INNOVATIVE RESEARCH THOUGHTS IN SOCIAL SCIENCES
Peer Review, Refereed, Biannual, Multiple Language (Hindi & English), Social Science Journal, Open Access Journal
ISSN: 3107-5096(ONLINE)
VOL. 2, ISSUE 2 (JUNE) 2026

नागरिकता संशोधन अधिनियम के संदर्भ में डिजीटल वीडियो विमर्श का फ्रेमिंग और नैरेटिव विश्लेषण : भारत में डिजीटल पत्रकारीता की चुनौतियाँ और संभावनाएँ

नमित हंस
शोधार्थी, SOJNMS, IGNOU
https://orcid.org/0009-0007-0312-8404

डॉशिखा राय .
निदेशक, SOJNMS, IGNOU
https://orcid.org/0000-0002-8011-8708

Citation
हंस, . नमित ., & राय, . शिखा) .2026). नागरिकता संशोधन अधिनियम के संदर्भ में डिजीटल वीडियो विमर्श का फ्रेमिंग और नैरेटिव विश्लेषणभारत में डिजीटल पत्रकारीता : .की चुनौतियाँ और संभावनाएँInnovative Research Thoughts in Social Sciences (Vol. 2, Number 2, pp. 122–137).
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.20774110

सारांश

क्या साठ सेकंड का एक लघु वीडियो समाज के सोचने के तरीके को पूरी तरह ध्रुवीकृत कर सकता है? ये सवाल ही इस शोध पत्र की मूल आत्मा है। भारतीय डिजिटल पत्रकारिता के वर्तमान दौर में, जहाँ 'अटेंशन इकोनॉमी' ने सूचना के लोकतंत्रीकरण को एक उग्र व्यापार बना दिया है, नागरिकता संशोधन अधिनियम)CAA) का विमर्श इस कड़वी हकीकत का सबसे सटीक उदाहरण बनकर उभरा है। हमारा ये अध्ययन कोई सामान्य विश्लेषण नहीं है, बल्कि ये उन 10 विशिष्ट शॉर्ट वीडियो और उन पर आई-816 टिप्पणियों की सघन परतों को उधेड़ने का एक अकादमिक प्रयास है, जो ये साफ़ करता है कि कैसे जटिल नीतिगत मुद्दे केवल भावनात्मक 'हाइब्रिड फ्रेम' में तब्दील हो रहे हैं।

रॉबर्ट एंटमैन के फ्रेमिंग सिद्धांतों और पापाचारिसी की 'अफेक्टिव पब्लिक्स' की थ्योरी को जब हम इस डेटा पर लागू करते हैं, तो विमर्श का एक अलग चेहरा सामने आता है। वीडियो निर्माता केवल कानून नहीं समझा रहे; वे संवैधानिक प्रावधानों को ऐतिहासिक आघातों के साथ मिलाकर एक ऐसा नैरेटिव बुनते हैं जहाँ तर्क के लिए कोई स्थान शेष नहीं बचता। हमारे शोध के क्वांटिटेटिव परिणाम इस ध्रुवीकरण की पुष्टि करते हैं। लगभग 67.6 प्रतिशत टिप्पणियां सीधे तौर पर नकारात्मक या हिंसक श्रेणी में थीं, जबकि तटस्थ)Neutral) रहने वाले दर्शकों की संख्या मात्र 3.5 प्रतिशत।

इस अध्ययन की सबसे महत्वपूर्ण उपलब्धि 'मिररिंग प्रभाव' (Mirroring Effect) के मल्टीप्लायर मैकेनिज्म को उजागर करना है। 816 टिप्पणियों में कुल 1523 बार दर्ज किए गए आक्रामक कोड्स ये साबित करते हैं कि वीडियो में मौजूद वैचारिक उग्रता कमेंट सेक्शन में पहुँचते ही कई गुना बढ़ जाती है। उदाहरण के तौर पर, वीडियो में मौजूद चरम भाषा के मात्र 11 इंस्टेंस के जवाब में दर्शकों ने 238 बार वैसी ही भाषा को दोहराया, और यही हाल मज़ाक)6 बनाम 155) और चरित्र हनन)6 बनाम 120) का भी रहा। अंततः, ये विश्लेषण ये चेतावनी देता है कि डिजिटल पत्रकारीता का ये 'आउटरेज मॉडल' न केवल तार्किक संवाद को नष्ट कर रहा है, बल्कि हमारे सामाजिक सामंजस्य के लिए एक स्थायी संरचनात्मक खतरा बन चुका है।

बीज शब्द : *नागरिकता संशोधन अधिनियम, वीडियो विमर्श, फ्रेमिंग, नैरेटिव विश्लेषण, डिजीटल पत्रकारीता*

1: प्रस्तावना और शोध का संदर्भ

1.1 भारत में डिजीटल पत्रकारीताविस्तार :, लोकतंत्रीकरण और नया परिदृश्य

डिजीटल तकनीक और इंटरनेट के अभूतपूर्व फैलाव ने हमारी सार्वजनिक चर्चाओं की पूरी प्रकृती और उसकी बुनियादी संरचना को जड़ से बदल दिया है। अगर हम खास तौर पर भारत की बात करें, तो 2016 के बाद की कहानी बिल्कुल ही अलग नज़र आती है। सस्ते डेटा और स्मार्टफोन की आसान पहुँच ने जानकारी के उत्पादन, उसके वितरण और उपभोग का पूरी तरह से लोकतंत्रीकरण कर दिया है और ये कोई छोटी उपलब्धि नहीं है।

आज से ठीक एक दशक पहले सूचना पर सिर्फ कुछ गिनेचुने समाचार चैनलों और बहुत बड़े प्रिंट-मीडिया घरानों का एकछत्र राज हुआ करता था। वे ही ये तय करते थे कि देश किस मुद्दे पर बात करेगा, क्या सोचेगा और राष्ट्रीय 'एजेंडा' क्या होना चाहिए। पर आज हालात बदल चुके हैं। आज एक साधारण नागरिक भी अपने मोबाइल फोन के माध्यम से एक वैश्विक दर्शक वर्ग तक अपनी बात रख सकता है। पारंपरिक मीडिया के उस पुराने और मजबूत एकाधिकार को डिजीटल पत्रकारीता ने बहुत ही कड़ी चुनौती दी है। अब आम आदमी सिर्फ खबरें सुनने वाला एक 'मूक उपभोक्ता' नहीं रह गया है, बल्कि वह खुद जानकारी बनाने वाला एक 'सक्रिय निर्माता' या प्रोस्यूमर)prosumer) बन गया है।

संचार की वो पुरानी और स्थापित व्यवस्था अब पूरी तरह से टूट चुकी है जहाँ जानकारी सिर्फ ऊपर से नीचे यानी टॉपडाउन की ओर बहती थी। - आज के समय में डिजीटल पत्रकारीता का दायरा पेपर तक ही -सिर्फ न्यूज़ पोर्टल पढ़ने या ई सीमित नहीं रह गया है, बल्कि ये अब सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स, ब्लॉग्स, पॉडकास्ट और खासकर शॉर्टवीडियो अनुप्रयोगों तक बहुत ही - बिजली की रफ्तार से फैल चुका है। यहीं पर सबसे बड़ी लोकतांत्रिक उम्मीद दिखाई देती है। ये डिजीटल पारिस्थितिकी तंत्र उन आवाज़ों को मुख्यधारा के विमर्श में लाने की जबरदस्त क्षमता रखता है जिन्हें पहले कभी जगह नहीं मिली थी। त्वरित रिपोर्टिंग, सक्रिय नागरिक पत्रकारिता और अतिस्थानीय समाचारों के प्रसार - ने भारतीय लोकतंत्र में सूचना के प्रवाह को पहले से कहीं ज्यादा समावेशी और बहुलवादी बनाने का काम बखूबी किया है। आज भारत के किसी भी सुदूर गाँव में बैठा एक युवा भी अपने स्मार्टफोन के जरिए राष्ट्रीय नीतिगत विमर्श में अपनी सक्रिय भागीदारी दर्ज करा सकता है, जिसे डिजीटल पत्रकारीता की अब तक की सबसे बड़ी जीत माना जाता है।

1.2 डिजीटल पत्रकारीता की समकालीन चुनौतियाँ और अटेंशन इकोनोमी

इस व्यापक और तीव्र विस्तार के साथ ही भारतीय डिजीटल पत्रकारीता आज कई गंभीर संरचनात्मक और नैतिक चुनौतियों के चक्रव्यूह में घिर गई है। हम आज 'ध्यान अर्थव्यवस्था' (Attention Economy) के उस कठिन दौर में जी रहे हैं जहाँ उपयोगकर्ता का ध्यान खींचना ही सबसे बड़ी और कीमती मुद्रा बन गया है, और यहीं से खबरों का सनसनीखेज होना एक बहुत ही आम सी प्रवृत्ति बन गई है।

