



डिजिटल युग में युवा और राजनीति: सोशल मीडिया, भागीदारी और विघटन के द्वंद्व

¹Km Garima Singh, ²Dr. Pratibha Tyagi

¹Research Scholar, ²Supervisor

¹⁻² Department of Political Science, Arni University, (Kathgarh), Tehsil Indora, Distt. Kangra, Himachal Pradesh, India

सार

यह शोधपत्र डिजिटल युग में युवा वयस्कों की राजनीतिक भागीदारी पर सोशल मीडिया के प्रभाव का विश्लेषण करता है। अध्ययन में यह तर्क प्रस्तुत किया गया है कि सोशल मीडिया, विशेषकर फेसबुक और ट्विटर, ने युवाओं के लिए राजनीतिक संवाद, सूचना प्राप्ति और नागरिक सहभागिता के नए द्वार खोले हैं। हालांकि, यह भागीदारी अक्सर गैर-संस्थागत और सतही स्तर की होती है, जैसे कि पोस्ट पर टिप्पणी करना या ऑनलाइन याचिकाएं साझा करना। शोध यह दर्शाता है कि सोशल मीडिया राजनीतिक प्रभावकारिता, सूचना जागरूकता और सामाजिक जुड़ाव को बढ़ावा दे सकता है, किंतु इसके प्रभाव स्थायी और गहन राजनीतिक भागीदारी में रूपांतरित हों, यह अभी भी एक प्रश्न बना हुआ है। यह पेपर निष्कर्षतः इस द्वंद्व को रेखांकित करता है कि सोशल मीडिया एक ओर राजनीतिक सशक्तिकरण का माध्यम है, तो दूसरी ओर वह राजनीतिक विघटन और निष्क्रियता का कारण भी बन सकता है।

मुख्य शब्द:

सोशल मीडिया, राजनीतिक भागीदारी, युवा वयस्क, डिजिटल लोकतंत्र, फेसबुक, ट्विटर, नागरिक सशक्तिकरण, गैर-संस्थागत जुड़ाव।

भूमिका

राजनीतिक भागीदारी, जिसे अक्सर राजनीतिक भागीदारी के रूप में भी जाना जाता है, को आम नागरिकों द्वारा की जाने वाली ऐसी कार्यवाहियों या गतिविधियों के रूप में समझा जाता है जो किसी तरह से समाज में राजनीतिक परिणामों को प्रभावित करने की दिशा में निर्देशित होती हैं। इसमें पारंपरिक (जैसे, मतदान) और गैर-पारंपरिक प्रकार की भागीदारी से लेकर राजनीतिक उद्योक्तावाद तक की विविधतापूर्ण प्रदर्शन शामिल है। राजनीतिक भागीदारी को व्यक्तिगत और सामूहिक कार्यों के आधार पर अवधारणागत किया जा सकता है।

इसके अलावा, औपचारिक राजनीतिक भागीदारी, जैसे कि मतदान या पार्टी की सदस्यता, और सक्रियता, जो राजनीतिक निर्णय लेने की प्रक्रिया में प्रभाव की अनुमति देती है, हालांकि विरोध प्रदर्शन राजनीतिक जुड़ाव के अलग-अलग आयामों का प्रतिनिधित्व करते हैं। सोशल मीडिया ने कार्यवाही और बातचीत के बिल्कुल नए रूपों को जन्म दिया है जो केवल डिजिटल रूप से नेटवर्क किए गए स्थान पर ही हो सकते हैं, जैसे कि ऑनलाइन याचिकाएं या राजनेताओं की पोस्ट पर टिप्पणी करना (स्लोम 2014)। सोशल नेटवर्क गैर-संस्थागत और क्षेत्रीय जुड़ाव के तरीकों की अनुमति देते हैं, जिन्हें अक्सर युवा वयस्कों द्वारा पसंद किया जाता है (स्लोम 2014)।

