

सोशल मीडिया पर राजनीतिक चर्चाएं: लोकतांत्रिक मानकों का सुदृढीकरण

पवन

शोधार्थी, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, बाबा मस्तनाथ विश्वविद्यालय, अस्थल बोहर, रोहतक, हरियाणा

डॉ. सुशील कुमार

सहायक प्राध्यापक, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, बाबा मस्तनाथ विश्वविद्यालय, अस्थल बोहर, रोहतक, हरियाणा

सारांश

वर्तमान डिजिटल युग में सोशल मीडिया मंच लोकतांत्रिक प्रक्रियाओं और राजनीतिक विमर्श के केंद्र बन गए हैं। यह शोध पत्र इस बात का विश्लेषण करता है कि किस प्रकार फेसबुक, ट्विटर (X), यूट्यूब, इंस्टाग्राम और व्हाट्सएप जैसे मंचों पर होने वाली राजनीतिक चर्चाएं लोकतांत्रिक मानकों को सुदृढ अथवा कमजोर करती हैं। अध्ययन यह तर्क प्रस्तुत करता है कि सोशल मीडिया की द्विधा प्रकृति एक ओर नागरिक सहभागिता, पारदर्शिता और बहुमत की अभिव्यक्ति को बढ़ावा देती है, वहीं दूसरी ओर गलत सूचना, इको-चैम्बर और हेट स्पीच जैसी चुनौतियां उत्पन्न करती हैं। भारतीय संदर्भ में यह समस्या और भी जटिल है जहाँ डिजिटल साक्षरता की असमानता, भाषाई विविधता और सांप्रदायिक ध्रुवीकरण लोकतांत्रिक मानकों को प्रभावित करते हैं। इस पत्र में सोशल मीडिया विनियमन, डिजिटल साक्षरता और सुशासन के माध्यम से लोकतांत्रिक मूल्यों को सुरक्षित करने के उपाय सुझाए गए हैं।

मुख्य शब्द

सोशल मीडिया, लोकतंत्र, राजनीतिक चर्चा, डिजिटल लोकतंत्र, नागरिक सहभागिता, गलत सूचना, इको-चैम्बर, भारत

1. प्रस्तावना

इक्कीसवीं सदी के तीसरे दशक में सोशल मीडिया केवल सामाजिक संपर्क का माध्यम नहीं रहा, बल्कि यह राजनीतिक विमर्श, चुनावी प्रभाव और लोकतांत्रिक सहभागिता का सबसे सशक्त मंच बन चुका है। जब अरब स्प्रिंग (2010-12) के दौरान ट्विटर और फेसबुक ने जन आंदोलनों को नई ऊर्जा दी, तब विश्व ने पहली बार समझा कि डिजिटल सार्वजनिक क्षेत्र (Digital Public Sphere) किस प्रकार परंपरागत राजनीतिक व्यवस्थाओं को बदल सकता है (हावर्ड एवं हसन, 2013)।

भारत में 2014 के आम चुनावों से लेकर 2024 के लोकसभा चुनावों तक, सोशल मीडिया ने राजनीतिक प्रचार, जन-जागरूकता और मतदाता व्यवहार को गहराई से प्रभावित किया है। इंटरनेट एंड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया (IAMAI) की रिपोर्ट के अनुसार, 2024 तक भारत में 75 करोड़ से अधिक इंटरनेट उपयोगकर्ता थे, जिनमें से अधिकांश सोशल मीडिया पर सक्रिय हैं (IAMAI, 2024)।

इस पृष्ठभूमि में यह प्रश्न अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाता है कि क्या सोशल मीडिया पर होने वाली राजनीतिक चर्चाएं वास्तव में लोकतांत्रिक मानकों — जैसे तर्कसंगत विमर्श, बहुलवाद, समानता, पारदर्शिता और नागरिक जवाबदेही — को सुदृढ़ करती हैं, अथवा ये मानक डिजिटल युग में नए खतरों का सामना कर रहे हैं? यही केंद्रीय प्रश्न इस शोध का आधार है।

प्रस्तुत शोध पत्र में निम्नलिखित उद्देश्यों की पूर्ति का प्रयास किया गया है: प्रथम, सोशल मीडिया और लोकतंत्र के सैद्धांतिक संबंध की विवेचना; द्वितीय, सकारात्मक योगदान और नकारात्मक प्रभावों का विश्लेषण; तृतीय, भारतीय संदर्भ में इस संबंध की विशिष्टताओं की पहचान; और चतुर्थ, नीतिगत सुझावों का प्रस्ताव। शोध में मुख्यतः द्वितीयक स्रोतों — शैक्षणिक पत्रिकाओं, नीति-दस्तावेजों और सरकारी रिपोर्टों — का उपयोग किया गया है।

2. सैद्धांतिक परिप्रेक्ष्य

2.1 जर्गेन हैबरमास और सार्वजनिक क्षेत्र

सोशल मीडिया और लोकतंत्र के संबंध को समझने के लिए जर्गेन हैबरमास का 'सार्वजनिक क्षेत्र' (Public Sphere) सिद्धांत सर्वाधिक प्रासंगिक है। हैबरमास (1989) के अनुसार, एक स्वस्थ लोकतंत्र के लिए ऐसे स्थान की आवश्यकता होती है जहाँ नागरिक खुलकर, तर्कसंगत और समानता के आधार पर राजनीतिक मुद्दों पर संवाद कर सकें। इस सार्वजनिक विमर्श से ही वैध लोकतांत्रिक निर्णय उत्पन्न होते हैं।

