GYANBODH
An International Multidisciplinary Peer Reviewed Journal
ISSN:3048-9792
Volume: 3
Issue: 3
Special Issue: 1
June: 2026

सोशल मीडिया से डिजिटल राष्ट्रवाद की संकल्पना का अध्ययन

प्रांजल सचान

छात्र, एम.ए. (पत्रकारिता)

पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, छत्रपति शाहू जी महाराज विश्वविद्यालय कानपुर

ईमेल- amanyatrakanpur@gmail.com

शोध निर्देशक-

डॉ. दिवाकर अवस्थी

विभागाध्यक्ष

पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, छत्रपति शाहू जी महाराज विश्वविद्यालय कानपुर

सारांश

भारत का वैश्विक एवं संदर्भगत विश्लेषण इक्कीसवीं सदी के तीसरे दशक में, सूचना प्रौद्योगिकी और सोशल मीडिया के अभूतपूर्व विस्तार ने 'राष्ट्रवाद' की पारंपरिक परिभाषा को 'डिजिटल राष्ट्रवाद' के रूप में पुनर्गठित किया है। प्रस्तुत शोध पत्र इस बात का गहन विश्लेषण करता है कि कैसे डिजिटल प्लेटफॉर्म केवल सूचना के माध्यम न रहकर राष्ट्रीय अस्मिता के निर्माण और प्रदर्शन के प्राथमिक रणक्षेत्र बन गए हैं। इस अध्ययन का मुख्य उद्देश्य यह समझना है कि तकनीकी एल्गोरिदम और 'अटेंशन इकोनॉमी' किस प्रकार वैचारिक ध्रुवीकरण को जन्म देते हैं, जिससे नागरिक विमर्श 'इको चैंबर' और 'फिल्टर बबल' में सिमट कर रह गया है। वैश्विक परिप्रेक्ष्य में देखते हुए, यह शोध विशेष रूप से भारत (2014-2024) के कालखंड पर केंद्रित है। विश्लेषण स्पष्ट करता है कि भारत में 'साइबर राष्ट्रवाद' का उभार केवल तकनीकी प्रगति नहीं, बल्कि एक गहरे सामाजिक-राजनीतिक बदलाव का परिणाम है। यहाँ राष्ट्रवाद का डिजिटल स्वरूप अक्सर बहुसंख्यकवादी पहचान और 'हिंदुत्व' के नैरेटिव के इर्द-गिर्द बुना गया है, जिसमें 'मीमेटिक राष्ट्रवाद' के जरिए जटिल ऐतिहासिक और राजनीतिक मुद्दों को सरल एवं संवेगात्मक छवियों में बदलकर जनमानस तक पहुँचाया जाता है। यह प्रक्रिया जहाँ एक ओर राष्ट्रीय गौरव को बढ़ावा देती है, वहीं दूसरी ओर विविधतापूर्ण समाज में 'अदरिंग' और सांप्रदायिक तनाव की चुनौतियाँ भी पेश करती है। शोध में 'टेक्नो-राष्ट्रवाद' और 'डिजिटल संप्रभुता' के उभरते आयामों की भी पड़ताल की गई है। डेटा स्थानीयकरण, स्वदेशी एआई

मॉडल और डिजिटल पब्लिक इंफ्रास्ट्रक्चर (जैसे UPI और Aadhaar) को अब केवल तकनीकी उपलब्धि नहीं, बल्कि राष्ट्रीय सुरक्षा और वैश्विक प्रभुत्व के प्रतीक के रूप में देखा जा रहा है।

बीज शब्द: डिजिटल राष्ट्रवाद, अटेंशन इकोनॉमी, डिजिटल मीडिया, डिजिटल संप्रभुता, साइबर राष्ट्रवाद ।

परिचय

ऐतिहासिक और समाजशास्त्रीय दृष्टिकोण से, राष्ट्रवाद की संकल्पना सदैव संचार के माध्यमों के साथ गहराई से जुड़ी रही है। बेनेडिक्ट एंडरसन के 'काल्पनिक समुदायों' के प्रसिद्ध सिद्धांत ने यह स्थापित किया था कि प्रिंट पूंजीवाद और मुद्रित भाषा ने लोगों के मन में एक साझा राष्ट्रीय पहचान का निर्माण किया, भले ही वे एक-दूसरे से कभी न मिले हों । एक राष्ट्र अनिवार्य रूप से लोगों के मानस में अंकित एक सामूहिक छवि है, जिसे संचार के उपकरणों द्वारा निरंतर पोषित और पुनर्निर्मित किया जाता है । हालाँकि, इक्कीसवीं सदी में सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी के अभूतपूर्व विकास और वेब 2.0 के आगमन ने इस पारंपरिक मुद्रण आधारित राष्ट्रवाद को एक पूर्णतः नवीन और गतिशील स्वरूप प्रदान किया है, जिसे अकादमिक विमर्श में 'डिजिटल राष्ट्रवाद' , 'साइबर राष्ट्रवाद' या 'ऑनलाइन राष्ट्रवाद' के रूप में जाना जाता है ।

डिजिटल राष्ट्रवाद वह परिघटना है जिसमें डिजिटल मीडिया, इंटरनेट बुनियादी ढांचे और संचार प्रौद्योगिकी का उपयोग राष्ट्रीय भावनाओं, अस्मिता, गौरव और राजनीतिक विचारधाराओं को प्रवर्धित करने के लिए किया जाता है । पारंपरिक संचार माध्यमों जैसे पुस्तकें, समाचार पत्र, रेडियो और टेलीविजन ने जहाँ एकतरफा या 'वर्टिकल' (ऊपर से नीचे) संचार को बढ़ावा दिया, वहीं डिजिटल मीडिया ने संचार को 'हॉरिजॉन्टल' (क्षैतिज) और बहुआयामी बना दिया है । इस नए परिदृश्य में, भौगोलिक सीमाएं अर्थहीन हो गई हैं और राष्ट्रीय सीमाओं के पार रहने वाले प्रवासी नागरिक भी राष्ट्र-निर्माण के नैरेटिव में सक्रिय रूप से भाग ले रहे हैं । डिजिटल युग में प्रत्येक नागरिक न केवल सूचना का निष्क्रिय उपभोक्ता है, बल्कि वह कंटेंट का निर्माता, वितरक और नैरेटिव का सक्रिय रक्षक भी बन गया है ।

