

सोशल मीडिया और युवा वयस्कों की राजनीतिक भागीदारी: एक अवसर, एक विरोधाभास

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 सोशल मीडिया के माध्यम से युवाओं की राजनीतिक भागीदारी की संभावनाओं और सीमाओं का विश्लेषण करता है। जहां एक ओर सोशल मीडिया ने युवाओं को राजनीतिक विचार-विमर्श, अभिव्यक्ति और सहभागिता के नए मंच प्रदान किए हैं, वहीं दूसरी ओर इसका अत्यधिक उपयोग मुख्यतः मनोरंजन और सामाजिक जुड़ाव के लिए किया जाता है, जिससे राजनीतिक जुड़ाव में विघटन की आशंका भी बढ़ जाती है। यह अध्ययन विभिन्न वैश्विक उदाहरणों और अध्ययनों के आधार पर यह प्रश्न उठाता है कि क्या सोशल मीडिया वास्तव में युवाओं को लोकतांत्रिक प्रक्रिया से जोड़ रहा है या उन्हें केवल सतही रूप से जोड़े रखता है। निष्कर्षतः, यह शोधपत्र सोशल मीडिया और राजनीतिक भागीदारी के बीच के विरोधाभासी संबंध की पड़ताल करता है और यह तर्क प्रस्तुत करता है कि डिजिटल प्लेटफॉर्मों की प्रकृति अक्सर युवाओं के राजनीतिक रूप से सक्रिय होने की बजाय उन्हें निष्क्रिय बनाए रखती है।

मुख्य शब्द

सोशल मीडिया, राजनीतिक भागीदारी, युवा वयस्क, लोकतंत्र, डिजिटल संचार, ई-भागीदारी, मतदाता व्यवहार, ध्यान विचलन।

भूमिका

सोशल मीडिया ने सूचना समाज के सभी स्तरों में प्रवेश किया है और लोकतंत्रीकरण और राजनीतिक विकास की प्रक्रिया को उत्प्रेरित किया है। सूचना और ज्ञान प्रसार में एक आधुनिक प्रवृत्ति, मीडिया ने संचार को पारंपरिक तरीके से संवाद करने और सामाजिककरण की सीमाओं से परे ले जाकर लोगों के जीवन का एक अनिवार्य हिस्सा बना दिया है, उनकी सामाजिक, राजनीतिक और आर्थिक गतिविधियों को प्रभावित कर रहा है। जबकि कुछ दशक पहले, इंटरनेट को एक समाचार मीडिया माना जाता था, अब समाज सूचना के स्रोत के रूप में सोशल मीडिया की ओर रुख करता है। सोशल मीडिया के प्रमुख अनुप्रयोगों में से एक सोशल नेटवर्क है, जहाँ लाखों लोग दूसरों के साथ बातचीत करने और सभी प्रकार के मीडिया जैसे कि टेक्स्ट, वॉयस, इमेज या वीडियो के साथ सामाजिककरण करने के लिए एक खुले डोमेन का उपयोग करने के लिए जुड़े हुए हैं।

सोशल मीडिया की इंटरैक्टिव प्रकृति उन्हें नौकरी की तलाश, समाजीकरण, शिक्षा, मनोरंजन, शासन, राजनीतिक भागीदारी जैसे कई उद्देश्यों के लिए उपयोग करने के लिए उपयुक्त बनाती है। इसलिए, संचार के सामाजिक साधन के रूप में सोशल मीडिया भागीदारी, जुड़ाव, भौगोलिक सीमाओं के पार सूचना के अवसर और लोगों के बीच संबंधों और बातचीत को बढ़ावा देता है। आमतौर पर इस्तेमाल किए जाने वाले सोशल मीडिया में फेसबुक, व्हाट्सएप, ट्विटर, इंस्टाग्राम, इमो, गो, यूट्यूब, टेलीग्राम और फिलकर शामिल हैं। सोशल मीडिया प्रौद्योगिकियों ने कई इंटरनेट का पालन करने वाले व्यक्तियों को अपने जीवन को इसके इर्द-गिर्द बनाने के लिए प्रेरित किया है। हालाँकि, अध्ययनों से पता चला है कि युवाओं के बीच सोशल मीडिया के उपयोग का

