

राजनीतिक भागीदारी को आकार देने में सोशल मीडिया की भूमिका: राजनीतिक हस्तियों के साथ युवाओं के संपर्क और मतदान व्यवहार पर एक अध्ययन

¹ Km Garima Singh, ²Dr. Pratibha Tyagi

¹Research Scholar, ²Supervisor

¹⁻² Department of Political Science, CMJ University, Meghalaya, India

सार

सोशल मीडिया राजनीतिक जुड़ाव के लिए एक शक्तिशाली उपकरण बन गया है, विशेष रूप से युवाओं के बीच, जो उन्हें राजनीतिक हस्तियों के साथ सीधे बातचीत करने और राजनीतिक प्रवचन में शामिल होने की अनुमति देता है। यह अध्ययन जांचता है कि दक्षिण एशिया, विशेष रूप से बांग्लादेश, भारत, पाकिस्तान और नेपाल में युवा सोशल मीडिया पर राजनीतिक हस्तियों के साथ कैसे बातचीत करते हैं और यह उनकी ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों तरह की राजनीतिक भागीदारी को कैसे प्रभावित करता है। 390 युवा प्रतिभागियों के एक सर्वेक्षण के माध्यम से, शोध सोशल मीडिया इंटरैक्शन, राजनीतिक रुचि और मतदान सहित राजनीतिक व्यवहार को आकार देने में सोशल मीडिया की कथित उपयोगिता के बीच संबंधों की खोज करता है। अध्ययन इस बात की पुष्टि करता है कि सोशल मीडिया पर राजनीतिक हस्तियों के साथ बातचीत, राजनीतिक रुचि और सोशल मीडिया की कथित उपयोगिता का राजनीतिक भागीदारी में वृद्धि के साथ सकारात्मक संबंध है। ये निष्कर्ष इस बारे में बहुमूल्य अंतर्दृष्टि प्रदान करते हैं कि डिजिटल प्लेटफॉर्म दक्षिण एशिया के संदर्भ में राजनीतिक जुड़ाव को कैसे प्रभावित करते हैं

महत्वपूर्ण शब्द : सोशल मीडिया, राजनीतिक जुड़ाव, युवा भागीदारी, मतदान व्यवहार, राजनीतिक हस्तियां, ऑनलाइन भागीदारी, राजनीतिक रुचि, दक्षिण एशिया।

परिचय

हाल के वर्षों में, सोशल मीडिया ने राजनीतिक भागीदारी को बदल दिया है, खासकर युवाओं के बीच, जिससे उन्हें राजनीतिक हस्तियों से सीधे बातचीत करने, राजनीतिक चर्चा में शामिल होने और यहां तक कि चुनाव परिणामों को प्रभावित करने का मौका मिला है। बांग्लादेश, भारत, पाकिस्तान और नेपाल जैसे दक्षिण एशियाई देशों में युवा आबादी का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है और राजनीतिक भागीदारी के लिए अपने प्राथमिक मंच के रूप में सोशल मीडिया की ओर तेजी से बढ़ रहे हैं।

यह अध्ययन सोशल मीडिया पर युवाओं और राजनीतिक हस्तियों के बीच बातचीत और ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों तरह की राजनीतिक भागीदारी पर इसके प्रभाव पर केंद्रित है। शोध निम्नलिखित परिकल्पनाओं का परीक्षण करता है:

परिकल्पना 1: राजनीतिक हस्तियों के साथ अन्तरक्रियाशीलता और ऑनलाइन राजनीतिक भागीदारी

परिकल्पना 2: राजनीतिक रुचि और ऑनलाइन राजनीतिक भागीदारी

परिकल्पना 3: सोशल मीडिया की कथित उपयोगिता का युवाओं की राजनीतिक भागीदारी पर सकारात्मक प्रभाव पड़ता है

अध्ययन में दक्षिण एशिया के चार देशों के 390 युवा प्रतिभागियों से प्राप्त जनसांख्यिकीय आंकड़ों का उपयोग

किया गया है, तथा इसका उद्देश्य यह पता लगाना है कि डिजिटल युग में ये कारक किस प्रकार राजनीतिक सहभागिता में योगदान करते हैं।

साहित्य की समीक्षा

हाल के वर्षों में सोशल मीडिया और राजनीतिक जुड़ाव के बीच संबंधों का व्यापक रूप से पता लगाया गया है। फेसबुक, ट्विटर और इंस्टाग्राम जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म ने राजनीतिक भागीदारी के नए रूपों को सुगम बनाया है, खासकर युवा जनसांख्यिकी के बीच (एंडरसन और जियांग, 2018)। पाकिस्तान में अहमद एट अल. (2021) ने पाया कि सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म राजनीतिक चर्चा के लिए तेजी से महत्वपूर्ण स्थान बन रहे हैं, खासकर युवाओं के बीच, जो इन प्लेटफॉर्म का उपयोग राजनीतिक हस्तियों का अनुसरण करने और राजनीतिक बहस में शामिल होने दोनों के लिए करते हैं।

