



राजनैतिक दलों में मीडिया की भूमिका से युवा वर्ग पर होने वाले प्रभाव का एक अध्ययन

Gaurav Narwal (गौरव नरवाल), V.P.O.- Kathura,
Distt.-Sonipat (Haryana). INDIA

सारांश

आज के युग में मीडिया का अत्याधिक मात्रा में बोल-बाला है। मीडिया को लोकतंत्र का चौथा स्तंभ भी कहा जाता है। मीडिया की भूमिका किसी भी मनुष्य, राष्ट्र, समाज आदि के लिए काफी महत्वपूर्ण होती है। मीडिया चाहे तो आपको हीरो बना सकती है और मीडिया चाहे तो आपको विलेन बना

ISSN : 2348-5612 © URR



9 770234 856124

सकती है। मीडिया दो तरफा वातावरण तैयार करने में भी सक्षम होती है। राजनैतिक दलों में मीडिया की भूमिका अहम् होती है क्योंकि अगर कोई राजनैतिक दल अपनी छवि को चमकाना चाहता है या उसमें सुधार करना चाहता है तो सर्वप्रथम उसको मीडिया और विज्ञापन की ही आवश्यकता महसूस होगी। विज्ञापन को मीडिया जानती है कि किस प्रकार से इसका उपयोग करना है। मीडिया राजनैतिक दलों में अहम् भूमिका अदा करता है। कई बार तो मीडिया अपनी सीमाओं को लांघ कर नकारात्मक पत्रकारिता भी करने लग जाता है। जिसका गलत प्रभाव समाज एवं युवा वर्ग के साथ-साथ सभी वर्गों पर पड़ता है। आज के इस दौर में राजनैतिक दलों में बड़े-बड़े पत्रकारों के लिए द्वार खुले हुए हैं जो कि मीडिया और पत्रकारिता को छोड़कर राजनीति की ओर अपने कदम बढ़ाने लगे हैं। इस प्रकार युवाओं के मध्य भी राजनीति काफी लोकप्रिय हो जाती है क्योंकि जब वे किसी संपादक या न्यूज चैनल के एंकर को किसी राजनैतिक दल के साथ जुड़ा हुआ देखते हैं तो उनमें भी राजनीति में सक्रिय होने की इच्छा उत्पन्न होती है। कहने का तात्पर्य यह है



कि राजनीति की जरूरत मीडिया है और मीडिया और राजनीति दोनों की जरूरत युवा वर्ग है। युवा वर्ग की आवश्यकता मीडिया में भी है और राजनीति में भी है।

महत्वपूर्ण शब्द— मीडिया, राजनीति, राजनैतिक दल, युवा वर्ग, भूमिका, जरूरत।

परिचय

अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता लोकतंत्र का आधार होती है। इसका तात्पर्य व्यक्ति, समुदाय एवं समाज को अपने विवेक के आधार पर विचारों एवं मनोभावों को अभिव्यक्ति करने के अधिकार से है। इसका श्रेष्ठतम एवं सुगम रचना, प्रकार एवं स्वर के आधार पर हम किसी राष्ट्र एवं समाज की राजनैतिक चेतना, संकल्प, दृष्टिकोण एवं आत्मविश्वास का अनुमान सहजता से लगा सकते हैं। वास्तव में मीडिया और पत्रकारिता राष्ट्रीयता जीवन की एक लघु अभिव्यक्ति है। आज के इस वर्तमान युग में मीडिया की भूमिका प्रत्येक क्षेत्र में महत्वपूर्ण हो चली है चाहे राजनैतिक क्षेत्र हो या अन्य क्षेत्र हो। राजनैतिक दलों में आजकल एक प्रतिस्पर्धा सी लगी हुई है कि मीडिया का समर्थन किसको प्राप्त होगा क्योंकि मीडिया का समर्थन पाने वाली राजनैतिक पार्टी को चुनाव में इसका लाभ पहुँचता है। मीडिया की भूमिका आज एजेंडा तैयार करने वाली हो चली है आजकल राजनैतिक दल अपने कार्यालय में एजेंडा तैयार नहीं करते हैं बल्कि वर्तमान समय में तो न्यूज चैनलों में लाईव डीबेट के दौरान एजेंडे तय होने लगे हैं। आज मीडिया जिस एजेडे को उठाता है वही राष्ट्र का सबसे अग्रणी मुद्दा या एजेंडा हो जाता है। मीडिया जिस भी दल को कवरेज देता वह राजनैतिक दल चुनाव में जीत जाता है या उसके करीब पहुँच जाता है। इसका उदाहरण आपके सम्मुख है 2014 को लोकसभा चुनाव। जिसको सम्पूर्ण राष्ट्र ने देखा और महसूस किया कि किस प्रकार से मीडिया एक राजनैतिक दल के लिए कार्य कर रहा था। इसका लाभ यह हुआ भारत देश जो कि विश्व का सबसे युवा देश है उसके अधिकतर युवाओं का वोट मीडिया की जबरदस्त कवरेज से प्रभावित होकर, भारतीय जनता पार्टी (बीजेपी) को प्राप्त हुआ। यह मीडिया का एक ऐसा प्रकरण था, जिसने एक मनुष्य



