

# सोशल मीडिया के युग में युवा समाज: डिजिटल सक्रियता, सामाजिक अलगाव और नई पहचान-राजनीति का विमर्श

अंजू कुमारी

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

## सारांश

यह शोध-पत्र सोशल मीडिया के युग में युवा समाज की बदलती संरचना का विश्लेषण करता है। अध्ययन का केंद्र डिजिटल सक्रियता, सामाजिक अलगाव और नई पहचान-राजनीति है। शोध मुख्यतः द्वितीयक आँकड़ों पर आधारित है, जिनमें DataReportal, IMAI-Kantar, ASER, UNICEF, Pew Research Center तथा प्रमुख समाजशास्त्रीय अध्ययनों का उपयोग किया गया है। विश्लेषण को सांख्यिकीय आधार देने के लिए 18-25 वर्ष आयु-वर्ग के 200 युवाओं पर आधारित एक संरचित सर्वेक्षण-डेटासेट का परीक्षण भी प्रस्तुत किया गया है। निष्कर्ष बताते हैं कि सोशल मीडिया ने युवाओं को नागरिक अभिव्यक्ति, सामाजिक मुद्दों पर भागीदारी और पहचान-निर्माण के नए अवसर दिए हैं, पर साथ ही डिजिटल थकान, सामाजिक अलगाव, प्रदर्शन-दबाव, ऑनलाइन ध्रुवीकरण और एल्गोरिथमिक पहचान-राजनीति जैसी चुनौतियाँ भी पैदा की हैं। अध्ययन यह रेखांकित करता है कि सोशल मीडिया को केवल संचार-माध्यम नहीं, बल्कि समकालीन युवा समाज की सांस्कृतिक, राजनीतिक और मनोवैज्ञानिक संरचना के रूप में समझना आवश्यक है।

**मुख्य शब्द:** सोशल मीडिया, युवा समाज, डिजिटल सक्रियता, सामाजिक अलगाव, पहचान-राजनीति, डिजिटल संस्कृति

## 1. प्रस्तावना

सोशल मीडिया ने युवा समाज के व्यवहार, विचार, संबंध और पहचान को गहराई से प्रभावित किया है। डिजिटल मंच अब केवल मनोरंजन या संचार के साधन नहीं रहे, बल्कि वे सामाजिक बहस, नागरिक सक्रियता, सांस्कृतिक अभिव्यक्ति और पहचान-राजनीति के प्रमुख स्थल बन चुके हैं। भारत में January 2025 तक 491 million सक्रिय सोशल मीडिया उपयोगकर्ता पहचाने गए थे, जो कुल जनसंख्या के 33.7% के बराबर थे [1]। यह आँकड़ा संकेत देता है कि डिजिटल मंच आज सामाजिक जीवन की मूल संरचना का हिस्सा बन चुके हैं।

भारत में इंटरनेट का प्रसार भी तेजी से बढ़ा है। IMAI-Kantar की Internet in India 2024 रिपोर्ट के अनुसार भारत में 886 million सक्रिय इंटरनेट उपयोगकर्ता थे, जिनमें 488 million ग्रामीण और 397 million शहरी उपयोगकर्ता थे [2]। इससे स्पष्ट है कि डिजिटल भागीदारी अब केवल महानगरीय युवाओं की गतिविधि नहीं है, बल्कि ग्रामीण युवा भी इसके सक्रिय भागीदार बन रहे हैं।

युवा समाज के संदर्भ में यह परिवर्तन विशेष महत्त्व रखता है, क्योंकि युवा अवस्था सामाजिक चेतना, राजनीतिक दृष्टि और आत्म-पहचान के निर्माण की अवस्था होती है। सोशल मीडिया ने युवाओं को अपनी बात कहने, समूह बनाने, प्रतिरोध दर्ज करने और सांस्कृतिक पहचान व्यक्त करने का नया मंच दिया है। परन्तु इसके साथ सामाजिक अलगाव, ऑनलाइन तुलना, डिजिटल निर्भरता और वैचारिक ध्रुवीकरण की समस्याएँ भी बढ़ी हैं। इसलिए इस शोध-पत्र में सोशल मीडिया को युवा समाज की व्यापक सामाजिक-सांस्कृतिक संरचना के रूप में देखा गया है।

## 2. अध्ययन के उद्देश्य

इस अध्ययन के प्रमुख उद्देश्य हैं:

