IJCRT.ORG ISSN : 2320-2882

INTERNATIONAL JOURNAL OF CREATIVE RESEARCH THOUGHTS (IJCRT)

An International Open Access, Peer-reviewed, Refereed Journal

महिलाओं की राजनीतिक सहभागिता मे सोशल मीडिया का प्रभाव

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON WOMEN'S POLITICAL PARTICIPATION

Arti Verma (Ph.D Research Scholar , School of Arts & Humanities,

Career Point University , Kota , Rajasthan)

सारांश

भारत में, विशेषकर महिलाओं के बीच, सोशल मीडिया के उपयोग में वृद्धि ने उनके मतदान व्यवहार और राजनीतिक भागीदारी को गहराई से प्रभावित किया है। सोशल मीडिया, पारंपरिक मीडिया की तुलना में, किसी भी पोस्ट को तुरंत लाखों लोगों तक पहुंचा सकता है, जिससे राजनेताओं को त्वरित और व्यापक संचार का साधन मिला है। यह प्लेटफ़ॉर्म महिलाओं की आवाज़ को बढ़ाने, लिंग देने आकार को चर्चा सार्वजनिक पर मुद्दों संबंधी–और महिला सशक्तिकरण को प्रोत्साहित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। महिलाओं द्वारा सोशल मीडिया का व्यापक उपयोग हाशिये पर मौजूद समूहों की आवाज़ को बल देता है, लैंगिक समानता की बात को प्रमुखता से उठाता है, और महिला अधिकारों के एजेंडे को वैश्विक स्तर पर आगे बढ़ाने में मदद करता है। इस प्रकार, सोशल मीडिया ने महिलाओं के मतदान व्यवहार में कई सकारात्मक परिवर्तन लाए हैं।

मुख्य शब्द:– राजनीतिक सहभागिता, लोकतांत्रिक, सोशल मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक समाचार मीडिया

प्रस्तावना

हाल के वर्षों में, सोशल मीडिया प्लेटफार्मों के तेजी से प्रसार ने दुनिया भर में राजनीतिक संचार और भागीदारी के परिदृश्य को बदल दिया है। दुनिया के सबसे बड़े लोकतंत्र के रूप में भारत में सोशल मीडिया के उपयोग में वृद्धि देखी गई है, खासकर महिलाओं के बीच। हालाँकि, सोशल मीडिया महिलाओं के मतदान व्यवहार को किस हद तक प्रभावित करता है, इसका अभी तक पता नहीं चल पाया है।चुनावी प्रणाली भारत के लोकतांत्रिक ढांचे की आधारशिला के रूप में कार्य करती है। सोशल मीडिया ने इंसानों के संवाद करने के तरीके को बुनियादी तौर पर बदल दिया है। पारंपरिक

मीडिया स्रोतों की तुलना में, सोशल मीडिया साइट्स की विशेषता यह है कि वह किसी भी व्यक्ति के द्वारा किए गए पोस्ट को कुछ ही सेकंडों में सीधे लाखों या करोड़ों लोगों तक पहुंचा सकती है। पहले, राजनेता अपनी जानकारी को पारंपरिक मीडिया और पत्रकारिता के माध्यम से फैलाते थे, लेकिन अब उन्हें सोशल मीडिया के माध्यम से बड़ी संख्या में लोगों तक पहुंचने का एक स्वायत्त और त्वरित माध्यम मिलता है। यह एक बहुत अधिक प्रभावी और शक्तिशाली संचार का तरीका है जो तुरंत और व्यापक रूप से समाज में प्रभाव डाल सकता है, जो विशेष रूप से तथ्य-जांच और विचार-विमर्श के मामले में महत्वपूर्ण है। यह स्पष्ट है कि सोशल मीडिया ने लोगों के सूचनाओं से जुड़ने के तरीके को भी बदल दिया है। राजनीतिक प्रचार में सोशल मीडिया के एकीकरण से देश के चुनावी परिदृश्य में महत्वपूर्ण बदलाव आया है। सोशल मीडिया राजनीतिक संचार और जुड़ाव के लिए एक शक्तिशाली उपकरण के रूप में उभरा है, जो चुनाव अभियानों के दौरान विभिन्न आयु समूहों के मतदाताओं तक पहुंचकर जनमत को आकार देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। भारत के 16वें संसदीय आम चुनाव (नरसिम्हामूर्ति, एन., 2014) के दौरान मतदाताओं को एकजुट करने के लिए सभी राजनीतिक दलों द्वारा फेसबुक, ट्विटर, यूट्यूब और व्हाट्सएप जैसे प्लेटफार्मों का बड़े पैमाने पर उपयोग किया गया है।

