



**BAOU**  
Education  
for All



# Proceeding

**International Conference**

**Media, Culture and Development: Issues and Perspectives**

7<sup>th</sup> & 8<sup>th</sup> February, 2020

Volume-02

Theme - Media

**Organized by**

School of Humanities and Social Sciences,  
Dr. Babasaheb Ambedkar Open University, Ahmedabad  
'Jyotirmay' Parisar, Dr. Babasaheb Ambedkar Open University, Ahmedabad  
[www.baou.edu.in](http://www.baou.edu.in)



प्रधान मंत्री  
Prime Minister

MESSAGE



I am pleased to learn that School of Humanities & Social Science, Dr. Babasaheb Ambedkar Open University, Ahmedabad, is organising a two-day international conference on “Media, Culture and Development: Issues and Perspectives”.

The media landscape has undergone a transformation with the onset of digital technology. Today, media, culture and development are interconnected shaping mutual evolution. In this scenario, media acquires the role of a force multiplier to spread, popularise, as well as preserve our rich culture and take leverage of its standing to contribute to the development trajectory.

Today, the world is increasingly driven by the concept of global village and holding such interactions is a timely initiative to sensitise the youth about diverse global trends and perspectives. The two-way dialogue between students and academicians will bring out fresh ideas with an international perspective.

The organisation of the conference during the recent centenary celebration of Marathi fortnightly magazine – ‘Mooknayak’ by Dr. Babasaheb Ambedkar is a pleasant coincidence.

The participation of experts and academicians will enrich the deliberations. I wish the conference all success.

(Narendra Modi)

New Delhi

माघ 14, शक संवत् 1941

03<sup>rd</sup> February, 2020

**Prof. (Dr.) Ami Upadhyay**

Vice Chancellor

Dr. Babasaheb Ambedkar Open University

‘Jyotirmay’ Parisar

Dr. Babasaheb Ambedkar Open University Marg

Sarkhej-Gandhinagar Highway

Chharodi, Ahmedabad

Gujarat – 382481

**Acharya Devvrat**  
Governor, Gujarat  
Gandhinagar-382021



**आचार्य देवव्रत**  
राज्यपाल, गुजरात  
गांधीनगर-३८२०२१

**1 - FEB 2020**

## संदेश

मुझे प्रसन्नता है कि डॉ. बाबा साहब आंबेडकर ओपन यूनिवर्सिटी के स्कूल ऑफ ह्यूमैनिटीज एण्ड सोशल साइंसेज के अंतर्गत “भीडिया, कल्चर एण्ड डेवलपमेंट :इश्यूज एण्ड पर्सपेक्टिव्स” जैसे महत्वपूर्ण और समसामयिक विषय पर अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन का आयोजन होने जा रहा है।

डॉ. बाबा साहब आंबेडकर ओपन यूनिवर्सिटी गुजरात राज्य के अंतिम शिक्षार्थी तक पहुंचने के संकल्प के साथ शिक्षा के क्षेत्र में अकादमिक गतिविधियों के माध्यम से उल्लेखनीय योगदान दे रही है। आशा है कि इस सम्मेलन में विद्वतजनों, अध्येताओं और नवीन अद्यतन विचारों से अनुप्राणित युवाशक्ति के परस्पर बौद्धिक मंथन और विचारों के आदान-प्रदान से शैक्षिक जगत के साथ-साथ बृहत्तर समाज को कल्याणकारी नवनीत प्राप्त हो सकेगा।

सम्मेलन की सफलता के लिए शुभकामनाएं।

  
(आचार्य देवव्रत)



**વિજય રૂપાણી**  
મુખ્યમંત્રી, ગુજરાત રાજ્ય



Apro/kp/2020/01/29/pp

તા. ૨૯/૦૧/૨૦૨૦

### સંદેશ

પ્રસાર માધ્યમો સમાજનું પ્રતિબિંબ છે. દિન - પ્રતિદિન બનતી ઘટનાઓ જ્યારે સમાચાર પત્રો તથા અન્ય માધ્યમો દ્વારા પ્રસ્તુત થાય છે, ત્યારે સંસ્કૃતિ અને સમાજના વિકાસનું આકલન સ્પષ્ટપણે થઈ શકે છે. આ માધ્યમોમાં થતું ઘટનાઓનું નિરૂપણ, લોકોની માનસિકતા તરફ અંગુલી નિર્દેશ કરે છે. શિષ્ટતા અને સભાનતાપૂર્વક રજૂ થતી માહિતી સામાજિક સમરસતા જાળવી રાખવામાં સહાયભૂત બને છે.

ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટીના 'સ્કૂલ ઓફ હ્યુમેનીટીઝ એન્ડ સોશ્યલ સાયન્સીસ' દ્વારા તા. ૭ અને ૮ ફેબ્રુઆરી, ૨૦૨૦ દરમિયાન 'Media, Culture and Development: Issues and Perspectives' વિષય પર આયોજિત આંતરરાષ્ટ્રીય કોન્ફરન્સ માટે ખૂબ ખૂબ અભિનંદન. આ અવસર પર પ્રકાશિત થનારા સોવેનિયરની સફળતા માટે અનેકાનેક શુભકામનાઓ.

આપનો,  
  
(વિજય રૂપાણી)

To,  
**Prof. Dr. Amiben Upadhyay, Vice Chancellor,**  
BAOU,  
'Jyotirmay' Parisar, Dr. Babasaheb Ambedkar Open University Marg,  
S. G. Highway, Chharodi, Ahmedabad - 382481.  
Email: baouvc@gmail.com  
ami.upadhyay@baou.edu.in

**NITIN PATEL**  
Deputy Chief Minister,  
Gujarat State



No. : Finance/R.&B./H.&F.W./M.E./N.,K./C.P.

57/106/20

**Finance, Roads and Building,  
Health and Family Welfare,  
Medical Education,  
Narmada, Kalpasar,  
Capital Project**

Government of Gujarat,  
Swarnim Sankul-1, 2nd Floor,  
Sardar Bhavan, Sachivalaya,  
Gandhinagar-382010

Date : 29.01.2020

## **Message**

It is indeed a matter of pleasure to know that the School of Humanities and Social Sciences, Dr. Babasaheb Ambedkar Open University, Ahmedabad is Organizing an International Conference on “Media, Culture and Development: Issues and Perspectives”.

Media is indeed the most powerful tools in shaping the perceptions of individuals and nations about every major national and international issue. They also reflect the quality of national discourse and priorities.

I appreciate and congratulate to the University for inviting the Media professionals, academicians, research scholars and participants from various International and National platforms.

I expect that the conference outcomes will provide qualitative findings for the Indian media. I wish the conference and the publications of abstracts of original researches, a great success.

*Nitin Patel*  
**(Nitin Patel)**

ભૂપેન્દ્રસિંહ યુડાસમા



ક્રમાંક: મ.શિ. વૈ.સં./ ૨૦૨૦

મંત્રી,  
શિક્ષણ, (પ્રાથમિક, માધ્યમિક, પૌઠ), ઉચ્ચ અને ટેકનિકલ શિક્ષણ,  
કાયદો અને ન્યાયતંત્ર, વૈધાનિક અને સંસદીય બાબતો,  
ગૌસંવર્ધન, નાગરિક ઉદ્યન,  
ગુજરાત રાજ્ય, સ્વર્ણિમ સંકુલ-૧, બીજો માળ,  
સચિવાલય, ગાંધીનગર

તા.૨૯/૧/૨૦૨૦

## શુભેચ્છા સંદેશ

ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટી, સ્કુલ ઓફ હુમેનીટીઝ એન્ડ સોશલ સાયંસીઝ, અમદાવાદ દ્વારા તા.૭ અને ૮, ફેબ્રુઆરી, ૨૦૨૦ના રોજ Media Culture and Development: Issues and Perspectives વિષય પર દ્વિદિવસીય આંતરરાષ્ટ્રીય કોન્ફરન્સ યોજાઈ રહેલ છે, જે જાણી હર્ષ અનુભવું છું.

આ આંતરરાષ્ટ્રીય કોન્ફરન્સમાં દેશ અને વિદેશમાંથી આ ક્ષેત્રના નિષ્ણાંતો, તજજ્ઞો અને મહાનુભાવો ઉપસ્થિત રહી તેમના વિચારો પણ રજૂ કરશે. આજના આધુનિક યુગમાં મિડીયાનું મહત્વ અને જરૂરીયાત આવશ્યક બની છે ત્યારે આ ક્ષેત્રે યોજાનાર કોન્ફરન્સ સાથે સંકળાયેલ સૌ કોઈને પ્રેરક અને દિશાસૂચક બની રહેશે. આ વેળાએ સોવેનિયર પ્રકાશિત થઈ રહેલ છે, જે સૌને ઉપયોગી અને સૌને માટે યાદગાર સંભારણુ બની રહેશે. પ્રકાશિત થઈ રહેલ સોવેનિયર માટે હાર્દિક શુભેચ્છા પાઠવું છું.

  
(ભૂપેન્દ્રસિંહ યુડાસમા)

પ્રતિ  
કુલપતિ

ડૉ. બાબાસાહેબ આંબેડકર ઓપન યુનિવર્સિટી,  
જયોતિરમય પરિસર,  
સરખેજ ગાંધીનગર હાઈવે,  
છારોડી, અમદાવાદ

VIBHAVARI DAVE



No. : MOS/W.C.W.E.P./<sup>VIP</sup>573...../2018  
Minister of State,  
Women & Child Welfare, Education  
(Primary and Higher Education) and  
Pilgrimage

Government of Gujarat,

Swarnim Sankul-2, 2<sup>nd</sup> Floor,

Sachivalaya, Gandhinagar-382 010.

Phone : 079-232 51940 Fax : 079 232 57966

Date : 03-02-2020

**:MESSAGE:**

Media plays a vital role to diffuse liberal norms, like democracy, respect of human rights, and value of common people. This century is remarkably, the century of media. It has confined this gigantic world to a global village This, media spreads peace and compassion and it plays great role to protect and promote the culture of its own country.

I am delighted to learn that the School of Humanities and Social Sciences, **Dr. Babasaheb Ambedkar Open University, Ahmedabad** is Organizing an International Conference on “ **Media, Culture and Development: Issues and Perspectives** ” on 7th & 8th February, 2020.

I hope this conference will give productive platform for sharing of the insights from the contemporary researches in this domain.

I extend my best wishes to Dr. Babasaheb Ambedkar Open University, Ahmedabad and its dynamic team for such a dynamic endeavors.

**(Vibhavari Dave)**

To,

**Smt. Ami Upadhyay**

The Vice Chancellor,

Dr. Babasaheb Ambedkar Open University,

Ahmedabad.



रमेश पोखरियाल 'निशंक'  
Ramesh Pokhriyal 'Nishank'



मंत्री  
मानव संसाधन विकास  
भारत सरकार  
MINISTER  
HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT  
GOVERNMENT OF INDIA



### MESSAGE

I am immensely delighted that Dr. Babasaheb Ambedkar Open University, Ahmedabad is organising a two day International Conference on “Media, Culture & Development: Issues and Perspectives” on 7<sup>th</sup> & 8<sup>th</sup> February, 2020.

India is an ancient land, a vast sub-continent girdled round by the Himalayas and the Indian Ocean and irrigated by perennial rivers. When the world was savage, Indian *Rishis* and scholars composed great scriptures containing eternal thoughts that wander through times. The charismatic leadership of Hon'ble Prime Minister Shri Narendra Modi has rekindled enormously the interest of the global community in India. Yoga has attained global recognition and our scientists, engineers, doctors, professionals and rich human resources have become a cynosure of the world. Being the largest and one of the most vibrant democracies of the world and the cradle and continuum of a great civilisation and given the enormous potential to develop, the theme of the Conference is quite significant and contextual. I hope and trust that there would be very extensive and mutually enriching deliberations at the Conference culminating into tangible outcomes.

I congratulate the organisers, the participants and wish the Conference a huge success.

(Ramesh Pokhriyal 'Nishank')



सबको शिक्षा, अच्छी शिक्षा

Room No. 3, 'C' Wing, 3<sup>rd</sup> Floor, Shastri Bhavan, New Delhi-110 115  
Phone : 91-11-23782387, 23782698, Fax : 91-11-23382365  
E-mail : minister.hrd@gov.in





### ***Hon'ble Vice Chancellor's Message***

With immense pleasure and pride, I heartily congratulate the Department of Journalism and Mass Communication, School of Humanities and Social Sciences of the University to have successfully organized a two-day International Conference on *Media, Culture and Development: Issues and Perspectives*. This conference truly brought together media personnels, journalists, academicians, research scholars, students and stakeholders on a common platform; for the University hosted delegates from over 14 countries across the globe and over 18 States across the nation; with more than 600 registrations of participants.

In this conference, through the expert-talks, dialogic-exchanges, the conglomeration deliberated upon the role of media. It was a well-thought of theme for Media, being the fourth pillar of Democracy, shoulders an enormous responsibility of representing views, beliefs, issues and challenges of today's times. Media has played a vital role over the years, and is going to play a crucial role in the centuries to come. The powerful tool that media is, I see it as a potent tool which addresses and resolves the issues prevalent in the modern society and leads it towards sustainable development.

This conference proceeding is a document of a comprehensive research in the form of research articles produced by all the stakeholders concerned with this international conference. It consists of research insights of distinguished experts which shall help the policy-makers shape the policies in the interest of media and society; which shall eventually positively shape our nation and make the citizens future-ready. It will be a wonderful opportunity for each one to study this and enhance their understanding on the various aspects of media.

On this occasion of proceeding release, I further inspire the entire team of the University to persistently undertake such ventures which work for knowledge-enhancement of the society at large.  
Best Wishes,

**Prof. Ami Upadhyay,  
Vice Chancellor,  
Dr. Babasaheb Ambedkar Open University, Ahmedabad.**



## **Message**

I feel extremely privileged to present the proceedings of the International Conference on “Media, Culture and Development: Issues and Perspectives”. I feel pleasure and gratitude to be a part of this University which is determined to benefit the society with academic endeavors like this. Media is a global vehicle of reach, access and development; which transmits, promotes and imprints human minds; India's exquisite treasure of cultural plurality augments the functions of media. It is well said that, “No other nation like India provides a better example of the role of the new communication media in the development, process through which a country moves from being an agriculture-based economy towards becoming an information society.” This powerful tool called media apart from its commercial functions, if undergoes a metamorphosis has the potential to bring social good, and develop a positive and participative community at large. New media converged all other existing mass media and now information, entertainment and education are in the fingertips of the public

This conference aimed to provide a platform for an exchange of ideas on innovative concepts of mass communication, to explore possibilities that this field possesses for sustainable development of the nation. The Conference provoked discussion on the changes & explored the issues of media, culture and development that require periodic academic debate and deliberation that help in policy making and enhance the future research areas in the same field. The intertwining of the themes made the conference multifaceted and also allowed a multi-disciplinary consideration for the participants. Through this productive event, all the stakeholders gained maximum and eventually will benefit to the field they belong to.

I extend my heartfelt gratitude to the Hon. Vice Chancellor Prof. Dr. Ami Upadhyay, for her constant support and encouragement for organizing the International conference. Her constant guidance and visionary planning made the Conference fruitful and a grand success. I express my deep gratitude to all the experts, media professionals, academicians, researchers, as well as all the participants for their valuable inputs in the conference. I thank all the staff members of the School of Humanities and Social Sciences for their cooperation. I extend my heartfelt thanks to BAOU family for their support and help for the conduction of the International conference. Finally I would like to thank all the authors, volunteers and persons who directly or indirectly contributed to the conference. Without their cooperation and full support, this conference would not have been possible

**Dr. Awa Shukla Convener  
I/c. Director (Student Services)  
Subject Head Journalism and Mass Communication**

## Table of Contents

A Study of “Understanding for the Citizenship Amendment Act, 2019” in Law Collages of Gujarat Region: A Study undertaken on 300 student respondents and 25 Faculties from various colleges of Ahmadabad, Vadodara, Rajkot and Surat.....	1
Dr. Pankaj Shukla, Director, Knowledge Management and Research Organization, Ahmadabad.....	1
“Social Media and Adolescents” .....	18
Dr. Maheshkumar K.Chaudhari ,Assistant Professor, Dr.RajeshkumarG.Chaudhari ,Assistant Professor, College of Education, Daramali ,Ta-Idar Di-Sabarkantha-383110.....	18
Dr. Ashok J. Desai ,Principal ( Offg.) ,STT College, Visnagar, Di-Mehsana-384315 .....	18
Role of Media in Education .....	23
Dr. Hema Tejas Shah, Assistant Professor, JG College of Education for Women (PG), Ahmedabad, Gujarat, India.....	23
Impact of Radio Campaigns of Ahmedabad in people of Ahmedabad.....	31
Dr. Awa Shukla, Assistant Professor, Department of Journalism & Mass Communication, Dr. Babasaheb Ambedkar Open University, Ahmedabad (Gujarat).....	31
Kankshin Munshi, Research Scholar (M.Phil), Dr. Baba Saheb Ambedkar Open University, Ahmedabad.....	31
A Study on the Impact of Social Media on educational Performance of Undergraduate Students in Junagadh City .....	38
Dr.Jagruti P. Jadav,(Assistant Professor), Shree M. M. Ghodasara Mahila College – Junagadh. ....	38
THE REAL THREAT FROM VIRTUAL WORLD: An Emerging Regulation Related Issues of Social-Media .	46
Dr. Krunal Purohit, Assistant Professor, Marwadi University, Rajkot (Gujarat) .....	46
Role of Social Media as an Important Tool for Social Change .....	50
Abhinendrasingh B. Thakur , PhD Research Scholar, Gujarat University.....	50
Prof Dr Jagdish Joshi, Professor & Director, UGC-HRDC, Gujarat University .....	50
Doubt on the trustworthiness of news in the digital era - A detailed study of the arrival of fake news presence in different social media sites and apps .....	56
(Krishna Mishra, a Phd Student in media and mass communication area, Under Dr. Subhash Sharma at Pacific Academy of Higher education and Research Centre, Udaipur (Raj.) India. ....	56
Role of Media in Education from students’ perspectives.....	70
Devilaben Hirabhai Rohit, Designation: Ph.D. in English, Postal Address: 1/ Shakti Enclave Society, Near Patod Talav, Anand-Vaghasi Road, Vaghasi: 388320 .....	70
SOCIAL MEDIA AND ITS IMPACT ON SOCIETY .....	78
Geetaben Amrtulal Goriya, Research Scholar at Sankalchand Patel University, Visnagar, Gujarat. ..	78
Impact of Social Media on Society and Youth.....	86
Nimish P. Kanani, M.Phil Research Scholar, Saurashtra University, Rajkot. ....	86
A Study on impact of visual media advertisement on women consumer buying behavior in Ahmedabad City .....	92

Navita rani (research scholar in pacific university, Udaipur & lecturer in Sheth.C.L Commerce college, Ahmedabad) .....	92
<b>SOCIAL MEDIA AND EDUCATION.....</b>	<b>102</b>
Dr Rajeshkumar H. Patel, M A, M Ed, Ph D, M Phil in Education scholar. Department of Education, Gujarat University, Ahmedabad. ....	102
An Advertisement – An Emotional Brand Communication via heart: From Literature Perspective Track: Media and Society .....	106
Mr. Ravi T. Rajai, Research Scholar, Department of Commerce Maharaja Krishnakumarsinhji Bhavnagar University, Bhavnagar – 364001 .....	106
Prof. Dr. Vasudev Modi, Professor, Department of Commerce Maharaja Krishnakumarsinhji Bhavnagar University. Bhavnagar – 364001.....	106
સોશિયલ મીડિયાની સામાજિક અસર .....	113
Khatana Pares Ghughabhai, Ph.D. Research Scholar, Department of Sociology, Saurashtra University, Rajkot.....	113
સામાજિક પરિવર્તનના સાધન તરીકે મીડિયા (દાહોદ જિલ્લો).....	130
ભાભોર રાજેશકુમાર વાઘજીભાઈ, પીએચ.ડી .રીસર્ચ સ્કોલર, ગુજરાત યુનિવર્સિટી, અમદાવાદ.....	130
સોશિયલમીડિયા અને સમાજ .....	134
ડૉ .જીજ્ઞેશ હરીદાન ટાપરીયા, મદદનિશ પ્રાધ્યાપક અને અધ્યક્ષ, મનોવિજ્ઞાન વિભાગ ,ગુજરાત આર્ટ્સ એન્ડ કોમર્સ કોલેજ ,(સાંજની), અમદાવાદ .....	134
Social Media And Social Issues: બનાવટી સમાચાર, મીડિયાફેમિંગ.....	138
Karsanbhai J. Prajapati, Government Primary Teacher, At Post-Kherola, Ta-Lakhani, Dist- Banaskantha 385310 .....	138
ફેક ન્યૂઝ, મીડિયા ફેમિંગ અને સામાજિક અસરો.....	142
મહેન્દ્રકુમાર એસ. રાહોડ, એલ.એલ.બી. સેમેસ્ટર-2, મોતીલાલ નહેરુ લો કોલેજ, રિલીફ રોડ, અમદાવાદ .....	142
“ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન અને સોશિયલ મીડિયાના પ્રમાણના સંદર્ભમાં તરૂણોમાં જોવા મળતાં સામાજિક ભયનો તુલનાત્મક અભ્યાસ”.....	149
Monika . K. Shikari, Research scholar, M. A. Sem - 4, Department Of Psychology, Children’s University, Gandhinagar.....	149
પબ્લિ ગેમ રમતા અને ના રમતાના સંદર્ભમાં તરૂણોની આક્રમકતાનો મનોવૈજ્ઞાનિક અભ્યાસ .....	158
Nehal . B. Thakar, (M.A –Research Scholar) (Sem-IV.(Child Psychology), Children’s University, Gandhinagar .....	158
સાહિત્ય અને સિનેમા.....	172
પ્રા .ડો .સતીષકુમાર સવજીભાઈ પટેલ ,મદદનીશ પ્રાધ્યાપક ,ગુજરાતી વિભાગ ,શ્રીમતી એમ .સી .દેસાઈ આર્ટ્સ એન્ડ કોમર્સ કોલેજ ,પ્રાંતિજ ,જિ .સાબરકાંઠા .....	172
સિનેમા અને સમાજ .....	176

Proceeding of International Conference : Media, Culture and Development: Issues and Perspective  
Volume-2 (Theme: Media)

સુથાર અબ્બાસઅલી એચ.સુથાર. પી.એચડી.સ્કોલર હે.ઉ.ગુ.યુ.પાટણ. ....	176
Media and Contemporary Social Issues.....	180
Chaudhari Rahulkumar Babubhai, Research Scholar, History Department, H.N.G.U PATAN. ....	180
સોશિયલ મીડિયા અને સમાજ.....	185
ડૉ .જીજ્ઞેશહરીદાનટાપરીયા, મદદનિશ પ્રાધ્યાપક અને અધ્યક્ષ, મનોવિજ્ઞાન વિભાગ ,ગુજરાત આર્ટ્સ એન્ડ કોમર્સ કોલેજ ,(સાંજની), અમદાવાદ .....	185
Media and Technology .....	189
Dr. Kunjal Trivedi, Assistant Professor and Head, Department of Sanskrit, N M Shah Arts and Commerce College, Sankheshwar .....	189
उच्चशिक्षा प्राप्त कर रही छात्रों पर स्मार्ट फोन का प्रभाव (नंदकुवरबा महिला कॉलेज के संदर्भ में) .....	193
सोलंकी पल्लवी बी। पी.एच.डी.शोधछात्रा, महाराजा कृष्णकुमारसिंहजी-भावनगर विश्वविधालय .....	193
मूल्यनिष्ठ राष्ट्र निर्माण में मीडिया की भूमिका : धार्मिक पत्रकारिता के विशेष सन्दर्भ में .....	199
नंदिनी हर्षदराय द्विवेदी, शोधार्थी ,पत्रकारिता एवम् जनसंचार विभाग, गुजरात विद्यापीठ, अहमदाबाद .....	199
डॉ .विनोद कुमार पांडेय, प्रोफेसर, पत्रकारिता एवम् जनसंचार विभाग, गुजरात विद्यापीठ, अहमदाबाद .....	199

# **A Study of “Understanding for the Citizenship Amendment Act, 2019” in Law Collages of Gujarat Region: A Study undertaken on 300 student respondents and 25 Faculties from various colleges of Ahmadabad, Vadodara, Rajkot and Surat**

**Dr. Pankaj Shukla, Director, Knowledge Management and Research Organization,  
Ahmadabad**

## **Abstract**

This research was conducted in the cities of Ahmadabad, Vadodara, Surat and Rajkot. The study included a survey of 300 law students from under-graduation, post-graduation and doctoral studies. Also, in depth interviews of 25 law faculties were conducted. This research work has been carried out to know the awareness about the Citizenship Amendment Act, 2019 and benefits. It also reflects the showcase the bill which has become an act now.

This bill that has now become an Act, makes it easier for the non-Muslim immigrants from India's three Muslim-majority neighbours — Pakistan, Bangladesh and Afghanistan — to become citizens of India. The aforesaid Bill shows the fact that it entitles Hindus, Sikhs, Buddhists, Jains, Parsis, and Christians facing religious persecution in the three nations, to seek Indian citizenship. The amendment in the Citizenship Act, 1955 which required the applicant to have resided in India for 11 of the previous 14 years in order to get citizenship of India. The latest amendment relaxes this requirement from 11 years to six years, for Hindus, Sikhs, Buddhists, Jains, Parsis, and Christians from the three nations.

This research article is also roofed to understand the importance of Citizenship Amendment Act, 2019 as a citizen of contemporary India along with being a law student or expert. The students in study are presented with three lead questions to evaluate their basic knowledge for CAA, 2019. The faculties are presented with a structured set of questions and their responses in from interview are recorded for further analysis.

## **Keywords**

Citizenship Amendment Act, CAA 2019, discrimination, migrants, immigration, secularism

**Introduction:**

In India, citizenship is regulated by the Citizenship Act, 1955. The Act specifies that citizenship may be acquired in India through five methods – by birth in India, by descent, through registration, by naturalization (extended residence in India), and by incorporation of territory into India. Mass of inhabitants of undivided India belonging to various faiths was staying in the said areas of Pakistan, Afghanistan and Bangladesh when India was divided in the year 1947. The constitutions of Pakistan, Afghanistan and Bangladesh provide for a specific state religion. As a result, many persons belonging to Hindu, Sikh, Buddhist, Jain, Parsi and Christian communities have been facing oppression on grounds of religion in those countries. Some of them also have fears about such persecution in their day-to-day life where right to practice, profess and propagate their religion has been obstructed and restricted<sup>1</sup>. Many such persons have fled to India to seek shelter and continued to stay in India even if their travel documents have expired or they have incomplete or no documents. So in such cases to help those deprived inhabitants the Citizenship Amendment Act, 2019 has introduced.

The Citizenship Amendment Act, 2019 has two dimensions. First, it adds a provision to the definition of “illegal immigrant” under the Act: provided that persons belonging to minority communities, specifically Hindus, Sikhs, Buddhists, Jains, Parsis and Christians from Afghanistan, Bangladesh and Pakistan, who have been exempted by the Central Government by or under clause (c) of sub-section (2) of section 3 of the Passport (Entry into India) Act, 1920 or from the application of the provisions of the Foreigners Act, 1946 or any order made there under, shall not be treated as illegal migrants for the purposes of this Act<sup>2</sup>. To put this into context, illegal immigrants are not eligible to apply for citizenship by naturalization, being specifically excluded under section 6 of the Act. Further, the government has already issued notifications exempting illegal migrants belonging to the identified religious groups from the three countries, from provisions of the Foreigners Act 1946, and the Passport (Entry into India) Act 1920, exempting them from imprisonment and deportation there under. Second, the Bill also portrayed a provision to the qualifications for naturalization, that requires a minimum of 11 years of residence in the country, which reads: Provided that for the persons belonging to minority communities, specifically, Hindus, Sikhs, Buddhists, Jains, Parsis and Christians from Afghanistan, Bangladesh and Pakistan, the aggregate period of residence or service of a Government in India as required under this clause shall be read as “not less than six years” in place of “not less than eleven years. This will make otherwise illegal Hindu, Sikh, Buddhist, Jain, Parsi and Christian immigrants from Afghanistan, Bangladesh and Pakistan eligible for citizenship by naturalization, that too after six years of residence; while

<sup>1</sup> [https://www.magzter.com/article/News/Eastern-Panorama/The-Nation-Divided-After-Citizenship- Amendment-Act](https://www.magzter.com/article/News/Eastern-Panorama/The-Nation-Divided-After-Citizenship-Amendment-Act)

<sup>2</sup> <https://medium.com/@arshdeep773/caa-nrc-detention-centres-and-its-impact-on-india-e846a87191a3>



similarly placed Muslim immigrants will not be eligible for citizenship by naturalization, and even if similarly exempted or otherwise eligible, will need to wait the full 11 years.

