

भारत में मतदान व्यवहार का मनोवैज्ञानिक विश्लेषण

प्रो. नीतू कुमारी

सहायक प्राध्यापक, लीगल स्टडीज
झारखंड राय यूनिवर्सिटी, रांची, झारखंड
Email- neetuguptachandwa@gmail.com

सार : यह अध्ययन मतदान व्यवहार के मनोवैज्ञानिक पक्षों का व्याख्यात्मक एवं संख्यात्मक आंकलन करता है। भारत के संदर्भ में मतदान के लिए अभिप्रेरणा और मतदान व्यवहार के निर्धारक तत्वों पर स्व अध्ययन का विश्लेषण किया गया है। भारत के अंदर अनेक प्रकार के लोग / समुदाय निवास करते हैं, जिनकी परिस्थितियां, संस्कृति, समस्याएं आदि एक - दूसरे से भिन्न-भिन्न होती हैं। ऐसे में प्रत्येक इंसान या समुदाय के व्यवहारों में अंतर पाना सामान्य बात है। किसी विशेष राजनीतिक दल को मतदान देने के पीछे लोगों की अभिप्रेरणा क्या है? अतः इस अध्ययन में मतदान व्यवहार के कारणों पर विश्लेषण किया गया है। विस्तृत अध्ययन के पश्चात् मतदाताओं के मतदान व्यवहार की समीक्षा की गई है और साथ ही साथ जनता की पूर्ण परिस्थितियों का उन पर पड़ने वाले प्रभाव की भी समीक्षा की गई है।

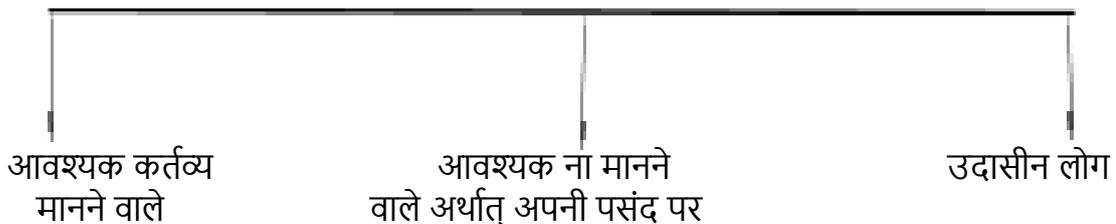
मुख्य शब्द : मतदान व्यवहार, अभिप्रेरणा, समाजीकरण, मीडिया, करिश्माई नेतृत्व ।

1. परिचय:

किसी भी व्यक्ति के निर्णय, विचार, वाक्यांश आदि के पीछे कोई ना कोई विशेष वजह रहती है। किसी व्यक्ति की एक दिन की व्यवहार के पीछे अनगिनत दिनों के अनुभवों का समावेश होता है। फिर चाहे बात मतदान की ही क्यों ना हो?

भारत विविधताओं से भरा एक देश है जहां अलग-अलग क्षेत्रों की अलग अलग संस्कृति, समस्याएं आदि होती हैं। मनुष्य एक विवेकशील प्राणी है, अतः वह कोई भी निर्णय अपनी मानवीय आदतों में आकर या फिर किसी भी चीजों से अभिप्रेरित हो कर लेता है। ऐसे में यह जानना बड़ा दिलचस्प होगा कि भारत में जनता का मतदान व्यवहार किसी विशेष राजनीतिक दल की ओर क्या है और क्यों?

हमारे देश में मतदान को लेकर लोगों के विचारों में विभिन्नता पाई गई है। कुछ लोग मतदान को अपना नैतिक कर्तव्य मानते हैं। आखिरकार, हमें यह अधिकार न जाने कितने शहीदों की कुर्बानियों और नेताओं के अथक प्रयासों के बाद मिला है। लेकिन फिर भी मतदान को लेकर उदासीनता पाई जाती है। कुछ लोग मतदान को अति आवश्यक नहीं समझते अर्थात् परिस्थितियां (मौसम, जाने की सुविधा आदि) सही रही तो मतदान करते हैं अन्यथा आवश्यक नहीं समझते। इस प्रकार हम मतदाताओं को तीन श्रेणियों में बांट सकते हैं।



इस प्रकार मतदाताओं की तीन प्रकार की मनोवृत्तियाँ होती हैं जिससे हमें यह पता चलता है कि मतदाता क्यों मतदान करते हैं और क्यों नहीं? आवश्यक कर्तव्य मानने वाले राष्ट्रवाद की भावना से प्रेरित होते हैं जबकि उदासीन लोगों में राजनीतिक जागरूकता की कमी पाई जाती है।

2. साहित्य समीक्षा : इस अध्ययन को यथार्थ एवं तथ्यपरक बनाने के लिए प्राथमिक एवं द्वितीयक स्रोतों का अध्ययन किया गया है।

