

Printing Technology: 3D Printing

Devender Godara, Former Teaching Associate,
Dept. of Printing Technology,
Guru Jambheshwar University of Science & Technology, Hisar

***Abstract:** We are living in 21st century. It is called as 'The century of development'. Every individual has his/her own comfortable zone. Some persons like to read the printed material written on a particular thing. Printing technology is day by day improving and also proving itself. Now 3D prints are in fashion and also paintings, printed material are in demand. So this paper will discuss the 3D printing technology.*

Keyword: 3D printing technology

Harvard Business School professor Clayton Christensen identified 3D printing as a traditional disturbing technology according to the interference pattern. This is simpler, cheaper, smaller and more suitable using rather than traditional manufacturing technology. Contemporary 3D technology is acceptable to serve markets which formerly had no producing capacities. However, the technology isn't expected to flourish in ancient producing markets for variety of years, thus it's unlikely that a complete industrial rider plane is going to be 3D-printed any time shortly. Still, ancient makers ought to take notice; there are a unit several samples of "good enough" technologies that eventually non continuous and dominated their trade, together with junction transistor radios and private computers.

All disruptive technologies start out inferior to the dominant technology of the time. When the first experimental 3D printers emerged 20 years ago, they were nowhere near the production quality of traditional manufacturing processes. However, as Christensen observed in his research, the new technologies find a market that is underserved by the current technology (which is often focused on the higher end of the market). 3D printing found rapid prototyping, which was an

extremely costly and labor-intensive process using traditional manufacturing techniques. 3D printing enabled cheap, high-quality, one-off prototypes that sped product development.

As 3D printing technology evolved, it began to be accustomed directly manufacture niche or custom product in low volumes. Consistent with Christensen, a turbulent technology continues to evolve to the purpose wherever it will serve the requirements of the higher-end market at a lower price, at that purpose it takes over the dominant players. This is often the trail 3D printing is on nowadays. 3D printing is evolving swiftly, with sensible examples in varied industries together with defense, aerospace, automotive and tending. Though 3D printing has been applied within the main to low-volume production, the merchandise are going to be method superior (lighter, stronger, customized, already assembled) and cheaper than if created with ancient manufacturing processes. That's as a results of 3D printing can management specifically but materials square measure deposited (built up), making it getable to create structures that cannot be created victimization typical suggests that.

Another unquiet a part of 3D printing is that the undeniable fact that one machine can turn out vastly entirely totally different merchandise. Compare this to ancient producing ways, wherever the assembly line should be bespoke and tailored if the merchandise line is modified, and requiring overpriced investment in tooling and long manufacturing plant down-time. It's not arduous to imagine a future manufacturing plant which will manufacture tea cups, automotive elements and tailored medical merchandise tired a similar facility via rows of 3D printers. Flexibility to make a good vary of merchandise, let alone the actual fact that 3D printing will be done close to the purpose of consumption, implies a heavy amendment to produce chains and business models. Several steps within the provide chain will probably be eliminated, as well as distribution, deposition and retail. The economics for producing conjointly amended. producing is a smaller amount labor intensive, uses less material, produces less waste, and might use new materials that square measure light-weight and robust.

Depending on the fabric used, product created with 3D printing techniques is up to sixty five% lighter however even as tough as historically factory-made product. Customization becomes terribly simple, triggering new product methods and client relationships through collaboration with customers to make product ("co-creation"). It's simple to dismiss the impact of 3D printing if you focus solely on the capabilities of today's 3D printers compared to the capabilities of

recent, extremely machine-controlled factories. Today, and for the near future, 3D printing cannot manufacture entirely finished product on degree industrial scale. However, to dismiss 3D printing's impact is to ignore the approaching disruption, a trifle just like the computing device makers did once personal computers appeared. That said, just like the laptop, the primary semiconductor unit radios and different riotous technologies, 3D printing can take time to evolve and challenge the incumbents.

Today's technical barriers like materials price, quality, size limitations and output capability ought to be overcome. As well, business and economic barriers like retooling a whole trade and redesigning business ways, processes and roles ought to be addressed. Initially, then, 3D printing can specialize in new instead of established markets. There square measure already several samples of this, like prosthetic limb coverings and vintage replacement components. Over time, opportunities to enhance existing producing can emerge. This might be through throw strategies, hybrid machines, or changes to the availability chain or style method. Because the history of riotous technologies has shown, 3D printing won't be stopped. Competition can drive the market forward, and over time barriers can come back down. History has conjointly shown that when an interruption starts, adoption happens abundant quicker than anyone imagines attainable. 3D printing is providing a platform for collaboration that's fast innovation and disruption within the material world, even as the net fostered collaboration, innovation and disruption within the digital world.

In *Makers: The New age*, Chris Anderson, author and editor in chief of *Wired*, writes: "The plan of a 'factory' is, in a word, changing. Ancient markets might not nevertheless acknowledge or need the advantages of 3D printing, however that's expected to vary because the producing sector feels the impact of this radically totally different production technique.

As the processes evolved, they became called additive producing (AM). As a result of several AM strategies were supported dot printer printing technology, the term "3D printing" (while generally misleading) has been broadly speaking adopted by the trade and mass media to talk over with any AM method. For simplicity this report uses the term "3D printing" to explain the creation of physical objects, layer by layer, from information delivered to a 3D printer. The distinction between ancient producing and 3D printing is however the objects are shaped. Ancient producing processes usually use a reductive approach that has a mix of grinding,

forging, bending, molding, cutting, welding, gluing and grouping. Take the assembly of a on the face of it straightforward object like associate adjustable spanner. Production involves formation elements, grinding, edge and grouping. A number of the staple is wasted on the approach, and huge quantities of energy are gone in heating and reheating the metal. Specialist tools and machines, optimized to supply wrenches of 1 size and zilch else, are needed. Most everyday objects are created during a similar (but typically even a lot of complex) manner.

The distinction between ancient producing and 3D printing is however the objects are created. Ancient producing processes usually use a subtractive approach that features a mix of grinding, forging, bending, molding, cutting, welding, gluing and collection. Take the assembly of an apparently straightforward object like associate adjustable spanner. Production involves shaping parts, grinding, edge and collection. A number of the staple is wasted on the method, and huge quantities of energy are exhausted in heating and reheating the metal. Specialist tools and machines, optimized to supply wrenches of 1 size and zip else, are needed. Most everyday objects are created in an exceedingly similar (but typically even a lot of complex) manner. In contrast, a 3D printer will turn out associate adjustable spanner in an exceedingly single operation, layer by layer. The wrench comes out of the printer totally assembled, together with all its moving elements. Once some post-production works like cleansing and baking, counting on the fabric, the wrench is prepared to be used (though presently it's not as sturdy as its drop-forged metal counterpart).

In the meanwhile, for low volumes, 3D printing already provides important worth. Development value and time may be cut by eliminating the necessity for tooling utilized in ancient producing. As a result of 3D printing allows precise management of the fabric being employed, the designer will recreate the inner structure of a product for optimum impact. For instance, making a lattice or honeycomb interior rather than a solid block lightens the merchandise while not sacrificing strength. Having the ability to 3D print the inner structure may be a key feature.

There is conjointly reduced waste compared to some ancient producing processes, which might leave up to ninety p.c of the material on the industrial unit floor. Thogus product, a custom plastic injection rot, found that for certain specialty part, 3D printing (the amalgamated Deposition Modeling or FDM method) reduced the price of producing from \$10,000 to \$600, the build time from four weeks to twenty four hours, and therefore the weight of the thing by 70-90

p.c. 3D printing started with plastics, however nowadays there's associate astounding and growing series of printable materials that has ceramics, food, glass and even human tissue. Commercially accessible machines print during a series of plastics or metals.

These printers typically add one in all 2 ways: a cloth (e.g., numerous plastics) is unfrozen and extruded through a small nozzle onto the build space, wherever the fabric solidifies and builds the article up layer by layer; or a bed of pulverized material (e.g., plastic, numerous metals) is set down, layer by layer, and by selection amalgamated solid. Typically some post-production work is needed, like improvement the surplus powder, baking to realize strength or hardness, or dissolving support structures during a answer.

Researchers, organizations and hobbyists have changed the underlying ways to dramatically broaden the variety of potentialities. For instance, researchers at the University of Exeter changed a 3D printer to print chocolate. University, operating with the French preparation Institute in the big apple, took the thought additional by making a spread of 3D-printed food things like miniature house shuttles made from ground scallops and cheese.

Still, the worth of materials may be a vital barrier to 3D printing. for instance, the price of plastic feed material employed in 3D printing ranges from \$60-\$425/kilogram (2.2 pounds), whereas the equivalent quantity of fabric employed in ancient injection molding is merely \$2.40-\$3.30.20 though the upper price isn't a tangle for prototyping or little volumes, it's not economical for giant volumes.

References:

1. "A third industrial revolution," The Economist, 21 April 2012.
2. Clayton M. Christensen, The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to fail (Boston: Harvard Business School Press, 1997).
3. "The future of manufacturing...on two wheels," EADS press release, 7 March 2011.
4. Chris Anderson, Makers: The New Industrial Revolution (New York: Crown Business, 2012), p. 14.
5. "3D printing breaks out of its mold," Physics Today, October 2011.
6. "61-Year-Old Company Reinvents Itself with FDM," Stratasys Case Study, 2011.
7. Studio*Mrmann, Attracted to Light,
8. "Printer produces personalized 3D chocolate," BBC News, 5 July 2011.
9. "Printing Food with 3D Printers," Tech Crunch, 1 March 2011.

Credibility Perceptions of User-Generated Content on Social Networking Site: A Study on Facebook

Ms. Bharti Batra, Research Scholar,
Department of Communication Management & Technology,
GJUS&T, Hisar, Haryana

Abstract: *Credibility is an important element of communication. Each communication in any contexts depends highly on credibility. Although there are various aspects of credibility but the two main elements of credibility are: trustworthiness and believability. Further these two includes many. This paper aimed to know the credibility perceptions of User-generated content on Facebook. The study employed survey method. The data was collected through personally administered printed questionnaires. The paper included mainly three questions: what do users understand about credibility; how often users believe user-generated content and how do they believe on user-generated content on Facebook. The results revealed that majority of the surveyed youth think credibility means factual and believe the user generated content on Facebook. Their credibility assessments are based mainly on the audio-visual content and very less of the surveyed youth reported cross checking of UGC for credibility evaluations.*

Keywords: User-generated content, Credibility, Facebook.

Introduction: The web 2.0 has created prod-users instead of users. In the starting web 1.0 gave only static information to the Internet users. That is to say users could read or view the information. The web 2.0 empowered the users to give feedback, write their views on the Internet. It was called user-created content and later on the term was revised to User-generated content.

Then the development of social media further empowered the individuals to generate and disseminate their view, comments, and opinion on various social media sites. The OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development) defined UGC as the content

which fulfils three basic conditions; 1. The work should be published, 2. Must have creative inputs or added value to the existing or new content, and 3. Shall be created out of professional routines & practices.¹

In today's time everyone is using social media. The most important part is every social media user is actively participating on social media that leads to large amount of user-generated content on the Internet. The present study aims to study the perception of social media users about credibility. To give precise results the study has been focused on Facebook only. Mark Zuckerberg propounded Facebook. Although, the Facebook started before 2004 but actually it was common in 2004. From its invention to till date, it has marked histories. Today Facebook is the top leading SNS all over world. The Facebook is not growing only in the number of Facebook users but also in its features and technicalities. It started with basic feature of online social network. But with time it developed itself very fast. Facebook is playing important role in society in terms of usage, social networks, social revolutions, education or information etc. The present study aimed to investigate what are the perceptions of Facebook users about credibility.

The social media sites are providing more and more interaction and participation by the users to express themselves. The social media has also been referred to people's media where the users are the owner of user generated media in the form of their SNS profiles on Internet. All this is leading to vast amounts of user generated content on Internet that leads to a major concern for credibility. The credibility is an essential component of communication and it is a perceived phenomenon. It depends on the source, content, medium but is more dependent on the receiver just like beauty lies in the eyes of beholder. How does one perceive credibility is different in different situation & contexts? The earlier researches have studied credibility in terms of site features and online content credibility. The present study aims to know how do Facebook users trust the content generated on their Facebook network by the users in the form of user generated content.

Literature Review

Metzger & Flanagin (2013) explained the use of heuristics cues in credibility judgements in online environment based on their earlier study (2010). The article emphasizes that online users use heuristic cues for making credibility perceptions of information available online. The authors concluded that reputation, endorsement, consistency, self-confirmation,

expectancy violation and persuasive intent heuristics play important role in online credibility judgements.

Canini, Suh, & Pirolli (2011) studied the users' problem of source selection in social networks to increase the credibility, relevance and quality of subscribed updates. The study found that domain expertise affect the credibility judgements utmost followed by social status and visualisation. The users profile characteristics also play important role in credibility evaluation. The study concludes that both the topical content and social network structure affects credibility perceptions.

Flanagin & Metzger (2007) investigated the perceptions of message, site, and sponsor credibility of four genres of websites and found that sites' credibility is primarily assessed through website attributes i.e. design features, content's depth, and site complexity. All genres of websites had different credibility perceptions and the news sites are considered most credible followed by e-commerce, special interest sites, and personal websites.

Objectives:

1. To know what do Facebook users understand by credibility
2. To know the basis of assessing credibility of user-generated content on Facebook by the Facebook users.

Research Methodology

In the present research survey method has been employed. The data has been collected through 100 students of Kurukshetra University, Kurukshetra. In the present research only the post graduation students were surveyed. The respondents were selected randomly. The only basic requirement was the respondent must be Facebook user. The data was collected in the month of April, 2017 through personally administered printed questionnaires. The data has been analysed through SPSS. The results are presented in count & percentage through tables.

Results

Table 1. Demographic details

Variable	Description	Count & Percent
Discipline	Arts	36
	Commerce	27
	Science	25

	Others	12
		Total=100
Gender	Male	47
	Female	53
		Total=100
Age (In Years)	20-22	53
	22-24	34
	25 & above	13
		Total=100
Area	Rural	36
	Urban	64
		Total=100

The above table 1 presents the demographic details of the surveyed students. The data shows that majority of the respondents were 20-22 years old. The survey resulted major participation of female students although just a little higher than male students. More than two third of the respondents belonged to urban area. Although, one third of the participants represented rural youth.

Table 2. Facebook Use

Variable	Description	Count & Percent
Have account on Facebook from	0-1 Year	0
	0-2 Years	8
	0-3 Years	10
	0-4 Years	24
	5 Years & more	58
		Total=100
Access Facebook	Occasionally	3
	Once in a week	7
	Twice in a Day	15
	Once in a day	12
	Several times in a day	63
	Total=100	

The table 2 shows use of Facebook by the surveyed students. The data shows that 58% respondents are using Facebook from more than five years and rest all the students reported they are using Facebook from one to five years. None of the students was found to be new user to Facebook. It shows that today's youth is having long affiliation with popular SNS Facebook. 63% of the total surveyed respondents reported they use Facebook several times in a day and only three respondents said they occasionally use Facebook.

Table 3. I think Credibility means

Variable	Response	Response Percent
Trustworthy	10	7.35
Believable	21	15.44
Accurate	32	23.53
Factual	43	31.62
Unbiased	27	19.85
Any others	3	2.21
Total	136	100

The table 3 represents the responses to the multiple-choice question about users' perceptions of credibility i.e. what does credibility means for them. The results show that the highest responses i.e. 31.62% believe that credibility means factual. Second majority of responses reflect that users believe credibility means for them accurate. Almost 20% think that credibility means unbiased.

Table 4. Believe on User-generated content on Facebook

Variable	Count & Percent
Most of the time	46
Sometimes	31
Seldom	16
Never	7
Total	100

The next question was asked how often the surveyed youth believes on User-generated content on Facebook. The results are presented in the above table 4. The data shows that majority believes the User-generated content on Facebook for most of the time.

