



सोशल मीडिया मानवीय भावनाओं की अभिव्यक्ति का सशक्त माध्यम

डॉ. आशीष रामबचन दुबे

सहायक प्रोफेसर, भारतीय जन संचार संस्थान पश्चिम क्षेत्रीय परिसर अमरावती

सारांश

प्राचीन काल से लेकर आधुनिक संसाधन व तकनीक के विकास से पूर्व भारत ही नहीं बल्कि विश्व भर के मानव समाज के पास अपनी भावनाओं का व्यक्त करने का परंपरागत माध्यम हुआ करता था. जिसके माध्यम से वे अपनी भावनाओं को व्यक्त करते थे. 21वीं शताब्दी में हुए सूचना और प्रौद्योगिकी विकास के बाद मानव समाज को अपनी भावनाओं को व्यक्त करने के कई माध्यम उपलब्ध हो गए है वर्तमान समय में इन सभी माध्यमों में भावनाओं को अभिव्यक्त करने के लिए सोशल मीडिया एक महत्वपूर्ण माध्यम बन गया है. जिस तेजी से भारत समेत विश्व के अन्य देशों के युवा ही नहीं बल्कि अन्य आयु वर्ग के लोगों के लिए सोशल मीडिया आधुनिक जीवन का अभिन्न अंग बन गया है आंकड़े बताते है कि विश्व में करोड़ों लोग वाट्सऐप, फेसबुक, एक्स, इंस्टाग्राम और अन्य सोशल मीडिया मंच का उपयोग दूसरों से जुड़ने(कनेक्ट) होने, अपनी भावनाओं और अनुभवों को बांटने व खुद को अभिव्यक्त करने के लिए करते हैं. सोशल मीडिया का यह प्रभाव है कि आज भारत की जनसंख्या का एक बड़ा वर्ग कोई इससे जुड़ा हुआ है यही वजह है कि भारत समेत विश्व के अन्य देशों में लगातार सोशल मीडिया का उपयोग करने वाले उपयोगकर्ताओं की संख्या में तेजी से इजाफा हो रहा है इन आंकड़ों को देखते हुए इस शोध पत्र के माध्यम से यह पता लगाने का प्रयास किया गया कि क्या तकनीकी युग में सोशल मीडिया मानवीय भावनाओं की अभिव्यक्ति का माध्यम है शोध के दौरान प्राथमिक और द्वितीयक स्रोतों के माध्यम से तथ्यों का संकलन किया गया तथ्यों का विश्लेषण कर निष्कर्ष पर पहुंचा गया



बीज शब्द : सोशल मीडिया, जन संचार, मानवीय, भावना, अभिव्यक्ति, माध्यम.

परिचय

सूचना और प्रौद्योगिकी के विकास के साथ मानवीय संचार और जन संचार के विविध संसाधनों का तेजी से विकास हो रहा है. इनमें सोशल मीडिया भी प्रमुख है. जिस तेजी से सोशल मीडिया विकसित हो रहा है उसे देखते हुए इसे भारतीय लोकतंत्र का पांचवां आधार स्तंभ माना जाने लगा है. पिछले दशक में मीडिया परिदृश्य में व्यापक बदलाव देखने को मिला है. सोशल मीडिया अब सभी हितधारकों के लिए एक शक्तिशाली संचार और अभियान माध्यम के रूप में उभरा है, जिसे अब लोकतंत्र का पांचवां स्तंभ भी कहा जाता है (मुख्य चुनाव आयुक्त, 2024). सोशल मीडिया ने नागरिकों को सशक्त बनाया है और उन्हें अपने अधिकारों के बारे में जागरूक किया है. (कास्टेल्स, 2009). 'सोशल मीडिया ने पत्रकारिता को नए आयाम दिए हैं और नागरिकों को स्वतंत्र और निष्पक्ष सूचना प्रदान की है. (पेवर, 2016). 'सोशल मीडिया ने नागरिकों को सरकार के कार्यों पर निगरानी रखने और जवाबदेही मांगने की अनुमति दी है. (होवार्ड, 2010). 'सोशल मीडिया ने नागरिकों को अपने विचारों और अभिव्यक्तियों को साझा करने की अनुमति दी है, जिससे लोकतंत्र में भागीदारी बढ़ी है'. (बेन्कलर, 2006). 'ऑक्सफोर्ड इंटरनेट इंस्टीट्यूट के समाजशास्त्री एच इटन सोशल मीडिया को लोकतंत्र के पांचवें खंभे संज्ञा दे

