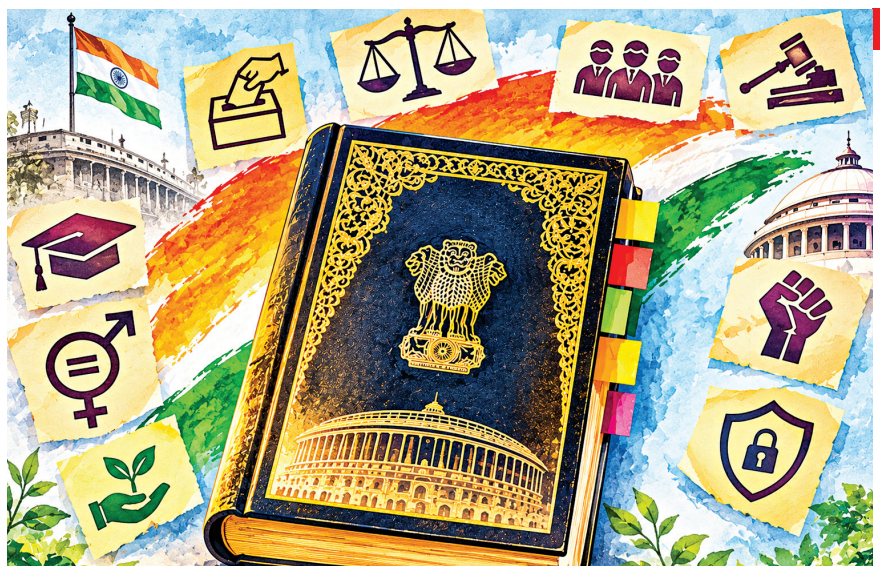
26 नवंबर संविधान दिवस

आजादी के बाद की पहली जनगणना (1951) में भारत की साक्षरता दर सिर्फ 18.33 प्रतिशत थी. यानी पांच साल और उससे अधिक उम्र की आबादी में करीब पांच में से चार लोग साक्षर नहीं थे. फिर भी जिस किताब की शुरुआत 'हम भारत के लोग' से होती है, उसने इन्हीं लोगों को पहले दिन से वोट दे दिया. बिना पढ़ाई, संपत्ति या लिंग की शर्त के. उस वक्त यह बड़ा जुआ माना गया. आज उस जुए के सबसे बड़े हिस्सेदार आप हैं. वही किताब आपकी रील, आपके फोन और थाने की देहरी तक पहुंचती है. यह उसका यूजर मैन्युअल है.

संविधान का यूजर मैन्युअल

तारीखों का हिसाब

26 नवंबर 1949 को संविधान सभा ने इसे अंगीकार किया. इसे तैयार करने में 2 साल, 11 महीने और 18 दिन लगे. संविधान सभा की अध्यक्षता डॉ. राजेंद्र प्रसाद ने की और डॉ. आंबेडकर की अध्यक्षता वाली प्रारूप समिति ने इसका मसौदा तैयार किया. यह 26 जनवरी 1950 को लागू हुआ. इसीलिए गणतंत्र दिवस जनवरी में आता है. मूल संविधान में 395 अनुच्छेद, 22 भाग और 8 अनुसूचियां थीं. समय के साथ इसमें बदलाव होते रहे हैं और अब तक 106 संविधान संशोधन अधिनियम पारित हो चुके हैं. 26 नवंबर को पहले 'लॉ डे' यानी विधि दिवस के रूप में मनाया जाता था. 2015 में केंद्र सरकार ने इसे आधिकारिक तौर पर 'संविधान दिवस' घोषित किया.



खेल के नियम

- संविधान बहस जीतने का हथियार नहीं, खेल के नियम हैं. रेफरी की सीटी तभी समझ आती है, जब नियम पता हों. इस 26 नवंबर को सिर्फ भाषण सुनने की जरूरत नहीं. बस संविधान की एक प्रति फोन में सेव कर लीजिए और अगली बहस में अनुच्छेद का नंबर बताकर देखिए. हो सकता है, बहस का रुख ही बदल जाए.

