



11. भारतीय जनता पार्टी और भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस के डिजिटल मीडिया अभियानों का तुलनात्मक अध्ययन: (2024 लोकसभा चुनाव के विशेष संदर्भ में)

¹बृजेश दुबे, ²डॉ रजनीश कुमार चतुर्वेदी

¹परास्नातक छात्र, हिंदी एवं आधुनिक भारतीय भाषा तथा पत्रकारिता विभाग, दीनदयाल उपाध्याय
गोरखपुर विश्वविद्यालय

²विषय विशेषज्ञ, हिंदी एवं आधुनिक भारतीय भाषा तथा पत्रकारिता विभाग, दीनदयाल उपाध्याय
गोरखपुर विश्वविद्यालय

Email: brijeshd1997@gmail.com

शोध सार

यह अध्ययन 2024 के लोकसभा चुनावों पर सोशल मीडिया के परिवर्तनकारी प्रभाव का आलोचनात्मक विश्लेषण प्रस्तुत करता है, जिसमें विशेष रूप से राजनीतिक संचार, मतदाता लामबंदी तथा भारतीय जनता पार्टी (BJP) और भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस (INC) द्वारा अपनाई गई चुनावी प्रचार-रणनीतियों पर इसके प्रभावों को केंद्र में रखा गया है। अध्ययन में द्वितीयक आँकड़ों, आधिकारिक रिपोर्टों तथा समकालीन अकादमिक एवं विश्लेषणात्मक स्रोतों के आधार पर पारंपरिक जनसंचार-माध्यम केंद्रित चुनाव प्रचार से अधिकाधिक डिजिटलीकृत एवं डेटा-आधारित चुनावी संचार मॉडल की ओर हुए परिवर्तन का विश्लेषण किया गया है। यह परिवर्तन लक्षित राजनीतिक विज्ञापन, प्रभावशाली व्यक्तियों के माध्यम से संचार, व्हाट्सएप-आधारित सूक्ष्म-स्तरीय मतदाता लामबंदी तथा डेटा-आधारित लक्षित संचार के बढ़ते प्रयोग में परिलक्षित होता है। तुलनात्मक विश्लेषण से स्पष्ट होता है कि डिजिटल पहुँच तथा ऑनलाइन विज्ञापन व्यय के संदर्भ में भारतीय जनता पार्टी ने पर्याप्त बढ़त बनाए रखी, जबकि भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस ने व्यक्तिगत एवं स्थानीय स्तर पर केंद्रित डिजिटल संचार तथा जमीनी स्तर की लामबंदी के माध्यम से मतदाता सहभागिता में उल्लेखनीय वृद्धि दर्ज की। अध्ययन डिजिटल माध्यमों पर आधारित चुनावी अभियानों से संबद्ध महत्वपूर्ण चुनौतियों की भी पहचान करता है, जिनमें विशेष रूप से दुष्प्रचार का प्रसार, एल्गोरिदम-आधारित हेरफेर, डिजिटल असमानता तथा मौजूदा नियामक व्यवस्था की कमियाँ प्रमुख हैं।

अध्ययन के निष्कर्ष संकेत करते हैं कि सोशल मीडिया अब केवल एक सहायक संचार माध्यम तक सीमित नहीं रह गया है, बल्कि भारत की समकालीन चुनावी राजनीति का एक महत्वपूर्ण घटक बन चुका है। निष्कर्षतः, राजनीतिक प्रचार में डिजिटल प्लेटफॉर्मों का बढ़ता एकीकरण भविष्य के भारतीय चुनावों में चुनावी प्रतिस्पर्धा, राजनीतिक संचार की प्रकृति तथा मतदाता व्यवहार को निरंतर प्रभावित करने की क्षमता रखता है।

प्रमुख शब्द: राजनीतिक संचार, डिजिटल चुनाव अभियान, सोशल मीडिया, 2024 लोकसभा चुनाव, भाजपा, कांग्रेस।

परिचय

पिछले दो दशकों में डिजिटल क्रांति ने विश्व स्तर पर राजनीतिक प्रक्रियाओं और लोकतांत्रिक व्यवस्थाओं को गहराई से प्रभावित किया है। इंटरनेट-आधारित मंचों के उद्भव ने राजनीतिक दलों और हित समूहों को व्यापक

जनसमुदाय तक पहुँचने तथा उनके साथ प्रभावी संचार स्थापित करने के अवसर प्रदान किए हैं। परिणामस्वरूप, डिजिटल प्रौद्योगिकी ने राजनीतिक प्रचार और चुनावी रणनीतियों की पारंपरिक पद्धतियों में महत्वपूर्ण परिवर्तन किया है (डायमंड, 2019)। हालांकि, तकनीकी प्रगति के साथ कुछ नई चुनौतियाँ भी उभरकर सामने आई हैं, जिनमें विशेष रूप से साइबर सुरक्षा, दुष्प्रचार जैसी समस्याएँ शामिल हैं, जो चुनावी प्रक्रियाओं और परिणामों को प्रभावित करने की क्षमता रखती हैं (नॉरिस एवं ग्रॉम्पिंग, 2022)।

डिजिटल युग में राजनीतिक प्रतिस्पर्धा अब केवल वैचारिक आधार या उम्मीदवार की लोकप्रियता तक सीमित नहीं है, बल्कि राजनीतिक उद्देश्यों की प्राप्ति के लिए प्रौद्योगिकी के प्रभावी उपयोग की क्षमता भी इसका एक महत्वपूर्ण निर्धारक बन गई है (शिमट, 2021)। वर्तमान समय में राजनीतिक दलों की गतिविधियाँ पारंपरिक संगठनात्मक संरचनाओं तक सीमित न रहकर तकनीकी माध्यमों पर भी पर्याप्त रूप से निर्भर हो गई हैं। राजनीतिक दल अब मतदाताओं तक पहुँच बनाने के लिए पारंपरिक साधनों के साथ-साथ सोशल मीडिया तथा इंटरनेट-आधारित विज्ञापन जैसे डिजिटल माध्यमों का भी व्यापक उपयोग कर रहे हैं (बेनेट एवं अन्य 2020)।

