



हरियाणा के लोकसभा चुनाव 2024 में सोशल मीडिया की भूमिका

नवीन

शोध छात्र , राजनीतिक विज्ञान विभाग, बाबा मस्तनाथ विश्वविद्यालय, रोहतक, भारत

डॉ (प्रोफेसर) ब्रह्म प्रकाश

विभागाध्यक्ष, राजनीतिक विज्ञान विभाग, बाबा मस्तनाथ विश्वविद्यालय, रोहतक, भारत

सारांश

यह शोध-पत्र हरियाणा के लोकसभा चुनावों में सोशल मीडिया की भूमिका और उसके बहुआयामी प्रभाव का व्यापक विश्लेषण प्रस्तुत करता है। डिजिटल क्रांति के इस युग में हरियाणा जैसे सामाजिक, आर्थिक और राजनीतिक रूप से गतिशील राज्य में सोशल मीडिया चुनावी संचार का सबसे प्रभावी माध्यम बनकर उभरा है। उच्च इंटरनेट पैठ, तकनीकी रूप से सक्रिय युवा वर्ग और मोबाइल उपयोग के विस्तार ने राजनीतिक दलों और उम्मीदवारों को ऑनलाइन प्लेटफार्मों पर अधिक निर्भर किया, जिससे चुनावी रणनीति में बुनियादी बदलाव आए। राज्य के चुनावी वातावरण में फेसबुक, इंस्टाग्राम, ट्विटर (एक्स), व्हाट्सएप और यूट्यूब जैसे प्लेटफॉर्म मतदाताओं तक सीधे पहुंचने का प्रमुख साधन बने। इन माध्यमों ने न केवल राजनीतिक संदेशों को तेजी से प्रसारित किया बल्कि उन्हें अधिक प्रभावशाली, दृश्यात्मक और भावनात्मक रूप में प्रस्तुत किया। सोशल मीडिया के माध्यम से उम्मीदवारों ने अपनी छवि निर्माण, उपलब्धियों का प्रचार, विकास-केंद्रित एजेंडा साझा करने और विरोधियों के प्रति जनमानस को प्रभावित करने का कार्य अधिक सशक्त रूप से किया। चुनाव अभियानों में डिजिटल रैलियों, लाइव स्ट्रीमिंग, वायरल वीडियो, ग्राफिक्स, मीम्स और इन्फ्लुएंसर सहयोग ने पारंपरिक प्रचार तरीकों की सीमाओं को तोड़ते हुए नई चुनावी संस्कृति को जन्म दिया। विशेष रूप से हरियाणा के युवाओं, खिलाड़ियों, किसानों और शहरी मतदाताओं को लक्षित करते हुए सूक्ष्म-लक्ष्य सामग्री ने राजनीतिक दलों को अधिक रणनीतिक बढ़त प्रदान की। हालांकि, सोशल मीडिया का बढ़ता प्रभाव चुनौतियों से मुक्त नहीं है। फेक न्यूज, भ्रामक वीडियो, सांप्रदायिक रूप से संवेदनशील कंटेंट, और राजनीतिक दुष्प्रचार ने चुनावी पारदर्शिता और जनविश्वास को कई बार प्रभावित किया। डिजिटल हेरफेर और जानकारी के तेज प्रसार ने चुनावी विमर्श की गुणवत्ता को भी चुनौती दी। इसके बावजूद, सोशल मीडिया ने राजनीतिक जागरूकता, मुद्दों की सार्वजनिक चर्चा, और मतदाताओं की भागीदारी को व्यापक रूप से बढ़ाया है। समग्र रूप से यह अध्ययन दर्शाता है कि हरियाणा की चुनावी राजनीति में सोशल मीडिया एक निर्णायक शक्ति के रूप में स्थापित हो चुका है। यह न केवल प्रचार का उपकरण है, बल्कि चुनावी अवधारणा , राजनीतिक प्राथमिकताओं और मतदाता निर्णय निर्माण का प्रमुख आधार बन गया है। आने वाले समय में सोशल मीडिया का यह प्रभाव और अधिक गहराई और जटिलता के साथ चुनावी प्रक्रियाओं को आकार देता रहेगा।

प्रमुख शब्द – सोशल मीडिया , लोकसभा चुनाव , हरियाणा

प्रस्तावना

भारतीय लोकतंत्र के समकालीन राजनीतिक परिदृश्य में सोशल मीडिया एक महत्वपूर्ण संरचनात्मक शक्ति के रूप में उभरा है, जिसने चुनावी व्यवहार, राजनीतिक संचार तथा जनमत-निर्माण के पारंपरिक ढांचों को गहराई से परिवर्तित किया है। वैश्वीकरण, तकनीकी आधुनिकीकरण और डिजिटल नेटवर्किंग के विस्तार ने न केवल सूचना-संचार की गति को पुनर्परिभाषित किया है, बल्कि राजनीतिक सहभागिता के स्वरूप और राजनीतिक प्रक्रियाओं के मार्गदर्शक सिद्धांतों को भी पुनर्संरचित किया है। इस संदर्भ में हरियाणा का चुनावी वातावरण एक महत्वपूर्ण अध्ययन-क्षेत्र प्रदान करता है, क्योंकि यह राज्य सामाजिक विविधता, जातीय-सांस्कृतिक संरचना, युवा जनसंख्या की उच्च उपस्थिति और राजनीतिक रूप से सक्रिय नागरिक समाज की विशिष्टताओं से परिपूर्ण है।

