

# मध्य प्रदेश की चुनावी रणनीतियों में सोशल मीडिया की भूमिका: एक अध्ययन

प्राची पाण्डेय<sup>1</sup>, डॉ अंशु सोनी<sup>2</sup>

<sup>1</sup> पीएचडी शोधार्थी राजनीति शास्त्र, MCBU Chhatarpur (M.P.)

<sup>2</sup> सहायक प्राध्यापक, राजनीति शास्त्र शासकीय स्वायत्त महिला स्नातकोत्तर उत्कृष्टता महाविद्यालय, सागर (.प्र.म)

## सारांश –

भारत एक विशाल लोकतांत्रिक देश है, यहां चुनाव केवल सत्ता परिवर्तन की प्रक्रिया नहीं है बल्कि यह नागरिकों की राजनीति में सहभागिता का सबसे महत्वपूर्ण माध्यम भी है। वर्तमान समय में चुनावी राजनीति पर सूचना तथा संचार प्रौद्योगिकी का गहराई से प्रभाव देखा जा सकता है विशेष रूप से सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म ट्विटर, इंस्टाग्राम, फेसबुक, व्हाट्सएप जैसे उपकरण ने चुनाव अभियानों को एक नई दिशा प्रदान की है। यह अध्ययन मध्य प्रदेश विधानसभा चुनाव के संदर्भ में सोशल मीडिया की भूमिका का विश्लेषण करता है। यदि हम मध्य प्रदेश राज्य की बात करें तो यहां राजनीतिक प्रतिस्पर्धा मुख्य रूप से दो दलों भारतीय जनता पार्टी और भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस के मध्य देखने को मिली है दोनों दलों की चुनावी रणनीतियों में सोशल मीडिया को केंद्रीय स्थान दिया गया है, सोशल मीडिया ने चुनावी रैलियों, भाषण एवं घोषणाओं को डिजिटल मंच पर साझा कर व्यापक पहुंच सुनिश्चित की है। प्रस्तुत शोध में यह विश्लेषण किया गया है कि किस प्रकार डिजिटल मंचों के माध्यम से माइक्रो टारगैटिंग, नैरेटिव निर्माण और जनप्रसार द्वारा युवाओं-कल्याणकारी योजनाओं के प्रचार-, मतदाताओं तथा प्रथम बार मतदान करने वाले वर्ग को प्रभावित किया जा रहा है। साथ ही साथ यह अध्ययन चुनावी रैलियों तथा भाषण के डिजिटल प्रसार के साथ भ्रामक सूचनाओं और फेक न्यूज जैसी उभरती चुनौतियों का भी मूल्यांकन करता है। अतः यह कहा जा सकता है कि सोशल मीडिया अब केवल संवाद मात्र का साधन नहीं है बल्कि चुनावी रणनीतियों तथा जनमत निर्माण में निर्णायक घटक बन चुका है।

**मूल शब्द** -सोशल मीडिया, डिजिटल प्लेटफार्म, चुनावी रणनीतियाँ, लोकतांत्रिक, संचार प्रौद्योगिकी, मतदाता व्यवहार, राजनीतिक संचार आदि।

## परिचय –

मध्य प्रदेश लोकतांत्रिक भारत का एक ऐसा राज्य है जो भौगोलिक और राजनीतिक दृष्टि से अत्यंत महत्वपूर्ण है, यहां समय के साथ साथ चुनावी रणनीतियों-में भी बदलाव देखा जा सकता है, जहां 90 के दशक में पर्व प्रचार प्रसार, दीवार लेखन, जनसभाएं आदि होता था वहीं आज 21वीं सदी में सोशल मीडिया एक ऐसा साधन बनकर उभरा है जो विभिन्न देशों सरकारों या समाजों के मध्य विचारों तथा अवधारणाओं को व्यक्त करने तथा एक दूसरे तक पहुंच को आसान करने में केंद्रीय भूमिका निभा रहा है तथा लोगों के विचारों को सीधे तौर पर प्रभावित कर रहा है।

वर्तमान में सस्ती इंटरनेट, डाटा तथा स्मार्टफोन के कारण सुदूर क्षेत्रों में भी सूचना की पहुंच आसान हो गई है सोशल मीडिया ने देश दुनिया की सीमाओं को खत्म कर दिया है तथा

अब हम कहीं भी किसी भी समय सोशल मीडिया के माध्यम से संवाद कर सकते हैं इसका प्रयोग प्रत्येक व्यक्ति अपने हिसाब से तथा अपने हितपूर्ति को ध्यान ध्यान में रखकर करता है जैसे एक राजनेता अपने उद्देश्य हित पूर्ति तथा जनता तक अपने विचार पहुंचाने तथा सीधे तौर पर मतदाताओं से जुड़ने व उनका ध्यान अपनी तरफ खींचने का प्रयास कर रहे हैं जिसमें वे मुख्य रूप से इंस्टाग्राम, फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्सएप्प जैसे प्लेटफार्म का प्रयोग कर रहे हैं।

