मीडियाः दृष्टिकोण एवं रणनीति

मीडिया एवं सोशल मीडिया से व्यवहार हेतु संक्षिप्त मार्गदर्शिका

पं दीनदयाल उपाध्याय
प्रशिक्षण महाअभियान 2018

भारतीय जनता पार्टी

9 789388 310154

मीडियाः
दृष्टिकोण एवं रणनीति

पं दीनदयाल उपाध्याय
प्रशिक्षण महाअभियान 2018

भारतीय जनता पार्टी

11, अशोक रोड, नई दिल्ली– 110001

फोन : 011–23005700, फैक्स : 011–23005787

मीडियाः
दृष्टिकोण एवं रणनीति

© भारतीय जनता पार्टी
11, अशोक रोड, नई दिल्ली- 110001

ISBN: 978-93-88310-15-4

2018

मुद्रकः
एक्सलप्रिंट
सी-36, फ्लैटेड फैक्ट्री कॉम्प्लेक्स
झण्डेवालान, नई दिल्ली-110055

आमुख

सर्वाधिक सदस्य संख्या के विश्व रिकॉर्ड के साथ भारतीय जनता पार्टी भारत में सबसे बड़ी राजनीतिक ताकत के रूप में उभरी है। सिर्फ केन्द्र में ही नहीं, बल्कि देश के आधे से अधिक राज्यों में भी आज यह सत्ता में है। ऐसे विशाल जनादेश के साथ आज देश की राजनीतिक व्यवस्था में पार्टी का अत्यंत महत्त्वपूर्ण स्थान है।

हमारा मानना है कि पार्टी के प्रति देशवासियों का जितना अधिक भरोसा बढ़ता है उतनी ही अधिक पार्टी और पार्टी कार्यकर्ताओं की जिम्मेदारी भी बढ़ जाती है। इसलिए कार्यकर्ताओं की क्षमता में वृद्धि तथा नेतृत्व को भावी जिम्मेदारियाँ संभालने हेतु तैयार करना बहुत जरूरी हो जाता है। इसी विचार को केन्द्र में रखकर पार्टी ने कार्यकर्ताओं एवं पदाधिकारियों के समुचित प्रशिक्षण हेतु ठोस पहल की है। कार्यकर्ताओं के प्रशिक्षण की बात करें तो अपने शुरूआती दिनों से ही भाजपा की यह खास पहचान रही है। इससे पूर्व जनसंघ के रूप में भी कार्यकर्ता प्रशिक्षण पर सदैव जोर रहा। सभी प्रकार के प्रशिक्षण कार्यक्रमों के पीछे मूल सोच यही रही है कि कैसे पार्टी में जमीनी स्तर तक लोकतंत्र को मजबूत किया जाए और किस प्रकार ऐसे प्रशिक्षित कार्यकर्ताओं की एक मजबूत टीम खड़ी हो जो सेवा एवं समर्पण भाव के साथ देशवासियों की आकांक्षाओं पर खरी उतरे।

भाजपा में राजनीतिक कार्यकर्ताओं के प्रशिक्षण को वर्ष 2015 में उस समय नया आयाम मिला जब ''पंडित दीनदयाल उपाध्याय प्रशिक्षण महाभियान'' की शुरूआत हुई। इस अभियान की सफलता का आंकलन महज इसी बात से लगाया जा सकता है कि राजनीतिक कार्यकर्ताओं के प्रशिक्षण का यह दुनिया का पहला एवं सबसे बडा अभियान है। प्रथम चरण में मंडल से लेकर राष्ट्रीय स्तर तक हजारों प्रशिक्षण कार्यक्रम देशभर में आयोजित किये गये।

प्रशिक्षण के द्वितीय चरण में अब पार्टी के विभिन्न मोर्चों, विभागों एवं स्तरों पर कार्यरत राजनीतिक कार्यकर्ताओं के लिए विशेष प्रशिक्षण कार्यक्रम आयोजित किये जा रहे हैं। प्रशिक्षण कार्यक्रम का यह नया आयाम है। द्वितीय चरण में प्रभावी ढंग से मीडिया को संभालने तथा अलग-अलग प्रकार के

मीडिया माध्यमों से व्यवहार करने हेतु कार्यकर्ताओं को विशिष्ट प्रकार का प्रशिक्षण प्रदान करने की भी योजना बनी है।

परंपरागत रूप से मीडिया की जो छवि रही है उसमें आज अमूलचूल परिवर्तन आया है। विभिन्न जनसंचार माध्यमों की उत्पत्ति के साथ मीडिया का दायरा और दृष्टिकोण दोनों ही विस्तृत हुए हैं। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, उपग्रह चैनलों, ऑनलाइन मीडिया व सोशल मीडिया आदि के विकास के साथ जनसंचार माध्यमों में अप्रत्याशित बदलाव आया है। जनता से संवाद करने के तरीके एवं माध्यम अब पहले से अधिक संवादात्मक हो गए हैं। इसलिए किसी भी राजनीतिक कार्यकर्ता के लिए अपने संपर्क के दायरे को बढ़ाने एवं पार्टी के विचार को कम से कम समय में अधिक से अधिक लोगों तक पहुँचाने के लिए विभिन्न जनसंचार माध्यमों एवं तकनीक का इस्तेमाल करने के तरीकों को सीखना और अपनी जानकारी में लगातार बढ़ोत्तरी करते रहने की आवश्यकता आज पहले से अधिक है।

इस पुस्तिका में मुख्य रूप से मीडिया को लेकर हमारी मूल दृष्टि, मीडिया कौशल, मीडिया से व्यवहार करने के लिए जरूरी दिशा निर्देश, विभिन्न मीडिया माध्यमों हेतु प्रभावी सामग्री यानि कंटेंट तैयार करना, अलग-अलग प्रकार के विश्लेषणात्मक उपकरणों का इस्तेमाल, राजनीतिक गतिविधियों हेतु सोशल मीडिया का उपयोग आदि के सम्बन्ध में जानकारी संकलित की गयी है। अनुभवी प्रशिक्षिकों के साथ विचार-विमर्श के पश्चात् तैयार की गयी इस पुस्तिका में जो जानकारी दी गयी है वह कार्यकर्ताओं और निर्वाचित पदाधिकारियों को प्रोत्साहित करने के साथ-साथ उनके ज्ञानवर्धन एवं कौशल विकास में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाएगी। इस प्रक्रिया में इस पुस्तिका को एक शुरूआत ही मानना चाहिए।

मुझे उम्मीद है कि पार्टी के निर्धारित लक्ष्यों एवं उद्देश्यों को प्राप्त करने में यह पुस्तिका सहायक सिद्ध होगी।

-पी. मुरलीधर राव
(राष्ट्रीय महासचिव)
प्रभारी, प. दीनदयाल उपाध्याय
प्रशिक्षण महाभियान

मीडियाः
दृष्टिकोण एवं रणनीति
विषय सूची

१. जनसंचार के मूल तत्व..... 7

क–प्रिंट मीडिया... 8

ग–रेडियो... 8

घ– टेलीविजन... 9

द– सोशल मीडिया... 9

२. मीडिया की मूल सीख... 10

क–कैसे बनाएं प्रभावी प्रेस विज्ञप्ति... 10

ख– संवाददाता सम्मेलनः कब करें, कैसे करें... 11

ग– पत्रकारों को क्या बताएँ और क्या बताने से बचें 13

घ– बाइट कैसे दें 13

च– बहस में कैसे पेश आएं 14

३. मीडिया के सामने पेश आने के मार्गदर्शक तत्व 17

क–मूलभूत बातें 18

ख– कौन 18

ग– क्या 19

घ– कहाँ 19

च– कब 19

छ–क्यों 19

ज- कैसै	19
झ- किस चीज से बचे	20
४. मुख्य विषयों पर शोध	**22**
क-खुद के बारे जानकारी संजोकर रखें	23
५. प्रकाश्य सामग्री की तैयारी कैसे करें	**24**
क- सोशल नेटवर्किंग साइट की सामग्री	24
ख- वीडियो	25
ग- ग्राफिक्स	25
घ- इंफोग्राफिक्स	25
च- चित्र (फोटो)	25
६. सोशल मीडिया के विश्लेषणात्मक उपकरण (एनलिटिकल टूल्स)	**26**
- विश्लेषण कैसे करें	27
७. सोशल मीडिया से कैसे बढ़ाएँ राजनीतिक प्रभाव	**38**
क- कुछ चर्चित सोशल नेटवर्किंग साइट	38
ख- सोशल मीडिया का क्यों करें इस्तेमाल	39
ग- सोशल मीडिया के त्वरित गति से इस्तेमाल की रणनीति	39
घ- सोशल मीडियाः क्या करें और क्या न करें	40
७. भारतीय जनता पार्टी का इतिहास एवं विकास	**42**
८. सैद्धांतिक अधिष्ठान	**53**

मीडियाः दृष्टिकोण एवं रणनीति

भारतीय जनता पार्टी अन्य दलों से भिन्न है। हमारी एक निश्चित विचारधारा है। भारतीय जनता पार्टी के पास कार्यकर्ताओं की विशाल फौज है। हमारे पास राष्ट्र को परम वैभव की ओर ले जाने का कार्यक्रम है। लेकिन अपने जन्म से लेकर अब तक हमारी पार्टी को लगातार बदनाम करने का सुनियोजित प्रयास किया जा रहा है। कांग्रेस, कम्युनिस्ट और इनके डीएनए वाले जातीय और सांप्रदायिक दल इस कार्य में लगे हैं।

वर्ष 2014 में देश की जनता ने हमें सेवा का अवसर दिया। इससे हमें अपने विस्तार का मौका मिला है, सांस्कृतिक राष्ट्रवाद, अन्त्योदय और एकात्म मानव दर्शन की वैचारिक आधारभूमि पर अपने को प्रोजेक्ट करने का सुअवसर भी मिला है। यह सब हमारी मीडिया नीति में परिलक्षित होना चाहिए।

मीडिया हमारे प्रति असहिष्णु है, ऐसा मानने का कोई कारण नहीं है। समाज में बड़ा तबका हमारा विरोधी नहीं है। अधिसंख्य लोग विचारों से राष्ट्रवादी हैं। लेकिन सालों से हमें बदनाम करने की कोशिश जारी है। इससे निपटने का एक ही उपाय है कि हम अपने बारे में बनी अवधारणा को बदलने का प्रयास करें। इसके लिए हमें अपना प्रभाव बढ़ाना होगा और पेशेवराना अंदाज विकसित करना होगा। एक बात और। हमें किसी बात पर प्रतिक्रिया देने की आदत डालने की बजाय अपना एजेंडा सेट करना चाहिए। हमें अपनी ब्रांडिंग कुछ इस तरह करनी होगी जिससे हम बहस की दिशा को बदल सकें।

❍

जनसंचार के मूल तत्व

जनसंचार मूलरूप से समाज में संवाद का सशक्त माध्यम है। प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और डिजिटल मीडिया के रूप में निरंतर इसका प्रभाव विस्तार हो रहा है।

क-प्रिंट मीडिया

पहले कुछ तथ्य–31 मार्च 2016 तक देश भर में एक लाख 10 हजार से अधिा समाचार पत्र पंजीकृत थे।

- आरएनआई के रिकॉर्ड के अनुसार कुल पाठक 61 करोड़ से अधिक हैं।
- 9 हजार से अधिक दैनिक समाचार पत्र पंजीकृत हैं।
- 2015 के आंकड़ों के अनुसार हर दिन 37 करोड़ कापियाँ वितरित होती हैं।
- 17 करोड़ प्रसार संख्या के साथ चार हजार से अधिक हिंदी समाचार पत्र हैं। बाकी में अंग्रेजी, उर्दू और अन्य भाषायी समाचार पत्र हैं।

ख- रेडियो

- ऑल इंडिया रेडिया (आकाशवाणी) प्रसार भारती का एक हिस्सा है। राष्ट्रीय स्तर पर संवाद का सशक्त सार्वजनिक माध्यम है।
- निजी एफएम चैनलों को आकाशवाणी के समाचारों को बिना काट–छांट के प्रसारित करने की अनुमति है। इनको अपने सामाचारों को प्रसारित करने की अनुमित नहीं है।

ग– टेलीविजन

देश में फिलहाल 857 निजी न्यूज चैनल हैं। दो दिसंबर 2015 के आंकड़ों के अनुसार 190 सरकारी चैनल हैं। इन सबके अलावा बड़ी संख्या में क्षेत्रीय चैनल भी हैं।

घ– सोशल मीडिया

प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अलावा सोशल मीडिया बड़े प्रभावी तरीके से जनजीवन के बीच लोकप्रिय हो रहा है। इसने मीडिया के अन्य माध्यमों को काफी पीछे छोड़ दिया है। डिजिटल मीडिया से संचार क्षेत्र में नयी क्रांति आयी है। गूगल, फेसबुक, इंस्टाग्राम, ट्वीटर जैसे दसियों लोकप्रिय वेबसाइट बेहद प्रभावकारी हैं। ❍

मीडिया की मूल सीख

क–कैसे बनाएं प्रभावी प्रेस विज्ञप्ति

प्रेस विज्ञप्ति अपने विचारों को मीडिया के विभिन्न माध्यमों तक पहुँचाने का सरल और सीधा माध्यम है। यह प्रिंट के अलावा वीडियो और ऑडियो के रूप में भी हो सकता है।

