी, एम. (9 मई, 2025). पाक के साथ बढ़ते तनाव के बीच

- सरकार का सूचना तंत्र हुआ सुपर एक्टिव, फेक न्यूज के खिलाफ चलाई मुहिम, <https://navbharattimes.indiatimes.com/india/india-pakistan-tension-after-operation-sindoor-government-issues-advisory-on-media-coverage-bans-live-reporting/articleshow/121037162.cms> से 15 मई, 2025 को पुनःप्राप्त.
- डेनिक, यू. मलियार्चुक, टी., ब्रिम्स, सी. (2017). हाइब्रिड वॉरफेयर : हाई-टेक, इन्फोर्मेशन एंड साइबर कॉन्फ्लिक्ट्स. कनेक्शनज: द क्वार्टरली जर्नल. अंक-2. पृष्ठ 5-24.
- तागारेव, टी. (2018). हाइब्रिड वॉरफेयर : एमर्जिंग रिसर्च टोपिक्स. इनफॉर्मेशन एंड सिम्योरिटी : ऐन इंटरनेशनल जर्नल. खंड-39:3. पृष्ठ 289-300.
- तिवारी, जी.डी. (10 मई, 2025). फेक न्यूज की फैक्ट्री बना पाक, यूजरनेम में शर्मा, पटेल और गुप्ता... डीपी में तिरंगा, दैनिक भास्कर, भोपाल संस्करण.
- थिएल, आर. (2021). कम्पीटीशन एंड कंप्लिक्ट. थिएल, राल्फ (संपादक). हाइब्रिड वॉरफेयर : फ्यूचर एंड टेक्नोलोजीज. हीडलबर्ग. जर्मनी : स्प्रिंगर नेचर. पृष्ठ-1-9.
- दैनिक जागरण. (21 दिसंबर, 2025). फेक न्यूज में आधी होती है राजनीतिक खबरों की हिस्सेदारी, नई दिल्ली : दैनिक जागरण, पृष्ठ-1.
- दैनिक भास्कर. (15 मई, 2025). ठीक से समझें पश्चिमी मीडिया के दुष्प्रचार को, नई दिल्ली संस्करण, पृष्ठ-10.
- दैनिक भास्कर. (10 मई, 2025). 10 लाख फिशिंग अटैक... हमारे संस्थानों के ईमेल, अफसरों के सोशल अकाउंट टारगेट, भोपाल संस्करण. पृष्ठ-8.
- दैनिक भास्कर. (8 मई, 2025). दुनिया ने देखा सिंदूर का शौर्य, नई दिल्ली संस्करण. पृष्ठ-जैकेट1
- द्विवेदी, यू. (26 जुलाई, 2025). ऑपरेशन सिंदूर इज आवर रेजोल्व, मैसेज एंड रिस्पांस, द टाइम्स ऑफ इंडिया, <https://timesofindia.indiatimes.com/videos/news/operation-sindoor-is-our-resolve-message-and-response-army-chief-dwivedi-at-kargil-vijay-diwis/videoshow/122919010.cms> से 27 जुलाई, 2025 को पुनःप्राप्त.
- पचौरी, एस. (11 मई, 2025). देश का सवाल और मीडिया, राष्ट्रीय संहारा, नई दिल्ली संस्करण. पृष्ठ-8.
- पाठक, जी.डी. (11 मई, 2025). युद्ध काल में हर नागरिक को सैनिक बनना होगा, देश प्राण, रांची संस्करण., पृष्ठ-4.
- पार्थ सारथी, जी. (11 मई, 2025). कूटनीतिक जीत... आतंकवाद पर खींची स्थायी रेखा, अमर उजाला, <https://www.amarujala.com/india-news/india-diplomatic-victory-drawing-permanent-laxman-rekha-for-neighbouring-pakistan-on-terrorism-question-2025-05-11>, से 10 जून, 2025 को पुनःप्राप्त.
- पिल्लई, एस. (11 मई, 2025). पहलगांम की सैटेलाइट तस्वीरों की माँग हमले से 2 माह पहले 12 गुना बढ़ गई थी, दैनिक भास्कर, भोपाल संस्करण., पृष्ठ 19.
- मंसूर, पी. आर. (2012). इंटरडिक्शन: हाइब्रिड वॉरफेयर इन हिस्ट्री. मेरे, विलियम्सन; मंसूर, पीटर आर. हाइब्रिड वॉरफेयर: फाइटिंग कॉम्प्लेक्स अपोनेंट्स फ्रॉम द एशिअंट वर्ल्ड टू द प्रेजेंट. कैंब्रिज : कैंब्रिज यूनिवर्सिटी प्रेस.
- मिश्र, एस. (8 मई, 2025). 25 मिनट में 9 ठिकाने ध्वस्त, 70 आतंकी डेर, दैनिक जागरण, राष्ट्रीय संस्करण, नई दिल्ली, पृष्ठ-1.
- यादव, एस. (22 मई, 2025). विजुआलिटी ऑफ 'ऑपरेशन सिंदूर', : अ कल्चरल डिस्प्ले ऑफ स्ट्रेटजिक कम्यूनिकेशन, न्यूज18.कॉम, <https://www.news18.com/opinion/opinion-visibility-of-operation-sindoor-a-cultural-display-in-strategic-communication-ws-1-9347215.html> से 28 मई, 2025 को पुनःप्राप्त.
- रोजर, टी. (2008). मॉडर्न वॉरफेयर : ए फ्रेंच व्यू ऑफ काउंटरसर्जेंसी. नई दिल्ली : पेंटागन प्रेस.
- विजय, ए. (11 मई, 2025). साइबर अपराधी भी युद्ध में रहे सक्रिय, नई दुनिया, बिलासपुर संस्करण. पृष्ठ 6
- शर्मा, ए. (10 मई, 2025). भारतीय सेना की आँख बने इसरो के 7 सैटेलाइट, दैनिक भास्कर, नई दिल्ली संस्करण., पृष्ठ-13.
- शिमड, जे. (2021). इंटरडिक्शन टू हाइब्रिड वॉरफेयर - अ फ्रेमवर्क फॉर कंफ्रिमेंसिव एनालिसिस. थिएल, राल्फ (सम्पादक). हाइब्रिड वॉरफेयर : फ्यूचर एंड टेक्नोलोजीज. हीडलबर्ग. जर्मनी : स्प्रिंगर नेचर. पृष्ठ 11-32.
- सिंगर, पी. डब्ल्यू., एमर्सन, टी. बी. (2 अक्तूबर, 2018). द फ्यूचर ऑफ वॉर विल भी 'लाइव्ड' फोरन पोलिसी. <https://foreignpolicy.com/2018/10/02/future-of-war-memes/> से 15 मई, 2025 को पुनःप्राप्त.
- सिंह, ए. (2013). ए स्पेक्ट्रम ऑफ मॉडर्न वॉरफेयर (प्रस्तावना से). नई दिल्ली : पेंटागन प्रेस. पृष्ठ-22.
- सिंह, जे.पी. (जुलाई-दिसंबर 2020). शांति-निर्माण और संघर्ष-समाधान में लोक संचार की भूमिका (जम्मू-कश्मीर की लोक-नाट्य परम्परा भाण्ड-पाथेर के विशेष संदर्भ में), संचार माध्यम, खंड 32(2), पृष्ठ 31-37.
- सिंह, जे.पी. (जनवरी-जून 2021). संचार-शिक्षा का भारतीयकरण: संदर्भ और स्वरूप, संचार माध्यम, खंड 33(1), पृष्ठ 34-38.
- सिंह, जे.पी.; कुमार, एस. (जनवरी-जून 2023). भारतीय मीडिया में 'हाइब्रिड वॉरफेयर' पर विमर्श : प्रमुख अंग्रेजी और हिंदी समाचार पत्रों एवं उनसे संबंधित वेबसाइटों के विशेष संदर्भ में एक अध्ययन, संचार माध्यम, खंड 35(1). पृष्ठ 95-103.
- सिर्डी, ए.ई. (2017). द हाइब्रिड वॉरफेयर इन द ट्वेंटी फिफ्थ सेंचुरी : ऐन ओल्ड कॉन्सेप्ट विद ए न्यू फेस. इंटरनेशनल कॉन्फ्रेंस : नोलेज बेस्ड ओर्गेनाइजेशन. खंड XXIII. पृष्ठ 74-78.
- हसनैन, एस. ए. (11 मई, 2025). चीन समेत दुनिया ने हमारी ताकत देख ली है, अब पाकिस्तान कुछ भी करने से पहले सौ बार सोचेगा, दैनिक भास्कर, नई दिल्ली संस्करण. पृष्ठ-जैकेट 1.
- हिंदुस्तान. (11 मई, 2025). भारत-पाक तनाव के बीच फर्जी खबरें चुनौती बनीं. नई दिल्ली संस्करण. पृष्ठ-7.



ऑपरेशन सिंदूर : भारत के सभ्यतागत प्रतीकों और स्मृतियों का प्रभावशाली संचार

डॉ. रविंद्र सिंह¹

सारांश

भारत की सभ्यता, संस्कृति और संचार के बीच का अंतर्संबंध सदियों से विद्वानों और शोधकर्ताओं के लिए गहन अध्ययन का विषय रहा है। 'ऑपरेशन सिंदूर' ने इस संबंध को नए संदर्भों में देखने-समझने का अवसर प्रदान किया है। ऑपरेशन सिंदूर के दौरान जो सूचनाएँ देश और दुनिया के साथ साझा की गईं, वे केवल सैन्य प्रतिक्रिया की दृष्टि से नहीं देखी जानी चाहिए। उनके भीतर भारत की गहरी सांस्कृतिक चेतना, सभ्यतागत दृष्टिकोण और जनभावनाओं की अभिव्यक्ति छिपी हुई थी। इस अभियान ने स्पष्ट कर दिया कि भारत को प्रभावशाली संवाद स्थापित करने के लिए किसी पाश्चात्य शैली या कृत्रिम औपचारिकता की आवश्यकता नहीं है। भारत अपनी परंपराओं, प्रतीकों और भाषा की सहायता से भी एक ऐसा संवाद रच सकता है, जो सीधा जनमानस को छूता है। भारतीय सेना ने इस दौरान शब्दों, ध्वनियों और प्रतीकों का जिस कुशलता के साथ संयोजन किया, उसने संवाद की संपूर्ण प्रक्रिया को एक जीवंत सांस्कृतिक कथा का रूप दे दिया। यह एक ऐसा संवाद था, जिसमें भारत की आत्मा, उसकी संवेदना और उसका दृष्टिकोण एक साथ बोलते हुए प्रतीत हुए। प्रस्तुत शोध इसी प्रयास को समझने की दिशा में एक कदम है। इसमें यह जानने की कोशिश की गई है कि किस प्रकार 'ऑपरेशन सिंदूर' के समय संचार प्रक्रिया में भारत ने देश और दुनिया के साथ अपनी सभ्यतागत स्मृति, धार्मिक-सांस्कृतिक प्रतीकों और जनभावनाओं को साथ मिलाकर एक प्रभावशाली संवाद रचा।

संकेत शब्द : संचार, ऑपरेशन सिंदूर, विमर्श, सभ्यतागत स्मृति, सांस्कृतिक प्रतीक, जनभावनाएँ, आख्यान इत्यादि।

प्रस्तावना

संयम, अहिंसा और करुणा जैसे मानवीय गुण भारत के सभ्यतागत-सांस्कृतिक अस्तित्व का आधार रहे हैं। मगर भारत की संप्रभुता एवं अखंडता पर जब कभी कोई हमला हुआ, तो युद्ध, शक्ति और साहस जैसे प्रेरक गुण राष्ट्र-रक्षा के लिए सर्वोत्कृष्ट ढंग से स्वयं को अभिव्यक्त करते हैं। 'शस्त्रे-शास्त्रे च कौशलम्' की परंपरा हमारे इसी चरित्र को सदियों से व्यक्त करती रही है। यहाँ 'अहिंसा परमोधर्मः' के साथ-साथ 'धर्मयुद्ध' का एक अद्वितीय संयोजन रहा है। यहाँ बुद्ध की करुणा है, तो अर्जुन का गांडीव भी। भारतीय सभ्यता की यह बहुस्तरीयता उसके संचार और अभिव्यक्ति के हर माध्यम में झलकती है। यही परंपरा आधुनिक भारत के रणनीतिक संचार में भी परिलक्षित होने लगी है, विशेषकर जब भारत का सैन्य प्रतिष्ठान युद्ध जैसे संवेदनशील समय में भी स्वयं को केवल सैन्य रणनीति तक सीमित न रखकर सांस्कृतिक और भावनात्मक संवाद के माध्यम से जनचेतना को भी संबोधित करता है। ऑपरेशन सिंदूर इसका एक सटीक उदाहरण है, जिसने न केवल अद्भुत सैन्य कौशल का परिचय दिया, बल्कि भारतीय सभ्यता के सांस्कृतिक प्रतीकों के माध्यम से प्रभावशाली विमर्श भी रचा।

ऑपरेशन सिंदूर के दौरान भारत सरकार और सेना ने जिस रणनीतिक ढंग से संवाद स्थापित किया, वह एक गहन एवं बहुआयामी संचार प्रक्रिया थी। इस संचार की विशिष्टता यह थी कि इसमें आधुनिक तकनीक के साथ परंपरागत भावबोध का सुंदर समन्वय देखने को मिला। यह रणनीतिक संचार का एक ऐसा स्वरूप था, जिसमें शब्द, ध्वनि और प्रतीक तीनों ने मिलकर एक सशक्त 'सांस्कृतिक नैरेटिव' का निर्माण किया। संचार की इस प्रक्रिया में भारतीय सांस्कृतिक मानस में गहराई से रचे-बसे प्रतीकों को आधार बनाया गया। सेना ने अपने दृष्टिकोण में केवल सैन्य रणनीति नहीं, बल्कि 'सांस्कृतिक कूटनीति' और 'चेतनात्मक संप्रेषण' जैसे तत्त्वों को भी समाहित किया। ध्वनि-तरंगों में शौर्य और संवेदना का संगम था। शब्दों में आत्मबल और एकात्मता की पुकार और प्रतीकों में भारत की सनातन

परंपरा, शक्ति और शांति का संदेश। संवाद की इस कला ने भावनात्मक जुड़ाव और राष्ट्रीय आत्मबोध को जाग्रत करने का भी अनूठा कार्य किया।

एक राष्ट्र और सभ्यता के रूप में अपने अस्तित्व को बचाए रखने के लिए सूचना-प्रवाह का भारतीयकरण करना आवश्यक हो गया है (सिंह, जनवरी-जून 2021)। इसी आवश्यकता को समझते हुए ऑपरेशन सिंदूर से संबंधित संचार प्रक्रिया में भारत ने अपने सभ्यतागत मूल्यों, सिद्धांतों और भावनाओं को भी गहराई से स्पर्श किया। इस संवाद में प्रतीकों का प्रयोग केवल दृश्य प्रभाव तक नहीं था, बल्कि वे भारतीय जीवनदृष्टि और ऐतिहासिक स्मृतियों से जुड़कर एक व्यापक अर्थवत्ता को प्रकट कर रहे थे। भारत का यह संचार उस परंपरा का भी पुनर्पाठ था, जिसमें संवाद आत्मा को संबोधित करता है, केवल बुद्धि को नहीं। यह समूची प्रक्रिया 'संचार की भारतीय अवधारणा' को सामने लाती है, जहाँ संदेश तात्कालिक सूचना न होकर सांस्कृतिक अनुभूति बन जाता है। ध्वनि, रंग, भाषा और प्रतीकों की सहायता से रचा गया यह संवाद एक ऐसा सांस्कृतिक विमर्श बन गया, जिसमें सेना केवल योद्धा नहीं, बल्कि सभ्यता और संस्कृति की संवाहक भी प्रतीत हुई। इस पूरे घटनाचक्र में भारत ने समूचे विश्व को यह भी दिखाया कि उसका रणनीतिक संप्रेषण 'शब्द-प्रधान' नहीं, सभ्यतागत-सांस्कृतिक प्रेरणा है, जो स्मृति, परंपरा और आत्मगौरव से ऊर्जा प्राप्त करता है। यही दृष्टिकोण भारत को विशिष्ट बनाता है और यही उसकी संवाद शक्ति का मूल आधार है।

शोध प्रविधि

भारतीय संचार परंपरा को समर्पित पुस्तकों में उपलब्ध अधिकांश सामग्री की सहायता से ऑपरेशन सिंदूर के समय अपनाई गई संचार-प्रक्रिया के मूलभूत तत्त्वों को सही परिप्रेक्ष्य में समझने का प्रयास किया गया है। प्रस्तुत शोधपत्र ऑपरेशन सिंदूर को आधार बनाकर संचार प्रक्रिया में उपयुक्त भारत के सांस्कृतिक प्रतीकों और सभ्यतागत स्मृतियों

का विश्लेषण करने का प्रयास किया गया है। इसके लिए बिखरी सामग्री और बेतरतीब तथ्यों को एक निश्चित परिप्रेक्ष्य में संयोजित किया जाना आवश्यक था, इसीलिए विषयगत विश्लेषण शोध प्रविधि का उपयोग किया गया है।

‘ऑपरेशन सिंदूर’ : अभियान के नामकरण में सभ्यतागत शब्दों का प्रभाव

किसी भी आख्यान को कुछ मूलभूत विचार आकार देते हैं। भाषा उन विचारों की अभिव्यक्ति का माध्यम बनती है। उस आख्यान की प्रभावशाली संरचना के लिए भाषा अपने संग्रह से सर्वथा-योग्य शब्दों को चुनती है। इसी विचार, भाषा और शब्द के सहारे आख्यान अस्तित्व में आकर संवाद की यात्रा तय करते हैं। शब्द, अर्थ की ऊर्जा से भरे होते हैं। शब्द एक सजीव अस्तित्व की तरह कार्य करते हुए विचारों-भावनाओं को आकार देते हैं और अनुभवों को अभिव्यक्त करने का माध्यम बनते हैं। वे संवाद का बाह्य आवरण मात्र नहीं होते, बल्कि उसकी आत्मा होते हैं। शब्दावली का चयन ही यह तय करता है कि कोई विमर्श किस दिशा में विकसित होगा। वह केवल एक सूचना भर प्रदान करेगा या किसी सांस्कृतिक अथवा वैचारिक कूटनीति का संदेश भी देगा। यह भी देखा गया है कि जब कोई समाज या सत्ता अपने विमर्श को प्रभावशाली ढंग से गढ़ना चाहती है, तो वह अपने परिवेश की भाषा को पुनः परिभाषित करती है। इस प्रक्रिया में शब्द विचारधाराओं के वाहक बन जाते हैं और सांस्कृतिक-सामाजिक चेतना को जाग्रत करने का माध्यम बनते हैं। भारतीय मेधा ने शब्द की महिमा को सार-संक्षेप में समझाने के उद्देश्य से शब्द की कल्पना ‘ब्रह्म’ के रूप में की है।

ऑपरेशन सिंदूर के माध्यम से भारत ने उन 21 आतंकी ठिकानों को लक्ष्य कर ध्वस्त किया, जो पाकिस्तान के संरक्षण में सीमापार से आतंक फैलाने का प्रयास कर रहे थे। इस अभियान की जानकारी जिस शैली में सार्वजनिक की गई, उसमें भारत की गहन सांस्कृतिक चेतना दृष्टिगत होती है। 7 मई को जारी पहला प्रेस वक्तव्य अत्यंत संक्षिप्त होते हुए भी न केवल सूचना देने वाला था, बल्कि उसमें भावनात्मक अपील और प्रतीकात्मक संकेतों का गूढ़ समावेश था।

‘सिंदूर’ भारतीय संस्कृति से निकला हुआ एक ऐसा रूपक है, जो जनमानस से गहरे स्तर पर जुड़ा है। सिंदूर भारतीय परंपरा में समर्पण, रक्षा और अखंडता का प्रतीक है। जब इसे सैन्य कार्रवाई के शीर्षक के रूप में प्रयुक्त किया गया, तो यह केवल एक शब्द नहीं रहा, वह एक संदेश बन गया—राष्ट्र की मर्यादा पर आँच आई तो भारत चुप नहीं बैठेगा। यह एक प्रकार का सांस्कृतिक संप्रेषण था, जिसमें ‘प्रतीकात्मक संवाद’ और ‘राष्ट्रीय विमर्श’ के महत्त्वपूर्ण संचार तत्त्व सम्मिलित थे। भारत ने यह दिखाया कि उसका संवाद इतिहास, परंपरा और भावबोध से प्रेरित एक जागरूक राष्ट्रीय अभिव्यक्ति है।

कला के माध्यम से कलाकार भारतीय आकांक्षाओं-कल्पनाओं को साकार करते रहे हैं। भारतीय कलाकार के लिए कला एक साधना है। जैसे योगी एकाग्र साधना द्वारा ब्रह्म को प्राप्त करता है, वैसे ही भारतीय कलाकार अपनी सुंदर कृतियों द्वारा कल्याणकारी तत्त्व की सुंदर रूप में उपासना करता है। उसकी कलाकृति अंतःकरण से उत्पन्न होती है जिसे वह उसी श्रद्धा से मूर्त रूप देता है, जिस श्रद्धा से धार्मिक पूजा या उपासना

की जाती है (स्कंदकुमार, 1955, पृष्ठ-157)। ऑपरेशन सिंदूर के ‘लोगो’ को डिजाइन करने वाले सैनिकों ने भी उसमें भारतीय सभ्यता और संस्कृति की आकांक्षाओं को उकेरने का कार्य किया।

संस्कृति मानवीय जीवन की प्रेरक शक्ति है। वह जीवन की प्राणवायु है जो उसके चैतन्य भाव की साक्षी देती है (वासुदेवशरण, 1958, पृष्ठ-3)। हिंदू संस्कृति में सिंदूर महिलाओं के लिए केवल एक सौंदर्य प्रसाधन नहीं है। यह नारी के सौभाग्य, प्रेम और जीवन-समर्पण का गहरा प्रतीक है। यह उस वैवाहिक बंधन की स्मृति है, जिसमें नारी अपने संपूर्ण अस्तित्व को अर्पित करती है। जब ‘ऑपरेशन सिंदूर’ नाम सामने आया, तो वह किसी सैन्य कार्रवाई का सामान्य नामकरण नहीं लगा, बल्कि उसमें उन असंख्य स्त्रियों की मौन पीड़ा भी मुखर होती दिखाई दी, जिन्होंने आतंकवाद के कारण अपने पति, अपने जीवनसाथी और अंततः अपने ‘सिंदूर’ को खोया। यह नाम उन निर्दोष महिलाओं की स्मृति में भी था, जिनके पति बिना किसी अपराध के आतंक की आग में भस्म हो गए। भारतीय सेना का यह संवाद प्रतीकात्मकता के उस स्तर को छूता है, जहाँ शब्द से अधिक उसका भाव बोलता है। यह उस न्याय-बोध का प्रतिबिंब था, जो भारतीय समाज की चेतना में गहराई से विद्यमान है। ऑपरेशन सिंदूर का यह नाम एक सांस्कृतिक उद्घोष था, जिसने राष्ट्रीय पीड़ा को एक सार्वजनिक नैरेटिव में रूपांतरित कर, उसे न्याय की आकांक्षा से जोड़ दिया।

ऑपरेशन सिंदूर के बाद भारत सरकार की ओर से ऑपरेशन के नामकरण के साथ जो छवि डिजाइन की गई थी, उसे अत्यंत संजीदगी के साथ डिजाइन किया गया था। दरअसल ‘छवियाँ’ मात्र छवियाँ नहीं होती हैं, वे धीरे-धीरे प्रतीकों में रूपांतरित हो हमारे मानस को गहरे प्रभावित करती हैं (नारायण, 2024)। ऑपरेशन सिंदूर के लोगो में ‘ओ’ शब्द के चारों ओर बिखरा सिंदूर महज एक सौंदर्यात्मक डिजाइन नहीं था, बल्कि यह उस सामूहिक चेतना का प्रतीक था, जो भारत की सभ्यतागत स्मृति में शक्ति के रूप में अधिष्ठित है। ऑपरेशन के नामकरण में सिंदूर का प्रयोग रणनीतिक संचार उपकरण के रूप में हुआ। हिंदू धर्म में नारी को शक्ति स्वरूपा माना गया है। ‘सिंदूर’ का तात्त्विक स्वरूप विभिन्न संदर्भों में शक्ति का ही आह्वान करता है। यह संचार पश्चिमी सैन्य शब्दावली की नकल भी नहीं था। यह भारत के अपने सांस्कृतिक और आध्यात्मिक प्रतीकों के माध्यम से एक मौलिक और प्रभावी रणनीतिक संप्रेषण था। इससे यह स्पष्ट हो गया कि भारत की रणनीतिक भाषा में अब उसकी सभ्यतागत चेतना और सांस्कृतिक आत्मा प्रमुख भूमिका निभा रही है, जो न केवल शत्रु को संदेश देती है, बल्कि अपने नागरिकों के मनोबल और विश्वास को भी सुदृढ़ करती है।

शिव तांडव स्तोत्र : सभ्यतागत शक्ति की रणनीतिक अभिव्यक्ति

ऑपरेशन सिंदूर के अंतर्गत भारतीय सेना के लक्ष्यों, उसकी कार्रवाई और परिणामों के बारे में भारतीय सेना के अधिकारी प्रेस ब्रीफिंग करके समय-समय पर सूचनाएँ साझा करते रहे। ऐसी ही एक ब्रीफिंग के दौरान सेना के अधिकारी पाकिस्तान की भूमि पर चल रहे आतंकी ठिकानों के विध्वंस की जानकारी सेटलाइट से प्राप्त मानचित्रों के माध्यम से देश और दुनिया को दे रहे होते हैं। उसी समय पृष्ठभूमि में शिव तांडव स्तोत्रम् की धुन का उपयोग किया जाता है। प्रेस ब्रीफिंग के समय शिव स्तोत्रम् का

यह चयन भी अत्यंत अर्थगर्भित था। ऑपरेशन सिंदूर की प्रेस ब्रीफिंग में जिस तरह शिव तांडव स्तोत्र की धुन के साथ प्रमुख सैन्य अभियानों का वीडियो दिखाया गया, वह भारतीय परंपरा और रणनीतिक संचार का अभूतपूर्व संगम था (सिंह, 2025, पृष्ठ-1)। शिव का तांडव सृष्टि के कल्याण की भावना के साथ विनाश के संदेश को व्यक्त करता है। वहीं, यह ध्वनि भारतीय मानस में ऊर्जा, साहस और आत्मबल का संचार करती है। जब इस धुन को ऑपरेशन के दौरान उपयोग में लाया गया, तो यह केवल मनोबल बढ़ाने का माध्यम नहीं रहा। इसने संवाद को अधिक प्रभावशाली और सांस्कृतिक रूप से प्रासंगिक बना दिया। यह संचार का एक भावनात्मक पक्ष था, जिसने युद्ध जैसी स्थिति में भी संस्कृति और चेतना के माध्यम से जुड़ने की संभावना को साकार कर दिया।

जब भारत की रक्षा सेनाओं ने पाकिस्तान पर कहर बरपाया, तो इस विनाशकारी कथा का दृश्य प्रमाण एक मीडिया ब्रीफिंग में 'शिव तांडव स्तोत्र' की धुन के माध्यम से प्रस्तुत किया गया (यादव, 2025)। 'शिव तांडव स्तोत्रम्' भारत की धार्मिक, सांस्कृतिक और आध्यात्मिक परंपरा में अत्यंत विशिष्ट स्थान रखता है। यह स्तोत्र भगवान् शिव को समर्पित एक अत्यंत शक्तिशाली और गूढ़ काव्यात्मक रचना है। इसकी प्रत्येक पंक्ति, शब्द और लय भगवान् शिव की प्रचंडता, उनके रौद्र रूप की महिमा का वर्णन करती है। मान्यता है कि इस स्तोत्र का नियमित जाप साधक को न केवल मानसिक शांति, वरन् दृढ़ इच्छाशक्ति, साहस और आत्मविश्वास भी प्रदान करता है। इसकी आरंभिक पंक्तियाँ निम्नवत् हैं :

**जटाटवीगलज्जलप्रवाहपावितस्थले
गलेऽवलम्ब्य लम्बितां भुजङ्गतुङ्गामालिकाम् ।
डमड्डमड्डमड्डमन्निनादवड्डमर्वयं
चकार चण्डताण्डवं तनोतु नः शिवः शिवम् ॥**

ऑपरेशन सिंदूर से संबंधित ब्रीफिंग के समय 'शिव तांडव स्तोत्रम्' की धुन का उपयोग भारत की शक्ति के संदेश को संप्रेषित करता है। जब इस स्तोत्र का उच्चारण होता है, तो उसमें निहित छंद, लय और ध्वनि-तरंगें चेतना को झकझोर देती हैं। शिव का तांडव नृत्य स्वयं सृष्टि और संहार के मध्य संतुलन का प्रतीक है। यह स्तोत्र एक आध्यात्मिक चेतना के साथ-साथ जीवन के संघर्षों से जूझने की भी प्रेरणा देता है। भारत की सामरिक और सांस्कृतिक अभिव्यक्तियों में जब इस स्तोत्र का प्रयोग होता है, तो वह एक सूक्ष्म लेकिन प्रभावशाली संदेश बन जाता है कि हमारी शक्ति केवल भौतिक नहीं, बल्कि आध्यात्मिक और सांस्कृतिक जड़ों से पोषित है।

'ऑपरेशन सिंदूर' के अंतर्गत जब भारत की सेनाओं ने पाकिस्तान स्थित आतंकी ठिकानों का संहार किया, तो उसकी गूँज मीडिया ब्रीफिंग के मंच पर भी एक सांस्कृतिक और प्रतीकात्मक भाषा के रूप में प्रतिध्वनित हुई। इस विजुअल प्रस्तुति में 'शिव तांडव स्तोत्रम्' की वाद्य धुन को पृष्ठभूमि में शामिल किया गया, तो इसने सैन्य कार्रवाई को भारत की सभ्यतागत प्रतिक्रिया में रूपांतरित कर दिया।

शिव स्तोत्रम्, जो भगवान् शिव के क्रोध एवं संहार के प्रतीक रूप को व्यक्त करता है, यहाँ एक रूपक के रूप में प्रयुक्त हुआ। 'डमड्डमड्डमड्ड...' की गूँजती ध्वनि ने जैसे उस डमरू की प्रतिध्वनि को जीवंत कर दिया, जो शिव के तांडव के समय ब्रह्मांडीय संतुलन को पुनः स्थापित करने हेतु

बजता है। यह ध्वनि न केवल भावनात्मक ऊर्जा को उद्देलित करती है, बल्कि दर्शकों को यह भी आभास कराती है कि यह प्रतिशोध नहीं, बल्कि न्याय और संतुलन की पुनर्स्थापना का प्रयास है। वहीं, छंद में आने वाला 'धगजधगज' जैसा तीव्र लयबद्ध संगीत, शिव की तीसरी आँख खुलने की चेतावनी जैसा प्रतीत होता है। एक ऐसी ध्वनि, जो अन्याय और अधर्म के अंत की ओर संकेत करती है। इस प्रकार 'शिव तांडव स्तोत्रम्' का प्रयोग इस संचार का एक सशक्त उपकरण बन गया, जिसने सैन्य कार्रवाई को सांस्कृतिक और आध्यात्मिक धरातल पर वैधता दी। यह एक परंपरा से जुड़ा संदेश था कि भारत की शक्ति केवल हथियारों में नहीं, उसकी संस्कृति और चेतना में भी निहित है।

'भय बिनु होय न प्रीति' - चौपाई के माध्यम से परिवेश से सहज संवाद

संभवतः यह पहली बार था कि भारत के रक्षा प्रतिष्ठान ने अँग्रेजी के बजाय नगर से लेकर दूरदराज के देशज समाज को भी संबोधित करने का प्रभावशाली प्रयास किया। प्रेस ब्रीफिंग के दौरान रामचरितमानस की चौपाई 'भय बिनु होई न प्रीति' का चुनाव इसी रणनीति का हिस्सा थी। सेना द्वारा इस चौपाई का उपयोग केवल एक नीति-वाक्य नहीं था, बल्कि यह भारतीय कूटनीतिक दृष्टिकोण में आए परिवर्तन को भी रेखांकित करता है। इसका मूल भाव यही था कि दो पक्षों के मध्य प्रेम और सौहार्द केवल तभी संभव है, जब किसी एक पक्ष के अनुचित व्यवहार की स्थिति में उसे कठोर दंड मिलने का भय हो। इसमें स्पष्ट संकेत संप्रेषित किया गया कि भारत शांति चाहता है, लेकिन शांति का यह भारतीय सिद्धांत उसकी कमजोरी कदापि नहीं है। इस शांति के लिए आवश्यक होने पर शक्ति का प्रदर्शन भी संभव है और ऑपरेशन सिंदूर पहलगायाम में आतंकियों की उसी धूर्तता का प्रत्युत्तर था।

रामचरितमानस भारतीय सभ्यता और संस्कृति का एक महत्त्वपूर्ण ज्ञानग्रंथ ही नहीं है, बल्कि यह भारतीय सभ्यता की नैतिकता, दर्शन, राजनीति और समाजशास्त्र का भी गहन स्रोत है। इसमें वर्णित चौपाइयाँ समयानुकूल नीति और रणनीति के महत्त्वपूर्ण एवं सारगर्भित सूत्र प्रदान करती हैं। रणनीतिक एवं सभ्यतागत संचार के कई महत्त्वपूर्ण मूल्यों एवं सिद्धांतों का इसमें विस्तृत वर्णन मिलता है।

प्रभु श्रीराम का जीवन नीति, धैर्य और शक्ति में संतुलन का एक अनुपम उदाहरण प्रस्तुत करता है। जब रावण से युद्ध के लिए श्रीराम की वानर सेना को समुद्र पार करके लंका जाना था, तब उन्होंने पहले विनम्रता और संवाद का मार्ग चुना। तीन दिनों तक प्रभु श्रीराम ने समुद्र से करुणापूर्वक प्रार्थना की कि वह मार्ग प्रदान करे, ताकि धर्मयुद्ध की ओर उनका प्रस्थान सुगम हो सके, किंतु जब तीन दिन बीत गए और समुद्र ने कोई प्रतिक्रिया नहीं दी, तब श्रीराम ने कठोर रुख अपनाया। उन्होंने क्रोध में आकर अमोघ ब्रह्मास्त्र उठाया और समुद्र को सुखाने की तैयारी की। उसी क्षण समुद्र देव को अपना हठ छोड़ना पड़ा। उस परिस्थिति में उन्होंने कहा था, 'भय बिनु होय न प्रीति'—अर्थात् जब तक दूसरे को आपकी शक्ति का भय न हो, तब तक वह सम्मान या प्रेम प्रदर्शित नहीं करता।

एक प्रेस ब्रीफिंग के दौरान एयर मार्शल ए.के. भारती को इन पूरे हालातों पर जब संदेश देने के लिए कहा गया तो उन्होंने रामचरितमानस की एक चौपाई सुनाई,

**बिनय न मानत जलधि जड़, गए तीन दिन बीता।
बोले राम सकोप तब, भय बिनु होय न प्रीति।**

(तुलसीदास, पृष्ठ-766)

भारतीय सेना द्वारा इस चौपाई को रणनीतिक संचार के उपकरण के रूप में प्रयोग करना एक अत्यंत सटीक और प्रभावशाली निर्णय रहा। इसमें पाकिस्तान और आतंकवाद को स्पष्ट संदेश था कि जब भारत की संप्रभुता और नागरिकों की सुरक्षा की बात आएगी, तो कठोरतम निर्णय लेने से बचा नहीं जाएगा।

प्रेस ब्रीफिंग हेतु महिलाओं का चयन : पाकिस्तान की पुरुष केंद्रित मानसिकता पर चोट

ऑपरेशन सिंदूर के दौरान सशस्त्र बलों की प्रभावी और मारक 'संचार रणनीति' की झलक सेना की प्रेस ब्रीफिंग में भी स्पष्ट रूप से दिखी। बैसरन में धर्म पृष्ठकर एवं केवल पुरुषों को निर्मम ढंग से निशाना बनाकर आतंकवादियों ने भारतीय सैन्य और सत्ता प्रतिष्ठान को कुछ निश्चित 'रणनीतिक' संदेश भेजे थे। ऑपरेशन सिंदूर के बाद दो महिला सैन्य अधिकारियों द्वारा प्रेस ब्रीफिंग करने के निर्णय को इस पृष्ठभूमि में देखने पर रणनीतिक संचार की दृष्टि से इसकी उत्कृष्टता का अनुमान बेहतर ढंग से लगाया जा सकता है। पाकिस्तान में मौजूद आतंकी अड्डों को तबाह करने वाले ऑपरेशन सिंदूर की सेना की तरफ से जानकारी भी दो बेटियों ने दी। नाम है कर्नल सोफिया कुरैशी और विंग कमांडर व्योमिका सिंह (गुर्जर, 2025, पृष्ठ-जे1)। प्रेस ब्रीफिंग में कर्नल सोफिया कुरैशी ने ऑपरेशन सिंदूर से संबंधित महत्वपूर्ण जानकारी पहले हिंदी में दी। समानांतर रूप से विंग कमांडर व्योमिका सिंह ने अंग्रेजी में भी सूचनाएँ साझा की। इस एक प्रेस ब्रीफिंग ने अनेकों लक्षित समूहों को संदेश दिया।

भारत की सांस्कृतिक परंपरा में नारी को केवल दया और करुणा का पात्र नहीं, बल्कि शक्ति, साहस और सृजन का भी प्रतीक माना गया है। 'या देवी सर्वभूतेषु शक्ति-रूपेण संस्थिता' की भावना भारत के सामाजिक-सांस्कृतिक मानस में गहराई से रची-बसी है। यही दृष्टिकोण आज भी हमारे राष्ट्रीय संस्थानों और सेनाओं में स्पष्ट रूप से देखा जा सकता है, जहाँ महिलाएँ नेतृत्व, निर्णय और कार्रवाई के हर स्तर पर प्रभावी भूमिका निभा रही हैं। यह केवल आधुनिक प्रगति का संकेत नहीं, बल्कि भारत की मूल सभ्यतागत चेतना का विस्तार है। ऑपरेशन सिंदूर के दौरान जिस प्रकार महिलाओं को संवाद के केंद्र में रखा गया, वह कोई सामान्य संयोग नहीं था, बल्कि एक गहरी रणनीतिक संप्रेषण नीति का हिस्सा था। इस चयन के माध्यम से भारत ने एक साथ दो संदेश दिए। एक ओर वह अपने सांस्कृतिक मूल्यों में नारी सम्मान को स्थापित करता है, तो दूसरी ओर पाकिस्तान जैसे समाजों को आईना दिखाता है, जहाँ विशेषकर सैन्य ढाँचे में महिलाओं के प्रति सोच अब भी संकुचित और दोष्य दर्जे की बनी हुई है।

संवाद में 'स्व' भाषा का उपयोग

भारत जैसे देश में, जहाँ लंबे समय तक नीति-निर्माण, रक्षा, विदेश और विनीय विषयों पर विमर्श की भाषा पर अंग्रेजी का वर्चस्व रहा हो, वहाँ ऑपरेशन सिंदूर जैसे महत्वपूर्ण रक्षा अभियान से जुड़ी प्रेस ब्रीफिंग की शुरुआत हिंदी भाषा में करना एक ऐतिहासिक और रणनीतिक निर्णय कहा जा सकता है। यह केवल भाषा की उपस्थिति या भाषाई सम्मान का

प्रतीक नहीं था, बल्कि इससे कहीं अधिक गहन और उद्देश्यपूर्ण रणनीतिक संचार की प्रक्रिया का हिस्सा था। यह उस सोच का परिणाम था, जो संचार को केवल सूचना देने की प्रक्रिया नहीं, बल्कि जनभावनाओं को जोड़ने, उन्हें दिशा देने और व्यापक विमर्शों को नियंत्रित करने का एक सशक्त माध्यम मानती है।

वहीं, युद्ध के हाइब्रिड प्रारूप में जब शत्रु को उसके ही माध्यमों से उत्तर देना आवश्यक हो गया है, ऐसे समय में अपने नागरिकों और मित्र राष्ट्रों को उनके परिवेश की भाषाओं में जानकारी देना एक प्रभावी रणनीति बन जाती है। इस संदर्भ में यह प्रेस ब्रीफिंग केवल सूचना साझा करने की औपचारिकता भर नहीं रही, बल्कि यह 'भाषा-आधारित संचार नीति', 'धारणा-निर्माण', 'नैरेटिव नियंत्रण' और 'संवेदनात्मक जुड़ाव' जैसी संचार अवधारणाओं के धरातल पर एक सशक्त रणनीतिक हस्तक्षेप था। यह स्पष्ट रूप से संकेत देता है कि आज का भारत अपने विमर्श की भाषा को भी अपने पक्ष में गढ़ने में समर्थ और सजग है।

इसे यदि रणनीतिक संचार की दृष्टि से देखें तो यह भाषा प्रेम अथवा भाषाई पहचान को रेखांकित करने भर का मामला नहीं था, बल्कि संदेशों को अधिक प्रभाव और सहजता के साथ प्रेषित कर कुछ रणनीतिक लक्ष्यों को प्राप्त करने की कोशिश की गई थी। यह अपने संदेशों को पहले ही झटके में धरातल तक पहुँचाने और धारणा-निर्माण के क्षेत्र में खुद को आगे रखने की सोची समझी रणनीति थी। यह प्रेस ब्रीफिंग इस बात की स्वीकारोक्ति थी कि परिवेश की भाषा सर्वाधिक व्यापकता और सहजता के साथ संदेशों को सामान्य नागरिक तक पहुँचाती है (सिंह, जे.पी, 2025)। इससे ऑपरेशन सिंदूर के दौरान रणनीतिक संचार के मोर्चे पर प्रभावशाली संचार हेतु एक बड़ी सफलता मिली।

संचार-क्षमता और संचार-साधन दोनों में सामाजिक प्रतिष्ठा बढ़ाने का गुण है (दुबे, 1986, पृष्ठ-12)। उपलब्ध संचार साधनों का समुचित उपयोग करके ऑपरेशन सिंदूर की सफलता की कहानी देश और दुनिया को भारत प्रभावशाली ढंग से बताने में सफल रहा। संचार साधनों के इस उपयोग से प्रतिष्ठित भारतीय सेना की प्रतिष्ठा और अधिक बढ़ गई। इस हेतु संचार के परंपरागत और आधुनिक, दोनों की तरह के संचार साधनों ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।

निष्कर्ष

ऑपरेशन सिंदूर एक ऐसा अनुभव है, जब भारत की संस्कृति, सभ्यता और संवेदनशील संचार शैली साथ-साथ अभिव्यक्त हुए। इस दौरान जो संदेश और सूचनाएँ साझा की गईं, वे केवल रणनीतिक आदेश या सैन्य जानकारी भर नहीं थीं, उनके भीतर भारत की आध्यात्मिक पहचान, सभ्यतागत प्रतीक और जनमानस से जुड़ने की चेष्टा भी समाहित थी। इसी कारण से ऑपरेशन सिंदूर अब केवल सुरक्षा रणनीति का उदाहरण नहीं, बल्कि सांस्कृतिक संवाद के विश्लेषण का एक विशिष्ट उदाहरण बन गया है। इसने यह सिद्ध कर दिया कि भारत को प्रभावी संवाद स्थापित करने के लिए विदेशी भाषा, शैली या प्रस्तुति की नकल करने की आवश्यकता नहीं है। भारत अपने परंपरागत प्रतीकों, शब्दों और ध्वनियों से भी उतना ही प्रभावशाली संवाद गढ़ सकता है। भारत की अपनी हर संचार योजना में कोई न कोई सभ्यतागत संदर्भ हो, जैसे रामायण, महाभारत, उपनिषद, स्वतंत्रता संग्राम आदि। इससे लोगों को लगे कि संवाद केवल आज का नहीं, हजारों

वर्षों की स्मृति और हमारी सामूहिक अस्मिता से जुड़ा हुआ है। इससे संचार को गहराई और प्रामाणिकता मिलेगी। भारत की संस्कृति एक भाषा या एक प्रतीक से नहीं बँधी। इसलिए हर संवाद में हिंदी, संस्कृत व अन्य क्षेत्रीय भाषाओं का संयोजन किया जाए, जिससे भारत की संस्कृति की विविधता और एकता साथ-साथ प्रकट हों। इस प्रकार ऑपरेशन सिंदूर हमें नए संदर्भों के साथ अपनी संचार-नीति को देखने-समझने का अवसर दे रहा है।

संदर्भ सूची

गुर्जर, एन.एन. (8 मई, 2025). हमारा देश ही हमारा धर्म.., भोपाल : दैनिक भास्कर, पृष्ठ जे-1.
 तुलसीदास. (एन.डी). श्रीरामचरिमानस, हनुमानप्रसाद पोद्दार, (टीकाकार), गोरखपुर : गीताप्रेस ट्रस्ट, पृष्ठ-766.
 दुबे, एस.सी. (1986). संचार और विकास. नई दिल्ली : प्रकाशन विभाग, पृष्ठ-12.
 नारायण, बी. (27 फरवरी, 2024). छवियों से ही प्रतीक बनते हैं. धर्मशाला संस्करण : अमर उजाला, पृष्ठ-12.
 यादव, एस. (22 मई, 2025), विजुअलिटी ऑफ 'ऑपरेशन सिंदूर': अ कल्चरल डिसप्ले इन स्ट्रेटेजिक कम्युनिकेशन, न्यूज 18 [https://www.news18.com/opinion/opinion-visibility-of-operation-sindoor-a-cultural-display-in-strategic-](https://www.news18.com/opinion/opinion-visibility-of-operation-sindoor-a-cultural-display-in-strategic-communication-ws-l-9347215.html)

[communication-ws-l-9347215.html](https://www.news18.com/opinion/opinion-visibility-of-operation-sindoor-a-cultural-display-in-strategic-communication-ws-l-9347215.html) से 24 जुलाई, 2025 को पुनःप्राप्त.

वासुदेवशरण. (1958). कला और संस्कृति (भूमिका से प्राप्त). इलाहाबाद: साहित्य भवन लिमिटेड, पृष्ठ-3.
 सिंह, जे.पी. (20 मई, 2025) हाइब्रिड वॉरफेयर में स्वभाषा सुरक्षा की नई छतरी भी बन गई है, संचारनीति, <https://sancharneeti.in/%e0%a4%b9%e0%a4%be%e0%a4%87%e0%a4%ac%e0%a5%8d%e0%a4%b0%e0%a4%bf%e0%a4%a1-%e0%a4%b5%e0%a5%89%e0%a4%b0%e0%a4%ab%e0%a5%87%e0%a4%af%e0%a4%b0-%e0%a4%ae%e0%a5%87%e0%a4%82-%e0%a4%b8%e0%a5%8d%e0%a4%b5/> से 20 जुलाई, 2025 को पुनःप्राप्त.
 सिंह, जे.पी. (जनवरी-जून 2021) संचार-शिक्षा का भारतीयकरण : संदर्भ और स्वरूप, संचार माध्यम, खंड 33(1), पृष्ठ-34-38.
 सिंह, आर. (7 जून, 2025). धर्म और युद्ध : ऑपरेशन सिंदूर में सभ्यतागत प्रतीकों की शक्तिशाली अभिव्यक्ति, धर्मशाला संस्करण : दिव्य हिमाचल, (आस्था) पृष्ठ-1.
 स्कंदकुमार. (1955). भारतीय संस्कृति का इतिहास. बनारस : मोतीलाल बनारसीदास, पृष्ठ-157.



ऑपरेशन सिंदूर में 'इनफार्मेशन वॉरफेयर' की भूमिका का अध्ययन

हरिओम कोचर¹

सारांश

यह सच है कि ऑपरेशन सिंदूर भारत की आतंकवाद के विरुद्ध निर्णायक नीति का प्रतीक है, लेकिन इसके साथ तीव्र हुआ सूचना युद्ध दर्शाता है कि आधुनिक युद्ध के आयाम अब पूरी तरह बदल चुके हैं। आज लड़ाई न सिर्फ पारंपरिक हथियारों से लड़ी जाती है, बल्कि सूचनाओं, विचारधाराओं और नैरेटिव के माध्यम से भी लड़ी जाती है। इस संदर्भ में मीडिया की भूमिका बेहद महत्वपूर्ण है, लेकिन जब प्रतिष्ठित मीडिया संस्थान और आम नागरिक जाने-अनजाने में फेक न्यूज फैलाते हैं तो यह सूचना युद्ध और अधिक जटिल हो जाता है। पाकिस्तान और चीन जैसे शत्रु राष्ट्र भारत की छवि को अंतरराष्ट्रीय स्तर पर प्रभावित करने के लिए मीडिया और सोशल मीडिया का प्रभावी ढंग से इस्तेमाल कर रहे हैं। ऐसे में भारत को केवल सैन्य ताकत पर ही निर्भर नहीं रहना चाहिए, बल्कि सूचना और संचार के क्षेत्र में भी रणनीतिक रूप से तैयारी करनी चाहिए। सशक्त सूचना तंत्र, सक्रिय फैक्ट-चेकिंग संस्थान और जिम्मेदार मीडिया की भूमिका इस सूचना युद्ध में भारत की जीत की कुंजी हैं। साथ ही, नागरिकों में जागरूकता और डिजिटल साक्षरता भी इस संघर्ष को निर्णायक बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। प्रस्तुत अध्ययन का उद्देश्य यह स्पष्ट करना है कि ऑपरेशन सिंदूर एक सैन्य सफलता तो है लेकिन साथ ही यह एक रणनीतिक चेतावनी भी है, जो इस बात पर प्रकाश डालती है कि आधुनिक युद्ध अब मीडिया के माध्यम से नैरेटिव, जानकारी और विचारों के स्तर पर भी लड़ा जाता है। भारत की सूचना युद्ध के प्रति सामूहिक जागरूकता, सतर्कता और संकल्प इस लड़ाई में उसकी सबसे बड़ी ताकत बन सकते हैं।

संकेत शब्द : सूचना युद्ध, राष्ट्रीय सुरक्षा, इनफार्मेशन वॉरफेयर, ऑपरेशन सिंदूर, नैरेटिव, मीडिया.

प्रस्तावना

इनफार्मेशन वॉरफेयर हाइब्रिड वॉरफेयर की एक शाखा है। आमतौर पर हाइब्रिड वॉरफेयर या 'हाइब्रिड कॉन्फ्लिक्ट' की कोई एक सर्वमान्य परिभाषा नहीं है। सामान्यतः संघर्ष के परिदृश्य में हाइब्रिड का तात्पर्य होता है—युद्ध के विभिन्न तरीकों और उपकरणों का समवेत रूप से इस प्रकार प्रयोग करना कि अधिकतम लाभ प्राप्त किया जा सके, जिसमें इनफार्मेशन वॉरफेयर शामिल है। हाइब्रिडिटी की अवधारणा को व्यापक परिप्रेक्ष्य में इस रूप में भी देखा जाता है कि संघर्ष में बिना प्रत्यक्ष रूप से शामिल हुए अथवा सीमित रूप से संलग्न रहकर, शत्रु को परास्त करने के लिए किसी राष्ट्र की समग्र शक्ति का प्रयोग किस प्रकार सबसे प्रभावी ढंग से किया जा सकता है।

सितंबर 2001 में अमेरिका में हुए भीषण आतंकवादी हमलों के बाद यह अनुभव किया गया कि परंपरागत सैन्य तरीके आधुनिक चुनौतियों का सामना करने में पूर्णतः सक्षम नहीं हैं। युद्ध छेड़ने और सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिए केवल पारंपरिक सशस्त्र बल अब पर्याप्त नहीं रह गए थे। इसी परिप्रेक्ष्य में हाइब्रिडिटी की आवश्यकता सामने आई, यानी ऐसे युद्ध मॉडल की जो पारंपरिक और अपरंपरागत तरीकों का समन्वित रूप से उपयोग करें। हाइब्रिड वॉरफेयर की इस अवधारणा को विशेष मान्यता वर्ष 2006 में हुए इजराइल-लेबनान युद्ध के दौरान मिली। इस संघर्ष में लेबनान स्थित आतंकी संगठन हिजबुल्लाह ने इजराइल के विरुद्ध एक जटिल और बहुस्तरीय रणनीति अपनाई, जिसमें शामिल थे—गुरिल्ला युद्ध की तकनीकें, तकनीक का अभिनव उपयोग व एक संगठित तथा प्रभावशाली सूचना युद्ध अभियान। इन सभी तत्वों को एकीकृत करते हुए जिस प्रकार हिजबुल्लाह ने पारंपरिक सैन्य ताकत की तुलना में असामान्य तरीकों से इजराइल को चुनौती दी, वह सब 'हाइब्रिड वॉरफेयर' का हिस्सा था (बिडल और फ्रीडमैन, 2008)।

हाइब्रिड युद्ध की परिकल्पना को सैद्धांतिक रूप देने वाले प्रमुख विद्वानों में से एक फ्रैंक जी. हॉफमैन ने इस अवधारणा को आधुनिक युद्ध के जटिल और बहुआयामी स्वरूप के रूप में प्रस्तुत किया है। उनके अनुसार, हाइब्रिड वॉरफेयर केवल पारंपरिक सैन्य टकराव तक सीमित नहीं होता, बल्कि यह राजनीतिक, मनोवैज्ञानिक और सूचनात्मक स्तरों पर भी प्रभाव डालता है। हॉफमैन का मानना है कि हाइब्रिड युद्ध एक ऐसा रणनीतिक ढाँचा है, जिसमें पारंपरिक युद्ध, अनियमित युद्ध, आतंकवाद और साइबर युद्ध जैसे विविध प्रकारों को एकीकृत किया जाता है। इसमें राजनीतिक युद्ध तकनीकों का सक्रिय रूप से प्रयोग किया जाता है, ताकि विरोधी के राजनीतिक, सामाजिक और आर्थिक ढाँचे को कमजोर किया जा सके। इसके साथ ही, फेक न्यूज, प्रचार अभियानों, कूटनीतिक प्रयासों और सूचना युद्ध जैसे उपकरण भी हाइब्रिड रणनीति का हिस्सा होते हैं। इस प्रकार, हाइब्रिड युद्ध एक बहुस्तरीय संघर्ष है, जो केवल सैन्य ताकत पर निर्भर न होकर व्यापक राष्ट्रीय शक्ति के सभी तत्वों का प्रयोग करता है, जिससे यह अधिक प्रभावशाली और कठिनाई से पहचाने जाने योग्य बन जाता है (हॉफमैन, 2007)।

पाकिस्तान ने भारत के विरुद्ध सूचना युद्ध की शुरुआत आज से नहीं, बल्कि भारत की आजादी के समय से ही कर दी थी। इसका पहला उदाहरण 22 अक्टूबर, 1947 को देखने को मिला जब पाकिस्तान की ओर से हजारों की संख्या में सैनिक जम्मू-कश्मीर में घुसपैठ करने लगे। उस समय पाकिस्तान ने इस घुसपैठ को 'कबायली हमला' कहकर प्रचारित किया। दुनिया के सामने यह गलत सूचना फैलाई गई कि जम्मू-कश्मीर में जो लोग हमला कर रहे हैं, वे आम कबायली हैं न कि पाकिस्तानी सेना के जवान। यह एक सोचा-समझा दुष्प्रचार था, जिसका उद्देश्य अंतरराष्ट्रीय समुदाय को गुमराह करना था। भारत ने जब सैन्य कार्रवाई शुरू की, तो इन कथित कबायली हमलावरों के पैर उखड़ने लगे। धीरे-धीरे यह सामने

¹जूनियर रिसर्च फेलो, कश्मीर अध्ययन केंद्र, केंद्रीय विश्वविद्यालय हिमाचल प्रदेश, धर्मशाला, हिमाचल प्रदेश. ईमेल : kocharhrm000@gmail.com

आने लगा कि ये वास्तव में पाकिस्तानी सैनिक थे, जो कबायली वेशभूषा में पाकिस्तान निर्मित हथियारों के साथ लड़ रहे थे।

इस बीच, पाकिस्तान ने संयुक्त राष्ट्र का रुख किया और मामले को अंतरराष्ट्रीय स्तर पर उठाया। जब संयुक्त राष्ट्र की जाँच टीम जम्मू-कश्मीर पहुँची, तो उन्होंने मौके पर मौजूद हमलावरों की पहचान पाकिस्तानी सैनिकों के रूप में की। इस पुष्टि के बाद पाकिस्तान को अपनी असलियत स्वीकार करनी पड़ी। यह घटना स्पष्ट रूप से दर्शाती है कि पाकिस्तान ने किस तरह से सूचना युद्ध का सहारा लेकर भारत के खिलाफ भ्रम फैलाने और अंतरराष्ट्रीय समुदाय को गुमराह करने की कोशिश की थी। यह केवल शुरुआत थी—इसके बाद भी पाकिस्तान ने कई बार इसी रणनीति का उपयोग किया।

वर्तमान में पहलगाव आतंकवादी हमले के संदर्भ में 7 मई, 2025 को भारत ने 'ऑपरेशन सिंदूर' नामक एक निर्णायक और ऐतिहासिक सैन्य अभियान के तहत पाकिस्तान और पाकिस्तान अधिकांत जम्मू-कश्मीर में स्थित नौ आतंकी ठिकानों पर सटीक एयरस्ट्राइक कर एक मजबूत संदेश दिया (विदेश मंत्रालय, 2025)। यह कार्रवाई 22 अप्रैल 2025 को जम्मू-कश्मीर के पहलगाव क्षेत्र में हुए एक भयावह आतंकी हमले के प्रतिशोध में की गई थी। उस हमले में 25 भारतीय नागरिकों और एक नेपाली पर्यटक की निर्मम हत्या कर दी गई थी (पत्र सूचना कार्यालय, 2025)। हमले की सबसे वीभत्स बात यह थी कि आतंकियों ने यात्रियों को धर्म के आधार पर चुनकर निशाना बनाया, जिसमें विशेष रूप से हिंदू पर्यटकों को मार दिया गया। इस हमले में कई नवविवाहित जोड़े भी शिकार बने, जिनमें सबसे हृदयविदारक उदाहरण लेफ्टिनेंट विनय नरवाल और उनकी पत्नी हिमांशी का था। हरियाणा से आए इस नवविवाहित जोड़े की शादी को केवल छह दिन ही हुए थे जब उन्हें आतंकियों ने बेरहमी से मौत के घाट उतार दिया (एनडीटीवी, 2025)। यह अमानवीय कृत्य न केवल मानवता के विरुद्ध था, बल्कि उसने पूरे भारत को गहरे शोक और आक्रोश में डुबो दिया। देशभर में इस हमले के खिलाफ व्यापक विरोध हुआ और तत्काल सख्त जवाब की माँग उठी।

ऑपरेशन सिंदूर इसी जनभावना का प्रतिबिंब था—एक ऐसा प्रतिशोध जिसने यह स्पष्ट कर दिया कि भारत अब आतंकी हमलों का मूकदर्शक नहीं रहेगा, बल्कि हर आक्रामक कार्रवाई का मुँहतोड़ जवाब देगा, चाहे वह सीमा पार क्यों न हो। ऑपरेशन सिंदूर, उन वीरांगनाओं को समर्पित था जिनके पति 22 अप्रैल के आतंकी हमले में शहीद हो गए थे। यह नाम केवल एक सैन्य कार्रवाई का प्रतीक नहीं, बल्कि भारत की आतंकवाद के प्रति जीरो टॉलरेंस नीति का सशक्त प्रतीक बन गया। इस ऑपरेशन ने यह स्पष्ट कर दिया कि भारत अब आतंक के हर वार का जवाब निर्णायक और प्रभावशाली तरीके से देगा। भारतीय सेना ने इस अभियान को अत्यंत गोपनीयता और सटीकता के साथ अंजाम दिया। रात 1:28 बजे शुरू हुआ यह ऑपरेशन मात्र 23 मिनट, यानी 1:51 बजे तक चला, लेकिन इस छोटे समय में सेना ने दुश्मन को भारी नुकसान पहुँचाया। कार्रवाई में करीब 80 से 90 आतंकवादी ढेर कर दिए गए, जिनमें जैश-ए-मोहम्मद और लश्कर-ए-तैयबा जैसे संगठनों के शीर्ष कमांडर शामिल थे (एनडीटीवी, 2025)। कई महत्वपूर्ण आतंकी ठिकानों को पूरी तरह नेस्तनाबूद कर दिया गया, जिनमें मरकज सुभान अल्लाह जैसे प्रशिक्षण केंद्र प्रमुख रूप से शामिल हैं। यह ऑपरेशन न केवल सैन्य दृष्टि से सफल रहा, बल्कि यह भारत की

सामरिक क्षमता, इच्छाशक्ति और आतंकवाद के खिलाफ उसकी स्पष्ट नीति का भी प्रतीक बन गया।

ऑपरेशन सिंदूर की सैन्य सफलता के तुरंत बाद भारत के सामने एक नया और अधिक सूक्ष्म खतरा खड़ा हो गया—सूचना युद्ध यानी इंफार्मेशन वारफेयर। यह युद्ध गोलियों और मिसाइलों से नहीं, बल्कि शब्दों, तस्वीरों और विकृत तथ्यों के जरिये लड़ा गया। इसका उद्देश्य स्पष्ट था—भारत की वैश्विक छवि को नुकसान पहुँचाना, देशवासियों के मनोबल को कमजोर करना और अंतरराष्ट्रीय समुदाय में भारत को कटघरे में खड़ा करना। इस संगठित दुष्प्रचार अभियान में पाकिस्तानी और चीनी प्रचार तंत्रों की भूमिका तो पहले से ज्ञात थी, लेकिन चौंकाने वाली बात यह रही कि भारत के भीतर भी कुछ मीडिया संस्थानों और पत्रकारों ने अनजाने या जानबूझकर इस नैरेटिव को बल देने का काम किया। 'द हिंदू' जैसे प्रतिष्ठित अखबार से लेकर 'द वायर' और 'स्पोर्ट्सकीड़ा' के कुछ पत्रकारों ने सोशल मीडिया पर भ्रामक और अपुष्ट जानकारी साझा की, जिससे भ्रम की स्थिति और गहरी हो गई (स्टाफ, 2025)। इस पूरे घटनाक्रम ने यह स्पष्ट कर दिया कि आज के दौर में युद्ध केवल सीमा पर नहीं लड़ा जाता, बल्कि वह सूचना के हर प्लेटफॉर्म पर जारी है। और जब भीतर से ही भरोसेमंद संस्थाएँ गलत सूचनाओं का हिस्सा बनती हैं, तब यह लड़ाई और भी जटिल हो जाती है।

शोध प्रविधि

यह अध्ययन पूर्णतः द्वितीयक आँकड़ों और तथ्यों पर आधारित है। इनका प्रकाशन विभिन्न लेखकों और प्रकाशकों द्वारा किया गया है। निर्धारित शोध उद्देश्य को देखते हुए 'भारत-पाकिस्तान संघर्ष में इनफार्मेशन वॉरफेयर की भूमिका' में ऑपरेशन सिंदूर से संबंधित विभिन्न समाचार पत्रों-पत्रिकाओं, समाचार चैनल, पीआईबी रिपोर्ट, शोध पत्रों और विभिन्न पुस्तकों के अलावा ऑनलाइन माध्यम से भी शोध सामग्री को लिया गया है। निर्धारित शोध उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए प्रस्तुत शोध पत्र में वर्णनात्मक और विश्लेषणात्मक शोध पद्धति का प्रयोग किया गया है।

ऑपरेशन सिंदूर के बाद का भारत विरोधी भ्रामक नैरेटिव और सूचना युद्ध

भारतीय विमानों के दुर्घटनाग्रस्त होने का मिथ्या प्रचार : ऑपरेशन सिंदूर की सैन्य सफलता के बाद, पाकिस्तानी सेना के मीडिया विंग, इंटर-सर्विसेज पब्लिक रिलेशंस (आईएसपीआर) और कई पाकिस्तानी समाचार चैनलों ने भारतीय वायुसेना के तीन लड़ाकू विमानों के कश्मीर में क्रैश होने का झूठा दावा किया। इस दावे को अधिक प्रभावशाली बनाने के लिए, सोशल मीडिया पर एक जलते हुए विमान का वीडियो और तस्वीरें वायरल कर दी गईं, जिससे यह आभास हुआ कि भारतीय वायुसेना को गंभीर नुकसान हुआ है (बीबीसी, 2025)। हालाँकि, जब इस वीडियो और तस्वीरों की जाँच की गई, तो यह खुलासा हुआ कि यह सामग्री सितंबर 2024 में राजस्थान के बाड़मेर में हुए एक पुराने विमान हादसे से संबंधित थी। उस हादसे में भारतीय वायुसेना का मिग-29 विमान रात की प्रशिक्षण उड़ान के दौरान दुर्घटनाग्रस्त हुआ था (चित्र-1), लेकिन सौभाग्यवश पायलट सुरक्षित बाहर निकलने में सफल रहे थे और उस घटना में किसी भी प्रकार की जनहानि नहीं हुई थी। यह स्पष्ट था



(चित्र-1, स्रोत- पीआईबी आधिकारिक वेबसाइट)

कि पाकिस्तान और उसके मीडिया ने जानबूझकर इस पुरानी दुर्घटना को ऑपरेशन सिंदूर से जोड़ने का प्रयास किया, ताकि जनता के बीच भ्रम फैलाया जा सके और भारत की छवि को नुकसान पहुँचाया जा सके। इस घटना ने यह साबित कर दिया कि सूचना युद्ध अब पारंपरिक सैन्य संघर्ष से भी अधिक जटिल और खतरनाक हो चुका है, जहाँ असत्य और भ्रामक जानकारी का प्रसार किया जाता है।

‘द हिंदू’ का भ्रामक दावा और ‘चाइना डेली’ की प्रोपेगेंडा रणनीति : 7 मई, 2025 को सुबह 8:54 बजे भारत के एक प्रमुख समाचार पत्र 'द हिंदू' ने एक ट्वीट पोस्ट किया (चित्र-2), जिसमें यह दावा किया गया कि जम्मू-कश्मीर के अखनूर, रामबन और पंपोर क्षेत्रों में भारतीय वायुसेना के तीन लड़ाकू विमान दुर्घटनाग्रस्त हो गए हैं (बीबीसी, 2025)। ट्वीट में कहा गया कि यह जानकारी एक सरकारी अधिकारी ने 'द हिंदू' को दी और रिपोर्टर विजैता का हवाला भी दिया गया। ट्वीट में चार तस्वीरें भी शामिल थीं, जो कथित तौर पर विमान दुर्घटना स्थल की थीं। यह ट्वीट तुरंत ही चर्चा का विषय बन गया, क्योंकि 'द हिंदू' जैसे प्रतिष्ठित समाचार पत्र से यह सूचना साझा की गई थी। सोशल मीडिया पर यह खबर तेजी से फैल गई और इसने लोगों के बीच चिंता और भ्रम पैदा किया। हालाँकि, बाद में जाँच में यह सामने आया कि यह जानकारी गलत थी और तस्वीरें भी पुरानी थीं। इस घटना ने मीडिया की जिम्मेदारी और सत्यता की महत्वपूर्ण भूमिका को रेखांकित किया, खासकर जब युद्ध या संकट के दौरान गलत जानकारी का प्रसार किया जाता है। भारतीय सेना और रक्षा मंत्रालय ने तुरंत इस झूठे दावे का खंडन किया और स्पष्ट किया कि ऑपरेशन सिंदूर के दौरान कोई भारतीय विमान क्रेश नहीं हुआ था। इसके बावजूद, यह ट्वीट पहले ही सोशल मीडिया पर वायरल हो चुका था और इसे 258K से अधिक बार देखा जा चुका था। कुछ समय बाद, 'द हिंदू' ने इस ट्वीट को हटा लिया, लेकिन तब तक यह झूठी जानकारी व्यापक रूप से फैल चुकी थी। इस घटना ने यह साबित किया कि बिना सत्यापित जानकारी को साझा करने से न केवल सार्वजनिक भ्रम उत्पन्न होता है, बल्कि यह राष्ट्रीय सुरक्षा के संदर्भ में भी जोखिम पैदा कर सकता है।

मीडिया संस्थानों को अपनी जिम्मेदारी का एहसास होना चाहिए, खासकर ऐसे संवेदनशील मामलों में जहाँ जानकारी का गलत प्रचार पूरे

देश की छवि को प्रभावित कर सकता है। इस झूठे ट्वीट का इस्तेमाल चीन के प्रोपेगेंडा तंत्र, चाइना डेली, ने भारत के खिलाफ दुष्प्रचार फैलाने के लिए किया, जिससे यह दुष्प्रचार और व्यापक रूप से फैल गया। चाइना डेली ने उसी दिन अपने आधिकारिक X अकाउंट पर ट्वीट किया, जिसमें दावा किया गया, “At least three #Indian jets crashed on Wednesday in Indian-controlled #Kashmir, a local newspaper The Hindu said quoting government sources” (चित्र-3)। यह ट्वीट पूरी तरह से 'द हिंदू' के झूठे दावे पर आधारित था, जिसका उद्देश्य भारत के खिलाफ गलत जानकारी फैलाना था (चाइना डेली, 2025)। इस जानकारी को चीन ने जानबूझकर प्रचारित किया, ताकि वह भारत के खिलाफ अंतरराष्ट्रीय मंचों पर एक नकारात्मक नैरेटिव बना सके। चाइना डेली ने इस झूठी खबर को फैलाकर भारत की छवि को धूमिल करने और उसके खिलाफ वैश्विक समर्थन को कमजोर करने की कोशिश की। यह घटना एक स्पष्ट उदाहरण बन गई कि कैसे झूठी और दुष्प्रचारात्मक जानकारी का इस्तेमाल किसी राष्ट्र की प्रतिष्ठा और सुरक्षा को प्रभावित करने के लिए किया जा सकता है। सूचना युद्ध में झूठी जानकारी को बड़े पैमाने पर फैलाकर, एक राष्ट्र के खिलाफ नकारात्मक धारणा तैयार की जा सकती है, जो उसके आंतरिक और बाहरी रिश्तों को प्रभावित कर सकती है।



(चित्र-2, स्रोत- द हिंदू X अकाउंट)



(चित्र-3, स्रोत- चाइना डेली X अकाउंट)

पाकिस्तानी मीडिया द्वारा सैन्य हमले का मनगढ़ंत प्रचार :

पाकिस्तानी मीडिया ने ऑपरेशन सिंदूर के तुरंत बाद यह प्रचार करना शुरू कर दिया कि उनके जवाबी सैन्य अभियानों में भारतीय सेना के रणनीतिक ठिकानों—जैसे श्रीनगर एयरबेस, ब्रिगेड मुख्यालय और नौशेरा सेक्टर—को निशाना बनाते हुए पाकिस्तानी सेना द्वारा मिसाइल हमले किए गए, जिनसे भारी क्षति हुई है (इंडिया टुडे, 2025)। इन दावों को विश्वसनीय दिखाने की भरपूर कोशिश की गई, लेकिन इनके समर्थन में कोई ठोस प्रमाण प्रस्तुत नहीं किया गया। न तो किसी प्रकार की सैटेलाइट इमेजरी सामने आई और न ही किसी स्वतंत्र मीडिया संस्थान ने इस तरह के हमलों की पुष्टि की। इसके बावजूद, इन झूठे दावों को सुनियोजित ढंग से सोशल मीडिया पर प्रसारित किया गया। पाकिस्तान के सूचना प्रचार तंत्र ने इस अफवाह फैलाने के अभियान को एक डिजिटल युद्ध की तरह संचालित किया। सोशल मीडिया को एक प्रभावशाली हथियार बनाकर #IndiaUnderAttack, #KashmirBurns जैसे हैशटैग को ट्रेंड कराया गया। इन ट्रेंड का उद्देश्य था, आम जनता के मन में भय और भ्रम उत्पन्न करना, साथ ही अंतरराष्ट्रीय समुदाय में भारत की स्थिति को कमजोर दिखाना। इन झूठे प्रचार अभियानों ने यह दिखा दिया कि आधुनिक युग का युद्ध सिर्फ सीमाओं पर लड़े जाने वाले टैंक और तोपों तक सीमित नहीं है, बल्कि यह सूचना के मोर्चे पर भी उतना ही निर्णायक हो सकता है। मनोवैज्ञानिक प्रभाव डालने वाले ये प्रयास शत्रु के मनोबल को गिराने और अपने नैरेटिव को आगे बढ़ाने का हथियार बन गए हैं। भारत के लिए यह एक स्पष्ट चेतावनी है कि राष्ट्रीय सुरक्षा अब केवल भौतिक ढाँचे की रक्षा नहीं, बल्कि सूचना और राष्ट्र हितेषी विचारधारा की सुरक्षा भी है।

मौत के साये में आम नागरिक व भारत विरोधी नैरेटिव :

पाकिस्तानी और कुछ विदेशी मीडिया संस्थानों ने यह आरोप लगाया कि ऑपरेशन सिंदूर के दौरान मारे गए लोग आतंकवादी नहीं, बल्कि साधारण नागरिक थे। पाकिस्तानी सेना के एक प्रवक्ता ने यह बयान दिया कि इस कार्रवाई में सात नागरिकों की जान गई, जिनमें दो मासूम बच्चे भी शामिल थे। इसी के साथ, कुछ स्थानीय निवासियों के हवाले से यह भी बताया गया कि मुजफ्फराबाद क्षेत्र में जोरदार धमाकों की आवाजें सुनी गईं, जिससे लोगों में दहशत फैल गई। दावा किया गया कि कई परिवार घबराकर अपने घरों को छोड़कर सुरक्षित स्थानों की तलाश में निकल पड़े। इसके अतिरिक्त, 'द वायर' की पत्रकार आरफा खानम शेरवानी ने एक बयान में कहा, "इस एयर स्ट्राइक में केवल आम नागरिक मारे गए हैं, आतंकवादी नहीं" (सिन्हा, 2025)। उनका यह वक्तव्य सोशल मीडिया पर तेजी से प्रसारित हुआ और कई प्लेटफॉर्मों पर चर्चा का विषय बना। हालाँकि, इन खबरों के जवाब में भारतीय सेना ने अपना पक्ष स्पष्ट रूप से रखा। सेना के अनुसार, यह ऑपरेशन विशेष रूप से आतंकवादी ठिकानों को लक्ष्य बनाकर ही संचालित किया गया था और हर स्तर पर यह सुनिश्चित किया गया कि निर्दोष नागरिकों को कोई हानि न पहुँचे। सेना का यह भी कहना था कि मिशन की योजना और क्रियान्वयन में नागरिक सुरक्षा सर्वोपरि थी (भास्कर, 2025)। इस मामले की एक स्वतंत्र जाँच से भी भारतीय पक्ष की बात को बल मिला। रिपोर्ट में यह निष्कर्ष सामने आया कि अधिकतर हताहत वे लोग थे, जो प्रत्यक्ष या परोक्ष रूप से आतंकी गतिविधियों से जुड़े हुए थे। इसके साथ ही यह भी स्पष्ट किया गया कि जिस क्षेत्र को निशाना बनाया गया, वह आतंकवादियों की उपस्थिति के लिए जाना

जाता था। इस प्रकार, मीडिया में फैलाए गए कई दावों के बावजूद, तथ्यों और जाँच के आधार पर यह कहा जा सकता है कि ऑपरेशन सिंदूर मुख्य रूप से आतंकियों के विरुद्ध ही केंद्रित था और आम नागरिकों की सुरक्षा को सर्वोच्च प्राथमिकता दी गई थी।

सोशल मीडिया पर वायरल फर्जी वीडियो और तस्वीरें : सोशल मीडिया पर वायरल होते फर्जी वीडियो और तस्वीरें आजकल एक बड़ा मुद्दा बन चुके हैं। हाल ही में कुछ ऐसी फर्जी सामग्री सामने आई, (चित्र-1) जिसमें दावा किया गया कि भारतीय सेना के ठिकानों पर फिदायीन हमले हुए हैं (टीओआई, 2025)। एक वायरल वीडियो में जलते हुए मलबे को दिखाया गया और इसे पाकिस्तानी मीडिया ने श्रीनगर एयरबेस पर हुए हमले का प्रमाण बताया। हालाँकि, जब इसकी जाँच की गई, तो पता चला कि यह वीडियो 2021 में सीरिया में हुए एक हवाई हमले का था, जिसे झूठे संदर्भ में प्रस्तुत किया गया था। इस तरह की फर्जी जानकारी और सामग्री का तेजी से फैलना जनता के बीच भ्रम और डर फैलाने का कारण बनता है। जब ऐसे वीडियो या तस्वीरें वायरल होते हैं, तो लोग बिना सत्यापन के उन पर विश्वास करने लगते हैं, जिससे गलत सूचना और अफवाहों का प्रसार होता है। यह न केवल समाज में अव्यवस्था पैदा करता है, बल्कि राष्ट्र की सुरक्षा और अंतरराष्ट्रीय संबंधों पर भी नकारात्मक प्रभाव डालता है। इसलिए, यह आवश्यक है कि हम सोशल मीडिया पर साझा किए गए किसी भी वीडियो या तस्वीर को पहले पूरी तरह से सत्यापित करें। सरकार और मीडिया को इस दिशा में ज्यादा सक्रियता दिखाने की जरूरत है ताकि समाज को फर्जी सूचनाओं से बचाया जा सके।



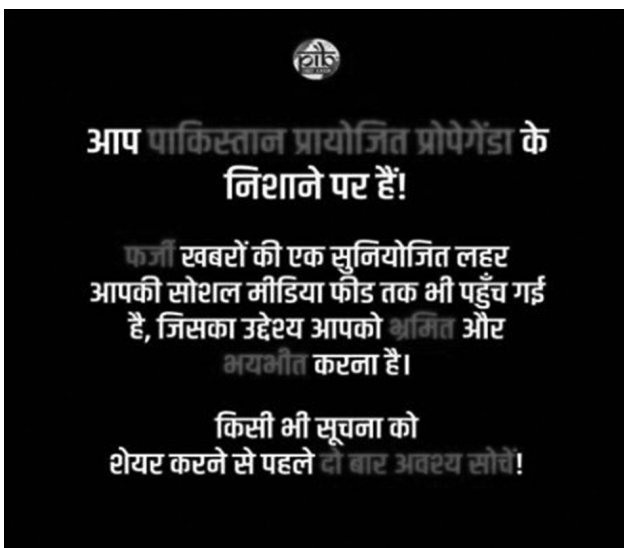
(चित्र-4, स्रोत- पीआईबी वेबसाइट)

सरकारी प्रतिक्रिया : भारतीय सरकार और सेना ने सूचना युद्ध की इस चुनौती का अत्यंत मजबूती और सटीकता के साथ सामना किया। जैसे ही सीजफायर हुआ, पाकिस्तान के साथ जारी तनाव के मद्देनजर विदेश मंत्रालय ने लगातार चौथे दिन प्रेस कॉन्फ्रेंस की। इस दौरान विदेश सचिव विक्रम मिसरी, कर्नल सोफिया कुरैशी और विंग कमांडर व्योमिका सिंह ने जानकारी दी कि पाकिस्तानी सेना ने भारतीय सैन्य ठिकानों को निशाना बनाया तथा अंतरराष्ट्रीय सीमा पर ड्रोन की सहायता से घुसपैठ का प्रयास किया। भारतीय सुरक्षा बलों ने तत्परता से प्रतिक्रिया देते हुए इन प्रयासों



(चित्र-5, स्रोत एडीजीपीआई X अकाउंट)

को विफल किया और शत्रु के उपकरणों को सफलतापूर्वक नष्ट कर दिया (कश्यप, 2025)। और स्पष्ट किया गया कि इस ऑपरेशन के दौरान न तो कोई भारतीय विमान दुर्घटनाग्रस्त हुआ और न ही किसी भारतीय सैन्य ठिकाने पर कोई हमला हुआ है (मिसरी, 2025)। सरकार ने यह भी स्पष्ट रूप से कहा कि ऑपरेशन का उद्देश्य केवल आतंकवादी ठिकानों को निशाना बनाना था (एनडीटीवी, 2025)। नागरिकों की सुरक्षा को सर्वोच्च प्राथमिकता दी गई थी और पूरी कार्रवाई को बेहद सटीक और संयमित तरीके से अंजाम दिया गया। इस अभियान में जैश-ए-मोहम्मद और लश्कर-ए-तैयबा जैसे आतंकी संगठनों के कई शीर्ष कमांडर मारे गए, जो लंबे समय से भारत के खिलाफ साजिशों में संलिप्त थे। भारतीय सेना ने ऑपरेशन की सफलता को लेकर अपने आधिकारिक X (पूर्व ट्विटर) हैंडल पर एक पोस्ट साझा की (चित्र-5), जिसमें लिखा गया : “#PahalgamTerrorAttack Justice is Served. Jai Hind” (एडीजीपीआई, 2025)। यह संदेश न केवल ऑपरेशन की सफलता का संकेत था, बल्कि जनता को यह भरोसा दिलाने का एक सशक्त प्रयास



(चित्र-6, पीआईबी वेबसाइट)

भी था कि देश की सुरक्षा प्रणाली पूरी तरह सजग और सक्षम है। इसके साथ ही, सरकार ने प्रेस इनफार्मेशन ब्यूरो के माध्यम से आम नागरिकों से अपील की कि वे केवल विश्वसनीय और आधिकारिक स्रोतों से ही जानकारी लें और सोशल मीडिया पर फैल रही अफवाहों, फर्जी वीडियो और झूठे बयानों से सतर्क रहें (चित्र-6)। इस प्रयास का उद्देश्य था—जनता के भीतर विश्वास को बनाए रखना, दुष्प्रचार को विफल करना और राष्ट्रीय एकता को मजबूत करना।

समाधान और सुझाव

इस तरह के इंफार्मेशन वारफेयर से निपटने के लिए एक व्यापक और बहुस्तरीय रणनीति की जरूरत है:

त्वरित प्रतिक्रिया तंत्र व कानूनी ढाँचा : सरकार के लिए यह आवश्यक है कि वह एक मजबूत और त्वरित प्रतिक्रिया तंत्र विकसित करे, ताकि सूचना युद्ध और दुष्प्रचार का प्रभावी रूप से सामना किया जा सके। जैसे ही कोई झूठी खबर या फर्जी जानकारी वायरल होती है, उसका तत्काल खंडन होना चाहिए। इसके लिए एक समर्पित साइबर सेल की स्थापना की जा सकती है, जो चौबीसों घंटे सोशल मीडिया और अन्य डिजिटल प्लेटफॉर्म की निगरानी करे। यह सेल फर्जी खबरों की पहचान कर, उन्हें प्रमाण सहित खारिज करने का कार्य करे और सही जानकारी को जनता तक पहुँचाए। साथ ही, इस यूनिट को अधिकार होना चाहिए कि वह फर्जी खबर फैलाने वाले खातों के खिलाफ कानूनी कार्रवाई भी कर सके।

मीडिया की जिम्मेदारी : मीडिया संस्थानों और पत्रकारों को अपनी जिम्मेदारी समझनी होगी। प्रतिष्ठित समाचार पत्रों को विशेष रूप से सतर्क रहना होगा, क्योंकि उनकी विश्वसनीयता का दुरुपयोग दुष्प्रचार को बढ़ावा दे सकता है। किसी भी खबर को प्रकाशित करने से पहले उसकी सत्यता की जाँच करना अनिवार्य होना चाहिए। बिना सत्यापन के विदेशी मीडिया के हवाले से खबरें चलाना बंद करना होगा।

शैक्षणिक वयवस्था में हाइब्रिड वॉरफेयर व जन जागरूकता अभियान : आज के डिजिटल युग में सूचना का प्रवाह तेज और व्यापक हो गया है, जिससे फर्जी खबरों और दुष्प्रचार का खतरा भी बढ़ा है। ऐसे में यह आवश्यक हो गया है कि स्कूलों और कॉलेजों में ‘इनफार्मेशन वॉरफेयर’ को एक अनिवार्य पाठ्यक्रम के रूप में शामिल किया जाए। इस विषय के माध्यम से छात्रों को यह सिखाया जा सकता है कि कैसे किसी सूचना की सत्यता की जाँच की जाए, स्रोत की विश्वसनीयता को परखा जाए और राष्ट्र विरोधी नैरेटिव व अफवाहों से कैसे बचा जाए। इसके साथ ही इस पहल से न केवल आम जनता अधिक सतर्क और सूझबूझ वाली बनेगी, बल्कि फर्जी खबरों के प्रभाव को भी काफी हद तक रोका जा सकेगा। इससे राष्ट्रीय सुरक्षा और लोकतंत्र की मजबूती व समाज में सूचना की शुद्धता सुनिश्चित की जा सकेगी।

निष्कर्ष

ऑपरेशन सिंदूर ने भारत की आतंकवाद के खिलाफ कठोर और निर्णायक नीति को उजागर किया है, जिससे यह स्पष्ट हो गया कि देश अपनी संप्रभुता और नागरिकों की सुरक्षा से कोई समझौता नहीं करेगा, परंतु इस सैन्य कार्रवाई के बाद जिस प्रकार से इनफार्मेशन युद्ध छेड़ा गया, उसने यह दर्शा दिया कि आधुनिक युद्ध केवल गोलियों और बमों तक

सीमित नहीं रह गया है। आज युद्ध का एक ओर भी महत्वपूर्ण आयाम है—सूचनाओं, विचारधाराओं और देश विरोधी नैरेटिव का युद्ध। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म, न्यूज चैनल और डिजिटल मीडिया ऐसे घातक हथियार बन गए हैं जिनके माध्यम से देश की छवि को अंतरराष्ट्रीय मंच पर प्रभावित करने की कोशिश की जाती है। दुश्मन ताकतें झूठी खबरें, विकृत वीडियो और गलत प्रचार के माध्यम से भ्रम फैलाने और देश के भीतर अस्थिरता उत्पन्न करने का प्रयास करती हैं। ऐसे में यह आवश्यक हो गया है कि भारत न केवल सैन्य रूप से बल्कि सूचना युद्ध के मोर्चे पर भी सजग और सशक्त रहे। भारत के जागरूक नागरिक, सटीक सूचना तंत्र और मजबूत नैरेटिव ही इस प्रकार के नए युद्ध क्षेत्र में जीत सुनिश्चित कर सकते हैं, इसलिए भारत के प्रत्येक नागरिक को सोशल मीडिया के माध्यम से मिली भ्रामक सूचनाओं से सजग रहना होगा, क्योंकि सूचना युद्ध में लड़ने की जिम्मेदारी सिर्फ सैनिकों की नहीं, बल्कि पूरे देश के नागरिकों की होती है।

इस समय प्रतीत होता है कि देश विरोधी संगठनों की मीडिया नीति किसी दुश्मन की बंदूक से कम नहीं है, अतः जहाँ बंदूकें चुप होती हैं, वहाँ ऐसे संस्थानों द्वारा गढ़े गए नैरेटिव बोलते हैं। इस प्रकार की लापरवाही केवल पत्रकारिता की नैतिकता का उल्लंघन नहीं है, बल्कि यह राष्ट्रीय सुरक्षा और रणनीतिक हितों के लिए भी खतरा बन जाती है। इसलिए आवश्यक है कि मीडिया संस्थान व आम नागरिक सोशल मीडिया पर अधिक जिम्मेदार भूमिका निभाएँ और ऐसी संवेदनशील परिस्थितियों में तथ्य-जाँच और संतुलन को प्राथमिकता दें।

भारत ने इस सूचना युद्ध की चुनौती का दृढ़ता और संकल्प के साथ सामना किया है। सरकार, सशस्त्र बलों और स्वतंत्र फैक्ट-चेकिंग संस्थाओं ने सक्रिय होकर गलत सूचनाओं का पर्दाफाश किया और वास्तविक तथ्यों को भारत सरकार के प्रैस इनफार्मेशन ब्यूरो (पीआईबी) के माध्यम से जनता के सामने प्रस्तुत किया है। हालाँकि यह लड़ाई एक बार की नहीं है—दुष्प्रचार की यह रणनीति निरंतर जारी रहेगी और भारत को इसके लिए सदैव सतर्क रहना होगा। इस चुनौती का सामना करने के लिए केवल नीतियों और संस्थाओं पर निर्भर रहना पर्याप्त नहीं, बल्कि नागरिकों की जागरूकता, मीडिया की जिम्मेदारी और उन्नत तकनीकी उपायों का उपयोग भी आवश्यक है। सूचना का यह युद्ध परंपरागत युद्धों से कहीं अधिक जटिल है, जिसमें सच्चाई और भ्रम के बीच की रेखा धुँधली की जाती है। लेकिन यदि भारत सत्य, विवेक और सामूहिक एकजुटता के साथ आगे बढ़ता है, तो इस तरह के संघर्ष में विजयी होना संभव होगा। अंततः, भविष्य के सूचना युद्ध में जीत उसी की होगी जो ज्ञान, निष्ठा, सैन्य दृढ़ता और सूचना सतर्कता की नींव पर मजबूती से खड़ा रहेगा।

संदर्भ

ऑप इंडिया. (2025, May 7). "आतंकवादी नहीं, आम नागरिकों की मौत हुई" : 'The Wire' की आरफा खानम शेरवानी ने चलाया दुश्मन मुल्क का एजेंडा, बोलीं—पाकिस्तान के लोगों को हो रही परेशानी Facebook. <https://www.facebook.com/opindia.in/posts/1112450754242865/> से पुनःप्राप्त.

ई4एम स्टाफ. (2025, मई 7). द हिंदू रीमूव्स रिपोर्ट ऑन अल्लेज्ड फाइटर जेट क़ैश इन कश्मीर. Exchange4Media. [removes-report-on-alleged-fighter-jet-crash-in-kashmir-143236.html से पुनःप्राप्त.](https://www.exchange4media.com/digital-news/the-hindu-</p>
</div>
<div data-bbox=)

एनडीटीवी. (2025, मई 7). डॉट एंड इट हियर : वाइफ ऑफ नेवी ऑफिसर किल्ड इन पहलगाम ऑन ऑपरेशन सिंदूर. एनडीटीवी. <https://www.ndtv.com/india-news/himanshi-narwal-wife-of-navy-officer-killed-in-pahalgam-terror-attack-on-operation-sindoor-dont-end-it-here-8353793> से पुनःप्राप्त.

एनडीटीवी न्यूज डेस्क. (2025, मई 8). 100 टेररिस्ट किल्ड, राजनाथ सिंह टेलस ऑल पार्टी मीट ऑन ऑपरेशन सिंदूर. <https://www.ndtv.com/india-news/100-terrorists-killed-rajnath-singh-tells-all-party-meet-on-op-sindoor-8360900> से पुनःप्राप्त.

एडीजीपीआई. (2025, मई 6). #PahalgamTerrorAttack. जय हिंद! जस्टिस इज सर्वड. एक्स पोस्ट. <https://x.com/adgpi/status/1919850036596199492> से पुनःप्राप्त.

कश्यप, डी. (2025, मई 10). पाकिस्तान के 4 एयरबेस तबाह किए गए, कर्नल सोफिया कुरैशी ने सबूत के साथ खोले पाक के पोल. नवभारत टाइम्स. <https://navbharattimes.indiatimes.com/india/india-pakistan-conflict-colonel-sofiya-qureshi-vyomika-singh-vikram-misri-operation-sindoor/articleshow/121050241.cms> से पुनःप्राप्त.

चाइना डेली. (2025, मई 7). श्री इंडियन जेट क़ैश इन इंडियन कंट्रोलड कश्मीर. चाइना डेली. <https://www.chinadaily.com.cn/a/202505/07/WS681afa44a310a04af22bde88.html> से पुनःप्राप्त.

टीओआई. न्यूज डेस्क. (2025, मई 9). नो फिदायीन अटैक, नो स्ट्राइक ऑन हाजिरा पोर्ट : पीआईबी काउंटेर्स फेक न्यूज फ्लोडिंग सोशल मीडिया एमिड इंडिया पाकिस्तान टेंशंस. द टाइम्स ऑफ इंडिया. <https://timesofindia.indiatimes.com/india/no-fidayeen-attack-no-strike-on-hazira-port-pib-counters-fake-news-flooding-social-media-amid-india-pakistan-tensions/articleshow/121014542.cms> से पुनःप्राप्त.

पत्र सूचना कार्यालय. (2025, मई 7). ऑपरेशन सिंदूर : इंडियन आर्म्ड फोर्सिज कैरिड आउट प्रिसिशन स्ट्राइक ऐट टेररिस्ट कैम्प. भारत सरकार. <https://www.pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=2127370> से पुनःप्राप्त.

बिडल, एस. डी., & फ्रीडमैन, जे. ए. (2008). द 2006 लेबनान कैम्पेन एंड द फ्यूचर ऑफ वारफेयर : इम्प्लिकेशन फॉर आर्मी एंड डिफेंस पालिसी. स्ट्रेटैजिक स्टडीज इंस्टीट्यूट, यू.एस. आर्मी वॉर कॉलेज. <https://press.armywarcollege.edu/monographs/641/> से पुनःप्राप्त.

बीबीसी न्यूज. (2025, मई 8). मिसलीडिंग पोस्ट्स ओबेनगिंग मिलियंस ऑफ व्यूज ऑन एक्स. <https://www.bbc.com/news/articles/c93g3jk39dko> से पुनःप्राप्त.

भास्कर न्यूज. (2025, मई 9). कर्नल सोफिया बोलीं— पाकिस्तान नागरिकों को ढाल बना रहा. <https://www.bhaskar.com/national/>

news/the-ministry-of-external-affairs-will-hold-a-press-conference-shortly-134993993.html से पुनःप्राप्त।
 मिसरी, वी. (2025, मई 8). ट्रांसक्रिप्ट ऑफ स्पेशल ब्रीफिंग ऑन ऑपरेशन सिंदूर. भारत सरकार, विदेश मंत्रालय. <https://www.mea.gov.in/media-briefings.htm?dtl/39479/Transcript+of+Special+briefing+on+OPERATION+SINDOOR+May+08+2025> से पुनःप्राप्त।
 विदेश मंत्रालय. (2025, मई 7). विदेश सचिव का वक्तव्य: ऑपरेशन सिंदूर. https://www.mea.gov.in/Speeches-Statements-hi.htm?dtl/39473/Statement_by_Foreign_Secretary_

OPERATION_SINDOOR से पुनःप्राप्त।
 सिन्हा, एस. (2025, मई 9). पाक फायर्स मिसाइल्स बाय नाईट, फेक वीडियोज बाय डे इन कोऑर्डिनेटेड सोशल मीडिया वॉर. इंडिया टुडे. <https://www.indiatoday.in/india/story/india-pakistan-conflict-disinformation-fake-social-media-video-army-attack-sindoor-2721971-2025-05-09> से पुनःप्राप्त।
 हॉफमैन, एफ. जी. (2007). कॉन्फ्लिक्ट इन द 21 सेंचुरी: द राइज ऑफ हाइब्रिड वॉर. पोटोमैक इंस्टीट्यूट फॉर पॉलिसी स्टडीज. https://www.potomac institute.org/images/stories/publications/potomac_hybridwar_0108.pdf से पुनःप्राप्त।



रामचरितमानस में रणनीतिक संचार के सूत्र

मृत्युंजय कुमार¹

सारांश

‘राम’ भारतीयता के पर्याय हैं और ‘रामचरितमानस’ उनके चरित्र का सुंदर, सुबोध और सुग्राह्य वर्णन है। भारतवर्ष के हजारों वर्षों के इतिहास में विभिन्न भाषाओं और शैलियों में सैकड़ों रामकथाएँ रची गईं, किंतु किसी भी कथा को वह लोकप्रियता और स्वीकार्यता नहीं मिली, जो रामचरितमानस को प्राप्त हुई। 16वीं सदी में रचित रामचरितमानस भारतीय ज्ञान परंपरा को सार रूप में प्रस्तुत करने वाला एक कालजयी ग्रंथ है। इसकी रचना उस कठिन कालखंड में हुई, जब भारत का एक बड़ा हिस्सा मुगल आक्रमणकारियों के अधीन था। ऐसे समय में रामचरितमानस ने राम को आदर्श और मर्यादा का प्रतीक बनाकर भारतीय जनमानस की सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक चेतना को जाग्रत किया। इस महान कार्य में रामचरितमानस के संचारी दृष्टिकोण की महत्वपूर्ण भूमिका रही। तुलसीदास ने संस्कृत के स्थान पर लोकभाषा अवधी में इस ग्रंथ की रचना की, ताकि यह आम जनमानस के लिए रसपूर्ण और सुगम हो। ग्रंथ में जगह-जगह भावपूर्ण संवादों का समावेश किया गया, जो पाठकों के हृदय को स्पर्श कर सहृदयता का अनुभव कराते हैं। तुलसीदास के जीवनकाल में ही रामलीला जैसे लोकनाट्यों का मंचन प्रारंभ हो चुका था, जो इस ग्रंथ के संचार के नए माध्यम को दर्शाता है। रामचरितमानस के कथ्य, पात्र, प्रसंग, कथा, संवाद आदि की तुलना यदि रणनीतिक संचार के प्रमुख तत्त्वों से की जाए तो अद्भुत समानता दिखाई देती है। एक कुशल रणनीतिक संचारक के रूप में तुलसीदास ने रामचरितमानस के माध्यम से राम के आदर्श को सामने रख विदेशी सत्ता के समक्ष प्रश्नचिह्न खड़ा किया। रामचरितमानस में अंतर्निहित रणनीतिक संचार के सूत्रों ने भारतीय समाज को एकजुट करने और वैचारिक जागृति लाने में महत्वपूर्ण योगदान दिया। प्रस्तुत शोध पत्र में रामचरितमानस में वर्णित रणनीतिक संचार के सूत्रों की पड़ताल की गई है, ताकि इन सूत्रों का उपयोग मौजूदा वैश्विक संचार में भारतीय पक्ष को मजबूती प्रदान करने में किया जा सके।

शब्द संकेत : रामचरितमानस, राम, रणनीतिक संचार, भारतीय संचार-शास्त्र, तुलसीदास, रामराज्य, भारतीय ज्ञान परंपरा।

प्रस्तावना

“सिया राम मय सब जग जानी, करहुँ प्रणाम जोरी जुग पानी”

(रामचरितमानस, बालकांड, चौपाई-1, दोहा- 7 घ)

‘राम’ शब्द में भारतीय संस्कृति का संपूर्ण सार निहित है। वैदिक काल से ही भारतीय संस्कृति राममय रही है। यद्यपि वेदों में अयोध्या के राजा या सीतापति के रूप में भगवान राम का स्पष्ट उल्लेख नहीं मिलता, फिर भी संस्कृत धातु ‘रम्’ से व्युत्पन्न ‘राम’ शब्द का प्रयोग वेदों में ‘रमण करने’ के अर्थ में पाया जाता है, अर्थात् जो सर्वत्र प्राणियों के हृदय में रमण करता है, वही राम है। ब्राह्मण संहिताओं में ‘रमन्ते सर्वत्र इति रामः’ का उल्लेख मिलता है, जिसका यही अर्थ है (उपाध्याय, 2024)। शास्त्र एवं लोकजीवन में ‘राम’ भारतीय संस्कृति के मूलाधार के रूप में दिखाई देते हैं। भारत की सांस्कृतिक चेतना का केंद्रीय तत्त्व भी भगवान राम का व्यक्तित्व है, जो साहित्य, दर्शन और लोक परंपराओं में विविध रूपों में प्रतिबिंबित होता है। वाल्मीकि कृत रामायण में राम मर्यादा पुरुषोत्तम के रूप में एक आदर्श राजा, पुत्र और पति के रूप में उभरते हैं, जिनका चरित्र कर्तव्य, धर्म और नैतिकता का प्रतीक है। तुलसीदास के रामचरितमानस में राम सगुण भक्ति के केंद्र हैं, जो भक्तों के लिए प्रेम, करुणा और दैवीय शक्ति के साकार स्वरूप में पूजनीय हैं। दूसरी ओर, कबीर और रैदास जैसे संत कवियों ने राम को निर्गुण रूप में प्रस्तुत किया है, जो सर्वव्यापी, निराकार और आध्यात्मिक सत्य का प्रतीक है। लोक कथाओं और घर-घर में प्रचलित कहानियों में राम एक ऐसे नायक हैं, जो सत्य, साहस और मानवीय मूल्यों को जीवंत करते हैं। राम कथा कई बार, कई तरह से लिखी जा चुकी है। 50 से अधिक भाषाओं में 400 से अधिक राम कथाएँ दुनिया भर में प्रचलित हैं। इनके अलावा हजारों लोककथाएँ और टीका-व्याख्याएँ भी हैं। राम

कथाओं के विषय में गोस्वामी तुलसीदास लिखते हैं :

राम नाम गुन चरित सुहाए। जनम करम अगनित श्रुति गाए।

जथा अनंत राम भगवाना। तथा कथा कीरति गुन नाना।

(रामचरितमानस, बालकांड, चौपाई-2, दोहा-113)

अर्थात् श्रुति परंपरा में राम के सुंदर नाम, गुण, चरित्र, जन्म और कर्म सभी अनगिनत कहे हैं। जिस प्रकार भगवान राम अनंत हैं, उसी तरह उनकी कथा, कीर्ति और गुण भी अनंत हैं। भारतीय लोकमानस की स्मृति के अतिरिक्त ऐतिहासिक दृष्टि से भी लिखित राम कथाओं का इतिहास कम-से-कम 3300 साल पुराना है। ब्रिटिश इतिहासविद् जी. गोरेसियो (रिसर्च - रामायण, भाग-10) के अनुसार, वाल्मीकि ने ही आदि रामायण की रचना की, जो ईसा पूर्व 12वीं शताब्दी की है, अर्थात् करीब 3400 साल पुरानी। वहीं, एक अन्य इतिहासविद् डी.ए.डब्ल्यू. श्लेगेल का मानना है कि रामायण का रचना काल ईसा पूर्व 11वीं शताब्दी, यानी 3300 साल पहले का है। यह शोध उन्होंने जर्मन ओरिएंटल जर्नल में प्रकाशित किया था (उपाध्याय, 2024)। यह कहना अतिशयोक्ति नहीं कि मर्यादा पुरुषोत्तम राम के बहुआयामी व्यक्तित्व के इर्द-गिर्द भारतीय आदर्शों, मूल्यों और सांस्कृतिक पहचान की नींव निर्मित हुई है। अयोध्या शोध संस्थान, लखनऊ द्वारा प्रकाशित संपादित पुस्तक ‘राम रज’ के संपादकीय में लेखक और संस्कृतिकर्मी राहुल ‘नील’ लिखते हैं कि राम केवल एक नाम भर नहीं, बल्कि वे जन-जन के कंठहार हैं, मन-प्राण हैं, जीवन-आधार हैं। उनसे भारत अर्थ पाता है। वे भारत के प्रतिरूप हैं और भारत उनका। उनमें कोटि-कोटि जन जीवन की सार्थकता पाता है। भारत का कोटि-कोटि जन उनकी आँखों से जग-जीवन को देखता है (नील, 2025)। इस संबंध में कवि मैथिलीशरण गुप्त प्रासंगिक नजर आते हैं, जिन्होंने अपने महाकाव्य

‘साकेत’ में राम के चरित्र का वर्णन करते हुए लिखा :

**राम, तुम्हारा चरित्र स्वयं ही काव्य है।
कोई कवि बन जाय, सहज संभाव्य है।**

(गुप्त, 1931)

हमारी उदार व सहिष्णु भारतीय संस्कृति ने राम के जीवन चरित्र को अलग-अलग रूप में देखने और वर्णन करने की स्वतंत्रता दी है। "जाकी रही भावना जैसी, प्रभु मूरत तिन देखी तैसी" (रामचरितमानस, उत्तरकांड)। सभी राम कथाएँ अपने आप में पूर्ण हैं, किंतु कथा के रूप में राम की जीवन-लीला का सबसे ग्राह्य एवं सुबोध वर्णन संभवतः गोस्वामी तुलसीदास कृत अवधी भाषा के रामचरितमानस में मिलता है। यहाँ रामचरितमानस के रचनाकाल का स्मरण करना भी आवश्यक है। वाल्मीकि एवं कंब रामायण से भिन्न, जब रामचरितमानस की रचना की गई, तब भारतभूमि मुगलों की दासता में थी। भारत लगभग 500 वर्षों से गुलाम था। गुलामी और निराशा के इस कालखंड में भारतीय संस्कृति, प्रज्ञा, तेज, चेतना, बल, शौर्य और आत्मसम्मान को गहरा आघात पहुँचा था। दिल्ली विश्वविद्यालय के भगिनी निवेदिता कॉलेज की हिंदी प्राध्यापक डॉ. गीता कौशिक का मत है कि गोस्वामी जी के समय में कलयुग के प्रभाव से तथा विदेशी शासकों के अनाचार के कारण लोगों में नैतिकता का एक प्रकार से लोप हो गया था। राजा, प्रजा, समाज, सभी ने बौद्धिक चेतना का त्याग कर दिया था, जिसके कारण समाज में अनैतिकतापूर्ण दुराचार व्याप्त हो गया था (कौशिक, 2018)। तिमिर के इस काल में तुलसीदास ने राम नाम का एक ऐसा दीया जलाया, जिसने भारतवासियों को एक बार पुनः धर्म, मर्यादा और कर्तव्य की ज्योति दी। उन्होंने सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनैतिक पतन के शिकार भारतवासियों का राम के व्यक्तित्व से साक्षात्कार कराया, उन्हें बताया कि भारतभूमि पर मर्यादा पुरुषोत्तम, धर्मनायक राम हुए हैं और उनके सामने रामराज्य का आदर्श प्रस्तुत किया। सरल लोक भाषा में रामराज्य की व्याख्या करके गोस्वामी तुलसीदास ने मुगलिया सल्तनत के खोखलेपन को उजागर किया। इसका संकेत गोस्वामी तुलसीदास ने रामचरितमानस की इस चौपाई में किया है :

जे जनमे कलिकाल कराला। करतव बायस बेस मराला।।

चलत कुपंथ बेद मग छाँड़े। कपट कलेवर कलि मल भाँड़े।।

(रामचरितमानस, बालकांड, चौपाई-1, दोहा-11)

अर्थात् जो कराल कलियुग में जन्मे हैं, जिनकी करनी कौए के समान है और वेष हंस का सा है, जो वेदमार्ग को छोड़कर कुमार्ग पर चलते हैं, जो कपट की मूर्ति और कलियुग के पापों के भाँड़े हैं।

श्रीराम मेहरोत्रा जैसे विद्वानों का मत है कि रामचरितमानस के माध्यम से आई सांस्कृतिक चेतना ने ही भारतीय स्वतंत्रता का मार्ग प्रशस्त किया और मुगलों का पतन हुआ। खासतौर से 18वीं शताब्दी में मराठों, राजपूतों जैसी हिंदू शक्तियों के उभार में यह सांस्कृतिक चेतना काफी मददगार साबित हुई। संस्कृत के प्रख्यात विद्वान् पारसनाथ द्विवेदी के अनुसार, रामचरितमानस केवल एक धार्मिक ग्रंथ नहीं, बल्कि हिंदू समाज में सांस्कृतिक आत्मबोध का माध्यम बना। उन्होंने लिखा है कि मानस ने मुगलों के सांस्कृतिक वर्चस्व को “नरम लेकिन गहन विरोध” दिया (द्विवेदी, 1993)।

यहाँ सवाल उठता है कि आखिर रामचरितमानस के कथ्य ने किस प्रकार सदियों की परतंत्रता और सांस्कृतिक आक्रमण झेल रहे हिंदुओं

के आत्मबल को जाग्रत किया। किस प्रकार वेलफेयर नेशन के रूप में ‘रामराज्य’ की परिकल्पना दी; जिसकी मदद से कालांतर में महात्मा गांधी जैसे सेनानियों ने भारतीय जनमानस को अँग्रेजों के विरुद्ध एकजुट किया और अंततः भारत को पूर्ण स्वतंत्रता मिली। इस सवाल का जवाब जानने के लिए रामचरितमानस में वर्णित रणनीतिक संचार के सूत्रों का अध्ययन महत्त्वपूर्ण हो जाता है। रणनीतिक संचार अर्थात् एक ऐसी संचार प्रक्रिया जिसमें कोई संगठन, संस्था अथवा व्यक्ति अपने निश्चित लक्ष्यों को हासिल करने के लिए सुनियोजित और उद्देश्यपूर्ण ढंग से संचार करता है। ‘द राउटलेज हैंडबुक ऑफ स्ट्रेटजिक कम्युनिकेशन’ में रणनीतिक संचार को इन शब्दों में परिभाषित किया गया है: रणनीतिक संचार लक्षित समूहों (टार्गेट ऑडियंस) के साथ संबंध स्थापित करने, विश्वास और विशिष्ट परिणाम हासिल करने पर केंद्रित होता है। इसमें नीतियों, प्रचार, जनसंपर्क और संदेशों को रणनीतिक रूप से डिजाइन किया जाता है ताकि पूर्वनिर्धारित लक्ष्यों को प्राप्त किया जा सके। रणनीतिक संचार संगठन की रणनीति को संचार प्रक्रियाओं के साथ जोड़ता है ताकि सामाजिक, राजनीतिक और आर्थिक संदर्भों में प्रभावी परिणाम प्राप्त हो सके (होल्ट्जहाउजेन और जेरफास, 2015)।

रामचरितमानस की भाषा, उसके कथ्य, वर्णित आदर्श, हिंदू समाज को सुसुप्तावस्था से जाग्रत कर आत्मबल प्रदान करने के तुलसीदास के लक्ष्य आदि पर गौर करें तो पाते हैं कि रामचरितमानस का मूल उद्देश्य मुगल आक्रमण काल में राम के सनातन आदर्श को नए और सरल रूप में भारतीयों के समक्ष प्रस्तुत करना था, ताकि भारतभूमि एवं भारतवासी पुनः सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनैतिक स्वतंत्रता प्राप्त कर अपने तेजस्वी रूप में सामने आए और विश्वगुरु के रूप में दुनिया का मार्गदर्शन करें। इस दृष्टि से रामचरितमानस रणनीतिक संचार के एक उदाहरण के रूप में हमें दिखाई देता है।