शोध से पता चला है कि सोशल मीडिया राजनीतिक भागीदारी के लिए एक स्थान प्रदान करता है, विशेष रूप से राजनीतिक सामग्री को लाइक करने, टिप्पणी करने और साझा करने जैसी सुविधाओं के माध्यम से (लिन, 2016)। सोशल मीडिया पर राजनीतिक जुड़ाव मतदान सहित ऑफलाइन व्यवहार को प्रभावित कर सकता है (लिबरिनी एट अल., 2020)। हालाँकि, राजनीतिक जुड़ाव के लिए सोशल मीडिया की कथित उपयोगिता भी एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। यदि युवा सोशल मीडिया को राजनीतिक जुड़ाव के लिए एक विश्वसनीय और उपयोगी मंच के रूप में देखते हैं, तो वे ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों तरह की राजनीतिक गतिविधियों में भाग लेने की अधिक संभावना रखते हैं (साजिद एट अल., 2021)।

यह अध्ययन सामाजिक मीडिया पर राजनीतिक भागीदारी को आकार देने में लिंग, शिक्षा स्तर, रोजगार की स्थिति और क्षेत्रीय कारकों (बांग्लादेश, भारत, पाकिस्तान, नेपाल) की भूमिका की जांच करता है, तथा पिछले शोध का विस्तार करता है जो मुख्य रूप से पश्चिमी देशों पर केंद्रित रहा है।

3. अनुसंधान क्रियाविधि

यह अध्ययन बांग्लादेश, भारत, पाकिस्तान और नेपाल के 390 युवा प्रतिभागियों से डेटा एकत्र करने के लिए सर्वेक्षणों का उपयोग करके एक मात्रात्मक शोध पद्धति को अपनाता है। सर्वेक्षण सोशल मीडिया इंटरैक्शन, राजनीतिक रुचि, सोशल मीडिया की कथित उपयोगिता और ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों राजनीतिक भागीदारी के बीच संबंधों का आकलन करता है।

डेटा संग्रह और विश्लेषण

डेटा सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म और ईमेल के माध्यम से वितरित एक ऑनलाइन सर्वेक्षण के माध्यम से एकत्र किया गया था, जो 18–39 वर्ष की आयु के युवाओं पर केंद्रित था। सर्वेक्षण में सोशल मीडिया के उपयोग, राजनीतिक भागीदारी और मतदान व्यवहार के बारे में प्रश्न शामिल थे। सांख्यिकीय विश्लेषण निम्नलिखित का उपयोग करके किया गया:

- वर्णनात्मक आँकड़े जनसांख्यिकीय डेटा के लिए.
- काई-स्क्वायर परीक्षण परिकल्पना 1 (राजनीतिक हस्तियों के साथ बातचीत और ऑनलाइन राजनीतिक भागीदारी) के लिए।
- पियर्सन सहसंबंध परीक्षण परिकल्पना 2 (राजनीतिक हित और भागीदारी) के लिए।

- प्रतिगमन विश्लेषण परिकल्पना 3 (सोशल मीडिया और भागीदारी की कथित उपयोगिता) के लिए।

4. डेटा विश्लेषण

4.1 जनसांख्यिकी तालिका

निम्नलिखित तालिका अध्ययन में प्रतिभागियों की जनसांख्यिकीय विशेषताओं का सारांश प्रस्तुत करती है:

तालिका 1: जनसांख्यिकी तालिका			
जनसांख्यिकीय कारक	वर्ग	आवृत्ति	को PERCENTAGE
लिंग	पुरुष	271	69.5%
	महिला	119	30.5%
आयु वर्ग	20-24 वर्ष	140	36.0%
	25-29 वर्ष	125	32.0%
	30-34 वर्ष	80	20.5%
	35-39 वर्ष	45	11.5%
शिक्षा का स्तर	स्नातक की	208	53.5%
	मास्टर	121	31.0%
	स्नातकोत्तर	61	15.5%
जगह	बांग्लादेश	199	51.0%
	भारत	72	18.5%
	पाकिस्तान	74	19.0%
	नेपाल	44	11.5%
रोज़गार की स्थिति	स्थायी	216	55.5%
	संविदात्मक	174	44.5%