- आकर्षक शीर्षक हो। शुरुआती कुछ पंक्तियाँ ही पत्रकार को उसे देखने और पढ़ने के लिए आमंत्रित करें।
- प्रेस रिलीज में तथ्यात्मकता का ध्यान रखें। उसकी विश्वसनीयता इसी पर आधारित होती है। गप–शप जैसी सामग्री देने की बजाय उसमें आँकड़े भी दें, लगे कि इसमें से कोई बड़ी स्टोरी भी बन सकती है।
- वाक्य–विन्यास ठीक हों, व्याकरण की दृष्टि से दुरुस्त हो। प्रेस में भेजने से पहले किसी अन्य समझदार मित्र की नजर अवश्य पड़ जाए ताकि गलतियों की गुंजाइश न रहे।
- पार्टी की ओर से औपचारिक विज्ञप्ति में संबंधित नेता का सीधा बयान देना समीचीन रहता है। इससे विश्वसनीयता बढ़ जाती है।
- विज्ञप्ति देते समय अपना फोन, मोबाइल और मेल आईडी देना न भूलें ताकि संबंधित विषय के बारे में जरूरत पड़ने पर अतिरिक्त जानकारी संबंधित पत्रकार को दी जा सके।
- प्रेस विज्ञप्ति जहाँ तक हो सके, छोटी हो। एक पेज या अधिकतम दो पेज में हो।
- कोई पत्रकार उसके बारे में कुछ अधिक जानना या लिखना

चाहता है तो डाटा समेत अधिक जानकारी देने से न हिचकें।

ख- संवाददाता सम्मेलनः कब करें, कैसे करें

अपनी बात प्रभावशाली तरीके से विस्तार में कहने के लिए प्रेस कान्फ्रेंस महत्त्वपूर्ण माध्यम है।

- जब आपके पास कोई बड़ा समाचार हो जो मीडिया में लाना चाहते हैं, तभी पत्रकार वार्ता बुलाएं। या ऐसी स्थिति में पत्रकार वार्ता करें जब कोई बड़ी बात कहने के लिए पार्टी के राष्ट्रीय नेतृत्व या राज्य नेतृत्व द्वारा निर्देश मिला हो।
- आपके पास ऐसा समाचार हो जो ब्रेकिंग श्रेणी का हो और मीडिया में पहली खबर बनने लायक हो। बासी समाचार में किसी पत्रकार की रुचि कतई नहीं होती है। लगे कि आप कुछ नया बता रहे हैं।
- पत्रकार वार्ता उस स्थिति में भी बुलायी जा सकती है जब किसी विषय पर पत्रकारों का बड़ा समूह आपके या पार्टी के विचार जानना चाहता है। किसी विषय विशेष पर पार्टी का पक्ष जानने के लिए पत्रकारों के फोन आते हैं।
- पत्रकार वार्ता के समय का अवश्य ध्यान रखें। अधिकतम कवरेज पाने का सबसे उपयुक्त समय पूर्वाह्न 11 बजे से अपराह्न 1 बजे होता है। यही समय पत्रकार वार्ता का आदर्श समय होता है।
- यह भी ध्यान रखें कि पत्रकार वार्ता का स्थान ऐसी जगह हो जहाँ पत्रकार आसानी से पहुँच सकें। उक्त स्थान पर समुचित व्यवस्था हो, यह भी कि किसी परेशानी से बचने के लिए वार्ता के स्थान और व्यवस्था के बारे में आपके पास प्लान बी भी होना चाहिए।

- यह भी ध्यान रखना चाहिए कि वार्ता स्थल यदि पार्टी का परिसर न हो तो निश्चत तौर पर सुव्यवस्था की चिंता करें। वार्ता से दो घंटे पहले सभी व्यवस्थाओं को गहराई से जाँच लें।
- बेहतर होगा कि पत्रकारों से वार्ता के बाद उन्हें मीडिया किट भी दें जिसमें प्रेस विज्ञप्ति, चित्र, सीडी/डीवीडी/पेन ड्राइव आदि हो।
- पत्रकारों के आने से पहले यह सुनिश्चित कर लें कि उनसे कौन–कौन नेता वार्ता करेंगे और उनके बैठने का क्रम क्या होगा। इस बारे में पार्टी की सामान्य गाइडलाइन का अनुसरण करें। एक या दो वक्ता प्रेस कान्फ्रेंस में बोलें तो बेहतर होता है। वार्ता के बाद यदि बाइट देने की जरूरत हो तो सावधानी बरतें, ध्यान रखें कि ऐसी बात न करें जो प्रेस कान्फ्रेंस में कही गयी बातों से मेल न खाती हो। इससे विवाद उत्पन्न होने की संभावना बढ़ सकती है।
- यह भी ध्यान रखें कि पत्रकार वार्ता करते समय मंच का बैकड्राप ठीक हो, सब कुछ ठीक से दिख रहा हो। ध्यान रहे, भाजपा का चुनाव चिह्न ठीक से दिखे। जिस विषय पर प्रेस कान्फ्रेंस हो, वह मंच के पीछे साफ–साफ दिखे।
- सदैव ध्यान रखें कि प्रेस वार्ता करते समय कोई अच्छा वक्ता माध्यम का काम करे जो मंच के नेताओं का ठीक से परिचय कराए, यह भी कि अधिसंख्य पत्रकारों से उसका ठीक से परिचय हो ताकि जरूरत पड़ने पर उन्हें नाम से पुकार सके।
- यह भी ध्यान रखें कि प्रेस वार्ता की औपचारिक सूचना सभी को अच्छी तरह से मिल जाए, भले ही वे आपको अच्छी तरह से जानते हों या मित्र हों। फोटोग्राफरों को तो कतई न भूलें।

पत्रकार वार्ता का प्रबंधन

- दो बातों का धयान रखें।

एक–कैसे अपनी बात को स्पष्टता से पत्रकारों के सामने रखें। अपनी बात संक्षिप्त और सरल तरीके से रखें। जो आपको कहना है, बिना किसी बड़ी भूमिका के उसे ही कहें। एक से अधिक वक्ता हों तो यह बात स्पष्ट हो कि किसको किस बात पर फोकस करना है। ध्यान रखें कि प्रश्नोत्तर समेत पूरी प्रेस वार्ता 45 मिनट में समाप्त हो जाए।

दो–कितनी कुशलता से आप प्रश्नों का जवाब दें। प्रेस वार्ता प्रबंधन का ये सबसे महत्त्वपूर्ण और चुनौतीपूर्ण हिस्सा है। आपको अनपेक्षित प्रश्नों का सामना करने के लिए तैयार रहना होगा। पत्रकार ऐसा प्रश्न भी उठा सकते हैं जिसके बारे में आपने न सोचा हो। इसके लिए उसका पूर्वाभ्यास (रिहर्सल) करना अच्छा होगा। इससे भी बेहतर होगा कि किसी को पत्रकार की तरह पेश कर उसके प्रश्नों का सामना करें। इससे अच्छी तरह पूर्वाभ्यास किया जा सकता है। यदि प्रेस वार्ता में दो लोग हों तो तय कर लें कि किसे इस तरह के जटिल प्रश्नों का जवाब देना है। किसी भी परिस्थिति में पत्रकारों के प्रश्नों पर उत्तेजित न हों।

स–मीडिया को क्या बताएँ, क्या बताने से बचें।

समाचार चैनलों से वार्ता करते समय अति सावधानी की जरूरत है।

समाचार बाइट

चैनलों को बाइट देते समय इस बात का ध्यान रखें कि केवल वही कहें जिससे पार्टी की नीति अभिव्यक्त होती है। किसी खबर को पुष्ट करने के लिए पत्रकार के प्रश्न का उत्तर संक्षिप्त में दें।

अ- पार्टी लाइन का विशेष ध्यान रखें। ऑफ दि रिकॉर्ड कतई बात न करें और न ही व्यक्तिगत विचार जैसा बयान दें।

ब- 10 से 40 सेकेंड की बाइट आदर्श होती है। बाइट के नाम पर भाषण जैसा बयान अच्छा नहीं होता है।

स- पार्टी के विचारों को स्पष्टता से व्यक्त करें। संबंधित विषय में ही बोलें। यदि आपको संबंधित विषय के बारे में जानकारी न हो तो उसकी पृष्ठभूमि को अच्छे से खंगाल लें।

बहस-इसमें चूंकि अन्य दलों या विरोधी विचार के लोग सामने होते हैं इसलिए खास सतर्कता की जरूरत होती है

- चैनल पर जाने का निमंत्रण मिलने के साथ उससे यह जरूर जाने कि और कौन लोग उसमें हिस्सा ले रहे हैं। एंगल क्या है और आपको (मुझे) क्यों आमंत्रित किया जा रहा है। टेलीफोन पर अति संक्षिप्त में अपने विचार रखें।
- यह भी जानें कि बहस कितनी समयावधि है और आपको कितना समय आवंटित किया जा रहा है। अंतिम क्षण में किसी भी तरह के बदलाव के लिए तैयार रहें। ऐसी स्थिति में संक्षिप्त कमेंट देने के लिए भी तैयार रहें।
- स्टूडियो में जाने से पहले संबंधित विषय पर गहराई से शोध कर लें और पूरी तैयारी कर लें। मानकर चलें कि चैनल पर बहुत कम समय होता है लिहाजा वक्तव्य ऐसा दें जो पार्टी की रीति-नीति को अभिव्यक्त कर रहा हो। अपनी बात के समर्थन में ठोस उदाहरण देना न भूलें।
- चैनल पर जाने से पहले पार्टी के अन्य सहयोगियों से गहन चर्चा करनी चाहिए। लेकिन ध्यान रखें कि शब्दावली आपकी ही होगी। सजीव प्रसारण (लाइव टेलीकास्ट) या आनन-फानन

कार्यक्रम बदलने पर अपने को बिल्कुल सहज रखकर पार्टी लाइन पर बोलें। चैनल पर आलोचना सुनने के लिए तैयार रहें और किसी भी सूरत में उत्तेजित न हों। आपका आत्मविश्वास ही सबसे बड़ी पूंजी है, वही सबसे ज्यादा प्रभाव डालता है।

- चैनल पर जाते समय पहनावे पर खास ध्यान दें, बेहतर होगा कि साथियों से सलाह ले लें। बिल्कुल सफेद या बिल्कुल काले पहनावे से बचें। स्टूडियो समय से पहले पहुँचें ताकि अपने को सामान्य कर सकें। स्टूडियो में संक्षिप्त बात करें और नये लोगों से परिचय बढ़ाएँ। किसी भी हाल में औपचारिक बहस से पहले अपने विरोधी से कतई न उलझें।
- यदि बहस की शुरुआत आपसे हो रही है तो सहजता से संबधित विषय पर पार्टी की गाइड लाइन ध्यान में रखते हुए अपने विचार रखें। ध्यान रखें कि आपके विचार वृहद दर्शकों और श्रोताओं के बीच जा रहा है। ध्यान से दूसरे की बात सुनें और बुद्धिमत्तापूर्ण तरीके से उत्तर दें।
- एंकर या बहस में बोल रहे व्यक्ति की ओर नजर रखें। इससे आपका आत्मविश्वास बढ़ेगा।
- एंकर या प्रस्तोता से कतई न उलझें। समय ज्यादा हो तो अपनी बात विस्तार से रखें। इससे आपको बढ़त मिल सकती है।
- आपकी बॉडी लैंग्वेज (देहभाषा) बहुत कुछ कहती है। बहस में हल्की हँसी या मुस्कराहट आपको बड़ी बढ़त दिलाती है।
- किसी जटिल विषय पर बहस के बिंदु पर विस्तार से जानकारी मांगें। यह भी तय कर लें कि आगे आपको कैसे उसका तार्किक प्रतिवाद करना है।

मीडिया का सहयोग पाने के मार्गदर्शक तत्व

- आपको क्या कहना है, इससे भी जरूरी यह कि क्या नहीं कहना है। इसके लिए पूरी तरह सतर्क रहें।
- प्रश्नों को ध्यानपूर्वक सुनें। समझें कि उनका मतलब क्या है। यदि मतलब न समझ पाए हों तो फिर पूछ सकते हैं।
- तेजी से सोचें, धीमी गति से उत्तर दें (think fast, talk slow) सुनिश्चित करें कि पत्रकार को आपकी बात पूरी तरह से समझ में आ गयी है।
- अपने उत्तर के समर्थन में ऐसे तथ्यात्मक कागज (दस्तावेज) जरूर साथ रखें। तथ्यों के माध्यम से विरोधी के तर्क को बेहतर तरीके से खारिज कर सकते हैं।
- पत्रकार को अपने नंबर, मोबाइल नंबर, घर का नंबर, ई मेल देना चाहिए। अपने व्यक्तिगत और बहुत जरूरी काम के लिए उपयोग किये जाने वाले नंबर भी दे सकते हैं।
- पत्रकारों या संपादकों से निजी प्रगाढ़ता से फायदा होता है। कभी–कभी उनके साथ अनौपचारिकरूप से भी बैठना ठीक रहता है। इससे निजी प्रगाढ़ता बढ़ती है। इसी क्रम में अधिक से अधिक मीडिया से अपना परिचय बढ़ाएँ।
- एक बार की मुलाकात के बाद भविष्य में मिलने का वादा धन्यवाद से जरूर करें और आगे मिलने का क्रम जारी रहना चाहिए।
- पत्रकारों को बेहिचक यह जानने दें कि आप या पार्टी के उद्देश्य क्या हैं। आने वाले कार्यक्रमों के बारे में जानना चाहते

