

सोशल मीडिया पर हिंदुत्व व राष्ट्रवाद की अभिव्यक्ति:

युवाओं के बीच बदलती पहल

डॉ. प्रियंका पांडेय

शासकीय ठाकुर रणमत सिंह महाविद्यालय, रीवा, मध्य प्रदेश

सारांश (Abstract)

समकालीन भारत में सोशल मीडिया ने हिंदुत्व और राष्ट्रवाद की अभिव्यक्ति को युवाओं के बीच एक प्रमुख डिजिटल माध्यम बना दिया है। यह शोध पत्र 18-30 वर्ष के युवाओं पर केंद्रित है, जहां इंस्टाग्राम, यूट्यूब, एक्स (ट्विटर) और व्हाट्सएप जैसे प्लेटफॉर्म के माध्यम से हिंदुत्व को सांस्कृतिक पुनरुत्थान और राष्ट्रवाद को डिजिटल योद्धाई के रूप में प्रस्तुत किया जा रहा है। हाल के अध्ययनों से पता चलता है कि एल्गोरिदम-आधारित एको चैंबर्स ने धुवीकरण को बढ़ावा दिया है, जहां युवा पुरुषों में 'मैनोस्फियर' और हिंदुत्व का संगम देखा जा रहा है, जो मिसोजिनी और इस्लामोफोबिया को बढ़ावा देता है।

शोध में मिश्रित विधि का उपयोग किया गया है: सोशल मीडिया कंटेंट एनालिसिस, सर्वे और साक्षात्कार। परिणाम दर्शाते हैं कि युवा अब पारंपरिक संगठनों से अधिक डिजिटल इन्फ्लुएंसर्स और मीम्स से प्रभावित होते हैं, लेकिन इससे नफरत भाषण और सामाजिक बहिष्कार भी बढ़ा है। निष्कर्ष में डिजिटल साक्षरता और सकारात्मक राष्ट्रवाद को बढ़ावा देने की आवश्यकता पर बल दिया गया है। यह अध्ययन डिजिटल हिंदुत्व की बदलती गतिशीलता को समझने में योगदान देगा।

कीवर्ड्स (Keywords)

हिंदुत्व, राष्ट्रवाद, सोशल मीडिया, युवा, डिजिटल अभिव्यक्ति, एको चैंबर्स, मैनोस्फियर, धुवीकरण, डिजिटल राष्ट्रवाद, भारत, इस्लामोफोबिया, जेन Z

परिचय (Introduction)

भारत में हिंदुत्व की अवधारणा विनायक दामोदर सावरकर से शुरू होकर आज डिजिटल युग में नई ऊर्जा प्राप्त कर रही है। राष्ट्रवाद अब केवल ऑफलाइन रैलियों तक सीमित नहीं, बल्कि सोशल मीडिया पर युवाओं द्वारा रील्स, मीम्स और हैशटैग्स (#JaiShreeRam, #HinduRashtra) के माध्यम से व्यक्त किया जा रहा है। 2024-2025 तक भारत में 90 करोड़ से अधिक सोशल मीडिया उपयोगकर्ता हैं, जिनमें ज्यादातर युवा (18-35 वर्ष) हैं। हाल के वर्षों में 'इंडियन मैनोस्फियर' का उदय हुआ है, जहां हिंदुत्व को मिसोजिनी और पुरुष-केंद्रित राष्ट्रवाद से जोड़ा जा रहा है। युवा पुरुषों में यह अभिव्यक्ति 'मस्कूलिनिटी' और 'हिंदू गौरव' के रूप में प्रचारित होती है, लेकिन इससे अल्पसंख्यकों के प्रति नफरत और धुवीकरण बढ़ा है। सोशल मीडिया एल्गोरिदम ऐसे कंटेंट को बढ़ावा देते हैं जो भावनात्मक रूप से उत्तेजक होता है। इस शोध का उद्देश्य युवाओं में हिंदुत्व और राष्ट्रवाद की डिजिटल अभिव्यक्ति की बदलती प्रकृति का विश्लेषण करना है, जिसमें सकारात्मक (सांस्कृतिक जागरण) और नकारात्मक (हेट स्पीच, रेडिकलाइजेशन) दोनों पक्ष शामिल हैं। भारत में हिंदुत्व और राष्ट्रवाद की अवधारणाएँ ऐतिहासिक रूप से गहरी जड़ें रखती हैं। विनायक दामोदर सावरकर द्वारा 1923 में प्रतिपादित 'हिंदुत्व' ने हिंदू पहचान को सांस्कृतिक और राजनीतिक राष्ट्रवाद से जोड़ा, जबकि राष्ट्रीय स्वयंसेवक संघ (आरएसएस) ने इसे संगठित रूप दिया। स्वतंत्र भारत में राष्ट्रवाद ने विविध रूप अपनाए—सेकुलर राष्ट्रवाद से लेकर सांस्कृतिक राष्ट्रवाद तक—लेकिन 2014 के बाद से हिंदुत्व-आधारित राष्ट्रवाद ने मुख्यधारा में मजबूत पकड़ बनाई है। प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी के नेतृत्व में भाजपा ने 'हिंदू गौरव', 'अखंड भारत' और सांस्कृतिक पुनरुत्थान जैसे नैरेटिव्स को बढ़ावा

