THE COMPLETE SOCIAL MEDIA GUIDE



FACEBOOK • INSTAGRAM • YOUTUBE

THE EASY WAY TO

GO VIRAL

How to Get Millions of Views & Millions of Followers on Social Media Simple Techniques That Really Work

पूरी किताब सरल हिंदी में — हर छोटे Creator, Reporter और आम आदमी के लिए

17 CHAPTERS | 30-DAY PLAN | 50 HOOK LINES

KAMRAN ASAD

EDITOR — MANVADHIKAR MEDIA

kamranasad.in

वायरल होने का आसान रास्ता

सोशल मीडिया पर Views, Followers और पहचान बनाने के सच्चे, आज़माए हुए Tips

Views से Viral तक

लेखक : कामरान असद

संपादक — मानवाधिकार मीडिया

प्रथम संस्करण : 2026

© 2026 कामरान असद — सर्वाधिकार सुरक्षित

टिप्पणी : इस पुस्तक में दिए गए सभी सुझाव लेखक के अपने अनुभव और सामान्य जानकारी पर आधारित हैं। Facebook, Instagram, YouTube आदि Platform के नियम और Algorithm समय-समय पर बदलते रहते हैं, इसलिए अंतिम निर्णय से पहले संबंधित Platform की ताज़ा नीतियों को अवश्य देख लें। यह पुस्तक Views या आमदनी की कोई गारंटी नहीं देती — यह समझ, नियमितता और ईमानदार मेहनत का रास्ता दिखाती है। किसी भी Platform के नियमों के विरुद्ध कोई तरीक़ा अपनाने की सलाह इस पुस्तक में नहीं दी गई है।

वेबसाइट : kamranasad.in

समर्पण

मेरे सभी पाठकों के नाम,

और हर उस छोटे Creator के नाम,

जो कम साधनों के बीच भी

रोज़ मेहनत करता है, हार नहीं मानता,

और अपनी पहचान अपने दम पर बनाना चाहता है।

— यह पुस्तक उन्हीं के संघर्ष को सलाम है

अनुक्रम

1. लेखक की कलम से
2. अध्याय 1 : Views क्यों नहीं आते? — असली वजह
3. अध्याय 2 : Algorithm की आसान समझ — Platform का दिमाग़ कैसे काम करता है
4. अध्याय 3 : पहले 3 सेकंड — Hook का जादू
5. अध्याय 4 : Content क्या बनाएँ — लोग क्या देखना चाहते हैं
6. अध्याय 5 : Facebook — Page की सही Setting
7. अध्याय 6 : Facebook पर Viral होने की Technique
8. अध्याय 7 : Facebook पर Followers और कमाई
9. अध्याय 8 : Instagram — Profile की सही Setting
10. अध्याय 9 : Instagram Reel Viral Technique
11. अध्याय 10 : Instagram पर Community और पहचान
12. अध्याय 11 : YouTube — Channel की सही शुरुआत
13. अध्याय 12 : YouTube पर Viral होने की Technique
14. अध्याय 13 : YouTube से कमाई का आसान रास्ता
15. अध्याय 14 : Share होने वाला Content — Viral की असली कुंजी
16. अध्याय 15 : समय, नियम और मुफ़्त Reach के तरीक़े
17. अध्याय 16 : ग़लतियाँ और Fake Followers का सच
18. अध्याय 17 : पत्रकारों और समाजसेवियों के लिए ख़ास Tips
19. परिशिष्ट 1 : 30 दिन का Viral Plan
20. परिशिष्ट 2 : 50 तैयार Hook Lines
21. परिशिष्ट 3 : रोज़ की Checklist और Hafta-bhar का Plan
22. लेखक परिचय

लेखक की कलम से

मेहनत सब करते हैं, समझ से आगे बढ़ते हैं

तेरह साल से मैं मानवाधिकार मीडिया के माध्यम से पत्रकारिता कर रहा हूँ। इन तेरह वर्षों में मैंने हज़ारों ख़बरें लिखीं, हज़ारों ख़बरें सोशल मीडिया पर डालीं, और सैकड़ों Reporters के साथ काम किया। हर दिन हमारे सामने एक ही सवाल खड़ा होता था — इतनी मेहनत के बाद भी कुछ ख़बरें दूर-दूर तक पहुँचती हैं और कुछ वहीं की वहीं रह जाती हैं, ऐसा क्यों?

शुरुआत में मुझे भी लगता था कि यह किस्मत का खेल है। किसी की Reel चल गई, किसी की नहीं चली। लेकिन धीरे-धीरे, रोज़ के अनुभव से, आँकड़े देखकर और लोगों की प्रतिक्रिया समझकर एक बात साफ़ हुई — Views किस्मत से नहीं आते, समझ से आते हैं। जिस दिन आप यह समझ जाते हैं कि देखने वाला कौन है, वह क्यों रुकेगा, क्यों पूरा देखेगा और क्यों Share करेगा, उसी दिन से आपका Content बदलने लगता है।

मैंने अपने Reporters को बार-बार यही सिखाया है — सिर्फ़ ख़बर डाल देना काफ़ी नहीं है। Headline कैसी है, Photo कौन-सी लगी है, पहली लाइन में क्या लिखा है, किस समय Post हुआ है, Caption में क्या कहा गया है — ये छोटी-छोटी बातें मिलकर तय करती हैं कि आपकी बात दस लोगों तक जाएगी या दस हज़ार तक। कई बार एक ही ख़बर, सिर्फ़ पेश करने का तरीक़ा बदलने से, कई गुना ज़्यादा लोगों तक पहुँची है। यह कोई जादू नहीं है, यह तरीक़ा है।

यह पुस्तक उसी तरीक़े को सरल भाषा में आपके सामने रखने की कोशिश है। इसमें कोई भारी-भरकम तकनीकी शब्दावली नहीं है। इसमें वही बातें हैं जो एक आम आदमी, एक Reporter, एक छोटा Creator — जिसके पास न बड़ा कैमरा है, न बड़ी Team है, सिर्फ़ एक Mobile और कुछ कहने की इच्छा है — आज से ही अपनाकर फ़र्क़ देख सकता है।

इस पुस्तक का लक्ष्य साफ़ है — आपको लाखों Views और लाखों Followers तक पहुँचने का सही रास्ता दिखाना। हाँ, यह मुमकिन है। आम लोग, छोटे शहरों के लड़के-लड़कियाँ, गाँव के Reporter — सब इस रास्ते से आगे बढ़े हैं। लेकिन एक सच भी साथ-साथ याद रखिए — इसमें कोई जादू की छड़ी नहीं है और कोई गारंटी नहीं है। मेहनत के साथ सही Technique मिले, तो लाखों तक का सफ़र मुमकिन है। सिर्फ़ मेहनत हो और Technique न हो, तो थकान मिलती है। सिर्फ़ Technique की बातें हों और मेहनत न हो, तो कुछ नहीं मिलता। यह पुस्तक आपको दोनों देती है — Technique भी, और रोज़ करने का काम भी। "रातों-रात लाख Views" का झूठा वादा मैं नहीं करूँगा। ऐसा वादा करने वाले या तो ख़ुद नहीं जानते, या आपको कुछ बेचना चाहते हैं।

इस पुस्तक में Facebook, Instagram और YouTube — तीनों के लिए अलग-अलग पूरे हिस्से दिए गए हैं। हर Platform का अपना तरीक़ा है। जो Facebook पर चलता है, वही YouTube पर नहीं चलता। इसलिए हर हिस्से में आप पढ़ेंगे — शुरुआत कैसे करें, शून्य से एक हज़ार तक कैसे पहुँचें, दस हज़ार के पड़ाव पर क्या अलग करें, और एक लाख से आगे जाने के लिए क्या बदलना होगा। भाषा बिल्कुल आसान रखी गई है, जैसे घर में बात होती है। जो English शब्द आया है, उसे वहीं आसान Hindi में समझा दिया गया है, ताकि पहली बार Mobile चलाने वाला भी बिना रुके पढ़ सके।

आप पत्रकार हों, समाजसेवी हों, दुकानदार हों, शिक्षक हों या अपने गाँव-क़स्बे की बात दुनिया तक पहुँचाना चाहते हों — यह पुस्तक आपके लिए है। इसे एक बार पढ़कर अलमारी में मत रख दीजिए। हर अध्याय के अंत में “आज का काम” दिया गया है। रोज़ एक छोटा काम कीजिए, तीस दिन में आप ख़ुद फ़र्क़ महसूस करेंगे। चलिए, शुरू करते हैं — Views से Viral तक का यह सफ़र, समझ के साथ।

— कामरान असद

संपादक — मानवाधिकार मीडिया, लखनऊ

अध्याय 1

Views क्यों नहीं आते? — असली वजह

रमेश एक छोटे शहर का युवक है। वह रोज़ शाम को दुकान से लौटकर एक Video बनाता है — कभी अपने मोहल्ले की समस्या पर, कभी किसी अच्छी बात पर। तीस दिन में उसने अट्ठाईस Video डाले। हर Video पर पचास, अस्सी, ज़्यादा से ज़्यादा डेढ़ सौ Views आए। एक दिन वह थककर बोला — "मेरे नसीब में ही Views नहीं हैं। Platform बड़े लोगों को ही बढ़ाता है।" यह बात आपने भी कई बार सुनी होगी, शायद सोची भी होगी। लेकिन सच यह है कि रमेश की समस्या नसीब की नहीं थी। उसके Video अच्छे थे, आवाज़ साफ़ थी, बात भी सही थी — फिर भी लोग रुकते नहीं थे। वजहें छोटी थीं, और ठीक की जा सकती थीं।

पहली और सबसे बड़ी वजह है — शुरुआत कमज़ोर होना। ज़्यादातर लोग Video की शुरुआत "नमस्कार दोस्तों, आज हम बात करेंगे..." से करते हैं। तब तक दर्शक आगे बढ़ चुका होता है। Social Media पर दर्शक के पास समय नहीं होता, विकल्प बहुत होते हैं। उँगली हर पल तैयार रहती है। अगर पहले तीन सेकंड में उसे यह नहीं लगा कि "यह मेरे काम की बात है", तो वह चला जाता है — और Platform इसी को संकेत मानता है कि Video रुचिकर नहीं है।

दूसरी वजह है — किसके लिए बना रहे हैं, यह तय न होना। एक ही Video में कभी बच्चों की बात, कभी राजनीति, कभी मज़ाक, कभी दुकान का सामान। दर्शक भी उलझ जाता है और Platform भी। हर Platform पहले यह समझने की कोशिश करता है कि आपका Content किस तरह के लोगों को पसंद आएगा। जब विषय रोज़ बदलता है, तो वह समझ ही नहीं पाता कि इसे दिखाए किसे। इसीलिए शुरुआत में एक विषय, एक पहचान चुनना बहुत ज़रूरी है — जैसे मोहल्ले की ख़बरें, खेती की जानकारी, पढ़ाई के Tips या खाने की सरल Recipe।

