

सामाजिक संबंधों का आभासी रूपांतरण सोशल मीडिया और युवा पीढ़ी

राजेंद्र प्रसाद वर्मा

सहायक आचार्य

राजकीय महाविद्यालय, मांगरोल

सारांश

आधुनिक युग में सोशल मीडिया ने मानव जीवन के सभी क्षेत्रों को प्रभावित किया है, विशेष रूप से सामाजिक संबंधों के स्वरूप को। फेसबुक, इंस्टाग्राम, ट्विटर, स्नैपचैट जैसे प्लेटफॉर्म ने व्यक्ति-व्यक्ति के बीच संवाद, जुड़ाव और पहचान के पारंपरिक स्वरूपों को परिवर्तित कर दिया है। युवा पीढ़ी, जो तकनीक से सबसे अधिक जुड़ी हुई है, अब अपने सामाजिक संबंधों का निर्माण, पोषण और प्रदर्शन मुख्यतः आभासी माध्यमों पर करती है। यह आभासी रूपांतरण एक ओर सामाजिक जुड़ाव को व्यापक और त्वरित बनाता है, वहीं दूसरी ओर यह सतहीपन, अकेलापन, आत्म-प्रदर्शन और 'डिजिटल निर्भरता' जैसी चुनौतियाँ भी प्रस्तुत करता है। इस शोध पत्र में यह विश्लेषण किया गया है कि सोशल मीडिया किस प्रकार सामाजिक संबंधों की गुणवत्ता, निकटता और स्थायित्व को प्रभावित कर रहा है। साथ ही यह भी अध्ययन किया गया है कि आभासी संचार के इस युग में युवा वर्ग की सामाजिक पहचान और भावनात्मक अनुभव किस दिशा में परिवर्तित हो रहे हैं। निष्कर्षतः, यह शोध यह संकेत देता है कि आभासी सामाजिकता ने संबंधों के अर्थ को पुनर्परिभाषित कर दिया है, जो एक ओर अवसर प्रदान करती है, वहीं दूसरी ओर मानवीय संवेदना के क्षरण की चेतावनी भी देती है।

मुख्य शब्द: सोशल मीडिया, युवा पीढ़ी, आभासी संबंध, सामाजिक परिवर्तन, डिजिटल संस्कृति, आत्म-प्रदर्शन, सामाजिक पहचान, तकनीकी प्रभाव

1.1 प्रस्तावना

वर्तमान युग में सूचना-प्रौद्योगिकी और डिजिटल नेटवर्क ने मानव जीवन की सामाजिक संरचना को गहराई तक प्रभावित किया है। सोशल मीडिया का आगमन केवल तकनीकी प्रगति नहीं, बल्कि सामाजिक-सांस्कृतिक पुनर्गठन का संकेत भी है। अब संवाद, संपर्क और आत्म-प्रस्तुति के पारंपरिक रूप तेजी से आभासी (virtual) माध्यमों द्वारा प्रतिस्थापित हो रहे हैं। पहले जहाँ सामाजिक संबंध प्रत्यक्ष संवाद, भावनात्मक आत्मीयता और सांस्कृतिक उत्तरदायित्व पर आधारित थे, वहीं अब वे "लाइक्स", "फॉलोअर्स" और "शेयर" जैसे डिजिटल सूचकों के माध्यम से परिभाषित किए जाने लगे हैं। इस परिवर्तन ने सामाजिकता

के अर्थ को ही पुनर्परिभाषित कर दिया है और संबंधों को भौतिक उपस्थिति से अधिक डिजिटल अस्तित्व में रूपांतरित कर दिया है (Turkle, 2017)।

डिजिटल युग में सामाजिक संबंधों का यह रूपांतरण एक जटिल प्रक्रिया है, जो मानवीय संवाद की प्रकृति और गहराई दोनों को प्रभावित करता है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे फेसबुक, इंस्टाग्राम, एक्स (पूर्व में ट्विटर), व्हाट्सएप और स्नैपचैट ने व्यक्तियों को वैश्विक संवाद का अवसर दिया है, लेकिन इस प्रक्रिया में संवाद की आत्मीयता घटती जा रही है। जैसा कि बॉयड (Boyd, 2014) का मानना है, सोशल मीडिया ने युवाओं के बीच "नेटवर्कड सामाजिकता" (networked sociability) को जन्म दिया है, जिसमें संबंधों की गहराई की जगह सतही परिचय ने ले ली है। इसी प्रकार हैम्पटन (Hampton, 2019) का कहना है कि डिजिटल संवाद भले ही त्वरित हो, किंतु यह स्थायी भावनात्मक जुड़ाव की जगह अस्थायी और प्रदर्शनात्मक (performative) संबंधों को बढ़ावा देता है।

युवा पीढ़ी इस परिवर्तन के केंद्र में है। डिजिटल संस्कृति की सबसे सक्रिय उपभोक्ता होने के कारण उसकी सामाजिक पहचान अब वास्तविक अनुभवों से अधिक आभासी माध्यमों के द्वारा निर्मित होती है। सुब्रह्मण्यम और श्माहेल (Subrahmanyam & Šmahel, 2011) का अध्ययन यह स्पष्ट करता है कि आज का युवा अपने सामाजिक मूल्य, आत्म-छवि और संबंधों की प्रकृति को सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के माध्यम से परिभाषित करता है। इस प्रक्रिया में "ऑनलाइन उपस्थिति" उसकी सामाजिक वैधता का मापदंड बन गई है। परिणामस्वरूप, 'निजता' (privacy), 'विश्वसनीयता' (authenticity) और 'भावनात्मक निकटता' (emotional intimacy) के पारंपरिक मानक बदल रहे हैं।