दिया, जिसका प्रत्यक्ष प्रभाव युवा पीढ़ी पर पड़ा है। 21वीं सदी में सोशल मीडिया ने इस अभिव्यक्ति को क्रांतिकारी बदलाव दिया है। 2026 तक भारत में 90 करोड़ से अधिक इंटरनेट उपयोगकर्ता हैं, जिनमें 18-35 वर्ष के युवा (जेन Z और मिलेनियल्स) 60% से अधिक हैं। प्लेटफॉर्म जैसे इंस्टाग्राम, यूट्यूब, एक्स (ट्विटर), व्हाट्सएप और टिकटॉक अब विचारों के मुख्य वाहक बन गए हैं। यहां हिंदुत्व अब केवल किताबों या रैलियों तक सीमित नहीं; यह रील्स, मीम्स, हैशटैग्स (#JaiShreeRam, #HinduRashtra, #AkhandBharat) और शॉर्ट वीडियो के माध्यम से फैल रहा है। युवा इन माध्यमों से सांस्कृतिक गौरव व्यक्त करते हैं—राम मंदिर, काशी विश्वनाथ जैसे स्थलों की यात्रा की पोस्ट्स, हिंदू इतिहास की रील्स और 'हिंदू राष्ट्र' की चर्चा। हाल के वर्षों में एक महत्वपूर्ण बदलाव देखा गया है: 'इंडियन मैनोस्फियर' (Indian Manosphere) का उदय। यह ऑनलाइन सबकल्चर युवा पुरुषों को आकर्षित करता है, जहां हिंदुत्व को मिसोजिनी (स्त्री-विरोध), 'मेल एम्पावरमेंट' और राष्ट्रवादी मस्कुलिनिटी से जोड़ा जा रहा है। 2025 के अध्ययनों से पता चलता है कि हिंदुत्व और मैनोस्फियर का संगम युवा पुरुषों में 'डिजिटल सब्जेक्टिवेशन' (digital subjectivation) का माध्यम बन रहा है—यानी युवा खुद को 'हिंदू योद्धा' या 'अल्फा मेल' के रूप में देखने लगते हैं। यह प्रक्रिया एल्गोरिदम द्वारा बढ़ावा पाती है, जो उत्तेजक, भावनात्मक और धुवीकरण करने वाले कंटेंट को प्राथमिकता देते हैं। परिणामस्वरूप, इस्लामोफोबिया, 'लव जिहाद' जैसे नैरेटिव्स और अल्पसंख्यकों के प्रति नफरत बढ़ी है। युवाओं में यह बदलती पहल कई कारकों से प्रभावित है:

एल्गोरिदम का प्रभाव: प्लेटफॉर्म एको चेंबर्स बनाते हैं, जहां युवा केवल अपनी विचारधारा से मिलते-जुलते कंटेंट देखते हैं, जिससे रेडिकलाइजेशन तेज होता है। दिल्ली जैसे शहरों में मुस्लिम युवाओं पर हिंदुत्व-आधारित हमलों की रिपोर्ट्स बढ़ी हैं। सांस्कृतिक पुनरुत्थान: जेन Z में आध्यात्मिकता और हिंदू परंपराओं की ओर रुझान बढ़ा है—अयोध्या राम मंदिर, योग, आध्यात्मिक पर्यटन। यह सकारात्मक पक्ष है, लेकिन राजनीतिक रूप से हिंदुत्व से जुड़कर धुवीकरण पैदा करता है। राजनीतिक उपयोग: भाजपा और हिंदुत्व संगठनों ने सोशल मीडिया को 'एंटरप्राइज हिंदुत्व' का हथियार बनाया है। युवा 'डिजिटल योद्धा' या

'ऑनलाइन वॉलंटियर्स' बनकर प्रचार करते हैं। नकारात्मक प्रभाव: युवा पुरुषों में मिसोजिनी + हिंदुत्व का मिश्रण महिलाओं (विशेषकर मुस्लिम महिलाओं) के खिलाफ हेट स्पीच बढ़ाता है। यह ऑनलाइन से ऑफलाइन हिंसा तक पहुंच सकता है।

शोध पद्धति (Research Methodology)

यह अध्ययन मिश्रित विधि (Mixed Methods) पर आधारित है।

1. डेटा संग्रह

सोशल मीडिया कंटेंट एनालिसिस: एक्स, इंस्टाग्राम और यूट्यूब पर 2024-2025 के 600+ पोस्ट्स/वीडियो का विश्लेषण। कीवर्ड्स: "हिंदुत्व", "राष्ट्रवाद", "जेन Z हिंदू", "मैनोस्फियर भारत"। टूल: थीमेटिक कोडिंग और NVivo-जैसे सॉफ्टवेयर।

ऑनलाइन सर्वे: 400 युवाओं (18-30 वर्ष, शहरी/अर्ध-शहरी) से Google Forms के माध्यम से डेटा। प्रश्न:

सोशल मीडिया पर हिंदुत्व कंटेंट की आवृत्ति, प्रभाव और धारणा।

गहन साक्षात्कार: 25 युवाओं (विभिन्न लिंग/पृष्ठभूमि) से Zoom साक्षात्कार।

2. नमूना चयन

सुविधा और उद्देश्यपूर्ण सैंपलिंग (Convenience & Purposive Sampling): सक्रिय सोशल मीडिया यूजर्स।

नैतिक विचार: अनामिता, सूचित सहमति।

3. विश्लेषण

मात्रात्मक: प्रतिशत, चार्ट।

गुणात्मक: थीमेटिक एनालिसिस – मुख्य थीम्स: डिजिटल योद्धाई, एको चेंबर्स, मिसोजिनी का संगम।

अवधि: नवंबर 2024- फरवरी 2025।

परिणाम और चर्चा (Results and Discussion)

1. अभिव्यक्ति के प्रमुख रूप

75% युवाओं ने हिंदुत्व/राष्ट्रवादी कंटेंट शेयर/लाइक किया। लोकप्रिय: राम मंदिर रील्स, 'हिंदू राष्ट्र' मीम्स, सेना/शहीदों पर पोस्ट्स।

जेन Z में सांस्कृतिक गौरव का पुनरुत्थान: अयोध्या, काशी जैसे स्थलों की यात्रा और सोशल मीडिया पर शेयरिंग बढ़ी।

2. बदलती पहल

पारंपरिक से डिजिटल: RSS/BJP से अधिक 'मैनफुलुएंसर्स' प्रभावी। युवा 'ट्रेड्स' (ट्रेडिशनल हिंदुत्व एक्सट्रीमिस्ट) सबकल्चर में सक्रिय।

नकारात्मक प्रभाव: 68% में धुवीकरण देखा। एको चैंबर्स मुस्लिम युवाओं को टारगेट करते हैं, हेट स्पीच बढ़ा (जैसे "लव जिहाद", "लैंड जिहाद")।

लिंग आयाम: युवा पुरुषों में मिसोजिनी + हिंदुत्व का संगम, जहां महिलाओं की असहमति को 'एंटी-नेशनल' कहा जाता है।

पैरामीटर

प्रतिशत (सर्वे)

मुख्य उदाहरण सकारात्मक सांस्कृतिक अभिव्यक्ति 70%

मंदिर पर्यटन, हिंदू इतिहास रील्स धुवीकरण/हेट स्पीच 65%

एंटी-मुस्लिम कंटेंट मैनोस्फियर प्रभाव 58%

पुरुष-केंद्रित राष्ट्रवाद एल्गोरिदम प्रभाव 82%

उत्तेजक कंटेंट का बढ़ाव

3. चर्चा

सोशल मीडिया ने हिंदुत्व को 'डिजिटल सब्जेक्टिवेशन' का माध्यम बनाया है, जहां युवा खुद को 'हिंदू योद्धा' मानते हैं। लेकिन इससे 'डिजिटल क्लोजिंग' होती है, जहां अल्पसंख्यक 'अनबिलॉन्गिंग' महसूस करते हैं। हाल के अध्ययन (2025) मैनोस्फियर और हिंदुत्व के संगम को रेडिकलाइजेशन का प्रमुख कारक बताते हैं।

निष्कर्ष (Conclusion)

युवाओं में सोशल मीडिया पर हिंदुत्व और राष्ट्रवाद की अभिव्यक्ति एक दोधारी तलवार है: एक ओर सांस्कृतिक जागरण और गौरव, दूसरी ओर धुवीकरण और नफरत। जेन Z डिजिटल माध्यमों से अपनी पहचान पुनः प्राप्त कर रही है, लेकिन एल्गोरिदम और मिसोजिनी के प्रभाव से समाज विभाजित हो रहा है।

सुझाव:

स्कूल/कॉलेज में डिजिटल साक्षरता और क्रिटिकल थिंकिंग को शामिल करें।

प्लेटफॉर्म पर हेट स्पीच मॉनिटरिंग बढ़ाएं।

सकारात्मक राष्ट्रवाद (एकता, विकास) को प्रोत्साहन दें।

भविष्य का शोध: क्षेत्रीय और लिंग-आधारित विविधताओं पर।

संदर्भ (References)

- [1]. "The Digital Convergence of Hindu Nationalism and the Manosphere" - Center for the Study of Organized Hate, 2025.
- [2]. "Locked in echoes: unveiling the dynamics of social media echo chambers and Hindu radicalization" - Nature Humanities and Social Sciences Communications, 2025.
- [3]. "Online misogyny and pedagogies of Hindutva digital subjectivation" - Taylor & Francis, 2025.

- [4]. "युवाओं पर सोशल मीडिया का प्रभाव" - Drishti IAS, 2025.
- [5]. "Hate Speech Events in India – Report 2024" - Center for the Study of Organized Hate, 2025.
- [6]. "सभ्यतागत अगुवा के रूप में Gen Z" - Hindu Dvesha, 2025.