

राजनीतिक जनसंपर्क और विश्वसनीयता का संकट (Political PR and Crisis of Credibility)

*रतन सिंह शेखावत

शोध सारांश

एक पेशे के रूप में जनसंपर्क का इतिहास लगभग उतना ही पुराना है जितना कि जनसंचार के माध्यमों का है। मीडिया जनमत को प्रभावित करता है और मीडिया का उपयोग जनसंपर्क में उपकरण के रूप में किया जाता है। जनसंपर्क एक कला है और इस कला में संचार माध्यमों की भूमिका का उत्तरोत्तर विकास हुआ है जिसका जिक्र **जेम्स ई ग्रूनिंग और टॉड हंट)1984(** ने अपनी पुस्तक में जनसंपर्क के रूप में किया है। मॉडल्स 4' राजनीति उन क्षेत्रों में से है जिसने जनसंपर्क का उपयोग जनमत को अपने पक्ष में करने के लिए सबसे पहले किया। राजनीति में जनसंपर्क के उपयोग के सकारात्मक और नकारात्मक दोनों ही पक्ष हैं और कुछ विद्वान राजनीतिक जनसंपर्क को प्रोपगेंडा के रूप में देखते हैं और इसकी विश्वसनीयता पर सवाल खड़े करते हैं। प्रस्तुत शोध पत्र में ऐतिहासिक तथ्यों और स्रोतों के आधार पर राजनीतिक जनसंपर्क की विश्वसनीयता का अध्ययन किया गया है।

शोध का उद्देश्य

जनसंपर्क प्रक्रिया और उसकी ऐतिहासिकता को समझने के लिए शोध उसका महत्वपूर्ण अंग है। उसकी ऐतिहासिक प्रगति से उसकी भविष्य की गति को समझने में मदद मिलती है। प्रस्तुत शोध में द्वितीयक आंकड़ों के आधार पर यह समझने की कोशिश की गई है कि राजनीति में जनसंपर्क की विश्वसनीयता को किस रूप में देखा जाता है। ऐतिहासिक रूप से प्रथम विश्वयुद्ध और द्वितीय विश्व युद्ध के दौरान राजनीतिक जनसंपर्क की भूमिका को गहराई से पहली बार देखने की कोशिश की गई। इसके बाद अमेरिका के नेतृत्व वाले पश्चिमी गुट और सोवियत संघ के बीच लंबे समय तक चले शीत युद्ध के दौरान भी इसका परीक्षण हुआ। इस ऐतिहासिक घटनाक्रम में राजनीतिक जनसंपर्क की विश्वसनीयता के तत्व छिपे हुए हैं। उन्हीं तत्वों की पड़ताल करने का प्रयास शोधार्थी ने किया है।

प्रस्तुत शोध वर्णनात्मक है और इसमें ऐतिहासिक पद्धति का उपयोग किया गया है। राजनीतिक जनसंपर्क और उसकी विश्वसनीयता का परीक्षण करने के लिए द्वितीयक आंकड़ों जैसे पुस्तकों, शोध पत्रिकाओं और इंटरनेट पर उपलब्ध, स्रोतों का उपयोग किया गया है।

साहित्य समीक्षा

एक अवधारणा और शोध क्षेत्र के रूप में जनसंपर्क का क्षेत्र उतना ही पुराना है जितना कि राजनीति और समाज-सिसइरो क्योक और स्पाम्बैर स्ट्रॉज्जैस्प)2011(1² राजनीति में जनसंपर्क का सबसे पहले उपयोग अमेरिका में

राजनीतिक जनसंपर्क और विश्वसनीयता का संकट
(Political PR and Crisis of Credibility)

रतन सिंह शेखावत

प्रथम विश्व युद्ध के दौरान हुआ जब क्रील कमीशन की स्थापना की गई और उसे यह जिम्मेदारी दी गई कि अमेरिकी जनता को युद्ध के लिए तैयार करने के लिए जनमत तैयार किया जाए। जनमत निर्माण और जनसंपर्क एक दूसरे से जुड़े हुए हैं। जनसंपर्क विधा के जनक **एडवर्ड एल बर्नेज)1923** के मुताबिक जनमत को अपने पक्ष में करने के लिए किया मीडिया का उपयोग एक कला है। राजनीतिक संचार में प्रोगगेंडा का इस्तेमाल भी जनसंपर्क में होता रहा है और बड़े पैमाने पर आज भी होता है। अपनी पुस्तक **प्रोपगेंडा)1928** में बर्नेज इस बात का जिक्र करते हैं। यही वजह है कि राजनीति जनसंपर्क की विश्वसनीयता एक चुनौतीपूर्ण कार्य है। खुद बर्नेज और अन्य सभी संचारविद् जनसंपर्क को आपसी विश्वास पर आधारित मानते हैं।

