

## वर्तमान समाज पर सोशल मीडिया का प्रभाव

डॉ राजकुमारी गजपाल

अतिथि व्याख्याता, समाजशास्त्र विभाग, शहीद दूर्वासा निषाद शासकीय महाविद्यालय, अर्जुन्दा, दुर्ग, छत्तीसगढ़, भारत

### सारांश

प्रस्तुत शोधपत्र समाज, व्यवसायों और विशेष रूप से किशोरों पर सोशल मीडिया के प्रभावों का व्यापक विश्लेषण प्रस्तुत करता है। अध्ययन में सोशल मीडिया तकनीकों की तीव्र प्रगति और व्यापक रूप से अपनाए जाने पर जोर दिया गया है, जिसमें अकेले फेसबुक पर 2023 में 3.03 बिलियन उपयोगकर्ता होंगे। शोध से पता चलता है कि किशोर विशेष रूप से सोशल नेटवर्किंग में लगे हुए हैं, जिनमें से 22% प्रतिदिन लगभग 10 बार प्लेटफॉर्म एक्सेस करते हैं। इसके अतिरिक्त, शोधपत्र बताता है कि आधे से अधिक किशोर अपने मोबाइल फोन का उपयोग करके दिन में एक से अधिक बार चेक इन करते हैं और उनमें से 75% के पास अपने स्वयं के डिवाइस होते हैं। फिर भी, अध्ययन मोबाइल फोन के माध्यम से साइबर अपराध के बढ़ते खतरे को भी रेखांकित करता है, क्योंकि RSA ने 2020 और 2023 के बीच ऐसी घटनाओं में 173% की वृद्धि दर्ज की है। शोधपत्र समाज और व्यवसायों पर सोशल मीडिया के परिणामों की जांच करता है, चर्चा करता है कि कैसे सोशल मीडिया जनता की राय को प्रभावित करने और उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करने में भूमिका निभाता है। यह व्यवसायों को सोशल मीडिया द्वारा दिए जा सकने वाले लाभों की भी जांच करता है, जैसे कि बढ़ा हुआ जोखिम, बेहतर ग्राहक संपर्क और विशिष्ट जनसांख्यिकी को लक्षित करने की क्षमता। अंत में पेपर किशोरों के लिए सोशल मीडिया के निहितार्थों पर केंद्रित है, साइबर बुलिंग, गोपनीयता के मुद्दों और मानसिक स्वास्थ्य पर संभावित प्रतिकूल प्रभावों के खतरों को संबोधित करता है। अध्ययन में सिफारिश की गई है कि माता-पिता और शिक्षक किशोरों को जिम्मेदार सोशल मीडिया उपयोग और इसमें शामिल संभावित खतरों के बारे में निर्देश देने के लिए मिलकर काम करें। निष्कर्ष में पेपर सोशल मीडिया के उपयोग के लिए एक संतुलित दृष्टिकोण के महत्व पर जोर देता है, इसके सकारात्मक पहलुओं और संभावित कमियों दोनों को स्वीकार करता है।

**मूलशब्द:** सोशल मीडिया, प्रभाव, व्यवसाय, गोपनीयता।

सोशल मीडिया नेटवर्क की विशेषता विभिन्न वेब प्लेटफॉर्म पर साझा की जाने वाली सामग्री है, जिसमें इस सामग्री की प्रकृति क्षेत्रों के अनुसार अलग-अलग होती है। इन प्लेटफॉर्म के उभरने से पहले, संचार मुख्य रूप से निजी संदेशों या सार्वजनिक मीडिया के माध्यम से होता था। हालाँकि आज सोशल मीडिया ने हमारे सार्वजनिक और निजी दोनों तरह से बातचीत करने के तरीके को बदल दिया है, जो केवल संचार से आगे बढ़ गया है। इंटरनेट के उपयोग और वेबसाइट एक्सेस में हाल के बदलावों ने संभावित दुरुपयोग और सामाजिक गोपनीयता के नुकसान के बारे में चिंताएँ बढ़ा दी हैं।

सोशल नेटवर्किंग साइट्स वेब-आधारित प्लेटफॉर्म हैं जो उपयोगकर्ताओं को व्यक्तिगत प्राथमिकताओं के आधार पर समायोज्य गोपनीयता सेटिंग्स के साथ वैयक्तिकृत प्रोफाइल बनाने में सक्षम बनाते हैं। उपयोगकर्ता संपर्कों का एक नेटवर्क बनाकर दूसरों से जुड़ सकते हैं जो उनकी सामग्री को साझा और संलग्न करते हैं। "सोशल नेटवर्क" शब्द इन प्लेटफॉर्म के माध्यम से स्थापित संबंधों को संदर्भित करता है, जिसमें नए और मौजूदा दोनों तरह के कनेक्शन शामिल हैं। "सामाजिक" पहलू इन नेटवर्क द्वारा सुगम किए गए निरंतर संचार पर जोर देता है, जिसका प्राथमिक लक्ष्य सामाजिक परिचितों से लेकर अजनबियों के साथ संबंधों तक विभिन्न स्तरों पर संबंधों को बढ़ावा देना है।

### सोशल मीडिया और समाज

27-29 जुलाई, 2015 को टोरंटो, कनाडा में आयोजित 6वें वार्षिक अंतर्राष्ट्रीय सोशल मीडिया और समाज सम्मेलन के निष्कर्षों ने दुनिया भर के प्रमुख शोधकर्ताओं, विचारकों और सोशल मीडिया पेशेवरों को एक साथ लाया। यह सम्मेलन समाज पर सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों के प्रभाव पर केंद्रित था, जिसमें सर्वोत्तम प्रथाओं को शामिल किया गया और दुनिया भर में नवीनतम शोध और चल रहे अध्ययनों को प्रदर्शित किया गया।

