

भारतीय राजनीतिक संवाद का डिजिटलीकरण सोशल मीडिया की बदलती भूमिका

कपिल पचौरी

शोधार्थी

डॉ. रवि रंजन

प्राध्यापक

जीवाजी विश्वविद्यालय, ग्वालियर (म.प्र.)

भूमिका

भारत, दुनिया का सबसे बड़ा लोकतंत्र, हमेशा से ही राजनीतिक संवाद और नागरिक सहभागिता का केंद्र रहा है। समय के साथ, संवाद के माध्यम और इसके स्वरूप में परिवर्तन हुआ है। पहले जहां राजनीतिक चर्चा और संवाद व्यक्तिगत बातचीत, सभाओं और पत्र-पत्रिकाओं तक सीमित थे, वहीं अब डिजिटलीकरण और सोशल मीडिया के प्रसार ने इसे व्यापक और तत्काल बना दिया है। डिजिटल युग में सोशल मीडिया जैसे प्लेटफॉर्म - फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्सएप, यूट्यूब और इंस्टाग्राम राजनीतिक संवाद के नए मंच बन गए हैं। इनप्लेट फॉर्मों ने न केवल जनता को अपनी राय व्यक्त करने का अवसर दिया है, बल्कि नेताओं और राजनीतिक दलों को अपने संदेशों को सीधे जनता तक पहुँचाने का साधन भी प्रदान किया है।¹ इस लेख में हम भारतीय राजनीतिक संवाद के डिजिटलीकरण और इसमें सोशल मीडिया की बदलती भूमिका का विश्लेषण करेंगे। साथ ही, इसके प्रभाव, चुनौतियों और भविष्य की संभावनाओं पर भी चर्चा करेंगे।

कुंजीशब्द

सोशल मीडिया, डिजिटलीकरण, इंटरनेट, डिजिटल, राजनैतिक, डेटा, भारतीय राजनीति।

राजनीतिक संवाद का डिजिटलीकरण पृष्ठभूमि

भारत में राजनीतिक संवाद का डिजिटलीकरण मुख्य रूप से 21वीं सदी की शुरुआत में हुआ, जब इंटरनेट और मोबाइल सेवाओं ने तेजी से विस्तार किया। भारत सरकार द्वारा "डिजिटल

इंडिया'' अभियान के अंतर्गत डिजिटल कनेक्टिविटी को बढ़ावा दिया गया, जिससे देश के दूरस्थ क्षेत्रों तक इंटरनेट की पहुंच संभव हो सकी। इसके साथ ही, सस्ते स्मार्ट फोन्स और डेटा प्लान्स ने जनता के लिए डिजिटल मंचों का उपयोग आसान बना दिया।² डिजिटलीकरण ने संवाद को अधिक पारदर्शी और समावेशी बनाया। पहले जहां नागरिकों की आवाजें अक्सर सीमित मंचों तक ही पहुँच पाती थीं, वहीं अब वे सोशल मीडिया के माध्यम से सीधे अपने नेताओं तक अपनी बात पहुँचा सकते हैं।

सोशल मीडिया राजनीतिक संवाद का नया मंच

सोशल मीडिया ने भारतीय राजनीति में एक क्रांतिकारी बदलाव लाया है। यह न केवल राजनीतिक अभियानों के लिए एक प्रभावी माध्यम बना है, बल्कि नागरिकों और नेताओं के बीच संवाद का पुल भी बना है।

1. **नेताओं और राजनीतिक दलों की रणनीतियाँ** - आज, लगभग सभी प्रमुख भारतीय राजनीतिक दल और नेता सोशल मीडिया पर सक्रिय हैं। वे फेसबुक, ट्विटर, और इंस्टाग्राम जैसे प्लेटफॉर्मों का उपयोग न केवल अपनी उपलब्धियों और विचारों को साझा करने के लिए करते हैं, बल्कि चुनाव अभियानों, रैलियों और घोषणाओं के लिए भी करते हैं। सोशल मीडिया पोस्ट और वीडियो के माध्यम से वे जनता के साथ सीधे संवाद स्थापित करते हैं। 2014 और 2019 के आम चुनावों में सोशल मीडिया की भूमिका ने यह साबित किया कि यह चुनावी अभियानों का एक अभिन्न हिस्सा बन चुका है। भारतीय जनता पार्टी (भाजपा) और प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी का डिजिटल प्लेटफॉर्म पर सक्रिय होना इस बदलाव का सबसे बड़ा उदाहरण है।

2. **जनता की भागीदारी** - सोशल मीडिया ने आम नागरिकों को एक मंच प्रदान किया है, जहां वे अपने विचार, सवाल और आलोचनाएँ व्यक्त कर सकते हैं। इससे लोकतांत्रिक प्रक्रिया अधिक भागीदारीपूर्ण और पारदर्शी हो गई है।

3. **फेकन्यूज और प्रचार** - सोशल मीडिया के सकारात्मक प्रभावों के साथ ही, इसका दुरुपयोग भी एक बड़ी चुनौती बन गया है। फेकन्यूज, प्रोपेगैंडा और गलत सूचना के माध्यम से लोगों को गुमराह किया जाता है। यह समस्या चुनावों के दौरान और भी गंभीर हो जाती है।³