नमूने के जनसांख्यिकीय डेटा से लिंग, आयु, शिक्षा, स्थान और रोजगार की स्थिति के आधार पर उत्तरदाताओं के एक विविध समूह का पता चलता है। उत्तरदाताओं में से अधिकांश पुरुष (69.5 प्रतिशत) हैं, जबकि नमूने में महिलाओं की संख्या 30.5 प्रतिशत है। आयु के संदर्भ में, सबसे बड़ा समूह 20-24 वर्ष (36 प्रतिशत) के बीच है, उसके बाद 25-29 वर्ष (32 प्रतिशत), 30-34 वर्ष (20.5 प्रतिशत), और 35-39 वर्ष (11.5 प्रतिशत) हैं। शिक्षा के संबंध में, अधिकांश उत्तरदाताओं के पास स्नातक की डिग्री (53.5 प्रतिशत) है, उसके बाद मास्टर (31 प्रतिशत) और स्नातकोत्तर (15.5 प्रतिशत) हैं। भौगोलिक दृष्टि से, नमूना मुख्य रूप से बांग्लादेश (51 प्रतिशत) से है, जिसमें भारत (18.5 प्रतिशत), पाकिस्तान (19 प्रतिशत), और नेपाल (11.5 प्रतिशत) से छोटे समूह हैं। ये जनसांख्यिकीय अंतर्दृष्टि सर्वेक्षण डेटा का विश्लेषण करने और ऑनलाइन राजनीतिक सामग्री से जुड़े व्यक्तियों के प्रोफाइल को समझने के लिए संदर्भ प्रदान करती है।

4.2 सर्वेक्षण प्रतिक्रियाओं का डेटा विश्लेषण

तालिका 2: सर्वेक्षण प्रतिक्रियाओं का डेटा विश्लेषण

प्रश्न सं.	सवाल	आवृत्ति (उत्तरदाताओं की संख्या)	प्रतिशत (%)
------------	------	---------------------------------	-------------

प्रश्न 1	क्या आप सोशल मीडिया पर राजनीतिक हस्तियों को फॉलो करते हैं?	हां: 287, नहीं: 103	हाँ: 73.8%, नहीं: 26.2%
प्रश्न 2	आप कितनी बार राजनीतिक सामग्री से जुड़ते हैं?	प्रतिदिन: 99, साप्ताहिक: 165, कभी-कभार: 101, कभी नहीं: 25	दैनिक: 25.4%, साप्ताहिक: 42.4%, कभी-कभार: 25.8%, कभी नहीं: 6.4%
प्रश्न 3	क्या आप सोशल मीडिया पर राजनीतिक सामग्री साझा करते हैं?	हाँ: 190, नहीं: 200	हाँ: 48.7%, नहीं: 51.3%
प्रश्न 4	क्या आप ऑनलाइन राजनीतिक चर्चाओं में भाग लेते हैं?	हाँ: 250, नहीं: 140	हाँ: 64%, नहीं: 36%
प्रश्न 5	क्या सोशल मीडिया ने आपके मतदान व्यवहार को प्रभावित किया है?	हां: 203, नहीं: 187	हाँ: 52%, नहीं: 48%
प्रश्न 6	क्या आप सोशल मीडिया पर मौजूद राजनीतिक जानकारी पर भरोसा करते हैं?	हां: 175, नहीं: 215	हाँ: 45%, नहीं: 55%
प्रश्न 7	क्या आप मानते हैं कि सोशल मीडिया राजनीतिक जानकारी का विश्वसनीय स्रोत है?	हां: 172, नहीं: 218	हाँ: 44%, नहीं: 56%
प्रश्न 8	क्या आप अपने मित्रों/परिवार के सदस्यों की राजनीतिक पोस्टों पर ध्यान देते हैं?	हां: 248, नहीं: 142	हाँ: 63.5%, नहीं: 36.5%
प्रश्न 9	क्या आप सोशल मीडिया पर अन्य देशों के राजनीतिक नेताओं को फॉलो करते हैं?	हां: 217, नहीं: 173	हाँ: 55.8%, नहीं: 44.2%
प्रश्न 10	आप कितनी बार ऑनलाइन राजनीतिक याचिकाओं या अभियानों में भाग लेते हैं?	अक्सर: 114, कभी-कभी: 163, कभी नहीं: 113	अक्सर: 29.1%, कभी-कभी: 41.7%, कभी नहीं: 29.2%

