

मीडिया का युवाओं के जीवन पर प्रभाव ग्वालियर शहर के विशेष सन्दर्भ में एक समाजशास्त्रीय अध्ययन

ममता सैनी

शोधार्थी, माधव महाविद्यालय, ग्वालियर, मध्य प्रदेश, भारत

सारांश

प्रस्तुत शोध पत्र के माध्यम से तकनीकी एवं प्रौद्योगिकी से भरे युग में भूमंडलीकरण के इस दौर में सर्वाधिक प्रचलित हो रहे मीडिया के विभिन्न संसाधनों का युवाओं पर पड़ने वाले प्रभाव को मध्य प्रदेश के ग्वालियर जिले के ग्वालियर शहर के सन्दर्भ में समझने का प्रयास किया गया है। इस शोध पत्र में वर्णनात्मक अभिकल्प का प्रयोग करते हुए 18-30 वर्ष के 100 युवाओं को सर्वेक्षित किया गया है। प्रस्तुत शोध हेतु तथ्यों का संकलन शोधार्थी द्वारा साक्षात्कार अनुसूची, अवलोकन, व्यक्तिगत अध्ययन तथा अनियमित साक्षात्कार प्रविधियों के माध्यम से किया गया है। अध्ययनोपरांत यह ज्ञात हुआ कि युवाओं की संस्कृति एवं परम्परा, दैनिक जीवन की गतिविधियों, विचारों, सामाजिक-आर्थिक एवं राजनितिक शिक्षा एवं ज्ञान पर दोनों सकारात्मक एवं नकारात्मक प्रभावों को पाया गया। जिसके लिए बदलते वैश्विक परिदृश्य एवं युवाओं में कमजोर होते सदाचार एवं नैतिक मूल्य मुख्य कारण माने जा सकते हैं।

मूल शब्द: युवा, मीडिया, नवीन तकनीक, मोबाइल, इन्टरनेट

प्रस्तावना

मीडिया का अर्थ अंग्रेजी शब्द "मीडियम" का बहुवचन है – जिसका अर्थ "माध्यम" होता है। मीडिया विभिन्न संचार माध्यमों जैसे समाचार-पत्र, पत्रिकाएं, रेडियो, टेलीविजन, मोबाइल, कंप्यूटर, इंटरनेट आदि का सम्मिलित रूप है। मीडिया मनुष्य को विश्व के संदर्भ में तत्काल सूचना उपलब्ध करवाने का एक महत्वपूर्ण माध्यम बन गया है। समाज में मीडिया की भूमिका संवादवहन की होती है। वर्तमान समय में मीडिया का प्रभाव मानव जीवन के प्रत्येक क्षेत्र में देखा जा सकता है। मीडिया प्लसुधैव कुटुंबकम् की अवधारणा को अपने विभिन्न संसाधनों के माध्यम से चरितार्थ करते हैं। तकनीकी विकास से पहले मीडिया शब्द का प्रयोग केवल किताबों, समाचार पत्रों आदि के संदर्भ में ही होता था। परंतु भूमंडलीकरण (1990 का दशक) के पश्चात तकनीकी विकास ने गति पकड़ी और टीवी, मोबाइल, कंप्यूटर, लैपटॉप आदि विभिन्न मीडिया के संसाधन जन सामान्य में सर्व सुलभ हो गए।

सर्वेक्षण के दौरान सभी युवा वर्ग उत्तरदाताओं के पास मीडिया के लगभग सभी संसाधन उपलब्ध पाए गए। परंतु मीडिया संसाधनों में सर्वाधिक उपयोग होने वाली वस्तु के रूप में मोबाइल को देखा गया। ग्लोबल डिजिटल ओवरव्यू जुलाई 2021 की एक रिपोर्ट के अनुसार विश्व में मोबाइल उपयोगकर्ताओं की संख्या 5.27 बिलियन तक पहुंच गई है। जो वैश्विक जनसंख्या का लगभग 70 प्रतिशत है। जिसमें भारत के उपयोगकर्ताओं की संख्या सबसे ज्यादा है। इसमें इंटरनेट उपयोगकर्ता 4.80 बिलियन थे, जो वैश्विक जनसंख्या का लगभग 61 प्रतिशत है।