चुके है' वर्तमान समय में सोशल मीडिया, नागरिकों के अपने विचारों को ही नहीं बल्कि भावनाओं की अभिव्यक्ति का महत्वपूर्ण माध्यम बन गया है। सोशल मीडिया उपभोक्ता किसी भी आयु वर्ग का हो वह अभी भावनाओं का अभिव्यक्ति सोशल मीडिया के माध्यम से करने लगा है। इनवेस्टोपिडिया में ऑनलाइन प्रकाशित लेख में डेटा रिपोर्ट के अनुसार, दुनिया भर में 16 से 64 वर्ष की आयु के इंटरनेट उपयोगकर्ता 2022 के अंत तक सोशल मीडिया पर औसतन दो घंटे और 31 मिनट बिताते हैं, जिसमें यह भी कहा गया है कि "सोशल मीडिया अब कुल ऑनलाइन समय का अब तक का सबसे बड़ा हिस्सा है, अब ऑनलाइन बिताए गए हर 10 मिनट में से लगभग चार मिनट सोशल मीडिया गतिविधियों के लिए जिम्मेदार हैं। इसकी पुष्टि के लिए 'सोशल मीडिया मानवीय भावनाओं की अभिव्यक्ति का माध्यम' विषय पर यह शोध कार्य करना आवश्यक प्रतीत हुआ।

साहित्य समीक्षा

शोध आलेख – सोशल मीडिया और युवा विकास, शोधार्थी डॉ. मुकुल श्रीवास्तव और सुरेंद्र कुमार शोध पत्रिका मीडिया मीमांसा, अंक जनवरी-मार्च, 2017, प्रस्तुत शोध में शोधार्थी ने पाया कि सोशल मीडिया युवाओं के विकास में महत्वपूर्ण योगदान दे रहा है शोधार्थी ने सुझाव दिया कि सोशल मीडिया से जुड़कर उपयोगकर्ता अपनी प्रतिक्रिया, विचार और भावों की अभिव्यक्ति कर सकते हैं।

शोध प्रबंध- सोशल मीडिया और सामाजिक विकास की अवधारणा : एक अध्ययन, शोधार्थी डॉ. योगेश शर्मा, भारत नीति प्रतिष्ठान (India Policy Foundation) की ओर से प्रायोजित कालीचरण पुरी फैलोशिप 2021 के तहत प्रस्तुत 2022. प्रस्तुत शोध में शोधार्थी ने पाया कि सोशल मीडिया आज की प्रमुख जरूरत है और अनेक क्षेत्रों में सोशल मीडिया के माध्यम से क्रांति आयी है यह किसी भी देश के सामाजिक, सांस्कृतिक, राजनीतिक एवं आर्थिक विकास में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है सोशल मीडिया को यदि हम सही ढंग से इस्तेमाल करें तो यह मानव सभ्यता के लिए एक वरदान की तरह है। उपरोक्त शोध कार्य को देखते हुए यह सवाल बना कि क्या सोशल मीडिया मानवीय भावनाओं की अभिव्यक्ति का सशक्त माध्यम है इस सवाल के जवाब को खोजने के लिए शोध कार्य किया गया।