भारत में चुनाव देश की राजनीतिक व्यवस्था की आधारभूत संरचना का महत्वपूर्ण हिस्सा है। लोकतांत्रिक व्यवस्था के रूप में भारत की चुनावी प्रक्रियाओं में व्यापक चुनावी प्रचार एक महत्वपूर्ण विशेषता रही है। राजनीतिक दल मतदाताओं तक पहुँचने और उन्हें राजनीतिक रूप से प्रभावित करने के लिए निरंतर अपनी प्रचार एवं संचार रणनीतियों में परिवर्तन करते रहे हैं। ऐतिहासिक रूप से पारंपरिक जनसंचार माध्यमों ने भारतीय चुनावों में राजनीतिक संचार और जनमत निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। हालांकि, तकनीकी प्रगति और इंटरनेट के तीव्र प्रसार ने राजनीतिक संचार के परिदृश्य को मूल रूप से परिवर्तित कर दिया है। परिणामस्वरूप, भारतीय चुनावी राजनीति में पारंपरिक प्रचार माध्यमों के साथ डिजिटल माध्यमों का महत्व बढ़ा है, जिसने राजनीतिक दलों द्वारा मतदाताओं तक पहुँचने, राजनीतिक संदेशों के प्रसार और चुनावी समर्थन जुटाने की प्रक्रियाओं को एक नया स्वरूप प्रदान किया है। चुनावी अभियान क्रमशः ऑनलाइन माध्यमों की ओर स्थानांतरित हो रहे हैं तथा डिजिटल मीडिया पर प्रसारित विज्ञापन चुनावी परिणामों को प्रभावित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं (हेगर, 2019)।

डिजिटल संचार माध्यमों ने राजनीतिक सहभागिता तथा दृष्टिकोणों को प्रभावित करने के लिए नए माध्यम उपलब्ध कराए हैं। पारंपरिक जनसंचार माध्यमों को समाहित करने वाले परिवर्तित मीडिया परिवेश में राजनीतिक दलों ने सूचना प्रसारित करने के लिए नए संचार माध्यमों का उपयोग किया है। इनमें सोशल मीडिया, ब्लॉग तथा पाठ संदेश जैसे अपेक्षाकृत अधिक वैयक्तिकृत डिजिटल माध्यम प्रमुख हैं (चैडविक, स्ट्रोमर-गैले, 2016)। वर्ष 2024 तक चुनावी राजनीति में सोशल मीडिया की भूमिका पारंपरिक चुनावी रणनीतियों से आगे बढ़ चुकी थी। कृत्रिम बुद्धिमत्ता, डेटा-



आधारित लक्षित संचार तथा प्रभावशाली व्यक्तियों पर आधारित चुनावी अभियानों के एकीकरण ने मतदाता सहभागिता के लिए अधिक उन्नत और परिष्कृत दृष्टिकोण को प्रतिबिंबित किया (मोहन, 2024)।

सोशल मीडिया मतदाताओं की भागीदारी बढ़ाकर लोकतांत्रिक प्रक्रिया को सुदृढ़ करने में योगदान दे सकता है, किंतु इसके साथ दुष्प्रचार, एल्गोरिदम-आधारित हेरफेर जैसी संभावित चुनौतियाँ भी उत्पन्न होती हैं। इससे राजनीतिक ध्रुवीकरण तथा मतदान प्रक्रिया की निष्पक्षता को लेकर महत्वपूर्ण चिंताएँ उत्पन्न होती हैं। घृणास्पद भाषण, दुष्प्रचार तथा डिजिटल मंचों के दुरुपयोग जैसी चुनौतियों से प्रभावी ढंग से निपटने के लिए उपयुक्त नियमन, निगरानी तथा जवाबदेही तंत्र की आवश्यकता है (सुहरलान, 2023)।

भारतीय चुनावों में सोशल मीडिया : एक नए राजनीतिक संचार माध्यम के रूप में

सोशल मीडिया जनमत को प्रभावित करने, राजनीतिक लामबंदी को सुदृढ़ करने तथा राजनीतिक संचार को व्यापक बनाने के एक महत्वपूर्ण माध्यम के रूप में उभरकर सामने आया है। वर्ष 2024 के भारतीय चुनावों में फेसबुक, इंस्टाग्राम, ट्विटर जैसे डिजिटल मंचों की भूमिका डिजिटल चुनावी प्रचार के संदर्भ में महत्वपूर्ण रही, जहाँ इन मंचों ने पारंपरिक जनसंचार माध्यमों के पूरक के रूप में कार्य किया। सोशल मीडिया ने मतदाताओं और राजनीतिक नेताओं के बीच प्रत्यक्ष एवं द्विपक्षीय संचार की संभावनाओं को बढ़ाया है। इसके परिणामस्वरूप मतदाताओं की राजनीतिक सहभागिता, संलग्नता तथा राजनीतिक रूप से सशक्त होने की अनुभूति में वृद्धि हुई है (गेस एवं अन्य, 2023)।

प्रभावशाली व्यक्तियों के माध्यम से जनसंपर्क, व्हाट्सएप के माध्यम से अंतिम स्तर तक पहुँच तथा ट्विटर, यूट्यूब, इंस्टाग्राम और फेसबुक जैसे सोशल मीडिया मंचों पर राजनीतिक नेताओं द्वारा संचालित शीर्ष-से-नीचे संचार के माध्यम से सोशल मीडिया चुनावी प्रक्रिया में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। भारतीय जनता पार्टी (BJP) और भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस (INC) जैसे राजनीतिक दल मतदाताओं के साथ संवाद एवं सहभागिता स्थापित करने, चुनावी अभियानों को आकार देने तथा ऑनलाइन राजनीतिक विमर्श की निगरानी के लिए सोशल मीडिया का व्यापक उपयोग करते हैं। इसके अतिरिक्त, ये दल इंटरनेट पर मतदाताओं की राजनीतिक रुचियों से प्राप्त संकेतों के आधार पर अपनी चुनावी रणनीतियों को अनुकूलित करते हैं।

साहित्य समीक्षा

भारतीय चुनावी राजनीति में सोशल मीडिया की बढ़ती भूमिका को समझने के लिए विभिन्न अध्ययनों ने डिजिटल मंचों, युवा मतदाताओं, राजनीतिक सहभागिता और चुनावी प्रचार की बदलती प्रकृति का विश्लेषण किया है।

पुरकायस्थ (2025) के अध्ययन के अनुसार, 35 वर्ष से कम आयु के युवा चुनावी विमर्श को आगे बढ़ाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं और वे कुल मतदाताओं के आधे से अधिक हिस्से का प्रतिनिधित्व करते हैं। फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम और यूट्यूब जैसे सोशल मीडिया मंचों ने युवा मतदाताओं को अपने विचार व्यक्त करने, राजनीतिक घोषणापत्रों का परीक्षण करने और पारंपरिक मीडिया के सूचना-नियंत्रण को चुनौती देने का अवसर दिया है।

शिवराजू (2025) के अध्ययन में पाया गया कि 2019 में सोशल मीडिया चुनावी अभियान का सहायक माध्यम था, लेकिन 2024 तक यह अभियान के केंद्र में आ गया। प्रभावशाली व्यक्तियों के नेतृत्व वाले अभियान, आँकड़ा-आधारित लक्षित मतदाता संपर्क और फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्सएप, इंस्टाग्राम तथा यूट्यूब पर लक्षित संदेशों ने राजनीतिक पहुँच, लामबंदी और राजनीतिक विमर्श को प्रभावित किया।

