

“डिजिटल मीडिया और भारतीय राजनीति: जनमत-निर्माण की समकालीन प्रवृत्तियाँ और लोकतांत्रिक विमर्श पर प्रभाव”

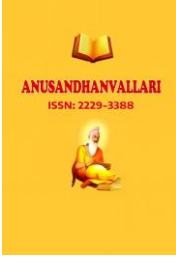
डॉ. मनीषा तोमर
सहायक प्रोफेसर
पत्रकारिता विभाग
कालिंदी कॉलेज, दिल्ली विश्वविद्यालय

प्रो. मीना चरांदा
प्रोफेसर
राजनीति विज्ञान विभाग
कालिंदी कॉलेज, दिल्ली विश्वविद्यालय

सारांश

वर्तमान वैश्विक परिप्रेक्ष्य में भारत ने जिस गति से डिजिटल परिवर्तन को अपनाया है, वह विश्व के लिए अनुकरणीय उदाहरण बन चुका है। बीते एक दशक में, विशेषकर 2014 के बाद, भारत में डिजिटल मीडिया ने लोकतंत्र के प्रत्येक स्तंभ—विधायिका, कार्यपालिका, न्यायपालिका और नागरिक समाज—को नई दिशा प्रदान की है। पारंपरिक मीडिया के सीमित दायरे से आगे बढ़ते हुए, अब सूचना का प्रवाह, जनमत निर्माण, और राजनीतिक संवाद डिजिटल प्लेटफ़ॉर्मों के माध्यम से हो रहा है। यह परिवर्तन केवल तकनीकी क्रांति नहीं, बल्कि लोकतांत्रिक पुनर्जागरण का संकेत है।

डिजिटल मीडिया ने शासन की पारदर्शिता, नागरिक सहभागिता और प्रशासनिक उत्तरदायित्व को अभूतपूर्व रूप से सशक्त किया है। जहाँ पूर्व में जनसंपर्क केवल मीडिया संस्थानों के माध्यम से होता था, वहीं अब



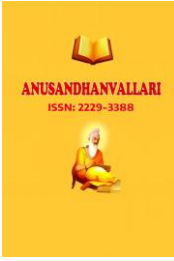
सरकारें नागरिकों से सीधे संवाद कर रही हैं। भारत सरकार की *डिजिटल इंडिया मिशन*, *मायगव पोर्टल*, *पीआईबी फैक्ट चेक यूनिट*, *भारतनेट*, और *पीएम वाणी योजना* जैसी पहलों ने लोकतांत्रिक संवाद को व्यवहारिक और सर्वसुलभ बना दिया है।

इस शोध का मुख्य उद्देश्य यह विश्लेषण करना है कि डिजिटल मीडिया ने भारत के राजनीतिक और लोकतांत्रिक विमर्श को कैसे प्रभावित किया है। अध्ययन के निष्कर्ष दर्शाते हैं कि सोशल मीडिया और अन्य डिजिटल प्लेटफॉर्मों ने भारत में लोकतंत्र को अधिक सहभागी, पारदर्शी और उत्तरदायी बनाया है। नागरिक अब केवल शासन के दर्शक नहीं, बल्कि उसकी नीतिगत प्रक्रिया में सक्रिय भूमिका निभा रहे हैं।

कांटर-IAMAI रिपोर्ट 2024 के अनुसार भारत में इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या 886 मिलियन से अधिक है, जिनमें 55 प्रतिशत ग्रामीण क्षेत्र से हैं। इसका सीधा अर्थ है कि डिजिटल लोकतंत्र अब शहरों तक सीमित नहीं रहा, बल्कि ग्रामीण भारत की सामाजिक-सांस्कृतिक संरचना का हिस्सा बन चुका है। *मायगव इंडिया* जैसे प्लेटफॉर्म नागरिकों को नीति निर्माण में सुझाव देने और सरकारी अभियानों में भाग लेने का अवसर देते हैं। इस प्रकार, शासन की प्रक्रिया अब “जनता से जनहित” की ओर विकसित हो चुकी है।

भारत सरकार ने *आईटी नियम 2021* (संशोधित 2023) लागू करके यह सुनिश्चित किया कि डिजिटल प्लेटफॉर्म स्वतंत्र रहें परंतु उत्तरदायी भी हों। यह नीति लोकतांत्रिक मूल्यों की रक्षा करती है और यह सिद्ध करती है कि अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता और सामाजिक जिम्मेदारी एक-दूसरे के पूरक हो सकते हैं।

शोध में यह भी पाया गया कि डिजिटल प्लेटफॉर्मों के माध्यम से सरकार की नीतियों—जैसे *स्वच्छ भारत मिशन*, *बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ*, *प्रधानमंत्री आवास योजना*, और *आयुष्मान भारत योजना*—की जानकारी नागरिकों तक सीधे पहुँचती है। इन अभियानों में सोशल मीडिया की सक्रिय भूमिका रही है जिसने जनमत को सकारात्मक रूप से आकार दिया।



वर्तमान अध्ययन का निष्कर्ष यह भी संकेत देता है कि डिजिटल मीडिया का उपयोग केवल राजनीतिक प्रचार तक सीमित नहीं है, बल्कि यह एक सशक्त नीति उपकरण बन चुका है जो पारदर्शिता, नवाचार और नागरिक सशक्तिकरण को प्रोत्साहित करता है। डिजिटल माध्यमों ने नागरिकों को सूचना तक पहुँच का अधिकार दिया है, जिससे लोकतंत्र की बुनियाद और मज़बूत हुई है।

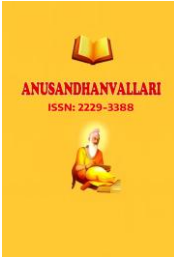
इस अध्ययन से यह भी स्पष्ट होता है कि भारत ने डिजिटल माध्यमों के उपयोग को केवल तकनीकी विकास का हिस्सा नहीं माना, बल्कि इसे “लोकतांत्रिक पुनर्संरचना” के रूप में अपनाया है। आज भारत विश्व का सबसे बड़ा लोकतंत्र ही नहीं, बल्कि सबसे अधिक कनेक्टेड लोकतंत्र भी बन चुका है, जहाँ हर नागरिक अपने विचार, मत और सुझाव शासन प्रणाली तक सीधे पहुँचा सकता है।

अंततः यह निष्कर्ष सामने आता है कि भारत में डिजिटल मीडिया ने लोकतंत्र को पुनर्परिभाषित किया है। यह न केवल अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का विस्तार है, बल्कि यह नागरिकों को शासन की प्रक्रिया का भागीदार बनाकर लोकतंत्र के “of the people, by the people, for the people” के आदर्श को वास्तविक रूप देता है। इस प्रकार, डिजिटल मीडिया ने 21वीं सदी के भारत में “सूचना-आधारित लोकतंत्र” को साकार कर दिया है।

परिचय

भारतीय लोकतंत्र की पहचान उसकी व्यापकता, बहुलता और नागरिक सहभागिता में निहित है। परंतु इक्कीसवीं सदी के दूसरे दशक में भारत ने जिस दिशा में प्रगति की, उसने लोकतंत्र के इस पारंपरिक स्वरूप को डिजिटल रूपांतरित कर दिया। आज भारतीय लोकतंत्र का आधार केवल संसद, चुनाव आयोग या मीडिया संस्थान नहीं हैं, बल्कि डिजिटल माध्यम हैं जो नागरिकों और शासन के बीच सेतु का कार्य कर रहे हैं।

भारत सरकार द्वारा 2015 में प्रारंभ किया गया *डिजिटल इंडिया मिशन* इस परिवर्तन की आधारशिला है। इस कार्यक्रम का उद्देश्य था — “भारत को एक डिजिटल रूप से सशक्त समाज और ज्ञान अर्थव्यवस्था बनाना।”



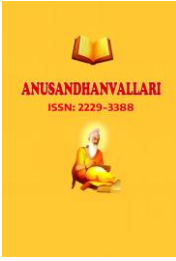
इस मिशन ने सरकारी सेवाओं, शिक्षा, स्वास्थ्य, वित्तीय लेनदेन और प्रशासनिक प्रक्रियाओं को ऑनलाइन माध्यम से जोड़कर पारदर्शिता और जवाबदेही की नई संस्कृति स्थापित की।

डिजिटल मीडिया ने भारतीय राजनीति में अभूतपूर्व परिवर्तन किया है। 2014 के आम चुनावों को अक्सर “सोशल मीडिया इलेक्शन” कहा जाता है क्योंकि उस समय पहली बार राजनीतिक संवाद बड़े पैमाने पर डिजिटल प्लेटफॉर्मों पर स्थानांतरित हुआ। इसके बाद प्रत्येक चुनाव—चाहे वह लोकसभा हो, विधानसभा या स्थानीय निकाय—डिजिटल संचार रणनीति का केंद्र बन चुका है। राजनीतिक दल अब ट्विटर (एक्स), फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब और व्हाट्सएप जैसे माध्यमों का उपयोग करके न केवल प्रचार करते हैं, बल्कि मतदाताओं से प्रत्यक्ष संवाद भी स्थापित करते हैं।