हरियाणा में सोशल मीडिया का राजनीतिक उदय केवल तकनीकी विस्तार का परिणाम नहीं है, बल्कि यह राज्य के सामाजिक-राजनीतिक ढांचे, बदलते संचार नेटवर्क और लोकतांत्रिक गतिशीलता के बीच जटिल अंतःक्रिया का प्रतिफल है। फेसबुक, इंस्टाग्राम, ट्विटर (एक्स), यूट्यूब और व्हाट्सऐप जैसे डिजिटल प्लेटफॉर्मों ने चुनावी प्रक्रियाओं को पारंपरिक मीडिया के प्रभाव से आगे बढ़ाकर एक ऐसे सहभागी मॉडल में विकसित किया है, जहाँ मतदाता केवल संदेश प्राप्त करने वाले नहीं, बल्कि राजनीतिक विमर्श के सक्रिय निर्माता भी बन गए हैं। यह परिवर्तन इस दृष्टि से महत्वपूर्ण है कि डिजिटल मीडिया ने राजनीतिक सूचना को विकेंद्रित किया, सत्ता-केंद्रित अवधारणा को चुनौती दी और चुनावी बहसों को अधिक खुला, बहु-स्रोत आधारित और परस्पर संवादात्मक बनाया।

हरियाणा के लोकसभा चुनावों में सोशल मीडिया की भूमिका को समझने के लिए राज्य की अनूठी सामाजिक संरचना विशेष महत्व रखती है। यहाँ जातीय राजनीति, किसान आंदोलनों की परंपरा, खेल-आधारित गौरव, स्थानीय नेतृत्व की पहचान और विकास पर आधारित राजनीतिक प्राथमिकताएँ लंबे समय से चुनावी निर्णयों को प्रभावित करती रही हैं। सोशल मीडिया ने इन पारंपरिक राजनीतिक तत्वों को एक नए डिजिटल ढांचे में प्रतिस्थापित कर दिया, जहाँ मुद्दों का प्रसार अधिक तीव्र, भावनात्मक रूप से प्रभावकारी और दृश्यात्मक रूप से आकर्षक हो गया। राजनीतिक दलों ने न केवल पारंपरिक चुनावी रणनीतियों को डिजिटल माध्यमों में अनुकूलित किया, बल्कि डेटा-विश्लेषण, एल्गोरिदमिक टार्गेटिंग, डिजिटल माइक्रो-प्रोपेगेंडा और नैरेटिव इंजीनियरिंग जैसे उन्नत तरीकों का प्रयोग कर मतदाता-व्यवहार को अधिक सटीकता से प्रभावित करने का प्रयास किया। इसके साथ ही, सोशल मीडिया ने हरियाणा की युवा आबादी को राजनीतिक संलग्नता के नए अवसर प्रदान किए हैं। 18 से 35 आयु वर्ग, जो राज्य की जनसंख्या का सबसे सक्रिय डिजिटल समूह है, राजनीतिक विमर्श को न केवल उपभोग करता है बल्कि उसकी दिशा निर्धारित करने में भी प्रमुख भूमिका निभाता है। इंटरनेट-आधारित राजनीतिक संवाद ने इस वर्ग को नये विमर्श-क्षेत्र, विश्लेषणात्मक दृष्टिकोण और भागीदारी के विविध मंच दिए हैं, जिसने राजनीति की पारंपरिक पदानुक्रमित संरचनाओं को चुनौती दी है।

हालाँकि, सोशल मीडिया के इस तीव्र विस्तार ने जटिल चुनौतियाँ भी उत्पन्न की हैं। गलत जानकारी, दुष्प्रचार, भ्रामक राजनीतिक सामग्री, जातीय-सामाजिक विभाजन को उकसाने वाले डिजिटल अवधारणा और पक्षपात जैसी समस्याएँ चुनावी पारदर्शिता और लोकतांत्रिक शुचिता के लिए गंभीर खतरे प्रस्तुत करती हैं। विशेष रूप से हरियाणा जैसे सामाजिक रूप से संवेदनशील राज्य में फेक न्यूज का प्रसार राजनीतिक तनाव, मतदाता-ध्रुवीकरण और सामाजिक विभाजन को और गहरा कर सकता है। इसलिए सोशल मीडिया की भूमिका का मूल्यांकन केवल इसके सकारात्मक प्रभावों तक सीमित नहीं रह सकता। इसे चुनावी नैतिकता, राजनीतिक जवाबदेही और डिजिटल लोकतंत्र के संदर्भ में भी विश्लेषित करना अनिवार्य है।