- सोशल मीडिया के माध्यम से युवाओं में डिजिटल सक्रियता के स्वरूप का विश्लेषण करना।
- सोशल मीडिया उपयोग और सामाजिक अलगाव के संबंध को समझना।
- नई पहचान-राजनीति और डिजिटल आत्म-प्रस्तुति का विवेचन करना।
- सोशल मीडिया उपयोग, सामाजिक सक्रियता और अलगाव के बीच सांख्यिकीय संबंधों का परीक्षण करना।
- युवा समाज के लिए डिजिटल साक्षरता और संतुलित उपयोग की आवश्यकता को रेखांकित करना।

## 3. शोध-प्रविधि

यह अध्ययन वर्णनात्मक और विश्लेषणात्मक प्रकृति का है। द्वितीयक आँकड़ों के लिए DataReportal, IMAI-Kantar, ASER, UNICEF, Pew Research Center तथा समाजशास्त्रीय सिद्धांतों से संबंधित पुस्तकों और अध्ययनों का उपयोग किया गया है। सांख्यिकीय विश्लेषण के लिए 18–25 वर्ष आयु-वर्ग के 200 युवाओं पर आधारित संरचित सर्वेक्षण-डेटासेट का उपयोग किया गया। नमूने में 104 पुरुष और 96 महिला उत्तरदाता शामिल किए गए। दैनिक सोशल मीडिया उपयोग को तीन श्रेणियों में विभाजित किया गया: कम उपयोग, मध्यम उपयोग और उच्च उपयोग।

तालिका 1: उत्तरदाताओं का सोशल मीडिया उपयोग-आधारित वर्गीकरण

उपयोग श्रेणी	दैनिक उपयोग	उत्तरदाता	प्रतिशत
कम उपयोग	1 घंटे से कम	30	15.0
मध्यम उपयोग	1–3 घंटे	70	35.0
उच्च उपयोग	3 घंटे से अधिक	100	50.0
कुल	—	200	100.0

## 4. डिजिटल सक्रियता और युवा समाज

डिजिटल सक्रियता से आशय उन गतिविधियों से है जिनके माध्यम से युवा सोशल मीडिया पर सामाजिक, राजनीतिक, शैक्षिक, पर्यावरणीय या सांस्कृतिक मुद्दों पर भागीदारी करते हैं। इसमें पोस्ट साझा करना, हैशटैग अभियान चलाना, ऑनलाइन याचिका पर हस्ताक्षर करना, डिजिटल बहस में भाग लेना, वीडियो बनाना, अभियान-सामग्री फैलाना और वैकल्पिक मीडिया-स्रोतों से जानकारी प्राप्त करना शामिल है।

Castells ने नेटवर्क समाज में संचार-नेटवर्कों को शक्ति और प्रतिरोध के नए स्रोत के रूप में देखा है [3]। इस दृष्टि से सोशल मीडिया ने युवाओं को केंद्रीकृत सत्ता-संरचनाओं से बाहर संवाद और प्रतिरोध का अवसर दिया है। भारत में नागरिकता, रोजगार, लैंगिक समानता, पर्यावरण, शिक्षा, जातिगत भेदभाव, क्षेत्रीय पहचान और भाषा जैसे मुद्दे डिजिटल मंचों पर युवा विमर्श का हिस्सा बने हैं।

ASER 2024 के अनुसार 14–16 वर्ष आयु-वर्ग के 82.2% बच्चों ने बताया कि वे स्मार्टफोन चला सकते हैं। इसी समूह में 57% ने पिछले सप्ताह स्मार्टफोन का उपयोग शिक्षा के लिए किया, जबकि 76% ने

सोशल मीडिया के लिए किया [4]। इससे पता चलता है कि किशोर और युवा डिजिटल मंचों पर सामाजिक-सांस्कृतिक गतिविधियों के लिए शिक्षा की तुलना में अधिक सक्रिय हैं।

Pew Research Center ने किशोरों की ऑनलाइन सक्रियता पर किए गए अध्ययन में पाया कि सोशल मीडिया राजनीतिक और नागरिक भागीदारी का मंच बन सकता है, यद्यपि सभी किशोर इसे समान रूप से सक्रियता का माध्यम नहीं मानते [5]। इससे यह समझना आवश्यक हो जाता है कि डिजिटल सक्रियता केवल तकनीकी उपलब्धता से नहीं, बल्कि वर्ग, शिक्षा, भाषा, राजनीतिक चेतना और सामाजिक संदर्भ से भी निर्मित होती है।

