

Reg No 177/2008-2009

ISSN: 2322-0317

**PSSH** PERSPECTIVE *of*  
SOCIAL SCIENCES  
*and* HUMANITIES

An International Multidisciplinary Refereed Research Journal

VOL 2, NO 2

JULY - DECEMBER 2010

Biannual

Editor

*Dr Hemant Kumar Singh*

Assistant Professor

Economics Department

Madan Mohan Malviya PG College

Deoria (UP)

Publisher

*Herambh Welfare Society*

Varanasi (India)



## राजनितिक पार्टियां, प्रचार एवं सोशल नेटवर्किंग वेबसाईट (फेसबुक के विशेष सन्दर्भ में)

डा० दिग्विजय सिंह राठौर\*

सोशल नेटवर्किंग वेबसाईट अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को नया रूप दिया है। संचार का एक द्विमार्गीय सामाजिक साधन है। भूमण्डलीकरण के इस दौर में सोशल नेटवर्किंग साइटों ने एक नई दुनिया बसा दी है। अभिव्यक्ति के लिए आम से लेकर खास आदमी को एक ऐसा मंच मिला है जिस पर वह अपने विचार रख सकता है। आप इस पर जो भी कहते हैं लिखते हैं वो पल भर में ही पूरी दुनिया होता है। पहले मनुष्य जहा रहता था वही उसका समाज था। लेकिन आज स्थितिया बदल चुकी है वह उस समाज से निकल एक ऐसे समाज से जुड़ गया जिसका दायरा वैश्विक है। शुरुआती दिनों में फेसबुक, ऑरकुट, टिवटर जैसी सोशल साईट के माध्यम से लोग अपने मित्रों आदि से जुड़कर चोटिंग, फोटो, विडियो आदान प्रदान करते रहे और उस पर अपनी टिप्पड़ियाँ दर्ज करते थे। बदलाव की आँधी ने इसे एक औजार बना दिया और आम आदमी इसके माध्यम से सामाजिक मुद्दों पर अभियान चलाने लगा। यह इंटरनेट के विकास के कारण सम्भव हो पाया।

राजनितिक पार्टियां पहले समाचार पत्र— पत्रिकाओं, रेडियो और टेलीविजन जैसे जनमाध्यमों को प्रचार के लिए मुख्य रूप से प्रयोग करती थीं। सोशल नेटवर्किंग वेबसाईट से आम आदमी के जुड़ाव के कारण प्रचार अभियान में बदलाव आया है। राष्ट्रीय एवं क्षेत्रीय पार्टियों एवं राजनीतिज्ञों द्वारा कम समय में प्रभावी तरीके से अधिसंख्य लोगों तक अपनी बात पहुँचाने एवं अपने मुद्दों पर सहमत करने के लिए सोशल नेटवर्किंग वेबसाईट की तरफ रुख किया है। राजनीतिक पार्टियां अपने स्टार प्रचारकों के भाषणों एवं आकर्षक फोटो को अपलोड कर मतदाताओं को लुभाने की कोशिश कर रही हैं। पारम्परिक माध्यमों से समय से प्रतिक्रिया नहीं मिल पाती थी जबकि सोशल मीडिया से तत्काल प्रतिक्रिया मिलती है।

### भारत में इंटरनेट उपयोगकर्ता

सूचना तकनीकी के विकास के कारण इंटरनेट की पहुँच दिनों दिन बढ़ती गई। भारत में इंटरनेट उपयोग करने वालों की संख्या इस समय 20 मिलियन से अधिक है। इंटरनेट एंड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया (आईएमएआई) की एक रिपोर्ट के अनुसार देश में मोबाइल हैंडसेट के जरिये

\* प्रवक्ता, जनसंचार विभाग, वीर बहादुर सिंह पुर्वांचल विश्वविद्यालय जौनपुर

इंटरनेट का उपयोग करने वाले उपयोक्ताओं की संख्या 155 मिलियन है, जून 2014 तक यह संख्या बढ़कर 185 मिलियन होने की सम्भावना है।

