

## भारत में राजनैतिक संचार के माध्यम

कन्हैया झा, (शोध छात्र)

माखनलाल चतुर्वेदी राष्ट्रीय पत्रकारिता एवं संचार वि.वि, भोपाल

Contact: 09958806745, Email: yeskanhaiya@gmail.com

राजनीति तथा विज्ञापन का पुराना सम्बंध है। राजनैतिक विषय में विज्ञापन अपनी निर्णायक भूमिका निभाता है। “आजकल भारत में राजनैतिक विज्ञापन बहुत प्रचलित हो गए हैं। राजनीतिक पार्टियाँ अपने संबन्धनात्मक कार्यक्रम पेशेवर विज्ञापन एजेंसियों से भी करवाती हैं। ये राजनीतिक पार्टियाँ अपनी व विरोधी पार्टी की आवश्यक सूचनायें व ऑकड़े इन विज्ञापन एजेंसियों को दे देती है। राजनीतिक विज्ञापन प्रायः तुलनात्मक प्रकृति के होते हैं। इनमें विज्ञापन करवाने वाली राजनीतिक पार्टी के अच्छे कार्यों व गुणों की विरोधी पार्टी की कमजोरियों व कमियों के साथ तुलनात्मक रूप में दर्शाया जाता है। इन विज्ञापनों का मुख्य उद्देश्य राजनीतिक पार्टी का प्रचार व उसके लिए अधिक वोट बटोरने में मदद करता है।”<sup>1</sup> भारत के प्रमुख दो राजनीतिक दल भारतीय जनता पार्टी एवं कांग्रेस राजनीतिक उद्देश्यों की पूर्ति के लिये राजनीतिक विज्ञापनों का सहारा लेती हैं। इस शोध पत्र के माध्यम से हम दोनों राजनीतिक दलों द्वारा उपयोग की जाने वाली विभिन्न पद्धतियों का विश्लेषण करेंगे।

### भारत के प्रमुख राजनीतिक दल

16वीं लोकसभा के लिए 7 अप्रैल-12 मई 2014 के दौरान 9 चरणों में सम्पन्न चुनावों में भाजपा के नेतृत्व वाले राष्ट्रीय लोकतांत्रिक गठबंधन (National Democratic Alliance) के अदभुत सफलता प्राप्त की थी। जिसके चलते 10 वर्ष के अन्तराल के पश्चात केन्द्र में NDA सरकार की वापसी हो सकी। नरेन्द्र मोदी की राष्ट्रव्यापी लहर ने सभी जातीय एवं सामाजिक समीकरण को ध्वस्त करते हुए 337 (अन्तिम) सीटें NDA के खाते में इस चुनाव में डाली थी। भाजपा ने अकेले ही 282 सीटों पर विजय प्राप्त कर स्पष्ट बहुमत इस चुनाव में प्राप्त किया। तीन दशक के अन्तराल के पश्चात किसी पार्टी ने अकेले ही स्पष्ट बहुमत लोक सभा में प्राप्त किया है तथा स्वतंत्रता के पश्चात लोकसभा में पहली बार अकेले की स्पष्ट बहुमत प्राप्त करने वाली गैर-कांग्रेसी पार्टी यह बनी है। दूसरी ओर दस वर्षों से सत्तारुढ़ रहे कांग्रेस के नेतृत्व वाले संयुक्त प्रगतिशील मोर्चे (United Progressive Alliance &

UPA) की सीटों की संख्या 58 पर ही इस बार सिमटकर रह गयी थी । इसमें कॉंग्रेस की सीटों की संख्या इस बार 44 ही रही । इससे कॉंग्रेस को मुख्य विपक्षी दल का दर्जा भी प्राप्त नहीं हो सका है । उत्तर से दक्षिण तक पूरब से पश्चिम तक नरेन्द्र मोदी की ऐसी लहर इस चुनाव में चली कि राष्ट्रीय दल का दर्जा प्राप्त दलों में बसपा को जहां एक भी सीट इस चुनाव में नहीं मिली वहीं माकपा (CPM) को 9 तथा भाकपा को 1 सीट से ही संतोष करना पड़ा ।<sup>2</sup>

### भारतीय जनता पार्टी

वर्तमान समय में भारतीय जनता पार्टी भारत की सबसे बड़ी पार्टी है। भाजपा के पास लोकसभा की 282 सीटें हैं। इसी दल के नेतृत्व में वर्तमान राजद सरकार चल रही है। “1977 में जब जनता पार्टी की स्थापना हुई तो उस समय भारतीय जनसंघ नामक दल का इसमें विलय हो गया, किन्तु कुछ समय बाद जनता पार्टी में फूट के परिणामस्वरूप पूर्व जनसंघ के कुछ नेताओं ने मिलकर एक नया दल बना लिया और इस नये दल का नाम भारतीय जनता पार्टी रखा गया।”<sup>3</sup>

वर्ष 2014 की 16वीं लोकसभा के चुनाव में पूर्ण बहुमत से भाजपा सत्ता में आयी और नरेन्द्र मोदी देश के प्रधानमंत्री बने । अमित शाह वर्तमान में भारतीय जनता पार्टी के अध्यक्ष हैं ।

### नरेन्द्र मोदी :-

लोकसभा चुनाव 2014 में अबकी बार – मोदी सरकार के नारे को देकर भाजपा ने नरेन्द्र मोदी के नेतृत्व में चुनाव लड़ा। उन्होंने समाज के सभी वर्गों को यह विश्वास दिलाने में सफल रहे कि वर्तमान राजनीतिक परिस्थिति में प्रधानमंत्री पद के वही सबसे उपयुक्त दावेदार हैं। उन्हें भारत के वर्तमान राजनीतिक परिदृश्य में मीडिया के आधुनिक माध्यमों का सबसे सफल उपयोगकर्ता माना जाता है। “श्री नरेन्द्र मोदी ने 26 मई 2014 को भारत के 15वें प्रधानमंत्री पद की शपथ ली और वे भारत के प्रथम प्रधानमंत्री बने जिनका जन्म आजादी के बाद हुआ था। ऊर्जावान, समर्पित एवं दृढ़निश्चय वाले नरेन्द्र मोदी एक अरब से अधिक भारतीयों की आकांक्षाओं और आशाओं के द्योतक है।”<sup>4</sup>

जब से उन्होंने प्रधानमंत्री पद की शपथ ली है तब से देश में अनेक प्रकार के नीतिगत नये कार्यक्रमों का सृजन किया गया है। “मई 2014 में अपना पद सभालने के बाद से ही प्रधानमंत्री मोदी चहुंमुखी और समावेशी विकास की यात्रा पर निकल पड़े हैं । जहां हर भारतीय अपनी आशाओं और आकांक्षों को पूरा कर सके । वे अन्योद्यय : अर्थात् अमित व्यक्ति तक सेवा पहुँचाने के सिद्धांत से अत्याधिक प्रेरित है।”<sup>5</sup>

पहली बार प्रधानमंत्री जन-धन योजना के माध्यम से सरकार ने यह सुनिश्चित किया है कि देश के सभी नागरिक वित्तीय तंत्र में शामिल हों । कारोबार को आसान बनाने के अपने लक्ष्य को केन्द्र में रखकर **मेक-इन-इंडिया** के उनके आह्वान से निवेशकों और उद्यमियों में अभूतपूर्व उत्साह और उद्यमिता के भाव

का संचार हुआ है । **श्रमेव जयते** पहल के अन्तर्गत श्रम सुधारों और श्रम की गरिमा से लघु और मध्यम उद्योगों में लगे अनेक श्रमिकों का सशक्तिकरण हुआ है । और देश के कुशल युवाओं को भी प्रेरणा मिली है ।<sup>6</sup>

**अमित शाह :-**

मीडिया रिपोर्ट के आधार पर यह कहा जा सकता है कि अमित शाह प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी के विश्वासपात्रों में से एक हैं। अमित शाह (जन्म 22 अक्टूबर, 1964) एक भारतीय राजनेता और भारतीय जनता पार्टी के वर्तमान राष्ट्रीय अध्यक्ष हैं। वे भारत के गुजरात राज्य के गृहमंत्री तथा भारतीय जनता पार्टी के महासचिव रह चुके हैं । वे गुजरात से विधायक हैं ।<sup>7</sup>

“सोलहवीं लोकसभा चुनाव के लगभग 10 माह पूर्व शाह दिनांक 12 जून, 2013 को भारतीय जनता पार्टी उत्तर प्रदेश का प्रभारी बनाया गया, तब प्रदेश में भाजपा की मात्र 10 लोकसभा सीटें ही थीं। उनके संगठनात्मक कौशल और नेतृत्व क्षमता का अंदाजा तब लगा जब 16 मई 2014 को सोलहवीं लोकसभा के चुनाव परिणाम आए। भाजपा ने उत्तर प्रदेश में 71 सीटें हासिल की । प्रदेश में भाजपा की ये अब तक की सबसे बड़ी जीत थी । इस करिश्माई जीत के शिल्पकार रहे अमितशाह का कद पार्टी के भीतर इतना बढ़ा कि उन्हें भारतीय जनता पार्टी के अध्यक्ष का पद प्रदान किया गया।”<sup>8</sup>

**भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस**

भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस देश की सबसे पुरानी राजनीतिक पार्टी है। जिसने इस देश पर सबसे अधिक समय तक शासन किया है। पार्टी संविधान के अनुसार गांधीवादी विचार के अनुरूप पार्टी को चलाने का वर्णन है। देश की आजादी से लेकर वर्तमान समय तक कांग्रेस भारत की प्रमुख राजनीतिक दल के रूप में कार्य कर रही है। उसके द्वारा समय अनुसार अनेक नवनीतिगत बदलावों के कार्यक्रम किये गये। कांग्रेस का विस्तार भारत के लगभग सभी राज्यों तक है।

“1885 ई. में एक अंग्रेज अधिकारी ए.ओ.ह्यूम के प्रयासों के फलस्वरूप भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस दल की स्थापना हुई । आन्दोलन को गति प्रदान करना और देश को स्वाधीन कराना इस दल का प्रमुख उद्देश्य था । इस दल के अनेक महान नेताओं ने राष्ट्रीय आन्दोलन को नयी दिशा दी और देश को स्वाधीन कराने में सफलता प्राप्त की ।”<sup>9</sup>

**सोनिया गाँधी-**

कांग्रेस ने अपनी राजनीतिक यात्रा के दौरान कई बार अनुकूल व प्रतिकूल परिस्थितियों का सामना किया है। प्रारम्भ से ही कांग्रेस में यह धारणा रही है कि पार्टी का नेतृत्व गांधी-नेहरू परिवार के किसी सदस्य

को करना चाहिये। इसी कइसी कांग्रेस में नेतृत्व का संकट आया तो पार्टी के अनेक वरिष्ठ पदाधिकारियों द्वारा मांग उठने लगी कि सोनिया गाँधी को पार्टी का राष्ट्रीय अध्यक्ष बनाया जाये।

“सोनिया गाँधी (एंतानियों माइनों) का जन्म 19 दिसम्बर 1946 को ओरबासानों, तुरिन, इटली (यूरोप) में हुआ था। भारत के चर्चित गाँधी परिवार के राजीव गाँधी से 1965 में कैंब्रिज में मुलाकात। श्रीमती इंदिरा गाँधी के बड़े बेटे राजीव गाँधी के साथ 25 फरवरी 1968 को विवाह सूत्र में बंधी। इंदिरा के छोटे बेटे संजय गाँधी के 1980 में निधन के बाद राजीव के राजनीति में शामिल होने के पक्ष में नहीं थी। आमतौर पर वे सार्वजनिक समारोहों से दूर रहती थीं, पर 1984 में राजीव के प्रधानमंत्री बनने के बाद कभी –कभी ऐसे समारोहों में नजर आने लगी। राजीव अपनी माँ इंदिरा गाँधी की हत्या के बाद प्रधानमंत्री बने थे। सोनिया ने राजीव गाँधी के प्रधानमंत्री काल (1985–89) में उनके साथ लगभग 11 देशों की यात्राएँ की।”<sup>10</sup>

1997 में सोनिया गाँधी राजनीति में सक्रिय हुई और कांग्रेस की प्राथमिक सदस्या बनीं। फिर एक वर्ष से भी कम समय में पार्टी की मुखिया बन गईं। वे 1998 में गाँधी परिवार की परम्परागत अमेठी लोकसभा क्षेत्र के अलावा कर्नाटक की बेल्लारी सीट से भी चुनी गईं।<sup>11</sup>

“मई, 2004 में संयुक्त प्रगतिशील मोर्चा का कांग्रेस की अगुवाई में गठन हुआ। साथ ही 16 दलों के समर्थन से यूनाइटेड प्रोग्रेसिव अलायंस का गठन हुआ। सभी दलों के नेताओं ने सर्वसम्मति से यूनाइटेड प्रोग्रेसिव अलायंस का गठन हुआ। सभी दलों के नेताओं ने सर्वसम्मति से सोनिया गाँधी को यूपीए सरकार का अध्यक्ष बनाया उन्होंने यूपीए अध्यक्ष बनते ही देश के विकास में अपनी भूमिका का निर्वाहन करते हुए देश के विकास में अपनी भूमिका निरंतर निभाई।” वर्तमान में भी वह यूपीए की अध्यक्षा हैं।<sup>12</sup>

### राहुल गांधी :-

2014 के लोकसभा चुनाव के समय से ही कांग्रेस कार्यकर्ताओं के मन में राहुल गांधी को कांग्रेस का नेतृत्व देने की मांग उठ रही है। देश के विभिन्न घटनाक्रमों के अवसर पर उन्होंने जनता को अपने पक्ष में करने का प्रयास किया। वर्तमान में “श्री राहुल गांधी भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस के उपाध्यक्ष हैं। उन्होंने पार्टी में वास्तविक आंतरिक लोकतंत्र को बढ़ावा देकर अपने राजनैतिक जीवन को खुले और समावेशी संगठन के निर्माण के प्रति समर्पित किया है।”<sup>13</sup> देश के युवाओं को पार्टी के साथ जोड़ने का प्रयास किया है। उन्होंने दलित अत्याचार घटना के माध्यम से राजनैतिक माहौल को अपने पक्ष में करने का प्रयास किया है।

राहुल गांधी यूं तो पहले से ही पार्टी में नंबर 2 पर हैं। लेकिन 19 जनवरी, 2013 को जयपुर के चिंतन शिविर में उनको पार्टी उपाध्यक्ष बनाने का एलान के बाद वे अब अधिकृत तौर पर पार्टी में नंबर दो की हैसियत वाले नेता बन गए हैं। उन्हें कांग्रेस का युवराज कहा जाता है।<sup>14</sup>

वर्तमान में वह उत्तर प्रदेश की अमेठी सीट से सांसद हैं एवं भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस के स्टार प्रचारक हैं।

### राजनैतिक संचार के माध्यम

राजनेताओं द्वारा अपनी पार्टी के संदेश को एवं स्वयं का राजनैतिक कद बढ़ाने के लिये विभिन्न प्रकार के संचार के माध्यमों का उपयोग किया जाता है। ये माध्यम पार्टी व पार्टी नेताओं की सोच-समझ-अनुभव एवं आदेश पर आधारित होते हैं। क्षेत्र की भौगोलिक, सामाजिक, धार्मिक, जातिगत और जनता के स्वभाव के अनुरूप किया गया संचार ही सफल होता है। प्रमुख संचार माध्यमों का हम विश्लेषण कर रहे हैं-

#### बैनर:

बैनर लोकप्रियता का सबसे प्रमुख माध्यम है। पार्टी का कोई भी कार्यकर्ता, नेता, पदाधिकारी स्वयं की लोकप्रियता एवं पार्टी के प्रचार के लिये इस माध्यम का उपयोग करता है।

बैनरों को शहर के मुख्य मार्गों, चौराहों, भवनों पर लगाया जाता है। इन पर लिखा सन्देश विज्ञापन माना जाता है। राह चलते लोगों द्वारा इसे आसानी से देखा व पढ़ा जा सकता है। राजनेता अपने लक्ष्य समूह को प्रभावित करने के लिये ऐसे स्थानों पर बैनर लगवाता है जहां अधिक से अधिक संदर्भित जनता संदेश को ग्रहण कर सके। इसके लिये अनेक प्रोफेशनल कम्पनियां कार्य करती हैं। जिसका कार्य प्रभावी बैनरों का निर्माण एवं सही जगह का चुनाव करना होता है। राजनेता तथा पार्टी इन एजेंसियों के माध्यम से ही बैनर लगवाती है।

#### पब्लिक अपियरेन्स (सार्वजनिक उपस्थिति):

एक पार्टी तथा व्यक्ति के समाज के सभी वर्गों तक पहुंच पाना संभव नहीं होता। इसीलिये पार्टी अपने विचारों तथा नीतियों के सार्वजनिक उपस्थिति के कार्यक्रम करती है। इसके माध्यम से पार्टी की अच्छाई, नीति, लक्ष्य तथा योजना का प्रचार एवं प्रसार किया जाता है। जनता का नेता से सीधा संबंध तो नहीं होता लेकिन इन सार्वजनिक उपस्थित के कार्यक्रमों से अमुक नेता तथा पार्टी के बारे में धारणा का निर्माण करती है।

#### राजनीतिक दलों के घोषणापत्र:-

घोषणापत्र राजनीतिक संचार का प्रमुख माध्यम है। घोषणापत्र किसी राजनीतिक दल का सैद्धांतिक दर्पण होता है। इसका निर्माण पार्टी के सिद्धांत, योजना, नीति तथा अपने मतदाताओं को प्रभावित करने के लिये किया जाता है। घोषणापत्र में किये गये वादों पर खरा उतरना राजनैतिक दलों की सैद्धांतिक बाध्यता होती है। सत्तारूढ़ दल के घेरेबंदी के लिये भी विपक्ष द्वारा इसका उपयोग किया जाता है।

“आज विश्व स्तर पर दलीय व्यवस्थाओं के लिए उपयुक्त माना गया है। आधुनिक राज्यों की पेचीदा समस्याओं व परिस्थितियों, ज्वलन्त मुद्दों, सवालियों तथा जनहितकारी नीतियों व निर्णयों के निर्माण, स्पष्टीकरण तथा कार्यान्वयन में दलों की भूमिका के उल्लेखनीय योगदान से सभी व्यवस्थाएं परिचित हो

