

उत्तर प्रदेश में डिजिटल राजनीतिक सहभागिता का बदलता स्वरूप: सोशल मीडिया उपयोग, राजनीतिक जागरूकता एवं मतदाता व्यवहार का विश्लेषण

प्रभाकर मणि यादव

शोधार्थी, राजनीति विज्ञान विभाग

हिंदू कन्या महाविद्यालय, सीतापुर, उत्तर प्रदेश

सारांश

इक्कीसवीं सदी में सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी के तीव्र विस्तार ने राजनीतिक सहभागिता के पारंपरिक स्वरूपों को व्यापक रूप से परिवर्तित किया है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म ने नागरिकों को राजनीतिक सूचना प्राप्त करने, राजनीतिक विचार व्यक्त करने, जनप्रतिनिधियों एवं राजनीतिक दलों से संवाद स्थापित करने तथा चुनावी मुद्दों पर सार्वजनिक विमर्श में भाग लेने के नए अवसर प्रदान किए हैं। भारत जैसे विशाल लोकतंत्र में इस परिवर्तन का प्रभाव विशेष रूप से महत्वपूर्ण है, क्योंकि यहाँ युवा एवं इंटरनेट-आधारित आबादी का विस्तार तेजी से हुआ है। जनवरी 2024 में भारत में लगभग 751.5 मिलियन इंटरनेट उपयोगकर्ता और 462 मिलियन सोशल मीडिया उपयोगकर्ता दर्ज किए गए थे। उत्तर प्रदेश भारत का सर्वाधिक जनसंख्या वाला राज्य होने के कारण लोकतांत्रिक एवं चुनावी राजनीति के अध्ययन में विशेष महत्व रखता है। राज्य में सोशल मीडिया के बढ़ते उपयोग ने राजनीतिक सूचना के प्रसार, चुनावी प्रचार, राजनीतिक जागरूकता और मतदाता व्यवहार को प्रभावित करने वाली नई परिस्थितियाँ उत्पन्न की हैं। निर्वाचन आयोग भी मतदाता जागरूकता तथा युवाओं और प्रथम बार मतदान करने वाले नागरिकों तक पहुँचने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग कर रहा है। साथ ही, सोशल मीडिया पर गलत सूचना, भ्रामक सामग्री, राजनीतिक ध्रुवीकरण, डिजिटल विभाजन और अप्रमाणित सूचनाओं का प्रसार लोकतांत्रिक सहभागिता के समक्ष महत्वपूर्ण चुनौतियाँ प्रस्तुत करता है। प्रस्तुत शोध-पत्र का उद्देश्य उत्तर प्रदेश में डिजिटल राजनीतिक सहभागिता के उभरते स्वरूप का विश्लेषण करते हुए सोशल मीडिया उपयोग, राजनीतिक जागरूकता तथा मतदाता व्यवहार के मध्य संबंध को समझना है। अध्ययन मुख्यतः द्वितीयक स्रोतों पर आधारित वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक शोध है। अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया राजनीतिक सूचना तक पहुँच को सरल बनाकर राजनीतिक जागरूकता और सहभागिता के नए अवसर पैदा करता है, लेकिन इसका प्रभाव स्वतः सकारात्मक नहीं माना जा सकता। डिजिटल सूचना की गुणवत्ता, नागरिक की मीडिया साक्षरता, सामाजिक-आर्थिक स्थिति तथा ग्रामीण-शहरी डिजिटल अंतर जैसे कारक इसके राजनीतिक प्रभाव को निर्धारित करते हैं।

प्रमुख शब्द: डिजिटल राजनीतिक सहभागिता, सोशल मीडिया, राजनीतिक जागरूकता, मतदाता व्यवहार, उत्तर प्रदेश, डिजिटल लोकतंत्र, चुनावी राजनीति।

प्रस्तावना

लोकतंत्र की सफलता केवल नियमित चुनावों के आयोजन पर निर्भर नहीं करती, बल्कि नागरिकों की निरंतर और सार्थक राजनीतिक सहभागिता भी लोकतांत्रिक व्यवस्था का महत्वपूर्ण आधार है। परंपरागत रूप से राजनीतिक सहभागिता का संबंध मतदान, राजनीतिक दलों की सदस्यता, चुनाव प्रचार, जनसभाओं, राजनीतिक आंदोलनों और जनप्रतिनिधियों से प्रत्यक्ष संवाद जैसे माध्यमों से रहा है। सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी के विस्तार ने राजनीतिक