सर्वेक्षण के आंकड़ों से दक्षिण एशिया में सोशल मीडिया पर युवाओं की राजनीतिक भागीदारी के बारे में महत्वपूर्ण जानकारी मिलती है। 73.8 प्रतिशत युवा सोशल मीडिया पर राजनीतिक हस्तियों को फॉलो करते हैं, जो यह दर्शाता है कि ट्विटर, फेसबुक और इंस्टाग्राम जैसे प्लेटफॉर्म राजनीतिक बातचीत के लिए महत्वपूर्ण स्थान हैं। जब राजनीतिक सामग्री के साथ जुड़ाव की बात आती है, तो 42.4 प्रतिशत साप्ताहिक आधार पर बातचीत करते हैं, और 25.4 प्रतिशत दैनिक रूप से जुड़ते हैं, जबकि एक छोटा प्रतिशत (25.8 प्रतिशत) शायद ही कभी जुड़ता है और केवल 6.4 प्रतिशत पूरी तरह से राजनीतिक सामग्री से बचते हैं। हालांकि, उनकी भागीदारी के बावजूद, राजनीतिक सामग्री साझा करना कम आम है, 51.3 प्रतिशत ने कहा कि वे राजनीतिक पोस्ट साझा नहीं करते हैं, जबकि 48.7 प्रतिशत करते हैं। यह राजनीतिक सामग्री का उपभोग करने और इसे सक्रिय रूप से वितरित करने के बीच विसंगति को दर्शाता है। 64 प्रतिशत उत्तरदाता ऑनलाइन राजनीतिक चर्चाओं में भाग लेते हैं, जो युवाओं के बीच राजनीतिक बातचीत को सुविधाजनक बनाने में मंच की भूमिका पर जोर देते हैं। मतदान व्यवहार पर सोशल मीडिया का प्रभाव उल्लेखनीय है, 52 प्रतिशत ने स्वीकार किया कि इसने उनके निर्णयों को प्रभावित किया है, जबकि 48 प्रतिशत अप्रभावित हैं। हालांकि, सोशल मीडिया पर राजनीतिक जानकारी पर भरोसा कम बना हुआ है, 55 प्रतिशत ने कहा कि वे इस पर भरोसा नहीं करते हैं और 56 प्रतिशत इसे राजनीतिक जानकारी का एक अविश्वसनीय स्रोत मानते हैं। इन

चिंताओं के बावजूद, 63.5 प्रतिशत दोस्तों या परिवार द्वारा साझा की गई राजनीतिक पोस्ट से जुड़ते हैं, यह दर्शाता है कि व्यक्तिगत संबंध राजनीतिक सामग्री को फिल्टर या मान्य करने में मदद कर सकते हैं। सर्वेक्षण में वैश्विक परिप्रेक्ष्य का भी पता चलता है, जिसमें 55.8 प्रतिशत अन्य देशों के राजनीतिक नेताओं का अनुसरण करते हैं, जो अंतर्राष्ट्रीय राजनीति में रुचि दिखाते हैं। अंत में, जबकि राजनीतिक याचिकाओं और अभियानों में 41.7 प्रतिशत से कभी-कभार भागीदारी होती है, 29.2 प्रतिशत बिल्कुल भी भाग नहीं लेते हैं, जो ऑनलाइन राजनीतिक सक्रियता के साथ मध्यम जुड़ाव का सुझाव देता है।

4.3 परिकल्पना परीक्षण

परिकल्पना 1: राजनीतिक हस्तियों के साथ अन्तरक्रियाशीलता और ऑनलाइन राजनीतिक भागीदारी

शून्य परिकल्पना: राजनीतिक हस्तियों के साथ अन्तरक्रियाशीलता और ऑनलाइन राजनीतिक भागीदारी के बीच कोई महत्वपूर्ण संबंध नहीं है।

वैकल्पिक परिकल्पना: राजनीतिक हस्तियों के साथ अन्तरक्रियाशीलता और ऑनलाइन राजनीतिक भागीदारी के बीच एक महत्वपूर्ण संबंध है।

तालिका 3: कार्ड-स्क्वायर परीक्षण परिणाम: राजनीतिक हस्तियों के साथ इंटरएक्शन और ऑनलाइन राजनीतिक भागीदारी

परीक्षण के आंकड़े	कीमत	पी-मूल्य
ची-वर्ग	34.72	0.004

यह जांचने के लिए कि क्या सोशल मीडिया पर राजनीतिक हस्तियों के साथ बातचीत करने और ऑनलाइन राजनीतिक भागीदारी में शामिल होने के बीच कोई संबंध है, एक कार्ड-स्क्वायर परीक्षण किया गया था। प्राप्त परीक्षण सांख्यिकी मान 34.72 था, जिसका संगत च-मान 0.004 था। चूंकि च-मान (0.004) 0.05 के मानक महत्व स्तर से कम है, इसलिए हम शून्य परिकल्पना को अस्वीकार करते हैं। इससे पता चलता है कि वास्तव में दो चर के बीच एक महत्वपूर्ण संबंध है। परिणाम इस बात की पुष्टि करता है कि जो व्यक्ति सोशल मीडिया पर राजनीतिक हस्तियों के साथ जुड़ते हैं, उनके ऑनलाइन राजनीतिक गतिविधियों में भाग लेने की संभावना अधिक होती है। इसलिए, परिकल्पना 2 का समर्थन किया जाता है, जो राजनीतिक हस्तियों के साथ सोशल मीडिया जुड़ाव और ऑनलाइन राजनीतिक भागीदारी में वृद्धि के बीच एक सार्थक संबंध प्रदर्शित करता है।

परिकल्पना 2: राजनीतिक रुचि और ऑनलाइन राजनीतिक भागीदारी

शून्य परिकल्पना: युवाओं में राजनीतिक रुचि और ऑनलाइन राजनीतिक भागीदारी के बीच कोई महत्वपूर्ण संबंध नहीं है।

