



1. डॉ० अर्चना श्रीवास्तव
2. डॉ० राजीव कुमार श्रीवास्तव

सोशल मीडिया के फायदे और नुकसान

1. शिक्षा शास्त्र, 2. असिस्टेंट प्रोफेसर – समाजशास्त्र विभाग, श्री सुदृष्टि बाबा पी जी कालेज, सुदिष्टपुरी- रानीगंज, बलिया (उ०प्र०) भारत

Received-28.02.2025,

Revised-07.03.2025

Accepted-13.03.2025

E-mail : archanasri2610@gmail.com

सारांश: सोशल मीडिया डिजिटल संचार का एक रूप है, जो उपयोगकर्ताओं को सामाजिकता, सूचना साझा करने और उपयोगकर्ता-निर्मित सामग्री पोस्ट करने के लिए ऑनलाइन नेटवर्क और समुदाय बनाने की अनुमति देता है। इसमें मैसेजिंग और चैट के लिए डिज़ाइन किए गए ऐप या वेबसाइट, सोशल प्लेटफॉर्म (जैसे फेसबुक, इंस्टाग्राम, थ्रेड्स और टिकटॉक) और सामुदायिक फोरम जैसे रेडिट और डिस्कॉर्ड शामिल हैं।

सोशल मीडिया (Social Media) एक ऐसा मीडिया है, जो बाकी सारे मीडिया (प्रिंट, इलेक्ट्रॉनिक और समानांतर मीडिया) से अलग है। सोशल मीडिया इंटरनेट के माध्यम से एक वर्चुअल वर्ल्ड बनाता है जिसे उपयोग करने वाला व्यक्ति सोशल मीडिया के किसी प्लेटफॉर्म (फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, थ्रेड्स) आदि का उपयोग कर पहुंच बना सकता है।

कुंजीशब्द— सोशल मीडिया, डिजिटल संचार, सामाजिकता, सूचना साझा, सामुदायिक फोरम, वर्चुअल वर्ल्ड, प्लेटफॉर्म

सोशल मीडिया क्या है?— सोशल मीडिया ऑनलाइन प्लेटफॉर्म को संदर्भित करता है, जहाँ उपयोगकर्ता जानकारी साझा कर सकते हैं और टेक्स्ट, वीडियो, फोटो और अन्य सामग्री के माध्यम से आगामी समुदायों से जुड़ सकते हैं। 2024 तक, सोशल मीडिया के पाँच बिलियन से अधिक वैश्विक उपयोगकर्ता थे, जो दुनिया की 62: से अधिक आबादी के बराबर हैं।¹

आज के दौर में सोशल मीडिया जिंदगी का एक अहम हिस्सा बन चुका है, जिसके बहुत सारे फीचर हैं, जैसे कि सूचनाएं प्रदान करना, मनोरंजन करना और शिक्षित करना मुख्य रूप से शामिल हैं।

सोशल मीडिया की उत्पत्ति और विकास— माइस्पेस और लाइवजर्नल जैसे शुरुआती सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म लोगों को दोस्तों और परिवार से जुड़ने के लिए डिज़ाइन किए गए थे। माइस्पेस, जिसने उपयोगकर्ताओं को व्यक्तिगत प्रोफाइल पेज बनाने और अपने बारे में जानकारी साझा करने की अनुमति दी, 2004 में एक मिलियन सक्रिय मासिक उपयोगकर्ताओं तक पहुँचने वाला पहला नेटवर्क बन गया।²

2000 के दशक और 2010 के दशक की शुरुआत में सोशल मीडिया का उपयोग तेज़ी से बढ़ा, क्योंकि फेसबुक और एक्स (पूर्व में ट्विटर) लोकप्रिय हो गए। माइस्पेस की तरह, फेसबुक उपयोगकर्ता अपने बारे में जानकारी साझा करने के लिए प्रोफाइल बनाते हैं, जबकि अन्य उपयोगकर्ता टिप्पणियाँ छोड़ते हैं। शुरुआत में कॉलेज-आयु के उपयोगकर्ताओं के बीच सामाजिकता के लिए इस्तेमाल किया जाने वाला सोशल मीडिया युवा और वृद्ध उपयोगकर्ताओं के बीच लोकप्रिय हो गया।³

