

सोशल मीडिया पर राजनीति

■ डॉ. विशेष गुप्ता

आगामी चुनावों में सोशल मीडिया का प्रयोग कैसे और किस रूप में किया जाए, इसको लेकर राजनीतिज्ञों के बीच एक बड़ी बहस छिड़ी हुई है। सोशल मीडिया व इंटरनेट से जुड़ी दो रिपोर्ट्स ने इस बहस को और तेज कर दिया है। पहली, आइरिश नॉलेज फाउंडेशन और इंटरनेट मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया की रिपोर्ट के अनुसार सोशल मीडिया अगले लोकसभा चुनाव में 543 सीटों में से 160 सीटों पर अपना प्रभावी असर दिखाएगा।

रिपोर्ट में यह भी खुलासा किया गया है कि पिछले चुनाव में 160 सीटों पर जो अंतर था, आज वहां उससे अधिक फेसबुक यूजर्स हैं। खास बात यह भी है कि फेसबुक इस्तेमाल करने वालों की यह संख्या इन सीटों के कुल मतदाताओं के 10 फीसद से अधिक है। इसलिए इन सीटों को फेसबुक से अधिक प्रभावित होने वाली सीटें कहा जा रहा है। इन संस्थाओं ने 67 सीटों को मध्यम श्रेणी में, 60 सीटों को न्यूनतम प्रभाव वाली श्रेणी में और बाकी बची 256 सीटों को सोशल मीडिया के प्रभाव से मुक्त बताया है।

सोशल मीडिया से प्रभावित होने वाली सबसे अधिक सीटें 21 महाराष्ट्र में, 17 सीटें गुजरात में, 14 सीटें उत्तर प्रदेश में, 12-12 सीटें कर्नाटक व तमिलनाडु में हैं। आन्ध्र प्रदेश में 11, केरल में 10, मध्यप्रदेश में 9 तथा दिल्ली की 7 सीटों के सोशल मीडिया से प्रभावित होने की पूरी सम्भावना है। हरियाणा, पंजाब, राजस्थान में पांच-पांच सीटें तथा बिहार, छत्तीसगढ़, जम्मू कश्मीर,

नीलसन कम्पनी द्वारा किए गए अध्ययन बताते हैं कि भारत में सात-आठ करोड़ से अधिक उपभोक्ता सोशल नेटवर्किंग साइट्स से जुड़े हैं। ये राजनीतिक विमर्श भी करते हैं।

झारखंड व पश्चिम बंगाल की चार-चार सीटें सोशल मीडिया से प्रभावित होने की सम्भावना जताई गई हैं।

इससे जुड़ी दूसरी रिपोर्ट अमरीका आधारित नॉन पार्टिजन फैक्ट टैंक और प्यू रिसर्च सेंटर द्वारा 'ग्लोबल एटिट्यूड' नाम से है, जिसमें 21 देशों का सर्वे शामिल है। इसमें यह साफ कहा गया है कि भारत में मात्र छह फीसद लोग ही सोशल मीडिया का प्रयोग करते हैं। लिहाजा, भारत में इसका प्रभाव चुनाव पर उतना नहीं पड़ेगा, जितना विकसित देशों में पड़ता है। रिपोर्ट यह भी बताती है कि भारत में अमरीका के 92 फीसद के मुकाबले मात्र 10-12 फीसद लोग ही इंटरनेट का प्रयोग करते हैं। सोशल मीडिया का आगामी चुनाव में कितना प्रभाव पड़ेगा, यह तो आने वाला समय ही बताएगा, पर इतना जरूर है कि इन दोनों ही रिपोर्ट्स

में राजनीति में सोशल मीडिया के प्रयोग के सच को गहराई से स्वीकार किया गया है। यही वजह है कि आज भारत के कई राजनीतिक दलों ने फेसबुक व ट्विटर पर अपने अकाउंट्स खोल दिए हैं।

आज सोशल मीडिया सामाजिक, शैक्षिक, आर्थिक व राजनीतिक जगत का एक बहुत बड़ा शक्ति केन्द्र बनता जा रहा है। गौरतलब है कि सबसे लोकप्रिय सोशल नेटवर्किंग साइट फेसबुक पर नरेन्द्र मोदी ने ममता बनर्जी और एम. करुणानिधि जैसे बहुचर्चित नामों को पछाड़ दिया और पहले स्थान पर पहुंच गए हैं। आज दुनिया में एक अरब से भी अधिक लोग सोशल मीडिया से जुड़े हुए हैं। जहां तक भारत का सवाल है, तो यहां 2010 में इंटरनेट यूजर्स की जो संख्या सात-आठ करोड़ के करीब थी, वह 2013 में 10-12 करोड़ के करीब पहुंच गई है।