प्रसार हुआ है, जिन्हें वयस्कों की तुलना में अधिक तकनीक का जानकार माना जाता है।

युवा शब्द का इस्तेमाल शारीरिक किशोरों से लेकर वयस्कता में व्यक्तियों का वर्णन करने के लिए किया जा सकता है। कि युवा पहचान उन लोगों को उनके किशोरों और उनके 20 के दशक में एक साझा सामाजिक अनुभव के प्रतिभागियों के रूप में प्रस्तुत करती है जो अन्य आयु या सांस्कृतिक समूहों से भिन्न है, जबकि हेवन और टुब्रिडी (2007) युवा को एक ऐसे व्यक्ति के रूप में वर्णित करते हैं जिसकी पहचान और उम्र बच्चे और वयस्क होने के बीच होती है। संयुक्त राष्ट्र (2011) युवाओं को 15 से 24 वर्ष के बीच की आयु के लोगों के रूप में परिभाषित करता है। युवा राष्ट्रों के अस्तित्व, अस्तित्व और सामाजिक-आर्थिक विकास के लिए महत्वपूर्ण हैं क्योंकि वे युवा, ऊर्जावान और सक्षम हैं। कोई आश्चर्य नहीं, उन्हें शकल के नेता या समाज के भविष्य के रूप में संदर्भित किया जाता है।

2019 में दुनिया की आबादी के बारे में संयुक्त राष्ट्र के नवीनतम अनुमानों के अनुसार, दुनिया भर में 15 से 24 वर्ष की आयु के लगभग 1.2 बिलियन युवा हैं, या वैश्विक आबादी का 16 प्रतिशत, जो दुनिया भर में हर छह लोगों में से एक के लिए जम्मेदार है (संयुक्त राष्ट्र, 2019, 2019इ)। यह देखा गया है कि दुनिया के कुछ हिस्सों में न केवल युवाओं की संख्या बढ़ रही है, बल्कि आबादी में उनकी हिस्सेदारी भी बढ़ रही है। कुछ देशों में, युवा जनसंख्या की वृद्धि अर्थव्यवस्था की वृद्धि से तेज है क्योंकि तीन में से एक से अधिक व्यक्ति युवा हैं, (यूएनएफए विश्व जनसंख्या की स्थिति, संघीय गणराज्य नाइजीरिया का दूसरा राष्ट्रीय युवा नीति दस्तावेज (२००६रू पृष्ठ ६) युवाओं को १८-३५ वर्ष की आयु के सभी युवा पुरुषों और महिलाओं के रूप में परिभाषित करता है जो नाइजीरिया के संघीय गणराज्य के नागरिक हैं। नाइजीरियाई सरकार ने इस परिभाषा को अपनाया क्योंकि संयुक्त राष्ट्र और अन्य द्वारा सांख्यिकीय उद्देश्यों के लिए परिभाषित १५-२४ वर्ष की आयु सीमा नाइजीरिया जैसे देशों के लिए बहुत संकीर्ण है।