Table 5. Basis for assessing credibility of User-Generated Content on Facebook

Variable	Response	Percent
Post Communicator	27	11.49
Content	31	13.19

Audio & Video content available within the UGC	41	17.45
Original source shown in the post	38	16.17
Reactions over UGC (Like, Comment, and Share)	23	9.79
My prior knowledge	37	15.74
If have already been reflected in mass media	24	10.21
Cross-check of content	12	5.1
Any others	2	0.85
Total	235	100

The respondents were asked in the questionnaire that what is their basis to assess credibility of User-generated content on Facebook. The respondents were given closed ended options in multiple-choice question. The survey data showed that majority of the respondents UGC credibility is based on audio-video contents within UGC. The second majority reported that their UGC credibility assessment basis are original source of the content shown in the UGC Facebook post. Although various other factors were also mentioned by the respondents as their basis for assessing credibility of User-generated content on Facebook are: users' prior knowledge, content of the post, Post communicator i.e. who has created the User-generated content in Facebook post, if the content is also presented by mass media, reaction received, cross checking. The data shows that audio visual content provides ease of forming believability so is preferred most and cross checking is timely and effortful process so is preferred by the least of the surveyed youth.

Conclusion

The social media has brought various advancements in Internet usage. The one way passive consumer's role is totally shifted to active Internet users. This has led to various opportunities and benefits but has also led to credibility assessments on the part of audience. The Social media is whole sustained mainly by user-generated content. This content leads not only to self-expression, interactivity, and social networking but also leads to opinion formation and bringing societal changes. The present study aimed what do social network users understand by credibility and on what basis they assess credibility of user generated content on such user generated media platforms. The very obvious social media site to be studied was Facebook as it has become an online world in today's times. The data was collected through questionnaire to know users perceptions. The study concluded that Facebook users consider the meaning of credibility is factual. Majority believes the UGC on Facebook and very few reported they

never believe UGC on Facebook. Their credibility perceptions and assessment of user generated content on Facebook are dependent on the audio visual content in the UGC posts, post communicator, original source reflected in the post and their own knowledge and knowledge from mass media. Although very less users reported that they cross check the content for assessing credibility of user generated content on Facebook.

References:

1. OECD (2007) 'Participative web and user-created content', OECD, Paris, [Online] Available at: http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/participative-web-and-user-created-content_9789264037472-en
2. Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
3. Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2007). The role of site features, user attributes, and information verification behaviors on the perceived credibility of web-based information. *New Media & Society*, 9(2), 319-342.
4. Canini, K. R., Suh, B., & Pirolli, P. L. (2011, October). Finding credible information sources in social networks based on content and social structure. In *Privacy, Security, Risk and Trust (PASSAT) and 2011 IEEE Third International Conference on Social Computing (Social Com)*, 2011 IEEE Third International Conference on (pp. 1-8). IEEE.
5. Metzger, M. J., & Flanagin, A. J. (2013). Credibility and trust of information in online environments: The use of cognitive heuristics. *Journal of Pragmatics*, 59, 210-220.

श्रीमद्भगवद्गीता में स्वास्थ्य पक्ष

डॉ० महेन्द्र सिंह

प्राचार्य, राजकीय योग शिक्षा एवं स्वास्थ्य महाविद्यालय
सैक्टर-23-ए. चंडीगढ़

शोध आलेख सारः- श्रीमद्भगवद् गीता मात्र एक ग्रन्थ ही नहीं है बल्कि भगवान श्री कृष्ण ने अर्जुन के माध्यम से सादा जीवन, उच्च विचार का पक्ष रखते हुए योग के द्वारा इसे प्राप्ति का मार्ग भी निर्देशित किया है। आज मनुष्य के भौतिक सुख सुविधाओं के जाल ने जीवन को आरामदायक बनाने के साथ-साथ जटिल भी बना दिया है। केवल भोगवादी और अर्थवादी परम्पराओं का अत्यधिक प्रचार-प्रसार हो रहा है। आधुनिक जीवन तृष्णाओं से भरा हुआ है। आधुनिक जीवन पद्धति की जटिलताओं के कारण तथा अर्थवाद और भौतिकवाद की वृद्धि के कारण अधिकतर मनुष्य मनोरोग से ग्रस्त हैं और पंचभूत व विकृत भौतिक विषय वासनाओं, लोभ, क्रोध, राग, द्वेष आदि तरह-तरह के प्रदूषणों से पंचकोश शरीर आधिव्याधि का शिकार हो गया है। एक तरफ हम भौतिक उन्नति कर रहे हैं, वही दूसरी ओर नई-नई बीमारियों का जन्म हो रहा है। इस जीवनशैली के दो प्रमुख प्रेरक तत्व हैं अर्थ एवं काम। जीवन की धन्यता को नापने के हमारे मापदण्ड नितान्त दोषपूर्ण हो गए हैं। इस कारण दो प्रकार की मानसिक एवं शारीरिक व्याधियाँ उभर कर सामने आती हैं। इस प्रकार की व्याधियों से बचाव के लिए वेदों से लेकर वर्तमान पर्यन्त तक के आध्यात्मिक ग्रन्थों में वर्णन मिलता है। इनमें से सर्वाधिक उपयोगी गीता ही मालूम पड़ता है जहाँ ज्ञान, भक्ति व कर्मयोग के सन्देश के साथ-साथ स्वास्थ्य का पक्ष भी देखने को मिलता है। युद्ध से पूर्व विचलित अर्जुन को भगवान श्रीकृष्ण ने धर्म व अधर्म के द्वारा मानसिक रूप से मजबूत करने के अतिरिक्त स्वास्थ्य संबंधित पक्ष का ज्ञान करवाया है।

मूल शब्द – श्रीमद्भगवद् गीता, जीवन, स्वास्थ्य

शोध आलेख : सुखमयी जीवन की इच्छा मानव की स्वाभाविक वृत्ति है। जीवन नहीं अपितु जीवन के साथ सुखमयी जीवन का होना आदिकाल से ही महत्त्वपूर्ण माना गया है। जीवन के उद्देश्यों के बारे में अथर्ववेद में कहा है:-

उद्यंम ते पुरुष नावयानं जीवातु ते दक्षतात्तिकृणोभि ।

अर्थात् भगवान मनुष्य को आदेश करते हैं कि अधोगति नहीं, सदा जीवन में उन्नति करते रहो, इसलिए ये जीवन बल प्रदान कर रहा है।¹ इस प्रकार हमारे आध्यात्मिक शास्त्रों ने जीवन के सुखमय पक्ष के पहलू स्वास्थ्य के बारे में भी वर्णन किया है। कहा भी गया है पहला सुख निरोगी काया।'' इस युग में पदार्थ एवं भोगवादी चिंतन चरम पर है। आधुनिकता ने मनुष्य को सुख सुविधाओं से तो परिपूर्ण कर दिया है। परन्तु मानसिक एवं आध्यात्मिक स्तर से मनुष्य स्वयं को रिक्त पाता है। ऐसा मनुष्य स्वयं एवं समाज के लिए घातक सिद्ध हो रहा है।

यही कारण है कि भौतिक सम्पन्नता ने व्यक्ति से श्रम को दूर कर दिया है इस कारण जीवनशैली विकृत हो रही है और मनुष्य का स्वास्थ्य कमजोर होता जा रहा है। अनेक शारीरिक व मानसिक व्याधियां पनपने लगी हैं जैसे कि (1) मानसिक तनाव, विषाद आक्रमकता, पलायनवृत्ति, अल्जाइमर, दौरा, अनिद्रा आदि मनोरोग (2) मोटापा, ब्लडशुगर, रक्तचाप, पाचन दोष, सिरदर्द, हृदयघात, कैंसर और श्वास सम्बन्धी समस्या आदि शारीरिक व्याधिया। यद्यपि उपयुक्त शारीरिक एवं मानसिक व्याधियां प्रथम दृष्ट्या अधिक जटिल एवं चुनौतीपूर्ण प्रतीत होती हैं। किन्तु हमारे आध्यात्मिक ग्रन्थों जैसे गीता में जीवन में स्वस्थ किस तरह रहा जा सकता है के मर्म रहस्यों का भी वर्णन मिलता है। सर्वप्रथम हमें श्रीमद्भगवद् गीता आसक्ति रहित कर्म करने का उपदेश देती है अर्थात् हमें अपनी जीवनशैली की दिनचर्या में परिवर्तन करना, सही समय पर सही कर्म करना, जो स्वास्थ्य में सहायक सिद्ध हो।

जड़ चेतन सभी को निरोगी होना जरूरी है। पौधे और वृक्ष भी यदि रुग्ण रहे तो शुद्ध फूल और फल नहीं दे सकते। इसलिए निरोगिता सबके लिए अनिवार्य वस्तु है। चेतन प्राणियों में सर्वश्रेष्ठ मनुष्य को निरोगिता के बारे में कहने की जरूरत नहीं होनी चाहिए क्योंकि स्वस्थ मन और निरोगी शरीर वाला मनुष्य ही मानव जीवन के उद्देश्य को सफलता पूर्वक प्राप्त कर सकता है।

जीर्ण शरीर से जीवात्मा निकल जाने पर इस वर्तमान स्थूल शरीर से तो छुटकारा मिल जाता है,² पर मन व्याधिग्रस्त रहने पर जन्म-जन्मान्तर बिगड़ जाता है। व्याधि ग्रस्त मन जीव को अधोगति में ले जाता है। इसी कारण भगवान श्रीकृष्ण ने निरोग – ‘ज्वररहित मन से संताप रहित होकर कर्म करने को कहा है।’

चिन्ता, काम, क्रोध, लोभ, मोह, अहंकार, आसक्ति मात्सर्य, असहिष्णुता अधैर्य आदि मन की व्याधियां मानी जाती हैं। इनके वशीभूत होना मानसिक व्याधि ग्रस्त होना है। इन्हीं व्याधियों को श्रीकृष्ण ने ज्वर कहा है। जो काम क्रोधादि के वेगों को सहन व दमन कर सकता है वही मनुष्य सुखी व आनन्द में रह सकता है।³

इन व्याधियों से युक्त रहने वाला मन ही मनुष्य के लिए अहितकारी है और इनसे विपरीत अर्थात् इनके वश में न होकर अपने आपको स्वस्थ रखने वाला मन ही मनुष्य का हितकारी है।⁴

आयुर्वेद में स्वास्थ्य की परिभाषा बताई है—

“जिस व्यक्ति के दोष समान हो, अग्नि सम हो, धातुयें भी सम हो तथ मल भी सम हो, शरीर की सभी क्रियायें सन्तुलित क्रिया करें, इसके अतिरिक्त मन, सभी इन्द्रियां तथा आत्मा प्रसन्न हो, वह मनुष्य स्वस्थ कहलाता है।⁵

गीता के अनुसार – अधिक खाने वाला, या बिल्कुल कम खाने वाला अधिक सोने वाला या अधिक जागने वाला व्यक्ति योग को नहीं प्राप्त कर सकता। इस दुःख को मिटाने वाले योग को तो युक्तिपूर्वक व्यवहार करने वाला ही सिद्ध कर सकता है। मन के युक्त वस्तु मिली तो ज्यादा ग्रहण करना,

मनोवांछित चीज न मिली तो दिन भर कुछ भी न ग्रहण करना। समय पर सोना नहीं, समय पर उठना नहीं, ऐसा व्यक्ति कभी मन की शान्ति – निरोगत्व पाने के योग्य नहीं है। शरीर के साथ मन के स्वास्थ्य लाभ के इच्छुक व्यक्ति को समय पर उचित खान-पान, समय पर सोने जागने और काम करने में संयम से रहना जरूरी है।⁶

प्रकृति ऋतु के अनुकूल नपा तुला और शुद्ध भोजन करने से शरीर स्वस्थ तथा बुद्धि निर्मल होती है।⁷ गीता के सत्रहवें अध्याय के विषय में सृष्टि त्रिगुणात्मकता होने से आहार को उपयोग में लाने वाले भी तीन प्रकार के होते हैं – सत्व, रज और तम गुणी स्वभाव वाले। इसी प्रकार अपने-अपने स्वभाव (प्रकृति) के अनुसार ही मनुष्य को आहार अच्छा लगता है तथा उन वस्तुओं के सेवन के परिणाम भी अलग-अलग होते हैं **भगवान श्रीकृष्ण कहते हैं** : आयु, बुद्धि, बल, आरोग्य, सुख और प्रीति को बढ़ाने वाले, रसयुक्त, स्निग्ध (चिकने) एवं मन को स्वभाव से ही प्रिय लगने वाले तथा स्थायी चिर प्रभाव वाले भोजन सात्विक स्वभाव वालों को रुचिकर लगते हैं।

अति कडुवा, खट्टा, नमकीन, अत्यधिक उष्ण तीखा, रूग्ण, दाहकारक, दुःख, पीड़ा और रोग पैदा करने वाला भोजन राजसी स्वभाव वालों को अच्छा लगता है। रस रहित, बासी और जूठन आहार तामसी स्वभाव वालों को ही अच्छा लगता है।⁸ इस प्रकार से गीता में स्वास्थ्य के विभिन्न पक्ष शारीरिक, मानसिक, बौद्धिक आदि सामने आते हैं। गीता में कर्म योग, भक्ति योग व ज्ञान योग के साथ-साथ स्वस्थ शरीर की महत्ता को ध्यान में रखते हुए स्वस्थ रहने के लिए जरूरी मनस्थिति आहार आदि के पक्ष को मजबूती से बतलाया है। जैसा कि कालीदास जी ने कुमारसम्भव में बताया है कि इस शरीर के माध्यम से ही पुरुषार्थ चतुष्टय सम्भव है।⁹ क्योंकि प्रत्येक कर्म शरीर माध्यम से ही सम्भव है। गीता को कर्म योग शास्त्र के अतिरिक्त स्वस्थ जीवन जीने के लिए उपयुक्त ग्रन्थ स्वीकार किया जा सकता है।

संदर्भ सूची :

1. अथर्ववेद 8-1-6
2. तथा शरीराणि विहाय जीर्णान्यानि
संयति नवानि देहीं।। श्रीमद्भगवद्गीता 2/22
3. युध्यस्व विगत ज्वरः। (गीता 3/30)
शक्नोतिहैव यः सोढुं प्राक्शहीर विमाक्षणात्।
कामक्रोधोद्भवं वेगं स युक्तः स सुखी नरः।। गीता 5/23
4. बन्धुशत्मात्मनस्तस्य येनात्मैवात्मना जितः।
अनात्मनस्तु शतुत्वे वर्तेतात्मैव शतुवत्।। गीता 6/6
5. समदोषः समाग्निश्च समधातु मलक्रियाः।
प्रसन्नात्मेन्द्रियमनाः स्वस्थः इत्यभिधीयते।। सुश्रुत संहिता 24/6
6. नात्यश्नतस्तु योगोऽसित न चैकान्तमनश्नतः।
न चाति स्वप्रशीलस्य जाग्रतो नैव चार्जुन।।

- युक्ताहारबिहारस्य युक्तचेष्टस्थ कर्मसु ।
युक्तस्वप्रावबोधस्य योगो भवति दुःखहा ॥ गीता 6/16–17
7. आहार शुद्धौ सत्वशुद्धिः । (छान्दोग्य 7/26/2)
8. आयुः सत्वबलारोग्यसुखप्रीतिविवर्धनाः ।
रस्या स्त्रिन्त्रन्धाः स्थिरा हृद्या आहाराः सात्त्विकप्रियाः ॥
कट्वम्ललवणात्युष्णती द्वणरूक्षविदाहिनः ।
यातयामं गतरसं पूति पर्युश्जितं च यत् ।
उच्छिष्टमपि चामेध्यं भोजनं तामसप्रियम् ॥ गीता 17/8–10
9. शरीरमाद्यं खलु धर्म साधनम् । कुमार सम्भव 5/44

PERCEPTION OF AUDIENCE TOWARDS THE IMPACT OF DEVELOPMENTAL CAMPAIGNS OF DEVELOPMENTAL COMMUNICATION DIVISION (DCD)

Dr. Paramveer Singh, Assistant Professor,
Centre for Mass Communication, Central University of Jharkhand,
Brambe, Ranchi (Jharkhand)-835205

Ms. Niharika Kumari, Student,
Centre for Mass Communication, Central University of Jharkhand,
Brambe, Ranchi (Jharkhand)-835205

Abstract: *India is a developing country and development communication is very important for awareness and capacity building of the population. Television can play a vital role in spreading developmental messages, so Doordarshan established Developmental Communication Division (DCD). This division designs the developmental messages of government and broadcast on various television channels. This study is about the perception of audience towards the developmental campaigns derived by DCD. Result shows that most of the developmental campaigns are beneficial for people. Respondents agreed that they watch developmental campaigns and incorporates the messages in their daily life. According to the respondents, these developmental campaigns are useful for them.*

Key Words: Development Communication, Doordarshan, Developmental Campaigns

Introduction: Firstly let us know, what is “Development Communication” and who has coined this term? The definition of development communication is given by Nora C Quebral, the professor of University of Philippines. Who defines the field as “the art and science of human communication linked to a society’s planned transformation from a state of poverty to one of dynamic socio-economic growth that makes for greater equity and the larger unfolding of

individual potential?” These two terms are related to each other. In simple words we can say development means ‘Growth or Advancement’ and communication means ‘sharing of information’. When this two terms comes together this refers to the development through communication.

