

## चुनाव, हेट स्पीच और मीडिया पर उसका प्रभाव (लोकसभा चुनाव के विशेष संदर्भ में)

नीरज कुमार सिंह

सहेयक प्रोफेसर

लखनऊ पब्लिक कॉलेज ऑफ प्रोफेशनल स्टडीज, लखनऊ

डॉ. रुचिता सुजय चौधरी,

सहायक प्राध्यापक,

ख्वाजा मोईनुद्दीन चिश्ती भाषा विश्वविद्यालय, लखनऊ

प्रमुख शब्द  
हेट स्पीच,  
मीडिया,  
चुनाव,  
राजनीतिक  
संचार,  
लोकतंत्र  
आदि।

प्रस्तावना

**स**मय समय पर राजनैतिक और कुछ धार्मिक व्यक्ति ऐसे वक्तव्य सार्वजनिक स्थानों पर दे देते हैं जो किसी धर्म विशेष के लोगों की भावनाओं को आहत करने वाला होता है। मीडिया भी ऐसे बयानों को प्रमुखता से जगह देता है और थोड़ी ही देर में ऐसे बयान डिजिटल तरंगों पर सवार होकर हवा में तैरने लगते हैं। मीडिया ने ही ऐसे बयानों के लिए पश्चिम से आयातित शब्द 'हेट स्पीच' गढ़ा है। चुनावी माहौल में हेट स्पीच की घटनाओं में एकाएक वृद्धि हो जाती है, ऐसा माना जाता है कि ऐसी टिप्पणियों से उनके वोट बैंक में इजाफा होता है। प्रस्तुत शोध पत्र में पिछले एक वर्ष (मार्च 2014 से मार्च 2015) के दौरान मीडिया में आने वाले ऐसे बयानों का अध्ययन किया गया है तथा साथ में ही इस बात की भी पड़ताल की गई है कि मीडिया का इस तरह के बयानों पर किस तरह का रुख रखता है और ऐसे बयानों को मीडिया में किस तरह का स्थान दिया गया है।

### 1. परिचय

विश्व के सबसे बड़े लोकतंत्र में होने वाले चुनाव सबसे बड़े आयोजन की तरह होते हैं। ऐसा आयोजन जिसमें कोई भी राजनीतिक दल कोई कसर नहीं छोड़ना चाहता। राजनीतिक दल, हर वह रास्ता अपनाते हैं जिस पर चल कर उनकी जीत सुनिश्चित हो जाए। आंकड़े बताते हैं कि वर्ष 2009 के लोकसभा चुनाव के दौरान मतदाताओं तक अपनी बात पहुंचाने में

राजनीतिक दलों ने करीब 854 करोड़ रूपए खर्च दिये थे। वहीं पिछले वर्ष हुए लोकसभा चुनाव-2014 में चुनावी खर्च का यह आंकड़ा 1160 करोड़ तक पहुंच गया था। (एडीआर)

चूंकि वर्तमान समय में चुनाव एक बहुत बड़े इनवेस्टमेंट के रूप में देखा जाने लगा तो ऐसे में राजनीतिक नैतिकता की आशा करना, मूर्खतापूर्ण कृत्य होगा। चुनावों के दौरान या फिर सामान्य दिनों में भी राजनैतिक दलों के मध्य आरोप-प्रत्यारोप का दौर यूं ही चलता रहता है। आरोपों की यह जुगलबंदी कई बार राजनीतिक दलों के होने का अहसास भी करती है। एक स्वथ्य लोकतंत्र में ऐसा वाद-विवाद आवश्यक भी है। (भारत का संविधान, कश्यप) लेकिन कई बार यह बयान जब किसी समुदाय विशेष को लक्षित कर दिए जाने लगते हैं तो यह संविधान की उस मूल भावना का ही हनन करने लगते हैं, जिसमें किसी के साथ धर्म, समप्रदाय, जाति या स्थान पर भेदभाव न होने की बात कही गई है। चुनावों की सुगबुगाहट में ऐसे बयानों का शोर कुछ ज्यादा ही बढ़ जाता है। इसे ही हेट स्पीच का नाम दिया गया है।