सोशल मीडिया केवल चुनावी नतीजे को ही प्रभावित नहीं करती बल्कि चुनावी रणनीतियाँ नागरिक भागीदारी तथा लोकतांत्रिक प्रक्रिया को भी प्रभावित करती हैं। हाल ही के 2018 और 23 मध्य प्रदेश विधानसभा चुनाव में सोशल मीडिया की भूमिका अत्यंत प्रभावशाली रही है। इसके अतिरिक्त, सोशल मीडिया के माध्यम से जिस प्रकार जनकल्याणकारी योजनाओं को त्वरित गति से जनता तक पहुँचाया गया है उसने पारम्परिक जन संचार पद्धतियों को काफी हद तक पीछे छोड़ दिया है।

साथ ही साथ डिजिटल परिवर्तन ने कई चुनौतियाँ भी उत्पन्न की है जैसे फेक न्यूज़, भ्रामक प्रचार, डेटा मैनिपुलेशन आदि।

अतः मध्यप्रदेश की वर्तमान चुनावी रणनीति में सोशल मीडिया केवल प्रचार का वैकल्पिक साधन नहीं है, बल्कि यह जनमत को आकार देने तथा राजनीतिक दलों द्वारा रणनीतिक बढ़त हासिल करने का मुख्य आधार स्तंभ बन चुका है।

मध्य प्रदेश में डिजिटल परिदृश्य एवं चुनावी रणनीतियों में सोशल मीडिया का प्रभुत्ववर्तमान समय - मे संपूर्ण देश में इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या में तीव्र वृद्धि हो रही है यदि हम विशेष रूप से मध्य प्रदेश की बात करें तो सस्ते डाटा की उपलब्धता के कारण विभिन्न राजनीतिक दलों की शहरो के

साथसाथ गांव तथा किसानों तक सीधी पहुंच संभव हो गई है-, यदि हम शहरी क्षेत्र में देखें तो इंटरनेट का प्रयोग लगभग 95.7: है जबकि ग्रामीण क्षेत्रों में यही आंकड़ा लगभग 92.7: तक पहुंच गया है ,ग्रामीण स्तर पर पहुंच बढ़ाने के लिए सरकार द्वारा कई प्रकार की योजनाएं चलाई गई हैं जैसे -

भारत नेट योजना: इस योजना के तहत ग्राम पंचायत तक हाई स्पीड इंटरनेट पहुंचा जा रहा है जिससे चुनावी सामग्री का प्रसार यूट्यूब के माध्यम से वीडियो फॉर्मेट में आसान हो गया है जिसका प्रमुख उद्देश्य गांव को डिजिटल रूप से जोड़ना ऑनलाइन सेवा उपलब्ध कराना तथा शिक्षा व स्वास्थ्य सुविधाओं को बढ़ावा देना है ।

कॉमन सर्विस सेंटर: इन सेंटर के माध्यम से ग्रामीण लोगों को ऑनलाइन सेवाएं उपलब्ध कराई जाती हैं जैसे आधार सेवाएं बैंकिंग सुविधा सरकारी प्रमाण पत्र आदि ।

आज के समय में सोशल मीडिया केवल चुनाव प्रचार का माध्यम ही नहीं बल्कि संपूर्ण चुनाव में एक मुख्य भूमिका निभा रहा है जिसमें मुख्य रूप से प्रयुक्त होने वाले चुनावी प्लेटफॉर्म निम्न है -

- **व्हाट्सएप** :व्हाट्सएप एक डार्क सोशल का हिस्सा है जिसका उपयोग राजनीतिक बूथ स्तर पर करते हैं जिसके द्वारा एक नेता को बूथ स्तर की सारी जानकारी व्हाट्सएप ग्रुप के माध्यम से आसानी से प्राप्त हो जाती है, राजनीतिक दलों के द्वारा अपनी मतदाताओं से सीधे जोड़ने के लिए व्हाट्सएप ग्रुप का उपयोग किया जा रहा है जो एक चैन की तरह कार्य करता है जिसमें उच्च स्तर से जमीनी स्तर तक सब लोग जुड़े होते हैं ।

इंस्टाग्राम और यूट्यूब: वर्तमान में यह ऐप युवाओं के सबसे लोकप्रिय प्लेटफॉर्म बन चुके हैं तथा माध्यम से नेता चुनावी रील्स तथा शॉर्ट वीडियो के द्वारा मतदाताओं को सीधे तौर पर प्रभावित करते हैं तथा विभिन्न प्रकार का चुनावी प्रचार प्रचार इन प्लेटफॉर्म पर सीधे तौर पर किया जाता है।इनके माध्यम से एक नेता अपनी बात सीधे जनता तक आसानी से भेज सकता है जो चुनावी प्रक्रिया को और चुनावी परिणाम को सीधे तौर पर प्रभावित करती है ।

