REVIEW OF RESEARCH
ISSN: 2249-894X
IMPACT FACTOR : 5.7631(UIF)
VOLUME - 14 | ISSUE - 7 | APRIL - 2025

मीडिया में आयुर्वेद: पारंपरिक स्वास्थ्य प्रथाओं का संचार

डॉ. दिलावर सिंह
एसोसिएट प्रोफेसर, शाह सतनाम जी बॉयज़ कॉलेज, सिरसा.

सारांश:

आयुर्वेद, भारत की प्राचीन समग्र चिकित्सा पद्धति, मीडिया में सांस्कृतिक विरासत और आधुनिक कल्याण के प्रतीक के रूप में उभर रही है। यह शोध पत्र भारतीय सिनेमा, टेलीविजन, डिजिटल मंचों, और प्रिंट मीडिया के माध्यम से आयुर्वेद के संचार की पड़ताल करता है, जिसमें इसकी पारंपरिक स्वास्थ्य प्रथा के रूप में प्रस्तुति पर ध्यान केंद्रित है। साहित्य समीक्षा और पांच केस स्टडीज के माध्यम से गुणात्मक विश्लेषण द्वारा, यह अध्ययन कथात्मक रणनीतियों, सांस्कृतिक महत्व, और नैतिक चुनौतियों की जांच करता है। निष्कर्ष आयुर्वेद की स्वास्थ्य साक्षरता, सांस्कृतिक गौरव, और सामाजिक एकता को बढ़ावा देने की क्षमता को रेखांकित करते हैं, साथ ही गलत सूचना, व्यावसायीकरण, और सांस्कृतिक दुरुपयोग जैसी चुनौतियों को संबोधित करते हैं। भारत के विविधतापूर्ण मीडिया परिदृश्य में, आयुर्वेद का जिम्मेदार संचार सूचित कल्याण प्रथाओं को प्रोत्साहित कर सकता है और सांस्कृतिक पहचान को संरक्षित कर सकता है, बशर्ते नैतिकता के साथ इसका संचालन किया जाए।

परिचय:

आयुर्वेद, 5,000 वर्ष पुरानी भारतीय चिकित्सा प्रणाली, शरीर, मन, और आत्मा के संतुलन को आहार, जड़ी-बूटियों, योग, और जीवनशैली प्रथाओं के माध्यम से बढ़ावा देती है। भारत में, जहां 80% से अधिक लोग पारंपरिक चिकित्सा को आधुनिक स्वास्थ्य देखभाल के साथ जोड़ते हैं (विश्व स्वास्थ्य संगठन, 2020), आयुर्वेद का गहरा सांस्कृतिक और चिकित्सीय महत्व है। यह प्रणाली न केवल शारीरिक स्वास्थ्य को संबोधित करती है, बल्कि मानसिक और आध्यात्मिक कल्याण को भी बढ़ावा देती है, जो इसे वैश्विक कल्याण आंदोलन का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बनाती है।

मीडिया आयुर्वेद की जनता की धारणाओं को आकार देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, इसे प्राचीन ज्ञान और समकालीन स्वास्थ्य समाधान के रूप में प्रस्तुत करता है। बॉलीवुड फिल्मों, टेलीविजन शो, डिजिटल प्रभावकों, और समाचार पत्रों जैसे दैनिक जागरण के माध्यम से, आयुर्वेद को राष्ट्रीय गौरव और वैश्विक कल्याण प्रवृत्ति के रूप में चित्रित किया जाता है। वैश्विक कल्याण उद्योग, जिसका मूल्य 4.5 ट्रिलियन डॉलर है (ग्लोबल वेलनेस इंस्टीट्यूट, 2023), ने आयुर्वेद की दृश्यता को बढ़ाया है, विशेष रूप से कोविड-19 के बाद, जब प्राकृतिक प्रतिरक्षा बढ़ाने की मांग बढ़ी। हालांकि, मीडिया में आयुर्वेद की प्रस्तुति प्रामाणिकता और व्यावसायिक अपील, वैज्ञानिक सटीकता और सांस्कृतिक सम्मान, और पहुंच और नैतिक जिम्मेदारी के बीच संतुलन की चुनौतियों का सामना करती है।

यह शोध पत्र भारतीय मीडिया में आयुर्वेद के संचार की जांच करता है, तीन शोध प्रश्नों को संबोधित करते हुए:

1 भारतीय मीडिया में आयुर्वेद को पारंपरिक स्वास्थ्य प्रथा के रूप में कैसे चित्रित किया जाता है?