Communication helps in advancement or growth of a society or economy for progress. In development communication different types of messages are made to make change in outward appearance of people for making their life better. Therefore, development communication is referred as the communication for the promotion of development. It is communication with social conscience. Development communication was basically associated with rural problems in primarily but now it is also concerned with urban problems. It is a purposive communication and it is pragmatic. It is a goal oriented communication. The ultimate goal of development communication is a higher quality of life for the people of a society by social and political change.

We cannot see the goal of development communication only in terms of economics but also in terms of cultural, political, social and moral that helps to develop the person’s whole life. Development communication programmes are made for the development of society in which Doordarshan plays a vital role. These programmes are meant to provide important information to the society. And enhance the knowledge of the society which is shown in Doordarshan. Varieties of campaigns and programmes are made keeping in mind that those information should help the society and help in development of the society.

The development communication in India is since the rural radio broadcasts during the year 1940’s That time the programmes were made in the language or dialects used by the people of respective area. The programmes were basically made for the farmers related to the farming. Experts give suggestions for better farming in these programmes and also weather report, folk songs, market rates, information were given through the programmes.

After the government of India started huge development programmes in the country during the year 1950’s. Then Doordarshan started a programme in the year 1967 which focused on agriculture named ‘Krishi Darshan’. It is longest running program of Doordarshan that are broadcasting.

After that in 1975, Indian launched SITE (Satellite Instructional television experiment) the programme which was based on education and development. This programme was available to 2400 villages in the state of Andhra Pradesh, Karnataka, Madhya Pradesh, Rajasthan, Orissa and Bihar. The main purpose of this experiment was to educate poor peoples on various issues through satellite. The programs were produced by All India Radio and telecasted by NASA. This project was held by many international agencies like UNDP, UNESCO, UNICEF and ITU. This experiment became the very good example for development communication.

Doordarshan: Doordarshan is a division of Prasar Bharti and an Indian public service broadcaster. It is known as one of the largest broadcasting organisation in the world in terms of transmitter and studios. Doordarshan was established in the year on 15 September 1959, with small transmitter and a make shift studio. It has a modest beginning with an experimental telecast starting in Delhi. The daily regular transmission started in 1965 as a part of All India Radio. It began with a five minutes news bulletin in the same year in 1965. Doordarshan as national broadcaster came into existence in the year 1982. Krishi Darshan was the first agriculture based program telecasted on Doordarshan. It started on 26 January 1967 and is one of the longest running programs on Indian television. The only channel for farmers known as DD Kisan on 26th May 2015 was launched by honourable Prime Minister Narendra Modi which would provide information about agricultural practice, farming techniques, organic farming and water conservation etc. It has also established a division called DCD (Development Communication Division) which popularises the schemes of government and Ministry.

Development Communication Division (DCD): DCD is a division or a part of Doordarshan. As in today's scenario Doordarshan is among the largest broadcasters in India with widest audience reach through its terrestrial networks and satellite. As Doordarshan is a medium through which we get information, it has established a division called DCD or Development Communication Division which popularise the schemes of government and ministries. DCD was established in the year 2001. It look after the matters of public interests, basically to the areas of agriculture, Education, Literacy, woman, rural development, health and family welfare, adult education, science and technology, public awareness, civic sense, youth , epidemics, natural calamities.

DCD does different campaigns also to understand the ground level realities of the audiences and try to gather ideas to make programmes. The programmes are both fictional and non-fictional as per the demand of ministry. Doordarshan produces varieties of programmes from fictional as well as non-fictional category. Some of the important projects of DCD are investor's protection, tribal affairs, rural development, consumer affairs, adult education, petroleum conservation, environment, postal life insurance, corporate affairs etc. It has also collaborative projects such as HIV/AIDS campaign with NACO campaigns with BBC World Trust Service.

Apart from above programme campaigns mentioned, Doordarshan as a public service broadcaster becomes the only choice of various ministries for the dissemination of information on a large range of public interest matters and issues:

- a) Health campaigns like Deafness, Avian Flu, Blindness, cardio vascular diseases HIV/AIDS, H1N1, Epidemics and other seasonal fevers.
- b) One of the successful campaigns titled, 'Do Boond Zindagi Ki' is one of the very popular polio campaign led by Amitabh Bachchan as the brand ambassador.
- c) Other social awareness campaigns like Jago Grahak Jago (consumer awareness), Beti Bachao - Beti Padhao (save girl child & promoting education for girl child), Swatch Bharat Campaign (cleanliness), Bell Bajao (against domestic violence) and so on have been telecast through the DD Network.
- d) Rural development campaigns on MNREGA, Pradhan Mantri Gram, Sadak Yojana prominent rural welfare schemes, and Indira Awas Yojana are also been promoted on DD platform.
- e) The finance ministry campaigns on Income Tax, Advance Tax, Customs Tax and many more have been given a platform on DD Network.
- f) The Ministry of Women and Child Development's campaign on nutrition and Road safety campaigns have also been promoted through the DD platform.
- g) The agriculture campaigns like Kisan Call Centre, Kisan Vikas Patra, Usage of fertilizers, Usage of Pesticides and Kisan Credit Card.

Till now DCD has worked with the government to produce programmes on different types of subjects including our flagship programmes under the banner of health and family welfare, drinking water and sanitation, HRD, rural development, power etc.. It has also done campaigns of HIV/AIDS with NACO, campaigns with UNICEF and BBC world trust service.

The aim of this study is to know the perception of the audience about developmental campaigns which are broadcast in Doordarshan.

Objectives

1. To find out perception of audience towards developmental campaigns.
2. To know the media using habit of audience for developmental message.
3. To find out the implementation of developmental messages.

Methodology

Survey is the method for conducting this research. By survey it has been easy to know the perception of the audiences towards the developmental campaigns which are being broadcast on Doordarshan channel or the campaigns which are made by developmental communication division. The sampling was purposive sampling. Total 100 samples, 50 from rural and 50 from urban are, were taken from Ranchi district. 50 male and 50 female respondents were taken as sample for this research. Questionnaire is used for urban and literate respondent and schedule is used for rural and illiterate respondent. There are three major sections of the data collection.

Data Presentation and Interpretation

Researcher has taken 100 respondent in which 50 were males and 50 were females. Data are interpreted in the form of percentage which can easily understand by the readers. The gender of the respondent was pre decided because the researcher want the equal participation of male and female both.

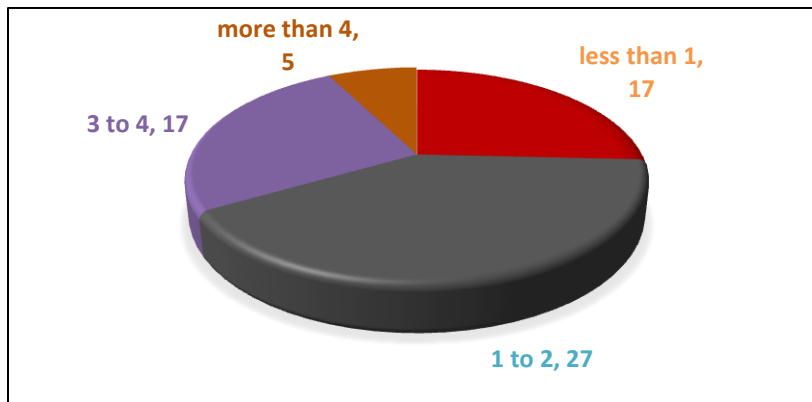
Respondent come under every age group, for this study. The respondents were divided to know the perception of different categories or age group. Age group of 21 to 30 covers 52 per cent which is a very big data, then comes under the age below 20 it covers 31 per cent. The age of 31 to 40 covers 7 per cent and the age of 41 to 50 and above 50 covers 5- 5 per cent.

Television watching habit

Television	Percentage
Doordarshan	29
serial channels	11
discovery	2
cartoon channels	1
news channels	19
others	6
movies channels	29

This table shows the different television channels which are seen by the respondents. Every channel has different percentage according to their habit of watching that particular television channel. Doordarshan channel is watched by 29 percent of respondents, serial channels are watched by 11 percent of the respondents, discovery is watched by 2 percent of the respondents, cartoon channels are watched by 1 percent of respondents, 19 percent of respondents watch news channels, movies channels are watched by 29 percent of the respondents and other channels are watched by 6 percent of the respondents.

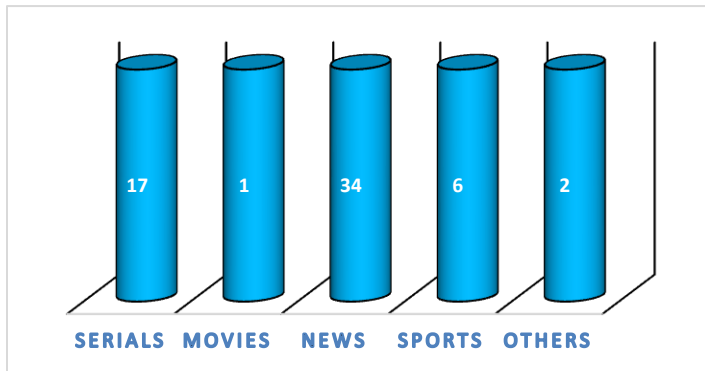
Television watching duration



Television usage is shown in this graph. The categories are divided into four sections to know the usage of television of the respondents. 1 to 2 hour is watched by 27 percent of the

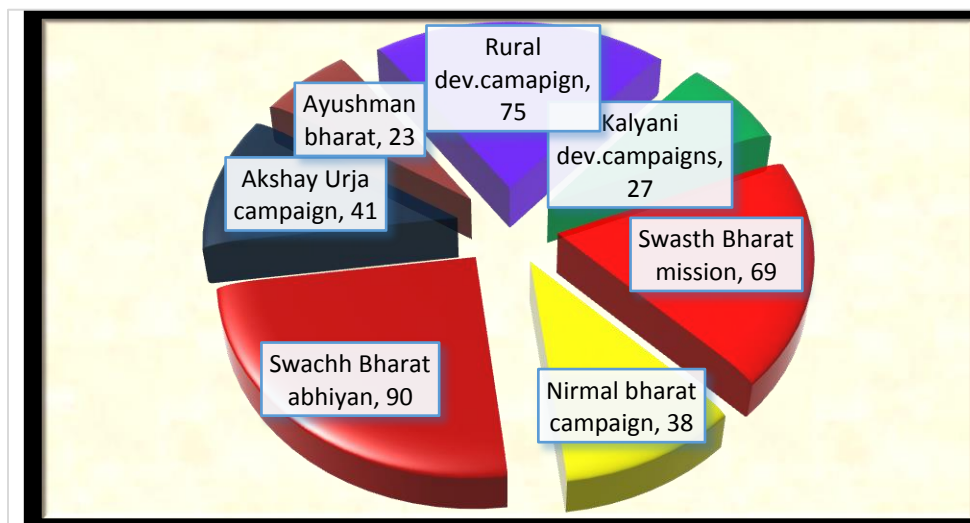
respondent, 3 to 4 hour is watched by 17 percent of the respondents, 17 percent watched less than 1 hour and 5 percent of respondents watch more than four hours.

Content watched on television



To know what kind of content respondents likes to watch, this graph is shown. 17 percent of respondents watch serials, 1 percent of respondent’s watch movies, 34 percent of respondents watch news, 6 percent of respondents watch sports and other contents are watched by 2 percent of the respondents.

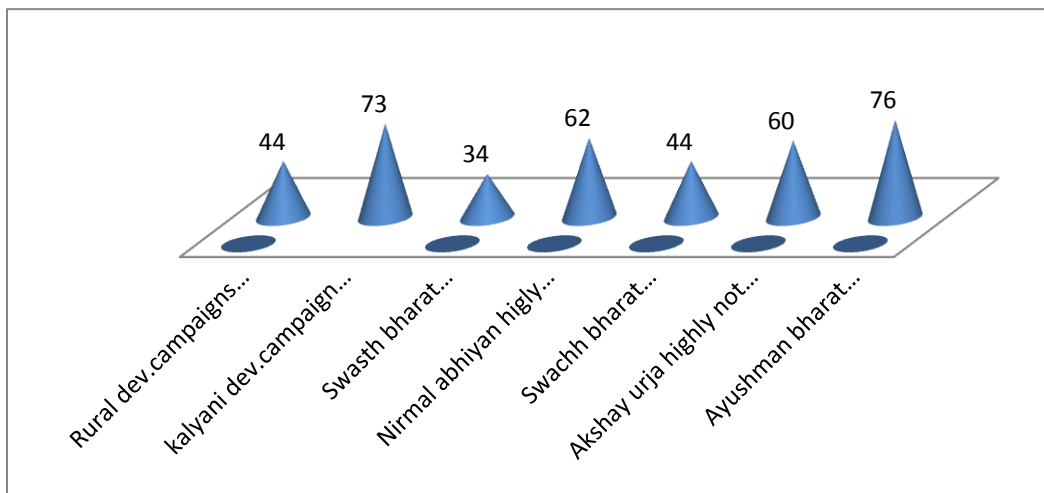
Developmental Campaigns watched by the respondents



This graph shows the watching percent of developmental campaigns. Every campaign has got different percentage, 75 percent of respondents watch rural developmental campaign, kalyani developmental campaign is watched 27 percent, 23 percent of respondents watch Ayushman bharat, akshay urja is watched 41 percent, 38 percent respondent watch nirmal bharat campaign and with the highest data swachh bharat is watched 90 percent by the respondents.

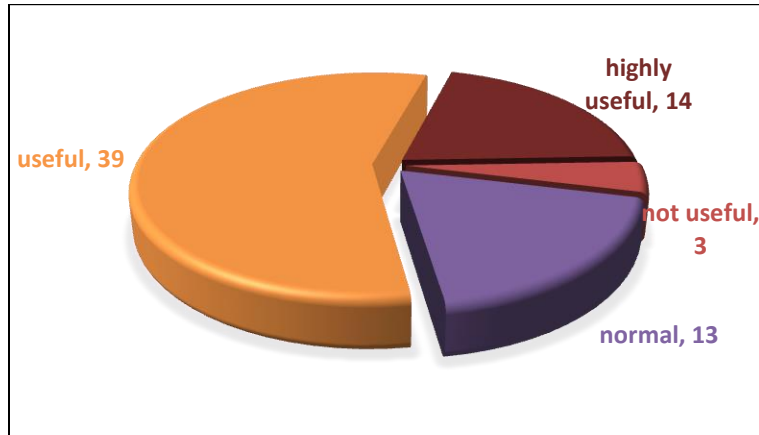
Graph- 02

Usefulness of developmental campaigns



Usefulness of developmental campaign has been categorized into five categories which are highly not useful, not useful, normal, highly useful and useful. According to respondents rural developmental campaign is 44 percent useful, kalyani developmental campaign is 73 percent highly not useful, swasth bharat campaign is 34 percent useful, nirmal abhiyan is 62 percent highly not useful, swachh bharat abhiyan is 44 percent useful, akshay urja is 60 percent highly not useful and lastly Ayushman bharat is 76 percent highly not useful.

Usefulness of Developmental messages



The graph shows the usefulness of developmental messages. 39 per cent of respondents say it is useful 14 per cent of respondents say it is highly useful, 13 per cent of respondents say it is normal and 3 per cent of respondents says the developmental messages are not useful. These were the categories which show the usefulness of developmental messages among the respondents.

This study is all about the perception of audience towards the impact of developmental campaigns of developmental communication division (DCD). For this research researcher distributed 50 questionnaires and 50 schedule among the male and female of Ranchi district. Everyone filled the questionnaire and got the 100 percent response from the sample taken by the researcher.

Suggestion for improvement in developmental campaign

Maximum number of respondent did not react and gave no suggestions but some respondent gave suggestions that the campaigns should be more promoted and everybody should participate actively and fulfil the agenda of government by making it success.