सामान्यतः युवा पीढ़ी के द्वारा नई तकनीक का ज्यादातर करते हुए देखा गया है। वर्तमान समय में सोशल मीडिया पर सबसे ज्यादा युवा वर्ग ही देखा जाता है। युवा वर्ग ही वह जनसमूह है जो नित नए सपने बुनता है और उन्हें साकार करने का प्रयास करता है। वे व्यापार, नौकरी, शिक्षा, शोध आदि क्षेत्र में जाने के

लिए मीडिया के विभिन्न संसाधनों का सहारा लेते हैं। अतः प्रस्तुत अध्ययन के लिए 18 से 30 वर्ष के युवाओं को सर्वेक्षित किया गया है। एवं उन पर मीडिया के विभिन्न सकारात्मक व नकारात्मक प्रभावों को जानने का प्रयास किया गया है।

उद्देश्य

1. मीडिया का युवाओं पर होने वाले प्रभाव को जानने का प्रयास किया गया है।
2. युवाओं पर मीडिया के सकारात्मक व नकारात्मक प्रभाव का पता लगाना एवं
3. युवाओं पर मीडिया के प्रभाव के सम्बन्ध में सुझाव देना।

शोध पद्धति

प्रस्तुत अध्ययन में शोध का क्षेत्र मध्यप्रदेश के ग्वालियर जिले का एक प्रमुख शहर ग्वालियर को चुना गया है। इस शोध में वर्णनात्मक अभिकल्प का प्रयोग करते हुए ग्वालियर शहर में मीडिया का युवाओं पर पड़ने वाले प्रभाव का अध्ययन किया गया है। जिसके लिए शोधार्थी ने दैव निदर्शन विधि के द्वारा ग्वालियर शहर के 100 युवाओं का चयन किया है। प्राथमिक तथ्यों का संकलन के लिए साक्षात्कार अनुसूची, व्यक्तिगत अध्ययन, अवलोकन तथा अनियमित साक्षात्कार प्रविधियों का प्रयोग किया गया है। एवं द्वितीय तथ्यों का संकलन समाचार-पत्र, पत्रिकाओं, संबंधित पुस्तकों, प्रतिवेदनों तथा प्रकाशित एवं अप्रकाशित शोध प्रबंधों के माध्यम से किया गया है।

आंकड़ों का विश्लेषण

प्रस्तुत शोध को अधिक विश्वसनीय एवं उपयोगी बनाने के लिए सर्वेक्षण से प्राप्त आंकड़ों को क्रमबद्ध एवं व्यवस्थित करके निम्न सारणी में प्रस्तुत किया गया है।

सारणी 1: उत्तरदाताओं की वैयक्तिक जानकारी

मापदण्ड	कुल उत्तरदाता	चर	कुल
आयु	100	15-30 वर्ष	100
लिंग	100	स्त्रीलिंग	62

		पुर्लिंग	38
धर्म	100	हिंदू	78
		मुस्लिम	22
वैवाहिक स्थिति	100	विवाहित	15
		अविवाहित	75
		प्रेम विवाह	10
शिक्षा	100	स्कूली शिक्षा	29
		विश्वविद्यालयीन शिक्षा	66
		सिर्फ पढ़ना लिखना	5
व्यवसाय	100	विद्यार्थी	78
		कर्मचारी	10
		ग्रहणी	8
		अन्य	4
परिवार	100	एकल	46
		संयुक्त	54

