

राजस्थान राज्य विधानसभा निर्वाचनों में सोशल मिडिया की भूमिका

संतोष कुमारी*

सार

लोकतांत्रिक प्रणाली में कार्यपालिका, विधायिका और न्यायपालिका के पश्चात मीडिया को चौथा स्तम्भ कहा जाता है। लोकतंत्र में सरकार जनता के लिए और जनता के लिए होती है। इस कारण देश जनता और सरकार के मध्य संबंध होना अनिवार्य है और मीडिया इस कार्य को पूर्ण करती है। यह लोगों की इच्छा का प्रतिनिधित्व करता है। भारत जैसे लोकतांत्रिक राज्य में सोशल मिडिया चुनाव प्रचार के लिए राजनीतिक संचार का एक सुलभ और प्रभावी माध्यम है। जो न केवल मतदाताओं से संवाद स्थापित करता अपितु चुनाव अभियान में एक प्रकार से निर्णायक की भूमिका निभा देता है। यही कारण है कि आज सोशल मिडिया का उपयोग दिन प्रतिदिन राजनीतिक दलों के द्वारा किया जा रहा और इस कार्य के लिए राजनीतिक दलों के द्वारा अलग से सोशल मिडिया सेल का गठन किया जाता है, जिसका कार्य सिर्फ पार्टी की नितियों और कार्यक्रमों को जन-जन तक पहुंचाने का कार्य करते हैं जिसका परिणाम राजस्थान व अन्य राज्यों के चुनावों में देखा जा सकता है।

शब्दकोष: मतदाता, चुनाव अभियान, सोशल मिडिया, राजनीति संचार, राजनीति दल।

प्रस्तावना

अध्ययन पद्धति और तथ्यों का संग्रह

प्रस्तुत अध्ययन विवरणात्मक पद्धति पर आधारित है। यह अध्ययन राजस्थान राज्य विधानसभा निर्वाचनों में सोशल मिडिया की भूमिका का विवेचन प्रस्तुत करता है। इस आलेख के अन्दर राजस्थान में हुए चुनाव व आने वाले चुनाव के संदर्भ में मिडिया को एक प्रभावकारी तंत्र के रूप में विश्लेषित किया है। अध्ययन से संबंधित तथ्यों के संग्रह के लिए कतिपय महत्वपूर्ण ग्रन्थ एवं साहित्य शोध पत्र-पत्रिका, शोध-आलेख, विशिष्ट ग्रन्थों का गहन अध्ययन और आर्कडों का संग्रह किया गया आलेख में प्रस्तुत किया गया है। विश्लेषात्मक अध्ययन से प्राप्त निष्कर्ष ज्ञान के क्षेत्र में उपयोगी व सिद्ध होंगे हैं।

अध्ययन का उद्देश्य

प्रस्तुत शोध आलेख का अध्ययन उद्देश्य राजस्थान राज्य विधानसभा निर्वाचनों में सोशल मिडिया की भूमिका को विश्लेषित करना है एवं इससे संबंधित क्रिया कलापों का विशद वर्णन करना है।

विवेचन

मीडिया की स्वस्थ लोकतंत्र के निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका होती है। यह लोकतंत्र का आधार है। मीडिया संसार में तथा हमारे चारों ओर घटित होने वाली सामाजिक, आर्थिक व राजनीतिक गतिविधियों के प्रति हमें जागरूक करता है। यह वह दर्पण है जो हमें जीवन के कड़वे सत्य और कटु वास्तविकताओं को हमें दिखाता है या दिखाने का प्रयास करता है। लोकतंत्र का एक बड़ा साधन निर्वाचन है और मीडिया पिछले कुछ वर्षों में अति सक्रिय हो गया है। प्रत्येक राजनीतिक दल अपने प्रचार के लिए इसका सहारा लेता है। एक अध्ययन के अनुसार 2014 के आम चुनाव में 150 सीटों पर मिडिया ने निर्णायक भूमिका निभाई थी। 2014 के आम चुनाव में भाजपा ही पूरे देश में एक मात्र ऐसी पार्टी थी जिसने चुनाव प्रचार के लिए टीवटर और फेस बुक जैसे सोशल मिडिया के

