Aethel Research Digest Juncture
An International Journal

Aethel Research Digest Juncture:
An International Journal
E-ISSN: 3139-1672

Vol. 2, Issue 4, July- August 2026

दक्षिण भारतीय राजनीति में फिल्मी सितारों की छवि-निर्माण एवं राजनीतिक संचार रणनीति पर एक समीक्षात्मक अध्ययन

धनेश प्रसाद
राजनीति विज्ञान विभाग, स्नातकोत्तर महाविद्यालय, बिचपुरी
डॉ. भीमराव अंबेडकर विश्वविद्यालय, आगरा, ऊ. प्रदेश, भारत- 282004
Email: dhaneshprsd@gmail.com

DOI: ***https://doi.org/10.5281/zenodo.22162908***

Dates
Summation:12/08/2026
Revised: 24/08/2026
Accepted: 28/08/2026
Published:30/08/2026

सारांश

दक्षिण भारत में सिनेमा और राजनीति का संबंध केवल फिल्मी सितारों की लोकप्रियता के राजनीतिक क्षेत्र में स्थानांतरण तक सीमित नहीं है, बल्कि यह एक सुव्यवस्थित संचार-रणनीति के रूप में भी विकसित हुआ है, जिसके माध्यम से पर्दे पर निर्मित छवि को राजनीतिक संदेश, दलीय पहचान और नेतृत्व-ब्रांड में बदला जाता है। तमिलनाडु, आंध्र प्रदेश, तेलंगाना और केरल के अनुभव यह दर्शाते हैं कि फिल्मी सितारे अपने संवाद-शैली, वेशभूषा, प्रतीक-चिह्न, नारे और प्रशंसक-नेटवर्क का उपयोग करके एक ऐसी राजनीतिक संचार भाषा गढ़ते हैं जो पारंपरिक राजनीतिक दलों की भाषा से भिन्न होती है। प्रस्तुत अध्ययन का उद्देश्य दक्षिण भारतीय राजनीति में फिल्मी सितारों द्वारा अपनाई गई छवि-निर्माण और राजनीतिक संचार रणनीतियों का समीक्षात्मक विश्लेषण करना है। अध्ययन विशेष रूप से यह समझने का प्रयास करता है कि फिल्मी छवि के कौन-कौन से तत्व राजनीतिक संचार में परिवर्तित होते हैं, प्रशंसक संगठनों और डिजिटल मीडिया की इस प्रक्रिया में क्या भूमिका है, तथा इस संचार रणनीति के लोकतांत्रिक निहितार्थ क्या हैं। अध्ययन गुणात्मक एवं समीक्षात्मक प्रकृति का है तथा द्वितीयक स्रोतों पर आधारित है। इसके लिए दक्षिण भारतीय सिनेमा, फिल्मी सितारों की राजनीतिक छवि, प्रशंसक संस्कृति, राजनीतिक संचार तथा डिजिटल मीडिया से संबंधित पुस्तकों, शोध-पत्रों और हाल के अध्ययनों का आलोचनात्मक अध्ययन किया गया है। अध्ययन में तमिलनाडु और आंध्र प्रदेश के ऐतिहासिक अनुभवों के साथ-साथ हाल के वर्षों में उभरे तेलंगाना और केरल के उदाहरणों को भी सम्मिलित किया गया है। अध्ययन से स्पष्ट होता है कि फिल्मी छवि-आधारित राजनीतिक संचार जनता को राजनीति के निकट लाने, राजनीतिक संदेशों को सरल एवं भावनात्मक रूप में प्रस्तुत करने तथा नए सामाजिक समूहों को राजनीतिक विमर्श में शामिल करने में सहायक हो सकता है। साथ ही यह संचार-शैली नीतिगत विमर्श की अपेक्षा व्यक्तित्व-केंद्रित प्रचार, भावनात्मक लामबंदी तथा डिजिटल प्रशंसक-सेनाओं के माध्यम से ध्रुवीकरण को भी बढ़ावा दे सकती है।

अध्ययन निष्कर्षतः यह प्रतिपादित करता है कि फिल्मी छवि की राजनीतिक संचार-शक्ति का लोकतांत्रिक महत्व उसकी लोकप्रियता की मात्रा से नहीं, बल्कि इस बात से निर्धारित होता है कि वह संचार किस सीमा तक नीतिगत पारदर्शिता, नागरिक संवाद और संस्थागत उत्तरदायित्व से जुड़ता है।

प्रमुख शब्द: *दक्षिण भारतीय राजनीति, फिल्मी छवि, राजनीतिक संचार, ब्रांड निर्माण, प्रशंसक संस्कृति, डिजिटल मीडिया, करिश्माई नेतृत्व, प्रतीकात्मक राजनीति।*

Plagiarism Results "We maintain a strict zero-tolerance policy towards plagiarism. The submitted manuscript has undergone a rigorous plagiarism check. The current report indicates a 6% match across 43 websites, ensuring the uniqueness and integrity of the research work."

"**Licensing:** This article is licensed under CC BY 4.0. It allows free use and distribution with proper attribution to the original author."

Citation: Dhanesh Prasad (2026), A Critical Study on Image-Building and Political Communication Strategies of Film Stars in South Indian Politics, Aethel Research Digest Juncture: An International Journal, 2(4),97–112.

1. प्रस्तावना एवं अध्ययन की पृष्ठभूमि

राजनीतिक संचार को सामान्यतः उस प्रक्रिया के रूप में समझा जाता है जिसके माध्यम से राजनीतिक दल, नेता और संस्थाएँ अपने विचारों, नीतियों और पहचान को नागरिकों तक पहुँचाते हैं। परंपरागत रूप से इस संचार का आधार भाषण, घोषणापत्र, समाचार-पत्र और सार्वजनिक सभाएँ रही हैं। किंतु बीसवीं शताब्दी के मध्य से लोकप्रिय संस्कृति, विशेषकर सिनेमा, ने राजनीतिक संचार के स्वरूप को गहराई से प्रभावित किया है। भारतीय संदर्भ में यह प्रभाव विशेष रूप से दक्षिण भारत में स्पष्ट दिखाई देता है, जहाँ फिल्मी सितारों ने न केवल राजनीति में प्रवेश किया, बल्कि अपने साथ एक विशिष्ट संचार-शैली भी लेकर आए जो संवाद, प्रतीक, भावनात्मक कथा और सामूहिक प्रदर्शन पर आधारित है (Nakassis, 2022; Stoddart, 2024)। दक्षिण भारतीय राजनीति की विशिष्टता इस तथ्य से स्पष्ट होती है कि यहाँ फिल्मी सितारों का राजनीतिक प्रवेश किसी अकस्मात घटना के रूप में नहीं हुआ, बल्कि यह एक दीर्घकालिक सांस्कृतिक-राजनीतिक प्रक्रिया का परिणाम है। तमिलनाडु में सी. एन. अन्नादुरै और एम. करुणानिधि ने पटकथा-लेखन के माध्यम से सामाजिक न्याय, भाषायी अस्मिता और द्रविड़ राजनीतिक विचारधारा को जनसंचार की भाषा में ढाला। इसके बाद एम. जी. रामचंद्रन और जयललिता ने अभिनय से अर्जित छवि को स्वयं राजनीतिक नेतृत्व की संचार-पूंजी में बदल दिया। आंध्र प्रदेश में एन. टी. रामाराव ने पौराणिक भूमिकाओं की सांस्कृतिक प्रतिष्ठा का उपयोग करते हुए एक ऐसी राजनीतिक भाषा गढ़ी जिसमें तेलुगु गौरव और नेतृत्व की छवि परस्पर जुड़ गए (Baskaran, 1996; Velayutham & Devadas, 2022)। फिल्मी छवि का राजनीतिक संचार में रूपांतरण केवल अतीत की घटना नहीं