चूंकि राजनीतिक जुड़ाव के ऐसे रूप केवल सोशल मीडिया के भीतर ही मौजूद हैं और उनका प्रयोग किया जा सकता है, इसलिए उन्हें राजनीतिक जुड़ाव के एक अलग उप-आयाम के रूप में भी माना जाना

चाहिए। कुल मिलाकर, जुड़ा व के विभिन्न रूपों को संस्थागत (जैसे, मतदान) या गैर-संस्थागत (जैसे, विरोध व्यवहार) के रूप में वर्णित किया जा सकता है। यह अंतर प्रासंगिक है क्योंकि युवा वयस्कों के गैर-संस्थागत साधनों के माध्यम से भाग लेने की संभावना अधिक होती है। (वेइस 2020, पृष्ठ 3), विशेष रूप से ऑनलाइन दुनिया में। यह किसी भी तरह से कोई नई जानकारी नहीं है। दशकों से, विद्वान युवा और वृद्ध व्यक्तियों (क्विंटेलियर 2007) के बीच भागीदारी के अंतर पर शोक व्यक्त करते रहे हैं, क्योंकि लगभग हर चुनाव में युवा लोगों के मतदान करने की संभावना सबसे कम होती है, और ये भागीदारी दरें लगातार घट रही हैं (क्विंटेलियर 2007, पृष्ठ 165)। उदाहरण के लिए, ऑस्ट्रेलिया में, युवाओं को 16 वर्ष की आयु में मतदान करने की अनुमति है, लेकिन फिर भी, उनकी मतदान दर तुलनात्मक रूप से कम है (बिंदर एट अल। 2021)। अन्य देशों के निष्कर्षों से यह भी पता चलता है कि युवाओं में राजनीति के प्रति तुलनात्मक रूप से नकारात्मक दृष्टिकोण है और राजनीतिक व्यवस्था में उनका भरोसा कम है। लेकिन उम्मीद भी है। इस शोध क्षेत्र में, युवाओं द्वारा डिजिटल मीडिया के उपयोग को अक्सर राजनीतिक और नागरिक जीवन में युवाओं की भागीदारी में कमी के आंशिक उपाय के रूप में देखा जाता है।

तर्क यह है कि डिजिटल मीडिया उन लोगों के लिए सूचना का एक महत्वपूर्ण स्रोत है जो मुख्य रूप से संस्थागत राजनीति में रुचि नहीं रखते हैं। अधिक विशेष रूप से, यह आमतौर पर माना जाता है कि सोशल मीडिया युवा वयस्कों की राजनीतिक भागीदारी को बढ़ावा देता है क्योंकि सोशल मीडिया का नेटवर्किंग फंक्शन युवा नागरिकों को कौशल और मनोवैज्ञानिक स्वभाव विकसित करने में मदद करता है जो ऑफलाइन भागीदारी को बढ़ावा देता है (काहने और बोयर 2018)। इसके अलावा, गिल डे जुनिगा एट अल। (2012) द्वारा एक मौलिक, क्रॉससेक्शनल अध्ययन से पता चलता है कि सोशल मीडिया अप्रत्यक्ष रूप से राय अभिव्यक्ति को बढ़ावा देकर भागीदारी को बढ़ावा देता है, जो राजनीतिक भागीदारी का एक प्रमुख चालक है। राजनीतिक भागीदारी पर सोशल मीडिया के एक अन्य अप्रत्यक्ष प्रभाव के रूप में, यह तर्क दिया गया है कि सोशल मीडिया के कुछ प्रकार के उपयोग, जैसे समाचार साझा करना, सामाजिक संबंधों को मजबूत कर सकते हैं और सामाजिक सामंजस्य बढ़ा सकते हैं, जो बदले में, सामूहिक कार्रवाई और समूह जुड़ा व के लिए चालक हो सकते हैं (उदाहरण के लिए, गोह एट अल। 2019 ह्वांग और किम 2015)। इसी तरह, सोशल मीडिया नागरिक दृष्टिकोण को आकार देता है, और इस तरह की नागरिक पहचान एक केंद्रीय कारक है जो नागरिक जुड़ा व को बढ़ावा देती है क्योंकि यह व्यक्तियों को समाज को राजनीतिक और नैतिक लक्ष्यों वाले मानव अभिनेताओं के निर्माण के रूप में देखने में मदद करती है (चेन एट अल। 2015, पृष्ठ 445)। इसके अलावा, यह सिद्धांत दिया गया है कि सोशल मीडिया राजनीतिक जानकारी के आकस्मिक संपर्क को बढ़ावा देता है, जिससे सीखने के प्रभाव होते हैं, और अंततः, राजनीतिक भागीदारी के पारंपरिक रूपों में वृद्धि होती है।

