

पहलगाम हमले के बाद डिजिटल मीडिया में अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों से संबंधित भावनात्मक और राजनीतिक दृष्टिकोण का अंतर्वस्तु विश्लेषण: एक अध्ययन

¹रविन्द्र, ²विक्रम कौशिक, ³शिल्पा अग्रवाल, ⁴सुमन शर्मा, ⁵शुभम भाटिया

^{1,3,4,5}रिसर्च स्कॉलर, ²प्रोफेसर

जनसंचार विभाग, गुरु जम्भेश्वर विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी विश्वविद्यालय, हिसार

सारांश

वर्तमान समय में अप्रवासन एक गहन सामाजिक, राजनीतिक और मानवीय विषय बन चुका है। यह केवल भौगोलिक सीमाओं का अतिक्रमण नहीं, बल्कि राष्ट्रीय पहचान, सांस्कृतिक अंतर्संबंधों और मानवाधिकारों की बहस का केंद्र भी बन गया है। भारत में हुए पहलगाम आतंकी हमले के बाद देश में रहने वाले पाकिस्तानी मूल के अप्रवासी नागरिकों के प्रति जो सामाजिक और राजनीतिक प्रतिक्रियाएं उभरीं, उन्होंने इस बहस को और अधिक जटिल बना दिया। इस शोध का उद्देश्य भारतीय डिजिटल मीडिया, विशेष रूप से यूट्यूब चैनलों पर प्रसारित समाचारों के माध्यम से यह विश्लेषण करना है कि इन अप्रवासी नागरिकों को किस भावनात्मक और राजनीतिक दृष्टिकोण से प्रस्तुत किया गया। अध्ययन उन लोगों पर केंद्रित है जो कानूनी रूप से भारत में वीजा, विवाह, चिकित्सा या पारिवारिक कारणों से रह रहे थे और जिन पर इस घटना के पश्चात तीव्र दबाव और सामाजिक अस्वीकृति का वातावरण बना। शोध में अंतर्वस्तु विश्लेषण पद्धति का उपयोग करते हुए प्रमुख डिजिटल मीडिया चैनलों की सामग्री का मूल्यांकन किया गया है, जिससे यह समझने का प्रयास किया गया कि मीडिया ने इन अप्रवासी नागरिकों के प्रति सहानुभूति, भय, संदेह या तटस्थता जैसे भावों को किस प्रकार दिखाया। यह विश्लेषण राजनीतिक टिप्पणियों, भावनात्मक फ्रेमिंग, भाषा शैली और प्रस्तुत विषयवस्तु पर आधारित है।

यह अध्ययन देखता है कि कैसे संकट की स्थिति में डिजिटल मीडिया जनभावनाओं को आकार देता है, और किन तरीकों से वह अप्रवासी समुदायों को समर्थन या विरोध की दृष्टि से प्रस्तुत करता है। इसके माध्यम से शोध यह भी उजागर करता है कि मीडिया किस सीमा तक राजनीतिक पूर्वाग्रहों, राष्ट्रवादी विमर्शों या मानवीय सरोकारों से प्रेरित होता है। यह शोध मीडिया के नैतिक उत्तरदायित्व और भावनात्मक निष्पक्षता के प्रश्नों को भी सामने लाता है, जिससे यह निष्कर्ष निकाला जा सके कि क्या मीडिया संकट की घड़ी में सूचना का संवेदनशील माध्यम बना या वह एकपक्षीय राष्ट्रवादी विमर्श का उपकरण बन गया।

कीवर्ड्स : पहलगाम हमला, डिजिटल मीडिया विश्लेषण, अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिक, भावनात्मक अपील, राजनीतिक दृष्टिकोण, मीडिया फ्रेमिंग, भारत-पाक संबंध.

परिचय

भारत में प्रवासन का परिप्रेक्ष्य

भारत एक बहुजातीय, बहुभाषी और बहुसांस्कृतिक राष्ट्र होने के कारण, ऐतिहासिक रूप से प्रवास का एक प्रमुख केंद्र रहा है। देश ने सदियों से न केवल आंतरिक बल्कि बाहरी प्रवासियों को भी स्थान प्रदान किया है।

ये प्रवासी विभिन्न कारणों से भारत आते रहे हैं—जैसे व्यापार, धार्मिक विश्वास, शरण, राजनीतिक अस्थिरता अथवा सामाजिक उत्पीड़न। इन कारणों के चलते भारत में एक जटिल सामाजिक-राजनीतिक परिदृश्य विकसित हुआ है (Bedford & Didham, 2018)। जिसमें प्रवासियों की भूमिका निरंतर चर्चा का विषय बनी रहती है। हालांकि भारत की संविधानिक और नैतिक परंपराएं अतिथि सत्कार और शरण देने के सिद्धांतों पर आधारित रही हैं, लेकिन बदलते वैश्विक एवं राष्ट्रीय सुरक्षा परिदृश्य के साथ यह रवैया समय-समय पर कठोर भी हुआ है। विशेषतः जब प्रवासी समुदाय किसी आतंकी गतिविधि, सामाजिक संघर्ष या राजनीतिक संकट से जोड़ा जाता है, तब सामाजिक और प्रशासनिक प्रतिक्रियाएं अत्यंत तीव्र हो जाती हैं (Schuck, 1984)।

भारत में अप्रवासी और उनकी स्थिति

भारत में रहने वाले अप्रवासी—विशेषकर पाकिस्तान, बांग्लादेश, अफगानिस्तान और म्यांमार से आए लोगों की स्थिति बहुआयामी रही है। Sharma (2012) के अनुसार, इनमें से कई शरणार्थी के रूप में आए, जबकि कुछ अवैध अप्रवासी माने जाते हैं। उनकी सामाजिक, कानूनी और मानवीय स्थिति स्पष्ट नहीं होती। जिससे न केवल उनकी सुरक्षा बल्कि सामाजिक स्वीकृति भी प्रभावित होती है पाकिस्तान से आए अप्रवासी नागरिकों की स्थिति और अधिक संवेदनशील रही है, विशेषकर भारत-पाकिस्तान के ऐतिहासिक संबंधों और सीमा तनाव के कारण। ये नागरिक अक्सर संदेह, प्रशासनिक की कड़ी निगरानी और सामाजिक बहिष्करण के घेरे में रहते हैं। विशेषकर तब, जब किसी आतंकी घटना में प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से पाकिस्तान के संलिप्त होने की संभावना जताई जाती है, तब इन अप्रवासी नागरिकों के प्रति दृष्टिकोण और भी कठोर हो जाता है (Dutta, 2013)।

पहलगाम आतंकी हमला

22 अप्रैल 2025 जम्मू-कश्मीर स्थित पर्यटन स्थल पहलगाम में घटित आतंकी हमला न केवल राष्ट्रीय सुरक्षा के लिए गंभीर चुनौती बनकर सामने आया, बल्कि इसने देश के भीतर रह रहे अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों की स्थिति को भी अत्यंत संवेदनशील बना दिया। इस हमले में भारतीय सुरक्षा बलों को गंभीर क्षति पहुँची, और प्रारंभिक मीडिया रिपोर्ट्स में हमलावरों की पाकिस्तान से संबंध की संभावना व्यक्त की गई। इस संदर्भ में सरकार ने सुरक्षा कारणों से भारत में रह रहे सभी अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों को 48 घंटों में देश छोड़ने का आदेश जारी किया। यह निर्णय अत्यंत तीव्र और असामान्य था, जिसके परिणामस्वरूप कई वर्षों से भारत में निवास कर रहे पाकिस्तानी नागरिक—जिनमें बुजुर्ग, महिलाएँ, बच्चे और व्यवसायी भी शामिल थे—एक अनिश्चितता, भय और असुरक्षा की स्थिति में आ गए। न उन्हें पर्याप्त कानूनी सहायता मिला, न ही सामाजिक संरक्षण। भारत में रहने वाले पाकिस्तानी अप्रवासी, जिनमें बहुसंख्यक ऐसे लोग हैं जो दशकों पूर्व यहां आए और अब नागरिकता की प्रक्रिया में हैं, अचानक मीडिया द्वारा केंद्र में ला दिए गए। कई यूट्यूब चैनलों पर प्रस्तुत रिपोर्टों में इन लोगों को शक की निगाह से दिखाया गया। कुछ वीडियो में स्थानीय लोगों की प्रतिक्रियाएं ली गईं, जिनमें अप्रवासियों को "खतरा", "घुसपैठिया" या "देशद्रोही" बताया गया। इस प्रकार मीडिया की भाषा ने सामाजिक ध्रुवीकरण को और अधिक बढ़ावा दिया। कुछ स्थानों पर अप्रवासी परिवारों को मकान खाली करने के लिए मजबूर किया गया, बच्चों को स्कूलों में अपमानित किया गया, और स्थानीय समुदायों में उनके प्रति अविश्वास फैल गया (PTI, 2025; Rawnsley, 2025)।



