

सोशल मीडिया के युग में युवाओं का राजनीतिक समाजीकरण

डॉ. दलीप कुमार

सहायक प्रोफेसर (राजनीति विज्ञान)
राजकीय डिग्री कॉलेज, गंगेश्वरी
अमरोहा – 244255

सारांश (Abstract)

डिजिटल तकनीक और सोशल मीडिया के तीव्र विस्तार ने युवाओं के राजनीतिक समाजीकरण की प्रक्रिया को महत्वपूर्ण रूप से परिवर्तित किया है। पारंपरिक रूप से परिवार, विद्यालय, मित्र समूह, समाचार-पत्र, टेलीविजन तथा राजनीतिक संगठन राजनीतिक समाजीकरण के प्रमुख अभिकरण रहे हैं, जबकि वर्तमान समय में Instagram, YouTube, WhatsApp, Facebook और X जैसे सामाजिक माध्यम युवाओं को राजनीतिक सूचना, विचार-विमर्श, अभिव्यक्ति और सहभागिता के नए अवसर प्रदान कर रहे हैं। प्रस्तुत अध्ययन का उद्देश्य विश्वविद्यालयी छात्रों में सोशल मीडिया उपयोग और राजनीतिक सहभागिता के बीच संबंध का मात्रात्मक अध्ययन करना है। अध्ययन में सोशल मीडिया उपयोग, राजनीतिक सामग्री के संपर्क, राजनीतिक जागरूकता, डिजिटल साक्षरता, राजनीतिक चर्चा, ऑनलाइन राजनीतिक सहभागिता तथा ऑफलाइन राजनीतिक सहभागिता जैसे प्रमुख चरों को सम्मिलित किया गया है। अध्ययन के लिए 300 विश्वविद्यालयी छात्रों का एक काल्पनिक/illustrative नमूना मानते हुए आवृत्ति, प्रतिशत, माध्य, मानक विचलन, Pearson correlation तथा multiple regression जैसे सांख्यिकीय उपकरणों का उपयोग किया गया है। विश्लेषण से प्रदर्शित illustrative pattern में सोशल मीडिया उपयोग और राजनीतिक सामग्री संपर्क के बीच सकारात्मक संबंध तथा राजनीतिक जागरूकता और राजनीतिक सहभागिता के बीच अपेक्षाकृत मजबूत संबंध दिखाई देता है। ऑनलाइन राजनीतिक सहभागिता ऑफलाइन सहभागिता से भी सकारात्मक रूप से संबंधित दिखाई देती है। Regression analysis में राजनीतिक जागरूकता, राजनीतिक सामग्री संपर्क, राजनीतिक चर्चा, डिजिटल साक्षरता और सोशल मीडिया उपयोग राजनीतिक सहभागिता के महत्वपूर्ण statistical predictors के रूप में सामने आते हैं। तथापि, सोशल मीडिया उपयोग और राजनीतिक सहभागिता के बीच संबंध को कारणात्मक संबंध के रूप में स्वीकार करने के लिए longitudinal अथवा experimental evidence की आवश्यकता होगी। अध्ययन निष्कर्षतः इस बात पर बल देता है कि सोशल मीडिया आधुनिक राजनीतिक समाजीकरण का महत्वपूर्ण माध्यम है, परंतु इसकी प्रभावशीलता डिजिटल साक्षरता, सूचना की गुणवत्ता, राजनीतिक चर्चा और सक्रिय नागरिक सहभागिता जैसे कारकों पर निर्भर करती है।

Keywords: सोशल मीडिया, राजनीतिक समाजीकरण, विश्वविद्यालयी छात्र, राजनीतिक सहभागिता, राजनीतिक जागरूकता, डिजिटल साक्षरता, युवा

1. परिचय

राजनीतिक समाजीकरण वह सतत प्रक्रिया है जिसके माध्यम से व्यक्ति राजनीतिक व्यवस्था, राजनीतिक संस्थाओं, मूल्यों, विचारों, मान्यताओं और नागरिक भूमिकाओं के बारे में ज्ञान एवं दृष्टिकोण विकसित करता है। पारंपरिक रूप से परिवार, विद्यालय, मित्र समूह, समुदाय, राजनीतिक संगठन, समाचार-पत्र, रेडियो और टेलीविजन राजनीतिक समाजीकरण के प्रमुख माध्यम रहे हैं। किंतु डिजिटल तकनीक और सामाजिक माध्यमों के तीव्र विस्तार ने इस प्रक्रिया की प्रकृति को महत्वपूर्ण रूप से बदल दिया है। आज युवा केवल राजनीतिक सूचनाओं के निष्क्रिय प्राप्तकर्ता नहीं हैं, बल्कि वे राजनीतिक

सामग्री को खोजने, साझा करने, उस पर प्रतिक्रिया देने, चर्चा करने और स्वयं सामग्री तैयार करने में सक्रिय भूमिका निभाते हैं। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे Instagram, YouTube, Facebook, WhatsApp और X ने राजनीतिक संचार को अधिक त्वरित, सहभागी और अंतःक्रियात्मक बनाया है। विश्वविद्यालयी छात्र इस परिवर्तन के महत्वपूर्ण भागीदार हैं क्योंकि वे डिजिटल तकनीक का व्यापक उपयोग करते हैं और साथ ही उच्च शिक्षा के दौरान सामाजिक, राजनीतिक एवं नागरिक मुद्दों के प्रति अपनी समझ विकसित करते हैं। भारतीय विश्वविद्यालयी छात्रों पर किए गए अध्ययनों में सोशल मीडिया को राजनीतिक जानकारी, सामाजिक संवाद और राजनीतिक जागरूकता के महत्वपूर्ण माध्यम के रूप में देखा गया है।

सोशल मीडिया राजनीतिक समाजीकरण को कई स्तरों पर प्रभावित कर सकता है। पहला, यह युवाओं को राजनीतिक समाचार एवं समसामयिक घटनाओं तक त्वरित पहुँच प्रदान करता है। दूसरा, विभिन्न राजनीतिक विचारों और मुद्दों पर ऑनलाइन चर्चा युवाओं की राजनीतिक समझ और दृष्टिकोण निर्माण को प्रभावित कर सकती है। तीसरा, डिजिटल माध्यम ऑनलाइन राजनीतिक सहभागिता—जैसे राजनीतिक पोस्ट साझा करना, टिप्पणी करना, ऑनलाइन अभियानों में भाग लेना, राजनीतिक समूहों से जुड़ना तथा डिजिटल याचिकाओं का समर्थन करना—के अवसर उपलब्ध कराते हैं। इसके अतिरिक्त, सोशल मीडिया ऑनलाइन गतिविधियों को ऑफलाइन राजनीतिक सहभागिता, जैसे मतदान, राजनीतिक बैठकों में भागीदारी, जन-अभियानों में सहभागिता और सामुदायिक गतिविधियों से भी जोड़ सकता है। अंतरराष्ट्रीय शोध में सोशल मीडिया उपयोग और राजनीतिक सहभागिता के बीच सकारात्मक संबंध के प्रमाण मिले हैं, लेकिन सभी अध्ययनों में यह संबंध समान रूप से मजबूत या सांख्यिकीय रूप से महत्वपूर्ण नहीं रहा है। Boulianne के मेटा-विश्लेषण में 36 अध्ययनों की समीक्षा के दौरान अधिकांश गुणांक सकारात्मक पाए गए, लेकिन लगभग आधे ही सांख्यिकीय रूप से महत्वपूर्ण थे; इससे यह संकेत मिलता है कि सोशल मीडिया और राजनीतिक सहभागिता के संबंध को केवल सीधा कारण-परिणाम संबंध मानना उचित नहीं है। भारतीय संदर्भ में भी विश्वविद्यालयी छात्रों के बीच सोशल मीडिया और राजनीतिक सहभागिता पर शोध बढ़ रहा है। उदाहरण के लिए, भारतीय विश्वविद्यालयी छात्रों पर Instagram-केंद्रित अध्ययन ने राजनीतिक गतिविधियों और वास्तविक राजनीतिक सहभागिता के बीच संबंध को समझने का प्रयास किया है। इसी प्रकार, भारतीय छात्रों पर किए गए एक सर्वेक्षण में सोशल मीडिया के राजनीतिक समाचारों और राजनीतिक जागरूकता के लिए उपयोग का अध्ययन किया गया, जबकि राजनीतिक विचारों की ऑनलाइन अभिव्यक्ति और राजनीतिक समूहों से जुड़ाव में अपेक्षाकृत कम सहभागिता भी सामने आई। हाल के भारतीय अध्ययनों में राजनीतिक समाजीकरण की बदलती प्रकृति पर भी ध्यान दिया गया है। विशेष रूप से युवा वर्ग में परिवार और शैक्षणिक संस्थानों जैसे पारंपरिक समाजीकरण अभिकरणों के साथ-साथ WhatsApp, Instagram और YouTube जैसे डिजिटल प्लेटफॉर्म महत्वपूर्ण सामाजिक-राजनीतिक वातावरण निर्मित कर रहे हैं। इसी संदर्भ में प्रस्तुत अध्ययन “**विश्वविद्यालयी छात्रों में सामाजिक माध्यम एवं राजनीतिक सहभागिता का मात्रात्मक अध्ययन**” सोशल मीडिया के उपयोग, राजनीतिक सूचना प्राप्ति, राजनीतिक जागरूकता, राजनीतिक अभिवृत्ति तथा ऑनलाइन और ऑफलाइन राजनीतिक सहभागिता के बीच संबंध का मात्रात्मक अध्ययन करने का प्रयास करता है। अध्ययन का केंद्रीय उद्देश्य यह समझना है कि विश्वविद्यालयी छात्रों के बीच सोशल मीडिया का उपयोग किस प्रकार राजनीतिक समाजीकरण की प्रक्रिया से जुड़ा है और क्या अधिक सोशल मीडिया उपयोग राजनीतिक सहभागिता के विभिन्न रूपों से संबंधित है।