मुख्यधारा के बड़े मीडिया घरानों से लेकर छोटे और स्वतंत्र क्रिएटर्स तक, आज हर कोई दर्शकों के ध्यान को अपनी ओर खींचने केलिए एक दौड़ में शामिल है। जब जानकारी की मात्रा हमारी सहनशक्ति से ज्यादा हो जाती है, तो ध्यान

केंद्रित करना बहुत मुश्किल होता है। क्रिएटर्स ने इसका समाधान 'आउटरेज' पैदा करने में ढूँढा है। कंटेंट को जानबूझकर ऐसा बुना जा रहा है जो तुरंत दर्शक के भीतर कोई न कोई तीव्र भावना, जैसे गुस्सा, डर या राष्ट्रवाद की भावना को भड़का सके। ऊपर से एल्गॉरदिम द्वारा संचालित कंटेंट क्यूरेशन ने एक ऐसी व्यवस्था को जन्म दे दिया है जहाँ उपयोगकर्त्ताओं को बारबार वही जानकारी - परोसी जाती है जो उनके पहले से स्थापित विश्वासों की पुष्टि करती हो। इसी प्रक्रिया से इको चैंबर और फ़िल्टर बबल का निर्माणहोता है, जो सार्वजनिक विमर्श के ध्रुवीकरण को और भी ज्यादा तीव्र और हिंसक बना देते हैं)Pariser, 2011)।

इसके अलावा, आज के डिजीटल मीडिया परिदृश्य में सत्यता और वस्तुनिष्ठता का संकट भी काफी गहरा चुका है। बिना किसी पुख्ता सत्यापन के सूचनाओं का त्वरित प्रसार, भ्रामक सूचनाएं और बहुत ही सुनियोजित ढंग से किया गया दुष्प्रचार)disinformation) भारतीय डिजीटल पत्रकारीता की सबसे बड़ी बाधाओं में गिने जाते हैं। किसी भी संवेदनशील सामाजिक या राजनीतिक मुद्दे पर ये डिजीटल प्लेटफॉर्म्स अक्सर एक वैचारिक युद्ध के मैदान में तब्दील हो जाते हैं जहाँ वास्तविक तथ्य कहीं पीछे छूट जाते हैं। शोरगुल के इस माहौल में पत्रकारिता का वो मूल और उद्देश्य, जो कि जनता को निष्पक्ष सूचना देकर सशक्त बनाना था, कहीं न कहीं बहुत पीछे छूट गया है।

1.3 शॉर्टवीडियो विमर्श का उभार और अफेक्टिव - पब्लिक्स

डिजीटल पत्रकारीता के इस नए और काफी जटिल युग में शॉर्टवीडियो-, जैसे इंस्टाग्राम रील्स और यूट्यूब शॉर्ट्स, राजनीतिक संचार और जनमत निर्माण के सबसे मारक हथियारों के रूप में सामने आए हैं। साठ सेकंड या उससे भी कम समय की ये छोटी वीडियो क्लिप्स सिर्फ सूचना का संप्रेषण नहीं करतीं, बल्कि एक बहुत ही सीमित समयसीमा में भावनाओं-, प्रतीकों और आख्यानों को बड़ी तीव्रता से प्रेषित करती हैं। दृश्य, श्रव्य और भाषाई तत्वों का ये बहुमाध्यमीय - संयोजन दर्शकों के संज्ञानात्मक और भावनात्मक स्तर पर बहुत गहरा और स्थायी असर डालता है)Kress & van Leeuwen, 2006)।

शॉर्टवीडियो के इस पूरे तंत्र को सही से समझने - केलिए पापाचारिसी की'अफेक्टिव पब्लिक्स' की अवधारणा आज के समय में अत्यंत प्रासंगिक हो जाती है)Papacharissi, 2015)। इस सिद्धांत का सीधा सा तर्क ये है कि डिजीटल नेटवर्क में लोग अक्सर तार्किक विचारविमर्श या तथ्यों के बजाय - -सिर्फ भावनात्मक जुड़ाव के माध्यम से ही एक वीडियो सामग्री -दूसरे से एकजुट होते हैं। शॉर्ट अक्सर क्रोध, राष्ट्रवाद, भय या सहानुभूति जैसी तीव्र भावनाओं को भड़काने केलिए ही बहुत ही चतुराई से डिज़ाइन की जाती है, क्योंकि आज का एल्गॉरदिम 'आउटरेज' को ही सबसे ज्यादा तवज्जो और पहुँच देता है। जब उपयोगकर्त्ता इन वीडियो पर अपनी उग्र प्रतिक्रिया देते हैं, तो एक मल्टीप्लायर इफेक्ट उत्पन्न होता है। वीडियो निर्माता द्वारा स्थापित किया गया नैरेटिव और दर्शकों द्वारा टिप्पणियों में उस नैरेटिव की स्वीकृति या उसकी उग्रता एक इंटरटेक्स्टुअल अलाइनमेंट और मिररिंग प्रभाव पैदा करती है, जिसने डिजीटल पत्रकारीता में ऑब्जेक्टिव विमर्श की गुंजाइश को लगभग खत्म सा कर दिया है।

1.4 अध्ययन का संदर्भनागरिकता संशोधन : अधिनियम का विमर्श

उपरोक्त चुनौतियों और डिजीटल वीडियो विमर्श की पेचीदा प्रकृती को गहराई से समझने केलिए नागरिकता संशोधन अधिनियम)CAA) का विषय हमारे सामने एक बेहतरीन और एकदम सटीक

केस स्टडी पेश करता है। भारत के समकालीन सामाजिक और राजनीतिक इतिहास में ये एक ऐसा मुद्दा रहा है जिसने न केवल सड़कों पर भौतिक रूप से बहुत बड़े विरोध प्रदर्शनों को जन्म दिया। बल्कि डिजीटल परिदृश्य में भी एक अत्यंत गहन वैचारिक संघर्ष खड़ा कर दिया। राष्ट्र निर्माण, राष्ट्रीय पहचान और सामाजिक सामंजस्य के गंभीर प्रश्न इस अधिनियम के बिल्कुल केंद्र में रहे हैं।

इस पूरे संदर्भ में डिजीटल पत्रकारीता और स्वतंत्र कंटेंट क्रिएटर्स द्वारा बनाए गए शॉर्टवीडियो ने - विविध व्याख्यात्मक ढाँचों के माध्यम से नए) अर्थों का निर्माण किया है। एंटमैनEntman, 1993) के फ्रेमिंग सिद्धांत के अनुसार, किसी वास्तविकता के कुछ खास पहलुओं का चयन करके उन्हें अधिक प्रमुख बनाया जाता है जिससे समस्या की परिभाषा, कारणों का विशलेषण और नैतिक मूल्यांकन दर्शकों के सामने परोसा जा सके। इस मुद्दे से जुड़े शॉर्टवीडियो में भी ये - फ्रेमिंग एकदम साफ तौर पर दिखाई देती है, जहाँ एक पक्ष इसे राष्ट्रीय सुरक्षा और ऐतिहासिक न्याय के फ्रेम में पेश करता है, तो वहीं दूसरा पक्ष इसे मानवाधिकार, पहचान और संवैधानिक मूल्यों के मानवीय फ्रेम में रखकर देखता है।

1.5 शोध के विस्तृत उद्देश्य और शोध प्रश्न

इस शोध पत्र का प्राथमिक लक्ष्य ये गहराई से विशलेषण करना है कि भारत में डिजीटल पत्रकारीता की वर्तमान संरचना में इस संवेदनशील विषय को शॉर्टवीडियो के माध्यम से किस प्रकार - से फ्रेम किया गया है और इसका दर्शकों के व्यवहार पर क्या असर हुआ है। चूंकि हमारे मुख्य शोध में कुल100 शॉर्टवीडियो का व्यापक - विश्लेषण किया गया था, इसलिए इस अध्ययन केलिए हमने उन 100 में से विशेष रूप से इस विषय से संबंधित 10 वीडियो और उन पर आई कुल 816 टिप्पणियों को अपने विशलेषण का मुख्य आधार बनाया है।

उद्देश्य 1: शॉर्टवीडियो में उपयोग की जाने वाली - प्रमुख फ्रेमिंग और नैरेटिव रणनीतियों, जैसे संपादन तकनीकें, अतिशयोक्ति और चरित्र हनन की पहचान करना और यह समझना कि वे किस प्रकार के राजनीतिक और सामाजिक अर्थों का निर्माण करते हैं।

उद्देश्य 2: मात्रात्मक और गुणात्मक डेटा के माध्यम से यह गहराई से जाँचना कि इन वीडियो में मौजूद बहुमाध्यमीय तत्व अफेक्टिव पब्लिक्स - को कैसे बढ़ावा देते हैं और इसका व्यापक सामाजिक सामंजस्यपर क्या असर पड़ता है।

इन उद्देश्यों की पूर्ति केलिए यह शोध निम्नलिखित तीन प्रमुख शोध प्रश्नों का उत्तर खोजने का प्रयास करेगा:

शोध प्रश्न 1: नागरिकता संशोधन अधिनियम से जुड़े डिजीटल शॉर्टकौन से प्रमुख -वीडियो में कौन- वैचारिक और आख्यानात्मक फ्रेम मौजूद हैं?

