International Journal of Research in Hindi
www.hindijournal.in
Online ISSN: 2582-3493
Received: 04-10-2019; Accepted: 06-11-2019; Published: 19-12-2019
Volume 1; Issue 2; 2019; Page No. 26-30

मतदान व्यवहार परिवर्तन में सोशल मीडिया के प्रभाव का अध्ययन: फेसबुक, ट्विटर के संदर्भ में

Deepak Rai
News Editor and Social Media Researcher, Department of Express News, Madhya Pradesh, India

सारांश
वैश्विक ग्राम बन चुकी दुनिया में लोकतंत्र का स्वरूप बदला है। लोकतंत्र के स्वरूप में बदलाव के कारण राजनीतिक परिवेश में परिवर्तन आया है। दुनिया के सभी देशों की राजनीति बदलाव के दौर से गुजर रही है। ऐसे में सबसे बड़े लोकतांत्रिक देश भारत की राजनीति में क्रांतिकारी परिवर्तन आए हैं। यहां निवार्चन प्रक्रिया तो बदली ही है, मतदान के व्यवहार में भी बदलाव आया है। सोशल मीडिया के प्रादुर्भाव के बाद यह परिवर्तन तेज गति से हुए हैं। सोशल मीडिया वेबसाइट के आगमन से पूर्व कोई भी सूचना, जानकारी लोगों तक धीमे गति से पहुंचती थी। लोग जब घर में रहते तभी अखबार पढ़ते, टीवी देखते, रेडियो सुनते। उस दौर में राजनेता भी अपनी बात सीमित मात्रा में प्रेषित कर पाते थे। अखबारों में जगह की बाध्यता होती। टीवी में समय की बाध्यता थी। इन सभी के बाद स्मार्टफोन का आगमन हुआ। सोशल मीडिया से राजनीति को सर्वाधिक प्रभावित किया। इससे लोगों के मतदान व्यवहार में बदलाव आया। निर्वाचन प्रक्रिया में पारदर्शिता बढ़ी। मतदाताओं में जागरुकता का संचार हुआ। इसका परिणाम यह हुआ कि मतदान प्रतिशत में लगातार इजाफा देखा गया।

मूल शब्द: वैश्विक ग्राम, लोकतंत्र, सोशल मीडिया, मतदान, निर्वाचन, पारदर्शिता।

प्रस्तावना
मानव सभ्यता के विकास के साथ-साथ राजनीति का उदय भी हुआ। आदिमानव का विकास कबीले से होता हुआ नगर एक राज्य में तब्दील हो गया। नगरों के बाद राज्यों का निर्माण हुआ। राज्य के प्रमुख को राजा कहा जाता था। राज्य का सबसे ताकतवर व्यक्ति ही राजा चुना जाता था। मानव सभ्यता के विकास के कालखंड में इस तरह ही राज व्यवस्था का सूत्रपात हुआ। जब भी किसी राजा को चुना जाना होता था तो वर्तमान राजा के सबसे ज्येष्ठ पुत्र को चुन लिया जाता था। सन् 1947 में भारत को स्वतंत्रता तो मिली, लेकिन आजादी प्राप्ति के दौरान भारत में करीब 662 देशी रियासतें थीं। सरदार पटेल तब अंतरिम सरकार में उपप्रधानमंत्री के साथ देश के गृहमंत्री थे। इन 565 रजवाड़ों जिनमें से अधिकांश प्रिंसली स्टेट (ब्रिटिश भारतीय साम्राज्य का हिस्सा) थे में से भारत के हिस्से में आए रजवाड़ों ने एक-एक करके विलय पत्र पर हस्ताक्षर कर दिए, या यूं कह सकते हैं कि देश के पहले गृहमंत्री सरदार वल्लभ भाई पटेल तथा भारत सरकार के रियासत विभाग के सचिव वीपी मेनन ने हस्ताक्षर करवा लिए। बचे रह गए थे- हैदराबाद, जूनागढ़, कश्मीर और भोपाल। इनमें से भोपाल का विलय सबसे अंत में भारत में हुआ। देश में 1951-52 में पहली बार आम चुनाव हुए। यहीं से लोकतांत्रिक निर्वाचन की शुरुआत हुई। निर्वाचन के साथ ही राजनीति का प्रादुर्भाव हुआ। राज करने अथवा राज चलाने संबंधी नीति को राजनीति कहा जाता है। स्पष्ट है कि राज करने या चलाने जैसी अति संवेदनशील एवं गम्भीर जिम्मेदारी के लिए इस पेशे में शामिल व्यक्ति को अत्यधिक योग्य, दक्ष, ईमानदार तथा कुशल नेतृत्व प्रदान कर पाने की क्षमता रखने वाला व्यक्ति होना चाहिए।

