

The Asian Thinker



A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Website: www.theasianthinker.com

Email: asianthinkerjournal@gmail.com

7. शासन की छवि निर्माण में जनसम्पर्क का योगदान

(मध्यप्रदेश में कोरोनाकाल के विशेष संदर्भ में)

कपिल देव प्रजापति

पीएचडी शोधार्थी -पत्रकारिता एवं जनसंचार

(संचार शोध एवं अध्ययन विभाग)

रानी दुर्गावती विश्वविद्यालय, जबलपुर, म.प्र.

शोध सारांश

संपूर्ण विश्व कोरोना महामारी से जूझ रहा है कोरोना वायरस के बदलते रूप से सभी देशों की सरकारें पूरी ताकत के साथ सामना कर रही हैं। इन दिनों कोरोना के ओमीक्रोन वेरिएंट ने आम जनजीवन प्रभावित कर रखा है। चिकित्सकीय दृष्टि से सबल देशों के सरकारी प्रयास निरर्थक नजर आ रहे हैं। इस परिस्थिति को देखकर भारत के प्रधानमंत्री ने “आत्म-निर्भर भारत” तो मध्यप्रदेश के मुख्यमंत्री ने भी “आत्म-निर्भर मध्यप्रदेश” अभियान चलाया। कुछ लोगों ने तारीफ की तो, कुछ ने इसे शासन की नाकामयाबी माना। ऐसी स्थिति में जनसम्पर्क विभाग ने शासन-प्रशासन, जनता और लोकतंत्र के चौथे स्तंभ मीडिया के बीच सेतु का काम करते हुए, शासन की सकारात्मक छवि निर्माण करने का काम किया। कोरोना काल में फेक न्यूज़ और अफवाहों का प्रसार रोका और फेक न्यूज़ का खण्डन किया। इसके लिए तमाम मीडिया संसाधनों का इस्तेमाल किया गया। जिसका परिणाम है कि, देश की आम जनता ने शासन पर विश्वास करा और कोरोना वैक्सीनेशन कराया। परंतु, मध्यप्रदेश में अन्य राज्यों की भांति वर्तमान में जनसम्पर्क विभाग में मीडिया के प्रशिक्षित जनसम्पर्क कर्मियों की नियुक्ति नहीं की जाती है न ही पीएससी परीक्षा में मुख्य विषय के रूप में शामिल है, यह विचारणीय है।

शब्द संकेत- जनसम्पर्क, कोरोना, शासन-प्रशासन, सोशल मीडिया।

The Asian Thinker



A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Website: www.theasianthinker.com

Email: asianthinkerjournal@gmail.com

प्रस्तावना

विगत 2 सालों से संपूर्ण विश्व कोरोना महामारी से जूझ रहा है परंतु कोरोनावायरस हर बार नये रूप में बढ़ी हुई ताकत के साथ सामने आ जाता है। इन दिनों कोरोना के ओमीक्रोन वेरीएण्ट ने आम जनजीवन प्रभावित कर रखा है। कोरोना वायरस की पहली लहर की तीव्रता में चिकित्सकीय दृष्टि से सबल देशों (ब्रिटेन, रूस, अमेरिका, इजराइल, दक्षिण कोरिया, फ्रांस, इटली व अन्य) के शासनाध्यक्षों ने हाथ खड़े कर दिये थे। तमाम देशों के सरकारी प्रयास निरर्थक नजर आ रहे थे। जो कहीं-न-कहीं शासन-प्रशासन की अयोग्यता और गैरजिम्मेदारी को प्रदर्शित करता है। उसी कड़ी में भारत के प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी ने भी “आत्म-निर्भर भारत” का काल्पनिक शिगूफा छोड़ा तो मध्यप्रदेश के मुख्यमंत्री शिवराज सिंह चौहान ने भी “आत्म-निर्भर मध्यप्रदेश” अभियान चलाया। जिसे कुछ लोगों ने तो देश व प्रदेश के उज्ज्वल भविष्य के साथ जोड़कर देखते हुए प्रधानमन्त्री व मुख्यमन्त्री की दूरदर्शिता की तारीफ करी, तो कुछ लोगों ने भारत की वर्तमान परिस्थिति के मद्देनजर इसे सरकार की नाकामयाबी माना। जिसके परिणाम स्वरूप सरकार में काम कर रहे नेताओं, अधिकारियों व कर्मचारियों के प्रति आम जनमानस के मन में नकारात्मक छवि बनती हैं। अनेकों बार उन्हें जनता के विरोध का सामना करना पड़ता है। ऐसी स्थिति में जनसम्पर्क विभाग एक सरकार की सकारात्मक छवि निर्माण करने का काम करता है।

संपूर्ण विश्व में अब तक कोविड-19 के 29,64,96,809 से ज्यादा मामले सामने आ चुके हैं जिनमें 54,62,631 लोग कोरोना से हारकार काल के गाल में समा गये। भारत में अब तक कोविड-19 के 3,48,08,886 केस आ चुके हैं। जिनमें से 34251292 लोग स्वस्थ हो चुके हैं और 4,80,592 लोगों की मौत हो चुकी है (covid19.who.int/table)। वहीं कोरोना के नए वेरीएण्ट ओमीक्रोन ने 24 नवम्बर 2021 को पहली बार दक्षिण आफ्रीका में पाया गया और उसके बाद से भारत में 03 जनवरी 2022 तक 1700 से ज्यादा केस आ चुके थे (indiatoday.in)। दूसरी तरफ सरकारी उपायों की पर गौर करें तो संपूर्ण विश्व में 06 जनवरी 2022 तक कुल 9,11,82,23,397 टीके की खुराक दी जा चुकी थी। वहीं भारत में 07 जनवरी 2022 तक कुल 1,50,65,07,229 और मध्यप्रदेश 10,52,34,741 कोरोना के टीके लगाए जा चुके थे (dashboard.cowin.gov.in)।