शोध प्रश्न 2: इन शॉर्टवीडियो में प्रयुक्त संपादन - तकनीकें, दृश्य प्रतीक और भाषाई आक्रामकता दर्शकों के भीतर आउटरेज उत्पन्न करने में किस प्रकार का योगदान देती हैं?

शोध प्रश्न 3: 816 टिप्पणियों के मात्रात्मक डेटा के आधार पर डिजीटल मीडिया के इस प्रारूप में उत्पन्न होने वाला मिररिंग प्रभाव और इंटरटेक्स्टुअल अलाइनमेंट समकालीन राष्ट्र निर्माण के विमर्श को कैसे प्रभावित करते हैं?

2: विस्तृत साहित्य समीक्षा

समकालीन संचार अध्ययन में डिजीटल मीडिया और पत्रकारिता के बदलते स्वरूप पर बहुत व्यापक चर्चा हुई है। ये साहित्य समीक्षा उन सभी प्रमुख सैद्धांतिक ढाँचों को विस्तार से स्थापित करती है जो इस पूरे अध्ययन का मुख्य आधार हैं। इन सिद्धांतों को समझे बिना शॉर्टवीडियो की - इस शोरभरी दुनिया के भीतर चल रहे वैचारिक युद्ध को समझना लगभग नामुमकिन है।

2.1 डिजीटल पत्रकारीता और ध्यान अर्थव्यवस्था का उदय

डिजीटल मीडिया ने जनसंचार के सदियों से स्थापित प्रतिमानों को पूरी तरह से बदल कर रख दिया है। चैडविक)Chadwick, 2013) ने अपने हाइब्रिड मीडिया सिस्टम सिद्धांत में ये बहुत साफ किया है कि कैसे आज पुराने और नए मीडिया के तर्क एक साथ मिलकर काम करते हैं। पारंपरिक मीडिया जहाँ अभी भी एक हद तक गेटकीपिंग या खबर को परखने की प्रक्रिया का पालन करता है, वहीं डिजीटल मीडिया इस मामले में लगभग अनियंत्रित है। इसी कड़ी में हरमिडा)Hermida, 2010) ने सोशल मीडिया प्लेटफार्मों को 'एम्बिएंट जर्नलिज्म' का नाम दिया, जहाँ सूचनाएँ हमारे चारों ओर हमेशा एक परिवेश की तरह मौजूद रहती हैं और हमें लगातार प्रभावित करती हैं।

पर इस निरंतर और बेरोकटोक सूचना प्रवाह ने - एक'ध्यान अर्थव्यवस्था' को जन्म दे दिया है। गोल्डहाबर)Goldhaber, 1997) का ये मानना रहा है कि जहाँ सूचना की बहुतायत होती है, वहाँ मानव का ध्यान सबसे दुर्लभ और कीमती संसाधन बन जाता है। इसी ध्यान को अपनी ओर खींचने केलिए डिजीटल पत्रकारीता में सनसनीखेज और बहुत ज्यादा भावुक कर देने वाले आख्यानों का उपयोग अब बहुत आम हो गया है। हकीकत ये है कि जो कंटेंट ज्यादा उग्र होता है, उसे प्लेटफार्म के एल्गॉरदिम द्वारा ज्यादा लोगों तक पहुँचाया जाता है। पारिसर)Pariser, 2011) की फ़िल्टर बबल की अवधारणा ये बताती है कि कैसे सोशल मीडिया के एल्गॉरदिम उपयोगकर्त्ताओं को उनके पूर्व स्थापित विश्वासों के भीतर ही कैद कर देते हैं। एक बार जब कोई उपयोगकर्ता किसी विशिष्ट वैचारिक झुकाव वाले वीडियो को देखना शुरू करता है, तो उसे उसी तरह के वीडियो लगातार सुझाए जाते हैं, जिससे उसकी वैचारिक कट्टरता और भी ज्यादा गहरी हो जाती है। ये पूरी प्रक्रिया जनमत के निर्माण में एक बहुत बड़ा रोड़ा अटकाती है क्योंकि लोग दूसरे पक्ष की बात सुनना ही बंद कर देते हैं।

2.2 डिजीटल इकोसिस्टम में फ्रेमिंग और नैरेटिव का निर्माण

जब हम डिजीटल स्पेस में अर्थ निर्माण की बात करते हैं, तो फ्रेमिंग सिद्धांत एक बहुत ही महत्वपुर्ण सैद्धांतिक उपकरण बन जाता है। एंटमैन)Entman, 1993) ने फ्रेमिंग को परिभाषित करते हुए कहा था कि ये किसी वास्तविकता के कुछ पहलुओं को चुनकर उन्हें संचार माध्यमों में अधिक प्रमुख बनाने की एक बहुत ही सुविचारित प्रक्रिया है। इसके माध्यम से समस्या की परिभाषा, कारणों का विशलेषण और नैतिक मूल्यांकन किया जाता है। शेउफेले)Scheufele, 1999) ने फ्रेमिंग को एक बहुस्तरीय प्रक्रिया के रूप में देखने की वकालत की, जिसमें मीडिया और दर्शकों के बीच बातचीत चलती रहती है।

फ्रेमिंग के साथसाथ नैरेटिव का निर्माण भी एक - महत्वपूर्ण अकादमिक विषय रहा है। कैथरीन रीसमैन)Riessman, 2008) ने अपने नैरेटिव विशलेषण के ढांचे में बताया है कि लोग अपनी पहचान और अपने अनुभवों को कहानियों के माध्यम से कैसे रचते हैं। जब हम रीसमैन के इस गुणात्मक ढांचे को डिजीटल वीडियो पर लागू

करते हैं, तो पाते हैं कि राजनीतिक मुद्दे अब सिर्फ तथ्यों के रूप में नहीं, बल्कि व्यक्तिगत और सामूहिक कहानियों के रूप में पेश किए जाते हैं। कहानी कहने का ये तरीका अक्सर एक 'नायक' और एक 'खलनायक' का निर्माण कर देता है। जो दर्शकों को किसी एक पक्ष में खड़े होने केलिए विवश करता है। इस प्रक्रिया में ऐतिहासिक घटनाओं को इस तरह से तोड़ामरोड़ा - जाता है कि वे केवल एक विशेष राजनीतिक एजेंडेको पूरा कर सकें।

2.3 शॉर्टमाध्यमीय प्रकृती और -वीडियो की बहु-प्रभाव

इस डिजीटल फ्रेमिंग में जब शॉर्टवीडियो जैसे - प्रारूप शामिल होते हैं, तो स्थिति और भी ज्यादा उलझ जाती है। क्रेस और वैन ल्यूवेन)Kress & van Leeuwen, 2006) ने अपने बहुमाध्यमीय - सिद्धांत में ये साबित किया है कि विज़ुअल ग्रामर भी लिखित भाषा की ही तरह अर्थ निर्माण में अहम भूमिका निभाते हैं। शॉर्टवीडियो - प्लेटफार्म की अपनी एक बिल्कुल अलग व्याकरण वीडियो की सबसे बड़ी -और भाषा होती है। शॉर्ट विशेषता इसकी बहुत ही छोटीलम्बाई होती है, जो अक्सर साठ सेकंड से भी कम की होती है। इस बहुत ही सीमित समय में किसी भी गंभीर विषय पर तार्किक या अकादमिक बहस की कोई गुंजाइश नहीं बचती है।

इसलिए निर्माता अपने संदेश को प्रभावी बनाने केलिए बहुत तेज़ एडिटिंग, बैकग्राउंड म्यूजिक, लाल और सफेद टेक्स्ट ओवरले और चेहरे के उग्र भावों का सहारा लेते हैं। ये बहुमाध्यमीय संयोजन - दर्शकों की तार्किक क्षमता को पूरी तरह बायपास करके सीधे उनके भावनात्मक केंद्रों पर प्रहार करता है)Boulianne, 2015)। इस तरह के वीडियो में तथ्यों की जांच या गहराई में जाने की कोई जगह नहीं होती, बल्कि ये पूरी तरह से एक इमोशनल अनुभव बन कर रह जाता है। इस प्रक्रिया में अक्सर भ्रामक जानकारी और नफरत भरे भाषणों को बहुत ही आकर्षक तरीके से पैक करके परोसा जाता है।

2.4 अफेक्टिव पब्लिक्स, आउटरेज और इंटरटेक्स्टुअल अलाइनमेंट

शॉर्टवीडियो में भावनाओं के इस व्यवस्थित - उपयोग को समझने केलिए पापाचारिसी)Papacharissi, 2015) की अफेक्टिव पब्लिक्स की थ्योरी सबसे अधिक सटीक है। पापाचारिसी का मुख्य तर्क है कि समकालीन डिजीटल नेटवर्क में राजनीतिक और सामाजिक एकजुटता वैचारिक सहमति से ज्यादा भावनाओं के साझाकरण पर टिकी होती है। इन प्लेटफार्मों पर आक्रोश, राष्ट्रवाद या दुख जैसी भावनाएं बहुत तेजी से फैलती हैं। क्रेमर और उनके सहयोगियों)Kramer, Guillory, & Hancock, 2014) ने अपने व्यापक अध्ययन में इमोशनल कॉन्टेजियन की घटना को सिद्ध किया है जहाँ एक व्यक्ति की भावनाएं डिजीटल नेटवर्क के माध्यम से लाखों लोगों तक बहुत आसानी से फैल जाती हैं।

