

संवादसेतु

मीडिया का आत्मावलोकन

अंक 22

पृष्ठ 28

अप्रैल, 2019

नई दिल्ली



संपादकीय

संपादक

आशुतोष भट्नागर

कार्यकारी-संपादक

डॉ. जयप्रकाश सिंह

उप-संपादक

चन्दन आनन्द

रविंद्र सिंह भड़वाल

ई-मेल :

samvadsetu2011@gmail.com

फेसबुक पेज

@samvadsetu2011

अनुरोध

संवादसेतु की इस पहल पर आपकी टिप्पणी एवं सुझावों का स्वागत है। अपनी टिप्पणी एवं सुझाव कृपया उपरोक्त ई-मेल पर अवश्य भेजे।

‘संवादसेतु’ मीडिया सरोकारों से जुड़े पत्रकारों की रचनात्मक पहल है। ‘संवादसेतु’ अपने लेखकों तथा विषय की स्पष्टता के लिए इंटरनेट से ली गई सामग्री के रचनाकारों का भी आभार व्यक्त करता है। इसमें सभी पद अवैतनिक हैं।

अनुक्रम

आवरण कथा

‘अभिनंदनीय प्रेस कान्फ्रेंस

(पृष्ठ 4-5-6-7)

जम्मू-कश्मीर

कवरेज में भाषायी कुटिलता

(पृष्ठ 8-9-10)

कला संवाद

भाव की पुनरावृत्ति

(पृष्ठ 11-12-13-14)

टर्म

साइआॅप्स (साइकोलॉजिकल ऑपरेशन्ज)

(पृष्ठ 15-16-17)

पुस्तक-समीक्षा

लाल सलाम का काला कलाम

(पृष्ठ 18)

सैटेलाइट-आईज

साइबर वर्ल्ड में जिहाद 3.0

(पृष्ठ 19-20-21-22)

ऐड-रिसेप्शन

जिहादी पब्लिक रिलेशन्ज

(पृष्ठ 23-24)

चलते-चलते

(पृष्ठ 25-26-27-28)



पाकिस्तान पिछले 25 वर्षों से इसी सुरक्षा छतरी का लाभ उठा रहा था। तनाव के हर लम्हे में वहाँ का सत्ता प्रतिष्ठान एक मुहावरा दोहरा देता था, 'हमने चूड़ियां नहीं पहन रखी हैं, हम भी एटमी ताकत हैं'। भारतीय वायुसेना ने जब बालाकोट पर हमला किया तो यह किन्हीं आतंकी ठिकानों पर ही हमला नहीं था, यह परोक्ष रूप से पाकिस्तान की नाभिकीय सुरक्षा छतरी पर भी हमला था। पाकिस्तान नहीं चाहता था कि यह छतरी किसी भी कीमत पर बिखरती हुई दिखे, सो तनाव बढ़ना ही था। लेकिन नाभिकीय हथियारों की धौंस दिखाने वाला पाकिस्तान एक प्रेस कान्फ्रेंस का दबाव नहीं सह पाया।

'जहाँ काम आवे सुई, कहाँ करे तरवारि' दर्शन और रणनीति दोनों हैं। संबंधों की पेंचीदगी को समझने का साधन भी। यह उस दर्शन की तरफ संकेत है, जो बताता है कि दुनिया की कोई भी वस्तु अनुपयोगी नहीं है, सबकी उपयोगिता है। संबंध सजीले तभी बन सकते हैं जब उसकी परिधि में बड़ों को ही स्थान न मिल रहा हो। इसी तरह रणनीति बनाते समय विध्वंसक के बजाय सटीक हथियारों का चुनाव जीत का जरिया बन जाता है। पुलवामा के बाद पाकिस्तान के साथ जो कुछ घटा, वह दर्शन, रणनीति और सम्बंध के लिहाज से उपरोक्त कथन की प्रासंगिकता को फिर से रेखांकित कर गया। उसकी नाभिकीय हथियारों की धौंस की मिट्टी पलीद हो गई।

वैसे तो सोवियत संघ के विघटन के साथ ही नाभिकीय हथियारों के जखीरों पर प्रश्नचिन्ह लग गए थे, लेकिन फिर भी 'न्यूनतम प्रतिरोधक क्षमता' के लिहाज से इनकी प्रासंगिकता पर चर्चा होती रही। इस नई चर्चा में नाभिकीय हथियारों को जिताऊ हथियारों के बजाय 'शक्ति-संतुलन' प्रदान करने वाले हथियारों के रूप में देखा गया। ऐसा मान लिया गया कि नाभिकीय हथियार सुरक्षा छतरी प्रदान करते हैं।

पाकिस्तान पिछले 25 वर्षों से इसी सुरक्षा छतरी का लाभ उठा रहा था। तनाव के हर लम्हे में वहाँ का सत्ता प्रतिष्ठान एक मुहावरा दोहरा देता था, 'हमने चूड़ियां नहीं पहन रखी हैं, हम भी एटमी ताकत हैं'।

भारतीय वायुसेना ने जब बालाकोट पर हमला किया तो यह किन्हीं आतंकी ठिकानों पर ही हमला नहीं था, यह परोक्ष रूप से पाकिस्तान की नाभिकीय सुरक्षा छतरी पर भी हमला था। पाकिस्तान नहीं चाहता था कि यह छतरी किसी भी कीमत पर बिखरती हुई दिखे, सो तनाव बढ़ना ही था। लेकिन नाभिकीय हथियारों की धौंस दिखाने वाला पाकिस्तान एक प्रेस कान्फ्रेंस का दबाव नहीं सह पाया।

संवादसेतु का यह अंक पुलवामा आतंकी हमले और उसके बाद उपजी परिस्थितियों में मीडिया की भूमिका के आकलन का प्रयास है। पुलवामा हमले के बाद गलत तथ्यों पर आधारित आख्यानों की बाढ़ जैसी आ गई। मीडिया भी युद्ध का मैदान बना, सही और झूठी खबरों के मोर्चे खुले। उनमें से कुछ मोर्चे पर झूठ-सच की तहकीकात करने की कोशिश इस अंक में की गई है। इन सबके बीच कला से संवाद अपनी गति और लालित्य के साथ बहता हुआ मिल जाएगा।

भारतीय मीडिया का एक धड़ा कैसे शत्रु देशों को वैधता प्रदान करता है। जिहाद किस नए रूप में हमारे सामने है। जिहादी जनसम्पर्क की रणनीति जैसे मुद्दों से संबंधित स्तम्भ हमारे मानसिक दायरे को बढ़ाने में तो सहायक होंगे ही, पाठक मीडिया की निर्णायक होती भूमिका का अहसास कराएंगे।

प्रतिक्रियाओं का प्रतीक्षा रहेगी।

आपका संपादक
आशुतोष भटनागर



‘अभिनंदन’ीय प्रेस कान्फ्रेंस

□ डॉ. जयप्रकाश सिंह

26 फरवरी को आतंकी ठिकानों पर हुई एअर स्ट्राइक के बाद अगले 72 घंटों में भारत-पाक के बीच एक अधोषित युद्ध कई मोर्चों पर एक साथ लड़ा गया। एअर स्पेस से लेकर साइबर स्पेस तक, हथियारों से लेकर विचारों तक, राजनीति से लेकर कूटनीति तक, मीडिया से लेकर अकादमियों तक, हर क्षेत्र में मोर्चे खुले। भले ही इस रस्साकशी का पटाक्षेप विंग कमांडर अभिनंदन वर्तमान की रिहाई के साथ हुआ माना जाता है लेकिन इस घटनाक्रम में सबसे निर्णायक क्षण वह था, जब भारत ने पहली बार तीनों सेनाओं की प्रेस कान्फ्रेंस (फर्स्ट ट्राई सर्विस प्रेस

कैसे एक प्रेस कान्फ्रेंस की घोषणा ने पाकिस्तान को घुटने के बल पर लादिया, इसके लिए उन 72 घंटों के प्रमुख पड़ावों को जानना जरूरी हो जाता है। 26 फरवरी के बाद रटी-रटाई अवधारणाएं जर्मांदोज हो रही थीं। शांति महत्वपूर्ण है या सुरक्षा, सद्व्यावना महत्वपूर्ण है या देश, हमेशा सुरक्षात्मक रहना ठीक है या जरूरत पड़ने पर आक्रामक होना, जैसे प्रश्न देश को मथ रहे थे। सोशल मीडिया के मंच पर तो जैसे पूरा देश इस तरह उद्वेलित दिख रहा था मानो वह अपने भूत-वर्तमान-भविष्य को नए सिरे से समझने की कोशिश कर रहा हो। मानसिक और भावनात्मक उबाल के इन क्षणों में भूतकाल पर जमी भ्रम की परतों को छीलकर साफ़ करने की कोशिशें हुईं।

ब्रीफ) करने की घोषणा की।

कैसे एक प्रेस कान्फ्रेंस की घोषणा ने पाकिस्तान को घुटने के बल पर लादिया, इसके लिए उन 72 घंटों के प्रमुख पड़ावों को जानना जरूरी हो जाता है। 26 फरवरी के बाद रटी-रटाई अवधारणाएं जर्मांदोज हो रही थीं। शांति महत्वपूर्ण है या सुरक्षा, सद्व्यावना महत्वपूर्ण है या देश, हमेशा सुरक्षात्मक रहना ठीक है या जरूरत पड़ने पर आक्रामक होना, जैसे प्रश्न देश को मथ रहे थे। सोशल मीडिया के मंच पर तो जैसे पूरा देश इस तरह उद्वेलित दिख रहा था मानो वह अपने भूत-वर्तमान-भविष्य को नए सिरे से समझने की कोशिश कर रहा हो। मानसिक और भावनात्मक उबाल

भविष्य पर पड़े संशय के परदों को हटाकर भावी यथार्थ से आंख मिलाने के प्रयास हुए। मूर्त युद्ध की संभावनाओं के बीच शांति-राष्ट्र-धर्म की अमूर्त संकल्पनाओं पर चर्चा साधारणतः नहीं होती। लेकिन यह आसामान्य घटनाक्रम भी इस दौर में हुआ।

इसी समयावधि में माहौल कुछ ऐसा बना कि जो लोग तरह-तरह के लिबास ओढ़कर, मुखौटे लगाकर, दशकों में अलग-अलग क्षेत्रों में सक्रिय थे, उन्हें भी अपने असली चेहरों के साथ लोगों के सामने आना पड़ा। चेहरों के भीतर छिपे चेहरे देखकर देश हत्प्रभ था। लेकिन निष्पक्षता का लबादा ओढ़ने वाला वर्ग निर्लज्जता की सभी सीमाएं तोड़कर उस सीमा तक पहुंचने को आतुर था, जहां पर देश का ‘वर्जन’ संदिग्ध बन जाता है और शत्रु का ‘वर्जन’ पाक-साफ़।

इन्हीं 72 घंटों में इकीसवीं सदी की पहली पीढ़ी ने युद्ध के माहौल को महसूस किया। कूटनीति के कुछ पाठ पढ़े। राजनीति के कुछ दांव सीखे। भारत की जय-पराजय के कारणों की खोज करने वाले जिज्ञासुओं का सम्मान उस यथार्थ परिस्थिति से हुआ, जिसमें आसानी से

बोध निर्माण की अपनी क्षमता के कारण मीडिया अन्य हथियारों के उपयोग-अनुपयोग की पृष्ठभूमि तो तैयार करती ही है, साथ ही उनके प्रभाव का परीक्षण कर उनकी उपादेयता और प्रासंगिकता को भी रेखांकित करती है। लेकिन हथियार के रूप में मीडिया की भूमिका इतने तक ही सीमित नहीं है। सूचनाओं के जरिए मनोबल तोड़ने-बढ़ाने का जो खेल खेला जाता है, उसमें भी मीडिया की भूमिका बहुत निर्णायक होती है।

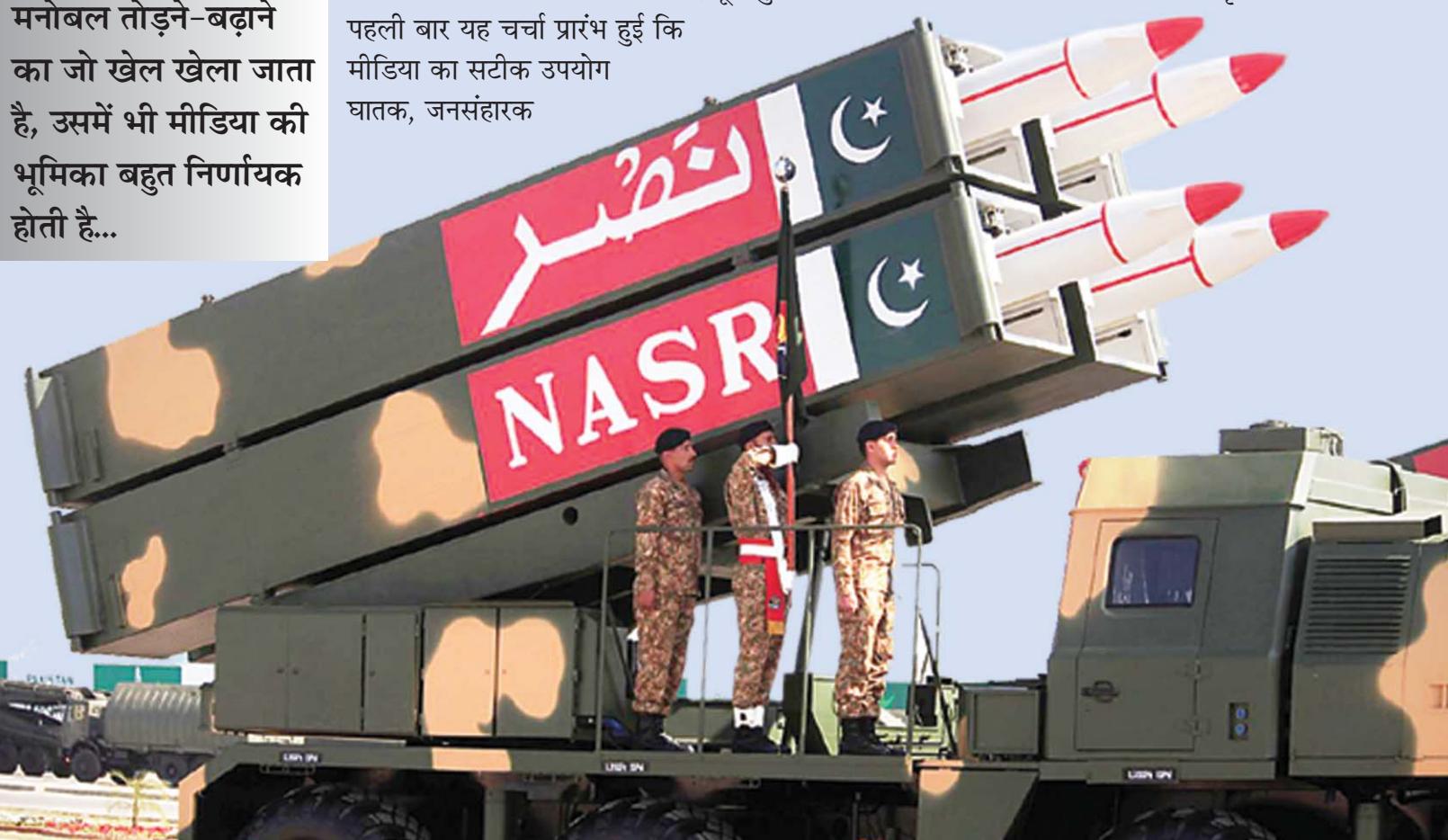
यह निष्कर्ष निकलता है कि पराजय के कारण बाहरी से अधिक अंदरूनी थे। और सबसे बड़ी बात यह कि युद्ध के नए मोर्चे और हथियारों से देश परिचित हुआ। इन 72 घंटों में एक मारक हथियार और महत्वपूर्ण मोर्चे के रूप में मीडिया की भूमिका अधिक निखरकर हमारे सामने आई।

बोध निर्माण की अपनी क्षमता के कारण मीडिया अन्य हथियारों के उपयोग-अनुपयोग की पृष्ठभूमि तो तैयार करती ही है, साथ ही उनके प्रभाव का परीक्षण कर उनकी उपादेयता और प्रासंगिकता को भी रेखांकित करती है। लेकिन हथियार के रूप में मीडिया की भूमिका इतने तक ही सीमित नहीं है। सूचनाओं के जरिए मनोबल तोड़ने-बढ़ाने का जो खेल खेला जाता है, उसमें भी मीडिया की भूमिका बहुत निर्णायक होती है। सबसे बड़ी बात यह कि जय-पराजय को दिखाने-बताने का काम भी मीडिया के जरिए होता है। हार को भी जीत बताकर अपना चेहरा बचाने, तुरंत प्रतिक्रिया के दबाव से बचने का काम मीडिया के बिना नहीं हो सकता।

सोवियत संघ के विघटन के बाद पूरी दुनिया में पहली बार यह चर्चा प्रारंभ हुई कि मीडिया का सटीक उपयोग घातक, जनसंहारक

हथियारों को भी भोथरा बना देता है। उस समय सोवियत संघ के पास नाभिकीय हथियारों और घातक मिसाइलों का संभवतः सबसे बड़ा जखीरा था, लेकिन सबके-सब धरे रह गए। देखते-देखते सोवियत संघ बिखर गया। बिखरने के जो कारण चिन्हित हुए, उनमें आर्थिक के साथ संचारीय कारण भी थे। अमेरिका ने मिखाइल गोर्बाच्योव की 'ग्लासनोस्त' नीति का चतुराई भरा उपयोग किया था। उसने मीडिया संदेशों के जरिए सोवियत संघ के नागरिकों में असंतोष भरा और यकायक सोवियत रूस कई हिस्सों में बिखर गया।

भारत में जब भी मीडिया की इस रणनीतिक ताकत के उपयोग की चर्चा होती है, तो भारतीय संचार विशेषज्ञों में किसी साफ समझ का अभाव अब भी दिखता है। उनकी चर्चा में माध्यम ही संदेश है (मीडियम इज मैसेज) के लिए काफी स्पेस है, लेकिन कोई कह दे कि सूचना ही हथियार है (इनफार्मेशन इज वेपन) तो असहमति का सिर हिलने लगता है। इसीलिए यदि आज भी कहीं से यह टिप्पणी आती है कि वर्तमान परिदृश्य में 'ग्लोबल





मीडिया वेंचर' भारत की सबसे बड़ी आवश्यकता है क्योंकि कई मोर्चों पर बेहतरीन प्रदर्शन के बावजूद भारत एक देश और सभ्यता के रूप में 'इमेज' और 'परसेप्सन' के मोर्चे पर कमज़ोर साबित हो रहा है तो किसी के कान पर जूँ भी नहीं रेंगती और न ही यह चर्चा का विषय बन पाता है।

खैर, 27, 28
फरवरी और 1 मार्च की तिथियों ने भारतीय संदर्भों में भी यह स्थापित कर दिया कि सभी मोर्चों पर मीडिया सबसे घातक हथियार बन चुका है। 27 फरवरी

की सुबह डॉग-फाइट में पायलट अभिनंदन ने एक पाकिस्तानी एफ-16 को मार गिराया

अभिनंदन को पाकिस्तान में बंदी बनाए जाने के बाद भारतीय नागरिकों का गुस्सा पुलवामा आतंकी हमलों से यकायक अभिनंदन को सही-सलामत छुड़ाने की तरफ मुड़ गया। यह तनाव की चरम स्थिति थी...

