प्रचार

(Propaganda)

विसाव्या शतकात प्रचाराला अत्यंत महत्त्व प्राप्त झाले. राजनयाच्या शस्त्रागाराचे प्रचार हे प्रमुख शस्त्र आहे. आपल्या विचार व धोरणांना इतरांनी पाठिंबा द्यावा या दृष्टीने सूचनांचे प्रसारण करण्याला प्रचार असे म्हणतात. राष्ट्रीय धोरण यशस्विरित्या इतरांच्या गळी उतरवून आपल्या राष्ट्राचे हित साध्य करण्याची ती एक कला मानली गेली आहे. प्रचार या संज्ञेला डेव्हिडइस्टन ने 'राजकीय संसूचन' असे म्हटले आहे. आज संपर्क माध्यमांची रेलचेल झालेली आहे. शिक्षण क्षेत्रातील प्रगती, तंत्रज्ञान-रेडिओ, दूरदर्शन, वृत्तपत्रे, चित्रपट आदी मार्ग उपलब्ध आहेत. या सर्व साधनांचा प्रभाव जन मानसावर सहजरित्या पडत असतो. प्रचार तंत्रामध्ये राष्ट्रीय वैश्विकतावादाची भर पडल्यामुळे आंतरराष्ट्रीय संबंधाला नवा आयाम मिळाला आहे. त्यालाच मानसशास्त्रीय युद्ध किंवा प्रचार म्हटले जाते.

प्रचार हा सद्य:कालीन स्थितीमध्ये राष्ट्रीय धोरणाचे एक प्रमुख साधन बनले आहे. सर्वंकष सत्तावादी राष्ट्रांनी त्याचा विकास अपत्ती शास्त्राच्या रूपात केला. मुसोलिनिचे शक्ती प्रदर्शन आणि गोबेल्सचा प्रचार ही त्याची उदाहरणे होत.

'प्रचार' हा शब्द रोमन कॅथालिक चर्चची देन आहे. ब्रिटिश शासनाने पहिल्या महायुद्धात त्याचा उपयोग केला. नंतर तो राज्यांतर्गत यादवी आणि पुढे आंतरराष्ट्रीय पातळीवर जागतिक राजकारणात प्रभावकारी अस्त्र बनला, सद्य:स्थितीत ते साम्यवादी विचाराच्या प्रचाराचे महत्त्वाचे साधन ठरले.

प्रचाराचा अर्थ व स्वरूप (Meaning and Nature of Propaganda)

मानवी मन, भावना आणि कृतींवर सार्वजनिक हितासाठी परिणाम घडवून आणण्याचा पद्धतशीर मार्गाने केलेला प्रयत्न म्हणजे प्रचार होय. प्रचाराचा उपयोग

देशामध्ये सत्ताप्राप्ती करिता केला जातो. तसेच आंतरराष्ट्रीय पातळीवर प्रचाराचा वापर इतर राष्ट्रांचे विचार व कृती आपल्या अनुकूल बनवून राष्ट्रहित साध्य करण्यासाठी करण्यात येत असतो. प्रचारासंबंधीच्या काही महत्त्वाच्या व्याख्या पुढील प्रमाणे आहेत.

जोसेफ फ्रँकेल :

यांच्या मते "प्रचार म्हणजे सार्वजनिक उद्देश्याकरिता लोकसमूहाच्या भावना, मन आणि कार्याला प्रभावीत करण्याचा पद्धतशीरपणे केलेला प्रयत्न होय." याचाच अर्थ लोकांची मते व मन बदलण्याचा प्रयत्न करणारे प्रचार हे प्रमुख साधन आहे.

पामर आणि परकिन्स :

यांच्या मते " प्रचार हा नैतिक दृष्टीने निष्पक्ष असतो. उचीत अनुचीतता प्रचारकरणाऱ्या घटकांवर अवलंबून असते. प्रचारात एकराज्य दुसऱ्या राज्यातील जनमत प्रभावीत करून तेथील शासनाला आपल्या धोरण किंवा सिद्धांताला पाठिंबा मिळवित असते किंवा आपल्या धोरणाच्या विसंगत त्या राज्याने वर्तन करू नये असा प्रभाव टाकण्याचा प्रयत्न करत असते."

पेडलफोर्ड व लिंकन :

यांच्या मते "प्रचार म्हणजे विशिष्ट प्रतिकांचा जाणिवपूर्वक वापर करून लोकांच्या कल्पना, दृष्टिकोण आणि वर्तनाला परिणामकारक दिशा देण्याचा विशिष्ट पद्धतीने केलेला प्रयत्न होय." असे म्हटले आहे.

अशा प्रकारे प्रचाराद्वारे शासनाला आवश्यक ते अनुकूल विचार कृती करवून घेण्यासाठी वापरण्यात येणारे प्रभावी साधन ठरते. सद्य:स्थितीत परराष्ट्र धोरण कार्यान्वित करताना राजनय आणि सैनिकीशक्ती या पारंपारिक साधनांचा वापर करण्यात येतो. त्या शिवाय प्रचाराचे नवे साधन उपलब्ध झाले आहे. प्रचाराद्वारे लोकांची मने अनुकूल करून त्यांचा आपल्या धोरणाला पाठिंबा मिळविता येतो. प्रचार म्हणजे इतरांची मते अनुकूल करण्याचे प्रमुख साधन असले तरी मन वळविण्याच्या सर्वच पद्धतीला प्रचार म्हणता येत नाही. लाच देऊन, आर्थिक अमिष दाखवून किंवा इतर दबाव निर्माण करून मन वळविण्याला प्रचार म्हणता येत नाही. भाषणांच्या, घोषणाचा, प्रतिकांच्या माध्यमातून लोकांची मने वळविण्याच्या प्रयत्नाला प्रचार म्हणतात.