इसके बाद सबसे महत्वपूर्ण प्रक्रिया तब शुरू होती है जब दर्शक वीडियो के कमेंट सेक्शन में अपनी राय व्यक्त करते हैं। यहीं पर हमें इंटरटेक्स्टुअल अलाइनमेंट और मिररिंग प्रभाव देखने को मिलता है। जूलिया क्रिस्टेवा)Kristeva, 1980) ने अपनी इंटरटेक्स्टुअलिटी की अवधारणा में स्पष्ट किया था कि कोई भी टेक्स्ट अपने आप में स्वतंत्र नहीं होता, बल्कि वह अन्य टेक्स्ट्स के संदर्भ में ही अर्थ ग्रहण करता है। अगर किसी वीडियो में निर्माता ने चरित्र हनन या नेम कॉलिंग जैसी आक्रामक रणनीतियों का उपयोग किया है, तो कमेंट बॉक्स में दर्शक भी उसी भाषा और उसी

लहजे को पूरी तरह से दोहराते हैं। ये प्रक्रिया इस बात को रेखांकित करती है कि डिजीटल पत्रकारीता अब सूचनाओं के प्रवाह से आगे बढ़कर जनभावनाओं के नियंत्रण का एक बहुत ही - शक्तिशाली उपकरण बन गई है।

3: शोध प्रविधि और कार्यप्रणाली

डिजीटल स्पेस में अर्थ निर्माण की जटिल प्रकृती को गहराई से समझने केलिए ये अध्ययन गुणात्मक और मात्रात्मक शोध विधियों के मिश्रित दृष्टिकोण पर आधारित है। समकालीन डिजीटल पत्रकारीता में जहाँ सामग्री और दर्शकों की प्रतिक्रियाएं एकदूसरे में पूरी तरह से गुंथी - होती हैं, वहाँ केवल वीडियो का विश्लेषण करना एक अधूरी तस्वीर ही पेश करता है। इसलिए हमने वीडियो के फ्रेमिंग विशलेषण के साथसाथ - कमेंट सेक्शन के सांख्यिकीय अध्ययन को भी अपनी प्रविधि का मुख्य हिस्सा बनाया है।

3.1 नमूना चयन और डेटा स्रोत

प्रस्तुत शोध एक काफी व्यापक शोध परियोजना का हिस्सा है जिसमें समकालीन भारतीय सामाजिक और राजनीतिक विषयों से संबंधित शॉर्टवीडियो विमर्श का व्यवस्थित विशलेषण - किया गया था। हमारे उस मूल अध्ययन की समयावधि दिसंबर2023 से मई 2024 के बीच रखी गई थी, जो कि भारतीय राजनीति में एक बहुत ही उथलपुथल भरा और ध्रुवीकृत समय रहा - था। नमूना चयन की प्रक्रिया को पूरी तरह से ऑब्जेकटिव और वैज्ञानिक बनाए रखने केलिए कई चरणों का कड़ाई से पालन किया गया।

प्रारंभ में हमने विषयविशिष्ट हैशटैग और - कीवर्ड्स, जैसे #CAA और #IndianPolitics, का उपयोग करके 1000 से अधिक वीडियो का एक प्रारंभिक कॉर्पस तैयार किया था। इसके बाद सामग्री की प्रासंगिकता, भाषाई सुलभता और वीडियो की गुणवत्ता के आधार पर इस भारी डेटासेट को 329 वीडियो तक सीमित किया गया। अंततः शोधकर्ता के किसी भी तरह के मानवीय पूर्वाग्रह से बचने केलिए एक पायथनआधारित - कम्प्यूटेशनल रैंडम सैंपलिंग प्रक्रिया का उपयोग करते हुए100 शॉर्टवीडियो का अंतिम डेटासेट - तैयार किया गया। इस अंतिम100 वीडियो के विस्तृत डेटासेट में से नागरिकता संशोधन अधिनियम)CAA) से संबंधित वीडियो केवल एक विशिष्ट हिस्सा थे और उनकी कुल संख्या 10 थी। इस शोध पत्र केलिए हमने केवल इन्हीं 10 शॉर्ट-वीडियो को अपने गहन अध्ययन का प्राथमिक आधार बनाया है।

3.2 टिप्पणी निष्कर्षण प्रोटोकॉल)Comment Extraction Protocol)

वीडियो के प्रभाव और 'अफेक्टिव पब्लिक्स' के वास्तविक व्यवहार को सांख्यिकीय रूप से मापने केलिए एक बहुत ही सख्त और व्यवस्थित टिप्पणी निष्कर्षण प्रोटोकॉल लागू किया गया। सोशल मीडिया के एल्गॉरदिम आमतौर पर उन टिप्पणियों को सबसे ऊपर धकेलते हैं जिनमें सबसे अधिक इंगेजमेंट यानी लाइक्स और रिप्लाई होते हैं। और यही टिप्पणियां पूरे विमर्श का मुख्य सुर तय करती हैं। इसी एल्गॉरदिमिक व्यवहार को ध्यान में रखते हुए, हमने प्रत्येक चयनित वीडियो से अधिकतम 100 शीर्ष टिप्पणियां निकालीं। जिन वीडियो में कुल 100 से कम टिप्पणियां उपलब्ध थीं, उनकी सभी टिप्पणियों को हमने बिना किसी कांटछांट के डेटासेट में शामिल - कर लिया। वहीं जिन वीडियो में सौ से ज़्यादा की संख्या में टिप्पणियां थीं, उनमें से केवल शीर्ष 100 टिप्पणियों को ही शोध के लिए चुना गया। इस व्यवस्थित प्रक्रिया के माध्यम से हमारे पास 10 वीडियो से कुल 816 टिप्पणियों का एक डेटासेट तैयार हुआ। ये 816 टिप्पणियों का डेटासेट हमें ये

सटीकता से समझने में मदद करता है कि दर्शक वीडियो के कंटेट के साथ किस तरह का जज़्बाती और वैचारिक संबंध स्थापित कर रहे हैं और 'मिररिंग प्रभाव' की तीव्रता कितनी गहरी है।

3.3 विश्लेषणात्मक ढांचा और कोडिंग प्रक्रिया

वीडियो सामग्री और टिप्पणियों में मौजूद अर्थ निर्माण की बहुस्तरीय प्रक्रियाओं को डिकोड करने केलिए हमने रॉबर्ट एंटमैन)Entman, 1993) के फ्रेमिंग विशलेषण और कैथरीन रीसमैन)Riessman, 2008) के नैरेटिव विश्लेषण का उपयोग किया है। एंटमैन का मॉडल हमें ये पहचानने में मदद करता है कि वीडियो निर्माता किस तरह से समस्या को परिभाषित करते हैं, जबकि रीसमैन का ढांचा हमें वीडियो की अंतर्निहित कहानी और नायक बनाम खलनायक के निर्माण को समझने की सुविधा देता है। डेटा निष्कर्षण के दौरान ये पक्का किया गया कि हमारे विश्लेषण के वीडियो और उनकी टिप्पणियों को एक समान कोडिंग मापदंडों पर परखा जाए ताकि दोनों के बीच की जो कड़ी है यानी 'इंटरटेक्स्टुअल अलाइनमेंट', उसे स्थापित किया जा सके। व्यवस्थित कोडिंग केलिए हमने एक स्पष्ट कोडिंग बुक तैयार की जिसमें कई विशिष्ट शामिल थे और इन्हें दो मुख्य भागों में बांटा गया था। पहला भाग वीडियो विशिष्ट मापदंडों का था जिसमें संपादन तकनीकें, फ्रेमिंग, उग्र शारीरिक भाषा और चेहरे के भावों जैसे तत्वों को रखा गया था। वहीं दूसरा भाग टिप्पणियों और वीडियो दोनों पर लागू होने वाले भाषाई और भावनात्मक मापदंडों का था। इसमें भावनात्मक प्रदर्शन, वैचारिक रूप से चरम भाषा, मज़ाक, चरित्र हनन, नेमकॉलिंग और वर्बल स्पारिंग जैसे प्रमुख बिंदु - थे। दृश्य प्रतीकों और अश्लील भाषा को भी इसमें जगह दी गई। हर वीडियो और टिप्पणी को एक से अधिक कोड दिए जा सकते थे यदि उनमें एक से अधिक रणनीतियों का उपयोग किया गया हो। इसके अतिरिक्त, सभी 816 टिप्पणियों का एक व्यवस्थित सेंटीमेंट एनालिसिस भी किया गया ताकि दर्शकों के समग्र मिज़ाज को सांख्यिकीय रूप से मापा जा सके।

