

भारतीय युवाओं में शॉर्ट-वीडियो संस्कृति, डिजिटल पहचान और आत्म-प्रस्तुतीकरण: एक समाजशास्त्रीय विश्लेषणात्मक समीक्षा

महेश कुमार

इतिहास में स्नातकोत्तर, इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय, दिल्ली

mkumar2905@gmail.com

मनीष कुमार

शोधार्थी (समाजशास्त्र विभाग) श्री गणेश राय स्नातकोत्तर महाविद्यालय डोभी जौनपुर

वीर बहादुर सिंह पूर्वांचल विश्वविद्यालय

यतेंद्र बहादुर पाल

शोधार्थी राजनीति विज्ञान विभाग , दिल्ली विश्वविद्यालय

सार (Abstract)

डिजिटल संचार प्रौद्योगिकी के तीव्र विस्तार ने समकालीन समाज में सामाजिक संबंधों, सांस्कृतिक अभिव्यक्ति तथा पहचान निर्माण की प्रक्रियाओं को व्यापक रूप से प्रभावित किया है। विशेष रूप से Instagram Reels, YouTube Shorts तथा अन्य शॉर्ट-वीडियो प्लेटफॉर्म भारतीय युवाओं के लिए केवल मनोरंजन के साधन नहीं रहे, बल्कि वे आत्म-प्रस्तुतीकरण, डिजिटल पहचान, सामाजिक मान्यता और रचनात्मक अभिव्यक्ति के महत्वपूर्ण मंच बन चुके हैं। इन प्लेटफॉर्मों ने युवाओं को अपनी प्रतिभा प्रदर्शित करने, सामाजिक नेटवर्क विकसित करने तथा डिजिटल उद्यमिता के नए अवसर प्रदान किए हैं। साथ ही, एल्गोरिदमिक दृश्यता, प्रदर्शनकारी संस्कृति, सामाजिक तुलना और मानसिक स्वास्थ्य से जुड़ी नई चुनौतियाँ भी सामने आई हैं।

प्रस्तुत अध्ययन एक द्वितीयक स्रोत-आधारित विश्लेषणात्मक समीक्षा है, जिसमें समाजशास्त्र, डिजिटल मीडिया, युवा अध्ययन तथा सोशल मीडिया से संबंधित पुस्तकों, सहकर्म-समीक्षित शोध-पत्रों और अंतरराष्ट्रीय रिपोर्टों का आलोचनात्मक विश्लेषण किया गया है। अध्ययन का उद्देश्य भारतीय युवाओं में शॉर्ट-वीडियो संस्कृति के विस्तार, डिजिटल पहचान के निर्माण तथा आत्म-प्रस्तुतीकरण की बदलती प्रवृत्तियों को समाजशास्त्रीय दृष्टिकोण से समझना है। विश्लेषण के लिए Erving Goffman के आत्म-प्रस्तुतीकरण सिद्धांत, Pierre Bourdieu की सांस्कृतिक पूँजी की अवधारणा, Manuel Castells के नेटवर्क समाज सिद्धांत तथा danah boyd, Alice Marwick और José van Dijck के डिजिटल समाज संबंधी विचारों को सैद्धांतिक आधार बनाया गया है।

अध्ययन से स्पष्ट होता है कि शॉर्ट-वीडियो संस्कृति भारतीय युवाओं के लिए रचनात्मकता, डिजिटल उद्यमिता और सांस्कृतिक अभिव्यक्ति के नए अवसर प्रदान करती है, किंतु इसके साथ एल्गोरिदमिक निर्भरता, प्रदर्शनकारी संस्कृति, सामाजिक तुलना तथा डिजिटल असमानता जैसी चुनौतियाँ भी जुड़ी हुई हैं। निष्कर्षतः, शॉर्ट-वीडियो संस्कृति को केवल मनोरंजन या तकनीकी परिवर्तन के रूप में नहीं, बल्कि समकालीन भारतीय समाज में पहचान निर्माण, सांस्कृतिक पूँजी और डिजिटल शक्ति-संबंधों के पुनर्गठन की एक महत्वपूर्ण समाजशास्त्रीय प्रक्रिया के रूप में समझा जाना चाहिए।

मुख्य शब्द (Keywords): शॉर्ट-वीडियो संस्कृति, डिजिटल पहचान, आत्म-प्रस्तुतीकरण, भारतीय युवा, डिजिटल समाजशास्त्र, सोशल मीडिया, सांस्कृतिक पूँजी, नेटवर्क समाज

परिचय (Introduction)

पिछले डेढ़ दशक में डिजिटल प्रौद्योगिकी के तीव्र विकास ने सामाजिक जीवन, सांस्कृतिक व्यवहार और संचार की प्रकृति को गहराई से प्रभावित किया है। इंटरनेट, स्मार्टफोन और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों ने न केवल सूचना के आदान-प्रदान को सरल बनाया है, बल्कि व्यक्तियों की सामाजिक पहचान, सार्वजनिक सहभागिता और सांस्कृतिक अभिव्यक्ति के नए आयाम भी निर्मित किए हैं। विशेष रूप से भारत जैसे युवा-बहुल देश में डिजिटल मीडिया आज सामाजिक जीवन का अभिन्न अंग बन चुका है, जहाँ युवा वर्ग सामाजिक संपर्क, मनोरंजन, शिक्षा, व्यवसाय और आत्म-अभिव्यक्ति के लिए बड़े पैमाने पर सोशल मीडिया का उपयोग कर रहा है (Castells, 2010; van