है। हाल के वर्षों में चिरंजीवी और उनके अनुज पवन कल्याण, विजयकांत, कमल हासन तथा तमिल अभिनेता विजय के राजनीतिक प्रयासों ने यह दिखाया है कि फिल्मी छवि-आधारित संचार रणनीति निरंतर नए रूप धारण करती रहती है। इसी प्रकार केरल में सुरेश गोपी का राजनीतिक उदय यह संकेत देता है कि यह प्रक्रिया अब तमिलनाडु और आंध्र प्रदेश तक सीमित नहीं रही, बल्कि दक्षिण भारत के अन्य राज्यों में भी फैल चुकी है (Stoddart, 2024)। फिल्मी छवि को राजनीतिक संचार में बदलने की प्रक्रिया के केंद्र में कुछ विशिष्ट तत्व होते हैं। पहला, अभिनेता की स्क्रीन-छवि—अर्थात उसने किस प्रकार की भूमिकाएँ निभाई हैं और दर्शकों ने उसके साथ किस प्रकार का भावनात्मक संबंध विकसित किया है। दूसरा, संवाद-शैली और मंच-प्रस्तुति, जो फिल्मी संवादों से राजनीतिक भाषणों में स्थानांतरित होती है। तीसरा, प्रतीक-चिह्न, रंग और नारे, जो फिल्मी पोस्टरों की दृश्य भाषा को राजनीतिक ब्रांडिंग में परिवर्तित करते हैं। चौथा, प्रशंसक संगठनों का नेटवर्क, जो पहले से मौजूद सामाजिक ढाँचे को राजनीतिक लामबंदी के लिए उपयोग में लाया जाता है (Rogers, 2009; Srinivas, 2011)। इस प्रक्रिया को समझने के लिए यह भी आवश्यक है कि फिल्मी छवि और राजनीतिक छवि के बीच के अंतर को स्पष्ट किया जाए। फिल्मी छवि नियंत्रित परिस्थितियों में, लेखक, निर्देशक और संपादन के माध्यम से निर्मित होती है। इसके विपरीत राजनीतिक जीवन अनिश्चितताओं, वास्तविक नीतिगत चुनौतियों और सार्वजनिक जवाबदेही से भरा होता है। नाकासिस (2022) के अनुसार तमिल सिनेमा में पर्दे की छवि और वास्तविक व्यक्तित्व के बीच की सीमाएँ स्वाभाविक रूप से स्पष्ट नहीं होतीं, बल्कि सामाजिक और राजनीतिक व्यवहार के माध्यम से निरंतर गढ़ी और पुनर्गढ़ी जाती हैं। यही अस्पष्टता फिल्मी सितारों की राजनीतिक संचार रणनीति की एक विशिष्ट शक्ति भी है और चुनौती भी। डिजिटल मीडिया के विस्तार ने इस संचार-प्रक्रिया को और अधिक जटिल बना दिया है। मोतिलाल एवं सहयोगियों (2022) के अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि भारत में फिल्मी और खेल जगत की हस्तियाँ सोशल मीडिया के माध्यम से राजनीतिक दलों के साथ सक्रिय रूप से जुड़ी हुई हैं, तथा उनकी सहभागिता का स्वरूप दलगत पक्षधरता के अनुसार भिन्न-भिन्न होता है। इससे यह प्रश्न उत्पन्न होता है कि फिल्मी छवि पर आधारित राजनीतिक संचार पारंपरिक जनसभाओं तक सीमित न रहकर अब डिजिटल मंचों पर किस प्रकार पुनर्गठित हो रहा है। इन परिवर्तनों के आलोक में यह आवश्यक हो जाता है कि फिल्मी सितारों की राजनीति को केवल लोकप्रियता या चुनावी सफलता के प्रश्न तक सीमित न रखकर, संचार-रणनीति और छवि-निर्माण की प्रक्रिया के रूप में समझा जाए। प्रस्तुत अध्ययन इसी दृष्टिकोण को अपनाते हुए यह विश्लेषण करने का प्रयास करता है कि फिल्मी छवि किस प्रकार राजनीतिक संचार-पूंजी में बदलती है, इस प्रक्रिया में कौन-कौन से माध्यम और संस्थाएँ भूमिका निभाते हैं, तथा इसका लोकतांत्रिक संचार-संस्कृति पर क्या प्रभाव पड़ता है। अध्ययन का केंद्रीय तर्क यह है कि फिल्मी छवि पर आधारित

राजनीतिक संचार अपने आप में न तो लोकतंत्र के लिए स्वाभाविक रूप से लाभकारी है और न ही हानिकारक। इसका वास्तविक प्रभाव इस बात पर निर्भर करता है कि यह संचार-शैली नीतिगत विषयवस्तु, पारदर्शिता और नागरिक संवाद से कितनी गहराई से जुड़ती है, अथवा केवल भावनात्मक प्रदर्शन और व्यक्तित्व-पूजा तक सीमित रह जाती है।

यहाँ यह स्पष्ट करना भी आवश्यक है कि राजनीतिक संचार का अध्ययन केवल संदेश की विषयवस्तु तक सीमित नहीं होता, बल्कि इसमें संदेश के प्रस्तुतीकरण की शैली, माध्यम, संदर्भ और प्राप्तकर्ता की भूमिका भी सम्मिलित होती है। फिल्मी सितारों के मामले में यह चारों तत्व—विषयवस्तु, शैली, माध्यम और प्राप्तकर्ता—पहले से ही सिनेमा के माध्यम से एक विशिष्ट सांस्कृतिक व्याकरण में ढल चुके होते हैं। इस कारण जब वे राजनीतिक क्षेत्र में प्रवेश करते हैं, तो वे किसी नए संचार-ढाँचे का निर्माण नहीं करते, बल्कि पहले से स्थापित सांस्कृतिक व्याकरण को राजनीतिक विषयवस्तु के साथ जोड़ते हैं। यह प्रक्रिया संचार को अधिक सुगम बना सकती है, किंतु साथ ही यह भी जोखिम उत्पन्न करती है कि राजनीतिक विषयवस्तु स्वयं फिल्मी शैली के अधीन हो जाए। इस दृष्टि से दक्षिण भारतीय अनुभव भारतीय लोकतंत्र में संचार और सत्ता के संबंध को समझने के लिए एक समृद्ध प्रयोगशाला प्रस्तुत करता है। यह अध्ययन इसी प्रयोगशाला के भीतर फिल्मी छवि-निर्माण और राजनीतिक संचार रणनीति के परस्पर संबंध का व्यवस्थित विश्लेषण करने का प्रयास करता है।

2. साहित्य समीक्षा एवं शोध-अंतराल

दक्षिण भारतीय फिल्मी राजनीति पर उपलब्ध साहित्य पर्याप्त व्यापक है। बास्करन (1996) का कार्य तमिल सिनेमा के ऐतिहासिक विकास को सामाजिक और राजनीतिक परिवर्तन की व्यापक प्रक्रिया से जोड़ता है। उनके अनुसार तमिल सिनेमा का इतिहास औपनिवेशिक अनुभव, आधुनिकता और क्षेत्रीय अस्मिता के निर्माण से गहराई से संबंधित है। वेलायुथम (2008) ने भी तमिल सिनेमा को सांस्कृतिक राजनीति के व्यापक संदर्भ में देखा है। डिकी (1993) का अध्ययन फिल्मी लोकप्रियता, प्रशंसा और राजनीतिक व्यक्तित्व-निर्माण के बीच के संबंध को समझने के लिए महत्वपूर्ण आधार प्रदान करता है। उनके अनुसार फिल्मी नायक की नैतिक छवि और दर्शकों की भावनात्मक भागीदारी मिलकर एक ऐसी लोकप्रिय पहचान गढ़ती है जो बाद में राजनीतिक संदर्भ में उपयोग की जा सकती है। पांडियन (1992) ने एम. जी. रामचंद्रन के उदाहरण के माध्यम से यह दिखाया कि फिल्मी छवि किस प्रकार व्यवस्थित रूप से राजनीतिक पहचान में रूपांतरित हुई। प्रसाद (2014) का व्यापक दृष्टिकोण दक्षिण भारतीय फिल्मी राजनीति को केवल चुनावी प्रचार तक सीमित न रखकर सांस्कृतिक पहचान और राजनीतिक अस्तित्व की व्यापक प्रक्रिया से जोड़ता है।

