

2014 के लोकसभा चुनाव में भारतीय जनता पार्टी का चुनाव प्रचार एवं घोषणा-पत्र : एक अध्ययन

Bharatiya Janata Party's Election Campaign and Manifesto in the 2014 Lok Sabha Elections: A Study

सारांश

16 वीं लोकसभा के चुनाव में भारतीय लोकतंत्र एक नवीन गतिशीलता की ओर उन्मुख हुआ जब एक पार्टी विशेष द्वारा केंद्र में पूर्ण बहुमत प्राप्त कर स्थिर सरकार बनायीं। भारतीय जनता पार्टी ने यह चुनाव परम्परागत मुद्दों से हटकर विकास, सुशासन तथा सबके साथ के नवीन वादों के साथ लड़ा जिसमें मोदी लहर के बलबूते भारतीय जनता पार्टी ने केंद्र में सरकार बनायीं। यह चुनाव भारतीय जनता पार्टी ने एक नवीन घोषणा-पत्र एवं नवीन चुनाव प्रचार माध्यम का सहारा लेकर लड़ा एवं जीता।

In the 16th Lok Sabha election, Indian democracy was oriented towards a new dynamic when a party specially formed a stable government with absolute majority at the center, the Bharatiya Janata Party moved away from the traditional issues with development, good governance and all new promises. In which the Bharatiya Janata Party formed the government at the Center due to the Modi wave, the Bharatiya Janata Party fought and won this election with the help of a new manifesto and new election campaign medium.

मुख्य शब्द : लोकसभा चुनाव, भारतीय लोकतंत्र, राजनीतिक दल, भाजपा।

Lok Sabha Elections, Indian Democracy, Political Parties, BJP.

प्रस्तावना

लोकतांत्रिक प्रणाली वाले देशों में प्रतियोगी राजनीतिक दलों की सफलता या अफलता का निर्धारण इस बात से होता है कि वह अपने घोषणा पत्र को जनता तक पहुंचाने में कितना कामयाब होता है, वह किस हद तक जनता का विश्वास प्राप्त करने में सफल होता है और कितनी तार्किकता के साथ विरोधी दलों की आलोचना करता है। अपनी बातों को जनता तक पहुंचाना ही चुनाव प्रचार का मुख्य उद्देश्य होता है। वर्ष 2014 का लोकसभा चुनाव इस दृष्टि से भी खास है कि इसमें जिस प्रकार चुनाव प्रचार में राजनीतिक रणनीतिकारों, कुशल चुनावी संचालन करने वाली फर्मों, 3डी तकनीक, सोशल मीडिया का प्रयोग किया गया, वैसा आज तक किसी लोकसभा चुनाव में नहीं किया गया। जिस 'मोदी लहर' पर सवार होकर भाजपा ने चुनावों में 282 सीटें जीतकर स्पष्ट बहुमत प्राप्त किया, उस लहर के बनने के पीछे, नरेन्द्र मोदी का आकर्षक व्यक्तित्व, धुंआधार रैलियां, प्रशांत किशोर जैसे कुशल चुनावी रणनीतिकार हैं। स्ववायर जैसी कंसल्टेंट कंपनियां और फेसबुक, ट्विटर के रूप में सोशल मीडिया साधनों की बड़ी भूमिका रहीं। बड़े-बड़े राजनीतिक मंचों से लेकर छोटी-छोटी चाय की दुकानों तक और मीडिया चैनलों से लेकर जेब में रखे जाने वाले मोबाइल तक सभी जगह भाजपा ने अपनी पहुंच बनाई। देशव्यापी रैलियों के जरिये सभी राज्यों तक भाजपा की पहुंच बनाई गई। इसके साथ ही 'चाय पे चर्चा', 3डी रैली के माध्यम से आम लोगों तक अपनी पकड़ बनाई। 'रक्तदान शिविरों' 'रन फॉर यूनिटी' फेसबुक पर प्रचार के जरिये युवा वर्ग को भी जोड़ने का प्रयास किया। चुनावों में केवल राजनीतिक छींटाकशी ही नहीं वरन् राष्ट्रवादी विचारों को ज्यादा तवज्जो दी गई। नरेन्द्र मोदी अपनी हर रैली में भाषण के शुरुआत और अंत में 'भारत माता की जय' के नारे लगवाते, जिससे लोगों में राष्ट्रप्रेम की भावनाओं का ज्वार उमड़ता। वस्तुतः भाजपा का यह चुनाव प्रचार अमेरिका के राष्ट्रपति चुनावों से बहुत प्रभावित प्रतीत होता है। जिस प्रकार अमेरिका के राष्ट्रपति चुनाव व्यक्ति प्रधान होता है उसी प्रकार भारत में 2014 का लोकसभा चुनाव किसी दल, विचारधारा पर आधारित न होकर



अन्नपूर्णा रंथला

शोधार्थी,

राजनीति विज्ञान विभाग,
राजस्थान विश्वविद्यालय,
जयपुर, राजस्थान, भारत

नरेन्द्र मोदी पर ही केन्द्रित था। भाजपा के चुनावी अभियान को निम्न प्रकार से स्पष्ट किया जा सकता है।