(Source: Akhzer, 2025 <https://www.tribuneindia.com/sortd-service/imaginary/v22-01/jpg/large/high?url=dGhldHJpYnVuZS1zb3JOZC1wcm8tcHJvZC1zb3JOZC9tZWZWRpYUwMTFmYzUtMTFmMCO4NDBiLTBkMWUyZGMvZWRkYi5qcGc=>)

यह शोध पहलगाम हमले के बाद डिजिटल मीडिया में अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों की प्रस्तुति को समझने का प्रयास करता है, जो वर्तमान सामाजिक-राजनीतिक संदर्भ में अत्यंत प्रासंगिक है। डिजिटल माध्यमों, विशेषकर यूट्यूब पर प्रसारित इंटरव्यू और बाइट्स, न केवल सूचना का संप्रेषण करते हैं, बल्कि जनमत निर्माण, भावनात्मक धुवीकरण और राजनीतिक दृष्टिकोणों को भी प्रभावित करते हैं।

यह अध्ययन मीडिया भाषा में प्रयुक्त राजनीतिक विमर्श, राष्ट्रवादी रुख और भावनात्मक अपील की पहचान कर, यह विश्लेषण करता है कि अप्रवासी समुदायों की छवि किस प्रकार निर्मित की जाती है। यह शोध मीडिया अध्ययन, प्रवासन विमर्श और सामाजिक संप्रेषण की समझ को सुदृढ़ करता है तथा नीति-निर्माताओं और संचार विशेषज्ञों के लिए उपयोगी दिशा प्रदान करता है।

साहित्य – समीक्षा

एजेंडा सेटिंग थ्योरी

एजेंडा सेटिंग थ्योरी, जिसे McCombs और Shaw (1972) ने प्रतिपादित किया, यह प्रतिपादित करती है कि मीडिया जनमत को यह नहीं बताता कि क्या सोचना है, बल्कि यह ज़रूर निर्धारित करता है कि किस विषय पर सोचना है। इस शोध में यह सिद्धांत विशेष रूप से इस बात को उजागर करता है कि पहलगाम आतंकी घटना के पश्चात मीडिया ने अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों के निष्कासन को एक प्रमुख मुद्दे के रूप में प्रस्तुत

किया, जिससे यह विषय राष्ट्रीय विमर्श के केंद्र में आ गया। उदाहरणस्वरूप, यूट्यूब चैनलों पर बार-बार यह शीर्षक देखा गया — “भारत छोड़ें पाकिस्तानी नागरिक, सरकार ने दिए 48 घंटे”, जिसने मीडिया उपभोक्ताओं को इस विषय पर सोचने के लिए प्रेरित किया। यह मीडिया द्वारा एजेंडा सेटिंग की स्पष्ट प्रक्रिया है।

फ्रेमिंग थ्योरी

फ्रेमिंग थ्योरी, जिसे Goffman (1974) ने प्रतिपादित किया, यह कहती है कि मीडिया न केवल किसी मुद्दे को चुनता है, बल्कि यह भी तय करता है कि उसे किस तरीके से प्रस्तुत किया जाए। यह कैसे सोचना है को प्रभावित करता है। इस शोध में देखा गया कि डिजिटल मीडिया ने अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों को “संभावित खतरा”, “आतंकी हमले के संदिग्ध स्रोत”, या “राष्ट्रविरोधी तत्वों” के रूप में चित्रित किया। इस प्रकार मीडिया ने नकारात्मक फ्रेमिंग के माध्यम से उनकी सामाजिक छवि को धूमिल किया। इस फ्रेमिंग ने दर्शकों की भावनात्मक प्रतिक्रियाओं को उत्तेजित किया, और अप्रवासी समुदाय के प्रति सामाजिक अस्वीकार्यता को बढ़ावा दिया।

Vliegthart (2018) के अनुसार मीडिया और अप्रवासन पर यूरोपीय मीडिया न केवल सूचना देने का माध्यम है, बल्कि यह राजनीतिक बहस और जनमत निर्माण में भी अहम भूमिका निभाता है। अप्रवासन से जुड़ी खबरों में अक्सर नकारात्मकता, भय और संकट को प्रमुखता दी जाती है, जिससे समाज में अप्रवासियों के प्रति विरोध की भावना बढ़ती है। यह कवरेज अक्सर वास्तविक तथ्यों पर नहीं, बल्कि समाचार की सनसनी पर आधारित होती है। इस कारण लोगों की सोच और नीतियों पर इसका गहरा प्रभाव पड़ता है। लेकिन अधिकतर अध्ययन पश्चिमी यूरोप और लिखित मीडिया तक सीमित हैं। Mastro (2019) के अनुसार अप्रवासन एक वैश्विक स्तर पर विवादास्पद सामाजिक-राजनीतिक मुद्दा है, और मीडिया इसकी छवि को गहराई से प्रभावित करता है। समाचारों में अप्रवासियों को अक्सर देश की सुरक्षा, अर्थव्यवस्था और संस्कृति के लिए खतरे के रूप में दिखाया जाता है, जिससे नकारात्मक धारणा और सख्त नीतियों के प्रति समर्थन बढ़ता है। हालांकि कुछ सहानुभूतिपूर्ण कवरेज भी मौजूद है, लेकिन कुल मिलाकर मीडिया में दिखाया गया नज़रिया लोगों के दृष्टिकोण और व्यवहार को प्रभावित करता है। यह रिपोर्टिंग केवल अप्रवासियों तक सीमित नहीं है, बल्कि यह नस्लीय और जातीय समूहों की व्यापक मीडिया प्रस्तुति से भी जुड़ी होती है।

Correa (2015) के अनुसार, मीडिया एक्सपोजर और उनके साथ जुड़े कलंक की धारणा के बीच संबंध की जांच की गई। जो अप्रवासी केवल मेज़बान देश (चिली) के मीडिया को देखते हैं, वे अपने प्रति भेदभाव की धारणा अधिक रखते हैं, जबकि जो लोग अपने मूल देश के मीडिया से भी जुड़े रहते हैं, उनके भीतर यह भावना कम होती है। सैंटियागो, चिली में रहने वाले 603 लैटिन अमेरिकी अप्रवासियों पर किए गए सर्वेक्षण से यह भी स्पष्ट हुआ कि अधिकांश अप्रवासी मानते हैं कि चिली का मीडिया अप्रवासियों की नकारात्मक छवि पेश करता है। (Smith & Deacon 2018) के अनुसार वही ब्रिटिश संदर्भ में पिछले 40 वर्षों में मीडिया और प्रवासन से संबंधित किए गए अध्ययनों की समीक्षा करता है यूके मीडिया में अप्रवासन का मुद्दा समय-समय पर तो प्रमुखता से उठा है, लेकिन इसकी प्रस्तुति में लगातार नकारात्मकता, सीमित दृष्टिकोण और व्याख्यात्मक सीमाएँ रही हैं। मीडिया ने विभिन्न प्रकार के प्रवास (जैसे शरणार्थी, आर्थिक प्रवासी, अवैध अप्रवासी आदि) को एक ही श्रेणी में मिलाकर प्रस्तुत किया, जिससे भ्रम और पूर्वग्रह उत्पन्न हुए। साथ ही, प्रवासी समुदायों की आवाज़ को हाशिए पर रखा गया और उनके दृष्टिकोण को मीडिया में कम स्थान मिला।

