

लोकसभा 2014 के लिए एन.ई.डब्ल्यू और ए.डी.आर द्वारा अभियान

परिचय: हमें राष्ट्रव्यापी नागरिक समाज अभियान की आवश्यकता क्यों है?

चुनावों में धन और बाहुबल के उपयोग ने शासन में घोटाले और बिगड़ाव पैदा किया। इस समस्या का समाधान कौन करेगा? निवारण आयोग के पास सीमित शक्तियां हैं। वर्तमान में राजनीतिक प्रणाली शायद इसमें समस्या का भाग है ना कि समाधान का। कॉरपोरेट क्षेत्र मौन है।

मार्च 2013 में जयपुर में आयोजित “चुनाव और राजनीतिक सुधार” राष्ट्रीय सम्मेलन में नेशनल इलेक्शन वॉच (एन.ई.डब्ल्यू) नेटवर्क ने समन्वित राष्ट्रव्यापी अभियान करने का फैसला किया। मतदाता जागरूकता पर 2002 से ए.डी.आर./एन.ई.डब्ल्यू ने बहुत अभियान किये हैं जिनकी चर्चा मीडिया में काफी हुई है। इसमें अंग्रेज़ी और क्षेत्रीय भाषाओं के साथ साथ प्रिंट तथा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया दोनों शामिल हैं। इस प्रक्रिया में एन.ई.डब्ल्यू ने डेटा की शुद्धता, अपने विश्लेषण और गैर पक्षपातपूर्ण दृष्टिकोण के लिए राष्ट्रव्यापी साख स्थापित की है। मीडिया, जनता, राजनीतिज्ञ, राजनितिक दल, चुनाव आयोग, सरकारी अधिकारी, सहयोगी गैर सरकारी संगठनों ने समय समय पर इस बात की पुष्टि की है। हमें 2014 लोकसभा चुनावों के लिए इसी बुनियाद के ऊपर काम करना पड़ेगा।

ज़ाहिर सी बात है कि अभियान का मुख्य उद्देश्य स्वच्छ चुनाव सुनिश्चित करना, स्वच्छ उम्मीदवार, उच्च मतदाता पंजीकरण और मतदान, बेहतर निर्वाचित प्रतिनिधि और अंत में बेहतर सरकार की स्थापना है। यह आशा की जाती है कि इन सब के बाद सुशासन को भी बढ़ावा मिलेगा।

अभियान का विषय:

राष्ट्रव्यापी अभियान के लिए एक ऐसे विषय की आवश्यकता है जोकि आम जनता पर केंद्रित हों चूंकि यह एक नागरिक समाज अभियान है। इसमें विषय ऐसा होना चाहिए जो समाज के सभी वर्गों के लोगों को भाग लेने के लिए उत्साहित करे। इस माध्यम से हम सकारात्मक बदलाव के लिए दबाव बना सकते हैं। केन्द्र में और विभिन्न राज्यों में सरकार बदली तो ह लेकिन शायद सुशासन का लक्ष्य वास्तव में हासिल नहीं हुआ है। अन्य शब्दों में, कुछ राजनीतिक दलों की जीत हुई है लेकिन लोगों की शायद ही जीत हुई हो। मीडिया “कौन जीतेगा” पर केन्द्रित है जबकि यह अभियान “जनता की जीत होनी चाहिए” पर केन्द्रित रहेगा, जिसका अर्थ है देश को भ्रष्टाचार मुक्त सुशासन मिलना चाहिए।

यह विषय है “ lets reclaim democracy, lets reclaim our country”। हिन्दी में हम कह सकते हैं कि “**वोट अपने हाथ में लें, अब देश हम वापस लें**”। शायद यह शब्द बदल जायें और इन्हे अन्य भाषाओं में अनुवाद करने की ज़रूरत हो।

अभियान पूरी तरह से मतदाता जागरूकता पर केन्द्रित होगा। हांलाकि कुछ संबधित मुद्दे जैसे शिकायत याचिका, जनहित/चुनाव याचिका यदि ज़रूरी हुआ तो अभियान का हिस्सा रहेंगे। लंबी अवधि के प्रणालीगत परिवर्तन जारी रहेंगे लेकिन वास्तव में इस अभियान का हिस्सा नहीं है।