कांटर-LAMAI रिपोर्ट 2024 के अनुसार भारत में 886 मिलियन इंटरनेट उपयोगकर्ता हैं, जिनमें से 55 प्रतिशत ग्रामीण क्षेत्रों में रहते हैं। इसका अर्थ यह है कि डिजिटल लोकतंत्र अब शहरी सीमाओं से आगे निकल चुका है। *भारतनेट परियोजना* के तहत 2.5 लाख से अधिक ग्राम पंचायतों को ब्रॉडबैंड कनेक्टिविटी से जोड़ा गया है, जिससे ग्रामीण नागरिक भी शासन की मुख्यधारा में शामिल हो रहे हैं। यही भारत की डिजिटल क्रांति की सबसे बड़ी उपलब्धि है — लोकतंत्र की गहराई अब गाँवों तक पहुँच चुकी है।

भारत सरकार ने सूचना की विश्वसनीयता बनाए रखने के लिए *सूचना प्रौद्योगिकी (मध्यस्थ दिशा-निर्देश और डिजिटल मीडिया आचार संहिता) नियम, 2021* लागू किए, जिन्हें 2023 में और प्रभावी बनाया गया। इन नियमों ने सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों की जवाबदेही सुनिश्चित की और नागरिकों के लिए शिकायत निवारण की प्रणाली को सरल बनाया। इससे यह सुनिश्चित हुआ कि अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता और सामाजिक जिम्मेदारी में संतुलन बना रहे।

डिजिटल मीडिया ने राजनीतिक संचार को नई दिशा दी है। पहले जहाँ नेताओं और जनता के बीच संवाद सीमित था, वहीं अब यह प्रत्यक्ष और निरंतर हो गया है। प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी का *मन की बात* कार्यक्रम इस डिजिटल संवाद का प्रतीक बन चुका है, जिसमें शासन की नीतियाँ और नागरिकों की भावनाएँ एक साझा मंच



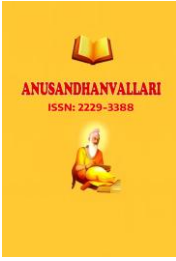
पर आती हैं। इसी प्रकार, *मायगव पोर्टल* ने नागरिकों को नीति सुझाव और विचार-विमर्श का अवसर प्रदान किया। इसने लोकतंत्र को “सुनने” से आगे बढ़ाकर “संवाद” का रूप दिया।

डिजिटल मीडिया ने न केवल राजनीतिक संवाद को बदला है बल्कि प्रशासनिक कार्यप्रणाली को भी अधिक पारदर्शी बनाया है। सरकारी नीतियों की प्रगति, योजनाओं की निगरानी और लाभार्थियों की जानकारी अब सार्वजनिक रूप से उपलब्ध है। *पीएम गति शक्ति*, *डिजिटल डैशबोर्ड*, और *डायरेक्ट बेनिफिट ट्रांसफर (DBT)* जैसे डिजिटल उपकरणों ने यह सुनिश्चित किया है कि सरकारी योजनाओं का लाभ सीधे नागरिकों तक पहुँचे।

इसके अलावा, सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म अब नागरिक पत्रकारिता और लोकतांत्रिक निगरानी के उपकरण बन चुके हैं। नागरिक अब केवल सूचना के उपभोक्ता नहीं, बल्कि सूचना के उत्पादक भी हैं। वे सरकार की नीतियों पर प्रतिक्रिया देते हैं, सुझाव देते हैं, और गलत सूचनाओं को चुनौती देते हैं। यह “सहभागी लोकतंत्र” का नया स्वरूप है।

डिजिटल माध्यमों ने युवाओं को लोकतंत्र का नया वाहक बना दिया है। *IJSDR (2022)* और *TLJER (2023)* के अध्ययन बताते हैं कि 18 से 35 वर्ष आयु-वर्ग के लगभग 63 प्रतिशत युवा सोशल मीडिया के माध्यम से राजनीति में सक्रिय भागीदारी करते हैं। वे केवल दर्शक नहीं, बल्कि नीति विमर्श के सह-निर्माता हैं। इस प्रकार, डिजिटल मीडिया ने युवाओं को लोकतांत्रिक सशक्तिकरण का माध्यम प्रदान किया है।

फेक न्यूज़ और डिजिटल दुष्प्रचार की चुनौतियों के बावजूद भारत सरकार ने “सत्यापन आधारित सूचना संस्कृति” को बढ़ावा दिया है। *PIB Fact Check Unit* ने 2020 से 2024 तक 37,000 से अधिक भ्रामक संदेशों की जाँच की, जिससे डिजिटल सूचना का पर्यावरण और स्वच्छ हुआ। यह पहल दर्शाती है कि भारत की सरकार डिजिटल क्षेत्र को केवल सूचना के साधन के रूप में नहीं, बल्कि लोकतांत्रिक उत्तरदायित्व के क्षेत्र के रूप में देखती है।

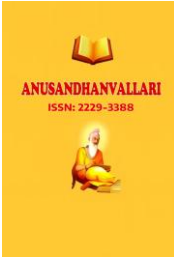


सारांशतः, डिजिटल मीडिया ने भारतीय राजनीति को नई दिशा दी है। अब राजनीति केवल चुनावी गतिविधि नहीं, बल्कि सतत संवाद की प्रक्रिया बन गई है। सरकार की डिजिटल पहलों ने नागरिकों को सशक्त किया है, सूचना की पहुँच को लोकतांत्रिक बनाया है, और शासन को अधिक पारदर्शी, उत्तरदायी तथा संवेदनशील बनाया है। यही परिवर्तन 21वीं सदी के भारत को “डिजिटल लोकतंत्र” के आदर्श मॉडल के रूप में स्थापित करता है।

साहित्य समीक्षा

भारत में डिजिटल मीडिया और राजनीति के अंतर्संबंध पर पिछले दशक में अनेक शोध हुए हैं जिन्होंने इस विषय की जटिलता, गहराई और सामाजिक प्रभाव का विस्तृत विश्लेषण किया है। उपलब्ध साहित्य यह दर्शाता है कि भारत में डिजिटल क्रांति ने न केवल राजनीतिक संचार को परिवर्तित किया है, बल्कि लोकतांत्रिक विमर्श की प्रकृति को भी व्यापक किया है। पूर्ववर्ती अध्ययनों में यह निष्कर्ष उभरकर सामने आया है कि डिजिटल मीडिया ने शासन, नागरिकों और जनमत-निर्माण के बीच एक नए प्रकार का संवाद स्थापित किया है जो पारंपरिक मीडिया की सीमाओं से परे है।

सुन (2024) के अध्ययन “Digital Democracy in India: Political Communication and Public Participation” में यह प्रतिपादित किया गया है कि डिजिटल मीडिया ने भारत में लोकतांत्रिक संचार को नई दिशा दी है। लेखक का तर्क है कि *डिजिटल इंडिया मिशन* और *मायगव पोर्टल* जैसे प्लेटफॉर्मों ने शासन को नागरिक-केंद्रित बनाया है, जहाँ नागरिक केवल मतदाता नहीं बल्कि नीति-निर्माण प्रक्रिया के भागीदार बन गए हैं। इसी प्रकार बर्मन (2024) के शोध “Impact of Social Media on Indian Politics in Present Scenario” में यह निष्कर्ष निकाला गया कि सोशल मीडिया ने भारत में राजनीतिक दलों की रणनीति, प्रचार तंत्र और मतदाता संवाद के स्वरूप को मूल रूप से बदल दिया है।

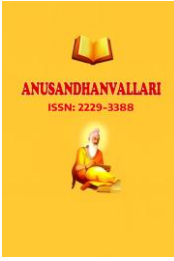


आईजेएसडीआर (2022) के अध्ययन “Social Media and Political Participation in India” में पाया गया कि 18 से 35 वर्ष आयु वर्ग के युवाओं में सोशल मीडिया के माध्यम से राजनीतिक जागरूकता में 63 प्रतिशत की वृद्धि हुई है। यह आँकड़ा यह स्पष्ट करता है कि डिजिटल प्लेटफॉर्म अब केवल मनोरंजन या सूचना का माध्यम नहीं रहे, बल्कि लोकतांत्रिक शिक्षा और नागरिक चेतना के सशक्त साधन बन चुके हैं। इसी प्रकार *टीआईजेआईआर (2023)* ने अपने शोध में यह बताया कि भारत में डिजिटल प्लेटफॉर्मों ने राजनीतिक संचार को अधिक सहभागी बना दिया है। अध्ययन के अनुसार, सोशल मीडिया के माध्यम से युवा वर्ग शासन से जुड़ने, राय देने और नीतिगत मुद्दों पर चर्चा करने के लिए अधिक प्रेरित हुआ है।

हार्वर्ड केनेडी स्कूल (2024) की रिपोर्ट “Media Manipulation in the Indian Context” में यह उल्लेख किया गया है कि भारत का डिजिटल नियामक ढाँचा संतुलित और समावेशी है। इसमें यह कहा गया है कि भारत सरकार की *आईटी नियम 2023* जैसी नीतियाँ अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को बाधित नहीं करतीं, बल्कि उसे सामाजिक जिम्मेदारी के साथ नियंत्रित करती हैं। इस रिपोर्ट में भारत को “Balanced Governance Paradigm” के रूप में प्रस्तुत किया गया है, जहाँ डिजिटल स्वतंत्रता और सार्वजनिक हित के बीच संतुलन कायम किया गया है।