शोध प्रश्न

विश्वविद्यालयी छात्रों में सामाजिक माध्यमों के उपयोग और राजनीतिक सहभागिता के बीच क्या संबंध है तथा सोशल मीडिया आधारित राजनीतिक सूचना एवं संवाद उनके राजनीतिक समाजीकरण को किस सीमा तक प्रभावित करते हैं?

शोध की परिकल्पनाएँ

H₁: प्रथम परिकल्पना-विश्वविद्यालयी छात्रों के सोशल मीडिया उपयोग के स्तर और उनकी राजनीतिक सहभागिता के स्तर के बीच सांख्यिकीय रूप से महत्वपूर्ण संबंध है।

H₂: द्वितीय परिकल्पना-राजनीतिक सामग्री के लिए सोशल मीडिया का अधिक उपयोग करने वाले विश्वविद्यालयी छात्रों में राजनीतिक जागरूकता का स्तर अन्य छात्रों की तुलना में महत्वपूर्ण रूप से अधिक है।

H₃: तृतीय परिकल्पना-राजनीतिक जागरूकता, डिजिटल साक्षरता और राजनीतिक चर्चा में सहभागिता विश्वविद्यालयी छात्रों की सोशल मीडिया आधारित राजनीतिक सहभागिता को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित करते हैं।

अध्ययन का महत्व-इस अध्ययन का महत्व कई स्तरों पर देखा जा सकता है।

- **युवाओं के राजनीतिक समाजीकरण के संदर्भ में-**युवा लोकतांत्रिक व्यवस्था के महत्वपूर्ण सामाजिक एवं राजनीतिक घटक हैं। सोशल मीडिया ने युवाओं के राजनीतिक ज्ञान, विचार निर्माण और राजनीतिक अभिव्यक्ति के नए अवसर उत्पन्न किए हैं। इसलिए यह अध्ययन आधुनिक राजनीतिक समाजीकरण की बदलती प्रकृति को समझने में उपयोगी होगा।
- **विश्वविद्यालयी शिक्षा के संदर्भ में-**विश्वविद्यालय केवल औपचारिक शिक्षा प्रदान करने वाले संस्थान नहीं हैं, बल्कि वे नागरिक चेतना, सामाजिक उत्तरदायित्व और लोकतांत्रिक मूल्यों के विकास के महत्वपूर्ण केंद्र हैं। अध्ययन से यह समझने में सहायता मिल सकती है कि डिजिटल माध्यम छात्रों की राजनीतिक समझ और नागरिक सहभागिता से किस प्रकार जुड़े हैं।
- **लोकतांत्रिक सहभागिता के संदर्भ में-**राजनीतिक सहभागिता केवल मतदान तक सीमित नहीं है। ऑनलाइन चर्चा, राजनीतिक सामग्री साझा करना, डिजिटल अभियानों में भाग लेना, राजनीतिक संगठनों से जुड़ना और सार्वजनिक मुद्दों पर विचार व्यक्त करना भी आधुनिक राजनीतिक सहभागिता के महत्वपूर्ण रूप हैं। यह अध्ययन इन विभिन्न आयामों को एक साथ समझने में सहायक होगा।
- **डिजिटल नागरिकता के संदर्भ में-**सोशल मीडिया युवाओं को राजनीतिक जानकारी तक आसान पहुँच प्रदान करता है, लेकिन इसके साथ misinformation, selective exposure और echo chambers जैसी चुनौतियाँ भी जुड़ी हैं। इसलिए राजनीतिक सहभागिता के साथ डिजिटल साक्षरता का अध्ययन भी महत्वपूर्ण हो जाता है।

अध्ययन की आवश्यकता

वर्तमान डिजिटल वातावरण में राजनीतिक सूचना प्राप्त करने और राजनीतिक विचार व्यक्त करने के पारंपरिक तरीकों में परिवर्तन आया है। विश्वविद्यालयी छात्र सोशल मीडिया के नियमित उपयोगकर्ता हैं और इसलिए उनके राजनीतिक समाजीकरण का एक महत्वपूर्ण हिस्सा डिजिटल वातावरण में घटित हो सकता है। इस अध्ययन की आवश्यकता निम्न कारणों से अनुभव होती है—

1. राजनीतिक समाजीकरण के बदलते माध्यमों को समझने के लिए।
2. सोशल मीडिया और राजनीतिक सहभागिता के बीच संबंध का मात्रात्मक परीक्षण करने के लिए।
3. ऑनलाइन और ऑफलाइन राजनीतिक सहभागिता के बीच संबंध को समझने के लिए।
4. राजनीतिक सूचना प्राप्ति और राजनीतिक जागरूकता के बीच संबंध का अध्ययन करने के लिए।
5. डिजिटल साक्षरता की भूमिका को समझने के लिए।
6. विश्वविद्यालयी छात्रों में लोकतांत्रिक एवं नागरिक सहभागिता के बदलते स्वरूप का अध्ययन करने के लिए।
7. सोशल मीडिया के सकारात्मक अवसरों के साथ-साथ misinformation और एकपक्षीय राजनीतिक सूचना जैसे संभावित जोखिमों को समझने के लिए।

विशेष रूप से उपलब्ध शोध से यह स्पष्ट है कि सोशल मीडिया और राजनीतिक सहभागिता के बीच संबंध का स्वरूप सरल नहीं है; इसलिए विश्वविद्यालयी छात्रों पर केंद्रित स्थानीय/भारतीय मात्रात्मक अध्ययन अतिरिक्त अनुभवजन्य साक्ष्य प्रदान कर सकता है।

शोध-अंतराल

पूर्ववर्ती अध्ययनों ने सोशल मीडिया उपयोग, राजनीतिक जागरूकता और राजनीतिक सहभागिता के बीच संबंधों पर महत्वपूर्ण प्रकाश डाला है। फिर भी कुछ महत्वपूर्ण शोध-अंतराल दिखाई देते हैं।

- **राजनीतिक समाजीकरण और राजनीतिक सहभागिता का एकीकृत अध्ययन**-कई अध्ययनों में सोशल मीडिया के राजनीतिक सहभागिता पर प्रभाव अथवा राजनीतिक जागरूकता पर प्रभाव का अलग-अलग अध्ययन किया गया है। राजनीतिक समाजीकरण की व्यापक प्रक्रिया—**राजनीतिक सूचना** → **राजनीतिक जागरूकता** → **राजनीतिक अभिवृत्ति** → **राजनीतिक चर्चा** → **राजनीतिक सहभागिता**—को एक समेकित मात्रात्मक मॉडल के रूप में देखने की आवश्यकता बनी हुई है।
- **विश्वविद्यालयी छात्रों पर केंद्रित अनुभवजन्य अध्ययन**-भारतीय छात्रों पर अध्ययन उपलब्ध हैं, लेकिन विभिन्न विश्वविद्यालयी छात्रों के बीच सोशल मीडिया उपयोग और ऑनलाइन तथा ऑफलाइन राजनीतिक सहभागिता के अनेक आयामों को एक साथ मापने वाले अध्ययन अभी भी अपेक्षाकृत सीमित हैं। उदाहरण के लिए, कुछ भारतीय अध्ययनों ने विशिष्ट प्लेटफॉर्म या सीमित नमूने पर ध्यान केंद्रित किया है।
- **ऑनलाइन बनाम ऑफलाइन सहभागिता**-सोशल मीडिया पर राजनीतिक गतिविधि करना और वास्तविक राजनीतिक गतिविधियों में भाग लेना समान नहीं हैं। इसलिए यह देखना आवश्यक है कि ऑनलाइन राजनीतिक सहभागिता क्या वास्तविक/ऑफलाइन राजनीतिक सहभागिता से भी संबंधित है।
- **डिजिटल साक्षरता की भूमिका**-राजनीतिक सामग्री की उपलब्धता अपने-आप में राजनीतिक जागरूकता सुनिश्चित नहीं करती। सूचना की विश्वसनीयता पहचानने, विभिन्न स्रोतों की तुलना करने और गलत सूचना से बचने की क्षमता भी महत्वपूर्ण है। इसलिए डिजिटल साक्षरता को अध्ययन में एक महत्वपूर्ण चर के रूप में शामिल करना आवश्यक है।
- **समकालीन सोशल मीडिया वातावरण**-सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म, उपयोग की आदतें और राजनीतिक संचार के तरीके तेजी से बदल रहे हैं। 2026 के संदर्भ में Instagram, YouTube, WhatsApp और X जैसे प्लेटफॉर्म राजनीतिक सूचना और संवाद के अलग-अलग रूप प्रस्तुत करते हैं। हाल के शोध में भी भारतीय युवाओं के बीच प्लेटफॉर्म-विशिष्ट राजनीतिक सहभागिता और algorithmic exposure जैसे प्रश्न सामने आए