कौर और सिंह (2024) के अनुसार सोशल मीडिया एक “गेम चेंजर” बन गया है क्योंकि यह लोगों को अपने विचार व्यक्त करने, राजनीतिक दलों और मतदाताओं के बीच प्रत्यक्ष संवाद स्थापित करने तथा राजनीतिक दलों के संदेश, घोषणापत्र और भाषणों को व्यापक रूप से प्रसारित करने में सक्षम बनाता है।

हेगर (2019) ने ऑनलाइन राजनीतिक विज्ञापनों के मतदाता व्यवहार पर प्रभाव को समझने के लिए क्षेत्र-आधारित प्रयोगात्मक अध्ययन किया। यह अध्ययन बताता है कि डिजिटल विज्ञापन केवल सूचना प्रसार का माध्यम नहीं बल्कि मतदाता-प्रेरणा का संभावित साधन भी है।

ली और ज़ेनोस (2022) ने सोशल मीडिया के माध्यम से आकस्मिक समाचार-संपर्क और राजनीतिक सहभागिता के बीच संबंध का अध्ययन किया। दो पैरल डेटासेट के आधार पर किए गए विश्लेषण में पाया गया कि सोशल मीडिया पर राजनीतिक समाचारों के संपर्क और राजनीतिक सहभागिता के बीच संबंध एकतरफा न होकर पारस्परिक प्रकृति का है। यह निष्कर्ष चुनावी सामाजिक मीडिया अध्ययन में केवल संदेश की पहुँच के बजाय दर्शकों की सक्रिय सहभागिता और पारस्परिक संचार को मापने की आवश्यकता को रेखांकित करता है।



चैडविक और स्ट्रोमर-गैली (2016) ने राजनीतिक दलों और चुनावी अभियानों में डिजिटल मीडिया की भूमिका का विश्लेषण करते हुए संगठनात्मक नियंत्रण और नागरिक सहभागिता के बीच बदलते संबंध को रेखांकित किया। अध्ययन के अनुसार डिजिटल मीडिया ने राजनीतिक दलों को नई प्रकार की संचार रणनीतियाँ विकसित करने तथा नागरिकों को अधिक व्यक्तिगत और सहभागितापरक राजनीतिक अभिव्यक्ति का अवसर प्रदान किया है।

उपरोक्त अध्ययनों के समेकित विश्लेषण से स्पष्ट होता है कि भारतीय चुनावी राजनीति में सोशल मीडिया की भूमिका बहुआयामी हो चुकी है। विशेष रूप से 2019 से 2024 के बीच सोशल मीडिया की भूमिका सहायक माध्यम से बढ़कर चुनावी रणनीति के केंद्रीय घटक तक पहुँची है। अतः भाजपा और कांग्रेस की 2024 लोकसभा चुनाव की डिजिटल रणनीतियों का तुलनात्मक अध्ययन केवल फॉलोअर्स संख्या या विज्ञापन व्यय के आधार पर नहीं, बल्कि सामग्री, सहभागिता, राजनीतिक आख्यान, लक्षित संचार और मतदाता लामबंदी के अंतर्संबंधों के आधार पर किया जाना अधिक उपयुक्त होगा।

शोध उद्देश्य

इस अध्ययन के उद्देश्य निम्नलिखित हैं:

1. भाजपा और भारतीय राष्ट्रीय कांग्रेस के आधिकारिक सोशल मीडिया अकाउंट्स की डिजिटल पहुँच और सहभागिता का तुलनात्मक अध्ययन करना।
2. 2024 के लोकसभा चुनाव के दौरान भाजपा और कांग्रेस द्वारा अपनाई गई सोशल मीडिया रणनीतियों का तुलनात्मक अध्ययन और विश्लेषण करना।
3. भाजपा और कांग्रेस के चुनावी घोषणापत्रों को छोटे डिजिटल संदेशों, वीडियो और चुनावी नारों में बदलने की प्रक्रिया का अध्ययन करना।

शोध-पद्धति

यह अध्ययन मुख्य रूप से द्वितीयक आँकड़ों पर आधारित है। इसमें राष्ट्रीय और क्षेत्रीय समाचार-पत्रों में प्रकाशित रिपोर्टें, राजनीतिक विश्लेषकों द्वारा किए गए विश्लेषणों, संबंधित वेबसाइटों तथा मीडिया पेशेवरों से प्राप्त जानकारी का उपयोग किया गया है। इसके अतिरिक्त, अध्ययन को अधिक मजबूत बनाने के लिए प्राथमिक स्रोतों को भी शामिल किया गया है। इनमें भारत निर्वाचन आयोग की आधिकारिक रिपोर्टें तथा प्रमुख राजनीतिक दलों के चुनावी घोषणापत्र शामिल हैं।



अध्ययन में चुनावी प्रक्रिया में मुख्यधारा मीडिया और सोशल मीडिया की भूमिका तथा उनके प्रतिनिधित्व का भी परीक्षण किया गया है। शोध-पद्धति मुख्यतः अवलोकनात्मक और विश्लेषणात्मक है, जिसका उद्देश्य राजनीतिक संचार और चुनावी अभियानों की प्रक्रियाओं में दिखाई देने वाले पैटर्न, प्रवृत्तियों और राजनीतिक आख्यानो की व्याख्या करना है।

सोशल मीडिया और घोषणापत्र की राजनीति:

कांग्रेस और भाजपा ने मतदाताओं का समर्थन प्राप्त करने के उद्देश्य से अपने-अपने चुनावी घोषणापत्र जारी किए। दोनों दलों के घोषणापत्र आंशिक रूप से प्रभावी रहे। कुछवादों ने मतदाताओं को भाजपा के पक्ष में प्रभावित किया, जबकि कुछ अन्यवादों ने कांग्रेस के पक्ष में प्रभाव डाला। परिणामस्वरूप गठबंधन सरकार का गठन हुआ।

भाजपा का घोषणापत्र 2024(संकल्प पत्र): भाजपा ने अपने संकल्प पत्र के सभी घोषणाओं को 'मोदी की गारंटी' का नाम दिया।