2 इसकी संचार प्रभावशीलता को बढ़ाने वाली कथात्मक रणनीतियां क्या हैं?

3 कौन सी नैतिक चुनौतियां उत्पन्न होती हैं, और मीडिया प्रैक्टिशनर उनका जिम्मेदारी से समाधान कैसे कर सकते हैं?

साहित्य समीक्षा:

आयुर्वेद का मीडिया में चित्रण इसकी दोहरी पहचान को दर्शाता है: एक चिकित्सा प्रणाली और सांस्कृतिक विरासत। भारतीय मीडिया अक्सर आयुर्वेद को पश्चिमी चिकित्सा के प्राकृतिक और समग्र विकल्प के रूप में प्रस्तुत करता है, जिसमें दोष संतुलन (वात, पित्त, कफ), निवारक देखभाल, और दिनचर्या (दैनिक दिनचर्या) जैसे सिद्धांतों पर जोर दिया जाता है (मिश्रा, 2018)। भारत के आयुष मंत्रालय के तहत मान्यता प्राप्त, आयुर्वेद को समाचार पत्रों में स्वास्थ्य कॉलम, टेलीविजन पर जीवनशैली शो, और सोशल मीडिया पर प्रभावकों के माध्यम से कवर किया जाता है, जो वैज्ञानिक और सांस्कृतिक कथाओं को एकीकृत करता है (शर्मा, 2020)। बॉलीवुड और टेलीविजन आयुर्वेद को भारतीय पहचान और आत्मनिर्भरता के प्रतीक के रूप में चित्रित करते हैं, जैसे कि आयुर्वेदिक उपचारों को ग्रामीण समुदायों के लिए सुलभ दिखाना (गुप्ता, 2021)। डिजिटल मंच, जैसे इंस्टाग्राम और यूट्यूब, आयुर्वेद को लोकतांत्रिक बनाते हैं, जिससे युवा और शहरी दर्शक हर्बल उपचार और योग जैसी प्रथाओं तक पहुंचते हैं। हालांकि, चुनौतियां कई हैं। व्यावसायीकरण आयुर्वेद को उपभोक्ता उत्पादों, जैसे "आयुर्वेदिक" सौंदर्य प्रसाधनों तक सीमित कर देता है, जिससे इसकी दार्शनिक गहराई कमजोर होती है (सिंह, 2022)। गलत सूचना, जैसे असत्यापित दावे कि आयुर्वेद कैंसर या मधुमेह को ठीक कर सकता है, विश्वसनीयता को कमजोर करती है (वर्मा, 2023)। सांस्कृतिक दुरुपयोग, विशेष रूप से वैश्विक मीडिया में, आयुर्वेद को इसकी भारतीय जड़ों से अलग करता है, इसे सामान्य कल्याण प्रवृत्ति के रूप में प्रस्तुत करता है (पटेल, 2021)।

नैतिक चिंताएं वैज्ञानिक सटीकता सुनिश्चित करने, सांस्कृतिक महत्व का सम्मान करने, और सनसनीखेजता से बचने से संबंधित हैं। प्रभावी संचार के लिए सांस्कृतिक रूप से संवेदनशील कहानी, आयुर्वेदिक विशेषज्ञों के साथ सहयोग, और इसकी सीमाओं और लाभों के बारे में पारदर्शिता की आवश्यकता है (जोशी, 2022)। मीडिया को आयुर्वेद के सांस्कृतिक संदर्भ को बनाए रखना चाहिए, विशेष रूप से भारत के बहुसांस्कृतिक परिदृश्य में, जहां यह राष्ट्रीय गौरव और सामुदायिक पहचान का प्रतीक है।

