



મનોદર્પણ

મનોવિજ્ઞાન અને માનસિક સ્વાસ્થ્ય માટેનું સૌપ્રથમ ગુજરાતી મેગેઝીન

વર્ષ નં ૮ • અંક નં. ૦૬ • સળંગ અંક ૮૯ • એપ્રિલ-૨૦૨૪ • રૂ. ૫/-

તંત્રી, મુદ્રક, પ્રકાશક અને માલિક : પ્રતીક આચાર્ય

Printer, Publisher and Editor : Pratik Acharya

Address : 24, Platinum Park, B/H New S. P. School Road, Near Ranjitnagar Society, Surendranagar - 363002.

Printed at : Nidhresh Printery 23, Medicare Complex, Near A-One auto garage, Surendranagar.

Registered with the REGISTRAR OFFICE OF NEWSPAPERS FOR INDIA under the serial no GUJGUJ/2016/70840

Date of Publication 15th of every month

તંત્રીનો પત્ર ચુંટણી ટાણે જાણો પ્રચારનું મનોવિજ્ઞાન

-ડૉ. પ્રતીક આચાર્ય

ભારત એક લોકશાહી દેશ છે, આથી થોડા સમય પછી લોકશાહીનું મહાનપર્વ એવી લોકસભાની ચુંટણી આવી રહી છે. ચુંટણી વખતે પ્રચાર અને અપ-પ્રચાર તેની ચરમસીમા એ હોય છે. મતદારોને પ્રભાવિત કરવા માટે અનેક પ્રયોગો કરવામાં આવે છે. પ્રસ્તુત લેખમાં ઐતિહાસિક રીતે પ્રચારનો ઉપયોગ, પ્રચારનું મનોવિજ્ઞાન અને પ્રચાર થી કેવી રીતે બચશો તેને સમજવાનો પ્રયત્ન કરીશું.

● **પ્રચારનો ઐતિહાસિક ઉપયોગ :-** પ્રચારનો ઉપયોગ આદિકાળથી



ચુંટણી ટાણે ઉપયોગમાં લેવાતો પ્રચાર લોકોના માનસ ઉપર ગંભીર અસર કરે છે. આવા પ્રચારથી બચવા, માન્યતાઓ વિકસાવતા અને વર્તણૂક બદલતા પહેલા દર્શાવવામાં આવેલી માહિતી સચોટ છે કે કેમ તે જાણવાનો પ્રયત્ન કરવો જોઈએ.

થતો આવ્યો છે. લોકોના માનસપટ ઉપર પ્રભુત્વ મેળવવા રાજશાહીમાં રાજાઓને દૈવી-શક્તિ અથવા અવતારી પુરુષ તરીકે દર્શાવવામાં આવતા હતા. જેના કારણે તેમની સામે વિરોધ ન થાય અને શાસન વ્યવસ્થિત ચાલી શકે. રાજાના ગઢવીઓ અને ચારણો તેમની ખુશામતમાં અનેક કૃતિઓ લલકારી રાજાની શક્તિઓ અને યોગ્યતાને જનતા સામે મુકતા હતા. સમયાંતરે જ્યારે રાજાનું શાસન નબળું પડતું ત્યારે પ્રચારની જગ્યા અપ-પ્રચારે લઈ લીધો હતો. લોકો સામે રાજાની છબી સારી રહે તે માટે ખોટા પ્રચાર કરવામાં આવતા અથવા માહિતીમાં તોડ-જોડ કરવામાં આવતી હતી.

ગત સદીમાં પ્રચારનો સૌથી વધુ દુરુપયોગ આપખુદશાહીમાં જોવા મળ્યો હતો. જેમાં બે મોટા ઉદાહરણો મહત્વના છે. જર્મનીનો તાનાશાહ એડોલ્ફ હિટલર અને રશિયાનો સામ્યવાદી આપખુદ શાસક જોસેફ સ્ટાલીન. હિટલર લોકોને ઉગ્ર ભાષામાં પોતાની માન્યતાઓ અને વિચારોને લોકો સામે મૂકતો જે પ્રચારની એક પદ્ધતિ હતી. લોકોને જે હિટલર જણાવે છે તે સાચુજ હોય તેવી માનસિકતા બનાવી દેવામાં આવી હતી. લોકો વચ્ચે પ્રચલિત રહેવા તેની વિજયની ગાથા લોકો સામે મૂકવામાં આવતી. જર્મન લોકો વિશ્વની શ્રેષ્ઠ નસ્લના અને ચડિયાતા છે તેવી ઊંડી માન્યતા બનાવી દેવામાં આવી હતી. પોતાનાથી અન્ય દરેક ઉતરતા કક્ષાના છે, ખાસ કરીને યહુદીઓ માટે એક નફરતનું વાતાવરણ પ્રચારના માધ્યમથી બનાવી દેવામાં આવ્યું હતું. હિટલરનો પ્રચારમંત્રી ગોબેલ્સ હતો જેનું મુખ્ય કામ હિટલરના વિચારો અને કામ માટે લોક જુવાળ ઊભો કરવાનો હતો. બીજા વિશ્વ યુધ્ધમાં જ્યારે જર્મની દરેક યુધ્ધમાં હારી રહ્યું હતું અને રશિયા અને મિત્ર દેશોની સેનાઓ જર્મનીના બર્લિન તરફ કુચ કરી રહી હતી ત્યારે પણ લોકોમાં હિટલર માટે કોઈ નફરત ન હતી. લોકોનું પ્રચારના માધ્યમથી એટલું વ્યવસ્થિત 'બ્રેન વોશ' કરવામાં આવ્યું હતું કે લોકો હિટલરે લીધેલા વિચિત્ર નિર્ણયોનો વિરોધ પણ કરી શકતા ન હતા. યુધ્ધમાં હિટલરના ભોટા ભાગના સૈનિકો જ્યારે મરી ગયા અથવા ગંભીર રીતે ઘાયલ થયા ત્યારે યુધ્ધના મેદાનમાં જવા તેને પ્રચારના મધ્યમથી ૧૨ થી ૧૭ વર્ષના તરુણોને તૈયાર કર્યા જે પ્રચારની ચરમ સીમા ગણાવી શકાય છે.

હિટલરની જેમજ અન્ય એક શાસક રશિયાનો જોસેફ સ્ટાલીન હતો. જેને પોતાના જ અઢી કરોડ લોકોને મારી નાખ્યા હતા. પોતાના વિરોધમાં બોલવા વાળા અથવા તો પોતાની નીતિઓને પસંદ ન કરવા વાળા લોકો ને શોધી શોધીને બંધુકની ગોળીએ ઠાર મારવામાં આવતા હતા. લોકો સામે પોતાની છબી સારી રહે તે માટે સ્ટાલીન ફિલ્મો બનાવી શ્રેષ્ઠ શાસક હોવાનો દંભ કરતો હતો. પોતે ગરીબી, બેરોજગારી દૂર કરી છે, હરિયાળા ખેતરો, શ્રેષ્ઠ ઉત્પાદન આપતા

કારખાનાઓ અને વ્યવસ્થિત જીવન જીવતા પરિવારો લોકોને આ ફિલ્મોમાં બતાવવામાં આવતા. એટલું જ નથી, સ્ટાલીન પોતાની આ ફિલ્મો અન્ય દેશોના લોકોને બતાવી પોતાની છબી વ્યવસ્થિત રાખી શક્તો હતો. ઐતિહાસિક રીતે સ્ટાલીનને એક મહાન કાતિલ તરીકે ઓળખી શકાય. પરંતુ પ્રચારના માધ્યમ થી પોતાના સંપૂર્ણ જીવનકાળમાં તે લોકો સામે શ્રેષ્ઠ હોવાનો દંભ કરી શક્યો હતો અને લોકોએ તેનો સ્વીકાર પણ કર્યો હતો. આવા પ્રચારની અસર કેટલી ઊંડી હોય છે. તેને સમજવું હોય તો એ રીતે સમજી શકાય કે આ આપખુદ શાસકોના કાર્યકાળને વર્ષો વીતી ગયા હોવા છતાં. તેમની પ્રસિદ્ધિ હજી પણ એક મર્યાદિત વર્ગ સુધી છે.