आपके रोज के सीन, उनके अनुच्छेद

- **रील या पोस्ट डालना:** अनुच्छेद 19(1)(क) बोलने और अभिव्यक्ति की आजादी देता है, लेकिन अनुच्छेद 19(2) के तहत इस पर कुछ उचित प्रतिबंध भी हैं. इनमें मानहानि, सार्वजनिक व्यवस्था, देश की संप्रभुता और अखंडता, सुरक्षा और न्यायालय की अवमानना जैसे आधार शामिल हैं. यानी मनमर्जी की छूट नहीं और पाबंदी भी मनमानी नहीं हो सकती.
- **कोई फोन खंगालने को कहे:** निजता का अधिकार जीवन और व्यक्तिगत स्वतंत्रता के अधिकार (अनुच्छेद 21) का हिस्सा है. सुप्रीम कोर्ट ने 2017 के के.एस. पुट्टास्वामी फैसले में इसे मौलिक अधिकार माना. इसका मतलब यह नहीं कि फोन की जांच कभी हो ही नहीं सकती. कानूनन अधिकार और उचित प्रक्रिया के तहत जांच के अलग नियम हैं.
- **पुलिस ने पकड़ लिया:** आम गिरफ्तारी के मामले में अनुच्छेद 22 के तहत गिरफ्तारी के कारण बताना जरूरी है. व्यक्ति को अपनी पसंद के वकील से सलाह लेने और बचाव का अधिकार है. उसे यात्रा में लगे जरूरी समय को छोड़कर 24 घंटे के भीतर मजिस्ट्रेट के सामने पेश करना होता है. हालांकि, इस अनुच्छेद में कुछ अपवाद भी हैं, जैसे निवारक नजरबंदी के मामले.
- **भेदभाव का सामना:** अनुच्छेद 15 धर्म, मूलवंश, जाति, लिंग या जन्मस्थान के आधार पर राज्य द्वारा भेदभाव पर रोक लगाता है. अनुच्छेद 16 सरकारी नौकरियों में समान अवसर की गारंटी देता है. यानी संविधान सिर्फ बराबरी की बात नहीं करता, बल्कि उसे व्यवहार में उतारने का रास्ता भी देता है.
- **18 के होते ही वोट:** भारत में पहले मतदान की न्यूनतम उम्र 21 वर्ष थी. 61वें संविधान संशोधन ने इसे घटाकर 18 वर्ष कर दिया. अब 18 साल का होते ही आप मतदाता बनने के पात्र हो सकते हैं, बशर्ते बाकी कानूनी शर्तें पूरी हों.
- **कैंपस में जुटना या क्लब बनाना:** अनुच्छेद 19(1)(ख) शांतिपूर्वक और बिना हथियार इकट्ठा होने का अधिकार देता है. अनुच्छेद 19(1)(ग) संगठन, संघ या यूनियन बनाने की आजादी देता है. हालांकि, इन अधिकारों पर भी संविधान में निर्धारित उचित प्रतिबंध लागू होते हैं.
- **हक छिन जाए तो:** अनुच्छेद 32 मौलिक अधिकारों के उल्लंघन पर सीधे सुप्रीम कोर्ट जाने का रास्ता देता है. वहीं अनुच्छेद 226 के तहत हाई कोर्ट भी मौलिक अधिकारों के साथ-साथ दूसरे कानूनी अधिकारों के लिए आदेश और रिट जारी कर सकता है. यानी इस मैन्युअल में कस्टमर केयर भी है.

अब माइक भी है करियर का रास्ता

राज शमानी की कहानी उन युवाओं के लिए भी एक संदेश है, जो कंटेंट क्रिएशन और पॉडकास्टिंग में अपना भविष्य तलाश रहे हैं. अब किसी बड़े मीडिया हाउस का हिस्सा बने बिना भी अपनी बात लाखों लोगों तक पहुंचाई जा सकती है. हालांकि इसके लिए केवल कैमरा और माइक खरीद लेना काफी नहीं. विषयों की समझ, सवाल पूछने का हुनर, तैयारी, निरंतरता और दर्शकों की रुचि पहचानना भी जरूरी है. डिजिटल दौर में लोकप्रियता का पैमाना बदल रहा है. अब जरूरी नहीं कि आपकी शुरुआत बड़ी हो, जरूरी यह है कि आपकी बात में दम हो. इंदौर के एक कमरे से निकली आवाज आज दुनिया भर में सुनी जा रही है. शायद यही नए दौर की सबसे बड़ी ताकत है.



