वर्तमान में भारतीय युवाओं एवं बच्चों पर मीडिया का प्रभाव (एक विवेचन)

बीज शब्द : *जनमाध्यम, सोसल मीडिया, बच्चों पर प्रभाव, नवाचार,*

ISSN 0975 1254 (PRINT)
ISSN 2249-9180 (ONLINE)
www.shodh.net

A Refereed Research Journal
And a complete Periodical dedicated to
Humanities & Social Science Research

शोध संचयन

प्रिन्ट मीडिया से लेकर सोसल मीडिया तक की विस्तार यात्रा का समाज के प्रत्येक वर्ग पर सकारात्मक व नकारात्मक प्रभाव पड़ा है। किन्तु सर्वाधिक प्रभाव हमें युवाओं पर देखने को मिलता है। युवा मन सर्दव ही आसानी से नवाचारों को ग्रहण कर लेता है और अपनी प्रतिक्रिया भी त्वरित रुप से देता है। प्रस्तुत शोध लेख में यह प्रदर्शित किया गया है कि स्वतंत्रता आन्दोलन से लेकर आजतक राष्ट्र निर्माण एवं सामाजिक परिवर्तन में युवाओं की सहभागिता सर्वाधिक रही है। इस सम्पूर्ण परिवर्तन में मीडिया का प्रभाव सकारात्मक व नकारात्मक दोनों ही रहीं है मीडिया के प्रभावस्वरूप एक तरफ जहाँ रचनात्मकता में वृद्धि हुई है वही विध्वंशात्मक प्रवृत्तियों का भी विकास हुआ है।

रचना सक्सेना (कुलश्रेष्ठ)
पीपुल्'स इन्स्टीट्यूट ऑफ मीडिया स्टडीज, भोपाल

भारतीय समाज में मीडिया के विकास के साथ-साथ इसने भारतीय सामाजिक परिवेश को किस प्रकार प्रभावित किया है तथा इसके माध्यम से किस प्रकार एवं कितना परिवर्तन हुआ है। यह परिवर्तन समाज के किसी एक भाग में अधिक प्रभावशील है। इस प्रभावशीलता का प्रभाव सूचना प्रसारण तथा उसकी ग्रहणशीलता पर सबसे अधिक प्रभावित हुआ है। इसमें परिर्वतन आने का सबसे बड़ा कारण सूचना प्रसारण के संसाधनों का विस्तार है। जिसका परिणाम यह है कि यह वृहद समाज सूचना प्रौद्योगिकी के परिणाम स्वरूप संकुचित होकर भूमंडलीय आधार पर एक केन्द्र में संचालित हो गया है।

उपकल्पना

किसी भी देश की युवा पीढ़ी बहुत महत्त्वपूर्ण मानव संसाधन होती है तथा इस पीढ़ी के माध्यम से देश के संकटों का निवारण आसानी से किया जा सकता है। यह पीढ़ी प्रत्येक देश में परिवर्तन एवं विकास ला सकती है। विकासशील देशों में तो युवाओं की भूमिका अत्यन्त महत्त्वपूर्ण हो जाती है क्योंकि उनकी सामाजिक तथा आर्थिक प्रगति में एक अनुशासित, कर्तव्यनिष्ठ एवं समर्पित युवा शक्ति का महत्त्व मानव शरीर में प्रवाहित होने वाले रक्त जैसा है। भारतीय युवा हमारे देश की आशा एवं भविष्य का प्रतिनिधित्व करते रहे हैं। समाज में होने वाले परिवर्तन का मुख्य आधार उस समाज में उपयोग किये जाने वाले संसाधन तथा सूचना एवं जानकारी देने तथा प्राप्त करने के साधनों का विकास तथा विस्तार है।