इस शोध की आवश्यकता इसलिए और भी बढ़ जाती है क्योंकि यह विषय केवल सामाजिक व्यवहार तक सीमित नहीं है, बल्कि मनोवैज्ञानिक, सांस्कृतिक और नैतिक स्तरों पर भी मानव जीवन को प्रभावित कर रहा है। सोशल मीडिया ने संवाद को लोकतांत्रिक बनाया है, लेकिन साथ ही उसने आत्मकेंद्रितता और डिजिटल निर्भरता को भी जन्म दिया है। अतः इस अध्ययन का उद्देश्य यह विश्लेषण करना है कि सोशल मीडिया किस प्रकार सामाजिक संबंधों की संरचना, संवाद के स्वरूप और संवेदनात्मक गुणवत्ता को परिवर्तित कर रहा है। साथ ही यह भी देखा जाएगा कि युवा वर्ग किस प्रकार इस आभासी सामाजिकता के माध्यम से अपनी पहचान, संबंध और सामाजिक सहभागिता को पुनर्गठित कर रहा है। इस शोध के माध्यम से यह स्पष्ट करने का प्रयास किया जाएगा कि आभासी संबंधों का यह नया युग सामाजिक आत्मीयता और सामुदायिकता के पारंपरिक मूल्य-बोध को किस दिशा में रूपांतरित कर रहा है।

1.2 सामाजिक संबंधों की पारंपरिक अवधारणा

भारतीय समाज में सामाजिक संबंधों की जड़ें उसकी सांस्कृतिक, धार्मिक और नैतिक परंपराओं में गहराई से निहित रही हैं। यहाँ सामाजिकता (sociality) का अर्थ केवल व्यक्ति-व्यक्ति के बीच संपर्क से नहीं, बल्कि सामूहिक अस्तित्व और पारस्परिक उत्तरदायित्व से जुड़ा रहा है। परंपरागत भारतीय समाज में व्यक्ति स्वयं को स्वतंत्र इकाई के रूप में नहीं, बल्कि परिवार, जाति, समुदाय और धर्म से संबद्ध इकाई के रूप में देखता था। सामाजिक संबंधों का आधार भावनात्मक आत्मीयता, आपसी विश्वास, और सामाजिक कर्तव्यों

पर टिका था (दुमों, 1970)। इस प्रकार भारतीय सामाजिक संरचना “मैं” से अधिक “हम” की भावना पर आधारित रही, जिसमें व्यक्तिगत स्वतंत्रता से अधिक सामाजिक समरसता को महत्व दिया गया।

परिवार भारतीय समाज की प्राथमिक सामाजिक इकाई के रूप में हमेशा से संबंधों का केंद्र रहा है। संयुक्त परिवार की अवधारणा केवल आर्थिक या निवासगत व्यवस्था नहीं थी, बल्कि यह भावनात्मक सह-अस्तित्व का प्रतीक थी, जहाँ संवाद और निर्णय सामूहिक रूप से होते थे। माता-पिता, भाई-बहन, दादा-दादी, चाचा-चाची आदि के बीच संबंध केवल रक्त संबंधों तक सीमित नहीं थे, बल्कि उनमें आपसी दायित्व, सम्मान और स्नेह का भाव शामिल था (चक्रवर्ती, 2005)। यह पारिवारिक व्यवस्था व्यक्ति को पहचान, संरक्षण और मूल्यबोध प्रदान करती थी। इसके साथ ही, समुदाय और पड़ोसी संबंध भी सामाजिक जीवन के महत्वपूर्ण स्तंभ थे, जो व्यक्ति को सामाजिक सुरक्षा और नैतिक मार्गदर्शन देते थे।

संवाद के पारंपरिक माध्यम भी आत्मीय और प्रत्यक्ष थे। व्यक्ति-व्यक्ति का संवाद आमने-सामने के संपर्क पर आधारित था, जिसमें वाणी, भाव-भंगिमा और सामाजिक संदर्भ का गहरा प्रभाव होता था। उत्सव, पर्व, सामूहिक श्रम (जैसे श्रमदान, उत्सव-सेवा), तथा मेलों और सभाओं जैसे आयोजनों ने सामाजिक बंधन को सुदृढ़ किया। मौखिक परंपरा, लोककथाएँ, गीत और लोकनृत्य जैसे माध्यम सामाजिक संवाद के संवाहक रहे, जिनके द्वारा सामूहिक पहचान और सांस्कृतिक एकता का निर्माण होता था (सिंह, 2018)। इन पारंपरिक संबंधों की विशिष्टता यह थी कि वे स्थायित्व और आत्मीयता पर आधारित थे। संबंधों का निर्माण सामाजिक दायित्वों, नैतिक संहिताओं और भावनात्मक जुड़ाव के संतुलन से होता था, न कि व्यक्तिगत लाभ या तात्कालिक संतुष्टि के आधार पर। सामाजिक नेटवर्क का उद्देश्य एक-दूसरे के साथ सहयोग, सहानुभूति और सामाजिक सामंजस्य बनाए रखना था। इसीलिए, पारंपरिक भारतीय सामाजिकता में संबंधों की गहराई, निरंतरता और भावनात्मक प्रामाणिकता प्रमुख गुण थे, जो आधुनिक आभासी युग के क्षणभंगुर और प्रदर्शनात्मक संबंधों से भिन्न थे।

