Indian Journal of Modern Research and Reviews

This Journal is a member of the *'Committee on Publication Ethics'*

Online ISSN:2584-184X

Research Article

भारतीय राजनीति में सोशल मीडिया की भूमिका: एक विश्लेषणात्मक अध्ययन

डॉ. राजेश कुमार *

प्राचार्य, श्रीमती मोटा देवी पी जी कॉलेज, महवा दौसा , राजस्थान, भारत

Corresponding Author: *डॉ. राजेश कुमार

DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.18655340

सारांश

डिजिटल क्रांति के परिणामस्वरूप सोशल मीडिया भारतीय राजनीति का एक प्रभावशाली और अनिवार्य घटक बन चुका है। फेसबुक, ट्विटर (X), व्हाट्सऐप, यूट्यूब और इंस्टाग्राम जैसे मंचों ने राजनीतिक संप्रेषण, जनभागीदारी, चुनावी प्रचार और जनमत निर्माण की प्रक्रिया को गहराई से प्रभावित किया है। यह शोध-पत्र भारतीय राजनीति में सोशल मीडिया की भूमिका का विश्लेषणात्मक अध्ययन प्रस्तुत करता है। अध्ययन में यह स्पष्ट किया गया है कि सोशल मीडिया ने जहाँ एक ओर लोकतांत्रिक सहभागिता, राजनीतिक जागरूकता और संवाद को सशक्त किया है, वहीं दूसरी ओर गलत सूचना, राजनीतिक ध्रुवीकरण और नैतिक संकट जैसी गंभीर चुनौतियाँ भी उत्पन्न की हैं। यह शोध इस निष्कर्ष पर पहुँचता है कि उपयुक्त नियमन और डिजिटल साक्षरता के माध्यम से ही सोशल मीडिया को लोकतंत्र के सशक्त उपकरण के रूप में विकसित किया जा सकता है।

Manuscript Information

- **ISSN No:** 2584-184X
- **Received:** 03-01-2026
- **Accepted:** 26-01-2026
- **Published:** 16-02-2026
- **MRR:**4(2); 2026: 192-194
- **©2026, All Rights Reserved**
- **Plagiarism Checked:** Yes
- **Peer Review Process:** Yes

How to Cite this Article

डॉ. राजेश कुमार. भारतीय राजनीति में सोशल मीडिया की भूमिका: एक विश्लेषणात्मक अध्ययन. इंडियन जर्नल ऑफ मॉडर्न रिसर्च रिव्यू. 2026;4(2):192-194.

Access this Article Online

www.multiarticlesjournal.com

मुख्य शब्द: सोशल मीडिया, भारतीय राजनीति, लोकतंत्र, राजनीतिक संप्रेषण, चुनाव, जनमत

1 प्रस्तावना

भारतीय लोकतंत्र विश्व का सबसे बड़ा लोकतंत्र है, जिसकी राजनीतिक संरचना जनभागीदारी और संवाद पर आधारित है। परंपरागत रूप से राजनीतिक संप्रेषण का माध्यम समाचार पत्र, रेडियो, टेलीविजन, जनसभाएँ और रैलियाँ रही हैं। किंतु इंटरनेट और डिजिटल तकनीक के विस्तार के साथ सोशल मीडिया ने राजनीति के स्वरूप को मौलिक रूप से बदल दिया है।

कास्टेल्स (Castells, 2013) के अनुसार डिजिटल संचार नेटवर्क सत्ता और राजनीति को विकेन्द्रित करते हैं तथा संवाद को एकतरफा न रखकर सहभागितामूलक बनाते हैं। भारतीय संदर्भ में यह परिवर्तन विशेष रूप से 2014 के आम चुनावों के बाद स्पष्ट रूप से दिखाई देता है, जब सोशल मीडिया राजनीतिक प्रचार और जनसंपर्क का प्रमुख साधन बनकर उभरा। इसके बाद से भारतीय राजनीति को 'डिजिटल राजनीति' के रूप में देखा जाने लगा है।

© 2026 डॉ. राजेश कुमार. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY NC ND).https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

2. साहित्य समीक्षा (Review of Literature)