● **શું છે પ્રચાર ? :-** પ્રચાર એ સંદેશાવ્યવહારનો એક પ્રકાર છે જેમાં ઘણીવાર કોઈ ચોક્કસ એજન્ડા અથવા દષ્ટિકોણને પ્રોત્સાહન આપવા માટે પક્ષપાતી અથવા ગેરમાર્ગે દોરતી માહિતી લોકો વચ્ચે મૂકવામાં આવે છે. પ્રચારનો ઉપયોગ લોકોની માન્યતાઓ, અભિપ્રાયો અને વર્તનોને વિવિધ પદ્ધતિઓથી પ્રભાવિત કરવામાં આવે છે.

● **પ્રચારકના ધ્યેયો શું છે ?** રાજકીય પાર્ટીઓ કોઈ ચોક્કસ એજન્ડા અથવા દષ્ટિકોણને પ્રોત્સાહન આપવા માટે પ્રચારનો ઉપયોગ કરે છે. પ્રચારના લક્ષ્યો અલગ-અલગ હોઈ શકે છે, પરંતુ સામાન્ય રીતે તેમાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે.

૧. લોકોના અભિપ્રાયોને આકાર આપો જેથી તેઓ ચોક્કસ રીતે વિચારે.

૨. ચોક્કસ કારણ થી રાજકીય ઉમેદવારને ટેકો આપવા લોકોને સમજાવવા

૩. લોકોને ચોક્કસ રીતે વર્તવા માટે પ્રોત્સાહિત કરવા.

● **પ્રચારનો ઉપયોગ કેવી રીતે થાય છે :-** પ્રચારનો ઉપયોગ વિવિધ રીતે કરવામાં આવે છે. જેમાં સામાન્ય રીતે સામાજિક વિચાર, ધાર્મિક વિચાર, રાજકીય વિચાર, રાજકારણ, યુધ્ધ, આર્થિક બાબતો વગેરેને સોશિયલ મીડિયા, ટી.વી. મીડિયા, પોસ્ટર, ભાષણો, વિશેષ શબ્દ પ્રયોગો, મિટિંગો અને સભાઓ દ્વારા પ્રચાર કરવામાં આવે છે.

● **મીડિયામાં પ્રચાર :-** રાજકીય પાર્ટીઓના પ્રચારકો દ્વારા ખૂબ મોટા પાયે વિશાળ જુથને વિચારવા માટે પ્રેરિત કરવા આવે છે. મીડિયામાં પ્રચારનું એક ઉદાહરણ ફિલ્મ “ટ્રાયમ્ફ ઓફ ધ વિલ” છે. આ ૧૯૩૫ ની ફિલ્મ નાઝી શાસનને પ્રોત્સાહન આપવા માટે અને લોકોને એડોલ્ફ હિટલરને સમર્થન આપવા માટે અને પ્રોત્સાહિત કરવા માટે બનાવવામાં આવી હતી, જેમાં સામાજિક યાદશક્તિને પ્રભાવિત કરવા માટે પસંદ કરવામાં આવેલી ચોક્કસ તસવીરો સાથે સત્યના ટુકડાઓનો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો હતો. તે અત્યાર સુધીની સૌથી અસરકારક પ્રચાર ફિલ્મોમાંની એક માનવામાં આવે છે. વર્તમાનમાં પણ સોશિયલ મીડિયા અને ટી.વી. મીડિયાનો પ્રખર રીતે ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. ખાસ કરીને સત્તા ઉપર રહેલી રાજકીય પાર્ટીઓ

મીડિયાના આ માધ્યમોને પોતાના નિયંત્રણ માં રાખી લોકોની માન્યતાઓને પ્રભાવિત કરવાનો ભરતક પ્રયત્ન કરતી હોય છે.

● **જાહેરાતમાં પ્રચાર :-** રાજકીય પક્ષો પોતાના શાસન કાળમાં શ્રેષ્ઠ છે તેવું દર્શાવવા આકડાઓમાં તોડજોડ કરીને લોકો સામે મૂકે છે. જેમાં ખુબજ ચાલાકીપૂર્વક નબળા આકડાઓને છુપાવવામાં આવે છે અને સફળ આકડાઓને ખુબજ આક્રમક રીતે લોકો સામે મૂકવામાં આવે છે. જેના કારણે લોકો ખુબજ પ્રભાવિત થાય છે. પોતાના શાસનકાળમાં સમાજીક, રાજકીય, ધાર્મિક અને આર્થિક બદલાવો મોટા પાયે આવેલા છે. તે લોકોને સમજાવવાનો પ્રયત્ન કરવામાં આવે છે. ઘણી રાજકીય પાર્ટીઓ પોસ્ટરોમાં પોતાના પ્રસિધ્ધ નેતાની તસવીર એવી રીતે દર્શાવે છે કે કોઈ વિશેષ ધર્મ, જ્ઞાતિ, જાતિ અને વર્ગ સાથે ધનિષ્ઠ રીત સંકળાયેલા છે. જાહેરાતમાં પ્રચારનું એક ઉદાહરણ ભયની યુક્તિઓનો ઉપયોગ છે. જાહેરાતમાં એવું પણ દર્શાવવામાં આવે છે કે લોકોને અમુક વિશેષ ભયની મુક્તિ માટે તેમના શાસનકાળની જરૂરિયાત છે.

● **બેન્ડવેગનિંગ પદ્ધતિથી પ્રચાર :-** આ પ્રચારની પદ્ધતિથી લોકોને સમજાવવામાં આવે છે કે સમાજનો એક વિશાળ વર્ગ અમારી સાથે જોડાયેલો છે, એટલે તમારે પણ જોડાવું જોઈએ. ઘણી વખત એમાં પણ એક નકારાત્મક ટેકનીકનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે, જેમાં લોકોને જણાવવામાં આવે છે કે જો તમે અમારી સાથે નથી તો વિશેષ સમુદાય સાથે નથી. જેથી તે સમુદાયનો હિસ્સો બની રહેવા માટે પણ તે લોકો ચોક્કસ રાજકીય પક્ષની સાથે બનેલા રહેશે.

● **યુદ્ધ સમયે પ્રચાર :-** પ્રચારનો ઉપયોગ ઘણીવાર યુદ્ધમાં થાય છે. તેનો ઉપયોગ લોકોને યુદ્ધના પ્રયત્નોને સમર્થન આપવા અથવા દુશ્મનને ટેકો આપવાથી નિરાશ કરવા માટે કરી શકાય છે. ખાસ કરીને યુદ્ધ સમયે વિશેષ રાજકીય પરિબળો કેવી રીતે સફળ છે અને તેમના ઉદ્દેશ્યમાં નિપુણ છે તે દર્શાવવામાં આવે છે. લોકોને યુધ્ધની જરૂરિયાત અને યુધ્ધની સફળતા માટે આસ્વસ્થ કરવા આવે છે, જેના કારણે યુધ્ધમાં કોઈ અડચણ ન આવી શકે. ઉદાહરણ તરીકે યુક્રેન-રશિયા વચ્ચે ચાલતા યુધ્ધ બાબતે ત્યાંના પ્રમુખ પુતિન લોકોને સમજાવવામાં સફળ રહ્યા જેથી લોકોએ તેમણે મત આપી ફરી વિજય બનાવ્યા છે. યુદ્ધ પ્રચાર ઘણીવાર ખોટી માહિતી અને નામોનો ઉપયોગ અને લક્ષ્યોને પ્રાપ્ત કરવા માટે અપમાનજનક શબ્દોના ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. ઉદાહરણ તરીકે, બીજા વિશ્વયુદ્ધમાં, નાઝીઓએ યહૂદીઓને “ઉદરો” તરીકે ઓળખાવ્યા અને, ઈસ્લામિક ક્રાંતિ દરમિયાન, આયાતોલ્લા ખામીનીએ યુનાઈટેડ સ્ટેટ્સને “મહાન શેતાન” તરીકે ઓળખાવ્યા હતા.