तीसरी वजह है — नियमितता का टूटना। चार दिन लगातार Post, फिर दस दिन ग़ायब। Platform भी भूल जाता है और Followers भी। दर्शक की आदत बनती है रोज़ एक समय पर आपको देखने की। वह आदत टूटी तो Reach भी टूटती है। याद रखिए, दस बड़े Video कभी-कभार डालने से बेहतर है, एक साधारण Video रोज़ डालना।

चौथी वजह है — दर्शक से कोई रिश्ता न बनाना। Comment का जवाब न देना, सवाल पूछने पर चुप रहना, सिर्फ़ अपना Content डालकर चले जाना। Social Media का अर्थ ही है — सामाजिक होना। जो Creator सिर्फ़ बोलता है, सुनता नहीं, उसके पास लोग लौटकर नहीं आते।

पाँचवीं वजह बहुत आम है — दूसरों की नक़ल। किसी और का चलता हुआ Video देखकर वैसा ही बना लेना। दर्शक असली और नक़ली में फ़र्क़ तुरंत पहचान लेता है। आपकी अपनी बात, अपना अनुभव, अपना अंदाज़ ही आपकी पहचान है। नक़ल से कुछ दिन Views आ भी जाएँ तो पहचान नहीं बनती।

छठी वजह है — जल्दबाज़ी में Post करना। बिना Headline सोचे, बिना Photo चुने, बिना Caption लिखे, जो मन आया डाल दिया। Content अच्छा होते हुए भी उसका "पैकेट" कमज़ोर होता है तो कोई उसे खोलता ही नहीं। बाज़ार में भी वही सामान पहले बिकता है जो सही ढंग से रखा गया हो।

सातवीं वजह है — आँकड़ों को कभी न देखना। हर Platform आपको बताता है कि किस Video पर लोग कितनी देर रुके, कहाँ से चले गए, किस समय ज़्यादा देखा गया। ज़्यादातर Creator यह पन्ना खोलते ही नहीं। जो देखता है, वह हर अगले Video को पिछले से बेहतर बनाता है। जो नहीं देखता, वह वही ग़लती रोज़ दोहराता है।

एक और सच सुनिए — शुरुआत में कम Views आना असफलता नहीं है, यह हर किसी के साथ होता है। बड़े-बड़े Creators के पहले पचास Video पर भी गिनती के Views आए थे। फ़र्क़ सिर्फ़ इतना है कि उन्होंने रुककर सोचा, सीखा और बदला — और बाक़ी लोग "नसीब" कहकर रुक गए। रमेश ने भी जब शुरुआत, विषय और समय — तीन चीज़ें ठीक कीं, तो उसी Mobile और उसी मोहल्ले से उसके Video हज़ारों तक जाने लगे। Mobile वही था, आदमी वही था — बदला सिर्फ़ तरीक़ा था।

इसलिए पहला नियम याद रखिए — Views न आना आपकी क़ाबिलियत पर सवाल नहीं है, यह सिर्फ़ संकेत है कि तरीक़े में कुछ ठीक करना बाक़ी है। हर अध्याय में हम एक-एक वजह को खोलेंगे और उसका उपाय सीखेंगे। जल्दबाज़ी मत कीजिए, और ख़ुद को किसी से छोटा मत समझिए।

आज का काम

अपने पिछले दस Post खोलिए। हर एक के लिए एक लाइन में लिखिए — शुरुआत मज़बूत थी या कमज़ोर? विषय एक था या बिखरा हुआ? Comment के जवाब दिए या नहीं? यह छोटी-सी सूची ही आपकी असली शुरुआत है। बिना ख़ुद को कोसे, सिर्फ़ सच लिखिए।

अध्याय 2

Algorithm की आसान समझ — Platform का दिमाग़ कैसे काम करता है

एक Reporter साथी ने मुझसे पूछा — “साहब, यह Algorithm आख़िर है क्या? कोई आदमी बैठा है क्या जो तय करता है कि किसका Video चलेगा?” मैंने हँसकर कहा — कोई आदमी नहीं बैठा है, एक हिसाब-किताब वाली व्यवस्था है। आसान भाषा में कहें तो Algorithm का मतलब है — Platform का दिमाग़, जो तय करता है कि कौन-सा Video किसको दिखाना है, जो हर पल सिर्फ़ एक सवाल का जवाब खोजती है — किस दर्शक को कौन-सा Content दिखाया जाए, ताकि वह Platform पर ज़्यादा देर रुके और ख़ुश होकर लौटे। बस, इतनी-सी बात समझ लीजिए, तो Algorithm डरावना लगना बंद हो जाएगा।

Platform का काम है दर्शक को जोड़े रखना। इसीलिए वह हर नए Video को पहले थोड़े-से लोगों को दिखाकर परखता है। अगर वे लोग रुके, पूरा देखा, Like किया, Comment किया या Share किया — तो वह समझता है कि बात में दम है, और Video को और लोगों तक ले जाता है। अगर शुरुआती लोग तुरंत आगे बढ़ गए, तो वह धीरे-धीरे दिखाना कम कर देता है। इसमें किसी से दुश्मनी नहीं है, यह सिर्फ़ हिसाब है।

Algorithm मुख्य रूप से चार बातें देखता है। पहली — Watch Time, यानी लोग कितनी देर देखते हैं। छोटा Video पूरा देखा जाना, लंबे Video को आधा देखा जाने से अक्सर बेहतर संकेत होता है। दूसरी — रुकना, यानी कितने लोग शुरुआत देखकर रुके और कितने तुरंत निकल गए। तीसरी — प्रतिक्रिया, यानी Like, Comment, Share और Save। इनमें Share और Save का वज़न सबसे ज़्यादा होता है, क्योंकि ये बताते हैं कि Content काम का लगा। चौथी — नियमितता और भरोसा, यानी आप लगातार अच्छा Content देते हैं या नहीं, और आपके Content पर कोई आपत्ति तो नहीं आती।

एक बात और समझिए — हर Platform की सोच थोड़ी अलग है, लेकिन जड़ एक है। YouTube पर पूरा देखना और अगला Video भी आप ही का देखना महत्त्वपूर्ण है। Instagram और Facebook पर Reel का दोबारा देखा जाना, Share होना और अपने क्षेत्र के लोगों तक पहुँचना काम करता है। लेकिन हर जगह सूत्र एक है — दर्शक ख़ुश, तो Platform ख़ुश।

Algorithm को दोस्त बनाने का सबसे सरल उपाय है — दर्शक के लिए बनाइए, Algorithm के लिए नहीं। सुनने में यह उलटा लग सकता है, लेकिन यही सच है। जब आप सच में किसी की समस्या हल करते हैं, कुछ नया बताते हैं, या दिल से हँसाते हैं, तो Watch Time, Share और Comment अपने आप आते हैं — और Algorithm अपने आप आपके साथ खड़ा हो जाता है। जो लोग सिर्फ़ Algorithm को खुश करने की चालें खोजते रहते हैं, वे हर महीने बदलती चालों के पीछे भागते रहते हैं।

कुछ लोग कहते हैं — "हमारा Account दबा दिया गया है।" ज़्यादातर मामलों में असलियत यह होती है कि पिछले कुछ Post पर दर्शकों की प्रतिक्रिया कमज़ोर रही, इसलिए Platform सावधानी से दिखा रहा है। इसका इलाज शिकायत नहीं है, इलाज है — कुछ बहुत अच्छे, छोटे और उपयोगी Content लगातार देना, ताकि हिसाब फिर से आपके पक्ष में आए। धैर्य यहाँ दवा है।

एक और भ्रम दूर कर दूँ — महँगा कैमरा, बड़ा नाम या पुराना Account होना Algorithm के लिए मायने नहीं रखता। उसे सिर्फ़ दर्शक की प्रतिक्रिया दिखती है। यही वजह है कि गाँव का एक नया लड़का, सिर्फ़ Mobile से, लाखों तक पहुँच जाता है, और बड़ा चैनल कभी-कभी पिछड़ जाता है। यह व्यवस्था छोटे Creator के लिए अवसर है, रुकावट नहीं।

तो Algorithm से लड़िए मत, उसे संकेत दीजिए। मज़बूत शुरुआत से रुकने का संकेत, उपयोगी बात से पूरा देखने का संकेत, सवाल पूछकर Comment का संकेत, और काम की जानकारी देकर Share व Save का संकेत। ये चार संकेत जिस दिन आपके Content से मिलने लगेंगे, उस दिन से Platform आपका साथी बन जाएगा।

आज का काम

अपना सबसे ज़्यादा चलने वाला और सबसे कम चलने वाला — दो Post चुनिए। दोनों में Watch Time, Share और Comment की तुलना कीजिए। जो फ़र्क़ दिखे, उसे एक काग़ज़ पर लिखिए। वही फ़र्क़ आपकी अगली योजना है।

अध्याय 3

पहले 3 सेकंड — Hook का जादू

बाज़ार में दो दुकानें थीं। एक दुकानदार हर आने-जाने वाले को देखकर कहता — “आइए, बैठिए, चाय पीजिए, फिर बताइए क्या चाहिए।” लोग मुस्कुराकर आगे बढ़ जाते। दूसरे ने बोर्ड पर सिर्फ़ एक लाइन लिखी थी — “वही सामान, आधे दाम में, सिर्फ़ आज।” लोग रुकते, अंदर जाते, पूछते। Social Media का Hook बिल्कुल यही बोर्ड है। आपके पास दर्शक को रोकने के लिए महज़ तीन सेकंड हैं — उसमें या तो वह रुकता है, या हमेशा के लिए आगे बढ़ जाता है।

Hook का अर्थ है — पहली लाइन, पहला दृश्य, पहला सवाल, जो दर्शक के मन में तुरंत जिज्ञासा जगाए। जैसे — “यह ग़लती हर किसान करता है, और फ़सल का नुक़सान उठाता है...” या “तीन हज़ार के Mobile से भी अच्छी Reel बन सकती है, कैसे? सुनिए...” या “यह ख़बर आपके मोहल्ले की है, और अंत तक देखिए, क्योंकि आख़िरी बात सबसे ज़रूरी है।” ध्यान दीजिए, इनमें झूठ नहीं है, धोखा नहीं है — सिर्फ़ बात को सही क्रम में रखा गया है: पहले फ़ायदा और जिज्ञासा, फिर पूरी बात।

अच्छा Hook बनाने के पाँच आज़माए हुए तरीक़े हैं। पहला — सवाल से शुरू कीजिए। मनुष्य का मन सवाल सुनकर रुकता है, क्योंकि वह जवाब जानना चाहता है। दूसरा — नुक़सान से बचाइए: “अगर आप भी ऐसा करते हैं, तो...” लोग लाभ से ज़्यादा नुक़सान से बचने के लिए रुकते हैं। तीसरा — संख्या दीजिए: “तीन बातें”, “पाँच ग़लतियाँ”, “एक तरीक़ा” — संख्या मन को भरोसा देती है कि बात छोटी और साफ़ होगी। चौथा — बीच से शुरू कीजिए: कहानी या दृश्य को सबसे रोचक हिस्से से खोलिए, परिचय बाद में। पाँचवाँ — दर्शक को नाम लेकर बुलाइए: “लखनऊ वालों...”, “छात्रों के लिए ख़ास...”, “माँओं के लिए यह बात...” — जिसे लगता है बात उसी के लिए है, वह रुकता है।

