



REVIEW OF RESEARCH

ISSN: 2249-894X

IMPACT FACTOR : 5.2331(UIF)

VOLUME - 7 | ISSUE - 4 | JANUARY - 2018



सोशल मीडिया और इसका ग्रामीण युवाओं पर प्रभाव

डॉ. ज़किया रफ़त

एसोसिएट प्रोफेसर , समाजशास्त्र विभाग , आर.बी.डी. महिला महाविद्यालय
बिजनौर.

सारांश

वर्तमान में सोशल मीडिया की लोकप्रियता में निरन्तर वृद्धि हो रही है। फेसबुक व व्हाट्सएप से जुड़ना स्टेट्स सिंबल माना जाता है। गांव गांव तक मोबाइल फोन की पहुंच ने इंटरनेट को हर किसी के लिए आसान बना दिया है। इन साइट्स का उपयोग करने वाली लगभग 75 प्रतिशत जनसंख्या किशोर व युवाओं की है। वर्तनाम युवा पीढ़ी



जो एक समय तक तकनीकी प्रेमी थी। आज सोशल मीडिया प्रेमी हो गयी है और अपना समय विभिन्न ऑनलाइन सोशल नेटवर्किंग साइट्स जैसे फेसबुक, ट्विटर, यू-ट्यूब, व्हाट्सएप पर व्यतीत कर रही है। आज लाइव चैट, अपडेट्स व वीडियो शेयरिंग लोक प्रिय होते जा रहे हैं। ग्रामीण युवा वर्ग भी पीछे नहीं है। अब ग्रामीण युवक व युवतियों के हाथों में भी मोबाइल

देखा जा सकता है। यह अपने मनोरंजन एवं समय व्यतीत करने के लिये इन साइट्स को सबसे सहज उपलब्ध साधन मानता है। इन पर प्रसारित दृश्य तथा खबरों का युवाओं के मन पर गहन प्रभाव पड़ता है इस सोशल मंच का उपयोग वे ज्ञान विस्तार तथा अध्ययन में आने वाली कठिनाईयों के समाधान के रूप में कर रहे हैं अथवा इन्हें केवल खेल या मनोरंजन के रूप में ले रहे हैं और निरर्थक बातों में समय बर्बाद कर रहे हैं। अतः यह देखना आवश्यक हो जाता है कि देश की भावी पीढ़ी पर सोशल साइट्स का कितना सकारात्मक व नकारात्मक प्रभाव पड़ रहा है। प्रस्तुत अध्ययन ग्रामीण युवाओं पर सोशल नेटवर्किंग साइट्स के प्रभाव को जानने हेतु किया गया है।

प्रस्तावना :

वर्तमान समय में सोशल मीडिया व्यक्तियों में बहुत लोकप्रिय है। सोशल मीडिया एक विशाल नेटवर्क है जो समस्त संसार को जोड़े रखता है। यह संचार का एक अच्छा माध्यम है। यह द्रुतगति से सूचनाओं के आदान-प्रदान करने के लिए, जिसमें प्रत्येक क्षेत्र की सूचनाएं होती हैं, समाहित किये जाता है। फेसबुक व व्हाट्सएप से जुड़ना आज के समय में स्टेट्स सिंबल माना जाता है जो सोशल मीडिया के इस मंच पर नहीं है उन्हें पिछड़ा हुआ माना जाता है। गांव-गांव स्मार्ट फोन की पहुंच ने इंटरनेट को हर किसी के लिए आसान बना दिया है। वर्तमान परिदृश्य यह है कि सोशल मीडिया के प्रति व्यक्तियों की दीवानगी एडिक्शन का रूप ले चुकी है।¹ इंटरनेट एंड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया द्वारा 35 नगरों में कराये गये सर्वेक्षण के आंकड़ों के आधार पर जारी रिपोर्ट के अनुसार, भारत के नगरीय इलाकों में प्रत्येक चार में से तीन व्यक्ति सोशल मीडिया का प्रयोग किसी ना किसी रूप में करते हैं। 77 प्रतिशत उपयोगकर्ता सोशल मीडिया का प्रयोग मोबाइल पर करते हैं।² इसका प्रयोग करने वालों में लगभग 75 प्रतिशत जनसंख्या किशोर व किशोरियों की है। जो 24 घण्टों में से 16-16 घण्टे ऑनलाइन रहते हैं।² वर्तनाम युवा पीढ़ी जो एक समय तक तकनीकी प्रेमी थी। आज

