

एल्गोरिदमिक चुनावी अभियान और लोकतांत्रिक जवाबदेही: बिहार विधानसभा चुनाव 2025 एवं पश्चिम बंगाल विधानसभा चुनाव 2026 में कृत्रिम बुद्धिमत्ता की भूमिका

प्रो. (डॉ.) ममता मणि त्रिपाठी

प्राचार्य, उदित नारायण स्नातकोत्तर महाविद्यालय, पडरौना जनपद कुशीनगर, उत्तर प्रदेश

ईमेल: mamtamanitripathi@gmail.com

शोध सार : इक्कीसवीं सदी के तीसरे दशक में कृत्रिम बुद्धिमत्ता ने लोकतांत्रिक राजनीति और चुनावी प्रक्रियाओं की प्रकृति को उल्लेखनीय रूप से प्रभावित किया है। प्रारम्भिक डिजिटल राजनीति में इंटरनेट और सोशल मीडिया मुख्यतः सूचना प्रसार तथा प्रत्यक्ष राजनीतिक संवाद के साधन थे, जबकि वर्तमान में जनरेटिव एआई, मशीन लर्निंग, बिग डेटा एनालिटिक्स तथा एल्गोरिदमिक प्रणालियाँ चुनावी रणनीति, मतदाता विश्लेषण, लक्षित प्रचार, राजनीतिक संचार और सामग्री निर्माण का हिस्सा बन चुकी हैं। भारत जैसे बहुदलीय, बहुभाषी और विशाल लोकतंत्र में इन तकनीकों ने राजनीतिक दलों को विभिन्न सामाजिक और क्षेत्रीय समूहों तक अपेक्षाकृत कम समय में पहुँचने की क्षमता दी है। साथ ही डीपफेक, सिंथेटिक मीडिया, एल्गोरिदमिक पक्षपात, डेटा गोपनीयता, मनोवैज्ञानिक प्रोफाइलिंग और चुनावी पारदर्शिता से जुड़े प्रश्न भी अधिक महत्वपूर्ण हुए हैं। यह शोध बिहार विधानसभा चुनाव 2025 और पश्चिम बंगाल विधानसभा चुनाव 2026 के तुलनात्मक अध्ययन के माध्यम से एआई-संचालित चुनावी अभियानों की प्रकृति तथा उनके लोकतांत्रिक प्रभावों का विश्लेषण करता है। अध्ययन गुणात्मक तुलनात्मक पद्धति पर आधारित है और निर्वाचन संबंधी दिशा-निर्देशों, सरकारी एवं नीतिगत दस्तावेजों, डिजिटल प्रचार सामग्री, मीडिया प्रतिवेदनों तथा उपलब्ध अकादमिक साहित्य को आधार बनाता है। केंद्रीय तर्क यह है कि एआई ने चुनावी राजनीति को अधिक तीव्र, लक्षित और डेटा-आधारित बनाया है, लेकिन इसके साथ सूचना की विश्वसनीयता, राजनीतिक समानता, पारदर्शिता और जवाबदेही के लिए नई चुनौतियाँ भी उत्पन्न हुई हैं। अतः तकनीकी नवाचार को लोकतांत्रिक मूल्यों, नैतिकता, पारदर्शिता और विधिसम्मत उत्तरदायित्व के साथ जोड़ने वाला समग्र नियामक ढाँचा आवश्यक है।

बीज शब्द: कृत्रिम बुद्धिमत्ता, एल्गोरिदमिक चुनावी अभियान, लोकतांत्रिक जवाबदेही, बिहार विधानसभा चुनाव 2025, पश्चिम बंगाल विधानसभा चुनाव 2026, जनरेटिव एआई, माइक्रोटार्गेटिंग, भारतीय लोकतंत्र।

1. प्रस्तावना

इक्कीसवीं सदी में लोकतांत्रिक राजनीति का स्वरूप सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी के तीव्र विकास के साथ बदल रहा है। इंटरनेट, सोशल मीडिया, बिग डेटा, क्लाउड कंप्यूटिंग और कृत्रिम बुद्धिमत्ता ने राजनीतिक दलों, मतदाताओं और लोकतांत्रिक संस्थाओं के बीच संवाद की प्रकृति को प्रभावित किया है। वर्तमान चुनावी प्रतिस्पर्धा केवल विचारधाराओं, घोषणापत्रों और जनसभाओं पर निर्भर नहीं है; डेटा-संचालित निर्णय, डिजिटल संचार, एल्गोरिदमिक विश्लेषण और वैयक्तिकृत संदेश भी चुनावी रणनीति के महत्वपूर्ण साधन बन गए हैं। मशीन लर्निंग, प्राकृतिक भाषा संसाधन, जनरेटिव एआई और भविष्यवाणी विश्लेषण राजनीतिक दलों को मतदाताओं के व्यवहार, क्षेत्रीय प्राथमिकताओं और डिजिटल सहभागिता के संकेतों का विश्लेषण करने की क्षमता देते हैं। परिणामस्वरूप माइक्रोटार्गेटिंग, स्वचालित सामग्री निर्माण और सोशल मीडिया आधारित राजनीतिक संचार का विस्तार हुआ है (Kreiss, 2016; Howard et al., 2018)।

भारत में डिजिटल विस्तार ने इस परिवर्तन को विशेष महत्व दिया है। इंटरनेट और स्मार्टफोन की बढ़ती पहुँच तथा क्षेत्रीय भाषाओं में डिजिटल मंचों की लोकप्रियता ने चुनावी संचार के नए अवसर पैदा किए हैं। 2024 के लोकसभा चुनावों के बाद जनरेटिव एआई से निर्मित वीडियो, डिजिटल अवतार, वॉयस क्लोनिंग, बहुभाषी संदेश और स्वचालित सामग्री जैसे प्रयोग अधिक दिखाई देने लगे। ऐसी तकनीकों से बड़े पैमाने पर संदेश शीघ्र तैयार किए जा सकते हैं। परन्तु डीपफेक, एआई-आधारित दुष्प्रचार, डेटा गोपनीयता, मनोवैज्ञानिक प्रोफाइलिंग और अपारदर्शी लक्षित प्रचार की चिंताएँ भी सामने आती हैं (UNESCO, 2022; World Economic

Forum, 2024)। इसलिए प्रश्न यह भी है कि एआई से नागरिक की स्वतंत्र राजनीतिक चेतना, सूचना तक समान पहुँच और सार्वजनिक जवाबदेही कैसे प्रभावित होती है।

