

## सोशल मीडिया का सामाजिक जीवन पर प्रभाव (उत्तर प्रदेश के संभल जिले में चंदौसी विकासखंड के दो गांव करेली व कैथल पर आधारित एक समाजशास्त्रीय अध्ययन)

बबिता

<https://doi.org/10.61410/had.v21i3.331>**सारांश—**

21वीं सदी को सूचना और संचार की सदी कहा जाता है। इस युग में इंटरनेट और डिजिटल तकनीकी विकास ने मानव जीवन के प्रत्येक पहलू को प्रभावित किया है। विशेष रूप से सोशल मीडिया ने सामाजिक जीवन में क्रांतिकारी परिवर्तन लाया है। फेसबुक, इंस्टाग्राम, ट्विटर(X) व्हाट्सएप, यूट्यूब, स्नैपचैट आदि प्लेटफार्म आज केवल संचार के साधन नहीं रह गए हैं, बल्कि यह हमारी पहचान, विचारधारा, संबंधों और जीवन शैली का हिस्सा बन चुके हैं। सोशल मीडिया ने जहां लोगों को जोड़ने का कार्य किया है वहीं इसने कई सामाजिक समस्याओं को भी जन्म दिया है। वर्तमान में लगभग 75 से 80 % जनसंख्या सोशल मीडिया का उपयोग कर रही है। मार्शल मैक्लुहान ने कहा है कि— "माध्यम ही संदेश है" अर्थात् माध्यम की प्रभावशीलता ही संदेश की प्रभावशीलता है। वर्तमान में सोशल मीडिया व्यक्ति को जोड़े रखने का एक सशक्त माध्यम है। सोशल मीडिया व्यक्ति, समूह, संस्था, शिक्षा, स्वास्थ्य, रिश्ते यहां तक की आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक एवं सांस्कृतिक स्थिति को समृद्ध बना रहा है। यह सोशल मीडिया का सकारात्मक रूप है। सोशल मीडिया का नकारात्मक रूप यह है कि कई शोधों में पाया गया है की आवश्यकता से अधिक सोशल मीडिया का प्रयोग किया जाए तो व्यक्ति में मानसिक विकार उत्पन्न होते हैं और हमें डिप्रेशन की ओर ले जाते हैं। साथ ही अपराधिक व्यक्तित्व वाले व्यक्ति सोशल मीडिया का उपयोग कर आतंकवाद, साइबर क्राइम और धोखाधड़ी जैसी घटनाओं को अंजाम दे रहे हैं। प्रस्तुत शोध पत्र उत्तर प्रदेश के संभल जनपद के चंदौसी विकासखंड के दो गांव करेली एवं कैथल पर आधारित है। जिसके द्वारा गांव के लोगों के माध्यम से सोशल मीडिया के सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव का विश्लेषण करना तथा यह समझने का प्रयास करना कि इसका समाज पर क्या व्यापक प्रभाव पड़ रहा है।

**मुख्य शब्द —** सोशल मीडिया इंटरनेट, जनसंचार, नेटवर्क, वीडियो, यूट्यूब, डिजिटल आदि।

**शोध पत्र का उद्देश्य—**

1. प्रस्तुत पत्र के माध्यम से ज्ञात करना कि क्या सोशल मीडिया का प्रभाव मानव जीवन पर सकारात्मक या नकारात्मक है?
2. इस शोध पत्र के माध्यम से यह भी देखना है कि सोशल मीडिया के प्रति सामान्य लोगों का दृष्टिकोण क्या है?
3. इस शोध पत्र के माध्यम से यह भी जानना है कि सोशल मीडिया का सामाजिक जीवन के विविध पक्षों से क्या संबंध है।

- असिस्टेंट प्रोफेसर : समाजशास्त्र विभाग, एन.के.बी.एम.जी.पी.जी. कॉलेज, चंदौसी, संभल, उत्तर प्रदेश