शोध की अवधारणा पर आने से पूर्व हमें यह समझना होगा कि आखिर हेट स्पीच है क्या? चूंकि हेट स्पीच मूलतः अंग्रेजी का आयतित शब्द है और इसी रूप में भारतीय मीडिया और साहित्य में प्रयुक्त हो रहा है, इस कारण हम शब्द की शाब्दिकता में ज्यादा बहस नहीं करेंगे। (हालांकि हिन्दी के कुछ रचनाकारों ने इसके लिए ईष्या भाष्य या घृणित वक्तव्य जैसे शब्द गढ़े हैं - 'लोकतंत्र में जेहादी स्वर', हृदय नारायण दीक्षित, संपादकीय आलेख, दैनिक जागरण)। परिभाषिक तौर पर 'व्यक्तियों की ऐसी संरचना जिससे नस्ल, धर्म, क्षेत्र अथवा राष्ट्र के आधार पर अलगाव या ईष्या को उद्देलित किया जाए, हेट स्पीच कहलाता है।' (मिसेल रोजनफील्ड)

भारतीय परिपेक्ष्य में हेट स्पीच की विवेचना ब्रिटिश काल के दौरान बनाए गए कानून में की गई थी। जिसके तहत किसी दूसरे सम्प्रदाय की भावना को आहत करना था। (भारतीय दण्ड संहिता, 1838)। उस काल में साम्प्रदायिकता मुख रूप हिन्दू-मुस्लिम समुदाय के बीच आपसी टकराव को ही प्रस्तुत करती थी। (बिपन चन्द्र) उस समय के राजनेताओं ने हिन्दू-मुस्लिम के इस बैर को अपने भाषणों में शामिल भी किया और इसे दूर करने की बात भी कही। तात्कालीन सामाचार पत्र पत्रकाएं और रेडियों में भी हेट स्पीच शब्द का प्रयोग हुआ। (बिपन चन्द्र)

हाल के दिनों में भारतीय राजनीति में जैसे हेट स्पीच की बाढ़ सी आ गई है। पिछले एक वर्ष के समाचार पत्र पत्रिकाओं और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के साधनों में हमें ढेरों ऐसे उदाहरण मिल जाएंगे जहां कोई प्रमुख राजनीतिक या सामाजिक व्यक्ति ऐसी असामाजिक बात कह

रहा है। वर्तमान समय में हेट स्पीच का दायरा काफी बढ़ गया है, अब हम इसे सिर्फ काल्पनिक विधिक स्तंत्रता के चश्मे से नहीं देख सकते। ऐसे बयानों ने राजनीतिक कार्यक्षेत्र को मजबूती से जकड़ लिया है और गाहे-बगाहे ये सामने भी आ जाते हैं। (ज्यूडिथ बटलर)