**Objective:**

- ✓ To know the awareness about the Citizenship Amendment Act, 2019 amongst law students.
- ✓ To know the aids of the Citizenship Amendment Act, 2019 and knowhow of Law teachers.

**Definition:**

**Citizenship:** The position or status of being a citizen of a particular country.

**Migrants:** A person who moves from one place to another, especially in order to find work or better living conditions.

**Immigration:** The place at an airport or country's border where government officials check the documents of people entering that country.

**Provisions of the Act applicable across the country:**

The Act clarifies that amendments on citizenship to the specified class of illegal migrants will not apply to certain areas. These are: (i) the tribal areas of Assam, Meghalaya, Mizoram, and Tripura, as included in the Sixth Schedule to the Constitution, and (ii) the states regulated by the “Inner Line” permit under the Bengal Eastern Frontier Regulations 1873. These Sixth Schedule tribal areas include Karbi Anglong (in Assam), Garo Hills (in Meghalaya), Chakma District (in Mizoram), and Tripura Tribal Areas District. Further, the Inner Line Permit regulates visit of all persons, including Indian citizens, to Arunachal Pradesh, Mizoram, and Nagaland.

**Benefits:**

The Citizenship (Amendment) Act, 2019 grants citizenship to the Hindus, Christians, Sikhs, Buddhist, Jains and Parsis — from Afghanistan, Pakistan and Bangladesh who had arrived in India before 31 December 2014. To put it simply, those belonging to these religions, coming in from the three countries stand a chance to become Indian, even if they don't have requisite documents. Moreover, they will not be deported for not having documents<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> <https://www.pressreader.com/uae/khaleej-times/20191216/282441350979947>

**Act change the regulations for Overseas Citizens of India:**

The Act also amends the provisions on registration of Overseas Citizens of India (OCI). OCI cardholders are foreigners who are persons of Indian origin. For example, they may have been former Indian citizens, or children of current Indian citizens. An OCI enjoys benefits such as the right to travel to India without a visa, or to work and study here. At present, the government may cancel a person's OCI registration on various grounds specified in the Act <sup>4</sup>. In case of a cancellation, an OCI residing in India may be required to leave the country. The Bill adds another ground for cancelling OCI registration — violation of any law notified by the central government. However, the Bill does not provide any guidance on the nature of laws which the central government may notify. The Supreme Court has noted that this guidance is necessary to set limits on the authority's powers and to avoid any arbitrariness in exercise of powers. Therefore, the powers given to the government under the Bill may go beyond the permissible limits of valid delegation.

**Data Analysis and Interpretation:**

**Period of Study:**

The period of the present research work is 3 months which begin from November, 2019-January, 2020.

**Sample Universe of the Study & Sample Size:**

The Universe of the study is leading Law Colleges at Ahmadabad, Vadodara, Rajkot and Surat; out of which the researcher has randomly selected 300 student respondents and Faculties with prior appointment. The faculties were provided with set of questions before the interviews.

**Data analysis:**

The data analysis was done from the data of filled up questionnaire from the students and faculties of law colleges at Ahmedabad & Vadodara.

---

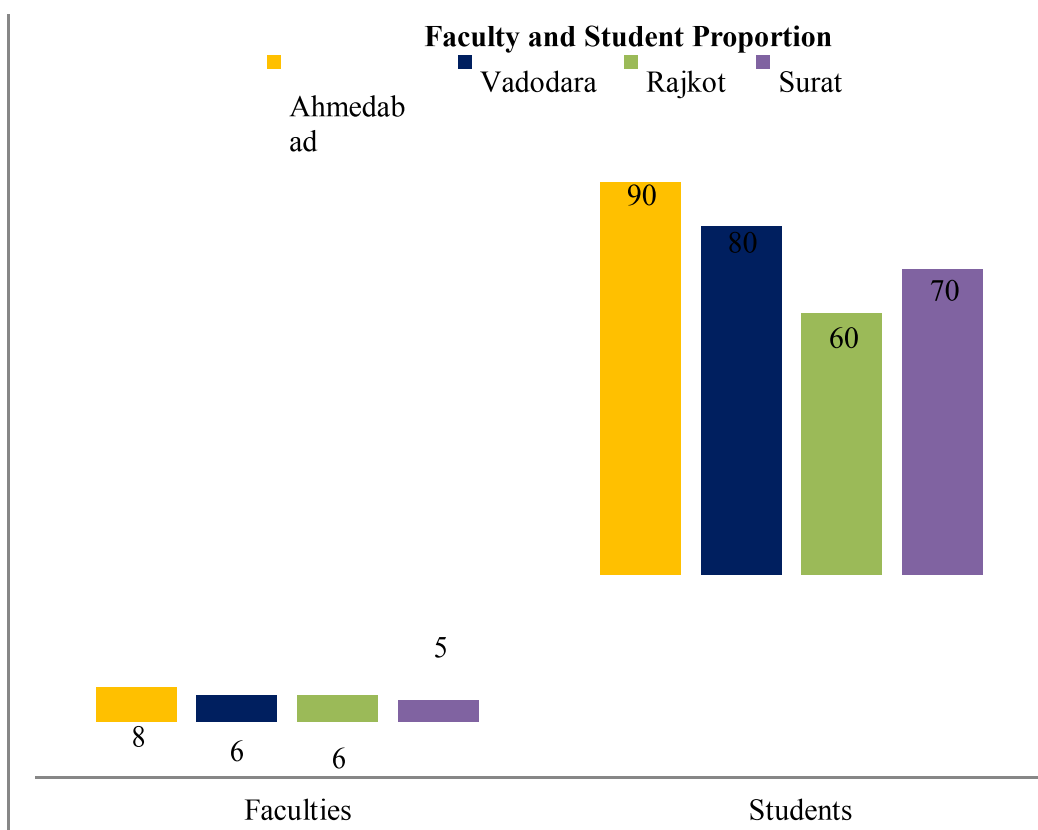
<sup>4</sup> <https://www.prsindia.org/theprsblog/explainer-citizenship-amendment-bill-2019>

1. Faculty and Student Proportion:

Table No 1. Faculty and Student Proportion

	Ahmedabad	Vadodara	Rajkot	Surat	Total
Faculty s	8	6	6	5	25
Students	90	80	60	70	300

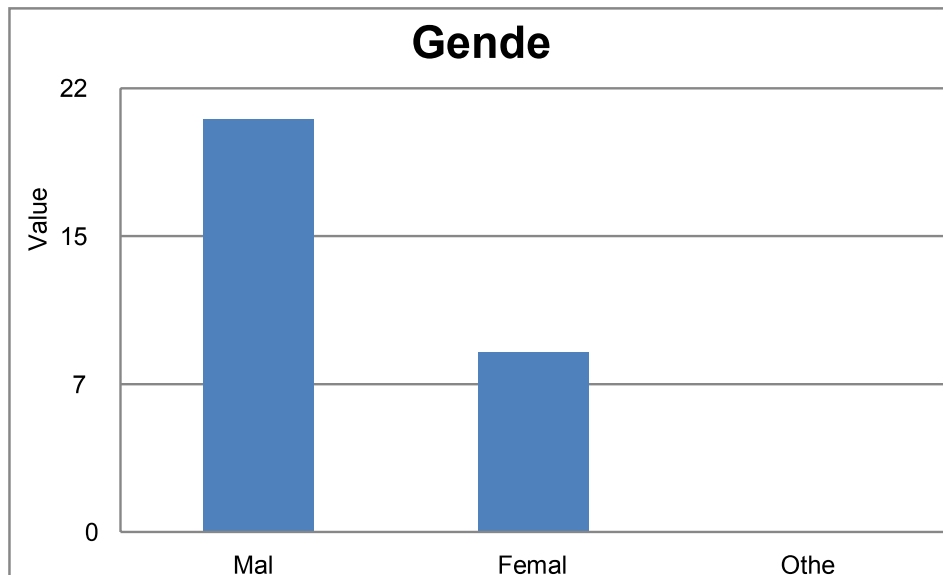
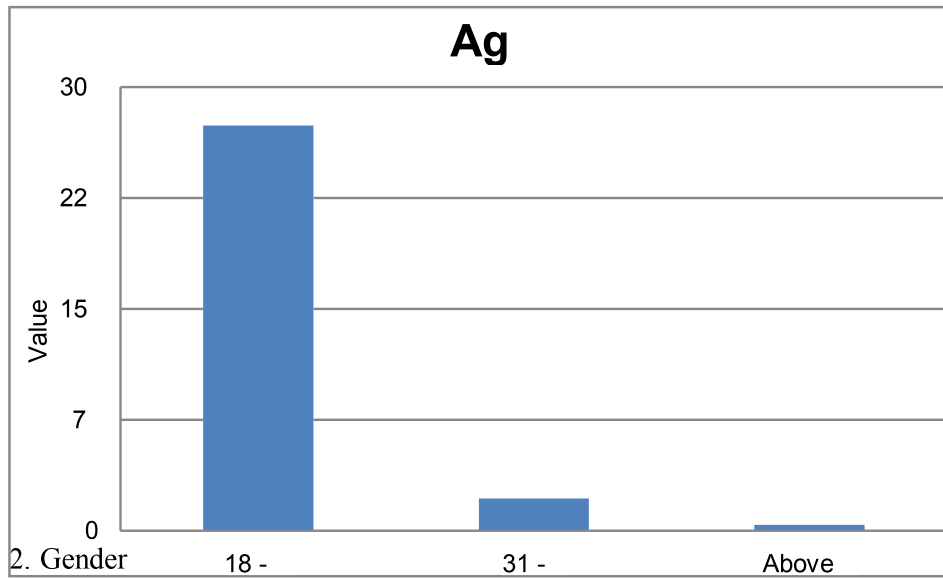
Chart No 1: Faculty and Student Proportion



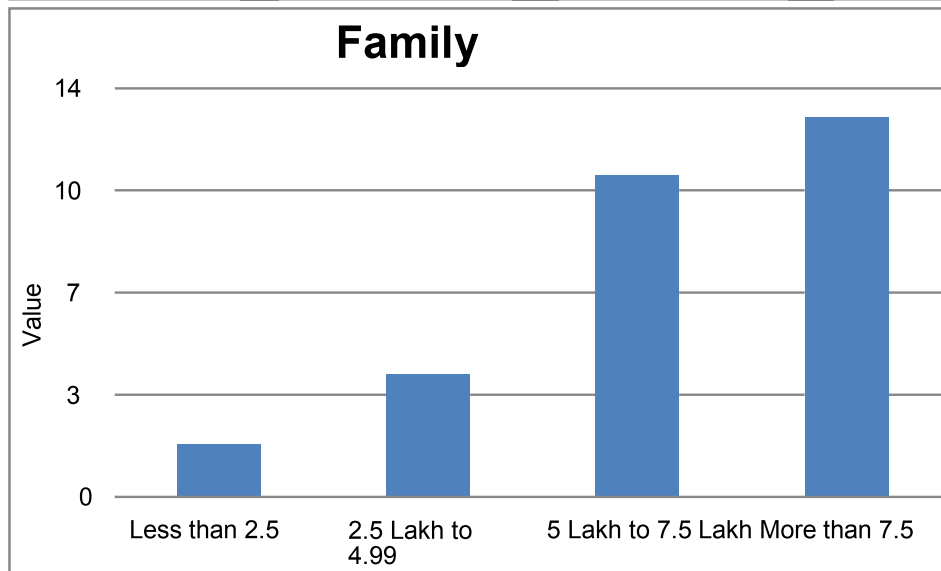
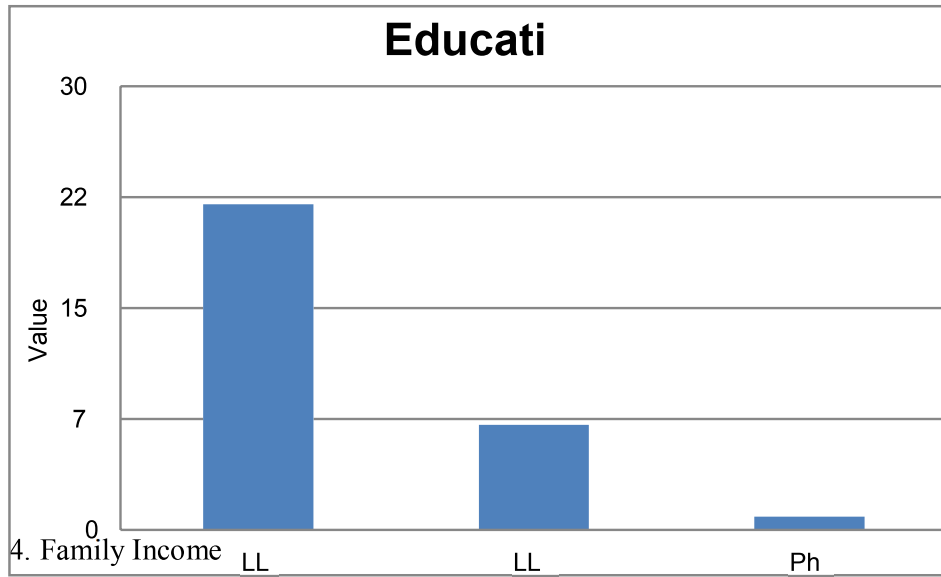
The table 1 and chart 1 provides information about student and faculty participants from four cities where this study was conducted in the state of Gujarat.

**Student Survey**

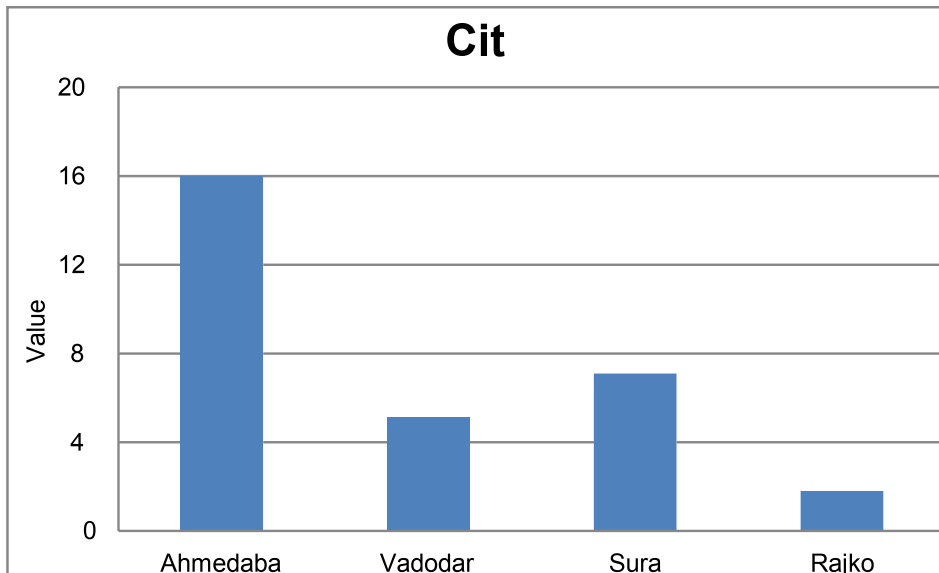
1. Age



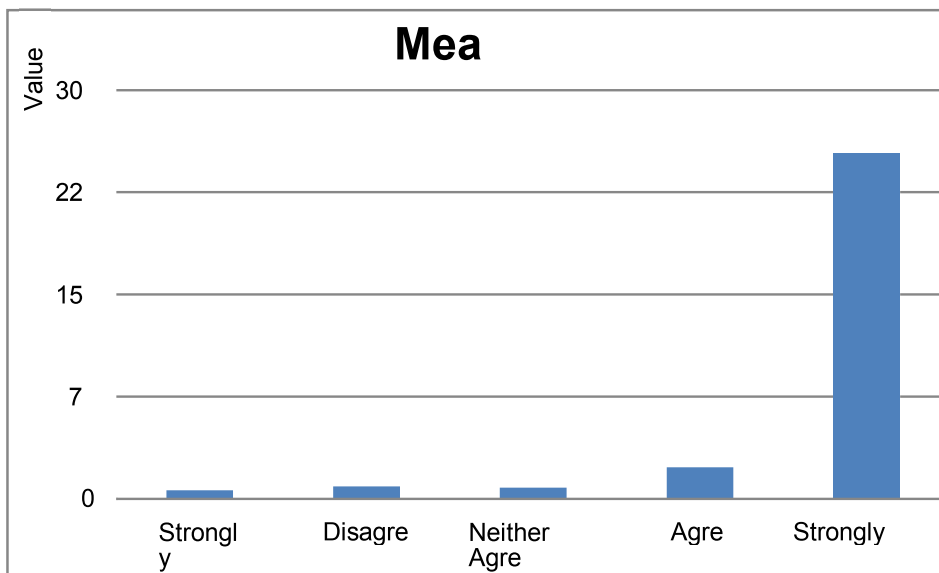
3. Education

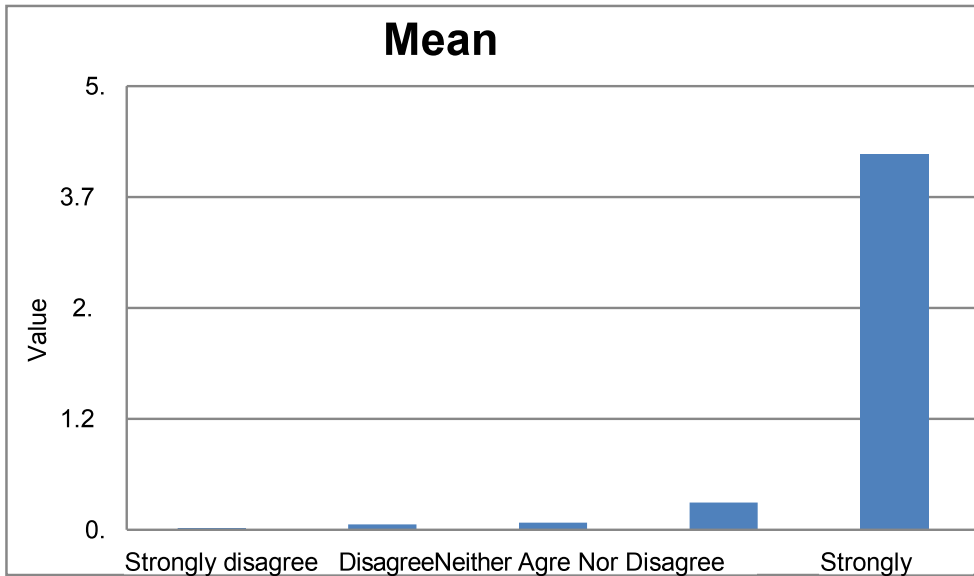


5. City



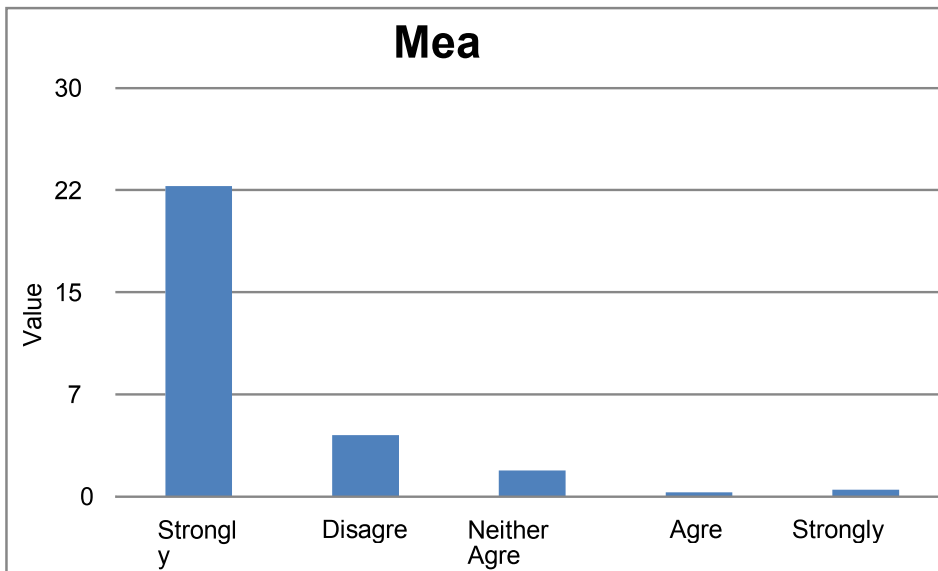
1. The Citizenship Amendment Act, 2019 gives justice to inhabitants of undivided India belonging to various religions that were staying in the said areas of Pakistan, Afghanistan and Bangladesh?

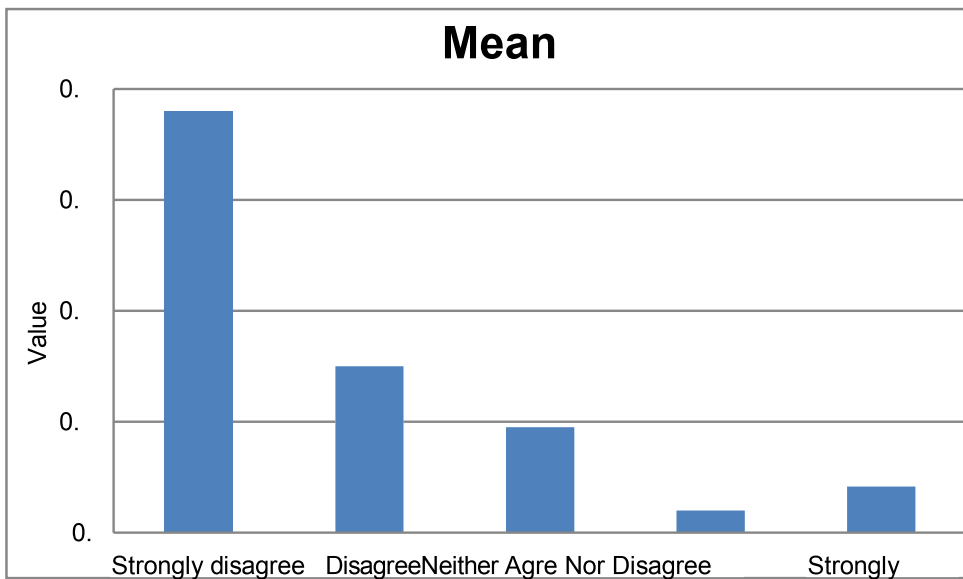




In above table it is clearly visible that 254 student respondents strongly agree with the statement. 23 student respondents agree with the statement, 8 are found to be neutral whereas 15 students either disagree or strongly disagree. In this study a weight of 1 to strongly disagree and 5 to strongly agree is assigned. The mean score post weight assignment was found to be 4.7.

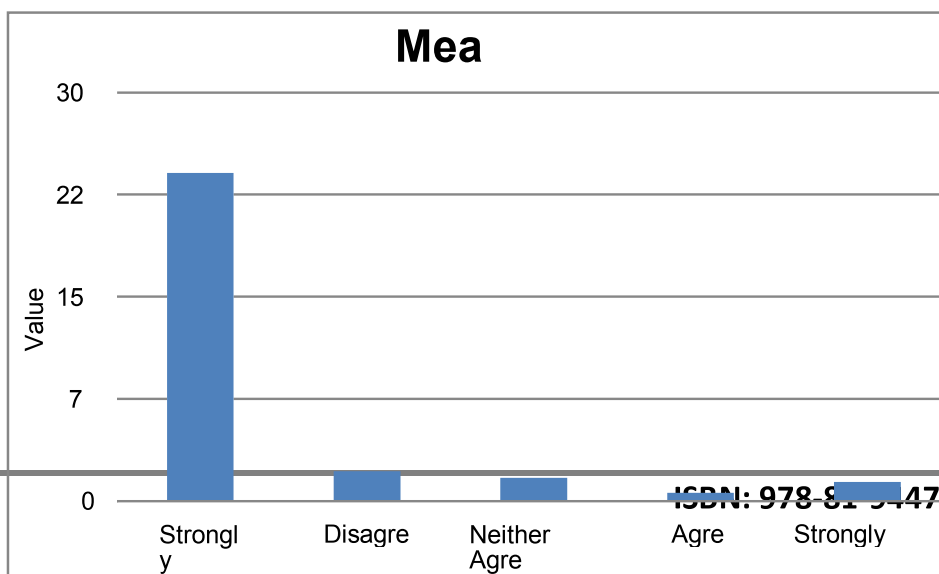
2. Citizenship Amendment Act, 2019 poses a threat to national security of our country?



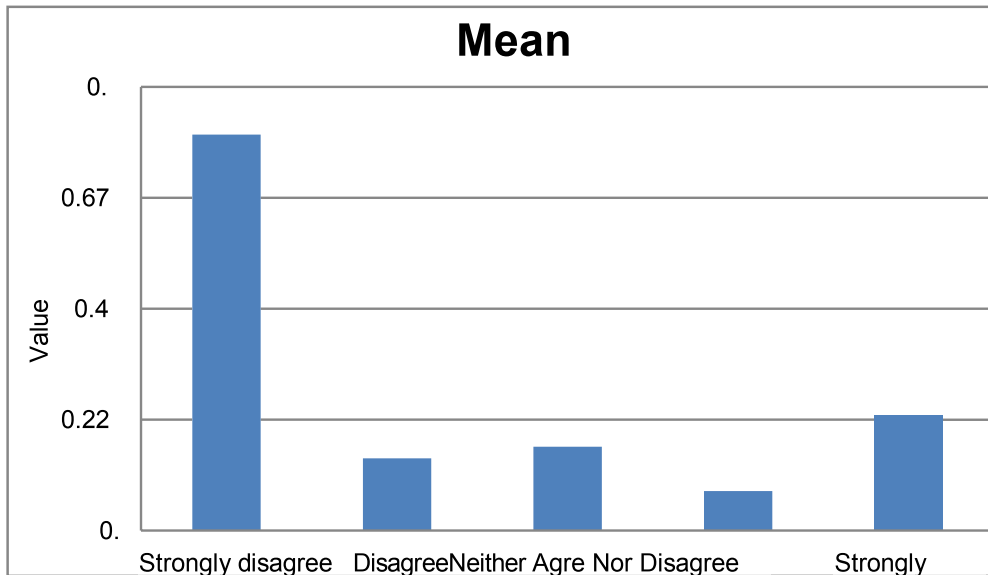


In above table it is clearly visible that 228 student respondents strongly disagree with the statement. 45 student respondents disagree with the statement, 19 are found to be neutral whereas 8 students either agree or strongly agree. We assigned a weight of 1 to strongly disagree and 5 to strongly agree. The mean score post weight assignment was found to be 1.373333.

3. Citizenship Amendment Act, 2019 divides India by religion.







In above table it is clearly visible that 241 student respondents strongly disagree with the statement. 22 student respondents disagree with the statement, 17 are found to be neutral whereas 20 students either agree or strongly agree. We assigned a weight of 1 to strongly disagree and 5 to strongly agree. The mean score post weight assignment was found to be 1.433333.

### Findings & Conclusion

The survey of Law students conducted across Gujarat confirms that there is awareness regarding CAA, 2019. The law students in the study confirmed that the CAA, 2019 gives justice to persecuted minorities in Pakistan, Afghanistan and Bangladesh. On a five point scale 254 students out of 300 strongly agreed on the statement that CAA, 2019 gives justice to minorities in three neighbouring countries. The mean score for the scale assigned to the question was found to be 4.7 out of 5. The students also strongly agreed that CAA, 2019 is not a threat to national security. Responding to the statement that CAA, 2019 poses a threat to national security almost 228 students out of 300 strongly disagreed with it. The mean score of scale assigned to the question was found to be 1.37 clearly stating disagreement. The survey also found that CAA, 2019 does not divide India on religious ground. The survey found that 241 students out of 300 strongly disagreed with the statement that CAA, 2019 divides India on religious grounds. The mean score of the scale assigned to the question was found to be 1.43. In all, the study found that the law students across Gujarat confirms that CAA, 2019 gives justice to persecuted minorities, is not a threat to national security and does not divide India on religious grounds.

The interviews conducted in the study of Law faculties found that the CAA, 2019 gives justice to persecuted minorities in neighbouring countries. Majority of professors agreed that the historical data from the three countries clearly indicate that non-Muslims in the countries are persecuted and are forced to convert. Also, they are subject to inhuman treatment. The Law

faculties also confirmed that CAA, 2019 does pose a threat to national security as minorities who came to India before 2014 are only eligible to receive Indian citizenship. Some of the professors in the interview did mention that the CAA, 2019 has some amount of religious bias as it excludes some of the minority Muslims like “Ahmedias” and the government should look in to the matter and try to take care of all persecuted minorities including some of the “Muslim Minorities”. Answering to the question regarding awareness by the Government on CAA, 2019 the law faculties believe that the whole process was transparent and the government through official statements passed on all concerned information to general public, also the newspapers also passed all necessary information. The Law faculties confirmed that the protests against CAA, 2019 are politically motivated by creating confusion amongst minorities in India. Some of the misleading statements by opposition have created fear and confusion in Minorities resulting in strong protests in Minority dominated areas of India. The faculties also suggested that the government should actively communicate factual details to the religious and political leaders from minorities and try to calm down the protests. The faculties were of the opinion that important higher education institutions were strategically used by protestors to gain media attention and create news across the world. The faculties to great extent of the view that protests in higher education resulted in successfully running the opposition propaganda and the government should have been careful enough while dealing with such elements.