सोशल मीडिया एवं संबंधित साहित्य का अध्ययन— सोशल मीडिया ऐसे डिजिटल प्लेटफॉर्म है जिसके माध्यम से उपयोगकर्ता सामग्री का निर्माण साझा और आदानक— प्रदान करते हैं। यह संचार का एक इंटरएक्टिव माध्यम है जिसमें लोग अपने विचार, फोटो, वीडियो और जानकारी साझा करते हैं।

इन्वेस्टोपीडिया के अनुसार—"सोशल मीडिया वेबसाइट और एप्स का एक समूह है, जो उपयोगकर्ता को डिजिटल रूप में बातचीत करने और आभासी समुदायों के साथ सामग्री साझा करने में सक्षम बनाता है"।

ब्रिटैनिका (Encyclopaedia Britannica ) के अनुसार —"इंटरनेट पर जनसंचार का एक रूप है, इसके माध्यम से उपयोगकर्ता सूचना, विचार, व्यक्तिगत संदेश और अन्य सामग्री (जैसे वीडियो, पिकचर) आदि साझा करते हैं"।

सोशल मीडिया का विकास — सोशल मीडिया की शुरुआत 1990 के दशक के अंत में हुई लेकिन इसका वास्तविक विस्तार 2005 के बाद हुआ आज यह विश्व भर में अरबों लोगों द्वारा उपयोग किया जाता है।

सिक्स डिग्रीस (1997) — इसी वस्तुतः पहली वास्तविक सोशल मीडिया का साइट माना जाता है, इसने उपयोगकर्ताओं को प्रोफाइल बनाने और नेटवर्क बनाने की अनुमति दी।

फ्रेडस्टर (2002) — यह ऑनलाइन नेटवर्किंग को लोकप्रिय बनाने वाला यह प्रारंभिक मिल का पत्थर था।

माइस्पेस (2003)— उपयोगकर्ताओं को प्रोफाइल को कस्टमाइज करने और संगीत साझा करने की सुविधा देकर इसने अपार लोकप्रियता हासिल की।

फेसबुक (2004)— मार्क जुकरबर्ग द्वारा स्थापित इस प्लेटफॉर्म ने वैश्विक नेटवर्किंग में क्रांति ला दी और दुनिया का सबसे बड़ा सोशल नेटवर्क बन गया।

यूट्यूब और रेडिट (2005)—

वीडियो शेयरिंग के रूप में यूट्यूब और कम्युनिटी चर्चाओं के लिए रेडिट का उदय हुआ।

ट्विटर (2006)— इसने माइक्रो —ब्लॉगिंग और त्वरित विचारों (Short tweets) को साझा करने की नई संस्कृति की शुरुआत की।

विजुअल और मोबाइल क्रांति (2010 — 2015)— स्मार्टफोन और 3G / 4G वर्तमान में 5G इंटरनेट के प्रसार ने सोशल मीडिया को डेस्कटॉप से निकाल कर लोगों की जेब तक पहुँचा दिया।

इंस्टाग्राम और पेंटरेस्ट ( 2010)— विजुअल सामग्री (तस्वीर और ग्राफिक्स) पर केंद्रित इन प्लेटफॉर्म ने लोगों के जुड़ने का नया तरीका पेश किया।

स्नैपचौट (2011)— स्टोरज और गायब होने वाले संदेशों की अवधारणा की शुरुआत की।

टिकटॉक (2016)— कम अवधि के शार्ट वीडियो और एल्गोरिथम— आधारित फीड ने युवाओं में धूम मचा दी।

रील्स (2020)– टिकटॉक की लोकप्रियता को देखते हुए इंस्टाग्राम ने शरील्स की शुरुआत की जिसने वीडियो निर्माण को और सरल बना दिया।