इसका कारण यह है कि अफ्रीका के कई देशों में, स्थिर रोजगार के साथ आने वाली आर्थिक और सामाजिक स्थिरता प्राप्त करने के मामले में वयस्कता में पुरुष संक्रमण, बीस के दशक के अंत और तीस के दशक के मध्य तक बढ़ सकता है। इस नीति के अनुसार, युवाओं को ऊर्जा, उत्साह, महत्वाकांक्षा, रचनात्मकता और वादे की विशेषता वाले के रूप में परिभाषित किया गया है, और उच्च स्तर की सामाजिक आर्थिक अनिश्चितता और अस्थिरता का सामना करना पड़ता है। वे नाइजीरिया की आबादी के सबसे सक्रिय, सबसे अस्थिर और फिर भी सबसे कमजोर वर्ग का प्रतिनिधित्व करते हैं। नीति ने यह भी समझा कि यह जीवन का एक ऐसा दौर है जब अधिकांश युवा बचपन से वयस्कता की ओर बढ़ते हुए अपने जीवन की परिस्थितियों में नाटकीय बदलावों से गुजर रहे होते हैं, इसलिए उन्हें अपनी पूरी क्षमता का एहसास करने के लिए सामाजिक, आर्थिक और राजनीतिक समर्थन की आवश्यकता होती है। मुख्य रूप से, युवा दोस्तों, परिवार के सदस्यों और आम जनता के साथ संचार के लिए सोशल नेटवर्किंग मीडिया को अपनाते हैं। 2010 तक, लेनहार्ट एट अल। (2010) बताते हैं कि लगभग 72 प्रतिशत अमेरिकी युवा (आयु 18-29 वर्ष) फेसबुक और माइस्पेस जैसी सोशल नेटवर्किंग साइटों का उपयोग करते थे। जॉनसन एट अल. (2013) ने भी यही पाया कि फेसबुक और ट्विटर दो सामाजिक कंप्यूटिंग प्रणालियां हैं (14)। इससे राष्ट्र के विकास में युवाओं का महत्व सामने आता है।

जो केप टाउन, दक्षिण अफ्रीका में विश्वविद्यालय के छात्रों के बीच लोकप्रिय थे, जबकि ओना और एनचे (2014) ने पाया कि नाइजीरियाई युवा अन्य प्रकार की तकनीकों की तुलना में सोशल मीडिया तकनीकों के प्रति अधिक इच्छुक थे। इन दावों का समर्थन हाल ही के अध्ययनों से होता है, जिन्होंने पाया है कि युवा,

विशेष रूप से उच्च संस्थानों के छात्र, नवप्रवर्तक, शुरुआती अपनाने वाले, साथ ही साथ शुरुआती बहुसंख्यक अपनाने वाले और विभिन्न गतिविधियों के लिए सोशल मीडिया के उपयोगकर्ता हैं। कोई आश्चर्य नहीं कि विल्सन और बोल्डमैन (2011), साथ ही अदाजा और अयोडेले (2013), युवाओं को आईसीटी मूल निवासी और सोशल मीडिया के विपुल उपयोगकर्ता के रूप में वर्णित करते हैं। इस कथन की पुष्टि नचे (2012रू 19) ने की, जिन्होंने कहा कि फ्लैटमैन में जंगल की आग की तरह, सोशल मीडिया (नेटवर्किंग) की घटना नाइजीरिया के सभी कोनों तक फैल गई है, जिसने उसके बढ़ी संख्या में युवाओं को अपनी चपेट में ले लिया है और युवाओं के बीच सोशल मीडिया का इस्तेमाल इतना आम हो गया है कि युवाओं के लिए कम से कम एक सोशल नेटवर्किंग साइट से न जुड़े ना अप्रचलित हो गया है। ननमोनू (2013) ने इंटरनेट को सोशल मीडिया साइट्स का मुख्य होस्ट बताते हुए इसका सारांश दिया, जबकि युवा सबसे प्रमुख ग्राहक हैं। सोशल मीडिया के कई उपयोग मूल्य हैं उपयोग नकारात्मक या सकारात्मक हो सकता है, जो उपयोगकर्ताओं के इरादे और उपयोग करने के उद्देश्य पर निर्भर करता है। हालांकि, कुछ मामलों में, उपयोगकर्ता अपने नियंत्रण से परे नकारात्मक उपयोग के अनुभवों का शिकार हो जाते हैं।

