

SOCIAL PSYCHOLOGY

B.A. (Hons) Part-III

Paper-V

By - Mr. Ramendra Kumar Singh

Deptt of Psy.

S.K. College, Dumraon,

(Buxar) V.K.S.U. Ara

(1)

PROPAGANDA प्रचार

समाज मनोविज्ञान के अन्तर्गत प्रचार के अध्ययन को बड़ा ही महत्वपूर्ण स्थान प्राप्त है। यह मनुष्य के सामाजिक व्यवहारों को समझने में, उसको नियंत्रित करने में तथा उसमें बदलाव लाने में मदद करता है। 'प्रचार', अंग्रेजी शब्द Propaganda का हिन्दी रूपान्तरण है, जो लैटिन भाषा के PROPAGARE से बना है जिसका शाब्दिक अर्थ प्रसारित करना या फैलाना होता है। अतः शाब्दिक अर्थ को ध्यान में रखते हुए हम कह सकते हैं कि "प्रचार वह कार्यविधि है, जिसके द्वारा हम अपने विचार अथवा मनोवृत्तियों को दूसरे तक प्रसारित करते हैं या फैलाने हैं।" इसकी परिभाषा चार्ल्स वर्ड (1940) ने निम्नलिखित प्रकार से की है।-

"प्रचार व्यक्तियों के बड़े समूहों के प्रति सुझाव का निर्मोक्षित तथा क्रमबद्ध उपयोग है, जिसका उद्देश्य उनकी मनोवृत्तियों को नियंत्रित करना तथा व्यवहार को पूर्वनिर्धारित ढंग से प्राप्त करना है।"

उसी भाषा की परिभाषा सारजेन्ट (1954) ने भी की है, जो इस प्रकार है:-

"प्रचार लोगों की मनोवृत्तियों तथा भावों तथा उनके द्वारा उनकी क्रियाओं को एक इच्छित दिशा में प्रभावित करने का मात्र एक प्रयास है।"

उपर्युक्त परिभाषाओं का विश्लेषणात्मक अध्ययन करते पर प्रचार की विशेषताएँ एवं स्वरूप उभर कर सामने आती हैं, उसे निम्नलिखित प्रकार से प्रस्तुत किया जा सकता है।-

1) प्रचार वास्तव में एक प्रकार का सुझाव है, जिसे भाषण, टीवी

पुस्तक आदि द्वारा किया जाता है।

2) प्रचार सामान्यतः जातपूजक कर किया जाता है। यानि अपने उद्देश्यों की पूर्ति के लिये किया जाता है।

3) प्रचार नियोजित या क्रमबद्ध होता है। अर्थात् योजनाबद्ध तरीके से किया जाता है।

4) इसके उद्देश्य मनोकृतियों, विचारों तथा व्यवहारों को अपने इच्छित दिशा में परिवर्तित करना है।

5) प्रचार में झूठ या झूठबोलना निहित होती है। इसके माध्यम से अपने लक्ष्य की पूर्ति के लिये धीरे धीरे समूह को भ्रमित किया जाता है या अपने पक्ष में मोड़ा जाता है।

एक परिभाषाओं एवं विशेषणों के आधार पर प्रचार की एक सामान्य (Common) परिभाषा इस प्रकार दी जा सकती है:-

"प्रचार एक तरह की पूर्व निर्धारित योजनाबद्ध ^{उद्देशपूर्ण} प्रयत्न है जिसके द्वारा व्यक्ति या समूह को अपनी स्वार्थपूर्ण हेतु प्रभावित किया जाता है।"

प्रचार और शिक्षा

प्रचार एवं शिक्षा को लोग एक ही बात समझने की प्रथा भूल कर बैठते हैं, जबकि दोनों अलग-अलग ही सम्प्रदाय हैं। यह सत्य है कि दोनों में बहुत सम्बन्ध है। अतः इस पर थोड़ा-थोड़ा ध्यान देना उचित लगता है।

समानताएँ :- (i) प्रचार एवं शिक्षा दोनों नियोजित एवं क्रमबद्ध होते हैं।

(ii) प्रचार की तरह शिक्षा भी एक प्रकार सुझाव ही होता है।

(iii) प्रचार एवं शिक्षा दोनों के पीछे कोई-न कोई उद्देश्य होता है।

(iv) दोनों के माध्यम से मनों, मनोकृतियों एवं विचारों में बदलाव लाने का प्रयास किया जाता है।

अन्तर :- यह पक्ष ही उठा जा चुका है कि Propaganda एवं Education दोनों अलग-अलग ही सम्प्रदाय हैं। अतः दोनों में बहुत

कुछ अन्तर भी हैं जिसे निम्नलिखित प्रकार से प्रस्तुत किया जा सकता है:-

(1) दोनों में परस्पर अन्तर यह है कि प्रचार में प्रचारक की सूझ-बूझ प्रयत्न होती है जबकि शिक्षा में शिक्षार्थी का लक्ष्य प्रदान होता है। प्रचारक अपना लक्ष्य प्राप्त करने के लिये प्रचार करता है, जनता के हित का ध्यान नहीं करता है। दूसरी तरफ शिक्षा से शिक्षार्थी को लाभ पहुँचता है। यानी शिक्षक शिक्षार्थी के हित का ध्यान रखता है।

(2) प्रचार का सम्बन्ध झूठ, असत्यता या हत्याकाण्ड से होता है जबकि शिक्षा का सम्बन्ध सत्य से होता है। प्रचार में गलत सूचना देकर जनता को सचार्थि नहीं जानने दिया जाता है, उन्हें बहकाया जाता है। शिक्षा में ऐसा कदापि नहीं होता है। इसी लिये कैथेरिन जिरोल्ड ने लिखा है: "Propaganda is a good word but has gone bad."