- (क) भारतीय जनादेश चुनावों का विश्लेषण – प्रॉनॉय रॉय और दोराब आर. सोपारीवाला
(ख) भारत में मतदान व्यवहार का मापन – संजय कुमार और प्रवीण रॉय

3. शोध पद्धति : इस शोध लेख का स्वरूप वर्णात्मक एवं विश्लेषणात्मक है।

4. विश्लेषण : चूंकि भारत विविधताओं से भरा देश है, ऐसे में लोगों का मतदान व्यवहार का अलग – अलग होना संभवतः यथार्थ है। अतः इस शोध लेख के द्वारा अनेक अध्ययनों के पश्चात भारतीय मतदान व्यवहार का विश्लेषण किया गया है।

मतदान व्यवहार का अध्ययन की शुरुआत सबसे पहले 1913 में फ्रांस में की गई थी लेकिन प्रथम विश्व युद्ध के बाद यूएसए में पॉल lazarfeld के द्वारा 'रिसर्च इंस्टीट्यूट फॉर अप्लाइड सोशल साइकोलॉजी' 1929 की स्थापना की गई। इसके बाद ही सामाजिक मनोविज्ञान की अध्ययन में जोर दिया गया। 1950 के दशक के बाद सामाजिक मनोविज्ञान में ज्यादा विकास किया गया। इसका एक वजह यह था कि उस समय व्यवहारवाद की क्रांति चल रही थी और इसका प्रभाव पूर्ण रूप से मतदान व्यवहार के अध्ययन पर भी पड़ा। Paul lazarfeld ने मतदान व्यवहार की तुलना ग्राहक के द्वारा सामान खरीदते समय चुनाव करने की मनोदशा से की। जिस प्रकार एक व्यक्ति खरीदते समय या व्यवसायिक चुनाव के समय व्यक्तिगत मानदंडों एवं अनुभवों का प्रयोग करता है, ठीक उसी प्रकार अपने अनुभवों का प्रयोग मतदान में भी करता है। एक ओर कुर्त लेविन की 'फील्ड थ्योरी' सामाजिक मनोविज्ञान की समझ पैदा करने में क्रांति ला दी। जहां Paul lazarfeld ने 'नोमोथेटिक साइकोलॉजी' के अध्ययन पर जोर दिया, वहीं कुर्त लेविन ने 'नोमोथेटिक साइकोलॉजी' का विरोध करते हुए 'आइडियोग्राफिक साइकोलॉजी' का प्रतिपादन किया।

शुरुआत में राजनीति विज्ञान के मरियम और ग्राहम वालास जैसे विद्वानों ने राज्य के मैकेनिज्म और प्रक्रियाओं को समझने के लिए तथा लोगों के मनोविज्ञान को समझने पर जोर दिया। फिर 1950 और 1960 के दशक में डेविड ईस्टन के द्वारा व्यवहारवाद एवं पोस्ट व्यवहारवाद सिद्धांतों का प्रतिपादन किया गया। इन सिद्धांतों ने राजनीति विज्ञान में क्रांति ला दी। सिद्धांतवेत्ता सभी समस्याओं को लोगों के व्यवहार से जोड़ कर देखने लगे। अतः मतदान व्यवहार में भी इसका प्रभाव पड़ा। Paul lazarfeld की पुस्तक 'द पीपल्स च्वाइस' 1944 और कुर्त लेविन की पुस्तक 'फील्ड थ्योरी इन सोशल साइंस' 1951 जैसे पुस्तकों ने मतदान व्यवहार के मनोवैज्ञानिक पक्ष को समझने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।

मतदान व्यवहार के अध्ययन का भारत में भी प्रभाव पड़ा। भारत में द्वितीय आम चुनाव के बाद मतदान व्यवहार के अध्ययन की शुरुआत की गई। रजनी कोठारी की पुस्तक 'कास्ट इन इंडियन पॉलिटिक्स' 1970 भारत में जातीय परिपेक्ष्य में मतदान व्यवहार से प्रेरित है। रजनी कोठारी के द्वारा भारत के जातीय राजनीति के बारे में यह बताया गया कि भारत में किस तरह चुनावी प्रतिद्वंद्विता में जाति अहम भूमिका निभाती है। लेकिन वर्तमान समय में भारत में हुए कुछ चुनावों की समीक्षा की जाए तो ऐसे कई चुनाव देखे गए जहां लोगों ने जाति से ऊपर उठकर मतदान किया।