गरीब परिवारों के लिए मोदी की गारंटी: भाजपा ने प्रधानमंत्री गरीब कल्याण अन्न योजना के माध्यम से 80 करोड़ से अधिक लोगों को पांच वर्षों तक मुफ्त राशन उपलब्ध कराने की प्रतिबद्धता दोहराई। आयुष्मान भारत के स्वास्थ्य कवरेज का विस्तार करने तथा प्रधानमंत्री आवास योजना के माध्यम से किफायती आवास बढ़ाने की बात कही गई। हर घर नल से जल योजना के माध्यम से प्रत्येक परिवार तक स्वच्छ पेयजल पहुंचाने, उज्ज्वला योजना के माध्यम से स्वच्छ खाना पकाने का ईंधन उपलब्ध कराने और प्रधानमंत्री सूर्य घर मुफ्त बिजली योजना के माध्यम से निम्न आय वाले परिवारों को मुफ्त बिजली देने का प्रस्ताव रखा गया।

नारी शक्ति के लिए मोदी की गारंटी: लखपति दीदी योजना का विस्तार तीन करोड़ महिलाओं तक करने, स्वयं सहायता समूहों को प्रमुख सेवा उद्योगों से जोड़ने तथा ODOP, ONDC और GeM जैसे मंचों के माध्यम से बाजार तक महिलाओं की पहुंच बढ़ाने की बात कही गई। नारी शक्ति वंदन अधिनियम को पूरी तरह लागू करने तथा शक्ति डेस्क और आपातकालीन हेल्पलाइन 112 के माध्यम से महिला सुरक्षा को मजबूत करने की बात कही गई।

किसान सम्मान के लिए मोदी की गारंटी: भाजपा ने किसानों के सम्मान और सशक्तीकरण के लिए मृदा स्वास्थ्य कार्ड, फसल बीमा, गुणवत्तापूर्ण बीज और प्रधानमंत्री किसान सम्मान योजना के माध्यम से प्रतिवर्ष ₹6,000 की

प्रत्यक्ष आर्थिक सहायता जैसे उपायों पर जोर दिया। MSP में सुधार, दलहन और खाद्य तेलों में आत्मनिर्भरता तथा भारत को मोटे अनाज के क्षेत्र में वैश्विक नेतृत्वकर्ता बनाने का प्रस्ताव रखा गया।

एमएसएमई, छोटे व्यापारियों के लिए मोदी की गारंटी: भाजपा द्वारा लघु एवं मध्यम उद्यमों और छोटे व्यवसायों के लिए डिजिटल ऋण की पहुँच बढ़ाने, प्रधानमंत्री विश्वकर्मा योजना का विस्तार करने और अनुपालन प्रक्रियाओं को सरल बनाने का प्रस्ताव रखा गया और सरल GST प्रणाली के माध्यम से व्यवसायों के विकास को बढ़ावा देने की बात कही गई।

सुशासन के लिए मोदी की गारंटी: भारतीय जनता पार्टी की 'सुधार, प्रदर्शन और रूपांतरण' की अवधारणा तकनीकी तथा संस्थागत सुधारों के माध्यम से पारदर्शी, नागरिक-केंद्रित प्रशासन स्थापित करने पर केंद्रित है। इसके प्रमुख प्राथमिकता क्षेत्रों में भ्रष्टाचार-रोधी उपायों को सुदृढ़ करना, समान नागरिक संहिता लागू करना, 'एक राष्ट्र, एक चुनाव' जैसी चुनावी व्यवस्थाओं में सुधार तथा न्यायिक व्यवस्था के आधुनिकीकरण के लिए राष्ट्रीय वाद नीति के विकास की बात कही गई।

स्वस्थ भारत के लिए मोदी की गारंटी: भारत के स्वास्थ्य क्षेत्र के महत्वपूर्ण सुधारों में आयुष मंत्रालय, 15 नए AIIMS और आयुष्मान भारत शामिल हैं, जिसके माध्यम से लाखों लोगों को ₹5 लाख तक का मुफ्त उपचार उपलब्ध कराने की बात कही गई। स्वस्थ भारत की योजना में AIIMS, आयुष्मान आरोग्य मंदिर, जिला अस्पतालों को मजबूत करने पर जोर दिया गया। इसके साथ चिकित्सा सीटों की संख्या बढ़ाने और ट्रॉमा केयर मिशन शुरू करने की योजना प्रस्तुत की गई।

गुणवत्तापूर्ण शिक्षा के लिए मोदी की गारंटी: भारत की शिक्षा व्यवस्था में नए IIT, IIIT, IIM, AIIMS, चिकित्सा संस्थानों और विश्वविद्यालयों के माध्यम से उच्च शिक्षा की क्षमता बढ़ी है। राष्ट्रीय शिक्षा नीति 2020 के अनुरूप मातृभाषा में शिक्षा, शिक्षक प्रशिक्षण, और तकनीकी एकीकरण पर जोर दिया गया। PM e-विद्या, स्वयं, स्वयं-प्रभा और डिजिटल विश्वविद्यालय जैसी पहलों के माध्यम से युवाओं के कौशल विकास का प्रस्ताव रखा गया। एक विद्यार्थी पहचान (APAAR) प्रणाली के माध्यम से शैक्षणिक अभिलेखों तक आसान पहुँच की बात कही गई।

सुरक्षित भारत के लिए मोदी की गारंटी: पिछले दशक में सरकार ने आतंकवाद और नक्सलवाद के प्रति शून्य-सहिष्णुता की नीति अपनाई। इसके उदाहरण के रूप में 2016 की सर्जिकल स्ट्राइक और 2019 की बालाकोट हवाई कार्रवाई का उल्लेख किया गया। रक्षा सुधारों में CDS की स्थापना, एकीकृत थिएटर कमान का विकास तथा सशस्त्र



बलों और केंद्रीय सशस्त्र पुलिस बलों का आधुनिक तकनीक से आधुनिकीकरण तथा डिजिटल संप्रभुता और साइबर सुरक्षा को सुदृढ़ करने की बात कही गई।

कांग्रेस का घोषणापत्र 2024(न्याय संकल्प पत्र): कांग्रेस ने अपने घोषणा पत्र में “न्याय सुनिश्चित करने” पर विशेष जोर दिया।

सामाजिक न्याय: कांग्रेस ने सामाजिक न्याय को बढ़ावा देने तथा वंचित समुदायों को सशक्त बनाने की बात कही। प्रमुख प्रस्तावों में देशव्यापी सामाजिक-आर्थिक एवं जातिगत जनगणना, 50 प्रतिशत आरक्षण की सीमा की समीक्षा, लंबित रिक्तियों को भरना, सरकारी नौकरियों को नियमित करना, छात्रवृत्तियों में सुधार, तथा निजी संस्थानों में वंचित समुदायों के लिए सीट आरक्षण शामिल थे।