Dijck, 2013)।

इस डिजिटल परिवर्तन के बीच शॉर्ट-वीडियो प्लेटफॉर्मों का उदय समकालीन मीडिया संस्कृति की सबसे उल्लेखनीय घटनाओं में से एक है। TikTok के वैश्विक प्रभाव के बाद Instagram Reels, YouTube Shorts तथा भारत में Moj, Josh और Chingari जैसे प्लेटफॉर्मों ने वीडियो-आधारित संचार को अत्यधिक लोकप्रिय बनाया। इन मंचों ने सामान्य उपयोगकर्ताओं को भी न्यूनतम संसाधनों के साथ सामग्री निर्माण, संपादन और व्यापक प्रसार की सुविधा प्रदान की। परिणामस्वरूप, डिजिटल सामग्री का उत्पादन पारंपरिक मीडिया संस्थानों तक सीमित न रहकर आम नागरिकों, विशेषकर युवाओं, के हाथों में आ गया।

भारत में सस्ते इंटरनेट, स्मार्टफोन की बढ़ती उपलब्धता और डिजिटल सेवाओं के विस्तार ने इस परिवर्तन को और गति प्रदान की। DataReportal (2024) के अनुसार भारत विश्व के सबसे बड़े सोशल मीडिया उपयोगकर्ता देशों में शामिल है तथा युवाओं के बीच वीडियो-आधारित सामग्री का उपभोग और निर्माण निरंतर बढ़ रहा है। यह परिवर्तन केवल तकनीकी विस्तार का संकेत नहीं है, बल्कि युवाओं की जीवनशैली, सांस्कृतिक आकांक्षाओं और सामाजिक संबंधों में भी परिवर्तन का द्योतक है।

समाजशास्त्रीय दृष्टि से यह परिवर्तन विशेष महत्व रखता है क्योंकि डिजिटल मंचों ने पहचान निर्माण की पारंपरिक प्रक्रियाओं को परिवर्तित कर दिया है। पहले व्यक्ति की सामाजिक पहचान मुख्यतः परिवार, समुदाय, शिक्षा और व्यवसाय जैसी संस्थाओं के माध्यम से निर्मित होती थी, जबकि आज डिजिटल प्रोफाइल, वीडियो सामग्री, फॉलोअर्स, लाइक और ऑनलाइन सहभागिता भी पहचान निर्माण के महत्वपूर्ण आधार बन चुके हैं। इस प्रकार डिजिटल पहचान केवल व्यक्तिगत अभिव्यक्ति नहीं, बल्कि सामाजिक मान्यता और सांस्कृतिक पूँजी से जुड़ी प्रक्रिया बन गई है।

इस परिवर्तन को समझने के लिए Erving Goffman (1959) का आत्म-प्रस्तुतीकरण सिद्धांत, Pierre Bourdieu (1984) की सांस्कृतिक पूँजी की अवधारणा तथा Manuel Castells (2010) का नेटवर्क समाज सिद्धांत विशेष रूप से प्रासंगिक हैं। ये सिद्धांत यह समझने में सहायता करते हैं कि डिजिटल मंचों पर व्यक्ति अपनी पहचान किस प्रकार निर्मित करता है, सामाजिक स्वीकृति कैसे प्राप्त करता है तथा तकनीकी संरचनाएँ उसकी दृश्यता और लोकप्रियता को किस प्रकार प्रभावित करती हैं।

यद्यपि डिजिटल मीडिया और सोशल मीडिया पर अनेक अध्ययन उपलब्ध हैं, फिर भी भारतीय युवाओं के संदर्भ में शॉर्ट-वीडियो संस्कृति, डिजिटल पहचान और आत्म-प्रस्तुतीकरण के अंतर्संबंधों का समेकित समाजशास्त्रीय विश्लेषण अपेक्षाकृत सीमित है। अधिकांश अध्ययन सोशल मीडिया उपयोग, मानसिक स्वास्थ्य या डिजिटल लत जैसे विषयों तक सीमित रहे हैं। प्रस्तुत अध्ययन इसी शोध-अंतर को ध्यान में रखते हुए भारतीय युवाओं में शॉर्ट-वीडियो संस्कृति के सामाजिक प्रभावों का आलोचनात्मक एवं समाजशास्त्रीय विश्लेषण प्रस्तुत करता है।

शोध-अंतर (Research Gap)

डिजिटल समाज, सोशल मीडिया और शॉर्ट-वीडियो प्लेटफॉर्मों पर पिछले एक दशक में व्यापक शोध कार्य हुए हैं। Erving Goffman (1959), Pierre Bourdieu (1984), Manuel Castells (2010), danah boyd (2014), Alice Marwick (2013) तथा José van Dijck (2013) ने डिजिटल पहचान, आत्म-प्रस्तुतीकरण, नेटवर्क समाज और प्लेटफॉर्म संस्कृति की समझ को सैद्धांतिक आधार प्रदान किया है। वहीं Crystal Abidin (2018) तथा Kaye et al. (2022) ने शॉर्ट-वीडियो प्लेटफॉर्मों, इन्फ्लुएंसर संस्कृति और डिजिटल लोकप्रियता के सामाजिक प्रभावों का विश्लेषण किया है।