सोशल मीडिया प्रेमी हो गयी है और अपना समय विभिन्न ऑनलाइन सोशल नेटवर्किंग साइट्स जैसे फेसबुक, ट्विटर, यू-ट्यूब, वहाट्सएप पर व्यतीत कर रही है। कुछ समय पहले तक जो लोग ई-मेल का प्रयोग करते थे। वे भी इसके स्थान पर सोशल मीडिया साइट्स के प्रयोग कर रहे हैं। आज लाइव चैट, अपडेट्स व वीडियो शेयरिंग लोक प्रिय होते जा रहे हैं।³ ग्रामीण युवा वर्ग भी पीछे नहीं है। अब ग्रामीण युवक व युवतियों के हाथों में भी मोबाईल देखा जा सकता है। यह अपने मनोरंजन एवं समय व्यतीत करने के लिये इन साइट्स को सबसे सहज उपलब्ध साधन मानता है। इन पर प्रसारित दृश्य तथा खबरों का युवाओं के मन पर गहन प्रभाव पड़ता है।⁴ आर० के० शर्मा के अनुसार, “मीडिया युवाओं की भावनाओं, विचारों को अधिक प्रभावित करता है वह पुराने मूल्यों एवं मनोवृत्तियों के स्थान पर नये मूल्यों व मनोवृत्तियों को स्थापित करता है”।⁵

आज सोशल मीडिया ने युवाओं के जीवन में क्रान्तिकारी परिवर्तन ला दिया है। युवावस्था एक ऐसा पड़ाव है। जिसमें सभी चीजे जरूरी और आकर्षक लगती है और युवाओं के लिए अन्तर कर पाना मुश्किल हो जाता है कि उनके लिए क्या चीज सही है और क्या गलत। जो चीज उन्हें बार-बार परोसी जाती है। वे उसी ओर आकर्षित होने लगते हैं।

ग्रामीण युवा वर्ग के सोशल मीडिया के अंधाधुंध प्रयोग का क्या प्रभाव पड़ रहा है। यह गम्भीर चिंतन का विषय है कि देश की भावी पीढ़ी किस ओर जा रही है क्योंकि एक देश का भविष्य उसको युवा पीढ़ी पर निर्भर करता है। प्रस्तुत अध्ययन में ग्रामीण युवाओं पर सामाजिक मीडिया के प्रभाव को जानने का प्रयास किया गया है।

प्रमुख अध्ययन: सोशल मीडिया पर किये गये कुछ प्रमुख अध्ययन निम्नवत हैं।

6. **बर्कमैन** (2007) ने निष्कर्षित किया है कि इंटरनेट उपयोग के भारतीय परिदृश्य से पता चलता है कि विश्वभर में भारत में सबसे तेजी से इंटरनेट यातायात वृद्धि हुई है।

7. **बॉयड** (2007) ने युवाओं के जीवन में सोशल मीडिया की भूमिका को विश्लेषित किया और पाया कि सोशल मीडिया ने युवाओं को आकर्षित किया है और उनकी गतिशीलता में वृद्धि की है। अध्ययन से पता चला कि सोशल मीडिया ने वर्तमान मामलों के बारे में सराहनीय जागरूकता उत्पन्न की। उन्होंने सुझाव दिया कि प्रशंसकों द्वारा सोशल मीडिया की आदतों पर नजर रखी जानी चाहिए।

8. **पलैमरी** (2010) ने युवाओं पर मीडिया के प्रभाव की जांच की और निष्कर्षित किया है कि लगभग 93 प्रतिशत किशोर इंटरनेट के सक्रिय उपयोगकर्ता हैं। अध्ययन से पता चला है कि लगभग 70 प्रतिशत किशोर प्रतिदिन इंटरनेट इस्तेमाल करते हैं। मल्टी टास्क मैसेजिंग के माध्यम से मीडिया मल्टी टासकिंग में नाटकीय ढंग से वृद्धि हुई है। उनका सुझाव है कि सोशल मीडिया के सकारात्मक व नकारात्मक प्रभावों के बारे में युवाओं को शिक्षित किया जाना चाहिए।