अध्ययन की परिसीमा

अध्ययन को व्यवहार्य और केंद्रित बनाने के लिए निम्न परिसीमाएँ निर्धारित की जा सकती हैं—

1. **अध्ययन की जनसंख्या** विश्वविद्यालयों एवं उच्च शिक्षा संस्थानों में अध्ययनरत विद्यार्थियों तक सीमित रहेगी।
2. **आयु-सीमा** लगभग 18-29 वर्ष के विश्वविद्यालयी युवाओं को अध्ययन में सम्मिलित किया जा सकता है।
3. अध्ययन में **सोशल मीडिया उपयोग** को प्रमुख स्वतंत्र चर के रूप में लिया जाएगा।
4. **राजनीतिक सहभागिता** को ऑनलाइन तथा ऑफलाइन दोनों आयामों में मापा जाएगा।
5. अध्ययन में राजनीतिक सहभागिता के अंतर्गत राजनीतिक सामग्री देखना, साझा करना, टिप्पणी करना, राजनीतिक चर्चाओं में भाग लेना, ऑनलाइन अभियानों से जुड़ना, मतदान संबंधी रुचि तथा अन्य नागरिक/राजनीतिक गतिविधियों जैसे संकेतकों को शामिल किया जा सकता है।
6. अध्ययन में **राजनीतिक जागरूकता, डिजिटल साक्षरता और राजनीतिक चर्चा** को संबंधित सहायक चर के रूप में शामिल किया जाएगा।
7. अध्ययन मुख्यतः **मात्रात्मक सर्वेक्षण पद्धति** पर आधारित होगा।
8. अध्ययन के निष्कर्ष चयनित विश्वविद्यालयी छात्रों के उत्तरों पर आधारित होंगे और उन्हें भारत के सभी युवाओं पर स्वतः सामान्यीकृत नहीं किया जाएगा।
9. सोशल मीडिया के सभी तकनीकी या मनोवैज्ञानिक प्रभावों का अध्ययन इस शोध की सीमा में नहीं होगा; अध्ययन का मुख्य केंद्र **राजनीतिक समाजीकरण और राजनीतिक सहभागिता** रहेगा।
10. अध्ययन में सोशल मीडिया पर उपलब्ध प्रत्येक राजनीतिक सामग्री की सत्यता का स्वतंत्र तथ्य-जांच विश्लेषण नहीं किया जाएगा; इसके बजाय छात्रों की राजनीतिक सूचना-प्राप्ति, जागरूकता और सहभागिता के अनुभवों को मापा जाएगा।

1. साहित्य समीक्षा (Review of Literature)

राजनीतिक समाजीकरण व्यक्ति द्वारा राजनीतिक ज्ञान, मूल्यों, अभिवृत्तियों, विश्वासों और नागरिक भूमिकाओं को सीखने की प्रक्रिया है। पारंपरिक राजनीतिक समाजीकरण में परिवार, विद्यालय, समुदाय और जनसंचार माध्यमों की केंद्रीय भूमिका मानी जाती रही है। Almond और Verba (1963) ने नागरिक संस्कृति के संदर्भ में राजनीतिक अभिवृत्तियों और नागरिक सहभागिता के महत्व को रेखांकित किया, जबकि Easton और Dennis (1969) ने राजनीतिक समाजीकरण को राजनीतिक व्यवस्था के प्रति अभिविन्यास विकसित करने वाली प्रक्रिया के रूप में समझाया। डिजिटल युग में इन पारंपरिक अभिकरणों के साथ सोशल मीडिया एक नए समाजीकरण वातावरण के रूप में उभरा है। Xenos और Moy (2007) ने इंटरनेट उपयोग और राजनीतिक एवं नागरिक सहभागिता के संबंध का अध्ययन करते हुए डिजिटल माध्यमों की संभावित participatory भूमिका पर चर्चा की। इसी दिशा में Gil de Zúñiga, Jung और Valenzuela (2012) ने पाया कि सोशल नेटवर्किंग साइटों का समाचार प्राप्त करने के लिए उपयोग नागरिक एवं राजनीतिक सहभागिता तथा सामाजिक पूंजी से सकारात्मक रूप से संबंधित था। अध्ययन में यह भी पाया गया कि informational social-media use ऑनलाइन और ऑफलाइन दोनों प्रकार की राजनीतिक सहभागिता से संबंधित हो सकता है। Valenzuela, Arriagada और Scherman (2012) ने युवाओं के Facebook उपयोग और protest behavior का अध्ययन किया। उनके निष्कर्षों में Facebook उपयोग और protest activity के बीच महत्वपूर्ण संबंध पाया गया तथा समाचार एवं socializing के लिए Facebook उपयोग का संबंध self-expression की तुलना में अधिक स्पष्ट था। इससे संकेत मिलता है कि सोशल मीडिया की राजनीतिक भूमिका केवल प्लेटफॉर्म उपयोग की मात्रा से नहीं बल्कि उपयोग के उद्देश्य से भी संबंधित हो सकती है।

Boulianne (2015) ने 36 अध्ययनों के meta-analysis में सोशल मीडिया उपयोग और civic/political participation के बीच सामान्यतः सकारात्मक संबंध पाया। हालांकि 80% से अधिक coefficients सकारात्मक होने के बावजूद केवल लगभग आधे statistically significant थे। अध्ययन ने causal relationship के संबंध में सावधानी की आवश्यकता भी बताई। अतः सोशल मीडिया को राजनीतिक सहभागिता का स्वतः कारण मानने के बजाय उसके साथ जुड़े mediating तथा contextual factors का अध्ययन आवश्यक है। भारतीय संदर्भ में Kumar, Sharma और Verma ने विश्वविद्यालयी युवाओं के बीच सोशल मीडिया को सामाजिक एवं राजनीतिक inclusion तथा political awareness से जोड़ा। Bhatt और Kumar ने भारतीय विश्वविद्यालयी युवाओं के बीच Instagram को राजनीतिक सहभागिता के नए मंच के रूप में अध्ययन किया और ऑनलाइन राजनीतिक गतिविधियों तथा वास्तविक राजनीतिक सहभागिता के संबंध को समझने का प्रयास किया। हालिया भारतीय शोध में Haryana के युवाओं के राजनीतिक समाजीकरण और voting behaviour के संदर्भ में WhatsApp, YouTube और Instagram जैसे प्लेटफॉर्मों को पारंपरिक political-socialization agents के साथ नए digital environments के रूप में देखा गया है। समग्र साहित्य से स्पष्ट है कि सोशल मीडिया युवाओं को राजनीतिक सूचना, संवाद और सहभागिता के नए अवसर प्रदान करता है। फिर भी literature में तीन महत्वपूर्ण gaps बने हुए हैं—पहला, social-media exposure और active participation के बीच अंतर; दूसरा, online तथा offline political participation के बीच संबंध; और तीसरा, digital literacy तथा political awareness की मध्यवर्ती भूमिका। प्रस्तुत अध्ययन इन्हीं आयामों को एक मात्रात्मक framework में सम्मिलित करने का प्रयास करता है।

2. शोध पद्धति (Research Methodology)

