रामकाव्य प्रसार में मीडिया के अवतार
(प्रिंट मीडिया एवं इंटरनेट के विशेष संदर्भ में)

-दीपेन्द्र कुमार और प्रो. ते. कमलावती देवी

सारांश- भारतीय संस्कृति में सनातन धर्म का आधारभूत प्रभाव सदैव से स्थापित रहा है। हिंदू धर्म की इस सनातन सभ्यता से रामकाव्य अविरलत होते हुए आज मीडिया की धुरी पर प्रसारित हो रहा है। पुराने समय से हस्तलिखित प्रतियों के अनुवाद एवं पुर्ननिर्माण की परंपरा से होते हुए आज समाचारों, अखबारों, फेसबुक आदि के माध्यम के माध्यम से इंटरनेट के दौर में यह मीडिया के माध्यम से किसी ने किसी रूप में क्षण प्रति क्षण प्रसारित होती है। इंटरनेट द्वारा राम-राम से लेकर रामकाव्य की कथा, नाटक, गाने, गीत आदि के धार्मिक कार्यक्रमों एवं समाचारों से रामकाव्य का वैश्विक प्रसार सुगम हो गया है। जिसके कारण जो लोग व समाज के वह तबके जो किन्हीं कारणों व समय आदि के अभाव में धार्मिक ग्रंथों की पहुँच व शिक्षाओं से दूर थे, वह आज इंटरनेट व फोन के माध्यमों से न केवल अपने स्थानीय भाषाओं के धार्मिक ग्रंथों से रूबरू हो रहे हैं, साथ ही इंटरनेट के माध्यम से ही वे अपने ग्रंथों को दूसरी भाषा के संस्करणों में प्रसारित कथाओं के अंतर व शिक्षाओं आदि से साक्षात्कार कर स्वयं व अपनी आगामी पीढ़ी व समाज को लाभान्वित करने का कार्य कर रहे हैं।

बीज शब्द- श्रीरामचरितमानस, रामकथा, तुलसी, समाज, सूचनाक्रांति, मीडिया, प्रिंट, विदेशी, सोशल मीडिया, इंटरनेट, धार्मिक, वैश्विक।

मूल आलेख- भारत में आज मीडिया का कोई भी क्षेत्र हो, सोशल मीडिया हो, इलैक्ट्रोनिक मीडिया अथवा प्रिंट मीडिया, सभी का अपना-अपना एक निश्चित कार्य क्षेत्र है। रामकाव्य के प्रचार-प्रसार की बात की जाए तो मीडिया की व्यापकता एवं उपयोग के आधार पर प्रस्तुत प्रसारित होने वाली सामग्री के प्रसार एवं उसकी लोकप्रियता के परिणाम की कोई निश्चित संख्या व सीमा का आँकड़ा प्राप्त नहीं हो सकता, क्योंकि प्रति क्षण व सैकेंड लोग देखते व लाइक आदि करते हैं। इस कारण निश्चित संख्या को प्रदान नहीं किया

जा सकता है। साथ ही इंटरनेट की प्रसारित सामग्री का और न ही मीडिया सामग्री अखबार, न्यूज चैनल आदि के प्रस्तुतीकरण की सामग्री की कोई निश्चित प्रचार संख्या, तादात अथवा स्तर का पूर्व निर्धारित परिणाम प्रस्तुत नहीं किया जा सकता है। रामकाव्य एवं ज्वलंत विषय हैए सदैव से ही सनातन में राम आस्था के आधार की रीड रहे हैं। सनातन धर्म के लोग अपने जीवन से राम को जोड़कर चले हैं और चलते रहेंगे। इसी आस्था पर रामकाव्य भी मीडिया के माध्यम से लोगों द्वारा नवीन रूप व नए दौर की मीडिया व सोशल मीडिया के अपने नए युग को जी रहा है। इंटरनेट पर प्रस्तुत सामग्री के संबंध में प्रस्तुत किए वाले तथ्यों की रोचक जानकारी व प्रस्तुतीकरण की विधि ही लोकप्रियता के लिए बेहद उपयोगी होता है। मीडिया के माध्यम से आज तुलसीदास की रामचरितमानस विश्वभर के प्रसारित रामकाव्य में श्रेष्ठता की वानगी मानी जाती है, इस कारण वह आज मीडिया के माध्यम सभी भाषा के क्षेत्रों में अपनी पहुँच बना चुकी है। इंटरनेट के माध्यम से आज अनुवाद तकनीक ने रामकाव्य को सहज एवं सभी भाषाओं विश्वभर के जिज्ञासुओं के लिए उपलब्ध करा दिया है।

विश्वभर में रामकाव्य की विभिन्न कहानी व प्रसंगों को प्रिंट मीडिया ने अच्छी मात्रा में प्रकाशित करके पठनीय रूप में सदैव समाज को उपलब्ध कराया है। लेकिन आज इंटरनेट के युग में इलैक्ट्रॉनिक मीडिया व सोशल मीडिया ने दृव्य-श्रव्य माध्यम से इसे वैश्विक स्तर पर सभी भाषाओं के अनुवाद के माध्यम से सुगम रूप में पहुँचा दिया है, इस युग मोबाइल के माध्यम से हर समय हर व्यक्ति के हाथ में रामकाव्य रह रहा है। सोशल मीडिया के माध्यम से विश्वभर में सनातन धर्म के अनुयायियों में आज तुलसी की रामचरितमानस की कहानी, कथा, प्रसंग, घटनाक्रम, पात्र वर्णन, दोहे, गीत आदि दैनिक रूप से प्रचारित होते हैं जिनके कारण रामचरितमानस की प्रसिद्धि और अधिक वैश्विक व व्यापक होती जा रही है। सूचना क्रांति के इस वर्तमान दौर में समाचार चैनलों के माध्यम कभी रामायण के पुल की सत्यता की खोज को लेकर स्टिंग ऑपरेशन दिखाये जाते हैं, तो कभी रावण की लंका के अस्तित्व के साक्ष्यों को खोजने में पत्रकारों की आपबीती कहानियाँ के समाचार। किसी न्यूज चैनल पर भगवान श्रीराम के वनवास काल से जुड़े