लेकिन दुर्भाग्य से अपने प्लेन से इजेक्ट होने के बाद उन्हें पाकिस्तानी क्षेत्र में उतरना पड़ा और वह हिरासत में ले लिए गए।

इसके बाद दोनों देशों के बीच मीडिया के माध्यम से शह-मात का जो खेल खेला गया, वह समझने लायक है। अभिनंदन को पाकिस्तान में बंदी बनाए जाने के बाद भारतीय नागरिकों का गुस्सा पुलवामा आतंकी हमलों से यकायक अभिनंदन को सही-सलामत छुड़ाने की तरफ मुड़ गया। यह तनाव की चरम स्थिति थी। कई चैनलों के जरिए दोनों देशों के

बीच पैदा हुए अवरोध को दूर करने की कोशिशें शुरू हो चुकी थीं। अब जो सूचनाएं उपलब्ध हैं, उनसे तो यही पता

चलता है कि उस कूटनीतिक हस्तक्षेप के जरिए अवरोध को दूर करने की कोशिशें जोर पकड़ चुकी थीं। अमेरिका और सऊदी अरब की भूमिका का गाहे-बगाहे उल्लेख भी खूब हुआ। लेकिन अधिकांश विश्लेषणों से एक आयाम अछूता रहा गया और यह आयाम था एक संभावित प्रेस कान्फ्रेंस का, जो प्रस्तावित रूप से कभी नहीं हुई। संघर्ष और युद्ध की स्थितियों में टाइमिंग को बहुत महत्वपूर्ण माना जाता है और इसी टाइमिंग को आधार मानकर यदि विश्लेषण किया जाए तो आसानी से यह स्पष्ट हो जाता है कि पायलट अभिनंदन को छोड़ने में सबसे महत्वपूर्ण भूमिका तीनों सेनाओं की तरफ से होने वाली प्रेस कान्फ्रेंस ने निभाई थी।

इस ट्राई सर्विस मीडिया ब्रीफ और अभिनंदन को छोड़ने की कहानी कुछ यूँ आगे बढ़ती है। 27 फरवरी को प्रधानमंत्री विज्ञान भवन में 'नेशलन यूथ फेस्टिवल' को शिरकत कर रहे थे। अपने सम्बोधन के बाद

जब वह उपस्थित युवाओं के प्रश्नों का उत्तर दे रहे थे, तभी प्रधानमंत्री कार्यालय के एक अधिकारी ने उन्हें कागज का एक टुकड़ा पकड़ाया। कागज पर लिखे संदेश को पढ़ते ही प्रधानमंत्री अपना वक्तव्य स्थगित कर देते हैं और वहां उपस्थित केन्द्रीय मंत्री राज्यवर्द्धन सिंह राठौर से कुछ पूछते हैं।

इसके बाद वह उपस्थित युवाओं का अभिवादन करते हुए अपने ऑफिस की तरफ सुरक्षा सम्बंधी एक बैठक लिए आगे बढ़ जाते हैं। इस बैठक के संदर्भ में जो सूचनाएं अब छनकर सामने आ रही हैं, उनके अनुसार भारत ने मिसाइल हमलों के विकल्पों पर गंभीरता से विचार किया था। लेकिन रात तक अभिनंदन को लेकर बना अवरोध खत्म होने का नाम नहीं ले रहा था। इसके बाद अगले कुछ घंटों में प्रधानमंत्री, राष्ट्रीय सुरक्षा सलाहकार और तीनों सेनाओं के प्रमुखों के बीच एक मैराथन बैठक होती है।

इसके बाद सूचना आती है कि पहली बार तीनों सेनाओं के प्रमुख मीडिया को सम्बोधित करेंगे। यह मीडिया ब्रीफ 28 फरवरी को शाम पांच बजे होनी थी। भारत में तीनों सेनाओं के प्रमुखों का मीडिया से रू-ब-रू होने का संदेश बहुत स्पष्ट था। भारत में सैन्य लिहाज से तीनों सेना प्रमुखों द्वारा मीडिया को ब्रीफ किया जाना बहुत असामान्य घटनाक्रम है। इसका आशय था कि भारतीय सेना कुछ ‘बड़ा’ करने के बारे में अपने देश को सूचित करना चाह रही है। संभवतः पाकिस्तान ने इस प्रेस कान्फ्रेंस के संदेश को पहले ही पढ़ लिया। इसीलिए मीडिया ब्रीफ से ठीक पहले पाकिस्तान के प्रधानमंत्री इमरान खान अपनी संसद में प्रकट होते हैं और भारतीय पायलट अभिनंदन वर्तमान को ‘पीस जेस्चर’ के रूप में छोड़ने की बात करते हैं।

अपने पीस जेस्चर वाले सम्बोधन में इमरान खान पिछली रात में होने वाले मिसाइल हमलों की आशंकाओं का तो जिक्र

पहली ट्राई सर्विस मीडिया ब्रीफ ने पाकिस्तान को केवल अभिनंदन वर्तमान को छोड़ने के लिए ही विवश नहीं किया, पाकिस्तान की उस सुरक्षा छतरी को भी तार-तार कर दिया, जो उसने पिछले 25 वर्षों से ओढ़ रखी थी। नाभिकीय हथियारों की जो सुरक्षा छतरी पाकिस्तान का हमेशा बचाव करती थी, वह एक प्रेस कान्फ्रेंस के दबाव को नहीं सह सकी। इस प्रेस कान्फ्रेंस ने पाकिस्तान से उसकी वह गीदड़ भभकी भी छीन ली कि ‘हम भी एटमी मुल्क हैं और हमने चूड़ियां नहीं पहन रखी हैं।’

इन 72 घंटों ने इस बात को साबित कर दिया कि अब नाभिकीय हथियार सुरक्षा छतरी का पर्याय नहीं रह गए हैं और न ही इनकी धौंस दिखाकर लम्बे समय तक किसी देश या पूरी दुनिया का भयादोहन किया जा सकता है। एंटी सैटेलाइट वेपन, सायकोलॉजिकल ऑपरेशन्ज, मीडिया-अकादमियां नेक्सस, हमें एक ऐसी दुनिया में ले जा रहे हैं, जहां पर युद्ध में पूरे शरीर को क्षति नहीं पहुंचायी जाएगी। दिल और दिमाग को नुकसान पहुंचाकर ही युद्ध जीतने की कोशिशें होंगी। जानलेवा युद्धों का दौर जा रहा है, लेकिन विचारलेवा युद्धों का दौर दस्तक दे रहा है।

सूचना और संचार की भूमिका हमेशा चलने वाले आतंकी युद्धों ‘लो इंटेसिटी वार’ और कभी-कभी होने वाले ‘फुल-फ्लेज वार’ में बहुत निर्णायक होने वाली है। फर्स्ट ट्राई सर्विस मीडिया ब्रीफका उदाहरण तो यही बताता है कि युद्धों में जय-पराजय और संघर्षों का समाधान मीडिया की सर्जनात्मक उपयोग पर अधिक से अधिक निर्भर होते चले जाएंगे। क्या भारत एक राष्ट्र समाज और सेना के रूप में ग्लोबल मीडिया इन्फ्रास्ट्रक्चर और उसके सर्जनात्मक उपयोग के लिए तैयार है? पहली सफल ट्राई सर्विस मीडिया ब्रीफ के बावजूद अब भी यह प्रश्न बना हुआ है।

करते हैं, लेकिन सम्भावित मीडिया ब्रीफ के बारे में कुछ नहीं बोले। हालांकि उनके चेहरे पर दिखने वाला दबाव यह स्पष्ट संकेत कर रहा था वह किसी अनहोनी को टालने की कोशिश कर रहे हैं। पाकिस्तान जानता था कि अभिनंदन को इस तरह छोड़ना उसकी छवि को बहुत कमजोर बना देगा। इसलिए पहले उसकी तरफसे ‘से नो टू वार’ का ट्रेंड कराया जाता है। कई भारतीय भी पाक की इस रणनीति में फंसे हुए दिखे। इसी के साथ अभिनंदन के कई एडिटेड वीडियो जारी कर भी पाकिस्तान ने मीडिया के जरिए परसेप्शनल बढ़त लेने की कोशिश की। लेकिन भारत की तरफसे चलाया गया ट्राई सर्विस मीडिया ब्रीफ का दांव पाक की हर चाल पर भारी पड़ा।

THE TIMES OF INDIA

GIRF

FLAT 50% OFF

6000+ RESTAURANTS

BOOK NOW ON dineout

Govt blames Pak after local youth rams CRPF convoy with IED-packed SUV in worst terror hit on J&K forces

Accuses it
Of Supporting
Azhar-Led JeM



37 JAWANS KILLED
Suicide bomber was inspired by Taliban 'victory' over US in Af



Haryana bill seeks to end protection to Aravalis in Ggn

Mangar Bani
Also At Risk Of Losing Cover

Sidney, Australia

Opposition says Haryana is trying to end protection to the Aravali range. It has introduced a bill to do so.

• 2016: Maharashtra

Parliam Law Minister
Act bars new forest activity

in Aravali range. It is to be reviewed.

• 2017: Karnataka

A law also aims to

protect Aravali range.

• 2018: Rajasthan

Ecological biodiversity

in Aravali range. It is to be reviewed.

• 2019: Gujarat

Opposition says the state is

trying to end protection to the Aravali range.

• 2020: Haryana

Opposition says Haryana is

trying to end protection to the Aravali range.

• 2021: Bihar

Opposition says Bihar is

trying to end protection to the Aravali range.

• 2022: Madhya Pradesh

Opposition says Madhya

Pradesh is trying to end protection to the Aravali range.

• 2023: Jharkhand

Opposition says Jharkhand is

trying to end protection to the Aravali range.

• 2024: Bihar

Opposition says Bihar is

trying to end protection to the Aravali range.

• 2025: Bihar

Opposition says Bihar is

trying to end protection to the Aravali range.

• 2026: Bihar

Opposition says Bihar is

trying to end protection to the Aravali range.

• 2027: Bihar

Opposition says Bihar is

trying to end protection to the Aravali range.

• 2028: Bihar

Opposition says Bihar is

trying to end protection to the Aravali range.

• 2029: Bihar

Opposition says Bihar is

trying to end protection to the Aravali range.

• 2030: Bihar

Opposition says Bihar is

trying to end protection to the Aravali range.

फरवरी में भाषायी कृतिलता

□ चन्दन आनन्द

14 फरवरी, 2019 को कश्मीर के पुलवामा में केंद्रीय पुलिस सुरक्षा बल के काफिले पर एक आत्मघाती हमला हुआ। इस आत्मघाती हमले में भारत के 44 जवानों ने देश की सेवा और रक्षा में अपने प्राणों की आहुति दी। इस आत्मघाती हमले की जिम्मेदारी आतंकवादी संगठन जैश-ए-मोहम्मद ने स्वयं ली। साथ ही जिस आतंकवादी ने इस घटना को अंजाम दिया, उसका वीडियो संदेश भी जैश-ए-मोहम्मद ने जारी किया। इस संदेश का प्रारंभ वह आतंकवादी यह कहकर करता है कि 'मैंने यह आत्मघाती हमला गौमूल धीरे वाले हिंदुओं को मारने के लिए किया और जब तक यह वीडियो आप तक पहुंचेगा, तब तक मैं जनत में पहुंच चुका हूंगा'। इस हमले और जैश के इस वीडियो से एक बात और सपष्ट हो गई कि पाकिस्तान और आतंकवादियों द्वारा चलाया जा रहा यह अभियान किसी प्रकार से कोई आजादी की लड़ाई नहीं है। यह विशुद्ध रूप

2019 का फरवरी माह भारत में अपने आप में ही एक बड़ा घटनाक्रम रहा। केवल 10 से 15 दिन के भीतर ही इतनी बड़ी घटनाएं घटित हुईं। हर दिन समाचार जगत और उससे जुड़े लोगों के लिए अहम हो गया। घटनाक्रम इतनी तेजी से बदल रहे थे कि जनता किसी भी स्थिति का पूर्व आकलन करने में असमर्थ थी। इस घटना में हमेशा की तरह मीडिया की भूमिका अहम रही। मीडिया ने पल-पल का समाचार और घटनाक्रम से संबंधित विश्लेषण देश के समक्ष रखा। हर घटना का मीडिया द्वारा विश्लेषण कर अपनी सुविधा और विचार के अनुकूल पक्ष रखा गया। इन पक्षों को रखते हुए मीडिया ने नए विमर्श खड़े करने के प्रयास भी किए। उस समय देश बहुत ही भावुक दौर से गुजर रहा था और अपने आप को असहाय सा महसूस कर रहा था। जनता के भाव के साथ समन्वय स्थापित करने के लिए ऐसे पलों में मीडिया की भूमिका अहम हो जाती है। भारतीय मीडिया भी इस दौर में एक विमर्श स्थापित करने की मनोदशा से उतरी। इस विमर्श

को स्थापित करने में मीडिया और समाचार पत्रों का असली चेहरा और उनको संचालित करने वाली विचारधाराएं और सोच भी देश के सामने आ गईं।

14 फरवरी, 2019 को कश्मीर के पुलवामा में केंद्रीय पुलिस सुरक्षा बल के काफिले पर एक आत्मघाती हमला हुआ। इस आत्मघाती हमले में भारत के 44 जवानों ने देश की सेवा और रक्षा में अपने प्राणों की आहुति दी। इस आत्मघाती हमले की जिम्मेदारी आतंकवादी संगठन जैश-ए-मोहम्मद ने स्वयं ली। साथ ही जिस आतंकवादी ने इस घटना को अंजाम दिया, उसका वीडियो संदेश भी जैश-ए-मोहम्मद ने जारी किया। इस संदेश का प्रारंभ वह आतंकवादी यह कहकर करता है कि 'मैंने यह आत्मघाती हमला गौमूल धीरे वाले हिंदुओं को मारने के लिए किया और जब तक यह वीडियो आप तक पहुंचेगा, तब तक मैं जनत में पहुंच चुका हूंगा'। इस हमले और जैश के इस वीडियो से एक बात और सपष्ट हो गई कि पाकिस्तान और आतंकवादियों द्वारा चलाया जा रहा यह अभियान किसी प्रकार से कोई आजादी की लड़ाई नहीं है। यह विशुद्ध रूप



से भारत में इस्लाम की स्थापना की लड़ाई है। इसकी पुष्टि स्वयं पाकिस्तान के नेताओं ने टीवी और वहां की संसद में भी इस आत्मघाती हमले के बाद करते हुए कहा कि यह 'गजवा-ए-हिंद' की लड़ाई है और जारी रहेगी।

हमला भारत पर हुआ था, भारत के सैनिकों पर हुआ था। इस हमले की पूरी योजना आतंकवाद को विदेश नीति के रूप में उपयोग करने वाले पाकिस्तान में बनाई गई। पूरा भारत इस हमले से आहत था। 44 बलिदानी जवानों के आधे-अधूरे शब जैसे-जैसे उनके प्रांतों और नगर-गांवों में पहुंचे, वैसे-वैसे भारत का खून और उबला। पूरा देश आतंकवाद के विरोध में कड़ी कार्यवाही चाहता था। लेकिन भारत का मीडिया शायद देश से भिन्न विचार रख रहा था। देश पर हुए हमले पर उसकी प्रतिक्रिया ऐसी थी मानों भारत से उनका कोई सम्बंध ही न हो। इसी दौरान हिन्दी भाषी समाचार पत्र और अंग्रेजी समाचार पत्रों के बीच का अंतर भी खुलकर सामने आया। जब भारत में अंग्रेजों का शासन था, तब अंग्रेजों ने देशी प्रेस अधिनियम 1878 लाया। इस अधिनियम के तहत भारतीय भाषाओं में प्रकाशित होने वाले सभी समाचार पत्रों के प्रकाशन पर रोक

हमला भारत पर हुआ था, भारत के जवान सैनिकों पर हुआ था। इस हमले की पूरी योजना आतंकवाद को विदेश नीति के रूप में उपयोग करने वाले पाकिस्तान में बनाई गई। पूरा भारत इस हमले से आहत था। 44 बलिदानी जवानों के आधे-अधूरे शब जैसे-जैसे उनके प्रांतों और नगर-गांवों में पहुंचे, वैसे-वैसे भारत का खून और उबला...