उद्देश्य
1. भारत में लोकतांत्रिक निर्वाचन प्रक्रिया का अध्ययन।
2. लोकतंत्र के बदलाव में सोशल मीडिया के प्रभाव का अध्ययन।
3. सोशल मीडिया द्वारा मतदाता की सोच को प्रभावित करने की प्रक्रिया का अध्ययन।

प्रविधि
प्रस्तुत अध्ययन के उद्देश्यों के अनुरूप प्राथमिक एवं द्वितीयक तथ्यों के माध्यम से जानकारी एकत्रित की गई है। सोशल मीडिया वेबसाइट फेसबुक, ट्विटर और इंस्टेंट मैसेजिंग सर्विस वाट्सएप का अध्ययन किया गया। नेताओं, मीडिया के विशेषज्ञों, युवा छात्र-छात्रायें, शिक्षक, राजनैतिक प्रतिनिधि, शासकीय-गैर शासकीय कार्यों में लगे अधिकारी-कर्मचारी, राजनेता, नीति निर्धारक, समाजसेवियों से चर्चा की गई। द्वितीयक तथ्यों के लिए विश्वविद्यालय के पुस्तकालय, पुस्तकें, जर्नल, समाचार पत्र, पत्रिकायें, अलग-अलग समय में जारी होने वाली रिपोर्ट्स का अध्ययन किया गया है। इंटरनेट से भी बहुत सारी जानकारियां प्राप्त की गई हैं।

विश्लेषण
भारतीय लोकतंत्र
भारत को दुनिया का सबसे बड़ा लोकतंत्र होने का गौरव प्राप्त है। लोकतांत्रिक शासन व्यवस्था के अन्तर्गत राजनीति का होना आवश्यक है और राजनीति के लिए राजनीतिक दल होना महत्वपूर्ण पहलू हैं। इस व्यवस्था के अन्तर्गत सरकारों का गठन उस राजनीतिक दल द्वारा ही किया जाता है, जो चुनाव में बहुमत प्राप्त करता है। लोकसभा के चुनाव में बहुमत प्राप्त करने वाला दल केन्द्र में सरकार बनाता है तथा राज्य विधानसभाओं के चुनाव में बहुमत प्राप्त करने वाला राज्यों में सरकार का गठन करता है। भारत में राजनीतिक दल का गठन 1885 में हुआ और कांग्रेस अस्तित्व में आई। स्वतन्त्रता संग्राम के दौरान भी कई राजनीतिक दलों का गठन हुआ, लेकिन उनका प्रभाव न के बराबर रहा। 26 जनवरी 1950 को संविधान लागू करने के बाद 1951 में भारत का पहला आम चुनाव संपन्न हुआ। तत्पश्चात देश में पहली बार 1952 में लोकसभा का गठन हुआ। इसमें भारतीय राष्ट्रीय काँग्रेस (काँग्रेस) 364 सीटों के साथ सत्ता में आई। जवाहर लाल नेहरू