मीडिया कहते या सुनते ही हमारे सामने सबसे पहले समाचार पत्र-पत्रिका, रेडियो एवं टेलीविजन जैसे सूचना संसाधन दृष्टिगोचर होने लगते हैं जहां कुछ समय पूर्व तक सूचना को भेजने तथा प्राप्त करने के लिए मनुष्य को स्वयं जाना पड़ता था या हम जानवरों का सहारा लेते थे, जिसमें सूचना को उसके गनतव्य स्थल तक पहुँचाने में अधिक समय लगता था। समय के साथ प्रारंभ में धीरे-धीरे परंतु बाद में तेजी से सूचना माध्यमों का विकास हुआ। जिसमें सूचना को बड़े माध्यम के रूप में हमारे सामने अतिविस्तृत रूप में तथा कम लागत मूल्य में समाचार पत्र तथा पत्रिका ने जगह ली। जिसके साथ ही वर्तमान में विश्व भर में सूचना के इतने संसाधन कम लागत मूल्य पर उपलब्ध हैं जिनसे पलक झपकाते ही विश्वभर की आवश्यकता अनुसार सारी सूचनाएं प्राप्त की जा सकती है। यानी मीडिया का विकास अतितीव्र अवस्था में आ पहुंचा हैं जिसमें हम पलक झपकाते ही तमाम सूचना प्राप्त कर सकते है और यह सब संभव हुआ है

न्यू मीडिया या वेब बेस्ड मीडिया के फलस्वरूप और यह वही मीडिया है जिसने विश्व को एक गाँव में बदल दिया है, राज्यों की सरहदों को खत्म कर दिया है देश के प्रत्येक व्यक्ति को संवाद का मंच दे दिया है तथा विश्वभर की छोटी से छोटी सूचना को प्रत्येक व्यक्ति तक पहुँचा दिया है और यही नहीं संचार के प्राचीन माध्यमों को समय एवं आवश्यकता अनुसार बना दिया है।

वर्तमान समय में मीडिया का उपयोग प्रत्येक व्यक्ति अपनी रोजाना की दिनचर्या में किसी न किसी रूप में करता है। कुछ लोग इसका उपयोग प्रत्यक्ष तौर पर करते हैं यानि की प्रत्यक्ष तरीके से मीडिया संसाधनों से सूचना को प्राप्त करना, समाचार पत्र-पत्रिका तथा रेडियो एवं टेलीविजन की अहम भूमिका सबसे ज्यादा है। वहीं कुछ लोग जिनका प्रतिशत काफी कम है इसका उपयोग अप्रत्यक्ष तौर पर करते हैं। यह वे लोग हैं जो उन लोगों से सूचना प्राप्त करते हैं जो मीडिया का प्रत्यक्ष तौर पर उपयोग करते है। शैली चयन पर निर्भर होती है और चयन, सूचनाओं तथा संपक्र की प्रक्रिया के फल पर निर्भर होता है। मीडिया ये सूचनाएं लोगों तक पहुँचाती हैं। वहीं बच्चे, युवा, पुरुष, महिलाएं तथा बुजुर्ग इसका उपयोग प्रतिदिन अपने समय एवं आवश्यकता अनुसार करते हैं।

जर्मनी के प्रख्यात समाजशास्त्री हर्बर्ट मारकोज़े का कहना है कि ''संचार मीडिया के प्रचार के परिणाम स्वरूप सामने आने वाला उपभोग मनुष्य में एक अद्वितीय प्रवृत्ति उत्पन्न करता है और उसे पहले से अधिक, समाज में प्रचलित हित साधने के वातावरण पर निर्भर कर देता है।''

मनुष्य सदा से ही सामाजिक तथा जिज्ञासु है। वर्तमान में मनुष्य की इस जिज्ञासा को शांत करने का सबसे बेहतर माध्यम मीडिया है। देश में इलेक्ट्रॉनिकी के असाधारण विकास से दूरदर्शन के कार्यक्रमों में बहुत सुधार और परिवर्तन आया है। कम्प्यूटर के प्रवेश से दूरदर्शन तथा वीडियो कैसेट आदि के निर्माण में अद्भुत क्रांति हो गयी है। अगस्त 1984 में यूजीसी उच्च शिक्षा परियोजना उच्च गुणवत्ता युक्त शिक्षा के प्रसार के प्रयोगार्थ के उद्देश से शुरू की गई। भारतीय दूरदर्शन का भौगोलिक दायरा विश्व के किसी भी दूरदर्शन से अधिक है। इनमें समाचार और सामयिक विषय, विज्ञान, कला, संस्कृति, पर्यावरण आदि से सम्बधित कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है। सामाजिक विषयों के अन्तर्गत वृत्तचित्र, लघु फीचर फिल्म, सीरियल, संगीत, नाटक आदि के प्रसार होते हैं।