इन प्लेटफॉर्मों ने समुदायों के स्वास्थ्य पहलुओं को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित किया है। निष्कर्ष बताते हैं कि संचार कार्यक्रम कैंसर रोगियों और अन्य दुर्लभ बीमारियों वाले लोगों को वैश्विक स्तर पर साथियों के साथ चर्चा और सहयोग में भाग लेने के अवसर प्रदान करते हैं, जिससे उनकी सफलता की संभावना बढ़ जाती है। यह जुड़ाव कई चिकित्सा पेशेवरों को इसमें शामिल होने के लिए प्रोत्साहित करता है, जिससे स्वास्थ्य विशेषज्ञों से रोगियों तक स्वास्थ्य संबंधी जानकारी का आसान प्रवाह होता है, जो उनकी स्थितियों का प्रबंधन करने के तरीके के बारे में जागरूकता बढ़ाने में मदद करता है। सामाजिक गोपनीयता सोशल नेटवर्किंग साइट्स वेब आधारित प्लेटफॉर्म हैं जो उपयोगकर्ताओं को व्यक्तिगत प्राथमिकताओं के आधार पर समायोज्य गोपनीयता सेटिंग्स के साथ वैयक्तिकृत प्रोफाइल बनाने में सक्षम बनाते हैं। उपयोगकर्ता संपर्कों का एक नेटवर्क बनाकर दूसरों से जुड़ सकते हैं जो उनकी सामग्री को साझा और संलग्न करते हैं। "सोशल नेटवर्क" शब्द इन प्लेटफॉर्म के जरिए स्थापित किए गए रिश्तों को संदर्भित करता है, जिसमें नए और मौजूदा दोनों तरह के कनेक्शन शामिल हैं। "सोशल" पहलू इन नेटवर्क द्वारा सुगम बनाए गए निरंतर संचार पर जोर देता है, जिसका प्राथमिक लक्ष्य सामाजिक परिचितों से लेकर पूर्ण अजनबियों के साथ संबंधों तक विभिन्न स्तरों पर संबंधों को बढ़ावा देना है। अनुभवों के आदान-प्रदान और वास्तविक उपयोगकर्ता जुड़ाव सुनिश्चित करने के लिए मूल्यवान प्लेटफॉर्म के रूप में सोशल नेटवर्किंग कार्यक्रमों की अखंडता। मार्केटिंग प्रबंधन और सोशल मीडिया के बीच संबंधों ने विभिन्न विकासों और चुनौतियों के बीच सकारात्मक परिणाम दिए हैं। सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्मों की भूमिका मार्केटिंग प्रबंधन के भीतर तेजी से विकसित हुई है, जो पारंपरिक प्रबंधन रणनीतियों में तेजी से प्रचलित हो रही है। इन प्लेटफॉर्मों ने सूचना प्रणाली, मानव संसाधन, प्रबंधन प्रक्रियाओं और सफल रणनीति जैसे क्षेत्रों में स्मार्ट रणनीतियों के रूप में अपनी

प्रभावशीलता का प्रदर्शन किया है। शोध से पता चला है कि सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म की भूमिका संगठनात्मक प्रथाओं की एक विस्तृत श्रृंखला को शामिल करने के लिए बढ़ी है।

लंदन, यू.के. में 11-13 जुलाई, 2016 को आयोजित सोशल मीडिया और समाज पर 7वें वार्षिक अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन के संबंध में, 27-29 जुलाई, 2015 को टोरंटो, कनाडा में आयोजित 6वें वार्षिक अंतर्राष्ट्रीय सोशल मीडिया और समाज सम्मेलन के परिणामों के साथ तुलना की गई। दोनों सम्मेलनों में दुनिया भर के प्रसिद्ध शोधकर्ता, विचारक और सोशल मीडिया विशेषज्ञ एक साथ आए। सम्मेलन का फोकस विभिन्न विषयों और विविध तरीकों से अकादमिक शोध के माध्यम से सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म के प्रभावी उपयोग की क्षमता का अनुमान लगाना था। सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म पर उपयोगकर्ता द्वारा बनाए गए खातों से समाचार एकत्र करने के लिए पत्रकारों ने सोशल मीडिया पर तेजी से भरोसा किया है। हालाँकि डेटा और प्लेटफॉर्म की बढ़ती मात्रा के साथ, पत्रकारों के लिए समाचार और घटनाओं का स्पष्ट और व्यापक दृष्टिकोण प्राप्त करना चुनौतीपूर्ण हो गया है। इन चुनौतियों के बावजूद ये प्लेटफॉर्म समाचार का एक महत्वपूर्ण स्रोत बने हुए हैं।

इस शोधपत्र में घटनाओं को कैप्चर करने, डेटा एकत्र करने और समाचारों तक अधिक कुशलता से पहुँचने में पत्रकारों की सहायता करने के लिए सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म पर एक प्रणाली के विकास की जाँच की गई। तीन प्राथमिक घटकों – ब्राउजिंग रूम, मटेरियल रूम और हिस्ट्री रूम के साथ एक प्रस्तावित प्रणाली को पत्रकारों की समाचार-एकत्रण प्रक्रियाओं की निगरानी के लिए डिजाइन किया गया था।

सोशल मीडिया के तेजी से विस्तार ने पूरी दुनिया को काफी प्रभावित किया है, क्योंकि लोग ऑनलाइन सामान और सेवाओं की खरीददारी तेजी से कर रहे हैं। उदाहरण के लिए, 2012 और 2014 के बीच एक प्रमुख सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म (फेसबुक) में 22% की वृद्धि दर थी। इसके अलावा, ईकॉमर्स के साथ विज्ञापन के एकीकरण ने उपभोक्ताओं को विज्ञापन अभियान, मार्केटिंग, खरीदारी और सेवाओं तक पहुँचने, लिखित टिप्पणियों के माध्यम से अपने अनुभवों को पढ़ने और साझा करने और अन्य व्यवसाय से संबंधित प्रयासों में भाग लेने जैसी विभिन्न गतिविधियों में संलग्न होने में सक्षम बनाया है। इन प्लेटफॉर्मों के विकास और लोकप्रियता ने ऑनलाइन खरीद में वृद्धि के निवेश और भविष्यवाणियों में भी योगदान दिया है।

सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म वैश्विक स्तर पर व्यापक विकास का अनुभव कर रहे हैं। 2015 में, Facebook ने अमेरिका में 1.44 बिलियन मासिक उपयोगकर्ता दर्ज किए, जो दर्शाता है कि अधिकांश अमेरिकी सोशल नेटवर्किंग साइटों पर सक्रिय हैं। इंडोनेशिया और भारत जैसे कम उपयोग वाले देशों में भी, लाखों उपयोगकर्ता सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म से जुड़ते हैं। दुनिया भर में, LinkedIn के 364 मिलियन उपयोगकर्ता हैं, जबकि Twitter के 236 मिलियन उपयोगकर्ता हैं। Instagram ने तेजी से विकास किया, एक साल से भी कम समय में 300 मिलियन उपयोगकर्ताओं को पार कर गया, जबकि Pinterest का उपयोगकर्ता आधार तुलनात्मक रूप से कम है, जो लगभग 73 मिलियन है। सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म पर उच्च निर्भरता को देखते हुए, दुनिया भर के कई शोधकर्ता 2006 से Facebook और Twitter जैसे संचार प्लेटफॉर्म द्वारा लाए गए परिवर्तनों की सक्रिय रूप से जाँच कर रहे हैं, जिसमें Facebook इन अध्ययनों का प्राथमिक विषय है।

सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म पर उपयोगकर्ता की प्रोफाइल अक्सर जनसांख्यिकीय विशेषताओं (जैसे आयु, लिंग, आय और शिक्षा) से प्रभावित होती है, जो इन प्लेटफॉर्म के साथ उनके जुड़ाव को प्रभावित कर सकती है। इस शोध ने अध्ययन के लिए छह

प्लेटफॉर्म (Facebook, LinkedIn, Twitter, Google+ और Instagram) का चयन किया। विश्लेषण के परिणामों से पता चला कि फेसबुक का उपयोग उम्र और लिंग से प्रभावित होता है, जबकि लिंक्डइन का उपयोग केवल आय से प्रभावित होता है, उम्र, लिंग या शिक्षा से नहीं। इसके विपरीत, Google+ और Instagram का उपयोग किसी भी जनसांख्यिकीय विशेषताओं से प्रभावित नहीं होता है। अन्य गैर-जनसांख्यिकीय कारक, जैसे कौशल और दक्षता, इन प्लेटफॉर्मों के साथ किसी व्यक्ति की सगाई में भी भूमिका निभा सकते हैं।

बड़े पैमाने पर आपदाओं के महेनजर, समुदायों को जवाबदेही और व्यावहारिक सहायता की भावना की आवश्यकता होती है। सोशल मीडिया प्रभावित समुदाय, व्यापक जनता और मदद प्रदान करने वाले स्वयंसेवी समूहों को जोड़ने वाले एक सेतु का काम करता है। इस अध्ययन ने आपदाओं के बाद समर्थन कार्य और सहायता की जांच और कैप्चर करने के लिए ट्विटर प्लेटफॉर्म पर ज्यादा ध्यान दिया है। इसका उद्देश्य यह प्रदर्शित करना था कि कैसे सोशल मीडिया सामाजिक नेटवर्क के गठन की शुरुआत करने और आपदाओं के बाद पुनर्निर्माण के नए अवसर पैदा करने के लिए एक सेतु या मंच के रूप में कार्य कर सकता है। हालाँकि अध्ययन में सहायता की आवश्यकता वाले लोगों के विशिष्ट समूहों की पहचान करने की चुनौती का भी पता चला, क्योंकि राहत प्रदान करने वाले कई नेटवर्क जरूरी नहीं कि उन जरूरतों से मेल खाते हों। इसके अलावा ट्विटर से सामग्री हटाने, लोगों को गूगल सर्च इंजन के माध्यम से हैकिंग स्रोतों तक पहुँचने से रोकने और उपयोगकर्ता प्रतिक्रिया की गोपनीयता सुनिश्चित करने के लिए सटीक उपाय किए गए हैं। शोधकर्ता ने अध्ययन के दायरे को स्पष्ट करने के लिए एक यथार्थवादी उदाहरण प्रदान करने पर जोर दिया।

### सोशल मीडिया और व्यवसाय

आम सहमति यह है कि सोशल मीडिया सहयोग और समुदाय-आधारित बातचीत के लिए एक बहुआयामी उपकरण के रूप में कार्य करता है। भविष्य के अध्ययनों को प्रौद्योगिकी की भूमिकाओं पर ध्यान केंद्रित करना चाहिए जो व्यवसाय में सोशल मीडिया के मूलभूत मूल्य को स्थापित करते हैं, जैसे कि सोशल मीडिया, प्रौद्योगिकी, मोबाइल और क्लाउड कंप्यूटिंग के बीच परस्पर क्रिया की जांच करना। इसके अतिरिक्त, मूल्य सृजन तंत्र (जैसे, सेवाओं, उत्पादों और ग्राहक संतुष्टि में सुधार) को बढ़ाने के प्रयास किए जाने चाहिए ताकि सोशल मीडिया और व्यावसायिक संगठनों के बीच मजबूत संबंध और मूल्य स्थापित हो सकें। यह दृष्टिकोण मूल्य और रचनात्मकता पर आधारित एक नए मूल्यांकन ढाँचे का मार्ग प्रशस्त करेगा।