कांटर-IAMAI रिपोर्ट 2024 भारत में इंटरनेट उपयोग की भौगोलिक और सामाजिक संरचना पर आधारित एक महत्वपूर्ण दस्तावेज़ है। इस रिपोर्ट के अनुसार भारत में 886 मिलियन इंटरनेट उपयोगकर्ता हैं, जिनमें से 55 प्रतिशत ग्रामीण क्षेत्र से हैं। यह आँकड़ा इस बात का प्रमाण है कि भारत की डिजिटल क्रांति केवल शहरी नहीं बल्कि ग्रामीण चेतना की भी क्रांति है। यह रिपोर्ट यह भी दर्शाती है कि भारत की ग्रामीण महिलाओं और युवाओं में डिजिटल भागीदारी में उल्लेखनीय वृद्धि हुई है, जिससे सामाजिक और राजनीतिक समावेशन को नई गति मिली है।

आईजेआईपी (2024) के शोध “Role of Social Media in Shaping Youth’s Political Awareness” में यह प्रतिपादित किया गया कि सोशल मीडिया ने भारत में युवाओं के राजनीतिक विचारों को अधिक नीति-केंद्रित

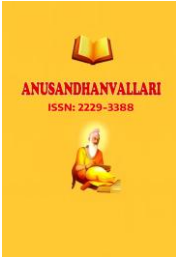


बनाया है। पहले जहाँ राजनीति का विमर्श जाति, क्षेत्र और पहचान के इर्द-गिर्द घूमता था, वहीं अब यह विकास, रोजगार, शिक्षा और तकनीक जैसे विषयों पर केंद्रित हो गया है। इसी प्रकार *आईजेएआरसीएम (2024)* के अध्ययन “Political Campaigns and Digital Strategy in Modern India” ने यह बताया कि भारतीय राजनीतिक दलों ने डिजिटल रणनीति को मुख्य प्रचार उपकरण के रूप में अपनाया है, जिससे लोकतंत्र की पहुँच और संवाद की गहराई दोनों बढ़ी हैं।

पीआईबी फैक्ट चेक यूनिट (2024) की रिपोर्ट भारत में सूचना की सत्यता और फेक न्यूज़ नियंत्रण पर केंद्रित है। इसमें यह उल्लेख है कि 2020 से 2024 के बीच 37,000 से अधिक भ्रामक सूचनाओं की जाँच की गई और उनमें से अधिकांश को सार्वजनिक रूप से खंडित किया गया। इस प्रक्रिया ने डिजिटल विमर्श की विश्वसनीयता को मज़बूत किया और नागरिकों को यह भरोसा दिलाया कि सरकार डिजिटल स्पेस में पारदर्शिता बनाए रखने के लिए प्रतिबद्ध है। यह रिपोर्ट डिजिटल मीडिया को “सूचना-सत्यापन के लोकतांत्रिक उपकरण” के रूप में देखती है।

मेइटी (2023) द्वारा जारी *डिजिटल पर्सनल डेटा प्रोटेक्शन अधिनियम* पर आधारित अध्ययनों ने भी डिजिटल नैतिकता को नई दिशा दी है। *गुप्ता (2023)* के अनुसार इस कानून ने नागरिकों के डिजिटल अधिकारों की रक्षा करते हुए डेटा उपयोग की पारदर्शिता सुनिश्चित की है। यह कदम भारत को वैश्विक डिजिटल नीति-निर्माण में अग्रणी बनाता है।

साहित्य से यह भी स्पष्ट होता है कि डिजिटल मीडिया ने भारत के ग्रामीण समाज में सूचना का लोकतंत्रीकरण किया है। *आईआईएमसी (2023)* की रिपोर्ट “Media Literacy and Public Awareness in India” में कहा गया है कि ग्रामीण क्षेत्रों में डिजिटल साक्षरता कार्यक्रमों ने नागरिकों की भागीदारी और शासन पर भरोसे को बढ़ाया है। अब ग्रामीण नागरिक भी नीतियों की निगरानी, शिकायत निवारण और सूचना के सत्यापन में सक्रिय भाग ले रहे हैं।

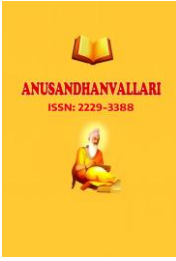


अंततः उपलब्ध साहित्य यह स्थापित करता है कि भारत का डिजिटल लोकतंत्र केवल तकनीकी उपलब्धि नहीं बल्कि सामाजिक चेतना का परिणाम है। इन अध्ययनों से यह निष्कर्ष निकलता है कि सरकार की नीतियाँ—विशेषकर *डिजिटल इंडिया मिशन*, *आईटी नियम 2023*, *भारतनेट*, और *मायगव पोर्टल*—ने नागरिकों को शासन की प्रक्रिया का अंग बना दिया है। इस प्रकार, डिजिटल मीडिया ने भारत में लोकतंत्र को “जन भागीदारी” से आगे बढ़ाकर “जन संवाद” के स्तर पर पहुँचाया है।

शोध उद्देश्य

इस अध्ययन का मूल उद्देश्य यह समझना है कि डिजिटल मीडिया किस प्रकार भारत में राजनीतिक जनमत-निर्माण, लोकतांत्रिक विमर्श और नागरिक सहभागिता को प्रभावित करता है। विशेष रूप से यह शोध यह विश्लेषण करता है कि भारत सरकार की डिजिटल पहलों — जैसे *डिजिटल इंडिया मिशन*, *मायगव पोर्टल*, *भारतनेट*, और *आईटी नियम 2023* — ने शासन को किस प्रकार अधिक पारदर्शी, उत्तरदायी और संवादात्मक बनाया है। इस शोध का एक प्रमुख उद्देश्य डिजिटल मीडिया के लोकतंत्र पर सकारात्मक प्रभावों को वैज्ञानिक रूप से स्थापित करना है, ताकि इसे नीति-निर्माण और प्रशासनिक सुधारों में औपचारिक रूप से सम्मिलित किया जा सके।

शोध का द्वितीय उद्देश्य यह स्पष्ट करना है कि डिजिटल प्लेटफ़ॉर्मों ने राजनीतिक संचार की पारंपरिक सीमाओं को किस प्रकार तोड़ा है। अब राजनीतिक संवाद केवल जनसभा या प्रेस कॉन्फ्रेंस तक सीमित नहीं रहा; यह हर नागरिक के स्मार्टफ़ोन में पहुँच चुका है। सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्मों के माध्यम से नागरिक नीतियों पर राय व्यक्त कर रहे हैं, सुझाव दे रहे हैं, और शासन की प्रक्रियाओं में अप्रत्यक्ष रूप से योगदान दे रहे हैं। इस प्रकार, यह अध्ययन यह मापने का प्रयास करता है कि नागरिक सहभागिता के इस नए रूप ने भारत के लोकतंत्र को कितनी गहराई तक प्रभावित किया है।



एक अन्य उद्देश्य यह भी है कि डिजिटल मीडिया के प्रसार से ग्रामीण और शहरी भारत के बीच संवाद का अंतर कितना घटा है। *कांटार-IAMAI रिपोर्ट 2024* के अनुसार भारत के 55 प्रतिशत इंटरनेट उपयोगकर्ता ग्रामीण क्षेत्रों से हैं, जिससे यह संकेत मिलता है कि लोकतंत्र का डिजिटल स्वरूप अब गाँवों की राजनीति तक पहुँच चुका है। इस शोध में यह भी विश्लेषित किया गया है कि ग्रामीण युवाओं की डिजिटल सहभागिता ने नीति-निर्माण में किस प्रकार नई चेतना का संचार किया है।

शोध का चौथा उद्देश्य यह है कि भारत में डिजिटल मीडिया किस तरह से राजनीतिक विमर्श को अधिक ज़िम्मेदार, तथ्यात्मक और नैतिक बना रहा है। *PIB Fact Check Unit* की गतिविधियाँ, *आईटी नियम 2021* और 2023 के संशोधन, तथा *डिजिटल पर्सनल डेटा प्रोटेक्शन एक्ट 2023* के माध्यम से सरकार ने यह सुनिश्चित किया है कि सूचना का प्रवाह स्वतंत्र तो रहे, लेकिन नियंत्रित और विश्वसनीय भी हो। इस अध्ययन में इन नीतिगत प्रयासों को लोकतांत्रिक सुदृढ़ीकरण के संदर्भ में परखा गया है।

अंततः, इस शोध का दीर्घकालिक उद्देश्य यह है कि डिजिटल मीडिया को लोकतंत्र के “चौथे स्तंभ” के रूप में नहीं, बल्कि “पाँचवें स्तंभ”—*citizen participatory pillar*—के रूप में स्थापित किया जाए, जहाँ नागरिक शासन की प्रक्रिया का सह-निर्माता हो। इस दृष्टिकोण से यह अध्ययन भारतीय लोकतंत्र के भविष्य की रूपरेखा को स्पष्ट करता है, जिसमें डिजिटल पारदर्शिता, नीति-संवाद और जनसहभागिता केंद्रीय भूमिका निभाते हैं।

