NJESR/June2022/Volume-4/Issue-6 E-ISSN-2582-5836

DOI-10.53571/NJESR.2022.4.6.1-6

जनमत निर्माण में सोशल मीडिया की भूमिका

डॉ0सरिता तिवारी

असिस्टेण्ट प्रोफेसर (राजनीतिशास्त्र विभाग)

राजकीय स्नातकोत्तर महाविद्यालय मालदेवता, रायपुर,देहरादून

Email:tsarita936@gmail.com

(Received:8 May2022/Revised:17 May2022/Accepted:27 May2022/Published:8 June2022)

शासन व्यवस्था का कोई रूप हो जनमत का महत्व सभी में रहा है। चाहे राजतंत्रात्मक व्यवस्था हो या अधिनायकवादी,कुलीनतंत्रात्मक हो या लोकतंत्रात्मक। कारण शासन के इन सभी रूपों में स्थिरता व वैधता तभी आ सकती है ,जब इनको जनता का भरोसा प्राप्त हो। कौटिल्य ने अपने ग्रन्थ अर्थशास्त्र में राजा को गुप्तचर रखने का सुझाव ही इसलिए दिया ताकि वह जनमत का पता लगा सके। इसी प्रकार गोएबल्स ने नाजी जर्मनी में हिटलर के अधिनायकत्व को वैधता और स्थिरता दिलाने के लिए जिस प्रचार का सहारा लिया वह भी जनमत के महत्व को दर्शाता है।

लेकिन लोकतंत्र में जनमत का प्रभाव और महत्व सर्वाधिक है क्योंकि ये जनता का और जनता के लिए शासन है। जनमत लोकतंत्र का प्राण है। बेनी प्रसाद के शब्दों में , जनमत तभी उचित जनमत कहा जाता है जबकि वह सम्पूर्ण समाज कल्याण के लिए प्रेरित करता है। 1 जनमत निर्माण के बहुत सारे साधन है यथा– मानव तत्व,राजनीतिक दल,चर्चा व गप्प,समाचार–पत्र,टीवी,रेडियो,सिनेमा,सार्वजनिक सभाएं,शिक्षण संस्थाएं,व्यवस्थापिका सभाएं आदि।

ये सारे परम्परागत साधन है इन्ही में नया माध्यम है सोशल मीडिया। सोशल मीडिया का उभार मुख्यधारा के मीडिया के विकल्प के रूप में बड़ी तेजी से अपना विस्तार कर रहा है और जनमत निर्माण में बड़ी भूमिका निभा रहा है। प्रश्न ये है कि इसके विस्तार का कारण क्या है और कैसे ये जनमत के निर्माण में अग्रणी बनने का प्रयास कर रहा है। नेटिजन्स की बड़ी संख्या इसकी प्रशंसक है। इसका सीधा सा उत्तर है ,मुख्यधारा की मीडिया का स्वतंत्र और निष्पक्ष न रह पाना। भारत में मीडिया का जो स्वरूप है ,वह किसी भी लोकतांत्रिक देश के लिए चिन्ता का विषय है। आम आदमी की चिन्ता और उसकी समस्याओं पर बात करने के बजाय आज मीडिया सेलिब्रिटीज के इर्द–गिर्द या बेतुकी बातों को अधिक तूल दे रहा है।कॉरपोरेट घरानों के आधिपत्य और टीआरपी के खेल ने इसके वास्तविक स्वरूप को दूषित कर दिया है। लोकतांत्रिक मूल्यों पर ये सीधा आघात है।

कभी स्वतंत्रता आन्दोलन में अग्रणी भूमिका निभाने वाला मीडिया और स्वतंत्रता के पश्चात् भी लोकहित कारी कार्यक्रमों को बढ़ावा देने तथा आम जनता को जागरूक करने का कार्य करने

