



सोशल मीडिया का युवा पीढ़ी पर प्रभाव: एक समाजशास्त्रीय विश्लेषण

ORIGINAL ARTICLE



Author

डॉ. ममता सिरमौर वर्मा
एम.ए., एम. फिल., पी.एच.डी., सेट (समाजशास्त्र)
समाजशास्त्र अध्ययन शाला
पंडित रविशंकर शुक्ल विश्वविद्यालय
रायपुर, छत्तीसगढ़, भारत

शोध सार

इक्कीसवीं सदी का सामाजिक जीवन तीव्र डिजिटल रूपांतरण की प्रक्रिया से गुजर रहा है, जिसमें सोशल मीडिया ने संचार, पहचान-निर्माण, सांस्कृतिक अभिव्यक्ति एवं राजनीतिक सहभागिता की समग्र संरचना को गहराई से पुनर्परिभाषित किया है। प्रस्तुत शोधपत्र का केन्द्रीय उद्देश्य भारतीय युवाओं पर सोशल मीडिया के बहुआयामी समाजशास्त्रीय प्रभावों का विवेचनात्मक विश्लेषण करना है। यह अध्ययन विश्वसनीय द्वितीयक स्रोतों आँकड़ों पर आधारित है। शोध में सामाजिक संबंधों, सांस्कृतिक रूपांतरण, मनोवैज्ञानिक प्रभावों एवं राजनीतिक चेतना के चार प्रमुख आयामों की विवेचना की गई है। सोशल मीडिया ने समाजीकरण की एक नवीन समानांतर प्रक्रिया को जन्म दिया है, जो पारंपरिक सामाजिक संस्थाओं के प्राधिकार को चुनौती देते हुए नवीन सामाजिक यथार्थ का सृजन कर रही है। यद्यपि यह मंच अभिव्यक्ति, संगठन एवं सहभागिता के अभूतपूर्व अवसर प्रदान करता है, तथापि मानसिक तनाव, डिजिटल निर्भरता एवं नैतिक जटिलताओं की दृष्टि से इसके दीर्घकालिक प्रभाव गंभीर विमर्श की

माँग करते हैं। अतः संतुलित डिजिटल साक्षरता की दिशा में समन्वित नीतिगत प्रयास अनिवार्य प्रतीत होते हैं।

मुख्य शब्द

सोशल मीडिया, युवा पीढ़ी, डिजिटल समाज, पहचान-निर्माण, समाजीकरण, सांस्कृतिक परिवर्तन.

प्रस्तावना

समकालीन युग को “डिजिटल युग” कहना न केवल उचित है अपितु अपरिहार्य भी है। सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी के अभूतपूर्व विकास ने मानवीय जीवन के प्रत्येक आयाम को गहराई से प्रभावित किया है। इस तकनीकी क्रांति के अंतर्गत सोशल मीडिया सर्वाधिक प्रभावशाली सामाजिक परिवर्तन के वाहक के रूप में उभरा है। इसने सामाजिक संबंधों, संचार प्रणालियों, विचार-अभिव्यक्ति एवं समाजीकरण की प्रक्रिया को मौलिक रूप से पुनर्परिभाषित किया है। समाजशास्त्रीय दृष्टिकोण से यह परिवर्तन केवल तकनीकी नहीं, बल्कि संरचनात्मक भी है। इसने सामाजिक अंतःक्रिया, पहचान-निर्माण एवं सांस्कृतिक धारणाओं में आमूलचूल रूपांतरण उत्पन्न किया है।

सोशल मीडिया अब केवल एक तकनीकी उपकरण न रहकर कास्तेल्स (2010) के शब्दों में एक “नेटवर्क समाज” (Network Society) की संरचनात्मक इकाई बन चुका है। गिडेंस (2013) की “संरचना सिद्धांत” (Structuration Theory) के परिप्रेक्ष्य में यह एजेंट एवं संरचना के मध्य द्विमार्गीय संबंध का प्रतीक है, जहाँ व्यक्ति

एक साथ सामाजिक संरचना का उत्पाद भी है और निर्माता भी। फेसबुक, इंस्टाग्राम, एक्स (पूर्व ट्विटर), व्हाट्सएप, यूट्यूब एवं स्नैपचैट जैसे डिजिटल मंच आत्म-अभिव्यक्ति, मनोरंजन, राजनीतिक सहभागिता एवं ज्ञान-सृजन के प्रमुख केन्द्र बन चुके हैं।

