



ISSN -PRINT-2231-3613/DNLN-2455-8729  
International Educational Journal

UGC APPROVAL NO. - 42652

CHETANA

Received on 28th Feb 2018, Revised on 7<sup>th</sup> Mar 2018; Accepted 17<sup>th</sup> Mar 2018

आलेख

सोशल मीडिया का अकादमिक महाविद्यालय में पढ़ने वाले विद्यार्थियों के नैतिक व सामाजिक मूल्यों पर पढ़ने वाले प्रभाव का अध्ययन

\* प्रो. विजय लक्ष्मी शर्मा, शोध निर्देशिका एवं संतोष नरुका  
जैन विश्वभारती मान्य विश्वविद्यालय, लाडनूं  
Email – santoshnaruka5@gmail.com, Mob.-7734962848

मुख्य शब्द – संचार माध्यम, अंग्रेजी मीडिया, सूचना संग्रह प्रसार, सूचना विश्लेषण, सामाजिक मूल्य, ज्ञान संप्रेषण आदि।

### प्रस्तावना

संचार माध्यम से आशय है, संदेश के प्रवाह में प्रयुक्त किए जाने वाले माध्यम। संचार माध्यमों के विकास के पीछे मुख्य कारण मानव की जिज्ञासु प्रवृत्ति का होना है। वर्तमान समय में संचार माध्यम और समाज में गहरा संबंध एवं निकटता है। इसके द्वारा जन सामान्य की रुचि एवं हितों को स्पष्ट किया जाता है। संचार माध्यमों ने ही सूचना को सर्वसुलभ कराया है। तकनीकी विकास से संचार माध्यम भी विकसित हुए हैं तथा इससे संचार अब ग्लोबल फेनोमेनो बन गया है। संचार माध्यम, अंग्रेजी के मीडिया (मीडियम का बहुवचन) से बना है, जिसका अभिप्राय होता है दो बिंदुओं को जोड़ने वाला। संचार माध्यम ही संप्रेषक और श्रोता को परस्पर जोड़ते हैं।

हेराल्ड लॉसवेल के अनुसार, संचार माध्यम के मुख्य कार्य सूचना संग्रह एवं प्रसार, सूचना विश्लेषण, सामाजिक मूल्य एवं ज्ञान का संप्रेषण तथा लोगों का मनोरंजन करना है।

संचार माध्यम का प्रभाव समाज में अनादिकाल से ही रहा है। परंपरागत एवं आधुनिक संचार माध्यम समाज की विकास प्रक्रिया से ही जुड़े हुए हैं। संचार माध्यम का श्रोता अथवा लक्ष्य समूह बिखरा होता है। इसके संदेश भी अस्थिर स्वभाव वाले होते हैं। फिर संचार माध्यम ही संचार प्रक्रिया को अंजाम तक पहुँचाते हैं।

सोशल मीडिया की परिभाषा में कहा गया है कि यह इंटरनेट आधारित अनुप्रयोगों का एक ऐसा समूह है जो प्रयोक्ता-जनित सामग्री के सृजन और आदान-प्रदान की अनुमति देता है। इसके अतिरिक्त सोशल मीडिया मोबाइल और वेब आधारित प्रौद्योगिकी से ऐसे क्रियाशील मंचों का निर्माण करता है जिनके माध्यम से व्यक्ति और समुदाय प्रयोक्ता-जनित सामग्री का संप्रेषण एवं सह-सृजन कर सकते हैं, उस पर विचार-विमर्श कर सकते हैं और उसका परिष्कार कर सकते हैं। यह संगठनों, समुदायों और व्यक्तियों के बीच संसार में महत्वपूर्ण और व्यापक परिवर्तनों को अंजाम देता है। 2000 के दशक के शुरु में सॉफ्टवेयर विकास कर्ताओं ने अंतिम इस्तेमाल कर्ताओं को इस बात में सक्षम बनाया कि वे वर्ल्डवाइड वेब पर स्थिर और निष्क्रिय पृष्ठों को देखने के बजाय अधिक परस्पर क्रियाशील बन सके, ऑन लाइन या वास्तविक समुदायों में प्रयोक्ता-जनित सामग्री का इस्तेमाल कर सके। इसकी परिणीति वेब 2.0 के रूप में हुई और सबसे महत्वपूर्ण बात यह हुई कि इससे एक अद्भुत प्रयोग का सृजन हुआ जिसे अब हम सोशल मीडिया कहते हैं।

