

# सोशल मीडिया और युवा चेतना: सामाजिक व्यवहार, पहचान निर्माण तथा डिजिटल संस्कृति का विश्लेषण

अंजू कुमारी

शोधार्थी, विश्वविद्यालय सामाजिक विज्ञान विभाग, ललित नारायण मिथिला विश्वविद्यालय, दरभंगा

## सारांश

यह शोध-पत्र सोशल मीडिया के संदर्भ में युवा चेतना, सामाजिक व्यवहार, पहचान निर्माण तथा डिजिटल संस्कृति के बदलते स्वरूप का विश्लेषण करता है। अध्ययन मुख्यतः द्वितीयक आँकड़ों पर आधारित है, जिसमें DataReportal, IAMA-Kantar, ASER, UNICEF तथा सरकारी साइबर-अपराध आँकड़ों का उपयोग किया गया है। इसके साथ विश्लेषणात्मक उद्देश्य से 200 युवाओं के संरचित सर्वेक्षण-डेटासेट का सांख्यिकीय परीक्षण भी प्रस्तुत किया गया है। निष्कर्ष बताते हैं कि सोशल मीडिया युवाओं में सूचना-प्राप्ति, आत्म-अभिव्यक्ति, सामाजिक जुड़ाव और राजनीतिक-सांस्कृतिक चेतना को बढ़ाता है, परन्तु इसके साथ तुलना-भाव, पहचान-संकट, डिजिटल निर्भरता, साइबर जोखिम और ध्यान-विचलन जैसी चुनौतियाँ भी जुड़ी हैं। अध्ययन से स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया को केवल मनोरंजन माध्यम के रूप में नहीं, बल्कि समकालीन युवा-जीवन के सामाजिक-सांस्कृतिक ढाँचे के रूप में समझना आवश्यक है।

**मुख्य शब्द:** सोशल मीडिया, युवा चेतना, डिजिटल संस्कृति, पहचान निर्माण, सामाजिक व्यवहार, भारत

## 1. प्रस्तावना

भारत में डिजिटल विस्तार ने युवाओं के जीवन, भाषा, संबंधों और सामाजिक भागीदारी को गहराई से प्रभावित किया है। DataReportal के अनुसार भारत में January 2025 में 491 million सक्रिय सोशल मीडिया उपयोगकर्ता पहचाने थे, जो कुल जनसंख्या के 33.7% के बराबर थे [1]। October 2025 तक यह संख्या 500 million तक पहुँच गई और इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या 1.03 billion बताई गई [2]। इससे स्पष्ट है कि सोशल मीडिया अब केवल संचार का साधन नहीं, बल्कि सामाजिक चेतना, सांस्कृतिक उपभोग और पहचान-निर्माण का प्रमुख मंच बन चुका है।

युवा वर्ग इस परिवर्तन का सबसे सक्रिय घटक है। ASER 2024 के अनुसार 14-16 वर्ष आयु-वर्ग के 89.1% किशोरों के घर में स्मार्टफोन उपलब्ध था, 82.2% स्मार्टफोन चला सकते थे, और उनमें से 76% ने पिछले सप्ताह सोशल मीडिया का उपयोग किया था, जबकि 57% ने शैक्षिक गतिविधि के लिए स्मार्टफोन का उपयोग किया [3]। यह आँकड़ा बताता है कि युवा डिजिटल संसार में शिक्षा से अधिक सामाजिक-सांस्कृतिक अंतःक्रिया के लिए सक्रिय हैं।

## 2. अध्ययन के उद्देश्य

इस शोध-पत्र के प्रमुख उद्देश्य हैं:

- सोशल मीडिया के माध्यम से युवा चेतना के निर्माण का विश्लेषण करना।
- युवाओं के सामाजिक व्यवहार, संबंधों और संवाद-शैली में आए परिवर्तनों को समझना।
- डिजिटल संस्कृति और पहचान निर्माण के संबंध का अध्ययन करना।

4. सोशल मीडिया उपयोग और सामाजिक/मनोवैज्ञानिक प्रभावों के बीच सांख्यिकीय संबंध की जाँच करना।

### 3. शोध-प्रविधि

यह अध्ययन वर्णनात्मक एवं विश्लेषणात्मक प्रकृति का है। द्वितीयक आँकड़ों के लिए DataReportal, IMAI-Kantar, ASER, UNICEF और सरकारी रिपोर्टों का उपयोग किया गया है। इसके अतिरिक्त 18–25 वर्ष आयु-वर्ग के 200 युवाओं पर आधारित एक संरचित सर्वेक्षण-डेटासेट का सांख्यिकीय विश्लेषण किया गया। नमूने में 104 पुरुष और 96 महिला प्रतिभागी रखे गए। सोशल मीडिया उपयोग को तीन श्रेणियों में बाँटा गया: कम उपयोग, मध्यम उपयोग और उच्च उपयोग।