प्रशंसक संस्कृति और संगठनात्मक नेटवर्क पर रोजर्स (2009) तथा श्रीनिवास (2011) के अध्ययन विशेष रूप से उल्लेखनीय हैं। रोजर्स (2009) ने विजयकांत से संबंधित प्रशंसक संगठनों के अध्ययन के माध्यम से यह दिखाया कि ये संगठन केवल प्रचार-तंत्र नहीं, बल्कि सामाजिक सहभागिता के मंच भी हो सकते हैं, यद्यपि उनमें पदानुक्रमात्मक संरचना भी विद्यमान रहती है। श्रीनिवास (2011) ने प्रशंसक गतिविधियों की सामूहिक और प्रदर्शनात्मक प्रकृति को रेखांकित किया है। पोंगियन्नन (2013) ने फिल्मी करिश्मे और राजनीतिक प्रवेश के बीच के संबंध का विश्लेषण करते हुए यह स्पष्ट किया कि फिल्मी छवि प्रारंभिक राजनीतिक लाभ अवश्य देती है, किंतु दीर्घकालिक सफलता के लिए संगठनात्मक और प्रशासनिक क्षमता भी आवश्यक होती है। समकालीन साहित्य में नाकासिस (2022) का कार्य विशेष महत्व रखता है क्योंकि यह फिल्मी छवि के निर्माण को केवल सामाजिक परिघटना के रूप में नहीं, बल्कि एक सतत संकेतशास्त्रीय (semiotic) प्रक्रिया के रूप में देखता है, जिसमें पर्दे की छवि और सार्वजनिक-राजनीतिक जीवन की छवि निरंतर एक-दूसरे को प्रभावित करती रहती हैं। उनके अनुसार तमिल राजनीति में फिल्मी छवि और वास्तविक व्यक्तित्व के बीच की सीमाएँ अत्यंत तरल हैं, जो लोकप्रिय राजनीति की भाषा को विशिष्ट बनाती हैं। डिजिटल मीडिया के संदर्भ में मोतिलाल, मिश्रा, निशाल, लालानी और पाल (2022) का अध्ययन एक महत्वपूर्ण नया आयाम जोड़ता है। उन्होंने ट्विटर डेटा के आधार पर यह विश्लेषण किया कि भारत में फिल्मी और खेल जगत की हस्तियाँ राजनीतिक दलों के साथ किस प्रकार जुड़ी हुई हैं तथा उनकी सहभागिता में दलगत पक्षधरता किस प्रकार प्रकट होती है। यह अध्ययन दर्शाता है कि फिल्मी छवि-आधारित राजनीतिक संचार अब पारंपरिक मंचों तक सीमित नहीं रहा, बल्कि डिजिटल नेटवर्क के माध्यम से अधिक संगठित और मापन-योग्य रूप ले चुका है। स्टोडार्ट (2024) का हालिया लेखन तमिलनाडु और आंध्र प्रदेश से आगे बढ़कर तेलंगाना और केरल के समकालीन उदाहरणों—जैसे पवन कल्याण की जन सेना पार्टी और केरल में सुरेश गोपी के राजनीतिक उदय—को भी इस विश्लेषण में शामिल करता है। इससे यह स्पष्ट होता है कि फिल्मी छवि-आधारित राजनीतिक संचार की प्रक्रिया केवल ऐतिहासिक परिघटना नहीं, बल्कि निरंतर विकसित होने वाली समकालीन राजनीतिक वास्तविकता है।

इन अध्ययनों के अतिरिक्त, दक्षिण भारतीय फिल्मी राजनीति पर तुलनात्मक दृष्टिकोण अपनाने वाले कार्यों ने भी महत्वपूर्ण योगदान दिया है। ऐसे अध्ययन यह दिखाते हैं कि फिल्मी सितारों के व्यापक प्रशंसक-आधार को संगठित राजनीतिक शक्ति में बदलने की प्रक्रिया राज्यों, दलों और ऐतिहासिक परिस्थितियों के अनुसार भिन्न-भिन्न रही है। तमिलनाडु में यह प्रक्रिया द्रविड़ विचारधारा के संगठनात्मक ढाँचे के भीतर घटित हुई, जबकि आंध्र प्रदेश में यह क्षेत्रीय अस्मिता और भाषायी गौरव की राजनीति से अधिक निकटता से जुड़ी रही। यह भिन्नता इस बात की पुष्टि करती है कि

फिल्मी छवि-आधारित संचार-रणनीति का स्वरूप उस राजनीतिक-सांस्कृतिक संदर्भ पर निर्भर करता है जिसमें वह क्रियान्वित होती है। उपलब्ध साहित्य से यह स्पष्ट होता है कि अधिकांश अध्ययनों ने या तो फिल्मी सितारों की लोकप्रियता और चुनावी सफलता के संबंध पर, अथवा प्रशंसक संस्कृति की सामाजिक प्रकृति पर ध्यान केंद्रित किया है। अपेक्षाकृत कम अध्ययन ऐसे हैं जो यह विश्लेषण करते हों कि फिल्मी छवि के कौन-कौन से विशिष्ट संचार-तत्व—संवाद-शैली, प्रतीक-चिह्न, ब्रांडिंग, डिजिटल प्रशंसक-नेटवर्क—व्यवस्थित रूप से राजनीतिक संचार-रणनीति में परिवर्तित होते हैं, तथा इस प्रक्रिया के लोकतांत्रिक संचार-संस्कृति पर क्या प्रभाव पड़ते हैं। यही इस अध्ययन का प्रमुख शोध-अंतराल है। प्रस्तुत अध्ययन इस अंतराल को संबोधित करते हुए सिनेमा-राजनीति संबंधी साहित्य और राजनीतिक संचार के अध्ययन के बीच एक विश्लेषणात्मक सेतु निर्मित करने का प्रयास करता है।

3. शोध-पद्धति एवं सैद्धांतिक परिप्रेक्ष्य

प्रस्तुत अध्ययन गुणात्मक, वर्णनात्मक और समीक्षात्मक प्रकृति का है। इसमें प्राथमिक सर्वेक्षण अथवा सांख्यिकीय परीक्षण का प्रयोग नहीं किया गया है, बल्कि उपलब्ध द्वितीयक साहित्य—पुस्तकों, शोध-पत्रों, समसामयिक विश्लेषणात्मक लेखों तथा हाल के अनुभवजन्य अध्ययनों—का आलोचनात्मक अध्ययन किया गया है (Baskaran, 1996; Dickey, 1993; Mothilal et al., 2022; Nakassis, 2022; Prasad, 2014; Rogers, 2009; Stoddart, 2024; Velayutham & Devadas, 2022)। अध्ययन का भौगोलिक केंद्र मुख्यतः तमिलनाडु और आंध्र प्रदेश है, क्योंकि इन राज्यों में फिल्मी छवि और राजनीतिक संचार के बीच संबंध ऐतिहासिक रूप से सर्वाधिक स्पष्ट रहा है। साथ ही अध्ययन में तेलंगाना और केरल के समकालीन उदाहरणों को भी सम्मिलित किया गया है ताकि यह समझा जा सके कि फिल्मी छवि-आधारित संचार रणनीति क्षेत्रीय संदर्भों के अनुसार किस प्रकार भिन्न रूप धारण करती है। अध्ययन के सैद्धांतिक आधार में तीन प्रमुख अवधारणाओं को स्थान दिया गया है। पहली अवधारणा मैक्स वेबर की करिश्माई सत्ता (charismatic authority) है। वेबर (1978) के अनुसार करिश्माई अधिकार किसी नेता के असाधारण व्यक्तिगत गुणों और अनुयायियों की असाधारण आस्था पर आधारित होता है। फिल्मी सितारों के संदर्भ में यह करिश्मा राजनीति में प्रवेश से पहले ही, पर्दे और सार्वजनिक जीवन के माध्यम से निर्मित हो चुका होता है, जिससे वे पारंपरिक राजनेताओं की तुलना में एक विशिष्ट संचार-लाभ के साथ राजनीति में प्रवेश करते हैं। दूसरी अवधारणा राजनीतिक ब्रांडिंग और छवि-हस्तांतरण (image transfer) से संबंधित है। इस दृष्टिकोण के अनुसार किसी व्यक्ति की एक क्षेत्र में अर्जित सार्वजनिक छवि—जैसे फिल्मी नायकत्व—दूसरे क्षेत्र, अर्थात राजनीति, में स्थानांतरित हो सकती है, बशर्ते दोनों क्षेत्रों के बीच अर्थपूर्ण सांस्कृतिक संगति हो। एम. जी. रामचंद्रन की फिल्मी छवि में गरीबों और कमजोरों के पक्ष में खड़े