युवा न्याय: कांग्रेस ने “युवा न्याय” रणनीति के माध्यम से युवा बेरोजगारी को संबोधित करने का प्रस्ताव रखा। इसमें 25 वर्ष से कम आयु के स्नातकों के लिए एक वर्ष की भुगतानयुक्त प्रशिक्षुता प्रदान करने वाला अधिकार-आधारित प्रशिक्षुता अधिनियम, परीक्षा प्रश्नपत्र लीक मामलों के लिए त्वरित न्यायालय केंद्र, पंचायत और नगर निकायों में 30 लाख रोजगार सृजित करने का प्रस्ताव शामिल था।

शिक्षा संबंधी न्याय: इसके अंतर्गत कक्षा 1 से 12वीं तक अनिवार्य शिक्षा की अवधि बढ़ाने, राज्यों के साथ राष्ट्रीय शिक्षा नीति की समीक्षा करने, केंद्रीय विद्यालयों, नवोदय विद्यालयों और कस्तूरबा गांधी बालिका विद्यालयों की संख्या बढ़ाने तथा विज्ञान, प्रौद्योगिकी एवं इंजीनियरिंग शिक्षा को बढ़ावा देने की बात कही गई। कांग्रेस ने संविदा आधारित शिक्षण व्यवस्था को समाप्त करने, प्रत्येक तहसील में सरकारी सामुदायिक महाविद्यालय स्थापित करने तथा जरूरतमंद विद्यार्थियों के लिए बिना जमानत वाले शिक्षा ऋण को पुनः शुरू करने का प्रस्ताव रखा।

महिला न्याय: कांग्रेस के घोषणापत्र में महालक्ष्मी योजना के अंतर्गत प्रतिवर्ष ₹1 लाख की सहायता, 2025–2029 के दौरान विधायी संस्थाओं में एक-तिहाई आरक्षण तथा 2025 से केंद्र सरकार की नौकरियों में 50 प्रतिशत आरक्षण का प्रस्ताव शामिल था। महिलाओं की कार्यबल में भागीदारी बढ़ाने के लिए सुरक्षित कार्यस्थल, समान वेतन, मातृत्व जैसी व्यवस्थाओं पर जोर दिया गया।

किसान न्याय: कांग्रेस ने किसानों के हित में न्यूनतम समर्थन मूल्य को कानूनी गारंटी देने, कृषि लागत एवं मूल्य आयोग को औपचारिक दर्जा देने की व्यवस्था करने का प्रस्ताव रखा। कृषि वित्त के लिए स्थायी आयोग बनाने और फसल बीमा के त्वरित निपटारे की बात भी कही गई। ई-बाजार और खेत-स्तरीय बिक्री जैसे विभिन्न बिक्री माध्यमों को बढ़ावा देने के साथ बागवानी, मत्स्यपालन और रेशम उत्पादन में विविधीकरण का प्रस्ताव रखा गया। प्रत्येक जिले में कृषि एवं पशु चिकित्सा महाविद्यालय स्थापित करने की योजना भी प्रस्तुत की गई।

आर्थिक न्याय: कांग्रेस ने एक खुले तथा निजी क्षेत्र के नेतृत्व वाली अर्थव्यवस्था के साथ मजबूत सार्वजनिक क्षेत्र की वकालत की। “नव संकल्प आर्थिक नीति” में रोजगार और विनिर्माण आधारित विकास को प्राथमिकता दी गई। साथ ही महंगाई, गरीबी, भूख, कुपोषण और असमानता जैसी समस्याओं को काम, संपत्ति और कल्याण के तीन प्रमुख आधारों के माध्यम से संबोधित करने की बात कही गई।

संवैधानिक न्याय: कांग्रेस ने लोकतांत्रिक स्वतंत्रताओं को बढ़ावा देने के लिए अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता और मीडिया की स्वतंत्रता बहाल करने, मानहानि को अपराध की श्रेणी से हटाने, मनमाने इंटरनेट बंद को रोकने तथा निजता और व्यक्तिगत स्वतंत्रता की रक्षा करने और संसदीय सुधारों का प्रस्ताव रखा। इनमें संसद की वर्ष में 100 दिन कार्य करने की व्यवस्था, प्रत्येक सप्ताह विपक्ष के लिए कार्यसूची तथा निष्पक्ष पीठासीन अधिकारियों की व्यवस्था शामिल थी।

ग्रामीण एवं शहरी विकास: कांग्रेस ने भूमि-स्वामित्व के अधिकार संबंधी कानून, विस्तारित प्रधानमंत्री ग्राम सड़क योजना और राष्ट्रीय पेयजल मिशन के त्वरित कार्यान्वयन के माध्यम से ग्रामीण एवं शहरी विकास को बढ़ावा देने का प्रस्ताव रखा। मनरेगा की मजदूरी ₹400 प्रतिदिन करने और शहरी रोजगार कार्यक्रम, प्रशासनिक अधिकारों वाले निर्वाचित महापौर, ग्रामीण-शहरी संपर्क में वृद्धि तथा महिलाओं और बच्चों के लिए सुरक्षित परिवहन को प्राथमिकता देने की बात कही गई।

भाजपा की सोशल मीडिया रणनीति (2024 लोकसभा चुनाव):

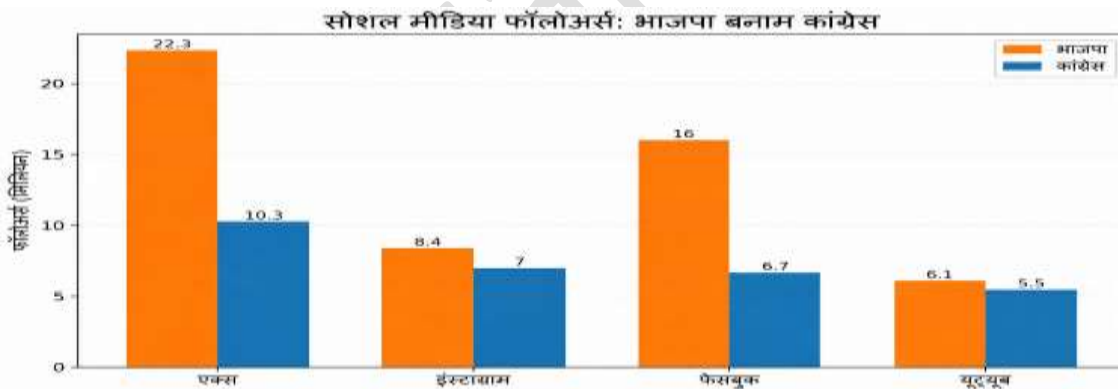
2024 के आम चुनाव में सोशल मीडिया और इंटरनेट विज्ञापन भाजपा के व्यापक, सुव्यवस्थित और बड़े वित्तीय संसाधनों वाले डिजिटल अभियान के प्रमुख घटक थे। आधिकारिक व्यय रिपोर्टों के अनुसार भाजपा ने चुनाव से संबंधित ₹1,737.68 करोड़ खर्च किए, जिसमें मीडिया मार्केटिंग, इंटरनेट विज्ञापन, सामूहिक SMS और डिजिटल प्रचार के लिए ₹611.50 करोड़ निर्धारित किए गए। दिसंबर 2023 से मार्च 2024 के शुरुआती अभियान चरण में भाजपा ने अकेले गूगल और मेटा (फेसबुक/इंस्टाग्राम) जैसे मंचों पर इंटरनेट विज्ञापन के लिए ₹37 करोड़ से अधिक