वैकल्पिक परिकल्पना: युवाओं में राजनीतिक रुचि और ऑनलाइन राजनीतिक भागीदारी के बीच एक महत्वपूर्ण संबंध है।

तालिका 4: पियर्सन सहसंबंध परीक्षण परिणाम: राजनीतिक रुचि और ऑनलाइन राजनीतिक भागीदारी

परीक्षण के आंकड़े	कीमत	पी-मूल्य
-------------------	------	----------

पियर्सन सहसंबंध	0.52	0.001
-----------------	------	-------

ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों तरह की राजनीतिक गतिविधियों में राजनीतिक रुचि और भागीदारी के बीच संबंधों की जांच करने के लिए पियर्सन सहसंबंध परीक्षण किया गया। परीक्षण ने 0.52 का सहसंबंध गुणांक लौटाया, जिसका च-मान 0.001 था। चूंकि च-मान (0.001) 0.05 से काफी कम है, इसलिए हम शून्य परिकल्पना को अस्वीकार करते हैं। सकारात्मक सहसंबंध यह दर्शाता है कि राजनीतिक रुचि के उच्च स्तर अधिक राजनीतिक भागीदारी से जुड़े हैं। यह इस विचार का समर्थन करता है कि जो व्यक्ति राजनीति में अधिक रुचि रखते हैं, वे ऑनलाइन या ऑफलाइन, राजनीतिक गतिविधियों में शामिल होने की अधिक संभावना रखते हैं। परिणामस्वरूप, परिकल्पना 4 मान्य है, जो पुष्टि करती है कि राजनीतिक रुचि राजनीतिक भागीदारी को दृढ़ता से प्रभावित करती है।

परिकल्पना 3: सोशल मीडिया की कथित उपयोगिता का युवाओं की राजनीतिक भागीदारी पर सकारात्मक प्रभाव पड़ता है

शून्य परिकल्पना: सोशल मीडिया की कथित उपयोगिता का युवाओं की राजनीतिक भागीदारी पर कोई सकारात्मक प्रभाव नहीं पड़ता है।

वैकल्पिक परिकल्पना: सोशल मीडिया की कथित उपयोगिता का युवाओं की राजनीतिक भागीदारी पर सकारात्मक प्रभाव पड़ता है।

तालिका 5: प्रतिगमन विश्लेषण परिणाम: सोशल मीडिया की कथित उपयोगिता और युवाओं की राजनीतिक भागीदारी

परीक्षण के आंकड़े	कीमत	पी-मूल्य
प्रतिगमन गुणांक	0.65	0.002

यह जांचने के लिए एक प्रतिगमन विश्लेषण किया गया कि सोशल मीडिया की कथित उपयोगिता राजनीतिक भागीदारी को कैसे प्रभावित करती है। प्रतिगमन गुणांक की गणना 0.65 के रूप में की गई थी, और पी-मान 0.002 था। चूंकि पी-मान (0.002) 0.05 से कम है, इसलिए हम शून्य परिकल्पना को अस्वीकार करते हैं। यह दर्शाता है कि सोशल मीडिया की कथित उपयोगिता राजनीतिक भागीदारी को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित करती है। सकारात्मक प्रतिगमन गुणांक से पता चलता है कि जो व्यक्ति सोशल मीडिया को राजनीतिक जुड़ाव के लिए एक प्रभावी उपकरण के रूप में देखते हैं, वे राजनीतिक गतिविधियों में भाग लेने की अधिक संभावना रखते हैं। इसलिए, परिकल्पना 6 का समर्थन किया जाता है, जो पुष्टि करता है कि सोशल मीडिया की कथित उपयोगिता युवा राजनीतिक भागीदारी को प्रोत्साहित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है।

5. चर्चा

युवाओं के बीच राजनीतिक जुड़ाव को आकार देने में सोशल मीडिया की भूमिका हाल के वर्षों में विद्वानों और चिकित्सकों दोनों के लिए एक केंद्र बिंदु बन गई है। इस अध्ययन के निष्कर्ष ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों तरह से युवाओं की राजनीतिक भागीदारी पर सोशल मीडिया इंटरैक्शन के महत्वपूर्ण प्रभाव को रेखांकित करते हैं। जैसा कि पिछले अध्ययनों से पता चलता है, सोशल मीडिया युवाओं के लिए राजनीतिक हस्तियों से जुड़ने, सामग्री साझा करने और राजनीतिक चर्चा में भाग लेने के लिए एक महत्वपूर्ण मंच बन गया है (एंडरसन और जियांग, 2018; लिन, 2016)। इस अध्ययन में, सोशल मीडिया पर राजनीतिक हस्तियों के साथ युवाओं की बातचीत और ऑनलाइन राजनीतिक भागीदारी (परिकल्पना 1) के बीच महत्वपूर्ण संबंध इस धारणा का समर्थन करता है कि सोशल मीडिया राजनीतिक जुड़ाव के लिए एक स्थान को बढ़ावा देता है,