राज शमानी की कहानी

एक माइक, एक मेहमान और करोड़ों दीवाने

इंदौर के एक छोटे से कमरे से शुरू हुआ राज शमानी का पॉडकास्ट आज दुनिया का सबसे बड़ा यूट्यूब पॉडकास्ट बन चुका है. यह कहानी सिर्फ एक क्रिएटर की कामयाबी नहीं, बल्कि डिजिटल दौर में बदलती लोकप्रियता और नई पीढ़ी की पसंद का भी आईना है. कभी पहचान बनाने के लिए बड़े शहर, महंगे स्टूडियो और टीवी चैनलों का सहारा जरूरी माना जाता था. लेकिन डिजिटल दुनिया ने सफलता का यह पुराना गणित बदल दिया है. अब एक छोटा सा कमरा, एक माइक और एक दमदार आइडिया भी आपको दुनिया भर में पहचान दिला सकता है. इंदौर के राज शमानी ने कुछ ऐसा ही कर दिखाया है. उनका पॉडकास्ट Figuring Out with Raj Shamani w.w करोड़ से ज्यादा यूट्यूब सब्सक्राइबर्स के साथ दुनिया का सबसे ज्यादा सब्सक्राइबर्स वाला पॉडकास्ट बन गया है. साल 2021 में शुरू हुआ यह सफर आज एक वैश्विक उपलब्धि में बदल चुका है. इसने स्टीवन बार्टलेट के लोकप्रिय पॉडकास्ट The Diary of a CEO को पीछे छोड़ दिया है, जिसके 2.19 करोड़ सब्सक्राइबर्स हैं. वहीं, जो रोगन का The Joe Rogan E&perience 2.12 करोड़ सब्सक्राइबर्स के साथ इसके बाद है. खास बात यह है कि Figuring Out ने अकेले 2026 में 80 लाख नए सब्सक्राइबर्स जोड़े हैं. विभिन्न प्लेटफॉर्म पर इसे हर महीने करीब 1.4 अरब व्यूज मिल रहे हैं.

बातचीत में छिपी कामयाबी

आखिर इस पॉडकास्ट में ऐसा क्या है, जो करोड़ों लोगों को इससे जोड़ रहा है? इसका जवाब है बातचीत का अंदाज और विषयों की विविधता. राज शमानी अपने शो में बिजनेस लीडर्स, उद्यमियों, कलाकारों, विशेषज्ञों और अलग-अलग क्षेत्रों में सफलता हासिल करने वाले लोगों को आमंत्रित करते हैं. बातचीत के दौरान उनके अनुभवों, फैसलों, असफलताओं और सफलता के पीछे की सोच को समझने की कोशिश होती है. दर्शकों को यहां सिर्फ किसी चर्चित व्यक्ति की कहानी नहीं मिलती, बल्कि उसके अनुभवों से सीखने का मौका भी मिलता है. आज के युवा केवल मनोरंजन नहीं चाहते. वे यह भी जानना चाहते हैं कि कोई व्यक्ति सफल कैसे हुआ, उसने मुश्किलों का सामना कैसे किया और उसके फैसलों के पीछे क्या सोच थी. पॉडकास्ट का फॉर्मेट उन्हें बिना किसी जल्दबाजी के इन सवालों के जवाब तलाशने का अवसर देता है.

छोटे शहर, बड़े सपने

इस सफलता की एक और खास बात इसका वैश्विक दर्शक वर्ग है. शो के कुल यूट्यूब सब्सक्राइबर्स में 22 प्रतिशत दर्शक भारत के बाहर के हैं. यानी इंदौर से शुरू हुई बातचीत अब दुनिया के अलग-अलग हिस्सों तक पहुंच रही है. राज शमानी का मानना है कि दुनिया के बेहतरीन दिमागों से सीखने के लिए किसी खास परिवार, शहर या सामाजिक पृष्ठभूमि में जन्म लेना जरूरी नहीं होना चाहिए.

रील वाला सलाहकार कितना भरोसेमंद?

मनी मैटर्स

इंस्टाग्राम और यूट्यूब पर शेयर बाजार के 'गुरु' बढ़ रहे हैं. कोई रोज कमाई के टिप्स दे रहा है, तो कोई कुछ ही दिनों में पैसा दोगुना करने का दावा कर रहा है. सवाल यह है कि उनकी सलाह पर अपनी मेहनत की कमाई लगाना कितना सुरक्षित है.

क्या वह पंजीकृत है?

