

ISSN 2229-5593

A peer-reviewed bilingual  
quarterly research journal

October - December 2020

# मीडिया मीमांसा

## MEDIA MIMANSA



माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता  
एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल

**Makhanlal Chaturvedi National University**  
of Journalism and Communication, Bhopal

## Guidelines for Author's

- The aim of the research journal is to promote innovation and research in the current scenario on topics related to communication, media management, public news, new media, and journalism and computer applications.
- The research paper sent for publication in the journal should be original and should not be published in any other journal or not in process of publication.
- The author has to submit the declaration form, along with the research paper, clearly stating that the research paper is his/her original writing and not presented to others for publication.

Research Paper should be in following format :

- Abstract, Keywords, Introduction, Review of Literature, Objectives, Hypothesis, Research Methodology, Tables and Graphs, Results and Analysis, Conclusion and Reference list.
- M.S. Word, Paper Size A-4, Font Style Times New Roman, Font Size 12, and 1.5 should be margin space and justified and send your research article to e-mail: [mediamimansa@mcu.ac.in](mailto:mediamimansa@mcu.ac.in).
- For the correspondence, the author will have to submit the research paper as well as submit the bio data. In which information related to the title of the research paper, author's name, designation, Institution name, contact number, email ID and postal address will have to be provided.
- The abstract of the research should be between 200-250 words. The main script should not contain footnotes. References should be given at the end of the research paper in APA style. References should be listed sequentially.
- Tables and figures should be numbered sequentially in the research paper and the source must be mentioned at the end of each table and data.
- The author will be responsible for the factual error and copyright mentioned in the research paper.

मीडिया मीमांसा  
**Media Mimansa**  
Volume-14, No.1

A peer reviewed quarterly  
bilingual journal

**Chief Editor**

Prof. K.G. Suresh

**Advisory Board**

Shri. Alok Mehta

Prof. Rajiv V. Dharaskar

Dr. Amitabh Deo Kodwani

Dr. Ravi Prakash Tekchandani

**Editors**

Dr. Monika Verma

Dr. Rakhi Tiwari

**Associate Editors**

Dr. Urvashi Parmar

Ms. Manisha Verma

Dr. Ramdeen Tyagi

Mr. Lokendra Singh

**Subscription**

Single copy : Rs. 150,

Annual : Rs. 500

Institutional Membership : Rs. 1,000 (Annual)

Please remit your subscription through  
draft in favour of Registrar, MCRPVV,  
Bhopal.

**Printed & Published by**

Dr. Kanchan Bhatia Director Publication

Dr. Rakesh Panday, Incharge Publication

Makhanlal Chaturvedi National

University of Journalism &

Communication B-38, Vikas Bhawan,

M.P. Nagar Zone I, Bhopal – 462011

मीडिया मीमांसा

**CONTENTS**

- संपादकीय – प्रो. के जी सुरेश 1
- News Selection and Presentation Pattern of Prime Time  
Bulletins: Comparative study of India TV and ABP News 2  
– Prof (Dr.) Monika Verma  
– Dinesh Kumar Rai
- Effect of Music Therapy on Stress among Media Students 14  
(One-group Pretest-Posttest Design)  
– Prof. Pavitra Shrivastava  
– Abhishek Kaushal
- Management Wisdom in Traditional Knowledge- 20  
Panchatantra.  
– Rudresh Pandey
- Quantum Perception of Media Professionals and Political 26  
Journalism  
– Dr. Shaili Misra  
– Dr. Nasreen Ansari
- लोक गीतों के परिप्रेक्ष्य में महात्मा गांधी और राष्ट्रीय चेतना 36  
का विवेचनात्मक अध्ययन  
– डॉ. पवन सिंह मलिक  
– अमरेन्द्र कुमार आर्य
- आधुनिक राजनीतिक राज्य व्यवस्था का विकास 46  
– प्रो. अविनाश वाजपेयी  
– कन्हैया झा
- कोविड के दौर में परम्परागत मीडिया की चुनौती 56  
– डॉ. आशीष द्विवेदी
- भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस एवं बीजेपी की संचार रणनीति का 63  
तुलनात्मक अध्ययन  
– डॉ. संजीव गुप्ता  
– संदीप श्रीवास्तव

Oct.-Dec. 2020

---

## संपादकीय

माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय विगत 30 वर्षों से पत्रकारिता एवं संचार के क्षेत्र में उल्लेखनीय कार्य कर रहा है। इस क्षेत्र के संवर्धन के लिए विश्वविद्यालय श्रेष्ठ एवं कुशल मानव संसाधन तैयार कर रहा है। अध्ययन-अध्यापन के साथ ही विश्वविद्यालयों से अपेक्षा रहती है कि वे नये ज्ञान के सृजन का वातावरण बनाएं। गुणवत्तापूर्ण शोध कार्य को बढ़ावा दें। शोध संस्कृति का विकास करें। विश्वविद्यालय इस दिशा में भी सक्रिय है। हम ब्लाइंड पीयर रिव्यूड शोध पत्रिका 'मीडिया मीमांसा' के माध्यम से संचार, पत्रकारिता, प्रबंधन, कम्प्यूटर, विज्ञापन, जनसंपर्क, फिल्म सहित अन्य क्षेत्रों में नये ज्ञान के सृजन के लिए शोधार्थियों के मौलिक एवं नवोन्मेषी शोध कार्य को सामने लाने का प्रयास कर रहे हैं। गुणवत्तापूर्ण शोध पत्रों के प्रकाशन के लिए अकादमिक एवं शोध क्षेत्र में 'मीडिया मीमांसा' की प्रतिष्ठा रही है। अब उस प्रतिष्ठा को और अधिक बढ़ाने पर जोर है। इसके लिए नये संपादक मंडल का गठन किया गया है। देशभर से संचार एवं शोध विशेषज्ञों को सलाहकार मंडल में शामिल किया गया है, जिनका इस क्षेत्र में सुदीर्घ अनुभव है। शोध पत्रों की समीक्षा के लिए देशभर से विभिन्न विषयों के अध्येताओं एवं प्राध्यापकों को अपने साथ जोड़ा गया है। सब मिलकर उपरोक्त विषयों, क्षेत्रों में शोध संस्कृति एवं शोध कार्य को बढ़ाने के लिए प्रयासरत हैं। हमारा प्रयास है कि हम ऐसे शोधकार्य को बढ़ावा दें, जिसका सीधा लाभ समाज को मिले। समाज की कठिनाइयां दूर हों। मीडिया मीमांसा में प्रकाशित शोध पत्रों के निष्कर्षों का लाभ शासन व्यवस्था या नीति-निर्माता समाज के लिए नीतियां बनाने में करें।

माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, मध्यप्रदेश का पहला विश्वविद्यालय है, जिसने राष्ट्रीय शिक्षा नीति के क्रियान्वयन की पहल कदमी की है। लोकतांत्रिक पद्धति एवं व्यापक विमर्श के बाद तैयार हुई राष्ट्रीय शिक्षा नीति की भी अपेक्षा यही है कि देश के विश्वविद्यालय शोध संस्कृति को सुदृढ़ करें। नये ज्ञान की रचना करें। नवोन्मेषी और लोकहित के शोध कार्यों को बढ़ावा दें। हमारा संकल्प है कि हम राष्ट्रीय शिक्षा नीति की इस आकांक्षा को पूरा करेंगे। निश्चित ही 'मीडिया मीमांसा' गुणवत्तापूर्ण शोध को समाज के सामने लाने का माध्यम बनेगी।

■ प्रो. के जी सुरेश  
कुलपति एवं मुख्य संपादक

---

## News Selection and Presentation Pattern of Prime Time Bulletins: Comparative study of India TV and ABP News

■ Prof (Dr.) Monika Verma  
■ ■ Dinesh Kumar Rai

**Abstract :** The beginning of 21st century there were hundreds of private television channel in India. After globalization the corporate sectors became the owner of most of the news and entertainment channels. In 20th century concept of news channel was not so popular, where infotainment channels were tele-casted both news and entertainment but in the beginning of next century 24x7 news channels one after another launched in India. Today there are many news channels, they are broadcasting of various news events and other information, with this rising the researcher scholars are also choosing this area to study. In this present study, universe consists of the prime time news content of Indian Hindi National News channels. National news channels are area of this study, it have covered two News channels- ABP News and India TV. Samples have been selected from prime time (9PM to 10PM) bulletins because in this time slot, news channels cover all daytime happenings with maximum possible details. Total 684 news items of all two news channels have been coded according to the codebook. Since one news item does have many subjects, issues, presentation format and time share, which were interrelated. Therefore, each news item has been classified into three categories according to the prominence of type, issues, news presentation formats and time sharing.

**Keywords:** Content Analysis, News Channels, News Content, Selection, Presentation.

### Introduction

Television is one of the greatest inventions of the scientific world which has contributed immensely to the development of mankind. It has brought people of different countries and regions closer to each other, enabling them to learn about the culture and traditions flourishing in different parts of the world. It is the most powerful medium of mass communication for education, entertainment and information. British Broadcasting Corporation

: (BBC) began the first television of the world in 1936, with help provided by UNESCO. In India, it was introduced on September 15, 1959 from the premises of All India Radio headquarter, New Delhi. Television became more popular during the Asiad Games in 1982 with colour television. In 1990s globalization opened the door for private company to launch television channels and up to the beginning of 21st century there were hundreds of private television channel in India.

---

\* Professor, Makhanlal Chaturvedi National University of Journalism & Communication, Bhopal

\*\* Research Scholar (Media Studies) Makhanlal Chaturvedi National University of Journalism and Communication, Bhopal

---

After globalization the corporate sectors became the owner of most of the news and entertainment channel. In 20th century concept of news channel was not so popular, where infotainment channels were telecasted both news and entertainment but in the beginning of next century 24\*7 news channels one after another launched in India. Today there are many news channels, they are broadcasting of various news events and other information.

In this present study, universe consists of the prime time news content of Indian Hindi National News channels. The area of this study would be covered by two News channels namely, ABP News and India TV. In 2003, the contract with NDTV ended and STAR decided to run the channel on its own. However, the government introduced a guideline capping foreign equity in the News business to 26%. STAR then entered into a Joint Venture (JV) with the Ananda Bazar Patrika group to form a company called Media Content and Communications Services Pvt. Ltd. (MCCS) which ran the channel STAR News. In the year 2012, the eight-year affiliation with the 'Star' brand came to an end. Media Content and Communications (MCCS), the company that owned and operated the news channels, said that after the split, Hindi news channel Star News would be named ABP News.

The rise of India TV as India's leading news channel within a short span of its existence owes a lot to the vision of its chairman and editor-in-chief Rajat Sharma and the dedication and toil of its ever-growing team of bright news TV professionals. Rajat Sharma co-founded

India TV with his wife Ritu Dhawan in April, 2004 from a swanky studio in Film City, Noida and then considered one of Asia's largest news TV studios. In 1997, Rajat Sharma and Ritu Dhawan set up their own production house -Independent News Service (INS), the parent company which owns India TV. In a short period, India TV has created benchmarks in innovation, impact, ratings, time spends, and viewer-support.

### **Review of Literature :**

A study by Wang and Gantz (2007) content analysed 1,863 news stories that aired on four English-language channels and one Spanish channel in seven U.S. markets during a composite week in 2000. They noted that about 10% of news stories focused on health topics. Specific diseases and healthy living issues received the most frequent coverage. Health news stories generally were less than 1 minute long. Their study was guided by agenda setting, cultivation, and social learning theories. Wang and Gantz (2007) noted that agenda setting and cultivation of understanding of a given health issue were likely to require lengthy news stories and repeated exposure to those stories.

They pointed out that since health is one of the many beats covered in local newscasts, health was not likely to receive a large slice of news time and would therefore be brief. They further argued that because many health news stories are complex and technical in nature, health news may need more time than other topics to be truly beneficial to viewers (Wang & Gantz, 2007).



---

A research done by Fred A. Martino M.S., Grand Valley State University December-, 2003 on Local TV News: A Content Analysis of the Late Local Newscasts in Grand Rapids, Michigan, is a thorough study of the late newscasts presented on WOOD-TV, WZZM-TV and WXMI-TV. Seven newscasts were studied on each of the stations.

Each newscast was recorded on the same night, over a seven-week period. The first three newscasts were recorded on 1st June, 2003. The final three newscasts were recorded on 19th July, 2003. The study evaluated the amount of time devoted to nine areas that comprise most of the content offered by traditional local television newscasts: local news, state news, national/world news, issue-oriented reporting, local features, outside-source features, weather, sports and promotions. As a percentage of total newscast time, the newscasts matured a small amount of local news. The station averages for the seven week studied were very similar, with local news comprising 14.8% to 17.7% of each newscast. Reports within the newscast often lacked new information or even clarity.

Attribution of sources was rare and many stories were incomplete. All three station spent a great deal of time on sports and weather, considering that much of the information presented in these segments had little or no local relevance. One of the most striking Endings of the study involved the amount of time devoted to promotions within the newscast. All of the stations devoted more time to promotions than state news or issue-oriented reporting. WXMI devoted more of its newscasts

(7.7%) to promotion than any news content area, with the exception of local news and national/world news.

One important content analysis study of television news was conducted during general election of 1998 by Center for Advocacy and Research (CFAR), Delhi. The objectives of this research were to find out level of coverage of gender and development related issues during election broadcasts. This was basically a quantitative and qualitative analysis of six Indian channels (Doordarshan, Zee India, Star Plus, Star News, Sony Channel and TVI) in which a sample of total 55 hours and 25 minutes content was monitored during 7th to 14th February, 1998. A total of 30 issues were identified and television content was studied on this basis of these variables.

In 1995 two Indian female scholars, Namita Unnikrishanan and Shailaja Bajpai conducted research on the impact of television advertisements on children. This was a much talked about research work done after the advent of private channels in India.

History tells that Americans lost Vietnam War not on the battleground but in its own bedrooms. Constant television coverage of the war turned American's against war. As a result American Govt. had to call back its troops from Vietnamese land. Lots of researchers were carried out about the coverage of this war. Peter Braestrup (1977) did one of them. Research was concentrated on the language, selection and presentation of news. Focus of the study was on the reporter's biasness while reporting.

## Objectives :

1. To analyse news selection and presentation pattern of prime time bulletins of two major Hindi National News Channels of India.
2. To compare the content of India TV and ABP News on the basis of various variables such as nature of news content, news packing and presentation etc.
3. To find out and compare the time ratio between news content and advertisement which are telecast on News Channel in prime time slot.

## Methodology :

In this study, universe consist prime time news contents of Indian Hindi National News Channels. There are number of National Hindi News channels existing which were telecasting news round the clock. Researcher selected two news channels- India TV and ABP News from top ten Hindi National News Channels randomly. Samples have been selected from prime time (9PM to 10PM) bulletins

which are telecast during the period of 20th January, 2020 to 07th February, 2020 because in this time slot, news channels cover all daytime happenings with maximum possible details. Daily two prime time bulletins of each one of news channels have been selected for the study. Total 30 bulletins/shows (15 each channel) have been analysed. These bulletins have been selected through composite sampling. For this, researcher have done continuous parallel recording of fifteen days excluding Saturday and Sunday. As seen, special news bulletins, current affairs programmes etc. are telecast on weekend which was not part of this study. Total 684 news items have been coded into codebook of both news channels. Since one news item does have many subjects, issues, presentation format and time share, which were interrelated. Therefore, each news item has been classified into three categories according to the prominence of type, issues, news presentation formats and time sharing.

Table 1: Comparison in terms of News and Advertisement Ratio

	INDIA TV		ABP News	
Distribution	Seconds	Percentage	Seconds	Percentage
Broadcasting Time (Total)	54000 Sec.	100 %	54000 Sec.	100 %
News Time Share	42425 Sec.	78.56 %	39750 Sec.	73.61 %
Advertisements Time Share	11575 Sec.	21.44 %	14250 Sec.	26.39 %

When researcher compared News and Advertisement ratio between India TV and ABP News then it appeared that India TV (78.56%) devoted more time share for News Content as compare to ABP News (73.61%) in per bulletin. India TV (21.44%) devoted less time share for Advertisement as compare to ABP News channel (26.39%) in bulletin.

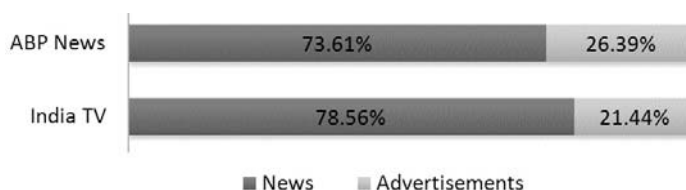
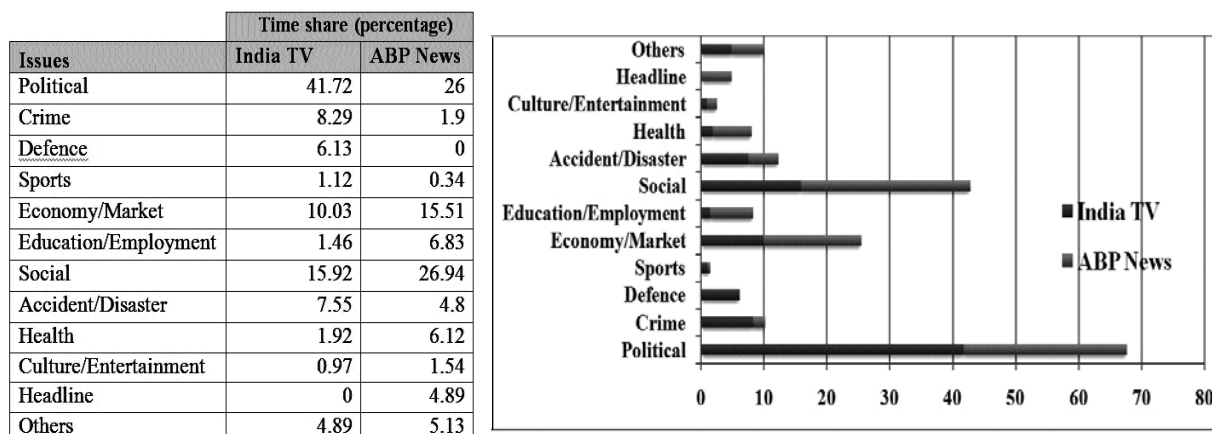


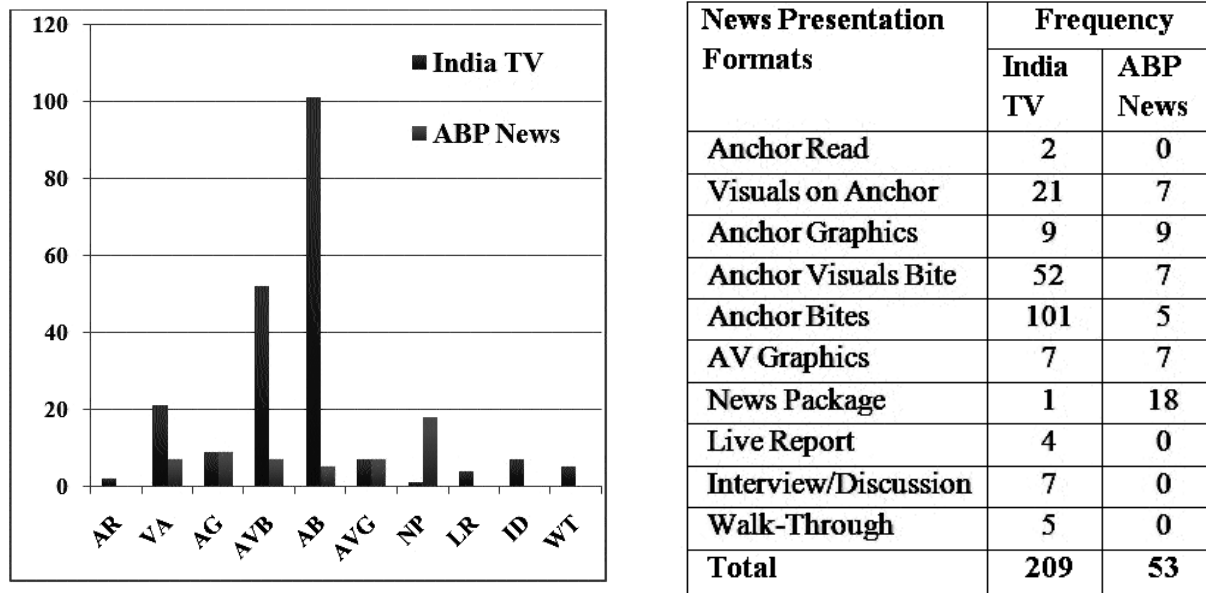


Table 2: Comparison in terms of issues time share



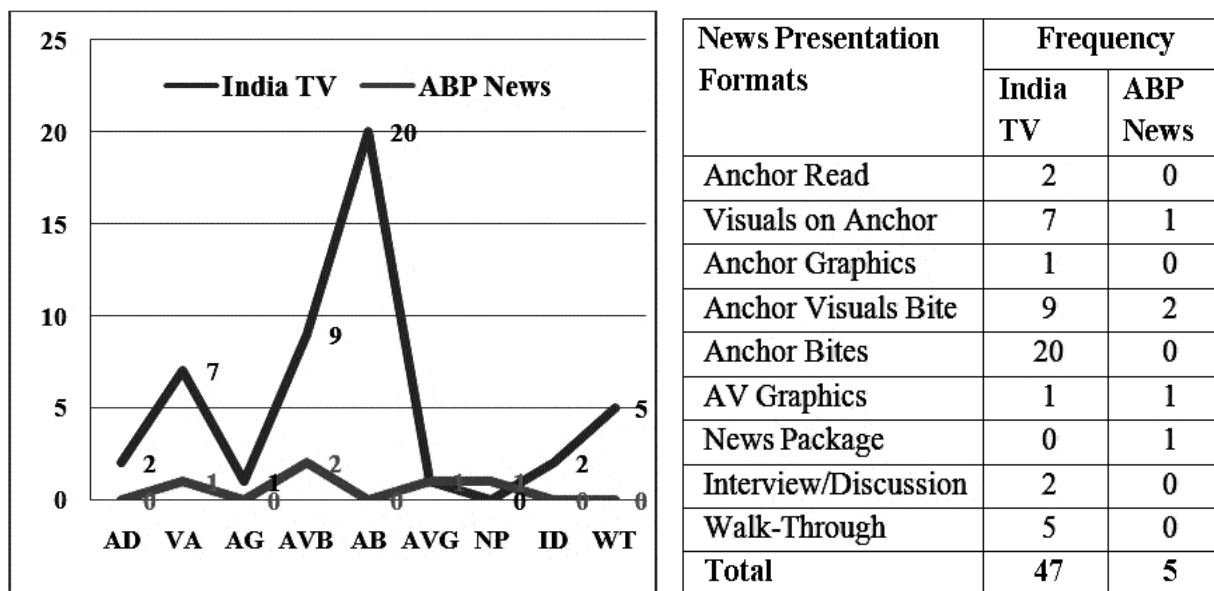
India TV (41.72%) devoted more time share for political issues as compare to ABP News (26%) from total news time share. Social issues got higher time share on ABP News (26.94%) as compare to India TV (15.92%). Crime, Defence and Accident/Disaster issues also got more time share on India TV as compare to ABP News. Whereas Economy/Market, Education/Employment and Health issues got more time share on ABP News as compare to India TV. Sports and Culture/Entertainment issues are neglected on both channels but sports got little more time on India TV and Culture/Entertainment got little more time on ABP News. Other issues devoted time share are almost same on both channels. India TV doesn't give to share for Headline because it is played just before this bulletin.

Table 3: Comparison of Political issues in terms of news presentation formats.



Researcher compared political issues then it appeared that India TV used more of the time for Anchor Bites followed by Anchor Visuals Bite, whereas ABP News used News Package more of the time. India TV used 10 presentation formats to present political issues whereas ABP News used only 6 presentation formats. When we compared over all telecast news items of political issues then we got that India TV also have a big number.

Table 4: Comparison of Crime issues



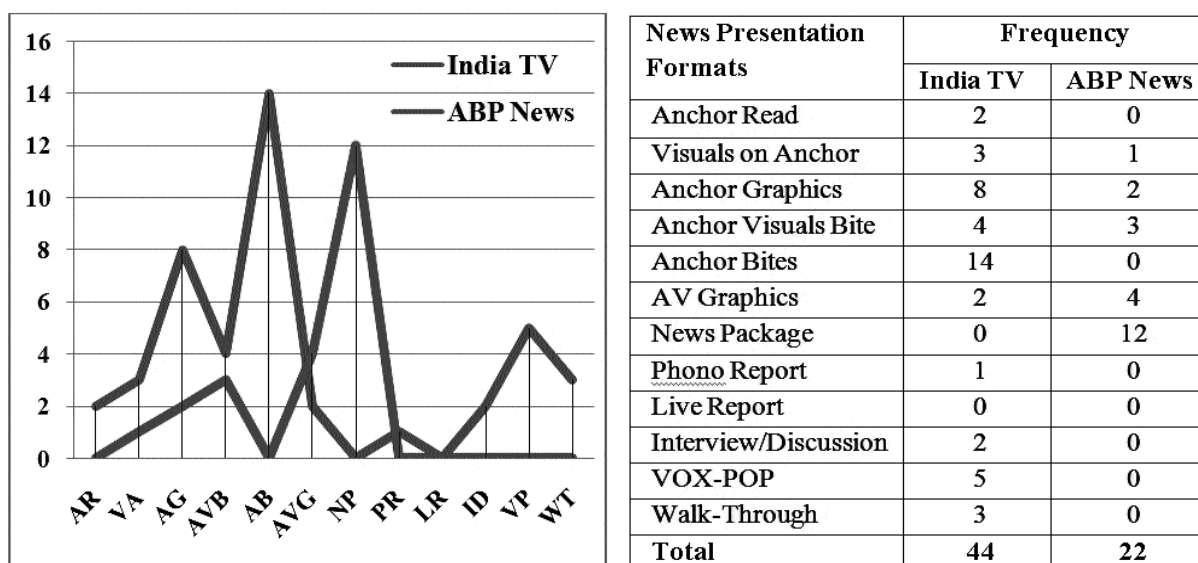
India TV telecast 47 news items of crime issues in which used Anchor Bites more of the time. ABP News telecast only 5 news items in which used equally 4 presentation formats almost. Here India TV used 8 presentation formats to present 47 news items whereas ABP News used only 4 formats to present 5 news items.

Table 5: Comparison of Sports issues

News Presentation Formats	Frequency	
	India TV	ABP News
Visuals on Anchor	1	0
Anchor Visuals Bite	2	1
Anchor Bites	3	0
VOX-POP	1	0
<b>Total</b>	<b>7</b>	<b>1</b>

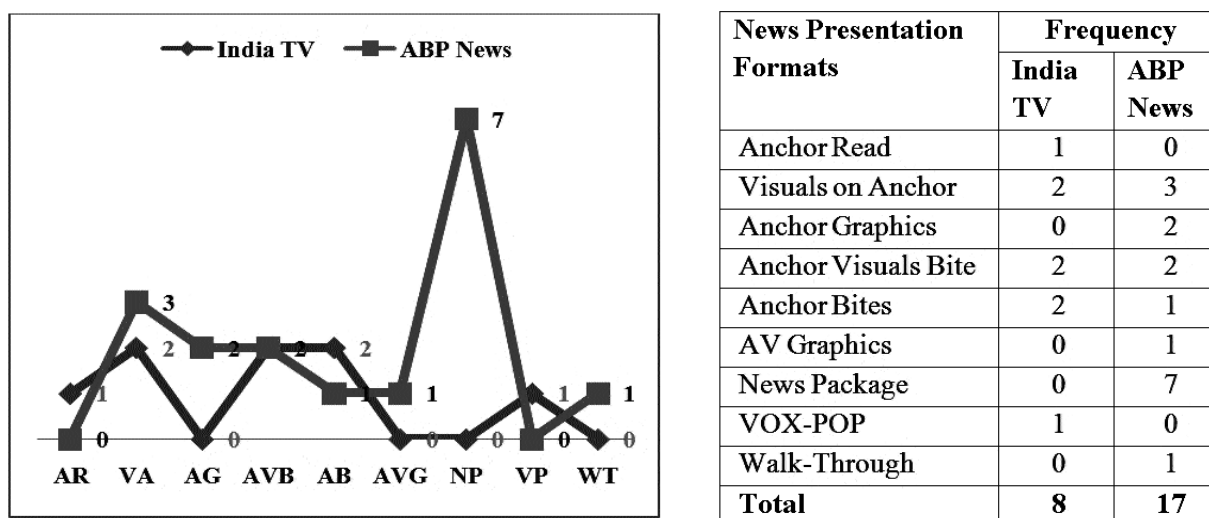
ABP News telecast only 1 news item of sports issues and used Anchor Visuals Bite format to present whereas India TV telecast 7 news items of sports issues and used Visuals on Anchor (1), Anchor Visuals Bite (2), Anchor Bites (3) and VOX-POP (1) formats to present. India TV gave little more weightage to sports issues as compare to ABP News.

Table 6: Comparison of Economy/Market issues



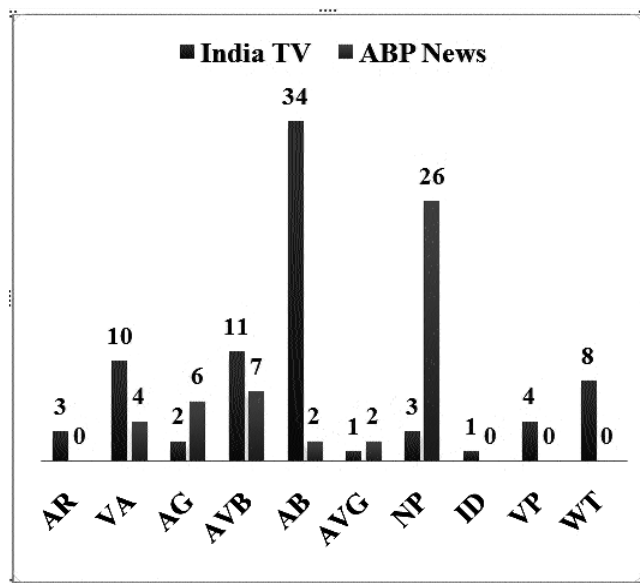
ABP News telecast 22 news items of Economy/Market issues whereas India TV telecast 44 news items which is just double. India TV used Anchor Bites format more of the time as comparison to News Package that ABP News used more of the time. ABP News used Visuals on Anchor format less of the time whereas India TV used Phono Report less of time. Both news channels have not used some presentation formats.