प्रचार आणि शिक्षण या दोन्हीमध्ये फरक असतो. प्रचारामध्ये इतरांच्या विरोधी दृष्टिकोणाला चतूराईने नियंत्रण करण्यासाठी प्रतिकांचा केलेला वापर असे त्याचे स्वरूप असते. शिक्षणामध्ये प्रतिकांचा वापर मान्य केलेला दृष्टिकोण इतरांना समजावून त्यांच्या दृष्टिकोणात बदल घडवून आणणे अपेक्षीत असते. अमेरिकेत विविध माध्यमाद्वारे साम्यवादाची बाजू मांडणे याला प्रचार म्हणता येईल. परंतु

शिक्षण हे सिद्धांत रूपाने विचार करण्यास प्रवृत्त करते. प्रचार हा शासनाने संघटीतरित्या केलेला असा प्रयत्न असतो की ज्याद्वारे देशांतर्गत समाज किंवा परराष्ट्रीय सरकार शासनाच्या धोरणाला स्विकारेल. आंतरराष्ट्रीय राजकारणात प्रचाराचे महत्त्व आहे. परराष्ट्रातील लोकांची मते अनुकूल करण्यासाठी होणाऱ्या प्रयत्नाला मॉर्गेन्थॉ यांनी मानसिक युद्ध म्हटले आहे.

दुसऱ्या महायुद्धानंतर दोन महासंत्तानी प्रचाराचा वापर एकमेकांच्या विरोधी केला आहे. साम्यवादाला विरोध करण्यावर आधारित अमेरिकेच्या नेतृत्त्वातील एक गट आणि रशियाच्या नेतृत्त्वाखाली साम्यवादाचा प्रसार व प्रचार करणारा दुसरा गट अस्तित्वात आला. आपापली पकड जागतिक राजकारणावर पक्की करण्यासाठी या दोन महासत्तांनी लहान देशांत हस्तक्षेप करून सरकार अनुकूल आणण्याचे प्रयत्न प्रचार माध्यमातून केले. प्रचार या साधनाचा वापर राष्ट्रातील आणि परराष्ट्रातील नागरिकांपर्यंत व्यवस्थित पद्धतीने प्रभावकारी रित्या करता येतो. त्यामुळे प्रत्येक राष्ट्र प्रचार साधनांवर खूप मोठा खर्च करून परराष्ट्रीय धोरणाचे जे मुख्य उद्दिष्ट राष्ट्रहित ते साधन्याचा सफल प्रयत्न करीत असते.

अशा प्रकारे प्रचाराच्या तीन तत्त्वांचा विचार करावा लागतो. (१) प्रचार हा एक व्यक्ती किंवा व्यक्ती समुहाकडून केला जात असतो. (२) प्रचार व्यवस्थित व संघटीत रितीने करावयाचा असतो. (३) प्रचार लोकमतात परिवर्तन किंवा लोककार्यात बदलासाठी केला जातो.

प्रभावी प्रचाराची आवश्यकता

(Requists for Effective Propaganda)

आंतरराष्ट्रीय संबंध आपल्या राष्ट्रहिताचे व्हावेत अशी प्रत्येक देशाची इच्छा असते. त्या करीता आधुनिक जगात प्रचारासारख्या नव्या व प्रभावी माध्यमाचा उपयोग केला जातो. परंतु या प्रचारकार्यात काही राष्ट्रांना आपला हेतू साध्य करता येतो तर काहीना म्हणावे तेवढे यश प्राप्त करता येत नाही. याचे कारण प्रभावी प्रचार करण्यासाठी ज्या घटकांची आवश्यकता असते त्या निर्माण करण्यात तो देश कमी पडलेला असतो. म्हणून इप्सित ध्येय साध्य करता येत नाही. साधारणतः प्रभावी प्रचारासाठी पुढील आवश्यकतांची पूर्तता होणे महत्त्वाचे ठरले.

(१) आकर्षकता :

प्रचार करताना लक्षात घेण्यासारखा महत्त्वाचा भाग म्हणजे लोकांची संबंधीत विषयाबद्दलची अभिरूची व आकर्षक पद्धतीचा वापर होय. प्रचार जीथे करावयाचा त्या लोकांच्या जिव्हाळ्याचा तो विषय असावा लागतो. ज्या मध्ये संबंधीत राष्ट्राचे

हित दडले असेल. आपल्या राज्याचा प्रचार करताना संबंधीत राज्यातील सामर्थ्याचाही विचार असेल तर आकर्षकता निर्माण होते व हेतू सफल होऊ शकतो.

(२) वास्तवता :

प्रचार माध्यमांनी प्रचार करताना वास्तवतेचे भान ठेवले पाहिजे. ज्या देशाची प्रचार माध्यमे वास्तविकता समोर ठेवण्याचा प्रयत्न करतात ती विश्वासार्ह्य मानली जातात. त्यांना लोकप्रियता लाभत असते. साध्या सरळ भाषेतून होणारा प्रचार लोकांपर्यंत पोंचतो. वास्तवता विदीत करून निर्णय लोकांवर सोडले पाहिजेत. रंगवून सांगितलेली माहिती आणि सहजगत्या विदीत केलेल्या बातम्या लोकांना समजत असतात.

(३) सुलभता :

प्रचार हा सर्वसामान्य माणसापर्यंत पोंचावा यासाठी तो सोप्या व सरळ सुलभ भाषेतून व्हावा लागतो. त्या करीता आकर्षक घोषणांचा प्रचारकाला आधार घ्यावा लागतो. अशा घोषणेतून प्रेम किंवा द्वेष भावना भरलेली असते. इंग्लंडने युद्धकाळात 'राजा आणि देशाला तुमची गरज आहे.' घोषणा दिली. भांडवल वाद्यांना 'प्रतिक्रियावादी' म्हटले. हिटलरने वंशाच्या आधारावर प्रचार केला. गोबेल्सचे प्रचारतंत्र तर प्रसिद्धच आहे. साम्यवादी प्रचारक भांडवल वाद्यांना 'साम्राज्यवादी' म्हणत असतात. आकर्षक घोषणेतून लोकांची मने लगेच जिंकता येतात. त्यांचा पाठिंबा मिळवून कार्यरतही करता येते.