चुकी है। सही शब्दों में कहा जाय जो राजनीतिक दल व्यवस्था-निर्माण एवं संचालन में आधारीय संवाहक की भूमिका निभाते हैं। दल व्यवस्थागत समस्याओं व मुद्दों को उभारकर व्यवस्था के सदस्यों को विषय के महत्व से परिचित कराते हैं। दल व्यवस्थागत समस्याओं व मुद्दों को उभारकर व्यवस्था के लिए सरकार का ध्यान आकृष्ट कराते हैं। राजनीतिक दलों के चुनावी घोषणा पत्र (Election Manifesto) का भी जनता की नजर में काफी महत्व है। घोषणा पत्र में प्रस्तावित घोषणाओं, नीतियों, कार्यक्रमों के आलोक में जनता राजनीतिक दलों के संबंध में अपनी राय बनाती है। और मतदाता के रूप में दल की नीतियों पर अपनी मुहर लगाकर किसी दल को सरकार के निर्माण का अधिकार प्रदान करती है। उदारवादी व्यवस्था में मतदाताओं के पास दल या उम्मीदवार के चयन की स्वतंत्रता (Freedom of Choice) होती है और चुनावी मैदान में मौजूद दलों के उम्मीदवारों में से वे अपनी पसंद के दल या उम्मीदवार को अनपा वोट देते हैं। सर्वाधिकारवादी व्यवस्थाओं की प्रकृति-प्रवृत्ति में पायी जाने वाली भिन्नता की वजह से दलीय प्रणाली के स्वरूप में भी विविधता पायी जाती है। जिसे एकदलीय, द्विदलीय तथा बहुदलीय प्रणाली की कोटि में वर्गीकृत किया जाता है। दलीय स्वरूप का वर्गीकरण व्यवस्था में मौजूद दलों की संख्या पर आधारित होता है। और इसी के अनुरूप दलीय प्रणाली का नाम, उनकी विशेषताएं तथा कार्यशैली भी एक दूसरे से भिन्न होता है।<sup>15</sup>

**नुक्कड़ नाटक:**-नुक्कड़ नाटक किसी भी संदेश को जनता तक पहुंचाने का सस्ता और प्रभावी परंपरागत माध्यम है। “नुक्कड़ नाटक वस्तु: लोक मानस का दर्पण होता है, जो समाज और राष्ट्र का दर्शन कराता है, इसमें लोकभावना का प्रतिबिम्ब देखने को मिल जाता है, लोक नाटक, लोक-मानस का आदर भी करता है और उसको प्रभावित भी करता है। साथ-साथ समस्याओं के समाधान भी प्रस्तुत करता है, लोक नाटक की लोकप्रियता का कारण जन-मानस के प्रति उसकी निकटता है।”<sup>16</sup>

भाजपा ने हरियाणा चुनाव के दौरान कांग्रेस के कुशासन को उखाड़ फेंकने के लिए नुक्कड़ नाटक का सहारा लिया था। एक प्रेस विज्ञप्ति जारी कर भाजपा ने कहा था कि भारतीय जनता पार्टी नुक्कड़ नाटकों के माध्यम से हुड्डा सरकार के 10 वर्षों के कुशासन की पोल खोलेगी। नुक्कड़ नाटकों के माध्यम से भाजपा अपनी नीतियों का प्रचार एवं प्रसार भी सुनिश्चित बनाएगी। पार्टी ने पंचकुला और कालका चुनाव क्षेत्रों में दर्जनों नुक्कड़ सभाओं का प्रस्ताव तैयार किया है। भाजपा ने हरियाणा में रागिणी की प्रसिद्ध रागिणी को अपने प्रचार का माध्यम बनाया है।<sup>17</sup>

### चाय पे चर्चा

भारतीय जनता पार्टी ने विगत लोकसभा चुनाव के दौरान एक नयी व अनोखी पहल की। एक सामान्य परिवार के चाय बेचने वाले बालक को प्रधानमंत्री बनाने के लिये देश के कोने-कोने में ‘चाय पे चर्चा’

नामक कार्यक्रम किया। इसका असर ये हुआ कि देश के दूर-दराज के लोग भी मोदी से जुड़ते गये और उनके पक्ष में माहौल बना। “सच हो या काल्पनिक चाय वाले की कहानी अपना रंग जमा चुकी थी। हमेशा की तरह ही मोदी के प्रचार के दौरान तकनीकी और कोरियोग्राफी का बहुत ही बेहतरीन उपयोग किया गया था, पहले अहमदाबाद में इस्कान टी स्टाल से 12 फरवरी, 2014 को चाय पर चर्चा का आयोजन किया गया। वीडियो कॉन्फ्रेंस के माध्यम से इस कार्यक्रम का 300 शहरों में 1000 चाय की दुकानों में सीधा प्रसारण किया गया। इस कार्यक्रम के दौरान चाय का गिलास लिए मोदी प्रत्येक चाय की दुकान पर लगे एक बड़े से स्क्रीन पर आते और फिर सीएजी की वेबसाइट से चुने गए सवालियों के जवाब देते।”<sup>18</sup>

### 3D:-

चुनावों के दौरान श्री डी तकनीक के माध्यम से प्रचार करने का प्रचलन बढ़ रहा है। इस तकनीक के माध्यम से चित्रों व संदेश में सजीवता आती है। “नरेन्द्र मोदी के चुनाव प्रचार का सबसे आकर्षक और असरदार माध्यम था श्री डी रैलियाँ। वर्ष 2012 के गुजरात विधानसभा चुनाव में श्री डी होलोग्राम के साथ नरेन्द्र मोदी के प्रयोग ने उन्हें 53 स्थानों पर एक साथ भाषण देने की योजना के लिए गिनीज बुक ऑफ वर्ल्ड रिकार्ड्स में जगह दिला दी। इस लोकसभा चुनाव अभियान में नरेन्द्र मोदी ने 1350 श्री डी सभा, 437 जनसभा, 196 भारत विजय रैली से एक नया कीर्तिमान स्थापित किया, तो 400 जगहों पर हुई चाय पर चर्चा के माध्यम से 50 लाख लोगों से संपर्क किया।”

### रोड शो :-

हमेशा से ही रोड शो तथा पदयात्रा राजनीतिक जनजाग्रति के लिये उपयुक्त माध्यम रहा है। इस माध्यम के द्वारा सीमित समय में अधिक से अधिक जनता की भागीदारी संभव हो पाती है। उदाहरण स्वरूप “पटना के ऐतिहासिक गाँधी मैदान में 27 अक्टूबर को भारतीय जनता, पार्टी ने हुंकार रैली का आयोजन किया।”<sup>19</sup> “वाराणसी में भाजपा के पीएम पद के उम्मीदवार नरेन्द्र मोदी की चुनावी सभा की मनमाफिक इजाजत न मिलने से भाजपा नाराज हो गई। इसके बाद नरेन्द्र मोदी ने अघोषित रोड शो कर डाला।”<sup>20</sup>

लोकसभा चुनाव में बीजेपी ने ऐतिहासिक जीत हासिल की है और अपने दम पर लोकसभा में बहुमत हासिल किया है।

"NDA को शानदार जीत दिलाने के बाद आज नरेन्द्र मोदी दिल्ली पहुँचे, जहाँ उनका भव्य स्वागत किया गया नरेन्द्र मोदी एयरपोर्ट से रोड शो करते हुए बीजेपी मुख्यालय पहुँचे।”<sup>21</sup>

### नारे :-

नारे किसी भी राजनीतिक दल की प्रमुख पहचान होते हैं। पार्टी के कार्यकर्ताओं तथा पदाधिकारियों द्वारा लगाये जाने वाले नारों से आप पता कर सकते हैं कि अमुक व्यक्ति किस दल से संबंधित है।

“इतिहास ऐसे दृष्टांतों से भरा पड़ा है जब कम संसाधनों के बावजूद महज नारों और ओजस्वी भाषणों के बूते अपने से ताकतवर प्रतिद्वन्दी को चित करने में सफलता मिली है । ऐसे नारों की अहमियत सदा से रही है । असली जंग हो या चुनावी जंग, राजनीतिक दलों के प्रचार अभियान में दम और कार्यकर्ताओं में जोश भरने के लिए नारे अहम योगदान करते हैं। भले ही कई बार चुनावी नारों पर विवाद खड़ा हो गया हो लेकिन जनता के बीच चुनावी लहर पैदा करके अप्रत्याशित नतीजे दिलाने के लिए आज भी ये लोगों की जुबान पर चढ़े हुए हैं।”<sup>22</sup>

#### 2014 लोकसभा चुनाव में भाजपा के प्रमुख नारे—

- (1) अच्छे दिन आने वाले हैं ।
- (2) सबका साथ सबका विकास ।
- (3) एक भारत श्रेष्ठ भारत ।
- (4) सुशासन संकल्प भाजपा विकल्प
- (5) अबकी बार मोदी सरकार ।

(मोदी की चली रेल, बीजेपी के नारे हुए फेल <sup>23</sup> 25 मार्च, 2014)

काँग्रेस ने नारा दिया था “काँग्रेस बिना दिल्ली अधूरी” <sup>24</sup>

#### समाचार पत्र :-

समाचार पत्र संचार का पुराना माध्यम है । समाचार पत्र में सूचनाओं को संग्रह करके संपादित करके उपयोगी जानकारी को पाठक गण तक पहुँचना जाता है । इससे उन्हें सूचना के साथ-साथ व्यवहार तथा दृष्टिकोण में भी परिवर्तन होता है ।

भारत में समाचार पत्र राजनीति में आजादी से पहले से ही महत्वपूर्ण भूमिका निभाते रहे हैं

#### विज्ञापन :-

रेडियो, प्रिंट तथा टी.वी के माध्यम से विज्ञापन देकर सभी पार्टियां अपने संदेश को अधिक से अधिक जनता तक पहुंचाने का प्रयास करती है। विज्ञापन के लिये व्यवसायिक ऐजेंसियों का सहारा लिया जाता है। इतिहास गवाह है कई चुनाव विज्ञापन के बल पर ही हारे व जीते गये हैं। जैसे 1999 का आम चुनाव जिसमें अबकी बारी – अटल बिहारी का विज्ञापन 2004 में काँग्रेस द्वारा किया गया प्रचार तथा 2014 में भाजपा द्वारा किये गये विज्ञापन इसके प्रमुख उदाहरण हैं। विज्ञापन एक खर्चीला काम है जिससे पार्टी पर आर्थिक बोझ आता है। इसीलिये पार्टी अपने बजट व लक्षित समूह को देखते हुये विज्ञापन का बजट बनाती है।



### सोशल मीडिया :-

भारत में राजनीतिक क्षेत्र में सोशल मीडिया का उपयोग 2009 के चुनाव से होना प्रारंभ हुआ। किन्तु इसका सबसे अधिक उपयोग और प्रभाव 2014 के लोकसभा चुनाव में देखने को मिला। देश में बढ़ते स्मार्टफोन के उपयोग ने बड़ी आबादी विशेषकर युवावर्ग को सोशल मीडिया के प्लेटफार्म पर जोड़ा है। इन्हीं स्मार्टफोन यूजर्स को लक्ष्य करके राजनेता उन तक अपनी पहुंच बनाते हैं। इनके द्वारा किये गये कार्य, विचार तथा कार्यक्रमों के प्रचार एवं प्रसार के लिये इनका उपयोग किया जाता है।

<sup>1</sup> त्रेहान, मुकेश, त्रेहान, रंजू, विज्ञापन एवं विक्रीय प्रबन्ध,

<sup>2</sup> प्रतियोगिता दर्पण समसामयिक वार्षिकी 2015 Vol.-1 पृष्ठ वार्षिकी /59

<sup>3</sup> Chaturvedi , A.K., Johari , J.C., Sinha, V.C., सामाजिक विज्ञान, SBPD Publications, 7, July2015, Page No. 141

<sup>4</sup> [www.narendermodi.in](http://www.narendermodi.in)

<sup>5</sup> [www.narendermodi.in](http://www.narendermodi.in)

<sup>6</sup> [www.narendermodi.in](http://www.narendermodi.in)

<sup>7</sup> [file.wikipedia.org](http://file.wikipedia.org)

<sup>8</sup> [file.wikipedia.org](http://file.wikipedia.org)

<sup>9</sup> Johari, J.C., Sinha, V.C., सामाजिक विज्ञान SBPD Publication 7, Kuly, 2015, Page 141

<sup>10</sup> शर्मा, महेश ,जीवनी सोनिया गॉंधी, डायमंड पॉकेट बुक्स, नई दिल्ली, 2004

<sup>11</sup> शर्मा, महेश ,जीवनी सोनिया गॉंधी, डायमंड पॉकेट बुक्स, नई दिल्ली, 2004

<sup>12</sup> Babu , Hari , UPA Chairperson Sonia Gandhi a study; Sri Venkateswara University, 2011

<sup>13</sup> [inc.in](http://inc.in)

<sup>14</sup> [Hindi Webdunia.com](http://Hindi.Webdunia.com)

<sup>15</sup> शर्मा, शशि, समाजशास्त्र की रुपरेखा, PHI Learning,Page-820

<sup>16</sup> जैन , कुलश्रेष्ठ, उपकार प्रकाशन, हिन्दी निबन्ध

<sup>17</sup> प्रेस नोट, [haryanabjp.org](http://haryanabjp.org), 24 सितम्बर, 2014

<sup>18</sup> सरदेसाई, राजदीप, 2014 चुनाव जिसने भारत को बदल दिया,, Pengiun UK,2015

<sup>19</sup> ([hindi.webduniya.com](http://hindi.webduniya.com))

<sup>20</sup> May, 08, 2014, [Khabar.ndtv.com](http://Khabar.ndtv.com)

<sup>21</sup> [Khabar.ndtv.com](http://Khabar.ndtv.com) 17 May, 2014"

<sup>22</sup> [www. Jagran.com](http://www.Jagran.com), नारे जिसमें किए चुनावी बारे न्यारे, 24 मार्च, 2014

<sup>23</sup> [www.amarujala.com](http://www.amarujala.com),

<sup>24</sup> [Indian.Express.Com](http://Indian.Express.Com), 'Communal violance' in the city will be cong's main election issue

## A STUDY OF MASS MEDIA AND HUMAN DEVELOPMENT

**Rajinder Meerwal & Kawal Jeet**

Research Scholar, IMC&MT, KUK

*Abstract: “Media” is the most powerful tool of communication for human. Media refers to mass media such as print media, broadcast media, and the web media. Television and radio are considered broadcast media while Newspapers, magazines and journals are known as print media and news on internet, is the part of web media. The media is an important source of information through its news segments, entertainment and allows for exchange of ideas, suggestions and comments. The Main work of media is to inform the people. Today mass media has become an integral part of human lives and it cannot be separated. The Latin word “medius” describes a status in the middle and that is exactly where we can find media: between two entities of communication. Media proves to be a boon. It gives us a platform to voice our opinion on social and political issues. It makes the world a smaller place.*

**Print Media Contribution:** Media play an important part in human as well as nation development . Media means communication channel or medium, from the ancient time human's new inventions changed the way of communication and before print invention they communicate with each other through sounds, then they create their own language as medium of communication. Print media change the way of human communication and text Print technique was originated in China method of printing on textiles and later on paper before 220 A.D. Johannes Gutenberg developed type printing technology with the printing press around 1439 in Europe.

After invention of Print technique it gave a broader range of readers access to knowledge and enabled later generations to build directly on the intellectual achievements of earlier ones without the changes arising within verbal traditions. Before print, reading was often a group event, where one person would read to a group of people and with print, literacy rose as did availability of texts, thus reading became a solitary pursuit, printing allowed people to read texts

and interpret them creatively, often in very different ways than the author intended. Printing also changed the occupational structure of European cities and made jobs . Printers emerged as a new group of artisans for whom literacy was essential. Proof-correcting arose as a new occupation, while a rise in the amount of booksellers and librarians naturally followed the explosion in the numbers of books.

Now in current scenario not only books but also newspapers, magazines, journals are comes in print media and today Printed electronics technology can be produced on cheap materials such as paper or flexible film, which makes it an extremely cost-effective method of production that allows people to start their business in print.

**Electronic Media Contribution:** The telephone is a technology that has become an important part of human life since it was invented in 1876 by Alexander Graham Bell. This invention has provided us security and helped in emergency situations . Long distance relationships became possible. The telephone has created a generation that has a strong sense for listening to the spoken words and into a group audience. Today it is much easier to use a telephone to communicate information for a business deal or an idea, the telephone is more spontaneous and an efficient way to access information than writing or reading. The cellular phone and the internet are a result of the telephone system.

In 1895 Guglielmo Marconi invented “the wireless telegraph”. He used radio waves to transmit Morse code and the instrument he used became known as the radio. Radio was used to pass on orders and communications between armies and navies on both sides in World War I. Today, radio takes many forms, including wireless networks and mobile communications of all types, as well as radio broadcasting. Before the advent of television, commercial radio broadcasts included not only news and music, but dramas, comedies, variety shows, and many other forms of entertainment

Agriculture revolution by the electronic media. The success of agricultural development programmes in developing countries largely depends on the nature and extent of use of mass media in mobilization of people for development. The planners in developing countries realize that the development of agriculture could be hastened with the effective use of mass media. Radio, Television has been acclaimed to be the most effective media for diffusing the scientific knowledge to the masses.

Today almost every house has television and there are about 50 such radio units all over the country. With the main stream of Indian population engaged actively in agriculture, television could serve as a suitable medium of dissemination of farm information and latest technical know – how. The farmers can easily understand the operations, technology and instruction through television.

Agricultural journalism is of recent origin in India. It came into existence just five decades ago. It is now gaining importance, particularly after the establishment of agricultural university in India technical information needs to be provided to the farmers at the right time and in the right way, so that the productivity can be increased.

In the view of increase in literacy level to 52.11 per cent during 1991, print media has acquired a greater role in dissemination of information on improved agricultural practices to the farming community and also to inform the public in general. India has farm magazines in every state, published mostly in local languages. Agricultural department also encourages the publishing of such farm magazines particularly through farmers association.

The coverage of different subject matter by radio, television, newspaper and farm magazine are almost similar with regard to agriculture, horticulture, animal husbandry, agricultural marketing, agricultural engineering and cooperatives. In this paper, an attempt is made to deal about the importance of radio, television, newspaper and farm magazines and their effect in the field of agriculture through sound communication.