खर्च किए। वीडियो विज्ञापन डिजिटल खर्च का महत्वपूर्ण हिस्सा थे। पहले चरण में ही यूट्यूब मार्केटिंग पर ₹9.5 करोड़ से अधिक खर्च किया गया। भाजपा ने सोशल मीडिया को 2024 के चुनावी संपर्क का एक मूलभूत घटक माना, न कि केवल पारंपरिक अभियान का अतिरिक्त माध्यम।

कांग्रेस की सोशल मीडिया रणनीति (2024 लोकसभा चुनाव):

विश्वसनीय विश्लेषणों के अनुसार कांग्रेस ने अपने डिजिटल विज्ञापन खर्च में उल्लेखनीय वृद्धि की और भाजपा के साथ अंतर को कम किया। 2019 में कांग्रेस ने गूगल मंच पर लगभग ₹2 करोड़ विज्ञापन खर्च किया था, जबकि 2024 में यह बढ़कर लगभग ₹34.4 करोड़ हो गया। यह लगभग 1,569 प्रतिशत की वृद्धि थी। रिपोर्टों के अनुसार पार्टी ने अपने संदेशों को व्हाट्सएप के माध्यम से प्रसारित करने के लिए लगभग 20,000 कार्यकर्ताओं को जोड़ा। फेसबुक, यूट्यूब, इंस्टाग्राम और X जैसे कांग्रेस के सोशल मीडिया मंचों पर उल्लेखनीय वृद्धि हुई। चुनाव से पहले कांग्रेस के इंस्टाग्राम फॉलोअर्स में 13.2 लाख से अधिक की वृद्धि हुई, जो प्रभावी दर्शक सहभागिता अभियान को दर्शाती है। कांग्रेस ने घोषणापत्र के वादों को प्रमुखता देने के लिए #Bhartibharosa, #Pehlinaukaripakki और #Kissan Msp Guarantee जैसे हैशटैग का प्रयोग किया। इसके अलावा राहुल गांधी के श्रमिकों और किसानों के साथ संवाद जैसे जमीनी स्तर के जुड़ाव वाले कंटेंट को नियमित रूप से साझा किया गया।

सोशल मीडिया फॉलोअर्स की तुलना: भाजपा बनाम कांग्रेस (2024, लगभग)



भाजपा ने 2024 में प्रमुख सोशल मीडिया मंचों, विशेषकर एक्स और फेसबुक पर फॉलोअर्स तथा सब्सक्राइबर्स की संख्या के मामले में स्पष्ट संरचनात्मक बढ़त बनाए रखी। हालांकि शोध यह भी संकेत करता है कि केवल फॉलोअर्स की संख्या डिजिटल प्रभाव का पूर्ण माप नहीं है (शिवराजू, 2025)। भाजपा का विशाल डिजिटल आधार व्यापक भुगतान-आधारित विज्ञापन पहुँच, सामग्री के तेजी से प्रसार और विभिन्न जनसांख्यिकीय समूहों तक पहुँच बनाने में सहायक रहा। विशाल व्हाट्सएप समूह नेटवर्क ने संदेशों को बड़ी संख्या में लोगों तक पहुँचाने की क्षमता को और बढ़ाया।

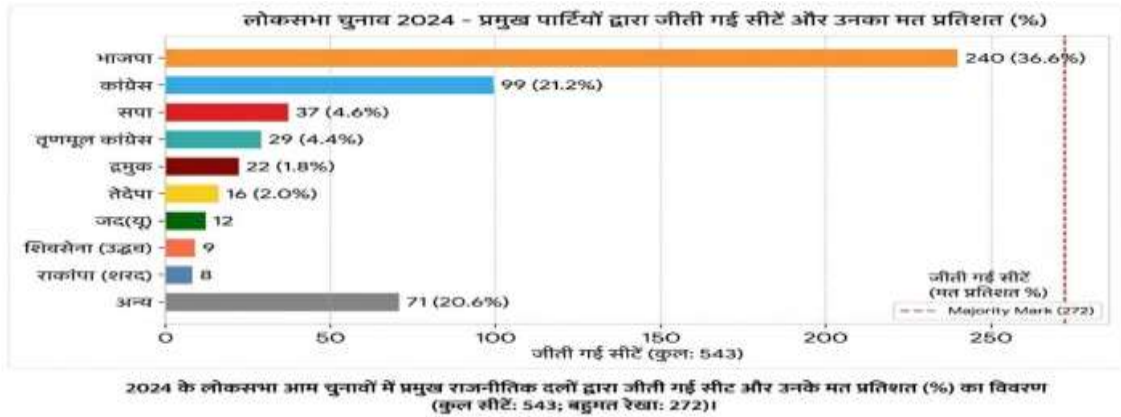


हालांकि कांग्रेस फॉलोअर्स की कुल संख्या में पीछे थी, फिर भी इंस्टाग्राम, एक्स, फेसबुक और यूट्यूब पर उसकी मजबूत डिजिटल उपस्थिति बनी रही। इससे वह युवा मतदाताओं से जुड़ने में सक्षम रही। फॉलोअर्स की संख्या, सामग्री निर्माण रणनीति, मंच की विशेषताओं और दर्शकों की सहभागिता के बीच संबंध चुनावी राजनीति में अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाता है। शोध के अनुसार साझा किए गए संदेश, टिप्पणियाँ, पुनःप्रसारण और नेटवर्क के माध्यम से सामग्री का प्रसार केवल अनुयायियों की संख्या की तुलना में राजनीतिक लामबंदी के लिए अधिक महत्वपूर्ण हो सकता है। इसलिए सोशल मीडिया के प्रभाव का मूल्यांकन केवल अनुयायियों की संख्या के आधार पर नहीं किया जा सकता। इसके लिए मंच-विशिष्ट सहभागिता, सामग्री की स्वीकार्यता और प्रसार का विस्तृत विश्लेषण आवश्यक है।