1.3 सोशल मीडिया का उद्भव और विस्तार

इक्कीसवीं सदी के आरंभ में सूचना-प्रौद्योगिकी (Information Technology) और इंटरनेट के प्रसार ने संचार के क्षेत्र में अभूतपूर्व परिवर्तन उत्पन्न किए। यह परिवर्तन केवल तकनीकी नहीं, बल्कि सामाजिक-सांस्कृतिक पुनर्गठन का भी संकेत था। सोशल मीडिया की अवधारणा ने संवाद, अभिव्यक्ति और सहभागिता के पारंपरिक रूपों को परिवर्तित कर एक नए आभासी सामाजिक संसार की रचना की। जहाँ पहले संचार मुख्यतः एकतरफा (one-way communication) था, वहीं सोशल मीडिया ने उसे पारस्परिक, सहभागी और लोकतांत्रिक बना दिया (Castells, 2010)। इसने व्यक्ति को केवल उपभोक्ता (consumer) नहीं, बल्कि सामग्री निर्माता (content creator) और सक्रिय सामाजिक सहभागी के रूप में स्थापित किया।

सोशल मीडिया के विकास की प्रक्रिया को यदि ऐतिहासिक रूप से देखें तो इसकी शुरुआत 1990 के दशक के उत्तरार्ध में *Six Degrees* (1997) से हुई, जिसे पहला सामाजिक नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म माना जाता है। इसके बाद *Friendster* (2002), *MySpace* (2003) और *LinkedIn* (2003) ने सामाजिक जुड़ाव के नए आयाम खोले। किंतु वास्तविक वैश्विक प्रभाव *Facebook* (2004) और *YouTube* (2005) के आगमन से शुरू हुआ, जिन्होंने संचार और पहचान दोनों को आभासी रूप से एकीकृत किया। इसके पश्चात् *Twitter* (2006), *Instagram*

(2010), *Snapchat* (2011), और *TikTok* (2016) जैसे प्लेटफॉर्मों ने सोशल मीडिया के दायरे और प्रभाव को बहुआयामी बना दिया (Kaplan & Haenlein, 2010)। इन मंचों ने दृश्य, श्रव्य और लिखित तीनों माध्यमों को जोड़कर एक “मल्टीमीडिया संस्कृति” का निर्माण किया, जिसमें सूचना और मनोरंजन का सम्मिलन हुआ।

भारत में सोशल मीडिया का प्रसार 2000 के दशक के मध्य से तेज़ी से हुआ, जब इंटरनेट की पहुँच सस्ती और व्यापक हुई। ट्राई (TRAI) की 2023 की रिपोर्ट के अनुसार, भारत में इंटरनेट उपभोक्ताओं की संख्या 85 करोड़ से अधिक है, जिनमें से लगभग 70% युवा वर्ग से संबंधित हैं। मोबाइल इंटरनेट और स्मार्टफोन तकनीक ने सोशल मीडिया को दैनिक जीवन का हिस्सा बना दिया है (TRAI, 2023)। फेसबुक और इंस्टाग्राम जैसे वैश्विक प्लेटफॉर्मों के साथ-साथ *शेयरचैट*, *कू*, और *मोज़* जैसे स्वदेशी माध्यमों ने भारतीय भाषाओं और सांस्कृतिक विविधता को भी डिजिटल मंच प्रदान किया है।

वैश्वीकरण और संचार क्रांति ने इस विस्तार में निर्णायक भूमिका निभाई है। मैनुअल कैस्टेल्स (Castells, 2010) के अनुसार, “नेटवर्क समाज” (Network Society) की अवधारणा इसी काल में विकसित हुई, जिसमें तकनीकी नेटवर्क सामाजिक संरचना का प्रमुख वाहक बन गए। इंटरनेट ने भौगोलिक सीमाओं को अप्रासंगिक बनाते हुए एक वैश्विक संवाद मंच तैयार किया, जहाँ विचार, संस्कृति, और अनुभव का तीव्र आदान-प्रदान संभव हुआ। इस प्रक्रिया ने सामाजिकता को “भौतिक” से “आभासी” (virtualized sociality) रूप में परिवर्तित कर दिया (Lupton, 2015)।

आज सोशल मीडिया केवल सूचना प्रसारण का माध्यम नहीं, बल्कि सामाजिक पहचान, राजनीतिक अभिव्यक्ति, सांस्कृतिक संवाद और आर्थिक अवसरों का केंद्र बन चुका है। इसने व्यक्ति को न केवल वैश्विक संवाद से जोड़ा है, बल्कि उसकी आत्म-धारणा और संबंधों के निर्माण को भी प्रभावित किया है। यह वही बिंदु है जहाँ सोशल मीडिया का विस्तार सामाजिक संबंधों की नई व्याख्या का आधार बनता है—एक ऐसा विस्तार जो मानवीय जुड़ाव के स्वरूप, अर्थ और प्रामाणिकता को पुनर्परिभाषित कर रहा है।

1.4 आभासी सामाजिकता: एक नई सांस्कृतिक स्थिति

डिजिटल युग ने सामाजिकता के स्वरूप को मूल रूप से रूपांतरित कर दिया है। अब संवाद, पहचान और सामूहिकता का बड़ा हिस्सा भौतिक नहीं, बल्कि आभासी (virtual) परिदृश्य में निर्मित होता है। यह परिवर्तन केवल तकनीकी नहीं बल्कि सांस्कृतिक भी है—एक ऐसी “नई सामाजिकता” का उदय हुआ है, जिसे विद्वानों ने *डिजिटल पब्लिक स्पेस* या *नेटवर्कड पब्लिक्स* कहा है (Boyd, 2014)। इस आभासी सामाजिकता में व्यक्ति अपने अनुभवों, विचारों और भावनाओं को डिजिटल मंचों पर साझा करता है, जहाँ सहभागिता तत्काल, वैश्विक और निरंतर बनी रहती है। इससे एक ऐसी सामाजिक स्थिति उत्पन्न हुई है, जिसमें व्यक्ति की सामाजिक उपस्थिति (social presence) उसके ऑनलाइन अस्तित्व से परिभाषित होने लगी है।

