

सोशल मीडिया और राजनीतिक संप्रेषण

डा० अरविन्द कुमार शुक्ल¹

¹एसोसिएट प्रोफेसर राजनीति विज्ञान, राजकीय महिला स्ना० महाविद्यालय बिंदकी, फतेहपुर उ०प्र०, भारत

Received: 21 April 2026 Accepted & Reviewed: 25 April 2026, Published: 30 April 2026

Abstract

इक्कीसवीं सदी में सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी के तीव्र विकास ने राजनीति और समाज के संबंधों को गहराई से प्रभावित किया है। सोशल मीडिया ने राजनीतिक संप्रेषण के पारंपरिक माध्यमों जैसे समाचार पत्र, रेडियो और टेलीविजन को चुनौती देते हुए नागरिकों, राजनीतिक दलों, सरकारों तथा सामाजिक समूहों के बीच प्रत्यक्ष संवाद की नई संभावनाएँ विकसित की हैं। फेसबुक, ट्विटर (एक्स), इंस्टाग्राम, यूट्यूब, व्हाट्सएप तथा टेलीग्राम जैसे मंचों ने राजनीतिक विचारों, अभियानों, चुनावी रणनीतियों और जनमत निर्माण को अभूतपूर्व गति प्रदान की है। वर्तमान शोध पत्र का उद्देश्य सोशल मीडिया और राजनीतिक संप्रेषण के पारस्परिक संबंधों का विश्लेषण करना है। अध्ययन में यह समझने का प्रयास किया गया है कि सोशल मीडिया लोकतांत्रिक भागीदारी, राजनीतिक जागरूकता, चुनावी राजनीति, जनमत निर्माण तथा राजनीतिक ध्रुवीकरण को किस प्रकार प्रभावित करता है। शोध में गुणात्मक एवं विश्लेषणात्मक पद्धति का प्रयोग किया गया है तथा द्वितीयक स्रोतों जैसे पुस्तकों, शोध पत्रों, सरकारी रिपोर्टों, समाचार स्रोतों और डिजिटल प्लेटफार्मों से प्राप्त सामग्री का उपयोग किया गया है। अध्ययन से स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया ने राजनीतिक संप्रेषण को अधिक लोकतांत्रिक, त्वरित और सहभागितापूर्ण बनाया है, किंतु इसके साथ ही फेक न्यूज, ट्रोल संस्कृति, साइबर प्रचार, डेटा दुरुपयोग और वैचारिक ध्रुवीकरण जैसी गंभीर चुनौतियाँ भी उत्पन्न हुई हैं। निष्कर्षतः यह कहा जा सकता है कि सोशल मीडिया आधुनिक लोकतंत्र का एक प्रभावशाली उपकरण बन चुका है, जिसके सकारात्मक उपयोग हेतु डिजिटल साक्षरता, नैतिक आचरण तथा प्रभावी नियामक व्यवस्था आवश्यक है।

मुख्य शब्द— सोशल मीडिया, राजनीतिक संप्रेषण, लोकतंत्र, जनमत निर्माण, डिजिटल राजनीति, चुनाव अभियान, फेक न्यूज, राजनीतिक भागीदारी

Introduction

मानव समाज में संप्रेषण का अत्यंत महत्वपूर्ण स्थान रहा है। संप्रेषण के माध्यम से विचार, सूचनाएँ, भावनाएँ और नीतियाँ एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति तक पहुँचती हैं। राजनीतिक संप्रेषण विशेष रूप से शासन, सत्ता, नागरिकों और राजनीतिक संस्थाओं के बीच संवाद की प्रक्रिया है। प्राचीन काल में राजनीतिक संप्रेषण मौखिक संवाद, सभाओं और संदेशवाहकों तक सीमित था, जबकि आधुनिक युग में प्रिंट मीडिया, रेडियो और टेलीविजन ने इसकी संरचना को व्यापक बनाया। इक्कीसवीं सदी में इंटरनेट और सोशल मीडिया के आगमन ने राजनीतिक संप्रेषण की प्रकृति में क्रांतिकारी परिवर्तन कर दिया है। सोशल मीडिया ऐसे डिजिटल मंच हैं जो व्यक्तियों को सूचना साझा करने, संवाद स्थापित करने और सामूहिक सहभागिता की सुविधा प्रदान करते हैं। फेसबुक, ट्विटर (एक्स), यूट्यूब, इंस्टाग्राम, लिंकडइन, व्हाट्सएप और टेलीग्राम जैसे प्लेटफार्मों ने राजनीतिक दलों, नेताओं और नागरिकों के बीच प्रत्यक्ष संवाद को संभव बनाया है। अब राजनीतिक दल केवल पारंपरिक मीडिया पर निर्भर नहीं हैं, बल्कि सोशल मीडिया के माध्यम से सीधे

मतदाताओं तक पहुँचते हैं। चुनावी प्रचार, नीति निर्माण, विरोध प्रदर्शन, जनआंदोलन और राजनीतिक विमर्श में सोशल मीडिया की भूमिका निरंतर बढ़ती जा रही है।

सोशल मीडिया ने राजनीतिक संप्रेषण को लोकतांत्रिक स्वरूप प्रदान किया है। अब कोई भी नागरिक अपनी राय व्यक्त कर सकता है, राजनीतिक मुद्दों पर चर्चा कर सकता है तथा सरकार की नीतियों का समर्थन या विरोध कर सकता है। अरब स्प्रिंग आंदोलन, भारत का अन्ना आंदोलन, अमेरिका के राष्ट्रपति चुनाव, ब्रेक्सिट जनमत संग्रह तथा भारत के विभिन्न चुनावों में सोशल मीडिया की निर्णायक भूमिका देखी गई है। राजनीतिक दलों द्वारा डेटा विश्लेषण, माइक्रो टार्गेटिंग और डिजिटल प्रचार का व्यापक उपयोग किया जा रहा है। हालाँकि सोशल मीडिया के अनेक सकारात्मक प्रभाव हैं, लेकिन इसके नकारात्मक पहलू भी सामने आए हैं। फेक न्यूज, दुष्प्रचार, ट्रोलिंग, साइबर बुलिंग, नफरत फैलाने वाली सामग्री और राजनीतिक ध्रुवीकरण जैसी समस्याएँ लोकतंत्र के लिए चुनौती बनती जा रही हैं। एल्गोरिदम आधारित सूचना प्रणाली अक्सर लोगों को एक ही प्रकार की विचारधारा तक सीमित कर देती है, जिससे समाज में वैचारिक विभाजन बढ़ता है। इसके अतिरिक्त व्यक्तिगत डेटा के दुरुपयोग और निजता के उल्लंघन के प्रश्न भी गंभीर चिंता का विषय हैं। भारत जैसे विशाल लोकतांत्रिक देश में सोशल मीडिया का प्रभाव अत्यंत व्यापक है। युवा वर्ग, शहरी आबादी और डिजिटल रूप से सक्रिय नागरिक राजनीतिक सूचना के लिए सोशल मीडिया पर अधिक निर्भर हो रहे हैं। राजनीतिक दल अपने चुनावी अभियानों में सोशल मीडिया टीमों, आईटी सेल और डिजिटल रणनीतिकारों का उपयोग कर रहे हैं। इससे राजनीति का स्वरूप अधिक तकनीकी और त्वरित हो गया है।

