

मीडिया मे राजनीति

नरेश कुमार धाकड़*

सार

आधुनिक लोकतंत्र में सुशासन की शर्तों में से एक स्वतंत्र और निष्पक्ष माध्यम है। यह राजनीतिक संचार का एक प्रमुख साधन है। मीडिया की भूमिका पर दो मत हैं। एक ओर मीडिया लोकतांत्रिक व्यवस्था की श्वौथी संपत्ति के रूप में कार्य करता है क्योंकि यह सूचना का मुख्य स्रोत है जो नागरिकों को जनता की राय बनाने में मदद करता है, सरकार द्वारा की जा रही कार्य योजनाओं और कार्यक्रमों, उनके सफल कार्यान्वयन या विफलता के बारे में सीखता है। इसे लोकतंत्र के श्रहरीर के रूप में भी पहचाना जा रहा है क्योंकि यह सरकार को सार्वजनिक मामलों पर सक्रिय रखता है। दूसरी ओर, यह आरोप लगाया जाता है कि मीडिया कुछ प्रभावशाली या अमीर वर्गों की ओर से प्रचार करता है। विभिन्न माध्यमों से दी गई अलग-अलग जानकारी जनता की राय को भ्रमित कर सकती है। कई बार सूचना की प्रस्तुति को गंभीर व्यवसाय से अधिक रोचक बना दिया जाता है। ऐसे में मीडिया के कार्यों की तटस्थता या निष्पक्षता पर सवाल उठता है या वे अपने कार्य करने में कितने प्रभावी हैं, यह अध्ययन का विषय है। इस पेपर का उद्देश्य मीडिया प्रदर्शन पर अलग-अलग पहलुओं का विश्लेषण करना है।

शब्दकोश: मीडिया, राजनीति, लोकतंत्र।

प्रस्तावना

इंटरनेट के आगमन ने इस बात को लेकर अत्यधिक रुचि पैदा की है कि सोशल मीडिया सहित डिजिटल प्लेटफॉर्म का राजनीतिक क्षेत्र पर कोई प्रभाव पड़ता है या नहीं। परिणामस्वरूप, आज हम विभिन्न दृष्टिकोणों से सोशल मीडिया और राजनीति के बीच कई संबंधों को संबोधित करने वाले अनुसंधान के बढ़ते समूह पर भरोसा कर सकते हैं। विषय का पता लगाने के लिए प्रस्तावित दृष्टिकोण अक्सर भिन्न होते हैं और वे हमेशा एक-दूसरे के साथ बातचीत नहीं करते हैं, और इसके कारणों और प्रभावों के विश्लेषण को अलग-अलग रास्तों पर ले जाते हैं और कभी-कभी अलग-अलग निष्कर्षों पर पहुंचते हैं। हालाँकि, इस तथ्य पर सहमति है कि इंटरनेट ने संचार के नए चैनल बनाए हैं जिन्होंने ज्ञात पारंपरिक मीडिया की तुलना में सूचना के प्रवाह को नाटकीय रूप से बदल दिया है।

सोशल मीडिया राष्ट्रीय सीमाओं से परे, सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक क्षेत्रों में मल्टीमीडिया प्लेटफार्मों के माध्यम से समाचार प्रसारित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यह अध्याय बताता है कि यह स्थिति राजनीतिक ज्ञान को कैसे बढ़ाती है। इस संदर्भ में, यह अध्याय बताता है कि क्या और कैसे सोशल मीडिया राजनीति को प्रभावित करता है। विशेष रूप से, हम सबसे पहले इस बात पर ध्यान देंगे कि कैसे

* सहायक आचार्य (अतिथि शिक्षक), राजनीति विज्ञान, राजकीय महाविद्यालय, फूलीया, कलां, शाहपुरा, राजस्थान।

इंटरनेट की नेटवर्क प्रकृति राजनीतिक जुड़ाव के रूपों को सुविधाजनक बनाती है, और सोशल मीडिया के आगमन के साथ यह स्थिति कैसे और विकसित हुई है। राजनीतिक ज्ञान को बढ़ाने और इसलिए राजनीतिक भागीदारी को बढ़ाने में सूचना के प्रसार की भूमिका पर ध्यान केंद्रित करके, हम यह पता लगाते हैं कि कैसे सोशल मीडिया इस प्रक्रिया को आगे बढ़ाता है और राजनीतिक क्षेत्र पर डिजिटल प्लेटफार्मों के प्रभाव को बढ़ाता है। अंत में, हम राजनीति पर सोशल मीडिया के प्रभाव के लिए साक्ष्य प्रदान करते हैं, यह देखते हुए कि कैसे सूचना का प्रसार राजनीतिक परिदृश्यों, अभिनेताओं और राजनीतिक प्रथाओं में राजनीतिक क्षेत्र में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, इस बात पर विशेष ध्यान देकर कि सोशल मीडिया का उपयोग प्रचार के लिए कैसे किया जाता है। और सामाजिक आंदोलनों को संगठित करने के लिए।

