

## सोशल मीडिया के उपयोग के बाद युवाओं की पुस्तकों से बढ़ती दूरी का अध्ययन

दीपक राय

पी0एचडी0 शोधार्थी, महात्माँ गाँधी चित्रकूट ग्रामोदय विश्वविद्यालय, चित्रकूट सतना, मध्य प्रदेश, भारत।

### सारांश

पहले के समय में जब लोग खालीपन महसूस करते थे तो वे पुस्तक, अखबार या अन्य कहानियों की पुस्तकों को पढ़ने बैठ जाते थे। यात्रा के समय भी लोगों का यही रवैया कायम रहता था। चलती रेलगाड़ी में किताबें पढ़ी जाती थीं। मुंशी प्रेमचंद के कालजयी उपन्यास यथा—गबन, गोदान सभी की पसंद हुआ करते थे। तब परिजन अपने बच्चों को पंचतंत्र पढ़ने की सलाह देते थे। ये 20वीं सदी का अंतिम दौर था। धीरे-धीरे 21वीं सदी के पदचाप के साथ बहुत सारी चीजों में बड़े बदलाव सामने आये। अब जब भी मन कुछ पढ़ने का होता है तो सबसे पहले हमारा ध्यान पुस्तकों की बजाय स्मार्टफोन पर जाता है। पुस्तकों का स्थान इंटरनेट ने ले लिया है। ज्ञानवर्धक कहानी कविताओं की बजाय सोशल मीडिया साइट पर शेयर हो रही पोस्ट पढ़ी जाने लगी हैं। फेसबुक, यू-ट्यूब, इंस्टाग्राम में दोस्तों की फोटो देखी जाने लगी हैं। सबसे ज्यादा असर इंस्टेंट मैसेजिंग सर्विस वाट्सएप का हो रहा है। इस स्मार्टफोन ने लोगों को पुस्तकों से दूर करने में महती भूमिका अदा की है। सोशल मीडिया साइट का बढ़ता उपयोग लोगों को वास्तविक ज्ञान से दूर एक आभाषी दुनिया की ओर खींच रहा है, जिसकी सच्चाई का किसी को पता भी नहीं है। कुल मिलाकर यह कहा जा सकता है कि सोशल मीडिया ने लोगों की पढ़ने की आदत को कम कर दिया है।

**मूल शब्द:** पुस्तक, अखबार, उपन्यास, बदलाव, तकनीक, स्मार्टफोन, सोशल मीडिया, ज्ञान।

### प्रस्तावना

पूर्व राष्ट्रपति ए पी जे अब्दुल कलाम की पुस्तक विंग्स ऑफ फायर की ऑडियो पुस्तक को अपनी आवाज देने वाले जाने-माने नाटककार, अभिनेता और कवि गिरीश कर्नाड कहते हैं कि प्रौद्योगिकी ने युवाओं की पढ़ने की आदत पर प्रभाव डाला है और वे हार्डबाउन्ड पुस्तकों को पढ़ने के असली आनंद की कमी महसूस कर रहे हैं। कर्नाड कहते हैं हार्ड बाउन्ड या पेपरबैक पुस्तकों से पढ़ने का चलन युवा पीढ़ी में खत्म हो चला है। वे अब टैबलेट या आईपैड से चिपके रहते हैं। कन्नड़ में नाटक लिखने वाले कर्नाड ने कहा कि वह शिद्धत से महसूस करते हैं कि युवा लोग पढ़ने का असली आनंद नहीं उठा पा रहे हैं। उन्होंने कहा कि ऐसा कहने में मैं अवश्य सावधानी बरतूंगा क्योंकि मेरी उम्र के लोगों के लिए यह सोचना आम बात है कि युवा लोग हमारे समय जैसा आनंद नहीं ले पा रहे हैं। कर्नाड ने कहा कि युवाओं के लिए नयी प्रौद्योगिकी के प्रति सम्मोहन स्वाभाविक है, लेकिन मुद्रित पुस्तकों की अपील सदाबहार है। कर्नाड ने इक्कीसवीं सदी में किताबों की ये खूबसूरत दुनिया ई-बुक्स की सख्त जंजीरों में कैद होती चली जा रही है। कुछ ऐसा दौर सा चल पड़ा है जब लगभग सभी किताबें इंटरनेट पर मौजूद होती जा रही हैं, और कीबोर्ड के चंद बटन दबाते ही हमारे सामने होती है। ई-बुक्स को ढूँढने में घंटों का वक्त नहीं लगाना पड़ता और ना ही इसकी खोज में इधर-उधर भटकना पड़ता है। हां घंटों कंप्यूटर के सामने बैठे रहने पर चश्मा जरूर लग जाता है। ई-बुक को लगातार पढ़ते हुए जहां आंखों को थकान महसूस होने लगती है, वहीं दर्द की जकड़न सिर के साथ-साथ गर्दन और बदन के बाकी हिस्सों पर भी अपनी पकड़ मजबूत कर लेती है। बावजूद इसके जहां ई-बुक ने पाठकों के बीच अपनी पैठ बना ली है, वहीं ट्रेडिशनल किताबों को लेकर पाठकों की नीरसता खलने भी लगी है। अब किताबों के लिए पाठकों की बैचेनी कम ही दिखाई पड़ती है। किसी एक किताब के लिए लाइब्रेरी के चक्कर लगाना गुजरे जमाने की बात हो चली है। पहले लोग महीनों तक पुस्तक-मेला का इंतजार करते थे लेकिन

अब तो विश्व पुस्तक-मेला भी सूना नजर आने लगा है। ई-बुक्स की बढ़ती पहुंच के बावजूद छपी हुई किताबें पढ़ने की हमारी परंपरा और आदत जस की तस बनी रहेगी, ये सवाल सिर उठाए हमारे सामने सिर उठाए खड़ा है।

आक्सफोर्ड डिक्शनरी के मुताबिक, ऐसी वेबसाइट और एप्लिकेशंस जो यूजरों (उपभोक्ताओं) को सामग्रियां तैयार करने और उसे साझा करने में समर्थ बनाये या सोशल नेटवर्किंग में हिस्सा लेने में समर्थ करे उसे सोशल मीडिया कहा जाता है। वीकिपीडिया के मुताबिक, सोशल मीडिया लोगों के बीच सामाजिक विमर्श है जिसके तहत वे परोक्ष समुदाय व नेटवर्क पर सूचना तैयार करते हैं, उन्हें शेयर (साझा) करते हैं या आदान-प्रदान करते हैं। कुल मिलाकर सोशल मीडिया या सोशल नेटवर्किंग साइट्स ऐसा इलेक्ट्रॉनिक माध्यम है जिसके जरिये लोग उक्त माध्यम में शामिल सदस्यों के साथ विचारों (इसमें तस्वीरें और वीडियो भी शामिल हैं) का आदान-प्रदान कर सकते हैं। एक अध्ययन के मुताबिक लगभग 200 सोशल नेटवर्किंग साइट्स हैं जिनमें फेसबुक, ट्वीटर, माई स्पेस, लिंकडइन, पिलकर, इंस्टाग्राम (फोटो, वीडियो शेयरिंग साइट्स) सबसे अधिक लोकप्रिय हैं। 1 अरब 28 करोड़ से ज्यादा फेसबुक यूजर्स (फेसबुक इस्तेमाल करने वाले) हैं। वहीं, विश्वभर में इंस्टाग्राम यूजरों की संख्या 15 करोड़, लिंकडइन यूजरों की संख्या 20 करोड़, माई स्पेस यूजरों की संख्या 3 करोड़ और ट्वीटर यूजरों की संख्या 9 करोड़ है। 1994 में याहू ने जब दुनिया की पहली सोशल साइट जियो सिटीज लांच किया होगा तो सोचा भी नहीं होगा कि उनकी यह पहल आने वाले वर्षों में विस्तृत रूप धारण कर लेगी। सोशल मीडिया का जन्म 1995 में माना जाता है। उस वक्त क्लासमेट्स डॉट कॉम से एक साइट शुरू की गयी थी जिसके जरिये स्कूलों, कॉलेजों, कार्यक्षेत्रों और मिलीटरी के लोग एक दूसरे से जुड़ सकते थे। यह साइट अब भी सक्रिय है। इसके बाद वर्ष 1996 में बोल्ट डॉट कॉम नाम की सोशल साइट बनायी गयी। वर्ष 1997 में एशियन एवेन्यू नाम की एक साइट शुरू की गयी थी एशियाई-अमरीकी कम्यूनिटी के लिए। सोशल मीडिया के क्षेत्र में सबसे बड़ा बदलाव आया फेसबुक और