भारत के विशिष्ट संदर्भ में, वर्ष 2014 से 2024 का दशक भारतीय राजनीति और समाज में एक युगांतरकारी परिवर्तन का साक्षी रहा है। यह कालखंड केवल तकनीकी डिजिटलीकरण का ही नहीं, बल्कि एक गहरे सामाजिक-राजनीतिक प्रतिमान बदलाव का भी युग रहा है। इस अवधि में नवउदारवादी आर्थिक नीतियों का विस्तार हुआ और साथ ही बहुसंख्यकवादी सांस्कृतिक अस्मिता का एक मुखर राजनीतिक स्वरूप भी सामने आया । भारत में

GYANBODH
An International Multidisciplinary Peer Reviewed Journal
ISSN:3048-9792
Volume: 3
Issue: 3
Special Issue: 1
June: 2026

डिजिटल राष्ट्रवाद का उभार इसी सामाजिक-राजनीतिक भूमि पर हुआ है, जहाँ 'डिजिटल इंडिया', 'मेक इन इंडिया' और 'स्वच्छ भारत' जैसे राज्य-प्रायोजित अभियानों ने नवउदारवादी आकांक्षाओं को राष्ट्रवाद के सांचे में ढाला है । इस प्रक्रिया में, फेसबुक, व्हाट्सएप, यूट्यूब और एक्स (पूर्व में ट्विटर) जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स ने भारतीय जनमानस के राजनीतिक विमर्श को पूरी तरह से नया आकार दिया है ।

यह समझना अत्यंत महत्वपूर्ण है कि सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म्स कोई तटस्थ उपकरण नहीं हैं। ये प्लेटफॉर्म्स 'अटेंशन इकोनॉमी' के सिद्धांतों पर काम करते हैं, जहाँ मानवीय ध्यान एक कीमती पण्य है जिसे विज्ञापनदाताओं को बेचा जाता है । उपयोगकर्ता के ध्यान को अधिकतम समय तक स्क्रीन पर बनाए रखने के लिए इन प्लेटफॉर्म्स के एल्गोरिदम ऐसी सामग्री को प्राथमिकता देते हैं जो अत्यधिक भावनात्मक, सनसनीखेज और ध्रुवीकरण करने वाली होती है । इसके परिणामस्वरूप, समाज में 'इको चैंबर' और 'फिल्टर बबल' का निर्माण होता है, जहाँ व्यक्तियों को केवल वही जानकारी प्राप्त होती है जो उनके पूर्व-निर्धारित विश्वासों की पुष्टि करती है । इस प्रक्रिया ने भारत के बहुलवादी और धर्मनिरपेक्ष ताने-बाने के समक्ष गंभीर चुनौतियाँ उत्पन्न की हैं, क्योंकि यह अक्सर 'अदरिंग' अर्थात 'हम' और 'वे' के बीच कृत्रिम विभाजन को बढ़ावा देकर सांप्रदायिक और राजनीतिक तनाव को गहरा करती है ।

इसके साथ ही, डिजिटल राष्ट्रवाद केवल नागरिक अभिव्यक्ति तक सीमित नहीं है, बल्कि यह 'टेक्नो-राष्ट्रवाद' के रूप में राज्य की नीतियों में भी परिलक्षित हो रहा है। आधार यूनिफाइड पेमेंट्स इंटरफेस और डेटा स्थानीयकरण जैसी नीतियां भारत की 'डिजिटल संप्रभुता' का दावा कर रही हैं । भारत अब अपने 'डिजिटल पब्लिक इंफ्रास्ट्रक्चर' को न केवल एक घरेलू कल्याणकारी उपकरण के रूप में, बल्कि एक 'सॉफ्ट पावर' और कूटनीतिक निर्यात के रूप में प्रस्तुत कर रहा है, जो डिजिटल उपनिवेशवाद के खिलाफ एक सशक्त 'तीसरा विकल्प' है । प्रस्तुत शोध इन्ही सभी अंतर्संबंधों, तकनीकी गतिकी और भारतीय राजनीति पर इसके दूरगामी प्रभावों का सर्वांगीण मूल्यांकन करता है।

अध्ययन के उद्देश्य

प्रस्तुत शोध का प्राथमिक लक्ष्य भारतीय परिप्रेक्ष्य (2014-2024) में सोशल मीडिया और सूचना प्रौद्योगिकी के माध्यम से विकसित हो रहे 'डिजिटल राष्ट्रवाद' की बहुआयामी गतिकी को समझना है। यह अध्ययन मात्र तकनीकी उपकरणों के सतही उपयोग का आकलन नहीं करता, बल्कि इसके पीछे छिपे समाजशास्त्रीय, मनोवैज्ञानिक और

ISSN:3048-9792
Volume: 3
Issue: 3
Special Issue: 1
June: 2026

भू-राजनीतिक कारकों की गहराई से पड़ताल करता है। इस विस्तृत जांच को दिशा प्रदान करने के लिए, अध्ययन के उद्देश्यों को निम्नलिखित प्रमुख विश्लेषणात्मक आख्यानों में विभाजित किया गया है:

पहला उद्देश्य डिजिटल राष्ट्रवाद की आधारभूत संरचना और इसके संचार मॉडल का विश्लेषण करना है। इसमें यह जांचना शामिल है कि सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म किस प्रकार राष्ट्रीय अस्मिता, प्रतीकात्मक संचार और 'बैनल राष्ट्रवाद' का निर्माण करते हैं, और कैसे डिजिटल बुनियादी ढांचा स्वयं राष्ट्रीय पहचान का एक विचारहीन प्रवर्धक बन जाता है । अध्ययन यह स्पष्ट करने का प्रयास करता है कि मुद्रण युग के 'काल्पनिक समुदायों' से लेकर डिजिटल युग के 'नेटवर्क्ड समुदायों' तक राष्ट्रवाद की अभिव्यक्ति में क्या गुणात्मक परिवर्तन आए हैं।