हालांकि कुछ अध्ययनों में पाया गया है कि युवा सोशल मीडिया का इस्तेमाल कई नकारात्मक तरीकों से कर सकते हैं, जैसे पोर्नोग्राफी देखना, धमकाना और ब्लैकमेल करना सोशल मीडिया का इस्तेमाल सकारात्मक उपयोग पर केंद्रित हो सकता है, जैसे शिक्षा, मनोरंजन, राजनीति, विचार-विमर्श और धार्मिक मामले। सोशल मीडिया के कई उपयोगों में से एक यह है कि यह ज्ञान और सूचना के लोकतंत्रीकरण का समर्थन करता है, जिससे लोग सूचना उत्पादक और उचोक्ता दोनों बन जाते हैं। सोशल मीडिया तक सर्वव्याच पहुँच का लोकतांत्रिक प्रभाव पड़ता है क्योंकि यह नागरिकों को राजनीतिक प्रक्रियाओं में शामिल होने और भाग लेने के अवसर प्रदान करता है। सोशल मीडिया एक ऐसे माध्यम में जुड़ा व प्रदान करता है जो लोगों की जीवन शैली के साथ सहजता से फिट बैठता है और सरकारी निर्णयों की निगरानी और उन्हें प्रभावित करने में नागरिकों की राजनीतिक भागीदारी को सुविधाजनक बनाता है। सोशल मीडिया की बढ़ती लोकप्रियता ने विद्वानों को रोजमर्रा की जिन्दगी और लोकतांत्रिक समाज में सोशल मीडिया की भूमिका का पता लगाने के लिए प्रेरित किया है, विशेष रूप से, राजनीतिक भागीदारी और जुड़ा व को सुविधाजनक बनाने में मीडिया की भूमिका।

राजनीतिक भागीदारी का अर्थ है नागरिकों की उन कृत्यों, घटनाओं या गतिविधियों में भागीदारी जो राजनीतिक प्रतिनिधियों के चयन और उनके द्वारा की गई कार्रवाइयों को प्रभावित करती हैं। यह विभिन्न तंत्र हैं जिनके माध्यम से नागरिक अपने राजनीतिक विचार व्यक्त करते हैं और राजनीतिक प्रक्रियाओं पर अपने अधिकारों और प्रभावों का प्रयोग करते हैं। इस प्रकार, यह एक नागरिक गतिविधि है और किसी भी लोकतंत्र का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है एक नागरिक द्वारा किसी राजनीतिक मुद्दे के परिणाम को प्रभावित करने के लिए की गई कार्रवाई। राजनीतिक भागीदारी को उन गतिविधियों के एक समूह के रूप में भी समझाया जा सकता है जो नागरिक सरकार की संरचित नीतियों या अधिकारियों को प्रभावित करने के लिए करते हैं। राजनीतिक भागीदारी के माध्यम से, नागरिक राजनीतिक प्रतिनिधियों का चुनाव कर सकते हैं, जो नागरिकों के पक्ष में नीतियाँ बनाते हैं जो प्रतिनिधियों द्वारा लागू किए गए सामाजिक कार्यक्रमों के अंतिम लाभार्थी होते हैं।

राजनीतिक भागीदारी में सामाजिक-राजनीतिक और आर्थिक मुद्दों के विमर्श में नागरिकों की भागीदारी भी शामिल है, जो भावी नेताओं को चुनने के लिए मानदंड के रूप में काम करते हैं। इसमें सत्ता में बैठे लोगों की क्षमताओं का आकलन करना और अधिक समृद्ध देश के लिए सामाजिक बुराइयों को दूर करने के तरीकों

की वकालत करना भी शामिल हो सकता है। इसलिए, राजनीतिक भागीदारी में राजनीतिक विमर्श, राजनीतिक अभियान, मतदाता पंजीकरण, मतदान, याचिका लिखना और हस्ताक्षर करना, नागरिक विरोध, सार्वजनिक परामर्श, चुनावों के लिए धन दान करना, लॉबिंग में शामिल हित समूहों में शामिल होना, राजनीतिक वकालत, चुनावी प्रक्रिया के उल्लंघन के मामलों की निगरानी और रिपोर्टिंग जैसे धोखाधड़ी, धांधली, धमकी, हिंसा, मौद्रिक प्रलोभन, कम उम्र में मतदान आदि जैसी गतिविधियाँ शामिल हैं। इंटरनेट के उद्भव ने, जिसने बदले में सोशल नेटवर्किंग साइट्स को जन्म दिया, चुनाव प्रक्रिया में एक आदर्श बदलाव और समाज में आमूलचूल परिवर्तन लाया, जहाँ जनता अब सरकारी गतिविधियों में निष्क्रिय नहीं है क्योंकि मीडिया राजनीतिक भागीदारी के लिए नए रास्ते प्रदान करता है।

