

निष्कर्ष

शोधार्थी का शोध विषय उत्तर प्रदेश में चुनाव अभियान और मतदान व्यवहार पर आधारित था। शोध के दौरान इस विषय को विभिन्न पहलुओं से देखने का प्रयास किया गया, मतदान व्यवहार और मीडिया के अंतर्संबंध को समझने के लिए इस शोध में लोकतंत्र, चुनाव, मतदान और जनसंचार माध्यमों के अंतर्संबंध का अध्ययन किया गया। इस शोध विषय में यह जानने का प्रयास किया गया कि क्या चुनाव अभियान से मतदाता के मतदान व्यवहार पर फर्क पड़ता है। चुनाव अभियान जनसंचार माध्यमों के परिप्रेक्ष्य में ही लिया गया है। मतदाता के मतदान व्यवहार को प्रभावित करने के बहुत से कारक होते हैं जो उनके व्यक्तिगत और सामाजिक जीवन से जुड़ा रहता है, अध्ययन का विषय यह है कि क्या राजनीतिक दल उन कारकों का प्रयोग मतदाता को अपने पक्ष में करने के लिए करते हैं और इन कारकों को और प्रभावी बनाने के लिए मीडिया का प्रयोग किस प्रकार किया जाता है। लेकिन यह बिंदु इस शोध में महत्वपूर्ण है कि मीडिया स्वयं ही एक कारक है जो मतदाता को प्रभावित करता है।

चुनाव, समाज और मीडिया के अंतर्संबंध का एक अध्ययन इस उद्देश्य के निष्कर्ष में यह प्राप्त होता है कि चुनाव और मीडिया समाज का ही एक अंग है समाज को विकसित करने के लिए इन दोनों को बनाया गया। समाज का सही दिशा में विकास करने के लिए एक ऐसे शासन प्रणाली की जरूरत थी जिसमें जनता अपनी पसंद के नेता को चुने न की कोई व्यक्ति उन पर जबरदस्ती थोपा जाए जिसके सामने आम आदमी अपनी समस्या को न उठा पायें। इसी समस्या के समाधान के लिए चुनाव जैसी प्रथा को शुरू किया गया जिससे जनता अपने मतों का प्रयोग कर अपने शासक को चुने। मीडिया भी समाज का ही आईना है समाज में हो रही परिघटनाओं को वह आम आदमी के सामने लाता है। समाज है तो इसे चलाने के लिए किसी न किसी शासन प्रणाली की आवश्यकता होगी, वर्तमान समय में उसी शासन प्रणाली को अच्छा माना गया है जिसमें जनता निर्णय ले की उसका शासक कौन होगा इसी निर्णय के लिए चुनाव तकनीक का प्रयोग किया गया जिसमें मतदान के द्वारा व्यक्ति अपने नेता का चुनाव करता है। मीडिया इस तरह के शासन प्रणाली को प्रोत्साहित करती है क्योंकि इसमें अभिव्यक्ति की स्वंत्रता होती है इसमें व्यक्ति भयमुक्त होकर अपने नेता को चुनता है। मीडिया मतदाताओं को जागरूक करने का कार्य करती है ताकि वह अपने नेता को चुनें। मीडिया जनता के सामने भ्रष्टाचार और अन्य राजनीतिक और सामाजिक मुद्दों को जनता के सामने लाती है ताकि जनता अपने चुनाव में भ्रमित न

होकर अपने स्वविवेक से अपने नेता का चुनाव करें। चुनाव, मीडिया, समाज की एक कड़ी है जो इसे सही दिशा में ले जाने में मदद करते हैं।

चुनाव में मीडिया की भूमिका का विश्लेषण करते हुए शोध अध्ययन में यह निष्कर्ष निकल कर आता है कि चुनाव में मीडिया मतदाताओं को जागरूक करने का कार्य करती है। कई बार मीडिया एक पक्षीय हो कर भी कार्य करती है जिसमें वह किसी पार्टी विशेष का ही प्रचार करती है जिससे मतदाता के मन में जनसंचार माध्यमों के प्रति नकारात्मक भाव उत्पन्न होता है। लेकिन जनसंचार माध्यम मतदाता के सामने राजनीतिक दलों के पूर्व से लेकर वर्तमान तक का लेखा-जोखा भी पेश करती है।