(3) शिक्षा से व्यक्ति का सर्वांगीण विकास होता है, जबकि प्रचार से व्यक्ति को अभिन्न किया जाता है। बीमार उग्र के वाक्यों में: - प्रचार से लोगों को गलत सूचना दी जाती है, यह लोगों की मानस (Minds) को बन्द करने की विधि है।

(4) प्रचार से जागरूक नहीं होता है, जबकि शिक्षा से जागरूक होता है।

(5) प्रचार में प्रचारक अपनी व्यक्तिगत लाभ के लिये लोगों के विचारों एवं मनोवृत्तियों में बदलाव लाना चाहता है। दूसरी तरफ शिक्षा में शिक्षक का अपना स्वार्थ नहीं होता है।

(6) शिक्षा से छात्र, समाज एवं राष्ट्र को लाभ होता है जबकि प्रचार में से अधिकांश स्थिति में भ्रम फैलता है और समाज, राष्ट्र एवं व्यक्ति विशेष को कमी कमी ही लाभ होता है।

(7) सामाजिक प्रचार से व्यक्तिगत लाभ ही होता है जबकि शिक्षा से सार्वजनिक लाभ होता है।

(8) प्रचार में किसी वस्तु या उत्पाद के विषय में सही जानकारी मिलना जरूरी नहीं है पर शिक्षा में विषय की सही जानकारी ही होती है।

TECHNIQUES OF DEVICES OF PROPAGANDA

~~प्रचार से तात्पर्य उन~~

प्रचार की प्रविधियों या शाखाओं से तात्पर्य वैसे तरीका अथवा उपाय से है जिसका इस्तेमाल कर प्रचार को प्रभावशाली बनाया जा सकता है। समाजशास्त्रियों एवं समाज मनोवैज्ञानिकों ने इसके लिये कुछ प्रविधियों का उल्लेख किया है जो निम्नलिखित हैं:-

(1) नामकरण प्रविधि (Name calling technique):-

प्रचार की यह लोकप्रिय तकनीक है। इसके माध्यम से प्रचारक अपने नेग को बड़ा ही सकारात्मक एवं अच्छे नाम से सम्बोधित करता है। उनकी तारीफ़ की कसौटी गढ़ता है और इसके विपरीत विरोधी कल के नेग को negative नाम देता है। जिनसे उतनी हानि शक्य हो सके। परिणाम स्वरूप जनता में विरोधियों के प्रति प्रतिकूल भाव पैदा होता है। अपने को समाज एवं आमजनता का सच्चा सेवक कैशमकर बनाकर अपने लिये उपयुक्त मार्गल बना लेता है। जैसे वर्तमान प्रधानमंत्री मोदी को चाय बेचने वाला, गरीबों का भलीभाँति, देशरक्षक, एवं गरीब बनाकर आमजनता की मनोकृति एवं मर को अपने लक्ष्य जोड़ा गया और विजयप्री दिलाई गई।

ईमानदार

(2) प्रमाण-पत्र प्रविधि (Testimonial techniques) यह भी

प्रचार की एक तकनीक है जिसमें प्रचारक अपनी पार्टी के लिए प्रचार करने समय प्रचार सामग्री में अपने को प्रसिद्ध एवं लोकप्रिय तथा सर्वमान्य व्यक्ति का सच्चा अनुयायी बनाता है। उदाहरण के लिए फोरो, विचार अपनी पार्टी या नेग के फोरो के साथ लगाकर प्रचार करता है। जैसे कंग्रेस के लोग महात्मा गाँधी नेहरु से तथा बुद्ध जनता पार्टी जे० अम्बेडकर, काशीराम आदि के नाम पर वोट मांगते हैं। इससे जनता प्रभावित होती है। दुबानदार अपनी दुकान को पुराना, भरोसेमंद बनाने के लिये 'दादाजी की प्रसिद्ध पुरानी दुकान 1930 से आपकी भरोसे एवं विश्वास में रखा' आदि लिखकर हाँजलाते हैं।

5

नवीन जनन लोग उस दुबान को Original शब्द विश्वसनीय मानकर
रखीदारी के लिए जाते हैं।

(3) आकर्षक सामान्यता प्रविधि (A littering generality technique): - इस प्रविधि में प्रचारक अपनी उत्पादों या पायीं के
लिए आकर्षक-शब्दों या कथनों का चयन कर अपने से जोड़कर
प्रस्तुत करता है जिससे जनता या श्रोतागण आकर्षित होकर
सब तरह की संकेत या उद्देश्य महसूस करते हैं। फलतः उनका
विवेक या बुद्धि कुछ ढीला पड़ जाता है और प्रभाव में आकर अपना
विचार अथवा मन उनके समर्थन में मोड़ डालते हैं।