भारतीय संदर्भ में उपलब्ध अधिकांश अध्ययन सोशल मीडिया उपयोग, मानसिक स्वास्थ्य, डिजिटल लत, साइबर सुरक्षा तथा ऑनलाइन व्यवहार पर केंद्रित हैं। यद्यपि Instagram Reels और अन्य शॉर्ट-वीडियो प्लेटफॉर्मों पर कुछ शोध उपलब्ध हैं, फिर भी भारतीय युवाओं के संदर्भ में डिजिटल पहचान, आत्म-प्रस्तुतीकरण, एल्गोरिद्मिक दृश्यता तथा सांस्कृतिक पूँजी के अंतर्संबंधों का समेकित समाजशास्त्रीय विश्लेषण अभी भी सीमित है। विशेष रूप से यह समझने का प्रयास कम हुआ है कि डिजिटल प्लेटफॉर्म युवाओं की सामाजिक पहचान, सांस्कृतिक अभिव्यक्ति और सामाजिक मान्यता की प्रक्रियाओं को किस प्रकार प्रभावित कर रहे हैं।

इन्हीं शोध-अंतरालों को ध्यान में रखते हुए प्रस्तुत अध्ययन उपलब्ध साहित्य का आलोचनात्मक विश्लेषण करते हुए भारतीय युवाओं में शॉर्ट-वीडियो संस्कृति, डिजिटल पहचान और आत्म-प्रस्तुतीकरण की समाजशास्त्रीय व्याख्या प्रस्तुत करता है।

अध्ययन के उद्देश्य (Objectives of the Study)

प्रस्तुत अध्ययन के प्रमुख उद्देश्य निम्नलिखित हैं

1. भारतीय युवाओं में शॉर्ट-वीडियो संस्कृति के उद्भव एवं विस्तार की समाजशास्त्रीय व्याख्या करना।

2. डिजिटल पहचान एवं आत्म-प्रस्तुतीकरण की बदलती प्रक्रियाओं का विश्लेषण करना।
3. एल्गोरिदमिक दृश्यता, सांस्कृतिक पूँजी और सामाजिक मान्यता के अंतर्संबंधों को समझना।
4. शॉर्ट-वीडियो संस्कृति के सामाजिक, सांस्कृतिक तथा मनोवैज्ञानिक प्रभावों का आलोचनात्मक मूल्यांकन करना।
5. भविष्य के शोध तथा नीति-निर्माण के लिए उपयोगी सुझाव प्रस्तुत करना।

शोध-प्रश्न (Research Questions)

यह अध्ययन निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर खोजने का प्रयास करता है—

1. भारतीय युवाओं में शॉर्ट-वीडियो संस्कृति के विस्तार के प्रमुख सामाजिक कारण क्या हैं?
2. डिजिटल प्लेटफॉर्म युवाओं की पहचान निर्माण प्रक्रिया को किस प्रकार प्रभावित करते हैं?
3. आत्म-प्रस्तुतीकरण और डिजिटल लोकप्रियता के बीच क्या संबंध है?
4. एल्गोरिदमिक दृश्यता सामाजिक मान्यता को किस प्रकार प्रभावित करती है?
5. शॉर्ट-वीडियो संस्कृति भारतीय युवाओं के लिए कौन-से अवसर और चुनौतियाँ उत्पन्न कर रही है?

अध्ययन का महत्व (Significance of the Study)

यह अध्ययन सैद्धांतिक और व्यावहारिक—दोनों दृष्टियों से महत्वपूर्ण है। सैद्धांतिक स्तर पर यह डिजिटल समाजशास्त्र, युवा अध्ययन तथा मीडिया अध्ययन के अंतःविषयक साहित्य को समृद्ध करता है। साथ ही, Goffman, Bourdieu, Castells, boyd तथा Marwick के प्रमुख सिद्धांतों को भारतीय डिजिटल परिदृश्य से जोड़ते हुए उनकी समकालीन प्रासंगिकता स्पष्ट करता है। व्यावहारिक स्तर पर अध्ययन के निष्कर्ष डिजिटल साक्षरता, उत्तरदायी सोशल मीडिया उपयोग, मानसिक स्वास्थ्य जागरूकता तथा डिजिटल नीति-निर्माण के लिए उपयोगी हो सकते हैं। इसके अतिरिक्त यह अध्ययन भविष्य में भारतीय युवाओं, डिजिटल संस्कृति और सोशल मीडिया पर अनुभवजन्य (Empirical) शोधों के लिए एक सुदृढ़ वैचारिक आधार भी प्रदान करता है।

साहित्य समीक्षा (Review of Literature)

डिजिटल समाज, सोशल मीडिया और शॉर्ट-वीडियो प्लेटफॉर्मों पर पिछले दो दशकों में उल्लेखनीय शोध कार्य हुए हैं। प्रारम्भिक अध्ययन इंटरनेट और सोशल नेटवर्किंग साइटों के सामाजिक प्रभावों पर केंद्रित थे, जबकि हाल के वर्षों में शोध का फोकस डिजिटल पहचान, आत्म-प्रस्तुतीकरण, एल्गोरिदमिक संस्कृति और इन्फ्लुएंसर अर्थव्यवस्था की ओर स्थानांतरित हुआ है। उपलब्ध साहित्य से स्पष्ट होता है कि शॉर्ट-वीडियो प्लेटफॉर्म केवल संचार के माध्यम नहीं हैं, बल्कि वे सामाजिक संबंधों, सांस्कृतिक व्यवहार और पहचान निर्माण की प्रक्रियाओं को भी प्रभावित कर रहे हैं।

डिजिटल समाज और पहचान निर्माण

डिजिटल समाज को समझने के लिए Manuel Castells (2010) का *Network Society* सिद्धांत आधारभूत माना जाता है। उनके अनुसार सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी ने सामाजिक संरचनाओं को नेटवर्क आधारित स्वरूप प्रदान किया है, जहाँ सूचना, शक्ति और सामाजिक संबंध डिजिटल माध्यमों से संचालित होते हैं। इस दृष्टिकोण को आगे बढ़ाते हुए José van Dijck (2013) ने तर्क दिया कि सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म केवल तकनीकी उपकरण नहीं हैं, बल्कि वे एल्गोरिदमिक संरचनाओं के माध्यम से सामाजिक व्यवहार और सार्वजनिक संवाद को भी प्रभावित करते हैं। इसी क्रम में Couldry और Hepp (2017) ने यह प्रतिपादित किया कि समकालीन सामाजिक वास्तविकता का निर्माण प्रत्यक्ष अनुभवों के साथ-साथ डिजिटल माध्यमों द्वारा भी होता है।