2006 में, एक्स के लॉन्च में फीड सुविधा शामिल की गई, जहाँ उपयोगकर्ता द्वारा फॉलो किए जाने वाले खातों के पोस्ट को एक ही पेज पर एकत्रित किया जाता था।⁴

फेसबुक ने अपना स्वयं का न्यूज़ फीड फीचर लॉन्च किया। समाचार फीड कई सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के लिए एक मानक सुविधा बन गई। ज़्यादा से ज़्यादा उपयोगकर्ता बाहरी साइटों के लिंक पोस्ट करने लगे, जहाँ समाचार कहानियाँ, वर्तमान घटनाएँ और उत्पाद पृष्ठ व्यक्तिगत अपडेट के साथ साझा किए जा सकते थे। उपयोगकर्ता एक-दूसरे की सामग्री के साथ बातचीत कर सकते थे, जिसमें पोस्ट को लाइक करना, शेयर करना और टिप्पणी करना शामिल था।⁵

इस दौरान, सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों ने व्यवसाय-विशिष्ट प्रोफाइल पेज जोड़ना शुरू कर दिया और लक्षित विज्ञापन खरीदने की क्षमता भी विकसित कर दी, जिसे अन्य उपयोगकर्ता भी देख सकेंगे, जिससे वे अधिक व्यवसाय-अनुकूल बन गए और प्लेटफॉर्मों के राजस्व में वृद्धि हुई।⁶

सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं ने फीड्स को स्क्रॉल करने और वर्तमान घटनाओं पर दैनिक समाचार और टिप्पणी देखने में अधिक समय बिताना शुरू कर दिया। 2024 तक, अमेरिका में वयस्कों में से आधे से अधिक (54%) ने कहा कि उन्हें सोशल मीडिया से 'कभी-कभी' या 'अक्सर' समाचार मिलते हैं। केवल 28% अमेरिकी वयस्कों का कहना है कि उन्हें कभी सोशल मीडिया से समाचार नहीं मिलते।⁷

विश्व स्तर पर केवल 22% उपभोक्ता ही समाचार वेबसाइटों या ऐप्स से सीधे समाचार प्राप्त करते हैं, तथा युवा समाचार उपभोक्ताओं के ऐसा करने की संभावना सबसे कम है।⁸

सोशल मीडिया का यथार्थ— सोशल मीडिया एक अपरंपरागत मीडिया (Nontraditional Media) है। यह एक वर्चुअल वर्ल्ड बनाता है, जिसे इंटरनेट के माध्यम से पहुंच बना सकते हैं। सोशल मीडिया एक विशाल नेटवर्क है, जो कि सारे संसार को जोड़े रखता है। यह संचार का एक बहुत अच्छा माध्यम है। यह द्रुत गति से सूचनाओं के आदान-प्रदान करने, जिसमें हर क्षेत्र की खबरें होती हैं, को समाहित किए होता है। सोशल मीडिया (Social Media) सकारात्मक भूमिका अदा करता है जिससे किसी भी व्यक्ति, संस्था, समूह और देश आदि को आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक रूप से समृद्ध बनाया जा सकता है। सोशल मीडिया के जरिए ऐसे कई विकासवात्मक कार्य हुए हैं, जिनसे कि लोकतंत्र को समृद्ध बनाने का काम हुआ है, जिससे किसी भी देश की एकता, अखंडता, पंथनिरपेक्षता, समाजवादी गुणों में अभिवृद्धि हुई है।

हम ऐसे कई उदाहरण देखते हैं, जो कि उपरोक्त बातों को पुष्ट करते हैं जिनमें 'INDIA AGAINST CORRUPTION' को देख सकते हैं, जो कि भ्रष्टाचार के खिलाफ महाअभियान था जिसे सड़कों के साथ-साथ सोशल मीडिया पर भी लड़ा गया, जिसके कारण विशाल जनसमूह अन्ना हजारे के आंदोलन से जुड़ा और उसे प्रभावशाली बनाया।