हैं तो बेशक उन्हें अपडेट कर सकते हैं।

- अगर कोई बड़ा कार्यक्रम होने जा रहा है तो उसकी सूचना मेल से अग्रिम देने में कोई हर्ज नहीं है। समय–समय पर पत्रकारों को अपडेट कराते रहें।
- इस बात के लिए तैयार रहें कि आप या पार्टी के प्रवक्ता को कम समय की सूचना पर साक्षात्कार देना पड़ सकता है। ऐसी तैयारी न होने पर सराकारात्मक प्रचार के प्रयासों पर पानी फिर सकता है।
- यह भी कि जितना आप पत्रकार को बताते हैं, उससे ज्यादा वह समझता है। इसलिए वार्ता करते समय सावधानी बरतें।
- याद रखें कि पत्रकार के सवाल नहीं, आपके जवाब ही प्रिंट मीडिया या समाचार चैनल में सामने आते हैं। प्रश्न कितना गलत है या सही, या उलझा हुआ, इसका कोई मतलब नहीं होता। पाठक, श्रोता या दर्शक को केवल आपके जवाब से संतुष्ट होना चाहिए।
- रिपोर्टर से वार्ता करते समय उससे अधिक आपको श्रोता, दर्शक या पाठक का ध्यान रखना चाहिए।

समाचार लेखन में इन बातों का रखें ध्यान

समाचार लिखते समय सामान्य रूप से सहज अभिव्यक्ति का ध्यान रखना चाहिए। क्या, कहाँ, क्यों, कैसे, कब का ध्यान रखें। समाचार संरचना के इन पाँच तत्वों को ध्यान में रखेंगे तो कभी गलती नहीं होगी।

क्या–प्रेस विज्ञप्ति में इस शब्द का सीधा मतलब है नयापन। वाक्य संरचना के समय इस बात का ध्यान रखें कि पत्रकार को आप जो बताना चाहते हैं उसका स्पष्टता से उल्लेख करें। पार्टी में नयी नियुक्ति,

मनोनयन, कार्यक्रम आदि के बारे में पूरी जानकारी समेटें।

कहाँ–इस शब्द का प्रेस विज्ञप्ति में बड़ा महत्त्व है। प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के पत्रकारों विशेष रूप से फोटोग्राफरों और कैमरामैन के लिए स्थान का काफी महत्त्व रहता है। इसलिए स्थान बताना जरूरी है। उसमें पूरा पता, लोकेशन, और वहाँ पहुँचने के बारे में स्पष्टता से उल्लेखन होने पर पत्रकार को सहूलियत होती है।

क्यों–प्रेस विज्ञप्ति बनाते समय इस बात को हमेशा ध्यान में रखें कि आपकी खबर को क्यों प्रकाशित किया जाए और यह भी कि संपादक (उसका पाठक, श्रोता या दर्शक) क्यों महत्त्व दे। उस खबर में ऐसा कौन सा महत्त्वपूर्ण तत्त्व है जो इनको आपकी खबर की ओर आकर्षित करने के लिए विवश कर रहा है। इसका महत्त्व जितना अधिक आप समझ लेंगे, आपकी खबर को उतना ही अधिक कवरेज मिलेगा।

कैसे–यहाँ ध्यान रखने की बात है कि हम अपनी पार्टी के बारे में पाठक, दर्शक आदि में जानने की जिज्ञासा कैसे पैदा करें। आपको मीडिया संगठनों और संपादकों के बारे में जितनी अधिक जानकारी होगी, उतने ही अच्छे तरीके से आप अपनी खबर को डिस्प्ले दिलाने में कामयाब होंगे। संपादक से इतने अच्छे संबंध होने चाहिए कि जब भी उससे किसी स्टोरी के बारे में चर्चा के लिए फोन करें तो वह उत्साह के साथ आपसे चर्चा करे। आपकी रणनीति इस पर टिकी हो कि कैसे आप अपनी पार्टी का मूल मंतव्य (core message) उस तक पहुँचा दें।

कब–आप इस बात का ध्यान रखें कि कोई समाचार देने के लिए आप संपादक को पर्याप्त समय दें ताकि वह अपने रिपोर्टर को उस काम में लगा सके। आप यह भी ध्यान रखें कि कोई रिपोर्टर आपकी आवश्यकता के अनुसार नहीं चलेगा। रेडियो, टेलीवीजन और प्रिंट

मीडिया के लिए दो दिन की नोटिस पर्याप्त होती है। साप्ताहिक के लिए चार दिन से लेकर एक सप्ताह तक पहले जानकारी देनी ही चाहिए।

इन चीजों से रहें दूर-

क- मीडिया को कभी न बताएँ कि आप वस्तुतः चाहते क्या हैं। उल्टे आप रिपोर्टर से यह जानने की कोशिश करें कि उसके मन में क्या चल रहा है। अगर वह नहीं, तो क्या उसका कोई पत्रकार मित्र आपकी पार्टी में रुचि रखता है।

ख- उन प्रश्नों का उत्तर कतई देने का प्रयास न करें जो न पूछा गया हो। रिपोर्टर यह कतई नहीं जानना चाहता है कि आप किसके विषय में बोल रहे हैं। आप प्रश्नों के जवाब तर्कपूर्ण तरीके से दें।

ग- सामने वाले के प्रश्नों पर प्रश्न न दागें। संभव है कि सामने वाले का प्रश्न बिल्कुल अप्रासंगिक हो। अगर कोई सवाल संदर्भ से बाहर हो तो कोशिश करें कि संदर्भित वार्ता पटरी पर आ जाए।

घ- काल्पनिक सवालों का जवाब कतई न दें। ऐसे में रिपोर्टर के सवाल पर किसी का ध्यान नहीं जाता है, केवल आपके उत्तर पर ध्यान जाता है।

च- नो कमेंट्स कभी न कहें। यह भी एक प्रकार का कमेंट ही होता है। हमारी नीति है कि जो भी प्रश्न सामने आये, अगर हमसे संबंधित हो तो उसका तर्कपूर्ण जवाब दें। यह भी कि यह ऑफ रिकॉर्ड है जैसी बात करने की भूल कतई न करें। यदि आप सार्वजनिक रूप से कुछ भी नहीं कह सकते तो उसे कतई न कहें।

छ- किसी रिपोर्टर से यह कतई न कहें कि आप प्रकाशित होने से

पहले उसकी खबर चेक करना चाहते हैं। ऐसा कतई न करें। वार्ता करते समय कभी भी उत्तेजित न हों। भले ही किसी रिपोर्टर से आपका निजी संबंध अच्छा हो लेकिन स्टोरी या खबर देते समय पत्रकारों के बीच भेदभाव न करें।

ज– कोई भी प्रेस रिलीज भेजते समय उसका सामान्यीकरण (generalization) न करें। वह ऐसी हो जो संपादक को उसे प्रकाशित करने के लिए विवश कर दे।

झ– कम महत्त्वपूर्ण मीडिया को नजरअंदाज न करें। कम्युनिटी न्यूज पेपर, केबल टीवी, व्यापारी संगठनों से जुड़े पत्र–पत्रिकाओं को भी बराबर महत्त्व दें।

ट– समय का सबसे अधिक ध्यान रखें। ध्यान रहे कि माडिया चाहे प्रिंट हो या इलेक्ट्रॉनिक, समाचार भेजने की एक समयावधि होती है। उसका ध्यान जरूर रखें। ❍

मुख्य विषयों पर शोध

किसी विषय पर शोध, गहराई से अध्ययन को कोई विकल्प नहीं होता। इसलिए अपने दल के हर विषय पर गहरा अध्ययन होना चाहिए ताकि उसे किसी को विस्तार से बताया जा सके।

इन बातों पर ध्यान दें-

- सरकारी रिकॉर्ड को संजोकर रखें। केंद्र और राज्यों द्वारा समय-समय पर जारी विषय विशेष पर रिपोर्टें, संवैधानिक संस्थाओं की रिपोर्ट और राष्ट्रीय-अंतरराष्ट्रीय एजेंसियों की रिपोर्ट पर ध्यान रखें।
- किसी विषय पर विशेष रूप से न्यायालय के रिकॉर्ड को ध्यान में रखना हर समय लाभकारी होता है।
- सरकारी और गैर सरकारी वेबसाइट्स पर नजर रखें।
- सूचना का अधिकार कानून (आरटीआई) का खूब इस्तेमाल करें। केंद्र सरकार, संवैधानिक संस्थाओं और राज्य सरकारों के संबंध में यह हथियार बड़ा कारगर हो सकता है।
- पुस्तकों और जर्नल्स का खूब अध्ययन करें और हर विषय पर हर समय अपने को अपडेट रखें। इससे विषय विशेष पर पुख्ता जानकारी का भंडार आपके पास रहता है।
- विषय-विशेषज्ञों से वार्ता और संवाद सर्वाधिक लाभकारी रहता है। उससे विषय की गहराई तक जाने में मदद मिलती है।
- इंटरनेट आपका सबसे बड़ा सहयोगी सिद्ध हो सकता है। गूगल सर्च करते समय आप हड़बड़ी में इधर-उधर की वेबसाइटों से सामग्री का एकत्रीकरण न करें। इंटरनेट पर दी गयी हर

जानकारी विश्वसनीय नहीं होती है। विश्वसनीय स्रोतों पर ध्यान दिया करें।

अ- खुद रखें तथ्यपूर्ण जानकारी

इस बात का ध्यान रखें कि महत्त्वपूर्ण विषयों पर आपके पास शोधपूर्ण व तथ्यपूर्ण जानकारी का खजाना होना चाहिए। हांलाकि ऐसा करने में समय बहुत खर्च होता है लेकिन लंबे समय तक इसका पार्टी को लाभ होता है।

- भिन्न-भिन्न विषयों पर अलग-अलग फाइलें रखें
- उनको इस तरह से रखें ताकि खोजने पर तत्काल वे मिल सकें।
- विश्वसनीय सरकारी स्रोतों से एकत्रित की गयी तथ्यपूर्ण जानकारी सहेजकर रखें और उन्हें बराबर अपडेट रखते रहें।
- ऐसी जानकारी कंप्यूटर पर भी रख सकते हैं। धीरे-धीरे आपके पास तथ्यपरक जानकारी का खजाना इकट्ठा हो जाएगा।

प्रकाश्य सामग्री की तैयारी कैसे करें

मीडिया में प्रकाश्य सामग्री (कंटेंट) को 'राजा' कहा जाता है। लोगों को अपने समर्थन में लाने का सबसे सशक्त माध्यम होता है। यह जितना मजबूत होगा, आपका समर्थन उतना ही बढ़ेगा और राजनीतिक विस्तार में उतना ही मददगार हो सकता है। सबसे पहले तो आपको ध्यान रखना होगा कि कौन आपका श्रोता है, कौन टारगेट है। कंटेंट तैयार करने के लिए एक शोध टीम का भी गठन किया जा सकता है।

क-सोशल नेटवर्किंग साइट

इस पर बहुत अधिक ध्यान दिये जाने की जरूरत है। इससे आपकी छवि स्वदेश और विदेश में निखरकर सामने आती है। पहले तो यह जानने की कोशिश करें कि कौन आपको सुनना चाहता है और उसकी रुचि किसमें है। इस काम में नियमित रहें, आपको क्या कहना है, किस समय पर कहना है, इसका ध्यान रखना होगा। इस बात का भी ध्यान रखें कि जो सामग्री (कंटेंट) आप तैयार कर रहे हैं, वह पाठक के साथ ही सर्च इंजन को भी अच्छा लगे।

यह करना ठीक रहेगा-

- कंटेंट (सामग्री) ऐसा हो जो उच्च्च गुणवत्तापूर्ण हो, पूरी तरह शोध पर आधारित हो, सम-सामयिक, प्रासंगिक और उपयोगी हो।
- अपने लक्षित (टारगेट) श्रोता की रुचि को ध्यान में रखकर ताजा विषयों पर सामग्री तैयार रखें।
- ऐसी सामग्री हो जिसे पाठक, श्रोता शेयर करें।

सोशल मीडिया जगत में सभी ऑडियो-वीडियो टूल्स को ट्वीट या

पोस्ट के रूप में इस्तेमाल कर सकते हैं। टैगिंग एक महत्त्वपूर्ण औजार है जो आपके संदेश को कई गुना प्रसारित कर सकता है।

ख- वीडियो

इसके बारे में माना जाता है कि यह आने वाले समय में इंटरनेट की दुनिया में 80 प्रतिशत उपभोक्ताओं में दखल देगा। आज की तिथि में भी ऑनलाइन वीडियो, सोशल मीडिया संवाद का सबसे महत्त्वपूर्ण माध्यम बन गया है। यह दर्शकों का मनोरंजन करते हुए उन तक प्रभावी तरीके से संदेश देने में सक्षम है। सभी बड़े सोशल प्लेटफार्म के पास किसी न किसी तरह का वीडियो फीचर है।

ग-ग्राफिक्स

अपनी बातों को अच्छे तरीके से प्रस्तुत करने के लिए ग्राफिक्स का इस्तेमाल बहुत प्रभावकारी होता है। यह वीडियो से भी ज्यादा प्रभाव डाल सकता है।

घ-इफोंग्राफिक्स

ऐसा ग्राफिक जिसमें सूचनाएँ (informations) भी प्रभूत मात्रा में होती हैं। इसमे पार्टी से संबंधित जानकारी, संबंधित डाटा को डाला जा सकता है।