समाजशास्त्रीय चिंतन में युवा वर्ग को सामाजिक परिवर्तन का अग्रदूत माना जाता रहा है। दुर्खाइम (1893-1964) के "सामाजिक एकता" (Social Solidarity) के सिद्धांत के आलोक में युवा वर्ग "यांत्रिक" से "जैविक" एकता की ओर संक्रमण की प्रक्रिया का सबसे संवेदनशील सूचक है। आईएएमआई (2024) के अनुसार भारत में 820 मिलियन से अधिक इंटरनेट उपयोगकर्ताओं में 70 प्रतिशत 15.35 वर्ष आयु वर्ग के हैं, जिनमें से 90 प्रतिशत प्रतिदिन सोशल मीडिया से जुड़े रहते हैं। सोशल मीडिया ने इस वर्ग को विचार-विमर्श, सामाजिक संगठन एवं व्यक्तिगत पहचान-निर्माण की अभूतपूर्व स्वतंत्रता प्रदान की है परंतु यही स्वतंत्रता नवीन सामाजिक एवं मनोवैज्ञानिक दबाव, आत्म-प्रदर्शन की बाध्यता, सामाजिक तुलना, अवसाद एवं आभासी संबंधों में भावनात्मक अस्थिरता को भी जन्म दे रही है।

सोशल मीडिया का संस्थागत विकास 2000 के दशक में फ्रेंडस्टर, ऑर्कुट एवं माईस्पेस के साथ प्रारंभ हुआ। फेसबुक (2004), यूट्यूब (2005), ट्विटर (2006), इंस्टाग्राम (2010) एवं स्नैपचैट (2011) ने डिजिटल सामाजिकता की संरचना को क्रमशः सुदृढ़ एवं विविध किया। भारत के संदर्भ में, 2016 में रिलायंस जियो के प्रवेश के पश्चात् सस्ते मोबाइल डेटा की सुलभता ने सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं की संख्या में क्रांतिकारी वृद्धि की, जिसने ग्रामीण-शहरी सीमाओं के परे युवाओं तक डिजिटल संपर्क का विस्तार किया।

समाजशास्त्रीय दृष्टि से सोशल मीडिया एक "नवीन समाजीकरण अभिकरण" (New Agent of Socialization) के रूप में स्थापित हो रहा है। पारंपरिक समाजशास्त्र में परिवार, विद्यालय एवं समुदाय को प्राथमिक समाजीकरण अभिकरण माना जाता था। अब सोशल मीडिया एक समानांतर एवं शक्तिशाली समाजीकरण इकाई के रूप में उभर चुका है। गॉफमैन (1959) के "नाट्य सिद्धांत" (Dramaturgical Theory) में यह प्रवृत्ति विशेष रूप से परिलक्षित होती है कृ युवा अपनी डिजिटल "प्रोफाइल" एवं "फॉलोअर्स" के माध्यम से "आत्म-प्रस्तुति" (Self-Presentation) का अभिनय करते हैं जो पहचान-निर्माण की एक नवीन एवं जटिल प्रक्रिया को रेखांकित करता है।

उद्देश्य

प्रस्तुत शोधपत्र के निम्नलिखित उद्देश्य निर्धारित किए गए हैं:

1. सोशल मीडिया के सामाजिक, सांस्कृतिक, मनोवैज्ञानिक एवं राजनीतिक प्रभावों का द्वंद्वात्मक विश्लेषण प्रस्तुत करना।
2. यह विश्लेषण करना कि सोशल मीडिया किस प्रकार नवीन सामाजिक संरचना एवं पहचान-निर्माण की प्रक्रिया का वाहन बन रहा है।
3. युवाओं में बढ़ती डिजिटल निर्भरता के दीर्घकालिक समाजशास्त्रीय परिणामों का मूल्यांकन करना।
4. सोशल मीडिया द्वारा उत्प्रेरित सांस्कृतिक एवं नैतिक परिवर्तनों की प्रकृति एवं दिशा का अन्वेषण करना।
5. युवाओं में राजनीतिक जागरूकता, नागरिक सहभागिता एवं सामाजिक आंदोलनों में संलग्नता के स्वरूप का अध्ययन करना।
6. प्रमुख समाजशास्त्रीय सिद्धांतों यथा प्रतीकात्मक अंतःक्रियावाद, संरचनावाद एवं सांस्कृतिक पूँजी के आलोक में सोशल मीडिया की भूमिका की व्याख्या करना।