Table 7: Comparison of Education/Employment issues



ABP News have gave more emphasis on Education/Employment issues as compare to India TV and used News Package more of the time for 7 news items whereas India TV used 5 news presentation formats moderately for 8 news items. India TV used VOX-POP and Anchor Read only for one news item each whereas ABP News used Anchor Bites, Anchor Visuals Graphics and Walk-Through only for one news item each.

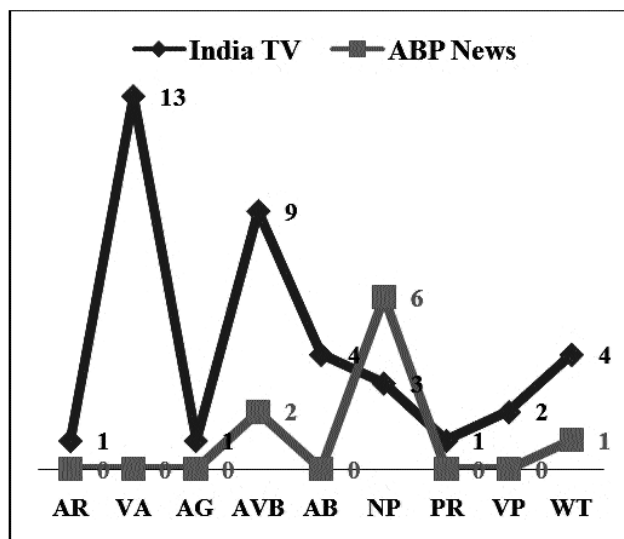
Table 8: Comparison of Social issues



News Presentation Formats	Frequency	
	India TV	ABP News
Anchor Read	3	0
Visuals on Anchor	10	4
Anchor Graphics	2	6
Anchor Visuals Bite	11	7
Anchor Bites	34	2
AV Graphics	1	2
News Package	3	26
Interview/Discussion	1	0
VOX-POP	4	0
Walk-Through	8	0
Total	77	47

India TV used Anchor Bites more of the time whereas ABP News used News Package more of the time to present social issues. India TV used 10 presentation formats whereas ABP News used 6 presentation formats. ABP News used Interview/Discussion, VOX-POP and Walk-Through formats as compare India TV.

Table 8: Comparison of Accident/Disaster issues



News Presentation Formats	Frequency	
	India TV	ABP News
Anchor Read	1	0
Visuals on Anchor	13	0
Anchor Graphics	1	0
AV Bite	9	2
Anchor Bites	4	0
News Package	3	6
Phono Report	1	0
VOX-POP	2	0
Walk-Through	4	1
Total	38	9

India TV used Visuals on Anchor followed by Anchor Visuals Bite more of the time to present Accident/Disaster issues whereas ABP News used News Package more of the time. India TV used 9 presentation formats to present 38 news items of this issue whereas ABP news used only 3 formats to present 9 news items.

Table 9: Comparison of Health issues

News Presentation Formats	Frequency	
	India TV	ABP News
Visuals on Anchor	2	0
Anchor Graphics	0	1
Anchor Visuals Bite	5	0
Anchor Bites	3	1
News Package	0	2
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>4</b>

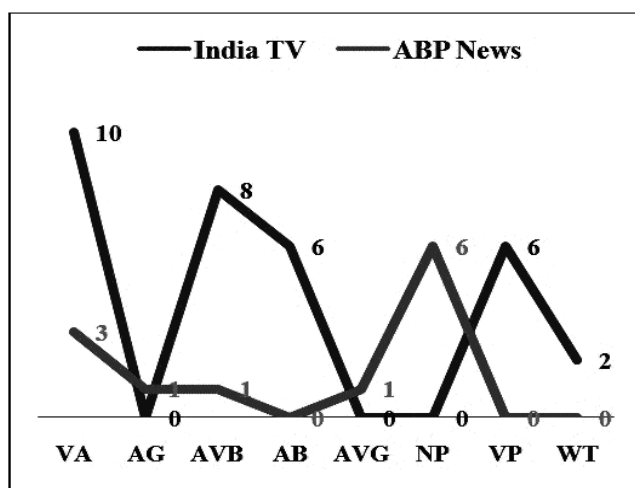
India TV used 3 presentation formats to present 10 news items whereas ABP News used 3 presentation formats to present 4 news items of this issue.

Table 10: Comparison of Culture/Entertainment issues

News Presentation Formats	Frequency	
	India TV	ABP News
Visuals on Anchor	4	2
Anchor Graphics	0	2
Anchor Visuals Bite	1	1
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>5</b>

India TV used Visuals on Anchor to present four news items and Anchor Visuals Bite for once whereas ABP News used Visuals on Anchor to present 2 news items and Anchor Visuals Bite for once. Only ABP News used Anchor Graphics to present two news items.

Table 11: Comparison of Other issues

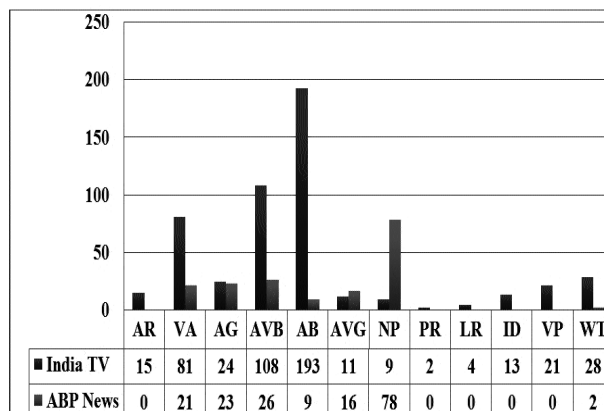


News Presentation Formats	Frequency	
	India TV	ABP News
Visuals on Anchor	10	3
Anchor Graphics	0	1
Anchor Visuals Bite	8	1
Anchor Bites	6	0
AV Graphics	0	1
News Package	0	6
VOX-POP	6	0
Walk-Through	2	0
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>12</b>

India TV used Visuals on Anchor for 10 news items followed by Anchor Visuals Bite for 8 news items out of total 32 news items, it is more of the time whereas ABP News used News Package for 6 news items out of total 12 news items, it is also more of the time.

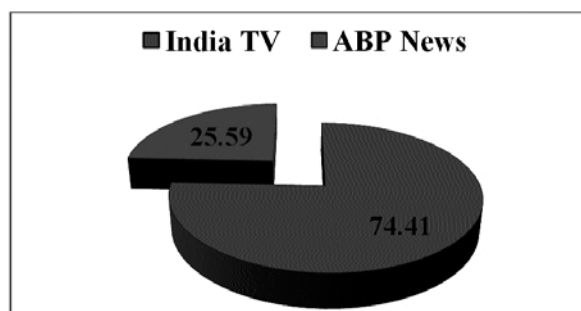
Table 12: Comparison in terms of news presentation formats of all issues

News Presentation Formats	Frequency	
	India TV	ABP News
Anchor Read	15	0
Visuals on Anchor	81	21
Anchor Graphics	24	23
Anchor Visuals Bite	108	26
Anchor Bites	193	9
Anchor Visuals Graphics	11	16
News Package	9	78
Phono Report	2	0
Live Report	4	0
Interview/Discussion	13	0
VOX-POP	21	0
Walk-Through	28	2
<b>Total</b>	<b>509</b>	<b>175</b>



When research have compared news presentation formats of all issues of both channels then it seen that India TV used Anchor Bites more of the time followed by Anchor Visuals Bite whereas ABP News used News Package more of the time. India TV used all type news presentation formats as compare to ABP News which neglected 5 new presentation formats.

Table 13: Comparison of total news items



Channel	Frequency	%
India TV	509	74.41
ABP News	175	25.59
<b>Total</b>	<b>684</b>	<b>100</b>

India TV have telecasted total 509 news items as compare to 175 news items of ABP News in same time slot. It means, each news item's broadcasting time duration is more on ABP News as compare India TV.

### Findings:

When researcher started analysing the data then firstly found significant difference in over all time share which distributed to news share and advertisement share of both channels. ABP news devoted more of the time for advertisement as compare to India TV. The data shown that television news channels telecast 20% to 25% advertisement per bulletin it means

News Channels spare roughly one-fourth portion of news bulletin for advertisement. The outcomes shown that India TV have more focused on political issues as it 40% of the bulletin and dominated all the issues whereas ABP News have more focused on social issues as well as on political issues. Researcher can says that political issues followed by social issues dominate all the issues on both News Channels.

---

Crime, Defence, Economy/Market and Accident/Disaster issues got average weightage on India TV whereas Education/Employment, Accident/Disaster and Health issues got average weightage on ABP News. Economy/Market issues got good time share (above average) on ABP News as compare to India TV.

Culture/Entertainment and sports issues are prominent issues which have neglected (or got less time share) on both News Channels. Education/Employment issues neglected and Crime issues got good time share on India TV, when researcher compared it with ABP News outcomes, opposite ratio appeared. Health issues are prominent issues which have neglected (less time share) on India TV but got average time share on ABP News. Defence issues are most prominent issues which have totally neglected by ABP News. When researcher talked about other issues, other issues are also a bouquet of neglected issues or rarely covered issues, in this some issues are prominent which should be covered like; Pollution, Agriculture, Climate Change (Weather) etc. The time share of others issues is going higher when compare to other because it is bouquet of rest of the issues.

In this study, majorly data was analysed on the basis of news presentation formats which have used by News

Channels to serve their news content to viewers. Presently, news channels are using variety of news presentation formats according to their news content. India TV and ABP News have used also. India TV used Anchor Bite frequently which followed by Anchor Visuals Bite and Visuals on Anchor whereas ABP News used News Package frequently. India TV used Phono Report and Live Report less of the time as compared to ABP News used Walk-Through less of the time. In Codebook, researcher has carried 12 types of news presentation formats, all are popular formats of News Channels. India TV used all of news presentation formats with different frequency to telecast their news content whereas ABP News used only 7 news presentation formats with different frequency and rest of the formats like; Anchor Read, Phono Report, Live Report, Interview/Discussion and VOX-POP have totally neglected.

When the data have interpreted in terms of total news items, India TV have telecast 3 times more news items in same slot as compare to ABP News. But one reason is behind this, ABP News used the News Package format frequently to present their content, the duration of this format is more as compare to other formats, it is popular and crucial format for News Channels; it also took more time to edit.

## **Conclusion:**

The most significant finding of this research is that the content of two news channels more or less, more of time or less of time, neglected or more emphasized and used or not used in terms of nature of content, news presentation format and time share ratio. Both News Channels do not have basic difference as they are using almost same patterns to deliver news content to viewers but they have difference in terms of nature of news, presentation formats and time share distribution. All formats are purely academic in nature, will not only contribute to a better understanding of television news but also this will help News Channels to improvise their news presentation.



---

## References :

- ABP News. (2021, February 12). Retrieved from [https://en.wikipedia.org/wiki/ABP\\_News](https://en.wikipedia.org/wiki/ABP_News)
- Braestrup, P. (1977). Big story: How the American press and television reported and interpreted the crisis of Tet 1968 in Vietnam and Washington. Boulder, CO: Westview Press.
- India T.V. (n.d.). Retrieved May 7, 2021, from <https://www.indiatvnews.com/cms/about-us>
- Martino, F. A. (2003). Local TV News: A Content Analysis of the Late Local Newscasts in Grand Rapids, Michigan. GVSU: Masters Theses.
- Unnikrishanan, N. and Bajpai, S. (1996). Impact of Television on Children. New Delhi: Sage Publication.
- Wang, Z., Gantz, W. (2007). Health Content in Local Television News. Health Communication, 21(3), 213-221. DOI: 10.1080/10410230701307527.
- Centre for Advocacy and Research (1998). (Rep.). (n.d.).

# Effect of Music Therapy on Stress among Media Students

(One-group Pretest-Posttest Design)

■ Prof. Pavitra Shrivastava

■ ■ Abhishek Kaushal

## Introduction

**Stress** : The term stress is frequently used in many different ways. Stress consists of environmental demands that lead to physical responses (Cannon). The concept of "Stress" is highly studied nowadays. Stress is an inevitable part of psychosocial life of any individual, and youth are no exception to it. Stress is not age per se, rather transaction between environment, social life and personal characteristics. Stress is a concept that has an impact on one's mental and physical well-being. It is basically a phenomenon of physical sciences, introduced to life sciences by extensive research of Hans Selye. He described it in form of General Adaptation Syndrome (GAS), which divides the body's reaction into three successive stages: (1) alarm and mobilization; (2) resistance-the state of optimal biological adaptation to environmental demands; and (3) exhaustion and disintegration-a stage reached when the body loses its ability to cope with prolonged

demands. An optimum level of stress is essential for performing one's work. This then acts as a drive and may be termed as "Eustress". But, after a time limit, stress causes inverse effect and detrimentally affects work performance as well as organism's commitment towards completing the task. This is an alarming stage of stress as its increase may lead to deterioration of work done.

**Music** : Concise Oxford Dictionary defines music as "the art of combining vocal or instrumental sounds (or both) to produce beauty of form, harmony, and expression of emotion" (Concise Oxford Dictionary 1992). Since, music possesses many qualities, defining fundamental concepts of music, the languages of many cultures do not contain a word that can be accurately translated as "music" as that word is generally understood by Western cultures (Nettl 2005). Further it may be represented as-Table describing types of definitions of music (Nattiez 1990, 46):

Type	Poetic Level (Choice of The Composer)	Neutral Level (Physical Definition)	Aesthetic Level (Perceptive Judgment)
Music	Musical Sound	Sound of the Harmonic Spectrum	Agreeable Sound
Non- music	Noise (Non-musical)	Noise (Complex Sound)	Disagreeable Noise

The soothing power of music is well-established. It has a unique link to our emotions, so can be an extremely effective stress management tool. Listening to music can have a tremendously relaxing effect on our minds and bodies, especially slow, quiet classical music. This type of music can have a beneficial effect on our physiological functions, slowing the pulse and heart rate, lowering blood pressure, and decreasing the levels of stress hormones. Music, in short, can act as a powerful stress management tool in our lives.

\* Professor, Dean Academics and HOD APR, Makhanlal Chaturvedi National University of Journalism and Communication, Bhopal

\*\* Research Scholar, Makhanlal Chaturvedi National University of Journalism and Communication, Bhopal

---

## Music and Stress

Music has been used for hundreds of years to treat illnesses and restore harmony between mind and body. When people are much stressed, there is a tendency to avoid actively listening to music. A person with clinical depression or bipolar disorder might listen to music to help with worst, lowest moods. Singing can also be a great release of tension, and karaoke is very enjoyable for some extroverts. Calming music before bedtime promotes peace and relaxation and helps to induce sleep. Research on Music says that, it improves mood, reduces stress, lessens anxiety, improve memory, provide comfort and improves cognition (Get Healthy Stay Healthy).

So, it may be concluded that, present era is the era of stress, and youth are no exception to it. It has long been assumed that this age is the most stressful age of life. Keeping in mind, the need of the hours, present study is framed to examine whether music acts as stress reliever or not. It's a study where the relation between music & stress and the effect of music on stress are assessed among media students both male and female..

### Objective of the Study

The objective of the present study is to examine the effect of music on stress among media students.

### Hypothesis

H1 music will positively affect the stress levels of media students.

## METHOD

### Research Design

A research design is the detailed plan of investigation. It is the blueprint of the detailed procedures of testing the hypotheses and analyzing the obtained data (Singh, 2012). Thus, it may be defined as the sequence of those steps taken ahead of time to ensure that the relevant data will be collected in a way that permits objective conclusions regarding the relationship between independent and dependent variables. The selection of research design depends on purpose of study, types of variables and the conditions in which research is to be conducted (Singh, 2012).

### One-group Pretest-Posttest Design

In this research design, the effects of treatment (X) are judged by making a comparison between pretest and posttest scores. No control group is used in this design. It is diagrammed as-

$$O_1 \text{ X } O_2$$

Where,

X : Treatment

O1: Initial observation (Pretest)

O2 : Changed observation (Posttest)

## Present study

The researcher wants to study the effects of music in releasing the stress of a group of students. Researcher will obtain some initial measures of stress (O<sub>1</sub>), using a stress scale, and then, for a time period of a quarter of an hour, the students will be asked to listen to five music clips (X) (of two minutes each), with a pause (half-a-minute each), which will intend to bring change in stress levels

(O<sub>2</sub>). The pretest scores will indicate the initial stage of the selected participants, and posttest scores indicate the state of the experimental morality of the participants. However, the extraneous variables/ sources of internal validity like history, maturation, testing and instrumentation are not controlled by the design (Singh, 2012).

## Variables of study

Independent Variable	Dependent Variable
Music	Stress levels

## Design

Pre-test	Treatment										Post-test
O <sub>1</sub>	X										O <sub>2</sub>
Initial observation	Instrumental Music										Changed observation
Stress Question-naire	Trial 1		Trial 2		Trial 3		Trial 4		Trial 5		Stress Questionnaire
Administered and filled	Clip1 Played	Pause 1	Clip2 Played	Pause 2	Clip3 Played	Pause 3	Clip 4 Played	Pause 4	Clip 5 Played	Pause 5	Administered and filled
Responses	Duration	Duration	Duration	Duration	Duration	Duration	Duration	Duration	Duration	Duration	Responses
Noted	2 m*	30 secs**	2 m	30 secs	2 m	30 secs	2 m	30 secs	2 m	10 m	Noted

\*m: minutes

\*\* secs: seconds

## Present Experimental Set-up

Pre-test	Treatment	Post-test
O <sub>1</sub>	X	O <sub>2</sub>
Initial stress levels	Instrumental Music	Changed stress levels

## Sample:

The sample of the study consisted of 30 media students of higher education, selected randomly from MCNUJC, Bhopal, (N=30) as, pre-test respondents (n1 = 15) and post-test respondents (n2 = 15). Their age ranged from 18 to 25 years.

i) **Stress Scale:** Developed by Dr. M. Singh (2002) was used to measure stress among various students. The test consisted of 40 items measuring the stress level. This scale is a five-point scale ranging from "Very low" to "Severe". Higher the scores more the stress level and vice-versa. The score range is from 0 to 160 respectively. The reliability of the scale is,  $r = 0.82$  and validity is,  $r = 0.61$ .

Score	1	2	3	4	5
Stress level	Very low	Low	Moderate	Less severe	Severe

ii) **Music Clips:** Five music clips (instrumental music) were selected for music therapy. For this, two music experts of the field were selected for their guidance. Dr. Amit Garg, Music Teacher, Kamla Nehru GGSS School, Bhopal, who is also a JRF in music, and Dr. Divyata Garg, Music Teacher, KV-2, Bhopal, President's Award winner. They both impart music therapy, too. Both suggested instrumental music as stress relievers. Lyrical music pieces, loud music breaks the harmony and keep listeners engaged in them, have deteriorating effects and hence increases stress. Thus, 5 instrumental music clips were selected for the study.

## Procedure

Respondent students were invited to the studio of MCNUJC, Bhopal campus on 8th of September, 2018. They were requested to grant consent to be a part of present research. After that the whole procedure and instructions were described to the students and cleared the doubts. After that, they were requested to fill the stress scale. They were a bit more stressed, than usual as on 10th and 11th of September, 2018 their first internal exams were scheduled. This was the initial observation testing, O1. After that, students were made sit comfortably in the studio. Headphones were provided to them for listening to the

music clips. They were instructed to close their eyes and a music clip was played, for two minutes. Within a pause of thirty seconds, second music was played. It was the treatment stage X.

In all, five small sessions of music therapy were administered. After a pause of 10 minutes, same participant was requested to fill in the same stress scale, again. This was the changed observation testing, O2. This procedure was carried for all fifteen respondents. Finally, the scales were collected and done the scoring.

### Control of Extraneous Variables

1. Good rapport was established with the participants, to make them easy and free.
2. The experimental study was conducted in sound proof place (studio).

### Precautions

1. Proper illumination was assured to the respondents during all the stages of experimentation.
2. Proper ventilation was assured to the respondents during all the stages of experimentation.

## Results and Analysis

Table 1: Showing difference between Stress levels of media students in pre-test and post-test observations

Observation condition	N	Sum	Mean	SD	t-value
<b>O<sub>1</sub></b> Pre-test	15	2304	153.60	23.51	8.86**
<b>O<sub>2</sub></b> Post-test	15	1664	110.93	19.54	
*Significant at.05 level			**Significant at.01 level		

Table 1 is showing difference between stress levels of media students in pre-test and post-test observations. The mean of pre-test observations on stress scale came out as 153.60 with standard deviation as 23.51, and the mean of post-test observations on stress scale came out to be 110.93 with standard deviation as 19.54 respectively. Their t-value came out to be 8.84, which is significant at .01 level of significance. Hence, hypothesis H1 is accepted.

## Interpretation and Conclusion

Keeping in view, the need of the hours, present study aimed to measure the Effect of Music Therapy on Stress among Media Students of MCNUJC, Bhopal (MP). The results were computed using MS Office Excel sheet and formulas. A significant difference was computed between stress levels among media students in pre-test and post-test observations. Results may be attributed to the fact that, in present scenario cut-throat competition and rat race has forced all students to take pressure of the study. Similarly, relationship with friends is one of the major stressors for youth students. Break-up and hook-up have become part of life. Youth have made their inter-personal

---

life so complicated that, it becomes difficult for them to hold and manage their relations. To add to the misery, tests, assignments, projects, i.e., academic overload and higher expectations of family and peer groups make things difficult to handle. And students fall prey to stress.

In this competitive scenario, media students not only have to study, but also has to engage in many co-curricular and extra-curricular activities to perform well. Enriching one's CV have a bearing on one's time and money too. The quest for employment leads to highest level stress. Sedentary lifestyle, junk food, changed clothing pattern, pollution, fast life give rise to impotency, infertility due to stress.

It is a well-established fact that, if God has given the problem, there is a solution to it too. Music therapy is a handy and economic distressing tool. It may be practiced under professionals first, and then individually. In the present study, it has proved instrumental to reduce the levels of stress among media students.

### References :

- Allen, R.E. (1992). The Concise Oxford Dictionary. Clarendon Press. Oxford: 781.
- Cannon, W.B. (1936). Bodily changes in pain, hunger, fear and rage. New York: Appleton- Century.
- Nattiez, J.J. (1990). Music and Discourse: Toward a Semiology of Music, Princeton: Princeton University Press. ISBN 0-691-09136-6.
- Nettl, B. (20005). The Art of Combining Tones: The Music Concept". The Study of Ethnomusicology. II eds.Chicago: University of Illinois Press, pp. 26–37 ISBN0-25207278-2
- Selye, H. (1956). The Stress of Life. New York: McGraw-Hill.
- Singh, A.K. (2012). Tests, Measurements and Research Methods in Behavioural Sciences, Bharti Bhawan Publishers and Distributors.
- Sleigh, Merry J. McElroy, Jordan. (2014). The Effect of Music Listening versus Written reframing on Mood Management, Music Perception: An interdisciplinary Journal, Vol. 31, No.4, pp.303-315
- Degmecic D., Požgain I., Filakovic P. (2005). Music as Therapy, International Review of the Aesthetics and Sociology of Music, Vol. 36, No.2, pp.287-300
- Allyson Patterson, (2003). A.Music Teachers and music Therapists: Helping Childeren Together, Music Educators Journal, Vol.89, No.4, pp.35-38
- Brotons, M. (2001). Music Therapy in the School System in Spain: A Pilot Project Bulletin of the Council for Research in Music Education, No. 148, Pioneering Inquiry in the New Century: Exemplars of Music Research, Part I, pp. 19-30
- 10 Health Benefits of Music | Get Healthy Stay Healthy. <https://www.gethealthystayhealthy.com/articles/10-health-benefits-of-music>



---

# MANAGEMENT WISDOM IN TRADITIONAL INDIAN KNOWLEDGE- PANCHATANTRA

■ Rudresh Pandey

**Abstract :** Indian script and text express the artistic ideals and human values present everywhere in life including business management. The Panchatantra or the "Five Treatises" is an ancient Indian set of interrelated animal fables structured in a frame narrative. It also displays management knowledge Indian texts and traditional knowledge are replete with management lessons. This paper attempts to explore lessons of management that can be found in the Panchatantra tales. to analyse the storeys, the paper utilises secondary research and literary criticism.

**Keywords:** Traditional Indian Knowledge, Management Wisdom, Panchatantra,

## Introduction

India is a land of stories and myths. Indian lifestyle revolves around historical and mythological stories. These stories are also interwoven with each other. Mythological and historical stories have a way of intertwining each other to reflect the essence of Indian culture. With numerous period dramas and historical epics creating the interest of the Indians over a period of time. Epic poems Mahabharata and Ramayana have been part of the Indian lifestyle and every sphere of life including business and management. In Indian sacred scripture such as Mahabharata, Ramayana, Vedas, the Puranas, and other regional literature. In commonly translated common texts such as the Panchatantra and Hitopadesha,

## Management Wisdom and Traditional Indian Knowledge

Indian script and text express the artistic ideals and human values present

everywhere in life however Indian mythology and stories are for every spare of life with immense variety. It imbibes Indian thinking through an interwoven comparison of characters, the good against the bad, the truthful against the false, the dharma-bound lover against the anti-dharma bully. In these epics, everything, even matter, affection, and harmony, is impermanent. Magic and wonders grow, gods are destroyed and despair for their life, sparking disputes or debates. Indian mythology does not always include a monolithic framework that is reliable. In various versions, the same myth usually occurs and may be interpreted widely throughout socio-religious traditions. The myths and tales of Indians have gone through different cycles, which can be connected to the most significant surviving texts from each era. The Vedas, the oldest Indian documents, are associated with the earliest phase. Like the Rig-Veda, with links to mythology, is a collection of 1,028

---

\* Professor, ABES Engineering College

hymns of worship and devotion to the gods. The Vedas are based on ancient Indian practices that have only been transmitted in oral form for a long time. Brahmanas, the next group of documents. While primarily associated with Hinduism's rites, the Brahmanas include several theories. The Upanishads concentrate on ideas but communicate them often through myths. The Mahabharata and the Ramayana, the two great Hindu epics, include tales regarding a variety of major deities. After that period, in texts called Puranas, "tale of the old days," the chief term of Hindu mythology and theology was. Most of the tales are dedicated to one deity or another. The Puranas retell previous myths sometimes, often in the voices of the gods themselves. It has also been observed that these myths have been changed over time by different philosophical schools, particularly in the Hindu tradition. Two of the epic poems, Mahabharata, and Ramayana, as well as the ancient Hindu scriptures, Puranas, were used to extract most Indian myths and legends. In these novels, the spell-binding tales excite, enthrall, and frighten readers at the same time.

In Sanskrit verse and prose, the Panchatantra or the "Five Treatises" is an ancient Indian set of interrelated animal fables structured in a frame narrative. Cantered on earlier oral history, the surviving work is dated to about 200 BCE-300 CE. The author of the text is anonymous, although in some reviews it has been credited to Vishnu Sharma and in others to Vasubhaga, both of whom may be pen names. "In a Hindu book, it is classical literature and focused on older oral practices of" animal fables that are as ancient as we can remember. It is "certainly India's

most commonly translated literary commodity," and these stories are one of the world's most well recognized. In many countries, it goes by many terms. In almost every big language in India, there is a translation of Panchatantra, and in addition, there are 200 variants of the text in more than 50 languages across the world. In the 11th century, one edition entered Europe.

The 'Panchatantra' gives a view of ourselves, warts, and all in so doing by the knowledge of its fables, it lets us conscious of the reality that answers reside inside us. The Panchatantra is a set of folktales and fables that were written by the great Indian scholar Pandit Vishnu Sharma more than 2500 years ago to have originally been composed in Sanskrit. Although the protagonists are entirely from the animal kingdom, it offers insight into human behaviour. The precise length of the Panchatantra composition is unknown and varies from 1200 BCE to 300 CE. In the 3rd Century BCE, some scholars place him. Vishnu Sharma selected the fable as his platform because he realised that if they are portrayed amusingly, people would embrace their own foibles, narrating as tales of beasts that we believe in certain aspects are inferior to people.

### **Management with Panchatantra**

This paper analyses three stories from Panchatantra and attempts to apply the teachings of Panchatantra to modern-day management practices. Written in Sanskrit in the 3rd century BC by Pandit Vishnu Sharma, the Panchatantra is one of the oldest collections of animal fables in verse and prose in India. The aim of writing these stories was to shed light on

---

three ignorant princes and make them capable of leadership and governance. The book is divided into five (Pancha) tantras (system) of nitishastra or the wise conduct of life. Human behavior and relationships are discussed in the stories, illustrating the concepts of trust, hypocrisy, deceit, and friendship. They teach the art of overcoming obstacles or challenges and stress the need for people to live in peace and harmony together. The stories fall into the 'fables' genre, which implies stories that mainly use non-human characters that end with a moral lesson.

The tale 'The Mongoose and the Baby in the Cradle' revolves around a Brahmin who kills a snake who is perceived as a predator who could threaten the baby's life. She sees the Mongoose smeared with blood when the Brahmin's wife returns home. Instantly, she assumes he killed her baby. She throws a heavy pitcher of water at the mongoose and kills it, wild with rage. When she goes in, she discovers that her child was protected by the mongoose, but by then it's too late.

The character of the mongoose reflects the concept of allegiance to the master, or the company. The mongoose exemplifies the characteristics of honesty, dedication, and loyalty to one's employer by endangering his own life in order to save the baby. Although the mongoose is killed in the end, these qualities are perceived as being commendable and admirable. Through his death, he becomes a martyr whose self-sacrifice will always be remembered and known.

The wife of the Brahmin is the

incarnation of suspicion and hasty judgment. To verify her doubts, she does not even bother to go inside but acts in haste without thinking, and later experiences a sense of remorse and guilt for her actions. It is too late, however, by then, as she cannot undo what she has done. The story functions as a lesson for leaders who act impulsively. It emphasizes the need for facts to be investigated and verified before a conclusion is reached, and most importantly before any action is taken.

In the tale 'The Hunter and the Doves', the role of a leader is also examined. By placing some grains under a net, a flock of birds falls prey to the trick of a hunter who lures them. In the net, the birds, tempted by the grains, get trapped. King Dove indicates that together they should all pick up the net and fly off. Then, with a mouse, he asks his friend to nibble the net and set it free. King Dove says, "No, my friend. First set free my followers. When the mouse first tries to set the King Dove free, King Dove says," No, my friend. First set free my followers. A king cannot keep his subjects in pain and enjoy his freedom. "The mouse does as he is told, first releasing the rest of the doves, and then releasing King Dove at the end."

The narrative revolves around the themes of greed, collaboration, and leadership. The doves succeed in becoming the hunter's victims because they do not examine the area where the grains have been strewn and give in to temptation. One must always be careful of one's environment, and care of one's rivals who, under the guise of an attractive offer, maybe laying a trap.

