

## युवाओं में सोशल मीडिया के बढ़ते अवसाद के प्रभाव का अध्ययन

<sup>1</sup>Priyanka Dubey & <sup>2</sup>Dr. Sandeep Athaya

<sup>1</sup>Research Scholar, Department of Psychology, Sri Satya Sai University of Technology and Medical Sciences, Sehore ( M.P.)

<sup>2</sup>Research Guide, Department of Psychology, Sri Satya Sai University of Technology and Medical Sciences, Sehore ( M.P.)

### ARTICLE DETAILS

#### Article History

Published Online: 10 December 2018

#### Keywords

सोशल मीडिया, अवसाद, प्रभाव, युवा, सामाजिक मीडिया

### ABSTRACT

सोशल मीडिया लोगों को उनके मुद्दों और राय पर चर्चा करने के लिए एक मंच है। सोशल मीडिया के पहलुओं को जानने से पहले लोगों को यह जानना होगा कि सोशल मीडिया क्या है? सोशल मीडिया कंप्यूटर उपकरण हैं जो लोगों को किसी विशेष नेटवर्क के माध्यम से सूचना, विचारों, छवियों, वीडियो और यहां तक कि एक दूसरे के साथ साझा करने या आदान-प्रदान करने की अनुमति देते हैं। सोशल मीडिया के सभी पहलुओं को इसके सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव से कवर करते हैं। फोकस व्यवसाय, शिक्षा, समाज और युवाओं जैसे विशेष क्षेत्र पर है। इस अध्ययन के दौरान हम बताते हैं कि ये मीडिया व्यापक रूप से समाज को कैसे प्रभावित करेगा। जैसे-जैसे तकनीक बढ़ रही है, सोशल मीडिया प्रत्येक व्यक्ति के लिए दिनचर्या बन गया है, लोगों को हर दिन इन प्रौद्योगिकी के आदी देखा जाता है। विभिन्न क्षेत्रों के साथ इसका प्रभाव लोगों पर अलग-अलग होता है। सोशल मीडिया ने छात्रों के लिए सहयोग की गुणवत्ता और दर में वृद्धि की है। संगठन के वार्षिक विक्रय को बढ़ाने के लिए व्यवसाय विभिन्न उद्देश्यों के लिए संगठन के प्रदर्शन को बढ़ाने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग करता है। युवा रोजाना इन मीडिया के संपर्क में दिखाई देते हैं। सामाजिक मीडिया में विभिन्न खूबियां होती हैं, लेकिन इसमें कुछ अवगुण भी होते हैं जो लोगों को नकारात्मक रूप से प्रभावित करते हैं। गलत जानकारी शिक्षा प्रणाली को विफल कर सकती है, एक संगठन में गलत विज्ञापन उत्पादकता को प्रभावित करेगा, सोशल मीडिया लोगों की गोपनीयता पर हमला करके समाज का दुरुपयोग कर सकता है, कुछ बेकार ब्लॉग युवाओं को प्रभावित कर सकते हैं जो हिंसक हो सकते हैं और कुछ अनुचित कार्य कर सकते हैं। सोशल मीडिया का उपयोग लाभकारी है लेकिन इसका उपयोग सीमित तरीके से बिना लत लगाए किया जाना चाहिए।

### प्रस्तावना

सोशल मीडिया एक ऐसा शब्द है जो काफी समय से आम है। ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी शब्द "साइटों और अनुप्रयोगों के रूप में वर्णन करता है जो ग्राहकों को सामग्री बनाने और पेश करने या सामाजिक प्रणाली प्रशासन में रुचि लेने के लिए सशक्त बनाता है"। सोशल मीडिया नए युग के समाज का चौकस हिस्सा है। सोशल मीडिया को परिभाषित करने का सबसे अच्छा तरीका यह होगा कि इसे समाचार पत्रों और टेलीविजन या रेडियो के ऑडियो-विजुअल माध्यम से अलग किया जाए। यह सूचना, कनेक्शन, पदार्थ और समन्वित प्रयास के लिए समर्पित ऑनलाइन संचार चैनलों का एक समूह है। चर्चा के लिए प्रतिबद्ध साइटें और एप्लिकेशन, माइक्रो-ब्लॉगिंग, सोशल सिस्टम एडमिनिस्ट्रेशन, सोशल बुकमार्किंग, सोशल 'क्यूरेशन' और विकी विशिष्ट सोशल मीडिया में से हैं। सोशल मीडिया तेजी से आगे बढ़ रहा है, दुनिया भर के व्यक्तियों के लिए नए और महत्वपूर्ण दृष्टिकोण पेश कर रहा है। वर्तमान में, सोशल मीडिया हमारे दैनिक जीवन का एक अनिवार्य

