



उत्तरप्रदेश विधानसभा चुनाव (2017) में वोटर्स पर सोशल मीडिया के प्रभाव का विश्लेषणात्मक अध्ययन (लखनऊ शहर के विशेष संदर्भ में)

सैय्यद काज़िम असगर रिज़वी, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
सुम्बुल मुजतबा, शोध छात्रा, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
खाजा मोइनूद्दीन चिश्ती भाषा विश्वविद्यालय, लखनऊ, उत्तरप्रदेश, भारत

ORIGINAL ARTICLE



Corresponding Authors

सैय्यद काज़िम असगर रिज़वी,
पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
सुम्बुल मुजतबा, शोध छात्रा,
पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
खाजा मोइनूद्दीन चिश्ती भाषा विश्वविद्यालय,
लखनऊ, उत्तरप्रदेश, भारत

shodhsamagam1@gmail.com

Received on : 16/03/2021
Revised on : -----
Accepted on : 23/03/2021
Plagiarism : 00% on 16/03/2021



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 0%

Date: Tuesday, March 16, 2021

Statistics: 0 words Plagiarized / 3585 Total word.

Remarks: No Plagiarism Detected - Your Document is Healthy

160-170-10/ckulHkk p7uko (2017); esa oksVjksa ij lks ky eHfMk ds rHkko ds
fo ys k.kkRed v/su tykuA 'kqi ds fo'ks'k lanHkZ esa l'kja 'k Hkkr esa fil'ys lkyksa esa
fo'ks kq, 2014 ds ckn ls yksoHkk vkj fo'ku Hkk p'pukosa esa ti izdkj ls fdh LVk;
wpkjd ls v/cd fil'vty izpkj ek'k ds .lk esa 'lks'ky eHfMk' dh Hkwiedk 'dh p'p'Z gks jg
of ug vius vki esa topkj djus fo'k: ySj D,ksald Hkkr esa p'pukosa ds n'Sjku ge. 'k' y

शोध सार

भारत में पिछले सालों में विशेषकर 2014 के बाद से लोकसभा और विधान सभा चुनावों में जिस प्रकार से किसी स्टार प्रचारक से अधिक डिजिटल प्रचार माध्यम के रूप में 'सोशल मीडिया' की भूमिका की चर्चा हो रही है, वह अपने आप में विचार करने का विषय है, क्योंकि भारत में चुनावों के दौरान हमेशा यह देखा गया है कि कोई भी पार्टी हो या किसी भी पार्टी का चुनावी प्रत्याशी सभी चुनावों के दौरान स्टार प्रचारक से प्रचार कराने के इच्छुक रहते हैं, क्योंकि इसको सुनने और देखने में जनता की दिलचस्पी अधिक रहती है। इनमें पार्टी के फायर ब्रॉन्ड नेता, सामाजिक कार्यकर्ता और फिल्मी कलाकार हो सकते हैं, जो काफी हद तक तक उम्मीवार की जीत का रास्ता आसान कर देते हैं।

लेकिन अगर हम 2008 में अमेरिका के आम चुनावों पर नज़र डालते हैं तो यह बात सिद्ध होती है कि डिमोक्रेटिक उम्मीदवार बराक हुसैन ओबामा के जीत में सोशल मीडिया का बड़ी भूमिका रही है। इसी तरह भारत में 2014 के लोकसभा चुनावों में भारतीय जनता पार्टी ने सोशल मीडिया के द्वारा मतदाताओं से सीधे सम्पर्क साधा था, जिसका नतीजा एतिहासिक जीत के साथ सामने आया। वहीं इसके बाद दिल्ली विधानसभा चुनावों पर नज़र डालें तो यहां केजरीवाल की पार्टी आम आदमी पार्टी ने चुनावों में विपक्षों को लगभग 'क्लीन सुईप' दे डाली। इस तरह के अप्रत्याशित परिणामों में सोशल मीडिया और स्मार्टफोन दोनों की विशेष भूमिका रही है। इस प्रकार के डिजिटल प्रयोग से पहली बार प्रत्याशी और मतदाता दोनों से सीधे रूबरू हो रहा थे। यह अब कहा जा सकता है कि सोशल मीडिया जनसंचार के क्षेत्र में एक क्रान्तिकारी प्रयोग है। इसी तरह उत्तरप्रदेश