(४) प्रचार सुस्पष्ट व उद्देश्य प्रामाणिक असावा:

ज्या संबंधी प्रचार असेल तो स्पष्ट भाषेत असावा. संभ्रम निर्माण करणारा प्रचार सफल होत नाही. प्रमाण किंवा पुरावे समोर ठेवून प्रचार केल्यास तो यशस्वी होतो. आपल्या देशातील नागरिकात शत्रूबद्दल द्वेष निर्माण करणे आणि शत्रू राष्ट्रातील नागरिकांना त्यांच्या सरकार विरोधी मत बनविण्याचा प्रचाराचा हेतू सांगितला जातो. पुराव्याशिवाय लोक प्रचारावर विश्वास ठेवत नाहीत. काश्मिरचा प्रश्न सूटावा असे अमेरिकेला वाटले असते तर 'युनो' त त्याने प्रयत्न केले असते व सिमला करारातील कलमाची कल्पना असूनही प्रे. क्लिंग्टन ने चीनला मध्यस्थी करण्याचे वक्तव्य केले नसते. भारत पाकिस्तान संबंध मैत्रीची इच्छा असती तर पाकिस्तानने 'युद्ध नको करार' व प्रथम अणुशक्तीचा वापर न करण्याचा करार केला असता. प्रचार व कृती यावर जनतेचे लक्ष असते.

(५) असत्याची पुनरुक्ती :

प्रचार प्रभावी बनविण्याकरिता संबंधीत देश असत्य गोष्टच पुन्हा पुन्हा

सांगत असतो. असत्याच्या पुनरुक्तीमुळे सत्य आहे असा भास निर्माण करण्यासाठी सांगत असतो. असत्याच्या पुनरुक्तीमुळे सामान्यांना ते खरंच आहे असा भास होतो. परंतु अशा प्रचाराला विरोधी पक्षातर्फे त्या विरोधीचे पुरावे व प्रचार लोकांसमोर येऊ नये याची दक्षता घ्यावी लागते.

(७) सुसंगती :

प्रचारक राष्ट्राने वाचा व कृतीयात सुसंगती ठेवावी लागते. जर त्या मध्ये विसंगती निर्माण झाली तर त्याचा प्रभाव पडत नाही. अमेरिकने वसाहतींना स्वातंत्र्याचे समर्थन केले परंतु इंडोनेशिया तसेच गोवा मुक्ती प्रकरणातील भूमिका विरोधी घेतल्यामुळे रशिया विरोधी प्रचाराचा प्रभाव फारसा पडू शकला नाही. प्रचार साधना प्रमाणेच राष्ट्राचे धोरण उचीत असावे लागते. धोरण कशी उचीत आहेत. ते प्रचाराने इतरांना पटवून द्यावे लागते. धोरणामुळे प्रचारात सुसंगतपणा येतो. मॉगेन्थॉने धोरणाची तीन कार्ये विदीत केलीत (१) उद्दिष्ट व साध्यकरावयाच्या पद्धतीत स्पष्टता असणे (२) प्रचाराच्या प्रेरणा (३) धोरणांना पाठिंबा देणे.

(८) परिस्थिती सापेक्षता:

प्रचार केवळ लोकांचे लक्ष वेधण्याच्या मर्यादित हेतूमधून होत नसतो. त्यांची इच्छित प्रतिक्रिया प्राप्त व्हावी हा प्रचाराचा महत्त्वाचा हेतू असतो. संबंधीत देशाच्या परिस्थितीचे अवलोकन करून प्रचार करणे आवश्यक असते. आशिया व आफ्रिका खंडातील देशात साम्यवादाचा प्रचार प्रभावी ठरण्याचे हेच कारण असते. या देशांनी साम्राज्यवादाचे परिणाम भोगल्यामुळे शोषण विरोध, एकता व समता याचे आकर्षण असते.

(९) आर्थिक तरतूद व स्वातंत्र्य :

प्रचाराद्वारे राष्ट्रीय हित साधले जाते. आंतरराष्ट्रीय पातळीवर आपल्या देशाची उज्वल प्रतिमा निर्माण करून जागतिक लोकमताचा पाठिंबा मिळविता येतो. आपले परराष्ट्र धोरण इतरांच्या गळी उतरवून त्यांना आपल्या तत्त्वानुसार आचरण करण्यास भाग पाडता येते. त्यासाठी प्रसारासाठी मोठ्या खर्चाची तरतूद असावी लागते. आणि प्रचार माध्यमांना या बाबतचे स्वातंत्र्यही आवश्यक असते. राष्ट्रीय धोरण ठरविताना प्रचार माध्यमांना जर सामावून घेतले तर ते शासनाच्या धोरणासंबंधीची मंत्र्याची वक्तव्ये स्पष्टीकरण करून आपल्या राष्ट्राचे हित साध्य करू शकतील.

तरीपण प्रचार यंत्रणा सरकारच्या नियंत्रणातच कार्यरत असावी. त्यामुळे कोणत्या देशाशी तसे संबंध ठेवावयाचे त्याचा मेळ लागेल. सरकारच्या योजना समजून घेऊन त्याचा इतरत्र अनुकूल प्रचार व्हावा लागतो. तरच तो प्रभावी ठरेल.