हिस्सा है। सामाजिक प्रणाली प्रशासन वर्तमान में एक वास्तविक दुनिया भर में सनसनी है। (सोशल मीडिया: जड़ों तक और भविष्य में वापस) ऐसी साइटें हैं जो सभी डेटा को एक की पेशकश नहीं करती हैं, फिर भी वे आपको उस डेटा को प्रदान करते समय आपके साथ जुड़ते हैं। यह संचार सीधा हो सकता है। जैसे आप किसी लेख पर अपना वोट डालने के लिए टिप्पणी करने या आपको एक अवसर प्रदान करने का आग्रह करते हैं, या अन्य व्यक्तियों द्वारा मूल्यांकन के आधार पर आपको चित्रों को गति देने की सिफारिश की जा सकती है। मुख्यधारा या पारंपरिक मीडिया आपको एक रास्ते पर ले जाता है, जिसमें कोई अखबार के माध्यम से जा सकता है या टीवी पर एक रिपोर्ट देख सकता है। हालांकि, यह दूसरों के साथ मामले पर अपनी आत्मनिरीक्षण को साझा करने की क्षमता को प्रतिबंधित करता है। इसलिए, सोशल मीडिया संचार का एक दो-तरफा मार्ग है। सोशल मीडिया उन व्यक्तियों के बीच सहयोग को इंगित करता है जहां वे डेटा, योजनाओं और व्यापार को आभासी समूहों के रूप में संपादित करते हैं, बनाते

हैं। एंड्रियास कपलान और माइकल हेनलिन ने सोशल मीडिया को "वेब-निर्मित ऐप्स की एक भीड़ के रूप में वर्णित किया है जो वेब 2.0 के यांत्रिकी की नींव के आधार पर एक विचारधारा बनाते हैं, और क्लाइंट निर्मित पदार्थ में गठन और व्यापार की अनुमति देते हैं।" इसके अलावा, सोशल मीडिया बहुमुखी और ऑनलाइन अग्रिमों पर निर्भर करता है, जिससे लोग और समूह ग्राहकों द्वारा उत्पादित पदार्थों की पेशकश कर सकते हैं, बात कर सकते हैं और संशोधित कर सकते हैं। सोशल मीडिया से पारंपरिक / आधुनिक मीडिया के बीच विभिन्न विरोधाभास हैं, जिनमें गुणवत्ता, उपलब्धि, पुनरावृत्ति, उपयोग में आसानी, और धीरज शामिल हैं। ऐसे कई प्रभाव हैं जो वेब का उपयोग करने से बाहर निकलते हैं। जैसा कि नीलसन द्वारा किए गए एक शोध के अनुसार, वेब क्लाइंट एक अन्य प्रकार की वेबसाइट की तुलना में सोशल मीडिया स्थानों पर निवेश का अवसर बनाए रखते हैं। इस बीच, यू.एस. में सोशल मीडिया के लिए समर्पित सह-काल 121 प्रतिशत बढ़ गया है। पदार्थ दाताओं के लिए सोशल मीडिया में भाग लेने के लाभ कई हैं। यहां विभिन्न परिभाषाओं का एक पूल है, जो सोशल मीडिया के गतिशील सदस्यों द्वारा व्यक्त किया गया है।

### शिक्षा पर सोशल मीडिया का प्रभाव

शोध के सर्वेक्षण के अनुसार, कॉलेज के 90% छात्र सोशल नेटवर्क का उपयोग करते हैं। प्रौद्योगिकी ने छोटे संचार उपकरणों को शुरू करके तेजी से विकास दिखाया है और हम इन छोटे संचार उपकरणों का उपयोग सोशल नेटवर्क तक किसी भी समय कहीं भी करने के लिए कर सकते हैं, क्योंकि इन उपकरणों में पॉकेट कंप्यूटर, लैपटॉप, आईपैड और यहां तक कि सरल मोबाइल फोन (जो इंटरनेट का समर्थन करते हैं) आदि शामिल हैं [5]। शिक्षा के उद्देश्य के लिए सोशल मीडिया का उपयोग एक अभिनव तरीके के रूप में किया गया है। छात्रों को इस उपकरण का उपयोग बेहतर तरीके से करने के लिए सिखाया जाना चाहिए, शैक्षिक कक्षाओं के मीडिया में सिर्फ मैसेजिंग या टेक्सटिंग के लिए इस्तेमाल किया जा रहा है, बजाय इसके कि उन्हें यह पता लगाना चाहिए कि इन मीडिया का उपयोग अच्छे [3] कैसे करें। सोशल मीडिया ने छात्रों के लिए सहयोग की गुणवत्ता और दर में वृद्धि की है। सोशल मीडिया की मदद से छात्र फेसबुक, ऑर्कुट, और इंस्टाग्राम आदि [4] जैसे विभिन्न सोशल साइट्स के माध्यम से प्रत्येक के साथ आसानी से सूचनाओं को आसानी से संवाद या साझा कर सकते हैं। छात्रों के लिए कागजी काम करने के बजाय कुछ व्यावहारिक काम करना भी महत्वपूर्ण है। वे अपने ज्ञान कौशल को बढ़ाने के लिए शिक्षकों के साथ-साथ स्वयं के लिए भी ब्लॉग लिख सकते हैं [3]। सोशल नेटवर्किंग साइटें भी