मीडिया का सबसे अधिक प्रभाव 17 से 26 वर्ष के युवाओं तथा 4 से 16 वर्ष तक के बच्चों में देखने को मिलता है। यह प्रभाव सकारात्मक भी है और नकारात्मक भी है। अपनी शुरूआत में प्रिंट मीडिया हमारे देश में एक मिशन के रूप में था। उनका उद्देश्य सामाजिक चेतना को और अधिक जागरुक करने का था। इंसान की भाषायी अथवा कलात्मक अभिव्यक्ति तथा स्थानों तक पहुँचाने की व्यवस्था को ही मीडिया का नाम दिया गया है। पिछली कई सदियों से प्रिन्ट मीडिया इस मायने में अपनी महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाता आ रहा है। जहां हमारी लिखित अभिव्यक्ति होती है तथा बाद में छायाचित्रों को शामिल करने पर दृश्य अभिव्यक्ति भी प्रिन्ट मीडिया के द्वारा संभव हो सकी है। यह मीडिया बहुरंगी कलेवर में और भी प्रभावी हुई, बाद में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने भी साथ-साथ अपनी जगह बनाई, जहां पहले तो श्रृव्य अभिव्यक्ति को रेडियो के माध्यम से प्रसारित करना संभव हुआ बाद में टेलीविजन के माध्यम से श्रृव्य-दृश्य दोनों ही अभिव्यक्तियों का प्रसारण संभव हो सका। प्रिन्ट मीडिया की अपेक्षा यहां की दृश्य अभिव्यक्ति अधिक प्रभावी हुई क्योंकि यहां चलायमान दृश्य अभिव्यक्ति भी संभव हुई। आधुनिक युग में औद्योगीकरण एवं नगरीकरण ने अनेक प्रकार के सामाजिक परिवर्तनों को जन्म दिया है। जिससे विभिन्न प्रकार के नवीन मूल्यों का जन्म हुआ।

इस प्रिन्ट, दृश्य एवं श्रृव्य अभिव्यक्ति से युवा वर्ग सदैव प्रभावित रहा है। चाहे वह 20 वीं शताब्दी का हो या 21 वीं शताब्दी का क्यों न हो। इसने युवाओं को सदैव ही जानकारी प्रदान करने का गुरूवर दायित्य निभाया है। वहीं टेलीविजन, रेडियो एवं सिनेमा ने इन्हें हमेशा, मनोरंजन के साथ आधुनिक जीवन जीने का सलीका भी सिखाया। वर्तमान में इसी संदर्भ में एक श्रृंखला और जुड़ गई है और वह है सोशल मीडिया। भारत में वर्तमान में लगभग 60 प्रतिशत युवा है, और इन युवाओं को जोड़ने का काम सोशल मीडिया कर रहा है। इसका क्रेज दिनों दिन बढ़ता चला जा रहा है। जो युवाओं की दिनचर्या का एक अहम हिस्सा हो गया है। इस अहम हिस्से ने जीवन में क्रांतिकारी परिवर्तन कर दिया है। इंटरनेट एंड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया के आँकड़ों के अनुसार हमारे देश में शहरी क्षेत्रों में प्रत्येक चार में तीन व्यक्ति सोशल मीडिया का किसी न किसी रूप में प्रयोग करता है। इसी के अनुसार 35 प्रमुख शहरों के आंकड़ों के आधार पर यह भी बताया है कि 77 प्रतिशत उपयोगकर्ता सोशल मीडिया का उपयोग मोबाइल द्वारा करते है। इसमें भी युवाओं की भूमिका प्रमुख है। इन्टरनेट से लेकर थ्री जी मोबाइल तक युवा सोशल मीडिया के माध्यम से देश- दुनिया की सरहदों को पार कर अपने सपनों को लम्बीं उड़ान के साथ पूरा कर रहे हैं।

वर्तमान में सामाजिक, राजनीतिक, आर्थिक एवं सांस्कृतिक गतिविधियों में युवाओं की सकारात्मक सहभागिता को