इन समस्त आयामों समाज, तकनीक, चुनाव, संचार, मतदाता-व्यवहार और लोकतांत्रिक प्रक्रिया के जटिल अंतर्संबंधों के बीच सोशल मीडिया ने हरियाणा के लोकसभा चुनावों को एक नए विमर्श में स्थापित किया है। यह शोध-पत्र इन्हीं व्यापक, जटिल और गहराईपूर्ण प्रक्रियाओं का अध्ययन करता है, ताकि यह स्पष्ट किया जा सके कि सोशल मीडिया किस प्रकार हरियाणा की चुनावी राजनीति में एक परिवर्तनकारी, संरचनात्मक और निर्णायक शक्ति के रूप में उभरा है तथा भविष्य के लोकतांत्रिक परिदृश्य को किस दिशा में प्रभावित कर सकता है।

शोध पद्धति

इस शोध में डेटा संग्रह की प्रक्रिया पूरी तरह से द्वितीयक स्रोतों पर आधारित है, क्योंकि शोधकर्ता ने किसी भी प्रकार का प्रत्यक्ष फील्ड सर्वेक्षण, साक्षात्कार, प्रश्नावली या जनता से सूचना संग्रह नहीं किया है। अध्ययन की प्रमुख पद्धति उपलब्ध साहित्य, रिपोर्टों और सार्वजनिक डिजिटल स्रोतों के गहन विश्लेषण पर केंद्रित है। इसके अंतर्गत चुनाव आयोग की आधिकारिक रिपोर्टें, सरकारी दस्तावेज, लोकसभा चुनाव से संबंधित आँकड़ों का डेटाबेस, विभिन्न समाचार पत्रों, टीवी चैनलों, ऑनलाइन पोर्टलों और डिजिटल आर्काइव्स में प्रकाशित सामग्री, राजनीतिक दलों के सोशल मीडिया हैंडल, डिजिटल अभियानों की सार्वजनिक जानकारी तथा पूर्व शोध-पत्रों, जर्नल्स और किताबों का व्यवस्थित अध्ययन शामिल किया गया। शोध के दौरान इन सभी स्रोतों को पहले संग्रहित किया गया, फिर उनकी प्रासंगिकता, विश्वसनीयता और तटस्थता के आधार पर वर्गीकृत किया गया, जिसके बाद सामग्री का तुलनात्मक अध्ययन, रुझान-विश्लेषण, कंटेंट एनालिसिस और विषयगत विश्लेषण किया गया। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों पर जनता, राजनीतिक दलों और नेताओं द्वारा उपयोग किए गए डिजिटल अभियानों, संदेशों, वीडियो, पोस्टों और चुनावी रणनीतियों का अध्ययन भी इसी द्वितीयक डेटा की सहायता से किया गया, जिसमें यह देखा गया कि किस प्रकार की सामग्री अधिक प्रभावी रही और उसका व्यापक सामाजिक-राजनीतिक प्रभाव क्या रहा। इस शोध में किसी भी प्रकार के सांख्यिकीय सर्वे नहीं किए गए, बल्कि अन्य शोधकर्ताओं, सरकारी एजेंसियों और मीडिया संस्थानों द्वारा पहले से संकलित आँकड़ों व निष्कर्षों को ही आधार बनाकर हरियाणा के लोकसभा चुनाव में सोशल मीडिया की भूमिका का विस्तृत विश्लेषण किया गया। संपूर्ण शोध प्रक्रिया में निष्पक्षता, तथ्य-आधारित दृष्टिकोण, स्रोतों की विश्वसनीयता की पुष्टि, और शोध नैतिकताओं का पालन करते हुए उपलब्ध साहित्य की समालोचनात्मक व्याख्या प्रस्तुत की गई, जिससे यह स्पष्ट किया जा सके कि सोशल मीडिया ने हरियाणा की चुनावी राजनीति में किस प्रकार रुझान, जनमानस और चुनावी रणनीतियों को प्रभावित किया।

हरियाणा लोकसभा चुनाव के नतीजे

हरियाणा लोकसभा चुनाव 2024 राज्य की राजनीति में एक ऐतिहासिक मोड़ लेकर आया, जहाँ 2019 के पूर्ण भाजपा वर्चस्व (10/10 सीटें) के विपरीत जनता ने भाजपा और कांग्रेस को बराबर-बराबर 5-5 सीटें देकर संतुलित जनादेश दिया।

अंबाला (एससी) में कांग्रेस के वरुण चौधरी ने भाजपा की बंटो कटारिया को हराकर दलित समुदाय और स्थानीय असंतोष के बल पर कांग्रेस की मजबूत वापसी दर्ज कराई, जबकि कुरुक्षेत्र में भाजपा ने नवीन जिंदल की व्यक्तिगत लोकप्रियता, उद्योगपति पहचान और आप द्वारा कांग्रेस के वोट कटाव के चलते कठिन संघर्ष के बाद सीट बचाई।