वाला ये माध्यम अब जनता की चेतना को कुन्द करने का ही कार्य अधिक कर रहा है। मीडिया का स्वरूप आज जनोन्मुखी से धनोन्मुखी हो चुका है। मीडिया की आय का अस्सी प्रतिशत हिस्सा आज विज्ञापनों से आता है। अधिकांश न्यूज चैनलों के प्राइम टाइम पर वाद–विवाद को देखकर दर्शक अवसाद की स्थिति में पहुँच जाता है। बेसिर–पैर के तर्क–कुर्तक ,चीख–चिल्लाहट,अशिष्टता सामान्य है। इन वाद–विवादों का उद्देश्य लोकतांत्रिक संवाद या स्वस्थ बहस को जन्म देना नहीं बल्कि सनसनी पैदा करना और कड़ुवाहट को जन्म देना अधिक है। सिलेक्टिव पत्रकारिता ने नकली मुद्दों को हवा अधिक दी है,मूल प्रश्न कहीं दब से गए है,गुटबाजी ने आज के मुख्यधारा के मीडिया को संदेह के दायरे में ला दिया है। स्वस्थ जनमत के निर्माण में इसकी भूमिका सीमित हो रही है।

अब बात करें सोशल मीडिया की तो यह परम्परागत या मुख्यधारा के मीडिया से पृथक एक ऐसा माध्यम है जिसका उपयोग मात्र व्यक्तिगत संवाद के लिए ही नहीं वरन् आर्थिक ,सामाजिक,राजनीतिक,शैक्षिक,सांस्कृतिक संवाद के लिए भी किया जाता है। ये सीधे–सीधे तकनीक से जुड़ा माध्यम है जो शेष माध्यमों से इस रूप में भिन्न है कि इंटरनेट के माध्यम से ये एक ऐसी आभासी दुनियां बनाता है जिसका प्रयोग कर व्यक्ति सोशल मीडिया के किसी भी मंच (फेसबुक,इंस्टाग्राम,व्हाट्स ऐप,यूट्यूब,टेलीग्राम आदि) पर पहुँच सकता है। सामान्य लोगों के मध्य जागरूकता फैलाने में आज सोशल मीडिया एक सशक्त और लोकप्रिय माध्यम है। मुख्यधारा के मीडिया की तुलना में ये बेहद सस्ता है क्योंकि मुख्यधारा में कुशल व प्रशिक्षित लोगों को ही भर्ती किया जाता है जबकि सोशल मीडिया पर कोई भी प्रतिभाशाली व्यक्ति अपने मंच की शुरूआत कर सकता है।ध्यातव्य है कि अरब स्प्रिंग,अन्ना हजारे का आन्दोलन,अमरिका के ओक्यूपाई वालस्ट्रीट अभियान और मीटू आन्दोलन को जितना महत्व सोशल मीडिया ने देकर घर–घर चर्चा का विषय बना दिया वैसा महत्व मुख्यधारा की मीडिया ने नहीं दिया।

जहां तक भारत का प्रश्न है तो भारत में लगभग 500 मिलियन लोग इंटरनेट का उपयोग करते है,इसमें नगरीय व ग्रामीण दोनों क्षेत्रों के लोगों को लिया जा सकता है। जिनके लिए नेटिजन्स शब्द का बहुत चलन है। " संकल्पनात्मक दृष्टिकोण से नेटिजन्स अंग्रेजी के दो शब्दों इंटरनेट तथा सिटीजन का मिश्रित रूप है और इसका प्रयोग इंटरनेट का उपयोग करने वाले व्यक्तियों के लिए किया जाता है। इंटरनेट के उपयोग तथा मोबाइल धारकों की संख्या में अप्रत्याशित वृद्धि के कारण भारत में नेटिजन्स की संख्या तेजी से बढ़ी है।"2 अतः जनमत के निर्माण में आज सोशल मीडिया की भूमिका बड़ी प्रभावशाली है। 2014 से लेकर 2019 तक भारत के आमचुनाव में इसकी वृहद भूमिका रही है। लोकतंत्र पर सोशल मीडिया के प्रभाव की जहां तक बात है तो इसने डिजिटल लोकतंत्र को जन्म दिया है,जहां हम किसी भी विषय पर स्वतंत्र रूप से अपने विचारों को व्यक्त कर सकते है या आदान–प्रदान कर सकते है। अतः राजनीतिक दल भी इसके महत्व को समझते है। मुख्यधारा के मीडिया के साथ–साथ आज वे सोशल मीडिया पर भी अधिक निर्भर होते जा रहे है ताकि जनता को राजनीतिक शिक्षा देने के साथ ही जनता के झुकाव

