

संवादसेतु

मीडिया का आत्मावलोकन

अंक 23

पृष्ठ 28

मई, 2019

नई दिल्ली



सीधे संवाद की नई राजनीति

संपादकीय

संपादक

आशुतोष भट्नागर

कार्यकारी-संपादक

डॉ. जयप्रकाश सिंह

उप-संपादक

चन्दन आनन्द

रविंद्र सिंह भड़वाल

ई-मेल :

samvadsetu2011@gmail.com

फेसबुक पेज

@samvadsetu2011

अनुरोध

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

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

अनुक्रम

आवरण कथा

सीधे संवाद की नई राजनीति
(पृष्ठ 4-5-6)

जम्मू-कश्मीर

राजनीतिक परिवारों से सही प्रश्न पूछने का समय
(पृष्ठ 7-8-9)

कला संवाद

सौन्दर्यः भोगभाव का मन
(पृष्ठ 10-11-12)

मुफ्त का ज्ञान

पत्रकारिता में तौबा-तौबा का मुकाम
(पृष्ठ 13-14)

टर्म

सैफोलाँजी (चुनावी सर्वेक्षण)
(पृष्ठ 15-16)

सैटेलाइट-आईज

शक्ति का आकाशीय मिशन
(पृष्ठ 17-18-19)

ऐड-रिसेप्शन

विज्ञापनों का चुनावी गणित
(पृष्ठ 20-21)

मुद्दा

कहीं पर मोमबत्ती, कहीं पर चुप्पी
(पृष्ठ 22-23-24)

चलते-चलते

(पृष्ठ 25-26-27-28)



**2019 के लोकसभा
चुनाव कई अन्य मायनों
के साथ राजनीतिक
संवाद के लिहाज से भी
महत्वपूर्ण रहे। इन
चुनावों में मीडिया की
मठाधीशी ढही है।
'सीधे-संवाद' की नई
परिघटना ने जन्म लिया।
इसका असर सामान्य
लोगों की बोल-चाल में
दिखा। स्थानीय
उम्मीदवार और मुद्दे
गायब हो गए, और पूरा
चुनाव इस तरह लड़ा
गया मानों अमेरिकी
राष्ट्रपति का चुनाव हो
रहा हो...**

सत्ता की सीढ़ियों तक पहुंचने का रास्ता बहुत कुछ राजनीतिक संवाद के जरिए बनता है। नेता अपनी नीति और नीयत के बारे में मतदाताओं को जिस हद तक आश्वस्त कर पाता है, उसकी चुनावी सफलता की संभावना उतनी ही बड़ी हो जाती है। इस कारण राजनीतिक नेतृत्व की योग्यता की एक कसौटी उसकी संवाद कला बन गई है।

नेतृत्व और आमजन के बीच संवाद कई स्तरों पर हो सकता है। नेतृत्व की वाकशैली उसका अहम हिस्सा है। मीडिया के साथ उसके संबंध और कवरेज के कोण भी आमलोगों से संवाद करने, उन्हें सुनने-समझने में मदद करते हैं। स्वयं नीतियां भी संवाद का माध्यम बन जाती हैं। यदि नीति अच्छी है, जमीनी स्तर पर लोग उससे लाभान्वित हो रहे हैं तो नीति ही नेता को स्थापित कर देती है। भाषा का चुनाव, सांस्कृतिक संदर्भों की समझ भी राजनीतिक संवाद का अहम हिस्सा है।

दुर्भाग्य से, भारत में मीडिया के धुरंधर लंबे अरसे से यह मान कर चलते रहे हैं कि राजनीतिक प्रतिष्ठान पत्रकारिता के बिना आमजन से संवाद नहीं कर सकता। हैरत यह है कि राजनीति ने भी एक हद तक यह मान लिया था कि वह पत्रकारिता के बिना आगे नहीं बढ़ सकती। पत्रकारिता का संवाद स्थापित करने में अहम योगदान तो है ही, लेकिन पत्रकारिता को संवाद की एकमात्र कसौटी बना देना एक सार्वजनिक दुर्घटना मानना चाहिए। इसी कारण मीडिया में मठाधीश पनपे और खबरों से खेल खेलने के महारथी भी।

2019 के लोकसभा चुनाव कई अन्य मायनों के साथ राजनीतिक संवाद के लिहाज से भी महत्वपूर्ण रहे। इन चुनावों में मीडिया की मठाधीशी ढही है। 'सीधे-संवाद' की नई परिघटना ने जन्म लिया। इसका असर सामान्य लोगों की बोल-चाल में दिखा। स्थानीय उम्मीदवार और मुद्दे गायब हो गए, और पूरा चुनाव इस तरह लड़ा गया मानों अमेरिकी राष्ट्रपति का चुनाव हो रहा हो।

चुनावी मौसम में मुद्दों की कांट-छांट, दुराव-छिपाव, मीडिया में अधिक स्पष्ट होकर दिखता है, इसलिए उसकी पड़ताल भी जरूरी बन जाती है। कला संवाद हर अंक में नए दार्शनिक-धरातल को स्पर्श कर रहा है। उससे भी बड़ी बात यह है कि इसमें एक कलात्मक प्रवाह सहजता दिखती है। संचार पर इस स्तर पर देखने समझने का प्रयास कम ही हुआ है, इसलिए भी इस स्तंभ की आवश्यकता बढ़ जाती है।

ऐड रिसेप्शन, सैटेलाइट आईज जैसे महत्वपूर्ण स्तंभ भी महत्वपूर्ण मुद्दों को परिपक्वता के साथ अभिव्यक्त करने लगे हैं। इस बार से 'मुफ्त का ज्ञान' नाम से एक 'मीडिया व्यंग्य स्तंभ' शुरू हो रहा है। इसका भी आपकी तरफसे स्वागत होगा ही, ऐसी आशा है। आपकी अंतदृष्टिपूर्ण प्रतिक्रिया का इंतजार रहेगा।

आपका संपादक
आशुतोष भट्टनागर



सीधी संवाद की नई राजनीति

□ डॉ. जयप्रकाश सिंह

'प्रेस कान्फ्रेंस' न करने के लिए मीडिया का एक धड़ा वर्तमान प्रधानमंत्री को पिछले 15 वर्षों से घेरता रहा है। मीडिया के इस वर्ग के अनुसार 'प्रेस कान्फ्रेंस' करना ही जनता और उसके सवालों से जुड़े रहने का सबूत है और प्रेस कान्फ्रेंस न करना संवादहीनता का प्रतीक।

मीडिया-राजनीति में इसका सीधा सा मतलब यह है कि मध्यस्थता के बिना कोई राजनेता न तो जनता के प्रश्नों से जुड़ सकता

है और न ही उन प्रश्नों का कोई सटीक राजनीतिक समाधान ढूँढ सकता है। हैरत यह है कि मीडिया के एक वर्ग ने सार्वजनिक जीवन में सीधे संवाद की संभावनाओं को लगभग दरकिनार कर दिया था। यह अलग बात है कि मीडिया में घर कर चुकी इस अवधारणा के बीच ही वह 2007 और 2012 में गुजरात के मुख्यमंत्री चुने जाते हैं और 2014 में देश के प्रधानमंत्री। जाहिर है इस

दौरान उन्होंने जनता से संवाद के लिए 'प्रेस कान्फ्रेंस' से इतर कोई प्रभावी मेकेनिज्म तैयार किया होगा। यह मेकेनिज्म क्या है और कैसे काम कर रहा है मीडिया के तमाम विरोधों के बावजूद वह गुजरात की जनता का दिल जीतने में कैसे सफल हो रहे हैं, इसका विश्लेषण करने के बजाय

2019 में हो रहे लोकसभा चुनावों में तो यह मेकेनिज्म और भी अधिक प्रभावी दिख रहा है, क्योंकि इन चुनावों में उम्मीदवार गौड़ हो गए हैं और यह बात लगभग हर जुबां पर है कि हर सीट पर मोदी ही लड़ रहा है। चुनाव प्रचार के दौरान जनता उम्मीदवारों को एक नया अनुभव मिल रहा है...

मीडिया यही राग गाता रहा कि वह प्रेस कान्फ्रेंस क्यों नहीं कर रहे हैं, इस धड़े के शब्दों और उसमें निहित भावना से संदेश यह जाता था कि उनमें मीडिया को 'फेस' करने की क्षमता नहीं है।

मीडिया और मोदी के संबंध एक प्रेस कान्फ्रेंस के जरिए परिभाषित होने की कोशिशें होती रही, इसी बीच वह गुजरात से आकर दिल्ली के दरवाजे पर दस्तक देते हैं और देश के प्रधानमंत्री बन जाते हैं। फिर भी देश की नव्य को पकड़ने का दावा करने वाले मीडिया के उस वर्ग की हठधर्मिता जारी रही। 2014 के बाद भी मीडिया का यह खेमा इस बात की पड़ताल नहीं करता है कि वह कहां चूक रहा है और मोदी के सीधे संवाद का मेकेनिज्म कैसे सफल हो रहा है।

2019 में हो रहे लोकसभा चुनावों में तो यह मेकेनिज्म और भी अधिक प्रभावी दिख रहा है, क्योंकि इन चुनावों में उम्मीदवार गौड़ हो गए हैं और यह बात लगभग हर जुबां पर है कि हर सीट पर मोदी ही लड़ रहा है। चुनाव प्रचार के दौरान जनता उम्मीदवारों को एक नया अनुभव



मिल रहा है। वह यह कि जनता पहले से ही अपना स्पष्ट मत बनाए बैठी हुई है, वह आश्वस्त है। उम्मीदवारों से उसकी कुछ खास अपेक्षा नहीं है।

सबसे बड़ी बात यह कि सामान्य नागरिक ही मोदी के पक्ष में तर्क गढ़ रहा है, उत्तर-प्रत्युत्तर दे रहा है। इन चुनावों में सामान्य नागरिकों की वैचारिक स्तर पर सहभागिता बहुत अधिक है। मानो वह मतदाता न होकर खुद ही उम्मीदवार हो। हाल ही में एक टीवी चैनल को दिए गए इंटरव्यू में प्रधानमंत्री ने स्वयं कहा कि यह चुनाव कोई दल नहीं लड़ रहा है, बल्कि पूरा देश ही लड़ रहा है। आम लोगों के मुंह से स्थानीय उम्मीदवार के बजाय मोदी को ही बोट देने की बात कही जा रही है। स्थानीय मुद्दे और उम्मीदवार चुनावी परिदृश्य पर कोई छाप नहीं छोड़ पा रहे



MANN KI BAAT

• ON RADIO •



हैं। यह भारतीय मीडिया और राजनीतिक परिदृश्य में एकदम से चौंकाने वाली और नई परिघटना है। यहां पर वह प्रश्न फिर से अधिर मजबूती के साथ उभर आता है कि 'प्रेस कान्फ्रेंस' करने वाले क्यों जनता से जुड़ नहीं पा रहे हैं, उसके मन में चल रहे सवालों को क्यों नहीं पढ़ पा रहे हैं और 'प्रेस कान्फ्रेंस' न करने वाला राजनेता न केवल जनता के मन को बेहतर ढंग से पढ़ पा रहा है, बल्कि उन्हें

इस हद तक आश्वस्त करने में सफलता प्राप्त कर रहा है कि आम व्यक्ति उसका एंबेसडर बना हुआ है।

यद्यपि आजकल संचारीय सजगता को तकनीकी पैमाने पर आंकने का चलन है,

लेकिन इसका उत्तर भारतीय संचार परम्परा और भारतीय संचार दर्शन को समझे बगैर ठीक से नहीं मिल सकता।

यह बात सही है कि नरेन्द्र मोदी ने संदेशों को सम्प्रेषित करने के लिए उपलब्ध तकनीकों का बड़ी कुशलता से उपयोग किया है। वह विश्व के उन अग्रणी नेताओं में से एक है, जिन्होंने सोशल मीडिया की राजनीतिक संभावनाओं को न केवल पहचाना बल्कि उसका बेहतरीन इस्तेमाल भी किया। लेकिन यहां बात केवल तकनीकी कुशलता की नहीं है, भारतीय चित्त में गहरे तक धंसे हुए उन संचारीय मूल्यों के पहचान और नए संदर्भों में उनके उपयोग की भी है।

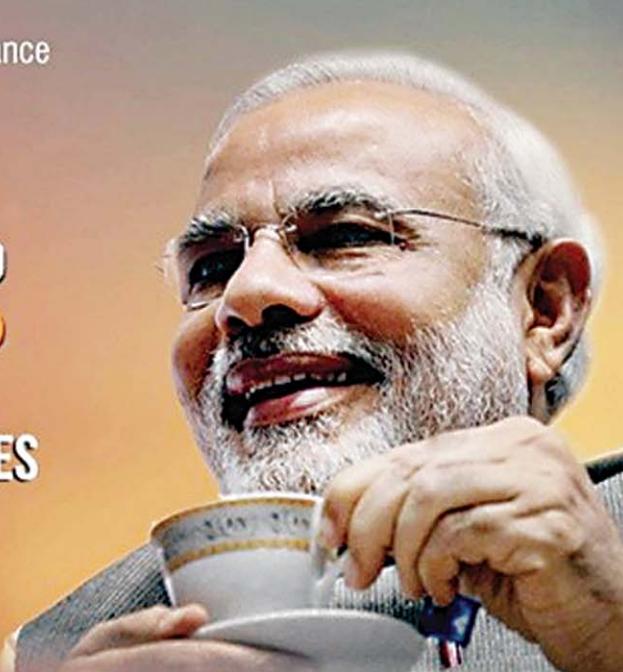
भारत में विश्वसनीयता का सबसे बड़ा पैमाना यह है कि कहीं जा रही बात चरित्र के



Citizens for Accountable Governance
presents



1000 LOCATIONS. 300 CITIES
SAME DAY. SAME TIME.



जहां

अन्य राजनेताओं के
लिए राजनीति परिवार को

सशक्त बनाने का जरिया हो, वहीं
मोदी ने अपने परिजनों को किसी तरह का
राजनीतिक लाभ नहीं पहुंचाया है। उनका
परिवार अब भी निहायत सामान्य स्थितियों
में रहता है। इसके कारण देश के प्रति
उनकी नीति और नीयत को लेकर
आम लोगों में विश्वास का भाव
रहता है...