इंटरनेट और राजनीति

इंटरनेट राजनीतिक क्षेत्र को कैसे प्रभावित करता है, इस पर बहस इसके आगमन के बाद से योगदान से समृद्ध रही है। 1990 के दशक में, इंटरनेट की इंटरैक्टिव संभावनाओं में रुचि रखने वाले विद्वानों ने इस क्षेत्र में अनुसंधान की ओर रुख किया। इंटरनेट को प्रत्यक्ष लोकतंत्र के आदर्श को साकार करने के अवसर के रूप में सराहा गया यह भी तर्क दिया गया कि यदि इंटरनेट इस लक्ष्य तक पहुँचने में विफल रहा, तो राजनीति पर इसका प्रभाव न्यूनतम होगा। कोलमैन ने बताया कि इस परिदृश्य में प्रतिनिधि लोकतंत्र की स्थापित संस्थागत प्रक्रियाओं पर ध्यान नहीं दिया गया, जिन्हें गलती से अप्रचलित माना गया है। हालाँकि, राजनीतिक संस्थानों, सरकारी प्रक्रियाओं में डिजिटल प्रौद्योगिकियों की प्रारंभिक सीमित पहुंच और भौगोलिक क्षेत्रों और सामाजिक और सांस्कृतिक पृष्ठभूमि में इंटरनेट की कम पहुंच को देखते हुए, राजनीति पर इंटरनेट के प्रभाव को संबोधित करने वाली प्रारंभिक बहस अनुभवजन्य आधार की तुलना में अधिक सैद्धांतिक थी। .

इंटरनेट के सार्वजनिक उपयोग के आगमन के बाद से, इस क्षेत्र में अनुसंधान की रूपरेखा और विकसित हुई है। इंटरनेट कैसे राजनीति को प्रभावित करता है, इस पर बहस नाटकीय रूप से बढ़ी है और, जैसा कि कैस्टेल्स और से ने देखा, इसका प्रभाव अब भाग्य के रूप में घोषित नहीं किया गया है, बल्कि अब अवलोकन द्वारा स्थापित किया गया है। आज हम राजनीति में इंटरनेट के उपयोग के प्रभाव पर अधिक अनुभवजन्य साक्ष्य पर भरोसा कर सकते हैं जिससे बहस को और अधिक सार मिलता है। अध्ययनों ने व्यापक विश्लेषणात्मक दृष्टिकोण से इंटरनेट और राजनीति के बीच संबंधों का पता लगाया। विद्वानों ने इस बात पर जोर दिया कि इंटरनेट आत्मीयता समूहों के बीच संबंध बनाकर नागरिक जुड़ाव विकसित कर सकता है, जिससे वे नागरिकों के लिए विशिष्ट राजनीतिक मुद्दों पर ज्ञान विकसित कर सकें और करने की क्षमता बढ़ा सकें। कई दृष्टिकोणों की तुलना करें अन्य लोग आत्म-अभिव्यक्ति को सक्षम करने और व्यक्तिगत और स्थानीय दावों के प्रसार को सुविधाजनक बनाने में इंटरनेट की क्षमता में रुचि रखते हैं।

इंटरनेट को राजनीतिक भागीदारी के नए रूप बनाने के अवसर के रूप में भी सराहा गया है नागरिकों और राजनीतिक संस्थानों को बेहतर ढंग से जोड़ने के साधन के रूप में, और अंततः, राजनीति पर चर्चा करने के लिए एक नए स्थान के रूप में। इन सभी नई स्थितियों को राजनीतिक भागीदारी बढ़ाकर लोकतंत्र को मजबूत करने के लिए उपयोगी माना गया है। संक्षेप में, बहस को तर्क की दो विपरीत पंक्तियों के साथ संक्षेपित किया जा सकता है: कुछ विद्वानों का तर्क है कि इंटरनेट राजनीति का एक नया स्थान बना रहा है जो लोकतंत्र को मजबूत करने के लिए निर्धारक है, जबकि अन्य विद्वानों का कहना है कि इंटरनेट राजनीति का अभ्यास करने का एक स्थान है हमेशा की तरह। दोनों विपरीत तर्कों के बीच कई मध्य-निष्कर्ष प्रदान किए गए हैं। श्साइबर-आशावादियों और श्साइबर निराशावादियों के बीच प्रसिद्ध संघर्ष अधिक संतुलित आशावाद की ओर बढ़ गया है। पूर्व ने पाया है कि सूचना और संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) एक लोकतांत्रिक रामबाण नहीं है, जबकि बाद वाले राजनीतिक प्रथाओं को सुविधाजनक बनाने के लिए डिजिटल प्रौद्योगिकियों की उपयोगिता से इतनी आसानी से इनकार नहीं कर सकते हैं। आज हम यह निष्कर्ष निकाल सकते हैं कि राजनीति का अभ्यास करने के लिए डिजिटल कनेक्टिविटी के उपयोग ने साइबर-आशावादियों की भविष्यवाणी

के अनुसार लोकतंत्र में क्रांति नहीं लायी है, न ही इंटरनेट के कारण राजनीतिक संस्थानों का कोई क्रांतिकारी पुनर्गठन या नागरिकों का बड़े पैमाने पर राजनीतिक समावेश हुआ है।