Conclusion

Objective 1: To find out perception of audience towards developmental campaigns

Conclusion 1: The main objective of this research is to know the perception of audience towards developmental campaigns among the male and female of Ranchi district and the researcher find that among the seven developmental campaigns every campaigns has got different percentage

but the highest watched campaign was Swachh Bharat Abhiyan which is 90 percent and also most popular campaign among the respondents. This research also find the usefulness of the campaigns which were divide into different categories highly useful, useful, normal, highly not useful, not useful and the researcher got the result as rural developmental campaigns were 44 percent useful, Kalyani developmental campaign were 73 percent highly not useful, Swasth Bharat campaign were 34 percent useful, Nirmal abhiyan campaign were 62 percent highly not useful, Swachh Bharat Abhiyan were 44 percent useful , Akshay urja were 60 percent highly not useful and Ayushman campaign were 76 percent highly not useful.

Objective 2: To find out the media using habit of audience for developmental message

Conclusion 2: This objective was to find the media using habit of audience for developmental messages. The researcher find that the television and internet both were the most used media among the respondents. Traditional media was the less used media.

Objective 3: To find out the implementation of developmental messages

Conclusion 3: The objective was to find out the implementation of developmental message. Every respondent gave their own perception about the campaigns and the media habit. One of the interesting study came out from the study that maximum number of respondent do not implement it in their life but some of the respondent apply it to their life , discusses it with other people and also adopt it in their life.

References:

1. Dagon, A. (November, 2006). "Knowledge, Communication, Development: A Perspective from Latin America". Published by: Taylor & Francis. Ltd. Vol.16, No.6 pp.593-602. Retrieved from https://www.jstor.org/stable/4029915?Search=yes&resultItemClick=true&searchText=knowledge,&searchText=communication,&searchText=development:&searchText=a&searchText=perspective&searchText=from&searchText=latin&searchText=america&searchUri=%2Faction%2FdoBasicSearch%3FQuery%3Dknowledge%252C%2Bcommunication%252C%2Bdevelopment%253A%2Ba%2Bperspective%2Bfrom%2Blatin%2Bamerica%26amp%3Bwc%3Don%26amp%3Bgroup%3Dnone%26amp%3Bfc%3Doff%26amp%3Bacc%3Don&seq=1#page_scan_tab_contents
2. Ghatak,P. "DEVELOPMENT OF MASS MEDIA AND ITS EXTENSION IN AGRICULTURE: A FEEDBACK REVIEW OF AUDIENCE RESEARCH SURVEY IN AIR,MURSHIDABAD".(nd). WEST

- BENGAL. Dept of Anthropology, University of Calcutta, West Bengal, India. Retrieved from http://www.caluniv.ac.in/global-mdia-journal/student_research-june-2010/p%20ghatak.pdf
3. Ibie, N, (June 2004). "Communication and Development in Nigeria: A Discussion". Published by: African Association of Political Science Stable. African Journal of Political Science / Revue Africaine de Science Politique. Vol. 9, No. 1. pp. 71-83 Retrieved from- https://www.jstor.org/stable/23493679?Search=yes&resultItemClick=true&searchText=communication&searchText=and&searchText=development&searchText=in&searchText=nigeria:&searchText=A&searchText=discussion&searchUri=%2Faction%2FdoBasicSearch%3Facc%3Don%26amp%3Bfc%3Doff%26amp%3BQuery%3Dcommunication%2Band%2Bdevelopment%2Bin%2Bnigeria%253A%2BA%2Bdiscussion%26amp%3Bgroup%3Dnone%26amp%3Bwc%3Don&seq=1#page_scan_tab_contents
 4. Kaul, V. (2011). "Development communication in India: Prospects, issues and trends". Dhirubhai Ambani Institute of Information and Communication Technology University Gandhinagar Gujarat: India. Retrieved from- <http://www.caluniv.ac.in/global-mdia-journal/Winter%20Issue%20December%202011%20Commentaries/C-2%20Kaul.pdf>
 5. Lee, L. (Fall/Winter 2015). "INDIA AS A NATION OF CONSEQUENCE IN ASIA : THE POTENTIAL AND LIMITATIONS OF INDIA'S 'ACT EAST' POLICY". Published by: Institute for National Security Strategy. Vol. 29, No. 2. pp. 67-104 Retrieved from- <https://www.questia.com/library/journal/1P3-4042504221/india-as-a-nation-of-consequence-in-asia-the-potential>
 6. Marceau, F. (Summer, 1972). "Communication and Development: A Reconsideration". 245 Published by: Oxford University Press Vol. 36, No. 2 pp. 235-245. Retrieved from- https://www.jstor.org/stable/2747792?Search=yes&resultItemClick=true&searchText=communication&searchText=and&searchText=development&searchText=:&searchText=A&searchText=reconsideration&searchUri=%2Faction%2FdoBasicSearch%3Ffc%3Doff%26amp%3Bacc%3Don%26amp%3BQuery%3D%2Bcommunication%2Band%2Bdevelopment%2B%253A%2BA%2Breconsideration%26amp%3Bprq%3Dthe%2Bimpact%2Bof%2BTV%2Bprogrammes%2Bon%2Bagricultural%2B%2526rural%2Bdevelopment%26amp%3Bhp%3D25%26amp%3Bso%3Drel%26amp%3Bwc%3Don&seq=1#page_scan_tab_contents
 7. Rogers, E. (March, 1974). "Communication in Development", Published by: Sage Publications, the Annals of the American Academy of Political and Social Science. Vol. 412. The Information Revolution pp. 44-54. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/1040398?Search=yes&resultItemClick=true&searchText=communication&searchText=in&searchText=development&searchText=by&searchText=everett&searchText=m&searchText=rogers&searchUri=%2Faction%2FdoBasicSearch%3Facc%3Don%26amp%3Bgroup%3Dnone%26amp%3Bwc%3Don%26amp%3BQuery%3Dcommunication%2Bin%2Bdevelopment%2Bby%2Beverett%2Bm%2Brogers%26amp%3Bfc%3Doff&seq=1#>
 8. Rogers, E. (Winter, 1969) "Communication Research and Rural Development". Published by: Taylor & Francis, Ltd. on behalf of the Canadian Association of African Studies. Vol. 3, No. 1. Special Issue: Rural Africa). pp. 216-222. Retrieved from-

https://www.jstor.org/stable/483596?Search=yes&resultItemClick=true&searchText=communication&searchText=research&searchText=and&searchText=rural&searchText=development&searchText=by&searchText=everett&searchText=m&searchText=rogers&searchUri=%2Faction%2FdoBasicSearch%3Ffc%3Doff%26amp%3Bgroup%3Dnone%26amp%3Bwc%3Don%26amp%3Bacc%3Don%26amp%3BQuery%3Dcommunication%2Bresearch%2Band%2Brural%2Bdevelopment%2Bby%2Beverett%2Bm%2Brogers&seq=1#page_scan_tab_contents

9. Shitak,R.(December,2011). “Television & Development communication in india- a critical appraisal”. School of communication studies Punjab University, Chandigarh: Global Media Journal.,Vol. 2/No.2.Retrieved from- <http://www.caluniv.ac.in/global-mdia-journal/Winter%20Issue%20December%202011%20Commentaries/C-1%20Sen%20Shitak.pdf>
10. Tripathi, S. June 2011. “ The Impact of TV Programmes on Agricultural & Rural Development”. School of Journalism and Mass Communication, Institute of Management Studies (IMS), NOIDA, India,, IMS Manthan - Volume VI, No. 1. Retrieved from- <http://www.publishingindia.com/manthan/6/the-impact-of-tv-programmes-on-agricultural-rural-development/114/887/>

जाम्भो के काव्य की प्रासंगिकता

डॉ. अरविन्द कुमार यादव, सहायक प्रोफेसर, हिंदी एवं अन्य भारतीय भाषा विभाग
जम्मू केन्द्रीय विश्वविद्यालय, राया-सूचानी (बागला),
सांबा-181143, जम्मू

महापुरुषों और संतों का व्यक्तित्व साधारण व्यक्ति के व्यक्तित्व से अलग होता है। क्योंकि वे विकट परिस्थितियों में अवतार लेकर भक्तों और समाज का उद्धार करते हैं। ऐसे ही संत जाम्भो हैं जिन्होंने तत्कालीन समय में व्यक्ति और समाज के दुखों, यातनाओं, समाजिक कुरीतियों एवं विदेशी आक्रमण से जुझ रहे, लड़ रहे और वैमनस्ता के बीज बो रहे आदि तमाम प्रश्नों और मुद्दों को सुलझाने तथा व्यक्ति और समाज में सुख, शांति भाईचारे, मानवता और विश्वबंधुत्व का संदेश देने के लिए भारतभूमि पर अवतारित होते हैं। यूँ ही स्वामी रामानन्द परिव्राजक जाम्भो के विषय में कहा है कि “सोलहवीं शताब्दी के संतयुग में भगवान श्री कृष्ण ने ही जम्भेश्वर भगवान के रूप में अवतार लिया।

संतयुग में स्वयं प्रभु ने धर्मोद्धार के लिए मैं स्वयं आकर तुम्हारे, बारह कोटि जीवों की रक्षा (मुक्ति) प्रदान करूँगा तथा कृष्णावार में नन्द बाबा व यशोदा की प्रार्थना पर वचन दिया था कि और तो सभी प्रकार की बाल-लीला आदि से संतुष्ट हैं जन्म लीला अवशिष्ट है तो मैं कलियुग में आपके यहाँ करूँगा।”¹ समय, समाज और संवेदना व्यक्ति और समाज का तानाबाना बुनता है। तो क्या साहित्य इससे अलग रह सकता है? ऐसे समय, समाज और संवेदना की मार्मिक और प्रभावशाली अभिव्यक्ति संत जाम्भो की साहित्य में भक्ति, गुरु महिमा, समन्वयवाद, लोकमंगल, नारी भावना, पर्यावरण और विश्वबंधुत्व आदि में मिलता है। यही उनके साहित्य की खासियत भी है और प्रासंगिकता भी है।

भक्तिकालीन काव्य में भक्ति के दोनों स्वरूपों का वर्णन मिलता है। भक्ति में एक ओर अवतारवाद की स्वीकारोक्ति है तो दूसरी ओर अवतारवाद की नकारोक्ति है। इसी अवतारवाद की नकारोक्ति की भक्ति की धारा में कबीर, रैदास, नानक और दादू आते हैं। जाम्भोजी इसी परम्परा को समृद्ध और सशक्त बनाते हैं। इनकी भक्ति निर्गुण निराकार अलख निरंजन की भक्ति है।

जाम्भोजी ने संसार को ब्रह्ममय, ईश्वर को अजर-अमर निर्विकार, अरेख्य और घट-घट का वासी कहा है का नमूना देख सकते हैं-

“अलाह अलेख अडाल आयोजी स्वयंभू, जिहि का किया बिनाणी।

रूप-अरूप रमू पिण्डे, ब्रह्माण्डें घट-घट अघट रह्यो।।”²

भारतवर्ष संतो, महात्माओं और गुरुओं का देश है। जहाँ गुरु भवसागर में जीवन-यापन करने वाले भक्तों और जन-समुदाय को समाज की वास्तविकता से अवगत करता है, समाज की सही-गलत की अवधारणा से परिचित करता है, सामाजिक अज्ञानता, आडम्बर, माया-बंधन से रूबरू करता है और सांसारिक स्वार्थपरकता से विमुख करा के परमात्मा से साक्षात्कार करता है का उदाहरण देख सकते हैं-

“गुरु चीन्हों गुरु चीन्ह पुरोहित, गुरु मुख धर्म बरबांणी।

जो गुरु होयबा, सहज शैले, नादे वेदे तिहिं गुरु का आलिंकार पिछाणी।

छाव दर्शन जिहि के रोंपणि थांपणि।।”³

गुरु महिमा की इससे बढ़कर क्या कोई दूसरी परिभाषा और व्याख्या हो सकती?, गुरु के ज्ञान से ही काम, क्रोध, मोह, अहंकार को समाप्त किया जा सकता है और इन्द्रियों एवं मन पर संयम करके ही सतगुरु द्वारा बताये गये परमतत्व रूपी ज्ञान को अपने भीरत खोजा जा सकता है। क्या ऐसे में गुरु के महत्व को नजर अंदाज किया जा सकता है?

भक्ति काव्य समन्वय का काव्य है तो जाम्भो का काव्य समन्वय की चेतना से कैसे अछूता रह सकता है? उनका काव्य वर्ग, वर्ण एवं धर्म के समन्वय की आदम्य जिजीवषा को लिए हुए व्यक्ति, समाज एवं देश को एक सूत्र में पिरोने की कहानी को हमारे बीच परोसता है। विज्ञान-आध्यात्म में बिश्नोई समाज के उन्नतीस नियमों की चर्चा की गयी है जिसमें एक ओर पांच ऋतुवंती न्यारों, तीस दिन सूतकों, प्रातः स्नान, यज्ञ करना, हरे वृक्ष न कटना आदि वैज्ञानिकता का पाठ पढ़ाता है, दूसरी ओर विष्णु भजन, आरती, संध्या, शील, संतोष का पालन, दया, क्षमा आध्यात्मिकता की याद दिलाता है।

कवि ने निर्गुण में परमात्मा के स्वरूप को स्पष्ट करते हुए कहता है कि “नदियाँ नीरूँ सागर हीरूँ पवणा रूप फिरै परमेश्वर।”⁴ निर्गुण निराकार परमेश्वर को चौदह भवनों और तीनों लोकों में व्याप्त मानता है के साथ ही सगुण भक्ति में भगवान विष्णु के पूर्व नौ अवतारों का भी वर्णन किया है “नव अवतार नमो नारायण तेपण रूप हमारा थीय।”⁵ वेदों और ग्रंथों में ज्ञान, भक्ति और कर्म को मोक्ष का साधन स्वीकार किया गया है। जाम्भो का साहित्य ज्ञान, भक्ति और कर्म की त्रिवेणी है।

भक्ति ही जीवन को सरस, सुन्दर और सार्थक बनाती है, ज्ञान मोह का विनाश करता है तथा विकारों पर विजय प्राप्ति का मार्ग सुझाता है। भक्ति और ज्ञान के समन्वय की भाँति कर्म के समन्वय को भी समाज में समझने और समझाने का कार्य उन्होंने किया है कि “हिरदै नाम विष्णु का जंपो, हाथे करो टवाई।”⁶ मध्यकाल में धर्मों और जातियों में चारों ओर संघर्ष, वैमनस्ता और मारकाट सिर चढ़कर बोल रही थी। चाहे हिन्दू हो, चाहे मुस्लिम हो, चाहे बौद्ध हो, चाहे सिक्ख हो, चाहे जैन ही क्यों न हो तथा ब्राह्मण, क्षत्रिय, चमार, धोबी, लुहार, बनिया आदि धर्म और जाति और के लोग अपने को सर्वश्रेष्ठ सिद्ध करने में लगे थे। उसी का खामियाजा है कि तत्कालीन समाज को धर्म और जाति घुन की तरह खाये जा रहा था, समाज ऊँच-नीच में बटा हुआ था।

जाम्बो ऐसे द्रष्टा और समाज सुधारक थे कि उन्होंने बिश्नोई पंथ में उन्हें बिना भेदभाव का स्थान दिया। उनकी वाणियां धर्म-जाति की चहदिवारी में कैद न होकर मानवता की अलख जगाती हैं। बिश्नोई पंथ वर्ण-आश्रम में भेदभाव की चहदिवारी को तोड़कर समतामूलक समाज की नीव डाली जिसमें साधु, संयासी और गृहस्थ लोगों में आत्मीयता का भाव देखने को मिलता है। मध्यकालीन समाज में लोक-शास्त्र में काफी वैमनस्ता और दूरी थी। इस खाई को पाटने का कार्य जाम्बो का लोक-शास्त्र करता है। उसकी अंगुज जांभाणी साहित्य में हुंकार भरती है जिसमें वेद, पुराण, गीता और षड्दर्शनों का वर्णन है कि ‘मोरा उपाख्यान वेदू’ के साथ उनकी सम्पूर्ण वाणी लोकभाषा में ‘कहन’ वाणी है। चाहे मध्यकालीन समाज हो, चाहे वर्तमान समाज हो दोनों में काफी अन्तर नजर आता है। लेकिन जाम्बो का व्यक्तित्व और कृतित्व दोनों का अनूठा संगम है जो कहते थे उसका वे पालन करते थे।

