

## आधुनिक राजनीति में सामाजिक मीडिया का निर्माण

राजेश कुमार मीना

सहायक आचार्य राजनीति विज्ञान

राजकीय कन्या महाविद्यालय सवाई माधोपुर

सार

कहा जाता है कि हाल के वर्षों में, सोशल मीडिया का समाज में सार्वजनिक संवाद और संचार पर प्रभाव पड़ा है। इंटरनेट नागरिकों के लिए न केवल राजनीतिक ज्ञान प्राप्त करने के लिए बल्कि स्वयं राजनीतिक प्रक्रिया में संलग्न होने के लिए एक महत्वपूर्ण साधन बन गया है। खासकर राजनीतिक संदर्भ में सोशल मीडिया का तेजी से इस्तेमाल हो रहा है। हाल ही में, माइक्रो-ब्लॉगिंग सेवाओं (जैसे, ट्विटर) और सोशल नेटवर्क साइट्स (जैसे, फेसबुक) को राजनीतिक भागीदारी बढ़ाने की क्षमता माना जाता है। जबकि ट्विटर उपयोगकर्ताओं के लिए अपने नेटवर्क के माध्यम से न केवल सामान्य रूप से बल्कि राजनीतिक विचारों को सार्वजनिक रूप से फैलाने के लिए एक आदर्श मंच है, राजनीतिक संस्थानों ने भी नागरिकों के साथ सीधे संवाद करने और अधिक राजनीतिक चर्चाओं को प्रोत्साहित करने के उद्देश्य से फेसबुक पेजों या समूहों का उपयोग करना शुरू कर दिया है। इस पेपर में हमारा मुख्य फोकस राजनीति पर सोशल मीडिया के प्रभाव पर चर्चा करना है। हमने मतदाताओं और राजनेताओं के नजरिए से सोशल मीडिया के महत्व को समझाया। हमने राजनीति पर सोशल मीडिया के सकारात्मक और नकारात्मक प्रभावों पर भी ध्यान केंद्रित किया। अंत में, हमने राजनीति पर सोशल मीडिया के प्रभाव को जानने के लिए प्रश्नावली के माध्यम से एक ऑनलाइन सर्वेक्षण किया।

**मुख्य शब्द:** राजनीति, मीडिया

परिचय

इंटरनेट के आगमन ने इस बारे में बहुत रुचि पैदा की है कि सोशल मीडिया सहित डिजिटल प्लेटफॉर्म का राजनीतिक क्षेत्र पर कोई प्रभाव पड़ता है या नहीं। नतीजतन, आज हम विभिन्न दृष्टिकोणों से सोशल मीडिया और राजनीति के बीच कई संबंधों को संबोधित करने वाले शोध के बढ़ते निकाय पर भरोसा कर सकते हैं। विषय का पता लगाने के लिए प्रस्तावित दृष्टिकोण अक्सर भिन्न होते हैं और वे हमेशा एक-दूसरे के साथ बातचीत नहीं करते हैं, और इसके कारणों और प्रभावों के विश्लेषण को कभी-कभी अलग-अलग निष्कर्षों पर पहुंचने वाले अलग-अलग रास्तों पर ले जाते हैं। हालांकि, इस तथ्य पर एक सहमति है कि इंटरनेट ने संचार के नए चैनल बनाए हैं जिन्होंने ज्ञात पारंपरिक मीडिया की तुलना में नाटकीय रूप से सूचना के प्रवाह को बदल दिया है। सोशल मीडिया, राष्ट्रीय सीमाओं से परे, सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक क्षेत्रों में, मल्टीमीडिया प्लेटफॉर्मों के माध्यम से समाचार प्रसारित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यह अध्याय इस बात की पड़ताल करता है कि यह स्थिति राजनीतिक ज्ञान को कैसे बढ़ाती है। इस संदर्भ में, यह अध्याय बताता है कि क्या और कैसे सोशल मीडिया राजनीति को प्रभावित करता है। विशेष रूप से, हम पहले संबोधित करते हैं, कि कैसे इंटरनेट की नेटवर्क प्रकृति राजनीतिक जुड़ाव के रूपों की सुविधा देती है, और यह स्थिति सोशल मीडिया के आगमन के साथ कैसे विकसित हुई है। राजनीतिक ज्ञान बढ़ाने और इसलिए राजनीतिक भागीदारी बढ़ाने में सूचनाओं के प्रसार की भूमिका पर ध्यान केंद्रित करके, हम फिर यह पता लगाते हैं कि कैसे सोशल मीडिया राजनीतिक क्षेत्र पर डिजिटल प्लेटफॉर्म के प्रभाव को बढ़ाते हुए इस प्रक्रिया को आगे बढ़ाता है। अंत में, हम राजनीति पर सोशल मीडिया के प्रभाव के लिए साक्ष्य प्रदान करते हैं, यह देखते हुए कि राजनीतिक परिदृश्य, अभिनेताओं और राजनीतिक प्रथाओं में राजनीतिक क्षेत्र में सूचना का प्रसार कैसे महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, इस बात पर विशेष ध्यान देकर कि चुनाव प्रचार के लिए सोशल मीडिया का उपयोग कैसे किया जाता है। और सामाजिक आंदोलनों को लामबंद करने के लिए।