देश के पहले निर्वाचित प्रधानमंत्री बने। 1956 में बलवंत राय मेहता की अध्यक्षता बलवंत राय मेहता समिति का गठन किया गया। समिति की सिफारिशों को 1 अप्रैल, 1958 को लागू किया गया। समिति ने सिफारिश की - लोकतांत्रिक विकेंद्रीकरण और सामुदायिक विकास कार्यक्रम को सफल बनाने हेतु पंचायती राज व्यवस्था की तुरंत शुरुआत की जानी चाहिए। पंचायती राज व्यवस्था को मेहता समिति ने लोकतांत्रिक विकेंद्रीकरण का नाम दिया। समिति ने ग्रामीण स्थानीय शासन के लिए त्रिस्तरीय व्यवस्था का सुझाव दिया। ग्राम- ग्राम पंचायत, खंड- पंचायत समिति, ज़िला- ज़िला परिषद। इन सिफारिश के पश्चात पंडित जवाहर लाल नेहरू ने राजस्थान के नागौर ज़िले में 2 अक्टूबर, 1959 को भारी जनसमूह के बीच इसका शुभारम्भ किया। धीरे-धीरे यह व्यवस्था सभी राज्यों में लागू कर दी गयी। बलवंत राय मेहता समिति की सिफारिशों के आधार पर स्थापित पंचायती राज व्यवस्था में कई कमियां सामने आई थीं, इन कमियों को ही दूर करने तथा सिफ़ारिश करने हेतु 'अशोक मेहता समिति' का गठन दिसम्बर, 1977 ई. में अशोक मेहता की अध्यक्षता में किया गया था। अशोक मेहता समिति में 13 सदस्य थे। समिति ने 1978 में अपनी रिपोर्ट केन्द्र सरकार को सौंप दी, जिसमें पंचायती राज व्यवस्था का एक नया मॉडल प्रस्तुत किया गया था। समिति द्वारा दी गई रिपोर्ट में केवल 132 सिफ़ारिशें की गयी थीं। इसकी प्रमुख सिफ़ारिशें थीं- राज्य में विकेन्द्रीकरण का प्रथम स्तर ज़िला हो, ज़िला स्तर के नीचे मण्डल पंचायत का गठन किया जाए, जिसमें क़रीब 15000-20000 जनसंख्या एवं 10-15 गांव शामिल हों, ग्राम पंचायत तथा पंचायत समिति को समाप्त कर देना चाहिए, मण्डल अध्यक्ष का चुनाव प्रत्यक्ष तथा ज़िला परिषद के अध्यक्ष का चुनाव अप्रत्यक्ष होना चाहिए, मण्डल पंचायत तथा परिषद का कार्यकाल 4 वर्ष हो, विकास योजनाओं को ज़िला परिषद के द्वारा तैयार किया जाए। अशोक मेहता समिति की सिफ़ारिशों को अपर्याप्त माना गया और इसे अस्वीकार कर दिया गया।

राजनीतिक दल

राजनीतिक दलों का पंजीकरण निर्वाचन आयोग द्वारा किया जाता है और पंजीकृत राजनीतिक दलों, चाहे राष्ट्रीय स्तर के हों या राज्य-स्तर के हों, को आरक्षित चुनाव चिह्न आबंटित किया जाता है। 1952 में निर्वाचन आयोग द्वारा 14 दलों को राष्ट्रीय दल के रूप में तथा 60 दलों को राज्य स्तरीय दल के रूप में मान्यता दी गयी थी। जो राजनीतिक दल मान्यता प्राप्त राजनीतिक दल के रूप में अपना पंजीकरण कराना चाहता है वह इसके लिए आयोग के समक्ष आवेदन करता है। भारतीय लोकतंत्र में चुनाव प्रक्रिया के अलग-अलग स्तर हैं, लेकिन मुख्य तौर पर संविधान में पूरे देश के लिए एक लोकसभा तथा पृथक-पृथक राज्यों के लिए अलग विधानसभा का प्रावधान है। चुनाव आयोग के अनुसार, 13 अप्रैल, 2018 तक भारत में राजनीतिक दलों को तीन समूहों अर्थात राष्ट्रीय दल (संख्या 7), क्षेत्रीय दल (संख्या 24) और गैर मान्यता प्राप्त दलों (संख्या 2044) के रूप में बांटा गया है।

भारत में चुनाव प्रणाली

भारत एक लोकतांत्रिक देश है और यहां जनता के द्वारा जनता की सरकार चुनी जाती है। यहां आमतौर पर 5 वर्ष में चुनाव होते हैं। विभिन्न राज्यों में सरकार गठन के लिए होने वाले चुनावों को विधानसभा चुनाव, जबकि केंद्र सरकार के गठन के लिए होने वाले चुनावों को लोकसभा चुनाव कहा जाता है। यहां जनता द्वारा चुने गए जनप्रतिनिधि को विधायक कहा जाता है। यह विधायक अपने दल का नेता चुनते हैं वहीं मुख्यमंत्री बनता है। स्पष्ट है कि जिस दल के अधिक विधायक चुने जाते हैं वही मुख्यमंत्री बनाते हैं और उस दल की सरकार बनती है। लोकसभा चुनावों में लोग जिस जनप्रतिनिधि को चुनते हैं वह सांसद कहलता है। जिस दल के सांसद अधिक होते हैं उसी दल से प्रधानमंत्री चुना जाता है।

