IJCRT.ORG ISSN : 2320-2882

INTERNATIONAL JOURNAL OF CREATIVE RESEARCH THOUGHTS (IJCRT)

An International Open Access, Peer-reviewed, Refereed Journal

भारत में सोशल मीडिया के प्रावधान – राजनीति के संदर्भ में

नवीन

शोध छात्र , राजनीतिक विज्ञान विभाग, बाबा मस्तनाथ विश्वविद्यालय, रोहतक, भारत

डॉ (प्रोफेसर) ब्रहम प्रकाश

विभागाध्यक्ष, राजनीतिक विज्ञान विभाग, बाबा मस्तनाथ विश्वविद्यालय, रोहतक, भारत

सारांश

प्रस्तुत शोध पत्र में भारत में सोशल मीडिया से संबंधित कानूनी, नीतिगत, प्रशासनिक और संवैधानिक प्रावधानों का विस्तृत अध्ययन किया गया है। इस शोध में विशेष रूप से सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, 2000, आईटी (मध्यस्थ दिशा–निर्देश और डिजिटल मीडिया आचार संहिता) नियम, 2021, तथा भारतीय दंड संहिता (आईपीसी) और भारत के संविधान के अनुच्छेद 19(1)(ए) के तहत प्रदत्त अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता से जुड़े प्रावधानों का विश्लेषण किया गया है।

शोध का उद्देश्य यह समझना है कि भारत सरकार ने सोशल मीडिया के माध्यम से फैलने वाली गलत सूचनाओं, ऑनलाइन उत्पीड़न, साइबर धोखाधड़ी और राष्ट्रीय सुरक्षा से संबंधित खतरों से निपटने के लिए कौन–कौन से कदम उठाए हैं। साथ ही यह अध्ययन यह भी मूल्यांकन करेगा कि इन प्रावधानों का पत्रकारिता की स्वतंत्रता, अभिव्यक्ति के अधिकार, लोकतांत्रिक विमर्श और आम नागरिकों के डिजिटल अधिकारों पर क्या प्रभाव पड़ा है।

इसके अतिरिक्त, शोध पत्र में सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स की कॉरपोरेट जिम्मेदारियों और स्वयं–नियमन की नीतियों की भी चर्चा की गई है, जिसमें यह देखा गया है कि ये प्लेटफॉर्म किस प्रकार सरकार के साथ सहयोग कर रहे हैं या कभी–कभी मतभेद की स्थिति उत्पन्न होती है। इस संदर्भ में सुप्रीम कोर्ट और हाई कोर्ट के महत्वपूर्ण निर्णयों, सरकारी रिपोर्टों और विभिन्न समितियों की सिफारिशों का भी विश्लेषण किया गया है।

अंततः, यह शोध पत्र भारत में सोशल मीडिया से जुड़े विधिक ढाँचे की प्रभावशीलता, सीमाएँ और सुधार की संभावनाओं पर प्रकाश डालता है। डिजिटल युग में जहाँ अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता लोकतंत्र की आत्मा है, वहीं उसके दुरुपयोग को रोकने के लिए नियमों की सख्ती भी आवश्यक है। अतः यह अध्ययन इस दिशा में संतुलन खोजने का प्रयास करता है कि भारत में सोशल मीडिया को कैसे ऐसा माध्यम बनाया जाए जो जवाबदेह, सुरक्षित, पारदर्शी और लोकतांत्रिक मूल्यों के अनुरूप कार्य करे।