साहित्यावलोकन

संदीप दत्ता ने 02 मई 2014 को बिजनेस टुडे, इंडिया टुडे में लिखे अपने लेख "हाउ बीजेपी ऑनलाइन कैम्पेन प्रूव्ड वाइटल फॉर सक्सेस" में भारतीय जनता पार्टी के 16 वीं लोकसभा में चुनाव प्रचार एवं रणनीति की विस्तृत चर्चा प्रस्तुत की है। लेखक ने अपने लेख में भारतीय जनता पार्टी की रणनीति तथा उसकी चुनाव में विजय प्राप्ति में परिणति को इंगित किया है।

बी.एल.फडिया एवं पुखराज जैन ने अपनी पुस्तक भारतीय शासन एवं राजनीति में वर्ष 2014 में संपन्न 16 वीं लोकसभा चुनाव में भारतीय जनता पार्टी द्वारा प्रयुक्त घोषणा-पत्र के बारे में विस्तृत समीक्षा प्रस्तुत की है। प्रस्तुत पुस्तक में लेखक ने बताया है कि किस प्रकार भारतीय जनता पार्टी ने 16 वीं लोकसभा में अपने परंपरागत चुनावी मुद्दों के स्थान पर नवीन मुद्दों यथा विकास, सुशासन आदि पर अधिक बल दिया तथा अपनी चुनावी रणनीति में व्यापक बदलाव कर चुनाव लड़कर केंद्र में पूर्ण बहुमत की सरकार बनायी

गोवा कानक्लेव (चुनाव समिति का गठन) : मार्च 2013 में नरेन्द्र मोदी को भाजपा संसदीय बोर्ड में शामिल किया गया। इसके साथ ही उन्हें चुनाव समिति के सदस्यों का चयन करने वाली एक उप-समिति का भी अध्यक्ष बनाया गया। इस चयन के साथ ही नरेन्द्र मोदी केन्द्रीय भूमिका में आ गए।¹ 10 जून 2013 को गोवा में भाजपा की राष्ट्रीय कार्यकारिणी समिति की बैठक आयोजित की गई। बैठक में नरेन्द्र मोदी को चुनाव प्रचार समिति का प्रमुख बना दिया गया। इस पद ने पार्टी में नरेन्द्र मोदी के पद को बहुत बड़ा कर दिया। नरेन्द्र मोदी के चयन से सभी सहमत हो, ऐसा भी नहीं था। भाजपा के वरिष्ठ नेता लालकृष्ण आडवानी ने अपने विरोध के चलते 11 जून को पार्टी के सभी पदों से इस्तीफा दे दिया। आडवानी के इस तरह त्यागपत्र देने से भाजपा में आंतरिक कलह की बात तेजी से फैलने लगी।² भाजपाध्यक्ष राजनाथ सिंह ने संघ प्रमुख मोहन भागवत से मुलाकात की और उन्हें आडवानी को समझाने का आग्रह किया। अंततः 12 जून को मोहन भागवत के समझाने पर आडवानी ने पार्टी पदों से अपना त्यागपत्र वापस ले लिया। 19 जुलाई 2013 में 'गोवा कॉनक्लेव' का आयोजन हुआ। इस बैठक में चुनाव प्रचार समिति के सदस्यों का चयन किया जाना था। नरेन्द्र मोदी ने इसकी अध्यक्षता की, वहीं अटल बिहारी वाजपेयी, राजनाथ सिंह और लालकृष्ण आडवानी निर्देशक की भूमिका में थे। बैठक में 12 सदस्यीय चुनाव प्रचार समिति का गठन किया गया जिसमें शामिल थे—मुरली मनोहर जोशी, वेंकैया नायडू, नितिन गडकरी, सुषमा स्वराज, अरुण जेटली, अनंत कुमार, थावरचंद गहलोत, रामलाल, मध्यप्रदेश के मुख्यमंत्री शिवराज सिंह, छत्तीसगढ़ के मुख्यमंत्री रमन सिंह और गोवा के मुख्यमंत्री मनोहर पर्रिकर आदि।³ 13 सितंबर 2013 को भारतीय जनता पार्टी ने नरेन्द्र मोदी को

प्रधानमंत्री पद का उम्मीदवार घोषित कर दिया। इस तरह नरेन्द्र मोदी भाजपा के चुनावी चेहरा बन गये। भाजपा ने प्रधानमंत्री पद के उम्मीदवार के लिए अपने सहयोगी दलों से कोई वार्ता नहीं की थी। इसी का परिणाम था कि नरेन्द्र मोदी के उम्मीदवार घोषित होने के बाद राजग परिवार से जनता दल (यू) ने अपना नाता तोड़ लिया। लेकिन नरेन्द्र मोदी और भाजपा पर जनता दल (यू) के अलग होने का कोई प्रभाव नहीं हुआ।⁴