जनसम्पर्क विभाग

जनसम्पर्क/लोकसम्पर्क का अर्थ बड़ा ही व्यापक और प्रभावकारी है। लोकतंत्र के आधार पर स्थापित लोकसत्ता के परिचालन के लिए ही नहीं बल्कि, राजतंत्र और अधिनायकतंत्र के सफल संचालन के लिए भी लोकसम्पर्क आवश्यक माना जाता है। कृषि, उद्योग, व्यापार, जनसेवा और लोकशुचि के विस्तार के लिए भी जनसम्पर्क की अतिआवश्यकता होती है। यह विभाग शासन-प्रशासन, जनता और लोकतंत्र के चौथे स्तंभ मीडिया के बीच सेतु का काम करता है। जनसंचार के विभिन्न माध्यमों (समाचार पत्र, रेडियो, टेलीविजन, सोशल मीडिया एवं

The Asian Thinker



A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Website: www.theasianthinker.com

Email: asianthinkerjournal@gmail.com

आउटडोर पब्लिसिटी आदि) के सहयोग से राज्य शासन के नीतियों, कार्यक्रमों और जन कल्याणकारी फैसलों की जानकारी आम जनता तक पहुंचाना इस विभाग का मुख्य उद्देश्य होता है। जनसम्पर्क विभाग अपने विभिन्न कार्यालयों के माध्यम से प्रतिदिन विभिन्न शासकीय गतिविधियों और उपलब्धियों पर आधारित समाचार, विशेष लेख, सफलता की कहानियां आदि प्रकाशन नियमित रूप से समाचार माध्यमों को उपलब्ध कराता है (dprcg.gov.in/)

जनसम्पर्क की परिभाषाएं

जनसम्पर्क को अनेक विद्वानों एवं जनसम्पर्क संस्थाओं ने अपने-अपने प्रकार से परिभाषित किया है, जिसमें कुछ परिभाषाएं निम्न प्रकार हैं-

“जनसम्पर्क अच्छे चरित्र तथा दायित्वपूर्ण कार्यनिष्पादन द्वारा जन-भावना को प्रभावित करने का सुनियोजित प्रयास है, जोकि आपसी स्वीकार्य संचार के द्विपक्षीय प्रवाहमान माध्यम पर आधारित है।” (स्कॉट एम कटलिप एवं एलन एच सेंटर)

“संगठन तथा उससे सरोकार रखने वाले जनों के बीच अच्छे संबंध तथा समझ स्थापित करने की योजना तथा सतत् प्रयासों को जनसम्पर्क कहा जाता है।” (जनसम्पर्क संस्थान, यू.के.)

“कोई उद्योग, यूनियन, कार्पोरेशन, व्यवसाय, सरकार या अन्य संस्था जब अपने ग्राहकों, कर्मचारियों, हिस्सेदारों, या जनसाधारण के साथ स्वस्थ और उत्पादक संबंध स्थापित करने या उन्हें स्थायी बनाने के लिए प्रयत्न करें, जिनसे वह अपने आपको समाज के अनुकूल बना सके, अथवा अपना उद्देश्य समाज पर व्यक्त कर सके, उसके उन प्रयासों को जनसम्पर्क कहते हैं।” (वेबस्टर शब्दकोश)

परम्परागत जनसम्पर्क माध्यम

जनसम्पर्क के परम्परागत माध्यमों से अभिप्राय उन माध्यमों से होता है, जो हमारी समृद्ध सांस्कृतिक विरासत का अटूट हिस्सा है और हमें हमारी पिछली पीढ़ी से प्राप्त हुए हैं। इन माध्यमों में लोकनृत्य, लोकगीत, जनजातीय नृत्य, कठपुतली और लोककलाएं आती हैं। इसके अतिरिक्त वार्ता, कथा, नाटक, शिलालेख, ताम्रपत्र, पर्व, उत्सव, डोंडी/मुनादी आदि भी जनसम्पर्क के परम्परागत माध्यम हैं। प्राचीन काल में जनमत/लोकमत को जानने अथवा लोकरुचि को सँवारने के लिए जिन साधनों का प्रयोग किया जाता था। वे आज के वैज्ञानिक युग में अधिक उपयोगी नहीं रह गए हैं। इन परम्परागत माध्यमों में से कुछ केवल जनसंचार के लिए और कुछ जनसम्पर्क के लिए उपयोग होते थे जैसे कि- वार्ता, कथा, नाटक, हस्तलिपियां। वैज्ञानिक एवं प्रौद्योगिकी संगठनों के जनसंपर्क प्रयास शिलालेख, ताम्रपत्र, पर्व, प्रदर्शनी, उत्सव, इत्यादि। भारतीय इतिहास में झाँकने पर पता चलता है कि, राजा-महाराजा आमजनता की पसंद-नापसंद को जानने के लिए गुप्तचर व्यवस्था पर पूर्णतः आश्रित थे और अपने निर्देशों, मंतव्यों और विचारों

The Asian Thinker



A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Website: www.theasianthinker.com

Email: asianthinkerjournal@gmail.com

को वह शिलाखण्डों, प्रस्तरमूर्तियों, ताम्रपत्रों आदि पर अंकित कराकर प्रसारित किया करते थे। ऋषि, मुनि, आचार्य व चिन्तक भी परम्परागत जन माध्यमों का बखूबी उपयोग करते हुए ज्ञान को जन-जन तक पहुँचाने में करते थे (drdo.gov.in/)

आधुनिक जनसम्पर्क माध्यम

वर्तमान में जनसम्पर्क के माध्यमों के रूप में पत्र-व्यवहार, समाचार पत्र, पुस्तकें, व्याख्यान, प्रदर्शनी, सम्मेलन, कार्यशाला, संगोष्ठी, पर्चे (पैम्पलेट), विज्ञान पत्रिका, गृह पत्रिका, शोध पत्रिका, मोनोग्राफ, पुस्तिका (बुकलेट) एवं ब्रोशर, प्रेस रिलीज, प्रेस सम्मेलन, प्रेस भेंट, प्रेस ब्रीफिंग, नाटक, रेडियो, टेलीविजन, वृत्तचित्र, फिल्म, विज्ञान संग्रहालय, वेबसाइट्स, ई-मेल, ब्लॉग, बुलेटिन, एसएमएस, और सोशल मीडिया (फेसबुक, ट्विटर, इन्स्टाग्राम, माईस्पेस, व्हाट्सएप जैसे अनेक प्लेटफार्म) आदि इस्तेमाल किए जाते हैं।