पहले इंटरनेट का प्रयोग कंप्यूटर के माध्यम से सर्वाधिक होता रहा लेकिन आज के समय में मोबाइल और टैब जैसे उपकरणों द्वारा बड़े पैमाने पर इंटरनेट पर सैर की जा रही है। इसके माध्यम से उपयोगकर्ता सरलता से ब्लॉग और सोशल नेटवर्किंग वेबसाइट से जुड़ रहे हैं। मोबाइल पर फेसबुक ने तो सरल उपयोग के लिए एप्लीकेशन भी तैयार कर उपलब्ध कराया है।

### फेसबुक – सोशल नेटवर्किंग वेबसाइट

इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या बढ़ने के कारण ही सोशल नेटवर्किंग साइटों को प्रयोग करने वालों की संख्या में भी इजाफा हुआ है। फेसबुक भारत में बहुचर्चित सोशल नेटवर्किंग साइटों में से एक है। इसकी शुरुआत फरवरी 2004 में हार्वर्ड विश्वविद्यालय के छात्र मार्क जुकरबर्ग ने “द फेसबुक” नाम से की थी। अगस्त 2005 में इसका नाम फेसबुक हो गया। भारत में सोशल नेटवर्किंग साइटों के प्रयोग में बहुत तेजी से वृद्धि हो रही है। वर्तमान समय में अमेरिका फेसबुक का सर्वाधिक उपयोग करने वाला देश है। अमेरिका में इस समय 14.68 करोड़ लोग फेसबुक का प्रयोग करते हैं। न्यूयॉर्क की ई-मार्केट अनुसंधान कंपनी ईमार्केटरश द्वारा किए गए ताजा अध्ययन के अनुसार फेसबुक के 7.7 प्रतिशत उपयोगकर्ताओं के साथ भारत दूसरे स्थान पर है।

फेसबुक पर आप अपना एकाउंट बना कर लोगों से जुड़कर अपनी बात साझा कर सकते हैं। फोटो, विडियो और लिंक को भी शेयर करने की सुविधा इस पर उपलब्ध है। दूसरे की पोस्ट को भी आप अपने स्टेटस पर शेयर कर उसे विस्तार दे सकते हैं। इसके साथ ही फेसबुक ने पेज बनाने की भी सुविधा उपलब्ध कराई है। फेसबुक आपको मित्र बनाने के लिए समय-समय पर सुझाव भी देता रहता है। आज हर सक्रिय व्यक्ति फेसबुक पर है।

### राजनितिक पार्टियां, प्रचार एवं सोशल नेटवर्किंग वेब साईट

भारत एक लोकतान्त्रिक देश है। आम आदमी लोकतंत्र के निर्माण में अपनी अहम भूमिका अदा करता है। राजनीतिक पार्टियां अपने मुद्दों को चुनाव के समय लोगों के बीच ले जाती हैं। वह चाहती हैं कि चुनाव का रिजल्ट उनके पक्ष में हो। अपने पक्ष में जनमत के लिए मुख्य रूप से वह व्यक्तिगत संपर्क, पम्पलेट, बैनर, पोस्टर, समाचार पत्र-पत्रिका, रेडियो, टेलीविजन का सहारा लेती हैं। परिस्थितियों के अनुसार यह माध्यम प्रभावी और अप्रभावी होते रहे हैं। इन दिनों अन्य माध्यमों के साथ ही साथ अधिकांश दलों ने सोशल मीडिया पर अपना ध्यान केंद्रित किया है। दिल्ली में हुए चुनाव में सोशल नेटवर्किंग वेबसाइट की अहम भूमिका सामने आयी है। कांग्रेस, भाजपा और आम आदमी पार्टी के नेताओं ने बहुत ही सुनियोजित तरीके से वोटर्स को रिझाने के लिए फेसबुक और ट्विटर का इस्तेमाल किया। राजनीतिक

पार्टियों के प्रत्याशी को फेसबुक और ट्विटर पर अपने एकाउंट खोल रहे हैं। मीडिया टीम में ऐसे लोगों की बनाई जाती है जो सोशल नेटवर्किंग वेबसाइट के माध्यम से बेहतर तरीके से प्रचार प्रसार कर सकें। इन पर आने वाली हर सकारात्मक और नकारात्मक प्रतिक्रियाओं पर ध्यान दिया जाता है। पार्टियों द्वारा इसको प्रभावी माध्यम माना गया है।

