

सोशल मीडिया और युवा विकास

□ डॉ. मुकुल श्रीवास्तव

□ सुरेन्द्र कुमार

सारांश :-

नयी सदी के सूचना माध्यमों में सोशल नेटवर्किंग साइट समाज को तीव्र गति से प्रभावित कर रहा है। वर्तमान युवा सूचना प्रौद्योगिकी का प्रयोग कैसे कर रहा है और युवा विकास में सोशल नेटवर्किंग साइट कैसे मदद कर रही हैं, प्रस्तुत शोध आलेख इसको अनावृत्त करता है।

महत्वपूर्ण शब्द :- युवा, विकास, वैश्वीकरण, सोशल नेटवर्किंग साइट, सोशल मीडिया।

प्रस्तावना

मीडिया विस्फोट के इस दौर में जब पूरे विश्व की सूचना एक छोर से दूसरे छोर तक त्वरित गति से पहुंचती हो, ऐसे में युवाओं के विकास में सोशल मीडिया के योगदान को नकारा नहीं जा सकता। संचार माध्यमों के विकास और बढ़ती भूमिकाओं के स्वीकार व अंगीकार करने के बावजूद कुछ वर्ष पहले तक किसी ने कल्पना भी नहीं की थी कि सोशल मीडिया का अंतर्जाल युवाओं की सोच, विचार, समझ एवं दृष्टिकोण को इस कदर प्रभावित करेगा।

सोशल मीडिया के इस नेटवर्क ने सभी यूजर्स, खासतौर से युवाओं को अभिव्यक्ति का सशक्त मंच दिया है। युवाओं ने इसे संवाद के साथ ही सृजन का भी माध्यम बनाया है। जब संपूर्ण विश्व में युवाओं और सोशल मीडिया की बात की जाए तो भारत पहले पायदान पर बना हुआ है। कारण साफ है कि भारत युवाओं का देश है। देश की कुल आबादी का लगभग 70 प्रतिशत भाग 35 वर्ष से कम आयु का है। यह युवा अपने आबादी के साथ अनूठे जनसांख्यिकी लाभ के द्वार पर खड़ा है। देश का सरकारी तंत्र युवाओं के इस रुचि को देखते हुए सरकारी योजनाओं को सोशल मीडिया के माध्यम से युवाओं तक पहुंचाने की कोशिश कर रहा है।

युवा विकास से आशय

प्रस्तुत शोध आलेख में युवा विकास से आशय जनमाध्यमों विशेषकर सोशल मीडिया के द्वारा प्राप्त होनेवाली

शिक्षा, स्वास्थ्य और रोजगार आदि से संबंधित खबरों के माध्यम से युवाओं की जानकारी में वृद्धि और विकास से है। आज सभी संप्रदायों, जाति, धर्म और देशों के युवा सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर दिखाई देते हैं। प्रारम्भ में सोशल मीडिया का उद्देश्य समान विचार वाले व्यक्तियों के साथ वार्तालाप करना और दोस्त बनाना था, परन्तु अब इसका दायरा विस्तृत और संभावनाएं व्यापक हो गई हैं। यदि युवाओं को इस माध्यम का उपयोग कर सूचनाओं से लैस कर दिया जाए तो हम देश को एक वैश्विक शक्ति बना सकते हैं, क्योंकि युवा पूरे इतिहास में परिवर्तन के वाहक रहे हैं।

साहित्य पुनरावलोकन

- शोध आलेख- मुक्त अभिव्यक्ति और सोशल मीडिया, शोधार्थी- सुनील कुमार सलैडा, शोध पत्रिका- मीडिया पथ, अंक जनवरी-मार्च, 2016। प्रस्तुत शोध में शोधार्थी ने अध्ययन कर पाया कि सोशल मीडिया ने अभिव्यक्ति के साथ लोगों को जोड़ने का काम किया है। सोशल मीडिया से आम आदमी का विकास हुआ है।
- शोध आलेख- अभिव्यक्ति का वैकल्पिक मंच सोशल मीडिया: चुनौतियां एवं संभावनाएं, शोधार्थी- रामशंकर, शोध पत्रिका- शोध अनुसंधान समाचार, अंक दिसंबर, 2013। प्रस्तुत शोध में शोधार्थी ने अध्ययन कर पाया कि सोशल मीडिया की तरफ लोगों का रुझान तेजी से बढ़ा है। सोशल मीडिया के जरिये नए रोजगार का सृजन हो रहा है, सोशल मीडिया

□ सह आचार्य एवं अध्यक्ष, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ (उ.प्र.)