चुनाव प्रचार

इंटरनेट युग आने के पहले राजनीतिक कार्यकर्ता घर-घर जाकर पारंपरिक रूप से प्रचार करते थे। विभिन्न पार्टियों के लोग जहां गांव-गांव जाकर लोगों के बीच लाउडस्पीकर से एनाउंस करते थे। हाट-बाजारों में मतदाताओं को रिझाने के लिए उनको बैज, बिल्ला, झंडा, बैनर व पर्ची थमाते थे, लेकिन यह दौर भी थम गया। अब प्रचार का तरीका बदला है। अब चुनाव पर आधुनिकता, भौतिकता एवं संचार क्रांति हावी हो गई है। प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के ऊपर राजनीतिक दलों की निर्भरता खत्म हुई, वहीं दूसरी तरफ आम आदमी को अपनी बात राजनेताओं तक पहुंचाने का एक सशक्त एवं प्रभावशाली माध्यम मिल गया। सोशल मीडिया का सबसे बड़ा योगदान हमारे देश की आधी आबादी (महिलाएं) एवं हमारी युवा पीढ़ी को राजनीति से जोडऩे का रहा क्योंकि इन दोनों ही वर्गों के लिए राजनीति हमेशा से ही नीरस विषय थी, लेकिन आज फेसबुक और अन्य माध्यमों से यह दोनों ही वर्ग न सिर्फ अपनी मौजूदगी दर्ज करा रहे हैं अपितु अपने विचार भी रख रहे हैं।

सोशल मीडिया और चुनाव प्रचार

वैश्विक स्तर पर सोशल मीडिया का पहला सफल प्रयोग 2008 में अमेरिका के राष्ट्रपति चुनावों में बराक ओबामा द्वारा किया गया था। 2007 तक ओबामा अमेरिकी राजनीतिक परिदृश्य में एक अनाम सीनेटर थे, उनकी टीम ने जिस प्रकार डाटाबेस तैयार किया 2008 के चुनाव इतिहास बन गए। इन चुनावों को 'फेसबुक इलेक्शन्स ऑफ 2008' कहा गया। वर्ष 2011 के जनवरी महीने में फेसबुक के द्वारा ही मिस्र में जबरदस्त आन्दोलन किया गया। ट्यूनिशिया में भी फेसबुक के जरिये ही वहां की सरकार के खिलाफ आम जनता लामबंद होने लगी। राष्ट्रपति हुस्नी मुबारक को मजबूरन इस्तीफा देना पड़ा। वर्ष 2012 के अमेरिका के चुनाव में वहां के नेताओं ने सोशल मीडिया वेबसाइट फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, ब्लॉग आदि का प्रयोग किया। चुनाव में विजयी हुए राष्ट्रपति बराक ओबामा ने फेसबुक पर जीत संबंधी पोस्ट की। इस पोस्ट को 4 लाख से अधिक लाइक मिले, तब वह फोटो फेसबुक पर सबसे ज्यादा पसंद किया गया फोटो बन गया था। भारत में चुनावों में मीडिया के प्रयोग के लिए पेशेवर लोगों का इस्तेमाल पहली बार राजीव गांधी ने किया था, जब उन्होंने अपनी पार्टी की चुनावी सामग्री तैयार करने और विज्ञापनों का जिम्मा विज्ञापन एजेंसी रीडिफ्यूजन को दिया था। 2009 में हुए लोकसभा चुनावों के दौरान देश के केवल एक राजनेता कांग्रेस शशि थरूर के ट्विटर पर 6000 से अधिक फॉलोअर थे। भारतीय राजनीति का सोशल मीडिया की ताकत से परिचय वर्ष 2011 में प्रसिद्ध समाजसेवी अन्ना हजारे के लोकपाल आंदोलन ने करवाया था। असर ऐसा हुआ कि देश के कोने-कोने में लोग सरकार के विरोध और अन्ना के समर्थन में खड़े दिखाई दिए। इसके बाद आम आदमी पार्टी का गठन हुआ और युवा एक बार फिर से राजनीति और राजनीतिक परिचर्चा की मुख्यधारा में लौट आया। राजनीतिक और वैचारिक लड़ाई फेसबुक वॉल पर लड़ी जाने लगी। अधिकांश नेता खासकर युवा लोगों से सीधा संवाद करते नजर आने लगे। भारत में अधिकांश राजनीतिक दल सोशल मीडिया में सक्रिय हैं।