ट्वीटर के आने से फेसबुक का जन्म 4 फरवरी 2004 में हुआ। 1994 के बाद से 20 साल में ही यह सफर इतनी तेजी से बढ़ा कि ऑरकुट, ब्लॉग, फेसबुक, ट्वीटर, इंस्टाग्राम जैसी सोशल मीडिया साइट सामने आईं। हार्वर्ड विश्वविद्यालय के छात्र मार्क जुकरबर्ग ने 4 फरवरी, 2004 को एक नेटवर्क डिजाइन किया। इसकी शुरुआत फेसमैश के नाम से की गई थी। शुरु में यह हार्वर्ड विश्वविद्यालय के छात्रों के लिए ही अंतरजाल का काम कर रही थी, लेकिन शीघ्र ही लोकप्रियता मिलने के साथ इसका विस्तार पूरे यूरोप में हो गया। सन 2005 में इसका नाम परिवर्तित कर फेसबुक कर दिया गया। 2005 में फेसबुक ने अपने उपयोगकर्ताओं को नई सौगात दी, जब उसने उन्हें फोटो अपलोड करने की भी सुविधा प्रदान की। फेसबुक के सफर का यह सबसे महत्वपूर्ण और क्रांतिकारी कदम था, जिसने आभाषी दुनिया को नए आयाम देने का काम किया। फोटो अपलोड करने की सुविधा इस लिए क्रांतिकारी कदम थी, क्योंकि फोटो के माध्यम से विचारों की अभिव्यक्ति को जीवंतता मिली। सन् 2006 के सितंबर माह में फेसबुक ने 13 वर्ष से अधिक आयु के बच्चों को फेसबुक से जुड़ने की स्वतंत्रता प्रदान की। इससे फेसबुक का दायरा और भी व्यापक हुआ। प्रारंभ में फेसबुक का उपयोग सोशल नेटवर्क स्थापित करने और नए लोगों से जुड़ने के लिए ही होता रहा, लेकिन जैसे-जैसे वक्त बीतता गया उसके साथ ही फेसबुक को भी नए आयाम मिले।

ई-बुक रीडर के आने से यह मिथक टूटने लगा है कि लोग देखना चाहते हैं पढ़ना नहीं। अमेरिका में ई-बुक रीडर ने पढ़ने की आदत बढ़ा दी है। ई-बुक रीडर से किताब, पत्रिका या अखबार हथेली में सिमट आते हैं। तय है कि आने वाले दिनों में ई-बुक रीडर पाठकों, प्रकाशकों और लेखकों की दुनिया बदल कर रख देंगे। फर्ज कीजिये हाथ में पॉकेट डायरी जैसे गैजेट पर प्रेमचंद का गोदान या फिर चेतन भगत की श्री मिस्टेक्स ऑफ लाइफ पढ़ते हुए चलना, अपने घर की छत पर बैठे हुए, किसी मॉल के एक कोने में या फिर मेट्रो में सफर करते हुए कोई उपन्यास, कोई टेक्स्टबुक कोई धार्मिक ग्रंथ पढ़ना कितना सहज हो गया है।

सोशल मीडिया दुनिया के लिए ये क्रांतिकारी कदम रहा है। अब फोटो ही नहीं, वीडियो भी कुछ ही सेकंड में सात समंदर पार पहुंच जाते हैं, वो भी बहुत कम पैसे खर्च किये बगैर। एक दूसरे से संवाद का आदान-प्रदान करने के लिए कभी कबूतरों और डाकियों के जरिये पत्र भेजे जाते थे। एक पत्र को एक आदमी से दूसरे आदमी तक पहुंचने में महीनों लग जाते थे। पत्र का जवाब पाने के लिए भी महीनों इंतजार करना पड़ता था, लेकिन आज सात समंदर पार बैठे लोगों के साथ सीधे बात की जा सकती है। अपना दर्द बयां किया जा सकता है। अपने आसपास के माहौल से अवगत करवाया जा सकता है। कहा जाये तो आज पूरी दुनिया मुट्ठी में समा गयी है और इसका पूरा श्रेय जाता है सोशल मीडिया को। मनोरोग चिकित्सकों का कहना है कि सोशल नेटवर्किंग साइट्स के ज्यादा इस्तेमाल करने से लोग को इसका नशा लग जाता है और वे अपने परिवार के प्रति प्रतिबद्धता छोड़कर घंटों कम्प्यूटर या मोबाइल फोन से चिपके रहते हैं। एसएसकेएम अस्पताल के मनोरोग चिकित्सक सुजीत सारखेल ने कहा, सोशल मीडिया एक परोक्ष माध्यम है। इसके इस्तेमाल से लोग परोक्ष रूप से तो लोगों से जुड़े रहते हैं, लेकिन वो जो असल समाज है उससे वे अलग-थलग पड़ जाते हैं। इसका असर यह होता है कि उनमें सामाजिक गुणों का विकास नहीं हो पाता है। दूसरी तरफ सोशल मीडिया में लोग अधिक व्यस्त रहते हैं जिससे वे बाहरी कार्यविधि नहीं कर पाते हैं। इसके अलावा अधिक देर तक बैठे रहने के कारण कई तरह की शारीरिक बीमारियाँ भी हो जाया करती हैं। सारखेल ने कहा, हाल ही में हमारे पास ऐसे कई मामले आ रहे हैं जो सोशल मीडिया के एडिक्शन से जुड़े हैं। मरीजों का कहना है

कि वे 10 से 12 घंटे इंटरनेट करते हुए बिताते हैं। यह नशा इतना सिर चढ़कर बोलता है कि वे अपने परिवार को समय नहीं दे पा रहे हैं। उनके परिवार वाले जब पढ़ने के लिये किताबों की बातें करते हैं तो वे इसका विरोध करते हैं कई बार वे आक्रामक हो जाते हैं और तो और अगर इंटरनेट ठीक से काम नहीं करता है तो उनमें गुस्से का अलग रूप सामने आता है। कई महानगरों में सोशल मीडिया एडिक्ट के इलाज के लिए डी-एडिक्शन सेंटर खुल रहे हैं। इससे साफ है कि सोशल मीडिया का इस्तेमाल अब बीमारी का रूप ले रहा है। बहरहाल, इसमें कोई दो राय नहीं है कि सोशल मीडिया आज लोगों के लिए बहुत ही आवश्यक हो गया है, लेकिन इसका जो दूसरा पहलू है उससे बचने की जरूरत है क्योंकि जब किसी भी चीज का दुरुपयोग होने लगता है तो वो वरदान नहीं अभिशाप बन जाता है।