प्रमुख शब्द– सोशल मीडिया, राजनीति, संवैधानिक प्रावधान

प्रस्तावना

आधुनिक भारत की राजनीति में सोशल मीडिया एक ऐसा मंच बन चुका है जिसने राजनेताओं के संवाद, विचार–विमर्श, राजनीतिक सहभागिता और सूचना तक पहुँच के पूरे स्वरूप को बदल दिया है। जहां पहले राजनीतिक संचार मुख्य पारंपरिक मीडिया तक सीमित था, वहीं आज फेसबुक, एक्स, इंस्टाग्राम, यूट्यूब और व्हाट्सऐप जैसे डिजिटल प्लेटफॉर्म नागरिकों को सीधे जुड़ने, अपनी राय व्यक्त करने और सामाजिकदृ राजनीतिक घटनाओं पर प्रतिक्रिया देने का अवसर प्रदान कर रहे हैं। इस प्रकार सोशल मीडिया केवल तकनीकी नवाचार नहीं, बल्कि संविधान द्वारा प्रदत्त अनेक मौलिक अधिकारों के प्रयोग का आधुनिक माध्यम बन चुका है। इसलिए इसके अध्ययन में संविधानिक प्रावधानों की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण हो जाती है।

भारतीय संविधान का अनुच्छेद 19(1)(ए) नागरिकों को अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता प्रदान करता है, जिसे सोशल मीडिया ने व्यापक विस्तार दिया है। हर नागरिक को पोस्ट, वीडियो, टिप्पणी या डिजिटल सामग्री के माध्यम से अपनी बात रखने का अवसर मिलता है। लेकिन यह स्वतंत्रता पूर्णतः असीमित नहीं हैय अनुच्छेद 19(2) के अनुसार यह स्वतंत्रता तभी टिकाऊ और सुरक्षित मानी जाती है जब यह राष्ट्रीय सुरक्षा, सार्वजनिक व्यवस्था, नैतिकता, मानहानि या राज्य की अखंडता के हितों से टकराए नहीं। सोशल मीडिया पर फेक न्यूज, हेट स्पीच और हिंसा भड़काने वाली सामग्री इसी संवैधानिक सीमा के आधार पर नियंत्रित की जाती है।

सोशल मीडिया के तेजी से बढ़ते प्रभाव के कारण नागरिकों की गोपनीयता भी एक बड़ा मुद्दा बनकर उभरी है। सुप्रीम कोर्ट के ऐतिहासिक के एस पुट्टास्वामी बनाम भारत संघ (2017) निर्णय में अनुच्छेद 21 के तहत 'निजता का अधिकार' को मौलिक अधिकार घोषित किया गया, जिससे डिजिटल प्लेटफॉर्मों द्वारा डेटा संग्रह, प्रोफाइलिंग, ट्रैकिंग और राजनीतिक माइक्रो–टारगेटिंग पर स्पष्ट संवैधानिक सीमाएँ निर्धारित हुईं। यह अधिकार इस बात को सुनिश्चित करता है कि सोशल मीडिया कंपनियाँ नागरिकों की निजी जानकारी का दुरुपयोग, बिना अनुमति के संग्रह या उसे तीसरे पक्ष को प्रदान न करें।

इसके साथ ही अनुच्छेद 14 में निहित समानता का अधिकार सोशल मीडिया और डिजिटल शासन को यह बाध्यता देता है कि हर नागरिक के साथ समान और गैर–भेदभावपूर्ण व्यवहार किया जाए। एल्गोरिद्मिक पक्षपात, मनमानी सेंसरशिप, किसी विशेष विचारधारा को अधिक प्राथमिकता देना या किसी समूह की आवाज को दबानाकृये सभी मुद्दे समानता के अधिकार के दायरे में आते हैं और आवश्यकतानुसार न्यायिक समीक्षा के पात्र होते हैं।

संविधान की सातवीं अनुसूची और विधायी शक्ति के आधार पर लागू सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, 2000 तथा आई टी नियम 2021 सोशल मीडिया के नियमन का पूरा वैधानिक ढांचा प्रस्तुत करते हैं। धारा 69ए के माध्यम से सरकार उन सामग्रियों को हटाने या ब्लॉक करने का अधिकार रखती है जो राष्ट्र की सुरक्षा, अखंडता या सार्वजनिक व्यवस्था के लिए खतरा उत्पन्न करें। वहीं धारा 79 सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों को इंटरमीडियरी का दर्जा देती है, जिसके तहत उन्हें उपयोगकर्ताओं द्वारा पोस्ट की गई सामग्री पर सीमित जिम्मेदारी मिलती है, लेकिन उन्हें फेक न्यूज, अश्लीलता, आपराधिक सामग्री और शिकायतों पर त्वरित कार्रवाई करना अनिवार्य होता है।
सोशल मीडिया के प्रावधानों से हमें अपने अधिकारों की जानकारी प्राप्त होती है साथ ही इन प्रावधानों में कितने बदलाव कि आवश्यकता है इसका भी समय समय पर अध्ययन हो जाता है ।