Summarizing the student’s survey and faculty interviews, this study confirms that there is enough awareness for CAA, 2019 in Law institutes across Gujarat. The study also confirms that CAA, 2019 is in interest of persecuted minorities in three neighboring countries. The CAA, 2019 is not a threat to national security and does not divide the country on religious grounds. Also, the study confirms that the anti-CAA protests are politically motivated and are part of propaganda, also due to deliberate miscommunication by some of the opposition parties fear and confusion is created among the minorities in India.

**Références :**

- *Business Standard*. (2019, December). Retrieved from <https://www.business-standard.com/about/what-is-citizenship-bill>
- Jain, M. P. (2010). *Indian Constitutional Law*, ISBN: 9788180386169, 9788180386169.  
Lexis Nexis, Butterworths Wadhwa.
- Jayal, N. G. (13th February 2019). Reconfiguring Citizenship in Contemporary India. *South Asia: Journal of South Asian Studies*, Pages 33-50, Volume 42, 2019.
- (Nagarwal, D. N. (2019). The Poisonous Law: The Citizenship Amendment Act 2019. *Research Gate*.
- Poddar, M. (10 September 2018). The Citizenship (Amendment) Bill, 2016: international law on religion-based discrimination and naturalisation law. *Indian Law Review*, Volume 2, 2018 - Issue 1: Special issue on Judicial Review. Guest Editor Swati Jhaveri, Pages- 108- 118.
- Sharma, R. (2019, December 18). *The Diplomat*. Retrieved from <https://thediplomat.com/2019/12/the-citizenship-amendment-bill-and-the-theocratization-of-india/>
- Shukla, V. (1982). *Constitution of India*. EBC Explorer.
- Sinha, R. (2019, December 9). Retrieved from PRS Legislative Research: <https://prsindia.org/theprsblog/explainer-citizenship-amendment-bill-2019>
- *The Hindu Centre*. (2019, December 19). Retrieved from <https://www.thehinducentre.com/resources/article30327343.ece>

**Annexure – 1 Students uestionnaire**

1. Name: \_\_\_\_\_

2. Age:

1.	18 - 30		2.	31 – 45	
3.	45 above				

3. Gender:

1.	Male		2.	Female	
----	------	--	----	--------	--

4. Education Level:

1.	LLB		2.	LLM	
3.	PhD				

5. Family Income:

1.	Less than 2.5 Lakh		4.	More than 7.50 Lakh	
2.	2.5 Lakh to 4.99 Lakh				
3.	5 Lakh to 7.50 Lakh				

6. City

1.	Ahmedabad		2.	Vadodara	
3.	Surat		4.	Rajkot	

7. The Citizenship Amendment Act, 2019 gives justice inhabitants of undivided India belonging to various religions who were staying in the said areas of Pakistan, Afghanistan and Bangladesh?

Strongly disagree 1	Disagree 2	Neither agree nor disagree 3	Agree 4	Strongly agree 5
------------------------	---------------	---------------------------------	------------	---------------------

--	--	--	--	--

8. Citizenship Amendment Act, 2019 poses a threat to national security of our country?

Strongly disagree 1	Disagree 2	Neither agree nor disagree 3	Agree 4	Strongly agree 5

9. Citizenship Amendment Act, 2019 divides India by religion.

Strongly disagree 1	Disagree 2	Neither agree nor disagree 3	Agree 4	Strongly agree 5

**Annexure -2**

**Law Faculty Questions**

- The Citizenship Amendment Act, 2019 gives justice inhabitants of undivided India belonging to various religions who were staying in the said areas of Pakistan, Afghanistan and Bangladesh.
- Citizenship Amendment Act, 2019 poses a threat to national security of our country.
- Citizenship Amendment Act, 2019 divides India by religion.
- Do you think the government created enough awareness about CAA 2019?
- Do you think the protests against CAA are politically motivated?
- What do you think are the reason for selecting higher education institution for CAA protest?

## “Social Media and Adolescents”

Dr. Maheshkumar K.Chaudhari ,Assistant Professor, Dr.RajeshkumarG.Chaudhari ,Assistant Professor, College of Education, Daramali ,Ta-Idar Di-Sabarkantha-383110

Dr. Ashok J. Desai ,Principal ( Offg.) ,STT College, Visnagar, Di-Mehsana-384315

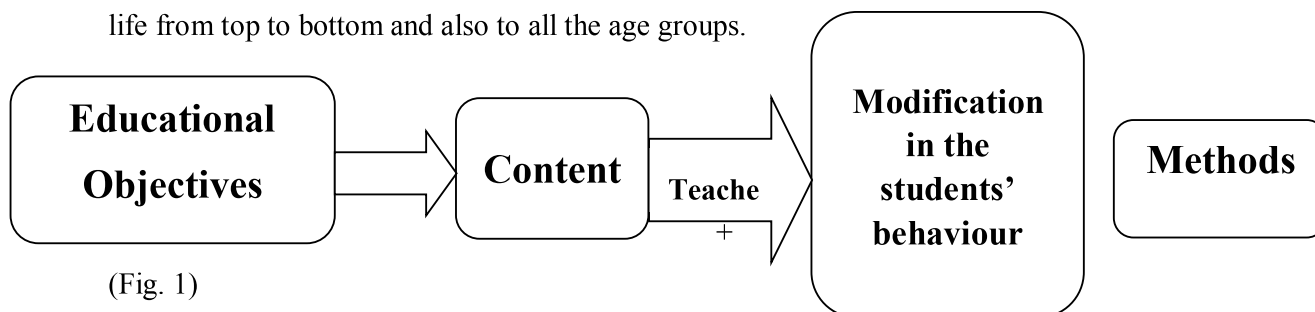
### Abstract :

Key Words: Social Media, Adolescents, values, mental health, education

Education is the key to enlarge the cognitive and co native abilities and makes the human being a socially responsible persons. Day by day, with the formal and informal ways, the values of the students have been formed and consolidated by re-experience. With the development of science & technology, the methods of teaching and learning have been developing day by day making the learning more enjoyable and fruitful. However the cognitive aspects have been more benefited with compare to affective aspects. The recent tremendous changes in the communication technology has changed the total concept of the learning. Adolescence is the major and crucial period in the life of human being with relation to the formation of the basic concepts and value patterns. Easy access to social media resources have opened the unexplored world before the children. Due to immediate and easy satisfaction of the curiosity, the learning process becomes monotonous and unearned ultimately leading towards the lack of proper understanding and affective development. Social Medias like Face book and whatsapp have made the adolescents think beyond their experience. Due to its effect, Teen agers have become attention seekers and prompt reactive ultimately leading to depression and anti social behaviour. Its excessive and misuse may lead them towards the negative effects. By the experiences from the social media the adolescents’ value preferences and patterns are changing without firsthand experience. They may form the wrong and unscientific perception.

### 1. Introduction:

Day by day the innovations in science & technology have changed the total human life from top to bottom and also to all the age groups.



(Fig. 1)

In above figure, it can be revealed that, the combination of content & method make the total education process by the mean of the teacher. Finally, the modification in the children’s

behaviour happens. With modernization, there has been a great change in the methods of teaching. The formal education system has worked to make the child a good citizen by providing the predecided experiences. However, the education is not in control of anybody as students learn at anywhere: home, society, bus, school, friends, mall, market etc. Scientific innovations have enlarged the informal educational methods and content. Childhood time is the full of imaginations, adolescence is full of emotions. At this period of the age, if they find the open access to the social media there might be many dimensions of the development. They may get good useful knowledge from it, on the other hand, they might be caught in the bad habits.

## **2.Social Media & Adolescents' Mental Health**

Poor Youth mental health is a major public health concern which poses substantial societal and economic burdens globally . Adolescence is a period of vulnerability for the development of depression and adolescents with mental health problems are at higher risk of poor mental health throughout their lives . Therefore, intervening early could have long-term knock on benefits for population health. Social media use, a relatively recent phenomena, has become the primary form of communication for young people. Undoubtedly, using social media can be beneficial including as a source of social support and knowledge acquisition, however, a mounting body of evidence suggests associations with poor mental health among adolescents . Moreover, a recent report using longitudinal data suggests that girls may be more affected than boys.

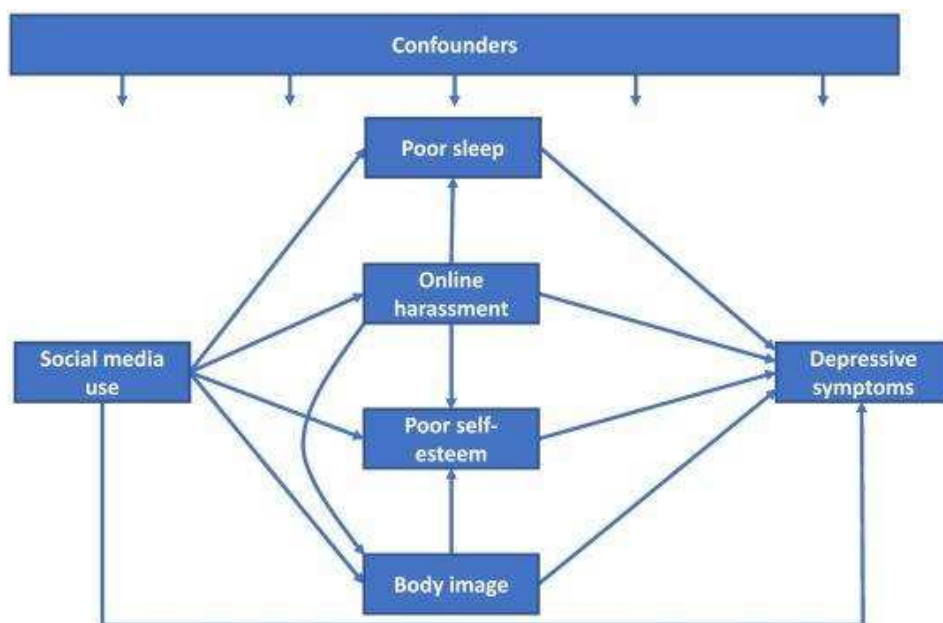
## **3.Social Media & Adolescents' Value Preferences**

Numerous plausible potential intervening pathways relate young people's mental health to the amount of time they spend on social networking sites, and the ways in which they engage and interact online. Widely researched are pathways via experiences of online harassment, as victim and/or perpetrator, which have the potential to impact on young people's mental health due to the ease of sharing of materials that damage reputations and relationships . It is commonplace for young people to sleep in close proximity to their phones and sleep has been shown to be linked to mental health. Social media use could impact on young people's sleep in multiple ways, for instance spending a long time on social media might lead to reduced sleep duration, whilst incoming alerts in the night and fear of missing out on new content could cause sleep disruptions. Screen exposure before bedtime and the consequent impact of this on melatonin production and the circadian rhythm are also possible mechanisms .Sleep quality and quantity could also be affected by levels of anxiety and worry resulting from experiences of online harassment. Young people are particularly vulnerable to the development of low self-esteem and this could be exacerbated by online experiences including receipt of negative feedback and negative social comparisons



The abundance of manipulated images of idealised ‘beauty’ online are linked to individual perceptions of body image and self-esteem which in turn are associated with poor mental health.

It is also important to acknowledge that a cyclical relationship between social media use and mental health could be at play, whereby young people experiencing poor mental health might be more likely to use social media for extended periods of time.. We hypothesise, net of prior mental health, that: i) the relationship between social media use and depressive symptoms would be partially mediated through poor sleep, online harassment, poor self-esteem and body image; ii) the association of online harassment with depressive symptoms would be partially mediated by poorer sleep, poor body image and poor self-esteem; and iii) the poor body image relationship with depressive symptoms would be partially mediated self-esteem (Fig. 2).



#### 4.Sexting on Social Media

Sexting can be defined as “sending, receiving, or forwarding sexually explicit messages, photographs, or images via cell phone, computer, or other digital devices.” Many of these images become distributed rapidly via cell phones or the Internet. This phenomenon does occur among the teen population; a recent survey revealed that 20% of teens have sent or posted nude or seminude photographs or videos of themselves. Some teens who have engaged in sexting have been threatened or charged with felony child pornography charges, although some states have started characterizing such behaviors as juvenile-law misdemeanors. Additional consequences include school suspension for perpetrators and emotional distress with accompanying mental health conditions for victims. In many circumstances, however, the

sexting incident is not shared beyond a small peer group or a couple and is not found to be distressing at all.

### **5.Socialization & Communication**

Social media sites allow teens to accomplish online many of the tasks that are important to them offline: staying connected with friends and family, making new friends, sharing pictures, and exchanging ideas. Social media participation also can offer adolescents deeper benefits that extend into their view of self, community, and the world, including1. opportunities for community engagement through raising money for charity and volunteering for local events, including political and philanthropic events; enhancement of individual and collective creativity through development and sharing of artistic and musical endeavors; growth of ideas from the creation of blogs, podcasts, videos, and gaming sites; expansion of one's online connections through shared interests to include others from more diverse backgrounds (such communication is an important step for all adolescents and affords the opportunity for respect, tolerance, and increased discourse about personal and global issues); and fostering of one's individual identity and unique social skills.

### **6..Enhanced Learning Opportunities**

Middle and high school students are using social media to connect with one another on homework and group projects.For example, Facebook and similar social media programs allow students to gather outside of class to collaborate and exchange ideas about assignments. Some schools successfully use blogs as teaching tools,which has the benefit of reinforcing skills in English, written expression, and creativity.

### **7.Improved health awareness**

Adolescents are finding that they can access online information about their health concerns easily and anonymously. Excellent health resources are increasingly available to youth on a variety of topics of interest to this population, such as sexually transmitted infections, stress reduction, and signs of depression. Adolescents with chronic illnesses can access Web sites through which they can develop supportive networks of people with similar conditions.13 The mobile technologies that teens use daily, namely cell phones, instant messaging, and text messaging, have already produced multiple improvements in their health care, such as increased medication adherence, better disease understanding, and fewer missed appointments.14 Given that the new social media venues all have mobile applications, teenagers will have enhanced opportunities to learn about their health issues and communicate with their doctors.

### **8.Conclusion**

The social media has opened up the unexplored world before the adolescents, killing the patience and waiting nature. The excessive use may harm them mentally, physically and emotionally. However it may have a potential opportunity educate them informally for better life experiences. The role of parents become more crucial in it.

### 9. References:

1. *Ito M, Horst H, Bittani M.* Living and Learning With New Media: Summary of Findings From the Digital Youth Project. Chicago, IL: John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning; 2008. Available at: <http://digitalyouth.ischool.berkeley.edu/files/report/digitalyouth-TwoPageSummary.pdf>. Accessed July 16, 2010
2. *Common Sense Media.* Technology Networking Changing Childhood. A National Poll. San Francisco, CA: Common Sense Media; 2009. Available at: [www.commonsensemedia.org/sites/default/files/CSM\\_teen\\_social\\_media\\_080609\\_FINAL.pdf](http://www.commonsensemedia.org/sites/default/files/CSM_teen_social_media_080609_FINAL.pdf). Accessed July 16, 2010
3. *Hinduja S, Patchin J.* Offline consequences of online victimization: school violence and delinquency. *J Sch Violence.* 2007;6(3): 89 –112
4. *Lenhart A.* Teens and Sexting. Washington, DC: Pew Research Center; 2009. Available at: <http://pewinternet.org/Reports/2009/Teens-and-Sexting.aspx>. Accessed August 4, 2010
5. *Patchin JW, Hinduja S.* Bullies move beyond the schoolyard: a preliminary look at cyberbullying. *Youth Violence Juv Justice.* 2006; 4(2):148 –169
6. *A thin line: 2009 AP-TVT digital abuse study.* Available at: [www.athinline.org/MTV-AP\\_Digital\\_Abuse\\_Study\\_Executive\\_Summary.pdf](http://www.athinline.org/MTV-AP_Digital_Abuse_Study_Executive_Summary.pdf). Accessed July 16, 2010
7. *Christakis DA, Moreno MA.* Trapped in the net: will internet addiction become a 21<sup>st</sup> century epidemic. *Arch Pediatr Adolesc Med.* 2009;163(10):959 –960
8. *Palfrey J, Gasser U, Boyd D.* Response to FCC Notice of Inquiry 09-94: “Empowering Parents and Protecting Children in an Evolving Media Landscape.” Cambridge, MA: Berkman Center for Internet and Society at Harvard University; 2010. Available at: [http://cyber.law.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/Palfrey\\_Gasser\\_boyd\\_response\\_to\\_FCC\\_NOI\\_09-94\\_Feb2010.pdf](http://cyber.law.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/Palfrey_Gasser_boyd_response_to_FCC_NOI_09-94_Feb2010.pdf). Accessed July 16, 2010
9. *Jenkins H, Clinton K, Purushotma R, Robinson AJ, Weigel M.* Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. Chicago, IL: John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Reports on Digital Media and Learning; 2006. Available at: [http://digitalllearning.macfound.org/atf/cf/{7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E}/JENKINS\\_WHITE\\_PAPER.PDF](http://digitalllearning.macfound.org/atf/cf/{7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E}/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF). Accessed July 16, 2010

## Role of Media in Education

**Dr. Hema Tejas Shah, Assistant Professor, JG College of Education for Women (PG),  
Ahmedabad, Gujarat, India.**

### ABSTRACT

The media of communication is the medium by which a piece of information or knowledge is communicated to the world. This medium of communication is of great importance because the same piece of information when conveyed on a printed page or over the telephone or radio or television will appear different and have entirely a different effect on us. Hence the effectiveness of a piece of information depends upon the medium through which it is imparted. Education of tomorrow will be able to play its role more effectively by making the individuals creative, active and efficient by using appropriate media. Success of education cannot be achieved merely by substituting mechanical methods for human beings, but by developing new patterns using both human beings and technological advancements in order to teach more people better and more rapidly.

There are a good number of media for mass communication such as radio, Television, newspapers and films, etc. Previously, the mass media in the form of illustrative were only put to marginal and individualised use. There was neither any coherent thinking nor a scientific use of these media in the educational process. But their increased use has been mainly due to interest and initiative of certain teachers.

The role of media in the development of education has been imperative. It has played an important part in influencing the underprivileged and the socio-economic backward sections of the society in recognizing the significance of education. The role of media has been considered important not only in the development of education, but also other areas such as, communication, motivation, social welfare, work opportunities and understanding how to make effective use of technology. Media is responsible for this development to a great extent. In this paper, we will learn about Role of Media in Education.

**Keywords:** Media, Education, Communication, Development, Technology

### INTRODUCTION

The term media is derived from Medium, which means carrier or mode. Media denotes an item specifically designed to reach a large audience or viewers. The term was first used with the advent of newspapers and magazines. However, with the passage of time, the term broadened

by the inventions of radio, TV, cinemas and internet. Media's duty is to inform, educate and entertain the people and thereby strengthen the society. Because of its inherent ability to reach large number of public, it is widely used to convey message to build public opinion and awareness. The role of media in today's education is evidence by the number of computer labs, television sets and libraries that have become part of curriculum in most schools today. Media comes in different forms and each form affects the way students learn and interpret information. Media has brought the world closer (globalization) so that now students from different universities in different parts of the world are connected through a mere internet connection. Media is field which works on a broad scale. Both the social and mass media played different roles. Because the power of media is so extensive and huge it can be used to educate people at very little cost, through online teaching thousands of persons can be taught at the same time. It also allow students and teachers to connect and share ideas, as being an extension of class discussion by extending the possibility of sharing beyond the classroom walls. Social media forges new ties and exchange content in meaningful ways that would have not been possible a few years ago.

### **What Is Mass Media?**

The source that the majority of the general public uses to get their news and information from is considered mass media. Mass media means technology that is intended to reach a mass audience. The most common platforms for mass media are newspapers, magazines, radio, television, internet and the mobile. The general public typically relies on the mass media to provide information regarding political issues, social issues, entertainment, and news in pop culture.

### **Categories of Mass Media**

Mass Media is divided into 3 categories –

- Print Media
- Electronic Media
- Digital Media

#### **Print Media**

The oldest form of media is print media. It consists of any type of printed material. They include books, newspapers, magazines, journals, newsletters and many more.

#### **Electronic Media**

Secondly, we have electronic media which made information entertaining. It was made possible with the help of television, radio, movies and more.

#### **Digital Media**

With technology evolving by leaps and bounds, digital media has in a way overtaken the other forms of media. With its help, the conversation became two-sided. Digital Media is a fast and efficient form of mass media. It encompasses all types of social media, blogs, forums, web portals, and others.

### **ROLE OF MASS MEDIA IN EDUCATION**

The technological innovation in mass media of educational communication means that education can now be transmitted to far off places. That too without geographical hindrances. This saves a lot of time, effort, and money. With ever-growing innovations in technology, education can now be transmitted in real time over the computer screen from far off places. The major roles mass media plays in the education field are:

#### **Universal reach**

Mass media has made the world smaller; it has connected people like never before. Education is something which must be universal. Mass media has helped tremendously bridge that gap. In other words, it is now within everyone's reach and making the world a better place.

#### **Storage of information**

Mass media allows storing information which can be accessed from anywhere at any time. It is available at our fingertips literally, which saves a lot of time and energy. Therefore, it serves as a rather useful resource in the field of education.

#### **No Physical Constraints**

One of the major drawbacks before mass media was a physical constraint but not anymore. Mass media has reduced the distance and made the world smaller for good. For instance, it is not necessary to be present at the place physically to gain knowledge now.

#### **Organized Influence**

Previously, the medium of information was rather unorganized. Now, the mass media of information offers much more organization and sophistication in delivering information. In addition, the authenticity of the information being imparted can be readily checked and reviewed. It is possible with the availability of mass media. This results in the reduction and elimination of false information or rumours.

#### **Fruitful Results**

Another huge advantage of current technological innovation in mass media is the increased memorization capability of students. Many scientific pieces of research have proven that transmitting lectures via an audio-visual format is quite effective. It has a far more positive impact on memorization capacity of the brain than merely an audio lecture. Above all, this is only possible because of the mass media.

### **SOCIAL MEDIA**

Social media has gained credibility over the years as a trusted source of information and platform where organisations can interact with audiences.

We are seeing education institutions adapting these developments into their systems and relying on group resources and mechanisms to improve the student life. The use of social media in education provides students with the ability to get more useful information, to connect with learning groups and other educational systems that make education convenient.

Social network tools afford students and institutions with multiple opportunities to improve learning methods. Through these networks, you can incorporate social media plugins that enable sharing and interaction. Students can benefit from online tutorials and resources that are shared through social networks.

As an educational institution, it is crucial to be active in many social platforms possible, this helps create better student training strategies and shapes student culture.

### **Connecting with experts on topics via social media**

The great thing about using social media is that you soon learn who the experts are in particular fields and subjects. When you start following these experts you learn more and gain useful content from them, this empowers you to produce great results. You have the opportunity of engaging experts to get answers on topics that you may need help in.

### **Institutions communicate with students via YouTube and Facebook**

Learning colleges have the ability to connect with students through social media networks such as Facebook, Google Plus groups, and YouTube. These channels can be used to communicate campus news, make announcements and provide students with useful information. This builds engagement between the College and students which help tackle many student issues through the group interactions.

Institutions can share supportive and positive posts that reach all students that are connected to the networks and pages. You can initiate hashtags on social media to engage students and online discussions that are helpful. Video is a prominent tool in social media trends that are effective and you can use it to share useful videos that inspire students and help them in their course

subjects. Through social mediums such as YouTube, Facebook or Instagram live video the engagements between students and the institution can be sustained. It is advisable to be selective about which social platforms to use for the best practice.

### **It helps in Research process**

Social media offers audience and subject monitoring tools that are useful and it is one of the best platforms to extract data. You can find out how the majority people feel about a particular topic or how experts perceive and advice on specific issues.

This can help students compile and produce useful content for research. Whether students are working on an assignment, working on a project or trying to gain more insight on a subject, some of the best information and results can be extracted from social media.

### **Enhanced Learning management systems**

Learning management systems is a networking software that delivers educational programs and gives institutions other administrative activities. Social media learning in LMS can include instant chat functions, video, forums to share info and other lesson resources to help students.

Most LMS's come with built in social media integration and this drives instant interaction between the users and the system. The system strengthens student participation and makes team projects easy to collaborate.

The system exists to tackle student and learning related issues to improve education schemes. It is beneficial for institutions to use popular Learning management systems with social media integration to have the best reach and effect through the system. Other social learning benefits are live conferencing systems, webinar capability, share group reviews, blogs and much more.

## **LEARNING WITH MEDIA AND TECHNOLOGIES**

Computer-based cognitive tools have been purposefully modified and established as knowledgeable associates to support and smooth the critical thinking and higher order learning. Examples of cognitive tools include, databases, spreadsheets, semantic networks, expert systems, communications software such as, teleconferencing programs, on-line collaborative knowledge construction environments, multimedia or hypermedia construction software, and computer programming languages. In the cognitive tools approach, media and technology are provided directly to the learners to utilize them for signifying and articulating all the information that they possess. Learners themselves function as designers making use of media and technology as tools for analysing the world, accessing and interpreting information, organizing their personal knowledge, and representing what they know of others. The



foundations for making use of software tools for development of education have been stated as follows:

The learning environment is required to be positive and favourable, when individuals are taught how to make use of the software. When individuals are acquainted with various forms of media and technology, they may find the concepts difficult, but the creation of favourable learning environment assists them in understanding of the concepts in an adequate manner.

Cognitive tools empower the learners in designing their own representations of knowledge rather than absorbing representations that is preconceived by others. When learners have learnt how to make use of media technology, they create their own learning environment in order to improve their knowledge and skills.

Cognitive tools assist in the development of reflective thinking that is vital for meaningful learning. Cognitive tools have two kinds of significant cognitive effects, those which are with the technology in terms of logical associations and those that are of the technology in terms of the cognitive remainder that is present after the tools are being used.

Making use of multimedia construction programs as cognitive tools normally engages the learners in developing numerous skills and abilities, such as, project management skills, research skills, organization and representation skills, presentation skills, writing skills, and reflection skills. In any educational institution or a training centre, individuals are required to develop these skills to perform well in their courses and programs and to achieve good grades. Reading and understanding the concepts does improve academic knowledge, but it is vital to make use of the academic knowledge in tasks such as organizing, presenting, researching, writing and reflecting.

General Principal of using Mass Media:

The teacher should make all necessary arrangements for using the mass media very effectively. Teacher should select the mass media according to the age level of the students. Teacher must know some general principles of using the mass media.

1. Organisation:

Mass media should be organised as integral part of the educational programmes. They should not be separated from other curricular activities.

2. Selection:

Mass media should be properly selected and coordinated by the teacher. An experienced and trained teacher can select the mass media according to the needs of the students.

3. Planning:

Mass media should be available according to the need of the instructional programme. The teachers should possess skill in the use of mass media. They should have special training in their preparation. So they should be properly planned.

4. Experience:

Mass media should be related to student's experience.

5. Preparation:

There should be adequate preparation on the part of students. The teacher should prepare himself before using it. He should know what the mass media teach and where they fit into his plan of teaching. Adequate preparation should be followed by proper presentation and an adequate follow-up.

6. Evaluation:

Mass media should be evaluated at regular intervals in regards to their use, effect on learning and their functions.

**Conclusion:**

The power of media is regarded to be widespread and massive, it can be utilized in an efficient manner to educate people with less cost. In leading to improvement in the field of education, it is important that the number of students within the classroom should be adequate, which can be manageable by the teacher, there should be provision of teaching-learning materials and one of the fundamental areas is usage of technology, as technology arouses interest and enthusiasm in the mind-sets of the students to learn. Therefore, the role of media is significant in the development of education.

**References :**

- <http://www.yourarticlelibrary.com/education/role-of-mass-media-in-education-in-india/45260/>
- <http://www.assignmentpoint.com/arts/sociology/presentation-on-mass-media.html>
- <http://collegiatebd.blogspot.in/2013/12/the-merits-and-demerits-of-mass-media.html>
- Bates, A.W. and Poole, G. (2003). Effective Teaching in Higher Education, retrieved September 23, 2007, from [www.wordpress.com](http://www.wordpress.com)
- Cassidy, M (2004). Book Ends: The Changing Media Environment of American Classrooms. New Jersey: Cresskill.
- Moore, Melody, (2005). Safe Schools. Michigan Chronicle, retrieved on September 20 2007, from [www.findarticles.com](http://www.findarticles.com)
- Muschert, Glenn, (2003). Columbine Coverage Shook the Nation. USA Today (Society for the Advancement of Education), retrieved on September 20, 2007, from [www.findarticles.com](http://www.findarticles.com)

- Poston, Teresa. (1978) Concept of school media center and its services. Peabody Journal of Education, 55, 188-204. Retrieved on September 23 2007, from JSTOR Database.
- Rolls, A. (2007) The Reference Shelf: International Perspectives on Education. USA: The H.W. Wilson Company.
- Schwarz, Gretchen, (2001). The Role of Media Literacy in Teaching Education. Teacher Education Quarterly, retrieved on September 20 2007, from [www.findarticles.com](http://www.findarticles.com).
- Williams, Susan, Technology in Education, retrieved on September 23 2007, from [www.education.stateuniversity.com](http://www.education.stateuniversity.com).