च-चित्र (फोटो)

यह सरल कार्य है। इसमें रिस्क कम है। अब तो हर फीचर फोन में कैमरा होता है। पार्टी के किसी कार्यक्रम की सूचना फोटो के साथ भेज सकते हैं। इससे आप या पार्टी का प्रभाव बढ़ता है। ❍

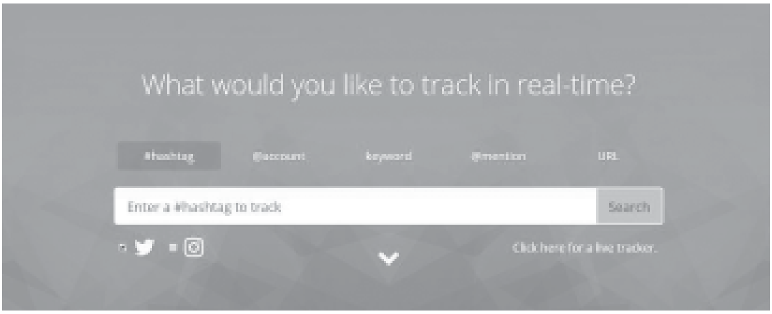
एनलिटिकल टूल्स (विश्लेषणात्मक उपकरण)

विभिन्न उत्पादों और सेवाओं के प्रति दर्शकों की आपस के संवाद की निगरानी के लिए सोशल मीडिया विश्लेषण महत्त्वपूर्ण हो गया है। आज विभिन्न सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर भिन्न-भिन्न अभियानों के प्रदर्शन को मापने के लिए बाजार में 500 से अधिक उपकरण हैं।

सोशल मीडिया साइटों पर जानकारी, दृश्य, रुझान, भावनाओं और प्रतिक्रियाओं का विश्लेषण करना तत्काल निष्पक्ष प्रतिक्रिया का एक तरीका हो सकता है। यह कभी-कभी समाज के अलग-अलग समूहों के भावनात्मक स्वरूप को समझने में मदद भी करता है।

इंटरनेट पर डेटा का विश्लेषण करने के लिए उपलब्ध कुछ उपकरण इस प्रकार हैं;

कीहोल



यह एक ऐसा सोशल मीडिया एनलिटिक्स प्लेटफॉर्म है जो उपयोगकर्ता को एक उपकरण से दूसरे पर बदल करने की परेशानी से बचाने की कोशिश कराता है। यह उपयोगकर्ता के विभिन्न प्लेटफॉर्मों में उपलब्ध मुख्य शब्दों को ध्यान में रखता है और फिर उन हैशटैग का अनुसरण

करता है जो उपयोगकर्ता ट्वीटर और इंस्टाग्राम पर निगरानी के लिए रखना चाहते हैं। यह उपकरण उपयोगकर्ताओं को सोशल मीडिया चैनलों जैसे कि ट्वीटर, इंस्टाग्राम और फेसबुक में लोगों के खातों को ट्रैक करने की अनुमति भी देता है।

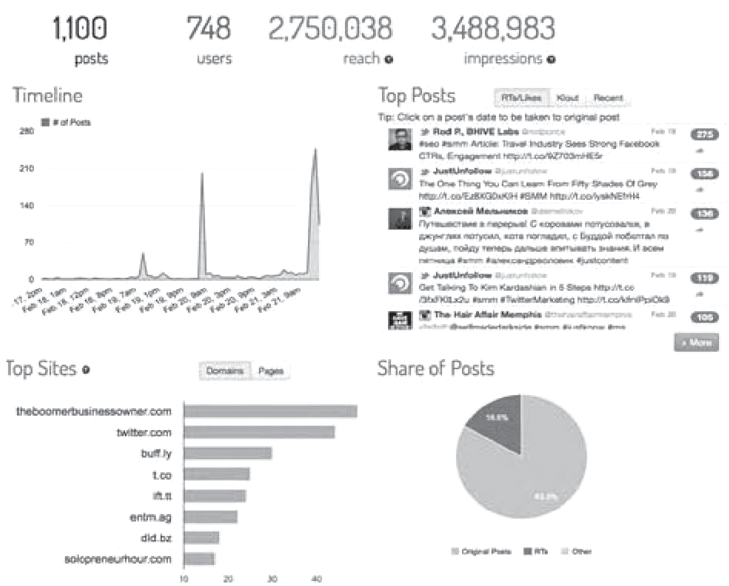
मुख्य विशेषता

रियल टाइम हैशटैग (और कीवर्ड) ट्रैकिंग

इससे पोस्ट की कुल संख्या, व्यस्तता की दर, कुल मिलाकर हैसटैग की पहुँच और प्रभाव की जानकारी होती है। यह उपयोगकर्ताओं को पीडीएफ फार्म में परिणाम डाउनलोड करने और रिपोर्टों को बेहतर बनाने में सक्षम बनाता है। उपयोगकर्ताओं को उनके भू–स्थान और कीबोर्ड पर आधारित हैशटैग के बारे में बात करने वाले उपयोगकर्ताओं का विश्लेषण करने में मदद करता है। इसी तरह, इनसे से जुड़े सबसे लोकप्रिय हैशटैग की भी पहचान कर सकते हैं और इनमें से अपने अवसरों के क्षेत्र ढूंढ़ सकते हैं।

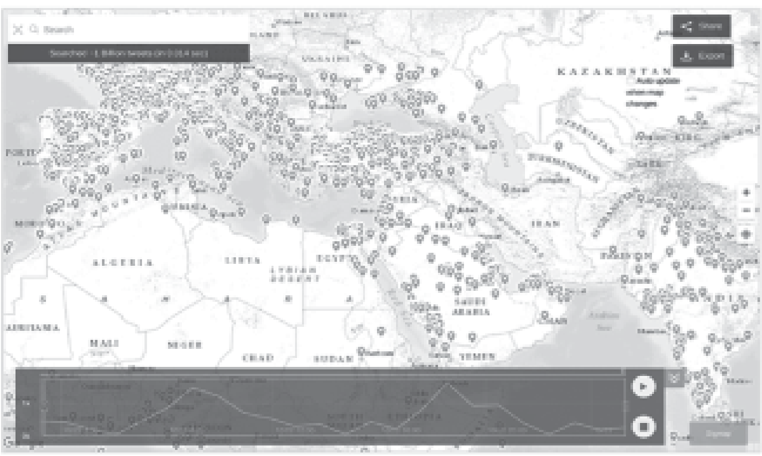
सोशल मीडिया अकांउट एनलिटिक्स एंड रिपोर्टिंग

विश्लेषकों के माध्यम से उपलब्ध डेटा की रेंज उपयोगकर्ताओं को आकर्षक पोस्ट बनाने में मदद करता है और उन्हें साझा करने के बारे में भी आवश्यक सहायता करता है। इसके द्वारा यह भी देख सकते हैं कि कौन से अपडेट ने विभिन्न सोशल मीडिया चैनलों पर व्यापक संवाद को जन्म दिया। यही हैशटैग को व्यापक रूप से पोस्ट करने का सबसे अच्छा उपकरण है। इस तरह आप अपने प्रतिस्पर्धी की रणनीतियों के बारे में भी जानकारी प्राप्त कर सकते हैं, उसकी गतिविधियों की भी जानकारी रख सकते हैं। उनके प्रमुख सामाजिक खातों (सोशल एकाउंट) का भी पता रख सकते हैं। उनकी रणनीति किस प्रकार की है जिसके प्रयोग से वे आपकी नजर में किल हो सकते हैं।



ल्यूसीडीया

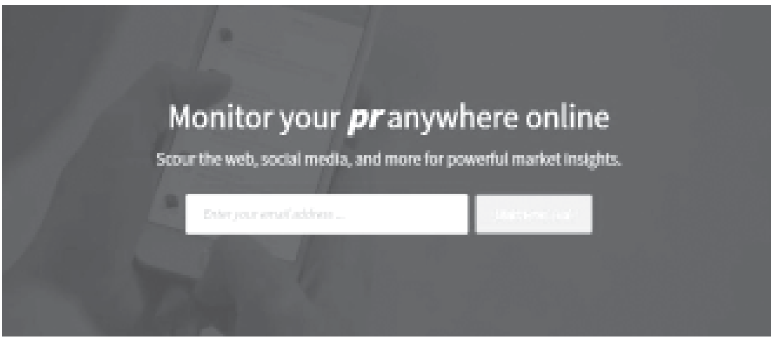
यह एक प्रकार का स्थानीयता पर आधारित सोशल मीडिया का विश्लेषण करने और निगरानी रखने वाला उपकरण है। ल्यूसीडीया अधिक स्मार्ट रणनीतिक निर्णय लेने में बहुत मदद करता है। यह विभिन्न सोशल मीडिया चैनलों पर प्रसारित सामग्री का वास्तविक विश्लेषण भी करता है। ल्यूसीडीया के साथ, भौगोलिक दृष्टि से, शहर के स्तर पर भी परिणाम फिल्टर कर सकते हैं और ग्राहकों का फीडबैक प्राप्त कर सकते हैं। इससे अपनी पहुँच का विस्तार करने, उपभोक्ताओं



की प्रतिक्रिया को समझने तथा प्रभावशाली उपयोगकर्ता, साइट और सामग्री का विश्लेषण करना आसान है।

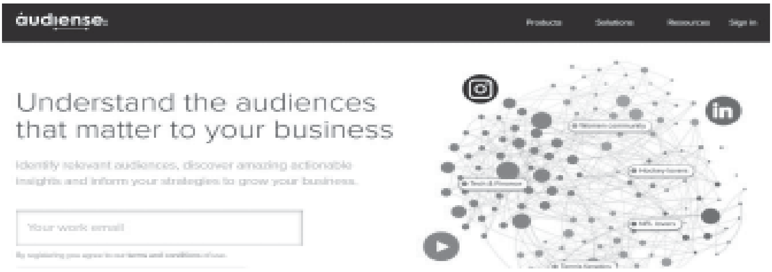
इससे यह समझने में बहुत आसानी हो जाती है कि आखिर आपका लक्षित बाजार (टारगेट मार्केट) चाहता क्या है। इससे यह भी जान सकते हैं कि विभिन्न स्थानों पर आपकी प्रकाशित सामग्री का असर क्या है। यह सचमुच अद्‌भुत है। इस तरह के उपकरण स्थान–आधारित निगरानी उपकरण जल्दी और बेहतर निर्णय लेने में सक्षम बनाने में मदद करते हैं।

मेन्शन



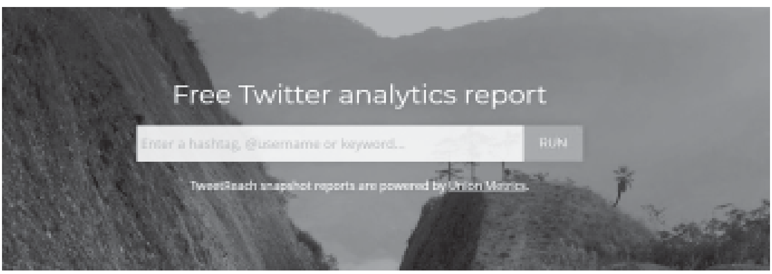
मेन्शन एक सोशल मीडिया प्रबंधन और निगरानी उपकरण है। यह प्रकाशन, निगरानी, सामाजिक विश्लेषण और एकीकरण की क्षमताओं को विविधता प्रदान करता है। इसके माध्यम से आप प्रकाश्य सामग्री (कंटेंट) का अनुवाद, मल्टी–चैनल प्रकाशन कर सकते हैं। आप इसे मानें या न मानें, एक ऐसा टूल है जो गूगलअलर्ट की जगह ले सकता है। इसके द्वारा वास्तविक समय पर लाखों स्रोतों पर 42 भाषाओं में निगरानी रख सकते हैं।

ऑडियंस



ऑडियंस एक ऐसा उपकरण है जो अपने लक्षित दर्शकों के बारे में अधिक जानकारी प्राप्त करने, ट्वीटर और इंस्टाग्राम पर आपके समूहों का प्रबंधन करने में सहायता कर सकता है। यह उपयोगकर्ताओं को ढूंढ़ने में सक्षम बनाता है। दर्शकों के माध्यम से उपलब्ध कराई गई सामाजिक खुफिया जानकारी (सोशल इंटेलिजेंस डाटा) तथा उन खातों की खोज करने के लिए विशिष्ट लक्षणों को उजागर करने की भी अनुमति देता है। इस उपकरण की क्षमता असीमित है।

ट्वीटरीच



'यूनियो मैट्रिक्स' में विलय करने के बाद ट्वीटरीच, अब अधिक सटीक डेटा प्रदान कर सकता है। यह भी रिपोर्ट करता है कि कितने ट्विटर हैंडल हैशटैग हैं। यह खातों तक पहुँचने की संख्या, प्रिंटों की संख्या, अधिकतम योगदानकर्ताओं, सबसे अधिक ट्वीट किए गए