वर्तमान शोध पत्र में सोशल मीडिया और राजनीतिक संप्रेषण के विभिन्न आयामों का गहन अध्ययन प्रस्तुत किया गया है। इसमें राजनीतिक संप्रेषण की अवधारणा, सोशल मीडिया का विकास, लोकतंत्र पर प्रभाव, चुनावी राजनीति, जनमत निर्माण, राजनीतिक आंदोलनों, फेक न्यूज, चुनौतियों तथा भविष्य की संभावनाओं का विश्लेषण किया गया है। राजनीतिक संप्रेषण वह प्रक्रिया है जिसके माध्यम से राजनीतिक सूचनाएँ, विचार, नीतियाँ और संदेश नागरिकों तक पहुँचाए जाते हैं। यह प्रक्रिया सरकार, राजनीतिक दलों, मीडिया और नागरिकों के बीच निरंतर चलती रहती है। राजनीतिक संप्रेषण लोकतंत्र का आधार माना जाता है क्योंकि इसके माध्यम से नागरिक शासन की नीतियों और गतिविधियों से अवगत होते हैं। राजनीतिक संप्रेषण के तीन प्रमुख घटक होते हैं, संदेश, माध्यम और प्राप्तकर्ता। संदेश राजनीतिक विचारों और नीतियों का प्रतिनिधित्व करता है, माध्यम सूचना प्रसारण का साधन होता है तथा प्राप्तकर्ता नागरिक या मतदाता होते हैं। परंपरागत रूप से समाचार पत्र, रेडियो और टेलीविजन राजनीतिक संप्रेषण के प्रमुख माध्यम रहे हैं, किंतु वर्तमान समय में सोशल मीडिया ने इस क्षेत्र में महत्वपूर्ण स्थान प्राप्त कर लिया है।

राजनीतिक संप्रेषण का उद्देश्य केवल सूचना देना नहीं होता, बल्कि जनमत निर्माण, राजनीतिक समर्थन प्राप्त करना और नागरिकों को राजनीतिक प्रक्रिया में सहभागी बनाना भी होता है। आधुनिक लोकतंत्रों में राजनीतिक संप्रेषण चुनावी राजनीति, नीति निर्माण और शासन प्रणाली का महत्वपूर्ण अंग बन चुका है। सोशल मीडिया इंटरनेट आधारित ऐसे मंच हैं जो उपयोगकर्ताओं को सामग्री निर्माण, साझा करने और संवाद स्थापित करने की सुविधा प्रदान करते हैं। यह वेब 2.0 तकनीक पर आधारित है, जिसमें उपयोगकर्ता केवल सूचना प्राप्त नहीं करते बल्कि स्वयं भी सामग्री का निर्माण करते हैं। सोशल मीडिया का प्रारंभिक विकास 1990 के दशक के अंत और 2000 के दशक की शुरुआत में हुआ। प्रारंभिक सोशल

नेटवर्किंग साइटों में ऑर्कुट, मायस्पेस और फ्रेंडस्टर प्रमुख थे। बाद में फेसबुक, ट्विटर, यूट्यूब और इंस्टाग्राम जैसे मंचों ने वैश्विक लोकप्रियता प्राप्त की। स्मार्टफोन और सस्ते इंटरनेट की उपलब्धता ने सोशल मीडिया के प्रसार को अत्यधिक बढ़ावा दिया। भारत में जियो क्रांति के बाद इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या में तीव्र वृद्धि हुई। इससे सोशल मीडिया का उपयोग ग्रामीण और शहरी दोनों क्षेत्रों में व्यापक हुआ। आज भारत दुनिया के सबसे बड़े सोशल मीडिया उपयोगकर्ता देशों में से एक है। त्वरित सूचना प्रसारण, द्विपक्षीय संवाद, वैश्विक पहुँच, कम लागत, उपयोगकर्ता आधारित सामग्री निर्माण, इंटरएक्टिव सहभागिता, मल्टीमीडिया प्रस्तुति जैसी विशेषताओं ने सोशल मीडिया को राजनीतिक संप्रेषण का अत्यंत प्रभावशाली माध्यम बना दिया है। लोकतंत्र में अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता और नागरिक सहभागिता का विशेष महत्व होता है। सोशल मीडिया ने इन दोनों तत्वों को सशक्त बनाया है। नागरिक अब अपनी राय व्यक्त कर सकते हैं, राजनीतिक बहसों में भाग ले सकते हैं और सरकार से सीधे संवाद कर सकते हैं। सोशल मीडिया ने लोकतंत्र को अधिक सहभागी स्वरूप प्रदान किया है। अब राजनीतिक दलों और नेताओं को जनता की प्रतिक्रिया तुरंत प्राप्त हो जाती है। इससे नीतियों और निर्णयों में जनमत का प्रभाव बढ़ा है।

अरब स्प्रिंग आंदोलन इसका महत्वपूर्ण उदाहरण है, जहाँ सोशल मीडिया ने जनआंदोलनों को संगठित करने में केंद्रीय भूमिका निभाई। मिस्र, ट्यूनीशिया और लीबिया जैसे देशों में सोशल मीडिया के माध्यम से नागरिकों ने सरकारों के विरुद्ध आंदोलन चलाए। भारत में भी अन्ना हजारे आंदोलन, निर्भया आंदोलन, किसान आंदोलन और नागरिकता संशोधन कानून के विरोध प्रदर्शनों में सोशल मीडिया की सक्रिय भूमिका रही है। इन आंदोलनों ने दिखाया कि सोशल मीडिया जनमत निर्माण और राजनीतिक लामबंदी का प्रभावशाली माध्यम बन चुका है। हालाँकि सोशल मीडिया लोकतंत्र को सशक्त बनाता है, किंतु कई बार यह लोकतांत्रिक मूल्यों के लिए चुनौती भी उत्पन्न करता है। गलत सूचना, घृणास्पद भाषण और ट्रोलिंग लोकतांत्रिक संवाद को प्रभावित करते हैं। अतः लोकतंत्र और सोशल मीडिया के संबंध को संतुलित दृष्टिकोण से समझना आवश्यक है।

वर्तमान समय में चुनावी राजनीति सोशल मीडिया के बिना अधूरी मानी जाती है। राजनीतिक दल और उम्मीदवार मतदाताओं तक पहुँचने के लिए सोशल मीडिया का व्यापक उपयोग करते हैं। चुनावी प्रचार अब केवल रैलियों और पोस्टरों तक सीमित नहीं रहा, बल्कि डिजिटल प्लेटफार्मों पर भी सक्रिय हो गया है। सोशल मीडिया चुनावी अभियानों को अधिक लक्षित और प्रभावी बनाता है। राजनीतिक दल डेटा विश्लेषण और एल्गोरिदम के माध्यम से मतदाताओं की रुचियों और प्राथमिकताओं का अध्ययन करते हैं तथा उसी के अनुसार प्रचार सामग्री तैयार करते हैं। इसे माइक्रो टार्गेटिंग कहा जाता है। अमेरिका के 2008 और 2012 के राष्ट्रपति चुनावों में बराक ओबामा के अभियान ने सोशल मीडिया का सफल उपयोग किया। भारत में 2014 और 2019 के लोकसभा चुनावों में सोशल मीडिया ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। विभिन्न राजनीतिक दलों ने ट्विटर, फेसबुक और व्हाट्सएप के माध्यम से व्यापक प्रचार अभियान चलाए। हालाँकि सोशल मीडिया के माध्यम से दुष्प्रचार और फेक न्यूज का प्रसार भी चुनावी प्रक्रिया को प्रभावित करता है। कई बार गलत सूचनाएँ मतदाताओं को भ्रमित करती हैं। इससे चुनावों की निष्पक्षता पर प्रश्न उठते हैं।