इन प्लेटफॉर्म ने राजनीतिक जानकारी प्राप्त करने और उसे प्रसारित करने की संभावनाओं को तेजी से बढ़ाया है, जिससे किसी भी इंटरनेट उपयोगकर्ता को राजनीतिक जानकारी और गतिविधि तक कई तरह के पूरक पहुंच बिंदु मिल गए हैं, जो समय, धन और प्रयास की कम लागत पर आते हैं सोशल मीडिया को एक मुक्ति प्रौद्योगिकी के रूप में संदर्भित करता है जो राजनीतिक, सामाजिक और आर्थिक स्वतंत्रता का विस्तार करती है। मिलकोविच (2010) भी सोशल मीडिया को राजनीतिक वातावरण में नागरिक भागीदारी बढ़ाने के लिए एक उपकरण के रूप में प्रस्तुत करता है। अन्य जनसंचार माध्यमों के विपरीत, सोशल नेटवर्किंग मीडिया संचार चैनल के दो-तरफा और यहां तक कि बहु-तरफा रूप प्रदान करता है, जो प्रतिक्रिया प्रक्रिया को बढ़ाता है और उपयोगकर्ताओं के बीच बातचीत को प्रोत्साहित करता है।

सोशल नेटवर्किंग मीडिया की यह इंटरैक्टिव प्रकृति ही नागरिकों के लिए ऑनलाइन चुनाव प्रक्रियाओं में भाग लेने के अवसर पैदा करती है, जिसे मेडीमोरेक एट अल. (2011) ने इलेक्ट्रॉनिक भागीदारी (ई-भागीदारी) के रूप में संदर्भित किया है। ऑनलाइन राजनीतिक गतिविधियों (ई-भागीदारी) में राजनेताओं को ईमेल लिखना, राजनेताओं की अभियान वेबसाइटों पर जाना, ऑनलाइन पैसे दान करना, इलेक्ट्रॉनिक अभियान, इलेक्ट्रॉनिक वोटिंग आदि शामिल हैं।

राजनीतिक भागीदारी के लिए सोशल मीडिया का उपयोग करने के कई लाभों में नागरिकों को सक्रिय रूप से भाग लेने और सोशल मीडिया साइटों पर पोस्ट किए गए मुद्दों पर अपनी आवाज जोड़ कर राजनीतिक चर्चा में पूरी तरह से शामिल होने का अवसर प्रदान करना शामिल है। ये प्लेटफॉर्म मतदाताओं को राजनीतिक कार्यालयों के लिए उम्मीदवारों का आकलन करने और शासन में पारदर्शिता को बढ़ावा देने का एक मैत्रीपूर्ण अवसर भी प्रदान करते हैं, इस प्रकार, सहभागी लोकतंत्र के सिद्धांतों को आगे बढ़ाते हैं जो मीडिया को बहस के माध्यम के रूप में देखता है जो राजनीति में भागीदारी को वास्तविक बनाने में काफी मदद करता है।

सोशल मीडिया ऑनलाइन नागरिकों की राय सुनने का अवसर प्रदान करके शासन में नवीनता लाने और शासन के नए तरीके खोजने की संभावनाओं की एक श्रृंखला भी प्रदान करता है, जिससे नागरिकों की जरूरतों के बारे में विचार निर्धारित होते हैं, जिसमें सार्वजनिक निर्णय लेने की प्रक्रियाओं के प्रति लोगों की संभावित प्रतिक्रिया भी शामिल है। ये मंच राजनेताओं को जनता के साथ अनौपचारिक रूप से मुक्त होने का अवसर भी प्रदान करते हैं क्योंकि राजनेता चुनाव प्रचार में उतरने से पहले ही राजनीतिक माहौल का आकलन करने के लिए जनता तक पहुंच सकते हैं। यह कनेक्शन राजनेताओं को नागरिकों से अचल करने, अपने हास्य का संचार करने, अपनी पहुंच को इंगित करने और साथ ही जनता तक अपनी पहुंच को दर्शाने में मदद करता है, जिससे वे अधिक मिलनसार लगते हैं और अपने समर्थकों के साथ लगातार संपर्क में रहते