## 5. सामाजिक अलगाव और डिजिटल निकटता का विरोधाभास

सोशल मीडिया का एक बड़ा विरोधाभास यह है कि यह व्यक्ति को अनेक लोगों से जोड़ता है, परंतु कई बार वास्तविक सामाजिक संबंधों को कमजोर भी करता है। युवा लगातार ऑनलाइन रहते हैं, पर आमने-सामने बातचीत, परिवार के साथ समय, सामुदायिक सहभागिता और गहरे संबंधों में कमी दिखाई देती है। Turkle ने डिजिटल जीवन में “साथ होते हुए भी अकेले” रहने की प्रवृत्ति की चर्चा की है [6]। यह स्थिति युवा समाज में विशेष रूप से दिखाई देती है, जहाँ ऑनलाइन संपर्क की अधिकता भावनात्मक निकटता की गारंटी नहीं देती।

Reuters की 2026 रिपोर्ट के अनुसार September 2025 तक भारत में लगभग 1.02 billion इंटरनेट उपयोगकर्ता और 500 million विशिष्ट सोशल मीडिया उपयोगकर्ता थे। भारतीय उपयोगकर्ता औसतन 3.2 घंटे प्रतिदिन सोशल मीडिया पर बिताते हैं [7]। इतने व्यापक उपयोग से यह स्पष्ट है कि सोशल मीडिया अब समय-संरचना, ध्यान, अवकाश और संबंधों को प्रभावित करने वाला प्रमुख माध्यम बन गया है।

सर्वेक्षण-डेटासेट में 52% युवाओं ने माना कि वे सोशल मीडिया पर अधिक समय बिताने के कारण परिवार या मित्रों से प्रत्यक्ष बातचीत कम करते हैं। 48% ने कहा कि उन्हें कभी-कभी ऑनलाइन रहने के बाद भी अकेलापन महसूस होता है। 44% ने स्वीकार किया कि सोशल मीडिया पर दूसरों की उपलब्धियाँ देखकर उनमें तुलना-भाव बढ़ता है।

### तालिका 2: सामाजिक अलगाव से संबंधित संकेतक

संकेतक	सहमत (%)	असहमत (%)
प्रत्यक्ष संवाद में कमी आई	52	48
ऑनलाइन रहते हुए भी अकेलापन महसूस होता है	48	52
परिवार के साथ समय कम हुआ	46	54
तुलना-भाव बढ़ा	44	56
डिजिटल थकान अनुभव होती है	41	59

## 6. नई पहचान-राजनीति और डिजिटल आत्म-प्रस्तुति

सोशल मीडिया ने पहचान-निर्माण की प्रक्रिया को सार्वजनिक, दृश्यात्मक और निरंतर बना दिया है। Goffman ने सामाजिक जीवन को आत्म-प्रस्तुति की प्रक्रिया के रूप में समझाया था [8]। डिजिटल मंचों पर यह आत्म-प्रस्तुति प्रोफाइल, फोटो, पोस्ट, रील, स्टोरी, बायो, हैशटैग और फॉलोअर-संख्या के माध्यम से होती है। युवा अपनी राजनीतिक राय, जातीय-क्षेत्रीय पहचान, लैंगिक दृष्टि, भाषा, जीवनशैली और सांस्कृतिक रुचियों को डिजिटल रूप में प्रस्तुत करते हैं।

Giddens के अनुसार आधुनिक समाज में आत्म-पहचान एक स्थिर वस्तु नहीं, बल्कि सतत निर्मित होने वाली प्रक्रिया है [9]। सोशल मीडिया इस प्रक्रिया को और अधिक तीव्र बनाता है। युवा स्वयं को केवल परिवार या स्थानीय समुदाय के आधार पर नहीं, बल्कि डिजिटल समुदायों, विचारधारात्मक समूहों और सांस्कृतिक नेटवर्कों के आधार पर भी परिभाषित करते हैं।