* शोध छात्रा, राजनीति विज्ञान विभाग, राजस्थान विश्वविद्यालय, जयपुर, राजस्थान।

प्रमुख तंत्रों का सहारा लिया था। प्रधानमंत्री मोदी यह समझ चुके थे कि यदि जन-जन तक पहुंचना है तो चुनाव प्रचार के लिए आधुनिक साधनों का प्रयोग करना आवश्यक है। सोशल मिडिया की उपयोगिता व महत्व को देखते हुए क्षेत्रिय दलों ने भी फेस बुक और ट्विटर जैसे सोशल मिडिया का अपने चुनाव प्रचार के लिए उपयोग करना शुरू कर दिया। इस कार्य में आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है जिसकी सहायता से लाखों यूजर्स तक कोई भी संदेश भेजकर संपर्क स्थापित किया जा सकता है। फेस बुक के माध्यम से किसी भी नेता की भाषण रेकॉर्डिंग लाखों करोड़ों मतदाता तक पहुंचाया जा सकती है, मतदाताओं का फेस बुक से जोड़ना और उन तक स्थानिय मुद्दों की जानकारी पहुंचाना आसान हो गया है।

आज इस बात से इनकार नहीं किया जा सकता कि आम चुनाव में मतदाता और आम जन तक अपनी बात पहुंचाने के लिए यह पटल एक असरदार माध्यम है और इसका फायदा दल, प्रत्याशी भरपुर उठाते हैं। यह मतदाताओं के लिए काफी प्रभावी रहा है और परम्परागत चुनावी प्रचार की अपेक्षा काफी प्रभावी रहा है इसी कारण राजस्थान में भी भाजपा व कांग्रेस इस बार सोशल मीडिया पर विशेष बल दे रही है। एक तरफ विभिन्न दलों के बड़े नेता रैलियां और जन सभाओं के माध्यम मतदाताओं को लुभाने का प्रयास कर रहे तो दूसरी तरफ सोशल मिडिया पर जंग छिड़ी हुई थी। फेसबुक ट्विटर समेत अन्य सोशल साइट्स पर राजनीतिक दल आक्रामक कैम्पेन चला रहे थे। राज्य में सत्तारूढ़ भाजपा की बात करे तो पार्टी ने 51 हजार पोलिंग बूथों में से प्रत्येक पर 1-1 आईटी कार्यकर्ता तैनात किया था। इसकी निगरानी के लिए मंडल स्तर पर 10 लोगों की टीम बनाई गई। इसके अलावा जिला स्तर पर अलग सोशल मीडिया टीम कार्य कर रही थी।

भाजपा ने प्रत्येक जिले का फेसबुक पेज, कांग्रेस का 8 लाख युवाओं को जोड़ने का दावा किया।

प्रदेश में भाजपा के सोशल मीडिया प्रभारी हिरेन्द्र कोशिक के अनुसार अकेले भाजपा के व्हाट्सएप नेटवर्क से 14.5 लाख लोग जुड़े हैं। प्रत्येक जिले का अपना फेसबुक पेज भी है, सिर्फ कोटा में 1.5 लाख लोग भाजपा के फेसबुक पेज से जुड़े हैं। वहीं ट्विटर पर भाजपा से 1.35 लाख लोग जुड़े हैं। यूट्यूब और अन्य साइट पर कैम्पेन चलाई जा रही है। सत्ता की तक पहुंचने का प्रयास करने वाली कांग्रेस की चर्चा करें तो पार्टी ने पिछले चुनाव से सबक लेते हुए सोशल मीडिया पर अपना ध्यान केन्द्रित करना शुरू कर दिया। कांग्रेस ने आईटी प्रोजेक्ट शक्ति लॉन्च कर इसके जरिए करीब 8 लाख युवाओं को अपने साथ जोड़ा है। पीसीसी की मीडिया प्रभारी डॉ. अर्चना शर्मा का कहना था कि इस बार पिछली बार चुनाव के दौरान हम लोग सोशल मीडिया पर सक्रिय नहीं थे, लेकिन इस बार हमने इसे सशक्त माध्यम के तौर पर लिया है। कांग्रेस सोशल मीडिया के माध्यम से लगातार भाजपा सरकार की कमीयों को जनता के सामने लाकर अपनी सरकार की उपलब्धियां बताने का कार्य करती रही है। इस कार्य में कांग्रेस का आईटी सेल लगातार कार्य करता रहा और उन्हें सफलता भी प्राप्त हुई। 17 दिसंबर 2018 को श्री अशोक गहलोत ने मुख्यमंत्री पद की शपथ ली।

