

## सोशल मीडिया का राजनीतिक संस्कृति पर प्रभाव

जय प्रकाश यादव<sup>1</sup>

<sup>1</sup>असिस्टेंट प्रोफेसर, राजनीतिक विज्ञान, श्री रामलच्छन महाविद्यालय, अमिला, मऊ, उ०प्र०, भारत

### ABSTRACT

जनमत लोकतांत्रिक व्यवस्था की प्राणवायु है। जिसकी अभिव्यक्ति व्यक्ति की राजनीतिक संस्कृति को प्रदर्शित करता है। राजनीतिक संस्कृति किसी भी राजनीतिक प्रणाली के सदस्यों में राजनीति के प्रति व्यक्तियों के व्यवहार तथा अभिमुखीकरण की पद्धति है। राजनीतिक संस्कृति राजनीतिक समाज के लोगों की राजनीतिक व्यवस्था के प्रति अभिरूचि मूल्यों व विश्वासों पर आधारित है। राजनीतिक संस्कृति में आत्मपरकता का गुण होने के कारण यह व्यक्तिगत अभिविकास या अनुकूलन का हिस्सा होती है। यह अनुकूलन ज्ञानात्मक, भावनात्मक तथा मूल्यात्मक होती है। ज्ञानात्मक अनुकूलन का सम्बन्ध लोगों की राजनीतिक व्यवस्था के मूल्यों व निर्णयों से होता है। इस अनुकूलन की दृष्टि से राजनीतिक व्यवस्था के तीन घटक होते हैं। मूल्य, विश्वास और संवेदनात्मक अभिवृत्तियाँ। प्रत्येक देश में राजनीतिक संस्कृति का निर्माण इन्हीं घटकों से होता है। मूल्य, विश्वास और संवेदनात्मक की अनुक्रिया ही किसी राजनीतिक व्यवस्था को सामान या विशिष्टता की तरफ ले जाती है। इसी कारण संस्कृति को राजनीतिक व्यवस्था की प्रकृति का नियामक कहा जाता है। प्रस्तुत शोध पत्र में सोशल मीडिया द्वारा राजनीतिक संस्कृति प्रभावित करने की प्रक्रिया का अध्ययन किया गया है।

**KEYWORDS:** राजनीतिक संस्कृति, सोशल मीडिया, फेसबुक, ट्विटर

मनुष्य सतत विकास की ओर अग्रसर है और इसी कारण समय के साथ परिस्थितियाँ बदलती रहती है। उन्हीं परिस्थितियों के साथ व्यक्ति के मूल्य, विचार और प्रतिमान भी बदलते रहते हैं। 1990 के दशक में ऐसा ही निर्णायक मोड़ आया जब व्यक्तियों के अभिवृत्ति पर संचार साधनों का महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ा। वैश्विक स्तर पर संचार क्रांति ने विश्व की राजनीति के परिदृश्य को परिवर्तित कर दिया।

2003 में “कर लो दुनिया मुट्ठी में” के आगाज के साथ भारत में आम आदमी की ताकत के रूप में मोबाइल फोन आया, जो वर्तमान समय में भारत में 135 करोड़ जनसंख्या में 70 करोड़ के पास मोबाइल फोन है। जिसमें 25 करोड़ लोगों के जेब में स्मार्टफोन है। 15.5 करोड़ लोग हर महीने फेसबुक पर आते हैं और 16 करोड़ लोग हर महीने व्हाट्सएप पर आते हैं। इस तरह एक बहुत बड़ी संख्या में लोग सोशल मीडिया के माध्यम से एक दूसरे से जुड़े हुए हैं। जबकि विश्व के 80 प्रतिशत लोग संदेश भेजना पसंद करते हैं। जब विश्व में सोशल मीडिया का राजनीतिक प्रभाव दिखने लगा। सोशल मीडिया एक इंटरनेट पर आधारित व्यवस्था है, इसमें एक व्यक्ति अपने भावों, विचारों को दूसरे व्यक्ति तक बहुत ही आसानी और कम खर्च में पहुँचा सकता है। उसके विचारों और भावों को जान सकता है तथा उस पर अपनी प्रतिक्रिया भी व्यक्त कर सकता है। सोशल मीडिया से तात्पर्य संचार के एक समूह से है जो व्यक्ति को व्यक्ति से जोड़ने का सशक्त माध्यम है।