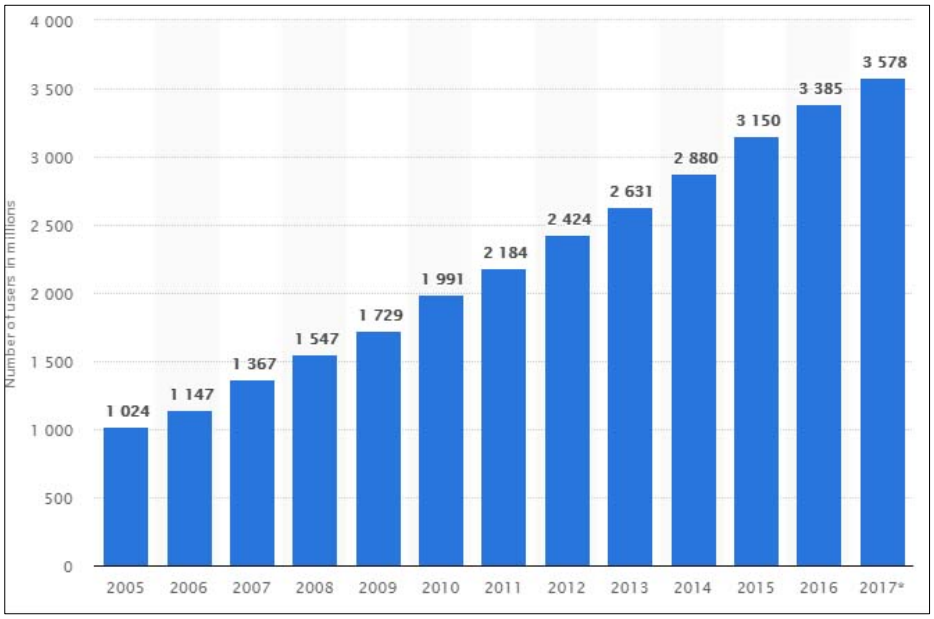
सोशल मीडिया प्रसिद्धि	फेसबुक लाइक	ट्विटर फॉलोअर्स	ट्विटर प्रवेश	विशेषता
भाजपा	1 करोड़ 56 लाख 18 हजार 44	1 करोड़ 3 लाख	अक्टूबर 2010	विश्व का सबसे बड़ा राजनीतिक दल
कांग्रेस	51 लाख 58 हजार 837	47 लाख 20 हजार	फरवरी 2013	देश का सबसे पुराना राजनीतिक दल
प्रधानमंत्री	4 करोड़ 33 लाख 51 हजार 489	4 करोड़ 48 लाख	जनवरी 2009	विश्व के दूसरे सर्वाधिक फॉलो किये जाने वाले राष्ट्राध्यक्ष
प्रमुख विपक्षी नेता	21 लाख 94 हजार 919	84 लाख 10 हजार	अप्रैल 2015	2014 के चुनावों में सोशल मीडिया को हल्के में लिया
मप्र भाजपा	8 लाख 44 हजार 725	2 लाख 89 हजार	जुलाई 2013	मप्र में सबसे पहले सोशल मीडिया का तेजी से प्रयोग करने वाला पहला दल

मप्र कांग्रेस	2 लाख 41 हजार 44	1 लाख 87 हजार	जून 2015	मप्र में सोशल मीडिया का बेहतर क्रियान्वयन नहीं किया
मप्र के मुख्यमंत्री	1 लाख 80 हजार 298	1 लाख 48 हजार	अप्रैल 2016	सोशल मीडिया को खुद संचालित नहीं करते। ऑफिस के नाम से बनाया एकाउंट
मप्र के मुख्य विपक्षी नेता	42 लाख 67 हजार 139	50 लाख 20 हजार	मार्च 2013	हाल ही में सरकार गंवाई, लेकिन सोशल मीडिया में राष्ट्रीय कांग्रेस और कांग्रेस के प्रमुख नेता से ज्यादा लोकप्रियता