यहां सोशल मीडिया से जुड़े यूजर्स की संख्या भी आठ करोड़ को पार कर गई है। नीलसन कम्पनी द्वारा किए गए अध्ययन बताते हैं कि भारत में सात-आठ करोड़ से अधिक उपभोक्ता सोशल नेटवर्किंग साइट्स से जुड़े हैं। सोशल मीडिया से जुड़े इन यूजर्स का मकसद उस पर केवल निजी बातचीत या मनोरंजन करना ही नहीं है, बल्कि 45 फीसद से भी अधिक यूजर्स सघन राजनीतिक विमर्श भी खुलकर करते हैं। सोशल मीडिया से जुड़ी ये रिपोर्ट्स इस बात का संकेत हैं कि आज के दौर में सोशल मीडिया की अपनी एक हैसियत है, जिससे राजनीति भी अब अछूती नहीं है। ■

(लेखक समाजशास्त्र के एसोसिएट प्रोफेसर हैं।)

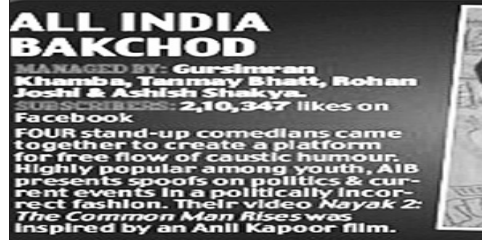
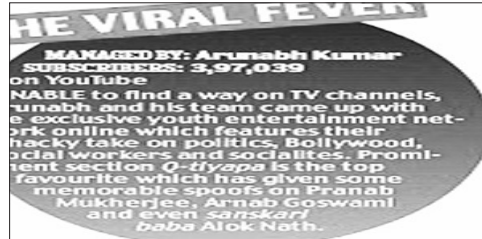
चुनाव की तारीखें और

■ हिमांशु शेखर

इस साल होने वाले आम चुनावों की तारीखों की घोषणा हो गई है। इस बार का आम चुनाव नौ चरणों में संपन्न होने वाला है। हर पांच साल में लोकसभा के लिए होने वाले इस चुनाव का पहला चरण 7 अप्रैल को होगा। 16 मई को देश की जनता के सामने यह नतीजा आ जाएगा कि अगले पांच साल तक केंद्र की सत्ता में कौन सी पार्टी राज करेगी।

इस बार का लोकसभा चुनाव कई मायनों में पिछले चुनावों से बिल्कुल अलग है। मीडिया में हो रही चुनावी कवरेज और मौजूदा सियासी स्थितियों को देखते हुए ऐसा लग रहा है कि यह चुनाव भारतीय जनता पार्टी बनाम कांग्रेस होने के बजाए नरेंद्र मोदी बनाम राहुल गांधी हो गया है। इस चुनाव में ऐसा माहौल बन गया है कि चुनाव दलों के बीच का न रहकर दो व्यक्तियों के बीच का रह गया है। हालांकि, अरविंद केजरीवाल और तीसरे मोर्चे के नेता इसे त्रिकोणीय बनाने की कोशिश में हैं। लेकिन यह चुनाव कुछ-कुछ अमेरिकी राष्ट्रपति के चुनाव की दिशा में जाते दिख रहा है। जहां पार्टी पीछे और उम्मीदवार आगे चलता है। भारत में इसका उलटा होता रहा है।

मुकाबले को इस मोड़ पर पहुंचाने में सोशल मीडिया ने बड़ी भूमिका निभाई है। भारत में पहली बार किसी लोकसभा चुनाव में सोशल मीडिया की इतनी बड़ी भूमिका बनती दिखाई दे रही है। जब 2009 में पिछला लोकसभा चुनाव भारत में हुआ था तो उस वक्त तक सोशल मीडिया को भारत में मनोरंजन का जरिया माना जाता था। लोग यह मानते थे कि कुछ लोगों के लिए खाली समय गुजारने का जरिया सोशल मीडिया है। उस वक्त भाजपा की ओर से प्रधानमंत्री पद के उम्मीदवार लालकृष्ण आडवाणी का नियमित ब्लॉग लिखना ही बहुत बड़ी बात थी। लेकिन 2009 से 2014 आते-आते स्थितियां बिल्कुल बदल गई हैं। आज सोशल मीडिया के बारे में यह माना जाने लगा है कि इस बार के चुनावी नतीजों पर यह असर डालने जा रहा है। बीते साल दिल्ली में हुए



विधानसभा चुनावों में अरविंद केजरीवाल की अगुआई वाली आम आदमी पार्टी को मिली शानदार सफलता को कई विश्लेषकों ने केजरीवाल समर्थकों की सोशल मीडिया पर सक्रियता से जोड़कर देखा। यह माना गया कि सोशल मीडिया पर जिस तरह की सकारात्मक छवि अरविंद केजरीवाल की गढ़ी गई, उसका फायदा उन्हें चुनावों में मिला।

इसके बाद की हालत यह है कि आज हर पार्टी सोशल मीडिया पर अपनी सक्रियता बढ़ा रही है। हालांकि, इस बारे में एक तथ्य यह है कि भाजपा या यों कहें कि पार्टी की ओर से प्रधानमंत्री पद के उम्मीदवार नरेंद्र