ऑनलाइन परीक्षा आयोजित करती हैं जो छात्रों के ज्ञान को बढ़ाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। यह स्पष्ट है कि, उत्तरदाताओं के लिए इंटरनेट का उपयोग क्रमशः 33% और 26% के साथ नेट को मेल और सर्फ करने के लिए था। इंटरनेट का उपयोग करने के लिए मुख्य रूप से दो पारंपरिक कारण अर्थात् मेलिंग और सर्फिंग। भारत में, सोशल नेटवर्किंग साइट्स लोकप्रियता हासिल करने के लिए तेजी से बढ़ रही हैं, लेकिन यह वैश्विक परिदृश्य की उम्मीद तक नहीं पहुंची है। सिर्फ 17% ने सोशल नेटवर्किंग साइटों को इंटरनेट उपयोग के लिए अपने सिद्धांत के कारण बताया। वैकल्पिक प्रतिक्रियाएं इंटरनेट सामग्री डाउनलोड कर रही थीं, ऑनलाइन सामान खरीद रही थीं, ई-पुस्तकें पढ़ रही थीं और पढ़ रही थीं।

### व्यापार पर सोशल मीडिया का प्रभाव

सोशल मीडिया विपणन में नया चर्चा क्षेत्र है जिसमें व्यवसाय, संगठन और ब्रांड शामिल हैं जो समाचार बनाने, मित्र बनाने, कनेक्शन बनाने और अनुयायी बनाने में मदद करते हैं। संगठन के वार्षिक विक्रय में वृद्धि, व्यावसायिक उद्देश्यों को पूरा करने के लिए संगठन के प्रदर्शन को बढ़ाने के लिए व्यवसाय सोशल मीडिया का उपयोग करता है। सोशल मीडिया एक संचार मंच के रूप में लाभ प्रदान करता है जो एक कंपनी और उनके शेयर धारकों के बीच दो तरह से संचार की सुविधा प्रदान करता है [6]। विभिन्न सामाजिक नेटवर्किंग साइटों के माध्यम से व्यवसाय को बढ़ावा दिया जा सकता है। अधिकांश उपयोगकर्ता या ग्राहक को आकर्षित करने के लिए कई संगठन सोशल मीडिया पर विज्ञापन देकर अपने व्यवसाय को बढ़ावा देते हैं। ग्राहक सोशल मीडिया का उपयोग करके अधिक व्यक्तिगत स्तर पर व्यवसाय से जुड़ सकते हैं और बातचीत कर सकते हैं। यदि किसी संगठन ने एक ब्रांड स्थापित किया है, तो सोशल मीडिया इस संगठन को मौजूदा ब्रांड को विकसित करने और व्यवसाय को आवाज देने में मदद कर सकता है। सोशल मीडिया संगठन की मदद से अपने संगठन को बढ़ावा देने के लिए अपनी रणनीति बना सकते हैं।

### समाज पर सोशल मीडिया का प्रभाव

जैसा कि हम सभी सोशल मीडिया के बारे में जानते हैं, जिसका हमारे समाज पर बहुत प्रभाव पड़ता है [7]। सोशल मीडिया साइट्स में से अधिकांश वेब पर लोकप्रिय हैं। कुछ सोशल मीडिया साइटों ने उन तरीकों को बदल दिया है जहां लोग वेब पर संवाद करते हैं और उनका सामाजिकरण करते हैं। सोशल नेटवर्किंग साइट्स लोगों को अपने पुराने दोस्तों, सहयोगियों और साथियों के साथ फिर से जुड़ने का अवसर प्रदान करती हैं। यह लोगों को नए दोस्त बनाने, सामग्री, चित्र, ऑडियो, वीडियो बनाने में मदद करता है। सोशल मीडिया समाज की जीवनशैली को भी बदलता है।

प्यूरिसर्च सेंटर द्वारा सितंबर 2014 में किए गए सर्वेक्षण के अनुसार, 52% ऑनलाइन वयस्क दो या दो से अधिक सोशल मीडिया साइटों का उपयोग करते हैं। 65 वर्ष से अधिक आयु के ऑनलाइन वयस्कों मेंसे आधे से अधिक और 60% फेसबुक का उपयोग करते हैं जो सभी वरिष्ठों का 31% प्रतिनिधित्व करता है। इंटरनेट का उपयोग करने वाले युवा वयस्क आयु के 18-29 मेंसे आधे 53% इंस्टाग्राम का उपयोग करते हैं और आधे इंस्टाग्राम उपयोगकर्ता (49%) प्रतिदिन साइट का उपयोग करते हैं। लिंकडइन का उपयोग करके कॉलेज शिक्षा के साथ इंटरनेट उपयोगकर्ताओं का हिस्सा 50% तक पहुंच गया। ऑनलाइन पुरुषों मेंसे 42% महिलाएं अब मंच का उपयोग करती हैं, जबकि 13% ऑनलाइनपुरुष [9] हैं।