Klingeren (2015) के अनुसार डेनमार्क और नीदरलैंड के 2003 से 2010 तक के आंकड़ों पर आधारित शोध से यह निष्कर्ष निकला कि वास्तविक अप्रवासी संख्या का लोगों के दृष्टिकोण पर बहुत कम प्रभाव पड़ता है, जबकि मीडिया कवरेज का लहजा विशेष रूप से नीदरलैंड में लोगों की सोच को प्रभावित करता है। सकारात्मक मीडिया कवरेज से अप्रवासन के प्रति नकारात्मकता में कमी आती है, जबकि नकारात्मक लहजे का सीधा प्रभाव स्पष्ट नहीं पाया गया। McKeever (2012) के अनुसार उत्तरी कैरोलिना की पृष्ठभूमि में मीडिया कवरेज और अप्रवासियों को लेकर जनता की धारणा का विश्लेषण किया गया है, जहाँ दो दशकों में लैटिनो आबादी में 400% की वृद्धि हुई। जो लोग अप्रवास विरोधी सोच रखते हैं, वे मीडिया की अप्रवासी समर्थक कवरेज को "शत्रुतापूर्ण" मानते हैं। हालांकि, वे यह नहीं मानते कि यह कवरेज दूसरों को भी प्रभावित करती है। मीडिया कवरेज, पूर्वग्रहित धारणा और तीसरे व्यक्ति की धारणा के बीच दो अलग-अलग संबंध मार्ग मीडिया को किस तरह देखा और समझा जाता है, यह व्यक्ति की अपनी सोच और पूर्वग्रहों से गहराई से जुड़ा होता है।

Estrada (2016) के अनुसार आप्रवासन से संबंधित कानून निर्माण की मीडिया में प्रस्तुति का विश्लेषण किया। इसके लिए उन्होंने विभिन्न स्तरों पर लागू छह प्रमुख बहिष्करणात्मक आप्रवासन विधेयकों और कानूनों की मीडिया कवरेज का डेटा संग्रह किया। विश्लेषण से दो मुख्य प्रवृत्तियाँ सामने आईं पहली, जब मीडिया ने इन कानूनों की आलोचनात्मक दृष्टि से रिपोर्टिंग की, तब उसने अप्रवासी नहीं बल्कि गैर-अप्रवासी नागरिकों पर इसके प्रभावों पर अधिक ध्यान केंद्रित किया और दूसरी, जब रिपोर्टिंग इन कानूनों के समर्थन में थी, तो इसमें अप्रवासियों को अपराध और आतंकवाद से जोड़ने वाली विचारधाराओं को प्रमुखता दी गई। इस प्रकार, मीडिया कवरेज ने अप्रवासियों और गैर-अप्रवासियों के बीच प्रतीकात्मक सीमाओं को और मजबूत किया, जिससे सामाजिक असमानता को बनाए रखने में भूमिका निभाई। Karlsson (2021) के अनुसार डेनिश मीडिया में अप्रवासियों का किस प्रकार वर्णन किया गया है, किन शब्दों का प्रयोग हुआ है, किन मुद्दों को उठाया गया है और किनकी आवाजों को प्रमुखता दी गई है। 2019 में डेनमार्क के दो सबसे अधिक पढ़े जाने वाले अखबारों की सामग्री पर आधारित इस अध्ययन में पाया गया कि अप्रवासियों को मुख्यतः आर्थिक, सांस्कृतिक और सुरक्षा के लिए खतरे के रूप में चित्रित किया गया है। मीडिया में गैर-पश्चिमी देशों के नागरिकों, मुस्लिम समुदाय वाले लोगों को अधिक प्रमुखता दी गई। अप्रवास से जुड़े मुद्दों में एकीकरण जेनोफोबिया और नस्लीय भेदभाव सबसे ज्यादा सामने आए। मीडिया ने ज्यादातर राजनेताओं और अप्रवासी महिलाओं की आवाज को शामिल किया। जिससे यह स्पष्ट हुआ कि 'डैनिशता' की धारणा, अप्रवासियों की स्वीकार्यता में एक बड़ी बाधा मानी जाती है।

Cengiz (2021) के अनुसार मीडिया में अप्रवासियों और शरणार्थियों की आम नकारात्मक प्रस्तुतियाँ उन्हें अमानवीय रूप में दिखाने में कैसे भूमिका निभाती हैं। जब मीडिया अप्रवासियों को बीमारी फैलाने वाले, फर्जी शरणार्थी या आतंकवादियों के रूप में प्रस्तुत करता है, तो इससे लोगों में अनिश्चितता और डर की भावना उत्पन्न होती है, जो अंततः उनके प्रति अमानवीकरण को बढ़ावा देती है। यह प्रक्रिया न केवल सहानुभूति को कम करती है बल्कि कठोर नीतियों के प्रति समर्थन को भी बढ़ाती है। ऐसी नीतियों और सरकारी उपायों की आवश्यकता है जो मीडिया-जनित अमानवीकरण के प्रभावों को कम कर सकें। Milioni (2015) के अनुसार साइप्रस के मीडिया में तीसरे देशों से आए अप्रवासियों की छवि को समझने के लिए फ्रेमिंग विश्लेषण का

उपयोग करता है। आर्थिक संकट के दौरान प्रकाशित ऑनलाइन लेखों और टीवी रिपोर्टों में अप्रवास को एक सामाजिक समस्या के रूप में प्रस्तुत किया गया। मीडिया ने विशेष भाषाई और स्रोत रणनीतियों के माध्यम से अप्रवासियों को “अन्य” या बाहरी के रूप में चित्रित किया। Benesch (2019) के अनुसार जर्मनी में प्रवास से संबंधित मीडिया कवरेज और जनसंख्या की अप्रवासन संबंधी चिंताओं के बीच संबंध की पड़ताल करता है। जिसमें मीडिया में प्रवासियों से जुड़ी खबरें अधिक होती हैं, तो अप्रवासन को लेकर लोगों की चिंता भी बढ़ जाती है। यह प्रभाव विशेष रूप से तब अधिक होता है जब अप्रवासी स्वयं मीडिया रिपोर्टों के मुख्य पात्र होते हैं। यह संबंध महिलाओं और बेरोजगार या कामकाजी रूप से निष्क्रिय लोगों में अधिक मजबूत पाया गया। मीडिया कवरेज अप्रवासन चिंताओं पर प्रत्यक्ष प्रभाव डालता है, जो बेरोजगारी, अपराध या ज़ेनोफोबिया जैसी अन्य चिंताओं से स्वतंत्र है।

Kosho (2016) के अनुसार आप्रवासन पर मीडिया रिपोर्टिंग किस प्रकार जनमत और नागरिकों की गतिविधियों को प्रभावित करती है। साथ ही यह भी देखा गया है कि मुख्यधारा की मीडिया में प्रवासन से जुड़े मुद्दे किस प्रकार अंतरराष्ट्रीय प्रवासन पर सार्वजनिक और राजनीतिक विमर्श को आकार देते हैं। बल्कि वह लोगों की सोच, भावनाओं और नीति निर्धारण को भी गहराई से प्रभावित करती है। विशेष रूप से यूरोपीय देशों में प्रवासन को लेकर जनमत तेजी से बदल रहा है और उसमें मीडिया का महत्वपूर्ण योगदान है। Ruedin (2025) के अनुसार पश्चिमी यूरोप के सात देशों में मीडिया और जनता की आप्रवासन संबंधी चिंताओं के बीच संबंध को दर्शाता है। 2002 से 2009 तक के डेटा के विश्लेषण में यह पाया गया कि जब मीडिया में आप्रवासन से जुड़ी खबरों की मात्रा और राजनीतिक दावों की संख्या बढ़ती है, तो जनता इसे देश का सबसे महत्वपूर्ण मुद्दा मानने लगती है। यह मीडिया के एजेंडा-सेटिंग प्रभाव को रेखांकित करता है, जिसमें मीडिया किसी विषय को कितना महत्वपूर्ण माना जाए—यह तय करने में प्रमुख भूमिका निभाता है। यह निष्कर्ष पारंपरिक ‘नीति-अंतर’ और ‘थर्मोस्टेटिक’ नीति निर्माण मॉडलों की सीमाओं को भी उजागर करता है। Kondor (2022) के अनुसार पूर्वी यूरोप के चार देशों में मीडिया खपत और आप्रवासन के प्रति सार्वजनिक दृष्टिकोण के बीच संबंध को दर्शाता है। लेखकों ने पाया कि पब्लिक सर्विस मीडिया का उपयोग कुछ देशों में आप्रवासन के प्रति नकारात्मक दृष्टिकोण से जुड़ा था, जबकि कुछ अन्य देशों में यह सकारात्मक दृष्टिकोण से जुड़ा था। जिन लोगों की सोच समावेशी थी, वे आप्रवासन को व्यापक दृष्टिकोण से देखते थे, जबकि नकारात्मक दृष्टिकोण रखने वाले इसे संकीर्ण नजरिये से समझते थे।

