

SOCIAL PSYCHOLOGY

U.G. (Hons Part -3rd and

(1)

U.G. Semester - 3rd

Dr. Ramendra kumar singh -2

Deptt. of Psychology

Maharaja College, Ara

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 युष्काव का नियोजित तथा क्रमबद्ध उपयोग है, जिसका उद्देश्य उनकी मनोवृत्तियों को नियंत्रित करना तथा व्यवहार को पूर्वनिर्धारित ढंग से प्राप्त करना है।" इसी भाषा की परिभाषा सारजेन्ट (1954) ने भी की है, जो इस प्रकार है:-

"प्रचार लोगों की मनोवृत्तियों तथा मनों 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 प्रचार का युष्काव है, जिसे भाषण, टीवी

पुरस्कृत आदि द्वारा किया जाता है।

2) प्रचार सामान्यता जातसुककर किया जाता है। यानि आपने उपदेशों की पूर्ति के लिये किया जाता है।

3) प्रचार नियोजित या क्रमबद्ध होता है। अधीन योजनावद्ध तरीके से किया जाता है।

4) इसका उद्देश्य मतवृत्तियों, विचारों तथा व्यवहारों को अपने उद्दिष्ट दिशा में परिवर्तित करना है।

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

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

"प्रचार एक तरह की पूर्व निर्धारित योजनावद्ध, प्रयत्न है जिसके द्वारा व्यक्ति या समूह को अपनी स्वार्थ पूर्ति हेतु प्रभावित किया जाता है।"

प्रचार और शिक्षा

प्रचार एवं शिक्षा को लोग एक ही बात समझने की प्रथा भूल कर बैठे हैं। जबकि दोनों अलग-अलग की सम्प्रदाय हैं। यह सत्य है कि दोनों में बहुत सम्बन्ध है। अतः इस पर थोड़ा चर्चा कर 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 मते, मतवृत्तियों एवं विचारों में बदलाव लाने का प्रयास किया जाता है।

अन्तर :- यह परसे ही कहा जा सकता है कि Propaganda एवं Education दोनों अलग-अलग की सम्प्रदाय हैं। अतः दोनों में बहुत

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

(1) दोनों में पहला अन्तर यह है कि प्रचार में प्रचारक की श्रुतिक प्रथात होती है जबकि शिक्षा में शिक्षार्थी का लाभ प्रथात होता है। प्रचारक अपना लाभ प्राप्त करने के लिये प्रचार करता है, जनता के हित का ध्यान नहीं रखता है। दूसरी तरफ शिक्षा से शिक्षार्थी का लाभ पहुँचता है। यानी शिक्षक शिक्षार्थी के हित का ध्यान रखता है।

(2) प्रचार का सम्बन्ध झूठ, भ्रम तथा या हत्या से होता है जबकि शिक्षा का सम्बन्ध सत्य से होता है। प्रचार में गलत सूचना देकर जनता को सन्तुष्ट नहीं जात्रते दिया जाता है, उन्हें लुब्धाया 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 भ्रमित किया जाता है। 'लोगारउस के शब्दों 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 लाता चाहता है। दूसरी तरफ शिक्षा में शिक्षक का अपना स्वार्थ नहीं होता है।

(6) शिक्षा से दान, समाज एवं राष्ट्र को लाभ होता है जबकि प्रचार में से अधिकांश स्थिति में भ्रम फैलता है और समाज, राष्ट्र एवं व्यक्ति विशेष को हानि प्रसार 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 मिले ऐसा जरूरी नहीं है पर शिक्षा में विषय की सही जानकारी ही होती है।

TECHNIQUES OR DEVICES OF PROPAGANDA

प्रचार से तात्पर्य उन

प्रचार की प्रविष्टियों 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 प्रविष्टियों का उल्लेख किया है जो निम्नलिखित हैं:-

(1) नामकरण प्रविष्टि (Name Calling technique):-

ईमानदार

प्रचार की यह लोकप्रिय तकनीक है। इसके माध्यम से प्रचारक अपने नेत्र को बड़ा ही सफ़रात्मक एवं अच्छे नाम से सम्बोधित करता है। उनकी तारीफ़ की कमीदा गढ़ता है और इसके विपरीत विरोधी कलाके नेत्र को Negative नाम देता है जिससे उसकी छवि रक्षक होकर परिणाम स्वरूप जनता में विरोधियों के प्रति प्रतिकूल भावों का जन्म है। अपने को समाज एवं आम जनता का सच्चा सेवक कैशमकर बनाकर अपने लिये उपयुक्त मार्गों का लेना है। जैसे वर्तमान प्रधानमंत्री मोदी को चाय बेचने वाला, गरीबों का भलीभाँति देखभाल करने वाला एवं गरीब बनाकर आम जनता की मताकृति एवं मूल को अपने लक्ष्य जोड़ा गया और विजयवादी खिलाई गई।