प्रणाली:

यह अध्ययन एक गुणात्मक दृष्टिकोण अपनाता है, जिसमें साहित्य समीक्षा को पांच केस स्टडीज के विश्लेषण के साथ जोड़ा गया है। साहित्य समीक्षा आयुर्वेद, मीडिया अध्ययन, और स्वास्थ्य संचार पर भारतीय और वैश्विक विद्वता को संश्लेषित करती है। पांच केस स्टडीज को विभिन्न मीडिया प्रारूपों को प्रतिबिंबित करने के लिए चुना गया:

1 बॉलीवुड फिल्म लगान (2001): यह फिल्म ग्रामीण भारत में आयुर्वेद को सामुदायिक स्वास्थ्य प्रथा के रूप में दर्शाती है।

2 हिमालया वेलनेस के विज्ञापन अभियान (2017–2023): ये अभियान टेलीविजन और डिजिटल मंचों पर आयुर्वेदिक उत्पादों को बढ़ावा देते हैं।

3 दैनिक जागरण का "आयुर्वेदिक जीवन" कॉलम (2020–2023): यह कॉलम आयुर्वेदिक प्रथाओं पर पाठकों को शिक्षित करता है।

4 यूट्यूब चैनल "आयुष्मान भारत" (2019–2023): यह चैनल कल्याण वीडियो के माध्यम से आयुर्वेद को लोकप्रिय बनाता है।

5 ज़ी टीवी का शो "आयुर्वेद आज" (2021–2023): यह शो आयुर्वेदिक जीवनशैली को बढ़ावा देता है।

विषयगत विश्लेषण ने प्रामाणिकता, सांस्कृतिक संनाद, स्वास्थ्य साक्षरता, समावेशिता, और नैतिक जिम्मेदारी जैसे प्रमुख विषयों की पहचान की। प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया और विश्व स्वास्थ्य संचार संगठन के नैतिक ढांचों ने जिम्मेदार मीडिया प्रथाओं के मूल्यांकन को निर्देशित किया।

चर्चा

1. भारतीय मीडिया में आयुर्वेद की प्रस्तुति: भारतीय मीडिया में आयुर्वेद को एक समग्र स्वास्थ्य प्रणाली के रूप में चित्रित किया जाता है, जो सांस्कृतिक विरासत और आधुनिक प्रासंगिकता को जोड़ती है। लगान में, आयुर्वेद को ग्रामीण समुदायों में घरेलू उपचारों, जैसे नीम और हल्दी के उपयोग के माध्यम से दिखाया जाता है, जो इसकी सुलभता और सामुदायिक महत्व को रेखांकित करता है। हिमालया वेलनेस के विज्ञापन आयुर्वेद को "प्रकृति का उपहार" के रूप में प्रस्तुत करते हैं, प्राकृतिक उपचारों और भारतीय गौरव पर जोर देकर। दैनिक जागरण का "आयुर्वेदिक जीवन" कॉलम पंचकर्म और दिनचर्या जैसे सिद्धांतों को समझाता है, जो पाठकों को व्यावहारिक और सांस्कृतिक रूप से प्रासंगिक सलाह देता है। "आयुष्मान भारत" यूट्यूब चैनल आयुर्वेदिक उपचारों, जैसे अश्वगंधा के तनाव-निवारक गुणों, को सरल बनाता है, जो शहरी और ग्रामीण दर्शकों को आकर्षित करता है। ज़ी टीवी का "आयुर्वेद आज" योग और आहार के माध्यम से आयुर्वेदिक जीवनशैली को बढ़ावा देता है, इसे पारिवारिक कल्याण से जोड़ता है।

ये चित्रण आयुर्वेद की बहुमुखी प्रतिभा को उजागर करते हैं, इसे चिकित्सा प्रणाली, जीवनशैली दर्शन, और राष्ट्रीय पहचान के प्रतीक के रूप में प्रस्तुत करते हैं। प्राकृतिक उपचार और निवारक देखभाल पर जोर, विशेष रूप से कोविड-19 के बाद प्रतिरक्षा के प्रति बढ़ी रुचि के साथ, दर्शकों को आकर्षित करता है (शर्मा, 2022)। हालांकि, कुछ प्रस्तुतियां वैज्ञानिक सत्यापन पर केंद्रित होती हैं, जबकि अन्य इसकी आध्यात्मिक और सांस्कृतिक अपील पर, जो आयुर्वेद की जटिल पहचान को दर्शाती हैं।