इंटरनेट से लेकर सोशल मीडिया तक

इंटरनेट अपनी शुरुआत से ही विकसित हुआ है और कई नए डिजिटल प्लेटफॉर्मों के उदय के कारण राजनीति पर इसका प्रभाव बदल गया है। पहले बुलेटिन बोर्ड सिस्टम (बीबीएस) से लेकर, मोबाइल फोन के माध्यम से सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों के माध्यम से जुड़े रहने की हमारी निरंतर क्षमता तक, आज इंटरनेट विभिन्न प्रकार के उपकरण प्रदान करता है जो राजनीति को प्रभावित करते हैं। यह विकास फिर अलग-अलग प्रभाव पैदा करता है, जिसके लिए शोधकर्ता तुरंत नए विश्लेषण प्रदान करते हैं। सोशल मीडिया के आगमन ने लोगों को जोड़ने, उनकी निरंतर बातचीत और सहयोग की अनुमति देने, उनकी आवाज को व्यापक जनता तक पहुंचाने के लिए डिजिटल प्लेटफॉर्मों की क्षमता में और क्रांति ला दी है। आमतौर पर यह माना जाता है कि सोशल मीडिया सूचनाओं और राजनीतिक समूहों के दावों को फैलाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यह संचार का एक महत्वपूर्ण चैनल है जिसके माध्यम से राजनीतिक समुदाय या जनता के साधारण सदस्य के रूप में व्यक्तिगत नागरिक अपनी गतिविधियों के बारे में जानकारी प्रदान कर सकते हैं, विशिष्ट विषयों पर अपनी स्थिति का प्रचार कर सकते हैं, कई स्रोतों से आने वाली जानकारी साझा कर सकते हैं, साथ ही अपने आसपास के मुद्दों के बारे में रिपोर्ट कर सकते हैं। एक विशिष्ट समय।

उद्देश्य

- मीडिया राजनीतिक संचार का एक प्रमुख साधन है।
- सोशल मीडिया राजनीतिक क्षेत्रों में मल्टीमीडिया प्लेटफॉर्मों के माध्यम से समाचार प्रसारित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

राजनीति और राजनीतिक में सोशल मीडिया को संबोधित करना

राजनीति की अवधारणा में राजनीतिक भागीदारी की व्यापक भावना शामिल है जो औपचारिक राजनीतिक प्रक्रियाओं और सार्वजनिक संस्थानों और नागरिकों के बीच बातचीत से परे है। किसी राजनीतिक व्यवस्था की समृद्धि को राजनीतिक अभ्यास के विभिन्न रूपों द्वारा समर्थित किया जाता है। इन्हें विभिन्न राजनीतिक अभिनेताओं द्वारा उनके उद्देश्यों, स्थितियों और विभिन्न उपकरणों के उपयोग के आधार पर लिया जा सकता है। परिणामस्वरूप, सोशल मीडिया राजनीति में अलग-अलग तरह से फिट बैठता है, यह उस ढांचे पर निर्भर करता है जिसमें उनका उपयोग किया जाता है। इसका तात्पर्य यह है कि राजनीतिक प्रथाओं के विभिन्न रूपों के अस्तित्व के कारण, हम सोशल मीडिया और राजनीति के बीच संबंधों के बारे में अपने सवालों के कई जवाब दे सकते हैं।

यहां, विपरीत स्थितियों के बीच व्यवस्था बनाने के लिए, यह खोज करते समय कि सोशल मीडिया सूचना साझा करने की प्रक्रियाओं को सुविधाजनक बनाकर राजनीति को कैसे प्रभावित करता है, हमें यह स्पष्ट करना चाहिए कि हम किस प्रकार की राजनीतिक प्रथा पर चर्चा कर रहे हैं। हमें यह स्पष्ट करना चाहिए कि, उदाहरण के लिए, हम यह उल्लेख कर रहे हैं कि उम्मीदवार और राजनीतिक दल अपनी राजनीतिक दैनिक गतिविधियों के लिए सोशल मीडिया का उपयोग कैसे करते हैं, या वे अपने राजनीतिक अभियानों के लिए इसका उपयोग कैसे करते हैं। क्या हम इस बात से चिंतित हैं कि सार्वजनिक संस्थान नागरिकों को अपनी गतिविधियों में शामिल करने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग कैसे करते हैं? क्या हम कह सकते हैं कि सोशल मीडिया बहस के लिए नई जगहें बनाता है, और राजनीतिक मुद्दों पर सार्वजनिक चेतना में वृद्धि की सुविधा प्रदान करता है? क्या हम कह सकते हैं कि सोशल मीडिया सामाजिक आंदोलनों की लामबंदी और समन्वय को सुविधाजनक बनाने में भूमिका निभाता है, और अंततः निरंकुश शासन को चुनौती देता है, जैसा कि अरब स्प्रिंग के अवसर पर तर्क दिया गया था।