ट्वीट, योगदानकर्ताओं की सूची और उपयोगकर्ता के ट्वीट के बारे में भी बताता है।

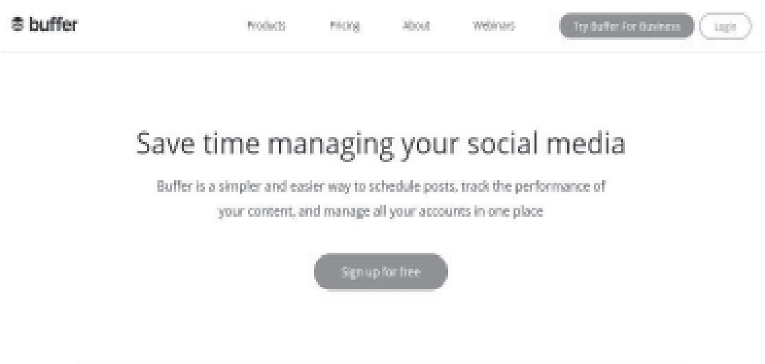
किसी समस्या का विश्लेषण करना हो, एक विपणन अभियान के बारे पूरी जानकारी प्राप्त करनी हो तो ट्वीटरीच की मदद ले सकते हैं। यह आपकी सहायता करने में सक्षम होता है। इसके कार्यों से अभियानों की प्रतिक्रिया, व्यस्तता और प्रभावशीलता को भी माप सकते हैं। यह ट्वीटर अभियानों को मापना आसान बनाता है ताकि वास्तविक परिणाम प्रदर्शित हो सकें। इस उपकरण के माध्यम से हैशटैग के साथ ट्वीट्स का विश्लेषण भी कर सकते हैं, यूआरएल के ब्रांड नामय पहुँच, एक्सपोजर, ट्वीट्स और यहाँ तक कि योगदानकर्ताओं के बारे में गहराई से सामाजिक विश्लेषण प्राप्त कर सकते हैं। यह एक ऐसा उपकरण है जो प्रभाव को मापने की अनुमति देता है तथा बाजार पर किसी के प्रयासों की भी जानकारी देता है।

फालोअर वंक

फालोअर वंक आपके अपने सामाजिक ग्राफ का पता लगाने और

विकसित करने में सहायता करता है। इसकी सहायता से आप अपने को फालो करने वालों के बारे में पता कर सकते हैं। यह भी पता कर सकते हैं कि आपके फालोवर कहाँ हैं और कब ट्वीट किया। इस ऐप से यह जानकारी मिल जाती है कि अन्य प्रतिस्पर्धियों की तुलना में आपका सामाजिक ग्राफ क्या है और उसमें कैसे सुधार कर सकते हैं।

बफर



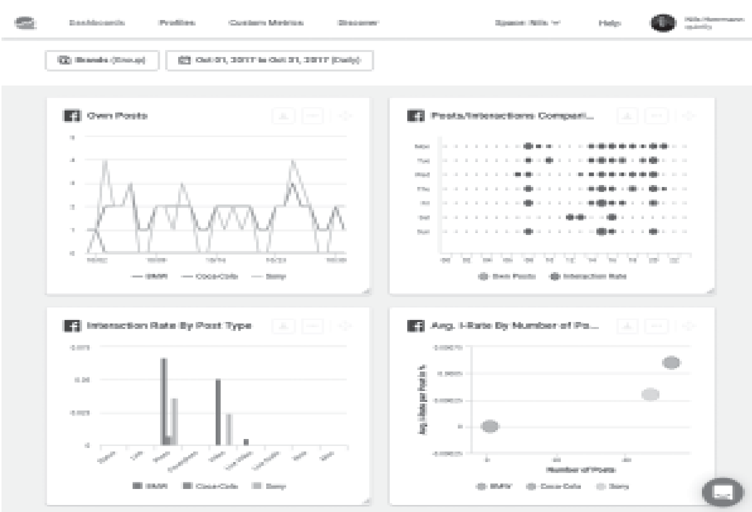
बफर एक ऐसा उपकरण है जो दो तरीकों से मदद करता है। आप किसी समय कुछ पंक्तियाँ लिखें और चुनें कि किस सामाजिक प्रोफाइल में उन्हें भेजना है। इसके बाद बफर की मदद लें। बफर सप्ताह भर उन्हें भेजता रहेगा। आपको हर समय कम्प्यूटर पर सक्रिय रहने की जरूरत नहीं है। इसकी मदद से सोशल मीडिया पर इस बात की भी जानकारी मिलती रहती है कि कितने लोगों ने उस पर क्लिक किया।

सुमाल

सुमाल टूल प्रमुख ऑनलाइन मार्केटिंग और ई–कॉमर्स डेटा को एकत्रित कर प्रस्तुत करता है जिससे आपकी निर्णय लेने की क्षमता बढ़ती है। इसके उपयोग से समाचारों का अध्ययन कर सकते हैं और

साथ ही वापस होते हुए उपभोक्ता के ऊपर भी निगरानी रखी जा सकती है।

क्वीन्टली



क्वीन्टली एक सोशल मीडिया बेंच मार्किंग और एनलिटिक्स समाधान है जो सोशल मीडिया पर की गयी मार्केटिंग गतिविधियों के प्रदर्शन की तुलना करता है। आप चाहे फेसबुक, ट्वीटर, यूट्यूब, गूगल, या इन सभी का उपयोग करते हों, यह इन सभी का आकलन करता है। यह भी बताता है कि आप कहाँ खड़े हैं और क्या करना चाहिए।

साइफ

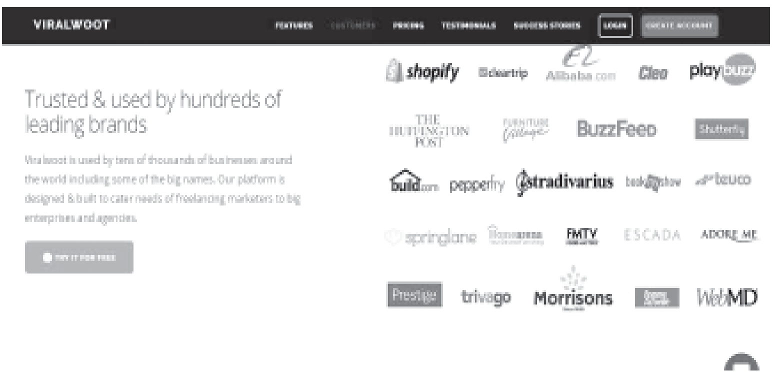
साइफ एक सम्पूर्ण डैशबोर्ड है जिसकी मदद से आप अपनी ऑनलाइन सेवाओं से प्राप्त डेटा की निगरानी के साथ ही उसका विश्लेषण भी कर सकते हैं। इसके प्रयोग से हर दिन वेब पर डेटा विश्लेषण करने और हटाने में होने वाले समय की बर्बादी से बचा जा सकता है।

क्लाउट

क्लाउट सामाजिक वेब पर काम करने की आपकी योग्यता के प्रभाव का आकलन करता है। सोशल मीडिया खातों से जुड़ने पर यह

सामाजिक वेब पर क्षमता का आकलन भी करता है जो कि अन्य लोगों को शामिल करने और सामाजिक कार्यों को प्रोत्साहित करने की क्षमता को दर्शाता है। इससे यह भी ज्ञान प्राप्त होता है कि आप दूसरों को कैसे बेहतर तरीके से प्रभावित कर सकते हैं।

वायरलवूट



वायरलवूट आपको स्वयं के सामाजिक विस्तार में मदद करता है। इसके उपयोग से आप और सचेत हो जाते हैं। इससे आपको वे बिंदु

मिल जाते हैं जिससे आप यह जान सकें कि अन्य उपभोक्ता कितने सक्रिय हैं। आप अलर्ट जारी कर सकते हैं ताकि आपको उनके बारे में इस तरह की जानकारी प्राप्त होती रहे। इससे आपको ज्ञात होगा कि अन्य उपभोक्ता सामग्रियों को कैसे जोड़ रहे हैं।

एडिक्टोमेटिक

एडिक्टोमेटिक एक विशेष सरल निगरानी उपकरण है जिससे आपकी ख्याति की निगरानी की जा सकती है। यह तरह-तरह के सामाजिक प्लेटफार्मों जैसे गूगल, बिंग, ट्वीटर, वर्ड प्रेस, यूट्यूब और लिकर के लिए इस्तेमाल किया जा सकता है। यह खोज परिणामों को हेडर में विभाजित करता है, जिससे उनको समझना आसान हो जाता है।

❍

सोशल मीडिया से कैसे बढ़ाएँ राजनीतिक प्रभाव

अ. कुछ चर्चित सोशल नेटवर्किंग साइट

इस समय हजारों सोशल नेटवर्किंग साइटें हैं। इनमें कई साइटों के लाखों उपभोक्ता है।

फेसबुक– यह फ्री सोशल नेटवर्किंग वेबसाइट है। इसके पंजीकृत उपभोक्ताओं को प्रोफाइल क्रियेट करने, फोटो और वीडियो अपडेट करने का अधिकार है। साथ ही संदेश प्रेषित करने, मित्रों, परिवार और सहकर्मियों के साथ ऑनलाइन वार्ता का अधिकार है। यह साइट भारत और विदेश में काफी लोकप्रिय है।

ट्वीटर– यह फ्री माइक्रोब्लॉगिंग सोशल माडिया साइट है। इसके पंजीकृत उपभोक्ता अपने संदेश संक्षिप्त में भेज सकते हैं जिसे ट्वीट कहा जाता है। फेसबुक पर भी ट्वीटर लाइव फीचर उपलब्ध है।

गूगल– इसे गूगल + भी कहते हैं। यह गूगल कंपनी का सोशल नेटवर्किंग साइट है। इसके उपभोक्ता भी इसके माध्यम से आपसी संवाद रखते हैं।

वाट्सएप– यह सुविधा हर एंड्रायड और अन्य स्मार्ट फोन पर उपलब्ध है। यह मेसेजिंग एप (संदेशवाहक एप) संदेश देने का प्रभावी माध्यम है। फोन कॉल्स, फोटो, वीडियो और वॉयस मेसेज भेजने की अच्छी सुविधा है। समूह– वार्ता (ग्रुप डिस्कशन) और परस्पर बातचीत की भी सुविधा है।

यू ट्यूब– यह एक वीडियो शेयरिंग एप है। इस पर आप पार्टी के किसी आयोजन का ब्योरा ऑडियो वीजुअल फार्म में शेयर कर सकते हैं।

इसको अपने सोशल मीडिया के अन्य प्लेटफॉर्म पर लिंक कर सकते हैं।

ब- सोशल मीडिया का क्यों करें इस्तेमाल

राजनीतिक दल प्रायः चुनाव के समय प्रचार-प्रसार करते हैं। चूंकि भाजपा जनता के सर्वाधिक करीब है लिहाजा उसे और उसके कार्यकर्ताओं को जनता के नजदीक रहना ही चाहिए। सोशल मीडिया जनता के बीच बराबर लोकप्रिय है। जनता के बीच रहने का सबसे प्रभावी माध्यम सोशल मीडिया ही है। इसे हमारी नीतियों को जनता तक पहुँचाने का माध्यम बनाना ही होगा।

इसके बहुत सारे लाभ हैं-

- सोशल मीडिया प्रायः मुफ्त होता है।
- न्यूनतम लागत में आप अधिकतम लोगों तक पहुँच सकते हैं।
- आप आसानी से उन लोगों तक पहुँच सकते हैं जो आपके लक्षित क्षेत्र (टारगेट एरिया) में हैं।
- वेब जगत में आपकी 24 घंटे मौजूदगी रह सकती है।
- आपको सही समय पर फीडबैक मिलता रहेगा।
- आप 24 घंटे, 365 दिन अपनी सुविधानुसार लोगों के संपर्क में रह सकते हैं।
- कभी-कभी मुख्य मीडिया में आपकी या पार्टी की कवरेज ठीक से नहीं हो पाती है। ऐसे में आप सोशल मीडिया का उपयोग कर उसकी भरपाई कर सकते हैं।
- आजकल लोग हर समय ताजा खबरों की इच्छा रखते हैं। ऐसे में अपनी पार्टी के बारे में ताजा समाचार देकर उनकी इस आदत का उपयोग अपने हित में कर सकते हैं।
- भारतीय युवा सोशल मीडिया का दीवाना है। ऐसे में उसके

पास आसानी से सीधे पहुँचा जा सकता है।

सोशल मीडिया- क्या करें, क्या न करें

- सोशल मीडिया में नेतृत्वकारी भूमिका में आयें। ऐसी सामग्री को समय से पोस्ट करें जो अधिकतम लोगों पर असरकारी हो।
- हर विषय पर अच्छी जानकारी रखें। समझ में गहराई हो। भाजपा की नीतियों के बारे में पूरी स्पष्टता हो।
- आपको सामाजिक समूहों के बारे में पता हो जो आपके टारगेट एरिया में हों। आपकी विशेज्ञता के बाद लोग खुद-ब-खुद आपसे जुड़े जाएंगे।
- लेखन में शब्द-चयन पूरी सतर्कता से करें। व्यवहार में विनम्र रहें। यह आपकी परिपक्वता का परिचायक होगा और आपसे जुड़े हुए लोगों में आपका सम्मान खुद-ब-खुद बढ़ेगा।
- प्रेरक की भूमिका में रहें। यह आदत आपके या भाजपा से जुड़े सोशल मीडिया समूह में महत्त्वपूर्ण भूमिका अदा करेगी।
- सोशल मीडिया कभी सुप्त अवस्था में नहीं रहता है। अपने क्षेत्र से जुड़े लोगों को ध्यान से सुनें और बहुत तेज गति से जवाब दें ताकि आप उनके असली सरोकार को समझ सकें।
- जहाँ आपको लगता है कि किसी विषय पर आपकी समझ पर्याप्त नहीं है वहाँ आप अपनी पार्टी के विषय-विशेषज्ञों से मदद ले सकते हैं।
- विवादों को न्योता न दें। पार्टी के बारे में किसी विवाद की स्थिति में सकारात्मक उत्तर दें लेकिन पूरी सावधानी के साथ। याद रहे कि कोई भी नकारात्मक खबर किसी भी कीमत पर बाहर न जाने पाए। पार्टी के बारे में हर समय सकारात्मक समाचार देने का अवसर खोजते रहें। ❍