हैं।

सोशल मीडिया और युवा वयस्कों की राजनीतिक भागीदारी

दुनिया भर में, सोशल मीडिया युवा वयस्कों के जीवन का केंद्र बिंदु बन गया है। खास तौर पर अपने स्मार्टफोन के साथ, युवा वयस्क सचमुच 24x7 सोशल मीडिया पर रह सकते हैं, दुनिया और अपने साथियों से स्थायी रूप से जुड़े रह सकते हैं। वास्तव में, जब वर्तमान युवा चढ़ी की तुलना उनके पुराने समकक्षों से की जाती है, तो मीडिया उपयोग व्यवहार में एक बुनियादी अंतर होता है जबकि 16–25 वर्ष की आयु के युवा वयस्क समाचार प्राप्त करने के लिए थंबइववा, ज्याज्वा, ल्वनज्जइम, जूपजजमत, प्देजंहतंउँजे।चच याँमर्बिज जैसे डिजिटल प्लेटफॉर्म या मैसेंजर सेवाओं पर निर्भर करते हैं, वहीं पुरानी चढ़ी के लोगों के टेलीविजन या समाचार पत्रों जैसे पारंपरिक समाचार स्रोतों के संपर्क में आने की संभावना अधिक होती है। साथ ही, दुनिया भर में दर्जनों अध्ययन हुए हैं जो दर्शाते हैं कि, परंपरागत रूप से, युवा वयस्क पुरानी चढ़ियों (डेली कार्पिनी 2017) की तुलना में पारंपरिक राजनीति में कम रुचि रखते हैं, वोट देने की संभावना कम होती है, और आम तौर पर राजनीतिक रूप से कम परिष्कृत होते हैं (बिंदर एट अल। 2021)।

संक्षेप में, डिजिटल मीडिया के उद्भव से पहले, राजनीतिक दल युवा चढ़ी तक पहुँचने के लिए संघर्ष कर रहे थे। खासकर जब पारंपरिक संस्थानों की बात आती है, तो आप वयस्कों को अक्सर अलग और उदासीन बताया जाता है। फिर भी सोशल मीडिया के साथ, विद्वानों ने युवा वयस्कों की लोकतांत्रिक भागीदारी के बारे में बढ़ी उम्मीदें व्यक्त की हैं यह तर्क दिया गया है कि विशेष रूप से सोशल मीडिया राजनीतिक अभिनेताओं और युवा वयस्कों के बीच नए रिश्ते बना सकता है, राजनीतिक विषयों पर सामाजिक संपर्क को सक्षम कर सकता है, लोगों को जोड़ सकता है, राजनीतिक राय की अभिव्यक्ति को बढ़ा सकता है, भागीदारी को समान कर सकता है और आम तौर पर भागीदारी को बढ़ावा दे सकता है और साथ ही मतदाता मतदान को बढ़ावा दे सकता है या सामाजिक सामंजस्य में योगदान दे सकता है। इसलिए, डिजिटल मीडिया के साथ, यह मानने के आधार हैं कि चढ़ीगत जुड़ाव के अंतर को कम किया जा सकता है, और युवा नागरिकों को राजनीतिक दुनिया में फिर से शामिल किया जा सकता है।