सोशल मीडिया नियमन की आवश्यकता

सोशल मीडिया आधुनिक समाज की एक शक्तिशाली संरचना है। बिना नियमन के यह भ्रम, नफरत और असुरक्षा का माध्यम बन सकता है, जबकि संतुलित और लोकतांत्रिक नियमन के साथ यह सूचना, भागीदारी और पारदर्शिता का प्रभावी साधन बन सकता है। इसलिए सोशल मीडिया में नियमन समय की अनिवार्य आवश्यकता है। निम्न कारणों से सोशल मीडिया के नियमन की आवश्यकता अनिवार्य है ।

1. चुनावी निष्पक्षता, पारदर्शिता और लोकतांत्रिक शुचिता बनाए रखने के लिए

आधुनिक राजनीति में सोशल मीडिया चुनावी प्रचार का सबसे शक्तिशाली माध्यम बन चुका है। राजनीतिक दल और उम्मीदवार डिजिटल प्लेटफॉर्म के माध्यम से मतदाताओं तक सीधा संदेश पहुँचाते हैं, जिससे पारंपरिक प्रचार माध्यमों की भूमिका सीमित हो गई है। किंतु इसी के साथ फेक न्यूज, पेड ट्रेंड्स, बॉट अकाउंट्स, माइक्रो–टार्गेटेड विज्ञापन और भावनात्मक रूप से भड़काने वाली सामग्री का बड़े पैमाने पर प्रयोग किया जा रहा है। कई बार मतदान से ठीक पहले झूठी सूचनाएँ जानबूझकर फैलाई जाती हैं, जिनका खंडन करने का समय नहीं मिल पाता। कानून की अनुपस्थिति में यह स्थिति चुनावों की निष्पक्षता और लोकतांत्रिक विश्वसनीयता को गंभीर रूप से प्रभावित करती है। अतः स्पष्ट कानूनी प्रावधान डिजिटल चुनाव प्रचार की सीमाएँ तय करने, राजनीतिक विज्ञापनों की पहचान और पारदर्शिता सुनिश्चित करने, खर्च की निगरानी करने तथा आचार संहिता को ऑनलाइन माध्यमों पर प्रभावी रूप से लागू करने के लिए अनिवार्य हैं।

2. जनमत निर्माण को भ्रम और दुष्प्रचार से बचाने के लिए

लोकतंत्र में जनमत सर्वोच्च शक्ति होता है, किंतु सोशल मीडिया के युग में जनमत अक्सर तथ्य से अधिक भावना, अफवाह और प्रचार से प्रभावित होने लगा है। अधूरी, तोड़ी–मरोड़ी या पूरी तरह झूठी जानकारी तेजी से वायरल होती है और आम नागरिक के लिए सत्य और असत्य में भेद करना कठिन हो जाता है। राजनीति में यह स्थिति अत्यंत खतरनाक है क्योंकि इससे नागरिक विवेकपूर्ण निर्णय लेने के बजाय भावनात्मक प्रतिक्रिया के आधार पर मत देने लगते हैं। कानून तथ्य–जांच तंत्र को सुदृढ़ करता है, गलत सूचना फैलाने वालों की जिम्मेदारी तय करता है और डिजिटल प्लेटफॉर्म्स को भी उत्तरदायी बनाता है, जिससे जनमत अधिक सूचित, तार्किक और लोकतांत्रिक बन सके।