जरिए अभिव्यक्त हो भी रही
है कि नहीं। चरित्र और
चिंतन का सामंजस्य
विश्वसनीयता रखता है।
यदि आप कह रहे हैं कि
मेरे लिए देश प्रथम है तो
बड़ा प्रश्न यह है कि वह
आपके आचरण भी उस अनुरूप
है कि नहीं। इस पैमाने पर नरेन्द्र

मोदी खरे उतरते हैं। जहां अन्य राजनेताओं
के लिए राजनीति परिवार को सशक्त बनाने
का जरिया हो, वहीं मोदी ने अपने परिजनों
को किसी तरह का राजनीतिक लाभ नहीं
पहुंचाया है। उनका परिवार अब भी निहायत
सामान्य स्थितियों में रहता है। इसके कारण
देश के प्रति उनकी नीति और नीयत को लेकर
आम लोगों में विश्वास का भाव रहता है।

वह भारतीय परम्परा बोध के प्रति उनकी
सजगता भी उनकी संचार रणनीति को अधिक
प्रभावी बनाती है। परम्परा प्रवाहमान बोध है,
कोई स्थिर संरचना नहीं। इसलिए उसमें
साताय्य और बदलाव दोनों होते हैं। मोदी में
भारतीयता को नवाचारी ढंग से प्रस्तुत करने
की ललक दिखती है। योग दिवस इसका
उदाहरण है। इसी तरह नवरात्र व्रतों के दौरान

भी देश-विदेश में निरन्तर बैठकें करने का
उनका तरीका लोगों में एक स्पष्ट संदेश देता है
कि अपनी परम्पराओं के साथ भी ग्लोबल
हुआ जा सकता है। एक साथ ही भारतीय
परम्परा और आधुनिक आवश्यकताओं से
संवाद करने वाला उनका व्यक्तिव भारतीयों के
लिए आशा की किरण बन जाता है और यह
स्थापित तथ्य है कि आशा और आकांक्षायुक्त
संवाद लोगों को साथ जोड़ता है।

नरेन्द्र मोदी की संचार रणनीति का भाषिक
पक्ष एक प्रमुख विशेषता है। गुजराती व हिंदी
में जिस तरह अपने वक्तव्यों को पिरोते हैं,
उससे उनकी सम्प्रेषण शैली सम्मोहक बन
जाती है। उनकी राजनीतिक सफलताओं का
यदि सही ढंग से आकलन किया जाए तो
भाषिक आयाम भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता
नजर आएगा।

नरेन्द्र मोदी की संचार रणनीति में शामिल
ये तत्व जनता से सीधे-संवाद करने, उससे
जुड़ने में सहयोग करते हैं। ऐसे में उन्हे संदेश,
सम्प्रेषण लिए 'प्रेस कान्फ्रेंस' पर निर्भर रहने
की जरूरत न के बराबर होती है। वह मध्यस्ता
विहीन संवाद का ककहरा गढ़ चुके हैं, और
उनकी दस्तक से भारतीय राजनीति नई करवट
लेने लगी है।



□ चन्दन आनन्द

चुनाव पूरे देश में कहीं भी हो रहे हों, उनमें गाहे-बगाहे जम्मू-कश्मीर की चर्चा हो ही जाती है। 2019 में हो रहे

लोकसभा चुनाव में भी जम्मू-कश्मीर से जुड़े मुद्दे मीडिया में अपना स्थान बना ही रहे हैं। इन चुनावों में जम्मू-कश्मीर पर राजनीतिक बयानबाजी, विमर्श और उस पर मीडिया के दृष्टिकोण का विश्लेषण आवश्यक है। इससे न केवल राजनीतिक दलों और उनसे संबंधित लोगों के दृष्टिकोण का पता चलता है, बल्कि मीडिया इस विमर्श को किस ओर ले जाने का प्रयास कर रहा है, इसका आंकलन

राजनीतिक परिवारों से सही प्रश्न पूछने का समय

भी हम कर सकते हैं। जम्मू-कश्मीर में पिछले 70 वर्षों से कश्मीर केंद्रित राजनीतिक दलों और उनके करीबी लोगों की ही सरकारें रही

2019 में हो रहे लोकसभा चुनाव में भी जम्मू-कश्मीर से जुड़े मुद्दे मीडिया में अपना स्थान बना ही रहे हैं। इन चुनावों में जम्मू-कश्मीर पर राजनीतिक बयानबाजी, विमर्श और उस पर मीडिया के दृष्टिकोण का विश्लेषण आवश्यक है। इससे न केवल राजनीतिक दलों और उनसे संबंधित लोगों के दृष्टिकोण का पता चलता है...

है। वैसे तो राज्य के तीन संभाग हैं जम्मू, कश्मीर और लद्दाख, लेकिन सत्ता हमेशा से ही कश्मीर केंद्रित दलों के पास ही रही है। इसका कारण भी यही है कि अन्य दो संभागों जम्मू और लद्दाख से कोई मजबूत राजनीतिक दल खड़ा ही नहीं हो पाया। हालांकि 1947 में कश्मीर में शेख अब्दुल्ला की नेशनल कॉन्फ्रेंस को टक्कर देने के लिए जम्मू में प्रजा परिषद की शक्ति और स्वरूप को देखकर शेख अब्दुल्ला

और उनकी पार्टी ने सारे सरकारी एवं गैर सरकारी तंत्रों का उपयोग करके उसे समाप्त करने का काम किया। राज्य में पहले चुनावों में प्रजा परिषद के सारे नामांकन रद्द करके शेख की नेशनल कॉन्फ्रेंस को निर्विरोध ही चुनाव जीत गई। उसके बाद शेख ने किसी अन्य दल को राज्य में खड़ा ही नहीं होने दिया और कांग्रेस के सहयोग से राज्य में निर्विरोध राज किया।

समय के साथ दिल्ली की कांग्रेस सरकार को भी अहसास हुआ कि कश्मीर में नेशनल कॉन्फ्रेंस और शेख के रूप में उन्होंने भस्मासुर को जन्म दिया है। जो समय के साथ भारत विरोधी राग अलापने लगा था और निर्विरोध शासक होने के कारण भारत को ब्लैकमेल कर अपने सारे काम कुशलता से कराने लगा था। फिर कांग्रेस ने राज्य में एक और राजनीतिक दल खड़ा किया जो कि पुनः कश्मीर घाटी से ही था। मुफ्ती मुहम्मद सईद की पीड़ीपी यह नया राजनीतिक दल था, जो शेख की एनसी को चुनौती देने के लिए खड़ा किया गया था।

मीडिया और कांग्रेस के सहयोग या लाचारी से जम्मू-कश्मीर में कश्मीर केंद्रित दल और अलगाववादी इतने प्रभावशाली और ताकतवर हो गए कि देश-विदेश में राज्य का पूरा विमर्श उन्होंने खड़ा किया। पूरा देश और विश्व जम्मू-कश्मीर के बारे में वही सुनता और पढ़ता था जो मुफ्ती परिवार की पीड़ीपी एवं शेख अब्दुल्ला परिवार की एनसी और अलगाववादी बोलते थे। राजनीतिक प्रतिनिधित्व न होने की वजह से जम्मू और लद्दाख तो जबरदस्ती इस विमर्श का हिस्सा बनते गए। इन दोनों परिवारों ने कश्मीर में भी किसी आम कश्मीरी को राजनीति में नहीं आने दिया, तो जम्मू और लद्दाख तो दूर की बात थे। राज्य के विकास के लिए जो भी संसाधन एवं धन राज्य को दिल्ली से मिलता था, वह भी सीधा इन परिवारों और अलगाववादियों के पास जाता था और कुछ हिस्सा कश्मीर को मिल जाता था। जम्मू और लद्दाख यहां भी भाग्यहीन रहे। उनके द्वारा अपने स्थानों से चुने हुए प्रतिनिधि भी अपने कश्मीरी हुकमरानों के अधीन थे।

मीडिया और कांग्रेस के सहयोग या लाचारी से जम्मू-कश्मीर में कश्मीर केंद्रित दल और अलगाववादी इतने प्रभावशाली और ताकतवर हो गए कि देश-विदेश में राज्य का पूरा विमर्श उन्होंने खड़ा किया। पूरा देश और विश्व जम्मू-कश्मीर के बारे में वही सुनता और पढ़ता था जो मुफ्ती परिवार की पीड़ीपी एवं शेख अब्दुल्ला परिवार की एनसी और अलगाववादी बोलते थे। राजनीतिक प्रतिनिधित्व न होने की वजह से जम्मू और लद्दाख तो जबरदस्ती इस विमर्श का हिस्सा बनते गए...



अब्दुल्ला परिवार की एनसी और अलगाववादी बोलते थे। राजनीतिक प्रतिनिधित्व न होने की वजह से जम्मू और लद्दाख तो जबरदस्ती इस विमर्श का हिस्सा बनते गए। इन दोनों परिवारों ने कश्मीर में भी किसी आम कश्मीरी को राजनीति में नहीं आने दिया, तो जम्मू और लद्दाख तो दूर की बात थे। राज्य के विकास के लिए जो भी संसाधन एवं धन राज्य को दिल्ली से मिलता था, वह भी सीधा इन परिवारों और अलगाववादियों के पास जाता था और कुछ हिस्सा कश्मीर को मिल जाता था। जम्मू और लद्दाख यहां भी भाग्यहीन रहे। उनके द्वारा अपने स्थानों से चुने हुए प्रतिनिधि भी अपने कश्मीरी हुकमरानों के अधीन थे। 2014 में पहली बार राज्य में यह कश्मीरी आधिपत्य हिलाए जब लोकसभा चुनाव में पहली बार राज्य की आधी सीटें यानि की कश्मीर की तीन सीटें छोड़कर जम्मू और लद्दाख की तीनों सीटें भाजपा को मिली। इन चुनावों में अब्दुल्ला परिवार की एनसी और कांग्रेस को राज्य की जनता ने पूरी तरह से नकार दिया। उसके बाद प्रदेश में हुए विधानसभा चुनावों में भी जम्मू संभाग ने भाजपा और कश्मीर ने मुफ्ती परिवार की पीड़ीपी को चुना। केंद्र के साथ-साथ अब भाजपा राज्य में भी गठबंधन के साथ सरकार में आ गई। पहली बार राज्य में एनसी, पीड़ीपी और कांग्रेस की जड़ें और

कश्मीर का आधिपत्य हिला।

गत पांच वर्षों में राज्य में तीनों संभागों को बराबर संसाधन मिले। पहली बार संसाधनों और संस्थानों के आवंटन में जम्मू और लद्दाख को कश्मीर से ज्यादा नहीं तो कम भी नहीं मिला।

देश को तोड़ने का सपना देखने वाले अलगाववादियों को राज्य का प्रतिनिधि मानने से ही इन्कार कर दिया गया। पांच वर्षों में न ही उनसे कोई बात की गई और न ही उन्हें कोई मंच दिया गया। कश्मीर घाटी में आतंकवाद परोसने वाले पाकिस्तान से आतंकवाद रोकने की बात तक करने से मना कर दिया गया और जम्मू-कश्मीर से संबंधित कोई बात यदि हांगी तो वह पाक अधिकृत जम्मू-कश्मीर को लेकर होगी, ऐसा स्पष्ट संदेश दिया गया। सुरक्षा बलों द्वारा आतंकियों का सफया और घाटी से पत्थरबाजों का गायब हो जाना बहुत कुछ बताता है। कुल मिलाकर कश्मीर केंद्रित राजनीतिक दलों, अलगाववादियों और मीडिया द्वारा इतने वर्षों में जो विमर्श खड़ा किया गया, वह अब डगमगाने लगा है। अस्तित्व के इस खतरे को भांपते हुए राज्य में एक-दूसरे के धुर विरोधी दल एक साथ आ गए हैं। जम्मू लोकसभा सीट से भाजपा के विरोध में राज्य के दो प्रमुख दलों एनसीआर और पीडीपी ने अपना प्रत्याशी ही नहीं उतारा और दोनों दल कांग्रेस का समर्थन कर रहे हैं।

वहीं बाकी क्षेत्रों में भी कांग्रेस और एनसीआर किया गया, वह अब डगमगाने लगा है। अपनी सुविधा अनुसार जहां आवश्यक है, वहां पीडीपी का भी अंदर खाते समर्थन करने से नहीं चूक रहे। इन सभी दलों की बौखलाहट एक ही है कि केवल पांच वर्षों में ही इतने वर्षों का खड़ा किया विमर्श ढह गया। यदि एक बार और सत्ता से चूक गए तो अस्तित्व ही खत्म न हो जाए। विशेष राज्य होने का झूठा प्रपंच रच के इतने वर्ष

देश

को तोड़ने का सपना देखने वाले अलगाववादियों को राज्य का प्रतिनिधि मानने से

ही इन्कार कर दिया गया। पांच वर्षों में न ही उनसे कोई बात की गई और न ही उन्हें कोई मंच दिया गया। कश्मीर घाटी में आतंकवाद परोसने वाले पाकिस्तान से आतंकवाद रोकने की बात तक करने से मना कर दिया गया और जम्मू-कश्मीर से संबंधित कोई बात यदि हांगी तो वह पाक अधिकृत जम्मू-कश्मीर को लेकर होगी, ऐसा स्पष्ट संदेश दिया गया। सुरक्षा बलों द्वारा आतंकियों का सफया और घाटी से पत्थरबाजों का गायब हो जाना बहुत कुछ बताता है...।