आभासी संवाद (virtual communication) ने पारंपरिक सामाजिक व्यवहार के कई आयामों को पुनर्गठित किया है। अब संवाद केवल सूचनाओं के आदान-प्रदान तक सीमित नहीं, बल्कि आत्म-प्रदर्शन (self-presentation) और सामाजिक मान्यता (social validation) का माध्यम बन गया है। डिजिटल मंचों पर संवाद दृश्य (visual) और प्रतीकात्मक (symbolic) रूप में अधिक होता है—जैसे इमोजी, मीम, या छोटे वीडियो—

जो त्वरित भावनात्मक प्रतिक्रिया उत्पन्न करते हैं लेकिन प्रायः गहराईहीन होते हैं। जैसा कि टर्कल (Turkle, 2017) का तर्क है, “हम जुड़े तो अधिक हैं, परन्तु समझते कम हैं।” इस प्रकार, आभासी संवाद ने संवेदनात्मक गहराई के स्थान पर तात्कालिकता और प्रदर्शन को महत्व देना प्रारंभ किया है।

सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों ने “फॉलोअर कल्चर” (follower culture) और “डिजिटल पहचान” (digital identity) की नई प्रवृत्तियाँ जन्म दी हैं। व्यक्ति अब अपने सामाजिक मूल्य को लाइक्स, कमेंट्स, और फॉलोअर्स की संख्या से मापने लगा है। यह स्थिति पहचान के “प्रदर्शित रूप” (performed identity) को जन्म देती है, जिसमें व्यक्ति अपने वास्तविक व्यक्तित्व से भिन्न एक आभासी व्यक्तित्व गढ़ता है (Goffman, 1959; Marwick, 2013)। सुब्रह्मण्यम और शमाहेल (Subrahmanyam & Šmahel, 2011) ने इसे “डिजिटल आत्म-संरचना” कहा है, जिसमें युवा वर्ग अपने सामाजिक और भावनात्मक अस्तित्व को डिजिटल माध्यमों से परिभाषित करता है। इस प्रक्रिया में आत्म-छवि (self-image) और सामाजिक मान्यता (social approval) के बीच गहरी निर्भरता विकसित हो जाती है, जो कभी-कभी मानसिक तनाव, आत्म-संदेह और तुलना-संस्कृति को भी बढ़ावा देती है।

‘ऑनलाइन’ और ‘ऑफलाइन’ सामाजिक व्यवहार के मध्य का अंतर अब तेजी से धुंधला हो रहा है। कई अध्ययनों से यह स्पष्ट हुआ है कि व्यक्ति की ऑनलाइन छवि अब उसके ऑफलाइन संबंधों को भी प्रभावित करती है (Lupton, 2015; Hampton, 2019)। आभासी सामाजिकता ने व्यक्तिगत जीवन को सार्वजनिक दृश्यता में ला खड़ा किया है, जिससे निजता (privacy) और सार्वजनिकता (publicness) की सीमाएँ ध्वस्त हो गई हैं। ऑनलाइन प्लेटफॉर्मों पर होने वाला संवाद भले ही आभासी हो, किन्तु उसके सामाजिक और भावनात्मक परिणाम वास्तविक होते हैं—चाहे वह किसी के प्रति सहानुभूति हो, साइबर बुलिंग का अनुभव हो, या सामाजिक समर्थन (social support) की अनुभूति। इस प्रकार, आभासी सामाजिकता ने “वास्तविक जीवन” और “डिजिटल जीवन” के बीच पारस्परिक निर्भरता का नया ताना-बाना बुना है।

निष्कर्षतः, आभासी सामाजिकता आज के समय की एक नई सांस्कृतिक स्थिति है, जहाँ तकनीक के माध्यम से निर्मित संबंध न केवल मानवीय संपर्क का विस्तार करते हैं बल्कि उसे पुनर्परिभाषित भी करते हैं। यह नई सामाजिकता एक ओर संवाद और सहभागिता के अनंत अवसर प्रदान करती है, वहीं दूसरी ओर आत्मीयता, प्रामाणिकता और सामाजिक विश्वास के पारंपरिक मूल्यों को चुनौती भी देती है। इस प्रकार, डिजिटल युग की यह सांस्कृतिक स्थिति आधुनिक समाज के लिए एक साथ आकर्षण और चिंता—दोनों का स्रोत बन चुकी है।

1.5 युवा पीढ़ी और सोशल मीडिया

युवा पीढ़ी वर्तमान डिजिटल युग की सबसे सक्रिय और प्रभावशाली सामाजिक शक्ति है। वह तकनीकी रूप से सबसे अधिक सशक्त, अनुकूलनशील और प्रयोगधर्मी वर्ग है, जो सूचना-प्रौद्योगिकी को केवल उपयोग नहीं करता, बल्कि उसके माध्यम से अपनी सामाजिक पहचान, संबंध और वैचारिक अभिव्यक्ति का निर्माण भी करता है। सोशल मीडिया युवा जीवन का अभिन्न हिस्सा बन चुका है—एक ऐसा मंच जहाँ वे संवाद करते हैं, अभिव्यक्ति पाते हैं, पहचान बनाते हैं और सामाजिक संबंधों का नया ताना-बाना बुनते हैं। भारत में इंटरनेट एवं मोबाइल एसोसिएशन (IAMAI, 2023) की रिपोर्ट के अनुसार, देश के लगभग 70% सोशल