2014 के आम चुनाव के दौरान राजनीतिक पार्टियों ने जमकर सोशल मीडिया का उपयोग कर आमजन को चुनाव के जागरूक बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका अदा की थी। इस आम चुनाव में सोशल मीडिया के उपयोग से वोटिंग प्रतिशत बढ़ा, साथ ही साथ युवाओं में चुनाव के प्रति जागरूकता बढ़ी। सोशल मीडिया के माध्यम से ही रनिर्भर को न्याय दिलाने के लिए विशाल संख्या में

अनुरूपी लेखक/ संयुक्त लेखक

ASVP PIF-9.805/ASVS Reg. No. AZM 561/2013-14

युवा सड़कों पर आ गए, जिससे सरकार दबाव में आकर एक नया एवं ज्यादा प्रभावशाली कानून बनाने पर मजबूर हो गई। लोकप्रियता के प्रसार में सोशल मीडिया एक बेहतरीन प्लेटफॉर्म है, जहाँ व्यक्ति स्वयं को अथवा अपने किसी उत्पाद को ज्यादा लोकप्रिय बना सकता है। आज फिल्मों के ट्रेलर, टीवी प्रोग्राम का प्रसारण भी सोशल मीडिया के माध्यम से किया जा रहा है। वीडियो तथा ऑडियो चौट भी सोशल मीडिया के माध्यम से सुगम हो पाई है, जिनमें फेसबुक, व्हाट्सएप, इंस्टाग्राम कुछ प्रमुख प्लेटफॉर्म हैं।

सोशल मीडिया जहाँ सकारात्मक भूमिका अदा करता है, वहीं कुछ लोग इसका गलत उपयोग भी करते हैं। सोशल मीडिया का गलत तरीके से उपयोग कर ऐसे लोग दुर्भावनाएं फैलाकर लोगों को बांटने की कोशिश करते हैं। सोशल मीडिया के माध्यम से भ्रामक और नकारात्मक जानकारी साझा की जाती है, जिससे कि जनमानस पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है।

कई बार तो बात इतनी बढ़ जाती है कि सरकार सोशल मीडिया के गलत इस्तेमाल करने पर सख्त हो जाती है और हमने देखा है कि सरकार को जम्मू-कश्मीर जैसे राज्य में सोशल मीडिया पर प्रतिबंध तक लगाना पड़ता है। मध्यप्रदेश और महाराष्ट्र में हुए किसान आंदोलन में भी सोशल मीडिया पर प्रतिबंध लगा दिया गया ताकि असामाजिक तत्व किसान आंदोलन की आड़ में किसी बड़ी घटना को अंजाम न दे पाएं। जिस प्रकार एक सिक्के के दो पहलू होते हैं, ठीक उसी प्रकार सोशल मीडिया के भी दो पक्ष हैं, जो इस प्रकार हैं:

दैनिक जीवन में सोशल मीडिया का प्रभाव—

- यह बहुत तेज गति से होने वाला संचार का माध्यम है।
- यह जानकारी को एक ही जगह इकट्ठा करता है।
- सरलता से समाचार प्रदान करता है।
- सभी वर्गों के लिए है, जैसे कि शिक्षित वर्ग हो या अशिक्षित वर्ग।
- यहाँ किसी प्रकार से कोई भी व्यक्ति किसी भी कंटेंट का मालिक नहीं होता है।
- फोटो, वीडियो, सूचना, डॉक्यूमेंट्स आदि को आसानी से शेयर किया जा सकता है।
- सोशल मीडिया का दुष्प्रभाव —
- यह बहुत सारी जानकारी प्रदान करता है। जिनमें से बहुत सी जानकारी भ्रामक भी होती है। जानकारी को किसी भी प्रकार से तोड़-मरोड़कर पेश किया जा सकता है।
- किसी भी जानकारी का स्वरूप बदलकर वह उकसावे वाली बनाई जा सकती है जिसका वास्तविकता से कोई लेना-देना नहीं होता।
- यहाँ कंटेंट का कोई मालिक न होने से मूल स्रोत का अभाव होना।
- प्राइवसी पूर्णतः भंग हो जाती है।
- फोटो या वीडियो की एडिटिंग करके भ्रम फैला सकते हैं जिनके द्वारा कभी-कभी दंगे जैसी आशंका भी उत्पन्न हो जाती है।
- सायबर अपराध सोशल मीडिया से जुड़ी सबसे बड़ी समस्या है।