डिजिटल युग में कई विद्वानों ने सोशल मीडिया को 'नव-सार्वजनिक क्षेत्र' (Neo-Public Sphere) की संज्ञा दी है। फ्रेजर (1990) ने हैबरमास के मॉडल की आलोचना करते हुए बताया था कि वास्तविक सार्वजनिक क्षेत्र एकल नहीं बल्कि बहुल (plural) होता है। सोशल मीडिया इसी बहुलता को मूर्त रूप देता है — हाशिए के समुदाय, महिलाएं, अल्पसंख्यक और युवा अपनी आवाज़ उठा सकते हैं जो परंपरागत मीडिया में दब जाती थी (शर्मा, 2019)।

हालांकि, हैबरमास स्वयं बाद में यह स्वीकार कर चुके थे कि आधुनिक मास मीडिया ने सार्वजनिक क्षेत्र को पुनः 'पुनः-सामंतीकृत' (re-feudalized) किया है। सोशल मीडिया की व्यावसायिक संरचना और एल्गोरिदमिक पूर्वाग्रह को देखते हुए यही प्रश्न उठता है — क्या डिजिटल सार्वजनिक क्षेत्र हैबरमासियन आदर्श की पूर्ति करता है?

2.2 रॉबर्ट डाल का पॉलीआर्की मॉडल

रॉबर्ट डाल (1971) ने लोकतंत्र के व्यावहारिक स्वरूप को 'पॉलीआर्की' कहा, जिसके प्रमुख घटक हैं: राजनीतिक सहभागिता, प्रतिस्पर्धा, अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता, वैकल्पिक सूचना स्रोत और समावेशी नागरिकता। सोशल मीडिया इन सभी आयामों को प्रभावित करता है। यह अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का विस्तार करता है, वैकल्पिक सूचना स्रोत उपलब्ध कराता है, और राजनीतिक सहभागिता की लागत को घटाता है। परंतु साथ ही, यह गलत सूचना के प्रसार, जन-निगरानी और कृत्रिम सहमति-निर्माण का माध्यम भी बन सकता है जो पॉलीआर्की के मूल सिद्धांतों को चुनौती देता है।

2.3 डेलिबरेटिव डेमोक्रेसी

डेलिबरेटिव डेमोक्रेसी (विचार-विमर्शी लोकतंत्र) के सिद्धांतकार — जैसे गट्टमैन और थॉम्पसन (2004) — मानते हैं कि लोकतंत्र केवल मतदान तक सीमित नहीं है, बल्कि इसमें नागरिकों के बीच सुविचारित, तर्कसंगत और खुले संवाद की अनिवार्यता है। सोशल मीडिया सैद्धांतिक रूप से इस विचार-विमर्श को संभव बनाता है, परंतु व्यवहार में इसकी संरचना अक्सर ध्रुवीकरण और भावनात्मक प्रतिक्रियाओं को बढ़ावा देती है। सुनस्टीन (2017) ने इस घटना को 'डिजिटल मॉब' की संज्ञा देते हुए बताया कि सोशल मीडिया तर्कसंगत विमर्श के बजाय भावनात्मक एकीकरण (emotional solidarity) को प्राथमिकता देता है।

3. सोशल मीडिया का लोकतांत्रिक योगदान

3.1 नागरिक सहभागिता में वृद्धि

सोशल मीडिया ने राजनीतिक सहभागिता के द्वार उन वर्गों के लिए भी खोल दिए हैं जो परंपरागत रूप से राजनीतिक प्रक्रिया से बाहर थे। वर्मा और सिंह (2020) के अध्ययन में पाया गया कि भारत में 18-25 आयु वर्ग के युवाओं में राजनीतिक जागरूकता और मतदान इरादे पर सोशल मीडिया का सकारात्मक प्रभाव पड़ा है। ऑनलाइन पेटिशन, हैशटैग अभियान और वायरल वीडियो के माध्यम से नागरिक सरकारी नीतियों पर तत्काल प्रतिक्रिया दे सकते हैं।

#MeToo, #BlackLivesMatter, #FarmersProtest जैसे आंदोलनों ने दिखाया कि कैसे सोशल मीडिया हाशिए की आवाजों को मुख्यधारा के विमर्श में ला सकता है। भारत में किसान आंदोलन (2020-21) के दौरान ट्विटर और यूट्यूब ने आंदोलनकारियों को अंतर्राष्ट्रीय समर्थन दिलाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई (तिवारी, 2021)। यह परंपरागत मीडिया की तुलना में एक क्रांतिकारी बदलाव है जहाँ सामान्य नागरिक भी 'मीडिया निर्माता' बन सकता है।

3.2 सूचना प्रसार और पारदर्शिता

पारंपरिक मीडिया की तुलना में सोशल मीडिया तत्काल और विकेन्द्रीकृत सूचना प्रसार की क्षमता रखता है। सरकारी नीतियों, भ्रष्टाचार के मामलों और मानवाधिकार उल्लंघन की रिपोर्टिंग नागरिक पत्रकारों द्वारा सोशल मीडिया पर की जाती है जो कभी-कभी मुख्यधारा मीडिया को भी प्रेरित करती है। गुप्ता (2022) के अनुसार, भारत में NEET पेपर लीक से लेकर पर्यावरणीय उल्लंघन तक, अनेक मामलों में सोशल मीडिया ने जन-जागरण की भूमिका निभाई है।