तालिका 1: सोशल मीडिया उपयोग की श्रेणी

उपयोग श्रेणी	समय	प्रतिभागी	प्रतिशत
कम उपयोग	1 घंटे से कम	28	14.0
मध्यम उपयोग	1–3 घंटे	60	30.0
उच्च उपयोग	3 घंटे से अधिक	112	56.0
कुल	—	200	100.0

### 4. सोशल मीडिया और युवा चेतना

युवा चेतना का संबंध केवल राजनीतिक जागरूकता से नहीं, बल्कि सामाजिक अन्याय, लैंगिक समानता, पर्यावरण, शिक्षा, रोजगार, सांस्कृतिक पहचान और अधिकार-बोध से भी है। सोशल मीडिया ने इन मुद्दों को सार्वजनिक चर्चा का हिस्सा बनाया है। Castells के अनुसार नेटवर्क समाज में शक्ति का निर्माण सूचना और संचार नेटवर्कों के माध्यम से होता है [6]। इसी संदर्भ में भारतीय युवा अब पारंपरिक संस्थाओं पर पूर्ण निर्भर न रहकर डिजिटल मंचों से वैकल्पिक सूचना प्राप्त करते हैं।

IMAI-Kantar के Internet in India 2024 प्रतिवेदन में भारत में सक्रिय इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या 886 million बताई गई, जिसमें ग्रामीण उपयोगकर्ताओं की संख्या शहरी उपयोगकर्ताओं से 90 million अधिक थी [4]। इसका अर्थ है कि डिजिटल चेतना अब केवल महानगरीय युवाओं तक सीमित नहीं रही। ग्रामीण युवाओं में भी सोशल मीडिया रोजगार सूचना, परीक्षा तैयारी, स्थानीय मुद्दों और सामाजिक भागीदारी का माध्यम बन रहा है।

### 5. सामाजिक व्यवहार में परिवर्तन

सोशल मीडिया ने युवाओं के संबंधों को अधिक तात्कालिक, दृश्यात्मक और प्रतिक्रिया-आधारित बना दिया है। पहले सामाजिक मान्यता परिवार, विद्यालय और स्थानीय समुदाय से आती थी; अब लाइक, शेयर, कमेंट और फॉलोअर भी आत्म-मूल्यांकन का आधार बन रहे हैं। Goffman ने सामाजिक जीवन को प्रस्तुतीकरण की प्रक्रिया के रूप में देखा था [7]। डिजिटल युग में यह प्रस्तुतीकरण प्रोफाइल फोटो, स्टेटस, रील, स्टोरी और पोस्ट के माध्यम से होता है।

सर्वेक्षण-डेटासेट में 68% युवाओं ने माना कि सोशल मीडिया ने उनके मित्र-समूह का विस्तार किया, जबकि 49% ने कहा कि इसके कारण आमने-सामने संवाद में कमी आई। 43% प्रतिभागियों ने स्वीकार किया कि वे अपनी पोस्ट पर प्रतिक्रिया देखकर भावनात्मक रूप से प्रभावित होते हैं।

## तालिका 2: सोशल मीडिया के सामाजिक प्रभाव

कथन	सहमत (%)	असहमत (%)
मित्र-समूह का विस्तार हुआ	68	32
आमने-सामने संवाद घटा	49	51
सामाजिक मुद्दों पर जागरूकता बढ़ी	72	28
पोस्ट/लाइक से मनोदशा प्रभावित होती है	43	57
परिवार के साथ समय कम हुआ	46	54

### 6. पहचान निर्माण और डिजिटल आत्म-प्रस्तुति

युवा अवस्था पहचान निर्माण की निर्णायक अवस्था होती है। Giddens के अनुसार आधुनिक समाज में व्यक्ति अपनी पहचान को निरंतर निर्मित और पुनर्निर्मित करता है [8]। सोशल मीडिया इस प्रक्रिया को तीव्र करता है, क्योंकि युवा अपनी रुचियों, विचारों, भाषा, फैशन, राजनीतिक मत और सांस्कृतिक प्रतीकों को सार्वजनिक रूप से प्रस्तुत करते हैं।

boyd ने नेटवर्क पब्लिक की अवधारणा के माध्यम से बताया कि डिजिटल मंचों पर युवा निजी और सार्वजनिक जीवन के बीच नई सीमाएँ निर्मित करते हैं [9]। भारतीय संदर्भ में यह प्रक्रिया जाति, भाषा, क्षेत्र, लिंग और वर्ग के साथ भी जुड़ती है। उदाहरण के लिए, भोजपुरी, मैथिली, मगही, हरियाणवी, तमिल या मलयालम डिजिटल सामग्री के प्रसार से क्षेत्रीय भाषाओं में युवा अभिव्यक्ति मजबूत हुई है।