---

However, having been caught in the trap, the doves display excellent teamwork and coordination that is instrumental in helping them escape. Horizontal communication is powerful and effective, and it is not an easy task assigned to them by their leader, King Dove. Nevertheless, they take it up as a challenge and are eventually effective in achieving their goal together.

Only because of the dynamism of their leader, King Dove, are they able to achieve their goal. King Dove does not panic or pass on the stress to his followers when presented with a challenging situation. He is sharp and alert and uses his mental and intuitive presence to reach a decision. He seeks a creative solution to the issue, showing the need for lateral thinking or out of the box thinking. As there is no time for a brainstorming session or a consensus, some decisions need to be taken immediately. He does not waste any time but ensures the decision is executed instantly.

His leadership qualities are further evident in the way he speaks to his team confidently and articulately. He does not have to persuade them to follow him—they do so spontaneously, having full faith in his judgment and ability to make decisions. Inculcating a sense of faith and credibility in his followers is essential for a leader.

In addition, when the mouse begins to nibble the net close to King Dove, he immediately asks the mouse first to free the others. This reflects his sense of responsibility towards his team members

and dedication. He would have tried, if he had been selfish, to free himself first. But a true leader is selfless and, before thinking about himself, gives his team first preference and priority. With his followers, this act will only reinstate his credibility and earn him great respect and loyalty.

In the story 'The Croc and the Monkey', the themes of loyalty, friendship, and trust are also discussed. The tale revolves around a monkey and a crocodile who become good friends. The monkey offers the crocodile sweet fruits that he shares with his wife. His wife imagines that there must be a sweetheart for a friend who offers such sweet fruits and urges the crocodile to bring her the monkey's heart. He is unable to imagine betraying his friend and instantly rejects the idea. However, his wife accuses him of having fallen in love with the monkey, and he agrees to abide by her wishes, unable to accept the accusation of being unfaithful. The crocodile takes the monkey with him on his back, falsely luring the monkey with an invitation to his home. He reveals the truth of his plans on the way, and the monkey responds immediately by stating that he left his heart on the tree and that he would have to go back to get the heart. The monkey climbs back into the tree as soon as they reach the shore, leaving the crocodile to lament his foolishness.

Generosity, faithfulness, and blind trust are represented by the monkey. He does not question the intentions of the crocodile for a moment and consents willingly to visit the home of the crocodile. Like King Dove in the previous tale, he also exhibits the presence of mind and

---

fast witness. In his conversation with the crocodile, he does not allow his anxiety to reflect but speaks with such confidence that the crocodile has no reason to disbelieve him. Through him, in a difficult situation, one learns not to blindly trust anyone, and to remain calm and unruffled. Most importantly, in one's speech and demeanor, it is important to remain confident so that one's rival is unaware of one's true feelings of fear or nervousness.

The wife of the crocodile symbolizes greed and cunningness. Even though the monkey has been giving them juicy and delicious fruits, she wants the monkey's heart. In her behavior and thinking, she has no sense of gratitude and is ruthless. She is also extremely stubborn; in order to get what she wants; she refuses to give up and resorts to slyness and emotional blackmail. She represents human nature's negative and evil side.

The crocodile's character is complicated. He is, on the one hand, a loyal friend by nature and would not, on his own accord, wish to harm someone who was kind to him. He is also weak and gullible, however, and is unable to stand up for what he believes in. Even though they go against his own principles and ethics, he gives in easily to the demands of his wife. The tale seems to indicate that one must adhere to one's own sense of judgment and morality, and not blindly follow instructions. The right decisions cannot be taken by a manager who does not have a mind of his own. In addition, the foolishness of the crocodile is also reflected in his inability to see through the trick of the monkey, and he innocently believes that the heart

of the monkey was left on the tree. He is not worldly-wise or street smart, which are the qualities that should be possessed by a good manager.

#### **Book 1 -**

As the unemployed minister in a kingdom governed by a lion, the first treatise includes a jackal called Damanaka. He conspires, along with his moralising sidekick called Karataka, to split up the lion king's relationships and partnerships. This storey reflects on management concepts the handling of partnerships and client interactions.

#### **Book 2 -**

A series of adventures of four characters is the second treatise: a crow (scavenger, not a hunter, airborne habits), a mouse (small, underground habits), a turtle (slow, water habits) and a deer (a grazing animal viewed by other animals as prey, land habits). Its overall emphasis is on management concepts like Teamwork, and partnerships.

#### **Book 3 -**

The third treatise addresses lessons of morality of the combat of wits being a diplomatic way of neutralising the army of a greatly superior enemy by animal characters. This book emphasises on tactics and management lessons on principles of strategy.

#### **Book 4 -**

It is collection of moral-filled fables like "a bird in hand is worth two in the bush". This book offers positive explanations of ethical behaviour that provide examples and behaviour.

---

### **Book 5 –**

This book gives examples with consequences, offering examples and actions for the reader to ponder over, avoid, to watch out for such as "get facts, be patient, don't act in haste then regret later", "don't build castles in the air" and has lessons on general management and administration.

Thus, the Panchatantra stories reflect lessons in human behavior, and

also lessons in management by implication. The stories set rules for effective managerial practices and also comment on behavior that leaders should avoid if they want to achieve success and popularity. As complex ideas are explained in simple terminology and made interesting through human and non-human characters, the use of the genre of 'fables' is important.

### **References :**

- Johannes Hertel (1915), The Panchatantra : a collection of ancient Hindu tales in its oldest recension, the Kashmirian, entitled Tantrakhyayika, Harvard University Press.
- Panchatantra: Indian Literature, Encyclopaedia Britannica.
- Patrick Olivelle (1999). Panchatantra: The Book of India's Folk Wisdom. Oxford University press. pp. xii–xiii. ISBN 978-0-19-283988-6.
- Patrick Olivelle (2009). Pañcatantra: The Book of India's Folk Wisdom. Oxford University Press. pp. ix–x. ISBN 978-0-19-955575-8.
- Arthur William Ryder (1925), The Panchatantra, University of Chicago Press.

---

## Quantum Perception of Media Professionals and Political Journalism

■ Dr. Shaili Misra

■ ■ Dr. Nasreen Ansarii

**Abstract :** All news is a construction of reality. News about politics and campaigns represents an ongoing negotiation among key actors in the campaign process: on the media side—journalists, editors, and owners; on the campaign side, candidates, campaign staffers, and party activists. To a lesser extent the public, government institutions and their incumbents, interest groups, pundits, and experts also play a role in the news-making process. Each actor endeavors to control how the news story is told (Bennett, 2001; Cook, 1996; Crigler, 1996; Edelman, 1988; Gans, 1979; Graber, 2002; Hollihan, 2001; Just et al., 1996; Neuman, Just, & Crigler, 1992; Tuchman, 1978).

Political journalism is a broadened branch of journalism, which includes coverage of all aspects of Politics and Political Science. It aims to provide voters and masses with the information to formulate their own opinion and participate in community, local or national political matters that will affect them. According to Edward Morrissey (in an opinion article from the-week.com), "Political Journalism frequently includes opinion journalism, as current political events can be biased in their reporting. The information provided includes facts and its perspective, which is subjective and leans towards one viewpoint" (Morrissey). Political journalism is executed through different media, in print, broadcast, or new-media reporting. Digital media use has increased and it provides instant coverage of campaign, politics, event news and an accessible platform for the candidate. Media outlets known for their political journalism like The Hindu, Pioneer, DB etc. have increased their use of the medium as well. Baym says that the information provided by political journalists may not be considered "fake news" but the lines between entertainment and factual news may seem blurred or biased (Baym, 2005) while providing political updates. This type of journalism is analyzed, interpreted, and discussed by news media pundits and editorialists. It can lack objectivity which can prevent the accuracy of the presented information. The reporting of news with a bias view point can also take away the audience's ability to form their own opinion or beliefs of what has been reported. This type of reporting is subjective with a possible social or political purpose.

Thus, keeping in view the need of the hour, present study has been formulated as, "Quantum Perception of Media Professionals and Political Journalism", to assess the seriousness of the bridge between Politics and Media, that is, by Media professionals.

---

\* Faculty, Communication Research, MCNUJC, Bhopal (MP)

\*\* Assistant Professor, Psychology, Shri Vaishnav Vidhyapeeth Vishvavidyalaya, Indore (MP)



---

Keywords: Media, Journalism, Political Journalism

## Introduction

All news is a construction of reality. News about politics and campaigns represents an on-going negotiation among key actors in the campaign process: on the media side—journalists, editors, and owners; on the campaign side, candidates, campaign staffers, and party activists. To a lesser extent the public, government institutions and their incumbents, interest groups, pundits, and experts also play a role in the news-making process. Each actor endeavors to control how the news story is told (Bennett, 2001; Cook, 1996; Crigler, 1996; Edelman, 1988; Gans, 1979; Graber, 2002; Hollihan, 2001; Just et al., 1996; Neuman, Just, & Crigler, 1992; Tuchman, 1978).

Political journalism is a broad branch of journalism that includes coverage of all aspects of politics and political science. It aims to provide voters with the information to formulate their own opinion and participate in community, local or national matters that will affect them. According to Edward Morrissey in an opinion article from *theweek.com*, "political journalism frequently includes opinion journalism, as current political events can be biased in their reporting. The information provided includes facts; its perspective is subjective and leans towards one viewpoint" (Morrissey).

Political journalism is executed through different media, in print, broadcast, or new-media reporting. Election

journalism or electoral journalism is a sub-genre of political journalism which focuses upon and analyzes developments related to an approximate election and political campaigns (Bravo, 2010). This type of journalism provides information to the electorate that can educate and help form opinion that empowers a specific vote. This subgenre, like data journalism, makes use of numerical data, such as statistics, polls and historic data in regards to a candidate's chance of success for office, or a party's change in size in a legislature. It provides knowledge that may make the presented news hold more relevance. Information added to the reports is of campaign statuses and political events. A politician's strategy can be exaggerated or provided without context or historical perspective. Trends on each party candidate are reported and at times compared to previous party candidates Brendan and Sides (2011). The news on the status of the elections, like other political reporting's, are provided in different mediums. The election report coverage has taken full advantage of the digital era in providing instant access to news (Grazyna, 2011).

Defense journalism or military journalism is a subgenre which focuses upon the current status of a nation's military, intelligence and other defense-related faculties. Interest in defense journalism tends to increase during times of violent conflict, with military leaders being the primary actors. Information reported has been collected from the area the journalist has been stationed with the possibility to lean

---

towards the agenda of the group they have been assigned to (Shahira and Johnson, 2005). This subgenre of political journalism is also applied to media coming from journalists embedded in a particular campaign or candidate. Like military assignments, reports can be influenced by the message the campaign or candidate is trying to bring across (David).

All political journalism is part of political communication. Political communication studies relationship between three elements or political actors in the process by which political action is conceived and realized (Norris, 2000). They are-

**A. Political Organizations:**

Political actors are those individuals who aspire through organizational and institutional means to influence the decision-making process.

**1. Political parties:**

Likeminded individuals who come together within an agreed organizational and ideological structure to pursue common goal. Media or Political Consultants, image managers, spin-doctors, gurus are the new professional class.

**2. Public Organisations:**

non-party organisations with political objectives like trade unions, consumers groups, professional association. They are united not by ideology but by some common features of the members' situations.

**3. Pressure Groups:**

Less institutionalized than public organizations and they tend to campaign around single issue that is why they also

called single issue groups.

**4. Terrorist Organisations:**

Resistance movements use terror tactics like urban bombing, hijacking e.g., HAMAS, Al-Qaida etc.

**B. Audience:**

The purpose of all political journalism and communication is to persuade the audience. They are the target of persuasion. For them political communication may be broad with billboard advertisement or may be narrow with editorial.

**C. Media is all,** Print, broadcasting and online. Political actors use media for communicating message to desired audience. According to Kaid et al (1991), the access to media is political reality. It is-

i) Objective reality:  
are political events which actually occur.

ii) Subjective reality:  
reality of political events perceived by actors and citizens.

iii) Constructive reality:  
events covered by the media

The extent and direction of media vary in modern democracy. Transmitters of message from citizens to political leaders represent public opinion. Now-a-days internet is increasing the participation of public. Political journalism is executed through different media, in print, broadcast, or new-media reporting. Digital media use has increased and it provides instant coverage of campaign, politics, event news and an accessible platform for the candidate. Media outlets known for

---

their political journalism like The Hindu, Pioneer, DB etc. have increased their use of the medium as well. Baym says that the information provided by political journalists may not be considered "fake news" but the lines between entertainment and factual news may seem blurred or biased (Baym, 2005) while providing political updates. This type of journalism is analyzed, interpreted, and discussed by news media pundits and editorialists. It can lack objectivity which can prevent the accuracy of the presented information. The reporting of news with a bias view point can also take away the audience's ability to form their own opinion or beliefs of what has been reported. This type of reporting is subjective with a possible social or political purpose.

Thus, keeping in view the need of the hour, present study has been formulated as, "Quantum Perception of Media Professionals and Political Journalism", to assess the accountability and seriousness of the bridge between Politics and Media, that is, by Media professionals.

### **Objectives of the Study**

1. To map out the opinion, interest and likelihood of Media Professionals/Journalists on Political Journalism.
2. To analyse the accountability perceived by Media Professionals/Journalists by practicing Political Journalism.
3. To study perceived ethical issues by Media Professionals/Journalists practicing Political Journalism.

### **Methodology** **Research design**

The study is exploratory and descriptive in nature. For primary data collection survey method is used, and questionnaire is used to collect data. For secondary data literature and reports available are explored and observed and analysed and comparative study is done.

### **Sampling**

Sample for primary data collection was selected by purposive sampling technique. Special and normal correspondents were considered as purposive sample for the study. For this paper, journalists who deal with political beat, and coverage related to political campaign and elections were chosen. Total 66 journalists were selected for data collection. Representations of journalists attached with different media houses such as DB Group, Jagran Group etc. were chosen for survey, to generate data. After tabulation and editing, 53 questionnaires were selected for statistical analysis. Age of the participants ranged from 30 years to 55 years.

### **Procedure**

The questionnaire were distributed and administered on various media professionals. Each respondent was approached personally and was requested to fill up the questionnaire. Respondents were given the liberty to take their time for completing their questionnaire. The confidentiality of their responses was assured.

## Statistical Techniques Used

Data obtained were analyzed by using SPSS software.

## Data Analysis and Interpretation

Table 1: Showing Demographic Variables aAs per the respondents

SN	Demographic Variable (s)	Response Category (s)				
1	Gender	Female			Male	
		26 (49.1%)			27 (50.9%)	
2	Age (in years)	31-40		41-50		51 & above
		37 (69.8%)		16 (30.2%)		0 (0%)
3	Media field	Print	EM	NM&SM	P+NM&SM	EM+ NM&SM
		22 (41.5%)	15 (28.3%)	0 (0%)	10 (18.9%)	6 (11.3%)
4	Experience (in years)	Uptill 5		6-10		11 & above
		5 (9.4%)		21 (39.6%)		27 (50.9%)

P: Print, EM: Electronic Media, NM: New Media, SM: Social Media

Table 1 is showing the demographic variables of the respondents. There have been no differences with respect to gender of the respondents. Maximum number of the respondents (69.8%) falls under the age group of 31-40 years. Two-fifths of the media personals belonged to Print media (41.5%). Almost half of the respondents (50.9%) had more than ten years of experience in media field.

Table 2: Showing Dichotomous responses regarding Opinion on Political Journalism

SN	Question (s)	Response (s)	
		Yes	No
1	Is political journalism your compulsion?	0 (0%)	100 (100%)
2	Is (only) political journalism is synonym of journalism?	0 (0%)	100 (100%)
3	Do you opine that political journalism is the nursery of journalism?	10 (18.9%)	43 (81.1%)

Table 2 is showing the responses with respect to opinion regarding political journalism. None of the respondents entered the profession by compulsion and for nobody of them political journalism is a synonym of journalism. Few opine it (18.9%) as the nursery of journalism

Table 3: Showing interest of Journalists in Political Journalism

SN	Question (s)	Response (s)				
1	Have you joined this profession as per your interest?	Yes		Chance factor		No
		100 (100%)		0 (0%)		0 (0%)
2	How much serious are you regarding your profession?	Very much	Much	Moderately	Less	Not at all
		43 (81.1%)	10 (18.9%)	0 (0%)	0 (0%)	0 (0%)

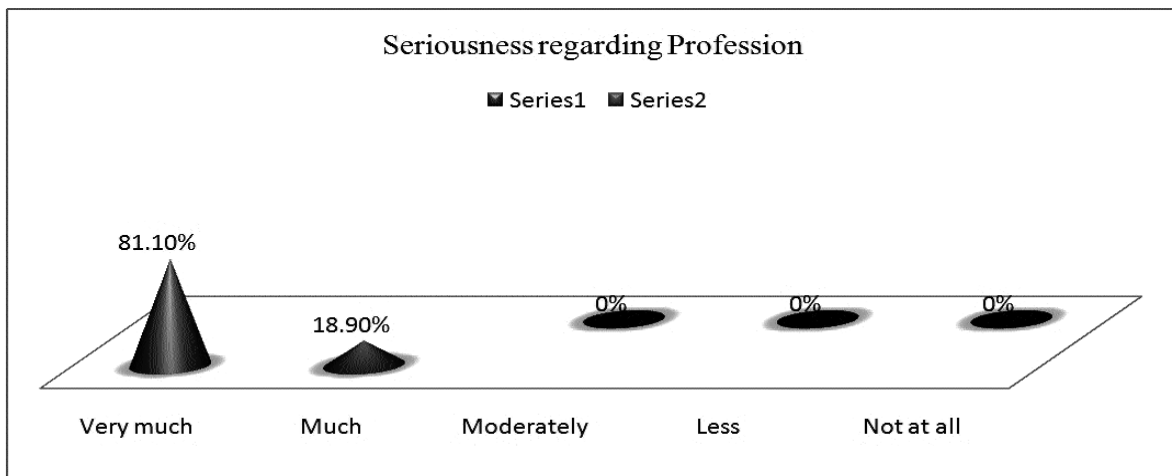
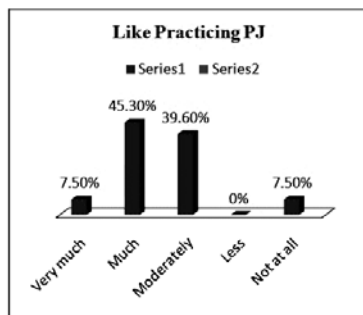
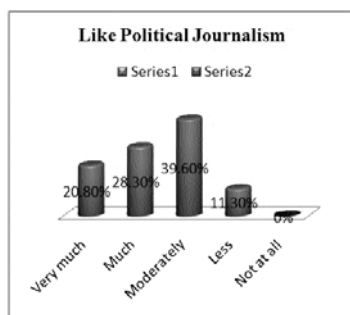


Table 3 is exhibiting the interest of media professionals in their profession. All agreed to the question that they have entered the field as per their interest, neither by chance nor by unwillingness. Further four-fifths of the respondents (81.10%) expressed that they are very much serious regarding their profession.

Table 4: Showing Likelihood for Political Journalism

SN	Question (s)	Response (s)				
		Very much	Much	Moderately	Less	Not at all
1	How much do you like Political Journalism?	11 (20.8%)	15 (28.3%)	21 (39.6%)	6 (11.3%)	0 (0%)
2	Do you like practicing Political Journalism?	4 (7.5%)	24 (45.3%)	21 (39.6%)	0 (0%)	4 (7.5%)



**Table 4** deals with liking of political journalism as a profession. At the maximum, two-fifths (39.6%) of the respondents are moderately interested in the profession, whereas, almost the same number (45.3%) like to practice political journalism 'much'.

Table 5: Showing accountability in practicing of Political Journalism

SN	Question (s)	Response (s)				
		Very much	Much	Moderately	Less	Not at all
1	Is Political Journalism the key to success, in Journalism?	0 (0%)	14 (26.4%)	11 (20.8%)	7 (13.2%)	21 (39.6%)
2	Does Political Journalism lead to building of Public Relations?	14 (26.4%)	12 (22.6%)	17 (32.1%)	6 (11.3%)	4 (7.5%)

Not at all, 39.60%

Less, 13.20%

Moderately, 20.80%

Much, 26.40%

Very much, 0%

Not at all, 7.50%

Less, 11.30%

Moderately, 32.10%

Much, 22.60%

Very much, 26.40%

Table 5 is showing benefits of practicing of Political Journalism. Majority (39.6%) opined that it is not at all the key to success. Nearly one-thirds (32.1%) of the responses fell in 'moderate' category when it came to building public relations with the help of being political journalist.

Table 6: Showing ethical issues related to Political Journalism

Question	Response (s)				
	Very much	Much	Moderately	Less	Not at all
Is Political Journalism beyond professional negativities?	0 (0%)	0 (0%)	4 (7.5%)	27 (50.9%)	22 (41.5%)

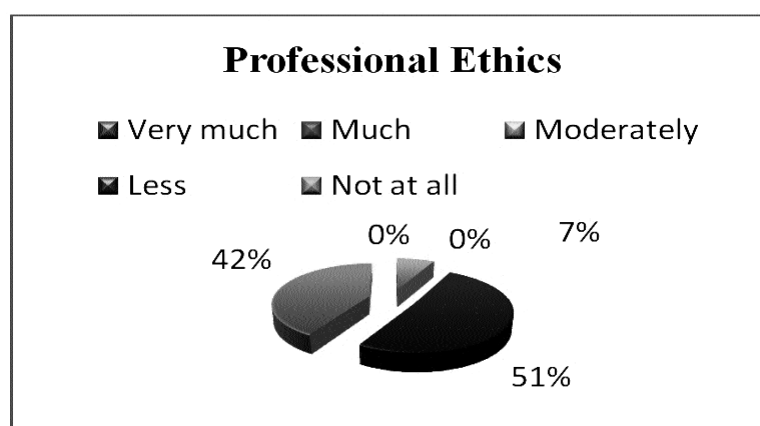


Table 6 shows the ethical issues related to Political Journalism. Almost half (50.9%) of the journalists believe that it is 'less' in professional negativities.

### Findings of the Study

1. Political Journalism is not a compulsion for Media Professionals/Journalists.
2. Political Journalism is not a synonym of Media Professionals/Journalists.
3. Political Journalism is not a Nursery of Journalism.
4. All respondents have chosen to become political Journalists, with interest.
5. Almost all Media Professionals/Journalists are very much serious regarding their profession.
6. Respondents like Political Journalism 'moderately'.
7. Respondents like to practice like Political Journalism, to 'much' extent.
8. Two-fifths of the respondents 'not at all' believe Political Journalism, a key to success in their profession.
9. One-thirds of the journalists 'moderately' believe that Political Journalism leads to building up of public relations.
10. Almost half of the participants of the study believe that Political Journalism too is with professional negativities.

### Interpretation and Conclusion

Journalism communicates at mass level. It reflects social importance, truth, and in doing so it is always in the process of creating a public by bringing it into synchronized conversation with itself.

Practices of journalism provide self-explanatory frameworks for understanding a matrix of social practice, culture, and institutional arrangement. Political journalism is crucial for democracy and governance, since it is the sub-genre of fourth pillar, namely, Media. It leads to explain

---

the sin qua non of actions of elected officials or LEADERS/Representatives of Public. So, political journalism should be straightforward synonym for "accountability journalism", as accountability and information are delivered through mass media. Masses have a considerable willingness to seek to journalists for instrumental information in multiple scenarios and the common perception of journalism as a watchdog that holds elected officials accountable. The accountability should be 'effective accountability' (Ashworth et al, 2012).

The same have been reflected in our results. Our study is framed as 'Quantum Perception of Media Professionals and Political Journalism', to assess the accountability and seriousness of the bridge between Politics and Media, that is, by Media professionals. The media professionals/journalists came to the profession due to their interest. They had no other intentions and are very much serious regarding their profession. They like

and like to practice the same. For the professionals, political journalism is not at all a key to success in their profession. Though political journalism leads to building of public relations, yet its explanation is human. Ethically the noble profession is also not perfectly pure.

In conclusion, it may be said that, political journalism is a serious sub-genre of fourth pillar of democracy. In a leading and ever flourishing democracy of ours, its importance is like primary linker. The political journalists have to make a balance among objective reality (political events which actually occur), subjective reality (reality of political events perceived by masses) and constructive reality (events covered by the media) (Kaid et al, 1991) along with accountability for Locating Democracy and Governance through TRUE POLITICAL COMMUNICATION in contemporary and FUTURISTIC India as well.

## References :

- Ashworth, S. (2012), Electoral Accountability: Recent Theoretical and Empirical Work. Annual Review of Political Science, Vol. 21(2), 15, pp. 183-201.
- Baym, G. (2005). The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism. Political Journalism Journal, pp. 259–276.
- Bennett, W. L. (2001). News: The Politics of Illusion (4th Eds.). New York: Longman.
- Bravo, J. (May 2010). Towards an Electoral Journalism. Mundo Electoral-Electoral World. [mundoelectoral.com](http://mundoelectoral.com). Vol. 3 (8). Archived from the original on 22 Dec. 2018..
- Crigler, A. N. (1996). The Psychology of Political Communication. Ann Arbor : University of Michigan Press.



- 
- Edelman, M. (1988). *Constructing the Political Spectacle*. Chicago: University of Chicago Press.
  - Fahey, S.; and Johnson, T.J. (2005). How we performed: Embedded Journalists' Attitudes and Perceptions towards Covering the Iraq War. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, pp. 301–317.
  - Gans, H. (1979). *Deciding What's News*. New York: Pantheon Books.
  - Graber, D.A. (2002). *Mass Media and American Politics* (VI Edition). Washington, DC: Congressional Quarterly Press.
  - Hollihan, T. (2001). *Uncivil Wars: Political Campaigns in a Media Age*. Boston: Bedford/St.Martin's.
  - Ignatius, D. The Dangers of Embedded Journalism, in War and Politics. *Washington Post*.
  - Just, M., Crigler, A. N., Alger, D. E., Cook, T. E., Kern, M., and West, D. M. (1996) *Crosstalk : Citizens, candidates, and the media in a presidential campaign*. Chicago : iversity of Chicago Press.
  - Just, M., Crigler, A. N., and Buhr, T. (1999). Voice, Substance, and Cynicism in Presidential Campaign Media. *Political Communication*, 16 (1), pp. 25–43.
  - Kaid, L.L.; Gerstle, J. and Sanders, K. (1991). *Mediated Politics in Two Cultures. Presidential Campaigning in United States and France*. New York: Praeger.
  - Morrissey, E. The election is not rigged against Trump. But the media is biased against the GOP. *The week.com*
  - Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle. Political Communication in Postindustrial Societies*. New York: Cambridge University Press.
  - Nyhan, B.; and Sides, J. (2011). How Political Science can help journalism (and still let journalists be journalists). *The Forum*, Vol. 9 (1).
  - Piechota, G. (2011). *Media in Election Process*. *Communication Today*.
  - Tuchman, G. (1976). *Telling Stories*. *Journal of Communication*, Vol. 26 (4), pp. 93–97.