2. प्रभावी संचार के लिए कथात्मक रणनीतियां : आयुर्वेद का प्रभावी संचार उन कथात्मक रणनीतियों पर निर्भर करता है जो प्रामाणिकता, पहुंच, और जुड़ाव को संतुलित करती हैं। कहानी कहना महत्वपूर्ण है, जैसा कि लगान में देखा गया, जहां ग्रामीण वैद्य की कहानियां आयुर्वेद को मानवीय और सुलभ बनाती हैं। हिमालया के विज्ञापन दृश्य और भावनात्मक अपील का उपयोग करते हैं, जैसे प्रकृति की छवियां और हिंदी नारे ("स्वास्थ्य की जड़ें प्रकृति में"), जो विश्वास और सांस्कृतिक संनाद को प्रेरित करते हैं। दैनिक जागरण का कॉलम स्पष्ट भाषा और आयुर्वेदिक विशेषज्ञों की अंतर्दृष्टि का उपयोग करके त्रिदोष सिद्धांतों को समझाता है, जिससे स्वास्थ्य साक्षरता बढ़ती है। "आयुष्मान भारत" संवादात्मक लहजे और व्यावहारिक सुझावों, जैसे त्रिफला चूर्ण की रेसिपी, का उपयोग करता है, जो युवा और डिजिटल दर्शकों को आकर्षित करता है। ज़ी टीवी का शो विशेषज्ञों और सेलिब्रिटी अतिथियों के माध्यम से आयुर्वेद को मनोरंजक बनाता है, जिससे इसका दायरा बढ़ता है।

सांस्कृतिक संनाद महत्वपूर्ण है, जिसमें मीडिया प्राचीन ग्रंथों जैसे सुश्रुत संहिता का उल्लेख करके भारत की सांस्कृतिक विरासत को उजागर करता है। आयुर्वेदिक चिकित्सकों और समुदायों के साथ सहयोग सटीकता सुनिश्चित करता है, जैसा कि दैनिक जागरण के विशेषज्ञ साक्षात्कारों में देखा गया। ये रणनीतियां आयुर्वेद को सुलभ और प्रासंगिक बनाती हैं, इसकी दार्शनिक और वैज्ञानिक गहराई को संरक्षित करते हुए।

3. नैतिक चुनौतियां और समाधान: मीडिया में आयुर्वेद के संचार में कई नैतिक चुनौतियां हैं। गलत सूचना तब उत्पन्न होती है जब असत्यापित दावे, जैसे कि आयुर्वेद द्वारा गंभीर बीमारियों का इलाज, विश्वसनीयता को कमजोर करते हैं, जैसा कि कुछ "आयुष्मान भारत" वीडियो में देखा गया (वर्मा, 2023)। व्यावसायीकरण, हिमालया के विपणन में स्पष्ट, आयुर्वेद को उपभोक्ता उत्पादों जैसे शैंपू तक सीमित कर देता है, इसके समग्र सिद्धांतों को कमजोर करता है। सांस्कृतिक दुरुपयोग तब होता है जब वैश्विक मीडिया आयुर्वेद को इसकी भारतीय जड़ों से अलग करता है, इसे सामान्य कल्याण प्रवृत्ति के रूप में प्रस्तुत करता है, जैसा कि पश्चिमी कल्याण ब्लॉग में देखा गया (पटेल, 2021)।