तकनीकी गुरु श्री श्रीनिवासन ने वर्ष 2011 में यह बात कही थी, तब वे वह कोलंबिया यूनिवर्सिटी के ग्रेजुएट स्कूल ऑफ जर्नलिज्म में विद्यार्थी मामलों के डीन और प्रोफेसर थे और वहां डिजिटल मीडिया प्रोग्राम के लिए पढ़ाते थे। श्रीनिवासन को वर्ष 2004 में न्यूजवीक पत्रिका ने अमेरिका के 20 सर्वाधिक प्रभावशाली दक्षिण एशियाइयों की सूची में शामिल किया था। OnlineSchools-org के मुताबिक वह 'अकादमिक जगत में ट्वीट करने वालों में पहले सौ लोगों में शामिल हैं।' वह 4,000 फेसबुक प्रशंसकों से जुड़े हैं (<http://www-facebook-com/SreeTips>) और ट्विटर पर 22,000 लोग उन्हें फॉलो कर रहे हैं (<http://twitter-com/sree>)। वह नियमित तौर पर इंटरनेट पर तकनीकी गुरु, लेख और जॉब अलर्ट देते रहते हैं। स्पैन को दिए एक साक्षात्कार में श्रीनिवासन ने कहा, 'स्मार्ट और सुरक्षित तरीके से आप सोशल मीडिया को आइडिया के लिए इस्तेमाल कर सकते हैं, आपने सुबह के नाश्ते में क्या खाया, मूर्खतापूर्ण चीजें पोस्ट करने या फिर गेम खेलने से कहीं आगे। यह दीर्घकालीन संबंध और संपर्क बनाने का मामला है जिससे कि जब कोई आपका प्रोफाइल देखे तो यह आपको अच्छा दिखाए। एक सरकारी बैंक में काम करने वाले आनंद प्रकाश बेहद परेशान हो गए, जब मनोचिकित्सक ने उनके 15 वर्षीय बेटे को कुछ दिन के लिए अस्पताल में दाखिल करने की सलाह दी। बच्चों व युवाओं में मोबाइल की बढ़ती लत की स्थिति जब अन्य नशे की लत से पीड़ित व्यक्ति के समान हो जाए, तो वाकई इंटरनेट डी-एडिक्शन सेंटर में दाखिल करने की नौबत आ सकती है। हालांकि शुरुआती स्तर पर ही सतर्क हो जाने पर केवल काउंसलिंग व कुछ दवाओं से काबू पाया जा सकता है। थ्योरी ऑफ कॉग्निटिव डेवलपमेंट के अनुसार शारीरिक गतिविधियां बच्चों की मोटर स्किल विकसित करने में मदद करती हैं। मिट्टी व क्ले से खेलना या दौड़ने-भागने जैसी गतिविधियों का जो असर शरीर की संपूर्ण सेहत पर पड़ता है, वह वर्चुअल दुनिया से नहीं मिलता। जापान सड़ोको यूनिवर्सिटी में हुए एक शोध के अनुसार मोबाइल के जरिये संवाद पर आश्रित होने से बच्चे सांकेतिक भाषा और शारीरिक हाव-भाव नहीं सीख पाते। उनकी संवेदनशीलता में कमी आने के अलावा बच्चों में गुस्सा, चिड़चिड़ापन व एकाग्रता में कमी जैसे लक्षण भी बढ़े हैं। यहां तक कि उनकी इस लत का असर उनके परीक्षा के नतीजों पर भी पाया गया है। अमेरिका में हुए सर्वे की रिपोर्ट बताती है कि लोगों में बिना किसी एलर्ट या जरूरत के मोबाइल जांचते रहने की प्रवृत्ति बढ़ी है। हर समय सोशल नेटवर्किंग से जुड़े रहने की जरूरत तन व मन को तनाव मुक्त नहीं होने देती। देर तक किसी का मैसेज न आना या फिर पोस्ट पर कोई कमेंट न मिलना तनाव और एन्जाइटी का शिकार बना रहा है। एक अध्ययन के अनुसार अगर दो या अधिक लोग आपस में बातचीत कर रहे हैं, तो इस दौरान मोबाइल हाथ में थामे व्यक्ति के प्रति दूसरे व्यक्तियों में नकारात्मक भावना का संचार होता है। हर चीज मोबाइल में सुरक्षित रखने की आदत

हमारी डेक्लेरेटिव मेमोरी यानी चीजों को याद करने की क्षमता को नुकसान पहुंचा रही है। सूचनाओं को विस्तार में समझने का चलन भी घटा है। लोगों में मल्टी टास्किंग की प्रवृत्ति बढ़ी है, जिससे लोग हर समय दो से अधिक काम करते हैं, जो सेहत के लिए अच्छा नहीं है।

### शोध उद्देश्य

- सोशल मीडिया के उपयोग और समय के बीच मनोवैज्ञानिक अंतर्संबंध का अध्ययन
- सोशल मीडिया में युवाओं की संलिप्तता की प्रवृत्ति का अध्ययन
- सोशल मीडिया के उपयोग के बादपुस्तकों से बढ़ती दूरी का अध्ययन

### शोध विधि

#### ऑनलाइन प्रश्नावली

शोध और सर्वेक्षण के क्षेत्र में सामग्री एकत्रित करने के लिए जिन विधियों का प्रयोग किया जाता है, उनमें प्रश्नावली भी एक है। अध्ययन का मूल उद्देश्य सोशल मीडिया के उपयोग के बाद पुस्तकों से की जा रही पढ़ाई पर प्रकाश डालना। अतः अध्ययन के उद्देश्यों के अनुरूप सोशल मीडिया का उपयोग करने वाले उत्तरदाता चुने गये। उत्तरदाताओं के चयन में शहरी एवं ग्रामीण उत्तरदाताओं का चयन किया गया था। उत्तरदाताओं में युवा छात्र-छात्रायें, मीडिया से जुड़े प्रोफेशनल, शामिल किये गये। बोगार्डस ने प्रश्नावली को परिभाषित करते हुए लिखा है। प्रश्नावली विभिन्न व्यक्तियों को उत्तर देने के लिए दी गई प्रश्नों की एक तालिका है। प्रश्नावली का निर्माण जितना सावधानीपूर्वक एवं सुव्यवस्थित रूप से किया जाता है। शोध के लिए सामग्री का संकलन उतना ही उपयोगी हो जाता है। प्रश्नावली में सूचनादाताओं को स्वयं ही प्रश्नों को समझकर उनका उत्तर देना होता है। इसलिए प्रश्नावली के निर्माण के समय सूचनादाताओं के ज्ञान के आधार क्षेत्र को बढ़ाना होता है। इसमें बिना शोधकर्ता की मदद के ही उत्तर देना होता है। इसलिए प्रश्नावली का निर्माण इतना सरल और स्पष्ट होना चाहिए कि उत्तरदाता उसे आसानी से भरकर भेज सके। प्रश्नावली की रचना को तीन भागों में विभाजित किया जा