- **लोकतंत्र और मीडिया** - वर्तमान परिवेश में मीडिया को लोकतंत्र के चौथे स्तंभ के रूप में प्रस्तुत किया जाता है। एक ऐसा आधार स्तंभ जो बाकी तीनों स्तंभ (व्यवस्थापिका, कार्यपालिका और न्यायपालिका) पर अपनी पैनी निगाह रखता है। राजनीति और मीडिया का संबंध कुछ अधिक ही गहरा है क्योंकि राजनीति सूचनाओं का वह अथाह सागर है जहां से मीडिया अपनी जरूरत की खबर पा जाती है। मतदाता भी इस तरह के बयानों को लेकर आवेश में आकर अपना मतदान करते हैं और कई बार इस तरह के बयान देने वालों को इसका फायदा मिल जाता है।
- **लोकसभा चुनाव और मीडिया:** दरअसल चुनावों के दौरान राजनीतिक पार्टियां चाह रही थी कि मतदाताओं की हवा उनकी तरफ ही बनी रही। पार्टियों को नकारात्मक प्रचार को लेकर भी परहेज नहीं था और न ही वे किसी मर्यादा के तहत काम कर रही थीं। राजनैतिक दलों के नेता ऐसे बयान देने में भी पीछे नहीं थी कि जिससे ध्रुवीकरण को बढ़ावा मिले, असल में वे तो वोटों का ध्रुवीकरण ही चाह रहे थे। वहीं पर मीडिया भी खबरों को लेकर कई बार एक पक्षीय रूख ही अख्तियार कर रहा था। यह पहला चुनाव था जो कि पार्टी और मुद्दों से हट कर व्यक्ति केन्द्रित हो गया था। (कम्युनिटी फॉर मीडिया रिसर्च)
- **कानूनी प्रावधान:** ऐसा नहीं है कि हमारे देश में हेट स्पीच को लेकर कोई कानून नहीं है। सुप्रीम कोर्ट ने कई बार अपने मामलों की सुनवाई के दौरान इस तरह के बयानों को लेकर बहुत ही कड़ा आदेश दिया है। भारतीय संविधान के अनुच्छेद 19(2) के तहत ही राज्य को 'अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता' के अधिकार में युक्तियुक्त प्रतिबंध लगाने का अधिकार है। वहीं भारतीय दंड संहिता के सेक्शन 295। के तहत किसी भी प्रकार के धार्मिक असहिष्णुता फैलाने वाले बयानों पर दंड का प्रावधान है। दंड संहिता की धारा 298 व 505(1) में उन्माद फैलाने वाले शब्दों और भीड़ में ऐसे शब्दों का प्रयोग करने पर दंड का उल्लेख है। आईपीसी की धारा 173 बी तथा 188 में भी धार्मिक उन्माद फैलाने वाले बयानों पर दण्ड की व्याख्या की गई है।

## 2. शोध का उद्देश्य

- मीडिया में दिखाई गई हेट स्पीच की प्रमुख घटनाओं का अवलोकन करना।
- हेट स्पीच की इन खबरों को लेकर मीडिया के रूख को समझना।

### 3. शोध प्रविधि

प्रस्तुत शोध अध्ययन के लिए अन्तर्वस्तु विश्लेषण विधि का प्रयोग किया गया है।

**3.1 अन्तर्वस्तु विश्लेषण** - इसके तहत मार्च 2014 से जुलाई 2015 के दरम्यान हिन्दी समाचार पत्र दैनिक जागरण, दैनिक हिन्दुस्तान और जनसत्ता में प्रकाशित हुए हेट स्पीच के सम्बन्धित खबरों का अध्ययन किया गया है। साथ ही इन अखबारों में हेट स्पीच को ध्यान में रख कर प्रकाशित हुए लेखों और सम्पादकीय का अध्ययन किया गया है।

संक्षिप्त विवरण एवं निष्कर्ष

मीडिया में हेट स्पीच -

यदि हम पिछले एक वर्ष में इस तरह के बयानों को देखे तो लगभग हर माह किसी न किसी बड़े राजनेता ने इस तरह का बयान दिया है। चूंकि यह बयान भावनाओं को उद्देलित करने वाले होते हैं इसलिए मीडिया ने इन बयानों को बड़ी प्रमुखता से पेश भी किया है। पिछले एक वर्ष के कुछ विवादास्पद बयान इस प्रकार हैं-