चुनाव रैलियां व सम्मेलन : भाजपा ने अपने चुनावी अभियान का आगाज 15 सितंबर 2013 से किया, जब हरियाणा के रेवाड़ी में नरेन्द्र मोदी ने पूर्व सैनिकों की विशाल रैली को संबोधित किया। वैसे तो हर राजनीतिक दल अपने प्रचार के लिए रैलियां करता है, जनसभाओं का आयोजन करता है परंतु भाजपा की रैलियां बाकी रैलियों से अलग थीं। चुनावों से पहले भाषण के सामने 2 सबसे बड़ी चुनौतियां थीं, पहली ये कि भाजपा का प्रभाव केवल उत्तर राज्यों तक ही सीमित था, दक्षिण तथा उत्तर-पूर्व के राज्यों में उसकी उपस्थिति नाममात्र के बराबर भी न थी। अतः जरूरी था कि भाजपा का प्रचार पूरे देश में हो। दूसरे प्रधानमंत्री पद के उम्मीदवार नरेन्द्र मोदी गुजरात के मुख्यमंत्री थे, अतः उनकी छवि एक राष्ट्रीय नेता की नहीं थी। इसके अलावा संचार क्रांति के इस युग में शिक्षित युवा वर्ग को अपनी ओर आकर्षित करना भी एक चुनौती थी। इसके लिए भाजपा के नेताओं ने ताबड़तोड़ देशव्यापी रैलियां कीं। अकेले नरेन्द्र मोदी ने 25 राज्यों में 437 रैलियां कीं और लगभग 3 लाख किलोमीटर की यात्रा की।⁵ भाजपा के राष्ट्रीय अध्यक्ष राजनाथ सिंह ने भी 155 से 160 के लगभग रैलियां कीं। इनके अलावा लालकृष्ण आडवानी, सुषमा स्वराज, अरुण जेटली, मुरली मनोहर जोशी, शिवराज सिंह, रमन सिंह ने भी कई प्रांतों में रैलियां कीं। इन रैलियों में भी 21 राज्यों में 38 बड़ी रैलियां आयोजित की गईं। उत्तरप्रदेश, जहां लोकसभा की सर्वाधिक 80 सीटें हैं, में सबसे ज्यादा 8 रैलियां की गईं। यहां भाजपा के राष्ट्रीय नेताओं के अलावा गोरखपुर से भाजपा सांसद और बाबा गोरखनाथ पीठ के महंत योगी आदित्यनाथ भाजपा के स्टार प्रचारक रहे। उत्तरप्रदेश के अतिरिक्त कर्नाटक में 4, बिहार में 3 रैलियां आयोजित की गईं। दक्षिण भारत में कर्नाटक ही एकमात्र है जहां भाजपा की सरकार रही। यहां भाजपा के नेता वी.एस. येदिरप्पा स्टार प्रचारक रहे। बिहार में भाजपा और नरेन्द्र मोदी के लिए जनता का समर्थन भारी मात्रा में देखने को मिला। 27 अक्टूबर 2013 को बिहार के पटना में भाजपा की 'हुंकार रैली' हुई, जिसे नरेन्द्र मोदी संबोधित कर रहे थे। उसी सभा में पीछे की तरफ दो देशी बम विस्फोट हुए पर जनता नरेन्द्र मोदी का भाषण सुनने के लिए टिकी रही। मोदी ने तमिलनाडु, महाराष्ट्र, आसाम और उड़ीसा में 2-2 रैलियां कीं। शेष राज्यों जैसे हरियाणा, दिल्ली, राजस्थान, जम्मू कश्मीर, उत्तराखंड, झारखंड, पं. बंगाल, गोवा, मणिपुर, केरल, हिमाचल प्रदेश, अरुणाचल प्रदेश, त्रिपुरा और पंजाब में 1-1 रैली की।⁶

भारत विजय रैलियां : चुनावों के नजदीक आने पर पूरे देश में भाजपा की लहर को तीव्र करने और जहां

भाजपा का प्रभाव कम रहा उन लोकसभा सीटों पर विशेष जोर देने के मकसद से 'भारत विजय' रैलियों का आयोजन किया गया। इसकी शुरुआत 26 मार्च 2014 को जम्मू-कश्मीर के उधमपुर से हुई, जहां नरेन्द्र मोदी ने वैष्णोदेवी मंदिर जाकर पूजा-अर्चना की और रैली का शुभारंभ किया। भारत विजय रैलियां 2 चरणों में सम्पन्न हुईं। पहला चरण-26 मार्च से 30 अप्रैल में हुआ, जहां मोदी ने 25 राज्यों में 155 रैलियां कीं, वहीं दूसरे चरण 1 मई से 10 मई को 5 राज्यों में 30 रैलियां की। इस तरह कुल 185 रैलियां 45 दिन में आयोजित की गईं। रैलियों का उद्देश्य एक लोकसभा सीट और उसके आसपास के लोगों में प्रचार करना था अतः इसमें लोगों की औसत उपस्थिति 1 से 2 लाख थी, इस तरह इन रैलियों के जरिये करीब 5 से 10 करोड़ लोगों से संपर्क स्थापित किया गया।

समयावधि	रैलियां	राज्य	कुल किमी
26 मार्च-30 अप्रैल	155	25	1,50,000 किमी
1 मई-10 मई	30	5	50,000 किमी
कुल	185	25	2,00,000 किमी

3 डी रैलियां : 2014 के लोकसभा चुनावों में अपनी 'भारत विषम रैलियों' के दौरान मोदी ने प्रचार की एक नई और आकर्षक तकनीक '3डी तकनीक' का उपयोग किया। यद्यपि इससे पूर्व 2012 के गुजरात विधानसभा चुनाव के दौरान भी मोदी ने इसका सफल प्रयोग किया। तब इसे गुजरात में सबसे अधिक संख्या (53) के साथ एक साथ प्रसारण घटना के रूप में गिनीज बुक ऑफ वर्ल्ड रिकॉर्ड में शामिल किया गया। लेकिन इन चुनावों में मोदी ने अपने पुराने रिकॉर्ड को तोड़ दिया। जब उन्होंने 7 अप्रैल 2014 को शाम 6:30 से 8:00 बजे तक एक 100 स्थानों पर लोगों को संबोधित किया। चलती-फिरती गाड़ियों में लगे बड़े पर्दे पर मोदी की उभरती छवि और उनका भाषण सुनना बेहद आश्चर्यजनक और आकर्षक था। लोग बड़ी संख्या में मोदी को इस तरह देखने के लिए उमड़ने लगे। इन रैलियों ने मोदी को तकनीकीप्रेमी आधुनिक नेता की छवि दी, जो उनके विरोधियों के पास नहीं थी। 3डी रैलियां 2 चरणों में हुईं-7 से 30 अप्रैल 2014 तक कुल 750 स्थानों पर एवं 1 मई से 10 मई तक 600 स्थानों पर ये रैलियां आयोजित की गईं।