नोट – परिणाम प्रतिशत के आधार पर निकाला गया है।

- प्रस्तुत शोध पत्र के लिए 15 से 30 आयु वर्ग थे 100 युवा उत्तरदाताओं का चयन किया गया है जिस में सर्वाधिक 62 प्रतिशत महिलाएं थी एवं शेष पुरुष उत्तरदाता थे।
- सर्वेक्षण के दौरान 78 प्रतिशत उत्तरदाता हिंदू धर्मावलंबी थे एवं 22 प्रतिशत मुस्लिम उत्तरदाता थे। ध्यान देने योग्य तथ्य यह है कि सर्वेक्षण में कोई भी अन्य धर्म का उत्तरदाता नहीं पाया गया।
- उपरोक्त सारणी के अनुसार सर्वाधिक उत्तरदाताओं में अधिकांश 75 प्रतिशत अविवाहित पाए गए एवं 15 प्रतिशत उत्तरदाता विवाहित थे। शोध में मुख्य तथ्य यह पाया गया कि 10 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने प्रेम विवाह किया था। जो कि कहीं न कहीं मीडिया के विभिन्न संसाधनों एवं पश्चिमीकरण के प्रभाव के रूप में देखा जा सकता है।
- उपरोक्त सारणी के अनुसार कोई भी उत्तरदाता अशिक्षित नहीं पाया गया। सर्वेक्षण 78 प्रतिशत उत्तरदाता विश्वविद्यालयीन शिक्षा प्राप्त एवं 29 प्रतिशत तथा स्कूली शिक्षा प्राप्त थी और 5 प्रतिशत उत्तरदाता पढ़ना और अपने हस्ताक्षर करना जानते थे।
- उपरोक्त सारणी के अनुसार सर्वाधिक 78 प्रतिशत विद्यार्थी पाए गए जबकि मात्र 10 प्रतिशत उत्तरदाता कर्मचारी एवं ग्रहणी महिलाएं क्रमशः 10 प्रतिशत एवं 8 प्रतिशत थे। वहीं 4 प्रतिशत उत्तरदाता अन्य व्यवसाय पृष्ठभूमि के थे।

शोध के दौरान संयुक्त परिवार वाले उत्तरदाता 54 प्रतिशत थे जबकि 46 प्रतिशत उत्तरदाता एकल परिवार के पाए गए

सारणी 2: उत्तरदाताओं पर मीडिया का प्रभाव

मीडिया का युवाओं पर प्रभाव	कुल उत्तरदाता	प्रतिक्रियाएं	कुल
विचारों पर विज्ञापन का प्रभाव ?	100	हाँ	103
		आंशिक तौर पर	10
		नहीं	30
अधिकारों के प्रति जागरूकता ?	100	हाँ	78
		नहीं	22
पाश्चात्य संस्कृति की ओर आकर्षण ?	100	हाँ	53
		नहीं	11
		कुछ हद तक	32
शॉपिंग में उपयोग ?	100	हाँ	95
		नहीं	5
राजनीतिक जागरूकता एवं ज्ञान में वृद्धि ?	100	हाँ	71
		नहीं	29
स्वास्थ्य सम्बन्धी परेशानियाँ ?	100	हाँ	40
		नहीं	27
		अभी तक नहीं	33

नोट – परिणाम प्रतिशत के आधार पर निकाला गया है।

- सारणी 2 में दर्शाए गए तथ्यों के अनुसार अधिकांश 72 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने माना कि उनके विचारों पर विज्ञापन का प्रभाव नहीं पड़ता। जबकि 21 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने पूर्ण रूप से माना एवं 7 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने आंशिक तौर पर माना कि उनके विचारों पर विज्ञापन का प्रभाव पड़ता है।
- सर्वेक्षित सर्वाधिक 78 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने बताया कि प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने उनको अपने अधिकारों के प्रति जागरूक बनाया है। जबकि शेष उत्तरदाताओं को इस विषय में कोई जानकारी नहीं थी।
- सर्वेक्षण में सर्वाधिक 53 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने माना की प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से वे पाश्चात्य संस्कृति की ओर आकर्षित हुए तो वहीं 32 प्रतिशत ऐसा कुछ हद तक मानते थे। जबकि 11 प्रतिशत उत्तरदाता ऐसा नहीं मानते थे।
- शोध के दौरान अधिकांश 95 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने पैमाना यह माना की प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का वे शॉपिंग में बहुत उपयोग करते थे। जबकि मात्र 5 प्रतिशत उत्तरदाता बाजार जा कर स्वयं अपनी आंखों से देख परख कर ही खरीदारी करना पसंद करते थे।

- सारणी 2 के अनुसार अधिकांश 71 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने माना की प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से वह राजनीतिक रूप से जागरूक हुए हैं साथ ही संबंधित ज्ञान में वृद्धि भी हुई है। जबकि 29 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने इस तथ्य से इंकार किया।