होने वाला नायक, तथा एन. टी. रामाराव की पौराणिक भूमिकाओं से जुड़ी सांस्कृतिक प्रतिष्ठा, इसी छवि-हस्तांतरण प्रक्रिया के उदाहरण हैं (Dickey, 1993; Pandian, 1992)। तीसरी अवधारणा नाकासिस (2022) द्वारा प्रस्तुत ऑनस्क्रीन-ऑफस्क्रीन के बीच की तरलता से संबंधित है। इस दृष्टिकोण के अनुसार फिल्मी छवि और राजनीतिक-सार्वजनिक व्यक्तित्व के बीच की सीमाएँ पूर्वनिर्धारित नहीं होतीं, बल्कि सामाजिक अभ्यास, मीडिया प्रस्तुति और जनता की भागीदारी के माध्यम से निरंतर गढ़ी जाती हैं। यह अवधारणा यह समझने में सहायक है कि फिल्मी सितारे राजनीतिक भाषणों, प्रतीकों और सार्वजनिक उपस्थिति के माध्यम से अपनी छवि को किस प्रकार सक्रिय रूप से पुनर्निर्मित करते रहते हैं। इन तीनों अवधारणाओं के आधार पर अध्ययन एक विश्लेषणात्मक ढाँचा प्रस्तुत करता है जिसमें फिल्मी छवि पहले सांस्कृतिक पूंजी का निर्माण करती है, यह सांस्कृतिक पूंजी करिश्माई पहचान को सुदृढ़ करती है, तथा करिश्माई पहचान संचार-रणनीतियों—संवाद, प्रतीक, प्रशंसक-नेटवर्क और डिजिटल मीडिया—के माध्यम से राजनीतिक संदेश में परिवर्तित होती है। यह संचार-प्रक्रिया लोकतांत्रिक संवाद को व्यापक भी बना सकती है और उसे व्यक्तित्व-केंद्रित तथा भावनात्मक प्रदर्शन तक सीमित भी कर सकती है।

अध्ययन में स्रोत-चयन के लिए कुछ स्पष्ट मानदंड अपनाए गए हैं। पहला, केवल उन्हीं स्रोतों को सम्मिलित किया गया है जो सिनेमा और राजनीति के बीच संबंध पर विद्वतापूर्ण दृष्टिकोण प्रस्तुत करते हैं, न कि केवल लोकप्रिय पत्रकारिता तक सीमित हैं। दूसरा, ऐतिहासिक स्रोतों के साथ-साथ हाल के वर्षों में प्रकाशित अध्ययनों को भी सम्मिलित किया गया है ताकि समकालीन डिजिटल परिवर्तनों को समुचित रूप से समझा जा सके। तीसरा, अध्ययन में तमिल और तेलुगु राजनीति के साथ-साथ केरल के उदाहरण को भी सम्मिलित किया गया है ताकि क्षेत्रीय विविधता की उपेक्षा न हो। यह ध्यान रखना आवश्यक है कि प्रस्तुत अध्ययन किसी सांख्यिकीय सामान्यीकरण का दावा नहीं करता, बल्कि उपलब्ध साहित्य के आलोचनात्मक संश्लेषण के माध्यम से एक व्याख्यात्मक ढाँचा प्रस्तुत करता है, जिसे भविष्य के अनुभवजन्य अध्ययनों द्वारा और अधिक परिष्कृत किया जा सकता है।

4. दक्षिण भारतीय राजनीति में फिल्मी छवि-निर्माण की ऐतिहासिक प्रक्रिया

दक्षिण भारत में फिल्मी छवि के राजनीतिक संचार में रूपांतरण की प्रक्रिया द्रविड़ आंदोलन की पृष्ठभूमि में निहित है। सामाजिक समानता, जातिगत भेदभाव के विरोध और भाषायी अस्मिता से जुड़े विचारों को जनसमूह तक पहुँचाने के लिए साहित्य, रंगमंच और बाद में सिनेमा का प्रभावी उपयोग किया गया। अन्नादुरै और करुणानिधि ने पटकथा-लेखन के माध्यम से राजनीतिक विचारों को मनोरंजन की भाषा में प्रस्तुत किया, जिससे सिनेमा राजनीतिक संचार का एक स्वाभाविक माध्यम बन गया (Baskaran, 1996; Velayutham, 2008)। एम. जी. रामचंद्रन का उदाहरण इस प्रक्रिया

में निर्णायक मोड़ है। उनकी फिल्मों में निर्मित नायक-छवि—गरीबों का रक्षक, अन्याय के विरुद्ध संघर्ष करने वाला व्यक्तित्व—राजनीतिक मंच पर स्थानांतरित होकर एक संपूर्ण संचार-शैली में बदल गई। उनके भाषणों की सरल भाषा, फिल्मी संवादों जैसी लय और दृश्यात्मक प्रस्तुति ने राजनीतिक संदेश को व्यापक जनसमूह तक प्रभावी ढंग से पहुँचाया (Dickey, 1993; Pandian, 1992)। जयललिता ने इस विरासत को आगे बढ़ाते हुए अपनी स्वतंत्र संचार-शैली विकसित की, जिसमें फिल्मी अनुभव और प्रशासनिक दृढ़ता दोनों का मिश्रण था। आंध्र प्रदेश में एन. टी. रामाराव ने पौराणिक भूमिकाओं से अर्जित सांस्कृतिक प्रतिष्ठा को तेलुगु क्षेत्रीय अस्मिता से जोड़ते हुए एक विशिष्ट राजनीतिक संचार-भाषा गढ़ी। उनकी सार्वजनिक सभाएँ प्रायः फिल्मी दृश्यों जैसी भव्यता के साथ आयोजित होती थीं, जिसमें संवाद, वेशभूषा और मंच-प्रस्तुति फिल्मी शैली से प्रभावित थी (Prasad, 2014; Stoddart, 2024)। यह परंपरा आगे चलकर उनके परिवार और तेलुगु देशम पार्टी की राजनीतिक शैली में भी दिखाई देती रही। चिरंजीवी का राजनीतिक अनुभव इस प्रक्रिया का एक भिन्न किंतु महत्वपूर्ण उदाहरण प्रस्तुत करता है। उनके व्यापक प्रशंसक आधार और प्रजा राज्यम पार्टी के गठन ने यह दिखाया कि फिल्मी लोकप्रियता को औपचारिक राजनीतिक संगठन में बदलना अपेक्षाकृत जटिल प्रक्रिया है। बाद में उनके अनुज पवन कल्याण ने जन सेना पार्टी के माध्यम से एक भिन्न संचार-रणनीति अपनाई, जिसमें फिल्मी करिश्मे को क्षेत्रीय अस्मिता, भ्रष्टाचार-विरोध और सामाजिक न्याय के मुद्दों से जोड़ा गया (Stoddart, 2024)। तमिलनाडु में विजयकांत के प्रशंसक संगठनों ने सामाजिक और राजनीतिक गतिविधियों के लिए एक संगठित मंच प्रस्तुत किया, जिसका विश्लेषण रोजर्स (2009) ने विस्तार से किया है। हाल के वर्षों में कमल हासन ने मक्कल निधि मय्यम पार्टी की स्थापना करते हुए एक भिन्न संचार-रणनीति अपनाई, जिसमें पारंपरिक द्रविड़ राजनीतिक भाषा के स्थान पर एक 'मध्यमार्गी' विचारधारात्मक स्थिति प्रस्तुत की गई। इसी प्रकार अभिनेता विजय ने तमिलगा वेत्रि कड़गम के माध्यम से राजनीति में प्रवेश किया, जिसमें उनके व्यापक युवा प्रशंसक-आधार और डिजिटल उपस्थिति ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई (Nakassis, 2022)। केरल में सुरेश गोपी का राजनीतिक उदय दक्षिण भारतीय फिल्मी राजनीति के विस्तार का एक नया उदाहरण है। उनकी फिल्मी छवि, जो प्रायः दृढ़ और अनुशासित व्यक्तित्व से जुड़ी रही है, ने उन्हें एक ऐसी राजनीतिक संचार-शैली प्रदान की जो केरल की परंपरागत वामपंथी और कांग्रेसी राजनीतिक भाषा से भिन्न थी (Stoddart, 2024)। यह उदाहरण दर्शाता है कि फिल्मी छवि-आधारित राजनीतिक संचार अब दक्षिण भारत के व्यापक भूभाग में विभिन्न रूपों में सक्रिय है। तेलंगाना के गठन के बाद के राजनीतिक परिदृश्य में भी फिल्मी परिवारों का प्रभाव उल्लेखनीय रहा है। एन. टी. रामाराव के परिवार से जुड़े राजनीतिक उत्तराधिकार, तथा तेलुगु देशम पार्टी और जन सेना पार्टी के बीच बना गठबंधन, यह दर्शाते हैं कि फिल्मी छवि केवल व्यक्तिगत करिश्मे तक सीमित नहीं रहती,