आज सोशल मीडिया का उपयोग कैसे किया जाता है—जैसे-जैसे उपयोगकर्ता सोशल मीडिया साइट्स पर अधिक समय बिताने लगे, विभिन्न प्रकार के सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म विकसित हुए।

सोशल मीडिया डिजिटल संचार का एक रूप है, जो उपयोगकर्ताओं को सामाजिकता, सूचना साझा करने और उपयोगकर्ता-निर्मित सामग्री पोस्ट करने के लिए ऑनलाइन नेटवर्क और समुदाय बनाने की अनुमति देता है। इसका उपयोग विश्व भर में 5 अरब से अधिक लोग व्यक्तिगत और व्यावसायिक कारणों से करते हैं। सोशल मीडिया को उपयोगकर्ताओं को जोड़ने, समुदाय निर्माण और महत्वपूर्ण जानकारी साझा करने का श्रेय दिया जाता है।⁹

आलोचकों का कहना है कि सोशल मीडिया किशोरों के मानसिक स्वास्थ्य को नुकसान पहुंचाता है, गलत सूचना को बढ़ावा देता है, तथा बाल यौन शोषण के अवसरों को बढ़ाता है।

सबसे बड़े सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म फेसबुक, यूट्यूब, व्हाट्सएप, इंस्टाग्राम और टिकटॉक हैं।

त्वरित तथ्य—कई सोशल मीडिया कंपनियाँ अलग-अलग उपयोगकर्ताओं को लक्षित करने के लिए कई प्लेटफॉर्म रखती हैं। उदाहरण के लिए, मेटा के पास फेसबुक, इंस्टाग्राम, थ्रेड्स और व्हाट्सएप का स्वामित्व है।

आज सोशल मीडिया का उपयोग कैसे किया जाता है, जैसे-जैसे उपयोगकर्ता सोशल मीडिया साइट्स पर अधिक समय बिताने लगे, विभिन्न प्रकार के सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म विकसित हुए। इन्हें मोटे तौर पर इस प्रकार वर्गीकृत किया जा सकता है¹⁰

- **सोशल नेटवर्क:** फेसबुक, नेक्स्टडोर माइक्रोब्लॉगिंग रू एक्स, ब्लूस्काई, मैस्टोडॉन, थ्रेड्स
- **दीर्घ-फॉर्म ब्लॉगिंग:** सबस्टैक, घोस्ट
- **व्यावसायिक नेटवर्किंग:** लिंकडइन, बेहांस, रिसर्चगेट
- **वीडियो और फोटो शेयरिंग:** इंस्टाग्राम, टिकटॉक, यूट्यूब, स्नैपचैट
- **दृश्य संग्रह और खोज:** Pinterest, Houzz, DeviantArt
- **संदेश सेवा:** व्हाट्सएप, सिग्नल, वीचैट, मार्को पोलो
- **सामुदायिक फोरम:** रेडिट, डिस्कॉर्ड, क्लबहाउस

प्लेटफॉर्म अलग-अलग उपयोगों और उपयोगकर्ताओं के लिए उन्मुख होते हैं। कुछ का उपयोग केवल सामाजिककरण के लिए किया जा सकता है, जबकि अन्य पेशेवर नेटवर्क निर्माण या नौकरी की तलाश के लिए उन्मुख होते हैं। कुछ प्लेटफॉर्म उपयोगकर्ताओं को उन लोगों से जुड़ने की अनुमति देते हैं जो उनके राजनीतिक विचारों या अवकाश के शौक को साझा करते हैं।

कई सोशल मीडिया उपयोगकर्ता पेशेवर क्षमता में काम कर रहे हैं। उदाहरण के लिए:

- अभिनेता और लेखक अपने काम के प्रशंसकों से जुड़ने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग कर सकते हैं।
- राजनेता इनका उपयोग मतदाताओं और मतदाताओं से संवाद करने के लिए करते हैं
- गैर-लाभकारी संगठन इनका उपयोग धर्मार्थ कार्यों को बढ़ावा देने या दान एकत्र करने के लिए कर सकते हैं।
- सरकारी एजेंसियाँ आपातस्थिति के दौरान जनता से संवाद करने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग कर सकती हैं।



