

দুই প্রার্থীই সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যমের ওপর জোর দিচ্ছেন

মার্কিন প্রেসিডেন্ট নির্বাচন সিদ্ধান্তহীন ভোটার টানতে ফেসবুক

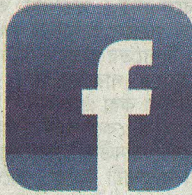
প্রথম আলো ডেস্ক ●

মার্কিন প্রেসিডেন্ট
নির্বাচনে সিদ্ধান্তহীন
ভোটাররা বরাবরই
গুরুত্বপূর্ণ প্রভাব
ফেলেন। এবারও
তাদের নিজ নিজ দলের
পক্ষে টানতে জোর চেষ্টা

চালাচ্ছেন ডেমোক্র্যাট প্রার্থী বারাক
ওবামা ও রিপাবলিকান প্রার্থী মিট
রমনি। গবেষকেরা বলছেন,
ফেসবুকের মাধ্যমে সিদ্ধান্তহীন
ভোটারদের মধ্যে ২ দশমিক ২
শতাংশকে প্রভাবিত করা সম্ভব।

২০১০ সালের ২ নভেম্বর
যুক্তরাষ্ট্রের কংগ্রেসের নির্বাচনের দিন
ভোট দিতে উদ্বুদ্ধ করতে ৬০ লাখের
বেশি গ্রাহকের ফেসবুকে একটি বার্তা
ছিল। বার্তাটি দিয়েছিল ইউনিভার্সিটি
অব ক্যালিফোর্নিয়ার একদল
গবেষক। ওই বার্তার শেষ নির্দেশনা
ছিল 'আমি ভোট দিয়েছি'। পরে
গবেষকেরা দেখেছেন, শুধু ওই
বার্তার কারণে দশমিক ৪ শতাংশ
ভোটার সেদিন ভোট দিতে গেছেন।
ওই বার্তা না পেলে তাঁরা ভোট
দিতেন না।

গবেষণায় আরও দেখা গেছে,
পরিচিতজনদের মধ্যে কেউ যদি
ফেসবুকে কোনো প্রার্থীর পক্ষে
প্রশংসাসূচক কিছু লেখেন তবে তা-ও
ভোটে প্রভাব ফেলে। এ হার ১



দশমিক ৮ শতাংশ। এ
ছাড়া ভোটারদের ই-
মেইলের মাধ্যমে কোনো
বার্তা পাঠানোর চেয়ে
ফেসবুকে প্রচারণা
অধিক কার্যকর।

তবে ভোটারদের
দোরগড়ায় যাওয়ার
বিষয়টি এখনো

কার্যকর। যেকোনো নির্বাচনী
লড়াইয়ে জনসমর্থন নিজের পক্ষে
নিতে দীর্ঘদিনের প্রচলিত ও কার্যকর
পদ্ধতি হিসেবে তা এখনো ভাবা হয়।
প্রচলিত এ ভাবনা যে সঠিক তার
প্রমাণ মিলেছে সাম্প্রতিক এক
গবেষণায়। ভোটের মাঠে
জনসংযোগের প্রচলিত ও আধুনিক
ব্যবস্থা নিয়ে নেচার সাময়িকীতে
গবেষণা প্রতিবেদনটি প্রকাশিত
হয়েছে।

এতে দেখা গেছে, খোদ
যুক্তরাষ্ট্রেও 'বাড়ি বাড়ি গিয়ে ভোট
চাওয়া'—এ পদ্ধতির প্রয়োগ এখনো
বেশ ফলদায়ক। বিশেষ করে,
সিদ্ধান্তহীন ভোটারদের প্রভাবিত
করার ক্ষেত্রে জনসংযোগের পুরোনো
পদ্ধতি অন্য যেকোনো মাধ্যমের
চেয়ে বেশি কার্যকর। এতে কমপক্ষে
১০ শতাংশ ভোট বাড়ে। তবে
ভোটারদের আকৃষ্ট করার পুরোনো এ
পদ্ধতি অত্যন্ত সময়সাপেক্ষ ও
ব্যয়বহুল।

● নিউ সায়েন্টিস্ট।