सोशल मीडिया सामाजिक नेटवर्किंग वेब साइटों जैसे-फेसबुक, ट्विटर, लिंकर, यू-ट्यूब, लिंक्डइन, पिंटेरेस्ट, माइस्पेस, साउंडक्लाउड और ऐसे ही अन्य साइटों पर इस्तेमाल कर्ताओं को विचार-विमर्श, सृजन, सहयोग करने तथा टेक्स्ट,

इमेज, ऑडियो और विडियो रूपां में जानकारी में हिस्सेदारी करने और उसे परिष्कृत करने की योग्यता और सुविधा प्रदान करता है। यह सच है कि सोशल मीडिया ने इंटरनेट का लोकतंत्रीकरण किया है और सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि इसने भाषण और अभिव्यक्ति के आदर्शों को संरक्षित किया है किंतु इसके साथ ही यह भी उतना ही सही है कि इसने ऐसे दैत्यों को भी जन्म दिया है जो घात लगाए रहते हैं और लगता है कि उनकी संख्या बढ़ रही है। हाथ में रखे जाने वाले मोबाइल उपकरणों जैसे – स्मार्टफोन और टैबलेट्स की संख्या तेजी से बढ़ती जा रही है और इन उपकरणों पर इंटरनेट की उपलब्धता से वास्तविक समाजीकरण में तात्कालिता की भावना कई गुणा बढ़ गई है। इसके जरिए न केवल अति संवेदनशील और युवा दिलों को प्रभावित करने वाली अनुचित सामग्री आसानी से उपलब्ध हो जाती है, बल्कि निंदनीय मानसिकता वाले व्यक्तियों को विभिन्न प्रकार के जघन्य प्रयोजनों के लिए इस माध्यम का प्रयोग करने की छूट भी मिल जाती है। साइबर बुलिंग, साइबर स्टॉकिंग, अफवाहें फैलाना जैसे दुष्कर्म इस भयावह दैत्य के मामूली नमूने हैं।

सोशल मीडिया ने इस्तेमालकर्ता-जनित सामग्री के जरिए सार्वजनिक जीवन के जाने-माने व्यक्तियों की प्रतिष्ठा को भी आघात पहुंचाया है, निजता, कॉपीराइट और अन्य मानवाधिकार कानूनों का अतिक्रमण किया है। इन सभी बातों के बावजूद इस अद्भुत माध्यम के विकास में कोई रुकावट नहीं आई, जिसने न केवल भारत में बल्कि पूरी दुनिया में परंपरागत मीडिया का स्थान लेने और उसे मार्ग से हटाने का खतरा पैदा कर दिया है। सोशल मीडिया की अक्सर यह कह कर आलोचना की जाती है कि इसने लोगों के व्यक्तिगत रूप से मिलने की प्रवृत्ति पर विपरीत असर डाला है, जहां परंपरागत ढंग से एक-दूसरे से मिलने और बातचीत करने का समय किसी के पास नहीं है, लेकिन इसके बावजूद डिजिटल स्पेस सामाजिक नेटवर्किंग के नित नए आयाम और आकर्षण उपलब्ध करा रहा है।

सामाजिक नेटवर्किंग और सोशल मीडिया के विकास के प्रमुख संचालकों में से एक है, मोबाइल टेलीफोनी। ए.सी.नेल्सन की द सोशल मीडिया रिपोर्ट (2012)<sup>33</sup> में कहा गया था कि सोशल मीडिया तक पहुंच कायम करने के लिए अधिकाधिक लोग स्मार्टफोनों और टैबलेट्स का इस्तेमाल कर रहे हैं। अधिक कनेक्टिविटी के साथ उपभोक्ताओं को सोशल मीडिया के इस्तेमाल करने की अधिक आजादी मिल रही है और वे जहां कहीं और जब चाहे सोशल मीडिया का इस्तेमाल कर सकते हैं।