बल्कि पीढ़ी-दर-पीढ़ी राजनीतिक ब्रांड के रूप में भी हस्तांतरित होती है। पवन कल्याण की जन सेना पार्टी ने अपने प्रचार में फिल्मी सौंदर्यशास्त्र—जैसे नाटकीय मंच-प्रवेश, प्रतीकात्मक ध्वज और संक्षिप्त प्रभावशाली नारे—का सुनियोजित उपयोग किया, जो यह दर्शाता है कि फिल्मी संचार-शैली अब जानबूझकर तैयार की गई राजनीतिक ब्रांडिंग-रणनीति का रूप ले चुकी है (Stoddart, 2024)।

इस ऐतिहासिक विकास से यह स्पष्ट होता है कि फिल्मी छवि का राजनीतिक संचार में रूपांतरण कोई स्थिर प्रक्रिया नहीं है। प्रारंभिक दौर में सिनेमा राजनीतिक विचारों के प्रसार का माध्यम था; इसके बाद फिल्मी सितारे स्वयं संचारक और नेता बने; तत्पश्चात प्रशंसक संगठन संगठित लामबंदी के साधन बने; और समकालीन दौर में यह प्रक्रिया डिजिटल मीडिया तथा सुनियोजित राजनीतिक ब्रांडिंग के माध्यम से और अधिक व्यापक, तीव्र तथा तकनीकी रूप से परिष्कृत हो चुकी है। प्रत्येक चरण में फिल्मी छवि का मूल स्वरूप एक जैसा नहीं रहा, बल्कि वह उस समय की संचार-तकनीक और राजनीतिक आवश्यकता के अनुसार पुनर्गठित होता रहा है।

5. फिल्मी छवि की राजनीतिक संचार रणनीति: एक आलोचनात्मक विश्लेषण

फिल्मी छवि को राजनीतिक संचार में बदलने की प्रक्रिया को समझने के लिए यह आवश्यक है कि इसके प्रमुख घटकों को अलग-अलग पहचाना जाए। नीचे प्रस्तुत विश्लेषणात्मक रूपरेखा इस प्रक्रिया के मुख्य तत्वों, उनके संचार-कार्य तथा उनसे जुड़ी संभावित लोकतांत्रिक चुनौतियों को सम्मिलित रूप से प्रस्तुत करती है, सारणी के स्थान पर एक संरचित विवरण के रूप में:

क) स्क्रीन-व्यक्तित्व एवं नायक-छवि — फिल्मी भूमिकाओं में गढ़ा गया नैतिक और सामाजिक व्यक्तित्व राजनीतिक विश्वसनीयता के प्रारंभिक आधार के रूप में कार्य करता है; इसकी प्रमुख चुनौती यह है कि फिल्मी छवि और वास्तविक शासन-क्षमता के बीच अंतर धुंधला पड़ सकता है (Dickey, 1993; Pandian, 1992)।

ख) संवाद-शैली एवं भाषण-कला — फिल्मी संवादों की लय, सरलता और भावनात्मक प्रभाव राजनीतिक भाषणों में स्थानांतरित होकर संदेश को व्यापक जनसमूह तक पहुँचाने में सहायक होते हैं; इसकी चुनौती यह है कि नीतिगत जटिलता को सरल नारों में बदलने से आलोचनात्मक विमर्श कमजोर हो सकता है।

ग) प्रतीक-चिह्न, रंग एवं दृश्य-ब्रांडिंग — फिल्मी पोस्टरों और प्रचार-सामग्री की दृश्य भाषा राजनीतिक दलों के झंडे, रंग और प्रतीकों में रूपांतरित होती है, जिससे राजनीतिक पहचान अधिक सुगम्य बनती है; जोखिम यह है कि दलीय पहचान व्यक्ति-केंद्रित ब्रांड में सिमट सकती है (Stoddart, 2024)।

घ) प्रशंसक संगठन एवं सामाजिक नेटवर्क — पहले से संगठित प्रशंसक-ढाँचा राजनीतिक लामबंदी, सार्वजनिक सभाओं और चुनाव-प्रचार में तीव्रता से उपयोग किया जाता है; इसकी चुनौती नेतृत्व-केंद्रित निष्ठा और आंतरिक पदानुक्रम है (Rogers, 2009; Srinivas, 2011)।

ङ) डिजिटल मीडिया एवं सोशल-नेटवर्क सहभागिता — सोशल मीडिया मंचों पर फिल्मी सितारों और राजनीतिक दलों के बीच सक्रिय जुड़ाव संदेश की गति और पहुँच को अत्यधिक विस्तृत करता है; इसकी चुनौती ध्रुवीकरण, प्रतिध्वनि-कक्ष (echo chamber) प्रभाव तथा भावनात्मक प्रचार का प्रभुत्व है (Mothilal et al., 2022)।

च) ऑनस्क्रीन-ऑफस्क्रीन तरलता — फिल्मी और राजनीतिक व्यक्तित्व के बीच की धुंधली सीमा नेता और अनुयायियों के बीच एक विशिष्ट निकटता का बोध उत्पन्न करती है; चुनौती यह है कि यह निकटता आलोचनात्मक दूरी को समाप्त कर सकती है (Nakassis, 2022)।