जिससे जनता राजनीतिक दलों के प्रति अपने विचारों को स्पष्ट कर लेती है। अगर उत्तर प्रदेश विधानसभा चुनाव में मीडिया की भूमिका का विश्लेषण किया जाए तो यह देखने को मिलता है कि मीडिया ने जहाँ चुनावी मुद्दों, राजनीतिक पार्टियों, और नेताओं की समीक्षा की वहीं राजनीतिक परिवारों के आपसी टकराहट को भी खूब उछाला। जिसका प्रभाव चुनाव के परिणाम में देखने को मिला इस मुद्दे को जितना अन्य दलों ने अपने फायदे के लिए प्रयोग किया उतना ही मीडिया ने भी प्रयोग किया जिसका प्रभाव जनता पर भी पड़ा। वैसे तो जनसंचार माध्यमों को आम आदमी की आवाज कहा जाता है लेकिन धीरे-धीरे अब ये माध्यम जनता की आवाज बनने के बजाये सत्ताधारियों और नेताओं की आवाज बन रहा है। मीडिया की भूमिका अब बहुत हद तक संदिग्ध होती दिख रही है, चुनाव में जहाँ मीडिया को आम आदमी के समक्ष चुनाव के मुद्दे और राजनीतिक दलों के कार्यों की समीक्षा करनी चाहिए वहाँ मीडिया राजनीतिक दलों और नेताओं की गुणगान करती हुई दिख रही है। मीडिया का दोहरा चरित्र मतदाताओं के मन में मीडिया के लिए अविश्वास उत्पन्न कर रही है जिससे कारण आगे चलकर मीडिया माध्यमों के कार्य की विश्वसनीयता पर प्रश्न उठ सकता है। अंततः यह कहा जा सकता है कि मीडिया को चुनावी माहौल में अपने चरित्र को साफ और स्वच्छ ही रखना चाहिए जिससे जनता का जनसंचार माध्यमों पर विश्वास बना रहे, क्योंकि जो भी खबरें और प्रचार मीडिया करती है उस पर जनता विश्वास करती है अगर जनसंचार माध्यम अपने खबरों के माध्यम से जनता के मन में भ्रामक स्थिति उत्पन्न करते हैं तो यह मीडिया की नैतिकता पर सवाल उठेगा।

उत्तर प्रदेश चुनाव 2017 में मीडिया माध्यमों के प्रयोग का विश्लेषण करना इस उद्देश्य के परिप्रेक्ष्य में यह निष्कर्ष निकल कर आय है कि कुछ वर्षों से मीडिया का प्रयोग चुनाव में बेहद व्यापक स्तर पर हो रहा है। 2014 के आम चुनाव में जिस प्रकार से मीडिया का प्रयोग मतदाताओं प्रभावित करने के लिए किया गया उसी प्रकार से उत्तर प्रदेश विधानसभा चुनाव में भी सभी पार्टियों ने जनसंचार माध्यमों का प्रयोग अपने प्रचार प्रसार के लिए किया। पहले जहाँ राजनीतिक पार्टियाँ और नेता अपने प्रचार के लिए रैलियों, पर्चों, छोटे-छोटे सम्मेलनों का सहारा लेते थे वहीं अब मीडिया ने इसकी जिम्मेदारी उठा ली है, आज प्रिंट, इलेक्ट्रानिक और सोशल मीडिया का प्रयोग चुनाव प्रचार के लिए हो रहा है और इन पर हजारों करोड़ों रुपए खर्च किए जा रहें हैं। उत्तर प्रदेश विधानसभा चुनाव में भी मीडिया का प्रयोग व्यापक स्तर पर हुआ है। राजनीतिक दलों ने सिर्फ विज्ञापनों पर ही कई करोड़ खर्च कर डालें, राजनीतिक दलों ने युवा मतदाताओं तक पहुँचने के लिए सोशल मीडिया का बहुदा प्रयोग किया, फेसबुक, ट्विटर, यूट्यूब, जैसे सोशल मीडिया का प्रयोग सभी पार्टियों ने किया। पिछले विधानसभा चुनाव में जिन पार्टियों ने सोशल मीडिया से दूरी बना रखी थी उन्होंने ने भी इस चुनाव में मीडिया के इस माध्यम के ताकत को पहचाना। समाचार चैनल, समाचार पत्र, रेडियो आदि का प्रयोग भी राजनीतिक दलों ने अपने प्रचार-प्रसार के लिए बखूबी किया। इस चुनाव में मीडिया का प्रयोग राजनीतिक दलों ने एक दुसरे के आरोप-प्रत्यारोप लगाने में भी खुब किया, सपा के आपसी पारिवारिक विवाद को भी मीडिया के माध्यम से मिर्च-मसाला लगा के पेश किया गया। यह कहा जा सकता है हमेशा की तरह इस बार भी मीडिया माध्यमों का प्रयोग राजनीतिक दलों ने अपने हित के लिए किया है। मीडिया भी कहीं न कहीं अपनी टीआरपी के लिए ऐसे मुद्दों को भुनाती है, मीडिया का प्रयोग अगर राजनीतिक दल अपने स्वार्थ के लिए करते हैं तो मीडिया भी इस का प्रयोग अपने लिए करती है।