चाय पे चर्चा : चुनाव प्रचार के दौरान मोदी ने अपने जीवन के संघर्ष के दिनों का जिक्र किया। जब वे गुजरात के बड़नगर रेलवे स्टेशन पर अपने पिता के साथ चाय बेचा करते थे। जनवरी 2014 में कांग्रेस के वार्षिक अधिवेशन में वरिष्ठ कांग्रेस नेता मणिशंकर अय्यर ने मोदी को 'चायवाला' कहकर उपहास किया। भाजपा नेताओं ने इस बात को पकड़ लिया और इसे चायवालों, मजदूरों का अपमान करार दिया। भाजपा के चुनाव प्रचार सेल ने इसको एक अच्छे अवसर के रूप में भुनाया और शुरुआत हुई-'चाय पे चर्चा' कैम्पेन की। 12 फरवरी 2014 से इस अभियान की शुरुआत हुई। चाय की दुकानों पर छोटे-छोटे टीवी स्क्रीन लगाए गए जहां मोदी ने आम लोगों के साथ खुद को जोड़ा। प्रारंभ के 300 शहरों के

लगभग 1000 चाय स्टॉल पर चर्चा आरंभ की गई। इनमें से अकेले गुजरात के 22 शहरों के 61 स्थानों पर चर्चा हुई। चाय पर चर्चा भाजपा के लिए काफी लाभदायक साबित हुआ। भारत में चाय की स्टॉल, थडियां ही वह जगह मानी जाती है, जहां लोग नेताओं, राजनीतिक दलों के बारे में प्रायः खुलकर विचार विमर्श करते मिल जाते हैं। इस अभियान के जरिये भाजपा ने चर्चा के अंतिम स्थान तक पहुंचने में सफलता प्राप्त कर ली।⁷

साक्षात्कार : पूरे चुनावी अभियान के दौरान नरेन्द्र मोदी ने प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक और स्थानीय मीडिया को अनगिनत साक्षात्कार दिए। ये साक्षात्कार किसी एक पत्रकार द्वारा और पत्रकारों के पैनल द्वारा लिये जाने वाले दोनों ही प्रकार के थे। इस सूची में 'इंडिया टवी पर' 'आप की अदालत', जी-न्यूज को दिए साक्षात्कार, एबीपी न्यूज का घोषणापत्र आदि कार्यक्रम शामिल हैं। उन्होंने ANI (News Association of India) के साथ एक एक विस्तृत साक्षात्कार भी किया था, जिसमें उन्होंने राजनीति, विदेश नीति और विदेश संबंधों के बारे में विस्तार से बात की। प्रिंट मीडिया में हिंदुस्तान टाइम्स, हिंदुस्तान, जागरण, नवभारत टाइम्स आदि समाचार पत्रों ने भी मोदी का साक्षात्कार किया। CNBC TV-18 के साथ हुए एक साक्षात्कार के जरिये मोदी ने भारत के आर्थिक विकास, राजनीतिक समस्याओं, विदेशी नीति व पड़ोसी देशों के संबंध में अपनी नीति व दृष्टिकोण को जनता के सामने रखा।

चुनावी फर्मों और विशेषज्ञों की भूमिका : प्रचार को ज्यादा आकर्षक, हाइटैक और प्रभावी बनाने के लिए विदेशी फर्मों को हायर किया गया। ये फर्म/एजेंसियां चुनावी विज्ञापन बनाने, रणनीतियां कायम करने में महारत प्राप्त थी। एक एडवरटाइजिंग एजेंसी-सोहो स्क्वायर ने टी.वी., रेडियो, प्रिंट मीडिया पर चुनावी कैम्पेन संभाला। इसी फर्म ने 2014 में नरेन्द्र मोदी के सबसे लोकप्रिय नारे 'अबकी बार मोदी सरकार' को भी तैयार किया था।⁸ सोशल मीडिया के तेजी से बढ़ते प्रसार को भाजपा ने भांप लिया। नरेन्द्र मोदी 2009 से ही ट्विटर पर सक्रिय थे। चुनावी माहौल में मोदी की ट्विटर पर सक्रियता सर्वाधिक रही। जिसका भी उन्हें फायदा पहुंचा। इसके अलावा सोशल एप्प फेसबुक पर भी भाजपा सक्रिय रही। भाजपा से जुड़े और मोदी के समर्थक कुछ प्रोफेशनल्स लोगों ने फेसबुक पर एक पेज बनाया जिसका नाम था-Support Narendra Modi इस पेज के जरिये भाजपा के IT Cell ने विरोधियों को सोशल मीडिया पर घेरना शुरू किया। स्वाति चतुर्वेदी ने अपनी पुस्तक 'I am a troll' में यह आरोप लगाया है इस पेज और ग्रुप के जरिये मोदी विरोधियों को जतवसस किया जाता है, उन्हें रेप करने और जान से मारने की धमकी भी दी जाती है। जल्दी ही यह पेज फेसबुक पर सर्वाधिक लोकप्रिय हो गया। इसको बनाने और इसे संचालित करने वालों में विकास पांडे, विनोद राय, हितेश रंगाता, देवांग दवे, ब्रिजेश द्विवेदी, हार्दिक उपाध्याय, शैलेश झा, विक्की गिरधर आदि प्रमुख हैं।⁹