डिजिटल पहचान के अध्ययन में Erving Goffman (1959) का आत्म-प्रस्तुतीकरण सिद्धांत आज भी अत्यंत प्रासंगिक है। सोशल मीडिया उपयोगकर्ता अपनी सामाजिक छवि को नियंत्रित और आकर्षक रूप में प्रस्तुत करने का प्रयास करते हैं। Sherry Turkle (2011) के अनुसार डिजिटल माध्यम व्यक्ति को अपनी पहचान के अनेक रूप विकसित करने का अवसर प्रदान करते हैं, जबकि danah boyd (2014) ने इसे *Networked Publics* की अवधारणा से जोड़ते हुए बताया कि ऑनलाइन समुदाय पहचान निर्माण की सतत प्रक्रिया को प्रभावित करते हैं। Alice Marwick (2013) ने *Context Collapse* के माध्यम से स्पष्ट किया कि सोशल मीडिया पर विभिन्न सामाजिक समूहों की एक साथ उपस्थिति आत्म-प्रस्तुतीकरण को अधिक जटिल बना देती है।

शॉर्ट-वीडियो संस्कृति और डिजिटल लोकप्रियता

शॉर्ट-वीडियो प्लेटफॉर्मों के उदय ने डिजिटल संस्कृति को नया स्वरूप दिया है। Henry Jenkins (2006) के *Participatory Culture* सिद्धांत के अनुसार उपयोगकर्ता अब केवल दर्शक नहीं, बल्कि सामग्री निर्माण की प्रक्रिया में सक्रिय भागीदार हैं। इस प्रवृत्ति को Crystal Abidin (2018) ने *Internet Celebrity* और *Micro-celebrity Culture* की अवधारणा से जोड़ा, जहाँ सामान्य उपयोगकर्ता भी डिजिटल लोकप्रियता और सामाजिक मान्यता प्राप्त कर सकता है।

हाल के अध्ययन, विशेष रूप से Kaye, Chen और Zeng (2022), यह संकेत देते हैं कि TikTok और अन्य शॉर्ट-वीडियो प्लेटफॉर्म रचनात्मक अभिव्यक्ति और सामाजिक सहभागिता को बढ़ावा देते हैं, किंतु साथ ही वे एल्गोरिदमिक दृश्यता, लोकप्रियता की प्रतिस्पर्धा और निरंतर डिजिटल सक्रियता को भी प्रोत्साहित करते हैं। दूसरी ओर, van Dijck, Poell और de Waal (2018) ने प्लेटफॉर्म समाज की अवधारणा प्रस्तुत करते हुए बताया कि डिजिटल मंचों पर दृश्यता स्वयं शक्ति का स्रोत बन जाती है। इसी संदर्भ में Shoshana Zuboff (2019) ने यह तर्क दिया कि उपयोगकर्ताओं की डिजिटल गतिविधियाँ डेटा-आधारित अर्थव्यवस्था का हिस्सा बन चुकी हैं, जहाँ प्लेटफॉर्म उपयोगकर्ता व्यवहार को आर्थिक संसाधन में परिवर्तित करते हैं।

भारतीय संदर्भ और शोध-अंतर

भारतीय संदर्भ में उपलब्ध साहित्य मुख्यतः सोशल मीडिया उपयोग, मानसिक स्वास्थ्य, डिजिटल लत और ऑनलाइन व्यवहार तक सीमित है। शॉर्ट-वीडियो प्लेटफॉर्मों पर कुछ अध्ययन अवश्य उपलब्ध हैं, किंतु उनमें समाजशास्त्रीय विश्लेषण अपेक्षाकृत कम दिखाई देता है। विशेष रूप से डिजिटल पहचान, आत्म-प्रस्तुतीकरण, एल्गोरिदमिक दृश्यता तथा सांस्कृतिक पूँजी के बीच संबंधों का समेकित अध्ययन अभी भी सीमित है।

इसके अतिरिक्त, भारतीय युवाओं की भाषाई, सांस्कृतिक और सामाजिक विविधता को ध्यान में रखते हुए किए गए अध्ययन अपेक्षाकृत कम हैं। अधिकांश शोध या तो मनोवैज्ञानिक दृष्टिकोण अपनाते हैं या सोशल मीडिया उपयोग के व्यवहार तक सीमित रहते हैं। प्रस्तुत अध्ययन इसी शोध-अंतर को संबोधित करते हुए उपलब्ध साहित्य का समेकित समाजशास्त्रीय विश्लेषण प्रस्तुत करता है और यह समझने का प्रयास करता है कि शॉर्ट-वीडियो संस्कृति भारतीय युवाओं की पहचान, सामाजिक मान्यता और सांस्कृतिक अभिव्यक्ति को किस प्रकार प्रभावित कर रही है।

शोध पद्धति (Research Methodology)