दूसरा महत्वपूर्ण उद्देश्य 'अटेंशन इकोनॉमी' और तकनीकी एल्गोरिदम के प्रभावों का सूक्ष्म मूल्यांकन करना है। यह शोध इस बात का विश्लेषण करता है कि कैसे तकनीकी कंपनियों के मुनाफे से प्रेरित एल्गोरिदम मानवीय भावनाओं विशेषकर आक्रोश, भय और उग्रता का दोहन करते हैं, जिससे 'कन्फर्मेशन बायस' मजबूत होता है । इसका लक्ष्य यह समझना है कि ये एल्गोरिदम किस प्रकार 'भावनात्मक ध्रुवीकरण' को जन्म देते हैं और नागरिक विमर्श को 'इको चैंबर' तक सीमित कर देते हैं, जिसका भारतीय लोकतंत्र और सामाजिक सद्भाव पर सीधा प्रभाव पड़ता है ।

तीसरा उद्देश्य डिजिटल विमर्श में 'मीमेटिक राष्ट्रवाद' और 'फन' (मज़े) की राजनीति की भूमिका का अध्ययन करना है। सोशल मीडिया पर जटिल ऐतिहासिक, धार्मिक और राजनीतिक विचारधाराओं को अक्सर हास्य, व्यंग्य और मीम्स के आवरण में लपेटकर प्रस्तुत किया जाता है । यह शोध यह पड़ताल करता है कि कैसे यह 'मेटाप्रैक्टिस' युवाओं के बीच चरम भाषण और साइबर आक्रामकता को सामान्यीकृत करती है, और कैसे यह राष्ट्रवादी मोबिलाइजेशन को एक 'खेल' या मनोरंजन का रूप देकर उसे गंभीर आलोचना से बचाती है ।

चौथा उद्देश्य भारत के 'टेक्नो-राष्ट्रवाद' और 'डिजिटल संप्रभुता' के उभरते भू-राजनीतिक आयामों का आलोचनात्मक मूल्यांकन करना है। इस उद्देश्य के अंतर्गत यह जांच की जाती है कि कैसे भारतीय राज्यसत्ता ने 'इंडिया स्टैक' , जिसमें आधार, यूपीआई और को-विन जैसे डिजिटल पब्लिक इंफ्रास्ट्रक्चर शामिल हैं, को राष्ट्रीय गौरव और वैश्विक कूटनीति का हथियार बना दिया है । इसके साथ ही, विदेशी निगरानी से बचाव के नाम पर लाए गए 'डेटा स्थानीयकरण' के तर्कों और इसके पीछे छिपी 'राज्य की निगरानी' और बायोपॉलिटिक्स की चिंताओं का भी विश्लेषण किया जाना है ।

अंतिम उद्देश्य जनमत निर्माण में 'डिजिटल ओपिनियन लीडर्स' या सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर्स के बढ़ते प्रभुत्व का परीक्षण करना है। पारंपरिक राजनीतिक संचार अब विकेंद्रीकृत हो रहा है, और राजनीतिक दल अपने 'सॉफ्ट प्रोपेगैंडा' को फैलाने के लिए लाइफस्टाइल और टेक इन्फ्लुएंसर्स का सहारा ले रहे हैं । यह अध्ययन जांचता है कि कैसे 'टू-स्टेप फ्लो थ्योरी' के इस आधुनिक संस्करण ने राजनीतिक अभियानों को पार्टी-केंद्रित से हटाकर नेता केंद्रित और इन्फ्लुएंसर केंद्रित बना दिया है, और इसके लोकतांत्रिक प्रक्रियाओं पर क्या निहितार्थ हैं ।

शोध अध्ययन

डिजिटल राष्ट्रवाद कोई एकल परिघटना नहीं है; यह प्रौद्योगिकी, मनोविज्ञान, राजनीति और संस्कृति का एक जटिल चौराहा है। इस अनुभाग में डिजिटल राष्ट्रवाद के विभिन्न घटकों, गतिकी और भारत में इसके प्रकटीकरण का विस्तृत और साक्ष्य-आधारित विश्लेषण प्रस्तुत किया गया है।

डिजिटल राष्ट्रवाद का सैद्धांतिक और ढांचागत स्वरूप

डिजिटल राष्ट्रवाद के सैद्धांतिक आधार को समझने के लिए, संचार के उन विभिन्न प्रकारों को पहचानना आवश्यक है जो इंटरनेट पर राष्ट्रवादी भावनाओं को प्रज्वलित करते हैं। फूक्स द्वारा प्रस्तुत ढांचा डिजिटल मीडिया में संचार को पाँच श्रेणियों में विभाजित करता है: प्रतीकात्मक, कथात्मक, प्रदर्शनकारी, संवादात्मक, और एल्गोरिदम-आधारित संचार । राष्ट्रवाद केवल राजनीतिक भाषणों तक सीमित नहीं रह गया है; यह अब प्रोफाइल तस्वीरों पर लगे राष्ट्रीय झंडों, व्हाट्सएप स्टेटस, डिजिटल बैज और हैशटैग अभियानों के प्रतीकात्मक संचार के माध्यम से प्रकट होता है ।

राष्ट्रवाद को डिजिटल बुनियादी ढांचे में भी गहराई से पिरोया गया है, जिसे 'बैनल राष्ट्रवाद' कहा जाता है । इंटरनेट डोमेन नेम सिस्टम इसका एक प्रमुख उदाहरण है। जब उपयोगकर्ता '.in' (भारत), '.uk' (यूनाइटेड किंगडम), या '.cn' (चीन) जैसे शीर्ष-स्तरीय डोमेन (Top-level domains) का उपयोग करते हैं, तो वे अनजाने में ही सही, राष्ट्रीय सीमाओं और पहचान का निरंतर और 'विचारहीन' प्रचार कर रहे होते हैं । डिजिटल उपकरण राष्ट्रवाद को फैलाने का प्राथमिक उत्प्रेरक बन गए हैं क्योंकि वे पारंपरिक भौगोलिक सीमाओं को पार करने की क्षमता रखते हैं। डिजिटल कहानी कहने के तरीके जैसे इंटरैक्टिव वीडियो, इन्फोग्राफिक्स और वेब-आधारित डॉक्यूमेंट्रीज़ राष्ट्रीय सत्य और सांस्कृतिक विरासत को संरक्षित करने और उन्हें वैश्विक स्तर पर आकर्षक तरीके से प्रस्तुत करने का कार्य करते हैं ।