व्यवसाय पर सोशल मीडिया का प्रभाव दर्शाता है कि सामाजिक नेटवर्क विपणन रणनीतियों को प्रभावित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। सोशल मीडिया ने अतुल्यकालिक संचार उपकरणों और साझा करने के अधिक उपकरणों का एक अनूठा संयोजन प्रदान करके पारंपरिक विपणन विधियों को बदल दिया है, जो पारंपरिक संगठन-उपभोक्ता बातचीत से परे ग्राहक के प्रति अधिक जिम्मेदारी को बढ़ावा देता है। यह अध्ययन व्यवसाय पर सोशल मीडिया के प्रभाव को दर्शाने के लिए केस स्टडी के रूप में ब्लॉग पर केंद्रित है। ब्लॉग, एक प्रकार का सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म, एक ऑनलाइन पत्रिका या व्यक्तिगत डायरी है जिसे इसके मालिक द्वारा अक्सर अपडेट किया जाता है, जो व्यक्तियों के लिए खुद को व्यक्त करने और दुनिया के साथ अपने विचारों और भावनाओं को साझा करने के लिए एक स्थान के रूप में कार्य करता है। ब्लॉग व्यवसायों के लिए मूल्यवान बन गए हैं क्योंकि वे त्वरित संचार को सक्षम करते हैं और विचारों, ज्ञान और रेफरल को साझा करने की सुविधा प्रदान करते हैं। कंपनियों

अपने ब्रांड संदेशों, सेवाओं और उत्पादों के बारे में खरीदारों को आसानी से जानकारी प्रसारित कर सकती हैं, जिससे एक तेजी से फैलने वाला नेटवर्क बनता है जो मार्केटिंग जानकारी को जोड़ता है। उत्पादों और मांग का मूल्यांकन करना महत्वपूर्ण हो गया है क्योंकि इन नेटवर्क में व्यक्तियों के बीच जानकारी तेजी से फैलती है, जिसका मुख्य कारण इन समुदायों के भीतर फैंड कनेक्शन की प्रभावशाली प्रकृति है।

विभिन्न अध्ययनों ने उन कंपनियों पर सकारात्मक प्रभाव पाया है जो सोशल मीडिया को एक उपकरण के रूप में उपयोग करती हैं। कई साक्षात्कार वाली कंपनियों ने सकारात्मक संकेतकों की सूचना दी, जैसे कि पूछताछ और आरक्षण में वृद्धि, और वैश्विक स्तर पर लक्षित ग्राहक समूहों को आकर्षित करने में सफलता। सोशल मीडिया व्यवसायों को पारंपरिक तरीकों की तुलना में कम लागत या यहाँ तक कि मुफ्त में ग्राहकों को आकर्षित करने में मदद करता है जबकि बार-बार बिक्री को भी बढ़ावा देता है। इसके अलावा, कई कंपनियों ने देखा है कि सोशल मीडिया ब्रांड जागरूकता बढ़ाता है और ऑनलाइन व्यापार अनुसंधान का विस्तार करता है, क्योंकि यह केवल स्थानीय ग्राहकों तक ही सीमित नहीं है जो पहले से ही व्यवसाय के बारे में जानते थे। निष्कर्ष में, यह शोधपत्र बताता है कि सोशल मीडिया का उपयोग करने से कई लाभ मिलते हैं, जिसमें जागरूकता में वृद्धि, उपभोक्ताओं के साथ मजबूत संबंध, नए ग्राहकों को आकर्षित करना, वैश्विक दर्शकों तक पहुँचना, कंपनी के संदेश को बढ़ाना और स्थानीय बाजारों में विकास और साझाकरण को बढ़ावा देना शामिल है।

सोशल मीडिया छोटे और मध्यम आकार के उद्यमों (एसएमई) को मूल्य प्रदान करता है, लेकिन कई कंपनियाँ इस मूल्य को पूरी तरह से महसूस नहीं कर सकती हैं जब तक कि वे व्यावसायिक उद्देश्यों का समर्थन करने के लिए अपनी रणनीतियों में सोशल मीडिया को एकीकृत नहीं करती हैं। लेखक सोशल मीडिया लक्ष्यों और रणनीतियों को रेखांकित करते हुए एक तालिका प्रस्तुत करता है, जिसमें तीन प्राथमिक उद्देश्यों की पहचान की गई है। सबसे पहले, जागरूकता का निर्माण इंटरनेट नेटवर्क ट्रैफिक अनुसंधान आकार, ट्रैकिंग और रेफरल के माध्यम से मापा जा सकता है। दूसरा, वेबसाइट पर बिताए गए समय, विजिट की आवृत्ति और बार-बार विजिट की जाँच करके बिक्री में वृद्धि का आकलन किया जा सकता है। अंत में वेबसाइट पर बिताए गए समय, सिफारिशों और सामग्री स्वीकृति के स्तर के माध्यम से वफादारी को बढ़ावा दिया जा सकता है।

सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म मार्केटिंग गतिविधियों में अत्यधिक प्रभावी हैं और ऑनलाइन दुनिया में उपभोक्ता व्यवहार पर महत्वपूर्ण प्रभाव डालते हैं। मोबाइल उपकरणों के बढ़ते उपयोग ने सोशल मीडिया नेटवर्किंग, संचार और सूचना को व्यावसायिक अवसरों में बदलने के विस्तार में योगदान दिया है। एक कंपनी में रणनीतिक पहल के निदेशक ने स्वीकार किया कि सोशल मीडिया "लचीलेपन और मापने योग्य साधनों वाला एक रचनात्मक उपकरण है, "जो कंपनियों को विपणन प्रचार में निवेश पर वापसी का आकलन करने की अनुमति देता है। निदेशक ने सिरिनाटा फेस्टिवल का एक वास्तविक दुनिया का उदाहरण दिया, जहाँ कार्यक्रम के लिए 60% टिकट बिक्री सोशल नेटवर्किंग साइट्स के माध्यम से की गई थी। सोशल मीडिया अभियानों के सत्यापन और माप में सहायता करना जारी रखता है, संगठनों को उनकी स्थिति निर्धारित करने और वृद्धि और भविष्य की प्रगति के लिए क्षेत्रों की पहचान करने में मदद करता है। ज्ञान प्रबंधन सोशल मीडिया के बड़े डेटा का लाभ उठाकर कंपनियों को बड़ी डेटा तकनीक में भाग लेने, ज्ञान प्रबंधन प्रणालियों के भीतर सोशल मीडिया की जानकारी संग्रहीत करने और सोशल मीडिया डेटा को साझा करने और उससे लाभ उठाने