प्रस्तुत अध्ययन गुणात्मक प्रकृति का एक द्वितीयक स्रोत-आधारित विश्लेषणात्मक समीक्षा लेख है। इसका उद्देश्य भारतीय युवाओं में शॉर्ट-वीडियो संस्कृति, डिजिटल पहचान तथा आत्म-प्रस्तुतीकरण से संबंधित उपलब्ध साहित्य का समाजशास्त्रीय विश्लेषण प्रस्तुत करना है। अध्ययन में प्राथमिक आँकड़ों या क्षेत्रीय सर्वेक्षण का उपयोग नहीं किया गया है।

अध्ययन के लिए सामग्री सहकर्मी-समीक्षित शोध-पत्रों, मानक पुस्तकों, शोध रिपोर्टों तथा डिजिटल मीडिया से संबंधित विश्वसनीय स्रोतों से संकलित की गई है। साहित्य के चयन में विशेष रूप से वर्ष 2015–2025 के अध्ययनों को प्राथमिकता दी गई, जबकि विषय की सैद्धांतिक पृष्ठभूमि स्पष्ट करने के लिए Goffman (1959), Bourdieu (1984), Castells (2010), van Dijck (2013) तथा boyd (2014) की मूल कृतियों का उपयोग किया गया। उपलब्ध साहित्य का विषयगत विश्लेषण (Thematic Analysis) करते हुए डिजिटल पहचान, आत्म-प्रस्तुतीकरण, प्लेटफॉर्म संस्कृति तथा भारतीय युवाओं के डिजिटल अनुभवों से संबंधित प्रमुख प्रवृत्तियों का आलोचनात्मक परीक्षण किया गया है।

सैद्धांतिक रूपरेखा (Theoretical Framework)

भारतीय युवाओं में शॉर्ट-वीडियो संस्कृति को समझने के लिए यह अध्ययन पाँच प्रमुख समाजशास्त्रीय दृष्टिकोणों पर आधारित है। इन सिद्धांतों का संयुक्त उपयोग डिजिटल पहचान, सामाजिक मान्यता तथा प्लेटफॉर्म आधारित शक्ति-संबंधों की व्यापक व्याख्या प्रस्तुत करता है।

आत्म-प्रस्तुतीकरण का सिद्धांत

Erving Goffman (1959) के अनुसार व्यक्ति सामाजिक जीवन में स्वयं की ऐसी छवि प्रस्तुत करता है जो दूसरों पर वांछित प्रभाव उत्पन्न कर सके। डिजिटल मंचों ने इस प्रक्रिया को अधिक योजनाबद्ध और सार्वजनिक बना दिया है। शॉर्ट-वीडियो प्लेटफॉर्मों पर युवा अपनी पहचान का निर्माण वीडियो, दृश्य शैली, भाषा और प्रतीकों के माध्यम से करते हैं, जिससे आत्म-प्रस्तुतीकरण सामाजिक मान्यता प्राप्त करने की रणनीति बन जाता है।

सांस्कृतिक पूँजी का सिद्धांत

Pierre Bourdieu (1984) की सांस्कृतिक एवं प्रतीकात्मक पूँजी की अवधारणा यह स्पष्ट करती है कि डिजिटल मंचों पर सभी उपयोगकर्ताओं को समान अवसर प्राप्त नहीं होते। तकनीकी संसाधन, डिजिटल कौशल, सामाजिक नेटवर्क तथा भाषाई दक्षता उपयोगकर्ताओं की दृश्यता और लोकप्रियता को प्रभावित करते हैं। इस प्रकार डिजिटल मंच अवसरों का विस्तार करने के साथ-साथ नई असमानताओं को भी जन्म देते हैं।

नेटवर्क समाज

Manuel Castells (2010) के अनुसार समकालीन समाज की संरचना सूचना एवं संचार नेटवर्कों पर आधारित है। डिजिटल प्लेटफॉर्म सामाजिक संबंधों, सांस्कृतिक आदान-प्रदान और शक्ति-संरचनाओं को पुनर्गठित कर रहे हैं। भारतीय युवाओं की ऑनलाइन सक्रियता इसी नेटवर्क समाज की अभिव्यक्ति है, जहाँ डिजिटल उपस्थिति सामाजिक पहचान का महत्वपूर्ण आधार बन चुकी है।

नेटवर्क पब्लिक्स और संदर्भ-संकुचन

danah boyd (2014) की *Networked Publics* तथा Alice Marwick (2013) की *Context Collapse* अवधारणाएँ बताती हैं कि सोशल मीडिया पर व्यक्ति एक साथ अनेक सामाजिक समूहों के समक्ष उपस्थित होता है। परिणामस्वरूप युवाओं को अपनी डिजिटल पहचान इस प्रकार निर्मित करनी पड़ती है कि वह विभिन्न सामाजिक अपेक्षाओं के अनुरूप भी रहे और व्यक्तिगत अभिव्यक्ति को भी व्यक्त कर सके।

प्लेटफॉर्म समाज

José van Dijck (2013) तथा van Dijck, Poell और de Waal (2018) के अनुसार सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म तटस्थ तकनीकी माध्यम नहीं हैं। उनके एल्गोरिदम उपयोगकर्ताओं की दृश्यता, पहुँच और लोकप्रियता को प्रभावित करते हैं। इसलिए डिजिटल पहचान का निर्माण केवल व्यक्ति की रचनात्मकता का परिणाम नहीं, बल्कि प्लेटफॉर्म की संरचना और एल्गोरिदमिक नियंत्रण से भी प्रभावित होता है।

भारतीय युवाओं में शॉर्ट-वीडियो संस्कृति, डिजिटल पहचान और आत्म-प्रस्तुतीकरण: एक समाजशास्त्रीय विश्लेषण