इंटरनेट एंड मोबाइल ऐसोसिएशन ऑफ इंडिया की रिपोर्ट के अनुसार शहरी क्षेत्रों में सोशल मीडिया के प्रयोक्ताओं की संख्या दिसंबर 2012 तक 6.2 करोड़ पर पहुंच चुकी थी। शहरी भारत में प्रत्येक चार में से तीन व्यक्ति सोशल मीडिया का इस्तेमाल करते हैं।

इस रिपोर्ट के कुछ अन्य महत्वपूर्ण पहलू इस प्रकार हैं –

1. मोबाइल इंटरनेट का इस्तेमाल करते हुए सोशल नेटवर्किंग ऐक्सेस की औसत आवृत्ति एक सप्ताह में सात दिन।
2. फेसबुक को भारत में 97 प्रतिशत सोशल मीडिया प्रयोक्ताओं द्वारा ऐक्सेस किया जाता है।
3. भारतीय सोशल मीडिया पर हर रोज औसत लगभग 30 मिनट व्यतीत करते हैं। इन इस्तेमालकर्ताओं में अधिकतम युवा (84 प्रतिशत) और कॉलेज जाने वाले विद्यार्थी (82 प्रतिशत) हैं।

सस्ते मोबाइल हैंडसेट आसानी से उपलब्ध होने के कारण यह सहज अनुमान लगाया जा सकता है कि इंटरनेट का इस्तेमाल और नतीजतन सोशल मीडिया नेटवर्किंग के इस्तेमाल में भारत में आने वाले कुछ वर्षों में जबरदस्त बढ़ोतरी होगी। इस रिपोर्ट में कहा गया है कि आज यह देखा जा रहा है कि मोबाइल फोन के जरिए सोशल नेटवर्किंग के इस्तेमाल में निरंतर बढ़ोतरी हो रही है। मोबाइल फोन का प्रसार अत्यंत तीव्र गति से हो रहा है और ज्यादा से ज्यादा संख्या में लोग ऐसे फोन अपना रहे हैं जिनमें अनेक विशिष्टताएं होती हैं अथवा स्मार्ट फोनों की संख्या लोगों के पास

बढ़ती जा रही है। जो इंटरनेट एक्सेस प्रदान करने वाले होते हैं, जिससे सोशल नेटवर्किंग साइट्स भारत में सक्रिय इंटरनेट प्रयोक्ताओं के आधार का तेजी से प्रसार कर रही है। मोबाइल इंटरनेट सस्ता होने के कारण भी इसमें वृद्धि हो रही है।

### समस्या का औचित्य

किसी भी शोध कार्य के लिए समस्या का चयन महत्वपूर्ण स्थान रखता है। किसी भी कार्य को करने के पीछे कोई न कोई कारण होता है। वर्तमान समय में सोशल मीडिया सबसे अधिक प्रचलित व सशक्त माध्यम है। सोशल मीडिया का विद्यार्थियों पर बहुत प्रभाव दिखाई देता है। सोशल मीडिया के विकास के साथ-साथ समाज में परिवर्तन हो रहा है। सूचना के आदान-प्रदान, जनमत तैयार करने आदि विभिन्न क्षेत्रों और संस्कृतियों के लोगों को अपास में जोड़ने में सहायक हो सकता है। विशेषकर विद्यार्थी वर्ग पर इसका अमिट प्रभाव पड़ता है। यह प्रभाव सकारात्मक व नकारात्मक दोनों प्रकार से दिखाई देता है।