लगा दी गई और केवल अंग्रेजी समाचार पत्रों को ही प्रकाशन की अनुमति मिली। अंग्रेजों का मानना था कि देशी भाषाओं के समाचार पत्र अंग्रेजी शासन के विरोध में लिखकर भारतीय जनता के मन में विरोध का भाव उत्पन्न करते हैं। उस समय अंग्रेजों को खुश करने के लिए अंग्रेजी समाचार पत्र उनकी चाटुकारिता करने में कोई कसर नहीं छोड़ते थे। भारतीय स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद देशी भाषाओं के समाचारों ने हमेशा ही देशहित को सबसे ऊपर रखा। बाद में भारत के लोकतंत्र की हत्या कर जब इंदिरा गांधी द्वारा 1975 में देश में आपातकाल लगाया गया, तब भी हिन्दी और अन्य देशी भाषाओं के समाचार पत्रों ने उनका खुलकर विरोध किया। एक बार फिर देश की आत्मा पर हमला करने वालों के बचाव में अंग्रेजी भाषा

के समाचार पत्र खुलकर आए और उन्होंने देशहित को पीछे छोड़ इंदिरा गांधी की सराहना करना प्रारंभ कर दी। परिणामस्वरूप हिन्दी भाषा के समाचार पत्रों के प्रकाशन पर एक बार पुनः अंग्रेजों के बाद इंदिरा गांधी ने प्रतिबंध लगा दिया। देखते ही देखते अंग्रेजी समाचार पत्र तो उनके पैरों में ही लेट गए। इस पर लालकृष्ण

आडवाणी का बहुचर्चित वाक्य ध्यान आता है, जब वह उस समय अंग्रेजी मीडिया के बारे में कहते हैं कि 'उन्हें जब झुकने के लिए कहा गया, तब वो तो रेंगने ही लग पड़े।' हम मान सकते हैं कि पहले अंग्रेजी समाचार पत्रों को अंग्रेजों का डर था और बाद में इंदिरा गांधी का कि वह हिन्दी के पत्रकारों की तरह उन्हें भी जेल में न डाल दें। लेकिन सोचने का विषय यह है कि आज कौन सी शक्तियां अंग्रेजी मीडिया को भारत और भारतीयों के भावों के विरोध में लिखने और कार्य करने में विवश कर रही हैं।

अब हम फरवरी माह में हुए घटनाक्रम के उपर आते हैं। भारत पर पाकिस्तान के जैश-ए-मोहम्मद नामक आतंकी संगठन ने यह कायरतापूर्ण हमला किया और भारत के अंग्रेजी समाचार पत्रों ने इस हमले की जिस



प्रकार रिपोर्टिंग की, उसे देखकर कहना कठिन था कि यह भारतीय समाचारपत्र हैं या पाकिस्तानी। लगभग हर अंग्रेजी समाचारपत्र ने इस हमले को भारतीय जवानों का देश के लिए बलिदान न बताकर अंग्रेजी के 'किल्ड' शब्द का प्रयोग किया, जिसका अर्थ है कि भारतीय जवान 'मारे गए' न कि बलिदान हुए। वहीं दूसरी ओर हर हिंदी और देशी भाषी समाचारपत्रों ने इसे भारतीय जवानों का देश के लिए बलिदान बताकर भारत की भावनाओं के सम्मान में अपने विचार रखे। लेकिन हद तब हुई जब भारत में अंग्रेजी का सबसे ज्यादा बिकने वाला समाचार पत्र 'दि टाइम्स ऑफ इंडिया' के प्रथम पृष्ठ का समाचार शीर्षक पूरे देश ने अगले दिन पढ़ा। भारतीय सुरक्षा बलों पर हुए इस आत्मघाती हमले पर दि टाइम्स ऑफ इंडिया ने लिखा 'Govt blames Pak after local youth rams CRPF convoy with IED-packed SUV in worst terror hit on J&K forces Accuses It Of Supporting Azhar-Led JeM' हमला भारत पर हुआ, भारतीय सुरक्षा बलों पर हुआ। हमले की जिम्मेदारी स्वयं पाकिस्तान के आतंकवादी संगठन जैश-ए-मोहम्मद ने ली। हमले को अंजाम देने वाले आतंकवादी ने स्वयं कबूला कि यह हमला उसने क्यों किया। तो सोचने की बात है कि टाइम्स ऑफ इंडिया को ऐसा क्यों छापना पड़ा जो जैश-ए-मोहम्मद और पाकिस्तान ने भी नहीं कहा। भारत के बहुत से अंग्रेजी समाचारपत्रों ने पाकिस्तान की भाषा इस समय बोली, लेकिन टाइम्स ऑफ इंडिया तो उसे भी पार कर गया और आतंकी को स्थानीय कश्मीरी बताकर, भारत सरकार पर ठीकरा फोड़ दिया कि वह जैश-ए-मोहम्मद पर इस हमले का आरोप लगा रही है। बाद में यह क्रम लंबा चला और अंग्रेजी समाचार पत्रों ने बहुत प्रयास किए पाकिस्तान को बचाने के, लेकिन इस हमले को इस तरह स्वीकार करके बैठना कायरता ही माना जाता। अंततः 26 फरवरी, 2019 को भारत ने अपने जवानों के बलिदान का बदला ले लिया।

1971 के युद्ध के बाद पहली बार भारत ने पाकिस्तान के अंदर घुसकर हमला किया। भारतीय वायुसेना ने पाकिस्तान के बालाकोट में घुसकर जैश-ए-मोहम्मद के आतंकी ठिकानों को ध्वस्त किया और जब तक पाकिस्तान कुछ सोच भी पाता, तब तक भारत अपना काम कर चुका था। बाद में पाकिस्तान के अति आधुनिक अमेरिकी एफ-16 लड़ाकू जहाज को भारतीय वायु सेना के जवान ने अति साधारण मिग जहाज से मार गिराया। लेकिन दुर्भाग्यवश भारतीय पायलट अभिनंदन पाकिस्तान की गिरफ्त में आ गए। उसके बाद भी हिंदी और अंग्रेजी समाचार पत्रों की रिपोर्टिंग देश के प्रति प्रेम और वफादारी के बीच का अंतर पूरी तरह से दर्शाती है। जहां हर हिंदी समाचारपत्र ने अभिनंदन की बहादुरी को सलाम कर, उसे वापिस लाने के लिए पाकिस्तान पर और कड़ी कार्यवाही तक करने की पैरवी की, वहीं प्रत्येक अंग्रेजी समाचारपत्र ने इसे भारत की हार बता पूरे देश को डराने का काम किया। इन समाचारपत्रों की प्रतियों के चित्र इस लेख के साथ दिए गए हैं, जिसमें हम अंतर साफ तौर पर देख सकते हैं।

भारत, भारतीयों और भारतीय सुरक्षा बलों के मनोबल को तोड़ने वाले विमर्श को खड़ा करने के प्रयास अंग्रेजी मीडिया ने इस दौरान बहुत किए। हर प्रयास किया गया कि पाकिस्तान को बचाया जाए, सेना के मनोबल को तोड़ा जाए और सरकार को घेरा जाए। लेकिन वह शायद भूल गए थे कि भारत की जनता के मन में भारत है, जय जवान-जय किसान भारतीयों के लिए केवल नारा नहीं है। पाकिस्तान को जवाब देने के लिए वह भारत सरकार से कहीं अधिक उत्साहित थे। इसलिए डराकर या सरकार को घेरकर वह भारत की जनता के बीच नया विमर्श नहीं चला पाए। साथ ही संप्रेषण के लिए जिस भाषा का उपयोग वह करते हैं, वह भारतीय समाज की भाषा है ही नहीं, तो भाव और विचारों का संप्रेषण कैसे संभव होता।

लेखक, जम्मू-कश्मीर मामलों के विशेषज्ञ और मीडिया शोधार्थी हैं।

□ त्रिवेणी प्रसाद तिवारी

भाव की पुनरावृत्ति

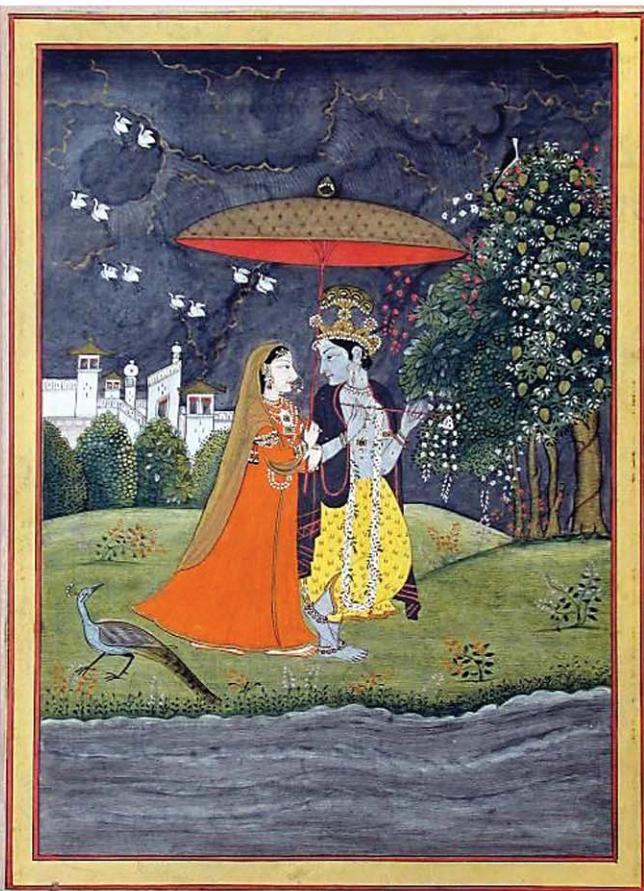
किसी चित्र अथवा मूर्ति को देखते हुए हमारे ऊपर सबसे ज्यादा प्रभाव किस चीज का पड़ता है, उकेरे गये रूपाकारों में उसका यथार्थ अथवा रंग, दर्शक पर सबसे ज्यादा प्रभाव उस कृति में व्यक्त भाव का पड़ता है जो हमें अपनी ओर आकर्षित करता है। आप आकारों का अभ्यास कर सकते हैं, माध्यमों में तकनीक सीख सकते हैं लेकिन कृति की आत्मा उसका भाव है। यह अमूर्त होता है। इसे पढ़ा नहीं जाता बल्कि स्वयं होना होता है। यह तत्व सरल है, स्वयं में अनुभूत करने पर। यह मालूम पड़ता है स्वचिंतन से और घटित होता रहता है। यह इन्द्रिय जनित है, परन्तु कठिन होता जाता है व्यक्त करने में, मुश्किल हो जाता है किसी रूप के साथ ढालने पर, जीवन-पर्यंत की तपस्या हो जाती है जो स्वयं घटित हुआ था। क्योंकि यह भाव है, अमूर्त है, एक तरंग है जो प्रतीत होती है परन्तु देख नहीं सकते। देख भी सकते हैं तो किन्ही समय दशाओं में जैसे दुःख का नाम आते ही आप गिरते हुए अश्रु या कराहता मुखमण्डल महसूस करते हैं।

इन्द्रियों की अंतः संचालिका वृत्ति भाव ही है। पूरे जीवन क्रम में भावों की ही निष्पत्ति होती है। चूंकि कला अभिव्यक्ति है जीवन की। अंतः जीवन के लक्षणों की पुनरावृत्ति होती है। यह कलाकार की साधना का अहम बिंदु है। हमारे जीवनचर्या में, लोक में सबसे पहले भाव की ही प्रतिष्ठा की गई है। बहुत साधारण अर्थों में जीवन का मर्म समझा दिया जाता है कि जैसा भाव होगा वैसी प्राप्ति, अर्थात् जो बनाना चाहते हो, जैसा गढ़ना चाहते हैं वह बाहर नहीं है बल्कि वह आपके भीतर ही है। कलाकार जो भी गढ़ता है, उसका रचना संसार उसके अंदर के भावों का विस्तार होता है। यहां एक भ्रम खड़ा होगा आपके सामने यदि उसका रचना संसार केवल उसका अपना है तो यह कितना सच है, क्योंकि उसके अन्दर का मनोभाव भी तो प्रतिपल परिवर्तित हो रहा है। यहां परिवर्तन का कारण प्रकृति भी है। तो इतने रूपों के रचना के बाद भी भाव, अछोर सागर की भाँति अथाह रह जाता है। यदि हम अपने भावानुसार ही कृतियों को देखते हैं तब तो और भी उलझन है क्योंकि हम ही हम को देखते हैं तो वह कहां देखा जो रचनाकार ने देखा-

ही है। कलाकार जो भी गढ़ता है, उसका रचना संसार उसके अंदर के भावों का विस्तार होता है। यहां एक भ्रम खड़ा होगा आपके सामने यदि उसका रचना संसार केवल उसका अपना है तो यह कितना सच है, क्योंकि उसके अन्दर का मनोभाव भी तो प्रतिपल परिवर्तित हो रहा है। यहां परिवर्तन का कारण प्रकृति भी है। तो इतने रूपों के रचना के बाद भी भाव, अछोर सागर की भाँति अथाह रह जाता है। यदि हम अपने भावानुसार ही कृतियों को देखते हैं तब तो और भी उलझन है क्योंकि हम ही हम को देखते हैं तो वह कहां देखा जो रचनाकार ने देखा-

**जाकी रही भावना जैसी
प्रभु मूरत देखी तिन्ह तैसी।**

कला के षडंग सिद्धांत में भाव बहुत व्यापक अवधारणा है। यह मनोविज्ञान का सूक्ष्म विषय हो सकता है परन्तु भारतीय कला दर्शन में बहुत गहरे अर्थ रखता है। षटंग सिद्धांत में यह तीसरे सोपान पर आता है। रूपभेद और प्रमाण के बाद। इस स्तर पर वह अपने ही मनोभावों का परीक्षण करता रहता है। बहुत ही तटस्थ होकर प्रकृति के कार्य-व्यापार, प्राणियों के व्यवहार को देखता है। प्रतिक्रिया स्वरूप उत्पन्न होती मानसिक क्रियाओं को गुनता रहता है। प्रकृतिस्थ हो स्वयं के विचार-अवसाद, प्रेम, आदि को बाहरी रूपों में संधान की कोशिश करता है। यह प्रक्रिया निहायत ही निजी होती है। इसी कारण कलाकार किसी विशेष वैचारिकी में बंध कर नहीं रहता। उसके भावों का सच्चा प्रतिरूप जहां प्रतीत होता है वहां कुछ रचने लगता है। अलग अर्थों में उसका जीवन भावों का रूप संधान हो जाता है। जब वो भाव ही माया प्रकृति



हमारे जीवनचर्या में, लोक में सबसे पहले भाव की ही प्रतिष्ठा की गई है। बहुत साधारण अर्थों में जीवन का मर्म समझा दिया जाता है कि जैसा भाव होगा वैसी प्राप्ति, अर्थात् जो बनाना चाहते हो, जैसा गढ़ना चाहते हैं वह बाहर नहीं है बल्कि वह आपके भीतर ही है। कलाकार जो भी गढ़ता है, उसका रचना संसार उसके अंदर के भावों का विस्तार होता है।

हो तो कितना कठिन हो जाता है इस मानवी शरीर से किसी शारीरिकी, किसी रूपाकार में उस अमूर्त, अव्यक्त को बांधना। वह तो सुन्दर है, रमणीय है किंतु क्षण-क्षण में नवीनता धारण करता है, 'क्षणे-क्षणे यन्नवतामुपैति तदेव रूपं रमणीयताः।'

कला में यह साध्य विषय है। आकारादि का अभ्यास एक तरह से कंकाल है और भाव उसका प्राण है। किसी चित्र में अंकित विषय-वस्तु ही नहीं चलते बल्कि उस चित्रित रूपाकारों में जीवन के सारे गतिमान लक्षण होते हैं। उनकी मुद्राएं किन्हीं प्रकारों में ही संयोजित रहती हैं। उन आकारों की विशिष्ट मुद्राएं विशेष भावों का वहन करती हैं। इसी क्रम में रचनाकार अपनी कल्पनाओं से नए भावों की संरचना करता है। उदाहरण स्वरूप आधुनिक कला में विशिष्ट भाव मुद्रा के निरूपण का अद्भुत शक्तिशाली चित्रण मिलता है तैयब मेहता की कृति 'महिषासुरमर्दिनी' में। इसमें देवी को चित्रित किये जाने की वो परंपरागत छवि नहीं है ना ही उस रूप में महिषासुर ही है लेकिन सर्वथा अलग तरह का भाव-बोध इस चित्र में दिखायी पड़ता है। यह कलाकार की अपनी निजी यात्रा है उस रूप में भाव प्राप्ति का। इस चित्र में देवी का जनमानस में बसा आराध्य स्वरूप नहीं है बल्कि रेखाओं का कोणीय संयोजन है आकार में। सपाट रंगों से आकृति उभरती है। देवी की मुखाकृति बड़ी ही सपाट है किन्तु दो लाइनों में त्रिनेत्र, आंखें तथा हाथों में एक पतला तीर जो लाइन के तेज स्ट्रोक में है जिसमें तीक्ष्णता है। नीचे महिष की उलटी आंखें और बगल से उठा एक हाथ रोकता हुआ जो यथार्थ शरीर रूप



इसी क्रम में रचनाकार अपनी कल्पनाओं से नए भावों की संरचना करता है। उदाहरण स्वरूप आधुनिक कला में विशिष्ट भाव मुद्रा के निरूपण का अद्भुत शक्तिशाली चित्रण मिलता है तैयब मेहता की कृति 'महिषासुरमर्दिनी' में। इसमें देवी को चित्रित किये जाने की वो परंपरागत छवि नहीं है ना ही उस रूप में महिषासुर ही है लेकिन सर्वथा अलग तरह का भाव-बोध इस चित्र में दिखायी पड़ता है...

