

# जनता तक पहुंचने का एक जरिया

हाल ही में राजस्थान के पूर्व मुख्यमंत्री अशोक गहलोत पर आरोप लगा कि वो फेसबुक पर लाइक खरीद रहे हैं और बीजेपी ने आरोप लगाया कि आखिर टर्की के लोग क्यों गहलोत को इस कदर पसंद करने लगे हैं। अब यह तो साफ नहीं कि लाइक खरीदने की कोशिश हुई या नहीं लेकिन तय है कि आमतौर पर टीवी के माइक तक से दूर भागने वाले गहलोत जैसे नेता भी सोशल मीडिया में आने लगे हैं।

## ■ विजय विद्रोही

**यू** तो पंडित जवाहरलाल नेहरू के समय भी आकाशवाणी का अस्तित्व हुआ करता था लेकिन कहते हैं कि श्रीमति इंदिरा गांधी ने सबसे पहले आकाशवाणी की ताकत को पहचाना और जनता तक अपनी सरकार की बात पहुंचाने में इसका भरपूर इस्तेमाल किया। राजाओं के प्रिवी पर्स खत्म करने हों, बैंकों का राष्ट्रीयकरण हो या गरीबी हटाओ का नारा हो या बीस सूत्री कार्यक्रम, रेडियो ने इंदिरा गांधी को घर-घर और जन-जन तक पहुंचाया। हालांकि जनता पार्टी के राज में सूचना प्रसारण मंत्री रहे लाल कृष्ण आडवाणी ने भी आल इंडिया रेडियो की आल इंडिया फायदे तो अपने तरीके से पहचाना था लेकिन वो इसका बहुत ज्यादा फायदा नहीं उठा सके। इसी तरह राजीव

गांधी ने दूरदर्शन की पहुंच को पहचाना। और अब कहा जा रहा है कि सोशल मीडिया को सबसे पहले नरेन्द्र मोदी ने पहचाना है, जिसकी चुनावों में महत्वपूर्ण भूमिका हो सकती है। लेकिन क्या सोशल मीडिया उस अर्थ में रेडियो और दूरदर्शन की पहुंच का मुकाबला कर सकता है, क्या चुनावों में निर्णायक भूमिका निभा सकता है?

हाल ही में राजस्थान के पूर्व मुख्यमंत्री अशोक गहलोत पर आरोप लगा कि वो फेसबुक पर लाइक खरीद रहे हैं और बीजेपी ने आरोप लगाया कि आखिर टर्की के लोग क्यों गहलोत को इस कदर पसंद करने लगे हैं। अब यह तो साफ नहीं कि लाइक खरीदने की कोशिश हुई या नहीं लेकिन तय है कि आमतौर पर टीवी के माइक तक से दूर भागने वाले गहलोत जैसे नेता भी सोशल मीडिया में आने लगे हैं, सोशल मीडिया का महत्व समझने लगे हैं या फिर कम से कम यह तो मानने लगे हैं कि जनता तक पहुंचने का एक जरिया सोशल मीडिया भी हो सकता है। पिछले चुनावों में कांग्रेस को करीब

ग्यारह करोड़ वोट मिले थे और आज देश में 2012 तक करीब 14 करोड़ से ज्यादा लोग इंटरनेट का इस्तेमाल करते हैं। एक अध्ययन के अनुसार यह संख्या 2017 तक करीब 34 करोड़ पहुंच जाने का अनुमान है। लोकसभा चुनाव आते आते ये संख्या करीब 16 करोड़ से 18 करोड़ हो सकती है। देश में सिर्फ 7.8 करोड़ लोग फेसबुक का इस्तेमाल करते हैं, जो देश की आबादी का 6.5 फीसदी है और 2.2 करोड़ लोग ट्विटर का इस्तेमाल करते हैं जो देश की आबादी का दो फीसदी है।

नरेन्द्र मोदी सोशल मीडिया पर सबसे लोकप्रिय नेता बन गये हैं। फेसबुक पर मोदी को चाहने वाले 24 लाख हैं जबकि ट्विटर पर 19 लाख हैं। उन्हें लगता है कि मीडिया और सोशल मीडिया चुनाव प्रचार के लिए एक बड़ा माध्यम बन गया है, जबकि इंटरनेट के अलावा देश में करीब सात करोड़ घरों में टीवी की पहुंच है और माना जाता है कि करीब 35 करोड़ टीवी देखने वाले हैं। बीजेपी ने तो भारतीय चुनावी इतिहास में पहली बार सोशल मीडिया के जरिए प्रचार