जांभाणी साहित्य एहिक जीवन-अलौकिक जीवन का साहित्य है तो जाम्बो का साहित्य इससे कैसे परे रह सकता है? उनका साहित्य लोक-परलोक को सुधारने का संदेश देता है, मृत्यु के पश्चात मोक्ष की राह दिखाता है और संसार में सुखी कैसे रह सकते हैं? उसका ज्ञान व्यक्ति एवं समाज को कराता है कि-“जिया नै जुगति मूवा नै मुक्ति।”⁷

किसी भी साहित्य का सृजन ‘सर्वे भवन्तु सुखिना, सर्वे भवन्तु निरामया’ से अनुप्रणित होता है। चाहे वह भारतीय साहित्य हो या विश्व साहित्य ही क्यों न हो। विश्व साहित्य विभिन्न प्राकृतिक परिवेशों, विभिन्न भाषाओं में सृजित होने के बावजूद भी उसका कायाकल्प भले ही भिन्न है। परन्तु मूलभूत भावना पर दृष्टि डालें तो यह बात उभरकर सामने आती है कि उसका सृजन भी ‘सर्वे भवन्तु सुखिना’ से इतर नहीं है। वह भी व्यष्टि और समष्टि के लोक कल्याण की भावना से सराबोर है तथा सृजनकर्ता का परम कर्तव्य भी है कि उसका साहित्य जनजीवन को सुख, वैभव तथा आनंद प्रदान करने का सामर्थ्य रखता हो, उसमें भूति, विभूति और अनुभूति के समाने आंदोलित करने वाले विचार जनमानस के अंतःकरण में अपनी गहरी छापा

अंकित करने की ताकत रखते हो। भारतीय साहित्य संस्कृति, सभ्यता और लोकमंगल की भावना से रंजित है जिसमें नर से नारायण, भक्त से भगवान बनने का अप्रतिम उदाहरण मिलता है।

जाम्बो का साहित्य लोकमंगल की भावना से सांगोपांगित है जिसमें व्यक्ति, समाज, देश और दुनिया के साथ लोक कल्याण की भावना है, चिन्तन है, मनन है, नैतिक और आध्यात्मिक विचार धाराओं का पवित्र संगम है का नमूना प्रस्तुत है—

“आसण बैसण कूड़ कपट्टण, कोई चीन्हत वोजू वोट।

वोजू वाटे जे नर भया, काची काया छोड़ कैलाश गया ।।”⁸

जाम्बो का समूचा साहित्य जड़, जीव तथा चेतन आदि के हित एवं कल्याण की कहानी कहता है। दुर्गुणों से वंचित रहने तथा सच्चाई को पारदर्शी बनाने का संदेश देता है, अज्ञान के अलौकिक गुणों का उद्घोष करता है, ईश्वर के प्रति प्रेम, श्रद्धा, समर्पण, जीवों के प्रति संरक्षण एवं संवर्धन की कामना सच्चे पथ का आभास कराती है। संसार के प्रति लोक कल्याण की भावना, चिन्तन और क्रियान्वयन ही लोकमंगल की भावना को जन्म देती है। हिंदी साहित्य में भले ही कबीर जैसे संत ने लोकमंगल की भावना से लवरेज साहित्य का सृजन किया है। परन्तु लोकमंगल का निष्काम दर्शन और क्या हो सकता है? इस तथ्य को जाम्बो का साहित्य बड़े ही गंभीरता से उकेरा है—

“तइसा सांसू तइसा मांसू तहया देह दमोह।

उत्तम मध्यम क्यों जाणी जैस विवरस देखो लोई ।।”⁹

भक्ति, गुरु महिमा, समन्वयवाद और लोकमंगल के साथ जाम्बो के साहित्य में नारी चेतना के प्रश्न दृश्यांकित होते हैं। भक्तिकाल में एक ओर कबीर नारी को माया, ठगनी, और पुरुष को बचने की सलाह देते हैं, दादू नारी को पुरुष का और पुरुष का नारी का शत्रु कहते हैं, जायसी नारी को मंद बुद्धि की संज्ञा से अभिहित करते हैं। दूसरी ओर तुलसी नारी को ढोल गंवार कहकर पुकारते हैं। इसके साथ-साथ नाथों-सिद्धों ने नारियों को इतना कोसा की उनकी वाणियां सरसता, मधुरता और संवेदनशीलता से कोसो दूर हो गयीं। ऐसे में क्या भारतीय साहित्य और समाज की रचना संभव है? क्या ऐसी निरंकुशता और शुष्कता के अभाव में नारी समाज की कल्पना की जा सकती है? ऐसे तमाम प्रश्नों और मुद्दों को हमारे बीच जांभाणी साहित्य परोसती है। जाम्बो अद्वैतवाद के माध्यम से स्त्री-पुरुष के संदर्भ में कहते हैं कि विधाता ने स्त्री-पुरुष में भेद नहीं किया तो हम और आप भेद करने वाले कौन होते हैं? नारी के प्रति गहरी

संवेदना, पुरुष मानसिकता और पितृतात्मक समाज की कड़ी आलोचना करते हुए उन्होंने एक बानगी प्रस्तुत की है—

“अशुद्ध पुरुष वृषलीपति नारी, बिण परचै पार गिराय न जाई ।

देखत अन्धा सुणता बहरा, तासों कछु न बसाई ।।”¹⁰

जांभाणी साहित्य वेद, पुराण, गीता, रामायण तथा महाभारत आदि जैसे धर्म ग्रंथों के साथ-साथ नाथों-सिद्धों के प्रसंगों और मोहम्मद साहब के शिक्षाप्रद आदि जैसे नारी प्रश्नों को हमारे बीच खड़ा करता है। जाम्बो का प्रिय ग्रंथ ‘गीता’ है जिसमें माया से मुक्ति, कर्म से हेत का उल्लेख है। उनके पौराणिक पात्रों में ‘सीता’ सर्वश्रेष्ठ हैं। क्योंकि वे शील, शांति, सौंदर्य, दया एवं करुणा की मूर्ति हैं। उसकी रक्षा के लिए समूची शक्तियां राम, लक्ष्मण, हनुमान, गरुड़, विभीषण और अंगद आदि के साथ जंगली जीव जन्तु बानर, भालू आदि खड़े होते हैं का उदाहरण देखा जा सकता है—

“फैरी सीत लई जदि लंका, तद म्है ऊंथे थायो ।

दहशिर का दश मस्तक छेद्या, बाण भला निरतायो ।।”¹¹

वैश्विक संदर्भ में नारी चेतना के प्रश्न को देखें तो यह बात उभर कर सामने आती है कि नारी कभी निर्वासन भोग रही है, कभी दरबार की वस्तु बनकर रह जाती है, कभी राजाओं, राजवाड़ों और सामंतों की कामवासना की तृप्ति का औजार बनकर रह जाती है एवं कभी बाजार के सौंदर्य का साधन बनकर रह जाती है जिसमें उसकी मानवता कुचली जा रही है आदि सावलों की धज्जियां को उड़ाते हुए नारी को समस्त मानवीय रूप में समाज के सामने प्रस्तुत करने की साहस जाम्बो के साहित्य में अवलोकित होती है—

“तउवा बाण जो सीता कारण लक्ष्मण खेंच्या, अवर भी खेंचत बाणों ।।”¹²

जाम्बो के साहित्य में सीया स्वयंवर में धनुष टूटना मुख्य विषय नहीं है बल्कि नारी के स्वाभिमान के आगे पुरुष मानसिकता और पितृतात्मक सत्ता के अहंकार का मटिया पलीद होना है, नारी कहीं याचिका या दया की पात्र नहीं, वह तटस्थ है, साहसी एवं उत्कृष्ट जिजीविषा की धनी है। उसके प्रति निरादर का भाव अक्षम्य है, वह कदम कदम पर पुरुष के साथ खड़ी है का उदाहरण दे सकते हैं—

“तउवा सीर जो ईश्वर गौरी, अवर भी कहियत सीरूं ।

तउवा लाज जो सीता लाजी, अवर भी लाजत लाजूं।।¹³

जांभाणी साहित्य में पुरुषों और स्त्रियों में बराबरी का दर्जा देखने को मिलता है। अगर धर्मराज युधिष्ठिर सत्यवादी हैं तो क्या उनको जन्म देने वाली मां कुन्ती को भूलाया जा सकता? अगर दशरथ महाराजा हैं तो क्या राम को वन भेजने वाली मां कौशल्या को नजर अंदाज किया जा सकता है? स्त्री विमर्श के तमाम सवालों को नारी चिन्तक एवं मठाधीश कभी मार्क्सवाद में खोजते हैं तो कभी अस्तित्ववादी चिन्तक सार्त्र के यहां खोजते हैं। उनकी दृष्टि का संकुचन कहूं या जोखिम भरे डगर पर न चलने की साहस कहूं। उन्हें यह पता नहीं है कि जाम्बो का साहित्य इसका जीता जागता उदाहरण है कि चौकियों और साथरियों पर स्त्रियों के भजन-कीर्तन के लोक धुनों की अंगुज, तीस दिन सूतक और राजस्वला धर्म निभाने का अनूठा वर्णन, ऐसी दोनों स्थितियों में स्त्री को मानसिक पीड़ा और शारीरिक तड़पन से गुजरना पड़ता है। ऐसी हालत में स्त्री को चूल्हे-चौका से दूर रखा जा, खेती-बारी और घर का कामकाज को कोई अन्य स्त्री-पुरुष करे जिससे स्त्री की रक्षा हो सके। ऐसा सब कुछ कर गुजरने की साहस का सचित्र वर्णन भारतीय साहित्य में किसी अन्य संत के यहां देखने को नहीं मिलता है—

“तीन भवन की राही रूक्मण, मतूंत थलसिर आण बसाऊं।

सीत बहोड़ी लंका तोड़ी, ऐसो कियो संग्रामूं।।¹⁴

वर्तमान समय विमर्शों से साबद्ध है चाहे दलित विमर्श हो, स्त्री विमर्श हो, आदिवासी विमर्श हो व भाषा विमर्श ही क्यों न हो आदि विमर्श व्यक्ति, समाज, देश और दुनिया के विभिन्न ज्वलन्त समस्याओं एवं तत्कालीन स्थितियों से हमें रूबरू करा रहे हैं तो ऐसे में व्यक्ति, समाज, देश-दुनिया क्या पर्यावरण की समस्या से वंचित रह सकता है? पर्यावरण की समस्या को लेकर पर्यावरणविद् और सरकारें जुझ रही हैं, लड़ रही हैं, राष्ट्रीय-अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर विचार-विमर्श तथा संगोष्ठियां की जा रही हैं।

यूँ कहूँ तो ऐसी समस्याओं का जिक्र युग चेता पुरुष जाम्बो ने जांभाणी साहित्य में बहुत पहले ही कर दिया है—वृक्ष काटना अपराध नहीं पाप है, हरे वृक्ष पर्यावरण को शुद्ध रखते हैं, बारिस के लिए सहायक बनते हैं, मनुष्य को जीवन प्रदान करते हैं। इतना ही नहीं उन्होंने वृक्षों की संरक्षिता एवं संवर्धिता के नियमों का भी उल्लेख किया है, जिसका पालन आज भी बिश्नोई समाज के लोग करते हैं। यही वजह है कि खजड़ली गाँव के 365 व्यक्तियों के बलिदान की गाथा, काले हिरणों के लिए कानूनी लड़ाई लड़ने की कहानी, 'हवन' द्वारा वातावरण को शुद्ध बनाए रखने के उपाय को जीवन-अंग तथा मनुष्य-स्वास्थ्य के अफसाने कहे गये हैं

के साथ प्रदूषण से मुक्त व्यक्ति के कल्याण, मनुष्य का रोज तड़के स्नान एवं गाय के दूध की महत्ता के गीत को जाम्बो साहित्य गा रहा है—

“सेरा करो स्नान, शील संतोष शुचि प्यारो।”¹⁵

चिपको आंदोलन का मूलस्रोत जाम्बो का जीवन दर्शन ही है जो वन संपदा एवं वन प्राणियों के सामाजिक महत्व इस प्रकार रेखांकित करता है—

“ जीवन मारो, रिधी रहे हैं। सब जीवन कूँ, ईश्वर रहे निहारों।।”

लीलो रूख न काटो कोई। अष्ट सिद्धि नौ निधि खड़े रहे घर माहि।।”¹⁶

जाम्बो का पर्यावरणीय सिद्धांत बुद्धिजीवियों एवं पर्यावरणविदों का पथ-प्रदर्शक है, जीव-वैज्ञानिकों, प्रबुद्ध नागरिकों एवं नेताओं के लिए अमरता का संदेश है तथा व्यावहारिक जीवन में आत्मसात करने की औषधी है।

पर्यावरण के साथ-साथ विश्वबंधुत्व की भावना से जाम्बो का साहित्य लवरेज है जिसमें ऊँच-नीच, छोटा-बड़ा, छुआछूत एवं भेदभाव की भावना रंच मात्र नहीं है, सामाजिक कुरीतियों को जड़ से उखाड़ फेंकने की साहस है, व्यक्ति जाति और कुल परम्परा से बड़ा नहीं होता है, वह अपने कर्मों एवं आचरणों से बड़ा होता है का संदेश है। वे कथनी-करनी की एक रूपता पर बल देते हुए स्वयं कार्य को करने के बाद व्यक्ति और समाज को अनुकरण करने की हंका लगाते हैं—

“पहलै किरिया आप कमाइये, तो औरां न फुरमाइयै।”¹⁷

उनकी वाणी सैद्धांतिकता के साथ स्वानुभूतिमयी है जो केवल एहिक एवं गृहस्थ जीवन का राह नहीं दिखाती बल्कि साधु-संयासियों को अलौकिक जीवन का पाठ पढ़ाती है। यही उनके साहित्य की खासियत है कि व्यक्ति और समाज सच्चाई, सादगी, सात्विकता, श्रमशीलता एवं कर्मठता के मार्ग पर चलते हुए अपने जीवन को लोक कल्याण और लोकमंगल में लगाने का संदेश देता है।

संदर्भ :

1. गुरु जाम्बोजी का आलौकिक व्यक्तित्व : ब्रह्मनन्द, गुरु जाम्बोजी का वैश्विक चिन्तन, पृ. 27
2. जम्भसागर : कृष्णानंद आचार्य, पृ. 33
3. वही, पृ. 22
4. वही, पृ. 235

5. वही, पृ. 31
6. वही, पृ. 205
7. वही, पृ. 5
8. वही, पृ. 64
9. वही, पृ. 52
10. वही, पृ. 70
11. वही, पृ. 74
12. वही, पृ. 117
13. वही, पृ. 133
14. वही, पृ. 237
15. वही, पृ. 263
16. जाम्भोजी का पर्यावरण विषयक चिन्तन : वीना बिश्नोई, गुरु जाम्भोजी का वैश्विक चिन्तन पृ. 100
17. जम्भसागर : कृष्णानंद आचार्य, पृ. 79

AGRICULTURAL SITUATION IN UMEDPURA VILLAGE OF SIRSA DISTRICT

Mr. Virender, Research scholar,
kurukshetra university, kurukshetra
E-mail ID: - veer.mehra007@gmail.com
Contact No. +919466657699

INTRODUCTION

Agriculture is primary activity of human being from ancient time. It is still a major activity throughout the world. Agricultural situation from ancient time to present has changed a lot. Agriculture is main demanding occupation because the food demand of world is increasing with increase in population. Agriculture not only provides work to farmers, but also supply raw material for many industries. Every year thousands of studies are being done on agricultural situation that how an area is good in agricultural production, how an area can be converted in good agricultural site and how its productivity can be increased. After the emergence of Green Revolution, agricultural situation has changed world over and it greatly influenced The India especially Haryana, Punjab and western U.P. states. Agricultural situation in any village, region or country depends on various factors such as land surface, soils type and condition, water availability, drainage pattern. irrigation, agricultural practices, level of mechanization. uses of chemical fertilizers, insecticides, pesticides etc. All these factors determine the growth of agricultural situation at any place. On the basis of these factors a case study has been carried out to find out the situation of agriculture in Umedpura village.

STUDY AREA

Umedpura is situated in the north western corner of Haryana state. It lies in Elenabad Mandal in Sirsa district. Geographically, the village is located at 29° 25' north latitude and 74 50' east longitude. It is located on the State Highway No. 23. A network of roads provides the village good connectivity. The climatic condition of the Umedpura village can be classified as tropical desert and arid and hot transition period from September to October form the post-monsoon season. The maximum temperature during May and June (41.5°C to 46.7°C) .The average annual rainfall is 32 cm to 53 cm. About 72% rainfall is received during the south east monsoon period, July to September. The topography of Umedpura village includes flat and sandy terrain. It is a small village with listed 332 households. The social set up of village as seen in terms of caste background suggests that it is dominated by upper caste. The village economy is based on agriculture.