[this article has already established facts , wish that the author had explored the possibilities of various strategies which can reall enhance the utilisation of the media technology for education .]

## **Impact of Radio Campaigns of Ahmedabad in people of Ahmedabad**

**Dr. Awa Shukla, Assistant Professor, Department of Journalism & Mass Communication, Dr. Babasaheb Ambedkar Open University, Ahmedabad (Gujarat)**

**Kankshin Munshi, Research Scholar (M.Phill), Dr. Baba Saheb Ambedkar Open University, Ahmedabad.**

### **Abstract**

This study was stimulated by the Impact of radio campaigns on the people of Ahmedabad. The overall aim is to develop knowledge on how radio plays a great role through campaigns to help or to provide a help as a friend to the people of Ahmadabad. The research includes the Private FM and Public Broadcaster Radio Campaigns. Empirical data collected through two focus group surveys and filled up a questioner with a total number of 100 people. Among them 30 people had directly participated in the Radio Campaign. And Individual respondent Interview with 2 creative heads of Private FM, 1 of Media Education, 3 RJ's, and 2 programme executives in All India Radio. The field Interviews were conducted during 10th November to 15th December 2014.

The overarching research question was: Is there any Impact of Radio Campaigns on the lives of people of Ahmadabad? And the second question was in what ways are the FM radios improving the lives of their local audience? The specific questions were: Which type of Campaigns has been done by Private FM's and All India Radio? How do they come up with the issue based campaigns? What are the perceptions of the local people about the ways the FM radios are improving their lives?

Despite of some weaknesses in Radio commercials, the findings of this study show that the radio plays an eminent role on the lives of the people. The FM stations and All India Radio have come up with vivid campaigns to solve the issues, and those have positively contributed to changing ways of lives of the people of Ahmedabad. That includes the campaigns of Social (Bade Dill wale), Cultural (Mirchi Camp fire), Educational (Mirchi Business Rock star, Ganit Nu Gaurav), Environmental (Dharti no Saad, Plant a tree), humanity (Ekrupiyaaabhiyaan, Police Station Pe RED), Health ( Svasthbharat, Women's Campaigns, Children Campaigns), Awareness (Save the Sparrow, Dabake Baja) and many more as list goes on and on.

All India Radio's Campaign is less popular in the city. The reason behind it is that it is not listened to much in Mobile phones and they have to compete with Private FM's. The local people's participation in the campaign was superb. And there is huge number of people who

joined in the campaign for various reasons, and now radio used the various means of media to spread the campaign and made aware their listeners about their regular activities and helped others through these activities. Sometimes it was part of the CSR (Commercial Social Responsibility) activities. Social Networking is a New Trend for Spreading a campaign virally. Above the age of 30 years people participated more in the campaigns. Out of the 100, around 49% people of Ahmedabad listen to radio for listening their favorite RJs. 56% accept that they have the large impact of Radio Campaign. Print media helped like anything in Making these campaign successful.

The interpretation and conclusions are based on the empirical data analysis as presented in chapter two and interviews. The study ends with some recommendation on how FMs and All India Radio can serve the interests and solve the issues of Ahmedabad through the campaign and suggesting which type of campaign they should come up in future for the maximum impact.

Introduction:-

“Radio is a wireless transmission of signals, by modulation of electromagnetic waves with frequencies below those of light.”<sup>1</sup>

-Radio Broadcasting of India

A tiny receiver that could transmit only sounds to a complex device with satellites in space and wireless systems in cars, the radio has seen tremendous development. The purpose of the radio, however, has remained constant. From its inception the radio was created to communicate messages in mass for whether it is strictly news stories like in its early days, or bringing new music to fans across the nation, information is always being shared via this device. But simplistically speaking, different people have different ideas of radio. For some, radio is only source of information, which comes in the form of Informatics program for others it's a source of only entertainment, consisting mainly of music, yet to others it's a source of information and entertainment.

We know the story of Sanjay in the epic 'Mahabharata' who described the war against Dritharashtra who was blind. Sanjay could 'see' the war with his 'Divya Drishti' or his Divine Eye. Probably you can call Sanjay as the first 'radio broadcaster'.<sup>2</sup>

Radio is mostly one to one Communication. Although lakhs of people are listening in at any given time, good radio is really all about talking to or performing for only one person. It is medium where listeners can let their imagination run free while listening. This is why there is a tremendous bonding that develops between listeners and their favorite radio programmes as well as programmes' hosts.

So, that's why the Researcher chose the topic "Impact of Radio campaigns on the people of Ahmadabad." Although each radio station has its own custom made campaigns, there are so many classic campaigns of All India Radio which have been conducted in last three decades and have large impact on their listeners. Now days even commercial radios are also producing Social cause based Campaigns and leave the great impact on their listeners. Sometimes Radio station campaigned for providing water in hot summer and sometimes Bird nest. All India Radio disseminates information to people through Various Campaigns. Thus, they leave a large impact on society. So the big question is how they designed all these campaigns? What effect and Social Change has brought by Radio Campaigns in past and How to serve more social Causes through campaigns are the main Objectives.

The objectives of the study were as follows,

- To collect the background information about CSR Radio Campaigns of Private FM & AIR
- To Analyze the Basic content of the Campaigns & their Impact on People of Ahmedabad
- To see the peoples pattern of interactions with Radio stations during this Activities.
- To Check the Impact of Radio Campaign on the life of Ahmadabad's people

#### **Research Methodology:**

The sample of the study comprised of 150 men and women from Ahmedabad, selected by purposive sampling method. A structured schedule was developed by the investigator to study the Impact of Radio Campaigns

Quantitative study was done to check the Impact of Radio Campaigns. Survey system and questioner were the main research method. However to support the data further qualitative method was also used. In addition to it, Expert interviews were also included and gave a prime focus to it. In the second phase of research the descriptive research method had been also used. Further, it had helped in getting a lucid idea of the factors that influence the content of the campaign. This research method has been chosen considering the objectives to obtain first hand data from respondents. Questionary which was used in this research constrained open handed and close handed questions.

#### **Major Findings**

- ❖ Around 56.67% total listener's believed that there was an impact of the Radio Campaigns.
- ❖ And if we dig in deep then from the age of 20-30 people had 31.83% and 31-70 years people had 69.18% campaign impact. The general belief is Private FM focuses on youth only, but surprisingly campaign's well received by the audience beyond the age of 30.

- ❖ Among the other radio stations Radio Mirchi's campaign was very popular and then RED FM stood on second number.
- ❖ RED FM's campaign popularity was 51% and Radio Mirchi's campaign popularity was 49% and the researcher shows the paradox in listenership in opposite Radio Mirchi's 53% popular amongst the listeners. And RED FM is 47% popular.
- ❖ There are also other alternative media who helped to spread the campaign message. In that 10.33% helped was done by newspaper, 25.83% Facebook, 2.66% YouTube and 10.39% what Sapp helped in spreading the campaign.
- ❖ People interest is also dependent on Radio campaign 49.82% of the people listen the radio to listen their favorite RJ, 20.66% for the music, 9.8% for the Radio Campaigns, 5.16% for daily updates, 17.68% for win the price.
- ❖ Save the Sparrow campaign was most popular amongst the other second was RED FM's Dabaake Bajja and third was again Radio Mirchi's Guruvaar Gurjari campaign.
- ❖ Most of the Radio stations were doing campaign for their publicity or for the CSR activity and moreover their main focus is regular programming not Radio campaigns.

From the findings and analysis in the previous chapter, it is rational to confidently conclude that despite some weaknesses which call for adjustments, Radios are playing a significant role in the small and layman's questions of Ahmedabad. In chapter two of this thesis, the researcher presented the meaning of campaign and how it affects to the larger audience and how to design Radio Campaign. The researcher also reviewed the various books of Radio journalism and Radio Campaign. From the data analysis, the researcher can draw specific conclusions which support the hypothesis in chapter one that there is a great impact of radio campaign.

From analysis of data finding shows that Radio helps socially, culturally, economically to Ahmedabad's people through various classic radio campaigns. Even the fact that the FM radios have broadened the people's horizon of access to information is in itself an aspect of development of the city's people. There are so many things that affect a Radio station campaign. Broadcast time is one of them. How much publicity the radio station did for the campaign also affects the campaign. How much time they repeated jingles, spots or spoof is also matters.

Despite of talking about the campaign only on radio Now Private FM and Public Broadcasters use the different means and modules of media to maximize their reach. RED FM made sandesh as a Business Partner, MY FM has a support of Divyabhaskar and Radio Mirchi is a part of Times group so they get the support of Times of India and Ahmedabad Mirror. And now a day All India Radio informs their activities through Newspaper. E.g. Narendra Modi's Man Ki baat

(the programme is broadcast on every Sunday and Honorable PM speaks directly from All India radio with the peoples of India) and Swachh Bharat Abhiyan information regularly updated by newspaper and give it a enough space.

Every radio station has followed a typical pattern and under that they create the campaigns. Like RED FM doing more social connect campaigns, MY FM does Emotional campaign which touches to heart(not in all campaigns) Special target are Children. Recently they are doing another campaign for children's called rangrez in that campaign they organized drawing competition for children. Radio Mirchi is doing campaign which is related to Ahmedabad, or touches to Ahmedabad's people. Like Hi Ahmedabad, Save the Sparrow and many more. They jointed their RJs name with the campaign, so connect there listeners easily. Like in GuruvaarGurjariDhvanit said that he is a Mirchipastivala, during Plant a tree campaign he acclaims that he's MirchiMaali. So it's way to grab the listenership and grab the listeners easily. Other important Campaigns of All India Radio, which looked at in the previous chapter, include Health, Environment, Sanitation, and HIV/AIDS awareness campaigns. These have, no doubt, contributed to changing the people's perceptions and behavior, so as to stay healthy. Through such programmes, many people have got tips on how to avoid certain diseases like malaria, cholera or sexually transmitted diseases like HIV/AIDS. People have also increasingly become aware of the symptoms/side effects of certain diseases, and how to treat them or where to seek for treatment in case they fall sick. Women are aware about their law and about many issues through All India Radio, but in Ahmedabad their campaigns were neither popular nor more effective. Through the FM radios, the Ahmedabad peoples have been able to stay in touch with regular developments and what is happening in Ahmedabad.

Radio station every time not doing campaign for Social change or to solve the issues, the final destination is to grab the more and more listenership. For that they used various tactics. Social networking sites helped them in great manner. There are so many RJ's who are very popular in Ahmedabad, and they have their own followers on Facebook, twitter and YouTube account. They regularly updated about various activity large number of people come to know about the campaigns through Facebook and other social networking sites.

Uday bhai who won the award in bade dill wale is sharing their experience said that "after this campaign manu died in accident we met in this award function I come to know from his family and we awarded people come to gather and in AKSHAY PATRA we collect money for his family and provided him money and then also gave fees to his son for future education so, this is the impact of a radio campaign." In Ahmedabad My FM They helped a Boy called Babu who was suffering from Heart issues. Peoples of Ahmedabad collected more than 1.50 lakhs rupees



to save his life and now he is living a normal life. There are 54% people said that they have an impact of radio campaigns. MICAN's started clean radio campaign from MICA Vaani (Community radio station of MICA) from inspiring from the main stream radio stations campaigns.

Of course Private FM campaigns are strategically planned too. There all campaigns have some commercial touch or sponsors so, sometimes they have to do what some companies has informed them at that time for making a profit. They lose the main Aim of the campaign, and at the end of the campaign it just a tool for earning more money. However private stations without government subsidies, they have to 'sell' advertisements in order to raise money to stay on air and pay staff. They also have to respond to audience demand. For instance, most of what goes out on air is a result of 'consumer taste' from at least a section of the Audience – according to the one Cluster head, if the audience did not want particular campaigns, they (radios) would probably not come up with such programmes or campaigns. So for that youngster have to participate more or shows their participations to Radio station for seeing a change.

Prasar Bharati in India has a strong network of transmitters and production facilities to fulfill the needs of the public by broadcasting varieties of campaign relating to socio-economic values, culture, ethnicity, language, etc. Prasar Bharti has the largest global network of All India Radio (AIR) and Doordarshan (DD).

From the findings, it is clear that Radio campaigns have large impact on Ahmedabad's people. Some of the peoples disagree with it because of some loopholes of it. But if seen in a wider sense it is helpful and beneficially to all the people of Ahmedabad.

### **Future Recommendations:**

These some points which keep in mind while making future campaigns.

**CULTURALLY RELEVANT** - Message appeal must be carefully developed and tested with each culturally diverse group. Consider important cultural differences in language, customs, and attitudes. Use appropriate language, avoid negative stereotypes, use a variety of role models, and reflect cultural/social norms.

**DEVELOPED IN A VARIETY OF FORMATS** - When you are considering formats that could be explored through Radio (the product) for your messages, don't stop at brochures, posters, and PSAs. Also consider materials that may be new to your audience. Teen theater for youth might be an example.

Messages should be: **CLEAR** - Avoid messages that can be interpreted to condone what is actually unwise or unsafe behavior. And remember that clarity is a function not only of language, but also of visual elements in your message. **CONSISTENT** - All of your messages

should be consistent with each other and with your program objectives. CREDIBLE - Use sources or spokespersons that your audience believes and trusts.

ATTENTION-GETTING - Innumerable messages on a myriad of topics are a daily fact of life in our society. Your challenge is to break through the clutter of messages and gain attention.

PERSUASIVE - Messages work best when they persuade rather than preach.

POINTING TOWARD A NEXT STEP - Often, the most effective messages are those that suggest some concrete action to take after hearing the message.

PERSONALLY RELEVANT - Messages should respond to audience needs and interests.

APPROPRIATELY APPEALING - Messages can appeal in various ways -- principally through logic, fear, humor, and other emotions. Messages can appeal to a variety of emotions, e.g., friendship, romance or bereavement. Emotional appeals may make a message attention-getting and memorable;

PRETESTED - Test drafts of the messages and materials. Pretests or focus tests can provide insights into whether materials or channels will work with your specific audience. However, pretests cannot guarantee success.

### **Bibliography**

- ❖ AIR, A. R. (2009). Media Support to Agriculture Extensions, A success stories of All India Radio.
- ❖ Awasthy, G.C. (1999). *Broadcasting in India*. New Delhi: Allied Publisher Pvt. Ltd.
- ❖ Barnard, S. (2000). *studying Radio Ney York*. armold.
- ❖ Berger, Arthur Asa. (1998). *Media Research Techniques, Thousand Oaks*. Sage.
- ❖ Besette, Guy. (2004). *Involving the Community – A guide to Participatory Development*.
- ❖ Bhargava Rajat DDG (F) AIR, Local broadcasting? A public service approach, adapted from the Community Media Association of U.K.
- ❖ Chandrakandan, K. (2004). *Study on the impact of farm school on Air on scientific farming-A project study*. Tamil Nadu Agriculture University, Combatore.
- ❖ Chatterjee Mrinal, India News Today: NHRC to the rescue of victims
- ❖ Curran, James &Gurevitch, Michael (eds). (1993). *Mass Media and Society*. London: EdwardArnold.

[ This research work is timely n worthy of its contributions made in this field .Excellent attempt in the area of media studies . the future recommendations stated are very important n well laid . Radio -the less priveldged mass media these days , doing research on it n contributing the recommendations to effectively utilize it is definatly praiseworthy. Worthy of publishing ]

## **A Study on the Impact of Social Media on educational Performance of Undergraduate Students in Junagadh City**

**Dr.Jagruti P. Jadav,(Assistant Professor), Shree M. M. Ghodasara Mahila College – Junagadh.**

### **ABSTRACT**

The objective of the research study is to investigate the impact of social media on educational Performance of undergraduate Students. For this straightforward investigation research design was accepted. The study was accomplished at the college in junagadh, Guj. The simple random sampling technique was used to select a sample of 60 students. Questionnaire was used to collect the data from the participants. The descriptive statistics of frequency counts and percentage were used to analyze the data. Research findings showed that social media has an impact on students as it is lowering their concentration level and creating distraction. It was also found that it is not lowering their grades as they are capable of managing their grades along with online participation. As they use these sites for their educational purpose in linking to subject matter and for discussing their studies and sharing study material.

**KEYWORDS:** Social media, concentration, disturbance, grades.

### **INTRODUCTION:**

Social Media has become one in every of the foremost vital communication means that in recent instances nearer to the trade of information, knowledge and also the unknown information. Social media may be a form of electronic communication via which individuals interact with one another. Social media has attracted thousands and thousands of net users, WHO have integrated the social networking sites (SNS) in their daily lives routines, as a robust medium in enhancing the spoken communication between the societies on the complete. Social media has brought radical modifications in society growing every fine and negative impacts. Any statistics whether or not properly or horrific is simply meet via social media. As Social Media Technology (SMT) is growing quick, as is not exclusively confined to net-based technological power but in addition compatible with cellular technology, it convenes any user to complete his/her communication without difficulty via their digital devices. It's well-tried that Twitter, Whatsapp, Instagram and Facebook because the preferred social media systems (Alwagait, Shahzad, & Alim, 2015; Michikyan, Subrahmanyam, & Dennis, 2015).

Martn, (2008) & Lusk, (2010) share the identical idea of social media. To them social media is that the use of Facebook, Blogs, Twitter and LinkedIn for the explanation for communication,

sharing snapshots moreover as videos. But for the explanation for this study social media is captured within the service of net via Facebook, Whatsapp, Twitter, Skype, MySpace as properly as Yahoo Messenger for spoken communication sharing of ideas, sharing of snapshots and videos with the help of users. The accelerated use of Social Networking Websites has proved to be a global development within the past years. What embarked on as an interest for a few laptops literate people has find yourself a social norm and means of lifestyles for people from everywhere the globe (Boyd. 2007).

In the previous years, social media websites have emerged as common; giving younger humans a replacement thanks to Interact with one another and speak with the globe. Social networking grew to become common between 2004 and 2006, once Facebook and MySpace had been created. Facebook, as an example has over five hundred million participants and it's with al developing and concerning eighty fifth of college student's area unit Facebook customers (Schneider, 2009). These numbers area unit expected to grow for the explanation that Facebook users can proceed to grow. And this can be not exclusively true for Facebook; numbers for YouTube customers intently adjust to as nicely (University of recent Hampshire, 2009). Social networking websites provide instrumentality by victimization that people at large will communicate, share information, and With the recognition of social networking internet sites on the increase, our social interaction is affected in multiple approaches as we have a tendency to adapt to our more The means net customers act and discuss to each different has modified and continues to alter. These customers currently socialize via the net and it takes aloof from the individual socialization that has been spherical forever.

Social networking internet sites have affected our social interaction by means of fixing the means we've got interaction face-to-face, however we have a tendency to acquire info, and also the dynamics of our social agencies and friendships (Asur and Huberman, 2010). Social Media has conjointly positively modified students' means of finding out and also their reading fashion and the average set-up. Students began victimization these sites as assets to achieve information and facilitate themselves nearer to their finishing assignments, projects, and associated academic work (El Khatib & Khan, 2017). University faculty students form up the predominant share of the web networking community. additionally, given the popularity of social media, several professors have began to use social media for up spoken communication with and amongst faculty students in their categories, category discussions, and cooperation on tasks to boost about to grasp outcomes.

Several educational activity establishments have even started the employment of web science in mercantilism education and have embarked on implementing their assessments the employment

of such developing technologies. Hence, the degree of perception of the scholars is turning into excessive and they're about to grasp expectations conjointly turning into high. This can be triggering social media to come back to be a catalyst within the space of education growth. Social media network sites will have an outstanding or poor have a bearing on students' tutorial performance. Several argue on the risks concerned within the usage of SNS whereas it's its personal edges.

They concern that the students' dependency to social media will negatively have an impression on students' tutorial performances. Some researchers claim a bit or no poor results on students' academic overall performance if correct multitasking is accomplished through students. The rising impact of social media on the non-public and dealing lives of school students has created researchers and academic institutions to find out concerning and rethink the notion and content material of educational improvement within the digital age.

Therefore, our study targets to feature higher clarity to the present analysis space by mean that of examining the connection between the service of social media and junagadh students' educational performances. Thus, the highest objective of the analysis study is to ascertain out whether or not there's a high-quality have an impression on of the employment of social media on college girl students' academic performances and their social competencies within the Shree M.M. GhodasaraMahila college in junagadh .

### **REVIEW OF LITERATURE:**

A similar study published that on line social media had elevated the communication between the Faculty member and college students which facilitate the communication of the right data and improve grasp and therefore the refore the improvement of the ideas and the courses. Supported the information collected, it's important to mention that the utilization of the social media during the lecture time is not any longer encouraged [1].

Based on the study of Alwagait, Shazad and Alim [2], it had been located that social media usage on weekly foundation displayed an exquisite skew the place most college students don't use social media excessively. Respondents in their study felt that point administration and soccer were elements that contributed towards bad educational performance without immoderate social media use.

Studies acknowledged that educational consequence of scholars who spent most of their time interacting using social media are positive because they were capable to share and generate ideas and ideas related to their studies. They also use these sites for having fun as these social media websites are helpful in their tutorial work [3].

Study in Kogi State University located out that the publicity of the scholars to social media has effect on their educational performance. Evident exhibit that social media have poor affect on the tutorial performance of scholars. Students who spend longer on social media are likely to operate poorly in their teachers this is often thanks to the very fact as an alternate of analyzing books, they spend time chatting and making pals by social media and this may truly have terrible impact on their academic performance [4].

### **RESEARCH OBJECTIVES:**

The determine about want to be performed to undertake the evaluation of the affect of social media on the educational attainment and academic performance of scholars.

### **RESEARCH METHODOLOGY:**

It is questionnaire and interrogates survey kind research administered on 18-21 years undergraduate students. This study has the pattern size of 60 respondents. Sampling approach is employed to make a decision the sample. There are 60 girls within the sample. The girls are from Computer Science institute in junagadh. 5 factor scale questionnaire was dispensed to students during which they need to means their degree of agreement to the assertion the utilization of the size strongly agree, agree, undecided, disagree and strongly disagree. After the gathering of questionnaire collective interview of students are taken to acknowledge about their usage of social media by using students. Their response was collected and on the inspiration of frequency counts evaluation won't to be done. Thanks to restrained resource it won't to be not viable to encompass total population of educate in study.

### **FINDINGS AND DISCUSSION:**

Response of the students are collected through questionnaire and analyzed.

1. Students views on the advantage of social media for educational work-Students were asked to point their level of agreement to the statement that, 'social media sites are beneficial for them in their academic work like job links, study material etc.

**Table 1:**

Statement	SA	A	UD	DA	SDA
Social media sites are beneficial for educational work like job links, study material etc.'	60%	37%	-	3%	-

Through the response of the scholars it had been known that 60% students strongly agreed and 37% agreed that social media sites are helpful in their educational task. And only 3% students disagreed with the statement. Most of the scholars are benefited from the social media sites as

they join the study group, where they will choose discussion also as they also get to understand about various links associated with study material.

**Student's perspectives on the usage of social media for dialogue of school work.**

**Table 2:**

Statement	S.A	A	UD	DA	SDA
We use Social Media Sites to talk about university work like Assignment, project, presentation etc.	20%	78%	-	2%	-

Most of the scholars i.e. 78% agreed and 20% strongly agreed that they use social media for discussion of presentation, assignments and projects. They also use this media for sharing their assignments among themselves. Consistent with them it's the fastest and cheapest mode by which they will communicate and simply exchange their notes. Only 2% students disagreed with the statement as they're fewer users of social media.

**Student's perspectives on use of social media throughout elegance lectures.**

**Table 3:**

Statement	SA	A	UD	DA	SDA
We access Social Media Sites during Class Lectures	1%	1%	18%	32%	45%

Maximum students strongly disagreed and disagreed with the statement for the utilization of social media during class lectures. They weren't allowed to use mobile phones during lectures. Some students refrain themselves from using mobile phones due to strictness by teachers and a few don't use it because they know that if they use it they're going to be sidetracked from listening the classroom lecture. 18% students remained neutral as they often use mobile phones and access social media .1% strongly agreed as they use social media during lectures.

**Student's perspectives on use of social media kill observe time.**

**Table4:**

Statement	SA	A	UD	DA	SDA
Social Media Sites Kills Study Time.	20%	60%	-	20%	-

20% students strongly agreed and 60% agreed to the statements that use of social media sites kill their time of study. Only 20% students disagreed who were basically the passive users of social media sites. Students are aware that almost all of the time they're engaged in chats and content material sharing thru social media. The time that they should use for study, they pay on exploitation these sites or scrolling to understand concerning others. They conjointly disclosed that they access these websites parallel to their studies.

**Students views on use of social media causes distraction to their training work.**

**Table5:**

Statement	SA	A	U D	D A	SD A
Social Media Sites causes distraction to their trainingwork.	25 %	55 %	-	-	20 %

It was determined that 55% agreed and 25% strongly agreed with the statement that social media web sites are causing distraction from their studies. 20% strongly disagreed with the declaration. It was discovered that those who were frequent users were extra distracted in comparison to fewer users.

**Student’s perspectives on use of social media reducing concentration level.**

**Table 6:**

Statement	SA	A	U D	DA	SD A
Social Media Sites decreases concentration level.	15 %	80 %	-	5%	

Most of the scholars i.e. 15% strongly agreed and 80% agreed to the assertion that use of social media is reducing their concentration level. It was determined that after the use of social sites the students mind continue to be keen on the posts they noticed on these web sites and it influences their concentration level. Even much less customers said this. Only 5% users disagreed with the announcement as they may be no longer influenced by the post.

**Students perspectives on use of social media on the effect of it on their grades**

**Table7:**

Statement	SA	A	UD	DA	SD A
Social Media Sites lower our grades and decreases performance.	20 %	15 %	10 %	40 %	15 %

40% students strongly disagreed and 15% strongly disagreed with the statement as they were able to manage their studies and performance in exam. They seen no effect of social media on their grades. 10% remained neutral as they seen no relation between the use of social media and increase or decrease in grades. 15% agreed that it influence their grade, as they grades are lowered by the use of social media.

8. Students views on use of quick words due to using social media.



**Table8:**

Statement	S.A	A	UD	DA	SDA
We often use short words in class notes or during exam which we use in chatting.	10%	15%	5%	40%	30%

From the answers of the scholars it was observed that 10% strongly agreed and 15% agreed that during elegance assignments as well as exams they use short words in area of full words. They additionally disclosed that oftentimes their professors complained to improve it.40% disagreed and 10% strongly disagreed with the assertion as they by no means used brief words in notes or exams.5% remained neutral.

### **CONCLUSION:**

It is found within the study that students feel that social media is beneficial in their education work for sharing study material and to debate their study topics. Most of the scholars revealed that they are doing not use mobile phones to access social media sites within the classroom. Most of them arranged that social media destroy the study time. Many of the scholars prescribed the distraction in education work thanks to social media. Nearly about 80% students considered it true that social media use in lowering their concentration and that they aren't ready to concentrate in their studies because the thoughts about social media over power them. Most of the scholars believe that their grades aren't suffering from the utilization of social media. As they're ready to manage their studies. Nearly quite half the scholars agreed on the utilization of short words in their notes and answer sheet. It's found that over use of social media sites are affecting their studies. If it's utilized in the controlled way it'll not affect studies.