□ पीएच.डी. शोधार्थी एवं आई.सी.एस.एस.आर. डॉक्टोरल रिसर्च फेलो पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग, लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ (उ.प्र.)

मीडिया मीमांसा

Media Mimansa

January - March 2017

युवाओं को संवाद के साथ ही सृजन का भी मंच उपलब्ध करा रहा है।

- शोध आलेख- सोशल नेटवर्किंग साइट- प्रचलित धारणाओं का मूल्यांकन, शोधार्थी- विजय प्रताप, शोध पत्रिका- जन मीडिया, अंक 10, सन् 2013। प्रस्तुत शोध आलेख में शोधार्थी ने अध्ययन कर पाया कि सोशल नेटवर्किंग साइट को वर्तमान में जिस तरह से प्रचारित और विज्ञापित किया गया है, वह सोशल मीडिया के बारे में कई प्रकार के मिथ्या और भ्रम को ढक लेता है। अभिव्यक्ति की आजादी को भी लेकर इस शोध आलेख में चर्चा की गई है।

शोध का उद्देश्य

प्रस्तुत शोध के उद्देश्य निम्नलिखित हैं-

- सोशल मीडिया के जरिए हो रहे सामाजिक परिवर्तन का अध्ययन करना है।
- युवा विकास में सोशल मीडिया की भूमिका का अध्ययन करना है।
- सोशल नेटवर्किंग साइट के माध्यम से युवा विकास संबंधी सूचनाओं के प्रभाव का अध्ययन।

न्यादर्श का चयन

प्रस्तुत शोध कार्य के लिए उत्तर प्रदेश राज्य के लखनऊ जिले का चयन किया गया है। शोध में उद्देश्यपरक न्यादर्श द्वारा क्षेत्र का चयन किया गया है। इसके तहत जिले में स्थित लखनऊ विश्वविद्यालय में अध्ययनरत स्नातक एवं स्नातकोत्तर विद्यार्थियों का चयन किया गया है।

शोध प्रविधि

प्रस्तुत शोध के लिए सर्वेक्षण व अवलोकन शोध प्रविधि का प्रयोग किया गया है। उपकरण के रूप में प्रश्नावली का प्रयोग किया गया है।

प्रदत्त संकलन

शोध कार्य के लिए चुने गए क्षेत्र में 100 प्रश्नावली वितरित की गयी, जिसमें विभिन्न प्रकार के 10 वैकल्पिक प्रश्न शामिल किए गये थे। इन प्रश्नों को शोध उद्देश्य को ध्यान में रखकर तैयार किया गया था। प्रश्नावली में सोशल नेटवर्किंग साइट से संबंधित, युवा विकास से संबंधित, सोशल मीडिया द्वारा

युवा जागरूकता और सशक्तिकरण से संबंधित, सोशल मीडिया के द्वारा दी गयी जानकारियों के उपयोग एवं प्रभाव से संबंधित प्रश्न थे। इसके साथ ही सोशल नेटवर्किंग साइट फेसबुक, ट्वीटर और ब्लॉग का अवलोकन किया गया तथा वहां से प्राप्त प्रदत्त संकलित किये गए।