सहभागिता के इन पारंपरिक स्वरूपों के साथ डिजिटल माध्यमों को भी जोड़ दिया है। सोशल मीडिया ने राजनीतिक संचार को एकतरफा संचार से बहुआयामी एवं परस्पर संवादात्मक प्रक्रिया में परिवर्तित किया है। अब नागरिक केवल राजनीतिक दलों अथवा पारंपरिक मीडिया से सूचना प्राप्त करने वाले दर्शक नहीं हैं, बल्कि वे स्वयं राजनीतिक सामग्री का निर्माण, साझा, टिप्पणी और प्रसार कर सकते हैं। इस प्रकार डिजिटल प्लेटफॉर्म नागरिकों को राजनीतिक विमर्श में अधिक प्रत्यक्ष भूमिका प्रदान करते हैं। भारत में इंटरनेट एवं सोशल मीडिया के विस्तार ने इस परिवर्तन को गति प्रदान की है। DataReportal के अनुसार जनवरी 2024 में भारत में 751.5 मिलियन इंटरनेट उपयोगकर्ता तथा 462 मिलियन सोशल मीडिया उपयोगकर्ता थे। यद्यपि ये आँकड़े सोशल मीडिया खातों या उपयोगकर्ता पहचानों पर आधारित हैं और इन्हें हमेशा विशिष्ट व्यक्तियों की संख्या के समान नहीं माना जा सकता, फिर भी वे भारत में डिजिटल संचार के व्यापक विस्तार को दर्शाते हैं। उत्तर प्रदेश में इस परिवर्तन का राजनीतिक महत्त्व और अधिक बढ़ जाता है। राज्य की विशाल जनसंख्या, विविध सामाजिक संरचना, ग्रामीण-शहरी विभाजन, युवा मतदाता आबादी और चुनावी राजनीति में इसकी महत्वपूर्ण भूमिका के कारण डिजिटल राजनीतिक सहभागिता का अध्ययन लोकतांत्रिक अनुसंधान का महत्वपूर्ण क्षेत्र बन गया है।

डिजिटल राजनीतिक सहभागिता की अवधारणा

डिजिटल राजनीतिक सहभागिता से आशय इंटरनेट और डिजिटल तकनीक के माध्यम से नागरिकों द्वारा राजनीतिक प्रक्रिया में प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष भागीदारी से है। इसमें राजनीतिक समाचार पढ़ना, राजनीतिक पोस्ट देखना, टिप्पणी करना, सामग्री साझा करना, ऑनलाइन राजनीतिक चर्चा में भाग लेना, डिजिटल अभियानों से जुड़ना, राजनीतिक दलों एवं नेताओं को फॉलो करना तथा ऑनलाइन नागरिक अभियानों में भागीदारी शामिल हो सकती है। डिजिटल राजनीतिक सहभागिता को केवल सोशल मीडिया के उपयोग तक सीमित नहीं किया जा सकता। यह एक व्यापक अवधारणा है जिसमें डिजिटल माध्यम से राजनीतिक सूचना प्राप्त करना, राजनीतिक विचारों का आदान-प्रदान, राजनीतिक अभिव्यक्ति और चुनावी गतिविधियों में डिजिटल भागीदारी शामिल होती है। सोशल मीडिया की विशेषता इसकी संवादात्मकता है। पारंपरिक मीडिया में संचार का प्रवाह मुख्यतः संस्थानों से नागरिकों की ओर होता था, जबकि सोशल मीडिया में नागरिक भी सूचना के निर्माता और वितरक बन सकते हैं। इस परिवर्तन ने राजनीतिक संचार की संरचना को अधिक विकेंद्रित बनाया है।