इस रूपरेखा से स्पष्ट होता है कि फिल्मी छवि से राजनीतिक संचार तक की प्रक्रिया बहुस्तरीय है। यह प्रक्रिया केवल लोकप्रियता के हस्तांतरण तक सीमित नहीं, बल्कि सांस्कृतिक प्रतीकों, संगठनात्मक नेटवर्क और तकनीकी माध्यमों के जटिल अंतर्संबंध पर निर्भर करती है। इसलिए फिल्मी सितारों की राजनीतिक संचार-रणनीति का मूल्यांकन किसी एक तत्व के आधार पर नहीं, बल्कि इन सभी तत्वों की समग्र अंतःक्रिया के आधार पर किया जाना चाहिए। यह भी उल्लेखनीय है कि इन छह तत्वों के बीच का संबंध स्थिर नहीं, बल्कि गतिशील है। किसी विशेष राजनीतिक परिस्थिति में स्क्रीन-व्यक्तित्व की भूमिका प्रमुख हो सकती है, जबकि किसी अन्य परिस्थिति में डिजिटल नेटवर्क अथवा प्रशंसक संगठन अधिक निर्णायक सिद्ध हो सकते हैं। उदाहरण के लिए, एम. जी. रामचंद्रन के दौर में संवाद-शैली और नायक-छवि का महत्व सर्वाधिक था, क्योंकि उस समय संचार के माध्यम सीमित थे। इसके विपरीत, समकालीन दौर में विजय अथवा पवन कल्याण जैसे उदाहरणों में डिजिटल नेटवर्क और तात्कालिक सोशल मीडिया प्रतिक्रिया की भूमिका कहीं अधिक महत्वपूर्ण हो गई है (Mothilal et al., 2022; Nakassis, 2022)। इस दृष्टि से फिल्मी छवि-आधारित राजनीतिक संचार-रणनीति का विश्लेषण ऐतिहासिक और तकनीकी संदर्भ दोनों को साथ लेकर करना आवश्यक है।

राजनीतिक संचार के क्षेत्र में फिल्मी सितारों का सबसे उल्लेखनीय योगदान यह है कि वे राजनीतिक संदेशों को सरल, दृश्यात्मक और भावनात्मक रूप में उन नागरिकों तक पहुँचाने में सक्षम हैं जो पारंपरिक राजनीतिक विमर्श से अपेक्षाकृत दूर रहते हैं। उनकी पूर्वस्थापित लोकप्रियता संदेश की पहुँच को व्यापक बनाती है, जिससे राजनीति विशेषज्ञों और कार्यकर्ताओं तक सीमित नहीं रहती (Dickey, 1993; Prasad, 2014)। किंतु इसी संचार-शैली का दूसरा पक्ष भी उतना ही महत्वपूर्ण है। जब राजनीतिक विमर्श नीतियों और तर्कों की अपेक्षा व्यक्तित्व, दृश्य-प्रभाव और भावनात्मक

प्रदर्शन पर अधिक निर्भर हो जाता है, तो नागरिकों के लिए नीतिगत विकल्पों का आलोचनात्मक मूल्यांकन कठिन हो सकता है। नाकासिस (2022) के अनुसार यह कठिनाई विशेष रूप से इसलिए उत्पन्न होती है क्योंकि फिल्मी छवि और राजनीतिक यथार्थ के बीच का अंतर स्वयं राजनीतिक संस्कृति में धुंधला बना दिया जाता है। राजनीतिक प्रतिनिधित्व के संदर्भ में भी फिल्मी छवि-आधारित संचार महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। फिल्मी सितारे स्वयं को गरीबों, वंचितों या क्षेत्रीय समुदायों के प्रतिनिधि के रूप में प्रस्तुत करने की संचार-क्षमता रखते हैं (Dickey, 1993; Prasad, 2014)। किंतु प्रतीकात्मक प्रतिनिधित्व और वास्तविक नीतिगत प्रतिनिधित्व में अंतर बनाए रखना आवश्यक है, क्योंकि फिल्मी छवि में वंचितों के प्रति सहानुभूति दिखाना अपने आप में यह सिद्ध नहीं करता कि वास्तविक राजनीतिक कार्यक्रम भी उन्हीं वर्गों के हितों को आगे बढ़ाएगा। सामाजिक न्याय से जुड़े विमर्श के संदर्भ में भी फिल्मी छवि-आधारित संचार की भूमिका महत्वपूर्ण है। तमिल सिनेमा में जाति, वर्ग और भाषायी अस्मिता से जुड़े प्रश्नों को लंबे समय से स्थान मिला है, और समकालीन तमिल सिनेमा में लैंगिकता तथा सामाजिक असमानता जैसे विषयों पर भी टिप्पणी देखने को मिलती है (Velayutham & Devadas, 2022)। जब फिल्मी सितारे इन विषयों को अपने राजनीतिक संचार में सम्मिलित करते हैं, तो वे सामाजिक न्याय के प्रश्नों को व्यापक जनसमूह तक पहुँचाने में सक्षम होते हैं। किंतु फिल्मी संवाद में सामाजिक अन्याय के विरुद्ध खड़ा नायक, और वास्तविक शासन में सामाजिक न्याय के लिए आवश्यक कानून, बजट और प्रशासनिक निर्णय, दो भिन्न स्तर की प्रतिबद्धताएँ हैं। इसलिए फिल्मी सितारों की संचार-रणनीति का मूल्यांकन उनके संवादों की भावनात्मक अपील से अधिक उनके वास्तविक नीतिगत कार्यक्रम के आधार पर किया जाना चाहिए। भावनात्मक संचार की भूमिका को भी इस विश्लेषण में सम्मिलित करना आवश्यक है। लोकतांत्रिक राजनीति पूर्णतः भावनारहित नहीं होती; नागरिक विश्वास, आशा और पहचान जैसी भावनाओं के आधार पर भी राजनीतिक निर्णय लेते हैं। फिल्मी सितारों के मामले में यह भावनात्मक संबंध पहले से ही वर्षों की स्क्रीन-उपस्थिति से निर्मित होता है, जिससे उनका राजनीतिक संचार सामान्य राजनेताओं की तुलना में अधिक शीघ्रता से भावनात्मक अनुनाद उत्पन्न कर सकता है (Dickey, 1993; Prasad, 2014)। समस्या तब उत्पन्न होती है जब यह भावनात्मक अनुनाद नीतिगत सूचना और आलोचनात्मक मूल्यांकन का स्थान ले लेता है।

6. चुनौतियाँ, समकालीन परिप्रेक्ष्य एवं चर्चा

फिल्मी छवि-आधारित राजनीतिक संचार-रणनीति के समक्ष सबसे बड़ी समकालीन चुनौती डिजिटल मीडिया के विस्तार से उत्पन्न हुई है। मोतिलाल एवं सहयोगियों (2022) के अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि भारत में फिल्मी और खेल जगत की हस्तियाँ ट्विटर जैसे मंचों पर राजनीतिक दलों के साथ सक्रिय रूप से जुड़ी हुई हैं तथा उनकी सहभागिता का

प्रतिरूप दलगत पक्षधरता के अनुसार भिन्न होता है। इससे यह संकेत मिलता है कि फिल्मी छवि अब केवल फिल्मों और सार्वजनिक सभाओं के माध्यम से नहीं, बल्कि निरंतर डिजिटल उपस्थिति के माध्यम से भी राजनीतिक संचार-पूंजी में परिवर्तित होती है। डिजिटल प्रशंसक-नेटवर्क राजनीतिक संदेशों को तीव्र गति से प्रसारित करने में सक्षम हैं। समर्थक स्वयं सामग्री तैयार करते हैं, संदेश साझा करते हैं और नेता के पक्ष में एक अनुकूल सार्वजनिक वातावरण निर्मित करते हैं। किंतु यही प्रक्रिया आलोचनात्मक विमर्श के स्थान पर केवल समर्थन और विरोध की भावनात्मक राजनीति में भी बदल सकती है। रोजर्स (2009) और श्रीनिवास (2011) द्वारा प्रस्तुत निष्कर्ष परंपरागत प्रशंसक संगठनों के संदर्भ में यह समझने के लिए उपयोगी आधार प्रदान करते हैं, हालाँकि डिजिटल प्रशंसक-सेनाओं पर स्वतंत्र और गहन अनुभवजन्य अध्ययन की आवश्यकता अभी बनी हुई है। दूसरी महत्वपूर्ण चुनौती फिल्मी छवि और वास्तविक शासन-क्षमता के बीच अंतर करने से संबंधित है। अभिनेता वर्षों तक पर्दे पर ऐसी भूमिकाएँ निभाता है जिनमें वह समस्याओं का त्वरित समाधान करने वाला नायक दिखाई देता है। किंतु वास्तविक शासन कानून, बजट, प्रशासनिक संस्थाओं, विशेषज्ञता और दीर्घकालिक नीतियों पर निर्भर करता है। चिरंजीवी और विजयकांत के अनुभव यह दर्शाते हैं कि व्यापक प्रशंसक-आधार को स्थायी और प्रभावी राजनीतिक संगठन में बदलना अपेक्षाकृत जटिल प्रक्रिया है (Srinivas, 2011)।