### **REFERENCES**

- [1] Abousaber, I., Oueder, M. (2018). A Study on the Impact of Social Media Usage on Student Academic Performance: University of Tabuk an Example. American Scientific Research Journal for Engineering, Technology, and Sciences (ASJETS), 40(1), pp. 77-88.
- [2] Alwagait, E., Shahzad, B. (2014). Impact of social media usage on students' academic performance in Saudi Arabia, Computers in Human Behavior, <http://dx.doi.org/10/1016/j.chb.2014.09.028>
- [3] Amin, Z., Mansoor, A.,et.al (2016).Impact of Social Media of Student's Academic Performance. International Journal Business and Management Invention, 5(4), pp. 22-29

- [4] Asemah, S., Okpanachi, R. (2013). Influence of social media on the academic performance of the undergraduate students of Kogi State University, Anyigba, Nigeria, *Research on Humanities and Social Sciences*, 3(12), pp. 90-96.
- [5] Syed Nasrullah<sup>1\*</sup>, M. Firdouse Rahman Khan<sup>2</sup> (2019). Examining the impact of social media on the academic performances of saudi students - case study: prince sattam bin abdulaziz university *Humanities & Social Sciences Reviews* eISSN: 2395-6518, Vol 7, No 5, 2019, pp 851-861 <https://doi.org/10.18510/hssr.2019.75111> pp 851-861.
- [6] Gilbert M. Talaue<sup>1</sup>, Ali AlSaad<sup>2</sup>, Naif AlRushaidan<sup>3</sup>, Alwaleed AlHugail<sup>4</sup>, Saad AlFahhad<sup>5</sup>(2018) the impact of social media on academic performance of selected college students, *International Journal of Advanced Information Technology (IJAIT)* Vol. 8, No.4/5, October 2018 DOI :, pp 29-35.
- [7] M. Owusu-Acheaw<sup>1</sup> Agatha Gifty Larson<sup>2</sup>(2015), Use of Social Media and its Impact on Academic Performance of Tertiary Institution Students: A Study of Students of Koforidua Polytechnic, Ghana, *Journal of Education and Practice* [www.iiste.org](http://www.iiste.org) ISSN 2222-1735 (Paper) ISSN 2222-288X (Online) Vol.6, No.6, 2015, pp 94-102.
- [8] Ahmad Jahed Mushtaq (2018),The Effects of Social Media on the Undergraduate Students' Academic Performances, University of Nebraska – Lincoln [DigitalCommons@University of Nebraska – Lincoln Library Philosophy and Practice \(e-journal\)](https://digitalcommons.unl.edu/libphilosophyandpractice) Libraries at University of Nebraska-Lincoln.
- [9] Ms. Monika Singh(2017), A study on the impact of social media on education and academic performance of engineering students in Lucknow city, *International Journal of Research in Economics and Social Sciences (IJRESS)* Available online at: <http://euroasiapub.org> Vol. 7 Issue ISSN(o): 2249-7382 | Impact Factor: 6.939 |,pp 171-178.
- [ well researched work . worthy of publishing .]

## **THE REAL THREAT FROM VIRTUAL WORLD: An Emerging Regulation Related Issues of Social-Media**

**Dr. Krunal Purohit, Assistant Professor, Marwadi University, Rajkot (Gujarat)**

### **Abstract:**

With an emergence of information technology, a rapid revolution in mass communication has happened. All most all class of people are using social media; they create and forward messages without the background of any rationality and authenticity. This has led us into change in the perception of affected people. The negative outcome of this, is rumors and hatred among people. So, the purpose of this article is to explore legal requirements to control social media. The researcher has intensively gathered relevant information. The researcher has undertaken all the concerned initiatives to be taken by the central government to regulate social media. Frequency of the cybercrimes like fake and suspicious accounts, illegal access of account and other bugs related issues have been accommodated in this paper.

Key Words: Social Media, Social Media Regulations, Facebook, WhatsApp, Instagram.

### **Introduction:**

The technological revolution in Indian society is happening very rapidly. Information technology has grass root level presence in highly populated country. Due to enormous increase in the use of social media, lower internet tariffs, smart phones and good network connectivity, more Indian people are becoming part of the internet and social media. But history is the witness that up to some extent, human beings have always use technology in negative manner e.g. nuclear bomb. In a country like India where millions of people are using social media like Facebook, WhatsApp, Instagram etc. Starting from kids to old age people, all are actively creating and sharing messages. Groups in WhatsApp and Facebook have more facilitate mass communication. But there many incidences where illegal content has been identified. People even don't think before they create and forward the messages on social media. Recently, the central government raise the concerns over the rapid rise in unlawful activities like defamatory postings, anti-national activities, threat to public order, fake news and hate speech.

The groups have been formed based on family, cast, religion etc. So, these groups have become a platform to show anger, hatred and even some offensive comments against the cast or religion. This can turn into rumors among associated people. The state police have identified many WhatsApp group through which rioting activities were operated. This is very dangerous sign for a democratic country like India. It has become a very difficult job for central and state

governments to control social media due lacuna of proper regulations as this comes in the context of 'Freedom of Expression' under fundamental rights. The respective government agencies face difficulties to prove crime with this regard.

Frequency of Digital Crimes:

1. 87 million Facebook user's data accessed by Cambridge Analytica without the knowledge of Facebook.
2. 3.2 billion fake accounts were removed by Facebook between April and September 2019.
3. 70 million suspicious and fake accounts were shutdown by Twitter in 2018.
4. As per Bromium report, cyber criminals are making \$ 3.25 billion by cheating people.
5. 5,00,000 Google users exposed by a bug present in system.
6. According to RSA Security report, 43% increase in social media fraud attacks in 2018.

In 2019, the Central Government of India has taken many initiatives to regulate social media by accommodating many severe consequences which are as follow:

The government plans to regulate social media without spying on users:

The government has acknowledged that it is in the process of formulating new guidelines for intermediaries including social media companies, which mandates the use of technology-based automated tools to identify, remove and trace the origin of unlawful content. There is a need of IT-based administrative mechanism should be able to address this to a large extent. The traceability clause has emerged as a major bone of contention between the government and privacy advocates world over. In October, more than 100 civil society organizations like Electronic Frontier Foundation, Digital Rights Watch and Access Now approached to chief executive officer Mark Zuckerberg to not disclose information to governments like the US, the UK and Australia. Recently, the Indian government has worked on traceability clause with the help of this the origin of messages linked to unlawful activities can be detected.

Indian Navy bans smartphones, social media on bases and ships:

In December-2019, seven navy personnel arrested for allegedly leaking sensitive information to an espionage racket links to Pakistan. The police have said that all the arrested officials were in touch with Pakistani women who had befriended them on Facebook. This is breach of national security. Even in recent past, many such events occurred like honey traps where army personnel were involved. Such kind use of social media can not only disturb the relationship but also it can put into war related situation between two nations.

Online platform like WhatsApp don't cooperate citing encryption to governments:

In 2019, the government of India mentioned that platforms like WhatsApp doesn't cooperate with law enforcement agencies citing end-to-end encryption. Some government officials have

told to Rajya Sabha panel looking into the issue of pornography on social media and its effects on children. In the first week of December-2019, an ad-hoc committee of the Rajya Sabha was formed by the Upper House Chairman M. Venkaiah Naidu on the “alarming issue” of pornography social media and its effects on children and society. It also called different stakeholders including Ministry of Electronics and Information Technology, telecom regulator TRAI and social media platforms.

Liking social media accounts with Aadhaar and PAN:

BJP leader Ashwini Kumar Upadhyay who filed plea in Delhi High Court by that there are accusing 20% fake accounts who are much more in number. But a bench of Chief Justice D. N. Patel and Justice C Hari Shankar said linking of accounts with social platforms like Twitter, Facebook and WhatsApp with Aadhaar, PAN or any other identity document requires framing of policies or amendment in existing law by the central government. The bench also said they were not inclined to issue any direction to the government as the matter is already pending with Law Commission.

Parliamentary panel asks Twitter to take strong measures on women and child cyber safety:

On 4<sup>th</sup> December-2019, top executives from the social media firm made presentation on the issue before the panel headed by BJP MP Heena Gavit which has a total of 20 members. Twitter gave a brief on its functioning. During the meeting, the panel members urged Twitter to consider increasing the minimum age requirement for opening accounts on its platform to 15 years from the current 13 years. In addition, Twitter was asked to find ways to proactively and effectively remove abusive and inappropriate content.

Government provides fact-checking facility:

The governments have taken different measures to fight against the fake news. Many fake news resulted into riots, murder and damage to government premises. During the recent Lok Sabha Elections, the Election Commission worked on to pull out post that were fake. The government also initiate actions finalizing new IT rules for social media companies that would mandate traceability of originator of message and removal of malicious content within 24 hours of notice.

Supreme Court Intervention:

The apex court observed that the liability should be on the social media companies to decrypt (information of origin/sender) a message and provide relevant information to the government. A bench of Justice Deepak Gupta and Aniruddha Bose asked the Centre Government to submit its report in January-2020 if misuse can be checked and liability could be transferred to social media companies for the decryption of the messages. In addition, attorney general K. K. Venugopal said that section 69 of Information Technology Act has provision to disclose the information of

sender who have create and transfer the messages. So, this provision can help to determine criminal offenses.

Supreme Court ask Central Government to Prepare New Social Media Guidelines:

In October-2019, the apex court allowed the central government three months to formulate social media rules. The central government assured apex court that the government is in finalizing and notifying the Information Technology Intermediaries Guideline (Amendment) Rules, 2018. So very soon account holder of all social media companies must link with any government approved IDs in the country. The central government has consulted with other ministry like commerce, Home Affairs, Child Development and Information and Broadcasting.

**References:**

The researcher has compiled many news published mint newspaper in 2019 and [www.livemint.com](http://www.livemint.com). No other resource has been considered in this article.

# **Role of Social Media as an Important Tool for Social Change**

**Abhinendrasingh B. Thakur , PhD Research Scholar, Gujarat University**

**Prof Dr Jagdish Joshi, Professor & Director, UGC-HRDC, Gujarat University**

## **Introduction**

The first and very important media now a day is social media which has presented into existence with advancement of mobile technology and with internet in the form of whatsapp, hikes, face book, twitter and other networking sites. Social media is not a platform only where people discuss their issues and opinions but it is beyond that level where it performs its role as a changer of society. In this modern world, social media is one of the most important parts of one's life from shopping to electronic mails, business tools and education fields. It performs a vital role in transforming not only people's lives but also their life style. Though we know that it has enormous uses even we can understand its basic objectives which can be enlisted as to educate, entertain, inform and influence the opinion of many people. We can see that it is playing very important role in strengthening our society and make people aware about the society and its changes. It conveys messages to build public opinion and awareness because it reaches to a large number of people in a very short of time period. Its distinctive role in educational field has made today's students well equipped and teacher's dynamics. It is updating our society also in many ways as the updates are available at our doorsteps. We can see many gradual changes in the kinds of media and with that their effects of individual's life as well as on it. The sphere of influence of social media is increasing day by day continuously as the coverage range of a small news or message is very wide these days and more significantly in modern society. It performs its role as a facilitator of development and an agent of change. There is no man of any age who is not touched by its reach.

The presence of the social media is currently observed many ways and means of communication. For example, television, radio and press have formed profiles in the social networks in order to tell again of their existence, to inform about the latest news regarding the program or content, as well as to symbolize themselves. It shows that an important amount of energy, resources, and effort is invested in and dedicated to the communication in the Internet environment. The social media Web sites are supplemented all along with the homepages, thus the notion of the mass media cannot be interpreted only in the usual sense - it is also viewed as a revolution. The social media are the part of traditional media, having the connection of users as

one of the most characteristic features: “People refer to Web 2.0, user-generated content, social networking, and other terms to try to encompass the movement toward people becoming influential publishers on the Web and beyond. All of these terms and others have their place in describing useful tools for people to publish to the world”. It is proof that audience is not only the passive receiver of the content but they like to use the opportunities of inter activity.

Though in many ways we see the use of social media as people spread fake news and rumors but with few incidents, we cannot deny the importance of social media in a positive way. If there are few bad examples then we can find thousands of good examples also. Social media is a platform that allows people to share or exchange information’s, ideas, images, videos, articles and even more with each other with the help of a particular network. We know there are many positive and negative effects of social media but in this paper we cover the positive aspects of social media and focus few fields like education, society, business, youth etc. we will try to focus how social media covers all these topics in better way. Social media gives the students easier way to complete their bunch assignments, class ventures or for support on homework assignments. Social media provides good opportunities for educators to teach a good digital content and use of internet for better productivity. Social media networking sites support to make new customers by providing useful facilities in business field. Social media sites provide the opportunities for people to reconnect with their old friends, mates and colleagues. Youngsters are more connected with social media and their communication and conversation with their friends and groups are seen in everyday life. Useful data and information can be exchanged over social networking sites. Youngsters can get information related to career objectives over social networking sites. Social media platform has increased the quality and rate of collaboration for students. Social media is very useful but only when it should be used in a limited way without getting addicted.

### **Impact of Social Media on Education**

Technology has given a rapid development in continuous way by introducing small communication devices and we can utilize these small communication devices for accessing social networks whenever we want, any time anywhere, as these gadgets include pocket computers, laptops and even simple mobile phones which support internet. For the reason of education social media has been used as an imaginative way. Students should be educated to use this tool in a better way, in the enlightening classes’ media just being used for messaging or texting rather than they should be trained to figure out how to use these media for good. Social media has enlarged the quality and rate of teamwork for students on a large scale. With the help of social media students can without difficulty communicate or share information with in a



second with each through various social sites like Facebook, Whatsapp, and Instagram etc. It is also vital for many students to do some practical work instead of doing paper work. They can also write blogs for themselves as well as for teachers to improve their knowledge skills. Social networking sites also carry out online examination which takes part in an important role to increase the students' knowledge. Some positive effects of social media on educations are:

- Social media provides many new ways to the students to successfully reach each other in regards to class ventures, bunch assignments or for help on homework assignments.
- Many of the students who are not willing to take an interest constantly in class might feel that they can articulate their thoughts easily on social media.
- Teachers also use it to post their matters about class activities, school events which will be very functional to them.
- We have seen now a days that social media has been rising in career option. Social media makes a platform which prepares young workers to become successful marketers.
- The use of social media gives the opportunity for all educators to train good digital citizenship and utilization of Internet for productivity.

### **Impact of Social Media on Business**

Social media is the new and modern platform in marketing field that includes business, organizations and brands which helps to create news, make connections, make friends and make followers. With the help of social media Business enhances an organization's performance in a variety of ways such as to achieve business objectives, increasing annual sales of the organization. Social media perform its role in various ways as a communication platform that provides few ways communication between a company and their stock holders. Business becomes easier and its promotion also becomes easier through different social networking sites. Many of the companies like to promote their business by giving advertisement on the social media in order to create a center of attention maximum users or customers. Customers can be connected and interacted with business on a more personal level by using social media. If a company has recognized a brand, social media can also help this organization to develop the existing brand and offer the business a voice. With the help of social media company can make their policy to promote their organization.

We know that social media used many types of business functions, here are some examples also like: Marketing – it is one of the very significant and very common uses of social media in the business field. It is very useful now days because today each brand keeps a target section of online audience. HR – it is very important for identifying and engaging the talent in direct manner. It becomes helpful for the company to showcase their employee benefits and also

the culture of the company to the world which is outside also. Creative – it is also an important part and it helps to enable art, copy and design teams to create new points and ideas which become helpful to the company to accomplish its goals. Operations – there are many sites which help the business by connecting with many experts who can exchange their experiences and strategic plans, for example LinkedIn. Business Development – these professional sites can be used to connect with many clients and customers. There are many positive impacts of social media on business.

#### Impact of Social Media on Society

We all are very aware about the role of social media on our society, as it has an enormous impact and strong influence on our present society. There are many sites which are very popular on the web. Many of social media sites have transformed the way where people like to communicate and also socialize on the web. Social networking sites give them the better opportunities for people to make a good connection with their old friends, mates and colleagues. It also provides another good opportunity to make new friends also, share pictures, videos, audios and other contents amongst them. It also helps to change the life style of people and society which makes life of people better than previous one. Here are some positive effects of social media on society

- Social Media connects and helps to get together people they may not have met outter the social media forums.
- It becomes a platform to share ideas away from the geographical boundaries.
- Social media gives open chance for all writers and bloggers to attach with their clients.
- An additional positive effect of social networking sites, it gathers people on a huge platform for the attainment of specific goals. This helps to bring positive change in the society.
- Social media spreads consciousness among society like campaigns, advertisement articles, promotions which supports the society to be up to date with the current information.

#### Impact of Social Media on Youngsters

In this modern world social media has set him as a cool tool for engaging and involving young people. Young people are linked with social media I their day to day life with their friends in the matter of conversation and communication and with many other aspects which make them engage with social media. They use different types of devices every day. Last many years, social media is the only platform where youngsters are connected with their friends, school groups and college friends and relatives through social media only. It is not only about friends or relatives but except these, youngsters are also connected with many unknown people whom they never meet or not know anything about them even they are very much connected with them. With the

help of social media from many years, we have observed that youngsters become concern to make new relations and also like to make new friends in their everyday life and give more importance to their relations also. We have seen that teenagers are also using mobile phones, online games, web etc. to communicate with other people and also like to gather information also through these platforms. They like to take help of social media even in their problems of studies and they try to find out solutions also through different educational sites and also like to study also through online channels. We know that there are many advantages of social media for youngsters, some positive effects of social media on youngsters are also given which are very important

- Social media supports youngsters to continue a connection with each other.
- Functional and important information can be exchanged over social networking sites.
- Social networking sites can permit teens to find support online that they may be short of in customary relationships, especially for teens.
- In a Critical Development period youngsters also go away for social networking sites for suggestion and information.
- Youngsters can come across to social media for receiving the answers associated to their career objectives.

### **Conclusion**

Social media is becoming the routine for each and every person as the technology is growing day by day and we see that people are addicting with social media technologies every day. We see, impact of social media is different at different levels and also on different people. Students have achieved a good quality and a rate of collaboration of knowledge which is increased by social media at large level. Businesses also enhance good performance by using social media such a different level as to complete its objectives, increasing all over sales of the organization. Youngsters also get many benefits by using social media on regular basis. Though we know there are lots of merits of social media but we cannot deny the demerits of social media also which create many problems for us also if we do not use it in appropriate way. We need to be alert to save ourselves from false information which is spread on social media at a large level, which may create sometimes downfall of production and creativity also. We need to understand its value and we should use social media without getting addicted of it. There are many merits of social media but we should not be careless with its demerits also, only then we can use modern technology in a better way.

### **References**

1. Aveseh, Asough. Social Media and Ethics - The Impact of Social Media on Journalism Ethics, Center for International Media Ethics (CIME), December 2012
2. Ghulam Shabir, Yousef Mohammed Yousef Hameed, Ghulam Safdar, Syed Mohammed Farooq Shah Gilani, "the impact of social media on Youth: A case study of Bahawalpur City, Asian Journal of Social Sciences & Humanities Vol. 3(4) November 2014.
3. Gitanjali Kalia Chitkara University, Punjab, A Research Paper on Social media: An Innovative Educational Tool, Issues and Ideas in Education Vol. 1 March 2013 pp. 43–50.
4. Impact of Social Media on Adolescent Behavioral Health in California, Source: (Lenhart, 2010) except for Online video sites (Nielsen, 2009) & Online gaming (McAfee, 2010).
5. M. Neelamalar & Ms. P. Chitra, Dept. of Media Sciences, Anna University Chennai, India, New media and society: A Study on the impact of social networking sites on indian youth, Estudos em Comunicac, ~ao no6, 125-145 Dezembro de 2009.
6. Waqas Tariq, Madiha Mehboob, M. Asfandyar Khan , FaseeUllah, The Impact of Social Media and Social Networks on Education and Students of Pakistan, IJCSI International Journal of Computer Science Issues, Vol. 9, Issue 4, No 3, July 2012.
7. [https://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_media#References](https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media#References)
8. <http://www.business2community.com/social-media/>
9. [http://www.pewinternet.org/2015/01/09/social-media-update2014/pi\\_2015-01-09\\_social-media\\_01/](http://www.pewinternet.org/2015/01/09/social-media-update2014/pi_2015-01-09_social-media_01/)
10. <https://www.schooliseasy.com/2014/02/social-media-in-the-classroom/>
11. <http://www.edudemic.com/how-students-benefit-from-using-social-media/>
12. <http://blog.hootsuite.com/social-media-for-business/>
13. [www.edudemic.com/social-media-education/](http://www.edudemic.com/social-media-education/)

## **Doubt on the trustworthiness of news in the digital era - A detailed study of the arrival of fake news presence in different social media sites and apps**

**(Krishna Mishra, a Phd Student in media and mass communication area, Under Dr. Subhash Sharma at Pacific Academy of Higher education and Research Centre, Udaipur (Raj.) India.**

*“Beware of false knowledge; it is more dangerous than ignorance”.*

*--George Bernard Shaw*

The role of journalists and journalism has completely changed in this digital age. The format and style of journalism has also improved. Many changes have been made in the way journalists collect information, edit and create news. The traditional pattern of reporting and editing is almost gone. In today's time, there is no end to the limits of presenting your ideas. Communication has become interactive in today's high technology era. Earlier it used to be one-way communication. Social media or social networking sites allow people to participate continuously in online activities and share their views from any place of the country. Now there is no need for anyone to take permission to present their views. The freedom of expression law has given it complete freedom. This unlimited freedom has also brought many benefits such that there has been transparency on all sides, but this freedom of expression has now taken a negative form. This negative form has been named 'Fake News'. Misinformation is constantly being exchanged on social media. This is a very sensitive issue. Over the years, social media has created an important place in information and communication mediums. Older research says that social media has become a major player in shaping public discourse in a democratic country (Marda and Milne, 2018). In today's era, all the limitations of the field of communication management have been eliminated, the only reason is the ever-increasing influence of social media. The role of digital communication cannot be underestimated in today's high technology advancement era as digital communication becomes the main medium of communication in contemporary society.

The purpose of this research paper is to study the factors that are continuously influencing the credibility of news from social networking sites. A review of the literature suggests that to ensure the credibility of the news, strict laws need to be enacted to avoid the fake news concept. Although policy makers are under pressure from the service / platform provider, no concrete steps have been taken by the users or platform professionals. "Fake News" in India has experienced a steady increase. Social media users are constantly facing this problem. This

research paper wants to shed light on the reasons for the increasing impact of fake news. Stopping the virus of fake news has become extremely necessary, it is continuously increasing and is harming people and the country. In this paper, violent incidents caused by fake news are also discussed. And attempts have been made to compare the policies adopted by different countries with the policies of India. What other steps can be taken to prevent fake news in India in future.

*Key words: Fake news, interactive media, policies, social media sites and apps, source credibility.*

### Introduction

Initially, the news broadcast was in a limited state. Talking about print media, people had local and national publications. Doordarshan was the only channel in electronic media where people were aware of the news of daily life, and used to increase their information. It was a one-way communication where there was no scope for expression or equal. Even if someone wrote a letter to the editor, he/she either did not get the answer or it would have taken many days. In India, as soon as social media took its step, people got freedom of expression. But the news industry experienced a revolution in the way social media was collected, distributed, published and consumed with the introduction of social media. Today's reporters are creating their own profile page and personal blogging that harmonizes between them and readers (Singh, 2014). According to a recent FICCI report, the Indian media and media entertainment industry is one of the fastest growing sectors in India. The volume of users on the web in India is required to cross 500 million this year. This report says that by 2017, India has become the second largest cell phone user. Data consumption has grown to an average of 3.9GB every month (re-imagining India's M&E sector, 2018).

The rapid rise of smart phones and the Internet has suddenly led to a global concern, which experts have called 'Fake News'. Today this topic has posed a challenge to the confidence of users in the news. Fake news on social media is a fast-growing virus which is very important to control or else this virus will destroy the life of people. Initially, no one controlled it and as a result, many fraudulent companies and political leaders started using social media only for their benefit and to increase their vote bank. Not only this, it has also killed many people in India. Ever since Fake News has taken its inauspicious steps in digital media, there has been a panic in this popular internet world. Now the responsibility of the fourth pillar of our democracy has increased manifold than before. Although "fake news" is a problem, but in a densely populated country like India, it has proved fatal. Video clips, memes, messages, photographs are often used to mobilize communities and spread violence so that trouble increases.

Fake news is the dark side of this digitization era. Many social media platforms, such as Twitter and Facebook, often release information to the public that is not checked and verified more often, and a swirl of misinformation spreads quickly. Traditional journalism is devoted to society and has been carrying out its responsibilities well since the beginning. In contrast, social media has no responsibility and duty towards society. Correspondents (citizen journalists) are not accountable to anyone (Acemoglu, Ozdaglar & ParandehGheibi, 2010). Many researchers believe that mainstream journalists never support independent content developers because only mainstream journalists are aware of the basic principles of news writing. They know and understand the basic journalistic values, laws and ethics of the news industry well and have appropriate training in reporting and gathering news sources (Quandt, 2008). The journalist knows the importance of credibility, fairness and news values.

#### Review of Literature

According to empirical research, fake news articles are news that deliberately and mutually confuse people ("Why We Study Digital Misinformation. CNetS", 2016). The definition of fake news included in recent studies states that "fake news is a misinformation and just a way to make some money and to mislead people (Bollen, Mao, and Zeng, 2011).

Experts say that today's people are using social media more as a news source than traditional news sources (Perrin, 2015), because it is a very fast paced system and it is easily available. One does not have to wait for any specific time for this, it is available at all times according to the convenience. Whereas in the traditional print media, people had to wait for 24 hours for the news or in electronic media to take their special time and sit in front of the TV.

Recently we can see a quick ascent of fake news on social media. It has come to the fore as a political tool to misinterpret individuals. It is being used to advance one political side and only to further debate by degrading the other. Take the incident that occurred in 2016 as an example. The arrival of fake news during the United States presidential elections in 2016 made a lot of headlines. It all started in Macedonia, some youth created Trump websites to get traffic and money through advertisements i.e. clickbait. This business model eventually became successful, and also had a major impact on the election results" (Banerjee and Haq, 2018). The Guardian 'a British daily newspaper wrote a story on the issue, exposing the money involved in trade and fake news promotions. The public was also very impressed by this story.

Fake news is now a global concern

According to an international research agency, 'fake news' has led to a loss of confidence in people globally. People now want to be very vigilant and are worried all the time due to wrong information. The data of this agency shows that the average trust of the people of the news has

already been reduced several times. This agency has said that there is a lot of public concern about misinformation and it is too much. Their report says that this concern has reached an average of 55% in 38 countries, while on the other hand there has been no reduction in efforts by governments and various platforms. Despite government efforts, some countries have felt more concern on this subject than in the previous year. Except for all countries, the average level of trust in news is down two percentage points to 42%, and less than half (49%) rely on the news media they use themselves. (Clifford, 2020).

According to Frank's research, fake news producers are a bit different as they have a relatively quick lifespan and are busy spending more and more of their time posting on social media. In today's time, the media is a way of promoting or it is a web (Frank, 2015). The latest report states that more than 4 billion people worldwide now access the Internet through various devices (Internetworldstats.com, 2019). Additionally, news websites have become more profitable nowadays, and media organizations are investing in online journalism (Mitchell and Page, 2014). Social media sites have emerged as a new platform for all journalistic stakeholders. Social media users can use news not only as news or information recipients, but also as new and information providers (Smith, 2009). Today's wide readers pay more attention to their convenience, due to which social media sites have become a successful medium for obtaining information. There is such a torrent of information and due to public participation policies and legislation are not being fully utilized. Extremely convenient messaging and social media sites make conversation easier and more open (Hermida, 2012; Mitchell et al., 2013; Mitchell et al., 2013).

Indian scenario of fake news and government actions

According to an Indo Asian News Service (2018) report, almost the whole or the important part of fake news can be said only revolves around the idea of nationalism and nation building. Here every news gets associated with the emotions and the user tries to make his own identity more emotionally than the interest of the nation, as a result, the main facts in the news are lost or reduced considerably. Compared to other countries, there is a large market for fake news in India. WhatsApp is the main distributor here. But other social networking sites such as Facebook and Twitter are nothing less (What's Driving India's Fake News Problem; 2018). In 2014, Facebook social media site (India's most popular social media site) acquired WhatsApp (mobile messaging application) (Russia, 2014). WhatsApp is a platform where anyone can easily establish communication with anyone and can easily exchange various information. On this platform, not only correct information, wrong and fake news is also easily sent. Which has a very bad effect on the country. Many people have died due to this and violence has also taken place. A BBC analysis found that at least 31 people died in 2017 and 2018 as a result of mob attacks



via rumours on WhatsApp and social media (Alluri, 2019). Prior to the election in the 2017 - 2018 elections, Prime Minister Narendra Modi's Bhartiya Janata Party (BJP) and the opposition Congress party misused the power of WhatsApp to influence over 900 million eligible voters. Both the opposition parties Congress and BJP are accused of spreading false and misleading news. On 1 April, Facebook deleted 687 pages or accounts, stating it was associated with the Congress party for "co-ordinated inhumane behaviour"(Alluri, 2019). Jency Jacob, the managing editor of Indian fact-checking site Boom has said, "Facebook and Twitter are platforms that do not allow too much secrecy which allows fact-checkers like us to trace who the bad actors are in many of the cases".

➤ Citizenship (Amendment) Act 2019

The Supreme Court of India has asked the Central Government of India to "consider a plea for the promotion, purposes and benefits of the Citizenship Amendment Act (CAA) to remove fake news being circulated on this issue" (The Hindu, 2019; Rajya Sabha TV, 2019). In fact, the petition lawyer visited Jamia and Seelampur and found out that about 95% of the performers have no idea what CAA is. They feel that Indian law will now take back their citizenship. Some mischievous people continue to broadcast fake news (The Hindu, 2019). According to the news of Outlook News, about 5000 people of Pakistan are actively engaged in creating and promoting fake news on CAA. These people have also made many fake videos of it and posted them on online social media sites (Singh, 2019).