3. घृणास्पद, विभाजनकारी और पहचान–आधारित राजनीति पर प्रभावी नियंत्रण

सोशल मीडिया का उपयोग कई बार जाति, धर्म, भाषा, क्षेत्र और पहचान के आधार पर समाज को बाँटने के लिए किया जाता है। राजनीतिक लाभ के लिए फैलाया गया घृणास्पद कंटेंट समाज में ध्रुवीकरण, अविश्वास और वैमनस्य को बढ़ाता है, जो अंततः सामाजिक तनाव और हिंसा का कारण बन सकता है। ऐसी राजनीति लोकतंत्र की समावेशी भावना के विपरीत है। कानून हेट स्पीच की स्पष्ट परिभाषा निर्धारित करता है, त्वरित कार्रवाई का तंत्र विकसित करता है और दंडात्मक प्रावधानों के माध्यम से सामाजिक सौहार्द, राष्ट्रीय एकता और संवैधानिक मूल्यों की रक्षा करता है।

4. राजनीतिक दलों और नेताओं की डिजिटल जवाबदेही सुनिश्चित करने के लिए

सोशल मीडिया पर राजनीतिक नेता और दल सीधे जनता से संवाद करते हैं, किंतु अक्सर उनके वक्तव्य तथ्यहीन, भ्रामक या अतिरंजित होते हैं। बिना किसी कानूनी जवाबदेही के झूठे वादे, असत्य आरोप और गैर–जिम्मेदार बयान राजनीतिक संस्कृति को कमजोर करते हैं और जनता के विश्वास को क्षति पहुँचाते हैं। एक मजबूत कानूनी ढाँचा यह सुनिश्चित करता है कि डिजिटल मंचों पर दिए गए राजनीतिक वक्तव्यों के लिए भी वही उत्तरदायित्व लागू हो जो सार्वजनिक जीवन के अन्य क्षेत्रों में अपेक्षित है। इससे राजनीति में नैतिकता, पारदर्शिता और उत्तरदायी शासन को बढ़ावा मिलता है।

5. विदेशी हस्तक्षेप, साइबर प्रभाव अभियानों और डेटा दुरुपयोग से सुरक्षा

डिजिटल युग में सोशल मीडिया केवल घरेलू राजनीति तक सीमित नहीं रहा है। विदेशी शक्तियाँ और संगठित नेटवर्क फर्जी अकाउंट्स, समन्वित दुष्प्रचार और डेटा विश्लेषण के माध्यम से किसी देश की आंतरिक राजनीति को प्रभावित करने का प्रयास कर सकते हैं। यह स्थिति राष्ट्रीय संप्रभुता, राजनीतिक स्थिरता और आंतरिक सुरक्षा के लिए गंभीर खतरा बन सकती है। कानून डेटा संप्रभुता सुनिश्चित करता है, विदेशी फंडिंग और संदिग्ध डिजिटल गतिविधियों पर निगरानी रखता है तथा साइबर प्रभाव अभियानों से लोकतांत्रिक प्रक्रियाओं की रक्षा करता है।

6. लोकतांत्रिक संवाद और राजनीतिक विमर्श की गुणवत्ता बनाए रखने के लिए

लोकतंत्र की आत्मा तर्कसंगत, मर्यादित और सम्मानजनक संवाद में निहित होती है, किंतु सोशल मीडिया पर ट्रोलिंग, धमकी, गाली–गलौज और व्यक्तिगत हमलों ने राजनीतिक विमर्श को निम्न स्तर पर पहुँचा दिया है। इससे असहमति की स्वस्थ संस्कृति कमजोर होती है और भय का वातावरण बनता है, जिसमें स्वतंत्र अभिव्यक्ति बाधित होती है। कानूनी नियमन अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को सुरक्षित रखते हुए मर्यादित और तथ्यपरक संवाद को प्रोत्साहित करता है, जिससे लोकतांत्रिक बहस की गुणवत्ता बनी रहती है।