भारतीय युवाओं में शॉर्ट-वीडियो संस्कृति का विस्तार केवल डिजिटल तकनीक के प्रसार का परिणाम नहीं है, बल्कि यह सामाजिक संरचना, सांस्कृतिक परिवर्तन और मीडिया उपभोग की बदलती प्रवृत्तियों का संयुक्त परिणाम है। सस्ते इंटरनेट, स्मार्टफोन की व्यापक उपलब्धता तथा सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों की बढ़ती पहुँच ने युवाओं के संचार, मनोरंजन और सामाजिक सहभागिता के तरीकों को बदल दिया है। आज Instagram Reels, YouTube Shorts तथा अन्य शॉर्ट-वीडियो मंच केवल सामग्री देखने के साधन नहीं हैं, बल्कि वे पहचान निर्माण, सामाजिक दृश्यता और डिजिटल प्रतिष्ठा अर्जित करने के प्रभावशाली माध्यम बन चुके हैं। DataReportal (2024) के अनुसार भारत विश्व के सबसे बड़े सोशल मीडिया उपयोगकर्ता देशों में है, जहाँ युवा वर्ग डिजिटल सामग्री के निर्माण और उपभोग—दोनों में सक्रिय भूमिका निभा रहा है।

समाजशास्त्रीय दृष्टि से यह परिवर्तन Henry Jenkins (2006) की सहभागितापूर्ण संस्कृति (Participatory Culture) की अवधारणा को पुष्ट करता है। पहले जहाँ व्यक्ति मीडिया सामग्री का उपभोक्ता था, वहीं अब वह स्वयं सामग्री का निर्माता, संपादक और प्रसारक भी बन गया है। इस परिवर्तन ने पारंपरिक मीडिया और दर्शकों के बीच की दूरी को कम किया है तथा सामान्य युवाओं को भी सार्वजनिक मंच पर अपनी उपस्थिति दर्ज कराने का अवसर प्रदान किया है।

डिजिटल मंचों के विस्तार के साथ पहचान निर्माण की प्रक्रिया भी परिवर्तित हुई है। पारंपरिक समाज में व्यक्ति की पहचान परिवार, समुदाय, शिक्षा और व्यवसाय जैसी संस्थाओं से निर्धारित होती थी, जबकि डिजिटल समाज में ऑनलाइन उपस्थिति, प्रोफाइल, वीडियो सामग्री, अनुयायियों (Followers), लाइक और टिप्पणियाँ भी पहचान का महत्वपूर्ण आधार बन गई हैं। Sherry Turkle (2011) के अनुसार डिजिटल माध्यम व्यक्ति को अपनी पहचान के अनेक रूप विकसित करने का अवसर देते हैं। भारतीय युवा भी विभिन्न डिजिटल मंचों पर अपनी सामाजिक भूमिका और उद्देश्य के अनुरूप अलग-अलग पहचान प्रस्तुत करते हैं। यह पहचान स्थिर न होकर परिस्थितियों, दर्शकों और डिजिटल अनुभवों के अनुसार निरंतर परिवर्तित होती रहती है।

आत्म-प्रस्तुतीकरण (Self-Presentation) इस पूरी प्रक्रिया का केंद्रीय तत्व है। Erving Goffman (1959) के नाट्यशास्त्रीय दृष्टिकोण के अनुसार व्यक्ति सामाजिक जीवन में स्वयं की ऐसी छवि प्रस्तुत करता है जो दूसरों पर अनुकूल प्रभाव डाल सके। शॉर्ट-वीडियो प्लेटफॉर्मों ने इस प्रक्रिया को और अधिक योजनाबद्ध बना दिया है। वीडियो रिकॉर्डिंग, संपादन, फिल्टर, संगीत और दृश्य प्रभावों का चयन यह दर्शाता है कि डिजिटल प्रस्तुति सहज नहीं, बल्कि सावधानीपूर्वक निर्मित सामाजिक प्रदर्शन (Social Performance) है। युवा

केवल अपने अनुभव साझा नहीं करते, बल्कि ऐसी डिजिटल छवि प्रस्तुत करते हैं जो लोकप्रियता और सामाजिक स्वीकृति प्राप्त कर सके।

इस प्रक्रिया में Alice Marwick (2013) द्वारा प्रतिपादित *Context Collapse* की अवधारणा विशेष रूप से महत्वपूर्ण है। सोशल मीडिया पर एक ही सामग्री को परिवार, मित्र, सहकर्मी, शिक्षक और अपरिचित दर्शक—सभी देख सकते हैं। इसलिए युवा अपनी अभिव्यक्ति को नियंत्रित और संतुलित रखने का प्रयास करते हैं। इस प्रकार आत्म-प्रस्तुतीकरण केवल व्यक्तिगत अभिव्यक्ति नहीं रह जाता, बल्कि विभिन्न सामाजिक अपेक्षाओं के बीच संतुलन स्थापित करने की रणनीति बन जाता है।

डिजिटल लोकप्रियता की इस प्रक्रिया में एल्गोरिद्म की भूमिका भी अत्यंत महत्वपूर्ण है। José van Dijck (2013) तथा van Dijck, Poell और de Waal (2018) के अनुसार सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म उपयोगकर्ताओं की दृश्यता को एल्गोरिद्मिक रूप से नियंत्रित करते हैं। कौन-सा वीडियो अधिक लोगों तक पहुँचेगा, किस सामग्री को अधिक सुझाव (Recommendation) मिलेगा और किस उपयोगकर्ता को अधिक दृश्यता प्राप्त होगी—इनका निर्धारण केवल सामग्री की गुणवत्ता से नहीं, बल्कि प्लेटफॉर्म की एल्गोरिद्मिक संरचना से भी होता है। परिणामस्वरूप अनेक युवा ट्रेंडिंग संगीत, लोकप्रिय हैशटैग और वायरल प्रारूपों का अनुसरण करते हैं ताकि उनकी सामग्री अधिक लोगों तक पहुँच सके।