### युवाओं पर सोशल मीडिया का प्रभाव

आजकल सोशल मीडिया युवा लोगों को शामिल करने के लिए एक अच्छा उपकरण बन गया है। कई युवा लोगों का दिन-प्रतिदिन जीवन सोशल मीडिया द्वारा बना जाता है यंगस्टर्स हर दिन [16] विभिन्न मीडिया और उपकरणों का उपयोग करके अपने दोस्तों और समूहों के साथ बातचीत और संचार करते हैं। पिछले वर्षों में यह देखा गया कि युवा स्कूलों और कॉलेजों में केवल दोस्तों और उनके समूहों के संपर्क में हैं। लेकिन आजकल के युवा न केवल ज्ञात मित्रों के साथ, बल्कि सोशल नेटवर्किंग साइट्स, इंस्टैंट मैसेंजिंग आदि के माध्यम से भी अनजान लोगों के संपर्क में हैं। 2013 के बीबीसी समाचार अनुसंधान के अनुसार वे चर्चा करते हैं कि 67% फेसबुक उपयोगकर्ता बहुत ही सामान्य और प्रसिद्ध सोशल मीडिया पोर्टल हैं जिसमें युवा और छात्र शामिल हैं, इसलिए ये इस तथ्य की प्रशंसा करते हैं कि युवाओं और छात्रों का अधिक ध्यान और संबंध है [11]। देश के किशोर अक्सर एक-दूसरे के साथ संचार और जानकारी इकट्ठा करने के लिए वेब, मोबाइल फोन, ऑनलाइन गेम का उपयोग करते हैं। कैलिफोर्निया में सर्वेक्षण के अनुसार नीचे दी गई तालिका से पता चलता है कि सोशल मीडिया कैलिफोर्निया के वयस्कों के व्यवहार संबंधी स्वास्थ्य को कैसे प्रभावित करता है।

### सोशल मीडिया का इतिहास और मूल रूप

जैसा कि भारत के जीवन द्वारा बताया गया है कि हम सामाजिक विकास, मोबाइल भारत में विकास और रुझान हैं। सामाजिक प्रणाली प्रशासन 1978 में बुलेटिन बोर्ड सिस्टम (orbs) के साथ शुरू हुआ था। यह कंप्यूटर पर होस्ट मशीन के मॉडेम, विभिन्न ग्राहकों के साथ टेलीफोन लाइनों पर ट्रेडिंग डेटा के माध्यम से डायल करने के लिए आवश्यक कंप्यूटरों पर सुविधा प्रदान करता था। इस प्रारंभिक संरचना ने ग्राहकों को एक दूसरे के साथ लॉगिन करने और सहयोग करने की

अनुमति दी। बाद में, ऑनलाइन शेड्यूल के टेप को नोटिस बोर्ड यूजनेट के उपयोग से अवगत कराया गया। यूजनेट जिम एलिस और टॉम डूसकोट द्वारा बनाया गया था। इसने ग्राहकों को समाचार लेख या अन्य पोस्ट पोस्ट करने की अनुमति दी, जिन्हें "समाचार" के रूप में प्रस्तुत किया गया था। यूजनेट और विभिन्न बीबीएस और सभाओं के बीच विपरीत यह था कि इसमें एक प्रतिबद्ध सिर या फोकल सर्वर नहीं था। टेक्स्टिंग का प्राथमिक रूपांतर 1988 में इंटरनेट रिले चैट (आईआरसी) के साथ हुआ। आईआरसी यूनिक्स-आधारित था, जो आम तौर पर व्यक्तियों तक पहुंच को प्रतिबंधित करता है। इसका उपयोग कनेक्शन और रिकॉर्ड प्रदान करने और एक दूसरे के संपर्क में रहने वाले अधिकांश भाग के लिए किया गया था

जैसा कि भारत के जीवन द्वारा बताया गया है कि हम सामाजिक विकास, मोबाइल भारत में विकास और रुझान हैं। सामाजिक प्रणाली प्रशासन 1978 में बुलेटिन बोर्ड सिस्टम (orbs) के साथ शुरू हुआ था। यह कंप्यूटर पर होस्ट मशीन के मॉडेम, विभिन्न ग्राहकों के साथ टेलीफोन लाइनों पर ट्रेडिंग डेटा के माध्यम से डायल करने के लिए आवश्यक कंप्यूटरों पर सुविधा प्रदान करता था। इस प्रारंभिक संरचना ने ग्राहकों को एक दूसरे के साथ लॉगिन करने और सहयोग करने की अनुमति दी। बाद में, ऑनलाइन शेड्यूल के टेप को नोटिस बोर्ड यूजनेट के उपयोग से अवगत कराया गया। यूजनेट जिम एलिस और टॉम डूसकोट द्वारा बनाया गया था। इसने ग्राहकों को समाचार लेख या अन्य पोस्ट पोस्ट करने की अनुमति दी, जिन्हें "समाचार" के रूप में प्रस्तुत किया गया था। यूजनेट और विभिन्न बीबीएस और सभाओं के बीच विपरीत यह था कि इसमें एक प्रतिबद्ध सिर या फोकल सर्वर नहीं था। टेक्स्टिंग का प्राथमिक रूपांतर 1988 में इंटरनेट रिले चैट (आईआरसी) के साथ हुआ। आईआरसी यूनिक्स-आधारित था, जो आम तौर पर व्यक्तियों तक पहुंच को प्रतिबंधित करता है। इसका उपयोग कनेक्शन और रिकॉर्ड प्रदान करने और एक दूसरे के संपर्क में रहने वाले अधिकांश भाग के लिए किया गया था

वेब पर मुख्य सामाजिक प्रणाली प्रशासन वेबसाइट Genocides थी, जो 1994 में अपनी साइट का प्रचार कर रही थी। इसका उद्देश्य ग्राहकों को अपने स्वयं के विशेष साइटों को बनाने की अनुमति देना था, उन्हें साइट के पदार्थ के आसपास केंद्रित "शहरी समुदायों" में अलग करना था। उन्नीस साल पहले Theglobe.com आया था, जो ग्राहकों को समान विविधता वाले व्यक्तियों के साथ सहयोग करने और उनके विशेष पदार्थ वितरित करने की क्षमता प्रदान करता है। दो साल बाद, 1997 में, एओएल इंस्टैंट मैसेंजर और