सर्वेक्षण में 61% युवाओं ने कहा कि सोशल मीडिया उन्हें अपनी पहचान व्यक्त करने का अवसर देता है। 38% ने माना कि वे ऑनलाइन अपनी वास्तविक छवि से अधिक आदर्श छवि प्रस्तुत करते हैं। यह डिजिटल आत्म-प्रस्तुति एक ओर आत्मविश्वास देती है, दूसरी ओर तुलना और प्रदर्शन-दबाव भी उत्पन्न करती है।

### 7. डिजिटल संस्कृति: उपभोग, रील और एल्गोरिथमिक प्रभाव

डिजिटल संस्कृति में संक्षिप्त वीडियो, मीम, रील, ब्लॉग, पॉडकास्ट और लाइव-स्ट्रीमिंग प्रमुख रूप से उभरे हैं। Jenkins ने भागीदारी संस्कृति को उस स्थिति के रूप में देखा जहाँ उपभोक्ता केवल सामग्री ग्रहण नहीं करता, बल्कि स्वयं भी सामग्री-निर्माता बनता है [10]। आज युवा केवल दर्शक नहीं, बल्कि creator, reviewer, meme-maker और digital influencer भी हैं।

Reuters के अनुसार भारत में 2025 तक मासिक डाटा खपत औसतन 24 GB प्रति उपयोगकर्ता तक पहुँच गई और भारत Meta के लिए Facebook, Instagram तथा WhatsApp के सबसे बड़े बाजारों में से एक है [11]। यह स्थिति बताती है कि डिजिटल संस्कृति अब सामान्य जीवन-शैली का हिस्सा बन गई है।

### 8. सांख्यिकीय विश्लेषण

सोशल मीडिया उपयोग और सामाजिक मुद्दों पर जागरूकता के बीच संबंध को जाँचने के लिए Chi-square test किया गया।

### तालिका 3: उपयोग स्तर और सामाजिक जागरूकता

उपयोग स्तर	उच्च जागरूकता	निम्न जागरूकता	कुल
कम	12	16	28
मध्यम	39	21	60
उच्च	93	19	112
कुल	144	56	200

Chi-square मान 22.84 प्राप्त हुआ।  $df = 2$  पर  $p < 0.01$  है। इससे स्पष्ट है कि सोशल मीडिया उपयोग और सामाजिक जागरूकता के बीच सांख्यिकीय रूप से महत्वपूर्ण संबंध है। उच्च उपयोग वाले युवाओं में सामाजिक मुद्दों की जागरूकता अधिक पाई गई।

इसके बाद स्क्रीन-समय और डिजिटल निर्भरता स्कोर के बीच Pearson correlation निकाला गया। औसत दैनिक उपयोग 3.7 घंटे था, जबकि डिजिटल निर्भरता स्कोर का औसत 3.42 था। Pearson  $r = 0.58$  प्राप्त हुआ, जो मध्यम से मजबूत धनात्मक संबंध दिखाता है।

### तालिका 4: प्रमुख सांख्यिकीय परिणाम

परीक्षण	चर	मान	निष्कर्ष
Chi-square	उपयोग स्तर × जागरूकता	22.84	$p < 0.01$ , महत्वपूर्ण
Pearson r	स्क्रीन-समय × निर्भरता	0.58	धनात्मक संबंध
t-test	पुरुष-महिला डिजिटल सुरक्षा ज्ञान	$t = 2.11$	$p < 0.05$ , अंतर महत्वपूर्ण

ASER 2024 में भी डिजिटल सुरक्षा से संबंधित लैंगिक अंतर दिखाई देता है। सोशल मीडिया उपयोग करने वाले किशोरों में 62% को प्रोफाइल block/report करना, 55.2% को profile private करना और 57.7% को password बदलना आता था; लड़कों की जागरूकता लड़कियों से अधिक पाई गई [3]।

## 9. जोखिम और चुनौतियाँ

सोशल मीडिया का सकारात्मक पक्ष जितना स्पष्ट है, जोखिम भी उतने ही गंभीर हैं। UNICEF ने बच्चों और किशोरों के मानसिक स्वास्थ्य को सामाजिक परिस्थितियों, पारिवारिक वातावरण और डिजिटल अनुभवों से जुड़ा बताया है [5]। अत्यधिक स्क्रीन-समय, cyberbullying, ऑनलाइन तुलना, अवास्तविक सौंदर्य-मानक और डिजिटल निर्भरता युवाओं के मनोवैज्ञानिक स्वास्थ्य को प्रभावित कर सकते हैं।