**Education :** Many educational channels are there on internet. It is very convenient to those people to learn from those channels. Like Spoken English class, technical tutorials etc. Media contribute to a transformation in the cultural and social values of the masses. Media has brought about a major transformation in the way people think. It has given them an excellent platform to present. Media has given them an excellent platform to present themselves in front of world and contribute in their own way to the changing world.

Writing blogs in the media world and practices like public polls and citizen journalism has led to the achievement of a social control. The media has played a major role in positive developments like the fight against racism gender bias, and world poverty, and spreading awareness about the need for world peace. While India's strong traditional heritage has always been significantly characterized by the traditional roles of women as homemakers and mothers, the portrayal of

women on television has challenged this ideal, and therefore cultivated a new perception of womanhood for the Indian woman.

**Aware and motivate people:** Media enhance the general knowledge by providing us with information all over the world. News, telefilms and documentaries revolving around social issues increase a social awareness in children and develop their concern towards society. Media also contribute to the enhancement of our knowledge, language and vocabulary through quiz - based TV and radio shows, and the many programmes on history, literature, science, philosophy and art and culture on channels like Discovery, BBC and National Geographic.

The development efforts taken by radio and television in the context of rural India need to be mentioned. Some recent experiments in television have successfully helped in transforming lives of the rural people. For instance, TV programmes on health, agriculture, employment, especially those produced by Doordarshan, have created awareness among people and motivated efforts for uplift men of the deprived in society. Programmes have inspired people to tackle illness and disease and other problems in society.

**Internet:** After globalization People can learn about the Internet as a means of information. Internet allows for anonymity in communication; the advantage of this is that people can freely express their views on many controversial subjects without fear of being subjected to harassment. Cultures have advanced economically as well because Internet allows for marketing and sales transactions. Marketers now have a whole new way of advertising and selling products or services.

Cultures can more easily explore other cultures now that the Internet is available. To learn about a culture one can just use a search engine and quickly access information about the desired culture, and not travel to the real site or read several books—both time consuming and expensive. Furthermore, one can learn about the beliefs of a particular culture before experiencing it or deciding to experience it. With the newfound exploration of cultures, cultural uniqueness has decreased because people see there are other possible ways of living life. Persons of one culture may like the way another culture does something and then start to do that something themselves.

The Internet has been seen as a tool of societal and cultural liberation and empowerment. The resistance and reform movements around the world in the present day are largely carried out or

are supported by the Internet where people reveal their concern and involvement with them. People know about Social media and the power of freedom of speech resent example Anna Hazaare protest for JAN-LOKPAL and the several people spread it on face book, tweeter, watsup and on many more social sides.

In our country India, where literacy level is low, the choice of communication media is of vital importance. In this regard the television and radio are significant, as they transfer modern agricultural technology to literate and illiterate farmers alike even in interior areas, within short time. In India farm and home broadcast with agricultural thrust were introduced in 1966, to enlighten farmers on the use of various technologies to boost agricultural development.

### **Conclusion:**

According to Karl Deutsch (Political Scientist) , the process of modernization should be accompanied by an increase of exposure to mass media.

Shaun Moores in his 'Media and Everyday Life in Modern Society' talks about the position that television, radio or other electronic media like telephones and computers have come to occupy in people's day-to-day lives and social relationships.

The role of the media now came under the magnifying glass, with different functions being attributed to it by different people. For some, the interests of the audience were best served by the media being objective and truthful in its reporting. For others, the media had to serve the future interests of the people by disseminating revolutionary ideas. But there was one common thing - the complete passivity of the audience. Although almost everyone could receive the output of the media, most people weren't able to use the media to express their own views the principle of freedom must be complemented by social responsibility.

### **References:**

1. (<http://www.yourarticlelibrary.com/essay/positive-effects-of-electronic-media-on-society-and-culture-essay/24423/>) by Puja Mondal
2. (<http://www.yourarticlelibrary.com/journalism/mass-media-role-of-mass-media-in-development/11114/>) by Saritha Pujari
3. (<http://www.buzzle.com/articles/positive-effects-of-the-media.html>)
4. (<http://www.essayforum.com/writing-3/mass-media-great-influence-shaping-people-ideas-48639/>)
5. The Impact of The Telephone on Society by Daljinder Kang



6. [http://www.answers.com/Q/What\\_is\\_the\\_impact\\_of\\_the\\_radio\\_on\\_society](http://www.answers.com/Q/What_is_the_impact_of_the_radio_on_society) by Dvanceman
7. <http://en.wikipedia.org/wiki/Radio>
8. <https://saaurya.wordpress.com/2012/08/07/mass-media-and-its-importance/>
9. [http://en.wikipedia.org/wiki/Community\\_radio#India](http://en.wikipedia.org/wiki/Community_radio#India)

## श्रीकृष्ण का दार्शनिक स्वरूप

विरेंद्र कुमार, सहायक प्राध्यापक, योग विभाग

चौ. रणबीर सिंह विश्वविद्यालय, जींद, हरियाणा

भारतवर्ष के जिन महापुरुषों का मानव जाति के विचारों पर स्थायी प्रभाव पड़ा है, उनमें श्रीकृष्ण का प्रमुख स्थान है। असंख्य मनुष्यों का जीवन कृष्ण के आदर्श से प्रभावित होता है। कृष्ण के जीवन की घटनाएं केवल इतिहास के जिज्ञासुओं के कुतूहल का विषय नहीं है बल्कि आज भी वे उतनी ही प्रासंगिक हैं।

**कृष्ण शब्द का अर्थ:-** ॐ 'कृष्' शब्द सत्ता का वाचक है और 'न' शब्द आनन्द का। इन दोनों की जहाँ एकता है, वह सच्चिदानन्दस्वरूप परब्रह्म ही 'कृष्ण' इस नाम से प्रतिपादित होता है।<sup>1</sup>

**षोडशकलाधार श्रीकृष्ण:-**

प्रश्नोपनिषद् में कहा है- सर्वदर्शी, सर्वशक्तिमान, परमात्मा में षोडशकला शक्तियां शोभायमान हैं।<sup>2</sup>

छान्दोग्य उपनिषद् में भी कहा है- परमात्मा षोडश कलाशक्ति युक्त है।<sup>3</sup> कृष्ण में सोलह कला की अभिव्यक्ति थी। अर्थात् मनुष्य का मस्तिष्क मानवी विकास का जो पूर्णतम आदर्श बन सकता है, वह सब कृष्ण में मिलता है। नृत्य, गीत, वादित्त, सौन्दर्य, वाग्मिता, राजनीति, योग, अध्यात्म, ज्ञान आदि सबका एकत्र समन्वय श्री कृष्ण में पाया जाता है। गोदोहन से लेकर राजसूय यज्ञ में ब्राह्मणों के चरण प्रक्षालन तक तथा सुदामा की मैत्री से लेकर युद्धभूमि में गीता के उपदेश तक उनकी ऊँचाई का एक पैमाना है।<sup>4</sup>

**स्नातक श्रीकृष्ण:-**

महाभारत में पितामह ने राजसूय-यज्ञ-सभा में श्रीकृष्ण को भूमण्डल का सर्वश्रेष्ठ रत्न बताते हुए कहा श्रीकृष्ण वेदवेदांग मर्मज्ञ अतुल बलशाली है। श्रीकृष्ण के अतिरिक्त, संसार में दूसरा कौन बढ़कर है? दान, दक्षता,



शास्त्र-ज्ञान, शौर्य, लज्जा, कीर्ति, उत्तमबुद्धि, विनय, श्री, धृति, तुष्टि और पुष्टि, ये सभी सद्गुण श्रीकृष्ण में विद्यमान हैं।<sup>5</sup> भीष्म पितामह ने श्रीकृष्ण को प्रत्येक गुण में सभी मनुष्यों से श्रेष्ठ बताते हुए उनको 'ऋत्विग्' और 'स्नातक' दोनों की संज्ञा दी है।<sup>6</sup> देवकोटि के महापुरुष में जितने भी गुण अपेक्षित हैं वे सभी श्रीकृष्ण में विद्यमान हैं।

### विश्वेश्वर श्रीकृष्ण:-

ब्रह्मा ने श्रीकृष्ण की स्तुति करते हुए कहा कि प्रभो! आप सम्पूर्ण विश्व को अच्छादित करने वाले, विश्वरूप और विश्व के स्वामी हैं। विश्व में सब ओर आपकी सेना है। यह विश्व आपका कार्य है। आप सबको अपने वश में रखने वाले हैं। इसीलिए आपको विश्वेश्वर और वासुदेव कहते हैं; आप योगस्वरूप देवता हैं, मैं आपकी शरण में आया हूँ।<sup>7</sup> एक दिन यशोदा अपने प्यारे शिशु को बड़े ही प्रेम से स्तनपान करा रही थी। वे वात्सल्य-स्नेह से इस प्रकार सराबोर हो रही थी कि उनके स्तनों से अपने आप ही दूध झरता जा रहा था। माँ के मन में शंका हुई- कहीं अधिक दूध पाने से अपच न हो जाए।

प्रेम सर्वदा अनिष्ट की आशंका उत्पन्न करता है। इस पर श्रीकृष्ण ने अपने मुख में विश्वरूप दिखाया- उसमें आकाश, अन्तरिक्ष, ज्योतिर्मण्डल, दिशाएँ, सूर्य, चन्द्रमा, अग्नि, वायु, समुद्र, द्वीप, पर्वत, नदियाँ, वन और समस्त चराचर प्राणी स्थित हैं। ऐसा लगता है कि श्रीकृष्ण यशोदा से कह रहे हैं- अरी मैया! तेरा दूध मैं अकेले ही नहीं पीता हूँ। मेरे मुख में बैठकर सम्पूर्ण विश्व ही इसका पान कर रहा है। इसी प्रकार श्रीकृष्ण द्वारा मिट्टी खाने पर जब माता ने उनका मुँह देखा तो उनके आश्चर्य की सीमा नहीं रही। मानो कह रहे हैं-मैंने खायी तो सबने खायी, देख लो मेरे मुख में सम्पूर्ण विश्व।<sup>8</sup>

विश्वकर्मा, विष्णु, जिष्णु, हरि, कृष्ण, वैकुण्ठ, पुरुषोत्तम कृष्ण-युधिष्ठिर द्वारा श्रीकृष्ण की स्तुति: यह सम्पूर्ण विश्व आपकी लीलामयी सृष्टि है। आप इस विश्व के आत्मा हैं। आप ही से इस जगत् की उत्पत्ति हुई है। आप ही व्यापक होने के कारण 'विष्णु', विजयी होने से- 'जिष्णु, दुख और पाप हर लेने से- 'हरि', अपनी ओर आकृष्ट करने के कारण 'कृष्ण', विकुण्ठ (कुण्ठा-रहित) धाम के अधिपति होने से 'वैकुण्ठ' तथा

क्षर-अक्षर पुरुष से उत्तम होने के कारण 'पुरुषोत्तम' कहलाते हैं।<sup>9</sup> श्री भगवान् ने स्वयं कहा है- जगत् का परम कारण मैं ही ब्रह्मा और महादेव हूँ, मैं सबका आत्मा, ईश्वर और साक्षी हूँ तथा स्वयं प्रकाश और उपाधि शून्य हूँ।<sup>10</sup> मैं सब प्रकार से देवताओं का और महर्षियों का भी आदिकारण हूँ।<sup>11</sup>

#### सर्वेश्वर श्रीकृष्ण:-

भागवत पुराण में अक्रूर कहते हैं:- स्वामिन्। जो लागे दूसरे देवताओं की भक्ति करते हैं और उन्हें आप से भिन्न समझते हैं, वे सब भी वास्तव में आपकी ही आराधना करते हैं, क्योंकि आप ही समस्त देवताओं के रूप में हैं और सर्वेश्वर भी हैं।<sup>12</sup> वरूण ने कहा- आप भक्तों के भगवान्, वेदान्तियों के ब्रह्म और योगियों के परमात्मा हैं।<sup>13</sup> स्वयं श्रीकृष्ण ने भी कहा है सब वेदों द्वारा मैं ही जानने के योग्य हूँ तथा वेदान्त का कर्ता और वेदों को जानने वाला भी मैं ही हूँ।<sup>14</sup> प्राप्त होने योग्य परम धाम, भरण-पोषण करने वाला, सबका स्वामी, शुभाशुभ का देखने वाला, सबका वासस्थान, शरण लेने योग्य, प्रत्युपकार न चाहकर हित करने वाला, सबकी उत्पत्ति- प्रलय का हेतु, स्थिति का आधार, निधान और अविनाशी कारण भी मैं ही हूँ।<sup>15</sup> मुझसे भिन्न दूसरा कोई भी परम कारण नहीं है।<sup>16</sup>

#### परमात्मा श्रीकृष्ण:

भागवत् में नागपत्नियों ने कहा- प्रभो! हम आपको प्रणाम करती हैं क्योंकि आप ही अनन्त एवं अचिन्त्य ऐश्वर्य के नित्य निधि हैं। आप सबके अन्तः करणों में विराजमान होने पर भी अनन्त हैं। आप समस्त प्राणियों और पदार्थों के आश्रय तथा सब पदार्थों के रूप में भी विद्यमान हैं। आप प्रकृति से परे स्वयं परमात्मा हैं।<sup>17</sup> गजेन्द्र ने कहा- आप अविनाशी, सर्वशक्तिमान, अव्यक्त, इन्द्रियातीत और अत्यन्त सूक्ष्म हैं, आप अत्यन्त निकट होने पर भी बहुत दूर जान पड़ते हैं, आध्यात्मिक योग द्वारा आपको प्राप्त किया जा सकता है। आप आदि पुरुष, अनन्त एवं परिपूर्ण परब्रह्म परमात्मा हैं।<sup>18</sup>

**ब्रह्मस्वरूप श्रीकृष्णः-** ध्रुव ने कहा- प्रभो! आप अपनी अखण्ड चिन्मयी दृष्टि से बुद्धि की सभी अवस्थाओं के साक्षी है तथा नित्यमुक्त, शुद्धसत्त्वमय, सर्वज्ञ, परमात्मस्वरूप, निर्विकार, आदि पुरुष, षडैश्वर्य-सम्पन्न एवं तीनों गुणों के अधीश्वर हैं। आप जगत् के कारण, अखण्ड, अनादि, अनन्त, आनन्दमय निर्विकार ब्रह्मस्वरूप हैं।<sup>19</sup>

**महायोगेश्वर श्रीकृष्णः**

श्रीमद्भागवत में श्रीकृष्ण की महायोगेश्वर रूप में झलक है। यथा-सम्पूर्ण योगों के स्वामी दो-दो गोपियों के मध्य में प्रकट हो गये आर उनके गले में अपना हाथ डाल लिया। इस प्रकार एक गोपी और एक श्रीकृष्ण का क्रम बन गया। प्रत्येक गोपी ऐसा अनुभव करने लगी कि हमारे प्यारे तो हमारे ही साथ हैं।<sup>20</sup>

**अनन्त श्रीकृष्णः-**

प्रचेताओं ने कहा- प्रभू आप प्रकृति आदि से परे हैं और आपकी विभूतियों का भी कोई अन्त नहीं है, इसलिये आप 'अनन्त' हैं।<sup>21</sup> भीष्म ने भी कहा है- जैसे एक ही सूर्य अनेक आंखों से अनेक रूपों में दीखते हैं वैसे ही अजन्मा भगवान् श्रीकृष्ण अपने ही द्वारा रचित अनेक शरीरधारियों के हृदय में अनेक रूप में जान पड़ते हैं। वास्तव में तो वे एक सबके हृदय में विराजमान हैं।<sup>22</sup> मनु कहा करते थे- जिनका न आदि है न अन्त, न मध्य है। जिनका न कोई अपना है और न पराया और न बाहर है न भीतर, वे विश्व के आदि, अन्त, मध्य, अपने-पराये, बाहर और भीतर सब कुछ है- उन्हीं की सत्ता से विश्व की सत्ता है। वही अनन्त वास्तविक सत्य परब्रह्म है।<sup>23</sup>

गीता में श्रीकृष्ण ने कह दिया- सभी भूतों और पदार्थों की आत्मा मैं ही हूँ।<sup>24</sup> मैं सब भूतों के हृदय में स्थित सबका आत्मा हूँ तथा सम्पूर्ण भूतों का आदि, मध्य और अन्त भी मैं ही हूँ।<sup>25</sup> जो सब भूतों की उत्पत्ति का कारण है, वह भी मैं ही हूँ। क्योंकि ऐसा चर और अचर कोई भी भूत नहीं है, जो मुझसे रहित हो।<sup>26</sup> नाना प्रकार की सब योनियों में जितने शरीरधारी प्राणी उत्पन्न होते हैं, प्रकृति तो उन सबकी गर्भधारण करने वाली माता है और मैं बीज का स्थापन करने वाला पिता हूँ।<sup>27</sup>

### जगत् के आदि कारण श्रीकृष्णः-

युधिष्ठिर ने कहा- हे श्रीकृष्ण! आप ही इस जगत् के आदि कारण हैं आप ही इसके प्रलय स्थान हैं। कल्प के प्रारम्भ में आप ही इस विश्व की सृष्टि करते हैं। विश्व के कारण हैं। यह सम्पूर्ण आपके ही अधीन है।<sup>28</sup>

भीष्म ने भी कहा-भगवान् श्रीकृष्ण सदा-सर्वदा अपने आनन्दमय स्वरूप में स्थित रहते हुए ही कभी विहार करने की लीला करने की इच्छा से प्रकृति को स्वीकार कर लेते हैं, जिससे यह सृष्टि परम्परा चलती है।<sup>29</sup>

स्वयं उन्होंने स्पष्ट तौर पर बताया है कि-मैं सम्पूर्ण जगत् का मूल कारण हूँ।<sup>30</sup>

अपने स्वरूप का ज्ञान कराते हुए कहते हैं-सृष्टि के पूर्व केवल मैं ही मैं था। मेरे अतिरिक्त न स्थूल था, न सूक्ष्म और न ही दोनों का कारण अज्ञान। जहाँ यह सृष्टि नहीं है, वहाँ भी मैं ही मैं हूँ और इस सृष्टि के रूप में जो कुछ प्रतीत हो रहा है, वह भी मैं ही हूँ और जो कुछ शेष है, वह भी मैं ही हूँ।<sup>31</sup>