इस संदर्भ में Pierre Bourdieu (1984) की सांस्कृतिक पूँजी की अवधारणा अत्यंत प्रासंगिक है। डिजिटल समाज में तकनीकी दक्षता, गुणवत्तापूर्ण उपकरण, भाषा पर अधिकार, डिजिटल साक्षरता और व्यापक ऑनलाइन नेटवर्क नई प्रकार की सांस्कृतिक एवं प्रतीकात्मक पूँजी का निर्माण करते हैं। जिन युवाओं के पास ये संसाधन उपलब्ध हैं, उन्हें डिजिटल मंचों पर अधिक दृश्यता और सामाजिक मान्यता प्राप्त होने की संभावना रहती है। इसलिए यह मानना उचित नहीं होगा कि डिजिटल मंच पूरी तरह समान अवसर प्रदान करते हैं; वे नई प्रकार की सामाजिक असमानताओं को भी जन्म देते हैं।

हालाँकि शॉर्ट-वीडियो संस्कृति का प्रभाव केवल चुनौतियों तक सीमित नहीं है। इसने युवाओं के लिए रचनात्मक अभिव्यक्ति, डिजिटल उद्यमिता, ज्ञान-साझाकरण तथा सांस्कृतिक भागीदारी के नए अवसर भी उत्पन्न किए हैं। अनेक युवा शिक्षा, कला, संगीत, लोक-संस्कृति, सामाजिक जागरूकता और उद्यमिता से संबंधित सामग्री तैयार कर व्यापक दर्शकों तक पहुँच रहे हैं। विशेष रूप से क्षेत्रीय भाषाओं और स्थानीय सांस्कृतिक अभिव्यक्तियों को डिजिटल मंचों के माध्यम से नई पहचान मिली है। इस दृष्टि से शॉर्ट-वीडियो संस्कृति सांस्कृतिक लोकतंत्रीकरण (Cultural Democratization) की प्रक्रिया को भी गति देती है।

दूसरी ओर, सामाजिक तुलना (Social Comparison), प्रदर्शनकारी संस्कृति, डिजिटल निर्भरता तथा मानसिक दबाव जैसी चुनौतियाँ भी उभरकर सामने आई हैं। लोकप्रियता को लाइक, व्यूज और फॉलोअर्स जैसे डिजिटल संकेतकों से मापने की प्रवृत्ति कई बार आत्मसम्मान और सामाजिक संबंधों को प्रभावित करती है। निरंतर दृश्यता बनाए रखने का दबाव तथा ऑनलाइन स्वीकृति की आकांक्षा मानसिक तनाव को बढ़ा सकती है। इसलिए शॉर्ट-वीडियो संस्कृति को न तो पूर्णतः सकारात्मक माना जा सकता है और न ही पूर्णतः नकारात्मक। इसकी सामाजिक भूमिका संदर्भ, उपयोग के उद्देश्य तथा उपयोगकर्ताओं की सामाजिक-आर्थिक पृष्ठभूमि के अनुसार बदलती रहती है।

समग्र रूप से यह कहा जा सकता है कि भारतीय युवाओं में शॉर्ट-वीडियो संस्कृति डिजिटल आधुनिकता (Digital Modernity) की एक महत्वपूर्ण अभिव्यक्ति है। यह पहचान निर्माण, सांस्कृतिक पूँजी, सामाजिक मान्यता, डिजिटल शक्ति तथा नेटवर्क समाज की परस्पर जुड़ी प्रक्रियाओं से निर्मित होती है। अतः इसे केवल मीडिया उपभोग या तकनीकी नवाचार के रूप में नहीं, बल्कि समकालीन भारतीय समाज में सामाजिक परिवर्तन की एक बहुआयामी प्रक्रिया के रूप में समझना अधिक उपयुक्त होगा।

चर्चा (Discussion)

प्रस्तुत अध्ययन से स्पष्ट होता है कि भारतीय युवाओं में शॉर्ट-वीडियो संस्कृति का विस्तार केवल तकनीकी परिवर्तन का परिणाम नहीं है, बल्कि यह व्यापक सामाजिक, सांस्कृतिक और आर्थिक परिवर्तनों से जुड़ी प्रक्रिया है। उपलब्ध साहित्य के समेकित विश्लेषण से यह ज्ञात होता है कि डिजिटल प्लेटफॉर्मों ने पहचान निर्माण, सामाजिक सहभागिता और सांस्कृतिक अभिव्यक्ति के पारंपरिक स्वरूपों को पुनर्परिभाषित किया है। युवा अब केवल मीडिया सामग्री के उपभोक्ता नहीं हैं, बल्कि वे स्वयं सामग्री के निर्माता, प्रसारक और सार्वजनिक पहचान के सक्रिय निर्माणकर्ता बन चुके हैं।

सैद्धांतिक दृष्टि से यह अध्ययन Goffman के आत्म-प्रस्तुतीकरण सिद्धांत, Bourdieu की सांस्कृतिक पूँजी, Castells के नेटवर्क समाज तथा boyd, Marwick और van Dijck के डिजिटल समाज संबंधी दृष्टिकोणों की समकालीन प्रासंगिकता को रेखांकित करता