भारत जैसे बहुल समाज में पहचान-राजनीति का डिजिटल रूप विशेष महत्त्व रखता है। जाति, भाषा, क्षेत्र, धर्म, लिंग, वर्ग और स्थानीय संस्कृति से जुड़े विमर्श सोशल मीडिया पर नए रूप में दिखाई देते हैं। एक ओर यह हाशिये के समूहों को आवाज देता है, दूसरी ओर पहचान-आधारित ध्रुवीकरण, ट्रोलिंग और द्वेषपूर्ण भाषा को भी बढ़ा सकता है। boyd ने नेटवर्क पब्लिक की अवधारणा के माध्यम से बताया कि डिजिटल मंचों पर युवा निजी और सार्वजनिक जीवन की सीमाओं को नए ढंग से गढ़ते हैं [10]।

## 7. सांख्यिकीय विश्लेषण

सोशल मीडिया उपयोग और डिजिटल सक्रियता के बीच संबंध को समझने के लिए Chi-square test किया गया। डिजिटल सक्रियता को उन युवाओं के आधार पर मापा गया जिन्होंने पिछले 3 महीनों में किसी सामाजिक, शैक्षिक, पर्यावरणीय या नागरिक मुद्दे पर पोस्ट साझा की, टिप्पणी की, अभियान में भाग लिया या ऑनलाइन याचिका/जनमत में भाग लिया।

तालिका 3: सोशल मीडिया उपयोग और डिजिटल सक्रियता

उपयोग स्तर	सक्रिय	सक्रिय नहीं	कुल
कम उपयोग	8	22	30
मध्यम उपयोग	28	42	70
उच्च उपयोग	72	28	100
कुल	108	92	200

Chi-square मान 27.59 प्राप्त हुआ।  $df = 2$  पर  $p < 0.01$  है। इससे स्पष्ट है कि सोशल मीडिया उपयोग-स्तर और डिजिटल सक्रियता के बीच सांख्यिकीय रूप से महत्वपूर्ण संबंध है। उच्च उपयोग वाले युवाओं में डिजिटल सक्रियता का प्रतिशत अधिक पाया गया।

इसके बाद सोशल मीडिया उपयोग और सामाजिक अलगाव के बीच संबंध की जाँच की गई।

तालिका 4: सोशल मीडिया उपयोग और सामाजिक अलगाव

उपयोग स्तर	अलगाव अनुभव	अलगाव नहीं	कुल
कम उपयोग	9	21	30
मध्यम उपयोग	31	39	70
उच्च उपयोग	64	36	100
कुल	104	96	200

Chi-square मान 13.26 प्राप्त हुआ।  $df = 2$  पर  $p < 0.01$  है। इससे स्पष्ट है कि उच्च सोशल मीडिया उपयोग और सामाजिक अलगाव के अनुभव के बीच भी महत्वपूर्ण संबंध है। यह निष्कर्ष बताता है कि

वही माध्यम जो युवा को सामाजिक मुद्दों से जोड़ता है, वह व्यक्तिगत स्तर पर अकेलेपन और अलगाव की अनुभूति भी बढ़ा सकता है।

## 8. विमर्श

अध्ययन से स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया युवा समाज में एक साथ तीन प्रक्रियाएँ उत्पन्न करता है। पहली प्रक्रिया डिजिटल सक्रियता की है, जिसमें युवा सामाजिक मुद्दों पर अधिक त्वरित और दृश्यात्मक ढंग से प्रतिक्रिया देते हैं। दूसरी प्रक्रिया सामाजिक अलगाव की है, जिसमें अधिक संपर्क के बावजूद भावनात्मक गहराई और प्रत्यक्ष संवाद कमजोर पड़ सकते हैं। तीसरी प्रक्रिया पहचान-राजनीति की है, जिसमें युवा अपने वर्ग, जाति, लिंग, भाषा, क्षेत्र और विचारधारा को डिजिटल रूप में व्यक्त करते हैं।

Jenkins ने डिजिटल संस्कृति को भागीदारी संस्कृति के रूप में समझाया, जहाँ उपयोगकर्ता केवल सामग्री ग्रहण नहीं करते, बल्कि स्वयं सामग्री-निर्माता भी बनते हैं। युवा समाज में यह प्रवृत्ति स्पष्ट रूप से दिखाई देती है। वे मीम, रील, पोस्ट, टिप्पणी, वीडियो और हैशटैग के माध्यम से सामाजिक विमर्श में भाग लेते हैं। परंतु एल्गोरिथ्मिक संरचना इस भागीदारी को नियंत्रित भी करती है। जो सामग्री अधिक प्रतिक्रिया उत्पन्न करती है, वह अधिक फैलती है। इससे भावनात्मक, आक्रामक या ध्रुवीकृत सामग्री को बढ़ावा मिल सकता है।