वर्तमान और भविष्य का दौरा (2021 से आगे)– आज सोशल मीडिया एआई (AI) द्वारा संचालित है, जहां उपयोगकर्ता को उनकी पसंद के अनुसार सामग्री परोसी जाती है। अब सोशल मीडिया केवल मनोरंजन या संपर्क का साधन नहीं रहा बल्कि यह श्रिक्रिएटर्स के लिए आय का एक मुख्य स्रोत बन गया है।

वर्तमान में सोशल मीडिया वर्चुअल रियलिटी (VR) और मेटावर्स की ओर कदम बढ़ा रहा है। जिससे भविष्य में डिजिटल दुनिया और वास्तविक दुनिया के बीच की दूरी और कम होने की उम्मीद है।

संबंधित साहित्य का अध्ययन– सोशल मीडिया और उसके प्रभाव के संदर्भ में अन्य पुस्तकों एवं शोध पत्र उपलब्ध हैं–

अंकित लाल ने अपनी पुस्तक –"India social how social media is leading the charge and changing the country" में सोशल मीडिया के राजनीतिक और सामाजिक प्रभाव का अध्ययन किया है।

अंबर सिंह ने अपनी पुस्तक– " The network public :how social media " में सोशल मीडिया और लोकतंत्र के संबंध पर प्रकाश डाला है।

डॉ. संजय सिंह बघेल और डॉ. उमा सिंह ने– " सोशल मीडिया एंड इंडियन यूथ" पुस्तक लिखी जो युवाओं पर सोशल मीडिया के प्रभाव का विश्लेषण करती है।

स्टैनफोर्ड विश्वविद्यालय (2026)– के द्वारा मानव की सोशल मीडिया का उपयोग एवं ब्रेन के कार्य क्षमता के संबंध में एक अध्ययन किया गया जिसमें पाया गया कि जब हम सोशल मीडिया स्कॉल करते हैं या हर नोटिफिकेशन चेक करते हैं तो दिमाग डोपामिन का एक छोटा सा शाक (झटका) मिलता है। बार-बार ऐसा करने से दिमाग इस सक्रियता का आदी हो जाता है। इससे साधारण काम भी उबाऊ लगने लगते हैं। क्योंकि उनमें हमें स्मार्टफोन स्कॉलिंग जैसी संतुष्टि नहीं मिलती। डोपामिन और नींद का गहरा रिश्ता है। एक रात की खराब नींद अगले दिन निर्णय लेने की क्षमता को कमजोर कर देती है और फोन की तरफ धकेलती है। अध्ययन में 467 लोगों को शामिल किया गया जिन्होंने दो हफ्ते तक फोन पर इंटरनेट बंद रखा (केवल काल और मैसेज की अनुमति थी) नतीजों में यह निष्कर्ष सामने आया कि उनका ध्यान बढ़ा, चिंता घटी, नींद बेहतर हुई और अवसाद के लक्षण कम हुए।

### शोध पद्धति–

प्रस्तुत शोध पत्र के माध्यम से उत्तर प्रदेश के संभल जनपद के चंदौसी तहसील के दो गांव कैथल और करेला के लोगों में सोशल मीडिया के प्रभाव का अध्ययन करना है। इसके लिए उपरोक्त साहित्य के अवलोकन शोध कार्य में सहयोग प्रदान करेगा नए तथ्यों को भी उद्घाटित करने में सहायक होगा।

प्रस्तुत शोध पत्र अन्वेषणात्मक एवं वर्णनात्मक शोध विकल्प पर आधारित है प्रस्तुत शोध पत्र में उत्तर प्रदेश के संभल जनपद में स्थित चंदौसी विकासखंड के दो गांव कैथल व करेली पर निर्देशन विधि द्वारा 100 उत्तरदाताओं का चयन किया गया। शोध कार्य के लिए शोध उद्देश्य से संबंधित विभिन्न प्रकार के दृष्टिकोण आधारित प्रश्नों का चयन किया गया। इसमें विभिन्न प्रकार के वैकल्पिक प्रश्न शामिल किए गए। इन प्रश्नों को शोध पत्र के उद्देश्यों को ध्यान में रखकर तैयार किया गया। इन शोध प्रश्नों के द्वारा उत्तरदाताओं से जो तथ्य प्राप्त हुए हैं वह नीचे सारणी में उल्लेखित हैं।