सोशल मीडिया पर कंटेंट पोस्ट करना, चाहे वह किसी व्यवसाय द्वारा प्रायोजित हो या फॉलोअर सपोर्ट के माध्यम से वित्तपोषित हो, अपने आप में एक काम भी हो सकता है, जो सोशल मीडिया पोस्ट द्वारा प्रचारित किसी भी बाहरी काम से अलग है। इस प्रकार के सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं को आम तौर पर प्रभावशाली व्यक्ति या कंटेंट क्रिएटर के रूप में संदर्भित किया जाता है। पांच में से एक सोशल मीडिया उपयोगकर्ता खुद को पेशेवर कंटेंट क्रिएटर मानता है।¹⁰

सोशल मीडिया कई कंपनियों के लिए मार्केटिंग का एक महत्वपूर्ण रूप भी है। व्यवसाय उपभोक्ता रुझानों की पहचान करने और उनका लाभ उठाने, ग्राहकों से जुड़ने, उपभोक्ता डेटा एकत्र करने और लक्षित विज्ञापन के लिए भुगतान करने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग करते हैं। कई प्रभावशाली लोगों के साथ भी काम करते हैं, अपने उत्पादों या सेवाओं को सीधे प्रभावशाली लोगों के दर्शकों या अनुयायियों तक बढ़ावा देने के लिए सामग्री निर्माताओं को भुगतान करते हैं।

सोशल मीडिया के फायदे और नुकसान –

कनेक्टिविटी: सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म लोगों को वैश्विक जानकारी तक पहुँचने और दूर बैठे दोस्तों और परिवार से जुड़ने की अनुमति देता है। यह उपयोगकर्ताओं को उनकी रुचियों या वर्तमान ज़रूरतों के इर्द-गिर्द विशिष्ट समुदाय खोजने की अनुमति दे सकता है, जैसे कि पड़ोस फोरम या नौकरी की खोज।

समुदाय का निर्माण करें: सोशल मीडिया का उपयोग करने से अधिक मित्र और अधिक विविधता वाला व्यक्तिगत नेटवर्क प्राप्त होता है, खासकर उभरती अर्थव्यवस्थाओं में। सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं के उन लोगों के साथ बातचीत करने की अधिक संभावना होती है जो आय, राजनीतिक दल, धर्म या जातीयता की श्रेणियों में उनसे भिन्न होते हैं।

किफायती विज्ञापन: छोटे व्यवसाय और निर्माता लक्षित विज्ञापनों और प्रभावशाली मार्केटिंग के माध्यम से कम कीमत पर संभावित ग्राहकों तक पहुँच सकते हैं। 200 मिलियन से अधिक छोटे व्यवसाय फेसबुक का उपयोग करते हैं।

2024 में, सोशल मीडिया और खोज विज्ञापन सहित ऑनलाइन विज्ञापन, वैश्विक विज्ञापन व्यय का 59% होगा; यह संख्या 2026 में बढ़कर 61% होने का अनुमान है।¹¹

13 से 17 वर्ष की आयु के अमेरिकी किशोरों का प्रतिशत जिन्होंने कहा कि सोशल मीडिया ने उन्हें 2022 में दोस्तों से अधिक जुड़ाव महसूस करने में मदद की। लगभग तीन में से एक किशोर ने कहा कि सोशल मीडिया का उनके जीवन पर अधिकतर सकारात्मक प्रभाव पड़ा है, जबकि दस में से एक से भी कम ने कहा कि इसका प्रभाव अधिकतर नकारात्मक था।¹²

नुकसान की व्याख्या: गलत सूचना गलत सूचना रू सोशल मीडिया पर लिंक और पोस्ट साझा करने की आसानी से गलत सूचना या गलत सूचना के प्रसार को बढ़ावा मिल सकता है। उदाहरण के लिए, तूफान हेलेन के बारे में गलत सूचना ने दक्षिणी अमेरिका में बचाव प्रयासों में बाधा डाली और 2024 में आपदा से प्रभावित स्थानीय समुदायों को नुकसान पहुँचाया।