सिक्सडजीस.कॉम अस्तित्व में आए। यह वह साल था जब टेक्सटिंग प्रचलित हो गया था और वेब क्लाइंट एक प्रोफाइल और दोस्ती को बढ़ावा दे सकते थे।

### 2000 के बाद भारतीय सोशल मीडिया

अबू धाबी में माज़दा इंस्टीट्यूट ऑफ साइंस एंड टेक्नोलॉजी के नेतृत्व में एक अध्ययन में, यह पता चला कि आमतौर पर एक व्यक्ति सामाजिक प्रणाली प्रशासन गंतव्य के वैकल्पिक उपयोग से केवल 12 घंटे दूर है। भारत में सोशल मीडिया के बारे में कुछ रोचक तथ्य इस प्रकार हैं: भारत में 12.5 से अधिक कोरर इंटरनेट उपयोगकर्ता हैं। इंटरनेट का औसत उपयोग प्रतिदिन 26 मिनट है। वर्तमान में, 87.1 बिलियन (क्या यह सही है, या यह 'मिलियन' है)? संख्याओं को और आगे बढ़ाने के लिए उनके सेल फोन और रणनीतियों पर इंटरनेट चालू है। शीर्ष सामाजिक मीडिया प्रणाली प्रशासन गंतव्य फेसबुक, लिंकडइन, ट्विटर, रूट, Bharatstudent.com, Zedge.net, Ibibo.com, hi5.com, Shtyle.fm, Indy रॉक्स, Fropper.com और Myspace.com हैं।

### सोशल मीडियाका दुनिया भर में उपयोग

अलग-अलग विवरण हैं जो दुनिया भर के लोगों के लिए सोशल मीडिया उपयोग और व्यवहार्यता को रिकॉर्ड करते हैं। नवीनतम विवरण इस प्रकार हैं: उपभोक्ता एक और वर्ग के गंतव्यों की तुलना में सामाजिक प्रणालियों पर अधिक निवेश करते रहते हैं; उनके कुल कार्यकाल का लगभग बीस प्रतिशत वेब पर उनके व्यक्तिगत कंप्यूटरों पर और तीस प्रतिशत ऑनलाइन पोर्टेबल उपकरणों के माध्यम से खर्च किया जाता है। PC, बहुमुखी अनुप्रयोगों (78.4 मिलियन क्लाइंट) और पोर्टेबल वेब (74.3 मिलियन मेहमानों) के माध्यम से Fib यू.एस. में सबसे अधिक देखी जाने वाली सामाजिक प्रणाली है, और हर चरण में अब तक की सबसे बड़ी सामाजिक वेबसाइट है। परिपक्व 25-34 समूह के 51% लोगों ने कार्यस्थल के एक हिस्से के रूप में सामाजिक व्यवस्था प्रशासन का उपयोग किया, जो अन्य आयु वर्ग से अधिक है। आम तौर पर, सोशल मीडिया के 47% ग्राहक सोशल फ़ॉरेस्ट में भाग लेते हैं। हाल के वर्षों में सोशल मीडिया का उपयोग करने के लिए उपयोग की जाने वाली मशीन या गैजेट ने उपयोग में एक महत्वपूर्ण निर्माण देखा। 2012 में, Fibमें 152,226,000 पर्सनल कंप्यूटर मेहमानों की संख्या और 78,388,000 असाधारण पोर्टेबल एप्लीकेशन मेहमानों की उल्लेखनीय संख्या थी। ट्विटर ने 37,033,000 असाधारण पीसी मेहमानों और 22,620,000 एक तरह के बहुमुखी एप्लीकेशन मेहमानों में से एक की सूचना दी। Interestने 27,223,000 उल्लेखनीय पीसी मेहमान और 14,316,000 विशेष बहुमुखी वेब मेहमान बताए। Google+ ने

26,201,000 उपन्यास पीसी मेहमानों और 9,718,000 असाधारण पोर्टेबल एप्लीकेशन मेहमानों की सूचना दी। अमेरिका में 13 और उससे अधिक आयु के 234 मिलियन लोगों ने दिसंबर 2009 में सेल फोन का इस्तेमाल किया। ट्विटर ने दिसंबर 2009 में एक दिन में लगभग 40 मिलियन ट्वीट्स किए। 25% से अधिक यू.एस.