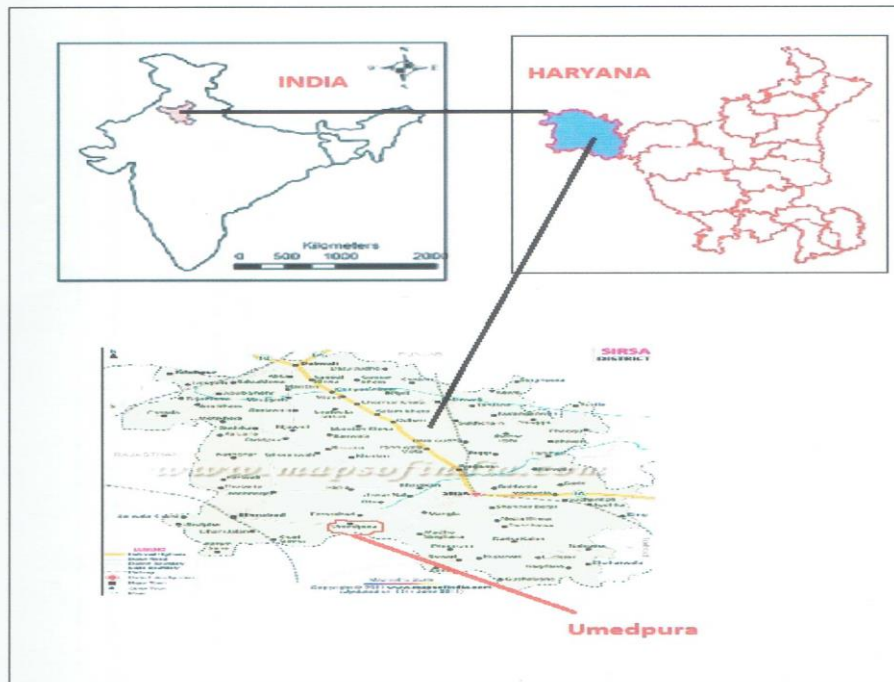


Fig. 1: Location of Umedpura village in Sirsa District of Haryana.

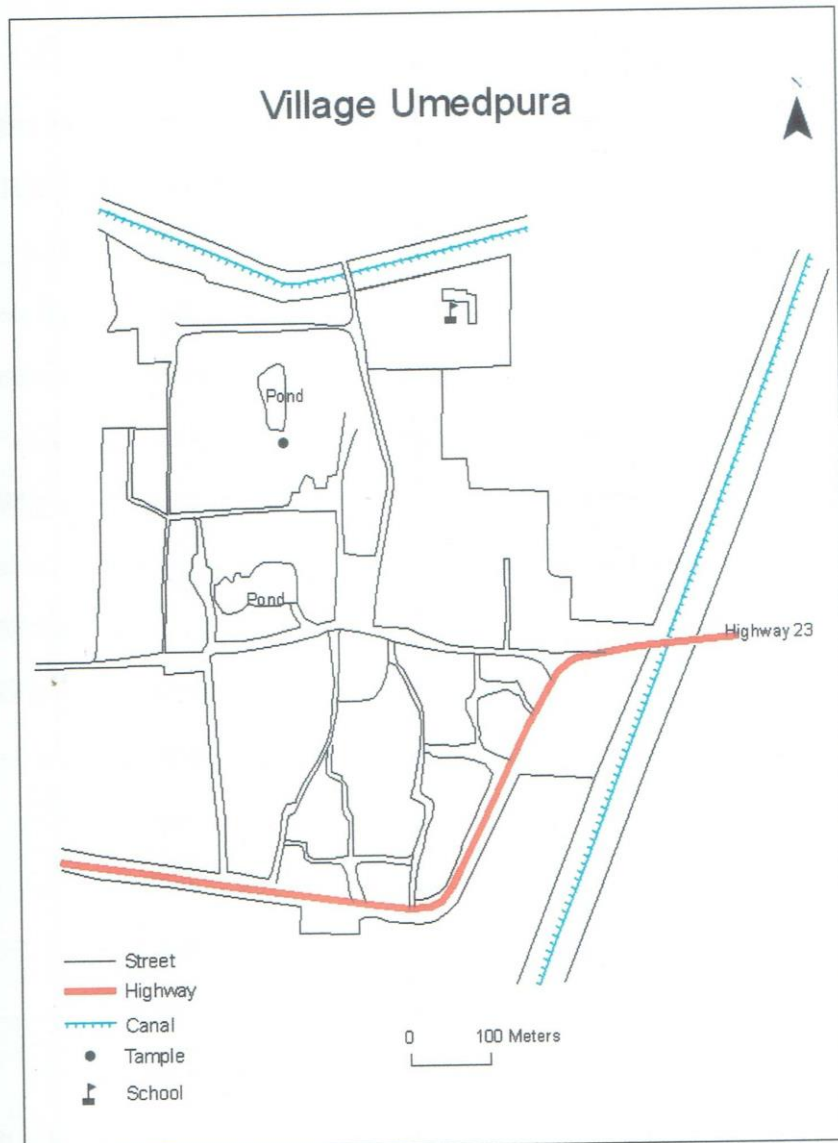


Fig. 2: Layout of Umedpura village in Sirsa District of Haryana.

STATEMENT OF THE PROBLEM

Agriculture is mainstay of the economy of Umedpura village and well developed. The residents are well aware about High Yielding Variety seeds, chemical fertilizers. Irrigation facility is well developed. Water availability in village is adequate. The present study aims to analysis the status of agricultural situation in the village with respect to size of holdings and social status of farmers. It also aims to study that how bio-chemical inputs, HYV seeds, pesticides, and irrigation influence the pattern of land productivity.

OBJECTIVES

The following are the main objective of the present study-

- To study the agricultural pattern in village in term of irrigation and use of bio-chemical inputs.
- To evaluate the level of agricultural productivity by size of land holding and social status of farmers.
- To analyze the influence of technological factors i.e. mechanization, irrigation and harvesting practices.

HYPOTHESES

An attempt has been made to examine the following hypotheses in the present study:

- Level of use of bio-chemical inputs in farming increases with the increase in the size of landholdings and social status of farmers.
- Agricultural productivity increases with increase in the size of landholdings and social status of farmers.
- The level of agricultural productivity is higher among households having high proportion of irrigated area.
- Agricultural productivity is positively correlated with the diffusion of modern techno- scientific innovations.

MATERIALS AND METHODS

The present study is based on the primary survey of households. The survey was conducted from October 11, 2011 to October17, 2011. The structured questionnaire was designed before preceding the field and 332 households were surveyed. The census technique was employed during survey. The data were also collected from different secondary sources like patwari, schools etc. The collected information has been analyzed and interpreted with the help of simple statistical techniques and presented with tables.

Social Status	Name of caste	% of households
Dominant caste	Jaat, Brahmin. Jatt Sikh , Panjabi	38.85
Intermediary caste	Suthar, Nai, Swami, Khati, Kumhar, Goswami	23.19
Lower caste	Nayak, Chamar, Valmiki, Megwal, Dhanak	37.96

Total	100.00
-------	--------

CLASSIFICATION OF DIFFERENT SOCIAL GROUPS

The households of Umedpura village were classified in different social groups by dopting the procedure outlined in Table 1.

CLASSIFICATION OF DIFFERENT ECONOMIC GROUPS

The households of village Umedpura has been classified by adopting the principle of occupation and size of land holding and has been demonstrated in Table 2.

Economic Groups	No of households (%)
Landless agricultural	36.14
Small cultivators	22.89
Medium cultivators	13.85
Large cultivators	14.45
Self-employed	9.33
Service	3.31
Total	100.00

RESULTS AND DISCUSSION

CONSUMPTION OF FERTILISER IN RABI SEASON ACCORDING TO SOCIAL STATUS

Table 3 reveals that upper caste farmers consume more fertilizers than intermediary and lower caste. The analysis demonstrates that 7.92% farmers use bio-chemical fertilizers less than 100 kg per acre per crop and followed by 46.64% farmers use bio-chemical fertilizers between 100-150 kg per acre per crop, 32.67% farmers use bio-chemical fertilizer between 150-200 per acre per crop and 13.37% farmers use bio-chemical fertilizers more than 200 kg per acre per crop. Moreover, the analysis revealed that intermediary and lower caste use less bio-chemical fertilizers than upper caste. Since the soil of the village is deficient in organic matter and nitrogen; chemical fertilizers are essential for increasing crop yields.

	Consumption of chemical fertilizers (kg)				
	<100	100-200	150-200	>200	Total
Upper caste	5.44	20.30	8.32	5.94	50.00
Intermediary caste	0.99	15.35	8.91	4.95	30.19
Lower caste	1.48	10.40	5.44	2.47	19.81
Total	7.92	46.64	32.67	13.36	100

CONSUMPTION OF FERTILISER IN RABI SEASON ACCORDING TO ECONOMIC STATUS

Table 4 reveals that small cultivators consume more fertilizers in comparison to large cultivators. This is attributed to their thirst for high production. The analysis demonstrates that 7.92% farmers use bio-chemical fertilizers less than 100 kg per acre per crop and 46.64% farmers use bio-chemical fertilizers between 100-150 kg per acre per crop, 32.67% farmers use bio-chemical fertilizer between 150-200 kg per acre per crop and 13.37% farmers use bio-chemical fertilizers more than 200 kg per acre per crop. Moreover, the analysis revealed that small and medium cultivators use more bio-chemical fertilizers than large cultivators. Since the soil of the village is deficient in organic matter and nitrogen; chemical fertilizers are essential for increasing crop yields. These are used alone or in combination with organic manures.

Table 4: Consumption of fertilizer in rabi season according to economic status					
	Consumption of chemical fertilizers				
	<100	100-150	150-200	>200	Total
Landless Agricultural	0.99	10.40	5.94	1.48	18.81
Small Cultivators	1.98	18.32	9.40	2.96	32.68
Medium Cultivators	1.98	6.93	7.92	3.96	20.79
Large Cultivators	1.48	8.41	6.93	3.46	20.29
Self Employed	1.48	1.48	0.99	0.49	4.45
Services	-	0.49	1.48	0.99	2.98
Total	7.92	46.64	32.68	13.37	100

DISTRIBUTION OF FERTILIZER CONSUMPTION IN KHARIF SEASON ACCORDING TO SOCIAL STATUS

Table 5 reveals that small cultivators consume more fertilizers in comparison to large cultivators. This is attributed to their thirst for high production. The analysis demonstrates that 21.29% farmers use bio-chemical fertilizers less than 100k.g per acre per crop, followed by 38.61% farmers use bio-chemical fertilizers between 100-150k. g, per acre per crop, 28.71% farmers use bio-chemical fertilizer between 150-200 per acre per crop and 11.39% farmers use bio-chemical fertilizers more than 200k.g per acre per crop. Moreover, the analysis revealed that small and medium cultivators use more biochemical fertilizers than large cultivators. Since the soil of the village is deficient in organic matter and nitrogen; chemical fertilizers are essential for increasing crop yields. These are used alone or in combination with organic manures.

Table 5: Consumption of fertilizer in kharif season according to social status					
	Consumption of Chemical Fertilizers (kg)				
	<100	100-200	150-200	>200	Total
Upper caste	11.39	18.81	13.86	5.94	50.00
Intermediary caste	3.46	13.96	9.40	3.46	30.19
Lower caste	6.43	5.94	5.44	1.98	19.81
Total	21.29	38.61	28.71	11.39	100

CONSUMPTION OF FERTILISER IN KHARIF SEASON ACCORDING TO ECONOMIC STATUS

Table 6 reveals that small cultivators consume more fertilizers in comparison to large cultivators. This is attributed to their thirst for high production. The analysis demonstrates that 21.29% farmers use bio-chemical fertilizers less than 100 kg per acre per season and 38.61% farmers use bio-chemical fertilizers between 100-150 kg per acre per season, 28.71% farmers use bio-chemical fertilizer between 150-200 kg per acre per crop and 11.39% farmers use bio-chemical fertilizers more than 200 kg per acre per crop. . Moreover, the analysis revealed that small and medium cultivators use more bio-chemical fertilizers than large cultivators. Since the soil of the village is deficient in organic matter and nitrogen, chemical fertilizers are essential for increasing crop yields. These are used alone or in combination with organic manures.

Table 6: Consumption of fertilizer in kharif season according to economic status					
	Consumption of chemical fertilizers (kg)				
	<100	100-150	150-200	>200	Total
Landless Agricultural	2.97	10.40	4.95	1.98	20.29
Small Cultivators	4.45	9.90	9.90	4.45	28.71
Medium Cultivators	6.43	8.91	4.45	1.48	21.28
Large Cultivators	3.96	7.42	5.94	2.47	19.80
Self Employed	1.48	0.99	1.98	0.49	4.95
Services	1.98	0.99	1.48	0.49	4.95
Total	21.29	38.61	28.71	11.39	100

DISTRIBUTION OF AGRICULTURAL IMPLEMENTS ACCORDING TO SOCIAL GROUPS

There are 712 agricultural implements available in the surveyed households. The farmers of upper caste have more agricultural implements. These farmers have about 62.08% of the total implements. Intermediate castes have about 25.56% of total agricultural implements (Table 7). The lower caste households have about 12.36% of agricultural implements. The upper caste farmers are most mechanized in the village. It is evident from the analysis that the farmers of upper caste are most mechanized while the farmers of lower caste are least mechanized.

DISTRIBUTION OF AGRICULTURAL IMPLEMENTS ACCORDING TO ECONOMIC STATUS

Table 8 reveals that landless agricultural labourer have about 11.38% of agricultural implements. The small cultivators have about 29.92% of total agricultural implements, whereas medium cultivators have about 25.28% of agricultural implements.

Table 7: Distribut of agricultural implements according to social groups
 ion

Social Group	Tractor	Cultivator	Diesel Pump	Thresher	Electric Pump	Trolley	Wooden Plough	Improved Plough	Cart	Chaff Cutter	Seed Drill	Sprayer	Other	Total
Upper Caste	7.44	6.32	2.67	0.70	8.66	3.51	1.26	0.98	5.33	12.35	3.51	9.13	0.28	62.08
Intermediate Caste	2.39	1.68	1.40	0.14	3.09	1.26	0.14	0.56	2.11	7.16	1.54	3.93	0.14	25.56
Lower Caste	0.42	0.42	0.28	--	0.14	--	0.14	0.28	1.83	6.74	0.28	1.82	--	12.36
Total	10.25	8.43	4.35	0.84	11.80	4.17	1.54	1.82	9.27	23.26	5.34	14.89	0.42	100

Table 8: Distribution of agricultural implements according to economic status

Economic groups	No. of agricultural implements	% households
Landless agricultural	81	11.38
Small cultivators	213	29.92

Medium cultivators	180	25.28
Large cultivators	193	27.11
Self employed	21	3.37
Services	24	2.95
Total	712	100

The large cultivators have about 27.11% of agricultural implements. Self employed have about 3.37% of agricultural implements. Service has about 2.95% of agricultural implements. So that all the cultivators has more agricultural implements than other groups. Thus the level of mechanization in Umedpura village is satisfactory. Most of farmers had their own implements, but costly implements are only bought by large farmers. Marginal and small farmers hire the costly implements.

DISTRIBUTION OF LIVESTOCK STRUCTURE ACCORDING TO SOCIAL STATUS OF HOUSEHOLDS

It has been analyzed that buffaloes and buffalo's calves constitute about 58% of total livestock, whereas cows and cows calves, bullocks/oxen and sheep/goats constitute about 42% of the total livestock. It has been analyzed from the Table 9 that about 80 % of households have livestock in the village. This indicates that buffaloes are a major livestock of the Umedpura village economy. It was also observed that cows constitute about 31% of total livestock in the village. Bullocks, camels and oxen constitute about 6% and are used for different agriculture operations. Sheep and goats constitute 5% of livestock and this reflects the pastoral economy of the village. Table 9 indicates that about 40% households of upper caste, 25 % household of intermediary caste and 35 % households of lower caste rear arjmals. The upper caste, intermediary caste has 12%, 10% and lower caste have 8% buffaloes. The concentration of cows is more among the upper caste and it is observed to be about 9%. Bullocks and oxen percentage is more among upper caste and minimum in the lower caste. Sheep and goats are mostly reared by lower caste households. The analysis also revealed that about 46% livestock of village are reared by upper caste and 25% livestock are reared by Intermediary caste.