## इंटरनेट और राजनीति

राजनीतिक क्षेत्र में इंटरनेट का प्रभाव कैसे पड़ता है, इस पर बहस अपने आगमन के बाद से योगदान से समृद्ध रही है। 1990के दशक में, विद्वानों ने इंटरनेट की संवादात्मक क्षमता में रुचि रखने वाले इस क्षेत्र में अनुसंधान के लिए संपर्क किया। प्रत्यक्ष लोकतंत्र के आदर्श की प्राप्ति के अवसर के रूप में इंटरनेट की सराहना की गई। यह भी तर्क दिया गया कि अगर इंटरनेट इस लक्ष्य तक पहुंचने में विफल रहा, तो राजनीति पर इसका प्रभाव न्यूनतम होगा। कोलमैन (2005) ने बताया कि इस परिदृश्य ने प्रतिनिधि लोकतंत्र की स्थापित संस्थागत प्रक्रियाओं पर ध्यान नहीं दिया, जिन्हें गलती से अप्रचलित माना गया है। हालाँकि, राजनीतिक संस्थानों, सरकारी प्रक्रियाओं में डिजिटल तकनीकों की प्रारंभिक सीमित पैठ, और भौगोलिक और सामाजिक और सांस्कृतिक पृष्ठभूमि में इंटरनेट तक कम पहुंच को देखते हुए, राजनीति पर इंटरनेट के प्रभाव को संबोधित करने वाली प्रारंभिक बहस अनुभवजन्य आधार से अधिक सैद्धांतिक रूप से संचालित थी। इंटरनेट के सार्वजनिक उपयोग के आगमन के बाद से, इस क्षेत्र में अनुसंधान की रूपरेखा और विकसित हुई है। राजनीति पर इंटरनेट का प्रभाव कैसे पड़ता है, इस पर बहस नाटकीय रूप से बढ़ी है (चाडविक और हॉवर्ड, 2009), और, जैसा कि कास्टेल्स और से (2004) ने देखा, इसका प्रभाव अब भाग्य के रूप में घोषित नहीं किया गया है, बल्कि अब अवलोकन द्वारा स्थापित किया गया है। आज हम राजनीति में इंटरनेट के उपयोग के प्रभाव पर अधिक अनुभवजन्य साक्ष्य पर भरोसा कर सकते हैं जिससे बहस को और अधिक पदार्थ मिल सके। अध्ययनों ने विश्लेषणात्मक दृष्टिकोणों की एक विस्तृत श्रृंखला से इंटरनेट और राजनीति के बीच संबंधों का पता लगाया। विद्वानों ने जोर देकर कहा कि इंटरनेट आत्मीयता समूहों के बीच संबंध बनाकर नागरिक जुड़ाव विकसित कर सकता है, जिससे उन्हें नागरिकों के लिए विशिष्ट राजनीतिक मुद्दों पर ज्ञान विकसित करने में सक्षम बनाया जा सके और क्षमता बढ़ाने के लिए कई दृष्टिकोणों की तुलना करें। दूसरों की आत्म-अभिव्यक्ति को सक्षम करने और व्यक्तिगत और स्थानीय दावों (डेला पोर्टा और मोस्का, 2005) के प्रसार को सुविधाजनक बनाने में इंटरनेट की क्षमता में रुचि रही है। इंटरनेट को राजनीतिक भागीदारी के नए रूपों को बनाने के एक अवसर के रूप में, नागरिकों और राजनीतिक संस्थानों को बेहतर लिंक करने के एक साधन के रूप में, और अंत में, राजनीति पर चर्चा करने के लिए एक नई जगह के रूप में प्रतिष्ठित किया गया है (फियरॉन, 1998 मूल्य और कैपेला, 2002)। इन सभी नई स्थितियों को राजनीतिक भागीदारी बढ़ाकर लोकतंत्र को मजबूत करने के लिए उपयोगी माना गया है। संक्षेप में, बहस को तर्क की दो विपरीत पंक्तियों के साथ सारांशित किया जा सकता है: कुछ विद्वानों का तर्क है कि इंटरनेट राजनीति का एक नया स्थान बना रहा है जो लोकतंत्र को मजबूत करने के लिए निर्धारक है, जबकि अन्य विद्वानों का कहना है कि इंटरनेट राजनीति का अभ्यास करने का एक स्थान है। हमेशा की तरह (मार्गोलिस एंड रेसनिक, 2000)। दोनों विपरीत तर्कों के बीच कई मध्य-मार्ग निष्कर्ष प्रदान किए गए हैं। श्साइबर-आशावादी और श्साइबर-निराशावादी के बीच प्रसिद्ध संघर्ष एक अधिक संतुलित आशावाद की ओर बढ़ गया है। पूर्व ने पता लगाया है कि सूचना और संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) एक लोकतांत्रिक रामबाण नहीं हैं, जबकि बाद वाली राजनीतिक प्रथाओं को सुविधाजनक बनाने के लिए डिजिटल प्रौद्योगिकियों की उपयोगिता को इतनी आसानी से नकार नहीं सकती हैं। आज हम यह निष्कर्ष निकाल सकते हैं कि राजनीति का अभ्यास करने के लिए डिजिटल कनेक्टिविटी के उपयोग ने लोकतंत्र में क्रांतिकारी बदलाव नहीं किया है जैसा कि साइबर-आशावादियों ने भविष्यवाणी की थी, न ही इंटरनेट के कारण राजनीतिक संस्थानों का कोई कट्टरपंथी पुनर्गठन या नागरिकों का बड़े पैमाने पर राजनीतिक समावेशन हुआ है।

## इंटरनेट से लेकर सोशल मीडिया तक

इंटरनेट अपनी शुरुआत से ही विकसित हुआ है और कई नए डिजिटल प्लेटफॉर्म के उदय के कारण राजनीति पर इसका प्रभाव बदल गया है। पहले बुलेटिन बोर्ड सिस्टम (बीबीएस) से लेकर मोबाइल फोन के माध्यम से सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के माध्यम से जुड़े रहने की हमारी निरंतर क्षमता तक, आज इंटरनेट राजनीति को प्रभावित करने वाले विभिन्न प्रकार के उपकरण प्रदान करता है। यह विकास तब अलग-अलग प्रभाव पैदा करता है, जिसके लिए शोधकर्ता जल्दी से नए

विश्लेषण प्रदान करते हैं। सोशल मीडिया के आगमन ने लोगों को जोड़ने के लिए डिजिटल प्लेटफॉर्म की क्षमता में और क्रांति ला दी है, जिससे उनकी निरंतर बातचीत और सहयोग की अनुमति मिलती है, जिससे उनकी आवाज व्यापक जनता तक पहुंचती है। आमतौर पर यह माना जाता है कि सोशल मीडिया सूचना और राजनीतिक समूहों के दावों को फैलाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यह संचार का एक महत्वपूर्ण चैनल है जिसके माध्यम से राजनीतिक समुदाय या व्यक्तिगत नागरिक जनता के सामान्य सदस्य के रूप में अपनी गतिविधियों के बारे में जानकारी प्रदान कर सकते हैं, विशिष्ट विषयों पर अपनी स्थिति का प्रचार कर सकते हैं, कई स्रोतों से आने वाली जानकारी साझा कर सकते हैं, साथ ही साथ अपने आसपास के मुद्दों के बारे में रिपोर्ट कर सकते हैं। एक विशिष्ट समय। इसलिए सोशल मीडिया को संबोधित करना यह समझने के लिए उपयोगी है कि कैसे राजनीतिक समुदाय संचार के अपने स्वयं के चैनल बनाने के लिए इंटरनेट का उपयोग करते हैं और राजनीतिक ज्ञान के विकास में योगदान करते हैं। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के प्रसार के माध्यम से शुरू की गई इंटरनेट की नई अन्तर्क्रियाशीलता क्षमता वेब 2.0 की वृत्तपससल (2005) परिभाषा में वर्णित है। यह वेब की सात मुख्य विशेषताओं के इर्द-गिर्द संकुलित है: श्लेटफॉर्म के रूप में वेब, श्सांमूहिक बुद्धिमत्ता का उपयोग, श्लेटा फ्लैट इन्साइड है, श्सांफ्टवेयर रिलीज चक्र का अंत, श्लाइवेट प्रोग्रामिंग मॉडल, श्लकल डिवाइस के स्तर से ऊपर का सॉफ्टवेयर, और श्लरिच यूजर एक्सपीरियंस। इन सिद्धांतों को राजनीति विज्ञान के लेंस से देखते हुए, चाडविक और हावर्ड (2009) ने इनकी पहचान इस प्रकार की है:

राजनीतिक विमर्श के मंच के रूप में इंटरनेट में वेब की बढ़ती संवादात्मक प्रकृति शामिल है। लोग इससे जानकारी प्राप्त कर सकते हैं, लेकिन वे इसमें जानकारी का योगदान भी कर सकते हैं। वेब स्केलेबल हो गया है कि लोग उस प्रकार की जानकारी को वैयक्तिकृत कर सकते हैं जिसे वे प्राप्त करना चाहते हैं और वे अपनी स्वयं की जानकारी को अपने सामाजिक नेटवर्क में शामिल लोगों के बीच फैला सकते हैं। इंटरनेट के इस उपयोग का परिणाम राजनीतिक दावों और बहस को साझा करना और इस तरह लोगों का समन्वय है। जैसा कि नीचे दिए गए विवरण में बताया गया है, अमेरिकी राष्ट्रपति के प्राथमिक और चुनावी अभियानों के दौरान, वेबसाइट मीटअप के व्यापक उपयोग के साथ इस संबंध में उदाहरण सामने आए। जनवरी 2007 में, जॉन एडवर्ड्स त्वनज्जम पर प्रसारित वीडियो के माध्यम से अपनी उम्मीदवारी की घोषणा करने वाले पहले राष्ट्रपति पद के उम्मीदवार थे। 2008 में अमेरिकी राष्ट्रपति अभियान पहले अभियान थे जहां राष्ट्रपति पद के उम्मीदवार ओबामा और मैक्केन ने सोशल मीडिया का इस्तेमाल किया। हाल के अमेरिकी राष्ट्रपति अभियानों के दौरान सोशल मीडिया के उपयोग ने सबसे स्पष्ट रूप से अपनी छाप छोड़ी है। वेब 2.0 डिजिटल प्लेटफॉर्म को स्थान प्रदान करता है जो लेवी (1997) द्वारा प्रस्तावित (2) सामूहिक बुद्धिमत्ता की अवधारणा को सर्वोत्तम रूप से साकार करता है। सोशल मीडिया की संरचना के लिए धन्यवाद, लोग आसानी से स्व-निर्मित सामग्री का उत्पादन कर सकते हैं और इसे दूसरों के साथ साझा कर सकते हैं। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म सामूहिक वस्तुओं का उत्पादन करने के लिए विभिन्न समुदायों के समन्वय को सक्षम बनाता है। उदाहरण के लिए, विकी का उपयोग स्व-निर्मित सामग्री वेबसाइटों को बनाने के लिए किया जा सकता है, जिससे लोगों को श्वेब सामग्री उत्पन्न करने में सहयोग मिल सके। इस संबंध में प्रमुख उदाहरण विकी तकनीक पर आधारित ऑनलाइन विश्वकोश विकिपीडिया है। इंटरनेट पर जानकारी प्रकाशित करने में आसानी हमें वृत्तपससल (2005) द्वारा जोर दिए गए तीसरे विषय पर लाती है: डेटा का महत्व। इंटरनेट के आगमन के बाद से राजनीति और राजनेताओं के बारे में जानकारी फैलाना संभव हो गया है। हालाँकि, सोशल मीडिया के माध्यम से सूचनाओं का प्रसार इस प्रक्रिया पर नियंत्रण को पारंपरिक मीडिया की तुलना में और भी कठिन बना देता है। इसके अलावा, आज सोशल मीडिया द्वारा प्रसारित सूचना मल्टीमीडिया सामग्री प्रदान करते हुए पहले से कहीं अधिक दृश्य है। लोगों पर इसका प्रभाव अधिक प्रभावी होता है। सोशल मीडिया वेब पर सार्वजनिक सतत प्रयोगवाद और राजनीति का अभ्यास करने की सुविधा प्रदान करता है। पहले ओबामा अभियान ने इस बिंदु की पुष्टि की, जहां धन उगाहने के कई रूपों ने आकार लिया, सामुदायिक समूह बनाए गए, और राजनेताओं द्वारा वीडियो-भाषणों को सोशल मीडिया (चाडविक एंड हावर्ड, 2009) पर रखा गया। वृत्तपससल पांचवीं और छठी थीम को सोशल मीडिया की शक्ति बनाने और स्व-निर्मित सामग्री तक पहुंचने के रूप में सारांशित करता है जो लोगों को सूचना का स्रोत बनने के लिए सशक्त बनाता है। साथ ही, सोशल मीडिया विभिन्न प्रकार के ऑनलाइन स्रोतों के लिए प्रवाह को आसान और अधिक

सुलभ बनाने के माध्यम से सूचना के प्रसार की सुविधा प्रदान करता है। यह O'Reilly (2005) द्वारा बताई गई अंतिम विशेषता का भी परिणाम है जब वह वेब 2.0 का संदर्भ देता है: राजनीतिक वेबसाइटों पर समृद्ध उपयोगकर्ता अनुभव। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म सॉफ्टवेयर एप्लिकेशन पर आधारित हैं जो वेबपृष्ठों पर प्रकाशित सामग्री के साथ सहभागिता को सक्षम करते हैं। लोग दूसरों द्वारा प्रकाशित सामग्री को संशोधित करके भी योगदान दे सकते हैं। परिणाम अन्य लोगों के सहयोग से सूचना में सुधार की एक सतत प्रक्रिया है। जैसा कि पहले ही ऊपर जोर दिया गया है, वेब 2.0 लेबल के साथ वर्णित बड़ी हुई अन्तरक्रियाशीलता क्षमता सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के बारे में उपन्यास है। इस तथ्य पर एक सहमति है कि सोशल मीडिया अपनी नेटवर्किंग विशेषताओं को सशक्त बनाकर, बड़े राजनीतिक डिजिटल समुदायों के निर्माण को सक्षम करके, और आगे की राजनीतिक बहस और राजनीतिक सामग्री पैदा करके राजनीति पर इंटरनेट के प्रभाव को बढ़ाता है। हालाँकि, सोशल मीडिया की नेटवर्किंग क्षमता राजनीतिक क्षेत्र में उनकी भूमिका की व्याख्या करने के लिए पर्याप्त नहीं है। हमें यह पता लगाने की जरूरत है कि लगातार जुड़े रहने का अतिरिक्त मूल्य क्या है, इस सवाल का जवाब दें कि इस नई सामाजिक स्थिति का परिणाम क्या है और यह स्थिति राजनीति के कई आयामों को कैसे प्रभावित करती है। हम इस बात से इनकार नहीं कर सकते कि इंटरनेट और सोशल नेटवर्क टूल और मल्टीमीडिया स्व-निर्मित सामग्री, दूसरे शब्दों में सोशल मीडिया, सूचना का प्रमुख स्रोत बन रहे हैं। परिणामस्वरूप, यह समझने के लिए कि क्या और कैसे सोशल मीडिया राजनीति को प्रभावित करता है, हमें यह पता करने की आवश्यकता है कि कैसे सोशल मीडिया द्वारा प्रदान की जाने वाली नेटवर्किंग सुविधाएं सूचना तक पहुंचने के नए अवसर पैदा करती हैं, राजनीतिक ज्ञान को बढ़ाती हैं और क्या और कैसे यह राजनीतिक भागीदारी के रूपों को प्रभावित करती हैं।