युवाओं की राजनीतिक जानकारी तक पहुँच को सुविधाजनक बनाता है और उन्हें राजनीतिक चर्चाओं में भाग लेने के लिए प्रेरित करता है। यह अहमद एट अल. (2021) के निष्कर्षों के अनुरूप है, जिन्होंने निष्कर्ष निकाला कि राजनीतिक भागीदारी के साधन के रूप में फेसबुक युवाओं को राजनीतिक सामग्री तक पहुँचने और मतदान जैसे ऑफलाइन कार्यों के लिए जुटाने की अनुमति देता है।

इसके अलावा, युवाओं के बीच राजनीतिक रुचि ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों तरह की राजनीतिक भागीदारी में एक महत्वपूर्ण कारक पाई गई, जो परिकल्पना 2 की पुष्टि करती है। यह पिछले शोध के अनुरूप है जो राजनीति से जुड़ाव को आकार देने में राजनीतिक रुचि की महत्वपूर्ण भूमिका पर जोर देता है, चाहे वह सोशल मीडिया के माध्यम से हो या मतदान जैसी पारंपरिक राजनीतिक गतिविधियों के माध्यम से (मसिहा एट अल., 2018य लिन, 2016)। राजनीतिक रुचि और राजनीतिक भागीदारी के बीच संबंध यह दर्शाता है कि जो व्यक्ति राजनीति में उच्च स्तर की रुचि प्रदर्शित करते हैं, वे सोशल मीडिया पर राजनीतिक सामग्री से जुड़ने, उसे साझा करने और ऑनलाइन चर्चाओं में भाग लेने की अधिक संभावना रखते हैं। इन व्यक्तियों द्वारा अपने ऑनलाइन जुड़ाव को मतदान जैसे ऑफलाइन व्यवहार में बदलने की भी अधिक संभावना होती है। यह इस विचार को पुष्ट करता है कि सोशल मीडिया युवाओं की राजनीतिक अभिव्यक्ति के लिए एक माध्यम के रूप में कार्य करता है और राजनीतिक रुचि इस जुड़ाव का एक केंद्रीय चालक है।

इसके अलावा, राजनीतिक भागीदारी को प्रभावित करने में सोशल मीडिया की कथित उपयोगिता से संबंधित निष्कर्ष (परिकल्पना 3) विशेष रूप से महत्वपूर्ण हैं। राजनीतिक भागीदारी पर सोशल मीडिया का सकारात्मक प्रभाव इस बात के महत्व को रेखांकित करता है कि युवा सोशल मीडिया को राजनीतिक जुड़ाव के साधन के रूप में कैसे देखते हैं। जैसा कि मोसेरी (2017) द्वारा उजागर किया गया है, फेसबुक जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म ने गलत सूचना से निपटने और राजनीतिक सामग्री की विश्वसनीयता बढ़ाने के लिए सक्रिय कदम उठाए हैं। इस संदर्भ में सोशल मीडिया की कथित उपयोगिता सीधे तौर पर सुलभ, वास्तविक समय के राजनीतिक अपडेट प्रदान करने और राजनीतिक समुदाय की भावना को बढ़ावा देने में इसकी प्रभावशीलता से जुड़ी हुई है। इस अध्ययन में प्रतिगमन विश्लेषण इस धारणा का समर्थन करता है कि जब युवा सोशल मीडिया को राजनीतिक जानकारी के लिए एक मूल्यवान संसाधन के रूप में देखते हैं, तो वे ऑनलाइन या ऑफलाइन राजनीतिक गतिविधियों में भाग लेने की अधिक संभावना रखते हैं। यह एल्कोट और जेंट्जकोव (2017) के निष्कर्षों को मान्य करता है, जिन्होंने राजनीतिक प्रवचन को आकार देने में सोशल मीडिया की भूमिका का पता लगाया और निष्कर्ष निकाला कि इन प्लेटफॉर्मों की कथित उपयोगिता सीधे तौर पर प्रभावित करती है कि व्यक्ति राजनीतिक रूप से कैसे भाग लेते हैं।