प्रस्तुत अध्ययन **वर्णनात्मक-सहसंबंधात्मक (descriptive-correlational) मात्रात्मक शोध डिजाइन** पर आधारित है। अध्ययन की लक्षित जनसंख्या विश्वविद्यालयों एवं उच्च शिक्षा संस्थानों में अध्ययनरत 18-29 वर्ष आयु वर्ग के युवा विद्यार्थी हैं। विश्लेषण के प्रदर्शन हेतु 300 विश्वविद्यालयी छात्रों का **illustrative sample** लिया गया है। नमूना चयन के लिए purposive/convenience sampling approach प्रस्तावित है, जिसमें विभिन्न शैक्षिक स्तर, विषय-संकाय, लिंग तथा ग्रामीण-शहरी पृष्ठभूमि के विद्यार्थियों को शामिल किया जा सकता है। डेटा संकलन के लिए structured questionnaire का उपयोग किया जाएगा। प्रश्नावली को प्रमुखतः पाँच-बिंदु Likert scale पर विकसित किया जा सकता है। इसके प्रमुख आयाम होंगे—(i) सोशल मीडिया उपयोग, (ii) राजनीतिक सामग्री से संपर्क, (iii) राजनीतिक जागरूकता, (iv) डिजिटल साक्षरता, (v) राजनीतिक चर्चा, (vi) ऑनलाइन राजनीतिक सहभागिता और (vii) ऑफलाइन राजनीतिक सहभागिता। सोशल मीडिया उपयोग को प्रमुख स्वतंत्र चर तथा कुल राजनीतिक सहभागिता को dependent variable माना गया है। राजनीतिक

सामग्री संपर्क, राजनीतिक जागरूकता, डिजिटल साक्षरता और राजनीतिक चर्चा को explanatory variables के रूप में शामिल किया गया है।

उपकरण की content validity विषय विशेषज्ञों की सहायता से सुनिश्चित की जाएगी तथा pilot testing के आधार पर आवश्यक संशोधन किए जाएंगे। आंतरिक संगति के लिए Cronbach's alpha का उपयोग किया जा सकता है। सांख्यिकीय विश्लेषण में frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson product-moment correlation तथा multiple regression analysis का प्रयोग किया जाएगा। विभिन्न demographic groups के बीच अंतर का अध्ययन करने के लिए आवश्यकता अनुसार t-test या ANOVA का उपयोग किया जा सकता है। Correlation analysis सोशल मीडिया उपयोग और राजनीतिक सहभागिता के संबंध की दिशा एवं तीव्रता बताएगा, जबकि regression analysis यह निर्धारित करने में सहायता करेगा कि विभिन्न predictors संयुक्त रूप से राजनीतिक सहभागिता की variance को किस सीमा तक समझाते हैं। चूँकि प्रस्तुत तालिकाओं के आँकड़े illustrative हैं, इन्हें वास्तविक empirical findings नहीं माना जाना चाहिए।

तालिका 1. विश्वविद्यालयी छात्रों की सामाजिक-जनसांख्यिकीय, शैक्षिक एवं डिजिटल पृष्ठभूमि के आधार पर वितरण

क्रम	चर	श्रेणी	आवृत्ति (f)	प्रतिशत (%)
1	लिंग	पुरुष	148	49.3
		महिला	144	48.0
		अन्य	8	2.7
2	आयु	18-20 वर्ष	82	27.3
		21-23 वर्ष	126	42.0
		24-26 वर्ष	68	22.7
		27-29 वर्ष	24	8.0
3	अध्ययन स्तर	स्नातक	136	45.3
		स्नातकोत्तर	112	37.3
		शोधार्थी	52	17.4
4	संकाय	कला/मानविकी	86	28.7
		सामाजिक विज्ञान	74	24.7
		विज्ञान	58	19.3
		वाणिज्य/प्रबंधन	44	14.7
		अन्य	38	12.6
5	निवास	शहरी	188	62.7
		ग्रामीण	112	37.3
6	इंटरनेट उपलब्धता	व्यक्तिगत	272	90.7
		साझा/सीमित	28	9.3
7	स्मार्टफोन उपयोग	हाँ	294	98.0
		नहीं	6	2.0
8	इंटरनेट उपयोग अवधि	1 घंटे से कम	22	7.3
		1-3 घंटे	96	32.0
		3-5 घंटे	118	39.3
		5 घंटे से अधिक	64	21.4

तालिका 1 विश्वविद्यालयी छात्रों की सामाजिक-जनसांख्यिकीय एवं डिजिटल पृष्ठभूमि का विस्तृत चित्र प्रस्तुत करती है। काल्पनिक नमूने में 300 विद्यार्थियों में 49.3% पुरुष, 48.0% महिला तथा 2.7% अन्य श्रेणी के विद्यार्थी हैं, जिससे लैंगिक प्रतिनिधित्व अपेक्षाकृत संतुलित दिखाई देता है। आयु के संदर्भ में 21-23 वर्ष के विद्यार्थी सर्वाधिक 42.0% हैं, जबकि 18-

20 वर्ष के विद्यार्थी 27.3% हैं। इससे संकेत मिलता है कि अध्ययन का मुख्य समूह युवा वयस्क विश्वविद्यालयी छात्र हैं, जो राजनीतिक समाजीकरण की दृष्टि से महत्वपूर्ण अवस्था में होते हैं। शैक्षिक स्तर के अनुसार 45.3% विद्यार्थी स्नातक, 37.3% स्नातकोत्तर और 17.4% शोधार्थी हैं। विषयगत वितरण में कला/मानविकी तथा सामाजिक विज्ञान के विद्यार्थियों का संयुक्त हिस्सा 53.4% है। यह महत्वपूर्ण है क्योंकि इन विषयों में सामाजिक एवं राजनीतिक मुद्दों से संबंधित अकादमिक संपर्क अपेक्षाकृत अधिक हो सकता है। निवास के आधार पर 62.7% विद्यार्थी शहरी और 37.3% ग्रामीण पृष्ठभूमि से हैं। डिजिटल पृष्ठभूमि सबसे महत्वपूर्ण निष्कर्षों में से एक है। 98% छात्रों के पास स्मार्टफोन उपयोग की सुविधा है और 90.7% के पास व्यक्तिगत इंटरनेट उपलब्धता है। दैनिक इंटरनेट उपयोग में 3-5 घंटे की श्रेणी सबसे बड़ी है, जिसमें 39.3% विद्यार्थी आते हैं। इसके बाद 1-3 घंटे वाले विद्यार्थी 32.0% हैं। 21.4% विद्यार्थी प्रतिदिन 5 घंटे से अधिक इंटरनेट का उपयोग करते हैं। यह डिजिटल वातावरण विश्वविद्यालयी युवाओं के सामाजिक एवं राजनीतिक समाजीकरण में सोशल मीडिया की संभावित भूमिका के अध्ययन के लिए उपयुक्त आधार प्रदान करता है। वर्तमान भारतीय शोध भी युवा एवं शिक्षित आबादी में Instagram, WhatsApp और अन्य प्लेटफॉर्म के राजनीतिक उपयोग को महत्वपूर्ण अध्ययन क्षेत्र मानता है।

तालिका 2. विश्वविद्यालयी छात्रों के सोशल मीडिया उपयोग की अवधि, प्लेटफॉर्म प्राथमिकता, उपयोग के उद्देश्य एवं राजनीतिक सामग्री के संपर्क का वितरण

क्रम	पैरामीटर	श्रेणी	f	%
1	सोशल मीडिया उपयोग की अवधि	1 वर्ष से कम	18	6.0
		1-3 वर्ष	64	21.3
		3-5 वर्ष	102	34.0
		5 वर्ष से अधिक	116	38.7
2	दैनिक सोशल मीडिया उपयोग	1 घंटे से कम	24	8.0
		1-2 घंटे	76	25.3
		2-4 घंटे	128	42.7
		4 घंटे से अधिक	72	24.0
3	प्रमुख प्लेटफॉर्म	Instagram	92	30.7
		YouTube	76	25.3
		WhatsApp	68	22.7
		Facebook	34	11.3
		X	20	6.7
		अन्य	10	3.3
4	प्रमुख उपयोग	मनोरंजन	82	27.3
		समाचार	54	18.0
		शिक्षा	48	16.0
		सामाजिक संपर्क	66	22.0
		राजनीति/समसामयिक मुद्दे	32	10.7
		अन्य	18	6.0
5	राजनीतिक सामग्री देखने की आवृत्ति	कभी नहीं	20	6.7
		कभी-कभार	78	26.0
		अक्सर	124	41.3
		बहुत अधिक	78	26.0
6	राजनीतिक सामग्री साझा करना	कभी नहीं	74	24.7
		कभी-कभार	116	38.7
		अक्सर	78	26.0
		बहुत अधिक	32	10.6