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

प्रचार की एक तकनीक है जिसमें प्रचारक अपनी पार्टी के लिये प्रचार करने समय प्रचार सामग्री में अपने को प्रसिद्ध एवं लोकप्रिय तथा सर्वमान्य व्यक्तित्व का सच्चा अनुयायी बनाता है। उनका कर आऊट फ़ोरे, विचार अपनी पार्टी या नेत्र के फ़ोरे के साथ लगाकर प्रचार करता है। जैसे कंग्रेस के लोग महात्मा गाँधी नेहरू से तथा बहुजन समाज पार्टी जेठू अम्बेडकर, काशीराम आदि के नाम पर वोट मांगते हैं। इससे जनता प्रभावित होती है। दुबानदार अपनी दुकान को पुराना, अरोसेमंडर बनाने के लिये 'दादाजी की प्रसिद्ध पुरानी दुकान 1930 से आपकी अरोसे एवं विश्वास में रखा' आदि लिखकर हाँकाते हैं।

नगरीजनित लोग उस दुकान को Original शब्द विश्वसनीय मानकर खरीदारी के लिए जाते हैं।

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

(4) स्थानान्तरण प्रविधि :- प्रचार की यह एक प्राचीन एवं उपयोगी प्रविधि है जिसमें प्रचारक प्रसिद्ध 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, लोकरा आदमी, क्षेत्रीय आदमी, साबित करता है और जनता को अपना नजदीकी संबंधों से जोड़ता है। भोजपुरी, भगडी, मैथिली आदि क्षेत्रीय भाषा एवं कोलियों को प्रयोग में लाता है।

(6) छलप्रपंच प्रविधि (Card stacking technique) :- इस तकनीक में प्रचारक छलप्रपंच का सहारा लेता है। झूठ बोलता है ताकि

आंकड़ा प्रस्तुत कर अपने को या अपने product को प्रोत्साहित करना है। इसमें प्रचारक की क्षमता एवं कौशल का होता जरूरी है ताकि आवश्यक तक लोगों का ध्यान पकड़ने में सक्षम रहे।

(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 समर्थकों की संख्या बढ़ जाती है लोग उसे तेज आ विश्वकामी Personality बना देते हैं। जैसे तेज उठता है कि मुताबक वह जीत रहा है। दूसरे क्षेत्र में सभी उसी की वीर कर रहे हैं। इसलिए आप लोग भी अपना वोट वेंकर मत फेंकिए आदि।

(8) संवेग उत्तेजना प्रविधि :-

प्रचार की यह प्रविधि कुछ अलग प्रकार से काम करती है। इसमें प्रचारक विशेष परिस्थितियों का फायदा उठाता है। अथ, चिंता, भावुकता का भाव उत्पन्न कर देता है और लोगों के समर्थन अपने को कारणों 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 होगी आदि-आदि। इससे मुसलमान अथ एक किंग के मार्शल में जीने लगते हैं और शांतिपूर्ण और पर आपना वोट अपने तथाकथित हिरोपी की दे डालते हैं। जबकि यह सच नहीं है। संवेगात्मक उत्तेजना पैदा कर दोहन या शोषण किया जाता है।

(9) फुसफुसाहट-अभिघात प्रविधि (Whisper Campaign)

इसमें प्रचारक प्रचार सामग्री को गोपनीय बताकर रहस्यमय तरीके से प्रस्तुत करता है। मनुष्य उस गोपनीयता को अपने के लिए उत्सुक हो जाता है। उसी वीन अपने रहस्य आसानी की भोजन किसी के कान में धीरे से रहस्य खोल देता है जो दूसरे favour में होती है। यह कानों कान फैलती है और लोग उन्हें आपना लेते हैं। Product बेचने वाली कंपनी में उतना सहज लेगी है।

(7)

इस प्रकार उक्त बातों 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 लोकतंत्र में अपनी पैठ बनाने का कारगर हथियार है। इसको सशक्त बनाने के लिए कई प्रविधियों का उपयोग में लाया जाता है। इन प्रविधियों का इस्तेमाल समय एवं परिस्थिति के अनुसार करने पर ध्यान करके करना ही प्रोत्सुक होना है।

Rajendra

18.08.2020