वर्तमान में सोशल मीडिया के साधन प्रत्येक घर में उपलब्ध है। जिससे इन साधनों का प्रभाव जीवन के प्रत्येक पक्ष यथा नैतिक मूल्य, सामाजिक मूल्य और पारिवारिक, आर्थिक एवं शैक्षणिक इत्यादि पर दिखाई देता है। सोशल मीडिया का शैक्षणिक कार्यों व अन्य सभी कार्यों में बहुत महत्व है। इसके माध्यम से जहां हमें नवीन जानकारियों का पता चलता है वहीं इसके अधिक उपयोग से यह हमारी भौतिक और अभौतिक संस्कृति को प्रभावित करता है। विद्यार्थियों का अधिकांश समय सोशल साइट्स पर ही गुजरता है जिससे उनके नैतिक और सामाजिक मूल्य भी प्रभावित हो रहे हैं। सोशल मीडिया के द्वारा विद्यार्थी पश्चिमी सभ्यता का अनुसरण कर रहे हैं। जिससे उनका रहन-सहन, खान-पान, भाषा सब कुछ प्रभावित हो रहा है। जो समय उन्हें अध्ययन में लगाना चाहिए उस समय को सोशल मीडिया पर खर्च कर रहे हैं। सोशल मीडिया के अधिक इस्तेमाल से विद्यार्थियों के नैतिक मूल्य भी प्रभावित हो रहे हैं। क्या वास्तव में पढ़ने वाले विद्यार्थियों के नैतिक व सामाजिक मूल्यों पर सोशल मीडिया का इतना अधिक प्रभाव पड़ रहा है। इसी समस्या को जानने व उसके समाधान हेतु शोधार्थी ने अपने अध्ययन को शीर्षक 'सोशल मीडिया का अकादमिक महाविद्यालय में पढ़ने वाले विद्यार्थियों के नैतिक व सामाजिक मूल्य का अध्ययन' रखा है।

### समस्या कथन

'सोशल मीडिया का अकादमिक महाविद्यालय में पढ़ने वाले विद्यार्थियों के नैतिक व सामाजिक मूल्यों पर पड़ने वाले प्रभाव का अध्ययन'

### शोध में प्रयुक्त तकनीकी शब्दों की व्याख्या

**सोशल मीडिया** – सूचना के आदान-प्रदान और जनमत निर्माण करने के साथ विभिन्न क्षेत्रों और संस्कृतियों के लोगों को एक साथ लाने का मंच प्रदान करने वाला मीडिया है। यह लोगों के बीच सामाजिक अंतर्संबंधों को बनाने तथा उनको परिलक्षित करने पर केन्द्रित होती है। सर्वप्रथम 1994 में सोशल मीडिया 'जीओसाइट' लोगों के सामने आया।

**नैतिक मूल्य** – हम उन गुणों को नैतिक मूल्य कह सकते हैं जो व्यक्ति के स्वयं के सर्वांगीण विकास और कल्याण में योगदान देने के साथ साथ किसी अन्य के विकास और कल्याण में किसी प्रकार की बाधा न पहुंचाए। नैतिक मूल्य नैतिकता आचरण की संहिता है।

**सामाजिक मूल्य** – समाज मूल्यों का विकास है। वह त्याग को भोग से और श्रेय को प्रेम से अधिक मूल्यवान मानता है। भले ही कोई मनुष्य अहिंसक, सत्यवादी व ब्रह्मचारी न हो सके तथापि समाज अहिंसा, सत्य और ब्रह्मचर्य को आदर्श मानता है और जो मनुष्य अपने जीवन में इन मूल्यों का थोड़ा भी पालन करते हैं उनको वह सम्मान देता है।

### अध्ययन के उद्देश्य

1. सोशल मीडिया का अकादमिक महाविद्यालयों के विद्यार्थियों के पारिवारिक, मैत्रिक तथा प्रेम संबंधों पर प्रभाव का अध्ययन करना।
2. सोशल मीडिया का अकादमिक महाविद्यालयों के विद्यार्थियों के जीवन शैली, जीवन दृष्टिकोण और संबंधों की प्रकृति पर प्रभाव का अध्ययन करना।
3. सोशल मीडिया का अकादमिक महाविद्यालयों के विद्यार्थियों के व्यवहार प्रतिमानों में हो रहे परिवर्तनों को अध्ययन करना।