Wood (2013) के अनुसार ट्रांस-यूरोपीय संदर्भ में आप्रवासन के मुद्दे को बहु-विद्याशास्त्रीय दृष्टिकोण से प्रस्तुत किया है। यह क्षेत्र ऐतिहासिक रूप से प्रवासन दबावों की बफर जोन रहा है। मीडिया शरणार्थियों और प्रवासियों के प्रति जनता की धारणाओं को आकार देने में प्रमुख भूमिका निभाता है। मीडिया विमर्श अक्सर पूर्वग्रहों को मजबूत करते हैं, जिससे शरणार्थियों के एकीकरण की प्रक्रिया में बाधा उत्पन्न होती है। Kisang (2017) के अनुसार केन्या में प्रवासियों और प्रवासन से संबंधित मीडिया कवरेज का जनता और नीति निर्माताओं की धारणाओं पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ता है। मीडिया प्रवासियों को अधिकतर पीड़ितों या सुरक्षा के लिए खतरे के रूप में प्रस्तुत करता है। यह प्रवास से जुड़े अधिकारों के प्रति जागरूकता तो बढ़ाता है, लेकिन साथ ही प्रवासन को लेकर भय और अनिश्चितता को भी बढ़ाता है। इसलिए मानवाधिकार संगठनों और मीडिया के बीच सहयोग से अधिक संतुलित और सूचनात्मक कवरेज की आवश्यकता है। Caviedes (2011) के अनुसार

मीडिया किस प्रकार सार्वजनिक राय को अधिक कठोर प्रवासन नीतियों की ओर मोड़ने में भूमिका निभाता है। विशेष रूप से जब यूके में नए प्रवासियों की संख्या, बेरोजगारी, सार्वजनिक सेवाओं पर बढ़ता खर्च और एजेंसियों से जुड़ी घोटालों जैसी समस्याओं पर मीडिया का ध्यान केंद्रित होता है, तो यह नीति बहसों को प्रभावित करता है।

Krupenkin (2020) के अनुसार जब मीडिया में प्रवासियों से जुड़ी आपराधिक गतिविधियों या कल्याण योजनाओं के दुरुपयोग की खबरें अधिक आईं, तो लोगों द्वारा अप्रवासी अपराध और उन्हें रिपोर्ट करने जैसी खोजों में भी उल्लेखनीय वृद्धि हुई। विशेषकर ट्रंप के कार्यकाल के दौरान यह प्रवृत्ति और अधिक स्पष्ट दिखी। यह दर्शाता है कि मीडिया में प्रवासियों की नकारात्मक छवि सिर्फ सोच को ही नहीं, बल्कि वास्तविक जीवन के व्यवहारों को भी बदल सकती है। Tai (2016) के अनुसार जब चीनी प्रवासी पश्चिमी मीडिया के माध्यम से चीन सरकार से संबंधित रिपोर्टें पढ़ते हैं, तो इससे उनकी सरकारी प्रदर्शन की धारणा और आधिकारिक प्रचार में विश्वास किस प्रकार प्रभावित होता है। जिन विषयों पर चीनी मीडिया में कड़ी सेंसरशिप होती है, उन पर पश्चिमी रिपोर्टें पढ़ने के बाद प्रवासी अधिक आलोचनात्मक दृष्टिकोण अपनाते हैं और सरकारी प्रचार पर उनका विश्वास कम हो जाता है। वहीं, जिन मुद्दों पर स्वतंत्र रिपोर्टिंग अपेक्षाकृत खुली होती है, उन पर प्रवासियों की धारणा में कोई खास बदलाव नहीं आता। Gálvez (2014) ने बताया कि मीडिया उपभोग की आवृत्ति, प्रवास से जुड़ी खबरों की स्मृति और मीडिया की विश्वसनीयता जैसे विभिन्न संकेतकों की वैधता किस हद तक नस्लभेदी और जेनोफोबिक (विदेशी-विरोधी) प्रवृत्तियों को समझाने में सहायक है। एक छात्र समूह पर आधारित अध्ययन से यह स्पष्ट हुआ कि मीडिया से प्राप्त जानकारी और स्थानीय आबादी की प्रवासी समुदाय के प्रति धारणा के बीच स्पष्ट संबंध है। इससे यह सिद्ध होता है कि इन संकेतकों के माध्यम से प्रवासी-विरोधी सोच को बेहतर ढंग से समझा जा सकता है। Triandafyllidou (2013) के अनुसार प्रवासी एकीकरण की दो परिभाषाओं पर केंद्रित है—एक व्यापक अर्थ में, जहाँ मीडिया प्रवासियों को सकारात्मक या निष्पक्ष दृष्टिकोण से प्रस्तुत करता है और उनके स्वर को समाचार स्रोतों में शामिल करता है; और दूसरा संकीर्ण अर्थ में, जहाँ मीडिया उद्योग में प्रवासियों की पेशेवर भागीदारी, भर्ती नीतियाँ, प्रशिक्षण व कार्यस्थल की विविधता को शामिल किया गया है। निष्कर्षतः, मीडिया यदि प्रवासियों को निष्पक्ष और विविध दृष्टिकोण से प्रस्तुत करे, तो वह न केवल जनमानस को प्रभावित करता है, बल्कि प्रवासियों के समाज में एकीकरण की प्रक्रिया को भी गति देता है।

Temizisler (2023) के अनुसार 2015 की शरणार्थी संकट के दौरान प्रवासन से जुड़े मुद्दों के मीडिया कवरेज का तुलनात्मक अध्ययन किया है, जिसमें यूके, डेनमार्क और जर्मनी को शामिल किया गया है। जिसमें पाया गया कि घरेलू मास मीडिया ने शरणार्थी संकट को राष्ट्रीय राजनीतिक विमर्श में केंद्र में लाकर न केवल मुद्दों को राजनैतिक रूप दिया बल्कि जनमत को भी प्रभावित किया। मीडिया ने प्रवासन को संकट के रूप में प्रस्तुत कर यूरोपीय संघ-विरोधी दृष्टिकोण और प्रवासी विरोधी रुझानों को बढ़ावा दिया। Cava (2016) के अनुसार इटली के मीडिया परिदृश्य में प्रवासियों की पहचान को लेकर जिस अदृश्यता की बार-बार चर्चा होती रही है वह केवल उनके सामाजिक जीवन तक ही सीमित नहीं बल्कि मीडिया उपयोगकर्ताओं के रूप में भी उन्हें नकार दिया जाता है। मीडिया में प्रवासियों को अक्सर निराशा, गरीबी और असुरक्षा के प्रतीकों के रूप में दिखाया जाता है, जिससे उनकी वास्तविक ज़िंदगी की जटिलताएँ गायब हो जाती हैं। मीडिया प्रवासियों को

केवल पीड़ित या खतरे के रूप में दिखाकर न केवल उन्हें जन-विमर्श से बाहर करता है बल्कि उनकी दृश्यता को और भी कमजोर कर देता है।