मीडिया उपयोगकर्ता 18 से 35 वर्ष की आयु-वर्ग में आते हैं। इसका अर्थ यह है कि सोशल मीडिया न केवल युवा संस्कृति का वाहक है, बल्कि वह उनके सामाजिक व्यवहार का नियामक भी बन चुका है।

युवाओं की डिजिटल उपस्थिति (digital presence) उनके दैनिक जीवन का अभिन्न हिस्सा है। वे सुबह की शुरुआत से लेकर दिन के अंत तक ऑनलाइन बने रहते हैं—चाहे संवाद व्हाट्सएप पर हो, आत्म-प्रदर्शन इंस्टाग्राम पर, या विचार-विमर्श एक्स (Twitter) पर। यह निरंतरता एक “डिजिटल जीवन-शैली” (digital lifestyle) का संकेत देती है, जिसमें ऑनलाइन गतिविधियाँ वास्तविक अनुभवों के समानांतर चलती हैं (Lupton, 2015)। युवा वर्ग सोशल मीडिया को केवल मनोरंजन या संपर्क का माध्यम नहीं, बल्कि आत्म-अभिव्यक्ति (self-expression) और सामाजिक मान्यता (social validation) के साधन के रूप में भी देखता है। टर्कल (Turkle, 2017) के अनुसार, आज का युवा “कनेक्टेड” रहते हुए भी “अकेला” है—वह निरंतर संवादरत है, परन्तु भावनात्मक रूप से असुरक्षित।

आत्म-प्रदर्शन (self-presentation) सोशल मीडिया उपयोग का केंद्रीय तत्व बन गया है। एर्विंग गॉफमैन (Goffman, 1959) की “प्रदर्शनात्मक आत्म” (performative self) की अवधारणा आज डिजिटल मंचों पर प्रत्यक्ष दिखाई देती है। इंस्टाग्राम, स्नैपचैट और टिकटॉक जैसे प्लेटफॉर्म ने युवाओं को अपने जीवन का दृश्य रूपांतरण करने का अवसर दिया है—जहाँ वे अपने “सबसे अच्छे संस्करण” को प्रस्तुत करते हैं। यह आत्म-प्रदर्शन मान्यता की आकांक्षा (desire for approval) से गहराई से जुड़ा हुआ है। लाइक्स, कमेंट्स, और फॉलोअर्स की संख्या सामाजिक मान्यता का प्रतीक बन चुकी है। जैसा कि मारविक (Marwick, 2013) ने उल्लेख किया है, डिजिटल युग में पहचान एक “ब्रांड” (brand) के रूप में निर्मित होती है, जहाँ व्यक्ति स्वयं को निरंतर प्रस्तुत और प्रचारित करता है। इस स्थिति में युवा वर्ग “डिजिटल आत्म” (digital self) का निर्माण करता है, जो वास्तविक व्यक्तित्व से आंशिक रूप से मेल खाता है, परन्तु सामाजिक स्वीकृति के अनुरूप ढलता रहता है।

सामाजिक पूंजी (social capital) और नेटवर्किंग के स्वरूप भी सोशल मीडिया के आगमन से बदल गए हैं। अब व्यक्ति का सामाजिक दायरा भौगोलिक सीमाओं से परे जाकर आभासी नेटवर्कों में विस्तारित हो गया है। यह नेटवर्क केवल मित्रता का नहीं, बल्कि सूचना, अवसर और समर्थन का स्रोत भी है (Ellison, Steinfield & Lampe, 2007)। उदाहरणार्थ, लिंकडइन जैसे प्लेटफॉर्म ने पेशेवर नेटवर्किंग को लोकतांत्रिक बनाया, जबकि फेसबुक और इंस्टाग्राम ने सामाजिक पूंजी को भावनात्मक और सांस्कृतिक साझा अनुभवों से जोड़ा। हालांकि, यह “डिजिटल पूंजी” (digital capital) असमानता भी उत्पन्न करती है, क्योंकि इसका लाभ वही उठा सकता है जिसके पास तकनीकी दक्षता, संसाधन और सामाजिक दृश्यता है।

विभिन्न अध्ययनों से यह स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया युवाओं की मनोवैज्ञानिक स्थिति और सामाजिक दृष्टिकोण दोनों को प्रभावित करता है। *Pew Research Center* (2022) की एक रिपोर्ट बताती है कि 60% से अधिक युवा प्रतिदिन तीन घंटे से अधिक समय सोशल मीडिया पर व्यतीत करते हैं, और उनमें से लगभग आधे ने स्वीकार किया कि यह उनके आत्म-मूल्यांकन और मानसिक स्वास्थ्य को प्रभावित करता है। भारत में *Centre for Digital Future Studies* (2023) के एक सर्वेक्षण के अनुसार, 74% युवाओं ने कहा कि वे सोशल मीडिया के माध्यम से “सामाजिक जुड़ाव” महसूस करते हैं, जबकि 58% ने स्वीकार किया कि यह उनके वास्तविक संबंधों की गुणवत्ता को घटाता है। यह विरोधाभास आधुनिक युवा जीवन

की जटिलता को उजागर करता है—जहाँ आभासी सहभागिता बढ़ रही है, परंतु भावनात्मक आत्मीयता घट रही है।

अतः यह कहा जा सकता है कि सोशल मीडिया ने युवा पीढ़ी के सामाजिक अनुभवों की संरचना को व्यापक रूप से पुनर्गठित किया है। उन्होंने डिजिटल मंचों पर नई सामाजिक पूंजी, पहचान और आत्म-अभिव्यक्ति के मार्ग विकसित किए हैं, परंतु इसके साथ ही उन्होंने सतहीपन, प्रतिस्पर्धा और मानसिक दबाव की नई स्थितियों को भी जन्म दिया है। यह आभासी जीवनशैली अब केवल एक विकल्प नहीं, बल्कि युवाओं के सामाजिक अस्तित्व का अभिन्न हिस्सा बन चुकी है, जिसके सकारात्मक और नकारात्मक दोनों परिणाम समाजशास्त्रीय अध्ययन का महत्वपूर्ण विषय बनते जा रहे हैं।