Facebook+Twitter Analysis 25/12/2018

सोशल मीडिया से बदला मतदान व्यवहार

भारत में 2014 के लोकसभा चुनाव में सबसे अधिक युवा मतदाता थे और पहली बार वोट कर रहे मतदाताओं की संख्या 12 करोड़ थी, यह संख्या 81.5 करोड़ मतदाताओं की 10 प्रतिशत थी। लोकसभा चुनाव 2014 से पूर्व आइरिस फाउंडेशन ने इंटरनेट एंड मोबाइल एसोशिएसन ऑफ इंडिया के साथ मिलकर एक अध्ययन किया था, अध्ययन के परिणामों के मुताबिक कम से कम 150 लोकसभा सीटें फेसबुक प्रचार से प्रभावित होने की बात कही गई थी। 2014 के आम चुनाव के बाद स्टेनफोर्ड यूनिवर्सिटी ने अध्ययन किया। उसके परिणामों के अनुसार- भाजपा का अगुवाई वाली एनडीए अपने समर्थकों द्वारा पोस्ट ट्वीट और रीट्वीट करने के मामले में अपनी विरोधी पार्टियों से काफी आगे थीं। 2014 के लोकसभा चुनावों में भाजपा ने जिस तरह सोशल मीडिया का इस्तेमाल किया उसे देख कर 'फाइनेंशियल टाइम्स' ने तो मोदी भारत का पहला सोशल मीडिया प्रधानमंत्री तक कह डाला था। विश्व में लगभग 200 सोशल नेटवर्किंग साइट्स हैं जिनमें फेसबुक, ट्विटर, माई स्पेस, लिंक्डइन, फ्लिकर, इंस्टाग्राम (फोटो, वीडियो शेयरिंग साइट्स) सबसे अधिक लोकप्रिय हैं।



देश में इंटरनेट के बढ़ते कदम

क्रमांक	वर्ष	इंटरनेट प्रयोगकर्ता	जनसंख्या का प्रतिशत	कनेक्टेड डिवाइस
1	2011	12.5 करोड़	--------	----------
2	2016	37.3 करोड	28 फीसदी	1.4 अरब
3	2021	82.9 करोड़	59 फीसदी	2 अरब

www.statista.com

इंटरनेट और सोशल मीडिया

क्रमांक	स्थान	इंटरनेट प्रयोगकर्ता	सोशल मीडिया प्रयोगकर्ता	स्मार्टफोन प्रयोग	फेसबुक	ट्विटर	
1	विश्व	3 अरब 88 करोड़ 50 लाख	2 अरब 78 करोड़ 90 लाख	2 अरब 10 करोड़	1 अरब 99 करोड़ 89 लाख 39 हजार 859	30 करोड़ 94 लाख 28 हजार 813	
2	भारत	46 करोड़ 20 लाख	25 करोड़ 82 लाख 70 हजार	32 करोड़ 5 लाख 70 हजार (दुनिया में तीसरे स्थान पर)	24 करोड़ 10 लाख	3 करोड़ 40 लाख	
3.	मध्यप्रदेश	2 करोड़ 31 लाख 80 हजार	2 करोड़*	2.5 करोड़*	1.5 करोड़	5 लाख	वाट्सएप 2 करोड़ से ज्यादा

www.statista.com, Trai 2017

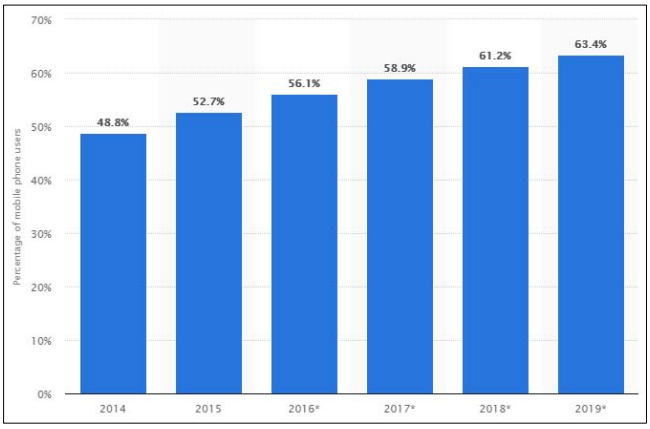
सोशल मीडिया और युवा आबादी

दुनिया की 7 अरब 51 करोड़ 90 लाख जनसंख्या में इंटरनेट का प्रयोग तेजी से बढ़ रहा है। वर्तमान भारत की 70 फीसदी आबादी युवा है और 65 फीसदी आबादी की उम्र 35 वर्ष से कम आयुवर्ग की है।

2019 लोकसभा चुनाव में युवा मतदाता

पहली बार मतदान	14 करोड़*
फेसबुक में सक्रिय	7.5 करोड़
18 से 22 आयुवर्ग	28 फीसदी
18 से 65 आयुवर्ग	27 करोड़ फेसबुक यूजर
कुल आबादी सहभागी	36 फीसदी
30 साल के कम उम्र	63 फीसदी
20 से 24 साल	56 फीसदी यूजर
55 से 59 के बीच	7 फीसदी
4 जी नेटवर्क	81 फीसदी यूजर