### सारणी संख्या-1

सोशल मीडिया की साइट्स के प्रयोग के आधार पर उत्तरदाताओं का दृष्टिकोण

| क्रम संख्या | सोशल मीडिया की साइट्स का प्रयोग | आवृत्ति | प्रतिशत |
|-------------|---------------------------------|---------|---------|
| 1           | यूट्यूब                         | 40      | 40      |
| 2           | व्हाट्सएप                       | 20      | 20      |
| 3           | इंस्टाग्राम                     | 15      | 15      |
| 4           | फेसबुक                          | 13      | 13      |
| 5           | अन्य                            | 12      | 12      |
|             | कुल                             | 100     | 100     |

शोध कार्य में सम्मिलित सर्वाधिक 40% उत्तरदाता यूट्यूब का प्रयोग करते हैं। 20% उत्तरदाता व्हाट्सएप का प्रयोग करते हैं। 15% उत्तरदाता इंस्टाग्राम का प्रयोग करते हैं। वहीं 13% उत्तरदाता फेसबुक और 12% उत्तरदाता अन्य सोशल साइट से जुड़े हुए हैं। निष्कर्षतः सोशल नेटवर्किंग साइट यूट्यूब ज्यादातर लोगों के द्वारा प्रयोग में लाया जाता है।

### सारणी संख्या – 02

सोशल मीडिया का युवाओं पर पड़ने वाला प्रभाव के प्रति उत्तरदाताओं का दृष्टिकोण

| क्रम संख्या | युवाओं पर पड़ने वाला प्रभाव | आवृत्ति | प्रतिशत |
|-------------|-----------------------------|---------|---------|
| 1           | सकारात्मक                   | 25      | 25      |
| 2           | नकारात्मक                   | 15      | 15      |
| 3           | समायोजित                    | 60      | 60      |
|             |                             | 100     | 100     |

उपरोक्त सारणी के अवलोकन से ज्ञात होता है कि शोध कार्य में सम्मिलित 25: उत्तरदाताओं के अनुसार सोशल मीडिया का युवाओं पर पड़ने वाला प्रभाव सकारात्मक है। 15: उत्तरदाताओं का मानना है कि सोशल मीडिया का युवाओं पर पड़ने वाले प्रभाव नकारात्मक है। 60: उत्तरदाताओं का दृष्टिकोण समायोजित है। अतः उनके अनुसार सोशल मीडिया का युवाओं पर पड़ने वाले प्रभाव सकारात्मक और नकारात्मक दोनों रूपों में है।

## सारणी संख्या –3

## सोशल मीडिया का शिक्षा पर प्रभाव के आधार पर उत्तरदाताओं का अभिमत

| क्रम संख्या | सोशल मीडिया का शिक्षा पर प्रभाव | आवृत्ति | प्रतिशत |
|-------------|---------------------------------|---------|---------|
| 1           | सकारात्मक                       | 65      | 65      |
| 2           | नकारात्मक                       | 10      | 10      |
| 3           | कह नहीं सकते                    | 25      | 25      |
|             |                                 | 100     | 100     |

शोध कार्य में सम्मिलित अधिकांश 65% उत्तरदाताओं का मत है कि सोशल मीडिया का शिक्षा पर प्रभाव सकारात्मक है। वही 10% उत्तरदाताओं का मानना है कि सोशल मीडिया का शिक्षा पर प्रभाव नकारात्मक है। जबकि 25 % उत्तरदाता इस संदर्भ में कुछ कह नहीं सकते हैं या अनिश्चितता की स्थिति में है। और अतः स्पष्ट है कि शोध कार्य में सम्मिलित अधिकांश 65% उत्तरदाता का मत है कि सोशल मीडिया का शिक्षा पर प्रभाव सकारात्मक रूप में पड़ा है।