सोशल मीडिया दो शब्दों से मिलकर बना है। सोशल यानी समाज के विभिन्न पहलुओं से मिलकर बनने वाला प्रत्ययों और मीडिया का अर्थ संचार से है। मीडिया शब्द का विकास इंटरनेट के उपकरण “मॉडम” से हुआ है। जबकि मीडिया शब्द का सामान्य अर्थ में “संचार के साधन” के रूप में जाना जाता है। इस प्रकार “सोशल मीडिया” का अर्थ सामाजिक संचाल के द्वारा लोगों के साथ आपस में जुड़ने से है। सोशल मीडिया को सोशल मीडिया सर्विस के नाम से भी जाना जाता है। यदि दूसरे शब्दों में कहें तो इंटरनेट का इस्तेमाल कर अपने मित्रों, रिश्तेदारों के साथ जुड़ने तथा विचारों का आदान-प्रदान करना सोशल

मीडिया कहा जाता है। सोशल मीडिया के दो स्वरूप मिलते हैं। जिसमें प्रथम “बंद समूह” या “व्यक्तिगत समूह” इस समूह में जुड़ने के लिए समूह के संचालक से निमंत्रण की जरूरत पड़ती है। जैसे शैक्षणिक समूह या किसी राजनीतिक समूह। द्वितीय “समूह खुला” या “सार्वजनिक समूह” है। यह समूह व्यापक पैमाने पर उन सामान्य से जुड़ा होता है। इस नेटवर्क में कोई भी व्यक्ति कहीं से भी जुड़ सकता है। अपने विचार व्यक्त कर सकता है, प्रतिक्रिया दे सकता है, इत्यादि। इसमें फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम इत्यादि। सामान्यतः सोशल मीडिया का उपयोग युवा वर्ग से जुड़ा है जो सूचना प्राप्त करने के लिए उसका उपयोग करते हैं।

राजनीति के क्षेत्र में सोशल मीडिया का प्रथम व प्रभावशाली प्रयोग साल 2009 में “ईरान की ट्विटर क्रांति” और 2010 के आखिर में “ट्यूनीशिया से शुरू हुई अरब क्रांति” ने सोशल मीडिया की राजनीतिक ताकत का एहसास करा दिया। उस समय पश्चिमी देशों ने इन क्रांतियों में सोशल मीडिया के इस्तेमाल का जश्न मनाते हुए कहा कि सोशल मीडिया के कारण ही मध्य पूर्व में लोकतंत्र का रास्ता खोला गया है। शुरुआत में इसे एक ऐसे साधन के रूप में देखा जा रहा था, कि कम कीमत पर और ज्यादा तेजी से, बेहतर दर्शक, भागीदार, कार्यकर्ता और फंड उपलब्ध करा सकता था। वह तस्वीरों और जानकारी को बहुत कम समय में दूर-दूर तक फैला सकता था। बहस और तर्क के लिए जगह दे सकता था और बड़ी संख्या में लोगों को वास्तविक कदम उठाने के लिए एकजुट कर सकता था।

भारतीय परिप्रेक्ष्य में सोशल मीडिया का सबसे सशक्त राजनीतिक उपयोग 2012 की “इण्डिया अगेंस्ट करप्शन” नामक अन्ना हजारे के रामलीला मैदान के आंदोलन में देखा जा सकता है। जिसमें दिल्ली के लोगों को ही नहीं बल्कि पूरे विश्व के लोगों को अपनी तरफ आकर्षित करने में भारतीय जनमानस कामयाब हुआ। इसके बाद मध्य प्रदेश और महाराष्ट्र में किसान आंदोलन ने भी मीडिया की भूमिका का उपयोग किया। न्यायिक मामलों में “निर्भया कांड” दिल्ली का एक बहुत ही प्रभावी आंदोलन हुआ था। जिसमें सोशल मीडिया का जमकर उपयोग