7	राजनीतिक वीडियो/रील देखना	कभी-कभी	64	21.3
		नियमित	154	51.3
		बहुत नियमित	82	27.4

तालिका 2 छात्रों की सोशल मीडिया उपयोग की प्रकृति को केवल उपयोग की अवधि तक सीमित न रखकर प्लेटफॉर्म, उद्देश्य और राजनीतिक सामग्री के संपर्क के विभिन्न आयामों के माध्यम से प्रस्तुत करती है। 38.7% छात्रों द्वारा पाँच वर्ष से अधिक समय से सोशल मीडिया उपयोग किया जाना दर्शाता है कि एक बड़ा वर्ग डिजिटल वातावरण से लंबे समय से जुड़ा हुआ है। दैनिक उपयोग में 42.7% विद्यार्थी 2-4 घंटे सोशल मीडिया पर व्यतीत करते हैं, जबकि 24.0% विद्यार्थी चार घंटे से अधिक उपयोग करते हैं। इससे संकेत मिलता है कि सोशल मीडिया छात्रों के दैनिक जीवन का नियमित हिस्सा बन चुका है। प्लेटफॉर्म के संदर्भ में Instagram 30.7% के साथ सबसे अधिक प्रयुक्त मंच है, इसके बाद YouTube 25.3% और WhatsApp 22.7% हैं। यह पैटर्न समकालीन भारतीय युवा डिजिटल व्यवहार के कुछ हालिया अध्ययनों से भी मेल खाता है, जिनमें Instagram और messaging/video platforms को युवाओं के बीच महत्वपूर्ण राजनीतिक-संचार स्थल के रूप में देखा गया है। हालाँकि मनोरंजन 27.3% के साथ प्रमुख उपयोग उद्देश्य है, 18.0% विद्यार्थी समाचार तथा 10.7% विद्यार्थी राजनीति/समसामयिक मुद्दों को प्रमुख उपयोग उद्देश्य बताते हैं। राजनीतिक सामग्री के संपर्क में 41.3% विद्यार्थी “अक्सर” और 26.0% “बहुत अधिक” श्रेणी में हैं। अर्थात् 67.3% छात्रों का राजनीतिक सामग्री से नियमित संपर्क है। इसके विपरीत राजनीतिक सामग्री साझा करने का स्तर अपेक्षाकृत कम है। केवल 36.6% विद्यार्थी अक्सर या बहुत अधिक राजनीतिक सामग्री साझा करते हैं, जबकि 24.7% कभी ऐसा नहीं करते। इससे यह महत्वपूर्ण अंतर सामने आता है कि **राजनीतिक सामग्री देखना आवश्यक रूप से राजनीतिक अभिव्यक्ति में परिवर्तित नहीं होता**। भारतीय छात्रों पर एक सर्वेक्षण में भी राजनीतिक सामग्री पढ़ने और राजनीतिक विचारों को स्वयं साझा करने के बीच अंतर पाया गया था।

तालिका 3. सोशल मीडिया आधारित राजनीतिक समाजीकरण, राजनीतिक जागरूकता एवं राजनीतिक अभिवृत्ति के विभिन्न संकेतकों का स्तर

क्रम	संकेतक	निम्न n (%)	मध्यम n (%)	उच्च n (%)	Mean	SD
1	राजनीतिक समाचारों में रुचि	48 (16.0)	132 (44.0)	120 (40.0)	3.42	0.86
2	राजनीतिक घटनाओं की जानकारी	42 (14.0)	138 (46.0)	120 (40.0)	3.47	0.82
3	सरकारी नीतियों की जानकारी	64 (21.3)	146 (48.7)	90 (30.0)	3.18	0.89
4	चुनाव संबंधी जानकारी	38 (12.7)	126 (42.0)	136 (45.3)	3.61	0.84
5	राजनीतिक दलों की जानकारी	52 (17.3)	142 (47.4)	106 (35.3)	3.34	0.87
6	नेताओं के भाषण/बयान की जानकारी	60 (20.0)	140 (46.7)	100 (33.3)	3.28	0.91
7	राजनीतिक मुद्दों पर चर्चा	68 (22.7)	136 (45.3)	96 (32.0)	3.25	0.93
8	विभिन्न विचारों की तुलना	72 (24.0)	142 (47.3)	86 (28.7)	3.14	0.88
9	राजनीतिक जानकारी की सत्यता जाँचना	76 (25.3)	138 (46.0)	86 (28.7)	3.11	0.94
10	राजनीतिक निर्णयों पर सोशल मीडिया प्रभाव	82 (27.3)	132 (44.0)	86 (28.7)	3.08	0.91

तालिका 3 सोशल मीडिया के संदर्भ में राजनीतिक समाजीकरण के बहुआयामी स्वरूप को दर्शाती है। इसमें राजनीतिक जागरूकता, सूचना, चर्चा, तुलना और डिजिटल मूल्यांकन जैसे दस संकेतकों को सम्मिलित किया गया है। चुनाव संबंधी जानकारी का औसत स्कोर 3.61 है, जो तालिका में सर्वाधिक है। इसके बाद राजनीतिक घटनाओं की जानकारी का Mean 3.47 तथा राजनीतिक समाचारों में रुचि का Mean 3.42 है। इससे संकेत मिलता है कि छात्रों का सोशल मीडिया आधारित राजनीतिक संपर्क मुख्यतः समाचार, चुनाव और समसामयिक राजनीतिक घटनाओं से संबंधित है। सरकारी नीतियों की जानकारी का Mean 3.18 तथा नेताओं के भाषण/बयान की जानकारी का Mean 3.28 है। इसके विपरीत राजनीतिक जानकारी की सत्यता जाँचने का Mean केवल 3.11 और सोशल मीडिया के राजनीतिक निर्णयों पर प्रभाव का Mean 3.08 है। यह अंतर महत्वपूर्ण है। इसका अर्थ यह नहीं है कि छात्र राजनीतिक रूप से अनभिज्ञ हैं; बल्कि यह संकेत देता है कि **राजनीतिक सूचना प्राप्त करने की क्षमता और सूचना का आलोचनात्मक मूल्यांकन करने की क्षमता अलग-अलग आयाम हैं**। राजनीतिक मुद्दों पर चर्चा का Mean 3.25 है। लगभग 32% छात्र राजनीतिक चर्चा के उच्च स्तर पर हैं, जबकि

22.7% निम्न स्तर पर हैं। विभिन्न राजनीतिक विचारों की तुलना का Mean 3.14 है, जिससे यह संकेत मिलता है कि विविध राजनीतिक दृष्टिकोणों से संपर्क और उनका तुलनात्मक मूल्यांकन एक चुनौतीपूर्ण क्षेत्र हो सकता है। इन परिणामों की व्याख्या सावधानी से की जानी चाहिए। सोशल मीडिया उपयोग और राजनीतिक सहभागिता के संबंध पर उपलब्ध meta-analysis में अधिकांश coefficients सकारात्मक थे, लेकिन केवल लगभग आधे सांख्यिकीय रूप से महत्वपूर्ण थे; इसलिए केवल अधिक सोशल मीडिया उपयोग को स्वतः अधिक राजनीतिक जागरूकता या सहभागिता का कारण मानना उचित नहीं होगा।

तालिका 4. विश्वविद्यालयी छात्रों की ऑनलाइन राजनीतिक सहभागिता के विभिन्न आयामों का वितरण

क्रम	ऑनलाइन राजनीतिक गतिविधि	कभी नहीं n (%)	कभी-कभार n (%)	अक्सर n (%)	बहुत अधिक n (%)
1	राजनीतिक पोस्ट देखना	18 (6.0)	82 (27.3)	138 (46.0)	62 (20.7)
2	राजनीतिक पोस्ट Like करना	36 (12.0)	116 (38.7)	112 (37.3)	36 (12.0)
3	राजनीतिक पोस्ट Share करना	74 (24.7)	116 (38.7)	78 (26.0)	32 (10.6)
4	राजनीतिक पोस्ट पर Comment करना	96 (32.0)	116 (38.7)	64 (21.3)	24 (8.0)
5	राजनीतिक वीडियो/रील पर प्रतिक्रिया	54 (18.0)	128 (42.7)	92 (30.7)	26 (8.6)
6	राजनीतिक समूह/पेज Follow करना	68 (22.7)	104 (34.7)	94 (31.3)	34 (11.3)
7	ऑनलाइन राजनीतिक अभियान में भाग लेना	112 (37.3)	108 (36.0)	58 (19.3)	22 (7.4)
8	डिजिटल याचिका/अभियान का समर्थन	128 (42.7)	102 (34.0)	52 (17.3)	18 (6.0)
9	राजनेताओं/राजनीतिक संगठनों को Follow करना	104 (34.7)	108 (36.0)	68 (22.7)	20 (6.6)
10	स्वयं राजनीतिक सामग्री बनाना	142 (47.3)	94 (31.3)	48 (16.0)	16 (5.4)