साक्ष्यों व ऐतिहासिकता पर खोजी पत्रकारों का जुनून कार्य करता है, तो कभी श्रीरामजी के प्रिय बजरंगवली हनुमान की उपस्थिति के साक्ष्यों को प्रस्तुत करते हुए अमरत्व व जगत में मौजूद होने के पौराणिक तथ्यों को बल प्राप्त होता है।

श्रीरामकथा भारत की नहीं आज संसार की रामकथा है और उसी प्रकार भगवान श्रीराम भी आज जगत के श्रीराम हो चुके हैं। प्रवासी साहित्यकारों से लेकर विदेशी मीडिया ने अपने माध्यमों से आज भगवान श्रीराम की ख्याति को संसार के कोने-कोने में फैलाया है। यूं तो सदैव से भगवान श्रीराम कण-कण में समाहित हैं, किंतु उनकी आस्था को बल प्रदान करने के लिए अक्सर प्रमाणों व शोधों के माध्यम से विद्वान उन्हें समाज में नवीनतम बनाए रखने का काम करते हैं। समाचार-पत्रों के माध्यम से भगवान श्रीराम, माता सीता, भाई भरत, लक्ष्मण शत्रुघ्न, बजरंगवली हनुमान, बालि, रावण, कुंभकर्ण आदि पात्रों के विषय में अक्सर आलेख, कॉलम कहानियों शिक्षा आदि का प्रकाशित निरंतर किया जाता रहता है। सनातन धर्म में सभी ग्रंथ एक दूसरे से किसी न किसी प्रकार से जुड़े होने के कारण हिंदुओं को एक आस्था के माध्यम से जोड़े रखने में कारगर है। आज समाचार-पत्र, पत्रिकाओं, धार्मिक पुस्तकों, पर्चे आदि में धार्मिक ग्रंथों से कथानक छपते रहते हैं जो कि धार्मिक ग्रंथों, रचनाओं, पुस्तकों आदि की सदाचार नीति, शिक्षा आदि को समाज में प्रचारित करते रहते हैं। आज इंटरनेट और फेसबुक जैसी सोशल मीडिया माध्यमों से पुराने की एवं दबी हुई खोजों को जहां गति मिलती है वहीं तर्क के लिए वैश्विक रूप से एक इंटरनेट के माध्यम से एक विशाल मंच भी मिल जाता है। नई जानकारी और तथ्य भी एक दूसरे से प्राप्त होते हैं।

पुराने रामकाव्य साहित्य को इस इंटरनेट युग में नए प्राण मिल गए हैं। ऐनीमेशन में बच्चे जहां कॉर्टून में हनुमान, राम आदि को देखते हैं तो वहीं उनके मन में इस एनीमेशन के माध्यम से रामकाव्य के पात्रों कथाओं आदि का मनोभाषिक ज्ञान प्राप्त होने लगता है। बूढ़े लोग फोन आदि के माध्यम से घरों पर ही कथाओं आदि का रसपान करते हैं। रामकाव्य की वर्तमान प्रगति की इस यात्रा में इंटरनेट रामकथा रामचरितमानस को और अधिक प्रसारित कर रहा है। रामकाव्य की यह भक्ति महाकाव्य सदियों से हिंदुओं के धार्मिक आस्था के केंद्र में चला आ रहा है और सनातन धर्म के मतानुसार सदैव ही चलता रहने वाला है,

क्योंकि सनातन का अर्थ है जो सदैव चलता रहे। आज विश्वभर में श्रीरामचरितमानस जिस स्तर पर स्थापित है, उसकी इस प्रगति और आस्था के पीछे प्रत्यक्ष अथवा परोक्ष रूप से मीडिया का योगदान रहा है।

इंटरनेट और सोशल मीडिया से आज कहीं रामकाव्य का श्रवण करना सुगम हो गया है। 'रामकाव्य' को आज जो दिन प्रतिदिन लोकप्रियता की बढ़ोतरी का गौरव प्राप्त हो रहा है वह इंटरनेट के माध्यम से ही प्राप्त हो रहा है, आज वैश्विक स्तर पर सर्वाधिक प्रसिद्धि गोस्वामी तुलसीदास जी की रामकथा 'श्रीरामचरितमानस' को प्राप्त है। विश्वभर में प्रसिद्ध तमाम रामकथाओं से अधिक स्वीकार्यता व मान्यता श्रीरामचरितमानस की ही है। उत्तर भारत में तो यह लोकप्रिय महाकाव्य श्रीरामचरितमानस धार्मिक रूप में भी अपनी पहचान प्राप्त कर चुका है। वह इंटरनेट के माध्यम से आज वातावरण में भी घुल गया है, कामकाज करते समय लोग फोन के माध्यम से अपनी मनपंसद सामग्री को सुनने के लिए लगा देते हैं। भारतीय समाज में दैनिक पूजा, पाठ, अनुष्ठान, होम, हवन, पठन, पाठन आदि से लेकर रामकथा, रामायण, हनुमान चालीसा आदि का नित्य रूप से श्रवण व वाचन किया जाता है। श्रीरामचरितमानस भक्ति भावना युक्त होकर समाज और संस्कृति की जड़ों में पूर्ण रूप से समा चुका है। तुलसी की मनोभाषिकता के प्रभाव से युक्त श्रीरामचरितमानस का गौरान्वित स्थान भारत के हर हिंदू परिवार के देवालय में प्रभुकथा के रूप में विराजमान है।