हुआ। जिससे पूरे देश में एक महिला सुरक्षा के प्रति वैचारिक जनमत प्रस्तुत किया था। भारत में सोशल मीडिया का चुनाव में एक अस्त्र के रूप में उपयोग 2014 के लोकसभा चुनाव में बहुत ही प्रभावकारी तरीके से हुआ था। लैंड प्रिंस ने अपनी किताब “द मोदी इफेक्ट” में लिखा है कि मौजूदा प्रधानमंत्री नरेन्द्र मोदी पहले ही समझ चुके थे कि लोगों तक सीधे पहुँचने के लिए सोशल मीडिया बेहद जरूरी है। उनके लिए यह केवल जुनून नहीं बल्कि जरूरत बन गया था और 2014 में उनकी जीत के पीछे इसकी अहम भूमिका रही है। (प्राइस, 2019)

फाइनेंशियल टाइम्स ने अपने लेख में “मोदी भारत का पहला सोशल मीडिया प्रधानमंत्री है।” मोदी ने कहा कि “सोशल मीडिया के कारण अन्य नेताओं के झूठ और झूठे वादे रैली के मंच से ज्यादा दूर नहीं जा पाए।” स्वाति चतुर्वेदी अपनी किताब में भाजपा के सोशल मीडिया कंट्रोल रूम के बारे में बताती हैं कि “फिल्म के बहिष्कार की अपील करने, कांग्रेसी नेताओं को ट्रोल करने, प्रचार करने के लिए हजारों ट्विटर अकाउंट खोले गये हैं।” लेंस प्रिंस ने कहा कि “कभी-कभी बड़े मुद्दे छोटे करने के लिए भी सोशल मीडिया का इस्तेमाल किया जाता है।”

सोशल मीडिया के राजनीतिक उपयोग के विषय में उत्तर प्रदेश भाजपा के महामंत्री विजय बहादुर पाठक ने कहा कि “घटनाओं से आप मुंह नहीं मोड़ सकते। आपको अपनी बात करनी होगी। आम आदमी सवाल करता है तो राजनीतिक दलों को उसका जवाब देना पड़ेगा। राजनीतिक दलों की यह जवाबदेही ही बनती है और सावधानी से चलना होगा। सोशल मीडिया के महत्व पर बोलते हुए चुनाव पर नजर रखने वाली संस्था एडीआर के संस्थापक जगदीश छोकर कहते हैं कि “राजनीतिक पार्टियों को लगता है कि वह सोशल मीडिया के जरिए अधिक लोगों तक कम खर्च में पहुंच सकते हैं। राजनीतिक दल समझते हैं कि प्रिंट या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के मुकाबले सोशल मीडिया पर निगरानी रख पाना थोड़ा मुश्किल है और इससे यह चुनाव आयोग की स्कूटनी से भी बच सकते हैं।”

### सोशल मीडिया के फायदे

सोशल मीडिया स्वच्छ, सरल और सामान्य जन तक पहुंचने का सीधा माध्यम बन गया है। यही कारण है कि राजनीतिक दल सोशल मीडिया को नियंत्रित करने के लिए और अपने प्रचार-प्रसार को बढ़ाने के लिए एक “वार रूम” का निर्माण कर रहा है। (दी गार्जियन) सोशल मीडिया दबाव बनाने का एक सरल माध्यम है। जैसा कि हमने निर्भया कांड में देखा था। देशव्यापी एक जनमत तैयार कर सोशल मीडिया ने दबाव बनाया और न्यायपालिका को जनहित में तुरंत और प्रभावशाली निर्णय देना पड़ा। अयोध्या प्रकरण विवाद का निर्णय भी इसी तथ्य के अन्तर्गत आता है।

### सोशल मीडिया के दोष

सोशल मीडिया के लाभ के अतिरिक्त हानियाँ भी बहुत हैं। प्रथम, सोशल मीडिया भ्रामक जानकारी देने का एक सुगम मार्ग बन गया है। राजनीतिक परिप्रेक्ष्य में देखें तो 2016 में अमेरिकी राष्ट्रपति के चुनाव में सोशल मीडिया के माध्यम से रूसी एजेंसियों ने चुनाव को प्रभावित करने का प्रयास किया था। इस तरह सूचना को अपनी सुविधानुसार तोड़-मोड़ कर अपने हित संवर्धन के लिए प्रस्तुत किया जा सकता है। अर्थात् अपने हित संवर्धन के लिए सूचना का उपयोग कर जनमत तैयार