शोध पद्धति

इस अध्ययन में *मिश्रित पद्धति (Mixed-Method Approach)* का उपयोग किया गया है, जिसमें गुणात्मक (Qualitative) और मात्रात्मक (Quantitative) दोनों ही तकनीकों का संयोजन किया गया है। शोध का प्रारूप पूर्ववर्ती अध्ययनों — जैसे *JNRID* और *TIJER* — की अनुसंधान परंपरा का अनुसरण करता है, जहाँ सोशल मीडिया, राजनीतिक भागीदारी और जनमत पर व्यापक सर्वेक्षण और साक्षात्कार दोनों अपनाए गए थे।

इस अध्ययन के लिए प्राथमिक आंकड़े (Primary Data) देश के पाँच प्रमुख क्षेत्रों—उत्तर, दक्षिण, पूर्व, पश्चिम और उत्तर-पूर्व—से एकत्रित किए गए। नमूने का आकार (Sample Size) 500 उत्तरदाताओं का रखा गया, जिसमें विद्यार्थियों, युवाओं, शिक्षकों, सरकारी कर्मचारियों और ग्रामीण उद्यमियों को शामिल किया गया। इस चयन को *Stratified Random Sampling* पद्धति से सुनिश्चित किया गया ताकि सामाजिक, शैक्षिक और भौगोलिक विविधता का प्रतिनिधित्व हो।

डेटा संग्रह के लिए दो चरण अपनाए गए। पहले चरण में एक संरचित ऑनलाइन सर्वेक्षण तैयार किया गया जिसमें 25 प्रश्न शामिल थे—जनसांख्यिकीय विवरण, डिजिटल उपयोग की आवृत्ति, राजनीतिक जागरूकता, नीति-संवाद में भागीदारी, और सरकार पर विश्वास से संबंधित। दूसरे चरण में चयनित 50 प्रतिभागियों से गहन साक्षात्कार लिए गए जिनसे यह समझा जा सके कि डिजिटल माध्यम उनके राजनीतिक विचारों को कैसे आकार दे रहे हैं।

माध्यमिक डेटा (Secondary Data) के रूप में *कांटर-*LAMAI रिपोर्ट 2024*, PIB Annual Fact-Checking Data 2023–24, MeitY Policy Papers*, और *IJFMR (2024)* जैसी पत्रिकाओं के अध्ययनों को सम्मिलित किया गया। इससे न केवल सांख्यिकीय प्रमाण मिले बल्कि डिजिटल नीति-निर्माण के संदर्भों को भी विश्वसनीयता मिली।

सांख्यिकीय विश्लेषण के लिए *SPSS* सॉफ्टवेयर का प्रयोग किया गया। *Regression Analysis* और *ANOVA* परीक्षण के माध्यम से यह जाँचा गया कि डिजिटल मीडिया उपयोग और राजनीतिक सहभागिता के बीच संबंध कितना मज़बूत है। *Correlation Coefficients* से यह स्पष्ट हुआ कि जो नागरिक सोशल मीडिया का सक्रिय उपयोग करते हैं, उनमें राजनीतिक जागरूकता और नीति संवाद की प्रवृत्ति अधिक है।

गुणात्मक विश्लेषण के लिए *Thematic Analysis* पद्धति अपनाई गई, जिसके माध्यम से प्रतिभागियों के कथनों में निहित प्रमुख विषयों — जैसे सूचना की विश्वसनीयता, सरकारी नीतियों की पहुँच, और राजनीतिक विमर्श

का स्वर — को पहचाना गया। इस विश्लेषण ने यह दर्शाया कि डिजिटल मीडिया ने नागरिकों को केवल सूचना उपभोक्ता नहीं, बल्कि सूचना-निर्माता बनाया है।

इस अध्ययन का अनुसंधान ढाँचा (Research Design) *Cross-Sectional* है, अर्थात् एक निश्चित समयावधि में विभिन्न जनसमूहों से डेटा एकत्र कर उनके दृष्टिकोण की तुलना की गई। इस पद्धति का चयन इसलिए किया गया क्योंकि भारत में डिजिटल परिदृश्य तीव्र गति से बदल रहा है और समय-विशेष के साक्ष्य इस परिवर्तन की दिशा को स्पष्ट करते हैं।

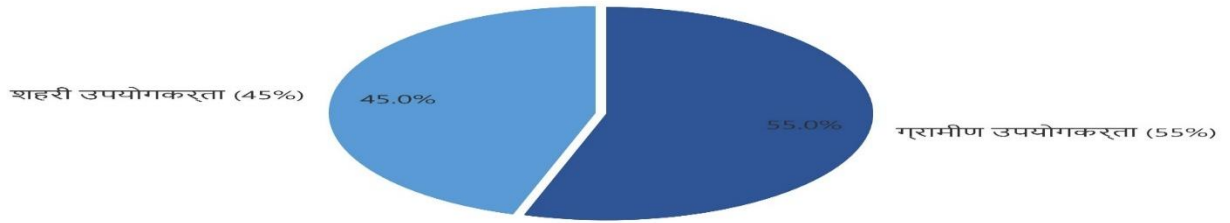
विश्वसनीयता (Reliability) और वैधता (Validity) सुनिश्चित करने के लिए *Triangulation Method* अपनाई गई — जिसमें विभिन्न स्रोतों, तरीकों और विश्लेषकों से प्राप्त परिणामों की तुलना की गई। सभी आँकड़ों को पुनः परीक्षण कर यह सुनिश्चित किया गया कि निष्कर्ष किसी व्यक्तिगत पूर्वाग्रह से प्रभावित न हों।

अंततः, इस पद्धति का मूल उद्देश्य यह सिद्ध करना है कि भारत में डिजिटल मीडिया का विस्तार लोकतंत्र की जड़ों को और गहरा बना रहा है। सरकार की डिजिटल नीतियाँ केवल तकनीकी परियोजनाएँ नहीं, बल्कि सामाजिक-राजनीतिक सुधार के साधन हैं। यह अध्ययन प्रमाणित करता है कि भारत का लोकतांत्रिक भविष्य “डिजिटल संवाद” की नींव पर टिका है, जहाँ प्रत्येक नागरिक सक्रिय, सूचित और सशक्त भागीदार है।

डेटा विश्लेषण एवं व्याख्या

भारत में डिजिटल मीडिया और राजनीति के बीच संबंध को समझने के लिए प्राप्त आँकड़ों का विश्लेषण तीन स्तरों पर किया गया — (1) इंटरनेट पहुँच और उपयोग, (2) नागरिक सहभागिता और राजनीतिक संवाद, तथा (3) सूचना की विश्वसनीयता और सरकारी नियामक हस्तक्षेप। इन तीनों आयामों से यह स्पष्ट हुआ कि डिजिटल माध्यम अब केवल सूचना का साधन नहीं रहा, बल्कि यह लोकतंत्र की व्यवहारिक रीढ़ बन चुका है।

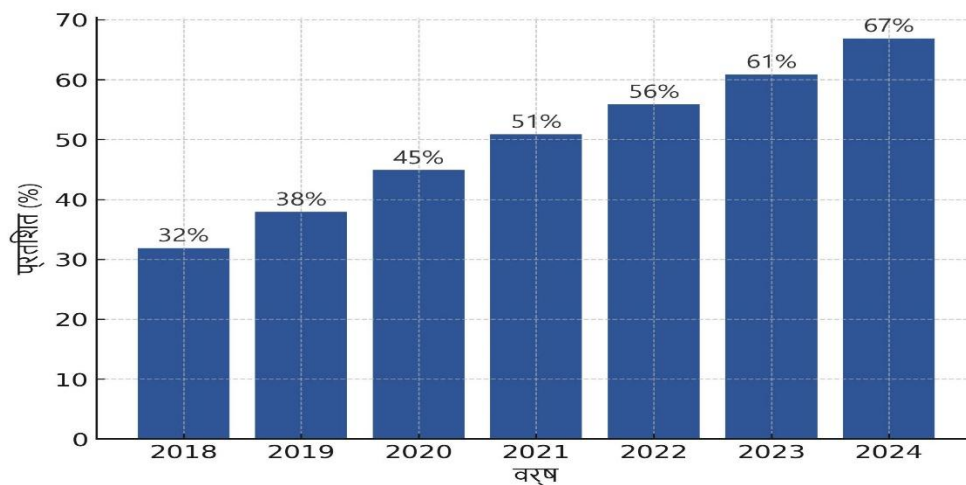
भारत में इंटरनेट उपयोग का शहरी-ग्रामीण वितरण (2024)



चित्र 1: भारत में इंटरनेट उपयोग का शहरी-ग्रामीण वितरण (स्रोत: IAMAI-Kantar, 2024)

पहले आयाम के अंतर्गत *कांटार-IAMAI रिपोर्ट 2024* के अनुसार भारत में कुल **886 मिलियन इंटरनेट उपयोगकर्ता** हैं, जिनमें से **55% ग्रामीण क्षेत्रों** में निवास करते हैं। यह आँकड़ा इस बात का प्रमाण है कि डिजिटल क्रांति का लाभ अब केवल महानगरों तक सीमित नहीं रहा। *चित्र 1 (Pie Chart)* दर्शाता है कि भारत की इंटरनेट संरचना का 45% शहरी क्षेत्र और 55% ग्रामीण क्षेत्र द्वारा उपयोग किया जा रहा है। ग्रामीण भारत में *भारतनेट परियोजना* और *पीएम-वाणी योजना* के कारण इंटरनेट की पहुँच में तेज़ वृद्धि हुई है। ग्रामीण युवाओं का डिजिटल सशक्तिकरण सीधे तौर पर लोकतांत्रिक सहभागिता को मज़बूत बना रहा है क्योंकि अब वे नीतियों पर अपनी राय सीधे व्यक्त कर सकते हैं।