अभियान के लिए दो पहलू ज़रूरी हैं। पहला मध्यम और उच्च वर्ग के मतदाताओं के लिए है। उनके लिए संदेश है कि वह वोट के लिए रजिस्टर हो और अपना वोट दें। मतदान प्रतिशत मतदाताओं के इस भाग से बहुत कम है। अगर वह बड़ी संख्या में मतदान में भाग लें तो वह परिवर्तन ला सकते ह। दूसरा पहलू श्रमिक वर्ग और गरीब मतदाताओं के लिए है। यहां संदेश है “**मेरा वोट बिकाऊ नहीं ह**”। यह वोट के लिए पैसों के अनियंत्रित वितरण की जांच के लिए है।

मुख्य विचार और अभियान की संकल्पना

चुनावों में धनबल की चौकाने वाली वृद्धि का कई लोगों और चुनाव आयोग द्वारा उल्लेख किया गया है। परिणामस्वरूप, चाहे कोई भी जीते, जीतने वाले पैसों वालों की आवश्यकताओं के प्रति बाध्य हो जाते हैं। यदि उन्होंने खुद चुनाव में खर्च किया हो तो वह खर्च की गई राशी का कई गुना वापस लेने में लग जाते हैं। फलस्वरूप सुशासन को कभी प्राथमिकता नहीं मिल पाती। यह कहा जा सकता है कि “**पैसा हमेशा जीतता और जनता हमेशा हारती ह**”। अभियान इसी समस्या को सम्बोधित करेगा। जैसे ज्यादा से ज्यादा लोग यह उठ कर बोलेंगे कि हमें अब यह स्वीकार नहीं है, वैसे ही उम्मीदवार और राजनीतिक दल को भी बदलना होगा।

हम इस संदेश का प्रसार करने के लिए सबसे सर्वोत्तम संचार विशेषज्ञों का प्रयोग करेंगे। इस अभियान के मुख्य विचार निम्नलिखित है। मध्य वर्ग और उच्च वर्ग को यह समझाना होगा की वह इस अभियान का हिस्सा क्यों बनें। यह सब इन विचारों से किया जा सकता ह—

1. पहला, देश को तुम्हारी ज़रूरत है क्योंकि चीज़े अच्छी हालत में नहीं है। ए.डी.आर के पास पर्याप्त डेटा है और मीडिया ने भी इसी क्रम में काफी घोटालों पर प्रकाश डाला है।
2. दूसरा, लोकतंत्र बहुत कीमती है जो केवल राजनीतिक प्रणाली और चुनाव आयोग के ऊपर नहीं छोड़ा जा सकता। नागरिकों को भी इससे जुड़ने की ज़रूरत है ताकि चीज़े बेहतर हो सके।
3. तीसरा, मतदान भारी संख्या में होना चाहिए, शायद ऐसे ही धनबल के अभिशाप से निपटा जा सके। चूंकि मध्यम वर्गों के वोटों को नहीं खरीदा जा सकता, अगर वह भारी संख्या में मतदान करें तो नतीजे बदल सकते हैं। शायद कुछ उम्मीदवार यह सोचने पर मजबूर हो जायें कि वो अपना धन वोट खरीदने में क्यों व्यर्थ करें जबकि यह मददगार साबित नहीं हो रहा है।
4. चौथा, वह इस अभियान का हिस्सा कैसे बन सकते हैं।

- क. अपना नाम वोट के लिए रजिस्टर करायें।
- ख. वोट देने के लिए जरूर जायें।
- ग. अगर संभव हो तो अपने मनपंसद उम्मीदवार या दल के लिए थोड़ी रकम दान करें¹।
- घ. रसीद की मांग करे और
- ङ. बाद में, पार्टी या उम्मीदवार से जवाबदेही की मांग करें, वास्तव में यह सब चुनाव से पहले ही किया जा सकता है।