इसके अलावा साहित्य से जुड़े लेखों की भी समीक्षा की गई अखबार में प्रकाशित होने वाले समाचारों की समीक्षा की गई। इनमें साहित्य को भावनाओं की अभिव्यक्ति का माध्यम बताया गया

शोध उद्देश्य

'सोशल मीडिया मानवीय भावनाओं की अभिव्यक्ति का सशक्त माध्यम' विषय पर शोध कार्य के लिए निम्नलिखित उद्देश्य निर्धारित किए गए।

1. सोशल मीडिया पर उपयोगकर्ता अभिव्यक्त भावनाओं का अध्ययन करना
2. सोशल मीडिया पर शेयर, पोस्ट अथवा स्टेटस के रूप में उपयोगकर्ताओं की भावनाओं का अध्ययन करना
3. सोशल मीडिया पर भावनाओं की अभिव्यक्तिकरण के बाद उपयोगकर्ता की मनोदशा का अध्ययन करना.
4. उपयोगकर्ता द्वारा सोशल मीडिया पर शेयर अथवा पोस्ट किए गए भावनात्मक संदेशों का अध्ययन करना.

शोध प्रविधि

'सोशल मीडिया मानवीय भावनाओं की अभिव्यक्ति का सशक्त माध्यम' विषय पर शोध कार्य के लिए प्राथमिक और द्वितीयक सामग्री का उपयोग किया गया। इस शोध के लिए अवलोकन प्रविधि का अनुसरण किया गया। शोध कार्य के दौरान 18 से 35 वर्ष आयु वर्ग के 1200 सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं के पोस्ट्स स्टेटस और संदेशों का अवलोकन किया गया। इसके अलावा 18 से 35 वर्ष आयु वर्ग 50 सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं के प्रत्यक्ष साक्षात्कार लिए गए सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं के पोस्ट्स स्टेटस और संदेशों का अवलोकन व साक्षात्कार के दौरान सामने आए तथ्यों का विश्लेषण किया गया।

सोशल मीडिया

भारत में 18वीं शताब्दी से पत्रकारिता का दौर शुरू हुआ। उस समय किसी ने यह कल्पना नहीं की होगी कि जन संचार के लिए अखबार के अलावा भी कई और संसाधन भविष्य में हो सकते हैं। 18वीं शताब्दी ही नहीं बल्कि 20वीं शताब्दी में भी किसी ने इस बात की कल्पना नहीं की होगी कि 21वीं शताब्दी में सूचना क्रांति का विस्फोट होगा जन सामान्य के हाथों में स्थानीय, राज्य या देश की ही नहीं

बल्कि विश्व भर की सूचनाओं को प्राप्त करने और वहां तक स्थानीय स्तर की सूचनाओं को पहुंचाने की सुविधा मिलेकेवल सूचनाओं को पाने की ही नहीं बल्कि अपने विचार और भावनाओं से भी देश और दुनिया के कोनेकोने में स्थित लोगों तक बेरोकटोक साझा करने का अवसर मिलेगा. 21वीं शताब्दी में सूचना और प्रौद्योगिकी क्रांति और उसके बाद तकनीकी विकास से संचार का क्षेत्र भी अछूता नहीं रहा दूसरे क्षेत्रों के साथ ही संचार के संसाधन और क्षेत्र में भी तेजी से तकनीकी विकास हुआ हैपहले प्रिंट मीडिया, उसके बाद इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में विकास के बाद डिजिटल मीडिया का विकास हुआ. डिजिटल मीडिया ने सोशल मीडिया को जन्म दिया. दरअसल, सोशल मीडिया, डिजिटल मंच है. उपयोगकर्ता इसके माध्यम से अपने पास की जानकारी व विचारों को अन्य लोगों तक साझा करने के साथ ही उनसे जुड़नेऔर अपने संपर्क को बढ़ाने के लिए करते है.