शोध आवश्यकता एवं उद्देश्य

सूचना क्रांति के इस युग में प्रचार-प्रसार का महत्त्व काफी बढ़ गया है। हम ऐसे विश्व में रह रहे हैं, जहाँ राजनैतिक, सांस्कृतिक और आर्थिक तनाव अपने चरम पर हैं। भारत भी इस प्रकार के तनाव और टकराव से अछूता नहीं है। विशेष रूप से ऐसी स्थिति में जब पड़ोसी देश आतंकवाद और छद्म युद्ध के माध्यम से भारत की एकता, अखंडता और सुरक्षा को लगातार नुकसान पहुँचाने का प्रयास कर रहे हैं। 22 अप्रैल, 2025 को पहलगाम में हिंदू पर्यटकों पर हुए हमले और उसके बाद ऑपरेशन सिंदूर के पराक्रम को पूरी दुनिया ने देखा। देश की एकता, अखंडता और सुरक्षा को आंतरिक रूप से भी कई तरह की चुनौतियों का सामना करना पड़ रहा है। एक अखंड, सनातन राष्ट्र के रूप में भारत और इसकी सांस्कृतिक पहचान, अर्थात् ‘हिंदू या हिंदुनेस’ पर मिसइन्फॉर्मेशन और डिसइन्फॉर्मेशन का खतरा संभवतः सबसे बड़ा है। ‘संचार माध्यम’ के अप्रैल-जून (2025) अंक में प्रो. प्रमोद कुमार ने ‘रणनीतिक संचार को लेकर व्यापक तैयारी की आवश्यकता’ शीर्षक के अपने आलेख में लिखा है कि ऑपरेशन सिंदूर के दौरान पश्चिमी देशों, चीन, पाकिस्तान और भारतीय मीडिया के एक वर्ग द्वारा भारत के खिलाफ किए गए विषवमन और व्यापक स्तर पर फैलाए गए मिसइन्फॉर्मेशन तथा डिसइन्फॉर्मेशन के विश्लेषण से यह स्पष्ट है कि रणनीतिक संचार की दृष्टि से भारत को व्यापक स्तर पर तैयारी करनी

चाहिए (कुमार, 2025)।

इस आवश्यकता को ध्यान में रखते हुए रणनीतिक संचार के विविध आयामों पर व्यापक अध्ययन एवं अकादमिक विमर्श समय की माँग है। जैसा कि प्रस्तुत शोध पत्र की प्रस्तावना में उल्लेखित किया गया है, रामचरितमानस रणनीतिक संचार के एक उदाहरण के रूप में दृष्टिगोचर होता है। अतः रामचरितमानस में वर्णित रणनीतिक सूत्रों की पड़ताल समसामयिक रणनीतिक संचार में राम के आदर्शों व तुलसीदास के संचारी दृष्टिकोण के अनुरूप भारत के पक्ष को मजबूती प्रदान कर सकती है। इसी उद्देश्य को ध्यान में रखते हुए प्रस्तुत शोध पत्र में रामचरितमानस में वर्णित रणनीतिक संचार के सूत्रों की पड़ताल की गई है।

शोध प्रविधि

प्रस्तुत शोध गुणात्मक प्रकृति का है। इसमें मुख्य रूप से द्वितीयक स्रोतों से तथ्य एकत्र किए गए हैं, जिनमें गीताप्रेस द्वारा प्रकाशित रामचरितमानस, अन्य पुस्तकें, समाचार लेख और शोध पत्र आदि शामिल हैं। विशेष रूप से रामचरितमानस के दोहों और चौपाइयों के आधार पर इसमें वर्णित रणनीतिक सूत्रों का विश्लेषण किया गया है। यह अध्ययन वर्णनात्मक शैली में प्रस्तुत किया गया है।

रामचरितमानस का संचारात्मक दृष्टिकोण

तुलसीदास कृत अनुपम ग्रंथ रामचरितमानस न केवल एक धार्मिक ग्रंथ है, बल्कि मध्यकालीन भारत का एक सशक्त संचार माध्यम भी रहा है। जिस काल में यूरोप में मुद्रण कला अपने प्रारंभिक चरण में थी और 'जनसंचार' की कोई स्पष्ट अवधारणा नहीं थी, उस समय तुलसीदास ने अवधी भाषा में मानस की रचना कर जन-जन तक संवाद के माध्यम से सामाजिक, धार्मिक और राजनीतिक चेतना का संचार किया। तुलसीदास ने राम के आदर्शों के माध्यम से तत्कालीन समाज को जाग्रत करने का कार्य किया और इस कार्य के लिए उन्होंने उस समय की जनभाषा 'अवधी' को संप्रेषण का माध्यम बनाया। रामचरितमानस में भाषा की उपयोगिता को लेकर अनेक स्थानों पर टिप्पणियाँ मिलती हैं, जो तुलसी की संचार-दृष्टि को उद्घाटित करती हैं।

स्याम सुरभि पय बिसद अति, गुनद करहि सब पान।

गिरा ग्राम्य सिय राम जस, गावहि सुनहि सुजान।।

(रामचरितमानस, बालकांड, दोहा- 10 ख)

इस चौपाई में तुलसीदास स्पष्ट करते हैं कि जैसे काली गाय का दूध गुणकारी होता है, वैसे ही ग्राम्य (देशज) भाषा में कही गई रामकथा भी सारगर्भित होती है और ज्ञानीजन उसे बड़े प्रेम से गाते और सुनते हैं। यह भाषाई संप्रेषण के प्रति तुलसीदास के लोकवादी दृष्टिकोण को दर्शाता है। गुरु नानक खालसा कॉलेज, हरियाणा में हिंदी विभाग की सह-प्राध्यापिका डॉ. प्रतिमा शर्मा (शर्मा, 2021) के अनुसार, रामचरितमानस का प्रमुख सौंदर्य पक्ष उसकी भाषा में निहित है। तुलसीदास ने अवधी को अपनी काव्यभाषा बनाया, जो उस समय की जनभाषा थी। उन्होंने अवधी के साथ-साथ संस्कृत, ब्रज और हिंदी शब्दों का सुंदर संयोजन किया, जिससे भाषा में मधुरता, लयात्मकता और प्रवाह का अद्भुत समन्वय उत्पन्न हुआ। उनकी भाषा में तत्सम, तद्भव, देशज और कभी-कभी विदेशी शब्दों का भी संयोजन दिखता है, जो मानस को भाषिक दृष्टि से समृद्ध बनाता

है। यह भाषिक विविधता न केवल सौंदर्यशास्त्र की दृष्टि से महत्वपूर्ण है, बल्कि इसे रणनीतिक संचार की श्रेणी में भी रखा जा सकता है, जहाँ भाषा लोकसंपर्क और वैचारिक जागरण का साधन बन जाती है।

आचार्य रामचंद्र शुक्ल ने तुलसीदास को लोकमंगल की साधनाभूत सत्ता कहा है। 'हिंदी साहित्य का इतिहास' में वे लिखते हैं कि 'तुलसीदास का समस्त काव्य-प्रयास लोकमंगल की साधना से अनुप्राणित है। उन्होंने अपनी भक्ति में केवल आत्मकल्याण का लक्ष्य नहीं रखा, बल्कि समष्टि की चेतना, समाज के पुनर्निर्माण और धर्म के सार्वजनीन मूल्यों को पुनः स्थापित करने की दिशा में कार्य किया' (शुक्ल, 2018)। इससे स्पष्ट होता है कि तुलसीदास का काव्य एक सामाजिक जागरण का आंदोलन था, जो भाषा और विचार के स्तर पर जनचेतना को जाग्रत करने का कार्य करता है। रामचरितमानस केवल काव्य-सौंदर्य का ग्रंथ नहीं है, बल्कि उसमें सामाजिक उद्देश्य, नैतिक शिक्षा और सांस्कृतिक चेतना भी निहित है। बालकांड की एक चौपाई इसका प्रमाण है :

कीरति भनिति भूति भलि सोई। सुरसरि सम सब कहँ हित होई।।

(रामचरितमानस, बालकांड, चौपाई-5, दोहा-13, आद्यार्थ)

अर्थात् कीर्ति, कविता और संपत्ति वही श्रेष्ठ है, जो गंगा की तरह सबके हित के लिए प्रयुक्त हो। यह पंक्ति कविता के सामाजिक उत्तरदायित्व और सार्वजनिक संचार की अवधारणा का दार्शनिक रूप है। रामचरितमानस का संचारात्मक दृष्टिकोण प्राचीन भारतीय संचार-शास्त्र का प्रतिनिधित्व करता है। यद्यपि इसका सीधा उल्लेख नहीं है, फिर भी रामचरितमानस में वक्ता और श्रोता के 'सहृदय' होने का भाव सहज रूप से देखा जा सकता है। भरतमुनि को भारतीय संचार-शास्त्र का प्रणेता माना जाता है। रस सिद्धांत पर आधारित उनकी कृति नाट्यशास्त्र भारतीय संचार-शास्त्र का अनुपम ग्रंथ है। इस ग्रंथ के प्रमुख टीकाकार अभिनवगुप्त ने 'अभिनव भारती' में सहृदयता को स्पष्ट करते हुए लिखा है: रसनिष्पत्ति: सहृदयस्य चित्तवृत्तिविशेषः। जब कोई श्रोता या दर्शक काव्य, नाटक या किसी कला को पूर्ण एकाग्रता, संवेदनशीलता और सौंदर्यबोध के साथ ग्रहण करता है, तब उसके मन में एक विशिष्ट संवेदनात्मक स्थिति उत्पन्न होती है, जिसे रस की निष्पत्ति कहते हैं। इस स्थिति में वक्ता और श्रोता एक समान मानसिक स्थिति में पहुँच जाते हैं, जिसे सहृदयता कहा गया है। भारतीय संचार-शास्त्र के अनुसार, सहृदयता ही संचार का लक्ष्य है, जहाँ किसी भी प्रकार का नॉइज (संचार अवरोध) शेष नहीं रहता। रामचरितमानस में कई स्थानों पर श्रोता और वक्ता की सहृदयता स्पष्ट होती है। बालकांड में वर्णित भारद्वाज-याज्ञवल्क्य संवाद में एक चौपाई का उल्लेख है :

संभु चरित सुनि सरस सुहावा। भरद्वाज मुनि अति सुखु पावा।।

बहु लालसा कथा पर बाढी। नयनन्हि नीरु रोमावलि ठाढी।।

(रामचरितमानस, बालकांड, चौपाई- 1, दोहा-103)

अर्थात् शिव के रसीले और सुहावने चरित्र को सुनकर मुनि भरद्वाज को अत्यंत सुख प्राप्त हुआ। कथा सुनने की उनकी लालसा बहुत बढ़ गई। उनके नेत्रों में आँसू भर आए और रोमावली खड़ी हो गई। इसी प्रकार रामचरितमानस में कथाओं और संवादों के माध्यम से संचार की वाचिक परंपरा का भी विशद उल्लेख मिलता है। ध्यातव्य है कि रामचरितमानस मुख्यतः कथात्मक शैली में रचित है। यह कथा सबसे पहले काकभुशुंडि ने पक्षिराज गरुड़ को सुनाई, जिसे शिवजी ने देवी पार्वती को सुनाया। इसी प्रकार आगे चलकर याज्ञवल्क्य ने भारद्वाज को यह कथा सुनाई और फिर

तुलसीदास ने इसे संतों को सुनाया। इन चार संवादों को तुलसीदास अपने काव्यरूपी सरोवर के चार मनोहर घाट बताते हैं :

सुठि सुंदर संवाद बर बिरचे बुद्धि बिचारि।

तेड़ एहि पावन सुभग सर घाट मनोहर चारि॥

(रामचरितमानस, बालकांड, दोहा- 36)

अर्थात् बुद्धि से विचारकर रचे गए चार अत्यंत सुंदर और उत्तम संवाद (काकभुशुंडि-गरुड़, शिव-पार्वती, याज्ञवल्क्य-भरद्वाज और तुलसीदास-संत) इस पवित्र और सुंदर सरोवर के चार मनोहर घाट हैं। इस दोहे से मानस में वर्णित वाचिक परंपरा का ज्ञान होता है। तुलसीदास स्वयं संकेत करते हैं कि समय की आवश्यकता के अनुसार उन्होंने वाचिक शैली में सदियों से चली आ रही रामकथा को भाषा और काव्य की दृष्टि से नया रूप दिया है :

जस मानस जेहि बिधि भयउ जग प्रचार जेहि हेतु।

अब सोइ कहउँ प्रसंग सब सुमिर उमा बृषकेतु॥

(रामचरितमानस, बालकांड, दोहा- 35)

अर्थात् यह रामचरितमानस जैसा है, जिस प्रकार बना और जिस हेतु से इसका जगत् में प्रचार हुआ, अब वही सब कथा में उमा-महेश्वर का स्मरण करके कहता हूँ। उपर्युक्त उदाहरणों से स्पष्ट होता है कि भारतीय संचार-शास्त्र पर आधारित रामचरितमानस का संचारात्मक दृष्टिकोण धर्म, आदर्श, भक्ति, नैतिकता और सामाजिक मर्यादाओं को स्थापित करने पर केंद्रित है, जो विभिन्न कांडों में संवादों, दोहों और चौपाइयों के माध्यम से प्रकट होता है। इन संवादों, दोहों और चौपाइयों की रचना में रणनीतिक संचार के सूत्र आसानी से देखे जा सकते हैं। मध्यकाल में धर्म, नैतिकता और सांस्कृतिक पतन की आँधी में मानस ने भक्ति, नैतिकता और सामाजिक सरोकार का संदेश देकर भारतीय जनमानस को जाग्रत करने का सफल प्रयास किया। रामचरितमानस में व्याप्त रणनीतिक संचार के सूत्रों के कारण गोस्वामी तुलसीदास अपने लक्ष्य को प्राप्त करने में सफल रहे और आज भी, सदियों बाद, रामचरितमानस भारतवासियों को राह दिखा रहा है। यदि देश, काल, परिस्थिति के अनुसार सम्यक् सीख ली जाए तो रामचरितमानस में वर्णित रणनीतिक संचार के सूत्र आज भी उतने ही उपयोगी और प्रासंगिक साबित हो सकते हैं।

रामचरितमानस में रणनीतिक संचार के तत्त्वों का वर्णन

थॉमस एवं स्टीफेंस, 2015 के अनुसार, स्ट्रेटजिक कम्युनिकेशन या

रणनीतिक संचार एक ऐसी सुनियोजित और उद्देश्यपूर्ण प्रक्रिया है, जिसके माध्यम से किसी संगठन, संस्था या व्यक्ति द्वारा विशेष संदेश को इस तरह तैयार और प्रसारित किया जाता है कि वह लक्षित श्रोताओं तक पहुँच कर उन पर वांछित प्रभाव डाल सके। रणनीतिक संचार केवल सूचना देने या संप्रेषण तक सीमित नहीं होता, बल्कि यह विशेष उद्देश्यों की प्राप्ति, जैसे छवि निर्माण, व्यवहार परिवर्तन, नीति समर्थन या संगठनात्मक प्रभाव को बढ़ाने के लिए किया जाता है। यह रणनीतिक सोच और दीर्घकालीन योजना पर आधारित होता है। इंटरनेशनल जर्नल ऑफ बिजनेस कम्युनिकेशन के एक शोध पत्र में थॉमस एवं स्टीफेंस, 2015 ने रणनीतिक संचार के प्रमुख तत्त्वों के रूप में स्पष्ट उद्देश्य (Clear Objective), लक्षित श्रोता या दर्शक (Target Audience), उपयुक्त माध्यम (Appropriate Medium), संदेश की स्पष्टता और संरचना (Message Clarity and Structure) आदि की चर्चा की है। वहीं, होल्ट्जहाउजेन और जेरफास, 2015 ने संकट के प्रति संवेदनशील (crisis-responsive) और सहृदयता और भावनात्मक जुड़ाव (Empathy and Emotional Appeal) को भी रणनीतिक संचार का अहम तत्त्व माना है। रणनीतिक संचार के अन्य विद्वानों ने भी इसके तत्त्वों की व्याख्या इससे मिलते-जुलते रूप में ही की है। यदि हम इन विद्वानों द्वारा परिभाषित रणनीतिक संचार के प्रमुख तत्त्वों को देखें और रामचरितमानस में इसके सूत्र ढूँढ़ें तो अद्भुत साम्यता दिखाई देती है। विद्वानों ने स्ट्रेटजिक कम्युनिकेशन के जिन तत्त्वों की चर्चा की है, वे सभी तत्त्व किसी-न-किसी रूप में रामचरितमानस में दिखते हैं। इससे स्पष्ट होता है कि रामचरितमानस केवल धार्मिक या काव्य ग्रंथ नहीं है। मध्यकाल में भारतीय जनमानस की सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनैतिक चेतना को पुनः जाग्रत करने में इसकी महत्त्वपूर्ण भूमिका है। मेहरोत्रा, 2019 के अनुसार रामकथा का गायक और उपासक केवल वक्ता या लेखक ही नहीं हो सकता, समय पड़ने पर वह समाज की रक्षा और उसके संवर्द्धन के लिए शस्त्र-रहित एक सैनिक भी हो सकता है, तुलसीदास इसके ज्वलंत उदाहरण थे।

रणनीतिक संचार के प्रमुख तत्त्व और रामचरितमानस में वर्णित इसके सूत्रों की पड़ताल निम्नलिखित चार्ट के माध्यम से की जा सकती है :

रामचरितमानस के प्रसंगों में रणनीतिक संचार के सूत्र

भारतीय ज्ञान परंपरा के सार रूप में रामचरितमानस रणनीतिक संचार

रणनीतिक संचार के प्रमुख तत्त्व	रामचरितमानस में वर्णन	उदाहरण (दोहा/चौपाई)
स्पष्ट उद्देश्य (Clear Objective)	धर्म एवं मर्यादा की स्थापना। राम के आदर्श के माध्यम से सामाजिक, नैतिक और आध्यात्मिक मूल्यों की पुनर्स्थापना।	मरजाद नहिं छाड़िं प्रभु जौं कछु कहौ बनाइ। सत्यव्रत धर्मरत सदा सत्यसंध प्रभु राइ॥ (अयोध्याकांड)
लक्षित दर्शक (Targeted Audience)	पददलित आम हिंदू जनमानस। विशेष रूप से ऐसे लोग जो धर्म के गूढ़ रहस्यों को संस्कृत भाषा के माध्यम से समझ पाने में असमर्थ थे।	स्याम सुरभि पय बिसद अति, गुनद करहि सब पान। गिरा ग्राम्य सिय राम जस, गावहि सुनिह सुजान॥ (बालकांड, दोहा- 10 ख)
उपयुक्त माध्यम (Appropriate Medium)	जन भाषा के रूप में 'अवधी' और छंद, दोहा, चौपाई का सहज ग्राह्य रूपा लिखित के साथ-साथ वाचिक परंपरा, रामलीला जैसे लोकनाट्य के रूप में प्रसार।	जागबलिक जो कथा सुहाई भरद्वाज मुनिबरहि सुनाई॥ कहिहउँ सोइ संवाद बखानी। सुनहुँ सकल सज्जन सुखु मानी॥ (बालकांड, चौपाई-1, दोहा-29 ग)

रणनीतिक संचार के प्रमुख तत्त्व	रामचरितमानस में वर्णन	उदाहरण (दोहा/चौपाई)
सहृदयता और भावनात्मक जुड़ाव (Empathy and Emotional Appeal)	सीता-हनुमान का अशोक वाटिका संवाद, राम-भरत संवाद, राम-सुग्रीव मित्रता, राम-केवट स्नेह, अहिल्या उद्धार, हनुमान की भक्ति आदि प्रसंगों के माध्यम से भावनात्मक संचार।	रघुपति कर संदेसु अब सुनु जननी धरि धीरा अस कहि कपि गदगद भयउ भरे बिलोचन नीरा। (सुंदरकांड, दोहा- 14)
संदेश की स्पष्टता और संरचना (Message Clarity and Structure)	श्रुति-स्मृति, वेद, उपनिषद, दर्शन एवं अन्य शास्त्रों के गूढ़ ज्ञान का सरल काव्य में निरूपण।	आगम निगम प्रसिद्ध पुराना। सेवाधरमु कठिन जगु जाना।। स्वामि धरम स्वारथहि बिरोधू। बैरु अंध प्रेमहि न प्रबोधू।। (अयोध्याकांड, चौपाई-4, दोहा-292)
संकट के प्रति संवेदनशील (crisis-responsive)	तत्कालीन राजनैतिक एवं सामाजिक व्यवस्था की कुरीतियों व खामियों का उल्लेख और रामराज्य का आदर्श।	जौ असि गति रही अब धरमी। तजि न चहइ कोउ पापकर्मी।। (बालकांड)

स्रोत : थॉमस & स्टीफेंस (2015), मेहरोत्रा (2019) एवं रामचरितमानस

के सभी प्रमुख तत्त्वों का एक उत्कृष्ट उदाहरण प्रस्तुत करती है। तुलसीदास ने इन तत्त्वों का उपयोग करके रामकथा को विभिन्न पात्रों, प्रसंगों और संवादों के माध्यम से सरल, ग्राह्य और सुबोध बनाया है। इस कृति के माध्यम से तुलसीदास ने यह प्रदर्शित किया है कि रणनीतिक संचार के सिद्धांतों का कुशलतापूर्वक उपयोग करके जटिल दार्शनिक, नैतिक और आध्यात्मिक शिक्षाओं को विविध सामाजिक समूहों, विशेष रूप से लोक जनमानस तक पहुँचाया जा सकता है। उन्होंने रामचरितमानस में रणनीतिक संचार के सूत्रों को इस प्रकार पिरोया कि संदेश की गहराई, प्रामाणिकता और प्रभावशीलता न केवल बनी रहे, बल्कि वह समाज में गहरी छाप भी छोड़े। रामचरितमानस में रणनीतिक संचार के अनेक सूत्र निहित हैं, जो न केवल तत्कालीन समाज के लिए प्रासंगिक थे, बल्कि आधुनिक संदर्भ में भी संचार के क्षेत्र में महत्वपूर्ण और प्रेरणादायी हो सकते हैं। ये सूत्र आज के समय में नेतृत्व, सामाजिक एकता, नैतिक मूल्यों के प्रचार और प्रभावी संदेशवाहन के लिए उपयोगी हैं।

हनुमान की लंका यात्रा का रणनीतिक दृष्टिकोण : रामचरितमानस के सुंदरकांड का सबसे महत्वपूर्ण और केंद्रीय प्रसंग है, हनुमान की लंका यात्रा। इस यात्रा में वे अकेले प्रभु श्रीराम के दूत के रूप में लंका जाते हैं। तुलसीदास जी इस यात्रा को केवल एक धार्मिक आख्यान नहीं, बल्कि एक सुव्यवस्थित और रणनीतिक संचार अभियान के रूप में चित्रित करते हैं। इस अभियान के चार प्रमुख उद्देश्य स्पष्ट हैं :

1. माता सीता का पता लगाना।
2. लंका और रावण की सामरिक शक्ति का सूक्ष्म मूल्यांकन करना।
3. श्रीराम का संदेश पहुँचा कर संचार की प्रामाणिकता स्थापित करना।
4. लंका में शक्ति प्रदर्शन द्वारा रावण को मानसिक रूप से विचलित करना।

हनुमान के पास अपार शक्ति थी, वे चाहते तो माता सीता को उसी समय लंका से वापस ला सकते थे। लेकिन उन्होंने ऐसा नहीं किया। उन्होंने अपने कार्य को मर्यादा और प्रभु श्रीराम के निर्देशों के अनुसार सीमित रखा। यह तथ्य इस चौपाई से स्पष्ट होता है :

"अबहि मातु मैं जाउँ लवाई। प्रभु आयुस नहि राम दोहाई।।"

(सुंदरकांड, चौपाई-2 आद्यार्ध, दोहा- 15)

यह पंक्ति दर्शाती है कि यह यात्रा भावनात्मक आवेग में नहीं, बल्कि सोच-समझकर नियोजित और सीमित उद्देश्य की पूर्ति हेतु की गई थी। हनुमान ने स्वयं को केवल संदेश-वाहक और सूचना-संग्राहक की भूमिका में रखा, जिससे संचार की मर्यादा और अनुशासन की परंपरा भी स्थापित होती है। रणनीतिक संचार का सबसे महत्वपूर्ण आधार है, विश्वसनीयता। हनुमान जब अशोक वाटिका में माता सीता से मिलते हैं तो वे प्रभु श्रीराम की मुद्रिका उन्हें देते हैं, जिससे उनकी पहचान प्रमाणित होती है। यह मुद्रिका एक प्रकार से सत्यापन उपकरण (authentication device) है। इस संप्रेषण की प्रामाणिकता को यह चौपाई पुष्ट करती है :

तब देखी मुद्रिका मनोहर। राम नाम अंकित अति सुंदर।।

चकित चितव मुदरी पहिचानी। हरष बिषाद हृदयँ अकुलानी।।

(सुंदरकांड, चौपाई-1, सो- 12)

सूचना संप्रेषण के साथ-साथ हनुमान अपनी शक्ति का ऐसा प्रदर्शन करते हैं, जो शत्रु पक्ष के मनोबल को तोड़ने के लिए पर्याप्त था। अशोक वाटिका का विध्वंस, अक्षय कुमार व अन्य राक्षसों का वध और अंततः लंका का दहन; ये सब कार्य सीधे युद्ध नहीं, बल्कि मनोवैज्ञानिक दबाव (psychological warfare) के रूप में कार्य करते हैं। यह संपूर्ण प्रक्रिया न केवल रणनीतिक है, बल्कि रामदल की शक्ति का एक सांकेतिक संप्रेषण भी है। हनुमान इस भूमिका में एक दूत, एक गुप्तचर, एक योद्धा और एक संदेशवाहक, चारों भूमिकाएँ एक साथ निभाते हैं। लंका यात्रा के दौरान हनुमान केवल रावण के विरुद्ध नहीं, बल्कि संभावित सहयोगी के रूप में विभीषण के प्रति भी रणनीतिक दृष्टिकोण अपनाते हैं। वे उसकी रामभक्ति को पहचानते हैं और लंका दहन के दौरान यह सुनिश्चित करते हैं कि विभीषण का भवन सुरक्षित रहे। यह एक पूर्व-संधान रणनीति है, जहाँ किसी विरोधी दल के भीतर से एक मित्र की संभावना को पहचाना जाता है। यह राजनीतिक कूटनीति की पराकाष्ठा है और पक्ष निर्माण (alliance building) की अत्यंत प्रभावी रणनीति का संकेत भी।

निम्नलिखित चार्ट के माध्यम से हनुमान की लंका यात्रा के रणनीतिक

दृष्टिकोण और महत्त्व को समझा जा सकता है :

क्र. सं	प्रसंग	रणनीतिक दृष्टिकोण
1	समुद्र लंघन	सुरसा, सिंहिका जैसे विघ्नों का सामना कर उन्हें निष्क्रिय करते हुए मार्ग प्रशस्त करना, जिससे आगे वानर सेना की यात्रा अपेक्षाकृत सुगम हो सके।
2	सीता से संवाद	राम का संदेश सुनाना और राम तक संदेश लेकर जाना। मुद्रिका और चूड़ामणि के आदान-प्रदान के माध्यम से संचार की प्रामाणिकता स्पष्ट करना।
3	रावण को चेतावनी	बंदी बनना स्वीकार कर रावण के सन्मुख राम की प्रभुता और वानर सेना की शक्ति का वर्णन।
4	लंका दहन	युद्ध पूर्व शत्रु को सामरिक एवं रणनीतिक रूप से कमजोर करने का प्रयास। शक्ति प्रदर्शन।
5	विभीषण से मित्रता	लंका में संभावित सहयोगी के रूप में विभीषण की खोज एवं राम से मित्रता की भूमिका।

स्रोत : सुंदरकांड, रामचरितमानस

राम के समावेशी और समरसतापूर्ण सामाजिक संबंध :
रामचरितमानस में गोस्वामी तुलसीदास ने श्रीराम के चरित्र के माध्यम से सामाजिक समरसता और समावेश के आदर्श को प्रभावी ढंग से प्रस्तुत किया है। “संधि करिअ हम तैं प्रीति। हरहिं सकल दुखु दुखज नीति॥” (किष्किंधाकांड) के माध्यम से तुलसीदास मित्रता को सभी दुखों और कठिनाइयों को दूर करने का साधन बताते हैं, जो सामाजिक एकता का आधार बनता है। रामचरितमानस में राम एक आदर्श पुत्र, भाई और पति के रूप में तो उभरते ही हैं, किंतु उनके सामाजिक संबंधों का आयाम भी उतना ही प्रभावशाली है। वनवास के दौरान राम के जीवन में कई ऐसे प्रसंग आए, जिनमें उनके सामाजिक संबंधों का सुंदर और समावेशी चित्रण मिलता है। ये संबंध सामाजिक समरसता, समानता और भाईचारे को प्रोत्साहित करते हैं। तुलसीदास ने राम के चरित्र के माध्यम से विभिन्न वर्गों, समुदायों और प्रजातियों— जैसे निषादराज, शबरी, सुग्रीव, विभीषण और वानर-रीछ सेना के साथ उनके मित्रता और संधियों को इस तरह प्रस्तुत किया है कि वे सामाजिक एकता और समावेश के प्रतीक बनते हैं। ये प्रसंग रणनीतिक संचार के दृष्टिकोण से भी महत्वपूर्ण हैं, क्योंकि वे विविध समूहों को एकजुट करने और सामाजिक समरसता को बढ़ावा देने के लिए प्रभावी उदाहरण प्रस्तुत करते हैं। मध्यकालीन भारतीय समाज, जो जाति व्यवस्था और छुआछूत जैसी कुरीतियों से ग्रस्त था, उसमें राम के समरसतापूर्ण संबंध एक आदर्श के रूप में उभरते हैं, जो सामाजिक भेदभाव को नकारते हैं। निषादराज को भाई के समान बताकर गले लगाना, शबरी के जूठे बेर खाना, शत्रु पक्ष के विभीषण की शरणागति स्वीकार करना, वनवासियों के साथ मधुर व्यवहार और सेना में विभिन्न जाति-प्रजातियों को महत्त्वपूर्ण भूमिकाएँ देने जैसे प्रसंग रामचरितमानस में सामाजिक समरसता और समावेशिता के भाव को स्पष्ट करते हैं। उदाहरण के लिए—*प्रेम सहित सारी फल खाए। शबरी देखि प्रेम अति छाए॥*” (अरण्यकांड) में राम का शबरी के जूठे बेर खाना सामाजिक समानता का प्रतीक है। इसी तरह, “राम सुग्रीव मैत्री करी। बिपति काल तजि नहिं खरी॥” (किष्किंधाकांड) में सुग्रीव के साथ मित्रता विभिन्न जाति-प्रजातियों के बीच सहयोग को दर्शाती है। यदि समग्र रूप से देखें तो रामचरितमानस का मूल संदेश सामाजिक समरसता और एकता पर आधारित प्रतीत होता है। हालाँकि कुछ दोहे और चौपाइयों को भेदभावपूर्ण कहकर दुष्प्रचारित किया जाता है, लेकिन

यहाँ इस बात का ध्यान रखना आवश्यक है कि ऐसे वचन किसी खल पात्र, जैसे रावण या उनके सहयोगियों के मुख से कहलाए गए हैं। इन पंक्तियों को रामचरितमानस का मूल विचार मानकर दुष्प्रचार करना उतना ही त्रुटिपूर्ण है, जितना रावण की राम विरोधी किसी पंक्ति को आधार बनाकर रामचरितमानस को रावण की प्रशंसा का ग्रंथ बताना।

जाति-प्रजाति रूपी भेद को नकारने और समरसता का संदेश देने के साथ ही रामचरितमानस में नायक राम स्त्री-विमर्श को भी नया आयाम देते हैं। रामचरितमानस में वर्णित राम का आदर्श लिंग आधारित भेदभाव से इनकार करता है। रामचरितमानस में राम को योद्धा और नायक के रूप में प्रस्तुत किया गया है, किंतु अरण्यकांड में ऐसा भी प्रसंग आता है, जहाँ सीताहरण के बाद राम सीता की अनुपस्थिति में स्वयं को डरा हुआ पाते हैं। बादल गरजने की तेज आवाज भी राम के मन को डराती है, क्योंकि उनकी प्रेयसी सीता उनके साथ नहीं है। भगवान राम लक्ष्मण से अपने मन की बात कहते हैं—*घन घमंड नभ गरजत घोरा। प्रिया हीन डरपत मन मोरा॥*’

जिनके एक इशारे पर कौशल की रघुकुल सेना, श्रंगवेरपुर में मित्र निषादराज का कुनबा और जंगल में भालू-रीछ-वानर का दल कुछ भी कर गुजरने को तैयार है। जो खुद जगत् के सबसे बड़े योद्धा हैं। युद्धकला का कोई भी ज्ञान राम से अछूता नहीं। जिस मन को तीनों लोकों का विजेता रावण और बड़े से बड़ा दानव भी डरा नहीं सका, राम का वह अडिग-विशाल मन अपनी पत्नी सीता के विरह में परेशान हो उठता है और वह इस डर को बताने से गुरेज भी नहीं करते। बच्चों की तरह व्याकुल होकर राम जंगल में मिलने वाले हर किसी से सीता का पता पूछते चलते हैं। सीता को खोजते हुए राम लताओं-पत्तों, पशु-पक्षियों और कीट-पतंगों तक से पूछते हैं कि क्या तुमने हिरण जैसी आँखों वाली मेरी सीता को कहीं देखा है? *हे खग मृग हे मधुकर श्रेणी। तुम्ह देखी सीता मृगनैनी॥*’ (कुमार, 2023)

इसी प्रकार राम समाज और अपने पति द्वारा परित्यक्त मान ली गई अहिल्या को सहज रूप से स्वीकार करते हैं, वे अहिल्या को अपवित्र या अछूत के रूप में नहीं, बल्कि एक भक्त के रूप में देखते और उनका उद्धार करते हैं। तुलसीदास लिखते हैं—“कीन्हि कृपा मुद मंगल मूला, अहिल्या केरि कीन्हि प्रतिपूला”। यह एक रणनीतिक संचार है, जहाँ राम बिना उपदेश दिए समाज को यह संदेश देते हैं कि पुरुषों के पाप या अनाचार की भागीदार महिलाएँ नहीं हैं और इस प्रकार की पीड़ित महिलाओं को

सामाजिक रूप से परित्यक्त मानना भी ठीक नहीं। अरण्यकांड में राम के साथ संवाद में शबरी स्वयं को नीच और अधम बताती है (अधम ते अधम अधम अति नारी। तिन्ह महँ मैं मतिमंद अघारी॥) लेकिन श्रीराम शबरी की इस सोच का प्रतिकार करते हुए कहते हैं कि मैं जाति, प्रजाति, लिंग आदि के भेद को नहीं मानता और मुझे केवल भक्ति का नाता/संबंध ही प्रिय है (कह रघुपति सुनु भामिनि बाता। मानउँ एक भगति कर नाता॥)।

रामचरितमानस के विषय में होने वाले दुष्प्रचार में अक्सर केवल शबरी की पहली पंक्ति को ही उद्धृत किया जाता है, जिससे ऐसा त्रुटिपूर्ण आभास होता है कि मानस में महिलाओं को नीच और अधम बताया गया है, जबकि अगली पंक्ति में राम स्वयं इसका प्रतिकार करते हुए जाति, लिंग जैसे भेद को गलत बताकर केवल भक्ति के संबंध को प्राथमिकता देने की बात कहते हैं (अरण्यकांड, चौपाई-1, दोहा-34)।

रणनीतिक संचारक के रूप में गोस्वामी तुलसीदास

रणनीतिक संचार की प्रमुख विशेषता उसका सुनियोजन भी है। अर्थात् एक आदर्श रणनीतिक संचार की स्थिति में संचारक बिना इन बात की घोषणा किए कि “मैं अभिष्ट लक्ष्य के लिए रणनीतिक रूप से संचार करने जा रहा हूँ” अपनी बात कह जाता है और उसकी कही बातें लक्षित वर्ग तक पहुँच भी जाती हैं। इस दृष्टि से गोस्वामी तुलसीदास के जीवन की कुछ घटनाओं पर दृष्टि डालना उपयोगी होगा। सर्वविदित है कि तुलसीदास ने जिस कालखंड में रामचरितमानस की रचना की थी, वह किसी भी रूप में ऐसे लेखन के लिए उपयुक्त नहीं था, बल्कि कई मायनों में ऐसा करना खतरनाक भी था। लेकिन एक रणनीतिक संचारक के रूप में तुलसीदास ने मानस में रणनीतिक सूत्रों को इस तरह गुँथा कि तत्कालीन राजव्यवस्था को इसका आभास भी नहीं हुआ और वे अपने रणनीतिक संचार में सफल साबित हुए। अकबर जैसा शक्तिमान और कूटनीति विशेषज्ञ रामचरितमानस के दृश्य पक्ष (रामलीला) के परोक्ष और प्रकारांतर गूढ़ मंतव्य को समझने में सफल नहीं हुआ। तुलसीदास, रामचरितमानस के प्रचार-प्रसार के आलोक में हनुमान मंदिरों की स्थापना और रामलीला के मंचन से मृत प्रजा में जीवंतता भर लंका की समुद्री खाई को पार करने की हनुमान जैसी ज्वाला पैदा करने में सफल रहे। मेहरोत्रा (2019) ने रामचरितमानस की रचना में तुलसीदास के रणनीतिक संचार की विस्तृत व्याख्या करते हुए लिखा है कि तुलसीदास का काल देश की राजनीतिक, सामाजिक, सांस्कृतिक पराधीनता, अस्तित्वहीनता, पराभव तिरस्कार में पूर्णतः अपने को परास्त मान चुका था। ऐसे में लोक मर्यादा के रक्षक गरीब निवाज राम के महान् आदर्शों का गुणगान करने वाला कवि-हृदय समाज की स्थितियों से गहराई से प्रभावित हुए बिना नहीं रह सका। उनके हृदय में वैदिक आदर्शों और राम जैसे प्रजापालक की प्रेरणा की अग्नि प्रज्वलित थी। समाज-देश की पतन दशा देख उनमें एक ऐसी ज्वाला उठी थी कि शस्त्र डाल चुके, पराजय से विवश और किंकर्तव्यविमूढ़ हुए राजे-रजवाड़ों तथा असहाय प्रजा के हित में जब कोई आगे आता नहीं दिखाई पड़ा तो वे अकेले ही क्रांति के जोखिम भरे कदम उठाने का संकल्प लिए आगे आए। क्रांतदर्शी कदम का पहला कार्य गरीब, दीन, हीन, त्रस्त, पीड़ित, उपेक्षित और गुलाम हो चुके देश की प्रजा तक पहुँच, संपर्क और संदेशवाहन या उसके साथ संवाद बनाने की तात्कालिक समस्या थी। इस दृष्टि ने उनके अपने संवाद को रणनीतिक रूप से सुदृढ़ बनाया। उन्होंने मानस की रचना लोकभाषा अवधी में की,

किंतु देवभाषा संस्कृत का विरोध नहीं किया। उन्होंने रामचरितमानस के प्रत्येक कांड के पहले संस्कृत में मंगलाचरण लिखा और फिर शेष मानस भाषा (देशज, ग्राम्य भाषा) में लिखकर यह सिद्ध किया कि राम के यशगान के लिए दोनों भाषाएँ समान रूप से महत्वपूर्ण हैं। इस संचारी प्रयोग से तुलसीदास ने लोक में सामंजस्य और एकता स्थापित करने के लिए ‘गिराग्राम्य’ और देवभाषा, दोनों को समानता पर लाने का क्रांतिकारी कार्य किया। राम के माध्यम से उन्होंने शिव और विष्णु को भी एक समानता में लाकर शैव और वैष्णव के दो भागों में विभाजित समाज को एकता में लाने का भगीरथ प्रयास किया, जो समय के अनुकूल आवश्यक था। सब मिलकर ही अपने समान शत्रु, विदेशी आक्रमणकारियों से वैचारिक लड़ाई लड़ सकते थे। धर्म, मर्यादा और हिंदू अस्मिता की रक्षा के अपने वृहद् लक्ष्य के लिए तुलसीदास ने भारतीयों में एकता और मित्रता के भाव को जगाने के कई संकेत दिए हैं। उन्होंने किष्किंधाकांड में मित्रता और संधि को दुखों को हरने वाला बताया है।

निष्कर्ष

गोस्वामी तुलसीदास ने रामचरितमानस के अंतिम भाग में, उसकी आरती में लिखा है :

“गावत वेद पुरान अष्टदस, छओं शास्त्र सब ग्रंथन को रसा॥”

रामचरितमानस (श्रीरामायणजी की आरती)

रामचरितमानस में संपूर्ण भारतीय शास्त्रों और लोक परंपराओं का रस समाहित है। यह ग्रंथ न केवल आध्यात्मिक या धार्मिक दृष्टि से, बल्कि राजनीतिक, सामाजिक और सांस्कृतिक दृष्टि से भी अत्यंत महत्वपूर्ण है। प्रस्तुत शोध पत्र में इसके अपेक्षाकृत नए आयाम, विशेषकर संचार पक्ष और उसमें भी रणनीतिक संचार पर चर्चा की गई है। रामचरितमानस ने उस कालखंड में भारतीय जनमानस को संबल प्रदान किया, जब चुनौतियाँ आज के मुकाबले कहीं अधिक विकराल थीं। हिंदू के रूप में अपने ही देश में हमारी अभिव्यक्ति सीमित और दमित थी। ऐसे कालखंड में रामचरितमानस की रचना कर तुलसीदास ने भारतभूमि को ऐसे रणनीतिक सूत्र प्रदान किए, जिनके सहारे सनातन राष्ट्र आने वाले समय में पुनः जाग्रत हो उठा। इसके पीछे रामचरितमानस की संचार दृष्टि की बड़ी भूमिका रही। वर्तमान समय में भी देश के समक्ष अनेक रणनीतिक चुनौतियाँ हैं, विशेषकर संचार के क्षेत्र में। ऑपरेशन सिंदूर के दौरान इसकी आवश्यकता स्पष्ट रूप से महसूस की गई थी। यहाँ इस बात का ध्यान रखना आवश्यक है कि केवल रणनीतिक संचार की सैद्धांतिक अवधारणाओं का अध्ययन इस दिशा में पर्याप्त सहायक नहीं होगा। आवश्यकता इस बात की है कि रणनीतिक संचार को भारतीय दृष्टिकोण से उद्धृत किया जाए, ताकि वैश्विक और आंतरिक रणनीतिक संचार में भारत का पक्ष सशक्त रूप से प्रस्तुत हो सके। रामचरितमानस में वर्णित रणनीतिक सूत्रों की पड़ताल इस दिशा में एक प्रयास है। प्रस्तुत तथ्यों के आधार पर संचारकों से अपेक्षा की जाती है कि वे रामचरितमानस के संचारी दृष्टिकोण को अध्ययन, अध्यापन एवं शोध का विषय बनाएँ।

संदर्भ

उपाध्याय, एन. आर. (2024, जनवरी 23). रामायण की कहानी : भगवान राम के नामों का अर्थ, उत्पत्ति और लोकप्रियता. दैनिक भास्कर.

- <https://www.bhaskar.com/jeevan-mantra/dharm/news/ram-avtar-story-lord-ram-names-meanings-origin-popularity-132471986.html> से पुनःप्राप्त.
- कुमार, एम. (2023, अक्टूबर 23). रिलेशनशिप - सीता-राम से सीखें रिश्ते के ये पाँच सबक. दैनिक भास्कर. <https://www.bhaskar.com/lifestyle/news/relationship-learn-these-five-relationship-lessons-from-sita-and-ram-132038702.html> से पुनःप्राप्त.
- कुमार, पी. (2025). रणनीतिक संचार को लेकर व्यापक तैयारी की आवश्यकता [संपादकीय]. संचार माध्यम, 37(2).
- कौशिक, जी. (2018). रामचरितमानस में नीति तत्त्व. अपनी माटी, वर्ष-4, अंक-27 (तुलसीदास विशेषांक). http://www.apnimaati.com/2018/08/blog-post_10.html [(https://www.apnimaati.com/2018/08/blog-post_10.html)] से पुनःप्राप्त.
- गुप्त, एम. (1931). साकेत. आगरा: साहित्य भवन.
- तुलसीदास. (वि. सं. 2079). श्रीरामचरितमानस (136वां सं.). गोरखपुर: गीतप्रेस.
- थॉमस, जी. एफ., एवं स्टीफेंस, के. जे. (2015). स्ट्रैटजिक कम्युनिकेशन का परिचय। इंटरनेशनल जर्नल ऑफ बिजनेस कम्युनिकेशन, 52(1), 3-11.
- द्विवेदी, पी. एन. (1993). तुलसी और उनका युग. नई दिल्ली: वाणी प्रकाशन.
- नील, आर. (2025). राम रज. प्रयागराज : अनामिका प्रकाशन एवं अयोध्या शोध संस्थान.
- मेहरोत्रा, एस. (2019). राम इतिहास के अपरिचित अध्याय. प्रयागराज : लोकभारती प्रकाशन.
- लॉरेन्सन, डेविड एन. (2010). निर्गुण संतों का स्वप्न (धीरेंद्र बहादुर सिंह द्वारा हिंदी अनुवाद). नई दिल्ली : राजकमल प्रकाशन.
- शर्मा, पी. (2021). गोस्वामी तुलसीदास रचित रामचरितमानस में वर्णित काव्य का सौंदर्य पक्ष. इंटरनेशनल जर्नल ऑफ कल्चरल इनहेरिटेस एंड सोशल साइंसेज (IJCISS), 3(5), 65-72. <http://ijciss.com/index.php/j1/article/view/109/98> से पुनःप्राप्त.
- शुक्ल, आर. (2018). हिंदी साहित्य का इतिहास (31वाँ सं.). प्रयागराज: लोकभारती प्रकाशन.
- होल्ट्जहाउजेन, डी. आर., और जेरफास, ए. (संपादक). (2015). द राउटलेज हैंडबुक ऑफ स्ट्रैटजिक कम्युनिकेशन. राउटलेज.



मीडिया और पीआर गुरु के रूप में दत्तोपंत ठेंगड़ी का अध्ययन

प्रो. (डॉ.) प्रमोद कुमार¹

सारांश

दत्तोपंत बापुराव ठेंगड़ी मूलरूप से एक मजदूर नेता थे। उनके द्वारा स्थापित भारतीय मजदूर संघ आज भारत का सबसे बड़ा मजदूर संगठन है। 23 जुलाई, 1955 को स्थापित यह संगठन अपनी स्थापना के 70 वर्ष पूर्ण कर चुका है। 10 नवंबर, 1920 को महाराष्ट्र के वर्धा जिले के आर्वी में जन्में ठेंगड़ी जी मौलिक चिंतक, विचारक, मजदूर नेता, किसान हितैषी, पर्यावरण प्रेमी, सद्भावना समर्थक ही नहीं, बल्कि कुशल संगठक, प्रखर वक्ता, शोधकर्ता, साहित्यकार और उत्कृष्ट लेखक भी थे। उन्होंने 200 से अधिक पुस्तकें लिखीं और अनेक पुस्तकों की प्रस्तावनाएँ भी लिखीं। उन्होंने उस दौर में मजदूर जगत् पर हावी वामपंथी विचार से अलग एक ऐसी सांगठनिक कार्यपद्धति विकसित की, जिसमें 'राष्ट्र प्रथम' की भावना रखने वाले व्यक्तियों के निर्माण पर अधिक जोर है। इस विषय पर उनकी पुस्तक 'कार्यकर्ता' आज भी दिशाबोधक है। संगठन कार्य के अलग-अलग आयामों हेतु कार्यकर्ताओं को प्रशिक्षित करने के लिए उन्होंने प्रशिक्षण का एक मजबूत तंत्र विकसित किया। ऐसे आयामों में एक है मीडिया और जन संपर्क। इस विषय पर कार्यकर्ताओं को दिशा देने के लिए उन्होंने 1960 के दशक में एक पुस्तक लिखी 'प्रचार तंत्र'। जिस दौर में वह पुस्तक लिखी गई उस समय भारत में आज की भाँति मीडिया प्रशिक्षण का कोई ठोस तंत्र नहीं था। ठेंगड़ी जी द्वारा लिखित उस पुस्तक के अध्ययन से ज्ञात होता है कि मीडिया में सांगठनिक गतिविधियों की बेहतर कवरेज के लिए उन्होंने कार्यकर्ताओं को बहुत सूक्ष्मता से प्रशिक्षित किया। प्रस्तुत शोध पत्र में ठेंगड़ी जी के उस मीडिया और पब्लिक रिलेशन गुरु के स्वरूप को समझने का प्रयास किया गया है। शोध का मुख्य आधार उनकी पुस्तक 'प्रचार तंत्र' है, जो जनसंपर्क एवं मीडिया के विद्यार्थियों और शिक्षकों के लिए आज भी प्रासंगिक है।

संकेत शब्द : प्रचारतंत्र, दत्तोपंत ठेंगड़ी, कार्यकर्ता, भारतीय मजदूर संघ के 70 वर्ष, जनसंपर्क, मीडिया पब्लिसिटी।

प्रस्तावना

भारत में जनसंपर्क प्रशिक्षण की शुरुआत 1970 के दशक में पब्लिक रिलेशंस सोसाइटी ऑफ इंडिया (पीआरएसआई) द्वारा अपनी क्षेत्रीय इकाइयों के माध्यम से कार्यशालाओं और गोष्ठियों के आयोजन से हुई। उसी दौरान पीआरएसआई की दिल्ली इकाई ने दो महीने का एक 'रिफ्रेशर कोर्स' शुरू किया। तत्पश्चात कलकत्ता, बॉम्बे और मद्रास में भी इसी प्रकार के प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित किए गए। 1973 से 1976 के बीच पीआरएसआई की दिल्ली इकाई द्वारा ऐसे चार अल्प अवधि के प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित किए गए। वर्ष 1981 में भारत सरकार के संस्थान, भारतीय जन संचार संस्थान, नई दिल्ली, में विज्ञापन एवं जनसंपर्क पर केंद्रित एक वर्षीय स्नातकोत्तर डिप्लोमा पाठ्यक्रम पीआरएसआई के प्रयासों से आरंभ किया गया। उसके बाद 1990 में पीआरएसआई ने 'इंडिया फाउंडेशन फॉर पीआर एजुकेशन एंड रिसर्च' की स्थापना करके पीआर शिक्षण को एक नया आयाम प्रदान किया (इग्नू, 2024)।

भारत में मीडिया शिक्षा की शुरुआत वर्ष 1920 में एनी बेसेंट के प्रयासों से मद्रास राष्ट्रीय विश्वविद्यालय से हुई और बाद में 1938 में अलीगढ़ मुस्लिम विश्वविद्यालय में पत्रकारिता पाठ्यक्रम को एक सर्टिफिकेट कोर्स के रूप में शुरू किया गया। उसके बाद 1941 में पंजाब विश्वविद्यालय, लाहौर, में पत्रकारिता विभाग की स्थापना हुई। किंतु ये सभी प्रयास अल्पजीवी थे और जनसंपर्क शिक्षण इनके पाठ्यक्रमों के केंद्र में नहीं था। हालाँकि, स्वतंत्र भारत में मद्रास विश्वविद्यालय ने वर्ष 1947 में पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग की स्थापना की और इसके पश्चात् कलकत्ता विश्वविद्यालय, मैसूर के महाराजा कॉलेज, उस्मानिया विश्वविद्यालय एवं नागपुर विश्वविद्यालय में भी मीडिया शिक्षा से जुड़े कई कोर्स शुरू हुए, लेकिन जनसंपर्क शिक्षा की विधिवत शुरुआत का श्रेय

17 अगस्त, 1965 को भारत सरकार द्वारा स्थापित भारतीय जन संचार संस्थान (आईआईएमसी) नई दिल्ली को जाता है, जिसने एक स्नातकोत्तर डिप्लोमा पाठ्यक्रम की शुरुआत 1981 में की। बाद में इस विषय पर डिग्री कोर्स अनेक विश्वविद्यालयों में आरंभ हुए।

उपरोक्त तथ्यों से स्पष्ट है कि 1960 के दशक में भारत में जनसंपर्क प्रशिक्षण की विधिवत व्यवस्था नहीं थी। इसके बावजूद भारतीय मजदूर संघ के कार्यकर्ताओं को मीडिया और जन संपर्क की कला में प्रशिक्षित करने के लिए दत्तोपंत ठेंगड़ी ने 1960 के दशक में ठोस प्रयास आरंभ किए। हालाँकि, ठेंगड़ी जी जिस विचार यानी राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ से आते थे, उस दौर में वहाँ प्रचार एवं मीडिया से दूरी बनाकर रखी जाती थी। लेकिन ठेंगड़ी जी ने संगठन को हर दृष्टि से प्रभावी बनाने के लिए मीडिया का संगठन कार्य की प्रसिद्धि हेतु भरपूर उपयोग किया। संगठन के कार्यकर्ता भी मीडिया का भरपूर उपयोग कर सकें, इसका प्रशिक्षण प्रदान करने के लिए उन्होंने 1960 के दशक में 'प्रचारतंत्र' नाम से एक पुस्तक लिखी। आज उस पुस्तक का पाँचवा संस्करण बाजार में उपलब्ध है।

मजदूर संघ के कार्यकर्ताओं को मीडिया प्रसिद्धि और संगठन का महत्त्व बताते हुए ठेंगड़ी जी अपनी एक अन्य पुस्तक 'कार्यकर्ताओं से वार्ता और विचार' में 1970 में लिखते हैं: "जहाँ रा. स्व. संघ के समान पूर्णरूपेण प्रसिद्धिपराङ्मुख रहना हमारे लिए कठिन है, वहीं समाजवादी पार्टी के समान केवल प्रसिद्धि को ही संगठन का विकल्प मानना भी हमारे लिए खतरनाक है। प्रसिद्धि वर्षा के समान है। पहले जमीन की जुताई की होगी और उसमें बीज बोया होगा तो वर्षा के फलस्वरूप अच्छी फसल आ सकती है, किंतु केवल प्रस्तर पर वर्षा हुई तो इसका उपयोग नहीं होगा और जुती हुई जमीन पर भी अतिवृष्टि हुई तो अकाल होगा। संगठन पहले से रहा तो प्रसिद्धि का लाभ उठाया जा सकता है, किंतु इस परिस्थिति में

¹अध्यक्ष, रणनीतिक संचार विभाग, भारतीय जन संचार संस्थान समविश्वविद्यालय, नई दिल्ली। ईमेल : drpk.iimc@gmail.com

भी प्रसिद्धि पर आवश्यकता से अधिक बल दिया तो संगठन में दुर्बलता आ सकती है। अति प्रसिद्धि का मोह टालते हुए केवल आवश्यकता के अनुकूल प्रसिद्धि (नीड्स बेस्ड मिनिमम पब्लिसिटी) का आश्रय लेने का निश्चय करना चाहिए। इस दृष्टि से कौन-सी बातें आवश्यक तथा करने लायक हैं, इसका पूरा विवरण अपनी 'प्रचारतंत्र' पुस्तिका में दिया गया है। मेरा अनुरोध है कि इस विषय में उक्त पुस्तिका में दिए हुए सुझावों को क्रियान्वित करने का हम प्रयास करें' (ठेंगड़ी, 1970, पृष्ठ 6-7)।

शोध उद्देश्य एवं प्रविधि

प्रस्तुत शोध का प्रमुख उद्देश्य देश के प्रमुख विचारक एवं मौलिक चिंतक दत्तोपंत ठेंगड़ी के जन संपर्क एवं मीडिया संबंधी चिंतन को समझना है। शोध में उनके द्वारा 1960 के दशक में लिखित पुस्तक 'प्रचारतंत्र' को मुख्य आधार बनाया गया है। इसके अलावा विभिन्न द्वितीयक स्रोतों से भी तथ्य एकत्र किए गए हैं।

दत्तोपंत ठेंगड़ी का जीवन परिचय

दत्तोपंत ठेंगड़ी का जन्म 10 नवंबर, 1920 को महाराष्ट्र के वर्धा जिले में स्थित आर्वी नामक गाँव में हुआ था। उनकी 11वीं तक की शिक्षा आर्वी म्युनिसिपल हाई स्कूल में संपन्न हुई। 15 वर्ष की आयु में वे आर्वी तालुका की 'वानर सेना' के अध्यक्ष बने। अगले वर्ष, म्युनिसिपल हाई स्कूल आर्वी में छात्र संघ के अध्यक्ष चुने गए। बाद में नागपुर के मौरिस कॉलेज से उन्होंने स्नातक की पढ़ाई की और फिर नागपुर के लॉ कॉलेज से एल.एल.बी. की उपाधि प्राप्त की। मौरिस कॉलेज में अध्ययन के दौरान वे 1936 से 1938 तक क्रांतिकारी संगठन 'हिंदुस्तान सोशलिस्ट रिपब्लिकन एसोसिएशन' से जुड़े रहे। वे बाल्यकाल से ही राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ की शाखा में जाते थे। उन्हें राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ के संस्थापक डॉ. केशव बलिराम हेडगेवार को प्रत्यक्ष देखने, सुनने का अवसर प्राप्त हुआ। संघ के दूसरे सरसंघचालक श्री गुरुजी के निकट सान्निध्य में रहकर उन्होंने कार्य किया। 22 मार्च, 1942 में वे संघ के प्रचारक बनकर केरल में संघ कार्य विस्तार हेतु गए। 1945 से 1947 तक उन्होंने कलकत्ता में संघ प्रचारक तथा 1948 से 1949 तक बंगाल-असम के प्रांत प्रचारक का दायित्व संभाला। 1949 में उन्हें अखिल भारतीय विद्यार्थी परिषद् के संस्थापक सदस्य तथा नागपुर विदर्भ के प्रदेशाध्यक्ष के नाते जिम्मेदारी दी गई।

वर्ष 1949 में उन्होंने देश के मजदूर क्षेत्र का अध्ययन आरंभ किया। उस दौरान इंडियन नेशनल ट्रेड यूनियन काँग्रेस (इंटक) के प्रदेश अध्यक्ष पी. वाई. देशपांडे के माध्यम से वे इंटक से जुड़ गए। अपनी प्रतिभा और संगठन कौशल के बल पर थोड़े समय में ही वे इंटक से संबंधित नौ युनियनों के पदाधिकारी बन गए। अक्टूबर 1950 में उन्हें इंटक की राष्ट्रीय परिषद् का सदस्य बनाया गया। साथ ही तत्कालीन मध्यप्रदेश में इंटक के प्रदेश संगठन मंत्री की जिम्मेदारी भी दी गई। वर्ष 1952 से 1955 तक वे कम्युनिस्ट प्रभावित 'ऑल इंडिया बैंक एम्प्लाइज एसोसिएशन' के प्रांतीय संगठन मंत्री रहे। इसी कालखंड में उन्होंने वामपंथी विचार का गहराई से अध्ययन किया। उसके बाद लोकमान्य तिलक की 100वीं जयंती के अवसर पर 23 जुलाई, 1955 को भोपाल में भारतीय मजदूर संघ की स्थापना की। मात्र तीन दशक में उन्होंने भारतीय मजदूर संघ को उस समय के सबसे बड़े और काँग्रेस से संबद्ध मजदूर संगठन, इंडियन नेशनल ट्रेड

यूनियन काँग्रेस (इंटक) को पीछे छोड़ दिया। 2002 में भारतीय मजदूर संघ 81 लाख सदस्यता के साथ भारत का विशालतम श्रम संगठन बन गया। 1964 से 1976 तक वे दो बार उत्तर प्रदेश से राज्यसभा के सदस्य चुने गए। उस दौरान उन्होंने राज्यसभा के अनेक महत्वपूर्ण दायित्वों का निर्वहन किया। 1968 से 1970 तक वे राज्यसभा के उपाध्यक्ष मंडल के सदस्य रहे। 1965 से 66 तक संसद की हाऊस कमेटी के सदस्य रहे। 1968 से 70 तक सार्वजनिक उद्योग समिति के सदस्य रहे। 1969 में तत्कालीन लोकसभा अध्यक्ष नीलम संजीव रेड्डी की अध्यक्षता में तथा राज्यसभा के सेक्रेटरी जनरल श्री बी. के. बेनर्जी के नेतृत्व में भारतीय संसद के शिष्ट मंडल के साथ वे सोवियत रूस गए। तत्कालीन राष्ट्रपति वी. वी. गिरी ने उस संसदीय प्रतिनिधिमंडल हेतु ठेंगड़ी जी का नाम प्रस्तावित किया था। 3 से 19 अप्रैल, 1985 को ऑल चायना फेडरेशन ऑफ ट्रेड यूनियन्स के निमंत्रण पर उनके नेतृत्व में भारतीय मजदूर संघ का प्रतिनिधिमंडल चीन यात्रा पर गया।

बाद में 3-4 मार्च, 1979 को कोटा (राजस्थान) में भारतीय किसान संघ की स्थापना ठेंगड़ी जी ने की। बाबा साहेब अंबेडकर जन्म शताब्दी के अवसर पर पुणे में दिनांक 14 अप्रैल, 1983 को सामाजिक समरसता मंच की स्थापना की। दिनांक 16 अप्रैल, 1991 को नागपुर में सर्वपंथ समादर मंच की स्थापना की। इसी प्रकार 22 नवंबर, 1991 को नागपुर में स्वदेशी जागरण मंच की स्थापना की। 1995 में पर्यावरण मंच की स्थापना की। 14 अक्टूबर, 2004 को पुणे में उनका महानिर्वाण हुआ। अपने जीवन काल में उन्होंने 200 से अधिक छोटी-बड़ी पुस्तकें लिखी, सैकड़ों प्रतिवेदन प्रकाशित किए (कुमार, 2024)। उनके हजारों की संख्या में आलेख पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित हुए हैं (सिंह, 2024)।

व्यक्ति नहीं, कार्य की प्रसिद्धि

यह सच है कि दत्तोपंत ठेंगड़ी एक मजदूर नेता थे और उन्होंने कभी किसी समाचार पत्र में कार्य नहीं किया और न ही किसी मीडिया प्रशिक्षण संस्थान से मीडिया की पढ़ाई की। इसके बावजूद उनकी पुस्तक 'प्रचारतंत्र' को पढ़कर ऐसा लगता है कि उन्हें मीडिया और उसकी कार्यप्रणाली की गहरी समझ थी। वे मजदूर संगठन के विस्तार में मीडिया के बेहतर उपयोग की कला को जानते थे। हालाँकि, वे व्यक्ति नहीं, कार्य की प्रसिद्धि के समर्थक थे। उनकी इस दिशा का मजदूर संघ के कार्यकर्ताओं और नेताओं ने उस समय भी पालन किया और आज भी करते हैं। संगठन विस्तार हेतु मीडिया प्रसिद्धि को रेखांकित करते हुए ठेंगड़ी जी 'प्रचारतंत्र' में लिखते हैं, "आज के प्रचारवादी युग में किसी भी सार्वजनिक कार्य के प्रचार और प्रसार में समाचारपत्रों का महत्वपूर्ण योगदान रहता है। किसी भी बात को जन-जन तक पहुँचाने तथा उसके पक्ष या विपक्ष में जनमत तैयार करने में उनका बहुत बड़ा हाथ रहता है। यही कारण है कि सार्वजनिक क्षेत्र में कार्य करने वाले प्रत्येक कार्यकर्ता को इस बात की ओर विशेष ध्यान देना पड़ता है कि उसके कार्य और कार्यक्रमों का विवरण स्थानीय और राष्ट्रीय समाचार पत्रों में योग्य रीति से प्रकाशित हो। साथ ही उसका यह भी प्रयत्न रहता है कि विशिष्ट प्रश्नों पर अधिकाधिक समाचार पत्र उसके दृष्टिकोण का समर्थन करें। वास्तव में समाचार पत्रों में अपने समाचार उचित रीति से प्रकाशित करवाना और संपादक से अपने दृष्टिकोण का समर्थन करवा लेना बड़ी कुशलता का काम है। जब तक हम समाचार पत्र जगत् की

बारीकियों से परिचित नहीं होते तब तक अपनी इच्छानुसार उनका समर्थन नहीं पा सकते। अतः आवश्यक है कि हम इन बारीकियों पर विचार करें” (ठेंगड़ी, 2008, पृष्ठ-4)।

मीडिया प्रसिद्धि का उद्देश्य

ठेंगड़ी जी लिखते हैं कि समाचार पत्रों की कार्यविधि या संपादकों की मनोभूमिका समझने से पूर्व कार्यकर्ताओं को अपने उद्देश्य की स्पष्ट जानकारी होनी चाहिए। उन्हें पता होना चाहिए कि समाचारपत्रों का उपयोग किस प्रकार करना है और उससे क्या-क्या परिणाम अपेक्षित हैं। ठेंगड़ी जी मीडिया प्रसिद्धि के उद्देश्य स्पष्ट करते हुए लिखते हैं: “केवल किसी प्रकार समाचारों को प्रकाशित करा देना ही पर्याप्त नहीं है। उद्देश्यहीन प्रकाशन आपकी संस्था की प्रतिष्ठा बढ़ाने के बदले घटाने में ही सहायक होंगे। अतएव समाचारों का प्रकाशन ऐसा हो जिससे आपकी संस्था के उद्देश्यों की पूर्ति होकर उसके प्रचार तथा प्रसार में सहायता मिल सके।” ठेंगड़ी जी की दृष्टि में समाचार प्रकाशन के निम्न उद्देश्य हो सकते हैं :

- आगामी कार्यक्रमों तथा उद्देश्यों के संबंध में स्वजनों का मार्गदर्शन करना।
- अपनी संस्था के ध्येय तथा उद्देश्य के प्रति स्वजनों की निष्ठा को अधिक दृढ़ बनाना।
- विरोधी पक्ष के व्यक्तियों, उनके तर्कों और उद्देश्यों अथवा दाँव-पेंचों का प्रखरतापूर्वक प्रत्युत्तर देना।
- विरोधियों की उनकी अपनी संस्था पर तथा उसके ध्येय और उद्देश्य के प्रति उनकी निष्ठा को हिलाकर उसमें अस्थिरता निर्माण करना।
- अपनी संस्था के उद्देश्यों के स्पष्टीकरण के समय जब स्वजनों में वाद-विवाद होने लगे तब उसे दूर करना तथा उनमें मतभेद निराकरण करना।
- विरोधियों में मतभेद निर्माण करना तथा उनकी वैचारिक उलझनों को वृद्धिगत करना।
- उदासीन तथा तटस्थ जनता की सहानुभूति प्राप्त करना।
- जिन व्यक्तियों के पास किसी भी समस्या का गहरा अध्ययन करने के लिए समय नहीं है, ऐसे बहुसंख्यक लोगों को अपनी ओर आकर्षित कर उन्हें किसी विशेष समस्या का ज्ञान कराना तथा शिक्षित करना।
- अपनी इच्छानुसार सरकारी प्रतिक्रिया प्राप्त करना।
- अपने आगामी योजनाबद्ध कार्यक्रमों एवं दाँव-पेंचों के प्रति जनमानस में सहानुभूति निर्माण करके सहयोग प्राप्त करना।
- समाचारपत्र जगत् के व्यक्तियों को अपनी संस्था के मूल उद्देश्यों व उसके कार्यों से अवगत कराना तथा उनकी सहानुभूति प्राप्त करना (ठेंगड़ी, 2008, पृष्ठ 4-5)।

समाचार प्रकाशित कराने का मंत्र

जनसंपर्क की सफलता इस बात पर निर्भर करती है कि कितने समाचार पत्रों में अपने अनुकूल समाचार प्रकाशित हुआ। यह कला समझाते हुए ठेंगड़ी जी लिखते हैं, “प्रायः सभी समाचारपत्रों में सार्वजनिक एवं राजनीतिक क्षेत्र के संबंध में सप्ताह में एक बार ही क्यों न हो, निश्चित स्तंभों द्वारा समाचार प्रकाशित होते रहते हैं। अतएव इन स्तंभों के प्रमुख सहसंपादकों से मित्रता का नाता होना आवश्यक है, क्योंकि जिस समय आपकी संस्था का समाचार उनके कार्यालय में पहुँचता है, उस समय उसे

प्रकाशित करना, न करना, प्राथमिकता देना, न देना, उन्हीं की इच्छा पर निर्भर करता है। यदि उस कार्यालय में एक से अधिक सहसंपादक हों तो सभी से मधुर संबंध प्रस्थापित करना अनिवार्य है। इन सहसंपादकों में एकाध सहसंपादक ऐसा भी होगा जिसकी आपकी संस्था की विचारधारा के प्रति सहानुभूति होगी। जहाँ तक हो सके उसकी उपस्थिति में ही समाचार भेजे जायें। समाचारपत्र कार्यालय में वह कब उपस्थित रहता है, इसका पता पहले से ही लगा लेना उचित होगा।

“समाचारपत्र जगत् में संवाददाताओं का बहुत महत्त्व है। समाचार पत्र तो केवल समाचारों का चयन करके जनता के सम्मुख रखते हैं किंतु उनको प्राप्त करने का प्रत्यक्ष कार्य संवाददाता ही करते हैं। अतएव उनसे प्रयत्नपूर्वक संपर्क प्रस्थापित करना परमावश्यक है।

“प्रायः समाचारपत्र व्यवसायियों से हम तभी मिलते हैं जब हमें कोई समाचार प्रकाशनार्थ देना होता है। यह स्वार्थ भरा मार्ग अपनाया उपर्युक्त वातावरण निर्माण करने में सहायक नहीं होगा। अतिरिक्त समय में भी कोई-न-कोई अवसर निकाल कर उनसे मिलते रहना आवश्यक है। ऐसी निःस्वार्थ भेंट मिलने-जुलने की महत्ता को बढ़ाने में सहायक होगी। किन्हीं दो सज्जनों को एक-दूसरे के निकट लाने का माध्यम ‘चाय’ है, जिसमें दिखावा कम और सरलता अधिक होती है। इसी माध्यम द्वारा समाचार पत्र व्यवसायियों से हमारे संबंध स्नेहयुक्त हो सकते हैं। किंतु ध्यान रहे यह माध्यम सर्वोपरि नहीं है और यह समझना भी भूल होगी कि चाय, पान अथवा स्वल्पाहार द्वारा संवाददाताओं को अपने वश में किया जा सकता है। उनकी अपनी एक प्रतिष्ठा होती है, श्रेष्ठता होती है। उपरोक्त विचारधारा उनकी प्रतिष्ठा के विपरीत और उनके साथ अन्याय करनेवाली है। अतएव उस माध्यम का प्रयोग केवल दो घड़ी बैठकर, अनौपचारिक गपशप करने तक ही सीमित रखा जाए” (ठेंगड़ी, 2008, पृष्ठ 5-6)।

समाचार पत्रों में विज्ञापन

भारतीय मजदूर संघ आज भी अपने सदस्यों से प्राप्त सदस्यता शुल्क पर ही निर्भर है। इसलिए प्रश्न उठता है कि क्या उस पैसे से समाचार पत्रों में विज्ञापन प्रकाशित कराने चाहिए? ठेंगड़ी जी का उस समय मानना था कि कुछ परिस्थितियों में विज्ञापन प्रकाशित करा सकते हैं। वे लिखते हैं, “अपनी संस्था के सभी प्रकाशन समाचारपत्र व्यवसायियों को बिना मूल्य भेजे जायें। प्रकाशन का साहित्य दो प्रकार का होता है। एक निजी प्रकाशन, दूसरा प्रचार के लिए प्रकाशन। निजी प्रकाशन की महत्ता और उद्देश्य केवल संस्था तक ही सीमित रहते हैं, अतएव उनकी रागालोचना का प्रश्न ही उपस्थित नहीं होता, फिर भी वह केवल पढ़ने के दृष्टिकोण से ही समाचारपत्र व्यवसायियों को भेज देना चाहिए। निजी प्रकाशनों के अतिरिक्त जो ‘प्रकाशन साहित्य’ प्रचार के हेतु होगा उसकी आलोचना समाचारपत्रों में प्रकाशित होने के लिए प्रयत्न किए जाएँ। उसी प्रकार संस्था द्वारा प्रकाशित पुस्तकों का विज्ञापन भी समाचार पत्रों में निकलता रहे, इसकी भी व्यवस्था करनी चाहिए।

“संस्था की ओर से भेजा गया कोई समाचार अथवा समाचारपत्रों द्वारा की गई हमारे प्रचार साहित्य की आलोचना प्रकाशित होते ही उसे पढ़कर पत्र द्वारा संपादक तथा प्रकाशक को धन्यवाद देना भी अत्यंत आवश्यक है। उस पत्र में यह लिखा जाना चाहिए कि ‘हमने आपके पत्र में अपनी संस्था के संबंध में प्रकाशित समाचार ध्यानपूर्वक पढ़ा। हम और हमारी

संस्था के सभी सदस्य बहुत ही आनंदित हुए। अपनी संस्था की ओर से हम आपको हार्दिक धन्यवाद देते हैं। यह पत्र सौहार्द और सौजन्य का प्रतीक होकर अपनत्व बढ़ाने में सहायक होगा। (केवल पत्र ही 'धन्यवाद' व्यक्त करने का एक मात्र साधन नहीं है। टेलीफोन द्वारा अथवा स्वयं उनसे भेंट करके भी यह विधि पूर्ण की जा सकती है)

“अनेक ऐसी महत्वपूर्ण घटनाएँ समाज में घटित होती हैं, जिनका संबंध आपकी संस्था से नहीं होता, किंतु ‘समाचार’ की दृष्टि से वे महत्वपूर्ण होती हैं। यदि उनका संपूर्ण ज्ञान आपको किसी प्रकार हो जाता है तो उसकी उपेक्षा नहीं करनी चाहिए। उनकी तथा उनके सूत्रों की सूचना संबंधित संवाददाता को तत्परतापूर्वक दे दीजिए। आपका यह कार्य उसके धंधे अथवा कर्तव्य में सहायक होगा और वह आपके प्रति कृतज्ञ रहेगा। उसके और आपके संबंध अधिक पुष्ट होते जाएँगे। किंतु यह कार्य केवल मित्रता के नाते सहजभाव से संपन्न किया जाए” (टेंगडी, 2008, पृष्ठ-6)।

अनुकूल अग्रलेख तथा संपादकीय टिप्पणियाँ

समाचार पत्रों में प्रकाशित अनुकूल अग्रलेख और संपादकीय टिप्पणियाँ जनसंपर्क के प्रभावी माध्यम हैं। इस लक्ष्य को कैसे हासिल किया जाए इसका गुर बताते हुए टेंगडी जी लिखते हैं, “...समाचार पत्रों के प्रमुख संपादकों से भी संपर्क बढ़ाना परमावश्यक है। यदि उनके और हमारे संबंध अच्छे हैं अथवा वे आपकी संस्था के कार्यों से प्रभावित हैं, तो उनका प्रभाव उनके कार्यालय के अन्य कर्मचारियों पर भी पड़े बिना नहीं रहेगा। जिसका अवश्यंभावी परिणाम आपकी संस्था के हित में होगा। समाचारों के प्रकाशन पर भी उसका प्रभावशाली परिणाम होगा। प्रमुख संपादक को यदि आप अपनी संस्था की ओर आकर्षित कर सकें तो यह आपका अहोभाग्य होगा और यदि उन्होंने आपकी संस्था के महत्वपूर्ण कार्यों, कार्यक्रमों, उद्देश्यों के अनुकूल अग्रलेख अथवा संपादकीय टिप्पणियाँ लिख दीं तो सच मानिए उसका प्रभाव जनमानस पर अवश्यमेव पड़ेगा और यह आपकी संस्था की उन्नति में सहायक होगा।

“राजनीतिक चिंतन की गहराई में खो जाने वाले प्रमुख संपादक से संपर्क बढ़ाना सरल कार्य नहीं है। यदि उनके हृदय में अपने प्रति स्नेह का निर्माण करना है तो सर्वप्रथम आपको यह पता लगाना होगा कि उनकी रुचि के विषय कौन-कौन से हैं। इसके पश्चात् आपको भी उन विषयों का थोड़ा अध्ययन कर काम चलाऊ ज्ञान प्राप्त कर लेना चाहिए। इस पूर्व तैयारी के पश्चात् यदि आप प्रमुख संपादक से भेंट करेंगे तो वार्तालाप के समय दो अंतरंग मित्रों की भाँति घुलमिल जाएँगे। एक कार्य आपको और भी करना होगा—प्रमुख संपादकों द्वारा लिखित, अग्रलेखों को ध्यानपूर्वक पढ़कर कभी-कभी अपना अभिमत उनके पास भेजते रहें। उसी भाँति उन अग्रलेखों पर जनता की प्रतिक्रियाओं से भी उन्हें अवगत कराते रहें। इस कार्य में उपकार की भावना निहित है। अतएव इसका प्रभाव संपादक महाशय पर पड़े बिना नहीं रहेगा, और यह आपके हित में होगा। किंतु ध्यान रहे, इसमें व्यावहारिक तारतम्य का ध्यान रखना भी परमावश्यक है।

“समाचारपत्रों के संपादकीय अग्रलेखों में अथवा टिप्पणियों में आपकी संस्था के कार्यों का बार-बार उल्लेख आता रहा, अनुकूल आलोचना लिखी जाती रही, उद्देश्यों की चर्चा की जाती रही तो निश्चय ही वे आपकी संस्था की प्रतिष्ठा में वृद्धि करेंगे। साधारण पाठकों की बात छोड़ दीजिए, समाचार-पत्रों के पूरे समाचार पढ़ने के लिए भी उन्हें समय नहीं मिल पाता

है, फिर अग्रलेख और टिप्पणियों को पढ़ना तो दूर रहा। किंतु सार्वजनिक हलचलों में भाग लेनेवाले नवोदित, नवशिक्षित, नवयुवक कार्यकर्ताओं में ऐसी बात नहीं होती। वे तो समाचारों के साथ-साथ संपादकीय, अग्रलेख तथा टिप्पणियों को आस्था और अध्ययनपूर्वक पढ़ते देखे गए हैं। तो क्या वे अग्रलेख एवं टिप्पणियाँ उनके मार्गदर्शन में सहायक नहीं हो सकेंगे” (टेंगडी, 2008, पृष्ठ-7)?

प्रेस विज्ञप्ति लिखने की कला

जनसंपर्क की दृष्टि से प्रेस रिलीज लिखना एक कला है। इस कला को समझते हुए टेंगडी जी लिखते हैं, “समाचार लेखन का वाह्य स्वरूप आकर्षक होना चाहिए। साधारण रूप से लिखते समय जितना अंतर हम दो पंक्तियों के बीच में छोड़ते हैं, उससे दुगुना अंतर समाचार लेखन के समय छोड़ने से उसमें परिवर्तन, एवं परिवर्द्धन करने में सुविधा रहेगी। कागज उत्तम हो, उस पर सलवटें न पड़ी हो, क्योंकि समाचार लेखन की पहली वस्तु कागज ही है। कागज के चुनाव के पश्चात् अक्षर लेखन का क्रम आता है। जहाँ तक हो सके समाचार टाइप करके ही भेजे जाया करें। टाइप की सुविधा न हो और समाचार हाथ से लिखना हो तो अक्षर सुंदर और सुवाच्य लिखे जाएँ। संस्था के नाम, स्थान आदि छपे हुए पत्रों पर (लेटर पेपर पर) ही समाचार लिखा जाना श्रेयस्कर होगा। यदि समाचार विस्तृत है और अधिक कागज लगने की संभावना है तो पहला कागज संस्था का ‘लेटर पेपर’ का ही हो। यदि किसी समय ‘लेटर पेपर’ न हो तो साधारण कागज के ऊपरी भाग पर लेटर पेपर की लिखावट टाइप कर लेनी चाहिए अथवा हाथ से लिख लेनी चाहिए (संस्था का नाम, केंद्र कार्यालय, स्थानीय पता, फोन नंबर आदि)

“इसके अनंतर अब आपको प्रत्यक्ष समाचार लेखन का कार्य प्रारंभ करना है। ध्यान रहे, समाचार लेखन एक कला है और उसका अंकन सावधानी और कुशलतापूर्वक होना आवश्यक है। मान लीजिए आपने समाचार लेखन का प्रारंभ लेटर पेपर पर छपे संस्था के नाम आदि के नितांत पास से ही कर दिया, तो सजावट की दृष्टि से वह एकदम असुंदर हो जाएगा और यदि सहसंपादक को आपके समाचार को शीर्षक, उप शीर्षक देने पड़ें तो उसे बड़ी असुविधा होगी। अतएव सजावट की दृष्टि से तथा सहसंपादक की सुविधा की दृष्टि से संस्था के नाम आदि के नीचे कुछ रिक्त स्थान छोड़कर समाचार लेखन का कार्य आरंभ करना उपयुक्त होगा।

“समाचार यदि एक से अधिक पृष्ठों पर लिखा जाने वाला हो तो प्रत्येक पृष्ठ के अग्रभाग पर रिक्त स्थान छोड़ने की आवश्यकता नहीं है। हाँ, जहाँ एक पैराग्राफ (पैरा) समाप्त हो और दूसरा पैराग्राफ आरंभ करना हो तो उन दोनों के मध्य में कुछ थोड़ी रिक्तता रखनी चाहिए जिससे कि उस रिक्त स्थान पर सहसंपादक उपशीर्षक लिख सके। समाचार कागज के एक ओर ही लिखा जाए। कागज के दोनों ओर लिखना सर्वथा वर्ज्य है। समाचार सामग्री के चारों ओर एक इंच से कुछ अधिक मार्जिन भी छोड़ी जाया करे। एक ही कागज पर दो अलग-अलग समाचार न तो लिखे जाएँ न भेजे जाएँ। स्थान तथा दिनांक लिखने के पश्चात् समाचार लिखना प्रारंभ किया जाए, जैसे बंबई दि. 12.

“समाचार लेखन की चतुरता तभी है जब कि वाक्य छोटे-छोटे हों, भाषा सरल हो। रचना उलझन भरी न हो। पैराग्राफ टाइप की हुई 6 पंक्तियों से अधिक न हो। अब आपने समाचार लिख लिया है तथा उसका

सिंहालोकन आरंभ कर दिया है और किसी शब्द के स्थान पर आप कोई दूसरा शब्द लिखना चाहते हैं तो उस शब्द को काटकर उसके ऊपर दूसरा उपयुक्त शब्द लिख दें, किंतु परिवर्तन अधिक करना चाहते हों, तो जिस पंक्ति के पश्चात् आपको परिवर्तन करना है, उसके नीचे से कागज फाड़ दीजिये और दूसरे कागज पर दुबारा लिखकर उस कागज को पहले कागज में चिपका दीजिए। पंक्ति के अंत में आनेवाले शब्द को खंडित न कीजिए। कागज के अंत में कुछ स्थान कोरा रह जाए तो रहने दीजिए, किंतु पूर्ण शब्द दूसरी पंक्ति में ही लिखिए। उसी प्रकार पृष्ठ के अंत में भी आनेवाले शब्द को अधूरा न लिखकर अगले पृष्ठ में ही उसे पूरा लिखना चाहिए।

“कभी-कभी ऐसा अवसर भी आता है जबकि वाक्य समाप्त नहीं हो पाता लेकिन पृष्ठ समाप्त हो जाता है, तब अधूरा वाक्य अगले पृष्ठ पर लिखना पड़ता है। यह उचित नहीं। वाक्य उसी पृष्ठ पर समाप्त होना चाहिए, जिस पर लिखना आरंभ किया गया है। यदि स्थान की कमी है तो वाक्य लिखना आरंभ ही न किया जाए, भले ही थोड़ा स्थान रिक्त रह जाए। यही नहीं जो पैरा आपने लिखना आरंभ किया है वह भी यदि उसी पृष्ठ पर समाप्त हो तो उत्तम होगा। इस समय आपको यह देख लेना चाहिए कि जो पैरा आप समाप्त कर चुके हैं और उसके पश्चात् जिस पैरा को प्रारंभ करना चाहते हैं, वह उसी पृष्ठ में समाप्त हो सकेगा या नहीं? यदि नहीं, तो उसे लिखना प्रारंभ ही न किया जाए। भले ही थोड़ा स्थान खाली रह जाए और अगले पृष्ठ पर उसे लिखना पड़े। कुछ समाचार इतने विस्तृत होते हैं कि उन्हें कई पृष्ठों में लिखना पड़ता है। तब आपको एक सावधानी बरतनी होगी। प्रत्येक पिछले पृष्ठ के अंत में दाहिने कोने पर ‘आगे देखिये’ या ‘आगे और है’ इस प्रकार या इसी प्रकार के दूसरे चिह्नकित शब्द लिखे जाया करें। उसी प्रकार अगले पृष्ठ के प्रारंभ में बायें कोण पर ‘पृष्ठ 1 से आगे’ यह या इसी प्रकार के दूसरे चिह्नकित शब्द लिखे जाएँ। और भी उत्तम होगा यदि प्रत्येक पिछले पृष्ठ की अंतिम पंक्ति के कुछ अंतिम शब्द अगले पृष्ठ की पंक्ति के ऊपर टाइप कर दें या हाथ से लिख दें। समाचार लेखन पूर्ण होते ही अंतिम पंक्ति के नीचे कुछ स्थान रिक्त छोड़कर कोई ऐसा चिह्न अंकित कर दिया जाए, जिससे ज्ञात हो सके कि समाचार समाप्त हो चुका है। सारांश यह है कि हमारी ओर से भेजा गया समाचार सुसज्जित हो, सहसंपादक को पढ़ते समय अधिक से अधिक सुविधा हो और उसके सामने कोई कठिनाई उपस्थित न हो” (ठेंगड़ी, 2008, पृष्ठ-8-10)।

समाचार भेजने से पूर्व की आवश्यक सावधानियाँ

समाचार के स्वरूप में प्रेस विज्ञप्ति लिखना एक कला है, लेकिन प्रेस विज्ञप्ति को समाचार पत्रों के कार्यालयों में भेजने से पूर्व यदि कुछ सावधानियाँ न बरती जाएँ तो उसके वांछित परिणाम नहीं निकलते। ऐसी कुछ सावधानियों की ओर संकेत करते हुए ठेंगड़ी जी लिखते हैं, “समाचार लेखन पूर्ण होने पर उसे फिर एक बार शांति से, सतर्कतापूर्वक पढ़ लेना अत्यंत आवश्यक है। पढ़ते समय लचर और अनावश्यक शब्दों को कठोरतापूर्वक निकाल दीजिए। टाइप की अशुद्धियों को शुद्ध कीजिए। जिन शब्दों को आपने निकाला है उनके स्थान पर उनसे अधिक सार्थक शब्द लिखिए। सारांश यह कि पुनर्वाचन के पश्चात् समाचार सुगम्य, सुंदर और आकर्षक बन जाए।

“दैनिक समाचारपत्र में काम करने वाले सहसंपादक आदि कार्यकर्ता, समाचारों के चयन, संपादन आदि की दृष्टि से समाचारों का दोपहर में ही

आना उपयुक्त समझते हैं, किंतु प्रायः ऐसा नहीं होता। दिनभर समाचार एकत्रित करने वाले संवाददाता तथा संस्थाओं के व्यक्ति अपने-अपने समाचार संध्या के 5.00 बजे के पश्चात् ही भेज पाते हैं। उस समय उक्त कार्यालय में समाचारों का ताँता लगा रहता है। समाचारों की वर्षा सी होने लगती है। अतएव हम अपना समाचार भेजने की ऐसी व्यवस्था करें कि उपरोक्त समय के भीतर ही वह वहाँ पहुँच जाए।

“समाचार लिख लिया गया है, उसका सिंहालोकन भी हो गया है। अब उसे केवल लिफाफे में बंद करके भेजना ही शेष रह गया है। बात साधारण-सी है किंतु उसे भी आपको सावधानीपूर्वक करना होगा। समाचारों के संबंध की प्रत्येक क्रिया चाहे वह साधारण हो, चाहे असाधारण, वह आपको सतर्कता और सजगतापूर्वक संपन्न करनी चाहिए। अल्प-सी भूल, छोटी-सी असावधानी भी घातक सिद्ध हो सकती है। अतएव समाचार सावधानीपूर्वक भेजे जाया करें। समाचार, पत्रक, निवेदन आदि ‘समाचार-संपादक’ (News Editor) के नाम तथा कार्यक्रमों का निमंत्रण पत्र प्रमुख संवाददाता (Chief Reporter) के नाम लिफाफे में बंद करके भेजे जाएँ।

“संस्थाओं में बड़े-बड़े सम्मेलन हुआ ही करते हैं। जिस समय ऐसा कोई सम्मेलन हो, तो उसमें भाषण देने वाले वक्ताओं के वक्तव्य पहले ही लिख लिए जाया करें और उनको छपवा भी लिया जाय। यदि आप त्वरित प्रसिद्धि चाहते हैं तो जो कार्य सहसंपादक को करना है, उसे भी आप ही कर लें। वह कार्य है उन भाषणों का संक्षिप्त सारांश। उस सारांश को लिखकर अथवा टाइप करवा कर रख लें और सम्मेलन के निश्चित दिवस से दो-तीन दिन पूर्व वक्ताओं के भाषण की मुद्रित प्रति तथा वह सारांश-दोनों समाचार पत्र कार्यालय में भेज दिए जाएँ। दोनों के अग्रभाग पर निम्नांकित भी अवश्य लिखिए—‘दि..... को संध्या समय..... प्रकाशन के हेतु’।

“कभी-कभी सब प्रकार की सावधानी बरतने एवं शीघ्रता करने पर भी यदि समाचार भेजने में विलंब प्रतीत हो तो ऐसे अवसर पर आप दूरभाष (टेलीफोन) द्वारा ‘समाचार संपादक’ अथवा ‘प्रमुख संवाददाता’ को सूचित करें कि ‘समाचार शीघ्र भेजा जा रहा है कृपया स्थान सुरक्षित रखें’। यदि यह सूचना आप यथासमय उन्हें दे देते हैं तो निश्चय ही वे आपके समाचार के लिए स्थान सुरक्षित रखेंगे।

“समाचारों का वितरण किस प्रकार हो, इस पर भी प्रकाश डालना अनुचित नहीं होगा। समाचार वितरण में ‘समता’ का दृष्टिकोण नैतिक दृष्टि से सर्वश्रेष्ठ है। एक ही नगर में एक से अधिक समाचार पत्र प्रकाशित होते हों तथा एक से अधिक समाचार संस्थाएँ हों तो एक ही समय में उन सबको समाचार वितरित करना आपका कर्तव्य है। ऐसा नहीं होना चाहिए कि एक समाचार पत्र के पास तो आप यथासमय समाचार भेज दें और दूसरे के पास विलंब से भेजें। एक के पास भेजें, दूसरे के पास भेजे ही नहीं। एक को विस्तारपूर्वक भेजें और दूसरे के पास उसका संक्षिप्त रूप ही भेज दें। एक समाचार पत्र के संवाददाता को समाचार की सूचना विस्तृत रूप से दें और दूसरे को किंचितमात्र ही सूचित करें। ये समस्त क्रियाएँ (बातें) समाचार पत्र जगत् में नैतिक दृष्टि से वर्ज्य हैं। यह सत्य है कि प्रत्येक समाचार पत्र का दृष्टिकोण आपकी संस्था के प्रति भिन्न-भिन्न स्वरूप का होगा। कोई आपके अनुकूल होगा, कोई प्रतिकूल होगा, कोई तटस्थ होगा। उन सभी को समानभाव से आपको समाचार वितरण करना चाहिए। किंचित भी पक्षपात नहीं करना चाहिए। आपकी संस्था के प्रति सहानुभूति रखनेवाले

समाचारपत्रों के सहसंपादक अथवा संवाददाता अपनी इच्छा से, अपनी अंतःप्रेरणा से उसमें कुछ परिवर्तन-परिवर्द्धन करें (घटाएँ-बढ़ाएँ) तो यह उनका अपना दृष्टिकोण है। इस प्रकार समता को अपनाने पर विपक्ष के व्यक्ति भी आप पर पक्षपात का आरोप नहीं लगा सकेंगे।

“समाचार पत्र कार्यालयों में देने के हेतु समाचारों की लिखित प्रतियाँ ले जाने वाले व्यक्ति का कर्तव्य होगा कि वह अपनी संस्था के निकटस्थ समाचारपत्र कार्यालय से वितरण कार्य आरंभ करे। जो समाचार पत्र कार्यालय सबसे दूर होगा उसमें वह अंत में जाए। यह क्रम सर्वोत्तम है। उल्टा क्रम अपनाने का मोह त्याग देना चाहिए। समाचारों के विलंब से पहुँचने की संभावना हो तो तत्काल सहसंपादक को टेलीफोन द्वारा सूचित कर दीजिए कि समाचार कर्मचारी के साथ भेजे गए हैं (अथवा भेजे जा रहे हैं, जैसी स्थिति हो), शीघ्र ही आपके कार्यालय में पहुँचेंगे। नम्रतापूर्वक उन्हें यह भी भान करा देना आवश्यक है कि हमारे समाचार के लिए उन्हें कितना स्थान सुरक्षित रखना चाहिए।

“प्रवेश द्वार पर बैठनेवाला चौकीदार भी उपेक्षित व्यक्ति नहीं है। किन्हीं किन्हीं बड़े समाचारपत्र कार्यालयों में इसी चौकीदार को कागज लेकर भीतर पहुँचने का अधिकार होता है। उसे कागज की महत्ता का ज्ञान नहीं होता। वह तो यंत्र की भाँति अपना कार्य करता है। कभी-कभी उसकी असावधानी से त्वरित प्रकाशन को भेजा गया प्रमुख समाचार शीघ्र ही भीतर नहीं जा पाता और उस समाचार की महत्ता ही नष्ट हो जाती है। यदि आपका चौकीदार से अच्छा संबंध है तो आप समाचार की महत्ता समझाकर तत्काल उसे भीतर ले जाने के लिए प्रोत्साहित कर सकते हैं और कार्यालय में उपस्थित किसी सहसंपादक का नाम बताकर उसे देने के लिए कहेंगे तो वह स्नेहवश आपका कार्य शीघ्र और तत्परतापूर्वक कर देगा” (टेंगड़ी, 2008, पृष्ठ 10-12)।

समाचार लिखने की कला को ऐसे निखारें

समाचार लेखन एक कला है, जिसमें प्रायः पत्रकार पारंगत होते हैं। लेकिन मजदूर संगठन का एक कार्यकर्ता भी समाचार लेखन की कला में कैसे पारंगत हो सकता है और उसमें कैसे निरंतर निखार ला सकता है यह समझाते हुए टेंगड़ी जी निम्नलिखित व्यावहारिक सुझाव देते हैं :

“समाचार लेखनकला को दिन पर दिन उन्नत और परिमार्जित करने के लिए आपका भिन्न-भिन्न विचारधारा के अनेक समाचारपत्रों को पढ़ना आवश्यक है। केवल पढ़ना ही पर्याप्त नहीं है, समालोचना के दृष्टिकोण से उसका अध्ययन भी करना चाहिए। उनकी तकनीक क्या है? रचना किस प्रकार की जाती है? किस समाचार पत्र में किस प्रकार के संवाद प्रकाशित होते हैं? किन समाचारों को प्रमुखता दी जाती है? समाचारों को प्रमुखता प्रदान करते समय उसके कौन से भाग को प्रभावशाली रूप से प्रथम लिखा जाता है? इन समस्त कला अंगों में पारंगत होने के लिए नित्य प्रति समाचारपत्रों को पढ़कर उनका अध्ययन करना अनिवार्य है।

“समाचारों का लेखन इतना प्रभावी और सम्मोहक होना चाहिए कि पढ़ना प्रारंभ करने पर पाठक उसको अंत तक पढ़ता ही चला जाए। उसमें कहीं भी ढीलापन न हो, वह अनाकर्षक न हो। यह तभी हो सकेगा जब आप समाचार के वाह्य स्वरूप को चित्रित करने की कला हृदयंगम कर लेंगे। उपन्यास अथवा लघुकथा लिखते समय लेखक पाठक की उत्सुकता को अंत तक जीवित रखता है। कथानक के अंत में वह उत्सुकता अपनी

चरम सीमा पर पहुँच जाती है, किंतु समाचार लेखन में यह सिद्धांत लागू नहीं होता। समाचार लेखन में पाठक की उत्सुकता प्रथम वाक्य में ही जाग्रत करनी चाहिए। इसलिए समाचार के प्रमुख महत्त्व का अंश सर्वप्रथम लिखा जाना आवश्यक है। तुलनात्मक दृष्टि से जो भाव अधिक महत्त्व का है वह प्रथम पैरे के प्रथम वाक्य में ही दिग्दर्शित होना चाहिए। समाचार लेखन का क्रम इस प्रकार होना चाहिए कि सबसे अधिक महत्त्व का अंश पहले पैरे में हो और उससे कम महत्त्व का दूसरे पैरे में, इस क्रम से सबसे कम महत्त्व का भाग अंतिम पैरे में लिखा जाए। इस प्रकार ‘ऊपर से नीचे’ यह उतार-क्रम समाचार लेखन में अपनाया जाए। प्रत्येक पैरे का सबसे महत्त्व का अंश उसके प्रथम वाक्य में ही प्रथित किया जाए। पैरे छोटे, स्वच्छ और व्यवस्थित हों, टाइप की हुई छह पंक्तियों से अधिक बड़े न हो। समाचार के प्रत्येक अंग और अंश हेतु एक-एक पैरा सुरक्षित रखा जाए। प्रत्येक पैरे का आरंभ एक ही शैली में करने से समाचार में हीनता आ जाती है और वह लचर बन जाता है। अतएव प्रत्येक पैरे का प्रारंभ भिन्न-भिन्न शैली में करना आकर्षण और सुघड़ता की दृष्टि से सर्वोत्तम होगा।

“उपर्युक्त सभी कला अंग तभी व्यवस्थित रूप से अंकित हो सकेंगे जब समाचारों के प्रत्येक विभाग का आप कच्चा ढाँचा बना लेंगे। आपको मनोयोगपूर्वक यह भी विचार करना होगा कि तुलनात्मक दृष्टिकोण से किस विभाग का कितना महत्त्व है। समाचार आकर्षक ढंग से किस प्रकार प्रस्तुत करना है, उसमें सुघड़ता किस प्रकार लानी है। सारांश यह है कि चिंतन और मनन के पश्चात् आपके मस्तिष्क में समाचार के प्रत्येक अंश की कड़ियाँ शृंखलाबद्ध हो जाएँ, उसकी रूपरेखा बन जाए, तभी समाचार लेखन आरंभ किया जाए। यदि वह निवेदन (वक्तव्य) है तो सर्वप्रथम निवेदक को अपना नाम और अधिकार का उल्लेख करना चाहिए। जिस घटना के संबंध में निवेदन (वक्तव्य) लिखा जाना है उसका अंतर्बाह्य संपूर्ण ज्ञान पहले से ही प्राप्त कर लिया जाए। संपूर्ण ज्ञान के अभाव में वक्तव्य लिखना उचित नहीं है। न उसका प्रकाशन ही लाभकारी होगा। अधूरे ज्ञान के आधार पर लिखे गए वक्तव्य से आपका अज्ञान ही प्रकट होगा, उसमें ‘एकपक्षीय’ वक्तव्य लिखने का अभियोग निहित होता है।

“यदि वक्तव्य आलोचनात्मक हैं, तो उसे बहुत ही सतर्कतापूर्वक लिखना चाहिए। उसकी शब्द योजना मार्मिक हो। वाक्य शृंखलाबद्ध हो। उसमें गंभीरता, स्थिरता और साहस की भावनाएँ निहित हों। गंभीर और संतुलित आलोचना लिखकर भी प्रतिपक्षी के मर्मस्थान पर आघात किया जा सकता है। यदि आरंभ से ही आप इस ओर ध्यान नहीं देंगे तो आपका (आपके पक्ष का) अज्ञान प्रकट हो जाएगा और आपके उद्देश्यों के लिए जनमानस में शंका निर्माण होगी।

“साधारण पाठकों के पास इतना समय नहीं होता कि वह समाचार का एक-एक अक्षर पढ़ सकें, फिर भी समाचार पढ़ने की जिज्ञासा तो उनमें होती ही है। जिज्ञासा और समयाभाव की द्वंद्वभरी मनःस्थिति में वे समाचार पढ़ना आरंभ कर देते हैं, तब वे शीर्षक, उपशीर्षक पढ़कर ही समाचार का गर्भितार्थ समझने का प्रयत्न करते हैं। अधिक से अधिक धैर्यपूर्वक वे प्रथम पैरा पढ़ जाते हैं, उसमें यदि उनकी उत्सुकता को चेतना मिली तो उसे आगे पढ़ेंगे, नहीं तो नहीं। अतएव अगला पैरा वे पढ़ें चाहे न पढ़ें, प्रथम पैरा पढ़कर ही संपूर्ण समाचार का उद्देश्य उनके ध्यान में आ जाना चाहिए। यदि प्रथम पैरे में संपूर्ण समाचार की आत्मा निहित है तो उससे एक लाभ और भी होगा। जब वह समाचार आप किसी सह-संपादक के पास प्रकाशनार्थ

भेजते हैं, और सहसंपादक स्थानाभाव के कारण, दूसरे समाचारों की अधिकता के कारण तथा विज्ञापनों की भरमार के कारण आपका पूरा समाचार छापने में असमर्थ हो जाता है, तो ऐसी स्थिति में आपका संपूर्ण समाचार पढ़कर उसे यदि यह विश्वास हो जाए कि प्रथम पैरा को पढ़कर ही पाठक समाचार के अंतरंग का दर्शन कर सकेगा तो वह उसी पैरे को छाप देगा और इस प्रकार आपके समाचार का त्वरित प्रकाशन हो जाएगा।

“आपके समाचार लेखन की सफलता इसी में है कि सह-संपादक को उसमें अधिक संशोधन न करना पड़े। समाचार उसके पास पहुँचते ही वह उसमें यथास्थान शीर्षक, उपशीर्षक लिखकर तत्काल कंपोजिंग में दे दे। किंतु यदि आपके समाचार में उसे अधिक संशोधन करने का अथवा पुनः लिखने का दुःखद अवसर आया तो समाचार प्रकाशन का उसका उत्साह ठंडा पड़ जाएगा। समाचारपत्र जिस भाषा का हो उसी भाषा में समाचार लिखकर भेजना आवश्यक है। किसी अन्य भाषा में लिखे समाचार का भाषांतर करने का अवकाश प्रायः सह संपादक को नहीं होता, मनःस्थिति भी नहीं होती है। अतएव भाषांतर का कार्य स्वयं आपको ही कर लेना चाहिए।”

“समाचार-लेखन का एक और तत्त्व है, ‘कटौती’। उसे तत्त्व न कहकर ‘शस्त्र’ कहें तो अधिक उपयुक्त होगा। इस शस्त्र द्वारा शब्दों की कटौती, कीजिए, लिखावट की कटौती कीजिए और समाचार को सुघड़ता प्रदान कीजिए। वही समाचार प्रभावशाली होगा, मन को सम्मोहित करेगा, जिसमें अनावश्यक शब्द न हों, कम से कम शब्दों में अत्यधिक आशय प्रतिध्वनित होता हो, समाचार की महत्ता उसकी लंबाई से नहीं आँकी जाती, वह तो उसके ध्वनि-अर्थ पर अवलंबित होती है। अनेक व्यक्तियों की धारणा होती है कि हम अपनी ओर से अधिक से अधिक विस्तृत समाचार लिखकर भेज दें, समाचारपत्र वाले उसमें से कुछ-न-कुछ तो छापेंगे ही। यह धारणा गलत है। समाचार लंबोतरा तथा अनर्गल प्रलाप जैसा होगा तो उसको संक्षिप्त रूप देने की उलझन को सह-संपादक नहीं अपनाएगा, वह तो उसे प्रायः रद्दी की टोकरी में ही फेंक देगा। मान लीजिए कि उसने उसे संक्षिप्त रूप देने का प्रयत्न भी किया तो उसका विकृत रूप जनता के सम्मुख आने की भारी संभावना रहेगी। इसका कारण यह है कि सह-संपादक को समाचार की वास्तविकता के रहस्य का प्रत्यक्ष ज्ञान तो होता नहीं है। वह तो आपके लिखे हुए समाचार को ही संक्षिप्त बनाने का प्रयत्न करेगा। इस प्रयास में आपकी दृष्टि में समाचार का जो भाग महत्वपूर्ण है, उसे वह कम महत्त्व का समझे और उसे कम कर देवे, अथवा जिस अंश को आप साधारण महत्त्व का समझते हैं उसे वह महत्त्वपूर्ण समझे, यह सब उसने सद्भावना से किया है और फिर भी समाचार विकृत हो गया है अतएव इन समस्त बातों से बचने के हेतु आप स्वयं समाचार को इतने संक्षिप्त रूप में लिखकर भेजें कि उसे और संक्षिप्त करना सह-संपादक न तो इष्ट समझे, न आवश्यक ही। समाचार को अर्थभरा, दृढ़ और कसा हुआ संक्षिप्त रूप देने हेतु आपको कसौटी के नियमों का निर्दयतापूर्वक पालन करना चाहिए।

“घटना के दिन का उल्लेख करते समय ‘कल’, परसों, चार दिन पूर्व, आदि शब्द प्रयोग करना उपयुक्त नहीं होता, दिनांक का उल्लेख स्पष्टतया लिखा जाना चाहिए जैसे दि. 12 को। समाचारपत्रों में ‘नामों का निर्देशन’ करना साधारण कार्य नहीं है। वह तो अत्यंत सजगतापूर्वक व्यवहार में लाया जाने वाला एक ‘तन्त्र’ है। उस तंत्र का प्रयोग किस प्रकार किया जाए, इस पर प्रकाश डालना अप्रासंगिक नहीं होगा। समाचारों में स्थानों

का उल्लेख स्पष्टतया किया जाया करे। यदि स्थान, कोई अप्रसिद्ध ग्राम है तो ग्राम का नाम, तहसील, जिला आदि सभी के नामों का निर्देशन करना आवश्यक है। व्यक्तियों के नामों का निर्देशन करते समय निम्नलिखित नियमों का पालन करना अनिवार्य होगा :

- समाचार में आप जिन-जिन व्यक्तियों का उल्लेख करना चाहते हैं उन सबका पद और अधिकार अवश्य लिखें।
- जब आपकी संस्था के कार्यकर्ताओं के नामों का निर्देशन करने का अवसर उपस्थित हो तो ‘उतार-क्रम’ के नियम को अपनाया जाए। सर्वाधिक विख्यात कार्यकर्ता का नाम सर्वप्रथम लिखा जाए, उसके पश्चात् कार्यकर्ताओं की ख्याति के मापदंड के अनुसार उनके नाम क्रमशः लिखे जाएँ।
- अपनी संस्था के समारोह में आए हुए अथितियों के नामों का उल्लेख करते समय यही ‘उतार क्रम’ का नियम व्यवहार में लाया जाए। यही नहीं जब आप समारोह के संबंध में समाचार लिखने बैठें तब उसमें भाग लेने वाले सम्मानित तथा प्रभावशाली व्यक्तियों के अधिक से अधिक नामों का उल्लेख करें, जिसका अवश्यभावी परिणाम यह होगा कि उनके अपने-अपने ‘गुट’ में आपकी संस्था के प्रति आस्था तथा सद्-भावना का जागरण होगा।

“समाचार लेखन के समय आप स्वयं शीर्षक उपशीर्षक निश्चित न करें। कई बार ऐसा देखा गया है कि लिखित समाचार के अंतर्गत ही, विशेषरूप से प्रथम पैरे में ही ‘शीर्षक’ के योग्य कोई वाक्य होता है और वही शीर्षक के लिए चुन लिया जाता है। मान लीजिए समाचार में आप किसी सुप्रसिद्ध नेता के भाषण का सारांश दे रहे हैं। उस भाषण का प्रभावशाली, महत्त्वपूर्ण एकाध वाक्य प्रथम पैरे के प्रारंभ में ही लिखा गया है तो वही शीर्षक का स्थान ग्रहण कर लेता है। अतएव शीर्षक उपशीर्षक देने का कार्य सह-संपादक पर छोड़ देना ही उचित होगा। किंतु आप जिस प्रकार का शीर्षक चाहते हैं, वह मिलना आपकी समाचार-लेखन-चातुरी पर निर्भर करता है। आप द्वारा प्रथम पैरे का सृजन देखकर तथा उसमें ग्रथित किया गया भावार्थ पढ़कर सह-संपादक स्वयं-स्फूर्ति से आपका मनोवांछित शीर्षक उक्त समाचार को प्रदान कर दे, यही समाचार-लेखन की अपूर्व सफलता है। यह कार्य कठिन अवश्य है, किंतु अभ्यास करते रहने से तथा सूक्ष्म अध्ययन से वह साध्य हो जाता है” (ठेंगड़ी, 2008, पृष्ठ 12-16)।

समाचारपत्रों का नियमित वाचन

जनसंपर्क के क्षेत्र में कार्यरत लोगों के लिए समाचार पत्रों का नियमित वाचन बहुत आवश्यक है। इससे न केवल जनमानस को समझने में सहायता मिलती है, बल्कि प्रतिपक्षी संगठनों के तर्कों का उत्तर खोजने में भी सहायता मिलती है। इस संबंध में जानकारी देते हुए ठेंगड़ी जी लिखते हैं : “अभ्यास और अध्ययन करने का भी एक विशेष प्रकार का ‘तंत्र’ है। उसका अंतर्बाह्य ज्ञान अनुभव द्वारा प्राप्त किया जा सकता है और वह अनुभव आत्मसात् करने हेतु नियमित रूप से दैनिक तथा साप्ताहिक आदि सब प्रकार के समाचारपत्रों का वाचन आवश्यक है, क्योंकि जनमानस में स्थान बनाना है तो जनमत को समझना भी जरूरी है। जनमत को समझने के लिए एकपक्षीय समाचारपत्र पढ़ने के साथ-साथ, स्वतंत्र ध्येय को लक्ष्य बनाकर प्रकाशित होनवाले समाचारपत्रों को पढ़ना भी आवश्यक है। तभी आप प्रतिपक्षी के तर्कों का उत्तर देने में समर्थ हो सकेंगे। इस नियमित