बांग्लादेश, भारत, पाकिस्तान और नेपाल जैसे विभिन्न क्षेत्रों में युवाओं की जनसांख्यिकीय विशेषताएँ डेटा को देखने के लिए एक दिलचस्प नजरिया प्रदान करती हैं। यह अध्ययन दर्शाता है कि विभिन्न देशों के युवा सोशल मीडिया पर राजनीतिक सामग्री से अलग-अलग तरीके से जुड़ते हैं, जो राजनीतिक माहौल, सूचना तक पहुँच और सोशल मीडिया के उपयोग के पैटर्न में क्षेत्रीय अंतर के कारण हो सकता है। उदाहरण के लिए, बांग्लादेश और पाकिस्तान जैसे देशों में, जहाँ राजनीतिक व्यवस्थाएँ अस्थिर हो सकती हैं, सोशल मीडिया राजनीतिक जुड़ाव के लिए एक वैकल्पिक मार्ग के रूप में कार्य करता है, जो युवाओं को अपनी राय व्यक्त करने और बदलाव के लिए जुटने के लिए एक मंच प्रदान करता है (खान और मुसरत, 2014य मसीहा एट अल., 2018)। जुड़ाव में यह क्षेत्रीय परिवर्तनशीलता उन विविध तरीकों को उजागर करती है जिनसे सोशल मीडिया राजनीतिक भागीदारी को प्रभावित कर सकता है, यह सुझाव देता है कि राजनीतिक जुड़ाव को बढ़ावा देने में सोशल मीडिया की प्रभावशीलता राजनीतिक स्थिरता, मीडिया सेंसरशिप और डिजिटल साक्षरता जैसे प्रासंगिक कारकों से प्रभावित हो सकती है।

अध्ययन इस परिकल्पना का समर्थन करने के लिए अनुभवजन्य साक्ष्य प्रदान करता है कि सोशल मीडिया युवाओं के बीच राजनीतिक भागीदारी को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित करता है। राजनीतिक हस्तियों, राजनीतिक

रुचि और सोशल मीडिया की कथित उपयोगिता के साथ-साथ क्षेत्रीय मतभेदों के साथ युवाओं की बातचीत के बीच महत्वपूर्ण संबंध, इस बात की व्यापक समझ में योगदान करते हैं कि डिजिटल प्लेटफॉर्म राजनीतिक जुड़ाव को कैसे आकार देते हैं। जैसे-जैसे सोशल मीडिया विकसित होता जा रहा है, भविष्य के शोध के लिए इन गतिशीलता और लोकतांत्रिक भागीदारी को बढ़ाने के लिए सोशल मीडिया की क्षमता का और अधिक पता लगाना महत्वपूर्ण होगा, खासकर युवा पीढ़ियों के बीच। इस अध्ययन के निहितार्थ बताते हैं कि राजनीतिक अभियान, नीति निर्माता और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म को खुद इस बात पर विचार करना चाहिए कि युवा ऑनलाइन राजनीति से किस तरह जुड़ते हैं और इन प्लेटफॉर्म का लाभ उठाकर अधिक सार्थक राजनीतिक भागीदारी को बढ़ावा देना चाहिए।

6. निष्कर्ष

यह अध्ययन दक्षिण एशिया में युवाओं के बीच राजनीतिक जुड़ाव को आकार देने में सोशल मीडिया की महत्वपूर्ण भूमिका पर प्रकाश डालता है। निष्कर्ष इस बात की पुष्टि करते हैं कि राजनीतिक हस्तियों के साथ बातचीत, राजनीतिक रुचि और सोशल मीडिया की कथित उपयोगिता ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों तरह की राजनीतिक भागीदारी को आगे बढ़ाने वाले महत्वपूर्ण कारक हैं। सोशल मीडिया पर राजनीतिक जानकारी की विश्वसनीयता पर कम भरोसा होने के बावजूद, युवा फेसबुक, ट्विटर और इंस्टाग्राम जैसे प्लेटफॉर्म के साथ राजनीतिक सामग्री के साथ सक्रिय रूप से जुड़ना जारी रखते हैं, जो राजनीतिक अभिव्यक्ति और लामबंदी के लिए एक स्थान प्रदान करते हैं। बांग्लादेश, भारत, पाकिस्तान और नेपाल में अलग-अलग राजनीतिक माहौल सहित क्षेत्रीय विविधताएं बताती हैं कि राजनीतिक भागीदारी पर सोशल मीडिया का प्रभाव राजनीतिक स्थिरता और मीडिया संसरण जैसे प्रासंगिक कारकों से प्रभावित हो सकता है। अध्ययन से पता चलता है कि राजनीतिक अभियानों और नीति निर्माताओं को युवाओं को बेहतर ढंग से जोड़ने और सोशल मीडिया के माध्यम से लोकतांत्रिक भागीदारी को बढ़ावा देने के लिए इन गतिशीलता पर विचार करना चाहिए। भविष्य के शोध में यह पता लगाना चाहिए कि सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के बढ़ने और बदलने के साथ ये रुझान कैसे विकसित होते हैं।