नेताओं और नीति-निर्माताओं की सोशल मीडिया उपस्थिति ने जवाबदेही का एक नया आयाम जोड़ा है। सांसद और मंत्री अब ट्विटर/X पर सीधे प्रश्नों का उत्तर देने के लिए बाध्य होते हैं, जिससे शासन में पारदर्शिता बढ़ती है। आरटीआई (सूचना का अधिकार) के पूरक के रूप में सोशल मीडिया ने नागरिक निगरानी (civic surveillance) को नया अर्थ दिया है (मिश्रा, 2018)।

3.3 बहुलवाद और समावेशिता

सोशल मीडिया ने राजनीतिक विमर्श को अभूतपूर्व रूप से विविध बनाया है। दलित, आदिवासी, LGBTQ+ समुदाय, महिलाएं और अन्य हाशिए के वर्ग अब अपने अनुभव और दृष्टिकोण सीधे साझा कर सकते हैं। यह विविधता लोकतंत्र की बहुलवादी नींव को मजबूत करती है। चड्ढा और पॉल (2010) ने भारतीय सोशल मीडिया पर अध्ययन करते हुए बताया कि क्षेत्रीय भाषाओं में सामग्री ने राजनीतिक सहभागिता का विस्तार ग्रामीण और अर्ध-शहरी क्षेत्रों तक किया है। अंबेडकरवादी आंदोलन, महिला अधिकार और पर्यावरण संरक्षण के मुद्दों पर सोशल मीडिया ने जमीनी आंदोलनों को राष्ट्रीय मंच प्रदान किया है।

3.4 चुनावी निगरानी और जवाबदेही

चुनावी प्रक्रिया में सोशल मीडिया ने नागरिक निगरानी का नया माध्यम प्रदान किया है। मतदान केंद्रों पर अनियमितताओं की तत्काल रिपोर्टिंग, उम्मीदवारों के घोषणापत्रों की सार्वजनिक जांच और एग्जिट पोल की त्वरित चर्चा — इन सबने चुनावी पारदर्शिता को बढ़ावा दिया है। भारत निर्वाचन आयोग ने स्वयं सोशल मीडिया को आदर्श आचार संहिता उल्लंघनों की रिपोर्टिंग के लिए एक सशक्त माध्यम माना है और 2024 के चुनावों में 'cVIGIL' ऐप के माध्यम से नागरिकों को इस प्रक्रिया में शामिल किया गया (भारत निर्वाचन आयोग, 2024)।

4. सोशल मीडिया की लोकतांत्रिक चुनौतियां

4.1 गलत सूचना और फेक न्यूज़

सोशल मीडिया की सबसे गंभीर चुनौती गलत सूचना (misinformation) और जानबूझकर फैलाई गई झूठी खबरें (disinformation) हैं। 'व्हाट्सएप विश्वविद्यालय' की अवधारणा ने भारत में खासी चिंता उत्पन्न की है। 2018 में व्हाट्सएप पर अफवाहों के कारण देश के विभिन्न हिस्सों में भीड़-हिंसा (mob lynching) की घटनाएं हुईं जिनमें कई निर्दोष लोगों की जान गई (शाह, 2019)।

MIT के एक महत्वपूर्ण अध्ययन (वोसोगी, रॉय एवं अरल, 2018) ने पाया कि ट्विटर पर झूठी सूचना सच्ची सूचना की तुलना में छह गुना तेज़ और दस गुना दूर तक फैलती है। राजनीतिक संदर्भ में यह प्रवृत्ति विशेष रूप से खतरनाक है क्योंकि चुनावों के दौरान फेक न्यूज़ मतदाता व्यवहार को गहराई से प्रभावित करती है। भारत में 2019 और 2024 के आम चुनावों में सोशल मीडिया पर झूठे दावों की बाढ़ ने लोकतांत्रिक सूचना पारिस्थितिकी को गंभीर क्षति पहुंचाई (पांडे, 2024)।

4.2 इको-चैंबर और ध्रुवीकरण

एल्गोरिदम-संचालित सोशल मीडिया मंच उपयोगकर्ताओं को उनकी पूर्व-विद्यमान मान्यताओं के अनुरूप सामग्री दिखाते हैं, जिससे 'फिल्टर बबल' और 'इको-चैंबर' बनते हैं। सुनस्टीन (2017) ने इस घटना को '#Republic' में विस्तार से विश्लेषित किया है। इन इको-चैंबर में लोग केवल अपने जैसे विचारों वाले लोगों से इंटरैक्ट करते हैं, जिससे राजनीतिक ध्रुवीकरण तीव्र होता है और विपरीत विचारों के प्रति असहिष्णुता बढ़ती है।