में नहीं है। पूरे चित्र में भावों के नये आयाम बनते हैं वरना तो यह वो आराध्य स्वरूप नहीं है जो आम जनमानस पूजता है। साधारणतया भारतीय जनआस्था अधिक बुद्धि के फेर में नहीं पड़ती। वह तो कोई माटी का माधो बना के रीझ पड़ता है। नदी से लाये गोल अण्डाकार पत्थर को कपड़े में लपेट कर सुला देता है, चन्दन आदि से पूजित शालिग्राम बना देता है। उसके लिए भाव प्रधान है-

'न देवो विद्यते काष्ठे न पाषाणे न मृण्मये।'

भावे हि विद्यते देवस्तस्माद् भावो हि कारणम् ॥'

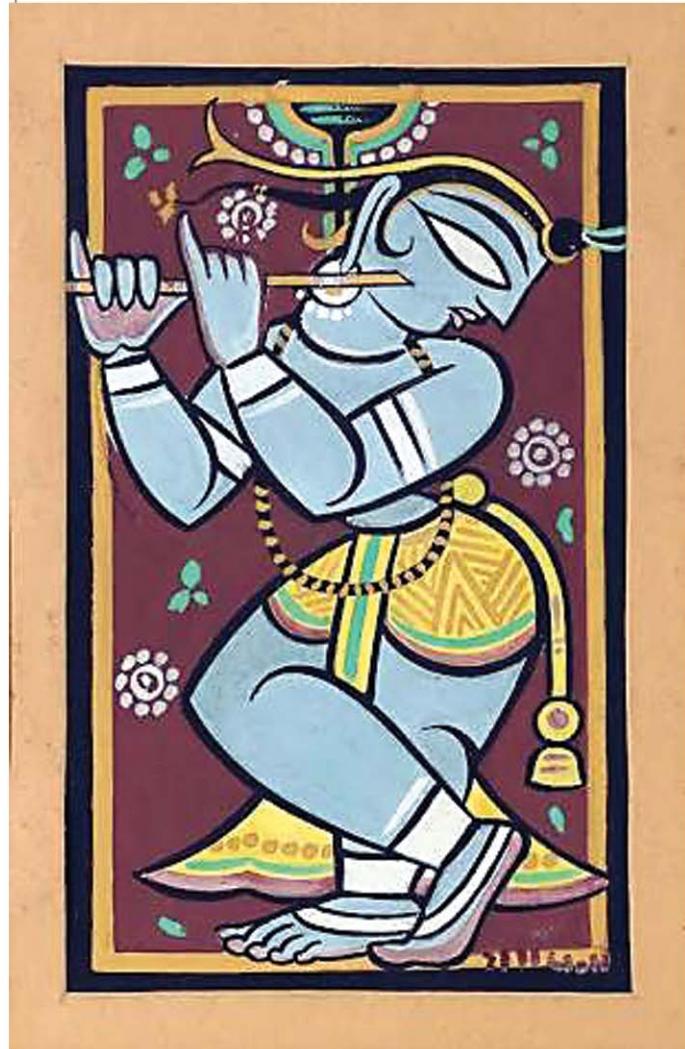
अर्थात् ईश्वर न काष्ठ (लकड़ी) में है, न पत्थर में और न ही मिट्टी में अथवा मूर्ति में। वह केवल भाव में रहता है। अतः भाव ही मुख्य है।

यहां सवाल उठता है यदि लोकमानस इतना सहज है कि वो केवल भाव देखता है तो नवबोध से रची किसी कृति में अपने आराध्य को देखकर असहज क्यों हो जाता है? जैसे एम. एफ. हुसैन के चित्र सरस्वती पर लोग क्यों बिफर पड़े? आमजन आस्था के स्वरूप पर चिढ़ क्यों जाता है? क्योंकि किसी रूपाकार को आराध्य बनने में केवल आकार-प्रकार या मुद्राएं ही नहीं होती है बल्कि भावों की शुद्ध साधना है जो लम्बे चिन्तन और रूप साधना का प्रतिफल होता है। इसका सुन्दर उदाहरण बुद्ध प्रतिमा निर्माण में दिखाई पड़ता है। वर्तमान में जो रूप सारनाथ म्यूजियम में संरक्षित मूर्ति में हमें मिलता है उसे प्राप्त होने में कितने ही कलाकारों की पीढ़ियां तिरोहित हो गईं उस भाव सत्त्व को

रूप में ढालते-ढालते, समय के इतने अन्तराल के बाद वो रूप मिला जो धर्मचक्र प्रवर्तन मुद्रा में पाया जाता है। अब उस रूप को चीवरहित नगन की तरह प्रस्तुत किया जाए तो क्या यह आधुनिक बोध है।

भारतीय संदर्भ में केवल कला ही साध्य नहीं होती बल्कि उससे कहीं ज्यादा कसौटी कलाकार की होती है। उसका जीवन अनुक्रम होता है क्योंकि शरीर ही साधन है, कृति के प्रतिफलन का। इन्द्रियों के भाव-विभाव ही आपके चिन्तन की दिशा-दशा और दृष्टिबोध तय करते हैं। इसलिए हमारे यहां सर्जक होना इसी जीवन में होते हुए अलग आयाम पर होना होता है। यदि आयाम की शुचिता को वह धारण नहीं करता तो कितने ही सुन्दर चित्र बना ले, रूप गढ़ ले वह लोकमानस में स्थान नहीं पा सकता, वो तथाकथित आधुनिक कलाकार बन सकता है, करोड़ में बिक कर किसी की शोभा बन सकता है अथवा म्यूजियम में सज कर इतिहास की किताब में आ सकता है किन्तु भारतीय मनस में कोहबर की तरह, गौर-गणेश या शिव की पिण्डी की तरह सहज रूप बन पैठ नहीं सकता। यहां महत्व पूर्ण साध्य है भावों की शुद्ध प्राप्ति। अन्ततः किसी कला को लोक का हो जाना चाहिए। किसी म्यूजियम का होके हमेशा बड़ेपन के ऐंठ से क्यों भरा होना चाहिए, कलाकार के निजी हाथों से निकलकर समाज भूमि का हो जाना चाहिए।

अन्ततः
किसी कला को लोक का हो जाना चाहिए। किसी म्यूजियम का होके हमेशा बड़ेपन के ऐंठ से क्यों भरा होना चाहिए, कलाकार के निजी हाथों से निकलकर समाज भूमि का हो जाना चाहिए...



कलाकार के निजी हाथों से निकलकर समाज भूमि का हो जाना चाहिए।

संस्कृत के महाकवि भास के नाटक 'दूतवाक्यम्' में एक प्रसंग में वह लिखते हैं कि दुर्योधन 'द्रोपदी चीरहरण' का चित्र देखते हुए उसके भाव और रंगों की प्रशंसा करता है, 'अहो! भावोपपन्नताश् अहो!

अस्य वर्णाद्यता'। लगभग

दूसरी शती रचित इस कृति से उस

समय भी भाव के महत्व का पता चलता है।

यह तत्व किसी भी रचना का मूल है। किसी घटना या दृश्य देखकर मन में कुछ उमड़ने-घुमड़ने लगता है, कहीं से कोई शब्द जुड़ जाता है, कोई आकार खींचते हैं तो सुदूर बचपन की देखी हुई आकृतियां उभरने लगती हैं। विह्वल क्षणों में गुनगुना उठते हैं। यह सब जो एकाएक घटित हो जाता है, भाव ही तो है जो बहने लगता है। भावों के सहज उच्छ्लन ने ही तो वाल्मीकि को आदिकवि बना दिया।

मा निषाद प्रतिष्ठां त्वमगमः शाश्वतीः समाः ।

यत्क्राँचमिथुनादेकमवधी काममोहितम् ॥

सम्पूर्ण प्राणिजगत भावनाओं के बन्धन में बंधा हुआ है। क्या भावों के कई रूप हैं? क्या इन्हे बांटा जा सकता है? भाव अप्रत्यक्ष हवा सी है। जो सब में है लेकिन दिखाई नहीं पड़ता। तमाम स्वरूपों में दृष्टिगत होता है।

भावविहीन कुछ भी नहीं हो सकता। यह बहुत जटिल है। परिभाषाएं और भेद बनाए जा सकते हैं परन्तु यह खुद

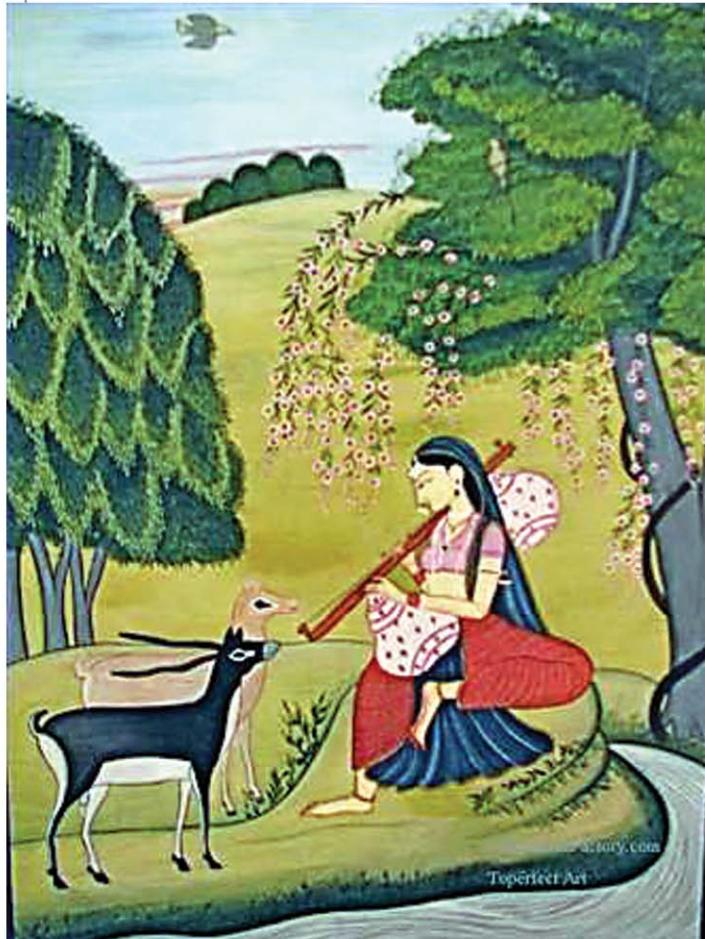
में महसूस होता है। कला क्षेत्र में प्रायः दो धाराओं में भाव निष्पत्ति देखी जा सकती है, आकृतिमूलक और आकृतिविहीन। आकृतिमूलक विधान में हमारे चारों ओर घटित होने वाले जीवनसंदर्भों की ही पुर्नरचना होती है। उसमें रियलिस्टिक, हाइपर रियलिस्टिक, फोटो रियलिस्टिक होता है अर्थात् हू-ब-हू वास्तविक या वस्तुगत चित्रण। कई कलाकार रूपों को वास्तविकता में रखते हैं जिन्हें आप आसानी से पहचान सकते हैं। आकृतिविहीन चित्रण में विविध रंगों, रेखाओं, आकार के बहुस्तरीय आयाम रचते हुए अपने भावों को उद्घटित करते हैं। इस तरह की रचनाओं में समाकृति नहीं होती। आसपास की देखी जानी हुई रूप, विघटित अथवा कई आकारों का एक-दूसरे में घुलता हुआ कई स्तर बनती है जो

बिल्कुल अलग मनोभाव की सृष्टि करता है।

आकृतिमूलक या आकारविहीनता दोनों रूप का एक अभ्यास है। रेखांकन की विशेषज्ञता है। भाव दोनों के मूल में है। जिस तरह शरीर में श्वास होना जीवित होने का प्रमाण है उसी तरह चित्र, मूर्ति में अंकन ऐसा हो जैसे वह सांस ले रहा हो, 'सश्वास इव यच्चित्रम्'। भरतमुनि ने 'नाट्यशास्त्र' में सभी रसों के मूल में भाव की ही व्यंजना की है। मनुष्य भावों का पुतला है, हर क्षण, हर परिस्थिति में उसके अन्दर विचारों के चित्र बनते-बिगड़ते रहते हैं।

आशा-निराशा, प्रासि-विघ्नोह, उद्गेग, किलक-पुलक, प्रेम-घृणा आदि की असंख्य मनः स्थितियों को बिना रूपाकारों के व्यक्त करना असंभव है। रेखा, रंग, रूप, आकार ये सब साधन हैं, शरीर है भावों को व्यक्त करने का। भारतीय कला चिन्तन में प्राचीन काल से ही सरल भावांकन पर विशेष बल दिया गया है। अजंता-एलोरा या बाघ बादामी गुफा चित्र हों या लोक में विवाहादि पूजन पर रचे जाने वाले या कोहवर, माण्डना, अल्पना या रंगोली अथवा बंगाल के कालीघाट के पटचित्र जिसका प्रभाव लेकर जामिनी रँय ने अद्भुत चित्र रचे, सभी में भावपरकता सर्वोपरि है।

कोई सृजन, उसके देशकाल, चिन्तन परिवेश, उसके जीवन दर्शन के फलस्वरूप आकार ग्रहण करता है। इस नजरिये से भारत का जीवन चिन्तन आंतरिक से प्रकृति की ओर उद्धरित करने का संधान है। यह खोज नित्य नवीन चुनौती के साथ हर व्यक्ति के सामने होता है। इसी संधान क्रम में हमारे देश में एक जीवन परम्परा का निर्माण हुआ। यह परंपरा बराबर प्रेरणा देती है, स्वयं से संवाद की...