4: शोध परिणाम गुणात्मक नैरेटिव विशलेषण : वीडियो)1 से 5)

इस अनुभाग में हम अपने डेटासेट के पहले पांच वीडियो का बहुत ही सूक्ष्म नैरेटिव विशलेषण प्रस्तुत कर रहे हैं ताकि ये देखा जा सके कि डिजीटल कंटेट निर्माता आउटरेज पैदा करने केलिए किन रणनीतियों का सहारा लेते हैं। ये अनुभाग इस बात का डॉकयुमेंटेशन करता है कि कैसे एक 60 सेकंड का वीडियो दर्शकों के बीच नफरत और ध्रुवीकरण की एक बहुत लंबी श्रृंखला को जन्म देता है।

4.1 वैचारिक चरमपंथ और नेमकॉलिंग की - रणनीति

शॉर्टवीडियो विमर्श में सबसे आम रणनीति - -विरोधियों को पूरी तरह खारिज करने केलिए नेम कॉलिंग और वर्बल स्पारिंग का उपयोग करना है।) हमारे डेटासेट का पहला वीडियो001-CAA) इसका एक बहुत ही उत्कृष्ट उदाहरण पेश करता है। वीडियो की शुरुआत में ही वक्ता ये अनुमान लगाता है कि उसके विचारों के कारण उसे निश्चित रूप से 'भक्त' और 'गद्दार' कहा जाएगा। ये अतिशयोक्ति का एक बहुत ही स्पष्ट रूप है जहाँ वह अपनी संभावित आलोचना को पहले ही एक चरम परिणाम के रूप में चित्रित कर देता है। इसके तुरंत बाद वह बहुत ही आक्रामक लहजे में अपने दर्शकों को कमेंट सेक्शन में आकर उसे गाली देने केलिए आमंत्रित करता है, और ये सीधी चुनौती दर्शकों के भीतर क्रोध को भड़काने का एक

मनोवैज्ञानिक उपकरण है। इसी वीडियो में आगे चलकर हम बहु-माध्यमीय फ्रेमिंग का एक शानदार उदाहरण देखते हैं जहाँ वक्ता अपनी टी-शर्ट की ओर इशारा करता है जिस पर ऐतिहासिक नायकों की तस्वीरे छपी हुई हैं। इसके अलावा वीडियो में बहुत ही तेज कट्स के साथ पुलिस कार्रवाई की छवियों को जोड़ा गया है जो वक्ता के गुस्से को एक बहुत ही मजबूत दृश्य संदर्भ प्रदान करते हैं। ये वीडियो पूरी तरह से दर्शकों को उकसाने के उद्देश्य से बनाया गया है। इस सुनियोजित उकसावे का सीधा असर कमेंट सेक्शन में दिखाई देता है जहाँ एक दर्शक लिखता है, "@lakush_rai bahut jald aayega par road par" जो कि विरोधी विचार वालों का सीधा मज़ाक उड़ाना है। एक अन्य टिप्पणी में राष्ट्रवाद का आक्रामक प्रदर्शन करते हुए केवल "Hindustan jindabad" लिखा गया है जो इस वीडियो के उग्र नैरेटिव का सीधा समर्थन है। इसी बीच विरोधियों ने भी वही आक्रामक भाषा चुनी और एक अन्य उपयोगकर्ता ने विरोध जताते हुए लिखा" :Tu hai bhai bhakt are sorry andhbhakt"। ये पूरी बातचीत ये साबित करती है कि वीडियो ने किसी भी तरह की स्वस्थ नीतिगत बहस को खत्म करके उसे केवल गालियों के युद्ध में बदल दिया है।

4.2 सत्ता का आक्रामक प्रदर्शन और डिजीटल रीपैकेजिंग

राजनीतिक नेताओं के बयानों को डिजीटल स्पेस में कैसे एक उग्र नैरेटिव में बदल दिया जाता है इसके बेहतरीन उदाहरण वीडियो 002-CAA और 004-CAA में देखने को मिलते हैं। वीडियो 002-CAA की शुरुआत एक रिपोर्टर द्वारा राजनेता के एक बयान को उद्धृत करने से होती है जहाँ अपमानजनक भाषा का इस्तेमाल किया गया है। रिपोर्टर इस बयान को कैमरे पर दोहराते हुए अपनी आंखें बहुत चौड़ी करती है जो दर्शकों को ये मनोवैज्ञानिक संकेत देता है कि उन्हें इस बयान पर कैसी उग्र प्रतिक्रिया देनी है। यहाँ रिपोर्टर खुद एक समाचार प्रस्तुतकर्ता न होकर एक राजनीतिक कार्यकर्ता की तरह काम कर रही है। बिल्कुल इसी तरह वीडियो 004-CAA में राजनेता का एक क्लिप दिखाया जाता है जिसमें वे बहुत ही आक्रामक शारीरिक भाषा के साथ कहते हैं कि कानून लागू होकर रहेगा। इन दोनों ही वीडियो में संपादन तकनीकों का बहुत ही भारी उपयोग किया गया है। 002-CAA में गहरे लाल और सफेद रंग की ग्रेडिंग और तेज बैकग्राउंड संगीत का इस्तेमाल राजनेता को एक बेहद शक्तिशाली व्यक्ति के रूप में स्थापित करता है। जब समाचार और पत्रकारिता को इस तरह से सिनेमाई रूप दिया जाता है, तो 'अफेक्टिव पब्लिक्स' पर इसका असर इतना भयानक होता है कि कमेंट सेक्शन में लोग सभ्यता की हर सीमा पार कर जाते हैं। वीडियो 002-CAA में रिपोर्टर की भावभंगिमाओं से प्रेरित होकर एक दर्शक - पाकिस्तान पर निशाना साधते हुए कमेंट करता इन पाकिस्तानियों से खुद का मुल्क तो " :है । लेकिन आक्रामकता यहीं"...संभाल नहीं रहानहीं रुकती और एक दर्शक सीधे तौर पर एक समुदाय विशेष के खिलाफ नफरत फैलाते हुए लिखता है, "Pakistan or sare 50 muslim desho ko bol do CAA jesa kanun le aye..."। वहीं वीडियो 004-CAA में विरोधियों को चुप कराने केलिए गाली-गलौज का इस्तेमाल आम है, जैसे एक यूज़र लिखता है, "sakal jab achi nahi ho toh baat achi krni chaiye c*****"। ये स्पष्ट रूप से दिखाता है कि कैसे एक राजनीतिक विमर्श डिजीटल स्पेस में एक सड़क छाप लड़ाई में बदल जाता है।

4.3 ऐतिहासिक आघात का शस्त्रीकरण और कृत्रिम बहस

ऐतिहासिक आघात का किस प्रकार अपने फायदे केलिए उपयोग किया जाता है ये वीडियो 005-CAA में बहुत ही स्पष्टता से दिखाई देता है। जब

एक साक्षात्कारकर्ता सवाल पूछता है तो राजनेता उसे बीच में ही बड़ी आक्रामकता से रोक कर वर्बल स्पारिंग का सहारा लेते हैं। इसके बाद कानून को सही ठहराने केलिए भारत के दुखद विभाजन का संदर्भ लाया जाता है और वक्ता 'कटे हुए शवों से भरी ट्रेनों' का बहुत ही ग्राफिक विवरण देता है। इस वीडियो की सबसे महत्वपुर्ण बात इसकी फ्रेमिंग है क्योंकि इस पूरी राजनीतिक बहस के बैकग्राउंड में बॉलीवुड की एक फिल्म का गाना लगातार बज रहा है। एक कानूनी बहस के ऊपर इस गाने को लगाने का सीधा सा अर्थ है कि इस पूरे मुद्दे को अब एक राष्ट्रवादी युद्ध के रूप में फ्रेम कर दिया गया है। दर्शक भी इस फ्रेमिंग को पूरी तरह अपना लेते हैं। कमेंट सेक्शन में राजनेता की आक्रामक शैली का गुणगान करते हुए एक यूजर लिखता है, "Mota bhai ke aagr koi nahi tikta"। ये स्पष्ट रूप से 'इनग्रुप सिग्नलिंग-' है जहां एक नेता को बाहुबली के रूप में पेश किया जा रहा है। वहीं विरोधियों का मज़ाक उड़ाने केलिए एक अन्य टिप्पणी में लिखा गया, "andbhakt and Din mein bhi khwab dekhte hain kya"। दूसरी तरफ वीडियो 003-CAA में स्प्लिटस्क्रीन फ्रेमिंग के जरिए एक कृत्रिम - बहस दिखाई गई है जहाँ एक वक्ता दूसरे के धर्म का सरेआम मज़ाक उड़ाता है और विरोधी समुदाय की आस्था को लेकर अश्लील भाषा का इस्तेमाल करता है। इसके जवाब में दर्शक भी मज़ाक की वही भाषा दोहराते हैं, जैसे एक दर्शक लिखता है, "ajeet bharti looks like maulana..."। प्रशंसक इसे 'हिम्मत' का काम बताते हैं जो ये साफ करता है कि शॉर्टवीडियो प्रारूप में तर्कों की जगह केवल - नफरत और मज़ाक ने ले ली है।