LIVESTOCK STRUCTURE UNDER DIFFERENT ECONOMIC STATUS

It was observed from Table 10 that highest numbers of milch buffaloes were reared by medium cultivators (26%). Similarly, buffalo calves were also found to be reared in large number (31%) in this category of farmers. It was also revealed from the table that bovines are equally important for all the economic class of farmers. This is attributed to their food habit as milk is a major ingredient of their diet. Landless agricultural labourer reared the draught animals in large numbers (5%) and it is mainly due to their economic standard as these farmers are unable to buy costly agricultural implements. Sheep and goats are mostly reared by landless households.

DISTRIBUTION OF SEEDS EXPENDITURE ACCORDING TO SOCIAL STATUS OF HOUSEHOLDS

The examination of Table no. 11 reveals that about 48.03% of total seeds expenditure incurred by upper caste annually, followed by 28.71% household of intermediary caste. The lower caste expends only 23.26% of total seeds expenditure of the village annually. The maximum expenditure on seed is between 2000-3000

which is 43.56% followed by 1000-2000 which is about 30.20%.The lowest expenditure on seed is less than 1000 which is about 11.88%.

Table 9: Distribution of livestock structure according to social status of households

		Buffalo		Cows					
		Milch/ Dry	Calves	Milch/ Dry	Calves				
Upper caste	39.63	15.12	13.80	6.07	2.54	2.98	0.11	-	45.58
Intermediary caste	24.90	8.94	31.66	3.42	2.98	1.32	0.44	1.88	29.58
Lower caste	35.47	7.62	16.25	3.09	2.65	0.99	0.44	2.65	24.84
Total	100	31.68	26.49	12.58	7.84	5.30	0.99	4.52	100

Table 10: Distribution of livestock under different economic status (%)

			Buffaloes		Cow					
			Milch/ Dry	Calves	Milch/ Dry	Calves				
Landless agricultural labourer	36.14	29.82	6.4	4.52	5.41	3.09	0.88	0.22	3.53	24.06
Small cultivators	22.89	26.41	22.77	8.50	5.07	2.31	1.54	0.22	0.99	27.92
Medium cultivators	13.85	16.23	7.07	5.85	2.87	1.21	1.32	0.33		18.54
Large cultivators	14.46	16.60	23.36	5.52	3.97	2.87	0.99	0.11	-	19.42
Self employed	9.33	7.92	1.76	1.10	2.42	0.77	0.33	0.11	-	6.52
Service	3.31	13.02	1.32	0.99	0.66	0.33	0.22	-	-	3.53
Total	100	100	31.68	26.49	20.41	10.60	5.30	0.99	4.52	100

Table 11: Distribution of seeds expenditure according to social status (%)

Social groups	<Rs.1000	Rs.1000-2000	Rs. 2000-3000	> Rs.3000	Total
Upper caste	4.95	14.85	20.79	7.42	48.03
Intermediary caste	2.97	6.93	13.86	4.95	28.71
Lower caste	4.88	8.41	8.91	1.98	23.26

Total	11.88	30.20	43.56	14.36	99.98
-------	-------	-------	-------	-------	-------

DISTRIBUTION OF SEEDS EXPENDITURE ACCORDING TO ECONOMIC STATUS OF HOUSEHOLDS

The examination of Table 12 reveals that about 43.56% household in Umedpura village expend 2000-3000 Rs on the seeds annually followed by 30.20% household which expend Rs 1000-2000 annually, 14.36% household expend more than 3000 Rs annually on high yielding variety seeds and 11.88% household expend less than 1000 Rs annually. Moreover, higher expenditure on seeds was incurred by large cultivators and landless agricultural labourer. Higher expenditure on seed by large cultivator's household, is attributed to good economic condition.

Table 12: Distribution of seeds expenditure according to economic status (%)

Economic status	<Rs.1000	Rs.1000-2000	Rs. 2000-3000	>Rs. 3000	Total
Landless agricultural	2.47	6.43	8.41	3.46	20.79
Small cultivators	3.96	5.94	15.84	5.94	31.68
Medium cultivators	1.48	9.40	8.41	1.98	21.28
Large cultivators	1.98	5.99	6.93	2.48	17.35
Self employed	0.99	0.99	1.98	0.49	4.45
Service	0.99	1.48	1.98	--	4.44
Total	11.88	30.20	43.56	14.36	99.97

LOAN DETIAL OF FARMERS

In general, the economic condition of farmers in the study village is good. It is largely due to sound agricultural practices adopted by the farmers. However, it was observed from the analysis that most of the farmers from marginal to large obtain loans from private as well government banks. It was observed from the study that farmers receive this loan for agricultural purpose whereas some farmers seek loan from banks for other allied agricultural practices namely, bee keeping, poultry etc. It is also analyzed that farmers obtain loans for a period of six months. Majority of the fanners seek these loans for buying seeds and fertilizers. It was also found that farmers deposit their loans with interest after the crop is harvested. However, farmers obtain these loans for the next cropping season and hence this vicious circle continues. Landless agricultural labourer constitutes about 22% of total from 140 loan obtaining farmers. Small cultivators contribute about 18% of total loan. Medium and large cultivators contribute about 23% and 25 of total loan. Self employed and service constitutes about 8% and 4% of total loan holders, respectively households of the village. If the loan details observed on the basis of amount, it reveals that, out of 140 loan holders, about 81% obtain loans below two lakhs. This amount of loan is consumed in buying seeds, fertilizers etc. After six months, they return this amount with interest. Only about 5% of total loan holders take loans above 6 lakhs. These are mainly from large farmers besides small and medium cultivators also obtain loan for installation of tube wells and electric pumps. . It is summed up that 50% agriculture practices of village is assisted by loans provided by banks. If the loan facility of farmers is checked, then it can influence the agricultural production.

DISTRIBUTION OF BANK LOAN ACCORDING TO SOCIAL STATUS

It is observed during the survey that the economic condition of many household in Umedpura village is good but they have availed the loan facility for carrying agricultural activity and other domestic purpose. Table 13 reveals that upper caste obtain loan about 57.86% from nationalized bank, co-operative bank and other sources. Intermediary caste and lower caste obtain loan about 20% and 20.14% from nationalized bank, co-operative bank and other sources. It concludes that upper caste obtain more loan than others caste.

Table 13: Distribution of bank loan according to social status.

Social Groups	Nationalized Bank	Co-operative Bank	Others Sources	% age
Upper Caste	31.43	12.86	13.57	57.86
Intermediary Caste	7.86	5	7.14	20
Lower Caste	2.47	6.43	12.14	20.14
Total	42.86	24.28	32.86	100.0

DISTRIBUTION OF BANK LOAN ACCORDING TO ECONOMIC STATUS

Table 14 reveals that landless agricultural labourer obtain loan about 22.14% from nationalized bank, co-operative bank and other sources. small , medium and large cultivators obtain loan about 17.85%,22.85% and 25% from nationalized bank, co-operative bank and other sources .self employed and service obtain loan about 7.86% and 4.29% from nationalized bank, co-operative bank and other sources. Large cultivators obtain more loan than others.

Table 14: Distribution of bank loan according to economic status

Economic status	Nationalized	Co-operative	Others sources	% age
Landless agricultural labourer	2.86	8.57	10.71	22.14
Small cultivators	3.57	7.14	7.14	17.85
Medium cultivators	14.28	2.86	5.71	22.85
Large cultivators	17.86	1.43	5.71	25
Self employed	1.43	2.86	-	7.86
Service	2.86	1.43	3.57	4.29
Total	42.86	24.28	32.86	100

CONCLUSIONS AND SUGGESTIONS

The present study shows that there is no significant variation in the use of chemical fertilizers among different ownership holding size. It was also analyzed from the study that modern agriculture technology is well accepted by Umedpura village households. They are well aware about all bio-chemical inputs, High Yielding Variety seeds, insecticides, pesticides etc. The irrigation condition of the village is also good and fields are irrigated both by canals and tube wells. The livestock condition in Umedpura village is also good. The mechanization level in village is satisfactory and farmers use modern techno-scientific innovations in agriculture like harvesters, combiners etc. The farmers of Umedpura village should adopt crop diversification practices. Households should make the judicious use of irrigation water so that land may not suffer from water logging. The judicious use of bio-chemical fertilizers should be encouraged. Organic farming practices should also be adopted by the farmers of the village for the sustainable development of this resource.

हिन्दी सिनेमा में राष्ट्रीय चेतना की अभिव्यक्ति

डॉ. साधना शर्मा, एसोसिएट प्रोफेसर,

श्यामा प्रसाद मुखर्जी कॉलेज, दिल्ली विश्वविद्यालय, नई दिल्ली

सिनेमा बीसवीं शताब्दी की सर्वाधिक लोकप्रिय कला है। इसका प्रभाव भी सार्वभौमिक है अर्थात् दृश्यश्रव्य माध्यम होने के कारण यह अपने दर्शकों के साथ गहरा संबंध बना लेता है। सिनेमा कला का वह सशक्त माध्यम है जो एक ओर दर्शकों का मनोरंजन करता है तो दूसरी ओर उनके मन-मस्तिष्क को विचार के स्तर पर प्रेरित भी करता है। तकनीकी विकास की यात्रा में सिनेमा का क्षेत्र विस्तार मूक, सवाक् श्वेत-श्याम, रंगीन और आधुनिक काल में त्री-आयामी फिल्मों तक हो चुका है। यह एक बड़ा तथ्य है कि भारत में सर्वाधिक फिल्मों का निर्माण होता है।

साहित्य की तरह फिल्मों भी समाज का आइना होती हैं और काफी हद तक वह सब दिखाती हैं जो सामाजिक, आर्थिक राजनीतिक एवं पारिवारिक स्तर पर घटित होता है। वस्तुतः सिनेमा का संबंध देशकाल, समाज, परिवेश, सामाजिक संरचनाओं और सांस्कृतिक परिघटनाओं के साथ बहुत गहराई से जुड़ जाता है। इन सभी स्थितियों से सिनेमा के माध्यम से मनुष्य स्वयं को पुनः पुनः गुजरते और अनुभव करते देखता है। एक प्रकार से जो सच पर्दे पर दिखाई देता है उसकी यथार्थ अनुभूति से दर्शक पूरी तरह जुड़ जाता है। वस्तुतः सिनेमा मात्र मनोरंजन के साधन रूप में ही नहीं उभरा है वरन् एक निश्चित उद्देश्य के साथ समाज को संदेश देने का माध्यम भी बना है! इसी कड़ी में सिनेमा सर्जनात्मक धरातल पर राष्ट्रीय चेतना की अभिव्यक्ति भी करता है। सर्जनात्मता से तात्पर्य है घटनाओं, चरित्रों तथा तथ्यों की सीमा से ऊपर उठ कर जीवन मूल्यों का निरीक्षण, परीक्षण तथा उन्हें आत्मसात करना। सिनेमा इन मूल्यों को दर्शकों तक जीवन्त चेतना के अंगीभूत रूप में ही पहुँचाता है।

राष्ट्र और चेतना ये दोनों शब्द अपने भीतर बहुत गंभीर और गहन अर्थ को समेटे हुए हैं। 'राष्ट्र' की मूल परिकल्पना मनुष्य के हृदय में निहित उदात्त भावना से प्रेरित है। सहअस्तित्व तथा परस्पर सहयोग करने की भावना से राष्ट्र की अवधारणा साकार हुई है। वर्तमान संदर्भ में राष्ट्र को सामान्यतः अंग्रेजी शब्द 'Natio' से बना है। एक जैसी भावनाओं, रीतिरिवाजों, भाषा, साहित्य तथा भौगोलिक एकता से युक्त जनसमूह, एक सम्पूर्ण राष्ट्र का प्रतिनिधित्व करता है।¹ स्टुअर्ट मिल ने भौगोलिक एकता के अतिरिक्त पूर्वकालिक इतिहास पुरुषों के विचारों की एकता, जाति तथा धर्मगत एकता, समष्टिगत भाषायी चेतना, राजनीतिक लक्ष्यों की एकता आदि को भी राष्ट्रीयता के निर्माण में सहयोगी तत्व माना

¹ जे.डब्ल्यू. बोरगाज़: एन्साइक्लोपीडिया ऑफ़ द सोशल साइंस, पृ. 32

है² स्पष्ट है कि राष्ट्र निर्माण के लिए स्थान की एकता, एक जाति, भाषा, संस्कृति और धर्म की प्रेरणा रहती है। यदि इसमें राजनीतिक और आर्थिक लक्ष्यों की समानता को जोड़ दें तो राष्ट्र की संकल्पना पूर्ण हो जाती है।

चेतना मनुष्य के ज्ञान और संवेदनात्मक पहलू से संबंधित होती है। इसको चिन्तन-प्रक्रिया या केवल ज्ञान के स्तर पर देखते हैं तो इसके संपूर्ण अर्थ की प्राप्ति उससे नहीं हो पाती। डा. रवीन्द्रनाथ ठाकुर ने चेतना के सूक्ष्म एवं व्यापक स्वरूप का परिचय देते हुए लिखा है कि यदि हम विश्व को सत्तावान वस्तुओं का सर्वयोग समझते हैं, एक नियम नियन्त्रित व्यवस्था भर मानते हैं, तो हमारी चेतना अपूर्ण है, यदि हमारी चेतना यह जान होती है कि समस्त वस्तुएँ आत्मिक रूप से जुड़ी हैं और इसीलिए आनन्ददायी हैं तो हमारी चेतना परिपूर्ण है।³

चेतना का मनोविज्ञान के आधार पर विश्लेषण-विवेचन यह तथ्य सामने लाता है कि चेतना मस्तिष्क की वह शक्ति है जिसके द्वारा मनुष्य के लिए व्यक्ति से लेकर संपूर्ण विश्व के बारे में जानकारी प्राप्त करना संभव होता है। इस मानसिक प्रक्रिया का कुछ न कुछ उद्देश्य अवश्य रहता है जिसके द्वारा वह सूक्ष्म से असीम तक की समस्त अनुभूतियों का संस्पर्श करता है। इस प्रकार चेतना मनुष्य के विचार और भाव दोनों स्तरों पर सक्रिय होकर संपूर्ण जगत के प्रति जागरूकता उत्पन्न करती है।

राष्ट्रीय चेतना का अर्थ एकांगी रूप में ग्रहण नहीं किया जा सकता। इसके द्वारा एक ओर राष्ट्र की स्वतंत्रता, अखण्डता, प्रभुता और सांस्कृतिक समन्वय को बनाए रखने के संकल्प की अभिव्यक्ति होती है दूसरी ओर देश में समय-समय पर उत्पन्न होने वाली समस्याओं के प्रति जागरूकता भी इसका हिस्सा है। देश को आज़ाद कराने की लड़ाई ने भारतीय राष्ट्रीय चेतना को दूरदराज़ स्थित छोटे-छोटे गाँवों से लेकर, शहरों और संपूर्ण विश्व स्तर तक अभिव्यक्ति दी थी। परन्तु स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद यह चेतना विविध रूपों में उभरी।

स्वतंत्र देश के नागरिकों की आशा-आकांक्षाओं का आकाश अत्यन्त विस्तृत था, परन्तु नवीन शासकों और उनकी नीतियों ने उस रूप में संतोषजनक परिणाम नहीं दिए जैसा कि आज़ादी के लिए संघर्ष करने वालों और बलिदान देने वालों ने परिकल्पना की थी। दलितों, महिलाओं, आदिवासियों की समस्याएँ तो अनेक रूपों में देश को आंदोलित करती ही हैं इससे भी अधिक शिक्षा, स्वास्थ्य, रोजगार, आर्थिक सुधार जैसे मुद्दे भी निरन्तर उठते रहते हैं। ये सभी राष्ट्रीय चेतना का एक सम्यक चित्र उपस्थित करते हैं। भ्रष्टाचार और आतंकवाद के प्रति आज जो आक्रोश और अस्वीकार का प्रदर्शन दिखाई देता है वह भी इन सबके साथ मिल कर राष्ट्रीय चेतना का ही निदर्शन है।