इसके अलावा, जैसा कि बोकेस (2019) ने समझाया है, सोशल मीडिया नागरिकों के लिए सीखने के अवसरों को बढ़ाता है क्योंकि इससे पहले कभी भी इतनी जानकारी, ज्यादातर बिना किसी अतिरिक्त वित्तीय लागत के, नागरिकों के लिए इतनी आसानी से उपलब्ध नहीं थी (पृष्ठ 39)। इस तर्क के अनुरूप, सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म की समय रेखा संरचना एक बाय-प्रोडक्ट सीखने के तंत्र को जन्म दे सकती है जिसके माध्यम से ज्ञान अंतराल कम हो जाता है (चौडविक 2012), जो अंततः राजनीतिक भागीदारी की ओर ले जाता है। और, युवा वयस्कों के लिए अधिक प्रासंगिक, इंफ्रेशननेबल इयर्स हाइपोथीसिस (सीयर्स एंड लेवी 2003) सुझाव देता है कि युवा लोग वयस्कों की तुलना में सोशल मीडिया के प्रभावों के प्रति अधिक संवेदनशील होते हैं, क्योंकि किशोरावस्था के दौरान राजनीतिक प्रभावकारिता और जुड़ा व पूरी तरह से समेकित नहीं होते हैं (उदाहरण के लिए, एकस्टीन एट अल। 2012)।



इसका मतलब यह है कि जब सोशल मीडिया के संपर्क में आते हैं, तो युवा वयस्कों में प्रभावकारिता की धारणा मजबूत हो सकती है, जिससे भागीदारी बढ़ सकती है। इसलिए कुल मिलाकर, प्रमुख तर्क यह है कि सोशल मीडिया का उपयोग पहले चरण में नरम – यानी गैर-संस्थागत – जुड़ाव के रूपों को बढ़ावा दे सकता है, जैसे कि ऑनलाइन राजनीतिक अभिव्यक्ति या राजनीतिक भागीदारी के कम प्रयास वाले रूप। यह बदले में, दूसरे चरण में राजनीतिक जुड़ाव के शास्त्रीय, संस्थागत प्रकारों को आकार देगा। जैसा कि बोडे एट अल। (2014) ने कहा है, जब किशोर सोशल नेटवर्किंग साइट्स का उपयोग करते हैं – जो कि उनमें से कई अपने दैनिक जीवन में करते हैं – एक नए, राजनीतिक रूप से उन्मुख तरीके से, यह वास्तव में अन्य तरीकों से राजनीति में भाग लेने की उनकी संभावना को बढ़ा सकता है। (पृष्ठ 424–425)। इसके अलावा, सोशल मीडिया सीधे युवा वयस्कों (बोलियान और थियोचारिस 2020) के बीच ऑफलाइन भागीदारी में वृद्धि का कारण भी बन सकता है।