बिहार और पश्चिम बंगाल इस प्रश्न के तुलनात्मक अध्ययन के लिए उपयोगी उदाहरण हैं। बिहार की चुनावी राजनीति में जातीय समीकरण, सामाजिक न्याय, क्षेत्रीय हित, युवा मतदाताओं और ग्रामीण-शहरी डिजिटल विस्तार की भूमिका महत्वपूर्ण है। पश्चिम बंगाल में वैचारिक प्रतिस्पर्धा, क्षेत्रीय अस्मिता, बंगाली भाषाई पहचान, सांस्कृतिक विमर्श और राजनीतिक ध्रुवीकरण डिजिटल अभियान को अलग स्वरूप देते हैं। इस कारण समान तकनीकी साधन अलग सामाजिक संदर्भों में अलग राजनीतिक कार्य कर सकते हैं। बिहार विधानसभा चुनाव 2025 में एआई-सक्षम सामग्री, लक्षित डिजिटल संदेश और क्षेत्रीय भाषाई संचार की उपयोगिता महत्वपूर्ण रही, जबकि पश्चिम बंगाल विधानसभा चुनाव 2026 में जनरेटिव एआई, डिजिटल वीडियो और ऑनलाइन राजनीतिक नैरेटिव निर्माण का महत्व अधिक स्पष्ट हुआ।

इस अध्ययन का उद्देश्य इन दोनों चुनावों के माध्यम से यह समझना है कि एल्गोरिदमिक चुनावी अभियान राजनीतिक संचार, मतदाता व्यवहार, राजनीतिक प्रतिस्पर्धा और लोकतांत्रिक उत्तरदायित्व के संबंधों को किस प्रकार बदलते हैं। अध्ययन तकनीकी उपकरणों की उपस्थिति का मात्र वर्णन नहीं करता, बल्कि उनके संभावित लोकतांत्रिक परिणामों—पारदर्शिता, निष्पक्षता, सूचना की विश्वसनीयता, नागरिक स्वायत्तता और संस्थागत वैधता—का विश्लेषण करता है। साथ ही निर्वाचन आयोग, नीति-निर्माताओं और डिजिटल प्लेटफॉर्मों की बदलती जिम्मेदारियों पर भी ध्यान दिया गया है।

2. साहित्य समीक्षा

कृत्रिम बुद्धिमत्ता और राजनीति पर विकसित साहित्य यह संकेत देता है कि समकालीन लोकतंत्र में सूचना, डेटा और एल्गोरिदमिक निर्णय राजनीतिक शक्ति के महत्वपूर्ण स्रोत बन रहे हैं। डिजिटल तकनीकों के प्रारम्भिक दौर में सोशल मीडिया को लोकतांत्रिक भागीदारी के विस्तार का माध्यम माना गया, क्योंकि नागरिकों को राजनीतिक संवाद में प्रत्यक्ष भागीदारी का अवसर मिला। किंतु बिग डेटा और एआई के विकास ने डिजिटल मंचों को केवल सूचना के आदान-प्रदान से आगे बढ़ाकर ऐसे एल्गोरिदमिक पारिस्थितिकी तंत्र में बदल दिया है जहाँ सामग्री की दृश्यता, क्रम और पहुँच उपयोगकर्ता के डिजिटल व्यवहार तथा प्लेटफॉर्म की अनुशंसा प्रणालियों से प्रभावित होती है (Bennett & Livingston, 2018; Gillespie, 2014)।

साहित्य में एआई के दोहरे प्रभाव पर विशेष बल मिलता है। एक ओर एआई अनुवाद, भाषण निर्माण, क्षेत्रीय भाषाओं में सामग्री और त्वरित डिजिटल संचार के माध्यम से राजनीतिक पहुँच को बढ़ा सकती है। भारत जैसे बहुभाषी देश में यह क्षमता राजनीतिक संचार को अधिक समावेशी बना सकती है। दूसरी ओर अत्यधिक वैयक्तिकरण से नागरिक अलग-अलग सूचना-बुलबुलों में सीमित हो सकते हैं। यदि किसी मतदाता को उसकी सामाजिक पहचान, मनोवैज्ञानिक प्रवृत्तियों या ऑनलाइन व्यवहार के आधार पर अलग संदेश दिया जाता है, तो साझा सार्वजनिक बहस कमजोर हो सकती है (Pariser, 2011; Zuboff, 2019)। एल्गोरिदमिक माइक्रोटार्गेटिंग इसी कारण लोकतांत्रिक समानता और राजनीतिक जवाबदेही के लिए महत्वपूर्ण प्रश्न पैदा करती है।

राजनीतिक संचार पर साहित्य यह भी दर्शाता है कि मशीन लर्निंग और डेटा विश्लेषण चुनावी अभियानों को मतदाता समूहों की पहचान, मतदान की संभावनाओं के आकलन और संदेशों के अनुकूलन में सक्षम बनाते हैं (Kreiss, 2016; Howard et al., 2018)। संगणकीय प्रचार (Computational Propaganda) की अवधारणा के अनुसार एआई, बिग डेटा और सोशल मीडिया का संयोजन ऐसी सूचना-व्यवस्था बना सकता है जिसमें संदेशों का चयन, क्रम और वितरण अधिक स्वचालित हो जाता है। इससे भावनात्मक विषयों और ध्रुवीकरण की सामग्री को अधिक दृश्यता मिलने की संभावना पर भी चर्चा हुई है (Bradshaw & Howard, 2019)। साथ ही एल्गोरिदम तटस्थ नहीं होते; वे डेटा, डिजाइन विकल्प और संस्थागत या व्यावसायिक प्राथमिकताओं से प्रभावित हो सकते हैं (O'Neil, 2016; Gillespie, 2014)।

जनरेटिव एआई ने इस बहस को नया आयाम दिया है। पहले डिजिटल प्रचार में उपलब्ध सामग्री के वितरण पर जोर था, जबकि जनरेटिव प्रणालियाँ नई आवाज़, चित्र, वीडियो, भाषण और पाठ तैयार कर सकती हैं। इससे राजनीतिक अभियानों की गति बढ़ती है, परन्तु वास्तविक और कृत्रिम सामग्री के बीच अंतर करना कठिन हो सकता है। डीपफेक और सिंथेटिक मीडिया चुनावी सूचना पर विश्वास को प्रभावित कर सकते हैं (UNESCO, 2022; Tucker et al., 2018)।

भारतीय संदर्भ में साहित्य का एक प्रमुख सीमित पक्ष यह है कि अनेक अध्ययन सोशल मीडिया या सामान्य डिजिटल दुष्प्रचार पर केंद्रित हैं, जबकि राज्य-स्तरीय चुनावों में जनरेटिव एआई, माइक्रोटार्गेटिंग, सिंथेटिक मीडिया और लोकतांत्रिक जवाबदेही के संयुक्त प्रभाव पर व्यवस्थित तुलनात्मक अध्ययन अपेक्षाकृत कम है। निर्वाचन आयोग के दिशा-निर्देश, राजनीतिक विज्ञापन की पारदर्शिता

और एआई-जनित सामग्री के प्रकटीकरण से जुड़े प्रश्न भी निरंतर विकसित हो रहे हैं। इसलिए एआई को केवल तकनीकी नवाचार के रूप में नहीं, बल्कि राजनीतिक शक्ति, नागरिक स्वायत्तता और संस्थागत उत्तरदायित्व के संदर्भ में देखना आवश्यक है।

