

યુદ્ધ પ્રોપગેન્ડા અને મીડિયાની ભૂમિકા

(ભા) રત-પાકિસ્તાનના હાલમાં ચાલી રહેલા તનાવગ્રસ્ત વાતાવરણમાં મીડિયામાં ઉન્માદ મચ્યો હતો. એક તરફ સરહદ પર તંગ વાતાવરણ હતું અને બીજી તરફ તેનાથી પણ વધુ ભીષણ સ્થિતિ ન્યૂઝ ટેલિવિઝન પર દેખાઈ રહી હતી. બીજા દિવસે આ ઉન્માદ કારણ વિનાનો હતો તેમ પુરવાર થયું. ભારત - પાકિસ્તાન વચ્ચેના તનાવગ્રસ્ત વાતાવરણનો લાભ મીડિયા અને બન્ને દેશોની સરકારે ખૂબ લીધો. મીડિયા પોતાની TRP વધારવામાં વ્યસ્ત રહ્યું. બન્ને દેશોની સરકારો દ્વારા એવા દાવા કરવામાં આવ્યા કે તેઓનો હાથ યુદ્ધમાં ઉપર છે. આ માટે જે-તે દેશના નેતાઓને હિરો તરીકે રજૂ કરવામાં આવ્યા, સામેના દેશને વિલન તરીકે ચિતરવામાં આવ્યા. ખોટા દાવાઓ રજૂ કરીને યુદ્ધની અનિવાર્યતા અને યુદ્ધ તરફની લાગણીઓ પેદા કરવામાં આવી. વિજય સરઘસો કાઢવામાં આવ્યા, મોટા-મોટા હોર્ડિંગ્સ લગાવવામાં આવ્યા અને દુશ્મન દેશને કેવી રીતે ધૂળ ચાટતા કરી દેવામાં આવ્યા તેની વાતો વહેતી કરવામાં આવી. જ્યારે પણ યુદ્ધની સ્થિતિ પેદા થાય છે ત્યારે યુદ્ધમાં જોતરાનારાં દરેક દેશ-પક્ષ, સરકારો, રાજકારણીઓ, મીડિયા અને પ્રજા બધાનાં મંતવ્યો અને પક્ષ અલગ અલગ હોય છે. આવા સમયે ઘણી વાર રાજકીય નેતાઓ પોતાના મામલે સ્થિતિ રહે તે માટે ચોક્કસ પ્રકારની વાતો વહેતી કરે છે. જેને ‘પ્રોપગેન્ડા’ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. આવા પ્રોપગેન્ડા આ વખતે પણ બન્ને દેશો અને તેમનાં માધ્યમો તરફથી ચલાવવામાં આવ્યા. જેમાં મીડિયાની ભૂમિકા સક્રિય રહી હતી અને પ્રજા સામે એક ચોક્કસ વર્જન-પક્ષ મૂકીને ઉન્માદનું વાતાવરણ ઊભું કરવામાં આવ્યું હતું.

પ્રથમ વિશ્વયુદ્ધથી આ દોર શરૂ થયો છે. એ વખતે લોકો અખબાર અને રેડિયો પર યુદ્ધના સમાચાર સાંભળતા હતા. આજે જ્યારે વિડિયો ટેકનોલોજી આટલી એડવાન્સ થઈ ચૂકી છે તેમ છતાં જો ન્યૂઝ મીડિયા લોકોને ગેરમાર્ગે દોરી શકે છે; ત્યારે તો મીડિયા પાસે પ્રોપગેન્ડા ફેલાવવા માટે મેદાન ખુલ્લું હતું. એ દરમિયાન બ્રિટનમાં કેટલાંક પોસ્ટર્સ એવાં

મૂકવા માટે એવા વિભાગો ઊભા કર્યા હતા, જેમાં પ્રોપગેન્ડા થઈ શકે. બ્રિટનની તત્કાલીન કેબિનેટ દ્વારા એવો એક વિભાગ ઊભો કરવામાં આવ્યો હતો. 1917માં તેના પ્રમુખ તરીકે ઈતિહાસકાર જોન બુચાનનને મૂકવામાં આવ્યા હતા. આ વિભાગ અંતર્ગત અનેક પુસ્તકો, લિફ્લેટ અને મંત્રીઓનાં વક્તવ્યોને પ્રકાશિત કરવામાં આવ્યાં હતાં અને તેમાં સૌથી જે જાણીતું બન્યું તે બ્રિટિશ યુદ્ધ દરમિયાન આર્મીનું રિક્રુટમેન્ટનું પોસ્ટર. તેમાં તત્કાલીન બ્રિટનના સેક્રેટરી ઓફ સ્ટેટ વોરના લોર્ડ કિચનરની તસવીર મૂકવામાં આવી હતી. આ પોસ્ટરમાં લખવામાં આવ્યું હતું : ‘બ્રિટન, વોન્ટ્સ યૂ - જોઈન યોર કન્ટ્રીસ આર્મી’. યુરોપના દેશો તે વખતે જે રીતે યુદ્ધમાં ઊતરેલા હતા કે તેમને દરેક નાગરિક પાસેથી યુદ્ધમાં સહભાગિતાની અપેક્ષા હતી. આ માટે રીતસરનું આંતરેકેમ્પેઈન ચાલ્યું અને તેની અસર પણ જોવા મળી.