प्रशांत किशोर फैक्टर : नरेन्द्र मोदी के पूरे चुनावी प्रचार के सूत्रधार थे प्रशांत किशोर। 1977 में जन्मे प्रशांत किशोर लगभग 8 वर्ष तक संयुक्त राष्ट्र संघ में स्वास्थ्य अधिकारी के तौर पर कार्यरत थे। वर्ष 2012 के गुजरात विधानसभा चुनाव से नरेन्द्र मोदी के साथ जुड़े और 2014 के लोकसभा चुनाव में भी वे साथ रहे। वर्ष 2014 के लोकसभा चुनाव के लिए एक संगठन को 2013 में बनाया। इसमें कई ऐसे लोग थे जो उच्च शिक्षण संस्थानों जैसे में पढ़ रहे थे या पास आउट थे और बहुराष्ट्रीय कंपनियों में काम कर रहे थे। कई लोग सिविल सेवा की तैयारी में थे तो कई रोजगार की तलाश में थे। इस संगठन के लोग सोशल मीडिया या अन्य किसी भी माध्यम से सक्रिय थे। इनका मुख्य कार्य विपक्षी दलों व रकारों की नीतियों व कार्यों में तकनीकी कमियां निकालना तथा उनकी तीव्र आलोचना करना था। प्रशांत किशोर ने नरेन्द्र मोदी के चुनावी अभियान की मार्केटिंग और एक जादुई नेता के रूप में उनकी छवि बनाने के लिए अनेक कार्यक्रम चलाये जैसे— 'चाय पे चर्चा', 'रन फॉर यूनिटी', मंथन और सोशल मीडिया के कई कार्यक्रम भी थे।¹⁰

चुनाव घोषणा पत्र—2014

घोषणा पत्र का अंग्रेजी शब्द "मेनिफेस्टो" मूलतः एक इटालियन शब्द है जो लेटिन भाषा के मैन "सिस्टम" शब्द से लिया गया है इसका शाब्दिक अर्थ है "एक घोषणापत्र वह दस्तावेज होता है जिसमें एक निश्चित समुदाय के राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक लक्ष्यों को उद्घोषित किया जाता है"। घोषणा पत्र का प्रयोग सामान्यतः चुनाव में राजनीतिक दलों द्वारा अपनी नीतियों को जनता के सामने रखने के लिए होता है घोषणा पत्र को निम्न रूप से प्रकाशित किया जा सकता है:—

1. मेरियम-वेबस्टर शब्दकोष : "एक लिखित दस्तावेज है जो इसके प्रस्तुतकर्ता के मुद्दों, दृष्टिकोण और भावनाओं को खुलकर व्यक्त करता है। किसी समूह के घोषणा पत्र गरीबों की सहायता और हिंसा रोकने पर केंद्रित होता हो।"¹¹
2. कोलिन्स शब्दकोष के अनुसार : "एक घोषणा पत्र किसी व्यक्ति या व्यक्तियों के समूह, विशेषकर राजनीतिक दल या सरकार द्वारा प्रकाशित दस्तावेज होता है जिसमें वे अपने लक्ष्यों और नीतियों को व्यक्त करते हैं।"¹²
3. कैम्ब्रिज शब्दकोष : "किसी संगठन विशेषकर राजनीतिक दल के विश्वासों, लक्ष्यों और नीतियों का लिखित दस्तावेज।"¹³
4. मेनिफेस्टो इटालियन भाषा का शब्द है, जो लैटिन भाषा के "मेनिफेस्टम" शब्द से निकला है। वर्ष 1011 का "बगदाद मेनिफेस्टो", 1776 का 'अमेरिका की स्वाधीनता का घोषणा पत्र', 1789 में फ्रांस की क्रांति के समय 'पुरुषों और नागरिकों के अधिकारों का घोषणा पत्र' आदि कुछ प्रमुख घोषणा पत्र हैं। इस प्रकार एक घोषणा पत्र वह दस्तावेज होता है जिसके माध्यम से कोई समूह संगठन विशेषता राजनीतिक दल जनता को अपने लक्ष्यों विश्वासों नीतियों से परिचित करवाता है मेनिफेस्टो शब्द का

सबसे अच्छा प्रयोग अंग्रेज लेखक पावलो सारथी ने 1620 में अपनी पुस्तक " हिस्ट्री ऑफ द काउंसिल ऑफ " में किया। तत्पश्चात सर्वाधिक लोकप्रिय रूप में इसका प्रयोग 1848 में कार्ल मार्क्स द्वारा रचित पुस्तक " कम्युनिस्ट मेनिफेस्टो" में किया गया था इससे पूर्व सन् 1812 में वेनेजुएला के क्रांतिकारी साइमन बॉलीवुड ने अपने काटी गोनों मेनिफेस्टो में इसका प्रयोग किया था आधुनिक भारत का पहला घोषणा पत्र राष्ट्रपति महात्मा गांधी द्वारा 1960 में रचित पुस्तक हिंद स्वराज को माना जाता है।¹⁴