जनमत किसी सामाजिक या राजनीतिक मुद्दे पर लोगों की सामूहिक राय को कहा जाता है। लोकतंत्र में जनमत का अत्यंत महत्व होता है क्योंकि सरकारें और राजनीतिक दल अक्सर जनमत के आधार पर

नीतियाँ बनाते हैं। सोशल मीडिया जनमत निर्माण का प्रभावशाली माध्यम बन चुका है। अब समाचार और विचार केवल पारंपरिक मीडिया के माध्यम से नहीं बल्कि सोशल मीडिया के जरिए भी प्रसारित होते हैं। ट्विटर ट्रेंड, फेसबुक पोस्ट, यूट्यूब वीडियो और व्हाट्सएप संदेश जनमत को प्रभावित करते हैं। सोशल मीडिया पर वायरल सामग्री लोगों की सोच और दृष्टिकोण को प्रभावित करती है। कई बार भावनात्मक और सनसनीखेज सामग्री तेजी से फैलती है, जिससे लोगों की राय प्रभावित होती है। सोशल मीडिया का एल्गोरिदम उपयोगकर्ताओं को उनकी रुचियों के अनुसार सामग्री दिखाता है। इससे कई बार लोग केवल एक ही प्रकार के विचारों के संपर्क में रहते हैं। इसे 'इको चैंबर' कहा जाता है। इससे समाज में वैचारिक ध्रुवीकरण बढ़ सकता है। इसके बावजूद सोशल मीडिया ने नागरिकों को वैकल्पिक दृष्टिकोण प्राप्त करने का अवसर भी प्रदान किया है। अब छोटे समूह और हाशिए पर स्थित समुदाय भी अपनी आवाज़ को व्यापक स्तर पर पहुँचा सकते हैं।

राजनीतिक भागीदारी लोकतंत्र का आधार है। मतदान, राजनीतिक चर्चा, आंदोलन, प्रदर्शन और नीति निर्माण में सहभागिता राजनीतिक भागीदारी के प्रमुख रूप हैं। सोशल मीडिया ने राजनीतिक भागीदारी को अधिक सुलभ और व्यापक बनाया है। युवा वर्ग सोशल मीडिया के माध्यम से राजनीतिक रूप से अधिक सक्रिय हुआ है। वे राजनीतिक मुद्दों पर चर्चा करते हैं, ऑनलाइन अभियानों में भाग लेते हैं और डिजिटल मंचों के माध्यम से अपनी राय व्यक्त करते हैं। ऑनलाइन याचिकाएँ, हैशटैग अभियान और डिजिटल आंदोलन राजनीतिक भागीदारी के नए रूप बन चुके हैं। #MeToo] #BlackLivesMatter और #FarmersProtest जैसे अभियानों ने वैश्विक स्तर पर राजनीतिक जागरूकता बढ़ाई। सोशल मीडिया ने महिलाओं, अल्पसंख्यकों और हाशिए पर स्थित समूहों को भी राजनीतिक अभिव्यक्ति का मंच प्रदान किया है। इससे लोकतंत्र अधिक समावेशी बना है। हालाँकि कई बार सोशल मीडिया आधारित भागीदारी केवल प्रतीकात्मक रह जाती है। लोग ऑनलाइन समर्थन तो करते हैं, किंतु वास्तविक राजनीतिक गतिविधियों में भाग नहीं लेते। इसे 'स्लैक्टिविज्म' कहा जाता है।

राजनीतिक आंदोलनों के संगठन और प्रसार में सोशल मीडिया की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण हो गई है। अब आंदोलन केवल सड़कों तक सीमित नहीं रहते, बल्कि डिजिटल मंचों पर भी व्यापक समर्थन प्राप्त करते हैं। अरब स्प्रिंग आंदोलन में सोशल मीडिया ने क्रांतिकारी भूमिका निभाई। फेसबुक और ट्विटर के माध्यम से नागरिकों ने विरोध प्रदर्शन संगठित किए और अंतरराष्ट्रीय समर्थन प्राप्त किया। भारत में अन्ना हजारे का भ्रष्टाचार विरोधी आंदोलन सोशल मीडिया के माध्यम से व्यापक जनसमर्थन प्राप्त करने में सफल रहा। इसी प्रकार किसान आंदोलन और नागरिकता संशोधन कानून के विरोध प्रदर्शनों में भी सोशल मीडिया ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। त्वरित सूचना प्रसार, कम लागत में संगठन, वैश्विक समर्थन प्राप्त करना, वैकल्पिक मीडिया मंच उपलब्ध कराना, जैसे सरकार पर दबाव बनाना सोशल मीडिया आंदोलनों को लाभ प्रदान करता है। हालाँकि कई बार सोशल मीडिया आधारित आंदोलन अस्थायी और भावनात्मक होते हैं। इसके अतिरिक्त सरकारें भी सोशल मीडिया की निगरानी और नियंत्रण के माध्यम से आंदोलनों को प्रभावित करने का प्रयास करती हैं।

फेक न्यूज सोशल मीडिया की सबसे गंभीर समस्याओं में से एक है। गलत, भ्रामक और अप्रमाणित सूचनाएँ सोशल मीडिया पर तेजी से फैलती हैं। कई बार राजनीतिक लाभ प्राप्त करने के लिए जानबूझकर दुष्प्रचार किया जाता है। फेक न्यूज लोकतंत्र और सामाजिक सद्भाव के लिए गंभीर खतरा है। इससे लोगों

में भ्रम और अविश्वास की स्थिति उत्पन्न होती है। कई बार गलत सूचनाओं के कारण हिंसा और सामाजिक तनाव भी बढ़ जाता है। व्हाट्सएप और फेसबुक जैसे मंचों पर अफवाहों के कारण भारत में कई घटनाएँ सामने आई हैं। चुनावों के दौरान फेक न्यूज का उपयोग मतदाताओं को प्रभावित करने के लिए किया जाता है। सूचना की त्वरित गति, तथ्य जाँच की कमी, भावनात्मक सामग्री, एल्गोरिदम आधारित प्रसार, राजनीतिक स्वार्थ फेक न्यूज के प्रसार के प्रमुख कारण हैं।