इन सवालों का समाधान करके, हम सोशल मीडिया के राजनीति पर पड़ने वाले कई प्रभावों को बेहतर ढंग से व्यवस्थित करने में सक्षम हैं। उदाहरण के लिए, जब हम देखते हैं कि राजनीतिक दल और उम्मीदवार दृश्यता को अनुकूलित करने और नागरिकों से मतदाताओं का समर्थन प्राप्त करने के उद्देश्य से संचार रणनीतियों को डिजाइन करने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग कैसे करते हैं, तो हम इसका उल्लेख कर सकते हैं कि कैसे सोशल मीडिया अभियानों को सुविधाजनक बनाता है। सोशल मीडिया का उपयोग सामाजिक आंदोलनों द्वारा किए गए विरोध प्रदर्शनों का समर्थन करने के लिए भी किया जाता है, जहां सोशल मीडिया का उपयोग वैकल्पिक जानकारी के प्रसार को विकेंद्रीकृत करने, प्रतिकूल स्थिति बनाने और विरोध प्रदर्शनों का समन्वय करने के लिए किया जाता है (काल्देरारो और कावाडा, 2013)। सोशल मीडिया स्वस्थ लोकतंत्र में निहित इन सभी राजनीतिक प्रथाओं को सुविधाजनक बनाता है।

निम्नलिखित में हम अनुभवजन्य साक्ष्यों को देखेंगे जो यह समझने में मदद करते हैं कि सोशल मीडिया राजनीतिक अभ्यास का समर्थन कैसे करता है। मेरा ध्यान सबसे पहले इस बात पर है कि राजनीतिक दल लोगों को राजनीतिक भागीदारी के श्पारंपरिक रूपों, जैसे मतदान और शासन की स्थापित प्रक्रियाओं में भागीदारी में शामिल करने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग कैसे करते हैं। दूसरा, मैं जांच करूंगा कि मार्श राजनीतिक अभ्यास के श्पारंपरागत रूपों को परिभाषित करने के लिए सामाजिक आंदोलन इंटरनेट के उपयोग को कैसे आकार देते हैं वे प्रथाएं और रणनीतियां जो पारंपरिक या रूढ़िवादी के दायरे से बाहर, श्पारजनीति के गैर-संस्थागत पक्ष द्वारा चलाई जाती हैं। राजनीतिक भागीदारी (यानी मतदान करना, किसी राजनीतिक दल का सदस्य होना, पैरवी करना), और दूसरी ओर, आतंकवाद जैसे गंभीर राजनीतिक अपराध के बराबर नहीं है।

मीडिया और मतदाता

दर्शकों का आकार मीडिया कवरेज की मात्रा को प्रभावित करता है (प्रस्ताव 2ए) को स्नाइडर और स्ट्रोमबर्ग द्वारा अनुभवजन्य रूप से प्रलेखित किया गया है। वे मीडिया प्रभावों की पहचान करने के लिए समूह के आकार में संभावित रूप से बहिर्जात भिन्नता का उपयोग करते हैं। उनके मामले में, एक समूह कांग्रेस जिले का निर्वाचन क्षेत्र है। चित्र 1बी इस जिले में रहने वाले अखबार के पाठकों की हिस्सेदारी के मुकाबले लेखों की संख्या को दर्शाता है। वे एक अखबार और एक कांग्रेसी जिले के बीच एकरूपता को किसी दिए गए जिले में रहने वाले अखबार के पाठकों की औसत हिस्सेदारी के रूप में परिभाषित करते हैं। परिमाण के संदर्भ में, उनका अनुमान है कि 0 से 1 तक अनुरूपता में वृद्धि कांग्रेस अध्यक्ष के बारे में लिखे गए 170 और लेखों से जुड़ी है। जातीय समूहों की दर्शक हिस्सेदारी भी मीडिया कवरेज से संबंधित रही है। यह मीडिया बड़े पैमाने पर सीखने को प्रेरित करता है जो सकारात्मक मीडिया प्रभावों का केंद्र है। यह प्राथमिक संभावना लगती है कि मीडिया ऐसा करेगा। यह जानना कि किस नीति के लिए कौन जिम्मेदार है, अधिकांश लोगों के अनुभव से काफी दूर है। इसलिए, बड़े समाजों में नागरिक अपनी अधिकांश राजनीतिक जानकारी, जैसे राजनीतिक अभियान और जनसंचार माध्यम, के लिए दूसरों पर निर्भर होते हैं। इन संभावित स्रोतों में से, सर्वेक्षण उत्तरदाता नियमित रूप से जनसंचार माध्यमों को राजनीतिक जानकारी के अपने मुख्य स्रोत के रूप में उद्धृत करते हैं। फिर भी, सीखने के कुछ सिद्धांत सुझाव देते हैं कि जानकारी बाहर निकल जाती है। ऐसा हो सकता है कि मीडिया सामान्य बातों पर ध्यान केंद्रित करे और लोगों के दिमाग से प्रासंगिक राजनीतिक जानकारी निकाल दे।

राजनेता और नीति

ऐसा लगता है कि मीडिया मतदाताओं की प्रतिक्रिया बढ़ा रहा है। अगला सवाल यह है कि क्या यह बढ़ी हुई जवाबदेही राजनेताओं के चयन और कार्यों को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित करने के लिए पर्याप्त है। कुछ अध्ययनों से यह बात सामने आई है। फराज और फिनन ने पाया कि रेडियो स्टेशन वाली नगर पालिकाओं में अत्यधिक भ्रष्ट महापौरों को फिर से चुनने की संभावना कम थी। इसका सीधा असर दोबारा निर्वाचित मेयरों के चयन पर पड़ा है। स्नाइडर और स्ट्रोमबर्ग ने पाया कि राजनीति की मीडिया कवरेज की अधिक मात्रा