### अध्ययन की परिकल्पनाएँ

1. सोशल मीडिया का ग्रामीण व शहरी अकादमिक महाविद्यालयों के विद्यार्थियों के सामाजिक मूल्यों में कोई सार्थक अंतर नहीं है।
2. सोशल मीडिया का ग्रामीण व शहरी अकादमिक महाविद्यालयों के विद्यार्थियों के नैतिक मूल्यों में कोई सार्थक अंतर नहीं है।
3. सोशल मीडिया का शहरी अकादमिक महाविद्यालयों के विद्यार्थियों के नैतिक मूल्यों में कोई सार्थक अंतर नहीं है।

शोध विधि में सर्वेक्षण विधि का प्रयोग किया गया है।

**शोध के चर** – स्वतंत्र चर – सोशल मीडिया

आश्रित चर – नैतिक व सामाजिक मूल्य

**न्यादर्श** – शोध कार्य के लिए जयपुर जिले के 400 विद्यार्थियों को चुना गया है।

**उपकरण** – स्वनिर्मित प्रश्नावली का उपयोग किया गया है।

**सांख्यिकी विधियाँ** – मध्यमान, प्रमाप विचलन, टी परीक्षण और काई स्वायर टेस्ट

### शोध का परिसीमांकन

शोध कार्य हेतु जयपुर जिले का चयन किया गया है।

### परिणाम व व्याख्या

सोशल मीडिया का ग्रामीण व शहरी अकादमिक महाविद्यालयों के विद्यार्थियों के सामाजिक मूल्यों में कोई सार्थक अंतर नहीं है।

श्रेणी	अवलोकित	संभावित	अवलोकित-संभावित		
भाषा शैली	400	328.75	71.25	5076.56	15.44
अश्लील सामग्री	400	328.75	71.25	5076.56	15.44
पारिवारिक अवमूल्यन	318	328.75	-10.75	115.56	-0.35
परम्परागत असहमतता	400	328.75	71.25	5076.56	15.44
विवाह अमान्यता	252	328.75	-76.75	5890.56	-17.91
विश्वास की कमी	400	328.75	71.25	5076.56	15.44
तलाक	159	328.75	-169.75	28815.06	-87.65

साम्प्रदायिक प्रभाव	301	328.75	-27.75	770.06	-2.34
					46.54

उपरोक्त सारणी में अकादमिक महाविद्यालयों के विद्यार्थियों के सामाजिक मूल्यों के सार्थक अंतर का कार्ड स्क्वायर टेस्ट दर्शाया गया है। इसमें इसका मान 46.54 है जो चर मान 0.01 से अधिक है इसलिए उपर्युक्त उपकल्पना मान्य है।

सोशल मीडिया का ग्रामीण व शहरी अकादमिक महाविद्यालयों के विद्यार्थियों के नैतिक मूल्यों में कोई सार्थक अंतर नहीं है।

नैतिक प्रभाव	अवलोकित	संभावित	अवलोकित-संभावित		
आत्महत्या कोशिश	162	240.25	-78.25	6123.06	25.48
निकटाभिगमनता	139	240.25	-101.25	10251.56	42.67
धार्मिक ग्रंथ नहीं पढ़ते	252	240.25	11.75	138.06	0.57
सांस्कृतिक मूल्य हास	330	240.25	89.75	8055.06	33.52
अव्यहारिक कार्य	328	240.25	87.75	7700.06	32.05
आपराधिक कार्य	400	240.25	159.75	25520.06	106.22
विवाहेतर संबंध	159	240.25	-81.25	6601.56	27.47
लिव इन रिलेशन	152	240.25	-88.25	7788.06	32.41
					44.33

उपरोक्त सारणी में अकादमिक महाविद्यालयों के विद्यार्थियों के नैतिक मूल्यों के सार्थक अंतर का कार्ड स्क्वायर टेस्ट दर्शाया गया है। इसमें इसका मान 44.33 है जो चर मान 0.01 से अधिक है इसलिए उपर्युक्त उपकल्पना मान्य है।

सोशल मीडिया का शहरी अकादमिक महाविद्यालयों के विद्यार्थियों के सामाजिक मूल्यों में कोई सार्थक अंतर नहीं है।