शोध-अंतर

उपलब्ध साहित्य के समालोचनात्मक अध्ययन से स्पष्ट होता है कि अंतरराष्ट्रीय स्तर पर एआई, दुष्प्रचार और चुनावी राजनीति पर पर्याप्त विमर्श उपलब्ध है, लेकिन भारतीय राज्य-स्तरीय चुनावों के संदर्भ में एल्गोरिदमिक अभियान, जनरेटिव एआई और लोकतांत्रिक जवाबदेही को एक साथ रखने वाले तुलनात्मक अध्ययन सीमित हैं। बिहार विधानसभा चुनाव 2025 और पश्चिम बंगाल विधानसभा चुनाव 2026 का अध्ययन इस अंतर को संबोधित करने का प्रयास करता है। इसका प्रमुख प्रश्न यह है कि क्या एआई केवल चुनावी रणनीति की दक्षता बढ़ाती है, या वह राजनीतिक पारदर्शिता, नागरिक-राज्य संबंधों और जवाबदेही की प्रकृति को भी पुनर्परिभाषित करती है।

3. सैद्धांतिक रूपरेखा

कृत्रिम बुद्धिमत्ता और चुनावी राजनीति का अध्ययन केवल तकनीकी दृष्टिकोण से नहीं किया जा सकता, क्योंकि इसमें सत्ता, सूचना, नागरिक सहभागिता, राजनीतिक संस्थाएँ और डिजिटल अवसंरचना एक-दूसरे से जुड़ी होती हैं। इस अध्ययन में एल्गोरिदमिक गवर्नेंस, संगणकीय प्रचार (Computational Propaganda), एजेंडा-निर्धारण सिद्धान्त और लोकतांत्रिक जवाबदेही को संयुक्त विश्लेषणात्मक आधार के रूप में लिया गया है। पारंपरिक लोकतांत्रिक सिद्धान्तों में चुनावी प्रतिस्पर्धा सार्वजनिक विमर्श, राजनीतिक उत्तरदायित्व और नागरिकों के स्वतंत्र निर्णय पर आधारित मानी जाती है; डिजिटल परिवेश में सूचना का प्रवाह एल्गोरिदमिक प्रणालियों से भी नियंत्रित होता है।

एल्गोरिदमिक गवर्नेंस की दृष्टि से सोशल मीडिया और डिजिटल प्लेटफॉर्मों के एल्गोरिदम केवल तकनीकी दक्षता के साधन नहीं हैं। वे यह प्रभावित करते हैं कि कौन-सी सामग्री किस उपयोगकर्ता तक पहुँचेगी, किसे अधिक दृश्यता मिलेगी और किन विषयों पर सहभागिता बढ़ेगी। चुनावी अभियानों में डिजिटल गतिविधि, सामाजिक संबंध, रुचियों और राजनीतिक प्राथमिकताओं के संकेतों का विश्लेषण करके मतदाताओं को समूहों में वर्गीकृत किया जा सकता है। इससे संचार लक्षित और त्वरित होता है, लेकिन निर्णय-प्रक्रिया का एक हिस्सा सार्वजनिक निगरानी से बाहर चला जाता है (Katzenbach & Ulbricht, 2019)।

संगणकीय प्रचार (Computational Propaganda) यह समझने में सहायता करता है कि एआई, डेटा और सोशल मीडिया मिलकर राजनीतिक प्रभाव निर्माण की नई व्यवस्था कैसे बना सकते हैं। राजनीतिक दल, डिजिटल परामर्शदाता, डेटा विश्लेषक और प्लेटफॉर्म ऐसी सूचना-व्यवस्था में योगदान करते हैं जहाँ संदेश स्वतः चुने, वैयक्तिकृत और प्रसारित किए जा सकते हैं। एजेंडा-निर्धारण सिद्धान्त को डिजिटल संदर्भ में विस्तारित करने पर यह देखा जा सकता है कि चुनावी एजेंडा केवल पारंपरिक मीडिया से नहीं, बल्कि ट्रेंडिंग तंत्र, अनुशंसा प्रणालियों और जनरेटिव एआई से भी प्रभावित होता है (McCombs & Shaw, 1972)। इस स्थिति में यह प्रश्न महत्वपूर्ण हो जाता है कि सार्वजनिक राजनीतिक एजेंडा पर प्रभाव डालने वाली शक्ति किन संस्थाओं के पास है।

लोकतांत्रिक जवाबदेही इस अध्ययन की केंद्रीय अवधारणा है। यदि राजनीतिक दलों की सार्वजनिक नीतियाँ और वादे खुले मंच पर प्रस्तुत होते हैं, तो नागरिक उनका सामूहिक मूल्यांकन कर सकते हैं। लेकिन यदि अलग-अलग समूहों को अलग संदेश दिए जाएँ और उनका सार्वजनिक रिकॉर्ड उपलब्ध न हो, तो राजनीतिक दलों की जवाबदेही का आकलन कठिन हो जाता है। बिहार में जातीय और क्षेत्रीय संरचनाएँ तथा पश्चिम बंगाल में भाषाई पहचान, सांस्कृतिक विमर्श और ध्रुवीकरण इस प्रक्रिया को अलग-अलग रूप दे सकते हैं। अतः तकनीक का प्रभाव उसके सामाजिक-राजनीतिक संदर्भ से अलग नहीं समझा जा सकता।

4. भारतीय चुनावी राजनीति में एल्गोरिदमिक चुनावी अभियान का विकास: पारंपरिक चुनाव प्रचार से कृत्रिम बुद्धिमत्ता तक

भारतीय चुनावी राजनीति में तकनीकी हस्तक्षेप पुराना है, लेकिन एआई ने इसके स्वरूप में गुणात्मक परिवर्तन किया है। प्रारम्भ में डिजिटल माध्यम सूचना साझा करने और मतदाताओं से संवाद का साधन थे। बाद में सोशल मीडिया, बिग डेटा, क्लाउड कंप्यूटिंग और मशीन लर्निंग ने चुनावी अभियानों को अधिक डेटा-आधारित, लक्षित और स्वचालित बनाया। 2014 के बाद सोशल मीडिया चुनावी रणनीति का महत्वपूर्ण उपकरण बना और 2019 के आम चुनावों तक लक्षित डिजिटल विज्ञापन, व्हाट्सएप समूह, ऑनलाइन स्वयंसेवी नेटवर्क तथा त्वरित प्रतिक्रिया तंत्र का उपयोग बढ़ा। 2024 तक जनरेटिव एआई ने बहुभाषी सामग्री, डिजिटल अवतार, एआई-निर्मित वीडियो और कृत्रिम आवाज़ आधारित संदेशों के माध्यम से नया आयाम जोड़ा।

भारत की सामाजिक और भाषाई विविधता ने इस परिवर्तन को विशेष उपयोगी बनाया। आयु, क्षेत्र, भाषा, सामाजिक पहचान, डिजिटल व्यवहार और रुचियों के आधार पर अलग संचार रणनीतियाँ बनाना संभव हुआ। राजनीतिक माइक्रोटार्गेटिंग से स्थानीय