# लोकगीतों के परिप्रेक्ष्य में महात्मा गांधी और राष्ट्रीय चेतना का विवेचनात्मक अध्ययन

■ डॉ. पवन सिंह मलिक  
■ ■ अमरेन्द्र कुमार आर्य

## प्रस्तावना :

भारतीय वाङ्मय में 'राष्ट्र' शब्द का प्रयोग वैदिक काल से ही होता रहा है। यजुर्वेद के 'राष्ट्र में देहि' और अथर्ववेद के 'त्वा राष्ट्र भृत्याय' में राष्ट्र शब्द समाज के अर्थ में प्रयुक्त हुआ है। मानव की सहज सामुदायिक भावना ने समूह को जन्म दिया, जो कालान्तर में राष्ट्र के रूप में स्थापित हुआ। राष्ट्र एक समुच्चय है, कुलक है और राष्ट्रीयता एक विशिष्ट-भावना है। इस तरह देखें तो 'जिस जन समुदाय में एकता की एक सहज लहर हो, उसे राष्ट्र कहते हैं।' आर्यों की भूमि आर्यावर्त में ना केवल सामाजिक एकता, बल्कि वैचारिक एकता के भी प्रमाण मिलते हैं। आर्यों की परस्पर सहयोग तथा संस्कारित सहानुभूति की भावना राष्ट्रीय संचेतना का प्रतिफल है। साहित्य का मनुष्य से शाश्वत संबंध है। साहित्य सामुदायिक विकास में सहायक होता है और सामुदायिक भावना राष्ट्रीय चेतना का अंग है। विश्व-बंधुत्व की भावना से भारी कार्य जाति विचारों में महान थी। यह शौर्य-पराक्रम और तेज से समूचे राष्ट्र को एक सूत्र में पिरोकर रखने की क्षमता रखती थी।

लोक, साहित्य की अमूल्य निधि हैं। लोक अपने परिवेश के अनुसार साहित्य का उपयोग एवं प्रयोग करता रहता है। लोक को आपस में जोड़ने में लोकगीतों की भूमिका महत्वपूर्ण रही है। देश की स्वतंत्रता के लिए हुए आंदोलन में लोकगीतों की बड़ी भूमिका रही है। स्वतंत्रता से संबंधित लोकगीतों का जब अध्ययन किया जाता है तो यह ध्यान आता है कि भोजपुरी, मैथिली, अवधी, ब्रज और बुंदेली का लोक साहित्य राष्ट्रीय जागरण एवं नव निर्माण में ज्यादा सजग और प्रभावशाली रहा है। प्रस्तुत शोध पत्र में लोकगीतों में व्याप्त राष्ट्रीय चेतना का विश्लेषणात्मक अध्ययन किया गया है।

बीज शब्द – महात्मा गांधी, लोकसाहित्य, राष्ट्रीय चेतना, भारतीय वाङ्मय, स्वतंत्रता, आंदोलन आदि।

## परिचय

समाज का राष्ट्र से सीधा संबंध है। किसी भी संस्कारित समाज की विशिष्ट जीवन शैली होती है। यह राष्ट्र के रूप में दूसरे समाज को प्रभावित करती है। रूढ़ियों और परम्पराओं से जर्जर समाज राष्ट्र को पतन की ओर ले जाता है। लोक-रचनाक. 18 मोह-निद्रा में डूबे राष्ट्र को जागृति के गीत को सृजित कर संघर्ष के लिए प्रेरित करता है। 'लोक' शब्द अपने आप में ही विशालता का अनुभव कराता

है।

वैश्विक साहित्य की तरफ जब ध्यान देते हैं तो ध्यान आता है कि 'लोक' को अंग्रेजी के 'फोक' से जोड़कर उसके अर्थ को संकुचित करने का प्रयास हो रहा है। भारतीय संस्कृति में लोक को हमेशा से ही विशेष स्थान प्राप्त रहा है। इसको त्रिलोक – पृथ्वी, आकाश, पाताल – के रूप में देखा और समझा जा सकता है। 'लोक' की महत्ता और सौन्दर्य का परिपाक लोकगीतों में आसानी से होता है।

\* वरिष्ठ सहायक प्राध्यापक, नवीन मीडिया प्रौद्योगिकी विभाग, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल

\*\* पीएच.डी शोधार्थी, नवीन मीडिया प्रौद्योगिकी विभाग, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विवि, भोपाल

देश की संस्कृति में लोकजीवन का विशेष महत्व रहा है और इसी महत्ता के चलते लोकगीतों ने भी विशेष भाव प्राप्त किया है। देश का कोई भी भू-भाग रहा हो, कोई भी सांस्कृतिक विरासत रही हो, कोई भी भाषा, धर्म, जाति रहे हों, लोकगीतों ने सभी को परे रखकर अपने माधुर्य से समूचे देश का मन मोहा है।

### शोध अध्ययन की आवश्यकता

- स्वतंत्रता आंदोलन में गांधी जी से प्रभावित जनमानस के भूले-बिसरे प्रसंगों और उनसे जुड़े विविध तथ्यों के अध्ययन की आवश्यकता है।
- गांधीजी की 150वीं जयंती पर यह अध्ययन स्मृतियों के सुनहरे पल, जो अब विस्मृत हो रहे हैं, को सुरक्षित करने का कार्य है।
- राष्ट्रीय चेतना के आलोक में गाए जाने वाले गांधी गीत आधुनिक समय में खत्म होने के कगार पर हैं। इन्हें सुरक्षित रखने के लिए शोध कार्य आवश्यक है।
- राष्ट्रीय चेतना और लोकमानस के अंतरसंबंध को जानने के लिए यह अध्ययन आवश्यक है।

### शोध का उद्देश्य

- स्वतंत्रता आंदोलन में राष्ट्रीय चेतना जागृत करने में लोकगीतों की भूमिका का अध्ययन करना
- महात्मा गांधी केन्द्रित लोकगीतों में लोक संवाद की अवधारणा का अध्ययन करना
- आंदोलन हेतु जनमत निर्माण में गांधी-गीत की भूमिका का अध्ययन करना
- लोक-संवादी गांधीजी के दर्शन की उपादेयता एवं प्रासंगिकता का अध्ययन करना

### शोध प्रविधि

- अंतर्वस्तु विश्लेषण
- वर्णनात्मक प्रविधि

### तथ्यों का संग्रहण

- तथ्यों के संग्रहण हेतु प्राथमिक एवं द्वितीयक स्रोतों का उपयोग किया गया है।

### तथ्य संकलन के लिए शोध तकनीक

- महात्मा गांधी से संबंधित लोकगीतों के संकलन के लिए सुराज, चरखा, राष्ट्रीय चेतना, आंदोलन, खादी, इत्यादी जैसे चरणों का निर्धारण किया है।
- साक्षात्कार के लिए लिए उद्देश्यपूर्ण/निर्देशन का उपयोग किया गया है।

### विश्लेषण

लोकगीतों में राष्ट्रीयता के उद्भव को हम स्वतंत्रता आंदोलन की पृष्ठभूमि में देख-परख सकते हैं। चूंकि लोकगीत किसी एक व्यक्ति-विशेष की रचना नहीं होते, वे पूरे लोक समाज की उपज होते हैं, इसलिए उनका कवि और काल-निर्धारण अत्यंत दुष्कर होता है। उपलब्ध तथ्यों के आधार पर अवश्य कहा जा सकता है कि लोकगीतों में राष्ट्रीयता के उद्भव विदेशी आक्रांताओं की आगमन के बाद ही हुई है। लॉर्ड वारेन हेस्टिंग्स के समय काशी की बहादुर जनता ने अंग्रेजों के खिलाफ जबर्दस्त संघर्ष किया था। तब अनेक भारतीय वीरों को पकड़कर अंडमान भेज दिया गया, जिसे 'कालापानी' कहा जाता था। लोकगीत की निम्न वर्णित पंक्तियों में एक वीरांगना के करुण दृश्य को कितनी मार्मिकता के साथ अभिव्यक्त किया गया है, देखा जा सकता है—

‘अरे रामा नागर नैया जाला कालेपनिया रे हरी  
सबकर नैया जाला काशी हो विसेसर रामा  
नागर नैया जाला कालेपनिया रे हरी।

घरवा में रोवै नागर,  
भाई और बहिनिया रामा सेजिया पे रोवै बारी  
धनिया रे हरी।

खुंटिया में रोवै नागर ढाल-तरवरिया रामा  
कोनवा में रोवै कड़ाबनिया रे हरी।  
जो मैं जनितीं नागर जइब कालेपनिया रामा  
तोरे पासवां चलि अईति बिनु रे गवनवां रे हरी।’

कालापानी की सजा देकर पति को अंडमान भेज दिया गया है। भाई-बहिन सभी रो रहे हैं। पत्नी सूनी सेज पर है। विरहिणी पत्नी कहती है कि ‘मुझे ज्ञात ही नहीं था कि तुम्हें अंग्रेज कालापानी भेज देंगे, नहीं तो लोक-लाज की सारी मर्यादाएं बिसार कर बिना ‘गौना’ हुए ही तुम्हारे पास चली आती।’ काले-पानी की सजा देकर आजादी के दिवानों को अंडमान भेजने पर काशी की पूरी जनता ही दुखी है। समाज से अलग परित्यक्ता की जिंदगी जीने वाली वेश्याओं तक में इस घटना के खिलाफ आक्रोश व्याप्त है। यह कजरी शैली की लोकगीत तत्कालीन इतिहास की व्यथा-कथा को इतने कारुणिक रूप में अभिव्यक्त करता है कि किसी की भी आत्मा द्रवित हुए बिना नहीं रह सकती।

ऐतिहासिक तौर पर स्वतंत्रता संग्राम के प्रमुख नेताओं में 80 वर्ष की उम्र के वीर कुंवर सिंह, 60-65 के राणा बेनीमाधव, मौलवी साहब, बहादुरशाह जफर, तात्या टोपे आदि ने अंग्रेजी हुकूमत का जमकर प्रतिरोध किया। जन मानस में मौजूद लोकगीतों से यह स्पष्ट है कि वीर कुंवर सिंह ने 1857 के संग्राम में बेगम हजरत महल का साथ दिया और अंग्रेजों के खिलाफ लड़े। कुंवर सिंह आजमगढ़ से जगदीशपुर लौटते वक्त शिवहर घाट से गंगा नदी पार कर जगदीशपुर जाने के लिए बक्सर के आसपास कहीं निकलते हैं। लोकगीत की

पंक्ति ‘जल्दी हाजिर होउ बक्सर मां काहे फिरत दिवाना’ से यह बात स्पष्ट होती है। इसी प्रकार राणा बेनी माधव सिंह पटना के कमिश्नर का आमंत्रण ठुकरा देते हैं, देखें लोकगीत की इन पंक्तियों को—

‘कप्तान लिखे मिलअ कुंवर सिंह,  
आरा के सूबा बनाइब रे  
बाबू कुंवर सिंह भेजते सनेसवा,  
मोसे न चली चतुराई रे  
जब तक प्राण रहीतन भीतर, मारग  
नहीं बदलाई रे’

अंग्रेजी सैनिक के कप्तान वीर कुंवर सिंह को एक पत्र लिखते हैं कि ‘हम आरा को तुमसे लेकर एक सूबा बनायेंगे।’ लेकिन कुंवर सिंह उसी कप्तान को जवाबी पत्र भेज कर बताते हैं कि ‘मुझसे तुम्हारी कोई चतुराई नहीं चलेगी। जब शरीर में प्राण है तब तक स्वतंत्रता प्राप्ति की बल बेदी का मार्ग नहीं बदला जा सकता।’ श्रीधर मिश्र ने भोजपुरी लोकगीतों के विविध रूप में कुंवर सिंह के संघर्ष, संबंधियों की धोखाधड़ी और स्वाधीनता की आकांक्षा में व्यथित उनके मन बयान करते हुए उद्धृत किया है—

‘नेअत बाड़े बाबू कुंवर सिंह,  
मुंवा पर देईके रुमालिया को राम।  
लिहनी लड़इया हो बूढा समइया में,  
अब कवन होइहें हवाल हो राम।

या,

एक त में कइलीं राजा डुमरांव के  
उहो भागी चलले जैसे बन में के खरहा  
कुल्ही गुनलका रामा, मटिया में मिलि गइले,  
नाहीं लेवे पवलीं हम सुराज।’

इन पंक्तियों से स्पष्ट है कि 1857 के संघर्ष में डुमरांव के महाराजा वीर कुंवर सिंह का साथ नहीं देते हैं। जनमानस में आज भी यही धारणा है और

कई बार इसीलिए कुंवर सिंह के प्रसंग में द्रोहियों को पुनर्जन्म के लिए शापित करता है—

‘जे न हिदी कुंवर सिंह के साथ,  
उ अगीला जन्म में होई सुअर।  
ओकर बाद होई भुअर’

अर्थात् जो कुंवर सिंह का साथ नहीं देगा वह अगले जन्म में सुअर और फिर भुअर यानी अंग्रेज होगा। लोकमानस की यह चेतना है जो संकट के समय आमजन से लेकर विशिष्ट जन तक के लोगों को संघर्ष के लिए तैयार करती है। इतिहासकार डॉ. धर्मेन्द्र कुमार का कहना है कि पूर्वांचल में चरवाहों के बीच गीतों में प्रश्नोत्तर और समस्या पूर्ति की पुरानी व समृद्ध परंपरा रही है। 1857 की लड़ाई पर केंद्रित प्रश्नोत्तरी आज भी कहीं-कहीं सुनने को मिल जाती है। एक चरवाहा पूछता है—

‘अमर सिंह के कमर टूटलैन, कुंवर सिंह के बाहिं।  
पुछिऔन गदल भंजन सिंह से, अब लड़ता की  
नाहिं।’

दूसरे चरवाहे का जवाब  
‘हाथी बेचब घोड़ा बेचब, सिपाही के खियायब।  
लरबै न त करब की हंसी की करायब।’

उल्लेखनीय है कि कुंवर सिंह व अमर सिंह की फौज में दरभंगा के लोग भी भर्ती हुए थे और वहां के गांव-गांव से आटा, चावल, दाल आदि इकट्ठा कर सेनानियों को भेजा गया था। दरभंगा के भीखा सलामी मुहल्ला में दिग्धी पोखर के दक्षिण-पश्चिम कोना में स्थित शहजादा की मजार स्वाधीनता के प्रथम संग्राम की गाथा सुना रहा है। तब कुंवर सिंह का परिवार मंगरौनी (मधुबनी) में था। यहां के पंडित भिखाई झा उनके कुलगुरु थे, श्री झा से कुंवर सिंह के अलावा अमर सिंह व बेटा दिलभंजन सिंह ने भी दीक्षा ली थी। कहा जाता है

कि विद्रोह प्रारंभ होने से पूर्व बाबू कुंवर सिंह गुरु का आशीर्वाद लेने यहां आए थे। गुरु ने उन्हें विद्रोह करने के लिए प्रेरित किया। बैसवाड़े के हुलारे नामक कवि ने अपने एक गीत में शंकरपुर के राना बेनीमाधव सिंह की भरपूर प्रशंसा की है, जिन्होंने हटकर अंग्रेजों का मुकाबला किया था। इन लोकगीतों में आमजन का दुःख स्पष्ट दिखलाई देता है—

‘अपने देश के करनवा जेकि जूझि गइले ना।  
केतने माई के ललनवा हाय, मरि गइले ना।।’

प्रथम स्वतंत्रता संग्राम भारत में अंग्रेजी राज के विरुद्ध जो जन-युद्ध हुआ था उसके उद्देश्य, स्वरूप और महत्व पर तबसे अब तक जो विचार-विमर्श हुआ है उसका आधार वास्तविक, कल्पित और मनगढ़ंत ऐतिहासिक सच और झूठ रहे हैं। यही नहीं, ऐसे संपूर्ण लेखन में विभिन्न प्रकार के ज्ञानियों की दृष्टि और समझ प्रकट हुई है, लेकिन युद्धक्षेत्र की जनता की चेतना और भावना नहीं। उस जन-युद्ध में शामिल जनता की चेतना और भावना को जानने के लिए उस जनता के रचे लोकगीतों को पढ़ना जरूरी है। उन लोकगीतों से जाहिर होता है कि भारतीय जनता ‘ईस्ट इंडिया कंपनी’ के कुराज के कारण तबाही, बर्बादी और यातना की जिस दारुण दशा को झेल रही थी उससे मुक्ति और सुराज की स्थापना के लिए वह संघर्ष कर रही थी। विद्रोह के सेनानी वीर कुंवर सिंह से संबंधित एक लोकगीत में उनकी राजनीतिक आकांक्षा और उसके अधूरा रहने का दुख इस तरह व्यक्त हुआ है—

‘कुल्ही गुनलका रामा, मटिया में मिलि गइले,  
नाहीं लेबे पवलीं हम सुराज’

सन् 1857 के जन-युद्ध में भारतीय पक्ष की पराजय के अनेक कारण बताए गए हैं, लेकिन प्रायः इतिहासकारों ने उस कारण की चर्चा नहीं की है

जिसका उल्लेख इस लोकगीत में है—

‘रामा देशवा के कुछ त अदमियां रे ना  
रामा भइले देश के द्रोहिया रे ना  
एक त हम आस कइलीं राजा डुमराव के  
उहो भागी चलले जइसे बन में खरहा’

लोकगीतों के अध्ययन में यह बात सामने आई है कि कुल वधु भी देशभक्त वीरों से प्रभावित हुई है। वे सुभाषचंद्र बोस उर्फ नेताजी, आजाद हिंद फौज, तिरंगा झंडा, वीर भगत सिंह और चंद्रशेखर आजाद की छवि अपनी चुनरी पर छापने के लिए रंगरेज से अनुरोध करती हैं—

‘रंगरेजवा छापि दे हमरी चुनरिया।  
नक्सा हिंद अजाद फौजिया  
एक ओर छापा नेता सुभाष चंद्र  
एक ओर झंडा तिरंगा।  
एक ओर छापा वीर भगतसिंह, चंद्रशेखर आजाद।’

सुभाषचंद्र बोस ने ‘फॉरवर्ड ब्लॉक’ नाम से एक दल का गठन किया था। नेताजी संगठन की गतिविधियों को अग्रसारित करने के लिए लगातार सक्रिय रहते थे। सक्रियता के कारण अंग्रेजों की आंख की किरकिरी बने रहे। इस तरह देखे तो राजनैतिक उथल-पुथल परिवर्तन एवं महत्वपूर्ण घटनाओं का प्रभाव लोक-जीवन पर पड़ता है। इन प्रभावों को लोकगीतों में स्वर दिया गया है—

हमरे देसवा क धरतिया रतनवा क खान।  
यहि रे धरतिया पर जनमे सुभाष चंद्र  
जे देस क खातिर घूमे दुनिया जहान।  
देसवा के कारन नेता जी खुनवा बहाए  
गये जेहलिया, देसवा प रहा वन्है बहुत गुमान।  
देसवा क खातिर मरि मिटि गए जे  
नेता होइ गए हो देवता अइसन महान।’

ब्रिटिश शासन के प्रति नेताजी का आक्रोश लोक का आक्रोश बन गया। लोक ने उनके स्वर में स्वर मिलाकर अपने क्रोध को व्यक्त किया। नेताजी को अपने देश की प्रतिष्ठा की चिंता थी। उनकी इस चिंता को लोकगीतों ने अभिव्यक्ति दी। लोक को नेताजी पर भरोसा और विश्वास था। लोकमन नेताजी सुभाष चंद्र बोस और भगतसिंह, चंद्रशेखर आजाद को और महात्मा गांधी को देश का कर्णधार मानता रहा। ब्रिटिश साम्राज्य के विरोध में लोक का आक्रोश निम्न गीत में अभिव्यक्त हुआ है —

‘फिरंगियन के लइ जायं हइया मइया,  
काली मइया,  
उनसे भारत देसवा बचाया भगवान,  
हमरे सुभाष बाबू नइया क खेवइया  
उनकर टेकिया बचाया भगवान।’

फिरंगियों से देश को बचाना भगवान। हमारे सुभाष बाबू, भगतसिंह, आजाद जी नाव के खेवनहार हैं। उनकी टेक बचाना भगवान। माता-बहनों की प्रतिष्ठा, उनकी लाज खतरे में है। भारतीय नारियां अपने पति से नेताजी का साथ देने का आग्रह करती हैं कि —

‘सैंया सीखि ल्या बोलै अंगरेजी,  
होइजा नेता जी की फौज भरती  
चला जा देसवा रंगून।  
पानी की जहजिया से पहिले तू चला जा  
जाइके हमहूँ का लिहा बोलाय  
हमहूँ होबै फौज मा भरती।  
आगे-आगे तू चल्यो लइके तिरंगा  
पाछे हम चली जयहिंद कहती’

स्वतंत्रता आंदोलन के समय देश के वीरों का प्रभाव युवकों पर सर्वाधिक पड़ा। इसका प्रतिबिम्ब भी लोक जीवन पर पड़ा है। लोक जीवन के स्वर

लोकगीतों में 'दूल्हा' भी तिरंगा हाथ में लिए  
'जयहिंद' कहता हुआ चल रहा है —

'बन्ना हमारो नेता औ गान्ही के बस मा, तिरंगा  
झंडा उठाय रहा।  
सब केहू गावै और गवनई बन्ना जयहिंद क रटन  
लगाय रहा।  
सब केहू बजावै ढोलक मंजीरा बन्ना रनभेरी बजाय  
रहा।

जोड़ा औ जामा उनके मन ही न भावै,  
वीर बाना औ खदर क रटनि लगाय रहा।  
फूलन क मउरा उनके मन ही न भावै,  
केसरिया पगिया क रटनि लगाय रहा।  
बाबा मंगाये सजा मियाना,  
ऊ तौ पैदल कै रटनि लगाय रहा।'

उपरोक्त बुंदेली लोकगीत में यह बात सामने आई है कि दूल्हा, नेताजी और गांधीजी के वश में है। वह तिरंगा झंडा उठाकर चल रहा है। बाराती तरह-तरह के गाने गा रहे हैं, पर दूल्हा जयहिंद की रट लगाए हैं। सभी ढोलक-मंजीरा बजा रहे हैं, दूल्हा रणभेरी बजा रहा है। दूल्हे की पोशाक (जोड़ा-जामा) उसे नहीं पसंद, वह वीरों का वेश धारण करने की रट लगा रहा है। फूलों का मौर मुकुट उसे नहीं भा रहा, वह केसरिया पगड़ी की रट लगा रहा है। अन्य दूसरे गीतों में सुभाष चंद्र बोस को सांत्वना दिया जा रहा है कि—

'सुभाष बाबू तोहार अजादी सपनवां हरि मोर पूरा  
करिहैं ना।  
तोहरे कहे बंदूक उठइहैं, तोपिया धमाका करिहैं  
ना।  
तोहरे साथे खुनवा बहइहैं, अंगरेजवन क मारि  
भगइहैं ना।  
तोहरे पछवां-पछवां चलिहैं, देसवा आजाद करइहैं  
ना।'

इस गीत में कहा जा रहा है कि नेता सुभाष बाबूजी, आपका आजादी का सपना मेरे पति पूरा करेंगे। वह बंदूक उठाएंगे, तोप से धमाका करेंगे। आपके साथ खून बहाएंगे। अंग्रेजों को मार भगाएंगे। आपके पीछे-पीछे चलेंगे और देश आजाद कराएंगे। मातृभूमि के बलिदानी सपूतों के प्रति लोक सदा कृतज्ञ रहा है। गुलामी सहन करने वाले कायरों की भर्त्सना हुई है कि —

'जौने भारत म जनमे वीर बांकुरे  
देस रहा धरम इमान रे बटोहिया,  
भगत सिंह, आजाद, सुभास चंद  
देसवा की खातिर दिहे प्रान रे बटोहिया  
बहुत विपति सहे गए जेहलखनवां  
तबहूं न मथवा झुकाये रे बटोहिया।  
देसवा अजाद कइकै, सरग सिधारे  
बड़ा-बड़ा रहा अरमान रे बटोहिया।  
वही देसवा म आज ऐसन अधम भए,  
देसवा से करै लागे घात रे बटोहिया।'

महिलाओं का यह स्वप्न है कि 'मेरा प्रिय गांधी के स्वराज्य-स्वप्न को पूरा करेगा। वह बापू को आश्वासन देती है कि मेरा प्रिय भोजन, वस्त्र का उपभोग मिल-बांटकर करेगा। चरखा कातकर, वस्त्र बनाकर, सबको पहनाकर तब स्वयं पहनेगा। वे गांधी जी को आश्वासन देती है कि —

'गांधी तेरो सुराज सपनवां हरि मोर पूरा करिहैं  
ना।'

देश के राग में गांधी का अनुराग कितना जबरदस्त था कि एक-एक पल का वर्णन लोकगीतों में देखने को मिलता है। लोकगीत इतिहास को समेट कर भविष्य को अग्रेषित करने का कार्य करता है। इसकी एक बानगी गांधी की जय-जयकार से संबंधित जयकारा में देखने को मिलती है।

‘एक छोटी चवन्नी चांदी की, जय बोलो महात्मा  
गांधी की।’

इस जयकारे को समान्यतः देखेंगे तो यह साधारण बात लगेगी। लेकिन इसके भाव को देखेंगे तो विशालता का अनुभव होगा। उपरोक्त वर्णित जयकारा को संदर्भित करते हुए देखते हैं तो यह ध्यान आता है कि जैसे चवन्नी देखने में छोटी लगती है, वैसे ही बापू भी देखने में बहुत साधारण लगते हैं। वे महानता का मुखौटा नहीं लगाते, लेकिन सारा लोक उनकी जय-जयकार करता है। असहयोग आंदोलन से प्रभावित होकर स्वराज्य की कामना की गई है। सारे भौतिक सुखों की चाह आजादी की चाह में खो गई। लोकगीतों में फिरंगियों की अवमानना भारतीय नारियों ने भी की है—

‘अपने पिया के पनही ढोवड़बैं, फिरंगिया भागा  
जाय,  
अपने ससुर की पनही से पिटउबैं, फिरंगिया भागा  
जाय।  
अपने पिया का जूता फिरंगी से ढोवाऊंगी,  
ससुर के जूते से उसकी पिटाई कराऊंगी, वह  
भाग जाएगा।’

लोक अपने लोकगीतों में मातृभूमि पर प्राण न्यौछावर करनेवाले सपूतों को कभी भूल नहीं सकता है। लोक मानता रहा है कि भारतभूमि वीर प्रसूता है। परतंत्र भारत के कायरों को धिक्कारता हुआ एक लोकगीत में कहा गया है कि —

‘जहवां रहिन जनमा वीर परताप सिंह,  
औरौ चौहान से सपूत रे फिरंगिया।  
देसवा की खातिर जे मरि मिटि गए, तबहूँ न  
मथवा झुकाये रे फिरंगिया।  
गांधी, भगत, आजाद, सुभास सपूत, कइ दिहे जान  
कुर्बान रे फिरंगिया।

वही देसवा म आज ऐसन अधम भए, चाटथे बिदे.  
सियन कै लात रे फिरंगिया।’

उपरोक्त गीत में यह वर्णित है कि जिस देश में वीर राणा प्रताप ने जन्म लिया, पृथ्वीराज चौहान जैसे सपूत हुए, जो देश के लिए मर मिट गए। हे फिरंगी, उन्होंने अपना सिर नहीं झुकाया। जिस देश के लिए महात्मा गांधी, भगत सिंह, चंद्रशेखर आजाद और सुभाषचंद्र बोस जैसे सपूतों ने अपने प्राणों का बलिदान कर दिया, उसी देश में आज ऐसे अधम हो गए हैं, जो विदेशियों के पावों के तलवे चाट रहे हैं। स्वतंत्रता संग्राम में शहीद वीरों की गाथा भी लोकगीतों में अमर हैं—

‘देसवा के करनवा केतने गए जेहलखनवां,  
केतने बीर फांसी चढ़िगै ना।  
कइके तन-मन-धन अरपनवा,  
केतने दुनिया छोड़िगै ना।  
पहिले चढ़िन भगतसिंह सरदार,  
हंसि कै फंदा मा सिर डारि,  
कितने घरवा भये बिन ललनवा ना।  
जलियांवाले बाग मां गोली खाइके केतने मरिगे  
भारत मां के वीर जवनवां।’

लोकगीत के माध्यम से देश के लिए कुर्बानी देने वाले वीरों को स्मरण किया जा रहा है। उपरोक्त गीत में बताया जा रहा है कि देश के कारण कितने वीर जेल गए, फांसी चढ़ गए, अपना तन-मन-धन सब अर्पण कर दुनिया छोड़ गए। पहले चढ़े सरदार भगत सिंह हंसकर फांसी के फंदे में सिर डाल दिया। कितने घर बिना बेटों के हो गए। जलियांवाले बाग में कितने गोली खाकर मर गए, भारत मां के जाने कितने वीर जवान मर गए। ‘भारत छोड़ो आंदोलन’ का आह्वान लोकगीतों ने भी किया गया है—

‘भारत छोड़ो हे अंग्रेजों,  
चली जोर से आंधी,



लंदन भागे, जीति गए गांधी,  
नजरिया हमरी भारत पै रही।'

उपरोक्त गीत में बताया जा रहा है कि 'हे अंग्रेजो! भारत छोड़ो। स्वराज्य आंदोलन की आंधी जोर से चल पड़ी है। अंग्रेज लंदन भाग गए, गांधी की विजय हुई। सब की दृष्टि भारत पर थी। भारत माता की दुःखी अवस्था का मार्मिक वर्णन है—

गंगा रे जमुनवां कै धारि, नयनवां से नीर बहै,  
फूटिगै भारतियन कै भागि, भारत माता रोय रहीं।'

भारत माता दुःख एवं दर्द को इस गीत के माध्यम से व्यक्त किया जा रहा है। गीत में वर्णित है कि गंगा—जमुना की धारा नयनों से नीर बनकर बह रही है। भारतीयों का भाग्य फूट गया है। देश परतंत्र हो गया है। भारत माता रो रही है। शौर्य और वीरभाव को जगानेवाले जन—जागरण के गीत 'सुरा जी' गारी गीत बनकर गूंज उठे —

'भारतवासी सोवत बाट्या, उठि परा होइगै सबेरा  
कि वाह वाह।  
सोवत देखि के भारतवासिन, आय रहिन देसवा म  
गोरा कि वाह वाह।'

देश में स्वतंत्र चेतना की झलकाती इस गीत में बताया गया है कि 'हे भारतवासी। सो रहे हो, उठो सबेरा हो गया। भारतवासियों को सोता देखकर देश में गोरे अंग्रेज आ गए। हीरा, मोती, सोना, जवाहरात लूटकर बोरों में भर—भरकर उठा ले गए। देश का सब धन लूटकर बिलायत ले गए, बात करने पर मारने को दौड़ते हैं, बहुत बरजोरी करके सताते हैं। देश की ऐसी दशा देखकर महात्मा गांधी ने शोर मचा दिया है, सबको जगा रहे हैं। भारत पर हुए आक्रमण के समय के भी कुछ गीत हैं—

'रन मां होई दुसमन से समनवां,  
गुमनवां उनकै तोर्या ललना।  
नवें मास तक कोख में राखा,  
कस्ट सहयों मैं भारी  
दूध पियाइ पियाइके लालन,  
देहिया कस्यों तोहारी,  
आज दुधवा से कै द्या उरिनवां,  
गुमनवा वनकै तोर्या ललना।'

इस गीत में मां अपनी संतान से कहती है कि 'हे पुत्र! रण में दुश्मन से सामना होगा, उनका गर्व चूर—चूर कर देना। नौ महीने तक तुम्हें कोख में रखा, मैंने भारी कष्ट सहा, दूध पिला—पिलाकर तुम्हारा शरीर पुष्ट किया, आज उस दूध के ऋण से उन्मृण कर दो, दुश्मन का अहंकार तोड़ दो।' युद्ध के समय भी लोककवि ने अपने उद्गार प्रकट किए हैं—

'देसवा आपन हम बचइबे,  
सब जतनियां करि कै ना,  
गौरव देसवा के बढ़इबे,  
सब जतनियां करि कै ना,  
गोद के देबे सलोना लाल,  
सोना चांदी देब निसारि,  
भारत मां का हम बचइबे,  
केसरिया बनिके ना।'

जब भारतीय आम मानस का मन देश की स्वतंत्रता के लिए जागृत हो जाता है तो वह अपने आप से प्रण लेने लगता है। इस क्रिया को प्रस्तुत करते हुए उपरोक्त लोकगीत में कहा गया है कि 'अपने देश को हम सब यत्न करके बचाएंगे, देश का गौरव बढ़ाएंगे। अपनी गोद के सलोने लाल देश को दे देंगे, सोना चांदी सब निकालकर दे देंगे। भारत मां को हम केसरी (सिंह) बनकर बचाएंगे।

## निष्कर्ष

स्वतंत्रता संग्राम के दौरान विभिन्न भारतीय भाषाओं के लोकगीतों में अंग्रेजी हुकूमत से मुक्ति के लिए संघर्ष की ध्वनियां सुनाई पड़ती हैं। वे सभी राष्ट्रीय-सांस्कृतिक जीवन और चिंतन की अभिव्यक्तियां हैं। दरअसल, लोकभाषा के गीतों में असीम शक्ति होती है, क्योंकि उसमें जनता का जीवन-स्पंदन, जिजीविषा और संकल्पना निहित रहती हैं, उसके मुहावरे, लोकोक्तियां, लोक धुनें शामिल रहती हैं। सुप्रसिद्ध आलोचक वंशीधर सिंह का स्पष्ट मानना है कि जीवन-संघर्ष की अंतर्ध्वनियां लोक-भाषा में सहजता से निस्सृत होती हैं, लोक हृदय में रच-बस कर लोककंठ में संवेगत्मक स्वर में फूटती हैं। सन अठारह सौ सत्तावन के संघर्ष की अंतर्ध्वनियां लोकगीतों आवेगपूर्ण संवेदनशीलता के साथ प्रवाहित प्रस्फूटित हुई हैं। लोकगीत महज शब्दों का जाल नहीं है, वह लोक-जीवन का छंद है।