### सूचना, राजनीतिक ज्ञान और राजनीतिक जुड़ाव

सोशल मीडिया के आगमन से पहले सूचना, राजनीतिक ज्ञान और नागरिक जुड़ाव के बीच संबंध पर शोध मौजूद था। चूंकि 1940 के दशक में लेजरफेल्ड और मर्टन (1948) द्वारा पहला शोध किया गया था, इसलिए समाजशास्त्रियों की टेलीविजन सामग्री, मीडिया प्रदर्शन और लोकप्रिय संस्कृति के बीच संबंधों में रुचि रही है। अनुभवजन्य निष्कर्षों ने इस विचार का समर्थन किया कि मीडिया के संपर्क में आने से लोकप्रिय संस्कृति पर प्रभाव पड़ता है। राजनीति विज्ञान के ढांचे के भीतर, लिपमैन (1947) और डेवी (1954) इस बात की खोज में रुचि रखते थे कि कैसे नए संचार माध्यमों के आगमन से राजनीतिक जुड़ाव के नए रूप सामने आए (हावर्ड, 2006)। आज, अनुसंधान के इस क्षेत्र में अनुभवजन्य निष्कर्षों की बढ़ती संख्या इस विचार का समर्थन करती है कि टेलीविजन राजनीति के बारे में ज्ञान का एक महत्वपूर्ण स्रोत है (ब्रायन्स एंड वाटेनबर्ग, 1996), और यह विशेष रूप से निम्न स्तर की जानकारी वाले लोगों को प्रभावित करता है (फ्रीडमैन, फ्रांज, और गोल्डस्टीन, 2004)। लोग मुख्य रूप से टेलीविजन समाचार से उम्मीदवारों (वीवर, 1996) और विशिष्ट मुद्दों पर उनकी स्थिति के बारे में जानकारी प्राप्त करते हैं। राजनीतिक मुद्दों के बारे में नागरिकों के ज्ञान को बढ़ाकर राजनीतिक जानकारी के संपर्क में आने से नागरिक जुड़ाव बढ़ने की संभावना है। लेकिन, इंटरनेट इसमें कैसे फिट होता है? ऑनलाइन जानकारी का एक्सपोजर राजनीति को कैसे प्रभावित करता है? और सोशल मीडिया की विशिष्ट भूमिका क्या है? यदि यह आमतौर पर समझा जाता है कि सूचना के प्रसार से राजनीतिक ज्ञान बढ़ता है और इस प्रकार राजनीतिक जुड़ाव को सक्रिय कर सकता है, तो इंटरनेट के माध्यम से यह कैसे होता है, इस पर बहस अभी भी विपरीत तर्कों के इर्द-गिर्द बिखरी हुई है। अपेक्षा के विपरीत, प्रारंभिक शोध ने तर्क दिया कि राजनीतिक संचार फैलाने के लिए इंटरनेट का उपयोग राजनीतिक जुड़ाव में गिरावट की प्रवृत्ति को नहीं रोक पाएगा।

यह दावा किया गया था कि ऑनलाइन राजनीतिक भागीदारी में असमानता ऑफ-लाइन नागरिक जुड़ाव की समान असमानता का प्रक्षेपण थी। अधिक निराशावादी तर्क बताते हैं कि इंटरनेट वास्तव में सामाजिक संबंधों को कम कर सकता है। तर्क दिया कि जो लोग मुख्य रूप से सूचना के स्रोत के रूप में इंटरनेट का उपयोग करते हैं, उनके अन्य लोगों के साथ समय बिताने और समूह कार्रवाई के लिए स्वयंसेवा करने की संभावना कम होती है। इस प्रकार वह यह नहीं मानते थे कि इंटरनेट के उपयोग से राजनीतिक जुड़ाव बढ़ता है। उत्तर अमेरिकी समाज के व्यापक सर्वेक्षण पर आधारित अनुसंधान के साथ अपने तर्क का समर्थन किया। कुछ विद्वान समझते हैं कि इंटरनेट के माध्यम से राजनीतिक जुड़ाव

की कमी इस तथ्य के कारण होती है कि कंप्यूटर की मध्यस्थता से संचार सामाजिक संकेतों को कमजोर करता है, जैसे कि शरीर की भाषा और शारीरिक संपर्क, जिससे लोगों के बीच बातचीत का अवैयक्तिकीकरण होता है। कहते हैं कि कंप्यूटर-मध्यस्थ संचार में सामाजिक संकेतों की अनुपस्थिति लोगों के बीच विश्वास को कमजोर करती है। दूसरी ओर, इंटरनेट के नेटवर्क के बुनियादी ढांचे का विद्वानों द्वारा माध्यम के रूप में स्वागत किया गया है, जो लोगों को सक्रिय वक्ता बनने और नए बहु-दिशात्मक सूचना प्रवाह को आकार देने के लिए संचार के पारंपरिक मॉडल को बदलने का अवसर प्रदान करता है।

राजनीति के ढाँचे में, लोग सूचनाओं के प्रसारक और राजनीतिक सामग्री के निर्माता बन जाते हैं जो पहले की तुलना में बहुत आसान है।