7. डिजिटल असमानता और संसाधन–आधारित राजनीतिक असंतुलन को कम करने के लिए

सोशल मीडिया पर राजनीतिक प्रभाव समान रूप से वितरित नहीं है। बड़े राजनीतिक दलों के पास धन, तकनीक, डेटा और पेशेवर टीमों की अधिक उपलब्धता होती है, जबकि छोटे दल, क्षेत्रीय दल और स्वतंत्र उम्मीदवार पीछे रह जाते हैं। यह असमानता लोकतांत्रिक प्रतिस्पर्धा को प्रभावित करती है और राजनीतिक अवसरों में असंतुलन पैदा करती है। कानून डिजिटल प्रचार के स्पष्ट नियम बनाकर, पारदर्शिता बढ़ाकर और समान अवसर सुनिश्चित करके लोकतंत्र को अधिक समावेशी और न्यायपूर्ण बनाता है।

सोशल मीडिया के संवैधानिक प्रावधान

भारत में सोशल मीडिया के उपयोग, नियंत्रण और निगरानी के लिए कोई एकल कानून नहीं है, बल्कि यह विभिन्न विधिक प्रावधानों, नियमों और नीतियों के अंतर्गत नियंत्रित किया जाता है। सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, 2000 इस क्षेत्र का प्रमुख आधार है, जिसके अंतर्गत सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स, ऑनलाइन सामग्री, डेटा सुरक्षा और साइबर अपराधों से संबंधित नियम बनाए गए हैं। इसके अलावा संविधान, भारतीय न्याय संहिता और विभिन्न न्यायालयीन निर्णयों ने भी सोशल मीडिया के संचालन को दिशा प्रदान की है। नीचे भारत में लागू प्रमुख प्रावधानों का विस्तृत विवरण प्रस्तुत है–

1. सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, 2000

यह अधिनियम भारत में डिजिटल और ऑनलाइन गतिविधियों को नियंत्रित करने वाला मूल कानून है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स को कानूनी रूप से मध्यस्थ के रूप में परिभाषित किया गया है।
इसकी धारा 2(डबल्यू) के अनुसार, मध्यस्थ वह संस्था है जो तीसरे पक्ष द्वारा निर्मित सामग्री को प्रसारित या होस्ट करती है, जैसे फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब आदि।
इसकी धारा 66ए (अब निरस्त) के अंतर्गत आपत्तिजनक या अपमानजनक संदेशों के प्रसारण पर दंड का प्रावधान था। हालांकि 2015 में सुप्रीम कोर्ट ने श्रेया सिंघल बनाम भारत संघ के निर्णय में इस धारा को असंवैधानिक घोषित कर दिया।
इसकी धारा 67, 67ए, 67बी में अश्लील या आपत्तिजनक सामग्री के प्रसारण पर दंड का प्रावधान है।
इसकी धारा 69ए के अंतर्गत सरकार को किसी वेबसाइट या सोशल मीडिया सामग्री को राष्ट्रीय सुरक्षा, सार्वजनिक व्यवस्था या संप्रभुता के आधार पर अवरुद्ध करने का अधिकार प्राप्त है ।

2. आईटी (मध्यस्थ दिशा–निर्देश एवं डिजिटल मीडिया आचार संहिता) नियम, 2021

यह नियम भारत सरकार के इलेक्ट्रॉनिक्स एवं सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय द्वारा 25 फरवरी 2021 को अधिसूचित किए गए। इनका उद्देश्य सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स और डिजिटल न्यूज माध्यमों की जवाबदेही और पारदर्शिता बढ़ाना है।

