© UNIVERSAL RESEARCH REPORTS | REFEREED | PEER REVIEWED
ISSN : 2348 - 5612 | Volume : 04 , Issue : 10 | October – December 2017

# सोशल मीडिया से युवा वर्ग पर होने वाले प्रभाव का एक अध्ययन

**Gaurav Narwal**
V.P.O.- Kathura,
Distt.-Sonipat (Haryana).INDIA

ISSN : 2348-5612 © URR

**सारांश :–** आज का युग अब केवल विज्ञान एवं विज्ञापन का युग मात्र नही रहा हैं बल्कि आज का युग सोशल मीडिया का युग हैं। सोशल साईटों का अत्याधिक उपयोग किया जा रहा हैं। जब भी हम अपने कार्य को संपूर्ण करते हैं या मध्य में विराम लेते हैं। तभी हम सोशल मीडिया के प्रयोग हेतू लालायित हो जाते हैं। आज सोशल साईटों का इतना अधिक प्रभुत्व हो चुका हैं कि आपके सम्मुख आपके करीबी दोस्त, रिश्तेदार, माता–पिता बैठे हुए होते हैं, लेकिन आप उनकी बातों का जवाब न देकर फेसबुक एवं वाट्सऐप पर अपने दोस्तों को ज्यादा अहमियत देते हैं। इन सोशल मीडिया साईटों का प्रभाव युवा वर्ग पर अन्य वर्गों से कहीं ज्यादा हैं क्योंकि युवा वर्ग मोबाईल का ज्यादा उपयोग करता हैं और युवा वर्ग को परिवार का सहयोग भी अन्य वर्गों की तुलना में कहीं ज्यादा मिलता हैं। आज का युवा वर्ग सोशल मीडिया की चपेट में आ चुका हैं वह दिन–रात निरंतर इसी में अपना ज्यादातर समय व्यतीत करता हैं। सोशल मीडिया से युवा वर्ग बहुत ही ज्यादा प्रभावित हैं उसको जो कुछ बोलना होता हैं या लिखना होता है, वह सोशल मीडिया के माध्यम से उसको समाज तक पहुॅचाता हैं। सोशल मीडिया ने युवा वर्ग को अपनी बात सम्मुख रखने का एक मंच प्रदान किया हैं, लेकिन युवा वर्ग इसका आवश्यकता से अधिक प्रयोग करके, सोशल मीडिया को विपरीत दिशा में भी मोड़ दिया हैं अर्थात् युवाओं को सोशल मीडिया की लत लग चुकी हैं। इस प्रकार से सोशल मीडिया ने युवा वर्ग के सामने एक खुला मंच भी प्रस्तुत किया हैं और उसको अपने वश में भी कर लिया हैं। यह सब कुछ सोशल मीडिया का युवा वर्ग पर प्रभाव को ही तो परिणाम हैं।

**महत्वपूर्ण शब्द :– युवा वर्ग, सोशल मीडिया, युग, प्रभाव, प्रयोग ।**

**परिचय :–**

सोशल मीडिया से तात्पर्य है ऐसी उत्पादों एवं सेवाओं से हैं जो इंटरनेट कम्प्यूटर के माध्यम से सूचना एवं मनोरंजन प्रदान करती हैं जो कि पारंपरिक माध्यमों जैसे दूरदर्शन, समाचार–पत्रों एवं रेडियों से प्राप्त नही होती हैं। सोशल मीडिया इंटरनेट पर आधारित हैं। यह एक अद्भुत और अनोखी शैली हैं जो हजारों मील दूर बैठ हुए जनमानस से आपको साक्षात्कार करवा देती हैं। आप एक–दूसरे को देखकर बातें कर सकते हैं। अपना घर एवं कपड़े या अन्य आवश्यक उत्पाद एवं सामग्री इन साईटों के माध्यम से हजारो–लाखों मील दूर बैठे अपने सहयोगी को दिखा सकते हैं उससे चैंटिग या वार्तालाप का सकते हैं। इन सभी सोशल मीडिया साईटों पर युवा वर्ग को अन्य वर्गो की तुलना में अधिक समय व्यतीत होता हैं क्योंकि वह आधुनिता की उपज हैं और उसमे हमेशा कुछ करने या सीखने का जुनून रहता हैं। सोशल मीडिया का प्रभाव युवा वर्ग पर बहुत ही ज्यादा मात्रा में हैं। इसका उदाहरण आपके सम्मुख हैं, आज अधिकतर युवाओं के पास 4$^{जी}$ फोन है और 80 से 90 प्रतिशत युवाओं के फेसबुक पर अकांउट हैं। युवा वर्ग दिनभर वाट्सऐप का प्रयोग करता हैं। वह दिनरात सोशल मीडिया के इर्द–गिर्द