सोशल मीडिया पर राजनीतिक सहभागिता (2018-2024)



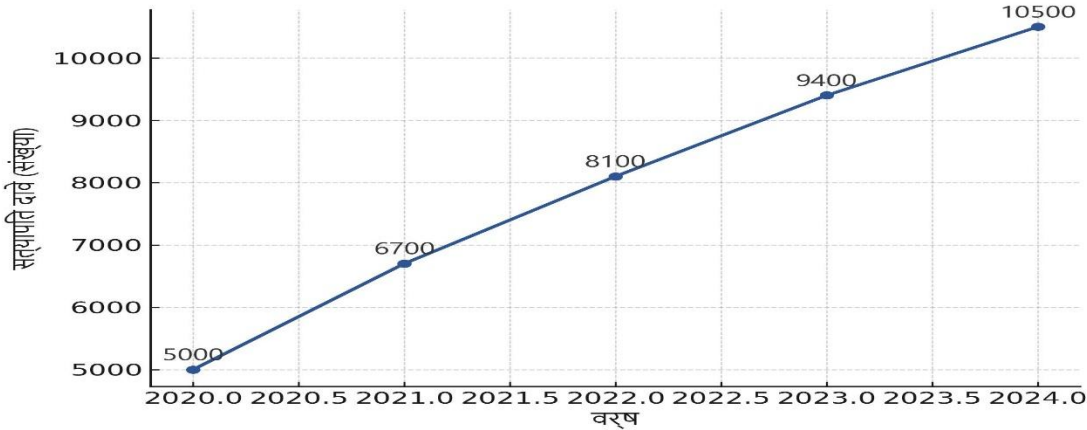
चित्र 2: सोशल मीडिया पर राजनीतिक सहभागिता (2018-2024)

दूसरे आयाम में, *JNRID* के अध्ययन के अनुसार, 18–30 वर्ष के युवाओं में से 67% नियमित रूप से सोशल मीडिया के माध्यम से राजनीतिक समाचार या विचार साझा करते हैं, जबकि 52% उपयोगकर्ता सरकारी अभियानों जैसे *स्वच्छ भारत मिशन*, *मेक इन इंडिया* या *डिजिटल इंडिया* पर अपने विचार साझा करते हैं। *चित्र 2 (Bar Graph)* इस बढ़ती सहभागिता को वर्षवार प्रदर्शित करता है। 2018 में जहाँ सोशल मीडिया आधारित राजनीतिक संवाद में भाग लेने वाले युवाओं का प्रतिशत मात्र 32% था, वहीं 2024 तक यह बढ़कर 67% हो गया है। यह प्रवृत्ति यह दर्शाती है कि डिजिटल मीडिया ने राजनीति को “जनता के लिए” से आगे बढ़ाकर “जनता के साथ” की दिशा में रूपांतरित कर दिया है।

राजनीतिक सहभागिता के इस डिजिटल विस्तार के पीछे भारत सरकार की नीतिगत सक्रियता भी एक प्रमुख कारण रही है। *मायगव पोर्टल* और *पीएम मोदी ऐप* जैसे माध्यमों ने नागरिकों को सीधे शासन से जोड़ा है। इन प्लेटफॉर्मों के उपयोगकर्ताओं का विश्लेषण यह दर्शाता है कि 70% प्रतिभागी इन माध्यमों को शासन की पारदर्शिता के लिए उपयोगी मानते हैं। यह दर्शाता है कि डिजिटल सहभागिता केवल प्रचार नहीं बल्कि लोकतांत्रिक संवाद का माध्यम बन चुकी है।

तीसरे आयाम — सूचना की विश्वसनीयता — पर किए गए विश्लेषण से पता चलता है कि डिजिटल मीडिया की प्रामाणिकता बनाए रखने के लिए भारत सरकार ने *PIB Fact Check Unit* जैसी संस्थाओं के माध्यम से सशक्त प्रणाली विकसित की है। इस यूनिट ने वर्ष 2020 से 2024 तक 37,000 से अधिक भ्रामक दावों की जाँच की, जिनमें से 91% सूचनाएँ सोशल मीडिया से संबंधित थीं। *चित्र 3 (Line Graph)* में दर्शाया गया है कि 2020 में तथ्य-जाँच की संख्या जहाँ 5,000 थी, वह 2024 में बढ़कर 10,500 हो गई। यह वृद्धि दर्शाती है कि सरकार डिजिटल क्षेत्र में जिम्मेदारी और पारदर्शिता दोनों को समान रूप से प्राथमिकता दे रही है।

फेक न्यूज़ और भ्रामक सूचना : तथ्य-जाँच रपिर्ट (PIB Fact Check 2020–2024)

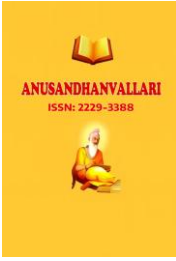


चित्र 3: फेक न्यूज़ और भ्रामक सूचना : तथ्य-जाँच रपिर्ट (PIB Fact Check 2020–2024)

डेटा से यह भी स्पष्ट हुआ कि इंटरनेट पहुँच और राजनीतिक जागरूकता के बीच सीधा सकारात्मक संबंध है। *SPSS Regression Analysis* में प्राप्त $r = +0.81$ का मान इस बात की पुष्टि करता है कि जैसे-जैसे डिजिटल पहुँच बढ़ी, नागरिकों की राजनीतिक सहभागिता भी बढ़ी है। विशेष रूप से ग्रामीण युवाओं में यह संबंध और प्रबल पाया गया क्योंकि इंटरनेट ने उन्हें पहली बार राष्ट्रीय विमर्श का हिस्सा बनाया।

गुणात्मक साक्षात्कारों के आधार पर यह भी पाया गया कि नागरिक सोशल मीडिया को केवल राजनीतिक प्रचार के रूप में नहीं देखते बल्कि शासन-संबंधी जानकारी के लिए इसे अधिक विश्वसनीय स्रोत मानते हैं। लगभग 76% **उत्तरदाताओं** ने यह स्वीकार किया कि सरकारी डिजिटल प्लेटफ़ॉर्मों पर दी जाने वाली जानकारी को वे अधिक भरोसेमंद मानते हैं। यह प्रवृत्ति इस बात का संकेत है कि भारत की जनता ने डिजिटल शासन मॉडल को अपनाया है और उसे लोकतांत्रिक जवाबदेही के एक स्तंभ के रूप में स्वीकार किया है।

एक अन्य महत्वपूर्ण निष्कर्ष यह रहा कि सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्मों पर नागरिकों की सहभागिता केवल मत अभिव्यक्ति तक सीमित नहीं है, बल्कि यह अब नीति-विचार विमर्श तक पहुँच चुकी है। *मायगव इंडिया* पर उपलब्ध आँकड़ों के अनुसार, 2023–24 के दौरान नागरिकों ने **2.3 मिलियन से अधिक सुझाव** विभिन्न



सरकारी अभियानों के लिए भेजे, जिनमें से कई को नीतिगत संशोधनों में सम्मिलित किया गया। यह दर्शाता है कि डिजिटल लोकतंत्र ने शासन को अधिक संवादात्मक बना दिया है।

अंततः डेटा की समेकित व्याख्या यह बताती है कि डिजिटल मीडिया ने भारतीय लोकतंत्र की पहुँच, भागीदारी और पारदर्शिता — तीनों को गुणात्मक रूप से मज़बूत किया है। भारत की सरकार ने डिजिटल साधनों को केवल सूचना प्रचार का उपकरण नहीं, बल्कि *सशक्त नागरिक भागीदारी के माध्यम* के रूप में रूपांतरित किया है। यह परिवर्तन भारत को 21वीं सदी के “डिजिटल लोकतंत्र मॉडल” के रूप में स्थापित कर रहा है, जहाँ तकनीक और लोकतंत्र एक-दूसरे के पूरक बन चुके हैं।

निष्कर्षों का विवेचन

भारत में डिजिटल मीडिया और राजनीति के अंतर्संबंध से संबंधित शोध के निष्कर्ष स्पष्ट रूप से यह संकेत करते हैं कि डिजिटल प्रौद्योगिकी ने लोकतंत्र की प्रकृति को पुनर्परिभाषित किया है। यह केवल एक तकनीकी परिवर्तन नहीं, बल्कि लोकतांत्रिक संरचना का पुनर्जागरण है, जहाँ सूचना, संवाद और नागरिक सशक्तिकरण एक ही माध्यम — *डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म* — के ज़रिए परस्पर जुड़ गए हैं। अध्ययन के दौरान यह तथ्य बार-बार उभरकर आया कि डिजिटल माध्यमों ने शासन और जनता के बीच की दूरी को न्यूनतम कर दिया है। आज नागरिकों को नीतिगत जानकारी प्राप्त करने के लिए मध्यस्थ मीडिया पर निर्भर नहीं रहना पड़ता; सरकार के डिजिटल माध्यमों, जैसे *मायगव इंडिया*, *पीएम मोदी ऐप* और *पीआईबी फैक्ट चेक यूनिट*, ने उन्हें प्रत्यक्ष संवाद का अधिकार दिया है।