GYANBODH
An International Multidisciplinary Peer Reviewed Journal
ISSN:3048-9792
Volume: 3
Issue: 3
Special Issue: 1
June: 2026

राज्य और सरकारें भी डिजिटल प्लेटफॉर्म्स का उपयोग 'एकाधिकारवादी राष्ट्रीय आख्यान' बनाने के लिए करती हैं। आधिकारिक वेबसाइटों, सरकारी मोबाइल ऐप्स (जैसे MyGov), और प्रायोजित विज्ञापनों के माध्यम से राष्ट्र के इतिहास, संस्कृति और उपलब्धियों के बारे में एक विशिष्ट नैरेटिव को जनमानस में स्थापित किया जाता है । हालाँकि, इस प्रक्रिया का एक नकारात्मक परिणाम 'आउटग्रुपिंग' है। राष्ट्रीय पहचान को अक्सर कृत्रिम विभाजनों के माध्यम से परिभाषित किया जाता है, जहाँ 'हम' (राष्ट्र के वफादार नागरिक) और 'वे' (अल्पसंख्यक, अप्रवासी, या विदेशी राष्ट्र) के बीच एक स्पष्ट और शत्रुतापूर्ण रेखा खींच दी जाती है ।

पारंपरिक मुद्रण राष्ट्रवाद	डिजिटल / साइबर राष्ट्रवाद
सीमित भौगोलिक पहुँच	वैश्विक और सीमाहीन पहुँच
कुलीन और राज्य-नियंत्रित नैरेटिव	विकेंद्रीकृत और उपयोगकर्ता-जनित नैरेटिव
तार्किक और लेखनी-आधारित विमर्श	संवेगात्मक, दृश्य-आधारित और मीमेटिक विमर्श
तथ्य-जांच और संपादकीय नियंत्रण मौजूद	एल्गोरिदम द्वारा प्रवर्धित, 'फेक न्यूज़' की प्रचुरता

अटेंशन इकोनॉमी, संज्ञानात्मक स्वायत्तता और वैचारिक ध्रुवीकरण

डिजिटल राष्ट्रवाद का सबसे चिंताजनक पहलू इसका 'अटेंशन इकोनॉमी' के साथ गहरा जुड़ाव है। अटेंशन इकोनॉमी एक ऐसी आर्थिक व्यवस्था है जहाँ मानवीय ध्यान को एक सीमित और बेशकीमती संसाधन माना जाता है, जिसे तकनीकी कंपनियों (जैसे मेटा और अल्फाबेट) द्वारा विज्ञापनदाताओं को भारी मुनाफे पर बेचा जाता है । 2022 के आंकड़ों के अनुसार, वैश्विक डिजिटल विज्ञापन राजस्व लगभग $567 बिलियन तक पहुँच गया था, जो इस अर्थव्यवस्था की विशालता को दर्शाता है ।

इन प्लेटफॉर्म्स का व्यावसायिक मॉडल पूरी तरह से उपयोगकर्ता की 'एंगेजमेंट' को अधिकतम करने पर निर्भर है। इसे प्राप्त करने के लिए, एल्गोरिदम को विशेष रूप से ऐसी सामग्री को बढ़ावा देने के लिए इंजीनियर किया जाता है जो तीव्र भावनात्मक प्रतिक्रियाएं जैसे आक्रोश, चिंता, या सनसनीखेजता पैदा करती है । सत्यता, तर्कशीलता और उपयोगकर्ता के मानसिक स्वास्थ्य की तुलना में भावनात्मक उत्तेजना को प्राथमिकता दी जाती है। इस निरंतर भावनात्मक बमबारी का परिणाम 'संज्ञानात्मक स्वायत्तता' के पतन के रूप में सामने आता है, जहाँ व्यक्ति सचेत रूप से अपने ध्यान को केंद्रित करने की क्षमता खो बैठता है और एल्गोरिदम द्वारा निर्देशित होने लगता है ।

ISSN:3048-9792
Volume: 3
Issue: 3
Special Issue: 1
June: 2026

राजनीतिक संदर्भ में, इस अटेंशन इकोनॉमी ने 'भावनात्मक या वैचारिक ध्रुवीकरण' को जन्म दिया है । यह वह स्थिति है जहाँ व्यक्ति न केवल विपरीत राजनीतिक विचारों से असहमत होता है, बल्कि विरोधी समूह के प्रति तीव्र अविश्वास, घृणा और शत्रुता की भावना विकसित कर लेता है । शोध से पता चलता है कि ट्विटर और फेसबुक पर 'आउट-ग्रुप' (बाहरी समूह या विरोधी) के प्रति लक्षित भाषा का प्रयोग करने वाले पोस्ट के साझा किए जाने की संभावना काफी अधिक होती है । भारत के संदर्भ में, यह ध्रुवीकरण अक्सर बहुसंख्यक बनाम अल्पसंख्यक के आख्यानों में परिवर्तित हो जाता है ।

व्हाट्सएप जैसे एंड-टू-एंड एन्क्रिप्टेड प्लेटफॉर्म भारत में इस ध्रुवीकरण के सबसे शक्तिशाली वाहक बनकर उभरे हैं । भारत में 500 मिलियन से अधिक व्हाट्सएप उपयोगकर्ता हैं, जो इसे राजनीतिक दलों के लिए संपर्क का सबसे बड़ा माध्यम बनाता है । राजनीतिक दल 'हॉरिजॉन्टल संचार' का लाभ उठाने के लिए हजारों स्थानीयकृत व्हाट्सएप समूह बनाते हैं । इन समूहों में प्रसारित होने वाली सामग्री अक्सर 'इको चैंबर' को सुदृढ़ करती है । सांप्रदायिक तनाव या नागरिकता संशोधन अधिनियम विरोधी प्रदर्शनों जैसे संकटों के दौरान, डिजिटल प्रोपेगेंडा और 'कम्प्यूटेशनल प्रोपेगेंडा' का भारी उपयोग किया गया, जिससे ज़मीनी स्तर पर हिंसा और ध्रुवीकरण में वृद्धि देखी गई ।

