

चुनाव में मीडिया की भूमिका (2014 के लोकसभा चुनाव के विशेष संदर्भ में)

सारांश

मीडिया समाज का सजग प्रहरी है। चुनाव में प्रेस की भूमिका सबसे अधिक अहम होती है। अतः मीडिया कर्मियों को अपने दायित्वों का निर्वहन निष्पक्षता पूर्ण ढंग से करना चाहिए। खबरों की सत्यता की जाँच के पश्चात् ही प्रसारण, प्रकाशन करना चाहिए। मीडिया द्वारा भ्रामक व गलत प्रसारण एवं प्रकाशन न किया जाये, क्योंकि इसका सीधा असर जनता पर पड़ता है। संचार के साधन—टी.वी., रेडियो, फेसबुक, ट्यूटर, मोबाईल, व्हाट्सएप, समाचार पत्र, पत्रिकाओं के माध्यम से खबरें हवा की तरह (परफ्यूम) तत्काल फैल जाती है। वर्तमान समय में टी.वी. में दिखाया जाने वाला एक्जिटपोल, डिबेट, भाषण, रैलियों से जनता जागरूक हो रही है। अतः मीडिया को भेदभाव रहित होकर बिना लालच के, बिना दबाव के, सही खबरों का ही प्रसारण और प्रकाशन करना चाहिए तभी लोकतंत्र मजबूत होगा।

मुख्य शब्द : मीडिया, चुनाव, लोकतंत्र।

प्रस्तावना

संचार के साधन लोकतंत्र के आधार स्तंभ हैं। रेडियो, टी.वी., फेसबुक, इंटरनेट, मोबाईल पत्र-पत्रिकाएँ संचार के ऐसे साधन हैं जिससे एक साथ करोड़ों और अरबों लोगों को संदेश दिया जा सकता है। 16वीं लोकसभा चुनाव में इन जनसंचार के साधनों के कारण मतदाता अत्यधिक जागरूक नजर आया है। 16वीं लोकसभा चुनाव 7 अप्रैल 2014 से 12 मई 2014 के मध्य 9 चरणों में संपन्न हुए। कुल 543 लोकसभा सीटों के लिए 81 करोड़ से अधिक मतदाताओं ने मतदान किया।

16 मई 2014 को 16वीं लोकसभा चुनाव परिणामों ने अप्रत्याशित रूप से भारतीय राजनीति में परिवर्तन की बुनियाद डाली। चुनाव परिणाम के बाद स्पष्ट जनादेश ने पिछले 30 सालों के बाद किसी एक दल की स्थिर सरकार (भारतीय जनता पार्टी) बनाने का मन बनाया। भाजपा ने 543 में से अकेले 286 सीटों पर जीत हासिल की। रिकार्ड तोड़ सत्तर फीसदी मतदान से जाहिर है कि युवाओं और महिलाओं ने बड़े पैमाने पर अपने जननायक को वोट दिया। कांग्रेस ने केवल 44 सीटों पर विजय प्राप्त की। मीडिया की इस चुनाव में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका रही।

मीडिया के नये रूपों के उदय के कारण पहली बार राजनीतिक संदेशों का डिजिटल प्रचार बहुत लोकप्रिय हुआ। चुनाव आयोग ने मतदाताओं को जागरूक करने के लिए अपनी वेबसाइट और यू-ट्यूब जैसी साइटों पर एक विडियो चैनल लांच किया। सी डैक द्वारा विकसित एक एप्लीकेशन से मतदाताओं को उनके मतदान केंद्र की जानकारी देने की सुविधा लोगों को टैबलेट, कंप्यूटर, मोबाईल, इंटरनेट और एस.एम.एस. संदेशों के जरिए मिली। चुनाव आयोग ने पी.डी.एफ फॉर्मेट में मतदान केंद्र आधारित मतदाता सूची भी उपलब्ध करायी। स्कूल, कॉलेजों एवं जिला स्तर पर मतदाता जागरूकता के लिए अनेक रैलियाँ निकाली गईं। अनेक प्रतियोगिताएँ जैसे नारे, स्लोगन, पोस्टर, भाषण, निबंध, चित्रकला आदि आयोजित की गईं। आम लोगों में इसका सकारात्मक प्रभाव पड़ा। जो युवा