प्रदत्त विश्लेषण व विवेचन

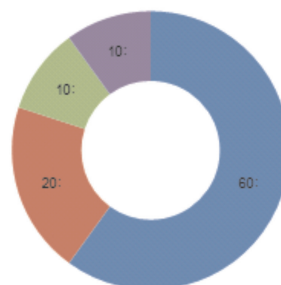
अध्ययन में सहभागी उत्तरदाताओं का सामान्य परिचय- प्रस्तुत अध्ययन में उत्तरदाता स्नातक एवं स्नातकोत्तर के विद्यार्थी हैं, अध्ययन में सम्मिलित उत्तरदाता 18 वर्ष से 32 वर्ष के बीच की आयु के हैं। अध्ययन में शामिल किये गए उत्तरदाताओं में 40 प्रतिशत उत्तरदाता महिला, 60 प्रतिशत उत्तरदाता पुरुष हैं। अध्ययन में उन्ही उत्तरदाताओं को शामिल किया गया है, जो सोशल नेटवर्किंग साइट का इस्तेमाल करते हैं। ऐसे में 100 प्रतिशत किसी न किसी सोशल नेटवर्किंग साइट से जुड़े हुए हैं। कोई ऐसा उत्तरदाता नहीं है, जो किसी भी सोशल नेटवर्किंग साइट से न जुड़ा हो। सोशल नेटवर्किंग साइट से न जुड़ने वालों का प्रतिशत शून्य है। प्रश्नावली से प्राप्त आंकड़ों के विश्लेषण से निष्कर्ष के रूप में, जो महत्वपूर्ण परिणाम निकलकर आए, उनका वर्णन निम्न है-

प्रश्न-1. आप सूचना के लिए किस सोशल नेटवर्किंग साइट का उपयोग करते हैं?

विकल्प	संख्या	प्रतिशत
फेसबुक	60	60
ब्लॉग	20	20
ट्वीटर	10	10
अन्य	10	10
कुल	100	100

आप सूचना के लिए किस सोशल नेटवर्किंग साइट का उपयोग करते हैं?

■ फेसबुक ■ ब्लॉग ■ ट्वीटर ■ अन्य



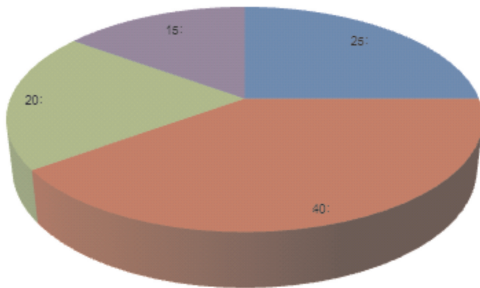
अध्ययन में शामिल उत्तरदाताओं में सर्वाधिक 60 प्रतिशत फेसबुक का इस्तेमाल करते हैं, 20 प्रतिशत ब्लॉग का, 10 प्रतिशत ट्वीटर तथा 10 प्रतिशत फेसबुक और ट्वीटर दोनों का इस्तेमाल करते हैं। वहीं 10 प्रतिशत लोग ऐसे हैं, जो किसी अन्य सोशल साइट से जुड़े हुए हैं। निष्कर्षतः सोशल नेटवर्किंग साइट फेसबुक ज्यादातर लोगों के द्वारा प्रयोग में लाया जाता है।

प्रश्न-2. आप कितने समय तक सोशल नेटवर्किंग साइट का उपयोग करते हैं?

विकल्प	संख्या	प्रतिशत
10-20 मिनट	25	25
20-40 मिनट	40	40
40 मिनट- 01 घंटा	20	20
01 घंटे से अधिक	15	15
कुल	100	100

आप कितने समय तक सोशल नेटवर्किंग साइट का उपयोग करते हैं?