को,उसकी समस्याओं को समझ सकें और उसी के अनुरूप भावी विजय के लिए रणनीति बना सकें। अपनी विजय को सुनिश्चित करने के लिए आज सभी राजनीतिक दल सोशल मीडिया के माध्यम से अपने प्रचार को धार देने में लगे हुए है क्योंकि ये माध्यम डोर टू डोर संवाद की तुलना में अधिक सस्ता और सुलभ है।

वर्तमान में युवा वर्ग इंटरनेट के प्रयोग में अधिक आगे है इसलिए राजनीतिक दल इस वर्ग को साधने पर अधिक बल दे रहे है। ऑनलाइन प्रचार अभियान के अन्तर्गत ईमेल और राजनीतिक ब्लॉग का प्रयोग किया जा रहा है। आज के समय में हमारा समाज भी धीरे–धीरे परम्परागत मीडिया जैसे– फोन,टीवी,समाचारपत्र एवं रेडियो से सोशल मीडिया के प्रयोग की ओर बढ़ रहा है। समाज में इसने तेजी से पैठ बना ली है। उल्लेखनीय है कि वर्तमान में भारत में व्हाट्सएप के 53 करोड़,यूट्यूब के 44.8 करोड़, फेसबुक के 41 करोड़ , इंस्टाग्राम के 21 करोड़ तथा टिव्टर के 1.75 करोड़ उपयोगकर्ता है। 3 व्यापक स्तर पर ये उपयोगकर्ता जनमत निर्माण में सहायक है। सार्वजनिक समस्याओं ,सरकार के कार्यों ,राजनीतिक दलों की नीतियों व कार्यक्रमों पर विशिष्टतापूर्वक विचार करने की स्वतंत्रता इन्हें अन्य जनसंचार माध्यमों से अलग रूप प्रदान करती है।

इसके प्रभाव और महत्व को गत फरवरी –मार्च 2022 में 5 राज्यों में हुए विधानसभा चुनावों में सोशल मीडिया पर विभिन्न राजनीतिक दलों की स्थिति से समझा जा सकता है।

राज्य	दल	सोशल मीडिया के विभिन्न मंचों पर फॉलोअर्स की संख्या
उत्तरप्रदेश	भाजपा	फेसबुक–51 लाख ट्विटर–30 लाख इंस्टाग्राम–1 लाख
	सपा	फेसबुक–32 लाख ट्विटर–29 लाख इंस्टग्राम–25 हजार
	कांग्रेस	फेसबुक–6 लाख ट्विटर–4.7 लाख इंस्टाग्राम–1 लाख
गोवा	भाजपा	फेसबुक–1.46 लाख ट्विटर–66 हजार इंस्टाग्राम–13 हजार
	आप	फेसबुक–1.63 लाख ट्विटर–37 हजार इंस्टाग्राम–5 हजार
	कांग्रेस	फेसबुक–3.63 लाख

