

Research Paper

ग्रामीण युवाओं में राजनीतिक जागरूकता में सोशल मीडिया की भूमिका का अध्ययन

डॉ नीता भारती, प्रोफेसर, सोबन सिंह जीना विश्वविद्यालय, अल्मोडा, उत्तराखण्ड

ममता गौड़, असिस्टेंट प्रोफेसर एस एस जे राजकीय स्नातकोत्तर महाविद्यालय, स्याल्दे, अल्मोडा उत्तराखण्ड

Received 10 Dec., 2023; Revised 23 Dec., 2023; Accepted 25 Dec., 2023 © The author(s) 2023.

Published with open access at www.questjournals.org

भारत एक लोकतांत्रिक देश है और लोकतंत्र की सशक्तता उसके नागरिकों की राजनीतिक जागरूकता पर निर्भर करती है। यह कहना कि लोकतंत्र के लिए राजनीतिक जागरूकता एक आवश्यक शर्त है अतिशयोक्ति नहीं होगी। राजनीतिक जागरूकता का आशय है कि लोगों की राजनीतिक मुद्दों, सरकारी प्रक्रियाओं और सामाजिक विकास की प्रक्रियाओं के प्रति रुचि हो, और समाज का प्रत्येक वर्ग सामाजिक एवं राजनीतिक विषयों पर अपनी स्पष्ट राय रखने में सक्षम हो। यह राजनीतिक मुद्दों प्रक्रियाओं और संस्थानों के सम्बन्ध में नागरिकों के ज्ञान, समझ और जुड़ाव के स्तर को संदर्भित करता है। राजनीतिक जागरूकता नागरिकों को सूचित निर्णय लेने में सक्षम बनाती है। जब व्यक्ति विभिन्न राजनीतिक दलों उनकी विचारधाराओं और उनके द्वारा प्रस्तावित नीतियों से अवगत होते हैं तो वे ऐसे विकल्प चुन सकते हैं जो उनके हितों और मूल्यों के अनुरूप हों। भारत जैसे लोकतांत्रिक देश में जहाँ युवा बहुल है वहाँ 27% युवा (15–30 साल) की है वहाँ युवा वर्ग में राजनीतिक समझ विकसित करने में सोशल मीडिया की भूमिका का अध्ययन किया गया है। यह अध्ययन ब्लॉक स्तर पर किया गया है।

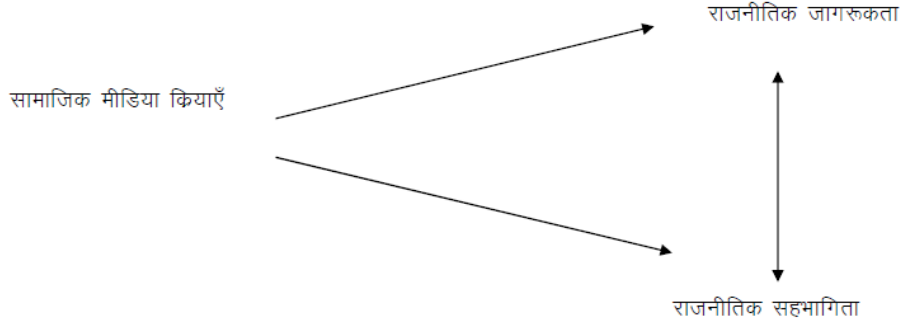
उद्देश्य

- 1 यह ज्ञात करने का प्रयास करना कि ग्रामीण युवाओं में राजनीतिक जागरूकता बढ़ाने में सोशल मीडिया कितना लाभप्रद है।
- 2 यह समझने का प्रयास करना कि युवाओं के मतदान व्यवहार को प्रभावित करने में सोशल मीडिया क्या भूमिका निभा रहा है।
- 3 यह समझने का प्रयास करना कि ग्रामीण युवाओं में राजनीतिक सहभागिता को सोशल मीडिया किस स्तर तक प्रभावित कर रहा है।

परिकल्पना

- 1 सोशल मीडिया राजनीतिक जागरूकता बढ़ाने में सक्षम है।
- 2 सोशल मीडिया मतदान व्यवहार को प्रभावित कर सकता है।
- 3 राजनीतिक सहभागिता के स्तर को बढ़ाने में सोशल मीडिया विशेष भूमिका निभाता है।

परिकल्पना से विकसित संबंध मॉडल



सम्बन्धित मॉडल के अन्तर्गत राजनीतिक जागरूकता एवं राजनीतिक सहभागिता भी अन्तर्सम्बन्धित है। सामाजिक मीडिया क्रियाएँ मतदान व्यवहार को भी प्रभावित करने का कार्य करती है।