- कांग्रेस उपाध्यक्ष राहुल गांधी ने लोकसभा चुनाव प्रचार के साथ ही भाजपा उम्मीदवार नरेन्द्र मोदी पर निशाना साधा और उन्हें गुजरात दंगों को दोषी बताया। (इतने बड़े नरसंहार३३)
- कांग्रेसी नेता और पूर्व सांसद बेनी प्रसाद वर्मा ने नरेन्द्र मोदी पर अभद्र भाषा का इस्तेमाल किया। (वो आरएसएस का एजेंट३३१ अप्रैल, 2014)
- कांग्रेसी सांसद इमरान मसूद का 2 अप्रैल, 2014 को सहारनपुर में बयान। उन्होंने तत्कालीन भारतीय जनता पार्टी के प्रधानमंत्री पद के उम्मीदवार नरेन्द्र मोदी पर आपत्तिजनक बयान दिया। (नरेन्द्र मोदी यहां आए तो उनके....)
- लोकसभा चुनावों के दौरान पश्चिम बंगाल की मुख्यमंत्री ममता बनर्जी ने चुनाव आयोग पर अशोभनीय टिप्पणी की। उन्होंने आयोग पर जातिगत रूप से काम करने आरोप लगाया।
- तत्कालीन भाजपा नेता अमित शाह ने 10 अप्रैल को शामली में मुजफ्फरनगर की घटना के सम्बन्ध में बयान दिया। शाह का बयान हिन्दू-मुस्लिम संप्रदायिकता को बढ़ावा देने वाला था। (जो हाथ हिन्दुओं की ओर बढ़ा, उस हाथ को.....)

- उत्तर प्रदेश सरकार में मंत्री आजम खान ने 23 अप्रैल को भाजपा नेता नरेन्द्र मोदी के एक बयान पर तीखा हमला बोलते हुए विवादास्पद बयान दे डाला। (नरेन्द्र मोदी बड़े भाई है, हम अगर कुत्ते के.....)
- समाजवादी पार्टी के अध्यक्ष मुलायम सिंह यादव ने बहुजन समाज पार्टी की अध्यक्ष व पूर्व मुख्यमंत्री मयावती पर 1 मई, 2014 को अशोभनीय टिप्पणी की। (मै उन्हें क्या कह कर बुलाऊ मिस, मिसेज....)
- भारतीय जनता पार्टी के नेता गिरिराज सिंह ने केन्द्र में उनकी सरकार बनने पर 20 मई, 2014 को मुस्लिमों पर विवादास्पद बयान दिया। (जिन मुसलमानों को नरेन्द्र मोदी के प्रधानमंत्री बनने पर आपत्ति है वो पाकिस्तान चले जाए)
- समाजवादी पार्टी के नेता अबू आजमी ने लोकसभा चुनाव के परिणाम आ जाने के बाद 25 मई, 2014 को बयान दिया। उनका बयान सीधे तौर पर मुस्लिमों को टारगेट करके किया गया था। (जो मुस्लिम समाजवादी पार्टी को वोट नहीं देता, उसके डीएनए टेस्ट कराने की जरूरत है।)
- गोरखपुर से भाजपा सांसद योगी आदित्यनाथ का पांच सितंबर, 2014 को आपत्तिजनक बयान आया। बाद में बताया गया कि यह बयान काफी पुराना है। हैदराबाद में अकबरुद्दीन ओवैसी के बयान ”यदि 15 मिनट के लिए पुलिस पीछे हट जाए तो हम बता देगे...” के बयान के बाद उन्होंने यह बयान दिया था। (वो 15 मिनट कहते हैं, हम 5 मिनट में ही इनका....)
- 10 सितंबर, 2014 को केन्द्र में मंत्री एवं उन्नाव से सांसद साक्षी महाराज ने मदरसों को लेकर बयान दिया। (मदरसे आतंक का अड्डा हैं और यहां पढ़ने वाले आतंकी)
- लव जेहाद के मुद्दे पर भाजपा अध्यक्ष अमित शाह ने मुजफ्फरनगर में बयान दिया। यह बयान 25 सितंबर, 2014 का था।
- भाजपा नेता गिरिराज सिंह ने 10 नवंबर, 2014 को कांग्रेस अध्यक्ष सोनिया गांधी पर नस्लीय टिप्पणी की। (सोनिया की जगह अगर कोई अफ्रीकी महिला होती...)
- दिल्ली में चुनावों के दौरान केन्द्र में मंत्री साध्वी निरंजन ज्योति ने मतदाताओं को सम्बोधित करते हुए 10 नवंबर, 2014 को बहुत ही दुर्भाग्यपूर्ण बयान दिया। (आपको तय करना है कि दिल्ली में रामजादों की सरकार बनेगी या.....)
- इसी तरह 2 फरवरी, 2015 को केन्द्र में एक और मंत्री साध्वी प्राची ने एक सभा में विवादास्पद बयान दिया। (वो लोग चार शादियां करते हैं और चालीस....)
- 20 फरवरी, 2015 को समाजवादी पार्टी के नेता नहद हसन ने मायावती पर अमार्यादित बयान दिया। (मायावती मोदी की गोद में बैठी....)