5: सुरक्षा और सांस्कृतिक पहचान के फ्रेम वीडियो)6 से 10)

यहाँ हम ये देखेंगे कि कैसे शॉर्टवीडियो निर्माता - राष्ट्रीय सुरक्षा और सांस्कृतिक पहचान जैसे मुद्दों का चतुराई से उपयोग करके एक विशिष्ट वैचारिक फ्रेम तैयार करते हैं। ये बताता है कि जब जटिल नीतिगत मुद्दों को साठ सेकंड के उग्र आख्यानों में समेटा जाता है, तो दर्शकों पर इसका क्या असर होता है।

5.1 बचाव और मुक्ति का आख्यान तथा प्रासंगिक अशुद्धियां

डिजीटल वीडियो विमर्श में एक बहुत ही प्रभावी रणनीति ये है कि किसी जटिल मुद्दे को सीधे- सादे'बचाव और मुक्ति' के आख्यान में बदल दिया जाए। वीडियो 006-CAA एक विदेशी क्रिकेटर के पुराने बयान से शुरू होता है जो अतिशयोक्ति का इस्तेमाल करते हुए अल्पसंख्यकों की घुटन का जिक्र करता है। इस वीडियो में स्प्लिटस्क्रीन - फ्रेमिंग का इस्तेमाल किया गया है जहाँ संपादन सीधे तौर पर राजनेताओं को एक रक्षक के रूप में स्थापित करता है। हालाँकि, इसमें एक बहुत ही गंभीर प्रासंगिक अशुद्धि दिखाई देती है जहाँ वक्ता उस क्रिकेटर को बाहरी व्यक्ति के रूप में स्थापित करने केलिए एक बहुत ही सामान्य तस्वीर का उपयोग करता है जिसे नैरेटर की वॉयसओवर एक धार्मिक भेदभाव के दृश्य प्रमाण के रूप में फ्रेम कर देती है। इस भ्रामक फ्रेमिंग का असर दर्शकों पर बहुत गहरा होता है और कमेंट सेक्शन में एक दर्शक सीधे तौर पर देशद्रोह का आरोप लगाते हुए लिखता है, "Des ka gaddar to ye log hai"। एक अन्य कमेंट में एक महिला यूजर को निशाना बनाते हुए अत्यंत अपमानजनक भाषा का इस्तेमाल हुआ : "@divvu_thadiwal... samjhi pagal aurat"। ये चरित्र हनन की वो रणनीति है जो वीडियो द्वारा बोए गए 'हम बनाम वे' का परिणाम है।

5.2 सांस्कृतिक मज़ाक और सिनेमाई संदर्भ का दुरुपयोग

राजनीतिक घटनाओं को सिनेमाई संदर्भों में पेश करना अब एक बहुत लोकप्रिय एडिटिंग तकनीक है और वीडियो 008-CAA इसका ज्वलंत उदाहरण है। इस वीडियो की शुरुआत कार की लाइसेंस प्लेट से होती है लेकिन बैकग्राउंड में बॉलीवुड फिल्म का एक बहुत ही मशहूर रोमांटिक डायलॉग बज रहा होता है। राजनीतिक कानून जैसी गंभीर चीज़ को रोमांटिक डायलॉग के साथ जोड़ना प्रासंगिक अशुद्धि का चरम है और ये मज़ाक का ही एक रूप है जो गंभीर बहस को महत्वहीन कर देता है। दर्शक भी इस सिनेमाई मज़ाक का पूरा आनंद लेते हैं और कमेंट्स में लिखते हैं, "Maine pahle hi decode kar liya tha..."। हंसने वाले इमोजी ये साफ दर्शाते हैं कि कैसे एक अत्यंत ध्रुवीकृत मुद्दे को महज़ एक मनोरंजन या 'सुपर ओवर' में बदल दिया गया है। वहीं दूसरी ओर वीडियो 010-CAA में घुसपैठियों का एक बहुत ही उग्र नैरेटिव सेट किया जाता है जहाँ वक्ता बहुत ही अपमानजनक शब्द का इस्तेमाल करता है। इसका परिणाम ये हुआ कि एक दर्शक ने खुली आक्रामकता दिखाते हुए लिखता है, "NRC aa rha hai chun chun ke rohiygiyao ko bhagana h"। ये वैचारिक रूप से चरम भाषा का सबसे सटीक उदाहरण है। हालांकि कुछ लोगों ने समानता के अधिकार पर सवाल उठाया पर उन्हें चुप कराने केलिए उनके 'कोटे' का मज़ाक उड़ाया गया।

5.3 राष्ट्रवाद का ध्रुवीकरण जो हमारे :साथ नहीं, वह देशद्रोही

वीडियो 007-CAA एक अभिनेता के बयान पर प्रतिक्रिया है जहाँ वक्ता बहुत ही आक्रामक तरीके से असहमति जताने वालों को बेबुनियादी ठेकेदार कहकर उनका मज़ाक उड़ाती है। इसके जवाब में दर्शक सीधे तौर पर आर्थिक बहिष्कार की धमकियां देते हैं और गुस्से वाले इमोजी के साथ लिखते हैं, "Boycott karo is ki saree filmo ka"। ये स्पष्ट रूप से दिखाता है कि डिजीटल पत्रकारीता में असहमति की कोई जगह नहीं बची है। यही ध्रुवीकरण हमें वीडियो 009-CAA में भी देखने को मिलता है जहाँ धार्मिक नारों का उपयोग एक राजनीतिक हथियार के रूप में किया जाता है। ये मिररिंग प्रभाव साबित करता है कि शॉर्टवीडियो - ने राष्ट्रवाद को एक ऐसे हथियार में बदल दिया है जिसका इस्तेमाल अब केवल अपने ही देश के नागरिकों को'गद्दार' साबित करने केलिए किया जा रहा है।

6: मात्रात्मक परिणाम और 'मिररिंग प्रभाव' का सांख्यिकीय प्रमाण

इस शोध पत्र को केवल गुणात्मक नैरेटिव विशलेषण तक ही सीमित नहीं रखा गया है। ये डेटा भारतीय डिजीटल पत्रकारीता के भीतर छिपी उन संरचनात्मक चुनौतियों को दुनिया के सामने उजागर करता है और ये प्रमाणित करता है कि वीडियो निर्माताओं की उकसाने वाली रणनीतियां आम दर्शकों के दिमाग पर क्या और कितना प्रभाव डाल रही हैं।

6.1 वीडियो कोड वितरणआउटरेज का निर्माण :

हमने अपने शोध केलिए चुने गए 10 प्रमुख शॉर्ट-अलग नैरेटिव और फ्रेमिंग -वीडियो में अलग मापदंडों की उपस्थिति को बहुत बारीकी से मापा है। इन10 वीडियो में कुल 85 बार इन विशिष्ट आक्रामक मापदंडों को हमारे कोडिंग सिस्टम में दर्ज किया गया। प्राप्त डेटा से ये पूरी तरह और साफ़ तौर पर स्पष्ट हो जाता है कि संपादन तकनीकें)12 इंस्टेंस) और फ्रेमिंग (12 इंस्टेंस (सबसे प्रमुख और असरदार उपकरण थे जिनका इस्तेमालइन कंटेंट क्रिएटर्स ने बहुत ही चतुराई से किया था। सांख्यिकीय नजरिए से देखा जाए

तो ये दर्शाता है कि वीडियो का मुख्य जोर उसकी बनावट, बैकग्राउंड संगीत और दृश्यों की प्रस्तुति पर ही था, न कि उसके किसी तथ्यात्मक या नीतिगत कंटेंट पर। सीधी सी बात ये है कि साठ सेकंड के इन वीडियो में तथ्य नहीं, बल्कि भावनाओं के रंगीन फ्रेम बेचे जा रहे हैं।

इसके तुरंत बाद भावनात्मक प्रदर्शन)11 इंस्टेंस ( ) और वैचारिक रूप से चरम भाषा11 इंस्टेंसका (स्थान आता है। वीडियो निर्माताओं ने जानबूझकर ऐसी भाषा का ही चयन किया जो सीधे तौर पर दर्शकों की भावनाओं को भड़काने का काम कर सके। अगर हम अन्य कोड्स की बात करें, तो विजुअल प्रतीकों जैसे कि झंडे, रंगों और ऐतिहासिक चित्रों का उपयोग कुल 9 बार किया गया, जबकि अतिशयोक्ति, वर्बल स्पारिंग और अनवेरिफाइड ग्राफिक्स या टेक्स्ट का उपयोग 7-7 बार दर्ज किया गया। मज़ाक उड़ाने की प्रवृत्ति, चरित्र हनन, आक्रामक शारीरिक भाषा और जानबूझकर की गई प्रासंगिक अशुद्धियों को 6-6 बार हमारे डेटासेट में पाया गया। इसके अलावा अपमानजनक भाषा का इस्तेमाल 5 बार, नेम- कॉलिंग4 बार, और अश्लील भाषा का इस्तेमाल 3 बार हुआ। ये सारा मात्रात्मक डेटा इस बात को से साबित करता है कि तथ्यपरक रिपोर्टिंग को किनारे रखकर आज के शॉर्टवीडियो मुख्य रूप से - जज़्बात, संपादन की चालाकियों और वैचारिक ध्रुवीकरण के सहारे ही फलफूल रहे हैं। ये - पत्रकारिता का कोई नया रूप नहीं है, बल्कि 'आउटरेज' पैदा करने की एक बहुत ही सोची-समझी और व्यवस्थित स्क्रिप्ट है।