राजनेताओं के चयन और प्रोत्साहन दोनों में सुधार करती है। लेखक 1982.2004 में अमेरिकी कांग्रेसियों के लिए रोल-कॉल वोटिंग, समिति असाइनमेंट और गवाह उपस्थिति पर डेटा का विश्लेषण करते हैं। उन्होंने पाया कि जिन जिलों में मीडिया कवरेज अधिक है, वहां के अमेरिकी कांग्रेस सदस्य, बाहरी कारणों से, वैचारिक रूप से कम उग्र हैं, पार्टी नेताओं के खिलाफ अधिक बार मतदान करते हैं, और कांग्रेस की सुनवाई से पहले गवाही देने की अधिक संभावना रखते हैं। इसके अतिरिक्त, उनके निर्वाचन क्षेत्र-उन्मुख समितियों में काम करने की अधिक संभावना हो सकती है और व्यापक नीति-उन्मुख समितियों में काम करने की संभावना कम हो सकती है। चित्र सर्वांगसमता और इन परिणामों के बीच द्विचर संबंध को दर्शाता है।

परिमाण के संदर्भ में, स्नाइडर और स्ट्रोमबर्ग का अनुमान है कि सदन के प्रतिनिधि के बारे में लगभग 110 समाचार पत्रों के लेखों की एक बाहरी वृद्धि एक अतिरिक्त गवाह की उपस्थिति के साथ जुड़ी हुई है, और पार्टी नेतृत्व के खिलाफ प्रत्येक चार अतिरिक्त समाचार पत्रों के लेखों के खिलाफ एक अतिरिक्त वोट है। सदन प्रतिनिधि ऊपर प्रस्तुत साक्ष्य से पता चलता है कि मास मीडिया मतदाताओं को सूचित करता है और यह जानकारी मतदाता मतदान और मतदाता प्रतिक्रिया दोनों को बढ़ाती है। इससे राजनीतिक प्रोत्साहन और चयन में सुधार होता है। मैं अब अंततः सबूत पेश करता हूँ कि यह नीतियों को प्रभावित करता है। तीन प्रकार की मीडिया भिन्नता की जांच की जाती है: मीडिया तक पहुंच में भिन्नता, राजनीतिक कवरेज की मात्रा और विशेष घटनाओं की कवरेज। सबसे पहले, कुछ पत्रों में पाया गया है कि मीडिया की पहुंच से नीतिगत परिणामों में सुधार होता है। स्ट्रोमबर्ग ने पाया कि जिन काउंटियों में रेडियो की पहुंच अधिक थी, स्थानीय स्वागत स्थितियों के कारण, उन्हें न्यू डील कार्यक्रमों से काफी अधिक खर्च प्राप्त हुआ। रेडियो के प्रसार से विशेषकर ग्रामीण क्षेत्रों की स्थिति में सुधार हुआ। रेडियो ने भी मतदान प्रतिशत में वृद्धि की, विशेषकर ग्रामीण क्षेत्रों में। परिणाम बहिर्जात कारकों के साथ रेडियो स्वामित्व को साधने के लिए मजबूत हैं जो रिसेप्शन की गुणवत्ता को प्रभावित करते हैं: जमीन की चालकता और बुडलैंड का हिस्सा। बेस्ली और बर्गस ने भारतीय राज्यों के एक पैनल में सार्वजनिक खाद्य वितरण और आपदा राहत पर समाचार पत्र प्रसार के प्रभावों का अध्ययन किया। उनका मुख्य निष्कर्ष यह है कि समाचार पत्र प्रसार और राहत की आवश्यकता के उपायों के बीच परस्पर क्रिया सकारात्मक है।

इसका मतलब यह है कि खर्च का संबंध उन राज्यों में जरूरत से अधिक है जहां कई लोगों की समाचार पत्रों तक पहुंच है, दूसरे शब्दों में, उच्च समाचार पत्र प्रसार वाले राज्यों में खर्च जरूरत के प्रति अधिक प्रतिक्रियाशील है। दूसरा, मीडिया की पहुंच को स्थिर रखते हुए, राजनीतिक रूप से प्रासंगिक कवरेज की कुल मात्रा मायने रखती है। स्नाइडर और स्ट्रोमबर्ग ने पाया कि प्रति व्यक्ति अधिक संघीय निधि उन क्षेत्रों को आवंटित की गई जहां मीडिया ने उनके राजनीतिक प्रतिनिधियों को अधिक कवर किया। अनुमानित प्रभाव पर्याप्त हैं। अनुरूपता में एक-मानक विचलन वृद्धि (जो प्रति कांग्रेस सत्र में लगभग 50 अतिरिक्त लेखों से जुड़ी है) प्रति व्यक्ति संघीय खर्च में 3% की वृद्धि करती है। इसी तरह, लिम एट अल। प्रभावों की पहचान करने के लिए न्यायिक जिलों और समाचार पत्र बाजारों के बीच अनुरूपता का उपयोग करते हुए, अमेरिकी राज्य ट्रायल कोर्ट के न्यायाधीशों के समाचार पत्र कवरेज के प्रभाव का अध्ययन करें। उन्होंने पाया कि प्रेस कवरेज से वाक्य की लंबाई काफी बढ़ जाती है।

