

गांधीवादी आंदोलनों में मीडिया और प्रचार की भूमिका

डॉ. सुशील कुमार शर्मा

प्राध्यापक, इतिहास विभाग राजकीय महाविद्यालय, गुढ़ागौड़जी झुंझुनू

सारांश

भारतीय स्वतंत्रता संग्राम के दौरान गांधीवादी आंदोलनों ने न केवल राजनीतिक संघर्ष को नया स्वरूप दिया, बल्कि समाज में नैतिकता, सत्य और अहिंसा की चेतना भी जागृत की। महात्मा गांधी ने सत्याग्रह और अहिंसा के माध्यम से साम्राज्यवाद के विरुद्ध जनजागरण का अभियान चलाया। इस जनआंदोलन की सफलता में मीडिया और प्रचार की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण रही। समाचार पत्रों, पत्रिकाओं, पुस्तिकाओं, भाषणों और पत्राचार के माध्यम से गांधीजी ने न केवल जनता को संगठित किया, बल्कि ब्रिटिश शासन के अत्याचारों को भी उजागर किया। यह शोधपत्र गांधीवादी आंदोलनों में मीडिया की रणनीतिक भूमिका, उसके प्रभाव, और भारतीय समाज में उत्पन्न चेतना का विश्लेषण प्रस्तुत करता है।

मुख्य शब्द: गांधीवाद, मीडिया, प्रचार, स्वतंत्रता संग्राम, सत्याग्रह, अहिंसा।

परिचय

गांधीवादी आंदोलन भारतीय स्वतंत्रता संग्राम का सर्वाधिक नैतिक, मानवीय और जनोन्मुख चरण था। महात्मा गांधी ने जब 1915 में दक्षिण अफ्रीका से भारत लौटकर राजनीतिक जीवन में प्रवेश किया, तब उन्होंने देखा कि भारतीय समाज सामाजिक, आर्थिक और राजनीतिक दृष्टि से विभाजित है। ऐसे में जनजागरण के बिना स्वतंत्रता की परिकल्पना अधूरी थी। गांधीजी ने संचार माध्यमों की शक्ति को समझा और उसे राष्ट्रनिर्माण का साधन बनाया। उन्होंने कहा था — “जनता को संगठित करने के लिए शब्द से अधिक शक्तिशाली कोई माध्यम नहीं।”

इस संदर्भ में मीडिया गांधीवादी आंदोलनों का प्रमुख औजार बना। चाहे *यंग इंडिया*, *हरिजन*, *इंडियन ओपिनियन* जैसी पत्रिकाएँ हों या सार्वजनिक भाषण और जनसभाएँ — गांधीजी ने संचार को आंदोलन की आत्मा बना दिया।

गांधीवाद और जनसंचार का दर्शन

गांधीवादी दर्शन सत्य, अहिंसा, स्वावलंबन और आत्मसंयम पर आधारित था। यह केवल राजनीतिक विचारधारा नहीं थी, बल्कि जीवन का एक नैतिक मार्ग था। गांधीजी का मानना था कि समाज परिवर्तन का पहला कदम है — “विचारों का प्रचार।” उनकी दृष्टि में मीडिया केवल समाचार देने का साधन नहीं था, बल्कि वह नैतिकता और सामाजिक उत्तरदायित्व का माध्यम था। गांधीजी ने अपने लेखन के माध्यम से न केवल जनता को प्रेरित किया, बल्कि शासक वर्ग की नीतियों की आलोचना भी की। उनके शब्द सादा होते हुए भी प्रभावशाली थे। उन्होंने कहा था — “कलम तलवार से अधिक शक्तिशाली होती है, यदि उसमें सत्य का बल हो।”

स्वतंत्रता संग्राम के प्रारंभिक चरण में मीडिया की भूमिका

1901 से 1915 के बीच, जब गांधीजी दक्षिण अफ्रीका में सत्याग्रह चला रहे थे, उन्होंने ‘इंडियन ओपिनियन’ नामक पत्र आरंभ किया। यह पत्र भारतीयों की समस्याओं और उनके अधिकारों की आवाज़ बना। यहीं से गांधीजी ने समझा कि मीडिया सामूहिक चेतना निर्माण का प्रभावी साधन हो सकता है। भारत लौटने के बाद, उन्होंने स्थानीय भाषाओं में लिखे जाने वाले समाचार पत्रों और पत्रों का प्रयोग किया। *नवजीवन* और *यंग इंडिया* के माध्यम से उन्होंने राष्ट्रीय एकता, स्वदेशी, और अहिंसा के संदेश को व्यापक स्तर पर पहुँचाया। इन लेखों ने न केवल पढ़े-लिखे वर्ग को प्रभावित किया, बल्कि ग्रामीण समाज में भी जागृति उत्पन्न की।