सिरसा (एससी) में कुमारी शैलजा ने भाजपा के अशोक तंवर को 2.7 लाख से अधिक वोटों से हराकर पूरे राज्य का सबसे बड़ा जनादेश प्राप्त किया, जिसमें किसान आंदोलन का असर, दलित वोटों का ध्रुवीकरण और तंवर की पार्टी-बदल छवि निर्णायक रही।

हिसार में कांग्रेस उम्मीदवार जयप्रकाश ने बेरोजगारी, किसान असंतोष और भाजपा के स्थानीय संगठन की कमजोरी के कारण भाजपा की सीट छीन ली, जबकि करनाल में पूर्व मुख्यमंत्री मनोहर लाल खट्टर ने अपनी प्रशासनिक साख, शहरी वोट, व्यापारी समुदाय और भाजपा संगठन की मजबूत पकड़ के कारण सबसे आसान और भारी जीत हासिल की। सोनीपत में कांग्रेस के सतपाल ब्रह्मचारी ने बेहद कम अंतर से जीत दर्ज की, जहाँ जातीय समीकरण, जाट वोटों का स्विंग और हुड्डा परिवार का प्रभाव भाजपा की हार का मुख्य कारण रहे। रोहतक में दीपेंद्र हुड्डा ने भाजपा के अरविंद शर्मा को 3.45 लाख वोटों से हराकर राज्य की सबसे बड़ी राजनीतिक प्रतिष्ठित जीत दर्ज की, जिसने यह साबित कर दिया कि किसान आंदोलन, जाट राजनीति और हुड्डा परिवार का प्रभाव अब भी बेहद मजबूत है।

भिवानी-महेंद्रगढ़ में भाजपा के धर्मबीर सिंह ने कांग्रेस की कड़ी चुनौती के बावजूद दक्षिण हरियाणा में अपने पारंपरिक आधार के बल पर सीट बचाए रखी, जहाँ यादव-गुर्जर-ग्रामीण मतदाता निर्णायक बने।

गुरुग्राम में भाजपा के राव इंदरजीत सिंह ने शहरी, आईटी और प्रवासी वोटों के समर्थन से कांग्रेस के राज बब्बर को हराकर भाजपा का शहरी किला बरकरार रखा, वहीं फरीदाबाद में भाजपा के कृष्णपाल गुर्जर ने औद्योगिक, शहरी और व्यापारी वर्ग की स्थिर पसंद के चलते फिर से भारी जीत हासिल की। समग्र रूप से 2024 के नतीजे इस बात की पुष्टि करते हैं कि हरियाणा में ग्रामीण-किसान और युवा असंतोष ने कांग्रेस को लाभ पहुँचाया, जबकि शहरी-व्यापारी और प्रशासनिक भरोसे ने भाजपा को बचाए रखा। सोशल मीडिया ने पहली बार चुनावी राय को व्यापक रूप से प्रभावित किया, जातीय समीकरणों ने कई सीटों पर परिणाम बदले, अग्निपथ योजना, एचएसएससी भर्ती घोटालों, महंगाई और किसान आंदोलन ने भाजपा के खिलाफ ग्रामीण लहर पैदा की, वहीं खट्टर, राव इंदरजीत और कृष्णपाल गुर्जर जैसे मजबूत चेहरे

भाजपा के शहरी आधार को स्थिर रखने में सफल रहे। इस प्रकार 2024 का हरियाणा चुनाव यह स्पष्ट संदेश देता है कि राज्य की राजनीति अब न पूरी तरह भाजपा के साथ है और न पूरी तरह कांग्रेस के साथ, बल्कि मतदाता अब सीट-दर-सीट, मुद्दा-दर-मुद्दा, और नेता-दर-नेता विवेकपूर्ण और परिपक्व निर्णय ले रहा है और यही हरियाणा की नई लोकतांत्रिक राजनीति की सबसे बड़ी विशेषता है जिसमें सबसे अहम भूमिका सोशल मीडिया की है।

मुख्य राजनीतिक मुद्दे

बेरोजगारी और सरकारी भर्तियों में अनियमितताएँ

हरियाणा लोकसभा चुनाव 2024 का सबसे बड़ा और राज्यव्यापी प्रभाव डालने वाला मुद्दा बेरोजगारी रहा। हरियाणा देश में युवाओं के सबसे अधिक बेरोजगार वाले राज्यों में गिना जाता है, और 2024 में यह असंतोष चरम पर था। सरकारी नौकरियों की भर्ती में महीनों-सालों की देरी, एचएसएससी और एसएससी जैसी परीक्षाओं का बार-बार रद्द होना, पेपर लीक, चयन प्रक्रिया में पारदर्शिता की कमी तथा हजारों योग्य युवाओं का रोजगार न मिल पाने का दर्द पूरे चुनावी वातावरण में साफ दिखाई दिया। सोशल मीडिया पर भी युवाओं की सबसे अधिक आवाज इसी मुद्दे पर उठी। कई सीटों पर युवाओं के गुस्से और डिजिटल अभियान ने चुनाव को प्रभावित किया। यह वह मुद्दा था जिसने कांग्रेस को कई ग्रामीण और अर्ध-शहरी क्षेत्रों में लाभ दिलाया और भाजपा के खिलाफ एक ठोस माहौल खड़ा किया। इस प्रकार बेरोजगारी 2024 चुनाव का निर्णायक मुद्दा बना।