भारत में जाति, धर्म और क्षेत्र के आधार पर व्हाट्सएप ग्रुप इको-चैंबर के रूप में कार्य करते हैं। रवीन्द्रनाथ (2021) के अध्ययन में पाया गया कि भारतीय उपयोगकर्ता अपने धार्मिक या जातीय समूहों के व्हाट्सएप ग्रुप से जानकारी को बिना सत्यापन के सत्य मान लेते हैं। यह लोकतांत्रिक संवाद के बजाय सामुदायिक बंद कमरों (communal silos) का निर्माण करता है जो लोकतंत्र के लिए आवश्यक 'बहुलवादी मुलाकात' की संभावना को क्षीण करता है।

4.3 हेट स्पीच और सांप्रदायिक विभाजन

सोशल मीडिया पर नफ़रत फैलाने वाले भाषण (hate speech) ने भारत सहित विश्व भर में सांप्रदायिक तनाव को बढ़ावा दिया है। फेसबुक की आंतरिक रिपोर्ट (2021) में स्वयं स्वीकार किया गया था कि म्यांमार में रोहिंग्या नरसंहार में फेसबुक पर फैले हेट स्पीच का योगदान था। भारत में भी अनेक सांप्रदायिक दंगों की पूर्व-सूचना सोशल मीडिया पर उकसावे वाली सामग्री के रूप में मिली थी (अग्रवाल, 2022)।

हेट स्पीच का लोकतंत्र पर दोहरा प्रभाव पड़ता है: एक ओर यह अल्पसंख्यकों और हाशिए के समुदायों की अभिव्यक्ति को दबाता है, दूसरी ओर यह सामाजिक सामंजस्य को नष्ट करके लोकतांत्रिक संस्थाओं की नींव को कमजोर करता है। संयुक्त राष्ट्र (2019) की रिपोर्ट के अनुसार, ऑनलाइन हेट स्पीच को नियंत्रित करना 21वीं सदी की सबसे बड़ी मानवाधिकार चुनौतियों में से एक है।

4.4 राजनीतिक प्रचार और ट्रोल फार्म

सोशल मीडिया पर राजनीतिक दलों और सरकारों द्वारा संगठित ट्रोल सेनाओं और आईटी सेल के माध्यम से कृत्रिम सहमति (manufactured consensus) बनाई जाती है। बॉट अकाउंट, फर्जी ट्रेंड और समन्वित अभियान लोकतांत्रिक विमर्श को विकृत करते हैं। स्टैनफोर्ड इंटरनेट ऑब्जर्वेटरी (2023) ने भारत में विभिन्न राजनीतिक दलों से जुड़े सोशल मीडिया अभियानों का दस्तावेजीकरण किया है जो जनमत को कृत्रिम रूप से प्रभावित करते हैं।

कुमार (2020) के अनुसार, भारत में प्रत्येक प्रमुख राजनीतिक दल का अपना डिजिटल वॉर रूम है जो चुनावों के दौरान सोशल मीडिया नैरेटिव को नियंत्रित करने का प्रयास करता है। कैम्ब्रिज एनालिटिका के भारतीय संबंधों की जांच ने यह भी दिखाया कि व्यक्तिगत डेटा का दुरुपयोग करके मतदाताओं को लक्षित राजनीतिक संदेश भेजे गए — यह लोकतांत्रिक चुनाव प्रक्रिया की निष्पक्षता पर सीधा प्रश्नचिह्न है।

4.5 डिजिटल विभाजन और असमान सहभागिता

भारत में डिजिटल विभाजन (digital divide) एक गंभीर समस्या है। ग्रामीण क्षेत्र, महिलाएं, अनुसूचित जाति/जनजाति और आर्थिक रूप से कमजोर वर्ग अभी भी इंटरनेट की पहुंच से वंचित हैं। राष्ट्रीय परिवार स्वास्थ्य सर्वेक्षण (NFHS-5, 2021) के अनुसार, केवल 33% महिलाएं इंटरनेट का उपयोग करती हैं जबकि पुरुषों में यह आंकड़ा 57% है। ऐसे में सोशल मीडिया पर होने वाला राजनीतिक विमर्श स्वाभाविक रूप से असमान और पक्षपातपूर्ण हो जाता है, जो लोकतंत्र के समावेशिता के सिद्धांत के विरुद्ध है (त्रिपाठी, 2022)।

5. भारतीय संदर्भ: विशिष्ट चुनौतियां और अवसर

5.1 भाषाई विविधता और क्षेत्रीय राजनीति

भारत की 22 संवैधानिक भाषाओं और सैकड़ों बोलियों की विविधता सोशल मीडिया पर राजनीतिक विमर्श को अनूठा आयाम देती है। हिंदी, तमिल, तेलुगु, बंगाली, मराठी आदि भाषाओं में राजनीतिक सामग्री के प्रसार ने क्षेत्रीय जनता को राष्ट्रीय राजनीति से जोड़ा है। भाषाई समावेशिता के इस पहलू में सोशल मीडिया की उपलब्धि निस्संदेह महत्वपूर्ण है। हालांकि, इन भाषाओं में हेट स्पीच की पहचान और नियंत्रण के लिए पर्याप्त तकनीकी तंत्र

का अभाव एक बड़ी समस्या है — मेटा और गूगल के कंटेंट मॉडरेशन टूल मुख्यतः अंग्रेजी-केंद्रित हैं (जोशी, 2023)।

