



Knowledgeable Research

ISSN 2583-6633

Vol.02, No.02, September, 2023

<http://knowledgeableresearch.com/>

भारतीय राजनीति में सोशल मीडिया की भूमिका

डॉ. कुमुद रंजन

एसो. प्रो. राजनीति विज्ञान एवं लोक प्रशासन विभाग
का. सु. साकेत पीजी कॉलेज, अयोध्या, उत्तर प्रदेश -224123
Email: kumudrenuranjan@gmail.com

Abstract: भारतीय राजनीति में सोशल मीडिया की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण हो गई है। यह माध्यम न केवल जनता और राजनेताओं के बीच सीधा संवाद स्थापित करता है, बल्कि चुनावी प्रचार और जनमत निर्माण में भी प्रमुख भूमिका निभाता है। पहले राजनीतिक छवियाँ जनसंपर्क और जमीनी कार्यों से बनती थीं, लेकिन आज सोशल मीडिया के माध्यम से पेशेवर तकनीक का उपयोग करके नेताओं की छवि गढ़ी जाती है। भारत में 90 करोड़ से अधिक स्मार्टफोन उपयोगकर्ताओं और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे फेसबुक, व्हाट्सएप, ट्विटर आदि के व्यापक प्रभाव ने राजनीतिक दलों को ऑनलाइन कैम्पेनिंग की ओर मोड़ दिया है। 2014 और 2019 के चुनावों में सोशल मीडिया ने निर्णायक भूमिका निभाई, जहाँ नरेंद्र मोदी और अन्य नेताओं ने इसका उपयोग करके युवाओं और महिलाओं तक सीधी पहुँच बनाई। हालाँकि, इसके सकारात्मक प्रभावों के साथ-साथ झूठी खबरें, नफरत और अफवाहें फैलाने जैसी चुनौतियाँ भी सामने आई हैं। उत्तर प्रदेश की राजनीति में सोशल मीडिया का विशेष प्रभाव देखा गया है, जहाँ 2017 के विधानसभा चुनावों में भाजपा ने इसका सफलतापूर्वक उपयोग किया। सोशल मीडिया ने राजनीति को अधिक पारदर्शी और जनभागीदारी से युक्त बनाया है, लेकिन इसके दुरुपयोग को रोकने के लिए नियमों की आवश्यकता भी महसूस की जा रही है। आने वाले समय में यह माध्यम भारतीय लोकतंत्र और राजनीति को और अधिक प्रभावित करेगा।

Keywords: सोशल मीडिया, भारतीय राजनीति, चुनावी प्रचार, विशेष प्रभाव

आज के दौर को सोशल मीडिया का दौर भी कहा जाता है। इसमें स्वयं की सक्रिय भागीदारी रहती है। इसमें व्यक्ति अधिक अपनापन महसूस करता है, वह खुलकर अपनी बात रख सकता है और अपनी कृतियों पर दूसरे की प्रतिक्रियाएं चाहता है। और उनकी उम्मीद में अधिक सक्रिय रहता है। इससे न केवल भारतीय समाज बल्कि भारतीय राजनीति को भी हाई-टेक कर दिया है। राजनीति में शुरू से कूटनीति, व्यवहारिकता और प्रोफेशनलिज्म हावी रहता था। लेकिन आज तकनीक हावी है। पहले अस्सी के दशक तक राजनेताओं की एक छवि एवं लोकप्रियता होती थी, जो कि उनके संघर्ष एवं जनता के लिए किये गये कार्यों के आधार पर बनती थी, किन्तु आज समय कुछ यूँ है कि पेशेवर लोगों द्वारा सामाजिक मीडिया का सहारा लेकर नेताओं की छवियों को गढ़ा जाता है, और उन्हें लोकप्रिय बनाया जाता है।

पहले परम्परागत राजनैतिक कार्यकर्ता घर-घर जाकर नेता का प्रचार करते थे और आज IT सेल से जुड़े पेशेवर लोग हमारे नेता की छवि हमारे सामने प्रस्तुत करते हैं। भारत में चुनावों के लिए पेशेवर लोगों का इस्तेमाल पहली बार राजीव गाँधी ने किया था। भारत में 142 करोड़ जनसंख्या में लगभग 110 करोड़ लोगों के पास फोन है, इनमें से 90 करोड़ लोगों की जेब में स्मार्टफोन है, 37 करोड़ लोग हर

डॉ. कुमुद रंजन

Acceptance Date: 27.09.2023

Publication Date: 30.09.2023

महीने फेसबुक पर रहते हैं, और लगभग 53 करोड़ व्हाट्सएप पर। इसी तरह से राजनीतिक पार्टियां आनलाइन कैम्पेन और सोशल मीडिया के इस्तेमाल को तवज्जो दे रही हैं। बीते कुछ सालों में चुनावों में इसकी भूमिका इतनी जरूरी हो गयी है, जिसका महत्व लैस प्रिंस अपनी किताब 'द मोदी इफेक्ट' में बताते हैं। वो कहते हैं कि मौजूदा तात्कालीन प्रधानमंत्री पहले ही समझ चुके थे कि लोगों तक सीधे पहुंचने के लिए यह बेहद जरूरी है, उनके लिए ये केवल जूनून नहीं बल्कि उनकी जरूरत बन गया था और साल 2014 में उनकी जीत के पीछे इसकी अहम भूमिका थी।¹

इंटरनेट क्रांति के दौर में सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के रूप में एक बेहतरीन तोहफा मिला है। फेसबुक, ट्विटर (एक्स), इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप, गूगल प्लस और ऐसे अनेक प्लेटफॉर्म पर विश्व को एक सूत्र में पिरोने की ताकत रखते हैं। एक स्टडी के अनुसार 2014 भारत के लोकसभा चुनाव में लगभग 150 सीटों पर सोशल मीडिया ने जीत में अपनी भूमिका निभाई थी। वहीं दिल्ली राज्य के बहुचर्चित चुनाव में अरविंद केजरीवाल द्वारा नवगठित पाटी के 80 फीसदी कैम्पेन सोशल मीडिया के द्वारा किया और परिणाम पूरी दुनिया ने देखा। आज छोटे से लेकर बड़ा नेता ट्विटर एकाउंट द्वारा जनता तक अपने संदेश भेजता है परन्तु यही प्लेटफॉर्म कभी-कभी नफरत एवं अपशब्दों का सहारा बन जाता है² व्हाट्सएप ऐसा माध्यम है जिसे सदुपयोग किया जाये तो सूचनाओं का आदान प्रदान आसानी से हो जाता है परन्तु इसके द्वारा भी भ्रामक खबरें, झूठी अफवाहें फैलाने का कार्य किया जा रहा है। भारत में विभिन्न राजनीतिक दलों एवं उनके समर्थकों और यहां तक कि मीडिया समर्थित व्हाट्सएप समूह बनें हैं जो एक दूसरे के विरुद्ध गलत भाषा एवं सूचनाओं का प्रयोग कर अफवाह फैलाने का कार्य करते हैं। अभी हाल ही में सहारनपुर में हुए साम्प्रदायिक तनाव भी भीमसेना अध्यक्ष द्वारा व्हाट्सएप का प्रयोग सामने आया है। जिसके माध्यम से एक जानकारी बड़ी आसानी से जन-जन तक पहुंच जाती है या वायरल हो जाती है। जम्मू कश्मीर में भी ऐसी ही शिकायतें मिलीं हैं। इसलिए अधिक तनाव व अशांति की स्थिति में सरकार द्वारा वहां इंटरनेट सेवा बाधित कर दी जाती है।