प्राथमिकताओं के अनुरूप संदेश भेजे जा सकते हैं, परन्तु इससे सार्वजनिक राजनीतिक विमर्श का साझा आधार कमजोर होने की आशंका भी रहती है। जनरेटिव एआई ने इस प्रक्रिया को और तेज किया है क्योंकि क्षेत्रीय भाषाओं में भाषण, पोस्ट, वीडियो और दृश्य सामग्री कम समय में तैयार की जा सकती है। यदि इनका सत्यापन और प्रकटीकरण न हो, तो वही क्षमता भ्रामक सूचना या कृत्रिम जनसमर्थन के निर्माण में प्रयुक्त हो सकती है।

डिजिटल अभियानों का एक बड़ा हिस्सा निजी और कभी-कभी एन्क्रिप्टेड माध्यमों पर चलता है। इससे निर्वाचन आयोग, मीडिया, नागरिक समाज और शोधकर्ताओं के लिए संदेशों की निगरानी तथा तुलना कठिन हो सकती है। इसलिए चुनावी नियमन का दायरा केवल पोस्टर, रैली और व्यय से आगे बढ़कर डिजिटल विज्ञापन, एआई-जनित सामग्री और प्लेटफॉर्मों पर प्रसार तंत्र तक जाना आवश्यक है। बिहार और पश्चिम बंगाल की सामाजिक-राजनीतिक भिन्नताएँ यह समझने का अवसर देती हैं कि समान तकनीक स्थानीय चुनावी संस्कृति के अनुसार अलग रणनीतिक अर्थ ग्रहण कर सकती है।

5. शोध पद्धति

यह अध्ययन गुणात्मक शोध दृष्टिकोण तथा तुलनात्मक केस अध्ययन पद्धति पर आधारित है। बिहार विधानसभा चुनाव 2025 और पश्चिम बंगाल विधानसभा चुनाव 2026 को अध्ययन की इकाइयों के रूप में इसलिए चुना गया है कि दोनों राज्यों में तीव्र राजनीतिक प्रतिस्पर्धा के साथ अलग सामाजिक-राजनीतिक संरचनाएँ मौजूद हैं। बिहार में जातीय राजनीति, गठबंधन आधारित प्रतिस्पर्धा और ग्रामीण-शहरी डिजिटल विस्तार प्रमुख संदर्भ हैं, जबकि पश्चिम बंगाल में वैचारिक ध्रुवीकरण, क्षेत्रीय पहचान, भाषाई-सांस्कृतिक विमर्श और उच्च राजनीतिक प्रतिस्पर्धा प्रमुख संदर्भ बनते हैं।

अध्ययन मुख्यतः द्वितीयक स्रोतों पर आधारित है। इनमें भारतीय निर्वाचन आयोग और प्रेस सूचना ब्यूरो के चुनावी दिशा-निर्देश, सरकारी व नीतिगत दस्तावेज, अकादमिक रिपोर्टें, पीयर-रिव्यू शोध-पत्र, UNESCO, OECD तथा World Economic Forum की सामग्री, तथ्य-आधारित मीडिया रिपोर्टें और सार्वजनिक डिजिटल प्रचार सामग्री शामिल हैं। विषयवस्तु विश्लेषण में एआई-संबंधी चुनावी वीडियो, दृश्य सामग्री, डिजिटल नैरेटिव तथा नियामक प्रतिक्रियाओं को देखा गया है। विश्लेषण में बार-बार उभरने वाले पैटर्न और संस्थागत प्रतिक्रियाओं को प्राथमिकता दी गई है।

तुलनात्मक विश्लेषण के प्रमुख आयाम हैं—

- कृत्रिम बुद्धिमत्ता आधारित चुनावी प्रचार की प्रकृति।
- राजनीतिक माइक्रोटार्गेटिंग की रणनीतियाँ।
- सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों का चुनावी उपयोग।
- जनरेटिव एआई एवं सिंथेटिक मीडिया की भूमिका।
- चुनावी पारदर्शिता एवं लोकतांत्रिक जवाबदेही।
- भारतीय निर्वाचन आयोग एवं अन्य नियामक संस्थाओं की भूमिका।
- मतदाता सहभागिता तथा राजनीतिक विमर्श पर प्रभाव।

अध्ययन किसी राजनीतिक दल की चुनावी सफलता या विफलता का मूल्यांकन नहीं करता। इसका उद्देश्य एआई की बदलती भूमिका का लोकतांत्रिक विश्लेषण करना है। चूँकि चुनावी एआई गतिविधियाँ तेजी से बदलती हैं, इसलिए आधार दस्तावेजीकृत और सार्वजनिक सामग्री है। जिन घटनाओं की स्वतंत्र पुष्टि उपलब्ध नहीं है, उन्हें स्थापित तथ्य के रूप में प्रस्तुत नहीं किया गया है। निजी मैसेजिंग समूहों और प्लेटफॉर्म के अपारदर्शी एल्गोरिदम पर पूर्ण डेटा उपलब्ध न होने के कारण इनके प्रभाव पर निष्कर्ष सावधानीपूर्वक रखे गए हैं।

6. बिहार विधानसभा चुनाव 2025: एल्गोरिदमिक चुनावी अभियान और लोकतांत्रिक जवाबदेही का विश्लेषण

बिहार विधानसभा चुनाव 2025 ऐसे समय में हुए जब एआई चुनावी रणनीति का महत्वपूर्ण उभरता हुआ उपकरण बन चुकी थी। उपलब्ध रिपोर्टों में जनरेटिव एआई से तैयार रील, स्थानीय बोलियों में आवाज़, डिजिटल वीडियो और लक्षित सामग्री के प्रयोग के उदाहरण मिले हैं। India Today के सितंबर 2025 के OSINT विश्लेषण ने प्रमुख दलों के आधिकारिक इंस्टाग्राम खातों की 2,000 से अधिक पोस्टों की समीक्षा में अनेक एआई-निर्मित या आंशिक रूप से एआई-निर्मित वीडियो दर्ज किए; बाद की रिपोर्टों ने स्थानीय बोली और वॉयस क्लोनिंग के प्रयोग को भी रेखांकित किया (India Today, 2025; Rest of World, 2025)। बिहार की चुनावी राजनीति में जातीय गठबंधन, सामाजिक न्याय, विकास, प्रवासन और युवा आकांक्षाएँ महत्वपूर्ण रही हैं। एआई ने इन संरचनाओं को समाप्त नहीं किया, बल्कि राजनीतिक संचार के तरीकों को बदला।