हर वर्ष तकरीबन 2 करोड़ युवा 18 वर्ष की उम्र को पार कर रह 2019 के लोकसभा चुनाव के दौरान तकरीबन 10 करोड़ ऐसे मतदाता होंगे जो पहली बार मतदान करेंगे (2011 की जनगणना)



दुनिया में नंबर एक भारत

नीति आयोग के अनुसार- वर्ष 2017 में इंटरनेट डाटा प्रयोग में भारत दुनिया में नंबर एक स्थान पर रहा। चीन और अमेरिका मिलकर जितना डाटा प्रयोग नहीं कर पाते उससे अधिक अकेला भारत कर रहा है। 2016 में भारत डाटा प्रयोग में 155 वें स्थान पर था।

भारत में इंटरनेट

कुल इंटरनेट उपयोगकर्ता	44 करोड़ 59 लाख 60 हजार
2016 के मुकाबले	13.91 प्रतिशत बढ़े इंटरनेट प्रयोगकर्ता
वायरलेस इंटरनेट कनेक्शन बढ़े	14.78 प्रतिशत
वायर कनेक्शन कम हुए	21.51 प्रतिशत

(TRAI की रिपोर्ट 2017)

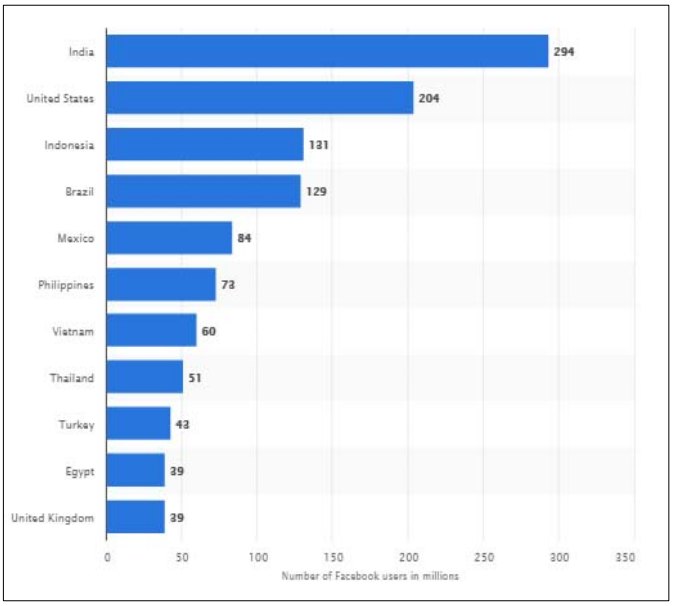
मप्र भाजपा ने जुटाया डाटा

मध्यप्रदेश विधानसभा चुनाव से पहले मप्र भाजपा ने प्रदेश के 2 करोड़ से ज्यादा व्हाट्सऐप उपयोगकर्ताओं का डाटा इकट्ठा किया था। चुनाव के दौरान भाजपा ने पार्टी के किसी भी संदेश को महज़ एक घंटे में पूरे मध्य प्रदेश में वायरल किया। आईटी और सोशल मीडिया टीम के संयोजक शिवराज डाबी के मुताबिक मध्य प्रदेश में 2 करोड़ से ज्यादा वॉट्सऐप यूजर के डेटा बीजेपी के पास है, जिसके चलते किसी भी मेसेज को महज़ एक घंटे में पूरे मध्य प्रदेश में वायरल किया जा सकता है।

मध्यप्रदेश में युवा मतदाता (57.09 प्रतिशत/18-40उम्र)

आयु	मतदाता	प्रतिशत
18-19	1578167	3.13
20-29	13783383	27.38
30-39	12874974	25.58

कुल: 5 करोड़ 03 लाख 94 हजार 260 मतदाता (CEO MP)



चुनाव आयोग भी सक्रिय

मध्यप्रदेश निर्वाचन आयोग के मुख्य निर्वाचन पदाधिकारी वीएल कांताराव ने सोशल मप्र विधानसभा चुनाव 2018 के दौरान सोशल मीडिया के माध्यम से अधिक से अधिक मतदान कराने अभियान संचालित किया। इसमें कविता, व अलग-अलग वाक्यों के माध्यम से प्रचार-प्रसार किया गया।