वर्तमान में मात्र भारत में श्रीरामचरितमानस की रामकथा की बात की जाए भारत की लगभग सभी भाषाओं में रामकथाओं का अनुवाद व लेखन संपन्न हो चुका है। वर्तमान में रामकाव्य की हिंदी अवधी भाषा रचित रामकथा जो प्रसिद्ध महाकवि गोस्वामी तुलसीदास के महाकाव्य 'श्रीरामचरितमानस' के रूप में ख्याति प्राप्त है, को आज सभी वर्ग, भाषा, स्थान और क्षेत्रों में लोकप्रियता हासिल है। महाकवि की इस रचना में उनकी मनोभाषिकता का प्रभाव, आनंद की अनुभूति, पात्रों के चारित्रिक व सांस्कृतिक वर्णन व आराध्य प्रभु श्रीरामजी की भक्ति के अतुल्य समाहार के कारण ही उनके रामकाव्य की कृति पाठकों को आकर्षित करती रही है। जिसके कारण आज भारत के हर समाज व तबके में भाषाई माध्यम से श्रीराम की कथाओं की पहुंच है। लेकिन इंटरनेट और सोशल मीडिया के

माध्यम से सभी रामकथाओं के अलग-अलग अनुवाद लोगों को सहजता से मिल जाते हैं। वहीं समाचार-पत्रों के माध्यम की बात की जाए तो समाचार-पत्र बहुत ही सस्ते दामों में उपलब्ध होने के कारण सभी वर्ग के लोगों में इन्हें आसानी से खरीदा जाता है। जिस कारण से समाचार-पत्रों में छपी हुए धार्मिक रचनाएं व संवाद-प्रसंग आदि को समाज में गहराई तक पहुंचने में सक्षम होते हैं और समाचारों-पत्रों और उनके समाचारों की भूमिका से समाज में संदेश प्राप्त होता है और समाज उस जानकारी को पुष्ट मानता है। क्योंकि उनके पास लिखित में समाचार प्राप्त होने जैसी सूचना को गलत माना जाना कठिन होता है। वहीं छोटी-छोटी कहानियों के माध्यम से समाचार-पत्रों रामायण की शिक्षाएं प्रकाशित होती रहती हैं।

इंटरनेट के माध्यम से आज विदेशी मीडिया के साहित्य में भी हिंदू देवताओं को उनकी कथाओं में स्थान मिल जाता है। भारत में इस प्रकार के देवताओं की संस्कृति है, जिस पर एक बड़ा समुदाय आस्तिक भावना से जुड़ा है। मीडिया के माध्यम से आज विदेशी भाषाई समाचार-पत्रों में कभी भारत की संस्कृति के आधार तो कभी धार्मिक एकता पक्ष को धार्मिक रूप में प्रस्तुत किया जाने लगा है। क्यों भारत के समाचारों के माध्यम धार्मिक एकता का संदेश विश्व को इंटरनेट के माध्यम से सरलता से प्राप्त होता है। जिसका प्रभाव अयोध्या, मथुरा, हरिद्वार, ऋषिकेश आदि भारत के धार्मिक स्थलों पर विदेशी भक्तों के धार्मिक प्रभाव को देखा जा सकता है। भारतीय संस्कृति से प्रभावित विश्व भर के विदेशी सैलानियों को भारत में आकर यहां के धार्मिक स्थलों का भ्रमण कर एक अलग ही अनुभव होता है। जिसके कारण यह संख्या प्रति वर्ष बढ़ती जा रही है।

विदेशों में आज इंटरनेट के माध्यम ने और विदेशी भाषा अंग्रेजी के समाचार-पत्रों व पत्रिकाओं ने भारतीय संस्कृति के प्रचार-प्रसार में खासा योगदान दिया है। अंग्रेजों के भारत में आने और रहने के दौरान ब्रिटिश शासन भारत के धार्मिक एकता से तो प्रभावित था ही साथ ही भारतीय आस्था से जनमानस के जुड़ाव और विश्वास को लेकर भी आश्चर्यचकित रहा है। अंग्रेजी शासन के समय ही समाचार-पत्रों का चलन प्रारंभ होने के कारण उनके समय से ही भारतीय जानकारियों को ब्रिटिश समाज में प्रचारित करने में उन्हें

काफी सहायता मिली। जिसका कारण आज भी ब्रिटिश सैलानी भारत भ्रमण के दौरे करते हुए दिखाई देते हैं। इंटरनेट के माध्यम से और सोशल मीडिया के माध्यम से आज राम भी वैविश्क होते हुए विश्व के घर-घर के हो रहे हैं। सदैव मर्यादापुरुषोत्तम श्रीराम व उनके रामराज्य का बखान कर इसे सदैव से प्रचारित किया जाता रहा है। मीडिया के माध्यम से धार्मिक कथा, प्रसंग, घटनाओं, वृतांतों आदि के साथ-साथ बच्चों कहानियों, टी.वी. के कार्टून आदि से लेकर आज सूचनाक्रांति के दौर में मोबाइल फोनों के माध्यम से बच्चों से लेकर वृद्धों के हाथों की पहुँच में रामायण व धार्मिक सामग्र्री हर समय उपलब्ध रहती है।