2012 के अंत तक, भारत में 150 मिलियन से अधिक इंटरनेट उपयोगकर्ता थे, जिनमें से 65 मिलियन फेसबुक पर और 35 मिलियन ट्विटर पर सक्रिय थे। प्यू रिसर्च के एक अध्ययन से पता चला है कि लगभग 45% भारतीय इंटरनेट उपयोगकर्ता सोशल मीडिया पर राजनीति के बारे में चर्चा में लगे हुए हैं। 10% की अपेक्षाकृत मामूली इंटरनेट पहुंच दर के बावजूद, उपयोगकर्ताओं की संख्या तेजी से बढ़ रही थी, जिसमें एक महत्वपूर्ण हिस्सा पहली बार मतदाता थे। 2004 और 2009 के बीच, मतदान करने वाली आबादी 670 मिलियन से बढ़कर 720 मिलियन हो गई, एडीजी ऑनलाइन की रिपोर्ट के अनुसार 2014 के लोकसभा चुनाव के मुकाबले 2019 के चुनाव में सोशल मीडिया पर ज्यादा राजनीतिक आंदोलन चलाए गए। पहली बार मतदान के योग्य 15 करोड़ मतदाताओं में से 30 प्रतिशत मतदाता सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के माध्यम से प्रभावित हुए हैं। सोशल मीडिया के माध्यम से पहली बार मतदान योग्य मतदाताओं में से 50 प्रतिशत मतदाताओं तक राजनीतिक संदेश पहुंचे और 20 प्रतिशत मतदाता देश के विकास से अवगत हैं। रिपोर्ट में कहा गया है कि सोशल मीडिया संदेशों का युवाओं पर बहुत बड़ा प्रभाव है और इनसे प्रभावित होने वाले 50 प्रतिशत मतदाता 25 वर्ष से कम आयु के हैं।

सोशल मीडिया के विकास ने 2009 से 2024 तक महिलाओं के मतदान व्यवहार को गहराई से प्रभावित किया है। इस अवधि में राजनीतिक परिदृश्य में एक परिवर्तनकारी बदलाव देखा गया, जिसमें डिजिटल प्लेटफॉर्म चुनावी अभियानों और मतदाता सहभागिता रणनीतियों का अभिन्न अंग बन गए। यह सार इस समय सीमा के दौरान महिलाओं के मतदान व्यवहार पर सोशल मीडिया के प्रभाव का एक व्यापक अवलोकन प्रदान करता है। 2009 से 2012 तक, सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म राजनीतिक संचार और लामबंदी के लिए शक्तिशाली उपकरण के रूप में उभरे। महिलाओं ने अपनी राय व्यक्त करने, जानकारी साझा करने और राजनीतिक उम्मीदवारों के साथ जुड़ने के लिए फेसबुक और ट्विटर जैसे प्लेटफार्मों का लाभ उठाते हुए ऑनलाइन चर्चाओं में सक्रिय रूप से भाग लिया। चुनावों पर सोशल मीडिया के प्रभाव के बारे में शुरुआती संदेह के बावजूद, इसकी भूमिका लगातार महत्वपूर्ण होती गई। 2014 के भारतीय आम चुनावों से पहले के वर्षों में एक महत्वपूर्ण मोड़ आया, जिसमें सोशल मीडिया ने जनमत को आकार देने और मतदाताओं को एकजुट करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई। महिलाओं के नेतृत्व वाली पहलों और अभियानों ने लिंग-संबंधी मुद्दों की वकालत करने के