है। इन सभी दृष्टिकोणों का संयुक्त विश्लेषण यह दर्शाता है कि डिजिटल पहचान केवल व्यक्तिगत चयन का परिणाम नहीं है, बल्कि यह सामाजिक संरचनाओं, तकनीकी संसाधनों, एल्गोरिदमिक नियंत्रण तथा सांस्कृतिक संदर्भों के संयुक्त प्रभाव से निर्मित होती है। भारतीय संदर्भ में शॉर्ट-वीडियो संस्कृति ने एक ओर रचनात्मक अभिव्यक्ति, डिजिटल उद्यमिता और सांस्कृतिक विविधता को नया मंच प्रदान किया है, वहीं दूसरी ओर सामाजिक तुलना, प्रदर्शनकारी संस्कृति और एल्गोरिदमिक निर्भरता जैसी चुनौतियों को भी बढ़ाया है। इसलिए इस संस्कृति को केवल मनोरंजन या तकनीकी नवाचार के रूप में नहीं, बल्कि समकालीन भारतीय समाज में डिजिटल आधुनिकता और सामाजिक परिवर्तन की एक बहुआयामी प्रक्रिया के रूप में समझना अधिक उपयुक्त है।

निष्कर्ष (Conclusion)

प्रस्तुत अध्ययन का उद्देश्य भारतीय युवाओं में शॉर्ट-वीडियो संस्कृति, डिजिटल पहचान और आत्म-प्रस्तुतीकरण की प्रक्रियाओं का समाजशास्त्रीय विश्लेषण प्रस्तुत करना था। उपलब्ध साहित्य के आलोचनात्मक परीक्षण से यह स्पष्ट होता है कि डिजिटल मंचों ने युवाओं के सामाजिक जीवन, सांस्कृतिक अभिव्यक्ति तथा पहचान निर्माण के स्वरूप को व्यापक रूप से परिवर्तित किया है। आज Instagram Reels, YouTube Shorts तथा अन्य शॉर्ट-वीडियो प्लेटफॉर्म केवल मनोरंजन के माध्यम नहीं हैं, बल्कि वे सामाजिक मान्यता, डिजिटल प्रतिष्ठा और सार्वजनिक सहभागिता के महत्वपूर्ण मंच बन चुके हैं।

अध्ययन से यह भी स्पष्ट होता है कि डिजिटल पहचान एक गतिशील सामाजिक प्रक्रिया है, जिसका निर्माण व्यक्तिगत अभिव्यक्ति, सामाजिक अपेक्षाओं, सांस्कृतिक पूँजी तथा एल्गोरिदमिक संरचनाओं के संयुक्त प्रभाव से होता है। शॉर्ट-वीडियो संस्कृति ने युवाओं के लिए रचनात्मकता, कौशल विकास, डिजिटल उद्यमिता और सांस्कृतिक अभिव्यक्ति के नए अवसर उपलब्ध कराए हैं। इसके साथ ही, सामाजिक तुलना, लोकप्रियता की प्रतिस्पर्धा, मानसिक दबाव तथा डिजिटल निर्भरता जैसी चुनौतियाँ भी उभरकर सामने आई हैं।

समाजशास्त्रीय दृष्टि से यह अध्ययन स्थापित करता है कि शॉर्ट-वीडियो संस्कृति को केवल मीडिया उपभोग की प्रक्रिया के रूप में नहीं देखा जा सकता। यह पहचान निर्माण, सांस्कृतिक पूँजी, सामाजिक मान्यता, डिजिटल शक्ति तथा नेटवर्क समाज की परस्पर जुड़ी प्रक्रियाओं का परिणाम है। यही इस अध्ययन का प्रमुख सैद्धांतिक योगदान है।

नीतिगत स्तर पर डिजिटल साक्षरता, उत्तरदायी सोशल मीडिया उपयोग, मानसिक स्वास्थ्य जागरूकता, डेटा गोपनीयता तथा एल्गोरिदमिक पारदर्शिता को बढ़ावा देने की आवश्यकता है। साथ ही, शैक्षणिक संस्थानों और नीति-निर्माताओं को युवाओं में डिजिटल नागरिकता (Digital Citizenship) और उत्तरदायी ऑनलाइन व्यवहार को प्रोत्साहित करने की दिशा में समन्वित प्रयास करने चाहिए।

चूँकि यह अध्ययन द्वितीयक स्रोतों पर आधारित है, इसलिए भविष्य में विभिन्न सामाजिक वर्गों, ग्रामीण एवं शहरी युवाओं तथा लैंगिक समूहों पर आधारित अनुभवजन्य (Empirical) अध्ययनों की आवश्यकता है। कृत्रिम बुद्धिमत्ता आधारित अनुशंसा प्रणालियों, इन्फ्लुएंसर अर्थव्यवस्था तथा डिजिटल श्रम के सामाजिक प्रभावों पर आगे का शोध इस क्षेत्र को और अधिक समृद्ध करेगा।

अंततः यह कहा जा सकता है कि शॉर्ट-वीडियो संस्कृति समकालीन भारतीय समाज में केवल तकनीकी परिवर्तन का प्रतीक नहीं है, बल्कि यह सामाजिक संबंधों, सांस्कृतिक अभिव्यक्ति और पहचान निर्माण की बदलती प्रकृति को समझने का एक महत्वपूर्ण समाजशास्त्रीय माध्यम भी है।

References

1. Abidin, C. (2018). *Internet Celebrity: Understanding Fame Online*. Emerald Publishing.
2. Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press.
3. boyd, d. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
4. Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
5. Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Anchor Books.
6. Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
7. Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2022). The co-evolution of two Chinese mobile short-video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 10(2), 229–253.
8. Marwick, A. E. (2013). *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age*. Yale University Press.
9. Turkle, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books.
10. van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.
11. van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
12. DataReportal. (2024). *Digital 2024: India*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-india>