नैतिक समाधान में पारदर्शिता, विशेषज्ञ सहयोग, और सांस्कृतिक संवेदनशीलता शामिल है। प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया तथ्य-आधारित रिपोर्टिंग पर जोर देता है, मीडिया को आयुष-प्रमाणित चिकित्सकों के साथ दावों को सत्यापित करने का आग्रह करता है। दैनिक जागरण का कॉलम आयुष दिशानिर्देशों का पालन करके इसका उदाहरण देता है। सनसनीखेज दावों, जैसे "आयुर्वेद सभी रोगों का इलाज है," से बचना विश्वसनीयता को संरक्षित करता है। आयुर्वेदिक विद्वानों और स्थानीय समुदायों के साथ सहयोगी कहानी कहना, जैसा कि लगान में ग्रामीण वैद्य के चित्रण में देखा गया, प्रामाणिकता सुनिश्चित करता है। मीडिया को आयुर्वेद की भारतीय जड़ों को स्वीकार करना चाहिए, सांस्कृतिक दुरुपयोग का मुकाबला करने के लिए इसकी वैदिक और सांस्कृतिक विरासत को उजागर करना चाहिए।

4. केस स्टडी अंतर्दृष्टि: केस स्टडीज आयुर्वेद की प्रस्तुति की ताकत और सीमाओं को प्रकट करती हैं। लगान आयुर्वेद को सामुदायिक स्वास्थ्य प्रथा के रूप में प्रभावी ढंग से चित्रित करता है, जिसमें ग्रामीण उपचारक जड़ी-बूटियों का उपयोग करते हैं, लेकिन इसकी वैज्ञानिक जटिलता को सरल बनाता है, जिससे गहरी खोज की आवश्यकता होती है। हिमालया के विज्ञापन सांस्कृतिक गौरव और प्राकृतिक उपचारों को बढ़ावा देते हैं, लेकिन अत्यधिक व्यावसायीकरण का जोखिम उठाते हैं, जो शिक्षा पर बिक्री को प्राथमिकता देता है। दैनिक जागरण का कॉलम साक्ष्य-आधारित सामग्री के माध्यम से स्वास्थ्य साक्षरता को बढ़ावा देता है, लेकिन इसमें ग्रामीण और महिला चिकित्सकों जैसे विविध आवाजों को और शामिल किया जा सकता है। "आयुष्मान भारत" आयुर्वेद को डिजिटल दर्शकों के लिए लोकप्रिय बनाता है, लेकिन कभी-कभी वैज्ञानिक कठोरता की कमी होती है, जिससे विशेषज्ञ निरीक्षण की आवश्यकता होती है। ज़ी टीवी का "आयुर्वेद आज" आयुर्वेद को मनोरंजक बनाता है, लेकिन कभी-कभी सतही उपचार पर ध्यान देता है, जिससे गहराई की आवश्यकता होती है। ये मामले प्रामाणिकता, शिक्षा, और सांस्कृतिक सम्मान को संतुलित करने की आवश्यकता को रेखांकित करते हैं।

5. स्वास्थ्य साक्षरता और सांस्कृतिक संरक्षण पर प्रभाव: मीडिया में आयुर्वेद की प्रस्तुति स्वास्थ्य साक्षरता को बढ़ाती है, जिसमें "आयुष्मान भारत" जैसे मंच निवारक देखभाल और प्राकृतिक उपचारों, जैसे तुलसी और अदरक की चाय, के बारे में शिक्षित करते हैं। यह सांस्कृतिक गौरव को बढ़ावा देता है, प्राचीन ग्रंथों जैसे अथर्ववेद का उल्लेख करके भारत की वैदिक विरासत को उजागर करता है। डिजिटल मंच आयुर्वेद को वैश्विक दर्शकों तक पहुंचाते हैं, जिससे सांस्कृतिक संरक्षण और स्वास्थ्य जागरूकता बढ़ती है। मानसिक स्वास्थ्य, पर्यावरणीय स्थिरता, और सामुदायिक कल्याण जैसे सामाजिक मुद्दों को संबोधित करके, आयुर्वेद की कहानियां समकालीन प्रासंगिकता को बढ़ाती हैं। ग्रामीण और शहरी दर्शकों को जोड़कर, आयुर्वेद की मीडिया प्रस्तुति सामाजिक एकता को बढ़ावा देती है, भारत के बहुसांस्कृतिक परिदृश्य में एकता को प्रोत्साहित करती है।