चुनावी परिवर्तन का उदाहरण: खंडित जनादेश

अधिकांश जनमत सर्वेक्षणों और एग्जिट पोल द्वारा भाजपा की स्पष्ट एवं निर्णायक बहुमत की भविष्यवाणी किए जाने के विपरीत, 4 जून 2024 को घोषित चुनाव परिणामों ने एक अप्रत्याशित और खंडित जनादेश प्रस्तुत किया। भाजपा को 240 सीटें प्राप्त हुईं। परिणामस्वरूप भाजपा अपने दम पर बहुमत प्राप्त करने में असफल रही, हालांकि भाजपा के नेतृत्व वाले गठबंधन एनडीए ने कुल 293 सीटों पर जीत प्राप्त की। नरेंद्र मोदी ने जवाहरलाल नेहरू के रिकॉर्ड की बराबरी करते हुए प्रधानमंत्री के रूप में ऐतिहासिक तीसरा कार्यकाल प्राप्त किया। साथ ही, भाजपा लगातार तीसरी बार लोकसभा में सबसे बड़े एकल दल के रूप में उभरी। भाजपा का मत प्रतिशत घटकर 36.56% रह गया। कांग्रेस ने 99 सीटों पर जीत प्राप्त की, जबकि वर्ष 2019 में उसे केवल 52 सीटें मिली थीं, पार्टी का मत प्रतिशत बढ़कर 21.19% हो गया। क्षेत्रीय दलों और गठबंधन सहयोगियों ने भी वर्ष 2024 के चुनाव परिणामों को प्रभावित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। समाजवादी पार्टी ने 37 सीटें, तृणमूल कांग्रेस ने 29 सीटें और डीएमके ने 22 सीटें प्राप्त कीं। वहीं टीडीपी और जेडीयू भाजपा के नेतृत्व वाले एनडीए के प्रभावशाली सहयोगी दलों के रूप में उभरे, जिन्होंने क्रमशः 16 और 12 सीटें जीतीं। बसपा का प्रदर्शन वर्ष 1989 के बाद का उसका सबसे कमजोर प्रदर्शन रहा और पार्टी एक भी सीट जीतने में असफल रही।

वर्ष 2024 के लोकसभा चुनाव परिणामों से एक विभाजित एवं खंडित जनादेश की स्थिति सामने आती है, जिसकी प्रमुख विशेषताएँ एकल-दलीय प्रभुत्व में कमी, क्षेत्रीय राजनीतिक दलों के प्रभाव में वृद्धि तथा मतदाताओं के बदलते राजनीतिक गठजोड़ के रूप में दिखाई देती हैं। यद्यपि पूर्वोत्तर राज्यों में नोटा के मत प्रतिशत में मामूली वृद्धि दर्ज की गई, लेकिन राष्ट्रीय स्तर पर नोटा के मत प्रतिशत में कमी आई और यह घटकर 0.99% रह गया (ईसीआई)।



डिजिटल चुनाव अभियान के जोखिम, चुनौतियाँ और नैतिक चिंताएँ:

1. डिजिटल विभाजन

ग्रामीण क्षेत्रों के युवाओं तथा निम्न आय और कम शैक्षणिक अवसर वाले लोगों के पास अक्सर स्थिर इंटरनेट कनेक्टिविटी और पर्याप्त डिजिटल कौशल उपलब्ध नहीं होते। इससे डिजिटल विभाजन बना रहता है और राजनीतिक सहभागिता असमान हो जाती है। इसके परिणामस्वरूप डिजिटल रूप से अधिक सक्षम समूह राजनीतिक विमर्श पर अधिक प्रभाव स्थापित कर सकते हैं।

2. गलत सूचना और ध्रुवीकरण

गलत सूचनाओं का तेजी से प्रसार और राजनीतिक ध्रुवीकरण जनमत को प्रभावित कर सकता है। बिना प्रमाण वाले दावे और भावनात्मक सामग्री राजनीतिक दृष्टिकोण को विकृत कर सकती है तथा वैचारिक दूरी को बढ़ा सकती है। इससे नागरिकों की सूचित लोकतांत्रिक निर्णय लेने की क्षमता प्रभावित होती है।

3. ऑनलाइन और ऑफलाइन सहभागिता में अंतर

सोशल मीडिया लोगों को अपने विचार व्यक्त करने का अवसर देता है, लेकिन ऑनलाइन राजनीतिक सहभागिता हमेशा वास्तविक मतदान या अन्य महत्वपूर्ण नागरिक गतिविधियों में परिवर्तित नहीं होती। अर्थात् सोशल मीडिया पर सक्रिय होना आवश्यक रूप से वास्तविक राजनीतिक या नागरिक भागीदारी में बदल जाए, ऐसा जरूरी नहीं है।

4. नियामकीय और पारदर्शिता संबंधी चुनौतियाँ

राजनीतिक दल और अन्य राजनीतिक अभिनेता डिजिटल वित्त, एल्गोरिदम द्वारा सामग्री के प्रसार तथा सूक्ष्म-लक्षित विज्ञापनों से संबंधित नियामकीय कमियों का फायदा उठा सकते हैं। इससे लोकतांत्रिक प्रक्रिया की पारदर्शिता, निष्पक्षता और विश्वसनीयता प्रभावित होने का खतरा रहता है।

निष्कर्ष



वर्ष 2024 के लोकसभा चुनाव भारतीय चुनावी राजनीति में एक महत्वपूर्ण परिवर्तनकारी स्वरूप में सामने आए, जिसमें डिजिटल संचार चुनावी अभियान की रणनीति के एक महत्वपूर्ण घटक के रूप में उभरा। यह अध्ययन दर्शाता है कि सोशल मीडिया ने भाजपा और कांग्रेस द्वारा जनसमर्थन जुटाने, राजनीतिक आख्यानो के प्रसार तथा विभिन्न सामाजिक एवं मतदाता समूहों के साथ संवाद स्थापित करने की प्रक्रिया को महत्वपूर्ण रूप से परिवर्तित किया है। दोनों राजनीतिक दलों ने एक्स, फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब और व्हाट्सऐप जैसे डिजिटल मंचों का व्यापक उपयोग किया, जो पारंपरिक जनसंचार माध्यमों पर आधारित चुनावी प्रचार से आगे बढ़कर एक मिश्रित एवं डिजिटल माध्यमों से संचालित राजनीतिक संचार व्यवस्था की ओर संक्रमण को दर्शाता है।