ही घूमता रहता हैं। सोशल मीडिया में केवल वाट्सऐप और फेसबुक, गूगल आदि सम्मलित नही हैं इसमे तो अनेको सोशल साईटों को भंडार हैं जिसमें युवा वर्ग की अत्यधिक रूचि रहती हैं। आज का युवा खाना खाएं बिना रहता हैं, लेकिन सोशल मीडिया के प्रयोग बिना नही रह सकता हैं उसको रोटी, कपड़ा, मकान जैसी मूलभूत आवश्यकताओं के साथ–साथ सोशल मीडिया की भी जरूरत हो चुकी हैं। इन तीनों मूलभूत आवश्कताओं की ही कतार में सोशल मीडिया भी साथ खड़ा हुआ दिखाई देता हैं क्योंकि युवा वर्ग को इसकी लत लग चुकी हैं। उसके पास जब भी समय होता हैं सर्वप्रथम वह इसका प्रयोग करना आवश्यक समझता हैं न कि खाने–पीने को प्राथमिकता देता हैं वह पहले सोशल मीडिया को प्राथमिकता देता हैं।

आधुनिक युग में युवा वर्ग का सोशल मीडिया से गहरा संबंध हो चुका हैं। सोशल मीडिया का युवाओं पर बहुत ही ज्यादा मात्रा में प्रभाव पड़ता हैं यह प्रभाव दोनों प्रकार का हो सकता हैं सकारात्मक और नकारात्मक। लेकिन प्रभाव अवश्य पड़ता है युवा वर्ग को अपनी बात सम्मुख रखने की आजादी देकर सोशल मीडिया युवाओं पर सकारात्मक प्रभाव डालता हैं वहीं पोर्न वीडियों और किसी के अकांउट पर कुछ गलत पोस्ट करके वह उसको अपराधी भी बनाता हैं। इसी प्रकार से सोशल मीडिया से युवा वर्ग पर नकारात्मक प्रभाव भी पड़ता हैं जिस प्रकार से अभी हाल में ही 'मलाला' ने सोशल मीडिया के अंतर्गत आने वाली सोशल मीडिया साईट ट्विटर पर अपना अकांउट खोला, उसको 24 घंटो में साढे चार लाख से ज्यादा फोलॉवर्स का साथ मिला । जिससे उसको यह लाभ होगा कि वह जब भी वह अपने विचार, जनता, समाज, राष्ट्र के सम्मुख रखना चाहती हैं तो चंद सैकण्ड में अपने विचार समूचे विश्व तक पहुॅचा सकती हैं। इस प्रकार से सोशल मीडिया ने युवाओं को प्रभावित किया हैं उनको अपना मुरीद बनाया हैं। लोगों को एक–दूसरे के करीब लाया हैं वहीं अभिव्यक्ति की आजादी के नाम पर लिखने का अवसर प्रदान किया हैं वहीं युवा वर्ग साइबर अपराध की ओर भी धकेला दिया हैं। युवा वर्ग को आतंकवादियों के करीब या संपर्क में भी ला दिया हैं। दिन–रात उनके दिलों दिमाग में अपना चित्रण बनाकर युवा वर्ग को मानसिक रूप से बीमार करने का कार्य भी सोशल मीडिया ने किया है। अभी–अभी वर्तमान में एम्स में अलग अस्पताल का निर्माण किया है। जिसमें सोशल मीडिया के प्रभाव से बीमार होने वाले बच्चों का उपचार किया जाएगा। क्योंकि कुछ युवा ऐसे भी है जो सोते भी नहीं है केवल सोशल मीडिया के उपयोग में लगातार लगे रहते है। सेल्फियां लेने हेतू रेल की पट्टरी , पहाड़ की चोटी, टॉवर की चोटी आदि खतरनाक स्थानों पर जाते है। इस प्रकार से वे मानसिक रूप से बीमार हो चुके है। इसके पीछे सोशल मीडिया का प्रभाव ही तो है। सोशल मीडिया के बढ़ते प्रभाव से युवा वर्ग दिन–प्रतिदिन प्रभावित हो रहा है। उसको इससे लाभ भी हो रहा है और इससे उसको हानि भी हो रही है। तथा आर्थिक रूप से युवा कमजोर भी हो रहे हैं और साथ–2 में उसका समय भी व्यर्थ हो रहा है इसके साथ–साथ उसको खुले मंच के रूप में बात रखने ,एक दूसरे से तुरंत बात करने, नई–नई तकनीकों के विषय में जानने आदि अनेकों प्रकार के लाभ भी हो रहे है। कुल मिलाकर यह परिणाम सम्मुख आता है कि सोशल मीडिया का युवा वर्ग पर सकारात्मक और नकारात्मक दोनों प्रकार का प्रभाव पड़ता है। यह बात सच है प्रभाव अवश्य पड़ता है। इस प्रकार से सोशल मीडिया युवा वर्ग को प्रभावित करता है।