प्रचाराची कला किंवा पद्धती व तंत्रे
(The art of Propaganda & Methods and Techniqe)

प्रचार हे जसे एक शास्त्र आहे तसेच ते एक कला आहे. जाहिरात आणि विक्री कले सारखे त्याचे स्वरूप असून प्रचारतंत्राची संख्या सद्य:स्थितीच्या अभ्यासानुसार ७७ पर्यंत असल्याचे प्रकाशचंद्रा यांनी आपल्या आंतरराष्ट्रीय राजकारण ग्रंथात नमूद केले आहे. अभ्यासाच्या सोईकरीता त्याचे चार भागात विभाजन करता येते. ते पुढील प्रमाणे आहेत.

१. **सादरीकरण तंत्रे** (Methods of Presentation)
२. **लक्षवेधी तंत्रे** (Technique of Gaining Response)
३. **प्रतिसाद तंत्रे** (Device for Gaining Response)
४. **संमती तंत्रे** (Methods of Gaining Acceptance)

प्रचार तंत्राचा वापर आपल्या राष्ट्रातील नागरिकांचा पाठिंबा आपल्या धोरणाला मिळावा असे शासनाला वाटत असते. त्याच प्रमाणे इतर देशातील नागरिकांची आपणालाच सहानुभूती असावी असेही वाटते. आपल्या राष्ट्रातील नागरिकांनी इतरांच्या प्रचाराला बळी पडू नये अशी ही सरकारची इच्छा असते. इतर देशाच्या नागरिकांवर आपला प्रभाव पाडण्याचा मात्र प्रचाराद्वारे प्रयत्न केला जातो. प्रचार ही एक कला आहे. त्या कलेचा वापर वरील चार पद्धतीने करता येतो. त्याचे विश्लेषण करणे हेच या भागाचे प्रयोजन आहे.

(१) सादरीकरण तंत्रे :

प्रचार म्हणजे कांही राजकीय व्यवहाराचे प्रशिक्षण नव्हे. प्रचारक आपली बाजू लोकांसमोर अशा खूबीने मांडतो की त्याला हवे असलेले लोकमत निर्माण करता येईल. त्या करिता तो आवश्यक तेवढी व जनमानसावर प्रभाव टाकणारी तेवढीच बाजू मांडण्याचा प्रयत्न करतो. यात आपल्या गैरसोईचा भाग टाळून इतरांच्या दुर्गुणांचे भडक प्रदर्शन असते. हेतू हा की आपण जे करतो ते उचीत असून इतर चुकीचे आहेत असा भास निर्माण करणे. हिटलरने ज्यू लोकांनी जगावर राज्य करण्याचा कट केल्याचा प्रचार करून ज्युची कत्तल केली. ब्रिटिश जनतेला आवाहन करताना दुसऱ्या महायुद्धाच्या काळात चर्चिलने ब्रिटिश नागरिकांना 'मला तुमचे रक्त, घाम अश्रू हवेत' असे आवाहन केले. त्यामुळे ब्रिटिश जनता युद्ध आणि त्यागास तयार झाली. पूर्वी दळणवळण साधने व संसूचन साधनांची कमतरता असल्यामुळे प्रचाराचा प्रभावी वापर करणे अवघड होई. आज वृत्तपत्रे, रेडिओ, दूरदर्शन या माध्यमातून प्रचार करणे सोईचे झाले आहे. प्रचाराचे प्रभावी सादरीकरण इप्सीत हेतू

पर्यंत पोचू शकते. चांगल्या धोरणांचा देखील प्रभावी प्रचार झाल्याशिवाय यश मिळत नसते. शत्रूने केलेल्या अत्याचाराचा भडक प्रचार करावा लागतो. तेव्हा त्या विरोधी लोकक्षोभ होईल. काही वेळेस तर बनावट बातम्याही कौशल्याने दिल्या जातात. तसेच प्रचाराची योग्य वेळ निवडण्यालाही महत्त्व असते. जगभर पोचणाऱ्या प्रचार माध्यमाचा व नियतकालिकांचा वापर करावा लागतो. एखाद्या गोष्टीच्या निषेधातून देखील प्रचार होत असतो. थोडक्यात प्रचार ही एक कला आहे.

(२) लक्षवेधी तंत्रे :

प्रचाराचा हेतू निश्चित केल्यानंतर प्रचारकाने त्या हेतूकडे सरकार आणि जनतेचे लक्ष वेधावयाचे असते. रोमनांनी शक्तीप्रदर्शन तंत्राचा वापर लक्ष वेधण्याकरिता केला. पुढे जगामध्ये ती शक्तीप्रदर्शनाची प्रभावी पद्धती म्हणून इतर देशांनी वापरण्यास सुरूवात केली. हे सैनिकी संचलन आणि शस्त्रास्त्राचे संचलन विविध देश आपल्या स्वातंत्र्यदिन किंवा राष्ट्राच्या महत्त्वाच्या दिवसाचे महत्त्व साधून घडवून आणतात. या तंत्रामुळे राष्ट्राची एकता व अखंडता साधण्यास निश्चितच मदत होते. देशाच्या विकासाचा व शक्तीची जनतेला व जगाला जाणीव करून देता येते. ११ मे व १३ मे १९९८ रोजी भारताने जे पाच अणुस्फोट घडविले. पाकिस्ताननेही अणुस्फोटामधून शक्ती दाखविण्याचा प्रयत्न केला. आपोआपच जगाचे लक्ष या दोन देशाकडे खेचले गेले.

या पद्धतीचे आणखी एक तंत्र म्हणजे राष्ट्र प्रमुख किंवा शासन प्रमुखांचे परदेश दौरे. या शासकीय दौऱ्याच्या माध्यमाने दोन देशात मैत्रीचे, सौहार्द्राचे व परस्पर सहकार्याचे संबंध निर्माण होतात. यावर्षीच्या अमेरिकेच्या प्रे. क्लिंगटन दौऱ्याने चीन खुली अर्थव्यवस्था स्विकारेल का? इकडे लक्ष वेधले. तसेच काश्मिर प्रश्नाकडेही लक्ष वेधले.