भारतीय राजनीति ने इसकी ताकत और हर वर्ग के मतदाताओं के बीच इसकी पैठ को अच्छी तरह से पहचान लिया है, इसी वजह से जहां 2009 में कांग्रेस के शशि थरूर जैसे इक्का-दुक्का राजनेता ही ट्विटर पर सक्रिय थे, वहीं 2019 के चुनावों में शायद ही किसी राजनीतिक दल का कोई नेता ऐसा बचा हो, जिसका फेसबुक अथवा ट्विटर पर खाता न हो, आगामी आम चुनाव की पूर्व तैयारी के सिलसिले में तात्कालीन प्रधानमंत्री ने जब विभिन्न राज्यों के भाजपा सांसदों से मुलाकात की तो उनका स्पष्ट संदेश था- मोबाइल तकनीक का उपयोग कीजिए क्योंकि यही वह माध्यम है। जिसका इस्तेमाल भारत का युवा सबसे अधिक करता है। तात्कालीन प्रधानमंत्री ने अपने सांसदों को नसीहत दी थी कि वे सोशल मीडिया पर सक्रिय हो जाएं और अपनी तथारकार की नीतियों का अपने-अपने लोकसभा क्षेत्रों में जमकर प्रचार करें, क्योंकि 2024 के चुनावों को मोबाइल के माध्यम से लड़े जायेंगे।

भारतीय राजनीति और सामाजिक मीडिया का रिश्ता थोड़ा नया सा है, सबसे पहले इण्डिया करप्शन ने फेसबुक के जरिए एक बड़ी आबादी को भ्रष्टाचार जैसे मुद्दे से जोड़ा था। तथा राजनेताओं को इस आन्दोलन के बाद इसकी ताकत का अन्दाजा लगा, जिसके बाद तात्कालीन प्रधानमंत्री का गूगल हैंग आउट हो या फिर ट्विटर पर बड़े नेताओं की उपस्थिति, लोगों को राजनीतिक दलों से जोड़ने की कोशिश जमकर हो रही है। बड़ी पार्टियों के साथ ही साथ छोटी पार्टियां भी इसमें शामिल हो रही हैं। जिसका असर अगले आम चुनाव में देखने को मिलेगा।

सोशल मीडिया के उपयोग से दो व्यक्तियों के बीच होने वाले संवाद का स्वरूप बदल गया है। इस माध्यम का उपयोग समाज के बुद्धिजीवी वर्ग के साथ-साथ जनता भी कर रही है। विकिपिडिया के अनुसार 'सामाजिक मीडिया मनुष्य के बीच सूचनाओं को साझा करने और चर्चा कर जानकारी एकत्रित करने के लिए मुख्य रूप से इंटरनेट पर आधारित उपकरण है।

आजादी से लेकर नब्बे के दशक तक जहां मीडिया और सूचना सम्प्रेषण के नाम पर एक सीमित वर्ग के पास अखबार और रेडियो की उपलब्धता थी और साक्षरता का सूचकांक भी निचले स्तर पर था, स्वतंत्रता आन्दोलन को सफल करने में मीडिया का महत्वपूर्ण योगदान रहा है उस समय ब्रिटिश हुकूमत से भारत को आजाद करवाने के पवित्र काम में जहां एक ओर अहिंसावादी आन्दोलनकारियों, क्रांतिकारियों, कवियों ने अपने प्राणों की परवाह न करते हुए सर्वस्व न्यौछावर कर दिया वहीं दूसरी तरफ मीडिया ने भी आजादी की अग्निशिखा को अनवरत प्रज्वलित रखने में अपनी सक्रिय भूमिका का निर्वाह किया। निर्भीक सम्पादकों का भी स्वतंत्रता संग्राम में महत्वपूर्ण योगदान रहा है इसे देश की मुख्य धारा के साथ समझा जा सकता है।

देश के स्वतंत्रता संग्राम में अखबारों, पत्रिकाओं, पुस्तिकाओं, पर्चों यानी पूरे प्रिंट मीडिया ने बहुत महत्वपूर्ण भूमिका अदा की। सती प्रथा समेत अनेक सामाजिक कुरीतियों के खिलाफ मुहिम चलाने में राजाराम मोहन राय जैसे सुधारकों ने सबसे ज्यादा भरोसा इन्हीं पर किया³ इसे मिशन के तौर पर लिया जाता था और इसके माध्यम से निःस्वार्थ भाव से सेवा की जाती थी भारत में इसकी नींव रखने वाले अंग्रेज ही थे।

भारत के पत्रकारों ने अपनी कलम की ताकत आजादी प्राप्त करने में लगाई। आजादी मिलने के बाद समाचार पत्रों के स्वरूप में परिवर्तन आना स्वाभाविक था क्योंकि उनका आजादी का उद्देश्य पूरा हो चुका था। समाचार पत्रों को आजादी मिलने और साक्षरता दर बढ़ने के कारण आजादी के बाद बड़ी संख्या में समाचार पत्रों एवं पत्रिकाओं का प्रकाशन होने लगा साथ ही रेडियो एवं टेलीविजन के विकास के कारण मीडिया जगत में बड़ा बदलाव आया क्योंकि स्वतंत्रता से पहले जिस पत्रकारिता को मिशन माना जाता था अब वह धीरे-धीरे प्रोफेशन में बदलने लगा आधुनिकीकरण की छाप उसपे दिखने लगी।