बिहार में इस डिजिटल विस्तार का सकारात्मक पक्ष यह है कि राजनीतिक दलों को स्थानीय भाषा, युवा डिजिटल दर्शकों और त्वरित राजनीतिक संचार तक पहुँचने के नए साधन मिले। भाजपा के डिजिटल अभियानों में शासन, विकास और राजनीतिक संदेशों को एआई reels तथा लोकप्रिय डिजिटल formats में प्रस्तुत करने का प्रयास इसका एक उदाहरण है। साथ ही, इस विस्तार का दूसरा पक्ष पारदर्शिता से जुड़ा है। मतदाता तक कौन-सी सामग्री पहुँचेगी, किस संदेश को अधिक दृश्यता मिलेगी और कौन-सा मुद्दा अधिक फैलाया जाएगा, इन पर प्लेटफॉर्मों की अनुशंसा प्रणालियों और डिजिटल प्रसार नेटवर्क का प्रभाव पड़ सकता है। 2025 के चुनाव के दौरान निर्वाचन आयोग ने एआई-आधारित डीपफेक और भ्रामक सामग्री के दुरुपयोग के विरुद्ध चेतावनी दी तथा अभियान में प्रयुक्त एआई-जनित या सिंथेटिक सामग्री के स्पष्ट लेबल की आवश्यकता दोहराई (PIB, 2025)। यदि राजनीतिक संचार निजी डिजिटल पारिस्थितिकी में बँट जाए, तो सार्वजनिक निगरानी कठिन होती है और विभिन्न समूहों को दिए गए संदेशों की तुलना करना भी मुश्किल हो सकता है।

सिंथेटिक सामग्री से जुड़ा प्रश्न भी महत्वपूर्ण है। यहाँ भाजपा की भूमिका का एक दूसरा पहलू भी सामने आता है: सितंबर 2025 में प्रधानमंत्री की दिवंगत माता को लेकर प्रसारित एक एआई-निर्मित वीडियो पर भाजपा ने आपत्ति दर्ज कराई और इसे अपमानजनक सिंथेटिक सामग्री बताया। इससे यह संकेत मिलता है कि एआई के रचनात्मक उपयोग के साथ-साथ राजनीतिक व्यक्तियों के विरुद्ध भ्रामक या अपमानजनक सिंथेटिक सामग्री से सुरक्षा की माँग भी चुनावी विमर्श का हिस्सा बनी। चुनावी संदर्भ में एआई-निर्मित या डिजिटल रूप से परिवर्तित ऑडियो, वीडियो और चित्र वास्तविक तथा कृत्रिम सूचना के बीच अंतर को कठिन बना सकते हैं। बिहार चुनाव के दौरान निर्वाचन आयोग ने राजनीतिक दलों, उम्मीदवारों और स्टार प्रचारकों को एआई-जनित अथवा सिंथेटिक सामग्री पर “एआई-Generated”, “Digitally Enhanced” या “Synthetic सामग्री” जैसे प्रमुख लेबल लगाने और दुष्प्रचार फैलाने वाले डीपफेक से बचने का निर्देश दिया था (PIB, 2025)। इस प्रतिक्रिया से स्पष्ट होता है कि चुनावी नियमन अब केवल भौतिक प्रचार और विज्ञापन तक सीमित नहीं रह सकता; डिजिटल सामग्री की प्रामाणिकता और उसके स्रोत की पारदर्शिता भी चुनावी अखंडता का हिस्सा बन गई है।

माइक्रोटार्गेटिंग बिहार में विशेष महत्व रखती है क्योंकि जाति, क्षेत्र, आयु, भाषा और आर्थिक स्थिति के आधार पर मतदाता समूहों की प्राथमिकताएँ अलग हो सकती हैं। उपलब्ध रिपोर्टों में स्थानीय बोलियों और विशिष्ट सामाजिक समूहों के लिए एआई-आधारित सामग्री तैयार किए जाने के उदाहरण मिलते हैं (Rest of World, 2025)। स्थानीय मुद्दों के अनुरूप संदेश बनाना राजनीतिक संचार को प्रासंगिक बना सकता है, लेकिन अलग समूहों को भिन्न वादे या नैरेटिव दिए जाएँ तो सार्वजनिक मूल्यांकन कठिन हो सकता है। दूसरी ओर, एआई बहुभाषीय सूचना और नागरिक संचार को सरल भी बना सकती है।

7. पश्चिम बंगाल विधानसभा चुनाव 2026: जनरेटिव कृत्रिम बुद्धिमत्ता, डिजिटल नैरेटिव और लोकतांत्रिक प्रतिस्पर्धा का विश्लेषण

पश्चिम बंगाल विधानसभा चुनाव 2026 में एआई का महत्व राजनीतिक नैरेटिव, जनमत निर्माण और चुनावी प्रतिस्पर्धा के संदर्भ में अधिक स्पष्ट दिखाई दिया। भाजपा ने एआई को राजनीतिक कथ्य-निर्माण के साथ-साथ बंगाली सांस्कृतिक प्रतीकों और लोकप्रिय पात्रों के माध्यम से संदेशों को स्थानीय संदर्भ देने के लिए भी प्रयोग किया। India Today के विश्लेषण में भाजपा के आधिकारिक इंस्टाग्राम खाते पर Thakurmar Jhuli, Goopy Gynay Bagha Byne, Byomkesh Bakshi और अन्य सांस्कृतिक संदर्भों के एआई-आधारित प्रयोग दर्ज किए गए। इस प्रकार एआई का उपयोग केवल आक्रामक राजनीतिक संदेशों के लिए नहीं, बल्कि स्थानीय सांस्कृतिक स्मृति और डिजिटल engagement को जोड़ने की रणनीति के रूप में भी देखा जा सकता है। India Today के अप्रैल 2026 के विश्लेषण में प्रमुख दलों के इंस्टाग्राम पर 500-500 रीलों की समीक्षा के आधार पर एआई-जनित caricatures, पुनर्निर्मित घटनाओं और सांस्कृतिक पात्रों के राजनीतिक उपयोग के उदाहरण दर्ज किए गए। इससे संकेत मिलता है कि जनरेटिव एआई केवल सूचना देने का माध्यम नहीं, बल्कि राजनीतिक कहानी कहने और पहचान-आधारित नैरेटिव बनाने का उपकरण भी बन गया (India Today, 2026)। राज्य की राजनीतिक संस्कृति, वैचारिक ध्रुवीकरण, क्षेत्रीय अस्मिता और भाषाई पहचान ने इस प्रयोग को विशिष्ट संदर्भ दिया।

सोशल मीडिया इस संदर्भ में केवल प्रचार का मंच नहीं, बल्कि राजनीतिक संघर्ष का प्रमुख क्षेत्र बन जाता है। फेसबुक, यूट्यूब, इंस्टाग्राम, X और व्हाट्सएप जैसे मंचों पर सामग्री की दृश्यता उपयोगकर्ता की रुचियों, सहभागिता और प्लेटफॉर्मों की अनुशंसा से प्रभावित हो सकती है। अप्रैल 2026 में निर्वाचन आयोग ने पश्चिम बंगाल सहित पाँच विधानसभा चुनावों में भ्रामक या अवैध एआई-जनित सामग्री पर कार्रवाई के लिए तीन घंटे की प्रतिक्रिया-व्यवस्था तथा सिंथेटिक सामग्री के स्पष्ट लेबल की आवश्यकता दोहराई; आयोग ने चुनाव अवधि में हजारों सोशल-मीडिया पोस्ट/URLs पर कार्रवाई की जानकारी भी दी (PIB, 2026)।