नोम चोमस्की)2011⁽³⁾ ने अपनी पुस्तक में प्रोपगेंडा की असाधारण उपलब्धियों का जिक्र किया है। 'मीडिया कंट्रोल' यन में प्रोपगेंडा को जनसंपर्क का अ ने अपने अध्यचोमस्कीभिन्न अंग बताते हुए कहा है कि जनमत निर्माण में प्रोपगेंडा की ताकत बेजोड़ है। प्रथम विश्वयुद्ध से पूर्ण अमेरिकी जनता शांतिप्रिय और युद्ध के खिलाफ थी। ऐसे में अमेरिकी प्रशासन ने जनमत को युद्ध के पक्ष में करने के लिए प्रोपगेंडा का सहारा लिया और क्रील कमीशन की स्थापना की। इस कमीशन में एडवर्ड एल बर्नेज भी शामिल थे जिनको दुनियाभर में जनसंपर्क का जनक कहा जाता है। इस प्रोपगेंडा के प्रभाव से शांतिप्रिय अमेरिकी आते युद्ध के पक्ष में खड़े होने लगे।-तक आते 1915**रिचर्ड एम .) पर्लऑफ2018**⁽⁴⁾ ने अपनी पुस्तक में लोकतांत्रिक व्यवस्थाओं में राजनीतिक संचार का अध्ययन पेश किया है। उनका अध्ययन अमेरिका के राष्ट्रपति चुनावों के संदर्भ में अधिक हैलेकिन दुनिया के दो सबसे बड़े लोकतांत्रिक देश , वहार में कई समानताएं दर्शाता है। उन्होहोने के नाते अमेरिका और भारत में मीडिया के व्यंने एजेंडा सेटिंग और एजेंडा बिल्डिंग में अमेरिका के कई राष्ट्रपति चुनावों के अभियान का तुलनात्मक विश्लेषण किया है और पोलिटिकल मार्केटिंग के इतिहास की चर्चा की है।

राजनीतिक जनसंपर्क और विश्वसनीयता का संकट

जब भी मीडिया की विश्वसनीयता की बात होती है तो जनसंपर्क कर्मियों की विश्वसनीयता स्वाभाविक रूप से उससे जुड़ जाती है। मीडिया की विश्वसनीयता पर लगातार सवाल खड़े किए जाने लगे हैं। ऐसे में जनसंपर्क की , कि मीडिया के लिए जनसंपर्क समाचार के एक प्रमुख स्रोत के रूप में सनीयता भी खतरे में पड़ जाती है क्योंकि विश्व कार्य करता है। यह विषय तब और भी अधिक महत्वपूर्ण हो जाता है जब बात राजनीति की हो रही हो। पॉलिटिकल पब्लिक रिलेशंस में पॉलिटिकल कम्युनिकेशन पॉलिटिकल , पॉलिटिकल मैनेजमेंट , पब्लिक अफेयर्स , पॉलिटिकल मार्केटिंग , न आदि सभी क्षेत्रों का जनसंपर्क आ जाता है। कैम्पे इस उद्देश्य से होने वाला मीडिया रिलेशंस का कार्य भी इसके अधीन होता है।⁵ भारत के संदर्भ में यह बहुत ही महत्वपूर्ण है और मीडिया की राजनीतिक सत्ता से निकटता लगातार स्वतंत्र मीडिया के रूप में उसके अस्तित्व पर सवाल खड़ा करती रही है। विशेषतौर पर के लोकसभा चुनाव 2014 सनीयता को क और उसके बाद के दौर में राजनीतिक जनसंपर्क की विश्वटघरे में खड़ा किया जा रहा है। डिजिटल मीडिया के उभार और सोशल मीडिया की जनसंपर्क में भूमिका पर बड़े प्रश्नचिन्ह लगे हैं। शैली चौपड़ा)2014⁽⁶⁾ ने अपनी पुस्तक इस पुस्तक में इस विषय पर विस्तार से लिखा है कि भारत में राजनीतिक दलों की ओर से जनसंपर्क अभियान के लिए डिजिटल मीडिया उपकरणों जैसे वेबसाइट यूट्यूब आदि का सर्वप्रथम और पहला , ट्विटर , फेसबुक , के लोकसभा चुनाव ही था। हालांकि सोशल मीडिया ने राजनीतिक जनसंपर्क की 2014 शक्तिशाली प्रयोग पहुंचाया है और प्रोपगेंडा के रूप में इसका उपयोग जसनीयता को गहरा धक्काविश्वयादा हो रहा है। वर्ष के 2014