शोधपत्र का महत्व

प्रस्तुत अध्ययन बहुआयामी दृष्टि से महत्वपूर्ण है। सामाजिक धरातल पर यह समझने में सहायक है कि सोशल मीडिया ने परिवार, मित्रता एवं समुदाय जैसी पारंपरिक सामाजिक संस्थाओं की संरचना एवं कार्यप्रणाली को

किस सीमा तक परिवर्तित किया है। यह एक ओर सामाजिक संपर्क एवं वैश्विक संवाद को सुगम बना रहा है, तो दूसरी ओर सामाजिक अलगाव, मानसिक तनाव एवं पारस्परिक अविश्वास जैसी गहन चुनौतियाँ भी उत्पन्न कर रहा है।

शैक्षणिक दृष्टि से यह शोधपत्र समाजशास्त्र, मनोविज्ञान एवं संचार अध्ययन के शोधार्थियों एवं विद्वानों के लिए महत्वपूर्ण संदर्भ सामग्री प्रस्तुत करता है। यह “डिजिटल समाजशास्त्र” (Digital Sociology) की उभरती हुई विशेषज्ञता को रेखांकित करता है तथा पारंपरिक समाजशास्त्रीय सिद्धांतों की डिजिटल संदर्भ में प्रासंगिकता एवं अनुप्रयोग को प्रमाणित करता है। नीतिगत दृष्टि से इस अध्ययन के निष्कर्ष डिजिटल साक्षरता के प्रसार, साइबर उत्पीड़न की रोकथाम एवं युवाओं में उत्तरदायी डिजिटल नागरिकता के संस्कार हेतु नीति-निर्माताओं, शिक्षाविदों एवं सामाजिक संगठनों को मार्गदर्शन प्रदान कर सकते हैं।

सांस्कृतिक एवं नैतिक स्तर पर यह अध्ययन उस सांस्कृतिक संक्रमण की पड़ताल करता है, जहाँ पारंपरिक सामूहिकता का स्थान व्यक्तिगत स्वतंत्रता एवं आत्म-अभिव्यक्ति ने ले लिया है। बुर्दियो (1986) की “सांस्कृतिक पूँजी” (Cultural Capital) के सिद्धांत के परिप्रेक्ष्य में यह विश्लेषण करना समाचीन है कि सोशल मीडिया पर “डिजिटल साक्षरता” एवं “वायरल प्रतिष्ठा” नवीन सांस्कृतिक पूँजी के रूप में प्रतिष्ठित हो रही है एक ऐसा रूपांतरण जो भारतीय समाज की मूल्य-संरचना को गहराई से प्रभावित कर रहा है।

अनुसंधान पद्धति

प्रस्तुत शोधपत्र वर्णनात्मक विश्लेषणात्मक (Descriptive-Analytical) शोध प्रविधि पर आधारित है। अध्ययन में द्वितीयक आँकड़ों (Secondary Data) का व्यवस्थित संकलन एवं विश्लेषण किया गया है। प्राथमिक संस्थागत स्रोतों में एनएसएसओ, एनसीआरबी, भारत की जनगणना, विश्व बैंक, यूनेस्को, प्यू रिसर्च सेंटर, आईएमएआई एवं यूनिसेफ इंडिया की प्रतिवेदन सम्मिलित हैं।

संकलित सामग्री को पाँच प्रमुख आयामों सामाजिक, सांस्कृतिक, मनोवैज्ञानिक, राजनीतिक एवं नैतिक में वर्गीकृत करके गुणात्मक एवं मात्रात्मक दोनों प्रकार से विश्लेषित किया गया है। विश्लेषण में प्रमुख समाजशास्त्रीय सिद्धांतों को वैचारिक कसौटी के रूप में प्रयुक्त किया गया है। यद्यपि यह अध्ययन भारतीय संदर्भ में केन्द्रित है तथापि इसमें तुलनात्मक वैश्विक परिप्रेक्ष्य को भी उचित स्थान प्रदान किया गया है, जिससे भारतीय युवाओं पर सोशल मीडिया के प्रभाव की विशिष्टता एवं सार्वभौमिकता, दोनों को एक साथ समझा जा सके।