खेळांच्या आयोजनामधून, सांस्कृतिक कार्यक्रमाद्वारे विविध देशाच्या आंतरराष्ट्रीय परिषदांमधून, शैक्षणिक उपक्रमाद्वारे देशाची प्रतिष्ठा व प्रभाव वाढविण्याचा प्रयत्न केला जातो.

(३) प्रतिसाद तंत्रे :

राजकीय प्रचारक हा न्यायप्रियता, आत्मसंरक्षण, देशभक्ती यासारख्या भावनांना आवाहन करून आवश्यक तो प्रतिसाद मिळविण्याचा प्रयत्न करतो. अनेक वेळेस प्रचारक प्रतिसादासाठी क्रांतीकारक घोषणा देत असतात. जसे 'ना प्रतिनिधीत्व ना कर', 'कामगारांना भाकरी', 'स्वातंत्र्य, समता व बंधुता', 'कसणारांची जमिन', सर्वांसाठी शांतता अशा आकर्षक घोषणा देऊन कृतिप्रवृत्त केले जाते. भारतात स्वातंत्र्य चळवळ अधिक तीव्र करण्यासाठी म.गांधीनी 'चलेजाव', 'करा किंवा मरा'

सारख्या घोषणेतून लोकांना स्वातंत्र्यासाठी बलीदान करण्यास प्रवृत्त केले. प्रचाराला प्रतिसाद मिळविण्यासाठी कुशलतेने प्रतिकांचाही वापर केला जातो.

आज प्रत्येक राष्ट्राचे राष्ट्रीय प्रतिक असते. त्यात राष्ट्रध्वज, राष्ट्रगीत, चीन्हे यांचा समावेश असतो. ख्रिश्चनांचा क्रॉस, जर्मनांचे स्वस्तिक, भारतीयांचा अशोक स्तंभ इ. होत. काही वेळेस आंतरराष्ट्रीय ख्यातीप्राप्त राष्ट्रीय नेत्यांचा ही त्यात समावेश केला जातो. जसे ब्रिटनचे चर्चील, अमेरिकेचे रुझवेल्ट, रशियाचा स्टॅलीन, जर्मनीचा हिटलर, भारताचे म.गांधी, क्युबातील फिडेल कॅस्टो, हे ऐतिहासिक प्रतिके बनले आहेत.

विशिष्ट परिस्थितीचा चालाखीने उपयोग करून इतरांचा प्रतिसाद मिळविण्याचा प्रयत्न केला जातो. जसे जपानने दुसऱ्या महायुद्ध काळात 'आशियायी लोकांसाठी आशिया' असा प्रचार केला. हिटलरने साम्राज्यवादी राष्ट्रांना विरोध केला. काही वेळेस तर अफवा पसरवून प्रतिसाद मिळविण्याचा प्रयत्न केला जातो. लोकांच्या मानसिकतेच्या आधारावर जर्मनीने स्वत:चा एक नवा सिद्धांत मांडला. त्यात त्यांनी दोन तत्त्वे सांगितली. एक प्रचाराचे लोकभावनांना आवाहन केले पाहिजे. आणि दुसरे शत्रूला बदनाम करून लोकांचा प्रतिसाद मिळविता येतो. लोकांची स्मरणशक्ती कमकुवत असल्यामुळे ते लवकर विसरतात. तसेच दुसरे आवाहन चटकन स्विकारतात. जर लोकांना एकच गोष्ट खरी असल्यांचे वारंवार सांगितले तर ती त्यांना खरी वाटते. या आधारावर हिटलरने खरा खोटा दोन्ही प्रकाराचा प्रचार करून जर्मन लोकांचा आपल्या धोरणाला प्रतिसाद मिळविला.

४) संमती तंत्रे :

प्रचार ही एक कला आहे. प्रचार कार्याद्वारे केवळ जनतेचे लक्ष वेधने एवढेच पुरेसे नसते. त्या प्रचाराला जनतेची संमती मिळवावी लागते. त्या करिता लोकांना उद्देशून प्रचार करावयाचा असतो. त्यांच्याशी प्रचारकाने एकरूप होऊन त्यांची संमती मिळवावी लागते. लोकभाषेतील प्रचार लोकप्रिय होत असतो. लोकांना प्रचारकांचे व त्यांचे हेतू सारखे आहेत असे वाटणे आवश्यक असते. लोकांना आस्था असणाऱ्या प्रतिकांचा वापर त्यांची मने जिंकून घेतो. तसेच ज्यांच्या बद्दल लोकांना राग असतो त्यांच्या द्वेष व्यक्त केल्यास प्रचार करणे सुलभ व सहज शक्य होते.

आंतरराष्ट्रीय पातळीवर आपल्या कार्याला संमती मिळविण्यासाठी संबंधीत राष्ट्र 'न्यायासाठी युद्ध' दैवी वरदान, 'स्वराज्य' इ. घोषणांचा आधार घेतात. काही राष्ट्रांचे प्रचारक समान धर्म, वंश किंवा संस्कृतीचा आधार घेऊन यशस्वी प्रचार करतात. पाकिस्तानला अरब देशात असा प्रचार करणे सोईचे ठरते. 'पॅन इस्लामिझम'

सारखा प्रचाराला लवकर संमती मिळते.

रशियाने 'पॅन स्लाव्हिझम', 'जर्मनीने पॅन जर्मनीझम आणि पॅन आर्यन, पॅन अमेरिका इ. संकल्पना आपल्या प्रचार तंत्रात वापरतात. थोडक्यात आपले ध्येय उदात्त व वैश्विक असल्याचा प्रचाराद्वारे दाखवून संमती मिळविण्याचा प्रयत्न केला जातो.