लोकगीत में कहीं-कहीं अंग्रेजों की वीरता को भी सराहा गया है और उसमें जनता की न्यायप्रियता का प्रमाण मिलता है। विभिन्न लोकभाषाओं के इन लोकगीतों में स्वतंत्रता संग्राम की ध्वनियां सुनाई पड़ती हैं जो जनता की जागरूकता के प्रतीक हैं। इस तरह कहा जाए तो 1857 का युद्ध एक जन-युद्ध था, उसमें साधारण जनता ने बढ़-चढ़कर भाग लिया था और बाद में वही सबसे भयावह दमन के दौर से गुजरी। उस जन-युद्ध में भारत के हिंदुओं और मुसलमानों, पुरुषों और स्त्रियों ने अंग्रेजी राज के विरुद्ध युद्ध किया था। उसमें सभी जातियों, पेशों और हैसियत के लोग शामिल थे। यह बात उस युद्ध से संबंधित लोकगीतों, गीतों और साहित्य के विभिन्न रूपों के माध्यम से हमारे सामने आती है। इस जन-युद्ध से यह भी साबित होता है कि हर वर्ग और हैसियत के लोगों को देशभक्त होने का अधिकार है।

इतिहास तथ्यों की चर्चा करता है, लेकिन

दारुण और दर्दनाक स्मृतियों की नहीं, जबकि पराजित और पराधीन मनुष्यों की स्मृति बहुत लंबी होती है। ऐसी स्मृतियों को सजीव, प्रभावशाली और दीर्घजीवी बनाने का काम लोक साहित्य करता है। लोकसाहित्य की रचना लोक करता है और इस तरह वह अपनी स्मृतियों को दीर्घजीवी बनाता है। अंग्रेजी राज से लोक के संघर्ष और अंग्रेजी उपनिवेशवाद की लूट, दमन और तबाही के अनुभवों की स्मृतियां लोकगीतों में ही हैं। इस तरह इस शोध पत्र के उद्देश्यों में शामिल स्वतंत्रता आंदोलन में राष्ट्रीय चेतना जागृत करने में लोकगीतों की भूमिका का साबित होती है। इस शोध पत्र में यह बात सामने आती है कि आम जनता के मन में जो सुसप्ता अवस्था थी, उसे लोकगीतों ने प्रबलता प्रदान करते हुए स्वर दिया। इसलिए कह सकते हैं कि स्वतंत्रता की चेतना विकसित करने में लोकगीतों की भूमिका महत्वपूर्ण है। दूसरे उद्देश्य महात्मा गांधी केन्द्रित लोकगीतों में लोक संवाद की अवधारणा भी सहज रूप से प्रकट होती है। लोक संवाद के संदर्भ में वे सभी विचार, बातचीत सामने आती है तो विषय से संदर्भित है। तीसरे उद्देश्य में आंदोलन हेतु जनमत निर्माण में गांधी-गीत की भूमिका सबसे महत्वपूर्ण साबित होती है।

इस अध्ययन में यह सामने आया है कि गांधी के विचारों, व्यवहारों संवाद के तरीकों से आम लोग प्रभावित होते हैं। गांधी जी को लोग तारणहार की तरह देखते हैं। इसलिए गांधी जी से संबंधित गीत स्वतंत्रता आंदोलन को नए वेग में प्रचालित करने में समर्थ होते हैं। अंतिम उद्देश्य लोक-संवादी गांधीजी के दर्शन की उपादेयता एवं प्रासंगिकता आज भी मौजूद है। गांधीजी के दर्शन आम जनता से जुड़ी हुई बातों, व्यवहारों का समुच्चय है। लोक व्यवहार में गांधी दर्शन ना आज केवल अपरिहार्य है बल्कि पहले से ज्यादा मौजूं भी हो गए हैं। दुनिया गांधी के रास्ते पर चलने लगी है।

## निष्कर्ष

किसी भी विवाद का हल गांधी के विचारों में मौजूद है। स्वावलंबन, आत्मनिर्भरता, ग्राम विकास, गौ वंश संरक्षण, स्वच्छता, स्वस्थ मन, विचार और

अभिव्यक्ति, स्थानीय भाषा में शिक्षा की उपलब्धता आज की आवश्यकता है। यह सभी विचार गांधी के संवाद के मुख्य स्तंभ रहे हैं। इसलिए गांधी आज पहले से ज्यादा प्रासंगिक हो गए हैं।

## संदर्भ सूची

- गांधी लोकगीत, कनक तिवारी, संपादक, मध्यप्रदेश आदिवासी लोककला परिषद्, भोपाल
- विश्वामित्र उपाध्याय, लोकगीतों में क्रांतिकारी चेतना, प्रकाशन विभाग, नई दिल्ली
- कुमार अम्बरीश चंचल, उत्तर प्रदेश की भोजपुरी लोकगीत, सम्पादक, महेन्द्र प्रजापति, समसामयिक सृजन, दिल्ली
- सुराज, कपिल तिवारी, मध्यप्रदेश आदिवासी लोककला परिषद्, भोपाल
- श्री कृष्णदासलोकगीतों की सामाजिक व्याख्या, प्रकाशक, साहित्य भवन लिमिटेड, इलाहाबाद
- फणीश्वरनाथ रेणु, मैला आंचल, राजकमल प्रकाशन, दिल्ली
- डॉक्टर इन्द्रनाथ चौधरी, गांधी, उनके विचार और भारतीय लेखन, वागर्थ, दिल्ली
- विष्णु प्रभाकर, श्लोक— साहित्य के यायावर, धरती गाती है, परिशिष्ट—तीन
- स्वामी नारायणानंद 'अख्तर', आजादी के गीत, मरें भी अगर तो स्वदेशी कफन हो
- बि.ब्रॉ, हिन्दी समय वेबसाइट, महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिन्दी विश्वविद्यालय
- शंकर दयाल सिंह, समय : सन्दर्भ और गांधी
- पं. रा.ना. उपाध्याय, गांधी विचार यात्रा, नई दिल्ली, भारतीय प्रकाशन संस्थान

# आधुनिक राजनीतिक राज्य व्यवस्था का विकास

■ डॉ. अविनाश वाजपेयी

■ ■ कन्हैया झा

## प्रस्तावना

राज्य की अवधारणा विश्व पटल पर प्राचीन समय से ही रही है। भारत समेत दुनिया के अन्य देशों में राजनीतिक व्यवस्था के लिए गहन चिंतन हुए हैं। भारत में महात्मा गांधी, कौटिल्य तथा पंडित दीनदयाल उपाध्याय के विचारों का महत्वपूर्ण योगदान रहा है। समय के साथ-साथ राज्य व्यवस्था के स्वरूप में परिवर्तन हुए। 17वीं शताब्दी में विश्व प्राकृतिक अवस्था से औद्योगीकरण की ओर बढ़ा, इसके कारण विश्व की शासन व्यवस्था में आमूलचूल परिवर्तन देखने को मिले। देशों में राजनीतिक व्यवस्था के संचालन के लिए संविधान का निर्माण किया गया। आधुनिक राजनीतिक व्यवस्था केवल नीतिगत व्यवस्था न होकर बाजारोन्मुखी व्यवस्था हो गई। अनेक विचारधारा आधारित आन्दोलनों के कारण विश्व में सत्ता परिवर्तन देखने को मिले। विश्व बैंक के उद्भव से देशों में आयात निर्यात में बदलाव हुआ। बहुराष्ट्रीय कम्पनियाँ देशों के आंतरिक मामलों में तथा नीतियों को प्रभावित करने लगीं। 20वीं शताब्दी तक आते-आते सभी देश अब अंतरराष्ट्रीय संगठनों से संगत होने के लिए आज मजबूर हो चुके हैं।

बीज शब्द — आधुनिक राज्य व्यवस्था, संविधान, बाजार का विकास, निजी बैंकों का विकास, विश्व बैंक, कृषि, साम्यवादी शासन व्यवस्था, पूंजीवादी शासन व्यवस्था, बहुराष्ट्रीय कंपनी, राजनीतिक दल, राजनीतिक दलों में भ्रष्टाचार

## शोध पत्र के उद्देश्य

1. आधुनिक राजनीतिक राज्य व्यवस्था का अध्ययन
2. संवैधानिक व्यवस्था की शुरुआत
3. विचारधारा आधारित राज्य व्यवस्था का अध्ययन
4. बाजार का उद्भव एवं राज्यों पर प्रभाव
5. निजी बैंकों का राज्यों पर प्रभाव
6. विश्व बैंक का राज्यों में हस्तक्षेप
7. पूंजीवादी शासन व्यवस्था एवं प्रभाव
8. साम्यवादी शासन व्यवस्था एवं प्रभाव
9. बहुराष्ट्रीय कंपनियों का राज्यों में हस्तक्षेप
10. बहुराष्ट्रीय कंपनियों का राजनीतिक दलों से संबंध

## शोध पद्धति एवं तथ्यों का संकलन

प्रस्तुत शोध पत्र के लिए ऐतिहासिक एवं वर्णनात्मक पद्धति का उपयोग किया गया है। एफ एल ह्विटनी के अनुसार 'ऐतिहासिक अनुसंधान अतीत का विश्लेषण करता है। इसका उद्देश्य अतीतकालीन घटना-क्रम, तथ्य तथा अभिवृत्ति के आधार पर सामाजिक समस्याओं का चिंतन एवं विश्लेषण करना है जिनका अब तक समाधान नहीं हो सका है। यह मानव विचारों तथा क्रियाओं के विकास की दिशा की खोज करता है, जिसके द्वारा सामाजिक क्रियाओं के लिए आधार प्राप्त हो सके' जॉन डब्ल्यू बेस्ट के अनुसार 'वर्णनात्मक अनुसंधान

\* प्रोफेसर, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल

\*\* शोधार्थी, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल

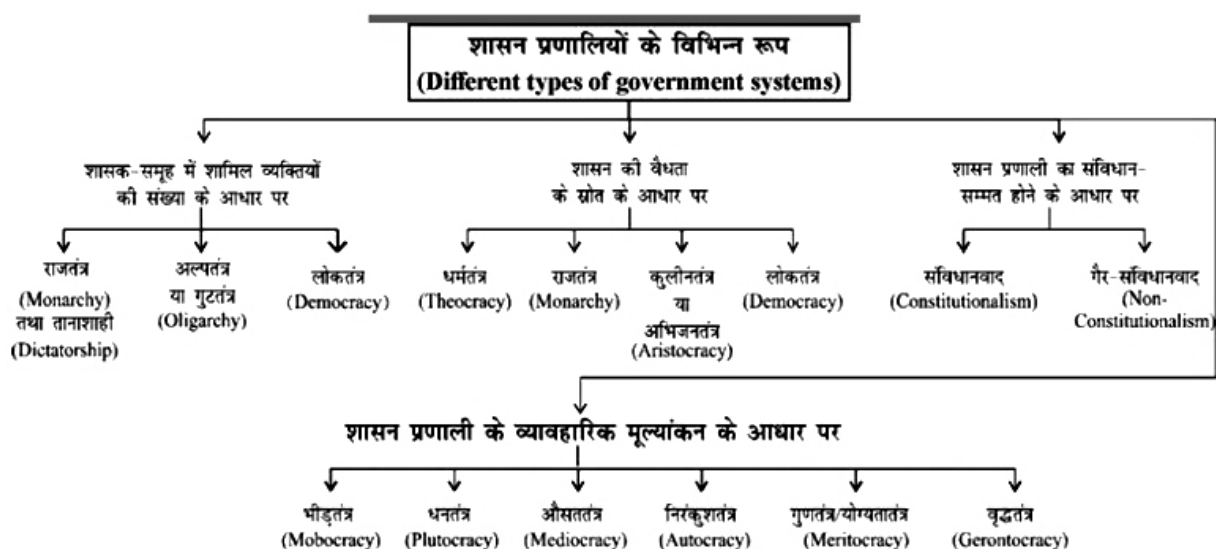
‘क्या है’ का वर्णन एवं निर्वचन करता है। परिस्थितियाँ अथवा सम्बन्ध जो विद्यमान हैं, व्यवहार जो प्रचलित है, विश्वास, विचारधारा, अथवा अभिवृत्तियाँ जो पाई जा रही हैं, प्रक्रियाएँ जो चल रही हैं, परिणाम जो अनुभव किये जा रहे हैं, अथवा प्रवृत्तियाँ जो विकसित हो रही हैं, उन्हीं से यह सम्बन्धित है। प्रस्तुत शोध पत्र के लिए तथ्यों तथा सन्दर्भों का संकलन विभिन्न पुस्तकों, रिपोर्ट्स तथा शोध पत्रों में से एकत्रित किये गए हैं।

राज्य की अवधारणा संभव: मानव विकास के साथ जुड़ा हुआ है। भारत में तो प्राचीन काल से ही समाज के कुशल संचालन की व्यवस्था रही है। आज दुनिया के 185 देश संप्रभु राज्य के रूप में विद्यमान हैं। जिसका संचालन वहां की राज्य व्यवस्था करती है। जब हम आधुनिक राज्य व्यवस्था की बात करते हैं तो उसमें 4 तत्व अनिवार्य रूप से पाए जाते हैं—

- 1) भू-भाग
- 2) जनसंख्या
- 3) सरकार
- 4) संप्रभुता

यह सभी 4 तत्व राज्य में राजनीतिक संरचना का निर्माण करते हैं। ‘यह राजनीतिक जीवन का ऐसा रूप है जिसमें मानव आबादी संप्रभुता प्राप्त राज्यों के बीच अलग-अलग इस प्रकार बंटी हुई है कि वे राष्ट्र निर्विवाद रूप से सह अस्तित्व के सिद्धांत पर अमल करते दिखाई देते हैं’ (पामर और पार्किंस)। संप्रभु देशों को आपस में अनेक प्रकार के व्यवसाय में संलग्न रहना होता है इसके लिए उनके मध्य सम्बन्ध भी बनाये जाते हैं। मि. ईस्टन के अनुसार ‘राजनैतिक व्यवस्था को अंतर्संबंधों के रूप में देखा है जिसके द्वारा लोग यह निर्णय करते हैं कि किन प्रतिद्वंदी लक्ष्यों एवं महत्वाकांक्षाओं को लोकनीति का रूप दिया जाये तथा समाज में प्रभावी बनाया जाये।’

प्रत्येक देश की राज्य संरचना वहां की सामाजिक, आर्थिक, भौगोलिक एवं सांस्कृतिक आधार पर तय होती है। विश्व की विविध शासन संरचना को नीचे दिए गए मॉडल से समझा जा सकता है :—



(स्रोत : भारतीय राजनीति, संविधान एवं प्रशासनिक संरचना)

## भारत में राज्य की कल्पना

भारत में राज्य की कल्पना का विकास वेदों से ही प्रारम्भ हो गया था। ऋग्वेद के पुरुष सूक्त (10.91) में राष्ट्र की उपमा शरीर से देते हुए “राजन्य” अर्थात् राजा की तुलना ‘बाहू’ अर्थात् शरीर की सुरक्षा करने वाली भुजाओं से की है। इसी कल्पना के अनुसार राष्ट्र की सुरक्षा को राजा (क्षत्रिय) के धर्म से जोड़ा गया था। रामायण काल में भी भारत देश अनेक छोटे-छोटे राज्य एक भाव तथा संस्कृति को जीते थे। यज्ञों द्वारा इनके बीच आपसी सौहार्द बनाए रखा जाता था।

आज से लगभग 2300 वर्ष पूर्व भारत में कौटिल्य ने आज की तरह का ही एक केंद्रीकृत राज्य स्थापित किया था। शक्तिशाली राजा छोटे-छोटे राज्यों पर अधिकार कर साम्राज्यों की स्थापना कर रहे थे। विदेशी आक्रमणों से सुरक्षा भी केंद्रीकृत राज्यों की स्थापना में एक मुख्य कारण बन गयी थी। खेती और औद्योगिक वस्तुओं के व्यापार में बहुत तेजी आ रही थी, लेकिन राज्यों के सीमा-कानूनों में विविधता होने से रुकावटें पैदा होती थी। केंद्रीकृत व्यवस्था में एक समान कानून बनाकर इन रुकावटों को दूर किया गया था।

राज्य की व्यवस्था के संचालन के लिए आज की ही तरह कर का प्रावधान किया गया था। इस काल में राजनीतिक व्यवस्था आज से काफी भिन्न थी। आज की केन्द्रीय व्यवस्था में राज्यों के पास काफी अधिकार हैं तथा आज जनता राष्ट्राध्यक्ष का चुनाव करती है। लेकिन वह समय राजतंत्र का समय था।

## यूरोप का पुनर्जागरण

यूरोप में 17वीं शताब्दी पुनर्जागरण का काल था। पुनर्जागरण के परिणामस्वरूप परंपरागत विचारों के स्थान पर अब तर्क और बुद्धि के आधार पर व्यवस्थाएं विकसित होने लगी। इसके कारण यूरोप मध्य युग से निकलकर आधुनिक युग की ओर प्रवेश कर गया। इस युग में तर्क के आधार पर आधुनिक व्यवस्था की शुरुआत की गई। आधुनिक व्यवस्था के बारे में 17वीं सदी के आरम्भ से यूरोप में एक नयी शासन व्यवस्था शुरू हुई जिसे फोकौल ने पुलिस अथवा अनुशासन की व्यवस्था कहा है। सेना के साथ-साथ अन्य संस्थाओं जैसे शिक्षा तथा आंतरिक सुरक्षा आदि का विकास हुआ। इस समय की आर्थिक नीति को Mercantilism या वणिकवाद कहा गया। वणिकवाद का अर्थ है कोई देश अपने देश में कम से कम आयात करे तथा अधिक से अधिक निर्यात करे, इसके लिए देश में आबादी अधिक से अधिक हो तथा सभी को काम दिया जाय। वेतन कम से कम हों तथा वस्तुओं के दाम भी कम से कम रखे जाएँ, जिससे कि उनका निर्यात कर राष्ट्र के लिए अधिक से अधिक सोना कमाया जा सके। इस व्यवस्था के कारण यूरोप में नए-नए उद्योगों का विकास हुआ तथा बढ़ते उद्योगों के कारण यूरोप में शहरीकरण तेज गति से बढ़ने लगा। 18वीं सदी के उत्तरार्ध में एक नयी अर्थिक नीति हावी हुई जिसे लाने वाले भौतिकतंत्र (Physiocratie) कहे गए। विद्वानों के एक समूह द्वारा यह सिद्धांत दिया गया कि इस व्यवस्था के अंतर्गत ‘राष्ट्रों की संपत्ति पूरी तरह से ‘भूमि कृषि’ या ‘भूमि विकास’ के

मूल्य से ली गई थी और कृषि उत्पादों की अत्यधिक कीमत होनी चाहिए। उनके सिद्धांत फ्रांस में पैदा हुए और 18 वीं शताब्दी के उत्तरार्ध के दौरान विश्व भर में लोकप्रिय हो गए। भौतिकतंत्र शायद अर्थशास्त्र का पहला विकसित सिद्धांत है। '(fefej) उनके अनुसार यदि देश में अनाज की कमी को दूर करना है तो अनाज की कीमत कम नहीं अधिक होनी चाहिए, जिससे विदेशी भी अनाज बेचने के लिए आकर्षित होंगे। इसके लिए अनाज के व्यापार को मुक्त किया गया। इस व्यवस्था के अंतर्गत हर व्यक्ति को छूट थी कि वह वहां अनाज बेचे जहां अधिक से अधिक लाभ मिलने की सम्भावना हो। अर्थात् यदि प्रत्येक व्यक्ति को अपने लाभ को अधिकतम करने की सुविधा दी जायगी तो उसमें सभी का हित होगा। इस व्यवस्था में शासन को केवल व्यापारियों के हित की रक्षा करनी थी। इस प्रकार बाजार का जन्म हुआ। अब सरकार नियंत्रण न कर केवल प्रबंधन करती थी। अधिक से अधिक लाभ कमाने को प्राकृतिक कहकर युक्त करार दिया गया।

### उदारवाद या पूंजीवाद

औद्योगिक क्रान्ति के फलस्वरूप लोगों में अधिक से अधिक धन कमाने की होड़ शुरू हो चुकी थी। जनता पहले तो चर्च और फिर बाद में राजशाही की सत्ता को नकार चुकी थी। नई सत्ता को जनता का राज्य कहा गया लेकिन संसद में वर्चस्व उद्योगपतियों का था। सभी देशों के लिए यह आवश्यक हो गया कि वह राज्य के राजस्व को अधिक से अधिक बढ़ाये। जनता की ही तरह देश भी अधिक से अधिक सोना जोड़ने में लग गए थे जिससे राज्य आर्थिक

रूप से समृद्ध हो सके। 17वीं सदी के मध्य में यूरोपीय राष्ट्रों के बीच एक संधि वैस्टफेलिया संधि हो चुकी थी, जिसके फलस्वरूप पूरे विश्व में यूरोपीय राष्ट्र अपनी कालोनियाँ बना रहे थे। यह संधि आधुनिक अंतर्राष्ट्रीय संधि की शुरुआत के रूप में प्रसिद्ध है।

साम्राज्यवादी शक्तियों को अपने उत्पादों के लिए कच्चा माल तथा मजदूर चाहिए थे, जिसके लिए गुलाम देशों में उन्हें पूरी छूट थी। अफ्रीका के देशों से मजदूरों को पशुओं की तरह जहाजों में भरकर अमेरिका आदि देशों में ले जाया जाता था। अपने मशीन से तैयार किए माल की खपत के लिए भारत के पारम्परिक उद्योग धंधों को नष्ट किया गया था। जब शोषण मनुष्यों का हो रहा था तो प्रकृति के अंधाधुंध शोषण के लिए तो कोई रोक-टोक होनी ही नहीं थी। इस सभी शोषण का केंद्र लंदन आदि बड़े शहर थे। इसलिए साम्राज्यवादी राष्ट्रों की शासन पद्धति भी जो विकसित हुई वह राजशाही से भिन्न नहीं थी। फर्क इतना था कि अब नियंत्रण एक राजा और उसके परिवार का न होकर उद्योगपतियों का था जो या तो संसद में प्रत्यक्ष रूप में बैठते थे अथवा अप्रत्यक्ष रूप से सांसदों पर नियंत्रण रखते थे। उद्योगपतियों को अधिक से अधिक धन कमाने की स्वतंत्रता या लिबर्टी चाहिए थी, इसलिए नई राजनीतिक व्यवस्था को liberalism या उदारवाद कहा गया, जिसके अनुसार शासन का काम मुख्यतः उद्योगपतियों को शोषण करने देना तथा उस लूट में से स्वयं के लिए कुछ रखना हो गया था। यह उदारवाद ही वास्तव में पूंजीवाद है।

17वीं सदी के आखिर में जॉन लॉक ने अपने दो ग्रंथों द्वारा साम्राज्यवाद को एक दार्शनिक आधार दिया। किसी भी सत्ता से पूर्व की स्थिति को उन्होंने जिसे state of Nature अथवा प्राकृतिक राज्य कहा। इस दशा में कानून तो होते हैं, लेकिन लिखे न होने के कारण सब अपनी सोच से उन कानूनों को लागू करते हैं, जिनके दुष्परिणामों को सभी को भुगतना ही पड़ता है। राजनीतिक सत्ता के लिए व्यक्तिगत तथा सामूहिक सम्पत्ति की सुरक्षा जरूरी है। इसके लिए शासन को उचित कानून बनाने का तथा मृत्यु दंड तक देने का अधिकार दिया गया। साथ ही शासन का वैध होना भी जरूरी है, इसके लिए शासन तथा समुदाय के बीच एक अनुबंध या social contract की कल्पना की गयी। जॉन लॉक के ग्रंथों के पीछे उनके दो उद्देश्य थे :

1. शासन से राजा एवं उसके परिवार के दैविक एवं सार्वभौम अधिकार को समाप्त करना
2. शासन तथा व्यक्तिगत स्वतंत्रता के बीच एक सामंजस्य बनाना

भारत में अंग्रेजी शासन काल के दौरान जिस भूमि पर खेती होती थी केवल उसे ही व्यक्तिगत संपत्ति माना गया। आदिवासियों की जंगलात की भूमि को प्राकृतिक अवस्था में माना गया जिसे कोई भी घेर कर उस पर अधिकार कर सकता था। उसी तरह यदि कोई मनुष्य ऐसे ही घूमता पाया जाय, जिसका किसी देश से सम्बन्ध न हो तो उसे गुलाम बनाया जा सकता था। इस प्रकार जॉन लॉक के सिद्धांतों ने साम्राज्यवाद को मान्यता प्रदान की।

आधुनिक संविधान बनाने का काम 18 वीं सदी के अन्तिम वर्षों में अमेरिका की स्वतंत्रता से शुरू हुआ। लगभग उसी समय फ्रान्स में भी क्रांति हुई और वहाँ भी संविधान बनाया गया। 19वीं सदी में अनेक यूरोपीय राष्ट्रों के संविधान बने। इन सभी राष्ट्रों ने अमेरिका, लेटिन अमेरिका एवं एशिया के देशों में कालोनियां बनायी हुई थीं। इन विश्व भर में बिखरी हुई कालोनियों के लिए केंद्रीकृत शासन व्यवस्था अधिक उपयोगी थी। बीसवीं सदी के मध्य में अधिकांश कालोनियां आजाद हुई, लेकिन इन सब ने साम्राज्यवादी केंद्रीकृत संविधान को ही अपना लिया था। भारत में भी ऐसा ही हुआ।

### राज्य व्यवस्था और गांधी

गांधीजी की व्यवस्था स्वराज के पक्ष में है। स्वराज और मध्य-कालीन भारत की सामुदायिक व्यवस्था लगभग एक सी है, जिसका चित्रण धर्मपालजी ने अपनी पुस्तक (Essay on Tradition Recovery and Freedom) में विस्तार से किया है। 1760 से 1770 के बीच बंगाल, बिहार, तमिलनाडु के काफी बड़े क्षेत्र में ऐसी सामुदायिक व्यवस्थाएं मौजूद थीं। धर्मपाल जी ने चेंगलपट्टू तमिलनाडु की एक सामुदायिक व्यवस्था के बारे में विस्तार से लिखा है, इसे वहां पर समुदायम कहा जाता था। यह 2000 गाँवों का एक समुदाय था। प्रत्येक गाँव में एक सचिवालय होता था जो गाँव के उत्पाद, जमीन आदि का पूरा लेखा-जोखा रखता था। गाँव की अपनी पुलिस होती थी। समुदाय के उत्पाद एवं



आय में गाँव के सभी कर्मियों का हिस्सा होता था। सिंचाई एवं उसके रख-रखाव के लिए भी कुछ भाग रखा जाता था।

प्रत्येक गाँव में कुल जमीन का लगभग छठा हिस्सा मान्यम कहलाता था जो मंदिरों के नियंत्रण में होता था। इस पर कोई भी भूमिहीन खेती कर सकता था और अपनी मर्जी से उत्पाद का कुछ भाग मंदिर को देता था। बाकी जमीन स्वतन्त्रम कहलाती थी जिस पर मिरासदार अर्थात् जिनका जमीन पर स्थायी हक होता था वे खेती करते थे। स्वतन्त्रम की आय से ही गाँव की पूरी व्यवस्था चलती थी। जमीन पर मालिकाना हक व्यक्ति की जगह समुदाय का होता था। मंदिर शिक्षा के स्थल भी के जहाँ उनकी आय से छात्रों के रहने खाने की निःशुल्क व्यवस्था होती थी।

प्रत्येक समुदाय की एक राजनीतिक व्यवस्था भी थी। किसी भी एक समुदाय में अनेक जातियाँ, और बिरादरियाँ होती थीं। इनकी पूजा पद्धति और पूजा स्थल उनके घर के पास थे, समाज के कल्याण के चिन्तन के लिए वर्ष में एक बार बिरादरी के कुछ लोग मंदिर में दर्शन के लिए आते थे और वहाँ अपने पूजा स्थल में रहते भी थे, देश और समुदाय की गतिविधियों पर चर्चा करते थे, वहाँ के रख-रखाव के लिए धन देते थे तथा मंदिर में अन्य बिरादरी वालों से परिचय करते थे। यहाँ विद्वानों का एक समूह सदैव समाज के हित में चिंतन के लिए स्थाई रूप से रहता था।

गाँव की आय केवल गाँव में ही खर्च नहीं होती थी, उसका कुछ भाग क्षेत्र के धार्मिक, सांस्कृतिक, सेना तथा राजनीतिक व्यवस्थाओं के लिए भी होता था। इस प्रकार प्रत्येक गाँव एक बड़ी

व्यापक व्यवस्था का अंग भी था। गाँव से केन्द्रीय सत्ता को जाने वाला धन 5 से 10 प्रतिशत होता था। यह ही गांधीजी की वृत्तों की व्यवस्था थी, जिसमें अंदरूनी वृत्त अपनी स्वायत्ता कायम रखते हुए बाहरी वृत्तों को उन कामों के लिए सहयोग करता था जो स्थानीय स्तर पर नहीं हो सकते थे।

### नव-उदारवाद

द्वितीय विश्व युद्ध के बाद ब्रिटेन की जगह अमेरिका विश्व में सबसे शक्तिशाली देश बन गया था। अमेरिका की प्राथमिकता अब उत्पादन के लिए बाजार ढूँढने की जगह अपने निजी बैंकों की पूँजी के लिए मार्केट उपलब्ध कराना था। जुलाई 1944 में अमेरिका ने ब्रेटन वुड्स में एक सम्मलेन का आयोजन किया। इस सम्मलेन में विश्व बैंक, आईएमएफ, तथा गैट अर्थात् General Agreement on Trade and Tariff संस्थाओं को स्थापित किया गया। यूएनओ (UNO) की स्थापना भी लगभग तभी हुई थी। इन संस्थाओं के प्रति अमेरिकी रुख के बारे में रोबर्ट वेड ने सन 2003 में अपने एक लेख में लिखा।

इन वैश्विक संस्थाओं में अनेक देशों के शामिल होने से अमेरिका के वैश्विक प्लान को एक मान्यता मिली। फिर इनमें भाग लेना तो आपका अपना निर्णय होता है। आप सहयोग तभी दो जब नियम आपके हिसाब से बने हों और यदि निर्णय आपको पसंद न आये तो आपको वीटो करने का अधिकार होना चाहिए।

## विश्व बैंक तथा कृषि

सन 1963 में विश्व बैंक के नए प्रेसिडेंट ने विकसित देशों की पूंजी के निर्यात के लिए कृषि क्षेत्र पर ध्यान देना शुरू किया। भारत समेत अनेक विकासशील देश अपनी घनी आबादी के कारण 'पूंजी निर्यात' के लिए अच्छे बड़े मार्केट थे। तीसरी दुनिया के देशों पर शुरू से अपने देश के बाजार को विदेशी पूंजी तथा सामान के लिए खोलने का दबाव था। इधर फोर्ड तथा रोक्फेलर फाउंडेशन भी कृषि क्षेत्र में हरित क्रान्ति पर काम कर रहे थे। भारत भी एक विकासशील देश है और यहाँ की जमीन के उपजाऊ होने से कृषि हमेशा से स्वयं में सक्षम रही है। भारत में सदियों तक बीज, खाद और पशु के लिए कुछ खर्च करने की जरूरत ही नहीं होती थी। सत्तर के दशक में हरित क्रान्ति को अपनाया गया। अब रासायनिक (Chemical) खाद और कीटनाशक आयात होने लगे तथा बीजों पर भी खर्च बढ़ा।