● **રાજકારણમાં પ્રચાર :-** પ્રચારનો ઉપયોગ રાજકારણમાં ચોક્કસ રાજકીય ઉમેદવાર અથવા મુદ્દા વિશે લોકોના અભિપ્રાયોને પ્રભાવિત કરવા માટે થાય છે. રાજકીય પ્રચાર ઘણા સ્વરૂપો લઈ શકે છે, પરંતુ તે ઘણીવાર ભાવનાત્મક અપીલો, નામ બોલાવવા

અને ડરાવવાની યુક્તિઓ પર આધાર રાખે છે. રાજકીય પ્રચારનું એક ઉદાહરણ ૨૦૦૮ના પ્રમુખપદની જુબેશમાં બની હતી જ્યારે તત્કાલીન ઉમેદવાર બરાક ઓબામા મુસ્લિમ હોવાનો દાવો કરવા માટે પ્રચારનો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો હતો.

● **પ્રચારની અસરો :-** પ્રચાર ખતરનાક બની શકે છે કારણ કે તે લોકોના અભિપ્રાયોને આકાર આપવા અને તેમના વર્તનને નિયંત્રિત કરવા માટે ઘણીવાર આંશિક સત્ય અથવા પક્ષપાતી ખોટી માહિતીનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. માત્ર અમુક માહિતીને રજૂ કરવી અથવા તેને એક દિશામાં વાળવી એ લોકો માટે તેમના મંતવ્યો અને વર્તન નક્કી કરતી વખતે સંપૂર્ણ અને સચોટ ચિત્ર પ્રદાન કરવામાં નિષ્ફળ જાય છે. ઘણીવાર જોવા મળે છે કે ખોટા રાજકીય પ્રચારો સમાજની વચ્ચે ઝેરના બી વાવે છે. લોકો માનવતાના વિરોધી બની જાય છે. જ્ઞાતિ, જાતી, ધર્મ અને નસ્લના ભેદ વધી જાય છે, રમખાણો ફાટી નીકળે છે. લોકો વચ્ચે માનસિક વિરોધ વધતા આક્રમકતામાં ઉછાળો આવે છે. જે વર્ગ વિગ્રહ અને નસ્લ વિરોધી પ્રવૃત્તિઓને ટેકો આપે છે. આનું એક શ્રેષ્ઠ ઉદાહરણ નાઝીઓ દ્વારા યહુદીઓની સામૂહિક હત્યાઓ છે.

● **પ્રચારની અન્ય નકારાત્મક અસરોમાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે**

૧. નફરત અને ધર્માધતા ફેલાવવી.
૨. હિંસા ભડકાવવી
૩. લોકશાહીને નબળી પાડવી
૪. પૂર્વગ્રહથી માહિતીનું વિશ્લેષણ કરવા લોકોને મજબૂર કરવા, જેથી લોકો પોતાની તર્ક શક્તિ ગુમાવી દે છે.
૫. વ્યક્તિની માન્યતાઓ અને વલણને અસર કરવા ઉપરાંત, પ્રચારમાં તેમની લાગણીઓ અને મૂડને અસર કરવાની ક્ષમતા પણ હોય છે.

● **પ્રચાર તકનીકી :-** લોકો પ્રચાર ફેલાવવા માટે વિવિધ તકનીકોનો ઉપયોગ કરી શકે છે. અહીં કેટલાક સૌથી સામાન્ય છે.

૧. **નેમ-કોલિંગ :** નેમ-કોલિંગમાં વિરોધી અથવા દુશ્મનનું વર્ણન કરવા માટે અપમાનજનક શબ્દોનો ઉપયોગ કરવાનો સમાવેશ થાય છે. ઘણી વખત પાર્ટીઓને અથવા નેતાઓને અપમાનજનક નામ અથવા અપભ્રંશનો ઉપયોગ કરી ઉલ્લેખ કરવામાં આવે છે. તાજું ઉદાહરણ INDIA એલાયન્સને તેના વિરોધીઓ અને મીડિયા INDIA એલાયન્સ કહી સંબોધે છે જેનાથી INDIA શબ્દની હકારાત્મક અસરથી બચી શકાય છે.

૨. **લાગણીઓથી અપીલ કરવી :** પ્રચાર ઘણીવાર લોકોના અભિપ્રાયોને પ્રભાવિત કરવા માટે ભાવનાત્મક અપીલનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે? ઉદાહરણ તરીકે, લોકોને કોઈ ચોક્કસ કારણથી સમર્થન આપવા માટે કહેવામાં આવે છે. આવો પ્રચાર લોકોમાં ભય અને ગુસ્સો પેદા કરે છે. રાજકીય પ્રચારમાં વિરોધી ધર્મ, જ્ઞાતિ, જાતીનો ઉલ્લેખ કરી લોકોને ઉશ્કેરવાનો પ્રયત્ન થાય છે. જેમાં આડકતરી રીતે કોઈ એક વિશેષ ધર્મ અને સંપ્રદાયના લોકો થી તમને અસુરક્ષા છે. તેવું દર્શાવવામાં આવે છે. લોકોની

લાગણીઓને ઉશ્કેરવા માટે વિશેષ IT સેલ રચના કરવામાં આવે છે. જેમાં પાર્ટીના કાર્યકરો ને સોશિયલ મીડિયામાં ચોક્કસ શબ્દો અને પોસ્ટરોનો ઉપયોગ કરવાનું કહેવામાં આવે છે. જેથી તેમની લાગણીઓ ઉશ્કેરી, પોતાના તરફ કરી શકાય છે.

૩. **ડરાવાની વ્યૂહરચના :** કોઈ ચોક્કસ કારણથી સમર્થન આપવા માટે લોકોને ડરાવવા માટે યુક્તિઓનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. ઉદાહરણ તરીકે, એક રાજકીય જુબેશ લોકોને ચેતવણી આપી શકે છે કે જો તેઓ મત નહીં આપે, તો ખતરનાક ગુનેગાર ચૂંટાશે.

૪. **માહિતીની હેરફેર :** માહિતીની હેરફેરમાં લોકોના અભિપ્રાયોને પ્રભાવિત કરવા માટે હકીકતોને વિકૃત અથવા ખોટી રીતે રજૂ કરવાનો સમાવેશ થાય છે. ઉદાહરણ તરીકે, રાજકીય જુબેશ પ્રતિસ્પર્ધાને ખરાબ દેખાડવા માટે તેના વિશે ખોટા દાવા કરવામાં આવે છે. વિરોધી પાર્ટીના લોકો ભ્રષ્ટાચારી છે. વિશેષ સમુદાયને સમર્થન આપે છે, પરિવારવાદી છે, તેમના ઉમેદવારો ગુન્હેગાર છે વગેરે.

૬. **ખોટા આંકડાઓનો ઉપયોગ કરવો :** ખોટા અથવા ભ્રામક આંકડાઓનો ઉપયોગ કરવો એ એક સામાન્ય પ્રચાર તકનીક છે. ઉદાહરણ તરીકે, ચુંટણી જુબેશમાં દાવો કરવામાં આવે છે કે મોટાભાગના લોકો તેમના ઉમેદવારોને સમર્થન આપે છે, ભલે આ સાચું ન હોય.

૬. **અવાસ્તવિક વચનો આપવા :** અવાસ્તવિક વચનો આપવા એ પ્રચારમાં ઉપયોગમાં લેવાતી બીજી સામાન્ય તકનીક છે. ઉદાહરણ તરીકે, ઉમેદવાર ગરીબોનો અંત લાવવાનું વચન આપી શકે છે, તેમ છતાં આ શક્ય નથી.