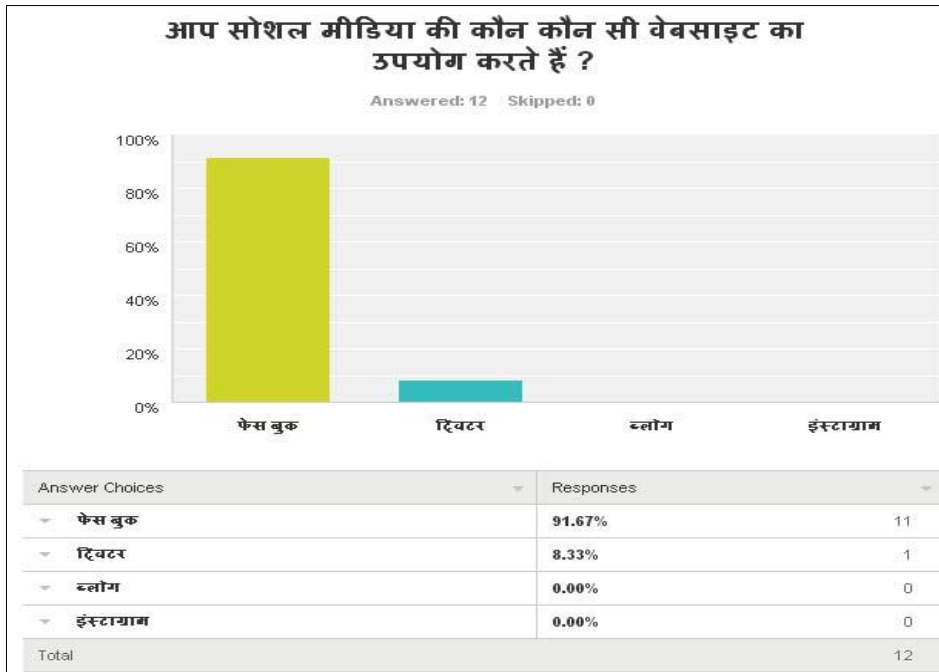
सकता है। आज प्रश्नावली के रूप में बड़े बदलाव सामने आये हैं पहले प्रश्नावली पोस्ट से भेजी जाती थीं, लेकिन आज हम ई-मेल के माध्यम से भी प्रश्नावली प्रेषित कर सकते हैं। ई-मेल के माध्यम से हमें तेजी से प्रश्नों के जवाब प्राप्त हो जाते हैं। अब हमें पहले से बहुत जल्दी अपने प्रश्नों के जवाब प्राप्त हो जाते हैं। वर्तमान में इंटरनेट और टेक्नोलॉजी ने प्रश्नावली को और भी आसान बना दिया है। बहुत सारी ऑनलाइन वेबसाइट हैं जो प्रश्नावली ऑनलाइन तैयार करवाती हैं और उनका जवाब तुरंत आसानी से प्राप्त हो जाता है। इस अध्ययन के लिए ऑनलाइन वेबसाइट सर्वे मंकी की सहायता ली गई। कुल 12 उत्तरदाताओं को ई-मेल के माध्यम से प्रश्नावली भेजी गई। प्रश्नावली में 10 प्रश्न पूछे गये थे। गुणात्मक प्रविधि से प्राप्त उत्तरों को मात्रात्मक स्वरूप प्रदान कर निम्नलिखित आधारों पर उनकी विवेचना की गई।

#### प्रश्नावली की अंतर्वस्तु विश्लेषण के आधार

1. उपयोगिता व्यवहार
2. उपयोगिता का समय
3. शिक्षण उपयोगिता
4. अध्ययन प्रवृत्ति में बदलाव
5. पुस्तक से दूरी
6. ऑनलाइन अध्ययन
7. ज्ञान में वृद्धि
8. शेयर की प्रवृत्ति
9. डाटा खर्च
10. रात में इंटरनेट उपयोगिता

#### परिणाम एवं विवेचना

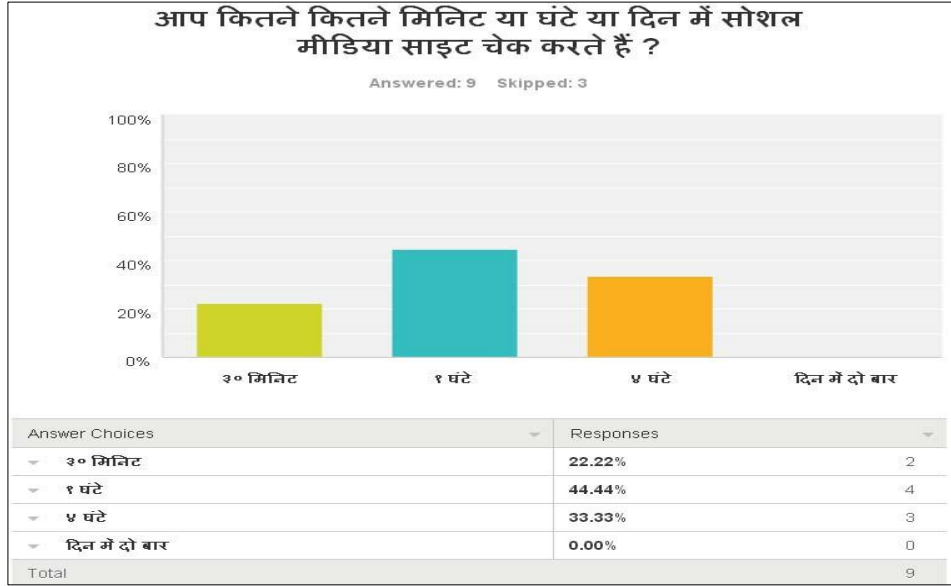
प्रश्नावली प्रविधि के अंतर्गत उद्देश्यपूर्ण निदर्शन विधि के माध्यम से चयनित प्रतिदर्श को ऑनलाइन प्रश्नावली भेजी गई। प्रश्नावली के जवाब देने हेतु कुल 12 लोगों का चयन किया गया। चयनित उत्तरदाताओं से कुल 10 प्रश्न पूछे गये और समस्या से संबंधित विविध तथ्य एकत्रित किये गये। प्रश्नावली के माध्यम से प्राप्त किये गये उत्तर गुणात्मक स्वरूप में उपलब्ध थे जिनको मात्रात्मक स्वरूप प्रदान करने हेतु अंतर्वस्तु विश्लेषण विधि का प्रयोग किया गया।



आकृति 1: सोशल मीडिया के उपयोग पर अभिमत

कुल 12 उत्तरदाताओं से ऑनलाइन सर्वे वेबसाइट के माध्यम से प्रश्नावली के जवाब प्राप्त किये गये। सभी उत्तरदाताओं के उपयोगिता का स्तर अलग-अलग था। 91.67 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने यह माना कि वे फेसबुक का उपयोग करते हैं। जबकि 8.33

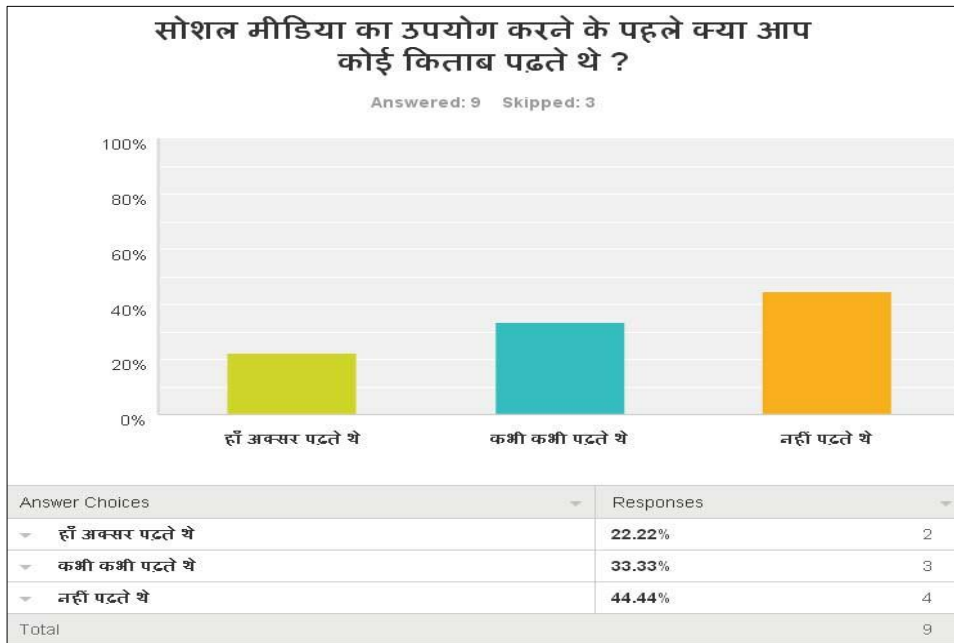
प्रतिशत लोगों का मत था कि वे ट्विटर का उपयोग करते हैं। उपयोगिता के स्तर में यह बात सामने आई कि इनमें से कोई भी उत्तरदाता ब्लॉग नहीं लिखता न ही इंस्टाग्राम में सक्रिय था।