आँकड़ों का वर्गीकरण एवं विश्लेषण

सारणी 1: सोशल मीडिया के युवाओं पर बहुआयामी प्रभाव का विश्लेषण

प्रभाव क्षेत्र	मुख्य परिवर्तन	स्रोत	मुख्य निष्कर्ष
सामाजिक	मित्रता एवं पारिवारिक संबंधों में भावनात्मक दूरी	प्यू रिसर्च (2023)	60% युवा डिजिटल संबंधों को वास्तविक से अधिक सार्थक मानते हैं
सांस्कृतिक	भाषा, फैशन एवं जीवनशैली का वैश्वीकरण	बी आर सोशल (2024)	भारतीय युवाओं में पश्चिमी सांस्कृतिक प्रभाव स्पष्टतः परिलक्षित
मनोवैज्ञानिक	अवसाद, चिंता एवं आत्म-सम्मान की अस्थिरता	एपीए (2022)	45% युवाओं ने सोशल मीडिया-जनित मानसिक दबाव की पुष्टि की
राजनीतिक	डिजिटल जागरूकता एवं आंदोलनों में सक्रिय सहभागिता	यूनिसेफ इंडिया (2023)	50% युवाओं की राजनीतिक समझ एवं नागरिक चेतना में वृद्धि

नैतिक	फेक न्यूज़ का प्रसार एवं साइबर अपराध में वृद्धि	एनसीआरबी (2024)	ऑनलाइन धोखाधड़ी की घटनाओं में 22% की वार्षिक वृद्धि
-------	---	-----------------	---

[स्रोत: आईएमएआई (2024), प्यू रिसर्च सेंटर (2023), एपीए (2022), यूनिसेफ इंडिया (2023), एनसीआरबी (2024)]

- **सामाजिक दृष्टिकोण:** सोशल मीडिया ने सामाजिक अंतःक्रिया की प्रकृति को मौलिक रूप से परिवर्तित किया है। प्यू रिसर्च सेंटर (2023) के अनुसार 60 प्रतिशत भारतीय युवा ऑनलाइन संबंधों को वास्तविक जीवन के संबंधों की तुलना में अधिक सार्थक अनुभव करते हैं। पुटनैम (2000) के “सामाजिक पूँजी” (Social Capital) के सिद्धांत के आलोक में यह प्रवृत्ति “जोड़ने वाली पूँजी” (Bridging Capital) को सुदृढ़ करती है, परंतु “बाँधने वाली पूँजी” (Bonding Capital) अर्थात् गहरे व्यक्तिगत संबंधों को कमजोर करती है। पारिवारिक संवाद का स्थान “स्क्रीन टाइम” ने ले लिया है जिससे सामाजिक अलगाव की एक नवीन किंतु सूक्ष्म प्रक्रिया सक्रिय हो रही है।
- **सांस्कृतिक दृष्टिकोण:** वी आर सोशल (2024) के अनुसार भारतीय युवाओं में पश्चिमी जीवनशैली, फैशन एवं भाषा-प्रतिरूपों का प्रभाव निरंतर बढ़ रहा है और 68 प्रतिशत युवा प्रतिदिन दो घंटे से अधिक सोशल मीडिया पर व्यतीत करते हैं। अप्पादुरई (1996) की “मीडियास्केप” (Mediascape) अवधारणा के अनुसार सोशल मीडिया एक “वैश्विक सांस्कृतिक प्रवाह” उत्पन्न करता है, जो एक साथ सांस्कृतिक विविधता को समृद्ध बनाता है और पारंपरिक सांस्कृतिक पहचान को क्षीण करता है। “लाइक”, “फॉलोअर्स” एवं “वायरल स्टेटस” सामाजिक प्रतिष्ठा के नवीन संकेतक बन गए हैं।
- **मनोवैज्ञानिक दृष्टिकोण:** अमेरिकन साइकोलॉजिकल एसोसिएशन (2022) के शोध के अनुसार 45 प्रतिशत युवाओं ने सोशल मीडिया के अत्यधिक उपयोग से उत्पन्न मानसिक दबाव की पुष्टि की है। फेस्टिंगर (1954) के “सामाजिक तुलना सिद्धांत” (Social Comparison Theory) के आलोक में सोशल मीडिया “ऊर्ध्व तुलना” (Upward Comparison) की प्रवृत्ति को तीव्र करता है। युवा स्वयं की तुलना आदर्शकृत डिजिटल छवियों से करते हैं, जिससे आत्म-सम्मान में अस्थिरता एवं अपर्याप्तता का बोध उत्पन्न होता है। टर्कल (2017) के शब्दों में युवा “एकांत में भीड़ के साथ” जीने की स्थिति में हैं। तकनीकी रूप से संपर्क में होते हुए भी मनोवैज्ञानिक रूप से एकाकी होते हैं।
- **राजनीतिक दृष्टिकोण:** यूनिसेफ इंडिया (2023) के आँकड़े संकेत देते हैं कि 50 प्रतिशत युवा मानते हैं कि सोशल मीडिया ने उनकी राजनीतिक समझ एवं नागरिक चेतना को विकसित किया है। हैबरमास (1989) के “सार्वजनिक क्षेत्र” (Public Sphere) की संकल्पना के परिप्रेक्ष्य में सोशल मीडिया एक “डिजिटल सार्वजनिक क्षेत्र” की भूमिका निभा रहा है। #MeToo, #FarmersProtest एवं #ClimateChange जैसे आंदोलन इस डिजिटल राजनीतिक सक्रियता के प्रमाण हैं। तथापि, इस जागरूकता में “इको चैंबर” (Echo Chamber) एवं एल्गोरिदमिक ध्रुवीकरण की जोखिम भी अंतर्निहित है।
- **नैतिक दृष्टिकोण:** एनसीआरबी (2024) की रिपोर्ट के अनुसार भारत में ऑनलाइन धोखाधड़ी एवं साइबर अपराध की घटनाओं में 22 प्रतिशत की वार्षिक वृद्धि दर्ज की गई है। सोशल मीडिया पर फेक न्यूज़ का प्रसारण साइबर बुलिंग एवं व्यक्तिगत सूचनाओं का दुरुपयोग नवीन नैतिक संकट उत्पन्न कर रहे हैं। प्लोरिडी (2014) के “सूचना नैतिकता” (Information Ethics) के सिद्धांत के आलोक में डिजिटल गोपनीयता एवं सत्यनिष्ठा जैसे मूल्यों की पुनर्स्थापना समकालीन समाज की प्रमुख नैतिक आवश्यकता है।