कोरोनाकालीन जनसम्पर्क

चूंकि, जनसम्पर्क अधिकारी किसी भी शासन-प्रशासन, संस्था, कंपनी, संगठन की छवि निर्माण करने के लिए सतत कार्यरत होते हैं। ऐसे में कोरोना महामारी से लोगों को बचाने के लिए स्वास्थ्य, पुलिस, स्वच्छता, बिजली, सूचना विभाग में कार्यरत जनसम्पर्क विभाग के कर्मचारियों ने अपनी जान जोखिम में डालकर लोगों में जागरूकता लाने और आवश्यक जानकारी पहुंचाने का काम किया। कोरोना वायरस से संक्रमण एवं रोकथाम से संबंधित पोस्टर छपवाकर विभिन्न सार्वजनिक स्थलों जैसे- चिकित्सालय, बस स्टैण्ड, शिक्षण संस्थानों, पंचायत कार्यालयों, प्रखण्ड/अंचल कार्यालयों/नगर निगम/नगर परिषद्/नगर पंचायतों में लगवाना सुनिश्चित किया। संक्रमण से बचाव हेतु क्या करें एवं क्या न करें के बारे में चित्रों के माध्यम से प्रदर्शित किया गया। कोरोना काल में फेक न्यूज और अफवाहों का प्रसार रोकने में भी जनसम्पर्क अधिकारियों ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।

“कोविड-19 में अनेक भ्रामक और अफवाहों ने समाज में अशंति उत्पन्न की ऐसे में जनसम्पर्क विभाग ने आमजनता के मध्य सही सूचना देने का काम किया।” (सोनी, मनीष, जनसम्पर्क अधिकारी) “जनसम्पर्क अधिकारी के कार्य और विशेषताओं के बारे में कहते हैं कि, “देश और समाज में सकारात्मक वातावरण बनाने में जनसंपर्क अधिकारियों का अहम् योगदान होता है। जनसम्पर्क अधिकारी के पैरों में चक्कर, जवान में शक्कर, नई खोज के प्रति दिल में आग और दिमाग में बर्फ होनी चाहिए। उसको सूचनाओं और नई-नई तकनीकों से स्वयं को लगातार अपडेट करते रहना चाहिए” (विटनकर, योगेश, उपमुख्य जनसम्पर्क अधिकारी)। “कोरोना के संक्रमण काल में अस्पताल के सामने कई चुनौतियां थीं। इस दौर में अस्पताल में काम करने वाले डॉक्टर, नर्स, सफाई कर्मचारी और वहां सुविधा देने वाले प्रत्येक व्यक्ति ने कोरोना योद्धा का काम तो किया ही, इस घड़ी में जनसम्पर्क विभाग और जनसम्पर्क अधिकारी की भूमिका बड़ी ही महत्वपूर्ण रही। अस्पताल में मरीज को आइसोलेटेड करना, जरूरत पड़ने पर उसको क्वारेन्टाइन करना, पॉजीटिव

The Asian Thinker



A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Website: www.theasianthinker.com

Email: asianthinkerjournal@gmail.com

मरीज को भर्ती करना उसके लिए सारी सुविधाएं करने के साथ-साथ प्रत्येक का मनोबल बनाए रखना। यह सारा कार्य ही टीम वर्क के साथ जनसम्पर्क विभाग के कंधों पर रहा” (भुयार, डॉ गिरीश, जनसम्पर्क अधिकारी, शासकीय वैद्यकीय महाविद्यालय एवं अस्पताल)। “प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी ने कोरोना को लेकर जब जनता कर्फ्यू का आवाहन और लॉकडाउन बढ़ाने की घोषणा की, तो लॉकडाउन के संदर्भ में जनजागृति व जनता की सुरक्षा के लिए मार्गदर्शन देने का काम जनसम्पर्क विभाग ने किया” (पाण्डेय बसन्त, जनसम्पर्क अधिकारी, संरक्षण विभाग भारत सरकार)।

विभिन्न जनसम्पर्क विभागों के कोरोनाकालीन प्रकाशन

कोरोना काल में अनेक निजी व शासकीय विभागों ने आम जनता एवं कर्मचारियों से के बीच सकारात्मक सामन्जस्य बनाये रखने के अनेक जनसम्पर्क के कार्य किए। अनेक जनसम्पर्क विभागों ने पत्र-पत्रिकाओं के प्रकाशन कार्य किए। जैसे- सेन्ट्रल कोलफील्ड्स लिमिटेड (सीसीएल), दरभंगा, रांची के जनसम्पर्क विभाग द्वारा वार्षिक पत्रिका “उत्कर्ष” (अगस्त 2021) का प्रकाशन किया गया। इस पत्रिका के माध्यम से अपनी कंपनी के उत्पादन-उत्पादकता, उठाव-प्रेषण, विपणन-विक्रय, वन-पर्यावरण, प्रबंधन के गुर, सृजनात्मक साहित्यिक व सांस्कृतिक विषयों पर आधारित लेख, कोरोनाकाल में सीसीएल द्वारा दौरान किए गए जनहितैषी कार्यों, सामाजिक उत्तरदायित्व के सीसीएल द्वारा किए गए कार्यों के बारे में लिखा गया है। इसके साथ ही कोरोना से जंग हारने वाले दिवंगत सीसीएल कर्मियों को श्रद्धांजलि दी गई है।