श्रेणी	अवलोकित	संभावित	अवलोकित-संभावित		
शहरी					
भाषा शैली	200	165.5	34.5	1190.25	7.19
अश्लील सामग्री	200	165.5	34.5	1190.25	7.19
पारिवारिक अवमूल्यन	171	165.5	5.5	30.25	0.18
परम्परागत असहमतता	200	165.5	34.5	1190.25	7.19
विवाह अमान्यता	123	165.5	-42.5	1806.25	10.91
विश्वास की कमी	200	165.5	34.5	1190.25	7.19
तलाक	94	165.5	-71.5	5112.25	30.88
साम्प्रदायिक प्रभाव	136	165.5	-29.5	870.25	5.25
					70.73

उपरोक्त सारणी में शहरी अकादमिक महाविद्यालयों के विद्यार्थियों के सामाजिक मूल्यों के सार्थक अंतर का कार्ड स्क्वायर टेस्ट दर्शाया गया है। इसमें इसका मान 70.73 है जो चर मान 0.01 से अधिक है इसलिए उपर्युक्त उपकल्पना मान्य है।

संदर्भ ग्रंथ सूची

1. दनाह, बॉयड, 'सोशल नेटवर्क साइट्स : डेफिनेशन, हिस्ट्र एण्ड स्कॉलरशिप', जर्नल ऑफ कम्प्यूटर मेडिएटेड कम्यूनिकेशन, 13 (1), 2007.
2. दनाह, बॉयड, 'फ्रेंड्स, फ्रेंडस्टर्स एण्ड माइ स्पेस', फर्स्ट मंडे, 11 (12), 2006.
3. इलिसन, निकॉल, 'द बेनिफिट ऑफ फेसबुक फ्रेंड', जर्नल ऑफ कम्प्यूटर मेडिएटेड कम्यूनिकेशन, 12 (4), 2007.
4. दत्ता, सौमित्र, 'थ्रोइंग शिप इन द बोर्डरूम: हाउ ऑनलाइन सोशल नेटवर्किंग विल ट्रांसफॉर्म योअर लाइफ, वर्क एण्ड वर्ल्ड', विली पब्लिकेशन, लंदन, 2008.
5. दनाह, बॉयड, 'व्हाय यूथ यूज सोशल नेटवर्किंग साइट्स', डिजिटल मीडिया खंड, एमआईटी प्रेस, 2007.
6. केन्टर, जॉन; "ममी आय एम स्केअर्ड" प्रेजर पब्लिकेशन, वेटपोर्ट सिटी, 2000.
7. केन्टर, जॉन; "साइकोलॉजिकल इम्पैक्ट ऑफ मीडिया वॉयलेन्स ऑन चिल्ड्रन एण्ड टीनएजर्स" द जर्नल ऑफ रॉयल एंथ्रोपॉलोजी, न्यूयार्क, 2014.
8. डेनियल, जे. बोरिस्टन., "दि इमेज एंड व्हाट हेपेंड टु द अमेरिकन ड्रीम" एन्थेन्यू, न्यूयार्क, 2012.
9. इंडिया टुडे., अक्टूबर, 2017.
10. जगदीश्वर चतुर्वेदी., "टेलीविजन, संस्कृति और राजनीति" अनामिका पब्लिशर्स, नई दिल्ली, 2014.
11. जेन्टाइल और वाल्श; "मीडिया क्वाटिऐंट", येल यूनिवर्सिटी प्रेस, येल, 2014.
12. जॉनसन, जी., "इम्पैक्ट ऑफ सोशल मीडिया ऑन यूथ" राउटलेज प्रकाशन, 2013.
13. मिशिगन और वाशिंगटन विश्वविद्यालय रिपोर्ट ऑन इलेक्ट्रॉनिक मीडियास् इम्पैक्टस्, 2010.
14. मृदुला सिन्हा 'अंधी उम्र के खतरे' अनामिका पब्लिकेशन, 2015.

**\* Corresponding Author:**

प्रो. विजय लक्ष्मी शर्मा एवं संतोष नरुका

जैन विश्वभारती मान्य विश्वविद्यालय, लाडनूं

Email – santoshnaruka5@gmail.com, Mob.-7734962848