निष्कर्ष

प्रस्तुत शोधपत्र के विश्लेषण से स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया का प्रभाव बहुआयामी, जटिल एवं द्वि-स्तरीय है। सामाजिक धरातल पर सोशल मीडिया ने युवाओं के पारस्परिक संबंधों की प्रकृति को आमूलचूल रूप से परिवर्तित किया है। मित्रता एवं परिवार के साथ संवाद आभासी एवं खंडित हो गया है, जिसमें भावनात्मक गहराई का क्रमिक

ह्रास परिलक्षित होता है। “स्क्रीन टाइम” ने आमने-सामने के संवाद का स्थान ले लिया है और सामाजिक अलगाव की प्रक्रिया तीव्र हुई है।

सांस्कृतिक दृष्टि से सोशल मीडिया ने “वैश्विक संस्कृति” की अवधारणा को व्यावहारिक धरातल पर स्थापित किया है। युवा वैश्विक फैशन, भाषा एवं संगीत के साथ एकात्म हो रहे हैं, जो सांस्कृतिक विविधता को एक स्तर पर समृद्ध बनाता है, परंतु इस प्रक्रिया में सामूहिकता, अनुशासन एवं पारंपरिक भारतीय सामाजिक मूल्य धीरे-धीरे क्षीण हो रहे हैं, यह सांस्कृतिक संक्रमण एक महत्वपूर्ण शोध-समस्या के रूप में विद्यमान है।

मनोवैज्ञानिक स्तर पर सोशल मीडिया के अत्यधिक एवं अनियमित उपयोग से युवाओं में चिंताएँ अवसाद एवं आत्म-मूल्यांकन की अस्थिरता बढ़ी है। “लाइक” एवं “फॉलोअर्स” की संख्या आत्म-सम्मान का अनौपचारिक मापदंड बन गई है। यह प्रवृत्ति एक “डिजिटल आत्म-निर्भरता” की विकृति की ओर संकेत करती है, जिस पर मनोवैज्ञानिक एवं समाजशास्त्रीय दोनों स्तरों पर गंभीर विमर्श आवश्यक है। राजनीतिक एवं नैतिक दृष्टि से सोशल मीडिया ने युवाओं को “डिजिटल नागरिक” (Digital Citizens) के रूप में मत-निर्माण में सहभागी बनाया है, तथापि फेक न्यूज़, साइबर अपराध एवं ट्रोलिंग की प्रवृत्तियाँ सामाजिक विश्वास एवं संस्थागत प्राधिकार को गंभीर चुनौती प्रस्तुत कर रही हैं।