यह दल दिल्ली को ठगते रहे और अपने जेब भरते रहे। देश की मीडिया ने भी कभी विशेष राज्य होने के इनके झूठे दावे को खारिज करना तो दूर प्रश्न भी नहीं किया। इस बार पुनः मीडिया की भूमिका बहुत नकारात्मक रही। अपने अस्तित्व को बचाने के लिए जब इस बार एनसीआर के उमर अब्दुल्ला, उनके पिता फारुक अब्दुल्ला द्वारा और पीडीपी की महबूबा मुफ्ती द्वारा यह बयान दिए गए कि यदि राज्य से अनुच्छेद 35ए और 370 हटा दिया गया तो कोई तिरंगा उठाने वाला नहीं बचेगा, पूरे राज्य में आग लग जाएगी, राज्य भारत से अलग हो जाएगा। तब किसी जिम्मेदार मीडिया ने उनके इन दावों के आधार को लेकर प्रश्न नहीं किया। आखिर 35ए और 370 के राज्य के भारत से अधिमिलन से क्या संबंध है, राज्य का

भारत में अधिमिलन महाराजा हरि सिंह ने 26 अक्टूबर 1947 को किया। अनुच्छेद 37-ए 1949 में आया और 35ए राष्ट्रपति के आदेश के द्वारा भारत के संविधान में 1954 में एक नया अनुच्छेद जोड़ दिया गया। तो इन दोनों का राज्य के अधिमिलन से क्या संबंध, यह साधारण सा प्रश्न भी मीडिया इन परिवारों से नहीं पूछ पाई। जहां तक रही राज्य में आग लगने और तिरंगा न उठाने वाली बात, तो मीडिया को पूछना चाहिए था कि राज्य में जम्मू और लद्दाख में कौन आपके इस विचार का समर्थन करता है, हां बात कश्मीर की तो वहां भी अलगाववादी विचार का समर्थन करने वाले लोग अब ढूँढ़ने पर ही मिलते हैं, तो आप आग किससे लगवाना चाहते हैं।

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



भाग- 1

सौन्दर्यः भोगभाव का मन

लावण्यता अभ्यासजन्य नहीं है। यह कोई तकनीक भी नहीं है। यह तो अंतदृष्टि है जो भाव-कल्पना के साथ पैदा होती है, किन्तु चित्र में कितना आ पायेगा, यह कहना बहुत कठिन है। भाव उत्तम हो सकते हैं, रेखांकन पर आपका अधिकार हो सकता है, परन्तु वह सौन्दर्य, वह लावण्यता सद्यःस्नाता सी, या दही बिलोते समय निकलती मक्खन की लोनाई आपकी कृति में आ जाए ऐसा बहुत कम ही होता है...

□ त्रिवेणी तिवारी

आपने कभी प्रातः के सूर्य की नरम लाल किरणों को पत्ते पे ठहरी बूँद से गुजरते देखा है, निरभ्र आकाश में तनी हुई कलियों पर हवा सी ठहरी रेशमी रंग देखे हैं, चौकन्नी निगाहों से यकायक फिराते हुए मोर के गर्दन पर बल खाती रंगराशि देखी है, या भोर में किसी सोती हुई नदी की सतह को सहलाया है, (पानी उछालना नहीं) किसी डरी हुई रात में भीरुता से उठते हुए मजबूर कदम के साहस का भाव फिर से याद कीजिए। डबडबायी आँखों से विनती की अंतिम गुहार। उपरोक्त पंक्तियों में जो भाव चित्र उभर रहे हैं वो शब्दों में व्यक्त करना बहुत हद तक मुमकिन है। इन शब्दों में भावों के साथ एक अलग तरह की

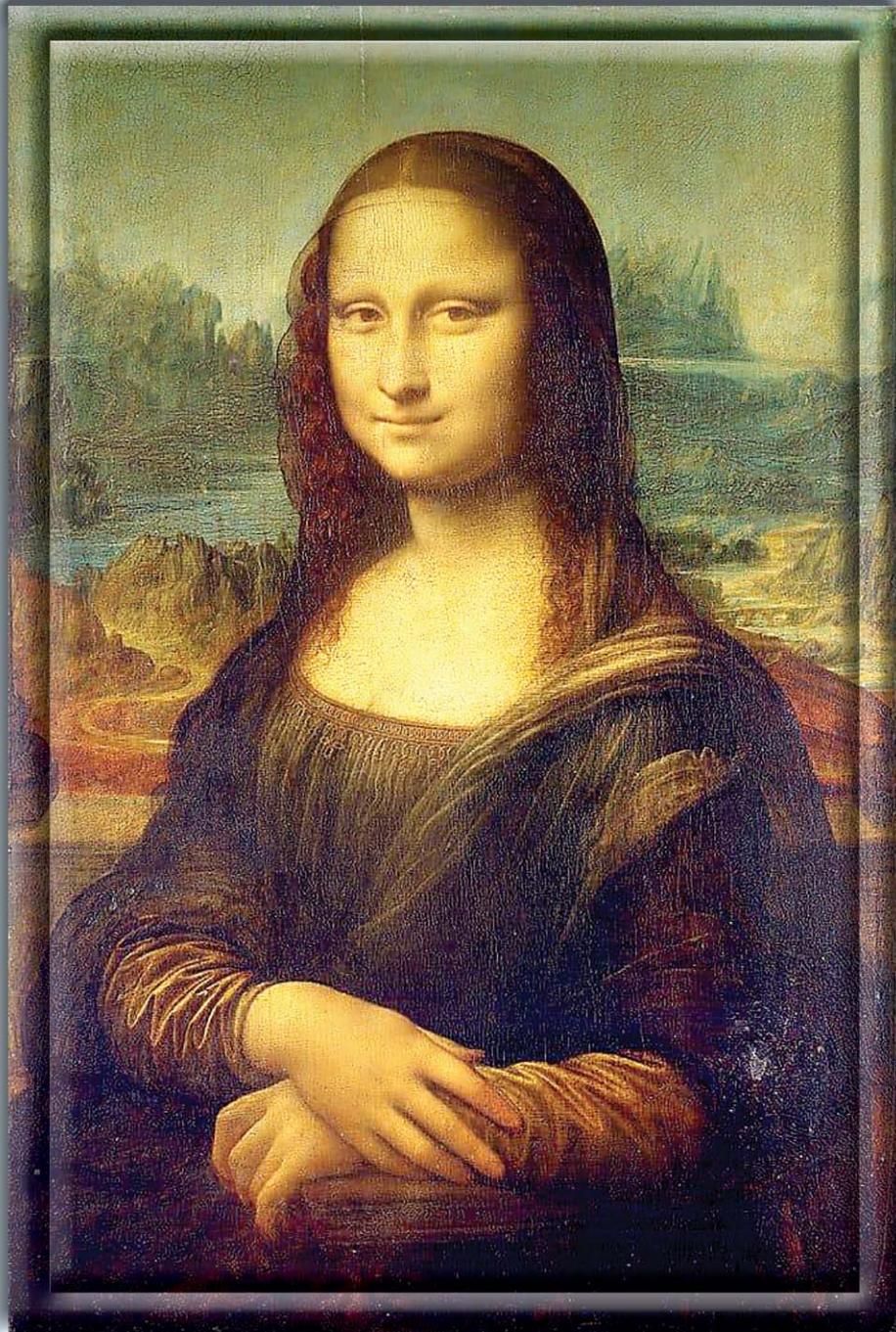
शुभ्रता, शुद्धता, अनछुआ का सा अहसास होता है। यह अहसास एक सौन्दर्य बोध पैदा करता है। इस सौन्दर्य बोध को चित्रमूर्ति में ला पाना ही लावण्यता है। इसकी व्यंजना इसका बोध कला में कैसे आए? षडंग में यही 'लावण्ययोजना' कही गई है।

लावण्यता अभ्यासजन्य नहीं है। यह कोई तकनीक भी नहीं है। यह तो अंतदृष्टि है जो भाव-कल्पना के साथ पैदा होती है, किन्तु चित्र में कितना आ पायेगा, यह कहना बहुत कठिन है। भाव उत्तम हो सकते हैं, रेखांकन पर आपका अधिकार हो सकता है, परन्तु वह सौन्दर्य, वह लावण्यता सद्यःस्नाता सी, या दही बिलोते समय निकलती मक्खन की लोनाई आपकी कृति में आ जाए ऐसा बहुत कम ही होता है। लावण्यता कुछ-कुछ

‘लावण्य’ लवण शब्द से बनता है जिसका अर्थ सामान्यतः ‘नमक’ है। सोचने में ये बात कितनी हल्की लगेगी कि कल्प के महत्वपूर्ण छः अंगों में किसी स्वाद की व्यंजना वाले शब्द की निष्पत्ति है। इसके गूढ़ार्थ हैं। मानव की पांच ज्ञानेन्द्रियों में जीभ महत्वपूर्ण है। इसकी स्वाद कलिकाएं आपके मन में स्वतः नाना भाव पैदा करती हैं...

वैसा ही है, जैसे तितली के पंखों पर रंग। देखने में जितना सुन्दर लगता है, लेकिन पाने की इच्छा से छूने पर केवल कुछ धब्बे ही हाथ आते हैं। यह तो कुछ-कुछ चपलता जैसी है जो कहीं ठहरी हुई नहीं है, मगर दिखते ही पाने की तीव्र इच्छा पैदा कर दे। जैसे पीपल का फुनगी पर ठहरी ओस की बूंद। लावण्यता मन की माया का विस्तार है।

कल्पना है। लेकिन आश्रय की बात है कि यह स्वाद की व्यंजना पैदा करती है। ‘लावण्य’ लवण शब्द से बनता है जिसका अर्थ सामान्यतः ‘नमक’ है। सोचने में ये बात कितनी हल्की लगेगी कि कल्प के महत्वपूर्ण छः अंगों में किसी स्वाद की व्यंजना वाले शब्द की निष्पत्ति है। इसके गूढ़ार्थ हैं। मानव की पांच ज्ञानेन्द्रियों में जीभ महत्वपूर्ण है। इसकी स्वाद कलिकाएं



आपके मन में स्वतः नाना भाव पैदा करती है। स्वाद का गुण अनुभूति एक अलग ही भाव संसार रचती है ए मन के अंदर अपने-अपने स्वादानुसार भी सबके सौंदर्य बोध का अलग पैमाना सृजित होता है, परन्तु उसे पता भी नहीं चलता। आंखें जो रंग पहचानती हैं यदि ये न हों तो भी इस संसार को स्वाद गुण से अच्छी तरह परखा जा सकता है। यह मानव की आधारभूत

संरचना है कि प्रत्येक सुन्दर वस्तु को पहले छू कर, फिर स्वाद से गुजरकर जानना चाहता है। छोटा बच्चा किसी चीज को हमेशा मुँह में ही क्यों डालता है। चमकती हुई किसी वस्तु का चिकनापन या धात्वीय महक वाले किसी लोहे को जीभ से चाटा है। न केवल बच्चा, बल्कि बड़ा व्यक्ति भी शर्त कि कोई देखे न।

बड़े हो जाने पर या सही-गलत की संसारी समझ आ जाने पर हम ऐसा करें या न करें परन्तु प्रकृति की कोई भी अप्रतिम सुन्दर वस्तु सौन्दर्यशाली क्षण तक ‘आस्वाद’ से गुजरना चाहता है। एक अन्य अर्थ में भोग लेने की अदम्य इच्छा जगती है। जैसे सामान्य तौर पर कहा जाता है, ‘उषा पान करे’। क्या विराट समय की घटती घटना प्रातः काल को पिया जा सकता है, नहीं तो ऐसा क्यों है, क्योंकि समस्त ज्ञान का आधार हमारी ज्ञानेन्द्रियां हैं, जो कि मांसल हैं और निश्चित रूप में भोग की सीमा तक। इसमें कोई संकोच नहीं कि लावण्यता का केंद्रीयत्र मर्म स्वाद ही है। आस्वाद का संबंध भोग से है। कोई भी लावण्यमयी वस्तु प्रत्येक जीव को पाने की भौतिक भावना पैदा करती है। भारतीय दर्शन में जिसे माया कहा गया है वह प्रकृति ही है।

इसकी सुन्दरता मानव की कमजोरी है, प्रेरणा भी। कमजोरी इस अर्थ में की प्रकृति की सुन्दरता को वह भौतिक अर्थों में बांधकर भोग की कोशिश में लगा हुआ है। प्रेरणा इस अर्थ में कि रूपाकारों के सृजन की विराट स्थली है प्रकृति। इसके बाद नित्य नवीन रूप से प्रेरणा ग्रहण कर सर्जक हृदय, कार्य, कलाकार, संगीतकार, नश्वर जीवन में रंग भरता रहता है...