अविकसित एवं विकासशील देशों को अपने उद्योगों के विकास के लिए विदेशी उत्पादों पर सीमा-शुल्क लगाना जरूरी था। अस्सी के दशक में भारत समेत विश्व के अनेक विकासशील देशों पर विदेशी कर्ज का भारी बोझ हो गया था। अभी तक सरकारें अपनी नीतियाँ बिना किसी दबाव के स्वयं बनाती थीं। लेकिन अब विश्व बैंक का सरकारी नीतियों में हस्तक्षेप शुरू हो गया था।

सरकारी नीतियों में बदलाव को विश्व बैंक ने देशों को कर्ज देने से जोड़ा। इसे ही उन्होंने Structural Adjustment Program अथवा सैप कहा, जिसके लिए सरकारों को निम्नलिखित हिदायतें दी गयीं :-

1. सरकार अपने खर्चे कम करे। पब्लिक सेक्टर संस्थानों में अपने निवेश को कम करे। यहाँ तक कि वह जनता की स्वास्थ्य तथा अन्य नागरिक सेवाओं से भी अपने को मुक्त करे।
2. विदेशी मुद्रा कमाने पर जोर देना चाहिए तथा जो वस्तु जहाँ उपलब्ध है वहाँ से आयात करना चाहिए।

सन 1989 में रूस में साम्यवादी व्यवस्था का अंत होने से नव-उदारवाद के रूप में पूंजीवाद सन 1991 से सम्पूर्ण विश्व पर हावी हो गया। भारत ने भी तुरंत लाईसेन्स-परमिट राज खत्म कर निजी क्षेत्र को बढ़ावा देना शुरू किया। पिछले दो दशकों के प्रयासों से सम्पन्नता तो आयी, परंतु कुछ गिने-चुने लोगों तक सीमित होकर रह गयी है। नव उदारवाद ने राष्ट्र की कल्पना को तहस-नहस किया है और लगातार करे जा रहा है। पनामा पेपर्स इसका सबूत है।

### डब्ल्यू.टी.ओ.

इसकी स्थापना 1 जनवरी 1995 में हुई। स्थापना के साथ ही अमेरिका द्वारा लाये गए डंकल प्रस्तावों को लेकर विवाद शुरू हो गए। डंकल प्रस्तावों में किसानों को सरकार द्वारा दी जाने वाली सब्सिडी पर प्रतिबन्ध थे। डंकल प्रस्तावों में पेटेंट का मामला भी शामिल था। यदि एक खास किस्म के बीज की खोज अमरीका में हुई है तो उस तरह का बीज कोई और देश नहीं बना सकता है और नहीं बेच सकता था, जब तक कि वह देश अमरीका से उसका लाइसेंस न ले। ये पेटेंट बीस वर्ष की अवधि के लिए होते थे।

विकासशील देशों में विश्व बैंक के इन हस्तक्षेपों से कृषि क्षेत्र में आज कुछ विदेशी वैश्विक कंपनियों का वर्चस्व हो गया है :

- विश्व के 90 प्रतिशत खाद्यान व्यापार पर केवल 5 कंपनियों का अधिकार है।
- विश्व के कीटनाशक व्यापार का 75 प्रतिशत केवल 6 कंपनियों के अधिकार में है।
- पेरू के दूध व्यापार का 80 प्रतिशत केवल एक बहु राष्ट्रवादी कम्पनी के हाथ में है।

बहु-राष्ट्रीय कंपनियां एक और प्रकार से राष्ट्रों पर कब्जा करती हैं। विश्व के प्रायः सभी देशों में चुनाव होते हैं, जिनके लिए नेताओं को धन की आवश्यकता होती है। बहु-राष्ट्रीय कंपनियां इसका भी फायदा उठाती हैं। आज बहुराष्ट्रीय कम्पनियां बहुत शक्तिशाली हैं और शासन में पूरा हस्तक्षेप करती हैं।

### समाजवाद

पश्चिम का यह शोषण कालोनियों के अलावा उनके अपने नागरिकों का भी हुआ जिसके विरोध में 19वीं सदी में कार्ल मार्क्स ने एक क्रांतिकारी सिद्धांत समाजवाद की बात की। उन्होंने तो यहाँ तक कहा कि देश में पूँजीवादियों की जगह मजदूरों एवं किसानों का राज हो जाएगा। इसी सिद्धांत पर 1917 में रूस में क्रांति के बाद कम्युनिस्ट पार्टी का शासन स्थापित हुआ। लेकिन 1989 में बर्लिन की दीवार गिरने के बाद और सोवियत संघ के विघटन के बाद समाजवाद के सिद्धांत को विफल करार कर दिया गया। तो प्रश्न उठता है कि समाजवाद विफल क्यों हुआ और प्रकृति एवं मनुष्य दोनों

के शोषण पर आधारित पूँजीवाद क्यों विजयी हुआ? वास्तव में पूँजीवाद निर्मम है। वह किसी और विचारधारा को पनपने ही नहीं देगा। उसने समाजवाद को रूसी क्रांति के समय भी भ्रूण में ही समाप्त करने का प्रयास किया था। पूँजीवाद स्पर्धा विरोधी को नेस्तनाबूद कर के ही दम लेता है। Winner Takes All अर्थात् हारने वाले के लिए कुछ नहीं, ही उसका सिद्धांत है। येन-केन प्रकारेण विजय ही उसका लक्ष्य होता है। यह बाजारवाद का युग है। इसमें विजयी वही होता जिसके पास अधिक पूँजी होती है। नई तकनीकी में भी वही निवेश कर सकता है जिसके पास अधिक पूँजी होगी, क्योंकि जब तक प्रोजेक्ट सफल नहीं होता, उसमें धन लगाना होता है। कम पूँजी वाला तो मार्केट में अपनी गॉठ के पैसे भी गँवा देता है।

विश्व में पूँजीवाद के चलते भारत जैसे विक. विकासशील देशों में, मुख्यतः गरीबों की मुश्किलों को समझा जा सकता है। पश्चिम ने पिछले दो सौ वर्षों में पूँजीवाद के सिद्धांतों के आधार पर ही अपनी व्यवस्था को बनाया है। मार्केट में वही बिकता है जो चमकता है। इसलिए राजनीतिक पार्टियों के बीच सत्ता के संघर्ष में पैसा चलता है। अधिक से अधिक धन कमाने के लिए व्यक्ति की दबी से दबी इच्छा को उभारा जाता है, चाहे वह कितनी ही अनैतिक क्यों न हो। व्यक्ति ही नहीं सुरक्षा उपकरणों को बेचने के लिए, राष्ट्राध्यक्षों एवं जनता की असुरक्षा की भावना को भी हवा दी जाती है, चाहे उससे लाखों बेगुनाहों की जानें जाएं।

विश्व बाजार पर कब्जा करने के लिए विकसित देशों में होड़ शुरू हुई। पश्चिमी राष्ट्रों के

इस युद्ध को शीतयुद्ध कहा गया। यह युद्ध अपना सामान बेचने के लिए बाजार पर अपना वर्चस्व बनाने का युद्ध था। इसके लिए पश्चिमी राष्ट्रों ने वैश्विक संस्थाओं विश्व बैंक, संयुक्त राष्ट्र संघ आदि को स्थापित किया, जिन पर अप्रत्यक्ष रूप से पश्चिम की बहुराष्ट्रीय कम्पनियों का अधिकार था। चीन में भी कम्युनिस्ट पार्टी का राज्य है। लेकिन अस्सी के दशक में अमेरिका ने रूस के विरुद्ध शीतयुद्ध में चीन का उपयोग किया, जिसका चीन ने भी भरपूर फायदा उठाया और वह आज एक विश्व शक्ति बन गया है। पूँजीवाद और समाजवाद विकास की नीतियाँ थीं। एक नीति के मूल में शोषण था इसलिए न्यायपरक नहीं हो सकती थी। दूसरी नीति प्रतिक्रिया स्वरूप आयी थी जिसमें व्यक्तिगत स्तर की स्पर्धा को समाप्त कर दिया गया था। पूरी व्यवस्था नौकरशाही पर आधारित थी। उनके भ्रष्टाचार के कारण जनता को न्याय नहीं मिलता था। पूँजीवाद की मार्केट की संकल्पना में स्पर्धा 'सपाट' जमीन पर होनी चाहिए। लेकिन पूँजीवाद किसी और प्रतिद्वंद्वी और विचारधारा को पनपने ही नहीं दे सकता। इसलिए शासन से गठजोड़ कर मार्केट में अपना वर्चस्व बनाता है।

### एकात्म मानववाद

भारत में आजादी के बाद समाजवाद जैसी ही विकास नीति को अपनाया गया। सरकारी क्षेत्र में पूरी तरह से नियोजन कर बड़े-बड़े उद्योग लगाए गए इसलिए विकास दर बहुत धीमी रही। देश पर विदेशी कर्ज का बोझ भी बढ़ता जा रहा था। सन 1990 में अचानक देश ने दिशा बदली और पूँजीवाद

का समावेश कर निजीकरण को बढ़ावा दिया गया। पिछले कुछ वर्षों में कुछ सरकारी उद्योगों को गति देने के लिए निजी भागीदारी को बढ़ाया गया है।

पं० दीनदयाल उपाध्याय को 1951 में जनसंघ का अखिल भारतीय महामंत्री नियुक्त किया गया। अर्थात् वह जनसंघ के मूल विचार के बीजरूप थे। एकात्म मानववाद के अपने सिद्धांत को पार्टी के समक्ष उन्होंने 1965 के विजयवाड़ा अधिवेशन में रखा। इस सिद्धांत के अनुसार व्यक्ति को आर्थिक रूप में सशक्त करने से ही वह देश और विश्व के विकास में योगदान कर सकता है। व्यक्ति के इस सृजनात्मक कार्य में प्रकृति से तादात्म्य बहुत जरूरी है। राष्ट्र द्वारा समाज के आखिरी व्यक्ति तक पहुंचना ही उनका अन्त्योदय कार्यक्रम है। उनका स्पष्ट मत था कि बिना गरीब के कल्याण के कोई भी लोकतंत्र जीवित नहीं रह सकता है।

लोकतंत्र कैसा होना चाहिए इसके लिए पंडित जी द्वारा दिया गया दर्शन तथा उनका जीवन सभी के लिए प्रेरणा का विषय है। जौनपुर लोकसभा चुनाव में पंडित जी अपनी सामान्य विद्वत शैली में लोगों को संबोधित करते थे तो कुछ लोगों ने उन्हें कहा जब तक राजनीति में नकारात्मक बातें नहीं करेंगे तब तक जनता आकर्षित नहीं होगी तथा हम हार भी सकते हैं। पंडित जी ने तुरंत उत्तर दिया कि यदि ऐसा है तो मुझे हारना पसंद है लेकिन मैं किसी भी प्रकार से व्यक्तिगत आलोचना का विरोधी हूँ। एक सफल लोकतंत्र के लिए यह व्यवहार राजनैतिक दलों के कार्यकर्ताओं में होना चाहिए। पंडित जी का पूरा जीवन ही राजनैतिक दर्शन है। जो आदर्श लोकतंत्र की स्थापना के लिए सभी के

लिए प्रेरणा प्रदान करने का कार्य करता है। वर्तमान सरकार के दीनदयाल अन्त्योदय, स्वच्छ भारत आदि अभियान इसी दिशा में कदम हैं।

पं. दीनदयाल जी का एकात्म मानववाद का सिद्धांत वेद सम्मत है। भारत हमेशा से ऋषियों का देश रहा है, जिनके बारे में वे लिखते हैं, 'भद्रं पश्यन्ति ऋषयः' अर्थात् ऋषि वह है जो किसी व्यक्ति अथवा समुदाय के लिए नहीं बल्कि सबके कल्याण

की कामना करता है। भारत में आज भी यज्ञ, पूजा-पाठ आदि के माध्यम से प्रत्येक परिवार एवं व्यक्ति तक पहुंचा जाता है। वर्तमान सरकार केंद्रीयकृत व्यवस्था को कायम रखते हुए उपरोक्त अराजनैतिक व्यवस्था का उपयोग कर एकात्म मानववाद पर आधारित अपने कार्यक्रमों का बेहतर क्रियान्वन कर सकती है। गांधीजी ने अपने सत्याग्रह कार्यक्रमों में साधु-संन्यासियों की मदद ली थी।

## संदर्भ सूची

- Security, Territory, Population,; Michel Foucault; LECTURES AT THE COLLÈGE DE FRANCE,1977-78.
- The Birth\_of Biopolitics, Michel Foucault; Edited by Michel Senellart, General Editors: Frans:ois Ewald and Alessandro Fontana; LECTURES AT THE COLLEGE DE FRANCE,1978-79
- The world's World Bank problem; Robert Wade; Open Democracy, 10 July 2007.
- How Tax Havens Are Misused by the Rich and Powerful; Economic and Political Weekly, April 9, 2016
- Final GATT Agreement, An Assessment; V M Tarkunde, Economic and Political Weekly September 3, 1994
- Palmer,C. Perkins, International Relations, 3rd Edition,CBS, 2001
- Easton, David. A System Analysis of Political life, University of Chicago Press, 1979
- Dharampal, Essays on Tradition] Recovery and Freedom, Other India Press Mapusa 403 507, Goa, India, 2000
- Basu, Ratan Lal, Kautilyas Arthasastra (300 B.C.), Economic Ideas, Smashwords Edition, 2011
- मिश्रा, डॉ. विनोद, पं. दीनदयाल का एकात्म मानववाद दर्शन, 2007
- सिंह, अमरजीत, मैं दीनदयाल उपाध्याय बोल रहा हूँ, प्रभात प्रकाशन,
- भारतीय राजनीति, संविधान एवं प्रशासनिक संरचना, दूरस्थ लर्निंग प्रोग्राम, दृष्टि, द विज्ञान, कोड : MPPM03
- मिमिर, हिन्दी का विश्व कोष, द विज्ञान, कोड : MPPM03  
<https://mimirbook.com/hi/fa5c9d312f5> (तदनुसार 28 नवंबर 2020)

# कोविड-19 के दौर में प्रिंट मीडिया की चुनौतियां

■ डॉ. आशीष द्विवेदी

बीज शब्द — सोशल मीडिया, लॉकडाउन, ब्राडबैंड, कोरोना वायरस, स्क्रीन टाइम, प्रिंट मीडिया।

## सार

किसी समय जर्मन विद्वान जुरगन हैबरमास ने लोकवृत्त यानी 'पब्लिक स्फीयर' की जिस अवधारणा को जन्म दिया था, सोशल मीडिया ने उसे साकार रूप दे दिया है। सोशल नेटवर्क एक तरह के कॉफी हाउस की तरह काम कर रहे हैं जहां लोग अपने को असंख्य तरीके से कम्युनिकेट कर रहे हैं। पिछले कुछ सालों में सोशल मीडिया के प्लेटफॉर्म परंपरागत मीडिया के सामने एक बड़ी चुनौती बनकर उभरे हैं। खासकर प्रिंट मीडिया के सामने। उसका बड़ा असर यह हुआ कि पिछले एक दशक में प्रिंट मीडिया का एक बड़ा माध्यम मैगजीन तो परिदृश्य से लगभग गायब ही हो गया। वहीं अखबारों के प्रति भी नई पीढ़ी का रुझान बहुत तेजी से कम हुआ है। कोविड-19 के दौरान तो अखबारों में कोरोना वायरस की एक अफवाह के चलते देश भर में उनके प्रसार पर काफी असर हुआ है। जिससे प्रिंट मीडिया अभी तक नहीं उबरा है। आम आदमी ने अखबार से दूरियां बनाना शुरू कर दीं और वह सूचनाओं के लिए सोशल मीडिया पर निर्भर हो गया। इस माध्यम की सबसे बड़ी खूबी यह थी कि इसने सभी को अपनी बात कहने और विचार साझा करने का मंच प्रदान किया। एक तरह से यह 'पब्लिक फोरम' के रूप में हमारे सामने है जो समाज के उस वंचित वर्ग की आवाज बनकर उभरा जिसकी किसी और मंच पर कभी सुनवाई नहीं हुई। सोशल मीडिया कि सबसे बड़ी खूबी चूंकि उसका 'इंटरैक्टिव' होना है इसलिए भी यह परंपरागत मीडिया की तुलना में ज्यादा लोकप्रिय हो गया।

इस बात में कोई दो राय नहीं कि हाल के बरसों में सूचना और इसकी प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में युद्ध स्तर पर परिवर्तन आये हैं। इन परिवर्तनों की गति भी लगातार तेज होती जा रही है। सूचना क्रांति के विकास के साथ ही विश्व भर में मुक्त अर्थव्यवस्था की ओर उन्मुख नवउदारवादी आर्थिक सुधारों का प्रभुत्व भी कायम हुआ है और इसके द्वारा भूमण्डलीकरण की प्रक्रिया ने अपने पांव जमाए हैं। वर्चुअल रियलिटी के सिद्धांतकार लेनियर ने लिखा है कि 'नहीं, नहीं, नहीं देखो वर्चुअल रियलिटी हमारे बाहरी जगत पर असर डालती है। हमारे आंतरिक जगत पर असर नहीं डालती। तुम इसमें रमण कर सकते हो, यह स्पष्टतः संक्रमणशील है। तुम इसकी चीजों का दुरुपयोग नहीं कर सकते' एक जमाना था जब वर्चुअल रियलिटी हाशिये पर थी लेकिन आज केंद्र में है। वह वर्चस्व स्थापित किए बिना अपना विकास नहीं करती। सोशल मीडिया पर आप सिर्फ पाठक और दर्शक नहीं हैं बल्कि सर्जक भी हैं, लेखक भी हैं, वहां अपने काम को जैसा चाहे अंजाम दे सकते हैं।

प्रिंट मीडिया के समक्ष पहले दिन से ही उसके अस्तित्व को लेकर कई तरह की चुनौतियां रहीं हैं। उसको आजादी के पहले अपने उदयकाल से ही सरकारी कोपभाजन, काले — कानूनों और आर्थिक संकट से दो — चार होना पड़ा है। आजादी के बाद भी हालात कुछ बहुत अच्छे नहीं रहे। आपातकाल के समय में भी सारे अखबारों पर सरकार की सेंसरशिप थी तब भी किसी ने यह सवाल नहीं किया कि क्या प्रिंट मीडिया अपना वजूद

\* निदेशक, इंक मीडिया इंस्टीट्यूट ऑफ मास कम्युनिकेशन एंड आई.टी., सागर (म.प्र.)

कायम रख पाएगा ? और यह सवाल तब भी नहीं उठा जब टेलीविजन के आने बाद समाचार पत्रों पर संकट के बादल छा गए थे। लेकिन कोविड - 19 के दौर में जिस तरह लोगों का ध्यान बहुत तेजी से टेलीविजन और मोबाइल स्क्रीन पर जाने लगा और उसी क्रम में अखबारों से मोहभंग होने लगा तो एकबारगी यही लगा कि यह प्रिंट मीडिया का बहुत बुरा दौर है।

चिंता तब और भी बढ़ जाती है जब भारत के अखबारों की सबसे बड़ी संस्था इंडियन न्यूज पेपर सोसायटी की रिपोर्ट कहती है कि 2020 के अंत तक प्रिंट मीडिया इंडस्ट्री को करीब दो अरब डॉलर का नुकसान हुआ है। ऐसे में बड़ा प्रश्न उभरकर आता है कि समाचार पत्रों को यदि अपना अस्तित्व बचाए रखना है तो लोगों को सोशल मीडिया के मोहजाल से निकालना होगा। लेकिन सवाल यह है कि वह इसे कैसे कर पाएंगे ? किसी समय माना जाता था कि वस्तुनिष्ठता और तटस्थता किसी भी अखबार का मूल है परन्तु आज के समय ये दोनों अच्छाईयां ही अखबार की कमजोरियां बनती जा रही हैं। आज का पाठक हर खबर के साथ कहीं न कहीं कोई एंगल चाहता है जिससे उसका दृष्टिकोण झलके। सपाट शब्दों में कह सकते हैं कि कोई भी खबर किसी के पाले में खड़ी दिखती हो, विरोध के या समर्थन के बिना वह खबर आगे बढ़ती नहीं दिखती। डिजिटल मीडिया पर यह अभियान आपको स्पष्ट नजर आते हैं। एक बड़ा संकट अखबारों के साथ यह भी है कि वह एक बड़ी इंडस्ट्री का रूप ले चुका है। जिसका एक बड़ा आधारभूत बुनियादी ढांचा है, कुछ-कुछ एक हाथी की तरह जिसकी हर दिन की भरपूर खुराक है। हजारों कर्मचारियों, प्रिंटिंग हाउस, भवन, मशीनें सभी कुछ इसमें शामिल हैं। इन सबका प्रबंधन करना भी आसान काम नहीं है।

भारत में अधिकांश अखबार यदि हांफते हुए चल रहे हैं तो उसकी वजह भी यही है कि वे तमाम

तरह के प्रबंधकीय चातुर्य के बाद भी नुकसान में ही जा रहे हैं। इस सबके बावजूद कुछ बातें हैं जो अखबार के पक्ष में जाती हैं जिसमें सबसे अव्वल है— विश्वसनीयता। जैसा कि मशहूर अखबार 'गार्डियन' की संपादक कैथरीन विनर बताती हैं ' एक अखबार पूर्ण है, यह अपने आप में पक्का है, निश्चित है, इसके विपरीत डिजिटल समाचार को लगातार अपडेट किया जाता है, संशोधित और परिवर्तित किया जाता है। कैथरीन कहती हैं कि यही पूर्णता अखबारों की ताकत है। सोशल मीडिया पर समाचारों को परोसने के कई तंत्र विकसित होने लगे हैं। इस प्रक्रिया को 'डॉक्सिंग' कहते हैं जिसमें किसी निजी अभियान के लिए सोशल मीडिया टूल्स की मदद से टैक्सट, वीडियो, डाक्यूमेंट का इस्तेमाल कर खबर जैसी दिखने वाली सामग्री तैयार की जाती है। यह जो डॉक्सिंग की प्रक्रिया है, समाचार पत्रों के सामने एक बड़ी चुनौती बनकर उभरी है। इसके अलावा सोशल मीडिया पर चलने वाले वीडियो ब्लॉग, मैसेजिंग ग्रुप, न्यूज एप, एप्लीकेशन भी हैं। नई पीढ़ी के समक्ष इनका अपना प्रभाव है। सीधी बात यह कि यदि प्रिंट मीडिया को मीडिया के बाजार में रहना है तो वह केवल अपने परंपरागत स्वरूप, रिपोर्टिंग, एडिटिंग के दम पर नहीं वरन डिजिटल तंत्र की, समझ से जुड़ कर अपने में बदलाव करना होगा।

## प्रस्तावना

कोविड-19 के कारण देश भर में करीब तीन माह चले लॉकडाउन के दौर में बच्चों से लेकर बड़ों तक का स्क्रीन टाइम काफी बढ़ गया। जब पूरी दुनिया में सोशल डिस्टेंसिंग की बात हो रही थी तब लोग सोशल मीडिया से जुड़कर द्वारा एक दूसरे के और करीब आ रहे थे। एक रिपोर्ट के मुताबिक लॉकडाउन के दौरान दुनिया की करीब आधी आबादी सोशल मीडिया पर सक्रिय रही।

यह रिपोर्ट बताती है कि पूरी दुनिया में सोशल मीडिया पर एक्टिव लोगों की संख्या करीब 400 करोड़ है। लंदन की रिसर्च फर्म ग्लोबल वेब इंडेक्स ने भी 18 देशों में सोशल मीडिया पर सर्वे किया जिससे यह पता चलता है कि भारत के लोग पहले के मुकाबले सोशल मीडिया पर 59 प्रतिशत ज्यादा समय बिता रहे थे। इसने सोशल मीडिया का सबसे ज्यादा इस्तेमाल करने वाले टॉप 10 देशों की सूची जारी की जिसमें भारत दूसरे नंबर पर रहा।

सोशल मीडिया के तमाम प्लेटफॉर्म चाहे फेसबुक हो, ट्विटर हो, व्हाट्सएप या बच्चों के गेमिंग एप। पब्लिक टीवी कहे जाने वाले यूट्यूब को भी खूब देखा गया। देश और दुनिया के ताजा हालात को जानने के साथ अपने शहर और आसपास की घटनाओं की जानकारी के लिए भी सोशल मीडिया पर निर्भरता बढ़ने लगी। चूंकि इन दिनों 'वर्क फ्रॉम होम' का भी कल्चर विकसित हुआ, इसलिए भी लोगों ने घरों में रहकर अपना काम या तो मोबाइल या लेपटॉप के सहारे ही किया। अप्रैल में आई हैमरकॉफ कंज्यूमर सर्वे की रिपोर्ट के मुताबिक लॉकडाउन के दौरान शुरुआती एक हफ्ते में ही भारतीयों में सोशल मीडिया का इस्तेमाल 87 प्रतिशत तक बढ़ गया था।

पहले लोग सोशल मीडिया पर जहां औसतन 150 मिनट बिताते थे, लेकिन लॉकडाउन के दौरान ये 280 मिनट तक जा पहुंचा। सर्वे कहता है कि इस दौरान इंटरनेट ब्राउजिंग में 72 प्रतिशत तक इजाफा हुआ। कैटर कंसल्टिंग कंपनी का एक सर्वे भी बताता है कि दुनिया भर में व्हाट्सएप का इस्तेमाल 40 प्रतिशत तक बढ़ गया। जहां तक गेमिंग की बात है तो रॉयटर्स की एक रिपोर्ट के अनुसार लॉकडाउन के दौरान गेम डाउनलोड करीब 40 प्रतिशत तक बढ़ गए। ट्विटर इंडिया के एमडी ने एक साक्षात्कार में माना कि लॉकडाउन में उनके एक्टिव यूजर्स की संख्या में 24 प्रतिशत तक इजाफा हुआ। सोशल मीडिया के

प्लेटफॉर्म का उपयोग करने में प्रत्येक देश और प्रत्येक वर्ग के लोगों में अप्रत्याशित वृद्धि हुई। भारत में इसका अंदाजा इसी बात से लगाया जा सकता है कि हम इंटरनेट स्पीड में 141 देशों की सूची में 128 वें पायदान पर आ गिरे, यह दर्शाता है कि भारत में कोविड-19 के दौरान किस तरह सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म और इंटरनेट सेवाओं का इस्तेमाल किया गया।

बिजनेस टुडे की 30 मार्च 2020 को प्रकाशित एक रिपोर्ट के मुताबिक कोरोना वायरस के दौरान सोशल मीडिया के उपयोग में 87 प्रतिशत तक की वृद्धि दर्ज की गई। आम भारतीय शुरुआती दौर में ही करीब चार घंटे फेसबुक और व्हाट्सएप पर बिता रहा था।

### शोध के उद्देश्य –

इस शोध पत्र का उद्देश्य यह जानना है कि किस तरह लॉकडाउन के दौरान सोशल मीडिया ने लोगों को अपना एडिक्ट बना लिया। इस बात में कोई दो राय नहीं है कि लॉकडाउन के करीब सौ दिन हर किसी के लिए मुश्किल भरे थे। सोशल मीडिया के अत्याधिक उपयोग की वजह से कई लोग इसके एडिक्ट हो गए, वे सोशल मीडिया बर्नआउट के शिकार तक हो गए।

इसी को आधार बनाकर यह जानने का प्रयास है कि सोशल मीडिया ने किस तरह लोगों को व्यस्त रखा, उनको सूचनाएं भी मिलती रहीं, वे अपना गुबार भी निकालते रहे और मनोरंजन भी करते रहे। बिंदुवार इसके उद्देश्यों को इस तरह समझ सकते हैं।

1. लॉकडाउन में बच्चों का स्क्रीन टाइम कितना बढ़ा और कंपनियां कौन से नये गेमिंग के एप व फीचर लाई ?
2. क्या सोशल मीडिया ने प्रिंट मीडिया के समक्ष बड़ी चुनौती खड़ी कर दी है।



## शोध विधि

इस शोध पत्र को तैयार करते समय अवलोकन, विश्लेषण और सर्वेक्षण विधि का प्रयोग किया गया है।

## शोध सामग्री

शोध सामग्री के तौर पर अखबारों में प्रकाशित रिपोर्ट, विभिन्न सर्वे एजेंसियों द्वारा किए गए सर्वेक्षण और लोगों से हुई बातचीत को आधार बनाया है।

कोरोनाकाल में प्रिंट मीडिया को सबसे ज्यादा नुकसान का सामना करना पड़ा। लॉकडाउन के कारण अखबारों का प्रसार न होना, अखबारों से कोरोना फैलने की अफवाह और विज्ञापनदाताओं द्वारा विज्ञापन न देने के कारण अखबारों का आर्थिक ढांचा भी बुरी तरह चरमरा गया। अप्रैल के पहले सप्ताह में ही मध्यप्रदेश के 300 से अधिक छोटे और मझोले अखबारों ने अपने – अपने अखबार स्थायी रूप से छापना बंद कर दिया। अकेले मध्यप्रदेश की बात करें तो प्रदेश में जनसंपर्क विभाग में पंजीकृत कुल 670 अखबारों को सरकारी विज्ञापन मिलते हैं जिनमें से 287 अकेले ही भोपाल से ही प्रकाशित होते थे लेकिन स्थिति इतनी खराब हो गयी थी 52 जिलों में से 95 फीसदी जिलों में इस तरह के अखबार छपना बंद हो गये।

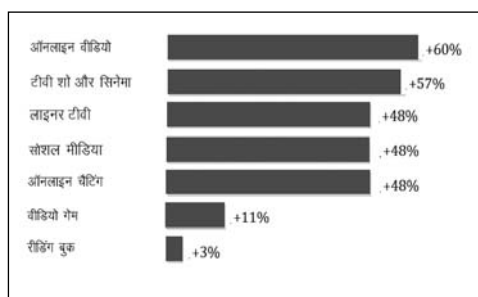
हिंदुस्तान टाइम्स के एडिटर इन चीफ सुकुमार रंगनाथन ने कहा कि कोरोनाकाल में मुंबई के करीब 80 फीसदी अखबारों में अपना प्रकाशन रोक दिया। उनके अनुसार इसके तीन बड़े कारण थे। पहला, यह निराधार अफवाह कि अखबार संक्रमित होते हैं। दूसरा, अखबारों का हाथों-हाथ बंटना मुश्किल हो रहा था क्योंकि अपार्टमेंट सोसायटी ने बाहरी बैडरो को आने से मना कर दिया था। तीसरा अखबार बांटने वाले हॉकर्स को पुलिस ने परेशान करना शुरू कर दिया। हिंदू के मार्केटिंग