मीमेटिक राष्ट्रवाद और 'फन' (मज़े) की राजनीति

डिजिटल राष्ट्रवाद की सबसे सूक्ष्म और प्रभावी रणनीतियों में से एक 'मीमेटिक राष्ट्रवाद' है । मीम्स आज के डिजिटल स्पेस की सर्वव्यापी 'स्थानीय भाषा' बन गए हैं । ये केवल इंटरनेट जोक्स नहीं हैं, बल्कि वैचारिक पुनरुत्पादन और 'सॉफ्ट प्रोपेगैंडा' के अत्यंत परिष्कृत उपकरण हैं । मीम्स की कार्यप्रणाली 'सरलीकरण द्वारा प्रवर्धन' के सिद्धांत पर आधारित है । वे अत्यधिक जटिल ऐतिहासिक, सामाजिक और राजनीतिक मुद्दों को एक चित्र, बॉलीवुड के संदर्भ, या एक व्यंग्यात्मक पंचलाइन में संकुचित कर देते हैं, जिससे उन्हें समझना और साझा करना आसान हो जाता है ।

भारत के संदर्भ में, मीम्स का उपयोग अक्सर हिंदू बहुसंख्यकवादी अस्मिता को सामान्यीकृत करने और धर्मनिरपेक्ष या उदारवादी विचारों का मज़ाक उड़ाने के लिए किया जाता है । उदाहरण के लिए, "मंदिर वहीं बनाएंगे" जैसे नारे जो ऐतिहासिक रूप से एक गहरी सांप्रदायिक और राजनीतिक पृष्ठभूमि रखते हैं, उन्हें मीम्स के 'एंकरेज' या टेक्स्ट

GYANBODH
An International Multidisciplinary Peer Reviewed Journal
ISSN:3048-9792
Volume: 3
Issue: 3
Special Issue: 1
June: 2026

कैप्शन के रूप में इस्तेमाल किया गया । यह प्रक्रिया एक ओर तो एक विशिष्ट राजनीतिक विश्वदृष्टि को मजबूत करती है, वहीं दूसरी ओर यह अल्पसंख्यकों को एक 'अन्य' के रूप में हास्य के आवरण में प्रस्तुत करती है ।

इस परिघटना को मानवविज्ञानी सहाना उडुपा ने अपने शोध में 'फन' (मज़े)की 'मेटाप्रैक्टिस' के रूप में परिभाषित किया है । उनके अनुसार, जब दक्षिणपंथी युवा स्वयंसेवक ऑनलाइन गालियों, ट्रोलिंग और चरम भाषण में संलग्न होते हैं, तो वे इसे एक वैचारिक युद्ध के साथ-साथ 'मनोरंजन' के रूप में भी देखते हैं । यह 'फन' उन्हें पूर्ण स्वायत्तता का अनुभव कराता है और सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि यह उन्हें 'खंडन योग्यता' प्रदान करता है । यदि कोई आपत्तिजनक बात कही जाती है, तो उसे आसानी से 'यह तो बस एक मज़ाक था' कहकर खारिज किया जा सकता है। यह 'फन' घृणा और अलगाववाद को एक दैनिक खुराक के रूप में परोसता है, जो अंततः आक्रामकता को समाज में पूरी तरह से सामान्य और स्वीकार्य बना देता है ।

टेक्नो-राष्ट्रवाद, डिजिटल पब्लिक इंफ्रास्ट्रक्चर और डिजिटल संप्रभुता

2014 से 2024 के मध्य भारत में डिजिटल राष्ट्रवाद का एक राज्य-प्रायोजित और संरचनात्मक रूप 'टेक्नो राष्ट्रवाद' के रूप में उभरा है। टेक्नो राष्ट्रवाद एक ऐसी विचारधारा है जो तकनीकी प्रगति, नवाचार और आत्मनिर्भरता को सीधे तौर पर राष्ट्रीय गौरव, स्वतंत्रता और भू-राजनीतिक शक्ति के साथ जोड़ती है । भारत के परिप्रेक्ष्य में, यह विचारधारा 'डिजिटल इंडिया', 'मेक इन इंडिया' और यह दावा करने पर केंद्रित है कि भारत को विदेशी प्रौद्योगिकियों का केवल एक बाजार नहीं, बल्कि 'नेट प्रौद्योगिकी प्रदाता' होना चाहिए ।

इस टेक्नो-राष्ट्रवादी विज़न का सबसे सफल और दृश्यमान परिणाम भारत का 'डिजिटल पब्लिक इंफ्रास्ट्रक्चर' है, जिसे 'इंडिया स्टैक' (India Stack) भी कहा जाता है । यह बुनियादी ढांचा मुख्य रूप से तीन स्तंभों पर खड़ा है:

1. **आधार :** 1.3 अरब से अधिक लोगों की बायोमेट्रिक डिजिटल पहचान, जिसने कल्याणकारी योजनाओं के वितरण में क्रांति ला दी है और नागरिकता को बायोमेट्रिक डेटा से जोड़ दिया है ।
2. **यूनिफाइड पेमेंट्स इंटरफेस :** एक त्वरित भुगतान प्रणाली जो प्रति माह 10 अरब से अधिक लेनदेन को संसाधित करती है, जिससे भारत डिजिटल भुगतान में वैश्विक नेता बन गया है ।
3. **को-विन :** कोविड-19 महामारी के दौरान टीकाकरण प्रबंधन और प्रमाणन के लिए उपयोग किया गया डिजिटल प्लेटफॉर्म ।

GYANBODH
An International Multidisciplinary Peer Reviewed Journal
ISSN:3048-9792
Volume: 3
Issue: 3
Special Issue: 1
June: 2026

प्रारंभ में (2006-2013) इन पहलों को केवल 'गरीबी रेखा से नीचे' के परिवारों के लिए कल्याणकारी उपाय के रूप में देखा गया था, लेकिन 2014 के बाद की सरकार ने इसे 'डिजिटल संप्रभुता' और 'सॉफ्ट पावर' के उपकरणों के रूप में पुनर्गठित किया । 2023 के G20 शिखर सम्मेलन में भारत ने आधिकारिक तौर पर इस 'इंडिया स्टैक' को ग्लोबल साउथ के देशों के लिए एक मॉडल के रूप में पेश किया । इसे सिलिकॉन वैली के पूंजीवादी एकाधिकार और चीन के अधिनायकवादी निगरानी मॉडल के बीच एक 'तीसरे और बेहतर विकल्प' के रूप में ब्रांड किया गया ।