अतः मतदाताओं को समझने के लिए इन्हें दो वर्गों में विभाजित किया जा सकता है

1. सामान्य वर्ग के लोग
2. विशिष्ट वर्ग के लोग

दोनों वर्गों के मध्य स्व वृत्तियों में पाए जाने वाला अंतर

सामान्य वर्ग

- योजनाएं – ऐसी योजनाएं जो सरकार पिछड़े वर्गों के लिए लाती है उससे प्रेरित होकर।
- संतुष्टि - जब किसी दल की सरकार सत्ता में होती है तो यदि उस समय कोई प्राकृतिक आपदा एक कृत्रिम घटनाएं घटित होती है और सरकार उस परिस्थिति को अच्छे से संभाल ना पाए तो लोगों में असंतुष्टि आ जाती है और जनता उस दल को दोबारा वोट नहीं देती।
- जातिगत, धार्मिक और सांस्कृतिक भावनाओं की ओर खींचाव

विशिष्ट वर्ग

वैसे तो यह संख्या में कम होते हैं।

- देश का उदारीकरण
- औद्योगिक नीति में सरलता
- निजीकरण

कई बार मतदाताओं के मतदान व्यवहार में समान्यताएं देखने को मिलती है। इसके अनेक कारण हैं –

- तानाशाही को खत्म करना (1977 का चुनाव)
- देश के लिए सशक्त सरकार का होना
- प्रतिद्वंद्वी दल के पास सशक्त नेतृत्व करने वाले नेता का अभाव दूसरे पार्टी की जीत का कारण होता है
- विश्वास - विशेष क्षेत्र में उस दल या नेता के प्रति वहां के लोगों का विश्वास और
- राष्ट्रीय सुरक्षा

भारत में जनादेश

भारत एक बहुल संस्कृति राष्ट्र है, भारत का लोकतांत्रिक व्यवस्था अन्य देशों की अपेक्षा काफी अलग है, यहां की व्यवस्था में गुणात्मक और मात्रात्मक दोनों तरह के बदलाव देखा गया है। 1952 के मतदाताओं की तुलना में आज तकरीबन 5 गुना ज्यादा मतदाता है। वर्तमान समय में भारत में युवा मतदाताओं की संख्या ज्यादा है, अतः भारत को युवाओं का देश भी कहा जाता है। मतदान केंद्रों की संख्या भी दो लाख से बढ़कर 10 लाख करीब हो गई है, भारत दुनिया का सबसे बड़ा लोकतंत्र है, भारत में अशिक्षा और गरीबी होने के बावजूद भी भारत में मतदाताओं का प्रतिशत 67.01% है जो यूएसए जैसे देश से भी ज्यादा है।

गुणात्मक रूप से भी मतदाताओं के व्यवहार में अंतर आ गए हैं, आजादी से पहले या आजादी के कुछ सालों तक लोगों में जो नेताओं के प्रति विश्वास था वह वक्त के साथ कम होता गया। पहले की अपेक्षा अब महिलाएं मतदान प्रक्रिया में बढ़-चढ़कर भाग ले रही हैं, महिलाओं में भी राजनीतिक जागरूकता की बढ़ोतरी हुई है। भारत में जाति, धर्म, संप्रदाय आदि मतदान प्रक्रिया को पूरी तरह से प्रभावित करता है लेकिन फिर भी कई चुनाव में देखा गया कि भारतीय मतदाताओं ने जाति, धर्म, संप्रदाय से ऊपर उठकर मतदान दिया है। अतः यह कहा जा सकता है कि भारतीय लोकतंत्र परिपक्वता की ओर अग्रसर है और भविष्य में हमें परिपक्व लोकतांत्रिक देश के रूप में भारत देखने को मिलेगा।

आजादी के बाद प्रथम लोकसभा चुनाव 1952 से लेकर अब तक 17 वीं लोकसभा चुनाव 2019 को तीन बार के रूप में देखा गया है -

- 1).सत्ता पक्ष दौर- (आशावादी रुझान) 1952 1977
- 2).सत्ता विरोधी रुझान (गुस्सैल वोटर) 1977 -2002
- 3).फिफ्टी- फिफ्टी दौर (बुद्धिमान रुझान) 2000 – 2019

1).सत्ता पक्ष दौर- (आशावादी रुझान) (1952 - 1977)