भारतीय कृषि अनुसंधान परिषद (आईसीएआर) अपने जनसम्पर्क कार्यक्रम के अंतर्गत कृषि विज्ञान के “कृषि विपणन”, “गेहूं-गुणवत्ता एवं परीक्षण”, “फसल पोषण”, “फसल प्रजनन के मूल सिद्धांत”, “बहुफसली खेती”, “मृदा सूक्ष्मजीव विज्ञान”, “राइसबीन, बायोगैस”, “हैण्डबुक ऑफ एनिमल हसबैण्डरी”, “आधुनिक पशु उत्पादन और प्रबंधन”, “आधुनिक कुक्कुट पालन”, “भैंस पालन”, “मधुमक्खियों की दुनिया और उनका पालन”, “उद्यान फसलों का व्यवसायिक सूक्ष्म प्रवर्धन”, “केले की बागवानी”, “फल विज्ञान”, “पोदीना”, “जड़ी बूटियों की खेती”, “सब्जी विज्ञान”, “सब्जियों का बीजोत्पादन”, “बाग प्रबंध”, “ग्रीन हाउस प्रौद्योगिकी”, “आधुनिक फल उत्पादन”, “मसालों की खेती” जैसी पुस्तकें प्रकाशित कर चुका है। वहीं जनसम्पर्क हेतु अनुसंधान प्रकाशनों अंतर्गत इंडियन “जर्नल ऑफ एग्रीकल्चर साइंसेस”, इण्डियन जर्नल ऑफ एनीमल साइंसेस”, “भारतीय बागवानी”, “भारतीय कृषि”, “खेती”, “फल – फूल”, “कृषिका”, “भारतीय कृषि अनुसंधान परिषद”, “आईसीएआर रिपोर्टर” नाम से एक त्रैमासिक न्यूजलेटर भी प्रकाशित करता है (जिन्दल, सुरेश कुमार और कुमार, फूलदीप, 2015)।

रक्षा अनुसंधान तथा विकास संगठन (डीआरडीओ) जो कि विज्ञान संचार के क्षेत्र में कार्य करता है। अपने जनसम्पर्क निदेशालय के अंतर्गत “रक्षा विज्ञान पत्रिका”, “डेसीडॉक पुस्तकालय और सूचना प्रौद्योगिकी”,

The Asian Thinker



A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Website: www.theasianthinker.com

Email: asianthinkerjournal@gmail.com

“डीआरडीओ न्यूजलैटर”, “डीआरडीओ समाचार”, “टैक्नोलॉजी फोकस”, “डीआरडीओ मोनोग्राफ्स”, “प्रौद्योगिकी विशेष” जैसी पत्रिकाओं का प्रकाशन करता है (drdo.gov.in/publications)।

भारत सरकार के कोरोनाकालीन जनसम्पर्क कार्य

कोरोनाकाल में भारत सरकार द्वारा कोविड-19 के संबंध में लिए गए निर्णयों को सूचना और प्रसारण मंत्रालय ने विभिन्न मीडिया प्लेटफॉर्मों (प्रिन्ट, इलेक्ट्रॉनिक और सोशल मीडिया) के माध्यम से बड़े पैमाने पर जनता तक पहुंचाने में के लिए इस्तेमाल किया। बड़े कैम्पेन पर सूचना प्रसारित करने के लिए के लिए निजी मीडिया- प्रिन्ट, प्राइवेट, टेलीविजन चैनल्स और प्राइवेट एफएम रेडियो के साथ कार्य किया।

तालिका क्रमांक 1.

मध्य भारत के 5 हिन्दी भाषी राज्यों के जनसम्पर्क विभाग की सोशल मीडिया द्वारा आमजनता तक पहुंच

क्रमांक	राज्य	फेसबुक (लाइक/फॉलो)	ट्विटर (फॉलोअर)	यूट्यूब (सब्सक्राइबर)	इंस्टाग्राम (फॉलोअर)
1	मध्यप्रदेश	2,41,890/3,16,482	2,67,194	64,600	44,486
2	राजस्थान	3,61,127/3,62,127	3,74,154	2,400	24,571
3	उत्तरप्रदेश	617/661	73,773	-	-
4	छत्तीसगढ़	40,274/46,154	37,032	4,990	15
5	बिहार	4,61,657/4,93,740	2,53,213	51,000	19,109

(स्रोत: facebook.com, twitter.com, youtube.com, instagram.com)

The Asian Thinker



A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Website: www.theasianthinker.com

Email: asianthinkerjournal@gmail.com

नोट- उपरोक्त तालिका में मध्यप्रदेश, राजस्थान, उत्तरप्रदेश, छत्तीसगढ़ और बिहार राज्यों में के जनसम्पर्क विभागों द्वारा सोशल मीडिया (फेसबुक, ट्विटर, यूट्यूब और इंस्टाग्राम) पर संचालित अकाउंट्स से जुड़े लोगों की 26 दिसम्बर 2021 तक संख्या बताई गई है।

पत्र सूचना कार्यालय (पीआईबी) ने कोविड-19 पर एक दैनिक बुलेटिन जारी किया, जिसका क्षेत्रीय भाषाओं में अनुवाद करा जाता था। पीआईबी केन्द्र सरकार के विभिन्न निर्णयों पर प्रेस विज्ञप्ति भी जारी की। पीआईबी ने अपने सोशल मीडिया हैण्डल से नोबेल कोरोना वायरस पर मीडिया ब्रीफिंग की लाइव स्ट्रीमिंग की और इसे वीडियो के माध्यम से व्यापक रूप से साझा किया। पीआईबी ने राष्ट्रीय मीडिया केन्द्र, नई दिल्ली में राष्ट्रीय मीडिया केन्द्र में रोज शाम 4 बजे मीडिया कॉन्फ्रेंस आयोजित की साथ ही सोशल मीडिया हैण्डल पर दिखाने वाली भ्रामक सूचनाओं की तथ्य जाँच की। भारत सरकार के आधिकारिक प्रसारक दूरदर्शन और आकाशवाणी ने मार्च 2000 से विभिन्न प्रतिष्ठित चिकित्सा विशेषज्ञों, वरिष्ठ आर्थिक विशेषज्ञों व पत्रकारों के साथ जनता तक कोविड-19 की जानकारी को पहुँचाया। आकाशवाणी ने कोविड-19 पर जागरूकता पैदा करने के लिए व्यापक कवरेज प्रदान किया। सरकारी अधिकारियों से नवीनतम अपडेट और दैनिक ब्रीफिंग को समाचार बुलेटिन, विशेष कार्यक्रमों और सोशल मीडिया में नियमित अंतराल पर प्रसारित किए गए। आकाशवाणी ने 46 क्षेत्रीय इकाईयों, 92 भाषाओं/बोलियों में समाचार और जागरूकता संदेश प्रसारित किए। दूरदर्शन की क्षेत्रीय समाचार इकाईयों (आरएनयू) स्थानीय भाषाओं में केन्द्र सरकार और राज्य सरकारों के विभिन्न प्रयासों को उजागर किया जिसमें आवश्यक सेवाएं जैसे- डॉक्टर, स्वास्थ्य कार्यकर्ता, स्वच्छता कार्यकर्ता, पुलिस, गैर-सरकारी संगठन द्वारा व्यक्तिगत रूप से किए गए कार्य, कोविड से सम्बन्धित क्या करें और क्या नहीं करें और डॉक्टरों व पुलिस के इंटरफेस/बाइट्स शामिल थे। इसके अलावा क्षेत्रीय समाचार के सोशल मीडिया हैण्डल्स का उपयोग नागरिकों तक पहुँचने और टेलीकास्ट से लघु वीडियो प्रसारित करने के लिए किया गया। इसके अलावा, मन्त्रालय राज्यों के सूचना और जनसम्पर्क विभाग के आयुक्तों/निदेशकों के साथ कोविड पर ऑडियो-विजुअल का उपयोग करने के लिए इसके स्थानीय भाषाओं में अनुवाद करने के बाद सर्वोत्तम प्रथाओं और सकारात्मक कहानियों को साझा करने का कार्य किया (mib.gov.in)।