आजादी के ठीक बाद हमें विरासत में एक अव्यवस्थित और पिछड़ा हुआ और निम्न साक्षरता स्तर का भारत प्राप्त हुआ और स्वाभाविक रूप से उत्तर प्रदेश की हालात कमोवेश वही थी। हमारे संसाधनों का अधिकतम दोहन किया जा चुका था और सामाजिक, मानवीय और साक्षरता सूचकांक निम्न स्तर पर था। ऐसी स्थिति में मीडिया के नाम पर अखबार और रेडियो उपलब्ध था। चूंकि सत्ता का स्थानान्तरण उस राजनैतिक दल को हुआ था जिसे स्वतंत्रता आन्दोलन में अग्रणी दल माना जाता था अतः आजादी के बाद निर्विवाद रूप से जनता से लेकर बुद्धिजीवी वर्ग की निष्ठा उस राजनैतिक व्यवस्था में थी। विपक्ष की अनुपलब्धता के कारण मीडिया भी सरकारी संस्थानों के प्रभाव से अछूती नहीं था परन्तु उस दौर की पत्रकारिता अपने आदर्शों पर स्थाई रहने वाली पत्रकारिता थी। शुरुवाती दौर में अखबार और रेडियो ज्यादातर सत्ता पक्ष या राजनैतिक व्यवस्था द्वारा बनायी गयी नीतियों के सकारात्मक पक्ष को ही जनता के सामने लाते रहे। स्थानीय स्तर पर छुटपुट विरोध के स्वर भी थे मगर वो तत्कालिक रूप से स्थायी प्रभाव डालने वाले नहीं थे। निरक्षरता और अशिक्षा के कारण लोग खबरों का विश्लेषण करने की जगह उसे पढ़कर या सुनकर अपना मत बनाते थे ऐसे में मीडिया की भूमिका किसी पवित्र ग्रन्थ जैसी हो गयी जिसमें सबकुछ सत्य ही लिखा होगा ऐसा माना जाने लगा।

आजादी के एक दशक बाद मीडिया में सरकार के खिलाफ आलोचनात्मक स्वर भी उठने शुरू हुए फिर 1962 के युद्ध में भारत की चीन से हार के बाद मीडिया के एक वर्ग में वर्तमान राजनैतिक व्यवस्था का विरोध किया और छोटे स्तर पर ही सही मगर लोगों का जनमत

डॉ कुमुद रंजन

Acceptance Date: 27.09.2023

Publication Date:30.09.2023

बदलना शुरू हुआ। 1963 के उपचुनाव में जे० बी० कृपलानी ने अमरोहा, राममनोहर लोहिया ने फर्रुखाबाद से चुनाव जीता। 1967 में चौधरी चरण सिंह द्वारा भारतीय क्रांति दल स्थापना से लेकर उनके पहले गैर कांग्रेसी मुख्यमंत्री बनने तक मीडिया ने अपनी भूमिका का सम्यक निर्वहन किया।

नब्बे के दशक के लगभग का है जब उत्तर प्रदेश के लोगों का परिचय दूरदर्शन के माध्यम से टेलीविजन से हुआ। शुरूआत के एक दशक तक दर्शन द्वारा उपलब्ध कराये गये समाचार ही टेलीविजन द्वारा प्रदत्त रा मटेरियल माने जाते थे। अखबार और रेडियो के बाद अब दूरदर्शन भी मीडिया के रूप में जुड़ गया। दूरदर्शन के साथ-साथ रेडियो और अखबार ने अपनी पहुंच बढ़ाई। उत्तर प्रदेश समेत देश की राजनीति को प्रभावित करने वाले दो मुद्दे राममंदिर और मण्डल आयोग रहे।

अयोध्या में राममंदिर और बाबरी मस्जिद विवाद को लेकर सुप्रीम कोर्ट में नियमित सुनवाई शुरू हो गयी। इस मुद्दे को लेकर दोनों ही पक्षों में बेचैनी थी कि आखिरकार फैसला किसके पक्ष में आयेगा। शुरूआती दौर में जब हाईकोर्ट के आदेश पर रामलला के मंदिर का ताला खोला गया तो बकायदा दूरदर्शन के माध्यम से अयोध्या से उसका सीधा प्रसारण पूरे देश ने देखा। चूंकि दूरदर्शन पर सरकारी नियंत्रण था अतः ताला खोलने एवं इस सीधे प्रसारण को वर्तमान प्रधानमंत्री राजीव गांधी द्वारा शाहबानों प्रकरण से उपजे रोष को कम करने के राजनैतिक उपक्रम में देखा गया। जिसका एक प्रमुख उपकरण टेलीविजन बना। प्रिंट मीडिया और रेडियो ने विज्ञापनों को उतना असरदार कभी नहीं बनाया जितना टी० वी० ने बनाया। टीवी का प्रसारण भारत में देर से अवश्य हुआ लेकिन एक बार शुरूआत होने पर उत्तर प्रदेश की राजनीति में मीडिया की भूमिका पर उसने मीडिया की दुनिया में पहले से स्थापित मुद्रित माध्यम को जल्दी ही व्यवसायिक रूप से असुरक्षा ग्रस्त कर दिया⁴

इसी प्रकार मण्डल आयोग की सिफारिश और उसे लागू करने के बाद के घटनाक्रम को मीडिया ने इस प्रकार आम जनता में प्रसारित किया की उसने उत्तर प्रदेश की राजनीति की दिशा बदल ली। तथा इन दोनों घटनाओं ने प्रदेश की राजनीति में कई स्थानीय क्षेत्रों को स्थापित किया जिसमें एक बड़ा योगदान मीडिया का भी था। इसके कारण भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस का चला आ रहा एकछत्र राज्य टूटा और इस जनतंत्र में जनता के मत में हुए इस आमूलचूल परिवर्तन ने मीडिया के माध्यम से आम जन तक सूचनाओं के सम्प्रेषण का बड़ा योगदान रहा।

उदारीकरण के बाद टेलीविजन और संचार क्षेत्र में निजी और विदेशी क्षेत्र की भागीदारी सुनिश्चित होते ही अगले दो दशकों में विभिन्न टेलीविजन चैनलों का दायरा DIH (डायरेक्ट टू होम) सेवा के माध्यम से सूदूर गांवों में भी पहुंचा और लोगों की साक्षरता दर राजनीतिक मुद्दों में रूचि का सूचकांक भी बढ़ा। आजकल कई शहरों में केबल आपरेटर भी स्वयं शहर भर के समाचार और सूचनाएं एकत्र कर उन्हें प्रसारित करते हैं। इनके प्रसारण का दायरा अधिकतर अपने शहर और उसके आस-पास के क्षेत्र ही होते हैं। इसलिए इनमें स्थानीय स्तर के समाचार ही प्रसारित किये जाते हैं। पहले डिश एंटीना फिर डायरेक्ट टू होम सेवा ने मीडिया का दायरा अचानक ही विस्तृत कर दिया। अखबार और रेडियो को अपनी महत्ता बनाए रखने के लिए संघर्ष करना पड़ा क्योंकि सूचनाएं पल-पल अद्यतन होती रहती है।