यह सिद्धांत, उपलब्ध मेटा-विश्लेषणों के अनुरूप, स्पष्ट भविष्यवाणी की ओर ले जाता है कि सोशल मीडिया के उपयोग से न केवल भागीदारी के गैर-संस्थागत रूपों में वृद्धि होनी चाहिए, बल्कि अप्रत्यक्ष या प्रत्यक्ष रूप से मतदान जैसे पारंपरिक रूपों में भी वृद्धि होनी चाहिए। उपलब्ध निष्कर्ष एक मजबूत, निर्णायक कथन प्रस्तुत करते हैं कि ऑनलाइन और ऑफलाइन जुड़ाव के रूप अत्यधिक सहसंबद्ध हैं युवा दोनों वातावरणों में भाग लेते हैं (बोलियान और थियोचारिस 2020, पृष्ठ 123)। लेकिन जब भागीदारी के संस्थागत रूपों की बात आती है, जैसे कि राष्ट्रीय संसदीय चुनावों में मतदान, तो यह समग्र स्तर पर कैसे देखा जा सकता है।

युवाओं की ऑनलाइन और ऑफलाइन राजनीतिक भागीदारी पर सोशल मीडिया का प्रभाव

सोशल नेटवर्क को आसानी से वेब 2.0 की वैचारिक और तकनीकी नींव पर निर्मित इंटरनेट-आधारित अनुप्रयोगों के एक समूह के रूप में समझाया जा सकता है जो उपयोगकर्ता-जनित सामग्री बनाने और आदान-प्रदान करने की अनुमति देता है (कपलान और हेनलेन, 2010)। सोशल मीडिया की उपस्थिति को नजरअंदाज नहीं किया जा सकता है, और उपयोगकर्ताओं की संख्या में दैनिक वृद्धि को फेसबुक के एक सरल उदाहरण में देखा जा सकता है। 2015 में एक बिलियन सक्रिय दैनिक उपयोगकर्ता थे, और आज फेसबुक हर दिन औसतन 1.32 बिलियन सक्रिय उपयोगकर्ताओं पर गर्व कर सकता है (जून 2017 के लिए लिया गया डेटा) (फेसबुक आधिकारिक साइट, 2017)। 1.23 मिलियन लोग कुल विश्व जनसंख्या का छठा हिस्सा दर्शाते हैं और जब केवल एक प्रकार के सोशल मीडिया (इस मामले में फेसबुक) में इतने सारे सक्रिय दैनिक उपयोगकर्ता हैं, तो यह निष्कर्ष निकालना आसान है कि लोगों और उनके रोजमर्रा के जीवन पर सोशल नेटवर्क का प्रभाव वास्तव में मौजूद है। शिर्की (2011) समाज में सोशल मीडिया के महत्व को यह कहते हुए समझाते हैं कि सोशल मीडिया दुनिया भर में नागरिक समाज के लिए जीवन का एक तथ्य बन गया है, जिसमें कई अभिनेता शामिल हैं – सामान्य नागरिक, कार्यकर्ता, गैर-सरकारी संगठन, दूरसंचार फर्म, सॉफ्टवेयर प्रदाता, सरकारें।

सोशल मीडिया का प्रभाव युवा चढ़ी पर सबसे ज्यादा रहा। युवा लोग हमेशा से शोधकर्ताओं के लिए दिलचस्प रहे हैं क्योंकि उनके दृष्टिकोण, मूल्य, योग्यता और व्यवहार समाज की व्यापक प्रवृत्तियों को समझा सकते हैं। जब राजनीति की बात आती है, तो युवा लोग हमेशा से ही एक समस्याग्रस्त सामाजिक समूह रहे हैं क्योंकि राजनीति में उनकी रुचि काफी कम है। राजनीति और राजनीतिक मुद्दों की बात करें तो युवा लोगों को सबसे अलग-थलग आयु वर्ग माना जाता है। हर लोकतांत्रिक व्यवस्था के स्वास्थ्य के लिए राजनीतिक भागीदारी जरूरी है और इसकी निगरानी और इसे प्रोत्साहित करना जरूरी है। युवाओं की राजनीतिक



भागीदारी के स्तर को बढ़ाना एक सामाजिक रूप से वांछनीय लक्ष्य है, खास तौर पर इस तथ्य पर विचार करते हुए कि वे ही राजनीति के भविष्य को आकार देने वाले हैं।