इस प्रकार एक घोषणा पत्र वह लिखित दस्तावेज होता है जिसके माध्यम से कोई समूह, संगठन विशेषतः राजनीतिक दल जनता को अपने लक्ष्यों, विश्वासों नीतियों से परिचित कराता है। इन लक्ष्यों, विश्वासों का सरोकार राजनीतिक दलों द्वारा चुनावों के समय अपनी नीतियों से जनता को परिचित करवाने का माध्यम है।

Manifesto इटालियन भाषा का शब्द है, जो लैटिन भाषा के Manifestum शब्द से निकला है। वर्ष 1011 का "बगदाद मेनिफेस्टो", 1776 का 'अमेरिका की स्वाधीनता का घोषणा पत्र', 1789 में फ्रांस की क्रांति के समय 'पुरुषों और नागरिकों के अधिकारों का घोषणा पत्र' आदि कुछ प्रमुख घोषणा पत्र हैं।

भारत में सामान्यतया घोषणा पत्र को चुनावों के समय राजनीतिक दलों द्वारा प्रस्तुत किये जाने वाले योजना संबंधी दस्तावेज के रूप में जाना जाता है। स्वतंत्रता पश्चात् वर्ष 1951-52 में प्रथम आम-चुनाव आयोजित हुए। आम चुनाव में 4 माह का लम्बा समय (25 अक्टूबर 1951 से 21 फरवरी 1952) लगा। लोकसभा की कुल 489 सीटों के लिए 14 राष्ट्रीय दलों सहित कुल 75 राजनीतिक दलों ने अपने उम्मीदवार खड़े किए। भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस ने अपना प्रथम चुनावी घोषणा पत्र को जारी किया। जिसे हम स्वतंत्र भारत का पहला चुनावी घोषणा पत्र कह सकते हैं।

घोषणा पत्र में भाजपा की नीतियों और उनके क्रियान्वयन का पहला लक्ष्य होगा— "एक भारत श्रेष्ठ भारत" और "सबका साथ-सबका विकास"।

भाजपा 2014 के घोषणा पत्रों में निम्न मुद्दे रखे—

1. 100 नए शहर बसाना।
2. देश के 100 सबसे पिछड़े जिलों को विकसित करके उन्हें अन्य विकसित जिलों के समकक्ष बनाना।
3. प्रत्येक व्यक्ति का अपना घर हो जिसमें बिजली, पानी और शौचालय की सुविधा सुलभ हो।
4. देशभर के गांवों के विकास के लिए ग्रामीण हाट का जाल बिछाना और गांवों में शहरों जैसी सुविधाएं मुहैया करना।
5. कुटीर और छोटे उद्योगों में कार्यरत परंपरागत कारीगरों को अपनी क्षमताओं का विकास हेतु ऋण सुविधा और बाजार से जुड़ाव स्थापित करने में मदद देना।
6. एक व्यापक राष्ट्रीय ऊर्जा नीति का निर्माण करना।
7. मनरेगा को चालू रखते हुए इसको उत्पादक कार्यों से जोड़ना।