नागरत्ना गनवीर

सहायक अध्यापक,
राजनीति विज्ञान विभाग,
शासकीय शिवनाथ विज्ञान
महाविद्यालय,
राजनांदगांव (छ0ग0)

मतदान में भाग नहीं लेते थे उन्होंने पहली बार एकजुट होकर उत्साह से वोटिंग की। करीब 66 फीसदी सीटें, भाजपा को एक लाख से अधिक के अंतर से मिली जो युवा वोटिंग का ही असर था।

अध्ययन का उद्देश्य

“मीडिया का आम जनता पर बहुत अधिक प्रभाव पड़ता है। अतः मीडिया बिना किसी भेदभाव, दबाव और लालच के निष्पक्ष होकर प्रसारण करें।”

प्रस्तावना

नरेन्द्र मोदी की छवि एवं चुनाव प्रचार की शैली के कारण मतदाताओं को जागरूक करने में कामयाबी मिली। मोदी जी ने सितंबर 2013 से धुआधार चुनाव प्रचार किया। दिल्ली तक पहुंचने के लिए सबसे पहले उत्तर प्रदेश (वाराणसी) को चुना। पूरा वाराणसी “हर-हर मोदी घर घर मोदी”, “नमो नमो” के नारों से गुंजने लगा। कुछेक नारे बहुत हिट भी हुए जैसे-“अब की बार मोदी सरकार”, “अच्छे दिन आने वाले हैं”, भ्रष्टाचार मुक्त भारत जैसे भावनात्मक स्लोगनों ने लोगों के मन को जीत लिया। मोदी जी ने चुनाव प्रचार में 5829 कार्यक्रम किए जिनमें 437 जनसभाएँ, 1350 3-डी रैलियाँ और 4000 चाय के चौपाल कार्यक्रम शामिल हैं।¹

युवाओं ने भाजपा को पूर्ण बहुमत (नरेन्द्र मोदी जी प्रधानमंत्री बनें) तक पहुंचाने में अहम भूमिका निभाई। भाजपा को देश भर से जितने वोट मिले उसमें 6 प्रतिशत से ज्यादा युवाओं के थे। युवाओं ने उत्तर प्रदेश, बिहार और महाराष्ट्र जैसे राज्यों में पहली बार पार्टियों, जातियों और समुदायों से जुड़कर वोट देने की परंपरा को तोड़ा है।²

वास्तव में 16वीं लोकसभा चुनाव के मुद्दे वही थे जो पिछले दो तीन सालों से नागरिकों की समस्याओं के आधार बने थे। इनमें प्रमुख मुद्दे भ्रष्टाचार, बढ़ती महंगाई और घोटालें (जैसे – 2जी स्पेक्ट्रम घोटाला, कोयला आंबटन में भ्रष्टाचार, राष्ट्रमंडल खेल गांव तथ स्टेडियम निर्माण में भ्रष्टाचार आदि प्रमुख हैं) प्रशासनिक विफलता तथा सशक्त शासन का अभाव प्रमुख माना जाता है। 16वीं लोकसभा चुनाव के लिए भाजपा के प्रधानमंत्री पद के उम्मीदवार श्री मोदी जी ने जनता के साथ सीधा संवाद स्थापित किया और एक सशक्त नेतृत्व और भ्रष्टाचार मुक्त भारत की संभावना को बल दिया। उनके एजेंडे में विकास सबसे अग्रणी था।³

इस लोकसभा चुनाव की सबसे बड़ी खासियत यह थी कि देश के कई राष्ट्रीय राजनीतिक दलों (बीएसपी) का खाता ही नहीं खुला। क्षेत्रीय दल भी अपनी साख बचाने में नाकाम रहे। जातिवाद, संप्रदायवाद और क्षेत्रीयता के आधार पर बने राजनीतिक दलों को 16वीं लोकसभा चुनाव में निराशा

का सामना करना पड़ा। तीन दशकों में पहली बार गठबंधन के बेलगाम घोड़ों से छुटकारा मिला और एक दल की सरकार बनी। अब देश की जनता को उम्मीद है कि गठजोड़ की विवशता के कारण रूके हुए विकास कार्य तेजी से होंगे और अच्छे दिन जरूर आयेंगे।⁴