वाचन तथा अध्ययन से आपको एक और भी लाभ होगा। अद्यावत् समाचारों की धारा यदि आपके ज्ञान-तंतुओं में प्रवाहित होती रही तो कोई भी नवीनतम घटना आपकी दृष्टि से ओझल न हो सकेगी। किंतु यदि आपके समाचारपत्रीय जीवन में नियमित वाचन का अभाव है तो उक्त घटना के संबंध में तत्काल अधिकृत प्रतिक्रिया आपके मस्तिष्क से उद्भूत नहीं हो सकेगी और तब आप उसे यथासमय प्रकट करने में भी असमर्थ हो जाएंगे। परिणामस्वरूप आपकी संस्था इस एक बात में क्यों न हो, प्रतिस्पर्धी संस्थाओं की दौड़ में पिछड़ जाएगी।

‘नवीन से नवीन समाचार, अथवा जन-भाषा में कहें तो ‘गरमागरम’ समाचार पढ़ने को जनता बहुत उत्सुक रहती है। नवीनता कुतूहल और उत्सुकता की जननी है। अतएव ‘आज का समाचार आज ही’ यह सूत्र प्रतिक्षण ध्यान में रखिए। व्यावसायिक दृष्टिकोण से उसे अपने जीवन का ध्येय बनाइए। समाचार लिखने में किंचित् मात्र भी आलस्य न कीजिए, यहाँ तक कि संध्या समय कोई समारंभ आयोजित किया गया हो तो आपको उक्त समय के पूर्व ही समारंभ के उद्देश्य का वर्णन, वक्ताओं के नाम, यदि उनका भाषण पूर्व नियोजित है तो उसका सारांश आदि समाचार का आधा भाग लिखकर रख लेना चाहिए। इसमें यह सुविधा रहेगी कि शेष भाग की पूर्ति वक्ताओं के भाषण के समय सभास्थान पर ही आप कर लेंगे और वहीं से तत्काल समाचारपत्र कार्यालय में प्रकाशनार्थ भेज सकेंगे। यदि समस्त वक्ताओं के लिखित भाषण समय से पूर्व ही आपके हाथों में आ जाते हैं, तो उसका सुयोग्य सारांश लिखकर अथवा उन व्यक्तियों को मूलरूप में रखकर ही समारंभ के पूर्व नियोजित उद्देश्यों के आधार पर आगामी कार्यवाही की कल्पना करके पूरा समाचार दोपहर में ही लिख दीजिए और प्रकाशनार्थ भेज दीजिए। कोई महत्त्वपूर्ण घटना रात में घटित होती है और उसी समय आपको उसका पता लग जाता है और उक्त घटना के संबंध में समाचार लिखकर भेज सकें इतना समय आपके पास नहीं है तो आपका कर्तव्य होगा कि आप तत्काल समस्त समाचारपत्रों को ‘फोन’ द्वारा उसकी सूचना दे दें। दूसरे दिन की प्रतीक्षा में समाचार को रोके रखना उसकी महत्ता को नष्ट करना है।

‘एकाध बार ऐसा भी अवसर आता है जबकि आपकी ही किसी शाखा की ओर से केंद्र कार्यालय को समाचार भेजने में विलंब हो जाता है। यह ठीक है कि समाचार देर से आया है किंतु उसमें भी नवीनता निर्माण की जा सकती है। मान लीजिए, कोल्हापुर में दि. 4 को मारपीट हो गई, उसमें आपकी संस्था के भी कुछ व्यक्ति घिर गए, किंतु इस घटना का समाचार मुंबई के कार्यालय में दि. 6 की दोपहर तक नहीं आ पाया। कोल्हापुर में भी आपकी संस्था द्वारा समाचार वितरित नहीं हो सका और दो दिन पश्चात् मुंबई कार्यालय के पास पूर्ण अधिकृत समाचार प्राप्त हुआ। यह सत्य है कि अब उसकी नवीनता नष्ट हो गई है, फिर भी उसमें नवीनता का आभास तो निर्माण किया ही जा सकता है। उदाहरण के लिए हम उस समाचार की रूपरेखा प्रस्तुत कर रहे हैं। मुंबई, दि. 6. कोल्हापुर के सरकारी अस्पताल में जिन चार जखमी नेताओं की स्थिति चिंताजनक थी, वे अब स्वस्थ हो रहे हैं, उनकी स्थिति में भी बहुत कुछ सुधार हो गया है, ऐसा आज यहाँ भा.म. संघ के सचिव श्री सरदेशपांडे ने अपनी एक भेंट में कहा। श्री सरदेशपांडे आज दोपहर में ही कोल्हापुर से यहाँ आए हैं। भा.म. संघ के केंद्र कार्यालय के आदेश पर श्री सरदेशपांडे दि. 4 को ही संध्या समय विशेष मोटर द्वारा घटनास्थल का निरीक्षण करने कोल्हापुर के लिए रवाना हो गए थे। मुंबई

आने पर घटना के संबंध में वक्तव्य देते हुए उन्होंने कहा... (इस स्थान पर 48 घंटे विलंब से आए समाचार का समावेश किया जा सकता है।)

‘प्रतिक्षण स्मरण रखिए कि सत्य ही समाचार की आत्मा होता है। उसमें अपनी ओर से नमक-मिर्च लगाना, अपने मतों का समावेश करना, काल्पनिक भावनाओं को स्थान देना, समाचार की सत्यता को विकृत करना है। अतएव आपकी संस्था की ओर से प्रकाशनार्थ भेजा जाने वाला समाचार नितांत सत्य घटना पर आधारित है, ऐसा पूर्ण विश्वास होने पर ही उसे लिखा जाए और प्रकाशनार्थ भेजा जाए। समाचार में उल्लिखित व्यक्तियों के नाम तथा स्थानों के नाम पूर्ण तथा शुद्ध लिखे जाएँ। अंग्रेजी में लिखना हो तो उनकी ‘स्पेलिंग’ (Spelling) शुद्ध होनी आवश्यक है। सारांश यह है कि समाचार के समस्त अंग सत्य पर तो आधारित होने ही चाहिए, साथ ही वे विशुद्ध भी हों, यदि उनमें कहीं पर अल्प-सी भी अशुद्धि रह गई, लिखने में छोटी-सी भी भूल हो गई तो समाचारपत्र संपादकों के मन में तथा जनता के मन में यह भावना उद्भूत हो सकती है कि समग्र समाचार ही असत्य पर आधारित होगा। काल्पनिक होगा, अल्प-सी असावधानी समस्त समाचार पर असत्य का आवरण डाल सकती है।

सब प्रकार की सावधानी बरतने पर भी कभी-कभी ऐसा अवसर आ जाता है कि त्वरित प्रकाशन की आकांक्षा, सामयिक प्रतिस्पर्धा, समय का अभाव आदि कारणों से समाचार में लिखित असत्य-अंश के प्रकाशन से किसी के सम्मान पर आघात हो जाता है। पर किसी की सद्भावना के साथ अन्याय होता हो तो आपको उसी समाचार-पत्र द्वारा, जिसमें वह समाचार छपा है, प्रामाणिक तथा स्पष्ट रूप में अपना स्पष्टीकरण प्रकाशित कराना चाहिए और यदि वास्तव में उक्त असत्य अंश से किसी की प्रतिष्ठा को धक्का लगा है तो निःसंकोच होकर उसकी क्षमा-याचना करनी चाहिए, नैतिकता की दृष्टि से यही उसका श्रेष्ठ उपाय है। यह सत्य है कि इस प्रकार क्षमा याचना करने का कटु प्रसंग आपकी संस्था पर आ गया है और यह प्रसंग उसके सम्मान को ठेस लगानेवाला भी है किंतु यह ज्ञान होने पर भी कि आपका समाचार अंशतः असत्य था, उसके प्रकाशन से किसी की मान हानि हुई है, उसे स्वीकार न करना और विवाद करते रहना सार्वजनिक शिष्टता के विरुद्ध और नैतिक दृष्टि से अशोभनीय है। सर्वांगीण परीक्षण और निरीक्षण करने के उपरांत ही समाचार प्रकाशनार्थ भेजे जाएँ, किंतु फिर भी सर्व प्रकार से सावधानी बरतने पर भी यदि कोई अल्प-सी भूल हो जाए तो वह क्षम्य नहीं है, ऐसा अवसर आने पर प्रामाणिक तथा निःसंकोच होकर सार्वजनिक रूप से अपनी भूल स्वीकार करना नैतिक धर्म है, श्रेष्ठ मार्ग है। भूल स्वीकार न कर उसे स्वाभिमान का प्रश्र बना लेना अनैतिकता है, असत्याचरण है, उसे ‘हठ-वाद’ कहना ही अधिक उपयुक्त होगा। सारांश यह है कि जिस समाचार में सद्रुचि की भावनाएँ हों, शिष्टाचार की धारणाएँ हों, नैतिक कल्पनाओं की परिसीमाएँ हों वही समाचार श्रेष्ठ है’ (टेंगड़ी, 2008, पृष्ठ 16-19)।

समाचार में छह ‘क’कारों का उत्तर

टेंगड़ी जी लिखते हैं कि किसी सद्यः प्राप्त समाचार को पूर्णरूप से प्रकट करने के लिए पिछले संदर्भों का उल्लेख करना अनिवार्य हो जाता है। उक्त संदर्भों का प्रकाशन यथासमय समाचारपत्रों में प्रकाशित हुआ ही रहता है। “अब आपको आज ही प्राप्त सद्यः समाचार को अधिक अर्थ पुष्ट, अधिक सुस्पष्ट और अधिक समझने योग्य बनाने के लिए उन संदर्भों को

पुनश्च संक्षेप में निम्न प्रकार से निर्देशित करना चाहिए :

- मान लीजिए दिनांक 10 को किसी कारणवश सार्वजनिक हड़ताल कराए जाने की योजना बन चुकी है और उसका विज्ञापन भी हो चुका है और उस हड़ताल को स्थगित करने के लिए उसके संयोजकों से निवेदन करना है तो उस संबंध का वक्तव्य तो पहले प्रकाशित किया जाए, उसके पश्चात् संक्षेप में हड़ताल की नोटिस किसकी ओर से, कब और क्यों दी गई थी, यह भी लिखा जाए।
- छह 'क' कार के यथार्थ उत्तर जहाँ तक हो सके समाचार के प्रथम पैरे में ही अंकित किए जाया करें। क्या? किसने? कब? क्यों? कहाँ? और कैसे? जब तक इन छह 'क' कारों के प्रश्नों के उत्तर आप के समाचार में अंतर्निहित नहीं होंगे, आपका समाचार अपूर्ण रहेगा। एक या दो 'क' कारों का उत्तर देने की सामग्री यदि आप एकत्रित नहीं कर पाए हैं तो समाचार लिखा ही न जाए।

“आपकी ओर से भेजे गए जो समाचार भिन्न-भिन्न समाचार पत्रों में प्रकाशित हो चुके हैं, उन्हें ध्यानपूर्वक पढ़ना आपका कर्तव्य है, क्योंकि प्रत्येक समाचारपत्र की अपनी-अपनी शैली होती है। समाचार पढ़ने पर उनकी शैली का ज्ञान आपको हो जाएगा और आगामी समाचार लिखते समय वह ज्ञान आपका मार्गदर्शन करेगा। कुछ समाचारपत्र स्थानीय होते हैं, कुछ प्रादेशिक होते हैं, कुछ अखिल भारतवर्षीय होते हैं। स्थानीय और प्रादेशिक समाचारों की महत्ता जितनी स्थानीय और प्रादेशिक पत्रों के लिए होती है उतनी अखिल भारतवर्षीय पत्रों के लिए नहीं होती। अतएव उनकी तुलना में दूरस्थ अन्य प्रांतों से प्रकाशित होने वाले समाचारपत्रों को समाचार संक्षेप में भेजे जाया करें, उसी प्रकार अखिल भारतीय समाचार वितरण संस्था को भी स्थानीय और प्रादेशिक महत्ता की दृष्टि से विस्तारपूर्वक लिखी गई बातों को छोड़कर उसका संक्षिप्त रूप ही भेजा जाए” (ठेंगड़ी, 2008, पृष्ठ 19-20)।

नियमित स्तंभों के अनुरूप सामग्री का निर्माण

समाचार पत्रों में प्रकाशित कुछ नियमित स्तंभों का भी अपने अनुकूल सामग्री के प्रकाशन हेतु उपयोग करने के सुझाव देते हुए ठेंगड़ी जी लिखते हैं, “प्रत्येक समाचारपत्र में कुछ नियमित स्तंभ प्रकाशित होते हैं। उनमें स्तंभ के उद्देश्य के अनुरूप साहित्य प्रकाशित होता है। उन अनेक स्तंभों में ‘आज के कार्यक्रम’ ‘दैनंदिनी’ अथवा तत्सम् अन्य स्तंभ होते हैं। उनमें संस्था के कार्यक्रम, संस्था से संबंधित नेताओं का नगर में आगमन, उनके भाषण आदि के कार्यक्रम, उनका नगर से प्रयाण आदि विज्ञप्तियाँ प्रकाशित होती हैं। इन विज्ञप्तियों की महत्ता छोटे-छोटे नगरों में जितनी होती है, उतनी न तो बड़े नगरों में होती है, न बड़े समाचारपत्र उनको अधिक महत्त्व ही देते हैं। अतएव स्थानीय व प्रादेशिक समाचारपत्रों में उनका उल्लेख विशेष महत्त्व का होता है। जिन नेताओं का अथवा प्रभावशाली व्यक्तियों का प्रभाव क्षेत्र अपने नगर अथवा अपने प्रदेश तक ही सीमित है ऐसे अधिक से अधिक नेताओं के नाम और व्यक्तियों के नाम और उनके कार्य का विवरण स्थानीय और प्रादेशिक समाचारपत्रों को भेजे जाने वाले समाचार में अवश्य उद्धृत किया जाए। इससे उस समाचार की महत्ता बढ़ेगी। ऐसे अनेक प्रभावशाली व्यक्ति हैं, जो समाचारपत्र जगत् में सुविख्यात हैं। यदि आपके समाचार में येन केन प्रकारेण उनके नामों का उल्लेख आ जाता है तो आपके समाचार की महत्ता अधिक बढ़ जाएगी। प्रायः अनुभव में आता

है कि ऐसे सुविख्यात व्यक्तियों के नाम का आधार पाकर अज्ञात संस्थाएँ अथवा घटनाएँ चमक उठती हैं” (ठेंगड़ी, 2008, पृष्ठ 21)।

छायाचित्रों का प्रयोग

ठेंगड़ी जी कहते हैं कि समाचारपत्र जगत् में समाचारों के साथ छाया चित्रों का महत्त्व भी कुछ कम नहीं होता। समाचारपत्रों में छायाचित्र शोभा के साथ प्रचार की वृद्धि करते हैं। अतएव समाचारों के साथ छायाचित्र भी समाचारपत्रों में प्रकाशित होते रहते हैं। छायाचित्र (फोटो) लेने की कठिनाई तब होती है जब कार्यक्रम संध्या समय अथवा रात में होता है। यदि आपकी इच्छा है कि दूसरे दिन प्रातःकाल समाचार के साथ छायाचित्र भी छपे तो आपको इस विषय पर समाचारपत्रों से पहले ही वार्तालाप कर लेना चाहिए। उन्हें यह बताना होगा कि छायाचित्र का साइज कितना बड़ा होगा तथा वह रात को कितने बजे तक भेजा जा सकेगा। कार्यक्रम में थोड़ी-बहुत भीड़ होते ही प्रारंभ में ही दो तीन छायाचित्र ले लेना चाहिए। उनमें से एक पसंद करके ब्लाक मेकर की ओर भेज दीजिए। इस संबंध में ब्लाक मेकर से भी पहले ही बात-चीत कर ली जाए। संभव है कार्य व्यस्तता तथा कार्याधिक्य के कारण वह शीघ्र आपको ब्लाक बनाकर न दे सके। आपको ध्यान रखना है कि समाचारपत्रों की ओर से जो समय निर्धारित किया गया है उसके भीतर ही उन्हें ब्लाक देना है। महत्त्व के कार्यक्रम का लंबा चौड़ा विवरण समाचारपत्र में साधारण स्थान पर छापने के बदले चुने हुए शब्दों में लिखा गया चुटीला संक्षिप्त समाचार यदि छायाचित्र के साथ यथास्थान छपता है तो उसका वह ठाट देखते ही बनता है और प्रचार की दृष्टि से भी श्रेयस्कर होता है” (ठेंगड़ी, 2008, पृष्ठ 20-21)। अब तकनीक बदल गई है। अब छायाचित्र के लिए ब्लॉक बनाने की जरूरत नहीं है। लेकिन अब से 40-50 साल पहले ऐसा ही होता था।

समाचार में भावनाओं का स्पर्श

ठेंगड़ी जी बताते हैं कि समाचार लेखन की चातुरी इसी में है कि आप उसमें यह दिग्दर्शित करने में सफल हो सकें कि उसे पढ़कर अधिक से अधिक जनता प्रभावित हो जाए। उसके अक्षरों की सामूहिक ध्वनि से यह प्रकट हो सके कि उसका अंतर्बाह्य संबंध जन-जीवन से है और वह संबंध वास्तविक एवं सामयिक है। तभी आपके समाचार की श्रेष्ठता प्रमाणित होगी और उसकी महत्ता बढ़ेगी। “कभी-कभी समाचार लेखक को मनोविज्ञान का आधार लेना पड़ता है। समाचार में अंकित व्यक्ति से अथवा व्यक्ति समूह से लेखक अल्प समय के लिए ही क्यों न हो, एकरूप हो जाता है। उस एकरूपता में लेखक स्वयं वह व्यक्ति ही बन जाता है। इस कारण मानवीय भावनाओं को स्पर्श करनेवाला समाचार प्रचार की दृष्टि से अधिक परिणामकारी होता है। मान लीजिए, आपको किसी ‘मिल’ के संबंध में समाचार लिखना है। आपने लिखा, “मिल मालिक ने ‘मिल’ बंद करके ताले लगा दिए। यह लेखन हृदयस्पर्शी नहीं है, उसके बदले यदि आप यह लिखें कि ‘उस मिल में कार्य करनेवाले बारह हजार श्रमिकों पर भूखों मरने का दुखद प्रसंग आ गया है’ तो यह मानवीय भावनाओं के अधिक अनुकूल होगा। मनोविज्ञान के दृष्टिकोण से नैसर्गिक दुर्घटनाओं के समाचारों की अपेक्षा, राजनीतिक तथा औद्योगिक क्षेत्र के समाचारों में स्वाभाविक रूप से मानवीय कुतूहल, उत्सुकता तथा रुचि अधिक होती है।

“न्यायालयीय निर्णय के समाचार लिखते समय आपको यह विश्वास

कर लेना चाहिए कि समाचार पूर्णतया अधिकृत है। निर्णय की प्रतिलिपि शीघ्र प्राप्त करने का प्रयत्न किया जाए। यदि अधिकृत प्रतिलिपि मिलने में विलंब होने की संभावना हो तो, संक्षिप्त लिपि द्वारा मूल निर्णय पर से टिप्पणियाँ लिख ली जाएँ। निर्णय के जिस संबंधित अंश को अथवा उसके संक्षिप्त रूप को आप अपने समाचार में प्रकाशित करना चाहते हैं, उसे जागरूक रहकर सावधानीपूर्वक लिखा जाए। यह ध्यान रखा जाए कि किसी भी अवस्था में निर्णय के मूल तत्त्व की प्रामाणिकता नष्ट न होने पाए।

“कई बार आप अपनी संस्था की ओर से ऐसे नेताओं को भाषण देने के लिए आमंत्रित करते हैं, जिनका आपकी संस्था से संबंध नहीं होता और वे आपकी संस्था के मंच से भाषण देते हैं। समाचार के शीघ्र प्रकाशन की दृष्टि से भाषण होने के पूर्व ही भाषण का लिखित सारांश देने के लिए वक्ता महोदय से निवेदन किया जाना चाहिए। यदि यह संभव न हो सके तो उनके भाषण के पश्चात् आप स्वयं उसका सारांश लिख लें और वक्ता महोदय को दिखाकर सम्मति प्राप्त कर लें, तदुपरांत समाचारपत्रों को प्रकाशनार्थ भेजा जाए। मान लीजिए किसी प्रकार सम्मति प्राप्त करने में आप असमर्थ हो जाएँ तो अपना लिखित सारांश ही प्रकाशनार्थ भेज दें। ऐसी अवस्था में आपका उत्तरदायित्व होगा कि सारांश लिखते समय वक्ता महोदय के भाषण के मूल उद्देश्य और सिद्धांत की रक्षा करें। आप अपनी ओर से उनके भाषण के प्रवाह को ऐसा मोड़ न दें कि जिस पर आक्षेप किया जा सके और प्रकाशन के पश्चात् उसे पढ़ने पर वक्ता महोदय के हृदय में दुर्भावना उत्पन्न हो जाए। वह आपकी संस्था के प्रति असहिष्णु हो उठें और यह समझ बैठें कि ‘संस्था के मंच पर मैंने भाषण दिया, उसका उसने अनुचित लाभ उठाया।’ यदि ऐसी धारणा उनकी हो गई तो आपकी संस्था के प्रति उनके मन में प्रतिष्ठा नहीं रहेगी। अतएव सारांश ऐसा प्रामाणिक लिखा जाए जिससे आपके निमंत्रण पर बार-बार वे आपके मंच पर भाषण देने के लिए उत्साहपूर्वक निःसंकोच आते रहें” (टेंगड़ी, 2008, पृष्ठ 21-23)।

अभियोग समाचार लिखने में सावधानी

टेंगड़ी जी समाचार लिखते समय सूक्ष्म सावधानियों की ओर भी ध्यान आकर्षित करते हैं। खासतौर से जब मामला न्यायालय से संबंधित हो तब तो विशेष सावधानी रखनी आवश्यक है। वे लिखते हैं, “कभी-कभी आपकी संस्था के प्रस्तावों में, वक्तव्यों में तथा समाचारों में दूसरी संस्थाओं की अथवा उनके नेताओं की भूमिका के संबंध में निर्देशन करने का अवसर आ जाता है। ऐसे समय वह निर्देशन उसके मूल शब्दों में ही करना उचित है। मूल शब्द-रचना को किंचित् मात्र भी मोड़ न दिया जाए। आपकी ओर से भेजे जाने वाले समाचारों के प्रकाशन से किसी व्यक्ति की अथवा संस्था की अप्रतिष्ठा होने की संभावना हो, तो उस समाचार को प्रारंभ से ही सत्यता की कसौटी पर इतना अधिक कस लेना चाहिए कि यदि उसके प्रकाशन पर आपके विरुद्ध न्यायालयीय कार्यवाही की गई तो वहाँ भी आप अपनी रक्षा करने में समर्थ हो सकें।

न्याय के अंतरंग को स्पर्श करनेवाला न्याय प्रविष्ट प्रकरण समाचार लिखने के पूर्व अथवा उस विषय पर भाषण देने के पूर्व किसी सुप्रसिद्ध वकील से परामर्श करना न्यायिक दृष्टिकोण से परम आवश्यक है क्योंकि ऐसे विषयों पर कुछ लिखना या बोलना न्याय के विरुद्ध होता है। यदि समय पर सुयोग्य वकील का परामर्श उपलब्ध न हो सका तो समाचार भेजा ही

न जाए। यदि कोई एक ऐसी सूचना लिखने के लिए आप बाध्य हो रहे हैं, जिसकी आवश्यकता सार्वजनिक क्षेत्र में सहसा नहीं होती है तो ऐसी दशा में न्याय का एक तत्त्व है कि न्यायालय में जब तक अपराध प्रमाणित नहीं हो जाता तब तक अभियुक्त निरपराधी ही समझा जाता है। अंग्रेजी भाषा में ऐसी स्थिति को ‘alleged’ संज्ञा दी जाती है। किसी भी व्यक्ति पर न्यायालय में मामला चल सकता है, ‘उसने अपराध किया है’ एतदर्थ नहीं, वरन् अपराध का अभियोग लगाया गया है, एतदर्थ। न्यायालय के निर्णय के उपरांत ही व्यक्ति अपराधी है या नहीं, यह कहा जा सकेगा। इसका भी ध्यान रखना आवश्यक है। न्यायाधीश के व्यवहार की आलोचना करने वाला किंवा न्यायालय की अप्रतिष्ठा करने वाला समाचार प्रकाशित न किया जाए, न उस संबंध में वक्तव्य ही दिया जाए” (टेंगड़ी, 2008, पृष्ठ 23)।

सूत्रों के हवाले से समाचार न लिखें

सूत्रों के हवाले से खबर लिखने की परंपरा समाचार पत्रों में तो खूब है, लेकिन संगठनों के मामले में ऐसे समाचारों से कार्यकर्ताओं को बचने की सलाह टेंगड़ी जी देते हैं। वे लिखते हैं, “प्रायः अनेक समाचारों के प्रारंभ में अथवा अंत में ‘विश्वस्त सूत्र से पता चला है कि, ‘ऐसा सुना गया है’ आदि वाक्य हम पढ़ते हैं। ऐसे वाक्य प्रयोगों से समाचार के संबंध में पाठकों के मन में अनिश्चितता तथा अविश्वास की भावनाएँ निर्माण होती हैं। अपनी संस्था की ओर से भेजे जाने वाले समाचारों में उपर्युक्त वाक्य प्रयोगों को स्थान नहीं देना चाहिए। समाचार-पत्र जगत् में उनका प्रयोग ऐसे समय किया जाता है, जब कि समाचार की सत्यता का तो विश्वास होता है किंतु समाचार कहाँ से प्राप्त हुआ इसे प्रकट नहीं होने देना है।

“किसी प्रकार कोई सरकारी गुप्त पत्र आपके हाथ लग जाता है और उसे पढ़कर यदि आपके मन में यह धारणा उत्पन्न हो जाती है कि उक्त पत्र को प्रकाशित करने पर आपकी संस्था का हित होगा तथा जनता का भी लाभ होगा किंतु फिर भी उसके प्रकाशन का मोह बलपूर्वक हटा दीजिए। क्योंकि आपका वह कार्य ‘Official Secrets Act’ के नियमों को भंग करता है और अपराध में परिणत हो जाता है। ऐसी स्थिति में सार्वजनिक रूप से क्षमा माँगने पर भी संपादक को छुटकारा नहीं मिल सकेगा। मान लीजिए कि ‘तत्त्व-निष्ठा’ अथवा ‘सिद्धांत-पालन’ आदि उच्च उद्देश्यों से प्रेरित होकर आपने उन्हें भंग करने का ही निश्चय कर लिया है, तो प्रकाशन के पूर्व उसके संबंध में संपादक से वार्तालाप कर लेना होगा। उन्हें स्पष्ट रूप से आगामी विपत्तियों का दिग्दर्शन करा देना होगा। यदि वह उनका सामना करना स्वीकार करें तभी वह (एकट का भंग करनेवाला) समाचार प्रकाशनार्थ भेजा जाए, फिर भी भेजने से पूर्व आपको एक बार फिर से पूर्णतया यह विश्वास कर लेना होगा कि गुप्त पत्र नितांत सत्य है और वह बनावटी नहीं है।

“किसी वक्ता के भाषण में सैद्धांतिक किंवा तात्त्विक विषयों का विस्तारपूर्वक वर्णन किया गया हो तो तत्कालीन सत्य स्थिति से संबंधित एकाध मुद्दे को ही आप अपने समाचार में स्थान दें। प्रातः समय जब समाचारपत्र पहुँचते हैं उस समय अधिकांश लोग साधारणतया चाय-पानी पीकर अपने काम पर जाने की तैयारी में होते हैं और बाबू लोग समय पर अपने आफिस में पहुँचने की धुन में स्नानादि नित्यकर्म में व्यस्त रहते हैं, ऐसी अवस्था में उन बेचारों की न तो ऐसी मनःस्थिति होती है, न उन्हें इतना समय होता है कि वे तात्त्विक चर्चा, सिद्धांत चर्चा जैसे गहन विषयों को पढ़

सकें, अतएव उनका संक्षिप्त रूप ही दैनिक समाचार पत्र में प्रकाशित किया जाए और विस्तृत रूप उनके 'साप्ताहिक' अथवा 'मासिक' संस्करण हेतु सुरक्षित रखा जाए।

'राजनीतिक एवं सार्वजनिक क्षेत्रों में उन लेखों को विशेष गौरव प्राप्त होता है जिनमें सामयिक घटनाओं के संबंध में विस्तृत विवेचन किया जाता है। विभिन्न समस्याओं के संबंध में मानवीय दृष्टिकोण से चर्चा की जाती है। इन विषयों पर लिखे गए लेख आपकी संस्था की ओर से समाचारपत्रों को प्रकाशनार्थ बार-बार भेजे जायें करें जिसका परिणाम आपकी संस्था के हित में होगा। ऐसे लेखों का शीघ्र प्रकाशन लाभदायक होता है। अतएव 'तत्परता' अपनाना अत्यंत आवश्यक है। स्वयं की संस्था के सिद्धांतों का विशद-विवेचन करने वाला साहित्य तो प्रत्येक संस्था प्रचारित करती है, किंतु ऐसा साहित्य जिसमें स्वयं की संस्था के सिद्धांतों की अभिव्यक्ति न हो, प्रचार का अंश न हो वरन् विभिन्न समस्याओं के संबंध में साधारण पाठकों को परिचित कराना ही जिनका एकमात्र उद्देश्य हो वही लेख श्रेष्ठ होते हैं। अखिल भारतीय स्तर पर चैतन्य निर्माण करने वाले 'वस्तुनिष्ठ' लेख यदि आपकी संस्था की ओर से प्रकाशित होते रहे, तो जन-मन पर उनका अनुकूल प्रभाव पड़े बिना न रहेगा।

'शनैः शनैः स्थानीय समाचारपत्रों की यह धारणा बनती जाए कि सार्वजनिक, राजनीतिक एवं श्रमिक समस्याओं के संबंध में 'वस्तुनिष्ठ' निष्पक्ष लेख प्राप्त करना है तो आपकी अपनी संस्था के कार्यालय से उपलब्ध किए जा सकते हैं। कुछ ऐसी भी संस्थाएँ हैं जो आपसे संबंधित नहीं हैं। उन संस्थाओं की भी अपनी समस्याएँ हैं, उलझनें हैं। उन सब संस्थाओं के वक्तव्य छापते रहना अथवा प्रस्ताव प्रकाशित करते रहना प्रगतिशील मार्ग नहीं है। दूसरे शब्दों में 'अव्यापारेषु व्यापार' है। यदि आपने उनकी समस्याओं को सार्वजनिक समस्या का रूप देकर उन पर वस्तुनिष्ठ लेख लिखे तो वे अधिक उपयुक्त रहेंगे। उससे यह लाभ होगा कि उस समस्या से संबंधित संस्थाओं की सहानुभूति आपको अनायास प्राप्त हो जाएगी। वही घटना समाचार की दृष्टि से अधिक श्रेष्ठ और उपयोगी मानी जाती है, जिसमें 'संघर्ष' की भावना अथवा 'क्रिया' की उद्घोषणा हो। 'हितोपदेश से भरा' समाचार इष्ट नहीं होता, इसके विपरीत 'सीधी' कार्यवाही की धमकी का समाचार अधिक प्रभावी और परिणामकारी होता है। अर्थात् ऐसा समाचार प्रकाशित करना न करना संस्था के उद्देश्यों पर निर्भर करता है" (ठेंगड़ी, 2008, पृष्ठ 23-25)।

समाचार में अंकशास्त्र का प्रयोग

समाचार को रुचिकर बनाने के तरीके भी ठेंगड़ी जी कार्यकर्ताओं को समझाते हैं। वे कहते हैं, "कोई घटना नितांत साधारण होती है, किंतु यदि उसका घटित रूप साधारण घटनाक्रम से निराला, चमत्कार भरा, विस्मयजनक, अनपेक्षित हो तो समाचार की दृष्टि से वह एकदम मौलिक हो जाएगा। उसका मूल्य भी बढ़ जाएगा। 'मानव को काटने वाला कुत्ता' यह नित्यप्रति की साधारण घटना है, किंतु यदि 'कुत्ते' को काटने वाला मानव' यह घटना हो तो वह एकदम असाधारण और चमत्कृतितजन्य हो जाएगी। समाचार में अंकशास्त्र का प्रयोग अथवा उपयोग उसकी श्रेष्ठता को प्रभावित करता है। एक सहस्र कार्यकर्ताओं ने दस दिन तक हड़ताल रखी और समस्त कार्य बंद रहे। इस समाचार के साथ आगे के वाक्यों को और जोड़ दीजिए और अंकशास्त्र का चमत्कार देखिए 'परिणामस्वरूप

कार्य के अस्सी हजार घंटे व्यर्थ नष्ट हो गए और लगभग तीन करोड़ रूपयों की हानि हो गई'।

सभी समाचार पत्रों में 'संपादक के नाम पत्र' का स्तंभ प्रकाशित होता ही है। सार्वजनिक जीवन के कार्यकर्ता इस स्तंभ का पूरा उपयोग करें ऐसा सुझाव ठेंगड़ी जी देते हैं। वे कहते हैं, "यदि इनका उचित उपयोग किया जाए, उचित अवसर पर इनका आधार लिया जाए तो ये दीपस्तंभ का कार्य करते हैं"। ... "संपादकों को पत्र लिखने का आपको एक सामूहिक मोर्चा ही संगठित करना चाहिए। प्रथम ऐसे व्यक्तियों की सूची बना दी जाए, जो सार्वजनिक जीवन में सुविख्यात हों, जो आपकी संस्था से प्रत्यक्ष अथवा अप्रत्यक्ष रूप से संबंधित न हों किंतु उससे सहानुभूति रखते हों। इसके पश्चात् संपादकों को जो पत्र लिखे जाने हैं, वह स्वयं आप ही लिख लें किंतु प्रकाशन से पूर्व उन्हें उन महान् व्यक्तियों के समक्ष प्रस्तुत करके उनका अनुमोदन और हस्ताक्षर प्राप्त कर लिये जाएँ। यह कोई अनहोनी बात नहीं है, प्रयत्न करने पर हो सकती है। समाचारपत्र जगत् में वह इष्ट भी है" (ठेंगड़ी, 2008, पृष्ठ 26-27)।

हर घटना पर वक्तव्य आवश्यक नहीं

ठेंगड़ी जी प्रत्येक घटना पर प्रेस वक्तव्य जारी करने के पक्ष में नहीं है। वे कहते हैं, "...अधिकांश व्यक्तियों की यह धारणा बन गई है कि विश्व की समस्त समस्याओं पर अपना मत प्रकट होना ही चाहिए। प्रत्येक घटना, चाहे वह दुर्घटनावश मृत्यु की हो, अथवा प्रथम अंतरिक्षयान के सफल अंतरिक्ष यात्रा की ही हो, उस पर अपनी प्रतिक्रिया, अपना मत प्रकाशित होना ही चाहिए, ऐसा वे सोचते हैं। अपने कार्यकर्ताओं की ऐसी मनोभूमिका नहीं बनने देना चाहिए। साधारणतया यह ध्यान रखना आवश्यक है कि अति दूर की अंतरराष्ट्रीय महत्वपूर्ण घटना में अथवा शास्त्रीय विषय के मौलिक प्रश्न की चर्चा में जनसाधारण को न तो रुचि होती है, न आस्था ही, इसके विपरीत स्वयं के जीवन से प्रत्यक्षतः संबंधित ऐसे हृदयस्पर्शी विषयों के प्रति जनसाधारण की अधिक आस्था होती है। अपने कार्यक्षेत्र से संबंधित किसी भी घटना का प्रस्ताव अथवा वक्तव्य सर्वप्रथम प्रकाशित हो सका तो वह अति श्रेयस्कर होगा, किंतु केवल मात्र शीघ्र प्रकाशन ही आपके कर्तव्य की इतिश्री नहीं है। यदि किसी कारणवश वक्तव्य में विचारों का समन्वय नहीं हो पाया है अथवा विचारों की सर्वांगीण श्रृंखला पूर्ण नहीं हो पाई है तो शीघ्र प्रकाशन का लोभ त्याग दीजिए। थोड़ी देर भले ही हो जाए परिपूर्ण वक्तव्य ही प्रकाशन को भेजा जायें करे। प्रकाशन की तत्परता तथा स्वयं के कर्तव्य के प्रति सावधानी, दोनों में समन्वय होना आवश्यक है।

"जिस प्रश्न से आपकी संस्था का प्रत्यक्ष एवं सीधा संबंध नहीं है, उसके संबंध में वक्तव्य आदि प्रकाशित न किए जायें करें। किंतु इस ओर भी जागरूक रहिए कि भले ही उस प्रश्न का संबंध आपकी संस्था से न हो फिर भी यदि आपकी संस्था के स्तर से अथवा अखिल भारतीय या प्रादेशिक संगठन के स्तर से उस प्रश्न के संबंध में मत प्रदर्शित किया गया है तो उस मत को बल देकर परिपुष्ट बनाना आपका कर्तव्य हो जाएगा। अपने कर्तव्य के पालन में स्वयं की इकाई के स्तर से वक्तव्य तथा प्रस्ताव द्वारा आपको अपना मत प्रकट रूप से प्रदर्शित करना होगा, किंतु यह मत प्रदर्शन वरिष्ठ कार्यालय के आदेशानुसार अथवा सर्वसाधारण संकेत के आधार पर ही किया जायें करे" (ठेंगड़ी, 2008, पृष्ठ 27)।

पत्रकार वार्ता का आयोजन

सार्वजनिक जीवन में सक्रिय कार्यकर्ताओं को समय-समय पर पत्रकार वार्ता आयोजित करनी पड़ती है। पत्रकार वार्ता का अर्थ है समस्त संवाददाताओं का एकत्र होकर विचार विनिमय करना। ऐसी वार्ता कब आयोजित करनी चाहिए, इस संबंध में सुझाव देते हुए टेंगड़ी जी लिखते हैं कि पत्रकार वार्ता उस समय आयोजित की जाए, जब :

1. कोई महत्वपूर्ण समाचार प्रकाशित कराना हो
2. स्थानीय प्रदेशीय, राष्ट्रीय स्वरूप की घटनाओं पर भाष्य कराना हो,
3. सामान्य अथवा विशेष घटनाओं पर किसी प्रभावशाली व्यक्ति द्वारा भाष्य कराना हो,
4. किसी विशाल सम्मेलन समारोह के पूर्व अथवा उसकी समाप्ति के पश्चात्,
5. जन-जागरण का विशेष कार्यक्रम चल रहा हो, तब
6. आंदोलन के पूर्व,
7. आंदोलन के मध्य में,
8. आंदोलन की समाप्ति के पश्चात्,
9. किसी पक्ष के कार्यक्रम के संबंध में जनता को शीघ्र सूचना देना हो तब।

“परिषद्-संयोजकों का कर्तव्य होगा कि समस्त समाचारपत्रों को परिषद् का निमंत्रण यथासमय पहले ही भेज दें और परिषद् के दिन फोन द्वारा उन्हें स्मरण भी करा दें कि परिषद् आज ही अमुक समय पर है।” परिषद् का समय जहाँ तक हो सके दोपहर के पश्चात् और संध्या के पूर्व रखा जाए, इससे संवाददाताओं को यह सुविधा रहेगी कि परिषद् का सुव्यवस्थित समाचार संध्या के पूर्व ही अपने-अपने समाचारपत्रों को अथवा समाचार संस्थाओं को (स्थानीय तथा दूसरे स्थानों को) भेज सकेंगे। स्थानीय कार्यकर्ताओं द्वारा निमंत्रित संवाददाताओं का सुयोग्य स्वागत किया जाए। परिषद् के स्थान का चुनाव भी ऐसा किया जाए, जहाँ सब प्रकार की सुविधा हो, किसी संस्था का कार्यालय, स्थानीय प्रमुख कार्यकर्ता का भवन, अथवा कोई अच्छा सा होटल, इनमें से कोई एक स्थान निर्धारित किया जाए। प्रमुख नगरों के विख्यात होटल के व्यवस्थापक यह भलीभाँति जानते हैं कि समाचार परिषद् की व्यवस्था किस प्रकार की जाती है। यदि ऐसे होटल में व्यवस्था हो सकी तो उत्तम है। संवाददाताओं के बैठने का स्थान, संयोजकों के बैठने का स्थान, परिषद् के समय स्वल्पाहार में कौन-कौन से व्यंजन परोसे जाएँगे आदि बातों का ज्ञान पहले ही व्यवस्थापक को स्पष्टतया करा दिया जाए जिससे कि समय पर गड़बड़ी या अव्यवस्था न होने पाए।

“परिषद् के विषय का महत्वपूर्ण भाग जिसके कारण आपने परिषद् बुलाने का संकल्प किया है परिषद् के पूर्व उसका विवरण टाइप करा लिया जाए। और परिषद् के प्रारंभ के पूर्व सभी संवाददाताओं को वितरित कर दिया जाए। इस क्रिया को (Hand out) कहते हैं। उसका विवरण संक्षिप्त हो। उसमें रचनात्मक तथा भावात्मक अंश प्रथम अंकित किया जाए, उसके पश्चात् टीका-टिप्पणियों का अंश दिग्दर्शित किया जाए। आपकी ओर से भेजा गया वक्तव्य दूसरे दिन भिन्न-भिन्न समाचार पत्र किस शैली में प्रकाशित करते हैं, उसका सूक्ष्म निरीक्षण किया जाए, यह सूक्ष्म निरीक्षण आगामी परिषद् के समय Hand out लिखने में अवश्य सहायक होगा। प्रायः इसी Hand out को लक्ष्य करके, उसी की प्रेरणा से संवाददाता

प्रश्नों की सूची बनाते हैं। इसके अतिरिक्त और भी साधारण प्रश्न वह आपसे करेंगे। कल्पना द्वारा सभी सम्भावित प्रश्नों का आकलन कर के, उनके उत्तर भी आप पहले ही लिख लेवें। उन प्रश्नों का परिपोष करनेवाले सत्य प्रमाण तथा उनसे संबंधित अंकों का संग्रह भी आपको पहले ही एकत्रित करके रख लेना चाहिए। यदि संभव हो तो उन सत्य प्रमाणों के तथा संबंधित अंकों के उपकरणों की एवं संदर्भ स्थानों की जानकारी भी एकत्रित करके रख लें। इससे आपके कथन को बल प्राप्त होगा। यह सब कल्पना द्वारा चिंतन करने से हो सकता है” (टेंगड़ी, 2008, पृष्ठ 29-30)।

पत्रकार वार्ता में पत्रकारों के प्रश्नों का ऐसे दें उत्तर

पत्रकार वार्ता में संवाददाताओं के प्रश्नों का उत्तर देना भी एक कला है। पत्रकारों को नाराज किए बिना अपनी बात कह देना हर किसी को नहीं आता। यह कला सिखाते हुए टेंगड़ी जी लिखते हैं, “परिषद् में उपस्थित संवाददाता आप पर प्रश्नों की झड़ी लगा देंगे, किंतु हमको परिषद् के पूर्वनिर्धारित प्रश्नों पर ही अडिग रहना है। उनके अतिरिक्त जो प्रश्न उनकी ओर से पूछे जाएँ, उनको अपने मूदु व्यवहार से वहीं समाप्त कर दीजिए, कुछ प्रश्न ऐसे भी होंगे, जिनके उत्तर देने का मोह आपको होगा अथवा उनके संबंध में आपके कुछ व्यक्तिगत विचार किंवा मत होंगे किंतु आपकी संस्था के अखिल भारतीय केंद्र द्वारा उन प्रश्नों के उत्तर न दिए गए हों, उनको मान्यता न दी गई हो तथा मार्गदर्शन न किया गया हो तो ऐसे प्रश्नों के उत्तर देने का मोह अपने मन से कठोरतापूर्वक निकाल दीजिए। यह संवाददाताओं का वाक्चातुर्य है कि वे कुछ-न-कुछ बोलने के लिए आपको बाध्य करें। असंबंधित प्रश्नों के उत्तर देने का मोह करना संयोजकों की अपरिपक्व बुद्धि का परिचायक है। यह ध्यान रखिए कि नियोजित विषयों की सीमा, समाचार परिषद् की ‘लक्ष्मण रेखा’ है, कदापि उसका उल्लंघन नहीं करना है, किंतु यह कार्य अत्यंत सावधानीपूर्वक हमको करना है। यह कार्य करते समय संवाददाताओं से हमारा व्यवहार मूदु, मधुर, विनम्र होना अत्यंत आवश्यक है। ऐसा न हो कि संवाददाताओं की भावनाओं को किंचित्मात्र भी चोट पहुँचे। सीमा-रेखा के उस पार न जा सकने की अपनी असमर्थता मधुर मुस्कान के साथ उनको निवेदन कर दीजिए।

“संवाददाता बड़े चतुर और प्रज्ञ होते हैं। आपके भाषण के शब्दों को ही वह पकड़ते हों, ऐसा नहीं है, शब्दों के साथ-साथ उनसे निकलने वाली ध्वनि को, आशय को, गर्भित अर्थ को भी वे आत्मसात् करते हैं और उसी के आधार पर अपना समाचार लिखकर प्रकाशित कराते हैं, अतएव आपके शब्द इतने नपे-तुले होने चाहिए कि उनमें से अवांछित ध्वनि अथवा आशय प्रतिध्वनित न होने पाए। परिषद् संयोजकों की मनो-भूमिका अनुनय-विनय की हो, व्यवहार नम्रता का हो, उनमें किंचित मात्र भी अहं न हो, किसी को यह भान न होने पाए कि संयोजक सर्वज्ञ की, नेता की अथवा अध्यापक की भूमिका अभिनीत कर रहे हैं।

“मान लीजिए, किसी प्रश्न के संबंध में आपके पास जानकारी अथवा साहित्य नहीं है तो स्पष्टतया वैसा प्रकट कर दीजिए। केवल मात्र समय टालने के दृष्टिकोण से अनिश्चित सत्य को प्रकट करना उचित नहीं होता। यदि आप स्वयं अनुनय-विनय की भूमिका अभिनीत कर रहे हैं तो समाचार परिषद् का वातावरण अपने आप प्रसन्न और आनंद भरा हो जाएगा। उसमें अनौपचारिकता आ जाएगी तथा उसमें खिलाड़ीपन का

समावेश हो जाएगा। परिषद् के समय ऐसा भी अवसर आ सकता है कि किसी की ओर से आपको उत्तेजित करने के लिए कुछ प्रश्न पूछे जाएँ ऐसे समय आप उत्तेजित, उत्तम न होकर, अपना संतुलन न खोकर गंभीरता और शांतिपूर्वक प्रश्नों के उत्तर देते जाइए” (ठेंगड़ी, 2008, पृष्ठ 31-32)।

पत्रकार वार्ता हेतु स्थान का चयन

पत्रकार वार्ता हेतु स्थान के चयन को लेकर भी ठेंगड़ी जी कार्यकर्ताओं को आगाह करते हैं। वे कहते हैं, “समाचार परिषद् के स्थान का और वातावरण का अंतर्बाह्य स्वरूप स्वच्छ, प्रसन्न और गंभीर होना आवश्यक है। परिषद् का स्थान जब नगर से दूर होता है तब संवाददाता वहाँ जाने में टालमटोल करते हैं, ऐसी स्थिति में आपका कर्तव्य होगा कि आप उनको वहाँ तक पहुँचाने के लिए वाहनों की व्यवस्था करें। उन्हें यह भी सूचित करें कि वाहन किस स्थान पर प्राप्त होंगे। संवाददाताओं को एकत्रित करके उन्हें निर्धारित स्थान पर पहुँचाने का कार्य किसी उत्तरदायी कार्यकर्ता को सौंपना उचित होगा, क्योंकि संवाददाता तो रात-दिन सभा, सम्मेलन, परिषद् आदि में जाया करते हैं और रात-दिन इसी एक कार्य में रत रहने से उनकी उत्सुकता अधिकांशतः समाप्तप्राय सी रहती है, इस भावना को ध्यान में रखकर उनके साथ अत्यंत प्रेमभरा तथा सम्मानपूर्ण व्यवहार किया जाए, उन्हें हर प्रकार प्रसन्न रखा जाए। आपके इस आत्मीयतापूर्ण व्यवहार से वे प्रभावित होंगे, और आपके समाचारों के प्रकाशन का कार्य सहज ही सुगम हो जाएगा।

दत्तोपंत ठेंगड़ी द्वारा भारतीय मजदूर संघ के कार्यकर्ताओं और नेताओं को दिए गए मीडिया और जन संपर्क संबंधी ये सूत्र आज बड़े मीडिया प्रशिक्षण संस्थानों, महाविद्यालयों और विश्वविद्यालयों में मीडिया पाठ्यक्रमों का हिस्सा हैं। ये सूत्र आज डिजिटल युग में भी प्रासंगिक हैं। हाँ, कुछ बिंदुओं में समयानुकूल बदलाव करना पड़ सकता है जैसे कि टीवी मीडिया और डिजिटल तकनीक का प्रयोग, क्योंकि ये आज से साठ साल पहले नहीं थीं।

निष्कर्ष

उपरोक्त तथ्यों से स्पष्ट है कि ठेंगड़ी जी आधुनिक जन संपर्क और मीडिया संपर्क की कला में पूरी तरह पारंगत थे। वे इस कार्य की बारीकी को समझते थे। उनकी पुस्तक ‘प्रचारतंत्र’ से यह तथ्य भी पूरी तरह स्पष्ट होता है कि वे कार्यकर्ताओं को यह कला बहुत ही सामान्य ढंग से समझाते हैं। पुस्तक में वे सबसे पहले समाचारों के प्रकाशन के उद्देश्यों की बात करते हैं, उसके बाद समाचार पत्रों में कार्यरत संवाददाताओं, उपसंपादकों, प्रमुख संपादक से मित्रता स्थापित करने के तरीके बताते हैं ताकि समाचार प्रकाशन ही नहीं, बल्कि अग्रलेख और संपादकीय टिप्पणियों में भी संगठन के लिए सकारात्मक स्थान प्राप्त किया जा सके। उसके बाद वे समझाते हैं कि समाचार यानी प्रेस विज्ञप्ति कैसे लिखें और पत्रकार वार्ता कैसे आयोजित करें! यहाँ एक महत्वपूर्ण तथ्य यह है कि वे साधारण तरीके से प्रेस विज्ञप्ति समाचार पत्र कार्यालय में भेजने की बात नहीं करते, बल्कि एक संवाददाता की भाँति समाचार लिखकर भेजने की बात करते हैं ताकि समाचार पत्र कार्यालय में बैठे उपसंपादक को उस पर अधिक मेहनत न करनी पड़े और वह तुरंत उसे प्रकाशित कर सके। वे यह भी समझाते हैं कि समाचार भेजते समय मीडिया डेडलाइन का

सदैव ध्यान रखा जाए। वे मीडिया मोनिटरिंग की भी बात करते हैं ताकि अपने संगठन के बारे में समाचार पत्रों में क्या प्रकाशित हो रहा है उस पर नजर रखी जा सके। वे यह भी बताते हैं कि जिस भाषा में समाचार पत्र प्रकाशित होता है उसी भाषा में समाचार भेजा जाए। आज से साठ साल पहले वीडियो तो नहीं थे, इसलिए छायाचित्रों का अत्यधिक महत्त्व था। इसलिए वे समाचार के साथ छायाचित्र भी भेजने की बात करते हैं। वे यह भी बताते हैं कि न्यायालयीन निर्णयों से जुड़े समाचारों को लिखते समय क्या सावधानी रखनी चाहिए। वे यह भी बताते हैं कि यदि कोई गुप्त सरकारी जानकारी मिलती है तो उसे न भेजें क्योंकि वह ऑफिसियल सीक्रेट्स एक्ट के नियमों का उल्लंघन होगा। कुल मिलाकर इस 32 पृष्ठों की पुस्तक में मीडिया एवं जन संपर्क से जुड़े अनेक पहलुओं को छुआ गया है। इस पुस्तक का पाँचवा संस्करण बाजार में उपलब्ध है और किसी भी संस्करण में संशोधन नहीं किया गया है।

महत्त्वपूर्ण बात यह है कि जिस व्यक्ति ने न कभी किसी मीडिया संस्थान में काम किया और न ही किसी मीडिया प्रशिक्षण संस्थान से मीडिया की पढाई की, वह व्यक्ति मीडिया एवं जन संपर्क की दृष्टि से इतनी गहराई से चिंतन कर अपने संगठन के कार्यकर्ताओं को प्रशिक्षित करता है। यह संभवतः उनके सार्वजनिक जीवन के अनुभव का परिणाम था। दत्तोपंत ठेंगड़ी के जीवन के अलग-अलग पहलुओं पर शोध कार्य अब कुछ विश्वविद्यालयों में आरंभ हुआ है, लेकिन उनके मीडिया और जन संपर्क के इस पहलू पर अभी तक किसी का ध्यान नहीं गया है। मीडिया प्रशिक्षण संस्थानों और विश्वविद्यालयों को ध्यानपूर्वक इस पर शोध कार्य को बढ़ावा देना चाहिए। ठेंगड़ी जी की भाषण कला, किसी भी भाषण से पूर्व उनके द्वारा किए जाने वाला गहन शोध, कार्यकर्ताओं और उनके परिवारों से उनके जीवित संपर्क की कला पर व्यापक शोध की आवश्यकता है। विभिन्न समाचार पत्रों में उनके द्वारा लिखे गए लेखों पर भी शोध हो सकता है। ऐसे शोध से उनके जीवन के अनेक अनछुए पहलुओं के बारे में जानकारी मिलेगी। ठेंगड़ी जी ने अपने संगठन कौशल से अनेक हिमालय खड़े किए हैं। उनके द्वारा स्थापित मजदूर 70 वर्ष पूर्ण कर चुका है और आज भी भारत का सबसे बड़ा मजदूर संगठन है। उनके द्वारा स्थापित अन्य संगठन जैसे कि स्वदेशी जागरण मंच, किसान संघ, अखिल भारतीय अधिवक्ता परिषद्, आदि भी आज अपने-अपने क्षेत्र में अत्यंत प्रभावी संगठन हैं।

संदर्भ

- इमू. (2024). हिस्ट्री एंड एवोल्यूशन ऑफ पब्लिक रिलेशंस. यूनिट-9. पृष्ठ 214. <https://egyankosh.ac.in/bitstream/123456789/72043/1/Unit-9.pdf> से पुनःप्राप्त.
- कुमार, पी. & जरयाल, ए.डी. (2024). दत्तोपंत ठेंगड़ी की साहित्यिक एवं पत्रकारीय दृष्टि. संचार माध्यम, नई दिल्ली, अक्टूबर-दिसंबर, 2024. पृष्ठ 31-38.
- ठेंगड़ी, डी.बी. (2008). प्रचार तंत्र. लखनऊ : लोकहित प्रकाशन.
- ठेंगड़ी, डी.बी. (1970). कार्यकर्ताओं से वार्ता और विचार. नई दिल्ली : भारतीय श्रमशोध मंडल. पृष्ठ 6-7.
- सिंह, आर. (2024). दत्तोपंत जी ठेंगड़ी का एक परिचय. <https://dbthengadi.in/dttopnt-jii-tthengdddhi-ek-pricy/> से पुनःप्राप्त.



पत्रकार बालेश्वर अग्रवाल

डॉ. रामाशंकर कुशवाहा¹

सारांश

बालेश्वर अग्रवाल भारतीय पत्रकारिता के ऐसे स्तंभ रहे हैं, जिसने अनेकों पत्रकारों को गढ़ा और उनकी लेखनी में धार पैदा की। लेकिन उनकी पत्रकारिता की बहुत अधिक चर्चा नहीं होती। इसका एक कारण यह है कि उन्होंने लेखन कम और मीडिया प्रबंधन अधिक किया, परंतु जब लिखा तो कालजयी लिखा। उनके पत्रकारिता संबंधी योगदान पर कुछ शोध कार्य माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता विश्वविद्यालय, भोपाल में कुछ वर्ष पहले हुआ था। वर्ष 2022 में नई दिल्ली के प्रभात प्रकाशन से उनकी जीवनी प्रकाशित हुई थी, जिसमें उनकी पत्रकारिता पर भी बात की गई है। बालेश्वर अग्रवाल 'हिंदुस्थान समाचार' बहुभाषी न्यूज एजेंसी के अलावा साप्ताहिक 'प्रवर्तक' और मासिक 'युगवार्ता फीचर सर्विस' के संपादक/प्रबंधक भी थे। भाषाई पत्रकारिता को दिशा देने वालों में उनका योगदान सार्वकालिक महत्त्व का है। 'हिंदुस्थान समाचार' उनके नेतृत्व में किस तरह 'कंपनी' से 'सहकारी समिति' बनी, यह जानने और समझने की बात है। देश के दूर-दराज के क्षेत्रों में काम करने वाले विभिन्न भाषाओं के पत्रकार उसके अंशधारक थे। उस जमाने में यह अपनी तरह का एक अभिनव प्रयोग था। आपातकाल में उस पर सरकार ने अपना आदमी बैठा दिया और उसे दूसरी एजेंसी में मिला दिया था। बाद में तत्कालीन तमाम झंझावातों से जूझती हुई यह न्यूज एजेंसी फिर से आरंभ हुई। बालेश्वर अग्रवाल के नेतृत्व में यह बहुभाषी एजेंसी देश के अनेक राज्यों और सीमांत क्षेत्रों तक में काम करने लगी थी। इसके संवाददाता भारत से बाहर नेपाल, श्रीलंका, मॉरीशस और फिजी में भी थे, जिसके कारण एजेंसी को विश्वभर में पहचान मिली।

संकेत शब्द : बालेश्वर अग्रवाल, हिंदुस्थान समाचार, प्रवर्तक, युगवार्ता, आपातकाल.

प्रस्तावना

बालेश्वर अग्रवाल पेशे से इंजीनियर और विद्यार्थी जीवन से राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ के स्वयंसेवक थे। तकनीक में स्नातक होने के बाद उन्होंने कुछ समय तक डालमिया नगर (हजारीबाग, झारखंड) में नौकरी भी की। लेकिन उन्हें नौकरी से अधिक राष्ट्र सेवा का कार्य पसंद आया। इंजीनियर की नौकरी त्यागकर वह प्रकाशन से जुड़े। पहले पुस्तक और फिर साप्ताहिक पत्रिका का प्रकाशन किया। लेकिन पत्रिका नहीं चली। उसी के आसपास 1948 के अगस्त महीने में उन्हें 'हिंदुस्थान समाचार न्यूज एजेंसी' में काम करने का अवसर मिला। यह बहुत जल्द जिम्मेदारी में बदल गया। उस समय एजेंसी के पास बहुत सीमित संसाधन थे। लेकिन बालेश्वर अग्रवाल जी ने किसी भी तरह के अभाव को कभी दीवार नहीं बनने दिया। यहाँ से उनकी पत्रकारिता की जो यात्रा शुरू हुई, वह लगभग चार दशक तक अनवरत जारी रही।

बालेश्वर अग्रवाल ने 'हिंदुस्थान समाचार' के माध्यम से हिंदी पत्रकारिता के इतिहास में कई प्रतिमान कायम किए। पहला तो यही था कि 'हिंदुस्थान समाचार' पहली भारतीय न्यूज एजेंसी के साथ बहुभाषी न्यूज एजेंसी बनी। देश-दुनिया की खबरें जुटाने और उन्हें बाजार दिलवाने का कार्य बालेश्वर अग्रवाल ने किया। इस क्रम में उन्होंने ऐसे युवाओं को अवसर दिया, जो हुनरमंद थे, जिनमें सीखने की ललक थी। साठ-सत्तर के दशक में मीडिया से जुड़े लोग आज मीडिया में इतिहास रचने का काम कर रहे हैं। 'हिंदुस्थान समाचार' को गति और विस्तार मिला पंचवर्षीय योजनाओं के कारण। दूर-दराज के क्षेत्रों में योजनाओं की सफलता और असफलता की खबरें देने वाला कोई नहीं था। अंग्रेजी समाचार एजेंसियाँ शहरों तक सीमित थीं। ऐसे में बालेश्वर अग्रवाल के नेतृत्व में 'हिंदुस्थान समाचार' ने बहुत बड़ी जिम्मेदारी के साथ अपनी भूमिका का निर्वहन किया।

बालेश्वर अग्रवाल ने खबरों को 'खबर' की तरह समझने/स्वीकारने की कला विकसित की। उनका हमेशा इस बात पर जोर रहा कि खबर को जाति/धर्म/क्षेत्र और भाषा जैसी तुच्छ राजनीति से ऊपर रखा जाना चाहिए। यही कारण था कि बालेश्वर अग्रवाल के नेतृत्व में चल रही न्यूज एजेंसी से खबर खरीदने वालों की संख्या अच्छी-खासी थी। कई प्रदेशों के संचार विभाग और दूरदर्शन तक में हिंदुस्थान समाचार की खबरें जाती थीं। लेखन को समृद्धि देने और अपने संवादाताओं की आमदनी बढ़वाने के लिए उन्होंने 'युगवार्ता' नाम से एक फीचर सर्विस भी शुरू की। जब उन्हें इस बात का एहसास हुआ कि एजेंसी के प्रति सरकार की आँख टेढ़ी हो रही है तो उन्होंने फीचर सर्विस को 'हिंदुस्थान समाचार' से अलग करके अपने पास रख लिया। आपातकाल में सब जगह सरकारी नियंत्रण होने के बाद भी फीचर सर्विस चलती रही। यह एक दूरदर्शी निर्णय था।

शोध उद्देश्य

प्रस्तुत शोध आलेख का उद्देश्य भारतीय भाषाई पत्रकारिता से जुड़े एक ऐसे व्यक्तित्व को सामने लाना है, जिसने अपने जीवन काल में कई महत्त्वपूर्ण कार्य किए। उनके बहुमुखी योगदानों में 'मुफस्सिल पत्रकारिता' की शुरुआत करना भी शामिल है। बालेश्वर अग्रवाल को अधिकांश लोग नहीं जानते, क्योंकि उनकी पीढ़ी में 'कहने' से अधिक 'करने' की ललक थी। वह जिस युग और धारा का प्रतिनिधित्व कर रहे थे, वहाँ तक पहुँचने के लिए संसाधन से अधिक इच्छाशक्ति की जरूरत थी और यह विशेषता उनमें थी। इसलिए 'हिंदुस्थान समाचार' के संवाददाता शहर से अधिक गाँव में थे। उन संवाददाताओं के बारे में यहाँ तक प्रचारित किया गया कि वे सब राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ के स्वयंसेवक थे। जबकि सच बात यह थी कि उसमें अधिकांश लोग अपनी सामाजिक जिम्मेदारी निभाने के लिए 'एजेंसी' का हिस्सा बने थे। कुछ ऐसे भी थे जिन्हें लिखने-पढ़ने का शौक

¹एसोसिएट प्रोफेसर, हिंदी विभाग, दयाल सिंह कॉलेज, दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली. ईमेल : amashankarkushwah.hindi@dsc.du.ac.in

था और वह अपने अतिरिक्त समय में 'हिंदुस्थान समाचार' के लिए कार्य करते थे। कुछ पूर्णकालिक पत्रकार भी थे।

शोध प्रविधि

प्रस्तुत शोध विश्लेषणात्मक प्रकृति का है। इसके लिए गुणात्मक तथ्यों का संकलन प्राथमिक और द्वितीयक स्रोतों से किया गया है। प्राथमिक स्तर की सामग्री बालेश्वर अग्रवाल के घर-परिवार के साथ हिंदुस्थान समाचार, अंतरराष्ट्रीय सहयोग परिषद् और देश-दुनिया में फैले हुए उन लोगों से बात करके प्राप्त की गई, जिन्होंने बालेश्वर जी के साथ कार्य किया। उन पर प्रकाशित संस्मरणात्मक पुस्तक और उनके खुद के लिखे गए पत्र भी आधार सामग्री के रूप में प्रयोग हुए हैं। शोध को प्रामाणिक बनाने में साक्षात्कार महत्वपूर्ण विकल्प बना।

इंजीनियर से पत्रकार का सफर

बालेश्वर अग्रवाल काशी हिंदू विश्वविद्यालय से इंजीनियरिंग करते समय अगस्त 1945 में राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ के वरिष्ठ प्रचारक भाऊराव देवरस के संपर्क में आए थे। स्नातक की डिग्री लेने के बाद उन्होंने डालमिया नगर (हजारीबाग, झारखंड) के रोहतास इंडस्ट्री स्थित 'आरा-सासाराम लाइट रेलवे' में मैकेनिकल इंजीनियर की नौकरी शुरू की (सिन्हा, 2017)। इस वक्त तक बालेश्वर अग्रवाल राष्ट्रवादी रंग में रम गए थे। वह डालमिया नगर में नौकरी के साथ संघ की शाखा लगाने वाले इंजीनियर के रूप में भी जाने जाते थे। 1948 में जब संघ पर प्रतिबंध लगा, उस समय वे भूमिगत हुए और जल्द ही नौकरी से अलग होकर प्रकाशन कार्य में लग गए। पटना में चंद्रगुप्त प्रकाशन प्रा. लि. के प्रबंधक के तौर पर उन्होंने नई पारी की शुरुआत की (सिन्हा, 2017)।

डालमिया नगर से निकलकर जब बालेश्वर जी पटना पहुँचे तो उनकी भूमिका बदल चुकी थी। लेकिन किसी भी पैमाने पर खरे उतरना उनकी खासियत थी। कंपनी से जो हिसाब (ग्रेज्युटी) के पैसे मिले थे, वे उन्होंने चंद्रगुप्त प्रकाशन में लगा दिए। प्रकाशन की स्थापना के पीछे राष्ट्र सेवा का विस्तृत उद्देश्य था। यहाँ से उनके सार्वजनिक जीवन में एक नया अध्याय जुड़ गया। यह जिम्मेदारी बहुत उद्देश्यपूर्ण थी। इसके माध्यम से उन्होंने न केवल देशसेवा को अपना जीवन बनाया, बल्कि दुनियाभर में अनेक कीर्तिमान कायम किए। प्रारंभिक चरण में चंद्रगुप्त प्रकाशन एक प्रकाशन कंपनी के रूप में शुरू हुआ था। वहाँ से पहला प्रकाशन 'आह्वान' शीर्षक से गीत संग्रह के रूप में प्रकाशित हुआ था। उस संग्रह में पहले पृष्ठ पर संघ की प्रार्थना छपी थी। पुस्तक जब लोगों के बीच पहुँची तो प्रार्थना पर आपत्ति हुई। गांधी हत्या का मसला उस समय ताजा था। इसलिए प्रार्थना पर हुए उस विवाद को तूल पकड़ते देर नहीं लगी। प्रकाशन अभी प्रारंभिक अवस्था में ही था, इसलिए किसी विवाद में पड़ने की जगह बालेश्वर अग्रवाल ने प्रार्थना को पुस्तक से हटा देना उचित समझा। वह किसी भी टकराव के बजाय संघर्ष और उन्नति का मार्ग चुनते थे। पत्रकारिता को उन्होंने व्यावहारिकता के उस स्तर तक ले जाने का प्रयास किया, जो पाठक और संवाददाता को समस्या से जोड़ देती है।

बेजोड़ कार्यक्षमता

बालेश्वर अग्रवाल की कार्यक्षमता और समर्पण बहुत अधिक था।



बालेश्वर अग्रवाल (17 जुलाई, 1921 – 23 मई, 2013)

पटना पहुँचकर वह केवल एक कार्य करके संतुष्ट नहीं थे (स्वरूप, 2019)। प्रकाशन का काम प्रारंभिक स्थिति में था और बाकी समय का वह सदुपयोग करते रहना चाहते थे। ऐसे में वह प्रकाशन और संघ, दोनों गतिविधियों में वे समान रूप से भागीदारी करने लगे। इससे उन्हें सामाजिक पूँजी भी मिलने लगी। ऐसे लोग भी मिले, जिनसे प्रकाशन के आर्थिक प्रबंधन में मदद मिली। बालेश्वर अग्रवाल की कार्यक्षमता बेजोड़ थी। उनका उद्देश्य साफ था। इसलिए वह प्रत्येक कार्य सलीके से करना चाहते थे। उन्होंने प्रकाशन की व्यवस्था को स्थायी करने के लिए उसे 'कंपनी' के रूप में प्रारंभ किया गया और आर्थिक प्रबंधन को स्थायित्व देने के लिए समूचे प्रदेश में उसके शेयर बेचे। उनके इस कार्य में संघ के नेताओं ने भी उनकी भरपूर मदद की। उसका परिणाम यह हुआ कि कई राज्यों की तत्कालीन सरकारों ने भी उस कंपनी के शेयर खरीदे। इस प्रकार सरकारी मदद से चंद्रगुप्त प्रकाशन प्रा. लि. के लिए एक अच्छी जमीन तैयार हुई।

चंद्रगुप्त प्रकाशन से ही 'प्रवर्तक' का प्रकाशन शुरू हुआ। 'प्रवर्तक' एक साप्ताहिक पत्रिका थी। उसका प्रकाशन संघ योजना का ही हिस्सा था। चंद्रगुप्त प्रकाशन जिन उद्देश्यों के साथ प्रारंभ हुआ था, उसमें सफलता नहीं मिल रही थी। कारण था संसाधनों का अभाव। पुस्तकें छप रही थीं, लेकिन बिकने का जरिया बहुत नहीं था। जितनी बिक रही थीं, उतने से प्रकाशन बहुत लंबे समय तक चलाना मुश्किल था। इसी बीच संघ को प्रकाशन माध्यमों की जरूरत पड़ी। उसको पूरा करने के लिए 'प्रवर्तक' निकला। इस साप्ताहिक का प्रकाशन एक विशेष उद्देश्य के तहत हुआ था। इसको आगे चलाते रहने की जिम्मेदारी बालेश्वर के कंधों पर थी। बालेश्वर जी प्रकाशन तक तो ठीक थे, लेकिन पत्रकारिता में उतरना उनके लिए और एकदम नया था। बहरहाल, वे समर्पित राष्ट्रवादी थे, जिम्मेदारी निभाना अपना कर्तव्य समझते थे।

1948 में जब संघ पर प्रतिबंध लगा, तब उनकी बात उठाने वाला कोई माध्यम नहीं था (स्वरूप, 2019)। जनमत पूरी तरह से संघ के विरुद्ध था। संघ की समाज में ऐसी छवि बन गई थी कि जो लोग उनके प्रति सहानुभूति रखते थे, वे भी खुलकर उनके पक्ष में बोलने की हिम्मत नहीं जुटा पा रहे थे। उस समय के हालात के बारे में सही वे ही बता सकते हैं, जो उस स्थिति का सामना करने वालों में शामिल थे (अग्रवाल, 2019)। फिलहाल इतना ही कहा जा सकता है कि परिस्थितियाँ पूरी विपरीत थीं। जनता, सरकार और

सूचना तंत्र, कुछ भी पक्ष में नहीं था। संघ के पास कोई ऐसा माध्यम नहीं था, जिसके द्वारा उसके कार्यकर्ता जनता के बीच जा सकें, जबकि अपना पक्ष रखने के लिए और उस संकट से निकलने के लिए संघ को जनता के बीच जाना जरूरी था।

‘हिंदुस्थान समाचार’ का दायित्व

गांधीजी की हत्या के बाद की राजनीति ने संघ की छवि को काफी नकारात्मक बना दिया था। तब संघ की तरफ से यह योजना बनी कि अपनी बात कहने के लिए देश के सभी मंडलों से साप्ताहिक पत्र निकलने चाहिए। उस वक्त तक ‘पाञ्चजन्य’ निकलने लगा था, लेकिन उसका दायरा बहुत सीमित था। जनता तक अपनी बात पहुँचाने की योजना के अनुसार अलग-अलग स्थानों से ‘चेतना’, ‘तरुण भारत’, ‘राष्ट्रधर्म’, ‘प्रवर्तक’ ‘साधना’ और ‘आकाशवाणी’ आदि निकले थे (स्वरूप, 2019)। इसमें ज्यादातर साप्ताहिक थे। एक-दो को छोड़कर बाकी चार-छह महीना निकलने के बाद बंद हो गए। नेतृत्व और कुछ संसाधन के अभाव में ‘प्रवर्तक’ भी जल्दी ही बंद हो गया। इसी बीच बालेश्वर अग्रवाल के कार्य का केंद्र बदल गया। वह इस क्षेत्र में अप्रशिक्षित थे। साथ ही उन्होंने इस क्षेत्र में शुरुआत ही की थी कि उन पर जिम्मेदारी अधिक आ गई। फिर भी डिगने वाले नहीं थे। अब पत्रकारिता के क्षेत्र में वे पूरी तरह उतर गए थे।

‘चंद्रगुप्त प्रकाशन’ का कार्य एक दायरे तक सीमित था। सीमित संसाधन के कारण ‘प्रवर्तक’ भी देशभर में भूमिका निभाने वाला नहीं था। इसलिए बालेश्वर को इन दोनों से इतर ‘हिंदुस्थान समाचार’ की जिम्मेदारी दी गई (आपटे, 1963)। बाद में ‘नेपाल संदेश’ का कार्य भी उनके प्रयास से शुरू हुआ (सिन्हा, 2018)। कार्य विस्तार के साथ उनकी व्यस्तता और अनुभव बढ़ता गया। ऐसे में ‘नेपाल संदेश’ की जिम्मेदारी किसी अन्य को देकर उन्होंने अपनी पूरी ऊर्जा को ‘हिंदुस्थान समाचार’ पर केंद्रित कर लिया। बालेश्वर अग्रवाल संघ के समर्पित कार्यकर्ता थे। संघ के पारखी नेतृत्व ने उनकी प्रतिभा को देखकर जिम्मेदारी दी थी। यही संघ की खासियत है कि समय, जरूरत और कार्यक्षमता के अनुसार ही जिम्मेदारी दी जाती है। जिम्मेदारी लेने और उसका निर्वाह करने में बालेश्वर अग्रवाल ने किसी को भी निराश नहीं किया।

‘हिंदुस्थान समाचार’ भारत की पहली बहुभाषी न्यूज एजेंसी थी। वैसे तो ‘पीटीआई’ पहले से काम कर रही थी। अंग्रेजियत की कायल इस एजेंसी की पत्रकारिता में सामान्य जन या जनमानस की खबरों का कोई महत्त्व नहीं था। साथ ही उसमें अति शिक्षित तबके के लोग जुड़े थे, जो करने और बरतने में अंग्रेजियत के कायल थे। स्थानीय भाषा-बोली से उनका खास ताल्लुक नहीं था। नतीजा यह था कि छोटी जगहों/गाँव/कस्बों की खबरें अखबारों तक पहुँचती ही नहीं थीं। ऐसे में ‘हिंदुस्थान समाचार’ ने स्थानीय खबरों को महत्त्व देकर ‘मुफस्सिल पत्रकारिता’ की शुरुआत की। उस समय भारतीय समाज को पत्रकारिता के इस रूप की बहुत जरूरत थी।

पत्रकारिता का इतिहास पढ़ते समय स्वतंत्र पत्र/पत्रिकाओं का प्रकाशन/संपादन खूब देखने को मिलता है। इन पत्र-पत्रिकाओं ने भारतीय इतिहास में कई कीर्तिमान निर्मित किए हैं। लेकिन कुछ मामलों में उनका दायरा बहुत सीमित था। इतना ही नहीं अधिकांश पत्रिकाओं का एक खास केंद्र था और उसके आसपास की खबरें, सूचनाएँ या फिर किसी खास विषय की जानकारी ही उसमें छपती थी। बल्कि यह कहना अतिशयोक्ति

नहीं होगी कि विषय और स्थान आदि के कारण ही उनकी पहचान बनती थी। उनमें व्यावसायिक प्रयास की बनिस्पत जूनून अधिक देखने को मिलता था। अपने दायरे में रहकर भी वे पत्रिकाएँ सामाजिक आंदोलन से लेकर स्वतंत्रता आंदोलन तक की अपनी भूमिका का बखूबी निर्वहन करती रहीं।

कार्य ही मिशन

आज तो छोटे अखबारों और पत्रिकाओं का खास महत्त्व है। लेकिन उस समय समाज में इतनी गति नहीं थी, संसाधन नहीं थे। आज पूँजीनिवेश किया जा रहा है। तब पत्रकारिता देश सेवा का हिस्सा तो थी, लेकिन ‘हिंदुस्थान समाचार’ जैसा प्रयास किसी संगठन या संस्था का नहीं था। सब एक दायरे में सीमित थे। किसी भी पत्रिका/अखबार का दायरा बहुभाषी और देशव्यापी नहीं था। उस स्थिति में ‘हिंदुस्थान समाचार’ की खासियत यह थी कि जिन जगहों पर किसी भी पत्र/पत्रिका और उसके संवाददाताओं की पहुँच नहीं थी, उन जगहों पर ‘हिंदुस्थान समाचार’ के संवाददाता पहुँचने लगे। कई बार वहीं के स्थानीय लोग संवाददाता बन खबरें देने लगे। इसलिए हिंदुस्थान समाचार के कार्य-विस्तार में संघ से जुड़े स्वयंसेवकों की भूमिका बहुत महत्त्वपूर्ण थी, क्योंकि छोटी जगहों पर सांस्कृतिक आंदोलन के पहरे के रूप में संघ का व्यक्ति संवाददाता की भी भूमिका निभा रहा था।

बालेश्वर अग्रवाल संघ से प्रभावित होकर अपनी इंजीनियर की नौकरी छोड़ देश सेवा में लग गए। प्रचारक और शाखा में मुख्य शिक्षक के तौर पर कार्य करने के बाद ‘हिंदुस्थान समाचार’ से जुड़ गए। पत्रकारिता में आने के बाद उन्होंने इसे अपने जीवन का उद्देश्य बना लिया। वैसे तो प्रारंभ में नारायण बालकृष्ण लेले, नारायण राव तरटे, महाशब्दे और देशपांडे भी एजेंसी से जुड़े थे। ये सभी लोग संघ के पहले बैच के प्रचारक थे, फिर भी ‘हिंदुस्थान समाचार’ से सबसे गहरे तौर पर नाम बालेश्वर अग्रवाल का ही जुड़ा। इसका कारण था कर्मठ समर्पण। उनके सहयोगी रहे प्रमोद शर्मा बताते हैं कि ‘बालेश्वर 14-16 घंटे रोज काम करते थे। उनके लिए कार्य ही मिशन था (शर्मा, 2018)।

हिंदी ‘टेलीप्रिंटर’ की शुरुआत

बालेश्वर अग्रवाल के कठिन परिश्रम से न्यूज एजेंसी चल तो रही थी, लेकिन वक्त के साथ उसे साधनसंपन्न बनाने और गतिमान होने की आवश्यकता पर काम करने की जरूरत थी। इसका कारण यह था कि उसके प्रतिस्पर्धी खबरें भेजने में बहुत तेज थे और हिंदुस्थान समाचार आर्थिक अभाव के कारण इस मामले में पिछड़ रहा था। कार्बन लगाकर समाचार की पाँच-छह कॉपी तैयार की जाती थी और फिर उन्हें आर्यावर्त, इंडियन नेशन, प्रदीप, सर्चलाइट, सौराष्ट्र सहित कई अखबारों में पहुँचाया जाता था। ऐसे में कई बार समय पर नहीं पहुँच पाने के कारण खबरों का पूरा उपयोग नहीं हो पाता था। संवाददाता से लेकर खबर बनाने और पहुँचाने वाले तक की मेहनत बेकार हो जाती थी। हिंदुस्थान समाचार भी टेलीप्रिंटर का उपयोग कर रहा था, लेकिन हिंदी की खबरों को रोमन में टाइप करके भेजा जाता था। हिंदी खबर को रोमन लिपि में टाइप कर भेजने से काम आसान होने के बजाय और बढ़ जाता था। रोमन लिपि में प्राप्त खबर को पहले देवनागरी में बदलना पड़ता था और उसके बाद ही वह कहीं भेजी जा

सकती थी, जबकि पीटीआई के पास टाइपराइटर और अंग्रेजी टेलीप्रिंटर होने के कारण उसकी खबरें एक जगह से दूसरी जगह बहुत कम समय में आसानी से पहुँच जाती थीं। खबर की दुनिया में समय और गति का बहुत महत्त्व है। संसाधन से जूझते हुए 'हिंदुस्थान समाचार' जिंदा रहने के लिए काम कर रहा था। लेकिन इससे बाहर निकलने की ललक सब में थी। इसमें सफलता मिली 'हिंदी टेलीप्रिंटर' की सर्विस शुरू होने के बाद।

हिंदी टेलीप्रिंटर पर काम 'हिंदुस्थान समाचार' एजेंसी के संस्थापक एस.एस. आठे ने शुरू किया था। इस प्रयास में उनको साथ मिला टेलीप्रिंटर विभाग के तत्कालीन निदेशक का। अंग्रेजी टेलीप्रिंटर के डायल पर नागरी लिपि को रखकर कोशिश की गई और वह सफल रही। यह सूचना तत्कालीन राष्ट्रपति डॉ. राजेंद्र प्रसाद को दी गई। वे इसके विकास लिए के हर संभव मदद के लिए तैयार हो गए। इसलिए एस.एस. आठे उन्हें हिंदी टेलीप्रिंटर का संरक्षक मानते थे। खोज और इसके प्रोत्साहन में बालेश्वर अग्रवाल कहीं प्रत्यक्ष तो कहीं परोक्ष रूप में शामिल थे। एक संयुक्त प्रयास से व्यवस्थित हिंदी टेलीप्रिंटर सेवा 18 जून, 1954 को दिल्ली से पटना के बीच शुरू हुई। बालेश्वर अग्रवाल के नेतृत्व में पटना के फ्रेजर रोड स्थित 'हिंदुस्थान समाचार' के कार्यालय में हिंदी टेलीप्रिंटर लगा। दिल्ली और पटना कार्यालय में शुभकामना संदेश भेजकर राष्ट्रपति ने सेवा शुरू की थी। इसके बाद इसे 'हिंदुस्थान समाचार' के अनेक कार्यालयों के साथ कई सरकारी कार्यालयों में भी लगाया गया। यह एजेंसी की यात्रा में क्रांतिकारी कदम साबित हुआ। इससे खबर भेजने में गति आ गई। एजेंसी अंग्रेजी एजेंसियों से प्रतिस्पर्धा करने लगी और उसकी आर्थिक स्थिति में भी सुधार हुआ।

टेलीप्रिंटर का दूसरा केंद्र बनारस बना। अपने मित्र प्यारेलाल अग्रवाल के माध्यम से बालेश्वर जी दैनिक 'आज' के संपादक बाबूराव विष्णु पराड़कर से मिले। उनसे हिंदी टेलीप्रिंटर अपने दफ्तर में लगाने का प्रस्ताव दिया और वे मान गए। इस प्रकार एजेंसी से बाहर 'आज' अखबार हिंदी टेलीप्रिंटर का पहला 'सब्सक्राइबर' बना। इस प्रयास का बड़ा सुफल यह था कि हिंदी पत्रकारिता में अंग्रेजी अनुवाद की जगह खबरें मूल भाषा से आने लगीं। विशेषज्ञ मानते हैं कि 'हिंदी पत्रकारिता अंग्रेजी नजरिये से मुक्त' हो गई। इसका एक परिणाम और हुआ। हिंदुस्थान समाचार एक खास विचारधारा की एजेंसी मानी जाती थी। लेकिन खबरों में गति आने से मध्यममार्गी लोग भी इसकी सेवा लेने लगे। यह बालेश्वर अग्रवाल के प्रबंधन का कमाल था कि 1967 तक अकेले बिहार के आसपास लगभग 300 संवाददाता काम कर रहे थे। इसमें दिग्गज पत्रकारों से लेकर सुदूर गाँव में स्थित नौसिखिए संवाददाता तक शामिल थे।

'हिंदुस्थान समाचार' को विश्वव्यापी पहचान दिलाने वाले कर्मयोगी

बालेश्वर अग्रवाल की 'हिंदुस्थान समाचार' के प्रति अगाध श्रद्धा थी। वे किसी भी काम को करते थे तो इतनी ही गंभीरता से करते थे। एक बार नेपाल के विदेशमंत्री तुलसी गिरि आए। उन्होंने अपने एक सहयोगी को कहा कि तुलसी गिरि आ रहे हैं तो जरा क्रोकरी सही ढंग की ले आना। तुलसी गिरि नेपाल के विदेश मंत्री थे। उनका बड़ा कद था। बालेश्वर उनके कद के अनुसार स्वागत की तैयारी कर रहे थे। तुलसी गिरि जब आए तो उन्होंने देखा कि बालेश्वर की कोट फटी हुई है। उन्होंने कहा कि 'बालेश्वर एक नया कोट ले लो।' बालेश्वर ने कहा कि 'पैसे नहीं हैं, कहाँ से लूँ।' उन्होंने

कहा कि 'पैसे की छोड़ तू। यह ले पाँच सौ रुपया। अभी ले लेना। बालेश्वर बाहर आए और अपने सहयोगी मनमोहन शर्मा से बोले कि यशवंत से कहो कि पाँच सौ रुपये के डोनेशन की रसीद इनके नाम से बना दे। तुलसी गिरि जब बाहर निकले तो बालेश्वर अग्रवाल ने उनको वह रसीद पकड़ा दी। वे गुस्सा होकर बोले कि 'मैंने पैसा तुम्हें कोट बनवाने के लिए दिया था। हिंदुस्थान समाचार के लिए नहीं दिया था' (शर्मा, 2018)। बालेश्वर अग्रवाल के लिए कार्य ही प्राथमिक और अंतिम सत्य था।

तुलसी गिरि बालेश्वर को काशी हिंदू विश्वविद्यालय के दिनों से जानते थे। दोनों में काफी हुज्जत हुई। लेकिन बालेश्वर के लिए तो कोट से अधिक 'हिंदुस्थान समाचार' जरूरी था। बालेश्वर अग्रवाल 'हिंदुस्थान समाचार' के संस्थापक नहीं थे। लेकिन उन्होंने इतने समर्पण भाव के साथ काम किया कि लोग उन्हें ही एजेंसी का संस्थापक समझने लगे थे। उनके परिश्रम से एजेंसी को देशभर में पहचान मिली या कहें कि एजेंसी की पहचान उनके साथ जुड़ गई। कालांतर में दोनों एक-दूसरे के पूरक हो गए। उनको संस्था से इतना लगाव था कि बहुत अभाव के बाद भी कभी वे निराश नहीं हुए।

गाँव-देहात की खबरें बड़े अखबारों तक

बालेश्वर अग्रवाल ने पटना में चंद्रगुप्त प्रकाशन से यात्रा शुरू की थी, जो जल्द ही 'प्रवर्तक' के संपादन से होते हुए हिंदुस्थान समाचार पहुँच गई। उन्होंने तीस वर्ष से भी अधिक समय तक हिंदुस्थान समाचार का संपादन किया। शुरूआती कुछ दिनों को छोड़ दें तो बहुभाषी एजेंसी की सारी जिम्मेदारी बालेश्वर अग्रवाल के कंधों पर ही थी। जिन लोगों ने बालेश्वर अग्रवाल को देखा है, उनके साथ काम किया है, वे जानते हैं कि बालेश्वर अग्रवाल अपने आप में एक संस्था थे। ऐसा इसलिए कहा जा सकता है कि भारत की पत्रकारिता के इतिहास में हिंदुस्थान समाचार एक अभिनव प्रयोग था (अग्रवाल, 1963)। उस समय पूरी दुनिया में हिंदुस्थान समाचार जैसा उदाहरण शायद ही कोई रहा हो। एजेंसी के माध्यम से बहुत सीमित संसाधन में भी गाँव-देहात तक की खबरें बड़े-से-बड़े अखबारों तक पहुँच जाती थीं। यह अपने आप में बड़ी उपलब्धि थी, लेकिन इस उपलब्धि को हासिल करना और उसको सफल बनाना बहुत चुनौती भरा कार्य था।

बालेश्वर अग्रवाल जैसे त्यागी व्यक्ति के प्रयास से इस कार्य में सफलता मिली। वैसे तो एजेंसी पर संघ की संस्था होने का ठप्पा था। उसका कारण यह था कि दूर-दराज के क्षेत्र में रहने वाले संघ के कार्यकर्ता संवाददाता के रूप में सेवा दे रहे थे। इस बात की जानकारी सरकार को तो थी ही, संघ के विरोधी भी इससे अवगत थे। इसलिए उस समय राज्य या केंद्र में बैठे काँग्रेस के किसी नेता-मंत्री ने व्यक्तिगत तौर पर किसी तरह की कोई मदद करवा दी हो तो अलग बात है, वरना सरकार ऐसे संस्थानों को संरक्षण देने के पक्ष में नहीं थी। उसके कारण का जिक्र पहले हो चुका है। यहाँ सिर्फ इतना कहा जा सकता है कि समय जिनका था उन्होंने बाकियों को अपने अनुसार चलाया। अब दौर और सत्ता दोनों बदल गए हैं। तब आपातकाल में जिन संस्थानों को बंद किया गया या फिर जिन संस्थानों पर रणनीतिक समितियाँ गठित करके उन्हें अयोग्य करार देकर किसी तरह का सबक सिखाया गया, उनमें 'हिंदुस्थान समाचार एजेंसी' भी थी। यह अलग बात है कि उसका प्रबंधन और नेतृत्व कुछ ऐसे हाथों में था, जो लोग व्यक्तिगत राग-द्वेष के भाव से ऊपर उठकर अपनी राह को महत्त्व देकर चलते रहे।

हर परिस्थिति में सहयोगी

बालेश्वर थोड़े अक्खड़ और गरम स्वभाव के थे। इस कारण उनके साथ काम करने वाले उनकी बहुत आलोचना भी करते थे। रामशरण जोशी ने अपनी आत्मकथा में इसका विस्तार से उल्लेख किया है (जोशी, 2018)। उनकी कार्यशैली के खिलाफ आंदोलन हुआ, संगठन बना। कुछ लोगों ने उनके विचार से असहमत होकर एक नई एजेंसी बना ली थी। लेकिन बालेश्वर अग्रवाल डिग्रे नहीं। यह उनका जीवट था कि तमाम झंझावातों में भी एजेंसी को चलाते रहे। कई तरह के चढ़ाव-उतार और विरोध के बाद भी कभी काम नहीं रुकने दिया। एक व्यक्ति के रूप में बालेश्वर अग्रवाल की खासियत यह थी कि जिनकी जिंदगी को छूते थे, उसे बदल देते थे। जिंदगी में व्यक्ति बहुत से व्यक्तियों के संपर्क में आता है। बहुत कारणों से आता है। कई बार कारणों की सिद्धि या प्राप्ति के बाद अलग भी हो जाता है। बालेश्वर जी का व्यक्तित्व ऐसा था कि एक बार जो उनके संपर्क में आया, वह उनसे अपने को अलग न कर सका। यह उनकी बहुत बड़ी खासियत थी। निःस्वार्थ मदद करते थे। काम लेते थे, सिखाते थे और वक्त पर साथ खड़े रहते थे।

अपने पत्रकार जीवन में बालेश्वर अग्रवाल भारत के बाहर भी बहुत सक्रिय थे। उदाहरण के लिए नेपाल, मॉरीशस जैसे कई अन्य ऐसे देशों के संपर्क में थे, जहाँ भारतीय लोग रहते हैं। प्रवासियों के लिए किया गया उनका कार्य बहुत सराहनीय है। सांस्कृतिक दृष्टि से भारत से एका होने के कारण नेपाल के प्रति उनका विशेष लगाव था। उससे सांस्कृतिक संबंध बरकरार रखने के लिए उन्होंने भरपूर कोशिश की थी। नेपाल या भारत के साथ किसी गतिविधि से उपजे मतभेद या अखबार में आने वाली अफवाहों या अन्य समस्याओं को ठीक करने का प्रयास वे अपने संबंधों के द्वारा तो करते ही थे, 'हिंदुस्थान समाचार' भी उसमें सहयोगी की भूमिका निभाता था। इसका परिणाम यह था कि बालेश्वर अग्रवाल को नेपाल में प्रत्येक राजनीतिक दल और राजशाही से सम्मान प्राप्त था। एक पत्रकार के साथ सांस्कृतिक दूत की भूमिका में भी वे जाने जाते हैं। मॉरीशस की पहली यात्रा उन्होंने पत्रकार के रूप में ही की थी।

निष्कर्ष

आज सभी बाजार के प्रभाव में हैं, लेकिन बालेश्वर अग्रवाल की पीढ़ी इससे अछूती थी। उस दौर में पत्रकार होना समाज का प्रतिनिधि होने जैसा था। यह बात सिर्फ कहने तक सीमित नहीं है, बल्कि 'हिंदुस्थान समाचार' के संवाददाताओं ने अपने क्षेत्रों में इसे साबित करके दिखाया। पंचवर्षीय योजना जैसी महत्वपूर्ण और जरूरी गतिविधि का मूल्यांकन कर एजेंसी ने जनमानस के मध्य अपनी जमीन तैयार की थी। ऐसे भी

संवाददाता थे जो केवल नाम छापने की शर्त पर खबर दे देते थे। उस समय खबर भेजने के लिए डाक या तार का इस्तेमाल होता था। देश के अलग-अलग हिस्सों में कई ऐसे पत्रकार थे, जो तार का खर्च, पोस्टकार्ड या फिर हिंदुस्थान समाचार छपा लिफाफा पाकर ही खुश थे और ऐसा भी नहीं है कि केवल युवा ही जुड़े थे। कई ख्यातिनाम पत्रकार भी थे, जो हिंदुस्थान समाचार के लिए काम करते थे। इसलिए देश के विभिन्न क्षेत्रों से खबरों का आना कभी नहीं रुका। बालेश्वर अग्रवाल ने अपनी ईमानदारी और निष्ठा से सबके लिए एक नजीर प्रस्तुत की। उनका प्रयास कई स्तरों पर सराहनीय है। इसको कुछ पूर्वग्रहों या अन्य कारणों से कभी महत्व नहीं दिया गया, जबकि बालेश्वर अग्रवाल का त्याग और कार्य प्रेरणास्पद है।

संदर्भ

- अग्रवाल, एस. एम. (2019). व्यवसायी एवं वरिष्ठ संघ कार्यकर्ता, दिनांक 11 फरवरी, 2019, वाराणसी, महमूर गंज, साक्षात्कार.
- अग्रवाल, बी. (1973). हिंदुस्थान समाचार प्रकाशन वार्षिकी, कलकत्ता, हिंदुस्थान समाचार के पच्चीस वर्ष पर विशेष अंक, पृ-9.
- आपटे, एस.एस. (1963). हिंदुस्थान संचार एजेंसी के संस्थापक. हिंदुस्थान समाचार वार्षिकी, 1963, पृ.5. (उस समय तक हिंदी या भारतीय भाषाओं में कोई न्यूज एजेंसी नहीं थी। 1878 में बंबई में 'रॉयटर' का कार्यालय खुल गया था। अगस्त 1947 में पीटीआई और 1982 में 'यूनीवार्ता' का गठन हुआ। 18 अप्रैल, 1986 को हिंदी समाचार समिति 'भाषा' की स्थापना हुई। अंग्रेजी की एजेंसियाँ दूर-दराज की खबरों को महत्व नहीं देती थीं। वह राज्यों की राजधानियों तक सीमित थीं। ऐसे में 'हिंदुस्थान समाचार बहुभाषी समिति' की स्थापना भाषाई पत्रकारिता में बहुत महत्वपूर्ण कदम था।
- जोशी, आर. एस. (2018). मैं बोनसाई अपने समय का : एक कथा अत्मभंजन की. नई दिल्ली : राजकमल प्रकाशन, पृ.-41.
- शर्मा, पी. (2018). बालेश्वर अग्रवाल के पूर्व सहयोगी. 1, मई 2018 में नई दिल्ली, (दीनदयाल उपाध्याय मार्ग स्थित प्रवासी भवन में साक्षात्कार).
- स्वरूप, डी. (2019). वरिष्ठ लेखक एवं पत्रकार. दिनांक 7 अगस्त, 2019 हरियाणा, रेवाड़ी में साक्षात्कार.
- सिन्हा, आर.के. (2017). पूर्व सांसद, वरिष्ठ लेखक एवं व्यवसायी. दिनांक 15 सितंबर, 2017 को दिल्ली में साक्षात्कार.
- सिन्हा, आर.के. (2018). पूर्व सांसद, वरिष्ठ लेखक एवं व्यवसायी. दिनांक 1 मार्च, 2018 को नई दिल्ली में साक्षात्कार.