■ 10-20 मिनट ■ 20-40 मिनट ■ 40 मिनट- 01 घंटा ■ 01 घंटे से अधिक



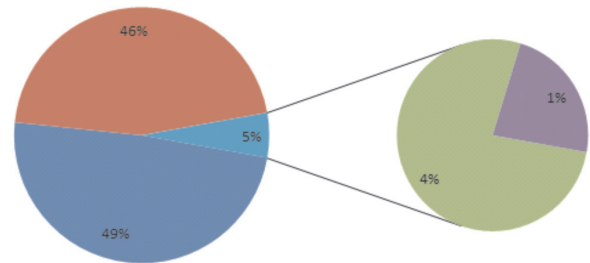
अध्ययन में शामिल उत्तरदाताओं में 25 प्रतिशत लोग प्रतिदिन 10 से 20 मिनट, 40 प्रतिशत लोग 20 से 40 मिनट, 20 प्रतिशत लोग 40 मिनट से एक घंटे तक तथा 15 प्रतिशत लोग एक घंटे से अधिक समय किसी न किसी सोशल साइट नेटवर्किंग पर गुजारते हैं।

प्रश्न-3. क्या आप अपने विकास से जुड़ी सूचना सोशल नेटवर्किंग साइट से प्राप्त करते हैं?

विकल्प	संख्या	प्रतिशत
हमेशा	45	45
कभी-कभी	42	42
कह नहीं सकते	04	40
अन्य माध्यमों से	09	09
कुल	100	100

क्या आप अपने विकास से जुड़ी सूचना सोशल नेटवर्किंग साइट से प्राप्त करते हैं?

■ हमेशा ■ कभी-कभी ■ कह नहीं सकते ■ अन्य माध्यमों से

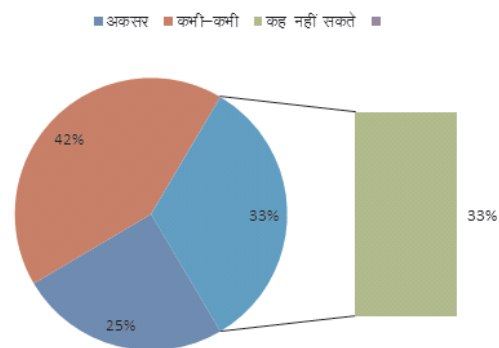


अध्ययन में सम्मिलित उत्तरदाताओं में 45 प्रतिशत लोगों (युवाओं) का मानना है कि अपने विकास से संबंधित (जॉब्स, स्वास्थ्य, शिक्षा, कैरियर आदि) जानकारी सोशल मीडिया से प्राप्त करते हैं, वहीं 42 प्रतिशत लोगों का कहना है कि वे कभी-कभार सोशल मीडिया से ली गई जानकारी को उपयोग में लाते हैं। अध्ययन में शामिल चार प्रतिशत लोगों का कहना है कि वे इस विषय में कुछ कह नहीं सकते, साथ ही 09 प्रतिशत लोग विकास से जुड़ी जानकारी सोशल मीडिया के अलावा किसी अन्य माध्यम से प्राप्त करते हैं।

प्रश्न-4. क्या आपको सोशल नेटवर्किंग साइट के संदेश प्रभावित करते हैं?

विकल्प	संख्या	प्रतिशत
अकसर	25	25
कभी-कभी	42	42
कह नहीं सकते	33	33
कुल	100	100

क्या आपको सोशल नेटवर्किंग साइट के संदेश प्रभावित करते हैं?

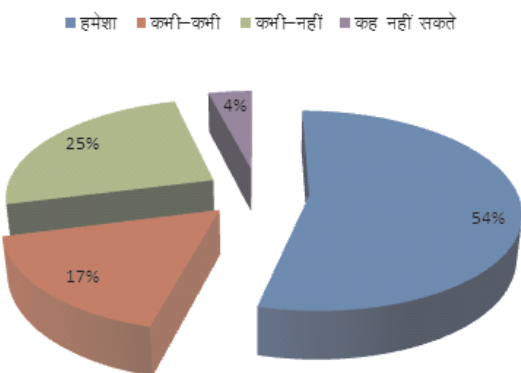


अध्ययन से यह बात सामने निकलकर आई कि 25 प्रतिशत उत्तरदाता अक्सर सोशल मीडिया द्वारा प्रदान किये गए संदेशों से प्रभावित होकर विकास से जुड़े कार्यों के लिए मन बनाते हैं, 42 प्रतिशत लोग ऐसे हैं, जिनके निर्णय को सोशल मीडिया प्रभावित करता है, जबकि 33 प्रतिशत लोगों का मानना है कि वे इस बारे में कुछ कह नहीं सकते।

प्रश्न-5. क्या आप विकास से जुड़ी जानकारीयां सोशल मीडिया पर शेयर करते हैं?