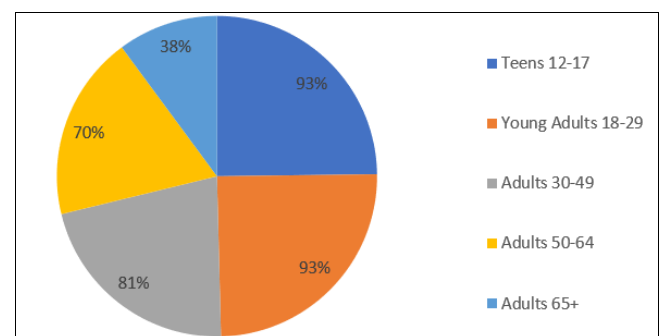
के लिए प्रोत्साहित कर सकता है। निजी क्षेत्र की पाँच प्रमुख कंपनियों (होम डिपो, के-मार्ट, वॉलमार्ट, कॉस्टको और कोहल) की केस स्टडी के रूप में जाँच करके, उनके सोशल मीडिया कार्यक्रम "ट्विटर" का विश्लेषण किया गया। लक्ष्य नए ज्ञान की खोज करना, बड़े डेटा से व्यावसायिक निर्णयों को फिल्टर करना और सोशल मीडिया से अंतर्दृष्टि प्राप्त करना था।

किसी कंपनी और उसके ग्राहकों के बीच का रिश्ता महज खरीद लेनदेन से आगे विकसित हो गया है और अब प्रभावी प्रदर्शन सुनिश्चित करने के लिए अधिक रणनीतिक योजना की आवश्यकता है। सोशल मीडिया नेटवर्क कंपनियों और उपभोक्ताओं के बीच जुड़ाव को बढ़ावा देने के लिए कई तरह के विकल्प प्रदान करते हैं। ग्राहक विभिन्न सोशल मीडिया नेटवर्क चैनलों को डिजाइन करने, उनके मूल्य को बढ़ाने और एक व्यावसायिक पारिस्थितिकी तंत्र बनाने में भाग ले सकते हैं जो बेहतर सेवाओं, कौशल और नवाचार की ओर ले जाता है।

यह दर्शाता है कि सोशल मीडिया तकनीकी संचार को सक्षम करने वाले एक इंटरैक्टिव प्लेटफॉर्म के रूप में कैसे कार्य करता है, और यह साबित करता है कि कंपनियाँ कैसे हितधारकों के साथ सहयोग कर सकती हैं और सोशल मीडिया चैनलों के माध्यम से ग्राहकों के साथ जानकारी साझा कर सकती हैं। प्रबंधकों और सोशल नेटवर्किंग कार्यक्रमों के लिए यह एक महत्वपूर्ण चुनौती है कि वे पहचानें कि मीडिया में वाणिज्यिक कार्यक्रम सोशल नेटवर्किंग साइटों पर विज्ञापन प्रकाशित करने के लिए एक उदाहरण के रूप में कार्य करते हैं। संगठन कार्यान्वयन से लेकर उत्पादन तक पूरी प्रक्रिया को नियंत्रित कर सकते हैं। इसके अलावा सोशल प्लेटफॉर्म पर मीडिया अभियान अनिश्चित काल तक जारी रहते हैं और पारंपरिक मीडिया की तुलना में कम लागत पर किसी संगठन के चैनलों पर बनाए रखा जा सकता है, जो इसकी समाप्ति के बाद समाप्त हो जाता है।

### सोशल मीडिया किशोरों को कैसे प्रभावित करता है

सोशल नेटवर्किंग कार्यक्रमों में भाग लेना बच्चों और किशोरों के लिए एक दैनिक दिनचर्या बन गई है। शोध से पता चलता है कि यह नियमित गतिविधि किशोरों को उनके संचार कौशल को बढ़ाने, समान रुचियों को खोजने और सामाजिक और तकनीकी क्षमताओं को विकसित करते हुए स्कूल के साथियों से जुड़ने में मदद करती है। 22% किशोर प्रतिदिन लगभग 10 बार सोशल नेटवर्किंग कार्यक्रमों में भाग लेते हैं। शेष किशोरों में से आधे से अधिक दिन में एक से अधिक बार चेक इन करते हैं, मुख्य रूप से मोबाइल फोन का उपयोग करते हुए, 75% किशोरों के पास अपने स्वयं के सेल फोन हैं। नीचे दिया गया चार्ट उम्र के अनुसार सोशल मीडिया के उपयोग को दर्शाता है, जिससे पता चलता है कि उपयोगकर्ताओं का उच्चतम प्रतिशत (93%) किशोर और युवा वयस्क हैं। यह किशोरों के बीच सोशल मीडिया की लत के एक महत्वपूर्ण स्तर का सुझाव देता है।



चित्र 1: उम्र के अनुसार सोशल मीडिया का उपयोग प्रस्तुत किया गया है।

सोशल मीडिया नेटवर्क ने किशोरों के जीवन को नकारात्मक और सकारात्मक रूप से प्रभावित किया है। सबसे पहले, कुछ सकारात्मक प्रभाव प्रदान करेंगे जो किशोरों को सोशल नेटवर्क का उपयोग शुरू करने के बाद लाभान्वित करते हैं:

### संचार कौशल और सोशल नेटवर्किंग

सोशल नेटवर्क पर नियमित जुड़ाव किशोरों को दोस्तों और परिवार के साथ निरंतर संचार बनाए रखने में सक्षम बनाता है। यह उनके स्थानीय समुदायों से परे नई दोस्ती बनाने की संभावना को भी बढ़ाता है, जिससे उन्हें जानकारी, विचार और चित्र साझा करने की अनुमति मिलती है। इसके अलावा, यह धर्मार्थ गतिविधियों में सहयोग करने और भाग लेने की उनकी क्षमता को बढ़ाता है। सोशल मीडिया रचनात्मकता और बौद्धिक विकास को बढ़ावा देकर व्यक्तिगत प्रदर्शन को बेहतर बनाने में भी योगदान देता है। निम्न तालिका 1 दुनिया भर के 9 देशों में किए गए परिणामों का वर्णन करती है और बताती है कि सोशल मीडिया लोगों के संचार को कैसे बढ़ाता है। और कैसे सोशल मीडिया, नई दोस्ती बनाने की संभावनाओं को बढ़ाता है।

**तालिका 1:** सोशल मीडिया के कारण संचार क्या आपको लगता है कि आप सोशल मीडिया के कारण अधिक लोगों को जानते हैं?

देश	हाँ का प्रतिशत	नहीं का प्रतिशत
ब्राजील	73%	27%
चिली	55%	45%
चीन	89%	11%
भारत	71%	29%
इटली	46%	54%
त्रिनिदाद	76%	24%
तुर्की	60%	40%
इंग्लैंड	46%	54%

### शिक्षण और सीखने के अवसर प्रदान करें

जैसे-जैसे क्लासमेट, लाइव जर्नल और गूगल जैसी सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म और सामुदायिक वेबसाइटों की संख्या बढ़ती जा रही है, किशोर उन्हें शैक्षिक उद्देश्यों के लिए उपयोग करना पसंद कर रहे हैं। ये प्लेटफॉर्म असाइनमेंट पर चर्चा करने और ज्ञान का आदान-प्रदान करने के साथ-साथ ब्लॉग का उपयोग करने के लिए स्कूल के साथियों के साथ दैनिक संचार को सक्षम करते हैं। इसके अलावा, वे स्वयंसेवी वैज्ञानिकों को आकर्षित करके अंतर्राष्ट्रीय शिक्षा को बढ़ावा देते हैं जो अपना खाली समय ज्ञान साझा करने, रचनात्मकता का समर्थन करने और इंटरनेट पेजों और प्लेटफॉर्म पर सामाजिक प्रथाओं में संलग्न होने के लिए समर्पित करते हैं, जिसके परिणामस्वरूप समुदायों के बीच साझा ज्ञान की प्रचुरता होती है।

### स्वास्थ्य संबंधी जानकारी तक आसान पहुँच

स्वास्थ्य संबंधी जानकारी और पृष्ठताछ तक त्वरित और आसान पहुँच के लिए किशोर इंटरनेट और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर तेजी से निर्भर हो रहे हैं। सामाजिक नेटवर्क ने चिकित्सा प्रकाशनों के तेजी से प्रसार को सक्षम करके महामारी और दुर्लभ बीमारियों के बारे में स्वास्थ्य जागरूकता बढ़ाने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। इसके अतिरिक्त इन प्लेटफॉर्म ने कैंसर रोगियों और दुर्लभ बीमारियों से पीड़ित लोगों के बीच अवसाद और चिंता को कम करने में मदद की है, उन्हें ऑनलाइन फोरम में विशेषज्ञों से जोड़कर जानकारी का आदान-प्रदान करने, सवाल पूछने और चिंताओं पर चर्चा करने में मदद की है। इसके अलावा सोशल मीडिया इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों से उच्च स्तर की स्वास्थ्य सेवा का समर्थन करता है, जिससे रोगियों को अपने आरामदायक वातावरण में देखभाल प्राप्त करने और दवा शेड्यूल का पालन करने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है।

दूसरे, यह खंड किशोरों पर सोशल मीडिया के उपयोग के संभावित जोखिमों और नकारात्मक प्रभावों पर चर्चा करेगा। किशोर वयस्कों की तुलना में इन जोखिमों के प्रति अधिक संवेदनशील होते हैं, जो आम तौर पर अधिक जागरूक और सतर्क होते हैं। ये मुद्दे अक्सर गलतफहमी, उपेक्षा और विषय वस्तु पर ज्ञान की कमी से उत्पन्न होते हैं।

### साइबर अपराध

इंटरनेट पर दुर्भावनापूर्ण समूह हैं जो दूसरों का शोषण करने और उन्हें परेशान करने के लिए प्रौद्योगिकी का उपयोग करते हैं, विशेष रूप से किशोरों को जो अधिक असुरक्षित हैं। सोशल मीडिया एक सामान्य प्लेटफॉर्म है जिसका उपयोग ये लोग व्यक्तिगत गोपनीयता को हैक करने, आपत्तिजनक भाषा का उपयोग करने, धमकी देने, अपमान करने और जबर्न वसूली करने के लिए करते हैं। आरएसए की रिपोर्ट है कि मोबाइल फोन का उपयोग करके अपराधों की दर में 173% की वृद्धि हुई है, जिसमें साइबर हमलों के कई वास्तविक जीवन के उदाहरण हैं जो समाज, विशेष रूप से किशोरों के लिए एक बड़ा खतरा बने हुए हैं। एजेंसी साइबर अपराध के प्रभावों को कम करने के लिए जागरूकता और समाधान प्रदान करने के लिए काम कर रही है, लेकिन इन अपराधियों को स्थायी रूप से रोकना चुनौतीपूर्ण है क्योंकि उन्होंने अनुभवी अपराधियों की मदद से दुनिया भर में मजबूत, बिखरे हुए समूह बनाए हैं। दुनिया कम समय में साइबर अपराध को नियंत्रित करने में चुनौतियों का सामना कर रही है।