भारतीय ज्ञान परंपरा में संचार : ऐतिहासिक यात्रा, वर्तमान प्रासंगिकता और भविष्य की संभावनाएँ

पूनम कुमारी¹ और डॉ. अनिल कुमार निगम²

सारांश

संचार मानव समाज का आधार है, जो सामाजिक संगठन, सांस्कृतिक विकास और ज्ञान के आदान-प्रदान को संभव बनाता है। यह मानव जीवन के हर पहलू को प्रभावित करता है और सभ्यता की प्रगति में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। भारतीय ज्ञान परंपरा में संचार का महत्त्व अत्यंत गहरा और बहुआयामी है, जो न केवल अतीत की समृद्धि को दर्शाता है, बल्कि वर्तमान और भविष्य की दिशा भी निर्धारित करता है। प्राचीन भारत में संचार का स्वरूप वाचिक परंपरा पर आधारित था। गुरु-शिष्य परंपरा के माध्यम से ज्ञान का प्रसार होता था, जहाँ श्रुति और स्मृति का महत्त्वपूर्ण स्थान था। वैदिक साहित्य, उपनिषद्, महाकाव्य जैसे रामायण और महाभारत और लोककथाएँ इस परंपरा के जीवंत प्रमाण हैं। इन माध्यमों ने न केवल धर्म और दर्शन का प्रचार किया, बल्कि समाज के नैतिक और सांस्कृतिक मूल्यों को भी संचारित किया। मध्यकालीन भारत में संचार ने धार्मिक और सांस्कृतिक आंदोलन का स्वरूप ग्रहण किया। भक्ति आंदोलन और सूफी परंपरा ने लोकभाषाओं में संवाद को बढ़ावा दिया, जिससे समाज के हर वर्ग तक आध्यात्मिक और नैतिक संदेश पहुँच सके। लोकगीत, कीर्तन, कव्वाली जैसे माध्यमों ने इस युग में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई। साथ ही, शिलालेख और ताम्रपत्रों के रूप में लिखित संचार ने राजनीतिक और सामाजिक विचारों को संरक्षित किया। आधुनिक भारत में मुद्रण प्रेस, रेडियो, टेलीविजन और अंततः डिजिटल तकनीक ने संचार को और भी तेज, सुलभ और प्रभावी बना दिया है। समाचार पत्रों ने स्वतंत्रता आंदोलन को गति दी, जबकि डिजिटल प्लेटफॉर्म ने आज के युग में विचारों के वैश्विक आदान-प्रदान को संभव बनाया है। वर्तमान में, भारतीय संचार प्रणाली ने अपनी परंपरागत जड़ों को संरक्षित रखते हुए तकनीकी नवाचारों को आत्मसात् किया है। इंटरनेट और सोशल मीडिया के माध्यम से भारतीय भाषाओं और संस्कृति का वैश्विक स्तर पर प्रचार-प्रसार हो रहा है। लेकिन इसके साथ ही, फेक न्यूज और डिजिटल डिवाइड जैसी चुनौतियाँ भी सामने आ रही हैं। प्रस्तुत शोध पत्र संचार की इस ऐतिहासिक यात्रा, उसकी वर्तमान प्रासंगिकता और भविष्य की संभावनाओं पर केंद्रित है। भारतीय ज्ञान परंपरा में संचार केवल अतीत का दर्पण नहीं, बल्कि यह वर्तमान और भविष्य को दिशा देने वाला एक महत्त्वपूर्ण साधन भी है।

संकेत शब्द : भारतीय ज्ञान परंपरा, संचार, वैदिक काल, उपनिषद्, वेद, रामायण, महाभारत, श्रुति, स्मृति, लोककथाएँ।

प्रस्तावना

भारतीय समाज ने सदियों से ज्ञान के आदान-प्रदान, संचार और संवाद के विभिन्न रूपों का विकास किया है। इस यात्रा की शुरुआत वाचिक परंपरा से हुई, जहाँ प्राचीन काल में ज्ञान और संस्कृतियों का संचार कथा-कहानियों, श्लोकों, गीतों और संवादों के माध्यम से होता था। इसके बाद, लिखित शास्त्रों, मुद्रण तकनीक और फिर आधुनिक तकनीकी माध्यमों के माध्यम से संचार की प्रक्रिया ने और विस्तार पाया। भारतीय ज्ञान परंपरा का यह सफर न केवल संचार के विभिन्न रूपों की यात्रा है, बल्कि यह भारतीय समाज की सामाजिक, सांस्कृतिक और ऐतिहासिक पहचान का भी एक महत्त्वपूर्ण हिस्सा है। समाज में सूचना और ज्ञान का प्रसार हमेशा से आवश्यक रहा है और इसके लिए विभिन्न संचार माध्यमों का उपयोग किया गया है। प्राचीन भारतीय समाज में संचार के सबसे महत्त्वपूर्ण रूप साहित्य और दर्शन थे, जो गुरुओं द्वारा शिष्य को दिया जाता था। समय के साथ-साथ, मुद्रण माध्यम, रेडियो, टीवी और अब डिजिटल माध्यम ने संचार को और व्यापक बनाया। ये सभी रूप न केवल समाज के भीतर संवाद का एक हिस्सा बने, बल्कि उन्होंने सांस्कृतिक आदान-प्रदान, राजनीतिक जागरूकता और वैज्ञानिक दृष्टिकोण को भी प्रोत्साहित किया।

आज के डिजिटल युग में, संचार की प्रक्रिया में नए और अत्याधुनिक तकनीकी परिवर्तन आ चुके हैं, जैसे कि इंटरनेट, सोशल मीडिया और

ऑनलाइन शिक्षा। इन बदलावों ने संचार को और अधिक सुलभ, तेज और व्यापक बना दिया है। भारतीय भाषाओं का डिजिटल प्रसार, ई-पत्रकारिता और ऑनलाइन मंचों के माध्यम से ज्ञान का आदान-प्रदान अब केवल देश के भीतर नहीं, बल्कि वैश्विक स्तर पर हो रहा है। भारतीय संचार प्रणाली में समृद्ध सांस्कृतिक विविधता, भाषाई समृद्धि और सामाजिक सुधार को देखते हुए यह शोध भारतीय संचार के विभिन्न रूपों की समझ प्रदान करने के साथ-साथ भविष्य में इसकी नई संभावनाओं की ओर भी इशारा करेगा।

शोध उद्देश्य

प्रस्तुत शोध में निम्नलिखित पहलुओं का अध्ययन किया गया है :

- भारतीय संचार परंपरा की ऐतिहासिक यात्रा का विश्लेषण
- वर्तमान में भारतीय संचार परंपरा की प्रासंगिकता का मूल्यांकन
- भविष्य में भारतीय संचार परंपरा की संभावनाएँ और चुनौतियाँ

शोध प्रविधि

प्रस्तुत शोधपत्र में विषयवस्तु के विश्लेषण हेतु विश्लेषणात्मक पद्धति का उपयोग किया गया है। शोध के लिए आवश्यक आँकड़ों और सूचनाओं का संग्रह विभिन्न पुस्तकों, वेबसाइटों, शोधपत्रों और साहित्यिक रचनाओं से किया गया है। यह शोध पूर्णतः द्वितीयक स्रोतों पर आधारित है और इन

¹सहायक आचार्य, स्कूल ऑफ जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन, आई.एम.एस गाजियाबाद, युनिवर्सिटी कोर्सेस कैंपस, आध्यात्मिक नगर, गाजियाबाद, उत्तर प्रदेश. ईमेल : punam.kumari@imsuc.ac.in

²प्रोफेसर एवं विभागाध्यक्ष, स्कूल ऑफ जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन, आई.एम.एस गाजियाबाद, युनिवर्सिटी कोर्सेस कैंपस, आध्यात्मिक नगर, गाजियाबाद, उत्तर प्रदेश. ईमेल : anilkrnigam@gmail.com

स्रोतों का गहन विश्लेषण करके निष्कर्ष तक पहुँचा गया है।

प्राचीन काल में संचार

भारतीय ज्ञान परंपरा में संचार का प्रारंभिक रूप वाचिक परंपरा से जुड़ा है। प्राचीन भारत में संचार केवल जानकारी का आदान-प्रदान भर नहीं था; यह सामाजिक, नैतिक और आध्यात्मिक मूल्यों के प्रसार का साधन भी था।

1. वाचिक परंपरा

वाचिक परंपरा भारतीय ज्ञान परंपरा का आधार रही है। इस प्रणाली में गुरु-शिष्य परंपरा के माध्यम से ज्ञान का संचार किया जाता था। वाचिक परंपरा में संचार के इन रूपों का प्रमुख उद्देश्य समाज में धार्मिक और सांस्कृतिक ज्ञान का प्रसार करना था (शर्मा, 2011)। यह संचार श्रुति और स्मृति पर आधारित था।

- **श्रुति :** 'श्रुति' एक संस्कृत शब्द है, जिसका शाब्दिक अर्थ होता है—सुनना। भारतीय ज्ञान परंपरा में यह शब्द अत्यंत महत्वपूर्ण है, क्योंकि यह उस दिव्य ज्ञान को दर्शाता है जिसे ऋषियों ने सुना और फिर उसे स्मृति में संजोकर पीढ़ी-दर-पीढ़ी मौखिक रूप से संप्रेषित किया। इसे ईश्वर-प्रदत्त ज्ञान माना जाता है, जो किसी मानव द्वारा रचित नहीं, बल्कि अनुभूत और प्रत्यक्ष किया गया है। वेद, उपनिषद् और ब्राह्मण इस परंपरा के उदाहरण हैं। श्रुति में आध्यात्मिकता, विज्ञान, कला और जीवन के विविध आयामों का समावेश है, जो मानवता को समग्र दृष्टिकोण प्रदान करता है।
- **स्मृति :** स्मृति का अर्थ है 'स्मरण'। यह ज्ञान का वह रूप है, जिसे याद रखा और बाद में व्यक्त किया जाता है। महाभारत, रामायण और पुराण इसी परंपरा का हिस्सा हैं। स्मृति ने समाज को एकीकृत करने और नैतिकता के प्रति जागरूकता फैलाने का कार्य किया। 'स्मृति' केवल ऐतिहासिक या धार्मिक कथा-वाचन नहीं है; यह मानव चेतना का दर्पण है। इसमें हमारी संस्कृति की जड़ें हैं और वह नैतिकता है, जो जीवन को संतुलन देती है। स्मृति ने भारतीय समाज को न केवल जोड़ा, बल्कि उसे सोचने, सीखने और विकसित होने का मार्ग भी दिखाया। यह परंपरा आज भी जीवंत है—हमारे विचारों, उत्सवों, जीवन-मूल्यों और व्यवहार में।

भारतीय ज्ञान परंपरा श्रुति और स्मृति के रूप में शुरू होकर स्थानीय विज्ञान और तकनीक की ओर बढ़ती है।

2. लिखित परंपरा का उद्भव

वाचिक परंपरा के बाद लिखित परंपरा का उद्भव हुआ, जिससे संचार को संरक्षित और व्यापक बनाया जा सका। लिखित परंपरा ने न केवल ज्ञान को संरक्षित किया, बल्कि उसे आने वाली पीढ़ियों के लिए उपलब्ध कराया।

- **लिपियों का विकास :** ब्राह्मी और खरोष्ठी लिपियों ने संचार के लिखित स्वरूप को आधार प्रदान किया। इन लिपियों ने न केवल राजनीतिक और प्रशासनिक सूचनाओं को संगठित किया, बल्कि ज्ञान और विचारों के आदान-प्रदान को भी सुदृढ़ किया। ब्राह्मी और

खरोष्ठी लिपियाँ सिर्फ लेखन की प्रणाली नहीं थीं, बल्कि वे भारत की सांस्कृतिक, बौद्धिक और प्रशासनिक विकास की नींव थीं (थापर, 2000)। इन्होंने न केवल तत्कालीन शासनों को संगठित किया, बल्कि ज्ञान, विचार और परंपराओं को सुनियोजित, संरक्षित और प्रसारित करने में क्रांतिकारी भूमिका निभाई। यही लिपियाँ भारत को एक बौद्धिक और सांस्कृतिक महाशक्ति के रूप में उभरने में मददगार बनीं।

- **ग्रंथ और महाकाव्य :** वेदों के संकलन, रामायण और महाभारत जैसे महाकाव्यों ने भारतीय संस्कृति और ज्ञान को संरक्षित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। ये ग्रंथ न केवल धार्मिक और दार्शनिक ज्ञान के स्रोत थे, बल्कि समाज को मार्गदर्शन और प्रेरणा भी प्रदान करते थे। ऋग्वेद, यजुर्वेद, सामवेद और अथर्ववेद; ये चारों वेद भारतीय ज्ञान प्रणाली की नींव हैं। इनमें मंत्रों, स्रोतों, यज्ञ विधियों, चिकित्सा, खगोलशास्त्र, संगीत और दर्शन का समावेश है। वेदों की श्रुति परंपरा (जिसे सुना और याद रखा जाता था) ने ज्ञान को सही रूप में पीढ़ी-दर-पीढ़ी हस्तांतरित करने में मदद की। वेदों में केवल धार्मिक अनुष्ठान ही नहीं, बल्कि प्रकृति, विज्ञान, समाज और नैतिकता पर भी विचार प्रस्तुत किए गए हैं।
- **शिलालेख और ताम्रपत्र :** राजाज्ञाओं और संदेशों के प्रसार के लिए शिलालेख और ताम्रपत्रों का उपयोग किया गया। अशोक के शिलालेख और ताम्रपत्रों का प्रयोग प्राचीन भारतीय समाज में लिखित संचार के उदाहरण के रूप में देखा जा सकता है, जो उस समय शासन और सामाजिक नीतियों का प्रसार करने का एक प्रमुख साधन था। अशोक के शिलालेख में धार्मिक और नैतिक संदेशों के साथ-साथ राजनीतिक दिशा-निर्देश भी समाहित थे। विष्णुपुराण, ताम्रपत्र सम्राटों के काल का एक प्रमुख उदाहरण है, जिसमें भूमि दान और अन्य प्रशासनिक आदेशों का उल्लेख मिलता है।

3. लोकसंचार के माध्यम

लोककथाएँ, गाथाएँ और नाट्य परंपराएँ भारतीय संचार प्रणाली के महत्वपूर्ण हिस्से थे। इन माध्यमों ने समाज के हर वर्ग को जोड़ने का कार्य किया।

- **लोककथाएँ और गाथाएँ :** भारतीय ज्ञान परंपरा में शिक्षा केवल पुस्तकों और शास्त्रों तक सीमित नहीं थी, बल्कि उसे जीवन के अनुभवों, कहानियों और संवादों के माध्यम से भी गहन रूप से प्रसारित किया गया। इस संदर्भ में पंचतंत्र, हितोपदेश और अन्य नीति कथाएँ एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। ये रचनाएँ न केवल मनोरंजन का साधन थीं, बल्कि उन्होंने समाज में नैतिक मूल्यों, व्यावहारिक बुद्धिमत्ता और मानवीय संबंधों की समझ को भी बढ़ावा दिया। पंचतंत्र, हितोपदेश और अन्य नीति-कथाएँ भारतीय ज्ञान परंपरा का ऐसा अमूल्य हिस्सा हैं, जिन्होंने शिक्षा को मनोरंजन के साथ जोड़ा और समाज को नैतिक और व्यावहारिक दृष्टिकोण से समृद्ध किया। ये रचनाएँ आज भी यह सिखाती हैं कि ज्ञान का उद्देश्य केवल जानना नहीं, बल्कि समझदारी से जीना भी है।
- **नाट्यशास्त्र :** भरतमुनि का नाट्यशास्त्र संचार और अभिव्यक्ति के लिए नाटकों और नृत्य की परंपरा को स्थापित करता है। नाटकों ने

समाज में विचार-विमर्श और संवाद की प्रक्रिया को सुदृढ़ किया। नाट्यशास्त्र को 'पंचम वेद' कहा गया है।

इस प्रकार, प्राचीन भारतीय संचार प्रणाली ने न केवल ज्ञान और संस्कृति को संरक्षित किया, बल्कि समाज को संगठित और प्रेरित करने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। यह परंपरा आज भी अपने महत्व को बनाए हुए है और आधुनिक संदर्भ में नई चुनौतियों और अवसरों के साथ प्रासंगिक है।

मध्यकालीन भारत में संचार

मध्यकालीन भारत में संचार के माध्यमों में विविधता आई। इस समय धार्मिक, सामाजिक और सांस्कृतिक विचारों का प्रसार प्रमुख रूप से हुआ।

1. भक्तिकाल का प्रभाव

भक्ति आंदोलन ने संचार को लोकभाषाओं में लाकर जनसामान्य के बीच लोकप्रिय बनाया। कबीर, तुलसीदास, मीरा और सूरदास जैसे संतों ने भक्ति और आध्यात्मिक संदेशों का प्रचार किया।

- **भाषाई संचार :** भक्ति आंदोलन की सबसे उल्लेखनीय विशेषता रही अवधी, ब्रज, भोजपुरी, मैथिली, पंजाबी, मराठी, तमिल आदि लोकभाषाओं में रचनाएँ। तुलसीदास द्वारा अवधी भाषा में रचित रामचरितमानस ने समाज के सभी वर्गों तक संदेश पहुँचाया। इन रचनाओं ने न केवल धार्मिक, बल्कि नैतिक और सांस्कृतिक मूल्यों को भी स्थापित किया। मीरा और सूरदास ने अपनी रचनाओं के माध्यम से भावात्मक और भक्तिपूर्ण संप्रेषण को सरल भाषा और गान शैली में प्रस्तुत किया। इन रचनाओं ने लोकभाषाओं को साहित्यिक और सांस्कृतिक उन्नयन का माध्यम बनाया।
- **कीर्तन और भजन :** संगीत और कीर्तन के माध्यम से संदेशों का प्रसार हुआ। इन विधाओं ने सामूहिक सहभागिता को बढ़ावा दिया और संदेशों को अधिक प्रभावी बनाया। भक्ति आंदोलन में कीर्तन, भजन, पद और रामधुन जैसे गायन-प्रधान माध्यमों ने संचार को भावनात्मक और प्रभावी रूप में प्रस्तुत किया। भजन, कीर्तन और रामधुन जैसे गायन विधाओं ने सामूहिक भागीदारी को बढ़ाया और संप्रेषण को सजीव, भावनात्मक और प्रभावी बनाया (हॉली, 1987)।

2. सूफी और इस्लामी प्रभाव

सूफी संप्रदाय ने भी समाज में संवाद और सहिष्णुता के संदेशों का प्रचार किया।

- **कव्वाली और सूफी कविताएँ :** सूफी कवियों ने अपनी कविताओं और कव्वालियों के माध्यम से प्रेम, सहिष्णुता और एकता का संदेश दिया। यह कला रूप आज भी भारत की सांस्कृतिक धरोहर का अभिन्न हिस्सा है। जलालुद्दीन रूमी एक प्रसिद्ध सूफी कवि और संत थे, जिनकी कविताएँ प्रेम, ईश्वर के साथ एकता और आध्यात्मिक मुक्ति के विषयों पर आधारित हैं। उनकी प्रसिद्ध पुस्तक 'दीवाने शम्स तबरिज' आज भी दुनिया भर में पढ़ी जाती है। भारत में अमीर खुसरो जैसे कवियों ने हिंदवी और फारसी में काव्य लिखकर सांस्कृतिक समन्वय को बढ़ावा दिया (अनर्स्ट, 1997)।
- **संवाद की नई पद्धतियों का विकास :** सूफी संतों ने संवाद के

नए साधन विकसित किए, जो समाज के विभिन्न वर्गों को जोड़ने में सहायक बने। सोशल मीडिया, ईमेल, चैटिंग एप्स और वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग जैसी तकनीकों ने पारंपरिक संवाद के तरीकों को नई दिशा दी है।

3. मुद्रण की शुरुआत

यद्यपि मुद्रण तकनीक भारत में देर से आई, लेकिन इसका प्रभाव तेजी से बढ़ा।

- **पुस्तकों और पांडुलिपियों के माध्यम से संचार :** भारत की प्राचीन ज्ञान परंपरा में मौखिक संप्रेषण की प्रमुखता थी, परंतु जैसे-जैसे लिपियों (जैसे ब्राह्मी, खरोष्ठी) और लेखन सामग्री (भोजपत्र, ताड़पत्र) का विकास हुआ, ज्ञान को लिपिबद्ध करना संभव हुआ। इससे ज्ञान का संचयन, संरक्षण और संप्रेषण अधिक स्थायी और व्यापक बन गया। मुद्रण तकनीक ने पांडुलिपियों और पुस्तकों को अधिक व्यापक और सुलभ बनाया। इससे ज्ञान का प्रचार-प्रसार अधिक प्रभावी ढंग से संभव हुआ। नालंदा और तक्षशिला जैसे विश्वविद्यालयों में हजारों पांडुलिपियाँ संरक्षित थीं, जिनसे छात्र और विद्वान् ज्ञान प्राप्त करते थे।
- **इस्लामी और हिंदू ग्रंथों का अनुवाद :** इस युग में विभिन्न धार्मिक और सांस्कृतिक ग्रंथों का अनुवाद हुआ, जिससे संचार की प्रक्रिया अधिक समृद्ध हुई। अकबर के नवरत्नों में से एक अबुल फजल ने संस्कृत से फारसी में ग्रंथों का अनुवाद करवाया। उदाहरण के तौर पर 'रामायण' और 'महाभारत' का फारसी में अनुवाद। महाभारत को फारसी में 'रजनामा' नाम से जाना गया। इसके विपरीत, हजरत निजामुद्दीन औलिया जैसे सूफी संतों के शिक्षाप्रद उपदेशों को स्थानीय भाषाओं में प्रस्तुत किया गया, जिससे उनकी पहुँच जनमानस तक हुई। मध्यकालीन भारत में संचार के यह माध्यम न केवल सामाजिक और धार्मिक एकता को प्रोत्साहित करते थे, बल्कि सांस्कृतिक और साहित्यिक विकास के लिए भी मार्ग प्रशस्त करते थे।
- **पुस्तकों और पांडुलिपियों के माध्यम से संचार :** भारत की प्राचीन ज्ञान परंपरा में मौखिक संप्रेषण की विशेष भूमिका रही है। लेकिन जैसे-जैसे ब्राह्मी और खरोष्ठी जैसी लिपियों तथा भोजपत्र, ताड़पत्र आदि लेखन सामग्री का विकास हुआ, वैसे-वैसे ज्ञान का लेखबद्ध संचयन संभव हो सका। मुद्रण तकनीक के आगमन से यह प्रक्रिया और भी तीव्र और सुलभ बन गई (चटर्जी, 2006)। नालंदा और तक्षशिला जैसे विश्वविद्यालयों में हजारों पांडुलिपियाँ संरक्षित थीं, जो उस युग के संचार और शिक्षा के समृद्ध स्वरूप को दर्शाती हैं (कुमार, 2001)।
- **इस्लामी और हिंदू ग्रंथों का अनुवाद :** मुगलकाल में धार्मिक और सांस्कृतिक ग्रंथों का बहुभाषीय अनुवाद संचार को नई ऊँचाइयों देने वाला कार्य सिद्ध हुआ। अबुल फजल द्वारा संस्कृत ग्रंथों का फारसी में अनुवाद भारतीय विचारों को इस्लामी समाज तक पहुँचाने का माध्यम बना (आलम, 2004)। हजरत निजामुद्दीन औलिया जैसे सूफी संतों ने अपने उपदेशों को जनभाषाओं में प्रस्तुत कर संवाद को सहज और जनसुलभ बनाया। वहीं, अल-बिरूनी ने संस्कृत सीखकर भारत के गणित, विज्ञान और धर्मशास्त्र पर किताब फी तहकीक मा लिल-हिंद जैसे ग्रंथों की रचना कर, भारतीय ज्ञान को अरबी जगत् तक पहुँचाया

(सचाउ, 1888)।

मध्यकालीन भारत में इन संचार माध्यमों ने धार्मिक सहिष्णुता, सांस्कृतिक समन्वय और साहित्यिक विकास को नई दिशा दी।

4. राजनीतिक और प्रशासनिक संचार

मध्यकालीन भारत में राजनीतिक और प्रशासनिक संचार के तरीकों में उल्लेखनीय सुधार हुआ। यह युग शासन की संरचनाओं को मजबूत करने और साम्राज्य की सीमाओं के भीतर प्रभावी संवाद स्थापित करने की दृष्टि से महत्वपूर्ण रहा।

- **दूत और संदेशवाहक** : शाही आदेशों और संदेशों को एक क्षेत्र से दूसरे क्षेत्र तक पहुंचाने के लिए प्रशिक्षित दूतों और संदेशवाहकों का प्रयोग आम था। यह प्रणाली चाणक्य के अर्थशास्त्र में भी स्पष्ट रूप से वर्णित है, जिसमें गुप्तचर, राजदूत और दूतों की नियुक्ति की नीति और उनके कार्यों का उल्लेख किया गया है (शमा शास्त्री, 1915)। प्राचीन विश्व में हेरोडोटस ने फारसी साम्राज्य की दूत-प्रणाली का उल्लेख किया है, जिससे संकेत मिलता है कि यह प्रणाली भारत सहित अनेक सभ्यताओं में प्रचलित थी (हेरोडोटस, 430 ईसा पूर्व)।
- **किलों और नगरों में घोषणाएँ** : नगरों और किलों के मुख्य चौकों और बाजारों में सार्वजनिक घोषणाओं के माध्यम से सूचनाएँ प्रसारित की जाती थीं। यह तरीका विशेष रूप से उन क्षेत्रों में कारगर था जहाँ साक्षरता की दर कम थी। घोषणाएँ न केवल आदेशों को प्रचारित करती थीं, बल्कि समुदायों को एकीकृत रखने और शासन को जनमानस से जोड़ने का माध्यम भी थीं (चट्टोपाध्याय, 1994)।
- **दस्तावेज और राजस्व रिकॉर्ड** : इस काल में दस्तावेजीकरण की प्रक्रिया अधिक संगठित हुई। भूमि-राजस्व रिकॉर्ड, राजाज्ञाएँ और प्रशासनिक आदेश लिखित रूप में संरक्षित किए जाने लगे, जिससे प्रशासनिक पारदर्शिता और उत्तरदायित्व बढ़ा (हबीब, 1982)। मुगल काल में अकबर द्वारा टोडरमल के माध्यम से राजस्व प्रणाली को सुव्यवस्थित किया गया, जिसने दस्तावेज आधारित शासन की नींव रखी (रिचर्ड, 1993)।

5. स्थापत्य कला और संचार

मध्यकालीन भारत की स्थापत्य कला : एक प्रभावी संचार माध्यम

मध्यकालीन भारत की स्थापत्य कला केवल सौंदर्य या धार्मिक आस्था की अभिव्यक्ति नहीं थी, बल्कि यह सामाजिक, राजनीतिक और सांस्कृतिक संचार का भी महत्वपूर्ण साधन थी। इन स्थापत्य संरचनाओं ने विचारों, नीतियों और मूल्यों को पीढ़ियों तक संप्रेषित किया।

- **मस्जिदें और मंदिर** : धार्मिक संवाद और सामाजिक समागम मंदिर और मस्जिदें न केवल पूजा स्थल थे, बल्कि वे समाज के विभिन्न वर्गों के बीच संवाद, शिक्षा और सांस्कृतिक गतिविधियों के केंद्र भी रहे। उदाहरण के लिए, दक्षिण भारत के चोलकालीन मंदिरों (जैसे बृहदीश्वर मंदिर, तंजावुर) में नाट्यशालाएँ, विद्यालय और सभा मंडप जैसे घटक विद्यमान थे जो शैक्षिक और सांस्कृतिक संवाद को बढ़ावा देते थे (मिचेल, 1995)। इसी प्रकार, मस्जिदों में मदरसों और सूफी खानकाहों की स्थापना हुई, जो धार्मिक शिक्षा और आध्यात्मिक संवाद के केंद्र बने। ये संरचनाएँ समुदाय के सामाजिक संगठन में भी सहायक थीं।

• शिलालेख, स्मारक और मानव निर्मित संरचनाएँ

शिलालेखों और स्थापत्य संरचनाओं का प्रयोग तत्कालीन राजाओं, धर्मगुरुओं और प्रशासकों द्वारा विचारों, नीतियों और उपलब्धियों के प्रचार के लिए किया गया।

- **भीम बेटका शैलाश्रय (मध्यप्रदेश)** : यह स्थल मानव सभ्यता के प्रारंभिक संवाद का रूप है, जहाँ प्रागैतिहासिक चित्रों द्वारा शिकारी जीवन, धार्मिक विश्वास और सामाजिक संरचना को व्यक्त किया गया (न्यूमेयर, 2012)। यह स्थान भारतीय स्थानीय ज्ञान परंपरा का अमूल्य उदाहरण है, जो प्राकृतिक संसाधनों के संतुलित उपयोग और सांस्कृतिक विरासत की निरंतरता को दर्शाता है।

6. लोकप्रिय सांस्कृतिक माध्यम

- **मध्यकालीन भारत में संचार के सांस्कृतिक माध्यम** : मध्य काल में जब छपाई की तकनीक और आधुनिक मीडिया उपलब्ध नहीं थे, तब संचार के परंपरागत और सांस्कृतिक माध्यमों की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण थी। लोककथाएँ, नाट्य, संगीत, लोकगीत और नृत्य जैसे माध्यमों ने न केवल सामाजिक संवाद को जीवंत रखा, बल्कि धार्मिक और नैतिक मूल्यों के प्रचार-प्रसार में भी अहम योगदान दिया।
- **जतरा और रामलीला** : बंगाल में प्रचलित 'जात्रा' और उत्तर भारत में लोकप्रिय 'रामलीला' जैसे लोकनाट्य धार्मिक कथाओं पर आधारित होते थे, जो आम जनमानस को धार्मिक विचारों, नैतिक मूल्यों और सामाजिक संदेशों से अवगत कराने का सशक्त माध्यम थे। इन मंचों पर रामायण, महाभारत और पुराणों की कहानियों को नाटकीय रूप में प्रस्तुत किया जाता था, जिससे निरक्षर जनता भी इन ग्रंथों की शिक्षाओं को समझ पाती थी।
- **लोकगीत और लोकनृत्य** : हर क्षेत्र के अपने विशेष लोकगीत और लोकनृत्य होते थे, जो वहाँ की सांस्कृतिक पहचान को दर्शाते थे। ये गीत और नृत्य किसी त्योहार, फसल कटाई, विवाह या सामाजिक घटनाओं के अवसर पर प्रस्तुत किए जाते थे। इनके माध्यम से न केवल मनोरंजन होता था, बल्कि सामाजिक एकता, परंपराएँ और जनसंचार भी सुदृढ़ होते थे। उदाहरणस्वरूप, 'भटियाली', 'अल्हा', 'लावणी' और 'रास-लीला' जैसे लोकरूप जनता को एकजुट करने और उनके विचारों को साझा करने का जरिया बने। इस प्रकार, मध्यकालीन भारत में संचार की यह सांस्कृतिक विविधता इस बात का प्रमाण है कि यह युग केवल धार्मिक और सामाजिक परिवर्तन का काल नहीं था, बल्कि ज्ञान, विचार और संस्कृति के जीवंत आदान-प्रदान का भी एक महत्वपूर्ण चरण था। इन परंपरागत माध्यमों ने लोगों को जोड़ा, शिक्षित किया और भारतीय समाज की रचनात्मकता को पुष्ट किया।

आधुनिक काल में संचार

आधुनिक काल में संचार ने क्रांतिकारी बदलाव देखा। तकनीकी प्रगति और औद्योगिकीकरण ने संचार को तेज, सुलभ और व्यापक बनाया।

1. **मुद्रण माध्यम का विकास** : 19वीं शताब्दी में मुद्रण माध्यम समाज में सूचना के प्रसार का एक प्रमुख साधन बन गया। इस दौरान, समाचार पत्र नए और प्रभावशाली मंच बनकर उभरे। समाचार पत्रों ने न केवल समाज को जागरूक किया, बल्कि स्वतंत्रता संग्राम और सामाजिक

सुधारों के लिए भी एक मजबूत माध्यम के रूप में कार्य किया। 'अमृत बाजार पत्रिका' और 'केसरी' जैसे प्रमुख समाचार पत्रों ने भारतीय समाज में महत्वपूर्ण योगदान दिया। (बासु, 1996)।

2. **इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का आगमन:** रेडियो और टेलीविजन ने भारतीय समाज में संचार और मनोरंजन के दृष्टिकोण से महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। इन माध्यमों ने न केवल सूचना प्रसारण को आसान बनाया, बल्कि सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक परिवर्तनों को प्रभावी ढंग से फैलाने का काम किया। दूरदर्शन के माध्यम से भारतीय टेलीविजन ने भारत के नागरिकों को एकजुट करने में महत्वपूर्ण योगदान दिया, विशेष रूप से 'रामायण' और 'महाभारत' जैसे कार्यक्रमों ने भारतीय सांस्कृतिक पहचान को मजबूत किया (सुंदर, 2000)।
3. **डिजिटल युग का उदय :** डिजिटल युग के उदय के साथ ही इंटरनेट और मोबाइल तकनीक ने संचार के क्षेत्र में क्रांतिकारी बदलाव लाए (राव, 2014)। पहले जहाँ सूचना का आदान-प्रदान सीमित था, वहीं अब इंटरनेट और स्मार्टफोन के माध्यम से सूचना का प्रसार मिनटों में किया जा सकता है। सोशल मीडिया, वेबसाइट और मोबाइल एप ने संवाद के नए तरीके उत्पन्न किए, जिससे न केवल व्यक्तिगत संवाद बल्कि वैश्विक स्तर पर संचार के तरीकों में भी बदलाव आया। इंटरनेट ने सूचना, शिक्षा, मनोरंजन और व्यापार को आसानी से उपलब्ध करवा दिया और मोबाइल तकनीक ने इसे हर व्यक्ति की पहुँच में ला दिया। ई-पत्रकारिता और ऑनलाइन शिक्षा ने डिजिटल युग में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। जहाँ पहले समाचार पत्रों और टीवी चैनलों के माध्यम से सूचना दी जाती थी, वहीं अब ऑनलाइन समाचार पोर्टल और ई-पत्रिकाओं ने यह कार्य किया है। समाचार अब मोबाइल, कंप्यूटर और टैबलेट पर उपलब्ध होते हैं, जिससे किसी भी घटना की जानकारी तत्काल प्राप्त की जा सकती है। इसके साथ ही ऑनलाइन शिक्षा ने शिक्षा के क्षेत्र में क्रांति ला दी।

वर्तमान में भारतीय संचार परंपरा की प्रासंगिकता का मूल्यांकन

1. संस्कृति और परंपरा का संरक्षण

भारतीय संचार प्रणाली ने आधुनिक माध्यमों के साथ परंपरागत ज्ञान और संस्कृति को संरक्षित रखा है।

डिजिटल आर्काइव और ई-लाइब्रेरी : डिजिटल आर्काइव और ई-लाइब्रेरी के माध्यम से न केवल ऐतिहासिक दस्तावेजों और ग्रंथों को संरक्षित किया गया है, बल्कि उन्हें एक व्यापक और सुलभ रूप में दुनिया के कोने-कोने में पहुँचाया गया है। इन तकनीकी नवाचारों ने ऐतिहासिक तथ्यों, सांस्कृतिक धरोहरों और साहित्यिक कृतियों को केवल सुरक्षित ही नहीं किया, बल्कि आधुनिक समाज से जोड़ने का एक सशक्त माध्यम भी प्रदान किया है।

भारतीय भाषाओं में डिजिटल कंटेंट : भारत में विविधता का एक महत्वपूर्ण पहलू उसकी भाषाओं का विशाल और विविध रूप है। भारत में 22 प्रमुख भाषाएँ और हजारों क्षेत्रीय बोलियाँ हैं और इन भाषाओं में विविध सांस्कृतिक और ऐतिहासिक धरोहरें समाहित हैं। हालाँकि डिजिटल युग ने भारत में प्रौद्योगिकी के विकास को तेज किया है, भारतीय भाषाओं में डिजिटल कंटेंट का निर्माण और प्रसार अब तक एक चुनौतीपूर्ण कार्य

रहा है। फिर भी, पिछले कुछ वर्षों में इस दिशा में कई महत्वपूर्ण प्रगति हुई है और भारतीय भाषाओं में डिजिटल कंटेंट का विकास एक नए युग का प्रतीक बन रहा है। भारतीय भाषाओं का डिजिटल प्रसार और भारतीय सांस्कृतिक तत्त्वों की वैश्विक पहचान ने इसे एक नया मोड़ दिया (मिश्रा, 2019)। भारतीय भाषाओं में सामग्री का प्रसार डिजिटल युग में समाज के विभिन्न वर्गों को जोड़ने का एक प्रभावी तरीका बन चुका है (शर्मा, 2018)।

2. सामाजिक परिवर्तन में भूमिका

- **जनसंचार माध्यमों ने शिक्षा, स्वास्थ्य और सामाजिक मुद्दों पर जागरूकता बढ़ाई है :** जनसंचार माध्यमों ने शिक्षा, स्वास्थ्य और सामाजिक मुद्दों पर जागरूकता फैलाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। इन माध्यमों ने न केवल इन विषयों की गंभीरता को उजागर किया, बल्कि समाज में बदलाव लाने और बेहतर जीवनशैली को बढ़ावा देने के लिए लोगों को प्रेरित किया है। जनसंचार के माध्यम से सामाजिक बदलाव और जागरूकता का स्तर ऊँचा हुआ है, जिससे देश की प्रगति और समृद्धि में मदद मिलती है।
- **महिलाओं और हाशिये के वर्गों को मुख्यधारा में लाने में मदद की है :** जनसंचार माध्यमों ने समाज में महत्वपूर्ण बदलावों को प्रेरित करने में एक केंद्रीय भूमिका निभाई है। विशेष रूप से, महिलाओं और हाशिये के वर्गों को मुख्यधारा में लाने के प्रयासों में इन माध्यमों ने एक बड़ा योगदान दिया है। इन वर्गों को पहले समाज के हाशिये पर रखा जाता था, लेकिन जनसंचार माध्यमों ने उन्हें आवाज दी, उनके अधिकारों के प्रति जागरूक किया और समाज में उनके स्थान को मजबूती से स्थापित किया। यह प्रक्रिया समाज के समग्र विकास और समानता की दिशा में महत्वपूर्ण कदम है। मीडिया ने महिलाओं के लिए शिक्षा और रोजगार के महत्व को प्रचारित किया है। बेटे बचाओ, बेटे पढ़ाओ जैसे अभियान और महिलाओं के लिए विशेष शिक्षा कार्यक्रमों ने महिलाओं को अपने अधिकारों और अवसरों के बारे में जानकारी दी और उन्हें समाज में बराबरी का दर्जा दिलाने में मदद की। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों ने #MeToo आंदोलन जैसे अभियानों को विश्व भर में फैलाने का कार्य किया, जिससे महिलाओं ने यौन उत्पीड़न और शोषण के खिलाफ आवाज उठाई। इस अभियान ने न केवल भारत, बल्कि वैश्विक स्तर पर महिलाओं के खिलाफ हिंसा और शोषण के मुद्दे को उजागर किया है।

3. अंतरराष्ट्रीय प्रभाव

- **भारतीय फिल्म, संगीत और योग जैसे सांस्कृतिक उत्पादों का वैश्विक स्तर पर प्रचार :** भारतीय फिल्म, संगीत और योग जैसे सांस्कृतिक उत्पादों का वैश्विक स्तर पर प्रचार भारतीय संस्कृति के समृद्ध और विविध पहलुओं को प्रदर्शित करता है। इन सांस्कृतिक उत्पादों के माध्यम से भारतीयता को न केवल भारत में बल्कि पूरी दुनिया में सम्मान और पहचान मिल रही है। 2015 में संयुक्त राष्ट्र महासभा ने 21 जून को अंतरराष्ट्रीय योग दिवस के रूप में घोषित किया, जो भारतीय संस्कृति और योग के प्रति वैश्विक प्रशंसा को दर्शाता है। योग गुरुओं ने योग और भारतीय संस्कृति को पश्चिमी देशों

में लोकप्रिय बनाया है।

- **भारतीय सॉफ्ट पावर का संचार** : भारतीय सॉफ्ट पावर का संचार आज के वैश्विक समाज में भारत के प्रभाव को बढ़ाने और भारतीय संस्कृति, कला और लोकतांत्रिक मूल्यों को विश्वभर में फैलाने का एक प्रभावशाली तरीका है। बॉलीवुड फिल्मों जैसे 'दिलवाले दुल्हनिया ले जाँएँ', 'तुम ही हो', 'दंगल' और 'जिंदगी न मिलेगी दोबारा' ने न केवल भारतीय दर्शकों के दिलों में जगह बनाई, बल्कि दुनिया भर में भारतीय संस्कृति की पहचान स्थापित की। भारतीय शास्त्रीय संगीत और नृत्य, जैसे हिंदुस्तानी संगीत, भरतनाट्यम्, कथक और कुचिपुड़ी को विश्व भर में व्यापक पहचान मिली है।

भविष्य की संभावनाएँ और चुनौतियाँ

भारतीय ज्ञान परंपरा में संचार का भविष्य अत्यंत व्यापक और विविधतापूर्ण है। आधुनिक तकनीकी प्रगति और वैश्वीकरण के युग में, इस प्राचीन परंपरा को पुनः जीवंत और प्रासंगिक बनाना न केवल संभव है, बल्कि अत्यंत आवश्यक भी है। हालाँकि, इसके साथ कई चुनौतियाँ भी जुड़ी हुई हैं, जिन्हें ध्यान में रखते हुए समाधान निकालने की आवश्यकता है।

1. तकनीकी प्रगति का उपयोग

तकनीकी प्रगति भारतीय संचार परंपरा को नया आयाम दे सकती है। डिजिटल प्लेटफॉर्म, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस और वर्चुअल रियलिटी जैसे माध्यमों के जरिये ज्ञान और सांस्कृतिक मूल्यों का व्यापक प्रसार किया जा सकता है। भविष्य में आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस, ब्लॉकचेन और मशीन लर्निंग जैसी नई तकनीकों का संचार परंपराओं पर गहरा प्रभाव पड़ने की संभावना है। यह न केवल भारतीय ज्ञान परंपरा को एक नए रूप में प्रस्तुत करेगा, बल्कि इसे और अधिक सुलभ और प्रभावी बनाएगा (दीवान, 2022)।

- **डिजिटलीकरण** : प्राचीन ग्रंथों और शास्त्रों का डिजिटलीकरण उन्हें सुरक्षित रखने और विश्व स्तर पर साझा करने में मददगार साबित हो सकता है। यह पुरातन, वर्तमान और भविष्य की मजबूत कड़ी के रूप में उभरा है।
- **ऑनलाइन शिक्षण** : वाचिक परंपरा के अनुभव को ऑनलाइन कक्षाओं और वेबिनार के माध्यम से जीवित रखा जा सकता है। कोरोना काल में शिक्षण और व्यवसाय को तकनीकी ने बखूबी जीवित रखा।
- **स्मार्ट उपकरणों का उपयोग** : मोबाइल ऐप्स और ई-बुक्स के जरिये भारतीय ज्ञान परंपरा को युवा पीढ़ी तक पहुँचाना आसान हो सकता है। आज किताबें भले पुस्तकालय में सीमित होकर रह गई हैं, पर उनके अस्तित्व को टेक्नालॉजी ने ई-बुक्स के रूप में आज भी जीवित रखा है।

2. वैश्वीकरण और भारतीय ज्ञान

भारतीय ज्ञान परंपरा में निहित सार्वभौमिक सत्य और जीवन मूल्यों को वैश्विक संदर्भ में प्रस्तुत करना एक महत्वपूर्ण संभावना है। योग, ध्यान, आयुर्वेद और भारतीय दर्शन जैसे विषयों की वैश्विक माँग इस परंपरा को

सुदृढ़ बनाने में सहायक है।

- **भारतीय अध्ययन केंद्र** : विभिन्न देशों में भारतीय ज्ञान परंपरा को सिखाने के लिए केंद्र स्थापित किए जा सकते हैं।
- **भाषाई अनुवाद** : प्राचीन ग्रंथों का विभिन्न अंतरराष्ट्रीय भाषाओं में अनुवाद इस परंपरा को अधिक व्यापक बना सकता है।
- **संस्कृति और संचार** : भारतीय सांस्कृतिक परंपराओं को अंतरराष्ट्रीय मंच पर प्रस्तुत करना संचार के क्षेत्र में नई संभावनाओं का द्वार खोल सकता है।

3. सामाजिक और नैतिक विकास

भारतीय संचार परंपरा में निहित सामाजिक और नैतिक शिक्षाएँ आज भी उतनी ही प्रासंगिक हैं। इन शिक्षाओं के माध्यम से नैतिकता, सहिष्णुता और सामाजिक एकता को बढ़ावा दिया जा सकता है।

- **शैक्षिक सुधार** : भारतीय परंपरा पर आधारित पाठ्यक्रम का विकास नई पीढ़ी को इस ज्ञान से जोड़ सकता है।
- **नैतिक शिक्षाएँ** : लोककथाएँ, पंचतंत्र और रामायण जैसे ग्रंथों के माध्यम से बच्चों और युवाओं को नैतिक मूल्यों की शिक्षा दी जा सकती है।
- **सामाजिक समरसता** : भारतीय ज्ञान परंपरा के विविध पहलुओं को साझा करके समाज में सहिष्णुता और एकता को बढ़ावा दिया जा सकता है।

चुनौतियाँ

आधुनिकता और परंपरा के बीच संतुलन

भारतीय समाज सदियों से विविध सांस्कृतिक, धार्मिक और बौद्धिक परंपराओं का पोषक रहा है। लेकिन आज के वैश्विक और तकनीकी युग में यह एक बड़ी चुनौती बन गई है कि कैसे हम आधुनिकता को अपनाते हुए भी अपनी परंपराओं को जीवित और प्रासंगिक बनाए रखें।

- **आधुनिक विचारधाराओं का प्रभाव** : तेजी से बदलती दुनिया, डिजिटल युग और वैश्वीकरण के प्रभाव में युवा पीढ़ी का झुकाव पश्चिमी सोच, जीवनशैली और संचार माध्यमों की ओर अधिक होता जा रहा है। इंटरनेट, सोशल मीडिया, ओटीटी प्लेटफॉर्म जैसे आधुनिक साधनों ने परंपरागत संवाद माध्यमों जैसे लोककथाएँ, लोकनाट्य और लोकगीतों की जगह सीमित कर दी है। परिणामस्वरूप, भारतीय ज्ञान परंपरा—जो मौखिक परंपराओं, ग्रंथों और सामुदायिक संवाद पर आधारित थी—नई पीढ़ी के लिए धीरे-धीरे अप्रासंगिक होती जा रही है।
- **परंपरा का हास** : यदि इन सांस्कृतिक और बौद्धिक परंपराओं को समयानुकूल परिवर्तनों के साथ पुनर्जीवित नहीं किया गया, तो उनका लोप होना निश्चित है। परंपरा केवल संग्रहालयों या किताबों में कैद होकर नहीं रहनी चाहिए, बल्कि उसे वर्तमान जीवनशैली और शिक्षा प्रणाली के साथ जोड़ा जाना चाहिए। उदाहरणस्वरूप, रामलीला या कथकली जैसे लोकनाट्य आधुनिक तकनीकों और मंच सज्जा के साथ प्रस्तुत किए जाएँ तो वे आज की पीढ़ी को भी आकर्षित कर सकते हैं।
- **संतुलन की आवश्यकता** : यह आवश्यक है कि हम एक ऐसा

संतुलन स्थापित करें, जिसमें आधुनिक तकनीकों का उपयोग करते हुए पारंपरिक मूल्यों, नैतिकताओं और संचार पद्धतियों को जीवित रखा जा सके। जैसे—डिजिटल प्लेटफॉर्म पर पौराणिक कथाओं को एनीमेशन और ग्राफिक्स के साथ प्रस्तुत करना या स्कूल पाठ्यक्रम में भारतीय दार्शनिक और सांस्कृतिक मूल्यों को शामिल करना—यह सब परंपरा और आधुनिकता के बीच एक सेतु का कार्य कर सकते हैं।

2. संसाधनों की कमी

भारतीय ज्ञान परंपरा—जिसमें दर्शन, विज्ञान, गणित, चिकित्सा, भाषा, कला और आध्यात्मिकता से संबंधित अपार ज्ञान भंडार सम्मिलित हैं—को सुरक्षित रखना और आने वाली पीढ़ियों तक पहुँचाना न केवल सांस्कृतिक कर्तव्य है, बल्कि यह भारत के वैश्विक बौद्धिक योगदान को भी मजबूती प्रदान करता है, किंतु इस दिशा में सबसे बड़ी बाधा संसाधनों की कमी है।

- **अनुसंधान और विकास की आवश्यकता :** भारतीय ज्ञान परंपरा पर गहन और समर्पित शोध की आवश्यकता है, ताकि उसकी जड़ों को समझा जा सके और वर्तमान संदर्भों में उसे फिर से परिभाषित किया जा सके। इसके लिए विश्वविद्यालयों, शोध संस्थानों और अकादमिक निकायों को विशेष कोष (funding) तथा प्रशिक्षित विशेषज्ञों की जरूरत होती है। दुर्भाग्यवश, इस क्षेत्र को अभी तक वह प्राथमिकता नहीं मिली है, जो आधुनिक विज्ञान या तकनीकी क्षेत्रों को प्राप्त है। इससे इन परंपराओं का अध्ययन सीमित दायरे तक सिमट कर रह गया है।
- **डिजिटलीकरण की उच्च लागत :** प्राचीन पांडुलिपियाँ, ग्रंथ, ताड़पत्र और मंदिर-शिलालेख जैसे ऐतिहासिक स्रोत आज समय और पर्यावरण की मार झेल रहे हैं। इनका संरक्षण तभी संभव है जब इन्हें डिजिटलीकृत किया जाए—यानी डिजिटल रूप में स्कैन करके ऑनलाइन या संग्रहालयों में संग्रहीत किया जाए। लेकिन इस प्रक्रिया में उच्च गुणवत्ता वाले स्कैनिंग उपकरण, डेटा संग्रहण प्रणाली, प्रशिक्षित टेकनीशियन और व्यापक वित्तीय निवेश की आवश्यकता होती है। बहुत-सी संस्थाएँ इच्छुक होते हुए भी संसाधनों के अभाव में यह कार्य नहीं कर पा रही हैं।
- **स्थानीय और सरकारी सहयोग की कमी :** जहाँ बड़े शहरों में कुछ प्रयास हो रहे हैं, वहीं ग्रामीण और जनजातीय क्षेत्रों की पारंपरिक ज्ञान संपदा अभी भी उपेक्षित है। वहाँ की बोली-बानी, वनस्पति ज्ञान, चिकित्सा पद्धतियाँ और लोककथाएँ क्रमशः विलुप्त होती जा रही हैं, क्योंकि न तो उनके संरक्षण के लिए कोई समर्पित संस्थागत ढाँचा है और न ही उन्हें दस्तावेज करने के लिए संसाधन।

3. भाषाई और सांस्कृतिक विविधता

भारत की पहचान उसकी विविधता में निहित है—यहाँ सैकड़ों भाषाएँ, बोलियाँ और संस्कृतियाँ सह-अस्तित्व में हैं। यह बहुलता न केवल सांस्कृतिक समृद्धि का प्रतीक है, बल्कि वैश्विक मंच पर भारत की विशिष्ट पहचान भी है। हालाँकि, यही विविधता कभी-कभी संचार की सुगमता में बाधा बन जाती है, विशेषतः जब हम भारतीय ज्ञान परंपरा को देश भर में और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर प्रसारित करने की बात करते हैं।

- **बहुभाषीय अनुवाद की आवश्यकता :** भारत में 22 अनुसूचित भाषाओं के साथ-साथ सैकड़ों बोलियाँ बोलती जाती हैं। जब किसी ज्ञान सामग्री, जैसे ग्रंथ, शोध या लोककथाओं को एक भाषा से दूसरी भाषा में अनुवादित करना होता है, तो उसकी मूल भावना, संदर्भ और भावार्थ को बनाए रखना एक कठिन कार्य हो जाता है। इसके लिए केवल भाषा ज्ञान नहीं, बल्कि सांस्कृतिक समझ और विषय विशेषज्ञता भी आवश्यक होती है। परंतु इस क्षेत्र में प्रशिक्षित, उच्च गुणवत्ता वाले अनुवादकों की संख्या सीमित है, जिससे ज्ञान का प्रभावी और सटीक प्रसार बाधित होता है।
 - **संस्कृत और अन्य प्राचीन भाषाओं का संरक्षण :** संस्कृत, पाली, प्राकृत और तमिल जैसी प्राचीन भाषाएँ भारतीय ज्ञान परंपरा की मूल भाषा रही हैं। इनमें लिखे गए ग्रंथों में दर्शन, चिकित्सा, खगोलशास्त्र, गणित और योग से जुड़ा गहन ज्ञान संचित है। लेकिन इन भाषाओं को समझने और सिखाने की परंपरा धीरे-धीरे कमजोर पड़ रही है। नई पीढ़ी में इन भाषाओं के प्रति रुचि कम होती जा रही है और शिक्षण संस्थानों में भी इनकी पढ़ाई सीमित होती जा रही है। इस कारण इन भाषाओं के संरक्षण और पुनरुत्थान की प्रक्रिया कठिन होती जा रही है।
 - **संवाद में बाधा :** जब ज्ञान को एक क्षेत्र से दूसरे क्षेत्र में पहुँचाने की कोशिश की जाती है, तो भाषा की भिन्नता के कारण अर्थ का अनर्थ भी हो सकता है। उदाहरण के लिए, किसी विशेष सांस्कृतिक प्रतीक या परंपरा को दूसरी भाषा में ठीक से समझा पाना या उसकी व्याख्या करना चुनौतीपूर्ण होता है, जिससे ज्ञान का मूल संदेश विकृत हो सकता है।
- भारत की भाषाई और सांस्कृतिक विविधता एक अनुपम धरोहर है, लेकिन इसके साथ आने वाली संचार संबंधी चुनौतियों को भी स्वीकार करना होगा। इसके समाधान के लिए हमें प्रशिक्षित अनुवादकों, भाषा-प्रौद्योगिकी के विकास और प्राचीन भाषाओं की पुनर्स्थापन की दिशा में ठोस कदम उठाने होंगे।

4. प्राचीन ग्रंथों की प्रामाणिकता

प्राचीन ग्रंथों और शास्त्रों की प्रामाणिकता सुनिश्चित करना एक बड़ी समस्या है।

- **गलत व्याख्या का खतरा :** आधुनिक संदर्भ में प्राचीन ग्रंथों की गलत व्याख्या समाज में भ्रम पैदा कर सकती है।
- **ग्रंथों का नवीनीकरण :** उन्हें समकालीन पाठकों के लिए प्रासंगिक और समझने योग्य बनाने की आवश्यकता है।

भारतीय ज्ञान परंपरा में संचार का भविष्य उज्ज्वल है, बशर्ते इसे संरक्षित और प्रासंगिक बनाए रखा जाए। तकनीकी प्रगति, वैश्विकरण और सामाजिक सुधारों के माध्यम से इसे नई ऊँचाइयों पर पहुँचाया जा सकता है। हालाँकि, इसके लिए आधुनिकता और परंपरा के बीच संतुलन बनाने, संसाधनों का उचित उपयोग करने तथा भाषाई और सांस्कृतिक विविधताओं को ध्यान में रखने की आवश्यकता है। चुनौतियाँ चाहे जितनी भी बड़ी क्यों न हों, भारतीय ज्ञान परंपरा की ताकत और गहराई इनसे निपटने में सक्षम है। यह केवल अतीत का ज्ञान नहीं है, बल्कि वर्तमान और भविष्य के लिए मार्गदर्शक भी है। इसे संरक्षित करना न केवल भारत

की सांस्कृतिक धरोहर को जीवित रखने का कार्य है, बल्कि यह वैश्विक समाज को नैतिकता, सहिष्णुता और आध्यात्मिकता का संदेश देने का भी माध्यम है।

निष्कर्ष

भारतीय ज्ञान परंपरा में संचार की यात्रा वाचिक परंपरा से लेकर डिजिटल युग तक एक प्रेरणादायक और जीवंत गाथा रही है। यह परंपरा केवल हमारे गौरवशाली अतीत का दर्पण नहीं है, बल्कि यह वर्तमान की सामाजिक आवश्यकताओं को समझने का आधार और भविष्य की दिशा देने वाली शक्ति भी है। वेदों की ऋचाओं से लेकर लोकगीतों, लोककथाओं, नाट्यकला और शिलालेखों तक, संचार ने भारतीय समाज को सदैव ज्ञान, नैतिकता और संस्कृति से जोड़े रखा है। यह न केवल सूचना का माध्यम रहा है, बल्कि समाज को एक नैतिक संरचना देने वाला दार्शनिक और सांस्कृतिक सेतु भी रहा है। आज के इस तकनीकी युग में, जहाँ सूचनाएँ सेकेंडों में वैश्विक स्तर पर पहुँचती हैं, वहीं यह आवश्यक है कि हम आधुनिक तकनीकों और पारंपरिक ज्ञान के बीच संतुलन बनाकर चलें। यदि इस संतुलन को बनाए रखा जाए, तो भारतीय संचार प्रणाली को और अधिक समृद्ध, सशक्त और सार्वभौमिक बनाया जा सकता है। यह संचार प्रणाली न केवल भारत के लिए, बल्कि पूरी मानवता के लिए एक प्रेरणा है, जो बताती है कि कैसे परंपरा और नवाचार मिलकर समाज को दिशा दे सकते हैं। भागती-दौड़ती आधुनिक दुनिया में संचार और उसके बदलते स्वरूप हमें अपनी पहचान को सँजोने और सहेजने का सशक्त माध्यम प्रदान करते हैं।

संदर्भ

- अनर्स्ट, सी. डब्ल्यू. (1997). सूफ़ी ट्रेडिशन : ए शांभला गाइड. बोस्टन : शांभला पब्लिकेशंस.
- आलम, एम. & सुब्रह्मण्यम, एस. (2012). राइटिंग द मुगल वर्ल्ड स्टडीज ऑन कल्चर एंड पॉलिटिक्स. न्यूयॉर्क : कोलंबिया यूनिवर्सिटी प्रेस.
- आशर, के. बी. (1992). आर्किटेक्चर ऑफ मुगल इंडिया (न्यू केंब्रिज हिस्ट्री ऑफ इंडिया, वॉल्यूम I:4). केंब्रिज: केंब्रिज: यूनिवर्सिटी प्रेस.
- कुमार, आर. (2001). एजुकेशन एंड सोसाइटी इन कोलोनियल इंडिया. ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस.
- चटर्जी, पी. (2006). द पॉलिटिक्स ऑफ द गवर्नर्स : रिफ्लेक्शंस ऑन पॉपुलर पॉलिटिक्स इन मोस्ट ऑफ द वर्ल्ड. कोलंबिया यूनिवर्सिटी प्रेस.
- चटर्जी, पी. (2001). भारतीय स्वतंत्रता संग्राम में संचार और संस्कृति. कोलकाता : आनंद पब्लिशर्स.
- चट्टोपाध्याय, बी. डी. (1994). द मेकिंग ऑफ अर्ली मेडियल इंडिया. ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस.

- थापर, आर. (2000). पास्ट एंड प्रेजेंट : हिस्टोरिकल राइटिंग इन इंडिया. नई दिल्ली : नेशनल बुक ट्रस्ट.
- दीवान, आर. (2022). द फ्यूचर ऑफ कम्युनिकेशन इन इंडिया : अ टेक्नोलॉजिकल पर्सपेक्टिव. जर्नल ऑफ मीडिया स्टडीज, 40(1), 45-60.
- न्यूमेयर, एरविन. (2012). प्रिहिस्टॉरिक रॉक आर्ट ऑफ इंडिया. ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस.
- बसु, के. (1996). द रोल ऑफ न्यूजपेपर्स इन इंडियन फ्रीडम मूवमेंट. नई दिल्ली : सेज पब्लिकेशंस.
- ब्राउन, पी. (1942). इंडियन आर्किटेक्चर (इस्लामिक पीरियड). बॉम्बे : डी.बी. तारापोरवाला संस एंड कंपनी.
- भारद्वाज, आर. (2020). डिजिटल युग में भाषा संरक्षण. इंडियन जर्नल ऑफ कम्युनिकेशन, 34(2), 101-114.
- मिश्रा, वी. (2019). डिजिटल प्लेटफॉर्म का भारतीय भाषाओं पर प्रभाव. डिजिटल इंडिया रिव्यू, 12(3), 74-89.
- राव, वी. (2014). भारत में संचार प्रौद्योगिकी का विकास. मुंबई : टेकइंडिया प्रेस.
- रिचर्ड्स, जे. एफ. (1993) द मुगल एम्पायर. केंब्रिज : यूनिवर्सिटी प्रेस.
- वॉडविल, एस. (1974). कबीर. ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस.
- शर्मा, आर.सी. (2011). भारतीय संचार परंपराएँ. दिल्ली : भारतीय विद्या भवन.
- शामाशास्त्री, आर. (1915). कौटिल्य का अर्थशास्त्र. गवर्नमेंट प्रेस.
- शर्मा, ए. (2011). प्राचीन भारतीय संचार में वाचिक परंपरा. जयपुर : प्रकाशन.
- शर्मा, ए. & शर्मा, आर. (2018). सोशल मीडिया में भारतीय भाषाओं का डिजिटल रूपांतरण. इंटरनेशनल जर्नल ऑफ डिजिटल स्टडीज, 22(4), 103-118.
- सचाउ, ए. सी. (अनुवादक). (1888). इंडिया बाय अल-बिरुनी (वॉल्यूम 1 एंड 2). लंदन: टूबनर एंड कंपनी.
- सिंह, पी. (2021). डिजिटल युग में प्राचीन भारतीय ज्ञान के संरक्षण की चुनौतियाँ. इंडियन जर्नल ऑफ डिजिटल हेरिटेज, 5(2), 29-42.
- सुंदर, आर. (2000). टेलीविजन और राष्ट्रीय एकीकरण. नई दिल्ली : ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस.
- हॉली, जे. एस. (1987) सॉड्ज्स ऑफ द सेंट्स ऑफ इंडिया. ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस.
- हबीब, आई. (1982). मुगल साम्राज्य का एटलस : राजनीतिक और आर्थिक नक्शों के साथ विस्तृत टिप्पणी, ग्रंथ सूची और अनुक्रमणिका. ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस.
- हेरोडोटस. (लगभग 430 ईसा पूर्व). इतिहास (पुस्तक VIII). अनुवादक : ऑब्रे डि सेलिनकोर्ट. पेंगुइन क्लासिक्स.



जनजातीय संस्कृति एवं बस्तर के लोकगीत

डॉ. अंजली कुमारी¹

सारांश

भारतीय संस्कृति विश्व की प्राचीनतम संस्कृतियों में से एक है। किसी भी समाज की संस्कृति में वे सूक्ष्म संस्कार होते हैं, जिनके माध्यम से लोग परस्पर संप्रेषण करते हैं और जीवन में अपनी अभिवृत्तियों, विचारों एवं ज्ञान को नई दिशा देते हैं। जनजातीय संस्कृति भारत की सांस्कृतिक विविधता को समृद्ध बनाती है और उनकी परंपराएँ और रीति-रिवाज भारतीय संस्कृति का अभिन्न अंग हैं। साहित्य के क्षेत्र में जनजातियों की सांस्कृतिक धरोहर अत्यंत सराहनीय है। मौखिक साहित्य परंपरा के रूप में लोकगीत, लोकगाथाएँ, लोकवार्ताएँ तथा लोकनाट्य जनजातीय जीवन के अभिन्न अंग हैं। इनमें अतीत की संगीत परंपरा का ज्ञान है। उनका संगीत लोकगीतों से समृद्ध है। किसी भी आयोजन में लोक परंपरा का सुंदर चित्रण इन्हीं लोकगीतों के माध्यम से समय-समय पर स्वतः ही प्रस्फुटित होता रहता है। जनजातीय संस्कृति में परंपरागत संस्कारों की अटूट शृंखला है, जो लोकगीतों में परिलक्षित होती है। उनकी संस्कृति में लोक जनजीवन की विभिन्न भक्ति धाराओं का परिचय मिलता है। जनजातीय समाज में लोक संस्कृति से जुड़े विविध आयाम हैं, जिनमें मुख्यतः लोककथा, लोकगीत, लोकनृत्य, लोकविश्वास और प्रकृति प्रेम आदि सम्मिलित हैं। छत्तीसगढ़ के बस्तर जिले का जनजातीय जीवन गीत, प्रथाओं, लोकगीतों, नृत्यों, लोक कथाओं, पहेलियों एवं कथाओं से भरा हुआ है। बस्तर की संस्कृति में जनजातीय समुदायों की परंपराएँ, रीति-रिवाज और जीवनशैली का महत्त्वपूर्ण स्थान है। यहाँ निवास करने वाले समुदाय जैसे कि गोंड, मुरिया और अबूझमाड़िया ने अपनी विशिष्ट संस्कृति और परंपराओं को बचाए रखा है। बस्तर की संस्कृति में प्रकृति के साथ जुड़ाव, पारंपरिक नृत्य, संगीत और हस्तशिल्प का महत्त्वपूर्ण स्थान है।

संकेत शब्द : संस्कार, लोक संस्कृति, बस्तर, लोकगीत, जनजाति, लोककथा, रीति-रिवाज, भाषा, लोकविश्वास, प्रकृति प्रेम।

प्रस्तावना

संस्कृति का संबंध मनुष्य की बुद्धि, स्वभाव और मनोवृत्तियों से है। इन्हीं के आधार पर व्यक्ति अपना विकास करता है। अतः संस्कृति साधन और साध्य दोनों हैं। किसी भी संस्कृति को सही रूप में जानने और समझने के लिए उस समाज की सभ्यता उत्पत्ति, विकास, रहन-सहन, आचार-व्यवहार, खान-पान, आवास, जन्म-मृत्यु, बोली-भाषा, विवाह, त्योहार आदि मूल व्यवहार को भी जानने की आवश्यकता पड़ती है। भारतीय संस्कृति में जनजातियों का बहुमूल्य योगदान है। जनजातीय समाज की संस्कृति, सभ्यता, समाज-व्यवस्था और धार्मिक-सामाजिक रीति-रिवाज इत्यादि गैर जनजातीय समाज व संस्कृति से थोड़ा भिन्न हैं। भारत का जनजातीय समाज सदियों से अपनी इस विशिष्ट संस्कृति एवं परंपरा को बचाने में लगा रहा है। जनजातीय संस्कृति की अपनी एक विशेष पहचान है। दुर्गम वनों, पर्वतों, नदियों के मध्य सदियों से पुष्पित एवं संरक्षित जनजातीय संस्कृति, उनके लोकाचार तथा मूल्यों का अनूठा भंडार है। उनके जन्मजात गुणधर्मों में सरलता, सहजता, सच्चाई, सीधापन, परिश्रमशीलता, ईमानदारी, सामूहिकता, समानता एवं प्रकृतिप्रेम की प्रधानता है। अतएव भारत की जनजातीय संस्कृति में जाति समानता, लिंग समानता, सहभागिता, सहयोगिता, समूह भावना एवं प्रकृति से निकटस्थ संबंध हैं। इनमें लिंग, जाति, धर्म, समुदाय, संस्कृति, शिक्षा आदि किसी भी आधार पर भेदभाव नहीं पाया जाता। हिंदी साहित्य के प्रमुख आलोचक डॉ. मैनेजर पांडेय इस संदर्भ में टिप्पणी करते हुए कहते हैं, 'आदिवासियों में स्तरित समाजों की तरह भेद नहीं है। जो आदिवासी देवता है उसकी पूजा पाठ करने का अधिकार सबको है—चाहे वह बहुत संपन्न आदिवासी हो, चाहे बहुत दरिद्र आदिवासी हो' (पथिक, 2012)।

अतः जनजातियों की संस्कृति में उनके जीवन मूल्य निहित हैं।

जनजातीय समुदाय के लोग अपनी आवश्यकताओं को समुदाय के भीतर ही पूरा करते हैं तथा उसके लिए बाजार पर कम से कम निर्भर रहने का प्रयास करते हैं। दैनिक क्रियाकलापों में जनजातीय संस्कृति दृष्टिगत होती है। जैसे-आयु के आधार पर समूह विभाजन, समुदाय संगठन, परिवार, शासन तंत्र, रक्त संबंध, विवाह, सामाजिक स्तर-भेद, शरीर-सज्जा, गीत नृत्य, कला, शिक्षा नीति, खेलकूद, शिष्टाचार, पाक विधा, अतिथि सत्कार के नियम, जन्म-मरण के संस्कार, अदृश्य जगत संबंधी भावनाएँ, शक्तियाँ, धार्मिक उत्सव, जादू-टोने संबंधी विश्वास, देवी-देवताओं के प्रति श्रद्धा भाव आदि। जनजातीय संस्कृति के परिप्रेक्ष्य में भाषा शिक्षा विभाग एनसीईआरटी में एसोसिएट प्रोफेसर डॉ. संजय कुमार सुमन का कहना है कि, 'भारतीय संदर्भ में समाज और संस्कृति को आदिवासी संस्कृति का प्रचार प्रभाव प्राप्त हुआ है। भारतीय सामाजिक व्यवहार हो या आर्थिक और सांस्कृतिक सरोकार सभी में प्राचीन आदिवासी सांस्कृतिक योगदान को बिल्कुल भुलाया नहीं जा सकता। पशुपालन, कृषि और पूंजीवादी व्यवस्था से लेकर आज तक वैश्वीकरण के उदारीकृत तथा आई.टी. वाली व्यवस्था की मात्रा में आदिवासी संस्कृति की छाप सर्वत्र देखी जा सकती है' (मीणा, 2013)।

छत्तीसगढ़ का बस्तर क्षेत्र भी अपनी सांस्कृतिक विशिष्टताओं के कारण देश में महत्त्वपूर्ण स्थान रखता है। सघन वनों से आच्छादित यह विशाल क्षेत्र जनजातीय संस्कृति का प्रमुख केंद्र है। एन. धुसु ने इस संदर्भ में लिखा है कि, 'मध्य प्रदेश के सुदूर दक्षिण में स्थित बस्तर भूभाग भाषा संस्कृति और इतिहास की दृष्टि से उत्तर और दक्षिण भारत की मिलन स्थली रही है' (धुसु, 2010)। सांस्कृतिक विरासत की दृष्टि से बस्तर की जनजातीय संस्कृति अपनी एक विशिष्ट पहचान बनाए हुए है। बस्तर अंचल अपनी विशिष्ट भौगोलिक विचित्रताओं के कारण जनजातीय संस्कृति को

सँजोए रखने में सफल रहा है। दुर्गम घाटियों, सघन वनों एवं सीमावर्ती पर्वत श्रृंखलाओं के कारण सदियों तक बस्तर अंचल एक दुर्गम असाध्य दुर्ग की तरह सुरक्षित रहा है।

इस प्रकार स्पष्ट है कि बस्तर की संस्कृति आदिम संस्कृति है। वह अपने आप में बेजोड़ है। वहाँ की संस्कृति में एक अनुराग है। एक आकर्षण है, एक सत्य है। वहाँ की नदियों, ऊँचे पर्वत श्रृंखलाओं तथा घने वनों ने लोगों को अपनी ओर आकर्षित किया है। बस्तर की संस्कृति अप्रतिम है। यहाँ के लोगों का खान-पान, रहन-सहन, वेशभूषा एवं धार्मिक मान्यताएँ गैर-जनजातीय समाज से भिन्न हैं। उनकी संस्कृति देश में व्याप्त अनेक संस्कृतियों का मिश्रण है। उत्सवधर्मिता इसका प्रमुख अंग है। यही संस्कार व उनकी उत्सवधर्मिता जड़त्व जीवन को चैतन्य करते हैं। प्रत्येक ऋतु एक नवीन उल्लास हर्ष से पूर्ण रहती है। इनके जीवन में उत्सवों के विविध रंग फैले हुए हैं। यह लोग अपनी सांस्कृतिक विरासत के संरक्षण में निपुण हैं।

शोध उद्देश्य

- लोकगीतों के प्रति सकारात्मक दृष्टिकोण विकसित करना।
- लोकगीतों के माध्यम से प्राचीन संस्कृति को जानना।
- लोकगीतों के माध्यम से बस्तर की जनजातीय संस्कृति एवं संस्कारों को उजागर करना।
- नई पीढ़ी को बस्तर के रीति-रिवाजों एवं वहाँ की संस्कृति से अवगत कराना।

शोध प्रविधि

प्रस्तुत शोध पत्र के लिए लोकगीतों एवं बस्तर की जनजातीय संस्कृति से संबंधित पुस्तकों, समाचार पत्र, पत्रिकाओं, शोध पत्र एवं वेबसाइट पर उपलब्ध द्वितीयक सामग्री प्राप्त की गई है। साथ ही बस्तर लोकगीत एवं साहित्य के जानकारों से बात करके लोकगीत की रचनात्मकता का विश्लेषण किया गया है।

बस्तर के लोकगीत

समस्त जन समाज में चेतन और अचेतन रूप में जो भावनाएँ गीतबद्ध होकर अभिव्यक्त होती हैं, उन्हें लोकगीत कहते हैं। मानव के हृदय से जो विकृत भावनाएँ निकली थीं, वे आगे चलकर लोकगीत के रूप में परिवर्तित हो गईं। जब जन-जीवन के भाव अभिव्यक्त होकर अंकित हो जाते हैं तो उनमें वहाँ की मिट्टी बोलने लगती है, खेत गुनगुनाने लगते हैं और गलियारे तथा आँगन नाच उठते हैं। अतः गीत मनुष्य जीवन के स्वाभाविक अंग हैं। यह उसके लिए प्रकृति की एक शाश्वत देन है। सुख में गाकर वे उल्लसित होता है, तो दुख एवं कष्ट में गाकर अपनी पीड़ा को लोक की पीड़ा बना देता है। लोकगीतों में जन-जीवन की सच्ची झाँकी निहित होती है। भारतीय संस्कृति एवं हमारे परंपरागत जीवन का सुंदर और सच्चा इतिहास इसमें चित्रित है। ये लोकगीत समाज का आईना हैं। देश की तत्कालीन राजनीति की जानकारी इन गीतों में मिलती है। मानव जाति की विराट् भाव व्यंजना इनकी हर कड़ी पर जाग्रत होती है। नारी हृदय की विशालता, माँ की ममता, प्रियतम से वियोग की पीड़ा, उलाहने आदि हमें लोकगीतों में मिलते हैं। लोकगीतों के मूल में परंपराएँ, संस्कृति एवं संस्कार

के चित्र मिलते हैं, उनमें जीवंत शक्ति होती है। स्वाभाविकता और भावों की तीव्रता होती है। रचयिता का रचनाकाल अज्ञात होता है, दूसरे शब्दों में यह लोक की संपत्ति हैं और सार्वकालिक होते हैं। लय लोकगीतों का आवश्यक अंग है। संगीतात्मकता से वे युक्त होते हैं।

लोकगीतों में गेयता की सामूहिक प्रवृत्ति अपेक्षाकृत अधिक होती है। इनमें सहज प्रवाह होता है। प्रचलित शब्द प्रयोग के परिणामस्वरूप स्वरोच्चार में सुविधा होती है, जिससे उसकी गति बनी रहती है। लोकगीतों का स्वरूप सरस, प्रवाहपूर्ण, माधुर्ययुक्त तथा परिवर्तनशील है। उसमें व्यक्ति, जाति तथा स्थान के अनुसार परिवर्तन होता रहता है। लोकगीतों के आरोह अवरोह में संगीतबद्धता होती है। इन गीतों में नारी-प्रधान गीतों की संख्या अधिकतम है, जिनमें विविध त्योहार, उत्सव, विवाह गीत आदि उल्लेखनीय हैं। लोकगीतों में आँचलिक जीवन का चित्रण समाहित होता है। लोकगीतों के माध्यम से नीति, अनिनीति, सत्य, असत्य की बातें कही जाती हैं तथा इसमें शिक्षा, संस्कार, व्यवहार, धर्म, ज्ञान-विज्ञान, रहन-सहन, रीति-रिवाज, त्योहार आदि को प्रस्तुत किया जाता है। मैथिली लोकगीत के प्रखर विद्वान् डॉ. तेज नारायण लाल के अनुसार 'लोकगीत हमारे जीवन विकास का इतिहास है' (वर्मा, 2005)।

'लोकगीतों में हमें जीवन के समस्त पहलुओं के स्वाभाविक चित्र उपलब्ध होते हैं। आज के कुंठा, संत्रास और घुटन भरे वातावरण में लोकगीत मुक्त पवन के झोंके हैं, जो मन प्राण को शीतलता और संतोष का सुख प्रदान करते हैं। लोकगीत वह भावना है जिसमें भोगे हुए क्षणों की अकृत्रिम अभिव्यक्ति होती है' (बिंदु, 1983)। अतः लोकगीत विभिन्न भूखंडों पर फैले हुए अपने धर्म, विश्वास और मान्यताओं पर आश्रित मानव-मन के वे भावचित्र हैं, जिनमें कृत्रिमता का अभाव एवं भोली-भाली जनता के हृदय के सहज उद्गार हैं। इनका संबंध मस्तिष्क से न होकर हृदय से होता है। ये तर्क से परे भावनाओं पर आश्रित होते हैं। ये न छंदशास्त्र के नियमों से बंधे हैं, न अलंकारों के बोझ से दबे हैं। ये युग-युग से मुक्त मानव कंटों से मुखरित होते चले आ रहे हैं। लोकगीतों में लोकमानस के सुख-दुख, करुणा और मुस्कान अपने स्वाभाविक रीति से मुखरित होते हैं। इन गीतों का प्रणेता समाज का कोई विशेष वर्ग नहीं, अपितु लोकमानस का उल्लास और उसकी पीड़ा है। उनके स्वरों में यद्यपि विभिन्नता है, किंतु तथ्य की एकरूपता सर्वत्र है। इनके प्रसार और व्यापकता का एकमात्र कारण इनकी सरलता और तरलता है।

जनजातियों की परंपरा उनकी संस्कृति को उजागर करती है। सभी लोगों के लिए उन परंपराओं का पालन करना आवश्यक माना जाता है। जनजातीय समाज में लोक संस्कृति से जुड़े विविध आयाम हैं, जिनमें मुख्यतः लोक-कथा, लोक-गीत, लोक-नृत्य, लोक विश्वास और प्रकृति प्रेम आदि सम्मिलित हैं। जनजातीय संस्कृति लोक गीतों एवं नृत्यों पर आधारित होती है। कोई भी संस्कार, अनुष्ठान और त्योहार बिना नृत्य एवं गीतों के संपन्न नहीं होते हैं। प्रत्येक अवसर पर ये लोग अलग-अलग गीत गाते हुए दिखाई देते हैं। वैवाहिक गीत, नृत्य गीत, शिकार गीत, खेती-रोपनी गीत आदि। ये गीत इनके समाज में सौंदर्यबोध और जीवनानंद को उजागर करते हैं। लोकगीत तथा लोक नृत्य बस्तर की जनजातियों को सर्वाधिक प्रिय हैं। बस्तर में लोक नृत्य की परंपरा अत्यंत प्राचीन है। यहाँ के लोग लोक-गीतों तथा नृत्यों के माध्यम से अपना मनोरंजन करने के साथ-साथ सामाजिक, धार्मिक उत्सवों, पर्व-त्योहारों, संस्कारों को भी

प्रसन्नता के साथ मनाते हैं।

विश्व की अनेकानेक जनजातीय संस्कृतियों की तरह ही बस्तर की जनजातीय एवं लोक संस्कृति में भी संगीत का बहुत महत्वपूर्ण स्थान रहा है। जन्म से लेकर मृत्युपर्यंत संगीत यहाँ के जनजीवन को पल्लवित करता रहा है। संगीत के आदि जनक के रूप में जहाँ गोंडी परिवेश में लिंगो पेन का नाम लिया जाता है, वहीं हल्बी-भतरी परिवेश में बुढ़ा देव का। लिंगो पेन और बुढ़ा देव दोनों ही अपने-अपने परिवेश में नटराज के रूप माने गए हैं। गोंडी परिवेश में संगीत के आविर्भाव को लेकर भिन्न-भिन्न कथाएँ प्रचलित हैं। एक के अनुसार लिंगो को संगीत का ज्ञान उसके जन्म के साथ ही था, जबकि दूसरी कथा के अनुसार उसे नृत्य और गायन का ज्ञान मधुमक्खियों से हुआ। चेलिक (युवक) और मोटियारिनों (युवतियों) को अन्य प्रकार की शिक्षा के साथ ही संगीत-शिक्षा भी घोटुल से प्राप्त होती रही है। संगीत को आदिकाल से देवाराधना का माध्यम माना जाता रहा है, जिसमें कोई संशय नहीं है। प्रारंभिक तौर पर संगीत वनांचलों में रहने वाले विभिन्न समुदायों के मनोरंजन का एक मात्र माध्यम रहा है। मनोरंजन के साथ-साथ देवोपासना और विभिन्न सामाजिक-धार्मिक संस्कारों एवं कर्म-कांडों से भी इसका नाता जुड़ा और इस तरह यह जन-जीवन का अभिन्न अंग बन गया। बस्तर के जनजातीय और लोक जीवन में भी जन्म से लेकर मृत्यु तक के सभी संस्कारों में गीत-संगीत की प्रधानता सहज ही देखी जा सकती है।

जनजातियों के अधिकांश लोकगीत सवाल-जवाब के रूप में होते हैं। इसके लिए महिलाएँ दो समूहों में बँटी होती हैं। एक समूह वाले गाते हुए सवाल करते हैं, वहीं दूसरा समूह उसका जवाब देता है या पहले समूह द्वारा गाई गई पंक्तियों को दोहराता है। इन गीतों को 'पाटा' कहा जाता है। इन गीतों की मुख्यतः चार श्रेणियाँ हैं।

1. संस्कारपरक लोकगीत,
2. धार्मिक लोकगीत,
3. ज्ञानवर्धक लोकगीत और
4. अन्य लोकगीत।

संस्कारपरक लोकगीत

संस्कारपरक गीतों के अंतर्गत जन्म, विवाह और मृत्यु के समय गाए जाने वाले गीत आते हैं। जन्म के समय गाए जाने वाले गीतों में पुटुलपाटा अर्थात् शिशुगीत, सटिंग पाटा अर्थात् नामकरण गीत, जोली पाटा अर्थात् लोरी गीत आदि शामिल हैं।

पुटुलपाटा यानी शिशु गीत : यह शिशु के जन्म के दिन ही महिलाएँ गाती हैं। इसमें नवजात की माँ के परिवार और पिता के परिवार की महिलाएँ मिलजुल कर समूह बनाकर गाती हैं।

जोली पाटा यानी लोरी गीत : जब शिशु झूले में होता है तो यह गीत गाया जाता है। यह एक तरह से लोरी होता है, जिसे घर की महिलाएँ, माँ या दादी गाती हैं।

सटिंग पाटा यानी नामकरण गीत : यह छटी के दौरान गाया जाने वाला गीत है। इसमें गाँव की महिलाओं को आमंत्रित किया जाता है और वे समूह के रूप में जमा होकर ये गीत गाती हैं, जिसे सटिंग यानी नामकरण (बस्तर में छटी) कहते हैं।

जोला पाटा यानी झूलना गीत : यह गीत घर की महिलाएँ गाती हैं जब शिशु झूले में होता है।

विवाह गीत-संगीत में हास्य प्रहसन की बड़ी भूमिका होती है। इसमें जो गीत गाए जाते हैं, उनमें शामिल हैं मांडो पाटा अर्थात् मंडप गीत, टूकचोड़ी पाटा, मरमिंग पाटा अर्थात् सगाई गीत, नी तरहीना पाटा अर्थात् तेल चढ़ाई गीत, महुड़ बाँदनी गीत (मुकुट बाँधना), जोड़ा पाटा, ऐरमिहना पाटा, होपे क्रियान पाटा अर्थात् विदाई गीत, भुँआर अर्थात् भाँवर गीत आदि। मांडो पाटा यानी मंडपगीत मंडप के दौरान गाया जाने वाला गीत है। विवाह के लिए तैयार मंडप के बीचो-बीच महुआ की डाल जंगल से लाई जाती है। इसी दौरान गाना गाते हुए महिलाएँ जाती हैं, जिसे मांडो पाटा यानी मंडपाच्छदन गीत कहा जाता है। टूकचोड़ी पाटा यानी चूनमाटी मजाक के लहजे में गाया जाने वाला गीत है। विवाह की रस्म के लिए गोठान से मिट्टी लाने के दौरान इस गीत को गाया जाता है। नी तरहीना पाटा बस्तर में विवाह की एक रस्म होती है, जिसे तेल चढ़ाना कहते हैं। इस रस्म में गाया जाने वाले गीत को नी तरहीना पाटा कहा जाता है। जनजातीय समाज में विवाह का पूरा खर्च वर पक्ष को ही उठाना पड़ता है। वर पक्ष को विवाह सामग्री सौंपते समय जो गीत गाया जाता है, उसे जोड़ापाटा कहते हैं। विवाह के दौरान पुजारी वर-वधू पर पानी डालता है और दोनों पक्षों के लोग नृत्य करते हुए जो गीत गाते हैं, उसे ऐरमिहना पाटा कहते हैं। विवाह के समय लड़के-लड़कियाँ वर-वधू को कलश की परिक्रमा कराते लगीड़पाटा गीत गाते हैं। होपे क्रियान पाटा अर्थात् दुल्हन की विदाई का गीत दुल्हन की विदाई के लिए भावी जीवन की सीख देते हुए गाया जाता है। बस्तर में इस प्रकार के गीत को होपे क्रियान पाटा कहा जाता है। भाँवर के समय गाया जाने वाला हल्बी भाषा का यह गीत बस्तर की लोक संस्कृति को उजागर करता है। 'इली रे हुलहुली बतासा मारे, केरा डुंडा डाले पर चो जोड़ी के दखुन रे थोबेला, छाती धड़धड़ करे एदे हो लेहरी-लेहरी बाजेसे मोहरी हाँसा-परेवाँ चो जोड़ी।' अर्थात् आईरे हुलहुली (तेज आवाज) शोर हुआ भारी, केले का खेड़ हिले, दूसरे की जोड़ी को देखकर हे अभागिनी! छाती धड़कने लगे यह देखो लहरों-सी बज रही मोहरी हंसों- कबूतरों की जोड़ी' (वैष्णव, 2014)।

इसके अतिरिक्त 'महुड़ बाँदनी गीत' भतरा जनजाति के विवाह के समय गाया जाता है। "ना काँद रे डाउल-बुटा पुजारी मकुट बाँदे बाँदे तो बाँदे लाड़े-लाड़े बाँदे" (वैष्णव, 2014)।

धार्मिक लोकगीत

धार्मिक लोकगीतों को 'पेन पाटा' कहा जाता है, पेन का अर्थ है देवता। पेन पाटा में चार प्रकार के गीत होते हैं। ककसाड़ पाटा, मातल पाटा, कोकरेंग पाटा और ढोलपाटा।

मातल पाटा : इस प्रकार के गीत देवताओं खेल-खिलाने के उद्देश्य से इसे गाया जाता है। इस प्रकार के गीतों में देवियों को खेलने का अनुरोध किया जाता है।

ढोलपाटा : ढोल बजाकर इसे गाते हुए देवताओं से खेलने का अनुरोध किया जाता है। घोटुल या गाँव के लड़के ढोल बजाते हुए महिलाओं के बीच जाते हैं। उस वक्त नृत्य कर रहीं महिलाएँ ढोलपाटा गीत गाती हैं।

ककसाड़ पाटा : यह गीत रात भर गाया जाता है। इसमें नृत्य भी शामिल है। मंडप के पास आने वाले सभी देवताओं के नाम लेकर इसे गाया जाता है।

कोकरेंग पाटा : इसमें देवताओं का आह्वान कर उनका परिचय

कराया जाता है।

ज्ञानवर्धक लोकगीत

ज्ञानवर्धक गीत उपदेशात्मक होते हैं। उन्हें सिर्फ ज्ञान या सीख देने के उद्देश्य से गाया जाता है। ऐसे गीतों के बोल उपदेशात्मक होते हैं। जैसे घोटुल पाटा गीत, यह दो या इससे अधिक दिनों तक गाया जाता है। यह पौराणिक कथा का ही रूप होता है। इसमें देवी-देवताओं की उत्पत्ति से लेकर निर्वाण तक की कथा होती है। करिहना अर्थात् सीख गीत घोटुल से लड़की को विदा करते समय गाया जाता है। इस प्रकार के लोक गीतों में उपदेश दिया जाता है। विवाह के कई अवसरों पर भावी वर-वधू को जीवन का पाठ पढ़ाने के उद्देश्य से इसे गाया जाता है।

इन गीतों के अतिरिक्त बस्तर के प्रमुख लोकगीतों में गाँव में वर्षा न होने पर केयना पाटा अर्थात् बुलावा गीत, कोड़का पाटा अर्थात् त्योहार गीत, गिरदा पाटा अर्थात् उल्लास गीत, किलना पाटा अर्थात् रूदन गीत, लेजा, झालियाना, मारीरोसोना, परब नृत्य गीत, ककसाड़, रीलो, करमा आदि प्रमुख हैं, जिनमें बोलियों की मिठास झलकती है। बस्तर अंचल में धनकुल गीतों की महत्त्वपूर्ण परंपरा रही है। विशेषकर हल्बी-भतरी परिवेश में। चूँकि ये गीत 'धनकुल' नामक तत वाद्य की संगत में गाए जाते हैं, इसीलिए इन गीतों को 'धनकुल गीत' भी कहा जा सकता है। इनको दो जगार गायिकाएँ गाती हैं। इन जगार गायिकाओं को 'गुरुमायँ' (अथवा गुरुमाय) कहा जाता है। प्रमुख गायिका 'पाट गुरुमायँ' कहलाती है। उसकी एक या दो सहायिकाएँ होती हैं, जिन्हें 'चेली गुरुमायँ' कहा जाता है। धनकुल गीतों के अंतर्गत चार जगार गाए जाते हैं। 'आठे जगार', 'तिजा जगार', 'लछमी जगार' और 'बाली जगार'। इन चारों जगार की प्रकृति लोक महाकाव्य की है। ये चारों लोक महाकाव्य अलिखित हैं और पूर्णतः वाचिक परंपरा के अंतर्गत आते हैं। इनमें से आठे जगार, तिजा जगार और लछमी जगार की भाषा हल्बी एवं कहीं-कहीं हल्बी-भतरी-बस्तरी मिश्रित है, जबकि बाली जगार की भाषा भतरी है। इन गीतों का स्वरूप कथात्मक और अकथात्मक दोनों है। कथात्मक गीतों के अंतर्गत चारों लोक महाकाव्य आते हैं, जबकि अकथात्मक गीतों की श्रेणी में इन चारों जगारों के गायन के समय बीच-बीच में गाए जाने वाला 'चाखना गीत' आता है।

चाखना गीतों के अंतर्गत दो तरह के गीत गाए जाते हैं। पहला सामान्य तौर पर गाया जाने वाला चाखना गीत, जिसमें हास्य, शृंगार व शांत रस होता है। इस श्रेणी के चाखना गीतों को 'सादा चाखना' कहा जाता है, जबकि दूसरी श्रेणी का चाखना गीत देव आराधना गीत होता है, इसीलिए इस श्रेणी के चाखना गीतों को 'देव चाखना' के नाम से जाना जाता है। सादा चाखना पूरी तरह मनोरंजन प्रधान गीत होते हैं, जबकि देव चाखना देवी को रिझाने और उसकी आराधना में गाए जाने वाले गीत हैं। देव चाखना गीतों के गायन के लिए प्रायः देवी स्वयं ही गुरुमायों से आग्रह करती दिखाई देती है और जब देव चाखना गीत गाए जाते हैं तब देवी प्रसन्न होकर नृत्य करने लगती है। सादा चाखना गीत इस प्रकार हैं :

चलो सखी लंका गड़ के कुदलो हनुमान
चलो सखी लंका गड़ के कुदलो हनुमान
अछा मँजा दिली राम, अछा मँजा दिली राम
कोन गड़ के कुदलो हनुमान

चलो सखी कोन गड़ के कुदलो हनुमान,
अछा मँजा दिली राम, अछा मँजा दिली राम
कोन गड़ के कुदलो हनुमान

चलो सखी कोन गड़ के कुदलो हनुमान।' (वैष्णव, 1990)

इस गीत में हनुमान जी द्वारा सीता की खोज में लंका गमन का वर्णन है। खेतों में धान की फसल पकने के साथ ही 'लछमी जगार' का आयोजन गाँव-गाँव में होने लगता है। यह आयोजन प्रायः माघ महीने तक चलता रहता है। धान्य-देवी महालक्ष्मी एवं नारायण की कथा इस जगार की कथावस्तु होती है। यह हल्बी जनभाषा में गाया जाता है। यह उत्सव प्रायः सामूहिक रूप से आयोजित किया जाता है, जिसे गाँव जगार कहा जाता है। कम-से-कम पाँच तथा अधिकतम ग्यारह दिनों तक चलने वाले इस उत्सव का आयोजन स्थल प्रायः देवगुड़ी अर्थात् मंदिर होते हैं। लछमी जगार की तरह ही 'तिजा जगार' भी विभिन्न संस्कारों से परिपूर्ण एक अनुष्ठान है। इसमें सुखी दांपत्य जीवन की (तथा संतान प्राप्ति की भी) कामना की जाती है, जिसमें महिलाओं द्वारा 'तीजा' यानी हरितालिका का व्रत रखा जाता है। इस अवसर पर तिजा जगार की कथा जिन्हें 'गुरुमायँ' कहा जाता है, द्वारा गाई जाती है।

बस्तर में प्रचलित बाली जगार उड़ीसा में भी आयोजित किया जाता है। इसके दो रूप पाए जाते हैं। पहला 'पाट बाली' तथा दूसरा 'परजा बाली' कहलाता है।

आठे जगार में श्री कृष्ण का चरित्र गाया जाता है। इसका प्रचलन अब लगभग समाप्त हो गया है। वर्तमान समय में बस्तर के लोकगीतों की बात की जाए तो यहाँ विभिन्न तरह से गाया जाने वाला लोकगीत 'लेजा' आज भी लोकप्रियता के चरम शिखर पर है। जैसे :

'लेजा लेजा लेजा दादा लेजा केंवरा
घोटिया मंडई जायेंदे दादा पयसा देऊरा
काय लेजा रे होय दादा पयसा देऊरा।' (वैष्णव, 2003)

बस्तर के सौंदर्य और उसकी संस्कृति के संदर्भ में एक लोकगीत दृष्टव्य है :

'आमचो बस्तर नगत माय
नगत माय हो।
बानी- बानी वो एथा लोग मन
नाचुन गाउन परव मानुन
रहजात दुख दंड के छाडुना।' (विद्यार्थी, 2019)

चांदनी रात में परब नृत्य गीत में युवक-युवतियों का दल झूमने लगता है :

नंदी कठा-कठा गागुआय रे बगनी बागो,
गागुआय रे बगनी बागो,
धान मिरी बड रागो दादा
जानी चीनी करी लागो--
डाल खाई रे आँखी मारी दिले बायले मिरे
आया बूबा नाँई मिरे डाल खाई रे
डाल खाई रे मैना
आया बूबा नाँई मिरे --
उसी तरह पौष पूर्णिमा के दिन गाया जाने वाला छेरता गीत :
झिरलीटी- झिरलीटी

पंडकी मारा लिटी रे

नकटा छेर छेर। (वैष्णव, 2013)

प्रसिद्ध इतिहासकार डॉ. हीरालाल शुक्ल ने गोंडी, हल्बी आदि भाषाओं के गीतों का भाषा शास्त्रीय, संगीत शास्त्रीय वैज्ञानिक अध्ययन कर अपनी पुस्तक 'आदिवासी लोक संगीत' में प्रकाशित किया है, जो इस क्षेत्र में संभवतः प्रथम प्रयास है। वहीं बस्तर रेडियो स्टेशन के स्थापित होने के पश्चात् बस्तर की क्षेत्रीय भाषाएँ, आकाशवाणी के माध्यम से सीखने-समझने के लिए, रुचि जाग्रत करने के लिए मनोरंजन का अच्छा साधन सिद्ध हुई हैं। एक समय ऐसा भी था जब बस्तर क्या अन्य प्रांतों के श्रोता भी हल्बी गीतों की फरमाइश करते थे। गायक मेघनाथ पटनायक द्वारा गाया गया यह गीत काफी लोकप्रिय हुआ था :

'आया मोचो दंतेसरी बुआ भैरम आय

भाई दंडकार बईन इंदाराबती सरन सरन

तुमके सरन सरन आय

मयँ आयँ बस्तर जिला चो आदिवासी पिला

बैलाडीला बैलाडीला।' (शुक्ल, 2012)

यह गीत प्रत्येक कोयतुर गाँव अर्थात् बस्तर राज की प्रत्येक नार (गाँव) की मूल संरचना को बताता है। इस गीत का मूलभाव ही बस्तर के कोयतुर लोगों की मूल पहचान है, जिसमें मावली (दंतेश्वरी), भैरम बाबा अर्थात् डोकरा देव, डंडकार मतलब रावपेन व इंद्रावती का कोयतुर गाँव से क्या रिश्ता है, वह बताया गया है। इसी रिश्ते वह आदिवासी स्वयं की पहचान बता रहा है। वर्तमान समय में हल्बी भाषा के साहित्य में छत्तीसगढ़ी का मिश्रण अधिक होने लगा है। उनके विषय जो मंडई, हाट-बाजार, शादी-ब्याह, जन्म-मरण तक ही सीमित होते थे। अब उसमें छत्तीसगढ़ी, हिंदी के साथ ही अंग्रेजी के भी शब्द आ गए हैं। जैसे :

रेलोओओ रेरेलोयो रेलो रेरेला रेलाआआ

सिंगी बांगा जोपा परेसे

ओदे बाबू सिंगी बांगा जोपा परेसे

जोपा के दखुन टोडसे ना

ओदे बाबू जोपा के दखुन टोडसे ना

लाईट दखुन साईट मारसे

ओदे बाबू लाईट दखुन साईट मारसे

रेरेलोयो रेरेला रेलोओओ रेरेलोयो रेरेला। (जगदलपुरी, 1991)

यद्यपि हल्बी में प्रकाशित साहित्य की संख्या बहुत अधिक नहीं है, परंतु इस दिशा में अब जागरूकता बढ़ रही है। हरिहर वैष्णव द्वारा प्रकाशित बस्तर की लोकगाथा 'धनकुल जगार' हल्बी को स्थापित करने और उसके विकास की दिशा में महत्वपूर्ण कदम है। इसकी एक झलक इस प्रकार है :

आया बालें मयँ दंतेसरी

आया बालें मयँ दंतेसरी

जगार नेवता पड़े परभू

जगार नेवता पड़े

बाटे आसे मोर नौदेल कुआँ

बाटे आसे मोर नौदेल कुआँ

पाँय पखारी आव दाई

पाँय पखारी आ। (वैष्णव, 2014)

अतः बस्तर के लोकगीतों में निश्चल भावनाओं से ओतप्रोत, सुमधुर

कंटों से गुंजित होने वाले शब्दों की ध्वनियां, प्राकृतिक सौंदर्य से निकली बस्तर की मीठी-मीठी बोलियों से गुंजायमान होती हैं।

जनजातीय संस्कृति में नृत्य गीत का विशेष महत्त्व है। राजीव रंजन प्रसाद ने अपने उपन्यास 'आमचो बस्तर' में नृत्य एवं गीतों के महत्त्व को बताते हुए लिखा है :

'नृत्य-गीत इनके जीवन के अभिन्न अंग हैं। सल्फी के नशे में मस्त यहाँ के स्त्री-पुरुष मिलजुल कर रात-रात भर नाचते हैं। मेलों में नृत्य के भव्य, विशाल आयोजन होते हैं, जहाँ ये अपना जीवन साथी भी चुनते हैं' (प्रसाद, 2012)।

'करमा नृत्य' बस्तर अंचल का सबसे पुराना नृत्य है। यह नृत्य कर्म देवता को प्रसन्न करने के लिए किया जाता है। गोंड, उराँव, बैगा, बिंझवार आदि जनजातियों में करमा नृत्य का व्यापक प्रचलन है। गोंड लोग करम राजा और करम रानी को प्रसन्न करने के लिए करमा नृत्य करते हैं। वनफूलों और मयूर पंखों से सजे युवक व युवतियाँ गोलाई में नृत्य करते हैं। एक पक्ष गीत प्रारंभ करता है, दूसरा इसे दोहराता है। एक व्यक्ति वाद्य बजाता है। प्रायः यह विजयादशमी से आरंभ होकर अगली वर्षा ऋतु के आरंभ तक चलता है। 'करमा गीतों में बहुत विविधता होती है, ये किसी एक भाग या स्थिति के गीत नहीं हैं, इसमें दैनिक जीवन की गतिविधि एवं स्थितियों के साथ प्रेम, श्रृंगार का गहरा भाव भी होता है' (प्रकाश, 2012)।

इस प्रकार लोकगीतों का क्षेत्र अत्यंत व्यापक है। मानव जीवन के मूल भावों को सरलतम रूप से अभिव्यक्त करने की क्षमता इन गीतों में है। गेयता इनका प्रधान गुण है। 'अनुभूति की मार्मिकता तथा अभिव्यक्ति के सरल, स्पष्ट किंतु तीव्र होने के कारण अनेक गीतों में अंशतः काव्य के गुण स्वाभाविक रूप से आ जाते हैं। हालाँकि प्राथमिक संस्कृतियों के निम्न धरातल पर जीवनयापन करने वाले अनेक जनजातीय समूहों के गीतों के संबंध में ऐसा नहीं कहा जा सकता। हैदराबाद (दक्षिण) की चेंचू आदि जाति के अध्ययन में 'क्रिस्टोफ फॉन फ्यूरर हैमंडार्फ' ने बताया कि इन लोगों के गीत प्रायः अस्पष्ट उद्गार ही होते हैं। उनमें काव्यात्मक अभिव्यक्ति का अभाव रहता है। असम की कोन्यक, नागा आदि जाति के गीत सांस्कृतिक दृष्टि से महत्वपूर्ण होते हुए भी कविता की दृष्टि से प्रायः उपेक्षणीय ही है... परंतु अनेक भारतीय जातियाँ ऐसी भी हैं, जिनके लोकगीत कविता की दृष्टि से समृद्ध हैं। बैरियर एल्विन और शामराव हिवाले द्वारा संग्रहीत मध्य प्रदेश की आदि जातियों के गीत और आर्चर द्वारा एकत्र किए गए छोटा नागपुर के संधाल आदि समूहों के अनेक गीत कविता के रूप में भी महत्वपूर्ण हैं (दुबे, 2008)।

निष्कर्ष

स्पष्ट है कि लोकगीतों में हमारे ऐतिहासिक, सामाजिक एवं सांस्कृतिक आख्यान निहित हैं। इनमें कुछ तो अत्यंत मार्मिक है। ऋतु गीतों में लोक जीवन के हर्ष-विषाद स्वाभाविक रूप से अभिव्यक्त हुए हैं। इन गीतों में एक ओर प्रकृति की सुषमा का चित्रण है, वहीं दूसरी ओर प्रकृति का मानवीय जीवन पर व्यापक प्रभाव भी अपनी अमिट छाप छोड़ देता है। लोकगीतों में हमारे जातीय उत्थान-पतन का इतिहास निहित है। एक ओर पराधीनता और नैतिक पतन तथा दूसरी ओर सांस्कृतिक गौरव का असीम उल्लास, इन दोनों पक्षों का लोकगीतों में पर्याप्त निरूपण मिलता है। लोक विश्वास से जुड़े हुए विभिन्न देवी-

देवताओं की वंदना में गाए जाने वाले गीत हमारी धार्मिक भावनाओं को दृढ़ करते हैं। इन धार्मिक गीतों में हमारी सांस्कृतिक एकता एवं समन्वय साधना का रहस्य छुपा हुआ है। ये लोकगीत पवित्र वातावरण की सृष्टि करते हैं। परस्पर स्नेह, सौहार्द, सहानुभूति आदि भावों की वृद्धि करने में भी ये सक्षम हैं। एक विश्वास, एक आस्था और परंपरागत सांस्कृतिक सूत्रता इन गीतों की मौलिक विशेषता है।

लोकगीत साहित्य सभ्यता एवं संस्कृति की अमूल्य निधि हैं। इनमें विजय-पराजय, प्रकृति के गीत, पशु-पक्षी, वृक्ष, मानव के पारस्परिक संबंध, बलिपूजा, टोना-टोटका, मानव और चिंतन सबका बड़ा ही मनोहर वर्णन मिलता है। अतः इन गीतों का बहुत अधिक महत्त्व है। यह महत्त्व ऐतिहासिक, सांस्कृतिक, धार्मिक, पौराणिक, साहित्यिक, नैतिक, भौगोलिक, आर्थिक भाषा तथा भाषा-विज्ञान सभी क्षेत्रों में है। जीवन का कोई भी क्षेत्र इसकी परिधि से बाहर नहीं है। अतः जीवन और लोकगीत एक ही सिक्के के दो पहलू माने जा सकते हैं। स्पष्टतः कहा जा सकता है कि बस्तर की जनजातियों का जीवन गीत प्रथाओं, लोकगीतों, नृत्यों, लोककथाओं और पहेलियों से भरा हुआ है। भारतीय संस्कृति विश्व की प्राचीनतम संस्कृतियों में से एक है। इसके माध्यम से व्यक्ति अपना विकास करता है। संस्कृति किसी भी समाज के वे सूक्ष्म संस्कार होते हैं, जिनके माध्यम से लोग परस्पर संप्रेषण करते हैं और जीवन में अपनी अभिवृत्तियों, विचारों एवं ज्ञान को नई दिशा देते हैं। अतः हम कह सकते हैं कि लोकगीत संस्कृति, सभ्यता और साहित्य की अमूल्य निधि हैं। इन गीतों का महत्त्व सांस्कृतिक, साहित्यिक, ऐतिहासिक, धार्मिक, पौराणिक, नैतिक एवं भाषा विज्ञान आदि सभी क्षेत्रों में है।

संदर्भ

के. एन. धुसु. (2010). द धुरवा ऑफ बस्तर. कलकत्ता. द एंथ्रोपोलोजिकल सर्वे ऑफ इंडिया. पृष्ठ 1-2.

जगदलपुरी, एल. (1991). बस्तर की मौखिक कथाएँ. बस्तर, छत्तीसगढ़ : हल्बी साहित्य परिषद्. पृष्ठ - 10-11.

दुबे, एस. सी. (2008). मानव और संस्कृति. दिल्ली : राजकमल प्रकाशन. पृष्ठ 167-168.

प्रकाश, पी. (2012). बस्तर के आदिवासी, पांडुलिपि, पृष्ठ 29-30.

प्रसाद, आर. आर. (2012). आमचो बस्तर, नई दिल्ली : यश पब्लिकेशंस, पृष्ठ 95-96.

बिंदु, वी.एस. (1983). अवधि लोकगीत : समीक्षात्मक अध्ययन. इलाहाबाद : परिमल प्रकाशन. पृष्ठ 25-26.

मीणा, आर.सी. (2013). आदिवासी विमर्श. जयपुर : राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी, पृष्ठ 35-36.

वर्मा, पी.बी.पी. (2012). अरावली उद्घोष. (लेख -एक अंतहीन भटकाव की पीड़ा है) जयपुर : गाँधीपथ, चित्रकूट. अंक77-, पृष्ठ11-.

वर्मा, डी. (2005). हिंदी साहित्य सम्मेलन पत्रिका, लोक संस्कृति विशेषांक, प्रयागराज (अंक-20), 37-38.

विद्यार्थी, एल.पी. (2019). भारतीय आदिवासी : उनकी संस्कृति और सामाजिक पृष्ठभूमि. लखनऊ : हिंदी समिति. पृष्ठ 117-118.

वैष्णव, एच.एच. (2003). बस्तर लोक साहित्य. कोंडागाँव : ककसाइ प्रकाशन. पृष्ठ 08-09

वैष्णव, एच.एच. (2013). बस्तर की लोक कथाएँ. दिल्ली : नेशनल बुक ट्रस्ट. पृष्ठ 33-34.

वैष्णव, एच.एच. (2014). लोक गाथा : धनकुल. रायपुर : छत्तीसगढ़ राज्य ग्रन्थ अकादमी. पृष्ठ -32-33.

वैष्णव, एच. (2019). बस्तर का लोक साहित्य. नई दिल्ली : यश पब्लिकेशंस, पृष्ठ 81-82.