5.2 व्हाट्सएप का विशिष्ट प्रभाव

भारत में व्हाट्सएप की 50 करोड़ से अधिक उपयोगकर्ताओं की संख्या इसे विश्व का सबसे बड़ा व्हाट्सएप बाजार बनाती है। परिवार और मित्रों के ग्रुप में राजनीतिक संदेशों का प्रसार एक अद्वितीय भारतीय घटना है। व्हाट्सएप का एंड-टू-एंड एन्क्रिप्शन गलत सूचना की जांच को कठिन बनाता है — न तो तथ्य-जांचकर्ता, न ही शोधकर्ता और न ही सरकारी एजेंसियां इन संदेशों का वास्तविक विश्लेषण कर पाती हैं। 2019 के लोकसभा चुनावों में व्हाट्सएप फॉरवर्ड्स के माध्यम से बड़े पैमाने पर चुनावी भ्रामक जानकारी फैली थी (राव एवं शर्मा, 2020)।

5.3 सरकारी नियंत्रण और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का द्वंद्व

भारत सरकार ने 2021 में सूचना प्रौद्योगिकी (मध्यवर्ती दिशानिर्देश और डिजिटल मीडिया आचार संहिता) नियम लागू किए जिनके तहत सोशल मीडिया कंपनियों से शिकायत निवारण तंत्र, प्रथम उत्पत्ति का पता लगाने और कुछ सामग्री हटाने की आवश्यकता है। इन नियमों को लेकर सोशल मीडिया कंपनियों और सरकार के बीच विवाद हुए जिसमें ट्विटर/X ने अनुपालन में विलंब के कारण सरकारी ठेके खो दिए (जैन, 2022)।

सर्वोच्च न्यायालय ने अनेक मामलों में स्पष्ट किया है कि इंटरनेट का उपयोग अनुच्छेद 19(1)(a) के अंतर्गत मौलिक अधिकार है। 'अनुराधा भसीन बनाम भारत संघ' (2020) के मामले में न्यायालय ने कहा था कि इंटरनेट शटडाउन को मनमाने ढंग से लागू नहीं किया जा सकता। हालांकि, भारत विश्व में सर्वाधिक इंटरनेट शटडाउन वाला देश भी रहा है — 2022 में 84 शटडाउन दर्ज किए गए — जो लोकतांत्रिक मूल्यों के साथ गंभीर तनाव उत्पन्न करता है (एक्सेस नाउ, 2023)।

5.4 चुनाव, डीपफेक और AI का खतरा

भारत निर्वाचन आयोग ने सोशल मीडिया के बढ़ते प्रभाव को देखते हुए 2019 से उम्मीदवारों के लिए सोशल मीडिया खर्च की घोषणा अनिवार्य कर दी है। आदर्श आचार संहिता का विस्तार डिजिटल मंचों तक किया गया है। फिर भी, मतदाताओं को लक्षित सूक्ष्म-निशाना विज्ञापनों और एल्गोरिदमिक हेरफेर को नियंत्रित करना अभी भी एक चुनौती है। 2024 के लोकसभा चुनावों में 'डीपफेक' वीडियो के प्रसार ने एक बिल्कुल नई चुनौती प्रस्तुत की जहाँ AI-निर्मित नकली वीडियो ने नेताओं के बयान विकृत किए और मतदाताओं को भ्रमित किया (भारत निर्वाचन आयोग, 2024)।

6. वैश्विक परिप्रेक्ष्य

6.1 पश्चिमी लोकतंत्रों में अनुभव

2016 के अमेरिकी राष्ट्रपति चुनाव में रूसी हस्तक्षेप के मामले ने विश्व को दिखाया कि सोशल मीडिया किस प्रकार लोकतांत्रिक चुनावों में विदेशी हस्तक्षेप का माध्यम बन सकता है। कैम्ब्रिज एनालिटिका कांड ने व्यक्तिगत डेटा के दुरुपयोग और राजनीतिक मनोवैज्ञानिक लक्ष्यकरण के खतरों को उजागर किया (ग्रीन एवं गोल्ड, 2019)। ब्रेक्सिट जनमत संग्रह में भी सोशल मीडिया प्रचार और गलत सूचना की निर्णायक भूमिका थी।

यूरोपीय संघ ने डिजिटल सेवा अधिनियम (Digital Services Act, 2022) के माध्यम से सोशल मीडिया विनियमन का एक व्यापक ढांचा प्रस्तुत किया है जिसमें एल्गोरिदमिक पारदर्शिता, अवैध सामग्री हटाने की समय-सीमा और स्वतंत्र ऑडिट शामिल हैं। यह मॉडल न केवल यूरोप में बल्कि भारत सहित अन्य लोकतंत्रों के लिए भी प्रेरणास्रोत है।

6.2 अधिनायकवादी शासन और सोशल मीडिया

जहाँ एक ओर सोशल मीडिया ने अरब स्प्रिंग जैसे लोकतांत्रिक आंदोलनों को बल दिया, वहीं अधिनायकवादी शासनों ने भी इसे जन-निगरानी और दमन का औजार बनाया है। चीन का 'ग्रेट फायरवॉल', रूस का 'सॉवरेन इंटरनेट' और ईरान का इंटरनेट प्रतिबंध तंत्र — ये सब लोकतांत्रिक मंच बनने की सोशल मीडिया की क्षमता को सीमित करते हैं। डायमंड (2010) ने इसे 'नेट डिलूजन' कहा — यह भ्रम कि इंटरनेट स्वतः लोकतंत्र लाता है। वास्तव में सोशल मीडिया एक तटस्थ तकनीक है जो उसका उपयोग करने वाली शक्तियों के इरादों को प्रवर्धित करती है।