डिजिटल संप्रभुता और डेटा स्थानीयकरण : डिजिटल उपनिवेशवाद की चिंताओं को दूर करने के लिए, भारत ने 'डेटा स्थानीयकरण' पर जोर दिया है । भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा भुगतान प्रणालियों के डेटा को भारत में ही संग्रहीत करने का आदेश और 2019 का व्यक्तिगत डेटा संरक्षण विधेयक इसके प्रमुख उदाहरण हैं । सरकार का तर्क है कि भारतीय नागरिकों का डेटा राष्ट्र की संप्रभु संपत्ति है और कानून प्रवर्तन, राष्ट्रीय सुरक्षा और आर्थिक विकास के लिए इसका देश के भीतर होना आवश्यक है ।

हालाँकि, इस टेक्नो-राष्ट्रवादी आख्यान में कुछ गहरे अंतर्विरोध हैं। पहला, 'डिजिटल संप्रभुता' के इन बड़े दावों के बावजूद, भारत का कृत्रिम बुद्धिमत्ता और क्लाउड पारिस्थितिकी तंत्र अभी भी मुख्य रूप से विदेशी कंपनियों के बुनियादी ढांचे पर निर्भर है । दूसरा, नागरिक समाज के आलोचकों का तर्क है कि 'डिजिटल संप्रभुता' के आवरण में भारतीय राज्य एक 'निगरानी राज्य' का निर्माण कर रहा है । 'बायोपॉलिटिक्स' के इस युग में, जहाँ नागरिकों के शरीर (बायोमेट्रिक्स) और उनके डेटा को राज्य द्वारा नियंत्रित किया जाता है, 'टेक्नोक्रेटिक स्टेटक्राफ्ट' मानवीय अधिकारों और बहुलवाद पर हावी हो सकता है ।

डिजिटल ओपिनियन लीडर्स के रूप में सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर्स

डिजिटल राष्ट्रवाद के प्रसार में नवीनतम कड़ी 'सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर्स' का उदय है। 'अटेंशन इकोनॉमी' ने एक ऐसी संस्कृति को जन्म दिया है जहाँ हजारों और लाखों फॉलोअर्स वाले कंटेंट क्रिएटर्स अब 'डिजिटल ओपिनियन लीडर्स' के रूप में कार्य कर रहे हैं । भारत में, जहाँ इंटरनेट उपभोक्ताओं की संख्या 750 मिलियन के पार जा चुकी है, इन्फ्लुएंसर्स का प्रभाव पारंपरिक समाचार मीडिया से भी अधिक हो गया है ।

राजनीतिक दलों ने, विशेष रूप से 2019 और 2024 के चुनावों में, इस 'इन्फ्लुएंसर मार्केटिंग' का रणनीतिक रूप से दोहन किया है। 'टू-स्टेप फ्लो थ्योरी' के अनुसार, लोग सीधे मास मीडिया से प्रभावित होने के बजाय अपने

ओपिनियन लीडर्स के माध्यम से सूचनाओं और रायों को ग्रहण करते हैं । राजनीतिक दल अब केवल राजनीतिक विश्लेषकों का उपयोग नहीं करते, बल्कि फैशन, फूड, तकनीक और लाइफस्टाइल व्लॉगर्स को काम पर रख रहे हैं इन इन्फ्लुएंसर्स की शक्ति उनकी 'विश्वसनीयता' और 'रिलेटेबिलिटी' में निहित है । जब कोई लोकप्रिय टेक यूट्यूबर या यात्रा व्लॉगर सरकार के 'डिजिटल इंडिया' विज़न की प्रशंसा करता है या सांस्कृतिक राष्ट्रवाद के प्रतीकों का महिमामंडन करता है, तो उसके अनुयायी इसे राजनीतिक 'प्रोपेगैंडा' के रूप में नहीं, बल्कि एक निष्पक्ष और सच्ची राय के रूप में देखते हैं । यह संचार को विकेंद्रीकृत तो करता है, लेकिन साथ ही यह 'ब्रांडिंग' को 'वैचारिक ध्रुवीकरण' के साथ मिला देता है। कई माइक्रो-इन्फ्लुएंसर्स, जो विशेष रूप से इंस्टाग्राम और यूट्यूब पर सक्रिय हैं, जनमत को आकार देने वाले 'समानांतर एजेंट' बन गए हैं, जो 'अटेंशन इकोनॉमी' के दबाव में अक्सर बहुसंख्यकवादी और राष्ट्रवादी आख्यानों को ही प्रवर्धित करते हैं ताकि उनकी लोकप्रियता बनी रहे ।

विशिष्ट प्रकरण अध्ययन

डिजिटल राष्ट्रवाद और सोशल मीडिया के अंतर्संबंधों को कुछ विशिष्ट ऐतिहासिक और राजनीतिक घटनाओं के माध्यम से बेहतर ढंग से समझा जा सकता है:

तालिका 1: भारत में डिजिटल राष्ट्रवाद के प्रमुख प्रकरण (2014-2024)

प्रकरण / अभियान	प्राथमिक डिजिटल माध्यम	रणनीतिक उद्देश्य और प्रभाव	डिजिटल राष्ट्रवाद का प्रकार
स्वच्छ भारत अभियान (2014)	ट्विटर (एक्स), हैशटैग (#MyCleanIndia)	स्वच्छता को 'राष्ट्रीय कर्तव्य' और देशभक्ति के रूप में ब्रांड करना; नागरिक लामबंदी।	सहभागी और प्रतीकात्मक राष्ट्रवाद
टिकटॉक प्रतिबंध (2020)	सरकारी आदेश और मीडिया विमर्श	गलवान संघर्ष के बाद चीनी ऐप्स पर रोक; राष्ट्रीय सुरक्षा और डेटा निजता का दावा।	रोजमर्रा का टेक्नो-राष्ट्रवाद और डिजिटल संप्रभुता
व्हाट्सएप और सांप्रदायिक गतिकी	एंड-टू-एंड एन्क्रिप्टेड नेटवर्क	क्षैतिज संचार के माध्यम से 'इको चैंबर' का निर्माण; 'अदरिंग' (Othering) की राजनीति और ध्रुवीकरण।	एल्गोरिदम-प्रेरित साइबर राष्ट्रवाद और मोबिलाइजेशन