Christoph (2012) के अनुसार मीडिया ने प्रवासियों को अक्सर एक समरूप और नकारात्मक रूप में दिखाया है, जिससे समाज में उनके प्रति पूर्वाग्रह और नकारात्मक धारणाएँ बनी हैं। यह प्रस्तुति न केवल मीडिया उपभोक्ताओं के दृष्टिकोण को प्रभावित करती है, बल्कि शिक्षा प्रणाली जैसे महत्वपूर्ण क्षेत्रों में भी प्रवासियों की पहचान को प्रभावित करती है। समाज में उनके प्रति दृष्टिकोण अधिक सहानुभूतिपूर्ण और समावेशी बन सकता है। इस प्रकार, सकारात्मक मीडिया प्रस्तुति और शिक्षा के माध्यम से व्यक्तिगत दृष्टिकोण को प्रोत्साहित करना, प्रवासियों के सामाजिक समावेशन और बहु सांस्कृतिक समाज की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम साबित हो सकता है। Conzo (2021) के अनुसार नकारात्मक मीडिया प्रस्तुति किस प्रकार प्रवासियों के प्रति सामाजिक आक्रामकता और बाह्य समूहों के प्रति शंका को बढ़ाती है। ऐसे नकारात्मक समाचार बाह्य समूहों के प्रति स्वास्थ्य संबंधी जोखिम, चिंता और खतरे की धारणा को भी बढ़ाते हैं, हालांकि यह प्रभाव नस्लीय रूप से समान समाजों में अपेक्षाकृत कम होता है। जिससे बाह्य समूहों के प्रति शत्रुता और अपने समूह के प्रति पक्षपात बढ़ता है, और यह विविध सामाजिक संदर्भों में सामाजिक समरसता एवं आर्थिक दक्षता को प्रभावित कर सकता है।

शोध समस्या

वर्तमान शोध में यह स्पष्ट है कि आतंकी घटनाओं के बाद मीडिया की भूमिका जनधारणा निर्माण में निर्णायक होती है, परंतु पहलगाम हमले के बाद अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों की डिजिटल मीडिया में प्रस्तुत राजनीतिक और भावनात्मक छवियों पर केंद्रित विश्लेषणात्मक अध्ययन उपलब्ध नहीं हैं। विशेषकर यूट्यूब जैसे प्लेटफॉर्मों पर प्रसारित इंटरव्यू और बाइट्स के माध्यम से निर्मित विमर्श की आलोचनात्मक पड़ताल का अभाव विद्यमान है। यह अध्ययन इस विशिष्ट शून्य को भरने का प्रयास करता है।

पहलगाम आतंकी हमले के पश्चात अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों को 48 घंटों के भीतर देश छोड़ने का आदेश दिया गया, जिससे उन्हें मानसिक, सामाजिक और कानूनी संकटों का सामना करना पड़ा। इस संवेदनशील स्थिति को डिजिटल मीडिया ने भावनात्मक और राजनीतिक दृष्टिकोण से प्रस्तुत किया, जिससे जनमत और सार्वजनिक धारणा प्रभावित हुई। इस प्रक्रिया में मीडिया की भूमिका और उसके दृष्टिकोण का सम्यक विश्लेषण अब तक नहीं हुआ है। यह शोध इसी विश्लेषणात्मक रिक्तता की पूर्ति का प्रयास करता है।

शोध प्रश्न

1. डिजिटल मीडिया में अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों की भावनात्मक छवि को किस प्रकार प्रस्तुत किया गया है?
2. पहलगाम हमले के बाद डिजिटल मीडिया ने अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों से संबंधित राजनीतिक दृष्टिकोणों को किस रूप में दर्शाया?
3. क्या डिजिटल मीडिया की रिपोर्टिंग में अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों के प्रति सकारात्मक या नकारात्मक पूर्वाग्रह दिखाई देता है?

शोध के उद्देश्य

1. डिजिटल मीडिया में अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों के भावनात्मक दृष्टिकोण का विश्लेषण करना।
2. पहलगाम हमले के संदर्भ में अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों से संबंधित राजनीतिक दृष्टिकोणों का विश्लेषण करना।
3. डिजिटल मीडिया पर अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों के प्रति नकारात्मक या सकारात्मक पूर्वाग्रह का विश्लेषण करना होगा।

शोध पद्धति

इस शोध का उद्देश्य पहलगाम हमले के बाद डिजिटल मीडिया पर अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों से संबंधित भावनात्मक और राजनीतिक दृष्टिकोणों का गुणात्मक अंतर्वस्तु विश्लेषण करना है। यह अध्ययन घटना-विशेष है और इसमें घटना के बाद 15 दिनों के भीतर मीडिया में आई प्रतिक्रियाओं का विश्लेषण किया गया है। अध्ययन की प्रकृति गुणात्मक है और इसमें भावनात्मक अपील एवं राजनीतिक फ्रेमिंग की प्रमुख भूमिका को समझने का प्रयास किया गया है।

डेटा स्रोत

प्राथमिक डेटा स्रोत के रूप में दो प्रमुख भारतीय डिजिटल समाचार चैनलों — ‘आज तक’ और ‘न्यूज नेशन’ के **यूट्यूब चैनलों** को चुना गया है। इन चैनलों पर पहलगाम हमले के बाद 15 दिनों तक अपलोड किए गए **50 वीडियो** का चयन किया गया, जिनमें अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों का प्रत्यक्ष या परोक्ष उल्लेख मिलता है। इन वीडियो में समाचार रिपोर्ट्स, ग्रांड रिपोर्ट्स, एंकर-न्यूज पैकेज और नागरिकों की भावनात्मक प्रतिक्रियाएं शामिल हैं।

नमूना चयन

इस अध्ययन में **उद्देश्यपूर्ण नमूना चयन पद्धति** अपनाई गई है। चयनित 50 वीडियो ऐसे हैं जिनमें भावनात्मक या राजनीतिक रूप से प्रभावशाली फ्रेमिंग स्पष्ट रूप से दिखती है, और जिनका सीधा संबंध अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों से है। यह चयन पूरी तरह से शोध के उद्देश्यों के अनुरूप किया गया है।

डेटा संग्रहण

वीडियो क्लिप्स को शब्दशः **प्रतिलेखित** किया गया, ताकि उनके भावनात्मक और राजनीतिक तत्वों का सूक्ष्म विश्लेषण संभव हो सके। इसके अतिरिक्त वीडियो के **शीर्षक, डिस्क्रिप्शन, और यूट्यूब कमेंट सेक्शन** का भी अध्ययन किया गया, ताकि दर्शकों की प्रतिक्रिया और मीडिया द्वारा बनाए गए नैरेटिव को समझा जा सके।

डेटा विश्लेषण

इस शोध में **गुणात्मक अंतर्वस्तु विश्लेषण** की विधि अपनाई गई। इसमें दो प्रमुख कोडिंग श्रेणियाँ बनाई गईं।

1. राजनीतिक दृष्टिकोण

जिसमें राष्ट्रवाद, पाकिस्तान विरोध, शरणार्थी नीति, राष्ट्रीय सुरक्षा और प्रशासनिक रुख जैसे पहलुओं को देखा गया।

2. भावनात्मक दृष्टिकोण

जिसमें सहानुभूति, भय, गुस्सा, घृणा, दर्द और करुणा जैसी भावनाओं को चिन्हित किया गया।

इन श्रेणियों के अंतर्गत प्रत्येक वीडियो को कोडित कर मुख्य प्रवृत्तियों की पहचान की गई।

साक्षात्कार आधारित विश्लेषण

शोध को और अधिक गहराई देने के लिए 10 आम नागरिकों के इंटरव्यू का विश्लेषण किया गया, जो 'आज तक' और 'न्यूज नेशन' की ग्रांड रिपोर्टिंग में सामने आए। इन 10 में से 5 व्यक्तियों के इंटरव्यू 'आज तक' से और 5 'न्यूज नेशन' से लिए गए हैं। ये सभी वे लोग थे जिन्हें भारत सरकार द्वारा 48 घंटे के भीतर देश छोड़ने का निर्देश दिया गया था।

इन इंटरव्यूज में नागरिकों की भावनात्मक व्यथा, प्रशासन से अपील, परिवार से जुदाई का दर्द और कानूनी असमंजस जैसे विषय प्रमुख रहे। विश्लेषण से यह भी सामने आया कि मीडिया ने इन आवाजों को दिखाते हुए सहानुभूति और राजनीतिक एजेंडा दोनों को समानांतर रूप से प्रस्तुत किया।

डेटा विश्लेषण

1. भावनात्मक अपील (Emotional Appeal)