समाचार पत्र पत्रिकाएं एवं टीवी चैनल भी राजनेताओं एवं राजनितिक पार्टियों के सोशल मीडिया पर चल रही गतिविधियों पर नजर रखते हैं। मौका मिलते ही कौन सी पोस्ट कितनी बड़ी खबर बन जाये कहा नहीं जा सकता।

आईआरआआई एस नॉलेज की एक रिपोर्ट में कहा गया है कि आगामी लोक सभा चुनाव में 160 सीटें सोशल मीडिया के कारण प्रभावित होंगी। इस रिपोर्ट को बहुत ही गम्भीरता से राजनितिक पार्टियों ने लिया है। दो मुख्य राजनीतिक दल भाजपा और कांग्रेस ने सोशल मीडिया पर चुनाव अभियान के लिए बहुत ही मजबूत टीम तैयार की है। यह नियमित तौर पर फेसबुक जैसी सोशल नेटवर्किंग वेब साइट पर पोस्टिंग कर रही हैं। सोशल नेटवर्किंग वेब साइट पर सामग्रियों के लिए क्रिएटिव लोगों का भी सहारा लिया जा रहा है कि कैसे लोगों को अपने पक्ष में कर सकें।

राजनितिक पार्टियों को सोशल नेटवर्किंग वेब साइट के कई लाभ हैं। इसके माध्यम से पार्टी एवं जननेता सीधे जनता से जुड़ते हैं। इसपर पार्टियां अपनी बात रखती हैं और जनता अपनी राय देकर संचार की द्विमार्गीय प्रक्रिया बनाती है। इसके साथ ही मीडिया और अन्य दलों द्वारा लगाए जा रहे आरोपों का खंडन भी राजनितिक पार्टियां सोशल नेटवर्किंग वेबसाइट के माध्यम से कर रही हैं।

नेता सोशल मीडिया के माध्यम से जनता को अपनी गतिविधियों एवं समाज में सक्रियता को भी दर्शाते हैं। उनका जुड़ाव सीधे उस व्यक्ति से सम्भव हो पाता है जो उनका मतदाता है। राजनीति और सोशल मीडिया का नया रिश्ता है लेकिन ये रिश्ता बहुत ही कम समय में बहुत मजबूत हो गया है। आज राजनितिक दल सोशल मीडिया के लिए रोज नई रणनीति बनाते हैं। फेसबुक पर बहुत सारे राजनितिक दलों के समर्थकों द्वारा दूसरी पार्टी के लोगों पर आपत्तिजनक पोस्ट, फोटो और कमेंट किये जाते हैं जिसके कारण सोशल नेटवर्किंग वेबसाइटों का रूप बिगड़ रहा है।

## लाइक और लोकप्रियता

फेसबुक पर किये जाने वाले लाइक को राजनितिक पार्टियां लोकप्रियता से जोड़ कर देखती हैं। फेसबुक पर लाइक एक ऐसा आशान हैं जिसे बस क्लिक करने की जरूरत होती है। कमेंट के अतिरिक्त लाइक आशान लोगों के समर्थन का सूचक होता है। जिसपर जितना अधिक लाइक क्लिक होगा उसे उतना लोकप्रिय माना जाता है। पोस्ट के अतिरिक्त निर्मित पेज पर लाइक आशान होता है जिसे क्लिक करने के बाद उस पेज की पोस्ट अपडेट

होने पर आप तक पहुँचती रहती है।

राजस्थान के पूर्व मुख्यमंत्री अशोक गहलोत पर चुनाव के समय फेसबुक पर लाइक खरीदने का आरोप लग चुका है। इसके पीछे तुर्की के इस्तांबुल शहर से सबसे ज्यादा लोगों द्वारा लाइक किया जाना कारण बना। 1 जून तक अशोक गहलोत के ऑफिशियल फेसबुक पेज पर 1,60,077 लाइक थे जो 30 दिनों में 2,14,639 हो गए थे।