भारतीय जनता पार्टी का इतिहास एवं विकास

भारतीय जनता पार्टी एक राष्ट्रवादी राजनीतिक दल है जो भारत को एक सुदृढ़, समृद्ध एवं शक्तिशाली राष्ट्र के रूप में विश्व पटल पर स्थापित करने के लिए कृतसंकल्प है। भारत को एक समर्थ राष्ट्र बनाने के लक्ष्य के साथ भाजपा का गठन 6 अप्रैल, 1980 को नई दिल्ली के कोटला मैदान में आयोजित एक कार्यकर्ता अधिवेशन में किया गया, जिसके प्रथम अध्यक्ष श्री अटल बिहारी वाजपेयी निर्वाचित हुए। अपनी स्थापना के साथ ही भाजपा ने अंतर्राष्ट्रीय, राष्ट्रीय एवं लोकहित के विषयों पर मुखर रहते हुए भारतीय लोकतंत्र में अपनी सशक्त भागीदारी दर्ज की तथा भारतीय राजनीति को नए आयाम दिए। कांग्रेस की एकाधिकार वाली एक–दलीय लोकतान्त्रिक व्यवस्था के रूप में जानी जाने वाली भारतीय राजनीति को भारतीय जनता पार्टी ने दो ध्रुवीय बनाकर एक गठबंधन–युग के सूत्रपात में अग्रणी भूमिका निभाई है। देश में विकास आधारित राजनीति की नींव भी भाजपा ने विभिन्न राज्यों में सत्ता में आने के बाद तथा पूरे देश में भाजपा नीत राजग शासन के दौरान रखी। आज तीन दशक बाद प्रधानमंत्री श्री नरेन्द्र मोदी के नेतृत्व में किसी एक पार्टी को देश की जनता ने पूर्ण बहुमत दिया है तथा भारी बहुमत से भाजपा नीत राजग सरकार केन्द्र में विद्यमान है।

पृष्ठभूमि

हालांकि भारतीय जनता पार्टी का गठन 6 अप्रैल, 1980 को हुआ, परन्तु इसका इतिहास भारतीय जनसंघ से जुड़ा हुआ है। स्वतंत्रता प्राप्ति तथा देश विभाजन के साथ ही देश में एक नई राजनीतिक परिस्थिति उत्पन्न हुई। गाँधीजी की हत्या के बाद राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ पर प्रतिबंध

लगाकर देश में एक नया राजनीतिक षड्यंत्र रचा जाने लगा। सरदार पटेल के देहावसान के पश्चात् कांग्रेस में नेहरू का अधिनायकवाद प्रबल होने लगा। गाँधी और पटेल दोनों के ही नहीं रहने के कारण कांग्रेस 'नेहरूवाद' की चपेट में आ गई तथा अल्पसंख्यक तुष्टिकरण, लाइसेंस–परमिट–कोटा राज, राष्ट्रीय सुरक्षा पर लापरवाही, राष्ट्रीय मसलों जैसे कश्मीर आदि पर घुटनाटेक नीति, अंतर्राष्ट्रीय मामलों में भारतीय हितों की अनदेखी आदि अनेक विषय देश में राष्ट्रवादी नागरिकों को उद्विग्न करने लगे। 'नेहरूवाद' तथा पाकिस्तान एवं बांग्लादेश में हिन्दू अल्पसंख्यकों पर हो रहे अत्याचार पर भारत के चुप रहने से क्षुब्ध होकर डॉ. श्यामा प्रसाद मुकर्जी ने नेहरु मंत्रिमंडल से त्यागपत्र दे दिया। इधर, राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ के कुछ स्वयंसेवकों ने भी प्रतिबंध के दंश को झेलते हुए महसूस किया कि संघ के राजनीतिक क्षेत्र से सिद्धांततः दूरी बनाये रखने के कारण वे अलग–थलग तो पड़े ही, साथ ही संघ को राजनीतिक तौर पर निशाना बनाया जा रहा था। ऐसी परिस्थिति में एक राष्ट्रवादी राजनीतिक दल की आवश्यकता देश में महसूस की जाने लगी। फलतः भारतीय जनसंघ की स्थापना 21 अक्टूबर, 1951 को डॉ. श्यामा प्रसाद मुकर्जी की अध्यक्षता में दिल्ली के राघोमल आर्य कन्या उच्च विद्यालय में हुई।

भारतीय जनसंघ ने डॉ. श्यामा प्रसाद मुकर्जी के नेतृत्व में कश्मीर एवं राष्ट्रीय अखंडता के मुद्दे पर आंदोलन छेड़ा तथा कश्मीर को किसी भी प्रकार का विशेषाधिकार देने का विरोध किया। नेहरू के अधिनायकवादी रवैये के फलस्वरूप डॉ. श्यामा प्रसाद मुकर्जी को कश्मीर की जेल में डाल दिया गया, जहाँ उनकी रहस्यपूर्ण स्थिति में मृत्यु हो गई। एक नई पार्टी को सशक्त बनाने का कार्य पण्डित दीनदयाल उपाध्याय के कंधों पर आ गया। भारत–चीन युद्ध में भी भारतीय जनसंघ ने महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई तथा राष्ट्रीय सुरक्षा पर नेहरू की नीतियों का डटकर विरोध किया। 1967 में पहली बार भारतीय जनसंघ एवं पंडित दीनदयाल

उपाध्याय के नेतृत्व में भारतीय राजनीति पर लम्बे समय से बरकरार कांग्रेस का एकाधिकार टूटा, जिससे कई राज्यों के विधानसभा चुनावों में कांग्रेस की पराजय हुई।

भारतीय जनसंघ का जनता पार्टी में विलय

सत्तर के दशक में तत्कालीन प्रधानमंत्री श्रीमती इंदिरा गाँधी के नेतृत्व में निरंकुश होती जा रही कांग्रेस सरकार के विरूद्ध देश में जन–असंतोष उभरने लगा। गुजरात के नवनिर्माण आन्दोलन के साथ बिहार में छात्र आंदोलन शुरू हो गया। कांग्रेस ने इन आंदोलनों के दमन का रास्ता अपनाया। लोकनायक जयप्रकाश नारायण ने आंदोलन का नेतृत्व स्वीकार किया तथा देशभर में कांग्रेस शासन के विरूद्ध जन–असंतोष मुखर हो उठा। 1971 में देश पर भारत–पाक युद्ध तथा बांग्लादेश में विद्रोह के परिप्रेक्ष्य में बाह्य आपातकाल लगाया गया था जो युद्ध समाप्ति के बाद भी लागू था। उसे हटाने की भी मांग तीव्र होने लगी। जनान्दोलनों से घबराकर इंदिरा गाँधी की कांग्रेस सरकार ने जनता की आवाज को दमनचक्र से कुचलने का प्रयास किया। परिणामतः 25 जून, 1975 को देश पर दूसरी बार आपातकाल भारतीय संविधान की धारा 352 के अंतर्गत 'आंतरिक आपातकाल' के रूप में थोप दिया गया। देश के सभी बड़े नेता या तो नजरबंद कर दिये गए अथवा जेलों में डाल दिए गये। समाचार पत्रों पर 'सेंसर' लगा दिया गया। राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ सहित अनेक राष्ट्रवादी संगठनों पर प्रतिबंध लगा दिया गया। हजारों कार्यकर्ताओं को 'मीसा' के तहत गिरफ्तार कर जेल में डाल दिया गया। देश में लोकतंत्र पर खतरा मंडराने लगा। जनसंघर्ष को तेज किया जाने लगा और भूमिगत गतिविधियाँ भी तेज हो गयीं। तेज होते जनान्दोलनों से घबराकर इंदिरा गाँधी ने 18 जनवरी, 1977 को लोकसभा भंग कर दी तथा नये जनादेश प्राप्त करने की इच्छा व्यक्त की। जयप्रकाश नारायण के आह्वान पर एक नये राष्ट्रीय दल 'जनता पार्टी' का गठन

किया गया। विपक्षी दल एक मंच से चुनाव लड़े तथा चुनाव में कम समय होने के कारण 'जनता पार्टी' का गठन पूरी तरह से राजनीतिक दल के रूप में नहीं हो पाया। आम चुनावों में कांग्रेस की करारी हार हुई तथा 'जनता पार्टी' एवं अन्य विपक्षी पार्टियाँ भारी बहुमत के साथ सत्ता में आई। पूर्व घोषणा के अनुसार 1 मई, 1977 को भारतीय जनसंघ ने करीब 5000 प्रतिनिधियों के एक अधिवेशन में अपना विलय जनता पार्टी में कर दिया।

भाजपा का गठन

जनता पार्टी का प्रयोग अधिक दिनों तक नहीं चल पाया। दो–ढाई वर्षों में ही अंतर्विरोध सतह पर आने लगा। कांग्रेस ने भी जनता पार्टी को तोड़ने में राजनीतिक दांव–पेंच खेलने से परहेज नहीं किया। भारतीय जनसंघ से जनता पार्टी में आये सदस्यों को अलग–थलग करने के लिए 'दोहरी–सदस्यता' का मामला उठाया गया। राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ से संबंध रखने पर आपत्तियाँ उठायी जानी लगीं। यह कहा गया कि जनता पार्टी के सदस्य राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ के सदस्य नहीं बन सकते। 4 अप्रैल, 1980 को जनता पार्टी की राष्ट्रीय कार्यसमिति ने अपने सदस्यों के राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ के सदस्य होने पर प्रतिबंध लगा दिया। पूर्व के भारतीय जनसंघ से संबद्ध सदस्यों ने इसका विरोध किया और जनता पार्टी से अलग होकर 6 अप्रैल, 1980 को एक नये संगठन 'भारतीय जनता पार्टी' की घोषणा की। इस प्रकार भारतीय जनता पार्टी की स्थापना हुई।

विचार एवं दर्शन

भारतीय जनता पार्टी एक सुदृढ़, सशक्त, समृद्ध, समर्थ एवं स्वावलम्बी भारत के निर्माण हेतु निरंतर सक्रिय है। पार्टी की कल्पना एक ऐसे राष्ट्र की है जो आधुनिक दृष्टिकोण से युक्त एक प्रगतिशील एवं प्रबुद्ध समाज का प्रतिनिधित्व करता हो तथा प्राचीन भारतीय सभ्यता एवं

संस्कृति तथा उसके मूल्यों से प्रेरणा लेते हुए महान 'विश्वशक्ति' एवं 'विश्व गुरू' के रूप में विश्व पटल पर स्थापित हो। इसके साथ ही विश्व शांति तथा न्याययुक्त अंतर्राष्ट्रीय व्यवस्था को स्थापित करने के लिए विश्व के राष्ट्रों को प्रभावित करने की क्षमता रखे।

भाजपा भारतीय संविधान में निहित मूल्यों तथा सिद्धांतों के प्रति निष्ठापूर्वक कार्य करते हुए लोकतांत्रिक व्यवस्था पर आधारित राज्य को अपना आधार मानती है। पार्टी का लक्ष्य एक ऐसे लोकतान्त्रिक राज्य की स्थापना करना है जिसमें जाति, सम्प्रदाय अथवा लिंगभेद के बिना सभी नागरिकों को राजनीतिक, सामाजिक एवं आर्थिक न्याय, समान अवसर तथा धार्मिक विश्वास एवं अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता सुनिश्चित हो।

भाजपा ने पंडित दीनदयाल उपाध्याय द्वारा प्रतिपादित 'एकात्म-मानवदर्शन' को अपने वैचारिक दर्शन के रूप में अपनाया है। साथ ही पार्टी का अन्त्योदय, सुशासन, सांस्कृतिक राष्ट्रवाद, विकास एवं सुरक्षा पर भी विशेष जोर है। पार्टी ने पाँच प्रमुख सिद्धांतों के प्रति भी अपनी निष्ठा व्यक्त की, जिन्हें 'पंचनिष्ठा' कहते हैं। ये पाँच सिद्धांत (पंच निष्ठा) हैं-राष्ट्रवाद एवं राष्ट्रीय अखंडता, लोकतंत्र, सकारात्मक पंथ-निरपेक्षता (सर्वधर्मसमभाव), गाँधीवादी समाजवाद (सामाजिक-आर्थिक विषयों पर गाँधीवादी दृष्टिकोण द्वारा शोषण मुक्त समरस समाज की स्थापना) तथा मूल्य आधारित राजनीति।

उपलब्धियाँ

श्री अटल बिहारी वाजपेयी भारतीय जनता पार्टी के प्रथम अध्यक्ष निर्वाचित हुए। अपनी स्थापना के साथ ही भाजपा राष्ट्रीय राजनीति में सक्रिय हो गई। बोफोर्स एवं भ्रष्टाचार के मुद्दे पर पुनः गैर-कांग्रेसी दल एक मंच पर आये तथा 1989 के आम चुनावों में राजीव गाँधी के नेतृत्व में कांग्रेस को भारी पराजय का सामना करना पड़ा। वी.पी. सिंह के