उत्तर प्रदेश में डिजिटल राजनीतिक सहभागिता का संदर्भ

उत्तर प्रदेश भारतीय राजनीति में एक अत्यंत महत्वपूर्ण राज्य है। लोकसभा एवं विधानसभा चुनावों में इसकी बड़ी संख्या में निर्वाचन क्षेत्रों के कारण राष्ट्रीय एवं राज्य स्तरीय राजनीतिक दलों के लिए यहाँ का मतदाता व्यवहार महत्वपूर्ण माना जाता है। डिजिटल माध्यमों के विस्तार ने राज्य की चुनावी राजनीति में राजनीतिक संचार के नए स्वरूपों को जन्म दिया है। राजनीतिक दलों और उम्मीदवारों द्वारा सोशल मीडिया का उपयोग चुनावी संदेशों, घोषणापत्रों, भाषणों, वीडियो, प्रचार सामग्री और मतदाताओं से संवाद के लिए किया जाता है। दूसरी ओर, मतदाता राजनीतिक दलों और नेताओं के आधिकारिक खातों के अतिरिक्त समाचार माध्यमों, स्वतंत्र डिजिटल क्रिएटर्स, नागरिक समूहों और व्यक्तिगत उपयोगकर्ताओं से भी राजनीतिक सूचना प्राप्त करते हैं। निर्वाचन आयोग लंबे समय से इंटरनेट और सोशल मीडिया का उपयोग मतदाता शिक्षा और जागरूकता के लिए करता रहा है। आयोग के अनुसार सोशल मीडिया और इंटरनेट का उपयोग विशेष रूप से युवाओं तक चुनावी शिक्षा और सूचना पहुँचाने तथा युवा मतदाताओं को

सक्रिय करने के लिए किया जाता है। 2024 के आम चुनाव के संदर्भ में निर्वाचन आयोग ने युवाओं और प्रथम बार मतदाताओं को जोड़ने के लिए सोशल मीडिया आधारित अभियानों का भी उपयोग किया। इस प्रकार डिजिटल माध्यम अब केवल राजनीतिक प्रचार का साधन नहीं रह गया है यह मतदाता शिक्षा, राजनीतिक सूचना और नागरिक सहभागिता का भी महत्वपूर्ण माध्यम बनता जा रहा है।

सोशल मीडिया उपयोग और राजनीतिक जागरूकता

राजनीतिक जागरूकता का अर्थ नागरिकों की राजनीतिक व्यवस्था, राजनीतिक संस्थाओं, चुनावों, नीतियों, नेताओं और सार्वजनिक मुद्दों के संबंध में जानकारी एवं समझ से है। लोकतांत्रिक व्यवस्था में राजनीतिक जागरूक नागरिक सूचनाओं का मूल्यांकन करने और राजनीतिक विकल्पों पर विचार करने में अधिक सक्षम हो सकते हैं। सोशल मीडिया राजनीतिक जागरूकता के लिए अनेक अवसर उपलब्ध कराता है। किसी राजनीतिक घटना, सरकारी नीति या चुनावी मुद्दे से संबंधित सूचना कुछ ही समय में बड़ी संख्या में उपयोगकर्ताओं तक पहुँच सकती है। वीडियो, इन्फोग्राफिक, लाइव प्रसारण और छोटे संदेश राजनीतिक विषयों को अपेक्षाकृत सरल रूप में प्रस्तुत कर सकते हैं। युवा मतदाताओं के संदर्भ में सोशल मीडिया का महत्व और अधिक दिखाई देता है। निर्वाचन आयोग ने भी युवाओं और पहली बार मतदान करने वाले नागरिकों को चुनावी प्रक्रिया से जोड़ने के लिए डिजिटल माध्यमों का उपयोग किया है। हालाँकि सोशल मीडिया पर उपलब्ध सूचना की मात्रा अधिक होने का अर्थ यह नहीं है कि राजनीतिक जागरूकता की गुणवत्ता भी स्वतः बढ़ जाती है। उपयोगकर्ता को यह समझने की आवश्यकता होती है कि प्राप्त सूचना विश्वसनीय है या नहीं। इस संदर्भ में मीडिया साक्षरता और डिजिटल साक्षरता महत्वपूर्ण हो जाती हैं।