1947 में भारत को आजादी मिलने के बाद भारतवासियों में विकास, मैकेनिज्म में सुधार, स्वशासन, विश्व में नई पहचान आदि को लेकर नेताओं से ढेरों उम्मीदें थीं। उस समय हमारे देश में अशिक्षा लोगों को जकड़े हुए थी। लोगों में भोलापन भी था, बड़ी आसानी से वादों को सच मान लेते थे, उनमें शिकायतें कम थी, लोगों के मन में केवल आजाद भारत को लेकर सपने थे अतः उनका मत हमेशा सत्ता पक्षी होता था। इन मतदाताओं को 'आशावादी मतदाता' कहा गया है। जिन नेताओं के नेतृत्व में भारत को आजादी मिली उन पर लोगों को अपार विश्वास था, ज्यादातर नेतागण कांग्रेस पार्टी से जुड़े हुए थे और जो गैर- कांग्रेस नेता थे (जैसे बी आर अंबेडकर, श्यामा प्रसाद मुखर्जी और सरदार बलदेव सिंह आदि) उन्हें भी जवाहरलाल नेहरू ने अपनी कैबिनेट में शामिल कर दिया। इन्हीं कारणों से उस समय सशक्त विपक्ष दल तैयार हो ही नहीं पाया जो लोकतंत्र के लिए सही नहीं था। कांग्रेस को कोई खुलकर आलोचना करने वाला नहीं था, इसलिए रजनी कोठारी ने भारत के पार्टी सिस्टम को 'कांग्रेस सिस्टम' कह कर व्याख्यित किया है। इस दौर को 'एक दल की वर्चस्वता का दौर' भी कहा जाता है।

1967 के बाद कांग्रेस पार्टी के अंदर प्रधानमंत्री पद के लिए संघर्ष शुरू हो गया, और राजनेताओं की जरूरतों ने भ्रष्टाचार को बढ़ावा दिया, इसलिए भ्रष्टाचार को एक सुंदर मुखड़ा देने के लिए राज्य- तंत्र पर नियंत्रण (स्टेट कैप्चर) / राष्ट्रीयकरण का शुरूआत किया गया। राष्ट्रीयकरण के नाम पर अनेक कंपनियों को निपवाद रूप से नेता चला रहे थे।

बैंकों से लेकर एयरलाइंस तक सैकड़ों निगमों को नौकरशाहों ने हथिया लिया और नेताओं के सीधे नियंत्रण में ला दिया। प्रनाय राय भारतीय राज्य की इस कब्जे के तंत्र को 'एक देश दो तंत्र' कहते हैं।

2). सत्ता विरोधी रुझान (गुस्सैल वोटर) 1977 -2002

1975 ईस्वी के आपातकालीन परिघटना के पश्चात लोगों के अंदर की आशावादी भावना खत्म हो चुकी थी और अब लोगों के अंदर सत्तारूढ़ दल को सबक सिखाने का मिजाज बन चुका था। 1977 से 2002 तक का दौर मतदाताओं का गुस्सा या विरोध प्रकट करने वाला रहा था, अतः चुनाव विश्लेषक दोराब सोपारीवाला anti-incumbency (सत्ता विरोधी रुझान) का नाम दिया है।

1977 का चुनाव का नतीजा सत्तारूढ़ दल के लिए एक संदेश था कि भारत एक लोकतांत्रिक देश है। यह कुर्सी (Authority) जनता ने दिया है तो यह जनता छीन भी सकती है। कोई भी राजनीतिक दल जनता के प्रति उत्तरदाई होती है। सत्ता में किसी भी राजनीतिक दल चाहे वह कांग्रेस हो, जनता दल हो या कोई अन्य का विराजमान होना जनादेश है ना कि किसी राजनीतिक दल का वर्चस्व।

एक तरफ जहां जनता के अंदर भी राजनीतिक जागरूकता आई कि यदि वह अपना मत सोच - समझकर इस्तेमाल करें तो यह उनका बहुत ताकतवर हथियार है। उनका यह हथियार देश का वर्तमान और भविष्य दोनों ही बदल सकता है। वहीं दूसरी तरफ जो नेता, सांसद, विधायकों को भी शिकंजा कसा गया। जो राजनेता चुनाव प्रचार या चुनाव प्रक्रिया के दौरान कभी कभार नजर आते थे, उन्हें अब सत्ता से पदच्युत कर दिया गया। ऐसे अदृश्य राजनेताओं के लिए लोगों के मन में एक ही भावना थी कि उन्हें उनके जीवन के सबसे जरूरी मुद्दे/ दिनचर्या की समस्याएं (जल, सड़क, बिजली) से कोई लेना-देना ही नहीं तो इस अदृश्य नेताओं को सत्ता में रहने का कोई हक नहीं।

1977 के बाद अलग-अलग समय और स्थान पर अलग-अलग मतदान व्यवहार देखने को मिले। इस समय काल में नए मतदाताओं की एक बड़ी संख्या निकल कर आई थी, जिनकी सोच और व्यवहार पुरानी मतदाताओं से भिन्न था अतः यह दौर में रिजल्ट भी मिश्रित निकल कर सामने आए थे।