आपल्या प्रचाराला संमती मिळविण्यासाठी अनेक वेळेस कृत्रिम शत्रू निर्माण करावा लागतो. प्रचारात विरोध हा महत्त्वाचा घटक असतो. लोकभावनेनुसार शत्रूचे नाव वापरले जाते. अमेरिकेने साम्यवादाला शत्रू मानले तर रशियाने साम्राज्यवादाला शत्रू मानले आणि त्या प्रमाणे प्रचार केला.

आधुनिक काळात प्रचाराचा प्रभाव मर्यादित होत आहे. कारण इतर देश देखील प्रचाराच्या स्पर्धेत उतरलेले असतात. स्पर्धकाला प्रतिस्पर्धकावर प्रचाराची मात करणे ही एक कलाच असते. एका अर्थाने ते 'प्रचारयुद्धच' म्हणावे लागेल. अशा प्रकारे प्रचार पद्धती आणि तंत्राचा प्रत्येक राष्ट्र आपल्या राष्ट्र हितासाठी उपयोग करते.

प्रचार माध्यमे

(Agencies of Propaganda)

आपल्या परराष्ट्र धोरणाचा प्रसार व्हावा या करिता परदेशामध्ये प्रभावीप्रचार करणारी माध्यमे महत्त्वाची असतात. अशा महत्त्वाच्या आणि परिणामकारक माध्यमांचा पुढील प्रमाणे विचार करता येईल.

(१) आकाशवाणी व दूरदर्शन :

प्रचाराची आज जी माध्यमे उपलब्ध आहेत त्यात आकाशवाणी आणि दूरदर्शन हे परिणामकारक असे श्राव्य दृकश्राव्य माध्यमे होत. आजच्या वैज्ञानिक युगामध्ये प्रत्येक देशाने आकाशवाणी आणि दूरदर्शन केंद्रांची निर्मिती केली आहे. बातम्यांच्या किंवा इतर कार्यक्रमाच्या माध्यमातून आवश्यक तो प्रचार केला जातो. अनेक राजकीय विषयाच्या संदर्भात संवाद, प्रश्नोत्तरं, व्याख्याने किंवा मुलाखतीचे प्रसारण केले जाते. त्या मधून इतर राष्ट्रांचे मनोधैर्य व नैतिकतेला तडा आणून, आपली उंची व प्रति ग वाढविण्याचा प्रयत्न सोईस्कर व सहजरीत्या केला जात असतो.

दोन महासत्तेने एकमेकांचा शक्तीक्षय करण्यासाठी परस्पर विरोधी असा विचार केला. अत्यल्प वेळेस जगात एकाचवेळी सर्वत्र प्रचार करण्याची ही महत्त्वाची साधने होत. साम्यवादी देशामधील प्रचारयंत्रणा सरकारचा एक भाग म्हणून काम करते. हिटलरचे रेडिओवर पूर्ण नियंत्रण होते. त्यामुळे प्रसार माध्यमांवर लोकांचा

तेवढा विश्वास नसतो. ज्या देशात या माध्यमांना स्वायत्तता दिली जाते त्यांचा लोकांना विश्वास असल्यामुळे तीव्र प्रभाव पडत असतो. एकदा विश्वास संपादन केल्यावर पाहिजे तसा प्रचार सरज करता येतो. अमेरिका व इंग्लंडने प्रचार माध्यमांना स्वायत्तता दिली आहे. भारतामध्ये त्या बाबत बरीच शिथिलता आहे व स्वायत्तेचे प्रयत्न होत आहेत. स्वायंतत्तेमुळे बी.बी.सी.ची जगात विश्वासाहर्यता वाढली आहे.

(२) खेळ, संगीत व सांस्कृतिक कार्यक्रम :

प्रचार सहजगत्या परंतु दिर्घकाळ घडविण्याकरिता खेळ, संगीत व सांस्कृतिक कार्यक्रमाचे आयोजन प्रभावी ठरत असते. या माध्यमातून राष्ट्राची आपली वेगळी छाप परदेशीय सरकार व नागरिकांवर टाकता येते. या कार्यक्रमामधून दोन देशामध्ये एकमेकांविषयी, आकर्षण, कुतूहल आणिं प्रेम निर्माण होते. त्यातून समान मूल्य आकाराला येऊ शकतात. ऑलिंपीक, आशिया यासारखे सामने देशात जवळीकता निर्माण करतात. आज विदेशामध्ये भारतीय संगीत व नृत्य लोकप्रिय होत आहे तर भारतामध्ये पॉप संगीत व डिस्को डान्स. इतरांचा प्रभाव थांबवून आपला प्रभाव टाकण्याची प्रचार माध्यमात क्षमता निर्माण करावी लागते. जग विनाशाच्या उंबरठ्यावर उभे असताना भारतीय शांततेच्या संस्कृतीची छाप पडताना दिसत आहे.

(३) धर्म व शिक्षण संस्थाद्वारे प्रचार :

आपल्या सत्तेची पकड मजबूत करण्यासाठी हा मार्ग उपयुक्त ठरतो. ख्रिश्चन धर्म प्रचारकाच्या माध्यमाने ब्रिटिशांनी आपले साम्राज्य पक्के करण्याचा प्रयत्न केला. धर्मांतर घडवून आणले. वसाहतीतील नागरिकांना आपल्या धर्मा विषयी द्वेष भरविला. शिक्षणाच्या माध्यमातून समाज व राष्ट्राबद्दल आत्मियता वाढविली. लॉर्ड मेकाले यांनी भारतात शिक्षण सुरू करण्यासाठी सांगताना शिक्षणाद्वारे रक्ताने व वर्णाने भारतीय परंतु विचाराने ब्रिटिश नागरिक भारतीयांना बनविता येण्याचा उद्योश्य ठेवला होता.