तालिका 4 ऑनलाइन राजनीतिक सहभागिता के विभिन्न स्तरों के बीच महत्वपूर्ण अंतर प्रस्तुत करती है। राजनीतिक पोस्ट देखना सबसे सामान्य गतिविधि है; 46.0% विद्यार्थी इसे अक्सर और 20.7% बहुत अधिक करते हैं। इसके विपरीत स्वयं राजनीतिक सामग्री तैयार करने वाले छात्रों का अनुपात कम है। केवल 16.0% विद्यार्थी अक्सर और 5.4% बहुत अधिक स्वयं राजनीतिक सामग्री बनाते हैं। यह परिणाम सोशल मीडिया पर **passive political consumption** और **active political production** के बीच अंतर को दर्शाता है। राजनीतिक पोस्ट को Like करने की गतिविधि अपेक्षाकृत अधिक है, जिसमें 37.3% छात्र अक्सर और 12.0% बहुत अधिक ऐसा करते हैं। Share करने के मामले में यह अनुपात घटकर 26.0% और 10.6% रह जाता है। Comment करने की गतिविधि और भी कम है; केवल 21.3% विद्यार्थी अक्सर और 8.0% बहुत अधिक टिप्पणी करते हैं। राजनीतिक समूहों या पेजों को Follow करने में 42.6% विद्यार्थी अक्सर या बहुत अधिक सक्रिय हैं। दूसरी ओर, ऑनलाइन राजनीतिक अभियानों में नियमित भागीदारी केवल 26.7% है। डिजिटल याचिका या अभियान का समर्थन करने वाले छात्रों का उच्च/बहुत उच्च स्तर 23.3% है। यह पैटर्न बताता है कि सोशल मीडिया आधारित राजनीतिक सहभागिता में **exposure** → **reaction** → **expression** → **mobilization** की क्रमिक प्रक्रिया हो सकती है, लेकिन प्रत्येक चरण में छात्रों की भागीदारी समान नहीं रहती। हालिया भारतीय शोध भी सोशल मीडिया को राजनीतिक जागरूकता और civic engagement से जोड़ता है, लेकिन डिजिटल literacy तथा echo-chamber जैसी स्थितियों को engagement की गुणवत्ता के लिए महत्वपूर्ण मानता है।

तालिका 5. विश्वविद्यालयी छात्रों की ऑफलाइन राजनीतिक एवं नागरिक सहभागिता के विभिन्न संकेतकों का वितरण

क्रम	ऑफलाइन सहभागिता संकेतक	कभी नहीं n (%)	कभी-कभार n (%)	अक्सर n (%)	बहुत अधिक n (%)
1	मतदान में भागीदारी	32 (10.7)	68 (22.7)	126 (42.0)	74 (24.6)
2	चुनावी मुद्दों पर चर्चा	46 (15.3)	116 (38.7)	104 (34.7)	34 (11.3)
3	राजनीतिक बैठक में भागीदारी	142 (47.3)	104 (34.7)	42 (14.0)	12 (4.0)

4	छात्र संगठन/संघ गतिविधि	128 (42.7)	108 (36.0)	50 (16.7)	14 (4.6)
5	सामाजिक/नागरिक अभियान	86 (28.7)	122 (40.7)	72 (24.0)	20 (6.6)
6	सामुदायिक सेवा गतिविधि	62 (20.7)	126 (42.0)	88 (29.3)	24 (8.0)
7	राजनीतिक प्रतिनिधि से संपर्क	168 (56.0)	92 (30.7)	34 (11.3)	6 (2.0)
8	सार्वजनिक मुद्दे पर ज्ञापन/याचिका	142 (47.3)	108 (36.0)	40 (13.4)	10 (3.3)
9	राजनीतिक कार्यक्रम में उपस्थिति	118 (39.3)	116 (38.7)	54 (18.0)	12 (4.0)
10	स्थानीय सामाजिक मुद्दे पर सक्रियता	64 (21.3)	124 (41.4)	86 (28.7)	26 (8.6)

तालिका 5 ऑनलाइन राजनीतिक सहभागिता की तुलना में ऑफलाइन राजनीतिक सहभागिता की प्रकृति को समझने में सहायता करती है। मतदान संबंधी सहभागिता सबसे अधिक दिखाई देती है। 42.0% छात्र अक्सर और 24.6% बहुत अधिक मतदान में भागीदारी की श्रेणी में हैं। इसके विपरीत राजनीतिक प्रतिनिधियों से सीधे संपर्क की गतिविधि काफी कम है, जहाँ 56.0% विद्यार्थी कभी ऐसा नहीं करते। चुनावी मुद्दों पर चर्चा में 46.0% विद्यार्थी अक्सर या बहुत अधिक सक्रिय हैं। सामाजिक एवं नागरिक अभियानों में भी अपेक्षाकृत बेहतर सहभागिता दिखाई देती है। सामुदायिक सेवा में 37.3% विद्यार्थी अक्सर या बहुत अधिक भाग लेते हैं। इसके विपरीत राजनीतिक बैठकों, छात्र संगठनों, ज्ञापन/याचिका और राजनीतिक कार्यक्रमों में उच्च स्तर की नियमित सहभागिता कम है। यह परिणाम इस संभावित अंतर को दर्शाता है कि **राजनीतिक रुचि और प्रत्यक्ष राजनीतिक संगठनात्मक सहभागिता एक ही चीज नहीं हैं**। कोई विद्यार्थी चुनावी मुद्दों पर सोशल मीडिया और मित्रों के साथ चर्चा कर सकता है, लेकिन राजनीतिक बैठक में भाग नहीं ले सकता। इसी प्रकार डिजिटल राजनीतिक गतिविधियाँ प्रत्यक्ष राजनीतिक गतिविधियों की तुलना में कम लागत और कम समय में की जा सकती हैं। इस संदर्भ में पूर्ववर्ती शोध भी सोशल मीडिया उपयोग और सहभागिता के बीच संबंध को सकारात्मक लेकिन जटिल बताता है। Boulianne के meta-analysis में 36 अध्ययनों की समीक्षा में 80% से अधिक coefficients सकारात्मक थे, लेकिन causal relationship को लेकर सावधानी आवश्यक बताई गई थी। भारतीय विश्वविद्यालयी छात्रों पर हुए अध्ययनों ने भी ऑनलाइन राजनीतिक गतिविधि और वास्तविक राजनीतिक सहभागिता के बीच संबंध को अलग से जाँचने की आवश्यकता पर बल दिया है।

तालिका 6. सोशल मीडिया उपयोग, राजनीतिक जागरूकता, डिजिटल साक्षरता एवं राजनीतिक सहभागिता के बीच Pearson Correlation

चर	1	2	3	4	5	6	7
1. सोशल मीडिया उपयोग	1.000	.48**	.39**	.42**	.36**	.31**	.40**
2. राजनीतिक सामग्री संपर्क	.48**	1.000	.56**	.61**	.52**	.43**	.58**
3. डिजिटल साक्षरता	.39**	.56**	1.000	.49**	.44**	.37**	.46**
4. राजनीतिक जागरूकता	.42**	.61**	.49**	1.000	.63**	.48**	.66**
5. ऑनलाइन राजनीतिक सहभागिता	.36**	.52**	.44**	.63**	1.000	.54**	.82**
6. ऑफलाइन राजनीतिक सहभागिता	.31**	.43**	.37**	.48**	.54**	1.000	.79**
7. कुल राजनीतिक सहभागिता	.40**	.58**	.46**	.66**	.82**	.79**	1.000

नोट: $p < .01$; $N = 300$; काल्पनिक/illustrative values.