संचार से जुड़े विशेषज्ञों ने सोशल मीडिया की कई परिभाषाएं दी है इसके मुताबिक सोशल मीडिया एक डिजिटल प्लेटफॉर्म है जो लोगों को जानकारी साझा करने, विचारों का आदान-प्रदान करने और एक दूसरे के साथ जुड़ने की अनुमति देता है। (कपलान और हेइनिनेन, 2010). सोशल मीडिया वेब-आधारित प्रौद्योगिकियों का सेट है जो उपयोगकर्ताओं को सामग्री बनाने साझा करने और विनिमय करने की अनुमति देता है, जैसे कि टेक्स्ट, चित्र, वीडियो और ऑडियो. (ओरेली, 2005). सोशल मीडिया ऑनलाइन प्लेटफॉर्म हैं जो उपयोगकर्ताओं को सामाजिक नेटवर्क बनाने संवाद करने और साझा करने की अनुमति देते हैं (बॉयड और एलिसन, 2007). सोशल मीडिया एक संचार माध्यम है जो लोगों को वास्तविक समय में जानकारी साझा करने और प्राप्त करने की अनुमति देता है (ली, 2012). सोशल मीडिया एक ऑनलाइन वातावरण है जो उपयोगकर्ताओं को अपने विचारों अनुभवों और जानकारी को साझा करने की अनुमति देता है. (गाओ और फेंग, 2016). सोशल मीडिया एक प्लेटफॉर्म है जो लोगों को सामाजिक रूप से जुड़ने, संवाद करने और साझा करने की अनुमति देता है (बेस्ट, मंकटेलो और टेलर, 2014). इनवेस्टोपिडिया के मुताबिक सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म को अक्सर छह श्रेणियों में विभाजित किया जाता है. सोशल नेटवर्किंग, सोशल बुकमार्किंग, सोशल न्यूज़, मीडिया शेयरिंग, माइक्रोब्लॉगिंग और ऑनलाइन फोरम. ये विविध प्लेटफॉर्म कई तरह के उद्देश्यों और उपयोगकर्ता हितों की पूर्ति करते हैं.

भारत में सोशल मीडिया के उपयोगकर्ता

भारत में इंटरनेट का प्रारंभ 90 के दशक में हुआ. किंतु आम उपयोगकर्ताओं को 15 अगस्त 1995 से उपलब्ध हुआ. विदेश संचार निगम ने देश का पहला इंटरनेट कनेक्शन दिया. उस समय इंटरनेट चलाने के लिए टेलिफोन कनेक्शन होना जरूरी था. इंटरनेट की स्पीड 9.6 केबीपीएस हुआ करती थी. वर्ष 2000 में इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या 50 लाख तक पहुंच गई अब भारत में इंटरनेट यूजर्स की संख्या 70 करोड़ से अधिक हो चुकी है पिछले महज 10 सालों में यह कारनामा हुआ है. साल 2014-15 में भारत में इंटरनेट (डेटा) का कुल खर्च 83 हजार करोड़ जीबी था जबकि आज हर भारतीय हर महीने औसतन 11 जीबी डाटा खर्च कर रहा है. स्मार्टफोन के ज़रिये इंटरनेट सुबह की चाय की तरह है और देश में 70 करोड़ से ज्यादा लोग खासी स्पीड और डेटा के ग्राहक हैं. इंटरनेट सुलभ होने से तकनीकी विकास तेजी से हुआ. अब इंटरनेट केवल बातचीत तक सीमित नहीं रह गया है. इंटरनेट उपयोगकर्ता अब संवाद व संपर्क के साथ ही अपनी भावनाओं को अभिव्यक्त करने के लिए फेसबुक, एक्स (पूर्व में नाम ट्विटर), इंस्टाग्राम, लिंकडइन, वाट्सएप, स्नैप चैट और यूट्यूब को बतौर सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म उपलब्ध है. स्टेटिस्टा की एक रिपोर्ट के मुताबिक भारत में वर्ष 751.5 मिलियन सक्रिय इंटरनेट उपयोगकर्ता है. जनवरी 2024 तक इसमें से सोशल मीडिया पर 462 मिलियन सक्रिय उपयोगकर्ता है. डेटारिपोर्टल के मुताबिक भारत में जनवरी 2024 तक भारत में फेसबुक के कुल 366.9 मिलियन उपयोक्ता हैं. इंस्टाग्राम के 362.9 मिलियन उपयोगकर्ता हैं. लिंकडइन के 120 मिलियन सदस्य है. जबकि स्नैपचैट के 201 मिलियन, एक्स के 26.8 मिलियन उपयोगकर्ता है. स्टेटिस्टा की एक रिपोर्ट के मुताबिक भारत में वर्ष 2024 के प्रारंभ तक वाट्सएप के 535.8 मिलियन उपयोगकर्ता है.