आगामी चुनाव में सोशल मीडिया

आगामी चुनाव में इस बार प्रदेश में मतदाताओं की संख्या में करीब 67.53 लाख की बढ़ोतरी हुई है। इसमें युवा मतदाताओं की संख्या सबसे अधिक है। राजनीतिक दल युवाओं के वोट को टर्निंग प्वाइंट मान रहे हैं और यही कारण है कि सोशल मीडिया पर दोनों राजनीतिक दल महत्व दे रहे हैं।

इसी श्रेणी सबसे पहले राजस्थान सरकार ने अपनी कल्याणकारी योजनाओं के प्रचार-प्रसार के लिए विज्ञापन जारी करने के उद्देश्य से सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर्स—ऐसे प्रभावशाली लोग जिनके पास यूट्यूब, फेसबुक, इंस्टाग्राम और ट्विटर पर काफी फॉलोअर है—को प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के समकक्ष माना है। यह आगामी विधानसभा के चुनाव को ध्यान में रखकर किया गया। राज्य में अशोक गहलोत के नेतृत्व वाली सरकार ने इसी सप्ताह के आरंभ में घोषणा की थी कि अगर सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर सरकारी योजना और कार्यक्रमों का प्रचार प्रसार करेंगे तो उन्हें 10 हजार रुपये से 5 लाख रुपये तक के विज्ञापन दिये जाएंगे। राज्य सरकार ने सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर्स को उनके फॉलोअरों अथवा सबस्क्राइबर्स की संख्या के आधार पर वर्गीकृत किया है। सरकार ने 10 लाख फॉलोअर वाले इन्फ्लुएंसर्स को ए श्रेणी में रखा है तथा उन्हें 5 लाख रुपये प्रदान किये जाएंगे। इसी प्रकार 10 हजार फॉलोअर वाले इन्फ्लुएंसर्स को डी श्रेणी में रखा और उन्हें 10 हजार रुपये प्रति माह प्रदान किये जाएंगे।

राजस्थान में इसी साल दिसंबर के पहले सप्ताह में विधानसभा चुनाव होने वाले हैं राज्य निर्वाचन आयोग की आदर्श आचार संहिता अक्टूबर के मध्य तक लागू होने की संभावना है जिससे विज्ञापन पर होने वाले खर्च पर लगाम लग जाएगी। मगर राज्य सरकार की इस नीति से केन्द्र व राज्य सरकार और राजनीतिक दलों का सोशल मीडिया के बढ़ते महत्व का पता चलता है। हाल में केन्द्रीय मंत्री पीयूष गोयल, एस जयशंकर और राजीव चन्द्रशेखर ने 5.63 करोड़ सबस्क्राइबर वाले मशुहर यूट्यूबर रणवीर अलाहबादिया को साक्षात्कार दिया था। जबकि केन्द्रीय नितिन गडकरी और मध्यप्रदेश के प्रदेश के मुख्यमंत्री शिवराज सिंह चौहान ने राज शमानी को अपना साक्षात्कार दिया था।