सोशल मीडिया और राजनीतिक संवाद : प्रभाव और चुनौतियाँ प्रभाव

1. **तत्काल संवाद** - सोशल मीडिया ने संवाद को तुरंत और व्यापक बना दिया है। राजनीतिक दल और नेता अपने विचारों और घोषणाओं को सेकंडों में लाखों लोगों तक पहुँचा सकते हैं।
2. **जवाबदेही में वृद्धि** - जनता अब सोशल मीडिया पर अपने नेताओं से सीधे सवाल पूछ सकती है। इससे नेताओं की जवाबदेही बढ़ी है।
3. **युवावर्ग की भागीदारी** - भारत की युवा पीढ़ी सोशल मीडिया का सबसे बड़ा उपयोगकर्ता है। यह युवावर्ग अब राजनीतिक चर्चाओं और आंदोलनों में सक्रिय भाग ले रहा है।
4. **सोशल मूवमेंट्स और अभियान** - MeToo और CAAProtes जैसे आंदोलनों ने यह दिखाया कि सोशल मीडिया न केवल राजनीतिक मुद्दों पर चर्चा का माध्यम है, बल्कि बड़े पैमाने पर जनआंदोलनों को भी प्रेरित कर सकता है।

चुनौतियाँ

सोशल मीडिया पर गलत जानकारी का प्रसार एक बड़ी समस्या है। यह न केवल जनमत को प्रभावित करता है, बल्कि सांप्रदायिक तनाव और सामाजिक विभाजन को भी बढ़ावा देता है। सोशल मीडिया के कारण विचार धाराओं का ध्रुवीकरण बढ़ा है। राजनीतिक दल और नेता अपने समर्थकों को मजबूत करने के लिए भावनात्मक और विवादास्पद सामग्री का उपयोग करते हैं, जिससे समाज में विभाजन की स्थिति उत्पन्न होती है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म

पर उपयोग कर्ताओं की गोपनीयता और डेटा सुरक्षा एक गंभीर चिंता का विषय है। कई बार राजनीतिक दलों पर डेटा का दुरुपयोग करने के आरोप लगे हैं।

चुनावी अभियानों में सोशल मीडिया का उपयोग

भारतीय चुनाव अब डिजिटल अभियानों के बिना अधूरे माने जाते हैं। 2014 और 2019 के आम चुनावों में भाजपा ने सोशल मीडिया का व्यापक उपयोग किया। कांग्रेस, आम आदमी पार्टी, और क्षेत्रीय दलों ने भी डिजिटल माध्यमों को अपनाया।⁴ सोशल मीडिया अब सार्वजनिक राय को प्रभावित करने का एक प्रमुख साधन बन गया है। राजनीतिक मुद्दों, नीतियों, और व्यक्तियों पर चर्चाएँ और बहसें इन मंचों पर आम हैं। डिजिटल युग में नागरिक सक्रियता के नए रूप देखने को मिले हैं। लोग हैश टैग अभियानों, आनलाइन याचिकाओं और लाइव प्रोटेस्ट्स के माध्यम से अपनी आवाज़ उठाते हैं।⁵

भविष्य की संभावनाएँ

डिजिटलीकरण और सोशल मीडिया के बढ़ते उपयोग के साथ, भारतीय राजनीतिक संवाद में और भी बदलाव देखने को मिल सकते हैं। कुछ संभावित दिशाएँ हैं -

राजनीतिक दल और डेटा एनालिटिक्स का उपयोग करके अपनी रणनीतियों को और प्रभावी बना सकते हैं। मतदाताओं की पसंद और प्रवृत्तियों का विश्लेषण करना अब आसान हो गया है। सोशल मीडिया के दुरुपयोग को रोकने के लिए सरकारें और प्लेटफॉर्म नए नियम और नीतियाँ बना सकते हैं।⁶ भारत के ग्रामीण क्षेत्रों में इंटरनेट के विस्तार से राजनीतिक संवाद और भी समावेशी बन सकता है।⁷

निष्कर्ष

भारतीय राजनीतिक संवाद का डिजिटलीकरण और सोशल मीडिया का उपयोग भारतीय लोकतंत्र के लिए एक नया युग लेकर आया है। इसने न केवल नेताओं और जनता के बीच संवाद को आसान बनाया है, बल्कि लोकतांत्रिक प्रक्रिया को और भी मजबूत किया है। हालांकि, गलत सूचना, धुवीकरण और डेटा गोपनीयता जैसे मुद्दों का समाधान करना आवश्यक

है।⁸ यदि इन चुनौतियों को सही तरीके से संभाला जाए, तो सोशल मीडिया भारतीय राजनीति को अधिक पारदर्शी, समावेशी और उत्तरदायी बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है। इस प्रकार, सोशल मीडिया न केवल भारतीय राजनीति का एक उपकरण बन चुका है,⁹ बल्कि लोकतांत्रिक संवाद का एक शक्तिशाली माध्यम भी है।

संदर्भ सूची

1. भारतीय राजनीति में सोशल मीडिया की ताकत एवं इकोनॉमिक एंड पॉलिटिकल वीकली
2. सोशल मीडिया और भारतीय लोकतंत्र और ओआरएफ ऑब्जर्वर रिसर्च फाउंडेशन
3. भारत निर्वाचन आयोग की रिपोर्ट
4. “डिजिटल इंडिया अभियान” एवं भारत सरकार की आधिकारिक वेबसाइट
5. “नरेंद्रमोदी: एक डिजिटल प्रधानमंत्री” और इंडिया टुडे
6. “राजनीतिक अभियान और सोशल मीडिया” और विकासशील समाजों के अध्ययन के लिए लोकनीति और सीएसडीएस केंद्र
7. “भारत में फेक न्यूज चैलेंज” और स्कॉल-इन
8. “यूथ एंड सोशल मीडिया इन इंडियन पॉलिटिक्स” एवं इंडियन जर्नल ऑफ पब्लिक एडमिनिस्ट्रेशन
9. “भारत में राजनीतिक ध्रुवीकरण पर सोशल मीडिया का प्रभाव” और ईपीडब्ल्यू एंगेज