तुलनात्मक अध्ययन से स्पष्ट होता है कि भाजपा ने व्यापक फॉलोअर आधार, अपेक्षाकृत अधिक डिजिटल निवेश तथा बेहतर आँकड़ा-आधारित लक्षित संचार के माध्यम से डिजिटल पहुँच के क्षेत्र में महत्वपूर्ण बढ़त बनाए रखी। इसके विपरीत, कांग्रेस ने लक्षित राजनीतिक संदेशों तथा फॉलोअर्स कार्यकर्ताओं द्वारा संचालित व्हाट्सऐप नेटवर्क के माध्यम से मतदाताओं की सहभागिता में उल्लेखनीय वृद्धि हासिल की। इससे यह संकेत मिलता है कि डिजिटल राजनीतिक प्रभाव के निर्धारण में केवल फॉलोअर्स की संख्या की अपेक्षा सहभागिता की गुणवत्ता और प्रकृति अधिक महत्वपूर्ण होती जा रही है।

वर्ष 2024 के चुनाव परिणामों में सामने आया विभाजित जनादेश और एकल-दलीय प्रभुत्व में कमी यह दर्शाती है कि डिजिटल चुनावी अभियान राजनीतिक संचार और जनसंपर्क को प्रभावी बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं, किंतु वे अपने आप में चुनावी परिणामों को पूर्णतः निर्धारित नहीं करते। चुनावी परिणाम अभी भी स्थानीय राजनीतिक गठबंधनों, सामाजिक-आर्थिक मुद्दों तथा क्षेत्रीय एवं स्थानीय राजनीतिक परिस्थितियों से व्यापक रूप से प्रभावित होते हैं। अध्ययन में डिजिटल चुनावी राजनीति से जुड़ी कई महत्वपूर्ण चुनौतियों की भी पहचान की गई है। इनमें डिजिटल विभाजन, गलत सूचना एवं दुष्प्रचार, एल्गोरिदम आधारित हेरफेर, सूक्ष्म-लक्षित राजनीतिक प्रचार तथा डिजिटल चुनावी वित्त के अपर्याप्त नियमन जैसी समस्याएँ प्रमुख हैं।

ये चुनौतियाँ लोकतांत्रिक प्रक्रियाओं की पारदर्शिता, निष्पक्षता और विश्वसनीयता को प्रभावित करने के साथ-साथ राजनीतिक सहभागिता की समानता एवं लोकतांत्रिक अखंडता के लिए भी गंभीर जोखिम उत्पन्न करती हैं। डिजिटल प्रौद्योगिकियों ने राजनीतिक सहभागिता, मतदाता पहुँच और राजनीतिक संचार के विस्तार को बढ़ावा दिया है, किंतु इसके साथ ही उन्होंने लोकतांत्रिक व्यवस्था के समक्ष नई प्रकार की संवेदनशीलताएँ और चुनौतियाँ भी उत्पन्न की हैं, जिनके समाधान के लिए तत्काल नीतिगत एवं विधायी हस्तक्षेप आवश्यक है। लोकतांत्रिक प्रक्रियाओं की सुरक्षा के लिए नागरिकों में मीडिया एवं डिजिटल साक्षरता को बढ़ावा देना, डिजिटल क्षेत्र में निष्पक्षता सुनिश्चित करना



तथा राजनीतिक विज्ञापन, सूक्ष्म-लक्षित प्रचार, डिजिटल वित्त और ऑनलाइन दुष्प्रचार से संबंधित अधिक प्रभावी एवं कठोर नियामकीय प्रावधान लागू करना आवश्यक है।

वर्ष 2024 के लोकसभा चुनाव इस तथ्य को स्पष्ट रूप से रेखांकित करते हैं कि डिजिटल राजनीति अब भारतीय चुनावी रणनीति का अभिन्न हिस्सा बन चुकी है। आने वाले वर्षों में डिजिटल प्रौद्योगिकियाँ राजनीतिक प्रतिस्पर्धा, मतदाता सहभागिता, राजनीतिक संचार तथा लोकतांत्रिक भागीदारी को निरंतर प्रभावित करती रहेंगी। अतः भविष्य की चुनावी राजनीति को समझने के लिए डिजिटल माध्यमों की पहुँच के साथ-साथ उनकी सहभागिता, प्रभावशीलता, विश्वसनीयता, पारदर्शिता और लोकतांत्रिक प्रभाव का समग्र अध्ययन आवश्यक होगा।

सन्दर्भ

1. Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2020). The logic of connective action: Digital media and the personalisation of contentious politics. Cambridge University Press
2. Bhartiya Rastriya Congress Nyay Patra (Congress Manifesto, 2024). New Delhi: The All-India Congress Committee, Samrat Offset, 2024. Available from: <https://g.co/about/pjsaqs>
3. Bhajpa ka Sankalp, Modi ki Guarantee (BJP Manifesto, 2024); 2024. Available from: <https://www.bjp.org/bjp-manifesto-2024>
4. Chadwick, A., & Stromer-Galley, J. (2016). Digital media, power, and democracy in parties and election campaigns. The International Journal of Press/Politics, 21(3), 283-293
5. Diamond, L. (2019). Ill winds: Saving democracy from Russian rage, Chinese ambition, and American complacency. Penguin
6. Hager, A. (2019). Do online ads influence vote choice?. Political Communication, 36(3), 376-393.
7. India Today. (2024, August 24). How Congress got the upper hand in the battle of likes and shares.
8. Kaur, P., & Singh, J. (2024). Role of social media in Indian politics: A game changer for political parties. Journal of Political Studies, 15(2), 112-125
9. Lee, S., & Xenos, M. (2022). Incidental news exposure via social media and political participation: Evidence of reciprocal effects. New Media & Society, 24(1), 178-201.
10. Mohan, A. (2024). Elections in the digital age: AI and social media strategies in India's



The Asian Thinker

A Quarterly Bilingual Peer-Reviewed Journal for Social Sciences and Humanities

Year-8 Volume: III, July-September, 2026 Issue-31 ISSN: 2582-1296 (Online)

Website: www.theasianthinker.com

Email: asianthinkerjournal@gmail.com

2024 general elections. Cambridge Journal of Digital Politics, 14(1), 75–110.

11. Norris, P., & Grömping, M. (2022). Electoral integrity in the digital age: Risks and opportunities. Oxford University Press.

12. Party Expenditure Report. (2025). Indian Election Commission- 2024 Lok Sabha Report: Party Expenditures as submitted by major parties.

13. Purkayastha, M. (2025). The role of youth and social media in Indian elections. International Journal of Research and Scientific Innovation (IJRSI), 12(7), 624–632.

14. Suherlan, S. (2023). Digital Technology Transformation in Enhancing Public Participation in Democratic Processes. Technology and Society Perspectives (TACIT), 1(1), 10–17.

15. Shivaraju, D. (2025). Social Media and Electoral Politics in India: A Comparative Analysis of the 2019 and 2024 Lok Sabha Elections. South India Journal of Social Sciences, 23(4).

16. Schmidt, H. (2021). Digital Campaigning and the Rise of Online Political Activism. Political Studies Review, 19(4), 567-583