को राष्ट्र का सर्वस्व दिखाने का प्रयास किया। आप चाहे किसी भी न्यूज पेपर, मैगजीन, टेलीविजन, सोशल मीडिया आदि किसी भी मीडिया के माध्यम का उपयोग कर रहे हो आपके नरेन्द्र मोदी नाम के एक मनुष्य की गाथा और उसके त्याग, तपस्या, प्रभावक्षमता, लगन, मेहनत का पाठ पढ़ाया जाता था। सारे देश एक ऐसा वातावरण तैयार कर दिया कि नरेन्द्र मोदी से अच्छा वक्ता और अच्छा मनुष्य कोई नहीं है। मोदी से अच्छा और कोई राजनैतिक नेता नहीं है यह सब एजेंडा मीडिया ने तैयार किया था। जिस पर करोड़ों की मात्रा में धन का व्यय किया गया। इस प्रकार से मीडिया ने राजनैतिक दल को लोगों के घर-घर तक पहुँचा दिया। इसका परिणाम यह हुआ है कि भारतीय जनता पार्टी को एक ऐतिहासिक विजय प्राप्त हुई जिसमें मीडिया और युवा वर्ग की एक अहम् भूमिका थी। मोदी की छवि का निर्माण कर मीडिया ने युवा वर्ग का ध्यान नरेन्द्र मोदी की ओर खींचा दिया। श्रीराम कॉलेज में मोदी का वह भाषण मीडिया की शुरुआत का प्रमाण है जब मीडिया ने एक मुख्यमंत्री को इतनी कवरेज देनी प्रारंभ कर दी थी। क्योंकि वह कॉलेज युवाओं से भरा हुआ था। इसको देखकर या प्रभावित होकर अन्य युवाओं का ध्यान भी नरेन्द्र मोदी की ओर आकर्षित हुआ। परिणाम आपके सामने है कि आज नरेन्द्र मोदी हमारे प्रधानमंत्री है। कहने का तात्पर्य यह है कि राजनैतिक दलों में मीडिया की भूमिका निरन्तर बढ़ती जा रही है। जिसका व्यापक प्रभाव युवा वर्ग पर भी पड़ता है क्योंकि युवा उसी ओर आकर्षित होता है जिस ओर मीडिया फोकस करता है, वही युवाओं के बीच चर्चा का विषय बन जाता है। मीडिया की भूमिका राजनैतिक दलों के लिए चुनावों में लाभ लेने के लिए अहम् हो चली है। सभी राजनैतिक दलों को इस बाता का ख्याल भी अच्छे से है कि भारत विश्व का सबसे युवा राष्ट्र है। युवाओं की वोट को अपनी ओर खींचने हेतु उनको किस शस्त्र का प्रयोग करना होगा। इस कार्य में राजनैतिक दलों की मदद मीडिया करता है। वह राजनैतिक दलों का एजेंडा सैट करके देता है। और उनको भरपूर कवरेज देकर युवाओं को उनकी ओर आकर्षित करता है। यह सब—कुछ आज के इस वर्तमान युग की मीडिया की हकीकत है जो किस प्रकार से राजनैतिक दलों में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वहन



करता है। जिसके फलस्वरूप युवा वर्ग भी उनकी ओर आकर्षित होकर अपना मतदान मीडिया पर विश्वास करके अमूक राजनैतिक दल को दे देता है। इस प्रकार से राजनैतिक दलो, मीडिया और युवाओं का आप में परस्पर संबंध है।

उद्देश्य

1. राजनैतिक दलों में मीडिया की भूमिका से युवाओं पर पड़ने वाले प्रभाव का एक अध्ययन।
2. मीडिया की कवरेज से प्रभावित युवा अपना मतदान करता है का अध्ययन।
3. राजनैतिक दलों की छवि को चमकाने में मीडिया की भूमिका पर युवा वर्ग की राय को जानने का एक अध्ययन।