शुक्ल, एच.एल. (2012). आदिवासी संस्कृति, संगीत एवं नृत्य. दिल्ली : बी. आर. रिदम्स प्रकाशन. पृष्ठ - 25-26



पूर्वोत्तर भारत और सामुदायिक रेडियो : संस्कृति संरक्षण और संवाद का सेतु

अंशुल चौहान¹ और डॉ. धीरज कुमार²

सारांश

पूर्वोत्तर भारत की भाषाई बहुलता और भौगोलिक जटिलता ने वहाँ संचार माध्यमों की भूमिका को विशेष महत्त्व प्रदान किया है। इस क्षेत्र में मुख्यधारा का मीडिया कई प्रकार की मर्यादाओं के कारण जहाँ उपेक्षा का व्यवहार करता हुआ दिखाई देता है, वहीं सामुदायिक रेडियो स्थानीयता, अस्मिता और जन-संवाद को नया आयाम दे रहा है। प्रस्तुत शोध-पत्र पूर्वोत्तर भारत में सामुदायिक रेडियो की भूमिका का विश्लेषण करता है और इस तथ्य पर भी प्रकाश डालता है कि यह माध्यम कैसे संस्कृति संरक्षण, शिक्षा, महिला सशक्तीकरण, स्वास्थ्य और आपदा प्रबंधन जैसे विषयों में सेतु बनकर उभरा है। शोध पत्र तीन प्रमुख रेडियो स्टेशनों—रेडियो ब्रह्मपुत्र (असम), 'अपना रेडियो 90.0 एफएम' (मिजोरम) और हिल्स एफएम (नागालैंड)—की केस स्टडी पर आधारित है। शोध से स्पष्ट है कि सामुदायिक रेडियो न केवल असरकारी संवाद का माध्यम है, बल्कि सांस्कृतिक पुनरुत्थान और लोकतांत्रिक भागीदारी का वाहक भी बन चुका है।

संकेत शब्द : पूर्वोत्तर भारत, सामुदायिक रेडियो, रेडियो ब्रह्मपुत्र, अपना रेडियो, हिल्स एफएम, संस्कृति संरक्षण, जन-संवाद

प्रस्तावना

पूर्वोत्तर भारत में अरुणाचल प्रदेश, असम, मणिपुर, मेघालय, मिजोरम, नागालैंड, त्रिपुरा और सिक्किम, कुल आठ राज्य शामिल हैं। भौगोलिक दृष्टि से यह क्षेत्र भारत के मुख्य भूभाग से एक संकीर्ण गलियारे द्वारा जुड़ा हुआ है। अपने विविध जनजातीय समूहों, भाषाओं और परंपराओं के कारण यह अक्सर सांस्कृतिक रूप से विशिष्ट माना जाता है, फिर भी, यह क्षेत्र व्यापार, धर्म और सांस्कृतिक आदान-प्रदान के माध्यम से लंबे समय से व्यापक भारतीय सभ्यता से जुड़ा है। यह क्षेत्र न केवल दो सौ से अधिक जनजातियों और सौ से अधिक भाषाओं का घर है, बल्कि इसमें विविध धार्मिक, सामाजिक और पारंपरिक व्यवस्थाएँ भी गहराई से विद्यमान हैं। यहाँ की जनजातियाँ सदियों से अपनी विशिष्ट जीवनशैली, लोककथाओं, हस्तकलाओं, रीति-रिवाजों और लोकसंगीत के माध्यम से एक जीवंत सांस्कृतिक विरासत को संरक्षित करती आ रही हैं (टिनसोंग एवं अन्य, 2020)।

पूर्वोत्तर भारत का आदिकाल से ही भारत के मुख्य भूभाग से सांस्कृतिक एवं वैचारिक जुड़ाव है, जिसके अनेक प्रमाण ऐतिहासिक ग्रंथों और अभिलेखों में दर्ज हैं। यह क्षेत्र वैदिक, शैव-शाक्त, बौद्ध और जनजातीय परंपराओं का संगम स्थल रहा है, परंतु समय के साथ भौगोलिक दूरी, प्रशासनिक उपेक्षा और मुख्यधारा के मीडिया की सीमित पहुँच के कारण इस क्षेत्र की सांस्कृतिक पहचान और आवाज राष्ट्रीय विमर्श में हाशिये पर धकेल दी गई है। समाचार, सिनेमा और मनोरंजन के माध्यमों में पूर्वोत्तर भारत का प्रतिनिधित्व या तो अत्यंत सीमित होता है या फिर पूर्वग्रहों से ग्रसित। ऐसे परिदृश्य में सामुदायिक रेडियो एक सशक्त, सुलभ और लोकप्रिय माध्यम के रूप में उभरा है। यह माध्यम केवल सूचना प्रसारण तक सीमित नहीं है, बल्कि यह स्थानीय भाषाओं और सांस्कृतिक अभिव्यक्तियों के संरक्षण, सामाजिक जागरूकता, जन-सशक्तीकरण और समावेशी संवाद को भी बढ़ावा देता है। सामुदायिक रेडियो उन लोगों को मंच प्रदान करता है, जिनकी आवाज पारंपरिक मीडिया में नहीं सुनाई देती। यह स्थानीय लोगों को उनकी अपनी भाषा में, उनकी समस्याओं,

सफलताओं, सांस्कृतिक गतिविधियों और विचारों को साझा करने का अवसर प्रदान करता है (कौशिक एवं भुयान, 2022)। इस माध्यम के जरिये न केवल ज्ञान और जानकारी का प्रसार होता है, बल्कि समुदायों के बीच पारस्परिक संवाद, सहयोग और सांस्कृतिक आत्म-सम्मान की भावना भी सुदृढ़ होती है। सामुदायिक रेडियो पूर्वोत्तर भारत के लिए केवल एक तकनीकी उपकरण नहीं, बल्कि एक सामाजिक सेतु है, जो संवाद, पहचान और सांस्कृतिक जीवंतता को बनाए रखने में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है।

शोध उद्देश्य

1. पूर्वोत्तर भारत में सामुदायिक रेडियो के विकास और भूमिका का विश्लेषण करना।
2. भाषा संरक्षण, शिक्षा, सूचना योगदान में पूर्वोत्तर भारत के प्रमुख सामुदायिक रेडियो स्टेशनों की प्रभावशीलता का अध्ययन करना।

शोध प्रविधि

प्रस्तुत शोध विश्लेषणात्मक प्रकृति का है, जिसमें केस स्टडी विधि को मुख्य शोध प्रविधि के रूप में अपनाया गया है। अध्ययन का केंद्रबिंदु पूर्वोत्तर भारत के तीन प्रमुख सामुदायिक रेडियो स्टेशन—रेडियो ब्रह्मपुत्र (असम), 'अपना रेडियो 90.0 एफएम' (मिजोरम) और हिल्स एफएम (नागालैंड)—हैं। इन स्टेशनों के कार्यक्रमों, लक्षित समुदायों तथा प्रसारण की भाषाई और सांस्कृतिक विशेषताओं का गहराई से विश्लेषण किया गया है। प्रस्तुत शोध पत्र में द्वितीयक स्रोतों से प्राप्त जानकारी का उपयोग किया गया है, जिसमें भारत सरकार के सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, पीएम-ग्लोबल डिजिटल साक्षरता मिशन आदि की सरकारी रिपोर्टें, सामुदायिक रेडियो स्टेशनों की वेबसाइटें, वार्षिक रिपोर्टें, पूर्व प्रकाशित शोध-पत्र, केस स्टडी, समाचार लेख, ब्लॉग्स तथा ऑडियो प्रसारण के लिप्यंतरण शामिल हैं। एकत्रित सामग्री का विश्लेषण केस अध्ययन विधि के अंतर्गत किया गया है, जिसके माध्यम से संस्कृति संरक्षण, महिला सशक्तीकरण,

¹पी.एचडी. शोधार्थी, जनसंचार विभाग, मिजोरम केंद्रीय विश्वविद्यालय, आइजोल, मिजोरम. ईमेल : chnanshul5@gmail.com

²सहायक आचार्य, जनसंचार विभाग, मिजोरम केंद्रीय विश्वविद्यालय, आइजोल, मिजोरम. ईमेल : dheeraj@mzu.edu.in

स्थानीय भाषा और संवाद, स्वास्थ्य, शिक्षा, और आपदा प्रबंधन जैसे विषयों पर रेडियो की भूमिका को समझने का प्रयास किया गया है। शोध पत्र का उद्देश्य यह स्पष्ट करना है कि सामुदायिक रेडियो पूर्वोत्तर भारत में केवल एक संचार माध्यम नहीं, बल्कि एक सामाजिक सेतु, सांस्कृतिक मंच और लोकतांत्रिक भागीदारी का सशक्त माध्यम बन चुका है।

सामुदायिक रेडियो : एक संकल्पना

सामुदायिक रेडियो एक ऐसा माध्यम है जो स्थानीय समुदायों की आवश्यकताओं, आकांक्षाओं और अभिव्यक्तियों को केंद्र में रखकर कार्य करता है। यह रेडियो सेवा 'समुदाय द्वारा, समुदाय के लिए, और समुदाय के माध्यम से' संचालित होती है, जिसका उद्देश्य किसी आर्थिक लाभ के बजाय सामाजिक विकास, सांस्कृतिक संरक्षण और सूचना के न्यायसंगत वितरण को बढ़ावा देना होता है। यह पारंपरिक प्रसारण माध्यमों से अलग है, क्योंकि इसमें श्रोताओं की भागीदारी केवल सुनने तक सीमित नहीं होती, बल्कि वे स्वयं कार्यक्रमों की योजना, निर्माण और प्रसारण में सक्रिय भूमिका निभाते हैं। भारत सरकार ने 2002 में सामुदायिक रेडियो को मान्यता दी, जिससे शैक्षणिक संस्थानों को इसका संचालन करने की अनुमति मिली। वर्ष 2006 में सरकार ने नीतिगत विस्तार करते हुए गैर-सरकारी संगठनों और कृषि विज्ञान केंद्रों को भी सामुदायिक रेडियो चलाने की अनुमति दी। यह निर्णय सूचना के लोकतांत्रिक प्रसार की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम माना गया। इसका प्रमुख उद्देश्य स्थानीय भाषाओं और बोलियों में कार्यक्रम प्रसारित करना, समुदाय के अंदरूनी मुद्दों को उजागर करना तथा सूचना, शिक्षा और मनोरंजन के माध्यम से सामाजिक परिवर्तन को बढ़ावा देना है। यह किसानों, महिलाओं, युवाओं, जनजातीय समुदायों और हाशिये पर रह रहे लोगों को अपनी बात कहने और सुनने का सशक्त मंच प्रदान करता है। इसके जरिये पारंपरिक ज्ञान, लोककला, स्वास्थ्य, शिक्षा, पर्यावरण संरक्षण जैसे विषयों पर संवाद संभव होता है। आज के युग में जहाँ मुख्यधारा का मीडिया प्रायः शहर केंद्रित और व्यावसायिक हो गया है, वहीं सामुदायिक रेडियो ग्रामीण और दूरदराज के क्षेत्रों के लिए एक प्रामाणिक, सशक्त और जनोन्मुखी संचार माध्यम बनकर उभरा है (पवाराला & मलिक, 2007)।

पूर्वोत्तर भारत में सामुदायिक रेडियो का विकास

पूर्वोत्तर भारत के सात राज्यों में 350 से अधिक जातीय और सामाजिक समूह शामिल हैं। इसलिए, ऑल इंडिया रेडियो जैसी सार्वजनिक सेवा रेडियो के लिए इस तरह के विविध क्षेत्र में सभी जातीय समूहों की इच्छाओं को प्रतिबिंबित करना संभव नहीं है। ऐसे विविध क्षेत्र के लिए सामुदायिक रेडियो सेवा की अवधारणा शुरू की गई थी। लेकिन विभिन्न कारणों से, सामुदायिक रेडियो सेवा की अवधारणा भारत के दक्षिणी भाग के विपरीत पूर्वोत्तर क्षेत्र में बहुत लोकप्रिय नहीं है। कृष्णकांत हंडिकवी राज्य मुक्त विश्वविद्यालय (पूरे पूर्वोत्तर में एकमात्र राज्य मुक्त विश्वविद्यालय) ने इस क्षेत्र की पहली सामुदायिक रेडियो सेवा शुरू करने की पहल की। समाज के वंचित वर्गों तक शिक्षा पहुँचाने के उद्देश्य से विश्वविद्यालय ने 28 जनवरी, 2009 को असम प्रशासनिक स्टाफ कॉलेज, गुवाहाटी से प्रायोगिक प्रसारण के साथ 90.4 मेगाहर्ट्ज पर पूर्वोत्तर का पहला सामुदायिक रेडियो लॉन्च किया। असम के तत्कालीन मुख्यमंत्री ने 20 नवंबर, 2010 को

केकेएचएसओयू सामुदायिक रेडियो, 'ज्ञान तरंगा' के नियमित प्रसारण का औपचारिक शुभारंभ किया। यह बहुत महत्वपूर्ण है कि इस क्षेत्र का दूसरा सामुदायिक रेडियो, गुवाहाटी विश्वविद्यालय का 'रेडियो ल्यूट' 01 मार्च, 2011 को लॉन्च किया गया था (दत्ता, 2022)।

रेडियो ब्रह्मपुत्र (असम) : स्वास्थ्य और सामाजिक विकास का सामुदायिक सेतु

डिब्रूगढ़, असम में स्थित ब्रह्मपुत्र सामुदायिक रेडियो स्टेशन स्थानीय समुदायों के लिए स्वास्थ्य और सामाजिक विकास का एक सशक्त माध्यम बनकर उभरा है। यह रेडियो मुख्य रूप से उन भौगोलिक और सामाजिक क्षेत्रों में कार्य करता है, जहाँ मुख्यधारा की संचार व्यवस्था और स्वास्थ्य सेवाएँ कठिनाई से पहुँच पाती हैं। इनमें ब्रह्मपुत्र नदी के द्वीप क्षेत्र, चाय बागानों में कार्यरत मजदूर बस्तियाँ तथा बोडो, मिसिंग, शादरी, भोजपुरी और असमिया भाषी बहुभाषी समुदाय शामिल हैं (कौशिक, 2020)। इस भौगोलिक स्थिति और भाषाई विविधता के कारण रेडियो ब्रह्मपुत्र का महत्त्व और भी बढ़ जाता है।

विषय-वस्तु और कार्यक्रम संरचना

'रेडियो ब्रह्मपुत्र' ने समुदाय की जरूरतों के अनुसार विभिन्न विषयों पर कार्यक्रमों की एक श्रृंखला तैयार की है। इनमें मातृ एवं शिशु स्वास्थ्य, टीकाकरण, पोषण, स्वच्छता, प्रजनन स्वास्थ्य और किशोर स्वास्थ्य जैसे मुद्दों पर संवादात्मक कार्यक्रम शामिल हैं। स्टेशन की विशेषता यह है कि यह केवल सूचना प्रसारित नहीं करता, बल्कि स्थानीय समुदायों की सक्रिय भागीदारी से सामग्री तैयार करता है। इस प्रक्रिया में कार्यक्रम अधिक प्रासंगिक और प्रभावी बनते हैं।

नवाचारी पहल: कम्युनिटी रिपोर्टर

स्टेशन का 'कम्युनिटी रिपोर्टर' मॉडल एक उल्लेखनीय नवाचार है। इस पहल में स्थानीय युवाओं और स्वयंसेवकों को प्रशिक्षण देकर उन्हें रिपोर्टर बनाया जाता है, जो अपने समुदाय के मुद्दों, कहानियों और चुनौतियों को सीधे प्रसारण के लिए रिकॉर्ड करते हैं। इससे न केवल स्थानीय मुद्दों को आवाज मिलती है, बल्कि समुदाय के भीतर मीडिया साक्षरता भी बढ़ती है।

महिला सशक्तीकरण के प्रयास

महिलाओं को सशक्त बनाने के उद्देश्य से रेडियो ब्रह्मपुत्र महिला-केंद्रित कार्यक्रम भी प्रस्तुत करता है। इनमें कहानी सत्र, स्वास्थ्य पर आधारित क्विज, प्रेरणादायक साक्षात्कार और बातचीत आधारित शो शामिल हैं। इन कार्यक्रमों में स्थानीय महिला नेताओं, आशा कार्यकर्ताओं और स्व-सहायता समूहों की सदस्याओं को आमंत्रित किया जाता है, जिससे उनकी अनुभव कथाएँ व्यापक समुदाय तक पहुँचती हैं।

साझेदारी और समुदायिक भागीदारी

इस रेडियो स्टेशन की सफलता में विभिन्न स्थानीय संस्थानों और स्वास्थ्य सेवाओं का योगदान है। आशा कार्यकर्ता, नाव क्लीनिक, और स्वास्थ्य विभाग के कर्मचारी न केवल सूचना प्रदान करते हैं, बल्कि

कार्यक्रमों के सह-निर्माण में भी भाग लेते हैं। इससे रेडियो और स्वास्थ्य तंत्र के बीच एक मजबूत कड़ी बनती है।

‘फीडबैक लूप’ मॉडल

रेडियो ब्रह्मपुत्र का सबसे उल्लेखनीय पहलू इसका ‘फीडबैक लूप’ मॉडल है। इसमें श्रोताओं की राय, सुझाव और अनुभव को गंभीरता से लिया जाता है और कार्यक्रम की सामग्री में उसी के आधार पर बदलाव किए जाते हैं। यह मॉडल रेडियो को एकतरफा सूचना प्रदाता से दो-तरफा संवाद मंच में बदल देता है।

रेडियो ब्रह्मपुत्र का अनुभव दर्शाता है कि जब संचार माध्यम स्थानीय भाषाओं, सांस्कृतिक पृष्ठभूमि और समुदाय की वास्तविक जरूरतों को समझते हैं, तब वे स्वास्थ्य संचार और सामाजिक विकास के अत्यंत प्रभावी साधन बन सकते हैं (पॉल, 2017)। यह स्टेशन न केवल सूचना प्रसारित करता है, बल्कि समुदाय में भागीदारी, जागरूकता और सशक्तीकरण को भी बढ़ावा देता है।

‘90.8 हिल्स एफएम’ (नागालैंड) : समुदाय-निर्माण और सांस्कृतिक संरक्षण का माध्यम

पूर्वोत्तर भारत के नागालैंड राज्य के दीमापुर शहर में स्थित 90.8 हिल्स एफएम सामुदायिक रेडियो स्टेशन, संचार के माध्यम से समुदाय-निर्माण और सांस्कृतिक संरक्षण का एक उत्कृष्ट उदाहरण है। इसकी स्थापना फेथ मिनिस्ट्री सोसाइटी द्वारा की गई और 8 सितंबर, 2022 से यह नियमित प्रसारण कर रहा है। स्टेशन अंग्रेजी, नागामी (स्थानीय बोली) और हिंदी में कार्यक्रम प्रसारित करता है, जिससे विभिन्न भाषाई समुदायों को एक साझा मंच मिलता है। इसका मुख्य उद्देश्य सूचना, शिक्षा, स्वास्थ्य, स्वावलंबन, महिला सशक्तीकरण और सांस्कृतिक पहचान को बढ़ावा देना है।

शिक्षा और युवाओं के लिए पहल

युवाओं की शिक्षा और करियर मार्गदर्शन के लिए स्टेशन ‘हिल्स कैम्पस’ नामक कार्यक्रम संचालित करता है, जिसमें शिक्षा के अवसर, छात्रवृत्तियों और करियर विकल्पों की जानकारी दी जाती है। इसके अतिरिक्त, ‘अपने उद्यमी को जानें’ कार्यक्रम स्थानीय युवाओं और कारीगरों को अपने उत्पादों और पहलों को प्रस्तुत करने का अवसर देता है, जिससे वे स्थानीय बाजारों से जुड़कर आत्मनिर्भर बन सकें।

महिला सशक्तीकरण और स्वास्थ्य जागरूकता

महिला सशक्तीकरण की दिशा में ‘शी हू मैटर्स’ कार्यक्रम स्थानीय महिलाओं को मंच प्रदान करता है, जहाँ वे अपने जीवन के अनुभव, संघर्ष और उपलब्धियाँ साझा करती हैं। स्वास्थ्य के क्षेत्र में ‘डॉक्टर कार्नर’ कार्यक्रम महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, जिसमें स्थानीय डॉक्टर और विशेषज्ञ विभिन्न बीमारियों, रोकथाम उपायों और स्वस्थ जीवनशैली पर जानकारी प्रदान करते हैं।

डिजिटल साक्षरता और तकनीकी पहुँच

डिजिटल युग में हिल्स एफएम ने स्मार्ट एनजीओ के सहयोग से तीन महीने में 1000 से अधिक लोगों को डिजिटल साक्षरता, ऑनलाइन सुरक्षा

और साइबर अपराधों से बचाव पर प्रशिक्षण दिया। इसके लिए सोशल मीडिया, ऑफलाइन कैंप और मोबाइल नैरोकास्टिंग तकनीक का उपयोग किया गया। यह पहल विशेष रूप से ग्रामीण और डिजिटल रूप से वंचित समुदायों को डिजिटल भारत की मुख्यधारा से जोड़ने में सहायक रही।

सांस्कृतिक संरक्षण और संवाद

हिल्स एफएम नागालैंड की लोक परंपराओं, संगीत, त्योहारों और कहानियों को प्रमुखता से प्रसारित करता है। यह जनजातीय समुदायों के मौखिक इतिहास और पारंपरिक ज्ञान को सँजोने और नई पीढ़ी तक पहुँचाने का कार्य करता है। इस तरह यह न केवल सांस्कृतिक पहचान को जीवित रखता है, बल्कि समुदाय में आत्मविश्वास और सहभागिता की भावना को भी मजबूत करता है। ‘90.8 हिल्स एफएम’ सामुदायिक रेडियो का ऐसा मॉडल है जो सूचना, मनोरंजन, सांस्कृतिक संवाद, सामाजिक परिवर्तन और सतत विकास लक्ष्यों की प्राप्ति में योगदान दे रहा है। यह साबित करता है कि जब मीडिया स्थानीय जरूरतों के अनुरूप और समुदाय के भीतर से संचालित होता है, तो वह परिवर्तन का सशक्त वाहक बन सकता है।

‘अपना रेडियो 90.0 एफएम’ (मिजोरम) : कृषि, संस्कृति और सामुदायिक सशक्तीकरण की आवाज

पूर्वोत्तर भारत में सामुदायिक रेडियो का विकास संचार की कमियों को पाटने, सांस्कृतिक विरासत को संरक्षित करने और जन संवाद में जमीनी स्तर पर भागीदारी को बढ़ावा देने की दिशा में एक महत्वपूर्ण मील का पत्थर है। इसका एक उत्कृष्ट उदाहरण ‘अपना रेडियो 90.0 एफएम’ भी है, जो भारतीय जनसंचार संस्थान (आईआईएमसी) क्षेत्रीय परिसर, आइजोल, मिजोरम का सामुदायिक रेडियो स्टेशन है। ‘अपना रेडियो’ एफएम की शुरुआत 9 सितंबर, 2005 को भारतीय जनसंचार संस्थान, दिल्ली में हुई थी। यह देश के पुराने सामुदायिक रेडियो स्टेशनों में से एक है, जिसका उद्देश्य स्थानीय समुदायों को सूचित, शिक्षित और सशक्त बनाना है।

25 जुलाई, 2024 को आइजोल में भारत के 500वें सामुदायिक रेडियो स्टेशन ‘अपना रेडियो 90.0 एफएम’ का उद्घाटन केंद्रीय सूचना एवं प्रसारण मंत्री श्री अश्विनी वैष्णव ने केंद्रीय राज्य मंत्री डॉ. एल. मुरुगन और मिजोरम के मुख्यमंत्री श्री लालदुहोमा की उपस्थिति में किया, जिसे सरकार की एक्ट ईस्ट नीति में एक नया अध्याय के रूप में जोड़ा गया। ‘अपना रेडियो 90.0 एफएम’ का दीर्घकालिक योगदान मिजोरम में सामुदायिक रेडियो की स्थायी भूमिका की गहरी समझ प्रदान करता है (बोरा एट अल. (2024))।

कृषि संचार और ग्रामीण विकास में भूमिका

मिजोरम की अर्थव्यवस्था मुख्यतः कृषि प्रधान है, और ‘अपना रेडियो 90.0 एफएम’ मौसम संबंधी अपडेट, कृषि संबंधी सलाह और सरकारी योजनाओं की जानकारी सीधे किसानों तक पहुँचाने के लिए एक महत्वपूर्ण चैनल के रूप में उभरा है। मुख्यमंत्री लालदुहोमा ने भी इस महत्वपूर्ण बात पर जोर देते हुए कहा कि इस तरह का स्थानीयकृत, किसान-केंद्रित संचार कृषि उत्पादकता और लचीलेपन को बढ़ाने के लिए आवश्यक है, विशेष रूप से ग्रामीण क्षेत्रों में जो पर्यावरणीय परिवर्तनों के

प्रति संवेदनशील हैं।

सामाजिक विकास लक्ष्य और विषयगत कार्यक्रम

‘अपना रेडियो 90.0 एफएम’ का कार्यक्रम संयुक्त राष्ट्र सतत विकास लक्ष्यों (एसडीजी) के साथ एक सुविचारित तालमेल को दर्शाता है, जो उत्कृष्ट स्वास्थ्य और कल्याण, लैंगिक समानता, गुणवत्तापूर्ण शिक्षा, जीवन कौशल और जागरूकता और विज्ञान और प्रौद्योगिकी प्रसार पर केंद्रित है। घर की खेती (कृषि मार्गदर्शन), अपनी सेहत (स्वास्थ्य जागरूकता), अपना कानून (कानूनी साक्षरता), किशोर वार्ता (युवा जुड़ाव) और स्वयंसिद्धा (महिला सशक्तीकरण) जैसे प्रमुख कार्यक्रम सूचनात्मक और विकासात्मक, दोनों आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए इसकी प्रतिबद्धता को दर्शाते हैं।

सांस्कृतिक संरक्षण और संवाद

‘अपना रेडियो 90.0 एफएम’ स्थानीय बोलियों में प्रसारण करके, लोक संगीत, परंपराओं और सामुदायिक कथाओं को प्रस्तुत करके सांस्कृतिक संरक्षण में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। अपनी विरासत और राग रंग जैसे कार्यक्रम मिजोरम की सांस्कृतिक विरासत को प्रदर्शित करने, गौरव को बढ़ावा देने और अंतर-पीढ़ी ज्ञान के आदान-प्रदान के लिए एक मंच प्रदान कर रहे हैं।

सामुदायिक जुड़ाव और डिजिटल एकीकरण

यह स्टेशन अपनी पहुंच बढ़ाने, प्रतिक्रिया प्राप्त करने और पारंपरिक प्रसारणों से परे श्रोताओं के साथ संवाद बनाए रखने के लिए फेसबुक और एक्स (पूर्व में ट्विटर) जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का सक्रिय रूप से उपयोग करता है। ऑन-एयर और ऑनलाइन जुड़ाव का यह मिश्रित मॉडल इसे न केवल स्थानीय दर्शकों, बल्कि सांस्कृतिक जुड़ाव चाहने वाले प्रवासी समुदायों की भी सेवा करने में सक्षम बनाता है।

आपदा संचार में प्रासंगिकता

जैसा कि केंद्रीय राज्य मंत्री डॉ. एल. मुरुगन ने कहा है, प्राकृतिक आपदाओं के दौरान सामुदायिक रेडियो का महत्व और भी बढ़ जाता है, जब व्यावसायिक मीडिया उपलब्ध नहीं हो सकता या कहीं और केंद्रित

होता है। मिजोरम जैसे भौगोलिक और जलवायु की दृष्टि से संवेदनशील क्षेत्र में, ‘अपना रेडियो 90.0 एफएम’ आपात स्थितियों में एक रीयल-टाइम सूचना केंद्र के रूप में कार्य करने की क्षमता रखता है (आईबीडब्ल्यू टीम, 2024)। आइजोल स्थित ‘अपना रेडियो 90.0 एफएम’ इस बात का उदाहरण है कि पूर्वोत्तर भारत में सामुदायिक रेडियो किस प्रकार संस्कृति और संवाद के सेतु के रूप में कार्य करता है—स्थानीय ज्ञान प्रणालियों को विकासात्मक सूचनाओं के साथ मिश्रित करता है, सांस्कृतिक पहचान को बनाए रखता है और सहभागी संचार को बढ़ावा देता है। इसका मॉडल स्थानीय मीडिया की क्षमता को रेखांकित करता है, जो एक ईस्ट पॉलिसी जैसी राष्ट्रीय नीतियों को पूरा बनाता है तथा साथ ही जमीनी स्तर की जरूरतों को सीधे संबोधित करता है।

चुनौतियाँ और संभावनाएँ

पूर्वोत्तर भारत, जो अपनी भाषाई, जातीय और सांस्कृतिक विविधता के लिए जाना जाता है, में सामुदायिक रेडियो जैसे माध्यम की भूमिका और अधिक महत्वपूर्ण हो जाती है। हालाँकि इस क्षेत्र की सामाजिक संरचना और भौगोलिक परिस्थितियाँ सामुदायिक रेडियो की उपयोगिता को मजबूती देती हैं, फिर भी इसके समक्ष कई गंभीर चुनौतियाँ विद्यमान हैं। सबसे पहली चुनौती सीमित वित्तीय संसाधनों की है, जिसके कारण रेडियो स्टेशनों को आवश्यक उपकरण, प्रशिक्षण कार्यक्रम और नियमित सामग्री निर्माण में बाधाएँ आती हैं। इसके अतिरिक्त, तकनीकी उपकरणों की कमी और रख-रखाव की समस्याएँ भी नियमित प्रसारण में रुकावटें पैदा करती हैं। प्रशिक्षित मानव संसाधन का अभाव एक और गंभीर समस्या है, जिससे सामग्री की गुणवत्ता और प्रस्तुति प्रभावित होती है। वहीं, सरकारी अनुमति और नीतिगत सीमाएँ, जैसे जटिल लाइसेंस प्रक्रिया और नियामक ढाँचा, छोटे संगठनों के लिए बाधा बनते हैं।

इन चुनौतियों के बावजूद, सामुदायिक रेडियो में असीम संभावनाएँ छिपी हैं। यह माध्यम स्थानीय युवाओं को मीडिया साक्षरता की ओर प्रेरित करता है, जिससे वे संवाद, तकनीकी कौशल और अभिव्यक्ति के क्षेत्र में दक्ष हो सकते हैं। महिला नेतृत्व को भी इस मंच के माध्यम से विशेष प्रोत्साहन मिला है, विशेषकर हिल्स एफएम और रेडियो ब्रह्मपुत्र जैसे उदाहरणों में देखा गया है कि कैसे महिलाएँ कार्यक्रम निर्माण, प्रसारण और संवाद में सक्रिय भूमिका निभा रही हैं। इसके अतिरिक्त, यह क्षेत्र बहुभाषी

तुलनात्मक सार

विशेषता	रेडियो ब्रह्मपुत्र (असम)	‘अपना रेडियो 90.0 एफएम’ (मिजोरम)	90.8 हिल्स एफएम (नागालैंड)
मुख्य फोकस	स्वास्थ्य संचार, महिला सशक्तीकरण	कृषि, शिक्षा, एसडीजी, सांस्कृतिक संवाद	शिक्षा, उद्यमिता, डिजिटल साक्षरता, सांस्कृतिक संरक्षण
भाषाएँ	असमिया, मिसिंग, बोडो, शादरी, भोजपुरी	मिजो, हिंदी, अंग्रेजी	अंग्रेजी, नागामी, हिंदी
नवाचार	कम्युनिटी रिपोर्टर, फीडबैक लूप	सोशल मीडिया इंटीग्रेशन	मोबाइल नैरोकास्टिंग, डिजिटल प्रशिक्षण
लक्षित समुदाय	नदी द्वीप, चाय बागान मजदूर, ग्रामीण	किसान, ग्रामीण समुदाय	शहरी-ग्रामीण मिश्रित, युवा, महिलाएँ
सांस्कृतिक योगदान	स्थानीय भाषाओं में सामग्री, पारंपरिक ज्ञान का संरक्षण	लोक संगीत, सांस्कृतिक उत्सवों का प्रसारण	आदिवासी मौखिक इतिहास और त्योहारों का प्रसारण

संवाद की दृष्टि से भी अत्यंत समृद्ध है। सामुदायिक रेडियो स्थानीय भाषाओं में सामग्री प्रस्तुत कर न केवल जनसंचार को सशक्त बनाता है, बल्कि भाषा-संरक्षण में भी सहायक सिद्ध होता है। अंततः, यह मुख्यधारा के मीडिया की सीमाओं को पूरा करते हुए एक पूरक माध्यम बनकर उभरता है, जो स्थानीय मुद्दों, संस्कृतियों और जन आवश्यकताओं को केंद्र में रखकर सूचना और संवाद को जन-जन तक पहुंचाता है। इस प्रकार, पूर्वोत्तर भारत में सामुदायिक रेडियो के विकास की राह कठिन अवश्य है, लेकिन स्थानीय सहयोग, नीति-समर्थन और तकनीकी निवेश के साथ यह सांस्कृतिक सशक्तीकरण और सामाजिक परिवर्तन का प्रभावशाली औजार बन सकता है।

निष्कर्ष

पूर्वोत्तर भारत की सांस्कृतिक विविधता, भाषाई समृद्धि और सामाजिक संरचना सामुदायिक रेडियो को एक स्वाभाविक और प्रभावी संचार माध्यम बनाती है। यह अध्ययन यह स्पष्ट करता है कि सामुदायिक रेडियो केवल एक तकनीकी प्रसारण तंत्र नहीं, बल्कि स्थानीय समुदायों की आत्म-अभिव्यक्ति, सशक्तीकरण और संवाद का एक सशक्त मंच है। रेडियो ब्रह्मपुत्र, 'अपना रेडियो 90.0 एफएम', आईआईएमसी आइजोल (मिजोरम) और हिल्स एफएम जैसे उदाहरण दर्शाते हैं कि किस प्रकार यह माध्यम स्वास्थ्य, शिक्षा, महिला सशक्तीकरण, भाषा संरक्षण और सांस्कृतिक विरासत के पुनरुद्धार में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। पूर्वोत्तर भारत अपनी भौगोलिक विशेषताओं, जनजातीय विविधता और समृद्ध सांस्कृतिक विरासत के लिए लंबे समय से पहचाना जाता है। यहाँ की सामाजिक संरचना में सैकड़ों भाषाएँ, बोलियाँ और पारंपरिक ज्ञान प्रणालियाँ शामिल हैं। इसके बावजूद, भौगोलिक दूरी, संचार के सीमित साधन और राष्ट्रीय मीडिया में उपेक्षा के कारण यह क्षेत्र अक्सर विकास और सांस्कृतिक विमर्श से वंचित रह जाता है। इस स्थिति में सामुदायिक रेडियो का उभरना केवल एक तकनीकी उपलब्धि नहीं, बल्कि सामाजिक जुड़ाव और सांस्कृतिक पुनर्जीवन की दिशा में महत्वपूर्ण कदम है।

अध्ययन से स्पष्ट है कि सामुदायिक रेडियो की सबसे बड़ी ताकत इसका स्थानीय दृष्टिकोण और सहभागिता पर आधारित ढाँचा है। जब सामग्री निर्माण में समुदाय के लोग स्वयं शामिल होते हैं, तो विषय उनकी जरूरतों और अनुभवों से जुड़कर अधिक प्रासंगिक बन जाते हैं। रेडियो ब्रह्मपुत्र ने स्वास्थ्य, पोषण और महिला सशक्तीकरण जैसे मुद्दों पर स्थानीय भाषाओं में संवाद स्थापित कर यह दिखाया कि संचार का प्रभाव तभी गहरा होता है जब वह लोगों की जीवन-स्थितियों के अनुरूप हो। इसी तरह, नागालैंड का हिल्स एफएम न केवल सांस्कृतिक परंपराओं और लोककथाओं को संरक्षित कर रहा है, बल्कि युवाओं के करियर मार्गदर्शन, डिजिटल साक्षरता और महिला नेतृत्व को भी प्रोत्साहित कर रहा है। यह बताता है कि सामुदायिक रेडियो परंपरा और आधुनिकता के बीच पुल का कार्य कर सकता है। मिजोरम में 'अपना रेडियो 90.0 एफएम' ने कृषि से जुड़ी जानकारी, कानूनी साक्षरता, स्वास्थ्य मार्गदर्शन और आपदा प्रबंधन जैसे क्षेत्रों में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। सोशल मीडिया के साथ इसका जुड़ाव इसे स्थानीय श्रोताओं के साथ-साथ प्रवासी समुदाय तक भी पहुँच प्रदान करता है, जिससे

संवाद का दायरा बढ़ता है।

इन तीनों केस स्टडीज से यह बात पुष्ट होती है कि सामुदायिक रेडियो न केवल सांस्कृतिक पहचान को जीवित रखने का माध्यम है, बल्कि यह शिक्षा, स्वास्थ्य, महिला सशक्तीकरण और आपदा संचार जैसे क्षेत्रों में व्यावहारिक बदलाव ला सकता है। यहाँ मुख्यधारा का मीडिया अक्सर शहरी मुद्दों तक सीमित हो जाता है, वहीं यह माध्यम ग्रामीण और दूरदराज के इलाकों की आवाज बनकर उभरता है। भविष्य के लिए, सामुदायिक रेडियो की स्थायित्व-क्षमता इस बात पर निर्भर करेगी कि वह तकनीकी बदलावों को किस तरह अपनाता है और वित्तीय रूप से कितना आत्मनिर्भर बन पाता है। नीति-निर्माताओं और संस्थागत सहयोग की निरंतर उपलब्धता भी इसकी प्रगति में महत्वपूर्ण होगी।

संदर्भ

- आईबीडब्ल्यू टीम. (2024, 27 जुलाई). अश्विनी वैष्णव इनागरेट्स 'अपना रेडियो 90.0 एफएम' एट आईआईएमसी आइजोल. इंडियन ब्राडकास्टिंग वर्ल्ड. <https://www.indianbroadcastingworld.com/ashwini-vaishnav-inaugurates/> से पुनःप्राप्त.
- कॉमनवेल्थ एजुकेशनल मीडिया सेंटर फॉर एशिया (नार्थ). हिल्स एफएम @ 90.8 – दीमापुर. <https://docr.cemca.org/city/dimapur/listing/hills-fm-90-8/> से पुनःप्राप्त.
- कौशिक, ए. (2020). प्लुरलिटी एंड डाइवर्सिटी ऑफ वॉइसेस इन कम्युनिटी रेडियो : अ केस स्टडी ऑफ रेडियो ब्रह्मपुत्र फ्रॉम असम. सेर्वेस, जे (एडिटर) कम्युनिकेशन हैंडबुक फॉर डेवलपमेंट एंड सोशल चेंज. सिंगार, सिंगापुर. https://doi.org/10.1007/978-981-15-2014-3_9
- कौशिक, ए., & भुयान, बी. जे. (2022). लैंग्वेज एंड कल्चर रिवाइवल थ्रू कम्युनिटी रेडियो : अ केस स्टडी ऑफ हाजोंग कम्युनिटी ऑफ धेमाजी डिस्ट्रिक्ट असम. इन कम्युनिकेशन, कल्चर एंड चेंज इन एशिया (पृष्ठ 167–177). https://doi.org/10.1007/978-981-19-2496-5_11
- तिनसांगा, एच., दखर, एम. & तिवारी, बी. (2020). रिव्यू : ट्रेडिशनल इकोलॉजिकल नॉलेज ऑफ ट्राइबल कम्युनिटीज ऑफ नार्थईस्ट इंडिया. बायोडायवर्सिटी जर्नल ऑफ बायोलॉजिकल डाइवर्सिटी, 21(7). <https://doi.org/10.13057/biodiv/d210743>
- दत्ता, ए. (2022). कम्युनिटी मीडिया प्रैक्टिसेज इन नार्थ ईस्ट इंडिया. केसेस ऑफ कम्युनिटी डेवलपमेंट. कम्युनिकेशन, कल्चर एंड चेंज इन एशिया. वॉल्यूम 8. सिंगार, सिंगापुर. https://doi.org/10.1007/978-981-19-2496-5_9
- पवाराला, वी., & मलिक, के. (2007). अदर वॉइसेस : द स्ट्रगल फॉर कम्युनिटी रेडियो इन इंडिया. सेज, थाउजेंड ओक्स.
- पॉल, ए. एम. (12 मई, 2017). असम ब्रह्मपुत्र कम्युनिटी रेडियो स्टेशन : इनोवेशन इन हेल्थ कम्युनिकेशन. <https://www.ideasforindia.in/topics/human-development/assams-brahmaputra-community-radio-station-innovation-in-health-communication.html> से पुनःप्राप्त.



हिमाचली ग्रामीण लोगों के बीच सामुदायिक रेडियो कार्यक्रमों के बारे में जागरूकता पैदा करने में सोशल मीडिया की भूमिका : 'रेडियो नगर' के विशेष संदर्भ में

डॉ. योगेश कुमार गुप्ता¹ और अली जॉन सिंह प्रेमी²

सारांश

भारत में सामुदायिक रेडियो को सामाजिक परिवर्तन को बढ़ावा देने, लोकतांत्रिक प्रक्रियाओं को बढ़ाने और स्थानीय विकास को बढ़ावा देने के लिए एक आवश्यक उपकरण के रूप में मान्यता दी गई है। डिजिटल मीडिया के उदय और इंटरनेट की बढ़ती पहुंच के साथ, भारत में सामुदायिक रेडियो स्टेशनों को पारंपरिक एयरवेव से परे अपनी पहुंच का विस्तार करने के लिए सशक्त बनाया जा रहा है। यह परिवर्तन मोबाइल ऐप, स्ट्रीमिंग सेवाओं और सोशल मीडिया जैसी नई तकनीकों द्वारा सुगम बनाया गया है, जो अधिक इंटरैक्टिव संचार और सामुदायिक भागीदारी की अनुमति देता है। डिजिटल युग में, सोशल मीडिया सूचना प्रसार और समुदायों को जोड़ने का एक शक्तिशाली उपकरण बन गया है। यह अध्ययन सोशल मीडिया की भूमिका का विश्लेषण करता है कि वह सामुदायिक रेडियो कार्यक्रमों के बारे में जागरूकता कैसे बढ़ा सकता है। सामुदायिक रेडियो हाशिये पर रहने वाले समुदायों के लिए एक महत्वपूर्ण मंच है, जो स्थानीय समाचार, शैक्षिक सामग्री और सांस्कृतिक कार्यक्रम प्रदान करता है। हालांकि, इसकी जागरूकता और सीमित पहुंच एक चुनौती बनी हुई है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे कि फेसबुक, ट्विटर, यूट्यूब और व्हाट्सएप सामुदायिक रेडियो स्टेशनों को अधिक से अधिक लोगों तक पहुंचने और दर्शकों से जोड़ने में मदद कर सकते हैं। प्रस्तुत शोध सोशल मीडिया द्वारा सामुदायिक रेडियो की दृश्यता, सहभागिता और पहुंच में सुधार को दर्शाता है। अध्ययन से पता चलता है कि पारंपरिक रेडियो और डिजिटल प्लेटफॉर्म का रणनीतिक संयोजन सामुदायिक जुड़ाव को बढ़ा सकता है और सामाजिक परिवर्तन को प्रेरित कर सकता है।

संकेत शब्द : रेडियो, सामुदायिक रेडियो, सोशल मीडिया, जागरूकता और सामाजिक विकास।

प्रस्तावना

सामुदायिक रेडियो, जिसे प्रायः जन संचार का सबसे सुलभ और समावेशी माध्यम माना जाता है वह सूचना को लोकतांत्रिक बनाने और स्थानीय समुदायों को सशक्त बनाने के लिए एक शक्तिशाली उपकरण के रूप में उभरा है (यूनेस्को, 2011)। सामुदायिक रेडियो 'लोगों द्वारा, लोगों के लिए और लोगों का' के सिद्धांत पर काम करता है, जो हाशिये पर पड़े समुदाय और ग्रामीण आबादी को अपनी चिंताओं को व्यक्त करने, ज्ञान साझा करने और स्थानीय विकास में शामिल होने के लिए एक मंच प्रदान करता है। वाणिज्यिक या सार्वजनिक प्रसारण के विपरीत, सामुदायिक रेडियो गैर-लाभकारी, समुदाय के स्वामित्व वाला और प्रकृति में सहभागी है, जिसमें स्थानीय निवासियों द्वारा स्थानीय भाषाओं और बोलियों में कार्यक्रम बनाए जाते हैं। ये कार्यक्रम सांस्कृतिक प्रासंगिकता और पहुंच सुनिश्चित करते हैं (फ्रेजर & रेस्ट्रेपो-एस्ट्राडा, 2001)।

भारतीय संदर्भ में, सामुदायिक रेडियो ने सूचना के अंतर को पाटने और सामाजिक परिवर्तन को बढ़ावा देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है, यह परिवर्तन खासकर ग्रामीण और जनजातीय क्षेत्रों में देखने को मिला है। हालांकि भारत ने इस अवधारणा को औपचारिक रूप से अपनाने में देरी की, लेकिन सुप्रीम कोर्ट के 1995 के ऐतिहासिक फैसले के बाद इस आंदोलन ने गति पकड़ी, जिसमें एयरवेव को सार्वजनिक संपत्ति घोषित किया गया, जिसका उद्देश्य विशेष रूप से समुदाय की सेवा करना था (सिंह & हिरेमथ, 2007)। इसके पश्चात् भारत सरकार ने वर्ष 2002 में सामुदायिक रेडियो नीति पेश की, जिसमें शुरुआती दौर में लाइसेंस को शैक्षणिक संस्थानों तक ही सीमित रखा गया। इसके पश्चात् वर्ष 2006 में

इसका विस्तार किया गया, ताकि गैर-लाभकारी संगठनों और समुदाय-आधारित संस्थानों को सामुदायिक रेडियो स्टेशन संचालित करने की अनुमति मिल सके। (एमआईबी, 2006)। सूचना और प्रसारण मंत्रालय की आधिकारिक वेबसाइट के अनुसार 17 जनवरी, 2025 तक भारत में 512 सामुदायिक रेडियो स्टेशन पंजीकृत हैं, जो कृषि, स्वास्थ्य, शिक्षा, लैंगिक समानता और आपदा प्रबंधन जैसे स्थानीय मुद्दों को संबोधित करते हैं (एमआईबी, 2025)। सामुदायिक रेडियो को सामुदायिक जुड़ाव और स्थानीय भागीदारी बढ़ावा देने के लिए एक शक्तिशाली उपकरण के रूप में भी व्यापक रूप से स्वीकार किया गया है (डैग्रॉन, 2001)।

भारत में सामुदायिक रेडियो का महत्त्व उन क्षेत्रों में विशेष रूप से स्पष्ट है, जहाँ मुख्यधारा का मीडिया स्थानीय वास्तविकताओं तक पहुंचने या उनका प्रतिनिधित्व करने में विफल रहता है। उदाहरण के तौर पर, मध्य प्रदेश में रेडियो बुंदेलखंड और तमिलनाडु में कलजियम समुगा वनोली ने स्थानीय बोलियों में सामग्री प्रसारित करके और सामुदायिक भागीदारी को प्रोत्साहित करके महिलाओं, किसानों और आदिवासी समूहों को सशक्त बनाया है (पावराला & मलिक, 2007)। ये स्टेशन सूचना प्रसारित करने से कहीं अधिक कार्य करते हैं। स्टेशन सामुदायिक संवाद को सुविधाजनक बनाते हैं, स्वदेशी ज्ञान को संरक्षित करते हैं और स्थानीय शासन को बढ़ावा देते हैं। तटीय ओडिशा और बाढ़ प्रभावित राज्य असम जैसे आपदा-ग्रस्त क्षेत्रों में, सामुदायिक रेडियो प्रारंभिक चेतावनियों और आपदा के बाद की पुनःप्राप्त जानकारी को प्रसारित करने, जीवन बचाने और लचीलेपन का समर्थन करने में सहायक रहा है। सीमित वित्तीय सहायता, प्रशिक्षण की कमी और विनियामक बाधाओं जैसी चुनौतियों के बावजूद, सामुदायिक रेडियो समावेशी संचार और

¹सहायक आचार्य, नवमीडिया विभाग, हिमाचल प्रदेश केंद्रीय विश्वविद्यालय, धर्मशाला, हिमाचल प्रदेश। ईमेल : dryogesh@hpcu.ac.in

²शोधार्थी नवमीडिया विभाग, हिमाचल प्रदेश केंद्रीय विश्वविद्यालय, धर्मशाला, हिमाचल प्रदेश। ईमेल : alijohnsinghpreami@gmail.com

सतत विकास के जमीनी स्तर के माध्यम के रूप में फल-फूल रहा है। स्थानीय आवाजों को बढ़ाने, सांस्कृतिक विविधता को संरक्षित करने और लोकतांत्रिक संवाद का समर्थन करने में इसकी भूमिका इसे भारतीय मीडिया परिदृश्य का एक अनिवार्य हिस्सा बनाती है और 21वीं सदी में सहभागी विकास में महत्वपूर्ण योगदानकर्ता बनाती है (यूनेस्को, 2011)।

हाल के वर्षों में डिजिटल उपकरणों और मोबाइल प्रौद्योगिकियों के एकीकरण के साथ, भारत में सामुदायिक रेडियो आधुनिक युग में प्रासंगिक बने रहने के लिए विकसित हो रहा है। कई सामुदायिक रेडियो स्टेशन अब इंटरैक्टिविटी बढ़ाने और पारंपरिक सीमाओं से परे अपनी पहुँच बढ़ाने के लिए इंटरनेट, सोशल मीडिया और मोबाइल फोन का उपयोग करते हैं (मायर्स, 2008)। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म, जैसे— फेसबुक, एक्स, इंस्टाग्राम, यूट्यूब और व्हाट्सएप के उदय के साथ, सामुदायिक रेडियो के प्रभाव को बढ़ाने का एक नया अवसर उभरा है। सोशल मीडिया सामुदायिक रेडियो स्टेशनों को लाइव प्रसारण साझा करने, कार्यक्रमों को बढ़ावा देने, श्रोताओं के साथ जुड़ने और त्वरित प्रतिक्रिया प्राप्त करने के लिए एक इंटरैक्टिव स्थान प्रदान करता है। इस अध्ययन का उद्देश्य इस डिजिटल और पारंपरिक मीडिया के संयोजन के लाभों और चुनौतियों का विश्लेषण करना है (आईएएमएआई, 2023)।

ग्रामीण विकास में सामुदायिक रेडियो

सामुदायिक रेडियो मीडिया पारिस्थितिकी तंत्र में, विशेष रूप से ग्रामीण संदर्भों में, एक अद्वितीय स्थान रखता है। वाणिज्यिक या राज्य द्वारा संचालित प्रसारकों के विपरीत, सामुदायिक रेडियो स्टेशन लोकतांत्रिक रूप से संचालित होते हैं। ये रेडियो स्टेशन अक्सर स्थानीय हितधारकों द्वारा ऐसी सामग्री को प्राथमिकता देते हैं, जो उनके दर्शकों की तत्काल आवश्यकताओं, संस्कृतियों और भाषाओं को संबोधित करती है। भारत में, जहाँ 65% से अधिक आबादी ग्रामीण क्षेत्रों में रहती है (चंद्रमौली, 2011), सामुदायिक रेडियो कृषि सलाह, स्वास्थ्य सूचना और शैक्षिक सामग्री के प्रसार में सहायक रहा है। उदाहरण के लिए, ओडिशा में रेडियो नमस्कार और तेलंगाना में संघम रेडियो जैसे स्टेशनों ने मौसम के पूर्वानुमान और बाजार की कीमतों के साथ किसानों को सशक्त बनाया है, जिसका सीधा असर आजीविका पर पड़ा है (कुंभारे एट अल., 2015)।

हालाँकि, सामुदायिक रेडियो की प्रभावशीलता उसके लक्षित दर्शकों तक पहुँचने और उनके साथ जुड़ने की क्षमता पर निर्भर करती है। कई ग्रामीण स्टेशन सीमित बजट पर काम करते हैं, जिससे उनकी प्रसारण सीमा 15-20 किलोमीटर के दायरे तक सीमित हो जाती है। इसके अतिरिक्त, प्रतिस्पर्धी मीडिया प्लेटफॉर्म— जैसे टेलीविजन और मोबाइल इंटरनेट ने श्रोताओं के आधार को खंडित करना शुरू कर दिया है, जिसमें खासकर युवा पीढ़ी शामिल है, जिससे एक महत्वपूर्ण सवाल उठता है कि सामुदायिक रेडियो स्टेशन डिजिटल दौर में प्रासंगिकता कैसे बनाए रख सकते हैं और अपने प्रभाव का विस्तार कैसे कर सकते हैं?

डिजिटल बदलाव : जागरूकता के उत्प्रेरक के रूप में सोशल मीडिया

स्मार्टफोन और मोबाइल इंटरनेट के प्रसार ने ग्रामीण भारत में

मीडिया उपभोग के पैटर्न को बदल दिया है। 2023 तक, ग्रामीण क्षेत्रों में भारत के लगभग 45% सक्रिय इंटरनेट उपयोगकर्ता हैं, जिनमें फेसबुक, इंस्टाग्राम और यूट्यूब जैसे अन्य सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म शामिल हैं (आईएएमएआई, 2023)। सोशल मीडिया की अंतरक्रियाशीलता, मल्टीमीडिया क्षमताएँ और वास्तविक समय की सहभागिता सामुदायिक रेडियो के लिए भौगोलिक और अवसरान्तरक बाधाओं को पार करने के अभूतपूर्व अवसर प्रदान करती हैं। उदाहरण के लिए, एक रेडियो स्टेशन कार्यक्रम शेड्यूल साझा करने के लिए व्हाट्सएप समूहों का उपयोग कर सकता है; ईवेंट प्रसारित करने के लिए फेसबुक लाइव सत्र और ऑन-डिमांड एक्सेस के लिए, एपिसोड संग्रहीत करने के लिए यूट्यूब का उपयोग कर सकता है (मिश्रा, & शाह, 2019)।

फिर भी, सामुदायिक रेडियो संचालन में सोशल मीडिया का एकीकरण चुनौतीविहीन नहीं है। ग्रामीण क्षेत्र अक्सर अनियमित इंटरनेट कनेक्टिविटी, कम डिजिटल साक्षरता और सामाजिक-आर्थिक असमानताओं से जूझते हैं, जो स्मार्टफोन तक पहुँच को सीमित करते हैं, इसमें विशेष रूप से महिलाएँ और वृद्ध शामिल हैं (जीएसएमए, 2021)।

रेडियो नगर 89.6

'रेडियो नगर 89.6' देवभूमि कहे जाने वाले हिमाचल प्रदेश के जिला कुल्लू के 'नगर' गाँव में स्थित है। लगभग 50 से अधिक गाँवों की सेवा करते हुए यह स्टेशन हिंदी और स्थानीय बोलियों (कुल्लूवी बोली) में सामग्री तैयार करता है, जो कृषि, महिला सशक्तीकरण, युवाओं, पर्यावरण और लोक परंपराओं पर केंद्रित है। अपने स्थानीय दृष्टिकोण के साथ-साथ 'रेडियो नगर' स्टेशन ने वर्ष 2024 में एक सोशल मीडिया रणनीति शुरू की, जिसमें रेडियो स्टेशन की गतिविधियों के प्रचार-प्रसार के लिए फेसबुक तथा इंस्टाग्राम, श्रोताओं की प्रतिक्रिया के लिए व्हाट्सएप और कार्यक्रम अभिलेखागार के लिए यूट्यूब का प्रयोग करना शुरू किया था। प्रतिदिन होने वाले कार्यक्रमों के साथ-साथ विभिन्न अभियानों की जानकारी दर्शकों तक सोशल मीडिया प्लेटफार्म के माध्यम से साझा की जाती है।

साहित्य समीक्षा

ग्रामीण संदर्भों में सामुदायिक रेडियो और सोशल मीडिया का अंतर्संबंध अध्ययन के एक गतिशील और विकसित क्षेत्र का प्रतिनिधित्व करता है, जो ऐतिहासिक मीडिया प्रथाओं, तकनीकी प्रगति और सामाजिक-सांस्कृतिक गतिशीलता द्वारा आकार लेता है।

• ऐतिहासिक और वैश्विक परिप्रेक्ष्य में सामुदायिक रेडियो

लैटिन अमेरिका में सामुदायिक रेडियो राजनीतिक उथल-पुथल के दौरान सामाजिक न्याय के लिए एक उपकरण के रूप में उभरा, जिसने स्थानीय समुदायों को अपने सांस्कृतिक आख्यानों को पुनः प्राप्त करने में सक्षम स्थानीय बनाया (रोड्रिगेज, 2001)। इसी तरह दक्षिण अफ्रीका में 'बुश रेडियो' और घाना में 'रेडियो अदा' जैसे स्टेशनों ने स्वास्थ्य सेवा संबंधी गलत सूचना से लेकर कृषि संकटों तक ग्रामीण विकास चुनौतियों का समाधान किया है (मान्योजो, 2012)।

• ग्रामीण भारत में सामुदायिक रेडियो की भूमिका

भारत की ग्रामीण आबादी, जो कुल आबादी का 65% से

अधिक है (चंद्रमौली, 2011) शिक्षा, स्वास्थ्य सेवा और बाजार की जानकारी तक खंडित पहुँच जैसी प्रणालीगत चुनौतियों का सामना करती है। सामुदायिक रेडियो हाइपर-स्थानीयकृत प्रोग्रामिंग प्रदान करके इन अंतरालों को भरता है। उदाहरण के लिए ओडिशा में 'रेडियो किसानवाणी' जैसे स्टेशन मौसम पूर्वानुमान और कीट प्रबंधन युक्तियाँ प्रसारित करते हैं, जिससे सीधे फसल की पैदावार में सुधार होता है। 'रेडियो बुंदेलखंड' की 'हमारी बातें' (हमारी आवाज) जैसी पहल महिलाओं के लिए घरेलू हिंसा और मातृ स्वास्थ्य पर चर्चा करने के लिए सुरक्षित स्थान बनाती है (बालन एट अल., (2012)। असम में 'रेडियो ब्रह्मपुत्र' जैसे स्टेशन स्वदेशी संगीत और लोककथाओं को बढ़ावा देते हैं और सांस्कृतिक समरूपता का मुकाबला करते हैं (कौशिक, 2018)।

• सामुदायिक रेडियो : ग्रामीण सशक्तीकरण के लिए उत्प्रेरक

सामुदायिक रेडियो को लंबे समय से जमीनी स्तर के माध्यम के रूप में मान्यता दी गई है, जो सूचना तक पहुँच को लोकतांत्रिक बनाकर हाशिये पर पड़ी आबादी को सशक्त बनाता है। 'वाणिज्यिक और सार्वजनिक सेवाओं के अलावा रेडियो प्रसारण का तीसरा मॉडल पेश करने वाली रेडियो सेवा' के रूप में परिभाषित, सामुदायिक रेडियो स्थानीयकृत सामग्री, सहभागी शासन और गैर-लाभकारी उद्देश्यों को प्राथमिकता देता है। ग्रामीण विकास में इसका महत्त्व वैश्विक संदर्भों में अच्छी तरह से प्रलेखित है (यूनेस्को, 2001)।

• ग्रामीण डिजिटलीकरण का उदय

भारत के ग्रामीण इंटरनेट उपयोगकर्ताओं में 2019 से 2023 के बीच 45% की वृद्धि हुई है, जिसमें 352 मिलियन उपयोगकर्ता समाचार, मनोरंजन और सोशल नेटवर्किंग के लिए व्हाट्सएप जैसे प्लेटफॉर्म का उपयोग कर रहे हैं (आईएमएआई, 2023)। यह उछाल घटती डेटा लागत (भारत दुनिया की सबसे सस्ती मोबाइल डेटा दरों में से एक है... ट्राई, 2022) और स्मार्टफोन की पहुँच (2023 तक 300 मिलियन से अधिक ग्रामीण उपयोगकर्ता) द्वारा प्रेरित है। स्मार्टफोन और मोबाइल इंटरनेट के आगमन ने ग्रामीण क्षेत्रों में संचार में क्रांति ला दी है, और सोशल मीडिया इस परिवर्तन का एक प्रमुख वाहक बनकर उभरा है। फेसबुक, व्हाट्सएप, इंस्टाग्राम और यूट्यूब जैसे प्लेटफॉर्म रोजमर्रा की जिंदगी में तेजी से शामिल हो रहे हैं, जिससे ग्रामीण आबादी की जानकारी तक पहुँचने और समुदायों के साथ जुड़ने के तरीके में बदलाव आ रहा है। सोशल मीडिया की अपील इसकी अंतरक्रियाशीलता, मल्टीमीडिया क्षमताओं और वास्तविक समय की सहभागिता में निहित है। ये विशेषताएँ पारंपरिक मीडिया में नहीं हैं। उदाहरण के लिए फेसबुक सामुदायिक घोषणाओं, राजनीतिक चर्चा और व्यवसाय प्रचार के लिए उपयोग किया जाता है (मिश्रा & शाह, 2019)। व्हाट्सएप परिवार और गाँव के समूहों के माध्यम से सहकर्मी से संचार की सुविधा प्रदान करता है, जो अक्सर प्राथमिक समाचार स्रोत के रूप में कार्य करता है (बाजपेयी एट अल., 2022)।

• सोशल मीडिया के उपयोग से सामुदायिक रेडियो की पहुँच और जुड़ाव में वृद्धि

सामुदायिक रेडियो स्टेशन वैश्विक स्तर पर सोशल मीडिया को अपना रहे हैं, यूट्यूब जैसे प्लेटफॉर्म संग्रहीत कार्यक्रमों को ट्रांसमिशन

से परे एक्सेस करने की अनुमति देते हैं (प्रथमसारी & अचमद, 2024)। लाइव ट्वीट या व्हाट्सएप पोल श्रोताओं को चर्चाओं में भाग लेने में सक्षम बनाते हैं, जिससे सामग्री निर्माण लोकतांत्रिक हो जाता है। इंस्टाग्राम जैसे युवा-केंद्रित प्लेटफॉर्म सीआर स्टेशनों को पारंपरिक रेडियो से अलग जनसांख्यिकी को आकर्षित करने में मदद करते हैं (थॉमस एट अल., 2020)।

सैद्धांतिक रूपरेखा : डिजिटल विभाजन को पाटना

1. **उपयोग और संतुष्टि सिद्धांत** : उपयोग और संतुष्टि सिद्धांत का मानना है कि दर्शक सूचना, मनोरंजन या सामाजिक संपर्क जैसी विशिष्ट आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए सक्रिय रूप से मीडिया का चयन करते हैं (काट्ज एट अल., 1973)। 'रेडियो नगर' के संदर्भ में, सोशल मीडिया युवा श्रोताओं की ऑन-डिमांड सामग्री और अंतरक्रियाशीलता की इच्छा को पूरा कर सकता है, जबकि पारंपरिक रेडियो पुराने श्रोताओं की परिचितता और पहुँच में आसानी की प्राथमिकता को संतुष्ट करता है।
2. **डिजिटल विभाजन सिद्धांत** : यह रूपरेखा डिजिटल प्रौद्योगिकियों तक पहुँच और उनके उपयोग में असमानताओं को उजागर करती है, जो अक्सर सामाजिक-आर्थिक स्थिति, आयु और लिंग (वैन, 2006) द्वारा आकार लेती हैं। 'रेडियो नगर' का अनुभव दर्शाता है कि कैसे अवसंरचनात्मक अंतराल (जैसे, खराब इंटरनेट कनेक्टिविटी) और सामाजिक-सांस्कृतिक कारक (जैसे, महिलाओं के स्मार्टफोन के उपयोग को प्रतिबंधित करने वाले लिंग मानदंड) मीडिया तक पहुँच में असमानताओं को बनाए रखते हैं।

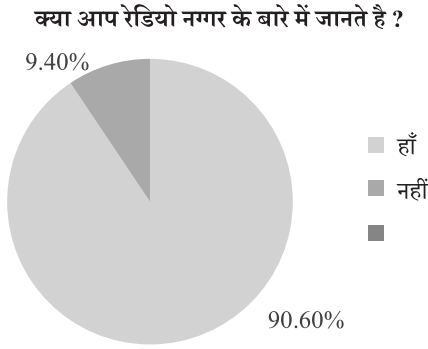
शोध उद्देश्य

1. ग्रामीण समुदाय के बीच 'रेडियो नगर' के कार्यक्रमों के बारे में जागरूकता बढ़ाने में सोशल मीडिया की भूमिका का आकलन करना।
इस शोध का महत्त्व सिद्धांत और व्यवहार पर में निहित है। अकादमिक रूप से यह सामुदायिक रेडियो और डिजिटल मीडिया के कम खोजे गए प्रतिच्छेदन में योगदान देता है और साथ ही इस धारणा को चुनौती देता है कि पारंपरिक और नया मीडिया अलग-अलग काम करते हैं। व्यावहारिक रूप से, इसके निष्कर्ष वैश्विक स्तर पर सामुदायिक रेडियो के लिए नीतियों और रणनीतियों को सूचित कर सकते हैं, विशेष रूप से डिजिटल उपयोगिता अधिक होने वाले क्षेत्रों में भी इसका उदाहरण देखा जा सकता है।

शोध प्रविधि

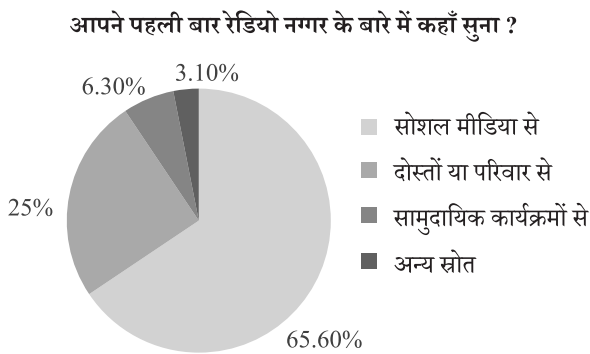
इस शोध समस्या से संबंधित आँकड़े प्राप्त करने के लिए वर्णनात्मक अनुसंधान का प्रयोग किया गया है। इस शोध के लिए कुल 96 उत्तरदाताओं से प्रश्नावली भरवाकर आँकड़े एकत्रित किए गए हैं। ये आँकड़े उद्देश्यपूर्ण नमूनाकरण और स्नोबॉल नमूनाकरण के तहत लिए गए हैं। उत्तरदाताओं से एकत्रित आँकड़ों के परिणाम निम्नलिखित हैं:

90.6% उत्तरदाताओं ने बताया कि वे रेडियो नगर के बारे में जानते हैं। केवल 9.4% को इसकी जानकारी नहीं थी।



ग्राफ 1: रेडियो नगर की जागरूकता

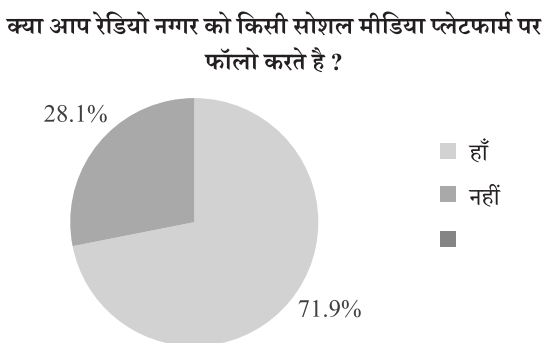
65.6% लोगों को रेडियो नगर के बारे में सबसे पहले सोशल मीडिया चैनलों (व्हाट्सएप, फेसबुक, इंस्टाग्राम आदि) के जरिये पता चला। एक चौथाई (25.0%) लोगों ने इसके बारे में दोस्तों या परिवार के लोगों से सुना। केवल 6.2% ने सामुदायिक कार्यक्रमों के माध्यम से, और 3.1% ने अन्य स्रोतों की जानकारी दी।



ग्राफ 2: रेडियो नगर की जागरूकता का पहला स्रोत

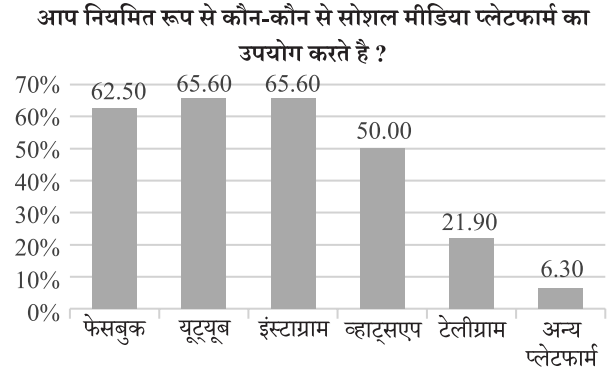
3. सोशल मीडिया अनुसरण और उपयोग पैटर्न

71.9% उत्तरदाता कम से कम एक सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर रेडियो नगर का अनुसरण करते हैं, जबकि 28.1% ऐसा नहीं करते हैं।



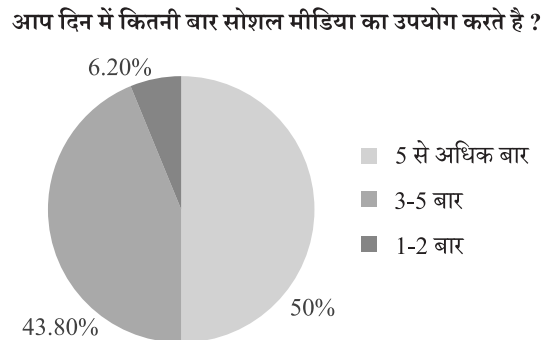
ग्राफ 3: 3.1 रेडियो नगर की सोशल मीडिया फॉलोविंग

यूट्यूब और इंस्टाग्राम दोनों का नियमित रूप से 65.6% उत्तरदाताओं द्वारा उपयोग किया जाता है। केवल व्हाट्सएप का 62.5% और केवल फेसबुक का उपयोग 50.0% लोग करते हैं। टेलीग्राम और अन्य प्लेटफॉर्म क्रमशः 21.9% और 9.4% उपयोगकर्ता हैं।



ग्राफ 4: 3.2 नियमित रूप से उपयोग किए जाने वाले सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म

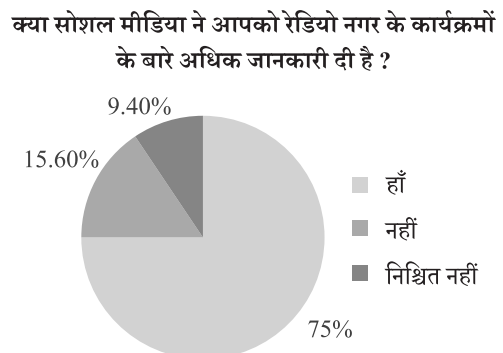
प्रतिभागियों में से आधे (50%) प्रतिदिन पाँच बार से ज्यादा सोशल मीडिया का इस्तेमाल करते हैं। अन्य 43.8% प्रतिदिन 3-5 बार इसका इस्तेमाल करते हैं। केवल 6.2% लोग प्रतिदिन 1-2 बार सोशल मीडिया देखते हैं।



ग्राफ 5: 3.3 दैनिक सोशल मीडिया उपयोग आवृत्ति

4. जागरूकता और सुनवाई में सोशल मीडिया की भूमिका

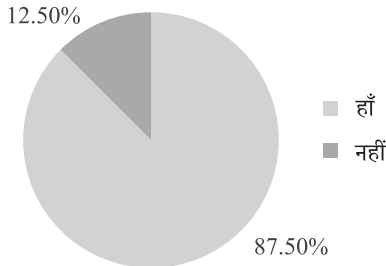
75.0% लोगों का मानना है कि सोशल मीडिया ने उन्हें रेडियो नगर के कार्यक्रमों के बारे में अधिक जानने में मदद की है। अल्पसंख्यक-15.6% ने कहा 'नहीं' और 9.4% 'निश्चित नहीं' थे।



ग्राफ 6: 4.1 कार्यक्रमों की जागरूकता हेतु सोशल मीडिया की भूमिका

अधिकांश लोगों (87.5%) ने बताया कि सोशल मीडिया पर प्रचारित होने पर वे 'रेडियो नगर' के कार्यक्रमों को सुनने की अधिक संभावना रखते हैं। केवल 12.5% ने प्रचार के आधार पर अपने सुनने में कोई बदलाव नहीं होने का संकेत दिया।

क्या आप सोशल मीडिया पर प्रचारित कार्यक्रमों को अधिक सुनते हैं ?

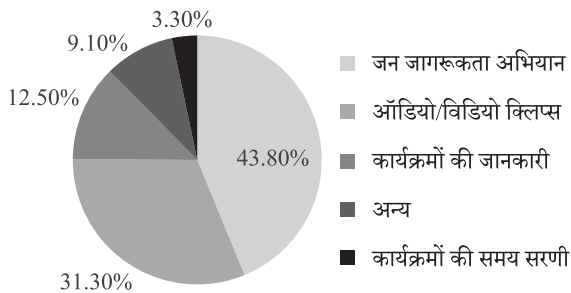


ग्राफ 7: 4.2 सोशल मीडिया पर प्रचारित कार्यक्रमों को सुनने का आकलन

5. सोशल मीडिया सामग्री सहभागिता

लगभग आधे (43.8%) लोग सोशल मीडिया पर 'रेडियो नगर' के जागरूकता अभियान देखते हैं। लगभग 31.2% लोग ऑडियो या वीडियो क्लिप देखते हैं। कम उत्तरदाता कार्यक्रम की जानकारी (12.5%) या कार्यक्रम की समय सारणी (3.1%) देखते हैं। इसके आलावा अन्य ऑप्शन को (9.4%) उत्तरदाताओं ने चुना है।

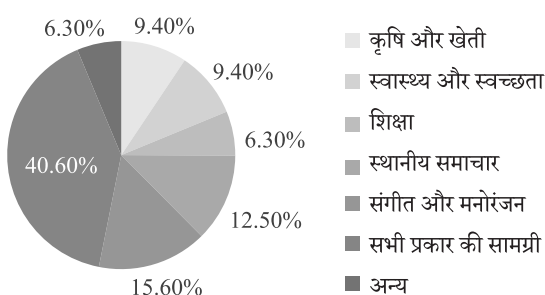
आप सोशल मीडिया पर रेडियो नगर की किस तरह की सामग्री देखते हैं?



ग्राफ 8: 5.1 'रेडियो नगर' के सोशल मीडिया पर देखी गई सामग्री

सबसे बड़े एकल समूह (40.6%) ने संकेत दिया कि उन्हें सभी प्रकार की सामग्री समान रूप से पसंद है। विशिष्ट श्रेणियों में, संगीत और मनोरंजन को 15.6% लोगों ने पसंद किया, उसके बाद स्थानीय समाचार (12.5%) का स्थान है। कृषि/खेती और स्वास्थ्य/स्वच्छता दोनों को 9.4% लोग पसंद करते हैं, शिक्षा के कार्यक्रम 6.3% लोगों की पसंद हैं। इसके आलावा अन्य ऑप्शन को 6.3% लोगों ने चुना।

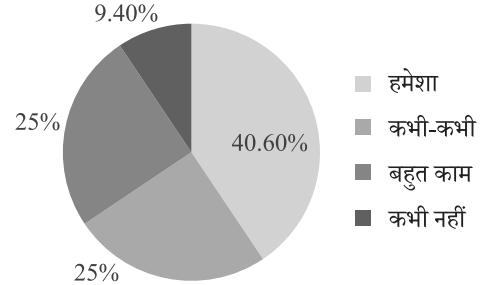
रेडियो नगर पर आपको किस प्रकार की सामग्री पसंद है ?



ग्राफ 9: 5.2 'रेडियो नगर' पर पसंदीदा सामग्री

40.6% कभी-कभी प्रतिक्रिया देते हैं (जैसे, लाइक, टिप्पणी, शेयर)। 25% शायद ही कभी-कभी प्रतिक्रिया देते हैं, और अन्य 25.0% बहुत कम प्रतिक्रिया देते हैं। 9.4% उत्तरदाता कभी प्रतिक्रिया नहीं देते।

क्या आप रेडियो नगर की सोशल मीडिया पोस्ट्स पर प्रतिक्रिया देते हैं ?

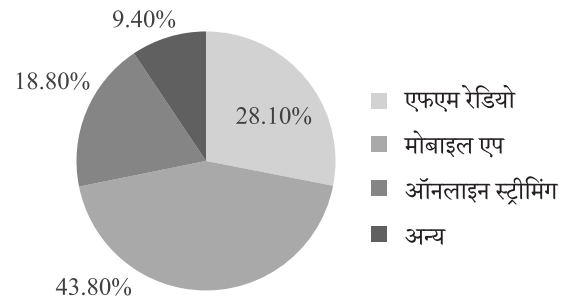


ग्राफ 10: 5.3 'रेडियो नगर' के सोशल मीडिया पोस्ट्स पर प्रतिक्रिया

6. रेडियो नगर सुनने के प्रति रुचि

43.8% लोग मोबाइल ऐप के जरिये सुनना पसंद करते हैं, जो एफएम रेडियो (28.1%) और ऑनलाइन स्ट्रीमिंग (18.8%) से आगे है। एक छोटा वर्ग (9.4%) अन्य साधनों (जैसे, व्हाट्सएप वॉयस नोट्स, मिस्ट-कॉल सेवा) का उपयोग करता है।

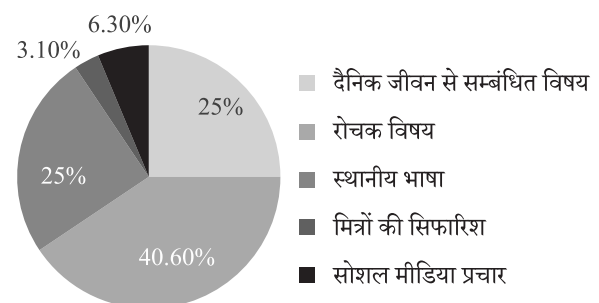
आप आमतौर पर रेडियो नगर को किस माध्यम से सुनते हैं ?



ग्राफ 11: 6.1 पसंदीदा श्रवण माध्यम

प्राथमिक प्रेरणा (40.6%) 'रोचक विषय' (जैसे-सांस्कृतिक, मनोरंजन सामग्री) है। स्थानीय भाषा और दैनिक जीवन से संबंधित विषय दोनों ही 25%-25% लोगों को प्रेरित करते हैं। सोशल मीडिया प्रचार 6.3% लोगों को प्रेरित करता है और दोस्तों की सिफारिश 3.1% लोगों को प्रेरित करती है।

रेडियो नगर के कार्यक्रम सुनने के लिए आपको क्या प्रेरित करता है ?



ग्राफ 12: 6.2 सुनने के लिए प्रेरणा

समग्र व्याख्या

उच्च आधारभूत जागरूकता : 90.6% उत्तरदाताओं को पहले से ही 'रेडियो नगर' के बारे में जानकारी है। स्टेशन ने स्थानीय समुदाय में अपनी उपस्थिति को प्रभावी ढंग से स्थापित किया है। प्राथमिक रूप में 65% से अधिक उत्तरदाताओं ने पहली बार सोशल मीडिया के माध्यम से 'रेडियो नगर' के बारे में सुना, जबकि पारंपरिक मौखिक रूप में 25% और सामुदायिक कार्यक्रमों के माध्यम से 6% उत्तरदाताओं ने इसे जाना है। इससे यह पता चलता है कि डिजिटल माध्यम और सोशल मीडिया अब अधिकतर श्रोताओं के लिए सूचना के माध्यम के रूप में जानकारी का केंद्र बन गए हैं।

मजबूत डिजिटल कनेक्टिविटी : 70% से ज्यादा उत्तरदाता सोशल प्लेटफॉर्म पर रेडियो स्टेशन को फॉलो करते हैं। यूट्यूब और इंस्टाग्राम दोनों ही 65.6% उत्तरदाताओं तक पहुंचते हैं, जबकि व्हाट्सएप (62.5%) और फेसबुक 50% तक पहुंचते हैं। आधे से ज्यादा दर्शक रोजाना पाँच बार से ज्यादा सोशल मीडिया देखते हैं। ये आँकड़े इस बात की पुष्टि करते हैं कि ग्रामीण समुदाय न सिर्फ कई प्लेटफॉर्म पर मौजूद है, बल्कि पूरे दिन सोशल मीडिया पर काफी सक्रिय भी है।

सामुदायिक रेडियो सुनने और जागरूकता पर सोशल मीडिया का प्रभाव : 75% लोग 'रेडियो नगर' के बारे में अपने ज्ञान को बढ़ाने का श्रेय सोशल मीडिया को देते हैं और 87.5% लोग सोशल मीडिया पर प्रचारित होने वाले कार्यक्रमों को ज्यादा सुनते एवं देखते हैं। नतीजतन, सोशल मीडिया न सिर्फ सूचना केंद्र के रूप में, बल्कि एक प्रभावी कॉल-टू-एक्शन के रूप में भी काम करता है।

सामुदायिक रेडियो के लिए सामग्री सहभागिता पैटर्न : लगभग आधे उत्तरदाता जागरूकता अभियान (43.8%) और ऑडियो/वीडियो क्लिप (31.2%) स्टेशन के सोशल फीड पर देखते हैं, जबकि 40.6% सभी प्रकार की सामग्री का आनंद लेने का दावा करते हैं। इसके साथ ही संगीत और मनोरंजन (15.6%) और स्थानीय समाचार (12.5%) अगली सबसे लोकप्रिय श्रेणियाँ हैं।

केवल 25% 'हमेशा' पोस्ट का जवाब देते हैं; 40.6% 'कभी-कभी' ऐसा करते हैं, जो मध्यम सहभागिता को दर्शाता है। इन निष्कर्षों का अर्थ है कि हालाँकि स्टेशन के सोशल पोस्ट अधिकांश उपयोगकर्ताओं तक पहुँचते हैं, निष्क्रिय अनुयायियों को सक्रिय प्रतिभागियों में परिवर्तित करना एक विकास क्षेत्र बना हुआ है। इसके साथ ही सामुदायिक रेडियो सुनने का व्यवहार विकसित हो रहा है। अधिकतर उत्तरदाता (43.8%) मोबाइल ऐप के माध्यम से रेडियो सुनना पसंद करते हैं, जबकि 28.1% के लिए एफएम रेडियो महत्वपूर्ण बना हुआ है।

उत्तरदाताओं से जब 'रेडियो नगर' में प्रसारित होने वाली सामग्री के बारे में प्रश्न किया गया तो अधिकतर ने बताया कि उन्हें 'रेडियो नगर' द्वारा प्रसारित सभी प्रकार के विषयों से संबंधित जैसे खेती, शिक्षा, स्वास्थ्य एवं स्वच्छता, स्थानीय समाचार और संगीत और मनोरंजन आधारित कार्यक्रम पसंद हैं। उत्तरदाताओं के आँकड़े बताते हैं कि उन्हें रोचक विषयों, स्थानीय भाषा, दैनिक जीवन से संबंधित विषयों पर आधारित कार्यक्रम और सोशल मीडिया कार्यक्रमों को सुनने के लिए अधिक प्रेरित करते हैं। इस प्रकार, डिजिटल माध्यम अपना ने जब वृद्धि होती है, तो कार्यक्रम सामग्री और सांस्कृतिक प्रासंगिकता श्रोता प्रतिधारण के लिए

महत्वपूर्ण बनती है।

निष्कर्ष

सहभागी संचार के साथ संरेखण

उपर्युक्त आँकड़ों से पता चलता है कि 'रेडियो नगर' की सोशल मीडिया रणनीति प्रभावी रूप से सूचना प्रसारित करती है और श्रोताओं को प्रेरित करती है। हालाँकि, केवल एक चौथाई अनुयायी लगातार पोस्ट पर प्रतिक्रिया देते हैं, जो वास्तविक दो-तरफा भागीदारी का विस्तार करने की गुंजाइश का सुझाव भी देती है। इंटरैक्टिव सुविधाओं को शामिल करना—जैसे कि पोल, ऑडियो कॉल-इन या उपयोगकर्ता द्वारा तैयार की गई कहानी खंड—समुदाय को और अधिक संलग्न कर सकते हैं और सहभागी आदर्शों को पूरा कर सकते हैं।

प्लेटफॉर्म प्राथमिकताएँ

व्हाट्सएप (62.5%) और फेसबुक (50%) के साथ-साथ यूट्यूब (65.6%) और इंस्टाग्राम (65.6%) की अप्रत्याशित रूप से उच्च उपयोग दरों को देखते हुए 'रेडियो नगर' को एक विविध सोशल मीडिया उपस्थिति बनाए रखनी चाहिए, जबकि व्हाट्सएप सीधे संचार के लिए महत्वपूर्ण बना हुआ है। वीडियो क्लिप के लिए यूट्यूब और विजुअल सामग्री के लिए इंस्टाग्राम का लाभ उठाने से पहुँच व्यापक हो सकती है।

सामग्री रणनीति

क्योंकि दिलचस्प विषय, स्थानीय भाषा और दैनिक जीवन की प्रासंगिकता ही सुनने के लिए मुख्य प्रेरक हैं, इसलिए कार्यक्रमों को सांस्कृतिक रूप से गूँजने वाले विषयों (लोक संगीत, स्थानीय समाचार, कृषि सलाह) पर ध्यान केंद्रित करना जारी रखना चाहिए। साथ ही, जागरूकता को श्रोताओं में बदलने के लिए सोशल मीडिया अभियानों को लगातार इन मुख्य सामग्री क्षेत्रों को उजागर करना चाहिए।

डिजिटल संक्रमण प्रवृत्ति

लगभग आधे उत्तरदाताओं (43.8%) के अब मोबाइल ऐप पर निर्भर होने के कारण 'रेडियो नगर' को विशेष रूप से कम बैंडविड्थ वाले ग्रामीण संदर्भों में यह सुनिश्चित करना चाहिए कि उसकी डिजिटल स्ट्रीमिंग सेवा विश्वसनीय, उपयोगकर्ता के अनुकूल और सुलभ हो। डिजिटल चैनलों के साथ-साथ एफएम प्रसारण की पेशकश जारी रखने से उन श्रोताओं की जरूरतें पूरी होंगी, जो पारंपरिक रेडियो के साथ अधिक सहज रहते हैं।

सरकारी नीतियों के लिए सुझाव

सामुदायिक रेडियो की सफलता और स्थायित्व में सबसे बड़ी बाधाओं में से एक है सीमित वित्तीय संसाधन और अस्थायी आर्थिक सहायता। अधिकतर सामुदायिक रेडियो स्टेशन गैर-लाभकारी संस्थाओं द्वारा संचालित होते हैं, जिनके पास नियमित आय के स्रोत नहीं होते। वर्तमान सरकारी नीतियाँ उन्हें वाणिज्यिक विज्ञापन या प्रायोजन से आय अर्जित करने की सीमित अनुमति देती हैं, जिससे उनका दीर्घकालिक संचालन संकट में पड़ सकता है। ऐसे में सरकार को चाहिए कि वह सामुदायिक रेडियो के लिए विशेष वित्तीय सहायता योजनाएँ, जैसे कि

वार्षिक अनुदान, परियोजना-आधारित फंडिंग, और सीएसआर (कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व) फंड से जुड़ावा। इसके अलावा, स्थानीय निकायों, पंचायतों और विकास एजेंसियों के माध्यम से भी वित्तीय सहयोग की व्यवस्था की जा सकती है, जिससे रेडियो स्टेशन न केवल टिकाऊ बनें, बल्कि नई सामग्री निर्माण और तकनीकी उन्नयन में भी सक्षम हों।

साथ ही, सामुदायिक रेडियो का प्रभाव तभी अधिकतम हो सकता है, जब स्थानीय समुदाय तकनीकी और रचनात्मक रूप से प्रशिक्षित हो। वर्तमान में ऐसे संगठित और संस्थागत प्रशिक्षण कार्यक्रमों की भारी कमी है, जो ग्राम स्तर के स्वयंसेवकों, महिलाओं, किसानों और युवाओं को ऑडियो प्रोडक्शन, संपादन, कंटेंट क्रिएशन और सामुदायिक संवाद जैसे पहलुओं में दक्ष बना सकें। सरकार को चाहिए कि वह राष्ट्रीय और राज्य स्तर पर प्रशिक्षण केंद्रों की स्थापना करे या मौजूदा मीडिया संस्थानों को सामुदायिक रेडियो स्टेशनों से जोड़कर नियमित और सुलभ प्रशिक्षण कार्यक्रमों की शुरुआत करे। इससे स्थानीय स्तर पर तकनीकी निर्भरता कम होगी और रेडियो की सहभागिता बढ़ेगी।

बेहतर जुड़ाव के लिए अन्य सुझाव

इंटैक्टिव पोस्ट : अधिक सक्रिय प्रतिक्रियाओं को प्रोत्साहित करने के लिए फेसबुक और इंस्टाग्राम पर प्रश्न-आधारित पोस्ट, लाइव क्विज एंड ए सत्र और उपयोगकर्ता पोल शुरू करें (25% 'हमेशा' उत्तरदाताओं से आगे बढ़ना)।

व्हाट्सएप वॉयस बोर्ड : चूँकि व्हाट्सएप का व्यापक रूप से उपयोग किया जाता है (62.5%), इसलिए स्थानीय मुद्दों पर छोटी रिकॉर्डिंग भेजने हेतु श्रोताओं को आमंत्रित करने के लिए एक नियमित 'वॉयस मैसेज' सेगमेंट बनाएँ और भागीदारी स्वामित्व को बढ़ावा देने के लिए कुछ को ऑन-एयर प्रसारित करें।

मल्टीमीडिया सामग्री : छोटे, स्थानीय-रुचि वाले वीडियो (जैसे, खेती के टिप्स, सांस्कृतिक प्रदर्शन) अपलोड करके यूट्यूब की लोकप्रियता का लाभ उठाएँ, जिन्हें क्रॉस-प्लेटफॉर्म तालमेल को बढ़ावा देने के लिए व्हाट्सएप और इंस्टाग्राम के माध्यम से भी प्रचारित किया जा सकता है।

कंटेंट रिमाइंडर सुविधाएँ : आसानी से साझा किए जा सकने वाले छवि प्रारूपों में साप्ताहिक या दैनिक कार्यक्रम शेड्यूल पोस्ट करें। चूँकि वर्तमान में केवल 3.1% लोग ही कार्यक्रम शेड्यूल देखते हैं, इसलिए आकर्षक रिमाइंडर विशिष्ट शो के लिए ट्यून-इन को बढ़ा सकते हैं।

भाषा-विशिष्ट पोस्ट : यह देखते हुए कि 'स्थानीय भाषा' 25.0% श्रोताओं को प्रेरित करती है, सुनिश्चित करें कि सभी सोशल पोस्ट-विशेष रूप से घोषणाएँ-मुख्य रूप से स्थानीय बोली में हों, जिससे समझ और विश्वास बढ़े।

इन रणनीतियों को एकीकृत करके, रेडियो नगर अपनी सोशल मीडिया उपस्थिति और सहभागी संचार सिद्धांतों के बीच संरेखण को और मजबूत कर सकता है। अंततः सामुदायिक जुड़ाव को गहरा कर सकता है, कार्यक्रम जागरूकता बढ़ा सकता है और एक महत्वपूर्ण ग्रामीण सूचना केंद्र के रूप में स्टेशन की भूमिका को मजबूत कर सकता है।

संदर्भ

आईएमएआई. (2023). *इंटरनेट इन इंडिया रिपोर्ट 2023*.

- आईएमएआई और कैंटर. <https://www.iamai.in> से पुनःप्राप्त.
- एमआईबी. (2006). *कम्युनिटी रेडियो पॉलिसी 2006 : गाइडलाइंस फॉर सेटिंग अप कम्युनिटी रेडियो स्टेशंस इन इंडिया*. गवर्नमेंट ऑफ इंडिया.
- काट्ज, ई., ब्लमलर, जे. जी., & गुरेविच, एम. (1973). यूजेस एंड ग्रेटिफिकेशन रिसर्च. *पब्लिक ओपिनियन क्वार्टरली*, 37(4), 509-523.
- कुंभारे, एन. वी., जेड, वी. वी., & वाघमारे, एस. एस. (2015). कम्युनिटी रेडियो: प्रिफरेंसेस, ओपिनियन एंड लिसेंसिंग बिहेवियर ऑफ फॉर्मर्स. *इंडियन रिसर्च जर्नल ऑफ एक्सटेंशन एजुकेशन*, 15(1), 83-86.
- कौशिक, ए. (2018). प्लरलिटी & डायवर्सिटी ऑफ वॉयसेस इन कम्युनिटी रेडियो : ए केस स्टडी ऑफ रेडियो ब्रह्मपुत्र फ्रॉम असम. इन जे. सर्वेस (संपा.). *हैंडबुक ऑफ कम्युनिकेशन फॉर डेवलपमेंट एंड सोशल चेंज* (पेज 1-13)। सिंगर, सिंगापुर.
- चंद्रमौली, सी. (2011). *रूरल अर्बन डिस्ट्रीब्यूशन ऑफ पॉपुलेशन : प्रोविजनल पॉपुलेशन टोटल्स, सेंसस ऑफ इंडिया 2011*. ऑफिस ऑफ द रजिस्ट्रार जनरल & सेंसस कमीशनर, इंडिया.
- जीएसएमए. (2021). *द मोबाइल जेंडर गैप रिपोर्ट 2021*. जीएसएम एसोसिएशन.
- ट्राई (2022). एनुअल रिपोर्ट 2022-23. मिनिस्ट्री ऑफ कम्युनिकेशन्स, गवर्नमेंट ऑफ इंडिया. https://www.trai.gov.in/sites/default/files/Annual_Report_20222024_0_0.pdf से पुनःप्राप्त.
- डैग्रॉन, ए. जी. (2001). *मेकिंग वेक्स : स्टोरीज ऑफ पार्टिसिपेट्री कम्युनिकेशन फॉर सोशल चेंज*. रॉकफेलर फाउंडेशन. <https://www.ircwash.org/sites/default/files/Gumucio-2001-Making.pdf> से पुनःप्राप्त.
- थॉमस, वी. एल., चावेज, एम., ब्राउन, ई. एन., एंड मिनिस, ए. एम. (2020). इंस्टाग्राम एज ए टूल फॉर स्टडी एंगेजमेंट एंड कम्युनिटी बिल्डिंग अमंग एडोलसेंट : ए सोशल मीडिया पायलट स्टडी. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/32215216/> से पुनःप्राप्त.
- पावराला, वी., & मलिक, के. के. (2007). अदर वॉयसेस : द स्ट्रगल फॉर कम्युनिटी रेडियो इन इंडिया. सेज पब्लिकेशंस.
- प्रथमसारी, आर. पी., एंड अचमद, जेड. ए. (2024). वी रेडियो इंडोनेशिया ब्रॉडकास्ट प्रोग्राम ऑन यूट्यूब एज एन एफर्ट टू स्ट्रेंथन यूथ एंपावरमेंट. *ट्रांसलिटरा : जर्नल काजियन कोमुनिकासी डेन स्टडी मीडिया*, 13(1), 71-80.
- फ्रेजर, सी. & रेस्ट्रेपो-एस्ट्राडा, एस. (2001). *कम्युनिटी रेडियो हैंडबुक*. यूनेस्को.
- बाजपेयी, एन., बेरिया, ए., बिबरमैन, जे., शर्मा, ए., एंड वाघवा, एम. (2022). *डिलीवरिंग नेक्स्ट-जेनरेशन पब्लिक सर्विसेज थ्रू मोबाइल टेक्नोलॉजी (आईसीटी इंडिया वर्किंग पेपर नम्बर 65)*. सेंटर फॉर सस्टेनेबल डेवलपमेंट, अर्थ इंस्टीट्यूट, कोलंबिया यूनिवर्सिटी.
- बालन, के. एस., एंड नॉर्मन, एस. जे. (2012). कम्युनिटी रेडियो (सीआर) - पार्टिसिपेट्री कम्युनिकेशन टूल फिर रूरल विमेन डेवलेपमेंट : ए स्टडी. *इंटरनेशनल रिसर्च जर्नल ऑफ सोशल साइंसेज*, 1(1), 19-22.

- मायर्स, एम. (2008). रेडियो, कन्वर्जेंस एंड डेवलपमेंट इन अफ्रीका : जेंडर एज ए क्रॉस-कटिंग इश्यू. इंटरनेशनल डेवलपमेंट रिसर्च सेंटर.
- मान्योजो, एल. (2012). मीडिया, कम्युनिकेशन एंड डेवलपमेंट : श्री एप्रोचेज. सेज पब्लिकेशंस.
- मिश्रा, जी., एंड शाह, आर. (2019). कम्युनिटी बिल्डिंग थ्रू सोशल मीडिया इन ए सोशल मीडिया इन ए रूरल कॉण्टेक्स्ट. इंटरनेशनल जर्नल ऑफ एडवांस्ड मीडिया एंड कम्युनिकेशन, 7(4), 264–281.
- मिनिस्ट्री ऑफ इन्फॉर्मेशन एंड ब्राडकास्टिंग (2025). लिस्ट ऑफ कमीशंड कम्युनिटी रेडियो स्टेशंस इन इंडिया हैविंग वैलिड जीओपीए एज ऑन 17.01.2025. गवर्नमेंट ऑफ इंडिया. <https://mib.gov.in/sites/default/files/2025-01/list-of-commissioned-community-radio-stations-in-india-having-valid-gopas-on-17.01.2025.pdf> से पुनःप्राप्त.
- यूनेस्को. (2001). कम्युनिटी रेडियो हैंडबुक. यूनाइटेड नेशन्स एजुकेशनल, साइंटिफिक एंड कल्चरल ऑर्गेनाइजेशन.
- रोड्रिगज, सी. (2001). फिस्सुरेस इन द मीडियास्केप : एन इंटरनेशनल स्टडी ऑफ सिटीजंस मीडिया. हैपटन प्रेस.
- वैन डाइक, जे. ए. जी. एम. (2006). द नेटवर्क सोसाइटी : सोशल एस्पेक्ट्स ऑफ न्यू मीडिया (सेकंड एडिशन). सेज पब्लिकेशंस.
- सिंह, एस., & हिरेमथ, एस. (2007). द कम्युनिटी रेडियो मूवमेंट इन इंडिया : लेसंस लर्न्ड एंड चैलेंजेस अहेड. जर्नल ऑफ डेवलपमेंट कम्युनिकेशन, 18(2), 73–85.



हिंदी साहित्य और रचनात्मक सिनेमा : समकालीन अर्थ-संदर्भ

सलोनी शर्मा¹ और डॉ. विवेक कुमार जैसवाल²

सारांश

वर्तमान में सिनेमा मनोरंजन का एक मुख्य माध्यम है। जनसाधारण में इसकी लोकप्रियता अपरिहार्य है। सिनेमा द्वारा इंगित मीडिया संदेश अक्सर सामाजिक परिदृश्य में परिवर्तन लाने में कारक बनता है। संचार शोध में भी सिनेमा अध्ययन का एक मुख्य विषय है। भिन्न-भिन्न परिप्रेक्ष्य में इसका अध्ययन किया जाता है। पटकथा सिनेमा का एक मुख्य अंग है। कहा जा सकता है कि पर्दे पर फिल्म का भविष्य बहुत हद तक उसकी पटकथा पर निर्भर करता है। एक फिल्म के लिए पटकथा आत्मा समान होती है। साहित्य ने भारतीय सिनेमा के उद्भव में एक मुख्य भूमिका निभायी है। इसमें विशेष रूप से हिंदी साहित्य परिवर्तनकारी भूमिका में रहा। कलात्मक क्रांति के दौरान जब भारतीय सिनेमा जगत् में कई नई लहरों का आगमन हो रहा था, तब हिंदी साहित्य समानांतर और अधिक यथार्थवादी शैली को अपना चुका था। हिंदी साहित्य ने भारतीय सिनेमा की इस कलात्मक क्रांति में नींव की तरह काम किया और भारतीय सिनेमा को विकसित होने और बढ़ने का अवसर प्रदान किया। हिंदी साहित्यकारों तथा निर्देशकों की रुचि और प्रयासों के कारण ही भारत में समानांतर सिनेमा, यथार्थवादी सिनेमा, कला सिनेमा और रचनात्मक सिनेमा को सफलता रूप में पर्दे पर उतारा जा सका। प्रस्तुत शोध उन्हीं प्रयासों का विषयगत विश्लेषण है।

संकेत शब्द : हिंदी साहित्य, हिंदी सिनेमा, रचनात्मक सिनेमा, समानांतर सिनेमा, यथार्थवादी सिनेमा

प्रस्तावना

साहित्य कला का लिखित रूप है। समय के साथ साहित्य का विकास विभिन्न रूपों में हुआ, जिसे विभिन्न प्रकारों में विभाजित किया गया (चौधरी, 2006)। काव्य और गद्य लेखन साहित्य की दो प्रमुख विधाएँ हैं, जिनमें महाकाव्य, कविता, गीत, खंडकाव्य, उपन्यास, कहानी, नाटक, निबंध, जीवनी, आलोचना, संस्मरण, साक्षात्कार आदि समाहित होते हैं। सिनेमा साहित्य का उन्नत स्वरूप है, जिसमें भूमिका, कथावस्तु, पात्र एवं चरित्र-चित्रण, देशकाल वातावरण, संवाद, रस, गुण, अभिनय, भाषा-शैली, उद्देश्य, दृश्य-श्रव्य आदि तत्वों का समावेश होता है। सिनेमा सामाजिक चित्रण और कला का एक ऐसा संगम है, जिसने रचनात्मक ढंग से दर्शकों को बाँधे रखा है। यह न केवल मनोरंजन का एक साधन है, बल्कि जन शिक्षा का भी एक प्रभावशाली माध्यम है (अहमद, 2012)। सिनेमा एक ऐसी कड़ी है, जिसने अपने दायित्व को बखूबी निभाया है। यह कला का वह समागम है, जिसमें विभिन्न रचनात्मक अनुभूतियों को एक पटल पर संतुलित रूप में प्रस्तुत किया जाता है। साहित्य अपने पाठकों को वास्तविक दुनिया से दूर कल्पनाशील यात्रा पर ले जाता है, जबकि सिनेमा दर्शकों को एक काल्पनिक दुनिया दिखाता है। साहित्य में वे सभी अर्थ छिपे हुए हैं, जिनका प्रयोग फिल्म में विकास के लिए किया जाता है।

हिंदी साहित्य से प्रेरणा प्राप्त कर कई कला (आर्ट फिल्में) एवं रचनात्मक (क्रिएटिव फिल्में) फिल्मों का निर्माण हुआ (राजपोषट, 2022)। कला फिल्में अक्सर प्रयोगात्मक प्रकृति की होती हैं या उनमें अपरंपरागत या अत्यधिक प्रतीकात्मक सामग्री होती है, जो समकालीन सामाजिक व्यवस्था पर सवाल उठाती है। सामाजिक चेतना के विस्तार एवं उद्भव में कला के दोनों स्वरूपों ने अग्रसर भूमिका निभाई है। 50-60 के दशक के बाद बनी फिल्मों को भारतीय सिनेमा का स्वर्णिम युग कहा गया, जब सिनेमा में नई लहर का उद्भव हुआ (अहमद, 2018)। इस काल में सिनेमा का एक नया स्वरूप सामने आया, जो अधिक देशज था। यह पाश्चात्य संस्कृति और वैश्वीकरण का हमारे ऊपर

प्रभाव है कि हम अपनी मौलिक भाषाओं में लिखे गए साहित्य को पाश्चात्य भाषाओं के साहित्य की तुलना में कमतर आँकते हैं। यद्यपि सत्य तो यह है कि भारतीय भाषाओं में लिखे गए ग्रंथ पाश्चात्य भाषाओं के साहित्य की तुलना में कई गुना अधिक आधुनिक, यथार्थवादी, दृढ़, व्यावहारिक और तर्कसंगत होते हैं। हिंदी भाषी लेखन का अनुसरण करते हुए कई रचनात्मक फिल्में बनीं। हिंदी भाषा की रचनाओं से प्रभावित सिनेमा का स्तर समकालीन अन्य सिनेमा से गंभीर दिखाई पड़ता है।

साहित्य समीक्षा

मिहिर बोस की पुस्तक 'बॉलीवुड अ हिस्ट्री' में भारतीय सिनेमा को सदैव समृद्ध बताया गया है। जब बॉलीवुड एक इंडस्ट्री के रूप में उभरा भी नहीं था, तब भी भारतीय हिंदी सिनेमा संपूर्ण था। भारतीय सिनेमा का आधार हिंदी साहित्यिक ग्रंथ रहे हैं। 13 मई, 1913 में भारतेन्दु हरिश्चंद्र की रचना पर आधारित पहली भारतीय फिल्म 'राजा हरिश्चंद्र' स्वभावतः मूक थी। धंडीराज गोविंदराज फाल्के (दादा साहब फाल्के) के निर्देशन में बनी इस फिल्म ने भारतीय सिनेमा जगत् की नींव रखी (शर्मा, 2021)। तत्पश्चात् साहित्य भारत के फिल्म निर्माताओं के लिए एक अविभाज्य प्रेरणा स्रोत बन गया। इसी श्रृंखला में कई अन्य ग्रंथों का भी फिल्मांकन हुआ, जिनमें हिंदू पौराणिक कथाएँ भी शामिल रहीं। रामायण के अध्याय पर आधारित 'लंका दहन', शिवपुराण पर आधारित 'मोहिनी भस्मासुर', महाभारत के प्रसंग पर आधारित 'सत्यवान्-सावित्री', श्रीमद्भगवद्गीता पर आधारित 'श्री कृष्ण जन्म' आदि सभी दादा साहब की फिल्में थीं। 1931 के बाद भारतीय सिनेमा दर्शकों का परिचय बोलती फिल्मों से हुआ (मुखर्जी, 2007)। इसी के बाद फिल्मों में गायन और वाचन (वाक् संवाद-शैली) की धूम मची, जिससे फिल्मों ने सामाजिक परिवर्तन के यथार्थवादी ढाँचे को तोड़ते हुए मनोरंजन की दुनिया में प्रवेश किया। साहित्य द्वारा निर्मित सिनेमा समाज को बेहतर बनाने और यथार्थ से उसका परिचय

¹शोधार्थी संचार एवं पत्रकारिता विभाग डॉ. हरिसिंह गौर विश्वविद्यालय, सागर (मध्य प्रदेश). ईमेल : y21411004.rs@dhsu.edu.in

²सह प्राध्यापक संचार एवं पत्रकारिता विभाग डॉ. हरिसिंह गौर विश्वविद्यालय, सागर (मध्य प्रदेश). ईमेल : vjaiswal@dhsu.edu.in

करवाने का कार्य करता है। साहित्यकार बालकृष्ण भट्ट का कहना है कि साहित्य समाज का दर्पण है, किंतु उस दर्पण में सब स्पष्ट दिखलाने का कार्य सिनेमा करता है, ताकि समाज का अपने यथार्थ से परिचित हो सके।

राहुल कुमार सैनी ने अपने शोध पत्र 'हिंदी सिनेमा का अनुशीलन (कथा साहित्य के विशेष सन्दर्भ में)' में बताया है कि साहित्य और सिनेमा एक-दूसरे के पूरक हैं (सैनी, 2023)। अतः सिनेमा साहित्य से सामग्री एकत्रित कर उसका रूपांतरण करता है। हेइदी आर.एम. पॉवेल्लस की पुस्तक 'इंडिया लिटरेचर एंड पॉपुलर सिनेमा' साहित्य और सिनेमा के मध्यस्थ संबंधों का बोध करवाती है। कैसे साहित्य का फिल्मों में अनुसरण किया जाता है; उचित बदलाव कैसे किए जाते हैं; इन संशोधनों का साहित्य और उसका अनुसरण कर बनी फिल्म पर कैसा प्रभाव होता है; इस प्रकार के कई प्रश्नों का उत्तर इस पुस्तक में दिया गया है। यह एक अंतरराष्ट्रीय पुस्तक है, जिसे भारतीय संदर्भ में लिखा गया है। नीरा जलक्षत्रि की पुस्तक 'साहित्य और सिनेमा का अंतर्संबंध' में सिनेमा के सौंदर्यशास्त्र को रेखांकित करते हुए बताया गया है, "सिनेमा का एक तकनीकी पक्ष है और दूसरा सामाजिक। यदि तकनीक सिनेमा का जिस्म है, तो समाज उसमें प्राण फूँकने की क्षमता रखता है। मानस पटल में बाहरी दुनिया की वस्तुओं, घटनाओं और मनःस्थिति का प्रभाव पहले से ही मौजूद रहता है। सिनेमा केवल उनका उपयोग करता है। वह देश-काल और कार्य-कारणवादिता को व्यवस्थित कर दर्शकों को बाहरी दुनिया की अराजकता से मुक्ति दिलाता है। यह तब तक संभव नहीं है, जब तक मानस उसे व्यवस्थित न करे। इस प्रकार मानस की सत्ता सर्वोपरि होती है" (जलक्षत्रि, 2013)। यह पुस्तक समाज और सिनेमा के बीच के संबंध को दर्शाते हुए सिनेमा में साहित्य की भूमिका पर चर्चा करती है।

पुस्तक 'सिनेमा के सौ बरस' के संपादक मृत्युंजय ने अपने संपादकीय आलेख में लिखा है कि 'सिनेमा बहुत आसानी से हमारे जीवन का हिस्सा बन गया। देर से ही सही, अब विचार का विषय भी बन गया है। 'माधुरी' सिनेमा की नियमित पत्रिका थी। अपनी तरह के उसके पाठक भी थे। समय-समय पर 'धर्मयुग', 'साप्ताहिक हिन्दुस्तान' और 'रविवार' ने सिनेमा पर केंद्रित अंक अवश्य निकाले, परंतु वे सिनेमा को विचार का विषय नहीं बना सके। उनके लिए सिनेमा केवल व्यापक बाजार था। 'प्रतीक', 'दिनमान' और 'कल्पना' ने सिनेमा को अवश्य गंभीरता से लिया था। वस्तुतः सिनेमा भी विचार और अध्ययन का एक विषय हो सकता है, यह अज्ञेय ने ही बताया था। स्वयं अज्ञेय ने प्रतीक में फिल्मों की समीक्षाएँ लिखीं (मृत्युंजय, 2017)। लेखक सिनेमा को दर्शक और समाज के बीच की कड़ी बनाता है, जो समकालीन व्यवस्था में सामंजस्य बनाने की भूमिका में रहता है।

शोध उद्देश्य

प्रस्तुत शोध के निम्नलिखित उद्देश्य हैं :

- हिंदी साहित्य और सिनेमा के बीच संबंध का अध्ययन करना।
- साहित्यिक रचनाओं पर बन रही फिल्मों से रचनाओं और रचयिताओं पर हो रहे प्रभाव का अध्ययन करना।

शोध प्रविधि

प्रस्तुत शोध हिंदी साहित्य और हिंदी सिनेमा के अर्थ-संदर्भों पर

आधारित है। अतः यह शोध गुणात्मक प्रकृति का है, जिसमें विषयगत विश्लेषण विधि का प्रयोग किया गया है। एक निश्चित विषयवस्तु पर आधारित होने के कारण शोध में गैर संभावित प्रतिचयन विधि के अंतर्गत सोद्देश्य प्रतिचयन विधि का प्रयोग किया गया है। अध्ययन हेतु उन्हीं फिल्मों का चयन किया गया, जिन्होंने हिंदी साहित्य का अनुसरण किया।

फिल्मों में हिंदी साहित्य के अनुसरण का विश्लेषण

1956 में प्रकाशित फणीश्वरनाथ रेणु की कहानी 'तीसरी कसम उर्फ मारे गए गुलफाम' का फिल्मांकन 1966 में बासु चटर्जी द्वारा किया गया। वस्तुतः यह हिंदी साहित्य की एक आंचलिक कहानी है, जिसमें नायक की भूमिका में कोई व्यक्ति न होकर संपूर्ण अंचल (क्षेत्र) ही नायक होता है। कहानी के पात्र हीरामन और हीराबाई मुख्य किरदार में रहते हैं, फिल्म में जिनकी भूमिका राजकपूर और वहीदा रहमान ने अदा की है। वस्तुतः कहानी ग्रामीण अंचल की होते हुए भी निस्वार्थ प्रेम के अवलंबन का सामाजिक परिचय देती है। इस फिल्म की महत्वपूर्ण बात यह है कि इसके संवाद फणीश्वरनाथ रेणु द्वारा ही लिखे गए, साथ ही फिल्म के गानों में आंचलिकता का पूरा समावेश किया गया। नौटंकी वाली बाई से प्रेम करने को लेकर सारी फिल्म (कहानी) को लिखा गया है, जो तत्कालीन सामाजिक भावबोधों को तोड़ती है और समाज के सामने एक नया परिदृश्य खड़ा किया जाता है। पटकथा में अधिक हेर-फेर न करते हुए फिल्म में वास्तविक साहित्य का मौलिक स्वरूप में अनुसरण किया गया है, जो कि निर्देशक द्वारा अनुसरण किए साहित्य के प्रति प्रतिबद्धता दर्शाता है। 'तीसरी कसम' सिनेमा जगत् का हिंदी साहित्य के लिए एक अविस्मरणीय योगदान है, जिसमें भारतीयता के बोध को बहुत सहजता से पर्दे पर उतारा गया है।

मोहन राकेश की रचना 'आषाढ़ का एक दिन' पर आधारित फिल्म 1971 में रिलीज हुई। यह भारत का पहला आधुनिक हिंदी नाटक था, जो तत्कालीन साहित्यिक मानदंडों से अलग था। द्वंद्वप्रधान शैली होने के कारण यह नाटक मानव जीवन के विभिन्न द्वंद्वों को बड़ी सहजता से प्रस्तुत करने में सफल सिद्ध हुआ। जैसे कि व्यक्ति स्वतंत्रता और परिस्थितियों, भावना और यथार्थ, सत्ता और जनसामान्य तथा एक ही व्यक्ति के विभाजित व्यक्तित्व के बीच द्वंद्व। निर्देशक मणि कौल ने नाटक को समसामयिक यथार्थ से निकट पाते हुए इसे फीचर फिल्म का रूप दिया। फिल्म 'आषाढ़ का एक दिन' नाम के साथ ही परदे पर उतारी गई। इसमें अरुण खोपकर, रेखा सबनीस, ओमशिवपुरी और अरुणा ईरानी ने अभिनय किया था। फिल्म की कहानी संस्कृत कवि कालिदास, मल्लिका और प्रियंगुमंजरी के बीच प्रेम त्रिकोण पर केंद्रित है। फिल्म में दिखाया गया कालिदास का किरदार, आदि कवि कालिदास से विपरीत है। वह आधुनिक भावबोध से युक्त मध्यमवर्गीय पलायनवादी व्यक्ति है, जो भावना के भ्रमरजाल में फँसी स्त्री के प्रेम में पड़ जाता है (कुमार, 2022)। 'आषाढ़ का एक दिन' नाटक का लेखन तथा भारतीय परिदृश्य में 'नई कविता और नई कहानी (लेखन शैली) आंदोलन' का विस्तार है। यह वही दौर था जब दर्शक का परिचय यथार्थवाद से हो रहा था। राजनीति और शिक्षा के प्रति युवा सजग हो रहा था। यथार्थवादी शैली युवा विचारों को प्रबलता प्रदान कर रही थी।

राजेंद्र यादव द्वारा रचित उपन्यास 'सारा आकाश' का फिल्मांकन 1969 में निर्देशक बासु चटर्जी द्वारा किया गया। यह उपन्यास 1951 में

‘प्रेत बोलते हैं’ नाम से प्रकाशित हुआ था। रामधारी सिंह दिनकर की एक कविता से प्रेरणा प्राप्त करके 1960 में इस उपन्यास का नाम संशोधित कर ‘सारा आकाश’ रख दिया गया। राजेंद्र यादव अपने समकालीन अन्य लेखक जैसे मोहन राकेश, कमलेश्वर, मन्नू भंडारी आदि के साथ हिंदी साहित्य में नई कहानी आंदोलन के ध्वजवाहक भी रहे। हिंदी साहित्य के ‘नई कहानी आंदोलन’ की रचनाएँ स्वभावतः सीधी और कठोर होती हैं। वे पाठक को समाज की अनकही वास्तविकताओं और असुविधाजनक सच्चाइयों से परिचय कराती हैं। स्वतंत्रता के उपरांत जब भारत विकसित राष्ट्रों की बराबरी करने के प्रयास में तेजी से शहरीकरण की ओर बढ़ रहा था, तब ऐसी रचनाएँ दर्पण समान पाठक का सामाजिक यथार्थ से सामना करवाती रहीं। नई कहानी आंदोलन के समान ही ‘सारा आकाश’ भी वैवाहिक संबंधों के बदलते समीकरणों पर आधारित थी। नवविवाहित जोड़े के आंतरिक संघर्षों को दर्शाती यह फिल्म आगरा के एक पारंपरिक मध्यमवर्गीय संयुक्त परिवार पर आधारित है। यह फिल्म निम्न मध्यमवर्गीय परिवार के जीवनयापन में आने वाली समस्याओं को पटल पर रखती है। अधिकतर समकालीन दर्शकों की सामाजिक एवं आर्थिक परिस्थितियाँ पात्रों से भिन्न नहीं थीं। वे भी जीवनयापन में आ रही समस्याओं से प्रतिदिन सामना कर रहे थे। अतएव दर्शक अधिक जुड़ाव अनुभव कर सके। फिल्म में मूल उपन्यास के कई दृश्यों एवं संवादों का अनुसरण ज्यों-का-त्यों किया गया, जिससे साहित्यिक मौलिकता भी आहत नहीं हुई। फिल्म राजेंद्र यादव के आगरा के मंदी इलाके में स्थित पुश्तैनी घर में फिल्माई गई। कथानक की आवश्यकता के अनुसार सेटअप सबसे उपयुक्त था, इसलिए यह कहानी को एक भावनात्मक जुड़ाव भी प्रदान करता है।

1952 में प्रकाशित धर्मवीर भारती का उपन्यास ‘सूरज का सातवाँ घोड़ा’ (भारती, 1963) का फिल्मांकन 1993 में किया गया। भारत-ईरानी लेखन से प्रभावित मानी गई इस रचना में महाकाव्यों की शैली का पुट है, जिसमें रचयिता स्वयं अपनी रचनाओं के मध्य में उपस्थित होता है। श्याम बेनेगल के निर्देशन में बनी यह फिल्म यथार्थवाद (रियलिज्म) सिनेमा शैली से प्रभावित दिखाई पड़ी। श्याम बेनेगल सिनेमा जगत् का एक प्रख्यात नाम हैं। उन्हें 1950 के दशक के दौरान भारत में समानांतर सिनेमा (पैरलल सिनेमा) की शुरुआत करने के लिए जाना जाता है। इस वैकल्पिक सिनेमा के प्रति उनका दृष्टिकोण ‘केवल मनोरंजन के माध्यम के बजाय एक कला के रूप में सिनेमा का समर्थन करना’ था। सामाजिक मानदंडों और धारणाओं को परिवर्तित करने के साधन के रूप में सिनेमा के प्रति बेनेगल की प्रतिबद्धता रही। शुरुआत से ही वे फिल्म में महिलाओं की एक वैकल्पिक प्रस्तुति (अल्टरनेटिव रिप्रजेंटेशन) बनाने के लिए प्रतिबद्ध थे। अतः इस फिल्म में भी बेनेगल ने मूल साहित्य की प्रयोगधार्मिता का सम्मान करते हुए पटकथा में अधिक परिवर्तन नहीं किया। ‘सूरज का सातवाँ घोड़ा’ के फिल्मांकन के पीछे भी यही भावना रही। कथा तीन स्त्रियाँ—जमुना, लिली और सती—के जीवन पर आधारित है। तीनों स्त्रियाँ पारंपरिक स्त्री चरित्र की रूढ़िवादी छवि से भिन्न दिखाई पड़ती हैं।

मुंशी प्रेमचंद के उपन्यास ‘गबन’ (मुंशी, 2019) का फिल्मांकन ऋषिकेश मुखर्जी और कृष्णा चोपड़ा के निर्देशन में हुआ। स्त्री की महत्वाकांक्षाओं को केंद्र में रखकर लिखा गया यह एक प्रगतिशील उपन्यास है। 1966 में उपन्यास का फिल्मांकन किया गया, जिसके मुख्य पात्र रामनाथ की भूमिका में सुनील दत्त और जालपा की भूमिका में

साधना रहीं। आजादी के दौर के भारत को दर्शाती यह फिल्म मध्यमवर्गीय पारिवारिक परिदृश्य को रेखांकित करती पाई गई। अपने परिजनों की महत्वाकांक्षाएँ कैसे एक सरकारी मुलाजिम को अनैतिक कार्य करने पर विवश कर देती है। ‘गबन’ न केवल एक यथार्थवादी उपन्यास है, बल्कि समाज के कई पहलुओं का इसमें स्पष्ट चित्रांकन भी है। पुरुष की विवशता, स्त्री का लोभ और परिस्थिति अनुकूल उसके चरित्र-चित्रण में पूर्ण परिवर्तन, मध्यमवर्गीय जीवन में सामंजस्य, प्रेम और सात्विकता की वासना पर विजय और आकस्मिक मृत्यु के शोक की पड़ताल गहराई से करता यह उपन्यास मनुष्यों के भ्रमों को तोड़ते हुए असलियत से सामना करवाता है। इसके अतिरिक्त 1977 में सत्यजीत रे के निर्देशन में बनी फिल्म ‘शतरंज के खिलाड़ी’ भी मुंशी प्रेमचंद की रचना है (शर्मा, 2018)। 1924 की यह रचना ‘माधुरी’ पत्रिका में प्रकाशित की गई थी। यह दो नवाबों के शतरंज के लिए पागलपन और बिगड़ती प्रजातांत्रिक व्यवस्था पर केंद्रित है। कहानी का सार सांकेतिक सामाजिक संदेश में लुप्त हुआ है कि बिना परिश्रम किए प्राप्त ऐश्वर्य का मोल नहीं होता और कैसे अयोग्य और पथभ्रमित शासक संपूर्ण राज्य और प्रजा के पतन का कारण बनते हैं।

आचार्य चतुरसेन की रचना ‘धर्मपुत्र’ पर 1961 में फिल्म बनी। मूल संस्करण एक लंबे, विशाल उपन्यास के रूप में लिखा गया था। 2014 में इसे इसके संक्षिप्त रूप में पुनः प्रकाशित किया गया। फिल्म साहित्य का एक नाटकीय रूपांतरण थी, जिसमें कई लंबे और कम प्रासंगिक खंडों को छोड़ दिया गया और मनोरंजन अनुकूल संशोधन किया गया। ‘धर्मपुत्र’ भारत के विभाजन के दौरान सांप्रदायिकता और धार्मिक कट्टरवाद जैसे कई संवेदनशील मुद्दों पर आधारित है (जैन, 2000)। यह एक बच्चे की विचारधारा के निर्माण में धार्मिक पृष्ठभूमि और पालन-पोषण के प्रभाव को भी दर्शाती है। साथ ही, यह भी दर्शाती है कि उस समय के राष्ट्रीय और राजनीतिक परिदृश्य अलग-अलग धर्म के दो परिवारों के बीच मैत्रीपूर्ण संबंधों को कैसे प्रभावित करते हैं। लगभग आधी शताब्दी पहले लिखे जाने के बावजूद यह उपन्यास दत्तक प्रथा और सहिष्णुता जैसे संवेदनशील मुद्दों के बारे में जागरूकता पैदा करता है।

प्रियंवद की हिंदी कहानी ‘खरगोश’ का फिल्मांकन 2009 में किया गया। परेश कामदार के निर्देशन में बनी फिल्म ‘खरगोश’ के सौंदर्यबोध ने एक बाल कहानी को अंतरराष्ट्रीय ख्याति प्राप्त करवाई (चंद्रा, 2013)। शृंगार रस से ओत-प्रोत यह रचना एक दस वर्षीय बालक के प्रथम प्रेम अनुभव का वर्णन है, जिसमें उसे स्वयं इस अनुभूति का बोध नहीं होता कि वह एक शर्मीले युवा जोड़े के बीच संदेशवाहक की भूमिका निभाते-निभाते कब स्वयं उस झुकी हुई आँखों वाली लड़की के प्यार में पड़ जाता है। सौंदर्यता के साथ खरगोश में कई सांकेतिक अर्थ छुपे हुए हैं, जो लेखक की समझ और प्रासंगिकता का सूचक है, जिसमें एक बालक के बौद्धिक विकास पर एक बड़ी उम्र वाले लड़के की मित्रता का प्रभाव प्रमुख है। कहानी स्वयं अतियथार्थवाद में लिखी गई है। निर्देशक परेश कामदार ने कहानी को उसके सार तक सीमित करते हुए अतियथार्थवाद को सौंदर्यपरक अतिसूक्ष्मवाद से प्रतिस्थापित कर दिया है।

निष्कर्ष

हिंदी साहित्य जगत् के बड़े आलोचक बच्चन सिंह ने अपनी पुस्तक ‘हिंदी नाटक’ में भारत में नाटक के प्रवेश और उसके बाद थिएटर के

विकास पर अपनी संपूर्ण दृष्टि डाली है। वे भारतेंदु हरिश्चंद्र के समय (1850) के आसपास से ही नाटकों के मंचन की प्रणाली को विकसित होता देखते हैं। वे पारसी नाटक कंपनियों के साथ-साथ भारतीय लोकनाट्यों (रामलीला-रासलीला) के सामाजिक प्रभाव को भी उद्भूत करते हुए चलते हैं। इसी के साथ वे इप्ता (IPTA) की स्थापना और मुंबई में पृथ्वीराज कपूर द्वारा चलाए जा रहे पृथ्वी थिएटर का वर्णन करते हैं, जहाँ हिंदी साहित्य के नाटकों का बड़ी धूमधाम से मंचन किया जाता था। इन थिएटरों की स्थापना वस्तुतः साहित्यिक नाटकों के मंचन हेतु की गई थी, जिसे बाद में व्यापारिक रूप (इंडस्ट्री) में विकसित किया गया। यद्यपि ध्यातव्य है कि पारसी नाटक मंडलियों को व्यापारिक नाटक मंडलियों के नाम से जाना जाता था, फिर भी भारतीय सिनेमा को अमेरिकी सिनेमा की परछाई की संज्ञा दी जाती है। यह चिंतनीय है कि कई फिल्मों पाश्चात्य संस्कृति और साहित्य से प्रभावित हैं। पाश्चात्य उपन्यासों का अनुसरण कर पटकथा को भारतीय जामा पहना दिया जाता है, जो कि भारतीय लेखन क्षमता और विद्वानों की उपेक्षा है। उपर्युक्त संदर्भ इस बात का स्पष्टीकरण है कि हिंदी साहित्य पर आधारित सिनेमा कलात्मक गुणवत्ता का धनी हुआ है। भारतीय भाषाओं में लिखे गए साहित्य, जिनका अनुसरण कई फिल्मों में किया गया, उनमें बंगला भाषा प्रमुख है। सत्यजीत रे और बिमल रॉय की फिल्मों अधिकांश में रवींद्रनाथ टैगोर, शरत चंद्र चटर्जी, सुबोध घोष, विभूतिभूषण बंदोपाध्याय, ताराशंकर बनर्जी, बानाफूल (बलाई चंद मुखोपाध्याय) आदि साहित्यकारों की रचनाओं का अनुसरण होती थीं। पंजाबी लेखिका अमृता प्रीतम, मराठी लेखक विजय तेंदुलकर, उर्दू लेखिका इस्मत चुगताई आदि की रचनाओं का सिनेमा को प्रभावी और दृढ़ बनाने में योगदान उल्लेखनीय है। उपर्युक्त विषयगत विश्लेषण में यह सिद्ध होता है कि हिंदी साहित्य और सिनेमा के बीच एक अभिन्न संबंध है। हिंदी साहित्य पर आधारित सिनेमा दर्शक के सामाजिक परिवेश से अधिक जुड़ा हुआ होता है। यह कारण है कि वह उसे अपने अधिक करीब पाता है। इस साम्यावस्था के कारण हिंदी साहित्य पर आधारित सिनेमा का प्रभाव दर्शक पर अधिक होता है। इसके अतिरिक्त यह सिनेमा समकालीन भारत में हो रहे सामाजिक परिवर्तनों का भी सूचक है।

शोध के दूसरे उद्देश्य—साहित्यिक रचनाओं पर बन रही फिल्मों से रचनाओं और रचयिताओं पर हो रहे प्रभावों—को समझने हेतु किए गए विषयगत विश्लेषण में यह प्राप्त हुआ कि कई साहित्यकार अपनी रचनाओं के फिल्मांकन के पक्षधर नहीं होते। उनके अनुसार फिल्मांकन में मूल साहित्य की मृत्यु हो जाती है। यदि साहित्य का बिना उसके मौलिक स्वरूप में अधिक छेड़छाड़ किए फिल्मों में अनुसरण किया जाने लगेगा, तो इससे साहित्यकारों का भी सशक्तीकरण होगा। युवाओं के विचारों को आकार देने के लिए सिनेमा एक प्रभावशाली माध्यम है। ऐसे में, भारतीय संस्कृति की मौलिकता को संरक्षित करने के लिए भारतीय कला के प्रतीक स्वरूप की मौलिकता का संरक्षण आवश्यक है। 'साहित्यिक पृष्ठभूमि का फिल्म पर प्रभाव' का अध्ययन करते हुए यह निष्कर्ष प्राप्त हुआ कि जितनी अधिक फिल्मों भारतीय भाषाओं में लिखे गए साहित्य पर बनाई जाएंगी, उतना ही अधिक युवाओं को पश्चिमीकरण के प्रभाव से बचाना संभव हो पाएगा। इससे भारतीय कला मौलिक रूप में संरक्षित रह सकेगी। साहित्य

सदियों से कलात्मक अभिव्यक्ति का एक तरीका रहा है। सिनेमा साहित्य की अभिव्यक्ति का एक स्वरूप है। सिनेमा के बिना भी साहित्य स्वतः पूर्ण है, किंतु लेखन और पटकथा के बिना सिनेमा का कोई अस्तित्व नहीं है। सिनेमा के अस्तित्व के लिए साहित्य का रचनात्मक होना आवश्यक है। हिंदी साहित्य ने भारतीय सिनेमा को कई रचनात्मक फिल्मों प्रदान की हैं। नवाचार संदर्भ में देखा जाए तो सिनेमा और साहित्य दोनों एक-दूसरे के लिए प्रेरक का कार्य करते हैं।

संदर्भ

- अहमद, एस. एस., आदि (2012). सिनेमा : एन एंटरटेनिंग वे टू टीच लाइफ लेसंस. टेक्नोलॉर्न : एन इंटरनेशनल जर्नल ऑफ एजुकेशनल टेक्नोलॉजी, 2(1), 89-98.
- अहमद, जी. (2018). हिंदी सिनेमा में संवेदना के स्वर. अकादमिक सामाजिक अनुसंधान, 4(1). 2456-2645.
- कुमार, एल. (2022). चयनधर्मिता का प्रश्न और 'आषाढ़ का एक दिन'. पूर्वोत्तर प्रभा, 1(2). <http://supp.cus.ac.in/index.php/Poorvottar-Prabha/article/view/25>
- चौधरी, ई. (2006). तुलनात्मक साहित्य-भारतीय परिपेक्ष्य. नई दिल्ली : वाणी प्रकाशन.
- चंद्रा, ए. (2013). रिविजिटिंग ध्वनि इन द कॉन्टेक्स्ट ऑफ द अस्थैटिक ऑफ एक्सपीरियंस इन फिल्म. सिनेमा : जर्नल ऑफ फिलोसोफी एंड द मूविंग इमेज, 4, 44-61.
- जलक्षत्रि, एन. (2013). साहित्य और सिनेमा का अंतर्संबंध. नई दिल्ली : शिल्पायन प्रकाशन, पृष्ठ-15.
- जैन, जे. (2000). इमेजिनिंग ए फ्यूचर : द नैरेटिव इन सर्च ऑफ सेक्युलर स्पेस. इंडियन इंटरनेशनल सेंटर क्वार्टर्ली, 27(3), 58-72.
- भारती, डी. (1963). सूरज का सातवाँ घोड़ा. नई दिल्ली : भारतीय ज्ञानपीठ प्रकाशन, पृष्ठ-3.
- मुखर्जी, एम. (2007). अर्ली इंडियन टाकीज : वोइस, परफॉरमेंस एंड और। जर्नल ऑफ द मूविंग इमेज 6, 39-61.
- मुंशी, पी.सी. (2019). गबन. भोपाल : मंजुल पब्लिकेशन हाउस.
- मृत्युंजय, एस. (2017). सिनेमा के सौ बरस. नई दिल्ली : शिल्पायन प्रकाशन.
- राजपोपट, वी. (2022). लिटरेचर रोल इन इंसपिरेशन एंड डेवलपमेंट आफ इंडियन सिनेमा. एन इंटरनेशनल मल्टीडिसिप्लिनरी रिसर्च ई-जर्नल. www.academia.edu
- शर्मा, ए. & चंदेल, ए. (2018). ए स्टडी आफ सिनेमेटिक एडाप्टेशन ऑफ प्रेमचंद्र : शतरंज के खिलाड़ी. लैंग्वेज इन इंडिया, 18(10), 17-22.
- शर्मा, डी. (2021). ओरिजिन ऑफ सिनेमा एंड सिनेमेटिक एडाप्टेशनस. आर्टिस्टिक नैरेशंस, 12(1), 035-039.
- सैनी, आर. के. (2023). हिंदी सिनेमा का अनुशीलन (कथा साहित्य के विशेष संदर्भ में). रिसर्च रिव्यू इंटरनेशनल जर्नल ऑफ मल्टीडिसिप्लिनरी, 8(7), 167-170.