प्रोत्साहित किया है। शिक्षा एवं रोजगार के लिए नये अवसरों को चयन करने से लेकर प्रदान करने तक के अवसर प्रदान किये है। बस सोशल साइट्स पर जाइये जिज्ञासा को व्यक्त कर सर्च पूरा कर दीजिये। सामने सारे सवालों के जवाब मिल जायेगे। कुछ समय पूर्व तक किसी सूचना को ध्यान में रखने तथा दूसरे को बताने के लिए लिखना पड़ता था परंतु आज बस एक पिक लेलो और सेव कर लो अपने फोन में रख लो तथा उसी रूप में दूसरे व्यक्ति तक भी पहुंचा दो। यही नहीं नोट पेड के फार्म में सारी जिज्ञासा तथा खुद से संबंधित दस्तावेज भी अब अपने पास अपने मोबाइल या मेल आईडी में सहज कर रख लो जब जैसे जरूरत हो तब उस अनुसार उसका उपयोग कर लो। यही नहीं ब्लागिंग के माध्यम से युवा अपनी समझ, ज्ञान, पिपासा, जिज्ञासा, भण्डार, कौतुहल को निकाल रहे हैं तथा सोशल मीडिया साइट्स के माध्यम से दुनिया भर में अपनी समान मानसिकता के लोगों को जोड़कर सामाजिक दायित्व - सरोकार को पूरा कर रहे है।

युवाओं द्वारा सोशल साइट्स पर दिनभर में कई बार स्टेट्स अपडेट करना घण्टों तक मित्रों के साथ चैटिंग करना आदतों का एक नशा जैसा हो गया है। इन सोशल साइट्स के द्वारा अश्लील सामग्री और भड़काउ - उत्तेजक संदेशों को भी प्रसारित किया जा रहा है। साथ ही कहीं न कहीं हमारी प्राइवेसी भी खत्म होती नजर आती है। इसके माध्यम से कई आतंकवादी गतिविधियों को अंजाम देने में मदद मिली है। वर्तमान में युवाओं में एक बड़ी भाषायी समस्या भी देखने में आ रही है, जो है व्यक्तिगत संवाद जिससे वे सामाजिक रूप से प्रभावी संवाद नहीं कर पा रहे। साथ ही युवाओं में पश्चिमी सभ्यता को अपनाना, उनका आधुनिक होना प्रतीत कराता है। जिससे हमारे देश के युवाओं की जीवन शैली प्रभावित हो रही है। जिसमें वेशभूषा, खान-पान, रहन-सहन, स्मोकिंग और शराब पीने साथ नशा करना, बोलचाल सभी कुछ शामिल है। सोशल नेटवक्रिंग साइट्स की आदत के कारण युवाओं में एकाग्रता में कमी, डिप्रेशन, अनिद्रा, चिड़चिड़ापन, बेचैनी जैसी कई समस्यायें भी बढ़ रही हैं।

अब्राहम लिन्कन के अनुसार ''यह एक बच्चा ही है जो किसी व्यक्ति द्वारा प्रारंभ किए गए कार्यों को भविष्य में पूरा करेगा। वह वहाँ पर बैठने जा रहा है जहाँ पर व्यक्ति आज विराजमान है और व्यक्ति के चले जाने पर बच्चा ही उसके द्व ारा महत्त्वपूर्ण समझी जाने वाली क्रियाओं को सपन्न करेगा। यदि बच्चे का विकास उनकी प्रकृति के अनुसार होगा तो हमें संघर्ष नहीं करना पड़ेगा, हमें अर्थहीन आदर्श प्रस्ताव नहीं पारित करने पड़ेंगे, और हम प्रेम से प्रेम एवं शान्ति से शान्ति के मार्ग की ओर अग्रसर होंगे।''

बच्चों में सामाजिक चेतना जागृत करने हेतु मीडिया सबसे महत्त्वपूर्ण साधन के रूप में कार्य कर रहा है। यह अपनी प्रभावी प्रस्तुतियों के माध्यम से बच्चों को न सिर्फ दिशा देता है बल्कि दिशा निर्देशों के माध्यम से स्वयं को संचालित करने के लिए प्रेरित भी करता है। इसके माध्यम से ही बच्चे आज हमारी संस्कृति से इतने रूबरू हुए है कि वह भारतवर्ष की हर चीज़ को जानते तथा और जानने के लिए उत्सुक हैं। वे यहीं तक सीमित नहीं हैं, वे इससे भी अधिक पूरे विश्व को जानना चाहते हैं तथा जानते भी हैं। उनमें हर विषय के प्रति उत्सुकता बढ़ी है तथा हर विषय को जानना चाहते हैं। उनमें नये-नये प्रयोग कर विश्व में उपलब्धि हासिल करना चाहते है। उनमें दूसरों से तो छोड़िये स्वयं से ही प्रतिस्पर्धा बड़ी है। वे नित्य नया करना चाहते हैं। वे टेक्निकली माहिर हो रहे हैं। वर्तमान में बच्चों का टेलेन्ट मीडिया के बदौलत और उभर कर आया है, जिसमें सबसे बड़ा सहयोग विभिन्न चैनल्स पर प्रसारित होने वाले रियलिटी शो का है। जिसने शहरों के साथ-साथ गॉवों के बच्चों का टेलेन्ट दिखाया भी साथ ही बड़ाया भी है। आज यह बच्चे मीडिया के उपयोग के कारण किसी पर डिपेन्ड नहीं हैं। यह अपनी आवश्यकता की सामग्री इसके माध्यम से प्राप्त कर लेते हैं। कार्टून की दुनियां इन्हे अपनी कल्पना की दुनियां में ले जाकर इनका भरपूर मनोरंजन करती है। आज यह बच्चे समाज में हो रही सामाजिक-राजनैतिक एवं आर्थिक गतिविधियों भी भरपूर रुचि रखते हैं। यह सब संभव हो सका है मीडिया के कारण।