इन चुनाव परिणामों का संदेश है :-

उभरते भारतीय ग्रामीण और शहरी, दोनों वर्गों को सरकार से भ्रष्टाचार मुक्त, सबका साथ सबका विकास की स्पष्ट अपेक्षा है। प्रधानमंत्री उनके जीवन स्तर को ऊंचा उठाने वाली अर्थव्यवस्था लाएँ, मेरे लिए सरकार क्या कर रही है, और क्या करेगी यह बताएँ। जाति, धर्म, बोली सब व्यर्थ है। घृणा फैलाने की राजनीति अब नहीं चलेगी, जितनी बड़ी विजय उससे दोगुनी अपेक्षाएँ जनता को हैं।⁵

मतदाताओं द्वारा नोटा का प्रयोग

2014 के चुनावों में पहली बार चुनाव आयोग ने “नोटा अर्थात् उपरोक्त उम्मीदवारों में से कोई नहीं” का विकल्प रखा। मतदाताओं की यह जागरूकता ही रही कि जो उम्मीदवार नापसंद है या काम नहीं करता है उसे नकार दिया गया। देश भर में 59,78,208 मतदाताओं ने नोटा का बटन दबाकर अपने मताधिकार का प्रयोग किया। यह कुल मतदाताओं की संख्या का 1.1 प्रतिशत रहा। बिहार में सर्वाधिक मतदाताओं ने नोटा का प्रयोग किया। यहाँ 5,76,348 मतदाताओं ने नोटा का प्रयोग किया। इसी तरह म.प्र. के रतलाम संसदीय सीट पर सर्वाधिक 30,364 मतदाताओं ने नोटा का प्रयोग किया।⁶

इन परिणामों को देखने पर स्पष्ट होता है कि आम जनता अब जागरूक हो चुकी है। जाति, भाषा, संप्रदाय और वोट बैंक की राजनीति के मायाजाल से दूर वह स्वच्छ सुशासन और देश का विकास करने वाला नेतृत्व चाहती है। भारत में शिक्षा का स्तर बढ़ने का यह शुभ संकेत भी है। अगर योग्य नेतृत्व नहीं है तो जनता परिवर्तन कर सकती है। अब मतदाता की जागरूकता को पहचानने और जनहित में काम करने की आवश्यकता है। मीडिया का जन जागरूकता में महत्व निरंतर बढ़ते जा रहा है। जनता घर बैठे सब देखकर समझ रही है और निर्णय ले रही है।

आम चुनाव में अरबों का खर्च

मतदाताओं को जागरूक करने के लिए 2014 के आम चुनाव में चुनाव प्रचार पर अरबों रुपये खर्च किये गये। यह चुनाव अब तक का सबसे महंगा चुनाव साबित हुआ है। केवल उत्तर प्रदेश में देखें तो भाजपा ने 400 मल्टीमीडिया रथ “मोदी आने वाले हैं” के बैनर के तहत महीनों दौड़ाए। पूरे चुनाव में 31 हजार 900 करोड़ रुपये खर्च किए गए जिसमें से दो

तिहाई यानी 21,300 करोड़ रुपये अकेले भाजपा ने तथा 10,650 करोड़ रुपये अन्य दलों ने प्रचार में खर्च किये है। टी.वी. और रेडियों का जहाँ प्रचार पर जोर था इस पर 1500 करोड़ रुपये खर्च किए गए। पूरे देश में 2000 से ज्यादा होर्डिंग बुक हुए। रेडियो और टी.वी. पर हर दिन 50-50 विज्ञापन बुक किए गए। ग्रामीण इलाकों के लिए खासतौर पर दूरदर्शन पर विज्ञापन बुक किए गए। पेड मीडिया पर इस बार 500 करोड़ से 1000 करोड़ रुपये तक खर्च किया गया। रैलियों कार्यक्रमों के प्रबंधन पर 600 करोड़ खर्च किए गए।⁷

