# चित्र सूची

<table>
<thead>
<tr>
<th>विवरण</th>
<th>पृष्ठ संख्या</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>अध्याय 6: राजनीतिक चेतना पर सोशल मीडिया का प्रभाव: विश्लेषण</td>
<td>101</td>
</tr>
<tr>
<td>61. लैंग्विक आधार पर उत्तरदाताओं का वर्गीकरण</td>
<td>101</td>
</tr>
<tr>
<td>62. आयु वर्ग के आधार पर उत्तरदाताओं का वर्गीकरण</td>
<td>102</td>
</tr>
<tr>
<td>63. शैक्षिक आधार पर उत्तरदाताओं का वर्गीकरण</td>
<td>103</td>
</tr>
<tr>
<td>64. विश्वविद्यालय के स्तर पर उत्तरदाताओं का वर्गीकरण</td>
<td>104</td>
</tr>
<tr>
<td>65. सोशल मीडिया पर सहकर्मियता</td>
<td>105</td>
</tr>
<tr>
<td>66. सोशल मीडिया पर सहकर्मियता की अवधि</td>
<td>106</td>
</tr>
<tr>
<td>67. सोशल मीडिया पर प्रसुंग भाषा</td>
<td>107</td>
</tr>
<tr>
<td>68. सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर सहकर्मियता</td>
<td>107</td>
</tr>
<tr>
<td>69. सोशल मीडिया प्रौद्योगिकी की संख्या</td>
<td>108</td>
</tr>
<tr>
<td>70. सोशल मीडिया पर कितनी देर</td>
<td>109</td>
</tr>
<tr>
<td>611. मनोरंजन प्रारंभ संदेशों को प्राथमिकता</td>
<td>110</td>
</tr>
<tr>
<td>612. सोशल मीडिया संदेशों को प्राथमिकता</td>
<td>111</td>
</tr>
<tr>
<td>613. राजनीतिक संदेशों को प्राथमिकता</td>
<td>112</td>
</tr>
<tr>
<td>614. निजी संदेशों को प्राथमिकता</td>
<td>113</td>
</tr>
<tr>
<td>615. सोशल मीडिया अभिनव हिस्सा</td>
<td>114</td>
</tr>
<tr>
<td>616. सोशल मीडिया संदेशों पर ध्यान</td>
<td>115</td>
</tr>
<tr>
<td>617. सोशल मीडिया संदेशों की प्राध्यापितकता</td>
<td>116</td>
</tr>
<tr>
<td>618. राजनीति में सूचि</td>
<td>117</td>
</tr>
<tr>
<td>619. सोशल मीडिया संदेशों पर प्रतिक्रिया</td>
<td>119</td>
</tr>
<tr>
<td>620. राजनीतिक दलों का सोशल मीडिया प्रयोग</td>
<td>120</td>
</tr>
<tr>
<td>621. राजनीतिक केंद्रित के लिए सबसे असरदार माध्यम</td>
<td>121</td>
</tr>
<tr>
<td>622. सत्याग्रहक दल को सोशल मीडिया का लाभ</td>
<td>121</td>
</tr>
<tr>
<td>623. सोशल मीडिया राजनीतिक संदेशों में सबसे पसंदीदा</td>
<td>122</td>
</tr>
</tbody>
</table>
6.24 सोशल मीडिया मुहिम बनाम चुनावी रैली: 123
6.25 सोशल मीडिया संदेश से चुनावी रैली में भीड़: 125
6.26 जनमत निर्माण में सोशल मीडिया कैंपेन का प्रभाव: 128
6.27 सोशल मीडिया से राजनीतिक जागरूकता: 130
6.28 सोशल मीडिया संदेश की शेयरिंग: 132