8. राष्ट्रीय गैस ग्रिड निर्माण करना।
9. राष्ट्रीय वाई-फाई नेटवर्क खड़ा करना।
10. बुलेट रेलगाड़ियों की हीरक चतुर्भुज परियोजना शुरू करना।
11. कृषि उत्पाद वितरण हेतु रेल नेटवर्क बनाना।
12. पर्यटन रेल नेटवर्क बनाना।
13. हर घर को नल द्वारा पानी की सप्लाई।
14. स्वतंत्रता की 75वीं वर्षगांठ (2022) तक हर परिवार को एक पक्का घर सुनिश्चित करना।
15. दाम न बढ़े इसके लिए अलग से कोष की व्यवस्था।
16. जमाखोरी, कालाबाजारी रोकने हेतु विशेष अदालतों की स्थापना, अपराधियों को त्वरित दंड व्यवस्था।
17. भारतीय खाद्य निगम को खरीद, भंडारण और विपणन हेतु तीन भागों में बांटना।
18. ई-गवर्नेंस द्वारा पारदर्शिता को बढ़ावा।
19. प्रशासन और नागरिकों के बीच कार्यप्रणाली में मनमानी के अवसर समाप्त करना।
20. प्रत्येक स्तर पर प्रक्रियाओं और तरीकों को सरलीकृत करना—नागरिकों, संस्थाओं और प्रतिष्ठानों में आपसी विश्वास बढ़ाना।
21. रोजगार कार्यालयों क कॅरियर केंद्रों के रूप में परिवर्तन।
22. उद्यमिता विकास और व्यापक ऋण सुविधा के माध्यम से रोजगार निर्माण।
23. रोजगार के अवसर बढ़ाने हेतु कपड़ा, जूता, इलेक्ट्रॉनिक्स सामान व पर्यटन को विशेष रूप से बढ़ावा देना।
24. पांच 'प'-परंपरा, प्रतिभा, पर्यटन, पण (व्यापार) और प्रौद्योगिकी की शक्तियों की सहायता से भारत को एक ब्रांड के रूप में स्थापित करना।
25. कन्याओं को बचाने और पढ़ाने के लिए एक राष्ट्रीय अभियान : बेटी बचाओ-बेटी पढ़ाओ शुरू करना।
26. बलात्कार पीड़ित व एसिड हमलों की शिकार महिलाओं के कल्याण के लिए सरकार एक कोष का निर्माण करेगी, ताकि ऐसी महिलाओं के इलाज और उनकी कॉस्मेटिक सर्जरी के मेडिकल का खर्च उठाया जाए।
27. पुलिस स्टेशनों को महिलाओं के अनुकूल बनाया जाएगा और विभिन्न स्तरों पर पुलिस में महिलाओं की संख्या बढ़ाई जाएगी।
28. महिलाओं के विशेष हुनर प्रशिक्षण के लिए कारोबारी प्रशिक्षण पार्क बनाए जाएंगे।
29. महिलाओं को विधानसभाओं एवं संसद में 33 प्रतिशत आरक्षण दिलानेकी प्रतिबद्धता।
30. भाजपा हर स्तर पर छुआछूत और अस्पृश्यता खत्म करने के लिए संकल्पबद्ध है।
31. ऐसा वातावरण तैयार किया जाएगा जिसमें एससी/एसटी और ओबीसी वर्ग समेत अन्य गरीब तबकों को प्राथमिकता के आधार पर शिक्षण और उद्योग लगाने हेतु अवसर मिल सकें।
32. भाजपा सुनिश्चित करेगी कि एससी/एसटी और ओबीसी वर्ग के लिए जिस फंड की व्यवस्था की गई है, उसका समुचित और बेहतर तरीके से उपयोग हो।
33. इन वर्गों के लोगों के लिए घर, शिक्षा, स्वास्थ्य और स्कूल डवलपमेंट के लिए मिशन चलाया जाएगा।
34. अल्पसंख्यक शैक्षणिक व्यवस्था और संस्थानों को सशक्त और आधुनिक बनाया जाएगा। राष्ट्रीय मदरसा आधुनिकीकरण कार्यक्रम आरंभ किया जाएगा।
35. उत्तर पूर्वी राज्यों के प्राकृतिक व मानवीय संसाधनों का दोहन कर उन्हें पश्चिमी क्षेत्रों के बराबर ला खड़ा करना।
36. उत्तर पूर्वी राज्यों के लिए बनाए गए मंत्रालय का सशक्तिकरण।
37. कश्मीरी पंडितों को उनके अपने प्रदेश जम्मू-कश्मीर में ससम्मान वापसी के लिए कदम उठाना और प्रदेश में सुशासन स्थापित करना।
38. धारा 370 की समाप्ति।
39. आतंकवाद, चरमपंथ और अपराध किसी भी कीमत पर बर्दाश्त नहीं किए जाएंगे।
40. सीमापार आतंकवाद और घुसपैठ से पूरी सख्ती से निबटा जाएगा।
41. आतंकवाद प्रतिरोधी तंत्र की स्थापना।
42. वरिष्ठ नागरिकों को आर्थिक सहायता।
43. शारीरिक रूप से विकलांग लोगों के हितों और अधिकारों की रक्षा के लिए विधेयक पास करवाना।
44. राष्ट्रीय युवा सलाहकार परिषद का गठन करना।
45. विद्यार्थियों को ऋण देने की प्रक्रिया को सरल बनाया जाएगा।
46. एक "राष्ट्रीय खेलकूद प्रतिभा खोज प्रणाली" का प्रारंभ।
47. हर राज्य को एम्स जैसी एक स्वास्थ्य संस्था देना तथा राष्ट्रीय ई-स्वास्थ्य अर्थॉरिटी का गठन।
48. टैक्स ढांचे का सरलीकरण करना और उसको न्यायसंगत बनाना।
49. किसानों को उनकी लागत पर कम से कम 50 प्रतिशत लाभ मिलना सुनिश्चित करना।
50. किसानों के लिए प्रादेशिक टीवी चैनल शुरू करना, ए.पी.एम.सी. एक्ट में सुधार लाना, भूमि उपयोग की राष्ट्रीय नीति का निर्माण और भूमि बीमा योजना लागू करना आदि।
51. देशभर में उद्योगों, विशेषकर छोटे और मंजोले उद्योगों के लिए लॉजिस्टिक और बिजली जैसी सुविधाओं को सुलभ बनाना।
52. मल्टी ब्रांड खुदरा व्यापार में विदेशी निवेश की अनुमति नहीं।
53. खुदरा विक्रेताओं, छोटे व्यापारियों और विक्रेताओं के हितों की रक्षा के लिए सभी जरूरी कदम उठाए जाएंगे।
54. गांव को हर मौसम के अनुकूल सड़क से जोड़ना।
55. प्रधानमंत्री ग्राम सिंचाई योजना के तहत-हर खेत को पानी।