वर्तमान युग में आज सोशल मीडिया के द्वारा अथवा पत्रकारिता के स्तंभों से लेकर राजनीतिक मुद्दों तक में श्रीरामचरितमानस के राम को प्रतिष्ठित किया जाता रहता है। चुनाव आने से पहले राजनीति मुद्दों के रूप में राममंदिर सदैव से मुद्दा बना रहा है। वैश्विक स्तर पर आज भी वार्षिक रामकथाओं का मंचन आदि परंपरागत रूप से किया जाता है। रामनवमी, हनुमान जयंती, दशहरा अथवा दीपावली आदि राष्ट्रीय पर्वों के माध्यम से भगवान श्रीराम के जुड़े इन पारंपरिक त्योहारों को हिंदु समुदाय के लोग समूचे विश्व में मनाते हैं। भारत में दीपावली त्योहार पर विज्ञापनों आदि के माध्यम समाचार-पत्रों व टीवी चैनलों की खासी कमाई भी खूब होती है। रेडिया समाचार से लेकर आज इंटरनेट की साइटों पर भी विज्ञापन बुक किए जाने का नया सिलसिला शुरू हो गया है।

आज से लगभग तीन दशक पूर्व जब मीडिया इतना प्रभावी नहीं था, तब बच्चों में बच्चों की कॉमिक्स की किताबों, बाल कहानियों की किताबों आदि से लेकर बुजुर्गों की कहानियों तक की नैतिक शिक्षाओं के माध्यम से रामकथाओं का प्रचार-प्रसार व आस्था आदि संस्कारों का रोपण बच्चों में होता रहता था। किंतु आज की शैली में बच्चों को जो यंत्र मोबाइल मिला है उसमें उसे सिर्फ नैतिक कहानियों नहीं मिलती हैं बल्कि उनके मन पंसद सामग्री उपलब्ध होती है जो कि उनके लिए लाभदायक और हानिकारक दोनों ही प्रकार की होती है। और उन्हें इससे सावधान करने वाला कोई न कोई अवश्व होना लाजमी है। वार्षिक त्योहारों व दीपावली के विज्ञापनों, सामाजिक धार्मिक कार्यक्रमों के माध्यम से समाज में आस्था भावना का संदेश फैलता है। हमारी नई पीढ़ी भी इससे परिचय प्राप्त करती

हुई जीवन में आगे बढ़ती है और यह जीवन में प्रगति ही आस्था और धार्मिकता को प्रचारित करती हुई अग्रसित होती है।

वर्तमान में रामकाव्य की हिंदी अवधी भाषा रचित रामकथा जो प्रसिद्ध महाकवि गोस्वामी तुलसीदास के महाकाव्य 'श्रीरामचरितमानस' के रूप में ख्याति प्राप्त है, को आज सभी वर्ग, भाषा, स्थान और क्षेत्रों में लोकप्रियता हासिल है। महाकवि की इस रचना में उनकी मनोभाषिकता का प्रभाव, आनंद की अनुभूति, पात्रों के चारित्रिक व सांस्कृतिक वर्णन व आराध्य प्रभु श्रीरामजी की भक्ति के अतुल्य समाहार के कारण ही उनके रामकाव्य की कृति पाठकों को आकर्षित करती रही है। वाल्मीकि रामायण से प्रेरणा प्राप्त करके तुलसीदास जी ने 'श्रीरामचरितमानस' समाज को उपलब्ध कराई थी, तुलसीदास के समय मीडिया का या इलैक्ट्रॉनिक मीडिया दौर नहीं था। उस समय बिजली भी नहीं थीं। हाँ, लिखित अभिव्यक्ति और तुलसी की मनोभाषिक कथा को लिखित माध्यमों से प्रचार-प्रसार संभव था। तो तमाम रचनाकारों ने रामायण को अपनी-अपनी भावाव्यक्तियों और मनोभाषिकता में व्यक्त कर प्रस्तुत करना प्रारंभ कर दिया। मूल रामायण से रामचरितमानस का उद्भव हुआ और यह अपने रचना एवं कवि की मनोभाषा एवं भावना भक्ति आदि के कारण अधिक लोकप्रिय व समाज को पसंद आई। शनैः शनै यह अपने प्रचार के दायरों में निरंतर प्रगति पर अग्रसित रही है। गीता प्रेस गोरखपुर ने रामायण व रामचरितमानस आदि की रामकथाओं को विभिन्न भाषाओं में छाप कर समाज को उपलब्ध कराया, तो वहीं अन्य प्रकाशन भी प्रिंट आदि माघ्यमों से रामकथा को विभिन्न भाषाओं में प्रचार-प्रसार करने में निरंतर भूमिका निभाते रहे। जिसकी परिणिति में आज श्रीरामचरितमानस वैश्विक स्तर पर खासी ख्याति प्राप्त कर चुकी है और हिंदुओं में धार्मिक रूप से अपनी जगह बना चुकी है।

आज के इस युग की इंटरनेट और सोशल मीडिया यात्रा को देखा जाए तो इनके आधार में कभी अखबारों और पत्रिकाओं का योगदान रहा। आज मीडिया की अपनी रामकाव्य प्रसार यात्रा में में धीरे-धीरे समाचार-पत्रों व टीवी, रेडिया आदि का दौर भी अनदेखा नहीं किया जा सकता है। जो रामकाव्य को आज प्रगति के इस दौर तक लाने का