किसान आंदोलन और एमएसपी की कानूनी गारंटी

किसान आंदोलन की छाप 2024 के चुनाव में स्पष्ट रूप से दिखाई दी, विशेषकर पश्चिमी और उत्तरी हरियाणा में। किसान अभी भी एमएसपी की कानूनी गारंटी की मांग को लेकर आंदोलित थे, और यह मुद्दा सिरसा, हिसार, रोहतक, सोनीपत, फतेहाबाद जैसे क्षेत्रों में चुनावी रुझानों को गहराई से प्रभावित करता रहा। किसानों द्वारा उठाए गए मुद्दे-फसल के दाम, कर्ज, कृषि लागत, मंडियों में गड़बड़ी, और आंदोलन के दौरान दर्ज केस-राजनीतिक विमर्श में लगातार बने रहे। नेताओं की रैलियों, सोशल मीडिया पोस्टों और वोटों की चर्चाओं में किसान असंतोष एक प्रमुख केंद्र था। यही कारण है कि किसान बहुल क्षेत्रों में कांग्रेस को स्पष्ट लाभ मिला और भाजपा को कठिन चुनौती का सामना करना पड़ा। हरियाणा 2024 का यह चुनाव किसान राजनीति के प्रभाव का सशक्त उदाहरण बना।

महंगाई का बढ़ता दबाव

महंगाई भी 2024 के चुनाव का एक प्रमुख मुद्दा बनकर उभरी, जिसने हरियाणा के शहरी और ग्रामीण दोनों मतदाताओं को प्रभावित किया। एलपीजी सिलेंडर, पेट्रोल-डीजल, खाद्य सामग्री, दालें, सब्जियाँ और बिजली दरों में बढ़ोतरी ने लोगों के घरेलू बजट को गहरा प्रभावित किया। आम लोगों का असंतोष सोशल मीडिया और जमीनी स्तर पर साफ तौर पर दिखा। विशेषकर महिलाओं और मध्यम वर्ग के मतदाताओं ने महंगाई से जुड़ी समस्याओं को प्रमुख चुनावी कारक माना। कई क्षेत्रों में महंगाई ने भाजपा के खिलाफ असंतोष को बढ़ावा दिया और यह कांग्रेस के लिए छिपे हुए लाभ का कारण बना। यह मुद्दा इतना व्यापक था कि लगभग हर रैली और हर राजनीतिक बहस का हिस्सा बन गया।

अग्निपथ योजना का विरोध

हरियाणा सेना भर्ती में देश के शीर्ष योगदानकर्ताओं में से एक है, इसलिए अग्निपथ योजना का विरोध यहाँ सबसे तेज देखने को मिला। चार साल की अस्थायी सेवा अवधि, स्थायी नौकरी न मिलना और रिटायरमेंट के बाद सीमित सुरक्षा जैसे कारणों से हजारों युवाओं में गहरा असंतोष था। खेल, फिजिकल ट्रेनिंग और आर्मी तैयारी करने वाले युवाओं में अग्निवीर प्रणाली के प्रति काफी नाराजगी थी, जो 2024 के चुनाव में वोटिंग पैटर्न में बदलकर सामने आई। कई सीटों पर इस योजना का विरोध भाजपा के लिए चुनौती बना और विपक्ष ने इसे चुनावी मुद्दा बनाकर युवाओं का समर्थन जुटाया। इस मुद्दे ने हरियाणा में युवा असंतोष को और तीव्र किया।

कानून व्यवस्था और नशे की समस्या

2024 में हरियाणा की कानून व्यवस्था भी एक महत्वपूर्ण चुनावी प्रश्न रही। ग्रामीण क्षेत्रों में बढ़ते नशे के नेटवर्क, किसानों और युवाओं के बीच नशे की पहुँच, गैंगस्टर गतिविधियाँ, और महिलाओं की सुरक्षा से जुड़े मामलों ने मतदाताओं को गंभीर रूप से प्रभावित किया। गुरुग्राम-फरीदाबाद जैसे शहरी क्षेत्रों में साइबर अपराध, ट्रैफिक अराजकता और कानून व्यवस्था का सवाल उठता रहा, जबकि सिरसा-फतेहाबाद-हिसार बेल्ट में नशा एक गंभीर सामाजिक संकट बन चुका है। इस

कारण कई मतदाता बदलाव की ओर झुके और विपक्ष ने इसे बड़े मुद्दे के तौर पर उठाया। भाजपा को इन मुद्दों पर रक्षात्मक भूमिका में जाना पड़ा।