### धर्म व सत्य की साक्षात् प्रतिमा श्रीकृष्ण-

कारागार की विषम परिस्थितियों से लेकर जीवन के अन्तिम क्षण पर्यन्त कृष्ण उन्नति के पथ पर अग्रसर हो रहे हैं। धर्म के अनुसार- मनुष्य को स्व-कर्तव्य-पालन हेतु प्रेरित करना उनके जीवन का उद्देश्य रहा। उनकी स्वयं की धर्म में अनन्य निष्ठा थी। महाभारत में वर्णन है कि 'जहाँ कृष्ण हैं वहाँ धर्म है और जहाँ धर्म है वहाँ जय है।'<sup>32</sup> संजय ने गीता में अपना मत प्रकट करते हुए कहा- जहाँ योगेश्वर भगवान् श्रीकृष्ण है, वहीं पर श्री, विजय, विभूति और अचल नीति है।<sup>33</sup> संजय ने ही एक अन्य प्रसंग में कहा है- जिस ओर सत्य, धर्म, लज्जा और सरलता है, उसी ओर कृष्ण रहते हैं, और जहाँ कृष्ण हैं, वहीं विजय है।<sup>34</sup> उनके अनुसार कृष्ण सत्य की साक्षात् प्रतिमा है।<sup>35</sup>

अवतार प्रयोजन- अधर्म के उच्छेद व धर्म की स्थापना तथा सज्जनों की रक्षा व दुर्जनों को दण्ड देने के लिए श्रीकृष्ण का अवतार हाता है। 'जब-जब धर्म की हानि और अधर्म की वृद्धि होती है, तब-तब मैं दुष्टों का नाश और धर्म की रक्षा के लिए जन्म लेता हूँ।'<sup>36</sup> अतः आप ही समस्त प्राणियों के शरीर, प्राण, अन्तःकरण और

इन्द्रियों के स्वामी हैं। आप ही सर्वशक्तिमान्, काल, सर्वव्यापक एवं अविनाशी ईश्वर हैं। आप पूर्ण ब्रह्म के अवतार हैं। आपके दिव्य गुणों, प्रभावों और लीलाओं की आश्चर्यमयी उपदेशप्रद मधुर लीलाओं से हमारे प्राचीन ग्रन्थ भरे पड़े हैं।

1. ॐकृषिर्भूवाचकः शब्दो नश्च निर्वृतिवाचकः।  
त्योरैक्यं परं ब्रह्म कृष्ण इत्यभिधीयते॥ गोपालपूर्वतापनीयोपनिषद्/1/1
2. एवमेवास्य परिद्रष्टुरिमाः षोडश कलाः पुरुषायणाः। प्रश्नोपनिषद्/6/5
3. षोडशकलः सोम्य पुरुषः। छान्दोग्य/6/7/1
4. वासुदेवशरण अग्रवाल, भारत सावित्री, (नई दिल्ली: सस्ता साहित्य मण्डल प्रकाशन, 2008), पृ.792
5. वेदवेदांगविज्ञानं बलं चाभ्यधिकं तथा।  
नृणां लोके हि कोऽन्योऽस्ति विशिष्टः केशवादृते॥  
दानं दाक्ष्यं श्रुतं शौर्यं ह्रीः कीर्तिर्बुद्धिरूत्तमा।  
सन्नतिः श्रीधृतिस्तुष्टिः पुष्टिश्च नियताच्युते॥ महा.भा./सभा./38/19-20
6. ऋत्विग् गुरुस्तथाऽऽचार्यं स्नातको नृपति प्रियः।  
सर्वमेतद्धृषीकेशस्तस्मादभ्यर्चितोऽच्युतः॥ वही/38/22
7. विश्वावसुर्विश्वमूर्तिर्विश्वेशो विष्वक्सेनो विश्वकर्मा वशी च।  
विश्वेश्वरो वासुदेवोऽसि तस्माद् योगात्मानं दैवतं त्वामुपैमि॥ वही/भीष्मपर्व/65/47
8. सा तत्र ददृशे विश्वं जगत स्थासु च खं दिशः।  
साद्रिद्वीपाब्धिभूगोलं सवायवग्नीन्दुतारकम्॥  
ज्योतिश्चक्रं जलं तेजो नभस्वान् वियदेव च।  
वैकारिकाणीन्द्रियाणि मनो मात्रा गुणास्त्रयः॥ भा.पु./10/8/37-38
9. विश्वकर्मन् नस्तेऽस्तु विश्वात्मन् विश्वसम्भव।  
विष्णो जिष्णो हरे कृष्ण वैकुण्ठ पुरुषोत्तम॥ महा.भा./शांतिपर्व/43/5
10. अहं ब्रह्मा च शर्वश्च जगतः कारणं परम्।  
आत्मेश्वर उपद्रष्टा स्वयंदृगविशेषणः॥ भा.पु./4/7/50
11. अहमादिर्हि देवानां महर्षीणां च सर्वशः॥ गी./10/2

12. सर्व एव यज्ञन्ति त्वां सर्वदेवमयेश्वरम्।  
येऽप्यन्यदेवताभक्ता यद्यप्यन्यधियः प्रभो॥ भा.पु./10/40/9
13. नमस्तुभ्यं भगवते ब्रह्मणे परमात्मने। वही/10/28/6
14. वेदैश्च सर्वैरहमेव वेद्योवेदान्तकृद्वेदविदेव चाहम्॥ गी./15/15
15. गतिर्भर्ता प्रभुः साक्षी निवासः शरणं सुहृत्।  
प्रभवः प्रलयः स्थानं निधान बीजमत्ययम्॥ वही/9/18
16. मत्तः परपरं नान्यत्किञ्चिदस्ति धनञ्जय। वही/7/7
17. नमस्तुभ्यं भगवते पुरुषाय महात्मने।  
भूतावासाय भूताय पराय परमात्मने॥ भा.पु./10/16/39
18. तमक्षरं ब्रह्म परं परेशमव्यक्तमाध्यात्मिकयोगगम्यम्।  
अतीन्द्रियं सूक्ष्ममिवातिदूरमनन्तमाद्यं परिपूर्णमोडे॥ भा.पु./8/3/21
19. त्वं नित्यमुक्तपरिशुद्धविबुद्ध आत्मा कूटस्थ आदिपुरुषो भगवांस्त्र्यधीशः।  
यद्बुद्ध्यवस्थितिमखण्डितया स्वदृष्ट्या द्रष्टा स्थितावधिमखो व्यतिरिक्त आस्से॥  
यस्मिन् विरूद्धगतयो द्वानिशं पतन्ति विद्यादयो विविधशक्तय आनुपूर्व्यात्।  
तद्ब्रह्म विश्वभवमेकमनन्तमाद्यमानन्दमात्रमविकारमहं प्रपद्ये॥ वही/4/9/15-16
20. रासोत्सवः सम्प्रवृत्तो गोपीमण्डलमण्डितः।  
योगेश्वरेण कृष्णेन तासां मध्ये द्वयोर्द्वयोः।  
प्रविष्टेन गृहीतानां कण्ठे स्वनिकटं स्त्रियः॥ वही/10/33/3
21. वरं वृणीमहेऽथापि नाथ त्वत्परतः परात्।  
न ह्यन्तस्त्वद्विभूतीनां सोऽनन्त इति गीयसे॥ वही/4/30/31
22. तमिममहमजं शरीरभाजां हृदि हृदि धिष्ठितमात्मकल्पितानाम्।  
प्रतिदृशमिव नैकधार्कमेकं समाधिगतोऽस्मि विधूतभेदमोहः॥ भा.पु./1/9/42
23. न यस्याद्यन्तौ मध्यं च स्वः परो नान्तरं बहिः।  
विश्वस्यामूनि यद् यस्माद् विश्वं च तदृतं महत्॥ वही/8/1/12
24. यो मां पश्यति सर्वत्र सर्वं च मयि पश्यति। गी./6/30
25. अहमात्मा गुडाकेश सर्वभूताशयस्थितः।

- अहमादिश्च मध्यं च भूतानामन्त एव च। वही/10/20
26. यच्चापि सर्वभूतानां बीजं तदहमर्जुन।  
न तदस्ति विना यत्स्यान्मया भूतं परापरम्॥ वही/10/39
27. सर्वयोनिषु कौन्तेय मूर्तयः सम्भवन्ति याः।  
तासां ब्रह्म महद्योनिरहं बीजप्रदः पिता। वही/14/4
28. योनिस्त्वमस्य प्रलयश्च कृष्ण त्वमेवेदं सृजसे विश्वमग्रे।  
विश्वं चेदं त्वदृशे विश्वयोने॥ महा.भा./शान्तिपर्व/43/16
29. स्वसुखमुपगते क्वचिद्विहर्तुं प्रकृतिमुपेयुषि यद्भवप्रवाहः॥ भा.पु./1/9/32
30. अहं कृत्स्नस्य जगतः प्रभवः प्रलयस्तथाः। गी./7/6
31. अहमेवासमेवाग्ने नान्यद् यत् सदसत् परम्।  
पश्चादहं यदेतच्च योऽवशिष्येत सोऽस्म्यहम्॥ भा.पु./2/9/32
32. यतो धर्मस्ततः कृष्णो यतः कृष्णस्ततो जयः। महा.भा./भीष्मपर्व/43/60
33. यत्र योगेश्वरः कृष्णो यत्र पार्थो धनुर्धरः।  
तत्र श्रीर्विजयो भूतिर्धुवा नीतिर्मतिर्मम॥ गी./18/78
34. यतः सत्यं यतो धर्मो यतो ह्यीरार्जवं यतः।  
ततो भवति गोविन्दो यतः कृष्णस्ततो जपः॥ महा.भा./उद्योगपर्व/68/9
35. सत्ये प्रतिष्ठितः कृष्णः सत्यमत्र प्रतिष्ठितम्॥ वही/70/12
36. यदा यदा हि धर्मस्य ग्लानिर्भवति भारत।  
अभ्युत्थानमधर्मस्य तदात्मानं सृजाम्यहम्॥ गी./ 4/7

## रामचरितमानस में ज्ञानयोग का वर्णन

जय प्रकाश, एम.फिल (योग विज्ञान),  
ब.उ.वि.वि. भोपाल (म.प्र.)

**प्रस्तावना:**—ज्ञानयोग का व्यापक उल्लेख श्रीराम चरित मानस में मिलता है। श्रीरामचरितमानस में ज्ञानयोग का निरूपण लक्ष्मण जी के आग्रह पर भगवान श्रीराम जी द्वारा तथा काकभुषुण्डिजी द्वारा गरुड़ जी को विशेष रूप से ज्ञान का जागरण हुआ। इसके अतिरिक्त तुलसीदास जी ने अन्य कई जगह पर ज्ञानयोग का निरूपण किया है। आगे प्रसंग में भगवान शिव पार्वती को ज्ञान योग की शिक्षा देते हैं जो अत्यंत ही रोचक है

बिनु पद चलइ सुनइ बिनु काना। कर बिनु करम करइ विधि जाना।।

आनन रहित सकल रस भोगी। बिनु बानी बकता बड़ जोगी।।

रामचरितमानस, बालकाण्ड, 118/3

माता पार्वती से भगवान् शिव इस प्रकार कहते हैं जिनकी कृपा से समस्त प्रकार के भ्रम मिट जाते हैं, वही कृपालु भगवान श्रीराम जी हैं जिनका आदि और अन्त किसी ने नहीं जाना। वेदों में ऋषियों ने उस ब्रह्म के विषय में इस प्रकार माना है कि वह ब्रह्म बिना पैर के चलता है, बिना कान के सुनता है, बिना हाथ के नाना प्रकार के कर्म करता है, बिना मुख व जिह्वा के छः रसों का आनन्द लेता है और बिना वाणी के बहुत योग्य वक्ता है। वह बिना ही शरीर व त्वचा के स्पर्श करता है, बिना आँखों के देखता है और बिना नासिका के सब गन्धों को ग्रहण करता है अर्थात् सूँघता है। उस ब्रह्म की करनी सभी प्रकार से अलौकिक प्रतीत होती है जिसकी महिमा कहीं नहीं जा सकती।<sup>1</sup>

**विषय-प्रवेश:**— इस प्रकार माता पार्वती को ज्ञानयोग का उपदेश भगवान शिव बतला रहे हैं। जो सगुण और निर्गुण, अरूप (निराकार) अलख (अत्यन्त) और अजन्मा हैं, वह सगुण ही है जो भक्तों के प्रेमवष हो जाता है।<sup>2</sup> कैसे निर्गुण और सगुण एक हो सकते हैं? जैसे जल और ओले में भेद नहीं। दोनों जल ही हैं, ऐसे ही निर्गुण और सगुण एक ही है। जिसका नाम भ्रमरूपी अन्धकार को मिटाने के लिए सूर्य है, उनके लिए मोह का प्रसंग भी कैसे कहा जा सकता है?<sup>3</sup> श्रीरामचन्द्र जी सच्चिदानन्द स्वरूप से ही प्रकाश रूप और



(षडैश्वर्ययुक्त) भगवान हैं<sup>4</sup>, वहाँ तो विज्ञानरूपी प्रातःकाल भी नहीं होता है। अर्थात् अज्ञान रूपी रात्रि हो तब विज्ञान रूपी प्रातः काल हो; भगवान तो नित्य ज्ञानस्वरूप हैं। सभी जीवों के धर्म, हर्ष, शोक, ज्ञान, अज्ञान, अहंता और अभियान आदि है। श्रीरामचन्द्र जी तो व्यापक ब्रम्ह, परमानन्दस्वरूप, परात्पर प्रभु और पुराणपुरुष हैं। इस बात को सम्पूर्ण जगत जानता है।<sup>5</sup>

**ज्ञानयोग का वर्णन:**— भगवान शंकर जी ने बहुत सुन्दर शब्दों में माता पार्वती जी को ज्ञानयोग के बारे में समझा रहे हैं आगे भगवान शंकर कहते हैं कि भ्रमवष अज्ञानी मनुष्य यह समझ नहीं पाते और सम्पूर्ण कर्मों का आरोप प्रभु श्रीरामचन्द्र जी पर करते हैं, जैसे आकाश में बादलों का पर्दा देखकर कुविचारी अर्थात् अज्ञानी मनुष्य कहते हैं कि बादलों ने सूर्य को ढक लिया।<sup>6</sup> जो मनुष्य आँख में उँगली लगाकर देखता है, उसको दो चन्द्रमा दिखाई पड़ते हैं। श्रीराम के विषय में मोह करना ऐसा ही है कि जैसे आकाश में धुँआ और धूलि—रूप अंधकार हैं, ऐसे ही विषयों के मोह में पड़ा हुआ मन मलिन हो रहा है।<sup>7</sup> इसी प्रकार भगवान् श्रीरामचन्द्रजी नित्य, निर्मल एवं निर्लेप है।

श्रीरामचरितमानस में तुलसीदास जी शिव-पार्वती संवाद में कहते हैं कि विषय, इन्द्रियों के देवता और जीवात्मा ये सभी एक ही की सहायता से चेतन होते हैं। अर्थात् विषयों का प्रकाश इन्द्रियों से, इन्द्रियों के देवताओं से और इन्द्रियों के देवता का चेतन जीवात्मा से प्रकाश होता है। इन सबका जो परम प्रकाश अर्थात् जिससे ये सभी प्रकाशमान होती है वही अनादि ब्रह्म अयोध्या के राजा श्रीरामचन्द्रजी है।<sup>8</sup> यह जगत प्रकाश है और श्रीरामचन्द्रजी इसका प्रकाश करने वाले, माया के स्वामी, ज्ञान और गुणों के घर है। उन्हीं की सहायता से यह जड़ रूप माया-मोह की सहायता पाकर सत्य के समान जान पड़ता है।<sup>9</sup> जैसे सीप में चाँदी का और सूर्य की किरणों में जल का भास होता है और जो कि यह दोनों ही बातें त्रिकाल में असत्य हैं तो भी इस संदेह को कोई टाल नहीं सकता।<sup>10</sup> इस प्रकार यह जगत भगवान के आश्रित रहता है और असत्य होते हुए भी दुःख देता रहता है, जिस प्रकार सपने में कोई किसी का सिर काट ले तो बिना जागे उसका दुःख दूर नहीं होता, वैसे ही संसार से बिना जागृत हुए दुःखों का नाश सम्भव नहीं है।<sup>11</sup>

गोस्वामी तुलसीदास जी अरण्डकाण्ड में श्रीराम-लक्ष्मण संवाद का वर्णन करते हैं जिसमें श्रीराम-लक्ष्मण जी के प्रश्न का उत्तर उन्हें ईश्वर और जीव का भेद बतलाते हैं। जिससे आपके चरणों में प्रीति उत्पन्न हो और सब शोक तथा भ्रम दूर हो जावें।<sup>12</sup> श्रीरामचन्द्रजी कहते हैं कि हे तात! मैं थोड़े ही में सब समझा कर कह देता हूँ। तुम मन, चित्त लगाकर सुनो! मैं और मेरा, तू और तेरा—यही माया है, जिसने समस्त जीवों को वष में कर रखा है।<sup>13</sup> इन्द्रिय और इन्द्रियों के परे जहाँ तक मन की पहुँच है, हे भाई! वह सब माया ही जानो तुम उसके भेद सुनो, उसके दो भेद हैं, विद्या और अविद्या।<sup>14</sup> अविद्या दुष्ट और दुःखरूप है जिसके वष

होकर जीव संसार रूपी कुँए में गिरता है और एक विद्यारूपी वह माया जो प्रभु की प्रेरणा से संसार की रचना करती है, उसको अपने निज का बल नहीं है।<sup>15</sup>

इस प्रकार काकभुषुण्डि जी गरुड जी को माया और ब्रह्मके विषय में ज्ञान देते हैं और ज्ञानयोग की साधना एक रूपक के माध्यम से समझाते हैं। काकभुषुण्डि जी कहते हैं कि हे नाथ! यह अकथ कहानी सुनिये, जो समझाते ही बनती हैं, पर बखानी नहीं जा सकती। जीव ईश्वर का अंश, नाश रहित, चैतन्य, निर्मल और स्वाभाविक सुख की राशि है।<sup>16</sup> वह माया के वषीभूत होकर तोते और वानर की भाँति अपने–आप ही बंध गया। इस प्रकार जड़ और चेतन में ग्रन्थि (गाठ पड गयी) यद्यपि वह ग्रन्थि मिथ्या ही है, तथापि उसके छूटने में कठिनता है।<sup>17</sup> जब से जीव संसारी हुआ तब से न वह ग्रन्थि खुलती है और न वह सुखी होता है। वेद पुराणों में बहुत से उपाय कहे हैं पर, छुटती नहीं, अधिक–अधिक उलझती ही जाती है।<sup>18</sup> जीव के हृदय में विषे अज्ञान का अन्धकार है, जिससे दिखाई नहीं पड़ता– अर्थात् भला बुरा नहीं सूझता। फिर यह गौँट कैसे छूटे, ईश्वर जब ऐसा संयोग करें तब वह कदाचित सुलझ नहीं जाय।<sup>19</sup>