शेयर बाजार से जुड़ी सामान्य जानकारी देना और निवेश की व्यक्तिगत सलाह देना, दोनों अलग बातें हैं. सेबी के नियमों के तहत निवेश सलाहकार के रूप में काम करने के लिए निर्धारित परिस्थितियों में पंजीकरण जरूरी है. इसी तरह प्रतिभूतियों पर विशिष्ट खरीद-बिक्री की सिफारिश करने वाले रिसर्च एनालिस्ट पर भी पंजीकरण के नियम लागू होते हैं. हालांकि, हर वित्तीय जानकारी देने वाले सोशल मीडिया क्रिएटर के लिए पंजीकरण अनिवार्य नहीं है. सीएफए इंस्टीट्यूट की जुलाई 2026 में जारी रिपोर्ट 'क्लिक्स एंड क्रेडिबिलिटी 2.0' के मुताबिक, जनवरी से अक्टूबर 2025 के दौरान अध्ययन किए गए 48 फिनफ्लुएंसर में से केवल 6 प्रतिशत सेबी में पंजीकृत थे. इनमें 33 प्रतिशत शेयर खरीदने, बेचने या होल्ड करने की स्पष्ट सिफारिशें कर रहे थे. वहीं 37 प्रतिशत अपने हितों के टकराव, जैसे प्रायोजित सामग्री और एफिलिएट मार्केटिंग, की पर्याप्त जानकारी नहीं दे रहे थे.

कैसे जांचें?

सलाह देने वाले का नाम और पंजीकरण नंबर पूछें. सेबी की आधिकारिक वेबसाइट पर उपलब्ध पंजीकृत निवेश सलाहकारों और रिसर्च एनालिस्ट की सूची में उसका नाम और विवरण मिलाएं. केवल वीडियो में नंबर दिखा देना पर्याप्त नहीं है. यह भी देखें कि पंजीकरण किस श्रेणी का है और वह किस तरह की सेवाएं देने के लिए अधिकृत है. फरवरी 2026 में सेबी ने अपने विनियमित संस्थानों और उनके एजेंटों के लिए सोशल मीडिया पर पंजीकृत नाम और पंजीकरण नंबर बताने संबंधी निर्देश जारी किए. यह नियम सभी स्वतंत्र कंटेंट क्रिएटर पर एक समान लागू नहीं होता.



उसकी कमाई कहां से आती है?

मुफ्त सलाह हमेशा मुफ्त नहीं होती. कई फिनफ्लुएंसर महंगे ट्रेडिंग कोर्स, टेलीग्राम के पेड ग्रुप, ब्रोकर या ऐप से मिलने वाले कमीशन और प्रायोजित वीडियो के जरिये कमाई करते हैं. इसलिए यह जानना जरूरी है कि सलाह देने वाले का आर्थिक हित किसमें है. क्या उसे किसी खास शेयर या ट्रेडिंग ऐप का प्रचार करने के पैसे मिलते हैं? क्या वह अपनी हिस्सेदारी या कारोबारी संबंधों का खुलासा करता है? शिक्षा के नाम पर दी जा रही सामग्री और किसी खास शेयर को खरीदने-बेचने की सिफारिश के बीच फर्क समझना भी जरूरी है. निजी ग्रुप या लाइव ट्रेडिंग के नाम पर दी गई सलाह भी नियामकीय दायरे में आ सकती है. केवल उसे 'शिक्षा' कह देने से वह नियमों से बाहर नहीं हो जाती.

पहला उदाहरण: शिक्षा के नाम पर निवेश सलाह

- सेबी ने दिसंबर 2024 में रवींद्र बालू भारती और उनकी कंपनी के खिलाफ बिना पंजीकरण निवेश सलाहकार सेवाएं देने के मामले में कार्रवाई की थी. नियामक ने करीब 9.49 करोड़ रुपये की अवैध कमाई लौटाने का निर्देश दिया था. इसके अलावा संबंधित पक्षों पर अलग से जुर्माना भी लगाया गया. जांच में अनुभवहीन निवेशकों को ट्रेडिंग योजनाओं और सिफारिशों के जरिये आकर्षित करने से जुड़ी बातें सामने आई थीं.
- **सबक:** केवल यह कह देना कि आप लोगों को शेयर बाजार सिखा रहे हैं, किसी गतिविधि को अपने आप कानूनी नहीं बना देता.