ओटीटी प्लेटफॉर्म : भारत में उभरती हुई डिजिटल क्रांति का सम्यक् विश्लेषण

प्रिया त्यागी¹ और डॉ. नितिन कुमार²

सारांश

भारत में ओटीटी (ओवर-द-टॉप) प्लेटफॉर्म के बढ़ते हुए चलन ने डिजिटल मनोरंजन के क्षेत्र में क्रांति ला दी है। इंटरनेट की सुलभता और स्मार्टफोन की बढ़ती उपलब्धता ने ओटीटी प्लेटफॉर्म को हर वर्ग और हर उम्र के दर्शकों तक पहुँचा दिया है। प्रस्तुत शोध का दृष्टिकोण गुणात्मक है और अध्ययन में मुख्यतः द्वितीयक डेटा का उपयोग किया गया है, जिसमें भारतीय ओटीटी उद्योग के विकास, उसके उपयोग, सामाजिक प्रभाव और परंपरागत मनोरंजन माध्यमों जैसे टेलीविजन और सिनेमा पर इसके प्रभाव, व्यावसायिक मॉडलों तथा अन्य संग्रहीत डेटा का विस्तार से गुणात्मक विश्लेषण किया गया है। साथ ही, यह सामग्री की विविधता, सेंसरशिप, उपभोक्ता प्राथमिकताओं और डिजिटल युग में बदलते मनोरंजन परिदृश्य पर भी प्रकाश डालता है। अध्ययन में पाया गया है कि ओटीटी प्लेटफॉर्म ने हिंदी, अंग्रेजी तथा विभिन्न क्षेत्रीय भाषाओं में प्रीमियम कंटेंट उपलब्ध कराकर दर्शकों की बदलती प्राथमिकताओं और सांस्कृतिक पहचान को मजबूती प्रदान की है। साथ ही, पर्सनलाइजेशन एवं एआई आधारित सिफारिश प्रणालियाँ दर्शकों के अनुभव को और अधिक व्यक्तिगत एवं आकर्षक बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही हैं। शोध में यह भी चर्चा की गई है कि ओटीटी प्लेटफॉर्म ने विज्ञापन और सदस्यता (सब्सक्रिप्शन) मॉडल के माध्यम से पारंपरिक मीडिया के प्रतिस्पर्धी परिदृश्य में अपनी पहचान बनाई है। कुल मिलाकर, यह अध्ययन डिजिटल क्रांति के संदर्भ में ओटीटी प्लेटफॉर्म के सामाजिक, सांस्कृतिक और आर्थिक प्रभावों पर प्रकाश डालता है, जिससे भारतीय मनोरंजन उद्योग में आने वाले परिवर्तनों की दिशा स्पष्ट होती है।

संकेत शब्द : उपभोक्ता प्राथमिकताएँ, ओटीटी प्लेटफॉर्म, डिजिटल मनोरंजन, सेंसरशिप, सामग्री विविधता।

प्रस्तावना

भारत में डिजिटल युग के प्रादुर्भाव से मनोरंजन उद्योग के कई पहलुओं में आमूलचूल बदलाव आया है। ओटीटी प्लेटफॉर्म ने दर्शकों के लिए परंपरागत टेलीविजन और सिनेमा के मुकाबले नई संभावनाओं का द्वार खोल दिया है (दासगुप्ता, 2017)। इंटरनेट की बढ़ती उपलब्धता (ट्राई, 2024) और स्मार्टफोन के बढ़ते हुए प्रसार ने दर्शकों को अपनी सुविधा और पसंद के अनुसार मनोरंजन सामग्री देखने की स्वतंत्रता प्रदान की है (सुंदरावेल & एलांगोवन, 2020)। भारत में 800 मिलियन से अधिक इंटरनेट उपयोगकर्ता हैं, जिनमें से अधिकांश मुख्य रूप से स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म जैसी ओवर-द-टॉप (ओटीटी) सेवाओं के लिए प्रौद्योगिकी का उपयोग करते हैं, भारत में ओटीटी वीडियो बाजार 2025 में 4.49 बिलियन अमेरिकी डॉलर तक पहुँचने की उम्मीद है और 7.16% की सीएजीआर (2025-2029) के साथ 2029 तक 5.92 बिलियन अमेरिकी डॉलर की बाजार मात्रा उत्पन्न होगी। स्टेटिस्टा की मार्केट इनसाइट्स रिपोर्ट के अनुसार, भारत उपयोगकर्ता प्रवेश 2025 में 35.8% होगा और 2029 तक इसके 42.2% या 634.3 मिलियन तक पहुँचने की उम्मीद है (स्टेटिस्टा, एन.डी.)। ओटीटी प्लेटफॉर्म का सबसे बड़ा योगदान यह है कि उन्होंने वैश्विक और स्थानीय सामग्री को एक मंच पर लाकर दर्शकों के कार्यक्रमों को देखने के अनुभव को समृद्ध बनाया है। पारंपरिक माध्यमों में जहाँ समय और स्थान की बाधाएँ थीं, ओटीटी प्लेटफॉर्म ने 'कहीं भी और कभी भी' को सूत्र बनाकर मनोरंजन का नया चलन शुरू किया है (निज्हावन & दहिया, 2020)।

इस शोधपत्र का उद्देश्य भारत में ओटीटी प्लेटफॉर्म के प्रभाव का मूल्यांकन करना और उनकी सामाजिक, सांस्कृतिक और आर्थिक भूमिका को समझना है। 'ओवर-द-टॉप' (ओटीटी) से तात्पर्य उन

डिजिटल सेवाओं से है जो इंटरनेट के माध्यम से सीधे उपभोक्ताओं तक सामग्री पहुँचाती हैं (यू.एस. फेडरल कम्युनिकेशन्स कमीशन, 2013)। पारंपरिक टेलीविजन और सिनेमाघरों के विपरीत, ये प्लेटफॉर्म दर्शकों को समय और स्थान की बाधाओं से मुक्त करते हैं। इंटरनेट के क्रायती होने और स्मार्टफोन आम हो जाने से 2016 के बाद भारत में तेजी से ओटीटी का उदय हुआ (कुमारी, 2020)। नेटफ्लिक्स, अमेजन प्राइम, डिज्नी+ हॉटस्टार और जी5 जैसे प्लेटफॉर्म ने न केवल शहरी क्षेत्रों में, बल्कि ग्रामीण भारत में भी अपनी जगह बनाई (आईएमएआई रिपोर्ट, 2022)। भारत जैसे विविधतापूर्ण देश में, जहाँ 22 आधिकारिक भाषाएँ और विभिन्न सांस्कृतिक पृष्ठभूमियाँ हैं, ओटीटी प्लेटफॉर्म ने स्थानीय और वैश्विक सामग्री को एक मंच पर लाकर दर्शकों की प्राथमिकताओं को पूरा किया है। "ओटीटी प्लेटफॉर्म ने मनोरंजन को एक व्यक्तिगत अनुभव बना दिया है, जो दर्शकों की स्वतंत्रता और रुचियों का सम्मान करता है" (मिश्रा, 2020)।

भारत में ओटीटी प्लेटफॉर्म का विकास

भारत का पहला ओटीटी प्लेटफॉर्म बिगफ्लिक्स था, जिसे 2008 में रिलायंस एंटरटेनमेंट ने लॉन्च किया था। यह एक मूवी-ऑन-डिमांड सेवा थी, जो उपयोगकर्ताओं को ऑनलाइन फिल्में स्ट्रीम और डाउनलोड करने की सुविधा देती थी (जोशी & घोष, 2022)। 2010 में, डीजीवाइव ने भारत का पहला ओवर-द-टॉप मोबाइल ऐप नेक्सजीटीवी (nexGTV) लॉन्च किया, जो लाइव टीवी और ऑन-डिमांड वीडियो प्रदान करता था। भारत में ओटीटी बाजार का 2013 तक बहुत कम विस्तार हुआ, जब डिज्नी टीवी और सोनी लिव पेश किए गए। डिज्नी टीवी, एक वीडियो-ऑन-डिमांड प्लेटफॉर्म, स्टार, सोनी, वायाकॉम और जी सहित विभिन्न मीडिया

¹रिसर्च स्कॉलर, स्कूल ऑफ मीडिया एंड कम्युनिकेशन स्टडीज, दून यूनिवर्सिटी, देहरादून, उत्तराखंड. ईमेल : priya.ddps@gmail.com

²असिस्टेंट प्रोफेसर, स्कूल ऑफ मीडिया एंड कम्युनिकेशन स्टडीज, दून यूनिवर्सिटी, देहरादून, उत्तराखंड. ईमेल : nksdoon@gmail.com

आउटलेट से सामग्री पेश करता है। भारतीय सामान्य मनोरंजन वीडियो ऑन-डिमांड सेवा प्लेटफॉर्म सोनीलिव (SonyLiv) ने अपने लॉन्च के बाद से भारत में जबरदस्त लोकप्रियता हासिल की है (देबब्रता, 2018)।

विभिन्न पुरस्कार विजेता टेलीविजन शो, फिल्मों, वृत्तचित्रों और मूल सामग्री के विविध पोर्टफोलियो के साथ 2016 में भारतीय ओटीटी बाजार में नेटफ्लिक्स, जो कि एक अमेरिकी स्ट्रीमिंग सेवा प्रदाता है, के माध्यम से भारतीय ओटीटी बाजार में शामिल हुए। 2015 के बाद इंटरनेट और स्मार्टफोन उपयोगकर्ताओं की संख्या में विस्तार हुआ, जिसके परिणामस्वरूप हॉटस्टार (2015), वूट (2016), अमेजन प्राइम वीडियो (2016) और नेटफ्लिक्स इंडिया (2016) जैसे प्लेटफॉर्म लोकप्रिय हुए और भारतीय ओटीटी उद्योग में क्रांति ले आए। अन्य प्रमुख ओटीटी बाजार कंपनियों में ऑल्ट बालाजी, जियो सिनेमा, वूट और एमएक्स प्लेयर शामिल हैं (ठाकुर, 2021)। ओटीटी प्लेटफॉर्म का विकास 2016 के बाद तेजी से हुआ, जब रिलायंस जियो ने किफायती डेटा प्लान के साथ मोबाइल इंटरनेट को जन-जन तक पहुंचाया। इसके पहले, ओटीटी सेवाओं का उपयोग केवल शहरी क्षेत्रों में सीमित था (विद्या & गोविंद, 2022)। उत्कृष्ट और कल्पनाशील सामग्री, युवा दर्शक और कोविड-19 लॉकडाउन ने ओटीटी प्लेटफॉर्म की लोकप्रियता को और भी ज्यादा बढ़ा दिया। ओटीटी सेवाएँ विशिष्ट और हालिया फिल्मों, वेब श्रृंखलाओं, गानों, लघुफिल्मों, वृत्तचित्रों, टीवी शो और क्रिकेट मैचों की लाइव स्ट्रीमिंग, लाइव समाचार और इंटरनेट पर स्ट्रीम किए जाने वाले प्रदाताओं की मूल सामग्री को आम जनता तक पहुँच की अनुमति देती हैं (ठाकुर, 2021)। इस तेजी का प्रमुख कारण क्षेत्रीय भाषाओं में सामग्री की उपलब्धता है। इसके अलावा, वैश्विक प्लेटफॉर्म जैसे नेटफ्लिक्स और अमेजन प्राइम ने भारतीय दर्शकों के लिए विशेष क्षेत्रीय सामग्री का निर्माण भी शुरू कर दिया (आरजू & सिंह, 2023)।

इंटरनेट की पहुँच और स्मार्टफोन क्रांति : किफायती इंटरनेट कनेक्शन के कारण पूरे भारत में ओटीटी सेवाओं में वृद्धि हुई है। ग्रामीण क्षेत्रों में डेटा की सुलभता ने डिजिटल डिवाइड को कम किया तथा सस्ते स्मार्टफोन ने ओटीटी सेवाओं को जनसामान्य तक पहुँचाया। स्मार्टफोन ओटीटी देखने के लिए सबसे अधिक इस्तेमाल किया जाने वाला उपकरण बनकर उभरा है (कुमारी, 2020)।

लोकप्रियता में वृद्धि : स्थानीय ओटीटी प्लेटफॉर्म जैसे हॉटस्टार और जी5 ने भारतीय दर्शकों के लिए किफायती योजनाएँ पेश कीं।

उद्घरण : “क्षेत्रीय भाषाओं में सामग्री की उपलब्धता ने ओटीटी प्लेटफॉर्म को ग्रामीण भारत में भी लोकप्रिय बनाया है” (कुमार, 2019)।

तकनीकी प्रगति : 2016 में रिलायंस जियो की शुरुआत ने सस्ते और सुलभ इंटरनेट की राह बनाई, इससे पहले इंटरनेट महंगा और सीमित था (विद्या & गोविंद, 2022)।

कोविड-19-महामारी : कोविड-19-महामारी ने ओटीटी प्लेटफॉर्म की लोकप्रियता को तेजी से बढ़ाया। सिनेमाघरों और मल्टीप्लेक्सों के बंद होने के कारण दर्शकों ने डिजिटल मनोरंजन को अपनाया (ठाकुर, 2021)।

क्षेत्रीय सामग्री : ओटीटी प्लेटफॉर्मों ने हिंदी और अंग्रेजी के साथ-साथ तमिल, तेलुगु, बंगाली, मलयालम जैसी क्षेत्रीय भाषाओं में भी प्रीमियम सामग्री प्रदान की (आरजू & सिंह, 2023)।

वैश्विक कंटेंट का परिचय : नेटफ्लिक्स और अमेजन प्राइम जैसे

प्लेटफॉर्म ने भारत में अंतरराष्ट्रीय स्तर की सामग्री को लोकप्रिय बनाया।

“ओटीटी प्लेटफॉर्मों ने केवल शहरी दर्शकों को ही नहीं, बल्कि ग्रामीण क्षेत्रों को भी मनोरंजन के नए आयाम दिए हैं” (कुमार, 2019; आरजू & सिंह, 2023)।

साहित्य समीक्षा

भारत में ओटीटी प्लेटफॉर्मों के बढ़ते प्रभाव को समझने हेतु विभिन्न शोधकर्ताओं ने अलग-अलग पहलुओं पर अध्ययन किया है। क्षेत्रीय भाषाओं में उपलब्ध सामग्री ने विशेष रूप से ग्रामीण दर्शकों को आकर्षित किया है (सिंह, 2019)। इसी दिशा में कुमार (2019) ने अपने ‘ओटीटी पर क्षेत्रीय भाषायी सामग्री का प्रभाव’ नामक अध्ययन में यह बताया कि हिंदी एवं अन्य भाषाओं में सामग्री की उपलब्धता ने ग्रामीण भारत में इन प्लेटफॉर्मों की लोकप्रियता को बढ़ावा दिया है। ओटीटी ने न केवल भारतीय दर्शकों की आदतों को बदल दिया है, बल्कि स्वतंत्र निर्माताओं को एक नई पहचान और मंच भी प्रदान किया है (मिश्रा, 2020)। वहीं, वर्मा (2020) ने अपने शोध ‘ओटीटी बनाम पारंपरिक मीडिया : सह-अस्तित्व की संभावनाएँ’ में यह दृष्टिकोण प्रस्तुत किया कि दोनों माध्यम एक-दूसरे के पूरक हो सकते हैं और अपनी-अपनी प्रासंगिकता बनाए रख सकते हैं। सेंसरशिप के प्रभाव को लेकर शर्मा (2021) ने अपने शोध में चिंता व्यक्त की कि सख्त सेंसरशिप रचनात्मक अभिव्यक्ति को बाधित कर सकती है। इतना ही नहीं बल्कि ओटीटी प्लेटफॉर्मों ने भारत में नई नौकरियों और व्यावसायिक अवसरों को भी जन्म दिया है (गुप्ता, 2021)। दर्शकों की बदलती प्राथमिकताओं पर केंद्रित रॉय (2022) ने ‘डिजिटल युग में सामग्री उपभोग के बदलते स्वरूप’ शीर्षक से अध्ययन करते हुए यह पाया कि अब दर्शक मूल और अनन्य डिजिटल सामग्री को अधिक प्राथमिकता दे रहे हैं। एक व्यापक सर्वेक्षण-आत्मक अध्ययन में आरजू तथा सिंह (2023) ने ‘ओटीटी पर क्षेत्रीय सामग्री की लोकप्रियता का मूल्यांकन’ शीर्षक से पिछले पाँच वर्षों में भारत में क्षेत्रीय सामग्री उपभोग की प्रवृत्ति का अध्ययन किया और पाया कि अधिकतर लोग प्रतिदिन 1-2 घंटे ओटीटी पर सामग्री देखते हैं, जिनमें एक-तिहाई दर्शक क्षेत्रीय भाषा को पसंद करते हैं। अध्ययन में यह भी स्पष्ट किया गया कि कोविड-19 महामारी ओटीटी उपभोग में तेजी लाने वाला कारक रहा है और पंजाबी सबसे अधिक पसंद की जाने वाली क्षेत्रीय भाषा बनकर उभरी है। अंततः, घलावत एवं अन्य (2021) ने अपने अध्ययन में यह स्पष्ट किया कि प्रयास प्रत्याशा, सुखद प्रेरणा और आदत जैसे तत्त्व ओटीटी को अपनाने के प्राथमिक कारण हैं, विशेषतः 18-25 आयु वर्ग की महिलाओं में इसका उपयोग अधिक देखा गया। इन सभी अध्ययनों से यह स्पष्ट होता है कि ओटीटी प्लेटफॉर्मों भारतीय मीडिया परिदृश्य को केवल तकनीकी स्तर पर ही नहीं, बल्कि सामाजिक, सांस्कृतिक और आर्थिक दृष्टिकोण से भी गहराई से प्रभावित कर रहे हैं।

इन अध्ययनों से यह स्पष्ट होता है कि ओटीटी प्लेटफॉर्मों का प्रभाव व्यापक और बहुस्तरीय है। भविष्य में, यह संभव है कि ओटीटी प्लेटफॉर्मों और पारंपरिक मीडिया एक-दूसरे के पूरक के रूप में काम कर सकते हैं। तकनीकी प्रगति और उपभोक्ताओं की बदलती मांगों के साथ, ओटीटी प्लेटफॉर्मों भारतीय मनोरंजन के परिदृश्य को और अधिक समृद्ध बना रहा है।

शोध-अंतराल

यद्यपि ओटीटी प्लेटफॉर्म पर अनेक अध्ययन हुए हैं, जिनमें उनके विकास, उपयोग, क्षेत्रीय सामग्री, सेंसरशिप और दर्शकों की प्राथमिकताओं का विश्लेषण किया गया है (आरजू & सिंह, 2023; मिश्रा, 2020; रॉय, 2022); तथापि इन अध्ययनों में अधिकांशतः मात्रात्मक दृष्टिकोण अपनाया गया है, जिससे उपयोगकर्ता अनुभव और सामाजिक-सांस्कृतिक प्रभावों की गहराई में विश्लेषण सीमित रहा है। इसके अतिरिक्त, अधिकांश अध्ययन केवल सामग्री खपत या तकनीकी पहलुओं तक केंद्रित रहे हैं और ओटीटी प्लेटफॉर्म के माध्यम से उभरते हुए सांस्कृतिक बदलावों, पारंपरिक मीडिया पर उनके दीर्घकालिक प्रभावों तथा डिजिटल व्यक्तिगत अनुभव के निर्माण जैसे विषयों की समग्र समझ में कमी रही है। विशेषकर, गुणात्मक अध्ययन की कमी तथा मिश्रित दृष्टिकोण में सांस्कृतिक विश्लेषण की अनुपस्थिति इस क्षेत्र में एक महत्वपूर्ण शोध-अंतर को रेखांकित करती है। यह शोधपत्र इसी अंतर को ध्यान में रखते हुए भारतीय ओटीटी उद्योग के सामाजिक, सांस्कृतिक और आर्थिक प्रभावों का गुणात्मक विश्लेषण करता है, ताकि डिजिटल मनोरंजन के व्यापक प्रभावों की समग्र समझ विकसित की जा सके।

शोध उद्देश्य

1. भारत में ओटीटी प्लेटफॉर्म के विकास में योगदान देने वाले तकनीकी, आर्थिक और सामाजिक कारकों की पहचान करना।
2. विभिन्न भाषाओं (हिंदी, अंग्रेजी, क्षेत्रीय भाषाएँ आदि) और प्रकार की सामग्री (फिल्में, वेब सीरीज, शॉर्ट फिल्म) की उपलब्धता एवं गुणवत्ता का विश्लेषण करना।
3. ओटीटी प्लेटफॉर्म में अपनाए जा रहे तकनीकी नवाचार (जैसे पर्सनलाइजेशन, एआई आधारित सिफारिश प्रणाली) तथा विज्ञापन और सदस्यता मॉडल (सब्सक्रिप्शन मॉडल) का अध्ययन करना।
4. दर्शकों की बदलती प्राथमिकताओं, उपभोग के तरीके एवं सांस्कृतिक पहचान पर ओटीटी प्लेटफॉर्म के प्रभाव का मूल्यांकन करना।

शोध प्रविधि

प्रस्तुत शोध का दृष्टिकोण गुणात्मक है और अध्ययन में द्वितीयक डेटा का उपयोग किया है। द्वितीयक डेटा स्रोतों जैसे कि रिपोर्ट, मीडिया अध्ययन और ओटीटी प्लेटफॉर्म के उपयोग से संबंधित विश्लेषणात्मक डेटा का संग्रह किया गया। संग्रहीत डेटा का गुणात्मक विश्लेषण किया गया। इसमें प्रमुख विषयों, रुझानों और अंतर्दृष्टियों की पहचान की गई। तुलनात्मक विश्लेषण के माध्यम से पारंपरिक मीडिया और ओटीटी प्लेटफॉर्म के बीच के अंतर और सह-अस्तित्व का अध्ययन किया गया। निष्कर्षों को व्यवस्थित रूप से सारांशित किया गया है, ताकि यह स्पष्ट हो सके कि किस प्रकार ओटीटी प्लेटफॉर्म भारतीय डिजिटल क्रांति में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं।

शोध परिणाम एवं विश्लेषण

अध्ययन में ओटीटी प्लेटफॉर्म के बढ़ते उपयोग, उनकी सामग्री की प्रकृति और इसके सामाजिक-सांस्कृतिक प्रभावों का गुणात्मक विश्लेषण किया गया है। अध्ययन हेतु चयनित द्वितीयक स्रोतों जैसे शोध पत्र, मीडिया

रिपोर्ट, केस स्टडी, तथा सांस्कृतिक विश्लेषणात्मक लेखों का विषयवस्तु विश्लेषण किया गया, जिससे वर्तमान ओटीटी परिदृश्य की गहराई से समझ प्राप्त हो सके। इस खंड में प्राप्त आँकड़ों एवं साहित्य से प्राप्त निष्कर्षों को सुव्यवस्थित ढंग से प्रस्तुत किया गया है, जिससे यह स्पष्ट हो सके कि ओटीटी माध्यम किस प्रकार पारंपरिक मनोरंजन प्रणाली को चुनौती दे रहा है और एक नई सामाजिक-सांस्कृतिक विमर्श की स्थिति निर्मित कर रहा है। यह विश्लेषण न केवल उपयोगकर्ता व्यवहार को दर्शाता है, बल्कि व्यापक स्तर पर सामाजिक संरचना, भाषा की विविधता, उपभोक्तावाद और डिजिटल संस्कृति के अंतर्संबंधों को भी उद्घाटित करता है।

दर्शकों की प्राथमिकताएँ

ओटीटी प्लेटफॉर्म ने व्यक्तिगत पंसद के आधार पर सामग्री की सिफारिश करने के लिए आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस का उपयोग किया है। दर्शकों की प्राथमिकता के कुछ कारण निम्नलिखित हैं :

बदलती दर्शक आदतें

ओटीटी प्लेटफॉर्म ने भारत में दर्शकों की आदतों को महत्वपूर्ण रूप से बदल दिया है। पारंपरिक टीवी की तुलना में, दर्शक अब किसी भी समय, किसी भी स्थान पर अपनी पसंदीदा सामग्री देख सकते हैं। यह 'ऑन डिमांड' सुविधा ओटीटी प्लेटफॉर्मों का मुख्य आकर्षण है, जो दर्शकों को सुविधा प्रदान करती है। एक रिपोर्ट के अनुसार, ओटीटी प्लेटफॉर्म पर दर्शकों की संख्या में हर साल वृद्धि हो रही है, खासकर युवाओं और शहरी आबादी के बीच (सिंह, 2019)। इसका कारण यह है कि दर्शक अब समय और स्थान की परवाह किए बिना अपने पसंदीदा शो, मूवी और वेब सीरीज देख सकते हैं। इसके अलावा, भारतीय दर्शकों के बीच मोबाइल का प्रयोग ओटीटी प्लेटफॉर्म देखने के लिए एक प्रमुख कारक बन गया है। स्मार्टफोन की व्यापकता और सस्ते डेटा पैक ने ओटीटी को एक सहज अनुभव बना दिया है। ज्यादातर युवा वर्ग अपने स्मार्टफोन के जरिये ओटीटी प्लेटफॉर्म का उपयोग करते हैं और यह आदत अब सामान्य हो चुकी है (कुमार, 2019)। इस बदलाव ने मीडिया और मनोरंजन की खपत के पारंपरिक तरीकों को चुनौती दी है और नया दृष्टिकोण पेश किया है।

वैयक्तिकीकरण

ओटीटी प्लेटफॉर्म की एक और प्रमुख विशेषता यह है कि ये प्लेटफॉर्म व्यक्तिगत सिफारिशों के आधार पर कंटेंट प्रदान करते हैं। उदाहरणस्वरूप, नेटफ्लिक्स और अमेजन प्राइम जैसे प्लेटफॉर्म दर्शकों की देखने की आदतों, उनकी पसंद-नापसंद और पूर्वावलोकन गतिविधियों के आधार पर नई सामग्री का सुझाव देते हैं। यह 'ऑल्गोरिदमिक पर्सनलाइजेशन' की प्रक्रिया है, जो हर दर्शक के लिए एक विशिष्ट कंटेंट अनुभव उत्पन्न करती है (शर्मा, 2021)। यह प्रणाली न केवल दर्शकों को उन शो या फिल्मों को ढूँढने में मदद करती है, जिन्हें वे देखना चाहते हैं, बल्कि नए कंटेंट के प्रति उनकी रुचि भी उत्पन्न करती है। पर्सनलाइजेशन के कारण, दर्शक अब केवल वही देख रहे हैं, जो उनकी व्यक्तिगत रुचियों के अनुसार है और यह ओटीटी प्लेटफॉर्म की सफलता के प्रमुख कारणों में से एक है।

फिक्शन और नॉन-फिक्शन सामग्री

ओटीटी प्लेटफॉर्म पर भारतीय दर्शकों की पसंद के अनुसार, फिक्शनल कंटेंट के साथ-साथ नॉन-फिक्शन जैसे डॉक्यूमेंट्री, रियलिटी शो और ट्रैवल शो भी काफी लोकप्रिय हुए हैं। खासकर युवा वर्ग में रियलिटी और वेब शो का चलन बढ़ा है। वेब शो ने भारतीय समाज के विभिन्न पहलुओं को छुआ है, जैसे कि युवाओं की समस्याएँ, शहरी जीवन और पारंपरिक मान्यताएँ (गुप्ता, 2021)।

क्षेत्रीय भाषाएँ और कंटेंट

भारत में विभिन्न भाषाओं का प्रचलन होने के कारण, ओटीटी प्लेटफॉर्म ने क्षेत्रीय भाषाओं के कंटेंट को प्रमुखता दी है। तमिल, तेलुगु, पंजाबी, मलयालम और हिंदी जैसे भाषाओं में सामग्री का विस्तार हुआ है। उदाहरण के तौर पर, 'अहा' और 'मैनोरमा मैक्स' जैसे प्लेटफॉर्म तेलुगु और मलयालम भाषाओं में सामग्री प्रदान करते हैं, जिससे दर्शकों की प्राथमिकताएँ और क्षेत्रीय रुझान अच्छे से समझे जा सकते हैं (कुमार, 2019)।

मूल्यांकन और समीक्षाएँ

आजकल दर्शक केवल अपने व्यक्तिगत पसंदीदा कंटेंट पर ध्यान नहीं देते, बल्कि अन्य दर्शकों द्वारा दी गई रेटिंग और समीक्षाओं को भी देखते हैं। ओटीटी प्लेटफॉर्म पर समीक्षाएँ और रेटिंग्स का महत्व बढ़ा है, क्योंकि वे दर्शकों को यह निर्णय लेने में मदद करते हैं कि उन्हें क्या देखना चाहिए। यही कारण है कि ओटीटी प्लेटफॉर्म पर कंटेंट का विश्लेषण और रेटिंग प्रणाली अहम भूमिका निभाती है (शर्मा, 2021)।

परिवारिक कंटेंट और युवा दर्शक वर्ग

युवा दर्शक वर्ग और परिवारों के लिए कंटेंट की प्राथमिकताएँ अलग होती हैं। ओटीटी प्लेटफॉर्म पर शहरी युवाओं के लिए अधिकतर वयस्क कंटेंट और थ्रिलर शो होते हैं, वहीं परिवार के लिए अधिक हल्के-फुल्के और प्रेरणादायक शो प्रचलित हैं। इसके अलावा, भारतीय संस्कृति के अनुरूप पारिवारिक शो और ड्रामा की माँग भी बनी रहती है। युवा वर्ग अधिकतर शो, वेब सीरीज और मूवी देखता है, जबकि पारिवारिक दर्शक प्राइम-टाइम टीवी शो और खेल गतिविधियों को देखना पसंद करते हैं। "दर्शकों की प्राथमिकताएँ केवल उनके समय की उपलब्धता पर निर्भर नहीं करतीं, बल्कि उनके सांस्कृतिक और सामाजिक दृष्टिकोणों पर भी आधारित होती हैं" (शर्मा, 2021)।

ओटीटी प्लेटफॉर्म पर दर्शकों की सामाजिक सक्रियता

भारत में ओटीटी प्लेटफॉर्म की सामग्री की विविधता ने दर्शकों की पसंद को प्रभावित किया है। भारतीय दर्शकों के बीच अब विभिन्न प्रकार की सामग्री की माँग हो रही है, जैसे कि वेब सीरीज, डॉक्यूमेंट्री, मूवी और असल जीवन पर आधारित शो। ओटीटी प्लेटफॉर्म पर बॉलीवुड और हॉलीवुड के अलावा क्षेत्रीय भाषाओं में भी सामग्री उपलब्ध है, जिससे क्षेत्रीय दर्शकों का ध्यान आकर्षित हुआ है। वर्तमान में, ओटीटी प्लेटफॉर्म पर दर्शक केवल सामग्री देखने तक ही सीमित नहीं रहते,

बल्कि वे सोशल मीडिया पर भी इसके बारे में चर्चाएँ करते हैं। शो या फिल्म के बारे में ट्विटर, फेसबुक और इंस्टाग्राम पर चर्चा करना अब सामान्य हो गया है। दर्शक, कंटेंट पर प्रतिक्रिया देने और अपने विचार साझा करने के लिए इन प्लेटफॉर्म का सक्रिय रूप से उपयोग करते हैं। इसके माध्यम से, निर्माता और वितरक को यह समझने में मदद मिलती है कि दर्शकों की क्या प्राथमिकताएँ हैं और वे किस तरह की सामग्री को पसंद कर रहे हैं।

सामग्री की विविधता और स्वतंत्रता

ओटीटी प्लेटफॉर्म ने दर्शकों को विभिन्न प्रकार की सामग्री ग्रहण की स्वतंत्रता दी है। यह परंपरागत टेलीविजन और सिनेमा के मुकाबले कहीं अधिक विविध और सृजनात्मक है। ओटीटी प्लेटफॉर्म ने उन विषयों और कहानियों को मुख्यधारा में लाने का साहस किया है, जो पहले चर्चा से बाहर थे।

सामाजिक मुद्दे : ओटीटी प्लेटफॉर्म ने जातिगत भेदभाव, लिंग समानता और LGBTQ+ समुदाय जैसे संवेदनशील विषयों पर आधारित शो और वेब सीरीज पेश की हैं।

अंतरराष्ट्रीय सामग्री : अंतरराष्ट्रीय सिनेमा और धारावाहिक अब भारतीय दर्शकों के लिए उपलब्ध हैं, जिससे उनका दृष्टिकोण व्यापक हुआ है।

ऑरिजिनल कंटेंट : नेटफ्लिक्स और अमेजन प्राइम जैसे प्लेटफॉर्म ने भारत में कई मूल श्रृंखलाएँ और फिल्में बनाई हैं। इसके साथ-साथ-साथ जीवनी और ऐतिहासिक शो, डॉक्यूमेंट्री और वेब सीरीज का भी निर्माण किया है।

ओटीटी प्लेटफॉर्म ने सेंसरशिप के पारंपरिक नियमों से परे जाकर स्वतंत्र और वास्तविक सामग्री पेश की है। हालाँकि, यह स्वतंत्रता विवादों और आलोचनाओं का भी कारण बनी है।

सेंसरशिप और विवाद

ओटीटी प्लेटफॉर्म पर उपलब्ध सामग्री को लेकर समय-समय पर विवाद उठते रहे हैं। भारत जैसे देश में, जहाँ धर्म, संस्कृति और परंपराएँ गहरी जड़ें जमाए हुए हैं, डिजिटल सामग्री की स्वतंत्रता को चुनौती दी गई है। 2021 में भारत सरकार ने ओटीटी प्लेटफॉर्म के लिए दिशा-निर्देश जारी किए, जिसमें सामग्री को वर्गीकृत करने और सामाजिक भावनाओं को ध्यान में रखते हुए जिम्मेदारी से सामग्री प्रस्तुत करने का आह्वान किया गया। धार्मिक भावनाओं को आहत करने का आरोप, अश्लीलता और हिंसा को बढ़ावा देने की शिकायतें, बच्चों और किशोरों पर नकारात्मक प्रभाव जैसी शिकायतें प्रमुख हैं। सेंसरशिप लागू होने के बाद, कई प्लेटफॉर्म ने अपनी सामग्री में आत्म-संयम दिखाया है। हालाँकि, इससे सृजनात्मकता पर नकारात्मक प्रभाव पड़ने की संभावना है।

पारंपरिक माध्यमों पर प्रभाव

ओटीटी प्लेटफॉर्म ने टेलीविजन और सिनेमा जैसे पारंपरिक माध्यमों पर गहरा प्रभाव डाला है। विशेष रूप से युवा पीढ़ी ओटीटी प्लेटफॉर्म को टेलीविजन के मुकाबले अधिक प्राथमिकता दे रही है।

टेलीविजन पर प्रभाव

हाल के वर्षों में ओटीटी की लोकप्रियता के कारण पारंपरिक टेलीविजन देखने वालों की संख्या में गिरावट आई है (फिक्की-ईवाई, 2023), जबकि टीवी सीरियलों की लोकप्रियता कम हो रही है। लाइव इवेंट और न्यूज चैनल अब भी दर्शकों को आकर्षित कर रहे हैं (चटर्जी, 2021)। विज्ञापनदाता अब डिजिटल प्लेटफॉर्मों पर अधिक निवेश कर रहे हैं, जिससे टीवी चैनलों के लिए राजस्व में गिरावट आई है (स्टैटिस्टा, 2024)। लाइव स्पोर्ट और समाचार जैसे कार्यक्रमों के लिए टेलीविजन अभी भी प्रासंगिक है, लेकिन धारावाहिक और मनोरंजन के अन्य शो की लोकप्रियता में गिरावट देखी गई है।

सिनेमा पर प्रभाव : बड़े बजट की फिल्मों और सिनेमाघर के अनुभव के लिए सिनेमा प्रासंगिक बना हुआ है, लेकिन छोटे बजट की फिल्मों को अब ओटीटी प्लेटफॉर्मों पर अधिक दर्शक मिल रहे हैं। कोविड महामारी के दौरान, ओटीटी प्लेटफॉर्मों की वृद्धि के कारण लोग थिएटर में कम जाने लगे। उसके बाद से ही सिनेमाहॉल में दर्शकों की संख्या में कमी पाई गई (राव & सिंह, 2023)। इससे अलग कई फिल्म निर्माता जो बड़े बजट की फिल्मों बनाते हैं, अब अपनी फिल्मों को सीधे ओटीटी पर रिलीज कर रहे हैं, जिससे पारंपरिक डिस्ट्रीब्यूशन मॉडल प्रभावित हुआ है (डेलॉयट, 2022)। कुछ मल्टीप्लेक्स कंपनियाँ अब ओटीटी कंपनियों के साथ सहयोग कर रही हैं, ताकि दर्शकों को नए अनुभव प्रदान किए जा सकें (पीडब्ल्यूसी, 2024)।

लाइव स्पोर्ट्स : हॉटस्टार और सोनी लिव जैसे प्लेटफॉर्मों ने लाइव स्पोर्ट के माध्यम से पारंपरिक टेलीविजन की जगह ली है।

पारंपरिक मीडिया के प्रासंगिकता बने रहने की रणनीतियाँ : टीवी चैनल और फिल्म निर्माता ओटीटी सेवाएँ के माध्यम से डिजिटल प्लेटफॉर्मों में निवेश कर चुके हैं, जैसे कि ZEE5, SonyLIV और Voot (अग्रवाल, 2021)। सिनेमाघर और ओटीटी भी प्लेटफॉर्म मिलकर काम कर रहे हैं, जहाँ पहले थिएटर में फिल्म रिलीज होती है और कुछ महीनों बाद ओटीटी पर उपलब्ध होती है (मेहता & कपूर, 2023)। 4K, VR और इंटरैक्टिव कंटेंट जैसी नई तकनीकों का उपयोग पारंपरिक मीडिया को नया रूप देने के लिए किया जा रहा है (डेलॉयट, 2022)। ओटीटी प्लेटफॉर्म और पारंपरिक माध्यमों के बीच सह-अस्तित्व की संभावना है, लेकिन मनोरंजन के नए ट्रेंड में ओटीटी प्लेटफॉर्म को बढ़त मिल रही है।

भारत में क्षेत्रीय भाषाओं में ओटीटी का विस्तार

ग्रामीण दर्शकों को आकर्षित करने के लिए प्लेटफॉर्मों ने सस्ती सदस्यता योजनाएँ और क्षेत्रीय सामग्री पेश की है। 2017-2018 के दशक में भारतीय ओटीटी बाजार में क्षेत्रीय कंटेंट के प्रति जागरूकता बढ़ी। इस दौरान कई नए प्लेटफॉर्मों ने अपनी पहचान बनाई, जो विशेष रूप से क्षेत्रीय भाषाओं में कंटेंट प्रदान करने लगे। उदाहरण स्वरूप :

अहा : तेलुगु भाषा में वेब सीरीज, फिल्में एवं शॉर्ट फिल्मों के लिए समर्पित यह प्लेटफॉर्म तेलुगू दर्शकों के बीच काफी लोकप्रिय हुआ (कुमार, 2019; शर्मा, 2021)।

मनोरमा मैक्स : मलयालम भाषा में कंटेंट प्रस्तुत करने वाला यह प्लेटफॉर्म दक्षिण भारत के मलयालम भाषी दर्शकों में अपनी छाप छोड़ने में सफल रहा (गुप्ता, 2021)।

अन्य क्षेत्रीय पहलें : तमिल, कन्नड़, पंजाबी, मराठी और बंगाली भाषाओं में भी कई छोटे-छोटे ओटीटी प्लेटफॉर्मों तथा स्थानीय कंटेंट निर्माता सक्रिय हुए। इन प्लेटफॉर्मों ने पारंपरिक टीवी चैनलों की तुलना में अधिक लचीलापन, विविधता और स्थानीय रंग प्रस्तुत किए (कुमार, 2019; रॉय, 2022)।

ओटीटी प्लेटफॉर्मों के कार्य करने के मॉडल

सब्सक्रिप्शन-आधारित मॉडल : सब्सक्रिप्शन-आधारित मॉडल में उपयोगकर्ता एक निश्चित मासिक, त्रैमासिक या वार्षिक शुल्क का भुगतान करके प्लेटफॉर्म पर उपलब्ध अनलिमिटेड कंटेंट का आनंद लेते हैं। यह मॉडल दर्शकों में स्थायित्व और नियमित राजस्व सुनिश्चित करता है। इस मॉडल ने भारतीय ओटीटी बाजार में स्थिरता और विकास के नए अवसर खोले हैं (कुमार, 2019; शर्मा, 2021)। नेटफ्लिक्स, अमेज़न प्राइम वीडियो, डिज्नी+ हॉटस्टार आदि इसके उदाहरण हैं। इसके फायदे भी हैं—नियमित और पूर्वानुमानित राजस्व, उपयोगकर्ता प्रतिबद्धता में वृद्धि और उच्च गुणवत्ता वाले कंटेंट के लिए निवेश में सहायक।

ट्रांजेक्शन-आधारित मॉडल : इस मॉडल में उपयोगकर्ता प्रत्येक कंटेंट या कार्यक्रम के लिए अलग से भुगतान करते हैं। यह मॉडल विशेष रूप से प्रीमियम इवेंट, मूवी रिलीज या विशेष वेब सीरीज के लिए प्रयोग में लाया जाता है। ट्रांजेक्शन-आधारित मॉडल ने विशेष इवेंट और एकल कंटेंट पर केंद्रित दर्शकों के लिए उपयुक्त मंच प्रदान किया है (रॉय, 2022)। पेलाट, टेलीचीज आदि इसके उदाहरण हैं, जहाँ उपयोगकर्ता एकल फिल्में, खेल कार्यक्रम या विशेष कार्यक्रमों के लिए भुगतान करते हैं।

हाइब्रिड मॉडल : हाइब्रिड मॉडल में उपर्युक्त मॉडलों के तत्वों का मिश्रण किया जाता है। उदाहरण के लिए, एक ओटीटी प्लेटफॉर्म कुछ कंटेंट निशुल्क विज्ञापन-आधारित मॉडल के तहत दिखा सकता है, जबकि प्रीमियम कंटेंट के लिए सब्सक्रिप्शन शुल्क या ट्रांजेक्शन शुल्क ले सकता है (शर्मा, 2021; रॉय, 2022)। कुछ भारतीय ओटीटी प्लेटफॉर्मों जैसे कि हॉटस्टार और जी5 ने इस मॉडल को अपनाया है, जिससे वे व्यापक दर्शकों तक पहुँचने के साथ-साथ प्रीमियम कंटेंट से अतिरिक्त राजस्व भी उत्पन्न कर सकें।

इस विवरण से स्पष्ट है कि भारतीय ओटीटी प्लेटफॉर्मों विभिन्न व्यावसायिक मॉडलों का उपयोग करके अपने दर्शकों की जरूरतों और बाजार की बदलती माँगों के अनुरूप कंटेंट प्रदान कर रहे हैं। इन मॉडलों का मिश्रण न केवल उपयोगकर्ताओं के अनुभव को बेहतर बनाता है, बल्कि प्लेटफॉर्मों के लिए भी स्थायी और विविध राजस्व स्रोत सुनिश्चित करता है।

परिचर्चा

ओटीटी प्लेटफॉर्मों के कारण भारत में मनोरंजन के परिदृश्य में अभूतपूर्व परिवर्तन आया है। यह बदलाव पारंपरिक मीडिया के मॉडल से हटकर एक डिजिटल युग की ओर इशारा करता है, जहाँ दर्शकों की प्राथमिकताएँ, तकनीकी नवाचार और व्यावसायिक रणनीतियाँ निरंतर विकसित हो रही हैं। इस चर्चा में ओटीटी प्लेटफॉर्मों के विकास, सामग्री की विविधता, दर्शकों के व्यवहार, तकनीकी नवाचार, व्यावसायिक मॉडलों तथा सामाजिक-सांस्कृतिक प्रभावों पर विस्तार पर बात की गई है। सबसे

पहले, तकनीकी प्रगति और इंटरनेट की बढ़ती पहुँच ने ओटीटी प्लेटफॉर्म के विकास में प्रमुख भूमिका निभाई है। रिलायंस जियो और अन्य टेलीकॉम कंपनियों द्वारा सस्ते डेटा प्लान और बेहतर नेटवर्क कनेक्टिविटी ने देश के हर कोने में डिजिटल मनोरंजन को संभव बनाया है। इस परिवर्तन ने पारंपरिक मीडिया के सीमित वितरण मॉडल को चुनौती दी है। दर्शक अब समय, स्थान और डिवाइस की बाधाओं से मुक्त होकर अपनी पसंद की सामग्री का आनंद ले रहे हैं। यह 'ऑन-डिमांड' संस्कृति न केवल युवा वर्ग में लोकप्रिय है, बल्कि पारिवारिक दर्शकों और ग्रामीण क्षेत्रों में भी तेजी से अपनाई जा रही है। सामग्री की विविधता भी ओटीटी प्लेटफॉर्म की सफलता का एक महत्वपूर्ण पहलू है। पारंपरिक सिनेमा और टेलीविजन की तुलना में ओटीटी प्लेटफॉर्म विभिन्न भाषाओं और शैलियों में सामग्री प्रदान करते हैं। हिंदी, अंग्रेजी, तमिल, तेलुगु, मलयालम, कन्नड़, पंजाबी आदि क्षेत्रीय भाषाओं में प्रीमियम सामग्री उपलब्ध है, जिससे दर्शकों को उनकी मातृभाषा में मनोरंजन का अनुभव मिलता है। उदाहरण के लिए, 'अहा' जैसे प्लेटफॉर्म ने तेलुगूभाषी दर्शकों के बीच अपनी पहचान बनाई है, जबकि 'मनोरमा मैक्स' ने मलयालम दर्शकों के लिए विशेष कंटेंट प्रस्तुत किया है। इस तरह की सामग्री की विविधता ने दर्शकों के बीच जुड़ाव को मजबूत किया है तथा सांस्कृतिक पहचान को भी मजबूती प्रदान की है। तकनीकी नवाचार जैसे कि पर्सनलाइजेशन और एआई आधारित सिफारिश प्रणाली ने भी दर्शकों के अनुभव को बेहतर बनाने में अहम भूमिका निभाई है। ये प्रणालियाँ उपयोगकर्ता की पसंद, देखने के इतिहास और रुझानों के आधार पर सामग्री का सुझाव देती हैं, जिससे दर्शक को ऐसा अनुभव होता है कि उनके लिए विशेष रूप से तैयार कंटेंट उपलब्ध है। इस व्यक्तिगत अनुभव के कारण दर्शक ओटीटी प्लेटफॉर्म से जुड़े रहते हैं और उनका उपयोग बढ़ता है। व्यावसायिक दृष्टिकोण से, ओटीटी प्लेटफॉर्म ने विज्ञापन और सदस्यता मॉडल में नवाचार किया है। पारंपरिक विज्ञापन मॉडल की तुलना में, डिजिटल विज्ञापन अधिक लक्षित और प्रभावी होते हैं। साथ ही, सब्सक्रिप्शन मॉडल ने दर्शकों को एक स्थायी और अनवरत सामग्री का अनुभव प्रदान किया है। हालाँकि, इन मॉडलों में चुनौतियाँ भी मौजूद हैं, जैसे कि उच्च उत्पादन लागत, प्रतिस्पर्धा में वृद्धि और उपयोगकर्ता अधिग्रहण की चुनौतियाँ। सामाजिक-सांस्कृतिक प्रभाव की दृष्टि से, ओटीटी प्लेटफॉर्म ने भारतीय समाज में एक नया संवाद स्थापित किया है। न केवल मनोरंजन के क्षेत्र में, बल्कि सामाजिक मुद्दों, लैंगिक समानता, धार्मिक भावनाओं और सांस्कृतिक विविधता के मुद्दों पर भी ओटीटी प्लेटफॉर्मों ने चर्चा का नया मंच प्रदान किया है। कई वेब सीरीज और फिल्में इन मुद्दों को उजागर करती हैं, जिससे समाज में बदलाव की आवश्यकता और उसके प्रति जागरूकता बढ़ती है। वहीं, सेंसरशिप और नैतिकता से जुड़े प्रश्न भी सामने आए हैं, जिनमें सरकारी दिशानिर्देशों और सामाजिक प्रतिक्रियाओं के बीच संतुलन बनाए रखने की आवश्यकता है।

अंततः, ओटीटी प्लेटफॉर्म के विकास में दर्शकों के बदलते व्यवहार, तकनीकी नवाचार, व्यावसायिक रणनीतियों और सामाजिक-सांस्कृतिक प्रभावों का गहन समावेश हुआ है। यह एक व्यापक परिवर्तन का प्रतिनिधित्व करता है, जो भारतीय मनोरंजन उद्योग को पारंपरिक ढाँचों से बाहर निकालकर एक आधुनिक और गतिशील स्वरूप प्रदान करता है। इन पहलुओं पर गहन चर्चा करने से यह स्पष्ट होता है कि ओटीटी प्लेटफॉर्म

केवल एक तकनीकी या व्यावसायिक प्रगति नहीं हैं, बल्कि ये सामाजिक और सांस्कृतिक परिवर्तन का भी महत्वपूर्ण उपकरण बन चुके हैं।

निष्कर्ष

ओटीटी प्लेटफॉर्म ने भारतीय मनोरंजन उद्योग को बदलने के साथ-साथ दर्शकों की आदतों और प्राथमिकताओं को भी परिवर्तित किया है। पारंपरिक मीडिया के सामने कई चुनौतियाँ हैं, फिर भी यह डिजिटल परिवर्तन को अपनाकर खुद को प्रासंगिक बनाए रखने की कोशिश कर रहा है। भविष्य में, एक हाइब्रिड मॉडल देखने को मिल सकता है, जहाँ ओटीटी और पारंपरिक मीडिया सह-अस्तित्व में रहेंगे। पर्सनलाइजेशन, कंटेंट की विविधता, क्षेत्रीय भाषाओं में विस्तार, दर्शकों की सुविधा और रचनात्मक स्वतंत्रता ने इसे एक आकर्षक माध्यम बना दिया है तथा दर्शकों के अनुभव को और अधिक समृद्ध बना दिया है। हालाँकि, सेंसरशिप और सामाजिक विवाद जैसे मुद्दे इसके विकास के सामने चुनौतियाँ खड़ी कर सकते हैं। आने वाले समय में, यह क्षेत्र और अधिक परिपक्वता और संतुलन की ओर बढ़ेगा। तकनीकी विकास और सोशल मीडिया की भूमिका ने इस बदलाव को और तेज किया है। भविष्य में, इन प्लेटफॉर्मों के द्वारा और भी अभिनव तरीके अपनाए जाएँगे, जो दर्शकों की बदलती प्राथमिकताओं को और बेहतर समझने में मदद करेंगे।

ओटीटी प्लेटफॉर्मों का उदय और विकास न केवल तकनीकी नवाचार का परिणाम है, बल्कि यह सामाजिक, सांस्कृतिक और आर्थिक परिवर्तन का भी परिचायक है। अध्ययन से स्पष्ट है कि ओटीटी प्लेटफॉर्मों के कारण पारंपरिक मनोरंजन के ढाँचे में जो बदलाव आए हैं, वे दर्शकों की बदलती प्राथमिकताओं, सामग्री की विविधता और तकनीकी प्रगति के संगम का परिणाम हैं। पहले, पारंपरिक मीडिया जैसे कि सिनेमा और टेलीविजन में जहाँ समय और स्थान की बाधाएँ होती थीं, ओटीटी प्लेटफॉर्मों ने दर्शकों को 'कहीं भी, कभी भी' मनोरंजन प्रदान करके इस सीमा को समाप्त कर दिया है। इस परिवर्तन से न केवल युवा पीढ़ी, बल्कि मध्यम वर्गीय और ग्रामीण दर्शकों में भी लोकप्रियता में वृद्धि हुई है। ओटीटी प्लेटफॉर्मों ने दर्शकों को उनकी मातृभाषा में उच्च गुणवत्ता की सामग्री उपलब्ध कराई है, जिससे भारतीय सांस्कृतिक धरोहर और क्षेत्रीय पहचान को भी बढ़ावा मिला है। दूसरे, तकनीकी नवाचार की बात करें तो पर्सनलाइजेशन और एआई आधारित सिफारिश प्रणाली ने दर्शकों के अनुभव को अत्यंत व्यक्तिगत और आकर्षक बना दिया है। उपयोगकर्ताओं को उनकी पसंद के अनुसार कंटेंट का सुझाव मिलने से उन्हें ऐसा अनुभव होता है मानो उनके लिए विशेष रूप से सामग्री तैयार की गई हो। यह प्रणाली ओटीटी प्लेटफॉर्मों की सफलता के महत्वपूर्ण कारकों में से एक है, जिसने दर्शकों के जुड़ाव को बढ़ावा दिया है और उनके अनुभव को बेहतर बनाया है। व्यावसायिक मॉडल के संदर्भ में, ओटीटी प्लेटफॉर्मों ने विज्ञापन और सब्सक्रिप्शन, दोनों ही मॉडलों के माध्यम से अपनी पहचान बनाई है, जबकि विज्ञापन आधारित मॉडल ने दर्शकों तक निशाना साधने की क्षमता बढ़ाई है। वहीं सब्सक्रिप्शन मॉडल ने स्थायी राजस्व और उपयोगकर्ता प्रतिबद्धता को सुनिश्चित किया है। हालाँकि, इन मॉडलों में चुनौतियाँ भी हैं, जैसे कि उत्पादन लागत, प्रतिस्पर्धी माहौल और उपभोक्ता अधिग्रहण की

जटिलताएँ, जिन्हें समय के साथ और बेहतर तकनीकी नवाचारों और रणनीतियों के माध्यम से संबोधित किया जा सकता है। सामाजिक और सांस्कृतिक प्रभाव की दृष्टि से, ओटीटी प्लेटफॉर्म ने भारतीय समाज में एक नया संवाद स्थापित किया है। न केवल मनोरंजन के क्षेत्र में, बल्कि सामाजिक मुद्दों, नैतिकता और सांस्कृतिक विविधता के संदर्भ में भी ओटीटी ने महत्वपूर्ण योगदान दिया है। वेब सीरीज, फिल्मों और डॉक्यूमेंट्री के माध्यम से दर्शकों को विभिन्न सामाजिक प्रश्नों पर विचार करने का अवसर मिला है। इससे समाज में जागरूकता बढ़ी है और कई बार विवादों तथा चर्चाओं का नया दौर शुरू हुआ है, जो एक स्वस्थ लोकतांत्रिक समाज के लिए आवश्यक है। अंत में, ओटीटी प्लेटफॉर्म का भविष्य अत्यंत उज्वल दिखाई देता है। डिजिटल प्रौद्योगिकी में निरंतर नवाचार, बेहतर नेटवर्क कनेक्टिविटी और उच्च गुणवत्ता की सामग्री के उत्पादन से यह उम्मीद की जा सकती है कि आने वाले वर्षों में ओटीटी प्लेटफॉर्म भारतीय मनोरंजन उद्योग में और भी व्यापक प्रभाव डालेंगे। साथ ही, ओटीटी प्लेटफॉर्म वैश्विक मंच पर भारतीय सांस्कृतिक धरोहर को प्रस्तुत करने का एक सशक्त माध्यम बन जाएगा। शोध से स्पष्ट है कि ओटीटी प्लेटफॉर्म केवल तकनीकी या व्यावसायिक दृष्टिकोण से ही नहीं, बल्कि सामाजिक और सांस्कृतिक परिवर्तन के दृष्टिकोण से भी अत्यंत महत्वपूर्ण हैं। डिजिटल क्रांति के इस युग में, ओटीटी प्लेटफॉर्मों ने दर्शकों की आवश्यकताओं और प्राथमिकताओं को पुनःपरिभाषित कर दिया है, जिससे यह न केवल एक मनोरंजन का स्रोत, बल्कि सामाजिक संवाद और सांस्कृतिक विकास का भी एक महत्वपूर्ण साधन बन गया है।

भविष्य की संभावनाएँ

- भविष्य के शोध में सर्वेक्षण, साक्षात्कार या फोकस ग्रुपों का उपयोग करके प्राथमिक डेटा एकत्रित किया जा सकता है, जिससे और भी गहन अंतर्दृष्टि प्राप्त हो सके।
- अन्य देशों के ओटीटी प्लेटफॉर्मों के विकास और उनके सामाजिक-सांस्कृतिक प्रभाव की तुलना करके भारत के संदर्भ में तुलनात्मक अध्ययन किया जा सकता है।
- विज्ञापन और सब्सक्रिप्शन मॉडल में नए रुझानों तथा इन मॉडलों के आर्थिक प्रभाव का विश्लेषण किया जा सकता है।
- लंबे समय में होने वाले ओटीटी प्लेटफॉर्मों के सामाजिक, सांस्कृतिक और मनोवैज्ञानिक प्रभावों का अध्ययन करने के लिए लम्बी अवधि के शोध किए जा सकते हैं।

संदर्भ

अग्रवाल, आर. (2021). राइज ऑफ डिजिटल एंटरटेनमेंट इन इंडिया : चैलेंजेज एंड ऑपर्ट्युनिटीज. *इंडियन जर्नल ऑफ मीडिया स्टडीज*, 12(3), 45–59.

आरजू & सिंह (2023). रीजनल कंटेंट कंसम्पशन थ्रू ओटीटी प्लेटफार्म इन इंडिया. *इनोवेशन एंड प्रैक्टिस इन मास कम्युनिकेशन* (पृ. 23–36). <https://www.bhumipublishing.com/wp-content/uploads/2023/08/Innovations-and-Practices-in-Mass-Communication.pdf> से पुनःप्राप्त.

आईएमएआई रिपोर्ट. (2022). इंटरनेट इन इंडिया 2022 [पीडीएफ रिपोर्ट]. https://www.iamai.in/sites/default/files/research/Internet%20in%20India%202022_Print%20version.pdf से पुनःप्राप्त.

कुमार, एस. (2019). द इम्पॉर्टेंस ऑफ रीजनल कंटेंट. *इंडियन जर्नल ऑफ मीडिया स्टडीज*, 12, 45–52.

कुमारी, टी. (2020). अ स्टडी ऑन ग्रोथ ऑफ ओवर द टॉप (OTT) वीडियो सर्विसेज इन इंडिया. *इंटरनेशनल जर्नल ऑफ लेटेस्ट रिसर्च इन ह्यूमैनिटीज एंड सोशल साइंस (IJLRHSS)*, 3(9), 68–73.

केपीएमजी. (2017). द डिजिटल फर्स्ट जर्नी [पीडीएफ दस्तावेज]. केपीएमजी. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/in/pdf/2017/10/The-Digital-First-journey.pdf> से पुनःप्राप्त.

गुप्ता, के. (2021). सेंसरशिप एंड डिजिटल कंटेंट. *सोशल इंपैक्ट जर्नल*, 8, 18–25.

घलावत, एस. & एट आल. (2021). फैक्टर्स इन्फ्लुएंसिंग कंज्यूमर्स चॉइस ऑफ स्ट्रीमिंग ओवर द टॉप (OTT) प्लेटफॉर्म. *इंडियन जर्नल ऑफ एकसटेंशन एजुकेशन*, 57(3), 99–101. <https://doi.org/10.48165/आईजेईई.2023.59119> से पुनःप्राप्त.

चटर्जी, पी. (2021). कैसे पारंपरिक मीडिया डिजिटल व्यवधान को अपना रहा है. *मीडिया रूझान समीक्षा*, 15(4), 78–90.

चतुर्वेदी, एम. (2022). *ओटीटी का भविष्य*. हैदराबाद: सृजन प्रकाशन.

जोशी, एस., & घोष, पी. (2022). कंज्यूमर प्रेफरेंसेज इन द ओटीटी एरा : अ स्टडी ऑन द बिहेवियर ऑफ इंडियन ऑडियेंसेज. *इंटरनेशनल जर्नल ऑफ डिजिटल मीडिया*, 18(1), 34–52.

ट्राई. (2024, अक्टूबर). वार्षिक रिपोर्ट 2022–23 [पीडीएफ रिपोर्ट]. https://www.trai.gov.in/sites/default/files/2024-10/Annual_Report_23022023_0_0.pdf से पुनःप्राप्त.

ठाकुर, पी. (2021). अ रिमार्केबल एवोल्यूशन ऑफ ओवर-द-टॉप मीडिया प्लेटफॉर्म इन इंडिया : अ केस स्टडी ऑफ बिजनेस एंड रेग्युलेटरी ट्रेंड्स. *ग्लोबल मीडिया जर्नल*, 19(42), 1–4.

डेलॉयट. (2022). 2022 डिजिटल मीडिया ट्रेंड्स, 16 वाँ संस्करण : मेटावर्स की ओर. *डेलॉयट इनसाइट्स*. <https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/technology/digital-media-trends-consumption-habits-survey/summary.html> से पुनःप्राप्त.

दासगुप्ता, पी. (2017). टुवर्ड्स 'कनवर्ज्ड' इकोसिस्टमस : दि एवोल्यूशन एंड ट्रांसफॉर्मेशन ऑफ डिजिटल टीवी सर्विसेज [श्वेतपत्र]. टाटा कंसल्टेंसी सर्विसेज. <https://www.tcs.com/content/dam/global-tcs/en/pdfs/insights/whitepapers/DigitalTV-Transform.pdf> से पुनःप्राप्त.

देबब्रता. (2018). सर्वश्रेष्ठ सोनी लाइव समीक्षा: वह सब कुछ जो आपको जानना आवश्यक है. <https://www.smartprix.com/bytes/hi/sony-liv-review-hindi/> से पुनःप्राप्त.

निज्हावन, जी. एस., & दहिया, एस. (2020). रोल ऑफ कोविड ऐज अ कैटेलिस्ट इन इन्क्रीसिंग अडॉप्शन ऑफ ओटीटी इन इंडिया: अ स्टडी ऑफ एवॉल्विंग कंज्यूमर कनजंप्शन पैटर्न्स एंड फ्यूचर बिजनेस स्कोप. *जर्नल ऑफ कंटेंट, कम्युनिटी एंड कम्युनिकेशन*, 12(6),

- 298–311.
- पीडब्ल्यूसी (2024). यूएस एडिशन : ग्लोबल एंटरटेनमेंट एंड मीडिया आउटलुक 2024–2028. पीडब्ल्यूसी. <https://www.pwc.com/us/en/industries/tmt/library/global-entertainment-media-outlook.html> से पुनःप्राप्त.
- फिक्की-ईवाई. (2023). इंडियन मीडिया एंड एंटरटेनमेंट सेक्टर ग्रु 20% इन 2022, टचिंग INR 2 ट्रिलियन [Report]. https://www.ey.com/en_in/newsroom/2023/05/indian-m-e-sector-grew-20-percent-in-2022-touching-the-highest-ever-mark-of-inr-2-trillion से पुनःप्राप्त.
- मिश्रा, आर. (2020). डिजिटल मनोरंजन का भविष्य. नई दिल्ली : साहित्य प्रकाशन.
- मेहता, आर. & कपूर, ए. (2023). हाइब्रिड एंटरटेनमेंट मॉडल : द फ्यूचर ऑफ सिनेमा एंड ओटीटी इंटीग्रेशन. *जर्नल ऑफ मॉडर्न मीडिया स्टडीज*, 10(2), 89–105.
- यू.एस. फेडरल कम्युनिकेशन्स कमीशन. (2013). *FCC रिपोर्ट ऑन मीडिया ओनरशिप रूल्स* [रिपोर्ट]. पुनःप्राप्त <https://www.fcc.gov/mediaownership> से।
- राव, वी. & सिंह, टी. (2023). चेंजिंग ट्रेंड ऑफ फिल्म व्यूइंग इन इंडिया पोस्ट पैंडेमिक. *इंडियन फिल्म जर्नल*, 29(1), 22–38.
- रॉय, एस. (2022). ट्रांसफॉर्मेशन ऑफ एंटरटेनमेंट इन द डिजिटल ऐज. कोलकाता: न्यू एज पब्लिशिंग.
- विद्या, के. & गोविंद, एम.ए. (2022). अ स्टडी ऑन फैक्टर्स इन्फ्लुएंसिंग कस्टमर'ज अडॉप्शन ऑफ ओवर-द-टॉप (OTT) प्लेटफॉर्म ओवर अदर कन्वेंशनल प्लेटफॉर्म [प्रीप्रिंट]. रिसर्च स्क्वायर. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-1952935/v1> से पुनःप्राप्त.
- वर्मा, एन. (2020). *मनोरंजन के बदलते माध्यम*. पुणे: ज्ञान भारती.
- शर्मा, पी. (2021). *ओटीटी प्लेटफॉर्म: स्वतंत्रता और जिम्मेदारी*. मुंबई: मीडियाविजन.
- स्टैटिस्टा. (एन.डी.). टी वी एंड वीडियो : मार्केट डेटा एंड एनालिसिस – ओटीटी वीडियो इन इंडिया. स्टैटिस्टा. <https://www.statista.com/outlook/amo/media/tv-video/ott-video/india> से पुनःप्राप्त.
- स्टैटिस्टा. (2024, फरवरी). मार्केट इनसाइट्स. <https://www.statista.com/outlook/amo/media/tv-video/ott-video/india> से पुनःप्राप्त.
- सुंदराबेल, ई., & एलंगोवन, एन (2020). इमर्जेन्स एंड फ्यूचर ऑफ ओवर-द-टॉप (OTT) वीडियो सर्विसेज इन इंडिया : एन एनालिटिकल रिसर्च. *इंटरनेशनल जर्नल ऑफ बिजनेस, मैनेजमेंट एंड सोशल रिसर्च*, 8(2), 489–499.
- सिंह, पी. (2019). न्यू मीडिया ऐज अ चेंज एजेंट ऑफ इंडियन टेलीविजन एंड सिनेमा : अ स्टडी ऑफ ओवर द टॉप प्लेटफॉर्म. *जर्नल ऑफ कंटेंट, कम्युनिटी एंड कम्युनिकेशन*, 9(1), 131–137.



‘भास्कर डॉट कॉम’ एवं ‘जागरण डॉट कॉम’ के संपादकीय वेबपृष्ठों पर प्रकाशित विषयवस्तु का विश्लेषणात्मक अध्ययन

लोकेंद्र सिंह राजपूत¹

सारांश

समाचार पत्रों में संपादकीय पृष्ठ का बहुत महत्त्व होता है। यह समाचारों से इतर वैचारिक रूप से अपने पाठकों को समृद्ध करता है। देश-दुनिया के विभिन्न मुद्दों से लेकर साहित्यिक अभिरुचि और नैतिक मूल्यों से संबंधित विषयवस्तु का प्रकाशन संपादकीय पृष्ठ पर किया जाता है। विषयवस्तु को अधिक प्रभावी, आकर्षक एवं रुचिकर बनाने के लिए अब संपादकीय पृष्ठ पर प्रकाशित विषयवस्तु के साथ चित्र एवं ग्राफिक्स का उपयोग करने का चलन भी बढ़ा है। समाचारपत्रों ने जब अपने समाचार वेबसाइट प्रारंभ किए तो वहाँ भी उन्होंने संपादकीय पृष्ठ की परंपरा को बनाए रखा है। यानी समाचारपत्रों की वेबसाइट पर संपादकीय विषयवस्तु के लिए एक वेबपेज रहता है, जिस पर संपादकीय, आलेख, व्यंग्य, बोधकथा इत्यादि सामग्री का प्रकाशन किया जाता है। हिंदी समाचार वेबसाइट पर संपादकीय वेबपेज की उपलब्धता भी संपादकीय पृष्ठ की महत्ता की ओर संकेत करती है। चूँकि वेबसाइट में मल्टीमीडिया विषयवस्तु के प्रयोग की बहुत संभावनाएँ होती हैं, इसलिए यहाँ संपादकीय सामग्री के साथ मल्टीमीडिया कंटेंट का उपयोग भी किया जा रहा है। इस शोध में अध्ययन किया गया है कि समाचार वेबसाइट अपने संपादकीय वेबपेज पर किस प्रकार की विषयवस्तु को प्रकाशित कर रहे हैं। इसके साथ ही संपादकीय सामग्री को आकर्षक बनाने के लिए मल्टीमीडिया विषयवस्तु का किस तरह उपयोग किया जा रहा है। प्रस्तुत अध्ययन में हिंदी समाचार वेबसाइट ‘भास्कर डॉट कॉम’ और ‘जागरण डॉट कॉम’ की विषयवस्तु का विश्लेषण किया गया है। अध्ययन में यह जानने का प्रयास किया है कि ये दोनों समाचार वेबसाइट किन विषयों पर संपादकीय सामग्री प्रमुखता से प्रकाशित करती हैं और उनमें मल्टीमीडिया सामग्री का उपयोग किस प्रकार किया जा रहा है। इसके लिए तीन अलग-अलग माह के 15-15 दिनों (अक्टूबर में 16 दिन), यानी कुल 46 दिनों में दोनों समाचार वेबसाइटों से कंटेंट लेकर उसका विश्लेषण किया गया है।

संकेत शब्द : हिंदी समाचार वेबसाइट, डिजिटल मीडिया, संपादकीय विषयवस्तु, संपादकीय वेबपेज

प्रस्तावना

समाचारपत्र-पत्रिकाएँ हों या अन्य कोई माध्यम, उनके जरिए पाठकों तक समाचारों के साथ-साथ विचार प्रधान सामग्री का प्रसारण भी होता है। पत्रकारिता के संदर्भ में कहा जाता है कि पत्रकारिता के तीन मुख्य कार्य हैं—1. सूचना देना, 2. शिक्षित करना और 3. मनोरंजन करना। स्पष्ट है कि हम पत्रकारिता को केवल समाचारों के आदान-प्रदान तक सीमित नहीं कर सकते हैं। भारत में पत्रकारिता के प्रारंभिक समय से ही समाचारों के साथ-साथ विचार प्रधान सामग्री ने भी अपना एक स्थान बनाया है। समाचारपत्रों में संपादकीय सामग्री के लिए ‘संपादकीय पृष्ठ’ नियत रहता है। पत्रकारिता के संबंध में कहा जाता है कि एक अच्छे पत्रकार को समाचार में अपने विचार नहीं डालने चाहिए। किसी घटना या मुद्दे पर विचार व्यक्त करने के लिए संपादकीय पृष्ठ नियत स्थान है। संपादकीय पृष्ठ पर प्रकाशित विभिन्न प्रकार की सामग्री किसी समसामयिक मुद्दे या विषय पर अपने विचार व्यक्त करने वाले व्यक्ति द्वारा लिखी जाती है। ये विचार अक्सर सामयिक मुद्दों पर केंद्रित होते हैं और पाठकों को सूचित, शिक्षित और उनका मनोरंजन करते हैं। परंपरागत रूप से, संपादकीय लेखों की भाषा-शैली सामान्य समाचारों की तुलना में थोड़ी गंभीर या फिर शृंगारित होती है। यह भी ध्यान रखना होता है कि भाषा का शृंगार करने में संपादकीय आलेख इतने अधिक क्लिष्ट न हो जाएँ कि आम पाठक को विषय को समझने में कठिनाई हो। इसलिए संपादकीय सामग्री के लेखन में यह भी ध्यान रखा जाता है कि “संपादकीय, सदैव स्पष्ट, सुलभ एवं सरल भाषा में ही हो” (अपनारण, 2021)। जब भारतीय पत्रकारिता की यह परंपरा इंटरनेट के आगमन

एवं विस्तार के साथ वेबसाइट की ओर बढ़ी, तब वहाँ भी संपादकीय सामग्री के महत्त्व को बरकरार रखा गया। तकनीक के विकास के साथ पत्रकारिता ने संपादकीय सामग्री के महत्त्व को कम नहीं होने दिया है। हिंदी समाचार पत्रों की वेबसाइटों पर समाचारपत्रों के मुद्रित संस्करणों के संपादकीय पृष्ठ की भाँति ही संपादकीय वेबपेज की रचना की गई है। मुद्रित संस्करणों में संपादकीय पृष्ठ और वेबसाइट पर संपादकीय वेबपेज ऐसा स्थान होता है, जहाँ समाचार नहीं, अपितु राय व्यक्त की जाती है। यानी यहाँ पत्रकारों एवं विषय विशेषज्ञों को विभिन्न मुद्दों एवं विषयों पर अपने विचार प्रस्तुत करने की स्वतंत्रता होती है। इस पृष्ठ पर जो भी सामग्री प्रकाशित की जाती है, उसमें औसत पाठकों की रुचि को आधार बनाया जाता है। हालाँकि, अनेक पाठक ऐसे भी हो सकते हैं, जिन्हें इस पृष्ठ को पढ़ने का महत्त्व ही नहीं पता। एक अच्छा संपादक इस बात से भली-भाँति परिचित होता है, परंतु समग्रता से विचार करते हुए पाठकों को ध्यान में रखकर संपादकीय वेबपेज पर प्रकाशित होनेवाली सामग्री का चयन किया जाता है।

समाज का वैचारिक प्रबोधन करने में संपादकीय पृष्ठ की भूमिका को वरिष्ठ पत्रकार एवं मीडिया प्राध्यापक वर्तिका नंदा के इस कथन से समझा जा सकता है, वे लिखती हैं, “प्राचीन रोमन शहरों में एक सार्वजनिक चौक या बाजार होता था, जहाँ लोग न्यायिक गतिविधि और सार्वजनिक व्यवसाय के लिए इकट्ठा होते थे। आधुनिक संपादकीय पृष्ठ चर्चा के लिए ऐसा ही स्थान प्रदान करता है। संपादकीय, बहस और संवाद को उत्तेजित करता है। यह समाचार पत्र की अपने समुदाय में भागीदारी है। यह वही है, जिसे पोस्ट एडिटोरियल एडिटर फ्रेड हियात अखबार और

¹सहायक प्राध्यापक, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल. ईमेल : lokendra777@gmail.com

उसके पाठकों के बीच एक महान ‘वार्तालाप’ कहते हैं (नंदा, 2020)। स्पष्ट है कि संपादकीय पृष्ठ अपने पाठकों को समसामयिक मुद्दों पर चलने वाली बहसों से अवगत कराता है और उसमें उनकी सहभागिता को बढ़ाता है। समसामयिक बहसों के संदर्भ में संपादकीय आलेखों से पाठकों को आवश्यक जानकारी, तथ्य एवं तर्क मिलते हैं।

संपादकीय वेबपेज पर विविध प्रकार की वैचारिक सामग्री का प्रकाशन किया जाता है, इनमें प्रमुख हैं—संपादकीय, आलेख, व्यंग्य, बोध कथा, समीक्षाएँ, कॉलम, पाठकों के पत्र इत्यादि। यह वैचारिक सामग्री राजनीति, आर्थिक, सामाजिक, धार्मिक, मनोरंजन, विज्ञान एवं तकनीकी, खेल, स्वास्थ्य सहित अन्य विषयों पर केंद्रित रहती है। समाचार वेबसाइट अपने पाठकों को उपर्युक्त विषयों पर नवीनतम, विश्वसनीय और विश्लेषणात्मक संपादकीय विषयवस्तु प्रदान करती हैं। पत्रकारिता में संपादकीय सामग्री से तात्पर्य किसी विशिष्ट मुद्दे पर पाठकों को समझाने के लिए लिखे गए विचारों से है। संपादकीय पत्रकारिता पाठकों के लिए कुछ विविधता भी जोड़ती है। संपादकीय सामग्री को इस प्रकार भी परिभाषित किया जा सकता है—“संपादकीय सामग्री वह सामग्री है, जिसका प्राथमिक उद्देश्य पाठकों को किसी विशिष्ट विषय या मुद्दे पर शिक्षित करना होता है। संपादकीय सामग्री पाठकों को सूचित करने, आकर्षित करने या उनका मनोरंजन करने के उद्देश्य से तैयार और प्रकाशित की जाती है” (एनवायटी लायसेंसिंग, एन.डी.)

संपादकीय पृष्ठ की विशेषताएँ

- यह पृष्ठ पूर्णतया विचारों और अभिव्यक्तियों का पृष्ठ होता है। इसमें प्रचलित रुचि के अनुसार विभिन्न विचार प्रकाशित किए जाते हैं।
- संपादकीय पृष्ठ में सामान्यतया दो या तीन विशेष लेख, स्तंभ और संपादकीय लेख शामिल होते हैं। इसके अलावा व्यंग्य, बोध कथा, कार्टून, पाठकों के पत्र इत्यादि भी प्रकाशित किए जाते हैं।
- समाचारपत्रों में संपादकीय पृष्ठ पर पाठकों के विचारों के लिए भी स्थान होता है—‘पत्र संपादक के नाम’। हालाँकि, वेबसाइट में इसके लिए संपादकीय पृष्ठ पर स्थान नहीं होता है। लेकिन वेबसाइट की सामग्री को पाठक अपने सोशल मीडिया मंचों पर शेयर करते हुए उन पर अपने विचार व्यक्त कर सकते हैं। यानी वेबसाइट के संपादकीय पृष्ठ की सामग्री पर अपने विचार प्रकट करने की अधिक स्वतंत्रता पाठकों को प्राप्त हो गई है।
- संपादक के नाम भेजे गए पत्र संपादकीय पृष्ठ के महत्वपूर्ण अंग होते हैं। पत्र लिखने वाला व्यक्ति अत्यंत साधारण विषय से लेकर अत्यंत गंभीर विषय पर पत्र लिख सकता है। वह अपने पत्र में किसी भी बात के बारे में संपादक को अवगत करा सकता है। चूँकि ये पत्र सामान्य पाठकों द्वारा भी लिखे जाते हैं, इसलिए प्रकाशन से पूर्व पत्रों की भाषा-शैली, वाक्य-विन्यास का संपादन किया जाता है। कई बार उन्हें संक्षिप्त भी किया जाता है। समाचार पत्र के अंतर्गत केवल उन्हीं पत्रों को प्रकाशित किया जाता है, जिनका कुछ महत्व हो और जो प्रकाशन के योग्य हों। हालाँकि, कुछ बड़े समाचारपत्रों ने पाठकों के पत्रों को प्रकाशित करने की परंपरा पर विराम लगाया है।
- समाचार पत्र का यह प्रयास रहता है कि वह सभी प्रकार के मतों को स्थान दे, भले ही वे समाचार पत्र की अपनी नीति के विपरीत क्यों

न हों। इस पृष्ठ की सामग्री को समृद्ध करने के लिए, समसामयिक घटनाओं और लोकप्रिय विषयों पर प्रसिद्ध लेखकों से लेख प्राप्त किए जाते हैं। इसलिए यह सामग्री पाठकों को आकर्षित करती है और उनकी जानकारी को अद्यतित करने में सहायक सिद्ध होती है।

- संपादकीय पृष्ठ पर किसी भी सामग्री को प्रकाशित करने से पहले गंभीरता से विचार-विमर्श किया जाता है, क्योंकि यह पृष्ठ पूरे समाचार पत्र की रीढ़ की हड्डी के समान होता है और उसकी विश्वसनीयता को दर्शाता है। संपादकीय पृष्ठ को समाचारपत्र की आत्मा भी कहा जाता है।
- संपादकीय पृष्ठ ही एक ऐसा स्थान है, जो समाचार संस्थान के वैचारिक झुकाव की ओर संकेत करता है। विभिन्न राजनैतिक, वैचारिक एवं सामाजिक मुद्दों पर लिखे गए संपादकीय एवं अन्य लेखों का चयन समाचार संस्थान के वैचारिक एवं राजनीतिक झुकाव की ओर संकेत देता है।

शोध उद्देश्य

1. हिंदी समाचार वेबसाइटों के संपादकीय वेबपेज पर प्रकाशित विषयवस्तु का विश्लेषणात्मक अध्ययन करना।
2. संपादकीय या विचार प्रधान सामग्री के प्रकाशन में हिंदी समाचार वेबसाइटों की प्राथमिकताओं का अध्ययन।
3. हिंदी समाचार वेबसाइटों के संपादकीय वेबपेज पर प्रकाशित विषयवस्तु में मल्टीमीडिया कंटेंट के उपयोग की स्थिति का अध्ययन।

शोध प्रविधि

इस शोध में विश्लेषणात्मक एवं विवेचनात्मक पद्धति का उपयोग किया गया है। विषयवस्तु के अध्ययन हेतु प्राथमिक स्रोत के रूप में सर्वाधिक प्रसारित होनेवाले दो समाचारपत्रों- दैनिक भास्कर एवं दैनिक जागरण की वेबसाइटों का चयन किया गया। प्रस्तुत शोध में वेबसाइटों से सैंपल एकत्र करने के लिए स्वनिर्मित माह की पद्धति का उपयोग किया गया है। दोनों ही समाचारपत्रों की वेबसाइटों से जून-2023, अगस्त-2023 एवं अक्टूबर-2023 माह में एक दिन छोड़कर, अलग-अलग समय में कुल 46 दिन सामग्री का चयन किया गया। इस क्रम में विषयवस्तु के अध्ययन हेतु वेबसाइट के संपादकीय वेबपेज पर प्रकाशित सामग्री का चयन किया गया। इसके अतिरिक्त द्वितीयक स्रोतों का उपयोग किया गया है, जिसमें पुस्तकें, समाचारपत्र, पत्रिकाएँ, शोधपत्र एवं वेबसाइट शामिल हैं।

साहित्य समीक्षा

डॉ. मीना शर्मा (2017) – शोधकर्ता ने अपने शोध आलेख ‘संपादकीय’ में संपादकीय पृष्ठ के महत्त्व पर प्रकाश डाला है। उनके अनुसार, जहाँ समाचारों के लिए पहला पृष्ठ महत्त्वपूर्ण होता है, वहीं विचारों और समीक्षा के लिए संपादकीय पृष्ठ का महत्त्व सर्वोपरि है। यह पृष्ठ विचार-प्रधान और समीक्षा-प्रधान होता है तथा पूरे समाचार-पत्र का सार होता है। शोधकर्ता का कहना है कि पहले पाठक केवल सामान्य जानकारी से संतुष्ट हो जाते थे, लेकिन अब वे समाचारों का संपूर्ण विवरण और उनसे संबंधित अन्य जानकारी भी चाहते हैं, ताकि वे घटना को पूरी तरह समझ सकें। संपादकीय पृष्ठ पाठकों की इस उत्सुकता को शांत करता

है। (शर्मा, 2017)

सैमसन अडेसेगन अडेटोला एवं इसाक एडेसुई ओलुई (2020)
: शोधकर्ता ने अपने शोध 'ऑडियंस परसेप्शन ऑफ न्यूजपेपर्स एडिटोरियल कार्टून एज कम्युनिकेशन मीडियम' में पाया कि नाइजीरियाई प्रिंट मीडिया में कार्टूनों (मल्टीमीडिया कंटेंट) का उपयोग संचारी कार्यों को प्राप्त करने और एजेंडा निर्धारित करने के लिए रचनात्मक रूप से किया जाता है, जो विनोदी और कलात्मक तरीके से राजनीतिक टिप्पणी और बहस प्रदान करते हैं। अध्ययन से पता चलता है कि प्रिंट मीडिया प्रबंधन और कार्टूनिस्टों को कार्टूनों को केवल एक मनोरंजक माध्यम के रूप में नहीं देखना चाहिए, बल्कि यह भी ध्यान केंद्रित करना चाहिए कि ग्राफिक छवियों और संदेशों को उपयुक्त चित्र, टेक्स्ट और कैप्शन के साथ आसानी से कैसे समझा जा सकता है। (अडेटोला & ओलुई, 2020)

मुस्तफा ओलालेकन रूफई एवं अन्य (2022) – शोधार्थियों का शोध 'रीडरशिप ऑफ न्यूजपेपर एडिटोरियल अमंग अंडरग्रेजुएट ऑफ मास कम्युनिकेशन डिपार्टमेंट फेडरल यूनिवर्सिटी ओए-एकति नाजीरिया' नाइजीरियाई युवाओं के बीच संपादकीय सामग्री की पठनीयता की जाँच करता है, जिसमें फेडरल यूनिवर्सिटी ओए-एकति के जनसंचार विभाग के छात्र शामिल हैं। नाइजीरियाई विश्वविद्यालय के छात्र अभी भी अखबार के संपादकीय पढ़ते हैं और वे इसे अन्य सामग्री की तुलना में पढ़ना पसंद करते हैं। इस शोध में यह पाया गया कि अधिकतर लोग अखबार के संपादकीय को ऑनलाइन एक्सेस करते हैं बजाय हार्डकॉपी खरीदने के। यह भी पता चला कि अधिकतर छात्र इसे दैनिक नहीं, बल्कि अक्सर पढ़ते हैं। (रूफई, ओनाइंका, & ओपोले, 2022)

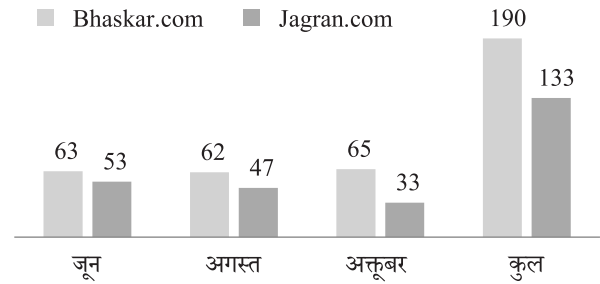
कारोलाइन एंड्रिया इहलेबेक एवं आर्ने एच. क्रूमस्विक (2014)
: यह शोध पत्र 'एडिटोरियल पॉवर एंड पब्लिक पार्टीसिपेशन इन ऑनलाइन न्यूजपेपर' ऑनलाइन समाचार पत्रों में संपादकीय शक्ति और सार्वजनिक भागीदारी की पड़ताल करता है। यह अध्ययन इस बात की जाँच करता है कि इंटरनेट ने सार्वजनिक बहस और विचार-विमर्श में भाग लेने के अवसरों को कैसे बढ़ाया है, जिससे स्थापित मीडिया की प्रधान स्थिति को चुनौती मिली है। यह लेख इस बात पर केंद्रित है कि ऑनलाइन समाचार पत्रों में संपादकीय मानकों और संपादकीय नियंत्रण को कैसे बनाए रखा जाता है, जब भागीदारी की नई अवधारणाएँ सामने आ रही हैं। (इहलेबेक & क्रूमस्विक, 2014)

हिंदी समाचार वेबसाइट 'भास्कर डॉट कॉम' और 'जागरण डॉट कॉम' के संपादकीय वेबपेज की विषयवस्तु का विश्लेषण

इस हिस्से में हम 'भास्कर डॉट कॉम' और 'जागरण डॉट कॉम' से संकलित निदर्शन (सैंपल) का विश्लेषण करेंगे। जैसा कि उपर्युक्त उल्लेखित किया गया है कि दोनों ही समाचार वेबसाइटों से वर्ष 2023 में तीन माह के 46 दिन का डेटा संकलित किया गया। पहला माह जून चुना गया, उसके बाद एक माह छोड़कर अगला माह अगस्त और फिर एक माह के अंतराल के बाद अक्टूबर माह में एक-एक दिन के अंतराल पर संपादकीय वेबपेज पर प्रकाशित विचार प्रधान सामग्री को अध्ययन में शामिल किया गया है। 46 दिन में 'भास्कर डॉट कॉम' की वेबसाइट से 190 एवं 'जागरण डॉट कॉम' की वेबसाइट से 133 संपादकीय/विचार प्रधान सामग्री का संकलन किया गया (देखें तालिका-1)।

तालिका-1 : 'भास्कर डॉट कॉम' और 'जागरण डॉट कॉम' पर प्रकाशित आलेखों की संख्या

माह (2023)	Bhaskar.com	Jagran.com	कुल आलेख
जून	63	53	116
अगस्त	62	47	109
अक्टूबर	65	33	98
कुल आलेख	190	133	323



ग्राफ 1 : 'भास्कर डॉट कॉम' और 'जागरण डॉट कॉम' पर प्रकाशित आलेखों की संख्या

विश्लेषण : तालिका-1 एवं ग्राफ-1 में प्रदर्शित आँकड़ों के विश्लेषण से ज्ञात होता है कि संपादकीय वेबपेज पर 'जागरण डॉट कॉम' की अपेक्षा 'भास्कर डॉट कॉम' ने अधिक विचार प्रधान सामग्री का प्रकाशन किया है। प्रत्येक माह में 'भास्कर डॉट कॉम' ने 'जागरण डॉट कॉम' से अधिक सामग्री का प्रकाशन किया है। जून में भास्कर ने 63 तो जागरण ने 53, अगस्त में भास्कर ने 62 और जागरण ने 47 तथा अक्टूबर में भास्कर ने 65 और जागरण ने 33 संपादकीय लेखों का प्रकाशन किया है। 46 दिनों के हिसाब से 'भास्कर डॉट कॉम' के संपादकीय वेबपेज पर प्रतिदिन औसतन 4 आलेख प्रकाशित किए गए हैं। जबकि 'जागरण डॉट कॉम' पर औसतन 3 आलेख प्रकाशित किए गए हैं।

संपादकीय वेबपेज पर प्रकाशित विचार प्रधान सामग्री का विषय अनुसार विश्लेषण

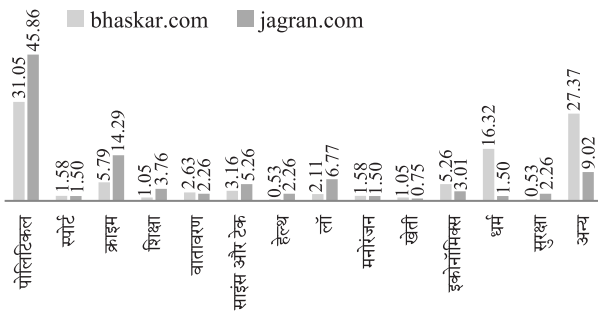
संपादकीय वेबपेज पर प्रकाशित विषयवस्तु का विषय के अनुसार विश्लेषण करने के लिए 'भास्कर डॉट कॉम' और 'जागरण डॉट कॉम' के संपादकीय वेबपेज (भास्कर में ओपिनियन पेज और जागरण में संपादकीय पेज) पर प्रकाशित आलेख/टिप्पणियों को 14 विषय आधारित श्रेणियों में विभाजित किया गया है- राजनीतिक, खेल, अपराध, शिक्षा, पर्यावरण, विज्ञान एवं तकनीकी, स्वास्थ्य, कानून, मनोरंजन, कृषि, आर्थिक, धर्म-अध्यात्म, सुरक्षा और अन्य।

तालिका 2 : वेबसाइट पर प्रकाशित विचार प्रधान का वर्गीकरण (संख्या में)

विषय	bhaskar.com	jagran.com
राजनीतिक	59	61
खेल	3	2

विषय	bhaskar.com	jagran.com
अपराध	11	19
शिक्षा	2	5
पर्यावरण	5	3
विज्ञान एवं तकनीकी	6	7
स्वास्थ्य	1	3
कानून	4	9
मनोरंजन	3	2
कृषि	2	1
आर्थिक	10	4
धर्म	31	2
सुरक्षा	1	3
अन्य	52	12
कुल	190	133

विश्लेषण : उपर्युक्त तालिका-2 एवं ग्राफ-2 में प्रदर्शित आँकड़ों के



ग्राफ 2 : वेबसाइटों पर प्रकाशित विचार प्रधान विषयवस्तु का वर्गीकरण (प्रतिशत में)

विश्लेषण से ज्ञात होता है कि दोनों ही वेबसाइटों- ‘भास्कर डॉट कॉम’ और ‘जागरण डॉट कॉम’, ने राजनीतिक आलेखों का प्रकाशन सबसे अधिक किया है। तालिका-2 एवं ग्राफ-2 के अनुसार, ‘भास्कर डॉट कॉम’ ने 190 आलेखों में से 59 आलेख और ‘जागरण डॉट कॉम’ ने 133 आलेखों में से 61 राजनीतिक आलेखों को प्रकाशित किया, जिनका प्रतिशत क्रमशः 31.05 प्रतिशत एवं 45.86 प्रतिशत है। तुलनात्मक रूप से देखें तो ‘जागरण डॉट कॉम’ ने ‘भास्कर डॉट कॉम’ से लगभग 14 प्रतिशत अधिक राजनीतिक लेखों को स्थान दिया है। धर्म, अपराध एवं अन्य विषयों की श्रेणी में भी लेखों को प्रमुखता से प्रकाशित किया गया है। धार्मिक विषय पर विचार प्रधान सामग्री देने में ‘भास्कर डॉट कॉम’ (16 प्रतिशत) ‘जागरण डॉट कॉम’ (2 प्रतिशत) से आगे रहा है, जबकि कानून से जुड़ी विचार प्रधान सामग्री के प्रकाशन में ‘जागरण डॉट कॉम’ (7 प्रतिशत) ‘भास्कर डॉट कॉम’ (2 प्रतिशत) से आगे रहा है। अपराध से जुड़े विषयों पर भी आलेखों के प्रकाशन में ‘जागरण डॉट कॉम’ (14 प्रतिशत) ‘भास्कर डॉट कॉम’ (6 प्रतिशत) से आगे रहा है। वहीं, आर्थिक विषयों से जुड़ी संपादकीय सामग्री के प्रकाशन में ‘भास्कर डॉट कॉम’ अग्रणी रहा है।

संपादकीय वेबपेज पर प्रकाशित सामग्री में मल्टीमीडिया विषयवस्तु के उपयोग का विश्लेषण

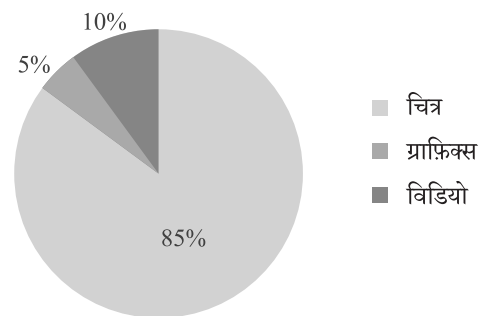
समाचार वेबसाइट की विषयवस्तु के विश्लेषण के अंतर्गत प्रस्तुत अध्याय के इस खंड में समाचार वेबसाइट के संपादकीय वेबपेजों पर प्रकाशित सामग्री में मल्टीमीडिया सामग्री के उपयोग का विश्लेषण किया गया है। वेबसाइट पर विचार प्रधान सामग्री को प्रभावी एवं अधिक ग्राह्य बनाने के लिए मल्टीमीडिया विषयवस्तु; जैसे-ग्राफिक्स, कार्टून, फोटो, वीडियो इत्यादि का उपयोग किया जाता है।

तालिका-3 : आलेखों में मल्टीमीडिया विषयवस्तु की स्थिति (ऐसे आलेखों की संख्या जिनमें फोटो, ग्राफिक्स और वीडियो में से किसी-न-किसी विषयवस्तु का प्रयोग हुआ हो)

मल्टीमीडिया विषयवस्तु का प्रयोग	Bhaskar.com पर प्रकाशित आलेखों की संख्या	Jagran.com पर प्रकाशित आलेखों की संख्या
हाँ	190	133
नहीं	0	0

विश्लेषण : तालिका-3 के अध्ययन से ज्ञात होता है कि समाचार वेबसाइटों—‘भास्कर डॉट कॉम’ एवं ‘जागरण डॉट कॉम’—पर प्रकाशित प्रत्येक आलेख में किसी-न-किसी एक मल्टीमीडिया विषयवस्तु का उपयोग अवश्य हुआ है। अर्थात् बिना फोटो या ग्राफिक्स या वीडियो के एक भी आलेख प्रकाशित नहीं किया गया है। यानी दोनों समाचार वेबसाइट ने संपादकीय वेबपेज पर प्रकाशित सामग्री में 100 प्रतिशत मल्टीमीडिया विषयवस्तु का उपयोग किया है। यह विश्लेषण मल्टीमीडिया कंटेंट के उपयोग की महत्ता को प्रदर्शित करता है।

‘भास्कर डॉट कॉम’ पर प्रकाशित आलेखों में मल्टीमीडिया विषयवस्तु का विश्लेषण

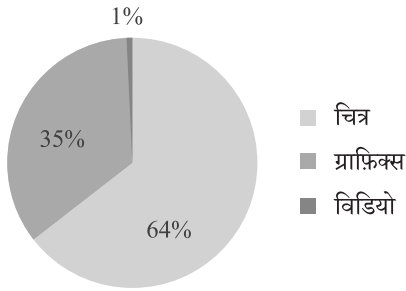


ग्राफ 3 : भास्कर डॉट कॉम पर प्रकाशित आलेखों में मल्टीमीडिया विषयवस्तु

विश्लेषण : ग्राफ-3 में प्रदर्शित आँकड़ों का विश्लेषण करने पर ज्ञात होता है कि ‘भास्कर डॉट कॉम’ पर प्रकाशित संपादकीय सामग्री में मल्टीमीडिया विषयवस्तु के रूप में सबसे अधिक प्रयोग फोटो का किया जा रहा है, उसके बाद दूसरे क्रमांक पर वीडियो और तीसरे स्थान पर ग्राफिक्स है। ‘भास्कर डॉट कॉम’ पर प्रकाशित आलेखों में उपयोग की

गई मल्टीमीडिया विषयवस्तु में 85 प्रतिशत फोटो, 10 प्रतिशत वीडियो और 5 प्रतिशत ग्राफिक्स की हिस्सेदारी है। सामग्री संकलन के दौरान यह भी ध्यान आया कि सामग्री के साथ उपयोग किए गए फोटो सामान्य तौर पर लेखक के प्रोफाइल चित्र हैं। संपादकीय सामग्री के साथ विषय से जुड़े फोटो कम ही उपयोग किए जा रहे हैं।

‘जागरण डॉट कॉम’ पर प्रकाशित आलेखों में मल्टीमीडिया विषयवस्तु का विश्लेषण :

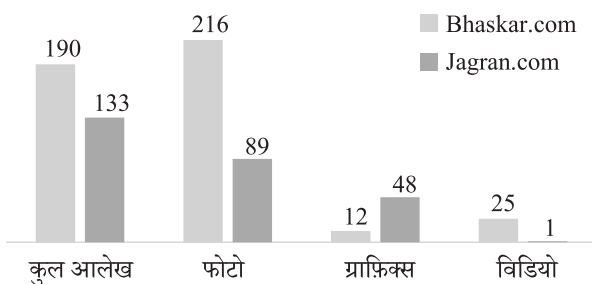


ग्राफ 4 : Jagran.com पर प्रकाशित आलेखों में मल्टीमीडिया विषयवस्तु

विश्लेषण : ग्राफ-4 में प्रदर्शित आँकड़ों का विश्लेषण करने पर ज्ञात होता है कि ‘जागरण डॉट कॉम’ पर प्रकाशित विचार प्रधान सामग्री/संपादकीय सामग्री में मल्टीमीडिया विषयवस्तु के रूप में सबसे अधिक प्रयोग फोटो का किया जा रहा है, उसके बाद ग्राफिक्स द्वितीय स्थान पर और तीसरे स्थान पर वीडियो है। ‘जागरण डॉट कॉम’ पर प्रकाशित संपादकीय सामग्री में उपयोग की गई मल्टीमीडिया विषयवस्तु में 64 प्रतिशत फोटो, 35 प्रतिशत ग्राफिक्स और 1 प्रतिशत वीडियो की हिस्सेदारी है। उपर्युक्त डेटा से ज्ञात होता है कि ‘जागरण डॉट कॉम’ पर आलेखों में वीडियो सामग्री का उपयोग नगण्य है।

‘भास्कर डॉट कॉम’ और ‘जागरण डॉट कॉम’ पर प्रकाशित संपादकीय सामग्री में मल्टीमीडिया सामग्री के उपयोग का तुलनात्मक विश्लेषण

उपर्युक्त विश्लेषण से स्पष्ट है कि ‘भास्कर डॉट कॉम’ और ‘जागरण डॉट कॉम’ संपादकीय सामग्री की प्रस्तुति में मल्टीमीडिया कंटेंट का उपयोग



ग्राफ 5 : bhaskar.com और jagran.com पर प्रकाशित संपादकीय सामग्री में मल्टीमीडिया विषयवस्तु के उपयोग की स्थिति

कर रहे हैं। यहाँ दोनों ही वेबसाइट का तुलनात्मक अध्ययन किया गया है कि किस वेबसाइट के संपादकीय वेबपेज पर संपादकीय सामग्री के साथ मल्टीमीडिया कंटेंट का अधिक उपयोग किया जा रहा है।

विश्लेषण : ग्राफ-5 के अनुसार, ‘भास्कर डॉट कॉम’ ने 190 आलेखों के साथ 216 फोटो उपयोग किए। वहीं, ‘जागरण डॉट कॉम’ ने 133 आलेखों के साथ 89 फोटो ही उपयोग किए। ग्राफिक्स के माध्यम से संपादकीय सामग्री की प्रभावी प्रस्तुति के मामले में भी जागरण अग्रणी रहा। ‘जागरण डॉट कॉम’ ने 133 आलेखों में 48 ग्राफिक्स का उपयोग किया, वहीं ‘भास्कर डॉट कॉम’ पर 190 आलेखों में 12 केवल ग्राफिक्स का ही उपयोग किया गया। इसी प्रकार दैनिक भास्कर की वेबसाइट पर प्रकाशित 190 आलेखों में 25 वीडियो को शामिल किया गया, जबकि दैनिक जागरण की वेबसाइट पर 133 आलेखों में केवल 1 वीडियो कंटेंट का उपयोग किया गया। स्पष्ट है कि दोनों ही वेबसाइट संपादकीय सामग्री में मल्टीमीडिया विषयवस्तु का उपयोग कर रही हैं। दोनों वेबसाइटों का तुलनात्मक अध्ययन करें तो ज्ञात होता है कि ‘भास्कर डॉट कॉम’ पर मल्टीमीडिया सामग्री का सर्वाधिक प्रयोग किया जा रहा है।

निष्कर्ष एवं सुझाव

- ‘भास्कर डॉट कॉम’ अपने ओपीनियन पेज (संपादकीय वेबपेज) पर ‘जागरण डॉट कॉम’ की तुलना में अधिक विचार प्रधान सामग्री का प्रकाशन करता है। पाठकों की अभिरुचि को ध्यान में रखकर ‘जागरण डॉट कॉम’ को भी विचार प्रधान सामग्री के प्रकाशन में वृद्धि करने की आवश्यकता है।
- ‘भास्कर डॉट कॉम’ एवं ‘जागरण डॉट कॉम’, दोनों ही समाचार वेबसाइट के संपादकीय वेबपेज पर राजनीतिक सामग्री/आलेखों को प्रमुखता एवं प्राथमिकता से स्थान दिया जा रहा है। राजनीतिक क्षेत्र से जुड़ी विचार प्रधान सामग्री का प्रकाशन वेबसाइट पर अधिक किया जा रहा है।
- राजनीतिक सामग्री के बाद अपराध से जुड़ी सामग्री को वेबसाइट के संपादकीय पृष्ठ पर प्राथमिकता से प्रकाशित किया जा रहा है। हालाँकि, ‘भास्कर डॉट कॉम’ पर अन्य विषयों की सामग्री एवं धर्म से संबंधित सामग्री के प्रकाशन भी प्रमुखता से किया जा रहा है। इसके अलावा खेल, पर्यावरण, मनोरंजन, शिक्षा, विज्ञान एवं अन्य क्षेत्रों को लेकर संपादकीय सामग्री का प्रकाशन किया जाता है।
- कृषि एवं स्वास्थ्य जैसे महत्वपूर्ण विषयों पर संपादकीय सामग्री को वेबसाइट पर प्रमुखता एवं प्राथमिकता के साथ स्थान नहीं मिलता है। ‘भास्कर डॉट कॉम’ एवं ‘जागरण डॉट कॉम’ जैसे हिंदी के प्रमुख समाचार वेबसाइट के संपादकीय वेबपेज पर कृषि एवं स्वास्थ्य संबंधी विचार प्रधान सामग्री का प्रकाशन उत्साहजनक नहीं है। चूँकि ग्रामीण क्षेत्र में तेजी से डिजिटल मीडिया के पाठक बढ़ रहे हैं। इसलिए सुझाव है कि हिंदी समाचार वेबसाइटें कृषि एवं स्वास्थ्य संबंधी संपादकीय सामग्री के प्रकाशन में वृद्धि करें, ताकि पाठकों को इन विषयों से जुड़ी प्रामाणिक एवं इन क्षेत्रों में हो रही नवाचार पहल की जानकारी मिल सके।
- संपादकीय सामग्री को आकर्षक, प्रभावी एवं अधिक ग्राह्य बनाने के लिए वेबसाइटें मल्टीमीडिया कंटेंट का उपयोग कर रही हैं।

मल्टीमीडिया कंटेंट में फोटो का उपयोग संतोषजनक है, परंतु ग्राफिक एवं वीडियो कंटेंट का उपयोग बढ़ाए जाने की आवश्यकता दिखाई देती है। संपादकीय सामग्री में मल्टीमीडिया कंटेंट के उपयोग के मामले में ‘भास्कर डॉट कॉम’ अग्रणी है। वेबसाइट पर प्रकाशित लगभग सभी संपादकीय सामग्री के साथ किसी-न-किसी प्रकार के मल्टीमीडिया कंटेंट का उपयोग किया जाता है। अतः कह सकते हैं कि वेबसाइटें मीडिया कन्वर्जेंस की अवधारणा को साकार करते हुए पाठकों को टेक्स्ट के साथ ही शत-प्रतिशत किसी-न-किसी प्रकार का मल्टीमीडिया कंटेंट उपलब्ध करा रही हैं।

- संपादकीय वेबपेज पर प्रकाशित विचार प्रधान सामग्री में मल्टीमीडिया कंटेंट के उपयोग का पाठकों पर क्या प्रभाव पड़ता है, इस संबंध में अध्ययन किए जाने का सुझाव है।

संदर्भ

अपनारण. (17 09 2021). संपादकीय पृष्ठ की संरचना. अपनारण : <https://apnaran.com/2021/09/17/%E0%A4%B8%E0%A4%82%E0%A4%AA%E0%A4%BE%E0%A4%A6%E0%A4%95%E0%A5%80%E0%A4%AF-%E0%A4%AA%E0%A5%83%E0%A4%B7%E0%A5%8D%E0%A4%A0-%E0%A4%95%E0%A5%80-%E0%A4%B8%E0%A4%82%E0%A4%B0%E0%A4%9A%E0%A4%A8%E0%A4%BE/> से 17 जुलाई, 2025 को पुनःप्राप्त।
अडेटोला, एस. ए. & ओलुई, आई.ए. (2020). ऑडियेंस परसेप्शन ऑफ न्यूजपेपर्स एडिटोरियल कार्टून्स एज कम्युनिकेशन मीडियम. इंटरनेशनल जर्नल ऑफ मीडिया, जर्नलिज्म एंड मास कम्युनिकेशन (आईजेएमजेएमसी), 6 (3), 40-54.
इहलेबेक, के. ए. & क्रूमस्विक, ए. एच. (फरवरी 2014). एडिटोरियल

पॉवर एंड पब्लिक पार्टीसिपेशन इन ऑनलाइन न्यूजपेपर. जर्नलिज्म, 1-18.

