

गडचिरोली जिल्ह्यातील निवडणुकांत प्रसार व प्रचार माध्यमांची भूमिका

डॉ. गणेश बी. खुणे

(सहा. प्राध्यापक) राज्यशास्त्र विभाग प्रमुख महात्मा ज्योतिबा फुले कला महाविद्यालय आष्टी, जि. गडचिरोली

email- gkhune@rediffmail.com

गोशवारा :- गडचिरोली हा महाराष्ट्रातील अतिमागास जिल्हा म्हणून ओळखला जातो. नक्षलग्रस्त असल्याने हा जिल्हा विकासापासून कोसो दुर आहे. अपिक्षीतपणा, विरळ लोकवस्ती, आदिवासीबहुल व दोन तृतीयांश भागावर वनांचे साम्राज्य असे या जिल्ह्याचे स्वरूप आहे. असे असले तरी राजकीय पक्ष व त्यांच्या प्रचारतोफा ह्या भागात पोहचल्या हे भारतीय लोकषाहीचे यश आहे. इतर प्रदेशातील निवडणुकांप्रमाणेच या भागातही निवडणुकीचे पडघम वाजताच राजकीय पक्षांच्या प्रचारमोहीमांना धडाक्यात सुरुवात होतांना दिसते. यात प्रचाराच्या पारंपारिक साधनांप्रमाणेच आधुनिक साधनेही राजकीय पक्षांनी या भागात पोहचवून या जिल्ह्यातील अपिक्षीत जनांमध्ये जागृती निर्माण करण्याचे मोलाचे कार्य केले आहे. प्रचारातील सहभागाचे प्रमाण कमी असले तरी बदलत्या काळानुसार हा मतदार वर्ग अधिक प्रगल्भ बनेल व लोकषाहीच्या प्रवाहात सामील होईल.

मुख्य शब्द :- गडचिरोली जिल्हा, अनुसूचित जमाती, प्रचार व प्रसाराची साधने, जाहिरनामा, राजकीय पक्ष, निवडणूक.

प्रस्तावना :- प्रत्येक राजकीय पक्ष आपला जाहिरनामा तळागाळातील मतादारांपर्यंत पोहचवून प्रत्येक मतदार आपल्या आवाक्यात आणण्याचा किंवा प्रत्येक मतदार हेरण्याच्या प्रयत्नात असतात. व आपली मतबँक वाढविण्याच्या प्रयत्नात असतात. यासाठी पक्षाद्वारा प्रचाराचा आसरा घेतला जातो. प्रचाराने अनेक गोष्टी मतदारांवर बिंबविता येतात व लोकमताची निर्मिती व जागृती शक्य होते. प्रचारतंत्रे जितके आधुनिक तितके मतदारांपर्यंत झपाट्याने पोहचणे शक्य होते. प्रचाराच्या माध्यमाने वारंवार एखादी गोष्ट मतदारांच्या मनावर बिंबविण्याचा प्रयत्न केल्यास मतदारांचे मतपरिवर्तन करणे शक्य होते.

लॉसकी म्हणतात, "राजकीय पक्ष सभासंमेलने आयोजित करतात व व्याख्यानकर्ते व प्रचाराच्या माध्यमातून जनतेला शिक्षित करण्याचा प्रयत्न करतात. राजकीय पक्ष स्थानिक व राष्ट्रीय स्तरावरील वृत्तपत्रे आणि प्रचाराच्या माध्यमाने आपले धोरण जनतेसमोर ठेवतात."

सदर अध्ययन क्षेत्र डोंगराळ, घनदाट जंगल, ट्रोटक दळणवळणाची साधने असे असल्याने पक्षांना मतदारांपर्यंत पोहचण्यासाठी प्रचारावर अत्यधिक भर द्यावा लागतो. प्रत्येक मतदार शिक्षित व जागृत नसल्याने प्रचाराद्वारे अनेक गोष्टी मतदारांपर्यंत पोहचवून त्यांना अधिक जागृत बनविले जाते. प्रचाराने अनेक राजकीय पक्षांच्या उणिवाही समोर येतात. सद्यःस्थितीत भारतीय निवडणुकांत प्रचाराला अनन्यसाधारण महत्वाचे स्थान प्राप्त झाले आहे. त्यामुळे गडचिरोली जिल्ह्यातील निवडणुकांत प्रचार व प्रचाराच्या साधनांची सक्रीयता यासंबंधीचे वस्तुनिष्ठ तथ्ये समोर आणणे शक्य होईल.

संशोधन क्षेत्र:- संशोधन क्षेत्र गडचिरोली जिल्ह्यापुरते मर्यादित असून जिल्ह्यात येणारी तीनही विधानसभा क्षेत्रे- आरमोरी, गडचिरोली व सिरोंचा यांचा समावेश अध्ययन क्षेत्रात केला गेला आहे.

संशोधन पद्धती :- प्रस्तुत संशोधनामध्ये सर्वेक्षण संशोधन पद्धतीचा वापर करण्यात आला आहे.