પ્રથમ વિશ્વયુદ્ધમાં અમેરિકાના રાષ્ટ્રપતિ વુડ્રો વિલ્સને પણ પોતાની છબિ ઉજળી રાખવા માટે ‘કમિટી ઓફ પબ્લિક ઈન્ફોર્મેશન’ નામનો એક

ઈતિહાસ પણ તે વાતની પુષ્ટિ કરે છે કે યુદ્ધ દરમિયાન પ્રજાને માત્ર ખોવાનું છે અને લોકો પાસે ખોટી માહિતી અઢળક પ્રમાણમાં પહોંચે છે. તેમાં શાસકોને ગુમાવવાનું કશુંય હોતું નથી

અલાયદો વિભાગ શરૂ કર્યો હતો. આ વિભાગના વડા જ્યોર્જ કિલ હતા. જ્યોર્જ કિલના વડપણ હેઠળ તેમના વિભાગે અમેરિકાના એકેએક નાગરિક સુધી રાષ્ટ્રનો સંદેશ પહોંચાડ્યો હતો. આ માટે તેમણે અખબાર, સામયિક અને પેમ્ફલેટનો ભરપૂર ઉપયોગ કર્યો હતો. એટલું જ નહીં ફિલ્મોના બ્રેક દરમિયાન ચાર મિનિટમાં હજારો વોલન્ટિયર્સ દેશભાવના જાગે અને યુદ્ધ વિશેના અમેરિકાના વલણની સ્પષ્ટતા કરતા હતા. જ્યોર્જ કિલે તેમના પુસ્તક ‘હાઉ વી એડવર્ટાઈઝ અમેરિકા’માં લખ્યું છે કે આ યુદ્ધ માનવજાત માટે હતું. મતલબ કે તેઓ એ પ્રોપગેન્ડા

પગરવ

★ પ્રશસ્ત પંડ્યા



તરફથી થયું. આજે કોઈ સોશયલ મીડિયા અથવા ન્યૂઝ પોર્ટલને અટકાવવું સરકાર માટે સરળ થઈ ગયું છે. પ્રથમ વિશ્વયુદ્ધ વખતે તે માટે લાંબી કવાયત કરવી પડતી હતી. અમેરિકાએ તે વખતે યુદ્ધના બોન્ડ કાઢીને પ્રજા પાસેથી મસમોટું ભંડોળ પણ ઉઘરાવ્યું હતું. આ માટે પણ પ્રચાર વ્યાપક સ્તરે થયો હતો. યુદ્ધ અમેરિકાના કલ્યાણ અર્થે છે તેવું તત્કાલીન અમેરિકી શાસકો પ્રજાને સમજાવી શક્યા હતા.

ઈટાલીના શાસકો તો પ્રોપગેન્ડાનું સ્તર એટલે સુધી લઈ ગયા હતા કે સૈનિકોના પત્રો પણ તેમના પરિવાર સુધી પહોંચવા દેવામાં નહોતા આવતા.

ગેરમાર્ગે દોરવાનો હતો. પોતાના દેશના લોકો યુદ્ધની સ્થિતિ ન જાણી શકે અને સરકારનું ખરેખરનું વલણ શું છે તે ન જાણી શકે તે માટે પ્રોપગેન્ડાનો ઉપયોગ કરવામાં આવતો હતો. સ્વાભાવિક છે કે કોઈ પણ શાસક યુદ્ધની દરેક સાચી વિગત લોકો સુધી પહોંચાડતો નથી. યુદ્ધ દરમિયાન એટલું બધું થાય છે કે તેનું ચિત્ર સ્પષ્ટ થવામાં વર્ષો વીતી જાય. પ્રથમ અને બીજા વિશ્વયુદ્ધ વખતે એવું જ થયું હતું કારણ કે તે વખતનું મીડિયા આજની જેમ ઝડપી નહોતું. આજે પાકિસ્તાન અને કેટલેક અંશે ભારત પર પણ હાલમાં થયેલાં તનાવભર્યા વાતાવરણમાં માહિતી છુપાવવાના આરોપ લાગી રહ્યા છે.