9. **चोई** (2010) ने सोशल मीडिया पर युवाओं के प्रभाव का पता लगाया। उनके अनुसार सोशल मीडिया ने क्रोध अहंकार, आत्म आश्वासन और युवाओं के बीच विषमता की धारणा में वृद्धि की है। अध्ययन से पता चला कि शिक्षा के व्यक्तिगत उपयोग से संक्रमण हो रहा है। समकालीन युवाओं के लिए कई संभावनाओं को अनलॉक करेगा। उन्होंने सुझाव दिया कि आधुनिक युग में विकास और सामाजिक परिवर्तन के साधनों के रूप में सोशल मीडिया का प्रयोग किया जाना चाहिए।

10. **फील्ड** (2013) ने युवाओं पर सामाजिक मीडिया के प्रभाव का विश्लेषण किया और पाया कि सामाजिक मीडिया का हमारी दुनिया विशेषकर युवाओं पर अधिक प्रभाव पड़ा है। और किशोरावस्था की पहली पीढ़ी अपने जीवन के अभिन्न अंग के रूप में सोशल मीडिया के साथ बड़े हुए हैं। उन्होंने सुझाव दिया कि समुचित मार्गदर्शन और परामर्श के आधार पर युवाओं की सोशल मीडिया आदतों को सुधारना चाहिए।

11. **चौधरी तथा साहा** (2015) ने भारत में युवाओं पर फेसबुक के प्रभाव का अध्ययन किया और पाया कि युवा पीढ़ी में फेसबुक बहुत अधिक लोकप्रिय है

अध्ययन के उद्देश्य :

प्रस्तुत अध्ययन के निम्न उद्देश्य हैं—

1. ग्रामीण युवाओं द्वारा सोशल मीडिया के प्रयोग की स्थिति ज्ञात करना।
2. ग्रामीण युवाओं पर सोशल मीडिया का प्रयोग से पड़ने वाले प्रभाव का पता लगाना।

अध्ययन क्षेत्र :

प्रस्तुत अध्ययन पश्चिमी उत्तर प्रदेश में स्थित बिजनौर नगर में सम्पन्न किया गया है। वर्ष 2011 की जनगणना के अनुसार नगर की कुल संख्या 115,381 है जिसमें महिलाओं की संख्या 54, 725 तथा पुरुषों की संख्या 60656 है। यहां साक्षरता 77.90 प्रतिशत है। शिक्षा की दृष्टि से नगर समृद्ध है। यहां आठ डिग्री कालिज है जिसमें दो सहायता प्राप्त महाविद्यालय हैं तथा 6 सेल्फ फाइनंस कालेज है।

प्रस्तुत अध्ययन नगर के सबसे पुराने व बड़े सहायता प्राप्त महाविद्यालय वर्धमान कॉलेज में सम्पन्न किया गया है। यहां अध्ययनरत अधिकतर छात्र अल्पसंख्यक, पिछड़ी व अनुसूचित जातियों तथा ग्रामीण पृष्ठभूमि से हैं।

अध्ययन विधि :

प्रस्तुत अध्ययन अन्वेषणात्मक शोध प्ररचना के अन्तर्गत किया गया है।

निदर्शन :

प्रस्तुत अध्ययन में स्तरित निदर्शन पद्धति का प्रयोग किया गया है। पहले स्तर पर वर्धमान कॉलेज में अध्ययनरत समस्त छात्रों में से 200 ग्रामीण छात्रों का उद्देश्यपूर्ण निदर्शन के द्वारा चयन किया गया। दूसरे स्तर पर भी 50 ऐसे छात्रों का चयन किया गया जो सोशल साइट्स का प्रयोग कर रहे थे।

उपलब्धियाँ :

ग्रामीण युवाओं की सामाजिक आर्थिक स्थिति- सोशल साइट्स का प्रयोग करने वाले 50 ग्रामीण युवाओं में समस्त उत्तरदाता 18 से 22 वर्ष आयु समूह के हैं। इसमें सर्वाधिक 64 प्रतिशत उत्तरदाता स्नातक तथा 36 प्रतिशत स्नातकोत्तर कक्षाओं में अध्ययनरत हैं। 56 प्रतिशत उत्तरदाता हिन्दू व 44 प्रतिशत मुस्लिम हैं। 20 प्रतिशत उत्तरदाता सामान्य जातियों से, 56 प्रतिशत पिछड़ी व 24 प्रतिशत अनुसूचित जाति से सम्बद्ध हैं। 68 प्रतिशत उत्तरदाताओं का संयुक्त परिवार में तथा 32 प्रतिशत उत्तरदाता एकाकी परिवार में रहते हैं। सर्वाधिक 66 प्रतिशत उत्तरदाताओं के परिवार की मासिक आय 0 से 10000 रु के मध्य है। 30 प्रतिशत की रु. 10000 से रु. 20,000 के मध्य एवं केवल 4 प्रतिशत की आय से 20,000 से अधिक है।