Hook सिर्फ़ बोलने की बात नहीं है, दिखने की भी है। Video के पहले दृश्य में अपना चेहरा या मुख्य चीज़ स्पष्ट दिखाइए, हिलती-डुलती या अँधेरी शुरुआत से बचिए। Screen पर दो-चार शब्दों में बड़ी लाइन भी लिखिए, क्योंकि बहुत से लोग बिना आवाज़ के देखते हैं। Reel की शुरुआत में ही हल्की-सी गति रखिए — हाथ का इशारा, कैमरे की ओर देखकर बोलना, या वस्तु को सामने लाना — ठहरी हुई तस्वीर मन को रोकती नहीं है।

एक बड़ी ग़लती से बचिए — झूठा Hook। “आख़िर में जो हुआ, देखकर हैरान रह जाएँगे” कहकर अंत में मामूली बात दिखाना दर्शक को एक बार रोक सकता है, लेकिन वह दुबारा आप पर भरोसा नहीं करता, और Platform भी ऐसी प्रतिक्रिया को पहचानता है। Hook में वादा वही कीजिए जो Video में पूरा हो। भरोसा ही असली पूँजी है।

Hook लिखने का सरल अभ्यास है — Video बनाने से पहले उसकी पहली लाइन काग़ज़ पर लिखिए। अगर वह लाइन पढ़कर आपको ख़ुद रुकने का मन करे, तो ठीक है। अगर लगे कि यह तो कोई भी कह सकता है, तो उसे बदलिए। पेशेवर Creator अपना सबसे ज़्यादा समय अक्सर इसी एक लाइन पर लगाते हैं, क्योंकि वे जानते हैं — दरवाज़ा मज़बूत हो तो घर अपने आप देखा जाता है।

यह भी याद रखिए कि Hook हर विषय के लिए अलग होता है। ख़बर में सबसे बड़ी बात पहले, जानकारी में सबसे काम की बात पहले, कहानी में सबसे भावुक या रहस्यमयी मोड़ पहले। विषय चाहे जो हो, नियम एक है — सबसे मज़बूत बात को अंत के लिए मत बचाइए, शुरुआत में रखिए। अंत के लिए दूसरी अच्छी बात रखिए, ताकि दर्शक पूरा देखे।

आने वाले अध्यायों में आप परिशिष्ट में पचास तैयार Hook Lines पाएँगे। उन्हें वैसा का वैसा नक़ल मत कीजिए — अपने विषय, अपने क्षेत्र और अपनी भाषा में ढालिए। Hook आपकी आवाज़ में हो तो ही वह जादू करता है।

आज का काम

अपने अगले Video के लिए पाँच अलग-अलग पहली लाइनें लिखिए। उनमें से सबसे मज़बूत चुनकर Video उसी से शुरू कीजिए, और शुरुआत में “नमस्कार, स्वागत है” बिल्कुल मत कहिए। परिचय देना हो तो बीस सेकंड बाद दीजिए।

अध्याय 4

Content क्या बनाएँ — लोग क्या देखना चाहते हैं

सुनीता घर पर सिलाई करती हैं। उन्होंने सोचा, Social Media पर तो नाच-गाना ही चलता है, मेरे काम को कौन देखेगा? फिर एक दिन उन्होंने एक छोटा-सा Video डाला — फटी कमीज़ को बिना काटे कैसे सुंदर बनाया जाए। Video साधारण था, लेकिन हज़ारों महिलाओं ने उसे Save किया और Share किया। सुनीता को उस दिन समझ आया — लोग चमक नहीं खोजते, लोग अपने काम की बात खोजते हैं। यही इस अध्याय का सार है।

लोग मुख्य रूप से चार कारणों से Content देखते हैं। पहला — काम की जानकारी: कोई समस्या हल हो, कोई तरीक़ा मिले, कोई ख़बर समय पर मिले। दूसरा — सीखना: नई बात, नया हुनर, परीक्षा या रोज़गार से जुड़ी जानकारी। तीसरा — भावना: कहानी, प्रेरणा, अपने जैसे लोगों का संघर्ष और सफलता। चौथा — मनोरंजन: हँसी, हल्कापन, रोज़ की थकान से थोड़ी राहत। आपका Content इन चारों में से कम से कम एक कारण मज़बूती से पूरा करे, तो उसके चलने की संभावना कई गुना बढ़ जाती है।

अपना विषय चुनने का सरल सूत्र है — तीन घेरों का मेल। पहला घेरा: आपको क्या आता है या आप रोज़ क्या करते हैं। दूसरा: लोगों को क्या चाहिए। तीसरा: आप लगातार, बिना थके, किस पर बोल सकते हैं। जहाँ ये तीनों मिलते हैं, वही आपका विषय है। सिर्फ़ चलन देखकर विषय मत चुनिए — जो विषय आपका नहीं है, उस पर आप तीस दिन भी टिक नहीं पाएँगे।

Content के विचार खोजने के पाँच भरोसेमंद स्रोत हैं। एक — अपने दर्शकों के सवाल: Comment और Message में लोग जो पूछते हैं, वही अगला Video है। दो — अपने रोज़ का काम: जो समस्या आज आपने हल की, वही कल किसी और की समस्या है। तीन — अपने क्षेत्र की ख़बरें और बदलाव: नई योजना, नया नियम, स्थानीय घटना। चार — पुराने चलने वाले Content का नया रूप: जिस विषय पर लोगों ने अच्छा साथ दिया, उसी पर गहरी या अगली जानकारी। पाँच — त्योहार, मौसम और अवसर: फ़सल का समय, परीक्षा का समय, बारिश, गर्मी — समय से जुड़ा Content हमेशा खोजा जाता है।

एक उपयोगी तरकीब है — “एक विषय, दस रूप”। मान लीजिए आपका विषय है सरकारी योजनाएँ। उसी पर आप बना सकते हैं — योजना की घोषणा, पात्रता, दस्तावेज़, आवेदन का तरीक़ा, आम ग़लती, एक लाभार्थी की कहानी, अंतिम तारीख़ की चेतावनी, तुलना, सवाल-जवाब और Live जानकारी। इस तरह विचार कभी ख़त्म नहीं होते और दर्शक को आप उसी विषय के भरोसेमंद चेहरे लगने लगते हैं।

Content बनाते समय दर्शक को केंद्र में रखिए, ख़ुद को नहीं। “मैंने क्या किया” से ज़्यादा असर “आपके लिए क्या काम का है” पर होता है। अपनी कहानी भी सुनाइए, लेकिन उसे दर्शक के फ़ायदे से जोड़कर। जैसे — “मैंने यह ग़लती की, ताकि आप न करें।” यह छोटा-सा मोड़ अहंकार को अनुभव में बदल देता है।

शुरुआत में हर तरह की चीज़ आज़माने की इच्छा होगी — उसे रोकिए। कम से कम नब्बे दिन एक मुख्य विषय पर टिकिए। Platform को भी समय लगता है आपको पहचानने में, और दर्शक को भी। विषय की गहराई ही पहचान बनाती है। एक विषय में नाम बनने के बाद विस्तार अपने आप आसान हो जाता है।

अंत में एक परीक्षण दीजिए हर विचार को — क्या यह किसी के काम आएगा, किसी को कुछ सिखाएगा, किसी का दिल छुएगा या किसी को मुस्कुराएगा? चारों में से एक भी “हाँ” मज़बूत हो, तो बनाइए। चारों “न”, तो वह विचार डायरी में रखिए, Camera के सामने नहीं।

आज का काम

एक काग़ज़ पर अपना एक मुख्य विषय लिखिए। उसके नीचे दस Video के विचार — दर्शकों के सवालों और अपने रोज़ के काम से निकालकर लिखिए। यही आपकी अगले दस दिन की योजना है।

Facebook — Page की सही Setting

इमरान ने एक Page बनाया। नाम रखा — “इमरान भाई 786”। Photo में अपने साथ दो दोस्त भी थे। ऊपर कोई साफ़ जानकारी नहीं थी। वह Video डालता रहा। लोग आते, देखते और चले जाते। Follow कोई नहीं करता था। एक दिन उसने नाम साफ़ किया। अपनी अकेली साफ़ Photo लगाई। ऊपर बड़े अक्षरों में लिखा कि इस Page पर क्या मिलेगा। फिर वही Video चलने लगे। लोग रुकने लगे। Follow भी बढ़ने लगे। बात छोटी है। पहले दुकान साफ़ रखो। फिर ग्राहक आएगा।

सबसे पहले समझो — Facebook पर दो रास्ते हैं। एक है अपना Profile। दूसरा है अलग Page। अगर आप अपनी पहचान बनाना चाहते हैं, तो Page सबसे सही है। Page पर Followers की कोई सीमा नहीं होती। कमाई के साधन भी Page पर ही खुलते हैं। अगर Page नहीं बनाना चाहते, तो अपने Profile को Professional Mode में बदल सकते हैं। इसका मतलब है — आपका साधारण Profile ही काम करने लगेगा। Followers दिखने लगेंगे। Video पर आँकड़े भी दिखेंगे। तरीक़ा आसान है। Profile की Setting में जाकर Professional Mode चालू कर दीजिए।

अब नाम की बात। नाम बिल्कुल साफ़ रखिए। ऐसा नाम रखिए, जिसे लोग आसानी से खोज सकें। अपने शहर या अपने काम का नाम जोड़ना फ़ायदेमंद होता है। जैसे — अपना नाम और साथ में अपने क्षेत्र का नाम। नंबर, निशान और अटपटे शब्द नाम में मत डालिए। नाम पढ़कर ही पता चल जाना चाहिए कि आप कौन हैं।

Photo भी अकेली और साफ़ रखिए। चेहरे पर रोशनी हो। Photo छोटी दिखती है, इसलिए दूर की भीड़ वाली Photo काम नहीं करती। ऊपर वाली बड़ी Photo, जिसे Cover कहते हैं, उसमें साफ़ अक्षरों में लिखिए कि यहाँ क्या मिलता है। जैसे — "रोज़ ताज़ा ख़बरें" या "खेती की सही जानकारी"। जो आदमी पहली बार Page पर आए, उसे दस सेकंड में समझ आ जाना चाहिए कि Follow करने से उसे क्या मिलेगा।

इसके बाद Bio लिखिए। Bio का मतलब है — अपने बारे में दो-तीन छोटी लाइनें। इसमें तीन बातें लिखिए। आप कौन हैं। यहाँ क्या मिलेगा। और आप कहाँ से हैं। अपनी Website या दूसरे Platform का पता भी यहीं जोड़ दीजिए। ख़ाली Bio वाला Page अधूरा लगता है। लोग ऐसे Page पर भरोसा कम करते हैं।