6.2 दर्शकों की प्रतिक्रियाओं का सेंटीमेंट विश्लेषण : सिकुड़ता मध्य मार्ग

वीडियो के वास्तविक प्रभाव को सांख्यिकीय रूप से नापने केलिए हमने कुल 816 टिप्पणियों का बहुत ही गहरा सेंटीमेंट विश्लेषण किया। ये विश्लेषण उन 10 वीडियो की शीर्ष 100 टिप्पणियों के हमारे प्रोटोकॉल पर आधारित था। जो आंकड़े हमारे सामने निकल कर आए हैं, वे अफेक्टिव पब्लिक्स की उग्रता और वैचारिक ध्रुवीकरण की उस भयानक स्थिति को पूरी तरह से प्रमाणित कर देते हैं जिससे आज हमारा समाज गुजर रहा है। डेटा कुछ इस प्रकार है:

- बेहद नकारात्मक)Very Negative): 249 टिप्पणियां
- नकारात्मक)Negative): 303 टिप्पणियां
- तटस्थ)Neutral): 29 टिप्पणियां
- सकारात्मक)Positive): 114 टिप्पणियां
- बेहद सकारात्मक)Very Positive): 121 टिप्पणियां

अगर हम ध्यान से देखें तो कुल 816 टिप्पणियों में से 552 टिप्पणियां यानी लगभग 67.6 प्रतिशत टिप्पणियां सीधे तौर पर नकारात्मक या बेहद नकारात्मक श्रेणी के दायरे में आती हैं। ये अपने आप में एक बहुत बड़ा सांख्यिकीय प्रमाण है कि इन 10 वीडियो ने इंटरनेट पर किसी भी प्रकार की स्वस्थ या लोकतांत्रिक बहस को जन्म नहीं दिया, बल्कि इसकी जगह एक भारी मात्रा में आक्रोश, नफरत और ट्रॉलिंग का माहौल ही तैयार किया है। इसके बिल्कुल विपरीत, जो सकारात्मक और बेहद सकारात्मक टिप्पणियां मिलीं करीब)28.8 प्रतिशत(, वे भी कोई तार्किक बहस नहीं कर रही थीं। वे मुख्य रूप से कट्टर समर्थकों द्वारा किए गए 'इनग्रुप सिग्नलिंग-' का ही एक हिस्सा थीं जहाँ केवल अपने नेता की तारीफ या दूसरे पक्ष को नीचा दिखाने वाली बातें कही गईं।

सबसे ज्यादा जो बात हमें डराती है, वो है तटस्थ)Neutral) टिप्पणियों का ये छोटा सा आंकड़ा। 816 में से केवल 29 टिप्पणियां ही ऐसी मिलीं

जिन्हें हम तटस्थ कह सकते हैं, जो कि मात्र 3.5 प्रतिशत है। ये आंकड़ा कह रहा है कि डिजीटल स्पेस में अब बीच के रास्ते, सवाल पूछने की हिम्मत, या किसी तार्किक विमर्श केलिए कोई जगह ही नहीं बची है। दर्शक या तो किसी विषय का बहुत ही ज्यादा उग्र समर्थन कर रहे हैं या फिर उसका उतनी ही हिंसक प्रकृती के साथ विरोध कर रहे हैं।

6.3 कमेंट कोड वितरण और 'मल्टीप्लायर इफेक्ट' का प्रमाण

टिप्पणियों के भीतर नैरेटिव कोड्स का जो वितरण मिला है, वो सीधे तौर पर हमारे 'मिररिंग प्रभाव' के दावे को सच साबित करता है। हमने 816 टिप्पणियों के विशलेषण में कुल 1523 बार अलगअलग तरह के आक्रामक कोड्स की - उपस्थिति दर्ज की है। इसका सीधा सा मतलब ये निकलता है कि एक ही छोटी सी टिप्पणी में कई बार आक्रामक रणनीतियों का -दर्शकों ने कई उपयोग किया। इन टिप्पणियों में जो कोड्स सबसे ज्यादा हावी रहे, वो कुछ इस प्रकार हैं:

- भावनात्मक प्रदर्शन :613 बार
- वैचारिक रूप से चरम भाषा :238 बार
- मज़ाक)Mockery): 155 बार
- चरित्र हनन :120 बार
- अपमानजनक भाषा :93 बार
- वर्बल स्पारिंग :93 बार
- नेम :कॉलिंग-41 बार
- दृश्य प्रतीक :(इमोजी और झंडे)39 बार
- अश्लील भाषा :37 बार

यहाँ हम पापाचारिसी)2015) के 'इंटरटेक्स्टुअल अलाइनमेंट' और डिजीटल स्पेस के उस 'मल्टीप्लायर इफेक्ट' को सांख्यिकीय रूप से देख सकते हैं जिसका हम जिक्र कर रहे थे। एक बहुत ही महत्वपुर्ण तुलना यहाँ करनी ज़रूरी हैवीडियो – निर्माताओं ने अपने10 वीडियो में कुल मिलाकर केवल 11 बार 'वैचारिक रूप से चरम भाषा' का इस्तेमाल किया था, इसके जवाब में दर्शकों ने कमेंट सेक्शन में 238 बार उसी भाषा को दोहराया। इसी प्रकार वीडियो में 'चरित्र हनन' की घटना सिर्फ 6 बार हुई थी, पर दर्शकों ने इसे ट्रिगर के रूप में लिया और अपनी टिप्पणियों में इसे 120 बार किया। वीडियो में मज़ाक उड़ाने की प्रवृत्ति सिर्फ 6 बार थी, जबकि टिप्पणियों में ये ग्राफ 155 तक पहुँच गया। अपमानजनक भाषा का एक छोटा सा बीज जो वीडियो में 5 बार बोया गया था, वो कमेंट सेक्शन में 93 गालियों और भद्दे अपशब्दों का एक बहुत बड़ा पेड़ बन गया। ये इंटरटेक्स्टुअल अलाइनमेंट का सबसे सटीक सबूत है कि कैसे एक छोटा सा 60 सेकंड का भड़काऊ वीडियो जनता के बीच कई गुना अधिक नफरत और ध्रुवीकरण पैदा करने की क्षमता रखता है।

7: चर्चा

हमारे इस शोध के जो मिश्रित निष्कर्ष सामने आए हैं, वे डिजीटल पत्रकारीता और समकालीन राजनीतिक संचार के बदलते हुए स्वरूप पर कई बहुत ही गंभीर सवाल खड़े करते हैं। ये चर्चा अनुभाग हमारे उन तीनों शोध प्रश्नों का बहुत ही स्पष्ट उत्तर देने का प्रयास करता है और ये स्थापित करता है कि कैसे ये डेटा आधारित- 'मिररिंग प्रभाव' हमारे सामाजिक तानेबाने केलिए - एक अभूतपूर्व खतरा बन गया है।

7.1 फ्रेमिंग की जटिलताकानूनी बनाम :) भावनात्मकRQ1)

हमारे पहले शोध प्रश्न के जवाब में नैरेटिव विशलेषण ने साफ तौर पर दो बिल्कुल ही परस्पर विरोधी फ्रेमों को उजागर किया है। एक तरफ जहाँ कुछ वीडियो में इस पूरे कानून को बहुत ही

'संवैधानिक और कानूनी विजय' की तरह पेश किया गया, वहीं दूसरी ओर कुछ वीडियो में हमें एक 'मानवीय और रक्षक' वाला फ्रेम दिखाई दिया। सबसे बड़ी खोज तो ये रही कि वीडियो निर्माता अक्सर 'हाइब्रिड फ्रेमिंग' का सहारा लेते हैं जहाँ वे एक बहुत ही नीरस और तकनीकी कानूनी तर्क को तीव्र भावनाओं और पुराने ऐतिहासिक जख्मों जैसे कि विभाजन के दर्द के साथ मिला देते हैं। इसका मकसद सीधा है| दर्शकों के दिमाग और दिल दोनों पर एक साथ वार करना। जब किसी नीतिगत दस्तावेज की चर्चा को बैकग्राउंड में बॉलीवुड के गानों और आक्रामक चेहरे के भावों के साथ परोसा जाता है, तो वो कानून नहीं रह जाता, वो राष्ट्रवाद और जज़्बात का मुद्दा बन जाता है जिस पर कोई तर्क करना मुमकिन ही नहीं है। ये हाइब्रिड फ्रेमिंग आज के डिजीटल दौर में जनमत को कंट्रोल करने का सबसे घातक हथियार बन चुकी है।