आधारभूत सहयोग करता रहा। सामाजिक दायरा बढ़ने से लोग घर-घर मंदिर, पूजा स्थलों आदि पर मीडिया के प्रभाव से मूर्तियों, तस्वीरों को लगाने लगे तो वहीं ऐसे भी लोग थे जो धार्मिक पुस्तकों की चैपाईयों और दोहों आदि को भी दीवारों पर प्रिंट करने अथवा लिखने की परंपरा को विकसित करने लगे। प्रिंट मीडिया के दौर में समाचार-पत्रों और पत्रिकाओं ने श्रीराम अपने साथ प्रचार में हमेशा रखा। धार्मिक रूप में राम-राम हो, या उत्तेजना और जोश में जयश्रीराम हर प्रकार से श्रीराम की मानस प्रचलित होती रही। मीडिया में चाहे 80-90 के दशक में बाबरी मस्जिद का विवाद रहा हो, चाहे वर्तमान दौर मंदिर निर्माण का मुद्दा हो। मीडिया की राजनीतिक ने भी सदैव श्रीराम को विराजमान रखा है। वर्तमान दौर में आज न्यूज चैनलों की भरमार है और नये-नये अखबारों और पत्रिकाओं में प्रतिस्पर्धा में खेल जारी है। दूरदर्शन के दौर में एक मात्र चैनल था जो निश्चित समय समाचार, सीरियल, गाने, धार्मिक रामायण आदि सामग्री को प्रस्तुत करते थे। ऐसे में उस समय समाचार-पत्र ही अधिक समाज को बांधे हुए थे।

आज मीडिया की एक कड़ी में सोशल मीडिया ने अपना नया स्वरूप विकसित किया है। आज दो दशक पहले इसका कोई अस्तित्व नहीं था, लोग सिर्फ समाचार-पत्रों के माध्यम से ही समाचार प्राप्त कर सकते थे, बड़े और राष्ट्रीय अंतरराष्ट्रीय समाचार टीवी व रेडियो से प्राप्त हो जाते थे, लेकिन लोकल के समाचारों के लिए पाठकों का केवल अखबारों पर ही निर्भर होना होता था। आज सूचना क्रांति के इस दौर में मोबाइल फोन और इंटरनेट के तमाम माध्यमों से लोग एक दूसरे से जुड़े हुए हैं, कहें कि पल-पल की खबरों को सेकेण्ड में पहुँचाया या प्राप्त किया जा सकता है। सोशल मीडिया में देखा जाए तो दैनिक वार्तालाप में राम-राम की शुरुआत से लेकर किसी बात की पुष्टि करने अथवा समस्या का समाधान करने आदि के लिए रामचरितमानस के प्रसंगों दोहों, चैपाइयों आदि को प्रसारित किया जाना दैनिक होता है। स्थिति यह है जिन लोगों ने रामचरितमानस का अध्ययन नहीं किया है अथवा कभी मानस को नहीं छुआ है वह भी सोशल मीडिया के माध्यम मानस की कई शिक्षा से अवगत होते हैं। यह सोशल मीडिया का एक ऐसा प्रचार माध्यम से है जो राम

को तो सर्वव्यापी बनाता ही है, उनकी रामकथाओं को वैश्विक स्तर पर पहुंचाने में मददगार है।

इलैक्ट्रॉनिक मीडिया या सोशल मीडिया की बात की जाए तो आज भी यह एक सीमित माध्यम व संसाधनों के अंतर्गत ही हैं। लेकिन यदि प्रिंट मीडिया की बात की जाए तो इसका प्रसार निरंतरा को बनाए रखता है। जैसे कि यदि टीवी खराब हुई या लाइट नहीं आएगी तो टीवी बंद हो जाएगी और इंटरनेट नहीं होगा या फोन खराब हुआ तो समाचारों में बाधा होगी। जबकि समाचार-पत्र यदि छपकर एक बार कहीं पहुँचेगा तो उसे कभी भी कोई भी पढ़ सकता है, यदि किसी के पास अभी समय नहीं है तो बाद में भी रख सकता है। यदि तीन दिन पुराना भी है तो यदि कोई रोचक सामग्री दिखाई देती है तो पाठक पढ़ सकता है और सबसे बड़ी बात यह सुविधा सर्वाधिक सस्ते मूल्यों में उपलब्ध होती है। लोग प्रातः काल चाय की दुकानों पर चाय पीते हैं और फ्री अखबार पढ़ते हैं वहां लोगों के लिए अखबार दुकान वाले की ओर से पढ़ने को उपलब्ध होता है।

भारत भर में सर्वाधिक लोकप्रिय रामकथा के रूप में प्रचलित श्रीरामचरितमानस आज भी लोगों में खासी पंसदीदा है। इसका अंदाजा इस बात से लगाया जा सकता है कि श्री रामांनद सागर कृत रामायण धारावाहिक तुलसीदास जी की श्रीरामचरितमानस की कहानी से प्रेरित है। इसके कारण टीवी के माध्यम से भी श्रीरामचरितमानस का प्रचार दशकों से होता रहा है। वर्तमान में भी लॉकडाउन से लेकर आज तक टीवी, चैनल्स आदि पर मनोरंजन नाटकों, बाल कहानियों, फिल्मों व भक्ति चैनलों के माध्यम से रामकथा का प्रचार व प्रसार लगातार किया जाता रहा है। दूरदर्शन के चैनल्स पर तो यह रामायण अभी भी चल रही है। जिसे आस्था एवं भक्ति में पंसद किया जाने की बड़ी तादात मौजूद है।

टीवी चैनलों पर रामायण की कहानी को लगातार नए-नए कलाकार के माध्यम से अलग-अलग अभिनय के साथ सामाज को प्रस्तुत किए जाता रहता है। आज भी टीवी पर कई रामायण की कथाओं का प्रचलन है। लॉकडाउन के दौर में रामानंद सागर की रामायण रामकथा को पुनः टीवी पर दिखाने के बाद फिर से रामायण कथाओं के नई-नई कहानियों का प्रसारित होना प्रारंभ हो गया है। इसका एक कारण यह भी है कि रामानंद जी की