## फेसबुक और राजनीति

वोट बैंक को लुभाने के लिए फेसबुक जैसे सोशल मीडिया आज बहुत कारगर साबित हो रहे हैं। अमेरिका और ऑस्ट्रेलिया जैसे देशों में वोटर्स तक अपनी बात सीधे पहुंचाने के लिए सोशल मीडिया का प्रयोग काफी पहले से किया जाता रहा है। फेसबुक आज काफी लोकप्रिय है अमेरिका के राष्ट्रपति बराक ओबामा हो या फिर भारत के नरेंद्र मोदी फेसबुक को प्रचार का एक सशक्त माध्यम मान चुके हैं। इस पर इंटरनेट यूजर्स बहस का हिस्सा बन रहे हैं। फेसबुक पर जननेताओं के पेज पर विकास के दावे, राजनीतिक बयान, एजेंडे, सामाजिक एवं राजनीतिक गतिविधियां, विपक्ष के कमियों को उजागर करना, आरोपों के खंडन से जुड़ी अधिकांश सामग्रियां दिखाई पड़ती हैं।

भारत की दो मुख्य राष्ट्रीय पार्टी भाजपा और कांग्रेस ने सोशल के लिए रणनीति बनाई है। पीआर कंपनी बर्सन-मार्शलर राहुल गांधी के ट्विटर और फेसबुक पेज पर राहुल की रैलियों की तस्वीरें और स्टेटस मैसेज अपलोड करेगी।

मोदी इंटरनेट राजनीति और तकनीक के महत्त्व को बखूबी समझा है। मोदी ने 2007-08 में 'एपको वर्ल्डवाइड' नाम की अमेरिकन विज्ञापन एजेंसी को अपनी छवि निर्माण की जिम्मेदारी दी थी। जिसके नतीजे हमें दिख रहे हैं। एक पूरी टीम मोदी की इंटरनेट पर ब्रांडिंग करती है, उनकी लोकप्रियता बढ़ाने के लिए अभियान चलाती है। मोदी को लोकप्रिय बनाने में सोशल नेटवर्किंग वेब साइट की बहुत बड़ी भूमिका है।

फेसबुक पर नरेंद्र मोदी का अधिकारिक पेज है जिसे अबतक 8.8 मिलियन लोग लाइक कर चुके हैं। इस पेज को लाइक करने वालों में सर्वाधिक 18-24 वर्ष के यूजर्स हैं। सबसे अधिक दिल्ली के लोगों ने इस पेज को लाइक किया है। नरेंद्र मोदी के इस पेज पर नियमित रूप से वोटर्स को लुभाने के लिए सामग्रियां पोस्ट की जाती हैं। नरेंद्र मोदी के कार्यक्रमों की गतिविधियां भी रहती हैं।

भारतीय जनता पार्टी के फेसबुक पेज को अब तक 21 लाख लोगों ने लाइक लिया है। इस पर नरेंद्र मोदी के साथ साथ अन्य पार्टी गतिविधियों को शेयर किया गया है। फोटो, विडियो के अतिरिक्त कई आकर्षक पोस्ट फॉलोवर्स के लिए उपलब्ध है। भाजपा अध्यक्ष राजनाथ सिंह के पेज को 8 लाख से अधिक लोग लाइक कर चुके हैं। इनके पेज को भी नियमित अपडेट किया जाता है।

इंडियन नेशनल कांग्रेस ने फेसबुक पर बहुत ही आकर्षक पेज तैयार

किया है। जिसे 10 लाख से अधिक लोग पसंद कर चुके हैं। सोनिया और राहुल मुख्य रूप से इसकी पोस्टों में दिखाई देते हैं। 10 लाख पेजलाइक होने पर 22 जनवरी की पोस्ट में फॉलोवर्स को बधाई दी गई है।