फेक न्यूज की समस्या से निपटने के लिए डिजिटल साक्षरता, तथ्य जाँच संस्थाओं और प्रभावी नियमन की आवश्यकता है। राजनीतिक ध्रुवीकरण का अर्थ समाज का विभिन्न वैचारिक समूहों में विभाजित हो जाना है। सोशल मीडिया इस प्रक्रिया को कई बार तीव्र कर देता है। एल्गोरिदम उपयोगकर्ताओं को उनकी पसंद के अनुसार सामग्री दिखाते हैं। इससे लोग केवल उन्हीं विचारों को देखते हैं जो उनकी पूर्व मान्यताओं के अनुरूप होते हैं। परिणामस्वरूप वैकल्पिक दृष्टिकोणों के प्रति असहिष्णुता बढ़ती है। ट्रोलिंग और ऑनलाइन घृणा भाषण भी राजनीतिक ध्रुवीकरण को बढ़ावा देते हैं। कई बार राजनीतिक समर्थक सोशल मीडिया पर आक्रामक व्यवहार करते हैं, जिससे स्वस्थ लोकतांत्रिक संवाद प्रभावित होता है।

राजनीतिक ध्रुवीकरण लोकतंत्र के लिए चुनौती है क्योंकि इससे सामाजिक एकता कमजोर होती है और संवाद की संस्कृति प्रभावित होती है। आधुनिक राजनीतिक नेतृत्व सोशल मीडिया के माध्यम से अपनी छवि निर्माण और जनसंपर्क पर विशेष ध्यान देता है। नेता अब सीधे नागरिकों से संवाद करते हैं और अपनी नीतियों तथा उपलब्धियों का प्रचार करते हैं। सोशल मीडिया ने राजनीतिक नेतृत्व को अधिक व्यक्तिगत और प्रत्यक्ष बना दिया है। अब नेता लाइव वीडियो, ट्वीट और पोस्ट के माध्यम से जनता से सीधे संवाद करते हैं। इससे पारंपरिक मीडिया की मध्यस्थता कम हुई है। राजनीतिक नेता सोशल मीडिया के माध्यम से अपनी लोकप्रियता बढ़ाने और समर्थकों को संगठित करने का प्रयास करते हैं। कई बार सोशल मीडिया का उपयोग राजनीतिक व्यक्तित्व निर्माण और ब्रांडिंग के लिए किया जाता है। हालाँकि सोशल मीडिया आधारित राजनीति में छवि निर्माण वास्तविक नीतिगत मुद्दों पर भारी पड़ सकता है। कई बार राजनीतिक विमर्श केवल प्रचार और भावनात्मक संदेशों तक सीमित रह जाता है।

भारत दुनिया का सबसे बड़ा लोकतंत्र है और यहाँ सोशल मीडिया का प्रभाव तेजी से बढ़ रहा है। इंटरनेट और स्मार्टफोन की उपलब्धता ने डिजिटल राजनीति को नई दिशा दी है। भारत में राजनीतिक दलों ने सोशल मीडिया को चुनावी रणनीति का महत्वपूर्ण हिस्सा बना लिया है। विभिन्न दल अपने आईटी सेल और डिजिटल प्रचार तंत्र के माध्यम से मतदाताओं तक पहुँचते हैं। 2014 के लोकसभा चुनावों को भारत का पहला 'सोशल मीडिया चुनाव' कहा गया। इसके बाद 2019 और 2024 के चुनावों में सोशल मीडिया का प्रभाव और अधिक बढ़ गया। व्हाट्सएप भारत में राजनीतिक संप्रेषण का अत्यंत प्रभावशाली माध्यम बन चुका है। राजनीतिक दल समूहों और संदेशों के माध्यम से मतदाताओं तक पहुँचते हैं। यूट्यूब और इंस्टाग्राम का उपयोग युवा मतदाताओं को प्रभावित करने के लिए किया जाता है। भारत में सोशल मीडिया ने राजनीतिक जागरूकता को बढ़ाया है, किंतु इसके साथ ही फेक न्यूज, सांप्रदायिक दुष्प्रचार और ट्रोलिंग जैसी समस्याएँ भी सामने आई हैं। अतः डिजिटल राजनीति के स्वस्थ विकास हेतु संतुलित नीति आवश्यक है। सोशल मीडिया और राजनीतिक संप्रेषण के क्षेत्र में अनेक चुनौतियाँ विद्यमान हैं। पहली चुनौती फेक न्यूज और दुष्प्रचार की है। गलत सूचनाएँ लोकतंत्र और सामाजिक सद्भाव को प्रभावित करती हैं। दूसरी चुनौती निजता और डेटा सुरक्षा की है। कई बार उपयोगकर्ताओं के व्यक्तिगत डेटा का राजनीतिक

उद्देश्यों के लिए उपयोग किया जाता है। कैम्ब्रिज एनालिटिक्स प्रकरण इसका प्रमुख उदाहरण है। तीसरी चुनौती ट्रोलिंग और साइबर बुलिंग की है। सोशल मीडिया पर आक्रामक और अपमानजनक व्यवहार लोकतांत्रिक संवाद को कमजोर करता है। चौथी चुनौती डिजिटल विभाजन की है। ग्रामीण और गरीब वर्गों के पास अभी भी इंटरनेट और डिजिटल संसाधनों की सीमित पहुँच है। पाँचवीं चुनौती एल्गोरिदम आधारित वैचारिक ध्रुवीकरण की है। इससे समाज में संवाद और सहिष्णुता की कमी उत्पन्न होती है।

1.1 शोध की आवश्यकता (Need of the Study)— समकालीन विश्व में सोशल मीडिया राजनीतिक प्रक्रिया का अभिन्न अंग बन चुका है। राजनीतिक दल, नेता, मीडिया संस्थान और नागरिक सभी सोशल मीडिया का उपयोग सूचना प्रसार और जनमत निर्माण के लिए कर रहे हैं। इस बदलते परिदृश्य में यह समझना अत्यंत आवश्यक है कि सोशल मीडिया किस प्रकार राजनीतिक संप्रेषण को प्रभावित कर रहा है। लोकतांत्रिक व्यवस्थाओं में नागरिकों की सक्रिय भागीदारी अत्यंत महत्वपूर्ण होती है। सोशल मीडिया ने नागरिकों को राजनीतिक विमर्श में सक्रिय भागीदारी का अवसर प्रदान किया है। अब नागरिक केवल सूचना ग्रहणकर्ता नहीं रहे, बल्कि वे सूचना के उत्पादक और प्रसारक भी बन गए हैं। इससे लोकतंत्र की प्रकृति में परिवर्तन आया है। राजनीतिक अभियानों में सोशल मीडिया की भूमिका लगातार बढ़ रही है। चुनावों में डिजिटल प्रचार, ऑनलाइन विज्ञापन, डेटा विश्लेषण और माइक्रो टारगेटिंग का प्रयोग व्यापक रूप से किया जा रहा है। ऐसे में सोशल मीडिया के प्रभाव का अध्ययन राजनीतिक विज्ञान और जनसंचार अध्ययन के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाता है।

सोशल मीडिया के माध्यम से फेक न्यूज और दुष्प्रचार का प्रसार लोकतांत्रिक संस्थाओं के लिए चुनौती बन गया है। कई बार गलत सूचनाएँ समाज में तनाव और भ्रम की स्थिति उत्पन्न करती हैं। अतः इस विषय का अध्ययन सामाजिक और राजनीतिक दृष्टि से भी आवश्यक है।