**साहित्यक समीक्षा –**

सिहं धर्मेन्द्र ने अपनी पुस्तक ''विकास संचार'' आलोचनात्मक परिपेक्ष्य में व्यक्त किया है कि सोशल मीडिया से तात्पर्य है कि ऐसी उत्पादों एवं सेवाओं से है जो कि कम्प्यूटर एवं इंटरनेट के माध्यम से सूचना एवं मनोंरजन प्रदान करती है। सोशल मीडिया का यह लाभ है कि इसमें कई अन्य

माध्यम भी समाहित है। दूसरे शब्दों में कह सकते हैं कि सोशल मीडिया पर विषय प्रस्तुति अन्य माध्यमों की तुलना में ज्यादा आकर्षक होती है। सोशल मीडिया एक तरह से ऑन लाइन का ही पर्याय है जिसे सामान्यतः वेब मीडिया कहत हैं। सोशल मीडिया के द्वारा मांग पर किसी भी समय कहीं भी किसी डिजीटल माध्यम से सामग्री प्राप्त की जा सकती है। साथ ही साथ विषय सामग्री में रचनात्मक भागीदारी एवं समुदाय निर्माण के लिए भी अवसर मिलता है।

**शोध के उद्देश्य –**

1. सोशल मीडिया से युवा वर्ग पर होने वाले प्रभाव का जानना।
2. सोशल मीडिया से युवा वर्ग पर होने वाले सकारात्मक एवं नकारात्मक प्रभाव का अध्ययन।
3. सोशल मीडिया का उपयोग युवा वर्ग के हित में है या अहित में हैं इसका अध्ययन करना।

**परिकल्पना –**

सोशल मीडिया से युवा वर्ग अवश्य ही प्रभावित हो रहा होगा। आज का युग सोशल मीडिया के युग में परिवर्तित होता हुआ दिखाई देता है। सोशल मीडिया से युवा वर्ग पर अवश्य ही सकारात्मक एवं नकारात्मक दोनों प्रकार का प्रभाव पड़ रहा होगा। युवा वर्ग का आज अधिकतर समय सोशल मीडिया के इर्द गिर्द ही घूमता हुआ दिखाई पड़ता है। आज युवा वर्ग की शायद मूलभत आवश्यकता के रूप में सोशल मीडिया परिवर्तित होता हुआ दिखाई पड़ रहा है।