दूसरा उदाहरण: झूठा पंजीकरण, पक्की कमाई का वादा

- 27 मार्च 2026 के अपने आदेश में सेबी ने यश ट्रेडिंग एकेडमी के संचालक यश गर्ग के मामले में पाया कि उन्होंने खुद को सेबी में पंजीकृत बताकर सेवाएं दीं और निवेशकों को 100 प्रतिशत तक गारंटीड मुनाफे जैसे अवास्तविक रिटर्न का भरोसा दिलाया. जबकि वह पंजीकृत नहीं थे. सेबी ने स्पष्ट किया कि शेयर और डेरिवेटिव बाजार में रिटर्न की गारंटी नहीं दी जा सकती.
- **सबक:** किसी के दावे पर भरोसा करने के बजाय सेबी के आधिकारिक रिकॉर्ड में उसकी स्थिति जांचें.

किन वादों पर तुरंत शक करें?

- 'गारंटीशुदा' या 'पक्का' मुनाफा देने का दावा. एक महीने में पैसा दोगुना करने का वादा.
- केवल मुनाफे के स्क्रीनशॉट दिखाना, नुकसान की जानकारी छिपाना.
- 'आज ही जुड़ें, सीटें सीमित हैं' कहकर जल्दबाजी कराना.
- निवेश के नाम पर किसी व्यक्ति के निजी खाते में पैसा जमा करने को कहना.
- बिना जोखिम बताए महंगे कोर्स या ट्रेडिंग टिप्स बेचना.

आखिर में: रील देखकर शेयर बाजार के बारे में सीखना गलत नहीं है, लेकिन रील देखकर निवेश का फैसला लेना जोखिम भरा हो सकता है. सेबी ने सोशल मीडिया पर भ्रामक वित्तीय सामग्री के खिलाफ कार्रवाई तेज की है. फरवरी 2026 तक नियामक ने 1.33 लाख से अधिक भ्रामक और हेरफेर करने वाली सोशल मीडिया सामग्री हटाने के लिए प्लेटफॉर्मों को कहा था. इसके बावजूद निवेशक की सतर्कता सबसे जरूरी है.



मैं ऐसा क्यों हूं!

सोशल मीडिया पर दूसरों से तुलना युवाओं के आत्मविश्वास को कर रही कमजोर, चेहरे और शरीर की बनावट को लेकर बढ़ रही चिंता.

आईने में खुद को देखने से पहले अब कई युवा अपने चेहरे को मोबाइल कैमरे में देखते हैं. तस्वीर अच्छी न आए तो फिल्टर लगाते हैं, त्वचा का रंग बदलते हैं, चेहरे की बनावट सुधारते हैं और फिर तय करते हैं कि वे अच्छे दिख रहे हैं या नहीं. सोशल मीडिया की चमकती दुनिया में खूबसूरत दिखने की यह दौड़ धीरे-धीरे आत्मविश्वास पर भारी पड़ने लगी है. दूसरों की तस्वीरों और वीडियो से लगातार अपनी तुलना करने के कारण युवाओं में अपने रंग, चेहरे, वजन और शारीरिक बनावट को लेकर असंतोष बढ़ रहा है. विशेषज्ञ इसे अपीयरेंस एंग्जायटी यानी दिखने को लेकर पैदा होने वाली चिंता के रूप में देखते हैं.

फिल्टर से बदल रही खुद को देखने की नजर

इंस्टाग्राम, स्नैपचैट और अन्य सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर खूबसूरती की एक ऐसी छवि दिखाई देती है, जिसमें त्वचा बेदाग है, चेहरा एक खास आकार का है और शरीर बिल्कुल फिट नजर आता है. लेकिन इन तस्वीरों के पीछे फिल्टर, एडिटिंग, खास लाइटिंग और कई बार पेशेवर मेकअप का योगदान होता है. परेशानी तब शुरू होती है, जब युवा इन डिजिटल तस्वीरों को वास्तविक सुंदरता का पैमाना मानने लगते हैं. उन्हें अपनी सामान्य त्वचा, चेहरे की बनावट या शरीर की कोई छोटी-सी कमी भी बड़ी दिखाई देने लगती है. विशेषज्ञों के अनुसार, अब 11 से 14 वर्ष के बच्चों में भी अपने रूप-रंग को लेकर असुरक्षा देखी जा रही है. सोशल मीडिया पर लगातार सौंदर्य और फिटनेस से जुड़ी सामग्री देखने से यह समस्या बढ़ सकती है. एक मामले में ऑनलाइन रिश्ते के दौरान मिली नकारात्मक टिप्पणी ने कक्षा 11 की छात्रा के मन में अपने शरीर को लेकर गहरी हीनभावना पैदा कर दी. वह सामाजिक गतिविधियों से दूर होने लगी और उसे गंभीर मानसिक परेशानी का सामना करना पड़ा.