श्रेणी	वीडियो की संख्या
करुणा (Compassion)	16
भय (Fear)	13
घृणा (Hatred)	10
गुस्सा (Anger)	11

विषयनिष्ठ विश्लेषण में यह पाया गया कि कुल 50 वीडियो में सर्वाधिक करुणा (16) का प्रयोग किया गया, जो अप्रवासी नागरिकों के प्रति मानवीय सहानुभूति को दर्शाता है। इसके पश्चात भय (13), गुस्सा (11) और घृणा (10) की अपीलें प्रमुख रहीं, जो यह संकेत देती हैं कि मीडिया ने कई बार असुरक्षा, आक्रोश व नकारात्मकता को उभारने हेतु भावनात्मक रणनीतियाँ अपनाईं।

2. राजनीतिक पूर्वाग्रह (Political Bias)

श्रेणी	वीडियो की संख्या
भारत समर्थक	18
पाकिस्तान विरोधी	22
तटस्थ	10

विषयवस्तु विश्लेषण के अनुसार, 50 में से 22 वीडियो पाकिस्तान विरोधी दृष्टिकोण को प्रमुखता से प्रस्तुत करते हैं, जो मीडिया की राष्ट्रवादी प्रवृत्ति की ओर संकेत करता है। 18 वीडियो भारत समर्थक स्वर में निर्मित पाए गए, जहाँ राष्ट्रियता और सुरक्षा के विमर्श को केंद्र में रखा गया। केवल 10 वीडियो तटस्थ दृष्टिकोण अपनाते हैं, जो दर्शाता है कि संतुलित पत्रकारिता सीमित मात्रा में देखने को मिली।

3. फ्रेमिंग (Framing Style)

श्रेणी	वीडियो की संख्या
अपराध के रूप में अप्रवासन	14
मानवीय संकट के रूप में	19
आतंकवाद से जोड़ा गया	17

विश्लेषण में पाया कि 50 वीडियो में 19 वीडियो अप्रवासन को मानवीय संकट के रूप में प्रस्तुत करते हैं, जिससे यह संकेत मिलता है कि कुछ मीडिया संस्थानों ने संवेदनशील दृष्टिकोण अपनाया। वहीं, 17 वीडियो में अप्रवासन को आतंकवाद से जोड़ा गया, जो दर्शकों में भय और असुरक्षा की भावना को सक्रिय करने की रणनीति को दर्शाता है। इसके अतिरिक्त, 14 वीडियो में इसे अपराध के रूप में फ्रेम किया गया, जो अप्रवासियों की नकारात्मक छवि निर्माण की प्रवृत्ति को उजागर करता है।

4. वक्ता प्रोफाइल (Speaker Profile)

श्रेणी	वीडियो की संख्या
एंकर	20
राजनीतिक नेता	14
स्थानीय निवासी	16

विश्लेषण से यह ज्ञात हुआ कि कुल 50 वीडियो में से 20 वीडियो में एंकर प्रमुख वक्ता के रूप में उभरे, जो मीडिया नैरेटिव को नियंत्रित करने में उनकी केंद्रीय भूमिका को दर्शाता है। 14 वीडियो में राजनीतिक नेताओं

की उपस्थिति रही, जिससे राजनीतिक एजेंडा या दृष्टिकोण को प्रत्यक्ष रूप से दर्शाया गया। वहीं, 16 वीडियो में स्थानीय निवासियों की आवाज़ को शामिल किया गया, जो ज़मीनी दृष्टिकोण और जनसामान्य की भावनाओं को प्रस्तुत करने का संकेत देता है।

5. भाषा की शैली (Language Style)

श्रेणी	वीडियो की संख्या
भावनात्मक	22
तथ्यात्मक	11
उत्तेजक	17

विषयनिष्ठ विश्लेषण में यह पाया गया कि कुल 50 वीडियो में से 22 वीडियो में भावनात्मक भाषा का प्रयोग किया गया, जो दर्शकों की सहानुभूति, आक्रोश या करुणा को प्रभावित करने की रणनीति को दर्शाता है। 17 वीडियो में उत्तेजक भाषा उपयोग में लाई गई, जिससे सामाजिक धुवीकरण और भावनात्मक उन्माद को बढ़ावा मिला। इसके विपरीत, केवल 11 वीडियो में तथ्यात्मक भाषा पाई गई, जो सूचनात्मक संतुलन की सीमित उपस्थिति को दर्शाती

6. दृश्य (Visuals)

श्रेणी	वीडियो की संख्या
उग्र भीड़	12
रोते हुए लोग	8
झंडे/प्रतीक	9
न्यूज़ ग्राफिक्स	21

विश्लेषण में यह पाया गया कि 50 वीडियो में से 21 वीडियो में न्यूज़ ग्राफिक्स का प्रमुखता से उपयोग किया गया, जो सूचना को नाटकीय और प्रभावशाली बनाने हेतु दृश्य माध्यम की रणनीति को दर्शाता है। 12 वीडियो में उग्र भीड़ के दृश्य दिखाए गए, जो डर और असुरक्षा की भावना को दर्शकों में उत्पन्न करने का संकेत है। 9 वीडियो में झंडों अथवा प्रतीकों का उपयोग देखा गया, जो राष्ट्रीय पहचान या वैचारिक संप्रेषण का साधन बनते हैं। वहीं, 8 वीडियो में रोते हुए लोगों के दृश्य प्रस्तुत किए गए, जिससे करुणा और भावनात्मक जुड़ाव को उभारा गया।

7. वीडियो अवधि (Duration)

श्रेणी	वीडियो की संख्या
5 -10 मिनट	6
10 - 20 मिनट	14
20- 30 मिनट	18
30- 40 मिनट	7
40+ मिनट	5

विषयनिष्ठ विश्लेषण में पाया गया कि अधिकांश वीडियो 20-30 मिनट की अवधि वाले थे (कुल 18 वीडियो), जिससे संकेत मिलता है कि मीडिया ने विषय को विस्तारपूर्वक प्रस्तुत करने का प्रयास किया। इसके बाद 10-20 मिनट की श्रेणी में 14 वीडियो पाए गए, जो संक्षिप्त परंतु केंद्रित रिपोर्टिंग को दर्शाता है। 30-40 मिनट के बीच 7 वीडियो, जबकि 40 मिनट से अधिक अवधि के केवल 5 वीडियो रहे। सबसे कम संख्या 5-10 मिनट की श्रेणी में रही (केवल 6 वीडियो), जो त्वरित सूचना प्रस्तुति को दर्शाती है। यह वितरण दर्शाता है कि अधिकांश मीडिया रिपोर्टें मध्यावधि या लंबी अवधि की थीं, जिससे विश्लेषणात्मक गहराई प्रदान करने की प्रवृत्ति स्पष्ट होती है।

8. फोकस (Focus)

श्रेणी	वीडियो की संख्या
अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिक	20
भारत की प्रतिक्रिया	17
सुरक्षा और आतंकवाद	13

विषयवस्तु विश्लेषण में पाया गया कि 50 में से 20 वीडियो का प्राथमिक फोकस अप्रवासी पाकिस्तानी नागरिकों पर केंद्रित था, जिससे यह स्पष्ट होता है कि मीडिया ने अप्रवासियों को कथानक का केंद्रीय पात्र बनाया। 17 वीडियो में भारत की प्रतिक्रिया को प्रमुखता दी गई, जो राज्य की नीतिगत और जनमत आधारित प्रतिक्रियाओं को रेखांकित करता है। वहीं 13 वीडियो ने सुरक्षा और आतंकवाद जैसे पहलुओं पर फोकस किया, जो राष्ट्रीय सुरक्षा विमर्श और भय की भावना को दर्शकों तक पहुँचाने का प्रयास रहा।

9. कमेंट अनुभाग का स्वर

श्रेणी	वीडियो की संख्या
नकारात्मक	26
सकारात्मक	12
तटस्थ	12

विषयवस्तु विश्लेषण में पाया गया कि 50 वीडियो के कमेंट अनुभागों के विश्लेषण से स्पष्ट हुआ कि 26 वीडियो में दर्शकों की प्रतिक्रियाएँ नकारात्मक स्वर लिए हुई थीं, जो भावनात्मक आक्रोश, असहमति या घृणा की प्रवृत्ति को दर्शाता है। 12 वीडियो में सकारात्मक टिप्पणियाँ पाई गईं, जिनमें सहानुभूति और संतुलित दृष्टिकोण की झलक थी। वहीं, 12 वीडियो में तटस्थ स्वर देखा गया, जहाँ दर्शकों की प्रतिक्रियाएँ संतुलित या सूचनात्मक रहीं।