में कलारूपों का निर्माण अधिक प्रभावी हो जाता है क्योंकि यह देखने की विशेष दृष्टि पैदा करता है भाषा से परे।

आधुनिकता के नाम पर चाहे 'वाद' के स्तर बना लें, चाहे कितने ही पढ़ने के तमगे टांक दिए जाएं लेकिन सवाल हर समय से और संवाद से युगानुरूप नए रूपों की सृष्टि का बोध पैदा होता है। ऐसे ही कलाबोध का रसग्राही समाज रूपाकारों को गढ़ता है। अब जबकि समाज बहुत हद तक व्यक्तिगत हो चला है, ऐसी जीवन परम्परा में व्यक्ति के सहयोग की जगह तकनीक ने ले ली है इसीलिए आज के कला परिदृश्य में आपको कलाकार पहले दिखेगा। उसकी अभिव्यक्ति में तकनीक की प्रधानता दिखेगी। भाव तो आपको स्वयं खोजना पड़ेगा। सृजित कलारूपों में जहां सर्व का होना चाहिए वहां कलाकार का अपना निजीपन अधिक होता जा रहा है।

व्यक्ति और समष्टि का द्वन्द्व पहले से रहा है। यह द्वन्द्व बहुत हद तक पश्चिम का रहा है जो आज हमें अधिक महसूस हो रहा है, जबकि भारतीय परिप्रेक्ष्य कभी इतने सीमित द्वन्द्व में नहीं रहा है।

यहां तो अंतर से प्रकृति की, जीव से ब्रह्म की यात्रा का सुचिन्तित सम्यक पथ है। यहां द्वन्द्व नहीं केवल साधना पथ है। सही-गलत का वाद नहीं बल्कि सत्-असत् का संवाद, विचार-विमर्श और शास्त्रार्थ है जो लोक जीवन परम्परा में अपनी-अपनी अहम् छोड़ तिरोहित हो जाता है। ऐसे ही लोकोत्तर भाव को समाज ग्रहण

करता है, उसके रूपाकार को अपना बना लेता है। कला कलाकार को मुक्त कर देती है, उसके ही रूप बन्धन से।

PSYCHOLOGICAL WARFARE

आपस

अंजिकल औपरेशन्जा)

साइओप्स

(साइकोलॉजिकल ऑपरेशन्ज)

□ रविन्द्र सिंह भड़वाल

साइऑप्स यानी साइकोलॉजिकल ऑपरेशन्ज विभिन्न-विभिन्न कालखंडों में युद्ध कला का एक बेहद प्रभावी और लोकप्रिय प्रारूप रहा है। अभी हाल ही में भारत और पाकिस्तान के आपसी संबंधों में जिस तरह का टकराव देखने को मिला, वहां दोनों देशों ने अपने-अपने स्तर पर इस हथियार का इस्तेमाल करने का प्रयास किया। साइऑप्स ऐसी लड़ाई है जो मनोवैज्ञानिक विधियों द्वारा लड़ी जाती है।

इसका उद्देश्य दुश्मन के अंदर सुनियोजित ढंग से मनोवैज्ञानिक प्रतिक्रिया को उद्घटित करना होता है, ताकि हथियारों की लड़ाई के पहले ही दुश्मन का मनोबल तोड़ दिया जाए। इतिहास के पत्ते पलटने पर आप पाएंगे कि प्राचीन काल से ही लोग मनोवैज्ञानिक युद्ध

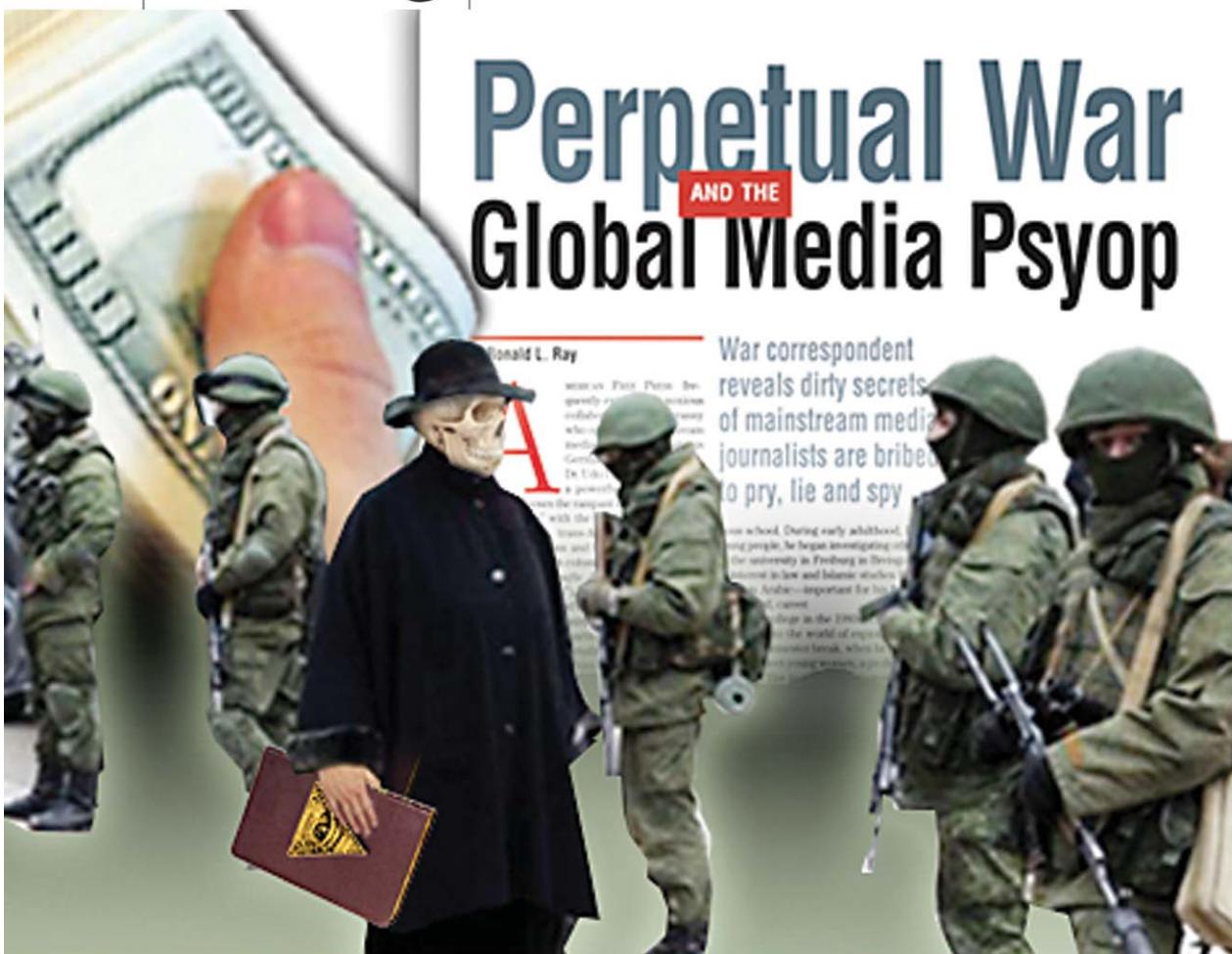
करते आ रहे हैं। कुछ ऐतिहासिक लड़ाइयों के जरिए इस अवधारणा को बेहतर ढंग से समझा जा सकता है।

फारसियों और मिस्र के लोगों के बीच 525
ईसा पूर्व में लड़ी गई पेलुसियम की लड़ाई
मनोवैज्ञानिक रूप से लड़ी गई थी। मिस्र के
लोग बिल्लियों की पूजा करते थे। यह बात
फारसी जानते थे। वह बिल्ली को सेना के आगे
करते ताकि मिस्र वाले उन पर वार ना कर दें।
वह लड़ाई अंततः फारसियों ने हथियारों से
नहीं, बल्कि मनोवैज्ञानिक युद्ध द्वारा जीती थी।
मंगोल के सेनापति चंगेज खान का नियम था
कि पहले गांव को जलाकर राख करके दूसरे
गांवों का मनोबल तोड़ा जाए, ताकि उनमें लड़ने
की क्षमता ही न बचे। अगर एक गांव के सब
लोगों को मार दिया तो आगे वाले गांव के लोग
बिना लड़े ही हथियार डाल देते थे। भारत में

मुगलों के राज का भी कमोबेश यह एक बड़ा कारण रहा है। भारत के भी कई राजा-महाराजा मुगलों से मनोवैज्ञानिक युद्ध की वजह से ही हारे। भारत पर करीब 200 वर्षों तक शासन करने वाले अंग्रेजों ने भी इसी नीति का अनुसरण किया था। आधुनिक युग में लड़े जा रहे युद्ध भी इसी नीति को आधार बनाकर लड़े जा रहे हैं। अमेरिका में अक्सर हर लड़ाई के पहले प्रोप्रेंडा फैलाया जाता है। विश्व के इतिहास में हर जीतने वाले ने मनोविज्ञान के आधार पर अधिकतर अपने दुश्मन का मनोबल तोड़ा है। यही है मनोवैज्ञानिक लड़ाई। यदि गहराई से देखा जाए, तो सारे युद्ध मनोवैज्ञानिक ही होते हैं, क्योंकि दिखने वाली हार जीत युद्ध की योजना और उसके सफल क्रियान्वयन पर निर्भर करती है। युद्ध विद्या के जानकार मानते हैं कि युद्ध के निर्णय पहले ही तय हो जाते हैं।

Perpetual War AND THE Global Media Psyop

War correspondent reveals dirty secrets of mainstream media journalists are bribed to pry, lie and spy



सामान्य व्यक्ति को वह युद्ध के परिणाम बाद में दिखाई पड़ते हैं। ऐसे ही एक युद्ध विचारक सून जू ने अपनी किताब 'द आर्ट ऑफ वार' में लिखा है - समस्त युद्धों में विजय का मूल भ्रम है। युद्ध की विभिन्न रणनीतियों में शत्रु के दिमाग को पढ़कर उसके विपरीत योजना बनाना और उसे लागू करना यही युद्ध का मनोवैज्ञानिक पहलू है।

कोई ज्यादा वक्त नहीं बीता है जब कश्मीर में जारी अशांति के मद्देनजर केंद्रीय सूचना एवं प्रसारण राज्य मंत्री मंत्री राज्यवर्धन सिंह राठौड़ ने कहा था कि साइबर जगत में लड़ा जाने वाला 'मनोवैज्ञानिक युद्ध' हमारे समय का नया खतरा बन चुका है। उन्होंने नए युग के इस युद्ध में मुकाबला करने के लिए लोगों से 'सोशल मीडिया सैनिक' बनने का अनुरोध किया था। इसके साथ ही उन्होंने इस हकीकत को भी जोर देकर बयां किया था कि मौजूदा समय में दुनिया हैरतअंगेज गति के साथ बदल रही है।

पहले पारंपरिक युद्ध होते थे, फिर परमाणु युद्ध हुए और फिर लिमिटेड इन्टेंसिटी वार (जैसे करगिल युद्ध) हुआ। लेकिन आज का खतरा साइबर युद्ध है और वह भी इस मनोवैज्ञानिक युद्ध के जरिए।

मनोवैज्ञानिक युद्ध की मारकता को रेखांकित करते हुए उन्होंने संकेत किया कि विश्व के जीवित जंग के मैदानों के रूप में प्रसिद्ध राजौरी तथा पुंछ के जिलों में गोलियां इतनी प्रभावशाली नहीं होतीं, जितना कि मानसिक स्तर पर लड़े जाना वाला युद्ध। ऐसा इसलिए क्योंकि अगर जवान मानसिक स्तर पर अपने आप पर तथा दुश्मन पर विजय हासिल कर लेता है, तो वह आप तो सुरक्षित रहता ही है, अपने साथियों को भी इस आग से बचाए रखता है। इसी मानसिक युद्ध, जिसे मनोवैज्ञानिक युद्ध भी कहा जा सकता है, के कारण ही आज भारतीय सैनिक पाकिस्तानी सेना पर विजय हासिल किए हुए हैं इस सच्चाई

मनोवैज्ञानिक युद्ध की मारकता को रेखांकित करते हुए उन्होंने संकेत किया कि विश्व के जीवित जंग के मैदानों के रूप में प्रसिद्ध राजौरी तथा पुंछ के जिलों में गोलियां इतनी प्रभावशाली नहीं होतीं, जितना कि मानसिक स्तर पर लड़े जाना वाला युद्ध। ऐसा इसलिए क्योंकि अगर जवान मानसिक स्तर पर अपने आप पर तथा दुश्मन पर विजय हासिल कर लेता है, तो वह आप तो सुरक्षित रहता ही है, अपने साथियों को भी इस आग से बचाए रखता है...

लिये संघर्ष करना पड़ता था, किन्तु बंटवारे के पश्चात् विदेशी धर्मों के अतिरिक्त विदेशी आर्थिक शक्तियों से भी जूझना पड़ रहा है, जो हिन्दू जीवनशैली की विरोधी हैं।

दूसरी तरफ विश्व भर से भारत के खिलाफ सक्रिय राजनीतिक मिशन पड़ोसी देशों में युद्ध की स्थितियाँ और कारण उत्पन्न करते रहे हैं, ताकि विकसित देशों के लिये उन देशों को युद्ध का सामान और हथियार बेचने हेतु बाजार उपलब्ध रहे।

एक देश के हथियार खरीदने के पश्चात् उसका विरोधी भी हथियार खरीदेगा और यह क्रम चलता ही रहेगा।

दूसरे देशों पर नियंत्रण रखने की भावना से कार्य कर रही ये ताकतें लक्षित देश की तकनीक को विकसित नहीं होने देतीं और उसमें किसी ना किसी तरह से रोड़े अटकाती रहती हैं। देशभक्त नेताओं की गुप्त रूप से हत्या या उनके विरुद्ध सत्ता पलट भी करवाते हैं...

देशभक्त नेताओं की गुप्त रूप से हत्या या उनके विरुद्ध सत्ता पलट भी करवाते हैं। इस प्रकार के सभी यत्न गोपनीय क्रूरता से करे जाते हैं। उनमें भावनाओं अथवा नैतिकताओं के लिये कोई स्थान नहीं होता। इसी को 'कूटनीति' कहते हैं। कूटनीति में लक्षित देशों की युवा पीढ़ी को देश के नैतिक मूल्यों, रहन सहन, संस्कृति, आस्थाओं के खिलाफ भटकाकर अपने देश की संस्कृति का प्रचार करना तथा युवाओं को उसकी ओर आकर्षित करना भी शामिल है, जिसे मनोवैज्ञानिक युद्ध कहा जाता है। यह बहुत सक्षम तथा प्रभावशाली साधन है। इसका प्रयोग भारत के खिलाफ आज धड़ले से हो रहा है। इस नीति से समाज के विभिन्न वर्गों में विवाद तथा विषमतायें बढ़ने लगती हैं तथा देश

टूटने के कगार पर पहुंच जाता है।

आमने-सामने की जंग के अलावा भी कई अन्य क्षेत्रों में मनोवैज्ञानिक युद्ध छिड़ा हुआ है। इसके जरिए विकसित देश अपने सांस्कृतिक साम्राज्यवाद के साथ-साथ बाजार के विस्तार में जुटे हुए हैं। इसके लिए इन्होंने आज ऐसी कई कपटी विधियाँ इजाद कर ली हैं, जो

दूसरे

देशों पर नियंत्रण रखने

की भावना से कार्य कर रही ये ताकतें लक्षित देश की तकनीक को विकसित नहीं होने देतीं और उसमें किसी ना किसी तरह से रोड़े अटकाती रहती हैं। देशभक्त नेताओं की गुप्त रूप से हत्या या उनके विरुद्ध सत्ता पलट भी करवाते हैं...

अल्पविकसित या भारत जैसे विकासशील देशों की जनता, खासकर युवा वर्ग के मनोविज्ञान को मनमाफिक सांचे में ढाल रही हैं।

की परम्पराओं तथा धार्मिक

आस्थाओं में परिवर्तन किये जाते हैं, ताकि वह घरेलू उत्पादों को नकार कर नये उत्पादों के उपयोग में अपनी 'शान' समझने लगें। युवा वर्गों को अर्थिक डिस्काउंट्स, उपहार, नशीली आदतों, तथा आसान तरीके से धन कमाने के प्रलोभनों आदि से लुभाया जाता है, ताकि वह अपने वरिष्ठ साथियों में नये उत्पादों के प्रति जिज्ञासा और प्रचार करें।

इस प्रकार खानपान तथा दिखावटी वस्तुओं के प्रति रुचि जागृत हो जाती है। स्थानीय लोग अपने आप ही स्वदेशी वस्तु का त्याग करके उसके स्थान पर बाहरी देश के उत्पादों को स्वीकार कर लेते हैं। इस प्रकार घरेलू बाजार विदेशियों का हो जाता है। कोकाकोला, फेयर एण्ड लवली, लोरियाल आदि ब्रांड्ज की भारत

में आजकल भरमार इसी अर्थिक एवं मनोवैज्ञानिक युद्ध के कारण है।

ऐसा ही एक युद्ध भारत की सनातन परंपराओं का दुष्प्रचार करने हेतु छेड़ा गया है। भारतीय संतों के खिलाफ दुष्प्रचार के लिये स्टिंग ऑपरेशन, साधु-संतों के नाम पर यौन शोषण के उल्लेख, नशीले पदार्थों का प्रसार और फिर 'भगवा आतंकवाद' का दोषारोपण किया जाता है। अकसर इन प्रसार माध्यमों का प्रयोग हमारे चुनावों के समय में हिन्दू विरोधी सरकार बनवाने के लिये किया जाता है। भारत के अधिकतर मुख्य प्रसार माध्यम ईसाइयों, धनी अरब शेखों या अन्य हिन्दू विरोधी गुटों के हाथ में हैं, जिनका इस्तेमाल हिन्दू विरोध के लिये किया जाता है। भारत सरकार धर्मनिरपेक्षता के बहाने कुछ नहीं करती। अवैध घुसपैठ को बढ़ावा देना, मानवाधिकारों की आड़ में उग्रादियों को समर्थन देना तथा हिन्दू आस्थाओं के विरुद्ध दुष्प्रचार करना आजकल मीडिया का मुख्य लक्ष्य बन चुका है। नकारात्मक समाचारों को छापकर वे सरकार और न्याय-व्यवस्था के प्रति जनता में अविश्वास और निराशा की भावना को भी उकसा रहे हैं। हिन्दू धर्म की विचारधारा को वह अपने स्वार्थों की पूर्ति में बाधा समझते हैं। कॉन्वेन्ट शिक्षित युवा पत्रकार उपनिवेशवादियों के लिये अग्रिम दस्तों का काम कर रहे हैं। सनातन परंपराओं के खिलाफ लड़ा जा रहा यह युद्ध भी प्रत्यक्ष-परोक्ष रूप से मनोवैज्ञानिक आधार पर ही लड़ा जा रहा है। इस प्रकार अलग-अलग कालखंडों में रूप बदलकर साइकोलॉजिकल ऑपरेशन्ज, युद्ध क्षेत्र में निर्णायक भूमिका निभाते रहे हैं। मनोविज्ञान को आधार बनाकर लड़े जाने वाले इस प्रकार के युद्ध में सूचनाएं प्रमुख भूमिका में रहती हैं। भारत के विरोध में उत्तरी इन फैजों द्वारा छेड़े गए युद्ध अंततः उन्हें परास्त करने हेतु जरूरी है कि हर भारतीय न केवल इन षड्यंत्रों को समझे, बल्कि उन्हें परास्त करने के लिए एक प्रभावी तैयारी करे।