मध्यप्रदेश सरकार के कोरानाकालीन जनसम्पर्क कार्य

मध्यप्रदेश में जनसम्पर्क विभाग शासन ने कार्यक्रमों, नीति संबंधी सूचनाओं और विकासात्मक गतिविधियों पर आधारित समाचार, विशेष लेख, सफलता की कहानियाँ, फोटो-वीडियो कवरेज करवाकर समाचार-पत्रों, दूरदर्शन, राष्ट्रीय एवं क्षेत्रीय न्यूज चैनल्स के साथ सोशल मीडिया के विभिन्न प्लेटफार्म पर प्रकाशन और प्रसारण के लिए प्रतिदिन भेजता है। विभागीय गतिविधियों की जानकारी के लिए सभी विभागों में अलग-अलग जनसम्पर्क अधिकारी

The Asian Thinker



A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Website: www.theasianthinker.com

Email: asianthinkerjournal@gmail.com

संबद्ध हैं। मध्यप्रदेश जनसम्पर्क विभाग द्वारा जारी जनवरी से दिसम्बर 2020 की प्रतिवेदन रिपोर्ट के आधार पर कार्यों के आँकड़ों के आधार पर इस कोरोनाकाल की अवधि में 4964 हिन्दी समाचार, 1537 अँग्रेजी समाचार, 42 विशेष लेख प्रिन्ट, इलेक्ट्रॉनिक और सोशल मीडिया में प्रकाशन एवं प्रसारण के लिये जारी किये गये। हिन्दी में जारी मुख्य एवं विशेष समाचार/आलेख में से 3904 समाचार/आलेख उर्दू भाषा में भी जारी किये गए। तीनों भाषाओं में जारी समाचार, विशेष आलेख और सफलता की कहानियों को फोटो-वीडियो सहित जनसम्पर्क विभाग की वेबसाइट पर अपलोड किया गया। सम्भागीय एवं जिला जनसम्पर्क कार्यालय द्वारा इस अवधि में 1,70,604 समाचार या सफलता की कहानियां जारी की। प्रतिदिन जारी होने वाले समाचार या सफलता की कहानियां फोटो सहित प्रतिदिन डिस्ट्रिक्ट न्यूज पोर्टल पर अपलोड किये गए। मध्यप्रदेश शासन के कार्यक्रमों की लाईव स्ट्रीमिंग कव्हेरेज का कार्य ए.एन.आई. एजेन्सी ने अपने अधीनस्थ 400 टी.वी. चैनलों और एक हजार से अधिक समाचार-पत्र और न्यूज पोर्टल के माध्यम से किया (mpinfo.org)।

साल 2020 के कोरोनाकाल और लॉकडाउन के दौरान मध्यप्रदेश के जनसम्पर्क विभाग अपने सोशल मीडिया विंग के माध्यम से शासकीय समाचारों और गतिविधियों को सर्तकता और जिम्मेदारी से जनता तक पहुंचाया। कोरोनाकाल में विभाग के सोशल मीडिया विंग द्वारा प्रदेश के बाहर फंसे लोगों को भी सोशल मीडिया पर मांगी गई जानकारियां उपलब्ध कराई। वर्तमान में सोशल मीडिया विंग द्वारा 402 सोशल मीडिया अकाउंट्स का संचालन किया जा रहा है। इनमें मुख्यमंत्री कार्यालय, जनसम्पर्क मध्यप्रदेश, 47 शासकीय विभाग, समस्त संभाग आयुक्त, जिला कलेक्टर, संभागीय एवं जिलासम्पर्क अधिकारियों के फेसबुक, ट्विटर और इंस्टाग्राम अकाउंट्स शामिल हैं। प्रतिवेदन वर्ष में विंग के द्वारा सीएमओ मध्यप्रदेश के नाम इंस्टाग्राम और यू-ट्यूब चैनल तैयार कर इन अकाउंट्स को भी सफलता पूर्वक संचालित हो रहे हैं। वर्ष 2020 में जनसम्पर्क विभाग द्वारा संचालित सभी फेसबुक पेजों पर 47.03 लाख से अधिक लाइक और ट्वीटर अकाउंट्स पर 29.22 लाख से अधिक फॉलोअर थे। जो साल 2019-20 की तुलना में 114 प्रतिशत अधिक हैं। सोशल मीडिया विंग द्वारा प्रतिवेदित अवधि में 9103 ग्राफिक्स और 4000 से अधिक वीडियो प्रोजेक्ट्स तैयार किये गये। इसके आधार पर शासकीय गतिविधियों ओर योजनाओं का सोशल मीडिया अकाउंट्स पर प्रचार-प्रसार किया गया। प्रदेश के मुख्यमंत्री शिवराज सिंह चौहान “आत्म-निर्भर मध्यप्रदेश” बनाने की घोषणा की। जिसे वेबिनार के माध्यम से सोशल मीडिया पर व्यापक रूप प्रचारित और प्रसारित करा गया। प्रदेश के समस्त जिलों में समय-समय पर आयोजित होने वाले शासकीय कार्यक्रमों को सोशल मीडिया लाइव के जरिए आम लोगों तक पहुंचाया जाता है। साल 2020-21 में समस्त शासकीय अकाउंट्स को मिलाकर 1200 से अधिक लाइव किये गये थे। जिसकी रीच/इम्प्रेसन करोड़ों यूजर तक थी (mpinfo.org)।

तालिका क्रमांक 2.