नींद में व्यवधान: सोशल मीडिया का उपयोग कम और खराब गुणवत्ता वाली नींद से जुड़ा हुआ है, विशेष रूप से किशोरों और युवा वयस्कों के बीच।¹³

खराब नींद कई प्रकार की स्वास्थ्य समस्याओं से जुड़ी है, जिनमें हृदय रोग, उच्च रक्तचाप, मधुमेह, मोटापा और अवसाद शामिल हैं।

मानसिक स्वास्थ्य पर प्रभाव: शोध में यह भी पाया गया है कि किशोरों में सोशल मीडिया के अधिक उपयोग और अवसाद की उच्च दर के बीच सीधा संबंध है। सोशल मीडिया के उपयोग से संबंधित अन्य मानसिक स्वास्थ्य चिंताओं में बदमाशी, साथियों का दबाव, साथियों और दोस्तों के बारे में अफवाहें फैलाना, तथा अन्य लोगों के जीवन के बारे में जानकारी के आधार पर अवास्तविक अपेक्षाएं पैदा करना शामिल हैं।¹⁴

बाल यौन शोषण: 2022 में, शोध में पाया गया कि छह में से एक से अधिक अमेरिकी बच्चे ऑनलाइन यौन शोषण का अनुभव करते हैं। अन्य देशों में किए गए अध्ययनों में इससे भी अधिक दरें पाई गई हैं। सोशल मीडिया बाल यौन शोषण और शोषण के लिए एक मंच प्रदान कर सकता है जिसमें ग्रूमिंग, पीछा करना, स्पष्ट सामग्री साझा करना, बदला लेने के लिए पोर्नोग्राफी और गैर-सहमति वाली सेक्सटिंग शामिल है।

महत्वपूर्ण—वर्ष 2024 में, अमेरिकी सर्जन जनरल डॉ. विवेक मूर्ति ने सार्वजनिक रूप से कांग्रेस से आग्रह किया कि वह सोशल मीडिया ऐप्स पर ऐसे लेबल लगाए, जिनमें शराब और सिगरेट पर इस्तेमाल किए जाने वाले चेतावनी लेबल के समान बच्चों और किशोरों के मानसिक स्वास्थ्य के लिए इनसे उत्पन्न होने वाले खतरे की चेतावनी दी जाए।¹⁵

शीर्ष 10 वैश्विक सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म—औसत सोशल मीडिया उपयोगकर्ता हर दिन सोशल मीडिया पर दो घंटे और 21 मिनट बिताता है, हर महीने औसतन 6.8 अलग-अलग सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर जाता है। डेटा रिपोर्ट के अनुसार, फरवरी 2025 तक ये सबसे ज्यादा इस्तेमाल किए जाने वाले सोशल मीडिया प्रदाता थे।¹⁴

- फेसबुक (3.07 बिलियन उपयोगकर्ता)
- यूट्यूब (2.53 बिलियन उपयोगकर्ता)
- व्हाट्सएप (2 बिलियन उपयोगकर्ता)
- इंस्टाग्राम (2 बिलियन उपयोगकर्ता)
- टिकटॉक (1.59 बिलियन उपयोगकर्ता)
- वीचैट (1.38 बिलियन उपयोगकर्ता)
- टेलीग्राम (950 मिलियन उपयोगकर्ता)
- फेसबुक मैसेंजर (947 मिलियन उपयोगकर्ता)
- स्नैपचैट (850 मिलियन उपयोगकर्ता)
- डूयिन (766 मिलियन उपयोगकर्ता)

दिलचस्प बात यह है कि अमेरिका में खास तौर पर मशहूर दो ऐप— और Pinterest— वैश्विक स्तर पर शीर्ष 10 की सूची में जगह नहीं बना पाए। दुनिया भर में 586 मिलियन उपयोगकर्ताओं के साथ 14वें स्थान पर था, जबकि Pinterest 537 मिलियन उपयोगकर्ताओं के साथ 16वें स्थान पर था।



निष्कर्ष- 2000 के दशक की शुरुआत से, सोशल मीडिया ने लोगों के ऑनलाइन बातचीत करने के तरीके को बदल दिया है, जिसका असर समुदाय निर्माण, समाचार, राजनीति, मनोरंजन और विज्ञापन पर पड़ा है। गलत सूचना के प्रसार और बाल यौन शोषण सहित नकारात्मक पहलुओं के बावजूद, सोशल मीडिया हर साल बढ़ता जा रहा है।