- जनता दल यूनाइटेड के अध्यक्ष शरद यादव ने 13 मार्च, 2015 को राज्यसभा की कार्रवाही के दौरान महिलाओं पर आपत्तिजनक बयान दिया। (दक्षिण भारत की नर्सों का रंग काला होता है, उत्तर भारतीय नर्सें....)

#### 4. मीडिया का रूझान -

शोध के लिए हमने जिस अवधि का चयन किया है, उस समय देश में लोकसभा चुनाव का माहौल था। भारतीय लोकतंत्र में चुनाव त्योहार सरीखे रहे हैं और इस बार का लोकसभा चुनाव अपनेआप में बहुत बड़ा आयोजन था। मीडिया ने इस इवेंट को पूरी तरह से भुनाया। सेंटर फार मीडिया रिसर्च की रिपोर्ट के मुताबिक इससे पहले कभी मीडिया ने एक ध्रुवीय का केन्द्रित रूप में रिपोर्टिंग नहीं की थी।

हेट स्पीच को लेकर सभी मीडिया संस्थानों ने खबरों की माध्यम से प्रतिरोध तो दर्ज कराया लेकिन इसे रोकने या सही तस्वीर पेश करने जैसा कोई कदम नहीं उठाया। अन्य सूचनाओं की भांति ऐसे बयानों को दर्शकों के सामने पेश कर दिया। अप्रैल, 2014 के पहले हफ्ते में आया कांग्रेसी सांसद इमरान मसूद के बयान को दैनिक जागरण ने बड़ी प्रमुखता से अपने उसस समय के अंक में प्रकाशित किया। (दैनिक जागरण, लखनऊ संस्करण, 3 अप्रैल, 2014)। इसी तरह 23 अप्रैल, 2014 के दैनिक हिन्दुस्तान के अंक में आजम खान के बयान को लम्बे-चैड़े रूप में पेश किया गया। 10 सितंबर, 2014 को साक्षी महाराज के बाद जनसत्ता ने दो दिन बाद इस मुद्दे पर संपादकीय लिखा। गिरिराज सिंह के मई, 2014 में बयान आने के बाद कमोवेश सभी अखबारों ने उसके प्रतिरोध में लिखा। इसी तरह लव जेहाद के मुद्दे पर अमित शाह और योगी आदित्य नाथ के बयानों को अमर उजाला, जनसत्ता, हिन्दुस्तान ने कड़े रूख के साथ प्रमुखता से प्रकाशित किया। वहीं इस विषय पर दैनिक जागरण के 27 सितंबर, 2014 को हृदय नारायण दीक्षित का सम्पादकीय छपा। 15 दिसंबर, 2014 को साध्वी निरंजना ज्योति के बयान के बाद वीरेन्द्र जैन का लेख 'विभाजन की भाषा' जनसत्ता में छपा। राष्ट्रपिता महात्मा गांधी की पुण्यतिथि पर 30 जनवरी को दैनिक हिन्दुस्तान ने 'गांधी की जरूरत' शीर्षक के साथ एक लेख छपा, जिसमें तत्कालीन द्वेष फैलाने वाले बयानों को शामिल किया गया तथा बताया गया कि ऐसे समय में गांधी के विचारों को आत्मसाथ करने की कितनी जरूरत है। हेट स्पीच के रूख पर मीडिया पर केन्द्रित एक लेख वीरेन्द्र जैन ने 'मीडिया: अंकुश और आजादी' विषय के साथ जनसत्ता अखबार में 29 मार्च, 2015 को लिखा। उन्होंने लिखा कि अभिव्यक्ति की आजादी के तूफान में मीडिया को उन जिम्मेदारियों को नहीं भूलना चाहिए कि जिस कारण उसे यह आजादी मिली है। 15 मार्च, 2015 को अपने सम्पादकीय 'नेताओं की बदजुबान' शीर्षक के साथ दैनिक जागरण में लेख