नश्वर जीवन में रंग भरता रहता है। षडंग में जहां रूप, भेद आंखों से प्रमाण तकनीकी दक्षताएं भाव मन से संबंधित हैं, वहीं लावण्यता सौन्दर्य के आस्वाद से जुड़ता है। चित्र में इसकी योजना करनी पड़ती है, जैसे रेखांकन में मुद्राओं का भाव संयोजन किया जाता है। लावण्य योजना ऐसी हो कि चित्र को खींच ले। कलाकार को अपनी कला का मूर्त रूप देते हुए संयोजन

बिंदु पर मंथन करता है कि रेखा, रंग, भाव के होते हुए किस प्रकार भंगिमा की प्रस्तुति हो जिससे अधिक निवरण न हो जाए। वह कृति स्वयं मुखरित हो। इसे भली प्रकार समझने के लिए दो उदाहरण ले सकते हैं। यूरोप के पुर्नजागरण कालीन चित्रकार लियो वार्दों दा विंसी और भारतीय राजस्थानी कला के किशनगढ़ शैली के चित्रकार निहालचन्द की कृति

‘बणी-ठणी’ इसके सर्वोत्तम उदाहरण है। सोलहवीं शती में बनी ‘मोनलिसा’ दुनिया की सर्वश्रेष्ठ कृतियों में से मानी जाती है। इसमें विंसी ने तैल रंग में एक महिला चित्र बनाया है। भरे-पूरे चेहरे पर एक अत्यंत मंद मुस्कान है, जिसे देखकर ऐसा प्रतीत होता है कि शायद यह हंस पड़े। पृष्ठभूमि में काल्पनिक पहाड़ी दृश्य है। माना जाता है इसे बनाने में विंसी को तकरीबन तीन साल लगे। क्या चीज इसे खास बनाती है, इसकी लावण्यता क्या है, इसमें न तो रंगों की नाटकीयता है न तो छाया-प्रकाश की। चेहरे की उभार और त्वचा की गुलाबी चमक पैदा करती है विंसी के ब्रश चलाने का तरीका और रंग को सतह पर ही मिश्रित

करते हुए गोलाइयों को उभारना। पृष्ठभूमि में रहस्यमय सा पहाड़ी दृश्य ब्रश स्ट्रोक उतने कोमल तरीके से नहीं है जितना चेहरे और हाथ पर है। उसकी आंखों में तटस्थ निराशा सी और पतले होटों पर गंद ठहरी रहस्यमयी मुस्कान है, जो इसकी सुन्दरता है। यह हमें बार-बार देखने के लिए प्रेरित करती है, शायद अब हंस पड़े मोनालिसा।



पत्रकारिता में तौबा-तौबा का मुकाम

पत्रकारिता में ऐसा ही एक नमूना पिछले महीने पाकिस्तान के एक टीवी चैनल पर देखने को मिला। जहां एक सीनियर रिपोर्टर कैसर खोखर न्यूज रूम में इतना अधिक भावुक हो गए कि तौबा-तौबा करने लगे। एक पीटीसी के दौरान उन्होंने कम से कम 20 बार अपने कान पकड़कर तौबा-तौबा की। दरअसलए वह मोदी सरकार से नाराज थे। उन्हें सबसे अधिक नाराजगी इस बात की थी कि भारत ने पुलवामा हमले के बाद पाकिस्तान में निर्यात होने वाले टमाटर पर रोक लगाकर बहुत भारी गलती कर दी है...

□ अवनीश सिंह राजपूत

इसे पत्रकारिता के प्रति जुनून कहें या खबरों की दुनिया में बनें रहने का हुनर या कुछ पत्रकार ऐसी हरकतें कर जाते हैं, जो उन्हें चर्चा में ला ही देता है। इतना ही नहीं, वो अपनी मनोरंजक हरकतों की वजह से खुद एक खबर बन जाते हैं। ऐसे पत्रकारों की बीड़ियों सोशल मीडिया में अक्सर वायरल होते रहते हैं। हालांकि ये लोग न तो डिजाइनर पत्रकारों की श्रेणी में आते हैं और न ही इन्हें लोग गोदी पत्रकारों की सूची में गिनता है। वैसे इस तरह के करिश्माई कलाकार थोड़ी-बहुत मात्रा में हर द्वीप पर पाये जाते हैं, लेकिन पाकिस्तान में इनकी संख्या बहुतायत है। इनकी 'अनोखी' रिपोर्टिंग का नमूना देखकर कोई भी शख्स 'माशा अल्लाह' कहने से खुद को रोक नहीं पाता है। ये पत्रकार कभी गधे की पीठ पर बैठकर रिपोर्टिंग करते नजर आते हैं तो कभी बाढ़

की रिपोर्टिंग के लिए खुद तेज बहाव वाले पानी में उतर जाते हैं। इतना ही नहीं कभी-कभी तो ये लोग न्यूज रूम को वॉर रूम में तबदील कर टमाटर के लिए अपनी आवाम से तौबा-तौबा तक करवाते हैं। पत्रकारिता में ऐसा ही एक नमूना पिछले महीने पाकिस्तान के एक टीवी चैनल पर देखने को मिला। जहां एक सीनियर रिपोर्टर कैसर खोखर न्यूज रूम में इतना अधिक भावुक हो गए कि तौबा-तौबा करने लगे। एक पीटीसी के दौरान उन्होंने कम से कम 20 बार अपने कान पकड़कर तौबा-तौबा की। दरअसलए वह मोदी सरकार से नाराज थे। उन्हें सबसे अधिक नाराजगी इस बात की थी कि भारत ने पुलवामा हमले के बाद पाकिस्तान में निर्यात होने वाले टमाटर पर रोक लगाकर बहुत भारी गलती कर दी है। उनका कहना था कि ए 'भारत को टमाटर का जवाब एटम बम से दिया जायेगा। पाकिस्तान के पास एटम बम है और इसको ड्राइंग रूम में

जिस तरीके से आज हमारे मुल्क से भारत वाले जल रहे हैं, सड़ रहे हैं, उसी तरह उनका टमाटर भी सड़ेगा। अब समय आ गया है कि भारत के टमाटर का जवाब एटम बम से दिया जाए। हालांकि यह पत्रकार जब भारत के खिलाफ टमाटर के लिए आक्रोश जता रहा था तो उसके दफ्तर में मौजूद उसके साथी हंसते-मुस्कराते हुए दिखाई दे रहे थे...



सजाने के लिए नहीं रखा है। इसका इस्तेमाल सिर्फ और सिर्फ भारत के खिलाफ किया जाएगा।' पत्रकार का गुस्सा सिर्फ इतने पर ही शांत नहीं हुआ। वो भारत को चेतावनी देते हुए कहता है कि भारत को लगता है कि पाकिस्तान बिना टमाटर के जी नहीं सकता है तो यह उसकी गलतफहमी है। पाकिस्तान आने वाले दिनों में खुद का टमाटर उगाएगा। जिस तरीके से आज हमारे मुल्क से भारत वाले जल रहे हैं, सड़ रहे हैं, उसी तरह उनका टमाटर भी सड़ेगा। अब समय आ गया है कि भारत के टमाटर का जवाब एटम बम से दिया जाए। हालांकि यह पत्रकार जब भारत के खिलाफ टमाटर के लिए आक्रोश जता रहा था तो उसके दफ्तर में मौजूद उसके साथी हंसते-मुस्कराते हुए दिखाई दे रहे थे। यहां तक तो ठीक था लेकिन जैसे ही इनका जज्बात थोड़ा और जोर मारना शुरू किया तो ये जनाब न्यूज रूम से बाहर निकलकर सीधे भारत-पाकिस्तान सीमा पर पहुंचकर

ललकारने लगे। सेना की वेशभूषा धारण कर यहां भी इन्होंने जमकर तौबा-तौबा की। वैसे सोशल मीडिया पर यह वीडियो आने के बाद एक भारतीय ने इस पर टिप्पणी करते हुए लिखा कि यह पाकिस्तान की साजिश है। इन्होंने जान-बूझकर ऐसे एंकर रखे हैं ताकि भारत में 'कपिल शर्मा' और 'तारक मेहता का उल्टा चश्मा' की टीआरपी गिरा सके। वहीं एक अन्य सोशल मीडिया एक्टिविस्ट ने लिखा है कि टमाटर पर बिलबिलाने वाली इस रिपोर्टिंग को देखकर मैं इनसे निवेदन करूंगा कि जनाब, जितनी जल्दी हो सके इस पत्रकारिता से तौबा-तौबा कर लें। इससे इतर भारत में भी कुछ सेलेक्टिव पत्रकार हैं, जो इन दिनों अपनी कुंठा के कारण 'तौबा-तौबा' के मुकाम पर पहुंच गये हैं। उनकी कुंठा का अंदाजा इस बात से लगाया जा सकता है कि कभी ये टीवी स्क्रीन काली करके न्यूज पढ़ते हैं तो कभी अपना चेहरा ही काला करके न्यूज पढ़ने लग जाते

हैं। भले ही सत्ता के विरोध में इनके चेहरे चुस्से हुए आम की तरह हो गये हों लेकिन आम जैसे मौसमी फल पर भी एक घंटे का प्राइम टाइम शो करने की क्षमता आज भी बरकरार रखे हुए हैं। इससे इतर कुछ ऐसे पत्रकारिता के 'अभिशाप' भी हैं, जो किसानों के हितैषी बनने का ढोंग रचने में इतने मसगूल हो जाते हैं कि इन्हें धान और गेहूं के खेत तक पता नहीं चल पाता है, जबकि एक पत्रकारिता के तथाकथित पुरोधा जो इन दिनों सिर्फ 'दुआ' में याद हैं, उनकी पत्रकारिता तो पूछिए मत। इस सूची में एक और क्रांतिकारी पत्रकार हैं, जो अपने सेलेक्टिव साक्षात्कार से भी क्रांति लाने की क्षमता रखते हैं। ये अलग-अलग महीनों में अलग-अलग चैनलों पर देखे जाते हैं। फिलहाल इनकी क्रांतिकारी पत्रकारिता से सब लोग हिले हुए हैं, ऐसा इनका दावा है। वैसे अब इन पत्रकारों की हरकतों से खुद इनके प्रसंशक इन्हें तौबा-तौबा के मुकाम तक पहुंचा रहे हैं।

सैफालोलोजी (चुनावी सर्वेक्षण)

प्रायः कुछ निजी
कम्पनियां समाचार-
पत्रों या समाचार-
चैनलों के लिए ऐसे
सर्वेक्षण करती हैं,
जिससे अनुमान लगता
है कि बस्तुतः मतदान
का रुख क्या रहा,
वास्तविक नतीजे आने
में कुछ घंटे या कुछ दिन
लग जाते हैं, किन्तु
मतदानोत्तर सर्वेक्षण से
अनुमानित नतीजे एक-
आध घंटे में ही आ जाते
हैं। इन अलग-अलग
सर्वे को मुख्यतः दो
भागों में बांटा जाता है।
ओपिनियन पोल और
एग्जिट पोल।
ओपिनियन पोल,
मतदान से पूर्व मतदाता
किस पार्टी को अपना
वोट देगा यह
ओपिनियन पोल के
तहत जाना जाता है...



□ रविंद्र सिंह भड़वाल

चुनावी विश्लेषणों और उसके कई जटिल पहलुओं को सांख्यिकी के जरिये समझने-समझाने के विज्ञान को सैफोलॉजी कहते हैं। यह राजनीति विज्ञान की एक शाखा है, जो चुनावों के अध्ययन और वैज्ञानिक विश्लेषण से संबंधित है। भारत में इसकी शुरूआत का श्रेय इंडियन इंस्टीट्यूट ऑफ पब्लिक ओपिनियन के मुखिया एरिक डी कोस्टा को जाता है। चुनाव के दौरान इस विद्या द्वारा जनता के मिजाज को परखने वाले वह पहले व्यक्ति थे।

आज चुनावी ओपिनियन पोल का जो स्वरूप हमें दिखाई देता है कभी उसका इस्तेमाल पत्रकार विभिन्न मसलों पर जनता की नब्ज टटोलने के लिए करते थे। दुनिया भर में इसकी शुरूआत का श्रेय जॉर्ज गैलप और क्लॉड रोबिंसन को जाता है। इन दोनों ने सबसे पहले अमेरिकी लोगों के बीच एकत्र सैंपल सर्वे द्वारा उनकी एक राय परिभाषित की। यह विद्या इतनी लोकप्रिय हई कि ग्रेट ब्रिटेन

और फ्रांस ने भी इसे अपनाने से गुरेज नहीं किया। ब्रिटेन और फ्रांस में जब इन्हें पहली बार क्रमशः 1937 और 1938 में अपनाया गया तो इनके नतीजे कमोबेश बिलकल सटीक निकले।

प्रायः कुछ निजी कम्पनियां समाचार-पत्रों या समाचार-चैनलों के लिए ऐसे सर्वेक्षण करती हैं, जिससे अनुमान लगता है कि वस्तुतः मतदान का रुख क्या रहा, वास्तविक नतीजे आने में कुछ घंटे या कुछ दिन लग जाते हैं, किन्तु मतदानोत्तर सर्वेक्षण से अनुमानित नतीजे एक-आध घंटे में ही आ जाते हैं। इन अलग-अलग सर्वे को मुख्यतः दो भागों में बांटा जाता है। ओपिनियन पोल और एग्जिट पोल।

ओपिनियन पोल, मतदान से पूर्व मतदाता किस पार्टी को अपना वोट देगा यह ओपिनियन पोल के तहत जाना जाता है। कुल मिलाकर ओपिनियन पोल पार्टी विशेष के प्रति जनता के रुझान को बताते हैं। ओपिनियन पोल में विभिन्न सांख्यकी तकनीक का इस्तेमाल करते हुए जनसंख्या में से एक सैंपल चुना जाता है। जिससे कई तरह के प्रश्न पूछे जाते

हैं। जनसंख्या के एक सैंपल से प्राप्त परिणामों का फिर सामान्यीकरण करके जनसंख्या के संभावित नतीजे प्रस्तुत किए जाते हैं। सामान्य भाषा में समझाना हो तो, चुनाव की घोषणा के बाद होने वाले वो सर्वे जिसमें वोटरों से पूछा जाता है कि आप कौन सी पार्टी को वोट देंगे, वैसे सर्वे को ओपिनियल पोल कहते हैं। इस सर्वे में मुख्य रूप से सैंपल साइज पर जोर होता है। जिसका जितना बड़ा सैंपल साइज होता है उसके नतीजे उतने सही होने के करीब होते हैं। इसमें रैंडम सैंपल का विशेष महत्व रहता है। रैंडम सैंपल कुल जनसंख्या में से सर्वेक्षण के लिए एक नमूना निकालने की आदर्श और लोकप्रिय पद्धति जो यह सुनिश्चित करती है कि चुना गया सैंपल प्रत्येक तरह के पूर्वाग्रह से मुक्त है। यह रैंडम पूरी तरह वैज्ञानिक पद्धति पर आधारित होती है। यानी सैंपल का चयन आकस्मिक नहीं किया जाता।