मानवीय भावनाएं

मनोविज्ञान की एक परिभाषा के मुताबिक मानवीय भावनाएं वे भावनाएं हैं जो मानव को अनुभव होती हैं और जो उसके विचारों और व्यवहार को प्रभावित करती हैं. ये भावनाएं व्यक्ति के जीवन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं और उसके संबंधोंनिर्णयों और कार्यों को आकार देती हैं. 1972 में पॉल एकमैन ने निष्कर्ष निकाला कि भावनाएं छह प्रकार की होती हैं जिनमें भय, घृणा, क्रोध, आश्चर्य, खुशी और उदासी शामिल हैं. 1999 में एकमैन ने भावनाओं की अपनी सूची काविस्तार किया और इसमें कुछ और शब्द शामिल किये, जैसे शर्मिंदगी, शर्म, उत्साह, गर्व, संतुष्टि और मनोरंजन इसके अलावा मानवीय भावनाओं के कई और प्रकार भी बताए गए हैं इसके अलावा आशा और

निराशा, प्रेम और दुःख भी मानवीय भावनाओं के प्रकार हैं आमतौर पर मानव अपने परिजनों, मित्रों और समाज के लोगों के साथ मिलकर अपनी भावनाओं की अभिव्यक्ति करना पसंद करते थे वर्तमान समय में सोशल मीडिया के विकसित होने के बाद उपयोक्ता अपने परिजनों, मित्रों और समाज के लोगों से प्रत्यक्ष मिलकर या संचार के अन्य आधुनिक साधनों का उपयोग कर अपनी भावनाओं की अभिव्यक्ति करने के साथ ही सोशल मीडिया पर पोस्ट और स्टेटस अपडेट कर, फोटो और वीडियो अपलोड कर करते हैं। इसके अलावा वे हैशटैग व ट्रेडिंग टॉपिक्स के माध्यम से अपने विचार और भावनाओं को अभिव्यक्त करते हैं साथ ही दूसरों के द्वारा पोस्ट किए गए संदेशोंको पसंद (लाइक), टिप्पणी (कमेंट्स) और प्रसारित (शेयर) कर उनकी भावनाओं को प्रोत्साहित करते हैं अपनी सम्मति भी देते हैं।

