

MEDIA COVERAGE ON JKLU, Amar Ujala, 13 May 2026

साक्षात्कार

एआई बदल रहा शिक्षा की तस्वीर

आज के छात्र पहले की तुलना में अधिक जागरूक और रिसर्च-ओरिएंटेड हो गए हैं। अब वे केवल डिग्री के नाम पर निर्णय नहीं लेते, बल्कि प्लेसमेंट, स्किल डेवलपमेंट और आरओआई को प्राथमिकता देते हैं...



असीम भटनागर

निदेशक, प्रवेश एवं
आउटरीच जेके लक्ष्मीपत
विश्वविद्यालय

■ आज के समय में छात्रों को आकर्षित करने के लिए सबसे जरूरी रणनीति क्या होनी चाहिए?
आज के समय में छात्रों को आकर्षित करने के लिए सबसे महत्वपूर्ण रणनीति "कंटेंट+कनेक्शन+क्रेडिबिलिटी" है। छात्र अब केवल डिग्री नहीं, बल्कि स्पष्ट कैरियर वैल्यू और स्किल-आधारित शिक्षा चाहते हैं। इसलिए संस्थानों को अपने प्रोग्राम्स को सरल भाषा में डिजिटल प्लेटफॉर्म पर लगातार संवाद के माध्यम से प्रस्तुत करना चाहिए। साथ ही, वास्तविक स्टूडेंट स्टोरीज, प्लेसमेंट डाटा और इंडस्ट्री कनेक्शन को पारदर्शी रूप से दिखाना भी जरूरी है। पर्सनलाइज्ड कम्युनिकेशन और डाटा-ड्रिवन आउटरीच आज की एडमिशन रणनीति का अहम हिस्सा बन चुके हैं।

■ आपके अनुभव में डिजिटल मार्केटिंग ने शिक्षा क्षेत्र को कैसे बदला है?
डिजिटल मार्केटिंग ने शिक्षा क्षेत्र को पूरी तरह ट्रांसफॉर्म कर दिया है। पहले जहां एडमिशन मुख्य रूप से ऑफलाइन कैंपेन और रेफरल्स पर निर्भर थे, वहीं अब डिजिटल टचपॉइंट्स ने पूरी प्रक्रिया बदल दी है। आज छात्र और अभिभावक पहले ऑनलाइन रिसर्च करते हैं, संस्थानों की तुलना करते हैं और फिर निर्णय लेते हैं। सोशल मीडिया, सर्च इंजन मार्केटिंग और वीडियो कंटेंट ने ब्रांड बिल्डिंग को तेज और प्रभावी बनाया है। इसके साथ ही, एनालिटिक्स की मदद से अब हर लीड और उसके व्यवहार को समझना आसान हो गया है।

■ एक सफल एडमिशन कैंपेन के लिए किन बातों पर सबसे ज्यादा ध्यान देना चाहिए?
एक सफल एडमिशन कैंपेन के लिए सबसे जरूरी है स्पष्ट लक्ष्य, सही ऑडियंस टार्गेटिंग और मजबूत मैसेजिंग। केवल प्रचार करना पर्याप्त नहीं है, बल्कि यह समझना जरूरी है कि छात्र किस समस्या का समाधान ढूंढ रहा है। कैंपेन में डाटा-आधारित लीड मैनेजमेंट, फॉलो-अप सिस्टम और मल्टी-चैनल अप्रोच होना चाहिए। साथ ही, संस्थान की युनिक वैल्यू प्रीपोजिशन को स्पष्ट रूप से प्रस्तुत करना जरूरी है। समय पर प्रतिक्रिया और काउंसलिंग सपोर्ट भी कन्वर्जन रेट को काफी प्रभावित करते हैं।

■ आज के समय में छात्रों और पैरेंट्स की सोच में क्या बदलाव आया है?
आज के छात्र और अभिभावक पहले की तुलना में अधिक

जागरूक और रिसर्च-ओरिएंटेड हो गए हैं। अब वे केवल डिग्री के नाम पर निर्णय नहीं लेते, बल्कि प्लेसमेंट, स्किल डेवलपमेंट, इंडस्ट्री एक्सपोजर और आरओआई को प्राथमिकता देते हैं। पैरेंट्स भी अब यह समझने लगे हैं कि शिक्षा का उद्देश्य केवल नौकरी नहीं, बल्कि लॉन्ग-टर्म कैरियर ग्रोथ है। छात्र अधिक स्वतंत्र सोच रखते हैं और वैश्विक अवसरों की ओर देख रहे हैं। यह बदलाव संस्थानों को अधिक पारदर्शी और परिणाम-उन्मुख बनने के लिए प्रेरित कर रहा है।

■ आने वाले समय में शिक्षा और डिजिटल ट्रांसफॉर्मेशन को आप कैसे देखते हैं?

आने वाले समय में शिक्षा पूरी तरह हाइब्रिड और टेक्नोलॉजी-इंटीग्रेटेड मॉडल की ओर बढ़ेगी। डिजिटल प्लेटफॉर्म केवल सपोर्ट सिस्टम नहीं रहेंगे, बल्कि लर्निंग के मुख्य माध्यम बन जाएंगे। पर्सनलाइज्ड लर्निंग, एआई-आधारित असेसमेंट और वचुअल क्लासरूम सामान्य हो जाएंगे। इसके साथ ही, स्किल-आधारित शिक्षा की मांग और बढ़ेगी। संस्थानों को लगातार अपने करिकुलम को इंडस्ट्री की जरूरतों के अनुसार अपडेट करना होगा। डिजिटल ट्रांसफॉर्मेशन शिक्षा को अधिक सुलभ, लचीला और परिणाम-उन्मुख बनाएगा।

■ क्या एआई और टेक्नोलॉजी एडमिशन और लर्निंग प्रोसेस को पूरी तरह बदल देंगे?

एआई और टेक्नोलॉजी निश्चित रूप से एडमिशन और लर्निंग प्रोसेस को गहराई से बदल रहे हैं, लेकिन वे पूरी तरह मानव भूमिका का स्थान नहीं ले सकते। एडमिशन प्रक्रिया में एआई डाटा एनालिसिस, लीड स्कोरिंग और पर्सनलाइज्ड कम्युनिकेशन को अधिक प्रभावी बना रहा है। वहीं, लर्निंग में यह छात्रों को उनकी गति और जरूरत के अनुसार कंटेंट उपलब्ध करा रहा है।

■ आप अमर उजाला उड़ान के पाठकों को क्या सलाह देना चाहेंगे?

मैं अमर उजाला उड़ान के पाठकों को यही सलाह दूंगा कि कैरियर चुनते समय केवल ट्रेड्स या दबाव के आधार पर निर्णय न लें। अपनी रुचि, क्षमता और दीर्घकालिक अवसरों को समझना बहुत जरूरी है। आज की दुनिया में स्किल्स की भूमिका लगातार बढ़ रही है, इसलिए सीखने की प्रक्रिया को कभी न रोकें।