		ट्विटर–30 हजार इंस्टाग्राम–1.9 हजार
पंजाब	भाजपा	फेसबुक–3.7 लाख ट्विटर–67 हजार इंस्टाग्राम–8 हजार
	कांग्रेस	फेसबुक–6 लाख ट्विटर–1.6 लाख इंस्टाग्राम–40 हजार
	अकाली दल	फेसबुक–5.65 लाख ट्विटर–82 हजार इंस्टाग्राम–1.5 लाख
	आप	फेसबुक–17 लाख ट्विटर–1.5 लाख इंस्टाग्राम–1.4 लाख
मणिपुर	भाजपा	फेसबुक–72 हजार ट्विटर–62 हजार इंस्टाग्राम–799
	कांग्रेस	फेसबुक–49 हजार ट्विटर–10 हजार इंस्टाग्राम–416
	एनपीपी	फेसबुक–42 हजार ट्विटर–2.7 हजार इंस्टाग्राम–983
उत्तराखण्ड	भाजपा	फेसबुक–2.92 लाख ट्विटर–1.2 लाख इंस्टाग्राम–15 हजार
	कांग्रेस	फेसबुक–1.3 लाख ट्विटर–69 हजार इंस्टाग्राम–9 हजार

4

लेकिन क्या सोशल मीडिया के नकारात्मक पक्ष नहीं है?क्या ये वास्तव में स्वस्थ जनमत का निर्माण कर रहा है और चुनावों को प्रभावित कर रहा है। मतदाता के व्यवहार को पढ़ने में और गढ़ने में ये सक्षम है ? ये विश्लेषण करना भी आवश्यक है।

इसकी अनिश्चित प्रकृति,अफवाहे फैलाकर तनाव और दंगे को जन्म देती है। किसी विशेष एजेण्डा को प्रसारित करने ,कुछ विशेष वर्गों को लक्षित करने,चुनी हुई सरकारों को अस्थिर करने एवं लोकतांत्रिक मूल्यों से समझौता करने की दिशा में भी इसकी भूमिका संदेह के घेरे में है। सच्चा और निष्पक्ष मीडिया वही है जो जनपक्षधर हो। वर्तमान समय में सोशल मीडिया पर तार्किक और सही बातों पर भी जिस प्रकार ट्रोलिंग की जाती है,उसे देखकर तो यही लगता है कि सोशल मीडिया अभी परिपक्व नहीं है। ये एक ऐसा वातावरण तैयार करता है,जहां लोग केवल उस दृष्टिकोण से घटनाओं को देखते है और सूचनाओं को सुनते है जिनसे वे सहमत होते है,जिनसे वे सहमत नहीं होते ,उन्हें एकदम नकार देते है यानी पक्षपातपूर्ण और पूर्वाग्रहों से ग्रस्त जनमत स्वस्थ लोकतंत्र के लिए घातक है। समाज में इससे वर्गद्वेष व संघर्ष को बढ़ावा मिलता है।

ये मतदाता के मतदान व्यवहार को असामान्य रूप से परिवर्तित करने में भी सहायक है। यानी व्यक्ति के मनोमस्तिष्क पर ऐसा प्रभाव जमा लेना कि वह स्वविवेक से निर्णय न ले सके और वही करे जो उससे करवाया जाए, मूल प्रश्नों से भटकाव । जिस प्रकार विभिन्न राजनीतिक दल इसका दुरपयोग कर रहे है उसे देखकर तो यही लगता है कि ये भी तार्किक व वैज्ञानिक नहीं है।अलजजीरा की एक रिपोर्ट के अनुसार मतदाता के मस्तिष्क पर प्रभाव जमाने के लिए व्यापक स्तर पर राजनीतिक दलों की आईटी सेल दिन–रात काम कर रही है। लोगों की ब्राउजिंग हिस्ट्री का प्रयोग कर उनके सोशल मीडिया वॉल पर पंसद के अनुसार पॉलिटिकल वीडियो प्रसारित किए जाते है।यूजर्स के डेटा विश्लेषण हेतु कंपनियां मनोचिकित्सकों को अनुबंधित करती हैं। फेसबुक व गूगल जैसी कंपनियों के पूर्व कर्मचारियों ने यह रहस्योद्घाटन किया ह्वै। ये वास्तव में चिन्ताजनक स्थिति है। डेटा माइनिंग तथा इसके मुक्त प्रवाह ने नेटिजन्स की गोपनीयता को बुरी तरह से प्रभावित किया है। अतः आज उचित कानून की देश में तत्काल आवश्यकता है।