एसोचैम की एक रिपोर्ट के अनुसार ''6 से 17 साल की उम्र के बच्चे एक हफ्ते में कम से कम 35 घण्टे से ज्यादा टीवी देखते हैं। ज्यादा टीवी देखने से इन बच्चों के स्वभाव में बदलाव आ रहा है। बच्चों की मनोवृत्ति बदल रही है। उनमें हिंसक प्रवृत्ति में भी बढ़ोत्तरी हो रही है। अध्ययन में यह भी पता चला है कि दस साल से कम उम्र के 4 प्रतिशत बच्चे अपने माता-पिता से मारपीट करने से भी नहीं डरते। यदि बच्चों की कोई बात नहीं मानी जाती तो वे अपने माता-पिता के प्रति बहुत उग्र एवं हिंसक हो जाते हैं।''

दिल्ली साइक्रियेटिक सेन्टर डीपीसी के निदेशक एवं वरिष्ठ मनोचिकित्सक डॉ सुनील मित्तल बताते है कि ''सोशल नेटवक्रिंग साइट्स पर अधिक समय रहने के अलावा अधिक समय तक टेलीविजन देखना बच्चों, किशोरों एवं युवाओं में डिप्रेशन झुंझलाहट एवं अनेक अन्य मनोवैज्ञानिक समस्यायें पैदा करते हैं।''

बच्चे, टीवी पर आने वाले अपने पसंदीदा कार्यक्रमों को देखने के बाद हूबहू वही करने की कोशिश करते हैं जिसे वे अपने रोल मॉडल को टीवी पर करता हुआ देखते हैं। वे इन कार्यक्रमों

को हकीकत में देखना और जीना पसंद करते है। साथ ही वर्तमान में बच्चों में इस वजह से अकेले रहने की प्रवृति में भी इज़ाफा हुआ है। इसके साथ ही बढ़ती न्युक्लियर फैमलीज के कारण भी बच्चें अपने मनोरंजन के लिए एक इसी माध्यम पर आश्रित हैं। इसके साथ ही बच्चे आउटडोर गेम खेलने के प्रति इतनी रुचि नहीं रखते जितनी कि इन माध्यमों द्वारा वर्तमान में प्रचलित खेल जिन्हे कम्प्यूटर एवं मोबाइल पर खेला जाता है, उसे खेलने के प्रति रखते हैं। इससे इनके शारीरिक एवं मानसिक विकास पर प्रभाव पड़ा है। साथ ही छोटे-छोटे बच्चों में कई प्रकार की इस उम्र में न होने वाली बीमारियों ने भी अपनी घुसपैठ कर ली है। वर्तमान में बच्चें अपनी उम्र से पहले मैच्योर हो रहे है चाहे वह शारीरिक तौर पर हो या मानसिक तौर पर क्यों न हो।

युवाओं एवं बच्चों पर मीडिया का प्रभाव

प्रभाव या लक्षण			
युवाओं पर सकारात्मक प्रभाव	युवाओं पर नकारात्मक प्रभाव	बच्चों पर सकारात्मक प्रभाव	बच्चों पर नकारात्मक प्रभाव
राष्ट्रीय एवं अंतरं राष्ट्रीय स्तर पर जागरुकता, समाज में जागरुकता, अभिव्यक्ति,	एकाग्रता में कमी, डिप्रेशन, अनिन्द्रा, चिड़चिड़ापन, बेचैनी	बच्चों में टेलेन्ट, रियलिटी शो, शिक्षा से जुड़े कार्यक्रम, जागरुकता	डिप्रेशन, झुंझलाहट, चिड़चिड़ापन, मनोवैज्ञानिक समस्यायें