संदर्भ

- अहमद, के., आजम, एम., और सिद्दीका, ए. (2021)। फेसबुक पाकिस्तान के युवाओं में राजनीतिक भागीदारी के साधन के रूप में। पाकिस्तान जर्नल ऑफ इंटरनेशनल अफेयर्स, 4(1), 19-21।
- एल्कोट, एच., और जेंट्जकोव, एम. (2017)। 2016 के चुनाव में सोशल मीडिया और फर्जी खबरें। जर्नल ऑफ इकोनॉमिक पर्सपेक्टिव्स, 31(2), 211-236।
- एंडरसन, एम., और जियांग, जे. (2018)। किशोर, सोशल मीडिया और प्रौद्योगिकी 2018 (खंड 31)। प्यू रिसर्च सेंटर।
- हेंड्रिक्स, डी. (2013)। सोशल मीडिया का पूरा इतिहास: तब और अब. लघु व्यवसाय रुझान।
- खान, एफके, और मुसरत, आर. (2014)। पाकिस्तान में चुनावी राजनीति (चुनाव 2013): मुजफ्फर गढ़ जिले का एक केस अध्ययन। पाकिस्तान: जर्नल ऑफ पब्लिक एडमिनिस्ट्रेशन एंड गवर्नंस, 4(4), 79-99।
- खोबजी, एच., लाउ, आरवाईके, और चेउंग, टीसीएच (2017)। उपभोक्ताओं की भावनाएं और सोशल मीडिया में ब्रांड पोस्ट की लोकप्रियता: अप-वोट्स की मध्यस्थ भूमिका। सिस्टम साइंसेज पर 50वें हवाई अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन की कार्यवाही में (पृष्ठ 3905-3914)।
- लतीफ, बी.ए. (2018)। मलेशिया में राजनीतिक विपणन कारकों और मतदाताओं के व्यवहार के बीच संबंधों पर फेसबुक समय और फेसबुक मित्रों का एक मध्यम प्रभाव खडी.बी.ए. थीसिस,। सदर्न क्रॉस यूनिवर्सिटी, लिस्मोर, एन.एस.डब्ल्यू.
- लिबरिनी, एफ., रूसो, ए., क्यूवास, ए., और क्यूवास, आर. (2020)। फेसबुक युग में राजनीति-2016 के अमेरिकी राष्ट्रपति चुनावों से साक्ष्य (सीईएसआईएफओ वर्किंग पेपर नंबर 8235)। सेंटर फॉर इकोनॉमिक स्टडीज और आईएफओ इंस्टीट्यूट (सीईएसआईएफओ), म्यूनिख।

- लिन, जेएच (2016)। एसएनएस में विभेदक लाभ: पहली बार और अनुभवी मतदाताओं के बीच ऑफलाइन राजनीतिक भागीदारी और मतदान व्यवहार पर सक्रिय बनाम निष्क्रिय फेसबुक राजनीतिक भागीदारी का प्रभाव। एशियन जर्नल ऑफ कम्युनिकेशन, 26(3), 278–297।
- महमूद, आर. (2016)। राजनीति में सैन्य हस्तक्षेप की सैद्धांतिक प्रारंभिक बातें और पाकिस्तान पर इसके प्रभाव। जर्नल ऑफ इंडियन स्टडीज, 2(2), 90–105।
- मजीद, जी. (2010)। पाकिस्तान में जातीयता और जातीय संघर्ष। जर्नल ऑफ पॉलिटिकल स्टडीज, 17(2), 51–67.
- मसीहा, एस., हबीबा, यू., अब्बास, जेड., सऊद, एम., और अरियादी, एस. (2018)। पाकिस्तान में युवाओं के बीच फेसबुक के उपयोग और राजनीतिक भागीदारी के बीच संबंध की खोज। जर्नल ऑफ पॉलिटिकल साइंसेज एंड पब्लिक अफेयर्स, 6(1), 1–7।
- मोसेरी, ए. (2017, 7 अप्रैल)। गलत सूचना और झूठी खबरों को रोकने के लिए काम करना। फेसबुक न्यूजरूम।
- न्यूडर्ट, एल.एम., हॉवर्ड, पी., और कोलानी, बी. (2019)। तीन यूरोपीय चुनावों के दौरान राजनीतिक समाचार और सूचना का स्रोत और स्वचालन। सोशल मीडिया सोसाइटी, 5(3), 2056305119863147।
- रिक्टर, एफ. (2018)। स्टैटिस्टा द्वारा सोशल मीडिया पर शेखी बघारना और शेखी बघारना। स्टैटिस्टा।
- रीडर, बी. (2013, मई)। डेटा एक्सट्रैक्शन के माध्यम से फेसबुक का अध्ययन: नेटविज एप्लिकेशन। 5वें वार्षिक। डब्लू वेब साइंस कॉन्फ्रेंस की कार्यवाही में (पृष्ठ 346–355)।
- साजिद, एम., महमूद, के., वराइच, एनएफ, और अख्तर, एच. (2021)। फेसबुक के माध्यम से राजनीतिक जानकारी साझा करना: पाकिस्तानी नेटिजन्स का एक सर्वेक्षण। जर्नल ऑफ पॉलिटिकल स्टडीज, 28(2), 23–40।
- सरलामानोव, के., और जोवानोस्की, ए. (2014)। मतदान के मॉडल। रिसर्चर्स वर्ल्ड, 5(1), 16।
- टंकोवस्का, एच. (2021)। सबसे ज्यादा फेसबुक यूजर वाले देश। स्टैटिस्टा।