नमुना निवड :- अध्ययन क्षेत्र विस्तृत असल्याने संशोधनाशी संबंधीत प्रत्येक एककाशी संपर्क करणे अपेक्ष्य होते. त्यामुळे समग्रातून नमुना म्हणून काही एककांची निवड केली गेली. याकरीता नमुना निवडीच्या सोईस्कर यादृच्छिक नमुना निवड पद्धतीचा अवलंब करण्यात आला.

प्रस्तुत संशोधनासाठी न्यादर्श म्हणून 600 मतदार घेण्यात आले. त्यापैकी प्रत्येक विधानसभा क्षेत्रातून 200 मतदार निवडण्यात आले व प्रत्येक विधानसभा क्षेत्रातून 20 गावांची निवड करून, प्रत्येक गावातून 10 मतदार निवडून, त्यांच्याकडून मुलाखत अनुसूची भरून घेण्यात आली.

संशोधनाचे महत्त्व :- "सर्वच आधुनिक राज्यात पक्षसंस्था अस्तित्वात असून नेहमी कार्यरत असल्याचे दिसून येते. राज्यव्यवस्थेत त्यांना महत्वाचे स्थान प्राप्त झालेले आहे. राजकीय पक्ष फक्त लोकशाही शासन प्रणाली असलेल्या देशातच आहे असे नाही, तर सर्वच देशात मग तेथे लोकशाही असो किंवा हुकूमशाही, सांसदीय प्रणाली असो किंवा अध्यक्षीय प्रणाली, प्रत्येक व्यवस्थेत राजकीय पक्ष कार्यरत असलेले दिसून येतात. साम्यवादी देशातील भांडवलशाही व्यवस्थेतही त्यांचे अस्तित्त्व दिसून येते. अर्थात प्रत्येक ठिकाणी त्याचे स्वरूप वेगवेगळे असू शकेल." स्वरूप वेगवेगळे असले तरी लोकषाहीच्या बळकटीच्या दृष्टीने राजकीय पक्ष, त्यांच्या प्रसार मोहीमा, प्रसाराची साधने खालच्या स्तरापर्यंत पोहचणे अनिवार्य आहे. गडचिरोली जिल्ह्यातील स्थितीमुळे राजकीय पक्ष, त्यांच्या प्रसार मोहीमा, प्रसाराची साधने या क्षेत्रात कितपत पोहचलीत. आदिवासी जिल्हा म्हणून विज्ञान तंत्रज्ञानातील प्रगती व प्रसारमाध्यमांची भागीदारी या घटकांची स्थिती काय घेवयाला गणतंत्रात्मक स्वरूप प्राप्त होऊन 60 वर्षांपेक्षाही जास्त कालावधी लोटला असल्याने या भागातील जनतेची लोकषाहीच्या जागृती विशयीची स्थिती काय ? हे तपासने आवष्यक आहे. हा मतदार वर्ग काहीसा अपिक्षित असल्याने या मतदाराला लोकषाहीचे प्रषिक्षण देण्यासाठी व जागृत करण्यासाठी राजकीय पक्षांनी आपल्या प्रचारमोहीमा याभागात कितपत प्रभावीपणे पोहचविल्या. येथिल जनतेला त्यांनी आपल्या प्रचारात कितपत सहभागी करून घेतले. सोबतच या प्रचार माध्यमांचे स्वरूप नेमके कसे आहे हे समजून घेणे निकडीचे आहे.

संशोधनाची उद्दिश्ये:- 1) संशोधन क्षेत्रातील राजकीय पक्षांच्या प्रभावाचे सादरीकरण करणे. 2) या भागातील प्रचार साधनांची सक्रीयता तपासणे. 3) प्रचाराची आधुनिक व पारंपारीक साधने या भागात पोहचली किंवा नाही हे तपासणे. 4) संशोधन क्षेत्रातील लोकांचा प्रचार मोहीमेतील सहभाग तपासणे. 5) प्रसार माध्यमांद्वारे संशोधन क्षेत्रातील लोकांच्या परिवर्तीत जिवनाचे अवलोकन करणे.

हितके :- 1) संशोधन क्षेत्रात केंद्र व राज्यस्तरावरिल बहुतांश राजकीय पक्ष सक्रिय आहेत. 2) प्रचाराची आधुनिक व पारंपारीक साधने या भागात पोहचली आहेत. 3) प्रचारासंदर्भातील सहभागाबाबत येथील जनता उदासीन आहे. 4) प्रचार साधणांच्या स्वरूपाविशीची कल्पना येथील जनतेला आहे.

सारणी क्र. 1.

निवडणुकीत प्रचार केला जातो यासंदर्भातील वारंवारिता दर्शक सारणी-अ.