उत्तर प्रदेश चुनाव में मीडिया के कार्यों के मद्देनज़र मतदाताओं के व्यवहार में हुए परिवर्तन का मूल्यांकन करना। इस उद्देश्य का विश्लेषण करने पर यह देखने को मिलता है कि, इस चुनाव में विकास, भ्रष्टाचार, धर्म, जाति, परिवारवाद सभी राजनीतिक मुद्दों को पार्टियों और नेताओं ने बहुत उछाला वहीं मीडिया ने भी इसको अपने तरीके से पेश किया। लेकिन मुद्दे की बात यह है कि क्या मीडिया ने उत्तर प्रदेश के मतदाताओं को इस तरह प्रभावित किया की वे अपने मतदान व्यवहार को परिवर्तित कर पायें। उत्तर प्रदेश विधानसभा चुनाव के परिणाम इस बार चौंकाने वाले थे, लगातार कई सालों से इस प्रदेश में सपा और बसपा का राज चला आ रहा था ये दोनों पार्टियाँ ही बारी-बारी से अपनी

सरकार बनाती आ रही थी। कॉंग्रेस और बीजेपी की हालत यहाँ कई वर्षों से दयनीय ही रही लेकिन लोकसभा चुनाव 2014 में जब बीजेपी ने 73 सीटें जीतीं तो यह अनुमान लगाया जाने लगा की आगामी उत्तर प्रदेश चुनाव में भी शायद बीजेपी की सरकार आये। लेकिन सपा को अपने विकास कार्यों और कॉंग्रेस के साथ हुए गठबंधन पर यकीन था की वे ही चुनाव में विजयी होंगे लेकिन चुनाव परिणाम बेहद विपरीत आए। उत्तर प्रदेश में मुस्लिम और पिछड़ी और अति पिछड़ी जातियों की बहुलता है, और इन्हीं का वोट पाने के लिए सभी राजनीतिक दल अपना प्रयास करते रहते हैं। लेकिन इनमें सपा और बसपा ही हमेशा आगे रहती हैं। बसपा और सपा प्रदेश की बड़ी राजनीतिक दल है, इन दोनों के चुनावी एजेंडे में जाति और धर्म को जरूर रखा जाता है, जिसका सटीक परिणाम भी इन पार्टियों को मिलता रहता है। ऐसा नहीं है कि सिर्फ सपा और बसपा ही जाति और धर्म को चुनावी मुद्दा बनाती है, बीजेपी और कॉंग्रेस भी कुछ इसी पथ पर चलने वाले दल है लेकिन उन्हें सपा और बसपा जैसी सफलता कई सालों से हाथ नहीं लगी। इस चुनाव में अपनी जीत हासिल करने के लिए कॉंग्रेस ने सपा से हाथ मिला लिया वही बीजेपी, बसपा अकेले ही चुनावी जंग में उतरी चुनाव में बीजेपी 300 से ज्यादा सीटें लेकर आई। यहाँ ये जानना आवश्यक हो जाता है की आखिर इस चुनाव में मतदाता ने किन-किन मुद्दों से प्रभावित होकर मतदान किया, कोई ऐसा दल जो इससे पहले तक उत्तर प्रदेश में गठबंधन से ही अपनी सरकार बना पाया हो अपने अकेले दम पर कभी बहुमत से सरकार न बना पाया हो वह दल अचानक से बहुमत से सरकार बनाती है तो यह अचंभित करने वाला है। इस चुनाव में मीडिया ने भी राजनीतिक दलों और मुद्दों को बेहतर तरीके पेश किया, पार्टियों के वे चुनावी मुद्दे जो जनता के लिए फायदेमंद रहें उसे मीडिया ने उसे समीक्षात्मक ढंग से दिखाया तीन तलाक जैसे संवेदनशील मुद्दे को भी मीडिया ने बेहतर तरीके से पेश किया जिसने कहीं न कहीं मतदातों के मनोवृत्ति को प्रभावित किया। इस चुनाव में मीडिया ने जिस प्रकार से चुनावी मुद्दे को दिखाया वह प्रभावशाली था।