जातीय समीकरण और सामाजिक संतुलन

हरियाणा की राजनीति जातीय संरचना के बिना अधूरी है। 2024 में जाट-गैर जाट समीकरण ने कई सीटों पर प्रत्यक्ष प्रभाव डाला। जाट बहुल क्षेत्रों—रोहतक, सोनीपत, हिसार, झज्जर, सिरसा में कांग्रेस को बड़ा लाभ मिला, जबकि गैर-जाट शहरी क्षेत्रों—गुरुग्राम, फरीदाबाद, करनाल में भाजपा को प्राथमिक समर्थन मिला। यह जातीय पुनर्संतुलन 2024 के नतीजों का सबसे दिलचस्प पहलू रहा। जातीय पहचान, नेतृत्व की स्वीकार्यता और स्थानीय सामाजिक समूहों की निष्ठा ने कई क्षेत्रों में परिणाम को बदल दिया। हरियाणा में यह समीकरण भविष्य के चुनावों में भी निर्णायक रहेगा।

विकास, सड़क-पानी-बिजली और स्थानीय मुद्दे

स्थानीय मुद्दों का प्रभाव भी 2024 के चुनाव में स्पष्ट रहा। कई ग्रामीण क्षेत्रों में सड़क, सिंचाई, पानी की सप्लाई, स्वास्थ्य केंद्रों की कमी, और बिजली की असमान उपलब्धता जैसे मुद्दे मतदाताओं के निर्णय को गहराई से प्रभावित करते रहे। शहरी क्षेत्रों में ट्रैफिक, प्रदूषण, अवैध कॉलोनियाँ, और बुनियादी ढाँचे की समस्याएँ प्रमुख शिकायतें रहीं। इस बार मतदाताओं ने स्थानीय स्तर पर बहुत अधिक सवाल पूछे और विकास कार्यों के आधार पर मतदान करने की प्रवृत्ति बढ़ी। इससे चुनाव क्षेत्रवार और सीट-वार काफी भिन्न परिणाम आए।

सोशल मीडिया की भूमिका

हरियाणा लोकसभा चुनाव 2024 में सोशल मीडिया ने चुनावी राजनीति की दिशा, तीव्रता और मतदाता-निर्णय पर ऐसा व्यापक प्रभाव डाला कि यह चुनाव प्रदेश का पहला पूर्ण रूप से “डिजिटल-प्रभावित” चुनाव माना गया, जहाँ लोगों का राजनीतिक झुकाव, मुद्दों की प्राथमिकता और उम्मीदवारों की छवि मुख्यतः मोबाइल स्क्रीन के माध्यम से तय होते दिखाई दिए। इंस्टाग्राम रील्स, यूट्यूब शॉर्ट्स, व्हाट्सएप ब्रॉडकास्ट, फेसबुक पोस्ट और एक्स (ट्विटर) के ट्रेंड्स ने पूरे राज्य में राजनीतिक माहौल को एक नए रूप में ढाल दिया। पहले जिन मुद्दों को समझाने के लिए लंबे भाषण, रैलियाँ और जनसभाएँ करनी पड़ती थीं, वे अब 30-40 सेकंड की रील्स और वायरल वीडियो के माध्यम से लाखों लोगों तक पहुँचने लगे। बेरोजगारी का मुद्दा युवाओं ने सबसे अधिक सोशल मीडिया पर उठाया, जहाँ एचएसएससी दृएसएससी पेपर लीक पर आधारित वीडियो, मीम्स और विश्लेषणों ने सरकार की भर्ती प्रक्रिया पर सवाल खड़े किए। किसान आंदोलन का प्रभाव भी सबसे पहले सोशल मीडिया पर ही महसूस किया गया, जहाँ एमएसपी की कानूनी गारंटी, मंडियों की समस्याएँ और आंदोलन के बाद की नाराजगी पर बड़ी मात्रा में पोस्ट, लेख, वीडियो और बहसें वायरल हुईं। अग्निपथ योजना पर विरोध भी मुख्यतः डिजिटल मंचों पर फैलकर ग्रामीण और शहरों के युवाओं तक पहुँचा, जिससे भाजपा के प्रति युवा वर्ग का झुकाव कई सीटों पर प्रभावित हुआ। व्हाट्सएप हर गाँव और हर मोहल्ले तक राजनीतिक संदेश पहुँचाने का सबसे तेज माध्यम बन गया, जहाँ बड़ी संख्या में ग्रुपों में रील्स, वीडियो, राजनीतिक तुलना, उपलब्धियाँ और आरोप-प्रत्यारोप लगातार भेजे जा रहे थे। चुनावी भाषणों से अधिक असर चौधरों, युवाओं और किसानों द्वारा बनाए गए छोटे वीडियो का देखने को मिला, जिनमें वे अपने क्षेत्रीय मुद्दों, समस्याओं और नेताओं के प्रति विश्वास या अविश्वास को बेहद सरल भाषा में व्यक्त करते थे। राजनीतिक दलों की आइटी सैल ने पहले से कहीं अधिक संगठित और वैज्ञानिक तरीके से सोशल मीडिया पर काम किया। कंटेंट निर्माण, डेटा-विश्लेषण, माइक्रो-टार्गेटिंग, क्षेत्रवार नैरेटिव सेटिंग, लोकल भाषाई मीम्स, विरोधी दावों के प्रति तुरंत जवाब, और व्हाट्सएप पर बूथ-स्तर के नेटवर्क का निर्माण जैसे कई आधुनिक तकनीकी प्रयोग 2024 की चुनावी रणनीति का आधार बने। चुनावी चर्चा का केंद्र टीवी नहीं, बल्कि सोशल मीडिया बन गया, जहाँ एक वायरल वीडियो कई सीटों का चुनावी रुझान बदलने की क्षमता रखता था। फेक न्यूज और भ्रामक वीडियो ने चुनाव में भ्रम की स्थिति पैदा की और राजनीतिक ध्रुवीकरण भी हुआ। इंस्टाग्राम पर नेताओं के लाइव सेशन और यूट्यूब पर छोटे इंटरव्यू लोगों को सीधा अपने पसंदीदा उम्मीदवार से संवाद जैसा अहसास देने लगे। इससे जनता और नेताओं के बीच का दूरी घट गई और हर उम्मीदवार की “डिजिटल छवि” उसकी वास्तविक चुनावी शक्ति का सबसे बड़ा संकेतक बन चुकी थी। डिजिटल प्रचार का असर इतना अधिक था कि कई युवा मतदाताओं ने बिना किसी रैली में जाए, केवल रील्स, वीडियो, मीम्स और व्हाट्सएप संदेशों को देखकर मतदान निर्णय ले लिया। इस प्रकार सोशल मीडिया ने हरियाणा के राजनीतिक विमर्श को न केवल तेज किया बल्कि उसे भावनात्मक, दृश्यात्मक और तत्क्षण बनाने के साथ-साथ यह भी सुनिश्चित किया कि चुनाव का हर मुद्दा कृचाहे वह किसान आंदोलन हो, बेरोजगारी हो, अग्निपथ योजना का विरोध हो, महँगाई हो या जातीय राजनीतिकृसबसे पहले सोशल मीडिया की अदालत में परखा जाए और वहीं से वह राज्य की राजनीति का मुख्य विमर्श बने। संक्षेप में कहा जाए तो 2024 का हरियाणा लोकसभा चुनाव मात्र राजनीतिक दलों के बीच नहीं, बल्कि