प्रकाशित हुआ है, इसमें जदयू नेता शरद यादव के महिलाओं के संबंध में दिए गए बयान को केन्द्र में रखकर, ऐसा करने वालों को कठोर दंड की वकालत की गई है। जनसत्ता के 'फासिज्म की आहटे' शीर्षक लेख में कुलदीप कुमार ने इस तरह के बयानों की कड़ी आलोचना की है। इसी तरह का एक लेख हिन्दुस्तान अखबार में सुधाशु रंजन ने 5 अप्रैल, 2015 को लिखा है, जिसमें दूसरे समुदाय की असहमति से उपजी असहजताओं का उल्लेख किया गया है। 30 मार्च, 2015 को अपने सम्पादकीय पेज पर दैनिक जागरण ने 'सहिष्णुता के शत्रु' शीर्षक के साथ लेख प्रकाशित किया। इस देश में संजय गुप्ता ने लिखा है कि देश में राजनीतिक सरगर्मियों के दौरान राजनेता इस तरह का बयान देना शुरू कर देते हैं जिससे वोटों का धुरवीकरण हो जाए। इस तरह के बयान हर समुदाय के रहनुमा बनने वाले राजनेताओं के मुंह से सुनने को मिल जाते हैं, जिनकी उस समुदाय में विशेष सामाजिक और धार्मिक पहचान होती है। वास्तव में यह सिर्फ एक राजनीतिक स्टंट मात्र होता है।

## 5. निष्कर्ष

शोध के दौरान राजनीतिक व्यक्तियों के बयानों को पढ़ने-सुनने के दौरान इस बात को सहजता से समझा जा सकता है कि चुनावों के दौरान या अन्य दिनों में भी अपनी राजनीति चमकाने के लिए इस तरह के बयान आते रहते हैं। जहां किसी पार्टी का व्यक्ति इस तरह का बयान देता है वहीं वह राजनीतिक पार्टी बयान से पल्ला झाड़ लेती है, जबकि परोक्ष रूप से इस तरह के बयानों से उसे ही फायदा होता है। मीडिया मात्र सूचना के रूप में इन बयानों को दर्शकों के सामने परोस देता है। लोकतंत्र के चौथे स्तंभ होने के कारण मीडिया पर ऐसे बयानों को लेकर अतिरेक सावधानी बरतने की जरूरत है। चुनाव के दौरान इस तरह के बयान अक्सर सुर्खियों में बने रहते हैं और एका एक कहीं गायब हो जाते हैं। दरअसल हमारे समाज की पूरी बुनावट और उसे उद्वेलित करने वाली राजनीति एक दूसरे का इस्तेमाल करते हैं। (राजीव यादव)

## 6. शोध की सीमाएं

प्रस्तुत शोध की अन्तर्वस्तु में हमने केवल मार्च, 2014 से मार्च, 2015 के उन्हीं बयानों का अध्ययन किया है, जो किसी रूप में मीडिया में प्रसारित हो सके। साथ ही मीडिया पर इन बयानों के रूझान को समझने के लिए उन्हीं हिन्दी समाचार पत्रों का सहारा लिया गया, जिनमें इस सम्बन्ध में किसी लेख या विचार को प्रस्तुत किया गया। शोध की सीमित सामग्री उपलब्ध होने के बावजूद इस दौरान के प्रमुख बयानों को शोध में समाहित करने का प्रयास किया गया है। साथ ही उपलब्ध अन्तर्वस्तु की सहायता से यह प्रस्तुत करने का प्रयास किया गया है कि मीडिया ने इन बयानों के आने के बाद किस तरह की रिपोर्टिंग की है।