1995 में भारत में इंटरनेट की शुरूआत हुई और इक्कीसवीं सदी के पहले दशक के अंत तक बड़ी संख्या में लोगों के निजी और व्यवसायिक जीवन का एक अहम हिस्सा नेट के जरिए संसाधित होने लगा। नई मीडिया प्रौद्योगिकियों ने इसका दायरा इतना बढ़ा दिया कि इसके आगोश में सार्वजनिक जीवन के अधिकतर आयाम आ गये। इसे "मीडिया स्फेयर" कहा गया। जिसके तरफ विदेशी मीडिया संगठन आकर्षित होने लगे, क्योंकि भारत में श्रम का बाजार बहुत सस्ता है, और यहां वेतन पर अधिक से अधिक एक चौथाई ही खर्च करना पड़ता है। इसलिए इन संस्थाओं ने यहां पर अपने मीडिया प्रोजेक्ट के लिए आउटसोर्सिंग केन्द्र बनाया जिससे भारतीय मीडिया के

डॉ कुमुद रंजन

Acceptance Date: 27.09.2023

Publication Date:30.09.2023

विशाल और असाधारण टैलेण्ट पूल का ग्लोबल बाजार में दोहन होने लगा। जिसके परिणामस्वरूप विज्ञापन जगत में दिन दूनी रात चौगुनी बढ़ोत्तरी होने लगी। इसके माध्यम से राजनीतिक गतिविधियां और तेज हो गयी। राजनैतिक मुद्दों पर खबरों का और सारा रा मटेरियल जनता के पास आने लगा जिससे अब वह अपनी सहूलियत के अनुसार विमर्श करते थे।

इसी दौर में नई-नई राजनैतिक अवधारणाएं जन्म लेने लगीं जिसका उत्तर प्रदेश की राजनीति पर विशेष प्रभाव पड़ा। जनमत के बंटे होने के कारण त्रिशंक विधानसभाएं भी उत्तर प्रदेश ने देखी फिर उसके बाद की जोड़-तोड़ की राजनीति एक प्रकार से कहा जाय तो ये दौर संक्रमण काल था। बेमेल गठबंधन और जातिवाद आधारित वोटिंग पैटर्न। उत्तर प्रदेश की सियासत जातियों के इर्द-गिर्द ही घूमती रही है। तभी एक विशेष वर्ग की राजनीति ने समाजवादी पार्टी और बहुजन समाज पार्टी को सत्ता का सिंहासन दिलाया।

उत्तर प्रदेश की राजनीति में सबकुछ भूला जा सकता है, परन्तु जातिगत मान्यताओं को छोड़ पाना मुश्किल है। प्रदेश की राजनीति में जाति का प्रभाव दलों के कार्यों, नीतियों एवं संगठनों को भी प्रभावित करता है। रजनी कोठारी ने अपनी पुस्तक (Caste in Indian Politics) में कहा है कि भारतीय राजनीति और जाति व्यवस्था के पारस्परिक सम्बन्धों के विषय में यह आशा करना कि जनतंत्रीय समस्याओं की स्थापना के बाद जाति व्यवस्था का लोप हो जाना चाहिए, एक भ्रामक और गलत विचार है। उनका यह दावा है कि कोई भी सामाजिक तन्त्र कभी भी पूर्णतया समाप्त नहीं हो सकता। अतः यह प्रश्न करना कि क्या भारत में जाति का लोप हो रहा है, व्यर्थ है। वास्तव में सामाजिक वा राजनीतिक जीवन को एक दूसरे से पूर्णतया पृथक नहीं किया जा सकता, वे एक दूसरे के पूरक हैं, दोनों एक दूसरे को प्रभावित करते हैं, और एक दूसरे से प्रभावित होते हैं। यू० पी० की राजनीति में भी जाति व्यवस्था का प्रभाव निरन्तर बढ़ता जा रहा है।

इसका अध्ययन निम्न रूपों में किया जा सकता है।⁵ जाति का प्रभाव निर्णय निर्माण पर भी पड़ता है, सरकार जो भी निर्णय लेती है, उसमें से ज्यादातर निर्णय किसी वर्ग या जाति विशेष के सन्दर्भ में ही रहते हैं। तथा दूसरी तरफ राजनीतिक दल भी अपने नीतियों का निर्धारण जाति का ध्यान में रखकर ही करते हैं जिससे अधिक से अधिक जाति के लोग उनके साथ हो। दलों के निर्णय जातिगत होने के कारण उनके इसी घोषणा-पत्र भी किसी विशेष जाति के सन्दर्भ में ही होते हैं। जाति का प्रभाव त्रिषण्डल के निर्माण या विस्तार में भी होता है। पार्टी में जिस जाति की अधिकता होती है, उसी वर्ग को अच्छे पद दिये जाते हैं।

उत्तर प्रदेश में विधायकों के लिए जातिगत आरक्षण की भी व्यवस्था है। तथा सरकारी नौकरियों एवं पदोन्नति के लिए भी विशेष जातियों को आरक्षण दिये जाते हैं। प्रदेश की राजनीति को हमेशा से ही धार्मिक और जातीय आधार पर बंटी हुई राजनीति कहा गया है। और यह बात सत्य भी है।

उत्तर प्रदेश में भारत के सबसे ज्यादा जाति के लोग बसते हैं, ये कुल आबादी का 10 फीसदी है। जिसमें ब्राम्हण सर्वाधिक है, तथा ये कुल आबादी का 10 फीसदी है, जो किसी भी अन्य राज्य के मुकाबले सबसे ज्यादा हैं। क्षत्रिय 7.5 प्रतिशत तथा वैश्य व कायस्थ समाज क 3 प्रतिशत लोग हैं। इन जातियों ने अधिकतर समय प्रदेश में राज किया है।⁶

उत्तर प्रदेश की राजनीति में मीडिया की भूमिका पर विमर्श का अंतिम और चौथा कालखण्ड 21वीं शताब्दी के प्रारम्भ से शुरू हुआ। इस समय इंटरनेट और संचार माध्यमों की उपलब्धता और सुलभता का क्षेत्र व्यापक हो गया। इसके बाद सोशल मीडिया का उदय हुआ जिसके माध्यम से अद्यतन होती सूचनाओं का रा मटेरियल मोबाइल के माध्यम से उत्तर प्रदेश की जनसंख्या के एक बड़े वर्ग तक पहुंचा दिया गया। सोशल मीडिया का सबसे बड़ा योगदान हमारे देश की आधी आबादी (महिलाएं) एवं हमारी युवा पीढ़ी को राजनीति से जोड़ने

डॉ कुमुद रंजन

Acceptance Date: 27.09.2023

Publication Date:30.09.2023

का रहा क्योंकि इन दोनों ही वर्गों के लिए राजनीति हमेशा से नीरस विषय रहा है लेकिन आज फेसबुक और अन्य माध्यमों से यह दोनों ही वर्ग न सिर्फ अपनी मौजूदगी दर्ज करा रहे हैं अपितु अपने विचार भी रख रहे हैं।