यह जीव माया के वषीभूत होने से दुखी हो जाता है तथा ईश्वर की कृपा होने से सहज ही जड़–चेतन की ग्रन्थि खुल जाती है। अतः काकभुषुण्डि जी आगे उस उपाय का वर्णन गरुडजी से कहते हैं जिससे यह ग्रन्थि खुलती है।

तुलसीदासजी ने बहुत सी सुन्दर रूपक में ज्ञानमय जीव (जड़–चेतन) की व्याख्या की है। जीव ईश्वर का अंश है तथा वह नित्य हैं, परन्तु जड़ प्रकृति के सम्बन्ध से इस संसार में फँस जाता है और दुख पाता है। तुलसीदासजी काकभुषुण्डि– गरुड संवाद में कहते हैं कि श्री हरि आकर हृदय में निवास करें। जप, तप, व्रत, संयम, जिनकों वेद शुभ कर्म और कल्याणकारी आचरण कहते हैं।<sup>20</sup> उन्हीं धर्माचरण रूपी हरे तृणों को जब वह गौ चरे और आस्तिक भावरूपी छोटे बछड़े को पाकर वह पेन्हावें। निवृत्ति (सांसारिक विषयों से और प्रपंच से हटाना) नोई (गौ के दूहते समय पिछले पैर बाँधने की रस्सी) हैं विष्वास (दुध दूहने का) बरतन हैं, निर्मल (निष्पाप) मन जो स्वयं अपना दास है (अपने वष में है) दुहने वाला अहीर है।<sup>21</sup>

इस प्रकार धर्माचरण प्रवृत्त सात्विक श्रद्धारूपी गौ से भाव, निवृत्ति और वष में किए हुए निर्मल मन की सहायता से परम् धर्ममय दूध दुहकर उसे निष्काम भावरूपी अग्नि पर भली–भाँति ओटावें फिर क्षमा और संतोष रूपी हवा से उसे ठंडा करें और धैर्य तथा शम (मन का निग्रह) रूपी जामन देकर उसे जमावे।<sup>22</sup> फिर प्रसन्नता रूपी कटोरी में तत्वविचार रूपी मथानी से दम (इन्द्रियमन) के आधार पर (दम रूपी खंभ आदि के सहारे) सत्य और सुन्दर वाणी रूपी रस्सी लगाकर उसे मथे और मथकर तब उसमें से निर्मल, सुन्दर और

अत्यन्त पवित्र वैराग्यरूपी मक्खन निकाल लें<sup>23</sup> तब योगरूपी अग्नि प्रकट करके उसमें समस्त शुभाषुभ कर्मरूपी ईंधन लगा दें अर्थात् सब कर्मों को योगरूपी अग्नि में भस्म कर डालें। जब वैराग्य रूपी मक्खन का ममत्तरूपी मल जल जाए तब हुए ज्ञानरूपी घी को निष्चयात्मिका बुद्धि से ठंडा करें<sup>24</sup> तब विज्ञानरूपी बुद्धि उस ज्ञानरूपी निर्मल घी को पाकर उससे चित्त रूपी दिये को भरकर ममता की दीवट बनाकर, उस पर उसे दृढ़तापूर्वक (जमाकर) रखें<sup>25</sup> इस प्रकार तुलसीदास जी ने ज्ञानयोग का वर्णन किया है

**सारांश:-**

ग्यान पंथ कृपान कै धारा। परत खगेस होइ नहिं बारा।।  
जो निर्विघ्न पंथ निर्बहई। सो कैवल्य परम पद लहई।।

रा.च.मा., उत्तरकाण्ड, 119 क,ख/1

ज्ञान का मार्ग कृपाण की धार के समान है इस मार्ग से गिरते देर नहीं लगती। जो इस मार्ग को निर्विघ्न निबाह लेता है, वहीं कैवल्य (मोक्ष) रूप परम पद को प्राप्त करता है। संत, पुराण, वेद, और तन्त्र आदि शास्त्र सब यही कहते हैं कि कैवल्य रूप परम पद अत्यन्त दुर्लभ है। परन्तु वह अत्यन्त दुर्लभ मुक्ति श्री राम जी को भजने से बिना इच्छा किए भी जबरदस्ती आ जाती हैं

**संदर्भ ग्रन्थ:**

1. तन बिनु परस नयन बिनु देखा। ग्रहइ घान बिनु बाह्य असेवा।

असि सब भौंति अलौकिक करनी। महिमा जासु जाइ नहिं बरनी।।

रा.च.मा., बालकाण्ड, 18/4

2. सगुवहि अगुवहि नहिं कुछ भेदा। गावहिं मुनि पुरान बुध बेदा।।

अगुन अरूप अलख अज जोई। भगत प्रेम बस सगुन सो होई।।

रा.च.मा., बालकाण्ड, 116/1

3. जो गुन रहित सगुन सोइ कैसें। जलु हिम उपल बिलग नहिं जैसें।।

जासु नाम भ्रम तिमिर पतंगा। तेहि किमि कहिज्ज बिमोह प्रसंगा।।

रा.च.मा., बालकाण्ड, 116/2

4. राम सच्चिदानंद दिनेसा। नहिं तहँ मोह निसा लवलेसा।।

सहज प्रकासरूप भगवाना। नहिं तहँ पुनि बिग्यान बिहाना।।

रा.च.मा., बालकाण्ड, 116/3

5. हरस बिषाद ग्यान अग्याना। जीव धर्म अहमिति अभिमाना।।

राम ब्रह्मब्यापक जग जाना। परमानंद परेस पुराना।।

रा.च.मा., बालकाण्ड, 116/4

6. निज भ्रम नहिं समुझहिं अग्यानी। प्रभु पर मोह धरहिं जड़ प्राणी।  
जथा गगन घन पटल निहारी। झॉपेउ भानु कहहिं कुबिचारी।  
रा.च.मा., बालकाण्ड, 117/1
7. चितव जो लोचन अंगुलि लाएँ। प्रगट जुगल ससि तेहि के भाएँ।।  
उमा राम विषइक अस मोहा। नभ तम धूम धूरि जिमि सोहा।।  
रा.च.मा., बालकाण्ड, 117/2
8. विषय करन सुर जीव समेता। सकल एक ते एक सचेता।।  
सब कर परम प्रकासक जोई। राम अनादि अवधपति सोई।।  
रा.च.मा., बालकाण्ड, 117/3
9. जगत प्रकास्य प्रकासक रामू। मायाधीस ग्यान गुन धामू।।  
जासु सत्यता तैं जइ माया।। भास सत्य इव मोह सहाया।।  
रा.च.मा., बालकाण्ड, 117/4
10. रजत सीप महुँ भास जिमि जथा भानु कर बारि।  
जदपि मृषा तिहुँ काल सोइ भ्रम न सकइ कोउ टारि।।  
रा.च.मा. दो. 117
11. एहि बिधि जग हरि आश्रित रहई। जदपि असत्य देत दुःख अहई।।  
जौं सपनें सिर काटै कोई। बिनु जागें न दूरि दुःख होई।।  
रा.च.मा. बालकाण्ड 118/1
12. ईष्वर जीव भेद प्रभु सकल कहौ समुझाए।  
जातैं होइ चरन रति सोक मोह भ्रम जाइ।।  
रा.च.मा., अरण्यकाण्ड, दो. 14
13. धोरेहि महुँ सब कहउँ बुझाई। सुनहु तात मति मन चित लाई।।  
मैं अरु मोर तोर तैं माया। जेहिं बस कीन्हे जीव निकाया।।  
रा.च.मा., अरण्यकाण्ड, 15/1
14. गो गोचर जहँ लागि मन जाई। सो सब माया जानेहु भाई।।  
तेहि कर भेद सुनहु तुम्ह सोउ। बिद्या अपर अविद्या दोउ।।  
रा.च.मा., अरण्यकाण्ड, 15/2
15. एक दुष्ट अतिसय दुखरूपा। जा बस जीव परा भवकृपा।।  
एक रचइ जग गुन बस जाकें। प्रभु प्रेरित नहिं बल ताकें।।  
रा.च.मा., अरण्यकाण्ड, 15/3
16. सुनहु तात यह अकथ कहानी। समुझत बनइ न जाइ बखानी।।  
ईस्वर अंस जीव अबिनासी। चेतन अमल सहज सुखरासी।।

रा.च.मा., उत्तरकाण्ड, 117 क,ख,ग/1

17.सो मायाबस भयउ गोसाईं। बँध्यों कीर मरकट की नाई।  
जड़ चेतनहि ग्रंथि परि गई। जदपि मृषा छूटत कठिनई।।

रा.च.मा., उत्तरकाण्ड, 117 क,ख,ग/2

18.तब ते जीव भयउ संसारी। छूट न ग्रंथि न होइ सुखारी।।  
श्रुति पुरान बहु कहेउ उपाई। छूट न अधिक अधिक अरुझाई।।

रा.च.मा., उत्तरकाण्ड, 117 क,ख,ग/3

19.जीव हृदयँ मोह बिसेषी। गंथि छूट किमि परइ न देखी।।  
अस संजोग ईस जब करई। तबहुँ कदाचित सो निरुअरई।।

रा.च.मा., उत्तरकाण्ड, 117 क,ख,ग/4

20.सात्विक श्रद्धा धेनु सुहाई। जाँ हरि कृपाँ हृदयँ बस आई।।  
जप तप ब्रत जम नियम अपारा। जे श्रुति कह सुभ धर्म अचारा।।

रा.च.मा., उत्तरकाण्ड, 117 क,ख,ग/5

21.तेह तून हरित चरै जब गाई। भाव बच्छ सिसु पाइ पेन्हाई।।  
नाइ निबृत्ति पात्र बिस्वासा। निर्मल मन अहीर निज दासा।।

रा.च.मा., उत्तरकाण्ड, 117 क,ख,ग/6

22.परम धर्ममय पय दुहि भाई। अवटै अनल अकाम बनाई।।  
तोष मरुत तब छमाँ जुड़ावै। धृति सम जावनु देइ जमावै।।

रा.च.मा., उत्तरकाण्ड, 117 क,ख,ग/7

23.मुदिताँ मथे बिचार मथानी। दम अधार रजु सत्य सुबानी।।  
तब मथि काढ़ि लेइ नवनीता। बिमल बिराग सुभग सुपुनीता।।

रा.च.मा., उत्तरकाण्ड, 117 क,ख,ग/8

24.जोग अगिनि करि प्रगट तब कर्म सुभासुभ लाइ।  
बुद्धि सिरावै ग्यान घृत ममता मल जरि जाइ।।

रा.च.मा., उत्तरकाण्ड, दो. 117 क

25. तब बिग्यानरूपिनी बुद्धि बिसद घृत पाइ।

चित्ता दिआ भरि धरै दृढ़ समता दिअटि बनाइ।। रा.च.मा., उत्तरकाण्ड, दो. 117 ख

## AWARENESS & UTILISATION OF DD KISAN CHANNEL AMONG THE FARMERS: A CASE STUDY OF DISTRICT SIRSA, HARYANA

---

**Kapil Bhatia**, Research Scholar,  
Department of Journalism & Mass Communication,  
Chaudhary Devi Lal University, Sirsa, Haryana  
E-mail: [kapilbhatia13@gmail.com](mailto:kapilbhatia13@gmail.com).

---

**Dr. Amit Sangwan**, Assistant Professor,  
Department of Journalism & Mass Communication,  
Chaudhary Devi Lal University, Sirsa, Haryana  
E-mail: [procdlu@gmail.com](mailto:procdlu@gmail.com)

---

**Abstract:** *Since its inception on 15<sup>th</sup> September 1959, the only public sector Television channel Doordarshan (DD) has been the soul of Indian Television industry. Among all other themes of the channel, agriculture has always remained at the epicenter for our public sector broadcasting. That is why DD initiated “Krishi Darshan” in January 1967 for educating our farmers. With the introduction of Cable TV, Niche TV Journalism was introduced in India in 1994-95. Having TV channels on many different genres, a need was felt to have a full-fledged 24 Hrs TV channel catering exclusively to the farmers and the rural population of India. Recently “DD-Kisan” channel has been launched by Govt. of India on 26<sup>th</sup> May 2015. The present paper examines the awareness among the farmers about DD-Kisan and utilisation of disseminated information by the channel in the district Sirsa of Haryana. The study reveals that the farmers of this area are enthusiastic to have programmes on upgraded seeds, pesticides, urea and advanced technology of farming etc. It has also been observed that the channel needs to be advertised at large scale through Folk Media to reach every farmer to make DD Kisan Bharat ki Shaan.*

**Keywords:** DD-Kisan, Agriculture, Farmers

**Introduction:** Television has a unique feature in attracting both the eyes and ears of the viewers simultaneously. This feature makes TV as the most potent media tool in stimulating new ideas and practices amid the masses. With this perspective on 15<sup>th</sup> September 1959, India's first ever TV channel Doordarshan (DD) was launched by the Government of India from New Delhi. With a temporary studio and having a small transmitter, ranging 40 km, Doordarshan geared up a modest beginning under the banner of All India Radio. Since then imparting social educational programmes have always remained at the epicenter of DD's objectives.

Agriculture, being the backbone of Indian economy, was at the top priority among all social educational programmes telecasted by DD. To fulfil this objective "Krishi Darshan" a 20 minutes weekly programme was launched in January 1967 for farmers to educate them about farming techniques so that their lives can be improved. The major participants in this effort by DD were Indian Agricultural Research Institute, Delhi Administration, Department of Atomic Energy, the State Governments of Uttar Pradesh and the then newly borne Haryana. Apart from this, another initiative for the purpose of social educational programme i.e. Satellite Instructional Television Experiment (SITE) was launched for one year on 01<sup>st</sup> August 1975. For this experiment, 2400 villages of six States namely Karnataka, Bihar, Rajasthan, Andhra Pradesh, Madhya Pradesh & Orissa were covered and another 2500 villages were covered through earth transmitters. Ministry of Agriculture set following objectives for the development of agriculture by SITE which are given below: -

1. Creating awareness about market trends of agriculture and weather information among the farmers.
2. To motivate farmers by broadcasting success stories of the other farmers
3. To make farmers aware about the agricultural organizations in their district which are responsible for supplying seeds and fertilizers to them
4. Educating the farmers about dry land farming, animal husbandry and poultry farming.
5. To recommend practices for crops and their management and so forth.

For achieving these objectives, half-an-hour programme on agriculture was relayed for each linguistic group daily.

While evaluating SITE, Planning Commission revealed that the success rate of SITE for imparting information in the field of agriculture was 60%, animal husbandry 72%, and health 45%. The study also described that SITE has proved that in terms of gaining knowledge on

social issues and creating awareness among the people, TV is the most powerful tool to make communication effective. On the contrary Space Application Centre (SAC), Ahmedabad highlighted that the programmes of SITE were incomprehensible to many viewers due to inappropriate use of language in the broadcasted programmes.

Since DD had a huge potential DD of penetrating more than 90% population of the country, the Central Government broke the ice with “**Mass Media Support to Agriculture Extension**” in 2003-04 along with All India Radio (AIR). The scheme was propounded with specific objectives of agriculture and allied fields as the content of the broadcasting programmes which are specially focused towards marginalized population and isolated areas. To make the programmes effective, top priority was given to the languages and local dialects with respect to the regional areas for viewer’s convenience, by repeatedly broadcasting the programmes at different time slots. Phone-in feature was also used to address the viewers’ problems more effectively.

DD being efficient with Narrowcasting technology began 30 minutes regional agricultural programmes five days a week, back to back with Krishi Darshan programme, through the eighteen Regional Kendras of Doordarshan as per the scheme. This became a major platform for the agricultural scientists and experts to address farmers’ specific problems.

### **DD Kisan Channel**

In the first decade of 21<sup>st</sup> century the trends of niche journalism became the need of time. Lots of TV channels with specific tasks like sports, cartoons, movies, cooking, music, news etc were launched. Since India’s soul is agriculture and “Kisan” being considered as ‘Anndatta’ a 24 Hrs channel on agriculture was considered as the need of the hour to provide information bombardment focused on the farmers of the nation to improve their farming revenues. In this regard on 26 May 2015 Government of India launched a 24 hours channel named DD Kisan which is fully dedicated to agriculture and allied sectors, which disseminates real-time inputs to farmers on new farming techniques, water conservation and organic farming among other information.

DD Kisan is a 24 hours channel exclusively for the farmers and the rural population of India. This Channel (DD “Kisan”) is an Edutainment Channel (Education+ Entertainment) encompassing all facets of life of Kisan, wherein the Kisan or the farmer is treated as a “Human Category”. Besides the core agricultural issues, the content of the Channel deals with Rural Development, Health and Family Welfare, Women and Child Care, Water



Resources, New and Renewable Energy. Environment, Forest and Climate change, Science and Technology, Food and Public Distribution, Drinking water supply and Sanitation, Food Processing Industries, Earth Sciences, Chemical and Fertilizers, Human Resource Development, Labour, Employment and Skill Development etc.

DD Kisan is a Niche Channel of Doordarshan and caters to all rural community of the entire country. To meet the specific needs of diversified population of the nation DD Kisan channel carries varieties of programs e.g. News, agriculture & animal husbandry, skill development & public awareness, entertainment and film based programmes etc. This makes the channel very dynamic and therefore its needs are equally dynamic. Agriculture and animal husbandry includes Khet se Bazar tak, Kisan Samachar, Mandi Khabar, Prayogshala se Khet tak, Vad-Samvad, Jai Kisan Jai Vigyan etc. These programmes also include the views of agricultural scientists from various agriculture institutes of India. The entertainment programmes like Vah Chaudhary, Mati ke Lal, Kadmon main Asmaan etc with local dialogue delivery attract the viewers. Old Bollywood Films on DD Kisan reminds the earlier days of DD as well. Programmes like Mati ke Mol, Albele Hathon ka Hunar are an effort to promote skills among the rural people. These programmes depict the art & craft heritage of our country e.g. small industries of craft handlooms, Kolhapuri chappal, crockery etc. These skill development programmes also reveal the hereditary saga of the entrepreneurs, challenges they face from the modern market and their efforts to keep their identity alive in modern world. DD Kisan channel has its own page with over 12000 likes on Facebook. Apart from it, many episodes of the programmes broadcasted on the channel have been viewed over 1000s times on You Tube. But still DD Kisan channel is not a popular channel among farmers. So the intent of present study is to examine the extent of awareness of this channel among farmers of district Sirsa (Haryana) and the utilization of knowledge and techniques of farming by them.