उपसंहार

समाज में मीडिया संवाद-वहन का कार्य करता है। समाज में समाचार पत्र-पत्रिकाएं, टेलीविजन, रेडियो एवं इन्टरनेट की सशक्त भूमिका एवं सशक्त स्वतंत्र स्थिति से ही उस समाज या राष्ट्र की प्रगति एवं उन्नति संभव है। भारतवर्ष में भी बच्चों की महत्ता को समझा गया तथा राष्ट्रीय बाल नीति 1974 और अन्तर्राष्ट्रीय बाल वर्ष 1979 में बनाई गई राष्ट्रीय कार्य योजना में बच्चों को राष्ट्र की सबसे महत्त्वपूर्ण निधि माना गया। राष्ट्रीय कार्य योजना के अनुसार ''एक राष्ट्र का भविष्य उनके विकास पर निर्भर करता है। शिक्षित बच्चा कल का क्रियाशील एवं बुद्धिमान नागरिक है।

मीडिया का सामाजिक जागरुकता में योगदान सदैव अमूल्य रहा है। इसके माध्यम से समाज में छोटी से छोटी सूचना से लेकर बड़ी से बड़ी सूचना जन-जन तक पहुचाना, सामाजिक सुरक्षा-सरोकार, राष्ट्रहित, लोगों को उनके अधिकारों के प्रति जागरुक करना एवं समाज में व्याप्त कुरीति, अंधविश्वास जैसे सामाजिक परिवर्तनों में इसने अपनी अहम् भूमिका निभाई है परंतु इसी के साथ में जैसे सिक्के के दो पहलू होते हैं, उसी प्रकार कुछ ऐसा ही मीडिया के साथ भी है। इसके भी अच्छे सकारात्मक एवं नकारात्मक दोनों ही पहलू हैं।

लारसन (Larsen) ने अनुसार ''जनसंचार के विकास ने अनेकों नये विकल्पों को प्रोत्साहित किया है। जिसमें प्रकाशन, जनसंपक्र, मनोरंजन एवं विज्ञापन प्रमुख हैं। यह आज सूचना प्रभाव के मुख्य स्त्रोत बन गये हैं जिनसे मनुष्य के बाह्य वातावरण में क्षेत्रीय विकास हो रहा है। इसने न केवल नये क्षेत्र में आदान-प्रदान एवं आन्तरिक अन्त: क्रिया के विश्लेषण में सहायता की है अपितु मूलवार्ताओं के क्रम एवं भाषाओं की आदत का भी मानक बनाया है। इससे सामाजिक स्तर एवं अधिकारों की बढ़ोत्तरी हुई है एवं इसने पुरानी परम्पराओं को चुनौती दी है।''

लेज़रसफेल्ड और मर्टन ने लिखा है ''जनसंचार जन पर नशीला प्रभाव (Narcotizing Influence) उत्पन्न करते हैं। समाज के सदस्य देखते, पढ़ते और सुनते है तब ऐसी स्थिति में पहुंच जाते है।'' राईट सी.आर. का मानना है ''जन को एक दूसरे से पृथक करने का कार्य किया है। इसके अधिक प्रयोग से सामाजिक सम्बन्धों में दूरियाँ आयी है क्योंकि अन्त: क्रिया सीमित हो जाती है। यह साधन इतना अधिक विकल्प प्रस्तुत करते हैं कि लक्ष्य और साधनों के मध्य भ्रान्तियाँ उत्पन्न हो जाती है। नवीनता का प्रचार इतना अधिक होता है कि परम्पराएं इस प्रचार में खो जाती हैं तथा दिवा स्वप्न दिखाते हैं।''

भारत में 1929 में रेडियो से पाठ (स्मेवद) देना प्रारंभ किया गया। आकाशवाणी प्रसारण में शैक्षिणिक कार्यक्रम से

संबंधित नीतियाँ रखी गयी हैं। रेडियो टेलीविजन प्रचार का सबसे आधुनिक साधन हैं। रेडियो से भी टेलीविजन ने इतना महत्त्वपूर्ण स्थान ग्रहण कर लिया है कि इसे प्रचार का सर्वोतम साधन समझा जाने लगा है।