## 7.सुझाव

किसी भी स्वथ्य लोकतंत्र में मीडिया की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण होती है। वह सिर्फ सूचना देने नहीं अपितु समाज को सही दिशा देने का भी काम करता है। इंटरनेट के ऐसे युग में जब सूचनाएं पलक झपकते ही दुनिया के एक छोर से दूसरे छोर तक पहुंच रही हैं, मीडिया को अतिरिक्त सावधानी बरतने की जरूरत है। यदि कोई राजनेता इस तरह के बयान दे रहा है जिससे समाज में वैमस्य फैलने की आशंका है तो मीडिया को सर्वप्रथम ऐसे बयानों की कड़ी शब्दों में निंदा करनी चाहिए। साथ ही ऐसे प्रकरण की रिपोर्टिंग करते समय मीडिया को उन शब्दों से बचना चाहिए, जिनसे किसी समुदाय विशेष की भावनाएं आहत होती हों। साथ ही चुनाव आयोग को भी इस दिशा में विशेष ध्यान देने की जरूरत है। आखिर ऐसा क्यों होता है कि कोई राजनेता चुनावों के दौरान ऐसे भाषण देकर वोटों का धुरवीकरण कर लेता है और आयोग सिर्फ नोटिस के जवाब का ही इंतजार करता रहता है। साथ ही सुप्रीम कोर्ट को भी इस मसले पर कड़ा रुख अपनाना होगा। राजनेता सिर्फ अदालतों में शपथ पत्र या माफी मांग कर इस पूरे मामले से बरी हो जाते हैं।

## 8.संदर्भ सूची

- Michel Rosenfeld, Michel (2005). Hate Speech in Constitutional Jurisprudence: A Comparative Analysis (2002-2003)
- Asad Ali Ahmed, Specters of Macaulay: Blasphemy, the Indian Penal Code, and Pakistan's Postcolonial Predicament in Raminder Kaur and William Mazzarella (eds), CENSORSHIP IN SOUTH ASIA: CULTURAL REGULATION FROM SEDITION TO SEDUCTION, Indiana University Press, 2009, 13.
- Thomas Macaulay, INDIAN PENAL CODE, 1838, 2002 reprinting, 101
- Rajeev Dhavan, HARASSING HUSSAIN: USES AND ABUSES OF THE LAW OF HATE SPEECH, Safdar Hashmi Memorial Trust, 2007
- Kathleen E. Mahoney, Hate Speech: Affirmation or Contradiction of Freedom of Expression (1996) UNIVERSITY OF ILLINOIS LAW REVIEW 789, 793.
- Judith Butler, The Sensibility of Critique: Response to Asad and Mahmood, 2009.
- B. McNair.(1995). An introduction to Political communication.
- Coverage of 2014 Lok Sabha Polls by News Channels, An analysis by center for Media Research, New delhi.
- सुभाष कश्यप (2012) हमारी संसद, वाणी प्रकाशन, दिल्ली
- बिपन चन्द्रा (2008) आधुनिक भारत का इतिहास, ओरियंट ब्लैकस्वाँन पब्लिकेशन, दिल्ली

- राजीव यादव, नफरत की राह, 1 दिसंबर, 2014, जनसत्ता
- हृदय नारायण दीक्षित, लोकतंत्र में जेहादी स्वर, 20 सितंबर, 2014, दैनिक जागरण
- कुलदीप कुमार, फासिज्म की आहट, 31 मई, 2015, जनसत्ता
- संपादकीय, गांधी की जरूरत, 30 जनवरी, दैनिक हिन्दुस्तान
- वीरेन्द्र जैन, विभाजन की भाषा, 15 दिसंबर, 2014, जनसत्ता
- संजय गुप्ता, सहिष्णुता के शत्रु, 30 मार्च, 2015, दैनिक जागरण
- वीरेन्द्र जैन, मीडिया: अंकुश और आजादी, 29 मार्च, 2015, जनसत्ता