असहयोग आंदोलन और प्रचार रणनीति

1920 का असहयोग आंदोलन गांधीवादी विचारधारा के प्रसार का पहला बड़ा चरण था। गांधीजी ने इस आंदोलन में मीडिया और प्रचार को एक संगठित अभियान के रूप में उपयोग किया। समाचार पत्रों में प्रकाशित अपीलें और लेखों ने अंग्रेजी शासन के विरुद्ध जनमत तैयार किया। गांधीजी ने आंदोलन को व्यापक बनाने के लिए स्थानीय भाषाओं में सरल शब्दों में संदेश भेजे —

“विदेशी वस्त्रों का बहिष्कार करो, स्वदेशी अपनाओ, अहिंसा अपनाओ।”

उनकी अपीलें अखबारों में छपतीं और हजारों गांवों तक पहुँचतीं। असहयोग आंदोलन के दौरान भारतीय प्रेस ने राष्ट्रीय चेतना के वाहक के रूप में कार्य किया। *अभ्युदय*, *प्रताप*, *केसरी*, *यंग इंडिया*, और *द हिंदू* जैसे समाचार पत्रों ने जनता को जागरूक करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। हालांकि ब्रिटिश शासन ने प्रेस पर सेंसरशिप लगाई, कई पत्रों को प्रतिबंधित

किया गया, और संपादकों को कारावास में डाला गया, फिर भी मीडिया ने अपने उद्देश्य से समझौता नहीं किया। इससे स्पष्ट होता है कि गांधीवादी प्रचार केवल राजनीतिक नहीं, बल्कि नैतिक और सांस्कृतिक संघर्ष भी था।

नमक सत्याग्रह और मीडिया का जनसंपर्क प्रभाव

1930 में गांधीजी द्वारा प्रारंभ किया गया नमक सत्याग्रह मीडिया की दृष्टि से सबसे प्रभावशाली आंदोलन था। गांधीजी का साबरमती से दांडी तक 240 मील लंबा मार्च एक “जन-संपर्क यात्रा” था, जिसने न केवल भारतीयों को जोड़ा, बल्कि विश्व मीडिया का ध्यान भी आकर्षित किया। अंग्रेजी और विदेशी अखबारों जैसे *टाइम्स ऑफ़ लंदन* और *न्यूयॉर्क टाइम्स* ने इस आंदोलन को प्रमुखता से प्रकाशित किया। इससे गांधीजी की अहिंसक प्रतिरोध नीति अंतरराष्ट्रीय स्तर पर चर्चा का विषय बनी। भारतीय समाचार पत्रों ने इस यात्रा को “स्वतंत्रता की तीर्थयात्रा” कहा। यह आंदोलन दर्शाता है कि गांधीवादी प्रचार का उद्देश्य केवल विरोध नहीं, बल्कि नैतिक संवाद था। गांधीजी ने नमक को प्रतीक बनाकर सामान्य जन के अधिकारों का प्रश्न उठाया। इस प्रतीकवाद को मीडिया ने एक नैतिक संघर्ष के रूप में प्रस्तुत किया।

क्रिस्ट इंडिया आंदोलन और भूमिगत प्रचार तंत्र

1942 का ‘भारत छोड़ो आंदोलन’ गांधीवादी आंदोलनों का अंतिम और सबसे तीव्र चरण था। इस समय ब्रिटिश सरकार ने प्रेस पर कठोर प्रतिबंध लगा दिए थे। समाचार पत्रों को बंद कर दिया गया और पत्रकारों को गिरफ्तार किया गया। इन परिस्थितियों में स्वतंत्रता सेनानियों ने भूमिगत प्रेस और प्रचार तंत्र का निर्माण किया। *आज़ाद हिन्द*, *कृष्णकांत पंड्या पत्रिका*, *ज्वाला* आदि पत्रिकाओं ने गुप्त रूप से राष्ट्रीय संदेशों का प्रसार किया। गांधीजी के भाषणों और लेखों की प्रतिलिपियाँ गुप्त रूप से वितरित की जाती थीं। इस आंदोलन ने यह सिद्ध किया कि मीडिया केवल साधन नहीं, बल्कि स्वतंत्रता संग्राम का “सैनिक” बन चुका था। गांधीजी स्वयं कहते थे —

“यदि मेरे शब्द लोगों तक पहुँचते हैं, तो वही मेरी सबसे बड़ी विजय है।”

गांधीवादी प्रचार शैली की विशेषताएँ

गांधीवादी प्रचार पश्चिमी प्रचार तंत्र से भिन्न था। यह किसी झूठे नारे या हिंसक उकसावे पर आधारित नहीं था। इसकी प्रमुख विशेषताएँ थीं —