इन नियमों के प्रमुख बिंदु इस प्रकार हैं
1. ग्रेवांस रिड्रेसल मैकेनिज्म– प्रत्येक सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म को एक ग्रेवांस ऑफिसर नियुक्त करना अनिवार्य है जो 24 घंटे के भीतर शिकायत स्वीकार करे और 15 दिनों में समाधान दे।
2. ट्रेसबिलिटी"महत्वपूर्ण सोशल मीडिया मध्यस्थ" जैसे व्हाट्सऐप को यह बताना आवश्यक है कि किसी संदेश की शुरुआत किस उपयोगकर्ता से हुई।
3. यूजर वेरिफिकेशन– प्लेटफॉर्म्स को स्वैच्छिक उपयोगकर्ता पहचान सत्यापन की व्यवस्था करनी होती है।
4. न्यायिक आदेश या सरकारी अनुरोध पर सामग्री हटाना– यदि कोई पोस्ट कानून या सार्वजनिक व्यवस्था का

उल्लंघन करती है, तो उसे हटाना या ब्लॉक करना अनिवार्य है।
5. समाचार और ओटीटी प्लेटफॉर्म्स के लिए आचार संहिता– डिजिटल मीडिया से जुड़ी खबरें और ओटीटी सामग्री भी अब सरकारी दिशानिर्देशों के दायरे में आती हैं।

3. भारतीय संविधान के अनुच्छेद 19(1)(ए) अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता

संविधान का अनुच्छेद 19(1)(ए) प्रत्येक नागरिक को "विचार एवं अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता" प्रदान करता है। सोशल मीडिया इस अधिकार के प्रयोग का सबसे सशक्त माध्यम बन चुका है।
हालाँकि, अनुच्छेद 19(2) में इस स्वतंत्रता पर कुछ "युक्तिसंगत प्रतिबंध" लगाए गए हैं, जैसे भारत की संप्रभुता, सुरक्षा, सार्वजनिक व्यवस्था, शालीनता, नैतिकता और न्यायालय की अवमानना से संबंधित कारण। इसलिए सोशल मीडिया पर अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता भी पूर्ण नहीं, बल्कि सीमित है।

5. डेटा संरक्षण एवं निजता से जुड़े प्रावधान

भारत में डेटा सुरक्षा के लिए डिजिटल पर्सनल डेटा प्रोटेक्शन एक्ट, 2023 पारित किया गया है। यह अधिनियम सोशल मीडिया कंपनियों को यह सुनिश्चित करने के लिए बाध्य करता है कि उपयोगकर्ताओं की व्यक्तिगत जानकारी सुरक्षित रहे और उसका उपयोग केवल सहमति के साथ ही किया जाए।
इस अधिनियम के अनुसार प्रत्येक व्यक्ति का डेटा केवल के लिए संग्रहित किया जा सकता है। इसके अलावा उपयोगकर्ता को अपने डेटा को हटाने, संशोधित करने या उसके उपयोग को रोकने का अधिकार है। साथ ही उल्लंघन की स्थिति में भारी आर्थिक दंड का प्रावधान है।

6. न्यायालयीन निर्णयों की भूमिका

भारत के उच्चतम न्यायालय ने समय–समय पर सोशल मीडिया से संबंधित मामलों में महत्वपूर्ण निर्णय दिए हैं, जैसे कृ श्रेया सिंघल बनाम भारत संघ (2015)– अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की रक्षा करते हुए धारा 66। को असंवैधानिक घोषित किया गया। इसी तरह के.एस. पुट्टस्वामी बनाम भारत संघ (2017)– निजता को मौलिक अधिकार घोषित किया गया, जिससे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स पर डेटा सुरक्षा की संवैधानिक आवश्यकता स्थापित हुई। फेसबुक इंडिया बनाम दिल्ली विधानसभा (2021)– अदालत ने माना कि सोशल मीडिया कंपनियों को जवाबदेही से मुक्त नहीं किया जा सकता।

7. अन्य संबंधित नीतियाँ और संस्थाएँ
साइबर अपराध समन्वय केंद्र गृह मंत्रालय के अंतर्गत कार्यरत, जो सोशल मीडिया से जुड़े अपराधों की निगरानी करता है।
प्रेस सूचना ब्यूरो का फैक्ट चेक यूनिट– सोशल मीडिया पर फेक न्यूज की पहचान और खंडन का कार्य करता है।
इलेक्ट्रॉनिक्स एवं सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय– नीति निर्माण और नियमों के क्रियान्वयन का प्रमुख निकाय।