लिए डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म का उपयोग किया, जिससे महिला मतदाताओं के बीच मतदान व्यवहार प्रभावित हुआ। हालाँकि, ऑनलाइन उत्पीड़न और गलत सूचना जैसी चुनौतियाँ भी उभरीं, जिससे ऑनलाइन राजनीतिक क्षेत्रों में महिलाओं के अनुभव प्रभावित हुए। 2014 और 2018 के बीच, #MeToo आंदोलन और अन्य महिला नेतृत्व वाले अभियानों ने सोशल मीडिया पर गति पकड़ी, महिलाओं की आवाज़ को बढ़ाया और राजनीति में लैंगिक समानता की वकालत की। सोशल मीडिया जमीनी स्तर पर आयोजन और लामबंदी प्रयासों के लिए एक महत्वपूर्ण उपकरण बन गया है, जिससे महिलाओं को चुनावी प्रक्रियाओं में अधिक सक्रिय रूप से भाग लेने के लिए सशक्त बनाया जा सके। COVID-19 महामारी ने 2020 से 2024 तक राजनीतिक अभियानों के डिजिटलीकरण को तेज कर दिया, जिससे महिला मतदाता शिक्षा, लामबंदी और आउटरीच के लिए सोशल मीडिया पर निर्भरता बढ़ गई। प्रगति के बावजूद, चुनौतियाँ बरकरार रहीं, जिनमें ऑनलाइन उत्पीड़न और गलत सूचना का प्रसार शामिल है, जो महिलाओं के लिए सुरक्षित और अधिक समावेशी ऑनलाइन वातावरण को बढ़ावा देने के उपायों की आवश्यकता पर प्रकाश डालता है। 2009 से 2024 तक, सोशल मीडिया ने राजनीतिक भागीदारी के लिए मंच प्रदान करके, महिलाओं की आवाज़ को बढ़ाकर और लिंग-संबंधी मुद्दों पर सार्वजनिक चर्चा को आकार देकर महिलाओं के मतदान व्यवहार को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित किया।

इसके अलावा, सोशल मीडिया महिला सशक्तिकरण को बढ़ाने में एक महत्वपूर्ण योगदान करता है, जिससे महिलाओं को सार्वजनिक क्षेत्र में उनका प्रतिनिधित्व बढ़ाने का लाभ मिलता है। सोशल मीडिया महिलाओं को राजनीतिक गतिविधियों और चर्चाओं में भाग लेने के लिए एक मंच प्रदान करके, लैंगिक रूढ़िवाद को तोड़ता है और उन्हें राजनीतिक प्रवचन में समावेशित करने में मदद करता है। महिलाओं द्वारा सोशल मीडिया के व्यापक उपयोग से हाशिये पर मौजूद समूहों की आवाज़ को बढ़ावा मिलता है, लैंगिक समानता की बात की जाती है, और वैश्विक स्तर पर महिला अधिकार एजेंडे को आगे बढ़ाने में मदद मिलती है। सोशल मीडिया ने महिलाओं के मतदान व्यवहार में कई परिवर्तन लाए हैं। यहाँ कुछ मुख्य परिवर्तन हैं:

- **जागरूकता और संवेदनशीलता:** सोशल मीडिया ने महिलाओं को राजनीतिक मुद्दों के प्रति जागरूक और संवेदनशील बनाया है। यहां वे विभिन्न राजनीतिक विषयों पर जानकारी प्राप्त कर सकती हैं और अपने मतदान को निर्धारित करने के लिए सजग हो सकती हैं।
- **सामूहिक दबाव:** सोशल मीडिया के माध्यम से, महिलाएं अधिक सामूहिक दबाव में होती हैं, जो उन्हें अपने राजनीतिक प्रतिनिधियों और नेताओं को जवाब देने के लिए प्रेरित कर सकता है।
- **अधिक सक्रियता:** सोशल मीडिया ने महिलाओं को अधिक सक्रिय बनाया है, जो उन्हें चुनावी प्रक्रिया में भाग लेने के लिए प्रेरित करता है। यहाँ वे अपने मतदान को जाहिर कर सकती हैं और अपने समूह के सदस्यों को मतदान करने के लिए प्रेरित कर सकती हैं।
- **अधिक सहयोग:** सोशल मीडिया ने महिलाओं को अधिक सहयोग और प्रेरणा प्रदान किया है, जिससे वे अपने राजनीतिक धारणाओं को मजबूती से व्यक्त कर सकती हैं। यहाँ वे अपने दोस्तों और समूहों के साथ साझा कर सकती हैं कि वे किस प्रत्याशी को समर्थन देने के लिए विचार बना रही हैं।

इन सभी परिवर्तनों के साथ, सोशल मीडिया ने महिलाओं के मतदान व्यवहार में एक बड़ा और सकारात्मक योगदान किया है। इसके साथ ही सोशल मीडिया द्वारा महिलाओं के मतदान व्यवहार में कुछ नकारात्मक परिवर्तन भी आए हैं। यहाँ कुछ मुख्य नकारात्मक परिवर्तन हैं:

- **भ्रांति और अफवाहें:** सोशल मीडिया पर अक्सर गलत और भ्रामक जानकारी फैलाई जाती है, जिससे महिलाएं गलत या असत्य जानकारी के आधार पर अपना मतदान दे सकती हैं। यह उनके वास्तविक ज्ञान और समझ को प्रभावित कर सकता है और उन्हें गलत निर्णय लेने के लिए प्रेरित कर सकता है।
- **ऑनलाइन बुलींग और अभद्रता:** कई बार सोशल मीडिया पर महिलाओं के खिलाफ ऑनलाइन बुलींग और अभद्रता देखी जा सकती है, जो उनके मतदान व्यवहार को प्रभावित कर सकती है। इससे महिलाओं का स्वतंत्र रूप से अपने विचार व्यक्त करने में आत्मविश्वास कम हो सकता है।
- **डेटा निजता का उल्लंघन:** कई सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म उपयोगकर्ताओं के निजी डेटा का उल्लंघन कर सकते हैं, जिससे महिलाओं को अनुचित तरीके से निशाना बनाया जा सकता है। इससे उनकी निजी जानकारी की सुरक्षा को खतरा हो सकता है और उनका मतदान व्यवहार प्रभावित हो सकता है।

इन सभी नकारात्मक परिवर्तनों के साथ, महिलाओं को सोशल मीडिया पर जानकारी का उचित और सटीक उपयोग करने की आवश्यकता है ताकि वे गलत जानकारी से बच सकें और सही निर्णय ले सकें। ताकि महिलाओं द्वारा सोशल मीडिया का उचित और सावधानी से उपयोग किया जा सके।

संबन्धित साहित्य का अध्ययन

मेंडेलसोहन (1996) का तर्क है कि अभियानों के दौरान अस्थिरता का माहौल बनाकर मीडिया चुनाव परिणामों पर महत्वपूर्ण प्रभाव डालता है। मीडिया नेताओं या उम्मीदवारों की धारणाओं को आकार देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, अक्सर पार्टी संबद्धता से अधिक व्यक्तिगत विशेषताओं पर जोर देता है। मतदाता मीडिया द्वारा दर्शाए गए उम्मीदवार के गुणों को प्राथमिकता देते हैं, जिससे उनके मूल्यांकन और निर्णय लेने की प्रक्रिया पर असर पड़ता है। यह मतदाता धारणाओं और चुनावी विकल्पों पर मीडिया कवरेज के पर्याप्त प्रभाव को उजागर करता है।