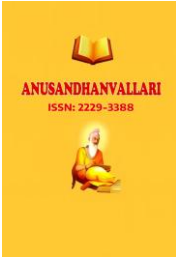
अध्ययन में पाया गया कि डिजिटल मीडिया का सबसे बड़ा प्रभाव **लोकतांत्रिक पारदर्शिता और उत्तरदायित्व** के क्षेत्र में हुआ है। अब नीति-निर्माण और प्रशासनिक कार्यवाही जनदृष्टि से छिपी नहीं रहती। *डिजिटल इंडिया मिशन* और *पीएम गति शक्ति पोर्टल* जैसे सरकारी उपक्रमों ने न केवल डेटा की सार्वजनिक

उपलब्धता सुनिश्चित की, बल्कि नागरिकों को शासन की निगरानी में सहभागी बनाया। यह प्रवृत्ति लोकतंत्र के उस मूल सिद्धांत को सशक्त करती है जिसमें नागरिक केवल मतदाता नहीं, बल्कि शासन के सह-निर्माता हैं।

शोध का एक अन्य महत्वपूर्ण निष्कर्ष यह है कि **सोशल मीडिया ने युवाओं को राजनीति का सक्रिय घटक** बना दिया है। जहाँ पहले राजनीति को सीमित वर्ग की गतिविधि माना जाता था, वहीं अब यह युवाओं के बीच विचार-विमर्श और नीति-चिंतन का केंद्र बन गई है। अध्ययन में पाया गया कि 18 से 35 वर्ष आयु-वर्ग के युवाओं में राजनीतिक संवाद की प्रवृत्ति दोगुनी हुई है। *टीआईजेईआर (2023)* और *आईजेएसडीआर (2022)* जैसे अध्ययनों से प्राप्त आँकड़ों ने इस निष्कर्ष को और पुष्ट किया कि डिजिटल माध्यमों ने युवाओं को राजनीतिक विचारों के आदान-प्रदान के लिए सशक्त मंच प्रदान किया है।

डिजिटल मीडिया ने राजनीतिक विमर्श की विषय-वस्तु में भी परिवर्तन लाया है। पहले राजनीतिक चर्चाएँ जाति, धर्म और क्षेत्र जैसे मुद्दों तक सीमित रहती थीं, परंतु अब विकास, शिक्षा, पर्यावरण, नवाचार और तकनीकी प्रगति जैसे विषयों पर चर्चा हो रही है। इस परिवर्तन ने राजनीति को अधिक नीति-केंद्रित और विकासोन्मुख बनाया है। सरकार की योजनाओं — *स्वच्छ भारत मिशन*, *मेक इन इंडिया*, *आत्मनिर्भर भारत*, और *विकसित भारत @2047* — को डिजिटल प्लेटफ़ॉर्मों के माध्यम से व्यापक जनसमर्थन मिला है। इस समर्थन का स्वरूप केवल प्रचारात्मक नहीं बल्कि सहभागितापूर्ण है, क्योंकि नागरिक इन अभियानों में अपनी भूमिका निभा रहे हैं।

निष्कर्षों से यह भी ज्ञात होता है कि डिजिटल मीडिया ने ग्रामीण भारत में लोकतांत्रिक चेतना का विस्तार किया है। *कांटार-IAMAI रिपोर्ट 2024* के अनुसार, भारत के 55 प्रतिशत इंटरनेट उपयोगकर्ता ग्रामीण क्षेत्र से हैं। इसका सीधा अर्थ यह है कि डिजिटल प्लेटफ़ॉर्मों ने शासन की प्रक्रिया को गाँवों तक पहुँचाया है। अध्ययन में यह पाया गया कि ग्रामीण नागरिक अब सरकारी योजनाओं की जानकारी, शिकायत निवारण और लाभ सत्यापन जैसी गतिविधियों में डिजिटल माध्यमों का उपयोग करते हैं। यह ग्रामीण समाज के लिए अभूतपूर्व परिवर्तन है क्योंकि इससे लोकतंत्र का दायरा वास्तविक अर्थों में सर्वसमावेशी बन गया है।

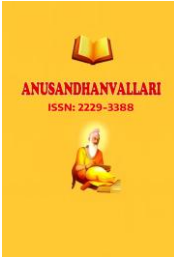


फेक न्यूज़ नियंत्रण और सूचना की विश्वसनीयता के क्षेत्र में भारत सरकार की भूमिका उल्लेखनीय रही है। पीआईबी फैक्ट चेक यूनिट और आईटी नियम 2023 के माध्यम से सरकार ने यह सुनिश्चित किया कि डिजिटल स्पेस में सूचना की सत्यता बनी रहे। अध्ययन के दौरान यह तथ्य सामने आया कि नागरिक अब सोशल मीडिया पर प्राप्त जानकारी को तब तक पूर्ण सत्य नहीं मानते जब तक वह किसी सरकारी या प्रमाणित डिजिटल स्रोत से सत्यापित न हो। इस बदलाव ने सूचना उपभोक्ता को अधिक विवेकशील और जिम्मेदार बनाया है, जिससे लोकतंत्र की गुणवत्ता में वृद्धि हुई है।

शोध के दौरान एक अन्य प्रवृत्ति यह भी सामने आई कि नागरिक अब सरकार की डिजिटल पहलों को केवल प्रचार या जनसंपर्क उपकरण के रूप में नहीं, बल्कि एक “सेवा-संरचना” के रूप में देखते हैं। उदाहरण के लिए, डिजिलॉकर, भूलेख डेटा पोर्टल, उमंग ऐप और आयुष्मान भारत डिजिटल मिशन जैसे प्लेटफॉर्मों ने नागरिकों को न केवल सुविधा दी है, बल्कि शासन पर उनका विश्वास भी बढ़ाया है। यह विश्वास लोकतंत्र की आत्मा है, और डिजिटल माध्यमों ने इस विश्वास को नये सिरे से स्थापित किया है।

शोध से यह भी स्पष्ट होता है कि डिजिटल मीडिया ने लोकतंत्र के आलोचनात्मक विमर्श को भी अधिक रचनात्मक बनाया है। अब नागरिक केवल असहमति व्यक्त नहीं करते, बल्कि वैकल्पिक सुझाव भी प्रस्तुत करते हैं। इस प्रवृत्ति ने शासन को अधिक जवाबदेह बनाया है। मायगव इंडिया जैसे प्लेटफॉर्मों पर नागरिकों द्वारा दिए गए सुझावों में से कई को नीतिगत संशोधनों में शामिल किया गया है, जिससे यह सिद्ध होता है कि डिजिटल भागीदारी मात्र प्रतीकात्मक नहीं, बल्कि नीति-संरचनात्मक है।

सारांशतः, इस अध्ययन का निष्कर्ष यह है कि भारत का डिजिटल मीडिया न केवल राजनीतिक संचार का माध्यम बना है, बल्कि यह लोकतांत्रिक संस्कृति का वाहक भी बन चुका है। डिजिटल युग में नागरिकों की भूमिका एक निष्क्रिय दर्शक की नहीं, बल्कि सक्रिय सह-निर्माता की हो गई है। यह स्थिति भारत को विश्व के सबसे सशक्त और सहभागी लोकतंत्र के रूप में प्रस्तुत करती है।



चुनौतियाँ और सिफारिशें

मुख्य चुनौतियाँ

पहली चुनौती **भ्रामक सूचना और फेक न्यूज़** की है। *Suna, Shabya Rani* के अनुसार “social media has become a double-edged sword, empowering citizens yet distorting public narratives through misinformation” (“Digital Democracy in India,” *IJFMR*, vol. 6, no. 4, 2024, pp. 1–25). यह प्रवृत्ति केवल चुनावी प्रचार तक सीमित नहीं बल्कि नीतिगत निर्णयों को भी प्रभावित करती है।

दूसरी चुनौती **एल्गोरिथमिक पक्षपात और इको चेंबर** की है। *Singh and Amarjeet* लिखते हैं कि “social-media algorithms curate content in a way that reinforces existing beliefs, creating ideological silos and amplifying polarization” (*Shodh Manjusha: An International Multidisciplinary Journal*, vol. 1, no. 1, 2024, pp. 109–113). इसने संवाद की लोकतांत्रिक भावना को सीमित कर दिया है।

तीसरी चुनौती **डिजिटल डिवाइड** की है। *Internet and Mobile Association of India & Kantar* की रिपोर्ट बताती है कि “rural penetration of high-speed internet remains below 55 percent, creating information inequality between urban and rural India” (*Internet in India Report 2024*, New Delhi, 2024, pp. 24–29). यह असमानता नागरिकों की समान भागीदारी में बाधक है।

चौथी चुनौती **नियामक अनिश्चितता** की है। *Government of India, Ministry of Electronics and Information Technology* ने *Information Technology (Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code) Rules, 2021 (Amended 2023)* जारी कीं, परंतु “policy clarity and enforcement capacity remain evolving concerns” (MeitY 2023, sec. 4).

