

सोशल मीडिया के प्रभाव को राजनीतिक दलों ने स्वीकारा

लोकसभा की करीब 30 प्रतिशत सीटों के सोशल मीडिया से प्रभावित होने की रिपोर्ट पर विभिन्न राजनीतिक दलों ने इस माध्यम की ताकत को स्वीकार किया लेकिन साथ ही कहा कि लोगों से सीधे सम्पर्क जैसे परंपरागत चलन चुनाव प्रचार का कारगर तरीका है।

भाजपा उपाध्यक्ष मुख्तार अब्बास नकवी ने कहा है, 'पार्टी चुनाव प्रचार के परंपरागत तरीके पर ही ज्यादा जोर देगी। इसमें कोई बदलाव नहीं आयेगा। सोशल मीडिया से युवा काफी संख्या में जुड़े हैं और इस वर्ग तक हम सूचना एवं सम्पर्क के रूप में इंटरनेट, फेसबुक, ट्विटर आदि को आगे बढ़ा रहे हैं। लेकिन यह सूचना एवं संचार सुविधा का तरीका होगा। हम परंपरागत तरीके से ही चुनाव प्रचार के क्षेत्र में आगे बढ़ रहे हैं।' सोशल मीडिया पर अभियान को गति देने और लोगों तक पहुंचने के प्रयास के तहत भाजपा ने 'मिशन 272 प्लस' के तहत 60 स्वयंसेवकों की एक टीम बनायी है।

पूर्व केंद्रीय मंत्री एवं राजद के वरिष्ठ नेता रघुवंश प्रसाद सिंह ने कहा, 'सोशल





मीडिया शहरी या देहाती क्षेत्र का विषय नहीं है। इसकी अधिक चर्चा अन्ना हजारे के आंदोलन के साथ शुरू हुई जो जन लोकपाल के लिए और भ्रष्टाचार के खिलाफ अभियान था और सरकार की ओर से इस आंदोलन से गलत तरीके से निपटा गया। इसी आंदोलन से जुड़े लोगों ने एक पार्टी बनायी और दिल्ली में उसका अच्छा प्रदर्शन रहा।' उन्होंने कहा, 'हालांकि, सोशल मीडिया के प्रभाव की बात करने वाले भ्रम में हैं, अगर ऐसा ही होता तो मुम्बई में भी आंदोलन सफल होता। सोशल मीडिया का प्रभाव सीमित है।' एक अध्ययन में यह बात सामने आई है कि अगले आम चुनाव में सोशल मीडिया लोकसभा की 160 सीटों को प्रभावित कर सकता है जो निचले सदन की कुल सीटों

का करीब 30 प्रतिशत है।

शिवानंद तिवारी ने दावा किया है, 'बिहार में कोई ऐसी सीट नहीं है जहां सोशल मीडिया का प्रभाव हो। चुनाव प्रचार के लिए सोशल मीडिया प्रभावी माध्यम हो ही नहीं सकता। अगर कोई सोचता है कि सोशल मीडिया के माध्यम से चुनाव जीत लेगा, तो वह गलतफहमी में है।' उन्होंने कहा है, 'चुनाव प्रचार के पारंपरिक साधन ही लोगों से सीधा सम्पर्क के सबसे कारगर माध्यम हैं। दिल्ली में हाल में हुआ चुनाव भी इसका उदाहरण है। सीधा सम्पर्क लोगों को अधिक प्रभावित करता है क्योंकि इसके जरिये लोग उम्मीदवारों से सीधे जुड़ पाते हैं।'

अमर सिंह ने कहा है कि हाल के समय में चुनावी परिदृश्य बदला है और काफी

संख्या में युवाओं के सोशल मीडिया से जुड़े होने के कारण इसका प्रभाव है। लेकिन पारंपरिक तरीके अभी भी बहुत कारगर हैं। लोगों से सीधा सम्पर्क आज भी प्रभावी है।

गौरतलब है कि अध्ययन में कहा गया है कि अगले आम चुनाव में लोकसभा की 543 सीटों में से 160 अहम सीटों पर सोशल मीडिया का प्रभाव रहने की संभावना है।

सोशल मीडिया पर राजनीतिक दलों की नजर

भारत में इंटरनेट और सोशल मीडिया की फैलती चादर में राजनीतिक दलों ने भी पांव डालने शुरू कर दिए हैं।

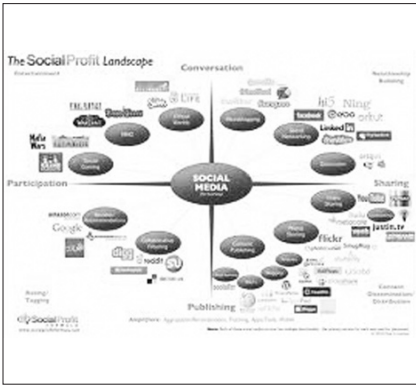
हो भी क्यों न, इसका इस्तेमाल करने वालों में अधिकतर युवा लोग हैं और ज़ाहिर है युवाओं तक पहुंचने के लिए हर संगठन और संस्थान इंटरनेट-सोशल मीडिया का सहारा ले रहा है।