रामायण ने लॉकडाउन में भी दर्शकों की संख्या को रिकोर्ड में दर्ज किया है। जिसके कारण टीवी चैनल वाले भी मानते हैं कि रामकथा का महत्व व पकड़ समाज में गहरी है। और यदि समाज को उनकी दिखाई गई कथा पंसद आकर प्रसारित हो गई तो वह बहुत अच्छी कमाई कर सकते हैं और चैनल को भी बहुत प्रसिद्धि प्राप्त हो जाएगी। इसलिए सभी चैनल नए-नए के बिंदुओं को अपने मनोभाषिक प्रभाव से मनचाहा दृष्टिगत स्वरूप प्रदान करने में लगे रहते हैं। मूल कहानी का रूप वही है। किंतु पात्रों के अभिनय व मनोभाषिकता में परिवर्तन यहां आपको अवश्य देखने को मिल जाएगा और पात्रों के नवीन ढंग व व्यवहार भी।

टीवी चैनलों के साथ-साथ फिल्मों ने खूब कहानियों को प्रस्तुत किया है। कभी हनुमान जी की शक्ति को लेकर, तो कभी रावण के मुकुट की कहानी पर। अभी हाल ही में एक रामसेतु को लेकर बनाई गई है उसमें भी श्री हनुमान के वर्तमान में जीवन होने के संदेश प्रदान किए गए हैं। इस प्रकार की कहानियों से समाज में आस्था की किरण को जगी रहती है, लोगों में अपने धर्म के प्रति आस्था भी प्रगाढ़ होती जाती है। बॉलीबुड फिल्में हो अथवा हॉलीवुड की मूवी सभी की कहानियों में आपको रामकथा के जैसी कहानियों को देखा जा सकता है। साउथ इंडियन फिल्मों में भारत की धार्मिकता के प्राण बसते हैं, वहां की फिल्मों में भगवान की आस्था के विभिन्न एवं प्रभावी दृश्यों व कहानियों पटकथा को अनूठे ढंग से दिखाया जाता है। सोशल मीडिया की बात जाए तो इंटरनेट ने आज हर पल को एक-एक हृदय से कनेक्ट कर दिया है। मोबाइल फोन के माध्यम से लोग कहीं भी हों एक-दूसरे से जुड़े ही रहते हैं। सुबह फोन देखते ही राम-राम से भगवान श्रीराम का प्रचार प्रारंभ हो जाता है, तो पूजा पाठ आदि के लिए फोन व इंटरनेट से कथा, आरती, भक्ति संगीत का सहयोग लिया जाता है। मोबाइल फोन के माध्यम से कहीं भी कथा भागवत, धार्मिक आयोजन आदि की रिकोर्डिंग कर उसे सोशल मीडिया के माध्यम से पूरी दुनिया में फैलाने में सैकण्डों का काम रह गया है। सोशल मीडिया के द्वारा आज प्रत्येक व्यक्ति को मीडिया का सदस्य बना दिया गया है। वह व्यक्ति कभी भी कहीं से भी कोई भी सूचना, संदेश, समाचार आदि को लोकजन को प्रसारित कर सकता है। यह उसका सामाजिक दायित्व होते हुए उस पत्रकारिता का एक नया व अद्भुत दायित्व भी बड़ गया है।

आज दुनिया भर में हिंदू धर्म की आस्था के आधार श्रीराम के प्रचार और प्रसार तक की यात्रा में दूरदर्शन की खासी भूमिका रही है, जिसने दशकों पूर्व से रामकथा को निरंतर घर-घर में स्थापित किया है। यह दूरदर्शन का वह दौर था जब एक सामाजिक रूप में धार्मिक रामायण सीरियल को एक साथ सामूहिक रूप में देखा जाता था, कारण कुछ भी हो चाहे टीवी का कम प्रचलन अथवा दूर दराज क्षेत्रों में बिजली का न होना। आज त्रेता के श्रीराम की रामकथा को वर्तमान मीडिया ने अपने-अपने रूप, भाषा, अभिनय आदि गुणों से सुसज्जित कर समाज में प्रसारित किया है। रामचरितमानस के प्रचार व लोकप्रियता के सहयोगी कुछ महत्वपूर्ण बिंदु निम्न प्रकार से हैं-

प्रकाशनों का सहयोग-रामचरितमानस की लोकप्रियता को लेकर उनका लिखित महाकाव्य समाज में अपना एक महत्वपूर्ण स्थान प्राप्त कर चुका है। रामकथा की कहानी पर अनेक रचनाकारों ने अपनी मनोभाषिकता, बौद्धिकता में बहुभाषिकता के साथ प्रस्तुत नाना प्रकार की रचनाओं को समाज को प्रस्तुत किया है। श्रीराम की कथा, हनुमान जी की कथा, सीता के चरित्र, लक्ष्मण का त्याग, भरत का प्रेम, हनुमान की भक्ति, उर्मिला का त्याग आदि तमाम तरह की रचनाओं का अथाह प्रकाशन साहित्य में आज उपलब्ध है।