मोदी ने सोशल मीडिया की ताकत को काफी पहले पहचान लिया था। वे भारत के उन शुरुआती नेताओं में शुमार किए जाएंगे जिन्होंने सोशल मीडिया की ताकत को इसकी शैशवावस्था में ही पहचाना। यही वजह थी कि न सिर्फ वे लगातार ब्लॉगिंग करते रहे बल्कि ट्विटर और फेसबुक पर भी वे लगातार सक्रिय रहे। वे और उनकी टीम ने मिलकर सोशल मीडिया पर उनकी छवि कुछ इस तरह से गढ़ी कि सोशल मीडिया पर मोदी आर्मी तैयार हो गई। इन लोगों ने देखते-देखते नरेंद्र मोदी को सोशल मीडिया पर सबसे अधिक चर्चित और लोकप्रिय नेता बना दिया। आज नरेंद्र मोदी को लेकर जिस

सोशल मीडिया



हवा की बात कई राजनीतिक जानकार कर रहे हैं, उसमें सोशल मीडिया की बड़ी भूमिका रही है। हालांकि, इसका उन्हें कितना चुनावी लाभ मिलेगा, इस बारे में जानकारी तो 16 मई को ही मिल पाएगी जब आगामी लोकसभा चुनावों के नतीजे आएंगे। लेकिन एक बात तो तय है कि अब राजनीतिक दलों ने सोशल मीडिया की ताकत को पहचान लिया है। यही वजह है कि आज कांग्रेस भी अपने चुनावी घोषणापत्र तैयार करने के लिए सोशल मीडिया के जरिए लोगों की राय आमंत्रित कर रही है और अन्य

दूसरी पार्टियां भी अपने चुनाव प्रचार की रणनीति में सोशल मीडिया पर काफी जोर दे

रहे हैं।

कुछ महीने पहले आईआरआईएस नॉलेज फाउंडेशन और इंटरनेट एण्ड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया ने एक अध्ययन करके यह बताया था कि इस बार के लोकसभा चुनावों में 160 संसदीय क्षेत्रों को सोशल मीडिया प्रभावित करने जा रहा है। इससे इस बार के चुनावों में सोशल मीडिया की अहमियत का पता चलता है। जिन लोकसभा सीटों पर सोशल मीडिया का खासा असर पड़ने की बात इस अध्ययन में की गई, उनमें से 21 महाराष्ट्र और 17 गुजरात में हैं। जिन सीटों पर सोशल मीडिया का असर पड़ने की बात इस रिपोर्ट में की

गई है, उन सीटों पर फेसबुक जैसे सोशल साइट इस्तेमाल करने वालों की संख्या कुल मतदाताओं में दस फीसदी से अधिक है। उन सीटों को भी इनमें शामिल किया गया है जिन सीटों पर पिछले चुनाव के जीत-हार के अंतर से अधिक संख्या सोशल साइट का इस्तेमाल करने वालों की है।

देश में सबसे अधिक लोकसभा सीटें उत्तर प्रदेश में हैं। यहां की 80 सीटों में 14 पर सोशल मीडिया का असर पड़ने की बात इस रिपोर्ट में की गई है। कर्नाटक और तमिलनाडु में ऐसी सीटों की संख्या 12 है। वहीं केरल में ऐसी सीटों की संख्या 10 बताई गई है।

मध्य प्रदेश की नौ सीटों पर सोशल मीडिया का असर पड़ने की संभावना है। वहीं दिल्ली की सात में से सातों सीटों पर सोशल मीडिया का असर पड़ने की बात इस रिपोर्ट में की गई है। हरियाणा, पंजाब और राजस्थान की पांच-पांच सीटों पर सोशल मीडिया का असर पड़ने की संभावना है। इनके अलावा 67 लोकसभा सीटें ऐसी हैं जहां के चुनावों पर सोशल मीडिया का मध्यम असर रहेगा।

वहीं इनके अतिरिक्त 60 लोकसभा सीटें ऐसी हैं जिन पर सोशल मीडिया का मामूली असर रहेगा। कुल मिलाकर देखा जाए तो 287 सीटें ऐसी हैं जिन पर सोशल मीडिया का कम या अधिक असर पड़ने की बात इस रिपोर्ट में की गई है।

इस रिपोर्ट में किए गए दावों की हकीकत का अंदाजा भी 16 मई को ही होगा। लेकिन इतना तो तय है कि इस बार के लोकसभा चुनावों में सोशल मीडिया एक ऐसा आयाम है जिसकी अनदेखी करने की गलती कोई भी पार्टी नहीं करेगी। एक अध्ययन में यह भी बताया गया है कि देश में जितने मतदाता हैं उनमें से 24 फीसदी ऐसे हैं जो किसी न किसी रूप में सोशल मीडिया पर सक्रिय हैं। अगर इन्हें एक वोट बैंक माना जाए तो यह सबसे बड़ा वोट बैंक है। इस लिहाज से यह समझने में किसी को कोई कठिनाई नहीं होनी चाहिए कि सोशल मीडिया की इस बार के आम चुनावों में एक अहम भूमिका रहने वाली है।