सोशल मीडिया और राजनीति के संबंध पर विद्वानों ने व्यापक अध्ययन किया है। पीपा नॉरिस (Norris, 2001) का मानना है कि डिजिटल मीडिया नागरिक सहभागिता को बढ़ाने की क्षमता रखता है क्योंकि यह राजनीतिक भागीदारी की बाधाओं को कम करता है। एंड्रयू चैडविक (Chadwick, 2017) ने 'हाइब्रिड मीडिया सिस्टम' की अवधारणा प्रस्तुत करते हुए बताया कि आधुनिक राजनीति में पारंपरिक और डिजिटल मीडिया मिलकर राजनीतिक विमर्श को आकार देते हैं।

भारतीय राजनीति के संदर्भ में कुमार (2020) का अध्ययन दर्शाता है कि सोशल मीडिया ने चुनावी अभियानों को अधिक लक्षित, त्वरित और व्यक्तिगत बना दिया है। वहीं वैद्यनाथन (Vaidhyanathan, 2018) चेतावनी देते हैं कि सोशल मीडिया मंच अक्सर भावनात्मक और भ्रामक सामग्री को बढ़ावा देते हैं, जिससे लोकतांत्रिक विमर्श कमजोर होता है।

इस प्रकार साहित्य समीक्षा से स्पष्ट है कि सोशल मीडिया एक साथ लोकतंत्र को सशक्त भी करता है और चुनौती भी देता है।

3. अध्ययन के उद्देश्य (Objectives of the Study)

इस शोध-पत्र के प्रमुख उद्देश्य निम्नलिखित हैं—

भारतीय राजनीति में सोशल मीडिया की भूमिका का विश्लेषण करना
राजनीतिक संप्रेषण में आए परिवर्तनों का अध्ययन करना
चुनावी राजनीति पर सोशल मीडिया के प्रभाव का मूल्यांकन करना
जनमत निर्माण में सोशल मीडिया की भूमिका को समझना
लोकतंत्र के समक्ष उत्पन्न चुनौतियों की पहचान करना

4. शोध पद्धति

यह अध्ययन गुणात्मक एवं विश्लेषणात्मक शोध पद्धति पर आधारित है।

डेटा के स्रोत निम्नलिखित हैं—

Scopus-indexed एवं peer-reviewed शोध-पत्र
राजनीतिक सिद्धांत से संबंधित पुस्तकें
निर्वाचन आयोग की रिपोर्टें
प्रतिष्ठित समाचार पत्र और अकादमिक लेख
अध्ययन में तुलनात्मक एवं व्याख्यात्मक पद्धति का प्रयोग किया गया है।

5. भारतीय राजनीति में सोशल मीडिया का विकास

भारत में प्रारंभिक दौर में सोशल मीडिया का उपयोग सीमित वर्ग तक था। किंतु सस्ते स्मार्टफोन और इंटरनेट की उपलब्धता ने इसे जनसामान्य तक पहुँचा दिया। 2014 के आम चुनावों को भारतीय राजनीति में सोशल मीडिया के प्रभाव का निर्णायक मोड़ माना जाता है। इसके बाद 2019 और 2024 के चुनावों में सोशल मीडिया राजनीतिक रणनीति का अनिवार्य हिस्सा बन गया।

6. सोशल मीडिया और राजनीतिक संप्रेषण

सोशल मीडिया ने राजनीतिक संप्रेषण को एकतरफा प्रचार से संवादात्मक प्रक्रिया में बदल दिया है। नेता अब ट्विटर पोस्ट, फेसबुक लाइव और यूट्यूब वीडियो के माध्यम से सीधे जनता से संवाद करते हैं।

चैडविक (2017) के अनुसार यह संवादात्मकता राजनीतिक दृश्यता को बढ़ाती है, किंतु जटिल मुद्दों को संक्षिप्त और भावनात्मक संदेशों में बदल देने का खतरा भी उत्पन्न करती है। भारतीय राजनीति में हैशटैग, ट्रेंड और वायरल वीडियो अब विमर्श को दिशा देने लगे हैं।

7. चुनावी राजनीति में सोशल मीडिया की भूमिका

चुनावी राजनीति में सोशल मीडिया—

कम लागत वाला प्रचार माध्यम है
लक्षित मतदाता समूह तक पहुँच प्रदान करता है
समर्थकों को संगठित करने में सहायक है

कुमार (2020) का तर्क है कि डेटा-आधारित डिजिटल अभियानों ने मतदाताओं की राजनीतिक पसंद को प्रभावित किया है। हालांकि, इससे पारदर्शिता और नैतिकता से जुड़े प्रश्न भी उठते हैं।