1.6 सामाजिक संबंधों पर आभासी प्रभाव

डिजिटल युग में सामाजिक संबंधों का स्वरूप मूलभूत रूप से बदल गया है। सोशल मीडिया ने पारंपरिक संवाद के रूपों को न केवल प्रतिस्थापित किया है, बल्कि “निकटता” (closeness), “प्रामाणिकता” (authenticity) और “स्थायित्व” (stability) जैसे संबंधात्मक मूल्यों की पुनर्परिभाषा भी की है। अब संबंध अधिक दृश्य (visible), त्वरित (instantaneous), और प्रदर्शनात्मक (performative) हो गए हैं। पहले जो आत्मीयता व्यक्तिगत भेंट, पत्राचार या सामूहिक गतिविधियों से विकसित होती थी, वह अब “लाइक”, “कमेंट”, और “शेयर” के रूप में व्यक्त होने लगी है। यह प्रवृत्ति संबंधों को भावनात्मक गहराई से सतही संवाद (superficial interaction) की दिशा में मोड़ती है (Turkle, 2017)।

संबंधों की *निकटता* का स्वरूप अब ‘डिजिटल निकटता’ (digital intimacy) में परिवर्तित हो चुका है—जहाँ व्यक्ति अपने जीवन के क्षणों को ऑनलाइन साझा करता है, परंतु भावनात्मक संलग्नता कम हो जाती है। जैसा कि बायमन और रेनर (Baym & Rainie, 2018) इंगित करते हैं, “हम अधिक जुड़ गए हैं, परंतु कम उपस्थित हैं।” यह विरोधाभास आधुनिक सामाजिकता की प्रमुख पहचान बन गया है। डिजिटल संवाद की यह प्रकृति संबंधों को क्षणिक और उपभोगवादी (consumerist) बनाती है—जहाँ व्यक्ति दूसरों के जीवन को “देखता” है, पर वास्तविक सहभागिता कम होती जाती है (Bauman, 2003)।

1.6.1 प्रामाणिकता (authenticity) भी आभासी संसार में चुनौतीग्रस्त है। सोशल मीडिया पर व्यक्ति अपनी छवि का ऐसा निर्माण करता है जो सामाजिक अपेक्षाओं और लोकप्रियता की दौड़ से प्रभावित होती है। यह स्थिति “प्रदर्शनात्मक आत्मीयता” (performative intimacy) को जन्म देती है, जहाँ आत्मीयता भी दिखावे का रूप ले लेती है। जॉर्जराकिस (Georgarakis, 2020) के अनुसार, “ऑनलाइन संबंधों में व्यक्ति का लक्ष्य वास्तविक जुड़ाव नहीं, बल्कि सामाजिक स्वीकृति होता है।” परिणामस्वरूप, संबंधों की स्थायित्वशीलता घटती है—वे जल्दी बनते हैं और उतनी ही जल्दी समाप्त भी हो जाते हैं।

1.6.2 संवाद का सतहीपन आज की डिजिटल संस्कृति की सबसे बड़ी सामाजिक चुनौती है। ‘ऑनलाइन’ संवाद तात्कालिक, संक्षिप्त और प्रतीकात्मक हो गया है—जहाँ गहराई की जगह गति (speed) ने ले ली है। पहले जो संवाद सामूहिक अनुभवों पर आधारित होते थे, वे अब एल्गोरिथमिक फिल्टरों और इमोजी-आधारित प्रतिक्रियाओं में सीमित हो गए हैं। रीट्ज़ा (Ritzer, 2015) के अनुसार, “डिजिटल समाज में संवाद का ‘मैकडोनाल्डाइजेशन’ हुआ है—तेज़, पूर्वनिर्धारित और भावनाहीन।” यह प्रक्रिया संबंधों की भावनात्मक

जटिलता को घटाती है, जिससे व्यक्तियों में “संवेदनहीन सामंजस्य” (emotional numbness) की स्थिति उत्पन्न होती है।

1.6.3 निजता (privacy) का संकट भी आधुनिक सामाजिकता का महत्वपूर्ण आयाम है। आभासी प्लेटफॉर्म पर व्यक्ति की गतिविधियाँ निरंतर निगरानी (surveillance) के अधीन रहती हैं। आत्म-प्रदर्शन की अनिवार्यता ने व्यक्तिगत जीवन की सीमाएँ धुंधली कर दी हैं—जहाँ सार्वजनिक और निजी के बीच का अंतर मिटता जा रहा है। बायुग (Bayug, 2019) का मत है कि “गोपनीयता अब एक विलासिता बन चुकी है,” क्योंकि सोशल मीडिया पर सक्रिय रहना ही सामाजिक अस्तित्व की शर्त बन गया है। यह परिस्थिति युवा पीढ़ी में “डिजिटल असुरक्षा” (digital vulnerability) की भावना को जन्म देती है, जहाँ उन्हें यह भय रहता है कि उनके निजी विचार, चित्र या डेटा सार्वजनिक हो सकते हैं।