तालिका 6 में Pearson correlation के माध्यम से सोशल मीडिया उपयोग, राजनीतिक सामग्री संपर्क, डिजिटल साक्षरता, राजनीतिक जागरूकता तथा ऑनलाइन एवं ऑफलाइन राजनीतिक सहभागिता के बीच संबंधों का परीक्षण किया गया है। काल्पनिक परिणामों में सभी प्रमुख correlations सकारात्मक हैं और $p < .01$ स्तर पर सांख्यिकीय रूप से महत्वपूर्ण हैं। सोशल मीडिया उपयोग और राजनीतिक सामग्री संपर्क के बीच $r = .48$ का मध्यम सकारात्मक संबंध है। इसका अर्थ है कि अधिक सोशल मीडिया उपयोग करने वाले छात्रों में राजनीतिक सामग्री के संपर्क का स्तर भी अपेक्षाकृत अधिक हो सकता है। सोशल मीडिया उपयोग और राजनीतिक जागरूकता के बीच $r = .42$ का सकारात्मक संबंध पाया गया है। यह प्रस्तावित

अध्ययन की पहली और दूसरी परिकल्पना के अनुरूप संभावित दिशा प्रस्तुत करता है। सबसे उल्लेखनीय संबंध राजनीतिक जागरूकता और ऑनलाइन राजनीतिक सहभागिता के बीच $r = .63$ है। इसी प्रकार राजनीतिक जागरूकता और कुल राजनीतिक सहभागिता के बीच $r = .66$ का संबंध है। इससे संकेत मिलता है कि राजनीतिक जानकारी एवं जागरूकता राजनीतिक गतिविधियों से महत्वपूर्ण रूप से जुड़ी हो सकती है। ऑनलाइन और ऑफलाइन राजनीतिक सहभागिता के बीच $r = .54$ का सकारात्मक संबंध है। यह महत्वपूर्ण है क्योंकि इससे यह संकेत मिलता है कि ऑनलाइन सक्रियता और ऑफलाइन सक्रियता पूरी तरह अलग-अलग व्यवहार नहीं हैं। कुल राजनीतिक सहभागिता के साथ ऑनलाइन सहभागिता का $r = .82$ और ऑफलाइन सहभागिता का $r = .79$ होना अपेक्षित रूप से उच्च है, क्योंकि कुल सहभागिता दोनों आयामों से निर्मित है। फिर भी correlation को causation नहीं माना जाना चाहिए। उपलब्ध अंतरराष्ट्रीय शोध भी इसी सावधानी की आवश्यकता बताता है—सोशल मीडिया और सहभागिता के बीच सकारात्मक संबंध मिलने के बावजूद कारणात्मक प्रभाव सभी अध्ययनों में स्थापित नहीं है।

तालिका 7. सोशल मीडिया आधारित राजनीतिक सहभागिता के पूर्वानुमान हेतु Multiple Regression Analysis

Dependent Variable: कुल राजनीतिक सहभागिता

Predictor Variable	B	SE	Beta (β)	t	p
Constant	4.216	1.184	—	3.561	<.001
सोशल मीडिया उपयोग	0.284	0.082	.214	3.463	.001
राजनीतिक सामग्री संपर्क	0.417	0.091	.302	4.582	<.001
डिजिटल साक्षरता	0.238	0.087	.171	2.736	.007
राजनीतिक जागरूकता	0.526	0.078	.431	6.744	<.001
राजनीतिक चर्चा	0.312	0.085	.226	3.671	<.001
परिवार/मित्र राजनीतिक संवाद	0.174	0.079	.119	2.203	.028
ऑनलाइन राजनीतिक सहभागिता	0.681	0.064	.548	10.641	<.001

Model Summary

R	R ²	Adjusted R ²	F	df	Sig.
.861	.741	.735	138.42	7, 292	<.001

विश्लेषण

तालिका 7 में कुल राजनीतिक सहभागिता को dependent variable मानते हुए multiple regression analysis प्रस्तुत किया गया है। काल्पनिक मॉडल में $R = .861$ तथा $R^2 = .741$ प्राप्त हुआ है। इसका अर्थ है कि मॉडल में सम्मिलित सात predictors कुल राजनीतिक सहभागिता में लगभग **74.1% variance** की व्याख्या करते हैं। Adjusted $R^2 = .735$ होने से संकेत मिलता है कि predictors की संख्या को ध्यान में रखने के बाद भी मॉडल की explanatory capacity पर्याप्त रूप से मजबूत है। Model का F-value 138.42 तथा $p < .001$ है, जिससे यह काल्पनिक regression model सांख्यिकीय रूप से महत्वपूर्ण दिखाई देता है। सभी predictors का सकारात्मक coefficient है। राजनीतिक जागरूकता का standardized Beta **.431** है, जो इस मॉडल में प्रमुख predictors में से एक है। इसका अर्थ है कि अन्य variables को नियंत्रित करने पर राजनीतिक जागरूकता का उच्च स्तर कुल राजनीतिक सहभागिता के उच्च स्तर से संबंधित है। ऑनलाइन राजनीतिक सहभागिता का Beta **.548** है, जो सबसे बड़ा standardized coefficient है। यह स्वाभाविक रूप से समझा जाना चाहिए क्योंकि dependent variable में ऑनलाइन सहभागिता का घटक शामिल है; इसलिए इसे स्वतंत्र causal effect के रूप में व्याख्यायित नहीं किया जाना चाहिए। राजनीतिक सामग्री संपर्क का $\beta = .302$, राजनीतिक चर्चा का $\beta = .226$ और सोशल मीडिया उपयोग का $\beta = .214$ है। डिजिटल साक्षरता का $\beta = .171$ है, जो संकेत करता है कि केवल

सोशल मीडिया पर उपस्थित होना पर्याप्त नहीं हो सकता; सूचना को समझने और उसका मूल्यांकन करने की क्षमता भी राजनीतिक सहभागिता से संबंधित हो सकती है।

परिकल्पनाओं का औचित्य

H₁: विश्वविद्यालयी छात्रों के सोशल मीडिया उपयोग और उनकी राजनीतिक सहभागिता के स्तर के बीच सांख्यिकीय रूप से महत्वपूर्ण संबंध है।—इस परिकल्पना का आधार यह है कि सोशल मीडिया छात्रों को राजनीतिक सूचना, चर्चा, प्रतिक्रिया और राजनीतिक गतिविधियों में भाग लेने के अवसर प्रदान करता है। तालिका 6 में illustrative data के अनुसार सोशल मीडिया उपयोग और कुल राजनीतिक सहभागिता के बीच $r = .40$, $p < .01$ का सकारात्मक संबंध प्राप्त हुआ। राजनीतिक सामग्री संपर्क और कुल राजनीतिक सहभागिता का संबंध इससे अधिक $r = .58$ है। यह pattern H₁ के समर्थन की दिशा में संकेत देता है। Gil de Zúñiga et al. (2012) ने भी social-network sites के informational use और civic तथा political participation के बीच सकारात्मक संबंध रिपोर्ट किया था। तथापि, Boulianne (2015) के meta-analysis के अनुसार positive association को सीधे causal effect नहीं माना जा सकता।

H₂: राजनीतिक सामग्री के लिए सोशल मीडिया का अधिक उपयोग करने वाले छात्रों में राजनीतिक जागरूकता का स्तर अधिक है।—तालिका 3 में राजनीतिक समाचारों में रुचि, चुनाव संबंधी जानकारी, राजनीतिक घटनाओं की जानकारी तथा सरकारी नीतियों की जानकारी जैसे अनेक indicators सम्मिलित किए गए हैं। तालिका 6 में राजनीतिक सामग्री संपर्क और राजनीतिक जागरूकता के बीच $r = .61$, $p < .01$ का illustrative correlation पाया गया है। यह संबंध H₂ के अनुरूप है। इसका अर्थ यह नहीं है कि सोशल मीडिया अकेले राजनीतिक जागरूकता उत्पन्न करता है; राजनीतिक रुचि रखने वाले विद्यार्थी स्वयं भी राजनीतिक सामग्री अधिक खोज सकते हैं। इसलिए relationship को reciprocal possibility के साथ समझना आवश्यक है।

H₃: राजनीतिक जागरूकता, डिजिटल साक्षरता और राजनीतिक चर्चा विश्वविद्यालयी छात्रों की राजनीतिक सहभागिता के महत्वपूर्ण predictors हैं।—Regression analysis में राजनीतिक जागरूकता का $\beta = .431$, डिजिटल साक्षरता का $\beta = .171$ और राजनीतिक चर्चा का $\beta = .226$ प्राप्त हुआ। Model का illustrative $R^2 = .741$ है। इससे संकेत मिलता है कि संयुक्त रूप से सम्मिलित predictors राजनीतिक सहभागिता में पर्याप्त variance explain करते हैं। राजनीतिक जागरूकता और राजनीतिक चर्चा के अपेक्षाकृत बड़े coefficients यह संकेत देते हैं कि केवल social-media exposure की मात्रा के बजाय information processing और discussion भी महत्वपूर्ण हो सकते हैं। यह निष्कर्ष social-media participation literature की उस दिशा से मेल खाता है जिसमें informational use और political discussion को engagement से जोड़ा गया है।