सहभागी मीडिया का प्रसार पारंपरिक शहब-एंड-स्पोक आर्किटेक्चर ऑफ मास मीडिया के विपरीत सार्वजनिक संचार का एक स्व-संगठित जाल बनाता है। दूसरे शब्दों में, संचार प्रौद्योगिकियों के हालिया विकास ने सार्वजनिक संचार का एक अधिक लोकतांत्रिक मॉडल तैयार किया है और यह सोशल मीडिया के आगमन के साथ और भी अधिक स्पष्ट है। वे पारंपरिक मास कम्युनिकेशन मीडिया के आसपास पुराने मॉडलों की तुलना में अधिक समावेशी और संवादात्मक हैं। पारंपरिक मीडिया के पदानुक्रमित संगठन और कुलीन वर्ग इसे पूंजी या सरकारी संगठनों द्वारा अधिक आसानी से नियंत्रित करते हैं। सत्तावादी शासन वाले देशों में यह जोखिम और भी अधिक है, जहां यह अधिकार इंटरनेट प्रौद्योगिकियों द्वारा अस्थिर है। यहां तक कि उन मामलों के अनुसार जहां शासन इंटरनेट की सामग्री को फ़िल्टर करने वाली सेंसरशिप नीतियों को चलाता है, इंटरनेट अभी भी नियंत्रण को कमजोर करने का अवसर प्रदान करता है। इस वजह से, इस बात से इंकार करना मुश्किल है कि डिजिटल प्लेटफॉर्म सूचना और गवाही की अनुमति देता है कि जमीन पर क्या होता है, यहां तक कि दूरदराज के इलाकों में भी, सार्वजनिक हो जाता है। हालाँकि, आज, सोशल मीडिया के माध्यम से अक्सर फैलने वाली डिजिटल समाचारों की व्यापकता की आशावाद के साथ सर्वसम्मति से प्रशंसा नहीं की जाती है। अब तक प्रस्तावित आशावादी तर्कों के विपरीत, यह इंगित करता है कि आलोचकों ने सकारात्मक दावों के रूप में अब तक उन्हीं कारणों से उठाए गए कारणों का स्वागत किया है। कुछ लोगों का तर्क है कि डिजिटल समाचार उत्पादन बहुत अधिक लोकतांत्रिक है। यही कारण है कि यह अयोग्य आवाजों को स्थान देता है, पेशेवर पत्रकारों द्वारा शसुनिश्चित की गई सटीकता और निष्पक्षता की जगह, पत्रकारिता के क्षेत्र में सूचना के संभावित गलत स्रोतों के साथ, आमतौर पर समाचार बनाने की गति और समाचार की गुणवत्ता के बीच एक स्पष्ट विपरीत बनाया जाता है। जानकारी। यह देखते हुए कि इंटरनेट ने सूचना के प्रसार को तेज कर दिया है, कुछ विद्वानों का तर्क है कि इस नई स्थिति से समाचार की गुणवत्ता को खतरा है। इंटरनेट भारी मात्रा में जानकारी का उत्पादन करता है, और सोशल मीडिया सूचना को तेजी से प्रसारित करने और कोलाहल में बदलने में मदद करता है। पेशेवर पत्रकारों को उसी गति से जानकारी एकत्र करके इस परिदृश्य के अनुकूल होने के लिए मजबूर किया जाता है। इंटरनेट यहाँ सूचना का मुख्य स्रोत बन गया है।

हालांकि, डिजिटल सूचना के कोलाहल में, नकली सूचना प्राप्त करने का जोखिम अधिक होता है जिसे सत्यापित करना कठिन हो सकता है। इसके अलावा, सूचना वर्णन में किसी भी गलती को इंटरनेट की परस्पर संरचना द्वारा शीघ्रता से बढ़ाया जाता है। इस त्वरित प्रक्रिया में पेशेवर पत्रकार सूचना को सटीक बनाने के लिए पर्याप्त समय नहीं दे सकते। इस कारण से, इंटरनेट से आने वाली जानकारी को आमतौर पर व्यंजनापूर्ण शब्दों के साथ उद्धृत किया जाता है, जैसे, उदाहरण के लिए, 'इंटरनेट की अफवाहें' या 'इंटरनेट चर्चा'। एक उदाहरण के रूप में एक घटना देता है जो 2008 के अमेरिकी राष्ट्रपति अभियान के दौरान हुई थी। राष्ट्रपति पद के उम्मीदवार बराक ओबामा को पारंपरिक केन्याई पोशाक पहने एक तस्वीर इंटरनेट पर प्रसारित की गई। कुछ लोगों ने फोटो को ओबामा के मुस्लिम होने का सबूत माना। समाचार रिपोर्ट करने वाले पत्रकारों ने उस ब्लॉग का उल्लेख नहीं किया जिसने सबसे पहले तस्वीर प्रकाशित की थी। पत्रकार आमतौर पर ब्लॉगर्स को उद्धृत नहीं करते हैं क्योंकि वे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म से आने वाली सूचनाओं को संदेह की दृष्टि से देखते हैं। इसका इस तथ्य से बहुत कुछ लेना-देना है कि समाचार बनाने की प्रक्रिया में ऑनलाइन स्रोत एक प्रकार के प्रतियोगी बन गए हैं, लेकिन आधारहीन समाचार के स्रोत भी हैं।

बहरहाल, समाचार सामग्री के लिए पत्रकार तेजी से इंटरनेट पर निर्भर हैं। सूचना के मुख्य स्रोत के रूप में सोशल मीडिया का उपयोग करने से पत्रकारों का प्रोफाइल भी बदल गया है। सोशल मीडिया के बिना, सूचना एकत्र करने के लिए पत्रकारों को घटना के करीब शारीरिक रूप से स्थित होना पड़ता था। पत्रकारों को यात्रा करके और लोगों से मिलकर सूचना के स्रोत तक व्यक्तिगत रूप से पहुंचने की आवश्यकता थी। पत्रकारों की नौकरी में क्षेत्र में वास्तविक जांच शामिल थी। आज, पत्रकार अपने कथा के उद्देश्य से दूर रहते हुए, अपने कार्यालय डेस्क पर कई उपलब्ध सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म से जानकारी एकत्र कर सकते हैं। कुछ विद्वानों का तर्क है कि समाचार निर्माण में इन चरणों को छोड़ देने से पत्रकार अपने समाचार की गुणवत्ता को कम कर देते हैं। साइबर-निराशावादी लाइन के बाद, सनस्टीन (2001) का तर्क है कि इंटरनेट खंडित जानकारी का एक परिदृश्य प्रदान करता है। यह लोगों को उस जानकारी के स्रोत तक सीधे पहुंचने की अनुमति देता है जिसमें वे रुचि रखते हैं। हालांकि यह लोगों को जानकारी के अन्य स्रोतों को बायपास करने या अन्य दृष्टिकोणों से विषयों तक पहुंचने की अनुमति देता है जो विषय पर उनके ज्ञान और राय को समृद्ध कर सकता है। सनस्टीन (2001) इसे सूचना के शसाइबरबाल्कनाइजेशन के रूप में वर्णित करता है। इसके विपरीत, चूंकि मुख्यधारा के पारंपरिक मीडिया का उद्देश्य जितना संभव हो सके जनता की जरूरतों को पूरा करना है, वे सुलभ सूचनाओं की एक विस्तृत श्रृंखला का प्रसार करते हैं। ऑफ-लाइन पारंपरिक मीडिया का उपयोग करके, लोगों को इनपुट प्राप्त करने के लिए मजबूर किया जाता है, भले ही वे उनकी तलाश न कर रहे हों। 'साइबरबाल्कनाइजेशन' की अवधारणा के साथ सनस्टीन का तर्क है कि इंटरनेट वास्तव में सूचना की संभावनाओं को कम करता है। यह तर्क बता सकता है कि ब्लॉग पाठक टेलीविजन उपभोक्ताओं की तुलना में अधिक ध्रुवीकृत क्यों हैं, जैसा कि लॉरेंस, साइड्स और फ़ैरेल द्वारा अनुभवजन्य रूप से दिखाया गया है। हालांकि, संचार अनुसंधान के क्षेत्र में सनस्टीन का तर्क नया नहीं है।