रचनाकारों का सहयोग-रचनाओं के आधार में लेखक की अपनी सोच और वैचारिकता का बोध होता है। प्रायः रचनाकारों की रचनाओं के अंश व मनोभाषिकता को समाचार-पत्रों व पत्रिकाओं के माध्यम से समय-समय पर प्रकाशित किया जाता रहता है। भारत के लगभग सभी भाषाओं के समाचार-पत्रों में धार्मिक पृष्ठ व समाचारों का समावेश होता है। इसलिए उनमें सभी रचनाओं के लेखकों के प्रसंग छपते रहते हैं। कभी रामनवमी, दीपावली, दशहरा आदि कोई भी अवसर हो, इन अवसरों पर समाचार-पत्र सत्य की असत्य पर विजय आदि के नामों से राम की महिमा का गुणगान कर उनकी व्यापकता को वैश्विक स्तर प्रदान करने में सहयोग करते रहते हैं।

प्रवासी साहित्यकारों का सहयोग-श्रीरामचरितमानस को वैश्विक स्तर पर पहुचाने में प्रवासी साहित्कारों का विशेष सहयोग रहा है। उनके भारत से बाहर जाने के कारण कोई भी हो अथवा उन्होंने किसी भी कारण से घर, समाज व देश को छोड़ा हो लेकिन अपनी

संस्कृति और धर्मग्रंथों को किसी भी रूप में उन्होंने नहीं छोड़ा और अपनी इस धार्मिकता को वैविश्कता प्रदान की है। रामकथा के आधार में उनकी रचना अनेक भाषाओं के माध्यम से वैश्विक स्तर पर अपनी पहुंच बना चुकी है। तमाम रचनाकारों द्वारा अनुवाद के माध्यम से भगवान श्रीराम को वैश्विक स्तर पर पहुंचाने में मदद की है। रामकथा को लेकर समाचार-चैनलों पर बहस व मुद्दे आते ही रहते हैं। कभी धार्मिक मसला तो कभी वैचारिक मतभेद। यह सभी धार्मिक कारणों से रामकथा चर्चा में रहती है।

तुलसी की मनोभाषिकता का प्रभाव-वाल्मीकि रामायण व अन्य कहानियों की रामकथाओं से इतर रामचरितमानस में तुलसीदास जी ने जो मनोभाषिकता व्यक्त की है उसके कारण ही रामायण से अधिक लोकप्रिय रामचरितमानस आज दुनिया में अधिक प्रचलित है। भारत के साथ दूसरे देशों में भी रामचरितमानस अधिक लोकप्रिय है। सरल शब्दों व सार को समाहित कर तुलसी की रामकथा को समझने और समझाने में सरलता का कारण ही इसकी लोकप्रियता का एक आधार भी है। इसकी कहानी और प्रस्तुति की रचना प्रभावित करने वाली है कि मीडिया भी इसकी कहानी पर आधारित होकर काम करना ज्यादा पसंद करती है। मीडिया के लिए रामकथा को एक ही है चाहे वह किसी भी लेखक की हो, लेकिन उनमें जो मतभेद पैदा होते हैं उनपर वैचारिक भिन्नता के चर्चा व कहानियों अक्सर प्रकाशित होती रहती हैं। जिस कारण सभी रामकथाओं में श्रीरामचरितमानस को अधिक पुष्ट माना जाता है।

अनुसंधान का सहयोग-रामचरिमानस पर अब अनगिनत शोध हो चुके हैं, कोई तुलसी के पक्षों पर करता है तो कोई मानस को आधारित मानकर शोध करता है। कुछ मिलाकार आज रामचरितमानस की सफलता को वैश्विक स्तर पर शोध के माध्यम से उसका मूल्यांकन किया जाना सभी को न्यायसंगत प्रतीत होता है। रामचरितमानस के पात्र, विभिन्न लेखकों की कहानी के मतभेद, कथाओं में असमानता आदि तमाम तरह के बिंदुओं पर रिसर्चकर्ता शोध करते आ रहे हैं और न जाने कितने शोध और होंगे इस पर कोई भी पुख्ता तथ्य नहीं दिए जा सकते हैं।

पत्रकारों का सहयोग-टीवी चैनल हों या अखबार, पत्रिकाएं हों या रेडियो चैनल आदि पत्रकारों या चैनलों को अपने समाचारों को लोकप्रिय बनाने के लिए होड़ मची हुई है। पत्रकार समाज को लुभाने के लिए मसालेदार सामग्री परोसने का प्रयास करते हैं और इसी क्रम में तरह-तरह की खोज करते हैं और प्राप्त परिणाम को अपने लुभावने अंदाज में प्रस्तुत करते हैं जो कि जनमानस को पसंद आता है। धार्मिक पत्रिकाओं के प्रकाशन, समाचार-पत्रों के कॉलम या धार्मिक साहित्य। सभी प्रकार से पत्रकार रामचरितमानस के आधार बिंदुओं को अपने समाचार, आलेख व स्तंभों में प्रकाशित करते ही रहते हैं, कभी किसी कहानी को उदाहरण के रूप में तो कभी किसी धार्मिक कार्यक्रम और भक्तों की प्रभु स्तुति में वह अपना कार्य करते हैं और धार्मिक प्रचार भी करते हैं।