जनमत निर्माण के साधन के रूप में मीडिया

जनमत निर्माण के साधन के रूप में प्रेस या समाचार पत्र लोगों की शिकायतें तथा समाज की विभिन्न समस्याओं का विवरण प्रकाशित करता है। समाचार पत्र समाचारों की व्याख्या करते हैं, लोगों की आशाओं, आकांक्षाओं और शिकायतों के बारे में जानकारी प्रदान करते हैं, सरकारी नीतियों का वर्णन और आलोचना करते हैं, राजनीतिक घटनाओं का एक विशेष दृष्टिकोण से विश्लेषण करते हैं। अखबार के लेख और संपादकीय टिप्पणियाँ लोगों पर गहरा प्रभाव डालती हैं और उनके विचारों को बहुत प्रभावित करती हैं। प्रेस की प्रतिकूल आलोचना के डर से सरकार को संयमित रहना होगा और सावधान करना होगा।

लेकिन अखबार के खिलाफ कुछ महत्वपूर्ण आलोचना हो रही है। प्रत्येक अखबार अपने स्वयं के भक्त बनाता है जो इस कथित विश्वास पर पूजा करते हैं कि यह उनके लिए अच्छा है। इसके अलावा, प्रेस के माध्यम से शब्दों के व्यवसाय और लोकतंत्र के बीच असहज संबंध की अभिव्यक्ति स्वयं लोकतंत्र के लिए एक गंभीर खतरा है। जैसा कि फाइनेर बताते हैं, प्लेबुपरक रूप से सच्ची जानकारी और संतुलित राय की मात्रा कुल मिलाकर छोटी है, और प्रेस ने अपने दोषों को ठीक करने के बजाय राय बढ़ाने पर असाधारण प्रभुत्व हासिल कर लिया है। चूंकि समाचार पत्र का लोगों पर प्रभाव गहरा और व्यापक होता है, इसलिए उसे निष्पक्ष तरीके से सच्ची और सटीक खबरें देनी चाहिए। प्रो. लास्की ने राजनीतिक स्वतंत्रता को बनाए रखने के लिए ईमानदार और निष्पक्ष समाचार कवरेज की आवश्यकता के बारे में कहा। (लास्की) 6 कोरी ने यह भी कहा कि एक सरकारी एजेंसी को तथ्य और राय को संसार करने की शक्ति देने से समुदाय के सभी सत्ता-भूखे तत्व सरकार पर नियंत्रण पाने के संघर्ष में शामिल हो जाएंगे। लोकतंत्र को स्वतंत्र प्रेस की आवश्यकता है, लेकिन यह प्रेस के सरकारी विनियमन के माध्यम से नहीं पाया जा सकता है।

मीडिया और राजनीतिरू सैद्धांतिक परिप्रेक्ष्य

हालाँकि राजनीति और मीडिया के बीच घनिष्ठ संबंध है, लेकिन इसकी व्याख्या कभी भी सरल या एकतरफा नहीं की जा सकती। सैद्धांतिक संदर्भ की समीक्षा करने पर पता चलता है कि उदारवादी सिद्धांतकारों का कहना है कि मीडिया और लोकतंत्र एक दूसरे के पूरक हैं। यहां मीडिया एक स्वतंत्र एजेंसी है। उदारवादी विचारकों के अनुसार मीडिया को लोकतंत्र के चौथे स्तंभ के रूप में मान्यता प्राप्त है। मीडिया जहां एक ओर लोगों को विभिन्न मुद्दों पर जानकारी प्रदान करता है, वहीं यह लोगों को सरकारी कार्यों की आलोचना करके सत्ता के दुरुपयोग से भी बचाता है। इस प्रकार मीडिया प्रहरी की भूमिका निभाता है। यहां उदाहरण के तौर पर थॉमस कार्लाइल और एडमंड बार्क के नाम उल्लेखनीय हैं।