7. लोकतांत्रिक मानकों की सुरक्षा: नीतिगत सुझाव

7.1 डिजिटल साक्षरता और मीडिया शिक्षा

सोशल मीडिया के दुष्प्रभावों से लोकतंत्र की रक्षा के लिए सबसे मूलभूत आवश्यकता है — नागरिकों में डिजिटल साक्षरता और आलोचनात्मक मीडिया कौशल का विकास। स्कूली पाठ्यक्रम में फेक न्यूज़ की पहचान, सूचना सत्यापन (fact-checking) और ऑनलाइन नागरिक शिष्टाचार को शामिल किया जाना चाहिए। फिनलैंड का मीडिया साक्षरता मॉडल, जिसे 2014 से लागू किया गया है, भारत के लिए एक उपयोगी उदाहरण प्रस्तुत करता है। भारत में सामुदायिक स्तर पर 'डिजिटल दीदी' और 'डिजिटल साथी' जैसे कार्यक्रमों को बड़े पैमाने पर लागू किया जाना चाहिए (मेहता, 2023)।

7.2 स्वतंत्र तथ्य-जांच और पत्रकारिता

ऑल्ट न्यूज़, बूम, द क्विंट फैक्ट-चेक जैसे भारतीय तथ्य-जांच संगठनों को संस्थागत समर्थन और वित्तीय सुरक्षा प्रदान की जानी चाहिए। इन संगठनों का सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों के साथ तकनीकी एकीकरण गलत सूचना के विरुद्ध एक महत्वपूर्ण बचाव है। बलकृष्णन (2021) के अनुसार, भारत में तथ्य-जांच पारिस्थितिकी तंत्र को व्यापक और बहुभाषी होने की आवश्यकता है ताकि हिंदी, तमिल, उर्दू, बंगाली जैसी भाषाओं में फैलती गलत सूचना का भी प्रभावी उत्तर दिया जा सके।

7.3 पारदर्शी और संतुलित विनियमन

सोशल मीडिया विनियमन ऐसा होना चाहिए जो अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का संरक्षण करते हुए हेट स्पीच, गलत सूचना और विदेशी हस्तक्षेप को रोके। भारत को IT Rules 2021 में संशोधन करते हुए एक स्वतंत्र नियामक निकाय की स्थापना करनी चाहिए जिसमें सिविल सोसायटी, तकनीकी विशेषज्ञों और न्यायपालिका का प्रतिनिधित्व हो। एल्गोरिदम ऑडिट, डेटा स्थानीयकरण और राजनीतिक विज्ञापन की पूर्ण पारदर्शिता अनिवार्य की जानी चाहिए। साथ ही, इंटरनेट शटडाउन के लिए स्पष्ट कानूनी मानदंड और न्यायिक निगरानी की व्यवस्था होनी चाहिए (सिंघल, 2023)।

7.4 डिजिटल समावेशन

लोकतांत्रिक दृष्टि से सबसे महत्वपूर्ण यह है कि सोशल मीडिया का लाभ समाज के सभी वर्गों तक पहुंचे। इसके लिए ग्रामीण क्षेत्रों में ब्रॉडबैंड इंफ्रास्ट्रक्चर, महिलाओं की डिजिटल पहुंच और क्वालिटी इंटरनेट जैसे लक्ष्य नीतिगत प्राथमिकता बनने चाहिए। भारत नेट परियोजना और प्रधानमंत्री ग्रामीण डिजिटल साक्षरता अभियान इस दिशा में सकारात्मक कदम हैं, परंतु कार्यान्वयन की गति को बढ़ाने की आवश्यकता है। जेंडर डिजिटल डिवाइड को पाटना विशेष प्राथमिकता होनी चाहिए (यादव, 2022)।

7.5 प्लेटफॉर्म की जवाबदेही

सोशल मीडिया कंपनियों को केवल 'तटस्थ मंच' नहीं माना जा सकता जब उनके एल्गोरिदम सक्रिय रूप से सामग्री की पहुंच निर्धारित करते हों। इन कंपनियों की जवाबदेही सुनिश्चित करने के लिए नियमित पारदर्शिता रिपोर्ट, भारतीय भाषाओं में कंटेंट मॉडरेशन टीम की नियुक्ति, और चुनावी अवधि में विशेष सतर्कता अनिवार्य की जानी चाहिए। मेटा और गूगल जैसी कंपनियों को यह सुनिश्चित करना होगा कि उनके प्लेटफॉर्म लोकतांत्रिक प्रक्रिया को कमजोर नहीं करते (शर्मा एवं पटेल, 2023)।

8. निष्कर्ष

सोशल मीडिया और लोकतंत्र का संबंध न तो सरल है और न ही एकतरफा। यह एक जटिल, द्विआयामी संबंध है जिसमें अवसर और खतरे दोनों विद्यमान हैं। हैबरमास के सार्वजनिक क्षेत्र की अवधारणा के आलोक में देखें तो सोशल मीडिया ने एक विशाल और बहुल सार्वजनिक मंच का निर्माण किया है जहाँ लाखों नागरिक राजनीतिक विमर्श में भाग ले सकते हैं — यह एक ऐतिहासिक उपलब्धि है। परंतु इस मंच की संरचनागत विशेषताएं — एल्गोरिदमिक ध्रुवीकरण, वायरल गलत सूचना, व्यावसायिक प्रोत्साहन और नियामक शून्यता — लोकतांत्रिक विमर्श की गुणवत्ता को गंभीर रूप से क्षति पहुंचाती हैं।