सोशल मीडिया के नैरेटिव और मतदाता के मन के बीच लड़ा गया, और परिणामों ने साबित कर दिया कि आने वाले समय में सोशल मीडिया हरियाणा की चुनावी राजनीति का सबसे निर्णायक स्तंभ बन जाएगा।

निष्कर्ष

हरियाणा लोकसभा चुनाव 2024 का विश्लेषण स्पष्ट रूप से दर्शाता है कि राज्य की राजनीति एक नए संक्रमणकाल से गुजर रही है, जहाँ मतदाता अब केवल जातीय समीकरणों या पारंपरिक राजनीतिक धारणाओं के आधार पर मतदान नहीं करते, बल्कि मुद्दों, भावनाओं, प्रदर्शन, नेतृत्व और डिजिटल नैरेटिव के समन्वय से निर्णय लेते हैं। बेरोजगारी, किसान असंतोष, महंगाई, अग्निपथ योजना, नशे की समस्या और भर्ती अनियमितताओं जैसे बड़े मुद्दों ने चुनावी मानस को गहराई से प्रभावित किया, जबकि सोशल मीडिया ने इन मुद्दों को तीव्र गति से जनता तक पहुँचाकर राजनीतिक माहौल को तत्काल बदलने की क्षमता दिखाई। 2024 का चुनाव हरियाणा का पहला पूर्ण रूप से "डिजिटल-प्रभावित चुनाव" साबित हुआ, जहाँ इंस्टाग्राम रील्स, यूट्यूब वीडियो, व्हाट्सएप ग्रुप और एक्स (ट्विटर) के ट्रेंड्स ने पारंपरिक प्रचार को पीछे छोड़ते हुए मतदाता व्यवहार को सबसे अधिक दिशा प्रदान की। राजनीतिक दलों ने सोशल मीडिया को न केवल प्रचार के साधन के रूप में उपयोग किया बल्कि इसे नैरेटिव निर्माण, छवि-निर्माण, माइक्रो-टार्गेटिंग और जमीनी स्तर पर संगठन प्रबंधन का आधार बना दिया। सोशल मीडिया के माध्यम से युवाओं की राजनीतिक भागीदारी पहले से कहीं अधिक बढ़ी और उन्होंने रोजगार, किसान नीतियों और सैन्य भर्ती जैसे अपने प्रमुख मुद्दों को चुनावी विमर्श का केंद्र बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।