दूसरी ओर, मार्क्सवादी सिद्धांतकार मीडिया को आर्थिक आधार से निकटता से जुड़े एक अधिरचना के हिस्से के रूप में देखते हैं, यहां मीडिया की स्वतंत्र स्थिति को नकार दिया गया है। मार्क्सवादी सिद्धांतकार राल्फ मिलिबैंड ने कहा कि अखबार और अन्य मीडिया संगठनों में संपादक और पत्रकार अपनी नौकरी के लिए मालिकों पर निर्भर हैं और इसलिए वे बर्जुआ विचारधारा के प्रसार का विरोध करने के लिए किसी भी स्पष्ट स्वायत्तता का उपयोग नहीं करेंगे। एक अन्य मार्क्सवादी सिद्धांतकार अल्थुसर मीडिया को वैचारिक राज्य तंत्र का हिस्सा मानते हैं सबसे बढ़कर, ग्राम्शी मीडिया को शासितों की सहमति प्राप्त करके शासकों का प्रभुत्व या आधिपत्य स्थापित करने के साधन के रूप में देखते हैं। उनका तर्क है कि इस तरह बर्जुआ वर्ग एक प्रकार की शूट्टी वर्ग चेतना विकसित करता है। हालाँकि, मीडिया के स्वामित्व और पारंपरिक मार्क्सवाद के नियंत्रण के विचार की बहुलवादी सिद्धांतकारों द्वारा आलोचना की गई थी। उनका मानना है कि यहां कोई नियामक शासक वर्ग नहीं है। सरकार मीडिया स्वामित्व और सामग्री के मुख्य नियामक के रूप में कार्य करती है। वे वैचारिक राज्य तंत्र के बजाय व्यावसायिक जरूरतों और बिक्री पर भी ध्यान केंद्रित करते हैं। इस मामले में बहुलवादी विचारक जेम्स व्हेल का नाम विशेष रूप से महत्वपूर्ण है।

मीडिया और राजनीतिरू आलोचनात्मक मूल्यांकन

प्रोफेसर बॉल ने मीडिया की सीमा के बारे में कहा, ऐसा हो सकता है कि पाठक और दर्शक केवल उन राजनीतिक विचारों को उजागर करने के इच्छुक हों जिनसे वे पहले से ही सहमत हैं और शायद सापेक्ष उदासीनता, जनसंख्या की अज्ञानता के साथ भ्रमित न होना एक समस्या हो सकती है।¹⁸ जनसंचार माध्यमों के ऑन स्लॉट से बचाव का उत्कृष्ट साधन आधुनिक लोकतंत्र एक अप्रत्यक्ष या प्रतिनिधि लोकतंत्र है। ऐसे लोकतंत्र में चुनाव के माध्यम से लोगों की संप्रभुता वास्तविकता बन जाती है। लेकिन बड़े देशों में जैसे-जैसे लोगों की प्रत्यक्ष भूमिका कम होती जा रही है, राजनीतिक दलों, राजनीतिक संगठनों की अनिच्छा बढ़ती जा रही है, मध्यस्थ के रूप में मीडिया का प्रभाव बढ़ता जा रहा है। चुनावों के दौरान शासकों और नीति निर्माताओं को

उनकी जिम्मेदारियों के बारे में जागरूक करने, मतदाताओं की मांग पर उन्हें संवेदनशील बनाने और मतदाताओं को विभिन्न राजनीतिक मुद्दों के बारे में जागरूक करने में मीडिया की भूमिका निर्विवाद है। इसलिए मीडिया लोगों को महत्वपूर्ण राजनीतिक मुद्दों से अवगत कराने के लिए अपना एजेंडा तय करता है। यह तय करता है कि अगले चुनाव में कौन से मुद्दे अहम होंगे। वहीं दूसरी ओर राजनेता भी इस खेल में हिस्सा लेते हैं। इस प्रकार मीडिया, जनता और राजनेताओं के बीच संवाद स्थापित होता है।

सरकार मौजूदा राजनीतिक व्यवस्था की वैधता स्थापित करने के लिए मीडिया का उपयोग करती है। लोगों की सहमति बनाने के लिए विभिन्न रणनीतियों का उपयोग किया जाता है। उनमें से एक है राजनीतिक विज्ञापन। इस मामले में किसी राजनीतिक दल या नेतृत्व के गुण एकतरफा व्यक्त होते हैं। साथ ही विज्ञापन को भाषाओं, प्रतीकों और चित्रों के माध्यम से आकर्षक बनाकर लोगों की मांग को प्राथमिकता दी जाती है। ऐसे विज्ञापन का उद्देश्य लाभ कमाना, श्रोता, दर्शक या पाठक का मनोरंजन करना तथा राजस्व एकत्र करना होता है। इस बात पर बहुत बहस चल रही है कि मीडिया चुनावी राजनीति में क्या भूमिका निभाता है या यह लोगों के चुनावी व्यवहार को कितना प्रभावित करेगा। सामान्य तौर पर यह कहा जा सकता है कि समाचार मीडिया का एक विपणन योग्य उत्पाद है, इसलिए एकतरफा सूचना की संभावना बनी रहती है। हालाँकि, मीडिया किसी भी हालिया राजनीतिक, सामाजिक घटना को उजागर करता है जिसका चुनावी राजनीति पर प्रभाव पड़ सकता है।