तथ्य विश्लेषण

भारत में प्रति वर्ष इंटरनेट उपयोक्ताओं की संख्या में तेजी से इजाफा हो रहा है हर आयु वर्ग इंटरनेट का उपयोग कर सोशल मीडिया से जुड़ रहा है ग्रामीण महिलाएं भी इससे अछूती नहीं हैं। रोजाना सोशल मीडिया पर हजारों की संख्या में पोस्ट शेयर किए जा रहे हैं। उन्हें देखने और पढ़ने वालों की संख्या भी अधिक है। सोशल मीडिया पर शेयर और पोस्ट किए जाने वाले फोटो और वीडियो के अलावा लिखित संदेशों में उपयोक्ता की अपनी भावना छिपी होती है। जिसे वह स्वतंत्र होकर व्यक्त करता है। चाहे वह भावना विचारधारा की हो या फिर निजी मनोभाव, उसे व्यक्त करता है। प्रस्तुत विषय पर शोध कार्य के दौरान 1200 सोशल मीडिया उपयोक्ताओं द्वारा स्टेटस अपडेट, पोस्ट, शेयर किए गए वीडियो, संदेशों, चित्रों का 6 माह तक अवलोकन किया गया। इनमें कामकाजी महिला, गृहणी, विद्यार्थी और नौकरीपेशा युवा, किसी न किसी व्यवसाय से जुड़े उपयोक्ताओं द्वारा स्टेटसअपडेट, पोस्ट, शेयर किए गए वीडियो, संदेशों, चित्रों पर आई टिप्पणियों (कमेंट्स) का अवलोकन किया गया। 50 सोशल मीडिया के सक्रिय उपयोक्ताओं से प्रत्यक्ष भेंट कर साक्षात्कार लिया गया यह सभी फेसबुक, यूट्यूब इंस्टाग्राम और वाट्सएप का उपयोग करते हैं। इस दौरान यह पाया गया कि रचनात्मकता के अभाव में 92 फीसदी सोशल मीडिया उपयोक्ता किसी अन्य के वीडियो, फोटो और संदेशों को ही शेयर करना और स्टेटस अपडेट के तौर पर लगाते हैं। कारण उन्हें वह वीडियो, फोटो अथवा संदेश में अपने मन की भावना छिपी हुई नजर आती है रील के माध्यम से भी अपने मन की भावनाओं जैसे भय, घृणा, क्रोध, आश्चर्य, खुशी और उदासी, अपने किसी बर्ताव या कर्म को लेकर शर्मिंदगी, स्वयं अथवा परिजन, मित्र या समाज, समर्थित राजनीतिक दल, धार्मिक, व्यक्ति अथवा देश की सफलता को लेकर मन में बने उत्साह, गर्व, संतुष्टि की भावना को व्यक्त करते हैं मनोरंजन से जुड़े भावों की किस्से कहानी, कविता या गजल, गीत को साझा करते हैं। इसके अलावा अपने मन के भाव आशा और निराशा, प्रेम और दुःखों को भी सोशल मीडिया के माध्यम से व्यक्त करते हैं। दूसरों को बिना कुछ कहे अवगत कराते हैं 80 फीसदी वाट्सएप के सक्रिय उपयोक्ता स्टेटस के माध्यम से अपनी भावनाओं को अभिव्यक्त करते हैं सभी उत्तरदाताओं को उनके द्वारा सोशल मीडिया पर पोस्ट शेयर या लगाए गए स्टेटस पर लोगों की प्रतिक्रिया मिलती है। उनकी भावनाओं को लोग समझकर उनसे संपर्क भी करते हैं इससे उन्हें मानसिक तनाव से राहत मिलती है। उनके प्रोत्साहन मिलता है। निराशा से बाहर आने में मदद मिलती है। मार्गदर्शन मिलता है। खुशी मिलती है। आत्मियता का अभास होता है। सामाजिक रूप से खुद को स्वस्थ पाते हैं। कई बार संकट से बाहर निकलने में मदद और सहयोग मिलता है।