૭. **પ્રતીકોનો ઉપયોગ :** પ્રતીકોનો ઉપયોગ ઘણીવાર પ્રચારમાં કોઈ વિચાર અથવા ખ્યાલને રજૂ કરવા માટે થાય છે. ઉદાહરણ તરીકે ૧૯૨૦ માં, નાઝી પક્ષે વંશીય શુદ્ધતાની માન્યતા દર્શાવવા માટે સ્વસ્તિકનો ઉપયોગ કર્યો હતો.

૮. **સ્લોગન :** સ્લોગન એ એક વિચાર અથવા ખ્યાલનો સારાંશ આપવા માટે ઉપયોગમાં લેવાતા ટૂંકા ‘કેચ ફેઝ’ છે. ઉદાહરણ તરીકે, ૨૦૧૬ના પ્રમુખપદની જુબેશમાં, “મેક અમેરિકા ગ્રેટ અગેઈન” ડોનાલ્ડ ટ્રમ્પના સૂત્રોમાંથી એક હતું.

૯. **સામાન્ય લોકો :** સામાન્ય લોકોની અપીલ એ એવી તકનીક છે જે ઉમેદવારને સમર્થન આપવા માટે ખાસ ઉપયોગ કરાય છે. જેમાં જણાવવામાં આવે છે કે અમારી પાર્ટી સાથે સામાન્ય લોકો જોડાયા છે. જેનાથી સામાન્ય લોકો ઝડપથી તેમની સાથે જોડાય છે. આમા વિચાર એ છે કે જો નિયમિત લોકોને કોઈ રાજકીય પક્ષ ગમે છે, તો તે સારો હોવો જોઈએ. ઉદાહરણ તરીકે, રાજકીય જુબેશ તેના જાહેરખબરોમાં સામાન્ય નાગરિકોનો ઉપયોગ મતદારોને અપીલ કરવાનો પ્રયાસ કરી શકે છે.

૧૦. **પ્રશંસાપત્રો :** પ્રશંસાપત્રો પ્રખ્યાત અથવા આદરણીય લોકો તરફથી સમર્થન છે. ઉદાહરણ તરીકે, કોઈ સેલિબ્રિટી ઓફિસ ઉમેદવારને સમર્થન આપી શકે છે. મોટા નેતાઓ.

અભિનેતાઓ, ખ્યાતનામ લોકો કોઈ પાર્ટી સાથે જોડાય છે, જે થી લોકો પણ તેમની સાથે જોડાય છે.

૧૧. સ્થાનાંતરણ : આ તકનીક કોઈ વસ્તુ અથવા વ્યક્તીને વધુ અનુકૂળ લાગે તે માટે હકારાત્મક જોડાણોનો ઉપયોગ કરે છે. ઉદાહરણ તરીકે, એક રાજકીય ઝુંબેશ તેની જાહેરાતોમાં અમેરિકન ધ્વજનો ઉપયોગ ઉમેદવારને દેશભક્ત બનાવવા માટે કરી શકે છે. દેશ ભક્તિના ગીતોનો ઉપયોગ ચુટણી પ્રચાર વખતે કરવામાં આવે છે.

૧૨. કાર્ડ સ્ટેકીંગ : કાર્ડ સ્ટેકીંગ એ એક તકનીક છે જે ફક્ત એવી માહિતી રજૂ કરે છે જે પ્રમોટ કરવામાં આવી રહેલી વ્યક્તિ અથવા વસ્તુને અનુકૂળ હોય. ઉદાહરણ તરીકે, કોઈ પાર્ટી તેના શાસનની માત્ર હકારાત્મક સમીક્ષાઓ જ બતાવે છે નકારાત્મક નહીં. મીડિયાના મધ્યમથી માત્ર હકારાત્મક માહિતીઓ આપવામાં આવે છે. નકારાત્મક માહિતીઓને દબાવવામાં આવે છે.

૧૩. ચમકદાર સામાન્યતાઓ : ચમકદાર સામાન્યતાઓ એવા શબ્દો અથવા શબ્દસમૂહો છે જેનો સકારાત્મક અર્થ છે પરંતુ તેનો ખરેખર કોઈ અર્થ નથી. ઉદાહરણ તરીકે, ઉમેદવાર રહી શકે છે કે તેઓ “પરિવર્તન માટે” છે, તેમ છતાં તેઓ સ્પષ્ટ કરતા નથી કે તેઓ કયા પ્રકારના ફેરફાર માટે છે.

૧૪. સ્ટીરિયોટાઈપિંગ : સ્ટીરિયોટાઈપિંગ એ એક તકનીક છે જે વિરોધ અથવા દુશ્મનનું વર્ણન કરવા માટે વધુ પડતા સરળ અને ઘણીવાર અચોક્કસ વિચારો અથવા માન્યતાઓનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. જેમકે એક વિશેષ પક્ષ પરિવારવાદી છે.

૧૫. સ્નોબ અપીલ : સ્નોબ અપીલ એ એક એવી ટેકનિક છે જે વિશિષ્ટ વિચારનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. આવો વિચારો ખુબજ હકારાત્મક હોય છે અને સરળતાથી લોકો ને આકર્ષે છે. ઉદાહરણ તરીકે, એક રાજકીય પાર્ટી સૂત્રનો ઉપયોગ કરી શકે છે, “તમારા માટે ફક્ત વિકાસ”

૧૬. લોડ કરેલી ભાષા : આ ટેકનીક અમુક લાગણીઓ ઉત્તેજિત કરવા માટે ભાષાનો ઉપયોગ કરે છે. ઉદાહરણ તરીકે, ‘તૃષ્ટિકરણની રાજનીતિ’ કરાય છે, તેવો બીજા પક્ષ ઉપર હુમલો કરવામાં આવે છે.

૧૭. વીઝલ શબ્દો : નીલ શબ્દો એ લોકોને ગેરમાર્ગે દોરવા અથવા છેતરવા માટે રચાયેલ શબ્દો છે. ઉદાહરણ તરીકે, વાક્ય, “હું એમ નથી કહેતો કે X ખરાબ વ્યક્તિ છે, પરંતુ...” સૂચવે છે કે વ્યક્તિ વાસ્તવમાં તેને કદાચ વિના ખરાબ છે.

● પ્રચારમાં ચાલાકીથી બચવા માટેની મહત્વની ટિપ્સ

પોતાની જાતને પ્રચારથી બચાવવા માટે એ જરૂરી છે કે પ્રચારમાં ઉપયોગમાં લેવાતી વિવિધ પદ્ધતીઓ વિશેની જાણકારી રાખવી. માહિતીને કેવી રીતે વિકૃત કરી શકાય છે. તેનાથી વાકેફ રહેવાથી, તમે વધુ તર્ક કરી શકો છો અને સરળતાથી છેતરપિંડીને

પકડી શકો છો, જેનાથી યોગ્ય નિર્ણય લઈ શકાય છે.

તેમને મળેલી માહિતીનું વિવેચનાત્મક મૂલ્યાંકન કરવું પણ મહત્વપૂર્ણ છે. કોઈપણ નિર્ણય લેતા પહેલા હકીકતો ચકાસવા માટે બહુવિધ સ્ત્રોતો, શોધોને ચકાસવા જરૂરી છે. ભાવનાત્મક અપીલ અથવા પ્રસ્તુત માહિતી પર આંધળો વિશ્વાસ કરવો જોઈએ નહીં. તેના બદલે, આપણી માન્યતાઓ વિકસાવતા પહેલા અથવા આપણી વર્તણૂક બદલતા પહેલા દર્શાવવામાં આવેલી માહિતી સચોટ છે કે કેમ તે જાણવા માટે આપણે પહેલ કરવાની જરૂર છે.

મનો‘કાવ્ય’

તો ઈલાજ કરાવીએ ચાલો ચાલો..

(માનસિક સારવાર જાગૃતિ અર્થે)

ચાલો ચાલો મનનો ઈલાજ કરાવીએ ચાલો ચાલો,
મનની બધી તકલીફને ગંભીરતાથી સમજીને
ઈલાજ કરાવીએ ચાલો ચાલો..