मध्यप्रदेश जनसम्पर्क विभाग के जिला कार्यालयों की सोशल मीडिया के माध्यम से आमजनता तक पहुंच

The Asian Thinker



A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Website: www.theasianthinker.com

Email: asianthinkerjournal@gmail.com

क्रमांक	राज्य	फेसबुक (लाइक/फॉलो)	ट्विटर (फॉलोअर)	यूट्यूब (सब्सक्राइबर)	इंस्टाग्राम (फॉलोअर)
1	अनूपपुर	10,599/11,606	7,202	39	652
2	अलीराजपुर	2,616/2,930	4,834	-	-
3	अशोकनगर	6,443/6,961	5,440	-	571
4	आगर-मालवा	5,209/6,029	5,522	-	303
5	इन्दौर	6,511/7,146	23,383	11	1,972
6	उमरिया	2,778/3,006	5,942	-	930
7	उज्जैन	6,264/7282	7,851	-	605
8	कटनी	10,734/11,541	6,990	40	2,288
9	खण्डवा	7,381/8,116	9,744	-	866
10	खरगौन	13,779/15,152	8,465	-	2,254
11	ग्वालियर	8,717/9,403	9,902	-	1,264
12	गुना	4,194/4,606	4,297	-	738
13	छतरपुर	8,646/9,396	6,025	36	1,803
14	छिन्दवाड़ा	7,468/8,091	6,368	-	1,101
15	जबलपुर	15,522/17,392	10,181	-	589
16	झाबुआ	32,50/3,487	4,790	-	16
17	दमोह	9,925/11,619	6,761	-	619
18	दतिया	2,636/2,761	5,418	-	677
19	देवास	4,631/4,962	4,691	238	1,087

The Asian Thinker

A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Website: www.theasianthinker.comEmail: asianthinkerjournal@gmail.com

20	धार	10,605/11,503	5,496	-	2,107
21	नरसिंहपुर	12,792/13,463	5,077	-	1,823
22	निवाड़ी	1,974/2,165	00	-	-
23	नीमच	4,436/5,007	4750	-	587
24	रतलाम	5,508/6,216	4,645	-	1,108
25	राजगढ़	6,016/6,470	4,354	-	354
26	रायसेन	9,906/10742	6,118	-	508
27	रीवा	14,848/18,558	13,156	-	132
28	बड़वानी	15,915/17,198	6,395	-	1,532
29	बालाघाट	5,929/6,456	4,632	-	516
30	बुरहानपुर	2,549/2,762	5,548	-	900
31	बैतूल	3,840/4,440	5,515	-	118
32	सतना	4,850/5,328	8,430	-	648
33	सागर	7,277/5328	6372	-	394
34	सिंगरौली	5,335/5,733	5,066	-	361
35	सिवनी	8,426/8,802	4,786	-	778
36	सीहोर	5,149/5,562	5,257	-	1,075
37	सीधी	8,629/9,245	4,976	-	950
38	श्योपुर	4,089/4,480	4,658	-	247
39	शहडोल	8,458/8,773	5,515	-	991
40	शाजापुर	8,722/9,793	5,450	-	726

The Asian Thinker



A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Website: www.theasianthinker.com

Email: asianthinkerjournal@gmail.com

41	शिवपुरी	4,243/4908	5,378	-	1012
42	पन्ना	3,128/3,524	3,193	-	1,535
43	विदिशा	3,332/3,710	2,830	-	331
44	भिन्ड	8,394/9,244	6,115	-	977
45	भोपाल	15,915/17,198	11,580	-	1,677
46	मण्डला	62,95/7,017	2,648	-	658
47	मुरैना	12,938/13,729	5,016	-	2,226
48	मन्दसौर	12,614/13,963	6,520	-	1,726
49	टीकमगढ़	5,128/5,543	5,278	-	783
50	डिन्डोरी	8,657/9,215	4,823	-	1,542
51	हरदा	4,695/5,118	2,470	-	881
52	होशंगाबाद	7,138/7,660	6,584	-	410

(स्रोत: [facebook.com](https://www.facebook.com), twitter.com, [youtube.com](https://www.youtube.com), [instagram.com](https://www.instagram.com))

नोट- उपरोक्त तालिका में मध्यप्रदेश शासन के जनसम्पर्क विभाग के जिला कार्यालयों द्वारा सोशल मीडिया (फेसबुक, ट्विटर, यूट्यूब और इंस्टाग्राम) पर संचालित अकाउंट्स से जुड़े लोगों की 27 दिसम्बर 2021 तक संख्या बताई गई है।

सोशल मीडिया पर अक्सर शासन की छवि धूमिल करने के उद्देश्य से फेक न्यूज वायरल होती रहती है। जिससे शासन को लेकर आमजन में नकारात्मक भाव पैदा होते हैं। जनसम्पर्क विभाग के सोशल मीडिया हैंडल्स से “जनसम्पर्क फैक्ट चैक” के नाम से ऐसे वायरल फेक न्यूज का खंडन किया जाता है। कोरोनाकाल में सोशल मीडिया विंग द्वारा सप्ताह में 05 दिन जनसम्पर्क खबरें, 10 सम्भाग-10 खबरें बुलेटिन जारी कर शासन की गतिविधियों से लोगों को अवगत कराया। मुख्यमन्त्री की दैनिक गतिविधियों के आधार पर “सीएम टुडे” नाम से पृथक वीडियो बुलेटिन जारी किया गया। जनसम्पर्क के सोशल मीडिया अकाउंट्स से वर्तमान में “आप क्या जानते हैं?” शीर्षक से जन हितैषी निर्णयों की जानकारी प्रचारित-प्रसारित की जाती है। सोशल मीडिया हैंडल्स पर “एक्सप्लोर एमपी” नाम से भी ग्राफिकल सेगमेंट प्रसारित करता है। जिसके माध्यम से आम लोगों को मध्यप्रदेश के पर्यटन स्थलों की जानकारी