सोशल मीडिया और मतदाता व्यवहार

मतदाता व्यवहार से आशय चुनाव के दौरान मतदाताओं के निर्णय, राजनीतिक प्राथमिकताओं और मतदान संबंधी व्यवहार से है। मतदाता व्यवहार अनेक सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक और मनोवैज्ञानिक कारकों से प्रभावित होता है। सोशल मीडिया इन कारकों में एक नया डिजिटल आयाम जोड़ता है। सोशल मीडिया राजनीतिक दलों और उम्मीदवारों को मतदाताओं के साथ प्रत्यक्ष संवाद का अवसर देता है। उम्मीदवार अपने भाषण, नीतिगत विचार, स्थानीय मुद्दों और चुनावी संदेशों को बिना पारंपरिक मीडिया के मध्यस्थ के सीधे मतदाताओं तक पहुँचा सकते हैं। इसी प्रकार मतदाता भी उम्मीदवारों से प्रश्न कर सकते हैं और उनके सार्वजनिक वक्तव्यों पर प्रतिक्रिया दे सकते हैं। दूसरी ओर, सोशल मीडिया राजनीतिक सामग्री के तीव्र प्रसार को संभव बनाता है। कोई वीडियो, भाषण, टिप्पणी या राजनीतिक दावा कुछ ही समय में व्यापक स्तर पर साझा किया जा सकता है। इससे चुनावी मुद्दों की दृश्यता बढ़ सकती है, लेकिन अप्रमाणित या भ्रामक सामग्री भी तेजी से फैल सकती है। निर्वाचन आयोग ने 2024 में राजनीतिक दलों को सोशल मीडिया के जिम्मेदार और नैतिक उपयोग की सलाह देते हुए विशेष रूप से गलत सूचना, विकृत एवं छेड़छाड़ की गई सामग्री और उसके तीव्र प्रसार की समस्या की ओर ध्यान आकर्षित किया। आयोग ने यह भी रेखांकित किया कि ऐसी सामग्री मतदाताओं की धारणाओं को प्रभावित कर सकती है और चुनावी प्रक्रिया में विश्वास को नुकसान पहुँचा सकती है। अतः सोशल मीडिया और मतदाता व्यवहार के संबंध को सरल कारण-परिणाम संबंध के रूप में देखना उचित नहीं होगा। सोशल मीडिया राजनीतिक जानकारी और विमर्श को प्रभावित कर सकता है, लेकिन मतदाता का अंतिम निर्णय अनेक कारकों के संयुक्त प्रभाव का परिणाम होता है।

साहित्य समीक्षा

डिजिटल राजनीतिक सहभागिता पर अंतरराष्ट्रीय एवं भारतीय स्तर पर अनेक अध्ययन हुए हैं। Castells ने नेटवर्क समाज की अवधारणा के माध्यम से यह स्पष्ट किया कि डिजिटल नेटवर्क सामाजिक एवं राजनीतिक संचार की संरचना को बदल रहे हैं। उनके अनुसार संचार नेटवर्क आधुनिक सामाजिक शक्ति-संबंधों को प्रभावित करने की क्षमता रखते हैं।

Shirky ने इंटरनेट और सोशल मीडिया को सामूहिक कार्रवाई तथा नागरिक सहभागिता के नए साधनों के रूप में देखा। उनके विचारों के अनुसार डिजिटल माध्यम नागरिकों के लिए सूचना साझा करने और सामूहिक गतिविधियों को संगठित करने की लागत को कम कर सकते हैं। Boulianne के अध्ययन में सोशल मीडिया उपयोग और राजनीतिक सहभागिता के बीच संबंधों की समीक्षा की गई तथा यह पाया गया कि सोशल मीडिया उपयोग और राजनीतिक सहभागिता के बीच सकारात्मक संबंध की संभावना अनेक अध्ययनों में दिखाई देती है, यद्यपि संबंध की प्रकृति और प्रभाव अलग-अलग संदर्भों में भिन्न हो सकते हैं। भारतीय संदर्भ में डिजिटल राजनीति का विस्तार राजनीतिक दलों, चुनावी अभियानों और नागरिक संचार के नए रूपों से जुड़ा है। भारत निर्वाचन आयोग ने भी सोशल मीडिया को मतदाता शिक्षा, युवा सहभागिता और चुनावी सूचना के प्रसार के लिए उपयोगी माध्यम के रूप में अपनाया है। फिर भी उत्तर प्रदेश के संदर्भ में सोशल मीडिया उपयोग, राजनीतिक जागरूकता और मतदाता व्यवहार को एक संयुक्त विश्लेषणात्मक ढाँचे में समझने की आवश्यकता बनी हुई है। विशेष रूप से ग्रामीण-शहरी अंतर, सामाजिक-आर्थिक पृष्ठभूमि, आयु, शिक्षा तथा डिजिटल साक्षरता जैसे कारकों को शामिल करके अध्ययन किए जाने की पर्याप्त संभावनाएँ हैं।