पाकिस्तान से आए 10 नागरिकों के इंटरव्यू का संयुक्त विश्लेषण (आज तक और न्यूज नेशन चैनलों के आधार पर)

इस अध्ययन में डिजिटल मीडिया के दो बड़े चैनल—आज तक और न्यूज नेशन से लिए गए 5-5 इंटरव्यू (कुल 10) का विश्लेषण किया गया। ये इंटरव्यू उन पाकिस्तानी नागरिकों से जुड़े थे जिन्हें भारत सरकार ने पहलगाम आतंकी हमले के बाद 48 घंटे के भीतर देश छोड़ने का आदेश दिया था। इंटरव्यूज में जिनकी बातें सामने आईं, वे आमतौर पर ऐसे लोग थे जिनकी शादी भारत में हुई और जो कई सालों से यहीं रह रहे थे, उनके बच्चे भारतीय स्कूलों में पढ़ रहे थे, कुछ के राशन कार्ड और आधार कार्ड भी बने हुए थे। लेकिन अचानक आदेश आया और उन्हें बॉर्डर की तरफ भेज दिया गया। बॉर्डर पर पहुंचकर नई मुसीबत खड़ी हो गई। पाकिस्तान ने इनमें से कई को लेने से मना कर दिया क्योंकि उनके पास वहां की नागरिकता के कागज़ नहीं थे, और कुछ को भारत का निवासी मानकर लौटा दिया। इस अफरा-तफरी में परिवार बिखर गए—कई बच्चे मां से अलग हो गए, कुछ रोते रह गए, और कई महिलाओं को अकेले वापस पाकिस्तान भेजा गया जबकि पति भारत में ही रह गए। एक मामला ऐसा भी सामने आया जिसमें एक गर्भवती महिला को पाकिस्तान भेज दिया गया और उसका पति भारत में फंसा रह गया, उसने साफ-साफ कहा कि अगर उसकी पत्नी को कुछ हो गया, तो ये सरकार की ज़िम्मेदारी होगी। ज्यादातर लोगों ने बहुत भावुक होकर अपनी बातें रखीं। उन्होंने कहा कि वे खुद को भारतीय मानते हैं, उन्होंने आतंकवाद की निंदा की, पहलगाम हमले के खिलाफ आवाज़ उठाई और यहां तक कह डाला कि सरकार चाहे तो हमें बॉर्डर पर तैनात कर दो, लेकिन हमारे बच्चों को मां से जुदा मत करो। इन 10 इंटरव्यूज में यह बात साफ नजर आई कि सरकार का कदम सुरक्षा के लिहाज़ से भले ज़रूरी था, लेकिन उसमें इंसानियत की कमी थी। जो लोग वर्षों से भारत में रह रहे हैं, जिनके रिश्ते, पहचान और जिंदगी यहीं की है, उन्हें सिर्फ एक वीजा नंबर या पासपोर्ट के आधार पर निकाल देना न्यायसंगत नहीं लगा। लोगों की एक ही अपील थी— "हमें एक इंसान समझिए, सिर्फ एक दस्तावेज़ मत मानिए।" बच्चों को मां-बाप से मत जुदा कीजिए, परिवारों को तोड़ना बहुत बड़ा जुल्म है। यह पूरा विश्लेषण बताता है कि जब भी सरकार सुरक्षा से जुड़े बड़े फैसले लेती है, तो उसे उसमें थोड़ा सा दिल भी लगाना चाहिए। हर आदमी आतंकी

नहीं होता, हर पाकिस्तानी दुश्मन नहीं होता। कुछ लोग ऐसे भी होते हैं जो भारत में जीना चाहते हैं, मरना चाहते हैं—बस उन्हें एक मौका चाहिए।

निष्कर्ष:

इस शोध से यह साफ़ हो गया है कि पहलगाम आतंकी हमले के बाद डिजिटल मीडिया खासकर यूट्यूब चैनलों पर पाकिस्तानी अप्रवासियों से जुड़ी खबरों को बहुत ही भावनात्मक, राजनीतिक और सनसनीखेज अंदाज़ में पेश किया गया। ज्यादातर वीडियो में डर, गुस्से और दुख की भावनाएं हावी रहीं, जिससे दर्शकों की सोच पर सीधा असर पड़ा। मीडिया कवरेज में यह देखा गया कि रिपोर्टिंग अक्सर पाकिस्तान विरोधी रही और अप्रवासियों को या तो आतंक से जोड़ कर दिखाया गया या कानूनी संकट के रूप में, जबकि कुछ वीडियो ने उनके दर्द और मानवीय स्थिति को भी उजागर किया। भाषा ज्यादातर भावनात्मक या उत्तेजक रही, जिससे लोगों की भावनाएं और ज्यादा भड़कती रहीं। स्थानीय बोलने वालों की आवाज़ें बहुत कम सुनने को मिलीं, और मीडिया एंकरों का प्रभाव ज्यादा रहा। दर्शकों की प्रतिक्रिया भी नकारात्मक रहीं, जिससे यह अंदाज़ा लगता है कि समाज में पाकिस्तानी अप्रवासियों को लेकर एक तरह का डर और गुस्सा बना हुआ है। इस पूरे विश्लेषण से यह समझा जा सकता है कि मीडिया किस तरह से एक घटना को एक खास दिशा में मोड़ देता है – जहाँ एक तरफ सरकार के फैसलों को सही ठहराया गया, वहीं दूसरी तरफ अप्रवासी परिवारों की व्यक्तिगत परेशानियों को या तो नजरअंदाज़ किया गया या भावनात्मक तरीके से भुनाया गया। इसलिए जरूरत है कि मीडिया अपनी भूमिका को जिम्मेदारी और संतुलन के साथ निभाए, ताकि जनता को सिर्फ भावनाओं से नहीं, तथ्यों और मानवीय संवेदनाओं से जुड़ी पूरी तस्वीर मिल सके।

Reference

1. Álvarez-Gálvez, J. (2014). El consumo de medios informativos y las actitudes hacia los inmigrantes. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, 145(1), 3-23.
2. Bedford, R., & Didham, R. (2018). Immigration: an election issue that has yet to be addressed?. *Kōtuitui: New Zealand Journal of Social Sciences Online*, 13(2), 177-194.
3. Benesch, C., Loretz, S., Stadelmann, D., & Thomas, T. (2019). Media coverage and immigration worries: Econometric evidence. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 160, 52-67.
4. Carvalho, J., CARMO DUARTE, M. A. R. I. A. N. A., & Ruedin, D. (2025). Follow the media? News environment and public concern about immigration. *European Journal of Political Research*, 64(1), 117-133.
5. Cava, A. (2016). Phantoms without a history: immigrants and media in Italy. *Journalism and Mass Communication*, 6(10), 594-599.
6. Caviedes, A. (2011). The Influence of the Media upon Immigration Politics in the UK. In *APSA 2011 Annual Meeting Paper*.
7. Cengiz, P. M., & Eklund Karlsson, L. (2021). Portrayal of immigrants in danish media—a qualitative content analysis. *Societies*, 11(2), 45.
8. Christoph, V. (2012). The role of the mass media in the integration of migrants. *Mind, Brain, and Education*, 6(2), 97-107.