मजदूर वर्ग और गरीब वर्ग के लोगों के लिए, संदेश है— **“मेरा वोट बिकाऊ नहीं है”**। यह तर्क सरल है— हम बेकार सरकारी सुविधाएँ पाते हैं (पानी, बिजली, शिक्षा, स्वास्थ्य, सड़कें, जलनिकासी, चाहे वो ग्रामीण हों या झुग्गी में) क्योंकि जो हमारा वोट खरीदने की कोशिश करेगा वो चुनाव के बाद इन खर्चों की वसूली करेगा। अभियान पैसों के प्रयोग ओर दुरुपयोग के तर्क को समझाने पर ध्यान केंद्रित करेगा और कैसे लोग इसका परिणाम भुगत रहे हैं। यह कहेगा **“आओ शपथ लेते हैं जो हमारा वोट खरीदने की कोशिश करेगा उसे हम हरगिज़ वोट नहीं देंगे”**।

अभियान का विस्तार

अभियान इस सामग्री के लिए सर्वोत्तम संचार विशेषज्ञों का उपयोग करेगा। समाज के निम्न वर्ग अभियान का लक्ष्य होंगे—

1. मजदूर वर्ग और गरीब मतदाता
2. मध्य वर्ग और उच्च वर्ग मतदाता
3. राजनितिज्ञ, वर्तमान सांसद और भूतपूर्व उम्मीदवार
4. राजनीतिक नेता
5. कॉरपोरेट नेता
6. मीडिया
7. नागरिक समाज संगठन

हालांकि, सभी वर्गों के लिए प्रचार—प्रसार किये जाने वाले विचार एक सामान्य होंगे। ए.डी.आर/एन.ई.डब्ल्यू वर्तमान सांसदों के लिए सूचना प्रसार करने की अपनी रणनीति जारी रखेगा। जबकि संवय का यह डेटा वित्तीय और आपराधिक रिकॉर्ड पर आधारित है, यदि संभव हुआ तो इसमें वृद्धि करेंगे— सांसदों में उपस्थिति, कैसे सांसदों ने फंड का प्रयोग किया, पूछे गये प्रश्न, प्रस्तावित बिल इत्यादि के साथ। कई अन्य समूह भी बुनियादी ढांचे पर जानकारी का पता लगा रहे हैं, शिक्षा, स्वास्थ्य और अन्य निर्वाचन वार संकेतक के साथ। जहां तक भी संभव है हम उन लोगों के साथ समन्वय स्थापित करेंगे।

¹ चूंकि अभी पब्लिक फंडिंग नहीं है, उम्मीदवार कहां से पैसों की व्यवस्था करें? काला धन और कॉरपोरेट फंडिंग वर्तमान में बड़ी समस्याएँ हैं। अधिकतर फंडिंग अवैध है और खुले रूप में नहीं की जाती। आदर्श रूप में, उम्मीदवारों के अभियान के लिए आम जनता को छोटी छोटी रकम दान करना चाहिए।

इस बार नया जोर प्रमुख तौर पर धनबल को रोकने पर रहेगा। सभी वर्गों को धनबल की भूमिका से पूर्णरूप से अवगत कराया जायगा। उदाहरण के लिए, पूर्व मुख्य चुनाव आयुक्त डा० कुरेशी ने कहा कि उत्तर प्रदेश विधानसभा चुनाव में 10 हजार करोड़ रुपये से अधिक काले धन का खर्च किया गया। पूर्व मुख्य चुनाव आयुक्त श्री गोपालास्वामी ने प्रिंट मीडिया को लिखा कि कई सौ प्रतिशत या उससे अधिक का रिटर्न लेने के लिए चुनाव एक निवेश का ज़रिया हो गये हैं। यह प्रसार अभियान द्वारा एकत्र तथ्यों के आधार पर किया गया।

उपरोक्त आम विचार के अलावा, समाज के प्रत्येक वर्ग के लिए लक्षित अभियान भी आवश्यक है। मज़दूर वर्ग और गरीब वर्गों के लिए अभियान के निम्नलिखित पहलू शामिल होंगे—