The Asian Thinker



A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Website: www.theasianthinker.com

Email: asianthinkerjournal@gmail.com

उपलब्ध कराई जाती हैं। राज्य शासन द्वारा लिये गये निर्णयों पर हितग्राहियों की प्रतिक्रियाओं पर आधारित वीडियो सेग्मेंट “खुशियों की दास्तां” सोशल मीडिया अकाउंट्स पर प्रसारित किया जाता है। कोरोनाकाल में “खुशियों की दास्तां” 550 से अधिक सोशल मीडिया अकाउंट्स पर प्रसारित की गई। जनसम्पर्क विभाग ने युवाओं को रोजगारोन्मुख साप्ताहिक समाचार-पत्र “रोजगार और निर्माण” का ई-पेपर एडीशन वेबसाई पर उपलब्ध कराया। शासन की गतिविधियों की जानकारी देने वाली मासिक पत्रिका “मध्यप्रदेश संदेश” भी ई-मैगज़ीन के रूप में वेबसाइट पर उपलब्ध कराता है। इसके अलावा जनसम्पर्क विभाग द्वारा प्रतिदिन के समाचारों पर आधारित “जनसम्पर्क टुडे” नाम से ई-न्यूज लेटर जारी करता है (mpinfo.org/)।

मध्यप्रदेश का जनसम्पर्क विभाग अपनी वेबसाइट पर पत्रकारों एवं आमजनता हेतु हिन्दी अँग्रेजी, उर्दू और संस्कृत आदि भाषाओं में समाचार लेख आदि उपलब्ध कराता है। इसके अतिरिक्त प्रतिदिन किये जाने वाले समाचार, जन-कल्याणकारी योजनाओं से संबंधित लेख, आत्मनिर्भर मध्यप्रदेश और विजन टू डिलवरी, मुख्यमंत्री के कार्य के विजुअल्स, मन्त्रीपरिषद के निर्णय, साप्ताहिक मध्यप्रदेश “रोजगार और निर्माण”, मासिक “मध्यप्रदेश सन्देश”, शासकीय विभागों की नीतियां, शासकीय विभागों के महत्वपूर्ण अभियान, कला एवं संस्कृति, पर्यटन और धार्मिक स्थलों की जानकारी, विभागीय वार्षिक प्रतिवेदन, प्रशासनिक प्रतिवेदन, प्रदर्शन विज्ञापन, निविदा, अधिमान्यता, दुर्घटना एवं स्वास्थ्य बीमा योजना, मीडिया प्रतिनिधि कल्याण सहायता संबंधी नियम, अचल सम्पत्ति कि विवरण, नवीन सूचनाएं, विभागीय लोक सूचना एव अपलीय अधिकारियों की सूची, विज्ञापन के रिलीज ऑर्डर सम-सामयिक संदर्भ के साथ ही मंत्री-परिषद, प्रशासनिक अधिकारियों और विभाग के मुख्यालय तथा फील्ड अधिकारियों की सूची तथा विभिन्न विभागों के ई-मेल पते उपलब्ध कराता है। जनसम्पर्क विभाग की वेबसाइट जनवरी से दिसम्बर 2020 की अवधि में वेबसाइट 27,81,85,789 बार हिट्स किया गया था। वहीं डिस्ट्रिक्ट न्यूज पोर्टल पर जनवरी 2020 से दिसम्बर 2020 के अवधि में 1,70,604 समाचार अपलोड किए गए। इस पोर्टल को इस अवधि में 20,71,05,081 बार खोला गया था। राष्ट्रीय, प्रादेशिक तथा स्थानीय समाचार-पत्र, पत्रिकाओं के क्लिपिंग देखने के लिए विभाग ने “एमपीन्यूजार्च” नाम की वेबसाइट को 37,29,613 बार खोला गया था। इस अवधि में 1626 वीडियो कव्हेरेज प्रसारण के लिये व भेजे गए व 1584 फोटो समाचार-पत्रों को प्रकाशन के लिए दिए गए (mpinfo.org/)।

कोरोनाकाल में फिल्म निर्माण प्रभाग द्वारा इस अवधि में 42 वीडियो स्पॉट बनाये गए। जो कोरोना महामारी के प्रति जागरूकता एवं बचाव के लिये सरकार द्वारा किये जा रहे प्रयास, कोरोना वॉरियर्स, कोरोना संघर्ष से जुड़े योद्धाओं की सुरक्षा, कोरोना से डरे नहीं जन जागरूकता अभियान, मुख्यमंत्री द्वारा जनता के हित में लिये गए निर्णय, प्रधानमंत्री फसल बीमा योजना, श्रमिकों के लिए रोजगार एवं घर वापसी में सहयोग, रोजगार सेतु, जीवन शक्ति योजना, संबल योजना, मंडी एक्ट में संशोधन- किसानों के हित में, पंचपरमेश्वर योजना, चम्बल प्रोग्रेस वे, ग्रामीण पथ व्यवसायी योजना, आत्म-निर्भर मध्यप्रदेश गीत, मेधावी विद्यार्थियों को लेपटॉप तथा प्रदेश के विभिन्न जिलों में उप-

The Asian Thinker



A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Website: www.theasianthinker.com

Email: asianthinkerjournal@gmail.com

चुनाव हेतु मतदाता जागरूकता अभियान विषय पर आधारित थे। इन वीडियों का विभिन्न निजी व सरकारी प्रादेशिक चैनलों पर प्रसारण कराया गया। विज्ञापन प्रभाग द्वारा राज्य शासन के सभी विभाग/कार्यालय की निर्माण/निविदा/भर्ती सूचनाओं का समाचार-पत्रों में विज्ञापन के रूप वर्गीकृत विज्ञापन प्रकाशन का कार्य करता है। इसके द्वारा जनवरी से दिसम्बर 2020 में कुल 10,333 विज्ञापन जारी किये गये थे, जिनमें 9,299 वर्गीकृत और 1034 प्रदर्शन विज्ञापन शामिल थे। साल 2020 में “मध्यप्रदेश विकास के प्रतिबद्ध प्रयास- मध्यप्रदेश सरकार द्वारा लिए गए महत्वपूर्ण निर्णय”, उम्मीद-प्रवासी श्रमिकों के लिए मध्यप्रदेश सरकार की सुनियोजित पहल”, “आत्म-निर्भर मध्यप्रदेश रोडमैप-2023” और संदर्भ- मध्यप्रदेश-2020“, “मध्यप्रदेश- आत्म-निर्भरता की ओर बढ़ते कदम” आदि पुस्तकों का प्रकाशन किया गया। इसके अलावा “आत्म-निर्भरता की ओर बढ़ता मध्यप्रदेश” फोल्डर तथा “किसानों के लिए प्रतिबद्ध मध्यप्रदेश सरकार”, “मुख्यमंत्री का किसानों के नाम पत्र”, “हमारे किसान हमारी सर्वोच्च प्राथमिकता” एवं “मध्यप्रदेश में कृषि और किसान कल्याण” पैम्फलेट्स का प्रकाशन किया गया (mpinfo.org/)