राजस्थान में होने वाले चुनावों को लेकर सोशल मीडिया के लिए दोनों दलों ने अपनी रणनीति बना लिय है। बीजेपी मोदी सरकार की उपलब्धियों को जन-जन तक पहुंचाने के लिए सोशल मीडिया के इन्फ्लुएंसरों का सहारा ले रही है क्योंकि दोनों दल यह अच्छी तरह जानते हैं कि सोशल मीडिया चुनाव के हर पहलु को प्रभावी करता है। सरकार बना भी सकता और हटा सकता है।

राजनीतिक विज्ञापनो पर होने वाला व्यय

गूगल ऐड ट्रान्सपेरेन्सी रिपोर्ट के अनुसार चुनाव प्रचार मद में सबसे ज्यादा खर्च भाजपा के द्वारा किया गया था। जबकि दुसरे स्थान पर कांग्रेस पार्टी थी। टूल रिपोर्ट के अनुसार अन्य राजनीतिक दलों के द्वारा लगभग 12 करोड़ से ज्यादा खर्च किये गये।

निष्कर्ष

सोशल मीडिया ने भारत के आम चुनावों में ऐसे मतदाताओं को अपनी इच्छा अभिव्यक्त करने का अवसर प्रदान किया है जिसके रूझान परम्परागत साधनों के लिए अनावश्यक थे। चुनाव अभियान में यह मतदाताओं के लिए सूचना संग्रहण के महत्वपूर्ण मंच के रूप में उभर कर सामने आया है इसका प्रमुख कारण भारत के अधिकांश युवा मतदाता हैं जो फेसबुक और ट्वीटर उपयोग करते हैं, जो फेसबुक और ट्वीटर से जुड़े हैं और चुनाव में राजनीति दल, राजनेता की गतिविधिया से अनभिज्ञ नहीं होते। राजनीतिक दल भी इस तथ्य को जानते हैं कि फेसबुक और ट्वीटर युवा मतदाता को प्रभावित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। भारत के 130 करोड़ मतदाताओं में 15 करोड़ युवा मतदाता हैं जो 18 से 19 वर्ष की आयु के हैं। अतः स्पष्ट है कि सोशल मीडिया के इस मंच पर मतदाताओं की प्रतिक्रिया ने राजनीतिक दलों को अपनी चुनाव संबंधी रणनीति बनाने में सहायता मिलती है और यह परम्परागत तरीके से चुनाव प्रचार की अपेक्षा अधिक कारगर सिद्ध हुई है।

संदर्भ ग्रन्थ सूची

1. Association for Democratic Reforms; founder, Jagdeep Chhokar
2. Economic and Political Weekly ISSN (online) 2349-8846, Vol. 54, issue 51, 2019
3. शालिनी जोशी श.ज 2012 बेव पत्रकारिता नया मीडिया नया रूझान नई दिल्ली राधाकृष्णन प्रकाशन
4. Sharma, A. (2012, oct 24). Social Media and Political Awareness: How do we manage it for long term societal good? Retrieved sep 6, 2017, from inferring value word press com
5. IAMAI. (2015, July). Internet Users in India. Retrieved sep 9, 2017, from www.iamai.in
6. Kumar, K. J. (2010). *Mass Communication in India*. Delhi: Jaico.
7. यादव अनुपमा बदशक्ल होते लोकतंत्र को सशक्त बनाता मीडिया, पृ 196-197, महिला विधि भारती विधि चेतना की द्विभाषिक शोध पत्रिका अप्रैल-जून 201
8. दलाल, सिंह राजबीर – भारत में एग्जिट पोल और मीडिया की भूमिका, पृ 208, सं0 शर्मा, संजीव भारतीय राजनीतिक विज्ञान शोध पत्रिका जनवरी 2010
9. दलाल, सिंह राजबीर – भारत में एग्जिट पोल और मीडिया की भूमिका, पृ 208, सं0 शर्मा, संजीव