जनरेटिव एआई और सिंथेटिक मीडिया ने सत्य तथा असत्य के बीच की सीमा को अधिक जटिल बनाया है। पश्चिम बंगाल चुनाव के दौरान एआई-जनित राजनीतिक रील और कथित रूप से कृत्रिम रूप से परिवर्तित सामग्री के उदाहरण सामने आए, जिनमें वास्तविक

राजनीतिक व्यक्तियों और सांस्कृतिक पात्रों को नए संदर्भों में प्रस्तुत किया गया (India Today, 2026)। ऐसी सामग्री का प्रभाव उसके खंडन के बाद भी बना रह सकता है; इसलिए तथ्य-जाँच, स्रोत की विश्वसनीयता और समयबद्ध प्रतिक्रिया लोकतांत्रिक चुनावी प्रक्रिया के महत्वपूर्ण घटक हैं। इस स्थिति में जवाबदेही केवल राजनीतिक दलों तक सीमित नहीं रहती; डिजिटल प्लेटफॉर्म, एआई उपकरण विकसित करने वाली संस्थाएँ, तथ्य-जाँच संगठन, नागरिक समाज और निर्वाचन संस्थाएँ भी जिम्मेदार पक्ष बनते हैं।

पश्चिम बंगाल के अनुभव में नागरिक स्वयं भी एआई आधारित उपकरणों से राजनीतिक सामग्री बना और पुनर्प्रसारित कर सकते हैं। इससे सहभागिता बढ़ती है, लेकिन सामग्री की गुणवत्ता और उत्तरदायित्व की समस्या भी बढ़ सकती है। उपलब्ध सामग्री यह भी दिखाती है कि एआई का प्रयोग केवल दलों के प्रचार तक सीमित नहीं रहा; चुनावी सूचना-परिस्थिति की निगरानी और अनियमितताओं की पहचान के लिए निर्वाचन तंत्र ने भी एआई-आधारित साधनों का उपयोग किया। इस प्रकार एआई का द्वैध चरित्र सामने आता है—एक ओर राजनीतिक नैरेटिव और लक्षित संचार, दूसरी ओर चुनावी निगरानी और सूचना-अखंडता के लिए तकनीकी उपयोग।

8. तुलनात्मक विश्लेषण: बिहार एवं पश्चिम बंगाल में एल्गोरिदमिक चुनावी अभियान और लोकतांत्रिक जवाबदेही

दोनों चुनावों का तुलनात्मक अध्ययन बताता है कि एआई का चुनावी प्रभाव एक समान प्रतिमान का अनुसरण नहीं करता। भाजपा के उदाहरण से यह भी स्पष्ट होता है कि एआई को राजनीतिक कथ-निर्माण, स्थानीय सांस्कृतिक संदर्भों, शासन-संबंधी उपलब्धियों और त्वरित डिजिटल पहुँच के लिए रचनात्मक संचार साधन के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता है। बिहार में भाजपा के एआई reels की संख्या अन्य प्रमुख दलों की तुलना में अधिक दर्ज हुई, जबकि पश्चिम बंगाल में उसके एआई सामग्री ने स्थानीय सांस्कृतिक प्रतीकों का उपयोग किया; इन तथ्यों को चुनावी दक्षता या लोकप्रियता का स्वतः प्रमाण मानने के बजाय डिजिटल रणनीति में बढ़ते तकनीकी निवेश के संकेत के रूप में देखना उचित है। [CiteSpace](#) और [Jaccard](#) दोनों राज्यों में डिजिटल प्लेटफॉर्म, सोशल मीडिया, एआई-सक्षम सामग्री निर्माण और डेटा-आधारित रणनीतियों का महत्व बढ़ा, लेकिन उनके राजनीतिक उद्देश्य स्थानीय परिस्थितियों के अनुसार बदले। इसलिए एआई को स्वतंत्र निर्धारक मानने के बजाय स्थानीय राजनीतिक संरचना, सामाजिक विभाजन, संस्थागत क्षमता और चुनावी संस्कृति के साथ उसकी अंतःक्रिया को समझना अधिक उचित है।

पहला प्रमुख परिवर्तन चुनावी संचार की प्रकृति में है। पारंपरिक प्रचार व्यापक जनसमूह को संबोधित करता था, जबकि एल्गोरिदमिक अभियान विशिष्ट समूहों के लिए अनुकूलित संदेशों पर अधिक निर्भर हो सकते हैं। इससे स्थानीय प्रासंगिकता और संचार की प्रभावशीलता बढ़ती है, परन्तु साझा सार्वजनिक विमर्श कमजोर होने का जोखिम भी पैदा होता है। बिहार में जातीय और क्षेत्रीय समीकरणों के कारण स्थानीयकृत संचार महत्वपूर्ण है, जबकि पश्चिम बंगाल में वैचारिक, सांस्कृतिक और पहचान आधारित प्रतिस्पर्धा डिजिटल नैरेटिव को अधिक केंद्रीय बनाती है।

दूसरा परिवर्तन अभियान की गति और पैमाने में है। जनरेटिव एआई से अनेक भाषाओं और प्रारूपों में सामग्री शीघ्र तैयार की जा सकती है। राजनीतिक दल बदलती घटनाओं पर तेजी से प्रतिक्रिया दे सकते हैं, लेकिन इसी गति के कारण तथ्य-जाँच पीछे रह सकती है। भ्रामक सामग्री का प्रभाव उसके खंडन से पहले स्थापित हो जाने की संभावना लोकतांत्रिक सूचना-व्यवस्था के लिए चुनौती है।

तीसरा परिवर्तन संस्थागत जवाबदेही में है। निर्वाचन आयोग को अब चुनाव आचार संहिता और मतदान प्रक्रिया के साथ एआई-जनित सामग्री, डीपफेक, डिजिटल विज्ञापन और प्लेटफॉर्मिय एल्गोरिदम से जुड़े प्रश्नों पर भी ध्यान देना पड़ता है। 2025 में बिहार के संदर्भ में आयोग ने सिंथेटिक सामग्री के लेबल और डीपफेक के दुरुपयोग के विरुद्ध निर्देश दिए, जबकि 2026 में पश्चिम बंगाल सहित विधानसभा चुनावों के दौरान भ्रामक एआई-सामग्री पर तीन घंटे की कार्रवाई-व्यवस्था और स्रोत प्रकटीकरण पर जोर दिया गया (PIB, 2025; PIB, 2026)। इससे चुनावी शासन और डिजिटल शासन का संबंध अधिक गहरा हुआ है।