अप्रियकर घटनाओं को एकांगी नजरिए से देखना हम भारतीयों की आदत सी बन चुकी है। हमें हमेशा इस बात को स्वीकार करने में ज़िङ्गक रहती है कि गली मोहल्लों में घट रही घटनाओं का भी एक अंतरराष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य हो सकता है और कोई वैश्विक-कॉकस देश भर में समस्याओं की शृंखला खड़ी कर सकता है।

साम्यवाद के संदर्भों में तो समझ की सीमाएं हमें और भी असहज बना देती हैं। जेन्यू से लेकर एचपीयू तक अपने देश और संस्कृति को लेकर जो घृणा का भाव है, उसकी जड़ों को सैद्धांतिक स्तर पर टटोलने की कोशिशें कम ही हुई हैं। हिंदी में तो बिल्कुल नहीं।

पाकिस्तान और चीन को अपने देश पर तरजीह देने की विरासत किन कारणों से पैदा हुई, सभी धर्मों को अफीम मानने वाला साम्यवाद भारत में इस्लाम और ईसाइयत का पहरेदार और हिंदुत्व के प्रति घृणा भाव से कैसे भर गया, इसकी तह तक जाने की जहमत भारतीय बुद्धिजीवियों ने कम ही उठाई है। इस परिस्थिति में प्रसिद्ध पत्रकार संदीप देव की किताब 'कहानी कम्युनिस्टों की' सन्नाटे को चीरने वाली भूमिका में हमारे सामने आती है। किताब भारत में घटी और घट रही घटनाओं को समझने और यथार्थ को वैश्विक नजरिए से देखने के लिए प्रेरित करती है।

साम्यवाद की विविध रणनीतियों और रूपों से हमारा परिचय कराती है। पुस्तक का प्रारंभ साम्यवाद के सैद्धांतिक आधारों को टटोलने से होता है और जब सैद्धांतिकी को खंगालने का काम भारत पहुंचता है, तो उसके केंद्र में नेहरू

रणनीति के तहत किस तरह उपयोग किया और चीन युद्ध के समय उनको किस तरह अंधेरे में रखकर धोखा दिया, वह किताब में बहुत सहज और रोचक बन जाता है। कोई भी राष्ट्र-राज्य साम्यवादियों के लिए सबसे बड़ी शत्रु क्यों होता है, इसकी भी बड़ी गहराई से व्याख्या इस पुस्तक में की गई है।

राष्ट्र को चुनौती देने के लिए ही सन् 1919 में अंतरराष्ट्रीय स्तर पर कम्युनिस्ट इंटरनेशन की स्थापना की गई थी। इसके जरिए कई देशों में लाल क्रांति करने के लिए कम्युनिस्ट पार्टियों का गठन किया गया था। पुस्तक की सबसे बड़ी विशेषता नए संदर्भ ग्रंथों तक इसकी पहुंच है। हिंदी माध्यम में आई किताबों में प्रायः वैश्विक संदर्भ स्रोतों का अभाव ही दिखता है। लेकिन लेखक ने अपनी बात को प्रमाणिक बनाने के लिए विभिन्न स्रोतों का उल्लेख कर इस किताब को ही महत्वपूर्ण संदर्भ ग्रंथ बना दिया है।

संदीप देव ने साम्यवादियों के लाल और खूंखार चेहरे को देखने के लिए एक खिड़की खोली है

कहानी कम्युनिस्टों की

खंड-I: 1917 से 1964
वामपंथी वाल, चरित्र और चेहरा

संदीप देव

प्रस्तावना: रामबहादुर राय

नवीन
संस्करण

BLOOMSBURY

आ जाते हैं। यद्यपि यह किताब साम्यवाद का वास्तविक स्वरूप हमारे सामने रखना चाहती है, लेकिन नेहरू की वैचारिकी और व्यक्तित्व को समझने-परखने का एक नया वैचारिक सिरा भी हमारे हाथ पकड़ा जाती है।

नेहरू की वैचारिक बनावट की यात्रा पर संदर्भों के साथ जिस तरह से यह पुस्तक प्रकाश डालती है, वह आंख खोलने वाला है। मसलन फिलिप स्प्रैट का यह कथन कि 'मैं जितना समझता था, उससे बड़े कम्युनिस्ट थे।' कांग्रेस पर कब्जा करने के लिए साम्यवादियों ने एक

और भविष्य के शोधों के लिए एक आधार भूमि उपलब्ध कराई है। भारत में साम्यवाद को लेकर नई पीढ़ी में एक कसमसाहट दिखती है, लेकिन प्रायः वह खंडन का सशक्त वैचारिक आधार उपलब्ध न होने के कारण सही रास्ते का चुनाव नहीं कर पाती।

यह किताब युवाओं को वर्तमान कसमसाहट में निजात दिला सकती है। नई पीढ़ी का पथ-प्रदर्शक बनाने की सभी संभावनाओं को यह किताब खुद में समेटे हुए है।

- डॉ. जयप्रकाश सिंह

□ जयेश मटियाल

पिछले सात दशकों में आतंकवाद की जो खेप पैदा हुई है, उसके लिए वैचारिक स्तर पर भी काफी प्रयास किए गए हैं। जिहाद अलग-अलग स्तरों से होकर, अब बड़े पैमाने पर आतंकी फैक्ट्री को गढ़ने का काम इंटरनेट कर रहा है। लिहाजा जिहाद का मीडिया नेटवर्क खूब फल-फूल रहा है। इंटरनेट और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के जरिए वैचारिक जिहाद ने दस्तक दे दी है, जो साइबर वर्ल्ड में जिहाद 3.0 है।

यहां पर जिहाद को तीन चरणों में वर्गीकृत है। प्रथम चरण यानी जिहाद 1.0 जब घोड़ों की सवारी कर तलवारें, चाकू हाथ में लिए जिहादी आतंकवाद को फैलाया जाता था। भारत पर मुस्लिम आक्रमण और फिर हिन्दुओं की हत्या, लूटपाट, बलात्कार, मतान्तरण नाना प्रकार के अत्याचार,

साइबर वर्ल्ड में जिहाद 3.0

ब्राह्मणवाद में हजारों की संख्या में हिन्दुओं का नरसंहार किया और उनकी महिलाओं और बच्चों को अरब इस्लामी गुलाम बाजारों में बेचा गया।

द्वितीय चरण, जिहाद 2.0 जब तकनीकी रूप से सक्षम हुआ तो आधुनिक टैक्नो, विमानों, गाड़ियों, की सवारी कर आतंकी मंसूबों को अंजाम दिया गया जो आज भी जारी है। इसका एक बड़ा उदाहरण 9/11 अमेरिका पर आतंकी हमला, जिसमें वर्ल्ड ट्रेड सेंटर, न्यूयॉर्क स्थित ट्रिवन टावर्स के साथ अलकायदा आतंकवादियों ने चार जेट विमान अपहरण कर 2 विमानों को टकरा दिया, जिसमें 90 देशों के लगभग 3000 से ज्यादा लोग मारे गए थे।

इंटरनेट के विकास के बाद और सोशल मीडिया के उभार के साथ जिहादी आतंकवाद अब सोशल मीडिया की सवारी कर रहा है। आतंकी संगठनों के विश्व भर में जिहाद फैलाने के लिए विभिन्न ऑनलाइन मैगजीन, वेबसाइट, फेसबुक आईडी-पेज, फाइल

कालान्तर में ऐसे कई उदाहरण हैं। इनमें से मुहम्मद बिन कासिम का उदाहरण हमारे सामने आता है, जिसने भारत में मंदिरों को ध्वस्त करवाया, मूर्तियां तोड़ी गई, महलों को लूटा गया। देवल पर आक्रमण के बाद,





आज के समय में यह ज्यादा खतरनाक व घातक है क्योंकि इसके जरिए वैचारिक रूप से जिहादी आतंकवाद फैलाया जा रहा है। परिणामस्वरूप कई लोग जिहादी विचारधारा से प्रभावित होकर आतंकी संगठनों का दामन थाम रहे हैं तो कई अप्रत्यक्ष रूप से आतंकी गतिविधियों में आए दिन संलिप्त पाए जाते हैं। पहले आतंक के लिए वैचारिक रूप से, जिहाद के लिए प्रेरित करना एक चुनौती जैसी थी, मगर सोशल मीडिया के उभार के बाद यह चुनौती, जिहादियों के लिए अवसर के रूप बदल गई...

शेयरिंग पोर्टल, ब्लॉग अकाउंट, टिव्टर अकाउंट, यू-ट्यूब चैनल व सोशल मीडिया के अन्य प्लटफॉर्म पर सक्रिय हैं, जो जिहाद का तृतीय चरण यानी जिहाद 3.0 है। आज के समय में यह ज्यादा खतरनाक व घातक है क्योंकि इसके जरिए वैचारिक रूप से जिहादी आतंकवाद फैलाया जा रहा है। परिणामस्वरूप कई लोग जिहादी विचारधारा से प्रभावित होकर आतंकी संगठनों का दामन थाम रहे हैं तो कई अप्रत्यक्ष रूप से आतंकी गतिविधियों में आए दिन संलिप्त पाए जाते हैं। पहले आतंक के लिए वैचारिक रूप से, जिहाद के लिए प्रेरित करना एक चुनौती जैसी थी, मगर सोशल मीडिया के उभार के बाद यह चुनौती, जिहादियों के लिए अवसर के रूप बदल गई। अवसर इसलिए भी बना क्योंकि सोशल मीडिया का बेहतर उपयोग तो शिक्षित व्यक्ति ही कर सकता है, और शिक्षित व्यक्ति को वैचारिक रूप से जिहाद के लिए प्रेरित करना अपने आप में एक बड़ी उपलब्धि है। आज समाज शिक्षित है, जो अमानवीय कुरूत्यों के

प्रति सजग है, ऐसे में जिहाद 3.0 को अशिक्षा का परिणाम नहीं माना जा सकता है बल्कि यह परिणाम है जिहादी आतंकवाद, कट्टरवाद की लगातार खुराक का। यह परिणाम है गैर-मुस्लिमों के खिलाफ नफरत भरे विचार तैयार करने का।

जिहाद 3.0 का परिणाम कितना घातक हो सकता है, इसे केरल की एक घटना के माध्यम से समझा जा सकता है। नवंबर 2017 में केरल पुलिस ने आशंका जताई थी कि केरल में एक साल के भीतर करीब 100 लोगों ने इस्लामिक स्टेट (आईएस) को ज्वाइन किया। इसमें पुलिस ने दावा किया था कि उनके पास संबंधित 100 लोगों के खिलाफ 300 से ज्यादा ऑडियो किलप, व्हाट्सऐप मैसेज, टेलीग्राम मैसेज ऐप व अन्य सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म से आईएस में शामिल होने के पुख्ता सबूत हैं। इन ऑडियो किलप में एक महिला का ऑडियो किलप भी शामिल था, जिसमें महिला ने अपने पति की मृत्यु के बारे में बताया, जो आईएसआईएस में

शामिल हुआ था। ऐसी कई घटनाएं हैं जो भारत समेत पूरे विश्व में हो रही हैं, जो संकेत हैं जिहाद 3.0 का।

साइबर वर्ल्ड में जिहाद 3.0 का एक उदाहरण दाबिक ऑनलाइन मैगजीन है, जिसका पहला प्रकाशन 5 जुलाई, 2014 में रमजान के समय हुआ। इस्लामिक स्टेट आफ इराक एंड दि लेवेंट द्वारा संचालित इस मैगजीन का नाम दाबिक इसलिए है, क्योंकि इनके अनुसार 'दाबिक शहर में एक चिंगारी जली हुई है और इसकी गर्मी अल्लाह की अनुमति से तीव्र हो जाएगी और तब तक तीव्र रहेगी जब तक क्रूसेडर आर्मी दाबिक में जल नहीं जाती'।

मैगजीन का पहला अंक दि रिटर्न ऑफ खिलाफा है। मैगजीन के अनुसार 'खिलाफत की स्थापना का लक्ष्य हमेशा एक रहा है वह है, इस सदी के जिहाद का पुनरुत्थान', यानी जिहाद 3.0। दाबिक मैगजीन का एक अंक जस्ट टेरर नाम से है। इस आर्टिकल में कम्युनिस्टों के खिलाफ अफगान जिहाद समाप्त होने के बाद बंगाल यानी बांग्लादेश में जिहाद का उदय कैसे हुआ, को सिलसिलेवार तरीके से बताया गया है और लिखा है कि 'बंगाल के मुसलमानों के बीच सैकड़ों वर्षों से चली आ रही आशा के बीच जिहाद की एक नई रोशनी पैदा हुई जो यूरोपीय उपनिवेशवाद और हिंदू सांस्कृतिक आक्रमण दोनों के प्रभावों के कारण शिर्क और बिद'अह में डूब गई थी'...

दाबिक मैगजीन का एक अंक जस्ट टेरर नाम से है। इस आर्टिकल में कम्युनिस्टों के खिलाफ अफगान जिहाद समाप्त होने के बाद बंगाल यानी बांग्लादेश में जिहाद का उदय कैसे हुआ, को सिलसिलेवार तरीके से बताया गया है और लिखा है कि 'बंगाल के मुसलमानों के बीच सैकड़ों वर्षों से चली आ रही आशा के बीच जिहाद की एक नई रोशनी पैदा हुई जो यूरोपीय उपनिवेशवाद और हिंदू सांस्कृतिक आक्रमण दोनों के प्रभावों के कारण शिर्क और बिद'अह में डूब गई थी'...

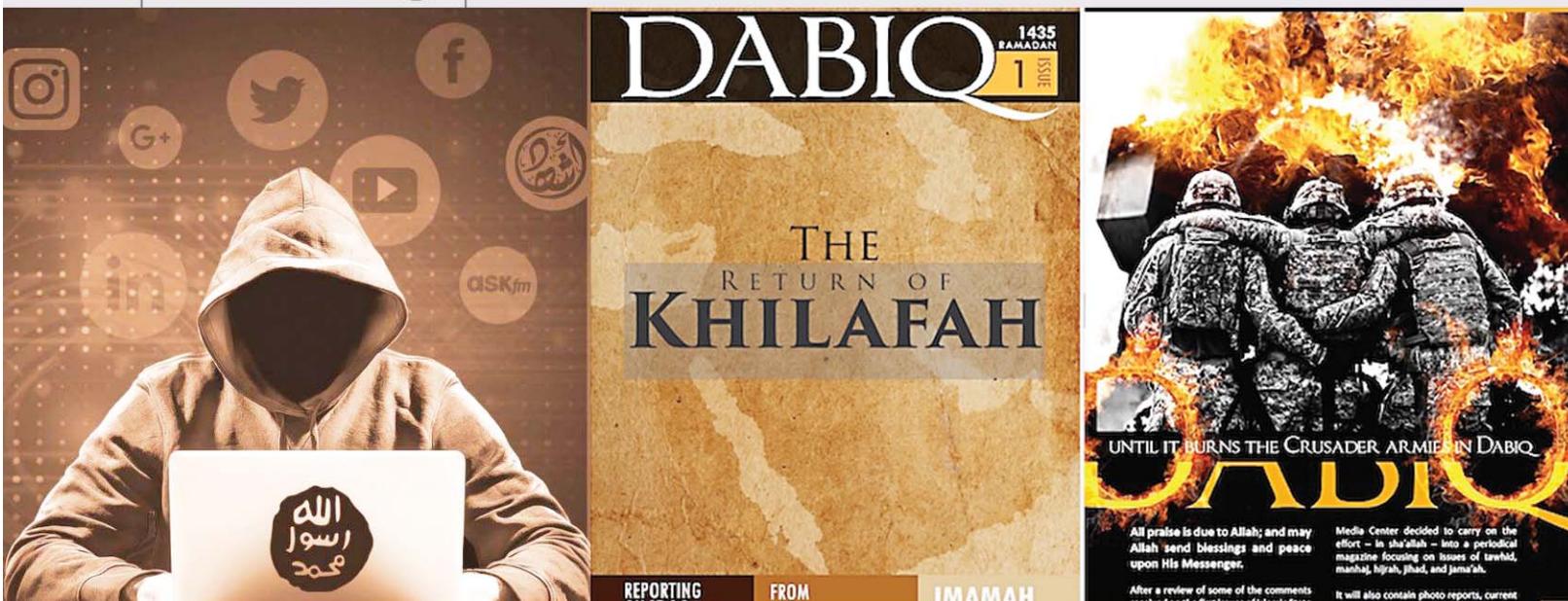
से चली आ रही आशा के बीच जिहाद की एक नई रोशनी पैदा हुई जो यूरोपीय उपनिवेशवाद और हिंदू सांस्कृतिक आक्रमण दोनों के प्रभावों के कारण शिर्क और बिद'अह में डूब गई थी'।

भारत के प्रति जिहादी धृणित मानसिकता का अंदाजा आप इन चंद लाइनों से लगा सकते हैं, आर्टिकल में लिखा है कि 'तथाकथित मुस्लिम भाईचारे का भारतीय उपमहाद्वीप, मूर्खता से यह सोचता है कि तौहीद की पुकार, जिहाद और खिलाफत को,

शहादत से कुचला जाएगा। वे भूल गए थे कि इस उम्मा के पेड़ (जिहाद के पेड़) को पानी नहीं दिया जाता है, उसके शहीदों का खून दिया जाता है'

दाबिक के कुल 15 अंक है, आखिरी अंक 31 जुलाई, 2016 का है। इसके बाद यह मैगजीन बंद कर दी गई। आईएसआईएस की एक और ऑनलाइन मैगजीन दर-अल-इस्लाम, जिसका पहला अंक 23 दिसंबर, 2014 को प्रकाशित हुआ। मैगजीन के कुल 10 अंक हैं, और भाषा फ्रेंच। मैगजीन में फ्रांस और पेरिस में आतंकवादी





हमलों की प्रशंसा करने वाले लेख शामिल हैं।

अगस्त 2016 में इस्लामिक स्टेट का प्रमुख रणनीतिकार अबु मुहम्मद अल-अदनानी के मारे जाने के बाद दाबिक और दर-अल-इस्लाम मैगजीन का स्थान ऑनलाइन मैगजीन रूमियाह (रोम) ने ले लिया। रूमियाह नाम इसलिए है क्योंकि इनके अनुसार 'हदीस में मुहम्मद ने कहा है कि मुस्लिम, कुस्तुंतुनिया (कॉन्स्टेंटिनोपल) और रोम (रोमन साम्राज्य) को जीतेंगे'। रूमियाह के कुल 13 अंक हैं। मैगजीन में गैर-मुस्लिमों के खिलाफ हमलों को उचित बताते हुए, काफिरों के छोटे-बड़े समूहों पर किन चाकुओं से कैसे हमला किया जाए, इसका विस्तृत विवरण मैगजीन में मिलता है।

मैगजीन में एक अंकड़े के मुताबिक 'बंगाल यानी बांग्लादेश व उसके आसपास के क्षेत्रों में हिजरी कैलेण्डर के मुताबिक 1436-1437 के बीच 42 प्रतिशत हिंदू व बौद्ध लोगों की हत्याएं चाकू से की गई'। दूसरे अंक में लिखा है कि 'काफिरों का खून तुम्हारे लिए हलाल है इसलिए इसे बहाओ'। मैगजीन के तीसरे अंक में महमूद गजनवी द्वारा भारत पर आक्रमण का विस्तृत विवरण है। इस अंक में लिखा है कि 'मूर्तियों को तोड़ना और उनके आदर्शों को जलाना जिहाद का एक बड़ा पहलू है जिसे सभी नबियों ने प्रचलित किया था और गजनवी ने भारत के खिलाफ जिहाद छेड़ने, मूर्तियों को नष्ट करने व भारतीय भूमि पर इस्लाम फैलाने के लिए खुद को समर्पित किया'। महमूद के भारत पर आक्रमण से लेकर सोमनाथ मंदिर लूटने व मूर्तिभंजन का गुणगान मैगजीन में किया गया है...