### गोपनीयता

सोशल मीडिया नेटवर्क और इंटरनेट से जुड़ी प्रमुख चिंताओं में से एक तकनीक के दुरुपयोग के कारण गोपनीयता के मुद्दे हैं। इसमें व्यक्तिगत जानकारी साझा करना, डिजिटल पदचिह्न छोड़ना और किशोरों को खतरों और जोखिमों के संपर्क में लाना शामिल है। हैकर्स उन साइटों पर छोड़े गए डिजिटल फिंगरप्रिंट्स से उपयोगकर्ताओं के डेटा तक पहुंच सकते हैं, जिन्हें वे अक्सर ब्राउज करते हैं, जिससे उन्हें धमकी मिलने का खतरा होता है। किशोरों में अक्सर गोपनीयता के मुद्दों के बारे में जागरूकता की कमी होती है और वे यह भेद करने में असमर्थ होते हैं कि कौन सी जानकारी साझा की जानी चाहिए और क्या नहीं, जिसके कारण वे ऐसे फोटो, वीडियो और संदेश पोस्ट कर देते हैं जो उनकी गोपनीयता के लिए जोखिम पैदा करते हैं।

### मिश्रित संदेश जो किशोरों के अनुकूल नहीं हैं

कई माता-पिता मानते हैं कि उनके बच्चों को सोशल नेटवर्किंग साइट्स का उपयोग करने की अनुमति देने से पहले कम से कम 13 वर्ष का होना चाहिए। यह एक कानून के कारण हो सकता है जिसके तहत साइटों को उनकी गोपनीयता की रक्षा के लिए 13 वर्ष से कम उम्र के बच्चों के लिए सभी जानकारी को ब्लॉक करने की आवश्यकता होती है। हालांकि अगर कोई बच्चा 13 वर्ष से अधिक का है, तब भी उसके पास ऐसे संदेशों, छवियों और वीडियो तक पहुंच हो सकती है जो सोशल नेटवर्किंग प्लेटफॉर्म पर उनकी उम्र के लिए उपयुक्त नहीं हैं।

### फेसबुक डिप्रेशन की घटना

शोधकर्ताओं ने "फेसबुक डिप्रेशन" नामक एक घटना की पहचान की है, जो तब होती है जब किशोर दिन में कई घंटे फेसबुक जैसे सोशल नेटवर्किंग प्रोग्राम का उपयोग करने के आदी हो जाते हैं। यह लत अवसाद, अलगाव और यहां तक कि नशीली दवाओं के उपयोग की भावनाओं को जन्म दे सकती है यदि उचित देखभाल प्रदान नहीं की जाती है। सोशल मीडिया के उपयोग से संबंधित आईटी-संबंधित मुद्दों और सुरक्षा पहलुओं पर भी चर्चा करना महत्वपूर्ण है।

## निष्कर्ष

यह पेपर स्वास्थ्य, शिक्षा, पत्रकारिता, विपणन और लोगों के व्यवहार सहित समाज के विभिन्न पहलुओं पर सोशल मीडिया के प्रभाव पर चर्चा करता है। यह दर्शाता है कि सोशल मीडिया ने पारंपरिक मीडिया की जगह ले ली है और सीधे युवा उपभोक्ताओं को प्रभावित करता है, जिससे व्यवसाय ब्रांडिंग में सुधार होता है। इसके अतिरिक्त, सोशल मीडिया किशोरों के जीवन में एक नियमित गतिविधि बन गई है। इसके अलावा पेपर किशोरों के लिए सोशल मीडिया के मुख्य लाभों और जोखिमों की पहचान करता है।