एक और ज़रूरी काम है — Page की श्रेणी सही चुनना। जैसे — समाचार, मनोरंजन, शिक्षा या अपना काम। श्रेणी सही होगी, तो Facebook सही लोगों तक आपकी बात पहुँचाएगा। ग़लत श्रेणी से बात ग़लत लोगों तक जाती है और Views घट जाते हैं।

अब लाखों तक पहुँचने का पहला पड़ाव समझिए। शून्य से एक हज़ार Followers तक का समय सबसे कठिन होता है। इस समय रोज़ एक अच्छा Post डालिए। अपने जानने वालों को सच्चे मन से बुलाइए। पर ख़रीदकर Followers बिल्कुल मत लाइए। पहले एक हज़ार सच्चे लोग ही आपकी असली नींव हैं। यही लोग शुरुआती Share करेंगे। इन्हीं के सहारे Facebook आपकी बात आगे ले जाएगा।

> **इस Platform का Golden Rule — पहले Page को साफ़ और भरोसेमंद बनाइए, फिर Video की चिंता कीजिए।**

आज का काम

आज ही अपना Page या Professional Mode खोलकर देखिए। नाम साफ़ है या नहीं। Photo अकेली है या नहीं। Bio में तीनों बातें हैं या नहीं। जो कमी दिखे, आज ही ठीक कर दीजिए।

Facebook पर Viral होने की Technique

एक गाँव के युवक ने तालाब की सफ़ाई का Video डाला। Video में कोई बड़ा कैमरा नहीं था। बस गाँव के लोग काम करते दिख रहे थे। शुरुआत में एक बुज़ुर्ग की एक लाइन थी — “तीस साल बाद यह तालाब साफ़ हो रहा है।” वही Video लाखों लोगों तक गया। कारण साफ़ था। बात दिल की थी। अपने क्षेत्र की थी। और लोग उसे अपने लोगों को भेजना चाहते थे। Facebook पर यही सबसे बड़ी Technique है।

Facebook पर तीन तरह की चीज़ें चलती हैं। पहली — छोटा Video, जिसे Reel कहते हैं। यह नए लोगों तक जल्दी पहुँचता है। दूसरी — लंबा Video। यह गहरी बात और कहानी के लिए अच्छा होता है। तीसरी — Photo वाला Post। सही Photo और सच्ची बात लिखी हो, तो यह भी बहुत दूर जाता है। तीनों का अपना काम है। सिर्फ़ एक पर टिके मत रहिए। हफ़्ते में तीनों को जगह दीजिए।

Facebook की सबसे बड़ी ताक़त है Share। Share का मतलब है — किसी ने आपकी बात अपने लोगों को आगे भेज दी। Facebook उसी Post को सबसे तेज़ आगे बढ़ाता है, जिसे लोग अपने परिवार और दोस्तों को भेजते हैं। इसलिए हर Post बनाने से पहले एक सवाल पूछिए — क्या इसे देखकर आदमी अपने भाई या दोस्त को भेजेगा? अगर जवाब हाँ है, तो Post सही रास्ते पर है। काम की जानकारी, अपने क्षेत्र की ख़बर और दिल को छूने वाली कहानी — ये तीन चीज़ें सबसे ज़्यादा Share होती हैं।

Groups से भी बड़ी Reach मिलती है। Groups का मतलब है — एक ही रुचि के लोगों की टोली। अपने विषय से जुड़े Groups में अपनी बात सच्चे मन से रखिए। पर हर जगह सिर्फ़ अपना Link डालकर भाग मत जाइए। पहले लोगों की मदद कीजिए। सवालों के जवाब दीजिए। फिर अपनी बात रखिए। जो आदमी Group में भरोसा बनाता है, उसकी बात दूर तक जाती है।

दूसरे बड़े Pages को ध्यान से देखिए। यह नक़ल के लिए नहीं, सीखने के लिए है। देखिए — वे शुरुआत कैसे करते हैं। किस समय Post डालते हैं। Photo कैसी लगाते हैं। नीचे क्या लिखते हैं। जो बात बार-बार चल रही है, उसे अपने विषय और अपनी भाषा में बनाइए। याद रखिए — तरीक़ा सीखिए, बात अपनी रखिए।

Caption का मतलब है — Video या Photo के साथ लिखी गई बात। Facebook पर Caption छोटा और साफ़ रखिए। पहली लाइन में सबसे बड़ी बात लिखिए। अंत में एक आसान सवाल पूछिए। सवाल से लोग Comment करते हैं। Comment बढ़ते हैं, तो Facebook Post को और लोगों को दिखाता है।

अब पड़ाव समझिए। एक हज़ार से दस हज़ार तक के पड़ाव पर Reel पर सबसे ज़्यादा ध्यान दीजिए। रोज़ एक Reel डालिए। दस हज़ार से एक लाख तक के पड़ाव पर लंबा Video और Live जोड़िए। आपकी पहचान बनने लगेगी। एक लाख के बाद असली ताक़त आपकी Community होगी। यानी — वे लोग, जो हर Post पर आते हैं, बात करते हैं और Share करते हैं। उस पड़ाव पर मात्रा से ज़्यादा गुणवत्ता काम करती है।

> **इस Platform का Golden Rule — Facebook पर वही चलता है, जिसे लोग अपने अपनों को भेजना चाहते हैं।**

आज का काम

अपने पिछले सबसे ज़्यादा Share हुए Post को खोलिए। सोचिए — लोग उसे क्यों आगे भेजना चाहते थे। उसी एक कारण को रखकर आज एक नया Post बनाइए।

Facebook पर Followers और कमाई

शबाना एक छोटे क़स्बे से हैं। वे घर के खाने की Reel डालती थीं। छह महीने में उनके दस हज़ार Followers हो गए। फिर एक दिन उनके Video पर विज्ञापन से कमाई शुरू हुई। रकम शुरू में बहुत छोटी थी। पर वह रुकी नहीं। एक साल में वही कमाई उनके घर के एक बड़े ख़र्च के बराबर हो गई। शबाना की सफलता का कारण कोई चाल नहीं थी। बस तीन बातें थीं — रोज़ का काम, सच्ची बात और धैर्य।

Followers बढ़ाने का सबसे सीधा तरीक़ा है — एक ही विषय पर टिके रहना। आज खाना, कल राजनीति, परसों मज़ाक — ऐसा करने से लोग उलझ जाते हैं। जो आदमी आपके एक Video से जुड़ा है, वह दूसरा Video भी वैसा ही चाहता है। कम से कम तीन महीने एक विषय पर टिकिए। तभी पहचान बनती है। तभी लोग Follow करते हैं।

दूसरा तरीक़ा है — हर Comment का जवाब देना। ख़ासकर शुरुआत में। जब आदमी देखता है कि उसकी बात सुनी जा रही है, तो वह बार-बार आता है। तीसरा तरीक़ा है — दूसरे Creators के साथ मिलकर काम करना। एक-दूसरे के Video में आना, Live में साथ बैठना — इससे दोनों के लोग एक-दूसरे से जुड़ते हैं। यह मुफ़्त और सच्चा तरीक़ा है।

अब कमाई की बात, बिल्कुल आसान भाषा में। Facebook तब पैसे देता है, जब आपके Page पर काफ़ी Followers हों, Video पर काफ़ी देर तक देखा गया हो और आपके Video Facebook के नियमों के अंदर हों। नियम समय-समय पर बदलते हैं, इसलिए अपने Page के Professional हिस्से में जाकर ताज़ा शर्तें हमेशा देखिए। मुख्य बातें वही रहती हैं — अपना असली Content डालिए, किसी और का चुराया Video मत डालिए, ग़लत या भड़काऊ बात से बचिए। नियम तोड़ा, तो कमाई बंद हो सकती है। इसलिए कमाई से पहले नियम समझना ज़रूरी है।

एक बात और साफ़ सुनिए। कमाई Views से आती है, पर पहचान उससे बड़ी कमाई है। जब आपकी पहचान बन जाती है, तो स्थानीय दुकानें, संस्थान और लोग आपसे अपनी बात कहलवाना चाहते हैं। कार्यक्रमों में बुलावा आता है। यह सब धीरे-धीरे होता है। पहले दिन से पैसे की चिंता मत कीजिए। पहले दिन से सिर्फ़ भरोसे की चिंता कीजिए।

लाखों तक का रास्ता Facebook पर इस तरह चलता है। पहले एक हज़ार — रोज़ की मेहनत से। फिर दस हज़ार — दो-चार अच्छे चले हुए Video से। फिर एक लाख — Share होने वाले Content और अपने Groups व Community की ताक़त से। एक लाख के बाद बढ़त तेज़ होती है, क्योंकि आपकी बात अब आपके बिना कहे भी लोग आगे बढ़ाते हैं। हर पड़ाव पर एक ही बात याद रखिए — जो रुक गया, वह पीछे रह गया।

इस Platform का Golden Rule — पहले भरोसा कमाइए, पैसा उसके पीछे अपने आप आएगा।

आज का काम

अपने Page के Professional हिस्से में जाकर कमाई की ताज़ा शर्तें पढ़िए। एक काग़ज़ पर लिखिए — कौन-सी शर्त पूरी है और कौन-सी बाक़ी है। बाक़ी शर्त ही आपका अगला लक्ष्य है।

Instagram — Profile की सही Setting

पूजा कपड़ों की छोटी दुकान चलाती है। उसने Instagram पर एक खाता बनाया। नाम कठिन था। Photo धुंधली थी। नीचे कुछ लिखा ही नहीं था। दो महीने में कुछ नहीं हुआ। फिर उसने नाम आसान किया। साफ़ Photo लगाई। नीचे दो लाइनों में लिखा कि दुकान कहाँ है और क्या मिलता है। उसी हफ़्ते ग्राहक Message करने लगे। Instagram पर पहला असर ही सब कुछ होता है। आदमी तीन सेकंड में तय करता है — रुकना है या जाना है।

Instagram का मतलब आसान भाषा में समझिए। यह Photo और छोटे Video की दुनिया है। यहाँ बात कम शब्दों में और साफ़ तस्वीर में होती है। यहाँ के लोग तेज़ी से देखते हैं। इसलिए आपकी Profile बिल्कुल साफ़ होनी चाहिए। Profile का मतलब है — आपका वह पहला पन्ना, जो खोलते ही दिखता है।

सबसे पहले Photo। अपना साफ़ चेहरा लगाइए। या अपने काम का साफ़ निशान। छोटी-सी गोल Photo में भी चेहरा साफ़ दिखना चाहिए। फिर नाम। नाम में अपना असली नाम और अपने काम का एक शब्द जोड़िए। जैसे — नाम के साथ अपने शहर या काम का नाम। इससे खोजने पर आप जल्दी मिलते हैं।

अब Bio की बात। Bio यानी नीचे लिखी छोटी जानकारी। इसमें चार बातें आनी चाहिए। आप कौन हैं। आप क्या देते हैं। आप कहाँ से हैं। और संपर्क का रास्ता। हर बात अलग लाइन में, बिल्कुल छोटे शब्दों में लिखिए। लंबा वाक्य यहाँ काम नहीं करता। पढ़ने वाले को एक नज़र में सब समझ आ जाना चाहिए।