**आकृति 2:** उपयोगिता का समय

कुल 12 उत्तरदाताओं को ऑनलाइन सर्वे वेबसाइट के माध्यम से प्रश्नावली से जवाब भेजे गये। इनमें से 9 उत्तरदाताओं ने अपने अभिमत प्रदान किये। सभी उत्तरदाताओं के उपयोगिता का स्तर अलग-अलग था। 22.22 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने यह माना कि वे

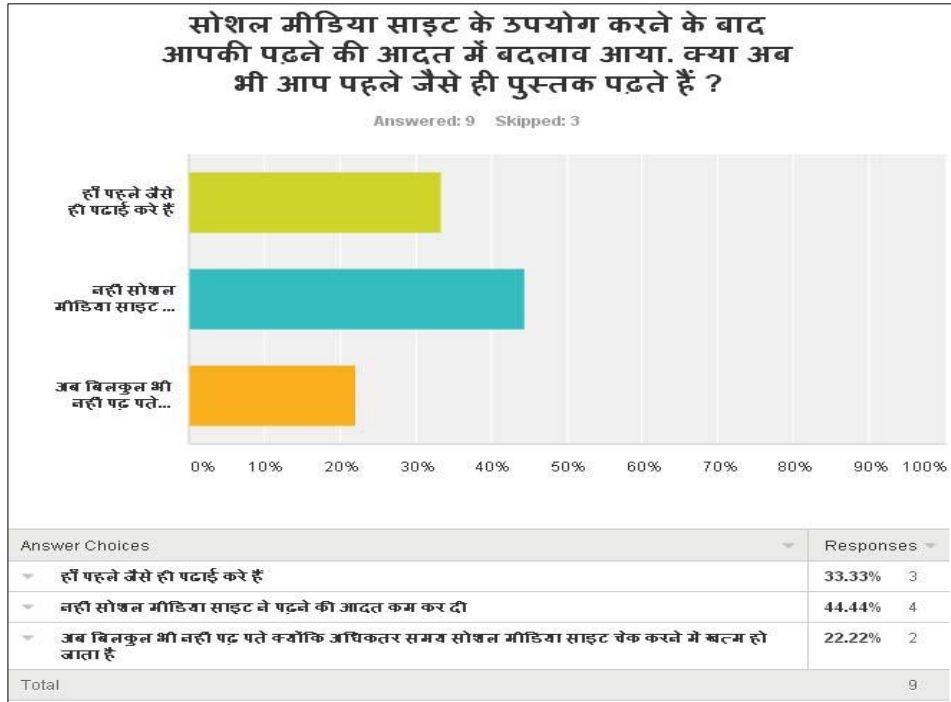
हर 30 मिनिट में सोशल मीडिया साइट चेक करते हैं। 44.44 प्रतिशत लोगों ने माना कि वे 1-1 घंटे के अंतराल में सोशल मीडिया साइट की जांच करते हैं। 33.33 प्रतिशत लोगों का मानना था कि वे 4 घंटे में एक बार सोशल मीडिया को चेक करते हैं।



**आकृति 3:** शिक्षण उपयोगिता

कुल 12 उत्तरदाताओं से ऑनलाइन सर्वे वेबसाइट के माध्यम से प्रश्नावली प्रेषित की गई। इनमें से 9 उत्तरदाताओं ने अपने अभिमत प्रदान किये। सभी उत्तरदाताओं के उपयोगिता का स्तर अलग-अलग था। 22.22 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने यह माना कि वे

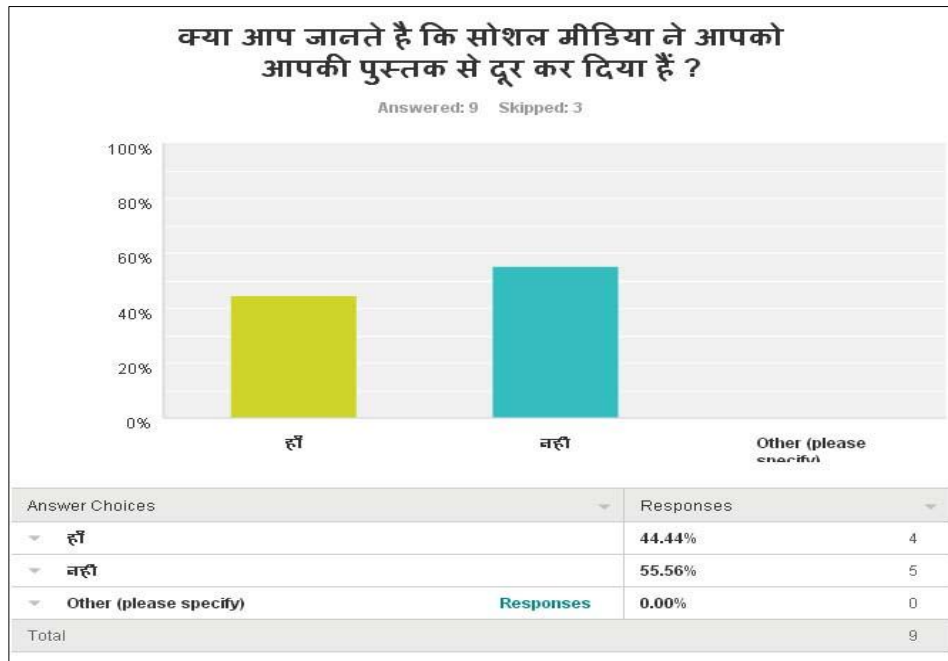
सोशल मीडिया साइट के उपयोग करने से पहले अक्सर पुस्तकें पढ़ा करते थे। 33.33 प्रतिशत लोगों ने माना कि वे कभी-कभी पुस्तकें पढ़ा करते थे। वहीं, 44.44 प्रतिशत लोगों का अभिमत रहा कि वे पहले भी कभी पुस्तकें नहीं पढ़ते थे।



**आकृति 4:** अध्ययन प्रवृत्ति में बदलाव

कुल 12 उत्तरदाताओं से ऑनलाइन सर्वे वेबसाइट के माध्यम से प्रश्नावली प्रेषित की गई। इनमें से 9 उत्तरदाताओं ने अपने अभिमत प्रदान किये। सभी उत्तरदाताओं के उपयोगिता का स्तर अलग-अलग था। 33.33 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने यह माना कि वे सोशल मीडिया साइट के उपयोग करने के बाद भी पुस्तकों को उतना ही पढ़ रहे हैं जितना वे सोशल मीडिया उपयोग करने के