समग्र रूप से, 2024 का जनादेश यह सिद्ध करता है कि हरियाणा की जनता अब अधिक सजग, अधिक प्रश्नाकुल और अधिक मुद्दा-केन्द्रित हो चुकी है। भाजपा को शहरी और प्रशासनिक छवि का लाभ मिला, जबकि कांग्रेस को ग्रामीण असंतोष, किसान समर्थन और युवा बेरोजगारी के मुद्दों से मजबूती मिली। इससे हरियाणा में पहली बार एक संतुलित राजनीतिक परिदृश्य उभरा, जहाँ किसी एक दल का पूर्ण प्रभुत्व नहीं रहा। परिणाम यह भी संकेत देते हैं कि आने वाले वर्षों में सोशल मीडिया राजनीतिक संवाद का केंद्रीय स्तंभ बनकर उभरेगा, और नेता की लोकप्रियता, विश्वसनीयता तथा राजनीतिक धारणा का बड़ा हिस्सा अब डिजिटल दुनिया में ही निर्मित होगा। इस प्रकार, हरियाणा लोकसभा चुनाव 2024 न केवल एक चुनावी घटना थी, बल्कि राज्य की राजनीति में नए युग की शुरुआत भी थी कृ एक ऐसा युग जहाँ मतदाता जागरूक है, राजनीति डिजिटल है, मुद्दे वास्तविक हैं, और चुनावी परिणाम बहुआयामी सामाजिक-राजनीतिक प्रक्रियाओं से निर्मित होते हैं।

संदर्भ सूची

- 1- भारत निर्वाचन आयोग. (2024). लोकसभा सामान्य चुनाव 2024 सांख्यिकीय रिपोर्ट हरियाणा. नई दिल्ली।
- 2- मुख्य निर्वाचन अधिकारी, हरियाणा. (2024). हरियाणा लोकसभा चुनाव 2024 विस्तृत परिणाम रिपोर्ट. पंचकूला।
- 3- लोकनीति सी.एस.डी.एस. (2024). भारत में सोशल मीडिया का राजनीतिक प्रभाव लोकसभा चुनाव 2024 के बाद का विश्लेषण नई दिल्ली।
- 4- पी.आई.बी. प्रेस इंफॉर्मेशन ब्यूरो. (2023/24). डिजिटल राजनीति एवं सोशल मीडिया रुझान रिपोर्ट. भारत सरकार।
- 5- ट्राई (दूरसंचार नियामक प्राधिकरण). (2024). मोबाइल एवं इंटरनेट उपयोग रिपोर्ट हरियाणा डेटा. नई दिल्ली।
- 6- प्यू रिसर्च सेंटर. (2023). भारत में सोशल मीडिया उपयोग राजनीतिक भागीदारी अध्ययन. वॉशिंगटन।
- 7- इकोनॉमिक एंड पॉलिटिकल वीकली (2024). हरियाणा में 2024 चुनावी विमर्श और सोशल मीडिया की भूमिका (विशेष लेख)।
- 8- द हिंदू. (जून/जुलाई 2024). हरियाणा चुनाव 2024 डिजिटल प्रचार और मतदाता व्यवहार का विश्लेषण।
- 9- द इंडियन एक्सप्रेस (हिन्दी). (2024). हरियाणा में बेरोजगारी, किसान मुद्दों और सोशल मीडिया नैरेटिव का चुनावी प्रभाव।

- 10- बीबीसी हिन्दी. (2024). किसान आंदोलन, एमएसपी बहस और सोशल मीडिया हरियाणा के मतदाताओं पर प्रभाव।
- 11- एन.डी.टी.वी. इंडिया. (2024). इंस्टाग्राम रील्स, वायरल वीडियो और 2024 के डिजिटल चुनावी रुझान हरियाणा।
- 12- द वायर (हिन्दी). (2024). हरियाणा में फेक न्यूज, गलत सूचना और डिजिटल नैरेटिव का राजनीतिक प्रभाव।
- 13- स्क्रोल हिन्दी. (2024). अग्निपथ योजना का विरोध और युवाओं की सोशल मीडिया सक्रियता हरियाणा केस स्टडी।
- 14- ए.डी.आर. एसोसिएशन फॉर डेमोक्रेटिक रिफॉर्म्स. (2024). हरियाणा उम्मीदवार प्रोफाइल एवं निर्वाचन डेटा रिपोर्ट।
- 15- राष्ट्रीय सांख्यिकी कार्यालय . (2023–24). भारत श्रम शक्ति सर्वेक्षण बेरोजगारी रिपोर्ट. नई दिल्ली।
- 16- कृषि एवं किसान कल्याण मंत्रालय. (2023–24). एम.एस.पी. एवं कृषि नीति संबंधित वार्षिक रिपोर्ट. भारत सरकार।
- 17- चौधरी, जितेंद्र. (2023). किसान आंदोलन और हरियाणा का राजनीतिक व्यवहार. इंडियन जर्नल ऑफ सोशल साइंसेज।
- 18- बिष्ट, हरीश. (2020). डिजिटल संचार और जनमत निर्माण. मीडिया रिसर्च जर्नल।
- 19- कौर, रंजीत. (2022). डिजिटल राजनीति रू भारत में सोशल मीडिया और चुनावी अभियान. सेज पब्लिकेशन्स।
- 20- चैडविक, एंड्रयू (2017). हाइब्रिड मीडिया सिस्टम राजनीति और शक्ति. ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस। (सोशल मीडिया राजनीतिक संचार का वैश्विक सैद्धांतिक आधार)