पारंपरिक मीडिया का जिक्र करते हुए अतीत में भी इसी तरह की चेतावनी दी गई थी। पहले से ही 1985 में, मेरोविट्ज़ ने इस विचार को खारिज कर दिया था कि मीडिया के विकास से ज्ञान का संतुलन बन जाएगा। लेखक ने इंटरनेट के आगमन का उल्लेख नहीं किया। बल्कि, उन्होंने उपग्रह टेलीविजन के बढ़ते उपयोग पर ध्यान केंद्रित करके सूचना के संतुलनीकरण के जोखिम का पता लगाया। कुछ विद्वानों के लिए, टेलीविजन चैनलों के संकीर्ण फोकस ने लोगों की रुचियों और सामान्य ज्ञान को भी संकुचित कर दिया। यही कारण है कि लोगों को उन चैनलों से जानकारी प्राप्त होने की संभावना कम थी जो आमतौर पर उनके लिए प्राथमिक रुचि की जानकारी नहीं फैलाते थे। मेरोविट्ज़ (1985) इस तर्क से सहमत नहीं थे, यह विश्वास करते हुए कि प्रौद्योगिकी के उपयोग का प्रसार – इस मामले में टेलीविजन – किसी भी मामले में लोगों को संयोग से जानकारी का पता लगाने का अवसर प्रदान करेगा जो कि संभव नहीं होगा अतीत की तुलना में पूर्व सामान्यवादी मीडिया तक अधिक पहुंचें। मैं इस निष्कर्ष को इंटरनेट के उपयोग के संबंध में भी प्रासंगिक मानता हूँ। इंटरनेट सूचना के स्रोतों के साथ आसान पहुंच और त्वरित बातचीत की अनुमति देता है यह संचार की प्रक्रिया में किसी भी लिंग, जाति और उम्र के अंतर को कम करने में सक्षम है यह उन लोगों के बीच बातचीत की भी अनुमति देता है जो इंटरनेट के बिना संभव नहीं होता इन सब के लिए धन्यवाद, इंटरनेट लोगों को विभिन्न राजनीतिक दृष्टिकोणों से अवगत कराता है) तर्क देते हैं कि शसाइबर-बाल्कनाइजेशन जोखिम को कम करके आंका गया है। सनस्टीन ने (अपने काम के एक अद्यतन संस्करण में अपने तर्कों को संशोधित किया है, यह मानते हुए कि शनिश्चित रूप से अनुभवजन्य साक्ष्य यह प्रदर्शित कर सकते हैं कि समूह ध्रुवीकरण का जोखिम छोटा है – यदि, उदाहरण के लिए, लोग वास्तव में विचारों की एक विस्तृत श्रृंखला पढ़ते हैं, न कि केवल उनके साथ जिनसे वे पहले से सहमत हैं'।

### राजनीति पर सोशल मीडिया का प्रभाव

सोशल मीडिया, विशेष रूप से, अब राजनीतिक अभियानों और लोगों के मुद्दों के बारे में सोचने के तरीके में एक गंभीर कारक है। उम्मीदवार और उनके समर्थक फेसबुक और ट्विटर पर लगातार अपने विचार पोस्ट करते रहते हैं। प्रत्येक पार्टी के अपने पृष्ठ होते हैं, जहाँ से वह प्रचार प्रसारित करता है और दान के लिए अनुरोध करता है। आइए आज कुछ प्रमुख तरीकों पर नजर डालते हैं जिनसे सोशल मीडिया आज राजनीति को प्रभावित करता है।

## ट्रेंडिंग न्यूज

सोशल मीडिया ने राजनीति को बदलने के तरीकों में से एक है, वह तीव्र गति से समाचार, चुनाव परिणाम और अफवाहें साझा की जाती हैं। अधिकांश लोग गंभीर समाचार या राजनीतिक वेबसाइटों की तुलना में फेसबुक और ट्विटर जैसी साइटों पर अधिक समय बिताते हैं। इसका मतलब है कि जब भी आप लॉग ऑन करते हैं तो आपको सभी नवीनतम ट्रेंडिंग समाचार और अपने दोस्तों द्वारा साझा की गई राय मिलती है।

## मतदान प्रभाव

राजनीतिक चुनाव हर अभियान का एक महत्वपूर्ण हिस्सा होते हैं। वे अक्सर भ्रमित करने वाले होते हैं, क्योंकि आप अक्सर एक ही दिन में पोस्ट किए गए विरोधाभासी परिणामों वाले कई पोल पा सकते हैं। चुनाव के नतीजों का चुनाव पर बड़ा प्रभाव पड़ता है।

## राजनेताओं से सीधा संवाद

राजनीति पर सोशल मीडिया के सकारात्मक प्रभावों में से एक मतदाताओं को उम्मीदवारों और निर्वाचित अधिकारियों के साथ अधिक आसानी से बातचीत करने का अवसर है। परंपरागत रूप से, यदि आप किसी राजनेता या उम्मीदवार से मिलना चाहते हैं, तो आपको लाइव इवेंट में भाग लेना होगा। ऐसा हर कोई नहीं कर पाता। आधुनिक तकनीक के साथ, अब वर्चुअल इवेंट्स में भाग लेना संभव है जहां आप लाइव स्ट्रीमिंग इवेंट्स में भाग ले सकते हैं और राजनेताओं और उम्मीदवारों के साथ बातचीत कर सकते हैं।