नेतृत्व में गठित राष्ट्रीय मोर्चे की सरकार को भाजपा ने बाहर से समर्थन दिया। इसी बीच देश में राम मंदिर के लिए आंदोलन शुरू हुआ। तत्कालीन भाजपा अध्यक्ष श्री लालकृष्ण आडवाणी ने सोमनाथ से अयोध्या तक के लिए रथयात्रा शुरू की। राम मंदिर आन्दोलन को मिले भारी जनसमर्थन एवं भाजपा की बढ़ती लोकप्रियता से घबराकर आडवाणी जी की रथयात्रा को बीच में ही रोक दिया गया। फलतः भाजपा ने राष्ट्रीय मोर्चा सरकार से समर्थन वापस ले लिया और वी.पी. सिंह सरकार गिर गई तथा कांग्रेस के समर्थन से चन्द्रशेखर देश के अगले प्रधानमंत्री बने। आने वाले आम चुनावों में भाजपा का जनसमर्थन लगातार बढ़ता गया। इसी बीच नरसिम्हाराव के नेतृत्व में कांग्रेस तथा कांग्रेस के समर्थन से संयुक्त मोर्चे की सरकारों का शासन देश पर रहा, जिस दौरान भ्रष्टाचार, अराजकता एवं कुशासन के कई 'कीर्तिमान' स्थापित हुए।

1996 के आम चुनावों में भाजपा को लोकसभा में 161 सीटें प्राप्त हुईं। भाजपा ने लोकसभा में 1989 में 85, 1991 में 120 तथा 1996 में 161 सीटें प्राप्त कीं। भाजपा का जनसमर्थन लगातार बढ़ रहा था। श्री अटल बिहारी वाजपेयी के नेतृत्व में पहली बार भाजपा सरकार ने 1996 में शपथ ली, परन्तु पर्याप्त समर्थन के अभाव में यह सरकार मात्र 13 दिन ही चल पाई। इसके बाद 1998 के आम चुनावों में भाजपा ने 182 सीटों पर जीत दर्ज की और श्री अटल बिहारी वाजपेयी के नेतृत्व में राष्ट्रीय जनतांत्रिक गठबंधन की सरकार ने शपथ ली। परन्तु जयललिता के नेतृत्व में अन्नाद्रमुक द्वारा समर्थन वापस लिए जाने के कारण सरकार लोकसभा में विश्वासमत के दौरान एक वोट से गिर गई, जिसके पीछे वह अनैतिक आचरण था, जिसमें उड़ीसा के तत्कालीन कांग्रेसी मुख्यमंत्री गिररिधर गोमांग ने पद पर रहते हुए भी लोक सभा की सदस्यता नहीं छोड़ी तथा विश्वासमत के दौरान सरकार के विरूद्ध मतदान किया।

कांग्रेस के इस अवैध और अनैतिक आचरण के कारण ही देश को पुनः आम चुनावों का सामना करना पड़ा। 1999 में भाजपा 182 सीटों पर पुनः विजय मिली तथा राष्ट्रीय जनतांत्रिक गठबंधन को 306 सीटें प्राप्त हुईं। एक बार पुनः श्री अटल बिहारी वाजपेयी के नेतृत्व में भाजपा–नीत राजग की सरकार बनी।

भाजपा–नीत राजग सरकार ने श्री अटल बिहारी के नेतृत्व में विकास के अनेक नये प्रतिमान स्थापित किये। पोखरण परमाणु विस्फोट, अग्नि मिसाइल का सफल प्रक्षेपण, कारगिल विजय जैसी सफलताओं से भारत का कद अंतर्राष्ट्रीय मंचों पर ऊँचा हुआ। राष्ट्रीय राजमार्गों का निर्माण, सार्वजनिक वितरण प्रणाली में सुधार, शिक्षा एवं स्वास्थ्य में नयी पहल एवं प्रयोग, कृषि, विज्ञान एवं उद्योग के क्षेत्रों में तीव्र विकास के साथ–साथ महंगाई न बढ़ने देने जैसी अनेकों उपलब्धियाँ इस सरकार के खाते में दर्ज हैं।

भारत–पाक संबंधों को सुधारने, देश की आंतरिक समस्याओं जैसे नक्सलवाद, आतंकवाद, जम्मू एवं कश्मीर तथा उत्तर पूर्व के राज्यों में अलगाववाद पर कई प्रभावी कदम उठाए गये। राष्ट्रीय एकता एवं अखंडता को सुदृढ़ कर सुशासन एवं सुरक्षा को केन्द्र में रखकर देश को समृद्ध एवं समर्थ बनाने की दिशा में अनेक निर्णायक कदम उठाये गए। तत्कालीन प्रधानमंत्री श्री अटल बिहारी वाजपेयी एवं उपप्रधानमंत्री श्री लालकृष्ण आडवाणी के नेतृत्व में राजग शासन ने देश में विकास की एक नई राजनीति का सूत्रपात किया।

वर्तमान स्थिति

आज भाजपा देश में एक प्रमुख राष्ट्रवादी शक्ति के रूप में उभर चुकी है एवं देश के सुशासन, विकास, एकता एवं अखंडता के लिए कृतसंकल्प है।

10 साल पार्टी ने विपक्ष की सक्रिय और शानदार भूमिका निभाई। 2014 में श्री नरेन्द्र मोदी के नेतृत्व में देश में पहली बार भाजपा की पूर्ण बहुमत के साथ सरकार बनी, जो आज 'सबका साथ, सबका विकास' की उद्‌घोषणा के साथ गौरव सम्पन्न भारत का पुनर्निर्माण कर रही है। राष्ट्रीय अध्यक्ष श्री अमित शाह के नेतृत्व में भाजपा लगभग 11 करोड़ सदस्यों वाली विश्व की सबसे बड़ी राजनैतिक पार्टी बन गयी है।

26 मई, 2014 को श्री नरेंद्र दामोदरदास मोदी ने भारत के प्रधानमंत्री के तौर पर शपथ ग्रहण की। मोदी जी के नेतृत्व में भाजपा सरकार ने कम समय में ही अभूतपूर्व उपलब्धियाँ हासिल की हैं। उन्होंने विश्व में भारत की गरिमा को पुनःस्थापित किया, राजनीति पर लोगों के विश्वास को फिर से स्थापित किया। अनेक अभिनव योजनाओं के माध्यम से नए युग की शुरुआत की। अन्त्योदय, सुशासन, विकास एवं समृद्धि के रास्ते पर देश बढ़ चला है। आर्थिक और सामाजिक सुधार सुरक्षित जीवन जीने का मार्ग उपलब्ध करा रहे हैं। किसानों के लिये ऋण से लेकर खाद तक की नयी नीतियाँ जैसे प्रधानमंत्री कृषि सिंचाई योजना, सॉयल हेल्थ कार्ड, आदि ने कृषि के तीव्र विकास की अलख जगायी है। ये नया युग है सुशासन का। चाहे आदर्श ग्राम योजना हो, स्वच्छता अभियान या फिर योग के सहारे भारत को स्वस्थ बनाने का अभियान, इन सभी कदमों से देश को एक नयी ऊर्जा मिली है। भाजपा की मोदी सरकार ने 'मेक इन इंडिया', 'स्किल इंडिया', अमृत मिशन, दीनदयाल ग्राम ज्योति योजना, डिजिटल इंडिया जैसी योजनाओं से भारत को आधुनिक और सशक्त बनाने की दिशा में मजबूत कदम उठाया है। जन-धन योजना, बेटी बचाओ, बेटी पढाओ, सुकन्या समृद्धि योजना जैसी अनेक योजनाएँ देश में एक नयी क्रांति का सूत्रपात कर रही हैं। भाजपा सरकार ने देशवासियों को विश्व की सबसे बड़ी सामाजिक सुरक्षा योजना का उपहार दिया है।

भारतीय राजनीति में भाजपा का योगदान

- राष्ट्रीय अखण्डता, कश्मीर के भारत में पूर्ण विलय, कबाइली वेश में पाकिस्तानी आक्रमण के प्रतिकार, परमिट व्यवस्था एवं धारा 370 की समाप्ति व पृथकतावाद से निरन्तर संघर्ष करने वाली एकमात्र पार्टी भारतीय जनसंघ या भाजपा है, अन्यथा कश्मीर का बचना कठिन था।
- गोवा मुक्ति आंदोलन, सत्याग्रह एवं बलिदान। बहुत दबाव के बाद ही सरकार ने सैनिक कार्यवाही की।
- बेरुबाड़ी एवं कच्छ समझौते हमारी राष्ट्रीय अखण्डता के लिए चुनौती थे। भाजपा ने इस चुनौती का सामना किया।
- आज भी देश में राष्ट्रीय अखण्डता के मुद्दे उठाना पृथकतावाद से जूझना एवं इस निमित्त समाज को निरन्तर जाग्रत रखने का काम भाजपा ही कर रही है।
- देश को परमाणु शक्ति सम्पन्न कर भारत पर हमलों की हिमाकत करने वालों को अटलजी की सरकार ने सीधा संदेश दिया।

लोकतंत्रः विकास एवं रक्षा

- प्रथम चरण में जब स्वतंत्रता आंदोलन के सभी नेता सत्ता पक्ष में जा बैठे थे, विपक्ष या तो था ही नहीं या राष्ट्रभक्ति से शून्य वामपंथियों के पास था तब जनसंघ ने चुनौती को स्वीकार किया तथा भारत के लोकतंत्र को भारतीय जनसंघ के रूप में सबल विपक्ष दिया। 1967 में जनसंघ दूसरा बड़ा दल बन गया था।
- चुनाव सुधार के मुद्दे उठाने वाला एकमात्र राजनीतिक दल जनसंघ या भाजपा ही है। लोकतांत्रिक मर्यादाओं को हमारी

पार्टी ने बल दिया और उनका उल्लंघन नहीं होने दिया।

- आपातकाल के प्रतिकार की कहानी हमारी लोकतंत्रात्मक निष्ठा को पुष्ट करती है।
- पंडित दीनदयाल उपाध्याय के नेतृत्व में जो विपक्ष उभरा, वही विकल्प बनने में भी सक्षम था। श्री अटल बिहारी वाजपेयी एवं श्री नरेन्द्र मोदी भारतीय लोकतंत्र में विकल्प के नियामक हैं। भारतीय लोकतंत्र के लिए अपेक्षित अखिल भारतीय संगठन एवं नेतृत्व आज केवल भाजपा के पास है।

विचारधारा

- राजनीति केवल सत्ता प्राप्त करने का साधन नहीं है। समाज को अपेक्षित दिशा में प्रगति पथ पर ले जाना भी उसका कार्य है। इसके लिये संगत दृष्टिकोण की आवश्यकता होती है, जो संगत विचारधारा से प्राप्त होता है। आज भारत के सभी राजनैतिक दल विचारधारा शून्यता के शिकार हैं। भाजपा सांस्कृतिक राष्ट्रवाद, एकात्म मानववाद तथा पंचनिष्ठाओं की संगत विचारधाराओं के आधार पर संगठन का नियमन कर रही है। शासन की नीति में भी इनका समुचित प्रतिबिम्बन होगा।

सुशासन

- ध्येयनिष्ठ कार्यकर्ताओं की शक्ति एवं सरकार का सुनियमन सुशासन की गारंटी है। छः साल का केन्द्रीय शासन एवं प्रदेशों में भाजपा की सरकारों ने अन्य दलों की सरकारों की तुलना में अच्छा शासन दिया है। गत तीन वर्षों से श्री नरेन्द्र मोदी के नेतृत्व में सकारात्मक सुशासन की प्रक्रिया तीव्र गति से चल रही है। व्यवस्थाओं की पुरानी विकृतियों का शमन करने में अभी भी कुछ वक्त लगेगा।

सैद्धांतिक अधिष्ठान

भारतीय जनता पार्टी (भाजपा) सिद्धांतों और आदर्शों पर आधारित राजनीतिक दल है। यह किसी परिवार, जाति या वर्ग विशेष की पार्टी नहीं है। भाजपा कार्यकर्ताओं को जोड़ने वाला सूत्र है–भारत के सांस्कृतिक मूल्य, हमारी निष्ठाएं और भारत के परम वैभव को प्राप्त करने का संकल्प और साथ ही यह आत्मविश्वास कि अपने पुरुषार्थ से हम इन्हें प्राप्त करेंगे।

भाजपा की विचारधारा को एक पंक्ति में कहना हो तो वह है 'भारत माता की जय'। भारत का अर्थ है 'अपना देश'। देश जो हिमालय से कन्याकुमारी तक फैला है और जिसे प्रकृति ने एक अखंड भूभाग के रूप में हमें दिया है। यह हमारी माता है और हम सभी भारतवासी उसकी संतान हैं। एक माँ की संतान होने के नाते सभी भारतवासी सहोदर यानि भाई–बहन हैं। भारत माता कहने से एक भूमि और एक जन के साथ हमारी एक संस्कृति का भी ध्यान बना रहता है। इस माता की जय में हमारा संकल्प घोषित होता है और परम वैभव में है माँ की सभी संतानों का सुख और अपनी संस्कृति के आधार पर विश्व में शांति व सौख्य की स्थापना। यही है 'भारत माता की जय'।