આંખ, નાક, જીભ, કાન, ત્વચામાં લાગે કંઈ અજુગતું,
ને જ્ઞાનેન્દ્રિયોમાં થઈ જાય જ્યારે કંઈ ગડબડ ને ગફલત.
તો ઈલાજ કરાવીએ ચાલો ચાલો..

અંગત જીવન, વ્યક્તિત્વ ને સંવેદનામાં થાય કોઈ જ્યારે મુશ્કેલી,
દારૂ, ગાંજો, તમાકુ, ડ્રગ્સ ને મોબાઈલ થાય ખુદ પર હાવી.
તો ઈલાજ કરાવીએ ચાલો ચાલો..

ના સમજે ના સાંભળે ને વર્તનમાં આવે ભરતી ને ઓટ,
શક, સફાઈ, વિચાર, ને ક્રિયાઓ કરે વારંવાર
તો ઈલાજ કરાવીએ ચાલો ચાલો..

ઉદાસ, તણાવ, આત્મહત્યાને ભણવામાં હોઈ કમજોરી,
ને મગજમાં આવે તોફાન અને સન્નાટો જ્યારે જ્યારે
તો ઈલાજ કરાવીએ ચાલો ચાલો..

સમય થોભી ગયો ને જાણે દુનિયાની કંઈ ખબર નહિ,
રાત દિવસનું, ભાન નહિ ને રહે કમરામાં વર્ષો સુધી બંધ...
તો ઈલાજ કરાવીએ ચાલો ચાલો..

સુખ દુઃખ લૂંટાઈ ગયું હોઈ ને થઈ ગયા હોય શૂન્ય,
ગુમસુમ, ના ખાવું, ના પીવું, ના ઊંઘ ને નહિ કોઈના માટે પ્યાર..
તો ઈલાજ કરાવીએ ચાલો ચાલો..

દવા, થેરાપી, સપોર્ટ, કામ આ બધું છે સંજીવની,
મનને તંદુરસ્ત બનવાના આપને સાથે મળી બધા શપત લઈએ.
તો ઈલાજ કરાવીએ ચાલો ચાલો..

ઊઠો, જાગો, સમજોને સમજાવો ચાલો દોસ્ત,
અંધશ્રદ્ધાને દફનાવીને બુદ્ધિ ચલાવી હોસ્પિટલ જઈએ.
તો ઈલાજ કરાવીએ ચાલો ચાલો..

-રોહિત જોષી

કેસ સ્ટડી

૧. ક્યારેક આવું પણ બને....

આલ્યાનું આજે રીઝલ્ટ હતું. ઘરમાં પણ ખુબ જ ઉત્સાહ હતો. આલ્યા કાંઈ બહું મોટી નહોતી. ફક્ત ૧૦ વર્ષની પણ તેના રીઝલ્ટને લઈને ખૂબ જ એક્સાઈટ હતી. ગયા વર્ષે તે બધા જ ક્લાસમાં ફસ્ટ આવી હતી. ૯૮ ટકા સાથે, ૯૮ ટકા કાંઈ ઓછા તો ન જ હતા. સારામાં સારી સ્કુલમાં એડમીશન અને ૯૮ ટકા સાથે ફસ્ટ આવવું કાંઈ નાની સુની વાત નહોતી. આલ્યા માટે કેડીટ હતી અને આજે આલ્યાએ ૫ માં ધોરણનું રિઝલ્ટ લેવા જવાનું હતું.

પણ, આ શું? તેના ફક્ત ૬૨ ટકા? આ તો કેવી રીતે બન્યું? આલ્યા પહેલાંની જેમ જ વાંચતી હતી. ટીચરે તેના પેરેન્ટસને બોલાવવા તેમની સાથે ચર્ચા કરી. પણ આલ્યા પોતાનું હોમવર્ક, વાંચવાનું બધું બરાબર જ કરતી હતી. આલ્યા પોતાના રિઝલ્ટને લઈને મુડલેસ રહેવા લાગી.

તેને સાયકોલોજીસ્ટ પાસે લઈ જવામાં આવી. સાયકોલોજીસ્ટે તેનો એકડેમીક ગ્રાફ તપાસ્યો. અત્યાર સુધીની તેની કેરીયર સારી હતી. પણ અચાનક ડાઉન રિઝલ્ટ આવવાથી માતા-પિતા પણ ચિંતામાં હતા. તેના માતા-પિતાના કહેવા અનુસાર તેઓ આલ્યાને વધુ મહેનત કરવા માટે પ્રોત્સાહિત કરતા હતા. રિઝલ્ટને લઈને તેઓ આલ્યાને વઢ્યા પણ ન હતા, ખિજાયા પણ ન હતા.

આલ્યા પાસેથી કાઉન્સેલીંગમાં સાયકોલોજીસ્ટને ખબર પડી કે હવે આલ્યાને ઘરમાં પણ ખબર પડવા માંડી છે તે મોટી થતી જાય છે. ઘરમાં થતાં પ્રોબ્લેમમાં રસ લેવા લાગી છે. જે ઘરમાં હેલ્થી એટમોસ્ફીયર બનવું જોઈતું હતું તે મળતું નથી. આલ્યા વાંચવા બેસે ત્યારે તેને ઘરના પ્રોબ્લેમના સોલ્યુશનમાં જ વધારે રસ હોય છે કે પોતે શું કરે કે દાદી અને મમ્મીના ઝઘડાઓ ઓછા થાય અને પોતે તે બંન્નેને હેલ્પ કરી શકે.

આલ્યાના ઘરમાં માતા-પિતા ઉપરાંત દાદા-દાદી પણ હતા. સાસુ વહુના ખટરાગની અસર આલ્યાના નાના મન પર પડતી હતી. તેનું મન કોરી ખાતું હતું, આલ્યા વિચારોમાં પડી રહેતી હતી. વાંચવાની જગ્યાએ. આલ્યાના માતા-પિતાને પણ લાગ્યું કે આલ્યાના દાદીને મમ્મીના ખટરાગની અસર આલ્યાના નાના માનસ પર થાય છે. આલ્યા વિચાર્યા કરતી કે પોતે શું કરે કે ઝઘડાઓ ઘટે અને પોતે હેલ્પ કરી શોલ્યુશન લાવે.

સાયકોલોજીસ્ટે આલ્યાના માતા-પિતાને સમજાવ્યું કે આલ્યાની હાજરીમાં બને તેટલું વાતાવરણ ખુશનુમા રહે, ઝઘડો ઘટે, દાદા-દાદીને પણ આજ સલાહ આપી. જેથી તેઓ બધા જ મળીને આલ્યાને એકેડેમીકમાં હેલ્પ કરી શકે અને તેનો ગ્રાફ ઉચો લાવી શકે. પોઝીટીવ અસર આલ્યાના મન પર પડી અને હવે તેના માતા-પિતાને ખાતરી છે કે આલ્યા પાછી પોતાની એકેડેમીક કેરીયરમાં પાછી ફરશે. **મનો-સંવાદ :-** ઘરમાં ઝઘડા બજી જ વસ્તુનું સોલ્યુશન નથી હોતા ક્યારેક ઘરની બાબત બેસીને પણ સુલઝાવી શકાય છે ક્યારેક અજાણતા બાળમાનસ પર ઘરના ઝઘડા પોતાની અસર છોડતાં જાય છે.

- હેમાલી પરીખ, કન્સલ્ટન્ટ સાયકોલોજીસ્ટ, અમદાવાદ

જાણવા જેવું

માનસિક સ્વાસ્થ્ય :

માનસિક સ્વાસ્થ્ય શું છે? તો માનસિક સ્વાસ્થ્ય એ સફળ માનસિક પ્રવૃત્તિની જાળવણીનો સંદર્ભ આપે છે. આમાં ઉત્પાદક દૈનિક પ્રવૃત્તિઓ જાળવવી અને અન્ય લોકો સાથે પરિપૂર્ણ સંબંધ જાળવવાનો સમાવેશ થાય છે. તેમાં પરિવર્તન સાથે અનુકૂળન કરવાની અને તાણનો સામનો કરવાની ક્ષમતા જાળવી રાખવાનો પણ સમાવેશ થાય છે.