3). फिफ्टी- फिफ्टी दौर (बुद्धिमान रुझान) 2000 – 2019

1998 के बाद राजनीति में थोड़ी स्थिरता आने लगी 2002 के बाद से भारतीय अर्थव्यवस्था के विकास की दर में तेजी देखी गई इस दौर में भारतीय लोकतंत्र की सच्ची तस्वीरें देखी गई। भारत में एक स्थिर सरकार के साथ-साथ मजबूत विपक्ष का होना लोकतंत्र के फलने फूलने के लिए बेहद जरूरी है। इस समावधि के दौरान मीडिया का प्रभाव (टीवी ,मोबाइल आदि) एक विस्तृत सीमा में आविर्भाव हुआ जो भारतीय मतदाताओं के अंदर राजनीतिक जागरूकता लाने और मतदान व्यवहार में बदलाव में अहम भूमिका निभाई। ऐसी कोई राजनीतिक दल थी नहीं जिसमें संपूर्ण आवश्यक गुणों का समावेश हो या पूरी तरह पाक साफ दामन वाले हो। नतीजतन मतदाताओं के मतदान व्यवहार फिफ्टी- फिफ्टी हो गए।

भारत में मतदान व्यवहार की समीक्षा:

एक मनुष्य का व्यवहार में क्षणभंगुरता पाई जाती है। एक इंसान (किसी बात से भावनात्मक रूप से चोट ना खाया हो अर्थात राजनीति से संबंधित बात हो) का व्यवहार अति शीघ्र पक्ष में भी चला जाता है और विपक्ष में भी। अगर किसी को व्यक्तिगत रूप से भावनात्मक चोट मिली हो तो बात पूरी तरह से अलग होगी क्योंकि वह किसी विशेष दल का पूर्ण विरोधी होगा। लोकनीति टीम के सर्वे 2019 के अनुसार 2014 में 36% लोगों के द्वारा नरेंद्र मोदी को पीएम के रूप में दर्ज किया गया वहीं यह प्रतिशत 2017 में बढ़कर 44% तक चला गया और 2018 में घटकर 34% रह गया घटने की खास वजह बेरोजगारी, दाम में वृद्धि आदि रहा था लेकिन जब 2019 में प्री पोल कराया गया तो 43% लोगों के द्वारा नरेंद्र मोदी को पीएम के रूप में पहले स्थान पर रखते हुए तरजीह दिया गया। पूरी की पूरी 10% की वृद्धि यहां देखने को मिली। इसकी खास वजह यह माना गया कि जनवरी से लेकर मार्च 2019 में 3 बड़े घटनाएं घटी जो लोगों के व्यवहार में बदलाव लाया वह तीन घटनाएं एयर स्ट्राइक (बालकोट), सामान्य वर्ग में EWS के लिए 10% आरक्षण, किसानों के लिए कैश ट्रांसफर थे।

Table 4: Preference for PM - Post-Balakot, quota and cash transfer, Narendra Modi's popularity soars

| | May 2014 (%) | May 2017 (%) | January 2018 (%) | May 2018 (%) | Pre Poll 2019 (%) |
|-----------------|--------------|--------------|------------------|--------------|-------------------|
| Narendra Modi | 36 | 44 | 37 | 34 | 43 |
| Rahul Gandhi | 16 | 9 | 20 | 24 | 24 |
| Mayawati | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Mamata Banerjee | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 |
| Other leaders | 17 | 19 | 18 | 19 | 13 |
| No response | 28 | 24 | 19 | 17 | 15 |

Question asked: After the upcoming Lok Sabha election who would you prefer as the next Prime Minister of India? (**Do not offer any name, record exact answer & consult PM codes for coding**)

Source: NES 2014, Mood of the Nation 2017, Mood of the Nation Jan 2018 and Mood of the Nation May 2018; NES Pre Poll 2019

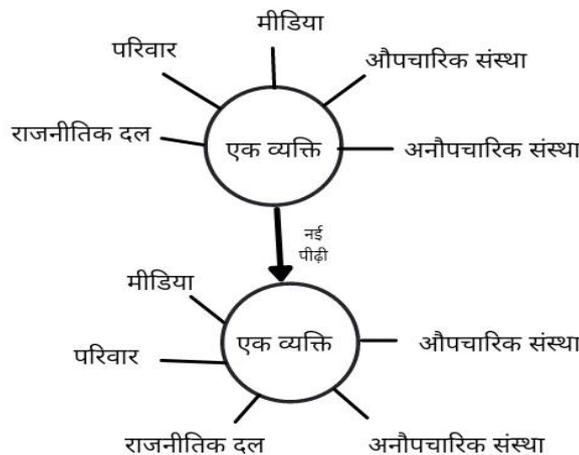
लोकनीति टीम के सर्वे 2019 (Table 1a) के दौरान जब लोगों से पूछा गया अगला पीएम चुनने के पीछे उनका विशेष मुद्दा क्या है तो 21% लोगों ने बेरोजगारी 17% लोगों ने विकास 7% लोगों ने दाम की वृद्धि आदि को बताया और लोगों ने राष्ट्रीय सुरक्षा को मात्र 2% की तरजीह दिए अतः 2019 में घटे यह तीन घटनाएं ही सिर्फ मतदान व्यवहार को प्रभावित नहीं किए इसके अन्य कारण भी निम्नवत् है-