फेसबुक व व्हाट्सएप पर खातों की स्थिति

ग्रामीण युवाओं द्वारा फेसबुक व व्हाट्सएप पर बनाये गये खातों की स्थिति निम्न तालिका में दर्शायी गयी है-

तालिका 1

खाता	संख्या	प्रतिशत
फेसबुक पर	20	40
व्हाट्सएप पर	30	60
योग	50	100

तालिका 1 में ग्रामीण युवाओं द्वारा फेसबुक व व्हाट्सएप पर बनाये गये खातों की स्थिति देखने पर पता चलता है कि 40 प्रतिशत उत्तरदाता ने फेसबुक पर खाते बनाये हुए हैं। सर्वाधिक 60 प्रतिशत उत्तरदाता व्हाट्सएप का प्रयोग करते हैं

फेसबुक व व्हाट्सएप पर साझा की जाने वाली सामग्री

ग्रामीण युवाओं द्वारा फेसबुक व व्हाट्सएप पर जो सामग्री अपने मित्रों के साथ साझा की जाती है। उसका विवरण निम्न तालिका में दिया गया है-

तालिका 2

समग्री	इकाईयों की संख्या एवं प्रतिशत		योग
	हाँ	नहीं	
1. सन्देश	50 (100%)	-	50 (100%)
2. फोटो	30 (60%)	20 (40%)	50 (100%)
3. वीडियो	25 (50%)	25 (50%)	50 (100%)
4. समाचार	4 (8%)	46 (82%)	50 (100%)
5. खेल कूद	40 (80%)	10 (20%)	50 (100%)
6. चुटकुले	40 (80%)	10 (20%)	50 (100%)
7. विज्ञापन	15 (30%)	35 (70%)	50 (100%)
8. कविताएं / शायरी	3 (6%)	47 (84%)	50 (100%)
9. अध्ययन सामग्री	5 (10%)	45 (90%)	50 (100%)
10. कालेज में छुट्टी की सूचना	12 (24%)	38 (76%)	50 (100%)
11. समसामायिक घटनाओं पर टिप्पणी	2 (4%)	48 (96%)	50 (100%)

उपर्युक्त तालिका 2 ग्रामीण युवाओं में फेसबुक/व्हाट्सएप का प्रयोग करने वाले 50 उत्तरदाताओं द्वारा साझा की जाने वाली सामग्री के विश्लेषण से स्पष्ट होता है कि 100 प्रतिशत उत्तरदाता संदेश, 60 प्रतिशत उत्तरदाता फोटो अपने फेसबुक मित्रों/व्हाट्सएप समूह के साथ साझा करते हैं जबकि 40 प्रतिशत कोई फोटो नहीं भेजते। 50 प्रतिशत उत्तरदाता वीडियो साझा करते हैं तथा 50 प्रतिशत उत्तरदाता वीडियो साझा नहीं करते हैं। केवल 8 प्रतिशत उत्तरदाता अपने व्हाट्सएप समूह/फेसबुक मित्रों के साथ कोई समाचार साझा करते हैं। 82 प्रतिशत ऐसा नहीं करते। 80 प्रतिशत उत्तरदाता चुटकुले भेजते हैं, 20 प्रतिशत उत्तरदाता चुटकुले नहीं भेजते। 30 प्रतिशत उत्तरदाता विज्ञापन साझा करते हैं तथा 70 प्रतिशत उत्तरदाता ऐसा नहीं करते हैं। 6 प्रतिशत कविताएं साझा करते हैं 84 प्रतिशत नहीं। 10 प्रतिशत उत्तरदाता अपने सहपाठियों के साथ अध्ययन सामग्री साझा करते हैं 90 प्रतिशत ऐसा नहीं करते। 24 प्रतिशत उत्तरदाता कालिज में छुट्टी होने की सूचना अपने साथियों को भेजते हैं। 76 प्रतिशत नहीं। 4 प्रतिशत उत्तरदाता समसामायिक घटनाओं पर टिप्पणी करते हैं 96 प्रतिशत नहीं।

दैनिक जीवन में सोशल मीडिया पर संलग्नता के कारण

ग्रामीण युवाओं द्वारा दैनिक जीवन में सोशल मीडिया के प्रयोग के कारणों को निम्न तालिका में दर्शाया गया है-