अ. क्र.	प्रतिसाद	वारंवारिता	प्रमाण
1	होय	595	99.16
2	नाही	05	0.84
	एकूण	600	100

होय असल्यास प्रचाराची उपलब्ध साधने यासंदर्भातील प्रमाण दर्शक सारणी-ब

अ. क्र.	प्रतिसाद	वारंवारिता
1	वर्तमानपत्रे	440
2	सभा व रॅल्यांचे आयोजन	200
3	लॉऊडस्पीकर	595
4	भित्तीपत्रके, पोस्टर	500
5	प्रत्येक घरोघरी भेटी देऊन	100
6	मोबाईल	350
7	टिव्ही व रेडिओ	100
	एकूण	2285

(टिप-उत्तरदात्यांनी प्रश्नातील अनेक पर्यायांची निवड केली असल्याने इथे संख्या वाढलेली आहे.)

आदिवासी मतदारांचा प्रचारमोहिमेतील सहभाग दर्शक सारणी-क

अ. क्र.	प्रतिसाद	वारंवारिता	प्रमाण
1	होय	100	16.66
2	नाही	495	82.5
	एकूण	595	99.16

उपरोक्त सारणीवरून 595 (99.16%) मतदारांनी सर्वच निवडणुकीत राजकीय पक्षांद्वारे प्रचार केला जातो असे मत मांडले आहे. तर केवळ 05 (0.85%) मतदार या विषयी माहिती नसल्याचे सांगून आपली निरक्षरता समोर आणतात. होय म्हणून प्रतिसाद देणाऱ्या मतदारांपैकी 440 मतदारांनी वर्तमानपत्राद्वारे, 200 मतदार सभा व रॅलीचे आयोजन करून, 595 मतदार लॉऊड स्पीकरद्वारे, 500 मतदारांनी भित्तीपत्रके व पोस्टरद्वारे, 100 मतदारांनी प्रत्येक घरोघरी जाऊन, तर 350 मतदार मोबाईल द्वारे, 100 मतदार टिव्ही व रेडिओच्या माध्यमाद्वारे राजकीय पक्षांद्वारे प्रचार केला जातो असे मत मांडले आहे. उपरोक्त सारणी-क वरून आदिवासी मतदारांचा प्रचार मोहिमेतील सहभाग यासंदर्भात 100 (16.66%) मतदारांनी सकारात्मक प्रतिसाद दिला. तर 495 (82.05%) मतदार प्रचारात सहभागी होत नसल्याचे स्पष्ट करतात.

निष्कर्ष :- 1) निवडणुकीदरम्यान सर्वच राजकीय पक्षांद्वारे प्रचार केला जातो. निवडणुका लढवितांना पक्षांना आपला जाहीरनामा व विचार लोकांपर्यंत पोहचविणे अनिवार्य असते व त्यामुळे आपले विचार कसे लोककल्याणकारी आहेत हे जनतेला पटवून देऊन, गट्टा मते गोळा करून सत्तेच्या खुर्चीपर्यंत पोहचविण्याच्या प्रयत्नात असतात.

2) गडचिरोली सारख्या मागास, जंगलव्याप्त, विरळ वस्ती आसणाऱ्या गावागावात राजकीय पक्ष व त्यांच्या प्रचारसभा पोहचल्या असे दिसून येते.

3) प्रचाराच्या साधनांचे अवलोकन केल्यास अगदी पारंपारिक प्रचार तंत्रापासून तर आधुनिक तंत्राचा वापर राजकीय पक्ष करतांना दिसतात. सर्वात जास्त प्रमाणात लॉऊड स्पीकरच्या माध्यमातून व त्यापाठोपाठ भित्तीपत्रके व वर्तमानपत्रे व मोबाईलवर मॅसेज करून राजकीय पक्ष आपला जाहीरनामा मतदारांपर्यंत पोहचविण्याचा प्रयत्न करतांना दिसतात.

4) प्रत्येकच गावागावात पक्षांच्या प्रचारतोफा पोहचल्या असल्या तरी अध्ययन क्षेत्रातील हे मतदार प्रचारमोहिमेत फारच कमी सहभागी होतांना दिसतात. एकूणच अध्ययन क्षेत्रातील मतदार प्रचारातील सहभागाबाबत उदासीन असल्याचे अध्ययनाअंती स्पष्ट होते.

संदर्भ ग्रंथ

1) डॉ. फाडिया बि.एल., डॉ. पुखराज जैन, 'आधुनिक राजनीतिक सिध्दांत', प्रकाशक- साहित्य भवन पब्लिकेशन्स आग्रा, सुधारित आवृत्ती 2002 पृ. क्र. 346.

2) डॉ. दाते सुनिल, डॉ. मोरखंडीकर रा.शा., श्री. प्रा. क्षीरसागर के., 'राजकीय पक्ष आणि निवडणूक व्यवस्था', प्रकाशक- डॉ. राजेन्द्र वडनेरे, प्रभारी कुलसचिव, य. च. म. मु. विद्यापीठ नाशिक जून 2009 पृ. क्र. 24.