- मोदी के करिश्माई नेतृत्व
- नरेंद्र मोदी के रूप में एक निर्विवाद नेता था, विपक्षी खेमे में ऐसा कोई चेहरा का न होना
- विकासात्मक गतिविधियाँ (शौचालय, उज्वला योजना, आयुष्मान भारत योजना आदि)
- बँटा हुआ विरोधी दल

यदि बात राफेल विवाद की किया जाए तो बहुत सारे लोगों ने इसे भ्रष्टाचार नहीं माना जो पहले यूपीए सरकार के द्वारा डील हुई थी उसका कोई ऑफिशियल सबूत नहीं था अतः लोगों के मतदान व्यवहार में ज्यादा प्रभाव नहीं डाल सकी।

मतदान व्यवहार को प्रभावित करने वाले तत्व

समाजीकरण - कोई भी व्यक्ति जन्म से समाज और राजनीति के परंपराओं और मूल्यों से अवगत नहीं होता । बचपन से ही परिवार, कुटुंब, शैक्षणिक संस्थानों, मीडिया (टीवी, समाचार पत्र, रेडियो, सोशल मीडिया) और राजनीतिक दल के द्वारा नियम- कायदों की जानकारी दी जाने लगती है । यह बचपन से लेकर जीवन पर्यंत चलते रहता है। अतः स्टेसी कहते हैं- समाजीकरण विकास की एक प्रक्रिया है जिसके द्वारा एक व्यक्ति ज्ञान, निपुणता, विश्वासों, मूल्यों मनोवृत्तियों एवं स्व वृत्तियों को प्राप्त करता है लेकिन यह केवल परंपरागत आदर्शों, मूल्यों व मनोवृत्तियों को ग्रहण करने की प्रक्रिया ही नहीं बल्कि आधुनिक समाज में प्रत्येक पीढ़ी रूढ़िगत आदर्शों, मूल्यों एवं व्यवहार प्रतिमानों को अस्वीकार करने या प्रत्युत्तर के लिए भी विकसित होती है ।



विशेषतः किसी व्यक्ति को जाति, धर्म, भाषा, किसी विशेष स्थान की संस्कृति आदि पूर्ण रूपेण प्रभावित करती है। लेकिन जब किसी स्थान में पीढ़ी दर पीढ़ी समाजीकरण होता चला जाता है तो शिक्षा, जागरूकता किसी इंसान को वर्तमान समस्याओं पर ध्यान केंद्रित करने पर विवश करता है ना की जाति और धर्म पर।

अतः जिस प्रकार किसी वायरस या जीवाणु के नए सिम्टम्स पैदा होते हैं वैसे ही लोगों में नए मूल्यों का समावेश होता ही रहता है।

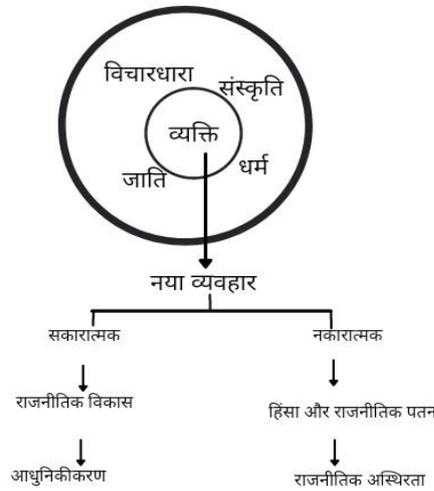
समाजीकरण एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें व्यक्ति समाज में प्रचलित व्यवस्था से अवगत होता है। वह अपने आसपास की संस्कृति और विचारधारा को ग्रहण करता है। चूंकि मनुष्य एक विवेकशील प्राणी है इसलिए वह प्रचलित व्यवस्था को अपना ही सकता है या फिर उसका बदलाव करके समाज को बदलाव की राह पर ले जा सकता है। समाजीकरण किसी व्यक्ति के जीवन पर्यंत चलने वाली प्रक्रिया है, इस प्रक्रिया में मनुष्य जो कुछ सीखता है वह उसमें बदलाव करके अपना आता है। यह बदलाव सकारात्मक भी हो सकता है और नकारात्मक भी।

जैसे जैसे व्यक्ति समाजीकरण की प्रक्रिया को पार करते जाता है उसके अंदर से नया व्यवहार निकलकर आता है।