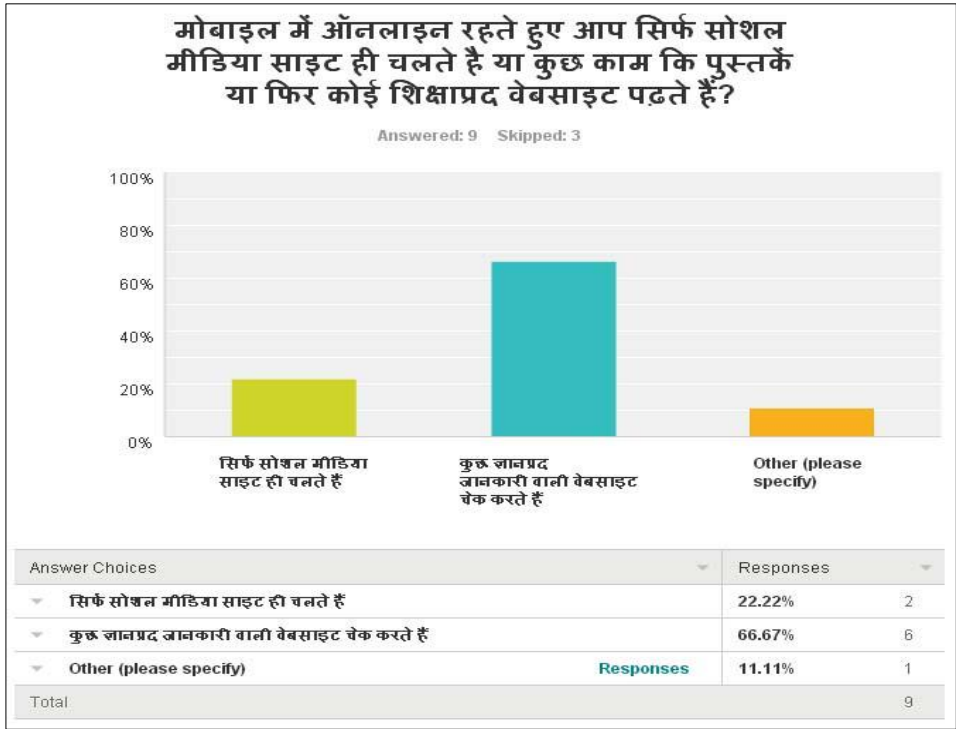
पहले पढ़ा करते थे। 44.44 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने यह माना कि सोशल मीडिया के उपयोग करने के बाद उनकी पढ़ने की आदत पर असर पड़ा है, अब वे पहले से कम पढ़ाई कर रहे हैं। वहीं, 22.22 प्रतिशत लोगों ने यह माना कि वे सोशल मीडिया साइट का उपयोग करने के बाद से बिल्कुल भी नहीं पढ़ पा रहे हैं।



**आकृति 5:** पुस्तकों से दूरी

कुल 12 उत्तरदाताओं से ऑनलाइन सर्वे वेबसाइट के माध्यम से प्रश्नावली प्रेषित की गई। इनमें से 9 उत्तरदाताओं ने अपने अभिमत प्रदान किये। सभी उत्तरदाताओं के उपयोगिता का स्तर अलग-अलग था। 44.44 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने यह माना कि

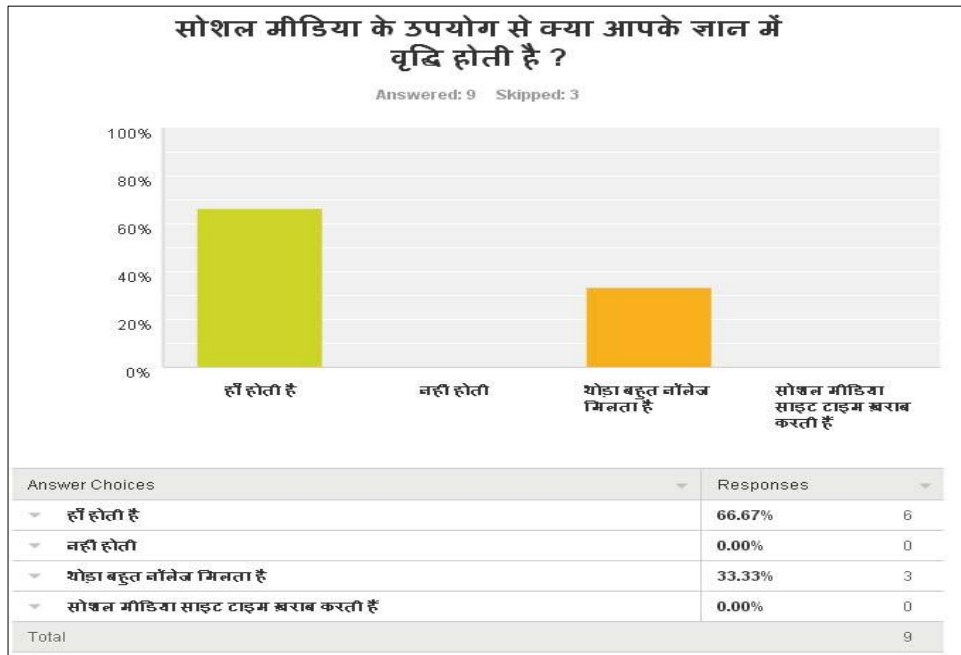
सोशल मीडिया साइट ने उन्हें पुस्तकों से दूर कर दिया है। वहीं, 55.56 प्रतिशत लोगों ने यह माना कि सोशल मीडिया साइट की वजह से उनके पढ़ने की आदत कम नहीं हुई है।



आकृति 6: ऑनलाइन अध्ययन

कुल 12 उत्तरदाताओं से ऑनलाइन सर्वे वेबसाइट के माध्यम से प्रश्नावली प्रेषित की गई। इनमें से 9 उत्तरदाताओं ने अपने अभिमत प्रदान किये। सभी उत्तरदाताओं के उपयोगिता का स्तर अलग-अलग था। 22.22 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने यह माना कि वे इंटरनेट के माध्यम से सिर्फ सोशल मीडिया वेबसाइट की उपयोग

करते हैं। 66.67 प्रतिशत का मत था कि वे सोशल मीडिया साइट के साथ-साथ कुछ ज्ञानप्रद वेबसाइट के माध्यम से अध्ययन भी करते हैं। वहीं 11.11 प्रतिशत लोगों ने इस बारे में कोई राय नहीं प्रगट की।