## जनसांख्यिकी और लक्ष्यीकरण

लक्ष्यीकरण का उपयोग पूरे विज्ञापन उद्योग में यह सुनिश्चित करने के लिए किया जाता है कि विज्ञापन और संदेश सही ऑडियंस तक पहुँचे। राजनेता भी ऐसा करते हैं। सोशल मीडिया के युग में, राजनेता और कार्यालय के लिए दौड़ रहे लोग अपने अभियानों को लक्षित करने में सक्षम हैं। यदि कोई उम्मीदवार महिलाओं, कॉलेज के छात्रों, सेवानिवृत्त लोगों, लैटिनो या मतदाताओं के किसी अन्य समूह की चिंताओं को दूर करना चाहता है, तो वे अब अपने संदेश। जिस तरह फेसबुक पर विज्ञापनदाता विश्लेषिकी और लक्षित विज्ञापन का उपयोग करने में सक्षम हैं, उसी तरह उम्मीदवार और राजनेता भी कर सकते हैं। इस प्रकार, यदि आप देखते हैं कि राजनीतिक संदेश आपसे व्यक्तिगत रूप से बात कर रहे हैं, तो यह कोई दुर्घटना नहीं है।

## अफवाहें, फेक न्यूज और साजिशें

राजनीतिक अभियान अब हर उस कहानी से प्रभावित होते हैं, चाहे सच हो या न हो, जो सोशल मीडिया पर फैलती है। वास्तविक समाचारों को ऑनलाइन नकली समाचारों से अलग करना कठिन होता जा रहा है। सोशल मीडिया इस अंतर को विशेष रूप से भ्रमित करता है। राजनीतिक नेताओं और उम्मीदवारों के बारे में मीम्स, लिंक्स और अफवाहों की निरंतर धारा सच्चाई, झूठ, व्यंग्य और अटकलों का मिश्रण है। वे अब काफी कुछ नकली या व्यंग्यपूर्ण षसमाचार साइटें हैं जो अक्सर ऐसी कहानियां पोस्ट करती हैं जो प्रामाणिक लगती हैं। प्याज इनमें से सबसे प्रसिद्ध है, लेकिन अब कई अन्य भी हैं। कुछ नकली समाचार साइटें मनोरंजक भी नहीं हैं, लेकिन केवल क्लिकबेट कहानियों को पोस्ट करने या उन पाठकों को ट्रोल करने के लिए मौजूद हैं जो अपना स्वयं का शोध नहीं करते हैं। ऐसी साइटें भी हैं जो राजनीतिक पूर्वाग्रहों या विभिन्न निराधार षड्यंत्र सिद्धांतों को बढ़ावा देती हैं। आपके मित्रों और अनुयायियों द्वारा पोस्ट की गई गलत सूचनाओं से प्रभावित होना आसान है, भले ही उनका इरादा आपको गुमराह करने का न हो। इसलिए किसी भी बात पर विश्वास करने से पहले बहुत अधिक विवेक का उपयोग करना आवश्यक है।

## पुष्टिकरण पूर्वाग्रह की शक्ति

सोशल मीडिया पर काम करने वाली छिपी ताकतों में से एक पुष्टिकरण पूर्वाग्रह है। जब राजनीति सहित विवादास्पद विषयों की बात आती है तो यह विशेष रूप से शक्तिशाली होता है। यदि आप अधिकांश लोगों की तरह हैं, तो सोशल मीडिया पर आपके अधिकांश मित्र और अनुयायी शायद आपके दृष्टिकोण को साझा करते हैं। इसका मतलब यह है कि इन साइटों पर आपके द्वारा पढ़े जाने वाले अधिकांश ट्वीट, फेसबुक पोस्ट, पिन या अन्य सामग्री उसी दृष्टिकोण को व्यक्त करते हैं, जिसे आप पहले से ही रखते हैं। यह ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों तरह से सच है। सोशल मीडिया साइट्स पर, यह भ्रम पैदा कर सकता है कि फ्लैक कोई उसी तरह सोचता है। उदाहरण के लिए, यदि आपके फेसबुक पर कुछ सौ मित्र हैं, और उनमें से 90 प्रतिशत अधिकांश राजनीतिक मुद्दों पर सहमत हैं, तो आपको प्राप्त होने वाली जानकारी इस पूर्वाग्रह के माध्यम से फिल्टर की जाएगी। लोग उन कहानियों के लिंक पोस्ट करेंगे जो आपके मौजूदा पूर्वाग्रह की पुष्टि करती हैं। वे आपके द्वारा पहले से रखी गई राय को दोहराएंगे।

## सोशल मीडिया के प्रकार

सोशल मीडिया आधुनिक संचार तकनीकों में से एक है जो एक दूसरे के साथ संवाद करने के लिए इंटरैक्टिव, संबंध, पारस्परिक कौशल और सामग्री बनाने की प्रक्रिया का उपयोग करती है। यह पूरी दुनिया में दोस्तों, परिवार, रिश्तेदारों, सहकर्मियों और अन्य बाहरी पार्टियों के साथ संचार के लिए एक अत्यधिक प्रभावी मंच है (स्टीग्लिट्ज़ एट अल।, 2013)। सामान्य सामाजिक मीडिया सेवाएं सामग्री साझाकरण और वेब समुदाय हैं। हाल के दिनों में सोशल मीडिया का उपयोग व्यापार और राजनीति जैसे विभिन्न उद्देश्यों के लिए किया जाता है। सभी सोशल मीडिया में फेसबुक, ट्विटर और यूट्यूब अधिक लोकप्रिय सोशल मीडिया हैं। राजनेता इस मीडिया का उपयोग राजनीतिक उद्देश्यों के लिए कर रहे हैं। अति प्राचीन काल से, टीवी राजनीतिक और अन्य विज्ञापन (बिस्वास एट अल।, 2014) के लिए सबसे अच्छा मीडिया है। लेकिन, हाल के दिनों में सोशल मीडिया अपनी लोकप्रियता के कारण राजनीतिक अभियानों में अधिक प्रभावी हो गया है। युवाओं से समय के साथ सक्रिय सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं की संख्या बढ़ रही है और सोशल मीडिया पर प्रचार अब अत्यधिक प्रभावी है।