કોલમેનના મતે “માનસિક સ્વાસ્થ્ય એટલે તંદુરસ્ત વ્યક્તિત્વ વિકાસ અને માનસિક રોગના હુમલાથી બચવા માટેનો વ્યવસ્થિત વૈજ્ઞાનિક પ્રયત્ન.” માનસિક બીમારી ચિન્હો અને લક્ષણો, ડિસઓર્ડર, સંજોગો અને અન્ય પરિબળોના આધારે બદલાઈ શકે છે. માનસિક બીમારીના લક્ષણો લાગણીઓ, વિચારો અને વર્તનને અસર કરી શકે છે. જેમાં ચિન્હો અને લક્ષણોના ઉદાહરણોમાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે.

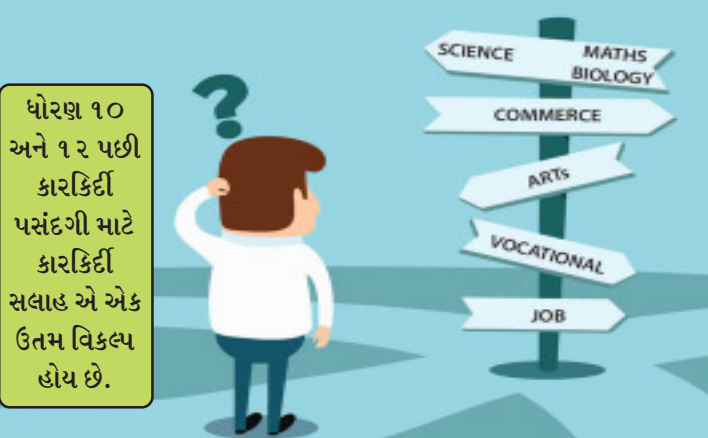
- ઉદાસી અનુભવવી.
- મૂંઝવણભર્યા વિચાર અથવા ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવાની ક્ષમતામાં ઘટાડો થવો.
- અતિશય ભય અથવા ચિંતાઓ અથવા અપરાધની આત્યંતિક લાગણી.
- મૂડમાં સતત ફેરફાર.
- મિત્રો અને પ્રવૃત્તિઓમાંથી ખસી જવું.
- થાક લાગવો, ઉર્જામાં ઘટાડો અનુભવવો અથવા ઊંઘમાં સમસ્યા અનુભવવી.
- દૈનિક સમસ્યાઓ અથવા તાણનો સામનો કરવામાં અસમર્થતા.
- પરિસ્થિતિઓ અને લોકોને સમજાવવામાં તેમજ તેને સંબંધિત સમસ્યાઓના નિવારણ લાવવામાં મુશ્કેલી.
- ખાવાની આદતોમાં મોટા ફેરફારો.
- સેક્સ ડ્રાઈવમાં ફેરફાર.
- અતિશય ગુસ્સો, દુશ્મનાવટ અથવા હિંસા.
- આત્મઘાતી વિચાર.
- કેટલીકવાર માનસિક સ્વાસ્થ્ય વિકારના લક્ષણો શારીરિક સમસ્યાઓ તરીકે દેખાય છે, જેમ કે પેટમાં દુઃખાવો, પીઠનો દુઃખાવો, માથાનો દુઃખાવો, અથવા અન્ય ન સમજાય તેવા દુઃખાવા.
- માનસિક સ્વાસ્થ્ય અને સુખાકારી માટે શું કરવું જોઈએ તો હકારાત્મક માનસિક સ્વાસ્થ્ય માટે નીચેની બાબતો ધ્યાનમાં રાખવી જોઈએ.
- આપણી સંપૂર્ણ ક્ષમતાનો અહેસાસ કરવો.
- જીવનના તણાવનો સામનો કરવો.
- સામાજિક સમુદાયોમાં અર્થપૂર્ણ યોગદાન આપવું.
- કાર્ય કરવાની ઉત્પાદકતા અને સર્જનાત્મકતા વધારવી.

અનુસંધાન પાના નં. ૭ પર

પ્રશ્ન : ધોરણ ૧૦ અને ૧૨ પછી કારકિર્દી પસંદગી કેવી રીતે કરશો?
કારકિર્દી સલાહ કેવી રીતે મદદ કરી શકે?

જવાબ : ધોરણ ૧૦ અને ૧૨ પછી વિદ્યાર્થીઓ અને વાલીઓને સૌથી વધુ મુંઝવતો પ્રશ્ન હોય છે કે આગળની કારકિર્દીની પસંદગી કેવી રીતે કરવી ? ચિંતા છોડો, પ્રસ્તુત જવાબમાં આ બાબતે ખૂબ ઊંડાઈ થી વિશ્લેષણ કરી માહિતી આપવામાં આવી છે.

ધોરણ ૧૦ અને ૧૨ પછી કારકિર્દી પસંદગી માટે કારકિર્દી સલાહ એ એક ઉત્તમ વિકલ્પ હોય છે. એક નિષ્ણાંત મનોવૈજ્ઞાનિકની મદદ થી વિદ્યાર્થીનું વ્યક્તિગત મૂલ્યાંકન થઈ શકે છે. જેમાં રસ-રૂચિ, અભિયોગ્યતા, બૌદ્ધિક ક્ષમતા, વ્યક્તિત્વના લક્ષણો વગેરેનું મૂલ્યાંકન કરી શ્રેષ્ઠ વિકલ્પો મળી શકે છે. આ વિકલ્પો માંથી વિદ્યાર્થી પોતે પોતાની ક્ષમતા અને પસંદગી પ્રમાણે એક વિકલ્પ પસંદ કરે છે. સામાન્ય રીતે સલાહકાર કે મનોવૈજ્ઞાનિક દ્વારા વિવિધ મનોવૈજ્ઞાનિક કસોટીઓ જેવી કે અભિયોગ્યતા કસોટીઓ, વ્યક્તિત્વ કસોટીઓ, બુદ્ધિ કસોટીઓ અને રસ-રૂચિ કસોટીઓનો ઉપયોગ



કરવામાં આવે છે. આ કસોટીના આધારે મેળવેલ પરિણામના આધારે વિદ્યાર્થીને કારકિર્દી પસંદગીના વિકલ્પો આપવામાં આવે છે. વિદ્યાર્થી આમાંથી યોગ્ય વિકલ્પ પસંદ કરે છે, પરંતુ અહીં સલાહ એવી છે કે કોઈ એક વિકલ્પની પસંદગી કરવાની જગ્યાએ અન્ય સમાંતર બીજો વિકલ્પ પણ બેક-અપમાં વિચારી રાખવો જોઈએ. કારણકે સંજોગોથી કોઈ એક લક્ષ્યમાં સફળતા નથી મળતી તો અન્ય વિકલ્પ તેનું માનસિક સ્વાસ્થ્ય જાળવી રાખવામાં મદદ કરે છે. મનોવૈજ્ઞાનિકનું અન્ય એક કામ વિદ્યાર્થીને કારકિર્દી માટે પસંદ કરેલા વિકલ્પ માટે માનસિક રીતે તૈયાર કરવાનો છે. જેમાં આત્મવિશ્વાસ, સ્વ-પ્રેરણા, સંઘર્ષ સામે લડવાની શક્તિ, તણાવ અને ચિંતાનું વ્યવસ્થાપન, નિર્ણય લેવાની શક્તિ, જુથમાં કાર્ય કરવાની કળા, સામાજિક કૌશલ્યો, ગહન અધ્યયનની ટેવ, સંશોધન વૃત્તિ વગેરેનો વિકાસ કરવા માટે પ્રયત્ન કરે છે.