उदाहरण के लिए, शोधकर्ताओं ने युवाओं के बीच सोशल मीडिया के उपयोग की आवृत्ति और विरोध में भागीदारी के बीच सकारात्मक संबंध देखा, और अधिक सामान्य तौर पर, यह पाया गया है कि राजनीतिक सोशल मीडिया का उपयोग राजनीतिक भागीदारी के विभिन्न रूपों से सकारात्मक रूप से संबंधित है। विषय पर हाल के मेटा-विश्लेषणों के साथ, सोशल मीडिया के उपयोग के लोकतांत्रिक रूप से सकारात्मक परिणामों के प्रमाण बस भारी हैं, विशेष रूप से क्रॉस-सेक्शनल सर्वेक्षण अनुसंधान में और युवा वयस्कों के संबंध में भी। हालांकि, सोशल मीडिया के लोकतांत्रिक परिणामों पर छात्रवृत्ति अक्सर इस तथ्य को नजरअंदाज करती है कि सोशल मीडिया का उपयोग मुख्य रूप से मनोरंजन और संबंधपरक उद्देश्यों के लिए किया जाता है, खासकर जब बात युवा वयस्कों की आती है। यानी, युवा लोगों के सोशल मीडिया उपयोग में स्पष्ट रूप से गैर-राजनीतिक सामग्री का बोलबाला है (बाइंडर एट अल. 2021)।

परिणामस्वरूप, विद्वानों ने राजनीतिक भागीदारी पर सोशल मीडिया के उपयोग के संभावित विचलित करने वाले प्रभावों पर आंखें मूंद ली हैं, जिससे इस शोध क्षेत्र की समग्र तस्वीर विषम हो गई है। इस वैचारिक पेपर में, मैं यह सिद्धांत बनाकर एक अलग दृष्टिकोण अपनाता हूँ कि सोशल मीडिया का उपयोग राजनीतिक

भागीदारी को काफी हद तक कम कर सकता है।

इसका मुख्य कारण यह है कि सोशल मीडिया का इस्तेमाल मुख्य रूप से मनोरंजन और सोशल नेटवर्किंग उद्देश्यों के लिए किया जाता है, जिसमें लोगों को जुटाने की बजाय ध्यान भटकाने की क्षमता होती है। आगे मैं डिजिटल मीडिया और युवा वयस्कों की राजनीतिक भागीदारी पर साहित्य का संक्षेप में सारांश प्रस्तुत करूंगा। फिर मैं अमेरिका, जर्मनी, स्विटजरलैंड और जापान के उदाहरणात्मक, समग्र स्तर के आंकड़ों का उपयोग करते हुए तथाकथित सोशल मीडिया राजनीतिक भागीदारी विरोधाभास का वर्णन करूंगा, अर्थात्, युवा वयस्कों और पुरानी चढ़ियों के बीच मतदाता मतदान में अंतर काफी कम नहीं हुआ है, बावजूद इसके कि युवा वयस्कों की ओर से सोशल मीडिया का उपयोग तेजी से बढ़ रहा है और भारी मात्रा में अध्ययन सोशल मीडिया के उपयोग और राजनीतिक भागीदारी के बीच महत्वपूर्ण संबंध का सुझाव दे रहे हैं। फिर मैं एक सैद्धांतिक तर्क विकसित करूंगा कि क्यों सोशल मीडिया का उपयोग भी लोगों को विचलित करने वाला है

निष्कर्ष:

सोशल मीडिया ने युवाओं को राजनीतिक भागीदारी के नए अवसर तो दिए हैं, लेकिन इसका प्राथमिक उपयोग मनोरंजन और सामाजिक जुड़ाव के लिए होने के कारण यह माध्यम राजनीतिक सक्रियता को स्थायी रूप से प्रोत्साहित करने में पूरी तरह सफल नहीं हो सका है। शोध से स्पष्ट होता है कि भले ही सोशल मीडिया राजनीतिक सूचना तक पहुंच को आसान बनाता है, लेकिन यह युवाओं को राजनीतिक रूप से सक्रिय नागरिक में बदलने की बजाय, उन्हें सतही सहभागिता तक सीमित कर देता है। इसके परिणामस्वरूप, सोशल मीडिया और राजनीतिक भागीदारी के बीच एक विरोधाभास उभर कर आता है, जहां डिजिटल कनेक्टिविटी के बावजूद युवाओं की राजनीतिक भागीदारी की गहराई और प्रभावशीलता अपेक्षित स्तर तक नहीं पहुंच पाई है।