**शोध प्रवधि (सर्वेक्षण )–**

यह अध्ययन सर्वेक्षण पद्वति के द्वारा किया गया है। इस सर्वेक्षण में नमूनों के चुनाव हेतु रैंड़मली निर्देशनी प्रक्रिया के अनुसार प्रश्नावली के द्वारा युवा वर्ग से उनकी राय या उनका उत्तर खोजनें का प्रयास किया गया है। आंकड़ों के संग्रह हेतू महर्षि दयानन्द विश्वविद्यालय रोहतक के चार विभागों का चयन किया गया है। संगीत विभाग इतिहास , संस्कृत ,और हिन्दी विभाग से 25–25 युवाओं का चयन किया गया है। इस प्रकार से चारों विभागों के युवाओं को सम्मलित कर कुल 100 युवाओं पर यह शोध कार्य किया गया है। इस प्रकार से यह सर्वेक्षण कार्य रोहतक में महर्षि दयानन्द विश्वविद्यालय के 100 युवाओं पर आधारित है।

**विवेचना एवं विश्लेषण –**

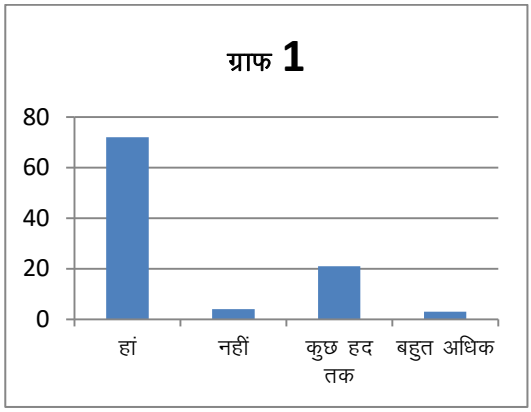
सर्वेक्षण पद्वति के अनुरूप रोहतक शहर में स्थित महर्षि दयानन्द विश्वविद्यालय के चार विभागों के युवाओं से विभिन्न पहलुओं को दृष्टिगत करते हुए प्रश्न पूछे गये है। जो कि लिखित रूप से युवाओं के सम्मुख प्रस्तुत किए गये है। विविध प्रश्नों पर अलग अलग विभागों के युवाओं की अपनी राय रखी है।

प्र01. क्या आप सोशल मीडिया के विषय में जानते है ?

| विकल्प | संख्या | प्रतिशत |
|---|---|---|
| हां | 72 | 72 |

© UNIVERSAL RESEARCH REPORTS | REFEREED | PEER REVIEWED
ISSN : 2348 - 5612 | Volume : 04 , Issue : 10 | October – December 2017

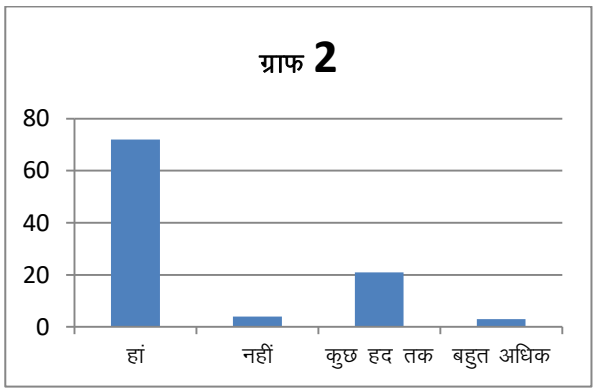
| | | |
|---|---|---|
| नहीं | 4 | 4 |
| कुछ हद तक | 21 | 21 |
| बहुत अधिक | 3 | 3 |




ग्राफ एक के अनुसार 72 प्रतिशत उत्तरदाता मानते हैं कि वे सोशल मीडिया के विषय में जानते हैं जबकि 4 प्रतिशत उत्तरदाओं की राय है कि वे सोशल मीडिया के विषय में नहीं जानते हैं और 21 प्रतिशत उत्तरदाताओं की राय है कि वे सोशल मीडिया के विषय में कुछ हद तक जानते हैं जबकि 3 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि वे सोशल मीडिया के विषय में बहुत अधिक जानते हैं।

प्र02. क्या आप सोशल मीडिया का उपयोग करते हैं ?