लाइक्स से तय होने लगा आत्मविश्वास

पहले युवा अपने पहनावे, व्यवहार और व्यक्तित्व का आकलन परिवार, दोस्तों और आसपास के लोगों की प्रतिक्रियाओं से करते थे. अब तस्वीर पर मिलने वाले लाइक्स, कमेंट्स और फॉलोअर्स भी आत्मसम्मान का पैमाना बनने लगे हैं. पोस्ट पर कम प्रतिक्रिया मिले तो निराशा और अच्छी प्रतिक्रिया मिले तो कुछ समय के लिए खुशी. इस तरह आत्मविश्वास दूसरों की डिजिटल स्वीकृति पर निर्भर होने लगता है. इसमें सोशल मीडिया के एल्गोरिदम की भी भूमिका है. कोई युवा अगर कुछ ब्यूटी, मेकअप या फिटनेस वीडियो देखता है तो प्लेटफॉर्म उसे इसी तरह की और सामग्री दिखाने लगता है. धीरे-धीरे उसे लगने लगता है कि हर किसी की त्वचा बेदाग है, हर कोई फिट है और केवल वही सामान्य दिखता है.

डिजिटल दुनिया से दूरी नहीं, समझदारी जरूरी

इस समस्या का समाधान सोशल मीडिया को पूरी तरह छोड़ देना नहीं, बल्कि उसके इस्तेमाल का तरीका बदलना है. युवाओं को यह समझना होगा कि स्क्रीन पर दिखाई देने वाली हर तस्वीर वास्तविकता नहीं होती. फिल्टर और एडिटिंग से बनी सुंदरता की तुलना अपनी स्वाभाविक बनावट से करना उचित नहीं है. ऐसे अकाउंट्स को अनफॉलो करना चाहिए जो बार-बार हीनभावना पैदा करते हैं. स्क्रीन टाइम सीमित करने के साथ खेल, व्यायाम, किताबों, कला और वास्तविक सामाजिक मेलजोल के लिए भी समय निकालना जरूरी है. अभिभावकों की भूमिका भी अहम है.

कब चिंता बन जाती है गंभीर समस्या: बार-बार आईना देखना, तस्वीरों को जरूरत से ज्यादा एडिट करना, अपनी छोटी-छोटी कमियों पर घंटों सोचना, दूसरों के सामने जाने से बचना और सोशल मीडिया पर अपनी पोस्ट के कमेंट्स लगातार जांचना कुछ चेतावनी संकेत हो सकते हैं. गंभीर स्थिति में व्यक्ति को बॉडी डिस्मॉर्फिक डिसऑर्डर हो सकता है. इसमें व्यक्ति अपने शरीर या चेहरे की किसी छोटी अथवा काल्पनिक कमी को लेकर अत्यधिक परेशान रहता है. इसका असर उसके रिश्तों, पढ़ाई, काम और मानसिक स्वास्थ्य पर पड़ सकता है.

बैले से बनाएं फिटनेस का नया बैलेंस

सेहत का स्विच

डांस, स्ट्रेंथ और फ्लेक्सिबिलिटी का ऐसा मेल, जो युवाओं को जिम से अलग दे रहा है फिटनेस का नया अनुभव