मैगजीन के तीसरे अंक में महमूद गजनवी द्वारा भारत पर आक्रमण का विस्तृत विवरण है। इस अंक में लिखा है कि 'मूर्तियों को तोड़ना और उनके आदर्शों को जलाना जिहाद का एक बड़ा पहलू है जिसे सभी नबियों ने प्रचलित किया था और गजनवी ने भारत के खिलाफ जिहाद छेड़ने, मूर्तियों को नष्ट करने व भारतीय भूमि पर इस्लाम फैलाने के लिए खुद को समर्पित किया'। महमूद के भारत पर आक्रमण से लेकर सोमनाथ मंदिर लूटने व मूर्तिभंजन का गुणगान मैगजीन में किया गया है...

एक बड़ा पहलू है जिसे सभी नबियों ने प्रचलित किया था और गजनवी ने भारत के खिलाफ जिहाद छेड़ने, मूर्तियों को नष्ट करने व भारतीय भूमि पर इस्लाम फैलाने के लिए खुद को समर्पित किया'। महमूद के भारत पर आक्रमण से लेकर सोमनाथ मंदिर लूटने व मूर्तिभंजन का गुणगान मैगजीन में किया गया है। आतंकी संगठनों द्वारा संचालित ऑनलाइन मैगजीन इस्तोक, कुस्तुंतुनिया, इन्स्पाइर, इस तरह की सभी मैगजीन आपत्तिजनक तो हैं ही, साथ ही जिहादी, मानवता के कितने बड़े भक्षक हैं और गैर-मुस्लिमों के प्रति घृणा व कुकृत्यों को इन

मैगजीन में साफ देखा जा सकता है। इंटरनेट और सोशल मीडिया का उपयोग करके जिहाद वैचारिक स्तर पर अपने पांच पसार रहा है, शारीरिक जिहाद फैलाने वालों को तो सेना मुठभेड़ कर मार गिरा रही है। वैचारिक आतंकवादियों, जिहादियों को, वैचारिक रूप से ही सोशल मीडिया पर मुठभेड़ कर ढेर किया जा सकता है, इसीलिए वैचारिक जिहाद का सोशल मीडिया पर तीव्र प्रतिकार होना आवश्यक है, और यह भी देश सेवा ही है।

-जयेश मटियाल
लेखक, युवा पत्रकार और मीडिया
जनसंचार के विद्यार्थी हैं।



जिहादी पब्लिक रिलेशन्ज

□ अखिल शर्मा

आतंकवाद एक पुराने बूढ़े वृक्ष की तरह है, जिसकी 1400 साल पूर्व की जड़ें आज भी मिलती हैं। समय में बदलाव के साथ-साथ आधुनिक युग में जिहादियों के काम करने का मात्र तरीका बदला है, बाकी गैर-मुस्लिमों को मारने की परंपरा आज भी वही है जो 1400 वर्ष पूर्व थी। मीडिया को आज के युग का सबसे बड़ा हथियार माना जाता है। इस बात को आतंकवादी संगठन भी भलीभांति जानते हैं। आज आतंकवादी संगठन मीडिया का भरपूर उपयोग कर आतंकी मंसूबों को अंजाम दे रहे हैं।

मीडिया क्षेत्र में पब्लिक रिलेशन्ज अहम भूमिका निभाता है। पीआर का काम लक्षित व सौदेश्यपूर्ण संबंध बनाना है, किसी व्यक्ति, वस्तु या संस्थान को प्रोमोट करना, लोगों को उसके बारे में अवगत करवाना है। पीआर किन्ही संगठनों और प्रमुख लोगों की छवि बनाने में महत्वपूर्ण कारक है। आजकल यही काम जिहाद के नाम पर आतंकवाद फैलाने के लिए किया जा रहा है।

अपनी बातों से लोगों को प्रभावित करना, आकर्षित करना पीआर की अनूठी कला है। इसी कला का प्रयोग अब आतंकवादियों द्वारा भी किया जा रहा है, ताकि आतंकवाद फैलाया जा सके। आतंकी संगठनों में पीआर वैचारिक रूप से जिहाद फैलाता है।

पब्लिक रिलेशन्ज के माध्यम से आतंकवाद फैलाने के लिए इन लोगों ने पहले से ही अपनी टारगेटेड ऑडियंस तय करके रखी होती है। ये आतंकवादी संगठन अपना काम खुलेआम नहीं कर सकते। इनका कार्य तो लुका-छुपी करके ही पूर्ण होता है। खुफिया एजेंसियों के रडार पर आने का खतरा भी इनके सिर पर हमेशा मंडराया होता है। इनके पीआर की सबसे बड़ी कार्यनीति यह है कि ये लोग अपना कार्य मजहब की आड़ में छिपकर करते हैं। इसके द्वारा लोग इनके साथ एक जुड़ाव महसूस करते हैं और फिर लोगों को गलत राह पर धकेल देते हैं। ये लोगों का माइंडवॉश करने का काम करते हैं। आजकल के दौर में यही लोग मीडिया का सहारा लेकर लोगों के मन में जहर घोल रहे हैं। आतंकी समूह पब्लिक रिलेशन्ज को

पब्लिक रिलेशन्ज के माध्यम से आतंकवाद फैलाने के लिए इन लोगों ने पहले से ही अपनी टारगेटेड ऑडियंस तय करके रखी होती है। ये आतंकवादी संगठन अपना काम खुलेआम नहीं कर सकते। इनका कार्य तो लुका-छुपी करके ही पूर्ण होता है। खुफिया एजेंसियों के रडार पर आने का खतरा भी इनके सिर पर हमेशा मंडराया होता है। इनके पीआर की सबसे बड़ी कार्यनीति यह है कि ये लोग अपना कार्य मजहब की आड़ में छिपकर करते हैं। इसके द्वारा लोग इनके साथ एक जुड़ाव महसूस करते हैं और फिर लोगों को गलत राह पर धकेल देते हैं। ये लोगों का माइंडवॉश करने का काम करते हैं। आजकल के दौर में यही लोग मीडिया का सहारा लेकर लोगों के मन में जहर घोल रहे हैं। आतंकी समूह पब्लिक रिलेशन्ज को



मजबूत बनाने के लिए कुछ खास तरीके, कुछ खास पद्धतियां अपनाते हैं, जिससे आम आदमी के मन में डर पैदा किया जा सके। जैसे कुछ भयावह चित्र दिखाना, कटे सिर, खून से सने चाकू-खंजर और छोटी-छोटी घटनाओं को इस तरीके से पेश करना कि लोगों में इनका खौफ बना रहे। ये सब इनकी मूल रणनीतियां हैं। ये आतंकवादी संगठन पीआर के माध्यम से लोगों में डर पैदा करते हैं और इनकी विचारधारा का अनुसरण करने वाले लोग इनसे जुड़ाव महसूस करते हैं। ये पीआर के लिए गलत तरीकों का प्रयोग करते हैं जो सामान्य पब्लिक रिलेशन्ज एथिक्स के खिलाफ है। खुफिया एजेंसियों के रडार पर आने से बचने के लिए ये पब्लिक रिलेशन्ज के प्लेटफॉर्म भी बदलते रहते हैं। आजकल इंटरनेट के जमाने में कोई भी व्यक्ति अपना

संदेश एक स्थान से दूसरे स्थान तक कुछ सेकेंड में पहुंचा सकता है। कमोबेश आतंकवादी संगठन भी इसी का इस्तेमाल जिहाद के लिए कर रहे हैं, ताकि इनकी चर्चा सार्वजनिक हो।

फेक अकाउंट बनाकर अपना काम करना, जैसे दाबिक और रूमियाह जैसी पीडीएफ वर्जन में पत्रिका निकालना ताकि लोगों में भी इनका खौफ बना रहे। फैल्ड में आकर लोगों को प्रभावित करना इनकी शुरूआती रणनीति रही है। पहले संगठन स्थापित हो जाए, फिर ये लोग अपना कार्य धीरे-धीरे पूरा करते हैं।

आज आतंकवाद सभी देशों के लिए चिंता का विषय बना हुआ है। आतंकवादी संगठन, मीडिया विशेष रूप से इंटरनेट व विभिन्न सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का उपयोग कर जिहाद फैलाने का काम कर रहे हैं। जिहादी

पब्लिक रिलेशन्ज इस्लामिक प्रतीकों व शब्दों का उपयोग कर प्रोपेगेंडा फैलाने का काम करते हैं। यह काम एक रणनीति के तहत किया जाता है।

किसी भी चीज के बारे में जानने के लिए उस चीज के बारे में पढ़ना काफी आवश्यक है। हम अपनी राय तभी रख पाते हैं, जब हम उसके बारे में जानते हों। जिहादी पब्लिक रिलेशन्ज और इन आतंकवादी संगठनों की मानसिकता समझने के लिए दाबिक और रूमियाह के चार अंक ही काफी हैं।

दाबिक और रूमियाह जैसी पत्रिकाओं द्वारा ही हम इनकी मानसिकता समझ सकते हैं। इनको वैचारिक रूप से नेस्तनाबूद किया जा सकता है।

लेखक, पत्रकारिता और जनसंचार के विद्यार्थी हैं।

पुलवामा में हुए आतंकी हमले के बाद से केंद्र सरकार आये दिन आतंकवादियों और उनके संगठन को समर्थन करने वालों के खिलाफ सख्त कदम उठा रही है। इसी क्रम में जम्मू-कश्मीर प्रशासन ने घाटी के उन अखबारों को सरकारी विज्ञापन न देने का फैसला लिया जो अलगाववादियों और आतंकवादियों के पक्ष में खबरें प्रकाशित करते हैं। यह दीगर है कि घाटी में ये अखबार लंबे समय से एक प्रोपेंडो के तहत अलगाववादी एंगल के साथ खबरों को पेश करते रहे हैं। इस कदम से गुस्साए कश्मीर घाटी में छपने वाले अधिकतर अखबारों ने रविवार को अखबार का पहला पत्र खाली रखा। अखबारों ने यह कदम राज्यपाल के उस फैसले के खिलाफ उठाया है, जिसके तहत घाटी के दो अखबारों को सरकारी विज्ञापन देना बंद कर दिया गया था।

दरअसल, जम्मू-कश्मीर प्रशासन ने घाटी के दो बड़े अखबार ग्रेटर कश्मीर और रीडर कश्मीर को सरकारी विज्ञापन न देने का फैसला किया था। ये वो अखबार हैं जो अलगाववादियों और आतंकवादियों के पक्ष में खबरों को प्रकाशित करते हैं। प्रशासन के

विज्ञापन नहीं देने के सरकारी फैसले के विरोध में कश्मीर के कई अखबारों ने पहला पेज छोड़ा खाली



इस फैसले से इन अखबारों की करोड़ों की आमदनी पर बुरा प्रभाव पड़ रहा है। आगे भी इस तरह के फैसले उन अखबारों के खिलाफ लिए जा सकते हैं, जो हाशिये पर जा चुके अलगाववादियों के पक्ष में खबरें प्रकाशित करते हैं और पाकिस्तान की भाषा बोलते हैं। इससे डरे कश्मीर एडिटर्ज गिल्ड ने प्रशासन के फैसले का विरोध जताया और 10 मार्च को कई अंग्रेजी और उर्दू के कश्मीरी अखबारों ने पहले पेज को छोड़ खाली छोड़ दिया। पहले पत्र पर सिर्फ केईजी का संदेश छापा था जिसमें लिखा था, 'सरकार द्वारा बिना स्पष्ट कारण बताए ग्रेटर कश्मीर और कश्मीर रीडर को विज्ञापन देने

से मना करने के विरोध में।' केईजी के एक प्रवक्ता ने सरकार के कदम को कश्मीर में मीडिया को 'बर्बाद' करने का कदम बताया। प्रवक्ता ने कहा कि गिल्ड और कश्मीर एडिटर्ज फैरम ने कश्मीर में मीडिया को 'बर्बाद' करने के सरकार के इस कदम के खिलाफ पहला पत्र खाली प्रकाशित करने का निर्णय लिया। गिल्ड के संपादक सदस्यों ने श्रीनगर के प्रेस क्लब में इस बैन का विरोध करने के लिए एक कार्यक्रम किया। इस दौरान संपादकों ने कहा कि सरकारी विज्ञापन किसी अखबार की बड़ी ताकत होते हैं। वो भी घाटी जैसे क्षेत्र में,

क्योंकि यहां आये दिन, किसी न किसी तरह के बंद की वजह से व्यवसाय प्रभावित होते रहते हैं। प्रभावित अखबारों का कहना है कि विज्ञापन रोकने के फैसले की न तो कोई पूर्व सूचना दी गयी, न ही इसके पीछे कोई कारण बताया गया है। ये दोनों ही अखबार सुनियोजित ढंग से कश्मीर की आजादी से संबंधित खबरों और सुरक्षाबलों द्वारा कथित मानवाधिकारों के हनन को एंजेंडा बनाकर देशविरोधी खबरों को प्रकाशित करते रहे हैं। इससे घाटी की सरकार पहले से ही नाराज चल रही थी। इन अखबारों को विज्ञापन नहीं देने के फैसले को इसी से जोड़कर देखा जा रहा है।

सर्फ एक्सेल के नए विज्ञापन पर विवाद



पिछले दिनों सर्फ एक्सेल के नए विज्ञापन पर विवाद की स्थिति पैदा हो गई। यह विज्ञापन होली के त्योहार को ध्यान में रखकर बनाया गया। यह विज्ञापन होली से कुछ ही दिन पहले बाजार में आया था। लिहाजा बाजार भी होली को लेकर पूरी तरह तैयार थे। इस विवादित विज्ञापन में एक हिंदू बच्ची और मुस्लिम बच्चे को लेकर कहानी दिखाई गई है। इसका सोशल मीडिया पर जमकर विरोध किया। विरोध करने वालों का मानना है कि विज्ञापन के जरिए होली के त्योहार को गलत तरीके से प्रदर्शित किया गया है। करीब एक मिनट के इस विज्ञापन में दिखाया गया है कि सफेद टी-शर्ट पहने एक हिंदू लड़की पूरी गली में साइकिल लेकर घूमती है और बालकनी और छतों से रंग फेंक रहे सभी

बच्चों के रंग अपने ऊपर डलवाकर खत्म करा देती है। रंग खत्म हो जाने के बाद वह अपने मुस्लिम दोस्त के घर के बाहर जाकर कहती है कि बाहर आ जा सब खत्म हो गया। बच्चा घर से सफेद कुर्ता-पजामा और टोपी पहने निकलता है। बच्ची उसे साइकिल पर बैठाकर मस्जिद के दरवाजे पर छोड़ती है। आखिर में उसके सीढ़ी चढ़ते वक्त बच्चा कहता है नमाज पढ़ के आता हूँ। वह कहती है, बाद में रंग पड़ेगा। इस पर उसका मुस्लिम दोस्त धीमे से मुस्कुरा देता है। विज्ञापन अंत में कहा जाता है। अपनेपन के रंग से औरों को रंगने में दाग लग जाएं तो दाग अच्छे हैं।

दसअंसल सर्फ एक्सेल की परंपरागत टैगलाइन दाग अच्छे हैं है। इस विज्ञापन के बाद हिंदुस्तान युनिलीवर लिमिटेड के प्रोडक्ट की बायकॉट की मांग उठी थी। कुछ ने दावा किया कि यह विज्ञापन लव जिहाद को बढ़ावा देता है। वहाँ कुछ ने कहा यह हिंदू फोबिया को बढ़ावा देता है। कुछ लोगों ने

बताया कि नमाज को घर पर पढ़ा जा सकता है और हिंदू बच्चे को होली पर बाहर जाने की जरूरत नहीं है। होली के रंगों की तुलना दाग से करने पर लोगों का एक और समूह गुस्से में था। इसको लेकर पतंजलि आयुर्वेद के प्रमुख और योग गुरु बाबा रामदेव ने भी सर्फ एक्सेल की धुलाई करने की बात कही है। रामदेव ने ट्वीट किया है, हम किसी भी मजहब के विरोध में नहीं हैं, लेकिन जो चल रहा है उस पर गंभीरता से सोचने की जरूरत है। लगता है जिस विदेशी सर्फ से हम कपड़ों की धुलाई करते हैं, अब उसकी धुलाई के दिन आ गए हैं?