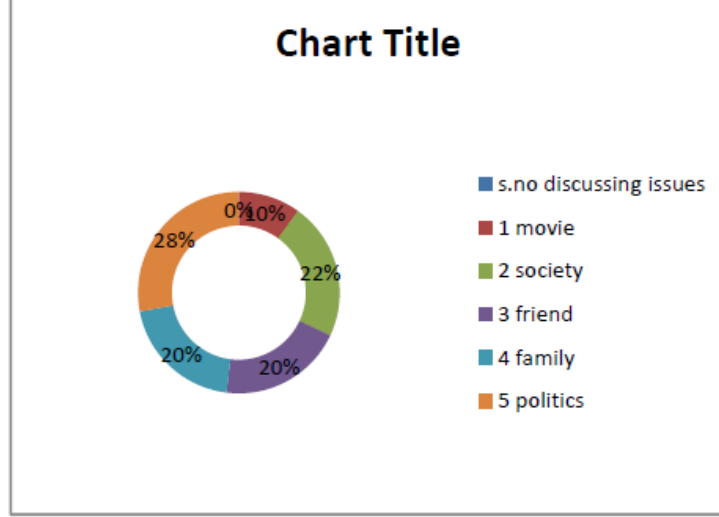
अध्ययन पद्धति

अध्ययन हेतु समर्पित परिकल्पनाओं की पुष्टि हेतु आनुभाषिक पद्धति की सर्वेक्षण विधि को अपनाया गया है क्योंकि हमारा शोध ग्रामीण समाज से सम्बन्धित है इसमें समग्र 15 से 30 आयु वर्ग के युवा हैं प्रतिदर्श पद्धति के आधार पर अल्मोडा जिले के स्याल्दे तहसील के 6 ग्रामों का चयन किया गया 6 ग्रामों में 100 उत्तरदाताओं से अनुसूची का प्रयोग करके प्राथमिक आकड़े एकत्र किए गए। अनुसूची के लिए हमने अपने शोध विषय से सम्बन्धित बन्द विकल्पों वाले 25 प्रश्नों का निर्माण किया और एकत्रित आकड़ों का सारणीकरण, विश्लेषण करके निष्कर्ष निकाले गए।

तथ्यों का विश्लेषण

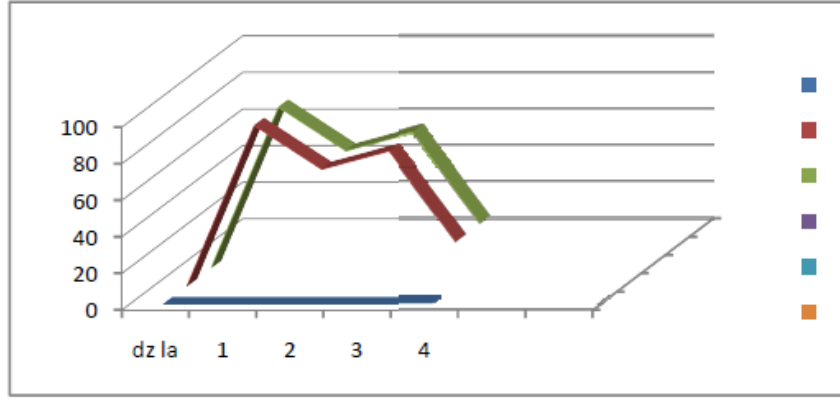
प्रथम पाँच प्रश्न उत्तरदाताओं के सामान्य जानकारी से सम्बन्धित रहे। किस साइट का अधिकांशतः प्रयोग करते हैं? प्रश्न के उत्तर में 40 व्हाट्सअप, 38 यूट्यूब, 20 गुगल 2 इन्स्टाग्राम प्रयोग करने वाले रहे इस से सिद्ध होता है कि ग्रामीण क्षेत्र होने के कारण व्हाट्सअप एवं यूट्यूब का प्रयोग करने वाले अधिक हैं अतः प्रचार एवं प्रसार हेतु उक्त का प्रयोग कर राजनीतिक दल लाभ कमा सकते हैं। आप अपनी मनपसंद साइट पर कितना समय बिताते हैं? कुल उत्तरदाताओं में से 75 प्रतिशत 30 मिनट से 2 घंटे अपनी मनपसंद साइट व्यय करते हैं 15 प्रतिशत 2 से 4 घंटे और 08 प्रतिशत 4 से अधिक, 2 प्रतिशत 30 मिनट से कम व्यय करते हैं, विजिटिंग साइट्स पर उत्तरदाताओं का मनपसंद विषय के उत्तर में 28 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मनपसंद विषय राजनीति रहा।