### **Objectives of the study**

- To study the socio economic profile of the Farmers
- To find out the reach of DD Kisan channel
- To check the viewership of DD Kisan channel
- To study how much time farmers spend on watching DD Kisan channel
- To study the choice of Audience and various programmes telecasted on DD Kisan channel

## Review of Literature

**A.K. Jhajharia, I.M. Khan, G.S. Bangarva and Santosh Jhajharia (2012)** conducted a study in Jaipur region, Rajasthan to investigate the awareness of farmers about farm based radio and television programmes. The study was undertaken to know about the importance of media. A simple random sampling was used as a tool for data collection from the farmers and programmes broadcasted by AIR & DD Kendra Jaipur were selected. Awareness of name, time and duration of the programmes of both the above said media unit was taken as variables. The study concluded that the farmers are well aware about the programmes like “Kheti ri Batan”, “Krasha ri Batan” and other programmes selected for the study from AIR Jaipur’s content. Around 80 per cent are aware about the timing of the programmes and more than 70 per cent are aware of their duration. Among programmes delivered by DD Kendra majority of the farmers are aware of timing and duration of the programmes like “Choupal”, “Krishi Darshan”, and “Kheti Badi”.

**Ariyo, O.C, Ariyo, M.O, Okelola, O.E, Aasa, O.S, Awotide, O.G, Aaron, A.J, and Oni, O.B (2013)** assessed the role of mass media in the dissemination of agricultural technologies among farmers in Kaduna North local government are of Kaduna State, Nigeria. The specific objectives of the study were to identify the availability and accessibility of the mass media tools to the farmers, among these tools which one is the major source of delivering agricultural information to them and to analyse the effectiveness of mass media in the dissemination of agricultural technologies to them as well. Random sampling was done to collect the primary data through interview schedule. Descriptive statistics and Chi-square test was applied for data analysis. The study found Radio (60.19 per cent) as the major source of information of agricultural technologies and it is accessible to 46.3 per cent of the respondents. Among the respondents 90.7 per cent were found strongly agree that mass media was effective in the dissemination of agricultural information and it have the potential of stimulating farmers to accept new ideas and practices and ultimately adopting the same. This is a perfect example of Diffusion of Innovation theory of mass communication.

**Mehar Singh, Meenakshi, Kuldeep (2014)** focused their study on awareness and utilisation of Krishi Darshan Programme among the farmers. The purpose of the study deal with the availability of media at farmers’ home, level of awareness of KDP, whether the information disseminated on KDP is valuable to farmers or not and how practically they are utilising the valuable information in their fields. A case study of Gharwal village of district Sonapat,

Haryana was done and 400 farmers were selected for the study with the help of stratified sampling. The study indicates that Television among all type of media available to the respondents is the most popular medium of mass media as 38 per cent respondents have TV set at home. Among all 52.75 per cent farmers are aware of KDP and the ratio in adopting and utilising the disseminated information telecasted in the programme is 1:2. Also 69 per cent respondents watch the programme to enhance their knowledge and few percentage of respondents watch KDP for entertainment. Their zeal of decoding knowledge from the programme rises during the sowing period of their crop and in the harvesting season as well.

**Jogender Singh, V. P. Chahal and Vidyulata (2014)** identified the growing need of a complete 24 hrs TV channel on farming and rural development in India. With this perspective, the researchers conducted a study on various dimensions of viewing behaviour of farmers in Haryana State. They selected Krishi Darshan Programme (KDP) of Doordarshan as the programme has been successfully inculcating agricultural information to the farmers since 1967. They tried to collect factual information on various dimensions of viewing behaviour of KDP i.e. viewing behaviour status of farmers, awareness of time and duration of telecast of KDP, frequency of viewing, preservation of information delivered, discussions of KDP's content by the farmers among others. By applying both multi-stage random sampling and random sampling technique, a sample of 200 farmers was opted and the data was collected personally with the help of interview schedule. The findings of the study revealed that 53.5 per cent of the respondents in the study were familiar with KDP and its broadcasting time and duration as well but only 21.5 per cent are its regular viewer. Among all the respondents majority of the farmers were found discussing the content of the programme with people around them but they never adopt any method of documenting the content on paper or record any video clips for further reference.

### **Research Methodology**

The study is primary data based. Out of seven blocks of District Sirsa, three blocks i.e. Sirsa, Odhan and Rania were selected randomly. Village Darbi from Sirsa block, Odhan from Odhan block and Jeevan Nagar from Rania block were selected purposively. Darbi is an educationally forward village, densely populated with Kamboj community. The farmers here are known for innovative agricultural skills with advanced farming technology and machinery. Odhan village is located on National Highway No: - 10. The village is dominated by Jat Sikh population having large size of holdings. The farmers of Jeevan Nagar village are

mainly Namdhari Sikhs, highly Tech- oriented and avowed to capital farming reputed for production of various types of high class rice quality.

A sample of 100 farmers has been selected randomly from each village. Data has been collected with a structured questionnaire and general observation has also been applied. The core data has been collected during the months of October-November 2015.

### Data Analysis and Interpretation

In this study the data processing and analysis has been done in Simple Tabulation form manually which involves the counting the number of responses in each category for a question and putting it into one way frequency table form. The percentage has been calculated for simpler interpretation

**Table 1**

Educational Qualification of Farmers

Category	Name of the Villages			Total
	DARBI	ODHAN	JEEVAN NAGAR	
Up to Middle	12	47	33	092 (30.67)
Middle to 10+2	50	36	50	136 (45.33)
Graduate & Above	38	17	17	072 (24.00)
<b>Total</b>	100	100	100	300 (100.00)

*Note: The figures in the parent theses are percentages*

This table reveals that only 24 per cent i.e. 72 out of 300 farmers are graduates in the selected research areas. Darbi village has higher literate farmers in comparison to other villages. Here 38 per cent farmers are holding graduate or above degree of education, whereas in Odhan & Jeevan Nagar it is 17 per cent each. Agriculture has been found as an inherited occupation in the research area and no female farmer was located.

**Table 2**

Age structure of the Farmers

Category (years)	Name of the Villages			Total
	DARBI	ODHAN	JEEVAN NAGAR	

<b>15-30</b>	07	10	13	030 (10.00)
<b>31-45</b>	63	30	30	123 (41.00)
<b>46 &amp; Above</b>	30	60	57	147 (49.00)
<b>Total</b>	100	100	100	300 (100.00)

*Note: The figures in the parent theses are percentages*

This table shows that percentage of young farmers between the ages of 31-45 is more than double in Darbi village i.e. 63 per cent in comparison with other two villages which is 30 per cent each. The percentage of farmers of the age 46 & above is more than 55 per cent in the other two villages. From over all research area perspective it has been found that 49 per cent farmers are above the age of 46. Only 10 per cent farmers, under the age of 30 years, are adopting agriculture as their profession. It has been observed that 224 (74.67 per cent of the sample study) farmers are living in joint families

**Table 3**

**Family Structure of the Farmers**

<b>Family Structure</b>	<b>Name of the Villages</b>			<b>Total</b>
	<b>DARBI</b>	<b>ODHAN</b>	<b>JEEVAN NAGAR</b>	
<b>Joint</b>	67	70	87	224 (74.67)
<b>Nuclear</b>	33	30	13	076 (25.33)
<b>Total</b>	100	100	100	300 (100.00)

*Note: The figures in the parent theses are percentages*

Our villages are still holding our cultural values system. A perfect example of this can be traced out from the above table as 224 out of 300 respondents, i.e. 74.67 per cent, are living in joint family structure and only 25.33 respondents are found to be as a part of nuclear family structure. The family structure of Jeevan Nagar farmers is still the joint family system up to the extent of 87 per cent in comparison with Odhan & Darbi, having joint families up to the extent of 70 per cent and 67 per cent respectively.

**Table 4**

**Size of Land Holding**

Category	Name of the Villages			Total
	DARBI	ODHAN	JEEVAN NAGAR	
Up to 5 Acre	40	07	10	057 (19.00)
5 – 10 Acre	07	23	13	043 (14.33)
10 Acre & Above	53	70	77	200 (66.67)
<b>Total</b>	100	100	100	300 (100.00)

*Note: The figures in the parent theses are percentages*

The table explains that the size of land holding in Jeevan Nagar is on the higher side. This may be due to values of joint family system still prevailing there. There are more farmers with small size holding in Darbi village.

**Table 5**  
**Annual Income**

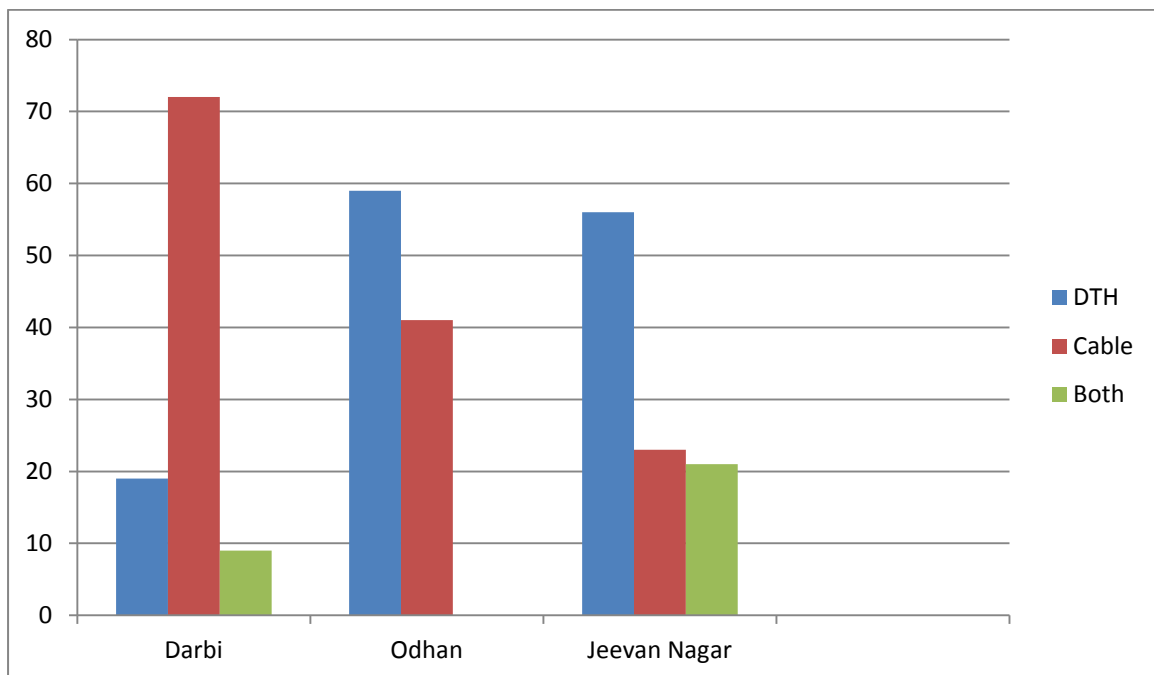
Annual Income	Name of the Villages			Total
	DARBI	ODHAN	JEEVAN NAGAR	
Up to 2 Lakh	61	26	16	103 (34.33)
2 Lakh to 5	08	12	30	050 (16.67)
5 Lakh & Above	31	62	54	147 (49.00)
<b>Total</b>	100	100	100	300 (100.00)

62 per cent of the farmers of village Odhan and 54 per cent of farmers of Jeevan Nagar are having annual income 5 lakh & above. The 61 per cent farmers of village Darbi have annual income up to 2 lakh. Size of small land seems to be the cause of this difference.

**Table 6**  
**Type of TV Connection**

Types of TV Connection	Name of the Villages			Total
	DARBI	ODHAN	JEEVAN	

			<b>NAGAR</b>	
<b>DTH</b>	19	59	56	134 (44.67)
<b>Cable</b>	72	41	23	136 (45.33)
<b>Both</b>	09	00	21	030 (10.00)
<b>Total</b>	100	100	100	300 (100.00)



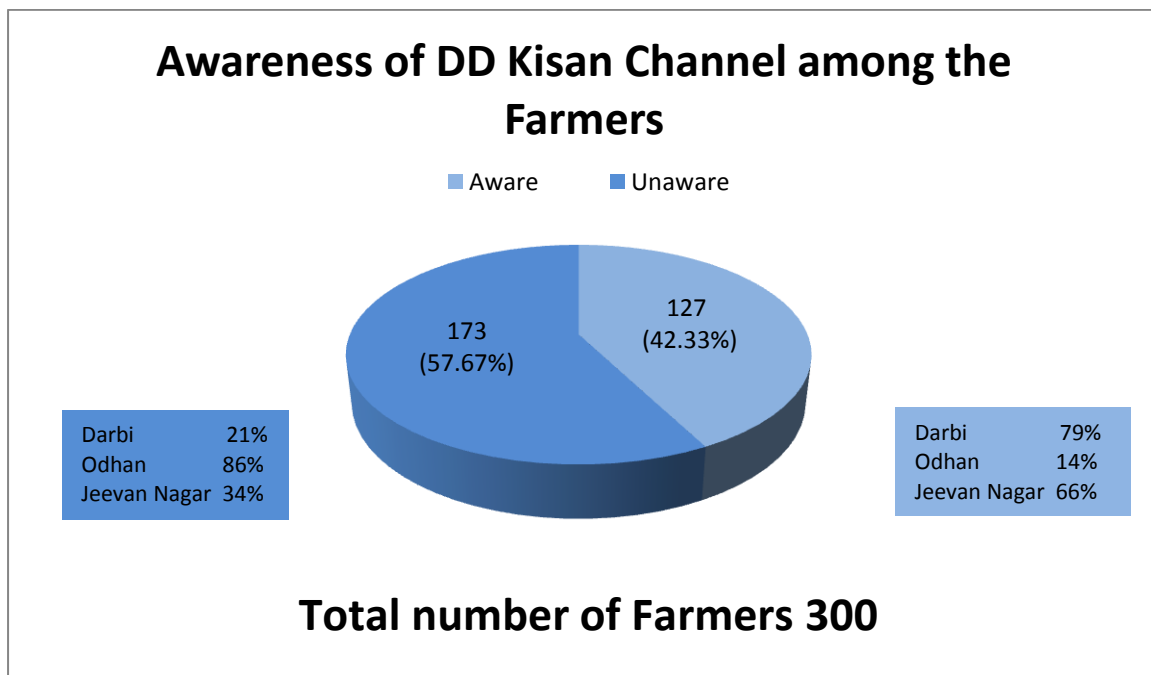
Since every farmer possesses a TV set at home so the study was done to know about the types of TV connection i.e. DTH/ Cable TV or both and it was found that the farmers of Odhan and Jeevan Nagar have a close tie in terms of only DTH connection i.e. 59 per cent and 56 per cent respectively. While only 19 per cent farmers of village Darbi possesses only DTH connection at home. In contrast with DTH TV connection 72 per cent farmers of the village possesses cable TV connection at home. Also no farmer was found to have both DTH & Cable TV at home, which is 21 per cent in Jeevan Nagar & 09 per cent in Darbi.

**Table 7**  
**Awareness of DD Kisan Channel among the Farmers**

<b>Awareness of DD Kisan Channel</b>	<b>Name of the Villages</b>			<b>Total</b>
	<b>DARBI</b>	<b>ODHAN</b>	<b>JEEVAN NAGAR</b>	

<b>Aware</b>	79	14	34	127 (42.33)
<b>Unaware</b>	21	86	66	173 (57.67)
<b>Total</b>	100	100	100	300 (100.00)

The above table unfolds the detail about the awareness level of the farmers about DD Kisan channel. The channel is accessible to all the farmers who are aware about the same. The researcher found that 57.67 per cent farmers are unaware about the channel and only 42.33. The educationally forward village among the three i.e. Darbi has been notified very positive about the channel where 79 out of 100 farmers (79 per cent) are aware about the channel and only 21 per cent lack awareness to the same. In Jeevan Nagar only 34 per cent farmers are aware and 66 per cent responded that they haven't heard about DD Kisan channel before the survey of the study. The dire situation has been seen in Odhan village about DD Kisan channel where 86 per cent farmers are not aware about it and only 14 per cent are familiar with DD Kisan channel.



**Table 8**

**Viewership of DD Kisan Channel among Farmers**

Viewership per	Name of the Villages	Total
----------------	----------------------	-------



day of DD Kisan Channel	DARBI	ODHAN	JEEVAN NAGAR	
0-30 minutes	40	07	14	061 (20.33)
31-60 minutes	08	00	03	011 (03.67)
61 & Above minutes	08	00	03	011 (03.67)
Unaware	21	86	66	173 (57.67)
Aware but Don't Watch	23	07	14	044 (14.66)
<b>Total</b>	100	100	100	300 (100.00)

A serious situation has been seen in Odhan village about DD Kisan channel where 86 per cent farmers are not aware about it and only 14 per cent, i.e. only 14 out of 100, are familiar with it. Among these 14 only 07 farmers watch the channel for up to 30 minutes only. About Jeevan Nagar only 34 out of 100 farmers were found aware about the channel, among these 14 farmers view less than 30 minutes. & among category of 30-60, and 60 & above minutes viewership only 01 farmer each has accepted the viewership. But findings about village Darbi is far better as 79 out of 100 (79%) farmers were found aware. Out of these 79 farmers 56 watch DD Kisan channel. Among these 40 watch up to 30 minutes & 08 each in the rest of viewership categories as shown in the table.