8. सोशल मीडिया और जनमत निर्माण

जनमत निर्माण लोकतंत्र की आधारशिला है। सोशल मीडिया यह तय करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है कि कौन-से मुद्दे सार्वजनिक विमर्श का हिस्सा बनेंगे।

हैबरमास (Habermas, 1989) के 'सार्वजनिक क्षेत्र' की अवधारणा तर्कपूर्ण संवाद पर बल देती है, किंतु एल्गोरिदम-आधारित सोशल मीडिया मंच अक्सर सनसनीखेज और भावनात्मक सामग्री को प्राथमिकता देते हैं। इससे जनमत का ध्रुवीकरण बढ़ता है।

9. भारतीय लोकतंत्र पर सोशल मीडिया के सकारात्मक प्रभाव

राजनीतिक जागरूकता में वृद्धि
युवाओं की सक्रिय भागीदारी
हाशिए के वर्गों को मंच
सत्ता के प्रति जवाबदेही

ये सभी पक्ष सोशल मीडिया को लोकतंत्र का सशक्त माध्यम बनाते हैं।

10. चुनौतियाँ और नैतिक प्रश्न

सोशल मीडिया से उत्पन्न प्रमुख चुनौतियाँ हैं—

फेक न्यूज़ और गलत सूचना
राजनीतिक ध्रुवीकरण
नफरत भरी भाषा
भावनात्मक और भ्रामक प्रचार

वैद्यनाथन (2018) के अनुसार यदि डिजिटल मंचों का नियमन नहीं किया गया, तो वे लोकतांत्रिक मूल्यों को कमजोर कर सकते हैं।

11. विश्लेषण एवं विमर्श

अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया न तो पूरी तरह लोकतांत्रिक है और न ही पूरी तरह विनाशकारी। इसका प्रभाव उसके उपयोग और नियमन पर निर्भर करता है। भारतीय राजनीति में सोशल मीडिया ने सहभागिता बढ़ाई है, परंतु इसके दुष्प्रभावों को अनदेखा नहीं किया जा सकता।

© 2026 डॉ. राजेश कुमार. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY NC ND).https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

12. निष्कर्ष

सोशल मीडिया भारतीय राजनीति का एक शक्तिशाली माध्यम बन चुका है। इसने राजनीतिक संप्रेषण, जनभागीदारी और चुनावी रणनीतियों को नया रूप दिया है। साथ ही इसने गलत सूचना, ध्रुवीकरण और नैतिक संकट जैसी चुनौतियाँ भी उत्पन्न की हैं। यह अध्ययन निष्कर्ष निकालता है कि डिजिटल साक्षरता, प्लेटफॉर्म जवाबदेही और उपयुक्त नियमन के माध्यम से ही सोशल मीडिया को भारतीय लोकतंत्र के हित में प्रभावी बनाया जा सकता है।

संदर्भ सूची

1. Castells M. Communication power. Oxford: Oxford University Press; 2013.
2. Chadwick A. The hybrid media system: politics and power. Oxford: Oxford University Press; 2017.
3. Habermas J. The structural transformation of the public sphere. Cambridge: Polity Press; 1989.
4. Kumar S. Social media and electoral politics in India. Econ Polit Wkly. 2020;55(12):45-52.
5. Norris P. Digital divide: civic engagement and the internet. Cambridge: Cambridge University Press; 2001.
6. Vaidhyanathan S. Antisocial media: how Facebook disconnects us. Oxford: Oxford University Press; 2018.
7. Election Commission of India. Digital campaigning and election expenditure reports. New Delhi: Election Commission of India; 2023.

Creative Commons License

This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution–NonCommercial–NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0) License. This license permits users to copy and redistribute the material in any medium or format for non-commercial purposes only, provided that appropriate credit is given to the original author(s) and the source. No modifications, adaptations, or derivative works are permitted.

About the corresponding author

डॉ. राजेश कुमार श्रीमती मोटा देवी पी.जी. कॉलेज, महवा (दौसा), राजस्थान में प्राचार्य के रूप में कार्यरत हैं। वे उच्च शिक्षा के क्षेत्र में अनुभवी शिक्षाविद् हैं और शैक्षणिक गुणवत्ता, प्रशासनिक दक्षता तथा विद्यार्थियों के समग्र विकास के लिए प्रतिबद्ध हैं। उनके नेतृत्व में संस्थान निरंतर प्रगति कर रहा है।

© 2026 डॉ. राजेश कुमार. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY NC ND).https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/