वेब ऑनलाइन विज़िट दिसंबर 2009 में शीर्ष सामाजिक प्रणाली प्रशासन स्थानों में से एक में हुईं, जो एक साल पहले 13.8% थी। ऑस्ट्रेलिया में ग्रह पर सोशल मीडिया के उपयोग का सबसे उल्लेखनीय प्रतिशत है। फेसबुक के उपयोग में, ऑस्ट्रेलिया की स्थिति सबसे अधिक उन्नत है, साइट पर हर महीने लगभग नौ घंटे का उपयोग करते हुए नौ मिलियन से अधिक ग्राहक हैं। 2013 में ट्विटर क्लाइंट की मदद के लिए साइट पर चढ़ गया है, जबकि ईमेल का उपयोग 7% तक कम हो गया है। अब तक, Favasउपयोगकर्ताओं के अरबों (या लाखों?) जुटाने में कामयाब रहा। सोशल मीडिया ने वेब पर नंबर 1 आंदोलन के रूप में धूम को पार कर लिया है। YouTubeपर गति स्थानांतरित करना बेदाग है, केवल 4 मिनट 26 सेकंड में एक घंटे के सैकड़ों डेटा साझा कर सकते हैं। एक साल पहले अमेरिका में सोशल मीडिया के माध्यम से मिले आठ जोड़ों में से एक जोड़े को जून 2011 में जारी तथ्यों से संकेत मिलता है। छह में से एक उन्नत शिक्षा की समझ रखने वालों को एक ऑनलाइन शैक्षिक कार्यक्रम द्वारा चुना जाता है। नवंबर 2011 में, यह पाया गया कि भारतीय इंटरनेट पर किसी भी अन्य कार्रवाई की तुलना में सोशल मीडिया पर अधिक निवेश करते हैं। फेसबुक पर 5 में से 1 अलगाव को दोषी ठहराया गया है। "सोशल मीडिया की कला में माहिर" शीर्षक से एक अध्ययन में, विश्लेषक ने पाया कि ऑनलाइन पत्राचार राजनीतिक प्रदर्शन कलाकारों के पत्राचार में एक फोकल भाग में बदल गया है। अध्ययन में, क्लिंगर स्विट्जरलैंड पर ध्यान केंद्रित करता है, जहां ब्रॉडबैंड, वेब उपयोग, और मीडिया लेखन प्रवीणता ग्रह पर सबसे ऊंचा है।

आइरन, स्की। आगे रोज, एना। (2005) "मलेशियाई इंस्टीट्यूट ऑफ हायर लर्निंग (isp-ipta) के लिए एक रणनीतिक सूचना प्रणाली योजना की योजना।

### समाचार प्रयोजनों में सोशल मीडिया का प्रभाव

सोशल मीडिया ने व्यक्तिगत और व्यावसायिक प्रवृत्ति को परेशान किया है जो अमेरिकी नागरिकों ने टीवी की शुरुआत के बाद से नहीं देखा है। ठीक उसी तरह जैसे टीवी ने व्यक्तियों के एक देश को बदल दिया, मीडिया के दर्शकों को मीडिया के दर्शकों को सुनने से लेकर, सोशल मीडिया के विकास ने देश को मीडिया के पदार्थ अन्वेषकों में से एक बना

दिया। 2011 के प्यू रिसर्च की जानकारी के अनुसार, लगभग 80% अमेरिकी वयस्क ऑनलाइन हैं और उनमें से लगभग 60% सामाजिक प्रणाली प्रशासन स्थलों का उपयोग करते हैं। अधिकांश अमेरिकी अमूर्त समाचार, उदाहरण के लिए, दैनिक पत्रों या रेडियो की तुलना में इंटरनेट के माध्यम से है। सीएनएन द्वारा वितरित एक अन्य रिपोर्ट के अनुसार, दो से तीन-चौथाई लोगों का कहना है कि वे ईमेल या सोशल मीडिया डेस्टिनेशन अपग्रेड की खबरों से वाकिफ हैं। अध्ययन की सिफारिश है कि फेसबुक और ट्विटर महान समाचार भागीदारी बनाते हैं। फेसबुक पर, व्यक्ति समाचार लेख साझा करते हैं, लेख बनाते हैं और पोस्ट करते हैं, और 140 अक्षरों या उससे कम का उपयोग करके ट्विटर पर उन्हें ट्वीट करते हैं। सोशल मीडिया पर साझा किए गए ईमेल या पोस्ट के माध्यम से 75% जानकारी और समाचार भेजे गए।

### सोशल मीडिया का संशयवाद

सोशल मीडिया का राष्ट्रीय विधायी मुद्दों पर किसी भी तरह का प्रभाव पड़ेगा, इस विचार के विपरीत दो अनुमानों पर विचार करें। प्राथमिक कारक यह रहता है कि उपकरण पर्याप्त नहीं हैं। दूसरा कारक दमनकारी सरकारों पर पड़ने वाले प्रभाव के रूप में दमनकारी सरकारों के प्रभाव की जांच करना है, ताकि इन आशंकाओं का आलोचनात्मक आलोचना करने में उपयोग किया जा सके।