एग्जिट पोल जैसा कि नाम से पता चलता है कि यह पोल मतदाता केंद्र से बाहर वोट देकर आ रहे लोगों से बातचीत के आधार पर किया जाता है। यह एक प्रकार का सर्वे है, जो विभिन्न गैर-सरकारी संगठनों, न्यूज चैनल व प्रेस आदि के द्वारा चुनाव के संभावित परिणाम जानने के लिए किया जाता है। इस तरह एकत्र की गई सूचना के आधार पर संगठनों द्वारा पूर्व अनुमान पेश किया जाता है। इस प्रक्रिया में मतदान केंद्र से बाहर आ रहे व्यक्ति से यह सूचना हासिल की जाती है कि उन्होंने अपना वोट किस पार्टी को दिया है। सभी तरह के पोल में एग्जिट पोल करना सबसे सस्ता पड़ता है, क्योंकि इसमें एग्जिट पोल करने वालों को अलग से मतदाताओं के पास जाना नहीं पड़ता। मतदान के दिन जब वोटर वोट डाल कर निकलता है तो सर्वे करने वाले उससे यह पूछते हैं कि आपने कौन सी पार्टी को वोट दिया है, ऐसे सर्वे को एग्जिट पोल

एग्जिट पोल जैसा कि नाम से पता चलता है कि यह पोल मतदाता केंद्र से बाहर वोट देकर आ रहे लोगों से बातचीत के आधार पर किया जाता है। यह एक प्रकार का सर्वे है, जो विभिन्न गैर-सरकारी संगठनों, न्यूज चैनल व प्रेस आदि के द्वारा चुनाव के संभावित परिणाम जानने के लिए किया जाता है। इस तरह एकत्र की गई सूचना के आधार पर संगठनों द्वारा पूर्व अनुमान पेश किया जाता है। इस प्रक्रिया में मतदान केंद्र से बाहर आ रहे व्यक्ति से यह सूचना हासिल की जाती है कि उन्होंने अपना वोट किस पार्टी को दिया है...

कहते हैं। शुरुआती दिनों में ओपिनियन पोल जिस तेजी के साथ लोकप्रिय हुआ, उतनी ही तेजी से वह राजनीतिक दलों के आंखों की किरकिरी बनने लगा। लिहाजा सभी दल एक सुर में इस पर प्रतिबंध लगाने की मांग करने लगे। 1999 में चुनाव आयोग ने बाकायदा एक एकजीक्यूटिव ऑर्डर के तहत ओपिनियन पोल और एकिजट पोल को प्रतिबंधित कर दिया। एक समाचार पत्र ने आयोग के इस आदेश को सुप्रीम कोर्ट में चुनौती दी।

कोर्ट ने इस आदेश को निरस्त करते हुए कहा कि आयोग के पास ऐसे ऑर्डर जारी करने की शक्ति नहीं है और किसी मसले पर सर्वदलीय सर्वसम्मति उसके खिलाफ कानूनी प्रतिबंध का आधार नहीं होती है। 2009 लोकसभा चुनाव से ठीक पहले एक बार फिर इसे प्रतिबंधित किए जाने की मांग जोरों से उठने लगी। लिहाजा आयोग ने कानून मंत्रालय को प्रतिबंध के संदर्भ में कानून में बदलाव के लिए तुरंत एक अध्यादेश लाए जाने संबंधी पत्र लिखा। 2009 में सप्रिंग सरकार ने जनप्रतिनिधित्व कानून, 1951 में संशोधन कर दिया।

संशोधित कानून के अनुसार चुनावी प्रक्रिया के दौरान जब तक अंतिम वोट नहीं डाल दिया जाता ए एकिजट पोल नहीं किया जा सकता है। कोई भी पोल के नतीजों को न तो

दिखा सकता है और न ही प्रकाशित कर सकता है। हालांकि तब ओपिनियन पोल पर प्रतिबंध नहीं लगाया गया, लेकिन प्रतिबंध की तलावार इस पर भी लटकी हुई है। दूसरे देश इस विषय पर अब तक कोई एक आम सहमति नहीं बना पाए हैं। दुनिया के कई लोकतंत्र इस अहम मसले पर दोफाड़ हैं। कुछ इसे सही भी ठहराते हैं। बेल्जियम, डेनमार्क, जर्मनी और आयरलैंड में इनको लेकर पूरी आजादी है, वहीं चीन, दक्षिण कोरिया, मेक्सिको में कुछ शर्तों के साथ छूट है।

एकिजट पोल से मतदाता पर पड़ने वाले असर पर प्रसिद्ध अर्थशास्त्री और फ्रांस की सीआरईएसटी संस्था में बतौर रिसर्च फेलो कार्यरत मनसा पतनम ने एक व्यापक शोध किया। 'लर्निंग फ्रॉम एकिजट पोल्स इन सीवर्केंशियल इलेक्शंस: इवीडेंस फ्राम ए पॉलिसी एक्सपेरीमेंट इन इंडिया' नाम से प्रकाशित 60 पेज के इस शोध पत्र में एकिजट पोल के असर से मतदाताओं के व्यवहार में दिखे बदलाव की पड़ताल की गई है।

निष्कर्ष में बताया गया है कि अंतिम घंटों के दौरान मतदान करने आए करीब 20 फीसद मतदाताओं ने वोटिंग के शुरुआती क्रम में एकिजट पोल में बढ़त लेने वाली पार्टियों के पक्ष में मतदान किया।



शक्ति का आकाशीय मिशन

समय बीता, नई तकनीक
इजाद हुई और आज सूचना
का दौर आ गया, आधुनिक
समय में सूचना और संचार
सबसे बड़ा और मारक
हथियार है। संचार के बिना
अब वर्तमान और भविष्य की
कल्पना करना अमावस्या में
चांद ढूँढने जैसा है...

□ जयेश मटियाल

27 मार्च 2019 भारत के लिए ऐतिहासिक दिन रहा। जब प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी ने राष्ट्र को सम्बोधित कर बताया कि मिशन शक्ति के तहत भारत के वैज्ञानिकों द्वारा 3 मिनट के भीतर लो अर्थ ऑरबिट में 300 किलोमीटर दूरए पूर्व निर्धारित 'लाइब सैटेलाइट' को, एंटी सैटेलाइट मिसाइल द्वारा मार गिराया है। डीआरडीओ के तकनीकी मिशन की बदौलत 'मिशन शक्ति' के सफल परीक्षण के साथ भारत अंतरिक्ष महाशक्ति के रूप में अमेरिका, रूस और चीन के बाद चौथा देश बन

गया।

'फस्ट मार्डन वॉर' यानि प्रथम विश्व युद्ध के दौरान संचारीय युद्ध ने दस्तक दी थी। जो संकेत था, आने वाले समय में 'इन्फॉरमेशन वॉर' का। समय बीता, नई तकनीक इजाद हुई और आज सूचना का दौर आ गया, आधुनिक समय में सूचना और संचार सबसे बड़ा और मारक हथियार है। संचार के बिना अब वर्तमान और भविष्य की कल्पना करना अमावस्या में चांद ढूँढने जैसा है। कोई भी देश तभी प्रगति करता है, जब वह सुरक्षित हो। सुरक्षा को ध्यान में रखते हुए अब भारत ने राष्ट्रीय सुरक्षा हेतु जलए थल और वायु से

लेकर अब अंतरिक्ष में भी अपनी पकड़ मजबूत बना ली है।

किसी भी देश के लिए युद्ध के समय संचार अहम भूमिका निभाता है। वर्तमान समय में जितनी जरूरत भूमिगत हथियारों की महसूस हो रही है, उससे कहीं अधिक आज और आने वाले कल को सशक्त संचार माध्यमों के निर्माण और उनकी सुरक्षा की होगी।

इस जरूरत को पूरी करता, एंटी सैटेलाइट मिसाइल एक ऐसा हथियार है, जो युद्ध के दौरान, दुश्मन देशों के संचार और सैन्य उपग्रहों को बाधित करने की क्षमता रखता है और उनका उपयोग अपने सैनिकों के साथ संचार करने से रोकने के लिए किया जा सकता है। इसका इस्तेमाल सैन्य

टुकड़ी या आने वाली मिसाइलों के बारे में महत्वपूर्ण जानकारी हासिल करने के लिए भी किया जा सकता है।

एंटी सैटेलाइट मिसाइल शत्रु देश के लो ऑरबिट के उपग्रहों पर 'पेलेट क्लाउड' हमले कर सकता है। ए-सैट, स्पेस सिस्टम पर साइबर हमले, इलेक्ट्रो-मैग्नेटिक पल्स (ईएमपी) विस्फोट उपकरण, लेजर आधारित हथियार और दुश्मन के सैन्य अभियानों को नष्ट कर सकता है। ए-सैट में अन्य उपग्रहों के विनाश के लिए लक्षित मिसाइलें शामिल होती हैं, साथ ही यह अंतरिक्ष में फैले अपने उपग्रहों की पुख्ता सुरक्षा करने में भी अहम भूमिका निभाता है।

हालांकि मिशन शक्ति के सफल परीक्षण की घोषणा करते हुए, प्रधानमंत्री मोदी ने अंतर्राष्ट्रीय समुदाय को आश्वासन दिया कि भारत ने एंटी सैटेलाइट मिसाइल क्षमता प्राप्त की है, यह किसी भी देश के विरुद्ध नहीं है, यह केवल भारत की सुरक्षा के लिए है। भारत हमेशा अंतरिक्ष में स्वतंत्रता और बाहरी अंतरिक्ष में

मिशन शक्ति की सफलता पर पड़ोसी देश पाकिस्तान ने कथित रूप से कहा कि अंतरिक्ष मानव जाति की साझी विरासत है और हर देश की जिम्मेदारी है कि वह उन कार्यों से बचे, जिनसे इस क्षेत्र का सैन्यीकरण हो। इंडिया टुडे के मुताबिक पाक ने अंतर्राष्ट्रीय समुदाय से भारत की इस कार्रवाई की निंदा करने और अंतरिक्ष को सैन्यीकरण के बारे में अंतर्राष्ट्रीय कानूनों को मजबूत करने की अपील की।

भारत की सफलता से पाकिस्तान की छटपटाहट, इस बयान से साफ देखी जा सकती है...

हथियारों की दौड़ का विरोध करता रहा है, और यह परीक्षण किसी भी स्थिति में इस नीति को नहीं बदलता है। आज का परीक्षण किसी भी अंतर्राष्ट्रीय कानून या संधि व समझौतों का उल्लंघन नहीं करता है। भारत आधुनिक तकनीक का उपयोग देश के नागरिकों की सुरक्षा व कल्याण के लिए उपयोग करेगा और हमारा सामरिक उद्देश्य शांति बनाए रखना है।

भारत की इस अभूतपूर्व सफलता पर कई देशों ने अपनी प्रतिक्रिया दी। चीन ने सतर्कतापूर्ण प्रतिक्रिया देकर कहा कि हम आशा करते हैं कि सभी देश अंतरिक्ष में दीर्घकालिक शांति एवं स्थिरता कायम रखने के लिए वास्तविक कदम उठाएंगे।

मिशन शक्ति की सफलता पर पड़ोसी देश पाकिस्तान ने कथित रूप से कहा कि अंतरिक्ष मानव जाति की साझी विरासत है और हर देश की जिम्मेदारी है कि वह उन कार्यों से बचे, जिनसे इस क्षेत्र का सैन्यीकरण हो। इंडिया टुडे के मुताबिक पाक ने अंतर्राष्ट्रीय समुदाय से भारत की इस कार्रवाई की निंदा करने और अंतरिक्ष को सैन्यीकरण के बारे में अंतर्राष्ट्रीय कानूनों को मजबूत करने की अपील की। भारत की सफलता से पाकिस्तान की छटपटाहट, इस बयान से साफ देखी जा सकती है।



संवादसेतु

एक भारतीय होने के नाते यह गर्व करने वाली बात है कि एपीजे अब्दुल कलाम द्वीप लॉन्च कॉम्प्लेक्स से डीआरडीओ के बैलिस्टिक मिसाइल डिफेंस इंटरसेप्टर मिसाइल के सहयोग से 'स्वदेशी तकनीक' पर आधारित 'एंटी सैटलाइट मिसाइल' का उपयोग कर पहली बार में ही मिशन शक्ति का सफल परीक्षण हुआ। इस सफल परीक्षण के साथ शत्रु देशों को स्वतः ही संदेश जाता है कि भारत गीदड़ भभकी से डरने वाला नहीं है, और भारत अब पूर्ण रूप से, अंतरिक्ष में भी अपनी पुख्ता सुरक्षा की क्षमता रखता है...