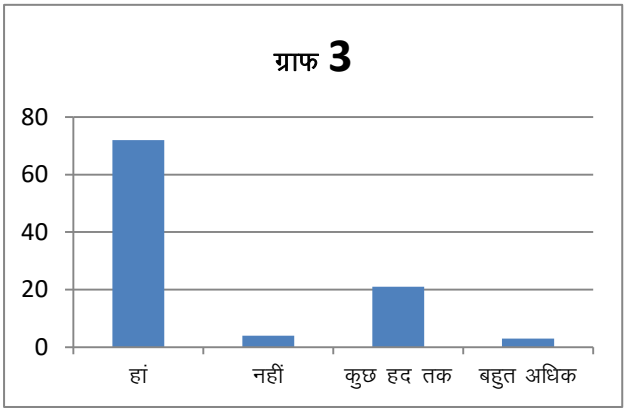
| विकल्प | संख्या | प्रतिशत |
|---|---|---|
| हां | 61 | 61 |
| नहीं | 6 | 6 |
| थोड़ा बहुत | 11 | 11 |
| बहुत ज्यादा | 22 | 22 |




ग्राफ 2 के अनुसार 61 प्रतिशत उत्तरदाता की यह राय रखते हैं कि वे सोशल मीडिया का उपयोग करते है जबकि 6 प्रतिशत उत्तरदाता मानते है कि नहीं करते हैं और 11 प्रतिशत की राय है कि थोड़ा बहुत उपयोग करते हैं जबकि 22 प्रतिशत मानते है कि वे सोशल मीडिया का उपयोग बहुत अधिक करते है।

प्र03 क्या सोशल मीडिया आपको प्रभावित करता है ?

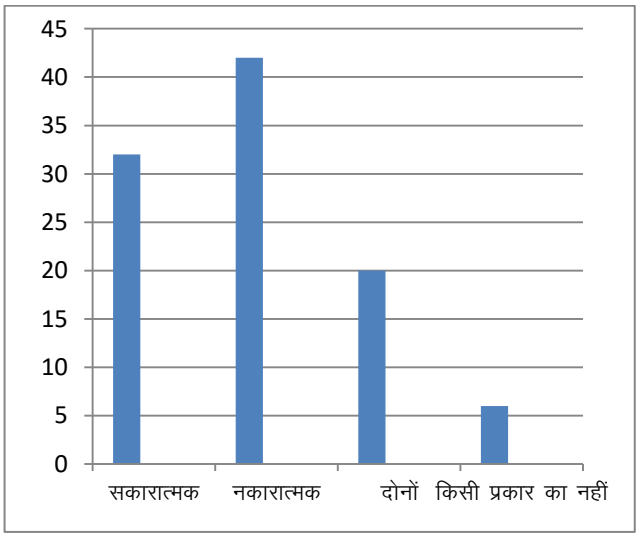
| विकल्प | संख्या | प्रतिशत |
|---|---|---|
| हां | 50.5 | 50.5 |
| नहीं | 6 | 6 |
| कुछ हद तक | 25.5 | 25.5 |
| बहुत अधिक | 18 | 18 |




ग्राफ न. 3 के अनुरूप 50.5 प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते हैं कि सोशल मीडिया उनको प्रभावित करता है और 6 प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते है कि सोशल मीडिया प्रभावित नहीं करता है जबकि 25.5 प्रतिशत उत्तरदाता यह कहते है कि कुछ हद तक प्रभावित करता है और 18 प्रतिशत का मानना है कि बहुत अधिक प्रभावित करता है।