इसके बाद Highlight का काम समझिए। Highlight का मतलब है — आपकी सबसे अच्छी Story को हमेशा के लिए ऊपर रख देना। जैसे — "मेरे बारे में", "मेरा काम", "लोग क्या कहते हैं"। नया आदमी सबसे पहले यही देखता है। यह आपकी दुकान की सबसे अच्छी अलमारी है। इसे ख़ाली मत छोड़िए।

एक ज़रूरी बात — खाते को Creator या Business रूप में रखिए। इससे आपको आँकड़े दिखते हैं। कौन-सा Video कितना चला। लोग किस शहर से हैं। किस समय ज़्यादा लोग आते हैं। ये आँकड़े ही आपकी अगली योजना बनाते हैं। बिना आँकड़े देखे काम करना अँधेरे में तीर चलाना है।

शून्य से एक हज़ार तक का पड़ाव यहाँ भी सबसे भारी है। इस समय अपने क्षेत्र के लोगों से जुड़िए। उनके Post पर सच्ची बात लिखिए। अपनी हर Reel को अपने जानने वालों तक ईमानदारी से पहुँचाइए। एक हज़ार सच्चे लोग मिल जाएँ, तो समझिए नींव तैयार है। फिर Instagram ख़ुद आपकी Reel नए लोगों को दिखाने लगता है।

इस Platform का Golden Rule — Instagram पर तीन सेकंड में जो समझ आ गया, वही आपकी पहचान है।

आज का काम

अपनी Profile किसी ऐसे आदमी को दिखाइए, जो आपको नहीं जानता। उससे पूछिए — मेरे बारे में क्या समझ आया? जो वह न समझ पाए, वही आज ठीक करना है।

Instagram Reel Viral Technique

अर्जुन खेत में काम करता है। शाम को वह खेती की छोटी-छोटी बातें Mobile से बनाकर डालता था। Views बहुत कम आते थे। एक दिन उसने एक चलती हुई धुन पर वही बात कही। शुरुआत में ही बड़ी बात रख दी। Video छोटा रखा। वही बात लाखों तक गई। अर्जुन ने उस दिन तीन बातें सीखीं — धुन की ताक़त, शुरुआत की ताक़त और छोटा रखने की ताक़त। Instagram का पूरा खेल इन्हीं तीन बातों में है।

पहली बात — चलती हुई धुन या आवाज़ का सही उपयोग। Instagram पर जो गाना या आवाज़ उस समय चल रही हो, उसे Trend कहते हैं। उसी धुन पर अपनी बात कहने से Reel नए लोगों तक जल्दी जाती है। पर सावधान रहिए। सिर्फ़ धुन की नक़ल मत कीजिए। धुन चलती हुई रखिए, बात अपनी और काम की रखिए। तभी लोग आपको याद रखेंगे, धुन को नहीं।

दूसरी बात — शुरुआत। पहले अध्यायों में आप पढ़ चुके हैं कि पहले तीन सेकंड ही सब कुछ हैं। Instagram पर यह नियम और भी सख़्त है। सबसे बड़ी बात सबसे पहले कहिए। चेहरे पर भाव रखिए। Screen पर दो-चार शब्दों में बड़ी लाइन भी लिखिए। बहुत से लोग बिना आवाज़ के देखते हैं। लिखा हुआ शब्द उन्हें रोकता है।

तीसरी बात — Reel छोटी और कसकर रखिए। जो बात बीस सेकंड में हो सकती है, उसे एक मिनट में मत खींचिए। अंत में एक छोटा मोड़ रखिए, ताकि लोग दोबारा देखें। दोबारा देखा जाना Instagram को सबसे मज़बूत संकेत देता है। चौथी बात — ऊपर की Photo, जिसे Cover कहते हैं। उस पर साफ़ और बड़े अक्षरों में विषय लिखिए। बाद में आपकी Profile पर आने वाला आदमी उसी से तय करता है कि कौन-सी Reel खोले।

पाँचवीं बात — Hashtag का सही इस्तेमाल। Hashtag का मतलब है — विषय बताने वाला निशान, जिससे Instagram समझता है कि Reel किस बारे में है। पाँच से दस सही Hashtag काफ़ी हैं। अपने विषय, अपने शहर और अपनी भाषा से जुड़े शब्द रखिए। तीस-चालीस बेमतलब Hashtag लगाने से कोई फ़ायदा नहीं होता। छठी बात — समय। जब आपके लोग Mobile पर सबसे ज़्यादा होते हैं — सुबह, दोपहर के बाद या रात में — अपने आँकड़ों से देखकर वही समय चुनिए। और सबसे बड़ी बात — रोज़ डालिए। Instagram नियमित आदमी को ही आगे बढ़ाता है। तीन दिन डालकर दस दिन रुकना यहाँ सबसे बड़ी हानि है।

अब पड़ाव की बात। दस हज़ार तक पहुँचने के लिए रोज़ एक Reel और चलती धुन का सही साथ चाहिए। दस हज़ार से एक लाख तक के लिए अपनी एक अलग पहचान चाहिए — आपकी अपनी शैली, अपनी आवाज़, अपना विषय। एक लाख के बाद Collaboration काम करता है। यानी — अपने जैसे दूसरे Creators के साथ मिलकर Reel बनाना। दोनों के लोग जुड़ते हैं और बढ़त तेज़ हो जाती है।

> **इस Platform का Golden Rule — धुन लोगों को लाती है, आपकी अपनी बात उन्हें रोकती है।**

आज का काम

आज चल रही किसी एक धुन को चुनिए। उसी पर अपने विषय की सबसे काम की बात बीस सेकंड में कहिए। शुरुआत में सबसे बड़ी बात रखिए। डालकर आँकड़े नोट कीजिए।

Instagram पर Community और पहचान

गीता सिलाई सिखाती हैं। उनके Followers बहुत ज़्यादा नहीं थे। पर हर Reel पर सैकड़ों महिलाएँ सवाल पूछती थीं। गीता हर सवाल का जवाब देती थीं। धीरे-धीरे महिलाओं ने अपना छोटा समूह बना लिया। अब गीता की हर बात उसी दिन सैकड़ों घरों तक जाती है। एक स्थानीय संस्था ने उन्हें सिखाने के लिए बुलाया। यहीं से उनकी असली पहचान बनी। संख्या छोटी थी, पर रिश्ता गहरा था। यही Community है।

Community का आसान मतलब है — आपके अपने लोग। वे लोग, जो सिर्फ़ देखते नहीं हैं। वे बात करते हैं। सवाल पूछते हैं। आपकी बात आगे बढ़ाते हैं। दस हज़ार चुप Followers से एक हज़ार बोलने वाले लोग ज़्यादा ताक़तवर होते हैं। इसलिए Instagram पर सिर्फ़ संख्या के पीछे मत भागिए। रिश्ते के पीछे भागिए।

रिश्ता बनाने के तीन आसान तरीक़े हैं। पहला — हर Comment और Message का जवाब दीजिए। ख़ासकर नाम लेकर जवाब दीजिए। आदमी को लगता है, उसकी क़दर है। दूसरा — Story का उपयोग कीजिए। Story का मतलब है — एक दिन दिखने वाली छोटी झलक। इसमें रोज़ की झलक, सवाल-जवाब और छोटी राय पूछना — ये सब रखिए। सवाल पूछने से लोग अपने मन की बात कहते हैं। तीसरा — Live आइए। Live का मतलब है — सीधे, उसी समय लोगों के सामने आना। हफ़्ते में एक बार Live में अपने लोगों से बात कीजिए। रिश्ता आमने-सामने ही गहरा होता है।

अब Brand Value की बात आसान भाषा में। Brand Value का मतलब है — आपके नाम की क़ीमत। जब लोग आपके नाम पर भरोसा करने लगते हैं, तो दुकानें और संस्थाएँ आपके साथ काम करना चाहती हैं। यही वह पड़ाव है, जहाँ से पहचान कमाई में बदलने लगती है। पर ध्यान रखिए — हर चीज़ की तारीफ़ मत कीजिए। जिस चीज़ पर आपको ख़ुद भरोसा न हो, उसकी बात कभी मत कीजिए। एक ग़लत तारीफ़ सालों का भरोसा एक दिन में मिटा देती है।

पहचान बनाने के लिए अपनी एक बात तय कीजिए। एक रंग, एक शैली, एक तरह की शुरुआत — कुछ ऐसा, जो देखते ही लोग कहें, यह इन्हीं का काम है। रोज़ थोड़ा-थोड़ा यही दोहराइए। पहचान एक दिन में नहीं बनती। पहचान रोज़ के एक जैसे सच्चे काम से बनती है।

लाखों तक का रास्ता यहाँ रिश्ते से होकर जाता है। पहले एक हज़ार अपने लोग। फिर दस हज़ार बोलने वाले लोग। फिर एक लाख — जब आपकी Community ख़ुद आपकी बात फैलाने लगे। उस दिन के बाद Views आपके सोने पर भी बढ़ते हैं, क्योंकि काम अब आप अकेले नहीं, आपके लोग भी कर रहे होते हैं।

> **इस Platform का Golden Rule — Followers संख्या हैं, Community ताक़त है।**

आज का काम

आज अपनी Story में एक आसान सवाल पूछिए और हर जवाब का जवाब दीजिए। रात तक गिनिए — कितने नए लोगों से असली बात हुई। यही संख्या आपकी असली बढ़त है।

YouTube — Channel की सही शुरुआत

मोहन पढ़ाई में अच्छा था। वह बच्चों को गणित पढ़ाना चाहता था। उसने YouTube पर एक Channel बनाया। नाम बहुत लंबा रखा। हर दिन अलग विषय का Video डाला। कभी गणित, कभी गाना, कभी घूमने का Video। तीन महीने में कुछ नहीं बढ़ा। फिर उसने Channel साफ़ किया। नाम छोटा रखा। सिर्फ़ गणित पर टिक गया। वही Channel धीरे-धीरे हज़ारों बच्चों का साथी बन गया। YouTube पर शुरुआत ही आधी सफलता है।

Channel का आसान मतलब है — आपकी अपनी दुकान। जिस तरह दुकान का नाम, बोर्ड और सामान साफ़ होना चाहिए, वही हाल Channel का है। नाम छोटा रखिए। ऐसा नाम, जो बोलने और खोजने में आसान हो। अपने विषय का एक शब्द नाम में ज़रूर रखिए। इससे खोजने वाले को तुरंत पता चलता है कि यहाँ क्या मिलेगा।

अब सबसे बड़ा सवाल — छोटा Video बनाएँ या लंबा? छोटे Video को Shorts कहते हैं। ये एक मिनट से भी छोटे होते हैं। ये नए लोग जल्दी लाते हैं। लंबा Video गहरी जानकारी के लिए होता है। यह भरोसा बनाता है। सही रास्ता दोनों का है। शुरुआत में Shorts से लोग बुलाइए। फिर लंबे Video से उन्हें अपना बनाइए। सिर्फ़ Shorts पर टिकने से लोग आते हैं, पर गहरा रिश्ता नहीं बनता। सिर्फ़ लंबे Video से शुरुआत करने पर लोग आने में बहुत समय लगता है।