1.2 समस्या का स्वरूप एवं व्याख्या — सोशल मीडिया और राजनीतिक संप्रेषण का संबंध समकालीन लोकतांत्रिक व्यवस्था में अत्यंत महत्वपूर्ण विषय बन चुका है। सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी के तीव्र विकास ने राजनीतिक संवाद की प्रकृति, स्वरूप और दिशा को बदल दिया है। पहले राजनीतिक संप्रेषण मुख्यतः समाचार पत्रों, रेडियो और टेलीविजन जैसे पारंपरिक माध्यमों पर आधारित था, किंतु अब फेसबुक, ट्विटर (एक्स), इंस्टाग्राम, यूट्यूब, व्हाट्सएप और टेलीग्राम जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म राजनीतिक सूचना के प्रमुख स्रोत बन गए हैं। राजनीतिक दल, नेता, सरकारें और नागरिक इन माध्यमों का उपयोग अपने विचारों, नीतियों और दृष्टिकोणों के प्रचार-प्रसार हेतु कर रहे हैं। इस परिवर्तन ने लोकतंत्र में नागरिक सहभागिता को बढ़ाया है, परंतु इसके साथ अनेक जटिल समस्याएँ भी उत्पन्न हुई हैं। फेक न्यूज, दुष्प्रचार, ट्रोल संस्कृति, साइबर घृणा, डेटा दुरुपयोग और राजनीतिक ध्रुवीकरण जैसी प्रवृत्तियाँ लोकतांत्रिक व्यवस्था और सामाजिक सद्भाव के लिए गंभीर चुनौती बनती जा रही हैं। सोशल मीडिया के माध्यम से राजनीतिक संदेशों का तीव्र प्रसार कई बार जनमत को प्रभावित करता है तथा चुनावी प्रक्रिया की निष्पक्षता पर भी प्रश्न खड़े करता है। एल्गोरिदम आधारित सूचना प्रणाली नागरिकों को सीमित वैचारिक दायरे में बाँध देती है, जिससे संवाद की लोकतांत्रिक संस्कृति प्रभावित होती है। अतः यह आवश्यक हो जाता है कि सोशल मीडिया और राजनीतिक संप्रेषण के पारस्परिक संबंधों का गहन अध्ययन किया जाए तथा यह समझा जाए कि ये माध्यम लोकतंत्र, जनमत निर्माण, चुनावी राजनीति और राजनीतिक भागीदारी को किस प्रकार प्रभावित कर रहे हैं।

1.3 अध्ययन का औचित्य— वर्तमान समय में सोशल मीडिया केवल मनोरंजन या सामाजिक संपर्क का माध्यम नहीं रह गया है, बल्कि यह राजनीतिक शक्ति, जनमत निर्माण और लोकतांत्रिक प्रक्रिया का प्रभावशाली उपकरण बन चुका है। भारत जैसे विशाल लोकतांत्रिक देश में करोड़ों लोग प्रतिदिन सोशल मीडिया का उपयोग करते हैं तथा राजनीतिक जानकारी प्राप्त करने के लिए इन मंचों पर निर्भर रहते हैं। राजनीतिक दल चुनावी रणनीति, प्रचार और मतदाताओं तक पहुँचने के लिए सोशल मीडिया का व्यापक उपयोग कर रहे हैं। इसके माध्यम से युवाओं और प्रथम बार मतदान करने वाले मतदाताओं को प्रभावित किया जा रहा है। सोशल मीडिया ने नागरिकों को अपनी आवाज़ उठाने, सरकार की नीतियों पर प्रतिक्रिया देने तथा राजनीतिक विमर्श में भाग लेने का अवसर प्रदान किया है। दूसरी ओर, फर्जी सूचनाओं और नफरत फैलाने वाली सामग्री के कारण सामाजिक तनाव और वैचारिक विभाजन भी बढ़ा है। इसलिए इस विषय का अध्ययन राजनीतिक विज्ञान, जनसंचार, समाजशास्त्र और लोकतांत्रिक अध्ययन के लिए अत्यंत प्रासंगिक है। यह अध्ययन सोशल मीडिया के सकारात्मक और नकारात्मक दोनों प्रभावों को समझने में सहायक होगा तथा राजनीतिक संप्रेषण के बदलते स्वरूप का विश्लेषण प्रस्तुत करेगा। इसके अतिरिक्त यह अध्ययन डिजिटल लोकतंत्र, नागरिक सहभागिता और मीडिया नैतिकता से संबंधित नीतियों के निर्माण में भी उपयोगी सिद्ध होगा।

1.4 अध्ययन के उद्देश्य— वर्तमान अध्ययन का प्रमुख उद्देश्य सोशल मीडिया और राजनीतिक संप्रेषण के संबंधों का विश्लेषण करना है।

- 1 इसके अंतर्गत सोशल मीडिया की अवधारणा एवं विकास को स्पष्ट करना, राजनीतिक संप्रेषण में इसकी भूमिका का अध्ययन करना, लोकतंत्र और जनमत निर्माण पर इसके प्रभावों का मूल्यांकन करना तथा चुनावी राजनीति में सोशल मीडिया के उपयोग का विश्लेषण करना शामिल है।
- 2 इसके अतिरिक्त अध्ययन का उद्देश्य राजनीतिक भागीदारी, डिजिटल आंदोलनों और नागरिक सक्रियता में सोशल मीडिया की भूमिका को समझना भी है।
- 3 फेक न्यूज, साइबर दुष्प्रचार, ट्रोलिंग और राजनीतिक ध्रुवीकरण जैसी समस्याओं का परीक्षण करना तथा इनके लोकतांत्रिक व्यवस्था पर प्रभावों का अध्ययन करना भी इस शोध का महत्वपूर्ण उद्देश्य है।
- 4 साथ ही भविष्य में राजनीतिक संप्रेषण के क्षेत्र में सोशल मीडिया की संभावनाओं और चुनौतियों का विश्लेषण करना भी अध्ययन का प्रमुख लक्ष्य है।

1.5 शोध-प्रश्न— अध्ययन के दौरान कुछ महत्वपूर्ण शोध-प्रश्नों को आधार बनाया गया है।

- 1 क्या सोशल मीडिया ने राजनीतिक संप्रेषण की प्रकृति को परिवर्तित किया है?
- 2 क्या सोशल मीडिया लोकतांत्रिक सहभागिता और राजनीतिक जागरूकता को बढ़ावा देता है?
- 3 चुनावी राजनीति और जनमत निर्माण में सोशल मीडिया की क्या भूमिका है?
- 4 क्या सोशल मीडिया फेक न्यूज और राजनीतिक ध्रुवीकरण को बढ़ावा देता है?
- 5 सोशल मीडिया के माध्यम से राजनीतिक दल और नेता किस प्रकार मतदाताओं को प्रभावित करते हैं?
- 6 क्या डिजिटल मीडिया ने पारंपरिक मीडिया की भूमिका को कमजोर किया है?