1. क्षेत्रीय/स्थानीय मीडिया (प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक)।
2. कम से कम 30 सकेंड से 1 मिनट के क्लिप।
3. अभियान में प्रसिद्ध जानी मानी हस्तियों का प्रयोग जो सभ्य समाज में अच्छी छवि रखते हों, और अभियान की परिकल्पना से मेल खाते हों। अर्थात् जो राजनीति से ना जुड़े हो और जो साद और प्रतिष्ठित हो।

एक्शन आईटम (सुझाव)

फ़ेस 1: प्रारम्भ 28 जुलाई 2013

उद्देश्य: स्वच्छ उम्मीदवारों और स्वच्छ चुनाव के लिए दबाव बनाना

एक्शन आईटम (सुझाव)

1. विश्लेषण का डेटा और जानकारी देते हुए प्रत्येक राज्य के सांसद और विधायक को लैटर लिख। उम्मीदवारों को टिकट देने का पैटर्न बदलने की मांग करें।
2. यही जानकारी और यही मांग करते हुए प्रत्येक राज्य के राष्ट्रीय और राज्य स्तरीय नेताओं को लैटर लिखें।
3. इलेक्शन कमीशन, चीफ इलेक्शन आफिसर, रिटर्निंग आफिसर/कलेक्टर/डीएम/डीप्यूटी कमीशनर, एसपी पुलिस, राज्य के प्रतिष्ठित लोगों, कंपनियों को इसी जानकारी और मांग के साथ लैटर लिखें।
4. मीडिया ओर हाईकोर्ट/सुप्रीम कोर्ट के जजों को लैटर लिखें।
5. प्रत्येक राज्य में अगस्त के अंत तक अभियान को प्रारम्भ करने के लिए प्रेस सम्मेलन करें।
- 6- एन.ई.डब्ल्यू/ए.डी.आर जागरूकता से संबंधित चीजे इन्टरनेट, एसएमएस और सोशियल मीडिया पर डालें।
- 7- एन.ई.डब्ल्यू/ए.डी.आर प्रेस सम्मलेन आयोजित करेगा।
- 8- एन.ई.डब्ल्यू/ए.डी.आर मिलकर शहरों में वार्ता/सेमिनार आयोजित करेगा।

फ़ेस 2: सीधे लोगों से जुड़ना

समय: ??

स्टेट पार्टनर इसके लिए अपने विचार और अनुभव दें। मैसूर से डा0 बालू अपने अनुभव बाटेंगे। अन्य राज्य भी अपने अनुभव बांट सकते हैं। विषय में स्ट्रीट प्ले, मोबाईल वैन, लोकल टीवी, पम्फ्लैट, पोस्टर शामिल है।

कुछ मुख्य संदेश—

- 1- वोट देने से पहले उम्मीदवार की पृष्ठभूमि को जानकारी देखें।
- 2- अपना वोट ना बेचें, नहीं तो आपको खराब शासन भुगतना होगा।

एक्शन आईटम

हमें क्या करने की ज़रूरत है इस विषय पर चर्चा। विषय/कारवाई के लिए विकल्प हैं—

- 1- मतदान ज़रूर करें
- 2- अपना वोट ना बेचें
- 3- गंभीर धारा वाले आपराधिक उम्मीदवार को अपना वोट ना दें
- 4- लोगों के घोषणापत्र बनवाएँ
- 5- बजट विश्लेषण
- 6- राज्य विश्लेषण
- 7- एसएमएस, सोशियल मीडिया, इन्टरनेट, आउटबांड काल्स
- 8- इसका कुल खर्च?
- 9- कम से कम 30 सैकेण्ड से 1 मिनट के क्लिप के लिए विषय वस्तु तैयार कर
- 10- मीडिया हैड से बातचीत/उनको लैटर लिखें
- 11- ए.डी.आर विषयवस्तु तयार करने की कोशिश करेगा, प्रत्येक राज्य के स्वयंसेवकों को क्षेत्रीय भाषा में विषय वस्तु को ढालने की ज़रूरत