Channel के पहले पन्ने को साफ़ रखिए। ऊपर की बड़ी तस्वीर में साफ़ अक्षरों में लिखिए कि यहाँ क्या मिलता है। नीचे अपने बारे में चार-पाँच लाइनों में साफ़ परिचय दीजिए। अपने सबसे अच्छे तीन Video सबसे ऊपर रखिए। नया आदमी यही देखकर तय करता है कि साथ जुड़ना है या नहीं।

एक विषय पर टिकना YouTube पर सबसे ज़्यादा ज़रूरी है। YouTube का दिमाग़, जिसे Algorithm कहते हैं, धीरे काम करता है। वह पहले देखता है कि आपके Video कौन देख रहा है। फिर उसी तरह के और लोगों को दिखाता है। विषय रोज़ बदलेगा, तो वह सही लोग खोज ही नहीं पाएगा। कम से कम सौ Video एक ही बड़े विषय के अंदर बनाइए। उसके बाद ही असली बढ़त शुरू होती है।

शुरुआत के पड़ाव को ऐसे समझिए। शून्य से सौ तक — सिर्फ़ सीखने का समय है। घबराइए मत। सौ से एक हज़ार तक — Shorts रोज़ डालिए और हफ़्ते में एक लंबा Video दीजिए। एक हज़ार के बाद असली खेल शुरू होता है। तब आपके पास अपने लोग होते हैं, जो हर नए Video को पहला सहारा देते हैं।

> **इस Platform का Golden Rule — YouTube पर धीरे चलने वाला ही दूर तक जाता है।**

आज का काम

अपने Channel का नाम और परिचय पढ़िए। क्या एक अनजान आदमी दस सेकंड में समझ सकता है कि यहाँ क्या मिलेगा? नहीं समझ सकता, तो आज ही नाम के साथ विषय जोड़िए और परिचय फिर से लिखिए।

YouTube पर Viral होने की Technique

एक शिक्षक ने परीक्षा से एक रात पहले पढ़ने की तरकीब पर Video बनाया। Title बिल्कुल साफ़ था। ऊपर की तस्वीर पर सिर्फ़ तीन बड़े शब्द थे। शुरुआत के तीस सेकंड में ही सबसे काम की बात कह दी गई। वह Video लाखों बच्चों तक गया। न कैमरा बड़ा था, न कमरा अच्छा था। बस तीन बातें सही थीं — नाम सही, तस्वीर सही और शुरुआत सही। YouTube का पूरा Viral रास्ता इन्हीं तीन बातों से खुलता है।

पहली बात — Title। Title का मतलब है — Video का नाम। नाम ऐसा रखिए, जिसे लोग खोजते हों। अपने मन की सुंदर भाषा मत लिखिए। वही शब्द लिखिए, जो एक आम छात्र या आम आदमी Mobile में खोजेगा। नाम छोटा रखिए। सबसे काम का शब्द शुरू में रखिए। नाम पढ़कर ही आदमी को लगना चाहिए — यही तो मुझे चाहिए था।

दूसरी बात — Thumbnail। Thumbnail का मतलब है — Video की वह तस्वीर, जो Video खुलने से पहले दिखती है। आदमी पहले यही देखता है। इसमें सिर्फ़ तीन या चार बड़े शब्द रखिए। एक साफ़ चेहरा या एक साफ़ चीज़ दिखाइए। छोटे अक्षर और भीड़ वाली तस्वीर काम नहीं करती। झूठी तस्वीर बिल्कुल मत लगाइए। एक बार भरोसा टूटा, तो आदमी फिर कभी आपके Video पर नहीं रुकेगा।

तीसरी बात — पहले तीस सेकंड। YouTube पर आदमी थोड़ा समय लेकर आता है, पर शुरुआत कमज़ोर हो तो वह भी चला जाता है। पहले तीस सेकंड में बता दीजिए कि इस Video में उसे क्या मिलेगा और अंत तक रुकने से क्या फ़ायदा होगा। लंबा परिचय, गाना और घुमावदार बात शुरुआत में मत रखिए। सीधे काम की बात पर आइए।

चौथी बात — Watch Time। इसका मतलब है — लोग कुल कितनी देर आपका Video देखते हैं। यही YouTube का सबसे बड़ा संकेत है। Video को ऐसा बनाइए कि आदमी बीच में न छोड़े। बीच-बीच में छोटी नई बात देते रहिए। अंत में सबसे अच्छी बात रखने का वादा कीजिए और उसे पूरा भी कीजिए। Video के अंत में अपने दूसरे Video की ओर इशारा कीजिए, ताकि वही आदमी अगला Video भी आपका ही देखे। इससे YouTube समझता है कि लोग आपके साथ समय बिताना चाहते हैं।

पाँचवीं बात — Shorts का सही उपयोग। Shorts नए लोगों को बुलाने का सबसे तेज़ रास्ता है। रोज़ एक Shorts डालिए। उसमें एक ही बात, बिल्कुल छोटी और तेज़। अंत में लंबे Video की ओर हल्का इशारा कीजिए। Shorts से आया आदमी जब लंबा Video देखता है, तभी Channel असली ताक़त पाता है।

पड़ाव की बात साफ़ समझिए। दस हज़ार तक पहुँचने में Shorts सबसे बड़ा सहारा है। दस हज़ार से एक लाख तक लंबे Video का Watch Time काम करता है। एक लाख के बाद आपकी पहचान ही आपकी बढ़त है। तब लोग Video खोजकर नहीं, आपका नाम खोजकर आते हैं। वह दिन आपकी असली जीत का दिन होता है।

> **इस Platform का Golden Rule — नाम रुकवाता है, तस्वीर खुलवाती है, बात रोककर रखती है।**

आज का काम

अपने सबसे कम चले लंबे Video का नाम और Thumbnail बदलिए। नाम में खोजा जाने वाला शब्द रखिए। Thumbnail पर सिर्फ़ तीन बड़े शब्द रखिए। सात दिन बाद आँकड़े देखिए।

YouTube से कमाई का आसान रास्ता

फ़रीद का Channel बहुत धीरे बढ़ रहा था। ग्यारह महीने में उसके एक हज़ार Subscribers पूरे हुए। Subscribers का मतलब है — वे लोग, जिन्होंने आपके Channel के साथ हमेशा के लिए जुड़ने का बटन दबाया है। उसी समय उसके Video देखने के कुल घंटे भी पूरे हो गए। फिर कमाई का द्वार खुला। पहली कमाई बहुत छोटी आई। फ़रीद हँसा और बोला — रकम छोटी है, पर रास्ता खुल गया है। यही भाव हर Creator को रखना चाहिए।

कमाई की शर्तें आसान भाषा में समझिए। आम तौर पर दो बड़ी शर्तें होती हैं। पहली — एक हज़ार Subscribers पूरे हों। दूसरी — पिछले एक साल में आपके लंबे Video कुल चार हज़ार घंटे देखे गए हों। Shorts के लिए अलग गिनती भी होती है — तय समय में Shorts पर बहुत बड़ी संख्या में Views पूरे करने का रास्ता भी है। ये संख्याएँ और नियम समय-समय पर बदल सकते हैं। इसलिए YouTube के अपने कमाई वाले पन्ने पर जाकर ताज़ा शर्तें ज़रूर देखिए। किताब में दी संख्या को अंतिम मत मानिए, दिशा मानिए।

एक हज़ार Subscribers तक पहुँचने का सबसे तेज़ सच्चा रास्ता Shorts है। रोज़ एक Shorts, एक ही विषय पर, लगातार। साथ में हफ़्ते में एक या दो लंबे Video ज़रूर दीजिए, क्योंकि घंटे लंबे Video से ही पूरे होते हैं। सिर्फ़ Shorts से संख्या बढ़ेगी, पर घंटे नहीं बढ़ेंगे। सिर्फ़ लंबे Video से घंटे बढ़ेंगे, पर लोग धीरे आएँगे। दोनों साथ चलेंगे, तो दोनों शर्तें साथ पूरी होंगी।

घंटे पूरे करने की तरकीब भी आसान है। ऐसा विषय चुनिए, जिस पर लोग लंबा बैठकर देखना चाहें — पढ़ाई, पूरी जानकारी, कहानी, किसी काम की पूरी विधि। Video को बेकार मत खींचिए। बस बात को पूरा और साफ़ रखिए। लाइव भी घंटों में बड़ा सहारा देता है। हफ़्ते में एक Live, जिसमें लोग सवाल पूछें, घंटे भी बढ़ाता है और रिश्ता भी।

कमाई शुरू होने के बाद भी तीन बातों का ध्यान रखिए। किसी और का Video, गाना या तस्वीर बिना अधिकार के मत डालिए। ग़लत जानकारी मत दीजिए। बच्चों और समाज को हानि पहुँचाने वाली बात से दूर रहिए। नियम टूटने पर Channel की कमाई बंद हो सकती है। कमाई धीरे बढ़ती है। पहले साल उसे आमदनी मत समझिए, उसे प्रोत्साहन समझिए। असली आमदनी पहचान बनने के बाद आती है — पढ़ाने, सेवा देने और अपने काम को बढ़ाने के रूप में।

लाखों Subscribers का रास्ता लंबा है, पर साफ़ है। एक हज़ार तक Shorts और नियमित लंबे Video। दस हज़ार तक — एक विषय में गहराई। एक लाख तक — हर Video में नाम, तस्वीर और शुरुआत पर पूरी मेहनत। लाखों तक वही पहुँचता है, जो सालों तक एक ही सच्चे रास्ते पर बिना रुके चलता रहता है। जल्दबाज़ी यहाँ सबसे बड़ी शत्रु है।

> **इस Platform का Golden Rule — Shorts लोग लाते हैं, लंबे Video घंटे और भरोसा लाते हैं।**

आज का काम

आज अपने Channel के आँकड़े खोलिए। लिखिए — Subscribers कितने हैं और घंटे कितने हुए हैं। कौन-सी शर्त ज़्यादा पीछे है, अगले तीस दिन सिर्फ़ उसी पर सबसे ज़्यादा ध्यान दीजिए।

अध्याय 14

Share होने वाला Content — Viral की असली कुंजी

बारिश में एक गाँव का रास्ता टूट गया। एक युवक ने उसका छोटा Video डाला। साथ में साफ़ लिखा कि कौन-सा रास्ता बंद है और दूसरा रास्ता कौन-सा है। वह Video एक ही दिन में पूरे ज़िले में फैल गया। कोई बड़ी बात नहीं हुई थी। बस बात समय पर थी और हज़ारों लोगों के काम की थी। Viral का असली अर्थ यही है — बात इतनी काम की या दिल की हो कि लोग उसे रोक न सकें और आगे भेज दें।