बता दें कि सर्फ एक्सेल के विज्ञापन के अलावा हिंदुस्तान युनिलीवर लिमिटेड को अपनी चाय पत्ती रेड लेबल के एक विज्ञापन के कारण भी लोगों के गुस्से का सामना करना पड़ा था। विज्ञापन में बताया गया था कि कुंभ एक ऐसी जगह है जहाँ पर बुजुर्गों को छोड़ दिया जाता है।

क्षेत्रीय आकांक्षाओं का प्रतिनिधित्व करते हैं। डीडी फ्री डिश के माध्यम से इन चैनलों के लिए एक उपग्रह नेटवर्क प्रदान करने से न केवल इन क्षेत्रों में इन चैनलों की दृश्यता बढ़ेगी, बल्कि उन्हें अखिल भारतीय स्तर पर अपनी पहचान भी मिलेगी। क्षेत्रीय प्रसारण की बढ़ती पहुंच से क्षेत्रीय संस्कृति को बढ़ावा मिलेगा और स्थानीय प्रतिभाओं को भी अवसर मिलेंगे।

इस संबंध मोदी ने ट्वीट किया, 'जानकर प्रसन्नता हुई कि प्रसार भारती ने भारत के सेटेलाइट दायरे का विस्तार करते हुए 11 और राज्यों के डीडी चैनलों की शुरूआत की है, जिनका निःशुल्क प्रसारण डीडी फ्री डिश के माध्यम से किया जाएगा। इसमें पांच चैनल पूर्वोत्तर के राज्यों के लिए हैं। इससे क्षेत्रीय संस्कृति को मजबूत करने तथा जन आकांक्षाओं को पूरा करने में मदद मिलेगी।'

DD NATIONAL

भारत के 11 और
राज्यों में डीडी
चैनलों के
सेटेलाइट प्रसारण
की शुरूआत

प्रसार भारती ने दूरदर्शन की पहुंच को और व्यापक बनाने की एक और सकारात्मक पहल के तहत डीडी फ्री डिश के माध्यम से भारत के 11 और राज्यों में डीडी चैनलों के सेटेलाइट प्रसारण का शुभारंभ किया है। यह पहला मौका है जब छत्तीसगढ़, गोवा, हरियाणा, हिमाचल प्रदेश, झारखण्ड, मणिपुर, मेघालय, मिजोरम, नागालैंड, त्रिपुरा और उत्तराखण्ड राज्यों को डीडी फ्री डिश के माध्यम से एक सेटेलाइट नेटवर्क पर अपना डीडी चैनल प्राप्त हुआ है।

ये चैनल राज्य की स्थानीय आबादी की

गौरतलब हो कि भारत में टेलीविजन के इतिहास की कहानी दूरदर्शन के इतिहास से ही शुरू होती है। दूरदर्शन अपनी शुरूआत के दिनों से लेकर ही देश में सूचना, मनोरंजन और शिक्षा संबंधी जरूरतों को पूरी जिम्मेदारी के साथ पूरा करता रहा है। आज भी दूरदर्शन का नाम सुनते ही अतीत के कई कार्यक्रम और दृश्य यकायक सजीव हो उठते हैं। आज भले ही टीवी चैनल्स, खासकर निजी चैनल्स पर कार्यक्रमों की बाढ़ आ गई हो लेकिन दूरदर्शन की पहुंच को टक्कर दे पाना अभी भी किसी के बस की बात नहीं है। दूरदर्शन की स्थापना साल 15 सितंबर 1959 को हुई थी। 1975 तक यह सिर्फ 7 शहरों तक ही सीमित था। 1982 में रंगीन टेलीविजन आने के बाद लोगों का रुझान इस ओर ज्यादा बढ़ा। 2003 में दूरदर्शन का 24 घंटे चलने वाला समाचार चैनल शुरू हुआ।

इंटरनेट जगत से जुड़ी एक उत्साहजनक रिपोर्ट सामने आई है। इसके अनुसार भारत में इंटरनेट के दाम पूरी दुनिया के देशों के मुकाबले सबसे कम हैं। इस रिपोर्ट में भारत ने पहला स्थान हासिल किया है। सस्ते इंटरनेट डाटा की इस सूची में अमरीका और ब्रिटेन जैसे विकसित और सूचना क्षेत्र के दिग्गज देश भी भारत से बहुत पीछे हैं। भारत में इंटरनेट डाटा की कीमत 18.36 रुपये है, वहाँ ब्रिटेन में एक जीबी डाटा की कीमत 400 रुपये से अधिक है। अगर हम बात अमरीका जैसे विकसित देशों की करें, तो इस रिपोर्ट के अनुसार अमरीका भी दुनिया के सबसे महंगे इंटरनेट डाटा देने वाले देशों में आता है। यहाँ लोगों को एक जीबी इंटरनेट डाटा के लिए 800.30 रुपये देने पड़ते हैं।

इस सूची में 18.36 रुपये में एक जीबी इंटरनेट डाटा उपलब्ध कराने वाला देश भारत सबसे ऊपर है। पिर किर्गिजस्तान दूसरे स्थान पर है, जहाँ 19.08 रुपये में एक जीबी डाटा मिलता है। उसके बाद कजाकिस्तान में 34.64 रुपये, यूक्रेन में 36.05 रुपये में और रवांडा में 39.57 रुपये में एक जीबी इंटरनेट डाटा मिलता है। अगर बात चीन की करें तो यहाँ भी लोगों को 697.54 रुपये एक जीबी डाटा के लिए चुकाने पड़ते हैं।

रूस में आपको 64.18 रुपये देने पड़ते हैं और जापान में 588.22, पाकिस्तान में 130.48 और सऊदी अरब में भी लोग 396.38 रुपये एक जीबी इंटरनेट के लिए देते हैं। दुनिया में यह औसत 600 रुपये का है। ये आंकड़े केबल डॉट को डॉट यूके की तरफ से जारी किए गए हैं। केबल डॉट को डॉट यूके, इंटरनेट डाटा की कीमतों की तुलना करने वाली शोध कंपनी है।

दुनियाभर में सबसे महंगा इंटरनेट डाटा जिम्बाब्वे में है। यहाँ एक जीबी डाटा के लिए

यूजर को 75.20 अमेरिकी डॉलर (5,270 रुपये) का भुगतान करना होता है। महंगे इंटरनेट के मामले में इक्केटोरियल गिनी और सेंट हेलेना दूसरे और तीसरे नंबर पर हैं। दोनों ही देशों में एक एक जीबी डाटा के लिए 50 अमेरिकी डॉलर से ज्यादा (करीब 3700 रुपये) का भुगतान करना होता है।

भारत पिछले कुछ समय से डिजिटल

किया। भारत में रिलायंस जियो के आने से पहले इंटरनेट की दरें महंगी थीं। भारतीय बाजार में रिलायंस जियो ने 5 सितंबर, 2016 को अपनी सर्विस शुरू की थी। इसके बाद इंटरनेट की दर में रिकॉर्ड कमी हुई। इससे पहले भारतीय बाजार में एक जीबी 3जी डाटा के लिए औसतन 250 रुपये महीना देने होते थे। 2जी के लिए उस समय करीब 100

रुपये लिए जाते थे। जियो के आने के बाद अन्य कंपनियों को भी डाटा के रेट कम करने पड़े। सरकारी मोबाइल सेवा प्रदान करने वाली कंपनी बीएसएनएल ने भी देश में इंटरनेट फ्रेंडली माहौल पैदा करते हुए कई खास प्लान लॉन्च किये हैं।

केंद्र सरकार की महत्वाकांक्षी योजना डिजिटल इंडिया की शुरूआत के बाद से सूचना एवं संचार के क्षेत्र में आशातीत बदलाव देखने को मिला है। शहरों में तो इंटरनेट का प्रसार जबरदस्त तरीके से हो ही रहा है, लेकिन गांव भी

बदलाव की इस बयार से अछूते नहीं रहे हैं। सस्ती मोबाइल कॉल दर और इंटरनेट डाटा डिजिटल इंडिया के तहत देश के कोने-कोने तक डिजिटल क्रांति ला रही है। इस क्रांति के आने से शिक्षा, स्वास्थ्य, आईटी जैसे क्षेत्रों में भारत ने और बड़ी कामयाबी हासिल की है।

भारत में इंटरनेट के उपयोग को लेकर एक बेहद दिलचस्प रिपोर्ट में यह तथ्य उभर कर सामने आया था कि भारतीय इंटरनेट उपभोक्ताओं का सबसे बड़ा हिस्सा ऐसा रहा है, जिसका कहना है कि उनका गुजारा इंटरनेट के बिना चल ही नहीं सकता। यूं तो दुनिया में सबसे ज्यादा इंटरनेट यूजर चीन में हैं और भारत का नंबर उसके बाद आता है, लेकिन अगर ये पूछा जाए कि इंटरनेट यूजर्ज में से कितने लोगों का गुजारा इसके बिना चल ही नहीं सकता, तो भारतीय इस मामले में सबसे आगे हैं।



भारत में पूरी दुनिया के मुकाबले सबसे सस्ता है इंटरनेट डाटा

क्रांति के दौर से यूजर रहा है। एक तरफ जहाँ इस डिजिटल क्रांति की वजह से हर दिन इंटरनेट यूजर्स की संख्या तेज गति से बढ़ती जा रही है, वहाँ दूसरी तरफ दिन-ब-दिन इंटरनेट डाटा की दर सस्ती होती जा रही है। कई रिपोर्ट्ज में सामने आया है कि दुनियाभर में साल 2018 के दौरान स्मार्टफोन की बिक्री में गिरावट आई, लेकिन इस दौरान भारत में स्मार्टफोन की बिक्री बढ़ी है। इसका सबसे बड़ा कारण यह है कि भारत में दुनियाभर में सबसे सस्ती मोबाइल इंटरनेट डाटा है। भारत में दूरसंचार और इंटरनेट सेवाओं के विकास में अंबानी परिवार का उल्लेखनीय योगदान रहा है। अंबानी परिवार में साल 2003 में छोटे भाई अनिल अंबानी ने सस्ते मोबाइल के जरिए हर हाथ में मोबाइल फोन पहुंचाने का काम किया था, तो 2016 में बड़े भाई मुकेश अंबानी ने जियो मोबाइल नेटवर्क का लॉन्च

स्टार इंडिया ने इंडियन प्रीमियर लीग (आईपीएल) के 12वें संस्करण में विज्ञापन से 21 अरब रुपये की कमाई पक्की कर ली है। यह पिछले संस्करण के मुकाबले 20 प्रतिशत ज्यादा होगा। पिछले सीजन में ब्रॉडकास्टर को टीवी और डिजिटल प्लैटफॉर्म से कुल मिलाकर 1,750 करोड़ रुपये की कमाई की थी।

मोगे मीडिया के चेयरमैन डॉक्टर संदीप गोयल का कहना है, इस साल स्टार काफी अच्छा प्रदर्शन करने वाला है। पिछले हफ्ते तक स्टार के पास 2,100 करोड़ के ऐड आ गए थे। स्टार को अलग-अलग भाषाओं में आईपीएल का प्रसारण करने की रणनीति से काफी फायदा हुआ है। इसके अलावा, मार्च में आईपीएल होने का मतलब है कि पिछले साल का बचा विज्ञापन बजट भी इसके लिए इस्तेमाल होगा और अप्रैल से नया बजट आ ही रहा है।

इस सीजन में टीवी और हॉटस्टार पर आने वाले कुछ बड़े विज्ञापनदाताओं में कोका-कोला, फोनपे, बीबो, ओपो, स्क्वाणी, मारुति सुजुकी, ड्रीम 11, एमआरएफ मेकमायट्रिप, वोल्टास, एशियन पेंट्स, सैमसंग एलईडी, प्यूचर ग्रुप, बायजू, विमल पान मसाला, मॉन्डेलेज, मोबाइल प्रीमियर लीग और पॉलीकैब शामिल हैं। एमेजॉन पे, फ्लिपकार्ट, मुद्रा गारमेंट्स और नेस्ले के मैगी जैसे प्रॉडक्ट्स ने केवल हॉटस्टार पर डिजिटल स्पॉन्सरशिप ली।

स्टार स्पोर्ट्स के सीईओ गौतम ठकर ने हाल में एक समाचारपत्र से बातचीत में कहा था कि भारत में आईपीएल सबसे बड़ी प्रॉपर्टी है और कंपनी इसे अगले मुकाम तक ले जाने के लिए उत्साहित है। आईपीएल



आईपीएल के 12वें संस्करण में स्टार इंडिया की विज्ञापन से 21 अरब रुपये की कमाई

अकेला इवेंट है, जो पिछले 11 साल से लगातार वर्ष-दर-वर्ष ग्रोथ कर रहा है।

क्रिकेट का खेल भारत में रोमांच के साथ-साथ करोड़ों की कमाई का एक जरिया रहा है। शायद इसलिए बाजार के एक्सपर्ट इसे आईपीएल नहीं बल्कि 'इंडियन पैसा लीग' भी कहते हैं। आईपीएल में सबसे खास बात यह है कि टीमों के मालिक करपोरेट हाउस या सेलेब्रिटीज होते हैं। आईपीएल में पैसे का पूरा खेल ब्रॉडकास्टिंग राइट्स बेचने, टाइटल स्पॉन्सरशिप और कारपोरेट स्पॉन्सरशिप, फ्रैंचाइजी राइट बेचने, 20 फीसदी टिकट बिक्री, अंपायरों की ऑफिशियल स्पॉन्सरशिप के रूप में होता है। इसके अलावा आईपीएल में सद्वा बाजार गर्म रहता है। खिलाड़ियों पर दांव लगाने के साथ ही हर चौके-छक्के पर बोली लगाई जाती है। कुल मिलाकर आईपीएल को बिजनेस के दृष्टिकोण से डिजाइन किया गया है। यह कंपनियों को आक्रामक ढंग से अपने बिजनेस को प्रचारित करने का अवसर प्रदान

करता है। कंपनियां खिलाड़ियों की जर्सी पर भी विज्ञापन देती हैं, जिससे उन्हें पब्लिसिटी मिलती है। इसके लिए टीम को अच्छी खासी रकम दी जाती है। आईपीएल मैचों के लिए टिकट का दाम टीम मालिक तय करते हैं। खेले गए करीब 60 फीसद मैचों में स्टेडियम हाउसफुल होता है। क्रिकेट में खिलाड़ियों के अलावा ब्रैंड वैल्यू भी एक अहम भूमिका निभाता है। इस बात को नकारा नहीं जा सकता कि बॉलीवुड सितारे जैसे शाहरुख खान, प्रीति जिंटा खेल में ग्लैमर डालते हैं। विराट कोहली और एमएस धोनी कई ब्रैंड्स के साथ जुड़े हुए हैं।

टीम का इनके साथ जुड़ाव ब्रैंड वैल्यू को बढ़ाता है, जो कि कई स्पॉन्सर्स को अपनी ओर आकर्षित करता है।

आईपीएल विजेताओं और रनर अप को एक बड़ी राशि इनाम के रूप में देता है। वर्ष 2017 में विनर्स को 25.8 करोड़ रुपये, रनर अप को 12.9 करोड़, प्लेओफ में तीसरे स्थान वाले को 6.4 करोड़, प्लेओफ में चौथे स्थान वाले को 6.4 करोड़ रुपये मिले थे। इसके साथ ही भारत में गेम मर्चेंडाइज (खेल सामग्री) का बाजार वार्षिक आधार पर 100 फीसदी की दर से बढ़ रहा है। यह बाजार करीब तीन करोड़ डॉलर का है। हर फ्रैंचाइजी मर्चेंडाइज की बिक्री करती है। इसमें टी-शर्ट, कैप, बैट, रिस्ट वॉच और अन्य कई किस्म की सामग्री शामिल होती है। इस अध्ययन के आधार पर सहज ही समझा जा सकता है कि आईपीएल क्रिकेट टूर्नामेंट खेल से कहीं अधिक बिजनेस मॉडल पर आधारित है।

संकलन:

रविन्द्र सिंह भड़वाल