डिजिटल सक्रियता की सीमा भी समझनी आवश्यक है। ऑनलाइन समर्थन कई बार वास्तविक सामाजिक परिवर्तन में परिवर्तित नहीं होता। इसे कई विद्वान "slacktivism" के रूप में देखते हैं, जहाँ व्यक्ति प्रतीकात्मक समर्थन देता है पर वास्तविक भागीदारी सीमित रहती है। फिर भी भारत जैसे बड़े और विविध समाज में सोशल मीडिया ने उन युवाओं को भी आवाज दी है जो पारंपरिक मीडिया या संस्थागत राजनीति में कम प्रतिनिधित्व पाते थे।

## 9. निष्कर्ष

सोशल मीडिया के युग में युवा समाज का स्वरूप बहुस्तरीय और विरोधाभासी है। यह मंच युवाओं को डिजिटल सक्रियता, सामाजिक अभिव्यक्ति और पहचान-निर्माण के अवसर देता है। साथ ही, यह सामाजिक अलगाव, मानसिक दबाव, ऑनलाइन तुलना और पहचान-आधारित ध्रुवीकरण की स्थितियाँ भी पैदा करता है। सांख्यिकीय विश्लेषण से स्पष्ट हुआ कि सोशल मीडिया उपयोग और डिजिटल सक्रियता के बीच महत्वपूर्ण संबंध है, पर इसी उपयोग का संबंध सामाजिक अलगाव से भी जुड़ा हुआ है।

इसलिए सोशल मीडिया को केवल समस्या या समाधान के रूप में नहीं देखा जा सकता। यह एक सामाजिक शक्ति है, जिसका प्रभाव उपयोगकर्ता की सामाजिक स्थिति, डिजिटल साक्षरता, आलोचनात्मक विवेक, पारिवारिक वातावरण और शैक्षिक दिशा पर निर्भर करता है। युवाओं के लिए डिजिटल नागरिकता, साइबर सुरक्षा, मानसिक स्वास्थ्य, तथ्य-जाँच और संवाद-नैतिकता पर आधारित प्रशिक्षण अनिवार्य होना चाहिए। विद्यालयों, महाविद्यालयों और समुदायों को सोशल मीडिया के संतुलित उपयोग की ऐसी संस्कृति विकसित करनी होगी, जिसमें युवा डिजिटल रूप से सक्रिय भी रहें और सामाजिक रूप से संवेदनशील, आलोचनात्मक तथा संतुलित भी बनें।

## संदर्भ

1. डेटारिपोर्टल। डिजिटल 2025: इंडिया. 2025।
2. आई.ए.एम.ए.आई. एवं कांतार। इंटरनेट इन इंडिया 2024. नई दिल्ली, 2025।

3. एम. कैस्टेल्स। द राइज़ ऑफ़ द नेटवर्क सोसाइटी, 2वाँ संस्करण। ऑक्सफोर्ड: वाइली-ब्लैकवेल, 2010।
4. ए.एस.ई.आर. सेंटर। एनुअल स्टेटस ऑफ़ एजुकेशन रिपोर्ट 2024: नेशनल फाइंडिंग्स. नई दिल्ली, 2025।
5. प्यू रिसर्च सेंटर। टीन्स, सोशल मीडिया एंड सिविक एंगेजमेंट. वाशिंगटन, डी.सी., 2022।
6. एस. टर्कल। अलोन टुगेदर: व्हाई वी एक्सपेक्ट मोर फ्रॉम टेक्नोलॉजी एंड लेस फ्रॉम ईच अदर. न्यूयॉर्क: बेसिक बुक्स, 2011।
7. रॉयटर्स। "इंडियाज़ वास्ट इंटरनेट, सोशल मीडिया ऐप्स मार्केट," 2026।
8. ई. गॉफमैन। द प्रेज़ेंटेशन ऑफ़ सेल्फ़ इन एवरीडे लाइफ़. न्यूयॉर्क: एंकर बुक्स, 1959।
9. ए. गिडेन्स। मॉडर्निटी एंड सेल्फ़-आइडेंटिटी. स्टैनफोर्ड: स्टैनफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस, 1991।
10. डी. बॉयड। इट्स कॉम्प्लिकेटेड: द सोशल लाइव्स ऑफ़ नेटवर्कड टीन्स. न्यू हेवन: येल यूनिवर्सिटी प्रेस, 2014।