रूस ने इस परीक्षण पर सकारात्मक रुख दिखाते हुए भारत के साथ संयुक्त भागीदारी की पेशकश की। भारत की सफलता के बाद रूस की ओर से जारी बयान में कहा गया कि अंतरिक्ष क्षेत्र में हथियारों की होड़ को रोकने व स्थाई शांति के लिए बहुपक्षीय वैश्विक पहल में राजनीतिक दायित्वा खासा महत्वपूर्ण है और रूस इसमें भारत की भागीदारी का समर्थन करता है। अपने बयान में रूस ने अंतरिक्ष में हथियारों की होड़ रोकने पर भी जोर दिया।

सैटलाइट-आईज



अमेरिका का भारत के इस परीक्षण पर दोहरा चरित्र देखने को मिलता है, एक ओर अमेरिका कहता है कि दोनों देश मजबूत सामरिक साझेदारी के तौर पर अंतरिक्ष एवं विज्ञान के क्षेत्र में साझा हितों के लिए साथ मिलकर काम करते रहेंगे और अंतरिक्ष में सुरक्षा को लेकर गठजोड़ सहित अन्यकंतकनीकी सहयोग जारी रखेंगे। वहीं दूसरी ओर नासा मिशन शक्ति की सफलता को 'टेरिबल थिंग' (भयानक बात) करार देकर कहता है कि 'भारत द्वारा नष्ट किए गए उपग्रह से अंतरिक्ष की कक्षा में 400 टुकड़ों का मलबा हुआ, जिससे इंटरनेशनल स्पेस सेंटर पर खतरा पैदा हो गया है।' नासा के इस बयान पर डीआरडीओ की तरफ से कहा गया कि यह परीक्षण मलबे को ध्यान में रखते हुए किया गया है और 45 दिनों में यह मलबा अंतरिक्ष से क्षरित होकर धरती पर गिर जाएगा। साथ ही डीआरडीओ ने यह भी कहा कि चीन के दो परीक्षणों का मलबा अभी भी अंतरिक्ष में बह रहा है। अब सवाल उठता है कि नासा

को 2007 में टेरिबल नहीं लगाए, जब यही परीक्षण चीन ने किया था।

एक भारतीय होने के नाते यह गर्व करने वाली बात है कि एपीजे अब्दुल कलाम द्वीप लॉन्च कॉम्प्लेक्स से डीआरडीओ के बैलिस्टिक मिसाइल डिफेंस इंटरसेप्टर मिसाइल के सहयोग से 'स्वदेशी तकनीक' पर आधारित 'एंटी सैटलाइट मिसाइल' का उपयोग कर पहली बार में ही मिशन शक्ति का सफल परीक्षण हुआ। इस सफल परीक्षण के साथ शत्रु देशों को स्वतः ही संदेश जाता है कि भारत गीदड़ भभकी से डरने वाला नहीं है, और भारत अब पूर्ण रूप से, अंतरिक्ष में भी अपनी पुख्ता सुरक्षा की क्षमता रखता है।

बहरहाल यह तो शुरूआत है, मेक इंडिया की, समृद्ध भारत की, सशक्त भारत की, सुरक्षित भारत की और आधुनिक तकनीक के साथ चलने वाले भारत की। यही तो परिकल्पना है नए भारत की।

लेखक युवा पत्रकार एवं मीडिया जनसंचार के विद्यार्थी हैं।



विज्ञापनों का चुनावी गणित

□ अखिल शर्मा

सच्चाइयों का संसार अब एक हद तक विज्ञापनों द्वारा रचा जा रहा है। आज के दौर में स्थिति ये बनती जा रही है कि सच वही है जिसे विज्ञापन में जगह मिल जाए। चुनाव की किसी भी प्रक्रिया पर ऐ भले ही वह सामान के चुनाव से जुड़ी हो या उम्मीदवार के चुनाव से जुड़ी होए विज्ञापनों का असर साफ-साफ देखा जा सकता है। चुनावी विज्ञापनों की मदद से आम नागरिक को प्रभावित करने की ओर उसे अपनी ओर ढालने की भरपूर कोशिशें हर चुनाव में सभी दलों द्वारा की ही जाती है।

2019 में पूरा देश ही चुनाव की एक

राजनीतिक प्रक्रिया से गुजर रहा है। राजनीतिक दल जमीन पर भाग-दौड़ तो कर ही रहे हैं, विज्ञापनों की दुनिया में भी हलचल कुछ कम नहीं है। लाउडस्पीकर के जरिए गली-गली प्रचार करने की प्रवृत्ति जरूर कम हुई है, लेकिन मीडिया में नए तरीके से नए संदेशों को नई पीढ़ी तक पहुंचाने की जोर-आजमाइश बढ़ गई है।

कंटेट से लेकर विज्ञापन पर आने वाले खर्च व प्लेटफॉर्म तक खूब रिसर्च की जा रही है, ताकि हर विज्ञापन अपने साथ एक गहरा संदेश लेकर जाए और मतदाताओं को अपनी

तरफ आकर्षित करे। एक आकर्षित विज्ञापन के जरिए मतदाता यह तय कर सकते हैं कि उन्हें वोट कौन-सी पार्टी को देना है। विज्ञापनों का चुनाव में होना एक बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है और अब यह बात सभी राजनीतिक दल अच्छे से जान चुके हैं इसलिए विज्ञापन भारतीय चुनाव का एक प्रमुख अंग माना जा रहा है।

भारत में चुनावी विज्ञापनों पर काफी खर्च होता है, विभिन्न दल अपनी ब्रांडिंग के लिए चुनाव में विज्ञापन के जरिए अपनी पैठ जमाने में लगे हैं। जिस पर बहुत पैसा खर्च किया जा रहा है। आज मीडिया में सोशल मीडिया



प्लेटफॉर्म को सबसे बड़ा हथियार माना जाता है, भारत में सोशल मीडिया का उपयोग आधे से ज्यादा आबादी कर रही है। सोशल मीडिया पर चुनाव प्रचार के अपने मायने हैं। यह मद्देनजर रखते हुए सभी पार्टियां सोशल मीडिया जैसे बड़े प्लेटफॉर्म का भरपूर इस्तेमाल कर रही है।

इस बार फेसबुक पर विज्ञापन खपत 8.38 करोड़ रुपये तक पहुंच गई है। जिसमें सत्तारूढ़ पार्टी और उसके समर्थन करने वालों की संख्या सबसे अधिक है।

फेसबुक जैसे प्लेटफॉर्म का सभी पार्टियों द्वारा अच्छा प्रयोग करने परए फेसबुक एड लाइब्रेरी रिपोर्ट के अनुसार फरवरी से 16 मार्च 2019 तक राजनीतिक विज्ञापन की संख्या 34,048 रही, जिस पर 6.88 करोड़ रुपये तक खर्च किया गया। यही संख्या 23 मार्च 2019 तक बढ़कर 41,514 हो गई, जिससे फेसबुक विज्ञापन खर्च 8.38 करोड़ तक पहुंच गया। इस फेसबुक रिपोर्ट के अनुसार एक सप्ताह में भारत में फेसबुक पर राजनीति और राष्ट्रीय

सुरक्षा के मुद्दों से जुड़े विज्ञापनों की संख्या 7,400 से अधिक बढ़ी है। भाजपा ने 2014 में सोशल मीडिया का भरपूर इस्तेमाल किया था। भारतीय जनता पार्टी के चुनाव में सफलता के बाद अन्य दलों को भी सोशल मीडिया की ताकत का अन्दाजा हो गया है। जिससे सोशल मीडिया की भूमिका इस बार के चुनाव में और भी अधिक हो जाती है। इसी कारण सभी पार्टियों द्वारा सोशल मीडिया का भरपूर इस्तेमाल हो रहा है।

गूगल की एक रिपोर्ट के आकंड़ों के अनुसार फरवरी तक भारत की सभी चुनावी पार्टियों द्वारा 13,448 विज्ञापन गूगल को दिए गए, जिसमें 22,38,52,750 रुपये तक का खर्च चुनाव ब्रॉडिंग के लिए किया गया है। गूगल ट्रांसपरेंसी रिपोर्ट के अनुसार भारतीय जनता पार्टी द्वारा फरवरी 2019 तक चुनाव के लिए 11,61,94,250 रुपये विज्ञापन प्रचार पर खर्च किए गये। वहीं कांग्रेस पार्टी द्वारा 6,78,7,500 रुपये विज्ञापन पर खर्च किए गये। द्रविड़ मुन्नेर कड़गम पार्टी 'डीएमके'

द्वारा चुनाव प्रचार के लिए 4,10,07,000 रुपये तक खर्चा किया गया। युवजन श्रमिक रायथू 'वाईएसआर' कांग्रेस पार्टी द्वारा भी 2,31,45,500 रुपये तक खर्च किया गया है। इसके अलावा अन्य सभी पार्टियों द्वारा चुनाव प्रचार हेतु काफी खर्च किया गया है।

डिजिटल और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म की बढ़ती लोकप्रियता के साथ मतदाताओं से जुड़ाव रखता है।

इस बार के चुनाव में लगभग 400 करोड़ रुपये तक का खर्च आउटडोर विज्ञापनों पर किया गया है, इसलिए यह भी नकारा नहीं जा सकता है कि राजनीतिक पार्टियों के लिए चुनाव प्रचार के लिए हमेशा से एक और माध्यम, आउटडोर विज्ञापन भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

अब देखना यह है कि किस पार्टी की विज्ञापन रणनीति कितनी असरदार होती है एवं किसकी नैया चुनावी विज्ञापनों की मदद से पार लगती है और किसकी डूबती है।

लेखक मीडिया एवं जनसंचार के विद्यार्थी हैं।



कहीं पर मोगती, कहीं पर पुणी

इस हमले को अंजाम देने वाले आत्मघाती आतंकी संपन्न पारिवारिक पृष्ठभूमि के पढ़े-लिखे लड़के थे, इसमें से एक आस्ट्रेलिया में भी रह चुका था। घटना को श्रीलंका के मसाला कारोबारी के दो बेटों समेत नौ आत्मघाती हमलावरों ने अंजाम दिया था, जिसमें एक महिला आतंकी भी शामिल थी...

□ मुकेश कुमार सिंह

21 अप्रैल को हुए 8 सिलसिलेवार आतंकी बम धमाकों में 253 लोगों की मौत हो गई, जबकि 500 सौ से ज्यादा लोग घायल हुए। इस आतंकी हमले से, अतिवादी संगठन लिट्टे के खात्मे के बाद शांति और स्थिरता की ओर बढ़ रहे श्रीलंका की उम्मीदों को गहरा झटका लगा है। आतंकियों ने कोलंबो के सेंट एंथनी चर्च और पश्चिम तटीय शहर नेगोंबे के सेंट सेबेस्टियन चर्च को अपना पहला निशाना बनाया। इसके बाद कोलंबो के तीन होटलों और बट्टीकलोआ के एक चर्च में धमाका हुआ। दो बम धमाके कोलंबो के चिडियाघर के पास हुए।

आतंकियों के निशाने पर भारतीय उच्चायोग भी था, परन्तु उच्च स्तरीय सुरक्षा व्यवस्था होने के कारण वे असफल रहे। यह आतंकी हमला श्रीलंका के लिए एक बड़ी त्रासदी तो है ही, भारत के लिए भी एक

गंभीर चुनौती है। श्रीलंका को दहलाने वाले आतंकी हमले से भारत का चिंतित होना भी स्वाभाविक है। इसके दो प्रमुख कारण हैं। पहला यह कि हमला एक ऐसे पड़ोसी देश में हुआ है, जहां हमारे गहरे हित निहित है। दूसरा कि हमले को अंजाम देने वाले मुस्लिम कट्टरपंथी संगठन नेशनल तौहीद जमात (एनटीजे) का संबंध पूर्व में तमिलनाडु से जुड़े होने का अंदेशा है। इस संगठन के सरगना का तमिलनाडु में आना-जाना था और उसे दक्षिण भारत से बड़ी मात्रा में आर्थिक सहायता मिलती रही।

इस हमले को अंजाम देने वाले आत्मघाती आतंकी संपन्न पारिवारिक पृष्ठभूमि के पढ़े-लिखे लड़के थे, इसमें से एक आस्ट्रेलिया में भी रह चुका था। घटना को श्रीलंका के मसाला कारोबारी के दो बेटों समेत नौ आत्मघाती हमलावरों ने अंजाम दिया था, जिसमें एक महिला आतंकी भी शामिल थी। हालांकि इस सिलसिलेवार आतंकी हमले की



**श्रीलंकाई रक्षा राज्य मंत्री
रुवान विजयवर्धने ने संसद में
कहा कि यह वीभत्स आतंकी
हमला न्यूजीलैंड स्थित
क्राइस्टचर्च में मस्जिद पर हुए
आतंकी हमले की प्रतिक्रिया हो
सकता है। 15 मार्च, 2019 को
न्यूजीलैंड में एक ईसाई सिरफिरे
ने क्राइस्टचर्च की मस्जिद में
49 नमाजियों को गोली मार
कर हत्या कर दी थी...**

जिमेदारी कुख्यात कट्टरपंथी इस्लामी आतंकी संगठन आइएस ने ली है। उसने ट्वीट कर काले कपड़े पहने हुए आठ आतंकियों की तस्वीर जारी की है, तस्वीर में उनकी पहचान अबु उबैदा, अबु अल-मुख्तार, अबु खलील, अबु हमजा, अबु अल-बारा, अबु मोहम्मद और अबु अब्दुल्ला के रूप में हुई है। हमले को अंजाम देने वाले आतंकी संगठन का सरगना मोहम्मद जहरान पांच सितारा होटल शंगरी-ला विस्फोट में मारा गया।

श्रीलंकाई रक्षा राज्य मंत्री रुवान विजयवर्धने ने संसद में कहा कि यह वीभत्स आतंकी हमला न्यूजीलैंड स्थित क्राइस्टचर्च में मस्जिद पर हुए आतंकी हमले की प्रतिक्रिया हो सकता है। 15 मार्च, 2019 को न्यूजीलैंड में एक ईसाई सिरफिरे