एण्ड्रू कीन ने सोशल मीडिया के उपयोगकर्ताओं को अनगिनत बंदर बताते हुए इन्हें डिजिटल डार्विनवाद की संज्ञा दी है,जहां जो सबसे अधिक वाचाल है और स्वछन्द विचारों को व्यक्त करने वाला होगा ,उसी का अस्तित्व रहेगा। 5 गलाकाट प्रतिस्पर्धा अब सोशल मीडिया में भी देखने में आ रही है। अतः सोशल मीडिया को विनियमित करने की आवश्यकता को ध्यान में रखते हुए ही 25 फरवरी 2021 को सूचना प्रौद्योगिकी (मध्यवर्ती संस्थानों के लिए दिशा–निर्देश और डिजिटल मीडिया आचार संहिता) नियम 2021 को भारत सरकार द्वारा अधिसूचित किया गया जो सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म को विनियमित करेगा। 6

निसंदेह कुछ लोग इसे अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता पर आघात का नाम दे सकते है परन्तु कानून और व्यवस्था के बीच संतुलन बनाए रखने तथा शासन में नागरिकों की भागीदारी बढ़ाने के लिए ऐसा करना आवश्यक है। अप्रैल 2022 में 27 सदस्यीय यूरोपीय संघ ने भी डिजिटल सेवा अधिनियम के अंतिम विवरण को स्वीकृति प्रदान की । यूरोपीय संघ ने आपत्तिजनक सामग्रियों

को लेकर सोशल मीडिया से जुड़ी दिग्गज कंपनियों पर नियंत्रण लगाना आरम्भ कर दिया है। अब वे क्या दिखाएंगे ये ईयू द्वारा तय कर दिया गया है। 7

भारत सरकार के सूचना प्रसारण मंत्रालय द्वारा भी समय–समय पर ऐसे मंचों पर प्रतिबन्ध लगाया जाता रहा है जो राष्ट्रीय सुरक्षा,भारतीय विदेश नीति,साम्प्रदायिक सद्भाव और लोकव्यवस्था की झूठी और भ्रामक सूचनाओं का प्रसारण करते है। जनपक्षधरता,निष्पक्षता,सशक्त व स्वतंत्र मीडिया ही स्वस्थ जनमत का निर्माण कर सकता है और इस दृष्टि से वैकल्पिक मीडिया आशा की किरण है अतः आवश्यकता है कि आम जनता दृढ़ता के साथ ऐसे मंचों का साथ दे जो बिना किसी लाग–लपेट के तर्कों के साथ घटनाओं को सामने रखते हुए उनका वैज्ञानिक तथा तटस्थ विश्लेषण करते है। लोकतंत्र के इस चौथे स्तम्भ पर ही लोकतांत्रिक मूल्यों की रक्षा का भार है। किसी भी राष्ट्र के निर्माण में जनता को सक्रिय भागीदार बनाने में इसकी भूमिका बेहद महत्वपूर्ण है।

सन्दर्भ ग्रन्थ सूची–

1–प्रो0खन्ना वी0एन0,आधुनिक सरकारें,सिद्धान्त एवं व्यवहार,साहित्य भवन,पृष्ट संख्या–80

2–क्रानिकल ,फरवरी 2022 पृष्ट संख्या–103

3–प्रतियोगिता दर्पण,जनवरी 2022 पृष्ट संख्या–176

4–**www.bhaskar.com**

5- Deva vasu,Encyclopaedia of information technology and e world 2019,page no.199

6– प्रतियोगिता दर्पण,जनवरी 2022 पृष्ट संख्या–176

7– हिन्दुस्तान,24 अपैल 2022 पृष्ट संख्या–1