² जॉन स्टुअर्ट मिल: रिप्रेसेन्टेटिव गवर्नमेण्ट, पृ. 3

‘जनसंचार माध्यमों में सिनेमा की उपस्थिति जागृति के प्रसार और जनभावाओं के उभार की दृष्टि से अत्यन्त सशक्त रूप में स्थापित हुई है। राष्ट्रीय चेतना की अभिव्यक्ति हिन्दी फ़िल्मों में नई नहीं है। आज़ादी के पहले से ही इस प्रकार की फ़िल्में बनती रहीं हैं तथा संपूर्ण देश को भावनात्मक तथा सांस्कृतिक एकता में बाँधने का काम करती रही हैं। राष्ट्रीय आंदोलन के युग में हिंदी सिनेमा के द्वारा ज़ज्जियों में जकड़ी भारत माता गुलामी के दंश का चित्र उपस्थित करती है। साथ ही स्वाधीनता के लिए संघर्षरत लोगों के ऊपर हुए अत्याचार की कहानियों द्वारा फ़िल्मों लोगो को अंग्रेजी सत्ता के विरुद्ध लामबन्द होने के लिए प्रेरित किया।

यद्यपि अंग्रेजी शासन के प्रति विरोध और विद्रोह का फ़िल्मों में प्रत्यक्ष या सीधे तौर पर प्रदर्शन दिखाई नहीं देता है। तथापि अनेक प्रकार के तथ्यों के माध्यम से जैसे गरीबी के दुष्चक्र में फँसे, फटेहाल, अधिकारियों के समक्ष गिड़गिड़ाते किसान; भूख और इलाज के अभाव में मृत्यु की गोद में समाते छोटे-छोटे बच्चे; बिलाप करती औरतें कुछ ऐसे दृश्य हैं, जिन्हें हिन्दी सिनेमा में चित्रित किया गया। इन फ़िल्मों ने सामान्य नागरिकों को अंग्रेजी शासकों के विरुद्ध भड़काने और कुछ लोगों में क्रांतिकारी विचारों को जन्म देने का काम किया।

गीतों के द्वारा देश प्रेम तथा देश के प्रति स्वत्व की भावना को वाणी दी। जैसे ‘किस्मत’ नाम की फ़िल्म में गीतकार प्रदीप द्वारा लिखा गीत ‘दूर हटो ऐ दुनिया वालों, हिंदुस्तान हमारा है।’ इस बात की उद्घोषणा करता है कि हमारे देश पर हमारा अधिकार है अतः किसी को उसके पास नहीं आना चाहिए। ‘जागृति’ फ़िल्म का गीत भारत की भौतिक और सांस्कृतिक धरोहर का उल्लेख करते हुए ‘बन्देमातरम’ की भावना जन-जन में उद्भूत कर देता है, “आओ बच्चों तुम्हें दिखाएँ, झाँकी हिन्दुस्तान की। इस मिट्टी से तिलक करो ये धरती है बलिदान की। बन्देमातरम! बन्देमातरम!”

हिन्दी सिनेमा में राष्ट्रीय चेतना की अभिव्यक्ति स्वतन्त्रता आन्दोलन के नायकों, प्रमुख नेताओं और उन क्रांतिकारियों के जीवन पर बनी फ़िल्मों द्वारा भी हुई है जिन्होंने देश के लिए लड़ते-लड़ते अपने प्राणों को न्योछावर कर दिया। शहीद भगत सिंह, गाँधी, मंगल पाँडे, नेताजी सुभाषचंद्र बोस, वीर सावरकर आदि ऐसी ही फ़िल्में हैं। भगत सिंह, चन्द्रशेखर आज़ाद पर अनेक फ़िल्में बनी हैं क्योंकि देश पर अत्याचार करने वाले अंग्रेज शासकों के खिलाफ़ इनके सशस्त्र हमले ने इन्हें फाँसी के फंदे पर लटका दिया। तीन-तीन युवाओं के हँसते-हँसते फाँसी के फंदे पर झूल जाने का दृश्य आज भी दर्शकों को रोमांचित कर देता है साथ ही यह संदेश भी देता है कि आज जिस आज़ादी का हम आनन्द ले रहे हैं वह लोगों ने अपने खून से मूल्य देकर प्राप्त की है, हमें इसे संभाल कर रखनी चाहिए।

अहिंसा और सत्याग्रह जैसे जिन अभोध हथियारों का इस्तेमाल देश को आज़ादी दिलाने के लिए महात्मा गाँधी ने किया और जिन मूल्यों को आज सारी दुनिया स्वीकार कर रही है उनको पुनःस्थापित करने और नई पीढ़ी के बच्चों में इन भावनाओं को उद्बुद्ध करने का भी हिन्दी सिनेमा ने किया है। गाँधी के

व्यक्तित्व को उजागर करने वाला गीत आज भी दर्शक/श्रोताओं में नई स्फूर्ति भर देता है, "दे दी हमें आज़ादी बिना खड्ग-बिना ढाल! साबरमती के सन्त तूने कर दिया कमाल।" रिचर्ड एटनबरो द्वारा निर्मित और अभिनीत फ़िलम गाँधी-अपनी राष्ट्रीय चेतना की अभिव्यक्ति की सजीवता के कारण ही इतनी प्रभावी बनी कि उसने राष्ट्रीय-अंतर्राष्ट्रीय फ़िलम प्रदर्शनों और पुरस्कारों के सभी प्रतिमानों को तोड़ कर एक नया प्रतिमान स्थापित किया।

भारत की आज़ादी का प्रसंग विभाजन का उल्लेख किए बिना अधूरा है, क्योंकि आज़ादी की सुबह धार्मिक-साम्प्रदायिक उन्माद के परिणाम स्वरूप होने वाले कल्लेआम और जन-धन की हानि के अंधकार को भी साथ लेकर आई थी। ये भाई-भाई, पड़ोसी और अभिन्न मित्रों के सदा के लिए दुश्मन बन जाने की कहानी है। गर्म हवा, धर्मपुत्रा, तमस, सरदार, पिंजर आदि ऐसी ही फ़िल्में हैं जो दर्शकों के सामने उस समय के परिदृश्य को पूरे संदर्भ के साथ उपस्थित करती हैं, उन परिस्थितियों के दबाव का चित्रण करती हैं जिनमें वो घटनाएँ घटित हुईं। इस सबके बीच ये फ़िल्में उन घटनाओं को रेखांकित करती हैं जिनके द्वारा मानव मूल्यों तथा भावनात्मक रिश्तों में मनुष्य का विश्वास हमेशा कायम रहता है।

हिंदी सिनेमा राष्ट्रीय चेतना की अभिव्यक्ति की प्रक्रिया में केवल उन्हीं प्रसंगों पर प्रकाश नहीं डालता जो देश की आज़ादी के संघर्ष से सीधे जुड़े हुए हैं बल्कि देश-प्रेम, देश-भक्ति, देश का सम्मान और उन्नति एवं प्रगति से जुड़े अनेक ऐसे मुद्दों का भी चित्रण करता है जो देश के विकास और विस्तार के लिए आवश्यक हैं। उनमें आर्थिक मसले जैसे कृषि और कृषकों की स्थिति में सुधार करना, शहरीकरण से उत्पन्न टूटते रिश्ते, पारिवारिक संबंध, शिक्षा रोज़गार के अवसर प्रदान करना, पूँजीपतियों और मज़दूरों या श्रमिकों में उनके प्रति बढ़ता आक्रोश, पश्चिमी सभ्यता के प्रति बढ़ता आकर्षण और सम्मान का भाव, अपनी संस्कृति से बढ़ती दूरी ये सभी आज़ार भारत या विकासशील भारत के मुद्दे थे।

आरंभ में बनी अनेक फ़िल्मों जैसे शहीद, उपकार, पूरब-पश्चिम, मदर इंडिया, नया ज़माना आदि ने ऐसे ही समस्याओं से दर्शकों का सामना कराया है। पूरब-पश्चिम में अंग्रेजी भाषा और पश्चिमी संस्कृति की चमक में खोए चरित्रों के माध्यम से भारतीय संस्कृति की विशेषताओं को उनके बरक्स अधिक महान और मानवीय मूल्यों से युक्त बताया है। नायक सब विदेशी सभ्यता के रंग में रंगे लोगों को बता देता है कि भारत के संस्कार प्रेम के संस्कार हैं स्वार्थ के नहीं, काले-गोरे, धनी-निर्धन के भेद को भारतीय संस्कृति नहीं मानती।

हमारे देश में मनुष्यों को ही नहीं प्राकृतिक उपादानों को भी सम्मान की निगाह से देखा जाता है इसीलिए हम नदियों को माता कह कर बुलाते हैं और पत्थर में भी ईश्वर की कल्पना करके उनकी पूजा करते हैं। भारत ज्ञान के क्षेत्र में भी श्रेष्ठ है क्योंकि हमने ही पूरी दुनिया को दशमलव प्रणाली और जीरो (शून्य) की अवधारणा दी जिसने गणित के क्षेत्र में सारी दुनिया को लाभान्वित किया।

किसी भी राष्ट्र की सांस्कृतिक चेतना का मूल आधार वहाँ की महिलाओं की स्थिति होती है। महिलाओं की सुरक्षा, उनका रहन-सहन का स्तर, उनके सामाजिक अधिकार, बोलने की स्वतंत्रता, उनकी शिक्षा-दीक्षा, आत्म निर्णय की आज़ादी, पुरुष वर्ग का उनके प्रति दृष्टिकोण ये सभी इस प्रसंग में निर्णायक भूमिका निभाते हैं। भारतीय समाज एक हद तक सामंती मानसिकता से प्रेरित रहा है।

स्त्री का मान-सम्मान भी उनके लिए घराने, परिवार या पुरुषों के अहंकार को संतुष्ट करने के साधन के रूप में ही दिखाई देता है। 'साहब, बीबी, गुलाम', या हाल में आई 'प्रेम रोग' फ़िल्म 'ऐसी ही सामंती मानसिकता को प्रदर्शित करती हैं।

यद्यपि महिला सशक्तिकरण को दिखाने वाली और उनके स्वतंत्र अस्तित्व व पहचान को स्थापित करने वाली अनगिनत फ़िल्में हैं जो दर्शकों को महिलाओं के प्रति संवेदनशील बनाने के उद्देश्य में सफल हुई हैं। अर्थ, लज्जा, डोर, अस्तित्व, क्या कहना आदि फ़िल्मों में ऐसी महिलाओं का चित्रण हुआ है जो भावनात्मक अथवा समाज के नैतिक दबाव के सामने झुकी नहीं वरन् जो निर्णय उन्हें अपने अस्तित्व, अपनी पहचान और मानवीयता के अनुसार उचित लगा, उसी के अनुसार वो चलीं।

सिनेमा में राष्ट्रीय चेतना का परिदृश्य आज आतंकवाद के उभार के रूप में भी दिखाई देता है। इस आतंक का संबंध एक ओर पड़ोसी देश से प्रायोजित आतंकवाद से है तो दूसरी ओर आईएस जैसे इस्लामिक देशों से प्रसारित अंतर्राष्ट्रीय आतंकवाद से। रोज़ा ज़मीन, बाँबे, दिलसे आतंकवाद की समस्या से जूझते भारत की कहानी बताती हैं।

राष्ट्रप्रेम, सांप्रदायिकता और आतंकवाद की पृष्ठभूमि में बनी इन प्रेम कथाओं में न केवल देश में सक्रिय, खलनायकों से जूझते नायक को दिखाया है वरन् दर्शकों की राष्ट्रीयता की भावना को लोकप्रिय अभिव्यक्ति भी दी है। 'रोज़ा' का नायक जलते तिरंगे को बचाने के लिए उस पर लोटता है तो आज भी सिनेमाघरों में बैठे दर्शकों की रगों में खून तेज़ी से दौड़ने लगता है। 'दिलसे' में नायक आतंकवाद से छिड़ी लड़ाई में शहीद हो जाता है और 'बाँबे' में सांप्रदायिक एकता की भावना को जाग्रत करने का प्रयत्न दिखाई देता है।

कुछ अन्य फ़िल्मों में अन्य अनेक कारणों से राष्ट्रीय चेतना का उभार दिखाई देता है। जैसे-लगान, चक दे, दंगल आदि फ़िल्में खेलों के माध्यम से देश के प्रति सम्मान और गौरव की भावना को जगाती हैं। 'लगान' फ़िल्म अंग्रेजों के राष्ट्रीय खेल में साधारण गाँव वालों द्वारा उन्हीं को मात देकर एक ओर तो उनके लगान के माफ़ होने की कथा को दिखाती है दूसरी ओर राष्ट्रीय गौरव की भावना से उत्साहित ग्रामीणों के साथ सम्पूर्ण भारत देश को जोड़कर राष्ट्रप्रेम का भी चित्रण करती है।

इसी प्रकार भारत के शिक्षित नौजवान अपने देश में रोज़गार के उचित अवसरों के अभाव में किस प्रकार विदेशों में बस जाते हैं इस समस्या को 'स्वदेस' फ़िल्म में दर्शाया गया है। परन्तु फ़िल्म का नायक जब अपनी दादी को अपने साथ ले जाने के लिए भारत आता है तो वहाँ के लोगों से मिलकर, उनकी

जीवन-शैली, उनके अभावों, उनकी समस्याओं से रू-ब-रू होने पर उसे ऐहसास होता है कि शहरों में हो रहे विकास से गाँव वाले आज भी वंचित हैं। वह उनक हर संभव मदद करता है और अंत में अपनी नासा की नौकरी छोड़कर वहीं रुक जाता है।

‘रंग दे बसंती’ ऐसे छात्रों की कहानी है जो आज के युवा वर्ग का प्रतिनिधित्व करते हैं, जो आत्मकेंद्रित है और अपनी ही मस्ती में डूबा रहता है। इनके लिए देशभक्ति और व्यवस्था में बदलाव लाने की बातें किताबों और भाषणों में ही होती हैं। परन्तु भगतसिंह के जीवन पर बनी एक फ़िल्म में काम करने के दौरान कुछ ऐसी घटनाएँ होती हैं जो इन्हें सिस्टम के खिलाफ़ खड़े होने के लिए प्रेरित करती हैं। फ़िल्म में राष्ट्रीय चेतना का जो उभार दिखाया गया है वह देश के भ्रष्टतन्त्र और व्यवस्था की खामियों के प्रति लोगों को जागरूक बनाता है।

‘श्री इंडियट्स’ हमारी शिक्षा का उद्देश्य है लोगों के दिमाग का उच्चतर विकास करके उनके व्यक्तित्व को नई एवं प्रगति की दिशा में ले जाना, पर हमारी शिक्षा व्यवस्था ज्ञान को रट कर प्रतियोगी परीक्षाओं, इंजीनियरिंग, डॉक्टरी आदि की पढ़ाई का ऐसा हौवा खड़ा कर रही है, जो युवाओं में दिशाभ्रम और कुंठा पैदा करती है। बहुत से बच्चे अपने मन मुताबिक क्षेत्र में जाकर पारंपरिक शिक्षा ग्रहण करने को मजबूर होते हैं तो कुछ ऐसे हैं जो बीच में ही हिम्मत हार कर जिंदगी से मुँह मोड़ लेते हैं। इससे दर्शकों को प्रेरणा मिलती है कि बच्चों पर इस प्रकार के दबाव नहीं बनाने चाहिए बल्कि शिक्षा को मुक्त बनाने की दिशा में ले जाने वाला होना चाहिए।

वास्तव में हिन्दी सिनेमा इतने वर्षों में खुद को परिपक्व बनाया है और इस विकास यात्रा में भारत की राष्ट्रीय चेतना को भी अनेक स्तरों पर विकास के विविध चरणों को जानने-समझने की प्रेरणा दी है। सिनेमा के विषय सदैव सामयिक और यथार्थ के धरातल से जुड़े रहे हैं और राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक सभी परिस्थितियों के प्रति दर्शकों को जागरूक बनाने की सामर्थ्य उनमें रही है।

संदर्भ:

1. साहित्य, सिनेमा और समाज: संपादक—डा. पूरन चंद टंडन, डा. सुनील तिवारी
2. सिनेमा का सोच: अजय ब्रहमात्मज, वाणी प्रकाशन
3. भारतीय चलचित्रा: डा. महेन्द्र मितल, अलंकार प्रकाशन
4. हिन्दी सिनेमा बीसवीं से इक्कीसवीं सदी तक: प्रहलाद अग्रवाल, साहित्य-भंडार, इलाहाबाद
5. राष्ट्रीयता: डा. गुलाब राय
6. नयी कविता में राष्ट्रीय चेतन: डा. देवराज पथिक
7. राजनीति शास्त्र के सिद्धान्त: डॉ. रामचन्द्र तिवारी