लोग तीन कारणों से Share करते हैं। पहला — काम की बात। “यह मेरे भाई के काम आएगी।” दूसरा — भावना। “यह बात मेरे दिल की है।” तीसरा — पहचान। “यह मेरे गाँव, मेरे शहर, मेरे समाज की बात है।” आपका Content इन तीनों में से किसी एक को मज़बूती से पकड़े, तो Share अपने आप बढ़ता है। सिर्फ़ जानकारी देने वाला Content देखा जाता है। दिल या काम को छूने वाला Content आगे भेजा जाता है। यही छोटा-सा फ़र्क़ साधारण और Viral के बीच का है।

Share बढ़ाने के चार आसान उपाय हैं। एक — बात को छोटा और साफ़ रखिए, ताकि आगे भेजने वाला बिना समझाए भेज सके। दो — अपने क्षेत्र और अपने लोगों का नाम सम्मान से लीजिए। तीन — अंत में बहुत हल्के से कहिए कि यह बात किसी और के काम आ सकती है, उसे भेज दीजिए। ज़ोर मत दीजिए, बस याद दिलाइए। चार — समय का ध्यान रखिए। जो बात आज काम की है, वही कल पुरानी हो जाती है। ताज़ा बात ही सबसे तेज़ चलती है।

एक भूल कभी मत कीजिए — ग़लत या आधी बात Share के लिए मत डालिए। ग़लत बात तेज़ चलती भी है, पर जब सच सामने आता है, तो आपकी पहचान सबसे तेज़ गिरती है। पत्रकार और Creator की असली पूँजी सच है। एक झूठी Viral बात सालों की साख मिटा सकती है। पहले जाँचिए, फिर डालिए। देर से सही बात, जल्दी की ग़लत बात से हमेशा अच्छी है।

> **याद रखिए — Views दर्शक देता है, Viral आपके अपने लोग बनाते हैं।**

आज का काम

आज एक ऐसी बात चुनिए, जो सच में किसी के काम आए। उसे छोटे और साफ़ शब्दों में Post कीजिए। अंत में सिर्फ़ एक लाइन में अपने लोगों को याद दिलाइए कि काम की लगे, तो आगे भेजें।

अध्याय 15

समय, नियम और मुफ़्त Reach के तरीक़े

दो दोस्त एक ही तरह का Video बनाते थे। एक जब मन आया, तब डाल देता था। कभी सुबह चार बजे, कभी पंद्रह दिन बाद। दूसरा रोज़ शाम को एक तय समय पर डालता था। तीन महीने में दूसरे के Views दस गुना हो गए। बात सिर्फ़ समय और नियम की थी। प्रतिभा दोनों में थी। एक के पास तरीक़ा था, दूसरे के पास नहीं।

समय का मतलब है — Post कब डालें। इसका कोई एक उत्तर सबके लिए नहीं है। अपने लोगों को देखिए। छात्र हैं, तो शाम और रात का समय अच्छा रहता है। किसान और कामकाजी लोग हैं, तो सुबह जल्दी और रात का समय देखिए। सबसे सही उत्तर आपके अपने आँकड़े देते हैं। हर Platform बताता है कि आपके लोग किस समय सबसे ज़्यादा आते हैं। वही समय आपका सही समय है। अनुमान से नहीं, आँकड़े से चलिए।

नियम का मतलब है — नियमितता, यानी बिना टूटे लगातार डालना। हफ़्ते में सात दिन न हो सके, तो पाँच दिन तय कर लीजिए। पर जो तय किया, उसे निभाइए। एक दिन में पाँच Post डालकर दस दिन ग़ायब होना सबसे ग़लत तरीक़ा है। Platform और दर्शक — दोनों को आदत चाहिए। आदत बनेगी, तो Views अपने आप स्थिर होंगे।

अब मुफ़्त Reach के तीन बड़े रास्ते। Reach का मतलब है — आपकी बात कितने लोगों तक पहुँची। पहला रास्ता — Live। Live में लोग सीधे जुड़ते हैं। Platform Live को अपने आप ज़्यादा लोगों को दिखाता है। दूसरा — Story। रोज़ की छोटी झलक से आप लोगों के मन में रोज़ बने रहते हैं। तीसरा — Comment। दूसरों के अच्छे Post पर सच्ची और काम की बात लिखिए। वहाँ से भी लोग आपकी ओर आते हैं। अपने Post के हर Comment का जवाब देना भी उतना ही बड़ा रास्ता है। ये तीनों रास्ते बिल्कुल मुफ़्त हैं। बस समय और सच्चाई माँगते हैं।

Location और Tag का भी सही उपयोग कीजिए। Location का मतलब है — जगह बताना। अपने शहर या स्थान की Location जोड़ने से उसी क्षेत्र के लोगों तक बात जल्दी जाती है। Tag का मतलब है — किसी संबंधित आदमी या Page को साथ जोड़ना। इसका उपयोग सिर्फ़ वहीं कीजिए, जहाँ सच में संबंध हो। बिना कारण बड़े नामों को जोड़ना ग़लत आदत है। इससे भरोसा घटता है।

आज का काम

अपने आँकड़ों से अपने लोगों का सबसे अच्छा समय खोजिए। अगले सात दिन उसी समय पर Post डालने का नियम बनाइए और एक काग़ज़ पर टिक करके निभाइए।

अध्याय 16

ग़लतियाँ और Fake Followers का सच

एक युवक ने मुझे अपना Page दिखाया। Followers बीस हज़ार थे। पर हर Video पर Views सौ से भी कम थे। वह बोला — पैसे देकर Followers बढ़ाए थे। अब समझ आया कि वे लोग तो थे ही नहीं। वे सिर्फ़ संख्या थे। न वे देखते थे, न बात करते थे। ऊपर से Platform ने भी उसकी बात दिखानी कम कर दी, क्योंकि संख्या बड़ी थी और प्रतिक्रिया न के बराबर। उस दिन वह बोला — काश, वही समय सच्चे सौ लोग जोड़ने में लगाया होता।

सबसे पहले वे ग़लतियाँ जान लीजिए, जो Views मार देती हैं। कमज़ोर शुरुआत। रोज़ विषय बदलना। लंबे समय तक ग़ायब रहना। Comment का जवाब न देना। दूसरों का Content चुराकर डालना। झूठी Headline या झूठी तस्वीर लगाना। और हर Post में सिर्फ़ अपनी तारीफ़ करना। इनमें से एक भी आदत रोज़ दोहराई जाए, तो अच्छा Content भी पीछे रह जाता है। ग़लती करना बुरा नहीं है। उसी ग़लती को रोज़ दोहराना बुरा है।

अब Fake Views और ख़रीदे Followers का पूरा सच सुनिए। Fake का मतलब है — नकली। पैसे देकर लाए गए लोग असली दर्शक नहीं होते। वे न आपका Video देखते हैं, न Share करते हैं। Platform का दिमाग़ यह बात जल्दी पकड़ लेता है। फिर वह आपकी बात असली लोगों को भी कम दिखाने लगता है। कई बार खाता बंद भी हो सकता है। यानी पैसे भी गए, समय भी गया और पहचान भी गिरी। यह रास्ता छोटा लगता है, पर जाता गड्ढे की ओर है।

सच्चा रास्ता धीमा लगता है, पर वही टिकता है। सौ सच्चे लोग, जो आपकी बात सुनते हैं, बीस हज़ार नकली संख्या से हज़ार गुना अच्छे हैं। सच्चे लोग Share करते हैं। सच्चे लोग बुलावे और काम लाते हैं। सच्चे लोग बुरे समय में साथ खड़े होते हैं। संख्या फोटो में अच्छी लगती है। रिश्ता ज़िंदगी में काम आता है।

एक और ग़लती — दूसरों से अपनी तुलना करके मन छोटा करना। किसी का Video लाखों तक गया, तो यह मत सोचिए कि आप पीछे हैं। आपको नहीं पता, उसके पीछे कितने साल की मेहनत है। तुलना सिर्फ़ अपने कल से कीजिए। आज का Video कल से अच्छा है, तो आप सही रास्ते पर हैं। बस इतना ही हिसाब रखिए।

आज का काम

ऊपर बताई गई ग़लतियों की सूची अपने सामने रखिए। ईमानदारी से टिक कीजिए — कौन-सी ग़लती आप करते हैं। सिर्फ़ एक चुनिए और अगले सात दिन उसे बिल्कुल बंद कर दीजिए।

अध्याय 17

पत्रकारों और समाजसेवियों के लिए ख़ास Tips

एक क्षेत्रीय Reporter ने एक बुज़ुर्ग की पेंशन रुकने की ख़बर डाली। उसने सिर्फ़ शिकायत नहीं लिखी। उसने बुज़ुर्ग की बात, काग़ज़ की स्थिति और आगे क्या करना है — तीनों बातें साफ़ रखीं। ख़बर क्षेत्र में फैली। दो दिन में विभाग ने ध्यान दिया और काम आगे बढ़ा। Reporter ने मुझसे कहा — Views तो आए ही, पर असली ख़ुशी काम होने की है। पत्रकार के लिए यही सबसे बड़ी Viral सफलता है — बात फैले और काम भी हो।

पत्रकार के लिए पहला नियम — सच सबसे ऊपर। Social Media पर तेज़ होने की दौड़ में जाँच मत छोड़िए। एक पुष्टि, एक ज़िम्मेदार आदमी की बात, और दोनों पक्षों को जगह — यह आदत आपको भीड़ से अलग करती है। दूसरा नियम — ख़बर में आदमी को रखिए। सिर्फ़ घटना मत बताइए। उससे प्रभावित आदमी की बात रखिए। लोग आँकड़ों से नहीं, इंसानों से जुड़ते हैं। तीसरा नियम — ख़बर के साथ रास्ता भी दीजिए। शिकायत कहाँ करें, कौन-सा काग़ज़ लगेगा, कहाँ जाना है। ऐसी ख़बर सबसे ज़्यादा Share होती है, क्योंकि वह काम की होती है।

समाजसेवी के लिए पहला नियम — काम दिखाइए, पर दिखावा मत कीजिए। मदद लेते हुए किसी ग़रीब का अपमान करने वाली तस्वीर कभी मत डालिए। चेहरा और सम्मान बचाकर बात रखिए। दूसरा नियम — हर काम की छोटी जानकारी Post कीजिए। कहाँ, कब, किसके लिए। तीसरा नियम — लोगों को साथ जोड़िए। "हमने किया" से ज़्यादा ताक़त "आइए, साथ करते हैं" में है।

दोनों के लिए एक साझा बात — अपनी पहचान एक विषय से बनाइए। कोई शिक्षा के लिए जाना जाए, कोई स्वास्थ्य के लिए, कोई अपने क्षेत्र की ख़बरों के लिए। पहचान साफ़ होगी, तो लोग ख़बर और काम के लिए सबसे पहले आपको याद करेंगे। नेताओं और अधिकारियों के साथ तस्वीरें डालना पहचान नहीं है। लोगों के काम आना ही असली पहचान है।

अंत में एक विनम्र बात। Social Media एक साधन है, मंज़िल नहीं है। Views आएँ या न आएँ, आपका असली काम ज़मीन पर है। कैमरा उसी काम को आवाज़ देता है। जिस दिन काम सच्चा होगा, आवाज़ अपने आप दूर जाएगी। यही तेरह साल की पत्रकारिता ने मुझे सिखाया है।