- **टिकटॉक प्रतिबंध और रोजमर्रा का टेक्नो-राष्ट्रवाद:** जून 2020 में गलवान घाटी में भारत-चीन सीमा पर हुई हिंसक झड़प के तुरंत बाद, भारत सरकार ने राष्ट्रीय सुरक्षा और संप्रभुता का हवाला देते हुए 'टिकटॉक' सहित 59 चीनी ऐप्स पर प्रतिबंध लगा दिया । यह भू-राजनीतिक संघर्ष का एक नया डिजिटल संस्करण था। भारतीय मीडिया और जनमानस में इस कदम को एक शक्तिशाली 'स्ट्राइक' और 'डिजिटल संप्रभुता' की दिशा में एक साहसिक कदम के रूप में देखा गया । यह 'रोजमर्रा के टेक्नो-राष्ट्रवाद' का एक स्पष्ट उदाहरण था, जहाँ नागरिकों ने एक विदेशी ऐप को हटाकर 'आत्मनिर्भर भारत' के नैरेटिव में अपनी देशभक्ति का प्रदर्शन किया ।
- **स्वच्छ भारत अभियान:** 2014 में लॉन्च किया गया यह अभियान यह प्रदर्शित करता है कि कैसे एक विकास पहल को डिजिटल मीडिया के माध्यम से एक राष्ट्रवादी आंदोलन में बदला जा सकता है । प्रधानमंत्री ने ट्विटर का उपयोग करते हुए मशहूर हस्तियों, खेल दिग्गजों और आम नागरिकों को सीधे नामांकित किया । 'क्लीन इंडिया' को महात्मा गांधी की दृष्टि से जोड़ा गया, जिससे सफाई का कार्य एक नैतिक और राष्ट्रीय जिम्मेदारी बन गया । इस 'सोशल मीडिया अभियान' ने पारंपरिक राजनीतिक संचार की सीमाओं को तोड़ दिया और शासन को 'जन आंदोलन' का रूप दे दिया ।
- **व्हाट्सएप और 'अदरिंग' की राजनीति:** व्हाट्सएप ने भारत के राजनीतिक परिदृश्य को सूक्ष्म स्तर पर बदल दिया है । जहाँ पारंपरिक मीडिया 'वर्टिकल' संचार करता है, व्हाट्सएप 'हॉरिजॉन्टल' पीयर-टू-पीयर संचार की अनुमति देता है । चुनाव अभियानों और संकट के समय में, बंद व्हाट्सएप समूहों का उपयोग भारी मात्रा में राष्ट्रवादी, भ्रामक और कभी-कभी घृणास्पद सामग्री फैलाने के लिए किया गया । चूँकि यह सामग्री दोस्तों और परिवार के सदस्यों के माध्यम से आती है, इसलिए इस पर अधिक विश्वास किया जाता है। इसने सामाजिक ताने-बाने में अल्पसंख्यकों के प्रति 'अदरिंग' को बढ़ाकर ध्रुवीकरण की जड़ों को अत्यधिक गहरा कर दिया है ।

साहित्य समीक्षा

डिजिटल राष्ट्रवाद, सोशल मीडिया की कार्यप्रणाली और भारतीय राजनीतिक यथार्थ के बीच के जटिल अंतर्संबंधों को कई प्रतिष्ठित विद्वानों ने अकादमिक शोध का विषय बनाया है। यह साहित्य समीक्षा उन प्रमुख सैद्धांतिक रूपरेखाओं और अध्ययनों का सारांश प्रस्तुत करती है जिन पर यह शोध पत्र आधारित है।

रोहित चोपड़ा अपनी महत्वपूर्ण पुस्तक *"Technology and Nationalism in India: Cultural Negotiations from Colonialism to Cyberspace"* (2008) में डिजिटल स्पेस में उभरती भारतीय पहचान

की गहरी ऐतिहासिक पड़ताल करते हैं । चोपड़ा 'टेक्नोकल्चरल हिंदू राष्ट्रवाद' (Technocultural Hindu Nationalism) की अवधारणा प्रस्तुत करते हैं। वे तर्क देते हैं कि वैश्विक भारतीय समुदाय इंटरनेट का उपयोग एक ऐसी विचारधारा के प्रसार के लिए करता है जो 'सांस्कृतिक बहुसंख्यकवादी दावों' को 'तकनीकी विजयवाद' (Technological Triumphalism) के साथ जोड़ती है । उनका विश्लेषण दर्शाता है कि कैसे डिजिटल राष्ट्रवाद एक विरोधाभास को सुलझाता है: यह पश्चिम की तकनीकी आधुनिकता के प्रति जुनूनी है, लेकिन साथ ही पश्चिमी सभ्यता के विरोध में खुद को परिभाषित करता है। वे दर्शाते हैं कि औपनिवेशिक काल से लेकर नेहरूपवादी समाजवाद और 1991 के आर्थिक उदारीकरण के बाद के युग तक, तकनीक और राष्ट्रवाद का गठजोड़ कैसे विकसित हुआ है ।

रविंदर कौर की पुस्तक *"Brand New Nation: Capitalist Dreams and Nationalist Designs in Twenty-First-Century India"* (2020) इक्कीसवीं सदी के भारत में नवउदारवादी पूंजीवाद और उग्र राष्ट्रवाद के संगम का विश्लेषण करती है । कौर का तर्क है कि आधुनिक राष्ट्र-राज्य अब स्वयं को वैश्विक बाजार में 'आकर्षक निवेश गंतव्यों' (Attractive Investment Destinations) के रूप में ब्रांड कर रहे हैं । 'अच्छे दिन' (Good Times) जैसे अभियानों ने एक 'आशा की अर्थव्यवस्था' (Economy of Hope) का निर्माण किया है, जहाँ राष्ट्र-निर्माण को एक कॉर्पोरेट विज्ञापन अभियान की तरह चलाया जाता है । कौर आगाह करती हैं कि इस ब्रांडिंग की सफलता अक्सर बहुसंख्यकवादी आवेगों (Majoritarian Impulses) और सामाजिक दरारों को छुपाने का कार्य करती है ।