राजनीतिक जनसंपर्क और विश्वसनीयता का संकट (Political PR and Crisis of Credibility)

रतन सिंह शेखावत

फंडिंग और डिबेट में बड़ी ,लाकसभा चुनावों ने जनसंपर्क की ताकत दिखाई है और इसने राजनीतिक समर्थन जुटाने सिल करने के लिए मतदाताओं की मानसिकता को प्रभावित करने में यह बहुत अधिक मदद की है। जनसमर्थन हा भूमिका निभा रहा है। डिजिटल प्लेटफॉर्म भी इसमें अहम भूमिका निभा रहे हैंलेकिन इसमें ईमानदारी और , जरूरत है। भावी पीढ़ियों और आने वाले समय के राजनीतिक जनसंपर्क दोनों के लिए पारदर्शिता बढ़ाने की सख्त क है।ऐसा करना आवश्यक' मीडिया और मीडिया कर्मियों की विश्वसनीयता जनसंपर्क की विश्वसनीयता से सीधे जुड़ी हुई है क्योंकि मीडिया समाचार के स्रोत के रूप में जनसंपर्क का उपयोग करता है। ऐसे में यह बहुत जरूरी है कि मीडिया भी राजनीतिक प्रभावों से दूर रहे और जनसंपर्क भी राजनीति के मामलो में प्रोपगेंडा पर नियंत्रण की कोशिश करे तभी राजनीतिक जनसंपर्क की विश्वसनीयता कायम रह सकती है।

निष्कर्ष

राजनीतिक जनसंपर्क चाहे राष्ट्रीय स्तर पर हो या फिर अंतरराष्ट्रीय स्तर पर इसकी विश्वसनीयता के लिए पारदर्शिता अत्यंत आवश्यक है। प्रथम विश्वयुद्ध में शामिल होने के लिए जनमत निर्माण में अमेरिकी प्रशासन ने जनसंपर्क के स्थान पर प्रोपगेंडा को महत्व दिया। शीत युद्ध के दौरान भी नाटो और वारसा दोनों ही गुटों की ओर से राजनीतिक जनसंपर्क के स्थान पर प्रोपगेंडा को महत्व दिया गया और यही कारण है कि राजनीति में जनसंपर्क की विश्वसनीयता हमेशा सवालियों के घेरे में रही है। राष्ट्रीय स्तर पर सत्ता और जनमत के लिए जनसंपर्क की उचित प्रक्रिया को नहीं अपनाया जाता है। अमेरिका में राष्ट्रपति चुनाव हों या भारत में लोकसभा या विधानसभाओं के चुनाव जनसंपर्क की विश्वसनीयता हमेशा संदेहास्पद होती है। ऐसे में सोशल मीडिया के उभार ने राजनीतिक जनसंपर्क के लिए चुनौती को और बढ़ा दिया है। ऐसा मानने के अनेक कारण हैं कि राजनीतिक जनसंपर्क की विश्वसनीयता बनाए रखना अत्यंत आवश्यक है।

*सहायक प्रोफेसर,
जनसंचार केंद्र
राजस्थान विश्वविद्यालय

संदर्भ:-

1. Grunig, James E, Todd Hunt (1984), Managing Public Relations, Holt, Rinehart and Winston, USA
2. Stromback, Jesper and Kioussis, Spiro, (Editted) Political Public Relations: Principles and Applications (2011), Routledge
3. Chomsky, Noam (2011), Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda, Seven Stories Press, New York, USA.
4. Perloff, Richard M (2018), The dynamics of Political Communication: Media and Politics in a Digital Age.
5. <https://political-public-relations.com/#:~:text=Political%20public%20relations%20is%20the,help%20support%20its%20mission%20and>
6. Chopra, Shaili, THE BIG CONNECT: Politics in the age of Social Media (2014), Random House India
7. <https://www.prmoment.in/pr-insight/is-political-pr-the-next-big-thing-in-indias-pr-business>

राजनीतिक जनसंपर्क और विश्वसनीयता का संकट
(Political PR and Crisis of Credibility)

रतन सिंह शेखावत