नया व्यवहार (New behavior) - प्रकृति बदलाव के नियमों पर चलती है। जिस प्रकार एक बीज पानी, हवा, मिट्टी के संपर्क में आने के बाद अंकुरित होते हुए नन्हे पौधे में तब्दील हो जाता है। ठीक उसी प्रकार कोई व्यक्ति अपने स्थान की प्रचलित संस्कृति, रहन-सहन एवं विचारधारा के संपर्क में आने के बाद उसके अंदर नया व्यवहार निकल कर सामने आता है। नन्हा पौधा कांटेदार भी हो सकता है और कोमल भी। वैसे ही नया व्यवहार सकारात्मक भी हो सकता है और नकारात्मक भी।

उदाहरण के लिए कोरोना का संक्रमण एक व्यक्ति से दूसरे फिर तीसरे व्यक्ति इस प्रकार एक श्रृंखला का निर्माण होता है। कोरोनावायरस के शरीर बदलते रहने और शरीर के अंदर नए वायरस बनाते रहने के क्रम में कोरोना के नए सिम्टम्स निकल कर सामने आता है। ठीक उसी प्रकार, व्यक्ति की पीढ़ी दर पीढ़ी श्रृंखला बनने पर व्यवहार एवं सोच नई पीढ़ी के संपर्क में आने से अपना रूप बदलकर **नए व्यवहार** का निर्माण करती है।

यह नया व्यवहार का दो रूप निकल कर सामने आता है-



- सकारात्मक
- नकारात्मक

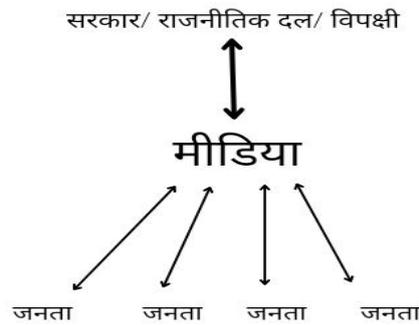
सकारात्मक नया व्यवहार (positive new behavior) – जब किसी लोग या समुदाय के अंदर अपने देश की राजनीतिक व्यवस्था से संतुष्टि तथा कानून व्यवस्था पर विश्वास होता है, तो उनमें सकारात्मक व्यवहार का आविर्भाव होगा। लोगों में उदारता की भावना विकसित होगी। देश में राजनीतिक स्थिरता बनी रहेगी तथा लोगों में सकारात्मक भाव भी बना रहेगा। जातीय, धार्मिक एवं अंधविश्वास की अतार्किक विचार तथा संकीर्ण मानसिकता से ऊपर विचारों एवं व्यवहारों का विकास होगा। ऐसे विचार एवं व्यवहार राज्य की राजनीतिक विकास हेतु वरदान है। राजनीतिक विकास के मार्ग में चलकर उस राष्ट्र का आधुनिकीकरण होगा तथा उस राष्ट्र में अशिक्षा, गरीबी, बेरोजगारी जैसी समस्याओं में कमी आएगी।

नकारात्मक नया व्यवहार (Negative new behavior) - अभाव एवं असंतुष्टि एक इंसान को नकारात्मक राहों में लेकर चला आता है। इस प्रकार के लोगों में राजनीतिक व्यवस्था को लेकर अविश्वास होता है तथा लोगों में कट्टरता की भावना होती है। जातीय, धार्मिक एवं अंधविश्वास के अतार्किक विचारों में इनकी मानसिकता उलझ कर रह जाती है। अतार्किक विचार रखने के कारण ऐसे लोग जरा सी धर्म और जाति के नाम पर दंगे और हिंसा पर उतर आते हैं, इन्हीं कारणों से राष्ट्र में राजनीतिक अस्थिरता का माहौल बना रहता है। इस व्यवहार का राजनीतिक दल भरपूर फायदा उठाती है, जातीय राजनीति उभर कर सामने आता है। लोगों के मतदान व्यवहार में भी जातीय, धार्मिक एवं सांप्रदायिक राजनीति इतना ज्यादा हावी हो जाता है कि शिक्षा, विकास जैसे मुद्दे इनके सामने फीके पड़ जाते हैं।

मीडिया वर्तमान समय में मीडिया ने लोगों की मीलों की दूरियां खत्म कर दिया है। मीडिया जनता की बात सरकार और राजनीतिक संस्थानों तक पहुंचाती है और सरकार की बातों को जनता तक। इतना ही नहीं किसी विशेष स्थान के लोगों की परेशानियों को पूरी दुनिया में उजागर करती है। और सरकार की कमियों को जनता के सामने लेकर आती है अतः मीडिया को 'पहरी' कहा जाए तो गलत नहीं होगा।

