



**SGT UNIVERSITY**

Digital Media

# Fact, Fiction & Fake

Chief Editor

**Prof.(Dr.) Mukesh Kumar**

Editor

**Dr. Umesh Chandra**

शिवना पेपरबैक्स

Published by: **Shivya Prakashan**  
Edition: **First Edition**  
ISBN: **978-93-81520-72-7**  
Price: **300**

*(All rights reserved. No part of this book can be reproduced in any manner or by any means without prior permission of the author.)*

**National Conference  
On  
Digital Media:  
Fact, Fiction & Fake  
14<sup>th</sup>-15<sup>th</sup> September, 2018**

6. From TV to Online TV: Shifting Priorities of Media Access among youth in Jaipur

7. Role of social media in representing gender issues: A tool of gender sensitization vs ground realities  
Mr. Jitendra Singh

8. Decoding the "Salman Khan" Symbolic over YouTube: A Psychoanalytic Study of the YouTube trailer of the film "Ek Tha Tiger".  
Ms. Priyanka Tyagi, Charu Chandra Pathak

9. A Critical Study of Real and Reel Depiction of Indian Women in TV Series.  
Mr. Abhishek Kukreja

10. The Impacts of Social Media on Traditional media: online networking  
Ms. Amita Bhati

11. Digital Media: Tool for transformation in Modern Journalism.  
Dr. Meenakshi, Dr. Kuldeep

Mr. Hira lal

12. Digital Transformation of Journalism and Increase in Fake News

Ms. Apoorva Agnihotri

13. Social Media Strategy as a effective tool for better business towards Customer Centric.

Prof. M.K.Nair and Ms. Swati Yadav

14. Fiction to Film: A Representation of the 'New Woman' in *Scarlett*.

Ms. Saumya Priya

15. Tyranny of the Majority," and an indifferent Media, in Ibsen's *An Enemy of Society*.

Dr. Vandana Singh

16. From Old fable to New fable: A Post-Modernist Study of Stoker's *Dracula* and Meyer's *The Twilight Saga*.

Dr. Abhilasha Singh

17. The Postmodernist Response to Female Representation in Classic and Modern Cinema

Ms. Arvinder Kaur Pabla

18. Writing Newspaper Headlines: A Critical Analysis of Political News Headlines of Indian Media with Reference to Selected Newspapers

-Dr. Sarju Devi

19. Digital Copyright

-Ms. Jyoti Banerjee

20. साइबर पत्रकारिता के शीर्षकों में अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग

-शशि कुमार पांडे, डॉ. मनोज कुमार सिंह

21. हिंदी न्यूज चैनलों में फेक न्यूज और एजेंडा सेटिंग

-आसिफ हुसैन

22. सोशल मीडिया के सकारात्मक एवं नकारात्मक पक्षों का विश्लेषणात्मक अध्ययन

डॉ. मुकुल श्रीवास्तव

सैयद काजिम असगर रिज़वी

**सोशल मीडिया के सकारात्मक और नकारात्मक पक्षों का विश्लेषणात्मक  
अध्ययन**

**डॉ. प्रकृत श्रीवास्तव, सैय्यद काजिम असागर रिजवी**

**सारांश:-**

साइबर मीडियम के द्वारा आज जितना सूचनाओं का लेन देन तथा जिस गति और मात्रा में हो रहा है उसको देखकर संचार वैज्ञानिक 'मीडिया विस्फोट' के तौर पर देख रहे हैं। इसका जीवन्त उदाहरण सोशल मीडिया नेटवर्किंग साइट है। आज सोशल मीडिया, हर जगह, हर वर्ग के लोगों के लिए संचार का साधन बना हुआ है। आज सोशल मीडिया और स्मार्ट फोन के गठजोड़ से हर व्यक्ति अपने विचार, जानकारीयां, चित्र और वीडियो आदि कहीं भी और कभी भी भेजने में सक्षम है। सोशल मीडिया की इन सब सकारात्मकता के साथ-साथ कुछ अनजाने खतरों भी हैं जो हमको सीधे तौर पर नहीं दिखाते हैं परन्तु कहीं न कहीं हमारे जीवन में मनोवैज्ञानिक रूप से नकारात्मकता को पैदा कर रहे हैं जैसे सोशल मीडिया के सम्पर्क में आते ही सोशल मीडिया यूजर साइबर प्रोपेगैंडा का आसान शिकार हो सकता है।<sup>1</sup> परिवारिक रिश्तों और सामाजिक रिश्तों सभी सोशल मीडिया के माध्यम से डिजिटल होते जा रहे हैं। प्रस्तुत शोध पत्र के द्वारा अध्ययन के बाद इन्हीं बातों को जानने का एक प्रयास है।

**महत्वपूर्ण शब्द:-** साइबर मीडियम, नेटवर्किंग साइट, प्रोपेगैंडा, ब्लॉग, फेसबुक, सिटिजन जर्नीलिज्म

**प्रस्तावना:-**

आज सोशल मीडिया हर एक के जीवन का एक अहम् हिस्सा बन गया है और जीवन के हर पहलुओं को इस पर देखा जा सकता है चाहे वह शीपिंग हो, विज्ञापन हो, शिक्षा, गैसिप और पत्रकारिता हो इन सभी का आधार अब सोशल मीडिया बन कर उभरा है। सोशल मीडिया यहाँ तक ही सीमित नहीं है राजनीतिक पार्टियों के चुनावी प्रचार में भी 2008 से सोशल मीडिया ने अमेरिका के आम चुनावों में डिमोक्रेटिक पार्टी के उम्मीदवार बराक ओबामा ने सर्वप्रथम चुनाव प्रचार में सोशल मीडिया का उपयोग किया था। इसके बाद हमारे देश भारत में सोशल मीडिया का उपयोग चुनाव प्रचार के लिए 2014 के आम चुनावों में भारतीय जनता पार्टी ने किया था।

सोशल मीडिया के दायरे में सोशल नेटवर्किंग साइट्स के अलावा ब्लॉग भी आते हैं जिनके द्वारा कोई वैश्विक स्तर पर किसी से भी सवाद स्थापित कर सकता है। "भारत एक युवा देश है, जिसकी 50 प्रतिशत जनसंख्या की आयु 25 वर्ष से कम है, और 2020 तक आते-आते औसत भारतीयों की आयु 29 वर्ष होगी।"<sup>2</sup> "वहाँ पर सोशल मीडिया युवाओं में सबसे