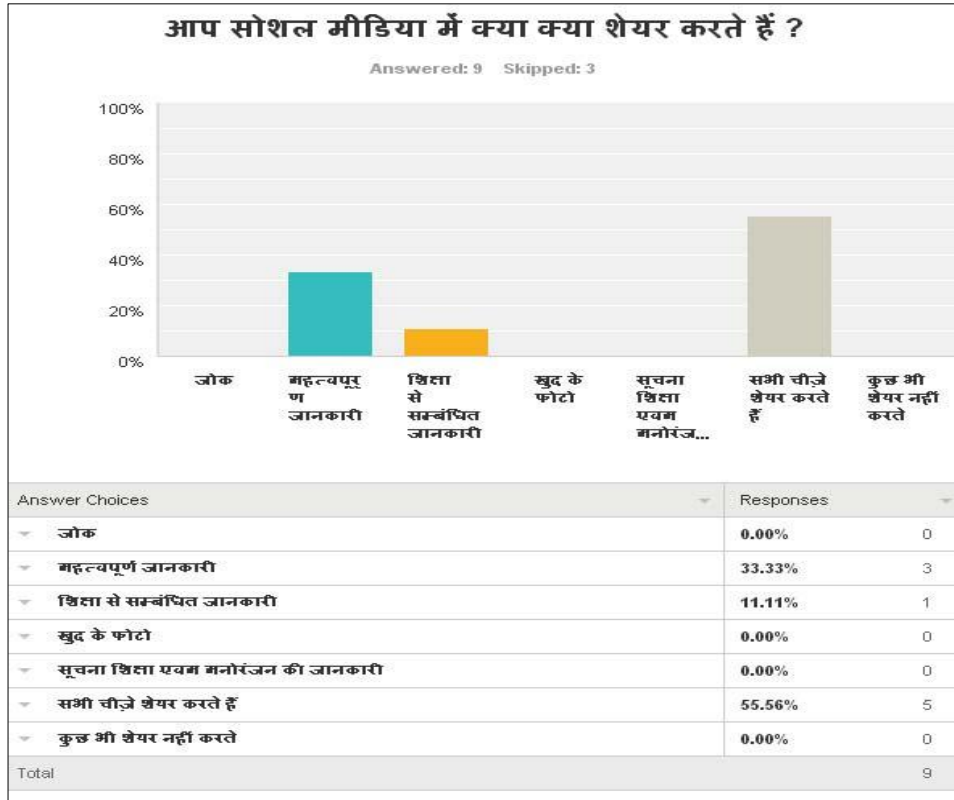


आकृति 7: ज्ञान में वृद्धि

कुल 12 उत्तरदाताओं से ऑनलाइन सर्वे वेबसाइट के माध्यम से प्रश्नावली प्रेषित की गई। इनमें से 9 उत्तरदाताओं ने अपने अभिमत प्रदान किये। सभी उत्तरदाताओं के उपयोगिता का स्तर अलग-अलग था। 66.67 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने यह माना कि वे

सोशल मीडिया साइट के माध्यम से अपने ज्ञान में बढ़ोतरी कर पाते हैं। 33.33 प्रतिशत उत्तरदाताओं का अभिमत था कि सोशल मीडिया साइट उनका थोड़ा बहुत ज्ञानवर्धन करती हैं। सोशल मीडिया से समय बर्बादी पर 00.00 प्रतिशत अभिमत प्राप्त हुये।

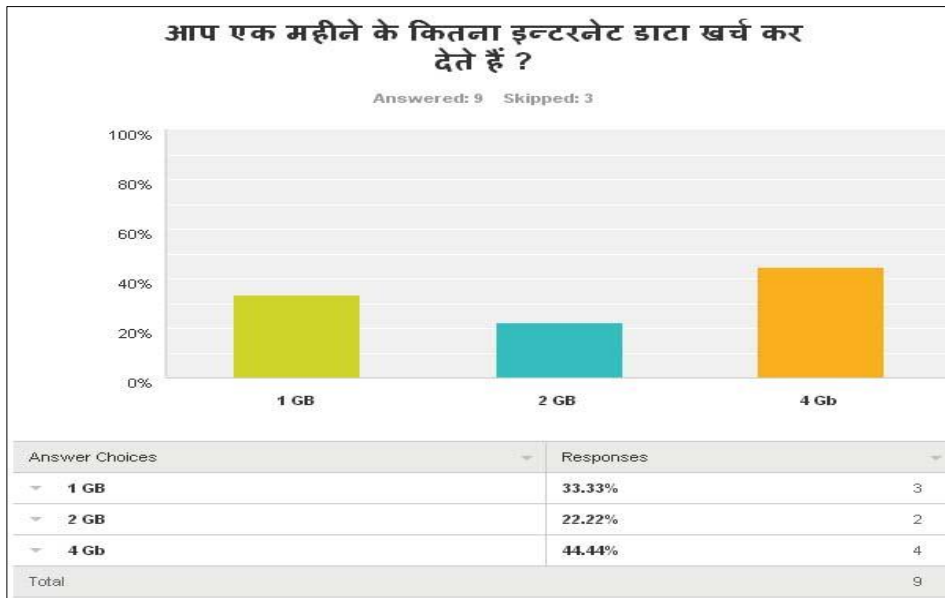




आकृति 8: शेयर करने की प्रवृत्ति

कुल 12 उत्तरदाताओं से ऑनलाइन सर्वे वेबसाइट के माध्यम से प्रश्नावली प्रेषित की गई। इनमें से 9 उत्तरदाताओं ने अपने अभिमत प्रदान किये। सभी उत्तरदाताओं के उपयोगिता का स्तर अलग-अलग था। 33.33 प्रतिशत उत्तरदाताओं ने यह माना कि वे सोशल मीडिया साइट में महत्व की जानकारी शेयर करते हैं। 11.11

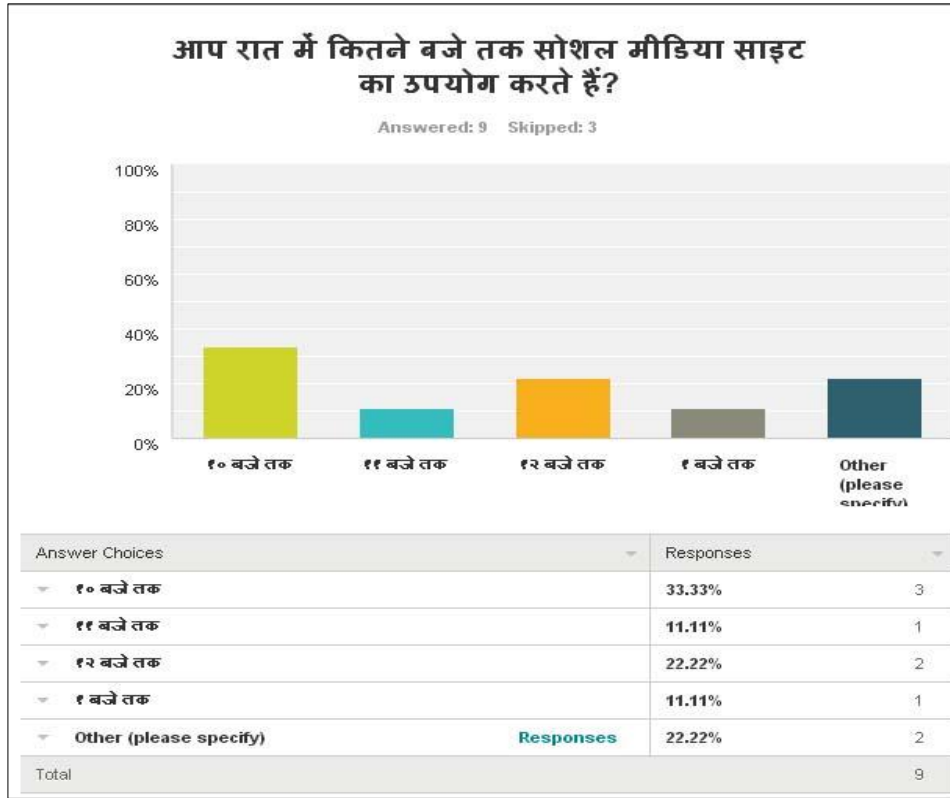
प्रतिशत लोगों का अभिमत था कि वे शिक्षा से जुड़ी हुई जानकारी ही शेयर करते हैं। वहीं, 55.56 प्रतिशत लोगों यह बताया कि वे महत्वपूर्ण जानकारी, शिक्षाप्रद पोस्ट, खुद के फोटो, सूचना एवं मनोरंजन की जानकारी, सभी चीजें शेयर करते हैं।