अगर आंकड़ों की बात करें तो इस समय भारत में 13 करोड़ से अधिक इंटरनेट कनेक्शन हैं, जिनमें से साढ़े छह करोड़ से अधिक लोग फेसबुक पर हैं।

यह संख्या लगातार बढ़ ही रही है जिसका अंदाजा इस बात से लग सकता है कि फेसबुक के इस्तेमाल में भारत, अमरीका के बाद दूसरे नंबर पर है।

स्कूल, कॉलेज हों या विज्ञापन देने वाली बड़ी-छोटी कंपनियां- हर कोई सोशल मीडिया का इस्तेमाल कर रहा है युवा लोगों तक पहुंचने के लिए।

हर राजनीतिक दल सोशल मीडिया के लिए अपनी अपनी रणनीति तय कर रहा है और इस पर पूरा ध्यान दे रहा है।



ताकत का अंदाजा

राजनीति और सोशल मीडिया का रिश्ता थोड़ा नया सा है। अगर याद हो तो इंडिया अगेंस्ट करप्शन ने फेसबुक के जरिए एक बड़ी आबादी को भ्रष्टाचार जैसे मुद्दे से जोड़ा था और फिर बात बढ़ती ही चली गई।

इस आंदोलन के बाद एक तरह से सोशल मीडिया की ताकत का अंदाजा लगा नेताओं को।

जिसके बाद नरेंद्र मोदी का गूगल हैंग आउट हो या फिर ट्विटर पर बड़े नेताओं की उपस्थिति, फेसबुक पर राजनीतिक दलों के पन्ने हों या फिर यू-ट्यूब पर तृणमूल का अपना चैनल। लोगों को राजनीतिक दलों से जोड़ने की कोशिश जमकर हो रही है।

चाहे कांग्रेस हो या भारतीय जनता पार्टी या फिर सोशल मीडिया के जरिए अपनी पैठ बनाने वाली आम आदमी पार्टी हो, सबने

फॉर्म -4 (नियम 8 देखिये) विचार परिक्रमा

1. प्रकाशन स्थान : नई दिल्ली
2. प्रकाशन अवधि : मासिक
3. मुद्रक का नाम : शरद गोयल
क्या भारत का नागरिक हैं? : हां
पता : ई 1/4, पांडव नगर,
पटपटुंगंज, मदन डेयरी के सामने, नई दिल्ली-110092
4. प्रकाशक का नाम : शरद गोयल
क्या भारत का नागरिक हैं? : हां
पता : ई 1/4, पांडव नगर,
पटपटुंगंज, मदन डेयरी के सामने, नई दिल्ली-110092
5. संपादक का नाम : शरद गोयल
क्या भारत का नागरिक हैं? : हां
पता : ई 1/4, पांडव नगर,
पटपटुंगंज, मदन डेयरी के सामने, नई दिल्ली-110092
6. स्वामी का नाम : शरद गोयल
क्या भारत का नागरिक है? : हां
पता : ई 1/4 पांडव नगर,
पटपटुंगंज, मदन डेयरी के सामने, नई दिल्ली-110092

में शरद गोयल एतद् द्वारा घोषित करता हूँ कि मेरे अधिकतम जानकारी एवं विश्वास के अनुसार ऊपर दिये गये विवरण सत्य हैं।

(शरद गोयल)
प्रकाशक

दिनांक : 28 फरवरी 2014

रणनीति बनाई है।

छोटे दलों ने भी धीरे-धीरे अपने पैर पसारें हैं सोशल मीडिया पर।

पिछले दिनों आईआरआईएस नॉलेज फाउंडेशन की एक रिपोर्ट में कहा गया है कि कम से कम 160 लोकसभा क्षेत्रों में सोशल मीडिया उम्मीदवारों की जीत या हार तय करेगा।

हालांकि इसके बारे में कोई पूरे भरोसे के साथ कुछ नहीं कह सकता लेकिन कोई इस बात से इनकार नहीं कर सकता कि सोशल मीडिया की कोई न कोई भूमिका जरूर होगी अगले चुनाव में।

वोट में होंगे तब्दील ?

सोशल मीडिया पर कई मुद्दों को लेकर लोग राय बनाने की कोशिश कर रहे हैं। इसका फायदा उठाने की कोशिश राजनीतिक दल भी कर रहे हैं। लाइक, रीट्वीट, कमेंट, शेयर और टैगिंग के दौर में असल क्या बचेगा। क्या ये बातें वोट में बदलेंगी या नहीं ये कहना तो मुश्किल है।

बदलती विचारधाराओं के अंतर्जाल में राय और मुद्दे बदलते जा रहे हैं और इसका फायदा राजनीतिक दलों को कैसे हो पाएगा ये जानना भी रुचिकर होगा। ■