- **फेसबुक**: इस प्लेटफॉर्म का उपयोग विभिन्न प्रकार की सरकारी योजनाओं के विज्ञापन तथा जनता तक अपनी बात पहुंचाने के लिए किया जाता है, यह डिजिटल लाउडस्पीकर के जैसे कार्य करता है, इस पर विभिन्न नेताओं के अपने खुद के पेज बने होते हैं जिस पर उनके भाषण तथा अन्य बातें जो उनको जनता तक पहुंचानी होती हैं वह सीधे तौर पर वीडियो के माध्यम से दिखाई जाती हैं जो सीधे तौर पर मतदाताओं के विचारों को प्रभावित करते हैं।

- **चुनौतियां :** चुनावी रणनीतियों में जहां सोशल मीडिया की एक प्रमुख भूमिका है वहां कुछ चुनौतियां भी देखने को मिलती हैं  
भ्रामक सूचनाओं - चुनाव के दौरान सोशल मीडिया पर गलत और भ्रामक सूचनाओं के माध्यम से मतदाताओं को भ्रमित एवं विडियों एडिटिंग के माध्यम से को भड़काने का प्रयास किया जाता है, जिसके कारण मतदाताओं के बीच भ्रम की स्थिति पैदा होती है जिसके फलस्वरूप वे गलत निर्णय ले सकते हैं जो कि निष्पक्ष चुनाव के लिए खतरा बन सकता है।
- **डिजिटल असमानता** - मध्य प्रदेश में एक ओर उन्नत शहरी क्षेत्र तथा दूसरी ओर ग्रामीण और आदिवासी क्षेत्र है जहाँ पर इंटरनेट की पहुंच व डिजिटल उपकरण के उपयोग में अंतर देखा जा सकता है जिसके कारण राजनीतिक दल सभी क्षेत्रों में समान रूप से अपनी सोशल मीडिया रणनीति को प्रभावी बनाने में असमर्थ रहते हैं।
- **साइबर बुलिंग और टोलिंग** - सोशल मीडिया पर चुनाव के दौरान किसी उम्मीदवार या उसके समर्थक के खिलाफ संगठित तरीके से नकारात्मक टिप्पणियां अर्थात ट्रोलींग की जाती है। जिसके कारण डर से कई बार मतदाता या उम्मीदवार खुलकर अपनी बात रखने से डरते हैं। इसके अलावा कुछ अन्य चुनौतियां भी हैं जैसे पेड न्यूज और एल्गोरिदम का दुरुपयोग, इको चेंबर एवं राजनीतिक ध्रुवीकरण, डीप फेक आदि।

## निष्कर्ष -

प्रस्तुत शोध अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि मध्य प्रदेश की समकालीन चुनावी रणनीतियों में सोशल मीडिया अब केवल सूचना साझा करने का एक माध्यम नहीं बल्कि चुनावी रणनीतियों का एक केंद्रीय स्तंभ बन चुका है विभिन्न प्रकार के सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म में चुनावी प्रक्रिया के पारंपरिक तरीके को बदल दिया है तथा जनता और राजनीतिक दलों के बीच रियल टाइम संवाद स्थापित करने में अभूतपूर्व भूमिका निभाई है। अंततः राज्य की चुनावी राजनीति में तकनीकी निर्भरता आगामी समय में और अधिक गहन होने वाली है।

आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस जैसी उभरती प्रौद्योगिकियां अब केवल प्रचार तक सीमित न रहकर मतदाता व्यवहार के सूक्ष्म विश्लेषण का मुख्य आधार बन रही हैं।

इस बदलते डिजिटल परिवेश में लोकतांत्रिक मूल्यों के संरक्षण हेतु प्रभावी दिशानिर्देशों और इस - विषय पर निरंतर वैज्ञानिक शोध की अत्यंत आवश्यकता है।

### संदर्भ सूची-

कुमार. स. (2018). भारतीय युवा और चुनावी राजनीति: उभरती हुई भागीदारी. सेज भाषा. आढ़ा, रामसिंहण् ;2008 भारत में निर्वाचन तंत्र व्यवस्था: चुनौतियाँ एवं संभावनाएँ.

ABD पब्लिशर्स .

Kumar Sanjay.(2021).*election in india:An overview*. Routledge.

झा, अजय कुमार.(2025). सोशल मीडिया और चुनाव: जन जन के मंच से

ईवीएम बटन तक | AKJ tech and media communication-

padhiyar] R. (2019). *social media and politics in india : how this secret weapon is transforming politics in india* .

Mir, A. A. , & Rao, A. N. (2022). *The use of social media in indian elections:An overview*. Educreation publishing. Webology,19(6). 1056-1060.

### Copyright & License:

© Authors retain the copyright of this article. This work is published under the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0), permitting unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.