परिकल्पना

राजनैतिक दलों में मीडिया की भूमिका से युवा वर्ग अवश्य ही प्रभावित हो रहा होगा। युवाओं को शायद ऐसा लगता होगा कि राजनैतिक दल अपनी छवि निर्माण हेतु मीडिया का उपयोग करते हैं। मीडिया का युवा वर्ग अवश्य ही अनुसरण करता होगा। जो कुछ मीडिया दिखाता है उसका प्रभाव अवश्य ही युवा वर्ग पर होता मिलेगा। राजनैतिक दलों को मीडिया के द्वारा अत्याधिक कवरेज देने से युवा वर्ग मतदान के प्रति जागरूक होता मिलेगा। युवा वर्ग अपना मतदान करने हेतु जागरूक होता होगा।

शोध प्रवधि

सर्वेक्षण

यह अध्ययन सर्वेक्षण पद्धति के माध्यम से किया गया है। आंकड़ों के संग्रह के लिए महर्षि दयानन्द विश्वविद्यालय के अंतर्गत आने वाले जाट कॉलेज का चुनाव किया गया है। जाट कॉलेज से कुल 100 युवक एवं युवतियाँ दोनों सम्मिलित हैं। इस सर्वेक्षण कार्य में बंद प्रश्नावली का प्रयोग किया गया है जिसमें विभिन्न प्रश्नों पर युवा वर्ग की राय को जानने का प्रयत्न किया गया है।

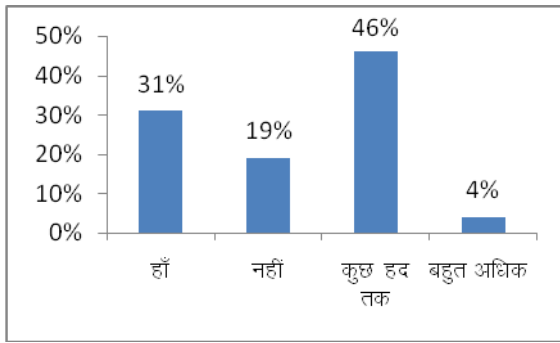


विवेचना एवं विश्लेषण

सर्वेक्षण पद्धति के माध्यम से रोहतक शहर में स्थित महर्षि दयानन्द विश्वविद्यालय के अंतर्गत आने वाले जाट कॉलेज का चयन किया गया है। यह कॉलेज काफी प्रसिद्ध कॉलेजों में एक है। विविध प्रश्नों पर युवाओं ने अपनी राय स्पष्ट की है। प्रश्नावली के माध्यम से आंकड़ों का चयन किया गया है।

प्र. 1— क्या राजनैतिक दलों में मीडिया की भूमिका आपको प्रभावित करती है?

(क) हाँ (ख) नहीं (ग) कुछ हद तक (घ) बहुत अधिक

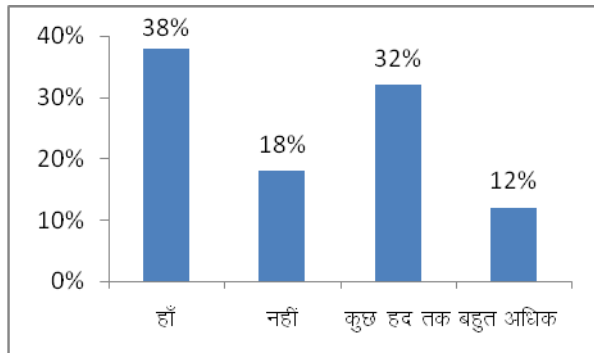


ग्राफ नं. 1 के अनुसार 31 प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते हैं कि राजनैतिक दलों में मीडिया की भूमिका उनको प्रभावित करती है जबकि 19 प्रतिशत का मानना है कि नहीं करती है, और 46 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि कुछ हद तक प्रभावित होते हैं जबकि 4 प्रतिशत का मानना है वे बहुत अधिक मात्रा में प्रभावित होते हैं।

में प्रभावित होते हैं।

प्र. 2— क्या राजनैतिक दलों में मीडिया की भूमिका से प्रभावित होकर आप मतदान हेतु जागरूक होते हैं?