- **सत्य और पारदर्शिता:** गांधीजी ने कभी भी झूठ या अतिशयोक्ति का सहारा नहीं लिया।
- **नैतिक प्रभाव:** उनका प्रचार जनता की आत्मा को संबोधित करता था, न कि केवल बुद्धि को।
- **स्थानीय भाषा और प्रतीक:** उन्होंने सरल हिंदी, गुजराती और स्थानीय बोलियों का प्रयोग किया ताकि संदेश आम जनता तक पहुँचे।
- **प्रतीकात्मकता:** चरखा, खादी, नमक, और स्वदेशी जैसे प्रतीक गांधीवादी प्रचार के केंद्र में रहे।
- **अहिंसक संचार:** गांधीजी ने संचार को संघर्ष का नहीं, संवाद का माध्यम माना।

इस प्रकार उनका प्रचार केवल राजनीतिक उपकरण नहीं, बल्कि सामाजिक शिक्षा का माध्यम था।

मीडिया के माध्यम से जनजागरण

गांधीजी का मानना था कि वास्तविक स्वतंत्रता तभी संभव है जब जनता आत्मनिर्भर और जागरूक बने। मीडिया ने इस दिशा में अद्वितीय कार्य किया। अखबारों के माध्यम से स्वदेशी वस्त्र, देसी उद्योग, महिला शिक्षा, और अस्पृश्यता उन्मूलन जैसे विषयों पर व्यापक चर्चा हुई। गांधीजी ने *हरिजन* पत्रिका में बार-बार लिखा —

“असली भारत गांवों में बसता है, और जब तक गांवों की आवाज़ नहीं सुनी जाएगी, भारत स्वतंत्र नहीं हो सकता।”

मीडिया ने इस विचार को जनचेतना का रूप दिया।

गांधी और पत्रकारिता की नैतिकता

गांधीजी का पत्रकारिता पर दृष्टिकोण अत्यंत नैतिक था। उन्होंने कहा —

“पत्रकारिता का धर्म है — सत्य की रक्षा करना, न कि किसी सत्ता की।”

उनके लेखन में निष्पक्षता, ईमानदारी और जिम्मेदारी का अद्भुत समन्वय दिखाई देता है। वे प्रेस को “सार्वजनिक सेवा” का माध्यम मानते थे, न कि लाभ का।

गांधीजी के अनुसार, मीडिया का कर्तव्य है —

समाज में नैतिकता का प्रसार करना, सत्ता की आलोचना करना और जनसाधारण की आवाज़ बनना। आज के संदर्भ में भी यह दृष्टि पत्रकारिता की दिशा निर्धारित करती है।

निष्कर्ष

गांधीवादी आंदोलनों की सफलता का एक बड़ा कारण यह था कि उन्होंने जनता के हृदय तक पहुँचने के लिए मीडिया और प्रचार को सशक्त रूप से अपनाया। गांधीजी ने कलम, शब्द और संवाद को हथियार बनाया और सत्य तथा अहिंसा के बल पर साम्राज्यवाद को चुनौती दी। मीडिया ने इस संघर्ष को जन-जन तक पहुँचाकर स्वतंत्रता की चेतना को प्रज्वलित किया। यह कहना अतिशयोक्ति नहीं होगी कि गांधीजी ने भारत में “लोक-संचार का युग” आरंभ किया। उनके प्रचार की विशिष्टता थी — सत्य, सरलता और आत्मबल। आज जब मीडिया व्यावसायिकता की ओर अग्रसर है, तब

गांधीजी के आदर्श हमें यह स्मरण कराते हैं कि पत्रकारिता का वास्तविक उद्देश्य समाज की सेवा और नैतिक चेतना का विकास है। गांधीवादी आंदोलनों का इतिहास यह सिद्ध करता है कि शब्द यदि सत्य और नैतिकता से प्रेरित हो, तो वह किसी भी साम्राज्य से अधिक शक्तिशाली हो सकता है।

संदर्भ सूची

- [1]. गांधी, महात्मा. (1920). *यंग इंडिया*. अहमदाबाद: नवजीवन प्रकाशन।
- [2]. गांधी, महात्मा. (1933). *हरिजन*. पूना: नवजीवन ट्रस्ट।
- [3]. आचार्य, जी.एन. (1955). *गांधी एंड द प्रेस*. बॉम्बे: भारती प्रकाशन।
- [4]. नायर, पी.के. (1960). *The Role of Indian Press in Freedom Movement*. नई दिल्ली: पब्लिकेशन डिवीजन।
- [5]. बख्शी, एस.आर. (1982). *Gandhian Thought and Mass Communication*. दिल्ली: दीप एंड दीप प्रकाशन।
- [6]. शर्मा, आर.के. (2005). *गांधी और भारतीय पत्रकारिता*. वाराणसी: भारतीय विद्या प्रकाशन।
- [7]. चतुर्वेदी, के.सी. (2010). *भारत में मीडिया का विकास और स्वतंत्रता संग्राम*. जयपुर: आर्य प्रकाशन।