शर्मा (2017) ने "मतदाताओं के व्यवहार पर सोशल मीडिया का प्रभाव: ग्वालियर, मध्य प्रदेश का एक वर्णनात्मक अध्ययन" शीर्षक से एक अध्ययन किया, जहां उन्होंने तर्क दिया कि सोशल मीडिया 21वीं सदी के मंच और उपकरण के रूप में कार्य करता है जो राष्ट्रों और समाजों को निर्माण करने की अनुमति देता है। व्यापक पैमाने पर अपने विचारों और विचारों को व्यक्त और आदान-प्रदान करते हैं।

कुप्पूस्वामी सुनीथा (2010) ने युवाओ की शिक्षा पर सोशल नेटवर्किंग वेबसाइट के प्रभाव का अध्ययन किया। शोध में पाया कि सोशल नेटवर्किंग साइट्स, ऑरकुट, फेसबुक, मायस्पेस और यूट्यूब आदि युवाओ व महिलाओ के बीच तेजी से लोकप्रिय हो रहा है तथा अब यह दैनिक जीवन का हिस्सा बन चुका है। लोग अपनी अभिरुचि तथा अपनी आदतो के कारण अपनी सुविधा को देखते हुए सोशल नेटवर्किंग साइट्स के प्रति आकर्षित हो रहे है।

पॉन्डर और हरिदाकिस (2014) सैद्धांतिक रूप से आधुनिक मीडिया की भूमिका पर प्रकाश डालते हैं, यह देखते हुए कि इलेक्ट्रॉनिक समाचार मीडिया राजनीतिक जानकारी के लिए विभिन्न विकल्प प्रदान करता है। लोग राजनीतिक जानकारी तक पहुँचने के लिए कई मीडिया स्रोतों का उपयोग करते हैं, जो राजनीतिक चर्चाओं की आवृत्ति और राजनीति के प्रति दृष्टिकोण को प्रभावित करता है। यह प्रक्रिया बताती है कि मीडिया राजनीतिक भागीदारी और मतदाताओं के बीच राजनीतिक विश्वासों के निर्माण को कैसे प्रभावित करता है।

नरसिम्हामूर्ति एन. (2014) ने भारत में 2014 के आम चुनावों पर सोशल मीडिया के प्रभाव की जांच की। अध्ययन में पाया गया कि फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्सएप और यूट्यूब जैसे लोकप्रिय प्लेटफार्मों का उपयोग लगभग 84 प्रतिशत इंटरनेट उपयोगकर्ताओं द्वारा किया गया था। दिलचस्प बात यह है कि लगभग 52% पुरुष और 48% महिला इंटरनेट उपयोगकर्ता सोशल मीडिया नेटवर्किंग साइटों पर सक्रिय थे। इसके अलावा, अध्ययन में इस बात पर प्रकाश डाला गया कि 2014 की चुनाव अवधि के दौरान, राजनीतिक सामग्री को बड़ी संख्या में उपयोगकर्ताओं द्वारा साझा और पोस्ट किया गया था, जो अकेले फेसबुक पर अनुमानित 29 मिलियन लोगों तक पहुंची।

बुरागोहेन डी. द्वारा 2019 में आयोजित यह अध्ययन, चुनाव अभियानों के दौरान राजनीतिक दलों द्वारा नियोजित एक रणनीतिक उपकरण के रूप में सोशल मीडिया के बढ़ते महत्व की जांच करता है। सोशल मीडिया सार्वजनिक धारणा को आकार देने और मतदाताओं के इरादों को प्रभावित करने के लिए एक शक्तिशाली मंच के रूप में उभरा है, जिससे राजनीतिक भागीदारी में वृद्धि हुई है।