ने क्राइस्टचर्च की मस्जिद में 49 नमाजियों को गोली मार कर हत्या कर दी थी। आइएस और उसके समर्थित आतंकियों ने ईसाईयों पर हमले कर अंतरराष्ट्रीय समुदाय और खास तौर से पश्चिमी देशों को अपनी उपस्थिति का संदेश दिया है। श्रीलंका के राष्ट्रपति मैत्रीपाल सिरिसेन ने हमले के लिए जिम्मेदार आइएस से संबंधित नेशनल तौहीद जमात (एनटीजेड्स और जमातेई मिलातू इब्राहिम 'जेएमआइ') पर प्रतिबंध लगा दिया है। आतंकी हमले के एक सप्ताह बाद श्रीलंकाई राष्ट्रपति सिरिसेना ने ऐसे सभी तरह के परिधानों पर रोक लगा दी, जिससे किसी व्यक्ति के पहचान में परेशानी होती है। सरकार के इस फैसले का असर बुर्का और नकाब पहनने वाली महिलाओं पर भी पड़ेगा।

श्रीलंका में हुआ आतंकी हमला अत्यधिक दुःखदायी है, लेकिन उससे भी ज्यादा निंदनीय है उसे लेकर फैलाया जा रहा दुष्प्रचार। वैश्विक मीडिया और बुद्धिजीवियों का एक वर्ग इसे क्राइस्टचर्च मस्जिद पर हुए आतंकी हमले की प्रतिक्रिया बताया है। जबकि सच तो यह है कि विश्व में एक वर्ग ऐसा है जो इस हमले को प्रतिरोध की कार्रवाई बताकर मज़हबी आतंकवाद के मुख्य मुद्दे को भटकाना चाहते हैं। इसी तरह एक भारतीय वामपंथी ने श्रीलंका बम ब्लास्ट्स को लेकर किए गए ट्रीटमेंट 'बौद्ध कट्टरवाद' को हाइलाइट करते हुए कहा कि भले ही इसमें उनका हाथ हो या न होए ये ब्लास्ट मालेगांव की तरह हैं। भारतीय मीडिया और तथाकथित बुद्धिजीवियों के एक वर्ग ने इस ब्लास्ट में सिंहलियों और तमिलों का हाथ

न्यूजीलैंड की मस्जिद पर हमला कर दिल दहला देने वाले आतंकी हमले की दुनिया भर के मुसलमानों ने कड़ी निंदा की। भारत में भी कई स्थानों पर इस हमले में मारे गए लोगों के लिए शोक सभाएं आयोजित की गई। एम्यू में केंडल मार्च निकाला गया...

बताया, लेकिन जैसे ही आतंकी संगठन आइएस ने इस हमले की जिम्मेदारी ली, वे गायब हो गए। मीडिया ने इस हमले में हिन्दुओं और बौद्धों को आतंकी साबित करने की कोशिश की। कुछ न्यूज चैनलों की डिबेट में लिवरल किस्म के पत्रकारों ने श्रीलंका आतंकी हमले को मुस्लिमों पर हो रहे कथित अत्याचार का परिणाम बताया। इस हमले को मीडिया के एक धड़े ने एक नया विकृत विमर्श के रूप में स्थापित करने का प्रयास किया। पुलवामा में आतंकी हमले पर एक अखबार ने लिखा था कि एक स्थानीय लड़के ने घटना को अंजाम दिया और भारत है कि पाकिस्तान पर आरोप लगा रहा है। इसी तरह एनडीटीवी की वेबसाइट में काम करने वाले पत्रकार ने फेसबुक पर

आपत्तिजनक टिप्पणी की थी।

न्यूजीलैंड की मस्जिद पर हमला कर दिल दहला देने वाले आतंकी हमले की दुनिया भर के मुसलमानों ने कड़ी निंदा की। भारत में भी कई स्थानों पर इस हमले में मारे गए लोगों के लिए शोक सभाएं आयोजित की गई। एम्यू में केंडल मार्च निकाला गया। लेकिन जिस तरह से न्यूजीलैंड में मरने वालों के लिए शोक सभाओं का सिलसिला भारतीय मुसलमानों एवं तथाकथित सेकुलर बुद्धिजीवियों में दिखाए, वह कोलंबो हमले के बाद नहीं दिखा। दुनिया के किसी भी हिस्से में मुसलमानों के साथ हो रही छोटी-छोटी घटनाओं पर भी कुछ भारतीय काफी संवेदनशील होते हैं। लेकिन मुसलमानों द्वारा दूसरे धर्म के लोगों पर किए जा रहे हमले पर शांत रहते हैं। श्रीलंका में आतंकियों द्वारा की जा रही हत्याओं पर ओढ़ी गई खामोशी, कहीं आतंक और हत्या का मौन समर्थन तो नहीं करती है।



हमेशा से ही अपने विडियो कंटेंट को लेकर विवादों और सवालों के घेरे में रहने वाली ऐप टिकटॉक को 17 अप्रैल को भारत में प्रतिबंधित किया गया था। मद्रास हाई कोर्ट ने इसे इसलिए बैन करने को कहा था क्योंकि माननीय न्यायालय को लगा कि यह ऐप पॉर्नोग्राफी और यौन हिंसा को बढ़ावा दे रही थी। इसके बाद भारत में यह ऐप प्रतिबंधित कर दी गई थी यानी इसे नये यूजर्स डाउनलोड नहीं कर पा रहे थे। ऐपल ऐप स्टोर और गूगल प्ले स्टोर से इस ऐप को हटा लिया गया था। हालांकि 24 अप्रैल को टिकटॉक ऐप पर लगा बैन मद्रास हाई कोर्ट ने हटा लिया।

टिकटॉक एक चीनी ऐप है और इसकी पेरेंट कंपनी बाइट डांस है। बाइट डांस चीन की स्टार्टअप है और यह दुनिया के सबसे ज्यादा वैल्यू वाले स्टार्टअप में से एक है। इस ऐप को ब्लॉक करने के पीछे कई कारण गिनाए जा रहे थे। रिपोर्ट के मुताबिक टिकटॉक वीडियो बनाने के क्रम में एक कॉलेज स्टूडेंट की मौत हो गई थी। इस दौरान बाइक पर कुछ दोस्तों के साथ टिकटॉक वीडियो बनाया जा रहा था और उसी दौरान ऐक्सिडेंट हो गया। दूसरा यह कि चेन्नई के 24 साल के एक युवक ने कथित तौर पर टिकटॉक यूजर्स की मानसिक प्रताड़ना के बाद आत्महत्या कर ली, क्योंकि उसने महिलाओं के कपड़े पहन कर वीडियो बनाए थे। इसके बाद मद्रास हाई कोर्ट में टिकटॉक बैन करने के लिए याचिका दाखिल की गई थी। इसमें यह भी कहा गया था कि इस ऐप पर हमारी संस्कृति को अपमानित किया जा रहा है। साथ ही अनुचित कंटेंट को प्रोत्साहित किया जा रहा है। यह बच्चों पर गलत असर

टिकटॉक से हटा प्रतिबंध

डालता है।

हालांकि टिकटॉक ने अपने बचाव में 60 लाख वीडियोज हटाने का दावा किया ए जो इस ऐप के कम्यूनिटी गाइडलाइन का उल्लंघन कर रहे थे। इसके साथ ही कंपनी ने कॉमेन्ट्स में फिल्टर्स लगाने शुरू किए ताकि अनचाहे कॉमेन्ट्स न आ सकें।

दूसरी तरफ इस कदम से यह दलील भी पुख्ता होती है कि ऐप पर नकारात्मक सामग्री परोसी जा रही थी। इसके बाद यह मामला सुप्रीम कोर्ट में गया, लेकिन सुप्रीम कोर्ट ने भी इस पर से बैन हटाने से मना कर दिया। दलील यह दी गई है कि अभी यह परमानेंट नहीं है, क्योंकि मामला हाई कोर्ट में चल रहा है। हालांकि इसके बाद 17 अप्रैल को

टिकटॉक एक लोकप्रिय वीडियो क्रिएटिंग और शेयरिंग ऐप है। इस सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म पर यूजर्स 15 सेकेंड के वीडियो अपलोड कर सकते हैं। यूजर्स अपने वीडियो में म्यूजिक क्लिप्स या साउंड्स जोड़ सकते हैं, साथ ही पॉपुलर टीवी शो और फिल्मों के डायलॉग्स पर लिपसिंग भी कर सकते हैं।

टिकटॉक ऐप में भी कटए ट्रिम और डुप्लीकेट जैसे एडिटिंग टूल्स के अलावा कई इफेक्ट्स भी देता है। टिकटॉक से पहले भारत में पैरंट कंपनी बाइट डांस की ओर से म्यूसिकली ऐप लॉन्च किया गया था। जहां भारत जैसे देशों में म्यूजिकली ऐप पॉपुलर था, वहीं टिकटॉक का भी अपना ग्लोबल यूजरबेस था। सेंसर टावर की एक रिपोर्ट के मुताबिक, टिकटॉक ऐप के हाल ही में एंड्रॉयड और आईओएस पर मिलाकर 1 अरब से ज्यादा डाउनलोड्स हो गए, जो अपने आप में एक रिकॉर्ड है। इससे पहले 2018 में भी टिकटॉक सबसे ज्यादा डाउनलोड किए

गए ऐप्स में से था और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म फेसबुक के ऐप को बाद दूसरे नंबर पर रहा था। 2018 में टिकटॉक को जहां 66.3 करोड़ बार डाउनलोड किया गया, वहीं फेसबुक के 71.1 करोड़ डाउनलोड्स थे। टिकटॉक के ग्लोबल डाउनलोड्स का करीब 25 प्रतिशत भारत के यूजर्स हैं। एप्नआई के मुताबिक ऐप्स में इस ऐप का यूजरबेस भारत में करीब 25 करोड़ है। पिछले साल जुलाई में इंडोनेशिया की अथॉरिटीज की ओर से टिकटॉक ऐप पर बैन लगाया गया था। रॉयटर्स की रिपोर्ट के मुताबिक इंडोनेशिया में इसके बैन की वजह पॉर्नोग्राफी और अश्लील कंटेंट को बढ़ावा देना बताई गई। यूएस में भी टिकटॉक को आलोचना का सामना करना पड़ा और ऐप पर युवा लड़कियों को भद्दे कॉमेन्ट्स के लिए एक्सपोज करने का आरोप लगा।

बताते चलें कि हाल ही में भारत में पब्जी मोबाइल को भी प्रतिबंधित करने की करने की मुहिम छिड़ी हुई थी। यहां तक कि इस गेम के गुजरात के कई हिस्सों में खेलने में भी पाबंदी लगा दी गई थी। एक मीडिया रिपोर्ट का दावा है कि राजकोट पुलिस ने गूगल से प्ले स्टोर से पब्जी मोबाइल को हटाने की लिखित में गुजारिश की है।

इस प्रतिबंध को केवल राजकोट सिटी तक सीमित रखने की बात कही गई है। इसके अलावा कुछ समय पहले राजकोट पुलिस ने एक ऑर्डर जारी किया था, जिसमें यह लिखा था कि पब्जी गेम खेलने वाले लोगों पर कानूनी कार्यवाही होगी और यहां तक कि उन्हें जेल भी जाना पड़ सकता है। इसके बाद पुलिस ने करीब 12 बच्चों को गेम को खेलते हुए पकड़ा भी था और उनके ऊपर केस भी दर्ज किया गया था। एक अनुमान के अनुसार भारत में पब्जी के करीब 120 मिलियन उपयोगकर्ता हैं।

प्लेयर अननोन बैटलग्राउंड यानी पब्जी इस वक्त दुनिया का सबसे फेमस ऑनलाइन

मल्टीप्लेयर गेम बन गया है और यह युवाओं के बीच तेजी से लोकप्रिय हो रहा है। बच्चों और युवाओं के बीच इस ऑनलाइन गेम का क्रेज इस कद्र बढ़ गया है कि इसे खेलने वालों में इस गेम की ऐसी लत लग जाती है कि उनका मानसिक और शारीरिक विकास प्रभावित होने लगता है। पब्जी मोबाइल गेम की वजह से होने वाली सामान्य परेशानियां नींद की कमी या नींद से जुड़ी परेशानी,

असल जिंदगी से दूरी, स्कूल-कॉलेज से लगातार ऐब्सेंट रहना, जरूरत से ज्यादा गुस्सा दिखाना, स्कूल-कॉलेज की ग्रेड्स और परफॉर्मेंस में लगातार गिरावट आदि हैं। नेशनल इंस्टिट्यूट ऑफ मेंटल हेल्थ एंड न्यूरो साइंस में 120 से ज्यादा मामले दर्ज किए गए, जिनमें बच्चों के मेंटल हेल्थ पर पब्जी गेम का विपरीत प्रभाव देखा गया। पब्जी गेम दुनिया भर के कई प्लेयर्स के साथ खेला जाता

है और सबके टाइम जोन अलग-अलग होते हैं, जिस वजह से भारत में इस गेम को खेलने वाले ज्यादातर लोग रात में 3-4 बजे तक जगकर यह गेम खेलते रहते हैं। इस वजह से उन्हें सिर्फ नींद ही नहीं, बल्कि स्वास्थ्य से जुड़ी दूसरी कई समस्याएं भी शुरू हो जाती हैं। ऐसे में टिकटॉक पर प्रतिबंध के बाद अंदेशा है कि पब्जी का मामला भी न्यायालय तक पहुंच सकता है।

फेसबुक पर मोदी नंबर एक

भारत में डिजिटल इंडिया कार्यक्रम के जरिए ऑनलाइन मंच के आधार को विस्तृत बनाने वाले प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी की खुद की लोकप्रियता लगातार बढ़ रही। प्रमुख वैश्विक संचार एंजेसी बीसीडब्ल्यू 'बर्सन कोहन एंड वोल्फ' द्वारा तैयार ट्वीप्लोमेसी के वार्षिक शोध 2019 वर्ल्ड लीडर ऑन फेसबुक के अनुसार फेसबुक पर प्रधानमंत्री मोदी विश्व के सबसे लोकप्रिय नेता बने हुए हैं।