चुनाव आयोग द्वारा पार्टी कार्यक्रमों की हर गतिविधि का विडियो फुटेज सभी जिला मुख्यालयों के निरीक्षण में रखा गया था। खाने पीने, फूलमाला, स्टेज तक की कीमत निर्धारित की थी। जो पार्टी जितना ज्यादा खर्च करेगी उस पार्टी के खाते में जोड़ा जायेगा, यह निर्धारित था। इस प्रकार मीडिया का इस बार के चुनाव में बहुत अधिक प्रभाव पड़ा। मतदाता घर बैठे सभी पार्टियों के चुनाव प्रचार के तरीकों एवं आरोप प्रत्यारोप से वाकिफ हो रहा था और दलों के बारों में आंकलन कर रहा था।

2014 के चुनाव की एक महत्वपूर्ण विशेषता यह रही कि पहली बार मतदाताओं को फोटो सहित मतदाता पर्ची उपलब्ध कराई गई। आम आदमी पार्टी, पहली बार, चुनाव मैदान में उतरी। 426 सीटों पर उम्मीदवार उतारे किन्तु 4 सीटें ही जीत पाई। गुजरात का विकास मॉडल मीडिया द्वारा इस तरह से प्रस्तुत किया गया कि जनता में आशा की एक नई किरण जागी। मोदी लहर पर लोगों का विश्वास बढ़ गया और अब की बार मोदी सरकार को चुन लिया।⁸

भाजपा शासित राज्यों के मतदाताओं ने भी केंद्र में भाजपा की सरकार बनाने का मन बनाया और अब की बार मोदी सरकार का नारा कारगर साबित हुआ।

सुझाव

1. मीडिया को निष्पक्ष होकर कार्य करना चाहिए।
2. मीडिया वालों को किसी भी प्रकार के भाई भतीजेवाद, जातिवाद संप्रदायवाद से दूर रहना चाहिए।
3. मीडिया किसी भी प्रकार के दबाव में काम न करे।

4. खबर की सत्यता पर ही प्रसारण या प्रकाशन किया जाये।
5. मीडिया कर्मी अपने दायरे में रहकर प्रकाशन करें।
6. राजनीतिक दल आचार संहिता का पालन करें।
7. मीडिया भ्रामक व गलत चुनाव का प्रकाशन न करें।
8. सरकार को मीडिया की सुरक्षा का विशेष ध्यान रखना चाहिए।

निष्कर्ष

निष्कर्ष के रूप में कहा जा सकता है कि 2014 का चुनाव 3 दशकों बाद देश की राजनीति में बदलाव लेकर आया है। यह चुनाव सभी दलों को आगाह करता है कि अब जातियता, क्षेत्रीयता, संप्रदाय, भाषा और पार्टी के आधार पर कोई चुनाव नहीं जीत सकता है। कोई ठोस विकास के मुद्दे पार्टियों को बताने होंगे, ठोस काम करके दिखाना होगा। जनता मीडिया के माध्यमों से अब जागरूक हो चुकी है। प्रतिनिधि अब वही चुने जायेंगे जो जनता के लिए कुछ अच्छा कर दिखायेंगे। सरकार को भ्रष्टाचार, महगाई, घोटाले, कालेधन की वापसी जैसी प्रमुख समस्याओं को गंभीरता से लेकर उसका समाधान या निवारण का रास्ता अतिशीघ्र निकालना होगा। जनता को उम्मीद है कि देश की व्यवस्था में अतिशीघ्र सुधार होगा। मीडिया अपनी निष्पक्ष भूमिका निभायेगा। वर्तमान में 2018 के पांच राज्यों के विधानसभा चुनाव में मीडिया की अहम भूमिका थी। एकजीटपोल भी लगभग सच साबित हुए। अतः मीडिया अपने दायित्व ईमानदारी से निभा कर लोकतंत्र को सुदृढ़ करने में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका अदा कर सकती है।

संदर्भ ग्रंथ सूची

1. आउटलुक, 31 मई 2014, पृ. 27
2. दैनिक भास्कर, 17 मई 2014, लोकसभा चुनाव 2014
3. समसामयिकी महासागर, जुलाई 2014, पृ.58
4. दैनिक भास्कर, 17 मई 2014, चुनाव परिणाम
5. दैनिक भास्कर, 17 मई 2014, चुनाव परिणाम
6. समसामयिकी महासागर, जुलाई 2014, पृ. 61
7. आउटलुक, 16-31 मई 2014, पृ. 40