इस शोध का उद्देश्य यह निर्धारित करना है कि युवा लोग राजनीति पर चर्चा करने के लिए किस हद तक सोशल मीडिया का उपयोग करते हैं और क्या राजनीतिक जानकारी के लिए सोशल नेटवर्क का उपयोग करने से ऑनलाइन और ऑफलाइन राजनीतिक भागीदारी के लिए उनकी मंशा प्रभावित होती है।

सोशल मीडिया और राजनीति

सामाजिक नेटवर्क और राजनीति के बीच संबंधों के बारे में शोध बिम्बर के नागरिकों और राजनीति के बीच संचार और बातचीत में इंटरनेट के प्रभाव पर योगदान से शुरू होता है (बिम्बर और कोपलैंड, 2013 के अनुसार सैंडोवाल-अल्माजान बिम्बर, स्टोहल और फ्लैनागिन, 2009य बिम्बर, 1998य बिम्बर, 1999)। सोशल नेटवर्क एनालिटिक्स फ्रेमवर्क में, स्टिग्लिट्ज और डांग-जुआन (2013) ने निष्कर्ष निकाला है कि सामान्य रूप से सोशल नेटवर्क के महान प्रभाव के कारण, एसएनएस, वेबलॉग, माइक्रोब्लॉगिंग और विकी जैसे सोशल मीडिया दुनिया भर में राजनीतिक संचार को आकार देने में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

उन्होंने यह भी निष्कर्ष निकाला कि पिछले कुछ वर्षों में सोशल मीडिया एक महत्वपूर्ण राजनीतिक संचार चैनल बन गया है और यह राजनीतिक संस्थाओं और मतदाताओं को एक-दूसरे के साथ सीधे बातचीत करने में सक्षम बनाता है। इसलिए, राजनीतिक गतिविधियों में अधिक पारदर्शिता आ सकती है और नागरिक राजनीतिक निर्णय लेने की प्रक्रियाओं में अधिक शामिल हो सकते हैं। मोल्दोवा का एक उदाहरण – जब कम्युनिस्ट पार्टी ने 2009 में अपनी सत्ता खो दी थी, जब स्पष्ट रूप से धोखाधड़ी वाले चुनाव (शिकी, 2011) के कारण टेक्स्ट मैसेज, फेसबुक और ट्विटर द्वारा समन्वित बड़े पैमाने पर विरोध प्रदर्शन हुए थे – राजनीति के संदर्भ में सोशल मीडिया की महान शक्ति को दर्शाता है। सोशल नेटवर्क के माध्यम से राजनीति पर प्रभाव दो तरफ से देखा जा सकता है। एक तरफ, प्रभाव उन लोगों से आ सकता है जो चुनाव में प्रतिस्पर्धा करते हैं (राजनीतिक अभियानों में सोशल मीडिया, आदि), जबकि दूसरी तरफ प्रभाव आम नागरिकों से आ सकता है जो सोशल नेटवर्क पर अपनी गतिविधियों (प्रकाशन, टिप्पणी, प्रतिक्रिया, आदि) के साथ राजनीति बदल रहे हैं।

आजकल, जब सोशल नेटवर्क के कई रूप हैं, दो नेटवर्क सबसे अलग हैं – फेसबुक और ट्विटर। राजनीतिक अर्थों में इन दो प्लेटफॉर्म का उपयोग 2008 के ओबामा के राष्ट्रपति अभियान (सैंडोवाल-अल्माजान, 2017) के बाद से बहुत बढ़ गया है। इसके अलावा, फेसबुक और ट्विटर जैसे सोशल नेटवर्क का उपयोग समाचार के स्रोत के रूप में तेजी से किया जा रहा है (प्यू रिसर्च सेंटर, 2015), इसलिए यह तथ्य कि 2016 में राष्ट्रपति अभियान के बारे में जानकारी प्राप्त करने के लिए 44 प्रतिशत अमेरिकियों ने सोशल नेटवर्क का उपयोग किया, आश्चर्यजनक नहीं होना चाहिए (प्यू रिसर्च सेंटर, 2016)। फेसबुक की बढ़ी उपस्थिति का उल्लेख पहले ही किया जा चुका है, लेकिन यह आश्चर्यजनक है कि लोग व्यवहसम (रे, 2010) की तुलना में फेसबुक पर अधिक समय बिता रहे हैं। रॉबर्टसन एट अल। (2012) ने दो सबसे प्रमुख अमेरिकी कांग्रेस उम्मीदवारों के फेसबुक वॉल पोस्ट को ट्रैक और अध्ययन किया।