- 7 सोशल मीडिया का युवा वर्ग की राजनीतिक भागीदारी पर क्या प्रभाव पड़ रहा है?
- 8 क्या सोशल मीडिया लोकतांत्रिक मूल्यों को सशक्त बना रहा है या उनके लिए चुनौती उत्पन्न कर रहा है? इन प्रश्नों के माध्यम से विषय के विभिन्न आयामों का विश्लेषण किया गया है।

1.6 अध्ययन की परिधि एवं सीमाएँ – वर्तमान अध्ययन का क्षेत्र सोशल मीडिया और राजनीतिक संप्रेषण के पारस्परिक संबंधों तक सीमित है। अध्ययन में मुख्य रूप से फेसबुक, ट्विटर (एक्स), व्हाट्सएप, यूट्यूब और इंस्टाग्राम जैसे प्रमुख सोशल मीडिया मंचों का विश्लेषण किया गया है। इसके अंतर्गत लोकतंत्र, चुनावी राजनीति, जनमत निर्माण, राजनीतिक भागीदारी, डिजिटल आंदोलन और राजनीतिक नेतृत्व जैसे विषयों का अध्ययन किया गया है। अध्ययन मुख्यतः भारत के संदर्भ में केंद्रित है, किंतु आवश्यकता अनुसार वैश्विक उदाहरणों का भी उपयोग किया गया है। यह शोध द्वितीयक स्रोतों पर आधारित है, इसलिए इसमें पुस्तकों, शोध पत्रों, समाचार स्रोतों, सरकारी रिपोर्टों तथा इंटरनेट सामग्री का उपयोग किया गया है। अध्ययन की कुछ सीमाएँ भी हैं। सोशल मीडिया का स्वरूप अत्यंत गतिशील और परिवर्तनशील है, इसलिए इससे संबंधित आँकड़े और प्रवृत्तियाँ समय के साथ बदलती रहती हैं। सभी सोशल मीडिया मंचों और उपयोगकर्ताओं का समान रूप से अध्ययन संभव नहीं हो पाया है। इसके अतिरिक्त शोध मुख्यतः गुणात्मक विश्लेषण पर आधारित है, इसलिए कुछ निष्कर्ष व्याख्यात्मक प्रकृति के हो सकते हैं। फिर भी अध्ययन सोशल मीडिया और राजनीतिक संप्रेषण के संबंधों को समझने में महत्वपूर्ण योगदान प्रदान करता है।

1.7 परिकल्पना— सोशल मीडिया और राजनीतिक संप्रेषण के संदर्भ में प्रस्तुत अध्ययन की प्रमुख परिकल्पना यह है कि सोशल मीडिया ने राजनीतिक संप्रेषण की प्रकृति, स्वरूप और प्रभावशीलता में व्यापक परिवर्तन किया है। यह परिकल्पना इस विचार पर आधारित है कि सोशल मीडिया ने राजनीतिक दलों, नेताओं और नागरिकों के मध्य प्रत्यक्ष संवाद को संभव बनाया है तथा राजनीतिक सूचना के प्रसार को अधिक त्वरित और व्यापक बनाया है। दूसरी परिकल्पना यह है कि सोशल मीडिया लोकतांत्रिक सहभागिता और राजनीतिक जागरूकता को बढ़ावा देता है, विशेषकर युवाओं और शहरी नागरिकों के बीच। तीसरी परिकल्पना यह है कि सोशल मीडिया जनमत निर्माण में अत्यंत प्रभावशाली भूमिका निभाता है तथा चुनावी राजनीति को प्रभावित करता है। चौथी परिकल्पना के अनुसार सोशल मीडिया के माध्यम से फेक न्यूज, दुष्प्रचार और राजनीतिक ध्रुवीकरण जैसी समस्याएँ भी बढ़ी हैं, जो लोकतांत्रिक व्यवस्था के लिए चुनौती उत्पन्न करती हैं। अंतिम परिकल्पना यह है कि सोशल मीडिया का प्रभाव सकारात्मक और नकारात्मक दोनों रूपों में सामने आया है तथा इसके संतुलित और नैतिक उपयोग की आवश्यकता है।

1.8 शोध प्राविधि— वर्तमान अध्ययन में गुणात्मक एवं विश्लेषणात्मक शोध पद्धति का उपयोग किया गया है। अध्ययन का उद्देश्य सोशल मीडिया और राजनीतिक संप्रेषण के विभिन्न आयामों का सैद्धांतिक एवं व्यावहारिक विश्लेषण करना है। शोध में वर्णनात्मक पद्धति के माध्यम से सोशल मीडिया की प्रकृति, विशेषताओं तथा राजनीतिक प्रभावों का अध्ययन किया गया है। तुलनात्मक पद्धति के द्वारा पारंपरिक मीडिया और सोशल मीडिया के मध्य अंतर तथा राजनीतिक प्रभावों का विश्लेषण किया गया है। व्याख्यात्मक दृष्टिकोण के माध्यम से सोशल मीडिया के सकारात्मक और नकारात्मक प्रभावों की विवेचना की गई है। अध्ययन में समकालीन राजनीतिक घटनाओं, चुनावी अभियानों, डिजिटल आंदोलनों और जनमत निर्माण से संबंधित उदाहरणों का भी उपयोग किया गया है। शोध मुख्यतः द्वितीयक आँकड़ों पर आधारित है तथा उपलब्ध साहित्य, रिपोर्टों और डिजिटल स्रोतों के आधार पर निष्कर्ष प्रस्तुत किए गए हैं।

1.9 तथ्य-संकलन के स्रोत,— तथ्य-संकलन के लिए मुख्यतः द्वितीयक स्रोतों का उपयोग किया गया है। अध्ययन में पुस्तकों, शोध पत्रों, जर्नलों, समाचार पत्रों, सरकारी रिपोर्टों, विश्वविद्यालय प्रकाशनों तथा डिजिटल स्रोतों से सामग्री एकत्रित की गई है। सोशल मीडिया और राजनीतिक संप्रेषण से संबंधित राष्ट्रीय एवं अंतरराष्ट्रीय शोधों का अध्ययन किया गया है। इंटरनेट स्रोतों, ऑनलाइन लेखों, समाचार पोर्टलों तथा विभिन्न संस्थाओं की रिपोर्टों का भी उपयोग किया गया है। चुनावी राजनीति और डिजिटल अभियानों से संबंधित आँकड़े विभिन्न विश्वसनीय वेबसाइटों और प्रकाशनों से प्राप्त किए गए हैं। इसके अतिरिक्त सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों पर उपलब्ध सार्वजनिक सामग्री, राजनीतिक अभियानों और जन आंदोलनों के उदाहरणों को भी अध्ययन का आधार बनाया गया है।