The Indian Ministry of External Affairs called a meeting of the Malaysian Prime Minister for "factually incorrect remarks" to resolve the problem (Mea.gov.in, 2019). The Indian government has now come to the notice, Assam Police has posted on social media that it has appealed to the people that they should beware of fake news and the Bangalore Police Commissioner has called upon the people that fake information related to any CAA of the general public. Do not trust me (Live mint, 2019; India Today, 2019). The government has asked the Delhi Police to keep a strict vigil on those who spread misinformation about CAA related violence at Jamia Millia Islamia College. So that the right action can be taken on them (The Indian Express, 2019).

➤ Kashmir Issues

The Kashmir partition has already been a big issue in India. The propaganda related to Kashmir is famously popular in India (Chaturvedi, 2019; Gulfnews.com, 2019). There are many popular examples that tell the story of Kashmir conflict. The Syrian and Iraqi civil wars are examples of those who have done nothing but just create unrest and promote extremism (Deodia, 2019; Baldwa, 2019). After the imposition of Section 370, there was so much outrage among the people that according to a newspaper report, a soldier quoted Ravikant as saying "a dozen, two

dozen, and also, sometimes with a lot of women, coming out, we Throw stones at him and run away. "(Yasir, Raj & Gettleman, 2019). Solicitor General of India's Supreme Court Tushar Mehta stated that "not a single shot was fired by the security forces after 5 August" ("Supreme Court asks government to restore normalcy in Kashmir", 2019), although the BBC later also Reported (Hashmi, 2019). The Supreme Court stated that the Center should "make every effort to restore normalcy as soon as possible" ("Supreme Court asks government to restore normalcy in Kashmir", 2019).

➤ Some other examples

- In November 2019, actress Shabana Azmi inadvertently posted a news on Instagram which was a false news. The news was that Shabana Azmi shared a picture of an alleged signboard at the Chennai airport, stating that "Eating Carpet Strictly Prohibited" means eating food on the floor is strictly banned. After some time when this news was investigated, it was found that this news was the fake news. And the Airports Authority of India said that it was only an attempt to shape an image. In fact, the sign board was morphed with the help of photo editing software (Jain, 2019);
- In 2014, Tata Chemicals, a well-known Indian company, had to deal with a misinformation campaign. In this fabricated news it was said that the amount of potassium ferrocyanide in Tata Salt is very high. A spokesperson for Tata Chemicals stated, "The use of PFC is permitted in salt and is safe and harmless to the human body when it is consumed to approved levels." "This is clearly stated in the list of Tata salt ingredients as prescribed by the rules." (RAJAGOPAL, 2019).
- India's Energy Minister Piyush Goyal tweeted a picture on Twitter promoting a government street-lighting program, in fact this photo was from a place in Russia (Kumar, 2017).
- After the floods in Kerala in 2018, there was a lot of misinformation on social media related to relief efforts which went on for a long time (Rajalakshmi, n.d.).
- In April 2019, there was a continuous series of rumours on the topic of vaccination on social media. It said that there are many dangers arising due to vaccination, due to which, in many schools of Mumbai, health officials stopped the vaccination of children immediately (Purnell, 2019).

Policies of some different - different countries to deal with fake news?

The whole world is fighting the whirlwind of fake news today. Violent incidents have occurred due to fake information on social media. The government across the world is struggling with this problem. Every country has tried to deal with this problem on its own. Here the details of the commendable steps of some countries have been given.

➤ Singapore

On 1 April 2019, this country proposed to enact a new law to deal with online fake news. In this proposal, it has been said that people who will spread false news online with their ulterior motives will have to face a jail term of ten years. Those who violate the rules on Facebook or Twitter will not only get severe punishment, but these social media sites may also have to face the consequences. Sites that do not follow the various regulations may result in fines of up to \$ 1 million. Individuals who continuously post false news and do not follow the rules may face fines of up to \$ 20,000 and up to 12 months in jail ("What countries around the world are doing to tackle fake news and violent content", 2019).

➤ Australia

Australia has said without delay that on April 4, 2019, if social media, web hosting companies and prisoner officers do not stop promoting fake news, then they will have to suffer a lot and the results will be very bad. Under the new law, companies that promote fake news will be fined up to 10 percent of their annual global business. And any officer who posts any kind of video or pictures in the form of terrorism, murder, rape or any other heinous crime just to incite people, may be sentenced to jail for three years. And they may have to eat jail bread ("What countries around the world are doing to tackle fake news and violent content", 2019).

➤ Malaysia

Malaysia is one of those countries that have enacted laws since the beginning of eliminating fake news. The previous government of Malaysia, led by the Barisan National (BN) alliance, enacted legislation in April that a person who makes or spreads fake news can be imprisoned for up to six years and fined RM500,000 (S \$ 165,390). Can be applied. Later, a second government (Patan Harapan government) was formed in the month of May that promised to repeal the law, but the move was stopped by the opposition-led Senate government in September ("What countries around the world are doing to tackle fake news and violent content", 2019).

➤ Germany

AFP news agency has reported that in Germany, new laws were enacted in January 2018 to keep fake information in control. This law was made for social media companies. This law states that fines of up to fifty million euros (S \$ 76.2 million) will be levied on sharing of hate speech, child pornography, terror related items on social media sites. And these websites will be given a time limit of 24 hours to remove all fake news (Marda and Milan, 2018; "What countries around the world are doing to tackle fake news and violent content", 2019).

➤ Russia

In March 2014, President Vladimir Putin signed a new stringent law for the Russian people to deal with fake news. In this law, it is written that people who spread fake information online can be fined up to 400,000 roubles (S \$ 8,302). The authority there has complete freedom to block those websites.

#### India's Fight with Fake news

India is also one of those countries which has taken several concrete steps to keep the rumours spread on social media (Bajoria, 2019). The Supreme Court of India has adopted a proposal suggested by the Attorney General, in which the Aadhaar card (identity card) will be linked to the social media account, so that it can be easily detected ("Social media accounts need to be linked with Aadhaar to check fake news, SC told", 2019). In parts of India such as Kannur city in Kerala, the government has started conducting fake news classes in government schools so that people are more and more alert (Biswas, 2018). The Government of India has taken another step to control the spread of fake news. The Ministry of Information and Broadcasting has the right to revoke recognition of any journalist if he is involved in writing or posting any fake news. In our country, in an emergency, the government turns off the Internet, so that fake news can be avoided. Some people say that the government should make the public more and more aware. In the year 2018, Google News launched a program to train around 8000 journalists in a total of seven official Indian languages including English. This program is Google's largest successful training initiative in the world (Christopher, 2018). Facebook has partnered with fact-checking websites such as Boom Live (Phartiyal & Kalra, 2019). Twitter has also worked tirelessly to remove various fake accounts and prevent fake information (McLaughlin, 2018). Not only this, fact-checking has become a business of sorts in India. They include fact-checking websites like Alt News, Boom, Factly and SMHoaxSlayer. Now the media house has its own fact-checking departments like India Today Group, Times Internet has TOI Factcheck and The Quint has WebQoof (Aananth, 2019). The Ministry of Information and Broadcasting has now become manifold alert. Online news sources and publicly visible posts are constantly being monitored and planned such as the fact checking model.

#### How to identify fake news?

The world of today's news is also filled with ambiguity. Along with the country, we also need to be vigilant. We also have to be vigilant at all times. Well it is a difficult task. Because fake news marketers are misleading people by using the same names and web addresses as reputed news organizations. "Onion" is one such example. "Onion currently receives a daily readership of 4.3 trillion" (Garden & Myth, 2019). The biggest problem for Indian people is that they are very emotional. And due to this sentimentality, many times get into trouble. If we get a message

related to patriotism or God or religion, we immediately believe it. For example - a post that will have a picture of a girl or god and say "Comment and get good news within 24 hours", "If you ignore this message, you will be much worse". Many such cases are seen daily. There was a lot of rumour in our country even in the time of demonetization. There will be a nano-GPS chip on the new notes. So that the government can keep an eye on everyone on its own.

Awareness is necessary

At a New Orleans seminar organized by the Education Writers Association, all speakers agreed that one of the best ways to deal with fake news is literacy. All teachers in the school must be essentially taught to distinguish between real and fake news. Because news literacy will act as a vaccine against fake news (Stringer 2014). We are accountable only for what we share. We should check once before sharing. First, we should check the source of information; Then you should see who will benefit from the storytelling? We must mature and immediately reject biased and false news.

Conclusion

It is true that social media sites are a platform that unites people to share and exchange information and bring awareness among the society. It helps to update the society with current events. But there are many major demerits associated with it, due to which both the society and the public have to suffer many losses. Misinformation and fake news have destroyed the real values of news and journalism. As a result, it is too early to draw a correct conclusion from the available literature review; In addition, more research is needed to understand the constantly changing media landscape.

References

- *Aananth, v. (2019). Can fact-checking emerge as big and viable business? Read more at: [https://economictimes.indiatimes.com/tech/internet/can-fact-checking-emerge-as-big-and-viable-business/articleshow/69210719.cms?utm\\_source=contentofinterest&utm\\_medium=text&utm\\_campaign=cppst](https://economictimes.indiatimes.com/tech/internet/can-fact-checking-emerge-as-big-and-viable-business/articleshow/69210719.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst). The Economic Times. Retrieved from <https://economictimes.indiatimes.com/tech/internet/can-fact-checking-emerge-as-big-and-viable-business/articleshow/69210719.cms?from=mdr>*
- *Acemoglu, D., Ozdaglar, A., & ParandehGheibi, A. (2009). Spread of (Mis)Information in Social Networks. SSRN Electronic Journal. doi: 10.2139/ssrn.1401648*
- *Alluri, A. (2019). WhatsApp: The 'black hole' of fake news in India's election. [online] BBC News. Available at: <https://www.bbc.com/news/world-asia-india-47797151> [Accessed 31 Jan. 2020].*

- *Bajoria, J. (2019). India Internet Clampdown Will Not Stop Misinformation. Retrieved 1 February 2020, from <https://www.hrw.org/news/2019/04/24/india-internet-clampdown-will-not-stop-misinformation>.*
- *Baldwa, S. (2019). Fact Check: Not CCTV clip of Pulwama blast, old footage from Iraq being pushed on social media. The Indian Express. [online] Available at: <https://indianexpress.com/article/india/fact-check-old-footage-from-iraq-goes-viral-as-pulwama-attack-video-5587829/> [Accessed 28 Jan. 2019].*
- *Banerjee, A., & Haque, M. (2018). Is Fake News Real in India?. Journal Of Content, Community & Communication, 8(4), 1-4.*
- *Biswas, S. (2018). On the frontline of India's WhatsApp fake news war. Retrieved 1 February 2020, from <https://www.bbc.com/news/world-asia-india-45140158>*
- *Bollen, J., Mao, H., & Zeng, X. (2011). Twitter mood predicts the stock market. Journal Of Computational Science, 2(1), 1-8. doi: 10.1016/j.jocs.2010.12.007*
- *Chaturvedi, A. (2019). Kashmir rumour mill on social media goes into overdrive Read more at: [https://economictimes.indiatimes.com/news/politics-and-nation/kashmir-rumour-mill-on-social-media-goes-into-overdrive/articleshow/70636473.cms?utm\\_source=contentofinterest&utm\\_medium=text&utm\\_campaign=cppst](https://economictimes.indiatimes.com/news/politics-and-nation/kashmir-rumour-mill-on-social-media-goes-into-overdrive/articleshow/70636473.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst). The Economic Times. [online] Available at: <https://economictimes.indiatimes.com/news/politics-and-nation/kashmir-rumour-mill-on-social-media-goes-into-overdrive/articleshow/70636473.cms?from=mdr> [Accessed 28 Jan. 2020].*
- *Christopher, N. (2018). Google wants to train 8000 journalists with new tools to fight fake news Read more at: [https://economictimes.indiatimes.com/pmi-2017/media/google-wants-to-train-8000-journalists-with-new-tools-to-fight-fake-news/articleshow/64653004.cms?utm\\_source=contentofinterest&utm\\_medium=text&utm\\_campaign=cppst](https://economictimes.indiatimes.com/pmi-2017/media/google-wants-to-train-8000-journalists-with-new-tools-to-fight-fake-news/articleshow/64653004.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst). The Economic Times. Retrieved from <https://economictimes.indiatimes.com/pmi-2017/media/google-wants-to-train-8000-journalists-with-new-tools-to-fight-fake-news/articleshow/64653004.cms?from=mdr>*
- *Clifford, C. (2020). Concern over 'fake news' has decreased global trust in media | YouGov. [online] Yougov.co.uk. Available at: <https://yougov.co.uk/topics/media/articles-reports/2019/06/11/concern-over-fake-news-has-decreased-global-trust-> [Accessed 29 Jan. 2020].*
- *Frank, R. (2015). Caveat Lector: Fake News as Folklore. The Journal of American Folklore, 315-332.*

- Deodia, A. (2019). *Fact Check: Photo showing Syrian child protecting his sister fudged as kids from Kashmir.* [online] India Today. Available at: <https://www.indiatoday.in/fact-check/story/fact-check-photo-showing-syrian-child-protecting-his-sister-fudged-as-kids-from-kashmir-1614936-2019-11-01> [Accessed 25 Jan. 2020].
- Gulfnews.com. (2019). *Kashmir 'fake news' barrage raises fears for India elections.* [online] Available at: <https://gulfnews.com/world/asia/india/kashmir-fake-news-barrage-raises-fears-for-india-elections-1.62533067> [Accessed 28 Jan. 2020].
- Hashmi, S. (2019). *Kashmiris allege torture in army crackdown.* Retrieved 30 January 2020, from <https://www.bbc.com/news/world-asia-india-49481180>
- Hermida, A., S.C. Lewis and R. Zamith, 2014. *Sourcing the Arab spring: A case study of Andy Carvin's sources on twitter during the Tunisian and Egyptian revolutions.* *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19(3): 479-499.
- Indo-Asian News Service. (2018, November 12). *Fake News Spreading In India Due To "Rising Tide Of Nationalism": Report.* Retrieved December 12, 2018, from NDTV: <https://www.ndtv.com/india-news/beyond-fake-news-bbc-fake-news-in-india-spreadingdue-to-rising-tide-of-nationalism-1946038>.
- India Today. (2019). *Be cautious while posting on social media, Assam police tells people.* [online] Available at: <https://www.indiatoday.in/india/story/caa-protest-be-cautious-posting-social-media-assam-police-tells-people-1630156-2019-12-20> [Accessed 31 Jan. 2020].
- Internetworldstats.com. (2019). *World Internet Users Statistics and 2019 World Population Stats.* [online] Available at: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm> [Accessed 28 Jan. 2020].
- Jain, S. (2019). *Airports Authority's Clarification After 'Mistranslated' Sign Goes Viral.* [online] NDTV.com. Available at: <https://www.ndtv.com/offbeat/airports-authoritys-clarification-after-mistranslated-sign-goes-viral-2125548> [Accessed 28 Jan. 2020].
- Kumar, R. (2017). *The growing tide of fake news in India.* Retrieved 30 January 2020, from <https://www.aljazeera.com/news/2017/12/growing-tide-fake-news-india-171210122732217.html>
- Live mint (2019). *Section 144 imposed in Bengaluru, other parts of Karnataka to disallow protests against CAA, NRC.* [online] Available at: <https://www.livemint.com/news/india/section-144-imposed-in-bengaluru-other-parts-of-karnataka-to-disallow-protests-against-cao-nrc-11576688875291.html> [Accessed 30 Jan. 2020].
- Marda, V., & Milan, S. (2018). *Wisdom of the Crowd: Multi stakeholder Perspectives on the Fake News Debate.* *Internet Policy Review series, Annenberg School of Communication.*

- McLaughlin, T. (2018). *How WhatsApp Fuels Fake News and Violence in India*. Retrieved 1 February 2020, from <https://www.wired.com/story/how-whatsapp-fuels-fake-news-and-violence-in-india/>
- Mea.gov.in. (2019). *Factually Inaccurate Remarks by Prime Minister of Malaysia on CAA*. [online] Available at: <https://mea.gov.in/press-releases.htm?dtl/32230/Factually+Inaccurate+Remarks+by+Prime+Minister+of+Malaysia+on+CAA> [Accessed 30 Jan. 2020].
- Mitchell, A., J. Kiley, J. Gottfried and E. Guskin, 2013. *The role of news on facebook*. Washington, DC: Pew Research Center's Internet & American Life Project. Mitchell, A. and D. Page, 2014. *State of the news media 2014*. Washington, DC: Pew Research Center's Internet & American Life Project.
- perrin, A. (2015). *Social Media Usage: 2005-2015*. Retrieved from <http://www.pewinternet.org/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/>
- Phartiyal, S., & Kalra, A. (2019). *Despite being exposed, fake news thrives on social media ahead of India polls*. Retrieved 1 February 2020, from <https://www.reuters.com/article/india-election-socialmedia-fakenews-idUSKCN1RE08Z>
- Purnell, N. (2019). *WhatsApp users spread antivaccine misinformation in India: Report*. Retrieved 31 January 2020, from [https://www.business-standard.com/article/technology/whatsapp-users-spread-antivaccine-misinformation-in-india-report-119041400694\\_1.html](https://www.business-standard.com/article/technology/whatsapp-users-spread-antivaccine-misinformation-in-india-report-119041400694_1.html)
- RAJAGOPAL, D. (2019). *Tatas battle misinformation campaign against salt brand* Read more at: [https://economictimes.indiatimes.com/industry/cons-products/fmcg/tatas-battle-misinformation-campaign-against-salt-brand/articleshow/70049673.cms?utm\\_source=contentofinterest&utm\\_medium=text&utm\\_campaign=cppst](https://economictimes.indiatimes.com/industry/cons-products/fmcg/tatas-battle-misinformation-campaign-against-salt-brand/articleshow/70049673.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst). The Economic Times. Retrieved from <https://economictimes.indiatimes.com/industry/cons-products/fmcg/tatas-battle-misinformation-campaign-against-salt-brand/articleshow/70049673.cms?from=mdr>
- *Rajya Sabha TV*. (2019). *SC asks Centre to consider publicising info about CAA to curb circulation of fake news - Rajya Sabha TV*. [online] Available at: <https://rstv.nic.in/sc-asks-centre-consider-publicising-info-cao-curb-circulation-fake-news.html> [Accessed 29 Jan. 2020].
- Rajalakshmi, T. *Deluge of misinformation*. *Frontline India's National Magazine*. Retrieved from <https://frontline.thehindu.com/cover-story/article24800034.ece>



- *Re-imagining India's M&E sector*(2018). Retrieved from <https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-re-imagining-indias-me-sector-march-2018/24File/ey-re-imagining-indias-me-sector-march-2018.pdf>.
- *Quandt, T. (2008). (NO) NEWS ON THE WORLD WIDE WEB?. Journalism Studies, 9(5), 717-738. doi: 10.1080/14616700802207664*
- *Singh, D. (2014). Present Trends of Newspapers in India (A qualitative study). Shodh Sanchayan, 5(1), 1-5.*
- *Singh, S. (2019). Around 5,000 Pak social media handles spread fake news on CAA. outlook. [online] Available at: <https://www.outlookindia.com/newsscroll/around-5000-pak-social-media-handles-spread-fake-news-on-caa/1687209> [Accessed 29 Jan. 2020].*
- *Smith, T., 2009. The social media revolution. International Journal of Market Research, 51(4): 559-561.*
- *Social media accounts need to be linked with Aadhaar to check fake news, SC told. (2019). Retrieved 1 February 2020, from <https://www.indiatoday.in/india/story/social-media-accounts-need-to-be-linked-with-aadhaar-to-check-fake-news-supreme-court-1582465-2019-08-19>.*
- *Supreme Court asks government to restore normalcy in Kashmir. (2019). Retrieved 31 January 2020, from <https://www.indiatoday.in/india/story/supreme-court-asks-government-to-restore-normalcy-in-kashmir-1599858-2019-09-16>.*
- *The Hindu (2019). Supreme Court asks Centre to consider publicising info about CAA to curb circulation of fake news. [online] Available at: <https://www.thehindu.com/news/national/supreme-court-asks-centre-to-consider-publicising-info-about-cao-to-curb-circulation-of-fake-news/article30339988.ece> [Accessed 30 Jan. 2020].*
- *The Indian Express (2019). Citizenship Act stir: Cops' eye on social media for fake news. [online] Available at: India Today. (2019). Be cautious while posting on social media, Assam police tells people. [online] Available at: <https://www.indiatoday.in/india/story/cao-protest-be-cautious-posting-social-media-assam-police-tells-people-1630156-2019-12-20> [Accessed 31 Jan. 2020]. [Accessed 29 Jan. 2020].*
- *What countries around the world are doing to tackle fake news and violent content. (2019). Retrieved 30 January 2020, from <https://www.straitstimes.com/world/what-countries-around-the-world-are-doing-to-tackle-fake-news-and-violent-content>.*
- *What's driving India's fake news problem? (2018, November 12). Retrieved December 05, 2018, from The Week UK: <https://www.theweek.co.uk/97720/what-s-driving-india-s-fakenews-problem>.*
- *Why we study digital misinformation | CNetS. (2016). Retrieved from <http://cnets.indiana.edu/blog/2016/11/28/why-we-study-digital-misinformation/>*

*Yasir, S., Raj, S., & Gettleman, J. (2019). Inside Kashmir, Cut Off from the World: 'A Living Hell' of Anger and Fear. The Newyork Times. Retrieved from <https://www.nytimes.com/2019/08/10/world/asia/kashmir-india-pakistan.html>*

## Role of Media in Education from students' perspectives

Devilaben Hirabhai Rohit, Designation: Ph.D. in English, Postal Address: 1/ Shakti Enclave  
Society, Near Patod Talav, Anand-Vaghasi Road, Vaghasi: 388320

### Abstract

The recent research article highlights the contribution of media in education from students' perspectives. It shows relation between media and education. Furthermore, it too glimpses 'HOW' students educate themselves with the help of media. Education is a holistic and media provide holistic information and students update themselves by using various types of media such as printed media, electronic media as well as social media. Students can enhance variety of skills like communication skills, soft skills, life skills etc. It connects human being with the globe. It teaches diverse cultures, language, rituals, ethics and values too. It develops emotional affection by linking with the world. It has vital role in making oneness.

Media is informative tool, provides social, political, economical, religious as well as educational information through which students can update themselves. Media is useful for teaching learning process. For example by using English News Paper students, enhance vocabulary as well as, reading skills, comprehensive skills as well as writing skills

In addition, this is informative research and finding of this is that both printed and social media are fruitful for educational purpose but it has also some drawbacks such as what about those students who cannot afford for economic source they may use printed media for educational purpose. Further, those who can afford electronic media easily access but it should not be used over excessively it could harm them. Social media facilitates to learn technical skills, communication skills as well as psychoanalytical skills.

The gist of the article is only that students should use both types of media. However, social media should be used when it is needy. Printed media can be used for personal development too. An educated person serves society better if he aware about his/her surroundings. Further, it can also useful for the national development and international development.

*All have learned I learned from books*

Abraham Lincoln.

*Social media is not just a spoke on the wheel of marketing. It's becoming the way entire bicycles are built*

Ryan Lilly

**Key Words:** Media, Social Media, Education, Holistic Development.

## **Introduction**

Media is a tool specifically designed to reach a large audience or viewers. There are two types of media such as Printed Media and Electronic Media. Printed Media includes newspapers, magazines, or newsletters, Direct Mailers, Handbills or Flyers, Billboards, Press releases Books etc.. However, with the passage of time, the term broadened by the inventions of radio, Television, cinemas and Internet. In present era, media is very needed like food and clothing. It is right that media is playing vital role strengthening the society. Its role is to inform, educate, and entertain to people. It provides real life experiences. It makes aware about our surroundings. The media has strong social and cultural impact upon society. Due to its specific features to reach large mass, it imparts message to mass reviews and observations.

Education is lifelong learning which is not limited to school textbooks or within classrooms. Education is holistic process, means to develop over all personality of the students. Daily activities and events surrounding around us educate us in one or the other way. Human being is no importance without education. An educated person has the ability to change the globe. It makes good citizen, it ensures a productive future, opens new vistas, prevail awareness, develop social credibility..etc.

The role of media in education is increased day by day. As the technology emerges, it makes human work easily. Just one touch completes tasks in a second. There are number of computer labs, television sets and libraries that have become part of curriculum in educational institutions. Media has brought closer globalization. Accessibility of media connects students from different universities in different parts of the world through mere internet connection. Amidst the information, revolution mass media has become such prominent item of human beings.

Contribution of Media in education:

Television, internet, websites, film, newspapers, music, CDs, magazines, billboards, radio programs play significant role to convey message. John Dewey said that education could not be restricted within teacher and school classroom; it can be acquire through social environment. The present technical era electronic media plays vital role to decode and encode messages. It provides comprehensive and long lasting experience of learning. It provides information irrespective of caste, color, geographical, sociological, economical diversities media is significant tool for education to all.

Mass media used for rural development and education. Mass media like Television, Radio, interactive video, computer and print media used to develop rural education. Door Darshan is telecasting latest information on agricultural education and rural development through electronic

media, including majority of rural population. Previous studies found that Television impact positively for small farmers and illiterates.

Social media plays vital role to educate in present world. Majority of teachers and students use it for teaching learning process. It engages, inspires and motivates students to learn. It includes various activities like networking, socializing online through words, pictures and videos. Two-way communication brings people together to discover and share some information, ideas, concepts and notions.

Admittedly, it also includes bookmarking where all users have an opportunity to share their online libraries of links and connect to each other's lists within a definite online community, to online collaboration spaces.

Face book and Twitter considered as fastest means of finding information. It used in classroom to conduct discussion. Students communicate with different students of the globe they learn communication skills, language, culture, socializing, networking, and managing skills. In addition they learn social science, science, arts, commerce, business administration, engineering etc. by using various images accessed on internet they learn social science, science as well as general knowledge. Maps, landlines help to learn social science. The fact that, it provides more than we just imagine. It enhances computer literacy, life skills, soft skills and communications skills. Audio-video facilities to learn easily and provides long lasting learning.

Social websites used for creating discussion in the classroom. It becomes possible to create a chat room that embed later to some blog and scheduled to open at a specified time. Blog helps to creative writing and enrich grammar skills. Teachers can give project work to students. It helps to complete homework and different researches. It is a great phenomenon as geo-tagging has a good opportunity future in education field. Further, it has been proved scientifically that social media assists students to engage in study. Previously, due to lack of concentrate students could not pay attention. Social media engages them into close communication and collaboration with instructors so that learning take place easily.

Learning is life long process. Students also learn insightfully while using web tools. Initial stage it can difficult but once students used to it they enjoy it. In this sense, role of media in teaching-learning process attract students' attention and make teaching- learning activities more interesting and effective. The use of media in education is not a new thing.

A teacher who knows about social media is a boon to the modern classroom. It is about more than just "keeping up" having social media, skills strengthen the teacher-students connection. It can bridge a generational gap that makes teaching a challenge. Use of social media classroom increases accessibility for children from lower families. It has applicants to personal and

professional development. Teachers use it to find learning and development opportunities of their own.

Face book helps learners to use large amount of information is always available. Language learners keep in touch with target language. Second language learners learn various kind of knowledge and be familiar with the laws of different cultures web tool provide good area of documents and offer best ways to promote language skills. Students enhance communication skills by communicating with peers around the world instead of being limited to the classroom. Thus, computer is effective in forming student-student and student teacher interaction out of the class.

Social media increases power of speech through online conversation about various issues native and other second language speakers (Depew 2011). Carmean and Haefner explained that social networks applied online technology make the second language learning more social and enjoyable with minimal stress. They stated that real learning happens when it is social and students' centered. In other way, this kind of learning leads to "meaningful understanding of material and content" (p.29, 2002). Waters emphasized the importance of social media as an electronic tool that is new in process second language learning (2009). Alternatively, Kendle and Northcote claimed that discussion in online groups and online information can give learners the chance to learn useful skills implicitly (2001). There is more feedback during discussion and communication in online situations because of the high confidence (Davis &Theide, as cited in Chen and Yang, 2007, 863). By comparing small groups of learner, researchers found that learners had much more participation in online discussion (Pratt & Sullivan, 1996; Warschauer, 1996). Lee performed a concurrent e-chat that has task-based instruction too increase learner relation and communication skills. An equal opportunity is given by the internet technology to the second language learners (Good Fellow & Lamy, 1999). Warschauer mentioned that online interaction motivate learners to more interactive conversation without concerning about pronunciation or oral connection in the target language. Similarly, Beauvois stated that social networks encourage students to have more discussion in French classes.

Face book is a useful tool to improve interaction between teachers and their students (Godwin, Jones, 2008; Sturgeon & Walker, 2009). It provides academic settings for both teachers and learners (Villano 2007). Face book encourages students to do their homework (Kitsis, 2008). It helps to improve students' social behaviors. Hamilton stated that Face book provides an appropriate environment to connect teenage readers and publishers and increase literature circles between them (Walker 2010). Blattner and Flori found that Face book creates competition in second language learners and help them to learn incidental vocabularies (Shahroki 2009).