## सारणी संख्या— 4

## एंड्राइड मोबाइल के प्रयोग के आधार पर उत्तरदाताओं का दृष्टिकोण

| क्रम संख्या | एंड्राइड मोबाइल का प्रयोग | आवृत्ति | प्रतिशत |
|-------------|---------------------------|---------|---------|
| 1           | कार्य पढ़ने पर            | 62      | 62      |
| 2           | टाइम पास करना             | 22      | 22      |
| 3           | समय समय पर                | 16      | 16      |
|             |                           | 100     | 100     |

उपरोक्त तथ्यों की अवलोकन से ज्ञात होता है कि 62% उत्तरदाता एंड्राइड मोबाइल का प्रयोग कार्य पढ़ने पर करते हैं। 22% उत्तरदाता टाइम पास करने के लिए एंड्राइड मोबाइल का प्रयोग करते हैं। जबकि 16 % उत्तरदाता समय ≤ एंड्राइड मोबाइल का प्रयोग करते हैं। इस प्रकार उपरोक्त सारणी के अवलोकन से स्पष्ट होता है कि शोध कार्य में सम्मिलित अधिकांश 62% उत्तरदाता एंड्राइड मोबाइल का प्रयोग कार्य पढ़ने पर करते हैं।

## सारणी संख्या 5

## युवाओं को जागरूक करने के लिए सोशल मीडिया का योगदान के आधार पर उत्तरदाताओं का दृष्टिकोण

| क्रम संख्या | युवाओं को जागरूक करने में सोशल मीडिया का योगदान | आवृत्ति | प्रतिशत |
|-------------|-------------------------------------------------|---------|---------|
| 1           | सकारात्मक                                       | 65      | 65      |
| 2           | नकारात्मक                                       | 10      | 10      |
| 3           | अनिश्चित                                        | 25      | 25      |
|             |                                                 | 100     | 100     |

उपरोक्त तथ्यों की विश्लेषण से ज्ञात होता है कि अधिकांश 65% उत्तरदाता के मतानुसार युवाओं को जागरूक करने में सोशल मीडिया का योगदान सकारात्मक है। वहीं 10% उत्तरदाताओं का मानना है कि युवाओं को जागरूक करने में सोशल मीडिया के योगदान नकारात्मक है। जबकि 25% उत्तरदाता अनिश्चितता की स्थिति में है तथा वह इस संदर्भ में कुछ कह नहीं सकते हैं। अतः स्पष्ट है कि शोध कार्य में सम्मिलित अधिकांश 65% उत्तरदाताओं का मत है कि युवाओं को जागरूक करने में सोशल मीडिया का योगदान सकारात्मक है।

#### सारणी संख्या— 6

##### वैश्विक संस्कृति की विज्ञता के प्रति सोशल मीडिया का योगदान के प्रति उत्तरदाताओं का दृष्टिकोण

| क्रम संख्या | वैश्विक संस्कृति की विज्ञता के प्रति सोशल मीडिया का योगदान | आवृत्ति | प्रतिशत |
|-------------|------------------------------------------------------------|---------|---------|
| 1           | हाँ                                                        | 55      | 55      |
| 2           | नहीं                                                       | 13      | 13      |
| 3           | अनिश्चित                                                   | 32      | 32      |
|             | योग                                                        | 100     | 100     |

शोध कार्य में सम्मिलित 55% उत्तरदाताओं का दृष्टिकोण है कि वैश्विक संस्कृति की विज्ञता के प्रति सोशल मीडिया का योगदान है। 13% उत्तरदाता का मानना है कि वैश्विक संस्कृति की विज्ञता के प्रति सोशल मीडिया का योगदान नहीं है। जबकि 32% मतदाता अनिश्चितता की श्रेणी में है। वे इस संदर्भ में कुछ कह नहीं सकते। इस प्रकार निष्कर्षतः यह ज्ञात होता है कि शोध कार्य में सम्मिलित सर्वाधिक 55% उत्तरदाताओं के अनुसार वैश्विक संस्कृति की विज्ञता के प्रति सोशल मीडिया का योगदान है।