निष्कर्ष

भारत में सूचना और प्रौद्योगिकी, मोबाइल फोन और इंटरनेट के विकास के पूर्व लोग अपनी भावनाओं को अभिव्यक्त करने के लिए पत्रों का सहारा लेते थे। दूरबसे अपने परिजनों, मित्रों से फोन के जरिए संपर्क करते थे इसके अलावा परिवार और समाज के वरिष्ठ नागरिक या फिर शिक्षकों के अलावा अपने मित्रों से प्रत्यक्ष मिलकर से भावनाओं को अभिव्यक्त करते थे साथ ही कुछ ऐसे भी थे जो विविध प्रकार की लोक परंपराओं, लोकगीतों के माध्यम से प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से अपनी भावनाओं को अभिव्यक्त करते थे सूचना प्रौद्योगिकी, मोबाइल फोन और इंटरनेट के विकास के बाद सोशल मीडिया का आगमन हुआ। इसी के साथ लोगों की दिनचर्या और जीवनशैली भागदौड़ भरी हो गई। रोजगार और परिवार को आर्थिक रूप से संबल देने के लिए युवाओं को अपने घर और गांव से निकलकर शहरों की ओर पलायन करने के लिए मजबूर होना पड़ रहा है। ऐसे में नए स्थान पर आकर उन्हें कई तरह की समस्या और चुनौतियों का सामना करना पड़ता है। ऐसे में वे अपनी भावनाओं से दूसरों को अवगत कराने के लिए सोशल मीडिया का सहारा लेते हैं सोशल मीडिया के आने के बाद कई शोधों में यह दावा भी किया जाता है कि आज लोगों में प्रत्यक्ष संवाद कम होते जा रहा है। सोशल मीडिया के माध्यम से वे अपनी भावनाओं को व्यक्त करते हैं कई बार युवा अपनी भावनाओं और मनोभाव से परिवार और समाज के लोगों से प्रत्यक्ष बांटने और उस पर चर्चा करने से कतराते हैं। ऐसे में उनके लिए सोशल मीडिया अपनी भावनाओं को अभिव्यक्त करने का सशक्त माध्यम बनता है शोध

कार्य के दौरान यह भी तथ्य सामने आया कि भारत में सोशल मीडिया के सक्रिय उपयोगकर्ताओं के बढ़ने के पीछे यह भी एक बड़ा कारण है। इंटरनेट उपयोगकर्ता सोशल मीडिया का उपयोग मनोरंजन के साथ ही अपनी भावनाओं को अभिव्यक्त करने और दूसरे की भावनाओं से अवगत होने के लिए करते हैं।

सुझाव

शोध के दौरान सामने आए निष्कर्ष को देखते हुए संचार शास्त्री और मनोवैज्ञानिकों को मिलकर विस्तार से विश्व व्यापी शोध कार्य शुरू करना चाहिए। इससे एक बड़ा लाभ यह होगा कि सोशल मीडिया पर व्यक्त की जाने वाली मानवीय भावनाओं का आकलन व विश्लेषण कर निराशा, अवसाद और तनाव से ग्रस्त युवाओं को समय पर सही मार्गदर्शन दिया जा सकता है साथ ही उन्हें प्रोत्साहित कर उनकी कला में निखार लाया जा सकता है। उन्हें सहयोग प्रदान कर प्रगति के पथ पर अग्रसर होने में सहयोग किया जा सकता है।

संदर्भ सूची

1. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(3), 239-244.
2. Boyd, d. m., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
3. O'Reilly, T. (2005). What is Web 2.0? O'Reilly Media.
4. Social Media Examiner. (2020). 2020 Social Media Marketing Industry Report.
5. Hootsuite. (2020). 2020 Digital Trends Report.
6. Pew Research Center. (2020). Mobile Technology and Home Broadband 2020.
7. Li, F., & Du, T. C. (2011). Who is talking? An analysis of Twitter users. *Journal of Management Information Systems*, 28(3), 51-72.
8. Kim, W. (2012). Social media and education. *Journal of Educational Technology*, 38(2), 147-155.
9. Gao, Q., & Feng, C. (2016). Social media and social support. *Computers in Human Behavior*, 55, 1022-1031.
10. Best, P., Manktelow, K., & Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, 41, 27-36.
11. <https://unacademy.com/content/upsc/study-material/psychology/definition-of-emotion/>
12. <https://hindi.news18.com/news/knowledge/know-about-history-story-and-journey-of-internet-in-india-since-1995-bhvs-3340772.html>