आम आदमी पार्टी ने सोशल नेटवर्किंग वेब साइट का सबसे बेहतर इस्तेमाल कर बहुत ही कम समय में जो लोकप्रियता हासिल की है वो सबके सामने है। आम आदमी पार्टी के फेसबुक पेज को 1.5 मिलियन लोगों ने पसंद किया है इस पेज को आम आदमी के मुद्दों को ध्यान में रख कर संचालित किया गया। बीते दिनों हुए दिल्ली के चुनाव में इसको लाइक करने वालों की संख्या में बहुत वृद्धि हुई थी। जिससे यह अंदाजा लगाया जा रहा था कि आम आदमी पार्टी की लोकप्रियता बढ़ रही है। चुनाव बाद निष्कर्ष भी यही रहे। नरेंद्र मोदी के फेसबुक पेज की तरह ही यह पेज 18-24 साल के लोगों के बीच लोकप्रिय है। वहीं दिल्ली के सर्वाधिक लोगों ने इसे पसंद किया है। अरविन्द केजरीवाल का आधिकारिक फेसबुक पेज 3.9 मिलियन लोगों की पसंद बना है। दिल्ली की पूर्व मुख्यमंत्री शीला दीक्षित के फेसबुक पेज को 1 लाख 35 हजार लोगों ने लाइक किया है। जो कि अरविन्द केजरीवाल को पसंद करने वालों की संख्या से काफी कम है।

लैपटॉप बाटने वाली समाजवादी पार्टी ने भी फेसबुक पर पेज बना रखा है जिसे 61 हजार लोगों ने ही लाइक किया है। इस पर चुनावी तैयारियों, रैलियों की कवरेज सर्वाधिक देखने को मिलती है यह पेज भी 18-24 साल के लोगों के बीच लोकप्रिय है। सबसे अधिक लखनऊ के लोगों ने इसे पसंद किया है। फेसबुक ने राहुल, सोनिया जैसे बहुत सारे राजनेताओं ने फेसबुक पेज बना कर उपलब्ध कराया है। जिसे हजारों की संख्या में लोग लाइक कर रहे हैं। द्रविड़ मुनेत्र कड़गम और तृणमूल कांग्रेस के भी फेसबुक पर पेज है।

## चुनाव आयोग और सोशल मीडिया

चुनाव आयोग ने सोशल मीडिया का चुनाव अभियान में प्रयोग पर अक्टूबर 2013 में दिशा-निर्देश जारी किये।

सोशल मीडिया के कई पहलुओं पर चुनाव आयोग ने अपना ध्यान केंद्रित किया है। आयोग ने सोशल मीडिया के अंतर्गत कोलबोरटिव प्रोजेक्ट्स (विकिपीडिया), ब्लॉग और माइक्रो ब्लॉग (ट्विटर), कंटेंट कम्युनिटीज (यूट्यूब), सोशल नेटवर्किंग साइट (फेसबुक) एवं वर्चुअल गेम-वर्ल्ड (एप्स) को सम्मिलित किया है। सोशल मीडिया पर भी वो सभी कानूनी प्रावधान लागू होंगे जो अन्य मीडिया पर लागू होते हैं।

आयोग ने चुनाव के समय प्रत्याशियों द्वारा नामांकन करते समय उनके सोशल मीडिया खातों की जानकारी के लिए कॉलम बनाया है। सोशल मीडिया पर जो विज्ञापन प्रकाशित होंगे उसको सम्बंधित अधिकारी द्वारा प्रमाणित कराना होगा। इंटरनेट एवं सोशल मीडिया वेबसाइट पर अभियान संचालित करने में जो खर्च आएगा वह चुनाव खर्च में जुड़ेगा। चुनाव के समय आयोग

की आचार संहिता राजनीतिक दल एवं प्रत्याशियों की सोशल मीडिया की पोस्ट पर भी लागू होगी।