दुनिया भर में पांच अरब से अधिक उपयोगकर्ता इसके ऐप्स और वेबसाइटों पर प्रतिदिन औसतन दो घंटे से अधिक समय बिताते हैं, जिसके कारण सोशल मीडिया व्यक्तियों, व्यवसायों, रचनाकारों और राजनेताओं के लिए एक-दूसरे से जुड़ने का सबसे महत्वपूर्ण माध्यम बन गया है।

सन्दर्भ ग्रंथ सूची

1. डेटा रिपोर्टल. " डिजिटल 2024: वैश्विक अवलोकन रिपोर्ट ।"
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
2. डेटा में हमारी दुनिया। सोशल मीडिया का उदय,
<https://ourworldindata.org/rise&of&social&media>
3. वाशिंगटन पोस्ट. आखिर लाइवजर्नल का क्या हुआ?
<https://www.washingtonpost.com/news/the&intersect/wp/2014/06/10/whatever&happened&to&livejournal&anyway/>
4. इतिहास. 2006: ट्विटर लॉन्च हुआ,
<https://www-history-com/this&day&in&history/twitter&launches>
5. टेकक्रंच. नया फेसबुक रीडिज़ाइन केवल सौन्दर्यबोध से अधिक है,
<https://techcrunch-com/2006/09/05/new&facebook&redesign&more&than&just&aesthetics/>
6. मेटा. फेसबुक ने फेसबुक विज्ञापन का अनावरण किया,
<https://about-fb-com/news/2007/11/facebook&unveils&facebook&ads/>
7. प्यू रिसर्च सेंटर. सोशल मीडिया और समाचार तथ्य पत्रक,
<https://www-pewresearch-org/journalism/fact&sheet/social&media&and&news&fact&sheet/>
8. रॉयटर्स इंस्टीट्यूट। 2024 डिजिटल न्यूज़ रिपोर्ट का अवलोकन और मुख्य निष्कर्ष,
<https://reutersinstitute-politics-o&ac-uk/digital&news&report/2024/dnr&e&Executive&summary>
9. रॉयटर्स इंस्टीट्यूट। 2024 डिजिटल न्यूज़ रिपोर्ट का अवलोकन और मुख्य निष्कर्ष,
<https://reutersinstitute-politics-o&ac-uk/digital&news&report/2024/dnr&e&Executive&summary>
10. अमेरिकी प्रतिभूति और विनियम आयोग। ७ मेटा प्लेटफॉर्म, इंक., फॉर्म 10-के, 31 दिसंबर, 2024 को समाप्त वित्तीय वर्ष के लिए, <https://d18m0p25nwr6d-cloudfront-net/CIK&0001326801/a8eb8302&b52c&4db5&964f&a2d796c05f4b-pdf>
11. मिनटेल. पांच में से एक सोशल मीडिया उपयोगकर्ता स्वयं को एक प्रभावशाली व्यक्ति या सामग्री निर्माता मानता है,
<https://www-mintel-com/press¢re/one&in&five&social&media&users&consider&themselves&an&influencer&or&content&creator/>
12. प्यू रिसर्च सेंटर। सोशल मीडिया उपयोगकर्ता उन लोगों के साथ बातचीत करने की अधिक संभावना रखते हैं जो उनसे अलग हैं, <https://www-pewresearch-org/internet/2019/08/22/social&media&users&more&likely&to&interact&with&people&who&are&different&from&them/>
13. मेटा. लघु व्यवसाय की रिकवरी जारी है, लेकिन असमानताएं और चुनौतियां बनी हुई हैं,
<https://about-fb-com/news/2021/09/state&of&small&business&recovery/>
14. जेनिथ. जेनिथ ने 2024 के लिए 4.8: की वृद्धि का अनुमान लगाया है, जो 2025 और उसके बाद भी विज्ञापन व्यय में निरंतर वृद्धि को दर्शाता है, <https://www-zenithmedia-com/zenith&forecasts&4&8&growth&for&2024&marking&continued&adspend&acceleration&into&2025&and&beyond/>