इस सबके बीच, “डिजिटल अकेलापन” (digital loneliness) एक बढ़ती हुई सामाजिक और मानसिक समस्या के रूप में उभर रहा है। यद्यपि व्यक्ति सैकड़ों संपर्कों से जुड़ा हुआ प्रतीत होता है, फिर भी वह गहरे स्तर पर अकेलापन महसूस करता है। टर्कल (Turkle, 2017) इसे “alone together” की स्थिति कहती हैं—जहाँ लोग निरंतर संपर्क में रहकर भी भावनात्मक रूप से पृथक हो जाते हैं। *Pew Research Center* (2022) की रिपोर्ट के अनुसार, 58% युवा यह मानते हैं कि सोशल मीडिया पर अधिक समय बिताने से उनके वास्तविक संबंध कमजोर हुए हैं। इसी तरह, *World Health Organization* (2021) ने डिजिटल लत (digital addiction) और मानसिक स्वास्थ्य समस्याओं—जैसे चिंता, अवसाद और आत्ममूल्य में कमी—के बीच सीधा संबंध बताया है। इन सभी परिवर्तनों का सार यह है कि सोशल मीडिया ने संबंधों की मात्रा तो बढ़ाई है, पर गुणवत्ता को प्रभावित किया है। यह “संपर्क” (connection) के नए रूप तो प्रदान करता है, पर “संबंध” (relationship) की आत्मीयता को क्षीण करता है। डिजिटल आभासी संसार में व्यक्ति अपने अस्तित्व को साझा करता है, पर उसकी आत्मीयता, स्थायित्व और भावनात्मक गहराई धीरे-धीरे विस्थापित होती जाती है। अतः यह कहा जा सकता है कि आभासी सामाजिकता ने मनुष्य को “जुड़ा हुआ” तो रखा है, पर भीतर से “अलग-थलग” बना दिया है—यह आधुनिक समाजशास्त्र के लिए गहरी चिंता और अध्ययन का विषय है।

1.7 भारतीय संदर्भ में अध्ययन

भारत में सोशल मीडिया का प्रसार 2010 के दशक से तीव्र गति से हुआ है, जिससे युवाओं की डिजिटल जीवनशैली में गहन परिवर्तन आया है। भारतीय युवा वर्ग, विशेषकर 18–30 वर्ष की आयु समूह में, सोशल मीडिया के सबसे सक्रिय उपयोगकर्ता हैं। *IAMA* (2023) के अनुसार, लगभग 70% भारतीय सोशल मीडिया उपयोगकर्ता इसी आयु वर्ग से संबंधित हैं। युवा वर्ग के डिजिटल व्यवहार में संदेश, वीडियो, फोटो और रील साझा करने के साथ-साथ सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर मित्रता, फॉलोअर कल्चर और समूह संलग्नता जैसी गतिविधियाँ शामिल हैं। इस डिजिटल उपस्थिति ने उनकी सामाजिक पहचान, आत्म-अभिव्यक्ति और भावनात्मक जुड़ाव के तरीके को मूल रूप से बदल दिया है (Subrahmanyam & Šmahel, 2011)।

भारतीय संदर्भ में शहरी-ग्रामीण विभाजन (urban–rural divide) भी सोशल मीडिया के प्रभाव को आकार देता है। शहरी युवा वर्ग तकनीकी संसाधनों, तेज इंटरनेट कनेक्टिविटी और स्मार्टफोन की उच्च उपलब्धता के कारण सोशल मीडिया पर अधिक समय व्यतीत करता है। इसके विपरीत ग्रामीण क्षेत्र में डिजिटल

पहुँच सीमित होने के कारण सोशल मीडिया का प्रभाव अपेक्षाकृत कम है। हालांकि, सरकारी डिजिटल अभियान जैसे *Digital India* और मोबाइल डेटा की सस्ती उपलब्धता ने ग्रामीण युवाओं के डिजिटल जुड़ाव को बढ़ावा दिया है (TRAI, 2023)। इस विभाजन के परिणामस्वरूप, शहरी युवा सोशल मीडिया के माध्यम से वैश्विक संवाद और नवीन सांस्कृतिक प्रवृत्तियों के संपर्क में आते हैं, जबकि ग्रामीण युवा अधिकतर स्थानीय या क्षेत्रीय डिजिटल नेटवर्क तक सीमित रहते हैं।

भारतीय पारिवारिक और सांस्कृतिक मूल्यों पर सोशल मीडिया का प्रभाव भी उल्लेखनीय है। परंपरागत भारतीय समाज में परिवार, समुदाय और संस्कृति के माध्यम से संबंधों की स्थायित्व और आत्मीयता सुनिश्चित होती थी। परन्तु डिजिटल युग में युवा वर्ग की सामाजिकता आंशिक रूप से ऑनलाइन प्लेटफॉर्मों में स्थानांतरित हो गई है। इससे पारिवारिक संवाद और सामूहिक गतिविधियों में कमी आई है, तथा युवाओं में आत्म-प्रदर्शन और सामाजिक मान्यता के लिए आभासी निर्भरता बढ़ी है (Chakraborty, 2005)। उदाहरणतः इंस्टाग्राम या फेसबुक पर साझा की गई तस्वीरों और अनुभवों के आधार पर सामाजिक मूल्यांकन युवा मानस पर प्रत्यक्ष प्रभाव डालते हैं। इसके परिणामस्वरूप, भारतीय पारंपरिक “निजता” (privacy), “आत्मीयता” (intimacy) और सामाजिक दायित्वों का अनुभव भी डिजिटल प्रदर्शन (digital performance) के अधीन होने लगा है।