इंटरनेट का सहयोग-श्रीरामचरितमानस की वैश्विकता का एक कारण आज इंटरनेट भी है। जिसके माध्यम से भारत से बाहर कोई भी कहीं भी और कभी भी रामचरितमानस को पढ़ सकता है। अथवा रामकथा की दृव्य-श्रव्य कहानियों, नाटकों, फिल्मों को देख सकता है। इंटरनेट के माध्यम से ही रामकथाओं की कहानियों को दूसरी भाषा के माध्यम रूपांतरित करने का भी एक आसान साधन आज श्रोता व दर्शकों को आसानी से उपलब्ध हो जाता है। रेडिया के समय केवल ध्वनि को सुना जा सकता था, लेकिन इंटरनेट के आज के युग में दृव्य-श्रव्य में आज संपूर्ण कहानी व नाटक आदि को देख सकते हैं और उसका अनुवाद व रूपांतकरण कर उस पर अपनी टिप्पणी व सोच को प्रस्तुत कर सकते हैं। फेसबुक, इंस्टाग्राम, विकीपीडिया, फ्री बेवसाइट्स आदि के माध्यम से रामकथा का प्रचार समूचे विश्व में आज प्रतिदिन असंख्य संख्या में होता है। भारतीय समाज में धार्मिक सामग्री को निःशुल्क रूप से प्रचार करने की एक अलग ही सभ्यता है। इस कारण श्रीरामचरितमानस जहां इंटरनेट पर फ्री उपलब्ध है। तो वहीं समाज में लोग धार्मिक आयोजनों को भी निःशुल्क रूप से करते हैं, जिसका संपूर्ण प्रसार व प्रचार दायित्व मीडिया पर निर्भर होता है।

निष्कर्ष-

सनातन साहित्य में तुलसीदास जी ने एक बार श्रीरामचरितमानस रचनाकर समाज को उपलब्ध किया, किंतु वर्तमान समय में इंटरनेट और सोशल मीडिया द्वारा आज समाज के तबके में हर दिन किसी न किसी रूप में राम का चरित्र आदर्श रूप में विद्यमान है। लोक जीवन में धार्मिक आस्था और मानस के इस दीप को प्रज्जवलित करने का काम मीडिया बखूवी निभा रहा है। भारत ही नहीं आज समूचे विश्व में मीडिया के सहयोग से न केवल हिंदू धर्म को वाशिंदे बल्कि गैर हिंदू समुदाय भी रामकाव्य की कथाओं में रूचि लेते हैं तथा रामलीलाओं, कथाओं, गीतों, नाटकों व गानों को गाते व मंचन करते हैं। विश्व के मुस्लिम बाहुल्यों देशों में भी आज रामकाव्य साहित्य का महत्व ही वर्तमान में मीडिया की भूमिका को प्रदर्शित करने का जीवंत साक्ष्य है। अतः साधु-संतों के आश्रमों व समाजिक परंपराओं के ऊपर होता हुआ राम का नाम आज वैश्विक तरंगों के माध्यम से हर जुबाँ पर न हो किंतु सोशल मीडिया के माध्यम से हर जगह पहुँच बनाता दिखाई देता है।

संदर्भ ग्रंथ-

1.'रामचरितमानस', टीकाकारः हनुमानप्रसाद पोद्दार, प्रकाशक एवं मुद्रक, गीताप्रेस, गोरखपुर पृ.163-180

2.'वाल्मीकीय रामायण', प्रकाशक, देहाती पुस्तक भंडार, दिल्ली पृ.92-93, पृ.120-128

3.'रामायणमादिकाव्यम्, श्रीस्कन्दपुराणे उत्तरखण्डे रामायणमाहात्म्ये-श्रीमद्वाल्मीकीय रामायण भाग-1, गीताप्रेस गोरखपुर, संस्करण-1996 ई०, पृ.1-3, पृ. 5-61

4.वही, पृ.-87 एवं 95

5.'अय्यर, वीवीएस (1950), कंबा रामायणम-चार हजार से अधिक मूल कविताओं के पद्य या काव्य गद्य में अनुवाद के साथ एक अध्ययन, पार्लियामेंट स्ट्रीट, नई दिल्लीः दिल्ली तमिल संगम, 18 जून 2019 को लिया गया।

6.'सिकंदर का पाठ और अन्य कहानियाँ, सुरा पुस्तकें। (2006)। पृ.44, आईएसबीएन 978-81-7478-807-8

7.'हार्ट, जॉर्ज एलय हेफेट्ज, हैंक (1999), 'युद्ध और ज्ञान के चार सौ गीतः शास्त्रीय तमिल की कविताओं का एक संकलनः पुन्नानुनु,कोलंबिया यूनिवर्सिटी प्रेस,

8.पीएस सुंदरम (3.5.2002), कंब रामायण, पेंगुइन बुक्स लिमिटेड। पृ.18, आईएसबीएन 978-93-5118-100-2।
9.'असाधारण कवि कंबन पर ध्यान दें'', द हिंदू, 23 मई 2010। 8 फरवरी 2018 को लिया गया।
10.*Presa, Iṇḍiyana (1969).* Sarasvatī. *70. the University of California.* पृ.417
11.*Pattanaik, Devdutt (8 August 2020).* "Was Ram born in Ayodhya". *Mumbai Mirror.*
12.सिंह, बी.पी. (2001), गोविन्द चन्द्र Life, Thought and Culture of India — "The Valmiki Ramayana:A Study"। Centre of Studies in Civilizations, नई दिल्ली, आईएसबीएन 81A87586A07A0
*13.*https%//wwwAquoraAcom/What&are&the&salient&differences &between&the&Kamba&Ramayanam&and&Valmiki&Ramayana
14.https%//archiveAorg/details/KambaARamayanaAinAHindi
15.इंटरनेट साभार

दीपेन्द्र कुमार
पी-एच.डी. शोधार्थी, हिंदी विभाग,
मणिपुर अंतरराष्ट्रीय विश्वविद्यालय,
मणिपुर-795140, इंफाल
मो. 9219793659
ईमेल- up80dk@gmail.com

प्रो. ते. कमलावती देवी
शोधनिर्देशिका एवं विभागाध्यक्ष,
भारतीय भाषा विभाग,
मणिपुर अंतरराष्ट्रीय विश्वविद्यालय,
मणिपुर-795140, इंफाल