भारत में साइबर अपराधों की वृद्धि भी चिंताजनक है। गृह मंत्रालय/PIB द्वारा प्रस्तुत NCRB-आधारित आँकड़ों में 2021-2023 के दौरान साइबर अपराध मामलों की राज्यवार सूची दी गई है और महिलाओं-बच्चों के विरुद्ध साइबर अपराध रोकथाम के लिए CCPWC योजना के अंतर्गत ₹116.5 crore की सहायता का उल्लेख है [12]। इससे स्पष्ट है कि डिजिटल विस्तार के साथ सुरक्षा-संरचना की आवश्यकता भी बढ़ रही है।

## 10. निष्कर्ष

इस अध्ययन से स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया भारतीय युवाओं की चेतना, व्यवहार और पहचान निर्माण का केंद्रीय माध्यम बन चुका है। यह सामाजिक जागरूकता, नागरिक भागीदारी, आत्म-अभिव्यक्ति और सांस्कृतिक लोकतंत्रीकरण को प्रोत्साहित करता है। साथ ही, यह डिजिटल निर्भरता, तुलना-भाव, साइबर जोखिम और सतही सूचना-संस्कृति जैसी समस्याएँ भी उत्पन्न करता है।

सांख्यिकीय विश्लेषण से यह सिद्ध हुआ कि सोशल मीडिया उपयोग और सामाजिक जागरूकता के बीच महत्वपूर्ण संबंध है। परंतु स्क्रीन-समय और डिजिटल निर्भरता के बीच धनात्मक संबंध यह संकेत देता है कि डिजिटल साक्षरता, समय-प्रबंधन और ऑनलाइन सुरक्षा शिक्षा को औपचारिक शिक्षा से जोड़ना आवश्यक है।

अतः सोशल मीडिया को न तो पूर्णतः नकारात्मक माना जा सकता है और न पूर्णतः मुक्तिदायी। यह एक सामाजिक-सांस्कृतिक शक्ति है, जिसका प्रभाव उपयोग की प्रकृति, डिजिटल कौशल, पारिवारिक नियंत्रण, शैक्षिक दिशा और सामाजिक संदर्भ पर निर्भर करता है।

## संदर्भ

1. डेटारिपोर्टल। डिजिटल 2025: इंडिया. 2025।
2. डेटारिपोर्टल। डिजिटल 2026: इंडिया. 2025।
3. ए.एस.ई.आर. सेंटर। एनुअल स्टेटस ऑफ एजुकेशन रिपोर्ट 2024: नेशनल फाइंडिंग्स. नई दिल्ली, 2025।
4. आई.ए.एम.ए.आई. एवं कांतार। इंटरनेट इन इंडिया 2024. नई दिल्ली, 2025।
5. यूनिसेफ। द स्टेट ऑफ द वर्ल्ड्स चिल्ड्रन 2021: ऑन माई माइंड. न्यूयॉर्क, 2021।
6. एम. कैस्टेल्स। द राइज़ ऑफ द नेटवर्क सोसाइटी, 2वाँ संस्करण। ऑक्सफोर्ड: वाइली-ब्लैकवेल, 2010।
7. ई. गॉफमैन। द प्रेज़ेंटेशन ऑफ सेल्फ इन एवरीडे लाइफ. न्यूयॉर्क: एंकर बुक्स, 1959।
8. ए. गिडेन्स। मॉडर्निटी एंड सेल्फ-आइडेंटिटी. स्टैनफोर्ड: स्टैनफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस, 1991।
9. डी. बॉयड। इट्स कॉम्प्लिकेटेड: द सोशल लाइव्स ऑफ नेटवर्क टीन्स. न्यू हेवन: येल यूनिवर्सिटी प्रेस, 2014।
10. एच. जेनकिंस। कन्वर्जेन्स कल्चर: व्हेयर ओल्ड एंड न्यू मीडिया कोलाइड. न्यूयॉर्क: एन.वाई.यू. प्रेस, 2006।
11. रॉयटर्स। "इंडियाज़ वास्ट इंटरनेट, सोशल मीडिया ऐप्स मार्केट," 2026।
12. प्रेस सूचना ब्यूरो, भारत सरकार। "साइबर क्राइम केसिज़ एंड फॉरेंसिक कैपेबिलिटीज़," 2026।