(क) हाँ (ख) नहीं (ग) कुछ हद तक (घ) बहुत अधिक

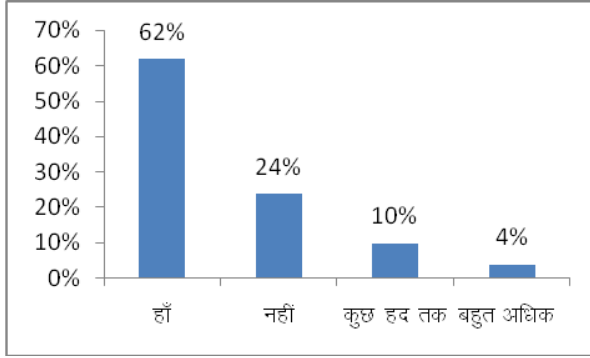


ग्राफ नं. 2 के मतानुसार 38 प्रतिशत उत्तरदाताओं की राय है कि राजनैतिक दलों में मीडिया की भूमिका से वे मतदान हेतु जागरूक होते हैं और 18 प्रतिशत की राय है जागरूक नहीं होते हैं जबकि 32 प्रतिशत का मानना है कि कुछ हद तक जागरूक होते हैं तथा 12 प्रतिशत का मानना है कि



बहुत अधिक मात्रा में जागरूक होते हैं।

प्र. 3— किसी राजनैतिक दल को मीडिया द्वारा ज्यादा कवरेज देने से आप उस दल की ओर आकर्षित होते हैं या उसको अपना मत देते हैं?
(क) हाँ (ख) नहीं (ग) कुछ हद तक (घ) बहुत ज्यादा

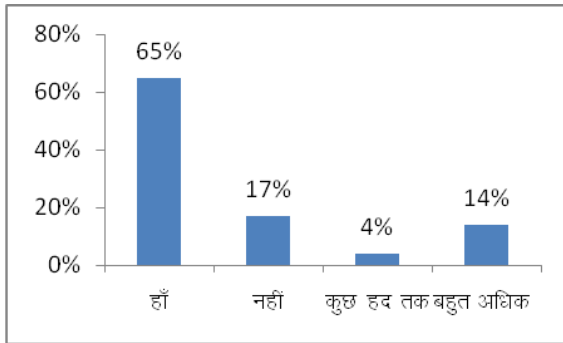


ग्राफ नं. 3 के अनुरूप 62 प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते हैं कि मीडिया द्वारा ज्यादा कवरेज देने से किसी दल की ओर आकर्षित होते हैं और उसके पक्ष में अपना मतदान करते हैं जबकि 24 प्रतिशत का मानना है कि नहीं देते हैं व 10 प्रतिशत की राय है कुछ हद तक आकर्षित

होते हैं एवं 4 प्रतिशत उत्तरदाता मानते हैं कि बहुत ज्यादा मात्रा में आकर्षित होते हैं।

प्र. 4— राजनैतिक दलों की छवि को चमकाने में क्या मीडिया की अहम् भूमिका होती है?

(क) हाँ (ख) नहीं (ग) कुछ हद तक (घ) बहुत अधिक

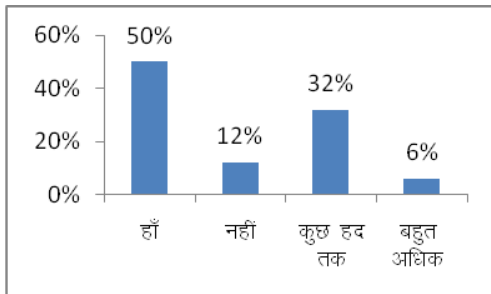


ग्राफ नं. 4 के अनुसार 65 प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते हैं कि मीडिया राजनैतिक दलों की छवि को चमकाने में अहम् भूमिका निभाता नहीं होती है और 17 प्रतिशत का मानना है कि यह छवि चमकाने में अहम् भूमिका नहीं होती है। 4 प्रतिशत का मानना है कि कुछ

हद तक होती है जबकि 14 प्रतिशत की राय है बहुत अधिक भूमिका होती है।

प्र. 5— क्या राजनैतिक दलों में मीडिया की भूमिका निरन्तर बढ़ती जा रही है?

(क) हाँ (ख) नहीं (ग) कुछ हद तक (घ) बहुत ज्यादा



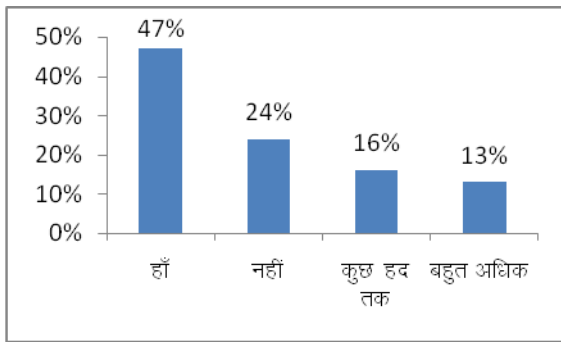
ग्राफ नं. 5 के मतानुसार 50 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि राजनैतिक दलों में मीडिया की भूमिका निरन्तर बढ़ती जा रही है जबकि 12 प्रतिशत का मानना है कि नहीं बढ़ रही है और 32



प्रतिशत की राय है कि कुछ हद तक बढ़ रही है एवं 6 प्रतिशत की राय है कि बहुत ज्यादा मात्रा में भूमिका बढ़ती जा रही है।

प्र. 6— क्या राजनैतिक दलों में निरन्तर बढ़ती भूमिका से मीडिया की छवि धूमिल हो रही है?