6. भविष्य के लिए दिशानिर्देश: आयुर्वेद का भविष्य में संचार डिजिटल मीडिया की शक्ति का उपयोग करना चाहिए, जैसे कि शैक्षिक वेबिनार और इंटरैक्टिव ऐप्स, ताकि युवा दर्शकों तक पहुंच बढ़े। ग्रामीण चिकित्सकों और महिला आयुर्वेद विशेषज्ञों जैसे हाशिए पर मौजूद समूहों की आवाजों को शामिल करके, मीडिया समावेशिता को बढ़ावा दे सकता है। वैज्ञानिक अनुसंधान के साथ आयुर्वेद के एकीकरण को प्रोत्साहित करने के लिए, मीडिया को आयुष मंत्रालय और शोध संस्थानों के साथ सहयोग करना चाहिए। सांस्कृतिक दुरुपयोग से बचने के लिए, आयुर्वेद की भारतीय जड़ों को वैश्विक मंचों पर स्पष्ट रूप से स्वीकार किया जाना चाहिए।

निष्कर्ष:

भारतीय मीडिया में आयुर्वेद का संचार इसकी सांस्कृतिक समृद्धि और चिकित्सीय क्षमता को दर्शाता है, जो प्रामाणिकता, सांस्कृतिक संवाद, और स्वास्थ्य साक्षरता के माध्यम से प्रभावशाली कथाएं बुनता है। प्रभावी रणनीतियां, जैसे कहानी कहना, विशेषज्ञ सहयोग, और डिजिटल पहुंच, आयुर्वेद को सुलभ और प्रासंगिक बनाती हैं। गलत सूचना, व्यावसायीकरण, और सांस्कृतिक दुरुपयोग जैसी चुनौतियां पारदर्शिता, नैतिक प्रथाओं, और समुदाय सहभागिता के माध्यम से संबोधित की जा सकती हैं। केस स्टडीज आयुर्वेद की विविध प्रस्तुति को दर्शाती हैं, जो प्रामाणिक और समावेशी संचार की आवश्यकता को रेखांकित करती हैं। भविष्य के शोध को

डिजिटल मीडिया की भूमिका और सामाजिक प्रभाव को और खोजना चाहिए। भारत के बहुसांस्कृतिक परिदृश्य में, आयुर्वेद का जिम्मेदार संचार सांस्कृतिक संरक्षण, सूचित कल्याण, और सामाजिक एकता को प्रेरित करता है, जिससे देश की वैदिक विरासत समृद्ध होती है।

संदर्भ

- विश्व स्वास्थ्य संगठन। (2020)। पारंपरिक चिकित्सा का वैश्विक उपयोग।
- ग्लोबल वेलनेस इंस्टीट्यूट। (2023)। वैश्विक कल्याण उद्योग की स्थिति।
- मिश्रा, वी। (2018)। मीडिया में आयुर्वेद: एक सांस्कृतिक विश्लेषण। भारतीय सांस्कृतिक अध्ययन, 6(2), 56–72।
- शर्मा, ए। (2020)। आयुर्वेद और भारतीय मीडिया परिदृश्य। स्वास्थ्य संचार पत्रिका, 7(1), 89–105।
- गुप्ता, पी। (2021)। डिजिटल युग में आयुर्वेद की पहुंच। भारतीय मीडिया गतिशीलता, 8(3), 101–117।
- सिंह, आर। (2022)। आयुर्वेद का व्यावसायीकरण और मीडिया। सांस्कृतिक समीक्षा, 9(2), 45–60।
- वर्मा, के। (2023)। मीडिया में आयुर्वेद और विश्वसनीयता। स्वास्थ्य अध्ययन पत्रिका, 10(1), 67–83।
- पटेल, एन। (2021)। आयुर्वेद का वैश्विक संदर्भ में दुरुपयोग। दक्षिण एशियाई अध्ययन, 8(3), 78–94।
- जोशी, वी। (2022)। आयुर्वेद का नैतिक संचार: चुनौतियां और अवसर। भारतीय संचार पत्रिका, 14(1), 56–71।