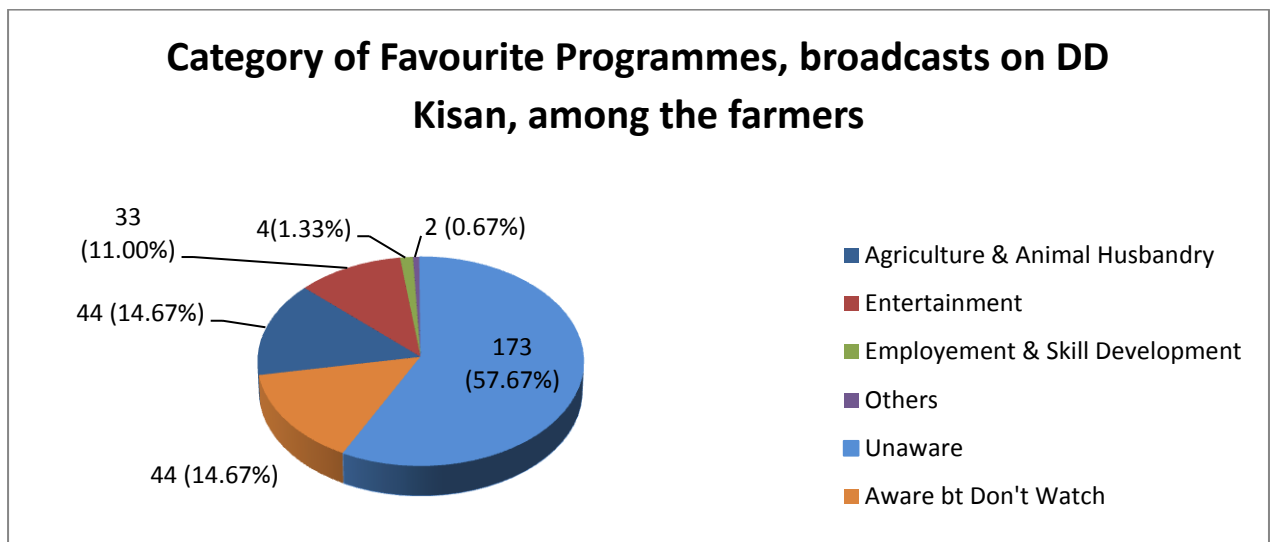
**Table 09**

**Category of favourite programmes among the farmers, broadcasted on DD Kisan**

Category of the Programme	Name of the Villages			Total
	DARBI	ODHAN	JEEVAN NAGAR	
Agriculture & Animal Husbandry	37	01	06	044 (14.67)
Entertainment	16	06	11	033 (11.00)
Employment & Skill Development	02	00	02	004 (01.33)
Others	01	00	01	002 (00.66)
Unaware	21	86	66	173 (57.67)

<b>Aware but Don't Watch</b>	23	07	14	044 (14.67)
<b>Total</b>	100	100	100	300 (100.00)

The above table shows that the farmers of village Darbi are more enthusiastic about gaining knowledge from the DD Kisan channel. Here 37 per cent respondents are watching the programmes on agriculture and animal husbandry. But only 02 per cent farmers of village Darbi and Jeevan Nagar are found as the viewers of these skill based rural programmes. More efforts are required to promote these programmes as they could be a powerful tool in promoting small scale industries which in result provides employment to the rural people. Also farmers watching the channel have reported that they don't have any constraints in terms of understanding the programmes.



**Table 11**

**Utilisation of Information by farmers disseminated on DD Kisan channel**

Utilisation of Information	Name of the Villages			Total
	DARBI	ODHAN	JEEVAN NAGAR	
<b>Yes</b>	41	04	03	048 (16.00)
<b>No</b>	15	03	17	035 (11.66)

<b>Unaware</b>	21	86	66	173 (57.67)
<b>Aware but Don't Watch</b>	23	07	14	044 (14.67)
<b>Total</b>	100	100	100	300 (100.00)

Some farmers have utilised the information disseminated on DD Kisan and have found the information fruitful in terms planting seeds, quantity of Urea to be used and animal husbandry. From Jeevan Nagar 01 farmer from the selected sample reveals that as per the information received from DD Kisan regarding planting seeds of vegetables delay by 20-25 days from natural time has increased his vegetable production by 20 per cent and the less quantity of Urea has been used by him from last year. Among the farmers, who have utilised information disseminated through DD Kisan channel, have accepted that they are keen to know about prices, seeds, pesticides, fertilisers and animal husbandry. Some also shared that they have urge to discuss the information with ADO or any Agri Scientist but they have no feedback from other side.

**Limitations of the Study:**

This study is entirely an academic study. Limited funds and constraints of time were the main limitations of the study. Therefore only one village was opted from each of three out of seven blocks of the Sirsa district. During observations respondents, who hadn't utilised the information yet, revealed that by the time they got to know about DD Kisan channel, the sowing time period of the concerned crop was over but they were excited to adopt and experiment in their small part of land first in future and if found fruitful will do at large.

**Conclusion:**

Launching of DD Kisan channel is an impressive step by the Govt. of India. Farmers are very enthusiastic about it and have feeling of belongingness with great proud. Some farmers have utilised the broadcasted information and have found it fruitful in terms of sowing seeds, quantity of urea to be used etc. But 57.67 per cent of the sampled farmers are still not aware about the channel itself whereas 14.66 per cent farmers are not watching the channel even though they are well aware about it. 27.66 per cent farmers are utilising the various types of information disseminated by the channel. During interaction with the farmers, a feeling of animosity regarding brand ambassador of the channel has been observed. Farmers believe that an agricultural expert rather than Mr. Amitabh Bachchan should be given that honour. Also they are enthusiastic to have more programmes on upgraded seeds, pesticides, urea and

advanced technology of farming etc. To enhance the TRP, DD Kisan channel should actively involve Krishi Gyan Kendra & Panchayati Raj Institutions for getting farmers' feedback. It has also been observed that channel also needs to be advertised at large scale through Folk Media as well, so that each and every farmer can take the advantage of the channel to make **DD Kisan Bharat ki Shaan.**

#### References:

1. A.K., Jhajharia, I.M. Khan, G.S. Bangarva and Santosh Jhajharia (2012) <http://www.rseeudaipur.org/wp-content/uploads/2013/02/522.pdf>
2. Ariyo, O.C, Ariyo, M.O, Okelola, O.E, Aasa, O.S, Awotide, O.G, Aaron, A.J, and Oni, O.B (2013) <http://www.iiste.org/Journals/index.php/JBAH/article/viewFile/5677/5790>
3. Jogender Singh, V. P. Chahal and Vidyulata (2014) <http://www.seea.org.in/vol14-3-2014/14.pdf>
4. Kewal. J. Kumar (2011). *Mass Communication in India*. New Delhi: Jaico Books.
5. Mehar Singh, Meenakshi, Kuldeep (2014) <http://www.ijifr.com/pdfs/14-02-2014214Awareness%20and%20Utilization%20of%20Krishi%20Darshan.pdf>
6. Veer Bala Agarwal, V. S. Gupta (2002). *Handbok of Journalism & Mass Communication* : Concept Publishing

#### Web References:

1. <https://www.facebook.com/DDKisanChannel/> 15 Dec. 15 at 05:42 pm
2. [https://www.youtube.com/results?search\\_query=dd+kisan](https://www.youtube.com/results?search_query=dd+kisan) 15 Dec. 15 at 11:16 pm
3. [http://agricoop.nic.in/PolicyIncentives/mass\\_media\\_b\\_N.htm](http://agricoop.nic.in/PolicyIncentives/mass_media_b_N.htm)

## योग में प्राणायाम का स्थान व उसका प्रभाव

प्रो० जी.डी.शर्मा, अध्यक्ष एवं सोहन लाल, शोधार्थी

योग विभाग पतंजलि विश्वविद्यालय, हरिद्वार (उत्तराखण्ड)

योग एवं उसके पक्ष हठयोग एवं अष्टांग योग के प्रसंग में विस्तार से प्राणायाम का विवेचन किया गया है। यद्यपि अन्य योगों में भी प्राणायाम को एक अंग के रूप में स्वीकार किया गया है तथापि हठयोग की तो यह मुख्य साधना पद्धति है। हठयोग में प्राणायाम मुख्य साधन के रूप में प्रयुक्त होता है। मंत्र, लय एवं राजयोग में प्राणायाम एक सहायक के रूप में स्वीकृत है। प्राण अधिभूत तत्त्व है। अतः प्राणायाम प्रधान हठयोग भी आधिभौतिक होता है। यह हठयोग, लययोग एवं राजयोग का उपकारक माना जाता है। हठयोग में साधक की दीक्षा योग्यता का परिचय उसकी शरीर संपत्ति से लगाया जाता है तथा रोगमुक्ति एवं स्वास्थ्य वृद्धि के लिए कुछ नियम अपनाए जाते हैं। इसलिए हठयोग प्राण शक्ति का विज्ञान है।

महर्षि पतंजलि की दृष्टि में प्राणायाम आष्टांगिक योग का चतुर्थ अंग है।<sup>1</sup> किंतु घेरंड संहिता में प्राणायाम का विवेचन प्रत्याहार के उपरांत किया गया है।<sup>2</sup> योग में प्राण को महत्त्वपूर्ण माना है। जीवन व मृत्यु सब प्राण पर ही निर्भर है। प्राण का अर्थ श्वास, श्वासोच्छ्वास, जीवन, चैतन्य, वायु, ऊर्जा या शक्ति है। जीवन के लिए अति जरूरी प्राण वायु के लिए यह शब्द बहुवचनात्मक प्रयोग होता है। आयाम का अर्थ है लम्बाई, विस्तार कसाव या प्रतिरोध। इस प्रकार प्राणायाम श्वास प्रश्वासों की व्याप्ति-विस्तार एवं नियंत्रण है। योग में स्थूल शरीर से लेकर सूक्ष्म शरीर प्राणायाम से प्रभावित होता है। अतः योग विधा में स्थान आहार व आचार संबंधित व्यवहार तथा शारीरिक स्थूलता को षट्कर्म आसनों से संतुलित करने के बाद प्राणायाम का अत्यंत महत्त्वपूर्ण स्थान है जो मोक्ष मार्ग की ओर ले जाने का कार्य करता है।

श्वासों के सभी प्रकार के कार्य-संपादन पर यह नियंत्रण होता है। जैसे श्वसन जिसे पूरक कहते हैं प्रश्वसन जिसे रेचक कहते हैं और श्वासों की रोकथाम जिसे कुम्भक कहते हैं। कुम्भक की स्थिति में न श्वास लिया जाता है न श्वास निकाला जाता है। हठयोग सिद्धान्त में कुम्भक एक स्वतंत्र व्यापक अर्थ में प्रयुक्त होता है इस प्रक्रिया में श्वास से जुड़ी तीनों विविधों का समावेश है।

कुम्भक का अर्थ है – गागर, घड़ा, सुराही। घड़े को पूर्णतया वायु से रिक्त कर पानी से भी भरा जा सकता है और पूर्णतया पानी से रिक्त कर वायु से भी भरा जा सकता है। उसी प्रकार कुम्भक की भी दो स्थितियां हैं। (1) पूर्ण श्वास लेने के बाद कुछ क्षणों के लिए श्वास का रूक जाना (2) पूर्ण

श्वास छोड़ने के बाद कुछ क्षणों के लिए श्वास का रुक जाना। प्रथम अंतः कुंभक और दूसरा बाह्य कुंभक। हठयोग प्रदीपिका में कुंभक का ही वर्णन मिलता है। प्राणायाम को पूर्ण, रेचक पूरक व कुंभक के ऐक्य रूप में स्वीकार किया है। हठयोग प्रदीपिका में भी प्राणायाम के क्रम के बारे में वर्णन मिलता है। प्राणायाम को क्रम से ही करना चाहिए। योग साधन के लिए मित्तहार, यम, नियम व आसन आदि अंगों को ग्रहण करने के बाद प्राणायाम करना चाहिए। हठयोग में मुख्यतः आसन यम होने पर ही प्राणायाम का प्रावधान बतलाया है।<sup>3</sup>

इस प्रकार प्राणायाम श्वास विज्ञान है। शास्त्रकारों ने अष्टविध योगांकों में प्राणायाम को मुख्य भी माना है। क्योंकि प्राणायाम की सिद्धि होने के उपरांत ही प्रत्याहारादि अवशिष्ट योग अंगों की सिद्धि हो पायेगी।

जैसा कि योग चिन्तामणिकार का मत है।

“अभ्यास से योगी द्वारा बढ़ाया गया प्राणायाम ही प्रत्याहार, ध्यान, धारणा एवं समाधि शब्दों से भी निरूपित किया गया है।”<sup>4</sup>

प्राणायाम इतना अधिक महत्त्वपूर्ण स्थान रखता है कि –

अर्थात् ब्रह्मा आदि देवता भी काल (मृत्यु) के भय से प्राणायाम के अभ्यास में लगे रहते अर्थात् प्राणायाम मृत्यु से बचाता है। इसलिए प्राणायाम का अभ्यास करना चाहिए।<sup>5</sup>

प्रत्येक श्वास लेने वाला प्राणी श्वास के साथ मानसिक स्तर पर बिना जप किए स्वाभाविक रूप से अनजाने ही “सोहम्” जप का श्वास लेता है। इसी प्रकार प्रत्येक प्राणी प्रत्येक प्रश्वास से हंसः का जप करता है। अजय मंत्र प्रत्येक जीवित प्राणी के जीवनकाल में सतत चलता रहता है। इसलिए आत्मा को बांधने वाले सारे बंधनों से वह मुक्त हो जाता है। वह अपने उसी श्वास को त्याग के रूप में परमात्मा को समर्पित कर देता है और परमात्मा से आशीर्वाद रूप में जीवन का श्वास ग्रहण करता है।

“जीवात्मा के शरीर में प्राण परमात्मा के जागतिक श्वास का अंश है। प्राणायाम के अभ्यास द्वारा व्यक्ति के श्वास (पिण्ड) प्राण को जागतिक श्वास (ब्रह्माण्ड प्राण) से समस्वरता में लाने का प्रयास किया जाता है। यह व्यष्टि को समष्टि में एवं समष्टि को व्यष्टि करने की साधना है।”<sup>6</sup>

शाण्डिल्योपनिषद् में यम-नियम-आसन आदि के साथ प्राणायाम की बात कही गई है और अभ्यास से नाड़ियाँ शुद्ध होती हैं।<sup>7</sup>

योग कृण्डल्युपनिषद् के अनुसार :-

हेतु द्वयं हि चित्तस्य वासना समीरणः।

तयो विनष्टे एकस्मिस्तद द्वावपि विनश्यतः।।

अर्थात् चित्त के दो हेतु हैं – वासना और प्राण। इनमें से किसी एक पर नियंत्रण होने से दोनों नियंत्रित हो जाते हैं।

चित्त (मन, बुद्धि व अहंकार) दो शक्तिशाली अश्वों द्वारा खींचे जाने वाले रथ के समान है। एक है प्राण दूसरा है वासना। दोनों में जो शक्तिशाली हो जाता है वही चित्त को अपनी ओर खींचता है। यदि प्राण (श्वास) प्रबल हो तो इच्छाएं वशीभूत होती हैं इन्द्रियों पर नियंत्रण व चित्त स्थिर रहता है। यदि वासना प्रबल हो जाती है तो श्वास (प्राण) अव्यवस्थित, चित्त (मन) अस्थिर एवं दुःखी हो जाता है। इसलिए योगी श्वसन विज्ञान (प्राणायाम) पर अधिकार प्राप्त करते हैं और श्वासों के नियंत्रण तथा व्यवस्था से चित्त को वश में करते हैं एवं उसकी निरंतर हलचल को स्थिर कर देते हैं।

मन की दो अवस्थाएं बतलायी गयी हैं – शुद्ध तथा अशुद्ध। “जब मन वासनाओं से पूर्णतः मुक्त होता है तब शुद्ध और जब वासना युक्त होता है तब अशुद्ध होता है।” इन अवस्थाओं में शुद्ध अवस्था के लिए प्राणायाम की महत्त्वपूर्ण भूमिका रहती है। “प्राणवायु शक्ति के अत्यंत सूक्ष्म रूपों में से वायु एक है। एक व्यापक शक्ति जो मानव शरीर में व्याप्त है, शक्ति द्वारा संपादित किये जाने वाले विविध कार्यों के अनुसार हठयोग सिद्धान्त में पाँच मुख्य श्रेणियों में वर्गीकृत है।”<sup>8</sup>

प्राणायाम का योग में गहरा प्रभाव है। हठप्रदीपिका का मत है कि –

“केवल प्राणायाम के द्वारा ही सभी प्रकार के मलों की निवृत्ति होती है।”<sup>9</sup>

महर्षि घेरण्ड के अनुसार हैं कि—“प्राणायाम की साधना करने मात्र से मनुष्य देवता के समान हो जाता है।”<sup>10</sup>

मनु महाराज मनुस्मृति में वर्णन हैं कि—

“जैसे अग्नि आदि में तपाने से सुवर्ण आदि धातुओं के मल विकार नष्ट हो जाते हैं, वैसे ही प्राणायाम से इन्द्रियों एवं मन के दोष दूर होते हैं।”<sup>11</sup>

योग दर्शन में भी उल्लेख है कि – “ततःक्षीयते प्रकाशावरणम्”।

प्राणायाम का संबंध शरीर के नाड़ी मंडल से है। नाड़ी शुद्धि जब तक नहीं होती तब तक प्राणायाम की साधना कल्याणप्रद कथमपि नहीं हो सकती। अतः शरीरगत संपूर्ण नाड़ी जाल का ज्ञान प्राणायाम साधक के लिए अपेक्षित होता है। पिट में मेरू में ऊपर तक नाभि के नीचे पक्षी के आकार की कद-योनि है, जहां से सभी नाड़ियों की उत्पत्ति बताई जाती है। मुख्य नाड़ियों इडा, पिंगला एवं सुषुम्ना का प्राणायाम से घनिष्ठ संबंध माना जाता है।

“प्राण का संबंध मन एवं शुक्र से माना जाता है। कहते हैं इनमें किसी एक पर नियंत्रण करने से अन्य दो का स्वयमेव नियंत्रण हो जाता है। हठयोगियों का विश्वास है कि मन की शक्तियां प्राण का अनुसरण करती हैं। अतः प्राण के नियंत्रण से मन का नियंत्रण संभव है। भुजदंड से आक्षिप्त कंदुक जैसे उछलता है वैसे ही प्राण अपान से अक्षिप्त जीव निश्चल नहीं रह पाता। प्राणायाम के वश में

जीव वाम-दक्षिण मार्ग से ऊपर-नीचे दौड़ता रहता है। जैसे रज्जुबद्ध श्येन उड़ जाने पर भी खींच लिया जाता है, उसी प्रकार गया हुआ जीव भी प्राणायाम से आकृष्ट होता है।<sup>12</sup>