However, positive effects of Face book as learning tool mentioned. It has some drawbacks too. For example, some university students limited university staff to access their profiles. Further it is reported that there is no significant different in using virtual and traditional teaching hours by students (Li & Pitts 2009). On the other hand, face book learners use it for writing but it is not same as the academic writing that learners write in educational environments. Learners write informal language in face book, blogs and twitter for communication. However, in the classroom students write in academic language. (Yancey).

Enhancement of various skills:

Computer literacy

Students develop computer literacy by using computer number of times. Students learn by trial and error those who do not have much computer competency.

Creative skills

Students develop own creative idea by using e-content or by watching video. Mostly it found in humanities, languages, arts and other disciplines too. According to Fractl and Buzz Stream suggests that 21% of social media users un-follow a brand if the content shared is repetitive or boring. To engage and hooked, students need to consistently come up with new and engaging ideas, creative initiatives and campaigns. From Face book contests to video on arts, business etc social media user to think innovative ways to stand apart from the millions of others on social media.

Socializing

By communication with different students of the world, students develop manner, respect, politeness, helping, respect, value, team spirit..etc. social media is a great way to connect with your customers and promote your brand.

Communication skills

By watching video students develop listening-speaking, reading and writing. Further, by forum discussion students also develop academic reading and writing. Through images, students learn vocabulary. Further students' compressibility also increases by using video.

Writing ability

Images and videos seen more on social media, writing also plays a critical role. if you are creating any social website post, tweet, writing stands as an essential part of social media marketer's job profile. If headlines are not magnetic or captivating enough, it is likely people are not going to be motivated enough to click. Social media posts include text and many are text based. It means that, for our post we have to be effective. Text has to be worth reading, clear, engaging and on instant message. Good writing is simply the craft of putting words together,

grammar, spelling and punctuation. There is also the aspect of understanding a teacher's voice and dealing with consistency, intelligence and sometimes with humor. Further, it develops other skills like content creator, critical thinking, editing, personal branding etc.

#### Speaking

You tube video helps to engage students. By listening to target language experts students develop speaking further expressions, vocabulary etc. Further, students also learn fillers, substitute, ellipsis etc.

#### Interdisciplinary skills

It means holistic knowledge. Students learn sociological, educational, philosophical, political, environmental, technical etc..

#### Decision making skills

Students develop decision-making skills through brain storming and getting multidisciplinary information of the subject.

#### It develops psychoanalytical skills

While reading of the text students comprehend the content as per psychoanalytical skills. For example while reading prose track in literature students use this skills to understand author's language and literary devices.

#### Research skills

Students develop research skills by referring various research articles, doctorate thesis. Further, educational researcher guides to conduct research and that are how students can develop research skills.

#### Critical thinking

Students can develop critical thing by reading online content. Further, if there is false information students can judge the content easily through their intellectuality.

#### Problem solving

Students develop problem-solving skills by finding the conclusion of the information. Sometimes it also happens that there are mistakes in subject matter students solve content by own knowledge.

#### **Conclusion**

The present paper highlights the contribution of media whether its printed or social media play an important in education specifically second language learning. Further, it is fundamental base type of research article so main purpose is to get information and impart new information to the readers. It also reveals how students can enhance various language skills by using social media as well as printed media. It also highlights some drawbacks too such it's not secure or economic



source etc. while printed media help to personal development it is more formal than social media. Authentic language found in printed media in comparison to social media. Previous studies related to second language learning by web tools found that social media is useful for language learning. However, researcher found demarcation line in usefulness of social media for communication skills focusing of second language learning from students point. By using web tools students can enhance second language but there should be proper guidance and care otherwise students use informal way of communication so it require proper formal exposure for language learning. Social media motivates towards self-directed learning.

Here, researcher would like to say that technology could not replace human being because to run it we require human, off course we can access it but cannot rely completely on it.

Further, the scope of the study is that contribution of social media in learning interdisciplinary subject matters.

### **References**

Abdin, M.J.Z., Ahmed, N., & Kabilan, M.K. (2010) Face book : An online environment for learning of English in institutions of higher education. *Internet and Higher Education*,13(4), 179-187.

Aydin,S.(2014). Foreign learners' interaction with their teacherson Face book. *System*, 42,155-163.

Blake, R (1998). The role of technology in second language learning in H.Byrnes (Ed.), *Learning foreign and second language: Perspectives in research and scholarship* (pp,209-237)New York: Modern Language Association.

Blattner, G., &Fiori, M. (2009) Face book on the language classroom: Promises and Possibilities. *Instructional Technology and Distance Learning* , 6(1), 17-28.

Cates, W.M. (1995) The technology of educational restructuring: planning for change in teacher education. *Computers in the schools*, 11(4),1-22.

Change, J., & Moores, T., Smith, D.K. (2005) Prepare your mind for learning.

Clark, R.E. (1992) Use of Media in education.

Clark, R. E. (1983) Reconsidering research on learning with media. *Review of Educational Research*, 53(4), 445-459.

Crick, R.D., & Wilson, K. (2005) Being a learner: a virtue for the 21<sup>st</sup> century. *British Journal of Educational Studies*, 53(53), 359-374.

Goodfellow, R., & Lamy, M.N.(1999) Reflective conservation in the virtual language classroom. *Language Learning and Technology*,2(2),43-61

Hamilton, B.(2009) Adult literature. *Library media Connection*, 28(3),14-15

Kalaja, P.,&Lappanen, S(1995) Experimenting with computer conferencing on English for academic purposes. *ELT Journal*, 49, 26-36.

Lee, L.(2002) Enhancing learners' communication skills through synchronous electronic interaction and task based instruction. *Foreign Language Annals*, 35(1), 16-24

Li, Y., (2000) Linguistic characteristics of ESL writing in task based e-mail activities system. 28,229-245

Selfie, C. (1990) Technology in the English Classroom: Computers through the lens of feminist theory. In C. Handa(Ed.) *Computers and Community: Teaching composition in the twenty-first century* (pp.118-139).

Shahrokni, S(2009) Second language incidental vocabulary learning: The effect of online textual, pictorial and textual pictorial glosses. *TESL-EJ*,13(3),1-17.

Warschauer, M.(1996) Comparing face-face and electronic communication in the second language classroom. *CALICO Journal*, 13(2), 7-26.

<https://www.Icibs.co.uk> role of social media in education, July 2017.

## **SOCIAL MEDIA AND ITS IMPACT ON SOCIETY**

**Geetaben Amrtulal Goriya, Research Scholar at Sankalchand Patel University, Visnagar,  
Gujarat.**

### **ABSTRACT:**

Social media is a stand for public around the World to discuss their issues and opinions. Social media is a term used to describe the interaction between groups or individuals in which they produce, share, and sometimes exchange ideas, images, videos and many more over the internet and in virtual communities. Teen-agers are growing up surrounded by mobile devices and interactive social networking sites such as Twitter, Myspace, and Facebook, Orkut which has made the social media a vital aspect of their life. Social network is converting the behaviour in which youthful people relate with their parents, peers, as well as how they make use of technology. On the affirmative side, social networks can act as invaluable tools for professionals. They realize this by assisting young professionals to market their skills and seek business opportunities. Social networking sites may also be used to network efficiently. On the adverse side, the internet is overloaded with a number of risks associated with online communities. Cyber victimization, which means a type of harassment that is perpetrated using electronic technology, is one of the risks. In this research paper we focus on every aspect of social media with its positive and negative effects. This research paper explain how social media will influence the society in a broad way.

**KEY WORDS:** Social media, Society, Impact.

### **INTRODUCTION:**

Social media are interactive computer-mediated technologies that facilitate the creation or sharing of information, ideas, career interests and other forms of expression via virtual communities and networks.<sup>[1][2]</sup> Social media is growing rapidly and becoming a vital part of

---

<sup>1</sup> Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251.

<sup>2</sup> Obar, J. A., & Wildman, S. S. (2015). Social media definition and the governance challenge-an introduction to the special issue. *Obar, JA and Wildman, S.(2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. Telecommunications policy*, 39(9), 745-750.

everyday life, because of the latest technological revolution. This stunning growth is due to the increasing usage of smart phones like BlackBerrys, Q-Mobile, Androids and iPhones. These Smart phones make it easy to access any social media platform from anywhere virtually. The mobile versions of these social media sites are so easy to access made it user friendly. As well as the Map services made a remarkable usage through mobile to find direction and places easily. Strength of Social Media presently covers following aspects, <sup>[3]</sup>

- Around 112.3 million blogs,
- 100 million of videos viewed daily
- 60 million active social network site users

**OBJECTIVES OF THIS RESEARCH PAPER:**

This research study covers following objectives:

- To procure knowledge related to social media.
- How the social media impact on society? Its positive and negative impact on society.

❖ **LITERATURE REVIEWS:**

A literature review is a scholarly paper, which includes the current knowledge including substantive findings, as well as theoretical and methodological contributions to a particular topic.<sup>4</sup>

NAME OF AUTHORS	TITLE OF RESEARCH CONDUCTED	PUBLISHER	METHODOLOGY APPLIED	CONCLUSIONS
(L Curtis, 2009)	Adoption of social media for public relation for Non-profit organization	Public Relation Reviews	Survey of non-profit public relations practitioners (N = 409) applied the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT).	Outcomes specify that women consider social media to be helpful, whereas men exhibit more confidence in actively utilizing social media. Organizations with specified public relations departments were more likely to adopt social media. Positive

<sup>3</sup> [https://en.wikibooks.org/wiki/Social\\_Media/Introduction](https://en.wikibooks.org/wiki/Social_Media/Introduction)

				correlations between UTAUT factors and credibility indicated a greater likelihood to adopt social media.
(Bobby J, 2009)	An Experimental Study of the Relationship between Online Engagement and Advertising Effectiveness	Journal of Interactive Marketing	Experiments using measurement scales involve eight different online experience	Results show that Personal and Social-Interactive Engagement are positively associated with advertising effectiveness.
(kristen Lovejoy, 2012)	Engaging stakeholders through Twitter: How non-profit organizations are getting more out of 140 characters or less	Public Relations Reviews	Content Analysis	The study originate that the nation's largest non-profits are not using Twitter to maximize stakeholder involvement. In its place, they continue to use Social media as a one-way communication channel as less than 20% of their total tweets
(Raj Agnihotri, 2017)	Examining the role of sales-based CRM technology and social media use on post-sale service behaviours in India	Journal of Business Research	Empirical Study	The outcomes show that sales-based CRM technology has a positive influence on SSBs and that salespeople using CRM technology in conjunction with social media are more likely to exhibit higher levels of SSBs than their counterparts with low

				social media technology use.
--	--	--	--	------------------------------

From studying reviews of literatures, it can be observed that there are many research study have been under taken on the social media. But each study is based according to concern area. Here in this research study as researcher I focused on impact of social media on society. Which totally rely on secondary data resources. So my research study is theoretical conceptual frameworks based.

**RESEARCH METHODOLOGY APPLIED:**

This research paper is totally based on secondary data resources. That is based on already available information. Secondly, the main aim of this research paper is to comprehension knowledge related to social media and its impact on society. So all related information are seized from related websites and text-books. Also this research study is descriptive in nature. Because its describe characteristics of research study.

**SOCIAL MEDIA:**

Social media can be very influential on society in both positive and negative ways. It gives people a way to stay in touch with people who live far away. It lets people share fun, interesting and informative content. It gives businesses a way to engage with customers. [5]

Social networks, which have almost become part of our daily lives, have established new communication structures and behaviours in society. While citizens and businesses have already extensively used social networks for years, governments constantly increase their interest in the new communication technologies. Sites such as Facebook, Twitter, and Linked In provide a mechanism for individuals to come together based on a variety of factors such as existing friendships, common interests, or work. People have discovered how the use of social networks can facilitate communication and the exchange/sharing of thoughts and ideas. [6]

Governments have also discovered the potential for these sites to aid in government information sharing and outreach. The Social Media and Social Networking and Government Minitrack tackles social media and networks relating to e-government which may include the use of social media and networks by any level of government, the implementation challenges, trust and

<sup>5</sup> <https://sysomos.com/2016/12/22/impact-social-media-networks-society/>

<sup>6</sup> Alawadhi, S., Kesan, J. P., & Skoric, M. M. (2014, January). Introduction to Social Media and Social Networking and Government Minitrack. In *2014 47th Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 2220-2220). IEEE.

privacy issues, different patterns and trends of social networks, information sharing, information overload, and mobile social networking. Here some data fact about social media, <sup>[7]</sup>

- 3.2 billion Social media users worldwide.
- Facebook is the most popular social media platform.
- 90.4% of Millennial, 77.5% of Generation X, and 48.2% of Baby Boomers are active social media users.
- Users spend an average of 2 hours and 22 minutes per day on social networks and messaging.
- 73% of marketers believe that social media marketing has been “somewhat effective” or “very effective” for their business.
- 54% of social browsers use social media to research products.
- 71% of consumers who have had a positive experience with a brand on social media are likely to recommend the brand to their friends and family.
- 49% of consumers depend on influencer recommendations on social media.
- 500 million daily active Instagram stories are uploaded worldwide.
- 91% of all social media users access social channels via mobile devices.

#### **IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON SOCIETY:**

The impact of social media has observed heavy growth with the advancement of mobile technology. People spent a large share of their time on mobile devices. Mobile devices provide you with ease to connect with anyone at anywhere and at any time.

Social media is an undeniable force in modern society. From giving us new ways to come together and stay connected to the world around us, to providing an outlet for expression, social media has fundamentally changed the way we initiate, build and maintain our relationships.

But while it feels like social media has become commonplace in our daily lives, the reality is that social media, as a technology, is still in its infancy. We still have so much more left to learn about the intricacies of the algorithms and design, especially when it comes to their impact on society.

#### **POSITIVE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON SOCIETY:<sup>8</sup>**

##### **1. Social Media Makes It Easier to Make Friends**

One of the biggest positives of social media is that it has never been easier to make friends. Just a few decades ago it was pretty tough to connect with people, unless you were the overly outgoing type able to make conversation with anyone and everyone at a party. Social networking sites can help you make and keep friends.

---

<sup>7</sup> <https://www.oberlo.in/blog/social-media-marketing-statistics>

<sup>8</sup> <https://www.makeuseof.com/tag/positive-impact-social-networking-sites-society-opinion/>

## 2. Social Media Fosters Empathy

Each of us spends a little too long talking about ourselves on social networking sites. Which is perfectly natural. We're sharing our lives—the ups and downs, the twists and turns—with people we think will care. The point is that by all of us sharing our experiences, both good and bad, on social networking sites, we're able to empathize with each other. A friend may have gone through a similar ordeal that you are currently going through, and they will be able to help you get through it.

## 3. Social Media Allows for Speedy Communication

Our time is being stretched thinner and thinner by work and family commitments. But social networking sites offer a chance to communicate in a speedy and efficient manner, especially when everyone involved is familiar with social media slang. Writing a tweet takes all of 20 seconds, and with cross-posting to other social networks switched on, that update reaches everyone you want it to reach (and probably more besides) in an instant.

## 4. Social Media Makes the World Seem Smaller

One of the good things about social media is its power to open the world up to you, making it a smaller place than it has ever been before. Family members living abroad can be kept abreast of the latest happenings in your world as quickly as those living next door. Friends you haven't seen since school, and who have since moved away, are able to keep in touch. Social networking sites mean someone's physical location has become a lot less important.

## 5. Social Media Helps You Build Relationships

Social networks can put you (back) in touch with people who you have lots in common with, and that common ground is often the starting point for long-lasting relationships.

## 6. Social Media Helps You Find Common Ground

Social networking sites can help you find people you share interests with. Facebook, for example, asks you to list who and what you are interested in right from the start. This makes it much easier to find common ground with other users. On Twitter you should be following those who have something to say that you're interested in, making connections with like-minded individuals much easier than you would offline. This does require the sharing of information and giving up a certain amount of privacy. Which is enough for some people to reject social networking outright. Keeping key personal information private is necessary, but sharing your likes and dislikes and interests and obsessions can actually contribute to an open society.

NEGATIVE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON SOCIETY:<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> <https://www.makeuseof.com/tag/pros-cons-social-media/>



There are plenty of negative aspects we need to consider, too. Here are some of the biggest disadvantages of social media.

1. Cyberbullying and Online Abuse

One of the worst drawbacks of social media is the prevalence of cyberbullying and online abuse. It's worryingly common for people to be targeted based on their gender, appearance, sexual orientation, religion, disabilities, political beliefs, and a whole lot more. Kids are especially vulnerable.

2. Addiction Is a Growing Problem

Take a trip to any local restaurant, and you'll see dozens of patrons with their eyes glued to their smartphones. The majority of them are probably on social media sites. Sadly, too many people are more worried about their number of followers on Instagram than their real-life problems. It's not healthy, either physically or mentally. Indeed, it's one of the most significant negative effects of social media on society.

3. Privacy Is Non-Existent

Another of the major cons of social media is the lack of privacy. If someone is a heavy social media user, you can often find out everything about them favourite books, employer, what their baby looks like with no more than a few minutes of cursory research.

3. Your Data Is Impossible to Delete

You can't talk about the pros and cons of social media without considering the online footprints you're leaving behind. Yes, you can delete your social media accounts. But what really happens to your data? Sure, it might not be visible to the public any more. But is Twitter wiping all your tweets from its servers? Does Instagram definitely delete every photo you've shared from its records? The answer is no. There will always be a chance (albeit small) that the data could someday resurface and be used against you.

4. Growth of Anti-Social Tendencies

The social media increase anti-social tendency in society. As with most things in life, there are positive and negative sides to social networking. My ultimate belief is that when used in moderation, with checks and balances on how younger people in particular are using them, social networking sites are neither good nor evil. Instead, they're somewhere in between.

❖ CONCLUSION:

After analysis of conceptual frameworks on social media's impact, it can be found that Social media has its advantages and drawbacks. It is up to each user of social media to use social sites wisely to enhance their professional and social life, and exercise caution to ensure they do not fall victim to online dangers.

❖ REFERENCES:

- Curtis, L., Edwards, C., Fraser, K. L., Gudelsky, S., Holmquist, J., Thornton, K., & Sweetser, K. D. (2010). Adoption of social media for public relations by nonprofit organizations. *Public Relations Review*, 36(1), 90-92.
- Calder, B. J., Malthouse, E. C., & Schaedel, U. (2009). An experimental study of the relationship between online engagement and advertising effectiveness. *Journal of interactive marketing*, 23(4), 321-331.
- Lovejoy, K., Waters, R. D., & Saxton, G. D. (2012). Engaging stakeholders through Twitter: How nonprofit organizations are getting more out of 140 characters or less. *Public Relations Review*, 38(2), 313-318.
- Agnihotri, R., Trainor, K. J., Itani, O. S., & Rodriguez, M. (2017). Examining the role of sales-based CRM technology and social media use on post-sale service behaviors in India. *Journal of Business Research*, 81, 144-154.
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251.
- Obar, J. A., & Wildman, S. S. (2015). Social media definition and the governance challenge-an introduction to the special issue. *Obar, JA and Wildman, S.(2015). Social media definition and the governance challenge: An introduction to the special issue. Telecommunications policy*, 39(9), 745-750.
- Alawadhi, S., Kesan, J. P., & Skoric, M. M. (2014, January). Introduction to Social Media and Social Networking and Government Minitrack. In *2014 47th Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 2220-2220). IEEE.

**WEB-SOURCES:**

- [https://en.wikibooks.org/wiki/Social\\_Media/Introduction](https://en.wikibooks.org/wiki/Social_Media/Introduction)
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Literature\\_review](https://en.wikipedia.org/wiki/Literature_review)
- <https://sysomos.com/2016/12/22/impact-social-media-networks-society/>
- <https://www.oberlo.in/blog/social-media-marketing-statistics>
- <https://www.makeuseof.com/tag/pros-cons-social-media/>

## **Impact of Social Media on Society and Youth**

**Nimish P. Kanani, M.Phil Research Scholar, Saurashtra University, Rajkot.**

### **Abstract**

In India Online Social Networking Sites have achieved a marvelous growth over the last 15 year, Most of the social media platform dominated by the youth. Indians use internet for various purposes such as surfing, gathering information, shopping, mailing, chatting and on social media. Now a days due to significant changes in internet culture there is explosion of social networking websites and users. Social media by the way of being social is composed of society or persons interacting with each other. Social media is a social instrument of communication. This research paper is an attempt to identify the media perspective and its role in youth and society in the our country. This research identify the youth and society to know their level of consciousness of community issues and how far social networking sites help today's in expressing their views on current burning issues like NRC, Citizenship Amendment Act, Article 370, Corruption, Women Safety etc. The study was conducted on people mostly through personal interaction and literature review.

### **Introduction**

Social networking sites have become imperative to the lives of people mostly for youth today. They are compulsive and addictive behaviour of the modern adolescence. Facebook, twitter, telegram and other networking sites have not only given them a platform to interact and discuss but also to their opinions on social issues. The movement for the hyderabad rape case, Support for remove article 370 in Kashmir are examples of how the society and youth used social networking sites to create mass awareness.

Social networking websites allow individuals to interact with one another and build relationships. When products or companies join these sites. People can interact with the product or company and share their views. Social networking sites like Twiter, Facebook, Youtube and blogs allow individual followers to "Retweet" or "Repost" comment made by the product being promoted.

Social networking websites is a big source of information, education and communication and of course entertainment. Social media is going to be next big challenge for the different aspect of our social and personal lives. New challenge like new form of addiction for the younger generation an age of over communication – 24 hours messaging and chat and alienation on the other hand leading to psychological disorder.

At present social media is a part of life for most of the Indian youth. The usage of the internet is now heavily shifted to social media sites. Undoubtedly social media has its own merits

but excessive use of social media is affecting the lifestyle, statistics show that addiction to social media resulted in increased health problems and change in behaviour. This paper focus on the impact of social media site on society and youth. Good, Bad and major concern in Indian perspective.

#### Literature Review

Social networking is defined as "the use of dedicated websites and applications to communicate with other users or to find people with interest similar to one's own" (Oxford Dictionary 2011) merriam-wester dictionary defined social media as "Forms of electronic communication through which users create online communities to share information idea, personal messages, and other content with more people joining the social networking like Facebook & Twitter. Brands are finding it easy to spread the word about them over the web as consumers find it easy. Connecting with each other by using these sites. It also helps people to make new friends, share content, pictures, audios, videos amongst them. Participation in social media offers youth deeper benefits that extend into their view of community, self and world. (Boyd, D. 2007). Lenhart and Madden (2007) in "Adolescent Social Networking" said that in the past five year social networking has "rocketed from a niche activity into a phenomenon that engages tens of million of internet users". Social media also changes the life style of a society. Social media have a huge potential to attract and retain people but the impact vary from person to person. Thus there is a need to study the impact of social media on Indian society.

Using social networking sites is a force for good or bad Impact?

No doubt social media has a great impact on indian youth and everthing depend on to how one uses social media. When used correctly social media can be a great platform but "As they something online is free, you are not the customer you are the product" (Jonathan zittrain) Considering the fact that most of the Social Media users are in teenage, parents should guide or educate them properly about the advantages and dis- advantages of social media. Sites which provide social media as a platform should consider updating their privacy policies and security of the users. It is very obvious that social media comes with lots of benefits, but it is essential to take all the safety measures to prevent to malicious users over the social media.

-Positive side

#### 1. Connectivity – speedy communication

Main advantage of social media is connectivity and speedy communication. People from anywhere in the world can connect easily with any one. Social Networking sites gives us that speed to communicate with our family, friends or complete business related work.

#### 2. **Maintain Relationship and helps in Buiding Communities**

Social Networking sites provides the forum to maintain existing relationships by keeping touch with others and to find or make new friends and also social networking sites helps in building and participating in the community of own religion and believes to discuss and learn about it. For example game lover can join games related communities and spiritual people can join communities related to spiritual and philosophy.

### 3. **Awareness**

Social media also create awareness in society and its impact is remarkable. From farmers to lawyers, students to teacher, every individuals of the society and benefit from the social media and its awareness factor. Social media also be used for health awareness literacy awareness, and also used against the superstition. Social media brings awareness about hot issues and it also makes everyone alert regarding different social and political issues. Current happenings can be found on the internet. It also entertains its users by making them aware of exhibitions, online sales, movies, deamas, etc.

### 4. **Education**

Social media has a lot of benefits for the student and teachers. Many open university use new media and social networking sites like whatsapp, facebook, telegram for distance learning education Course, it is very easy to educate from others who are experts and professionals via the social media regardless of your location. Youtube as an educational content platform has grown huge. Many tutorials and video lectures are available on youtube providing tons of educational content without spending a money.

### 5. **Business**

Social media can keep in touch with all friends or business associates who have since moved away it can also improve business sales and reputation for company. Favourable comments for company, good rating points sharing for product help them with sales and goodwill. We currently live in a world in which traditional advertising strategies are not enough. Social media not only allows for tremendous outreach and networking, but also allows for interactivity that can be very beneficial to businesses for a variety of reasons.

### 6. **Voice of Weaker People**

Social media can raise a powerful voice for the weaker citizen. No injustice can be hidden from social media. Nowadays we are seeing countless cases of robberies, child kidnapping, theft, rapes, and other street crimes. People raise their voices and bring that on social media. People talk and criticize and demand justice from the government through this means. It sometimes proves itself beneficial to identify if there is any corruption being noticed at local places.

## **Negative side**

### **1. Waste of time**

Some people visit the social networking sites Just to check the updates or messages and spend the whole day not doing anytime. And also divreting the students attention from their study, most of employees have social media accounts. Many have developed the habit of checking their accounts multiple times during the day even when they are at work. Time spent on personal accounts is time that is not spent on work tasks.

### **2. Cyber bullying**

Before social media bullying was something only done face to face but now someone can be builed online anonymously. These online attacks often leave deep mental scars and even drive people to suicide in some cases, it will be surprised to find out that cyberbulliing isnt just affecting kids, but also full growth adults.

### **3. Health issue**

Many findings suggest that teenagers who use social media for more than three hours a day are likely to suffer from poor health. Some of the negative mental health effects are mental tiredness, stress, anxiety. Physical health is also a concern as excessive use of social media can lead to obesity, Poor vision, Joints pains etc. Bullying that happens on social media is just as harmful as other bullying and sometimes it's even worse. That is because it's hard to get away from and it can reach people no matter where they are or what thet are doing. Online bullying can really hurt others, and it ca have serious consequences. Being bullied can make feel alone, scared, abd hopeless.

### **4. Spread rumour and fake news**

Social media can be spread information to millions of people in a very short amount of time. Although this can be seen as a huge positive in an event in an emergency, it can also be a huge disadvantage as information with no validity can be shared instantly. This can cause severe misinformation and create panic and chaos in society like riots, civil war etc.

### **5. Addiction**

Social media can become extremely addictive as some individuals are more worried about portraying a prefect life on their social media profile rather than actually experiencing it. This addiction can lead to a drop in productivity, causing grades to plummet or even limit an individuals progress in some extreme cases, users are fosed to attend rehabilitation centres to get over their social media addiction and to help return to a normal life.

### **6. Privacy**

Privacy is always been a major concern in the social media world. There are many cases registered which shows the problem of privacy invading. Data privacy should be taken seriously, there are many malicious users over the internet who want leak your data. Recently, Facebook sold user data to other companies. Youth should be careful when sharing something over the social media.

### **Conclusion**

Thus it can be concluded that there is a huge impact of social media on today's indian society, considering the fact that most of the social media users are in teenage, parents should guide or educate them properly about the advantages and disadvantages of social media. Angry conversations related to religious issues can lead to the dangerous situations, it is also going to become a major challenge for regulatory authority, How to tackle the problem which are continuously arisen like cybercrime. Many people use social networking site for thefts money and other confidential information. On the other side social media is also playing a major role in education and recruitment sector there by impacting the youngsters in the society. Social media is playing a major role in spreading awareness about various social issues in the society. As every coin has two sides social media has some negative impact and some positive impact on the society. A sense of responsibility while reading or sharing information over the social networking sites can prove to be very beneficial for the betterment of the society.

### **Reference:**

- \*. International journal of Research and Analytical Reviews – Volume – 5, issue-4, p. i765, Oct-Dec. 2018.
- \* Concise oxford English Dictionary: Luxury Edition edited by Angus Stevenson Maurice waite.
- \* <http://www.merriam-webster.com/dictionary/social%20media>
- \* DANAH, Boyd Danah, Why youth (Heart) social network sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. MacArthur Foundation Series on Digital Learning Youth, Identity, and Digital Media Volume (ed. David Buckingham). Cambridge, MA: MIT press(2007)
- \* Amanda Lenhart, Adults and social network websites, 2009.
- \* Rama Rani, Impact of social media in India. International Journal of Business Quantitative economic and applied management research. ISSN: 2349-5677, Volume 1, Issue 1, June-2014.

- \* Shabnoor Siddique, Tajinder Sing social media its impact with positive and negative aspects. Internationa Journal of Computer Applications Technology and Research, Volume-5, Issue-2, 71-75, 2016.
- \* <https://umidigital.co.uk/blog/affect-social-media-society/>
- \* Manish Kumar Srivastava, Gunjan Sharma. Social media and its effect on youth and society communication. Today ISSN-0975-217X-Vol. 18, Issue-3, September-2016.