मीडिया के कार्यों से आम मतदाता के व्यवहार में परिवर्तन हुआ है मीडिया ने अपने चुनाव अभियान में राजनीतिक पार्टियों के प्रचार और मुद्दे को व्यापक रूप में जनता के सामने दिखाया, लेकिन इस कारण से यह नहीं कहा जा सकता की मीडिया ने ही पूरे चुनाव परिदृश्य को बदल दिया है। मीडिया ने मतदाता को चुनावी मुद्दों के प्रति जागरूक तो किया लेकिन जनता ने पूर्णतः मीडिया के खबरों के प्रभाव में आकर अपना मतदान किया है यह नहीं कहा जा सकता। मीडिया ने मतदाता को आंशिक रूप से जरूर प्रभावित किया है।

उत्तर प्रदेश 2017 विधानसभा चुनाव में विकास का मुद्दा प्रभावी रहा यह परिकल्पना इस शोध में पूर्णतः सही होती है कि उत्तर प्रदेश चुनाव में विकास के मुद्दे ने ही जनता को प्रभावित की थी, इस चुनाव में मतदाताओं ने जाति, धर्म, क्षेत्रवाद, भाषा आदि से उपर उठकर विकास के मुद्दे को अपना मतदान देने का कारण बताया है। इससे स्पष्ट रूप से पता चलता है की चुनाव में विकास का ही मुद्दा प्रभावशाली था जिसे विजित दल ने मतदाताओं के सामने चुनावी ढाल के रूप में रखा और जिसे जनता ने प्रोत्साहित भी किया

मतदाताओं के मतदान व्यवहार को राजनीतिक पार्टियों के चुनावी एजेंडे ने प्रभावित किया है। शोध निष्कर्ष में यह परिकल्पना भी पूर्णतः सही हुई है। चुनाव में राजनीतिक पार्टियों के चुनावी एजेंडे ने ही ज्यादा प्रभाव डाला, मतदाता के उपर चुनावी मुद्दे ही ज्यादा प्रभावशाली रहे। जनता को विकास और अन्य सामाजिक मुद्दे ज्यादा प्रभावित ज्यादा प्रभावित किए जिन्होंने उन्हें विजित पार्टी को मत डालने के लिए प्रेरित किया।

चुनाव प्रचार-प्रसार में मीडिया हमेशा से ही महत्वपूर्ण भूमिका निभाती रहीं है। उत्तर प्रदेश चुनाव में भी मीडिया ने अपना कर्तव्य अच्छी तरह से निभाया है, मीडिया ने आम आदमी के सामने सभी राजनीतिक मुद्दों, सामाजिक समस्याओं, महिला समस्याओं, विकास, भ्रष्टाचार आदि को पेश किया। राजनीतिक दलों के चुनावी एजेंडे और मुद्दे को जनता के सामने प्रस्तुत किया जिससे जनता अपने मतदान के लिए सही निर्णय ले पाए, लेकिन वही इस चुनाव में मीडिया का दोहरा चरित्र भी देखने को मिला जिसमें मीडिया एक पक्षीय हो कर राजनीतिक दल का गुणगान कर रहे हैं। मीडिया का यह रूप मतदाता को भ्रमित करता है और मतदाता मीडिया माध्यमों के विश्वसनीयता प्रति विचलित हो जाता है जो की मीडिया के अस्तित्व के लिए खतरनाक है। उत्तर प्रदेश चुनाव में मीडिया की भूमिका नकारात्मक और सकारात्मक दोनों पक्षों से देखी जानी चाहिए क्योंकि एक तरफ मीडिया मतदाता को चुनावी मुद्दे से परिचित कराती हुई उसकी अच्छाई-बुराई बताती है वहीं दूसरी तरफ एक पक्षीय प्रचार में लगी रहती है। इस शोध से यह निष्कर्ष निकल कर आता है कि उत्तर प्रदेश विधान सभा चुनाव 2017 में मीडिया द्वारा काफी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई गयी जिसने मतदान व्यवहार को प्रभावित किया। चुनाव अभियान को भी मीडिया ने बेहद प्रभावशाली तरीके से जनता के सामने रखा जिसने राजनीतिक दलों के साथ-साथ जनता को भी लाभान्वित किया और पूरे चुनाव अभियान पर पैनी नज़र रखी।