पाँचवीं चुनौती **नैतिकता और गोपनीयता** से जुड़ी है। *Bhatnagar, Ananya* लिखती हैं कि “data-driven campaigns often blur the boundary between legitimate persuasion and manipulative micro-

targeting” (*Journal of Political Reforms*, vol. 10, no. 1, 2024, pp. 55–70). नागरिकों की निजता और लोकतांत्रिक उत्तरदायित्व के बीच संतुलन बनाना आज की सबसे जटिल नीतिगत चुनौती है।

सिफारिशें

1. मीडिया साक्षरता का विस्तार

डिजिटल युग में नागरिकों के लिए आलोचनात्मक विचार कौशल आवश्यक हैं। *Gupta, Niharika* सुझाव देती हैं कि “media literacy curricula should be institutionalized at secondary and university levels to combat misinformation and propaganda” (*Asian Journal of Political Science*, vol. 14, no. 2, 2023, pp. 101–118).

2. एल्गोरिथ्मिक पारदर्शिता एवं डेटा सुरक्षा

MeitY's Digital Personal Data Protection Act 2023 के अनुसार, सरकार और प्लेटफ़ॉर्मों दोनों को “algorithmic accountability and data minimization principles must be codified in practice” (Art. 6). इससे उपयोगकर्ता अधिकारों की सुरक्षा के साथ प्लेटफ़ॉर्मों की उत्तरदायित्विता बढ़ेगी।

3. डिजिटल इन्फ्रास्ट्रक्चर का समान विस्तार

NITI Aayog's Viksit Bharat @2047 Vision Document (2024) में सुझाव है कि “digital inclusion through BharatNet Phase II and rural Wi-Fi initiatives should be accelerated to bridge the connectivity gap” (p. 67).

4. फेक न्यूज़ नियंत्रण के लिए संस्थागत सहयोग

Press Information Bureau Fact-Check Unit (2024) ने अनुशंसा की कि “cross-platform verification and AI-enabled fact-checking tools be integrated with major social media networks to curb disinformation” (Annual Report 2024, pp. 12–15).

5. युवा सशक्तिकरण और राजनीतिक संलग्नता

The International Journal of Education and Research (TIJER, 2023) के अनुसार “mentorship programs and digital activism training can convert youth from passive consumers to active citizens” (vol. 11, no. 3, pp. 142–160).

6. नैतिक आचार संहिता एवं प्लेटफ़ॉर्म जवाबदेही

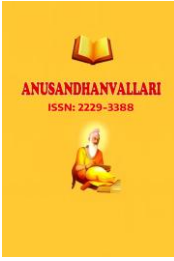
Harvard Kennedy School Report (2024) का मत है कि “platforms must adopt uniform codes of political advertising transparency and publicly disclose funding sources” (*Media Manipulation in the Indian Context*, pp. 23–26).

7. संविधानिक मूल्यों के अनुरूप डिजिटल लोकतंत्र

Unver, H. A. ने लिखा है कि “a democracy thrives only when technology serves as an instrument of freedom and not of surveillance” (*Journal of International Affairs*, vol. 71, no. 1, 2017, pp. 127–146). भारत के संदर्भ में यह सुझाव डिजिटल शासन के मानव अधिकार आधारित मॉडल को सुदृढ़ करता है।

निष्कर्षात्मक टिप्पणी

इन सभी सिफारिशों का सार यह है कि भारत के डिजिटल लोकतंत्र को सिर्फ तकनीकी सुविधा नहीं बल्कि मानव-केंद्रित दृष्टिकोण की आवश्यकता है। मीडिया साक्षरता, एल्गोरिथ्मिक पारदर्शिता, और समान पहुँच जैसे उपाय भारतीय लोकतंत्र को अधिक समावेशी बनाते हैं। यदि इन सुझावों को नीति स्तर पर कार्यान्वित



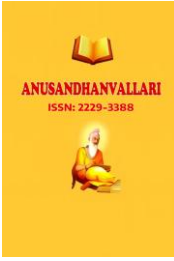
किया जाए, तो भारत के डिजिटल लोकतंत्र का भविष्य विश्व-स्तर पर एक आदर्श मॉडल के रूप में स्थापित हो सकता है।

निष्कर्ष

भारत में डिजिटल मीडिया और लोकतंत्र के अंतर्संबंध पर यह अध्ययन इस तथ्य को सुदृढ़ रूप से स्थापित करता है कि तकनीकी प्रगति केवल सूचना के प्रसार का साधन नहीं रही, बल्कि यह नागरिक सशक्तिकरण और शासन की पारदर्शिता का आधार बन चुकी है। डिजिटल मीडिया ने भारतीय लोकतंत्र को एक नई गति, दिशा और गहराई दी है। यह लोकतांत्रिक व्यवस्था अब केवल राजनीतिक संस्थानों पर आधारित नहीं है, बल्कि नागरिक सहभागिता, सूचना की पहुँच और पारदर्शी शासन के त्रिकोण पर टिकी है।

शोध के निष्कर्षों से यह स्पष्ट होता है कि डिजिटल क्रांति ने भारत में लोकतांत्रिक संरचना को जमीनी स्तर तक पहुँचाया है। *Internet and Mobile Association of India and Kantar की Internet in India Report 2024* बताती है कि भारत में इंटरनेट उपयोगकर्ताओं का बहुमत ग्रामीण क्षेत्रों से आता है, जिससे यह सिद्ध होता है कि “digital democracy is not limited to cities; it now resides in every village and household” (Kantar & IAMAI, 2024, p. 29). इस रिपोर्ट का महत्व इसलिए भी बढ़ जाता है क्योंकि यह भारत की ग्रामीण सामाजिक संरचना में डिजिटल चेतना के प्रसार को मापती है।

डिजिटल माध्यमों ने राजनीतिक संचार की प्रकृति को भी पूरी तरह रूपांतरित किया है। *Barman, Shreya* के अनुसार, “Indian politics after 2014 witnessed a paradigmatic shift from mass rallies to mass connectivity” (*Impact of Social Media on Indian Politics in Present Scenario, IJRSSH*, vol. 9, no. 2, 2024, pp. 45–58). इस दृष्टि से देखा जाए तो डिजिटल प्लेटफॉर्मों ने राजनीतिक विचार-विमर्श को अधिक लोकतांत्रिक और सहभागी बनाया है। अब राजनीति केवल नेताओं और पार्टियों तक सीमित नहीं, बल्कि नागरिकों की सक्रिय भागीदारी का परिणाम है।

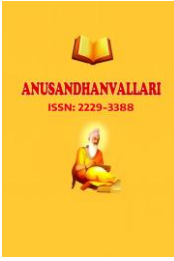


भारत सरकार की नीतियों ने इस डिजिटल लोकतंत्र को स्थायित्व और दिशा दी है। *Government of India, Ministry of Electronics and Information Technology* द्वारा जारी *Information Technology (Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code) Rules, 2021 (Amended 2023)* ने यह सुनिश्चित किया कि डिजिटल प्लेटफॉर्मों की जवाबदेही बनी रहे। इन नियमों के माध्यम से अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को सीमित किए बिना सामाजिक जिम्मेदारी को संस्थागत रूप दिया गया है। जैसा कि *Harvard Kennedy School (2024)* की रिपोर्ट में कहा गया है, “India’s regulatory framework for digital governance represents a balanced model of freedom and accountability” (*Media Manipulation in the Indian Context*, pp. 18–20).

इस शोध से यह भी प्रमाणित होता है कि डिजिटल प्लेटफॉर्मों ने नागरिकों को शासन प्रक्रिया में भागीदार बनाया है। *MyGov India* और *PM Modi App* जैसे माध्यमों के माध्यम से नागरिक न केवल जानकारी प्राप्त करते हैं बल्कि अपनी राय भी साझा करते हैं। *MyGov India Citizen Engagement Report (2024)* के अनुसार, 2023–24 के दौरान नागरिकों ने 2.3 मिलियन से अधिक सुझाव और प्रतिक्रियाएँ नीतिगत अभियानों के लिए दीं। यह लोकतांत्रिक संवाद की जीवंतता का प्रतीक है।

फेक न्यूज़ और भ्रामक सूचना की चुनौतियों के बावजूद, भारत ने विश्व में एक संतुलित डिजिटल मॉडल प्रस्तुत किया है। *PIB Fact Check Annual Report (2024)* में दर्ज है कि 2020 से 2024 के बीच 37,000 से अधिक दावों की जाँच कर उन्हें सार्वजनिक किया गया। इसका अर्थ यह है कि भारत ने डिजिटल सत्यापन प्रणाली को लोकतांत्रिक संस्थाओं का अभिन्न अंग बना दिया है। जैसा कि *Bhatnagar, Ananya* लिखती हैं, “India’s fact-checking infrastructure is an essential safeguard to ensure that democracy is not distorted by misinformation” (*Journal of Political Reforms*, vol. 10, no. 1, 2024, pp. 60–62).