1.10 साहित्य समीक्षा (Review of Literature) — सोशल मीडिया और राजनीतिक संप्रेषण के विषय पर अनेक विद्वानों ने अपने विचार प्रस्तुत किए हैं। ब्रायन मैकनेयर ने राजनीतिक संप्रेषण को लोकतांत्रिक प्रक्रिया का केंद्रीय तत्व माना तथा बताया कि आधुनिक मीडिया ने राजनीति और जनता के संबंधों को पुनर्परिभाषित किया है। एंज्यू चौडविक ने 'हाइब्रिड मीडिया सिस्टम' की अवधारणा प्रस्तुत करते हुए कहा कि सोशल मीडिया और पारंपरिक मीडिया मिलकर आधुनिक राजनीतिक विमर्श को प्रभावित करते हैं। मैनुअल कैस्टेल्स ने नेटवर्क समाज की अवधारणा के माध्यम से स्पष्ट किया कि डिजिटल नेटवर्क आधुनिक राजनीतिक आंदोलनों और जनमत निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। क्ले शिकी ने सोशल मीडिया को सामूहिक सहभागिता और राजनीतिक सक्रियता का प्रभावशाली माध्यम बताया। जिजी पापाचारिसी ने सोशल मीडिया आधारित भावनात्मक जनसमूहों की चर्चा करते हुए बताया कि डिजिटल मंच नागरिकों की राजनीतिक भावनाओं को संगठित करते हैं। भारत के संदर्भ में अनेक विद्वानों ने यह माना है कि सोशल मीडिया ने राजनीतिक जागरूकता और चुनावी प्रचार को नई दिशा दी है। कुछ अध्ययनों में यह भी पाया गया है कि सोशल मीडिया फेक न्यूज और राजनीतिक ध्रुवीकरण को बढ़ावा देता है। साहित्य समीक्षा से स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया आधुनिक राजनीतिक संप्रेषण का अभिन्न अंग बन चुका है तथा इसके प्रभाव बहुआयामी हैं।

1.11 डेटा विश्लेषण — अध्ययन में प्राप्त तथ्यों और उपलब्ध साहित्य का विश्लेषण करने पर यह स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया ने राजनीतिक संप्रेषण को अधिक त्वरित, व्यापक और सहभागितापूर्ण बना दिया है। राजनीतिक दल अब केवल पारंपरिक मीडिया पर निर्भर नहीं हैं, बल्कि सोशल मीडिया के माध्यम से सीधे नागरिकों तक पहुँच रहे हैं। चुनावी अभियानों में फेसबुक, ट्विटर, यूट्यूब और व्हाट्सएप का व्यापक उपयोग किया जा रहा है। डेटा विश्लेषण और माइक्रो टार्गेटिंग के माध्यम से मतदाताओं की रुचियों और प्राथमिकताओं के अनुसार प्रचार सामग्री तैयार की जा रही है। सोशल मीडिया ने युवाओं और प्रथम बार मतदान करने वाले नागरिकों की राजनीतिक सहभागिता को बढ़ाया है। विभिन्न डिजिटल आंदोलनों और ऑनलाइन अभियानों ने नागरिक सक्रियता को प्रोत्साहित किया है। दूसरी ओर, विश्लेषण से यह भी स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया के माध्यम से गलत सूचनाओं और दुष्प्रचार का तीव्र प्रसार हो रहा है। एल्गोरिदम आधारित सामग्री वितरण कई बार वैचारिक ध्रुवीकरण को बढ़ावा देता है। ट्रोलिंग, साइबर घृणा और डिजिटल प्रचार की आक्रामक प्रवृत्तियाँ लोकतांत्रिक संवाद को प्रभावित कर रही हैं। इस प्रकार डेटा विश्लेषण यह दर्शाता है कि सोशल मीडिया लोकतंत्र को सशक्त बनाने के साथ-साथ नई चुनौतियाँ भी उत्पन्न कर रहा है।

1.12 चर्चा (Discussion) – वर्तमान अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया और राजनीतिक संप्रेषण के संबंध अत्यंत जटिल और बहुआयामी हैं। सोशल मीडिया ने लोकतांत्रिक व्यवस्था में नागरिकों की भूमिका को अधिक सक्रिय बनाया है। अब नागरिक केवल सूचना प्राप्त करने वाले नहीं रहे, बल्कि वे राजनीतिक विमर्श के निर्माता और प्रसारक भी बन गए हैं। राजनीतिक दलों और नेताओं ने सोशल मीडिया को जनसंपर्क और प्रचार का प्रभावशाली माध्यम बना लिया है। इससे राजनीतिक संप्रेषण अधिक प्रत्यक्ष और त्वरित हुआ है। किंतु यह भी सत्य है कि सोशल मीडिया पर उपलब्ध सामग्री हमेशा विश्वसनीय नहीं होती। फेक न्यूज और दुष्प्रचार लोकतांत्रिक मूल्यों और सामाजिक सद्भाव के लिए गंभीर खतरा बनते जा रहे हैं। अध्ययन से यह भी ज्ञात होता है कि सोशल मीडिया ने राजनीतिक भागीदारी को बढ़ावा दिया है, परंतु कई बार यह भागीदारी केवल ऑनलाइन गतिविधियों तक सीमित रह जाती है। सोशल मीडिया आधारित राजनीति में भावनात्मक और प्रतीकात्मक मुद्दों को अधिक महत्व मिलने लगा है, जिससे गंभीर नीतिगत विमर्श प्रभावित होता है। इसलिए आवश्यक है कि सोशल मीडिया के उपयोग में नैतिकता, उत्तरदायित्व और डिजिटल साक्षरता को बढ़ावा दिया जाए।

1.13 परिणाम (Findings)— अध्ययन से प्राप्त प्रमुख निष्कर्ष यह हैं कि सोशल मीडिया आधुनिक राजनीतिक संप्रेषण का अत्यंत प्रभावशाली माध्यम बन चुका है। इसने राजनीतिक सूचना के प्रसार को तीव्र और व्यापक बनाया है। सोशल मीडिया ने नागरिकों, विशेषकर युवाओं की राजनीतिक जागरूकता और सहभागिता में वृद्धि की है। चुनावी राजनीति में सोशल मीडिया का प्रभाव निरंतर बढ़ रहा है तथा राजनीतिक दल डिजिटल प्रचार और माइक्रो टारगेटिंग का व्यापक उपयोग कर रहे हैं। जनमत निर्माण में सोशल मीडिया की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण हो गई है। इसके अतिरिक्त सोशल मीडिया ने सामाजिक और राजनीतिक आंदोलनों को संगठित करने में भी प्रभावशाली भूमिका निभाई है। दूसरी ओर, अध्ययन यह भी दर्शाता है कि सोशल मीडिया के माध्यम से फेक न्यूज, ट्रोलिंग, घृणा भाषण और राजनीतिक ध्रुवीकरण जैसी समस्याएँ बढ़ी हैं। डेटा दुरुपयोग और निजता के उल्लंघन के प्रश्न भी गंभीर चिंता का विषय हैं। अध्ययन से यह निष्कर्ष निकलता है कि सोशल मीडिया लोकतंत्र को सशक्त बनाने की क्षमता रखता है, किंतु इसके सकारात्मक उपयोग के लिए प्रभावी नियमन, तथ्य-जाँच व्यवस्था, डिजिटल साक्षरता और नैतिक आचरण की आवश्यकता है।

अनुशंसाएँ—

- 1 नागरिकों में डिजिटल साक्षरता को बढ़ावा दिया जाए ताकि वे फेक न्यूज और दुष्प्रचार की पहचान कर सकें।
- 2 सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों पर तथ्य-जाँच (Fact Checking) प्रणाली को अधिक प्रभावी बनाया जाए।
- 3 राजनीतिक दलों द्वारा डिजिटल प्रचार में पारदर्शिता और नैतिकता का पालन सुनिश्चित किया जाए।
- 4 चुनाव आयोग और संबंधित संस्थाओं द्वारा सोशल मीडिया आधारित चुनावी प्रचार के लिए स्पष्ट दिशानिर्देश बनाए जाएँ।
- 5 सोशल मीडिया पर घृणा भाषण और ट्रोलिंग के विरुद्ध कठोर कानूनी कार्रवाई की व्यवस्था हो।
- 6 नागरिकों की निजता और डेटा सुरक्षा हेतु सशक्त साइबर कानून बनाए जाएँ।
- 7 युवाओं को जिम्मेदार डिजिटल नागरिकता के प्रति जागरूक किया जाए।