तालिका-3

संलग्नता का कारण	इकाई संख्या	प्रतिशत
तनाव से मुक्ति	2	4
खाली समय व्यतीत करना	8	16
समस्याओं से ध्यान हटाना	3	6
मनोरंजन	19	38
ज्ञान व शिक्षा प्राप्ति के लिए	2	4
समसामायिक घटनाओं के प्रति जानकारी प्राप्त करना	3	6
बाहर रहने वाले परिवार के सदस्यों व रिश्तेदारों को जानकारी देना	13	26
योग	50	100

उपर्युक्त तालिका 3 से स्पष्ट होता है कि 4 प्रतिशत उत्तरदाता तनाव से मुक्ति हेतु, 16 प्रतिशत उत्तरदाता खाली समय व्यतीत करने हेतु, 6 प्रतिशत उत्तरदाता समस्याओं से ध्यान हटाने हेतु, 38 प्रतिशत उत्तरदाता मनोरंजन हेतु, 4 प्रतिशत उत्तरदाता ज्ञान प्राप्ति हेतु, 6 प्रतिशत उत्तरदाता समसामायिक घटनाओं की जानकारी प्राप्त करने हेतु तथा 26 प्रतिशत उत्तरदाता दूर बैठे परिवार के सदस्यों व रिश्तेदारों की खैर-खबर लेने हेतु, दैनिक जीवन में सोशल मीडिया पर संलग्न रहते हैं। तालिका के विश्लेषण से पता चलता है कि सर्वाधिक (38 प्रतिशत) ग्रामीण युवा मनोरंजन हेतु सोशल मीडिया का प्रयोग करते हैं।

**ग्रामीण युवाओं पर सोशल मीडिया के प्रभाव
ग्रामीण युवाओं पर सोशल मीडिया के पड़ने वाले सकारात्मक तथा नकारात्मक प्रभाव का विवरण
निम्न तालिका में दिया गया है—**

तालिका 4

सकारात्मक	संख्या	प्रतिशत	नकारात्मक	संख्या	प्रतिशत
ज्ञान में वृद्धि	5	15.6	समय की बर्बादी	6	33.4
आत्म विश्वास में वृद्धि	5	15.6	निराशा व अवसाद	4	22.2
सम्बन्धों का विस्तार	10	31.3	स्वास्थ्य के लिए अहितकर	2	11.1
कृषि सम्बंधित जानकारी	4	12.5	गलत व्यक्तियों से सम्पर्क के कारण कठिनाई	2	11.1
मनोरंजन एवं खाली समय का सदुपयोग	8	25.0	सामाजिक मूल्यों एवं संस्कृति का ह्रास	4	22.2
योग	32	100	योग	18	100

उपर्युक्त तालिका 4 फेसबुक व व्हाट्सएप के ग्रामीण युवाओं पर पड़ने वाले प्रभाव को दर्शाती है। इसके अनुसार 32 प्रतिशत उत्तरदाताओं पर फेसबुक व व्हाट्सएप के सकारात्मक प्रभाव पड़े हैं। 15.6 प्रतिशत उत्तरदाताओं का आत्मविश्वास बढ़ा, 31.3 प्रतिशत के सम्बन्धों का विस्तार हुआ। 12.5 प्रतिशत उत्तरदाताओं को खरीदारी करने में आसानी हुई तथा 25 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने मनोरंजन व खाली समय का सदुपयोग किया।

इसके विपरीत 18 प्रतिशत उत्तरदाताओं पर इसके नकारात्मक परिणाम प्राप्त हुए। 33.4 प्रतिशत उत्तरदाताओं को फेसबुक व व्हाट्सएप को समय की बर्बादी लगा। 22.2 प्रतिशत उत्तरदाताओं के समक्ष निराशा व अवसाद की स्थिति उत्पन्न हुई। (उनके पोस्ट को लाइक न मिलने पर) 11.1 प्रतिशत उत्तरदाताओं को स्वास्थ्य के लिए अहितकर लगा। 11.1 प्रतिशत उत्तरदाताओं को गलत व्यक्तियों से सम्पर्क होने के कारण कठिनाई उठानी पड़ी। 22.2 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने माना कि सोशल मीडिया से उनके सामाजिक मूल्यों एवं संस्कृति का ह्रास हुआ है।

निष्कर्ष :