अपने शोध में उन्होंने उम्मीदवारों की वॉल पर फेसबुक पोस्ट की प्रतिक्रियाओं, टिप्पणियों की संख्या और टिप्पणियों की सामग्री (या समान) का अवलोकन किया। वे इस निष्कर्ष पर पहुंचे कि राजनीतिक संवाद हमेशा नकारात्मक से अधिक सकारात्मक होता है, हालांकि समय के साथ सकारात्मक टिप्पणियां कम होती

हैं और नकारात्मक टिप्पणियां बढ़ती हैं। कुछ अन्य शोधकर्ताओं ने भी इसी तरह का शोध किया, इसलिए बोडे (2012) ने राजनीतिक व्यवहार पर ध्यान केंद्रित किया और पाया कि किसी के फेसबुक समुदाय के साथ गहन रूप से जुड़े ने से ऐसे व्यवहार और गतिविधियाँ संभव होती हैं जो सभी प्रकार की राजनीतिक भागीदारी को बढ़ावा देती हैं। इसके अलावा, कॉनरॉय एट अल. (2012) हमें दिखाते हैं कि फेसबुक राजनीतिक भागीदारी को सकारात्मक रूप से प्रभावित करता है और वे इसे निम्नलिखित के साथ समझाते हैं फेसबुक ऑनलाइन राजनीतिक समूहों के निर्माण की अनुमति देता है जो कई लाभ प्रदान करते हैं जिन्हें हम दशकों से आमने-सामने के समूहों द्वारा प्रदान किए जाने वाले लाभों के रूप में जानते हैं, जैसे कि सूचना, राजनीतिक कार्रवाई के लिए प्रेरणा और चर्चा और संचार आदान-प्रदान के लिए एक मंच। राजनीतिक भागीदारी और फेसबुक के बीच संबंध की जांच करते हुए, टैंग और ली (2013) ने पाया कि फेसबुक पर राजनीतिक जानकारी के संपर्क में आने से राजनीतिक भागीदारी पर सकारात्मक प्रभाव पड़ता है। टैंग और ली (2013) की तरह, थियोचारिस और लोवे (2015) ने भी पुष्टि की है कि, कुछ शर्तों के तहत, फेसबुक राजनीतिक भागीदारी को प्रोत्साहित करता है।

ट्विटर 2006 में स्थापित एक सामाजिक माइक्रोब्लॉगिंग नेटवर्क है। 140 अक्षरों तक सीमित ट्वीट नामक छोटे संदेश ट्विटर को विशेष बनाते हैं (सैंडोवाल-अलमाज, 2017)। मार्च 2015 के डेटा से पता चलता है कि ट्विटर के 1.3 बिलियन से अधिक पंजीकृत उपयोगकर्ता थे। इसके अलावा, जुलाई 2017 के डेटा से पता चलता है कि ट्विटर के आश्चर्यजनक रूप से लगभग 157 मिलियन दैनिक सक्रिय उपयोगकर्ता थे (स्मिथ, 2017)। ट्विटर (विशेष रूप से अमेरिका में) राजनीतिक घटनाओं के दौरान व्यापक रूप से इस्तेमाल किया जाने वाला सोशल नेटवर्क है और ट्विटर पर शोध फेसबुक (सैंडोवाल-अलमाज, 2017) की तुलना में हाल ही में हुआ है। लासेन और ब्राउन (2011) ने ट्विटर का उपयोग करके चुनावी कनेक्शन पर शोध करना शुरू किया अपने पेपर में उन्होंने संयुक्त राज्य में कांग्रेस सदस्यों के बीच ट्विटर के उपयोग का विश्लेषण किया क्रुइकेमियर (2014) ने इस बात पर शोध किया है कि राजनीतिक उम्मीदवार ट्विटर का किस प्रकार उपयोग करते हैं, और प्रमुख निष्कर्ष यह है कि ट्विटर का वरीयता मतों पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ता है।