न्यू यॉर्कर में मैल्कम ग्लेडवेल ने "स्लैक्टिविज्म" के रूप में चित्रित किए गए उदाहरणों पर ध्यान केंद्रित किया है, जहां से शांत सदस्य न्यूनतम प्रयास अभ्यास के माध्यम से सामाजिक परिवर्तन की तलाश करते हैं, उदाहरण के लिए फेसबुक के "स्पेयर डारफुर" में शामिल होने से, जो कि लंबे समय तक गार्ड स्टिकर निष्कर्ष पर और किसी पर छोटा है। सहायक गतिविधि। हालांकि यह अध्ययन सोशल मीडिया की ऊर्जा की जांच के लिए महत्वपूर्ण नहीं है; जिस तरह से बेहतर प्रदर्शन करने वाले कलाकार बेहतर दुनिया के लिए अपने रास्ते पर क्लिक नहीं कर सकते हैं, वह यह नहीं दर्शाता है कि प्रस्तुत कलाकार सोशल मीडिया का पर्याप्त रूप से उपयोग नहीं कर सकते हैं। इसलिए, उन असंतुष्टों ने सदस्यों को शांतिरता के जोखिम के लिए प्रस्तुत किया, और कई बार इसका वास्तविक उपयोग किया। वास्तव में, सही गतिविधि को व्यवस्थित करने और रिकॉर्ड करने के लिए एक दृष्टिकोण के रूप में इन मूल्यांकनों का विनियोग इस बिंदु पर सर्वव्यापी है कि यह भविष्य के सभी राजनीतिक विकासों का एक टुकड़ा होगा। यह बताता है कि राजनीति में विकास उन उपकरणों का उपयोग करता है जो सफल होते हैं, इस तथ्य की ओर इशारा करते हैं कि राज्य को प्रतिक्रिया देने के लिए पर्याप्त अधिकार

है। यह सोशल मीडिया की दूसरी जांच पर केंद्रित है, जो राजनीतिक परिवर्तन के लिए मूल्यांकन के रूप में काफी अधिक वास्तविक है। विशेष रूप से, कि राज्य इन उपकरणों की जांच, निषेध या सह-चयन के लिए उत्तरोत्तर परिष्कृत विधि उठा रहा है। सोशल मीडिया का उपयोग, न्यू अमेरिका फाउंडेशन के शोधकर्ताओं रेबेका मैकिनॉन और ओपन सोसाइटी इंस्टीट्यूट के एवगेनी मोरोज़ोव ने कहा है कि यह तानाशाह प्रशासन पर लगाम लगाने के लिए बिल्कुल वैसा ही उत्तरदायी है, जैसा कि उन्हें कमजोर करना है। चीन की सरकार ने सोशल मीडिया के राजनीतिक खतरों को नियंत्रित करने के लिए कुछ रूपरेखाओं का व्यापक उपयोग किया है।

### सोशल मीडिया का सकारात्मक प्रभाव

आज की दुनिया में, किशोर एक दूसरे के साथ और दुनिया भर में कम्प्यूटरीकृत नवाचार के माध्यम से एकजुट होते हैं। सच कहा जाए, तो बीते युग के विपरीत, बच्चे आज शॉपिंग सेंटरों में किसी भी तरह का सामाजिकरण नहीं करते हैं। बल्कि, वे वेब पर "हैंग आउट" करते हैं। सामाजिक तंत्र प्रशासन किशोरों के लिए असुरक्षित हो सकता है जब सामग्री हानिकारक पाई जाती है या जब सुरक्षा प्रश्न में होती है। लेकिन जब वैध तरीके से उपयोग किया जाता है, तो गंतव्य किशोरों पर सकारात्मक प्रभाव डाल सकते हैं। यहाँ नौ हाई स्कूलर्स हैं जिनका शोषण करना चाहिए और लोगों को जानना चाहिए:

1. यह निर्देश देता है। "पेशकश" की पसंद को देखते हुए, सामाजिक व्यवस्था किशोरों को एक दूसरे के लिए उपयोगी सुविधाओं और लेखों को भेजने का अवसर देती है। यह इसी तरह कनेक्टस्टेमअपने शिक्षकों, आकाओं और विद्वानों के विशेषज्ञों के साथ सहजता से और स्कूल के उपक्रमों में अपने साथियों के साथ मिलकर काम करते हैं।
2. यह पत्राचार को बाधित करता है। वांछित जानकारी को संप्रेषित करने के लिए घोंघे की गति टेलीग्राम की कोई आवश्यकता नहीं है। एक क्लिक के साथ, किसी का संदेश अपेक्षित गंतव्य तक पहुंच जाता है। यदि यह एक महत्वपूर्ण क्षण है, तो सोशल मीडिया बहुत मददगार है और लोग उस व्यक्ति का विचार प्राप्त कर सकते हैं जिसे वे तुरंत संपर्क करना चाहते हैं।
3. यह निर्माण, सीमाओं से जोड़ता है। सोशल मीडिया की मदद से, युवा वर्ग दूर से नए साथियों से मिल सकते हैं। विशिष्ट समाज के लोगों के साथ बात करने से किशोरों को सामाजिक रूप से बेहतर बनने में मदद मिल सकती है।

4. यह कनेक्शन को मजबूत करता है। ऑनलाइन संचार आसान और तेज है। सभी इरादों और उद्देश्यों के लिए, एक परिचित के साथ बात करने से उच्च विद्यालय के छात्रों को एक दूसरे के बारे में अधिक लेने की अनुमति मिलती है, इस प्रकार, दो समारोहों के बीच विश्वास को मजबूत करना। यह भी मचान जुदाई है। सोशल मीडिया के माध्यम से युवा अपने अतीत के साथियों के संपर्क में रह सकते हैं और उनसे जुड़ सकते हैं। (जु, आर्थर एल।, जैकी अल्काल्ड मार, मैरी एलेन कासोताकिस (2010)। काम पर सोशल मीडिया: कैसे नेटवर्किंग उपकरण संगठनात्मक प्रदर्शन को आगे बढ़ाते हैं)