विकल्प	संख्या	प्रतिशत
हमेशा	54	54
कभी-कभी	17	17
कभी-नहीं	25	25
कह नहीं सकते	04	04
कुल	100	100

आप विकास से जुड़ी जानकारीयां सोशल मीडिया पर शेयर करते हैं?

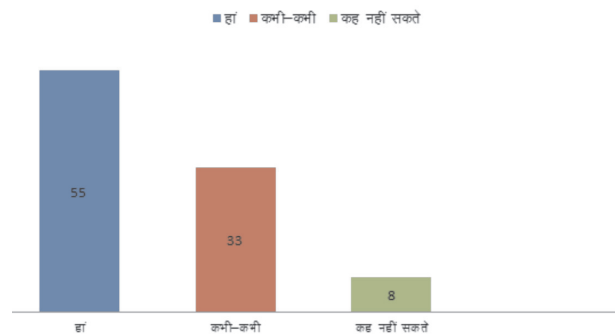


अध्ययन में शामिल उत्तरदाताओं में 54 प्रतिशत लोगों ने यह माना है कि विकास से संबंधित जानकारी या सूचना को वे सोशल नेटवर्किंग साइट पर शेयर करते हैं, 17 प्रतिशत लोग कभी-कभी विकास से जुड़ी सूचना को शेयर करते हैं। 25 प्रतिशत लोगों का विचार है कि इस प्रकार की कोई जानकारी सोशल मीडिया पर कभी शेयर नहीं की जाती, जबकि चार प्रतिशत लोगों का कहना है कि इस बारे में कुछ कह नहीं सकते। निष्कर्षतः अध्ययन में शामिल अधिकतर लोग सोशल नेटवर्किंग साइट से सूचना प्राप्त करने तथा खुद से जुड़े लोगों तक सूचना पहुंचाने का काम करते हैं।

प्रश्न-6. क्या आपको लगता है कि सोशल मीडिया से विकास में मदद मिलती है?

विकल्प	संख्या	प्रतिशत
हां	55	55
कभी-कभी	37	37
कह नहीं सकते	08	08
कुल	100	100

क्या आप विकास से जुड़ी जानकारीयां सोशल मीडिया पर शेयर करते हैं?



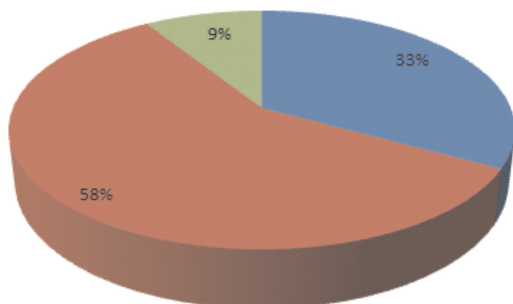
अध्ययन में शामिल किये गए उत्तरदाताओं से पूछे गये इस सवाल पर कि, क्या आप को लगता है कि सोशल मीडिया से विकास में मदद मिलती है, सर्वाधिक 55 प्रतिशत लोगों ने इसका उत्तर हां में दिया, जबकि 37 प्रतिशत लोग इस सवाल का जवाब कभी-कभी में देते हैं, आठ प्रतिशत लोगों ने कहा कि इस बारे में वे कुछ कह नहीं सकते हैं। निष्कर्ष के तौर पर कहा जा सकता है कि अध्ययन में शामिल लोगों में से अधिकतर लोगों का मानना है कि सोशल नेटवर्किंग साइट सामाजिक विकास में योगदान देते हैं।

प्रश्न-7. क्या सोशल नेटवर्किंग साइट के द्वारा युवा हितों का संरक्षण हो रहा है?