- ट्वीटर - @CEOMPElections
- फेसबुक- Chief Electoral Officer Madhya Pradesh

मेरा मत, मेरा अधिकार
आपका मत, आपकी आवाज
करें मतदान, बढ़ाएं प्रदेश की शान
क्योंकि हर एक वोट जरूरी होता है
लोकतंत्र में हिस्सेदारी, हर नागरिक की जिम्मेदारी

- रायसेन में 100 वर्षीय श्रीमती प्रेम बाई ने अपने मताधिकार का उपयोग किया। मतदान करने के बाद उन्होंने कहा कि मेरे एक वोट का बहुत महत्व है। यह किसी के भाग्य का फैसला कर सकता है। प्रेम बाई ने बताया कि वह प्रत्येक निर्वाचन में अपने मताधिकार का उपयोग करती आ रही हैं

निष्कर्ष

उपरोक्त अध्ययन से स्पष्ट है कि भारत में सोशल मीडिया ने चुनावी प्रचार में महत्वपूर्ण भूमिका अदा की है और भविष्य के चुनावों के परिणाम प्रभावित करने में अहम भूमिका अदा करेगा। सोशल मीडिया वेबसाइट फेसबुक का सर्वाधिक प्रयोग किया जा रहा हैं। ट्विटर का प्रयोग अपेक्षाकृत कम लोगों द्वारा किया जा रहा। राजनीतिक दलों ने भी सोशल मीडिया की ताकत को पहचान लिया है। देश के दो प्रमुख राजनीतिक दल कांग्रेस व भाजपा ने भी सोशल मीडिया वेबसाइट का प्रयोग प्रमुखता से किया है। दोनों दलों के तुलनात्मक अध्ययन के अनुसार भाजपा का सोशल मीडिया प्रयोग कांग्रेस की अपेक्षा अधिक सक्रिय व प्रभावी है। चुनाव आयोग ने भी मतदान के प्रचार प्रसार के लिए सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का प्रयोग किया है। कुल मिलाकर कहा जा सकता है कि राजनीतिक दलों की नजरें देश के युवाओं पर है जो सोशल मीडिया पर सक्रिय हैं। सोशल मीडिया प्रयोग करने वाले मतदाताओं के मतदान व्यवहार में बदलाव आया है। वे अब सोशल मीडिया में आने वाली पोस्ट को देखकर यह तय करते हैं कि वोट किसे देना है। यह प्रभाव युवाओं में सर्वाधिक देखा जा रहा है।

संदर्भ सूची

1. Price, Lance. The Modi Effect: Inside Narendra Modi's Campaign to Transform India
2. bharat discovery.org/india
3. https://www.digitalvidya.com/blog/social-media-politics/
4. https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media_and_political_communication_in_the_United_States
5. http://ceomadhyapradesh.nic.in/
6. http://ecisveep.nic.in/gallery/image/7496-youth-voters/
7. https://www.thoughtco.com/how-social-media-has-changed-politics-3367534
8. https://www.researchgate.net/publication/235632721_Social_Media_and_Political_Communication_-_A_Social_Media_Analytics_Framework
9. https://economictimes.indiatimes.com/news/politics-and-nation/why-political-parties-cant-ignore-these-10-cr-voters-in-their-quest-for-2019/articleshow/63347913.cms
10. https://www.firstpost.com/tag/young-voters-in-india
11. http://socialmediainpolitics.blogspot.in/
12. http://www-newswriters-in/2016/02/01/communication&and&social&media/
13. http://anilattrihindidelhi.blogspot.in/2012/05/questionare.html
14. http://edition.cnn.com/2014/04/09/world/asia/indias-first-social-media-election/
15. http://www-dw-com/hi
16. http://www-bharatvartacom/
17. top&stories/national&broke&into&pak&for&his&girlfriend&mumbai&boy&fo
18. und&alive&in&pak&after&3&years/
19. http://www-bbccom/
20. hindi/magazine/vert_cap/2016/09/160905_vert_cap_think_before_overshare_cj
21. http://m-dailyhuntin/
22. news/india/hindi/live+hindustan&epaper&livehindu/soshal+midiya+par+hui+dosti+pyar+ka+ijahar+aur+phir&newsid&59564314
23. http://mithilesh2020-jagranjunctioncom/2015/07/02/social&media&use&in& `SASW21DE3`