- 8 सोशल मीडिया कंपनियों को एल्गोरिदम आधारित दुष्प्रचार और फर्जी खातों पर नियंत्रण के लिए उत्तरदायी बनाया जाए।
- 9 राजनीतिक संप्रेषण में सत्य, शिष्टता और लोकतांत्रिक मूल्यों को प्रोत्साहित किया जाए।
- 10 ग्रामीण क्षेत्रों में इंटरनेट और डिजिटल संसाधनों की उपलब्धता बढ़ाकर डिजिटल विभाजन को कम किया जाए।
- 11 विश्वविद्यालयों और शैक्षणिक संस्थानों में मीडिया साक्षरता एवं डिजिटल नैतिकता से संबंधित पाठ्यक्रम प्रारंभ किए जाएँ।
- 12 सोशल मीडिया पर प्रसारित राजनीतिक सामग्री की निगरानी हेतु स्वतंत्र नियामक संस्थाओं को सशक्त बनाया जाए।
- 13 सोशल मीडिया का उपयोग लोकतांत्रिक संवाद, जन-जागरूकता और सकारात्मक सामाजिक परिवर्तन के लिए किया जाए।

निष्कर्ष— सोशल मीडिया ने आधुनिक राजनीतिक संप्रेषण की प्रकृति और दिशा को गहराई से प्रभावित किया है। यह केवल सूचना प्रसारण का माध्यम नहीं रहा, बल्कि लोकतांत्रिक सहभागिता, जनमत निर्माण, चुनावी रणनीति और राजनीतिक विमर्श का प्रभावशाली उपकरण बन चुका है। फेसबुक, ट्विटर (एक्स), व्हाट्सएप, यूट्यूब और इंस्टाग्राम जैसे डिजिटल मंचों ने राजनीतिक दलों, नेताओं और नागरिकों के मध्य प्रत्यक्ष संवाद स्थापित किया है। इससे राजनीति अधिक त्वरित, सहभागितापूर्ण और जनोन्मुख बनी है। अध्ययन से स्पष्ट हुआ कि सोशल मीडिया ने राजनीतिक जागरूकता को बढ़ाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। विशेष रूप से युवा वर्ग राजनीतिक मुद्दों पर अधिक सक्रिय और सजग हुआ है। चुनावी अभियानों में डिजिटल प्रचार, माइक्रो टार्गेटिंग और ऑनलाइन जनसंपर्क की भूमिका निरंतर बढ़ रही है। राजनीतिक आंदोलनों, सामाजिक अभियानों और विरोध प्रदर्शनों को व्यापक समर्थन दिलाने में सोशल मीडिया ने महत्वपूर्ण योगदान दिया है। इसके साथ ही सोशल मीडिया ने अनेक गंभीर चुनौतियाँ भी उत्पन्न की हैं। फेक न्यूज, दुष्प्रचार, ट्रोलिंग, साइबर घृणा, राजनीतिक ध्रुवीकरण और निजता के उल्लंघन जैसी समस्याएँ लोकतांत्रिक मूल्यों और सामाजिक सद्भाव के लिए खतरा बनती जा रही हैं। कई बार भावनात्मक और भ्रामक सामग्री जनमत को प्रभावित करती है तथा लोकतांत्रिक संवाद की गुणवत्ता को कमजोर करती है।

अध्ययन यह दर्शाता है कि सोशल मीडिया न तो पूर्णतः सकारात्मक है और न ही पूर्णतः नकारात्मक। इसका प्रभाव इस बात पर निर्भर करता है कि इसका उपयोग किस उद्देश्य और किस प्रकार किया जा रहा है। यदि सोशल मीडिया का उपयोग जिम्मेदारी, नैतिकता और तथ्यपरकता के साथ किया जाए, तो यह लोकतंत्र को अधिक पारदर्शी, सहभागी और उत्तरदायी बना सकता है। अतः आवश्यक है कि डिजिटल साक्षरता, मीडिया नैतिकता, तथ्य-जाँच व्यवस्था और प्रभावी नियामक तंत्र को मजबूत किया जाए ताकि सोशल मीडिया लोकतांत्रिक विकास का सशक्त माध्यम बन सके।

संदर्भ सूची—

- 1 कुमार, विनोद. आधुनिक राजनीतिक संप्रेषण. नई दिल्ली, राजकमल प्रकाशन, 2018.
- 2 सिंह, आर.पी. सोशल मीडिया और भारतीय राजनीति. इलाहाबाद, लोकभारती प्रकाशन, 2020.

- 3 शर्मा, एस.के. लोकतंत्र और डिजिटल मीडिया. नई दिल्ली, वाणी प्रकाशन, 2019.
- 4 कश्यप, सुभाष. भारतीय राजनीति और मीडिया. नई दिल्ली, ओरिएंट ब्लैकस्वान, 2017.
- 5 यादव, अरुण. जनसंचार और राजनीतिक प्रक्रिया. लखनऊ, हिंदी माध्यम निदेशालय, 2016.
- 6 कुमार, दीपक. सोशल मीडिया का समाजशास्त्र. जयपुररू रावत प्रकाशन, 2021
- 7 सिंह, वीरेन्द्र. डिजिटल लोकतंत्र की चुनौतियाँ. नई दिल्ली, ज्ञान पब्लिशिंग हाउस, 2022.
- 8 राय, शशिकांत. मीडिया, लोकतंत्र और समाज. वाराणसी, विश्वविद्यालय प्रकाशन, 2018.
- 9 कुमार, अशोक. सूचना क्रांति और राजनीति. पटना, पुस्तक भवन, 2019.
- 10 चौधरी, महेश. राजनीतिक संचार और जनमत. आगरा, साहित्य भवन, 2017.
- 11 McNair, Brian- An Introduction to Political Communication- London: Routledge, 2017- ISBN: 9781138658655
- 12 Castells, Manuel- Networks of Outrage and Hope- Cambridge: Polity Press, 2015- ISBN: 9780745695770
- 13 Chadwick, Andrew- The Hybrid Media System- Oxford: Oxford University Press, 2017- ISBN: 9780190696728
- 14 Shirky, Clay- Here Comes Everybody- New York: Penguin Books 2009
- 15 Bennett, W- Lance- The Logic of Connective Action- Cambridge: Cambridge University Press, 2013
- 16 Habermas, Jürgen- The Structural Transformation of the Public Sphere- Cambridge: MIT Press
- 17 Sunstein, Cass R- #Republic- Princeton: Princeton University Press, 2018
- 18 दैनिक जागरण 11 मार्च 2026
- 19 अमर उजाला 25 मार्च 2026
- 20 हिन्दुस्तान 30 मार्च 2026