अध्ययन की समस्या एवं शोध-अंतराल

सोशल मीडिया के राजनीतिक उपयोग में वृद्धि के बावजूद यह प्रश्न महत्वपूर्ण बना हुआ है कि क्या डिजिटल राजनीतिक सहभागिता वास्तव में नागरिकों की राजनीतिक जागरूकता और मतदाता व्यवहार में परिवर्तन से संबंधित है। पहला, सोशल मीडिया पर उपलब्ध राजनीतिक सूचना की विश्वसनीयता एक चुनौती है। उपयोगकर्ता को एक ही मुद्दे पर तथ्यात्मक सूचना, राजनीतिक प्रचार, व्यक्तिगत राय और गलत सूचना एक साथ प्राप्त हो सकती है। दूसरा, डिजिटल विभाजन राजनीतिक सहभागिता में असमानता पैदा कर सकता है। इंटरनेट और स्मार्टफोन की उपलब्धता, डिजिटल कौशल, भाषा तथा आर्थिक स्थिति में अंतर के कारण सभी नागरिक डिजिटल राजनीतिक सहभागिता में समान रूप से भाग नहीं ले पाते। तीसरा, सोशल मीडिया के राजनीतिक प्रभाव को केवल उपयोग की मात्रा से नहीं समझा जा सकता। यह भी देखना आवश्यक है कि नागरिक किस प्रकार की राजनीतिक सामग्री देखते हैं, उस पर विश्वास कितना करते हैं और उसका उपयोग राजनीतिक निर्णय में किस प्रकार करते हैं। इसी संदर्भ में प्रस्तुत अध्ययन सोशल मीडिया उपयोग, राजनीतिक जागरूकता और मतदाता व्यवहार के बीच संबंध को उत्तर प्रदेश के संदर्भ में समझने का प्रयास करता है।

अध्ययन के उद्देश्य

अध्ययन के प्रमुख उद्देश्य निम्नलिखित हैं—

1. उत्तर प्रदेश में डिजिटल राजनीतिक सहभागिता के उभरते स्वरूप का अध्ययन करना।
2. राजनीतिक सूचना के लिए सोशल मीडिया उपयोग के स्वरूप का विश्लेषण करना।
3. सोशल मीडिया उपयोग और राजनीतिक जागरूकता के संबंध का अध्ययन करना।
4. डिजिटल राजनीतिक सहभागिता तथा मतदाता व्यवहार के बीच संबंध का विश्लेषण करना।
5. आयु, शिक्षा तथा ग्रामीण-शहरी पृष्ठभूमि जैसे सामाजिक कारकों के संदर्भ में डिजिटल सहभागिता को समझना।
6. डिजिटल राजनीतिक सहभागिता से संबंधित प्रमुख चुनौतियों की पहचान करना।
7. लोकतांत्रिक एवं जिम्मेदार डिजिटल राजनीतिक सहभागिता को बढ़ाने के लिए सुझाव प्रस्तुत करना।

परिकल्पनाएँ

H1: सोशल मीडिया के राजनीतिक उपयोग और राजनीतिक जागरूकता के बीच सार्थक संबंध है।

H2: सोशल मीडिया पर राजनीतिक सामग्री के नियमित संपर्क और राजनीतिक सहभागिता के बीच सकारात्मक संबंध है।

H3: डिजिटल राजनीतिक सहभागिता और मतदाता व्यवहार के बीच महत्वपूर्ण संबंध है।

H4: शिक्षा एवं डिजिटल साक्षरता का स्तर डिजिटल राजनीतिक सहभागिता को प्रभावित करता है।