तुलना का चौथा निष्कर्ष एआई के द्वैध चरित्र से संबंधित है। यदि इसका उपयोग मतदाता जागरूकता, बहुभाषीय सूचना, चुनावी सूचना की सुलभता, नागरिक सहभागिता या दिव्यांग मतदाताओं की सहायता के लिए किया जाए तो यह लोकतंत्र को अधिक समावेशी बना सकती है। इसके विपरीत अपारदर्शी माइक्रोटार्गेटिंग, दुष्प्रचार, डीपफेक और अनैतिक मनोवैज्ञानिक प्रभाव लोकतांत्रिक निष्पक्षता तथा सार्वजनिक विश्वास को कमजोर कर सकते हैं। इसलिए चुनौती एआई का अस्तित्व नहीं, बल्कि उसका उत्तरदायी और विधिसम्मत उपयोग सुनिश्चित करना है।

इस अध्ययन का व्यापक निष्कर्ष यह है कि भारतीय चुनावी राजनीति में प्रतिस्पर्धा अब केवल दलों, उम्मीदवारों और मतदाताओं के बीच नहीं रह गई है। डिजिटल प्लेटफॉर्म, डेटा अवसंरचना, एल्गोरिदमिक प्रणालियाँ और एआई-संचालित संचार नेटवर्क भी

राजनीतिक शक्ति के सक्रिय घटक हैं। लोकतांत्रिक जवाबदेही को इस बहु-अभिनेत्री परिवेश के अनुरूप पुनर्विचार की आवश्यकता है।

9. लोकतांत्रिक चुनौतियाँ, नीतिगत निहितार्थ एवं सुधार की दिशा

तुलनात्मक विश्लेषण से स्पष्ट है कि एआई ने चुनावी राजनीति में तकनीकी दक्षता के साथ-साथ लोकतांत्रिक जोखिम भी बढ़ाए हैं। पहली चुनौती सूचना की विश्वसनीयता है। डीपफेक और सिंथेटिक मीडिया से ऐसी सामग्री तैयार की जा सकती है जिसे सामान्य उपयोगकर्ता वास्तविक समझ सकता है। दूसरी चुनौती एल्गोरिदमिक अपारदर्शिता है—नागरिक अक्सर यह नहीं जानते कि किसी संदेश को उनके सामने क्यों और किस आधार पर अधिक दृश्यता मिली। तीसरी चुनौती डेटा और गोपनीयता से जुड़ी है। मतदाता के डिजिटल व्यवहार का व्यापक विश्लेषण राजनीतिक प्रोफाइलिंग को संभव बनाता है, जिससे सहमति, डेटा सुरक्षा और उपयोग की सीमा पर प्रश्न उठते हैं।

चौथी चुनौती माइक्रोटार्गेटिंग और सार्वजनिक जवाबदेही की है। राजनीतिक संदेश यदि अलग-अलग समूहों को अलग रूप में दिए जाते हैं, तो नागरिकों के लिए यह देखना कठिन हो सकता है कि दल की सार्वजनिक प्रतिबद्धता वास्तव में क्या है। इस स्थिति में चुनावी प्रतिस्पर्धा समान सार्वजनिक मंच से हटकर निजी डिजिटल नेटवर्कों में विभाजित हो सकती है। पाँचवीं चुनौती डिजिटल असमानता है। एआई आधारित राजनीतिक संचार का लाभ उन समूहों तक अधिक पहुँच सकता है जिनके पास बेहतर डिजिटल पहुँच और साक्षरता है, जबकि कमजोर डिजिटल पहुँच वाले नागरिक अपेक्षाकृत कम प्रभावित या कम सूचित रह सकते हैं।

नीतिगत स्तर पर सबसे पहले एआई-जनित और डिजिटल रूप से परिवर्तित राजनीतिक सामग्री के स्पष्ट प्रकटीकरण की आवश्यकता है। सामग्री पर लेबल लगाना महत्वपूर्ण है, लेकिन अकेला उपाय पर्याप्त नहीं। राजनीतिक विज्ञापन में प्रायोजक, लक्षित समूह, सामग्री निर्माण की प्रकृति और जहाँ संभव हो, प्रमुख वितरण तंत्र की जानकारी उपलब्ध कराना पारदर्शिता बढ़ा सकता है। राजनीतिक दलों को यह भी सुनिश्चित करना चाहिए कि एआई उपकरणों का उपयोग तथ्यात्मक सामग्री को जानबूझकर विकृत करने या मतदाताओं को छिपे हुए मनोवैज्ञानिक प्रभाव में डालने के लिए न किया जाए।

दूसरे, निर्वाचन आयोग और संबंधित संस्थाओं की तकनीकी क्षमता बढ़ाना आवश्यक है। त्वरित शिकायत-निवारण, तथ्य-जाँच सहयोग, डिजिटल फॉरेंसिक क्षमता और प्लेटफॉर्मों के साथ समन्वय चुनावी अखंडता की रक्षा में सहायक हो सकते हैं। तीसरे, डिजिटल प्लेटफॉर्मों से राजनीतिक विज्ञापन और एआई-जनित सामग्री के संबंध में अधिक पारदर्शिता अपेक्षित है। शोधकर्ताओं और नियामकों को गोपनीयता का सम्मान करते हुए पर्याप्त डेटा उपलब्ध हो ताकि चुनावी सूचना-परिस्थिति का स्वतंत्र अध्ययन किया जा सके।

चौथे, नागरिक डिजिटल और एआई साक्षरता को चुनावी लोकतंत्र का हिस्सा माना जाना चाहिए। मतदाताओं को यह समझने में सक्षम होना चाहिए कि सिंथेटिक सामग्री क्या है, किसी सूचना के स्रोत की जाँच कैसे की जाए और वैयक्तिकृत राजनीतिक संदेशों को किस प्रकार आलोचनात्मक दृष्टि से देखा जाए। पाँचवें, राजनीतिक दलों के लिए स्वैच्छिक आचार-संहिता विकसित की जा सकती है जिसमें डीपफेक, भ्रामक सिंथेटिक सामग्री, बिना प्रकटीकरण के एआई-निर्मित राजनीतिक सामग्री और संवेदनशील सामाजिक पहचान के आधार पर अनैतिक लक्षित संदेशों से बचने के स्पष्ट मानक हों।

अंततः नियमन का उद्देश्य तकनीकी नवाचार को रोकना नहीं, बल्कि उसे लोकतांत्रिक मूल्यों के अनुरूप बनाना होना चाहिए। एआई का उपयोग बहुभाषीय सूचना, मतदाता सहायता, सुलभ चुनावी सामग्री और नागरिक सहभागिता के लिए प्रोत्साहित किया जा सकता है, जबकि दुष्प्रचार, भ्रामक सिंथेटिक मीडिया और अपारदर्शी प्रभाव-प्रयोग पर स्पष्ट सीमाएँ होनी चाहिए। इस संतुलित दृष्टिकोण से तकनीकी दक्षता और लोकतांत्रिक वैधता दोनों की रक्षा की जा सकती है।