एनवायटी लायसेंसिंग. (एन.डी.). व्हाट इज एडिटोरियल कंटेंट एंड हाउ इज इट यूज्ड इन कंटेंट मार्केटिंग. द न्यू यॉर्क टाइम्स लाइसेंसिंग : <https://nytlicensing.com/latest/marketing/editorial-content-and-how-use-it-content-marketing/> से, 15 जुलाई, 2025 पुनःप्राप्त।

कुमार, एस. (2010). वेब पत्रकारिता का भविष्य उज्ज्वल है. ह. सुमन एवं ए. विक्रम में, वेब पत्रकारिता (प्रथम संस्करण सं., पृ. 56). श्री नटराज प्रकाशन, नईदिल्ली.

जैदी, एस. (2010). वेब पत्रकारिता का वर्तमान, भविष्य. ह. सुमन एवं ए. विक्रम में, वेब पत्रकारिता (प्रथम संस्करण सं., पृ. 38-40). श्री नटराज प्रकाशन, नईदिल्ली.

नंदा, वी. (13 05 2020). एडिटोरियल पेज : लीडर्स, स्पेशियल आर्टिकल एंड एडिटोरियल डिपार्टमेंट. vartika nanda: https://vartikananda-com.translate.googleusercontent.com/uncategorized/editorial-page-leaders-special-articles-and-editorial-departmen/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=hi&_x_tr_hl=en-US&_x_tr_pto=wapp से, 16 07 2025 को पुनःप्राप्त।

राजपूत, एल. एस. (2023). हिंदी समाचार पत्रों की ऑनलाइन स्थिति. संचार माध्यम, 20-25.

शर्मा, एम. (2017). संपादकीय. इंटरनेशनल जर्नल ऑफ साइंटिफिक & इनोवेटिव रिसर्च स्टडीज, 5 (3), 108-110.

रूफई, ए.ओ. ओनाइंका, टी. एस. & ओपेले, जे. के. (2022). रीडरशिप ऑफ न्यूजपेपर एडिटोरियल अमंग अंडरग्रेजुएट ऑफ मास कम्युनिकेशन डिपार्टमेंट फेडरल यूनिवर्सिटी ओए-एकित्ती नाजीरिया. आरईएस मिलिटेरिस सोशल साइंस जर्नल, 12 (6), 340-346.



भारतीय आर्थिक नीति विमर्श में उभरते कथ्य और रुझान : तीन वित्तीय वर्षों के सर्वेक्षणों का तुलनात्मक अध्ययन

शिखा शालिनी¹

सारांश

प्रस्तुत शोध पत्र में भारत के केंद्रीय आर्थिक सर्वेक्षणों (वित्तीय वर्ष 2022-23 से 2024-25 तक) के हिंदी संस्करण का विश्लेषण किया गया है। इसका मुख्य उद्देश्य आर्थिक सर्वेक्षणों में दिए गए नीतिगत कथ्यों (Policy Narratives), प्रमुख आर्थिक सिफारिशों और केंद्रीय विषयों की अहमियत को समझने की कोशिश है, ताकि सरकार की आर्थिक प्राथमिकताओं और दृष्टिकोण को समझा जा सके। इसके अलावा, इस अध्ययन का उद्देश्य विभिन्न वित्तीय वर्षों के सर्वेक्षणों की तुलना करके इन नीतिगत संवादों के विकास को जानना है। यह हितधारकों को तथ्यों की जानकारी के साथ निर्णय लेने, शासन में पारदर्शिता को बढ़ावा देने के साथ-साथ उक्त वित्तीय वर्षों में सरकार की आर्थिक प्राथमिकताओं की अधिक गहन समझ प्राप्त करने में सक्षम करता है। शोध पत्र में मुख्य आर्थिक विषयों की प्रमुखता को वर्गीकृत करने के लिए मात्रात्मक और गुणात्मक तकनीकों का उपयोग किया गया है। आर्थिक विमर्श को विभिन्न विषयों में वर्गीकृत करने के लिए विषय मॉडलिंग (Topic Modelling) और धारणात्मक एवं पाठ्यात्मक विश्लेषण (Sentiment Analysis and Textual analysis) जैसी विधियों का प्रयोग किया गया है। शोध निष्कर्ष से अंदाजा मिलता है कि विभिन्न वर्षों के दौरान सर्वेक्षण में देश की अर्थव्यवस्था के प्रदर्शन का आकलन, भविष्य की चुनौतियों और विकास के लिए किन प्रमुख नीतिगत सिफारिशों पर जोर दिया गया है और विभिन्न आर्थिक विषयों का आपस में क्या संबंध है। शोध पत्र भारतीय आर्थिक सर्वेक्षणों और देश के आर्थिक व सामाजिक विकास पर उनके संभावित प्रभाव की एक व्यापक समझ बनाने में मददगार साबित होगा।

संकेत शब्द : आर्थिक सर्वेक्षण, भारत, विकास, नीति, रोजगार, अर्थव्यवस्था, मुद्रास्फीति.

प्रस्तावना

भारत के सतत विकास और विकास के लिए प्रभावी आर्थिक नीतियाँ तैयार करना तथा उन्हें लागू करना महत्वपूर्ण है। इस प्रक्रिया में एक महत्वपूर्ण भूमिका आर्थिक सर्वेक्षण की होती है, जिससे आर्थिक परिदृश्य से जुड़े डेटा के साथ-साथ अर्थव्यवस्था के विभिन्न अहम क्षेत्रों के व्यापक मूल्यांकन का अंदाजा मिलता है और इससे उभरती चुनौतियों और अवसरों की पहचान भी होती है। ये सर्वेक्षण नीतिगत विमर्श के साथ-साथ सरकारी हस्तक्षेपों को आकार देने के लिए महत्वपूर्ण उपकरण के तौर पर काम करते हैं। प्रस्तुत शोध भारत में तीन वित्तीय वर्षों (2022-23, 2023-24 से 2024-25 तक) में प्रमुख आर्थिक सर्वेक्षणों का तुलनात्मक पाठ्य डेटा विश्लेषण करता है। इसका लक्ष्य सर्वेक्षणों में नीतिगत आख्यानों, प्रमुख निष्कर्षों और विषयगत जोर का परीक्षण कर, भारतीय आर्थिक नीति विमर्श में उभरते विषयों और रुझानों की पहचान करना है। यह दृष्टिकोण भारतीय अर्थव्यवस्था की प्राथमिकताओं, चुनौतियों और अवसरों की गहरी समझ के साथ-साथ साक्ष्य-आधारित नीति-निर्माण में योगदान देता है। आर्थिक सर्वेक्षणों के आकलन के आधार पर कहा जाए तो सरकार की प्राथमिकताएँ मुख्य रूप से वाणिज्यिक विकास को बढ़ावा देने, जीवन स्तर में सुधार करने और कोविड-19 महामारी से प्रभावित कई क्षेत्रों को राहत प्रदान करने पर केंद्रित रही हैं। 'भारत', 'सरकार', 'बुनियादी ढाँचा' और 'टैक्स' जैसे शब्द आर्थिक सर्वेक्षण में लगातार प्रमुखता से उपयोग किए गए हैं, जो नीतिगत चर्चाओं में उनके महत्व को उजागर करते हैं (मकवाना, 2024)। इसके अतिरिक्त, आर्थिक सर्वेक्षणों ने विविध आर्थिक प्राथमिकताओं पर प्रकाश डाला है :

जलवायु परिवर्तन और ऊर्जा संक्रमण : भारत एक सक्रिय नवीकरणीय ऊर्जा कार्यक्रम चला रहा है और वर्ष 2030 तक वृक्षों तथा

वनों के माध्यम से 2.5 से 3.0 अरब टन का अतिरिक्त कार्बन सिंक बनाने की दिशा में अग्रसर है (आर्थिक समीक्षा, 2023-24, पृष्ठ 230)। जीवाश्म ईंधन के आयात पर निर्भरता कम करने के लिए स्वदेशीकरण भी एक प्रमुख नीतिगत जोर रहा है (आर्थिक समीक्षा, 2023-24, पृष्ठ 234)।

वित्तीय क्षेत्र की स्थिरता और वृद्धि : भारतीय बैंकिंग क्षेत्र ने उल्लेखनीय मजबूती प्रदर्शित की है, जिसमें सकल और शुद्ध गैर-निष्पादित परिसंपत्तियों (एनपीए) में कमी आई है (आर्थिक समीक्षा, 2023-24, पृष्ठ-198)। वित्तीय समावेशन को बढ़ावा देने के लिए सरकार द्वारा 'प्रधानमंत्री जन धन योजना' जैसी पहलों के परिणामस्वरूप 52.3 करोड़ से अधिक बैंक खाते खुले हैं, जिनमें से 55.6% महिला खाताधारक हैं (आर्थिक समीक्षा, 2023-24, पृष्ठ-256)।

कृषि क्षेत्र का विकास : कृषि और संबद्ध क्षेत्र ने कोविड-19 महामारी के बावजूद लचीली वृद्धि दिखाई है (आर्थिक समीक्षा, 2022-23, पृष्ठ-244)। सिंचाई क्षेत्र का कवरेज 2015-16 में सकल फसली क्षेत्र के 49.3% से बढ़कर 2020-21 में 55% हो गया है (आर्थिक समीक्षा, 2023-24, पृष्ठ-282; आर्थिक समीक्षा, 2024-25, पृष्ठ-47)। पशुधन क्षेत्र में भी महत्वपूर्ण वृद्धि दर्ज की गई है (आर्थिक समीक्षा, 2023-24, पृष्ठ-283)।

विनिर्माण और सेवाओं के क्षेत्रों में प्रगति : सेवा क्षेत्र में सकल मूल्य वर्धन (जीवीए) में लगातार वृद्धि हुई है, महामारी के बाद इसकी औसत वार्षिक वृद्धि दर 8.3% तक पहुँच गई है (आर्थिक समीक्षा, 2024-25, पृष्ठ-43)। भारत वैश्विक चिकित्सा उपकरण बाजार में शीर्ष 20 देशों में से एक के रूप में मान्यता प्राप्त है और एशिया में चौथा सबसे बड़ा बाजार है (आर्थिक समीक्षा, 2024-25, पृष्ठ-40)।

सामाजिक क्षेत्र में सुधार और गरीबी में कमी : भारत सतत

विकास लक्ष्य 1.2 (बहुआयामी गरीबी को कम-से-कम आधा करने) को 2030 की समय सीमा से काफी पहले प्राप्त करने की राह पर है। 2015-16 और 2019-21 के बीच 13.5 करोड़ भारतीय बहुआयामी गरीबी से बाहर निकले हैं (आर्थिक समीक्षा, 2023-24, पृष्ठ-242)। शिक्षा और स्वास्थ्य देखभाल के बुनियादी ढाँचे में महत्वपूर्ण सुधार देखे गए हैं और शिशु मृत्यु दर में लगातार गिरावट आई है (आर्थिक समीक्षा, 2022-23, पृष्ठ-165, 171)। महिलाओं की श्रम बल भागीदारी दर में भी उल्लेखनीय वृद्धि हुई है (आर्थिक समीक्षा, 2023-24, पृष्ठ-265)।

रोजगार और कौशल विकास : भारत में बेरोजगारी दर 2017-18 में 6% से घटकर 2023-24 में 3.2% हो गई है, साथ ही श्रम बल भागीदारी दर और श्रमिक-जनसंख्या अनुपात में भी वृद्धि हुई है (आर्थिक समीक्षा, 2024-25, पृष्ठ-25)। सरकार ने 'आत्मनिर्भर भारत रोजगार योजना' जैसी पहलों के माध्यम से औपचारिक क्षेत्र में रोजगार सृजन को बढ़ावा दिया है (आर्थिक समीक्षा, 2022-23, पृष्ठ-163)।

बुनियादी ढाँचा और कनेक्टिविटी : केंद्रीय सरकार के पूंजीगत व्यय और राज्यों तथा सार्वजनिक क्षेत्र के उपक्रमों की सहायता में महत्वपूर्ण विस्तार हुआ है (आर्थिक समीक्षा, 2023-24, पृष्ठ-297)। ग्रामीण सड़क योजना के तहत 2014-15 से 2024 तक 15.14 लाख किलोमीटर सड़कों का निर्माण पूरा किया गया है (आर्थिक समीक्षा, 2023-24, पृष्ठ-258)। भारत की लॉजिस्टिक्स प्रदर्शन सूचकांक (LPI) रैंकिंग 2018 में 44वें स्थान से बढ़कर 2023 में 38वें स्थान पर पहुँच गई है (आर्थिक समीक्षा, 2023-24, पृष्ठ-221)।

'मेक इन इंडिया' और 'आत्मनिर्भर भारत' जैसी सरकारी पहलों ने सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यमों (एमएसएमई) और ई-कॉमर्स निर्यात के लिए समर्थन बढ़ाया है (आर्थिक समीक्षा, 2023-24, पृष्ठ-287), जबकि उत्पादन से जुड़ी प्रोत्साहन (पीएलआई) योजनाओं ने घरेलू विनिर्माण को बढ़ावा दिया है (आर्थिक समीक्षा, 2023-24, पृष्ठ-286)।

कुल मिलाकर, यह तुलनात्मक अध्ययन भारत की आर्थिक समीक्षाओं की जटिल प्रकृति और देश के आर्थिक और सामाजिक विकास पर उनके संभावित प्रभावों की एक समावेशी समझ बनाता है (मकवाना, 2024)।

साहित्य समीक्षा

प्रमुख आर्थिक सर्वेक्षण भारत सरकार के वित्त मंत्रालय द्वारा वार्षिक अवधि के आधार पर प्रकाशित होते हैं। ये सर्वेक्षण देश की आर्थिक परिदृश्य का व्यापक मूल्यांकन प्रदान करते हैं और इनमें विभिन्न क्षेत्रों का व्यापक आकलन भी शामिल होता है। इसमें कई सरकारी नीतियों और योजनाओं की प्रगति का मूल्यांकन किया जाता है (वित्त मंत्रालय, भारत सरकार)। उभरते बाजारों में, देश के आर्थिक सर्वेक्षण और केंद्रीय बैंक की मौद्रिक नीति संचार पर शोध बढ़ रहा है। जहाँ लखड़वाला और सेनगुप्ता (2024) ने भारत सहित उभरती अर्थव्यवस्थाओं में मौद्रिक नीति से मिले झटकों को मापने पर काम किया है, वहीं मोहंती और क्लाउ (2005) ने उभरती बाजार अर्थव्यवस्थाओं में मौद्रिक नीति के नियमों पर ध्यान केंद्रित किया है।

(1) आर्थिक असमानता

इस साहित्य समीक्षा में भारत और अन्य देशों के आर्थिक सर्वेक्षण में

आर्थिक असमानता, गरीबी और आर्थिक विकास के साथ-साथ आर्थिक संकेतकों के विश्लेषण में उपयोग की जाने वाली पाठ्य डेटा विश्लेषण विधियों पर केंद्रित विभिन्न अध्ययनों से मिली जानकारी पेश की गई है। शोधकर्ता पॉल और घोष (2007) के एक अध्ययन के अनुसार, 1990 के दशक की शुरुआत में आर्थिक उदारीकरण के बाद से भारत में असमानता में वृद्धि और लगातार गरीबी के प्रमाण मिलते हैं। सेन (2001) और डीटन और ड्रेज (2002) ने ध्यान दिया कि एनएसएस के 55वें दौर (1999-2000) के डेटा की कार्यप्रणाली में बदलाव के कारण तुलनीयता का अभाव था, जिससे संभवतः गरीबी और असमानता के अनुमान कम हो गए। समायोजित डेटा का उपयोग करने वाले डीटन और ड्रेज (2002), सुंदरम और तेंडुलकर (2003, 2003) और सेन और हिमांशु (2005) के अध्ययनों में बताया गया कि ग्रामीण असमानता वास्तव में वर्ष 1993-94 और 1999-2000 के बीच बढ़ी। सेन और हिमांशु (2005) ने विशेष रूप से दर्शाया कि 1990 के दशक में ग्रामीण आबादी के शीर्ष 20 प्रतिशत के उपभोग स्तर में उल्लेखनीय वृद्धि हुई, जबकि ग्रामीण आबादी के निचले 80 प्रतिशत को नुकसान हुआ।

क्षेत्रीय असमानता भी 1990 के दशक में तेजी से बढ़ी। घोष और चंद्रशेखर (2003) और अहलूवालिया (2002) ने पुष्टि की कि सबसे धनी और सबसे गरीब राज्यों के बीच अंतर उल्लेखनीय रूप से बढ़ गया। भल्ला (2003) ने एनएसएस डेटा का उपयोग करते हुए दावा किया कि 1999 में गरीबी 12 प्रतिशत से कम थी, जो आधिकारिक अनुमानों से काफी कम है। हालाँकि, डीटन (2005) ने 1993-94 में 37.3 प्रतिशत से 1999-2000 में 30.2 प्रतिशत तक गरीबी में गिरावट का अनुमान लगाया। सेन और हिमांशु (2005) ने तर्क दिया कि गरीबी में केवल तीन प्रतिशत अंकों की कमी आई, लेकिन गरीबों की संख्या वास्तव में बढ़ी। पनगढ़िया और मोर (2014) के एक हालिया अध्ययन से पता चलता है कि भारत में 1993-94 से 2011-12 के बीच गरीबी में उल्लेखनीय कमी आई है, जिसमें 2004-05 से 2011-12 तक की तीव्र वृद्धि की अवधि के दौरान पर्याप्त तेजी देखी गई। उन्होंने पाया कि वंचित सामाजिक समूहों और अल्पसंख्यकों के बीच गरीबी दर तेजी से घटी है, जिससे सामान्य आबादी के साथ उनके गरीबी दरों के बीच का अंतर कम हो गया है।

(2) आर्थिक विकास और गरीबी उन्मूलन

रावेलियन और दत्त (2002) ने भारत के प्रमुख राज्यों में आर्थिक विकास की क्षेत्रीय संरचना और प्रारंभिक स्थितियों के गरीबी पर पड़ने वाले प्रभाव का विश्लेषण किया। उनके अध्ययन से पता चलता है कि विकास की दर का गरीबी कम करने वाला प्रभाव काफी अलग होता है। उनके निष्कर्षों के अनुसार, ग्रामीण आर्थिक विकास का शहरी आर्थिक विकास की तुलना में गरीबी में कमी पर अधिक प्रभाव पड़ा। प्राथमिक और तृतीयक क्षेत्रों में माध्यमिक क्षेत्र की तुलना में अधिक प्रभाव देखा गया। असमानता भी गरीबी-उन्मूलन विकास में बाधा डाल सकती है। साक्षरता, कृषि उत्पादकता, ग्रामीण जीवन स्तर और शिशु मृत्यु दर जैसी प्रारंभिक स्थितियाँ भी इस बात को प्रभावित करती हैं कि विकास, गरीबी को कितना कम करता है। उदाहरण के लिए, केरल की उच्च साक्षरता दर ने बिहार की तुलना में गैर-कृषि उत्पादन वृद्धि के गरीबी पर पड़ने वाले प्रभाव में भारी अंतर को स्पष्ट किया है। रावेलियन और दत्त (2002) ने निष्कर्ष

निकाला कि अधिक कृषि उपज, राज्य विकास व्यय की अधिकता, अधिक गैर-कृषि उत्पादन और कम मुद्रास्फीति सभी गरीबी को कम करने वाले कारक थे। गैर-कृषि अर्थव्यवस्था में वृद्धि उन राज्यों में केंद्रित नहीं थी जहाँ इसका राष्ट्रीय गरीबी पर सबसे अधिक प्रभाव पड़ता।

(3) पाठ्य डेटा विश्लेषण और आर्थिक संकेतक

पाठ्य डेटा विश्लेषण आर्थिक रुझान और नीतियों को समझने के लिए एक महत्वपूर्ण उपकरण के रूप में उभरा है। मकवाना (Makwana, 2024) ने भारत के केंद्रीय बजटों (वित्तीय वर्ष 2019-20 से 2023-24) का पाठ्य डेटा विश्लेषण प्रस्तुत किया। इस अध्ययन का उद्देश्य सरकारी प्राथमिकताओं को जानने के लिए बजट भाषणों में नीतिगत आख्यानों, प्रमुख घोषणाओं और विषयगत पहलू की जाँच करना है। कार्यप्रणाली में मुख्य विषयों और बजट की प्रधानता को वर्गीकृत करने के लिए प्राकृतिक भाषा प्रसंस्करण (Natural Language Processing), विषय मॉडलिंग (Topic Modelling) और धारणात्मक विश्लेषण (Sentiment Analysis) तकनीकों का उपयोग किया गया।

आर्थिक संकेतकों पर पाठ्य डेटा विश्लेषण का एक और अनुप्रयोग नकाजिमा और अन्य (2021) द्वारा जापान में किया गया है। उन्होंने इकोनॉमी वॉचर्स सर्वेक्षण (Economy Watchers Survey - EWS) से कंपनियों की अल्पकालिक मुद्रास्फीति अपेक्षाओं को समझने के लिए पाठ्य विश्लेषण का उपयोग किया। उनके द्वारा प्रस्तावित मूल्य धारणा सूचकांक (Price Sentiment Index - PSI) ओटाका और कान (2018) द्वारा विकसित एक मात्रात्मक संकेतक है। पीएसआई के कई फायदे हैं : यह समय पर (मासिक सर्वेक्षण) किया जाता है, पर्याप्त लंबी समय श्रृंखला डेटा प्रदान करता है, ईडब्ल्यूएस के उत्तरदाताओं के विचारों को दर्शाता है—जो आर्थिक गतिविधि में विकास को बारीकी से देखते हैं। विश्लेषण से पता चलता है कि पीएसआई उपभोक्ता कीमतों से कई महीने आगे होता है और यह माँग कारकों (जैसे व्यापार चक्र) और लागत कारकों (जैसे कच्चे माल की कीमतें और विनिमय दर) सहित मूल्य विकास को प्रभावित करने वाले विभिन्न कारकों को दर्शाता है। यह मुद्रास्फीति अपेक्षाओं का एक उपयोगी मासिक संकेतक है।

संक्षेप में, यह साहित्य समीक्षा दर्शाती है कि भारत के सभी तरह के आर्थिक सर्वेक्षणों में असमानता और गरीबी एक जटिल मुद्दा रहा है, जो व्यापक आर्थिक नीतियों को प्रभावित करता है। विभिन्न अध्ययनों ने वृद्धि और इसके गरीबी पर पड़ने वाले प्रभाव की सूक्ष्मताओं को उजागर किया है, विशेष रूप से क्षेत्रीय और सामाजिक-आर्थिक स्तर पर। साथ ही, पाठ्य डेटा विश्लेषण जैसे उन्नत विश्लेषणात्मक उपकरणों का उपयोग आर्थिक नीतियों और बाजार की अपेक्षाओं में अंतर्दृष्टि प्राप्त करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है।

सीमाएँ : मौजूदा साहित्य नीति दस्तावेजों, सर्वेक्षण विश्लेषण और आर्थिक विमर्श में उभरते रुझानों की पहचान के पाठ्य विश्लेषण में मूल्यवान अंतर्दृष्टि प्रदान करता है, लेकिन इसकी कई सीमाएँ हैं। सबसे पहले, ऐसे शोधों की कमी है, जो विशेष रूप से भारत में आर्थिक सर्वेक्षणों के पाठ्य विश्लेषण पर केंद्रित हों। दूसरा, अधिक तुलनात्मक अध्ययनों की आवश्यकता है, जो समय के साथ आर्थिक विमर्श के विकास की जाँच करते हैं। इस शोध का उद्देश्य भारत में तीन वित्तीय वर्षों में प्रमुख आर्थिक

सर्वेक्षणों का तुलनात्मक पाठ्य डेटा विश्लेषण करके इन सीमाओं को दूर करना है।

अध्ययन के उद्देश्य

- संबंधित वित्तीय वर्षों के लिए पेश किए गए आर्थिक सर्वेक्षण दस्तावेजों (हिंदी में) का एक व्यापक पाठ्य डेटा विश्लेषण करना।
- इन आर्थिक सर्वेक्षणों के दस्तावेजों के प्रमुख आर्थिक विषयों, प्राथमिकताओं और नीतिगत आख्यानों/कथ्यों की पहचान करना।
- सर्वेक्षणों में आर्थिक प्रदर्शन, चुनौतियों और दृष्टिकोण के संबंध में समग्र धारणात्मक और लहजात्मक विश्लेषण करना।
- इन तीन वर्षों में आर्थिक नीतियों की प्राथमिकताओं के रुझानों और बदलावों को उजागर करना।

शोध प्रश्न

- इन तीन वित्तीय वर्षों के सर्वेक्षण में सरकार की आर्थिक नीतियों और प्राथमिकताएँ में बदलाव के कैसे संकेत मिलते हैं?
- तीन वर्षों के सर्वेक्षण में विभिन्न विषयों के बीच के संबंध कैसे बदले हैं?
- आर्थिक सर्वेक्षणों में मिले सबसे महत्वपूर्ण शब्द, मुख्य विषय और उनका धारणात्मक विश्लेषण कैसा रहा है?

शोध प्रविधि

आर्थिक सर्वेक्षण (हिंदी दस्तावेजों) का पाठ्य डेटा विश्लेषण करने के लिए हमने एक व्यवस्थित तरीका अपनाया है, जिसकी पहली प्रक्रिया डेटा संग्रह से शुरू हुई। इसके लिए हमने वित्तीय वर्ष 2022-23, 2023-24 और 2024-25 के आधिकारिक हिंदी आर्थिक सर्वेक्षण दस्तावेजों को Economic Survey की वेबसाइट से indiabudget.gov.in/economicsurvey/doc/hechapter.pdf डाउनलोड किया। इनका अंग्रेजी संस्करण भी उपलब्ध होता है, लेकिन हमारा मुख्य जोर हिंदी दस्तावेजों पर ही था। डेटा दस्तावेज के उपलब्ध हो जाने के बाद पाठ्य का विश्लेषण करने के लिए हमने टोकनाइजेशन यानी हिंदी टेक्स्ट को छोटे-छोटे शब्दों या सार्थक हिस्सों में बाँटने की कोशिश की है, जो ऑरेंज सॉफ्टवेयर से किया जाता है और इसके लिए पाइथन कोडिंग का इस्तेमाल किया गया। ऑरेंज सॉफ्टवेयर, टेक्स्ट में से जरूरी जानकारीयाँ निकालता है और उसे ऐसे रूप में बदलता है, जिससे उसका विश्लेषण करना आसान हो जाए। हालाँकि यह हिंदी टेक्स्ट पर संभव नहीं था, इसलिए इसे अंग्रेजी सर्वेक्षण पर किया गया और बाद में उसे हिंदी में लिखा गया। इस प्रक्रिया में ख़ास शब्दों को पहचानने के टीएफ-आईडीएफ के तरीके भी शामिल हैं, जिनकी मदद से हमने हर आर्थिक सर्वेक्षण में उन वाक्यांशों को पहचानने की कोशिश की, जो उस सर्वेक्षण में तो बहुत महत्वपूर्ण हैं, लेकिन सभी सर्वेक्षणों में उतने आम नहीं हैं।

पाठ्य-सामग्री विश्लेषण के तरीके

इसके लिए हमने धारणात्मक विश्लेषण (Sentiment Analysis) के तरीके को अपनाया है और यह जाँचने की कोशिश की कि देश की आर्थिक स्थिति, चुनौतियों और भविष्य के बारे में सर्वेक्षणों का समग्र

लहजा कैसा है; मसलन, यह सकारात्मक, नकारात्मक या सामान्य या तटस्थ है। मुख्य विषय की खोज (Topic Modelling) के शोध तरीके से आर्थिक सर्वेक्षणों के हिंदी टेक्स्ट में छिपे हुए मुख्य विषय या मुद्दों को खोजने की कोशिश की गई और उन्हें समूहबद्ध किया गया। जैसे, 'बृहत् आर्थिक स्थिरता', 'बुनियादी ढाँचा विकास', 'सामाजिक क्षेत्र की पहल' या 'बाहरी क्षेत्र के रुझान' जैसे विषय। आखिर में कुछ खास विश्लेषण किया गया। जैसे कि सबसे ज्यादा बार आने वाले हिंदी शब्दों और वाक्यांशों को पहचानेंगे, जिससे सरकार की लगातार आर्थिक प्राथमिकताएँ पता चलेंगी (जैसे 'विकास', 'अर्थव्यवस्था', 'राजस्व', 'निवेश', 'सेवा')। टीएफ-आईडीएफ गतिविधि में हमने यह देखा कि कौन से हिंदी शब्द आर्थिक सर्वेक्षण के कथ्य को स्पष्ट करने में बेहद महत्वपूर्ण हैं। इसके अलावा, इसके जरिये हमने देखा कि अलग-अलग आर्थिक विषयों का आपस में क्या संबंध है; जैसे 'कृषि' का 'रोजगार' से कैसा संबंध है।

शोध की प्रक्रिया में पहला कदम ऐसे आम शब्दों को छोटकर अलग करना रहा, जिनका विश्लेषण में खास मतलब नहीं होता; जैसे 'हैं', 'और', 'का'। इसके अलावा सभी शब्दों को उनके मूल रूप में ले आए (जैसे 'विकास' और 'विकसित' को 'विकास' बना देंगे), ताकि एक ही शब्द के अलग-अलग रूप एक ही इकाई माने जाएँ। इसके लिए हिंदी के हिसाब से बने एल्गोरिदम का इस्तेमाल किया गया।

पदानुक्रमित क्लस्टरिंग : आर्थिक सर्वेक्षणों के समान विषयों या हिस्सों को कंटेंट के आधार पर समूहबद्ध किया गया, जिससे आर्थिक विषयों के बीच के संबंध और अंतर दिखा। इस शोध में सभी पाठ्य डेटा विश्लेषण तरीकों को हिंदी आर्थिक सर्वेक्षण दस्तावेजों पर लागू करके, सरकार की आर्थिक प्राथमिकताओं, उसकी नीतिगत कथ्यों या आख्यानो के रुझान और भारत की आर्थिक दिशा के समग्र मूल्यांकन के बारे में व्यापक जानकारी मिली।

विश्लेषण एवं व्याख्या

वित्तीय वर्ष 2022-23, 2023-24 और 2024-25 के आर्थिक

सर्वेक्षण बताते हैं कि सरकार की आर्थिक नीतियों और प्राथमिकताओं में लगातार विकास हुआ है और कुछ बातों पर हमेशा जोर दिया गया है। मुख्य रणनीतियों को बनाए रखते हुए घरेलू और वैश्विक चुनौतियों के जवाब में बदलाव भी साफ दिखता है।

मुख्य प्राथमिकताएँ जो लगातार बनी रहीं

सरकार ने लगातार सड़कों, रेल और अन्य बुनियादी ढाँचों पर खर्च बढ़ाया है, ताकि निवेश और आर्थिक विकास को बढ़ावा मिल सके। बैंकों की मजबूती और ऋण वृद्धि को हमेशा महत्वपूर्ण माना गया है। तीनों सर्वेक्षणों में कीमतों को स्थिर रखने के प्रयासों पर ध्यान दिया गया है, जिसमें आवश्यक वस्तुओं की कीमतों को नियंत्रित करना और वैश्विक दबावों को संभालना शामिल है। स्वास्थ्य, शिक्षा, गरीबी उन्मूलन और महिला सशक्तीकरण जैसे सामाजिक कल्याण पर लगातार जोर दिया गया है। कृषि की वृद्धि, खाद्य उत्पादन और किसानों को समर्थन (जैसे एमएसपी, सिंचाई) हमेशा प्राथमिकता रहे हैं।

बदलती और उभरती प्राथमिकताएँ

बाद के सर्वेक्षणों में नवाचार और पेटेंट दाखिल करने पर अधिक स्पष्ट ध्यान दिया गया है। जलवायु परिवर्तन और पर्यावरण के क्षेत्र में शमन और अनुकूलन दोनों प्रयासों पर अधिक विस्तृत ध्यान दिया गया है। बाद के सर्वेक्षणों में कौशल विकास, अंशकालिक श्रमिकों के लिए सामाजिक सुरक्षा और रोजगार रुझान में बदलाव पर ध्यान दिया गया। सर्वेक्षणों में लगातार रूस-यूक्रेन संघर्ष, व्यापार संरक्षणवाद और भू-राजनीतिक संघर्षों जैसे वैश्विक जोखिमों और उनके प्रभावों को स्वीकार किया गया है।

आर्थिक सर्वेक्षण दर्शाते हैं कि सरकार ने सार्वजनिक पूँजीगत खर्च और आपूर्ति-पक्ष सुधारों के माध्यम से आर्थिक वृद्धि और निजी निवेश को बढ़ावा देने की रणनीति को लगातार अपनाया है। वे वित्तीय क्षेत्र की स्थिरता, विवेकपूर्ण मौद्रिक प्रबंधन और सामाजिक क्षेत्र के व्यापक विकास के प्रति अपनी प्रतिबद्धता भी दिखाते हैं।

तीन वर्षों के आर्थिक सर्वेक्षण दस्तावेज में महत्वपूर्ण और प्रासंगिक शब्दों और अवधारणाओं की तुलनात्मक सारणी :

महत्वपूर्ण शब्द/ अवधारणा	नवीनतम आर्थिक सर्वेक्षण (2024-25)	आर्थिक समीक्षा (2023-24)	आर्थिक समीक्षा (2022-23)
वैश्विक आर्थिक परिवेश	यूरोपीय संघ की कंपनियों को अधिक प्रतिस्पर्धा और विदेशी बाजारों तक कम पहुँच का सामना करना पड़ रहा है। तीव्र विश्व व्यापार वृद्धि का युग बीत चुका है, जिससे भारत की निर्यात वृद्धि की संभावनाएँ धुँधली हो गई हैं। स्थिर भू-राजनीति की दुनिया अब हिल रही है।	भू-राजनीतिक अनिश्चितताएँ बढ़ रही हैं, जो भारत में पूँजी प्रवाह पर अधिक प्रभाव डालेंगी। आर्थिक वैश्वीकरण अपना दौर पूरा कर चुका है और इसमें बाधाएँ आती रहेंगी, क्योंकि आर्थिक नीतियाँ राष्ट्रीय चैंपियनों को बढ़ावा देने पर केंद्रित हैं। दुनिया एक बड़े और व्यापक संघर्ष की ओर बढ़ रही है।	वैश्विक अर्थव्यवस्था विशिष्ट चुनौतियों का सामना कर रही है, जिसमें स्पेनिश फ्लू, महामंदी और दो विश्व युद्ध जैसी घटनाएँ शामिल हैं। मुद्रास्फीतिक दबाव कम हो रहे हैं, लेकिन उच्च स्तर पर बने हुए हैं, जिससे प्रमुख केंद्रीय बैंकों द्वारा ब्याज दरों में वृद्धि की गति धीमी हुई है।
विनियामक सुधार	नियमों की गुणवत्ता और अनुपालन बोझ को कम करने के लिए एक व्यवस्थित दृष्टिकोण की आवश्यकता है। जोखिम-आधारित विनियमन को	निवेश के माहौल में सुधार के लिए दंडनीय कार्रवाइयों की सटीकता और पारदर्शिता बढ़ाना। जोखिम-आधारित विनियमन लागू करने की सिफारिश। प्रक्रियात्मक	आर्थिक सर्वेक्षण सरलीकरण और अवनियमन की बात करता है। नियामक हस्तक्षेप उन क्षेत्रों में भी आवश्यक है जहाँ अधिक और/या उचित हस्तक्षेप

महत्त्वपूर्ण शब्द/ अवधारणा	नवीनतम आर्थिक सर्वेक्षण (2024-25)	आर्थिक समीक्षा (2023-24)	आर्थिक समीक्षा (2022-23)
	अपनाकर सार्वजनिक संसाधनों का इष्टतम उपयोग किया जा सकता है। केंद्र और राज्य सरकारों के लिए विनियमन को महत्त्वपूर्ण रूप से वापस लेना एक योगदान है।	सुरक्षा की गारंटी देकर कानूनी जोखिम को कम किया जा सकता है, जिससे विकास को बढ़ावा मिलता है।	की आवश्यकता है।
डिजिटल सार्वजनिक बुनियादी ढाँचा	ई-कॉमर्स निर्यात को बढ़ावा देने के लिए ई-कॉमर्स हब स्थापित करने की योजना। आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई) जैसी तकनीकी प्रगति का लाभ उठाने के लिए उचित कौशल और शिक्षा की आवश्यकता।	भारत का सार्वजनिक डिजिटल बुनियादी ढाँचा विचारशील नियामक और अभिनव वास्तुकला का उदाहरण है, जिसने निजी क्षेत्र को नवाचार और निवेश के लिए प्रोत्साहन दिया है। यूपीआई (UPI) की सफलता की कहानी। को-विन मंच ने महामारी का सफल प्रबंधन किया।	डिजिटल भारत पर जोर के साथ डिजिटल बुनियादी ढाँचा और सेवाओं की कहानी दुनिया के लिए सम्मान और सराहना का विषय। जन-धन, आधार, मोबाइल (JAM) ने प्रत्यक्ष लाभ अंतरण (DBT) की शक्ति के साथ मिलकर समाज के हाशिये पर पड़े वर्गों को औपचारिक वित्तीय प्रणाली में लाया है।
जलवायु परिवर्तन और ऊर्जा संक्रमण	यह एक प्राथमिकता है जिसके लिए सावधानीपूर्ण दृष्टिकोण की आवश्यकता है। उत्सर्जन शमन की तुलना में अनुकूलन पर अधिक ध्यान देने की आवश्यकता है। महत्त्वपूर्ण खनिजों (जैसे लिथियम, निकल) के लिए चीन पर निर्भरता एक चुनौती है।	भारत को अपने विकासोन्मुखी पथ में आर्थिक विकास के साथ-साथ सार्थक जलवायु कार्रवाई में संतुलन बनाने की चुनौती का सामना करना पड़ रहा है। अनुकूलन वित्त को बढ़ाने की तत्काल आवश्यकता है। महत्त्वपूर्ण खनिजों और दुर्लभ मृदा की सुरक्षा एक दौड़ बन गई है।	यह एक वैश्विक ज्वलंत मुद्दा है और भारत के लिए अपनी आकांक्षाओं को साकार करने के लिए महत्त्वपूर्ण है। भारत अपने राष्ट्रीय स्तर पर निर्धारित योगदान (NDC) के साथ सबसे सशक्त जलवायु कार्रवाइयों में से एक का नेतृत्व कर रहा है।
कृषि क्षेत्र	उत्पादकता बढ़ाने के लिए कृषि क्षेत्र को पानी पर निर्भर फसलों से भिन्न विविधतापूर्ण फसल उत्पादन के लिए स्वतंत्र, सशक्त और प्रोत्साहित किया जाना चाहिए। कृषि अनुसंधान को आगे बढ़ाने की आवश्यकता है।	राष्ट्रीय और उप-राष्ट्रीय सरकारों द्वारा एक-दूसरे के विपरीत उद्देश्यों के लिए काम करने वाली नीतियों के कारण किसानों के हितों को नुकसान पहुँच रहा है। प्रत्यक्ष नकद हस्तांतरण किसानों और उपभोक्ताओं, दोनों के लिए अधिक प्रभावी हैं। उर्वरक सब्सिडी के लक्ष्यीकरण में सुधार के लिए एग्री स्टैक का उपयोग महत्त्वपूर्ण है।	देश ने घरेलू खाद्य सुरक्षा हासिल कर ली है और हाल के वर्षों में दुनिया के लिए कृषि उत्पादन का शुद्ध निर्यातक बन गया है। खाद्य सुरक्षा से पोषण सुरक्षा तक का परिवर्तन।
विनिर्माण क्षेत्र	कई विनिर्माण उप-क्षेत्रों में वृद्धि देखी गई, जबकि अन्य को चुनौतियों का सामना करना पड़ा। भारत की मजबूत विनिर्माण शक्ति बनने की महत्त्वाकांक्षा को पूरा करने के लिए समग्र और समन्वित प्रयासों की आवश्यकता है। इलेक्ट्रिक मोबिलिटी के लिए प्रौद्योगिकी और कच्चे माल का स्वदेशीकरण एक आवश्यक कार्य है।	विनिर्माण में अभी भी कम और अर्ध-कुशल नौकरियाँ पैदा करने और लोगों के करीब विकास लाने की क्षमता है, जिसे भारत को प्राथमिकता देने की जरूरत है। पीएलआई (PLI) योजनाएँ उच्च गुणवत्ता वाले विदेशी निवेश को प्रोत्साहित करती हैं।	आत्मनिर्भर भारत अभियान में विनिर्माण क्षेत्र के लिए संरचनात्मक सुधार और उत्पादन-आधारित प्रोत्साहन (PLI) योजनाओं ने निवेश को सुगम बनाया और 3 मिलियन से अधिक रोजगार पैदा करने की क्षमता है।
शिक्षा और कौशल विकास	भारत के युवाओं को कृत्रिम बुद्धिमत्ता (एआई) जैसी तकनीकी प्रगति का लाभ उठाने के लिए उचित कौशल और शिक्षा की आवश्यकता है। एआई पाठ योजना और मूल्यांकन को स्वचालित	भारत में शिक्षा-रोजगार खाई को पाटने के लिए राष्ट्रीय शिक्षा नीति (एनईपी) में जबरदस्त क्षमता है। मिशन कर्मयोगी के माध्यम से नागरिक सेवा क्षमता निर्माण का जवाब दिया गया है। सोशल मीडिया	डेमोग्राफिक लाभांश का पूरी तरह से लाभ उठाने के लिए गुणात्मक नौकरियाँ सृजित करना महत्त्वपूर्ण है। नए कौशल (न्यू-स्किलिंग), पुनः कौशल (री-स्किलिंग) और कौशल बढ़ाने (अप-

महत्त्वपूर्ण शब्द/ अवधारणा	नवीनतम आर्थिक सर्वेक्षण (2024-25)	आर्थिक समीक्षा (2023-24)	आर्थिक समीक्षा (2022-23)
	कर सकता है, जिससे शिक्षक निर्देश और सलाह पर ध्यान केंद्रित कर सकें। सहकर्मी शिक्षण एक ऐसा वातावरण तैयार करता है जहाँ छात्र एक-दूसरे से सीखते हैं।	और स्क्रीन टाइम से जुड़ी मानसिक स्वास्थ्य संबंधी चिंताएँ।	स्किलिंग) को प्राथमिकता देना। राष्ट्रीय करियर सेवा (एनसीएस) ने नौकरी चाहने वालों को सॉफ्ट और डिजिटल कौशल प्रदान किए।
एमएसएमई	ई-कॉमर्स में एमएसएमई की पैठ बढ़ाने पर विचार।	लघु उद्यमों को कानून अनुपालन के बोझ से अधिकतम राहत की आवश्यकता है। वित्त तक उनकी पहुँच अपेक्षाकृत धीमी रही है। औद्योगिक विस्तार के लिए अनुसंधान और विकास निवेश को प्रोत्साहित करना और छोटे विनिर्माताओं का औपचारिकीकरण करना।	- (इन दिए गए अंशों में प्राथमिक जोर नहीं)
चीन पर निर्भरता / चीन+1	इलेक्ट्रिक वाहनों और नवीकरणीय ऊर्जा उत्पादन के लिए आवश्यक महत्त्वपूर्ण कच्चे माल के लिए चीन पर बढ़ती निर्भरता।	महत्त्वपूर्ण खनिजों के लिए चीन पर निर्भरता से उत्पन्न चुनौतियों को पहचानना और उनसे निपटना। चीन+1 रणनीति से लाभ उठाने के लिए चीन से एफडीआई पर ध्यान केंद्रित करना अधिक आशाजनक लगता है।	दुर्लभ मृदा तत्व का चीन में प्रचुर मात्रा में भंडार। वैश्विक महामारी और रूस-यूक्रेन संघर्ष ने वैश्विक अर्थव्यवस्था के लिए आपूर्ति श्रृंखला झटके के जोखिम को उजागर किया।
पूँजी बाजार और वित्तीय क्षेत्र	वित्तीय क्षेत्र को स्थिरता की अनिवार्यता और नवाचार, दक्षता और प्रतिस्पर्धा को बढ़ावा देने के लक्ष्यों के बीच एक इष्टतम संतुलन बनाना चाहिए।	शेयर बाजार में खुदरा निवेशकों की उल्लेखनीय वृद्धि पर सावधानीपूर्वक विचार करने की आवश्यकता है। यह महत्त्वपूर्ण है, क्योंकि अति-आत्मविश्वास से अटकलें और अत्यधिक रिटर्न की उम्मीदें हो सकती हैं, जो वास्तविक बाजार स्थितियों के अनुरूप नहीं हो सकती हैं।	भारत का पूँजी बाजार एक ऐतिहासिक सफलता की कहानी कह रहा है। भारतीय शेयरों ने निवेशकों को अच्छा प्रतिफल दिया है। विदेशी पोर्टफोलियो निवेशकों को लाभ हुआ है।
रोजगार सृजन	आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस जैसे तकनीकी विकास के संभावित प्रतिकूल प्रभावों को कम या समाप्त किया जा सकता है और यदि संभव हो तो इसे रोजगार बढ़ाने वाली शक्ति में बदला जा सकता है।	विनिर्माण में अभी भी कम और अर्ध-कुशल नौकरियाँ पैदा करने की क्षमता है। कृषि में छिपी हुई रोजगार क्षमता को साकार करने के लिए कदम उठाना बहुत समझदारी भरा है।	डेमोग्राफिक लाभांश का पूरी तरह से लाभ उठाने के लिए गुणात्मक नौकरियाँ सृजित करना महत्त्वपूर्ण है। डिजिटल अर्थव्यवस्था और अक्षय ऊर्जा जैसे क्षेत्र उच्च गुणवत्ता वाली नौकरियाँ सृजित करने की व्यापक संभावनाएँ प्रदान करते हैं।

तीनों वर्षों के पाठ्य विश्लेषण से अंदाजा मिलता है कि भारत को अपनी आर्थिक आकांक्षाओं को साकार करने के लिए लगभग एक या दो दशक तक स्थिर मूल्यों पर औसतन 8% की वृद्धि दर प्राप्त करने की आवश्यकता है। वैश्विक अनिश्चितता और बढ़ते संरक्षणवाद के बावजूद, भारत को अपनी महत्वाकांक्षाओं को प्राप्त करने के लिए निवेश, नियामक सुधारों और मानव पूँजी विकास पर घरेलू मोर्चे पर कड़ी मेहनत जारी रखनी होगी। यह सरकारों, व्यवसायों और सामाजिक क्षेत्रों के बीच आम सहमति बनाने और बनाए रखने की माँग करता है।

‘भारत’, ‘अर्थव्यवस्था’, ‘विकास’, ‘नीति’, ‘राजकोषीय’ जैसे शब्द हर सर्वेक्षण में कई बार आते हैं, जो प्रमुख आर्थिक सरोकारों को दर्शाते हैं, लेकिन टर्म फ्रीक्वेंसी-इनवर्स डॉक्यूमेंट फ्रीक्वेंसी (TF-IDF) से यह

संकेत भी मिला कि ‘निवेश’, ‘रोजगार’, ‘मुद्रास्फिति’, ‘कृषि’ जैसे शब्द आर्थिक सर्वेक्षणों में किस तरह बेहद महत्त्वपूर्ण और प्रासंगिक हैं। साथ ही विश्लेषण से अंदाजा हुआ कि अलग-अलग आर्थिक विषयों का आपस में क्या संबंध है।

सारणी 2 : आर्थिक सर्वेक्षणों का धारणात्मक विश्लेषण

वित्तीय वर्ष	सकारात्मक धारणा	नकारात्मक धारणा	तटस्थ
2022-23 आर्थिक सर्वेक्षण	0.138	0.032	0.830
2023-24 आर्थिक सर्वेक्षण	0.151	0.021	0.827
2024-25 आर्थिक सर्वेक्षण	0.154	0.019	0.826

सारणी : 3

वित्त वर्ष	सर्वेक्षण अनुभाग	शीर्ष सकारात्मक शब्द/ वाक्यांश	शीर्ष नकारात्मक शब्द/ वाक्यांश	धारणात्मक स्कोर	समग्र रुझान
2022-23	कार्यकारी सारांश	विकास, वृद्धि, सुधार	जोखिम, चुनौती, अनिश्चितता	0.15	तटस्थ
2022-23	कृषि	सतत, आधुनिकीकरण, उपज	सूखा, हानि, कमी	0.08	तटस्थ
2022-23	सेवाएँ	माँग, बढ़ावा, निवेश	आपूर्ति शृंखलाएँ, व्यवधान	0.25	सकारात्मक
2023-24	कार्यकारी सारांश	मजबूत, विस्तार, सुधार	मंदी, मुद्रास्फीति, संकट	-0.05	तटस्थ
2023-24	बुनियादी ढाँचा	कनेक्टिविटी, दक्षता, विस्तार	देरी, बाधाएँ, लागत	0.18	तटस्थ
2024-25	कार्यकारी सारांश	स्थिरता, नवाचार, लचीलापन	भेद्यता, अस्थिरता, मंदी	0.02	तटस्थ
2024-25	जलवायु परिवर्तन	कमी, शमन, अनुकूलन	मौसम की घटनाएँ, आपदाएँ, क्षति	-0.09	तटस्थ

इन तीन वित्तीय वर्षों के आर्थिक सर्वेक्षणों में एक लगातार तटस्थ और विश्लेषणात्मक लहजा देखने को मिलता है। ये सर्वेक्षण जहाँ एक ओर आर्थिक विकास, सुधारों और स्थिरता पर जोर देते हैं, वहीं दूसरी ओर वे संभावित जोखिमों, चुनौतियों और बाधाओं को भी स्वीकार करते हैं। 'सेवा' क्षेत्र को छोड़कर, अधिकतर अनुभागों की भावना तटस्थ बनी हुई है, जो सरकार की ओर से एक संतुलित और सतर्क दृष्टिकोण को दर्शाती है। सकारात्मक शब्द आमतौर पर विकास और प्रगति पर केंद्रित होते हैं, जबकि नकारात्मक शब्द चुनौतियों और बाहरी दबावों को दर्शाते हैं।

निष्कर्ष

भारत की अर्थव्यवस्था कोविड के बाद की भू-राजनीतिक चुनौतियों के बावजूद मजबूत और स्थिर बनी हुई है। सरकार का मुख्य ध्यान आर्थिक विकास को बढ़ावा देने, जीवन स्तर में सुधार लाने और कोविड-19 महामारी के प्रभावों को संबोधित करने पर है। प्रमुख नीतिगत प्राथमिकताओं में ऊर्जा संक्रमण, कृत्रिम बुद्धिमत्ता (एआई) और कौशल विकास को बढ़ावा देना, विनिर्माण और सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यम (MSME) क्षेत्रों को मजबूत करना शामिल है। डिजिटल सार्वजनिक अवसंरचना का लाभ उठाना और नियामक बोझ को कम करना भी महत्वपूर्ण लक्ष्य हैं। सामाजिक क्षेत्र में, स्वास्थ्य, शिक्षा और महिला सशक्तीकरण में उल्लेखनीय प्रगति हुई है। वैश्विक व्यापार अनिश्चितताएँ और प्रतिबंधात्मक व्यापार नीतियाँ चुनौतियाँ बनी हुई हैं। इन सबके बीच, भारत अपने नागरिकों को सशक्त बनाने और जलवायु परिवर्तन का समाधान करने के लिए अपनी अनूठी विकास राह अपना रहा है, जो पारंपरिक जीवनशैली और मूल्यों पर आधारित है और अत्यधिक उपभोग से बचने पर जोर देता है। भारत की जी20 प्रेसीडेंसी ने 'वसुधैव कुटुम्बकम्' के सिद्धांत के आधार पर वैश्विक समाधानों पर ध्यान केंद्रित किया है।

संदर्भ

अहलूवालिया, एम.एस. (1978). रूल पावर्टी एंड एग्रीकल्चरल परफॉर्मेंस इन इंडिया. जर्नल ऑफ डेवलपमेंट स्टडीज 14 (3), 298-323.
कौशल, एन., घलावात, एस., सरोहा, ए. (2021). भारतीय

अर्थव्यवस्था के लिए पंचवर्षीय बजटों का संचार : तुलनात्मक पाठ्य और भावना विश्लेषण. जर्नल ऑफ कंटेंट, कम्युनिटी एंड कम्युनिकेशन. 14(7):133-144. <https://doi.org/10.31620/JCCC.12.21/11> से पुनःप्राप्त.

ग्रिफिथ्स टी.एल. स्टेवर्स, एम., ब्लेई, डी.एम., टेनेबाम, जे.बी. (2004). NIPS'04 : न्यूरल इंफॉर्मेशन प्रोसेसिंग सिस्टम्स पर 17वें अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन की कार्यवाही. पृष्ठ 537-544. <https://dl.acm.org/doi/10.5555/2976040.2976108> से पुनःप्राप्त.

चड्ढा, जी.के. & साहू, पी. पी. (2002). ग्रामीण रोजगार के मुद्दों में सुधारों के बाद आए ठहराव की जाँच की दरकार. इकोनॉमिक एंड पॉलिटिकल वीकली, 25 मई : 1998-2026.

डिटॉन, ए. (2005). 1999/2000 में समायोजित भारतीय गरीबी अनुमान. एंगस डिटॉन और वैलेरी कोज़ेल (संपादक). डेटा और डॉगमा : द ग्रेट इंडियन पॉवर्टी डिबेट. मैकमिलन, नई दिल्ली.

डिटॉन, ए. & ज्यां, डी. (2002). भारत में गरीबी और असमानता : एक पुनःपरीक्षण. इकोनॉमिक एंड पॉलिटिकल वीकली, 7 सितंबर : 3729-3748.

डेम्सर, जे., कर्क, टी., एरजावेक, ए. गोरुप, सी. होसेवार, टी., मिलुटिनोविक, एम. और अन्य. (2013). ऑरेंज : पायथन में डेटा माइनिंग टूलबॉक्स. जर्नल ऑफ मशीन लर्निंग रिसर्च. 14:2349-2353. <https://www.jmlr.org/papers/volume14/demsar13a/demsar13a.pdf> से पुनःप्राप्त.

भल्ला, एस. एस. (2003). गरीबों की फिर से गिनती: भारत में गरीबी 1983-99. इकोनॉमिक एंड पॉलिटिकल वीकली, 25-31 जनवरी : 338-349.

भारत सरकार, आर्थिक सर्वेक्षण, विभिन्न मुद्दे, गवर्नमेंट प्रिंटिंग ऑफिस, नई दिल्ली.

भारत सरकार. (2001). भारत की राष्ट्रीय मानव विकास रिपोर्ट, 2001. योजना आयोग, भारत सरकार, नई दिल्ली.

भारत सरकार. (1979). रिपोर्ट ऑफ द टास्क फोर्स ऑन प्रोजेक्शन ऑफ मिनिमम नीड्स एंड इफेक्टिव कंजम्पशन. योजना आयोग, नई दिल्ली.

मकवाना, के. गणात्रा. ए.पी. (2022). 'मन की बात' शो का पाठ्य

- डेटा विश्लेषण. इंडियन जर्नल ऑफ साइंस एंड टेक्नोलॉजी. 2022;15(37):1859–1867. <https://doi.org/10.17485/IJST/v15i37.848> से पुनःप्राप्त.
- राजीव, एस.एस.सी., सिंह, ए.के. (2023). रक्षा बजट 2023-24 : ट्रेंड विश्लेषण. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35712.10241> से पुनःप्राप्त.
- रैवेलियन, एम., चैन, एस., 1997. व्हाट कैन न्यू सर्वे डाटा टेल अस अबाउट रीसेंट चेंजेज इन डिस्ट्रीब्यूशन एंड पावर्टी? वर्ल्ड बैंक इकोनॉमिक रिव्यू 11 (2), 357–382.
- वर्ल्ड बैंक. (1990). वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट : पावर्टी. ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस, न्यूयॉर्क.
- वर्ल्ड बैंक. (2000). वर्ल्ड डेवलपमेंट रिपोर्ट : अटैकिंग पावर्टी. ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस, न्यूयॉर्क.
- शेकील, एम., करवाल, वी. (2017). इंडियन यूनियन बजट 2016–17 का लेक्सिकन-आधारित भावना विश्लेषण. 2016 इंटरनेशनल कॉन्फ्रेंस ऑन सिग्नल प्रोसेसिंग एंड कम्युनिकेशन (ICSC). IEEE. 2017; पृष्ठ 299–302. <https://doi.org/10.1109/ICSPCom.2016.7980595> से पुनःप्राप्त.



बाल गंगाधर तिलक और उनकी पत्रकारिता का विश्लेषणात्मक अध्ययन

डॉ. लोकनाथ¹

सारांश

प्रस्तुत शोध पत्र बाल गंगाधर तिलक की पत्रकारिता के विश्लेषणात्मक अध्ययन पर केंद्रित है, जिसमें उनके समाचार पत्रों 'केसरी' और 'मराठा' की भूमिका का विश्लेषण किया गया है। तिलक ने पत्रकारिता को राष्ट्रीय जागरूकता और स्वतंत्रता संग्राम का एक महत्वपूर्ण साधन बनाया। उनकी लेखनी ने ब्रिटिश शासन की नीतियों को चुनौती दी और भारतीयों में आत्मनिर्भरता, आत्म सम्मान एवं स्वाधीनता की भावना जगाने का कार्य किया। इस शोध पत्र में तिलक की पत्रकारिता, 'केसरी' और 'मराठा' नामक समाचार पत्रों का अध्ययन किया गया है। उनके लेखों और संपादकीय कार्यों के माध्यम से स्वाधीनता संग्राम में पत्रकारिता की भूमिका को समझने का प्रयास किया गया है। बाल गंगाधर तिलक स्वाधीनता संग्राम के एक अग्रणी नेता थे, जिनकी पत्रकारिता ने जनजागरण और स्वतंत्रता आंदोलन को एक नई दिशा प्रदान की। शोध पत्र में तिलक की पत्रकारिता के उद्देश्य, भाषा-शैली, राष्ट्रीय भावना जागरण को प्रोत्साहित करने की उनकी क्षमता और ब्रिटिश साम्राज्य के विरुद्ध उनके वैचारिक संघर्ष का भी विश्लेषण किया गया है।

संकेत शब्द : बाल गंगाधर तिलक, भारतीय पत्रकारिता, स्वतंत्रता संग्राम, केसरी, मराठा, ब्रिटिश शासन, राष्ट्रवाद, राजद्रोह, स्वराज्य, स्वदेशी।

प्रस्तावना

बाल गंगाधर तिलक का जन्म 23 जुलाई, 1856 को महाराष्ट्र के रत्नागिरी जिले के चिरवल गांव में हुआ था। इनके पिता गंगाधर राव एक विद्यालय में शिक्षक थे। एक साधारण परिवार में जन्में तिलक की अभिरूचि गणित और संस्कृत में गहरी थी। उन्होंने डेक्कन कॉलेज से स्नातक और एल.एल.बी. परीक्षा उत्तीर्ण की। भारतीय पत्रकारिता के इतिहास में बाल गंगाधर तिलक एक महत्वपूर्ण स्तंभ रहे हैं। उनके द्वारा संपादित अखबार 'केसरी' और 'मराठा' ने जनमानस को आंदोलित किया और स्वतंत्रता के विचार को गहराई दी। यह अध्ययन तिलक की पत्रकारिता को सामाजिक-राजनीतिक परिप्रेक्ष्य में विश्लेषित करता है। भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन में पत्रकारिता ने अहम भूमिका निभाई। इस भूमिका को परिभाषित करने वालों में लोकमान्य बाल गंगाधर तिलक का नाम सर्वोपरि है। उन्होंने पत्रकारिता को केवल सूचना का माध्यम न मानते हुए, उसे सामाजिक परिवर्तन और राजनीतिक चेतना का सशक्त माध्यम बनाया। उन्होंने अपने लेखों में विदेशी सत्ता की आलोचना, स्वराज की आवश्यकता और भारतीय समाज की कमजोरी जैसे मुद्दों पर खुलकर अपने विचार रखे। तिलक जी के दो महत्वपूर्ण समाचार पत्र 'केसरी' और 'मराठा' देश को स्वाधीन कराने के लिए जनता में काफी लोकप्रिय हुए। उन्होंने इन समाचार पत्रों के माध्यम से अपने विचारों का प्रचार-प्रसार किया।

भारतीय स्वाधीनता संग्राम का इतिहास महापुरुषों के संघर्ष, बलिदान, चिंतन और जनजागरण की प्रेरक गाथाओं से भरा हुआ है। इन महापुरुषों में लोकमान्य बाल गंगाधर तिलक का नाम सर्वोपरि है, जिन्होंने न केवल राजनीतिक आंदोलनों का नेतृत्व किया, बल्कि पत्रकारिता के माध्यम से भारतीय जनमानस को जगाने का भी अद्वितीय कार्य किया। तिलक को सही मायनों में आधुनिक भारत का 'प्रथम राष्ट्रीय नेता' कहा जा सकता है, जिन्होंने बड़े तेजस्वी स्वर में घोषणा की थी—“विदेशी शासन सब बुराइयों की जड़ है और स्वराज्य हमारा जन्मसिद्ध अधिकार है, मैं इसे

लेकर रहूंगा।’ इस नारे के उद्घोषक बाल गंगाधर तिलक राष्ट्रीय स्वाधीनता आंदोलन के महान् सेनानी थे” (व्होरा, 2009, पृ. 29)। उन्होंने पूरे देश में स्वराज्य की भूख उत्पन्न की। तिलक के इस उद्घोष से देश के युवाओं में स्वराज के प्रति अगाध निष्ठा उत्पन्न हुई। देशभक्ति की भावना के कारण पूरे देश में पूर्ण स्वराज्य की माँग उठने लगी। “पूर्ण स्वराज्य की कामना को मानवीय नैतिकता के आधार पर वैचारिक अवलंब दिया गया। लोकमान्य तिलक के सक्रिय सहयोगियों में विपिनचंद्रपाल, अरविंद घोष और लाला लाजपत राय थे” (मिश्र, 2011, पृ. 289)। इन महापुरुषों ने देश के लिए सब कुछ किया। अनेक प्रकार की यातनाएँ सही, लेकिन अपने कर्मपथ से डिगे नहीं।

उन्नीसवीं शताब्दी के उत्तरार्ध और बीसवीं शताब्दी के आरंभिक दशकों में भारत में अँग्रेजों का औपनिवेशिक शासन अपने चरम पर था। इस कालखंड में भारतीय समाज सामाजिक, आर्थिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक शोषण से पीड़ित था। तत्कालीन शासकों द्वारा भारतीयों की अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को सीमित कर दिया गया था। ऐसे समय में पत्रकारिता ने एक सशक्त माध्यम के रूप में काम किया। यह पत्रकारिता केवल सूचना प्रदान करने का माध्यम नहीं रही, बल्कि यह विचारों की वाहक, जनजागरण का माध्यम और राष्ट्र निर्माण की शिल्पकार बनी।

तिलक जी के व्यक्तित्व के बारे में वर्तिका नंदा 'जेल में तिलक, पत्रकारिता और उनका लेखन' नामक लेख में लिखती हैं—“भारतीय इतिहास, संस्कृत, हिंदू धर्म, गणित और खगोल विज्ञान के विद्वान् बाल गंगाधर तिलक ने अँग्रेजों के खिलाफ एक दमदार संघर्ष किया था। वे आधुनिक कॉलेज शिक्षा पाने वाली पहली भारतीय पीढ़ी में थे। वे डबल ग्रेजुएट थे और उन्हें आधुनिक भारत का प्रधान आर्किटेक्ट माना जाता है” (नंदा, 2025)।

बाल गंगाधर तिलक का पत्रकारिता में प्रवेश केवल पेशेवर प्रतिबद्धता का परिणाम नहीं था, बल्कि यह उनके स्वाधीनता आंदोलन के राजनीतिक दर्शन का अभिन्न अंग था। तिलक ने पत्रकारिता को सामाजिक क्रांति

और राष्ट्र निर्माण का सशक्त माध्यम समझा। उन्होंने 'केसरी' (मराठी) और 'मराठा' (अँग्रेजी) जैसे अखबारों के माध्यम से समाज के विभिन्न वर्गों से संवाद स्थापित किया। तिलक की पत्रकारिता में जो तत्त्व उभरकर सामने आते हैं, वे हैं—राष्ट्रवाद, जनचेतना, सामाजिक सुधार, सांस्कृतिक पुनरुत्थान तथा आत्मबल की भावना। तिलक की पत्रकारिता की सबसे उल्लेखनीय विशेषता थी—निर्भीकता। उन्होंने निडर होकर ब्रिटिश साम्राज्य की नीतियों की आलोचना की और स्वराज्य की आवश्यकता को हर नागरिक के अंतःकरण में स्थापित किया। उनके संपादकीय लेख केवल विचार नहीं थे, वे आंदोलनों की चिंगारियाँ थे, जो भारत के कोने-कोने में क्रांति का संदेश लेकर पहुँचते थे। उन्होंने ऐतिहासिक पात्रों जैसे शिवाजी महाराज, श्रीराम, कृष्ण, महादानी कर्ण और गणेश उत्सव जैसे सांस्कृतिक आयोजनों का उपयोग भी पत्रकारिता के माध्यम से राष्ट्र जागरण के साधन के रूप में किया। इन पात्रों को नायक के रूप में प्रस्तुत कर उनके उदाहरणों से जनता को प्रेरित किया।

बाल गंगाधर तिलक ने राष्ट्रीयता की भावना का प्रचार-प्रसार करने का एक और अद्भुत तरीका खोजा। "सारे महाराष्ट्र में श्रद्धा से मनाए जाने वाले गणपति महोत्सव को उन्होंने पहली बार 1893 में राष्ट्रीयता के प्रचार-प्रसार का माध्यम बनाया। इसके बाद 1896 में शिवाजी जयंती पर मनाए जाने वाले समारोहों का भी उन्होंने इसी तरह उपयोग किया और राष्ट्रीय संघर्ष के लिए युवाओं को तैयार किया" (सिंह, 2017, पृ. 122)।

बाल गंगाधर तिलक की पत्रकारिता का विश्लेषण करते समय हमें यह समझना होगा कि वे केवल 'पत्रकार' नहीं थे—वे चिंतक, क्रांतिकारी, शिक्षक और सर्वप्रथम एक 'राष्ट्रनिर्माता' थे। उन्होंने पत्रकारिता के माध्यम से भारतीय जनमानस में वह चेतना जगाई, जो आगे चलकर स्वाधीनता की लड़ाई में अनेक आंदोलनों का आधार बनी। तिलक जी की पत्रकारिता एक मिशन थी, इसका उद्देश्य राष्ट्रीय अस्मिता, एकता अखंडता, स्वाधीनता एवं देशभक्ति के प्रति भारतीय जनमानस को प्रेरित करना था।

'केसरी' (पुणे) के पूर्व कार्यकारी संपादक विद्याविलास पाठक ने 'लोकमान्य जी का स्मरण—लोकमान्य तिलक और पत्रकारिता' नामक शीर्षक से एक लेख प्रकाशित किया है, जिसमें उन्होंने लिखा है कि तिलक जी ने अपने समाचार पत्र में कौन-सा शब्द किस प्रकार छपकर आना चाहिए, इस संबंध में एक विशेष पुस्तिका तैयार की थी। "उस पुस्तिका में लगभग 3500 शब्द थे। मराठी भाषा की लेखन पद्धति पर उन्होंने चार अग्रलेख लिखे। प्रत्येक समाचार पत्र की भाषा उस संपादक की भाषा से निर्धारित होती है। तिलक की भाषा उनके जैसी ही उग्र तथा लोगों के मन में जगह निर्माण करने वाली थी। उनके अग्रलेखों के शीर्षक पर दृष्टिपात करने से इस तथ्य की प्रतीति होती है। सन् 1881 से 1920 के कालखंड में तिलक जी ने लगभग 513 अग्रलेख लिखे। पत्रकार, राजनीतिज्ञ और भविष्यद्रष्टा नेता जैसी विभिन्न भूमिकाओं में लोकमान्य ने लेखन किया" (पाठक, 2025)।

प्रो. कृपाशंकर चौबे ने 'लोकमान्य तिलक की पत्रकारिता' नामक लेख में लिखा है कि "केसरी में प्रकाशित तिलक का समस्त लेखन चार खंडों में प्रकाशित है। चारों खंडों के कुल पृष्ठों की संख्या 2447 है। इसके अलावा साहित्य अकादेमी ने 1969 में 'केसरी' में प्रकाशित तिलक के प्रतिनिधि लेखों का एक संग्रह 'लोकमान्य तिलक लेख संग्रह' शीर्षक से

प्रकाशित किया। उसमें तिलक के चयनित लेखों को सात खंडों में वर्गीकृत किया है। जैसे- प्रथम सामाजिक या राजनीतिक, स्वराज्य यह जन्मसिद्ध हक्क, काँग्रेस अर्थात् राष्ट्रीय सभा, हिंदू-मुस्लिम संबंध, परतंत्र भारत की आर्थिक समस्या, शैक्षणिक प्रश्न तथा राष्ट्रीय शिक्षण, धर्म एवं तत्त्वज्ञान (शिवाजी उत्सव, गणेश उत्सव और राष्ट्रीय उत्सव की आवश्यकता, धर्म एवं तत्त्वज्ञान और मशहूर हस्तियाँ)" (चौबे, 2025)।

लोकमान्य तिलक का लेखन जनसामान्य की भाषा में होता था, जिससे वह सीधा पाठक के मन पर प्रभाव डालता था। 'केसरी' में छपे उनके अनेक संपादकीय लेखों में यह स्पष्ट दिखता है कि तिलक किस प्रकार जनता के विचारों को अपने शब्दों में ढालते थे और किस प्रकार वे पत्रकारिता के मंच से एक सशक्त जनमत तैयार करते थे। इस पत्रकारिता के पीछे उनका गहन राजनीतिक चिंतन, भारतीय संस्कृति में आस्था और स्वतंत्रता के प्रति संकल्प निहित था। इतिहास में ऐसे अनेक उदाहरण हैं जब तिलक के लेखों के कारण अँग्रेज सरकार ने उन पर देशद्रोह का मुकदमा चलाया और उन्हें कारावास भी हुआ, परंतु इन बाधाओं ने उनके लेखन को रोका नहीं, बल्कि और अधिक प्रभावशाली बना दिया। उन्होंने मांडले (बर्मा) की जेल में रहकर भी पत्रकारिता से जुड़ाव नहीं छोड़ा और जेल से ही भारतीय जनता को प्रेरणा देने का काम किया।

आज जब पत्रकारिता को व्यवसाय, मनोरंजन और टीआरपी का माध्यम बना दिया गया है, ऐसे समय में बाल गंगाधर तिलक की पत्रकारिता हमें यह याद दिलाती है कि पत्रकार का सबसे बड़ा उत्तरदायित्व जनता के विवेक और चेतना को जाग्रत करना है। पत्रकारिता का उद्देश्य न केवल खबर देना है, बल्कि समाज को दिशा देना और सत्ता से प्रश्न करना भी है। तिलक की पत्रकारिता केवल अतीत की बात नहीं है; यह वर्तमान की पत्रकारिता के लिए एक नैतिक मानदंड है, एक प्रेरणा है और एक दिशा है। उन्होंने पत्रकारिता को वैचारिक नेतृत्व की शक्ति दी, उसे आंदोलन से जोड़ा और उसे राष्ट्रनिर्माण के उपकरण में परिवर्तित कर दिया।

शोध उद्देश्य

1. बाल गंगाधर तिलक की पत्रकारिता का अध्ययन एवं विश्लेषण करना।
2. भारतीय स्वतंत्रता संग्राम में 'केसरी' और 'मराठा' की भूमिका को समझना।

शोध प्रविधि

प्रस्तुत शोध पत्र द्वितीयक स्रोतों पर आधारित है, जिसमें मीडिया शिक्षकों एवं पत्रकारों द्वारा लिखित पुस्तकें और शोध पत्रों का अध्ययन एवं विश्लेषण किया गया है।

बाल गंगाधर तिलक को प्रसिद्ध समाज सेवी गोपाल कृष्ण गोखले, भारत के प्रथम प्रधानमंत्री पं. जवाहरलाल नेहरू और दार्शनिक एवं भूतपूर्व राष्ट्रपति डॉ. एस. राधाकृष्णन ने भारतीय राष्ट्रीय चेतना का अग्रदूत माना है। इसी प्रकार पत्रकार एवं लेखक डॉ. राधामोहन गुप्त ने 'हिंदी पत्रकारिता का इतिहास' में तिलक की पत्रकारिता को भारत में राष्ट्रवादी पत्रकारिता की शुरुआत माना है। डॉ. केशव साठे ने 'बाल गंगाधर तिलक : ए स्टडी इन जर्नलिज्म' में बताया है कि तिलक के लेख भारतीय जनमानस को आंदोलित करते थे। डॉ. दीपक तिलक एवं डॉ. गीताली तिलक 'तिलक की लेखनी में राष्ट्रवाद' में संघर्ष और विवेक की तीव्रता को रेखांकित

करते हैं। सुधा गोखले ने जर्नलिज्म एंड रिवोल्यूशन इन इंडिया में कहा कि मराठी पत्र 'केसरी' भारतीय जनता की आवाज बन गया था।

पत्रकारिता में प्रवेश : 'केसरी' और 'मराठा' की स्थापना

देश की परिस्थिति को देखते हुए बाल गंगाधर तिलक को अनुभव हुआ कि शिक्षा के साथ-साथ जनता को जाग्रत करने के लिए विचारों के प्रचार-प्रसार की आवश्यकता है। "सन् 1877-78 के भयंकर अकाल में ब्रिटिश सरकार ने रानी विक्टोरिया को 'कैसर-ए-हिंद' साम्राज्ञी घोषित किया। उस दुर्भिक्ष में प्रायः 50 लाख आदमी मरे थे। इसलिए तिलक ने सोचा कि जनता को उनके अधिकार बताने और उनमें स्वाभिमान जगाने के लिए समाचार पत्र निकाले जाएँ" (जैन, 1995, पृ. 20)। यही सोच उन्हें पत्रकारिता की ओर ले गई।

बीसवीं शताब्दी के आरम्भिक दो दशक की भारतीय राजनीति का नेतृत्व लोकमान्य बाल गंगाधर तिलक के हाथों में था। "इसी अवधि को इतिहासकारों ने भारतीय स्वतंत्रता संग्राम का तिलक युग कहा है। 1905 से 1918 तक की कालावधि को रेखांकित कर इस युग की सीमा निर्धारित की गई है" (मिश्र, 2011, पृ. 289)। उस समय भारत पर अंग्रेजों का कठोर शासन था। भारतीय समाज जातिप्रथा, अंधविश्वास, अशिक्षा और गुलामी की मानसिकता से ग्रस्त था। प्रेस पर नियंत्रण, बोलने की स्वतंत्रता का अभाव और सामाजिक विषमता जैसे अनेक संकट थे। इसी पृष्ठभूमि में तिलक ने पत्रकारिता को जनचेतना और स्वराज्य की स्थापना का माध्यम बनाया।

'केसरी' का उद्देश्य-पत्र राष्ट्रीय चेतना के ओजस्वी उद्गाता लोकमान्य बाल गंगाधर तिलक सहित उनके राजनीतिक गुरु विष्णु शास्त्री चिपलूणकर, वामन शिवराव आप्टे, गणेश कृष्ण गर्दे, गोपाल गणेश आगरकर और महादेव बल्लभ नामजोशी के हस्ताक्षर से 1880 की विजयादशमी को मुंबई 'नेटिव ओपीनियन' में प्रकाशित कराया गया। उद्देश्य-पत्र में घोषित किया गया था—'केसरी में अन्य समाचार पत्रों के समान समाचार, राजनीतिक घटनाएँ, व्यापारिक खबरें आदि विषय तो आएँगे ही, किंतु साथ ही साथ इसमें लोगों की दशा पर निबंध, नवीन ग्रंथों की समालोचनाएँ आदि का भी समावेश किया जाएगा। इसके अलावा देश की स्थिति, मातृभाषा के ग्रंथ तथा विलायत की राजनीतिक हलचल के संबंध में विवेचन होगा" (श्रीधर, 2016, पृ. 307)।

तिलक ने अपने सहयोगियों अगारकर और चिपलूणकर के साथ मिलकर 1881 में 'केसरी' की स्थापना की। यह पत्रिका मराठी में प्रकाशित होती थी। "केसरी का उद्देश्य जनता में राजनीतिक जागृति उत्पन्न करना था। केसरी के लेखों की ध्वनि यह थी कि केवल प्रस्ताव पास करने से कुछ पढ़े-लिखे भारतवासी राजनीतिक अधिकारों को प्राप्त नहीं कर सकेंगे। उनको प्राप्त करने के लिए नरमेध यज्ञ तक करना पड़ेगा। उस नरमेध यज्ञ में बहिष्कार, असहयोग, कानून भंग और आवश्यक हो तो विद्रोह—सभी कुछ अंतर्निहित था" (मिश्र, 2011, पृ. 292)। लखेश्वर चंद्रवंशी ने अपने एक लेख में लिखा है कि 'केसरी' के संबंध में तिलक ने पत्रकारिता के अपने उद्देश्य को स्पष्ट करते हुए लिखा था—'केसरी निर्भयता एवं निष्पक्षता से सभी प्रश्नों की चर्चा करेगा। ब्रिटिश शासन की चापलूसी करने की जो प्रवृत्ति आज दिखाई देती है, वह राष्ट्रहित में नहीं है। 'केसरी' के लेख इसके नाम को सार्थक करनेवाले होंगे" (चंद्रवंशी, 2025)।

"4 जनवरी, 1881 को पुणे से साप्ताहिक 'केसरी' का प्रति मंगलवार प्रकाशन आरंभ हुआ। केसरी का आकार 34 x 25 सेमी था। पृष्ठ में तीन कालम होते थे और हर कालम की चौड़ाई 6.5 सेमी रहती थी। केसरी की पृष्ठ संख्या आठ थी। इसका मूल्य प्रथम पृष्ठ पर इस प्रकार अंकित रहता था- अग्रिम एक रुपया, एक अंक छह पैसा, मुंबई के लिए एक रुपया चार आना"। विज्ञापन सभी तरह के रहा करते थे (श्रीधर, 2016, पृ. 308-309)।

अंग्रेजी शिक्षित मध्यमवर्ग तथा अंग्रेजों तक अपने विचार पहुँचाने के लिए 'मराठा' नामक अंग्रेजी पत्रिका शुरू की गई। 'मराठी 'केसरी' के साथ ही 2 जनवरी, 1881 से अंग्रेजी साप्ताहिक 'मराठा' का प्रकाशन आरंभ किया गया। आठ पृष्ठों के 'मराठा' का वार्षिक मूल्य 8 रुपये और विज्ञापन दर प्रति 12 पंक्ति के लिए एक रुपया थी। 'मराठा' के मुखपृष्ठ पर 'डेक्कन स्टार सम्मिलित' छपा जाता था। 3 सितंबर, 1891 तक वासुदेवराव केलकर मराठा के संपादक रहे। तदंतर 'मराठा' पूर्णतः बाल गंगाधर तिलक के अधिकार में आ गया। 03 सितंबर, 1891 से 12 सितंबर, 1897 तक 'मराठा' में संपादक के रूप में बाल गंगाधर तिलक का नाम जाता रहा" (श्रीधर, 2016, पृ. 310)। दोनों समाचार पत्रों का उद्देश्य अलग-अलग था लेकिन भाव एक ही था—देश को स्वाधीन कराना है। 'मराठा' एक प्रकार से केसरी का नरम संस्करण था। 'केसरी' उकसाता था, 'मराठा' समझाता था" (मिश्र, 2011, पृ. 292)। इन समाचार पत्रों की लोकप्रियता उनकी प्रसार संख्या से भी समझ सकते हैं। जैसे—'एक वर्ष के भीतर केसरी की ग्राहक संख्या 1000 पहुँच गई। सन् 1882 के प्रारंभ में 'केसरी' की ग्राहक संख्या करीब 1800 थी। सन् 1884 से 'केसरी' का आकार डबल क्राउन कर दिया गया। सन् 1884-85 में 'केसरी' की प्रसार संख्या 4,500 हो गई थी" (श्रीधर, 2016, पृ. 309-310)। 'केसरी' की प्रसार संख्या लगातार बढ़ रही थी। "केसरी ने अपने नामानुरूप गर्जना द्वारा सबको चौंका दिया। तिलक स्वयं धर्मशास्त्र व विधि विषयक लेख लिखते थे। चिपलूणकर साहित्यिक लेख लिखते तथा आगरकर इतिहास, अर्थशास्त्र व समाजशास्त्र जैसे विषयों पर कलम चलाते थे" (भोला, 2013, पृ. 28)।

तिलक का मानना था कि समाचार पत्र में भाषा सरल होनी चाहिए, ताकि आम जनता उसे आसानी से समझ सके। अच्छा पत्रकार वही माना जाता है, जो कठिन मुद्दे को भाषा के जरिये आसानी से समझा सके। इसलिए तिलक जी संपादकीय विभाग के सदस्यों से अपील करते थे कि "आपलोग जो कुछ भी लिखें, यह सोचकर लिखें कि आप विश्वविद्यालय वालों के लिए नहीं, बल्कि गाँव वालों के लिए लिख रहे हैं" (तिवारी, 2017, पृ. 451)। इस प्रकार तिलक जी का समाचार पत्र 'केसरी' अपनी सरल भाषा के कारण भी समाज में अधिक लोकप्रिय हुआ। दिनांक 10 अप्रैल, 1888 को 'केसरी' ने भारतीय भाषाओं की महत्ता प्रतिपादित करते हुए लिखा—"भावी बलशाली और स्वतंत्र हिंदू राष्ट्र में देशी भाषाओं का प्रसार और व्यवहार होना चाहिए"। पत्रकारिता का दिशा-निर्देश करते हुए 'केसरी' कहता है—"संवाददाता अपना काम ईमानदारी से करता हो और उस पर यदि मिथ्या आरोप लगते हैं तो उसे दृढ़तापूर्वक नकारना ही चाहिए" (श्रीधर, 2016, पृ. 311)। इस प्रकार हम देखते हैं कि तिलक जी सभी भारतीय भाषाओं का सम्मान करते थे।

बाल गंगाधर तिलक को मानहानि का मुकदमा भी झेलना पड़ा। "उन्होंने पत्रकारिता को शुरू से ही आक्रामक बनाए रखा था। सन् 1881

के अंत में कोल्हापुर के दीवान की आलोचना करने के कारण उन्हें 101 दिनों के कारावास की सजा मिली थी” (सिन्हा, 2011, पृ. 33)। तिलक जी और उनके मित्र आगरकर पर मानहानि का मुकदमा चला। उसके पीछे का कारण “कोल्हापुर के राजा की मृत्यु हो गई थी। उनकी रानियों ने शिवाजी राव नाम के लड़के को गोद लिया था। इसका दिमाग कुछ गड़बड़ था। लोग समझते थे कि रायबहादुर बर्वे चाहते हैं कि या तो शिवाजी को विष दे दिया जाए या पागल बताकर गद्दी से संबंध तोड़ दिया जाए। राज-रजवाड़ों में इस तरह के षड्यंत्र बहुत समय से चले आते थे। ‘केसरी’ में इस आशय की चिड़ियाँ भी पहुँचीं और इनके आधार पर बर्वे के विरुद्ध लेख दोनों पत्र में प्रकाशित हुए। बर्वे ने दोनों पत्रों पर मानहानि का मुकदमा चलाया, जिसके कारण तिलक और आगरकर को 4-4 महीने की सजा हुई” (तिवारी, सिंह एवं शुक्ला, 2013, पृ. 52)।

सन् 1896-97 ई. में महाराष्ट्र में भीषण अकाल पड़ा था। “तिलक जी ने इस अकाल की पूरी स्थिति का ब्योरा ‘केसरी’ में प्रकाशित किया। केसरी के माध्यम से तिलक जी ने किसानों को बताया कि पैदावार न होने से तुम लगान देने को बाध्य नहीं हो। तुम अपनी खेती की हालत लिखकर सरकार को कहो कि पैदावार नहीं हुई है, हम लगान नहीं दे सकते” (जैन, 1995, पृ. 21)। इस पर लाचार होकर सरकार ने माल गुजारी के विषय में आदेश निकाले सही, पर वह तिलक के खिलाफ हो गई। “सन् 1896 ई. में बंबई में भयानक अकाल व्याप्त हो गया था। अकाल का पदानुसरण करते हुए प्रलयंकर प्लेग का प्रचंड प्रकोप जन-जीवन का नाश करने लगा। इस महामारी से जनता में भयानक आतंक छा गया। सरकार ने बीमारी को रोकने के लिए जिन उपायों का आश्रय लिया। उनसे बीमारी तो न रुकी, पर विपत्ति की मारी जनता में और अधिक त्रास छा गया” (डल्लू, 2010, पृ. 97)। ‘केसरी’ ने इसका घोर प्रतिवाद आरंभ किया। सरकार को यह विरोध सहन न हुआ।

दिनांक 4 मई, 1897 के ‘केसरी’ के अंक में उन्होंने प्लेग-पीड़ितों के साथ सरकारी लापरवाही पर जोरदार आक्रमण किया था। उन्होंने लिखा—“बीमारी तो एक बहाना है, वास्तव में सरकार लोगों की आत्मा को कुचलना चाहती है। मि. रैंड अत्याचारी हैं और वे जो कुछ भी कर रहे हैं, वह सरकार की आज्ञा से ही कर रहे हैं। इसलिए सरकार के पास शिकायत पत्र भेजना व्यर्थ है।” उन पर रैंड की हत्या करने के लिए उकसाने का आरोप लगा। सरकार ने इसे राजद्रोह माना। उन्हें भारतीय दंड संहिता के खंड 124 (ए) के अंतर्गत डेढ़ वर्ष का सश्रम कारावास दिया गया” (सिन्हा, 2011, पृ. 33-34)। कारावास की सजा से वे जरा भी विचलित नहीं हुए, बल्कि और भी सख्त आवाज में ‘केसरी’ व ‘मराठा’ दहाड़ने लगा।

“15 जून, 1897 ई. को ‘केसरी’ में तिलक का जो अग्रलेख प्रकाशित हुआ था, उसको लेकर उन्हें डेढ़ वर्ष की सजा दी गई और इसके बाद लोकमान्य बाल गंगाधर तिलक भारतीय स्वाधीनता संग्राम के अत्यंत प्रमुख नेता स्वीकर कर लिए गए। उन्होंने यह नारा दिया कि ‘स्वाधीनता मेरा जन्मसिद्ध अधिकार है’ और ‘मैं उसे लेकर रहूँगा।’ उनका ‘केसरी’ संपूर्ण भारत में स्वाधीनता संग्राम का एक प्रबल प्रचारक बन गया” (पंत, 2015, पृ. 68)।

विद्याविलास पाठक ने ‘लोकमान्य जी का स्मरण : लोकमान्य तिलक और पत्रकारिता’ नामक शीर्षक से एक लेख प्रकाशित किया है। ‘देश का दुद्वैव’ (12 मई, 1908) और ‘यह उपाय टिकाऊ नहीं है’ (9 जून, 1908)

शीर्षक से प्रकाशित लेखों के कारण पुनः राजद्रोह का अभियोग चलाया गया, जिसमें तिलक को छह साल के काले पानी और 1000 रुपये के अर्थदंड की सजा सुनाई गई” (पाठक, 2025)।

“सन् 1906 में ‘केसरी’ ने अपना छापाखाना स्थापित कर लिया। 27 नवंबर, 1906 से ‘केसरी’ अपनी प्रेस में छपने लगा। इसके बाद बंग-भंग, स्वदेशी आंदोलन, राष्ट्रीय शिक्षा, स्वराज्य, बहिष्कार, बंगाल का बम धमाका, क्रांतिकारियों की हत्या, सूत काँग्रस का झगड़ा आदि कई घटनाएँ ऐसी घटीं, जिन पर तिलक के ओजस्वी और प्रभावपूर्ण लेख निकले। 1907-08 के स्वदेशी आंदोलन के समय तिलक का प्रताप-सूर्य तीव्रता से चमकने लगा। सन् 1908 के राजद्रोह के मुकदमे के समय केसरी की प्रसार संख्या 25 हजार हो गई थी” (श्रीधर, 2016, पृ. 313)। “केसरी साम्राज्यवाद-विरोधी आंदोलन का एक सशक्त हथियार साबित हुआ। ‘केसरी’ सिंह की तरह दहाड़ता रहा और तिलक इस संघर्ष की अगुवाई करने में छह वर्ष (1908 से 0914) तक जेल में राजनीतिक बंदी के रूप में रखे गए” (सिन्हा, 2011, पृ. 28)।

‘केसरी’ की लोकप्रियता का अनुमान इसी बात से लगाया जा सकता है कि नागपुर एवं काशी दोनों स्थानों से ‘हिंदी केसरी’ का प्रकाशन होने लगा था। इस प्रकार हम कह सकते हैं कि बाल गंगाधर तिलक की पत्रकारिता ने हिंदी पत्रकारिता पर भी गहरा छाप डाला। तिलक की पत्रकारिता ने भारतीय समाज का जनजागरण किया और उन्हें ब्रिटिश शासन के खिलाफ संघर्ष करने की प्रेरणा दी। तिलक की पत्रकारिता से गणेश शंकर विद्यार्थी भी प्रभावित थे। राकेश वाजपेयी ने ‘गणेश जी की प्रेरक विभूतियाँ’ नामक अध्याय में लिखा—“दिग्गज पत्रकार गणेश शंकर विद्यार्थी के विचारों और पत्रकारिता संबंधी संस्कारों पर लोकमान्य बाल गंगाधर तिलक ने गहरा असर डाला था। तिलक की पत्रकारिता से जुड़े मूल्यों के प्रति निष्ठा और आस्था ने विद्यार्थी जी को बहुत अधिक प्रभावित किया था। तिलक जी का जीवन स्वराज्य प्राप्ति के लिए विदेशी सत्ता के विरुद्ध संघर्ष में बीता। राजनीति में उनका प्रवेश समय की माँग थी। अन्याय का प्रतिकार उनका महत्त्वपूर्ण गुण था। तिलक जी की दृष्टि में अन्याय करना और सहना दोनों ही अधर्म थे” (तिलक, 2013, पृ. 868)। सन् 1907 ई. में नागपुर से डॉ. बालकृष्ण शिवराम भुंजे ने ‘हिंदी केसरी’ प्रकाशित किया। श्री माधवराव सप्रे को पत्र का संपादक नियुक्त किया गया। शीघ्र ही इस पत्र ने प्रसिद्धि पा ली, क्योंकि इसमें लोकमान्य बाल गंगाधर तिलक के पत्र ‘केसरी’ में प्रकाशित लेखों के अनुवाद छापे जाते थे। कुछ ही समय में इसकी उग्र राष्ट्रीय लेखों की जाँच जब सरकार तक पहुँची तो उनका अनुवाद प्रकाशित करने के जुर्म में ‘हिंदी केसरी’ के संपादक को भी बंदी बना लिया गया” (भोला, 2013, पृ. 29-30)। तिलक की इस जीवन दृष्टि को गणेश शंकर विद्यार्थी और डॉ. बालकृष्ण शिवराम भुंजे दोनों महानुभावों ने अपने पत्रकारिता जीवन में लागू करने का प्रयास किया। इन दोनों पत्रिकाओं की भूमिका एक-दूसरे की पूरक थी। ‘केसरी’ जनता में राजनीतिक चेतना उत्पन्न करता था और ‘मराठा’ अँग्रेजी पाठकों को भारत की आवाज सुनाता था।

तिलक की पत्रकारिता का सबसे सशक्त पक्ष उनका राष्ट्रीय विचार था। वे भारतीय संस्कृति, प्राचीन इतिहास की गौरवगाथा को बार-बार अपने लेखों में प्रस्तुत करते थे। उनका मानना था कि स्वराज्य नैतिक अधिकार है। वे बार-बार भगवद्गीता के उद्धरणों से यह बताते थे कि अन्याय

के खिलाफ संघर्ष भारतीय संस्कृति का अंग है। तिलक जी सामाजिक सुधार के पक्षधर थे। उन्होंने बाल विवाह, स्त्री शिक्षा, अस्पृश्यता, भारतीय शिक्षा पद्धति आदि पर महत्वपूर्ण लेख लिखे। तिलक ने अपने लेखों में स्वराज्य की आवश्यकता, स्व को पहचानने की बात की। उन्होंने अपने समाचार पत्र 'केसरी' और 'मराठा' में सैकड़ों लेखों के माध्यम से यह स्पष्ट किया कि विदेशी दासता भारत के पतन का कारण है। तिलक जी ने ब्रिटिश शासन की नीतियों की घोर आलोचना की और उनसे अपनी लेखनी के माध्यम से सवाल किया। वर्नाक्यूलर प्रेस एक्ट हो या बंगाल विभाजन, तिलक ने हर निर्णय का अपने लेखों के माध्यम से कड़ा विरोध किया। मांडले जेल में रहते हुए तिलक ने 'गीता रहस्य' जैसी महत्वपूर्ण पुस्तक लिखी। उन्होंने इसमें बताया कि कर्म और आत्मा का संतुलन ही सच्चे स्वराज्य की नींव है। यह उनकी पत्रकारिता के दर्शन का भी दार्शनिक पक्ष था। अतः हर भारतीय को अपने 'स्व' को पहचानना चाहिए। 'स्व' से ही स्वदेशी भाव का जागरण और आत्म निर्भरता का भाव जगेगा। तिलक जी के विचार 'स्वराज्य मेरा अधिकार है', से भारतीय जनमानस अत्यधिक प्रभावित हुआ।

बाल गंगाधर तिलक के लिए पत्रकारिता पेशा नहीं एक व्रत था। उनकी मूल्यपरक पत्रकारिता आज भी पत्रकारों के लिए प्रेरक है। हम कह सकते हैं कि तिलक जी पत्रकारिता के माध्यम से भारत को स्वाधीनता का महत्व समझाने में सफल रहे। उनकी सफलता का रहस्य 'केसरी' की एक संपादकीय टिप्पणी में मिलता है—“चाहे कितनी ही बहादुरी और दृढ़ इच्छा शक्ति से काम लें, तब तक सफलता नहीं मिल सकती जब तक हमें यह विश्वास न हो कि जो कार्य कर रहे हैं वह अच्छा कार्य है और भगवान् हमारी उसमें सहायता कर रहे हैं” (जैन, 1995, पृ. 21)। दृढ़ आत्मविश्वास रखने वाले इस मनीषी पत्रकार पर भारतीय पत्रकारिता को गर्व है।

बाल गंगाधर तिलक की पत्रकारिता भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन के वैचारिक अधिष्ठान का मूल आधार थी। उनके लेख, भाषण और विचार केवल उस समय की बात नहीं थे, वे आज भी पत्रकारिता की आचार संहिता के रूप में प्रासंगिक हैं। उन्होंने पत्रकारिता को न केवल एक साधन, बल्कि एक आंदोलन का स्वरूप प्रदान किया। आज जब पत्रकारिता पर अनेक प्रश्नचिह्न खड़े हैं, तिलक की निर्भीक पत्रकारिता प्रेरणा देती है कि पत्रकार को सत्य बोलने और सत्ता से प्रश्न करने का साहस रखना चाहिए।

लोकमान्य तिलक के स्वदेशी प्रेम और विदेशी वस्तुओं के बहिष्कार की नीति से महात्मा गांधी बहुत प्रभावित थे, उन्होंने आगे चलकर तिलक की इस नीति का अपने सत्याग्रह में अनुसरण किया। महात्मा गांधी ने लोकमान्य तिलक के संबंध में कहा है—“तिलक-गीता का पूर्वाद्ध है 'स्वराज्य मेरा जन्मसिद्ध अधिकार है' और उसका उत्तराद्ध है 'स्वदेशी हमारा जन्मसिद्ध कर्तव्य है'। वे स्वदेशी को लोकमान्य बहिष्कार से भी ऊँचा स्थान देते थे” (चंद्रवंशी, 2025)। बाल गंगाधर तिलक की पत्रकारिता भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन का मेरुदंड थी। उन्होंने जनजागरण, राजनीतिक चेतना और औपनिवेशिक सत्ता के विरुद्ध संघर्ष को पत्रकारिता से जोड़ा। 'केसरी' और 'मराठा' ने भारतीय जनमानस को नई दृष्टि दी। उनकी पत्रकारिता केवल सूचना नहीं, एक आंदोलन थी। आज भी, जब मीडिया के उद्देश्य पर प्रश्न उठते हैं, तब तिलक का उदाहरण पत्रकारिता की उच्च मर्यादा का प्रतीक बनकर सामने आता है।

बाल गंगाधर तिलक भारतीय स्वाधीनता संग्राम के अग्रदूत थे।

उनकी विचारधारा, उनके संघर्ष और उनके योगदान ने भारतीय स्वतंत्रता आंदोलन को एक नई दिशा दी। उन्होंने न केवल राजनीतिक स्तर पर, बल्कि सामाजिक और सांस्कृतिक स्तर पर भी महत्वपूर्ण योगदान दिया। उनकी पत्रकारिता ने स्वतंत्रता संग्राम को गति दी और भारतीयों में राष्ट्रीयता की भावना जाग्रत की। उनके समाचार पत्र 'केसरी' और 'मराठा' भारतीय जनता को जागरूक करने और स्वतंत्रता संग्राम में भाग लेने के लिए प्रेरित करने के सबसे प्रभावी माध्यम बने। उन्होंने पत्रकारिता को केवल सूचना के आदान-प्रदान तक सीमित नहीं रखा, बल्कि इसे समाज और राजनीति में परिवर्तन लाने का साधन बनाया।

निष्कर्ष

बाल गंगाधर तिलक की निर्भीक लेखनी, स्वराज्य की अवधारणा, समाज सुधार की सोच आज भी भारतीय राजनीति और पत्रकारिता के लिए प्रेरणास्रोत है। स्वाधीनता संग्राम में उनकी भूमिका और उनके योगदान को कभी भुलाया नहीं जा सकता। उनके विचार आज भी आत्मनिर्भरता, साहस और राष्ट्रीयता की ओर प्रेरित करते हैं। उन्होंने 'केसरी' और 'मराठा' के माध्यम से ब्रिटिश शासन की अन्यायपूर्ण एवं दमनकारी नीतियों की आलोचना की और भारतीय जनमानस में राष्ट्रीयता का भाव जगाया। उनके लेखों ने भारतीयों को ब्रिटिश शासन के विरुद्ध एकजुट किया। उनकी लेखनी केवल सूचनात्मक नहीं थी, बल्कि उसने भारतीयों को स्वतंत्रता के लिए संघर्ष करने की प्रेरणा दी। तिलक ने पत्रकारिता को एक सशक्त हथियार के रूप में उपयोग किया। स्वराज्य की अवधारणा को उन्होंने लोकप्रिय बनाया। तिलक की पत्रकारिता ने दिखाया कि पत्रकार को सत्ता के खिलाफ सच बोलने से पीछे नहीं हटना चाहिए। उनकी लेखनी से प्रेरित होकर अनेकानेक स्वतंत्रता संग्राम सेनानियों ने पत्रकारिता को अपने विचारों के प्रचार के लिए अपनाया। उनके लेखों की गहनता और तथ्यात्मकता ने पत्रकारिता को एक नई दिशा दी। तिलक ने पत्रकारिता को केवल राजनीतिक मुद्दों तक सीमित नहीं रखा, बल्कि उन्होंने सामाजिक सुधारों और स्वदेशी आंदोलन को भी इसमें शामिल किया। आज भी स्वतंत्र और निष्पक्ष पत्रकारिता लोकतंत्र की रीढ़ मानी जाती है। तिलक की निर्भीक पत्रकारिता आज के पत्रकारों के लिए एक प्रेरणा है। तिलक की तरह आज भी पत्रकारिता को केवल सूचनाओं तक सीमित नहीं रहकर सामाजिक बदलाव का माध्यम बनना चाहिए। तिलक की पत्रकारिता से प्रेरणा मिलती है कि पत्रकारिता को केवल व्यवसाय नहीं, बल्कि मिशन भाव से समाज सेवा का माध्यम बनाना चाहिए।

संदर्भ

- चंद्रवंशी, एल. (2025, 17 अगस्त). बाल गंगाधर तिलक की 'लोकमान्य' पत्रकारिता. *पुण्य भूमि भारत डॉट वर्ड प्रेस डॉट काम*. <https://punyabhumbharat.wordpress.com/2015/07/23/बाल-गंगाधर-तिलक-की-लोकमा/से-पुनःप्राप्त>.
- चौबे, के. एस.. (2025, 17 अगस्त). लोकमान्य तिलक की पत्रकारिता. *हिंदी समय डॉट काम*. <https://www.hindisamay.com/content/12044/1/कृपाशंकर-चौबे-निबंध-लोकमान्य-तिलक-की-पत्रकारिता.csp> से पुनःप्राप्त.
- जैन, आर. (1995). *पत्रकार और पत्रकारिता*. जयपुर : राजस्थान

- प्रकाशन.
डल्लू, बी.बी. (2010). *भारतीय पत्रकारिता के आधार*. नई दिल्ली: ओमेगा पब्लिकेशन्स.
- तिवारी, ए. (2007). *हिंदी पत्रकारिता का बृहद् इतिहास*. नई दिल्ली : वाणी प्रकाशन.
- तिवारी, ए., सिंह, बी., एवं शुक्ला, एस. (2013). *पत्रकारिता के युग निर्माता*. नई दिल्ली : प्रभात प्रकाशन.
- तिलक, जे. आर. (2013). *युगपुरुष गणेश शंकर विद्यार्थी : व्यक्तित्व और कृतित्व*. नई दिल्ली : प्रभात प्रकाशन.
- नंदा, वी. (2025, 17 अगस्त). जेल में तिलक, पत्रकारिता और उनका लेखन. *वर्तिका नंदा डॉट काम*. <https://vartikananda.com/tinka-columns/जेल-में-तिलक-पत्रकारिता-औ/से-पुनःप्राप्त>.
- पंत, एन. सी. (2015). *पत्रकारिता का इतिहास*. नई दिल्ली : तेज प्रकाशन.
- पाठक, वी. (2025, 17 अगस्त). लोकमान्य जी का स्मरण-लोकमान्य तिलक और पत्रकारिता. *विसंके भारत डॉट काम*. <https://vskbharat.com/remembling-lokmanya-ji-lokmanya-tilak-and-journalism/> से पुनःप्राप्त.
- भोला, आर. 'यामिनी'. (2013). *लोकमान्य बाल गंगाधर तिलक*. नई दिल्ली : ग्रंथ अकादमी.
- मिश्र, के. (2011). *हिंदी पत्रकारिता : जातीय चेतना और खड़ी बोली साहित्य की निर्माण-भूमि (8वाँ संस्करण)*. नई दिल्ली : भारतीय ज्ञानपीठ.
- व्होरा, ए. (2009). *स्वाधीनता सेनानी लेखक पत्रकार*. नई दिल्ली : प्रतिभा प्रतिष्ठान.
- श्रीधर, वी. (2016). *भारतीय पत्रकारिता कोश (खण्ड-एक)*. नई दिल्ली : वाणी प्रकाशन.
- सिन्हा, आर. (2011). *राजनीतिक पत्रकारिता*. नई दिल्ली : प्रभात प्रकाशन.
- सिंह, एम. (2017). *हिंदी पत्रकारिता का इतिहास*. नई दिल्ली : ओमेगा पब्लिकेशंस.