#### सारणी संख्या—7

##### सोशल मीडिया द्वारा समाज में परिवर्तन के आधार पर उत्तरदाताओं का दृष्टिकोण

| क्रम संख्या | सोशल मीडिया द्वारा समाज में परिवर्तन | आवृत्ति | प्रतिशत |
|-------------|--------------------------------------|---------|---------|
| 1           | आधुनिकता बढ़ी है                     | 48      | 48      |
| 2           | जीवन के प्रत्येक क्षेत्र में         | 30      | 30      |
| 3           | परिवर्तन किया                        | 22      | 22      |
|             | रूढ़िवादिता में कमी                  | 100     | 100     |

उपरोक्त सारणी से ज्ञात होता है कि शोध कार्य में सम्मिलित 48% उत्तरदाताओं से यह मत प्राप्त हुआ है कि सोशल मीडिया द्वारा समाज में आधुनिकता बढ़ी है। 30% उत्तरदाताओं के मतानुसार सोशल मीडिया द्वारा समाज में जीवन के प्रत्येक क्षेत्र में परिवर्तन हुआ है तथा 22% उत्तरदाता के अनुसार सोशल मीडिया द्वारा समाज में रूढ़िवादिता में कमी हुई है। इस प्रकार स्पष्ट है कि शोध कार्य

में सम्मिलित सर्वाधिक 48% उत्तरदाताओं के मतानुसार सोशल मीडिया द्वारा समाज में आधुनिकता बढ़ी है।

### निष्कर्ष—

उपरोक्त वर्णन से स्पष्ट है कि सोशल मीडिया ने संचार, सूचना, साझा कारण और सामुदायिक जुड़ाव के द्वारा समाज को गहराई से प्रभावित किया है। इसने समाज में सकारात्मक और नकारात्मक दोनों प्रभाव डाले हैं। इसके सकारात्मक प्रभाव में वैश्विक कनेक्टिविटी, शिक्षा और सामाजिक जागरूकता शामिल है, जबकि नकारात्मक प्रभाव में मानसिक स्वास्थ्य के मुद्दे साइबर बुलिंग, फेक न्यूज और अलगाव प्रमुख हैं। इस शोध पत्र में उत्तर प्रदेश के संभल जिले के चंदौसी विकासखंड की दो गांव करेली और कैथल के निदर्शन विधि से 100 व्यक्तियों का चयन करके सोशल मीडिया का सामाजिक जीवन पर प्रभाव के संदर्भ में जानकारी प्राप्त की गई। तथ्यों से प्राप्त निष्कर्ष से स्पष्ट होता है कि अधिकांश उत्तरदाता सोशल मीडिया की अवधारणा से परिचित हैं, तथ्यों के प्राप्त आंकड़ों के आधार पर सोशल नेटवर्किंग साइट में यूट्यूब एवं व्हाट्सएप का प्रयोग अधिकांश उत्तरदाता करते हैं। सोशल मीडिया का युवाओं पर पड़ने वाले प्रभाव सकारात्मक एवं नकारात्मक दोनों रूपों से हुआ है। गूगल, यूट्यूब का प्रयोग करने वाले अधिकांश पठन-पाठन करने वाली युवाओं का मत है कि शिक्षा के संबंध में उन्हें इन साइट से विश्वसनीय जानकारी प्राप्त होती है जो उनके ज्ञान को बढ़ाता है। कुछ उत्तरदाताओं का मत है कि व्हाट्सएप पर फेक वीडियो तथा मनोरंजन के लिए यूट्यूब पर बनाए गए शार्ट वीडियो से उनके समय की बर्बादी होती है और मानसिक तनाव उत्पन्न करते हैं। अधिकांश उत्तरदाताओं का मत है कि सोशल मीडिया का प्रयोग लोग मनोरंजन की दृष्टि से करते हैं तथा सोशल मीडिया ने लोगों के बीच की दूरी को समाप्त किया है। अतः सोशल मीडिया की बढ़ती महत्वाकांक्षा आधुनिक बनने की चाहत है। वह किसी समाज की दशा को सुधार भी सकता है और बिगाड़ भी सकता है यह व्यक्ति के उपयोग पर निर्भर है अतः शोध निष्कर्ष से यह स्पष्ट है कि सोशल मीडिया ने सामाजिक जीवन को गहराई से प्रभावित किया है यह एक और संचार को तेज, सरल और व्यापक बनता है जिससे लोग वैश्विक स्तर पर जुड़ पाते हैं और जानकारी का आदान-प्रदान सहज हो जाता है वहीं दूसरी ओर यह व्यक्तिगत संबंधों में दूरी, आभासी पहचान, मानसिक तनाव और समय के दुरुपयोग जैसी समस्याओं को भी जन्म देता है अतः सोशल मीडिया एक दो-धारी तलवार है जिसका प्रभाव इसके उपयोग के तरीकों पर निर्भर करता है। संतुलित और जागरूक उपयोग ही इसके सकारात्मक पक्ष को मजबूत बनाता है।