राजनीतिक व्यवहार से संबंधित कई अध्ययनों में, फेसबुक और ट्विटर के उपयोगकर्ताओं पर एक साथ शोध किया गया। ह्यून और किम (2015) ने पाया कि सोशल मीडिया के माध्यम से राजनीतिक बातचीत राजनीतिक भागीदारी को बढ़ावा देने में योगदान देती है। इसके अलावा, राजनीतिक भागीदारी के संबंध में, स्कोरिक और झू (2016) ने पाया कि ब्लॉग, फेसबुक या ट्विटर पर लिखना और टिप्पणी करना सहित अहंकारी सोशल मीडिया का अभिव्यंजक उपयोग चुनावों के दौरान ऑफलाइन राजनीतिक भागीदारी का पूर्वानुमान नहीं था।

निष्कर्ष

डिजिटल युग में सोशल मीडिया ने राजनीतिक भागीदारी के स्वरूपों को व्यापक और तेज बनाया है, विशेषकर युवा वयस्कों के लिए किंतु यह भागीदारी अक्सर सतही, क्षणिक और प्रतीकात्मक होती है, जिससे यह स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया राजनीतिक सक्रियता का एक संभावित मंच तो है, लेकिन जब तक यह प्लेटफॉर्म गहराई, संवाद और दीर्घकालिक भागीदारी को प्रोत्साहित नहीं करते, तब तक यह लोकतंत्र को सशक्त करने के बजाय केवल उसका आभासी प्रतिनिधित्व ही करता रहेगा।

संदर्भ



- टेंग, गैरी और ली, फ्रांसिस। (2013)। फेसबुक का उपयोग और राजनीतिक भागीदारी साझा राजनीतिक जानकारी के संपर्क का प्रभाव, सार्वजनिक राजनीतिक अभिनेताओं के साथ संबंध और नेटवर्क संरचनात्मक विविधता। सामाजिक विज्ञान कंप्यूटर समीक्षा। 31. 763–773. 10.1
- पाप वोरकापिक, एना और हैम, मारिजा और बिलांडजकि, कार्ला (2017)। युवाओं की ऑनलाइन और ऑफलाइन राजनीतिक भागीदारी पर सोशल मीडिया का प्रभाव।
- बानी-हानी, नबील। (2022)। युवा राजनीतिक जुड़ा वरु भागीदारी के लिए कानूनी बाधाएँ और अवसर।
- अलफारुकी, मुहम्मद और पद्मोनुरकाह्यो, आनंदारु। (2023)। युवा चढ़ी की राजनीतिक भागीदारी को क्या प्रेरित करता है? एक राजनीतिक मनोविज्ञान अध्ययन। इंडोनेशियाई जर्नल ऑफ रिलिजन एंड सोसाइटी।
- रे-लेक, लौरा. (2019). युवा लोग राजनीतिक रूप से कैसे जुड़े ते हैं?. बाल विकास परिप्रेक्ष्य.
- बैरेट, मार्टिन और दिमित्रा, पाची. (2019). युवाओं में नागरिक और राजनीतिक जुड़ा व. 10.
- नून्स, एना और हेन, मैट और ग्रिफ़िथ, मार्क। (2016)। युवा लोगों की राजनीतिक भागीदारी का आकलन राजनीतिक भागीदारी को मापने के लिए इस्तेमाल किए जाने वाले उपकरणों की एक महत्वपूर्ण और व्यवस्थित साहित्य समीक्षा। अंतर्राष्ट्रीय राजनीति समीक्षा। 4. 10.