एकजीक्यूटिव ने माना कि हम नियमित रूप से अखबार प्रिंट नहीं कर पा रहे हैं क्योंकि वे घरों तक नहीं पहुंच रहे, इसका मतलब यही हुआ कि विज्ञापन भी तय संख्या तक घरों तक नहीं पहुंच रहे। जम्मू के एक अखबार विक्रेता ने समाचार एजेंसी एएनआई को बताया कि हम कोरोना के पहले 70 से 80 हजार अखबार बेचा करते थे वह संख्या घटकर 15 हजार पर आ गई। कोलकाता में भी अखबारों की बिक्री 80 फीसदी तक गिर गई, यहां भी ज्यादातर सोसायटी में हॉकर्स को जाने की अनुमति नहीं थी। देशभर में कई अखबार या तो अपने ई-वर्जन, पीडीएफ फाइल या फिर न्यूज एप के जरिये लोगों तक पहुंच रहे थे। जिनमें हिंदू, हिंदुस्तान टाइम्स, इंडियन एक्सप्रेस, लोकमत, दैनिक भास्कर, देशबंधु जैसे बड़े अखबार शामिल रहे।

सोशल मीडिया का किस तरह प्रिंट मीडिया पर असर हुआ उसे समझने के लिए अलग-अलग सर्वे रिपोर्ट का अध्ययन करना जरूरी है। इससे पता चलता है कि किस तरह लॉकडाउन के शुरुआती दौर से ही लोगों ने प्रिंट मीडिया से नाता तोड़कर सोशल मीडिया के नये-नये प्लेटफॉर्म से जुड़ना शुरू कर दिया था। स्टेटिस्का की 30 मार्च 2020 को आई रिपोर्ट यह बताती है कि लॉकडाउन के पहले सप्ताह में ही लोगों के ऑनलाइन वीडियो देखने में 60 फीसदी तक का इजाफा हो गया। वही टेलीविजन शो और मूवीज देखने में 57 प्रतिशत की बढ़ोत्तरी हुई। वहीं एक अन्य सोशल सर्वे साइट हॉटसूट के मुताबिक पहले की तुलना में लोग सोशल मीडिया पर 43 प्रतिशत समय ज्यादा बिता रहे थे।

मैसेंजर सर्विस और म्युजिक सर्विस पर क्रमशः 42 और 37 फीसदी समय ज्यादा देने लगे। एक सर्वेक्षण लोगों कि उम्र को पैमाना बनाकर किया गया जिसमें पाया गया कि 16 से 24 वर्ष की आयु के 58 फीसदी लोग सोशल मीडिया से जुड़े रहे वहीं 55 से 64 आयुवर्ग के लोगों में सोशल मीडिया से जुड़ाव का प्रतिशत 32 रहा।

## लॉकडाउन के दौरान 582 भारतीयों पर किए गए सर्वे की रिपोर्ट



सारणी क्रमांक-1

1	सोशल मीडिया	+43%
2	मैसेंजर सर्विस	+42%
3	म्यूजिक सर्विस	+37%
4	मोबाइल एप	+36%
5	वीडियो गेम	+35%
6	वीडियो अपलोड	+16%

सारणी क्रमांक-2

1	16-24 वर्ष	+58%
2	25-34 वर्ष	+50%
3	35-44 वर्ष	+42%
4	45-54 वर्ष	+34%
5	55-64 वर्ष	+32%

स्रोत: हाटसूट सर्वे- जुलाई 2020

स्रोत: हाटसूट सर्वे- अप्रैल 2020

### सोशल मीडिया के नए प्लेटफॉर्म-

फेसबुक ने वीडियो कॉलिंग की डिमांड को देखते हुए अपना खुद का वीडियो कॉलिंग फीचर मैसेंजर एप्स लॉन्च किया। इस एप के जरिए यूजर्स एक साथ पचास लोगों से वीडियो कॉन्फ्रेंस कर सकते हैं। इस एप की खास बात यह है कि यूजर के पास फेसबुक अकाउंट हो या न हो तब भी आप मैसेंजर एप्स से कनेक्ट हो सकेंगे।

वीडियो कॉन्फ्रेंस एप्स को टक्कर देने के लिए व्हाट्सएप में अपने वीडियो कॉलिंग फीचर को अपग्रेड किया है। अब इस एप के जरिए एक बार में अधिक यूजर्स से कनेक्ट किया जा सकेगा। जबकि पहले इसमें चार यूजर्स ही कनेक्ट हो पाते थे।

कोरोना के चलते सोशल मीडिया ने भी अपने स्वरूप में कई परिवर्तन किए। जैसे ही एक्टिव यूजर्स की संख्या में इजाफा होने लगा। फेसबुक ने उसके अनुसार ही अपने को अपडेट करना शुरू कर दिया। जब डब्ल्यूएचओ ने यह सलाह दी कि लोग अकेलेपन से बचने के लिए वीडियो गेम खेलें तो कई कंपनियों ने अपने एप लांच करना शुरू कर दिए। यह अलग बात है कि यही डब्ल्यूएचओ पहले इस तरह के 'गेमिंग डिऑर्डर' को एक बीमारी मानता था। लॉकडाउन के चौथे सप्ताह में फेसबुक ने खुद का फ्री गेमिंग प्लेटफॉर्म लांच किया था।

फेसबुक के अलावा गेम्स इंडस्ट्री से जुड़ी टॉप गेमिंग कंसोल कंपनियों ने भी अपना रुख

बदलकर दुनिया भर में मुफ्त गेम्स के प्लेटफॉर्म देना शुरू किया। जापानी कंपनी निंटेंडो के गेमिंग कंसोल स्विच की मांग में कोरोना महामारी के बाद से तेजी आई है। जिसके चलते कंपनी ने करीब 2.5 करोड़ से ज्यादा डिवाइस बनाए। सबसे मशहूर गेम में शामिल एनिमल क्रॉसिंग: न्यू हॉराइजन है। इस गेम की बिक्री में रिकॉर्ड इजाफा हुआ। वहीं माइक्रोसॉफ्ट के गेमिंग प्लेटफॉर्म एक्सबॉक्स ने अमेरिका में कोविड-19 फंड में दान करने का नया तरीका निकाला। इसमें गेमर्स खेलकर हासिल किए पाइंट्स दान करेंगे, जिसके बदले माइक्रोसॉफ्ट फंड में डालर्स दान करेगा। हालांकि इसने कोई भी फ्री गेम्स लांच नहीं किया। सोनी प्लेटफॉर्म ने यूजर्स को चार गेम्स मुफ्त देने का फैसला किया।

### भारत का गेम्स मार्केट -

एक रिपोर्ट के मुताबिक केवल 22 अप्रैल तक ही देश में तीन तरह के ऑनलाइन गेम्स और उनके बाजार में कहीं 18 प्रतिशत इजाफा रिकॉर्ड किया गया तो कहीं 30 प्रतिशत तक। कैजुअल गेम्स-एंग्री बडर्स, लूडो, कैंडी क्रश जैसे गेम्स खेलने वालों की संख्या दुगुनी हो गई। जिससे रेवेन्यू में खासा मुनाफा हुआ। इसी तरह ई-स्पोर्ट्स के यूजर्स भी 50 प्रतिशत तक बढ़ गए। इसमें फोर्टनाइट, लीग ऑफ लेजेंड्स, पबजी, काउंटर स्ट्राइक इनमें से कुछ गेम्स मुफ्त हासिल हुए तो कुछ पेड। हालांकि बाद के दौर में चीन से तनातनी के बीच बहुत से चाइनीज एप और गेम्स प्रतिबंधित कर दिए गए।

प्रिंट मीडिया पर संकट— प्रिंट मीडिया पर लॉकडाउन के शुरुआती दौर में ही किस तरह का संकट देखा गया इसकी एक विवेचना प्रेस एसोसिएशन इंडियन जर्नलिस्ट यूनियन और वर्किंग न्यूज कैमरामैन एसोसिएशन ने जारी प्रेस नोट में बताई थी। जिसके अनुसार लॉकडाउन के तीसरे हफ्ते में ही इंडियन एक्सप्रेस और बिजनेस स्टैंडर्ड अखबार ने पत्रकारों के वेतन में कटौती कर दी। टाइम्स ऑफ इंडिया ने संडे मैगजीन की पूरी टीम को ही निकाल दिया। आउटलुक ने अपना प्रकाशन ही बंद कर दिया। पत्रिका ने तो देश भर में न सिर्फ बड़े पैमाने पर छंटनी की बल्कि अपने कई प्रिंट एडिशन पर ताले तक जड़ दिए और अपने कर्मचारियों को 'वर्क फ्रॉम होम' कर दिया। भास्कर ने अपने दिल्ली कार्यालय से एक साथ दर्जन भर लोगों की छुट्टी कर दी। प्रिंट मीडिया पर एक साथ तिहरी मार पड़ रही थी।

एक तो महामारी की वजह से सर्कुलेशन में भारी गिरावट दर्ज की गई। लॉकडाउन के दौरान बाजार बंद रहे तो विज्ञापनों में भी स्वाभाविक मंदी आ गई। वहीं न्यूज प्रिंट पर लगने वाली कस्टम ड्यूटी से भी कोई राहत नहीं मिली। लॉकडाउन के बाद भी प्रिंट मीडिया पहले जैसी स्थिति में नहीं आ सका। अमूमन सभी जगह लोगों ने 10 से 20 प्रतिशत अखबार लेना बंद इस बात में कोई दो राय नहीं कि लॉकडाउन के समय सबसे ज्यादा नुकसान में कोई मीडिया रहा है तो वह है प्रिंट मीडिया। एक तो अखबार पर वायरस की मौजूदगी की खबरों ने पाठकों के मन में एक अदृश्य भय का संचार कर

दिया। नतीजा यह हुआ कि देश भर में बड़ी संख्या में लोगों ने अखबार लेना बंद कर दिया। कई जगह तो अखबार के बंडल स्टेशन पर पड़े रहे। कोई एजेंट या हॉकर उन्हें बांटने तैयार नहीं हुआ। अकेले सागर में ही करीब पांच से सात हजार प्रतियां लोगों ने बंद कर दीं। हालांकि अब धीरे-धीरे पुनः अखबारों की ओर रुख कर रहे हैं। लेकिन इसका अनुपात अपेक्षाकृत कम ही है। महाराष्ट्र में तो अखबारों की पी.डी.एफ फाइल पाठकों को भेजी गई। अखबारों के ई पेपर खूब देखे गए। अखबारों के साथ दोहरी मार यह भी रही कि जहां एक ओर उनकी प्रसार संख्या में गिरावट आई वहीं विज्ञापनों में भी काफी कमी आई जो उनके राजस्व का सबसे अहम हिस्सा माना जाता है। सैकड़ों पत्रकार साथियों की नौकरी चली गई।

अब सवाल यह उठता है कि क्या आने वाले दौर में भी यही स्थिति रहेगी। क्या डिजिटल मीडिया के आभामंडल में परंपरागत माध्यमों के समझ चुनौती खड़ी हो जाएगी। इसका जवाब है बिल्कुल। अभी पूरी तरह नहीं तो आने वाले समय में हमें इसके लिए मानसिक रूप से तैयार रहना होगा। कोरोना के दौर में यह आहट है कि नई पीढ़ी बहुत तेजी से सूचनाओं, समाचारों और मनोरंजन के लिए अखबार टेलीविजन से हटकर मोबाइल, लेपटॉप और बाकी नए-नए गैजट्स का इस्तेमाल करने लगी है। अखबारों ने भी इस बात को समझकर अपने डिजिटल वर्जन बहुत पहले ही शुरू कर दिये थे लेकिन अब इस ओर उनको और भी ध्यान देना होगा।

## निष्कर्ष

शोध का निष्कर्ष यह है कि कोरोना के दौरान सोशल मीडिया एक बड़े विकल्प के रूप में सामने आया है, हालांकि इसकी विश्वसनीयता भले ही संदिग्ध हो लेकिन तात्कालिकता, शीघ्रता और सुविधा के हिसाब से लोगों की निर्भरता इसी ओर बढ़ रही है। निश्चित तौर पर मीडिया के परंपरागत माध्यमों के लिए चुनौती भरा दौर आने वाला है। सोशल मीडिया के प्लेटफॉर्म लगातार इनोवेशन करते हुए लोगों को नए-नए फीचर्स उपलब्ध करा रहे हैं। अपनी साख को बढ़ाने के लिए भी प्रयासरत हैं, जिसका सीधा असर यह है कि आबादी का एक बड़ा हिस्सा इन माध्यमों से ही सूचित, शिक्षित और मनोरंजित होने लगा है।

लॉकडाउन का अधिक समय इन माध्यमों पर ही गुजरा है। इस प्लेटफॉर्म की खूबी यह है कि हर वर्ग के लिये यहां कुछ न कुछ सामग्री मौजूद है। बच्चों के लिये इंटरनेट पर गेम्स के कई रूप हैं तो किशोर व युवा वर्ग के लिये स्पोर्ट्स, एडवेंचर से जुड़े गेम हैं। यूट्यूब पर महिलाओं के लिये दुनिया भर की रैसिपी से लेकर ब्यूटी टिप्स, हेल्थ टिप्स सभी मौजूद हैं। सोशल मीडिया के प्लेटफॉर्म चूंकि इंटरैक्टिव हैं इसलिये यह लोगों की स्वाभाविक पसंद हैं। यहां अपनी बात और विचार को कई लोगों तक साझा किया जा सकता है इस मामले में हमारा परंपरागत मीडिया सीमित नजर आता है। यह दर्शाता है कि आने वाला समय डिजिटल और सोशल मीडिया का ही है। बशर्ते वह अपनी विश्वसनीयता को बरकरार रख सके। अशिष्ट और अभद्र किस्म की ट्रोलिंग, अफवाह, अश्लीलता, फेक न्यूज आदि पर कड़े कानून बनाए। प्रिंट मीडिया को यदि दौड़ में बने रहना है तो उसे नई पीढ़ी में पढ़ने की आदत डालनी होगी। अखबार पढ़ने के फायदे पर बकायदा स्कूली स्तर पर अवेयरनेस कैंप चलाने होंगे और नये इन्वैशन करने होंगे। तब जाकर वे बाजार में टिके रहेंगे।

### संदर्भ सूची :

- सूचना क्रांति की राजनीति और विचारधारा सुभाष धूलिया, पृष्ठ— 5, 29
- ग्रंथ शिल्पी ,इंडियाद्ध प्राइवेट लिमिटेड
- भूमंडलीकरण और ग्लोबल मीडिया जगदीश चतुर्वेदी सुधा सिंह, पृष्ठ—31, 59
- अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स ;प्रा.द्ध लिमिटेड
- दैनिक भास्कर— 3 जून 2020 पृष्ठ —6
- दैनिक भास्कर — 31 मई 2020 पृष्ठ—8
- सर्वे रिपोर्ट रॉयटर्स इंस्टीट्यूट फॉर द स्टडी ऑफ जर्नलिज्म
- हैमरकॉफ कज्यूमर सर्वे की रिपोर्ट—6 जुलाई 2020
- टी आर पी रिपोर्ट— मई 2020
- जनसत्ता , 10 दिसंबर 2020—पृष्ठ—6
- अखबार के पाठक और सोशल मीडिया यूजर्स से बातचीत पर आधारित
- [www.who.int/covid-19/infomation](http://www.who.int/covid-19/infomation)
- increasing use of social media in lock down- Bhukya bharath naik, sept-9, 2020
- DNA: Zee News 24 July 2020

# भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस एवं बीजेपी की संचार रणनीति का तुलनात्मक अध्ययन

(मध्यप्रदेश विधानसभा चुनाव 2018 के संदर्भ में)

■ डॉ. संजीव गुप्ता

■ ■ संदीप श्रीवास्तव

## सार

दो दशक पहले तक होने वाले आम चुनावों में नारे और वादे तो होते थे, लेकिन मीडिया के प्रबंधन की इतनी आवश्यकता किसी भी राजनैतिक दल को नहीं पड़ती थी। वर्तमान में सभी राजनैतिक पार्टियां जितना काम जमीनी स्तर पर करती हैं उतनी ही मशकत मीडिया के माध्यम से प्रचार-प्रसार पर करनी पड़ती है। आज आलम यह है कि जो दल या जनप्रतिनिधि मीडिया में जितना ज्यादा दिखाई देता है उसे आम लोग उतना ही अधिक सक्रिय मानते हैं। अर्थात् अब चुनाव के दौरान या उसके बाद भी मीडिया को साधना लगभग सभी राजनैतिक पार्टियों की प्राथमिकता बन गई है। राजनैतिक दल द्वारा आमजन तक अपनी बात पहुंचाने के लिये किस संचार माध्यम और रणनीति का किस प्रकार उपयोग जाए, यह शोध का विषय है। प्रस्तुत शोध में तथ्यों के आधार पर प्रदेश के दोनों प्रमुख राजनैतिक दलों द्वारा उपयोग में लायी गई संचार रणनीति का तुलनात्मक अध्ययन करने का प्रयास किया गया है।

बीज शब्द – संचार रणनीति, राजनैतिक दल, विधानसभा चुनाव, सोशल मीडिया।

## प्रस्तावना

कुछ वर्ष पूर्व की तुलना में अब चुनाव के दौरान मीडिया को साधने के साथ ही सोशल मीडिया पर सक्रिय रहना लगभग सभी राजनैतिक पार्टियों की प्राथमिकता बन गई है। यही कारण है कि सभी दलों ने अपनी मीडिया सेल बना ली है। जिसके कर्मचारी या पार्टी प्रवक्ता मीडिया प्रतिनिधियों को अपनी उपलब्धि या प्रतिद्वंद्वी की कमियों को बताने का काम करते हैं। मध्यप्रदेश के संदर्भ में देखें तो यहां प्रदेश के गठन से अभी तक प्रमुख रूप से भारतीय जनता पार्टी और कांग्रेस ही सत्ता में रही हैं। विचारों और भावनाओं को अभिव्यक्त करने की स्वतंत्रता देश के संविधान ने सभी नागरिकों को समान रूप से दी है। संचार व्यक्ति

की मूलभूत आवश्यकता होने के साथ सामाजिक समरसता का आधार भी है। अखबार, टीवी, रेडियो और सोशल मीडिया संचार माध्यम का कार्य कर रहे हैं। चुनाव के समय राजनैतिक दलों द्वारा जारी किया गया घोषणा पत्र मीडिया के माध्यम से आम लोगों के सामने लाया जाता है। हालांकि वर्तमान में घोषणा पत्र में उल्लेखित घोषणाएं जनता से पूछकर लिखने के साथ उन्हें वचन पत्र की संज्ञा दी जा रही है। राजनैतिक दल फेसबुक, वॉट्सएप और ट्विटर पर प्रचार प्रसार करने के साथ ही इंस्टाग्राम एवं अन्य सोशल साइट पर अपने फॉलोवर बढ़ाने का काम निरंतर कर रहे हैं। वर्तमान में मध्यप्रदेश में कुल 90 पंजीकृत राजनीतिक दल हैं। इनमें से भारतीय जनता पार्टी सहित अन्य भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस के

\* विभागाध्यक्ष, संचार शोध, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल

\*\* शोधार्थी, माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल

अलावा समाजवादी पार्टी, बहुजन समाजवादी पार्टी और आम आदमी पार्टी ने प्रदेश में हुए विधानसभा चुनाव 2018 में जोर आजमाइश की थी। शोध में मध्यप्रदेश में कांग्रेस एवं भारतीय जनता पार्टी की प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से की जाने वाली संचार रणनीति में भाषा एवं संदेश की प्रस्तुति का तुलनात्मक अध्ययन किया गया है।

## साहित्य पुनरावलोकन

शोध विषय से संबंधित साहित्य के अंतर्गत लखनऊ विश्वविद्यालय के पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग में “जनमत निर्माण में मीडिया की भूमिका—चुनाव के विशेष संदर्भ में” विषय पर शोध कार्य हुआ। शोधार्थी श्री आज्ञाराम पाण्डेय ने प्रस्तुत शोध में मीडिया की भूमिका दर्शायी है। शोधार्थी द्वारा चुनाव के दौरान जनमत को मीडिया किस प्रकार प्रभावित करता है और उसका चुनाव नतीजों पर कितना प्रभाव पड़ता है, विषय पर शोध को केंद्रित किया गया। प्रस्तुत शोध में राजनैतिक दलों की संचार रणनीति का विश्लेषण एवं अध्ययन किया गया है।

एस. स्टीफन ने राजनैतिक अभियानों में मीडिया की भूमिका का अध्ययन किया। शोध में अमेरिका में हुये चुनावों में टीवी डिबेट का मतदाताओं पर पड़ने वाले प्रभाव का अध्ययन किया गया। शोध में मीडिया के माध्यम से किसी जनप्रतिनिधि की छवि और उसका चुनाव या दल की ख्याति पर प्रभाव का आकलन किया गया। प्रस्तुत शोध में संचार रणनीति के तहत बनाए गए संदेश से मतदाताओं के मत निर्माण का अध्ययन प्रस्तावित है।

शोधकर्ता विनोद कुमार ने महर्षि दयानंद विश्वविद्यालय रोहतक से हरियाणा में सरकारी स्कूल के शिक्षकों द्वारा न्यू मीडिया उपकरणों की प्रयोग पद्धति पर अध्ययन किया। शोध में मीडिया उपकरणों की उपयोगिता के साथ मीडिया के प्रति शिक्षकों के

रुझान का विश्लेषण किया गया। प्रस्तुत शोध में राजनैतिक दलों की संचार रणनीति में मीडिया उपकरणों की भूमिका का आकलन प्रस्तावित है।

जनसंचार का युवाओं में प्रभाव विषय पर शोधार्थी अल्का सिंह एवं केके सिंह ने रीवा नगर निगम क्षेत्र के अंतर्गत वार्ड क्र. 05 के युवाओं पर अध्ययन किया। जिसका प्रकाशन इंटरनेशनल जर्नल ऑफ एप्लाइड रिसर्च में हुआ। उक्त शोध के परिणाम अनुसार जनसंचार के माध्यम से युवाओं के जीवन में परिवर्तन हुआ है। उनमें जागरूकता का संचार होने के साथ सूचना प्राप्त करने की इच्छा शक्ति में भी बढ़ोतरी हुई है। प्रस्तुत शोध में राजनैतिक दलों के संचार से युवाओं की समझ पर पड़ने वाले प्रभाव का अध्ययन किया जाना प्रस्तावित है।

दक्षिण बिहार केंद्रीय विश्वविद्यालय, गया में मीडिया विभाग के एसोसियेट प्रोफेसर डॉ. आतिश पाराशर ने पटना विश्वविद्यालय के स्नातक पाठ्यक्रम के छात्रों के विशेष संदर्भ में राजनीतिक लेखन में हिंदी भाषा एवं सोशल मीडिया की उपयोगिता पर अध्ययन किया। अध्ययन से स्पष्ट होता है कि राजनीतिक लेखन में सोशल मीडिया एवं हिंदी की उपयोगिता बहुत व्यापक है। युवाओं के बीच सोशल मीडिया जितना लोकप्रिय है उतना ही हिंदी में प्राप्त सूचना या उनके आम लेखन में भी हिंदी सर्वोपरि है। हिंदी लेखन के विभिन्न एप्प आने से सोशल मीडिया पर हिंदी में अपनी बातों व विचारों को अधिकाधिक लोगों तक पहुंचा पाने में युवा इसका इस्तेमाल कर रहे हैं। राजनीतिक दलों द्वारा भी युवाओं को लक्षित करके हिंदी में अपने दल के क्रियाकलापों को प्रचारित किया जा रहा है। राजनीतिक समाचारों एवं लेखों की सोशल मीडिया पर बढ़ती उपस्थिति की जानकारी इस अध्ययन से मिली। शोध अध्ययन से यह पता चलता है कि पटना विश्वविद्यालय में बिहार राज्य के लगभग प्रत्येक जिले के छात्र-छात्राएं मौजूद हैं अतः इस अध्ययन

से बिहार के युवाओं के राजनीतिक लेखन में हिंदी एवं सोशल मीडिया की उपयोगिता का भी आकलन हुआ। पटना विश्वविद्यालय के विद्यार्थी राजनीतिक रूप से बिहार में सबसे ज्यादा सक्रिय छात्र हैं अतः उनका हिंदी के प्रति झुकाव यह साबित करने के लिये काफी है कि वर्तमान समय में राजनीतिक लेखन में हिंदी और सोशल मीडिया के मंच फेसबुक का स्थान महत्वपूर्ण है। प्रस्तुत शोध में यह जानने का प्रयास किया गया कि मध्यप्रदेश में कौन से राजनीतिक दल सोशल मीडिया पर किस भाषा का प्रयोग अधिक करते हैं।

द चीप मोबाइल फोन इज ए टॉप फाइव इन्वेंशन आउटलुक, 3 नवम्बर 2014 की रिपोर्ट के अनुसार सेलफोन नेशन के लेखक और सिंगापुर नेशनल यूनिवर्सिटी विजिटिंग प्रोफेसर रोबिन जेफरी के अनुसार भारत में बहुजन समाज पार्टी पहली राजनीतिक पार्टी थी जिसने लोगों को संगठित करने के लिए सस्ते मोबाइल फोन के प्रसार का लाभ उठाया। हजारों लोगों को बहुतायत में संदेश भेजने से उतना लाभ नहीं होता लेकिन दल के कार्यकर्ताओं एवं दल की विचारधारा से सहानुभूति रखने वाले लोगों को जोड़ने में मोबाइल फोन ने एक सशक्त माध्यम की भूमिका निभाई। यह प्रेरित लोगों को असाधारण तरीके से संगठित करता है। प्रस्तुत शोध में राजनैतिक दलों की संचार रणनीति में नये उपकरणों की उपयोगिता और तौर तरीकों को जानने का प्रयास किया गया।

शालिनी जोशी एवं शिवप्रसाद जोशी की पुस्तक नया मीडिया : अध्ययन और अभ्यास, पेंग्विन इंडिया, मई 2015 के अनुसार 2009 के लोकसभा चुनावों में 543 सीटों में से 54 सीटों पर जीत/हार का अंतर दस हजार मतों से कम था। लोकसभा चुनाव में चुनाव प्रचार एजेंसियां पहली बार मतदान कर रहे युवाओं को लक्षित करके चुनाव प्रचार कर रही थी। इसमें सोशल मीडिया सबसे प्रमुख माध्यम बनी। प्रस्तुत शोध में मध्यप्रदेश के संदर्भ में युवाओं

को लुभाने में सोशल मीडिया की भूमिका और राजनैतिक दलों की सोशल मीडिया पर सक्रियता का अध्ययन किया गया है।

वाशिंगटन पोस्ट, द हिन्दू में 25 अप्रैल 2014 को प्रकाशित लेख के अनुसार अमेरिका के शिकागो यूनिवर्सिटी के प्रोफेसर मैथ्यु जेंटकोव और अर्थशास्त्री जेस शैपिरो ने मिलकर एक अध्ययन के माध्यम से यह पता लगाया कि डिजिटल मीडिया अर्थात् इन्टरनेट परम्परागत मुख्यधारा के माध्यमों की तुलना में ज्यादा तेजी से ध्रुवीकरण करता है। इससे स्पष्ट होता है कि तकनीक राजनैतिक ध्रुवीकरण में मददगार साबित हो रही है। प्रस्तुत शोध में यह जानने का प्रयास किया गया कि राजनैतिक ध्रुवीकरण के लिए राजनैतिक दल मीडिया का किस प्रकार उपयोग करते हैं।

‘थिंग्स ए लिटिल बर्ड टोल्ड मी’ के लेखक और ट्विटर के सह संस्थापक बिज स्टोन के इंडिया टुडे में 5 मई, 2014 को प्रकाशित साक्षात्कार के अनुसार माध्यम को हमेशा तटस्थ रहना चाहिए। भारतीय चुनावों में ट्विटर के इस्तेमाल पर उनका मानना था कि इंटरनेट पर जितनी अधिक समान विचार वालों की संख्या होगी आपकी आवाज उतनी ऊंची होगी। उनका यह भी मानना था कि सोशल मीडिया ने ध्रुवीकरण किया है लेकिन इसकी अनुपस्थिति में भी ध्रुवीकरण होता रहा है लेकिन माध्यम अलग-अलग रहे हैं। प्रस्तुत शोध यह जानने के लिए आवश्यक है कि अधिक सशक्त संचार माध्यम कौन सा है।

माया रंगनाथन के लेख द हूट डॉट ओर्ग के अनुसार राजनीतिक दल और नेता अपनी बात रखने के लिए मुख्यधारा मीडिया के गेटकीपर्स और उनके न्यूज लॉजिक के मोहताज नहीं रहे। मुख्यधारा की मीडिया के एजेंडे और पूर्वाग्रह से दूर तकनीक प्रेमी युवाओं तक पहुंचने के लिए सोशल मीडिया एक सशक्त हथियार के रूप में सामने आया। प्रस्तुत शोध मतदाताओं के अनुसार संचार माध्यम के चयन के

आधार का अध्ययन प्रस्तावित है।

इंटरनेट एंड मोबाइल एसोसियशन ऑफ इंडिया और इंडिया इंडिपेंडेंट आयरिस नॉलेज फाउंडेशन की रिपोर्ट के अनुसार भारत में 81 करोड़ 40 लाख मतदाताओं में से 20 करोड़ इंटरनेट और ट्विटर जैसे सोशल साइट्स पर सक्रिय हैं। 18 से 22 साल की उम्र के मतदाता पहली बार मताधिकार का प्रयोग करते हैं। प्रस्तुत शोध राजनैतिक दलों को मतदाताओं की आयु के अनुसार संचार रणनीति तैयार करने में मददगार साबित होगी।

### शोध उद्देश्य

प्रस्तुत शोध में निम्नलिखित उद्देश्यों के आधार पर अध्ययन किया गया है –

- भारतीय जनता पार्टी की संचार भाषा अन्य दलों से ज्यादा प्रभावी थी।
- कांग्रेस पार्टी के घोषणा पत्र पर मतदाताओं ने अपेक्षाकृत ज्यादा भरोसा किया।
- भारतीय जनता पार्टी द्वारा प्रकाशित विज्ञापनों में उचित भाषा एवं तथ्यों के साथ रचनात्मकता थी।