क्र सं	मनपसंद विषय	संख्या	प्रतिशत
1	चलचित्र	10	10
2	समाज	22	22
3	मित्रता	20	20
4	परिवार	20	20
5	राजनीति	28	28
		100	100



उत्तरदाताओं से प्राप्त परिणामों के आधार पर कह सकते हैं कि व्हाट्स एप का प्रयोग अधिक एवं बार बार करते हैं। प्रतिदर्श में से 88 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने कभी न कभी किसी राजनीतिक अभियान विशेष को फॉलो किया है। कुल उत्तरदाताओं में से 64 प्रतिशत राजनीतिक अपडेट हेतु सोशल मीडिया पर निर्भर करते हैं। 68 प्रतिशत राजनीतिज्ञों हेतु आवश्यक मानते हैं, 74 प्रतिशत मानते हैं कि चुनावों के दौरान सोशल मीडिया पर राजनीतिक गतिविधियाँ बढ़ जाती हैं, परन्तु इन सब के बावजूद मात्र 24 प्रतिशत किसी राजनीतिज्ञ को फॉलो करते हैं।

क्र सं	विषय	हाँ	प्रतिशत
1	किसी राजनीतिक अभियान को फॉलो किया	88	88
2	राजनीतिक अपडेट हेतु सोशल मीडिया पर निर्भर	64	64
3	चुनावों के दौरान राजनीतिक गतिविधियाँ बढ़ जाती हैं	74	74
4	किसी राजनीतिज्ञ को फॉलो किया	24	24



कुल उत्तरदाताओं में 36 प्रतिशत राजनीतिक दल से सम्बंधित भेजे गए संदेश को किसी अन्य को भेजते हैं। क्या आप सोशल मीडिया से अधिक जागरूक हो पाए हैं?—उत्तर 88 प्रतिशत हाँ और 12 प्रतिशत नहीं

क्या आपने किसी राजनीतिक विषयों पर पोलिंग में प्रतिभाग लिया है?—18 प्रतिशत ने हामी भरी

क्या सोशल मीडिया चुनावी प्रचार में विशेष भूमिका निभाता है?—92 प्रतिशत ने उत्तरदाता पक्ष में रहे।

क्या सोशल मीडिया ने नए राजनीतिक मुद्दों को चर्चा में लाने में मदद की है—82 प्रतिशत ने उत्तरदाता पक्ष में रहे।

क्या सोशल मीडिया सुसुप्त मतदाता को एक सक्रिय मतदाता बनाने में कारगर रहा—92 प्रतिशत उत्तरदाता इसे कारगर मानते हैं।

क्या चुनाव पूर्व विश्लेषण राजनीतिक दलों के लिए उपयोगी होते हैं?—88 प्रतिशत इससे सहमत हैं

क्या चुनाव के दौरान सोशल मीडिया पर चुनावी क्रियाएँ बढ़ जाती हैं?— सभी उत्तरदाता इससे सहमत रहे।

क्या सोशल मीडिया ने राजनीति को रूचिकर बनाने का कार्य किया है?— सभी उत्तरदाता इससे सहमत रहे।

निष्कर्ष

सोशल मीडिया जनसंचार के साधनों में नवीनतम परंतु अत्याधिक सक्रिय एवं प्रभावक माध्यम के रूप में स्थापित हो गया है। कई पाश्चात्य एवं अरब शोधकर्त्ताओं द्वारा राजनीतिक सहभागिता में इसकी भूमिका पर अध्ययन किया गया परन्तु भारत में इसका अध्ययन क्षेत्र सीमित है और जो

अध्ययन हुआ भी है वह भी महानगरो एवं शहरी क्षेत्रों तक ही सीमित रहा है। इस शोध कार्य में हमने एक भौगोलिक रूप से दुर्गम राज्य एवं उसके भी सुदूरवर्ती ब्लॉक स्याल्दे में किस प्रकार सोशल मीडिया युवाओं में राजनीतिक जागरूकता, राजनीतिक सहभागिता, एवं मतदान व्यवहार को प्रभावित करता है का अध्ययन किया। इस अध्ययन द्वारा प्राप्त परिणामों ने यह क्षेत्र भी सोशल मीडिया के जादू से अप्रभावित हुए बिना नहीं रह सका। अध्ययन के जो उद्देश्य हमने रखे थे उसके अनुसार परिणाम इस प्रकार रहे