आकृति 9: डाटा खर्च

कुल 12 उत्तरदाताओं से ऑनलाइन सर्वे वेबसाइट के माध्यम से प्रश्नावली प्रेषित की गई। इनमें से 9 उत्तरदाताओं ने अपने अभिमत प्रदान किये। सभी उत्तरदाताओं के उपयोगिता का स्तर अलग-अलग था। 44.44 प्रतिशत लोगों का अभिमत था कि वे एक

महीने में 4 जीबी इंटरनेट डाटा खर्च कर रहे हैं। 22.22 प्रतिशत लोगों ने उत्तर दिया कि वे 2 जीबी डाटा उपयोग कर देते हैं। वहीं, 33.33 प्रतिशत लोगों का मत था कि वे एक महीने में 1 जीबी डाटा ही खर्च कर पाते हैं।



**आकृति 10:** रात में इंटरनेट उपयोग

कुल 12 उत्तरदाताओं से ऑनलाइन सर्वे वेबसाइट के माध्यम से प्रश्नावली प्रेषित की गई। इनमें से 9 उत्तरदाताओं ने अपने अभिमत प्रदान किये। सभी उत्तरदाताओं के उपयोगिता का स्तर अलग-अलग था। 33.33 प्रतिशत लोगों ने यह माना कि वे रात 10 बजे तक ही सोशल मीडिया साइट का प्रयोग करते हैं। 11.11 प्रतिशत लोगों ने माना कि वे रात 11 बजे तक सोशल मीडिया साइट का उपयोग करते हैं। 22.22 प्रतिशत लोगों का अभिमत था कि वे 12 बजे तक इनका प्रयोग करते हैं। वहीं, रात 1 बजे तक सोशल मीडिया साइट का प्रयोग करने वालों का अभिमत 11.11 प्रतिशत रहा। 22.22 प्रतिश उत्तरदाताओं ने इसके बारे में कोई भी जानकारी प्रदान नहीं की।

### निष्कर्ष

उपरोक्त अध्ययन से यह स्पष्ट हो जाता है कि अधिकांश उपयोगकर्ता सोशल मीडिया नेटवर्किंग साइट जैसे— फेसबुक, ट्विटर, ब्लॉग, इंस्टाग्राम आदि का प्रयोग कर रहे हैं। इससे स्पष्ट हुआ कि बहुत कम लोग ही माइक्रो ब्लॉगिंग साइट का ट्विटर का उपयोग कर पा रहे हैं, सबसे ज्यादा सोशल मीडिया उपयोगकर्ता फेसबुक पर सक्रिय हैं। अध्ययन में यह बात सामने निकलकर आई कि कुछ लोग आधे-आधे घंटे के भीतर इन सोशल मीडिया साइट कर का इस्तेमाल करते हैं। वहीं, आधे के करीब लोगों का मानना है कि वे 1-1 घंटे के अंतराल में सोशल मीडिया साइट चेक करते हैं।

एक तिहाई उत्तरदाताओं ने यह माना कि वे सोशल मीडिया साइट के उपयोग करने के पहले कभी-कभी पुस्तकें पढ़ा करते थे, लेकिन अब 44.44 प्रतिशत लोगों ने यह माना कि सोशल मीडिया के उपयोग करने के बाद उनकी पढ़ने की आदत पर असर पड़ा है, अब वे पहले से कम पढ़ाई कर रहे हैं। और तो और एक चौथाई लोगों का कहना है कि सोशल मीडिया साइट का उपयोग करने के बाद से बिल्कुल भी नहीं पढ़ पा रहे हैं। उत्तरदाताओं ने यह माना

कि सोशल मीडिया साइट ने उन्हें पुस्तकों से दूर कर दिया है। वहीं, आधे से ज्यादा लोगों को लगता है कि सोशल मीडिया साइट उपयोग करने की वजह से उनके पढ़ने की आदत बहुत कम हो चुकी है। एक चौथाई उपयोगकर्ता इंटरनेट के माध्यम से सिर्फ सोशल मीडिया वेबसाइट का प्रयोग ही करते हैं। वहीं, आधे ज्यादा लोग यह स्वीकार करते हैं कि वे सोशल मीडिया के साथ-साथ शिक्षाप्रद वेबसाइट के माध्यम से अध्ययन भी करते हैं। सोशल मीडिया के उपयोग से ज्ञान में बढ़ोतरी पर अधिकांश लोगों ने अभिमत दिया कि वे अपने ज्ञान में वृद्धि कर रहे हैं। एक तिहाई सोशल मीडिया उपयोगकर्ता ज्ञानप्रद जानकारी शेयर करते हैं। आधे से अधिक उत्तरदाताओं का कहना है कि वे महत्वपूर्ण जानकारी, शिक्षाप्रद पोस्ट, खुद के फोटो, सूचना एवं मनोरंजन की जानकारी, सभी चीजें शेयर करते हैं। हमारे युवा एक महीने में 4 जीबी डाटा तक खर्च कर देते हैं, यह स्वीकार्यता का प्रतिशत करीब 44.44 प्रतिशत रहा है। यानि लोगों में इंटरनेट उपयोग का डाटा बहुत अधिक मात्रा में उपयोग किया जा रहा है।

सोशल मीडिया में उपस्थित उपयोगकर्ताओं में से एक तिहाई लोगों ने माना कि वे रात 10 बजे तक ही ऑनलाइन रहते हैं। करीब एक चौथाई लोग रात 12 बजे तक इनका प्रयोग करते हैं। वहीं, कुछ लोग रात 1 बजे तक सोशल मीडिया साइट पर क्रियाशील रहते हैं।

### संदर्भ

1. मंगल, एस.के., मंगल, शुभ्रा, व्यावहारिक विज्ञानों में अनुसंधान विधियां
2. कुंदन, संजय : कौन हैं इंटरनेट पर कमेंट करने वाले, अज्ञात
3. कर्नाड, गिरीश, प्रौद्योगिकी ने प्रभावित किया पढ़ने की आदत को
4. राय, उमेश कुमार, सोशल मीडिया का बढ़ता दायरा वरदान भी, अभिशाप भी



5. पांडे, पीयूष, सोशल मीडिया में तथ्यों से खिलवाड़
6. सुमन, स्वर्ण, सोशल मीडिया, संपर्क क्रांति का कल, आज और कल
7. वाल्फसफेल्ड गाडी, मेकिंग सेंस ऑफ मीडिया एंड पॉलिटिक्स
8. कॉस्टा एलिजाबेटा, सोशल मीडिया इन साउथेस्ट तुर्की
9. मिलर कोस्टा हेंस, एमसी डोनाल्ड, निकोलसु : हाउ द वर्ल्ड चेंज सोशल मीडिया, यूसीएल प्रेस
10. सुमन, स्वर्ण, सोशल मीडिया, संपर्क क्रांति का कल, आज और कल
11. वाल्फसफेल्ड गाडी, मेकिंग सेंस ऑफ मीडिया एंड पॉलिटिक्स
12. कॉस्टा एलिजाबेटा, सोशल मीडिया इन साउथेस्ट तुर्की
13. <http://www-nafanuksan-com/news>
14. <http://socialmediainpolitics.blogspot.in/>
15. <http://anilatthihindidelhi.blogspot.in/2012/05/questionare.html>
16. <https://span.state.gov/hi/social-media/demystifying-social-media>
17. <http://socialmediainpolitics.blogspot.in/>
18. <http://www.politico.com/magazine/story/2015/09/2016-election-social-media-ruining-politics-213104>
19. <http://anilatthihindidelhi.blogspot.in/2012/05/questionare.html>
20. <http://edition.cnn.com/2014/04/09/world/asia/indias-first-social-media-election/>
21. <http://www.bbc.co.uk/hindi/science/>