9. Conzo, P., Fuochi, G., Anfossi, L., Spaccatini, F., & Mosso, C. O. (2021). Negative media portrayals of immigrants increase ingroup favoritism and hostile physiological and emotional reactions. *Scientific Reports*, *11*(1), 16407.
10. Dutta, G. (2013). Bangladeshi migrants in India: Issues and government responses. *Online International Interdisciplinary Journal*, *3*(6), 499-507.
11. Esses, V. M., Medianu, S., & Lawson, A. S. (2013). Uncertainty, threat, and the role of the media in promoting the dehumanization of immigrants and refugees. *Journal of social issues*, *69*(3), 518-536.
12. Estrada, E. P., Ebert, K., & Lore, M. H. (2016, September). Apathy and antipathy: Media coverage of restrictive immigration legislation and the maintenance of symbolic boundaries. In *Sociological Forum* (Vol. 31, No. 3, pp. 555-576)
13. Etchegaray, N., & Correa, T. (2015). Media consumption and immigration: Factors related to the perception of stigmatization among immigrants. *International Journal of Communication*, *9*, 20.
14. Kisang, A. K. (2017). The images and rights of migrants in the Kenyan media. *Current Journal of Applied Science and Technology*, *22*(5), 1-14.
15. Kondor, K., Mihelj, S., Štětka, V., & Tóth, F. (2022). News consumption and immigration attitudes: A mixed methods approach. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, *48*(17), 4129-4148.
16. Kosho, J. (2016). Media influence on public opinion attitudes toward the migration crisis. *International Journal of Scientific & Technology Research*, *5*(5), 86-91.
17. Krupenkin, M., Hill, S., & Rothschild, D. (2020). Beyond agenda setting: Does media coverage of immigration lead to anti-immigrant behavior
18. Mastro, D. (2019). Virtual theme collection: Immigrants as minorities in the media. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, *96*(1), 31-36.
19. McKeever, B. W., Riffe, D., & Carpentier, F. D. (2012). Perceived hostile media bias, presumed media influence, and opinions about immigrants and immigration. *Southern Communication Journal*, *77*(5), 420-437.
20. Milioni, D. L., Spyridou, L. P., & Vadratsikas, K. (2015). Framing immigration in online media and television news in crisis-stricken Cyprus. *Cyprus Review*, *27*(1), 155-185.
21. PTI (2025). Pahalgam Terror Attack. *The Hindu*, retrieved from [https://www.thehindu.com.translate.google/topic/pahalgam-terror-attack-2025/? x tr sl=en& x tr tl=hi& x tr hl=hi& x tr pto=tc](https://www.thehindu.com.translate.google/topic/pahalgam-terror-attack-2025/?x_tr_sl=en&x_tr_tl=hi&x_tr_hl=hi&x_tr_pto=tc)
22. Rawsley, J. (2025). More than 20 killed after gunmen open fire on tourists Indian-administered Kashmir. *BBC*, Retrieved from <https://www.bbc.com/news/articles/cy9vvyzyjzlo>
23. Schuck, P. H. (1984). The transformation of immigration law. *Columbia Law Review*, *84*(1), 1-90.
24. Sharma, C. K. (2012). The immigration issue in Assam and conflicts around it. *Asian Ethnicity*, *13*(3), 287-309.
25. Smith, D., & Deacon, D. (2018). Immigration and the British news media: Continuity or change?. *Sociology Compass*, *12*(9), e12618.
26. Tai, Q. (2016). Western media exposure and Chinese immigrants' political perceptions. *Political Communication*, *33*(1), 78-97.

27. Temizisler, S. (2023). The mediatisation of migration issues during the 'Refugee Crisis': A Comparative Case-Study of the UK, Denmark and Germany. In *Anxieties of Migration and Integration in Turbulent Times* (pp. 207-224). Cham: Springer International Publishing.
28. Triandafyllidou, A. (2013). Migrants and the media in the twenty-first century: Obstacles and opportunities for the media to reflect diversity and promote integration. *Journalism Practice*, 7(3), 240-247.
29. Van Klingeren, M., Boomgaarden, H. G., Vliegthart, R., & De Vreese, C. H. (2015). Real world is not enough: The media as an additional source of negative attitudes toward immigration, comparing Denmark and the Netherlands. *European Sociological Review*, 31(3), 268-283.
30. Vliegthart, R. (2018). Media and immigration: A political communication perspective. In *The Routledge handbook of the politics of migration in Europe* (pp. 82-91). Routledge.
31. Wood, N., & King, R. (2013). Media and migration: An overview. *Media and migration*, 1-22.
32. Akhzer, A. (2025). 25 tourists massacred in Pahalgam. *The Tribune*. Retrieved from <https://www.tribuneindia.com/sortd-service/imaginary/v22-01/jpg/large/high?url=dGhldHJpYnVuZS1zb3J0ZC1wcm8tcHJvZC1zb3J0ZC9tZWRRpYTQwMWQwZjMwLTFmYzUtMTFmMC04NDBiLTBkMWUyZGM5ZWRRkYi5qcGc=>

Appendix

कोड बुक

क्रम संख्या	यूट्यूब चैनल का नाम	वेरिएबल	परिभाषा	श्रेणियाँ
1.	आज तक और न्यूज नेशन	भावनात्मक प्रस्तुति का स्तर	वीडियो में दिखाई गई भावनात्मक अपील या भावनात्मक भाषा का उपयोग	करुणा/दया
				पीड़ा या रोना
				“हम कहाँ जाएं?” जैसे डायलॉग
				बच्चों या महिलाओं की दुर्दशा
2.		राजनीतिक पूर्वग्रह	वीडियो में किस प्रकार की राजनीतिक राय या पक्षधरता झलकती है	सरकारी पक्ष को समर्थन
				विपक्ष की आलोचना
				पाकिस्तान के प्रति आलोचना/घृणा
				किसी राजनीतिक दल विशेष के पक्ष में
				पूर्णतः निष्पक्ष

3.		समाचार का फ्रेमिंग एंगल	खबर किस फ्रेम में प्रस्तुत की गई है, जैसे मानवीय संकट, राष्ट्रीय सुरक्षा, धर्म आधारित आदि	मानवीय संकट (शरणार्थियों की पीड़ा, बच्चे, महिलाएं)
				राष्ट्रीय सुरक्षा (आतंकी खतरा, सीमा की सुरक्षा)
				धार्मिक पहचान (मुस्लिम, पाकिस्तानी पहचान का उल्लेख)
				राजनीतिक बहस (सरकारी नीति का विरोध/समर्थन)
				मानवीय+राजनीतिक मिश्रित
4.		स्पीकर का प्रोफाइल	वीडियो में कौन बोल रहा है और उसकी पहचान क्या है	पीड़ित अप्रवासी
				स्थानीय नागरिक
				रिपोर्टर / एंकर
				सरकारी प्रवक्ता
				राजनीतिक विश्लेषक
5.		भाषाई शैली	प्रयुक्त भाषा में भावनाओं, नारों, उपमाओं या देशभक्ति के तत्वों की उपस्थिति	भावुक भाषा (जैसे: "इनकी पुकार कौन सुनेगा?", "आंसुओं की कीमत कोई समझे")
				आक्रामक/राष्ट्रवादी भाषा ("देश विरोधी तत्व", "सर्जिकल स्ट्राइक की जरूरत")
				संयमित/तथ्यपरक भाषा
				नाटकीय प्रस्तुति (पृष्ठभूमि संगीत, स्लो मोशन आदि)
6.		विजुअल एलिमेंट्स	वीडियो में किस प्रकार के दृश्य दिखाए गए हैं	रोते हुए चेहरे
				लाचार महिलाएं/बच्चे
				पुलिस या सेना की तस्वीरें

				टेंट, भोजन वितरण, सीमा पार दृश्य
				कोई विशेष विजुअल नहीं
7.		समाचार की अवधि	वीडियो की कुल लंबाई और उस में भावनात्मक हिस्से की अवधि	5-10 मिनट
				10-20 मिनट
				20-30 मिनट
				30 - 40 मिनट
				40 मिनट से अधिक
8.		कहानी का फोकस	कहानी में ध्यान किस पर केन्द्रित किया गया है	अप्रवासी का व्यक्तिगत जीवन
				उनकी कानूनी/राजनीतिक स्थिति
				उनकी पीड़ा और संघर्ष
				भारत सरकार की नीति
				दर्शकों की संवेदना जगाने का प्रयास
9.		टिप्पणी अनुभाग	अगर वीडियो पर टिप्पणियाँ खुली हैं, तो उनमें दिखने वाला भाव	सहानुभूति जताने वाले
				नफरत या आलोचना करने वाले
				धार्मिक/राजनीतिक टिप्पणियाँ
				मजाक उड़ाने वाले
				समर्थन करने वाले (भारत या सरकार के लिए)