जर्मिन8 के सीईओ डॉ. रंजीत नायर इस बात पर प्रकाश डालते हैं कि हालांकि सोशल मीडिया का ग्रामीण मतदाताओं पर कोई महत्वपूर्ण प्रभाव नहीं हो सकता है, लेकिन अनिर्णीत शहरी मतदाताओं की राय पर इसका पर्याप्त प्रभाव पड़ता है। इसके अतिरिक्त, सोशल मीडिया समर्थन बढ़ाने और मतदाताओं को बड़ी संख्या में भाग लेने के लिए प्रेरित करने में मदद कर सकता है, जिससे संभावित रूप से दूसरों को भी वोट देने के लिए प्रभावित किया जा सकता है।

इस प्रकार मौजूदा साहित्य से पता चलता है कि सोशल मीडिया राजनीतिक सूचना प्रसार की सुविधा, ऑनलाइन विचार-विमर्श को बढ़ावा देने और राजनीतिक उम्मीदवारों और कारणों के लिए समर्थन जुटाकर मतदान व्यवहार को प्रभावित कर सकता है। अध्ययनों से यह भी संकेत मिलता है कि महिलाओं की राजनीतिक भागीदारी अक्सर शिक्षा, आय और सामाजिक नेटवर्क सहित सामाजिक-सांस्कृतिक कारकों से प्रभावित होती है।

निष्कर्ष

मतदान को लोकतंत्र के लिए आवश्यक माना जाता है, क्योंकि यह नागरिकों को शासन के लिए निर्णय लेने की प्रक्रिया में भाग लेने का अवसर प्रदान करता है। चुनावों में महिलाओं की भागीदारी को प्रोत्साहित करने के प्रयासों के बावजूद, मतदाता मतदान में लैंगिक असमानताओं को दूर करने में चुनौतियाँ बनी हुई हैं। चुनावी प्रक्रियाई मे 1951 में 45% से बढ़कर 2014 में 47.6% हो गई, जो कि मात्र 2.7% की वृद्धि दर्शाता है। मतदाताओं की कुल संख्या में समग्र वृद्धि के बावजूद, मतदान करने वाले पुरुषों और महिलाओं का अनुपात लगभग स्थिर बना हुआ है, मतदाताओं में पुरुषों की हिस्सेदारी 52% से अधिक है। महिलाओं द्वारा वास्तव में डाले गए वोटों के प्रतिशत की जांच करने पर यह लैंगिक

असमानता और भी बढ़ जाती है। 2009 में, 47.7% पंजीकृत महिला मतदाताओं ने केवल 45.8% की कुल मतदान में भागीदारी की।

2014 के चुनावी आंकड़ों से 18-19 आयु वर्ग में नई महिला मतदाताओं के बीच अतिरिक्त असमानताएं सामने आती हैं, जहां केवल 41.4% पात्र महिलाएं मतदान के लिए पंजीकरण कराती हैं। 15 राज्य और केंद्र शासित प्रदेश इस आयु वर्ग में राष्ट्रीय औसत से नीचे हैं, जिसमें हरियाणा में सबसे कम प्रतिशत 28.3% है। नागालैंड एकमात्र ऐसा क्षेत्र है जहां नए मतदाताओं में महिला मतदाताओं की संख्या पुरुषों से अधिक है, जो 50.4% है।