1 राजनीतिक जागरूकता बढ़ाने हेतु सोशल मीडिया की भूमिका इस हेतु हमने अपनी अनुसूची में 8 प्रश्नों को शामिल किया। जिससे प्राप्त परिणामों से यह सिद्ध होता है कि सोशल मीडिया ने कई महत्वपूर्ण विषयों जो सामान्य जन की जानकारी से बाहर थे को रुचिकर तरीके से बोधगम्य बनाया है। इसका सबसे अच्छा उदाहरण है यूक्रेन एवं रूस युद्ध से तक ग्रामीण युवा परिचित है।

2 मतदान व्यवहार को प्रभावित करने में इसकी भूमिका इस हेतु हमने अपनी अनुसूची में 5 प्रश्नों को शामिल किया। जिससे प्राप्त परिणामों से यह सिद्ध होता है कि सोशल मीडिया ने ग्रामीण क्षेत्र की युवाओं के मतदान व्यवहार को प्रभावित किया है चुनावों के समीप आते ही सोशल मीडिया पर क्रियाएँ प्रतिक्रियाएँ बढ़ जाती हैं।

राजनीतिक सहभागिता को प्रभावित करने में भूमिका इस हेतु हमने अपनी अनुसूची में 5 प्रश्नों को शामिल किया। राजनीतिक जागरूकता का परिणाम राजनीतिक सहभागिता होती है, सभी उत्तरदाताओं से प्राप्त जानकारी से यह कहा जा सकता है कि अन्य जनसंचार के साधनों की अपेक्षा सोशल मीडिया अधिक प्रभावशाली भूमिका निभा रहा है।

अन्य प्रश्न उत्तरदाताओं के उनकी मनपसंद साइट, उसकी आवृत्ति, एवं प्रयोग करने के माध्यम एवं व्यक्तिगत जानकारी से सम्बन्धित रहे। इस सबसे यह सिद्ध होता है कि सोशल मीडिया के जादू से ग्रामीण युवा वर्ग तक नहीं बच पाया है और राजनीतिक जागरूकता एवं सहभागिता बढ़ाने हेतु एक बेहतर माध्यम है।

संदर्भ ग्रंथ

- 1 मंडल दिलीप, कॉर्पोरेट मीडिया दलाल स्ट्रीट, राजकमल प्रकाशन, 2011, पृ सं 50
- 2 अनुराधा आर, न्यू मीडिया इंटरनेट की भाषायी चुनौतियाँ और सम्भावनाएँ, राधाकृष्ण प्रकाशन, 2013, पृ संख्या 42
- 3 डॉ श्रीवास्तव मुकुल, चुनावी जंग में सराबोर सोशल मीडिया (आलेख), दैनिक समाचार पत्र राष्ट्रीय सहारा, 2015, पृ संख्या 10
- 4 प्रताप रवीन्द्र, आम आदमी की नई ताकत बना सोशल मीडिया, जनसंदेश टाइम्स, मीडिया पथ, अंक 5 जनवरी 2014
- 5 सुनील कुमार सलौडा, शोध आलेख मुक्त अभिव्यक्ति और सोशल मीडिया, मीडिया पथ, अंक जनवरी – मार्च 2016
- 6 रामशंकर शोध आलेख अभिव्यक्ति का वैकल्पिक मंच सोशल मीडिया चुनौतियाँ एवं सम्भावनाएँ, शोध अनुसंधान समाचार, अंक दिसम्बर 2013

- 7 रवीन्द्र प्रभात , सामाजिक मीडिया और हम , एक्सप्रेस पब्लिशिंग नेशन प्रेस 2020, पृष्ठ संख्या 72
- 8 Raj, Padhiyar, Social Media and Politics in India, Educreation Publishing, 2019
- 9 . Shalini, Chopra, The Big Connect: Politics in the age of Social Media, Random House India Publishers, 2014
- 10 Amber Sinha , The Networked Public : how social media is changing democracy, rupa publication India Pvt. Ltd. 2019
- 11 Surjit Kaur and Manpreet Kaur 2013 , Impact of social media on politics
- 12 www.gint.ac.in/GianJyotiE-Journal.htm accessed 26 September 2023
- 13 <https://hindi.mapsofindia.com/my-india/voices/social-media-and-its-impact-on-politics>
14. <https://hindi.mapsofindia.com/my-india/voices/social-media-and-its-impact-on-politics>
15. <https://www.bbc.com/hindi/social-38954751>