### संदर्भ ग्रंथ—

1. बॉयड डेनाह और निकोल बी. इलिसन( 2007) "सोशल नेटवर्क साइट्स पर भाषा, इतिहास और अध्ययन" जर्नल आफ कंप्यूटर— मीडिएट कम्युनिकेशन, खण्ड 13, संख्या 1
2. कास्टलेस मैनुअल। (2002) "द इंटरनेट गैलेक्सीरू इंटरनेट, व्यवसाय और समाज पर चिंतन", ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस
3. टर्कल शेरी (2011) "अलोन टुगेदर: क्यों हम तकनीकी से अधिक की उम्मीद करते हैं और एक दूसरे से कम" बेसिक बुक्स

4. एलिसन, निकोल बी० चार्ल्स स्टीनफील्ड और विलप लैंपे, (2007) "फेसबुक फ्रेंड्स के लाभरू ऑनलाइन सोशल नेटवर्क साइट्स का उपयोग करने वाले कालेज छात्रों के सामाजिक पूंजी "जर्नल और कंप्यूटर मीडियाटेड कम्युनिकेशन खंड -12, संख्या- 4, पृष्ठ 1143, 1168
  5. हैम्पटन, किथ एन० आदि (2014), " सोशल मीडिया और सार्वजनिक और राजनीतिक राय ", स्पाइरल ऑफ साइलेंस, प्यू रिसर्च सेंटर।
  6. सिंह ए (2024), "युवाओं की संस्कृति पर सोशल मीडिया का प्रभाव" इंडियन एक्सप्रेस।
  7. शर्मा वी, (15 जुलाई 2024) "सोशल मीडिया और संवाद के बदलते परिदृश्य " द हिंदू
  8. सिंह अंबर (2019), " द नेटवर्क पब्लिकरू हाउ सोशल मीडिया, रूपा पब्लिकेशंस इंडिया प्राइवेट लिमिटेड, ISBN 878 -9353336721।
  9. बघेल, संजय सिंह और सिंह उमा एस०(2015) सोशल मीडिया एंड इंडियन यूथ एप्पल बुक पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर नई दिल्ली आईएसबीएन 978 93-83 996-490
  10. स्टैनफोर्ड विश्वविद्यालय की रिपोर्ट (2026), सोशल मीडिया प्रभाव का एक अध्ययन।
  11. <https://en.wikipedia.org>
  12. <https://www.drishtias.com>
-