स्वतंत्रता आंदोलन में पूर्वांचल की ग्रामीण पत्रकारिता की भूमिका (‘जासूस’ पत्रिका के विशेष संदर्भ में एक अध्ययन)

विवेक कुमार¹ और प्रो. मनीषा शर्मा²

सारांश

किसी भी देश के लिए स्वतंत्रता की प्राप्ति काफी हद तक सामाजिक, राजनीतिक और आर्थिक प्रकृति के साथ-साथ दर्शन जैसे विविध कारकों के कारण होती है। साहित्य शुरुआत से ही सत्ता का मानक विपक्ष रहा है। विशेषकर जब सत्ता तानाशाही और अत्याचारी हो तो संघर्ष का बिगुल बजाने का दायित्व भी साहित्य को ही मिलता है। साहित्य की अलग-अलग विधाओं में उसकी साधना कर रहे साधक ही अत्याचारी सत्ता से संघर्ष में अपने लेखन से अभूतपूर्व योगदान देते रहे हैं। समाज को भी उसकी रूढ़िवादिता और कुरीतियों से मुक्त कराने का श्रेय इन्हीं कलम के सिपाहियों का रहा है, जिन्होंने समाज की आंतरिक चेतना को जाग्रत कर उसे आदर्श नवाचारों के लिए प्रेरित किया। इन क्रांतिकारियों के लिए लेखक, कवि, उपन्यासकार, व्यंग्यकार अनेकों अनेक संबोधन हैं और इनकी अलग-अलग विधाओं में कुशलता और कीर्ति देखते ही बनती है। ऐसे ही एक क्रांतिकारी गोपालराम गहमरी ने हिंदी भाषा में जासूसी की नई विधा को अपनी पत्रिका से लोकप्रिय बनाया। स्वतंत्रता संग्राम के दौरान प्रिंट मीडिया के माध्यम से पत्रकारिता ने भारतीयों में राष्ट्रवाद और देशभक्ति की भावनाओं को जगाने के उद्देश्य से सेवा की है। नेताओं ने अपने विचारों का प्रचार करने और लोगों को भारत के स्वतंत्रता संग्राम में सक्रिय भाग लेने के लिए प्रेरित करने हेतु समाचार पत्रों और पत्रिकाओं का उपयोग किया। स्वतंत्रता संग्राम के दिनों में नेताओं को एक और समस्या का सामना करना पड़ा—सेंसरशिप और विभिन्न प्रकार के प्रतिबंध। ब्रिटिश सरकार ने वर्नाक्यूलर प्रेस एक्ट और गैंगिंग एक्ट जैसे कठोर कानून बनाए। स्वतंत्रता सेनानियों और पत्रकारों ने इन कृत्यों के खिलाफ लड़ाई लड़ी। प्रस्तुत शोध पत्र में स्वतंत्रता की प्राप्ति के लिए और देशवासियों को शिक्षित करने में महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह करने वाले ग्रामीण पूर्वांचल के समाचार पत्रों के योगदान का विश्लेषण करने का प्रयास किया गया है।

संकेत शब्द : पूर्वांचल, स्वतंत्रता आंदोलन, समाचार पत्र, जासूस, साहित्य, पत्रकारिता, सूचना, भाषा, संस्कृति.

प्रस्तावना

विदेशी शासन से मुक्ति पाने के लिए भारत का लंबा संघर्ष वीरता की गाथा रहा है। अपनी मातृभूमि की स्वतंत्रता के लिए संघर्ष करने वालों के अनकहे दुख और कष्ट स्वशासन के लिए संकल्प और तड़प की कहानी का एक हिस्सा हैं। वह लड़ाई केवल राजनीतिक अधिकारों के लिए नहीं थी, बल्कि जीवन के सभी क्षेत्रों में विदेशी शासन के उत्पीड़न से मुक्ति के लिए थी। उन वर्षों में स्वतंत्रता संग्राम ने देश की लंबाई और चौड़ाई में गहरी जड़ें जमा लीं। इसने जाति और पंथ, क्षेत्र और धर्म को काटकर देश के कोने-कोने से ताकत हासिल की। भारतीय भाषा के प्रेस ने स्वतंत्रता आंदोलन के संघर्ष में ऐतिहासिक और यादगार भूमिका निभाई है। समाचार पत्रों ने भारतीय जनता को ब्रिटिश साम्राज्य की क्रूरताओं से अवगत कराया। देशभक्ति की कविताओं, गीतों और अखबारों में प्रकाशित लेखों ने ब्रिटिश सरकार को बेचैन कर दिया। हिंदी के आधुनिक साहित्य का इतिहास एक तरह से पत्र-पत्रिकाओं में लिखे गए साहित्य का इतिहास है। आधुनिक हिंदी में जितने महत्वपूर्ण आंदोलन छिड़े, पत्र-पत्रिकाओं के माध्यम से छिड़े। न जाने कितनी श्रेष्ठ रचनाएँ पाठकों के सामने पत्र-पत्रिकाओं के माध्यम से आईं (गौतम, 2001)।

समाचार पत्रों के माध्यम से भारतीय देश में चल रही विभिन्न गतिविधियों से स्वयं को अवगत कराते रहे। विभिन्न समाचार पत्रों में प्रकाशित साहित्य ब्रिटिश सरकार के लिए भी एक चुनौती था। इस साहित्य पर अंग्रेजों ने प्रतिबंध लगा दिया था, लेकिन ठीक ही कहा गया है कि कलम तलवार से अधिक शक्तिशाली होती है।

भारत में समाचार पत्र आम जनता की स्वधर्म परंपरा है। देश के बारे में समाचारों के बिना लोग चैन से जीवित नहीं रह सकते हैं। वास्तव में यह अस्तित्व का एक माध्यम बन गया है। इसकी प्रमुख भूमिका राष्ट्र और उसके आसपास के प्रहरी के रूप में कार्य करना है, इस बुनियादी कार्य के अलावा यह शिक्षा और मनोरंजन का एक महत्वपूर्ण साधन भी है। दूसरे शब्दों में यह कहा जा सकता है कि यह वर्तमान सूचनाओं को प्रसारित करने का मुद्रित साधन है। भारत में समाचार पत्र पहली बार 29 जनवरी, 1780 को ब्रिटिश राज के तहत जेम्स ऑगस्टस हिक्की द्वारा प्रकाशित किया गया था और इसका नाम ‘बंगाल गजट’ था। सख्त सरकारी नियंत्रण और सेंसरशिप इस दौर की विशेषता थी। ब्रिटिश सरकार ने प्रिंट मीडिया पर कड़ी निगरानी रखी। वर्ष 1857 को भारत में पत्रकारिता के उद्भव वर्ष के रूप में जाना जाता है। इस वर्ष को भारतीय प्रेस और ब्रिटिश प्रेस के विभाजन के रूप में चिह्नित किया गया है, जिसके परिणामस्वरूप 1876 में वर्नाक्यूलर प्रेस एक्ट आया (विवेक पैनोरमा, 2015)। वर्ष 1861 में रॉबर्ट नाइट द्वारा ‘द टाइम्स ऑफ इंडिया’ का पहला संस्करण प्रकाशित किया गया। पुनः वर्ष 1868 में ‘अमृत बाजार पत्रिका’ शुरू की गई। इस समाचार पत्र ने मुख्य रूप से समाज सुधारकों और राजनीतिक नेताओं पर ध्यान केंद्रित किया और पत्रकारिता के क्षेत्र में योगदान देना शुरू कर दिया। ब्रिटिश शासन के दौरान भारतीय समाचार पत्रों ने भारत के स्वतंत्रता संग्राम में बढ़चढ़कर भाग लिया। आजादी के बाद अखबार की भूमिका बदल गई और इसका व्यवसायीकरण हो गया और इसने बड़ी संख्या में लोगों को रोजगार देना शुरू कर दिया।

¹शोध छात्र, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, इंदिरा गांधी राष्ट्रीय जनजातीय विश्वविद्यालय, अमरकंटक, मध्य प्रदेश. ईमेल : vvsingh.kumar@gmail.com

²पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, इंदिरा गांधी राष्ट्रीय जनजातीय विश्वविद्यालय, अमरकंटक, मध्य प्रदेश. ईमेल : manishsharma86076@gmail.com

पूर्वांचल के समाचार पत्रों का योगदान

उत्तर प्रदेश का पूर्वांचल क्षेत्र आध्यात्मिकता की भूमि है और भारत के सबसे प्राचीन क्षेत्रों में से एक है। अपनी समृद्ध विरासत और संस्कृति के साथ, इसने सभी पंथों, संप्रदायों और विश्वासों को आत्मसात् करके एक विशिष्ट पहचान बनाई है। पूर्वांचल की समृद्धि का गौरवशाली इतिहास रहा है। दुनिया भर में रहने वाले पूर्वांचल के लोगों ने इस क्षेत्र की समृद्ध संस्कृति और परंपराओं को संरक्षित रखा है। पूर्वांचल लगभग 94,000 से 98,000 वर्ग किलोमीटर में फैला हुआ है, जो उत्तर प्रदेश के कुल क्षेत्रफल का लगभग 38% से 40% भाग है। इसमें वाराणसी, गोरखपुर, आजमगढ़, जौनपुर, मऊ, बलिया, गाजीपुर, देवरिया, कुशीनगर, महाराजगंज, संत कबीर नगर, बस्ती, सिद्धार्थनगर, मिर्जापुर, सोनभद्र और चंदौली जैसे महत्वपूर्ण जिले शामिल हैं। पूर्वांचल की भौगोलिक सीमाएँ बिहार से पूर्व में, नेपाल से उत्तर में और दक्षिण की ओर मध्यप्रदेश व छत्तीसगढ़ से (विशेष रूप से सोनभद्र जिले के माध्यम से) मिलती हैं। यह क्षेत्र केवल अपने भू-भाग तक सीमित नहीं है, बल्कि यहाँ की बोली, सांस्कृतिक विरासत, ऐतिहासिक चेतना और सामाजिक संरचना इसे उत्तर भारत के अन्य हिस्सों से विशिष्ट बनाती है। पूर्वांचल की पहचान महज एक भौगोलिक क्षेत्र के रूप में नहीं, बल्कि एक जीवंत सांस्कृतिक इकाई के रूप में भी देखी जाती है, जहाँ परंपरा और आधुनिकता के बीच निरंतर संवाद चलता रहता है।

समाचार पत्रों के उद्भव काल से ही पूर्वांचल का योगदान विशिष्ट रहा है। ठोस तथ्यों पर आधारित समाचार पत्र के स्थान पर अलंकृत खबर या यों कहें कि विवध विधाओं का उपयोग करके आमजन में समानता, स्वतंत्रता, न्याय और सत्य की चेतना जाग्रत करने का काम यहाँ हुआ। मैकाले ने वर्तमान शिक्षा प्रणाली को जन्म दिया और अपने उद्देश्य की परिभाषा इस प्रकार दी, 'हमें ऐसे वर्ग को बनाने के लिए भरसक प्रयत्न करना चाहिए, जो हमारे और लाखों के मध्य एक कड़ी बने, यह वर्ग रक्त तथा रंग में भारतीय हो और स्वाद, विचार, शब्दों और बुद्धि में अंग्रेज हो' (शुक्ल, 2017)। इस कार्य हेतु अंग्रेजी शिक्षा का प्रसार किया गया, परंतु साथ-ही-साथ दूसरी ओर भारतीय भाषाओं पर कुठाराघात होने लगा। विशेषतः उत्तर प्रदेश में, जिसकी मातृभाषा हिंदी है। इसके विकास में अंग्रेजों ने नई मुश्किल पैदा कर दी, जबकि पहले से ही परसियन एवं उर्दू रुकावट बनी हुई थीं। अतः हिंदी भाषा का विकास न होने से हिंदी पत्रकारिता के विकास में रुकावट का होना स्वाभाविक था।

हिंदी को सशक्त करने का कार्य भारतेंदु और उनकी पीढ़ी के पत्रकारों ने किया। उस समय साप्ताहिक पत्रों का ध्येय पाठकों को देश-दशा से परिचित कराना और उन्हें सचेत करके पुरानी रुढ़िवादी परंपरा की बेड़ियों से मुक्त कराना था। चूँकि खबरें अंग्रेजी में प्राप्त होती थीं और उनका अनुवाद होने के बाद ही प्रकाशन हो पाता था, तो इसकी वजह से खबरें पुरानी हो जाती थीं। इस परिस्थिति से निपटने के लिए विचारपरक लेखों का उद्भव हुआ। व्यावहारिक, सजीव, प्रवाहपूर्ण गद्य से हिंदी साहित्य को गौरवान्वित करने का श्रेय 'कविवचनसुधा', 'बिहारबंधु', 'हिंदी प्रदीप', 'भारतमित्र', 'क्षत्रियपत्रिका', 'उचितवक्ता', 'आनंद कादंबिनी', 'ब्राह्मण' आदि पत्रों को जाता है। उसके परिमार्जन की आवश्यकता को महामना मालवीय, बालमुकुंद गुप्त, महावीरप्रसाद द्विवेदी, बाबूराव विष्णु पराङ्कर सदृश पत्रकारों ने पूरा किया।

'विद्या धर्म दीपिका' एक मासिक पत्रिका थी, जो गोरखपुर से वर्ष 1888 में प्रकाशित हुई। इस पत्रिका के संपादक चंद्रशेखरधर मिश्रा थे। तत्कालीन पत्रों में उन्होंने समाज की मनोवृत्ति पर प्रकाश डाला। इस पत्रिका का उद्देश्य मुख्यतः समाज संस्कार, राजनीति एवं धर्म-सुधार पर केंद्रित था। गोरखपुर से मुनीश्वर श्री शिवमुनि जी ने 'ज्ञानशक्ति' नामक पत्रिका का प्रकाशन प्रारंभ किया। 1915 से 1919 तक 'ज्ञानशक्ति' का प्रकाशन अनवरत चलता रहा। गोरखपुर से ही पंडित गौरीशंकर मिश्रा ने 'प्रभाकर' शुरू किया। उन्होंने संपादक और प्रकाशक दोनों का कार्य किया। बस्ती से 'बस्ती गजट' नामक पाक्षिक पत्र प्रकाशित हुआ।

काशी से 'सरस्वती' का प्रथमांक 1900 में छपा, जिसके संपादक मंडल में बाबू जगन्नाथ, बाबू राधा कृष्णा दास और खत्री जी जैसे गणमान्य व्यक्ति थे। इस पत्रिका के प्रकाशन के पीछे मुख्य उद्देश्य भारतीय विषयों को लोगों तक संप्रेषित करना था। अपनी ललित लेखनी के बलबूते मद्रिप पढ़ी ऊर्जा को इसने उत्तेजित करने का काम किया। 'रसिक रहस्य' को जौनपुर से 1906 में श्री सीताराम उपाध्याय ने प्रकाशित किया। कुछ महीनों बाद यह पत्र बंद हो गया। सन् 1906 में ही जौनपुर से एक और पत्र प्रकाशित हुआ जो एक मासिक पत्र था, जिसे कालीशंकर व्यास जी ने 'पीयूष प्रवाह' नाम दिया था। बलिया से 'श्री कवि समालोचक' प्रकाशित हुई, जिसके संपादक राजकवि सुजान जी थे। यह पत्रिका भारतेंदु बाबू की 'कवि वचन सुधा' के समकक्ष थी। बलिया के प्यारे मोहन श्रीवास्तव ने 1916 में 'हिंदू' पत्र का प्रकाशन बंबई से किया।

शोध उद्देश्य

- स्वतंत्रता आंदोलन के दौरान 'जासूस' पत्रिका की ऐतिहासिक पत्रकारिता का अध्ययन।
- पूर्वांचल की पत्र-पत्रिकाओं में बाबू गोपालराम गहमरी के योगदान का अध्ययन।

शोध प्रविधि

प्रस्तुत शोध पत्र में विवरणात्मक शोध विधि का प्रयोग किया गया है। गाजीपुर, जिसको लहुरी काशी के नाम से जाना जाता था, के एक गाँव से पत्रिका का प्रकाशन और लोगों के बीच लोकप्रिय हो जाना, इस शोध विषय को महत्वपूर्ण बनाता है। अध्ययन के लिए लेख दस्तावेज पढ़े गए हैं और प्राप्त द्वितीयक आँकड़ा उपयोग किया गया है।

बाबू गोपालराम गहमरी का योगदान

सन् 1893 में बाबू गोपालराम गहमरी ने बंबई से 'भारत भूषण' नामक मासिक पत्र निकाला। जीवन चरित्र से संबद्ध इस पत्र ने महाराष्ट्र में हिंदी की पत्रकारिता को लोकप्रिय बनाया। कालाकाँकर (प्रतापगढ़, उत्तर प्रदेश) से निकलने वाले दैनिक 'हिंदोस्थान' के गहमरी जी नियमित लेखक थे (गहमरी, nd)। इसके साथ ही उस समय की श्रेष्ठ पत्र-पत्रिकाएँ 'बिहार बंधु', 'भारत जीवन', 'सार सुधानिधि' में भी नियमित लिखते थे। सन् 1900 ई. से ही रंगदार रोचक मुखपृष्ठ के साथ 'जासूस' बनारस से छपता था तथा गहमर (गाजीपुर) से जारी होता था। 'जासूस' के अनेक अंकों में संपादक ने लिखा कि यह पत्रिका हिंदी-जगत् में बिल्कुल नई चीज है, इसके जैसा हिंदी में पहले कभी नहीं छपा था, जिसके बिना हिंदी संसार

एकदम सूना था, उसी जगमगाते हुए 'जासूस' की लोकप्रियता बढ़ रही है (चलता पुर्जा, 2020)। चक्करदार मामलों के बयान के साथ समकालीन राजनीतिक, सामाजिक और आर्थिक घटनाओं को समाहित कर पत्रिका ने जनता में नई चेतना भर दी।

भारतेंदु ने गहमरी के बारे में लिखा है :

जे सूरजते बढ़ि गए, गरजे सिंह समान
तिनकी आजु समाधि पर, मूतत सियरा खान
(भारतेंदु हरिश्चंद्र, n.d.)

समाज-सुधार के लिए बड़ी ही रोचक शैली में 'जासूस' ने शिक्षाप्रद सामग्रियों को प्रस्तुत किया। यह पत्रिका एक-दो वर्ष नहीं, पूरे 38 वर्ष तक गहमर जैसे गाँव से निकलती रही। जिस तरह बालकृष्ण भट्ट ने भूख से जूझते हुए 33 वर्षों तक 'हिंदी प्रदीप' को प्रदीप्त रखा, वैसे ही गोपालराम गहमरी ने 'हैंड टू माउथ' ही सही, 38 साल तक इसे जीवित रखा (कृष्ण, 2011)।

'जासूस'

“डरिये मत यह कोई भकौआ नहीं है। धोती सरिया कर भागिए मत, यह कोई सरकारी सी.आई.डी. नहीं है।

है क्या ! क्या है?

यह 50 पन्ने की सुंदर सभी सजाई मासिक पुस्तक माहवारी किताब, जो हर पहले सप्ताह सब ग्राहकों के पास पहुँचती है। हर एक में बड़े चुटीले, बड़े चटकीले, बड़े रसीले, बड़े गरबीले, बड़े नशीले मामले छपते हैं। हर महीने बड़ी पेचीली, बड़ी चक्करदार, बड़ी दिलचस्प घटनाओं से बड़े फड़कते हुए अच्छी शिक्षा और उपदेश देनेवाले उपन्यास निकलते हैं (हिंदी कहानी, n.d.)। कहानी की नदी ऐसी हरहराती है, किस्से का झरना ऐसा झरता है कि पढ़नेवाले आनंद के भँवर में डूबने-उतराने लगते हैं। 'जासूस' हिंदी की दुनिया में क्या कर रहा है?

यह है 'जासूस' के जन्मदाता बाबू गोपालराम गहमरी के शब्दों में 'जासूस' का परिचय। 'जासूस' में राजनीतिक और सामाजिक चित्रण दिल्ली दरबार के समय जैसी सजावट हुई उस पर गहमरी जी ने अपने दिल की कचोट को निम्नलिखित शब्दों में "होली" के भाव को व्यक्त किया है : "जैसे भारत में अनेक अकाल, महामारी आदि बीमारियों की विपत्तियाँ रहते हुए भी हमारे होनहार भावी सम्राट युवराज की आँखों के सामने केवल मौज-मस्ती ही दिखाई देती है, हरियाली और जनजीवन की कठिनाइयों को कोई पूछने वाला नहीं है और केवल खुशी के सामान ही नज़र आ रहे हैं; वैसे ही होली भी भारतभर में अबीर, गुलाल और कुमकुमों की मार के रूप में देखी गई, किंतु इनके भीतर छिपा हुआ दुख अनदेखा रह गया। कितने भारतवासी कहाँ संकट में पड़े कराहते हैं, कितने अन्न बिना सूख कर साँठ हुए जाते हैं, कितने पेट का दुख न सहकर परलोक पधार रहे हैं, उसका लेखा इन लोगों को कौन सुनावेगा?" (गहमरी, फाग, 1906)

'जासूस' की इन पंक्तियों में समाज का जैसा चित्रण है, राष्ट्रीय भावना जिस तरह हिलोरे ले रही है, ठीक इसी तरह 'फाग' शीर्षक में वर्णित है :

“अब तो चेत करो रे भाई!

सब धन ढोयो जात बिलायत, रह्यो दलिहर छाई।

अन्न-बस्त्र कहूँ सब जन तरसैं, होरी कहाँ सुहाई।” (गहमरी, 'वैश्योपकारक')

भारत ही नहीं, अपितु अमेरिका में फिलिपाइन टापू पर अमेरिकन जनरल द्वारा किए गए अत्याचार और कत्लेआम पर भी बाबू गोपालराम गहमरी ने पत्रिका में व्यंग्य का अभूतपूर्व उपयोग किया। बाप 'रे बाप', 'हे भगवान्' जैसे शब्दों के माध्यम से उन्होंने लोगों की दयनीयता का उल्लेख किया। उसका चित्रण 'जासूस' यों करता है :

“बाप रे बाप : फिलिपाइन टापू में अमेरिकावालों का राज है। हाल में अमेरिकन जनरल ने वहाँ के हजार बाशिंदों को लड़केवालों सहित कतल करवा डाला। बार रे बाप! सभ्यता की ऐसी चलती में प्रजा पर राजा का ऐसा नादिरशाही कतल आम ! हे भगवान् ! वैसे हत्यारों को भारत से समुद्र पार ही रखना।” (गहमरी, बाप रे बाप, 1906)

जासूस और व्यंग्य : 'जासूस' के अंकों में कविताएँ कभी-कभी छपती थीं, जिनमें वक्रोक्ति और व्यंग्य ही प्रधान है। कविताओं में आम बोलचाल की भाषा का उत्कृष्ट समागम, निम्नलिखित पंक्तियों से मिलता है। पड़वा (भैंस का बच्चा), कडुवा (कड़वा), भडुवा (वेश्यावृत्ति), गडुवा (गड्डा) जैसे भोजपुरी शब्द पूर्वांचल के लोगों में अपनी पैठ बनाने के लिए काफी थे, क्योंकि पूर्वांचल माटी की मातृभाषा भोजपुरी है, जो हिंदी की बहन के समान है। गहमरी जी ने व्यंग्यात्मक कविताओं को उर्दू शब्दों में भी बखूबी पिरोया था। 'शेख चिल्ली का ढंग' (निगम पंच लिखित) कविता स्मरणीय है।

दुनिया में अकले दो हैं नहीं तीसरी का गमा
आधी अक्ल में सब रहें व डेढ़ अक्ल में हम।
पैसा हो जिसके पास वो है भैंस का पड़वा।
या बोलने में होवे निरा मिर्च सा कडुवा।।
दिन-रात उसके पास रहे भाँड़, व भडुवा।।
पर शुद्ध सदा तीरियों के पानी का गहुवा।।
कुछ दोष नहीं जब कि हो आवाज छमाछमा।
आधी अक्ल में सब रहें व डेढ़ अक्ल में हम।।
करते रहो जरूर ही बच्चों की शादियाँ।
ऊपर लदाओ खूब सी खर्ची की लादियाँ।।
विधवा बनें बनें सही ये शाहजादियाँ।
कम उम्र की शादी के बिना नर हैं मादियाँ।।
इस चाल पुरानी में जरा भी नहीं शरमा।
आधी अक्ल में सब रहें व डेढ़ अक्ल में हम।।
(गहमरी, शेख चिल्ली का ढंग, 1915)

'सर्वेगुणा: काञ्चनमाश्रयन्ते' तथा 'बाल-विवाह' संबंधी सामाजिक चेतना जिस रूप में 'जासूस' में प्राप्त है वैसे अन्यत्र सुलभ नहीं है, परंतु अपनी समकालीन साहित्यिक, राजनीतिक, सामाजिक गतिविधियों पर भी 'जासूस' की पैनी दृष्टि थी। प्रायः प्रत्येक अंक में 'समालोचना', 'साहित्य-संवाद', 'नोट्स', 'न्यूज', 'नए-नए समाचार' नामक स्थायी स्तंभ हैं।

गोपालराम गहमरी का एक पूर्वकालीन काम था 'नए बाबू'। यह लघु उपन्यास प्रायः पारंपरिक हिंदू प्रथाओं के त्याग के खिलाफ, विशेष रूप से विधवा पुनर्विवाह की अनुमति के खिलाफ एक हास्यास्पद प्रकार की कल्पनिक विचित्रता से परिपूर्ण है (खत्री, 1896)। कहानी में एक पश्चिमीकृत भारतीय युवा का वर्णन किया गया है, जो विधवा पुनर्विवाह का समर्थन करता है और शायद स्वाभाविक रूप से, वह पश्चिमी सभ्यता से प्रेरित है। हिंदू परंपरा के खिलाफ वह अपने मित्र की शादी अपनी विधवा

बहन से करवाता है। मित्र इसमें सहमत होता है। उनकी यही कोशिशें आखिरकार सफल होती हैं, परंतु दुर्भाग्यवस्था सुधारक बाद की घटना से आहत होकर आत्महत्या के लिए नर्मदा नदी में कूद जाता है। कहानी में विवादपूर्ण भावनाओं को एक नुकीली व्यंग्य की तरह सुनाया गया है, जो काफी प्रभावी था। इस उपन्यास की सफलता केवल लेखक के लेखन कौशल से नहीं आती, बल्कि पात्रों की संरचना और पश्चिमी तौर-तरीकों पर उसकी तीखी टिप्पणियों की तीव्रता से भी प्रकट होती है।

प्रस्तुति स्पष्ट रूप से वर्तमान परिप्रेक्ष्य में एक अलग विशिष्टता के साथ पक्षपातपूर्ण है और समझने में आसान है। गोपाल गहमरी ने एक के बाद एक ऐसा काम दिखाया है, जिसमें उन्होंने चरित्र रचि को विकसित करने की वास्तविक क्षमता दिखाई है। धार्मिक महिला पात्रों को बार-बार पारंपरिक तरीके से उनकी परिस्थिति की शिकायत होती है, लेकिन इन परिस्थितियों में पारंपरिक का एक नया महत्त्व होता है। यह केवल बिना सोचे-समझे अपनाया गया पारंपरिक नहीं है, बल्कि विदेशी संस्कृति के सामने पहली बार सूचित किया गया पारंपरिक तौर-तरीका है। उपयोग की गई भाषा की शैली भी इस संबंध में महत्त्वपूर्ण नहीं है। इस लेख में भाषा की शैली शास्त्रीय संस्कृतीकरण के साथ भारतीयता के रूप में हिंदी रूप को दर्शाती है।

‘तीन पतोहू’ (कृष्ण, 2019) इस दीर्घकृत और प्रायः संरक्षणशील काम का प्रतिनिधित्व करता है, और इसकी महत्त्वपूर्णता कुछ कारणों से उचित है और इसका लेखन भी गोपालराम का है, जिन्होंने पहले हास्य ‘नए बाबू’ लिखा था। गोपालराम यहाँ परंपरागत संयुक्त परिवार के सम्मान की रक्षा करने की चिंता करते हैं, लेकिन अब वे पश्चिमी प्रभावों के प्रति अपने दृष्टिकोण में वह सहिष्णुता दिखाते हैं, जो उनके पूर्वकालीन काम में पूरी तरह से अनुपस्थित थी।

हालाँकि, इस काल के शिक्षात्मक लेखन की प्रमुख प्रवृत्ति को उद्घाटनशील पश्चिमी प्रतिष्ठा के रूप में आक्रामक नहीं, बल्कि संरक्षणशील कहने के रूप में बेहतर दिखाया जा सकता है। ‘तीन पतोहू’ उस दीर्घकालीन, सामान्यतः संरक्षणशील काम का प्रतिनिधित्व करता है और यह अपने आत्मिक महत्त्व के कारण और उन्हीं गोपालराम की कलम से निकला होने के कारण विचारने योग्य है, जिन्होंने पहले हास्यास्पद ‘नए बाबू’ लिखा था। इस उपन्यास में सबसे दुष्ट पात्र वे हैं, जो पश्चिमी शिक्षा का सबसे ज्यादा तिरस्कार करते हैं, एक कलकत्ता के छात्र जिनमें संयम, पुत्रभक्ति और आत्मत्याग की गुणवत्ता का प्रथम नायक होता है और एक कलकत्ता-प्रशिक्षित वकील, जिन्होंने परिवार की संपत्ति को बर्बाद करने में मुख्य भूमिका निभाई है। इस उपन्यास में व्यक्त दृष्टिकोण इस प्रकार की उलझनों को आईने की तरह दिखाने वाला एक सुधारक है, जिसको गोपालराम ने सामान्य दृष्टिकोण से अपने निर्णय की मूल दलील के रूप में प्रस्तुत किया है। उनके लेखन को कुल में द्विविध दृष्टिकोण वाला कहा जा सकता है।

‘जासूस’ के संपादक गोपालराम गहमरी के संबंध में आचार्य रामचंद्र शुक्ल ने लिखा है कि द्वितीय उत्थान के आरंभ में हमें बाबू गोपालराम गहमरी बंगभाषा के गार्हस्थ्य उपन्यासों के अनुवाद में तत्पर मिलते हैं। भाषा उनकी चटपटी और वक्रतापूर्ण है। ये गुण लाने के लिए कहीं-कहीं उन्होंने पूर्वी शब्दों और मुहावरों का भी बेधड़क प्रयोग किया है। उनके लिखने का ढंग बहुत ही मनोरंजक है। 24 सन् 1907 ई. के दिसंबर महीने में बाबू बालमुकुंद गुप्त के स्वर्गवास पर ‘जासूस’ की टिप्पणी ‘समाचार

और सम्मति’ शीर्षक स्तंभ में प्रकाशित है :

संपादक का स्वर्गवास : “हिंदी के सच्चे हितैषी भाषा संपादक शिरोभूषण हमारे परम मित्र कृपालु बाबू बालमुकुंद का स्वर्गवास हो गया। भारतवर्ष के हिंदीप्रेमियों, हिंदी पाठकों एवं बांग्ला, अंग्रेजी, उर्दू और मराठी समाचार पत्रों में बाबू बालमुकुंद की मृत्यु पर महीनों तक शोक मनाया गया।

देश भर के सुविध महरजनों ने बाबू बाल साहब की आत्मा की सद्गति और अनेक आत्मीय स्वजनों के प्रबोध के लिए परमात्मा से मंगल प्रार्थना की। आज हिंदी साहित्य में उनके अभाव की पूर्ति नहीं हो सकती। हम भारतमित्र के मालिक बाबू जगन्नाथ दास को हृदय से धन्यवाद देते हैं कि गुप्त जी के प्रिय पुत्र को आश्रय देकर कृपा की है।” जासूस के विविध अंकों से स्पष्ट होता है कि बीसवीं सदी के प्रारंभिक काल में राजनीतिक और सामाजिक चेतना से संपन्न यह पत्र हिंदी साहित्य की अविस्मरणीय सेवा करता रहा।

निष्कर्ष

पूर्वाचल में स्वतंत्रता संग्राम एवं समाचार पत्र दर्ज इतिहास का एक हिस्सा है। फिर भी बड़ी संख्या में ऐसे निस्वार्थ, बहादुर स्वतंत्रता सेनानी और संपादक यहाँ हुए हैं, जिनके योगदान का उल्लेख नहीं किया जा सका है। मीडिया के बदलते हुए परिदृश्य में इन समाचार पत्रों और स्वतंत्रता सेनानियों का उल्लेख अति महत्त्वपूर्ण है। समाज में देशप्रेम के प्रति जलती हुई ज्वाला निरंतर आवश्यक है। इन गुमनाम नायकों के बिना भारत के स्वतंत्रता संग्राम की कहानी अधूरी है। किसी देश की स्वतंत्रता उसके नागरिकों पर निर्भर करती है। समाचार पत्रों ने समाज के लोगों पर जो सबसे महत्त्वपूर्ण प्रभाव छोड़ा, वह यह है कि उन्होंने दूसरों को अपने अधिकारों को समझने और सत्ता में बैठे लोगों के खिलाफ खड़े होने के लिए प्रेरित किया। इन पत्रों के माध्यम से उन्होंने दूसरों को अपने संघर्ष में शामिल होने के लिए प्रेरित किया। समाचार पत्रों के कारण ही देशवासी राष्ट्रवाद और देशभक्ति की भावनाओं के बंधन में बंधे। ‘जासूस’ पत्रिका हिंदी साहित्य का ऐसा नवाचार थी, जिसे साहित्य साधकों और प्रेमियों का इतना स्नेह मिला कि पत्रिका प्रकाशन उपरांत उपलब्ध होने के पहले ही बिक जाती थी। गोपालराम गहमरी इस विधा के उन पुरोधाओं में से हैं, जिन्होंने न केवल इसकी नींव रखी, बल्कि हिंदी भाषा की साहित्य संपदा को इससे समृद्ध और लोकप्रिय भी किया। उनकी पत्रिका में छपने वाले लेखों ने पाठकों के अंतर्मन में रोमांच और जिज्ञासा की उन सतहों को छुआ, जहाँ सामान्य साहित्य की पहुँच कठिन थी। परतंत्रता के उस दौर में जनमानस में क्रांतिकारी चेतना जागरण का कार्य भी जासूस पत्रिका ने किया।

एक गाँव से प्रकाशित होने वाली इस पत्रिका ने साहित्य जगत् में अपना अलग स्थान बनाया। यह गोपालराम जी का ‘जासूस’ के लिए समर्पण ही था, जो पाठकों का स्नेह प्राप्त करने और उनके मन में अपनी छाप छोड़ने में सफल रहा। ऐसे विरल साहित्य साधक को साहित्य के मूल्यांकनकर्ता और इतिहास कदाचित् वह स्थान नहीं दे पाए, जिसका यह ‘जासूस’ अधिकारी था। यद्यपि गोपालराम जी पाठकों को साहित्य की रचनात्मक और काल्पनिक दुनिया की नई झलक दिखलाने में जरूर सफल रहे। क्या सचमुच गोपालराम गहमरी हिंदी जगत् और पत्रकारिता जगत् के लिए भुला दिए जाने के काबिल थे? अपने लक्ष्य को प्राप्त करने

के लिए उन्हें कितनी पीड़ा और कठिनाइयों का सामना करना पड़ा है, इसे केवल शब्दों में वर्णित नहीं किया जा सकता है। उनके संघर्षों के लिए पूरा देश उनका सदैव ऋणी रहेगा। हिंदी और उर्दू में ऐसी कई पत्र-पत्रिकाओं एवं समाचार पत्रों में गोपालराम गहमरी ने लिखे और परतंत्र भारत के स्वतंत्रता काल के लिए अपना स्वर्णिम योगदान दिया।

संदर्भ

- कृष्ण, एस. (2019). गोपालराम गहमरी की जासूसी कहानियाँ, नई दिल्ली : प्रभात प्रकाशन, पृष्ठ-110-112.
- कृष्ण, एस. (2011). हिंदी पत्रकारिता के उन्नायक गोपालराम गहमरी. https://web.archive.org/web/20140107150147/http://www.gajipur.blogspot.in/2011/07/blog-post_6468.html से पुनःप्राप्त.
- खत्री, के.पी. (1896). गोपालराम गहमरी, नए बाबु. कलकत्ता.
- गहमरी, बी. जी. (1906, अप्रैल 1). बाप रे बाप. 'जासूस', पृष्ठ-1.
- गहमरी, बी. जी. (1906, अप्रैल 1). फाग. 'जासूस', पृष्ठ-1.
- गहमरी, बी. जी. (1915, दिसंबर). शेख चिल्ली का ढंग. 'जासूस', पृष्ठ-1.
- गहमरी, बी. जी. (n.d.). 'वैश्योपकारक'. अंक 12, वर्ष 2.
- गहमरी, जी.पी. (nd). प्रताप नारायण मिश्र की स्मृति में. <https://www.hindwi.org/sansmaran/pandit-prtapnarayan-mishr-ki-smriti-mein-gopalram-gehmarisansmaran?sort=popularity-desc> से पुनःप्राप्त.
- गौतम, एस. & गौतम, वी. (2001). हिंदी पत्रकारिता : कल, आज और

कल. सत्साहित्य प्रकाशन.

- चलतापुर्जा. (2019). गोपालराम गहमरी : हिंदी जासूसी उपन्यास के जनक, जिनको पढ़ने के लिए लोगों ने सीखी हिंदी. <https://www.chaltapurza.com/gopal-ram-gahmari-father-of-the-hindi-detective-novel-people-who-learned-to-read-hindi/> से पुनःप्राप्त.
- देवी, एम. (2018). भाषा प्रसार में समाचारपत्र-पत्रिकाओं की भूमिका. जर्नल ऑफ एडवांसेज एंड स्कोलर्ली रिसर्च इन अलाइड एजुकेशन, 15(9), 517 - 520. DOI: 10.29070/JASRAE से पुनःप्राप्त.
- ब्रिटिश लाइब्रेरी. द बंगाल गजट : एन एंग्लो इंडियन न्यूजपेपर. 27 मई, 2022 को <https://www.bl.uk/collection-items/the-bengal-gazette-an-anglo-indian-newspaper> से पुनःप्राप्त.
- भारतेंदु हरिश्चंद्र (हिंदी संस्मरण) : गोपालराम गहमरी. <http://hindikahani.hindi-kavita.com/Bharatendu-Harishchandra-Gopalram-Gahmari.php> से पुनःप्राप्त.
- विवेस पैनोरमा. (2015). हिस्ट्री एंड डेवलपमेंट ऑफ इंडियन प्रेस एंड प्रेस एक्ट्स. <https://www.vivacepanorama.com/history-and-development-of-indian-press-and-press-acts/> से पुनःप्राप्त.
- शुक्ल, आर.सी. (2017). हिंदी साहित्य का इतिहास, नई दिल्ली : प्रभात प्रकाशन. पृष्ठ-497.
- हिंदी कहानी. (n.d.). गोपालराम गहमरी : हिंदी कहानियाँ, संस्मरण और अन्य गद्य कृतियाँ. <https://hindikahani.hindi-kavita.com/HK-Gopalram-Gahmari.php> से पुनःप्राप्त.

दीनदयाल उपाध्याय के लोक संचारक पक्ष पर पठनीय पुस्तक

सन्त समीर

सार्वजनिक जीवन में ऐसे व्यक्तित्व विरले ही होते हैं, जो विचार, व्यवहार और संवाद—तीनों स्तरों पर एक आदर्श प्रस्तुत करते हैं। पंडित दीनदयाल उपाध्याय ऐसे ही एक विलक्षण व्यक्तित्व थे, जिन्होंने न केवल राजनीति को लोकसेवा का माध्यम बनाया, बल्कि संवाद को राष्ट्र निर्माण का औजार भी। उनके जीवन, चिंतन और कार्यशैली को समझने के लिए जिस दृष्टिकोण की आवश्यकता है, वह केवल राजनीतिक या वैचारिक नहीं, बल्कि संचारक की दृष्टि से भी है। इसी संदर्भ में 'लोक संचारक दीनदयाल उपाध्याय' पुस्तक एक अत्यंत महत्त्वपूर्ण और शोधपरक प्रयास है।

वास्तव में भारतीय राजनीति और चिंतन की परंपरा में दीनदयाल उपाध्याय एक ऐसे नाम हैं, जो केवल एक राजनीतिज्ञ भर नहीं थे, बल्कि विचारक, दार्शनिक, लेखक और संचारक भी थे। उनका जीवन यद्यपि केवल बावन वर्षों का रहा, परंतु इस छोटे से समय में उन्होंने भारतीय समाज और राजनीति को गहरी दिशा दी। उन्हें प्रायः *एकात्म मानववाद* के प्रवर्तक के रूप में जाना जाता है, किंतु उनके व्यक्तित्व का एक अन्य पक्ष भी अत्यंत महत्त्वपूर्ण है—उनका संचार कौशल।

डॉ. आकाश दीप जरदयाल की प्रस्तुत पुस्तक इसी पक्ष को केंद्र में रखकर लिखी गई है। लेखक ने यह दिखाने का प्रयास किया है कि उपाध्याय जी ने केवल विचारों का प्रतिपादन ही नहीं किया, बल्कि उन विचारों को समाज तक पहुँचाने की कला में भी वे अद्वितीय थे। लेखक ने भूमिका में ही स्पष्ट किया है : "दीनदयाल उपाध्याय आधुनिक भारत के एक ऐसे राष्ट्रीय चिंतक हुए हैं, जिनके चिंतन ने संपूर्ण विश्व की अनेक जटिल समस्याओं का व्यवहारिक समाधान प्रस्तुत किया।" पुस्तक का उद्देश्य पंडित दीनदयाल उपाध्याय के जीवन और दर्शन को एक 'लोक संचारक' के रूप में प्रस्तुत करना है। आमतौर पर उन्हें एक राजनेता, विचारक, और संगठनकर्ता के रूप में जाना जाता है, लेकिन यह पुस्तक उनके पत्रकारिता और संचार के क्षेत्र में योगदान पर विशेष रूप से ध्यान केंद्रित करती है। पुस्तक दीनदयाल जी के संचार कौशल को बहुआयामी दृष्टिकोण से प्रस्तुत करती है। इसमें उनके पत्रों, भाषणों, लेखों, संस्मरणों और संगठनात्मक संवादों के माध्यम से उनके व्यक्तित्व की गहराई को समझा गया है। लेखक ने काफी मेहनत से उनके जीवन के विभिन्न पहलुओं को संचार के संदर्भ में विश्लेषित किया है। इस हिसाब से कहा जाए तो यह पुस्तक पत्रकारिता, राजनीति और सामाजिक संवाद के क्षेत्र में कार्य कर रहे लोगों के लिए एक प्रेरणास्रोत बन सकती है।

पुस्तक कुल ग्यारह अध्यायों में विभाजित है, जिनमें दीनदयाल उपाध्याय के जीवन के विभिन्न पहलुओं, विशेष रूप से उनके पत्रकारिता से संबंधित कार्यों को गहराई से दर्शाया गया है। पुस्तक में उनके पत्रकारिता के शुरुआती दिनों का सविस्तार वर्णन है, जिसमें उनके द्वारा विभिन्न पत्रिकाओं और समाचार पत्रों में लिखे गए लेखों का उल्लेख है। इसमें यह भी बताया गया है कि कैसे उन्होंने पत्रकारिता को राष्ट्र निर्माण और वैचारिक प्रसार के माध्यम के रूप में देखा। पुस्तक विस्तार से बताती है कि 'राष्ट्रधर्म' और 'पांचजन्य' जैसी पत्रिकाओं के माध्यम से उन्होंने कैसे अपने वैचारिक सिद्धांतों, विशेष रूप से एकात्म मानववाद, को जनता तक



पुस्तक	: लोक संचारक दीनदयाल उपाध्याय
लेखक	: डॉ. आकाश दीप जरदयाल
प्रकाशक	: यश पब्लिकेशंस, 1/11848, पंचशील गार्डन, नवीन शाहदरा, दिल्ली-110032
मूल्य	: 850 रुपये
प्रकाशन वर्ष	: 2025

पहुँचाया। इन प्रकाशनों को राष्ट्रीय विचारों को बढ़ावा देने और समाज को दिशा देने का एक महत्त्वपूर्ण मंच माना गया है।

पुस्तक के पन्नों से गुजरते हुए पता चलता है दीनदयाल उपाध्याय की लेखन शैली कितनी सरल और प्रभावी थी। इस पुस्तक में उनके लेखों की विषयवस्तु और उनके लेखन के तरीकों का विश्लेषण किया गया है और बताया गया है कि कैसे उन्होंने जटिल वैचारिक मुद्दों को आम लोगों के लिए समझने योग्य बनाया। यह पुस्तक इस बात पर भी प्रकाश डालती है कि दीनदयाल उपाध्याय के विचार आज की युवा पीढ़ी के लिए क्यों प्रासंगिक हैं। उनके सिद्धांतों, जैसे सादगी, ईमानदारी और राष्ट्रीय समर्पण को आज भी प्रेरणादायक माना जाता है।

लेखक ने दीनदयाल जी के बहुआयामी व्यक्तित्व को स्थापित करने में अपनी लेखनी बेहतर ढंग से चलाई है। लेखक स्पष्ट करने में सफल रहे हैं कि दीनदयाल जी किस तरह से उच्च दर्जे के संगठनकर्ता, चिंतक, साहित्यकार, पत्रकार और संपादक थे। यह भी कि एक सूत्र में उन्हें बाँधना हो, तो कहा जा सकता है कि वे एक लोक संचारक थे। लेखक लिखते हैं : "अपने मात्र 52 वर्ष के जीवन में उन्होंने उस समय उपलब्ध संचार के सभी साधनों से भारत ही नहीं, बल्कि विश्वभर में लोगों से संवाद किया।" इससे पता चलता है कि वे सीमित साधनों के बावजूद संवाद को सर्वोपरि मानते थे। उनका उद्देश्य केवल सूचना देना नहीं था, बल्कि समाज को जोड़ना और उसकी चेतना को जाग्रत करना था।

दीनदयाल उपाध्याय का संचार कौशल केवल मंचीय भाषणों तक सीमित नहीं था। वे एक विचारक, लेखक, संगठनकर्ता और संवादक थे। उन्होंने जनसंघ के माध्यम से राजनीति को लोकसेवा का माध्यम बनाया और संवाद को उसका मूल आधार। उनके पत्रों, भाषणों और लेखों में एक विशेष बात यह दिखाई देती है—संवाद में शुचिता, संवेदनशीलता और उद्देश्यबोध। उनके पत्रों में भावनाओं की गहराई, कर्तव्यबोध और संगठन के प्रति समर्पण स्पष्ट झलकता है। उदाहरणस्वरूप, अपने मामा को लिखे एक पत्र में दीनदयाल जी कहते हैं : "व्यक्ति कितना भी क्यों न बढ़ जाए, जब तक उसका समाज उन्नत नहीं होता, तब तक उसकी उन्नति का कोई अर्थ नहीं है।" वास्तव में यह केवल एक विचार नहीं, बल्कि एक संचारक की आत्मा है—जो समाज के साथ संवाद करते हुए उसे जाग्रत करना चाहता है। उनके संवादों में एक विशेष बात यह है कि वे हर व्यक्ति

को उसकी भूमिका का बोध कराते हैं। वे कहते हैं : “संघ का कार्य केवल संगठन करना है। इसके अतिरिक्त और यह कुछ भी नहीं करना चाहता है।” यह स्पष्टता और उद्देश्यबोध का उदाहरण है।

पुस्तक में दीनदयाल जी के कई पत्रों को उद्धृत किया गया है, जो उनके संचार कौशल की उत्कृष्ट मिसाल हैं। चाहे वह 1942 में मामाजी को लिखा गया पत्र हो या 1944 में बनवारी को लिखा गया पत्र—हर पत्र में भावनाओं की गहराई, कर्तव्यबोध और संगठन के प्रति समर्पण स्पष्ट झलकता है। उनके पत्रों में प्रयुक्त भाषा अत्यंत सहज, आत्मीय और स्पष्ट होती है। वे अपने ममेरे भाई को लिखते हैं : “संघकार्य के निमित्त यदि उसे ऐसे पापकर्म में लीन होना पड़े, जिसके लिए कि उसे जन्म-जन्मांतर तक घोर नरक यातनाएँ भी भुगतनी पड़े तो उसे भी वह सहर्ष कर जाएगा।” यह संवाद नहीं, बल्कि एक तपस्वी कार्यकर्ता की आत्मा की पुकार है।

उनके पत्रों में एक विशेष बात यह है कि वे संवेदनशीलता के साथ तर्क और आदर्श का समन्वय करते हैं। वे न तो केवल भावुक होते हैं और न ही केवल उपदेशक। वे संवाद करते हैं, समझाते हैं और प्रेरणा देते हैं। दीनदयाल जी ने किस प्रकार से लेखन और पत्रकारिता के जरिये विचारों का संप्रेषण किया, यदि इस पर दृष्टि डालें तो पता चलता है कि उन्होंने ‘पाञ्चजन्य’, ‘ऑर्गनाइजर’, ‘राष्ट्रधर्म’ जैसे पत्रों के माध्यम से विचारों का भरपूर प्रसार किया। उनके लेखों में गहराई, स्पष्टता और भारतीय दृष्टिकोण की प्रामाणिकता होती थी। उनका मानना था : “पत्रकारिता केवल उपदेश नहीं, बल्कि समस्याओं का विकल्प प्रस्तुत करने का माध्यम है।” उनके लेखों में भारत की आत्मा बोलती है। वे भारत को भारत से परिचित कराते हैं—संस्कृति, समाज और राजनीति के समन्वय से। उनके लेखों में एक विशेष बात यह है कि वे तात्कालिक घटनाओं को दीर्घकालिक दृष्टिकोण से देखते हैं। वे केवल समाचार नहीं लिखते, बल्कि उसके पीछे की विचारधारा को उजागर करते हैं। उदाहरणस्वरूप, ‘ऑर्गनाइजर’ में प्रकाशित उनके स्तंभ ‘पॉलिटिकल डायरी’ में वे पंचवर्षीय योजनाओं, विदेशी पूँजी, भाषा नीति, कश्मीर समस्या, चीन के खतरे और तिब्बत की स्वतंत्रता जैसे विषयों पर गहन विश्लेषण करते हैं। वास्तव में दीनदयाल उपाध्याय ने पत्रकारिता को राष्ट्र-निर्माण का साधन माना। यहाँ यह स्पष्ट होता है कि उनकी पत्रकारिता केवल राजनीतिक प्रचार तक सीमित नहीं थी, बल्कि वह बौद्धिक विमर्श का एक हिस्सा भी थी।

दीनदयाल उपाध्याय जी ने पत्रकारिता के माध्यम से विचार-प्रसार के साथ-साथ समाचार पत्रों और मीडिया की भूमिका पर भी गंभीर विचार किया था। उन्होंने पत्रकारिता की निष्पक्षता, भाषा और सामाजिक उत्तरदायित्व पर बल दिया। पुस्तक में उल्लेख है : “समाचार पत्रों की तटस्थता, मीडिया में राजनीतिक दलों का प्रभाव, राजनीति के अतिरिक्त अन्य क्षेत्रों की उपेक्षा, संवाद की भाषा, पत्रकारों पर सेंसरशिप, दूसरे पक्ष की अभिव्यक्ति की समस्या, पत्रकारिता क्षेत्र में वर्तमान विभिन्न प्रकार के आक्रामक प्रभाव, भारतीय भाषाओं में समाचार देने की आवश्यकता और समाचारों में भारत की अभिव्यक्ति आदि बिंदुओं की ओर स्पष्ट संकेत किया गया है।” आज जब मीडिया पर पक्षपात और व्यावसायिकता के आरोप लगते हैं, तब यह दृष्टि और भी प्रासंगिक प्रतीत होती है। उपाध्याय मानते थे कि पत्रकारिता केवल सूचना देने का माध्यम नहीं, बल्कि जनमत

निर्माण और सामाजिक चेतना का साधन है।

पुस्तक उनके ‘एकात्म मानववाद’ के दर्शन को भी बेहतर ढंग से उजागर करती है। यह बताती है कि कैसे उनका चिंतन केवल राजनीतिक नहीं था, बल्कि इसमें आर्थिक, सामाजिक और सांस्कृतिक पहलू भी शामिल थे। उनका मानना था कि समाज के सभी अंगों का एकीकृत विकास ही राष्ट्र की प्रगति का मार्ग है। *एकात्म मानव दर्शन* वास्तव में संवाद का उच्च स्तर का दर्शन है और यह दीनदयाल उपाध्याय के कृतित्व की विशिष्ट पहचान है। मुंबई में दिए गए चार भाषणों में उन्होंने जो विचार प्रस्तुत किए, वही आगे चलकर एकात्म मानव दर्शन के रूप में स्थापित हुआ। यह दर्शन केवल एक राजनीतिक विचार नहीं, बल्कि एक सामाजिक और सांस्कृतिक संवाद है। इस दर्शन में वे कहते हैं : “व्यष्टि, समष्टि, सृष्टि और परमेश्वर—ये चारों एक-दूसरे के पूरक हैं। व्यक्ति का कल्याण समाज के कल्याण से जुड़ा है।” और वास्तव में तो यह संवाद नहीं, बल्कि एक वैचारिक संप्रेषण है—जो व्यक्ति को उसके अस्तित्व की व्यापकता से परिचित कराता है।

पुस्तक दीनदयाल जी के व्यक्तित्व के उस पहलू से परिचित कराती है, जिससे समझ में आता है कि एक नेतृत्वकर्ता को अपने कार्यकर्ता के साथ किस तरह का व्यवहार करना चाहिए। पुस्तक में अनेक संस्मरण हैं, जो बताते हैं कि दीनदयाल जी का संवाद केवल मंचीय नहीं था, बल्कि व्यक्तिगत और आत्मीय भी था। वे कार्यकर्ताओं के साथ रोटी बेलते थे, उनके साथ चाय पीते थे, और उनके घरों में ठहरते थे। अनेक संस्मरण हैं जो दीनदयाल जी के संचार कौशल को जीवंत रूप में प्रस्तुत करते हैं। ये संस्मरण केवल घटनाएँ नहीं हैं, बल्कि संवाद की संस्कृति के उदाहरण हैं।

यह संचार केवल शब्दों का नहीं, बल्कि आचरण का है। उपाध्याय जी का संवाद मात्र भाषण देने तक सीमित नहीं था। वे अपने कार्यकर्ताओं और सहयोगियों के बीच बैठकर आत्मीय संवाद करते थे। लेखक कहते हैं : “उनका कार्यकर्ताओं के साथ औपचारिक और अनौपचारिक संवाद, उनका मिलनसार स्वभाव, उनकी सहानुभूति—ये सब जगह-जगह एक संदेश देते थे। इस दृष्टि से वे एक लोक संचारक थे।” इससे यह समझा जा सकता है कि संवाद उनके लिए केवल मंचीय प्रदर्शन नहीं था, बल्कि जीवन का हिस्सा था। वे सुनते भी थे और बोलते भी, और यही उन्हें सच्चा संचारक बनाता था।

पुस्तक में अनेक उद्धरण हैं, जो दीनदयाल जी के संचार कौशल को उजागर करते हैं। जैसे : “भावना से कर्तव्य सदैव ऊँचा रहता है।”, “पत्र से दो हृदयों का संबंध दृढ़ होता है।”, “हमारे पतन का कारण हममें संगठन की कमी ही है।” ये उद्धरण केवल शब्द नहीं हैं, बल्कि विचारों की चिनगारी हैं—जो पाठक को सोचने पर मजबूर करती हैं।

इस पुस्तक की सबसे बड़ी विशेषता है, इसकी प्रस्तुति शैली। लेखक ने केवल उद्धरणों का संकलन नहीं किया, बल्कि उनके पीछे की विचारधारा को भी स्पष्ट किया है। पुस्तक में शोध की गहराई, संदर्भों की प्रामाणिकता और प्रस्तुति की सुसंगतता स्पष्ट दिखाई देती है। यह केवल एक जीवनी नहीं, बल्कि एक वैचारिक यात्रा है—जिसमें दीनदयाल जी के संचार कौशल को एक संपूर्ण परिप्रेक्ष्य में देखा गया है।

पुस्तक में उद्धृत संस्मरणों को जिस आत्मीयता से प्रस्तुत किया गया है, वह पाठक को भावनात्मक रूप से जोड़ता है। उदाहरण के लिए, जब दीनदयाल जी एक कार्यकर्ता को रोटी बेलने का तरीका सिखाते हैं, तो

यह केवल एक दृश्य नहीं, बल्कि एक संगठनकर्ता की संवेदनशीलता और संवाद की शैली है। लेखक ने अत्यंत परिश्रमपूर्वक दीनदयाल जी के संचारक पक्ष को प्रस्तुत किया है। उन्होंने केवल उद्धरणों का संकलन नहीं किया, बल्कि उनके पीछे की विचारधारा को भी स्पष्ट किया है। पुस्तक में शोध की गहराई, संदर्भों की प्रामाणिकता और प्रस्तुति की सुसंगतता स्पष्ट दिखाई देती है। लेखक ने आधुनिक संचार विशेषज्ञों, पत्रकारों, संपादकों और विश्वविद्यालयों के कुलपतियों से संवाद करके दीनदयाल जी के संचार कौशल की वर्तमान प्रासंगिकता को भी रेखांकित किया है। विद्वानों के विचार दीनदयाल जी के संचार कौशल की वर्तमान प्रासंगिकता को रेखांकित करते हैं।

आज जब संचार के माध्यम बदल गए हैं—सोशल मीडिया, डिजिटल प्लेटफॉर्म, और तात्कालिक प्रतिक्रियाओं का दौर है—ऐसे समय में दीनदयाल जी का संचार कौशल और अधिक प्रासंगिक हो जाता है। उनका संवाद तात्कालिक नहीं, बल्कि दीर्घकालिक था। वे केवल प्रतिक्रिया नहीं देते थे, बल्कि विचार प्रस्तुत करते थे। वे कहते थे : “पत्रकारिता केवल चुगली नहीं, बल्कि ‘सत्यं शिवं सुंदरम्’ होनी चाहिए।” आज जब पत्रकारिता में शुचिता, संतुलन और राष्ट्रहित की बात कम होती जा रही है, तब दीनदयाल जी का संचार मॉडल एक आदर्श प्रस्तुत करता है। उनका लेखन, भाषण और पत्राचार आज भी उतना ही प्रासंगिक है, जितना उनके समय में था।

वास्तव में दीनदयाल उपाध्याय का संचार कौशल बहुआयामी था—जिसमें विचार, संवेदना, संगठन और व्यवहार का समन्वय था। वे केवल मंचीय वक्ता नहीं थे, बल्कि एक ऐसे संचारक थे, जो अपने पत्रों, लेखों, भाषणों और व्यक्तिगत संवादों के माध्यम से समाज को दिशा देते थे।

उनके संचार में निम्नलिखित विशेषताएँ स्पष्ट रूप से दिखाई देती हैं :

शब्दों की गरिमा : वे कटु सत्य को भी प्रिय रूप में कहते थे। भाषा की शिष्टता या कहे शब्दों की गरिमा। उनकी भाषा में भाषा में शुचिता के साथ संतुलन दिखाई देता है। कटु सत्य को भी प्रिय रूप में कहना उनकी विशिष्टता थी। दीनदयाल जी की भाषा अत्यंत सहज और आत्मीय थी। वे विद्वान् भी थे और कार्यकर्ता भी, परंतु उनके विचारों की प्रस्तुति में कोई कृत्रिमता नहीं थी। पुस्तक में लिखा गया है : “वे अत्यंत सरल स्वभाव के व्यक्ति थे और उनकी बोलचाल तथा लेखन में कोई भिन्नता नहीं थी।” इससे यह स्पष्ट होता है कि उनका संचार किसी बनावटी ढाँचे पर आधारित नहीं था, बल्कि वह उनके स्वभाव और चिंतन की सहज अभिव्यक्ति था। यही कारण है कि उनके लेखन और भाषणों का प्रभाव आज भी जीवित है।

विचारों की स्पष्टता : दीनदयाल जी हर विषय पर संतुलित और गहन दृष्टिकोण रखते थे।

संवेदनशीलता : यह उनकी अद्भुत विशिष्टता थी कि वे कार्यकर्ताओं के साथ आत्मीय संवाद करते थे। हर कार्यकर्ता के प्रति वे संवेदनशीलता के साथ पेश आते थे।

राष्ट्रहित की प्राथमिकता : दीनदयाल जी के संवाद में राष्ट्र सर्वोपरि रहता था। राष्ट्रहित की प्राथमिकता उनके हर कार्य के केंद्र में दिखाई देती है। उपाध्याय जी ने राष्ट्रीयता और स्वतंत्रता के प्रश्न को विशेष रूप से महत्त्व दिया। उनका मानना था कि स्वतंत्रता केवल राजनीतिक परिभाषा नहीं है, बल्कि राष्ट्र की आत्मा है। उनका एक कथन है : “जब कोई राष्ट्र राजनीतिक स्वतंत्रता के अभाव में रहता है, तो उस राष्ट्र की राष्ट्रभक्ति तथा उस देश के नागरिकों की देशभक्ति का एकमात्र लक्ष्य उस स्वतंत्रता

को प्राप्त करना होता है। जो राजनीतिक स्वतंत्रता का विरोध करता है, वह देशद्रोही माना जाता है।” यह उद्धरण बताता है कि उनके लिए राष्ट्रवाद कोई दुरुह या अमूर्त अवधारणा नहीं था, बल्कि वह सामान्य जनमानस की सहज आकांक्षा थी।

लोकमत परिष्कार : जनजागरण के लिए वे संवाद का प्रयोग करते थे।

शुचिता और संयम : भाषा में मर्यादा और संवाद में संतुलन। उनका संवाद केवल सूचना नहीं, बल्कि प्रेरणा था। वे संवाद को जनजागरण का माध्यम मानते थे। आज जब समाज में संवाद की संस्कृति क्षीण होती जा रही है—राजनीति में कटुता, पत्रकारिता में सनसनी, और सामाजिक जीवन में विखंडन बढ़ रहा है—ऐसे समय में दीनदयाल उपाध्याय का संचार कौशल एक प्रकाश-स्तंभ की तरह है। उनका जीवन हमें सिखाता है कि संवाद केवल वाणी नहीं, बल्कि आचरण है। संवाद केवल तर्क नहीं, बल्कि संवेदना है। संवाद केवल विचार नहीं, बल्कि निर्माण है।

निष्कर्ष रूप में कहें तो ‘लोक संचारक : दीनदयाल उपाध्याय’ केवल एक जीवनगाथा नहीं है, बल्कि एक वैचारिक यात्रा है—जो हमें संवाद की संस्कृति से परिचित कराती है। डॉ. आकाश दीप जरदयाल की यह पुस्तक न केवल दीनदयाल उपाध्याय के संचारक व्यक्तित्व का अनावरण करती है, बल्कि यह भी बताती है कि राजनीति और समाज में संचार कितना महत्त्वपूर्ण है। यह पुस्तक बताती है कि संवाद केवल शब्दों का आदान-प्रदान नहीं, बल्कि विचारों का संप्रेषण है। यह एक ऐसी पुस्तक है, जो हमें संवाद की संस्कृति से जोड़ती है। यह हमें सिखाती है कि कैसे एक व्यक्ति अपने विचारों, शब्दों और व्यवहार से समाज को दिशा दे सकता है। दीनदयाल जी के संचार में शब्दों की गरिमा, विचारों की गहराई और भावनाओं की सच्चाई है। वे भारत के लोक से संवाद करते हैं, भारत की आत्मा से संवाद करते हैं और भारत के भविष्य से संवाद करते हैं।

यह पुस्तक दीनदयाल उपाध्याय को सिर्फ एक राजनीतिक नेता के रूप में नहीं, बल्कि एक प्रभावी संचारक और पत्रकार के रूप में प्रस्तुत करती है। यह उनके जीवन के उस पहलू को उजागर करती है जो अक्सर चर्चा में नहीं रहता। पुस्तक में उनके द्वारा स्थापित पत्रिकाओं और उनके लेखों के माध्यम से उनके विचारों के प्रसार का विस्तृत वर्णन है। कुल मिलाकर, यह उन लोगों के लिए एक महत्त्वपूर्ण दस्तावेज है जो दीनदयाल उपाध्याय के व्यक्तित्व और उनके राष्ट्रीय विचारों को गहराई से समझना चाहते हैं, विशेष रूप से संचार और पत्रकारिता के क्षेत्र में उनके योगदान को।

पुस्तक के लेखक ने जिस परिश्रम, संवेदना और संतुलन से इस विषय को प्रस्तुत किया है, वह सराहनीय है। उन्होंने दीनदयाल जी के संचार कौशल को एक समग्र दृष्टिकोण से देखा है—जिसमें पत्रकारिता, संगठन, विचार और व्यवहार सभी शामिल हैं। यह पुस्तक आज के पत्रकारों, नेताओं, शिक्षकों, और सामाजिक कार्यकर्ताओं के लिए एक मार्गदर्शक बन सकती है। यह हमें सिखाती है कि संवाद कैसे किया जाए, क्यों किया जाए और किस उद्देश्य से किया जाए। पुस्तक का सबसे बड़ा योगदान यही है कि यह दीनदयाल उपाध्याय के उस पक्ष को सामने लाती है, जिसे अक्सर उपेक्षित किया जाता है। यहाँ वे केवल एक राजनेता नहीं, बल्कि एक लोक संचारक के रूप में प्रतिष्ठित होते हैं।

पारंपरिक भारतीय सौंदर्यशास्त्र को आधुनिक संदर्भ में समझने का प्रयास

डॉ. आदित्य ओझा

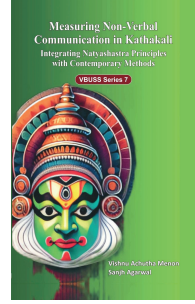
‘मेजरिंग नॉन-वर्बल कम्युनिकेशन इन कथकली : इंटिग्रेटिंग नाट्यशास्त्र प्रिंसिपल्स विद कंटेम्परेरी मेथड्स’ भारतीय शास्त्रीय सौंदर्यशास्त्र, समकालीन संप्रेषण अनुसंधान और प्रदर्शन अध्ययन के अंतःविषयी आयाम को गहरे तक छूने का एक सार्थक प्रयास है। पुस्तक के लेखक डॉ. विष्णु अच्युत मेनन और साँझ अग्रवाल ने भरतमुनि रचित ‘नाट्यशास्त्र’ का उपयोग पुस्तक के सैद्धांतिक ढाँचे के तौर पर किया है, जिसमें उन्होंने आधुनिक अनुभवजन्य और विश्लेषणात्मक पद्धतियों का प्रयोग करके कथकली नृत्य के समृद्ध, प्रतीकात्मक और अवाचिक संप्रेषण को समझने, मापने और वर्गीकृत करने का श्रेष्ठ प्रयास है। कथकली नृत्य केरल की उत्कृष्ट सांस्कृतिक विरासत का अभिन्न अंग है, जो अपनी शैलीबद्ध मुद्राओं और अनुशासित शारीरिक प्रशिक्षण के लिए विख्यात है।

कुल 82 पृष्ठ की यह पुस्तक छह भाग में विभक्त है। पहला अध्याय परिचय, दूसरा अध्याय भाव और रस, तीसरा अध्याय मुद्रा, चौथा शरीर गति, पाँचवाँ अध्याय शोध के लिए उपकरण विकास पाइलट, अध्ययन और उसकी जाँच, अंतिम अध्याय अवाचिक संप्रेषण मापन से संबंधित है। पुस्तक शिक्षा मंत्रालय के भारतीय ज्ञान परंपरा विभाग के सहयोग से प्रकाशित है।

पुस्तक का मूल सैद्धांतिक ढाँचा भरत मुनि के नाट्यशास्त्र, विशेष रूप से अभिनय (अभिनय की विधाएँ) और रस (सौंदर्यात्मक भाव) पर आधारित है। इसमें लेखक ने परंपरागत श्रेणियों आंगिक (शारीरिक भाव), सात्त्विक (भावनात्मक चेहरे की अभिव्यक्ति), आहार्य (पोशाक और श्रृंगार), वाचिक (संवाद) को वर्तमान परिदृश्य में आँकने योग्य इकाइयों में रूपांतरित किया है। कथकली मुख्यतः अवाचिक संप्रेषण पर आधारित है और कथा का प्रस्तुतीकरण गायक द्वारा किया जाता है। इस तरह से कलाकार पूरे नाट्य मंचन को भाव—देह भंगिमा, मुद्राओं, नेत्र-अभिनय और तालबद्ध गतियों के एक स्वतंत्र सांकेतिक तंत्र के माध्यम से प्रदर्शित और संप्रेषित करते हैं।

पुस्तक की सबसे बड़ी विशेषता यह है कि इसने आधुनिक शोध उपकरणों के माध्यम से पारंपरिक भारतीय सौंदर्यशास्त्र को समझने का अकादमिक प्रयास किया है, जो शिक्षा शोध जगत् में कम ही हुआ है। लेखकों ने कोडिंग फ्रेमवर्क, प्रदर्शन मूल्यांकन रूपरेखाएँ (rubrics) और प्रेक्षणात्मक दिशानिर्देश दिए हैं, जो कलात्मक अभिव्यक्ति के परंपरागत रूप से व्यक्तिपरक आकलन को वस्तुनिष्ठ बनाने में सहायक हैं। वे यह सिद्ध करने में सफल होते हैं कि पारंपरिक प्रदर्शन कलाओं में अवाचिक संप्रेषण का अध्ययन पूर्ण वैज्ञानिक कठोरता से हो सकता है। इस कारण यह पुस्तक सामाजिक विज्ञान और मानवीकी के मध्य एक सेतु का कार्य करती है।

लेखकों ने शोध के गुणात्मक और मात्रात्मक दोनों तरह के उपकरणों का प्रयोग किया है। वे नाट्यशास्त्र के सैद्धांतिक ढाँचे का



पुस्तक

: मेजरिंग नॉन-वर्बल कम्युनिकेशन इन कथकली: इंटिग्रेटिंग नाट्यशास्त्र प्रिंसिपल्स विद कंटेम्परेरी मेथड्स

लेखक

: विष्णु अच्युत मेनन और साँझ अग्रवाल

प्रकाशक

: ए. के. पब्लिकेशंस, बी-61/ई-1, गली नं. 14, जगतपुरी एक्सटेंशन, शाहदरा, दिल्ली-110093

मूल्य

: 295/-

उपयोग करके प्रदर्शन के घटकों को प्रदर्शित करते हैं और इसके साथ ही व्यवहार विज्ञान और संचार अध्ययन के आधुनिक उपकरणों दर्शक धारणा मूल्यांकन, काइनेसिक विश्लेषण और सेमियोटिक कोडिंग का उपयोग करते हैं।

इस पुस्तक में ऐसे मानक बताए गए हैं, जो पारंपरिक मुद्राओं के प्रति निष्ठा, कलाकार की अभिव्यक्ति, भाव प्रस्तुति और दर्शकों की भावनात्मक प्रतिक्रिया प्रभावशीलता को जाँचते हैं। लेखकों का मानना है कि पारंपरिक भारतीय कलाओं के मूल्यांकन में पश्चिमी प्रतिमान पूर्ण रूप से उपयुक्त नहीं हैं, उनकी अपनी सीमाएँ हैं। इस तरह का प्रयास समयानुकूल और महत्वपूर्ण है।

यह अकादमिक कार्य पारंपरिक भारतीय शास्त्र को समकालीन संचार सिद्धांत के साथ जोड़ता है। पूरा विश्लेषण नाट्यशास्त्र के सुदृढ़ आधार पर टिका है, जो कहीं भी अकादमिक आधार पर असंगत नहीं लगता। पुस्तक को अभिव्यक्तियों और मुद्राओं को मापने लायक मानकों में रूपांतरित करना इसे संचार, नृत्य और प्रदर्शन कला के प्रशिक्षकों, शिक्षकों और शोधकर्ताओं के लिए उपयोगी बनाता है।

कथकली में अकादमिक रूप से अवाचिक संचार को मापने का एक प्रशंसनीय कदम है। ऐसे बहुत कम शोध अध्ययन होते हैं, जो परंपरा को सम्मान के साथ अकादमिक विश्लेषण के लिए प्रयोग करते हैं। यह कार्य चुनौतीपूर्ण रहा होगा, जिसमें शताब्दियों पुरानी कला को आधुनिक शोध पद्धति के ठोस विश्लेषणात्मक आधार पर पुनःपरिभाषित किया गया। जो भी संचार अनुशासन की सीमाओं का विस्तार करना चाहते हैं, जिन्हें पारंपरिक विधाओं में अवाचिक संचार और देह भाषा में छिपे निहित अर्थों को समझना है, उन सभी को इस पुस्तक को पढ़ना चाहिए।

विकास संचार पर एक समग्र अध्ययन

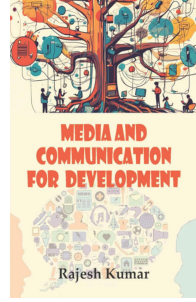
प्रो. (डॉ.) प्रमोद कुमार

‘मीडिया एंड कम्युनिकेशन फॉर डेवलपमेंट’ पुस्तक विकास संप्रेषण के क्षेत्र में एक व्यापक और बहुआयामी दृष्टिकोण प्रस्तुत करती है। लेखक प्रो. राजेश कुमार ने विषय-वस्तु को शैक्षणिक गंभीरता के साथ प्रस्तुत किया है और पुस्तक को इस प्रकार संरचित किया है कि यह न केवल अकादमिक पाठ्यक्रम के अनुरूप हो, बल्कि विकास कार्यों में लगे पेशेवरों के लिए भी व्यावहारिक दिशा-निर्देश प्रदान करे। पुस्तक सैद्धांतिक दृष्टिकोण से लेकर व्यावहारिक अनुप्रयोगों तक के विषयों की विस्तृत शृंखला को प्रभावी ढंग से समाहित करती है, जिससे विकास को बढ़ावा देने में मीडिया और संचार की भूमिका की व्यापक समझ पाठकों को मिलती है। पुस्तक में सैद्धांतिक अवधारणाओं और व्यावहारिक उदाहरणों के बीच एक बेहतर संतुलन कायम किया गया है, जो इसे विशेषज्ञता और रुचि के विभिन्न स्तरों वाले पाठकों के लिए मूल्यवान बनाता है। पुस्तक के छह अध्याय विकास संचार से जुड़े विषयों की एक विस्तृत शृंखला प्रस्तुत करते हैं, जिससे यह सुनिश्चित होता है कि पाठकों को क्षेत्र की व्यापक समझ हो। लेखक ने सरल भाषा में सभी विषयों को प्रस्तुत किया है, जिससे विषय वस्तु को समझना आसान हो जाता है।

पुस्तक का पहला अध्याय विकास और विकास संप्रेषण की मूल अवधारणाओं को स्पष्ट करता है। इसमें बताया गया है कि विकास केवल आर्थिक प्रगति नहीं है, बल्कि सामाजिक, सांस्कृतिक, पर्यावरणीय और मानवीय पहलुओं का समन्वित रूप है। इस संदर्भ में संप्रेषण को एक उत्प्रेरक की भूमिका में देखा गया है, जो विचारों, व्यवहारों और नीतियों को प्रभावित करता है। लेखक ने यूएनडीपी और यूनेस्को जैसे वैश्विक संगठनों द्वारा विकास की परिभाषा में मीडिया के योगदान को रेखांकित किया है।

दूसरे अध्याय में संप्रेषण सिद्धांतों की विवेचना की गई है, जैसे कि मॉडर्नाइजेशन थ्योरी, पार्टिसिपेटरी एप्रोच, और डिफ्यूजन ऑफ इनोवेशन थ्योरी आदि। यह भाग विशेष रूप से मीडिया के छात्रों और शोधार्थियों के लिए उपयोगी है, क्योंकि इसमें संप्रेषण और विकास के बीच संबंधों को ऐतिहासिक और वैचारिक पृष्ठभूमि में प्रस्तुत किया गया है। तीसरे अध्याय में लेखक ने बताया है कि कैसे प्रभावशाली विकास संप्रेषण अभियानों की योजना बनाई जाती है—लक्ष्य निर्धारण, जनसंख्या खंड विश्लेषण, संदेश निर्माण, माध्यम चयन और प्रभाव मूल्यांकन जैसे चरणों के माध्यम से। पुस्तक में भारत सरकार के ग्रामीण अभियानों (जैसे स्वच्छ भारत अभियान, पोषण अभियान आदि) के उदाहरणों के माध्यम से व्यावहारिक दृष्टिकोण प्रस्तुत किया गया है।

चौथे अध्याय में विकास के लिए संचार को बढ़ावा देने में संयुक्त राष्ट्र एजेंसियों की भूमिका पर ध्यान केंद्रित किया गया है। इस अध्याय में यूनेस्को, यूनिसेफ, एफएओ, विश्व स्वास्थ्य संगठन आदि एजेंसियों द्वारा विकास संप्रेषण में निभाई जा रही महत्वपूर्ण भूमिका का उल्लेख किया गया है। यह अध्याय वैश्विक परिप्रेक्ष्य से पाठकों को अवगत कराता है और बताता है कि किस प्रकार वैश्विक संस्थाएँ एंड स्थानीय संदर्भों में प्रभावी संप्रेषण रणनीतियों को लागू करती हैं। पुस्तक का पाँचवाँ अध्याय भारत में विकास हेतु मीडिया के प्रयोग से जुड़े अनुभवों का एक समृद्ध संग्रह प्रस्तुत करता है, जिसमें दिखाया गया है कि



शीर्षक	: मीडिया एंड कम्युनिकेशन फॉर डेवलपमेंट
लेखक	: प्रो. राजेश कुमार, अध्यक्ष एवं अधिष्ठाता, स्कूल ऑफ मीडिया एंड कम्युनिकेशन स्टडीज, दून विश्वविद्यालय, देहरादून, उत्तराखंड
प्रकाशक	: अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स लिमिटेड, दरियागंज, नई दिल्ली
प्रकाशन वर्ष	: 2024
पृष्ठ	: 340 (हार्ड कवर)
मूल्य	: 995/-रुपये

विकास परियोजनाओं में विभिन्न मीडिया का उपयोग कैसे किया गया है। इसमें रेडियो, टेलीविजन, प्रिंट, लोक मीडिया और आईसीटी के विकास हेतु किये गए प्रयोगों और प्रयासों की विस्तृत चर्चा की गई है। अंतिम अध्याय विकास संचार के विशेष क्षेत्रों जैसे स्वास्थ्य संचार, पर्यावरण संचार और कृषि प्रसार पर प्रकाश डालता है। यह इन विशिष्ट क्षेत्रों से संबंधित अद्वितीय चुनौतियों और रणनीतियों पर चर्चा करता है, जो पाठकों को लक्षित संचार प्रयासों के लिए एक ठोस अंतर्दृष्टि प्रदान करता है।

पुस्तक राष्ट्रीय शिक्षा नीति के अनुरूप पाठ्यक्रम को ध्यान में रखकर तैयार की गई है। इसमें संप्रेषण के मूल तत्त्वों को सरल भाषा में समझाया गया है, जिससे यह पत्रकारिता, जनसंचार, सामाजिक कार्य, और विकास अध्ययन से जुड़े विद्यार्थियों के लिए एक आदर्श पाठ है। विकास संचार से जुड़े एनजीओ, सीएसआर, सरकारी परियोजनाओं और जनस्वास्थ्य अभियानों में कार्यरत लोगों के लिए यह पुस्तक मार्गदर्शक का कार्य करती है। पुस्तक में विकास से जुड़ी अवधारणाएँ, कार्यक्रम और योजनाएँ इस तरह से समाहित हैं कि यह सिविल सेवा परीक्षा की तैयारी करने वाले छात्रों को व्यापक परिप्रेक्ष्य प्रदान कर सकती है। साथ ही, यह पुस्तक जन संचार एवं पत्रकारिता विषय के यूजीसी नेट परीक्षार्थियों के लिए भी अत्यंत उपयोगी हो सकती है।

कुल मिलाकर यह एक समग्र और समसामयिक पुस्तक है, जो विकास के संदर्भ में संप्रेषण की शक्ति को सिद्ध करती है। पुस्तक न केवल सिद्धांतों को स्पष्ट करती है, बल्कि उनके व्यावहारिक प्रयोग को भी प्रदर्शित करती है। चाहे आप एक छात्र हों, शोधकर्ता हों या विकास कार्य में लगे किसी परियोजना से जुड़े पेशेवर— यह आपके ज्ञान को समृद्ध करने में अवश्य ही सहायक सिद्ध होगी।

पत्रकार को 'पत्रकार' बनाने वाली पुस्तक

मनोहर सिंह¹

पत्रकारिता पर प्रतिवर्ष बहुत सी किताबें बाजार में आती हैं। कुछ किताबें अकादमिक जगत् में चर्चा के बाद विश्वविद्यालयों द्वारा छात्रों के लिए उपलब्ध कराई जाती हैं। लेकिन कुछ बहुत उपयोगी किताबें छात्रों की नजर में आ ही नहीं पातीं। इसके अनेक कारण हैं, लेकिन इतना तो सच है कि पत्रकारिता के छात्रों को पढ़ाई के बाद इस क्षेत्र में जिन बारीकियों से दो-चार होना पड़ता है, उन पर गंभीरता से बहुत कम संस्थानों में ध्यान दिया जाता है। छात्रों को भले ही अपने शैक्षिक परिसर में प्लेसमेंट से नौकरी मिल जाती है, लेकिन जैसे ही वे फील्ड में रिपोर्टिंग के लिए जाते हैं, उनके सामने परेशानी आनी शुरू हो जाती है। पत्रकारिता की विधाओं में रिपोर्टिंग ही नहीं, बल्कि प्रिंट मीडिया यानी अखबार और पत्रिकाओं में डेस्क पर काम मिलने के बाद कई बार प्रशिक्षु पत्रकार की प्रशिक्षण अवधि दुगुनी कर दी जाती है। यह उनकी तकनीकी और अखबारी समझ की कम जानकारी के कारण होता है। इसी प्रकार की छोटी-छोटी बारीकियों को ध्यान में रखकर जनसत्ता के वरिष्ठ पत्रकार अमलेश राजू की पुस्तक 'पत्रकारिता के व्यावहारिक गुर' बाजार में आई है।

पुस्तक का पुरोकथन सुप्रसिद्ध पत्रकार, लेखक, अध्येता और इंदिरा गांधी राष्ट्रीय कला केंद्र, नई दिल्ली के अध्यक्ष रामबहादुर राय ने लिखा है। पुस्तक पर अभिमत के रूप में माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय भोपाल के पूर्व कुलपति श्री के.जी. सुरेश, भारतीय जनसंचार संस्थान, टेकनाल परिसर के क्षेत्रीय निदेशक प्रो. आनंद प्रधान और भारतीय जनसंचार संस्थान (आईआईएमसी) नई दिल्ली में स्ट्रेटिजिक कम्युनिकेशन विभाग के अध्यक्ष प्रो. (डा.) प्रमोद कुमार ने अपनी राय व्यक्त की है और पुस्तक की प्रशंसा करते हुए पत्रकारिता के विद्यार्थियों के लिए इस पुस्तक को उपयोगी बताया है।

यह पुस्तक कई मामलों में छात्रों के लिए उपयोगी है। पुस्तक के लेखक अमलेश राजू करीब ढाई दशक से हिंदी पत्रकारिता के एक प्रतिमान माने जाने वाले दैनिक अखबार 'जनसत्ता' में कार्यरत हैं। वे जनसत्ता से पहले हिंदुस्तान, नवभारत टाइम्स, प्रभात खबर, आज, राष्ट्रीय सहारा, दैनिक भास्कर, आउट लुक, प्रथम प्रवक्ता और प्रेस इंस्टीट्यूट आफ इंडिया की प्रतिष्ठित पत्रिका 'विदुर' और 'ग्रासरूट' जैसी पत्र-पत्रिकाओं में भी नियमित लेखन करते रहे हैं। इस पुस्तक में रिपोर्टिंग और लेखन के क्षेत्र में उनके विस्तृत अनुभव की छाप स्पष्ट देखी जा सकती है।

तीन खंडों में प्रकाशित व्यवस्थित इस पुस्तक के प्रथम खंड में 'पत्रकारिता की सीख' नामक अध्याय में बताया गया है कि पत्रकार बनना है तो नारद से पत्रकारिता के मूल्य सीखें। इस खंड में पत्रकारिता पर महात्मा गांधी के विचार, 'जनसत्ता' के पूर्व संपादक स्व. प्रभाष जोशी के विचार और उनके द्वारा बनाई गई वर्तनी को विशेष तौर पर दिया गया है। इस खंड में ही कैसे लिखें समाचार, पत्रकारिता से आप क्या समझते हैं, पत्रकारिता करने और पत्रकार बनने के गुण, प्रेस विज्ञप्ति कैसे बनाएं और 'कैसे बनें अपराध संवाददाता' अध्यायों में विस्तृत जानकारी दी गई है।



पुस्तक	: पत्रकारिता के व्यावहारिक गुर
लेखक	: अमलेश राजू
प्रकाशक	: संधीश पब्लिकेशन प्राइवेट लिमिटेड, प्लाट नं. एस-1, फ्लैट नं.- एस-2, सेकंड फ्लोर, एम.एम. रोड, डीएलएफ, अंकुर विहार, लोनी, गाजियाबाद-201102 (उत्तर प्रदेश)
मूल्य	: 495/-
प्रकाशन वर्ष	: 2024

खंड दो में 'शुरुआती पत्रकारिता' नामक अध्याय में मुद्रण तकनीक और समाचार पत्र, बदलते परिवेश में न्यू मीडिया, इंटरनेट, वेब, डिजिटल, क्या है प्रसार भारती कानून और संचार के वृहद महत्त्व के बारे में बताया गया है। खंड तीन में 'आजकल की पत्रकारिता' नामक अध्याय में पत्रकारिता के प्रमुख गुण, संपादन कला, कापीराइट अधिनियम 1957, न्यायालय की अवमानना, मानहानि, फोटोग्राफी, पत्रकारीय लेखन के विभिन्न रूप और प्रक्रिया, समाचार के प्रकार और ब्राडकास्ट जर्नलिज्म के बारे में जानकारी दी गई है। पुस्तक में एक अध्याय समाधानोन्मुखी पत्रकारिता पर है। इसे लिखने का अभिप्राय यह है कि पत्रकारिता सिर्फ समस्याएँ गिनाना नहीं है, बल्कि पत्रकारों का दायित्व समाधान की संभावित दिशाएँ दिखाना, सुझाना भी है। पुस्तक के अंत में एक अध्याय में अमलेश ने कुछ समाचारों को रखा है। यह इसलिए दिया गया है, ताकि पत्रकारिता की पढ़ाई के बाद छात्र-छात्राएँ जब नौकरी में आएँ तो उन्हें कैसे-कैसे समाचार से सामना करना पड़ सकता है।

पुस्तक में रिपोर्टिंग और संपादन के लिए तकनीकों की समझ जरूरी बताते हुए कहा गया है कि प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक पत्रकारिता दोनों के लिए इन तकनीकों का प्रयोग अलग-अलग रूप में होता है। प्रिंट में पत्रकारिता का मूल अर्थ समाचार से समझा जाता है। इसमें संपादन का सबसे महत्वपूर्ण स्थान है। संपादन अपने संपूर्ण अर्थों में पत्रकारिता के उस काम का सम्मिलित नाम है, जिसकी प्रक्रिया के बाद समाचार, फीचर, लेख, साक्षात्कार प्रकाशन के लायक पहुँचते हैं। परंपरागत रूप से बताया जाता है कि समाचार उस समय ही पूर्ण कहा जा सकता है जब वह कौन, क्या, कब, कहाँ, क्यों और कैसे इन सभी प्रश्नों के उत्तर को लेकर लोगों की जिज्ञासा को संतुष्ट करता हो। हिंदी में इन्हें छह ककार (फाइव डब्ल्यू एंड वन एच) के नाम से जाना जाता है। अंग्रेजी में इन्हें पाँच 'डब्ल्यू', हू, ह्याट,

¹डिप्टी एडिटर 'यूनीवार्ता', नई दिल्ली. ईमेल : post2manohar@gmail.com

व्हेन, ह्याय, ह्वेयर और 'एच' हाउ कहा जाता है। इन छह सवालों के जवाब में किसी घटना का हर पक्ष सामने आ जाता है, लेकिन समाचार लिखते वक्त इन्हीं प्रश्नों का उत्तर तलाशना और पाठकों तक उसे उसके संपूर्ण अर्थ में पहुँचाना सबसे बड़ी चुनौती का कार्य है।

पुस्तक के 'संपादन' अध्याय में बताया गया है कि अखबार और पत्रिका में बहुत स्रोत से सामग्री आती है। उसमें सभी का स्तर अलग-अलग होता है। उनकी गुणवत्ता पहचानने का नाम संपादन है। संपादन ऐसी कला है जो किसी खबर को ऐसे मोड़ दे जैसे गाड़ियां मोड़कर गंतव्य तक पहुँचा दी जाती हैं। संपादन के लिए व्यापक अध्ययन, अभिरुचि, राजनीति, समाज, इतिहास, संस्कृति, सिनेमा, खेल, साहित्य, व्यापार, शिक्षा, स्वास्थ्य जैसे विषयों की जानकारी ही नहीं, बल्कि उसमें हमेशा एक जिज्ञासु बने रहना संपादन में कौशल विकसित करने का सबसे बड़ा उपाय है। जिस भाषा में संपादन करना है उसका ज्ञान होना जरूरी है। अर्थात् आप भाषा और वर्तनी के साथ-साथ उसके विराम चिह्न, फुलस्टॉप, कॉमा, व्याकरण वाक्य रचना, मुहावरों को शब्द भंडार में पैठ जमा कर अपनी संपादन कला को चमका सकते हैं। पुस्तक पढ़ने के बाद ऐसा लगता है कि अमलेश जी ने इसमें पत्रकारिता के बृहद् क्षेत्र को छात्रों के दृष्टिकोण से ही समेटने की कोशिश की है। आप इसे आज के समय में कह सकते हैं कि पत्रकारिता के विद्यार्थियों के लिए भी विभिन्न प्रकार के ज्ञान अर्जित करना आज चुनौती भरा काम हो गया है। इसलिए पुस्तक में पत्रकारिता की व्यावहारिक बातों को समायोजित करने पर ध्यान दिया गया है।

पुस्तक में संक्षेप में भारत में पत्रकारिता के इतिहास पर भी प्रकाश डाला गया है। पहले समाचार पत्र का उदय, हिंदी पत्रकारिता का उद्भव, मुद्रण तकनीक और समाचार पत्र जैसे अन्य विषयों के अध्ययन के लिए सिलसिलेवार तरीके से नई-नई जानकारी दे देने की कोशिश की गई है। पत्रकारिता के छात्रों के लिए आवश्यक बिंदु हैं—समाचार क्या है, संपादन कला और मूल्यांकन, समाचार के प्रमुख तत्त्व कौन-कौन से हैं, समाचार के प्रकार क्या हो सकते हैं, समाचार कैसे लिखें, समाचार का मूल्यांकन कैसे किया जाता है, सम-सामायिक घटनाओं पर आधारित समाचार कैसे लिखें, समस्याओं और विचारों पर आधारित समाचार कैसे होने चाहिए, समाचार की नवीनता और रोचकता किस तरह से आनी चाहिए, स्थानीय और राज्य या राष्ट्रीय समाचार में क्या फर्क होता है, समाचार लेखन में होने वाली भूलें क्या हैं, किसी भी समाचार को प्रभावी कैसे बनाएँ, समाचार में तथ्यों का इस्तेमाल किस हद तक किया जाना चाहिए। जनरुचि की खबर क्या होती है? संघर्ष और टकराव या विवाद की खबर कैसे लिखें, महत्वपूर्ण लोगों का मूल्यांकन समाचार के अनुसार किस तरह से करें, अनहोनी घटनाओं या अंधविश्वास वाले समाचार कैसे होने चाहिए, समाचार में उपयोगी जानकारी कितनी होनी चाहिए, समाचार में नीतियों और कानूनी बातों का किस तरह से ध्यान रखा जाना चाहिए, समाचार का समाचार-पत्र के मालिकों के अनुसार नीतिगत ढांचे को कैसे अपनाएँ, पाठक को भ्रमित करने वाले समाचार से कैसे बचाएँ। मानहानि का अर्थ, परिभाषा, प्रकार, नियम, कानून और बचाव, न्यायालय की अवमानना, प्रतिलिप्याधिकार (कापीराइट) अधिनियम 1957, नए जमाने की ऑनलाइन पत्रकारिता क्या है, वेब

पत्रकारिता, किन-किन जगहों पर होती है, पत्रकारिता की पढ़ाई करने के प्रमुख प्रकाशन गृह और उनकी पत्र-पत्रिकाएँ, प्रसार भारती, न्यू मीडिया, संचार माध्यम फीचर लेखन, साक्षात्कार और पत्रकारिता के विद्यार्थियों के लिए महत्वपूर्ण नोट्स में सारगर्भित जानकारी छात्रों लिए लाभदायक हो सकती है।

पुस्तक में कहा गया है कि सोशल मीडिया का नया रूप और इसका फैलाव इतना है कि इसे अभी शैशवावस्था ही कहा जाना ठीक रहेगा। इसलिए छात्रों को एक छोटी-सी जानकारी देने की बात कही गई है। अमलेश जी ने खुद माना है कि वे इस पुस्तिका के रूप में कोई कालजयी साहित्य नहीं रच रहे, बल्कि पिछले 20-25 सालों के अपने अनुभवों को भावी छात्रों और इस पेशे में आने वालों के लिए एक पुस्तिका के रूप में पिरोने की कोशिश की है। कोई कल्पनातीत बातें नहीं, शब्दों का जाल नहीं, बस एक पोथी जैसा कुछ लिख डाला है, जो किसी के कुछ भी काम आ जाए।

इंदिरा गांधी राष्ट्रीय कला केंद्र के अध्यक्ष श्री रामबहादुर राय पुस्तक के 'पुरोकथन' में लिखते हैं कि अमलेश राजू की यह पुस्तक पत्रकार को पत्रकार बनने में सहायक होगी, क्योंकि वे उसी परंपरा में जीने और रहने का प्रयास करते हैं। इस छोटी-सी पुस्तक में तीन खंड हैं। वे अनेक अध्यायों को अपने में समेटे हुए हैं। वे अनेक अध्यायों को अपने में समेटे हुए हैं। इन खंडों से पत्रकारिता की एक समझ उभरती है। समाचार क्या है? उसे कैसे लिखें? यह महत्वपूर्ण है जानना। लेकिन जब भारत बदल रहा है। समय का चक्र तेजी से चलने लगा है, परिवर्तन का बोध हर नागरिक को उसके अनुभव में आ रहा है, तो पत्रकारिता भी ठहरी हुई नहीं रह सकती। यह जितना सच है, उतना ही यह भी सच है कि पत्रकारिता के जीवन मूल्य तो ऐसी धुरी हैं, जो कभी समय के चक्र की तरह चलते नहीं, बल्कि उसी पर पूरी पत्रकारिता का चाक घूमता रहता है। उस पत्रकारिता मूल्य को पत्रकार अमलेश राजू ने इस पुस्तक में शब्द दिया है। वे शब्द एक चित्र बनाते हैं, जिससे पत्रकारिता का पहला पाठ बन जाता है। इस तरह यह पुस्तक पत्रकारिता की पहली पाठशाला है। श्री राय ने लिखा है कि अमलेश राजू ने नए क्षेत्र को चुना है, ऐसा क्षेत्र, जो छात्रों की पत्रकारीय आवश्यकताओं की प्राथमिकता में रहता है। विश्वास है, यह पत्रकारिता के छात्रों के लिए अत्यंत उपयोगी पुस्तक सिद्ध होगी।

लेखक अमलेश राजू मूल रूप से पत्रकार हैं और पत्रकारिता के बारे में ही सोचते रहते हैं। इसी का उपयोग करते हुए वे समय-समय पर अतिथि शिक्षक के रूप में विभिन्न मीडिया शिक्षण जैसे कि गुरु गोविंद सिंह इंद्रप्रस्थ विश्वविद्यालय और भारतीय जनसंचार संस्थान, नई दिल्ली में अध्यापन भी करते हैं। प्रस्तुत पुस्तक उनकी चौथी 'कृति' है। इससे पहले उनकी लोकनायक जयप्रकाश नारायण के सान्निध्य में रहने वालों के संस्मरण पर आधारित 'जेपी जैसा मैंने देखा' (2010), 'गांधी और अंबेडकर' (2022) और फिर कुछ अंतराल के बाद 'पत्रकार गांधी' नामक पुस्तक प्रकाशित है। उन्हें कई सरकारी, गैर सरकारी संस्थाओं ने पुरस्कृत भी किया है। पुस्तक पत्रकारिता के छात्रों के लिए ही नहीं, पत्रकारिता के शिक्षकों के लिए भी अत्यंत उपयोगी है। यह पुस्तक पत्रकारिता पाठ्यक्रमों में आवश्यक पठनीय सामग्री के रूप में शामिल की जानी चाहिए।



भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय) प्रकाशन विभाग

नवीन सदस्यता नवीनीकरण प्रपत्र

संचार माध्यम

अब

त्रैमासिक

उपलब्ध है

सेवा में

प्रमुख, प्रकाशन विभाग, भारतीय जन संचार संस्थान (सम विश्वविद्यालय)
नया जेएनयू परिसर, अरुणा आसफ अली मार्ग, नई दिल्ली-110 067

महोदय/महोदया

मैं/हम 'संचार माध्यम' शोध पत्रिका की सदस्यता लेना चाहते हैं :

संचार माध्यम रु. 200.00 प्रति अंक (रु. 800.00 वार्षिक शुल्क)

कैलेंडर वर्ष (जनवरी-दिसंबर) के लिए.....
डिमांड ड्राफ्ट/चेक संख्या/ऑनलाइन लेनदेन संख्या
दिनांक..... के नाम आहरित के लिए
₹..... सदस्यता राशि के रूप में संलग्न है।

पत्रिका निम्नलिखित पते पर भेजी जाए :

नाम
पता
दूरभाष

(हस्ताक्षर दिनांक सहित)

टिप्पणी :

- डिमांड ड्राफ्ट भारतीय जन संचार संस्थान के पक्ष में दिल्ली में देय होना चाहिए।
- व्यक्तियों से प्राप्त चेक स्वीकार नहीं किए जाएंगे; तथापि, संस्थानों/विश्वविद्यालयों द्वारा स्थापित फर्मों से प्राप्त चेक स्वीकार किए जा सकते हैं।

ऑनलाइन फंड ट्रांसफर विवरण :

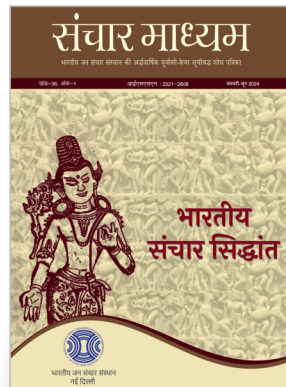
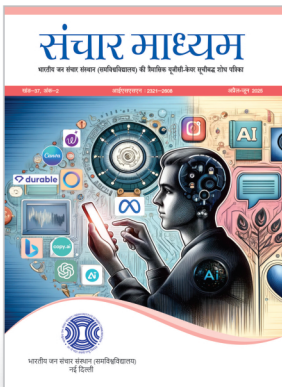
खाताधारक का नाम : **IIMC REVENUE**
पता : Aruna Asaf Ali Marg, New Delhi-110 067
बैंक का नाम एवं शाखा : **State Bank of India**, R K Puram,
New Delhi - 110022
आईएफएससी कोड : **SBIN0001076**
खाता संख्या : **40321700410**
बैंक का प्रकार : SB

SCAN & PAY

UPI ID: 9773601002@SBI



BHIM UPI
BHARAT INTERFACE FOR MONEY UNIFIED PAYMENTS INTERFACE



'संचार माध्यम' (ISSN : 2321-2608) भारतीय जन संचार संस्थान (सम विश्वविद्यालय), नई दिल्ली की संचार, मीडिया, पत्रकारिता और उससे संबंधित मुद्दों पर केंद्रित हिंदी में प्रकाशित होने वाली अग्रणी 'पीयर रिव्यूड' और यूजीसी-केयर सूचीबद्ध शोध पत्रिका है। इसका प्रकाशन 1980 में आरंभ हुआ और आज यह हिंदी भाषा में संचार, मीडिया और पत्रकारिता से संबंधित विषयों पर विभिन्न प्रकार के विचारों, टिप्पणियों, पुस्तक समीक्षा और मौलिक शोध-पत्रों के प्रकाशन का प्रतिष्ठित मंच है। इसमें मीडिया से संबंधित सभी प्रकार के विषयों पर मौलिक अकादमिक शोध और विश्लेषण प्रकाशित किए जाते हैं। अकादमिक शोध के उच्चतर मूल्यों का पालन करते हुए 'संचार माध्यम' में प्रकाशन से पूर्व सभी शोध पत्रों/आलेखों की बहुस्तरीय निष्पक्ष समीक्षा (ब्लाइंड पीयर रिव्यू) कराई जाती है। भारतीय जन संचार संस्थान के प्रकाशन विभाग द्वारा इसका प्रकाशन किया जाता है। अब पत्रिका का प्रकाशन त्रैमासिक हो रहा है।

'संचार माध्यम' में निम्नलिखित श्रेणी के शोध-पत्र प्रकाशित किए जाते हैं :

- मौलिक शोध पर आधारित शोध-पत्र:** इस प्रकार के शोध-पत्र की शब्द सीमा 4000 से 5000 शब्द होनी चाहिए, जो डबल स्पेस में टाइप किया गया हो। साथ ही अधिकतम 250 शब्दों में शोध सारांश भी शामिल होना चाहिए। शोध-पत्र सिर्फ यूनिकोड फॉण्ट में ही टाइप होना चाहिए और उसमें संबंधित शोध की पूर्ण तस्वीर दृष्टिगोचर होनी चाहिए। शोध-पत्र से जुड़े छायाचित्र/ग्राफ/टेबल, यदि कोई हों, तो वे भी अपनी मूल प्रति के साथ (एक्सेल फाइल इत्यादि) संलग्न किए जाने चाहिए। इस बात का विशेष ध्यान रखा जाना चाहिए कि छायाचित्रों का रिजॉल्यूशन उच्च स्तर का हो ताकि प्रिंटिंग के समय गुणवत्ता प्रभावित न हो। पीडीएफ फाइल में शोध पत्र स्वीकार्य नहीं होंगे।
- लघु शोध आधारित शोध-पत्र:** लघु शोध आधारित आलेख 2000 शब्दों से अधिक नहीं होना चाहिए, यानी लगभग 4-5 पृष्ठ, डबल स्पेस में टाइप किया गया हो। यह भी यूनिकोड फॉण्ट में ही टंकित होना चाहिए। ऐसे शोध-पत्र भी पूर्ण हो चुके शोध/अध्ययनों पर ही आधारित होने चाहिए। इसमें ऐसे तथ्यपूर्ण शोध-पत्र भी शामिल हो सकते हैं, जिनका संबंध किसी नवीन तकनीक के विकास से है। ऐसे शोध-पत्रों का शोध सारांश 80 से 100 शब्दों से अधिक नहीं होना चाहिए।
- शोध समीक्षा:** इस श्रेणी के अंतर्गत आने वाले समीक्षात्मक आलेखों में प्रस्तावना, साहित्य समीक्षा, शोध परिणाम आदि के अलावा संबंधित शोध में मौजूद कमियों और उन कमियों के सुधार हेतु सुझावों का भी समावेश होना चाहिए, ताकि भविष्य में अन्य शोधकर्ता उन कमियों को दूर करने की दिशा में प्रयास कर सकें।
- पुस्तक समीक्षा:** 'संचार माध्यम' में पत्रकारिता और जनसंचार पर प्रकाशित पुस्तकों की समीक्षा (शब्द सीमा: 1500) भी प्रकाशित की जाती है। अन्य विषयों जैसे सामाजिक ज्ञान, सामाजिक कार्य, एंथ्रोपोलोजी, कला आदि पर प्रकाशित पुस्तकों की समीक्षा भी भेजी जा सकती है बशर्ते उनका शीर्षक मीडिया अध्ययन से जुड़ा हो या उनकी सामग्री में कम-से-कम 40 प्रतिशत अध्याय मीडिया, जनसंचार या पत्रकारिता से जुड़े हों। पुस्तक समीक्षाएँ उनके पूर्ण विवरण जैसे प्रकाशक, वर्ष, संस्करण, पृष्ठ संख्या, मूल्य व पुस्तक के छायाचित्र के साथ भेजी जानी चाहिए।

प्रकाशन नैतिकता और साहित्यिक चोरी

- संचार माध्यम के लिए जो शोध आलेख भेजे जाएँ उन्हें अन्य पत्रिकाओं को नहीं भेजना चाहिए और न ही शोध आलेखों को पूरी तरह से या आंशिक रूप से उसी सामग्री के साथ किसी अन्य पत्रिका में प्रकाशित किया जाना चाहिए। लेखकों को सुनिश्चित करना चाहिए कि 'संचार माध्यम' में प्रकाशन के लिए भेजे जाने वाले आलेख किसी भी रूप में या मिलती-जुलती सामग्री के रूप में पहले प्रकाशित न हुए हों।
- किसी भी तरह की साहित्यिक चोरी किसी भी परिस्थिति में स्वीकार्य नहीं है। आलेख के साथ मूल कार्य का घोषणापत्र प्रस्तुत किया जाना अनिवार्य है, जिसके बिना आलेखों पर कोई विचार नहीं किया जाएगा। लेखकों को आलेखों की प्रामाणिकता सुनिश्चित करनी चाहिए। कोई भी अनैतिक व्यवहार (साहित्यिक चोरी, गलत डेटा आदि) किसी भी स्तर पर (पीयर रिव्यू या संपादन स्तर पर भी) आलेख की अस्वीकृति का कारण बन सकता है। किसी भी समय साहित्यिक चोरी और तथ्यों, निष्कर्षों के स्वनिर्मित आदि पाए जाने पर प्रकाशित आलेख वापस लिए जा सकते हैं।

बहुस्तरीय समीक्षा (पीयर रिव्यू) प्रक्रिया

'संचार माध्यम' में प्रकाशनार्थ प्राप्त सभी आलेख दोहरी या बहुस्तरीय निष्पक्ष समीक्षा (डबल ब्लाइंड पीयर रिव्यू) प्रक्रिया के अधीन हैं। शोध आलेखों को विशेषज्ञों के पास बिना उनके लेखक/लेखकों का नाम बताए समीक्षा के लिए भेजा जाता है। उनकी टिप्पणी, सुझावों और अनुशंसा के आधार पर ही शोध-पत्रों के प्रकाशन का निर्णय लिया जाता है। संपादन-परिषद् के संतुष्ट होने पर ही शोध-पत्र प्रकाशित किया जाता है। इस प्रक्रिया में आमतौर पर 4-6 सप्ताह लगते हैं। समीक्षा प्रक्रिया पाँच चरणों पर आधारित है:-

- जस के तस स्वीकार करने लायक
- मामूली सुधार की आवश्यकता
- मध्यम सुधार की आवश्यकता
- अधिक सुधार की आवश्यकता
- अस्वीकृत

'संचार माध्यम' तीव्र समीक्षा प्रक्रिया का पालन नहीं करता है

लेखों का संपादन

यदि प्रकाशन के लिए लेख स्वीकार किया जाता है, तो उसे कम-से-कम दो संपादन चरणों से गुजरना पड़ता है। लेखकों को ध्यान रखना चाहिए कि सभी स्वीकृत लेख संपादन के किसी भी स्तर पर संपादकों द्वारा आवश्यक संशोधनों व परिवर्तनों के अधीन हैं।

भारतीय जन संचार संस्थान

समविश्वविद्यालय



भारत का नंबर एक मीडिया संस्थान

स्नातकोत्तर डिग्री पाठ्यक्रम

- एम.ए. स्ट्रेटिजिक कम्युनिकेशन
- एम.ए. मीडिया बिजनेस स्टडीज
- एम.ए. न्यू मीडिया कम्युनिकेशन

स्नातकोत्तर डिप्लोमा पाठ्यक्रम

- अंग्रेजी पत्रकारिता • हिंदी पत्रकारिता • रेडियो और टीवी पत्रकारिता
- विज्ञापन एवं जनसंपर्क • उड़िया पत्रकारिता • मलयालम पत्रकारिता
- उर्दू पत्रकारिता • मराठी पत्रकारिता

नवीनतम और सुसज्जित सुविधाएँ

- साउंड और टीवी स्टूडियो तथा ऑडियो विजुअल सेटअप
- डिजिटल इलेक्ट्रॉनिक कैमरों के साथ टीवी और वीडियो प्रोडक्शन
- मल्टी कैमरा स्टूडियो सेटअप • नॉन-लीनियर वीडियो एडिटिंग
- एडिटिंग कंसोल • डिजिटल साउंड रिकॉर्डिंग • डीएसएलआर कैमरा
- 4K वीडियो कैमरा • प्रोजेक्टर और वातानुकूलित कक्षाएँ
- कंप्यूटर लैब • मल्टीमीडिया सिस्टम
- वॉयस रिकार्डर, ग्राफिक और लेआउट डिजाइनिंग
- अपना रेडियो 96.9 एफएम

छात्रों को व्यावहारिक शिक्षा

- सीखने के मजबूत और व्यावहारिक तरीके
- नवीनतम तकनीक और सॉफ्टवेयर के साथ ज्ञान को बढ़ाना
- विशेष बीट रिपोर्टिंग सत्र
- मीडिया उद्योग के विशेषज्ञों के व्याख्यान

भारतीय जन संचार संस्थान (समविश्वविद्यालय)
(सूचना और प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार)

जेएनयू न्यू कैंपस, अरुणा आसफ अली मार्ग, नई दिल्ली-110067
फोन : 011-26742920/296 | वेबसाइट: www.iimc.gov.in
ईमेल: iimc1965@gmail.com