● એક કારકિર્દી સલાહકાર કારકિર્દી પસંદગીમાં કેવી રીતે મદદ કરે છે તે કેટલાક મુદ્દાઓથી સમજવાનો પ્રયત્ન કરીએ.

૧. કારકિર્દી સલાહકાર વિદ્યાર્થીનીને રસ-રૂચિ, મૂલ્યો અને કૌશલ્યની શોધ કરવામાં મદદ કરે છે :- કારકિર્દી સલાહકાર વિદ્યાર્થીને તેમની રૂચિઓ, મૂલ્યો અને કૌશલ્યોની શોધ કરવામાં મદદ કરી શકે છે. આ માટે તે ઉપર વર્ણન કરેલ દરેક મનોવૈજ્ઞાનિક કસોટીઓનો ઉપયોગ કરે છે. જેનાથી વિદ્યાર્થી પોતાના માટે યોગ્ય ક્ષેત્રની પસંદગી કરી શકે છે. એકવાર આ ક્ષેત્રોની ઓળખ થઈ જાય, ત્યારબાદ કારકિર્દી સલાહકાર વિદ્યાર્થીને તેના ધ્યેયોને અનુસરવા માટે યોજના વિકસાવવામાં મદદ કરી શકે છે. આમાં માહિતીલક્ષી ઈન્ટરવ્યુ ગોઠવવા, વિવિધ કારકિર્દી પર સંશોધન કરવા અને નોકરીની તકો શોધવાનો સમાવેશ થઈ શકે છે. કારકિર્દી સલાહમાં નિયમિત રિવ્યુ પણ લેવામાં આવે છે, જેમાં એ નિશ્ચિત કરવામાં આવે છે કે કારકિર્દી સલાહકાર ખરેખર યોગ્ય રસ્તા ઉપર છે ને, વિદ્યાર્થી ભટકી તો નથી ગયો ને? તેની પ્રગતિ સુનિશ્ચિત કરવાની જવાબદારી પણ કારકિર્દી સલાહકારની છે.

૨. વિદ્યાર્થીને તેની કારકિર્દી પસંદગીના નિશ્ચિત કરેલા ધ્યેયો અને તેના માટે જરૂરી શિક્ષણ વચ્ચે યોગ્ય સંબંધો સમજાવે છે. :- કારકિર્દી સલાહ વિદ્યાર્થીને તેના શિક્ષણ અને કારકિર્દીના લક્ષ્યો વચ્ચેના સંબંધને સમજવામાં મદદ કરે છે. તે વિદ્યાર્થીને કારકિર્દીના વિવિધ વિકલ્પો અને તે વિકલ્પોને અનુસરવા માટે જરૂરી શૈક્ષણિક આવશ્યકતાઓની શોધ કરીને તેમના ભવિષ્ય વિશે જરૂરી નિર્ણય લેવામાં મદદ કરી શકે છે. કારકિર્દી સલાહ વિદ્યાર્થીઓને તેમની શક્તિઓ અને નબળાઈઓને ઓળખવામાં અને આ પરિબળો તેમની કારકિર્દી પસંદગીઓને કેવી રીતે અસર કરે છે તે સમજવામાં મદદ કરી શકે છે. કારકિર્દી સલાહ વિદ્યાર્થીને તેના શૈક્ષણિક અને કારકિર્દીના લક્ષ્યો હાંસલ કરવામાં મદદ કરી શકે છે.

૩. વિદ્યાર્થીના ભવિષ્ય વિશે જરૂરી નિર્ણયો લેવામાં મદદ :- કારકિર્દી સલાહ વિદ્યાર્થીને તેની કારકિર્દીના વિવિધ વિકલ્પનો, દરેક વિકલ્પના ફાયદા અને ગેરફાયદા અને દરેક વિકલ્પને અનુસરવા માટે જરૂરી પગલાઓ વિશે માહિતી આપીને તેમના ભવિષ્ય વિશે જરૂરી નિર્ણયો લેવામાં મદદ કરે છે. કારકિર્દી સલાહ વિદ્યાર્થીને જરૂરી નિર્ણય લેવા માટે જરૂરી માહિતી અને સાધનો પ્રદાન કરીને પણ મદદ કરી શકે છે.

૪. સલાહકાર વિદ્યાર્થીને લક્ષ્યો હાંસલ કરવા અને તેની વ્યુહરચના વિકસાવવામાં મદદ કરે છે :- અનુભવી સલાહકાર કારકિર્દીના વિકલ્પોને ઓળખવામાં અને અન્વેષણ કરવામાં, જોબ શોધ વ્યુહરચના વિકસાવવા, રિઝ્યુમ્સ અને કવર લેટર્સ લખવા, ઈન્ટરવ્યુની તૈયારી કરવા અને નોકરીના તણાવને સમજવા અને મેનેજ કરવામાં મદદ કરી શકે છે. તે વિદ્યાર્થીને તેમની

શક્તિઓ અને નબળાઈઓનું મૂલ્યાંકન કરવામાં, કારકિર્દીના વાસ્તવિક લક્ષ્યો નક્કી કરવામાં અને તે લક્ષ્યોને પ્રાપ્ત કરવા માટે કાર્ય યોજનાઓ બનાવવામાં પણ મદદ કરી શકે છે. આખરે, કારકિર્દી સલાહ વિદ્યાર્થીને તેમની કારકિર્દી વિશે એવા નિર્ણયો લેવામાં મદદ કરી શકે છે, જે વધુ સંતોષ અને સફળતા તરફ દોરી જાય છે.

૫. જોબ માર્કેટને સમજવામાં વિદ્યાર્થીઓને મદદ કરવી :

કારકિર્દી સલાહકાર વિદ્યાર્થીને ઉપલબ્ધ વિવિધ જોબ વિકલ્પો વિશે સમજવામાં અને જોબ માર્કેટને સમજવામાં મદદ કરી શકે છે. સલાહકાર નોકરીની શોધની વ્યવસ્થાના અને ઈન્ટરવ્યુ વિશે પણ માહિતી આપી શકે છે. વધુમાં, કાઉન્સેલર વિદ્યાર્થીને તેમની શક્તિઓ અને નબળાઈઓને ઓળખવામાં મદદ કરી શકે છે અને સંભવિત કારકિર્દી સાથે તેનો મેળ કરી શકે છે.

૬. કારકિર્દી સંક્રમણ ને સમજવામાં મદદ કરવી :

કારકિર્દી સલાહકાર સમગ્ર પ્રક્રિયા દરમિયાન સમર્થન અને સલાહ આપીને વિદ્યાર્થીને તેમની કારકિર્દીના સંક્રમણોનું સંચાલન કરવામાં મદદ કરી શકે છે. કારકિર્દી સંક્રમણ એ વિદ્યાર્થી કોઈ એક કારકિર્દી વિકલ્પમાં નિષ્ફળ જતા અન્ય નવા વિકલ્પ સમજાવવાની તકનિક છે. સલાહકાર કારકિર્દીના નવા વિકલ્પોની શોધ કરવામાં, સ્થાનાંતરિત કૌશલ્યોને ઓળખવામાં અને સંક્રમણ કરવા માટેની યોજના બનાવવામાં મદદ કરી શકે છે. તેઓ નેટવર્કિંગ, ઈન્ટરવ્યુ અને જોબ શોધ વ્યવસ્થાઓ પર સંસાધનો અને સલાહ પણ આપી શકે છે. સંક્રમણના સમયે કારકિર્દી સલાહકાર મૂલ્યવાન સંપત્તિ બની શકે છે અને વિદ્યાર્થીને તેમની કારકિર્દી સફળતાપૂર્વક સંચાલિત કરવામાં મદદ કરી શકે છે.