જાપાનમાં પણ બીજા વિશ્વયુદ્ધ દરમિયાન જે પ્રકારનો પ્રોપગેન્ડા થયો તેમાં લોકોને યુદ્ધમાં સામેલ થવા માટે રીતસરનો ઉન્માદ જગાવવામાં આવ્યો હતો. પર્લ હાર્બર પર હુમલો કર્યા પછી જાપાનમાં જે પ્રકારનું રિપોર્ટિંગ થયું તેમાં રાષ્ટ્રઉન્માદ જાગ્યો અને લોકોને એવું ઠસાવવામાં આવ્યું કે બ્રિટન-અમેરિકાના અહંકારના કારણે આ કાર્યવાહી કરવી પડી છે. જાપાનમાં તો એક મુહિમ એવી ચાલી હતી જેમાં યુદ્ધને પવિત્ર ઠેરવવામાં આવ્યું હતું અને યુદ્ધમાં મૃત્યુ પામવાને ગૌરવ ગણવામાં આવતું. જાપાનમાં એક શબ્દ છે : ‘બુશિદો’. આ શબ્દથી તેમને પોકારવામાં આવતા જેઓ યુદ્ધમાં એક આધ્યાત્મિક ફરજ સમજીને લડવા ગયા હોય.

આ તો આજથી 100થી 75 વર્ષ પહેલાંના પ્રોપગેન્ડા છે પણ હાલમાંય માહિતીયુગમાં રશિયાએ યુક્રેન વિરુદ્ધ આવો પ્રોપગેન્ડા ચલાવ્યો છે. વિકિપીડિયા પર તેનું એક આખું લાંબુંલયક પેજ વાંચી શકાય છે. તે પેજનું નામ છે : ‘રશિયન ઈન્ફોર્મેશન વોર અગેઈનસ્ટ યુક્રેન’. આ પ્રચારમાં એવું વારંવાર કહેવામાં આવે છે કે રશિયાનો સુવર્ણયુગ જ્યારે રશિયા સંગઠિત હતું તે દરમિયાન હતો. યુક્રેન તે કાળે રશિયાનો ભાગ હતો અને એ રીતે રશિયા એ પ્રસ્થાપિત કરવા માંગે છે કે યુક્રેન અને અન્ય દેશો ફરી રશિયામાં ભળી જાય તો સુવર્ણયુગ આવે. રશિયા તો પ્રોપગેન્ડા અને યુદ્ધ જીતવા માટે એ હદ સુધી ગયું છે જેમાં રશિયા તરફથી યુક્રેનના સૈનિકોના પરિવારને ધમકીના ફોન મળે. રશિયાની ‘આરઆઈએ નોવોસ્તી’ નામની ન્યૂઝ એજન્સીએ 2022ના ફેબ્રુઆરીમાં તો એવા ન્યૂઝ પણ પ્રકાશિત કરી દીધા હતા કે રશિયા યુક્રેન યુદ્ધ જીતી ચૂક્યું છે અને યુક્રેન હવે રશિયાનો ભાગ છે. રશિયાની રાજ્ય પ્રેરિત આવી અનેક ચેનલોને ખોટી માહિતી આપવા બદલ યુરોપના દેશોમાં પ્રતિબંધ લાદવામાં આવ્યો છે.

ભારત-પાકિસ્તાનના હાલના તનાવગ્રસ્ત માહોલમાં આવું ઘણું થયું છે. ઈતિહાસ પણ તે વાતની પુષ્ટિ કરે છે કે યુદ્ધ દરમિયાન પ્રજાને માત્ર ખોવાનું છે અને લોકો પાસે ખોટી માહિતી અઢળક પ્રમાણમાં પહોંચે છે. તેમાં શાસકોને ગુમાવવાનું કશુંય હોતું નથી.



બન્યાં જેમાં યુદ્ધના પ્રોપગેન્ડામાં તમે યુદ્ધ દરમિયાન શું કર્યું તે પ્રશ્ન ઉઠાવનારા હતા. જેમ કે, એક પોસ્ટર છે જેમાં બે બાળકો તેના પિતાને પૂછી રહ્યા છે : ‘ડેડી, વ્હોટ ડીડ યૂ ડુ ઇન ધ ગ્રેટ વોર?’ [ડેડી, તમે યુદ્ધ દરમિયાન શું કર્યું?] પ્રથમ વિશ્વયુદ્ધ દરમિયાન વિશ્વના અનેક દેશો તેમાં હોમાયેલા હતા, તેથી શાસકોએ પોતાનો પક્ષ મજબૂત રીતે

સાબિત કરી શક્યા હતા. આ પ્રોપગેન્ડામાં દુશ્મન દેશો તરફથી આવતી માહિતીઓને રોકવા અર્થે જ્યોર્જ કિલે પોસ્ટ ઓફિસ સાથે સંપર્ક સાધ્યો હતો અને અમેરિકા વિરોધી જેટલી પણ માહિતી આવે તે અટકાવાતી હતી. આજે યુદ્ધ કરનારા દેશો સોશયલ મીડિયા પર એકબીજા વિરુદ્ધ પ્રચાર કરે છે, જેવું છેલ્લા અઠવાડિયા દરમિયાન ભારત-પાકિસ્તાન