(४) इतर देशातील संघटनाद्वारे :

काही देशांनी प्रचारासाठी विशिष्ट पद्धती विकसीत केली आहे. इंग्लंड, अमेरिका, जर्मनी इ. देशातील काही संस्था इतर देशातील स्वयंसेवी संस्थाना अर्थसाह्य करतात. परदेशी निधीवर चालणाऱ्या संस्थांना त्यांनी सांगितलेले विशिष्ट कार्यक्रम राबवावे लागतात. अर्थसाह्यामुळे ते पाहिजे तसा संबंधीत राष्ट्राच्या विरोधी व आपल्या हिताचा प्रचार घडवून आणू शकतात. कांही वेळेस अशा संस्थांना आतून परदेशी शासन पैसा उपलब्ध करून देत असते. प्रचारासाठी अनेक वेळेस नीती आणि दबाव देखील टाकला जातो. बडीराष्ट्रे शक्तीच्या आधारावर इतरांना आपल्या

इच्छेनुसार वागण्यास भाग पाडतात. त्यासाठी प्रचार [illegible] निर्माण केली जाते. अशा प्रचाराद्वारे संबंधीत सरकारने आपले धोरण सुधारून आपल्या हिताचे धोरण राबवावे असा प्रयत्न होत असतो. नागरिकांचे सरकारवर दडपण आणले जाते. प्रचाराला मानसिक पातळी वरील युद्ध म्हटले जाते. प्रचारमाध्यमाद्वारे आपले नुकसान न करता हित साध्य करता येते.

(५) वर्तमानपत्र व इतर साहित्य :

वर्तमानपत्र, नियतकालिके व इतर साहित्याद्वारे होणाऱ्या प्रचाराला देखील तेवढेच महत्त्व आहे. दैनिके, नियतकालिके हवाई मार्गाने अन्य देशामध्ये आपल्या प्रचारासाठी अत्यंत माफक किंमतीत पुरविली जातात. काहीवेळा विशेष आवृत्या काढून प्रचार केला जातो. बातम्या व लेखा मधून वाचकाच्या मनात परिवर्तन घडवून आणण्याचे सामर्थ्य असते. तो संबंधीत प्रश्नाकडे लेखक अथवा संपादकाच्या दृष्टीने बघतो.

रशियाच्या सोव्हिएत देशने अनेक दिवसपर्यंत प्रचार केला. अमेरिकेचे स्पॅन व अमेरिकन रिपोर्टरचा प्रचार चालूच असतो. कथा, कादंबरी, नाटके, काव्य या माध्यमातूनही प्रचार होत असतो. हा होणारा प्रचार साध्या सरळ पद्धतीने नकळत केला जातो. प्रचारासाठी छपाई, कागद, आकर्षक बांधनी, माफक किंमत यांचा उपयोग करण्यात येत असतो. भारतामध्ये ख्रिश्चन मशिनऱ्यातर्फे धर्म पुस्तके मोफत किंवा अल्पदरात उपलब्ध करून दिले जातात.

(६) जागतिक प्रदर्शने आणि मेळावे :

प्रदर्शने, उत्सव आणि मेळाव्याच्या माध्यमातून प्रचार होत असतो. ऐतिहासिक पुस्तके या कार्यात अत्यंत महत्त्वाची ठरतात. परंतु ती नि:पक्ष व तत्थ्याधारीत असावीत. काहीवेळा जाणिवपूर्वक इतिहासाचा विपर्यास करण्याचा प्रयत्न देशाचे सरकार स्वहितार्थ करते. परकियांचा द्वेष व आंदोलनासाठी इतिहासाचा वापर करण्यात आल्याचे दिसून येईल. त्यामुळे आक्रमक राष्ट्रवादाला खतपाणी मिळाले आहे.

१९४९ मध्ये संयुक्त राष्ट्र संघटनेच्या शैक्षणिक, वैज्ञानिक, आणि सांस्कृतिक संघटनेने (UNESCO) एक पुस्तीका प्रकाशित करून पूर्वग्रहामुळे द्वेषमुलक झालेला एकांगी भाग क्रमिक अभ्यासाच्या व इतिहासाच्या पुस्तकांतून वगळावेत अशा सूचनाकेल्या आहेत. या संदर्भात विचार करण्याकरिता अनेक मेळावे आणि प्रदर्शने 'युनेस्को' ने आयोजित केले.

अशा प्रकारे उपरोल्लेखीत प्रचार माध्यमाद्वारे प्रत्येक राष्ट्र इतरांवर मात करण्याचा व इतरांना शह देऊन प्रभावी प्रचाराद्वारे आपले राष्ट्रीय हीतसाधन्याचा

...ल करते. परराष्ट्र धोरणाच्या उद्देश्याला साध्य करण्याचा प्रचार हा उत्कृष्ट व ...हिंसक मार्ग आहे.

प्रचाराच्या मर्यादा किंवा अडथळे

(Limitations or Barriers to Propaganda)

आधुनिक काळामध्ये परराष्ट्र धोरणाच्या अंमल बजावणीचे प्रचार हे उपयुक्त प्रभावी माध्यम आहे. परंतु प्रचार कार्यामध्ये अनेक अडथळे उत्पन्न होत असतात. ...तका सहजी व निर्धोकपणे प्रचार कार्य पार पाडले जाऊ शकत नाही. प्रचारावर ...च्या मर्यादा व अडथळ्यांचा विचार पुढील प्रमाणे होऊ शकेल.