### उपसंहार

इस सर्वेक्षण का लक्ष्य युवाओं पर सोशल मीडिया के प्रभाव का पता लगाना है, यह भारत में सोशल मीडिया के उपयोग के महत्व को एक साथ कह सकता है। यह शोध व्यक्ति की स्थिति के कारण शहर और गाँव दोनों के बीच विसंगति के कारण सोशल मीडिया के उपयोग में अंतर की

खोज के लिए किया गया है। यह शोध शोधकर्ता ने, युवाओं पर सर्वेक्षण विधि का उपयोग करें, जो अपनी इच्छा और आवश्यकता जैसे मनोरंजन, शिक्षा के लिए सोशल मीडिया तकनीक का उपयोग कर रहे हैं, अपने दिन-प्रतिदिन के कार्य और परिवार और सहकर्मी समूह से जुड़ाव को पूरा करते हैं। इसके अलावा युवा वयस्क अपनी उम्र से जुड़ी इच्छाओं को पूरा करने के लिए नए मीडिया को लागू करते हैं, अर्थात्, अपने व्यक्तित्व, शैली बनाने और दोस्ती और विशिष्टता को बनाए रखने के लिए। अनुसंधान के इस खंड में सर्वेक्षण के परिणामों की बातचीत की पेशकश करते हैं और विद्वानों के लेखन पर संक्षिप्त चर्चा करते हैं। यह सरकारी और अधिक एन.जी.ओ को सैद्धांतिक और व्यावहारिक कार्यान्वयन और सुझाव भी प्रदान करता है, इसके अलावा शोधकर्ता विभिन्न सीमाओं के बारे में भी बात करते हैं जो इस काम के दौरान आती हैं और अंतिम रूप से शोधकर्ता विवरण को आगे और भविष्य के अनुसंधान के लिए और अधिक विषय और मुद्दों का विवरण देते हैं। युवाओं ने संचार की इच्छा के लिए सोशल मीडिया का इस्तेमाल किया।

### संदर्भ ग्रन्थ सूची

1. आर्य, एन। (2011)। "सामाजिक मीडिया"। अनमोल प्रकाशन, नई दिल्ली।
2. असुर, एस।, बर्नार्डो ए और पालो, ए। (2013)। सोशल मीडिया के साथ भविष्य की भविष्यवाणी करना।
3. मुरोस, बी।, अरगोन, वाई। और बस्टोस, ए। (2013)। वीडियो गेम्स और सोशल नेटवर्क्स, मैड्रिड / ग्रेनेडा (स्पेन) के साथ अवकाश के समय का उपयोग .ISSN: 1134-3478 • e-ISSN: 1988 -3293 DOI: <http://dx.doi.org/10.3916/C40--02-03>
4. बरमेजो, एफ। (2009)। : ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य में दर्शकों का निर्माण: प्रसारण से Google तक, न्यू मीडिया और सोसाइटी।
5. हैन्स, जे। (2012)। "भारतीय मीडिया और सकारात्मक युवा विकास"। जीआरए - वैश्विक अनुसंधान विश्लेषण, 1 (5), ISSN NO.2277-8160।
6. शिक्षा में मुद्दे और विचार, 1, 43-50।
7. कल्याणरमन, एस। और सुंदर, एस.एस. (2008)। Horरूपक के रूप में पोर्टल का पोर्ट्रेट: संचार अनुसंधान के लिए वेब पोर्टल की खोज '। पत्रकारिता और जनसंचार त्रैमासिक, 65 (2), 239-56।
8. लाकिगोवा, मिज़िटिंड गुफा, बी (2012)। "ई-भागीदारी और सोशल मीडिया का कोई भी सहजीवी संबंध है"? । ई-प्रेक्टिस जर्नल, ISSN: 1988-625X
9. लिम, एस एंड नेकमाट, ई। (2008)। अभियोजन के माध्यम से सीखना: एशिया में मीडिया साक्षरता कार्यक्रमों से सबक लेना। विज्ञान, प्रौद्योगिकी और समाज, 13 (2), 259-278।
10. लीना, ए (2012)। ऑनलाइन भागीदारी का आकलन करना: सोशल मीडिया में युवा और उनका समावेश। INFORMACIJOS MOKSLAI, ISSN 1392-0561
11. मेनवारिंग, एस। और स्कली, टी। आर। (2008)। लैटिन अमेरिका: शासन के लिए आठ सबक। जर्नल ऑफ़ डेमोक्रेसी, 19, 113-127।
12. मेन्सल, आर। (2004)। 'राजनीतिक अर्थव्यवस्था, शक्ति और नया मीडिया' न्यू मीडिया और सोसाइटी।
13. मार्कुस, एच (1964)। एक-आयामी आदमी। लंदन: रूटलेज और केगन पॉल।
14. मार्टिन, पी। एंडियन, टी। (2011)। 'सामाजिक मीडिया विपणन'। दिल्ली, ग्लोबल विजन पब्लिशिंग।
15. मात्सुडा, एम। (2005)। जापान में कीताई के प्रवचन, एम। इटो, डी। ओकाबे, और एम। मात्सुडा (ईडीएस) में, व्यक्तिगत, पोर्टेबल, पैदल यात्री: जापानी जीवन में मोबाइल फोन। 19-40, कैम्ब्रिज, एमए: द एमआईटी प्रेस।