भाजपा के संविधान की धारा 3 के अनुसार एकात्म मानववाद हमारा मूल दर्शन है। यह दर्शन हमें मनुष्य के शरीर, मन, बृद्धि और आत्मा का एकात्म यानि समग्र विचार करना सिखाता है। यह दर्शन मनुष्य और समाज के बीच कोई संघर्ष नहीं देखता, बल्कि मनुष्य के स्वाभाविक विकास–क्रम और उसकी चेतना के विस्तार से परिवार, गाँव, राज्य, देश और सृष्टि तक उसकी पूर्णता देखता है। यह दर्शन

प्रकृति और मनुष्य में माँ का संबंध देखता है, जिसमें प्रकृति को स्वस्थ बनाए रखते हुए अपनी आवश्यकता की चीजों का दोहन किया जाता है।

भाजपा के संविधान की धारा 4 में पाँच निष्ठाएं वर्णित हैं। एकात्म मानववाद और ये पाँचों निष्ठाएं हमारे वैचारिक अधिष्ठान का पूरा ताना-बना बुनती हैं।

(१) लोकतंत्र : विश्व की प्राचीनतम ज्ञात पुस्तक ऋग्वेद का एक मंत्र 'एकं सद विप्राः बहुधा वदन्ति उल्लेखनीय है। इसका अर्थ है, सत्य एक ही है। विद्वान इसे अलग-अलग तरीके से व्यक्त करते हैं। भारत के स्वभाव में यह बात आ गई है कि किसी एक के पास सच नहीं है। मैं जो कह रहा हूँ वह भी सही है, आप जो कह रहे हैं वह भी सही है। विचार स्वातंत्र्य (फ्रीडम ऑफ थॉट्स एंड एक्सप्रेशन) का आधार यह मंत्र है।

संस्कृत में एक और मंत्र है- 'वादे वादे जयते तत्त्व बोधः'। इसका अर्थ है चर्चा से हम ठीक तत्त्व तक पहुँच जाते हैं। चर्चा से सत्य तक पहुँचने का यह मंत्र भारत में लोकतंत्रीय स्वभाव बनाता है। इन दोनों मन्त्रों ने भारत में लोकतंत्र का स्वरूप गढा-निखारा है। भारतीय समाज ने इसी लोकतंत्र का स्वभाव ग्रहण किया है। लोकतंत्र भारतीय समाज के अनुरूप व्यवस्था है।

भाजपा ने अपने दल के अंदर भी लोकतंत्रीय व्यवस्था को मजबूती से अपनाया है। भाजपा संभवतः अकेला ऐसा राजनीतिक दल है, जो हर तीसरे साल स्थानीय समिति से लेकर राष्ट्रीय अध्यक्ष तक के नियमित चुनाव कराता है। यही वजह है कि चाय बेचने वाला युवक देश का प्रधानमंत्री बना है और इसी तरह सभी प्रतिभावान लोगों का पार्टी के अलग-अलग स्तरों से लेकर चोटी तक पहुँचना संभव होता रहा है।

सत्ता का किसी एक जगह केन्द्रित होना लोकतंत्रीय स्वभाव के विपरीत है। इसीलिए लोकतंत्र विकेन्द्रित शासन व्यवस्था है। केन्द्र, राज्य, नगरपालिका और पंचायत सभी के काम और जिम्मेदारियाँ बँटी हुई हैं। सब को अपनी-अपनी जिम्मेदारियाँ भारत के संविधान से प्राप्त होती हैं। संविधान द्वारा मिली अपनी-अपनी जिम्मेदारियों को पूरा करने के लिए सभी (केंद्र, राज्य, नगरपालिका और पंचायत) स्वतंत्र हैं। इसीलिए गाँव के लोग पंचायत द्वारा गाँव का शासन स्वयं चलाते हैं और यही इनके चढ़ते हुए क्रम तक होता है।

लोकतंत्र के प्रति हमारी निष्ठा आपातकाल में जगजाहिर हुई। 25 जून, 1975 को तत्कालीन प्रधानमंत्री श्रीमती इंदिरा गाँधी ने भारत में आपातकाल घोषित कर दिया था। नागरिकों के प्रकृति-प्रदत्त मौलिक अधिकार भी निरस्त कर दिए गए थे। यहाँ तक कि जीवन का अधिकार भी छीन लिया गया था। तत्कालीन जनसंघ (अब भाजपा) नेताओं को जेलों में डाल दिया गया था और पार्टी दफ्तरों पर सरकारी ताले डाल दिए गए थे। अखबारों पर भी सेंसरशिप लागू हो गई थी।

लोकतंत्र के प्रति अपनी निष्ठा के कारण ही हम (यानि तत्कालीन जनसंघ के कार्यकर्ता) भूमिगत अहिंसक आंदोलन खड़ा कर सके। समाज को संगठित करके एक बड़ा संघर्ष किया। असंख्य कार्यकर्ताओं ने पुलिस का दमन, जेल यातना और काम धंधे (रोजी-रोटी) का नुकसान सहा। इसी संघर्ष का परिणाम था 1977 के आम चुनावों में जनता जनार्दन की शक्ति सामने आई और इंदिरा जी की तानाशाह सरकार धराशाई हो गई।

(२) सकारात्मक पंथ-निरपेक्षता एवं सर्वपंथसमभाव : एक समय पश्चिमी देशों में पोप और पादरियों का राजकाज में अत्यधिक नियंत्रण हो गया था। अगर कोई अपराध करता था तो चर्च में एक

निर्धारित राशि का भुगतान करके वह अपराधमुक्त होने का प्रमाण पत्र ले सकता था। नतीजा यह हुआ कि शासन में धर्म के असहनीय हस्तक्षेप का विरोध शुरू हो गया। विरोधियों का तर्क था कि धर्म घर के अंदर की वस्तु है। इस विरोध आन्दोलन से धर्मनिरपेक्षता का प्रादुर्भाव हुआ।

भारत में धर्म किसी पुस्तक, पैगम्बर या पूजा पद्धति में निहित नहीं है। हमारे यहाँ धर्म का अर्थ है जीवन शैली। अग्नि का धर्म है दाह करना और जल का धर्म है शीतलता। राजा को कैसे रहना और व्यवहार करना है यह है उसका राज–धर्म, पिता की क्या जिम्मेदारियाँ हैं, उसे क्या करना चाहिए, यह है पितृ–धर्म। इसी तरह पुत्र–धर्म और पत्नी–धर्म हैं। इसीलिए भारत में धर्मनिरपेक्षता का अर्थ धर्म से निरपेक्ष हो जाना नहीं है।

भारत में धर्मनिरपेक्षता का अर्थ सर्व पंथ समादर भाव है। शासक किसी पंथ को, किसी भी पूजा पद्धति को राज–पंथ, राज–धर्म या राज–पद्धति नहीं मानेगा। वह सभी धर्मों, पंथों एवं पद्धतियों को समान आदर देता है। हमारा उद्देश्य है, न्याय सबके लिए और तुष्टिकरण किसी का नहीं। इसका व्यावहारिक अर्थ है 'सबका साथ सबका विकास'। हमारे प्रधानमंत्री जी ने कहा है कि हिन्दुओं को मुसलमानों से और मुसलमानों को हिन्दुओं से नहीं लड़ना है, बल्कि दोनों को मिल कर गरीबी से लड़ना है।

(३) राष्ट्रवाद और राष्ट्रीय एकात्मता : हमारा मानना है कि भारत राष्ट्रों का समूह नहीं है, नवोदित राष्ट्र भी नहीं है, बल्कि यह सनातन राष्ट्र है। हिमालय से कन्याकुमारी तक प्रकृति द्वारा निर्धारित यह देश है। इस देश–भूमि को देशवासी माता मानते हैं। उनकी इस भावना का आधार प्राचीन संस्कृति और उससे मिले जीवनमूल्य हैं। हम इस

विशाल देश की विविधता से परिचित हैं। विविधता इस देश की शोभा है और इन सबके बीच एक व्यापक एकात्मता है। यही विविधता और एकात्मता भारत की विशेषता है। हमारा राष्ट्रवाद सांस्कृतिक है केवल भौगोलिक नहीं। इसीलिए भारत भू–मंडल में अनेक राज्य रहे, पर संस्कृति ने राष्ट्र को बाँधकर रखा, एकात्म रखा।

(४) सामाजिक व आर्थिक विषयों पर गाँधीवादी दृष्टिकोण; जिससे शोषणमुक्त और समतायुक्त समाज की स्थापना हो सके: गाँधीवादी सामाजिक दृष्टिकोण भेदभाव और शोषण से मुक्त समतामूलक समाज की स्थापना है। दुर्भाग्य से एक समय में, जन्म के आधार पर छोटे या बड़े का निर्धारण होने लगा, अर्थात् जाति व्यवस्था विषैली होकर छुआछूत तक पहुँच गई। भक्ति काल के पुरोधाओं से लेकर महात्मा गाँधी व डॉ. अम्बेडकर को इससे समाज को मुक्त कराने के लिए संघर्ष करना पड़ा। आज भी यह विषमता पूरी तरह समाप्त नहीं हुई है।

यही वजह है कि अनुसूचित जाति के साथ अनेक प्रकार से भेदभाव होते हैं और उन्हें यह अहसास कराया जाता है कि वे बाकी जातियों से कमतर हैं। शिक्षित और धनवान हो जाने से भी यह विषमता दूर नहीं होती। भारतीय संविधान के रचयिता डॉ. अम्बेडकर ने विदेश से पीएचडी कर ली थी। फिर भी वह जिस कॉलेज में पढ़ाते थे वहाँ उनके पीने के पानी का घड़ा अलग रखा जाता था। भाजपा इसे स्वीकार नहीं करती। हम मानते हैं कि सभी में एक ही ईश्वर समान रूप से विराजता है। मनुष्य मात्र की समानता और गरिमा का यह दार्शनिक आधार है। देश को सामाजिक शोषण से मुक्त कराकर समरस समाज बनाना हमारी आधारभूत निष्ठा है।

किसी एक राज्य या कुछ व्यक्तियों के हाथ में सत्ता के केन्द्रीकरण

के अपने खतरे होते हैं और यह स्थिति सत्ता में भ्रष्टाचार को बढ़ाती है। लेकिन गाँधीजी की मांग सही साधनों पर भरोसा करने की भी थी। उन्होंने किसी 'वाद' को जन्म नहीं दिया, बल्कि उनके दृष्टिकोण जीवन के प्रति एकात्म प्रयास को उजागर करते हैं।

महात्मा गाँधी के दृष्टिकोण के आधार पर भाजपा भी आर्थिक शोषण के खिलाफ है और साधनों के समुचित बँटवारे की पक्षधर है। हम इस बात पर विश्वास नहीं रखते कि कमाने वाला ही खाएगा। हमारी दृष्टि में कमा सकने वाला कमाएगा और जो जन्मा है वह खाएगा। हमारा मानना है कि समाज और राज्य सबकी चिन्ता करेंगे। दीनदयालजी मनुष्य की मूल आवश्यकताओं में रोटी, कपड़ा और मकान के साथ शिक्षा और रोजगार को भी जोड़ते थे। आर्थिक विषमताओं की बढ़ती खाई को पाटा जाना चाहिए। अशिक्षा, कुपोषण और बेरोजगारी से एक बड़ा युद्ध लड़कर ''सर्वे भवन्तु सुखिन:'' का आदर्श प्राप्त करना हमारी मौलिक निष्ठा है। हमारे गाँधीवादी दृष्टिकोण ने यह सिखाया है कि इसके लिए हमें विचार या तंत्र बाहर से आयात करने की जरूरत नहीं है। अपने सांस्कृतिक मूल्यों के आधार पर अपनी बुद्धि, प्रतिभा और पुरुषार्थ से हम इसे पा सकते हैं।

(५) मूल्य आधारित राजनीति : भाजपा ने जो पाँचवा अधिष्ठान अपनाया है वह है 'मूल्य आधारित राजनीति'। एकात्म मानववाद मूल्य आधारित राजनीति पर विश्वास करता है। नियमों और मूल्यों के निर्धारण के वायदे के बिना राजनीतिक गतिविधि सिर्फ निज स्वार्थपूर्ति का खेल है। भाजपा 'मूल्य आधारित राजनीति' के निर्माण के लिए प्रतिबद्ध है और इस तरह सार्वजनिक जीवन का शुद्धिकरण एवं नैतिक मूल्यों की पुन:स्थापना उसका लक्ष्य है।

आज देश का संकट मूल रूप से नैतिक संकट है और राजनीति

विशुद्ध रूप से ताकत का खेल बन गई है। यही वजह है कि देश नैतिक ताकत के लुप्तिकरण से जूझ रहा है और मुश्किलों का सामना करने की अपनी क्षमता को खोता जा रहा है। जब हम इन पाँचों निष्ठाओं की बात करते हैं तो अपने आसपास या देश में घटे कुछ ऐसे प्रसंग ध्यान में आते हैं, जिनसे लगता है कि हम हर स्तर पर पूरी तरह सभी निष्ठाओं का पालन करते हैं, यह नहीं कहा जा सकता। पर, हम यह विश्वास से कह सकते हैं कि ये निष्ठाएं हमारे लिए प्रकाश–स्तम्भ की तरह हैं। हम सबको यह प्रयत्न करते रहना जरूरी है कि हम अपना जीवन और अपनी पार्टी को इन निष्ठाओं के आधार पर चलाएं।

भारतीय जनता पार्टी
11, अशोक रोड, नई दिल्ली- 110001
फोन : 011-23005700, फैक्स : 011-23005787
ISBN 978-93-88310-15-4
9 789388 310154