विकल्प	संख्या	प्रतिशत
हां	33	33
कभी-कभी	58	58
कह नहीं सकते	09	09
कुल	100	100

क्या सोशल नेटवर्किंग साइट के द्वारा युवा हितों का संरक्षण हो रहा है?

■ हां ■ कभी-कभी ■ कह नहीं सकते



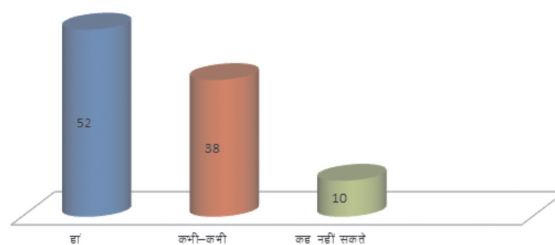
अध्ययन में शामिल किये गए उत्तरदाताओं में से 33 प्रतिशत लोगों का मानना है कि सोशल नेटवर्किंग साइट युवा हितों के संरक्षण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं, 58 प्रतिशत लोगों का मानना है कि इस कार्य में सोशल मीडिया की भूमिका कुछ हद तक है, वहीं 09 प्रतिशत लोग कुछ कह नहीं सकते हैं। निष्कर्षतः सोशल नेटवर्किंग साइट युवा संरक्षण में अपनी भूमिका निभाते हैं।

प्रश्न-8. क्या सोशल नेटवर्किंग साइट आपकी बाधाओं को कम करते है?

विकल्प	संख्या	प्रतिशत
हां	52	52
कभी-कभी	38	38
कह नहीं सकते	10	10
कुल	100	100

क्या सोशल नेटवर्किंग साइट आपकी बाधाओं को कम करते हैं?

■ हां ■ कभी-कभी ■ कह नहीं सकते



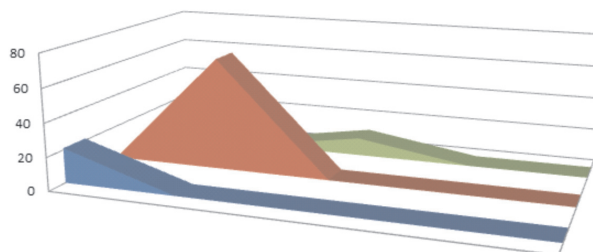
अध्ययन में सम्मिलित उत्तरदाताओं में 52 प्रतिशत का मानना है कि सोशल नेटवर्किंग साइट पर दी गई सूचना या जानकारी से संबंधित बाधाओं को कम करती हैं, वहीं 38 प्रतिशत लोगों का मानना है कि इस प्रकार की जानकारी कभी-कभी सही होती है, जबकि 10 प्रतिशत लोगों ने कहा कुछ कह नहीं सकते। निष्कर्षतः सोशल मीडिया सूचना या जानकारी से युवाओं की बाधाएं कम होती है।

प्रश्न-9. क्या सोशल नेटवर्किंग साइट के द्वारा दी गई जानकारी प्रमाणित होती है?

विकल्प	संख्या	प्रतिशत
हां	21	21
कभी-कभी	68	68
कह नहीं सकते	11	11
कुल	100	100

क्या सोशल नेटवर्किंग साइट के द्वारा दी गई जानकारी प्रमाणित होती है?

■ हां ■ कभी-कभी ■ कह नहीं सकते



अध्ययन में सम्मिलित उत्तरदाताओं में 21 प्रतिशत का मानना है कि सोशल नेटवर्किंग साइट पर दी गई सूचना या जानकारी प्रामाणिक होती है, वहीं 68 प्रतिशत लोगों का मानना है कि इस प्रकार की जानकारी कभी-कभी सही होती है, जबकि 11 प्रतिशत लोगों ने कहा कुछ कह नहीं सकते। निष्कर्षतः लोगों का विश्वास सोशल मीडिया द्वारा दी गई सूचनाओं पर कायम है।