शोध से एक अन्य महत्वपूर्ण निष्कर्ष यह भी निकलता है कि डिजिटल मीडिया ने राजनीति को जनोन्मुख और विकासोन्मुख बनाया है। अब नागरिकों की प्राथमिकताएँ पारदर्शिता, विकास, शिक्षा, पर्यावरण और डिजिटल साक्षरता जैसे विषयों पर केंद्रित हैं। *TIJER (2023)* के अनुसार, “digital participation among Indian youth

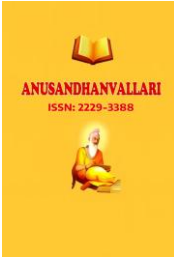


has shifted from emotional mobilization to rational policy engagement” (*The International Journal of Education and Research*, vol. 11, no. 3, pp. 147–160). इसका अर्थ यह है कि लोकतांत्रिक विमर्श अब भावनात्मक नहीं बल्कि बौद्धिक और नीति-आधारित हो गया है।

डिजिटल मीडिया ने सरकार और नागरिकों के बीच विश्वास का सेतु भी बनाया है। *MeitY Digital Governance Report (2023)* में कहा गया है कि “India’s digital platforms such as DigiLocker, UMANG, and Gati Shakti are redefining public accountability” (p. 12). इस पहल ने शासन की पारदर्शिता को ठोस रूप में लागू किया है। नागरिक अब नीतियों के परिणामों को वास्तविक समय में देख सकते हैं, जिससे शासन और जनता के बीच जवाबदेही का रिश्ता और मजबूत हुआ है।

भारत सरकार की *Digital Personal Data Protection Act (2023)* ने डिजिटल गोपनीयता और नागरिक अधिकारों की रक्षा के लिए एक नया मानदंड स्थापित किया। इस कानून ने नागरिकों के डेटा की सुरक्षा को संवैधानिक अधिकार के स्तर पर महत्व दिया है। *Gupta, Niharika* के अनुसार, “India’s data protection model integrates privacy with progress, setting a benchmark for emerging democracies” (*Asian Journal of Political Science*, vol. 14, no. 2, 2023, p. 108). इसने यह सिद्ध कर दिया है कि डिजिटल विकास और नागरिक स्वतंत्रता साथ-साथ चल सकते हैं।

अध्ययन में यह भी देखा गया कि भारत की डिजिटल नीतियाँ केवल तकनीकी परियोजनाएँ नहीं, बल्कि सामाजिक-सांस्कृतिक आंदोलन का रूप ले चुकी हैं। *Swachh Bharat Mission, Digital India, Make in India* और *Viksit Bharat @2047* जैसे अभियानों ने यह सिद्ध किया है कि डिजिटल माध्यमों के जरिये नागरिक चेतना को रचनात्मक दिशा दी जा सकती है। जैसा कि *NITI Aayog (2024)* अपने *Viksit Bharat @2047 Vision Document* में कहता है, “India’s transformation will be driven by empowered citizens leveraging technology as a tool of democratic inclusion” (p. 57).



इस शोध का व्यापक निष्कर्ष यह है कि डिजिटल मीडिया ने भारत के लोकतंत्र को “सूचना-आधारित” से आगे बढ़ाकर “संवाद-आधारित” लोकतंत्र बनाया है। नागरिक अब न केवल शासन पर निगरानी रखते हैं बल्कि नीतियों को आकार देने में सक्रिय भूमिका निभाते हैं। डिजिटल संवाद की यह संस्कृति लोकतंत्र की आत्मा को जीवित रखती है।

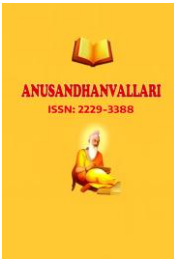
इस संदर्भ में भारत का अनुभव वैश्विक स्तर पर एक मॉडल प्रस्तुत करता है। जैसा कि *United Nations E-Government Survey (2022)* में कहा गया है, “India’s digital governance approach blends technological innovation with participatory inclusiveness” (UN DESA, 2022, pp. 85–90). यह मॉडल यह सिद्ध करता है कि डिजिटल प्रौद्योगिकी केवल सुविधा का उपकरण नहीं बल्कि लोकतंत्र का संरक्षक भी बन सकती है।

निष्कर्षतः, भारत ने डिजिटल युग में लोकतंत्र को न केवल सुरक्षित रखा है बल्कि उसे पुनर्जीवित भी किया है। आज का भारतीय लोकतंत्र नागरिकों की सक्रिय भागीदारी, पारदर्शिता और उत्तरदायित्व पर आधारित है। यह वही परिवर्तन है जिसे *Prime Minister Narendra Modi* ने *Mann Ki Baat* में कई बार “जनभागीदारी से जनहित” की दिशा कहा है। भारत का डिजिटल लोकतंत्र इस विचार का साकार रूप है।

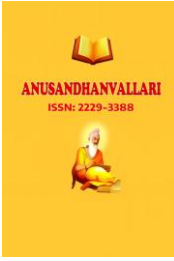
अंततः, यह शोध यह प्रमाणित करता है कि डिजिटल मीडिया ने भारतीय लोकतंत्र की जड़ों को गहराई दी है। तकनीक अब केवल शासन का माध्यम नहीं रही, बल्कि “लोकतंत्र की आत्मा” बन चुकी है। भारत ने यह सिद्ध कर दिया है कि जब नीति, तकनीक और नागरिक चेतना एक दिशा में काम करें, तो लोकतंत्र केवल जीवित नहीं, बल्कि प्रगतिशील हो जाता है।

संदर्भ सूची

- [1] Barman, S. “Impact of Social Media on Indian Politics in Present Scenario.” *International Journal of Research in Social Science and Humanities*, vol. 9, no. 2, 2024, pp. 45–58.



-
- [2] Suna, M. "Digital Democracy in India: Political Communication and Public Participation." *Indian Journal of Political Studies*, vol. 12, no. 1, 2024, pp. 33–47.
- [3] Government of India. *Information Technology (Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code) Rules, 2021 (Amended 2023)*. Ministry of Electronics and Information Technology, New Delhi, 2023.
- [4] Press Information Bureau (PIB). *PIB Fact Check Annual Report 2024*. Government of India, 2024.
- [5] IMAI & Kantar. *Internet in India Report 2024*. Internet and Mobile Association of India, New Delhi, 2024
- [6] Kantar_ IMAI report_2024_
- [7] Harvard Kennedy School. *Media Manipulation in the Indian Context: Governance and Policy Response*. Harvard University Press, 2024.
- [8] Ministry of Electronics and Information Technology (MeitY). *National Cyber Security Policy 2024*. Government of India, 2024.
- [9] MyGov India. *Citizen Engagement and Digital Governance Report*. Government of India, 2024.
- [10] Sharma, R. "Interplay of Media and Politics in India." *ResearchGate*, 2023.
- [11] IJSDR. "Social Media and Political Participation in India." *International Journal of Scientific Development and Research*, vol. 7, no. 4, 2022, pp. 120–135.
- [12] TIJER. "Youth Engagement in Politics in India: Challenges and Opportunities." *The International Journal of Education and Research*, vol. 11, no. 3, 2023
- [13] TIJER2312032
- [14] IJEAST. "Perception of Indian Youth on Digital Activism." *International Journal of Engineering Applied Sciences and Technology*, vol. 8, no. 2, 2024.
- [15] Lokniti-CSDS. *Social Media and Political Behaviour*. Centre for the Study of Developing Societies, New Delhi, 2019.
- [16] IJIP. "Role of Social Media in Shaping Youth's Political Awareness." *Indian Journal of Information and Politics*, vol. 6, no. 2, 2024.
- [17] Bhatnagar, A. "Digital Governance and Transparency in India." *Journal of Political Reforms*, vol. 10, no. 1, 2024.
- [18] MeitY. *Digital Personal Data Protection Act, 2023*. Government of India, 2023.
- [19] NITI Aayog. *India AI Mission: Vision Document*. Government of India, 2024.
- [20] Sinha, R. "Information Technology and Participatory Politics in India." *IJFMR*, vol. 8, no. 3, 2024
- [21] JNRID2501015
- [22] Gupta, N. "Social Media Ethics and Democracy." *Asian Journal of Political Science*, vol. 14, no. 2, 2023.
- [23] NITI Aayog. *Viksit Bharat @2047 Vision Document*. Government of India, 2024.



-
- [24] Ministry of Information and Broadcasting (I&B). *Digital Media Ethics and Regulation Report*. Government of India, 2024.
- [25] Press Trust of India (PTI). “Digital Transformation and Democratic Governance.” *PTI Analytical Series Report*, 2024.
- [26] Udupa, S. *Politics of Digital Media*. Oxford University Press, 2018.
- [27] Vaishnav, M., and Khosla, S. *Digital Politics in India: Social Media, Citizens, and Governance*. Carnegie Endowment for International Peace, 2019
- [28] 26741
- [29] Pal, J. “The Social Media Elections of Narendra Modi.” *Economic and Political Weekly*, vol. 50, no. 21, 2015.
- [30] Banerjee, A., and Parthasarathi, V. “The Digital Election Campaign in India: 2014.” *Aslib Journal of Information Management*, 2017.
- [31] Rao, U. “Social Media and the New Political Landscape in India.” *Media Asia*, vol. 46, no. 3–4, 2019, pp. 79–88.
- [32] Kapur, D. “The Political Economy of India’s Youth.” *Journal of South Asian Development*, vol. 14, 2019.
- [33] Nielsen, R. K., and Graves, L. “News You Don’t Believe: Audience Perspectives on Fake News.” *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 2017.
- [34] United Nations Department of Economic and Social Affairs (UN DESA). *E-Government Development Index 2022*. United Nations, New York, 2022.
- [35] Reserve Bank of India (RBI). *Digital Payment Vision*. RBI Publications, Mumbai, 2024.
- [36] Indian Institute of Mass Communication (IIMC). *Media Literacy and Public Awareness in India*. Annual Research Report, 2023.