(क) हाँ (ख) नहीं (ग) कुछ हद तक (घ) बहुत अधिक

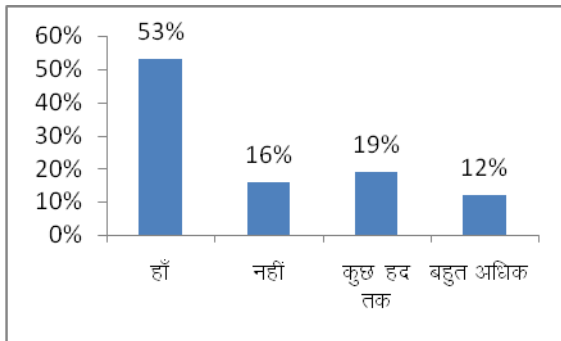


ग्राफ नं. 6 के अनुरूप 47 प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते हैं कि राजनैतिक दलों में निरन्तर बढ़ती भूमिका से मीडिया की छवि धूमिल हो रही है और 24 प्रतिशत उत्तरदाता मानते हैं कि छवि धूमिल नहीं हो रही है जबकि 16 प्रतिशत उत्तरदाताओं की राय है कि कुछ हद तक छवि धूमिल हो रही है और 13 प्रतिशत

की राय है कि बहुत अधिक मात्रा में छवि धूमिल हो रही है।

प्र. 7— क्या आज मीडिया बिकाऊ हो चुका है?

(क) हाँ (ख) नहीं (ग) कुछ हद तक (घ) बहुत ज्यादा



ग्राफ नं. 7 के अनुसार 53 प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते हैं कि वर्तमान में मीडिया बिकाऊ हो चुका है और 16 प्रतिशत मानते हैं बिकाऊ नहीं है जबकि 19 प्रतिशत की राय है कि कुछ हद तक बिकाऊ है और 12 प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते हैं कि मीडिया आज

बहुत ज्यादा बिकाऊ हो चुका है।



निष्कर्ष

अध्ययन से प्राप्त तथ्यों से स्पष्ट होता है कि राजनैतिक दलों में मीडिया की भूमिका से युवाओं पर प्रभाव पड़ता है। मीडिया की भूमिका से युवाओं में मतदान के प्रति जागरूकता भी आती है। राजनैतिक दलों को मीडिया के द्वारा अधिक कवरेज देने से युवाओं का ध्यान भी उस ओर आकर्षित होता है ऐसा 62 प्रतिशत युवाओं ने माना है जबकि 65 प्रतिशत युवाओं ने यह भी माना है कि मीडिया राजनैतिक दलों की छवि को चमकाने का कार्य भी करता है। अततः हम इस निष्कर्ष पर पहुँचते हैं कि मीडिया युवाओं को अपनी ओर आकर्षित करके उनके मत को राजनैतिक दलों की ओर मोड़ने का प्रयास करता है।

संदर्भ

1. डॉ. श्रीपाल शर्मा, पत्रकारिता सामाजिक-राजनैतिक चेतना (2004), मोहित पब्लिकेशन, नई दिल्ली, पृ. नं. 119-120
2. पुण्य प्रसून वाजपेयी, राजनीति मेरी जान (2008), अंतिका प्रकाशन, गाजियाबाद, पृ. नं. 13
3. देवेन्द्र उपाध्याय, भारतीय संसद और मीडिया (2008), भारतीय पुस्तक परिषद्, नई दिल्ली, पृ. नं. 37
4. संतोष भारतीय, निशाने पर समय, समाज और राजनीति (2005), राधाकृष्ण, शाहदरा दिल्ली पृ. नं. 33-34
5. राकेश सिन्हा, राजनीतिक पत्रकारिता (2007), प्रभात प्रकाशन, दिल्ली, पृ. नं. 19-20
6. जवरीमल्ल पारख, जनसंचार माध्यमों का राजनीतिक चरित्र (2006), अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स प्रा. लिमिटेड, दिल्ली, पृ. नं. 7-8
7. संतोष भारतीय, चुनाव रिपोर्टिंग और मीडिया (2011), सामयिक प्रकाशन, दरियागंज नई दिल्ली, पृ. नं. 11,14,15