डिजिटल मोबिलाइजेशन के सूक्ष्म तंत्र पर, सहाना उडुपा का शोध अत्यंत प्रासंगिक है। उनका काम चरम भाषण (Extreme Speech) और हिंदू राष्ट्रवाद के डिजिटल स्वयंसेवकों के बीच 'फन' (Fun) की भूमिका का नृवंशविज्ञान (Ethnographic) विश्लेषण करता है । उडुपा यह स्थापित करती हैं कि ऑनलाइन ध्रुवीकरण केवल गुस्से से संचालित नहीं होता; इसके मूल में व्यंग्य, मनोरंजन और 'मज़ा' होता है । यह 'फन' एक 'मेटाप्रैक्टिस' के रूप में काम करता है जो आक्रामकता को 'ट्रोलिंग' के नाम पर सामान्य कर देता है और उपयोगकर्ताओं को अपने विचारों के बचाव में 'खंडन-योग्यता' (Deniability) का आवरण प्रदान करता है ।

अचील कास्ट्रोगियोवन्नी (Achille Castrogiovanni) का हालिया डॉक्टरेट शोध (2025) 2014-2024 के दौरान मोदी प्रशासन के तहत भारत की भू-राजनीतिक रणनीति और हिंदू राष्ट्रवाद के प्रतिच्छेदन का विश्लेषण

करता है । कास्ट्रोगियोवन्नी तर्क देते हैं कि इस कालखंड में 'हिंदुत्व' और 'नवउदारवादी सुधारों' का एक नया संश्लेषण उभरा है। ग्राम्शी (Gramsci) के लेंस का उपयोग करते हुए, वे इसे एक 'निष्क्रिय क्रांति' (Passive Revolution) कहते हैं, जहाँ घरेलू बहुसंख्यकवादी आख्यान भारत को विदेश में रणनीतिक स्वायत्तता हासिल करने के लिए आवश्यक वैचारिक सामंजस्य प्रदान करता है । 'डिजिटल इंडिया' जैसे कार्यक्रम इसी विदेश नीति और कूटनीतिक शक्ति का हिस्सा हैं।

डेटा और बुनियादी ढांचे के स्तर पर, प्रीति रघुनाथ 'डिजिटल पब्लिक इंफ्रास्ट्रक्चर' (DPI) के इर्द-गिर्द 'डेलिबरेटिव पॉलिसी इकोलॉजी' (Deliberative Policy Ecology) का विश्लेषण करती हैं । वे दर्शाती हैं कि कैसे 'आधार' (Aadhaar) की शुरुआत जो गरीबी रेखा से नीचे के कल्याणकारी उपकरण के रूप में हुई थी, वह 2023 के G20 शिखर सम्मेलन तक भारत की 'डिजिटल संप्रभुता' और सॉफ्ट पावर का प्रतीक बन गई । वहीं, कार्नेगी एंडाउमेंट की रिपोर्ट 'डेटा स्थानीयकरण' (Data Localization) की नीतियों का आलोचनात्मक मूल्यांकन करती है, यह स्पष्ट करते हुए कि कैसे राष्ट्रीय सुरक्षा के नाम पर डेटा को स्थानीयकृत करने की नीतियां अक्सर आर्थिक विकास को बाधित कर सकती हैं और राज्य की निगरानी (State Surveillance) की चिंताओं को बढ़ा सकती हैं ।

अंततः, हिंदी और क्षेत्रीय मीडिया के संदर्भ में, लोकेंद्र सिंह राजपूत, डॉ. संजय द्विवेदी और अन्य विद्वानों के कार्य दर्शाते हैं कि कैसे डिजिटल सूचना क्रांति ने भारत में क्षेत्रीय और भाषाई पत्रकारिता के परिदृश्य को बदल दिया है । सोशल मीडिया ने उन हाशिए के वर्गों को भी विमर्श का हिस्सा बना दिया है जिनकी आवाजें पहले प्रिंट और टेलीविजन में स्थान नहीं पा पाती थीं, लेकिन साथ ही इसने क्षेत्रीय भाषाओं में भी 'फेक न्यूज़' और सांप्रदायिक ध्रुवीकरण के प्रसार को अभूतपूर्व गति प्रदान की है ।

संदर्भ सूची

Ahmad, P. (2022). *Digital Nationalism: Understanding the Power of Digital Technology in the Rise of Nationalism, National Identity, and National Narratives*. ResearchGate.

Burman, A., & Sharma, U. (2021). *How Would Data Localization Benefit India?* Carnegie Endowment for International Peace.

Castrogiovanni, A. (2025). *Hindu Nationalism and India's Geopolitical Strategy: The Modi Administration's Impact on Regional and Global Dynamics*. (Doctoral thesis, The University of Sunderland).

Chauchard, S., & Garimella, K. (2022). *WhatsApp, Misinformation, and Party Strategy in India*. Journal of Quantitative Description: Digital Media.

Chopra, R. (2008). *Technology and Nationalism in India: Cultural Negotiations from Colonialism to Cyberspace*. Cambria Press.

Fuchs, C. (2020). *Communication and Nationalism in the Digital Age*. (As cited in Digital Nationalism frameworks).

Georgetown Law Denny Center. (2024). *The Attention Economy and Cognitive Autonomy*.

Kaur, R. (2020). *Brand New Nation: Capitalist Dreams and Nationalist Designs in Twenty-First-Century India*. Stanford University Press.

Raghunath, P. (2024). *Data in India's Digital Public Infrastructure (DPI): A Deliberative Policy Ecology Approach*. International Journal of Communication.

Rajput, L. S. (2024-2026). *Rashtrawad Aur Media* and various studies on Hindi Digital Journalism. Yash Publication.

Sharma, P., et al. (2021). *Influencers and the Building of Political Brands - The Case of India*.

Sudan, K. S. (2024). *Social Media And Political Polarization In India: Mechanisms, Evidence, And Policy Responses*. Educational Administration: Theory and Practice.

Sumit Kashyap, et al. (2025). *The Dynamics of Cyber Nationalism in India's Multicultural Context: Social Media as a Catalyst for Conflict*. TPM.

Udupa, S. (2019). *Nationalism in the Digital Age: Fun as a Metapractice of Extreme Speech*. International Journal of Communication.

Vesteinsson, K. (2020). *India's TikTok Ban Tightens Government's Grasp on Internet*. Freedom House.