पहले जो वोटर अपने परिवार की परम्परा के आधार पर वोट डालते थे आज उनकी खुद की सोच और अपना नजरिया बन गया। ट्विटर और फेसबुक के पेज शख्सियत केन्द्रित हो गये हैं न कि विचारधारा केन्द्रित। वर्तमान में राजनीतिक पार्टियां ब्राण्ड से ज्यादा व्यक्ति आधारित हो गयी हैं। इसका बेहतरीन उदाहरण 2014 लोकसभा चुनाव में नरेन्द्र मोदी बनाम राहुल गांधी के बीच देखने को मिला था।

2017 के उत्तर प्रदेश की राजनीति में काफी नये बदलाव देखने को मिले। राजनीति कई नये मुकाम हासिल करने में सफल रही। समाजवादी नेता मुलायम सिंह ने अपने बेटे अखिलेश को जबरन समाजवादी पार्टी की सियासत सौंप दी तथा अपने भाई शिवपाल को सपा से निकाले बिना ही 'दूध की मक्खी की तरह फेंक दिया। इसके बाद अखिलेश और उनके करीबियों का सपा में महत्व बढ़ गया, परन्तु यह दौर लम्बा नहीं चल पाया, फरवरी-मार्च 2017 में विधानसभा चुनाव में अखिलेश को करारी हार का सामना करना पड़ा। और उन्हें सत्ता से बाहर होना पड़ा। इस चमत्कारी जीत ने उत्तर प्रदेश में एक नई तरह की सियासत ने जन्म लिया, इस जीत का श्रेय मोदी और अमित शाह की जोड़ी को जाता है। जिन्होंने तुष्टिकरण के सहारे सत्ता की सीढियां चढ़ने वाले दलों के विपरीत हिन्दुत्व का सहारा लेकर, हिन्दुओं को एकजुट करके राजनीति का आयाम बदल डाला।

हार के बाद समाजवादी पार्टी तथा बहुजन समाज पार्टी का बुरा हाल हो गया। क्योंकि उत्तर प्रदेश की राजनीति में पिछले कई वर्षों से सपा बसपा के बीच सत्ता का बंटवारा चल रहा था। इसी कारण बसपा अपने को सत्ता का डबल दावेदार मान रही थी। 16वीं विधानसभा में जहां बसपा के 80 विधायक थे, वहीं 17वीं विधानसभा में यह संख्या मात्र 19 तक रह गयी। अपनी हार को स्वीकारने की जगह बसपा सुप्रिमो मायावती ने वोटिंग मशीन (ईवीएम) की विश्वसनीयता पर ही सवाल खड़ा कर दिया। मायावती ने हार का कारण वोटिंग मशीन पर लगाया तो दूसरी तरफ इस बात पर यकीन करना मुश्किल हो गया था कि जिस समाजवादी पार्टी को 16वीं विधानसभा में 229 विधायक मिले थे। 17 वीं विधानसभा में यह संख्या घट कर मात्र 47 पर सिमट जायेगी। अखिलेश सरकार के लिए 2019 की यादें 2014 के लोकसभा चुनाव से भी बुरी रही। तथा उनके समर्थकों ने इस हार को ऐसे प्रचारित-प्रसारित किया था कि मानो समाजवादी पार्टी में पिता और चाचा के सामने अखिलेश की चल ही नहीं रही थी। इसलिए सपा को हार का मुंह देखना पड़ा। इसी वजह से अखिलेश ने 2017 के चुनाव में अपने पिता व चाचा को अलग कर, कांग्रेस के साथ गठबंधन कर चुनाव लड़ा, फिर भी उसे हार का ही सामना करना पड़ा।

17वीं विधानसभा चुनाव में भाजपा की स्थिति काफी अच्छी हो गयी, उन्होंने 312 सीटों पर जीत हासिल की, जो कि 16वीं विधानसभा में मात्र 41 सीटों पर ही विजयी हुई थी। भाजपा को इससे बड़ी जीत कभी नहीं हासिल हुई थी। भाजपा के इस जीत के पीछे सोशल मीडिया का बहुत बड़ा योगदान रहा है तथा चुनाव प्रचार में इस माध्यम का बड़े पैमाने पर उपयोग सभी दलों द्वारा किया गया।

अतः यह कहा जा सकता है कि उत्तर प्रदेश की राजनीति में सोशल मीडिया खूब धूम मचा रही है। 16वीं विधानसभा चुनाव प्रचार में पार्टियों के चुनावी नारे वृहद स्तर पर वायरल हो रहे हैं। एक नारा भारतीय जनता पार्टी का है जिसमें कहा गया है उत्तर देगा उत्तर प्रदेश" तो दूसरी तरफ अखिलेश सरकार का वायरल हो रहा है कैपेन सांग "काम बोलता है" दोनों पार्टियां सोशल मीडिया पर एक दूसरे से होड़

डॉ कुमुद रंजन

Acceptance Date: 27.09.2023

Publication Date:30.09.2023

में लगी हुई हैं⁷ समाजवादी पार्टी ने कैपेन टाइटल काम बोलता है नाम से फेसबुक में बनाये गये पेज को महज कुछ ही दिन में दो लाख से ज्यादा लोगों ने लाइक किया है, ट्विटर में भी बीते दिनों #कामबोलताहै ट्रेंड पर रहा।

आज लोगों के जीवन में मीडिया इतने गहरे तक रच-बस गया है कि उससे अलग होकर कुछ सोचना सम्भव नहीं है ऐसे में मीडिया के राजनैतिक प्रभाव से भी इन्कार नहीं किया जा सकता। बल्कि कहा जा सकता है कि चुनाव में राजनीतिक दलों और उम्मीदवारों की हार-जीत भी यही तय करेगी। भारतवर्ष में चुनाव प्रक्रिया आरम्भ होने के साथ ही मीडिया का संजीदा हस्तक्षेप रहा है। इसी के माध्यम से मतदाताओं को सही और उचित जानकारी मिलती है।

1952 के चुनाव के बाद निरन्तर मीडिया का हस्तक्षेप बढ़ता गया है। और यह कई भागों में विभक्त हो गयी। और नई विचारधाराओं के साथ चुनाव में उतरने वाले प्रत्याशियों एवं दलों को चिन्हित करने लगी। इन सबके बावजूद मीडिया राष्ट्रीय एकता, भ्रष्टाचार और साम्प्रदायिकता के खिलाफ खड़ी रही। 1952 से लेकर 1975 तथा 1975 से लेकर 1990 तक के काल में चुनाव और मीडिया की समीक्षा करें तो पहले दौर में मीडिया निरपेक्ष होकर राजनीतिक दलों की देश की प्रतिबद्धता, आम आदमी के हक में किये गये कार्यों एवं दलगत प्रत्याशी की खूबी-खामियों को पाठकों के समक्ष प्रस्तुत करती हैं। ताकि मतदाता सक्रिय एवं बेदाग जनप्रतिनिधि को चुन सके। दूसरे दौर में प्रेस की समाज के प्रति प्रतिबद्धता कम होती नजर आती है। और चुनाव में वह निरपेक्ष नहीं रह जाती है। वह दलगत राजनीति के पक्ष या विपक्ष में खड़ी दिखाई देती है।⁸