निष्कर्ष

इंटरनेट को अक्सर मानव क्रिया को प्रभावित करने की क्षमता वाली एक तकनीक माना जाता है। हालाँकि, यह अपेक्षा कि इंटरनेट राजनीतिक प्रक्रियाओं को मौलिक रूप से बदल देगा, अपने तकनीकी-निर्धारक परिप्रेक्ष्य के कारण काफी हद तक विफल रही है। हिंडमैन के अनुसार, इंटरनेट राजनीति पर कैसे प्रभाव डालता है, इस पर किए गए शोध में गलत धारणा बनाई गई है कि डिजिटल प्लेटफॉर्म समय के साथ राजनीति के स्थापित ढांचे में क्रांति ला देंगे। यह धारणा नई नहीं है (टेलीग्राफ और रोटरी प्रिंटिंग प्रेस, और हाल ही में रेडियो और टेलीविजन का समान उत्साह के साथ स्वागत किया गया। हालाँकि, नई प्रौद्योगिकियाँ उतनी निर्धारक नहीं हैं जितनी कि ऐसे तकनीकी-निर्धारक दृष्टिकोण में होती हैं। बल्कि, समाज पर उनका प्रभाव उन सांस्कृतिक, राजनीतिक, आर्थिक और ऐतिहासिक परिस्थितियों की विशेषताओं के अनुसार विकसित होता है जिनमें वे पनपते हैं। साइबर-निराशावादियों और साइबर-आशावादियों के बीच अभी भी मौजूद तनाव के बीच, हमने इस अध्याय में सवाल उठाया है कि क्या इंटरनेट और विशेष रूप से सोशल मीडिया और राजनीति के बीच कोई संबंध मौजूद है। इस प्रश्न का उत्तर देने के लिए, हमने सबसे पहले राजनीतिक एकत्रीकरण के रूपों को सुविधाजनक बनाने, राजनीतिक जुड़ाव को बढ़ाने में इंटरनेट की भूमिका को संबोधित करते हुए अनुसंधान के समृद्ध निकाय को तैयार किया है। हमने फिर दिखाया है कि कैसे सोशल मीडिया के आगमन ने राजनीति को प्रभावित करने के लिए नेटवर्क सुविधाओं की क्षमता को और बढ़ा दिया है।

संदर्भ ग्रन्थ सूची

1. बादाम, जी.ए., और वर्बा, एस. (1980)। नागरिक संस्कृति पर दोबारा गौर किया गया। बोस्टन, एमएरू लिटिल ब्राउन।
2. अल्वारेज, आर.एम. (1997)। सूचना एवं चुनाव. एन आर्बर, एमआईरू मिशिगन विश्वविद्यालय प्रेस।
3. नाई, बी.आर. (2003)। कौन सी तकनीक और कौन सा लोकतंत्र? एच. जेनकिंस, डी. थोरबर्न, और बी. सीवेल (सं.), डेमोक्रेसी एंड न्यू मीडिया (पीपी. 33-48) में। कैम्ब्रिज, एमएरू एमआईटी प्रेस।
4. बार्नस, एस.एच., और कासे, एम. (1979)। राजनीतिक कार्रवाईरू पाँच पश्चिमी लोकतंत्रों में जन भागीदारी। बेवर्ली हिल्स, सीएरू सेज।

5. बरनौव, ई. (1966)। संयुक्त राज्य अमेरिका में प्रसारण का इतिहासरू खंड 1: बैबेल में एक टॉवर। 1933 तक। ऑक्सफोर्ड ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस।
6. बेंकलर, वाई. (2006)। नेटवर्क का धनरू कैसे सामाजिक उत्पादन बाजार और स्वतंत्रता को बदल देता है। न्यू हेवन, सीटीरू येल यूनिवर्सिटी प्रेस।
7. बेनेट, डब्ल्यू.एल., और सेगरबर्ग, ए. (2012)। कनेक्टिव एक्शन का तकरू डिजिटल मीडिया और विवादास्पद राजनीति का निजीकरण।
8. बिम्बर, बी. (2001)। अमेरिका में सूचना और राजनीतिक जुड़ावरू व्यक्तिगत स्तर पर सूचना प्रौद्योगिकी के प्रभावों की खोज। राजनीतिक अनुसंधान त्रैमासिक
9. बिम्बर, बी. (2003)। सूचना और अमेरिकी लोकतंत्ररू राजनीतिक शक्ति के विकास में प्रौद्योगिकी। कैम्ब्रिजरू कैम्ब्रिज यूनिवर्सिटी प्रेस।
10. ब्लमलर, जे.जी., और कोलमैन, एस.जे. (2009)। इंटरनेट और लोकतांत्रिक नागरिकतारू सिद्धांत, व्यवहार और नीति। कैम्ब्रिजरू कैम्ब्रिज यूनिवर्सिटी प्रेस।
11. चौडविक, ए. (2013)। हाइब्रिड मीडिया सिस्टमरू राजनीति और सत्ता। ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस।
12. चौडविक, ए., और हॉवर्ड, पी.एन. (सं.). (2009)। इंटरनेट राजनीति की रूटलेज हैंडबुक। लंदनरू रूटलेज।
13. चौफी, एस.एच., और कनिहान, एस.एफ. (1997)। मास मीडिया से राजनीति के बारे में सीखना। राजनीतिक संचार, 14(4), 421–430।
14. डेविस, आर. (2009)। टाइपिंग पॉलिटिक्सरू अमेरिकी राजनीति में ब्लॉग्स की भूमिका। न्यूयॉर्क, एनवाईरू ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस।
15. डेविस, आर., और ओवेन, डी. (1998)। न्यू मीडिया और अमेरिकी राजनीति। न्यूयॉर्क, एनवाईरू ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस।