किया जा सकता है। जैसा कि वर्तमान समय में मोदी सरकार ने सोशल मीडिया का उपयोग कर यह सिद्ध कर दिया है कि सरकारी तंत्र और सरकारी कर्मचारी निगम में हैं। प्राइवेट संस्थाएँ ही राष्ट्रहित में कार्य कर रही हैं, जैसा कि वास्तव में नहीं है। (जनसंदेश टाइम्स 5 जनवरी 2014) दूसरा-सोशल मीडिया के कंटेंट का कोई मालिक नहीं होने से मूल स्रोत का अभाव होता है। तीसरा-प्राइवेट का भाव, चौथा, साईबर, अपराध में वृद्धि हुई है। पांचवा-“फिल्टर बल” में कैद समर्थक की स्थिति हो सकती है। अर्थात् आप अपने ही समर्थकों के बीच विचार को बार-बार देखते हैं। यह परिदृश्य अमेरिकी राष्ट्रपति चुनाव 2016 में डोनाल्ड ट्रंप के समर्थकों के बीच देखने को मिला था।

स्पष्ट है कि सोशल मीडिया भारतीय राजनीतिक संस्कृति को पूर्णता प्रभावित करती है और नए मानक स्थापित करने का कार्य कर रही है। सोशल मीडिया ने पुरानी स्थापित मानकों को ध्वस्त कर दिया। सोशल मीडिया ने राष्ट्र के प्रति प्रत्येक नागरिक को मुख्यधारा में जोड़ने का कार्य किया है। जन सामान्य को अपने विचार व्यक्त करने का अवसर उपलब्ध कराया है। सोशल मीडिया के महत्ता के बारे में कह सकते हैं कि सोशल मीडिया सामाजिक संचार का सबसे सस्ता सरल और उपयोगी साधन है और आम आदमी का हथियार है। किंतु सरकारें भयभीत भी हैं और अंकुश लगाने का उपाय भी तलाश रही हैं।

पत्रकार जान नारटक ब्रितानी अखबर द गार्जियन में लिखते हैं कि “2016 के बाद अगर कुछ बदला है तो यह कि अब सोशल मीडिया चुनाव को प्रभावित करने वाला एक उपयोगी औजार भर नहीं रह गया है। यह वह जमीन बन गया है जिस पर हमारी पूरी चुनावी संस्कृति खड़ी है। जिसकी चोटियाँ और घाटियाँ रोज हमारे संवाद से बना करते हैं। जिन के दुरुपयोग की कोई सीमा नहीं है। “लोकतंत्र पर काम करने वाली जर्मनी की गैर लाभकारी संस्था फेवरेट एडवर्ड फाउंडेशन अपनी वेबसाइट पर एक आलेख में बताते हैं कि हमारा रिसर्च दिखाता है कि “ऑनलाइन व्यवहार कई तरह से दक्षिणपंथी अतिवाद के उभार को ईंधन दे रहा है। यह नए लोगों तक अतिवादी सामग्री पहुंचा रहा है। विचारधारा के आधार पर आम सहमति बनाकर कटुता को बढ़ावा दे रहा है। आंदोलन को मजबूत कराकर ऑनलाइन बहसों को बदल दे रहा है।

### REFERENCE

- शी जहाँ – रूई हुआकिसिया – “कंटेंट शेयरिंग इन आ सोशल ब्रांड कास्टिंग इनवायमेंट एविडेन्स फ्रॉम ट्वीटर, मिस क्वारटरली
- शेरविन आदम – “स्टाइल ओवर सब्सतांस रूनी क्लेअरेंड ऑफ नाइके ट्विटर प्लटग” 14 सितम्बर 2013
- पाई लुसीयन एण्ड वर्बा, सिडनी (1965) “पोलिटिकल कल्चर एण्ड पोलिटिकल डेवलपमेन्ट” दी प्रिंसटन यूनिवर्सिटी प्रेस
- प्राइस, लेंस (2019) “द मोदी इफेक्ट-इनसाइड नरेन्द्र मोदी कम्पेन टू ट्रांसफार्म इण्डिया” हाडर एण्ड स्टार्टन
- रविन्द्र प्रभात “आम आदमी की नई ताकत बना सोशल मीडिया” जन संदेश टाइम्स, 5 जनवरी 2014
- दास, मानसी – सोशल मीडिया हथियार भी, सिरदर्द भी “बीबीसी हिंदी इंग्लैण्ड।
- देश बन्धु – “अभिव्यक्ति को धार देता सोशल मीडिया” द म्यूजियम ऑफ सोशल मीडिया