इसके अतिरिक्त भारत के संविधान में अनेक नियम ऐसे हैं जिनका सीधा प्रभाव सोशल मीडिया और राजनीति के मध्य है । इस सभी प्रावधानों का मुख्य उद्देश्य संविधान को और अधिक मजबूत करना तथा लोगों को उनके अधिकारों से अवगत कराना है ।

शोध की पद्धति

किसी भी शोध की गुणवत्ता उसके अध्ययन की पद्धति पर निर्भर करती है। प्रस्तुत शोध में भारत में सोशल मीडिया से संबंधित प्रावधानों, नीतियों और विधिक ढाँचे का गहन विश्लेषण करने के लिए वर्णनात्मक तथा विश्लेषणात्मक शोध पद्धति का प्रयोग किया गया है। इस अध्ययन में गुणात्मक दृष्टिकोण अपनाया गया है, जिसके अंतर्गत विभिन्न प्राथमिक एवं द्वितीयक स्रोतों से प्राप्त सूचनाओं का तुलनात्मक एवं समीक्षात्मक विश्लेषण किया गया है। यह शोध एक गैर–प्रयोगात्मक अध्ययन है, जिसमें किसी प्रयोग या सर्वेक्षण के बजाय मौजूदा दस्तावेजों, नीतियों और विधिक स्रोतों का विश्लेषण किया गया है। अध्ययन का स्वरूप वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक है अर्थात इसमें तथ्यों का वर्णन करने के साथ–साथ उनका मूल्यांकन और व्याख्या भी की गई है। शोध का क्षेत्र भारत देश तक सीमित है, जहाँ सोशल मीडिया के उपयोग और नियंत्रण से संबंधित कानूनों, नीतियों, न्यायालयीन निर्णयों और सरकारी दिशानिर्देशों का अध्ययन किया गया है। विशेष रूप से सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, 2000 और आईटी नियम, 2021 का गहराई से परीक्षण किया गया है।

इस शोध में विषय से संबंधित पुस्तकों, शोध पत्रों, सरकारी रिपोर्टों, संसद में प्रस्तुत विधेयकों, समाचार लेखों और ऑनलाइन जर्नलों का गहन अध्ययन किया गया है। द्वितीयक स्रोतों का प्रयोग प्रमुख रूप से किया गया है, जिनमें सरकारी वेबसाइटें, सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, इलेक्ट्रॉनिक्स और सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय की रिपोर्टें, तथा सुप्रीम कोर्ट एवं हाई कोर्ट के निर्णय शामिल हैं। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स की उपयोग नीतियों, समुदाय दिशानिर्देशों और गोपनीयता नीतियों का अध्ययन कर यह समझने का प्रयास किया गया है कि वे भारतीय विधिक प्रावधानों के अनुरूप हैं या नहीं।

निष्कर्ष

भारत में सोशल मीडिया का विस्तार केवल एक तकनीकी परिवर्तन नहीं, बल्कि सामाजिक चेतना, राजनीतिक सहभागिता और जनमत–निर्माण की प्रक्रिया में आया एक गहरा बदलाव है। देश में इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या 85 करोड़ के आसपास पहुँच चुकी है, जिसमें से लगभग 75 प्रतिशत लोग प्रतिदिन किसी न किसी सोशल मीडिया मंच से जुड़ते हैं। इतनी विशाल डिजिटल आबादी के कारण सोशल मीडिया आज सूचना प्रसार, मनोरंजन, शिक्षा, व्यवसाय, जनसंपर्क और नागरिक सहभागिता का सबसे शक्तिशाली माध्यम बन चुका है।