90 के दशक में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का उदय हुआ। उसके पश्चात इसका दायरा काफी विस्तृत हो गया। इसके माध्यम से चुनाव सर्वे होने लगे जिसे ओपिनियन पोल, एक्जिट पोल कहा जाता है। भारतीय समाज के लिए यह एक नया अनुभव था।

चुनाव 2014 भारतीय लोकतन्त्र के इतिहास में सबसे ज्यादा मीडिया संचालित चुनाव थे। इन चुनावों में मीडिया संस्कृति और राजनीति के गठजोड़ के विविध आयाम देखने को मिले और कई मामलों में उनकी विभाजक रेखा लुप्त हो गयी इस चुनाव के माध्यम से राजनीति ने विज्ञापन विशेषज्ञों से यह सीखा कि किसी राजनैतिक उत्पाद को मीडिया में कैसे बेचा जा सकता है। इस चुनाव में इंटरनेट का अभूतपूर्व इस्तेमाल हुआ और सोशल नेटवर्किंग साइट्स और इंटरनेट टेक्नोलॉजी ने भारतीय लोकतन्त्र की चुनावी संस्कृति को बदल डाला।

हैशटैग वार राजनीति के नये आकड़े बने। परम्परागत प्रचार, भाषणों और शैलियों और सभाओं के समांतर इंटरनेट मीडिया पर अति सक्रिय और सघन अभियान चलाया गया। इस चुनाव में सोशल मीडिया का अस्तित्व उभरकर सामने आया। जिसके बढ़ते प्रभाव ने बुजुर्ग नेताओं को भी इंटरनेट साक्षर बनने के लिए मजबूर किया। सोशल मीडिया आम आदमी और नेताओं के लिए एक जिन बनकर उभरा है, जहां एक तरफ चुनाव प्रचार के लिए, परम्परागत मीडिया के ऊपर राजनैतिक दलों की निर्भरता खत्म हुई है। वहीं दूसरी तरफ आम आदमी को अपनी बात राजनेताओं तक पहुंचाने का सशक्त एवं प्रभावशाली माध्यम मिल गया है।

अब भारतीय चुनावों में भी अमेरिकी चुनाव के तर्ज पर राजनेता आमने सामने बहस कर रहे हैं। सोशल मीडिया ने राजनीति का नक्शा बदल दिया है। पहले चुनाव आते ही शानदार नारे गढ़े जाने लगते थे। एक दो शानदार नारे से पूरे चुनाव की नैया पार हो जाती थी, परन्तु सोशल मीडिया की लड़ाई एक दो नारे से नहीं चल सकती। हालांकि इसमें भी कोई एक दो सटीक हैशटैग लड़ाई को शानदान बना देते हैं।

डॉ कुमुद रंजन

Acceptance Date: 27.09.2023

Publication Date:30.09.2023

पिछले कुछ दशकों में देश के आम नागरिक और युवा का राजनीतिक भागीदारी कम होने लगा था। यह वर्ग राजनीतिक गलियारों में होने वाले विचार विमर्श में अपने विचार बहुत कम कहें या न के बराबर रखते थे। गांवों और कस्बों का राजनीतिक परिदृश्य बदल गया था। वहां के नुककड़ और चाय की दुकानों में होने वाली राजनीतिक परिचर्चाओं में भाग लेने वालों की संख्या में भारी कमी आने लगी। लेकिन समय बदला और सूचना क्रांति ने इस तस्वीर को पूरी तरह बदल दिया। लैपटॉप, और मोबाइल के रूप में युवाओं के हाथ में ऐसा हथियार आ गया जिसके माध्यम से युवा वर्ग अनायास ही राजनीतिक परिचर्चा में शामिल होने लगे। तथा सोशल मीडिया का उपयोग वृहद स्तर पर होने लगा।

उत्तर प्रदेश के विधानसभा चुनावों में भी इसकी अहम भूमिका रही है। तथा 16वीं विधानसभा चुनाव से सोशल मीडिया का इस्तेमाल बड़े पैमाने पर होने लगा। इस चुनाव को यदि तकनीक चुनाव कहा जाय तो यह कतई गलत नहीं होगा। राजनीतिक दलों के लिए इन युवाओं को अपने पक्ष में ले आना आसान काम नहीं था, तार्किक आधार पर ही उन्हें अपने पक्ष में खींचा जा सकता है। इसके लिए बड़े दलों ने कमर कस ली। आज का शहरी वोट पहले की अपेक्षा राजनीतिक और सुशासन को लेकर ज्यादा गम्भीर दिखाई पड़ता है। इसलिए नवोदित का सबसे ज्यादा पढ़ा-लिखा वर्ग है। यही वर्ग देश को आगे ले जाना चाहता है। आम आदमी पार्टी और भारतीय जनता पार्टी ने सबसे पहले सोशल नेटवर्किंग प्लेटफार्म को गम्भीरता से लिया और इसे चुनावी अखाड़ा बना दिया, कांग्रेस, सपा, बसपा और कम्यूनिस्ट पार्टियां इस लड़ाई में पिछड़ती दिखीं, सोशल मीडिया की पहुंच देश के गांवों में भी है, भले ही इसका उपयोग करने वालों की संख्या कम हो, सपा, बसपा जैसे स्थापित राजनीतिक दल अपना परम्परागत वोट हासिल करने में सफल रहे लेकिन जो युवा सोशल नेटवर्क पर बहस करता दिखता है उन तक अपनी बात पहुंचाने में असफल रहे। इस बात से कोई भी दल अनभिज्ञ नहीं था कि इस बार युवाओं के वोट ही देश की दिशा को निर्धारित करेंगे।⁹