## संदर्भ सूची

1. मिलर, डी., कोस्टा, ई., हेन्स, एन., मैकडोनाल्ड, टी., निकोलेस्कु, आर. और सिनानन, जे. (2016). कैसे दुनिया ने सोशल मीडिया को बदल दिया. यूसीएल प्रेस.
2. दानाह एम. बॉयड, और निकोल बी. एलिसन. (2007). सोशल नेटवर्क साइट्स: परिभाषा, इतिहास और छात्रवृत्ति.
3. गुज्ड, ए., जैकबसन, जे., माई, पी., और वेलमैन, बी. (2015, जुलाई). 2015 सोशल मीडिया और सोसाइटी कॉन्फ्रेंस का परिचय. (7).
4. जॉन, ए., और सिंह, के. (2015, जुलाई). स्तन कैंसर रोगियों के लिए ट्वीट चैट का एक अध्ययन. (7).
5. गुरजाला, एस., एस. व्हाइट, जे., हडसन, बी., और एन. मैथ्यूज, जे. (2015). फर्जी ट्विटर अकाउंट: गतिविधि-आधारित पैटर्न पहचान दृष्टिकोण का उपयोग करके प्राप्त प्रोफाइल विशेषताएँ.
6. टॉरिंग, के., जाफरी, जेड., और वत्रापु, आर. (2015, जुलाई). सोशल मीडिया प्रबंधन में वर्तमान चुनौतियाँ. रिसर्च गेट.
7. लिन, सी.-वाई., ली, टी.-वाई., और चेन, पी. (2016, जुलाई). सोशल मीडिया के साथ समाचार विषयों की खोज में सहायता के लिए एक सूचना विजुअलाइजेशन सिस्टम. ACM DL.
8. स्मिथ, डी., हर्नांडेज-गार्सिया, ए. और अगुडो पेरेग्रीना, ए. (2016, जुलाई). सोशल नेटवर्क मार्केटिंग: खरीद इरादे को समझने के लिए एक विभाजन दृष्टिकोण। ACM DL.
9. ब्लैंक, जी., और लुट्ज, सी. (2016, जुलाई). यूनाइटेड किंगडम में छह प्रमुख सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म की सामाजिक संरचना: फेसबुक, लिंकडइन, ट्विटर, इंस्टाग्राम, गूगल और पिनटरेस्ट. ACM.
10. ग्लासगो, के., विटक, जे., और तौजिक, वाई. (2016, जुलाई). 21वीं सदी में शोक: समुदाय-स्तर की दर्दनाक घटनाओं के बाद सहायक आदान-प्रदान को सुविधाजनक बनाने में सोशल मीडिया की भूमिका. .
11. सना केटोनन-ओक्सी, और जारी जे. जुसिला, हन्नू कर्कई. (2016). सोशल मीडिया-आधारित मूल्य निर्माण और व्यवसाय मॉडल. औद्योगिक प्रबंधन और डेटा सिस्टम, 116(8), 1820-1838.
12. एंजेला डोबेले, एम. एस. (2015). ब्लॉग मार्केटिंग के सात सी को समझना: सोशल मीडिया और व्यावसायिक प्रभाव को समझना. मार्केटिंग इंटेलेजेंस एंड प्लानिंग, 33(7), 1087-1102.
13. जोन्स, एन., बॉर्गमैन, आर., और उलुसोय, ई. (2015). छोटे व्यवसायों पर सोशल मीडिया का प्रभाव. जर्नल ऑफ स्मॉल बिजनेस एंड एंटरप्राइज डेवलपमेंट 22(4) 611-632.
14. बर्जरॉन, एफ., और डुटोट, वी. (2016). रणनीतिक अभिविन्यास से सोशल मीडिया अभिविन्यास तक: सोशल

- मीडिया पर एसएमई के प्रदर्शन में सुधार. जर्नल ऑफ स्मॉल बिजनेस एंड एंटरप्राइज डेवलपमेंट, 23(4), 1165-1190.
15. राइट, एल., कूली, के., और बोल्ट, ई. (2016). व्यवसाय और मोबाइल सोशल मीडिया क्षमता. जर्नल ऑफ बिजनेस एंड इंडस्ट्रियल मार्केटिंग, 31(8), 971-981.
  16. वह, डब्ल्यू., वांग, एफ.-के., और अकुला, वी. (2017). व्यावसायिक निर्णय लेने के लिए बड़े सोशल मीडिया डेटा से निकाले गए ज्ञान का प्रबंधन करना. जर्नल ऑफ नॉलेज मैनेजमेंट, 21(2), 275-294।
  17. सु-यू चौ, वेई-चेंग यांग, चेंग एन वू, चिह-ते, और त्सिर युआन, एस. (2017). कई नए मीडिया और व्यापक व्यापार पारिस्थितिकी तंत्र के भीतर ग्राहक जुड़ाव - एक समग्र दृष्टिकोण. 46(6).
  18. बच्चों, किशोरों और परिवारों पर सोशल मीडिया का प्रभाव. (2011, मार्च). अमेरिकन एकेडमी ऑफ पीडियाट्रिक्स, पृ. 1098-4275.
  19. ग्रीनहॉ, सी. (2017, जूल). ऑनलाइन सोशल नेटवर्क और सीखना. एमराल्ड, 19(1), 4 12।
  20. लूथर, डी. (2017). साइबरबुलिंग और साइबर स्टॉकिंग के कानून को जानें. ली काउंटी का किशोर मूल्यांकन केंद्र. आरएसए. (2016). 2016: साइबर अपराध की वर्तमान स्थिति. RSA श्वेतपत्र.
  21. पाल्परे जे, जी. यू. (2010, 16 जुलाई). एक विकसित मीडिया परिदृश्य में माता-पिता को सशक्त बनाना और बच्चों की सुरक्षा करना. FCC को जवाब, पृष्ठ 4-94.
  22. सिंगला, एम. (2016). सोशल मीडिया और पर्यटन अनुभवों का सह-निर्माण, मारियोस सोतिरियादिस में. एम. सोतिरियादिस (एड.) में, पर्यटन अनुभवों के प्रबंधन और विपणन की पुस्तिका.
  23. सिमो, एच. (द.क.). बड़ा डेटा: अवसर और गोपनीयता चुनौतियाँ. फ्रौनहोफर-इंस्टीट्यूट फर सिचरे इंफॉर्मेशन की तकनीक, डार्मस्टाट, जर्मनी.
  24. लेनहार्ट, ए., पर्सेल, के. और स्मिथ, ए. (2010) 'किशोरों और वयस्कों के बीच सोशल मीडिया और इंटरनेट का उपयोग', प्यू रिसर्च सेंटर.
  25. रुचिका बटाला, अजय विक्रम सिंह, डॉली शर्मा, "अनुशांसा प्रणालियों के प्रदर्शन को मापने के लिए मूल्यांकन मानदंड", 2015 4वां IEEE अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन विश्वसनीयता, इन्फोकॉम प्रौद्योगिकी और अनुकूलन (ICRITO) पर. रुझान और भविष्य की दिशाएं, 2015 AUP, नोएडा, भारत, 02-04 सितंबर, 2015 DOI: 10-1109/ICRITO-2015-7359280
  26. ए. पांडे, एस. सोम (2016), "विजुअल क्रिप्टोग्राफी के अनुप्रयोग और उपयोग: एक समीक्षा" अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन "विश्वसनीयता, इन्फोकॉम प्रौद्योगिकी और अनुकूलन (रुझान और भविष्य की दिशाएं) ICRITO 2016, 7-9 सितंबर 2016