इसी बढ़ते प्रभाव के साथ चुनौतियाँ भी सामने आई हैं । फेक न्यूज, ऑनलाइन कट्टरता, ट्रोलिंग, गलत जानकारी का प्रसार, डेटा सुरक्षा जोखिम, तथा एल्गोरिथ्म आधारित पक्षपात जैसी समस्याएँ डिजिटल माहौल को प्रभावित करती हैं। इन चुनौतियों को ध्यान में रखते हुए भारत सरकार ने 2021 के आईटी नियमों, मध्यस्थ दिशानिर्देशों, फेक्ट–चेकिन्ग व्यवस्था और डेटा संरक्षण नीतियों के माध्यम से सोशल मीडिया मंचों को अधिक पारदर्शी, जवाबदेह और विनियमित ढांचे में संचालित करने की दिशा में महत्वपूर्ण पहल की है।

फिर भी, यह स्पष्ट है कि सोशल मीडिया का प्रभाव तकनीकी विकास से कहीं अधिक तेजी से बढ़ रहा है। इसलिए केवल कानूनी प्रावधान ही पर्याप्त नहीं होंगे। डिजिटल साक्षरता, मीडिया शिक्षा, नागरिक जागरूकता, तथा प्लेटफॉर्म–स्तरीय आत्मनियमन जैसे उपाय भी उतने ही आवश्यक हैं। कानून, समाज और तकनीक इन तीनों का संतुलित समन्वय ही सोशल मीडिया को लोकतांत्रिक मूल्यों के अनुरूप और सुरक्षित दिशा में आगे बढ़ा सकता है।

अंततः, यदि पारदर्शिता, जवाबदेही और जिम्मेदार डिजिटल व्यवहार को मजबूत किया जाए, तो सोशल मीडिया भारत के सामाजिक विकास, राजनीतिक संवाद, आर्थिक अवसरों और नागरिक सशक्तिकरण में एक सकारात्मक, रचनात्मक और स्थायी भूमिका निभा सकता है। यही भारत की डिजिटल प्रगति का वास्तविक मार्ग है।

संदर्भ सूची

1. गौरव सूद, फेक न्यूज, पेंगुइन बिजनेस, 2023
2. अखिल रंजन, फेक न्यूज मीडिया और लोकतंत्र, नवारुण गाजियाबाद, 2025
3. संजय सिंह बघेल, सोशल मीडिया एंड इंडियन यूथ, वाणी प्रकाशन, 2025
4. अजय कुमार झा, सोशल मीडिया और चुनाव, एकेजेटीएमसी, हावड़ा , 2025
5. दीपक राय, सोशल मीडिया राजनीति और समाज, नारायण पब्लिशर्स, 2019
6. भारत सरकार, सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, विधि एवं न्याय मंत्रालय, 2000
7. इलेक्ट्रॉनिकी एवं सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय, सूचना प्रौद्योगिकी (मध्यवर्ती दिशा–निर्देश एवं डिजिटल मीडिया आचार संहिता) नियम, भारत सरकार, 2021
8. भारत का सर्वोच्च न्यायालय, न्यायमूर्ति के. एस. पुट्टस्वामी बनाम भारत संघ (निजता का अधिकार निर्णय), भारत का सर्वोच्च न्यायालय, 2017
9. राष्ट्रीय अपराध रिकॉर्ड ब्यूरो, क्राइम इन इंडिया (साइबर अपराध अध्याय), गृह मंत्रालय भारत सरकार, 2022
10. दूरसंचार नियामक प्राधिकरण, भारत, द इंडियन टेलीकॉम सर्विसेज परफॉर्मेंस इंडिकेटर्स, ट्राई, 2023
11. प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया, पत्रकारिता आचार संहिता, प्रेस काउंसिल ऑफ इंडिया, 2010
12. सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय, योजना पत्रिका (डिजिटल मीडिया सोशल मीडिया विशेष अंक), भारत सरकार, विभिन्न वर्ष

13 इलेक्ट्रॉनिकी एवं सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय, डिजिटल मीडिया एवं सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म से संबंधित दिशा–निर्देश, भारत सरकार, 2022