निष्कर्ष रूप में कहा जा सकता है कि आज अधिकतर ग्रामीण युवा फेसबुक की तुलना में व्हाट्सएप का प्रयोग अधिक कर रहे हैं और यह युवा सन्देश, फोटो, विडियो, चुटकुले, कविता, शायरी विज्ञापन आदि साझा कर रहे हैं तथा उपयोगी जानकारी बहुत कम साझा करते हैं। यह अपना अधिकतर समय मोबाईल पर व्यतीत करते हैं तथा थोड़ी-थोड़ी देर बाद मोबाईल खोल कर देखते रहते हैं। सोशल साइट्स प्रयोग करने वाले उत्तरदाताओं पर इसके सकारात्मक व नकारात्मक दोनों ही प्रकार के प्रभाव पड़ रहे हैं। यह उत्तरदाताओं पर निर्भर करता है कि इसका प्रयोग किस रूप में करते हैं।

सन्दर्भ

- दिमाग पर सोशल मीडिया का असर, 15 नवम्बर 2015, 18
- पांडे, केशव मोहन (2015), सोशल नेटवर्किंग साइट्स और युवा वर्ग published on july 8, 2015 <https://www.lintedin.com>

3. खरे, संजय (2015), "सामाजिक मीडिया का युवाओं पर प्रभाव एक समाजशास्त्रीय अध्ययन" राधा कमल मुकर्जी: चिन्तन परम्परा, वर्ष 17, अंक. 2, जुलाई-दिसम्बर 2015, 89-91
4. चौधरी, दिनेश कुमार (2016) "युवाओं पर जनसंचार के साधनों का प्रभाव एक समाजशास्त्रीय अध्ययन" राधा कमल मुकर्जी : चिन्तन परम्परा, वर्ष 18, अंक 2, जुलाई-दिसम्बर, 86-89,
5. शर्मा, आर0 के0 (2003), "द रोल ऑफ मीडिया इज सोसायटी," अमन पाब्लिकेशं, सागर, 93
6. बर्कमैन, एस0 (2007), "वहाई यूथ हार्ट्स सोशल नेटवर्क साइट्स", वर्कमैन सेन्टर फॉर इंटरनेट एण्ड सोसायटी, हारवर्ड यूनिवर्सिटी, यू. एस. ए.
7. बॉयड, डी (2007), "व्हाई यूथ सोशल नेटवर्क साइट्स द रोल ऑफ नेटवर्कड पब्लिक इन टीनेज सोशल लाइफ, यूथ आइडेंटिटी एण्ड डिजिटल मीडिया" सम्पादित डेविड बकिघंम, द जॉन डी. एण्ड कैथरीन टी., मैक ऑर्थर फाउंडेशन सीरीज ऑन डिजिटल मीडिया एंड लर्निंग, कैम्ब्रिज एम. ए. द एम. आई टी प्रेस : 119-142
8. फ्लैमरी, डेनियल जे. 2010 "सोशल मीडिया एण्ड इट्ज इफैक्ट्स ऑन यूथ," केसर जेनेरेशन एम 2 किड्स/यूथ, मीडिया सर्वे, बेगम सेन्टर फॉर वायलेंस प्रीवेंशन रिसर्च एंड एजुकेशन, केस वैस्टर्न रिजर्व यूनिवर्सिटी.
9. चोई, रोनी बी. (2010), "सोशल मीडिया एंड यूथ नार्सिसिज्म : मैथड्स ऑफ यूटिलाइजिंग करेण्ट टैक्नोलॉजी इन एन इंस्ट्रक्शनल सैटिंग" प्रोजेक्ट रिपोर्ट फेकल्टी द स्कूल ऑफ एजुकेशन, यूनिवर्सिटी ऑफ सैन फेसिसको, 5 3.
10. फील्ड, एम (2013), "सोशल मीडिया इम्पैक्ट ऑन यूथ" यू.एस.ए. मीडिया ईस्ट स्टडी, 79
11. चौधरी, इंद्रजीत राय एंड विसवजीत साहा (2015), "इम्पैक्ट ऑफ फेसबुक एस. ए. सोशल नेटवर्किंग साइट (एस. एन. एस) ऑन यूथ जेनेरेशंस: ए केस स्टडी ऑफ कोलकाता सिटी), इंटरनेशनल जर्नल ऑफ ह्यूमैनिटिज एंड सोशल इनवेंशन, 4 (6), 28-42.