मीडिया लोगों में राजनीतिक जागरूकता लेकर आती है। लोकनीति टीम के रिपोर्ट के अनुसार, 49% लोग टीवी से, 3% सोशल मीडिया और 2% न्यूज़पेपर आदि से जानकारी हासिल करते हैं। यह जानकारी लोगों के मतदान व्यवहार को प्रभावित करती है। रिपोर्ट में यह भी बताया गया कि जिन लोगों में राजनीतिक जागरूकता की कमी थी उनका पसंदीदा नेता और उनके जिनके पास जानकारी थी उनके पसंदीदा नेता भिन्नता थी। अतः मीडिया मतदाताओं की विश्वास, अनुमान की पूरी तरह से प्रभावित करता है।

करिश्माई नेतृत्व यदि किसी के अंदर भावनात्मक रूप से लोगों से जुड़ने का गुण हो या करिश्माई नेतृत्व की क्षमता हो,



तो वह अपनी कमियों को इस गुण से ढक कर जीत का मुकाम हासिल कर सकता है। ऐसे नेता कुशल प्रवक्ता होते हैं और लोगों की संस्कृति और भावना से ऐसे जुड़ाव दिखाते हैं, जैसे यह भावना उनकी खुद की हो। और लोग उसे नेता के रूप में स्वीकार कर लेते हैं। इतिहास के पन्नों में ऐसे अनेक उदाहरण पड़े हुए हैं। यदि किसी नेता के पास करिश्माई नेतृत्व के साथ-साथ धन की भी बहुलता हो तो लोगों के व्यवहार को अपने पक्ष में लाना और भी आसान हो जाता है कई लोग धन के लोभ में भी आकर मतदान देते हैं।

मतदान व्यवहार की समीक्षा

यदि मतदान व्यवहार को सैद्धांतिक रूप से देखा जाए तो चार चीजें विशेष रूप से महत्व रखती है और लोगों को प्रभावित करती है

1. सरकार की कार्यकुशलता
2. विरोधी दल का भाषण या मीडिया का विरोध
3. एक नागरिक का सम्पूर्ण माहौल / परिस्थितियाँ या समाजीकरण से अधिगम
4. मतदाताओं का गुमराह होना

वर्तमान समय में सरकार की नीतियां लोगों के व्यवहार को विशेष रूप से प्रभावित करती है। सरकार जो भी योजनाएं लोगों के विकास के लिए लाते हैं उसका लोगों पर सकारात्मक प्रभाव पड़ता है। यदि सरकार की नीतियों में कोई कमी हो, सरकार भ्रष्टाचार से लिप्त हो तो इसे विपक्षी दल उजागर करती है। सरकार की आलोचना करती है। विपक्षी दल की आलोचना लोगों के मतदान व्यवहार में नकारात्मक प्रभाव डालता है।

एक नागरिक के जीवन का पूर्ण परिस्थितियां / परिवेश उसके व्यवहार का मूल जड़ होता है। उसका संपूर्ण जीवन किन परिस्थितियों में गुजरा है, उसके आसपास के लोगों की सोच क्या है, उसका परिवार उसके मित्रगण की सोच उसके व्यवहार को प्रभावित करती है। उस नागरिक का व्यवहार दैनिक अनुभवों का योग है।

5. निष्कर्षतः उपरोक्त सारे विवरणों के आधार पर यह कहा जा सकता है कि मतदाताओं के व्यवहार को समझने के लिए सकारात्मक और नकारात्मक दोनों पहलुओं का विश्लेषण करना होगा। कुछ परिस्थितियों में ऐसा देखा गया है कि मतदाता गुमराह होते हैं लेकिन ये आकड़े अन्य देशों के मुकाबले काफी कम हैं। **प्रणव राय और दोराब आर. सोपारीवाला** की कृति 'जनादेश' के अनुसार, जिस अमेरिका में पुनर्निर्वाचन की दर 64 फीसदी हुआ करती थी वो वर्तमान समय में बढ़कर 80 से 85 फीसदी हो गई है जो 1952 की दशक में भारत में देखने को मिलता था जिसका मुख्य कारण अशिक्षा और जागरूकता की कमी थी। वर्तमान समय में, भारत में पुनर्निर्वाचन की दर काफी कम हो गई है। अब भारतीय मतदाता नेताओं के काम और करिश्माई नेतृत्व को देखते हुए मतदान देते हैं।

References:

1. Roy Prannoy and Sopariwala R. Dorab, The verdict decoding India's election, Penguin Random House India Private Limited, New Delhi, 2019.
2. Kumar Sanjay and Rai Praveen, Measuring Voting Behaviour in India, Sage publication, New Delhi, 2013.
3. Lazarsfeld Paul F., The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign, Duell, Sloan and Pearce, New York, 1944.
4. Barker, E., Roots of Political Behavior, American Book Co. New York, 1949.
5. Kurt Lewin, Field theory in social science, Harper Collins, New York, 1951.
6. <https://www.thehindu.com/news/national/role-of-social-media-as-influencer-of-voting-choices-overhyped-csds-study/article27819723.ece>