## राजनीति और सोशल मीडिया

बिम्बर और कोपलैंड (2011) के अनुसार आज सोशल मीडिया लोगों के बीच संचार का एक बहुत प्रभावी स्थान है। लोग इस मंच का उपयोग विचारों, अनुभवों और अन्य महत्वपूर्ण सूचनाओं को साझा करने के लिए कर सकते हैं। राजनीति के मामले में, सोशल मीडिया लोकतंत्र और राजनीतिक भागीदारी के अभ्यास के साधन के रूप में काम करता है। इन सबका सीधा प्रभाव राजनीति से प्रेरित लोगों के राजनीतिक व्यवहार पर पड़ता है। संयुक्त राज्य अमेरिका के चुनाव एक महान उदाहरण के रूप में उपयोग कर सकते हैं। चुनाव अभियान में, राजनीतिक अभिनेताओं ने चुनाव अभियान को सफलतापूर्वक प्रबंधित करने के लिए सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का उपयोग किया है और सोशल मीडिया मतदाताओं को आवश्यक जानकारी फैलाने और उन्हें राजनीतिक अभियान में शामिल करने में भी मदद करता है। राजनीतिक अभियान में अधिक प्रभावी बनने और नागरिकों को उनके लिए मतदान करने के लिए प्रेरित करने के लिए विचारों को अपनाने के लिए अपने जोड़ीदार की राय का पालन करने के लिए राजनेताओं के लिए सोशल मीडिया भी एक बहुत प्रभावी स्थान है। सबसे लोकप्रिय सोशल मीडिया साइट फेसबुक है जो लक्षित दर्शकों को संदेश भेजने के लिए विभिन्न माध्यमों तक पहुंच प्रदान करके राजनीतिक विपणन प्रयासों में मदद करती है (कहने और अन्य, 2021)। इस कारण से, राजनेताओं के पास सोशल मीडिया पर राजनेताओं और उम्मीदवारों को बढ़ावा देने के लिए और अधिक प्रभावी बनने के लिए महान कौशल हैं। इससे उन्हें अपने उम्मीदवार के बारे में एक सकारात्मक छवि बनाने और प्रभावी राजनीतिक परिवर्तन करने और समर्थकों को बढ़ाने के लिए नागरिकों को आवश्यक और महत्वपूर्ण जानकारी साझा करने में भी मदद मिलती है (बिम्बर और



कोपलैंड, 2011)। सभी लोकप्रिय सोशल मीडिया वेबसाइट उपयोगकर्ताओं को समान रुचि वाले लोगों का समूह बनाने के लिए लेख, चित्र, वीडियो और वृत्तचित्र जैसी सामग्री साझा करने में मदद करती हैं। इसलिए, इस क्षेत्र के अधिकांश शोधकर्ताओं ने निष्कर्ष निकाला कि सोशल मीडिया में कई उपकरण समान रुचियों वाले लोगों को इकट्ठा करने में सफलता पाने के लिए विशिष्ट दर्शकों को लक्षित करने में मदद करते हैं।

## निष्कर्ष

केस स्टडीज और ऑनलाइन सर्वेक्षण के आधार पर, हम इस निष्कर्ष पर पहुंचे हैं कि सोशल मीडिया राजनीति में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। कई राजनेताओं और राजनीतिक दलों ने चुनाव प्रचार में सोशल मीडिया को एक हथियार के रूप में इस्तेमाल किया और अपने राजनीतिक जीवन में सफल हुए। सोशल मीडिया एक बेहतरीन उपकरण है जिसने लोगों को अधिक शक्ति और आवाज दी है। सोशल मीडिया की संवादात्मक प्रकृति ने लोगों की उम्मीदों पर बेहतर प्रतिक्रिया देने के लिए अपने कार्यक्रम को परिष्कृत करने में उनकी मदद की। समय के साथ युवाओं की राजनीतिक भागीदारी कम होती जा रही है। वे राजनीति में दिलचस्पी नहीं ले रहे हैं जो भविष्य के नेताओं के लिए युवा भागीदारी और राजनीति में प्रतिनिधि को कम कर रहे हैं। लेकिन, हाल के दिनों में ज्यादातर युवा रोजाना सोशल मीडिया का इस्तेमाल कर रहे हैं। इसलिए, युवाओं को राजनीतिक और मतदान गतिविधियों में भाग लेने के लिए प्रेरित करने के लिए सोशल मीडिया एक प्रभावी स्थान है। आजकल, राजनेता राजनीतिक अभियानों के लिए सोशल मीडिया का उपयोग कर रहे हैं और राजनीतिक रूप से इच्छुक लोगों के साथ अद्यतन जानकारी साझा कर रहे हैं। इस शोध में राजनीति में सोशल मीडिया के इस्तेमाल को लेकर दक्षिण एशियाई युवाओं की धारणा का अध्ययन किया गया है।

## संदर्भ

1. मेगन बेकर, पद इम्पैक्ट ऑफ़ सोशल नेटवर्किंग साइट्स ऑन पॉलिटिक्स, द रिव्यू ए जर्नल ऑफ़ अंडरग्रेजुएट स्टूडेंट रिसर्च, वॉल्यूम 10, आर्टिकल 12, 2014
2. डेनिएला फ्लॉस, राजनीतिक संस्थानों में विश्वास पर मास मीडिया का प्रभाव, स्विस नेशनल साइंस फाउंडेशन, पेपर नंबर 26, 2013
3. स्टीफन स्टिग्लिट्ज, सोशल मीडिया एंड पॉलिटिकल कम्युनिकेशन – ए सोशल मीडिया एनालिटिक्स फ्रेमवर्क, रिसर्च गेट, जनवरी
4. ब्रदकम लंड्र, प्लोट विकल्प पर मीडिया एक्सपोजर का प्रभाव, मस्बुड अंतिम सम्मेलन, जून 2012, पलोरेंस, इटली।
5. अहमद, एस., जैदका, के., और चो, जे. 2016 ट्विटर पर 2014 के भारतीय चुनावों राजनीतिक दलों की अभियान रणनीतियों की तुलना। टेलीमैटिक्स और सूचना विज्ञान, 33(4): 1071–1087
6. Aricat R- G-2015– सिंगापुर में प्रवासी मजदूरों के बीच राजनीतिक उद्देश्यों के लिए मोबाइल/सोशल मीडिया का उपयोग। सूचना प्रौद्योगिकी और राजनीति जर्नल, 12(1):18–36
7. बिंग, एन। 2015 केन्या का फ़ैसलारू केन्या के 2013 के आम चुनावों में किस्विली, सोशल मीडिया और राजनीति। जर्नल ऑफ़ अपरीकी मीडिया स्टडीज़, 7(2).
8. बोडे, एल. 2015 न्यूज़फीड में राजनीतिक समाचाररू सोशल मीडिया से राजनीति सीखना। मास कम्युनिकेशन एंड सोसाइटी, 1–25
9. क्रॉसन, एफ., 2003 रिसर्च फिलॉसफीरू टुवर्ड्स ए अंडरस्टैंडिंग। नर्स शोधकर्ता (2013 तक), 11(1), पृष्ठ 46
10. डरहेम, के., 2006 अनुसंधान डिजाइन। रिसर्च इन प्रैक्टिसरू एप्लाइड मेथड्स फॉर द सोशल साइंसेज, 2, पीपी. 33–59

- 11- अयंगर, एस और साइमन, ए.एफ., 2000 राजनीतिक संचार और अभियान प्रभावों पर नए दृष्टिकोण और सबूत। मनोविज्ञान की वार्षिक समीक्षा, 51(1), पीपी.149–169। <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-51-1-149>