निष्कर्ष

उपरोक्त अध्ययन के आधार स्पष्ट रूप से कहा जा सकता है कि, कोरोनाकाल में भारत सरकार के सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय और मध्यप्रदेश में जनसम्पर्क विभाग के जिला कार्यालयों ने पूरी ताकत के साथ दिन-रात की परवाह किए बगैर सरकार के कामों को परम्परागत और आधुनिक मीडिया संसाधनों व प्लेटफार्मों के जरिए आमजनता तक ऐसे समय में पहुंचाया जब कोरोना में बढ़ते केसों व मौत के मामलों ने पूरे विश्व में निराशा का वातावरण बना रखा था, लोग मरीज को अस्पतालों में ले जाने से कतरा रहे थे, सभी प्रयास नाकाफी साबित हो रहे थे जिससे आमजनता में शासन-प्रशासन व राजनेताओं की नकारात्मक छवि बन रही थी।

यही कारण है कि, वर्तमान में किसी भी संस्था, कम्पनी, शासन-प्रशासन या किसी व्यक्ति विशेष का सकारात्मक पक्ष पूरी मजबूती के साथ पेश करने में जनसम्पर्क विभाग का इस्तेमाल दिन-व-दिन बढ़ता जा रहा है। इस –कार्य में प्रोपेगण्डा का भी इस्तेमाल किया जाता है। जनसम्पर्क अधिकारी/विभाग अपने नियोक्ता को ठीक चिकित्सक की भांति सेवाएं देता है और मेकअपमेन की तरह अपने नियोक्ता की बुराई को छुपाने का काम करता है। जो जनसम्पर्क अधिकारी/विभाग की मनोवैज्ञानिक और रचनात्मकता को प्रदर्शित करता है। यह एक ऐसा विभाग है जिसकी शासन, संस्था या कम्पनी के बाहरी ही नहीं आंतरिक रिलेशन (नियेक्ता व कर्मचारी) को भी मजबूत बनाने का काम करता है।

परंतु यह विचारणीय है कि मध्यप्रदेश में वर्तमान में जनसम्पर्क विभाग में प्रशिक्षित जनसम्पर्क कर्मियों की नियुक्ति नहीं की जाती है। भारत के कुछ राज्यों में जरूर जनसम्पर्क विभाग में कार्य करने हेतु मीडिया की डिग्री या डिप्लोमा होना आवश्यक है। अतः मध्यप्रदेश सरकार को इस दिशा में सोचते हुए सभी शासकीय विभागों में जनसम्पर्क विभाग व प्रशिक्षित जनसम्पर्क अधिकारी की नियुक्ति करनी चाहिए, पीएससी जैसी प्रतियोगी परीक्षाओं में

The Asian Thinker

A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Website: www.theasianthinker.com

Email: asianthinkerjournal@gmail.com

मीडिया को मुख्य विषय के रूप में शामिल करा जाना चाहिए। जनसम्पर्क विभाग को केवल जिला स्तर तक सीमित न रखते हुए गांवों में भी इसके कार्यालय निर्मित करने चाहिए।

सन्दर्भ-

- 1) जिन्दल, सुरेश कुमार और कुमार, फूलदीप (2015), वैज्ञानिक एवं प्रौद्योगिकी संगठनों के जनसम्पर्क प्रयास, डीसीडॉक एवं डीआरडीओ, मेटकॉफ हाऊस, दिल्ली, पेज: 15, 72-75, 105-107
- 2) <https://www.bhaskarhindi.com/city/news/on-public-relations-day-know-the-role-of-these-officers-in-the-corona-war-123468> Accessed on 22 Dec. 2021
- 3) <https://www.bhaskar.com/CHH-OTH-MAT-latest-bastar-news-020004-870881-NOR.html/> Accessed on 22 Dec. 2021
- 4) <https://covid19.who.int/> Accessed on 29 Dec. 2021
- 5) <https://dashboard.cowin.gov.in/> Accessed on 28 Dec. 2021
- 6) <https://www.indiatoday.in/coronavirus-outbreak/story/omicron-cases-in-india-covid-delhi-maharashtra-total-1895249-2022-01-03> Accessed on 04 January. 2022
- 7) <https://www.mohfw.gov.in/indexhindi.html> Accessed on 29 Dec. 2021
- 8) <http://dprcg.gov.in/about-us.jsp> Accessed on 26 Dec. 2021
- 9) <https://mib.gov.in/sites/default/files/Hindi%20%20Significant%20Activities%20March%202020.pdf> Accessed on 24 Dec. 2021
- 10) https://www.mpinfo.org/mpinfostatic/hindi/Annual_Report/Annual_Report_2020-21.pdf Accessed on 25 Dec. 2021
- 11) https://cdn.s3waas.gov.in/s393db85ed909c13838ff95ccfa94cebd9/uploads/2021/02/2021_022267.pdf Accessed on 24 Dec. 2021
- 12) <https://www.facebook.com/> Accessed on 27 Dec. 2021
- 13) <https://twitter.com/> Accessed on 27 Dec. 2021

The Asian Thinker



A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Website: www.theasianthinker.com

Email: asianthinkerjournal@gmail.com

14) <https://youtube.com/> Accessed on 27 Dec. 2021

15) <https://instagram.com/> Accessed on 27 Dec. 2021

The Asian Thinker