प्र04 सोशल मीडिया से प्रभावित होकर आपके उपर किस प्रकार का प्रभाव पड़ा है ?

| विकल्प | संख्या | प्रतिशत |
|---|---|---|
| सकारात्मक | 32 | 32 |
| नकारात्मक | 42 | 42 |
| दोनों | 20 | 20 |
| किसी प्रकार का नहीं | 6 | 6 |



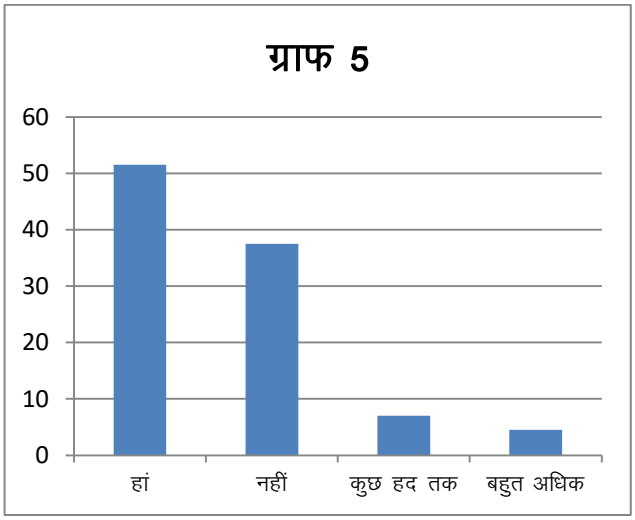

उपरोक्त ग्रॉफ के अनुसार 32 प्रतिशत उत्तरदाताओं का मानना है कि सोशल मीडिया से प्रभावित होकर उनपर सकारात्मक प्रभाव पड़ा है और 42 प्रतिशत का मानना है कि उन पर नकारात्मक प्रभाव पड़ा है तथा 20 प्रतिशत का कहना है कि दोनों प्रकार का प्रभाव पड़ा है एवं 6 प्रतिशत उत्तरदाताओं की राय है कि उन पर किसी प्रकार का प्रभाव नहीं पड़ है।

प्र05. सोशल मीडिया का उपयोग युवा वर्ग के हित में है ?

| विकल्प | संख्या | प्रतिशत |
|---|---|---|
| हां | 51.5 | 51.5 |
| नहीं | 37.5 | 37.5 |
| कुछ हद तक | 7 | 7 |

© UNIVERSAL RESEARCH REPORTS | REFEREED | PEER REVIEWED
ISSN : 2348 - 5612 | Volume : 04 , Issue : 10 | October – December 2017

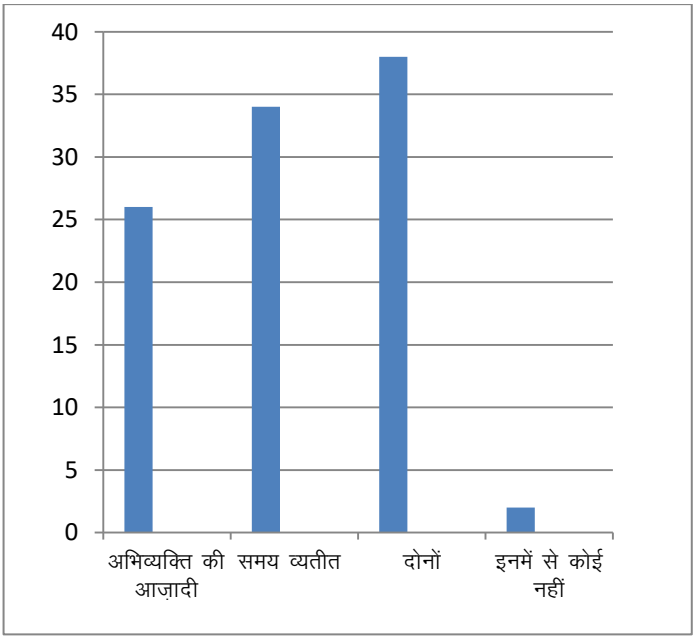
| | | |
|---|---|---|
| बहुत अधिक | 4 | 4 |