संदर्भ

- लोडर, बी. डी., ब्रोमेन, ए., और जेनोस, एम. ए. (2014)। नेटवर्कड यंग सिटिजन: सोशल मीडिया, राजनीतिक भागीदारी और नागरिक सशक्तिकरण। राउटलैज।
- नोल, जे., माथेस, जे., और हाइस, आर. (2020)। सोशल मीडिया राजनीतिक भागीदारी मॉडल: कैसे सोशल मीडिया राजनीतिक भागीदारी को बढ़ावा देता है। ऑनलाइन मीडिया एंड ग्लोबल कम्युनिकेशन, 1(1), 1–20।
- मार्गोनो, एच., और सऊद, एम. (2021)। इंडोनेशिया में डिजिटल लोकतंत्र का उदय और युवाओं की राजनीतिक भागीदारी। जर्नल ऑफ इन्फॉर्मेशन टेक्नोलॉजी एंड पॉलिटिक्स, 18(4), 443–454।
- सुहारियंतो, डी., और रोजाक, ए. (2025)। राजनीतिक भागीदारी, नागरिक शिक्षा और सोशल मीडिया का जनरेशन की राजनीतिक सक्रियता पर प्रभाव। द ईस्टासाउथ जर्नल ऑफ सोशल साइंस एंड ह्यूमैनिटीज, 2(02), 161।
- बोरहान-एहीन, ए., ली, वाई. एफ., अदनान, जेड. एच., और नोर, एम. डब्ल्यू. एम. (2020)। राजनीतिक प्रभाव, चर्चाओं, और सोशल मीडिया के माध्यम से अभिव्यक्ति का युवा राजनीतिक भागीदारी पर प्रभाव: एक व्यवस्थित समीक्षा। इंटरनेशनल जर्नल ऑफ एकेडमिक रिसर्च इन बिजनेस एंड सोशल साइंसेज, 10(15), 1–15।
- जेनोस, एम. ए., ब्रोमेन, ए., और लोडर, बी. डी. (2014)। द ग्रेट इक्वलाइजर? तीन उन्नत लोकतंत्रों में सोशल मीडिया उपयोग और युवा राजनीतिक सक्रियता के पैटर्न। बी. डी. लोडर, ए. ब्रोमेन, और एम. ए. जेनोस (सं.) में द नेटवर्कड यंग सिटिजन (पृ. 17–39)। राउटलैज।

- किम, वाई., और चेन, एच. (2016)। सोशल मीडिया और ऑनलाइन राजनीतिक भागीदारी: विविध और समान विचारों के संपर्क की मध्यस्थ भूमिका। द जर्नल ऑफ सोशल मीडिया इन सोसाइटी, 5(1), 1–22।
- अराबानी, एम. डब्ल्यू., बायोन-ऑन, ए. बी. सी., ओकैंपो, जे. एम. एम., और डागोहो, आर. जी. (2022)। सोशल नेटवर्किंग के उपयोग का युवाओं की भागीदारी, दृष्टिकोण और मतदान में आत्मविश्वास पर प्रभाव। जर्नल ऑफ गवर्नमेंट एंड पॉलिटिकल इश्यूज, 2(2), 68–79।
- मोएलर, जे., कुहने, आर., और डि व्रीज, सी. एच. (2020)। 21वीं सदी में युवाओं को प्रेरित करना: कैसे डिजिटल मीडिया नागरिक कर्तव्य और राजनीतिक भागीदारी को बढ़ावा देता है। जर्नल ऑफ ब्रॉडकास्टिंग एंड इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, 64(3), 452–470।
- मार्गोनो, एच., और सऊद, एम. (2021)। इंडोनेशिया में डिजिटल लोकतंत्र का उदय और युवाओं की राजनीतिक भागीदारी। जर्नल ऑफ इन्फॉर्मेशन टेक्नोलॉजी एंड पॉलिटिक्स, 18(4), 443–454।