## और अंत में

आज राजनितिक पार्टियां सोशल नेटवर्किंग वेब साईट का खूब प्रयोग कर रही है। इंटरनेट के बढ़ते कदम ने लोगों को और मजबूती से इससे जोड़ा है। राष्ट्रीय से लेकर क्षेत्रीय पार्टियों ने अभियान के लिए फेसबुक जैसी सोशल नेटवर्किंग वेब साईट के महत्व को बखूबी समझा है। आक्सफोर्ड विश्वविद्यालय के रायटर्स इस्टीट्यूट फॉर स्टडी ऑफ जर्नलिज्म की ओर से किये गये अध्ययन में कहा गया है कि फेसबुक जैसे सोशल मीडिया से जुड़ने और टीवी व रेडियो के विज्ञापनो से प्रभावित होकर पाँच लाख लोगों ने चुनाव आयोग की वेबसाईट पर उपलब्ध रजिस्ट्रेशन फार्म का प्रयोग किया। सोशल मीडिया ने ब्रिटेन में आम चुनाव के दौरान प्रचार अभियान और राजनीतिक रिपोर्टिंग में बदलाव लाने में अहम भूमिका निभाई है। भारत की तरह ब्रिटेन में भी 18-24 वर्ष के यूजर्स सोशल मीडिया पर सक्रिय दिखें। ब्रिटेन में हुए चुनाव में पहले की तुलना में मतदान करने वाले युवाओं का प्रतिशत बढ़ा है। भारत में भी 18-24 वर्ष के यूजर्स विभिन्न राजनीतिक दलो के फेसबुक पेज पर सक्रिय दिखते हैं। जिनका मतदान चुनाव परिणाम में बहुत ही मायने रखेगा।

सामाजिक मीडिया के माध्यम से जनता को एक ऐसा माध्यम मिला जिस पर वह अपनी बात रख कर राजनितिक दलों का ध्यान केंद्रित कर रहे है, बहस का हिस्सा बन रहे है और राजनीतिक दल और प्रत्याशी जनता से सीधे जुड़ कर अपना दायरा बढ़ा रहे है। उन्हें अपने पक्ष में करने के लिए नित नए प्रयोग कर रहे है। अरविन्द केजरीवाल फेसबुक पर शीला दीक्षित से बहुत आगे है। दिल्ली में उनकी लोकप्रियता सबसे अधिक है। चुनाव परिणाम भी यही कहते है। नरेंद्र मोदी के लिए अगर देखा जाये तो फेसबुक की लोकप्रियता उन्हें और मजबूती प्रदान करती है। फेसबुक अब बस फेसबुक नहीं रहा सामूहिक संचार का वैश्विक मंच बन चुका है। आगामी लोकसभा चुनाव के नतीजे सोशल नेटवर्किंग साईट और राजनीतिज्ञों के लिए बहुत ही मायने रखेंगे।

## सन्दर्भ

- 1-राजगढ़िया विष्णु ,जनसंचार सिद्धांत और अनुप्रयोग,राधाकृष्ण ,2008
- 2-सिंह ओम प्रकाश, संचार के मूल सिद्धांत,कलासिकल पब्लिकेशन कंपनी, दिल्ली 2002।
- 3-श्रीवास्तव प्रो विश्वास चन्द्र ,आनन्द समाज शास्त्र संपूर्ण अध्ययन,आनंद पुस्तक मंदिर,वाराणसी, 2003।
- 4-राय रामबहादुर,प्रथम प्रवक्ता ,16-31 जनवरी 2012
- 5-झा के राजेश ,योजना,प्रकाशन विभाग,नई दिल्ली,मई 2013।
- 6 -<http://www-prabhatkhabar-com/news/76889&india&mobile&internet-html>
- 7- <http://hindi.irib.ir/>



- 9– <http://aajtak-intoday-in/story/gehlot&buying&likes&on&facebook&bjp&1&735607-html>
- 10– [http://articles-economictimes-indiatimes-com/2013&04&11/news/38463533\\_1\\_constituencies&facebook&users&impact11www.jansattacom/indeÙphp\option³4com\\_content&view³4article&id³457483:2014&01&09&05&47&36&catid³421:samaj](http://articles-economictimes-indiatimes-com/2013&04&11/news/38463533_1_constituencies&facebook&users&impact11www.jansattacom/indeÙphp\option³4com_content&view³4article&id³457483:2014&01&09&05&47&36&catid³421:samaj)
- 12 - <http://www-punjabkesari-in/news/article&204240>
- 13 – [http://eci-nic-in/eci\\_main1/current/SocialMedia\\_CI25102013-pdf](http://eci-nic-in/eci_main1/current/SocialMedia_CI25102013-pdf)