सर्वेक्षण के दौरान 40 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने यह माना की प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के संसाधनों का अत्यधिक उपयोग करने से उनको स्वास्थ्य संबंधी परेशानियां जैसे अनिद्रा, मानसिक अवसाद, कम सामाजिक होना, आंखों की रोशनी कम होना, स्पाइन की समस्या आदि, हो रही थी। तो वही 27 प्रतिशत ने ऐसी कोई समस्या से इनकार किया। एवं 33 प्रतिशत उत्तरदाताओं को अभी तक ऐसी कोई समस्या नहीं हुई थी परंतु उनको स्वयं में निकट भविष्य में लक्षण समझ आ रहे थे।

निष्कर्ष एवं सुझाव

मध्य प्रदेश के ग्वालियर शहर के युवाओं पर मीडिया के विभिन्न संसाधनों के होने वाले प्रभावों के संदर्भ में किए गए अध्ययन में यह पाया गया कि सर्वाधिक अविवाहित विद्यार्थी, जो विश्वविद्यालयीन शिक्षा प्राप्त कर रहे थे, संयुक्त परिवार के पुरुष उत्तरदाताओं द्वारा मीडिया संसाधनों का उपयोग किया जा रहा था। अधिकांश युवाओं ने माना के प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के द्वारा निकलने वाले विज्ञापन का प्रभाव उनके विचारों पर हो रहा था। मीडिया उत्तरदाताओं को अपने अधिकारों के प्रति जागरूक बनाने के लिए कई प्रकार की सूचनाएं एवं जानकारीयां प्रदान करती है। जैसे विभिन्न देशों की संस्कृति एवं सभ्यताओं के बारे में जानना। राजनीतिक जागरूकता एवं ज्ञान की वृद्धि में प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक दोनों प्रकार के मीडिया सहायक हुए। शॉपिंग में अधिकांश उत्तरदाताओं द्वारा मीडिया संसाधनों का उपयोग किया जाता है। तो वही नकारात्मक प्रभाव के रूप में युवाओं को अपने देश की गौरवमयी संस्कृति को नजरअंदाज करके पाश्चात्य संस्कृति ने अपनी ओर आकर्षित किया है। जिसका मुख्य उदाहरण प्रेम विवाह के रूप में देखा जा सकता है। शॉपिंग में अत्यधिक खरीदारी बढ़ने के कारण पैसों की बर्बादी ज्यादा हो गई है। तो साथ ही विभिन्न प्रकार की स्वास्थ्य संबंधी परेशानियों जैसे आंखों की रोशनी कम होना आंखों में जलन व लाल रहना, मानसिक समस्याएं, अवसादग्रस्तता, स्पाइन की समस्या, असामाजिकता आदि का सामना अब करने लगे हैं। अतः यह कहा जा सकता है कि युवा वर्ग चंचल एवं तरुण अवस्था में है जिसे मीडिया संसाधनों का उपयोग सकारात्मक ढंग से करना चाहिए। अपना समय इनमें व्यर्थ नहीं गंवाना चाहिए। युवाओं के अभिभावकों को यह ध्यान करना चाहिए कि उनके बच्चे कहीं मीडिया संसाधनों का गलत उपयोग तो नहीं कर रहे। तो वही युवाओं को भारतीय संस्कृति एवं इसकी गौरवमयी गाथा का पाठ पढ़ाया जाना चाहिए। एवं युवाओं को एक मजबूत शिक्षा प्रणाली के तहत नैतिकता की शिक्षा देनी चाहिए। जिससे कि वह मीडिया संसाधनों के बहकावे में आकर भटके ना। और अपनी शिक्षा स्वास्थ्य एवं समाजीकरण पर पूर्ण ध्यान दें।

सन्दर्भ सूची

1. डॉ. पाण्डेय, एस. एस. (2009), समाजशास्त्र, टाटा मेग्रा हिल एजुकेशन प्राइवेट लिमिटेड, नई दिल्ली।
2. ग्लोबल डिजिटल ओवरव्यू, datareportal.com/global/digital/overview
3. गांधी, वी. पी. (1995), मीडिया एंड कम्युनिकेशंस टुडे – पॉलिसी, ट्रेनिंग एंड डेवलपमेंट, संस्करण 2, कनिष्का पब्लिशर्स, नई दिल्ली।
4. भट्ट, एस. सी. (2003), मीडिया रू सेंसेशन नॉट टूथ, ज्ञान पब्लिशिंग हाउस, नई दिल्ली।