चर्चा

अध्ययन के प्रस्तुत illustrative statistical analysis से सोशल मीडिया और विश्वविद्यालयी छात्रों की राजनीतिक सहभागिता के बीच एक बहुआयामी संबंध दिखाई देता है। तालिका 1 से स्पष्ट होता है कि विश्वविद्यालयी छात्रों का डिजिटल exposure पर्याप्त रूप से व्यापक है। लगभग सभी विद्यार्थियों के पास स्मार्टफोन तथा अधिकांश के पास व्यक्तिगत internet access होने के कारण social media उनके दैनिक communication environment का महत्वपूर्ण हिस्सा बन सकता है। तालिका 2 में Instagram, YouTube और WhatsApp जैसे प्लेटफॉर्मों का व्यापक उपयोग तथा राजनीतिक सामग्री के नियमित exposure की उपस्थिति दिखाई देती है। तालिका 3 का सबसे महत्वपूर्ण पक्ष यह है कि राजनीतिक जानकारी और political engagement को एक समान नहीं माना गया है। चुनाव संबंधी जानकारी तथा राजनीतिक घटनाओं की जानकारी का औसत स्तर अपेक्षाकृत अधिक है, लेकिन राजनीतिक जानकारी की सत्यता जाँचने और विभिन्न राजनीतिक विचारों की तुलना करने जैसे critical-literacy indicators अपेक्षाकृत कम हैं। इससे संकेत मिलता है कि डिजिटल राजनीतिक समाजीकरण में **information availability** के साथ **information evaluation** भी महत्वपूर्ण है। तालिका 4 में online political participation के विभिन्न स्तरों के बीच स्पष्ट अंतर दिखाई देता है। राजनीतिक पोस्ट देखना और Like करना अपेक्षाकृत सामान्य गतिविधियाँ हैं, जबकि स्वयं राजनीतिक सामग्री बनाना, राजनीतिक campaigns में भाग लेना या digital

petitions का समर्थन करना अपेक्षाकृत कम सामान्य हैं। इसका अर्थ यह हो सकता है कि social media political participation में passive exposure से active engagement की ओर जाने की प्रक्रिया क्रमिक है। तालिका 5 online तथा offline participation के बीच अंतर को स्पष्ट करती है। मतदान और राजनीतिक मुद्दों पर चर्चा जैसे व्यवहारों की तुलना में राजनीतिक प्रतिनिधियों से संपर्क, राजनीतिक बैठकों तथा ज्ञापन/याचिका जैसी गतिविधियाँ कम दिखाई देती हैं। इस प्रकार online engagement को automatically offline political participation के बराबर नहीं माना जा सकता। तालिका 6 में राजनीतिक जागरूकता और online participation के बीच $r = .63$ तथा राजनीतिक जागरूकता और total participation के बीच $r = .66$ का illustrative positive relationship प्राप्त हुआ है। यह दर्शाता है कि राजनीतिक जानकारी और सहभागिता एक-दूसरे से संबंधित हो सकती हैं। तालिका 7 में regression model भी political awareness, political-content exposure, political discussion और digital literacy को participation से संबंधित predictors के रूप में प्रस्तुत करता है। ये patterns पूर्ववर्ती साहित्य से broadly consistent हैं। Gil de Zúñiga et al. (2012) ने social-media news use को online तथा offline political participation से जोड़ा था। Valenzuela et al. (2012) ने youth protest behavior के संदर्भ में Facebook use और protest activity के बीच association पाया। दूसरी ओर, Boulianne (2015) का meta-analysis यह सावधानी प्रस्तुत करता है कि positive associations को causal effects के रूप में स्वतः स्वीकार नहीं किया जाना चाहिए। इसलिए वर्तमान अध्ययन के illustrative findings को संबंधों की दिशा समझने वाले statistical patterns के रूप में देखा जाना चाहिए, न कि causal proof के रूप में।

निष्कर्ष

सोशल मीडिया के विस्तार ने युवाओं के राजनीतिक समाजीकरण की प्रक्रिया को पारंपरिक माध्यमों से आगे बढ़ाकर एक अधिक interactive और participatory digital environment में परिवर्तित किया है। विश्वविद्यालयी छात्र इस परिवर्तन के महत्वपूर्ण भागीदार हैं क्योंकि वे डिजिटल माध्यमों का नियमित उपयोग करते हैं और साथ ही उच्च शिक्षा के दौरान राजनीतिक एवं नागरिक चेतना विकसित करते हैं। प्रस्तुत अध्ययन के illustrative analysis से यह संकेत मिलता है कि सोशल मीडिया उपयोग, राजनीतिक सामग्री संपर्क, राजनीतिक जागरूकता, डिजिटल साक्षरता तथा राजनीतिक चर्चा विश्वविद्यालयी छात्रों की राजनीतिक सहभागिता से सकारात्मक रूप से संबंधित हो सकते हैं। विशेष रूप से राजनीतिक जागरूकता और राजनीतिक चर्चा का राजनीतिक सहभागिता के साथ संबंध इस बात की ओर संकेत करता है कि केवल सोशल मीडिया पर समय बिताना पर्याप्त नहीं है; सूचना का सक्रिय उपयोग, आलोचनात्मक मूल्यांकन और राजनीतिक संवाद भी आवश्यक हैं। अध्ययन का एक महत्वपूर्ण निष्कर्ष online और offline political participation के बीच अंतर है। सोशल मीडिया पर राजनीतिक पोस्ट देखना, Like करना या Share करना अपेक्षाकृत सरल गतिविधियाँ हैं, जबकि मतदान, राजनीतिक बैठक, सामुदायिक अभियान, प्रतिनिधियों से संपर्क और सार्वजनिक मुद्दों पर प्रत्यक्ष कार्रवाई अधिक सक्रिय नागरिक व्यवहार का प्रतिनिधित्व करती हैं। इसलिए digital political participation को वास्तविक राजनीतिक सहभागिता का पूर्ण विकल्प नहीं बल्कि उसका संभावित पूरक माना जाना अधिक उचित है। अंततः, विश्वविद्यालयों में digital citizenship और media literacy को बढ़ावा देना महत्वपूर्ण हो सकता है। विद्यार्थियों को केवल राजनीतिक सूचना तक पहुँच उपलब्ध कराने के बजाय स्रोतों की विश्वसनीयता जाँचना, विभिन्न दृष्टिकोणों की तुलना करना, misinformation को पहचानना और लोकतांत्रिक संवाद में जिम्मेदारीपूर्वक भाग लेना सिखाया जाना चाहिए। भविष्य के शोध में longitudinal data, बड़े और अधिक प्रतिनिधिक samples तथा अलग-अलग social-media platforms के comparative analysis को शामिल किया जा सकता है।

संदर्भ सूची

- [1]. Almond, G. A., & Verba, S. (1963). *The civic culture: Political attitudes and democracy in five nations*. Princeton University Press.
- [2]. Bennett, W. L., Wells, C., & Rank, A. (2009). Young citizens and civic learning: Two paradigms of citizenship in the digital age. *Citizenship Studies*, 13(2), 105–120. <https://doi.org/10.1080/13621020902731116>
- [3]. Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication & Society*, 18(5), 524–538. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542>

- [4]. boyd, d. m., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- [5]. Easton, D., & Dennis, J. (1969). *Children in the political system: Origins of political legitimacy*. McGraw-Hill.
- [6]. Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319–336. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01574.x>
- [7]. Kahne, J., Lee, N.-J., & Feezell, J. T. (2012). Digital media literacy education and online civic and political participation. *International Journal of Communication*, 6, 1–24.
- [8]. Kumar, S., Sharma, A., & Verma, V. (2020). Social media: A tool for social and political inclusion among youth: A study of Indian university students. *Current Research Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(1). <https://doi.org/10.12944/CRJSSH.4.1.08>
- [9]. Lekhraj. (2026). The impact of social media on youth political socialization and voting behaviour: A study of Haryana. *International Journal of Engineering Science & Humanities*.
- [10]. Loader, B. D., Vromen, A., & Xenos, M. A. (2014). The networked young citizen: Social media, political participation and civic engagement. *Information, Communication & Society*, 17(2), 143–150. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.871571>
- [11]. Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- [12]. Valenzuela, S., Arriagada, A., & Scherman, A. (2012). The social media basis of youth protest behavior: The case of Chile. *Journal of Communication*, 62(2), 299–314. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01635.x>
- [13]. Valenzuela, S., Kim, Y., & Gil de Zúñiga, H. (2012). Social networks that matter: Exploring the role of political discussion for online political participation. *International Journal of Public Opinion Research*, 24(2), 163–184. <https://doi.org/10.1093/ijpor/edr037>
- [14]. Xenos, M., & Moy, P. (2007). Direct and differential effects of the Internet on political and civic engagement. *Journal of Communication*, 57(4), 704–718. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00364.x>
- [15]. Zúñiga, H. G. de, Molyneux, L., & Zheng, P. (2014). Social media, political expression, and political participation: Panel analysis of lagged and concurrent relation