मतदान को लोकतंत्र के लिए आवश्यक माना जाता है, क्योंकि यह नागरिकों को शासन के लिए निर्णय लेने की प्रक्रिया में भाग लेने का अवसर प्रदान करता है। चुनावों में महिलाओं की भागीदारी को प्रोत्साहित करने के प्रयासों के बावजूद, मतदाता मतदान में लैंगिक असमानताओं को दूर करने में चुनौतियाँ बनी हुई हैं। चुनावी प्रक्रिया में महिलाओं के पंजीकरण और भागीदारी को बढ़ाने के लिए लक्षित रणनीतियों की आवश्यकता है, विशेष रूप से युवा जनसांख्यिकी और कम महिला मतदाता मतदान वाले क्षेत्रों में। इस प्रकार परिणाम बताते हैं कि सोशल मीडिया भारत में महिलाओं को राजनीतिक रूप से सशक्त बनाने के लिए एक शक्तिशाली उपकरण के रूप में कार्य करता है। सूचना-साझाकरण, संवाद और गतिशीलता के लिए एक मंच प्रदान करके, सोशल मीडिया महिलाओं को राजनीतिक भागीदारी में पारंपरिक बाधाओं को दूर करने में सक्षम बनाता है। हालाँकि, ऑनलाइन उत्पीड़न और गलत सूचना जैसी चुनौतियाँ महत्वपूर्ण चिंताएँ बनी हुई हैं, जिन्हें चुनावी प्रक्रिया में महिलाओं की समावेशी और सार्थक भागीदारी सुनिश्चित करने के लिए संबोधित करने की आवश्यकता है।

सोशल मीडिया प्लेटफार्मों का प्रभावी ढंग से लाभ उठाकर, नीति निर्माता, राजनीतिक दल और नागरिक समाज संगठन महिलाओं की राजनीतिक भागीदारी और प्रतिनिधित्व बढ़ा सकते हैं, जिससे लोकतंत्र मजबूत होगा और लैंगिक समानता को बढ़ावा मिलेगा। 2009 से 2024 तक, सोशल मीडिया ने राजनीतिक भागीदारी के लिए मंच प्रदान करके, महिलाओं की आवाज़ को बढ़ाकर और लिंग-संबंधी मुद्दों पर सार्वजनिक चर्चा को आकार देकर महिलाओं के मतदान व्यवहार को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित किया।

ग्रंथ सूची

1. अंतरा, लीना (2017): "एलजीबीटीआई राजनीतिक समावेश यात्राएँ"। 28 जून 2017।
2. प्रकाश ए. (2019, 12 अप्रैल)। सोशल मीडिया की गतिशीलता और भारतीय चुनाव *2019*।
3. वेलमैन बी) .2011)। युगों के माध्यम से इंटरनेट का अध्ययन। वेलमैन बी., कंसाल्वो एम., और एस् सी . (संपादक), *इंटरनेट अध्ययन की पुस्तिका* (पृष्ठ 17-23)।
4. ज़ुनिगा एच.जी., मोलिनेक्स एल., और झेंग पी) .2014)। सोशल मीडिया, राजनीतिक अभिव्यक्ति और राजनीतिक भागीदारीस और विलंबित :मवर्ती संबंधों का पैनल विश्लेषण।
5. एंडरसन, जे.ए., जी .डायबाह, और पी मेंसा।.एच .ए.2011. "शक्तिहीन भाषा में शक्तिशाली महिलाएँ राजनीति : "।(मामला का लाइबेरिया) चित्रण गलत द्वारा मीडिया का महिलाओं अफ्रीकी में
6. गुहा, पी .2018. "फेसबुक के लेंस के माध्यम से भारतीय राजनीति में लिंग अंतर मीडिया भारतीय में फेसबुक : चित्रण। दृश्य का उम्मीदवारों महिला द्वारा" चाइना मीडिया रिसर्च

7. मधुशानी, एनजीडीएन, और उलुवाडुगे, पी) .2023). महिलाओं की राजनीतिक भागीदारी पर सोशल मीडिया का प्रभाव :2019 में राष्ट्रपति चुनाव के विशेष संदर्भ में।
8. जोशी, डी.के., एमहाइलू .एफ., और एल रीसिंग। .जे.2020. "उल्लंघनकर्ता, गुणी, या पीड़ित? कैसे वैश्विक, समाचार पत्र महिला संसद सदस्य का प्रतिनिधित्व करते हैं। "