H5: ग्रामीण और शहरी मतदाताओं की डिजिटल राजनीतिक सहभागिता में महत्वपूर्ण अंतर पाया जा सकता है।

शोध-पद्धति

प्रस्तुत अध्ययन वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक प्रकृति का है। अध्ययन में मुख्यतः द्वितीयक स्रोतों का उपयोग किया गया है। इनमें भारत निर्वाचन आयोग के दस्तावेज, सरकारी रिपोर्टें, आधिकारिक चुनाव संबंधी सामग्री, शोध-पुस्तकें, शोध-पत्र तथा डिजिटल मीडिया से संबंधित उपलब्ध आँकड़े शामिल हैं। अध्ययन का भौगोलिक क्षेत्र उत्तर प्रदेश है और विश्लेषण का प्रमुख केंद्र सोशल मीडिया उपयोग, राजनीतिक जागरूकता तथा मतदाता व्यवहार है। भारत में डिजिटल विस्तार की पृष्ठभूमि समझने के लिए राष्ट्रीय स्तर के उपलब्ध आँकड़ों का उपयोग किया गया है। जनवरी 2024 के कंजंमचवतजंस आँकड़ों के अनुसार भारत में 751.5 मिलियन इंटरनेट उपयोगकर्ता और 462 मिलियन सोशल मीडिया उपयोगकर्ता थे। भविष्य में इस अध्ययन को प्राथमिक सर्वेक्षण के माध्यम से अधिक अनुभवजन्य बनाया जा

सकता है। इसके लिए उत्तर प्रदेश के विभिन्न क्षेत्रों से आयु, लिंग, शिक्षा, ग्रामीण-शहरी निवास और सोशल मीडिया उपयोग की प्रकृति के आधार पर उत्तरदाताओं का चयन किया जा सकता है। प्रश्नावली के माध्यम से सोशल मीडिया उपयोग की अवधि, राजनीतिक सामग्री देखने की आवृत्ति, राजनीतिक जागरूकता, ऑनलाइन राजनीतिक सहभागिता और मतदान व्यवहार से संबंधित जानकारी प्राप्त की जा सकती है।

डिजिटल राजनीतिक सहभागिता के प्रमुख आयाम

उत्तर प्रदेश में डिजिटल राजनीतिक सहभागिता को निम्नलिखित आयामों के आधार पर समझा जा सकता है—

राजनीतिक सूचना प्राप्त करना

सोशल मीडिया नागरिकों के लिए राजनीतिक समाचार और सूचनाओं का महत्वपूर्ण स्रोत बन सकता है। चुनावी कार्यक्रम, राजनीतिक भाषण, सरकारी योजनाएँ और सार्वजनिक मुद्दे डिजिटल माध्यम से तेजी से प्रसारित होते हैं।

राजनीतिक अभिव्यक्ति

उपयोगकर्ता पोस्ट, टिप्पणी, वीडियो और अन्य डिजिटल सामग्री के माध्यम से अपने राजनीतिक विचार व्यक्त कर सकते हैं। इससे नागरिकों की राजनीतिक अभिव्यक्ति के अवसर बढ़ते हैं।

ऑनलाइन राजनीतिक संवाद

सोशल मीडिया विभिन्न राजनीतिक विचारों वाले व्यक्तियों के बीच संवाद का मंच प्रदान करता है। इससे सार्वजनिक विमर्श का विस्तार हो सकता है, यद्यपि कभी-कभी संवाद की जगह राजनीतिक ध्रुवीकरण भी उत्पन्न हो सकता है।

डिजिटल चुनाव प्रचार

राजनीतिक दल एवं उम्मीदवार सोशल मीडिया के माध्यम से मतदाताओं तक अपने संदेश पहुँचाते हैं। डिजिटल प्रचार अपेक्षाकृत कम समय में बड़ी संख्या में लोगों तक पहुँच सकता है।

नागरिक एवं चुनावी जागरूकता

निर्वाचन आयोग द्वारा सोशल मीडिया के माध्यम से मतदाता जागरूकता अभियान चलाना डिजिटल माध्यमों की नागरिक शिक्षा संबंधी भूमिका को दर्शाता है।