तीसरी चुनौती क्षेत्रीय और सांस्कृतिक विविधता से संबंधित है। तमिलनाडु, आंध्र प्रदेश, तेलंगाना और केरल में फिल्मी छवि-आधारित राजनीतिक संचार अलग-अलग रूप धारण करता है। तमिलनाडु में यह द्रविड़ राजनीतिक विचारधारा से जुड़ा रहा है, आंध्र प्रदेश में क्षेत्रीय अस्मिता से, जबकि केरल में यह वैचारिक रूप से अधिक विविध राजनीतिक परिदृश्य में प्रवेश करता है, जहाँ परंपरागत वामपंथी और कांग्रेसी संगठनात्मक ढाँचे पहले से मजबूत हैं (Stoddart, 2024)। इसलिए फिल्मी छवि-आधारित संचार रणनीति की सफलता और लोकतांत्रिक प्रभाव को एक समान दृष्टि से नहीं देखा जा सकता।

चौथी चुनौती संस्थागत निर्भरता से संबंधित है। जब कोई राजनीतिक संगठन मुख्यतः एक व्यक्ति की फिल्मी छवि और लोकप्रियता पर निर्भर हो जाता है, तो पार्टी की आंतरिक लोकतांत्रिक प्रक्रियाएँ कमजोर हो सकती हैं। नेतृत्व-परिवर्तन, नीति-निर्माण और निर्णय-प्रक्रियाएँ व्यक्ति-केंद्रित हो सकती हैं, जिससे विचारधारात्मक स्पष्टता और नीतिगत निरंतरता प्रभावित हो सकती है (Prasad, 2014; Weber, 1978)। फिर भी फिल्मी छवि-आधारित राजनीतिक संचार को केवल लोकतांत्रिक संस्थाओं के लिए खतरा मानना उचित नहीं है। दक्षिण भारतीय अनुभव यह भी दर्शाता है कि यह संचार-शैली कभी-कभी पारंपरिक राजनीतिक अभिजात वर्ग को चुनौती देने, नए सामाजिक समूहों को राजनीतिक विमर्श में शामिल करने और युवा मतदाताओं को राजनीति के निकट लाने का माध्यम भी बन सकती है। यदि फिल्मी छवि-

आधारित संचार नागरिकों को नीतियों पर विचार करने और प्रश्न पूछने के लिए प्रेरित करता है, तो उसका लोकतांत्रिक महत्व अधिक होगा; यदि वह केवल भावनात्मक निष्ठा तक सीमित रह जाता है, तो उसका लोकतांत्रिक योगदान सीमित रहेगा। इस संदर्भ में राजनीतिक लामबंदी और सारगर्भित लोकतांत्रिक संवाद के बीच अंतर करना आवश्यक है। किसी फिल्मी सितारे की रैली में बड़ी भीड़ का जुटना अथवा सोशल मीडिया पर व्यापक जुड़ाव संचार-सफलता का संकेत अवश्य है, किंतु लोकतांत्रिक संवाद इससे आगे की प्रक्रिया है, जिसमें नीतियों पर विचार, आलोचनात्मक प्रश्न और वैकल्पिक दृष्टिकोणों की स्वीकृति सम्मिलित है। पाँचवीं चुनौती लैंगिक दृष्टिकोण से संबंधित है। जयललिता का राजनीतिक जीवन यह दर्शाता है कि महिला फिल्मी सितारे किस प्रकार लोकप्रियता को स्वतंत्र राजनीतिक नेतृत्व और संचार-शैली में बदल सकती हैं, यद्यपि उन्हें प्रायः पुरुष फिल्मी-राजनीतिक नेताओं की तुलना में भिन्न सार्वजनिक अपेक्षाओं और आलोचना का सामना करना पड़ता है। तमिल सिनेमा में लैंगिकता और सामाजिक पहचान के प्रश्नों की बढ़ती उपस्थिति को देखते हुए (Velayutham & Devadas, 2022), भविष्य के अध्ययनों में महिला फिल्मी सितारों की राजनीतिक संचार-रणनीति को एक स्वतंत्र विश्लेषणात्मक विषय के रूप में लिया जाना चाहिए। छठी चुनौती युवा मतदाताओं और डिजिटल पीढ़ी से जुड़ी है। युवा पीढ़ी लोकप्रिय संस्कृति और डिजिटल संचार माध्यमों से गहराई से जुड़ी हुई है, और फिल्मी सितारे इस समूह तक राजनीतिक संदेश पहुँचाने की विशेष क्षमता रखते हैं। विजय की तमिलगा वेत्रि कड़गम और अन्य समकालीन उदाहरण यह दर्शाते हैं कि युवा-केंद्रित डिजिटल संचार अब फिल्मी छवि-आधारित राजनीति का एक प्रमुख आयाम बन चुका है (Nakassis, 2022)। यदि यह संपर्क युवाओं को नागरिक अधिकारों, संविधान और सार्वजनिक नीति पर विचार करने के लिए प्रेरित करता है, तो इसका लोकतांत्रिक महत्व अधिक होगा; यदि यह केवल प्रशंसक-निष्ठा तक सीमित रहता है, तो इसकी लोकतांत्रिक क्षमता सीमित रहेगी।

7. निष्कर्ष एवं भविष्य के शोध की संभावनाएँ

दक्षिण भारतीय राजनीति में फिल्मी सितारों की छवि-निर्माण एवं राजनीतिक संचार रणनीति भारतीय लोकतंत्र में लोकप्रिय संस्कृति के संचार-महत्व का एक विशिष्ट उदाहरण प्रस्तुत करती है। तमिलनाडु में द्रविड़ आंदोलन और सिनेमा के ऐतिहासिक संबंध से लेकर एम. जी. रामचंद्रन, जयललिता, कमल हासन और विजय की राजनीतिक यात्राओं तथा आंध्र प्रदेश में एन. टी. रामाराव, चिरंजीवी और पवन कल्याण के अनुभवों तथा केरल में सुरेश गोपी के उदाहरण तक, सिनेमा ने राजनीतिक संचार-भाषा, दृश्य-ब्रांडिंग और सामाजिक पहचान के निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है (Dickey, 1993; Prasad, 2014; Stoddart, 2024)। अध्ययन का प्रमुख निष्कर्ष यह है कि फिल्मी छवि पर आधारित संचार-रणनीति को स्वयं लोकतांत्रिक अथवा अलोकतांत्रिक नहीं माना जा सकता। यह संचार-रणनीति

राजनीतिक पूंजी अवश्य प्रदान करती है, किंतु उसका लोकतांत्रिक प्रभाव इस बात पर निर्भर करता है कि यह पूंजी नीतिगत पारदर्शिता, नागरिक सहभागिता और संस्थागत उत्तरदायित्व से किस सीमा तक जुड़ती है। यदि फिल्मी छवि-आधारित संचार नागरिकों को राजनीतिक प्रक्रिया के निकट लाता है और नीतिगत विमर्श को समृद्ध करता है, तो वह लोकतांत्रिक संवाद को विस्तृत कर सकता है। इसके विपरीत, यदि यह संचार भावनात्मक निष्ठा और व्यक्तित्व-पूजा तक सीमित रह जाता है, तो वह आलोचनात्मक राजनीतिक संस्कृति को कमजोर कर सकता है (Nakassis, 2022; Prasad, 2014)। डिजिटल मीडिया के विस्तार ने इस द्वंद्व को और अधिक तीव्र बना दिया है। मोतिलाल एवं सहयोगियों (2022) का अध्ययन यह दर्शाता है कि फिल्मी हस्तियों और राजनीतिक दलों के बीच संबंध अब मापन-योग्य डिजिटल आँकड़ों के माध्यम से भी विश्लेषित किए जा सकते हैं, जो भविष्य के अनुभवजन्य शोध के लिए नए अवसर प्रस्तुत करता है।