(4) स्थानान्तरण प्रविधि: - प्रचार की यह एक प्राचीन तथा
उपयोगी प्रविधि है जिसमें प्रचारक प्रतीकित तथा सम्मानित प्रतीकों
(Symbols) का व्यवहार करता है। इस प्रविधि में प्रचार के लिए
ऐसे प्रतीकों का व्यवहार किया जाता है जिसका श्रोताओं या जनता
के लिए Positive एवं Emotional मूल्य होगा है। इसका प्रयोग
कर प्रचारक जनता की भावनाओं का दोहन करता है और अपने
उद्देश्य की पूर्ति कर लेता है।

(5) सरल जनसाधारण प्रविधि (Plain folk technique)
इसके माध्यम से प्रचारक अपने को जनसमूह या जनता का हिस्सा
साबित करता है। अपने को उसी समूह का सदस्य, जमीनी आदमी,
लोकल आदमी, क्षेत्रीय आदमी, साबित करता है और जनता को अपना
नजदीकी संबंधों से जोड़ता है। भोजपुरी, भगही, मैथिली आदि क्षेत्रीय
भाषा एवं कोलियों को प्रयोग में लाता है।

(6) दलपत्र प्रविधि (Card stacking technique): - इस
तकनीक में प्रचारक दलपत्रों का सहारा लेता है। गूठ कोलता है जाल

आंकड़ा प्रस्तुत कर अपने को या अपने Product को प्रोत्साहित करना है। इसमें प्रचारक की कसब एवं कौशल का होना जरूरी है ताकि आरंभिक तक लोगों का ध्यान पटुन ही नहीं पाये।

(7) विश्वजनीन भ्रम-विधि (Bad wagon technique) :-

इसमें लोगों की बड़ी संख्या अपने तरफ या समर्थन में दिखाकर भ्रम फैलाई जाती है। पूरा समाज पूरा राष्ट्र उनके समर्थन में है लोग उनकी के लिए काम कर रहे हैं आदि-आदि। इससे समर्थन की संख्या बढ़ जाती है लोग उस नेता का विश्वजनीन Personality बना देते हैं। जैसे नेता कहता है कि मुझ पर वह जीत रहा है। इसके क्षेत्र में सभी उसी की वीर कर रहे हैं। इसलिए आप लोग भी अपना vote लेकर मत फैलिया आदि।

(8) संवेग प्रेरिता प्रविधि :- प्रचार की यह प्रविधि कुछ

अलग प्रकार से काम करती है। इसमें प्रचारक विशेष परिस्थितियों का फायदा उठाता है। भय, चिंता, असुरक्षा का भाव उत्पन्न कर देता है और लोगों के समझ अपने को तारणहार के रूप में प्रस्तुत करता है। जैसे कुछ लोग यह प्रचार करते हैं कि आमुक पार्टी की सरकार आती है तो मुसलमानों को देश से बाहर जाना पड़ जाएगा, उनपर अत्याचार होगा आदि-आदि। इससे मुसलमान भय एवं चिंता के मार्ग में जीते लगते हैं और सामूहिक रीर पर आपना vote अपने तथाकथित हिरेष्णी के दे डालते हैं जबकि यह सारा मूठ अंश है। संवेगात्मक प्रेरिता पैदा कर दोहन या शोषण विधा जात है।

(9) फुसफुसाहर-अभियान प्रविधि (Whisper Campaign)

इसमें प्रचारक प्रचार सामग्री को गोपनीय बताकर रहस्यमय तरीके से प्रस्तुत करता है। मनुष्य उस गोपनीयता को जानने के लिए उत्सुक हो जाता है। उसी वन अपने रहस्य आरम्भ की भोजन किसी के कान में धीरे से रहस्य खोल देता है जो उसके favour में होती है। यह कानों कान फैलती है और लोग उसे अपना जीते हैं। Product बेचने वाली कम्पनी भी इसका सहारा लेती है।

इस प्रकार उक्त लोगों का समालोचनात्मक अध्ययन करने पर हम इस निष्कर्ष पर पहुँचते हैं, कि प्रचार एक तरह की पूर्वनिर्धारित योजनाबद्ध प्रयत्न है जिसके माध्यम से कोई व्यक्ति या समूह या कम्पनी लोगों को प्रभावित कर अपने उद्देश्यों की पूर्ति करती है। लोगों के विचारों एवं मनों में बदलाव लाने में सफल हो जाती है। आधुनिक काल में लोकसभ में अपनी पैठ बनाने का कारगर हथियार है। इसकी सहायता बनाने के लिए कई प्रविधियों को उपयोग में लाया जाता है। इन प्रविधियों का इस्तेमाल समय एवं परिस्थिति के अनुसार करने पर ध्यान करके करना ही श्रेष्ठकर होगा है।

Raj Singh

18.08.2020