इस प्रकार भारतवर्ष में युवाओं को देश की आशा एवं भविष्य का प्रतिनिधि समझा गया। उन्हें इस देश के एक सशक्त संसाधन के रूप में देखा जाता है। किसी भी प्रकार की बुराई एवं सामाजिक समस्या के धजागरुकता लाने के लिए युवाओं का उपयोग किया जाता रहा है तथा इसके अच्छे परिणाम भी सामने आए हैं। इसलिए यह महसूस किया जाता रहा है कि युवाओं की शक्तियों, उनकी गतिशीलता तथा उनकी आशाओं एवं इच्छाओं को रचनात्मक कार्यक्रमों एवं क्रियाओं में लगाया जाये। उन्होंने स्वतंत्रता संग्राम में महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाई है। भारतीय स्वतंत्रता आन्दोलन केवल राष्ट्रीय स्वतंत्रता का ही संघर्ष नहीं था अपितु सामाजिक परिवर्तन लाने के प्रयासों का एक अंग था। इस आन्दोलन में भारतीय युवाओं ने कक्षाओं का बहिष्कार, आन्दोलनों का आयोजन इत्यादि वैध साधनों का प्रयोग करते हुए किया तथा विदेशी शासन का विरोध किया। नगर में रहने वाले युवकों ने इस भूमिका को पसन्द किया। राष्ट्रीय नेताओं ने भी इस पुनीत कार्य में युवाओं की भागीदारी को प्रोत्साहित किया।

परंतु पैसे की होड़ में जहाँ समाचार पत्र अपराधिक गतिविधियों से भरे पड़े हैं, वहीं सकारात्मक खबरों का प्रतिशत् केवल नाममात्र का ही है। वहीं वर्तमान में टीवी चैनल्स की संख्या विगत् कुछ वर्षों में इतनी तादात में हो गयी है कि जिसने अपनी टीआरपी को बढ़ाने के लिए हर प्रकार की खबरों को शामिल कर रहा है। छोटी-छोटी सी बातों पर कुछ लोगों को बैठाकर बहस करायी जाती है, जिसके परिणामस्वरूप समाज पर उसका कोई सकारात्मक प्रभाव नहीं पड़ता है। वहीं छोटी-छोटी खबरों को नाटकीय रूप के आधार पर इतना बड़ा-चढ़ा कर प्रस्तुत किया जाता है, कि ! बस।

परंतु यह हमें ही तय करना है, कि इन सूचना माध्यमों द्वारा हमें क्या ग्रहण करना है। यह सूचना माध्यम हमें क्या बताये तथा किस प्रकार बताएं। ताकि यह हमारे आने वाले समय के समाज निर्माता हमारे युवा एवं बच्चों को राष्ट्र एवं समाज हित में सही दिशा की ओर अग्रसर कर सके तथा इन माध्यमों द्वारा सही सूचना प्राप्त कर उसका सही दिशा में दोहन कर अपना तथा राष्ट्र का विकास कर सकें।

संदर्भः-

1. कृषि एवं ग्रामीण पत्रकारिता (2010) - डॉ. नरेष गौतम पैठछ. 978-81-7445-541-3
2. आधुनिक पत्रकारिता के विविध आयाम (2010) -नीरज वर्मा- पैठछ. 978-81-7445-549-9
3. जनसंचार एवं समाज (2005) - डॉ. मोनिका नागोरी पैठछ. 81-86064-47-8
4. चौथीसत्ता डॉट ब्लोगस्पॉट
5. डबल्यू डबल्यू डबल्यू अधिवक्तापरिषद् डॉट कॉम
6. चाय की दुकान डॉट ब्लोगस्पॉट
7. चरचाये ए खास डॉट ब्लोगस्पॉट डॉट इन
8. डबल्यू डबल्यू डबल्यू उदयइंडिया डॉट इन
9. वानीहिन्दी डॉट ब्लोगस्पॉट डॉट इन

An Honest Warning To Research Contributors

The writing of research papers is a very common phenomenon in the academic world. But now-a-days this is done without giving due care to the norms and ethics accepted for writing research papers. Even a small mistake spoils the reputation of the concerned person. We come across several stories of the violation of accepted norms. With the help of Electronic Editing, it is very common to cut ,copy and paste in Research article/ thesis formation without giving a reference of the original work. We should always keep in mind that it is not a fare practice. While reviewing, sometimes we come across such mallpractices. Such stories suggest that research scholars must be very honest and sincere in their work and must give proper attribution in case they iQuote any content from any original work.

Editor