अध्ययन में शामिल उत्तरदाताओं से एक खुला प्रश्न भी पूछा गया कि सोशल मीडिया और युवा विकास के संबंध में आपके क्या विचार हैं, जिसके जवाब में विभिन्न प्रकार के मत सामने आये।

निष्कर्ष

आज का समय इन्टरनेट की मौजूदगी का है। लोग किसी भी सूचना को लेकर सोशल साइट्स के माध्यम से अपनी त्वरित टिप्पणी दे रहे हैं। किसी भी जानकारी या सूचना को युवा तुरंत सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर साझा करते नजर आ रहे हैं। ऐसे में सोशल नेटवर्किंग साइट्स का भी दायित्व बढ़ता जा रहा है। सोशल नेटवर्किंग साइट युवाओं के विकास से संबंधित (स्वास्थ्य, शिक्षा, कैरियर, योजना) जानकारी के लिए बेहतर सुविधा प्रदान करते हैं।

संदर्भ:

- जनसंदेश टाइम्स, अंक 5 जनवरी 2014, (पत्रिका ए टू जेड लाइव) शीर्षक- आम आदमी की नई ताकत बना सोशल मीडिया, लेखक रवीन्द्र प्रताप।
- मीडिया पथ, अंक जनवरी- मार्च 2016, शोध आलेख- मुक्त अभिव्यक्ति और सोशल मीडिया, शोधार्थी सुनील कुमार सलैडा।
- शोध अनुसंधान समाचार, अंक दिसंबर 2013, शोध आलेख- अभिव्यक्ति का वैकल्पिक मंच सोशल मीडिया: चुनौतियां एवं संभावनाएं, शोधार्थी- रामशंकर।
- जन मीडिया, अंक 10, सन् 2013 शोध आलेख- सोशल नेटवर्किंग साइट: प्रचलित धारणाओं का मूल्यांकन, शोधार्थी- विजय प्रताप।
- योजना, अंक मई, 2013 शोध आलेख- सामाजिक सक्रियता का एक नया चेहरा फेसबुक, लेखक नंदिनी सी।
- योजना, अंक मई, 2013 शोध आलेख- बहुपयोगी संवाद माध्यम है सोशल मीडिया, लेखक अजय ब्रम्हात्मज।
- गुप्ता, विनीता. (2015). संचार और मीडिया शोध: नई दिल्ली, वाणी प्रकाशन।

सोशल मीडिया सूचनाओं का सागर है जहां युवाओं के विकास की सकारात्मक जानकारीयां ही नहीं होती हैं, बल्कि इसके अलावा अन्य कई प्रकार की सूचना भी होती हैं, जबकि इन्टरनेट पर कई ऐसी सोशल नेटवर्किंग साइट्स हैं, जो युवाओं के विकास से जुड़ी जानकारीयों व प्रतिक्रियाओं से लैस हैं। यही कारण है कि यहां मामला एकतरफा नहीं होता है। ऐसे माहौल में युवा को बहकाया नहीं जा सकता। इस प्रकार से सोशल मीडिया के द्वारा युवा ज्यादा जागरूक हो रहे हैं। इस तरह से कहा जा सकता है कि सोशल मीडिया ने युवाओं के विकास हेतु एक नया और बेहतर मंच प्रदान किया है।

सुझाव

सोशल मीडिया के आने से अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का स्वरूप बदला है। पहले की तरह अंकुश, नियन्त्रण और शर्तें अब नहीं रह गई हैं। आज सोशल मीडिया प्रत्येक व्यक्ति की दिनचर्या का अंग बन गया है। व्यक्ति इससे जुड़कर अपनी प्रतिक्रिया, भाव व विचार व्यक्त कर सकते हैं। अतः सोशल मीडिया के द्वारा विकास से जुड़ी सूचनाओं और कार्यक्रमों की जानकारीयां को युवाओं तक पहुंचाया जाना चाहिए, जिससे कि युवा अपना विकास बेहतर ढंग से कर सकें।