56. असंगठित क्षेत्र में कार्यरत श्रमिकों के लिए पहचान पत्र, श्रमिक बैंक की स्थापना, पेंशन और स्वास्थ्य बीमा योजना शुरू करना।
57. कारीगर, लुहार, बुनकर, बढ़ई, केश-कर्तक, चर्मकार और कुम्हार आदि के साथ-साथ मछुआरा समुदाय के कौशल विकास व उनके व्यवसाय को अधिक कुशल अवसर प्रदान करने के लिए नई योजनाएं बनाई जाएंगी।
58. पूर्व सैनिकों की तकलीफों की सुनवाई के लिए पूर्व सैनिक आयोग का गठन।
59. पूर्व सैनिक अंशदायी स्वास्थ्य योजना (ईसीएचएस) में सुधार तथा पूर्व सैनिकों के पुनर्जगार इस आयोग के कार्यक्षेत्र होंगे।
60. एक रैंक-एक पेंशन योजना को लागू करना।
61. विभिन्न प्रदेशों और क्षेत्रों को समन्वित कर अंतर-सरकारी साझेदारी के अंतर्गत एक अद्भुत और अभूतपूर्व कार्यक्रम "नेशनल मिशन ऑन हिमालय" प्रारंभ करना।
62. हिमालय संरक्षण फण्ड की स्थापना।
63. हिमालय प्रौद्योगिकी को समर्पित एक केंद्रीय विश्वविद्यालय की स्थापना।
64. सांस्कृतिक महत्व से जुड़ी धरोहरों जैसे हिमालय, मरुस्थल क्षेत्रों तथा प्राकृतिक चिकित्सा पर आधारित 50 पर्यटन सर्किट बनाना।
65. क्षेत्रीय भाषाओं को प्रोत्साहन तथा सभी भाषाओं के रिकॉर्ड को डिजिटलाइजेशन करना।
66. एक "राष्ट्रीय हुनर मिशन" स्थापित करना।
67. जनसंख्या स्थिरीकरण को एक राष्ट्रीय मिशन कार्यक्रम के रूप में चालू किया जाएगा।
68. संविधान के दायरे में राममंदिर के निर्माण के लिए सभी विकल्पों को तलाशा जाएगा।
69. रामसेतु, सेतु-समुद्रम चैनल परियोजना पर निर्णय लेते समय उसके हमारी सांस्कृतिक विरासत का अंग होने और थोरियम भंडार के तथ्यों को दृष्टिगत रखा जाएगा।
70. गाय और गौवंश की रक्षा की जाएगी।
71. गंगा में निर्मलता व उसके प्रवाह में निरंतरता तथा सभी प्रमुख नदियों की स्वच्छता सुनिश्चित करना।
72. सर्वश्रेष्ठ परंपराओं से प्रेरित और संविधान की भावना के अनुसार समान नागरिक संहिता।
73. प्रधानमंत्री कार्यालय के अंतर्गत एक संस्था का गठन कर प्रशासनिक सुधार।

74. एक प्रभावशाली लोकपाल बनाना, साथ ही साथ ई-ग्राम और विश्वग्राम कार्यक्रम चालू करना।
75. अदालतों की संख्या दुगुनी करने का लक्ष्य हासिल करना व फास्ट ट्रैक अदालतों का गठन करना।¹⁵

अध्ययन का उद्देश्य

16वीं लोकसभा चुनाव में भारतीय जनता पार्टी के घोषणा-पत्र एवं चुनाव रणनीति का अध्ययन कर भारतीय राजनीति में उत्पन्न नवीन चुनावी-व्यवहार के आयामों की व्याख्या प्रस्तुत करना है।

निष्कर्ष

भारतीय राजनीति में भारतीय जनता पार्टी ने 2014 के आम चुनावों में अपने घोषणा-पत्र एवं चुनावी रणनीति में व्यापक बदलाव कर चुनावों में ऐतिहासिक बहुमत प्राप्त किया। परिणामस्वरूप तीन दशकों के पश्चात् पहली बार भारतीय जनता पार्टी को स्पष्ट बहुमत मिला है। भारतीय जनता पार्टी ने अपनी ऐतिहासिक विजय हासिल करते हुए 543 में से 272 सीटें प्राप्त कर केंद्र में एक पूर्ण बहुमत की सरकार बनायीं। इस अद्भुत विजय के बहुत सारे कारण रहे हैं जिनमें नए मुद्दे, नयी सोच ने भारतीय जनता पार्टी को भारत का सबसे बड़ा राजनीतिक दल बना दिया है।

अंत टिप्पणी

1. द इकनोमिक टाइम्स , 9 जून 2013
2. द क्रिस्चियन साइंस मोनिटर , 14 जून 2013
3. हिंदुस्तान टाइम्स, 22 जुलाई 2013
4. टाइम्स ऑफ इंडिया , 29 जुलाई 2013
5. टाइम्स ऑफ इंडिया , 20 अप्रैल 2014
6. डब्ल्यू.डब्ल्यू.डब्ल्यू.नरेन्द्र मोदी.इन
7. टाइम्स ऑफ इंडिया , 12 फरवरी 2014
8. द इकनोमिक टाइम्स , 02 अप्रैल 2014
9. दत्ता.संदीप,हाउ बीजेपी ऑनलाइन कैम्पेन प्रूव्ड वाइटल फॉर सक्सेस , बिजनेस टुडे , इंडिया टुडे , 02 मई 2014
10. द इकनोमिक टाइम्स , 15 मई 2014
11. www.merriam-webster-com-dictionary-manifesto
12. www.collinsdictionary-com-dictionary-english-manifesto
13. www.dictionary-cambridge-org-dictionary-english-manifesto
14. www.newsstate.com-election-general-elections-2019-what-is-manifesto-congress-manifesto-bjp-manifestogathbandhan-manifesto-818143-html
15. बीजेपी.ओआरजीहाय-मैनिफेस्टो