૭. કારકિર્દીની સફળતા માટેના અવરોધોને દૂર કરવા મદદ કરવી :-

કારકિર્દી સલાહ વિદ્યાર્થીઓને કારકિર્દીની સફળતા માટેના અવરોધોને દૂર કરવા માટે મદદ કરવામાં મુખ્ય ભૂમિકા ભજવી શકે છે. કારકિર્દી સલાહકારો વિદ્યાર્થીને સલાહ આપીને તેમની કારકિર્દીના ધ્યેયો હાંસલ કરવામાં અટકાવતા અવરોધોને ઓળખવામાં અને દૂર કરવામાં મદદ કરી શકે છે. બીજા સામાન્ય અવરોધો કે જેમાં કારકિર્દી સલાહકારો મદદ કરી શકે છે તેમાં દિશાનો અભાવ, આત્મ-શંકા, ઈમ્પોસ્ટર સિન્ડ્રોમ અને આત્મવિશ્વાસનો અભાવ શામેલ છે. કારકિર્દી સલાહકાર સાથે કામ કરીને, વિદ્યાર્થીને આ અવરોધોને દૂર કરવા અને તેમની કારકિર્દીમાં આગળ વધવા માટેની યોજના વિકસાવી શકે છે. જ્યારે વિદ્યાર્થીને તેમની કારકિર્દીમાં મુશ્કેલ પડકારોનો સામનો કરી રહી હોય ત્યારે કારકિર્દી સલાહકાર પણ સમર્થન અને પ્રોત્સાહન આપી શકે છે. વિદ્યાર્થીને પડકારોને વિકાસની તકો તરીકે જોવામાં મદદ કરીને, કારકિર્દી સલાહકારો તેમને જરૂરી સ્થિતિસ્થાપકતા વિકસાવવામાં મદદ કરી શકે છે.

વિદ્યાર્થીઓ અને વ્યવસાયિકો એકસરખું વિચારવાની એક પેટર્નમાં આવે તે સલાહકારનો મૂળ ઉદ્દેશ્ય હોય છે. અંતે કહી શકાય કે કારકિર્દી પસંદગીમાં વિદ્યાર્થીના વ્યક્તિત્વ લક્ષણો, રસ-રૂચિ, અભિયોગ્યતા, બૌદ્ધિક ક્ષમતા, વગેરે મહત્વના હોય છે. એક કારકિર્દી માર્ગદર્શક ઉપરોક્ત દરેક મુદ્દાનું મૂલ્યાંકન કરી વિદ્યાર્થીને વિકલ્પો આપે છે. જેમાંથી તે પોતાની રૂચિ અને ક્ષમતા સમજી એક યોગ્ય વિકલ્પ પસંદગી કરે છે. કારકિર્દી પસંદગીમાં એક બીજી મુખ્ય વાત મહત્વની છે કે કોઈ એક વિકલ્પની જગ્યાએ એ અન્ય સમાંતર વિકલ્પ તૈયાર રાખવો જોઈએ જેથી, સંજોગોથી એક લક્ષ્યમાં નિષ્ફળતા મળે તો અન્ય વિકલ્પ તૈયાર હશે તો મનોવૈજ્ઞાનિક સ્થિરતા બનેલી રહેશે. વિદ્યાર્થી જે વિકલ્પ તરફ વળે તેનું ઊંડું અને ગહન જ્ઞાન અને અનુભવ મેળવવાની જીજ્ઞાસાનો વિકાસ થાય અને સંશોધન વૃત્તિનો વિકાસ થાય તે ખુબજ જરૂરી છે. પસંદગીની કારકિર્દી માટેની સ્વ-પ્રેરણા સતત બનેલી રહે તે માટે તેને માનસિક રીતે તૈયાર કરવો જરૂરી છે.

જાણવાજેવું

પાના નં. ૫ પરથી...

- જો તમને કાઉન્સેલર, મનોચિકિત્સકની જરૂર હોય તો વ્યાવસાયિક સહાય મેળવવી
- સકારાત્મક રહેવું.
- શારીરિક અને માનસિક રીતે સક્રિય થવું.
- બીજાને મદદ કરવી.
- પૂરતી ઊંઘ મેળવવી.

માનસિક સ્વાસ્થ્ય માટે ઘણા બધા સંગઠનો અને સંસ્થાઓ તેમજ સામાજિક સંસ્થાઓ પણ કાર્યરત છે. ૨૦૨૩ની માનસિક સ્વાસ્થ્યની થીમ Mental health is a universal human right છે. આપણે સૌ આપણા અને આપણી આસપાસના તમામ લોકોના માનસિક સ્વાસ્થ્ય જાળવી રાખવા માટે કટિબદ્ધ થઈએ. આવો આપણે સૌ રોજીટી પ્રવૃત્તિમાં યોગ-પ્રાણાયામ અને હળવી કસરતોનો સમાવેશ કરીએ અને આપણા માનસિક સ્વાસ્થ્યને મજબૂત કરીએ. - રોનકકુમાર પરમાર, આસિસ્ટન્ટ પ્રોફેસર, ચિલ્ડ્રન રિસર્ચ યુનિવર્સિટી, ગાંધીનગર

જાહેરાત, શુભેચ્છા સંદેશ દ્વારા મનોદર્પણને આર્થિક મદદ..

આથી સર્વે વાચક મિત્રોને જણાવવાનું કે મનોદર્પણ સમાજ સેવાના એક માત્ર હેતુથી કાર્ય કરે છે, જેમાં આપશ્રી આર્થિક સહયોગ આપવા ઈચ્છતા હોય તો, રૂ. ૫૦૦/- માં શુભેચ્છા સંદેશ અને રૂ. ૧૦૦૦/- માં જાહેરાત સ્વરૂપે શુભેચ્છા આપી મદદ કરી શકો છો.

- તંત્રી, પ્રતીક આચાર્ય.



Hemali Parikh

Consultant Psychologist

422, Sun Gravitas,
Radio Mirchi Road,
Nr. Shyamal Cross Road,
Vejalpur Ahmedabad - 380051
Mo. 98254 93434
email : hamalip.art@gmail.com

હાલની સ્થિતિમાં વ્યક્તિને અનેક સમસ્યાઓનો સામનો કરવો પડતો હોય છે જેમકે...

- મન દુઃખી રહેતું હોય, ઉદાસી, હતાશા, નિરાશા, કે બેચેની અનુભવાતી હોય.
- ઊંઘની સમસ્યા જેમ કે ઊંઘ ન આવવી કે ઊંઘ વધુ આવવી.
- સખત તણાવ અનુભવાતો હોય.
- નકારાત્મક વિચારો આવતા હોય.
- મૃત્યુ કે આપઘાતના વિચારો આવતા હોય.
- નાની બાબતોમાં ભય કે ચિંતા અનુભવાતી હોય.
- વધુ પડતો ગુસ્સો કે આવેશ અનુભવાતો હોય.
- વારંવાર મુડમાં પરિવર્તન થતું હોય.
- વારંવાર એકના એક વિચારો આવે અને એકની એક ક્રિયા કરવાનું મન થાય.
- કોઈપણ એડજેસ્ટમેન્ટ કરવાની સમસ્યા.
- રિલેશનશીપની સમસ્યા.
- બાળકોની સમસ્યા જેમકે વર્તનની સમસ્યા, તોફાન, ગુસ્સો, ભય, નબળું રીઝલ્ટ.
- કિશોરાવસ્થાની સમસ્યા, પરીક્ષાનો ભય, યાદ ન રહેવું કેરીયર પસંદગીની સમસ્યા

જો આપ કે આપના સગા સંબંધી, ઓળખીતી વ્યક્તિ જો આવી કોઈ સમસ્યાથી પીડાતા હોય તો આપ સંવાદ ક્લીનિકની મુલાકાત લઈ શકો છો. સંવાદ ક્લીનિકમાં આપ સાથેના સંવાદ દ્વારા આપની સમસ્યાનું નિરાકરણ થઈ શકે છે. આપની તમામ માહિતી ગુપ્ત અને ખાનગી રાખવામાં આવશે.

Counselling • Psychotherapy • Psychometric Assessment, Relaxation

For Appointment :- (M) 98254 93434

(Email) : hamalip.art@gmail.com