उत्तर प्रदेश के जितने भी बड़े नेता हैं सबमें मुख्यमंत्री योगी आदित्यनाथ सोशल मीडिया में आगे है। उनके फेसबुक में 80 लाख से ज्यादा फालोवर है। एवं ट्विटर में 03 करोड़ से ज्यादा लोग फालो करते हैं। उत्तर प्रदेश में बी० जे०पी० और कांग्रेस की सोशल मीडिया की टीम थोड़ी बहुल सक्रिय नजर आती है। बी० जे०पी० (उत्तर प्रदेश) के फेसबुक पेज पर 60 लाख फालोअर है, तथा समाजवादी पार्टी के फेसबुक पेज पर 40 लाख फालोअर हैं। प्रचार के तरीकों में भी समाजवादी पार्टी और भाजपा में ही सीधी टक्कर दिखी है। एक तरफ भारतीय जनता पार्टी जगह-जगह चुनाव में डिजिटल रथ भेज रही है जिसमें प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी के कारण प्रदेश के लिए उनकी घोषणाएं दिखायी जा रही हैं, साथ ही यू०पी० के मन की बात कार्यक्रम के तहत युवाओं से उनके मन की बात पूछी जा रही है। वहीं समाजवादी पार्टी प्रचार के मामले में सबसे आगे नजर आ रही है, जहां एक तरफ पूर्व मुख्यमंत्री अखिलेश यादव खुद बेहद हाईटेक रथ लेकर दौरे कर रहे हैं। तथा दूसरी तरफ 5 युवाओं की टोली को अमेरिका से चुनावी प्रशिक्षण दिलाकर अपनी टीम में भी शामिल कर लिया है। उत्तर प्रदेश विधानसभा चुनाव में निर्वाचन आयोग ने अब सोशल मीडिया पर भी निगाहबंदी शुरू कर दी है। इसलिए अब चुनाव में खड़े होने वाले प्रत्याशियों और उनका चुनाव अभियान सम्पन्न कराने वाले राजनीतिक दल को सोशल मीडिया का उपयोग करने से पहले उस पर डाली जाने वाली सामग्री भी संबंधित अधिकारी से अनुमादित करानी होगी।

चुनाव संबंधी मीडिया सर्टिफिकेशन एवं मानिट्रिंग कमेटी के प्रभारी एवं अपर जिलाधिकारी रविन्द्र कुमार ने बताया कि, विधानसभा चुनाव सकुशल, शांतिपूर्ण एवं निष्पक्ष तरीके से सम्पन्न कराने के लिए किसी भी प्रत्याशी के पक्ष में प्रचार करने से पहले पारम्परिक

मीडिया के समान ही सोशल मीडिया में भी प्रचार करने के लिए फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्सएप के माध्यम से प्रत्याशियों का अनुमोदन करना जरूरी है।¹⁰ अन्यथा चुनाव आचार संहिता के उल्लंघन में दण्डात्मक कार्यवाही की जायेगी।

भारतीय राजनीति में सोशल मीडिया की ताकत से परिचय वर्ष 2011 में अन्ना हजारे के लोगपाल आन्दोलन के समय दिल्ली में हो रहे इस आन्दोलन की लपटें देखते ही देखते पूरे दूश में फैल गयी, टीवी पर आन्दोलन की पल पल की खबर लेकर हर कोई सोशल नेटवर्किंग साइट पर लोगों से इस आन्दोलन में भाग लेने की अपील कर रहा था। इसका असर ऐसा हुआ कि देश के कोने-कोने में लोग सरकार के विरोध और अन्ना हजारे के समर्थन में खड़े दिखाई दिए, स्थानीय स्तर पर हो रहे प्रदर्शन की राष्ट्रीय स्तर पर चर्चा होने लगी इसके बाद तो बड़ी संख्या में राजनेताओं ने सोशल साइट्स पर उपस्थिति दर्ज कराने की होड़ सी मच गयी तथा इसके बाद आम आदमी पार्टी का गठन हुआ। जिससे युवा एक बार फिर से राजनीति और राजनीतिक परिचर्चा की मुख्यधारा में लौट आये। राजनीतिक और वैचारिक लड़ाई फेसबुक वाल पर पढ़ी जाने लगी। 2009 में हुए लोकसभा चुनावों के दौरान भारत केवल एक राजनेता शशि थरूर क ट्विटर पर 6000 से अधिक फॉलोअर थे, अधिकांश नेता खासकर युवा लोगो से सीधा संवाद करते नजर आने लगे, चुनावी मौसम के आने के बहुत पहले ही सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर प्रधानमंत्री पद के दावेदार की लड़ाई शुरू हो गयी थी।

वर्तमान में भारत में 10 करोड़ फेसबुक यूजर हैं, जिनमें से 7.3 करोड़ ऐसे यूजर हैं जो फेसबुक पर एक्टिव रहते हैं, 16वीं लोकसभा के लिए हुए आम चुनाव में मतदान करने के लिए 81 करोड़ मतदाता तैयार थे, उम्मीदवारों के सामने सबसे बड़ी चुनौती 81 करोड़ मतदाताओं तक पहुंचना था, सोशल नेटवर्किंग पर प्रचार का मुख्य लक्ष्य युवा वर्ग था, उनमें भी वह युवा जो कि पहली बार मतदान करने जा रहा था, इस बार लोकसभा चुनावों में पहली बार मतदान कर रहे युवाओं की संख्या अप्रत्यक्ष तौर पर उन्हीं के हाथों में सत्ता की चाभी थी, यही वर्ग देश ज्यादा पढ़ा-लिखा वर्ग है, यही वर्ग देश को आगे ले जाना चाहता है। 12 करोड़ थी, देश का सबसे 16वीं लोकसभा चुनाव से सोशल मीडिया का राजनीति में अधिक प्रयोग होने लगा है। इनके माध्यम से लोग कमेंट (टिप्पणी) करने, गेम्स बनाने और यहां तक कि ट्रोलिंग भी कर सकते हैं। तथा न्यूज फीड के माध्यम से कार्यों को अत्यधिक सरलतापूर्वक करा भी सकते हैं। इस तरह उन्हें कई राजनीतिक व्यक्तियों से सम्पर्क बनाने या किसी अभियान में शामिल होने के लिए भी अधिक भ्रमण करने की आवश्यकता नहीं पड़ती है। वर्तमान समय में प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का उपयोग कम होने लगा है और अब लोग समाचार का एक हिस्सा बनकर इस मंच पर अन्य लोगो के साथ जुड़कर अपने विचारों को अभिव्यक्त करते हैं स्टिंग आपरेशन के विडियो और पिकचर्स, फेसबुक, यूट्यूब और अन्य प्लेटफार्म के माध्यम से प्रदर्शित किये जाते हैं। जो बिना किसी भेद-भाव के साथ सच्चाई से दिखाये जाते हैं और इस तरह राजनीति में आम आदमी की अधिक भागीदारी बढ़ गयी है।