### शोध का महत्व

कोई भी शोध बिना उद्देश्य के पूर्ण नहीं माना जाता है और न ही उसका कोई महत्व होता है। प्रत्येक कार्य को करने का एक विशिष्ट उद्देश्य होता है। शोध वस्तुस्थिति को तथ्यात्मक स्वरूप के साथ उद्घाटित करने एवं अन्वेषण की एक प्रक्रिया है। जिसका उद्देश्य पूर्व ज्ञात ज्ञान का परीक्षण करते हुए नवीन ज्ञान की खोज करना है। प्रत्येक घटना के पीछे कोई कारण होता है या कोई परिवर्तन किसी कारक की वजह से होता है। कारकों की तलाश प्रारंभ से ही मानव करता आ रहा है। मनुष्य की खोजी प्रवृत्ति के कारण ही विकास संभव हो पाया है। प्रस्तुत शोध का उद्देश्य भारत जैसे

विकासशील एवं लोकतांत्रिक देश में किस प्रकार राजनैतिक दल अपनी बेहतर संचार रणनीति से जनमानस के विचारों को प्रभावित करते हैं। कुशल संचार रणनीति के जरिये किस तरह मुद्दे बनाये या विलोपित किये जाते हैं। इसके अलावा राजनैतिक दल आम लोगों के बीच किस तरह अपना संदेश पहुंचाते हैं। शोध समस्या के कारण और उत्तर जानने के लिए शोध उद्देश्यों का निर्धारण किया गया है। इसके आधार पर अध्ययन को निष्कर्ष तक पहुंचाया गया। प्रस्तुत शोध विषय का निम्नलिखित महत्व है—

- राजनैतिक दलों की संचार रणनीति समझने में सहायक।
- राजनैतिक दलों की संचार भाषा और प्रस्तुतिकरण जानना।
- राजनैतिक दलों की मीडिया सेल की रणनीति का अध्ययन करना।

### शोध प्ररचना एवं प्रविधि

प्रस्तावित शोध के लिये वर्णनात्मक अनुसंधान प्ररचना का प्रयोग किया जाना उचित है। इसका उद्देश्य विषय के संबंध में वास्तविक तथ्यों को एकत्र कर उनके आधार पर विवरण प्रस्तुत करना है। इसमें मुख्य जोर इस बात पर दिया जाता है कि समस्या से संबंधित एकत्रित तथ्य वास्तविक एवं विश्वसनीय हों।

### समग्र एवं निदर्शन

शोध के लिये समग्र से तात्पर्य राजनैतिक पार्टी के घोषणा पत्र, प्रकाशित विज्ञापन, ट्विटर और फेसबुक पर आने वाली पोस्ट से है। अध्ययन हेतु निदर्शन का चयन इस प्रकार किया गया कि वह समग्र का प्रतिनिधित्व करे। निदर्शन के लिये रैंडम सैंपल विधि के अंतर्गत लॉटरी विधि का प्रयोग करते



हुये समग्र से निदर्शन का चयन किया गया। निदर्शन के तौर पर प्रति दल के 70 कार्यकर्ताओं के अलावा एक माह में प्रति रविवार को प्रकाशित विज्ञापन और सोशल मीडिया पर आने वाली पोस्ट को लिया गया।

### तथ्य संकलन प्रविधि

तथ्यों के संकलन के लिये प्राथमिक स्रोत के रूप में निदर्शन में लिए गए प्रकाशित विज्ञापन के साथ ही घोषणा पत्र व वचन पत्रों का संकलन किया गया। इसके अलावा संरचित प्रश्नावली के माध्यम से मिली जानकारी एकत्र कर विश्लेषण किया गया। द्वितीयक स्रोत के रूप में शोधपत्र, विभागीय प्रतिवेदन, लेख, अवधारणा और पुस्तकें सहायक साबित हुये। इसके अलावा इंटरनेट का भी उपयोग किया जाना शोध में उपयोगी हुआ।

### उपकल्पनाएं

- 1 भारतीय जनता पार्टी की संचार भाषा शैली अपेक्षाकृत प्रभावी रही।
- 2 मतदाताओं ने कांग्रेस के घोषणापत्र पर अधिक भरोसा जताया।
- 3 भारतीय जनता पार्टी द्वारा प्रकाशित विज्ञापन अधिक तथ्यपरक एवं रचनात्मक रहे।

### विश्लेषण एवं परिणाम

उपरोक्त शोध कार्य में काई वर्ग परीक्षण का मुख्य रूप से भारतीय जनता पार्टी की भाषा शैली ज्यादा संयमित व प्रभावी होने एवं विभिन्न प्रकार के जनसांख्यिकीय जैसे आयु, जेण्डर, शैक्षणिक योग्यता के मध्य वास्तविक आवृत्तियों एवं संभावित आवृत्तियों के असामनता ज्ञात करने के उद्देश्य से किया गया है। उक्त शोध कार्य परिकल्पना के प्रमाणीकरण हेतु उपयोग में लाये जाने वाले दोनों ही चर कोटिबद्ध है अर्थात् इस अवस्था में केवल काई वर्ग परीक्षण का ही प्रयोग किया जाना संभावित है।

### शून्य परिकल्पना

- H01.1: तीनों आयु वर्ग (युवा, प्रौढ़ एवं वृद्ध) के मध्य भारतीय जनता पार्टी की भाषा शैली ज्यादा संयमित व प्रभावी होने में कोई अंतर नहीं है।
- H01.2: पुरुषों एवं महिलाओं के मध्य भारतीय जनता पार्टी की भाषा शैली ज्यादा संयमित व प्रभावी होने में कोई अंतर नहीं है।
- H01.3: तीनों शैक्षणिक योग्यताओं जैसे इन्टरमीडिएट, स्नातक एवं परास्नातक के भारतीय जनता पार्टी की भाषा शैली ज्यादा संयमित व प्रभावी होने में कोई अंतर नहीं है।

		भारतीय जनता पार्टी की भाषा शैली अन्य दलों से ज्यादा संयमित व प्रभावशीलता				योग	χ <sup>2</sup> का मान	स्वतंत्रता कि कोटि (df)	सार्थकता का मान Sig. (2-sided)	शून्य परिकल्पना की स्थिति
आयु	युवा (18-35 वर्ष)	172	29	39	22	262	26.019	6	.000	अस्वीकृत Rejected
	प्रौढ़ (35-55 वर्ष)	64	40	25	7	136				
	वृद्ध (56 वर्ष से अधिक)	2	0	0	0	2				
	योग	238	69	64	29	400				
लिंग	पुरुष	165	63	48	22	298	13.645	3	.003	अस्वीकृत Rejected
	महिला	73	6	16	7	102				
योग		238	69	64	29	400	25.301	6	.000	अस्वीकृत Rejected
शैक्षणिक योग्यता	इन्टरमीडिएट	42	8	2	2	54				
	स्नातक	100	35	25	5	165				
	परास्नातक	96	26	37	22	181				
योग		238	69	64	29	400				

- **भारतीय जनता पार्टी की भाषा शैली ज्यादा संयमित व प्रभावी है एवं आयु के मध्य काई वर्ग परीक्षण का निष्कर्ष –**

उपरोक्त सारणी के अनुसार 5: (0.05) सार्थकता स्तर पर 6 स्वतंत्रता की कोटि के लिए काई वर्ग का सारणी मान 12.592 सार्थक है जो प्राप्त काई वर्ग परीक्षण के मान 26.019 से कम है। अतः शून्य परिकल्पना असत्य है अथवा अस्वीकार की जा सकती है। अर्थात् परिणाम के अनुसार यह कहा जा सकता है कि तीन प्रकार की आयु वर्ग जैसे कि युवा, प्रौढ़ एवं वृद्ध उत्तरदाताओं में भारतीय जनता पार्टी की भाषा शैली ज्यादा संयमित व प्रभावी होने को लेकर अवधारणा में अंतर पाया गया है।

- **भारतीय जनता पार्टी की भाषा शैली ज्यादा संयमित व प्रभावी है एवं जेण्डर के मध्य काई वर्ग परीक्षण का निष्कर्ष –**

उपरोक्त सारणी के अनुसार 5: (0.05) सार्थकता स्तर पर 3 स्वतंत्रता की कोटि के लिए काई वर्ग का सारणी मान 7.815 सार्थक है जो प्राप्त परिणाम स्वरूप प्राप्त काई वर्ग परीक्षण के मान 13.645 से कम है। अतः शून्य परिकल्पना असत्य है अथवा अस्वीकार की जा सकती है। अर्थात् परिणाम के अनुसार यह कहा जा सकता है कि पुरुष एवं महिला उत्तरदाताओं में भारतीय जनता पार्टी की भाषा शैली ज्यादा संयमित व प्रभावी होने को लेकर अवधारणा में अंतर पाया गया है।

- **भारतीय जनता पार्टी की भाषा शैली ज्यादा संयमित व प्रभावी है एवं शैक्षणिक योग्यता के मध्य वर्ग काई वर्ग परीक्षण का निष्कर्ष –**

उपरोक्त सारणी के अनुसार 5: (0.05) सार्थकता स्तर पर 6 स्वतंत्रता की कोटि के लिए काई वर्ग का सारणी मान 12.592 सार्थक है जो प्राप्त परिणाम स्वरूप प्राप्त काई वर्ग परीक्षण के मान 25.301 से कम है। अतः शून्य परिकल्पना असत्य है

अथवा अस्वीकार की जा सकती है। अर्थात् परिणाम के अनुसार यह कहा जा सकता है कि तीन प्रकार की शैक्षणिक योग्यताओं जैसे कि इंटरमीडिएट, स्नातक एवं परास्नातक उत्तरदाताओं में भारतीय जनता पार्टी की भाषा शैली ज्यादा संयमित व प्रभावी होने को लेकर अवधारणा में अंतर पाया गया है।

- **कांग्रेस पार्टी के घोषणा पत्र पर मतदाताओं ने अपेक्षाकृत ज्यादा भरोसेमंद एवं विभिन्न प्रकार की जनसांख्यिकीय के मध्य काई वर्ग परीक्षण –**

उपरोक्त शोध कार्य में काई वर्ग परीक्षण का मुख्य रूप कांग्रेस पार्टी के घोषणा पत्र पर मतदाताओं ने अपेक्षाकृत ज्यादा भरोसेमंद एवं विभिन्न प्रकार के जनसांख्यिकीय जैसे आयु, जेण्डर, शैक्षणिक योग्यता के वास्तविक आवृत्तियों एवं संभावित आवृत्तियों के असमानता ज्ञात करने के उद्देश्य से किया गया है। उक्त शोध कार्य परिकल्पना के प्रमाणीकरण हेतु उपयोग में लाये जाने वाले दोनों ही चर कोटिबद्ध है अर्थात् इस अवस्था में केवल काई वर्ग परीक्षण का ही प्रयोग किया जाना संभावित है।

### **शून्य परिकल्पनाएं**

H02.1: तीनों आयु वर्ग (युवा प्रौढ़ एवं वृद्ध) के मध्य कांग्रेस पार्टी के घोषणा पत्र पर मतदाताओं ने अपेक्षाकृत ज्यादा भरोसेमंद होने में कोई अंतर नहीं है।

H02.2: पुरुषों एवं महिलाओं के मध्य कांग्रेस पार्टी के घोषणा पत्र पर मतदाताओं ने अपेक्षाकृत ज्यादा भरोसेमंद होने में कोई अंतर नहीं है।

H02.3: तीनों शैक्षणिक योग्यताओं जैसे इंटरमीडिएट, स्नातक एवं परास्नातक के मध्य कांग्रेस पार्टी के घोषणा पत्र पर मतदाताओं ने अपेक्षाकृत ज्यादा भरोसेमंद होने में कोई अंतर नहीं है।

		कांग्रेस पार्टी के घोषणा पत्र पर मतदाताओं ने अपेक्षाकृत ज्यादा भरोसेमंद रहे				योग	X <sup>2</sup> का मान	स्वतंत्रता कि कोटि (df)	सार्थकता का मान Sig. (2-sided)	शून्य परिकल्पना की स्थिति
		भारतीय जनता पार्टी	भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस पार्टी	आम आदमी पार्टी	कोई भी नहीं					
आयु	युवा (18-35 वर्ष)	114	90	18	40	262	12.017	6	.062	स्वीकृत Accepted
	प्रौढ़ (35-55 वर्ष)	54	49	6	27	136				
	वृद्ध (56 वर्ष से अधिक)	0	0	0	2	2				
	योग	168	139	24	69	400				
लिंग	पुरुष	118	114	20	46	298	8.952	3	.030	अस्वीकृत Rejected
	महिला	50	25	4	23	102				
योग		168	139	24	69	400				
शैक्षणिक योग्यता	इन्टरमीडिएट	32	11	4	7	54	28.174	6	.000	अस्वीकृत Rejected
	स्नातक	56	72	16	21	165				
	परास्नातक	80	56	4	41	181				
योग		168	139	24	69	400				

- कांग्रेस पार्टी के घोषणा पत्र पर मतदाताओं ने अपेक्षाकृत ज्यादा भरोसेमंद होने एवं आयु के मध्य कोई वर्ग परीक्षण का निष्कर्ष –

उपरोक्त सारणी के अनुसार 5: (0.05) सार्थकता स्तर पर 6 स्वतंत्रता की कोटि के लिए कोई वर्ग का सारणी मान 12.592 सार्थक है जो प्राप्त कोई वर्ग परीक्षण के मान 87.289 से अधिक है। अतः शून्य परिकल्पना सत्य है अथवा स्वीकार की जा सकती है। अर्थात् परिणाम के अनुसार यह कहा जा सकता है कि तीन प्रकार की आयु वर्ग जैसे कि युवा, प्रौढ़ एवं वृद्ध उत्तरदाताओं में कांग्रेस पार्टी के घोषणा पत्र पर मतदाताओं ने अपेक्षाकृत ज्यादा भरोसेमंद होने को लेकर विचारों में अंतर नहीं पाया गया है।

- कांग्रेस पार्टी के घोषणा पत्र पर मतदाताओं ने अपेक्षाकृत ज्यादा भरोसेमंद होने एवं जेण्डर के मध्य कोई वर्ग परीक्षण का निष्कर्ष –

उपरोक्त सारणी के अनुसार 5: (0.05) सार्थकता स्तर पर 6 स्वतंत्रता की कोटि के लिए कोई वर्ग का सारणी मान 7.815 सार्थक है जो प्राप्त परिणाम स्वरूप प्राप्त कोई वर्ग परीक्षण के मान 7.

370 से कम है। अतः शून्य परिकल्पना असत्य है अथवा अस्वीकार की जा सकती है। अर्थात् परिणाम के अनुसार यह कहा जा सकता है कि पुरुष एवं महिला उत्तरदाताओं में कांग्रेस पार्टी के घोषणा पत्र पर मतदाताओं ने अपेक्षाकृत ज्यादा भरोसेमंद होने को लेकर अवधारणा में अंतर पाया गया है।

- कांग्रेस पार्टी के घोषणा पत्र पर मतदाताओं ने अपेक्षाकृत ज्यादा भरोसेमंद होने एवं शैक्षणिक योग्यता के मध्य कोई वर्ग परीक्षण का निष्कर्ष –

उपरोक्त सारणी के अनुसार 5: (0.05) सार्थकता स्तर पर 6 स्वतंत्रता की कोटि के लिए कोई वर्ग का सारणी मान 12.592 सार्थक है जो प्राप्त कोई वर्ग परीक्षण के मान 15.932 से कम है। अतः शून्य परिकल्पना असत्य है अथवा अस्वीकार की जा सकती है। अर्थात् परिणाम के अनुसार यह कहा जा सकता है कि तीन प्रकार की शैक्षणिक योग्यताओं जैसे कि इन्टरमीडिएट, स्नातक एवं परास्नातक उत्तरदाताओं में कांग्रेस पार्टी के घोषणा पत्र पर मतदाताओं ने अपेक्षाकृत ज्यादा भरोसेमंद होने को लेकर अवधारणा में अंतर पाया गया है।

- भारतीय जनता पार्टी द्वारा प्रकाशित विज्ञापनों में उचित भाषा एवं तथ्यों के साथ रचनात्मकता थी –

उपरोक्त शोध कार्य में कोई वर्ग परीक्षण का उपयोग मुख्य रूप से भारतीय जनता पार्टी द्वारा प्रकाशित विज्ञापनों में उचित भाषा एवं तथ्यों के साथ रचनात्मकता एवं विभिन्न प्रकार के जनसांख्यिकीय जैसे आयु, जेण्डर, शैक्षणिक योग्यता के मध्य वास्तविक आवृत्तियों एवं संभावित आवृत्तियों के असमानता ज्ञात करने के उद्देश्य से किया गया है। उक्त शोध कार्य परिकल्पना के प्रमाणीकरण हेतु उपयोग में लाये जाने वाले दोनों ही चर कोटिबद्ध है अर्थात इस अवस्था में केवल कोई वर्ग परीक्षण का ही प्रयोग किया जाना संभावित है।

## शून्य परिकल्पना

H03.1: तीनों आयु वर्ग (युवा, प्रौढ़ एवं वृद्ध) के मध्य भारतीय जनता पार्टी द्वारा प्रकाशित विज्ञापनों में उचित भाषा एवं तथ्यों के साथ रचनात्मकता में कोई अंतर नहीं है।

H03.2: पुरुषों एवं महिलाओं के मध्य भारतीय जनता पार्टी द्वारा प्रकाशित विज्ञापनों में उचित भाषा एवं तथ्यों के साथ रचनात्मकता में कोई अंतर नहीं है।

H03.3: तीनों शैक्षणिक योग्यताओं जैसे इन्टरमीडिएट, स्नातक एवं परास्नातक के मध्य भारतीय जनता पार्टी द्वारा प्रकाशित विज्ञापनों में उचित भाषा एवं तथ्यों के साथ रचनात्मकता में कोई अंतर नहीं है।

		किस राजनैतिक पार्टी द्वारा प्रकाशित विज्ञापनों में उचित भाषा एवं तथ्यों के साथ रचनात्मकता थी।				योग	$\chi^2$ का मान	स्वतंत्रता की कोटि (df)	सार्थकता का मान Sig. (2-sided)	शून्य परिकल्पना की स्थिति
आयु	युवा (18-35 वर्ष)	95	30	47	90	262	40.567	6	.000	अस्वीकृत Rejected
	प्रौढ़ (35-55 वर्ष)	56	44	14	22	136				
	वृद्ध (56 वर्ष से अधिक)	0	0	0	2	2				
	योग	151	74	61	114	400				
लिंग	पुरुष	96	66	51	85	298	20.553	3	.000	अस्वीकृत Rejected
	महिला	55	8	10	29	102				
योग		151	74	61	114	400	14.608	6	.024	अस्वीकृत Rejected
शैक्षणिक योग्यता	इन्टरमीडिएट	27	15	2	10	54				
	स्नातक	60	32	27	46	165				
	परास्नातक	64	27	32	58	181				
योग		151	74	61	114	400				

- भारतीय जनता पार्टी द्वारा प्रकाशित विज्ञापनों में उचित भाषा एवं तथ्यों के साथ रचनात्मकता थी एवं आयु के मध्य कोई वर्ग परीक्षण का निष्कर्ष –

उपरोक्त सारणी के अनुसार 5: (0.05) सार्थकता स्तर पर 6 स्वतंत्रता की कोटि के लिए कोई वर्ग का सारणी मान 12.592 सार्थक है जो प्राप्त कोई वर्ग परीक्षण के मान 40.567 से कम है।

अतः शून्य परिकल्पना असत्य है अथवा अस्वीकार की जा सकती है। अर्थात परिणाम के अनुसार यह कहा जा सकता है कि तीन प्रकार की आयु वर्ग जैसे कि युवा, प्रौढ़ एवं वृद्ध उत्तरदाताओं में से भारतीय जनता पार्टी द्वारा प्रकाशित विज्ञापनों में उचित भाषा एवं तथ्यों के साथ रचनात्मकता में अंतर पाया गया है।

- भारतीय जनता पार्टी द्वारा प्रकाशित विज्ञापनों में उचित भाषा एवं तथ्यों के साथ रचनात्मकता थी। एवं जेण्डर के मध्य कोई वर्ग परीक्षण का निष्कर्ष –

उपरोक्त सारणी के अनुसार 5: (0.05) सार्थकता स्तर पर 3 स्वतंत्रता की कोटि के लिए कोई वर्ग का सारणी मान 7.815 सार्थक है जो प्राप्त परिणाम स्वरूप प्राप्त कोई वर्ग परीक्षण के मान 20.553 से अधिक है। अतः शून्य परिकल्पना सत्य है अथवा स्वीकार की जा सकती है। अर्थात् परिणाम के अनुसार पुरुष एवं महिला उत्तरदाताओं में से भारतीय जनता पार्टी द्वारा प्रकाशित विज्ञापनों में उचित भाषा एवं तथ्यों के साथ रचनात्मकता को लेकर अवधारणा में अंतर पाया गया है।

- भारतीय जनता पार्टी द्वारा प्रकाशित विज्ञापनों में उचित भाषा एवं तथ्यों के साथ रचनात्मकता थी। एवं शैक्षणिक योग्यता के मध्य वर्ग कोई वर्ग परीक्षण का निष्कर्ष –

उपरोक्त सारणी के अनुसार 5: (0.05) सार्थकता स्तर पर 6 स्वतंत्रता की कोटि के लिए कोई वर्ग का सारणी मान 12.592 सार्थक है जो प्राप्त परिणाम स्वरूप प्राप्त कोई वर्ग परीक्षण के मान 14.6082 से अधिक है। अतः शून्य परिकल्पना सत्य है अथवा स्वीकार की जा सकती है। अर्थात् परिणाम के अनुसार यह कहा जा सकता है कि तीन प्रकार की शैक्षणिक योग्यताओं जैसे कि इन्टरमीडिएट,

स्नातक एवं परास्नातक उत्तरदाताओं में से भारतीय जनता पार्टी द्वारा प्रकाशित विज्ञापनों में उचित भाषा एवं तथ्यों के साथ रचनात्मकता को लेकर अवधारणा में अंतर पाया गया है।

#### अन्य परिणाम

- भारतीय जनता पार्टी के 60 प्रतिशत विज्ञापन तुलनात्मक रहे।
- भारतीय जनता पार्टी के 40 प्रतिशत विज्ञापन न्यूनतम आधा पृष्ठ पर प्रकाशित हुए।
- सोशल मीडिया के सभी प्लेटफॉर्म में फेसबुक सबसे सशक्त माध्यम रहा।
- सोशल मीडिया पर 67 फीसदी पोस्ट को बूस्ट किया गया।
- 48 फीसदी उत्तरदाताओं ने घोषणापत्र को मत निर्धारण में निर्णायक माना।
- भारतीय जनता पार्टी ने सदस्य बनाने के लिए मोबाइल एसएमएस का सबसे ज्यादा उपयोग किया।

#### सुझाव

- मैनस्ट्रीम मीडिया से ज्यादा प्रभावी सोशल मीडिया है। अतः इसका उपयोग अन्य संचार माध्यम की अपेक्षा अधिक किया जाना चाहिए।
- प्रतिद्वंद्वी दल की कमी दिखाते समय आंकड़ों की प्रस्तुति तथ्यपरक होना चाहिए।
- राजनैतिक दल की विचारधारा के साथ उम्मीदवार की उपलब्धि भी बताना चाहिए।

#### संदर्भ सूची :

1. हींगड आशा, जैन मधु एवं पारीक सुशीला, संचार के सिद्धांत तृतीय संस्करण, राजस्थान हिन्दी ग्रन्थ अकादमी ISBN 978-93-5131-106-5
2. डॉ. रत्न कृष्ण कुमार, दृश्य-श्रव्य एवं जनसंचार माध्यम, द्वितीय संस्करण, राजस्थान हिन्दी ग्रन्थ अकादमी, ISBN 978-81-7137-788-6
3. डॉ. भानावत संजीव, संचार शोध प्रविधियां, प्रथम संस्करण, राजस्थान हिन्दी ग्रन्थ अकादमी, ISBN 978-81-7137-748-0
4. तिवारी ममता, चुनाव लोकतंत्र और मीडिया, संस्करण-2012, डायमंड पॉकेट बुक्स (प्रा.) लि., ISBN 81-288-1880-5
5. चुनाव आयोग, इलेक्शंस डॉट इन

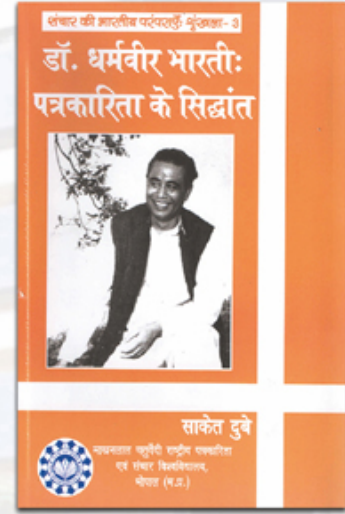
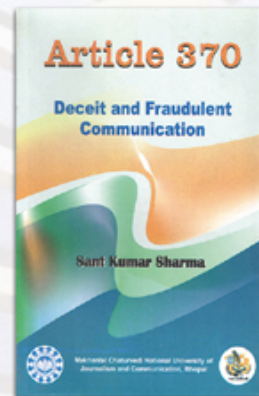
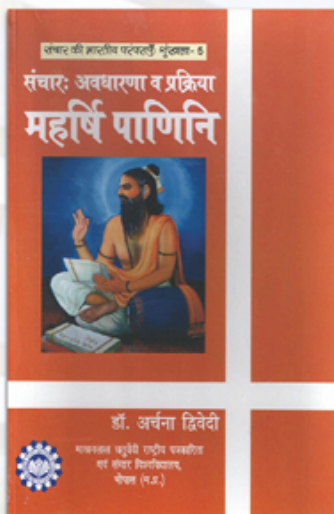
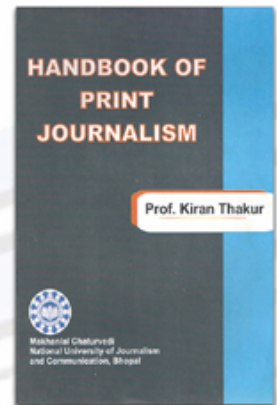
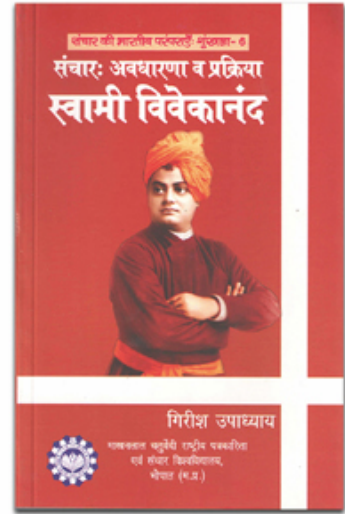
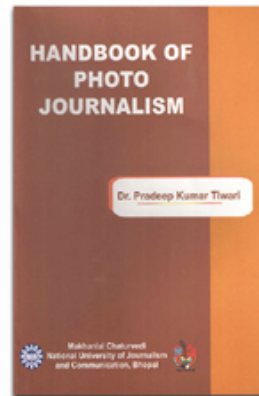
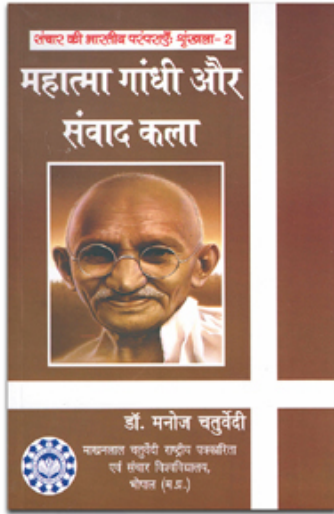
[illegible]

## लेखकों के लिए दिशा-निर्देश

- शोध पत्रिका का उद्देश्य वर्तमान परिदृश्य में संचार, मीडिया प्रबंधन, जनसंचार, न्यू मीडिया, पत्रकारिता और कम्प्यूटर अनुप्रयोग संबंधी विषयों में नवाचार एवं अनुसंधान को बढ़ावा देना है।
- पत्रिका में प्रकाशन हेतु प्रेषित शोध पत्र मूल होना चाहिए और किसी अन्य पत्रिका में प्रकाशित नहीं होना चाहिए।
- लेखक को शोध पत्र के साथ घोषणा पत्र प्रस्तुत करना होगा, जिसमें स्पष्ट रूप से उल्लेख करना होगा कि शोध पत्र उनका मौलिक लेखन है और प्रकाशन के लिए अन्य को प्रस्तुत नहीं किया गया है। बेहतर होगा कि शोध पत्र लेखक अपने शोध आलेख के संबंध में प्लेगेरिज्म (Plagiarism) रिपोर्ट संलग्न कर प्रेषित करें।
- लेखकों को अपना आलेख निम्न प्रारूप में प्रस्तुत करना होगा:- सार, कीवर्ड, इंट्रो, उद्देश्य, साहित्य समीक्षा, परिकल्पना, अनुसंधान पद्धति, तालिकाएँ एवं रेखांकन, अनुसंधान एवं विश्लेषण, निष्कर्ष, संदर्भ सूची।
- शोध पत्र कृति देव, पेपर साइज ए-4, फांट देवलिस 010, फांट साइज 12 मेटर 1.5 मार्जिन स्पेस एवं जस्टीफाईड होना चाहिए और अपने शोध आलेख को ई-मेल: [mediamimansa@mcu.ac.in](mailto:mediamimansa@mcu.ac.in) पर प्रेषित करना होगा।
- पत्राचार के लिए लेखक को शोध पत्र प्रेषित करने के साथ ही बायोडाटा प्रस्तुत करना होगा। जिसमें शोध पत्र का शीर्षक, लेखक का नाम, पदनाम, संपर्क नम्बर, ईमेल आईडी एवं पोस्टल एड्रेस संबंधी जानकारी उपलब्ध करानी होगी।
- शोध का सार 200-250 शब्दों का होना चाहिए। मेन स्क्रिप्ट में फुटनोट नहीं होना चाहिए। शोध पत्र के अंत में सन्दर्भ दिये जाने चाहिए। सन्दर्भ को क्रमानुसार सूचीबद्ध किया जाना चाहिए।
- शोध पत्र में तालिकाओं और आंकड़ों को कमिक रूप से क्रमांकित किया जाना चाहिए और प्रत्येक तालिका व आंकड़ों के अंत में उसके स्रोत का उल्लेख आवश्यक रूप से करना होगा।
- शोध पत्र में उल्लेखित तथ्यात्मक अशुद्धि और कॉपीराइट की जिम्मेदारी शोध लेखक की होगी।



# विश्वविद्यालय द्वारा प्रकाशित प्रमुख पुस्तकें



**प्रकाशन विभाग,  
माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता  
एवं संचार विश्वविद्यालय, भोपाल**

बी-38, विकास भवन, प्रेस कॉम्प्लेक्स, ज़ोन-1, एम.पी.नगर, भोपाल (म.प्र.) 462011  
फोन-0755-2554904, ई - मेल - publication.mcu@gmail.com