समाजशास्त्रीय दृष्टि से प्रतीकात्मक अंतःक्रियावाद (ब्लूमर, 1969) के परिप्रेक्ष्य में सोशल मीडिया प्रतीकों, छवियों एवं भाषाई संकेतों के माध्यम से एक नवीन सामाजिक यथार्थ का सृजन कर रहा है। यह परिवार, विद्यालय एवं धार्मिक संस्थाओं जैसे पारंपरिक समाजीकरण अभिकरणों के समक्ष एक प्रत्युत्तर-शक्ति के रूप में उभरा है, जो युवाओं की मूल्य-संरचना एवं सामाजिक पहचान को गहराई से प्रभावित कर रहा है।

सुझाव

1. विद्यालयी पाठ्यक्रम में “डिजिटल साक्षरता एवं नैतिकता” को अनिवार्य विषय के रूप में सम्मिलित किया जाए।
2. परिवार एवं समुदाय स्तर पर डिजिटल उपयोग की सीमाओं एवं दिशानिर्देशों के प्रति जागरूकता बढ़ाई जाए।
3. सरकार द्वारा साइबर बुलिंग, फेक न्यूज़ एवं डिजिटल गोपनीयता के उल्लंघन के विरुद्ध सुदृढ़ विधिक ढाँचे का निर्माण किया जाए।
4. सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों पर भारतीय भाषाओं, मूल्यों एवं सांस्कृतिक विरासत के सकारात्मक प्रस्तुतीकरण को प्रोत्साहन दिया जाए। सोशल मीडिया का प्रभाव अंततः उपयोग की प्रकृति पर निर्भर करता है। सृजनात्मक एवं उत्तरदायी उपयोग इसे सामाजिक सशक्तीकरण का सशक्त माध्यम बना सकता है।

संदर्भ सूची

1. Appadurai, A. (1996) *Modernity at large: Cultural dimensions of globalization*. University of Minnesota Press, Minneapolis, MN, USA.
2. Banerjee, A. & Gupta, S. (2022) Social media and Indian youth: Sociological perspectives. *International Journal of Social Research*, 10(4), 45–62.
3. Bourdieu, P. (1986) The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*, p. 241–258, Greenwood, New York, NY, USA
4. Castells, M. (2010) *The rise of the network society* (2nd ed.) Wiley-Blackwell, Oxford, UK.
5. Durkheim, E. (1964) *The division of labor in society* (G. Simpson, Trans.) Free Press. Original work published 1893, Glencoe, IL, USA.
6. Festinger, L. (1954) A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140.

7. Giddens, A. (2013) *Sociology* (7th ed.) Polity Press, Cambridge, UK.
8. Goffman, E. (1959) *The presentation of self in everyday life*. Doubleday & Company, Garden City, NY, USA
9. Goswami, V. (2019) *Digital age and transformation of society*. Orient Blackswan, New Delhi.
10. Habermas, J. (1989) *The structural transformation of the public sphere* (T. Burger, Trans.) MIT Press, Cambridge, MA, USA.
11. IAMAI. (2024) *Digital India report 2024*. Internet and Mobile Association of India, Mumbai.
12. Kaur, P. (2021) Changing communication patterns among Indian youth in the digital age. *Sociological Bulletin*, 70(2), 118–135.
13. NCRB. (2024) *Cyber crime report of India 2023–24*. National Crime Records Bureau, Mumbai.
14. Putnam, R. D. (2000) *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster, New York, NY, USA.
15. Sharma, V. (2023) Social media as a tool for political awareness among youth. *Contemporary Social Science Review*, 15(2), 101–115.
16. Turkle, S. (2017) *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other* (3rd ed.) Basic Books, New York, NY, USA.
17. UNICEF India. (2023) *Digital platforms and youth engagement in India*. UNICEF, New Delhi.
18. We Are Social. (2024) *Digital 2024: India*. Retrieved from <https://wearesocial.com>, Accessed on 31/01/2024.

—==00==—