“प्राण का संचार इड़ा और पिंगला में सदैव होता रहता है। प्राणायाम के सतत अभ्यास द्वारा शरीर शुद्ध होता है एवं प्राण संचार सुषुम्ना-पथ से होने लगता है। प्राण का प्रवाह जब इड़ा और पिंगला का परित्याग कर देता है तब वस्तुतः ये दोनों नाड़ियां निष्प्राण हो जाती हैं और सुषुम्ना में स्थित प्राण देवता कुडलिनी के छह चक्रों को भेदकर सहायार में, ब्रह्माण्ड-प्राण में लय हो जाती है।<sup>13</sup>

“प्राणायाम का संबंध ओंकार साधन से भी जोड़ा जाता है। वस्तुतः इसे प्राणायाम का उपांग ही कहना चाहिए। ओंकार साधन एवं अजपाजय दोनों ही प्राणायाम से अन्तर्भुक्त है। हठयोग के कुछ ग्रन्थों में इस प्रणव-साधन को ही नादानुसंधान कहा गया है।<sup>14</sup>

हठयोग प्रदीपिका में वर्णन मिलता है कि प्राणायाम से नाड़ी शुद्धि होती है और अंतर की अग्नि प्रज्वलित होती है और अनेक प्रकार के नाद सुनाई पड़ते हैं। प्राण वायु जब ब्रह्मरंध्र में स्थिर हो जाता है, तब क्षुद्रघंटिका, वंशी, वीणा तथा भ्रमरादि के नाद की तरह सूक्ष्मतर नाद सुनाई पड़ते हैं। नादानुसक्त मन क्रमशः इन नादों का भी परित्याग करके अंत में समाधि में लीन हो जाता है।<sup>15</sup>

योग में चार अवस्थाएं होती हैं – आरंभ, घट, परिचय और निष्पति अवस्था। आरम्भावस्था में प्राणायाम से ब्रह्मग्रंथि का भेद होता है और हृदय में आनंदानुभूति होती है तथा आभूषणों की क्वणन-ध्वनि जैसा अनाहत नाद सुनाई पड़ता है। घटावस्था में प्राण मध्यम हो जाता है और विष्णुग्रंथि का भेद होने से आनंद प्राप्ति के साथ भेरी-ध्वनि अतिशून्य कंठरंध्र में सुनाई पड़ती है। परिचयावस्था में मादल-ध्वनि भ्रूमध्य में उत्थित होती है और प्राण महाशून्य में चला आता है। निष्पति अवस्था में रुद्रग्रंथि का भेद होता है और प्राण शर्व पीठ में प्रवेश कर जाता है। इस अवस्था में वीणा का शब्द सुनाई पड़ता है।<sup>16</sup>

मानव शरीर क्रिया विज्ञान के अध्ययन से यह स्पष्ट दिखता है कि नाड़ी, अन्तःश्वसन, रक्तपरिसंचरण और पाचन ये शरीर के प्रमुख तंत्र हैं। इसमें नाड़ी तंत्र और अन्तःश्वसनीय तंत्र सबसे अधिक महत्त्वपूर्ण हैं, परंतु इन्हें भी बहुत कुछ अन्य उपयुक्त तंत्रों पर निर्भर रहना पड़ता है।

“उत्सर्जक अंगों के परीक्षण से प्रारंभ करने पर हमें दिखता है कि आन्त्र और वृक्क उदरगुहा में और फुफ्फुस वक्ष में स्थित होते हैं। प्राकृत (स्वाभाविक) श्वसन में मध्यच्छदा के बारी-बारी ऊपर-नीचे होने से और उदरपेशियों के संकोच एवं शिथिलन होने से आन्त्र और वृक्कों को एक गति प्राप्त होकर हल्का सा मर्दन होता है। प्राणायाम में निःश्वसन प्रश्वसन और श्वास रोकने की अवधि में यह गति और मर्दन अधिक बढ़ जाते हैं। आन्त्र और वृक्कों के कार्यों को नियंत्रित करने वाली नाड़ियां



और पेशियाँ भी प्राणायाम के अभ्यास से सक्रिय हो जाती है। इस प्रकार आन्त्र और वृक्क केवल प्राणायाम करते समय ही नहीं अपितु दिनभर के लिए प्राणायाम से लाभान्वित होते हैं।<sup>17</sup>

प्राणायाम का अभ्यास सुषुम्ना की मध्यवर्ती नाल और मस्तिष्क के निलय, दोनों में उच्च दाब उत्पन्न करता है। ये दाब केन्द्र से संपूर्ण नाडी तंत्र को उत्तेजित करते हैं। इन केन्द्रीय और परिसरीय प्रेरणाओं के कारण मानवी चेतना मति अर्न्तमुखी होने लगती है और इन्द्रियातीत अनुभव शक्य होने लगते हैं। जैसे–जैसे मानव मति अधिकाधिक निर्मल होने लगती है वैसे–वैसे एक से एक बढ़कर इन्द्रियातीत सृष्टियाँ प्रत्यक्ष होने लगती हैं और अंत में व्यक्ति अनंत के साथ एक होकर ब्रह्माण्ड में विलीन हो जाता है।<sup>18</sup>

अतः योग में प्राणायाम का अति विशिष्ट स्थान माना जाता है। शारीरिक अभ्यास के उपरांत मानसिक व आध्यात्मिक विकास के लिए प्राणायाम अति आवश्यक हो जाता है। हठयोग और राजयोग के बीच प्राणायाम सेतु का कार्य करता है।

संदर्भ

1. योगसूत्र 2/29
2. घेरण्ड संहिता 1/10–11
3. आसनं कुम्भकं चित्र मुद्राथ्व्यं करणं तथा। अथ नादानुसन्धानम् अभ्यासानुक्रमो हठे ॥ हठप्रदीपिका 1/56
4. हठयोग प्रदीपिका पृ० 27
5. ब्रह्मदयोऽपि त्रिदशाः पवनाभ्यास तत्पराः। अभूवन्नक्तकभयात् तस्मात् पवनमभ्यसेत् ॥ हठप्रदीपिका 2/39
6. बालकृष्ण , विज्ञान की कसौटी पर योग (हरिद्वार : दिव्य प्रकाशन 2007) पृ० 40–41
7. यमनियमाभ्यां संयुक्तः पुरुषः प्राणायाम चरते। शा० उप० 1/14
8. बालकृष्ण , विज्ञान की कसौटी पर योग (हरिद्वार : दिव्य प्रकाशन 2007) पृ० 41
9. “प्राणायामैरेव सर्वे प्रशुष्यन्ति मला इति ॥” हठप्रदीपिका 2/38
10. संप्रवक्ष्यामि प्राणायामस्य सिद्धिम्। यस्य साधन मात्रेण देवतुल्यो भवेन्तरः ॥ घेरण्ड संहिता 5/11
11. दह्यान्ते ध्मायमनानां धातूनां हि यथा मलाः। तथेन्द्रियाणां दह्यान्ते दोषाः प्राणस्य निग्रहात् ॥ मनु 6:71
12. विवेक मार्तड 41–44
13. जॉन वुडरफ , द सर्पेट पावर (मद्रास : गणेश एंड कम्पनी 1950) पृ० 215
14. नाथ और संत साहित्य पृ० 286
15. — वही — पृ० 286
16. हठयोग प्रदीपिका पृ० 4/68–75
17. कुवलयनंद , प्राणायाम (पुणे : अध्यक्ष कैवल्यधाम लोनावाला 2012) पृ० 241
18. — वही — पृ० 241

## छपाई का महत्व तथा उसकी उपयोगिता

देवेन्द्र गोदारा, फॉर्मर टीचिंग एसोसिएट,

डिपार्टमेंट ऑफ प्रिंटिंग टेक्नॉलॉजी,

गुरु जम्भेश्वर विज्ञान और प्रौद्योगिकी विश्वविद्यालय, हिसार, हरियाणा

मीडिया में सन 1995 में दो निर्णय आये जिन्होंने की मीडिया को काफी हद तक प्रभावित किया। पहला निर्णय सुप्रीम कोर्ट का था जिसमें उन्होंने कहा था कि जो वायु तरंगें हैं वह निजी संपत्ति हैं और इसका प्रयोग जनता के हित के लिये किया जाना चाहिये। इसके साथ ही दूसरा निर्णय सरकार ने लिया तथा देश में व्यवसायिक मोबाइल तथा इंटरनेट सेवा की शुरुआत हुई। इसके बाद से देश में तेजी से न केवल रेडियो तथा टेलीविजन और समाचार पत्रों का विकास हुआ वरन इसके साथ ही देश में तेजी से मोबाइल सेवा का विस्तार हुआ।

देश में प्रायः किस तेजी से मोबाइल सेवा को अपनाया जा रहा है इसको हम इसी से समझ सकते हैं कि भारत में टायलेट से ज्यादा मोबाइल है। प्रायः जब देश में सन 2012-13 में 3 जी मोबाइल सेवा आरंभ हुई तो यह माना जाने लगा कि अब टेलीविजन तथा समाचार पत्रों के कुछ गिने जुने ही दिन रह गये हैं। इसके पीछे जो विद्वानों ने कारण दिये उनमें से प्रमुख कारण थे कि अब मोबाइल पर ही ई-एडीशन उपलब्ध होने लगे। इसके साथ ही प्रायः मोबाइल पर ही अनेक टेलीविजन चैनल तथा हर प्रकार की सामग्री उपलब्ध होने लगी।

इसके साथ ही ध्यान देने वाली बात यह है कि सन 2010 के बाद से यूरोपीय देशों खासकर विकसित देशों में न केवल समाचार पत्रों का सर्कुलेशन कम हुआ वरन इसके साथ ही समाचार

पत्रों के ई-एडीशन मोबाइल पर पढ़ने वालों की संख्या भी तेजी से बढ़ी। इसको देखते हुए यह भविष्यावाणी प्रायः सही जान पड़ी। लेकिन प्रायः समय के साथ न केवल यह भविष्यवाणी गलत साबित हुई वरन् इसके साथ ही भारत में न केवल पाठकों की संख्या तेजी से ज्यादा हुई वरन् इसके साथ ही समाचार पत्रों का सर्कुलेशन भी ज्यादा हुआ।

अगर हम देखें तो इससे साफ होता है कि भारत में न केवल समाचार पत्रों का भविष्य उज्ज्वल है वरन् इसके साथ ही भारत में प्रिंटिंग प्रेस का भविष्य भी उज्ज्वल है। इसके पीछे जा प्रमुख कारण है वह मुख्य है।

**अनेक प्रकार की विविधता-** अगर प्रायः हम ध्यान से देखें तो भारत में जिस प्रकार की विविधता है उस प्रकार की विविधता विश्व के किसी भी देश में नहीं है। चाहे वह विविधता खाने के मामले को लेकर हो या रहने के मामले को लेकर या हम भाषायी विविधता की बात करें। इसके साथ ही यह भी महत्वपूर्ण है कि भारत में प्रायः अनेक भाषाओं को बोलने वाले लोग रहते हैं तथा अनेक भाषाओं में समाचार पत्र निकलते हैं और उनकी सामग्री में भी पर्याप्त विविधता मिलती है। जबकि अगर हम यूरोपीय विकसित देशों को देखें तो उसमें भाषायी तथा क्षेत्रीय आधार पर इस प्रकार की विविधता नहीं मिलती है।

अगर हम यूरोपीय देशों में अमेरिका की ही बात करें तो वहां हम सिर्फ अमेरिकन अंग्रेजी के समाचार पत्र देखते हैं। जबकि प्रायः भारत में अंग्रेजी, हिंदी, पंजाबी आदि भाषाओं के साथ ही 20 से ज्यादा भाषाओं में समाचार पत्र निकलते हैं। इसके साथ ही प्रायः भारत में समाचार पत्रों की सामग्री में भी पर्याप्त विविधता मिलती है। इसके साथ ही हर समाचार पत्र की सामग्री अलग है। जबकि प्रायः वहां पर पढ़े लिखे लोगों की संख्या भी ज्यादा है। इसके साथ ही अमेरिका में सभी लोग इंटरनेट का प्रयोग करते हैं। जबकि अगर हम भारत में देखें तो साफ पता है कि भारत में अभी भी इंटरनेट हर व्यक्ति अफोर्ड नहीं कर सकता है।

इसके साथ ही भारत में प्राय अभी 4 जी मोबाइल प्रयोग करने वालों का प्रतिशत 40 भी नहीं है। इसके साथ ही प्राय भारत में अमेरिका की तरह हर व्यक्ति अपना समाचार पत्र लेकर नहीं पढ़ता है। यहां पर प्राय समाचार पत्र सभी लोग इकट्ठे पढ़ते हैं। इसके साथ ही यहां पर एक समाचार पत्र को ना जाने कितने लोग पढ़ते हैं। देश में आर्थिक अंसतुलन बहुत ज्यादा है तथा हर व्यक्ति अपना समाचार पत्र लेकर नहीं पढ़ सकता है। इसके साथ ही हर व्यक्ति को मोबाइल के सभी फीचर का ज्ञान भी नहीं है।

**समाचार पत्र में विस्तारित जानकारी-** प्राय देश में हर समाचार पत्र है वह किसी न किसी विचारधारा या पार्टी विशेष या क्षेत्र विशेष का प्रतिनिधित्व करता है। इसके साथ ही प्राय देश में क्षेत्रीय विषयों को समाचार पत्रों में ज्यादा स्थान दिया जाता है। इसी के कारण से ही देश में सन 2000 के बाद से समाचार पत्रों का सर्कुलेशन कई गुणा बढ़ा है। जबकि प्राय यूरोपीय देशों में राष्ट्रीय विषयों को स्थान दिया जाता है। वहां पर भारत की तरह से इस प्रकार से क्षेत्रीय विषयों के लिये अलग से समाचार पत्र नहीं निकलते हैं।

**समाचार पत्रों तथा प्रिंटिंग का भविष्य उज्ज्वल क्यों है-** प्राय अगर हम देश में देखे तो साफ पाते हैं कि देश में लोग मोबाइल पर समाचार पत्र कम पढ़ना पसंद करते हैं जबकि प्राय ऐसे समाचार पत्र पढ़ना ज्यादा पसंद करते हैं। इसके साथ ही प्राय लोग सुबह सुबह समाचार पत्र चाय के ढाबे या खोखरे आदि पर देश में पढ़ना पसंद करते हैं। इसके साथ ही देश में हर व्यक्ति के पास 4 जी हैंडसेट नहीं है। इसके साथ ही प्राय देश में अगर हम किताबों की बात करे तो यही बात किताबों पर लागू होती हैं।

सन 2014 में फिक्की ने एक अध्ययन किया और पाया कि प्राय देश में 92 प्रतिशत कालेज तथा विश्वविद्यालय विद्यार्थी किताबें पढ़ना पसंद करते हैं बजाय की ई-बुक्स के। इसी के साथ ही प्राय विद्यार्थियों का ऐसा मानना है कि जो पुस्तक की हार्ड कापी है वह लंबे समय तक वे सुरक्षित

रख सकते हैं। जबकि प्रायः लैपटॉप तो कुछ समय के बाद ही प्रयोग करने की हालात में नहीं रहता है। इसीलिये पुस्तक की हार्ड कापी ज्यादा बेहतर है। इसी के साथ ही अभी भारत में इस तरह की संस्कृति विकसित नहीं हुई है कि विद्यार्थी किसी विषय के नोट्स लैपटॉप आदि में बनाये तथा फिर उनको पढ़ें।

प्रायः भारत में आज भी विद्यार्थी हैं वे नोट्स हैं कापी आदि में बनाते हैं। इसके साथ ही प्रायः मोबाइल की जो स्क्रीन होती है वह छोटी भी बहुत ज्यादा होती है जो कि हमारी आंखों को भी नुकसान पहुंचा सकती है। देश में सभी के पास प्रायः बड़े स्क्रीन वाले मोबाइल भी नहीं हैं। अगर हम प्रायः समाचार पत्रों या किताबों की बात करें तो इसमें किसी भी पेज पर आसानी से तथा ज्यादा तेजी से जाया जा सकता है।

प्रायः पीयू ने अमेरिका में सन 2009 में एक सर्वे किया और सर्वे में यह निकलकर आया कि 80 प्रतिशत लोग मानते हैं कि जब वे किसी पुस्तक को पढ़ते हैं बजाय की ई-बुक के तो वे ज्यादा आरामदायक महसूस करते हैं। जो यह बताने के लिये काफी है कि प्रायः आज भी पुस्तक तथा प्रिंटिंग का भविष्य उज्ज्वल तथा सुरक्षित है।

#### संदर्भ ग्रंथ सूची:

1. Abrams, E. (2010). Where Brands identity meets Economies of Scale, packaging, design/ logistics.
2. Arens, W. (2007). Contemporary Advertising, Irwin, European journal of Marketing, 25 (3).
3. Baker, J. (2007). An Experimental Approach to making retail store environmental decision.
4. Journal of retailing. Effect of Product Packaging in consumer Buying Decision.
5. Brewer, C. (2006). The Verbal and Visual Components of Package Design, journal of product and brand management.

6. Gonzalez, M.P. (2007). Packaging as a tool for product development: Communicating value to Consumer, *Journal of food distribution Research*.
7. Hill, T. (2005). Packaging of children breakfast cereal: manufacturers and children. *British Food Journal*.
8. Jugger, S. (2008), the power of packaging, *Admap Magazine*, October 2008.
9. Lockshin, L. (2008). Consumer Purchasing Behavior: What We Know and Where We are going *Marches ET Marketing du Vin?*
10. Mann, J. Consumerism in perspective. *European Journal of Marketing*. Orth et.al. (2007). Formation of Consumer Price Expectation based on Package Design: Attractive and Quality Routes. *Journal of Marketing Theory and Practice* 18(1).
11. Quazi, M.A. (2008). Managerial Views of Consumerism: A two country Comparison. *European, Journal of marketing*, 36, (1/2) 36-50.
12. Rundh, B. (2007). The Multi-Faceted Dimension of Packaging, *British Food Journal*.
13. Scholssberg, H. (2008). Effective packaging talks to consumers. *Marketing News* 6.
14. Sinclair, C. (2007). Packing a Punch: Using Packaging as Effective Advertising and Communication to Build Your Bottom Line. *Market Research Society, Annual Conference*.
15. Silayoi, P (2006). Packaging and Purchase Decisions, *British Food Journal*, Vol.106 No 8, 2006, pp. 607-608.
16. Smith, P (2006). *Marketing Communications: an Integrated Approach* (4th edition). London: Kogan Page.
17. Young, S (2008). Winning at Retail: Research insight to improve the packaging of children's products, *Young Consumers*, Vol. 5, Issues 1, 2008.