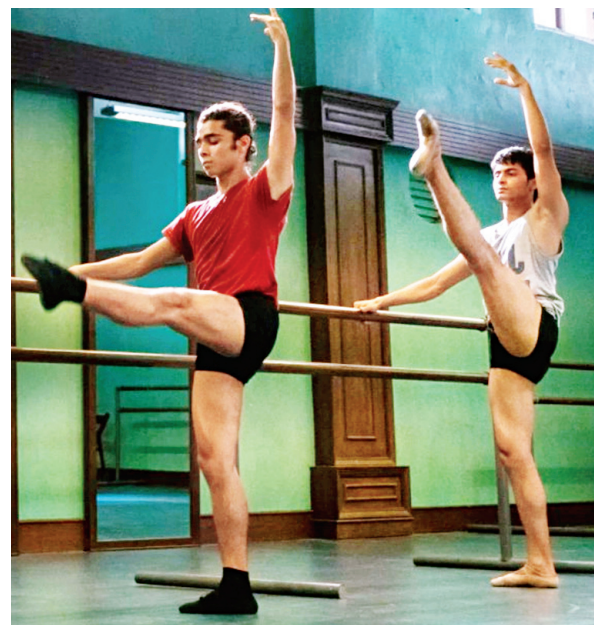
भारी डंबल, ट्रेडमिल और मशीनों पर घंटों पसीना बहाना ही फिटनेस का एकमात्र रास्ता नहीं है. अब युवा शरीर को फिट रखने के लिए बैले और बैरे वर्कआउट की ओर भी आकर्षित हो रहे हैं. कभी शास्त्रीय नृत्य और मंचीय प्रस्तुतियों तक सीमित रहने वाला बैले आज फिटनेस स्टूडियो का हिस्सा बन रहा है. इसकी खासियत है कि इसमें नृत्य की खूबसूरती के साथ मांसपेशियों की मजबूती, शरीर का संतुलन और लचीलेपन पर काम किया जाता है.

क्या है बैले फिटनेस?

बैले मूल रूप से पश्चिमी शास्त्रीय नृत्य शैली है, जिसमें शरीर की मुद्राओं, पैरों की स्थिति, हाथों की गति और संतुलन का विशेष महत्व होता है. इसी शैली से प्रेरित होकर बैले फिटनेस और बैरे वर्कआउट विकसित हुए हैं. बैरे में दीवार या रेलिंग के सहारे अभ्यास किया जाता है. इसमें बैले की मुद्राओं के साथ योग और पिलाटेस के कुछ व्यायाम भी शामिल किए जाते हैं. छोटे-छोटे मूवमेंट और नियंत्रित गतिविधियां इसकी पहचान हैं.

कैसे होती है ट्रेनिंग?

बैले फिटनेस की क्लास आमतौर पर वार्मअप से शुरू होती है. इसके बाद पैरों, जांघों और कूल्हों की मांसपेशियों को सक्रिय करने के लिए प्लिए (Plie), रेलिवे (Releve) और छोटे पल्स जैसे अभ्यास कराए जाते हैं. प्लिए में घुटनों को मोड़कर शरीर को नीचे ले जाया जाता है, जबकि रेलिवे में एड़ियां उठाकर पंजों के बल खड़ा हुआ जाता है. इसके बाद हाथों, पेट और पीठ की मांसपेशियों को मजबूत करने वाले अभ्यास होते हैं. अंत में स्ट्रेचिंग की जाती है. एक सामान्य क्लास 45 से 60 मिनट की हो सकती है.



शरीर को मिलते हैं कई फायदे

बैले और बैरे वर्कआउट में मांसपेशियों को नियंत्रित तरीके से सक्रिय किया जाता है. इससे पैरों, जांघों, पेट और पीठ की मांसपेशियों की ताकत और सहनशक्ति बढ़ाने में मदद मिलती है.

रखें सावधानी

बैले फिटनेस के लिए पहले से डांसर होना जरूरी नहीं है. शुरुआती लोगों के लिए बेसिक क्लास उपलब्ध होती हैं. आरामदायक कपड़े पहनें और प्रशिक्षित इंस्ट्रक्टर की निगरानी में अभ्यास शुरू करें. शुरुआत में शरीर पर जरूरत से ज्यादा दबाव न डालें. खासतौर पर पंजों के बल खड़े होने वाला एडवांस पॉइंट वर्क सामान्य फिटनेस अभ्यास नहीं है. इसके लिए वर्षों के प्रशिक्षण की जरूरत होती है.

याद रखें: बैले फिटनेस का उद्देश्य किसी खास तरह का शरीर पाना नहीं, बल्कि ताकत, संतुलन, लचीलापन और आत्मविश्वास बढ़ाना है. अगर जिम की एक जैसी दिनचर्या से ऊब गए हैं, तो बैले और बैरे वर्कआउट फिटनेस का एक नया और रचनात्मक विकल्प हो सकते हैं.

सोशल मीडिया ने बढ़ाया आकर्षण: इंस्टाग्राम रील्स और शॉर्ट वीडियो ने बैले फिटनेस को नया ग्लैमर दिया है. बैलेकोर फैशन ट्रेंड में बैले से प्रेरित कपड़े, जूते और हेयरस्टाइल भी लोकप्रिय हुए हैं.