राजनीतिक विश्लेषक प्रसून पांडेय कहते हैं कि मुख्यमंत्री द्वारा अयोध्या में कैबिनेट बैठक धार्मिक और राष्ट्रवाद के मुद्दे को धार देने के रूप में देखा जा रहा है। सरकार हर बड़े इवेंट को महत्वपूर्ण बनाने के लिए ऐसे कार्यक्रम कर रही हैं, जिससे सोशल नेटवर्क द्वारा संदेश भी जाए। इससे पहले 29 जनवरी 2019 को कुंभ मेला के दौरान सभी कैबिनेट मंत्रियों ने गंगा में डुबकी लगाई थी। इसके बाद बैठक की थी। 2017 में सरकार बनने के बाद भाजपा सरकार के शीर्ष एजेंडे में अयोध्या ही रहा है। सरकार ने अपने पहले कार्यकाल में भी राजधानी के बाहर एक बार कैबिनेट बैठक की थी। पांडेय कहते हैं कि 22 जनवरी को अयोध्या में प्राण प्रतिष्ठा को पहले से ही सोशल नेटवर्क द्वारा ऐसा माहौल बनाना चाहती है जिसके दूरगामी संदेश हों।

डॉ कुमुद रंजन

Acceptance Date: 27.09.2023

Publication Date:30.09.2023

लोकसभा चुनाव 2024 के मिशन को ध्यान में रखते हुए भारतीय जनता पार्टी अपने धार्मिक एजेंडे को सेट करने में तेजी से लग गई है। इसी कारण योगी सरकार अयोध्या में दीपोत्सव के साथ 9 नवंबर को अपनी कैबिनेट मीटिंग आयोजित करने जा रही है। राजनीतिक जानकर बताते हैं कि भाजपा सरकार मिशन 2024 को साधने के लिए सोशल नेटवर्क द्वारा धर्म, सांस्कृतिक राष्ट्रवाद व विकास पर तेजी से काम कर रही है। 11 नवंबर को अयोध्या में भव्य दीपोत्सव से पहले 9 नवंबर को योगी सरकार की पूरी कैबिनेट यहां बैठेगी। यहां की बैठक के लिए ऐसे प्रस्तावों को चुना गया है, जो धर्म व संस्कृति से जुड़े हुए हैं। 22 जनवरी को राम मंदिर में होने वाले रामलला के प्राण प्रतिष्ठा समारोह से पहले अयोध्या में कैबिनेट बैठक को महत्वपूर्ण माना जा रहा है। कैबिनेट बैठक में अयोध्या से जुड़े कुछ अन्य महत्वपूर्ण प्रस्तावों पर भी चर्चा हो सकती है। प्रशासनिक सूत्रों का कहना है कि प्रयागराज में 2019 में आयोजित कैबिनेट बैठक में मेरठ से प्रयागराज तक गंगा एक्सप्रेसवे परियोजना को मंजूरी दी गई थी। उसी तरह अयोध्या में होने वाली कैबिनेट बैठक में रामनगरी और उसके आसपास के इलाकों को सौगात मिल सकती है। विभिन्न विभागों ने कैबिनेट के लिए प्रस्ताव भेजना शुरू कर दिया है।

हाल ही में भारत सरकार द्वारा सोशल मीडिया बेवसाइटों के उपयोग के बारे में बहुत कुछ किया गया है श्री अश्विनी वैष्णव ने अपने टीम के साथ मिलकर जरूरत से ज्यादा भारतीय रेल यात्रियों की सहायता के लिए ट्विटर का बहुत कुशलता पूर्वक उपयोग किया गया है। महिलाओं द्वारा स्कूली बच्चों को खाना भेजने की सारी जानकारी विपत्तियों के समय समस्त सहायता इसी ट्विटर के जरिए उन तक पहुंचाई गयी तथा ट्रेन में होने वाली सारी परेशानियों को भी दूर किया। रेल मंत्रालय के इन सब कठिन प्रयासों से लोग वास्तव में आश्चर्य चकित रह गये क्योंकि जरूरत पड़ने पर इसी से लोगों को सबसे ज्यादा सहायता मिली थी। पूर्व विदेश मंत्री सुषमा स्वराज भी इस ट्विटर से काफी प्रभावित हुईं और उन्होंने अपनी उपस्थिति ट्विटर के जरिए दी व तुरन्त अपने ट्विटर हैण्डल से सहायता भी की थी।¹¹

सोशल मीडिया ने राजनीति को विशेष रूप से प्रभावित किया है और इसलिए राजनीति के प्रति लोगों की अधिक रूचि बढ़ गयी है। राजनीतिक पार्टियों ने सामाजिक मीडिया को जनसम्पर्क कार्यप्रणाली के प्रचार में प्रयोग करके अधिक लोकप्रिय बना दिया है। सभी पार्टी फेसबुक और ट्विटर पर आधिकारिक तौर पर शामिल हैं जिसके माध्यम से वे लोग राजनीतिक अपडेट्स, प्रेस विज्ञप्तियां और अपने अभिज्ञानों के बारे में संदेश भेजा करते हैं। आधुनिक समय में सोशल मीडिया राजनीति का एक अभिन्न हिस्सा बन गयी है। जिससे समाज का निरन्तर विकास भी हो रहा है।

संदर्भ

1. दास, मानसी सोशल मीडिया हथियार भी सिरदर्द भी बी०बी०सी० संवाददाता, 20 फरवरी 2017।
2. Mithilesh 2015, 25 July 2015, m.jagranjunction.com.
3. जैन, डॉ० सीमा, आधुनिक जनसंचार माध्यम अध्ययन प्रश्न पत्र 4051 (जनसंचार माध्यमों का विकास) संपादक मुक्त शिक्षा विद्यालय, दिल्ली विश्वविद्यालय 5 कैवेलरी लेन, दिल्ली. 110007 पृ० 1।
4. भारतीय मीडिया, विकिपीडिया।
5. वर्मा, महेन्द्र प्रताप, राज्य राजनीति (उ०प्र० के विशेष सन्दर्भ में), पृ० 87।
6. Jiuany, awesh, जाति धर्म और यूपी का महायुद्ध, May 22, 2016 M. Patrika .com.

डॉ कुमुद रंजन

Acceptance Date: 27.09.2023

Publication Date: 30.09.2023

7. edited by Dubey, amit, यू०पी० में सोशल मीडिया पर बीजेपी और सपा में टक्कर कांग्रेस-बसपा पीछे, aajtak लखनऊ 5 दिसम्बर 2016।
8. मीडिया मोरचा, पत्रकारिता के जनसरोकार, चुनाव में मीडिया का हस्तक्षेत्र November 18,2013 चुनावी शंखनाद ।
9. चौहान, नवीन, सोशल मीडिया का राजनीतिक दखल, May 23,2014 <http://chauthiduniya.com/2014/05>.
10. चुनाव आयोग की जद में, सोशल मीडिया, पार्टी और उम्मीदवारों को पोस्ट करने से पहले होगी मंजूरी, January 22, 2017 ।
11. सोशल मीडिया और राजनीति पर इसका प्रभाव, Posted by mapsoft india, january 20,2018.