आज का काम

अपनी अगली ख़बर या अगले काम में तीन बातें ज़रूर रखिए — प्रभावित आदमी की आवाज़, साफ़ सच और आगे का रास्ता। डालने के बाद देखिए, प्रतिक्रिया पहले से कैसे बदली।

परिशिष्ट 1

30 दिन का Viral Plan

पहला हफ़्ता — नींव का हफ़्ता (दिन 1 से 7)

अपना एक विषय तय कीजिए। Page, Profile और Channel — तीनों की Setting इस पुस्तक के अनुसार ठीक कीजिए। साफ़ Photo और साफ़ Bio लिखिए। रोज़ एक Post डालिए। शुरुआत मज़बूत रखिए। हर Comment का जवाब दीजिए। इस हफ़्ते Views की चिंता बिल्कुल मत कीजिए। यह हफ़्ता सिर्फ़ नींव का है।

दूसरा हफ़्ता — आदत का हफ़्ता (दिन 8 से 14)

तय समय पर Post डालना शुरू कीजिए। Reel या Shorts रोज़ एक दीजिए। अपने पहले हफ़्ते के आँकड़े देखिए। जो Post सबसे अच्छा चला, उसी तरह का नया Post बनाइए। Story रोज़ डालिए। हफ़्ते में एक बार Live आइए, चाहे सिर्फ़ दस लोग ही क्यों न आएँ।

तीसरा हफ़्ता — Share का हफ़्ता (दिन 15 से 21)

इस हफ़्ते हर Post Share के लिए बनाइए। काम की जानकारी, अपने क्षेत्र की बात और दिल की कहानी — तीनों को जगह दीजिए। अपने विषय के Groups और अपने लोगों से सच्चा संवाद बढ़ाइए। एक Creator के साथ मिलकर एक Post बनाइए। आँकड़े रोज़ नोट कीजिए।

चौथा हफ़्ता — पहचान का हफ़्ता (दिन 22 से 30)

अपनी सबसे अच्छी शैली को दोहराइए। सबसे ज़्यादा चले विषय पर एक बड़ा और गहरा Post बनाइए। अपने लोगों से सीधा सवाल पूछिए कि वे आगे क्या देखना चाहते हैं। पूरे तीस दिन का हिसाब देखिए — कौन-सी बात चली, कौन-सी नहीं। अगले तीस दिन की योजना उसी हिसाब से बनाइए। याद रखिए — यह योजना एक बार की नहीं है। यही चक्र बार-बार चलेगा और हर बार आप एक पड़ाव ऊपर होंगे।

परिशिष्ट 2

50 तैयार Hook Lines

नीचे दी गई लाइनें उदाहरण हैं। इन्हें अपने विषय और अपनी भाषा में बदलकर उपयोग कीजिए। हर लाइन के बाद की बात सच्ची और पूरी रखिए।

1. यह ग़लती हर आदमी करता है, और बाद में पछताता है...
2. रुकिए, यह बात आपके बहुत काम की है...
3. तीन बातें, जो आपका समय और पैसा दोनों बचाएँगी...
4. यह ख़बर आपके अपने क्षेत्र की है...
5. अंत तक देखिए, सबसे ज़रूरी बात आख़िर में है...
6. कोई आपको यह बात साफ़ नहीं बताएगा...
7. सिर्फ़ बीस सेकंड दीजिए, पूरी बात समझ आ जाएगी...
8. अगर आपके घर में भी यह समस्या है, तो सुनिए...
9. यह तरीक़ा मैंने ख़ुद आज़माया है...
10. पहले यह सुनिए, फिर फ़ैसला कीजिए...
11. छात्रों के लिए यह बात सबसे ज़रूरी है...
12. किसानों के लिए आज की सबसे काम की जानकारी...
13. माँ-बहनों के लिए यह बात जानना ज़रूरी है...
14. यह काग़ज़ नहीं है, तो आपका काम रुक सकता है...
15. आवेदन से पहले यह एक बात ज़रूर जाँच लीजिए...
16. यह तारीख़ निकल गई, तो फिर मौक़ा नहीं मिलेगा...
17. पाँच सौ रुपये बचाने का आसान तरीक़ा सुनिए...
18. मुफ़्त में मिलने वाली सुविधा, जो लोग जानते ही नहीं...
19. यह छोटी बात आपकी बड़ी हानि रोक सकती है...
20. मैंने यह ग़लती की, आप मत कीजिए...
21. इस बुज़ुर्ग की बात सुनकर आप भी सोच में पड़ जाएँगे...
22. इस बच्चे ने वह कर दिखाया, जो बड़े नहीं कर पाए...

23. गाँव की इस छोटी बात ने सबका दिल जीत लिया...
24. यह कहानी नहीं है, सच है...
25. जो हुआ, वह किसी ने सोचा भी नहीं था...
26. आगे जो होने वाला है, वह पहले जान लीजिए...
27. बारिश से पहले यह काम ज़रूर कर लीजिए...
28. गर्मी में यह भूल भारी पड़ सकती है...
29. परीक्षा से पहले यह एक बात बदल दीजिए...
30. नौकरी खोजने वालों के लिए बड़ी जानकारी...
31. आपके Mobile की यह Setting आज ही बदल दीजिए...
32. धोखे से बचने का सबसे आसान निशान यह है...
33. कोई फ़ोन आए और यह कहे, तो तुरंत रुक जाइए...
34. अपने माता-पिता को यह बात ज़रूर बताइए...
35. यह जानकारी अपने परिवार को आज ही भेजिए...
36. खाने की यह चीज़ देखकर ही पहचानिए...
37. फ़सल में यह निशान दिखे, तो देर मत कीजिए...
38. पानी बचाने का वह तरीक़ा, जो सब छुपाते हैं...
39. घर बैठे यह काम कैसे होगा, पूरा तरीक़ा सुनिए...
40. पाँच मिनट में यह काम ख़त्म हो जाएगा...
41. बिना पैसे ख़र्च किए यह हुनर सीखिए...
42. सुबह की यह एक आदत दिन बदल देगी...
43. सोने से पहले यह बात अपने बच्चों को बताइए...
44. यह सवाल हर आदमी पूछता है, आज सीधा जवाब सुनिए...
45. सच और अफ़वाह में फ़र्क़ ऐसे पहचानिए...
46. इस सरकारी घोषणा का आपके लिए क्या मतलब है...
47. आपके अधिकार की वह बात, जो कोई नहीं बताता...
48. शिकायत कहाँ करें, पूरा रास्ता इसी में है...
49. यह देखकर अधिकारी भी हैरान रह गए...
50. अंत में जो बात कहूँगा, वही सबसे बड़ी है...

परिशिष्ट 3

रोज़ की Checklist और Hafta-bhar का Plan

रोज़ की Checklist

एक — आज का Post तय समय पर डाला। दो — शुरुआत पहले तीन सेकंड में मज़बूत रखी। तीन — Caption साफ़ लिखा और अंत में सवाल पूछा। चार — हर Comment और Message का जवाब दिया। पाँच — एक Story डाली। छह — कल के Post का विषय लिखकर रखा। सात — आज के आँकड़े दो मिनट देखे। इन सात बातों पर रोज़ टिक कीजिए। एक महीने में यह आदत आपकी सबसे बड़ी ताक़त बन जाएगी।

Hafta-bhar का Plan

सोमवार — काम की जानकारी वाला Post। मंगलवार — Reel या Shorts, अपने विषय की सबसे मज़बूत बात पर। बुधवार — अपने क्षेत्र की ख़बर या स्थानीय बात। गुरुवार — कहानी या किसी असली आदमी का अनुभव। शुक्रवार — सवाल-जवाब और Live। शनिवार — हफ़्ते की सबसे अच्छी बात को नए रूप में दोबारा रखना। रविवार — हल्की, दिल की बात और अगले हफ़्ते की योजना। यह ढाँचा उदाहरण है। अपने विषय के अनुसार इसे बदल सकते हैं, पर हर हफ़्ते में जानकारी, कहानी और संवाद — तीनों को जगह ज़रूर दीजिए।

॥ समाप्त ॥

लेखक परिचय



कामरान असद

संपादक — मानवाधिकार मीडिया
अध्यक्ष — पब्लिक राइट्स एसोसिएशन
अध्यक्ष — भारतीय मानवाधिकार महासंघ

कामरान असद पिछले तेरह वर्षों से पत्रकारिता से जुड़े हैं। मानवाधिकार मीडिया के संपादक के रूप में उन्होंने हज़ारों ख़बरें प्रकाशित की हैं और सैकड़ों Reporters को मार्गदर्शन दिया है। उनका काम हमेशा आम आदमी की आवाज़ को आगे ले जाना रहा है — चाहे वह ख़बर हो, अधिकार की जानकारी हो या समाज के लिए खड़ा होना हो।

पत्रकारिता के साथ-साथ वे लेखक भी हैं। उनकी यह पुस्तक सोशल मीडिया के अपने लंबे अनुभव का सार है। रोज़ ख़बरों को लाखों पाठकों तक पहुँचाने के दौरान जो बातें उन्होंने सीखीं, वही सरल भाषा में इस पुस्तक में दी गई हैं, ताकि हर छोटा Creator और हर Reporter उनसे लाभ उठा सके।

लेखक की अन्य पुस्तकें : बदलती पीढ़ी, अच्छे लोग हार क्यों जाते हैं?, आम आदमी के अधिकार, रिश्ते, नेताजी, दास्तान-ए-लखनऊ, पब्लिक राइट्स एसोसिएशन, युगपुरुष योगी।

वेबसाइट : kamranasad.in

इस पुस्तक के बारे में

आज हर आदमी के हाथ में Mobile है। हर कोई अपनी बात दूर तक पहुँचाना चाहता है। कोई अपनी ख़बर फैलाना चाहता है, कोई अपना काम बढ़ाना चाहता है, कोई अपनी पहचान बनाना चाहता है। पर मेहनत के बाद भी Views नहीं आते, तो मन टूटता है। यह पुस्तक उसी टूटे मन को सही रास्ता देती है।

इसमें Facebook, Instagram और YouTube — तीनों के लिए अलग-अलग पूरे हिस्से हैं। हर हिस्से में बिल्कुल आसान भाषा में बताया गया है — शुरुआत कैसे करें, लाखों Views और लाखों Followers तक का रास्ता पड़ाव-दर-पड़ाव कैसे तय करें, और कमाई का द्वार कैसे खुले। कोई झूठा वादा नहीं है। सिर्फ़ सच्ची बात, आज़माया तरीक़ा और रोज़ करने का काम है।

“Views किस्मत से नहीं, समझ से आते हैं।”

लेखक की अन्य पुस्तकें :

बदलती पीढ़ी • अच्छे लोग हार क्यों जाते हैं? • आम आदमी के अधिकार • रिश्ते • नेताजी • दास्तान-ए-लखनऊ • पब्लिक राइट्स एसोसिएशन • युगपुरुष योगी

कामरान असद

संपादक — मानवाधिकार मीडिया

kamranasad.in