डेलिबरेटिव डेमोक्रेसी के आदर्श — तर्कसंगत, सुविचारित और समानता-आधारित संवाद — सोशल मीडिया की वास्तविकता से अक्सर बहुत दूर हैं। इको-चेंबर ध्रुवीकरण को गहरा करते हैं, ट्रोल फार्म सार्वजनिक विमर्श को विकृत करते हैं, और डीपफेक तकनीक सत्य एवं असत्य की सीमारेखा को धुंधला करती है। ये चुनौतियां सभी लोकतंत्रों के लिए, विशेषकर भारत जैसे विविध और युवा लोकतंत्र के लिए, बेहद गंभीर हैं।

भारत के संदर्भ में, सोशल मीडिया ने 2011 के अन्ना आंदोलन से लेकर किसान आंदोलन तक नागरिक समाज को शक्ति दी है और सरकारों को जवाबदेह बनाने में योगदान दिया है। साथ ही, व्हाट्सएप पर अफवाहों से हुई भीड़-हिंसा और चुनावों में गलत सूचना के प्रसार ने लोकतांत्रिक मूल्यों को गंभीर क्षति पहुंचाई है।

अंततः, सोशल मीडिया एक उपकरण है — इसका उपयोग लोकतंत्र को सुदृढ़ करने या कमजोर करने, दोनों के लिए किया जा सकता है। इस उपकरण को लोकतंत्र की सेवा में लगाने के लिए सरकार, नागरिक समाज, प्रौद्योगिकी कंपनियों और नागरिकों की सामूहिक जिम्मेदारी है। डिजिटल साक्षरता, पारदर्शी विनियमन, जवाबदेह प्लेटफॉर्म और समावेशी डिजिटल अवसंरचना — इन चार स्तंभों पर ही 21वीं सदी में लोकतांत्रिक मानकों का सुदृढ़ीकरण संभव है। भविष्य में आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस और मेटावर्स जैसी तकनीकों के उभरने के साथ यह चुनौती और जटिल होगी — इसलिए लोकतांत्रिक समाजों को अभी से एक सुदृढ़ नैतिक, कानूनी और तकनीकी ढांचा विकसित करना होगा।

संदर्भ सूची

- अग्रवाल, एस. (2022). सोशल मीडिया और सांप्रदायिक हिंसा: भारतीय संदर्भ में एक अध्ययन। भारतीय राजनीति विज्ञान पत्रिका, 83(2), 145–168.
- एक्सेस नाउ. (2023). #KeepItOn: इंटरनेट शटडाउन वैश्विक रिपोर्ट 2022। एक्सेस नाउ। <https://www.accessnow.org/keepiton/>
- बलाकृष्णन, आर. (2021). भारत में तथ्य-जांच पारिस्थितिकी तंत्र: चुनौतियां और संभावनाएं। मीडिया और संचार अध्ययन, 9(3), 201–215.

- भारत निर्वाचन आयोग. (2024). सोशल मीडिया और चुनाव: 2024 लोकसभा चुनाव रिपोर्ट। भारत निर्वाचन आयोग। <https://www.eci.gov.in>
- चड्ढा, के., और पॉल, ए. (2010). एशिया में इंटरनेट और राजनीतिक सहभागिता: नागरिकता की नई धाराएं। एशिया अध्ययन पत्रिका, 48(4), 889–926. <https://doi.org/10.1111/asst.2010.48.4>
- डाल, आर. ए. (1971). पॉलीआर्की: सहभागिता और विरोध (एम. के. शर्मा, अनुवाद)। येल विश्वविद्यालय प्रेस।
- डायमंड, एल. (2010). नेट डिलूजन: ऑनलाइन स्वतंत्रता की अंधेरी साइड। पेंगुइन बुक्स।
- फ्रेजर, एन. (1990). सार्वजनिक क्षेत्र का पुनर्विचार: बुर्जुआ लोकतंत्र की आलोचना के लिए योगदान। सामाजिक पाठ, 25/26, 56–80. <https://doi.org/10.2307/466240>
- गुप्ता, पी. (2022). नागरिक पत्रकारिता और सोशल मीडिया: भारत में जन-जागरण के नए आयाम। हिंदी पत्रकारिता अध्ययन, 14(1), 45–62.
- गट्टमैन, ए., और थॉम्पसन, डी. (2004). विचार-विमर्श लोकतंत्र क्यों। प्रिंसटन विश्वविद्यालय प्रेस।
- ग्रीन, जे., और गोल्ड, एम. (2019). शैतान का सौदा: कैम्ब्रिज एनालिटिक्स और डेटा लोकतंत्र को कैसे खाता है। स्क्रिबनर।
- हैबरमास, जे. (1989). सार्वजनिक क्षेत्र का संरचनात्मक परिवर्तन (टी. बर्गर, अनुवाद)। MIT प्रेस।
- हावर्ड, पी. एन., और हसन, एम. एम. (2013). डेमोक्रेसी की डिजिटल उत्पत्ति: अरब स्प्रिंग में सूचना प्रौद्योगिकी। जर्नल ऑफ कम्युनिकेशन, 63(1), 6–30. <https://doi.org/10.1111/jcom.12002>
- IAMAI. (2024). भारत इंटरनेट रिपोर्ट 2024। इंटरनेट एंड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया। <https://www.iamai.in>
- जैन, एस. (2022). भारत के IT नियम 2021 और डिजिटल अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता। भारतीय विधि समीक्षा, 58(3), 310–335.
- जोशी, आर. (2023). भारतीय भाषाओं में हेट स्पीच: पहचान और नियंत्रण की चुनौतियां। डिजिटल मीडिया और समाज, 6(2), 88–104.
- कुमार, ए. (2020). भारतीय राजनीति में डिजिटल वॉर रूम: चुनावी रणनीति का नया चेहरा। राजनीतिक संचार अध्ययन, 12(4), 156–180.