उनके निजी फेसबुक पेज पर 4 करोड़ 35 लाख से अधिक लाइक हैं, जबकि उनके सरकारी पेज पर 1 करोड़ 37 लाख लाइक हैं। इस तरह प्रधानमंत्री फेसबुक पेज पर लाइक के मामले में अमेरिकी राष्ट्रपति डोनाल्ड ट्रंप से भी ज्यादा लोकप्रिय हैं। अमेरिका के राष्ट्रपति डोनाल्ड ट्रंप 2.3 करोड़ लाइक्स के साथ जहां दूसरे स्थान पर हैं, वहीं जॉर्डन की रानी राएना 1.69 करोड़

लाइक्स के साथ तीसरे स्थान पर हैं।

फेसबुक एल्गोरिदम के हालिया बदलाव के बाद विश्व के कई नेता फेसबुक विज्ञापन के जरिए अपने पोस्ट और पेजों का प्रचार कर रहे हैं। फेसबुक एड लाइब्रेरी के अनुसार मार्च 2019 में 50 फेसबुक पेजों पर विज्ञापन चलाए जा रहे थे। फेसबुक के क्राउडट्रैनिंग टूल के आंकड़ों के आधार पर हुए शोध में 962 फेसबुक पेजों का आकलन किया गया। ये पेज राष्ट्र प्रमुखों और विदेश मंत्रियों के थे।

इसी रिपोर्ट के मुताबिक इस साल 1 जनवरी को अपना कार्यभार संभालने वाले ब्राजील के नए राष्ट्रपति जेयर बोल्सोनारो फेसबुक पर सबसे अधिक सक्रिय रहने वाले नेता हैं। उनके फेसबुक पेज पर करीब 14.5 करोड़ बार इंट्रैक्शन पंजीकृत किया गया है, जो कि अमेरिकी राष्ट्रपति के 8.4 करोड़ का लगभग दोगुना है।

इसके अलावा पीएम मोदी के इंस्टाग्राम पर एक करोड़ 48 लाख फॉलोअर्स के साथ विश्व के सबसे लोकप्रिय नेता बन गए हैं। ऑनलाइन प्लेटफार्म ट्रिव्हप्लोमेसी द्वारा जारी सूची के मुताबिक, इंडोनेशियाई राष्ट्रपति जोको विडोडो 1 करोड़ 20 लाख फॉलोअर्स के साथ मोदी के बाद दूसरे नंबर पर और एक करोड़ फॉलोअर्स के साथ अमेरिका के

राष्ट्रपति डोनाल्ड ट्रंप तीसरे पायदान पर हैं। वहीं, भारतीय क्रिकेट टीम के कप्तान विराट कोहली एवं उनकी पत्नी अभिनेत्री अनुष्ठा शर्मा के साथ प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी की तस्वीर किसी नेता द्वारा पोस्ट की गई दुनिया की सबसे पसंदीदा तस्वीर बन गई है। इस फोटो को 18,34,707 लाइक मिले हैं। विश्व आर्थिक मंच 2018 से पहले बर्फाले दावों में बस स्टॉप पर खड़े मोदी की तस्वीर को 16,35,978 लोगों ने पसंद किया है और यह विश्व की दूसरी सबसे पसंदीदा फोटो बन गई है।

सोशल मीडिया के दूसरे मंचों पर मोदी ने अपनी प्रभावी उपस्थिति दर्ज करवाई है। गूगल प्ले स्टोर से नरेन्द्र मोदी ऐप डाउनलोड करने वालों की संख्या एक करोड़ से ज्यादा हो गई है। यह आम लोगों के साथ संवाद का एक बड़ा और अहम मंच है। प्रधानमंत्री मोदी इस ऐप के जरिए देशवासियों के साथ सीधा संवाद करते हैं। ट्रिव्हटर पर पीएम मोदी ने फॉलोअर्स की संख्या 46.8 मिलियन यानी 4 करोड़ 68 लाख पार कर गई है। लिंक्डइन पर प्रधानमंत्री मोदी के 28 लाख 45 हजार फॉलोअर हैं। प्रधानमंत्री मोदी के यू-ट्यूब चैनल के सब्सक्राइबरों की संख्या 21 लाख के पार पहुंच गई है।

वैश्विक समाचार संस्थान अभिव्यक्ति की आजादी की पहल के तहत दुनिया भर के उन पत्रकारों की सूची जारी करेंगे जो अपने काम के दौरान खतरे का सामना करते हैं। सऊदी पत्रकार जमाल खशोगी की हत्या के बाद से दुनिया भर के समाचार संस्थान पत्रकारों पर मंडरा रहे खतरों के प्रति सरकंक हुए हैं। सूची जारी करने वाले इन समाचार संस्थानों में अमेरिकी एजेंसी असोसिएटिड प्रेसए ब्रिटिश अखबार फाइनैशल टाइम्स और ब्रिटिश एजेंसी रॉयटर्स भी शामिल हैं। बन फ्री प्रेस को-अलिशन के सदस्यों के मुताबिक हर महीने ऐसे पत्रकारों की '10 सबसे जरूरी' के अंतर्गत

सूची जारी की जाएगी, जिन्हें अपने काम को लेकर धमकी मिली है, जेल में डाला गया है या फिर हमला किया गया है। पत्रकारों की पहली सूची में वॉशिंगटन पोस्ट के लिए काम करने वाले पत्रकार जमाल खशोगी का नाम भी शामिल है।

पिछले वर्ष अक्टूबर में इस्ताम्बुल स्थित सऊदी वाणिज्य दूतावास के भीतर खशोगी की हत्या की गई थी। अमेरिका में रहते हुए वॉशिंगटन पोस्ट के लिए काम करने वाले खशोगी की अक्टूबर में इस्ताम्बुल स्थित सऊदी अरब के वाणिज्य दूतावास में हत्या कर दी गई थी। वहां वह अपनी शादी को लेकर दस्तावेज संबंधी औपचारिकता पूरी करने के लिए गए थे। खशोगी की मौत पर सऊदी अरब को लेकर ट्रंप के रुख पर पूरे राजनीतिक खेमे में आक्रोश देखने को मिला था। खशोगी सऊदी अरब के शाह के उत्तराधिकारी राजकुमार की अपने लेख में कड़ी आलोचना करते रहे थे। तुर्की के अधिकारी इस हत्या की अंतर्राष्ट्रीय जांच की मांग करते रहे हैं और इस सिलसिले में सहयोग न करने के लिए सऊदी सरकार को

खतरा झेल रहे पत्रकारों की सूची जारी करेंगे वैश्विक समाचार संस्थान

दोषी बताते रहे हैं। इस बीच सउदी अरब ने इस मामले में राजकुमार के कुछ साथियों सहित 11 लोगों को अभियुक्त बनाया है। इन अभियुक्तों में से पांच के खिलाफ, उसने मृत्युदंड की सिफारिश की है। गौरतलब है कि मूलतः सऊदी अरब के रहने वाले जमाल खशोगी ने अमेरिका से पढ़ाई की थी। 80 के दशक में उन्होंने जर्नलिज्म की शुरुआत की।

अफगानिस्तान और रूस के युद्ध को उन्होंने कवर किया था। उन्होंने लंबे चले इस युद्ध को सउदी गजेट के लिए कवर किया। 1990 में अल्जीरिया वॉर की रिपोर्टिंग के लिए लिए वह मिडिल ईस्ट भी गए। अल कायदा के बनने से पहले ही उन्होंने ओसामा बिन लादेन का इंटरव्यू लिया था। खाशोगी सऊदी अरब की रॉयल फैमिली के काफी करीबी रह चुके हैं। इसी कारण उन्हें सरकार का सलाहकार नियुक्त किया गया था। लेकिन उसके बाद उनके संबंध सऊदी सरकार से तब बिगड़े जब उन्होंने यमन और सीरिया में सरकार के कामों की आलोचना की। इसके बाद उन्हें पिछले साल सऊदी

अरब छोड़ना पड़ा था।

इस सूची में खशोगी के अलावा समाचार वेबसाइट रैपलर की संस्थापक मारिया रेसा का नाम भी शामिल है। मारिया को फिलीपींस में गिरफ्तारी का सामना करना पड़ा था और उन्हें कानूनी धमकियां भी मिलीं। फिलीपींस की पत्रकार मारिया रेसा को फरवरी माह में जमानत पर जेल से रिहा किया गया था। मारिया रेसा पर फिलीपींस के राष्ट्रपति रोड्रिगो दुतेर्ते के खिलाफ लेख लिखने का आरोप है। मारिया रेसा एक न्यूज वेबसाइट 'रैपलर' चलाती है। माना जाता है कि उनकी यह वेबसाइट राष्ट्रपति रोड्रिगो दुतेर्ते को लेकर आलोचनात्मक रहती है। मारिया के लेख पर फिलीपींस प्रशासन ने कहा था कि पत्रकार मारिया रेसा के खिलाफ निंदात्मक लेख लिखने का आरोप लगाएंगे, जिसमें 12 साल तक की जेल हो सकती है। फिलीपींस की विवादित साइबर अपराध कानून के तहत ऑनलाइन निंदात्मक लेख लिखना को दंडात्मक माना जाता है। अपनी पत्रकारिता के लिए साल 2018 में टाइम मैगजीन की 'पर्सन ऑफ द ईयर' बनीं मारिया ने अपने वेबसाइट के खिलाफ हुई कारवाई की आलोचना करते हुए इसे एक तरह का 'उत्पीड़न' बताया था।

वेबसाइट तब से सरकार के निशाने पर है जब से मारिया ने मादक पदार्थ को लेकर राष्ट्रपति रोड्रिगो दुतेर्ते की कारवाई की आलोचना में खबरें प्रकाशित की थीं। राष्ट्रपति की इस कारवाई से साल 2016 से लेकर अब तक हजारों लोगों की मौत हो चुकी है।

बताते चलें कि मार्च माह के अंत में एक बार फिर से मारिया रेसा को मनीला के एक हवाई अड्डे से हिरासत में लिया गया था।

सजा भुगत रहे दो पत्रकारों को पुलिजर पुरस्कार

राष्ट्रीय कानूनों का उल्लंघन करते हुए म्यांमार के रखाइन प्रान्त में रोहिंग्या मसले की अंतर्राष्ट्रीय रिपोर्टिंग करने वाले और रिपोर्ट्स के खुलासे करने पर कारावास में बंद रॉयटर्स के दो पत्रकारों को पत्रकारिता का पुलिजर पुरस्कार दिया गया है। दोनों पत्रकारों को म्यांमार के विभागों ने राष्ट्र के ऑफिशल सीक्रेट एक्ट को तोड़ने के आरोप में गिरफ्तार किया था। म्यांमार की एक अदालत ने वहाँ के गोपनीयता संबंधी कानून के उल्लंघन के आरोप में दोनों पत्रकारों को सात साल की सजा सुनाई है। यांगून की अदालत में दोनों पत्रकारों पर फैसले सुनाते हुए जज ये लिव्न ने कहा था कि दोनों ही पत्रकार राष्ट्र को नुकसान पहुंचाने की मंशा से काम कर रहे थे। इस तरह ये दोनों ही पत्रकार राष्ट्रीय गोपनीयता कानून के तहत दोषी पाए जाते हैं। ये दोनों पत्रकार अंतरराष्ट्रीय न्यूज एजेंसी रॉयटर्स के लिए काम करते हैं। इन दोनों के नाम वा लोन (32) और क्यों सो ओ (28) हैं।

इन्होंने गोपनीयता कानून का उल्लंघन करते हुए गुप्त दस्तावेज हासिल किए थे। अगस्त 2017 में रोहिंग्या मसले को कवर करने के लिए रॉयटर्स ने क्याव को पत्रकार के तौर पर नियुक्त किया था। इससे पूर्व पत्रकार सिद्धूवे में डिवेलपमेंट मीडिया ग्रुप के साथ कार्य करता था। वहीं वा लोन को साल 2014 में म्यांमार टाइम्स जॉइन किया था और साल 2016 में उसे रायटर्स ने रखा था। जब दोनों पत्रकारों को म्यांमार के कानूनों का उल्लंघन करने के दोष में हिरासत में लिया गया था और बाद में दोष साबित होने पर उन्हें कानूनी प्रावधानों के मुताबिक सात साल की सजा सुनाई गई थी, तो उसके साथ ही एक बहस छिड़ पड़ी थी। बहस का केंद्रीय बिंदु था कि क्या यह कार्रवाई उचित है या अनुचित। इस पूरी बहस में दो तर्क निकलकर सामने आए। पहला यह कि पत्रकारों पर की जा रही यह कार्रवाई अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के

खिलाफ मानी जाएगी। बहस में शरीक दूसरे पक्ष का तर्क था कि अभिव्यक्ति की आजादी तो ठीक है, लेकिन उससे भी पहले देश की संप्रभुता एवं अखंडता आते हैं और इनके साथ किसी भी कीमत पर समझौता नहीं किया जा सकता। लेकिन हाल ही के एक घटनाक्रम से बहस के विषय ही बदल गए हैं। जब जेल में बंद पत्रकारों को पुलिजर जैसे पुरस्कारों से सम्मानित किया जा रहा है तो इसके लिए चयन की पूरी प्रक्रिया ही सवालों के घेरे में है। सवाल किया जा रहा है कि क्या गैर मुस्लिम या ईसाई समुदाय जब अपने हितों की रक्षा में खड़ा होता है, तो उनको चुनौती देने वालों को इस कद्र सम्मानित करना क्या जायज है। सभ्यताओं के स्तर पर जारी संघर्ष में ऐसे धूर्त कदम अपेक्षित ही हैं, लेकिन गैर ईसाई और गैर-मुस्लिम समुदायों को इन षड्यंत्रों को समझते हुए इनकी काट निकालना जरूरी है।

— संकलन, रविंद्र सिंह भड़वाल