डिजिटल राजनीतिक सहभागिता की चुनौतियाँ

डिजिटल राजनीतिक सहभागिता के विस्तार के साथ अनेक चुनौतियाँ भी सामने आती हैं।

पहली चुनौती—गलत सूचना और दुष्प्रचार: सोशल मीडिया पर किसी सामग्री को साझा करना अत्यंत सरल है। इससे गलत अथवा संदर्भ से बाहर की जानकारी तेजी से फैल सकती है। निर्वाचन आयोग ने 2024 में सोशल मीडिया पर गलत सूचना एवं छेड़छाड़ की गई सामग्री के प्रसार को चुनावी प्रक्रिया के लिए गंभीर चुनौती के रूप में रेखांकित किया।

दूसरी चुनौती—डिजिटल विभाजन: सभी नागरिकों के पास समान इंटरनेट सुविधा, उपकरण या डिजिटल कौशल नहीं हैं। अतः डिजिटल राजनीति पारंपरिक असमानताओं को समाप्त करने के बजाय कुछ परिस्थितियों में उन्हें नए रूप में पुनरुत्पादित कर सकती है।

तीसरी चुनौती—राजनीतिक ध्रुवीकरण: उपयोगकर्ता अक्सर ऐसी सामग्री के संपर्क में अधिक रहते हैं जो उनके पूर्ववर्ती राजनीतिक विचारों से मेल खाती है। इससे राजनीतिक संवाद के बजाय विचारधारात्मक अलगाव की संभावना उत्पन्न हो सकती है।

चौथी चुनौती—गोपनीयता एवं डेटा: डिजिटल प्लेटफॉर्म पर उपयोगकर्ताओं की गतिविधियों से संबंधित बड़ी मात्रा में डेटा उत्पन्न होता है। राजनीतिक संचार में डेटा—आधारित रणनीतियों के उपयोग से निजता और पारदर्शिता से संबंधित प्रश्न भी उत्पन्न होते हैं।

पाँचवीं चुनौती—विश्वसनीयता: नागरिकों के लिए आधिकारिक सूचना, पत्रकारिता, राजनीतिक प्रचार और व्यक्तिगत राय के बीच अंतर करना हमेशा आसान नहीं होता। इसलिए डिजिटल मीडिया साक्षरता लोकतांत्रिक नागरिकता का महत्वपूर्ण घटक बन जाती है।

लोकतांत्रिक सहभागिता को मजबूत करने के उपाय

उत्तर प्रदेश में डिजिटल राजनीतिक सहभागिता को अधिक प्रभावी एवं लोकतांत्रिक बनाने के लिए निम्नलिखित उपाय उपयोगी हो सकते हैं—

1. विद्यालयों, महाविद्यालयों और विश्वविद्यालयों में डिजिटल एवं मीडिया साक्षरता को बढ़ावा दिया जाए।
2. नागरिकों को राजनीतिक सूचना के स्रोतों की विश्वसनीयता जाँचने के लिए प्रशिक्षित किया जाए।
3. निर्वाचन संबंधी आधिकारिक सूचनाओं को सरल हिंदी तथा स्थानीय भाषायी संदर्भों में उपलब्ध कराया जाए।
4. ग्रामीण क्षेत्रों में डिजिटल पहुँच एवं डिजिटल साक्षरता को बढ़ाया जाए।
5. राजनीतिक दलों एवं उम्मीदवारों द्वारा सोशल मीडिया के जिम्मेदार उपयोग को प्रोत्साहित किया जाए।
6. गलत सूचना की पहचान एवं तथ्य—जाँच संबंधी नागरिक जागरूकता बढ़ाई जाए।
7. युवाओं और प्रथम बार मतदान करने वालों के लिए डिजिटल मतदाता शिक्षा कार्यक्रमों का विस्तार किया जाए।
8. ऑनलाइन राजनीतिक अभिव्यक्ति में असहमति के सम्मान और लोकतांत्रिक संवाद की संस्कृति को बढ़ावा दिया जाए।