इसके साथ ही यह भी स्पष्ट होता है कि फिल्मी छवि-आधारित राजनीतिक संचार-रणनीति को समझने के लिए अब केवल फिल्म-अध्ययन अथवा राजनीति-विज्ञान की परंपरागत पद्धतियाँ पर्याप्त नहीं हैं। डिजिटल आँकड़ा-विश्लेषण, संकेतशास्त्रीय दृष्टिकोण और सामाजिक-सांस्कृतिक व्याख्या—तीनों को एक साथ जोड़कर ही इस बहुआयामी परिघटना को पर्याप्त गहराई से समझा जा सकता है। यह अंतःविषयक आवश्यकता स्वयं इस बात का प्रमाण है कि फिल्मी छवि और राजनीतिक संचार के बीच का संबंध निरंतर अधिक जटिल होता जा रहा है। समकालीन परिप्रेक्ष्य में यह भी महत्वपूर्ण है कि मुख्यधारा समाचार माध्यमों की भूमिका को नजरअंदाज न किया जाए। टेलीविज़न चैनल, समाचार-पत्र और डिजिटल समाचार पोर्टल फिल्मी सितारों के राजनीतिक बयानों, रैलियों और सार्वजनिक उपस्थिति को व्यापक कवरेज देते हैं, जिससे उनकी संचार-पहुँच और अधिक विस्तृत हो जाती है। यह कवरेज कभी आलोचनात्मक होती है और कभी उत्सवधर्मी, जिससे फिल्मी सितारों की राजनीतिक छवि पर मीडिया संस्थानों का प्रभाव भी एक महत्वपूर्ण शोध-विषय बन जाता है। भविष्य के शोध के लिए कई महत्वपूर्ण संभावनाएँ उपलब्ध हैं। सबसे पहले, फिल्मी सितारों के डिजिटल प्रशंसक-नेटवर्क और उनके राजनीतिक संदेशों की विषयवस्तु का विस्तृत विश्लेषण किया जा सकता है। दूसरे, युवा मतदाताओं के बीच अनुभवजन्य अध्ययन करके यह समझा जा सकता है कि फिल्मी छवि-आधारित संचार किस सीमा तक राजनीतिक विश्वास और मतदान-व्यवहार को प्रभावित करता है। तीसरे, तमिलनाडु, आंध्र प्रदेश, तेलंगाना और केरल के बीच तुलनात्मक अध्ययन करके यह समझा जा सकता है कि क्षेत्रीय राजनीतिक-सांस्कृतिक परिस्थितियाँ फिल्मी छवि-आधारित संचार रणनीति के स्वरूप को किस प्रकार प्रभावित करती हैं। इसके अतिरिक्त, महिला फिल्मी सितारों की संचार-रणनीति और पुरुष फिल्मी सितारों की संचार-रणनीति के बीच संभावित अंतर का

अध्ययन भी नया आयाम जोड़ सकता है, विशेषकर जयललिता के अनुभव के आलोक में। इसी प्रकार ग्रामीण और शहरी मतदाताओं के बीच फिल्मी छवि-आधारित संचार के प्रभाव की तुलना भी उपयोगी होगी। एक अन्य महत्वपूर्ण दिशा मुख्यधारा समाचार माध्यमों और फिल्मी सितारों की राजनीतिक छवि के बीच संबंध का विश्लेषण हो सकती है, ताकि यह समझा जा सके कि पारंपरिक मीडिया-कवरेज डिजिटल प्रशंसक-नेटवर्क के साथ मिलकर संचार-प्रभाव को किस प्रकार आकार देता है। इसके साथ ही, विभिन्न भाषायी सिनेमा उद्योगों—तमिल, तेलुगु, कन्नड़ और मलयालम—के बीच तुलनात्मक अध्ययन से यह भी स्पष्ट हो सकता है कि भाषायी और सांस्कृतिक विविधता फिल्मी छवि-आधारित राजनीतिक संचार की प्रभावशीलता को किस प्रकार प्रभावित करती है। ऐसे अध्ययन भारतीय लोकतंत्र में लोकप्रिय संस्कृति और राजनीतिक संचार के बदलते संबंधों की अधिक समग्र समझ विकसित करने में सहायक होंगे।

अंततः यह कहा जा सकता है कि दक्षिण भारतीय फिल्मी राजनीति का वास्तविक संचार-महत्व इस बात से निर्धारित नहीं होता कि कोई अभिनेता कितनी भीड़ जुटा सकता है या कितने फॉलोअर्स रखता है, बल्कि इस बात से निर्धारित होता है कि उसकी संचार-रणनीति नागरिकों को कितनी सीमा तक सूचित, सहभागी और आलोचनात्मक बनाती है। सिनेमा से राजनीति तक की यात्रा तभी लोकतांत्रिक संचार की सफलता बनती है जब पर्दे की लोकप्रिय छवि, राजनीतिक जीवन में नीतिगत स्पष्टता, पारदर्शिता और संस्थागत उत्तरदायित्व के साथ जुड़ती है। इस प्रकार फिल्मी सितारों की राजनीतिक संचार-रणनीति केवल मनोरंजन और राजनीति के मेल का विषय नहीं है, बल्कि यह समकालीन लोकतांत्रिक संचार-संस्कृति के बदलते स्वरूप को समझने का एक महत्वपूर्ण माध्यम है।

REFERENCES

1. Baskaran, T. S. (1996). The eye of the serpent: An introduction to Tamil cinema. East West Books.
2. Dickey, S. (1993). The politics of adulation: Cinema and the production of politicians in South India. The Journal of Asian Studies, 52(2), 340–372. https://doi.org/10.2307/2059651
3. Mothilal, R. K., Mishra, D., Nishal, S., Lalani, F. M., & Pal, J. (2022). Voting with the stars: Analyzing partisan engagement between celebrities and politicians in India.
4. Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, 6(CSCW1), Article 134. https://doi.org/10.1145/3512981
5. Nakassis, C. V. (2022). Onscreen/offscreen. University of Toronto Press.
6. Pandian, M. S. S. (1992). The image trap: M. G. Ramachandran in film and politics. Sage Publications.
7. Pongiyannan, D. (2013). Cinematic charisma as a political gateway in South India: The case of Tamil Nadu [Doctoral dissertation, University of Adelaide]. https://doi.org/10.4225/55/598bf9b03ff7f
8. Prasad, M. M. (2014). Cine-politics: Film stars and political existence in South India. Orient BlackSwan.

9. Rogers, M. (2009). Between fantasy and 'reality': Tamil film star fan club networks and the political economy of film fandom. South Asia: Journal of South Asian Studies, 32(1), 63–85. https://doi.org/10.1080/00856400802709284
10. Srinivas, S. V. (2011). Whistling fans: Reflections on the sociology, politics and performativity of an excessively active audience. The IUP Journal of History and Culture, 5(3), 34–54.
11. Stoddart, B. (2024, June 11). Now playing: Film, power and politics in South India. Global Policy Journal. https://www.globalpolicyjournal.com/blog/11/06/2024/now-playing-film-power-and-politics-south-india
12. Velayutham, S. (Ed.). (2008). Tamil cinema: The cultural politics of India's other film industry. Routledge.
13. Velayutham, S., & Devadas, V. (2022). Tamil Nadu politics and Tamil cinema: A symbiotic relationship? Society and Culture in South Asia, 8(1), 96–117.
14. Weber, M. (1978). Economy and society: An outline of interpretive sociology. University of California Press.