की संभावनाएं तलाशने के लिए अलग कमेटी का गठन किया है। क्या यह वजह है कि हाल ही में पार्टी प्रवक्ताओं की बैठक में राहुल गांधी ने भी सोशल मीडिया पर एक्टिव होने की सलाह दी। आज देखा गया है कि मोदी और यहां तक कि केजरीवाल के पक्षधर सोशल मीडिया पर ज्यादा एक्टिव हैं। मोदी के खिलाफ किसी टीवी चैनल की बहस में एक शब्द बोलते ही सोशल मीडिया पर बोलने वाले की आलोचना शुरू हो जाती है। यहां आलोचना किस बात पर की जा रही है इस पर कोई ध्यान नहीं देता। कभी कभी तो ऐसा लगता है कि मानो मोदी के प्रशंसकों ने सोशल मीडिया सेना तैयार कर रखी है जिसे मोदी के खिलाफ एक शब्द सुनना गवारा नहीं और राहुल की तारीफ से परहेज है। अब राहुल गांधी के भाषण के सार के बारे में कांग्रेस के नेताओं से जाने तो हमें सोशल मीडिया पर राहुल सेना भी सक्रिय होती दिख सकती है। यानी फेंकू बनाम पप्पू की जंग तेज हो सकती है। लेकिन बड़ा सवाल यही है कि क्या ऐसी ट्वीट गंभीर बहस की शक्ति ले सकते हैं। क्या सोशल मीडिया पर कभी बीजेपी व कांग्रेस की आर्थिक नीतियों पर कोई चर्चा होती है या हो सकती है। क्या सोशल मीडिया कभी गांव के चौपाल की शक्ति ले सकता है। जहां हर बात पर खुलकर चर्चा होती है और नतीजे पर भी पहुंचा जाता है। बड़ा सवाल है कि क्या ट्वीट करने वाला वोट डालने वाले दिन भी ट्वीट ही करता रहेगा या फिर वोट देने की लाइन में भी खड़ा रहेगा।

सोशल मीडिया पर एक्टिव होने का एक फायदा यह है कि आप जिन दिनों राजनीतिक तौर पर एक्टिव नहीं रहते हैं, धरना-प्रदर्शन नहीं कर रहे होते हैं, उन दिनों भी आप बड़े आराम से एक्टिव रह सकते हैं बशर्ते आप सोशल मीडिया का इस्तेमाल करना जानते हों। बिल्कुल ताजा उदाहरण आप के अरविंद केजरीवाल का है। उनका सोशल मीडिया के जरिए बयान था कि कांग्रेस के चार और बीजेपी के तीन विधायक उनके दल से मिलना चाहते हैं ...क्या किया जाए? उनके प्रशंसक लगे हुए थे। ...कोई कह रहा था कि हमारी पार्टी को भी खा जाएंगे यह नेता ...कोई कह रहा था कि केजरीवाल को छूने से यह पाकसाफ हो जाएंगे। यानी हमें नहीं पता कि कौन से विधायक थे, हमें नहीं पता कि क्या वास्तव में ऐसा कुछ था। लेकिन केजरीवाल समर्थक खुश थे कि देखो हमारी पार्टी चल पड़ी। अब तो बीजेपी कांग्रेस के नेता भी टिकट के लिए लाइन लगा रहे हैं।

आंकड़ों पर जाया जाए तो हर नेता



## सोशल मीडिया पर एक्टिव होने का एक फायदा यह है कि आप जिन दिनों राजनीतिक तौर पर एक्टिव नहीं रहते हैं, धरना-प्रदर्शन नहीं कर रहे होते हैं, उन दिनों भी बड़े आराम से एक्टिव रह सकते हैं।

सोशल मीडिया को नजरअंदाज करने का हिम्मत नहीं कर सकता। एक अध्ययन के मुताबिक सोशल मीडिया 543 लोकसभा सीटों में से 160 लोकसभा सीटों को प्रभावित कर सकती है। शहरी इलाकों में सोशल मीडिया का जबरदस्त दबदबा है। किसी सीट के कुल मतदाताओं में से 10 फीसदी अगर सोशल मीडिया पर सक्रिय हैं तो उसे भी इसी श्रेणी में रखा गया है। ये सीटें हैं महाराष्ट्र की 21, गुजरात की 17, उत्तर प्रदेश की 14, कर्नाटक-तमिलनाडु की 24, आंध्रप्रदेश की 11, केरल की 10, मध्यप्रदेश की 9, दिल्ली की 7, हरियाणा, पंजाब, राजस्थान की 15, बिहार, छत्तीसगढ़,

जम्मू-कश्मीर, झारखंड और पश्चिम बंगाल की बीस। इन सीटों पर सोशल मीडिया के यूजर किसी उम्मीदवार को जिता तो नहीं सकते लेकिन जीत और हार के मामूली अंतर में उनकी भूमिका जरूर हो सकती है। एक मोटे अनुमान के अनुसार अगर दस फीसदी की तर्ज पर जाया जाए तो ऐसे वोटों की संख्या इन लोकसभा सीटों में 70 हजार से एक लाख हो सकती है। यह मतदाता किसी पार्टी के पक्ष में झुक जाएं तो जीत हार के सभी समीकरण गड़बड़ा सकते हैं। 2009 के लोकसभा चुनाव में 54 ऐसी सीटें थीं जहां पर जीत और हार का फासला 10 हजार मतों से कम का था, 55 सीटें ऐसी थीं जहां पर जीत और हार का फासला 10 हजार से 20 हजार मतों का था, 20 हजार से 50 हजार मतों से हारने वाले 146 उम्मीदवार थे जबकि 50 हजार से एक लाख के अंतर से हारने वाले 147 उम्मीदवार थे। हो सकता है कि यह सिर्फ आंकड़े हों। लेकिन समय बदलने के साथ साथ लोगों की सोच भी बदली है और वोट देने के प्रति नजरिया भी। अनिर्णय वाले शहरी वोट को सोशल मीडिया खींच सकता है। अगर कुछ न करे सोशल मीडिया तो, कम से कम वो आपकी छवि को चमका या धुंधला जरूर कर सकता है। यह छवि सोशल मीडिया से होते हुए अखबारों, टीवी के जरिए कस्बों-गांवों तक भी पहुंचती है जहां सोशल मीडिया नहीं है।

(लेखक एबीपी न्यूज चैनल में कार्यकारी संपादक हैं।)