इसके अतिरिक्त, सोशल मीडिया ने भारतीय युवाओं को सामाजिक जागरूकता, राजनीतिक सक्रियता और सांस्कृतिक आदान-प्रदान के नए अवसर प्रदान किए हैं। *#MeToo India*, पर्यावरण अभियानों और डिजिटल कला मंचों पर सक्रिय युवा दर्शाते हैं कि सोशल मीडिया केवल मनोरंजन या संपर्क का माध्यम नहीं, बल्कि सामाजिक सहभागिता और नवाचार का मंच भी बन चुका है (Joseph, 2018)। इसी के साथ, डिजिटल उपयोग की बढ़ती आदतें मानसिक स्वास्थ्य और ध्यान केंद्रित करने की क्षमता पर भी प्रभाव डाल रही हैं, जिससे संतुलन बनाए रखना आवश्यक हो गया है।

संक्षेप में, भारतीय संदर्भ में सोशल मीडिया युवाओं की सामाजिक व्यवहार, पहचान और पारंपरिक मूल्यों पर गहरा प्रभाव डाल रहा है। यह शहरी-ग्रामीण विभाजन, पारिवारिक संरचना और सांस्कृतिक परंपराओं के संदर्भ में विविध परिणाम उत्पन्न करता है। भारतीय युवा सोशल मीडिया के माध्यम से वैश्विक संस्कृति और डिजिटल अनुभवों से जुड़ रहे हैं, परन्तु इसके साथ ही उन्हें पारंपरिक सामाजिक संरचना और व्यक्तिगत संबंधों में संतुलन बनाए रखने की चुनौती का सामना भी करना पड़ रहा है।

संदर्भ सूची

1. बाउमन, ज़. (2003). *लिविड लव: ऑन द फ्रेलीटी ऑफ़ ह्यूमन बॉन्ड्स*. पोलिटी प्रेस।
2. बायम, एन. के., और रैनी, एल. (2018). *नेटवर्कड: द न्यू सोशल ऑपरेटिंग सिस्टम*. एमआईटी प्रेस।
3. बायुग, जे. (2019). *प्राइवसी इन द एज ऑफ़ डिजिटल विजिबिलिटी*. ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस।
4. बॉयड, डी. (2014). *इट्स कॉम्प्लिकेटेड: द सोशल लाइव्स ऑफ़ नेटवर्क टीन्स*. येल यूनिवर्सिटी प्रेस।
5. कास्टेल्स, एम. (2010). *द राइज़ ऑफ़ द नेटवर्क सोसाइटी* (दूसरा संस्करण). वाइली-ब्लैकवेल।
6. कास्टेल्स, एम. (2012). *नेटवर्क्स ऑफ़ आउटरेज एंड होप: सोशल मूवमेंट्स इन द इंटरनेट एज*. पोलिटी प्रेस।

7. चक्रवर्ती, ए. (2005). *भारतीय परिवार और सामाजिक परिवर्तन*. नई दिल्ली: रावत प्रकाशन।
8. एलिसन, एन. बी., स्टाइनफील्ड, सी., और लाम्पे, सी. (2007). फेसबुक “मित्रों” के लाभ: सोशल कैपिटल और कॉलेज छात्रों का ऑनलाइन सोशल नेटवर्क साइट्स का उपयोग। *जर्नल ऑफ कंप्यूटर-मेडिएटेड कम्युनिकेशन*, 12(4), 1143–1168।
9. गोफमैन, ई. (1959). *द प्रेजेंटेशन ऑफ सेल्फ इन एवरीडे लाइफ*. एंकर बुक्स।
10. हैम्पटन, के. (2019). सोशल मीडिया और मनोवैज्ञानिक कल्याण में परिवर्तन: संचार तकनीकों की भूमिका। *इन्फॉर्मेशन, कम्युनिकेशन एंड सोसाइटी*, 22(1), 1–18।
11. आईएमएआई (IAMAI). (2023). *इंटरनेट इन इंडिया रिपोर्ट 2023*. इंटरनेट एंड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया।
12. जोसेफ, ए. (2018). *डिजिटल सिटीजनशिप एंड मीडिया फ्रीडम*. ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस।
13. कापलान, ए. एम., और हेनेलिन, एम. (2010). वर्ल्ड के उपयोगकर्ता, एकजुट हों! सोशल मीडिया की चुनौतियाँ और अवसर। *बिज़नेस होराइज़न्स*, 53(1), 59–68।
14. लुप्टन, डी. (2015). *डिजिटल सोसियोलॉजी*. रूटलेज।
15. मारविक, ए. (2013). *स्टेटस अपडेट: सेलेब्रिटी, पब्लिसिटी और सोशल मीडिया एज में ब्रांडिंग*. येल यूनिवर्सिटी प्रेस।
16. प्यू रिसर्च सेंटर (Pew Research Center). (2022). *टीन्स, सोशल मीडिया एंड टेक्नोलॉजी 2022*. वाशिंगटन, डी.सी।
17. रिट्ज़र, जी. (2015). *द मैकडॉनल्डाइजेशन ऑफ सोसाइटी*. सेज पब्लिकेशंस।
18. सुब्रह्मण्यम, के., और स्माहेल, डी. (2011). *डिजिटल यूथ: द रोल ऑफ मीडिया इन डेवलपमेंट*. स्प्रिंगर।
19. टेलिकॉम रेगुलेटरी अथॉरिटी ऑफ इंडिया (TRAI). (2023). *द इंडियन टेलीकॉम सर्विसेज़ परफॉर्मेंस इंडिकेटर, जनवरी-मार्च 2023*. भारत सरकार।
20. टर्कल, एस. (2017). *अलोन टुगेदर: व्हाई वी एक्सपेक्ट मोर फ्रॉम टेक्नोलॉजी एंड लेस फ्रॉम इच अदर*. बेसिक बुक्स।
21. वर्ल्ड हेल्थ ऑर्गनाइजेशन (WHO). (2021). *डिजिटल मीडिया उपयोग और युवा में मानसिक स्वास्थ्य*. जेनेवा: WHO।