निष्कर्ष

उत्तर प्रदेश में डिजिटल राजनीतिक सहभागिता लोकतांत्रिक संचार के बदलते स्वरूप का महत्वपूर्ण उदाहरण प्रस्तुत करती है। सोशल मीडिया ने नागरिकों को राजनीतिक सूचना प्राप्त करने, विचार व्यक्त करने, राजनीतिक संवाद में भाग लेने और चुनावी प्रक्रिया से जुड़ने के नए अवसर प्रदान किए हैं। भारत में इंटरनेट एवं सोशल मीडिया की व्यापक पहुँच इस परिवर्तन की तकनीकी आधारभूमि तैयार कर रही है। निर्वाचन आयोग द्वारा भी सोशल मीडिया को

मतदाता जागरूकता और युवाओं तक पहुँचने के माध्यम के रूप में अपनाया जाना डिजिटल राजनीतिक सहभागिता के संस्थागत महत्त्व को दर्शाता है। 2024 के आम चुनाव के दौरान आयोग ने सोशल मीडिया पर जिम्मेदार एवं नैतिक व्यवहार तथा गलत सूचना के प्रसार को रोकने पर विशेष बल दिया। अध्ययन से यह निष्कर्ष निकलता है कि सोशल मीडिया राजनीतिक जागरूकता और सहभागिता के लिए महत्वपूर्ण अवसर उपलब्ध कराता है, लेकिन इसका प्रभाव केवल तकनीकी पहुँच से निर्धारित नहीं होता। नागरिक की शिक्षा, डिजिटल साक्षरता, सूचना की गुणवत्ता, सामाजिक पृष्ठभूमि तथा ग्रामीण-शहरी डिजिटल अंतर जैसे कारक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। इसलिए डिजिटल राजनीतिक सहभागिता को लोकतंत्र के लिए स्वतः सकारात्मक या नकारात्मक प्रक्रिया मानने के बजाय इसे एक ऐसी परिवर्तित राजनीतिक संचार व्यवस्था के रूप में समझना अधिक उपयुक्त है, जिसमें अवसर और चुनौतियाँ दोनों मौजूद हैं। उत्तर प्रदेश जैसे विशाल एवं सामाजिक रूप से विविध राज्य में डिजिटल लोकतंत्र की वास्तविक क्षमता इस बात पर निर्भर करेगी कि नागरिकों को विश्वसनीय राजनीतिक सूचना कितनी उपलब्ध होती है, वे उस सूचना का आलोचनात्मक मूल्यांकन कितना कर पाते हैं और डिजिटल माध्यमों के माध्यम से लोकतांत्रिक संवाद में कितनी सार्थक भागीदारी करते हैं। भविष्य में प्राथमिक सर्वेक्षण के आधार पर विभिन्न आयु समूहों, ग्रामीण एवं शहरी मतदाताओं तथा विभिन्न सामाजिक-शैक्षिक समूहों की तुलना करके इस विषय पर अधिक अनुभवजन्य निष्कर्ष प्राप्त किए जा सकते हैं। इस प्रकार डिजिटल राजनीतिक सहभागिता का अध्ययन उत्तर प्रदेश में लोकतांत्रिक परिवर्तन, राजनीतिक जागरूकता और मतदाता व्यवहार को समझने के लिए एक महत्वपूर्ण शोध क्षेत्र बना रहेगा।

संदर्भ सूची

1. DataReportal. (2024). *Digital 2024: India*. DataReportal – Global Digital Insights.
2. Election Commission of India. (2024). *ECI leverages power of social media to engage young and urban voters for enhanced participation in GE 2024*. Election Commission of India.
3. Election Commission of India. (n.d.). *Use of technology and social media*. Systematic Voters' Education and Electoral Participation (SVEEP), Election Commission of India.
4. Election Commission of India. (2024). *ECI leverages power of social media to engage young and urban voters for enhanced participation in GE 2024*. Election Commission of India.
5. Election Commission of India. (2024, May 6). *Responsible and ethical use of social media platforms and strict avoidance of any wrongful use by political parties and their representatives during MCC period in General Elections and by-elections*. Election Commission of India.
6. Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
7. Shirky, C. (2011). The political power of social media: Technology, the public sphere, and political change. *Foreign Affairs*, 90(1), 28–41.
8. Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524–538.

Election Commission of India. (n.d.). *Systematic Voters' Education and Electoral Participation (SVEEP): Media and communication*. Election Commission of India.

Government of India. (1951). *The Representation of the People Act, 1951*. India Code.