१) लोकविचार :

प्रचारकाला जिथे तो प्रचार करत असेल त्या देशातील लोकांच्या विचाराचे ...न ठेवून प्रचार करावा लागतो. संबंधीत देशाच्या विचार प्रणाली विरोधी प्रचाराचा ...वापर केल्यास तो बुमरैग प्रमाणे संबंधीत देशाला हानिकारक ठरेल. पाश्चात्य देशात ...चार करताना शांतता, स्वातंत्र्य व लोकशाही मूल्यांचा विचार करावा लागतो. तसेच साम्यवादी देशात समता लक्षात घ्यावी लागते.)

साम्यवादाचा प्रचार करताना सुरुवातीच्या काळात रशियाने पाश्चात्त्य पद्धतीची ...टिका केली. त्यामुळे प्रचाराला अडथळा निर्माण झाला. रशियाच्या हे लक्षात आल्यामुळे ...प्रचार पद्धतीत बदल केला गेला. त्यांनी आपल्या व्यवस्थेला खरी लोकशाही, लोकांची लोकशाही अशा संज्ञा देऊन साम्यवादाचा प्रचार केला.

२) प्रचार आणि धोरणातील अंतर :

(जेव्हा देशाचे धोरण आणि प्रचार यात अंतर जाणवते तेव्हा प्रचारावर मर्यादा येत असते) अमेरिका सातत्याने इस्रेलची बाजू घेत आलेली आहे. तेलउत्पादक अरब देशात अमेरिकेची चांगली प्रतिमा निर्माण करण्याचा प्रयत्न प्रचारातून केला ...जाते तेव्हा अरब देश धोरण व प्रचार विसंगतीमुळे प्रभावीत होत नाहीत. इराकवर ...हल्ला टाकण्याच्या अमेरिकेच्या धोरणामुळे तर अमेरिकेची मध्यपूर्वेतील प्रतिमा ...बिघडत गेली.

३) सत्याची मर्यादा :

हिटलरने जर्मनित सतत असत्याचा आधार घेतल्यामुळे पुढे त्याच्या विधानावर ...परदेशात विश्वास राहिला नाही. एकावेळी एकाला किंवा कधीतरी सर्वांना फसविता ...येते परंतु असत्य फारकाळ झाकून ठेवता येत नसते. (लोकशाही व्यवस्थेत लोकांना ...शोधण्याची अनेक साधणे उपलब्ध असतात) परकीय देशाला दिर्घकाळपर्यंत ...फसविणे शक्य नसते. एकदा विश्वास गमविल्यास पुढे प्रचाराचा काहीच परिणाम होत

नसतो. सतत असत्य बोलले तर लोकांना खरे वाटते हे नेहमीच खरे ठरत नाही.

(८) परस्पर विरोधी प्रचाराची मर्यादा :

एक राष्ट्र आपल्या धोरणाचा जसा प्रचार करते तसाच प्रचार दुसरे राष्ट्र त्या विरोधात करीत असते. विशेषत: युद्धकाळात परस्पर विरोधी प्रचार अत्यंत तीव्र असतो. एकच घटना दोन प्रतिस्पर्धी वेगवेगळ्या पद्धतीने प्रचार करून सांगत असतात. त्यामुळे प्रतिस्पर्ध्याला पुरावा सापडू नये व आपला प्रचार प्रभावी रहावा म्हणून मर्यादा टाकणे आवश्यक होऊन बसते.

(७) लोकशाही शासनाची मर्यादा :

लोकशाही मध्ये सर्व नागरिकांना मत व विचार अभिव्यक्तीचे स्वातंत्र्य असते. शासनाची धोरणे व विरोधीपक्ष, गट अथवा, वृत्तपत्रे यांची मते यांच्यात परस्पर विरोध असण्याची शक्यता नाकारता येत नाही. अरब इस्त्रेल संघर्षात लोकमत तटस्थ असल्यामुळे सरकारला निश्चित अशी भूमिका घेता आली नाही. सर्वंकष शासनात शासकाचे मत हेच जनतेचे असे गृहीत धरत असल्यामुळे प्रचाराला मर्यादा नसते.

(८) अन्य देशातील परिस्थिती :

एकतंत्री किंवा सर्वंकष शासनाला लोकशाही देशामध्ये प्रचार करण्यात अडथळा नसतो. परंतु लोकशाही शासनाला हुकूमशाही, साम्यवादी आणि धर्मनिरपेक्ष देशातून प्रचार करण्यास अनेक अडथळे येत असतात. एकतर मोकळे पणाने प्रचार करता येत नाही. कारण शासनाची अनेक बंधने पालन करणे अपरिहार्य असते. काही राष्ट्रे प्रचाराच्या साधनांवरच बंधने आणत असतात. त्यात नाटक व सिनेमांवर बंदी दूरदर्शन बघण्यावर बंदी. म्हणून प्रचाराचा वेग मंदावतो.

आंतरराष्ट्रीय राजकारणामध्ये परराष्ट्र धोरण प्रभावीरित्या अंमलात आणावयाचे प्रचार हे एक महत्त्वाचे माध्यम आहे. प्रचारामुळे देशातील नागरिकांना जगाच्या राजकारणाची माहिती मिळते. इतर नागरिकांच्या विचारांचा व इतरांचा परिचय होतो. आपल्या देशाची प्रतिष्ठा व प्रतिमा निर्माण करण्यास मदत होते. प्रचाराचे तंत्र आंतरराष्ट्रीय राजकारणात महत्त्वाचा घटक आहे. परंतु प्रचार तंत्राला आंतरराष्ट्रीय राजकारणात काही मर्यादा पडतात. प्रचाराचा वापर करताना योग्य दिशेने झाल्यास देश-विदेशाचे परराष्ट्र संबंध सुधारतील आणि मैत्रीपूर्ण सहकार्य, सहअस्तित्व व जागतिक शांतता नांदू शकेल.

❏❏❏