- मेहता, एस. (2023). डिजिटल साक्षरता और लोकतांत्रिक शिक्षा: फिनलैंड मॉडल से सीखा शैक्षिक समाजशास्त्र समीक्षा, 17(1), 22–40.
- मिश्रा, वी. (2018). सोशल मीडिया और राजनीतिक जवाबदेही: भारतीय सांसदों का ट्विटर उपयोग। इलेक्ट्रॉनिक गवर्नेंस जर्नल, 11(2), 189–207.
- राष्ट्रीय परिवार स्वास्थ्य सर्वेक्षण-5. (2021). NFHS-5 राष्ट्रीय रिपोर्ट 2019–21। स्वास्थ्य और परिवार कल्याण मंत्रालय, भारत सरकार। http://rchiips.org/nfhs/nfhs-5Reports/NFHS-5_INDIA_REPORT.pdf
- राव, वी., और शर्मा, के. (2020). व्हाट्सएप और 2019 के भारतीय चुनाव: गलत सूचना के नेटवर्क का विश्लेषण। एशियाई राजनीति और नीति, 12(3), 445–464. <https://doi.org/10.1111/aspp.12542>
- रवीन्द्रनाथ, टी. (2021). भारत में व्हाट्सएप ग्रुप और राजनीतिक इको-चेंबर। दक्षिण एशिया संचार समीक्षा, 8(1), 66–85.
- शाह, एस. (2019). भारत में व्हाट्सएप और भीड़-हिंसा: डिजिटल सूचना का घातक दुरुपयोग। ACM मानव कारक कंप्यूटिंग प्रोसीडिंग्स, 2019(1), 1–15. <https://doi.org/10.1145/3290605.3300733>
- शर्मा, एम. (2019). डिजिटल भारत में नागरिक भागीदारी: सोशल मीडिया, सार्वजनिक क्षेत्र और लोकतंत्र। ओरियंट ब्लैकस्वान।
- शर्मा, आर., और पटेल, एन. (2023). सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म की जवाबदेही और भारतीय लोकतंत्र। राज्य और समाज, 40(2), 200–224.
- सिंघल, आर. (2023). सोशल मीडिया विनियमन का तुलनात्मक अध्ययन: भारत, EU और USA। सार्वजनिक नीति और प्रशासन, 22(3), 178–196.
- स्टैनफोर्ड इंटरनेट ऑब्जर्वेटरी. (2023). भारत में ऑनलाइन प्रभाव अभियान: 2023 रिपोर्ट। स्टैनफोर्ड विश्वविद्यालय। <https://io.stanford.edu>
- सुनस्टीन, सी. आर. (2017). #Republic: डिजिटल युग में विभाजित लोकतंत्र। प्रिंसटन विश्वविद्यालय प्रेस।
- तिवारी, एस. (2021). भारतीय किसान आंदोलन और सोशल मीडिया: वैश्विक एकजुटता का निर्माण। ग्रामीण अध्ययन पत्रिका, 18(4), 315–332.
- त्रिपाठी, ए. (2022). डिजिटल विभाजन और लोकतांत्रिक असमानता: भारत में जेंडर, वर्ग और क्षेत्र के आयाम। समाजशास्त्र बुलेटिन, 71(2), 240–258.

- संयुक्त राष्ट्र. (2019). ऑनलाइन हेट स्पीच की रोकथाम पर रणनीति और कार्ययोजना। संयुक्त राष्ट्र। <https://www.un.org/en/genocideprevention/hatespeech.pdf>
- वर्मा, आर., और सिंह, पी. (2020). भारत में युवा मतदाता और सोशल मीडिया: 2019 चुनाव में डिजिटल सहभागिता। युवा और राजनीति, 9(2), 112–135.
- वोसोगी, एस., रॉय, डी., और अरल, एस. (2018). ऑनलाइन झूठी और सच्ची सूचना का विसरण। साइंस, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- यादव, बी. (2022). भारत नेट और ग्रामीण डिजिटल समावेशन: उपलब्धियां और चुनौतियां। विकास प्रशासन समीक्षा, 29(1), 55–72.
- पांडे, डी. (2024). 2024 लोकसभा चुनाव और सोशल मीडिया गलत सूचना: एक विश्लेषण। राजनीतिक विज्ञान त्रैमासिक, 15(2), 88–110.