7.2 आउटरेज का शस्त्रीकरण और बहुमाध्यमीय -) रणनीतियांRQ2)

हमारा दूसरा शोध प्रश्न उन संपादन तकनीकों और भाषाई आक्रामकता से पैदा होने वाले 'आउटरेज' के बारे में था। हमारा मात्रात्मक डेटा हमें ये साफ बता रहा है कि संपादन)12 इंस्टेंस ( ) और भावनात्मक प्रदर्शन11 इंस्टेंसइन वीडियो (निर्माताओं के सबसे बड़े और पसंदीदा टूल्स हैं। साठ सेकंड की उस छोटी सी समय सीमा में कोई भी क्रिएटर किसी भी कानून की पेचीदगियों को नहीं समझा सकता, इसलिए वे आसान रास्ता चुनते हैं। नेमकॉलिंग-, अश्लील भाषा, मज़ाक और चरित्र हनन, ये सब सिर्फ गलतियां नहीं हैं, बल्कि ये आक्रोश पैदा करने की एक बहुत ही सोची-समझी रणनीति का हिस्सा हैं। ये सारी तकनीकें दर्शकों की सोचने और समझने की शक्ति)critical thinking) को कम देती हैं और उन्हें तुरंत एक चरमपंथी प्रतिक्रिया देने केलिए उकसाती हैं। जैसा कि डेटा से भी साफ हुआ, संपादन तकनीकों का जो आक्रामक उपयोग हुआ, उसने सीधे तौर पर दर्शकों की भावनाओं के साथ खिलवाड़ किया। ये इस बात का सबसे बड़ा प्रमाण है कि शॉर्ट-वीडियो की सफलता उसके तर्कों की सच्चाई में नहीं, बल्कि दर्शकों को 'उकसाने की उसकी शक्ति' में छिपी है।

7.3 मिररिंग प्रभाव और सामाजिक सामंजस्य पर इसका असर)RQ3)

तीसरे शोध प्रश्न का जो उत्तर मिला है, वो सबसे ज्यादा चिंताजनक तस्वीर हमारे सामने रखता है। जब हमने इन 10 वीडियो के नैरेटिव मापदंडों की तुलना उन 816 टिप्पणियों से की, तो हमें पापाचारिसी)2015) के इंटरटेक्स्टुअल अलाइनमेंट का बहुत ही स्पष्ट प्रमाण मिला। 67.6 प्रतिशत नकारात्मक टिप्पणियां और 613 बार भावनात्मक प्रदर्शन का दर्ज होना ये साफ़ बताता है कि दर्शक वीडियो के उस गुस्से को न सिर्फ अपना रहे हैं, बल्कि उसे कई गुना और ज्यादा बढ़ाकर पेश कर रहे हैं। इसे ही हम मिररिंग प्रभाव कहते हैं। ये प्रभाव डिजीटल दुनिया में एक ऐसा मल्टीप्लायर इफेक्ट पैदा करता है। जब टिप्पणियों में 155 बार मज़ाक और 238 बार वैचारिक रूप से चरम भाषा का इस्तेमाल होता है, तो ये संवाद के सारे दरवाजे हमेशा केलिए बंद कर देता है। ये समाज को 'हम बनाम वे' (Us vs. Them) के दो बहुत ही कड़े और हिंसक खानों में बाँट देता है।

8: निष्कर्ष, सीमाएं और भविष्य की दिशाएं

8.1 निष्कर्ष

ये शोध पत्र भारत में डिजीटल पत्रकारीता के सामने खड़ी उन बड़ी चुनौतियों और नागरिकता संशोधन अधिनियम जैसे संवेदनशील मुद्दे पर

चल रहे शॉर्टवीडियो विमर्श का एक बहुत ही -वीडियो -व्यापक विश्लेषण पेश करता है। शॉर्ट बनाने वाले लोग ऐतिहासिक दर्द का इस्तेमाल एक हथियार की तरह करते हैं और संपादन की चालाकियों से जानबूझकरआक्रोश पैदा करते हैं। हमारा मात्रात्मक डेटा ये बताता है कि ये सारी रणनीतियां कई हद तक कामयाब हो रही हैं। मिररिंग प्रभाव की वजह से ये आक्रोश कमेंट सेक्शन में जातेजाते कई गुना बढ़ जाता है-, जो हमारे सामाजिक सामंजस्य को गहरी चोट पहुँचाता है और किसी भी तार्किक बहस की गुंजाइश को खत्म देता है। अंत में यही कहा जा सकता है कि इस डिजीटल युग में राष्ट्र निर्माण की कहानी अब संसद के साथ इन छोटी मोबाइल स्क्रीन पर गढ़े जा रहे ध्रुवीकृत आख्यानों और उनके नीचे चल रहे वैचारिक युद्ध से तय हो रही है।

8.2 शोध की सीमाएं

किसी भी अकादमिक प्रयास की तरह, हमारे इस अध्ययन की भी अपनी कुछ सीमाएं रही हैं जिनका जिक्र करना ज़रूरी है। भले ही 10 वीडियो और 816 टिप्पणियों का ये विश्लेषण सांख्यिकीय तौर पर बहुत मजबूत है, लेकिन ये पूरे डिजीटल विमर्श के उस असीमित समुद्र को पूरी तरह से नहीं समेट सकता। दूसरी सीमा ये रही कि ये अध्ययन एक बहुत ही विशिष्ट समयावधि यानी दिसंबर 2023 से मई 2024 तक ही सीमित था। चुनाव के ठीक पहले का वो माहौल बहुत ही गर्म था, जिसकी वजह से डेटा में आक्रामकता की मात्रा स्वाभाविक रूप से थोड़ी ज्यादा हो सकती है। इसके अलावा, ये अध्ययन पूरी तरह से कंटेंट विशलेषण पर ही टिका हुआ था; हमने सीधे तौर पर दर्शकों के साथ कोई बातचीत या साक्षात्कार नहीं किया, जो शायद इस आउटरेज को समझने का एक और बेहतर जरिया हो सकता था।

8.3 भविष्य के शोध की दिशाएं

ये अध्ययन भविष्य के शोधकर्ताओं केलिए कई नए और ज़रूरी रास्ते खोलता है। सबसे पहला और ज़रूरी काम तो इन प्लेटफॉर्म्स के एल्गॉरिदम के असर को गहराई से समझना होना चाहिए। भविष्य में ये जांच होनी चाहिए कि क्या यूट्यूब और इंस्टाग्राम जैसे बड़े प्लेटफॉर्म्स जानबूझकर ऐसे भड़काऊ और आक्रोश वाले वीडियो को ज्यादा बढ़ावा देते हैं? दूसरा ये कि इस मिररिंग प्रभाव को और भी बड़े पैमाने पर मशीन लर्निंग और नेचुरल लैंग्वेज प्रोसेसिंग)NLP) जैसे आधुनिक टूल्स की मदद से परखा जाना चाहिए ताकि लाखोंकरोड़ों टिप्पणियों को- और बेहतर समझा जा सके। अंत में, डिजीटल मीडिया साक्षरता)Digital Media Literacy) के क्षेत्र में भी बहुत काम करने की ज़रूरत है ताकि हमारे देश का आम नागरिक इस दुष्प्रचार और वैचारिक ध्रुवीकरण के जाल में फँसने से बच सके।

संदर्भ सूची

Berry, J. M., & Sobieraj, S. (2014). The outrage industry: Political opinion media and the new incivility. Oxford University Press.

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

Castells, M. (2012). Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age. Polity Press.

Chadwick, A. (2013). The hybrid media system: Politics and power. Oxford University Press.

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. Journal of Communication, 43(4), 51-58. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x

Goldhaber, M. H. (1997). The attention economy and the net. First Monday, 2(4). https://doi.org/10.5210/fm.v2i4.519

Hermida, A. (2010). Twittering the news: The emergence of ambient journalism. Journalism Practice, 4(3), 297-308. https://doi.org/10.1080/17512781003640703

Kramer, A. D., Guillory, J. E., & Hancock, J. T. (2014). Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks. Proceedings of the National Academy of Sciences, 111(24), 8788-8790. https://doi.org/10.1073/pnas.1320040111

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). Reading images: The grammar of visual design (2nd ed.). Routledge.

Kristeva, J. (1980). Word, dialogue and novel. In Desire in language: A semiotic approach to literature and art (pp. 64-91). Columbia University Press.

McIntyre, L. (2018). Post-truth. MIT Press.

Papacharissi, Z. (2015). Affective publics: Sentiment, technology, and politics. Oxford University Press.

Pariser, E. (2011). The filter bubble: What the Internet is hiding from you. Penguin Press.

Riessman, C. K. (2008). Narrative methods for the human sciences. SAGE Publications.

Scheufele, D. A. (1999). Framing as a theory of media effects. Journal of Communication, 49(1), 103-122. https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1999.tb02784.x