ग्राफ न0 5 के अनुसार 51.5 प्रतिशत उत्तरदाताओं का यह मानना है कि सोशल मीडिया का उपयोग उनके हित में है और 37.5 प्रतिशत मानते है कि हित में नहीं है जबकि 7 प्रतिशत राय है कि कुछ हद तक हित में है और 4 प्रतिशत का मानना है कि बहुत अधिक मात्रा में हित में है।

प्र06 आप सोशल मीडिया को किस रूप में देखते हैं ?

| विकल्प | संख्या | प्रतिशत |
|---|---|---|
| अभिव्यक्ति की आज़ादी | 26 | 26 |
| समय व्यतीत | 34 | 34 |
| दोनों | 38 | 38 |
| इनमें से कोई नहीं | 2 | 2 |




ग्राफ 6 के अनुसार 26 प्रतिशत उत्तरदाताओं का यह मानना है कि सोशल मीडिया अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता एवं जागरूकता के रूप में है और 34 प्रतिशत यह है कि यह समय व्यतीत के रूप में देखते हैं और 38 प्रतिशत उत्ततरदाताओं की राय है कि वे दोनों रूपों में सोशल मीडिया को देखते हैं जबकि 24 प्रतिशत की राय है कि वे इनमें से किसी भी रूप में नहीं हैं।

निष्कर्ष –

अध्ययन से प्राप्त तथ्यों से स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया का प्रभाव आज बहुत ही ज्यादा हो चुका है। युवा वर्ग पर सोशल मीडिया का प्रभाव निश्चित रूप से पड़ रहा है। यह प्रभाव सकारात्मक एवं नकारात्मक दोनों रूपों में पड़ रहा है। 50.5 प्रतिशत युवा वर्ग के उत्तरदाताओं ने यह माना है कि वक सोशल से प्रभावित होते है। 32 प्रतिशत उत्तरदाताओं की यह राय रखते है कि सोशल मीडिया का उनके उपर नकरात्मक प्रभाव पड़ता है । यह बात निकलकर सामने आती है कि सोशल मीडिया युवा वर्ग के हित में है 51.5 प्रतिशत युवा ऐसा मानते है । इस प्रकार तथ्यों एवं आंकड़ों से यह पता चलता है कि सोशल मीडिया का युवा वर्ग पर एक प्रकार से इतना प्रभाव हो चुका है कि वह उसके उपयोग बिना दैनिक जीवन प्रक्रिया संपूर्ण करने में कठिनाई महसूस करता है।

संदर्भ ग्रन्थ सूची

1. डॉ0 शंकुतला चव्हाण, आधुनिक मीडिया लेखन (2014) इशिका पब्लिशिंग हाउस जयपुर पृसं0169,170
2. नंद भारद्वाज , संस्कृति, जनसंचार और बाजार (2014) सामायिक प्रकाशन नई दिल्ली , पृसं0 54,55,75 ।
3. डॉ0 भगवान देव पाण्डेय एवं मिथिलेश कुमार पाण्डेय, आधुनिक मीडिया प्रंबंधन (2001) , तक्षशिला प्रकाशन नई दिल्ली पृ0सं085,86,110 ।
4. . Prasnay k. Mathur , social media and networking (2012) Kanishaka publication Distritions page no. 39,40
5. आर0 अनुराधा ,न्यू मीडिया (2012) राधाकृष्ण , नई दिल्ली पृसं0 56,57 ।
6. Paul marthur and Thomas Erickson , social media usage and Impact (2013) Glogol vision publication house new delhi page 2,3
7. Anjli Pahag and Anju jain , Media and youth (2009) Serials publication new delhi page no. 6,7,19,43,44.
8.