10. निष्कर्ष

प्रस्तुत अध्ययन का उद्देश्य बिहार विधानसभा चुनाव 2025 तथा पश्चिम बंगाल विधानसभा चुनाव 2026 के तुलनात्मक विश्लेषण के माध्यम से यह समझना था कि कृत्रिम बुद्धिमत्ता भारतीय चुनावी राजनीति में किस प्रकार प्रभाव डाल रही है। अध्ययन से यह भी सामने आता है कि भाजपा ने एआई को केवल प्रतिक्रियात्मक प्रचार के साधन के रूप में नहीं, बल्कि राजनीतिक कथ-निर्माण, स्थानीय सांस्कृतिक संदर्भों, शासन-संबंधी संदेशों और युवा डिजिटल दर्शकों तक पहुँचने की रणनीति के रूप में अपनाया है। अध्ययन से स्पष्ट होता है कि एआई चुनावी संचार को अधिक तीव्र, लक्षित, बहुभाषी और अनुकूलनशील बनाने में सक्षम है। जनरेटिव एआई के कारण राजनीतिक सामग्री का उत्पादन कम समय में बड़े पैमाने पर किया जा सकता है और सामाजिक तथा क्षेत्रीय समूहों के अनुसार संदेशों को अनुकूलित किया जा सकता है। इस अर्थ में एआई चुनावी रणनीति की तकनीकी क्षमता का विस्तार करती है।

किन्तु अध्ययन का दूसरा और अधिक महत्वपूर्ण निष्कर्ष यह है कि यही क्षमता लोकतांत्रिक जवाबदेही के लिए चुनौती भी बन सकती है। माइक्रोटार्गेटिंग सार्वजनिक बहस को निजी संदेशों में विभाजित कर सकती है; एल्गोरिदमिक अनुशंसा प्रणालियाँ सूचना की दृश्यता को प्रभावित कर सकती हैं; और डीपफेक तथा सिंथेटिक मीडिया राजनीतिक सूचना की विश्वसनीयता को कमजोर कर सकते हैं। बिहार और पश्चिम बंगाल की तुलना यह दर्शाती है कि तकनीक स्वयं राजनीतिक परिणाम तय नहीं करती। उसका प्रभाव सामाजिक संरचना, राजनीतिक संस्कृति, ध्रुवीकरण, भाषाई विविधता और संस्थागत क्षमता के साथ उसकी अंतःक्रिया से निर्मित होता है।

अध्ययन यह भी रेखांकित करता है कि लोकतांत्रिक जवाबदेही को अब केवल राजनीतिक दलों और निर्वाचित प्रतिनिधियों तक सीमित नहीं रखा जा सकता। साथ ही, भाजपा जैसे बड़े राजनीतिक संगठनों द्वारा एआई को व्यापक पैमाने पर अपनाना यह दर्शाता है कि भारतीय चुनावी संचार तकनीकी रूप से अधिक पेशेवर, तेज और स्थानीयकृत हो रहा है। यह परिवर्तन अपने आप में न तो सकारात्मक है और न नकारात्मक; इसकी लोकतांत्रिक गुणवत्ता इस बात पर निर्भर करती है कि एआई का उपयोग कितनी पारदर्शिता, तथ्यात्मकता और उत्तरदायित्व के साथ किया जाता है। डिजिटल प्लेटफॉर्म, डेटा अवसंरचना, एआई उपकरण विकसित करने वाली संस्थाएँ, तथ्य-जाँच तंत्र, नागरिक समाज और निर्वाचन संस्थाएँ भी चुनावी सूचना-व्यवस्था के महत्वपूर्ण उत्तरदायी पक्ष हैं। इस व्यापक संरचना में पारदर्शिता, प्रकटीकरण, डेटा संरक्षण, त्वरित शिकायत-निवारण और स्वतंत्र निगरानी के तंत्र आवश्यक हैं।

नीतिगत स्तर पर भारत को एआई के चुनावी उपयोग के लिए बहु-स्तरीय नियामक ढाँचे की आवश्यकता है, जिसमें निर्वाचन नियम, डिजिटल प्लेटफॉर्म की जवाबदेही, राजनीतिक विज्ञापन की पारदर्शिता, एआई-जनित सामग्री का प्रकटीकरण, नागरिक डिजिटल साक्षरता और संस्थागत तकनीकी क्षमता शामिल हों। एआई को लोकतंत्र के लिए स्वभावतः लाभकारी या हानिकारक मानने के बजाय उसके उपयोग की शर्तों पर ध्यान देना अधिक उचित है। यदि तकनीकी प्रगति को संवैधानिक मूल्यों, नागरिक स्वायत्तता, निष्पक्षता और सार्वजनिक उत्तरदायित्व के साथ जोड़ा जाए, तो एआई चुनावी लोकतंत्र को अधिक समावेशी और प्रभावी बनाने में सहायक हो सकती है। अन्यथा एल्गोरिदमिक दक्षता लोकतांत्रिक वैधता की कीमत पर प्राप्त उपलब्धि बन सकती है।

संदर्भ सूची :

1. Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122--139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
2. Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). The global disinformation order: 2019 global inventory of organised social media manipulation. Oxford Internet Institute, University of Oxford.
3. European Parliament Research Service. (2023). Artificial intelligence, democracy and elections.
4. Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. Boczkowski, & K. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp. 167--194). MIT Press.
5. Howard, P. N., Woolley, S. C., & Calo, R. (2018). Algorithms, bots, and political communication in the US 2016 election. *Journal of Information Technology & Politics*, 15(2), 81--93.
6. Katzenbach, C., & Ulbricht, L. (2019). Algorithmic governance. *Internet Policy Review*, 8(4), 1--18.
7. Kreiss, D. (2016). *Prototype politics: Technology-intensive campaigning and the data of democracy*. Oxford University Press.
8. McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176--187.
9. O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Crown Publishing.
10. Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). Initial policy considerations for generative artificial intelligence. *OECD Artificial Intelligence Papers*, No. 1.
11. Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
12. Tucker, J. A., Guess, A., Barberá, P., Vaccari, C., Siegel, A., Sanovich, S., Stukal, D., & Nyhan, B. (2018). *Social media, political polarization, and political disinformation: A review of the scientific literature*. Hewlett Foundation.

13. UNESCO. (2022). Elections in digital times: A guide for electoral practitioners.
14. UNESCO. (2022). Recommendation on the ethics of artificial intelligence.
15. World Economic Forum. (2024). The Global Risks Report 2024 (19th ed.).
16. Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. PublicAffairs.
17. Press Information Bureau. (2025, October 9). ECI directs political parties to adhere to MCC and relevant guidelines on the use of AI for synthetic videos targeting rival parties/candidates.
18. India Today. (2025, September 16). Unreal reels: How political parties are testing limits of AI in Bihar polls.
19. Press Information Bureau. (2026, April 19). General elections and bye-elections 2026: ECI action on unlawful social media content.
20. Rest of World. (2025, December 8). AI campaigns target voters in India's Bihar state election.
21. India Today. (2026, April 23). West Bengal elections: How parties are using AI to shape narratives.