## **A Study on impact of visual media advertisement on women consumer buying behavior in Ahmedabad City**

**Navita rani (research scholar in pacific university, Udaipur & lecturer in Sheth.C.L Commerce college, Ahmedabad)**

### **Abstract**

Advertising has been emerging great Prominence as the potent tool on marketing of goods and services by both industries and non industrialized nation. The main goal of advertisement is to make people aware of the product produce by company. The company produce the product mainly to meet and satisfy the needs of customers. The advertising play a vital role on changing the consumer behavior and provide new patterns for purchasing or using any types of goods and services. It is the most convenient way to reach the female consumers. Because they are more deployed by advertisement promises. That the product will give them something special for satisfaction. The advertiser, the agency, the media and consumers view advertising according their desire, expectation and opportunities. Hence advertising is no longer viewed as a secondary business activity. But has come to be accepted as supportive service for diversified growth. This study make on attempt to study about impact of visual media advertising on women consumers in this LPG era.

Keywords- advertising. Purchase Decision, women customers

### **Introduction**

Consumption is the soul and the purpose of all production. So peter ducker was apt in saying, “it is consumer who determines what the business is”. A consumer is one who does some physical activities and deliberates to take decisions concerning purchase and to dispose off on to evaluate products and services. Consumer is “an individual who purchases products or services for his own and his family’s personal use. consumer behavior reflect the totality of consumers decision with respect to acquisition, consumption and disposition of goods, service and ideas. own or his family“s personal use”.

Consumer behavior reflects the totality of consumers“ decisions with respect to acquisition, consumption and disposition of goods, services and ideas.it also includes whether, why, when, where, how, how much and how often and how long he/she will use or dispose of an offering. Consumer purchasing behavior covers “all activities and decisions which relate to choosing products, purchasing and post- purchasing use”.

To understand the consumers, are not easy jobs as his behavior is mostly unique and unpredictable. This has made the firms to step in to the shoes of the consumers to understand

their selection and purchase of products and services from their point view. Marketers need to identify the needs of users of product and services and frame marketing plans than considering the wholesalers and retailers who actually are the intermediaries in the process of purchase.

Marketers, therefore, should consider the consumers and then develop their plans of action. Here lies the essence of marketing. The consumer is king and all actions should start with this notice in mind.

The consumers differ from each other by age, income, life style, character, sex etc and all these influence their purchasing decisions. The consumer is not as trusting, loyal and malleable than in the past. Having and preserving their independence and individuality is highly valued by today's consumers, even more than being in conformity with social norms.

Attitude is an important concept in research on marketing. Fishbone defined an attitude as "a learned predisposition of human being". Based on this predisposition, "an individual would respond to an object (or an idea) or a number of things (or opinions)". Kotler stated that "an attitude is a person's enduring favorable or unfavorable evaluations, emotional feelings and action tendencies toward some object or idea". The relationships between attitude, intention and behavior have been studied and confirmed in numerous studies.

Advertising is a measure of growth of civilization and an indication of the striving of the human race for betterment and perfection. The explicit function of advertising is to make the potential audience aware of the existence of the product, service or idea which could help them fulfill their self needs and spell out the differential benefit in a competitive situation. It is also an instrument for developing the basic motivations for creating resources for buying goods and services or generating favorable conditions for the acceptance of an idea.

#### STATEMENT OF THE PROBLEM

The literature review regarding advertisement and buying rmerged with the gap, that no serious study was attempts at national level to determine the impact of advertisement on buying behavior. Indian have also been undergoing a drastic change and are being dictated at present by television programming advertisements and online (internet) advertisements. Therefore, it is essential to study about impact of visual media advertisements on consumer behavior and attitudinal preference of women.

#### OBJECTIVES OF THE STUDY

1.To study about attitudes of women consumers in Chennai city towards visual media advertisements.

2. To analyze impact of visual media advertisements on consumer buying behavior of women in Chennai city.

3. To study about consumer preferences of women in Chennai city

#### REVIEW OF LITERATURE

In this chapter, a detailed literature survey on consumer behavior is presented by classifying consumer behavioral patterns under five heads;

\* Consumer preferences

\* Consumer attitude

Further, literature survey on advertisement is reviewed classifying those under four heads;

\* Advertisements

\* Visual media advertisements

#### CONSUMER PREFERENCE

Consumer preferences are defined as the subjective (individual) tastes, as measured by utility, of various bundles of goods. They permit the consumer to rank these bundles of goods according to the levels of utility they give the consumer. Preferences are independent of income and prices. Ability to purchase goods does not determine a consumer's likes or dislikes. One can have a preference for Porsches over Fords but only have the financial means to drive a Ford.

#### CONSUMER ATTITUDE

In general, attitudes are mental states used by individuals to structure the way they perceive their environment and guide the way they respond to it. As it is known from theory of Reasoned Action and theory of planned Behavior, attitudes have a considerable impact on behavior. A major influencing factor on attitude toward an advertisement is the general attitude toward the advertising medium. Consumer attitudes consist of three components that is cognition, affect and conation.

#### ADVERTISING

Advertising is an important marketing communication strategy, in marketing mix. It is an external stimulus that arouses dormant needs. It results in „inner tension“ among prospective buyers. Ultimately, It leads to different stages of decision-making process namely identification of alternatives, evaluation of alternatives, purchase behavior. Generally speaking, advertising fills “consumer information gap”. But the specific meaning attributed to advertising should be viewed from different angles.

Aaker et.al (1997) quotes that the competent advertising man must understand psychology. The more he knows about it, the better. He must learn that certain effects lead to certain reactions, and use that knowledge to increase results and avoid mistakes

according to Devoe (1956), it was through the interpretation of “make it swing” that creative ability comes to its full flow in advertising. People could develop central theme, they could give it news, but only an expert, only a skilled man , only a master could “make it swing”.

In Jerome D. Scott’s (1943) opinion the effects on advertising outlays upon profit and liquidity are important considerations in setting outer limits for advertising. He also describes that normally a time lag occurs between advertising outlay and sale results. In his opinion the firm’s resources set a real limit on advertising outlay Analyzing the maximum extent up to which a firm can spend on advertising.

#### VISUAL MEDIA ADVERTISING

Visual media advertising is defined as “paid non – personal communication, from an identified sponsor, using visual media like television, cinema trailer, internet etc., about organization, product, service or idea, intended to persuade the audiences or spectators to purchase or take some action upon products , ideas or services”.

#### RESEARCH METHODOLOGY

This study involves an examination of impact of visual media advertisements on women consumers’ buying behavior and on their attitude towards visual media advertisements. The primary data for the study was collected through well structured questionnaire from women in Chennai city. The sample size was 500. Various statistical tools like mean, standard deviation, one way ANOVA, t test and factor analysis were employed.

#### DATA ANALYSIS AND INTERPRETATION

##### ANALYSIS OF DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS OF WOMEN CONSUMERS

The demographic characteristics of the sample women reveal certain features which are summarised in coming paragraphs.

TABLE – 1:DEMOGRAPHIC VARIABLES OF THE RESPONDENTS

No	Particulars	No of Respondents	Percentage
1	AGE		
	Blow to 18 years	185	39
	19 years to 40 years	155	31
	41 years to 60 years	100	20
	Above 60 years	60	12
	Total	500	100
2	EDUCATION		
	Up to HSC	60	12

	UG	65	13
	PG	225	45
	Professional	150	30
	Total	500	100
3	OCCUPATION		
	Government employees	75	15
	Private employee	250	50
	Self employed	40	8
	Professional	75	15
	House Makers	50	10
	Total	500	100
4	MONTHLY INCOME		
	UP to Rs 10,000	235	47
	Rs 10,001 to Rs 20,000	145	29
	Rs 20,001 to RS 30,0000	45	9
	RS 30,0001 to RS 50,000	50	10
	More than Rs 50,000	25	5
	Total	500	100
5	MARITAL STATUS		
	Married	340	68
	Unmarried	160	32
	Total	500	100

Important demographic characteristics of the sample women are presented below.

1. With regard to the age group, 60% of the women belong to the age group of 19 yrs to 40 yrs.
2. About 50% of the respondents are working in private sector. Further, 15% of the respondents work in government sector.
3. Sample population reveals that 41% (205) of the women have completed their post graduation and 40% (235) of the women have completed under graduation. It indicates that there is a sharp increase in female literacy in India. It is also an indicator of increased rate of higher education among Indian female.
4. Women with monthly income up to Rs 20000 constitute 77% of the sample and those with above Rs 20000 constitute 23%.
5. The study shows that 68%) of the women are married and the rest (32%) are unmarried.

## ANALYSIS OF WOMEN CONSUMERS' PREFERENCES

Consumer preferences of the sample with regard to television programmes, satellite channels, advertisements and visual media advertisements have been presented below:

TABLE – 2: CONSUMER PREFERENCES OF THE RESPONDENTS

No	Particulars	No of Respondents	Percentage
1	DO YOU WATCH T.V. PROGRAMMMES REGULARLY?		
	Yes	440	88
	No	60	12
	total	500	100
2	THE MOST PREFERRED TIMING OF WATCHING T.V		
	6:00 AM to 10:00 AM	10	2
	10:00 AM to 5:00 AM	15	3
	5:00 AM to 7:00 AM	90	18
	7:00 AM to 11:00 AM	305	65
	11:00 AM to 5:00 AM	10	2
	Total	500	100
3	THE MOST PREFERED T.V PROGRAMME		
	Movies	65	13
	Serials	125	25
	News	60	12
	Songs	150	30
	Others	25	5
	Total	500	100
4	THE MOST PREFERED T.V CHANNELS		
	Zee	65	13
	Star plus	60	12
	Colors	50	10
	Discovery	25	5
	Star sports	50	10
	Zee cinema	100	20
	Pogo	50	10
	News channels	75	15
	Total	500	100

5	DO YOU WATCH MOVIE IN THEATERS		
	YES	425	85
	NO	75	15
	Total	500	100

6	DO YOU USE INTERNET		
	YES	360	72
	NO	140	28
	Total	500	100

7	FREQUENCY OF USE OF INTERNET		
	Frequently	50	10
	Daily	100	20
	Weekly	100	20
	Monthly	35	7
	Occasionally	65	13
	Total	500	100

8	DO YOU WATCH ADVERTISEMENTS		
	YES		
	NO		
	Total		

9	THE MOST REFERED MEDIUM OF AD		
	Print media	80	14
	Radio	5	1
	Visual media	415	85
	total	500	100

10	THE MOST REFERED VISUAL MEDIA ADS		
	T.V ADS	400	80
	Movie ADS	50	10
	Internet ADS	50	10
	Total	500	100

11	THE MOST REFERED KINDS OF VISUAL MEDIA ADS		
	Related to durable goods	110	22
	Related to cosmetic goods	160	32
	Related to FMCGs	25	5
	Related to health care goods	100	20

Related to financial services	10	2
Related to investment and insurance	20	4
Related to Automobiles	20	4
Related to Luxuries goods	35	7
Others	10	2
total	500	100

12 FEATURES OF VISUAL AD THAT ATTRACTS THE VIEWERS

Picturization	160	32
Innovative ideas used	165	33
Celebrity	100	20
E xhibition of product features	65	13
Others	10	2
total	500	100

1. The study shows that 88% of women watch television programmes regularly. Only 12% of the women do not watch television programmes regularly, but, they may watch television programmes occasionally or when they find time.

2. 07.01 PM to 11.00 PM is the most preferred time of watching television programme for the sample women (65%), followed by 05.01 PM to 07.00 PM (18%).

3. Nearly, half of the sample women (49%) prefer to watch movie, movie related programmes and songs. It is interesting to note that 26% of the sample women prefer to watch mega serials.

7. The study shows that the most preferred sports satellite channel is Star Sports (20%) followed by Zee (13%) and news channels.

8. The sample population indicates that 85% of the respondents watch movies in cinema theatres and the rest (15%) do not watch movies in cinema theatres.

10. The study indicates that 72% of the respondents use internet and the rest (28%) do not use internet.

11. Based on sample data, it is clear that 21% of the respondents use internet on daily basis. Further, 20.8% of the respondents use internet on weekly basis.

12. About 84% (460) of the respondents are used to watch advertisements shown in television, cinema theatres and internet.

13. The dominant sample population (85.4%) indicates that visual media advertisement is the most preferred medium of advertisement.



14. As far as kind of visual media advertisement is concerned, visual media advertisements related to cosmetics (33%) is more preferred by the respondents. It is quite obvious that women are more inclined towards cosmetics.

15. The sample specifies that innovative ideas used in visual media advertisements attract them mostly (34%). 31% of the respondents indicate that picturization of the advertisement attract them mostly.

#### SUGGESTIONS

1. The marketers should focus on visual based advertisement on all age groups, because presently entire family involves in purchase decision process.
2. The manufacturers and advertisers should focus more on enhancing brand identity and provide for a view a wider range of product that will suit the needs and expectations of the consumers

#### CONCLUSION

the study concluded that , respondents being women, it is found that women consumers" attitude towards visual media advertisements and women consumers" buying behavior are directly related with each other. Advertising value is closely related with women consumers" attitude towards visual media advertisements. It is significantly motivated to materialize the purchase of the product.

#### REFERENCES

1. Philip Kotler and Harry Armstrong, (1995), "Principles of Marketing", Prentice Hall inc., P.140.
2. Vihalem, Ann "Marketing bases", Tallinn University; Kulim, 2003.
3. Vriko Jurisson, (2007), "Creativity feeds the engine of economic development", February, 2007.
4. Foxall, G.R., (1987), consumer Behavior, pp.124 -146. 11. Engel, J.F., Blackwell, R.D., and Minimart, P.W. (1986),"Consumer Behavior" 5th Edition, Dryden.
5. Anderson, A., & Nilsson, J., "Wireless advertising effectiveness: Evaluation of an SMS advertising trial", Availableon:<http://web.hhs.se/cic/courses/underbridge/wireless-ad-eff.pdf>.
6. Mehta Abhilasha and Scott C. Purvis., "When attitudes towards advertising in general influence advertising success", Article presented at the conference of the American Academy of Advertising. Norfolk, VA, 1995.
7. Aaker, David A., Myer, John G. and Batra, Rajeev, "Advertising Management", Prentice Hall of India (Pvt) Ltd: 1997, pp. 3.
8. Devoe, Merill, "Effective advertising copy", McMillan Publication Co: 1956, pp. 88-89.
9. Jerome D. Scott (1943), "Advertising When Buying is Restricted", Harvard Business Review, Vol. XXI (4) (summer, 1943), pp.443-454.

10. Joel Dean (1951), "Advertising Budget", Harvard Business Review, Vol.29, January – February, 1951, pp. 65-74.
11. Reeves Roose (1961), "Reality in Advertising", Alfred Knopf Inc., New York, (1961).

## **SOCIAL MEDIA AND EDUCATION**

**Dr Rajeshkumar H. Patel, M A, M Ed, Ph D, M Phil in Education scholar.**  
**Department of Education, Gujarat University, Ahmedabad.**

### **ABSTRACT**

Use of social media is increasing day by day. Young generation has become addicted of social media. People having different background, in any field use social media, it may be science, journalism, commerce, law or education.

After launch of Jio , which provides cheap access of internet, use of social media increased very much. Social media allow users to do conversation and interact each other. Social media has an important influence on our lives as it helps a lot in every field of life such as political, economic field and educational field. These may be called positive impact of social media.

Social media has started creating negative impact also. Young generation has become addicted of it and it effects their physical, mental health. At present, teachers and and students use social media to contact each other. In schools and colleges student , teachers create WhatsApp group to interact . They send messages , videos and information related to education. Social media connects experts on topics via social media, it helps in research process also. It will not be wrong to say that social media and education goes hand in hand in the modern world.

**Key words:** WhatsApp, Facebook, Twitter, Education, Social Media.

Today both social media and technology have become and indispensable part of our lives. Every individual who is above 13 years old will have their account on any of the popular social media networks such as Facebook, Snapchat, Instagram, etc.

Students are using various online tools to cater different requirements. It will not be wrong to say that social media and education goes hand in hand in the modern world.

However, the question that arises is, how is social media online networking useful to students? Are there ways that social media in education can benefit learners and help to fill in the gaps in learning if used in a safe and appropriate way?

The Role of Social Media in Education Life

These days we are living in the fast developing society which every day offers its inhabitants a great number of new possibilities. Predominantly, these unique opportunities concern the advancement of social media that have noticeably permeated the modern education world. In fact, it is not a secret that the majority of teachers and professors highly appreciate the power of

these tools which lies in the ability to engage, motivate as well as to involve the students into deep contemplation and sensible discussion. In general the term social media implies the number of activities that include socializing and networking online through words, pictures and videos. To some extent, it is a two way discussion which brings people together to discover and share some information, interests as well as ideas. Admittedly, social media can range from social book working, where all users have a chance to share their online libraries of links and connect to each others lists within a define online community, to online collaboration spaces.

#### Implementation of social media into education life

Nowadays, many educational establishment are beginning to embrace social media into their everyday life. It is a well known fact that twitter and facebook are considers to be the fastest ways of finding information that might be of great value for all students. Remarkably, these websites can be easily used for creating a discussion in the classroom. It is possible to create a chat room that can be embedded later to some blog and scheduled to open at a specified time. Actually, all teachers can easily pull new stories from any of these online sources and the students can put any questions in order to develop the further discussion of the previously downloaded article. Speaking about various blogs, they can be utilized to encourage creative writing and to enrich grammar skills. Thus , the professors here are welcome to suggest their requirement for writing projects that are to be fulfilled by the students within certain deadlines.

On the whole, one of the biggest assets of each social media tool lies in bringing together the students of all ages to help them with all types of assignments, starting with the homework and finishing with different researches. It is worth mentioning that such phenomenon as geo-tagging has a great future perspective in education life, owing to the fact that it can be used to target and find necessary data about the places that are being studied . in addition, it has been scientifically proven that social media can assist the students in solving their engagement crisis. Indeed, the lack of engagement has become the main reason for students expulsion both from the course and colleges. In this case, social media engages them into close communication and collaboration with their instructors so that the studying process is properly maintained .

#### Communication and collaboration

If a student is stuck with their homework, they can always communicate with their friends or tutors. They don't need to wait and meet the teacher physically. Social media promise learning by offering support with sharing documents as well as via google drive box, google docs. Some teachers even connect with their class via facebook live, as this American teacher does by reading bedtime stories to her students every evening.

#### Finding concrete information online

Various websites and social media networks are providing plenty of information that can be helpful to students via social media newsfeeds, students can find information and relevant websites they want to follow so as to be kept in the loop. Depending on their interests, students can find answers to their questions. Sites, such as Tumblr and Pinterest, can offer children inspirations for school projects or practical problem-solving. The educational benefits of social networking sites are also those that help students prepare for important lessons and learn certain concepts with great efficacy. Social media websites will contain the latest data on various school subjects and thus, the students have the opportunity to survey and look into what is new. Social media is a Wikipedia for students these days. We are witnessing an era of social media learning.

#### Parental involvement

Social media help the parents stay involved in the child's learning . via the schools twitter or facebook feed parents can be updated on school- related activities, projects and events that are happening. The school teachers can get in touch with the parents in case they want to share the child's progress via skype or other secure online platforms the institution uses. A social network for parents can be created too via whatsapp or facebook messenger, which can enable them to be informed about school matters, learning and education.

These are all positive impacts social media have on parents communication with the school so as to learn about , share and observe their children's academic and

Personal progress at school. This again is a positive impact social media have on students performance as their parents can offer better informed academic support at home.

#### Improved literacy, communication and reading skills

Online messages, comments, news, articles and books provide an endless list of information to be read and students are motivated to devote their time and put some extra efforts towards their learning.

Such online activities contribute to the child's general learning and kids eventually develop stronger reading habits resulting in a drastic improvement in their writing abilities. Social media sites are in the most part interactive and this definitely keeps the student involved.

#### Distance learning opportunities

Another great advantage of social media in education is distance learning opportunities. There are many disadvantaged students who are not able to acquire formal education by attending regular classes in an educational institution. With the help of various online tools along with

social media, modern educators are able to attract students through distance learning programs. Soon, this will be an inseparable part of our modern education system. Today, hosting live lectures via skype or webinars via webinarJam is the way forward to allowing students who live in remote areas of the world to access education.

So it can be concluded that social media plays important role in education. At the same time, the parents and teachers must note that high security must be maintained if a minor is making use of any social media websites. There are great tips for keeping kids safe online which are for sure useful to all parents nowadays.

**References:**

1. Wade, Lori , 2017, How social Media is Reshaping today's Education System.
2. Preeti, 2014, Education and Role of Media in Education System.
3. Boating, Raymond Owusu and Amankwaa, Afua ,2015. Global Journal of Human Social Science; Linguistics and Education.

## **An Advertisement – An Emotional Brand Communication via heart: From Literature Perspective Track: Media and Society**

**Mr. Ravi T. Rajai, Research Scholar, Department of Commerce Maharaja Krishnakumarsinhji  
Bhavnagar University, Bhavnagar – 364001**

**Prof. Dr. Vasudev Modi, Professor, Department of Commerce Maharaja Krishnakumarsinhji  
Bhavnagar University. Bhavnagar – 364001**

### **Abstract**

Emotion is a basic human instinct and is a good tool for companies to use to attract a new audience and create brand loyalty. It is almost like a committed relationship, between company and target audience, as long as the company is delivering a positive experience for the target audience, brand loyalty should remain. An emotional bond must be developed between the consumer and the product for a brand to be successful. Emotion is a mental state derived from ones intuitive feelings, which arise from reasoning, knowledge and cognitive appraisals of events or thoughts. Emotion may trigger actions depending on its nature and the reason for the person having emotion. The study focuses on effective use of emotions in brand communication which helps in creating and enhancing brand loyalty. It was found that, the emotional brand communication can divert the attention of the consumers more effectively than just rational brand communication.

**Keywords:** *Brand Communication, Brand Loyalty, Emotions, Emotional Appeals,  
Emotional Branding*

### Emotional Branding

Emotional branding is a term used within marketing communication that refers to the practice of building brands that appeal directly to a consumer's emotional state, needs and aspirations.

Morrison and Crane in 2007 defines “Emotional branding is defined as the engagement of consumers in a deep, long-term, intimate emotional connection with the brand, which is beyond the benefit based satisfaction, and which creates a special trust based relationship for the development of a holistic emotional experience.”

Emotional Branding refers to the strategy of linking a brand with the human emotions through marketing and positioning of the brand. It is a tactics whose aim is to connect their brand with the consumer for the long time.

Marc Gobé in his book *Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People* (2001) explains “Brands must recognize that their emotional identity is not only a result of ads and products, but also corporate policy and stances.”

The purpose of emotional branding is to create a bond between the consumer and the product by provoking the consumer's emotion. A brand or product may make a consumer feel proud, excited, or confident. An ad may create feelings of amusement, disgust, or wonder. Emotions can be defined as strong relatively uncontrolled feelings that affect our behaviour. Emotions do play a very important role in behaviour of consumers. Emotion is a term frequently and familiarity used as synonymous with feelings. For instance an individual, feeling a trust of good quality, may decide to buy a chocolate for himself and his friend. Many times consumers are indulge in excessive shopping when overwhelmed by depression or togetherness.

Mohit Jamwal and Vishal Soodan in their paper *the Emotional Branding as a tool for Dissonance Reduction* (2014) says that branding with emotions touches a chord with attacking views and in turn, makes a perfect association with the product.

Usually branding starts when company designs a product with great feature and capabilities better than what their competitors are offering. The company then has a “position” in a product distinct category against competitors. The problem increases when neither of the groups has made efforts to create emotional bond between the customers and the company and its product. Emotional branding is the fine approach that clarifies the values of the company to the customers (Marken, 2003).

When companies want to know what consumer feels about them, they have to build a personal communication with the customers. This is the good way in a company can consider itself because customer perception is very important for companies. However a company can learn a lot by listening to its customer views. It is essential for companies to correspond by their product by relating to their customers emotionally; otherwise product can be a product and become a brand image in the customer’s minds. Emotional Branding also consider brand name which influence consumers decision making process.

Emotions stimulate minds faster than the rational thoughts. Consumer behaviour can be easily driven by use of effective emotions. Rational thoughts lead to interest by effective use of emotions leads to sales. Rational marketing tends to focus on more of utility and informative methods where as emotional marketing tends to connect with the emotions of the consumer. The emotional branding strategy not tends to attack the wallet of the consumer but it rather tries to make an emotional connection with him which has a strong and long lasting impact on the minds and heart of the consumer which helps in perpetual brand loyalty. Positive emotional appeals in



advertising helps in arousing brand interest and to increase brand recalling but Negative emotional appeals also evokes excitement and temptations to use the product and induces to make purchase decisions.

Zeitlin / Westwood (1986) observe three functions of emotions in advertising, “emotions as benefits, emotions which communicate benefits and emotions which influence the consumers’ attitudes.”

Kotler (1973) states that “emotional branding is the effort to design buying environments to produce specific emotional effects in the buyer that enhance his purchase probability.”

Werner Krober (2001) found that, emotional branding plays a deep effective impact in saturated markets. In these markets the products are mature and have a negligible difference in the quality. Hence the information about the product does not play an important role and so rational appeal becomes less effective. The consumer’s preference for a brand is mainly created by the emotional brand experience. A content analysis of advertisements may show as to which emotions are addressed to consumers to establish emotional product differentiation.

Yoo and MacInnis, (2005) identified Emotions acts as a leveraging force in the attachment of consumers to brands and Emotions are a strong means of captivating experience-driven consumer attachment to brands

Emotional branding is crucial for firms in breaking the clutter through claiming distinctive associations in today’s highly structured environment where products and services are distinguished from each other by technological, causal, and benefit based differentiations. The emotional branding perspective suggests that firms ought to concentrate on forging strong and meaningful emotional bonds that proactively enrich consumer’s lives, become part of their memories and social network (Thomson et al., 2007). Therein; the brand-consumer relationships based on the emotional linkages constructed are increasingly gaining popularity and importance for marketing researchers and practitioners (Thomson et al., 2005), recognizing the fact that brands achieve the opportunity to differentiate from other brands in an exponential scale, through adopting a branding strategy where they promote experience based relationships with their customers, placing their brands to a high centrality and importance into Consumers lives.

Many companies rely only on the technological superiority of their products, but they have to invest in their brands’ emotional appeal as well, otherwise they will not be able to achieve a sustainable competitive advantage. The company has integrated emotional elements in its branding strategy and to build a relationship in every contact phase. Nevertheless there are still some scope of duties and risks the company may confront.

Emotional branding is, however, not a universal remedy. To become brand leaders, companies have to focus on quality and innovation as well, but the emotional level of values, personality, sensuality and social commitment will make the brand a loyal partner for the consumers and offer it an outstanding position in consumers' lives, unheeded of brand parity and informational overflow.

#### Various Emotions used in Brand Communications

No.	Emotion	Advertisement in which it has been used
1	Trust	Johnson & Johnson, Vicks, Colgate, Ghadi Detergent
2	Reliability	Ponds, Lakme'
3	Friendship	Airtel , Axis Bank, Vodafone, Bank of India
4	Happiness	Mc – Donald's , KFC, Coca – Cola
5	Purity	Pears, Patanjali, Himalya
6	Glamour – luxury	Lux, Rivah – Tanishq, Malabar gold
7	Anger – Hatred	Naukri.com (Hari Sadu)
8	Power – Daring	Thums up, Mountain Dew, Rajnigandha
9	Protecting loved ones	LIC , Havells Wire
10	Romance	Dairy Milk Silk, Nivea body lotion, Godrej no. 1
11	Passion	Tazaa Tea, Tata Tea, Laavie
12	Family bonds	Wood wards Gripe water, Fortune Oil – Ghar ka khana
13	Lust – sensuality	Wild Stone, Axe Deodorants, Macro man briefs
14	Intelligence	Mutual Funds, Asian Paints, Phillips, Parle – G
15	Beauty	L'oreal, Sunsilk,
16	Jealousy	Jade Blue, Tide washing Powder, Onida TV

#### Reasons for Emotional Branding:

Most of the creative advertisers view emotional appeals in advertising as one of major reasons for increased brand loyalty. Creative advertisers want the customers to experience brand and to have a connecting bond with them. The visual cues and clues are important in connecting to the customer's mind-set and hence use of emotional aspect becomes very important feature in today's advertising. The 3 major reasons for emotional appeals in branding are:

1. Consumer ignores most of the ads.
2. Rational appeals generally go unnoticed.

3. Emotional appeals can capture attention and foster an attachment.

Now a day's television and social and internet media remains as one of the best media for emotional appeals. Television offers advertisers to have an upper hand in the effective brand communication due to sue of sound and sight. The use of models and brand ambassadors who portray and execute the required and desired emotions and attitudes leave a deep impact on the viewers and potential customers. Consumers learn about a particular product and develop attitudes based on these experiences and emotional attachment. Television advertisements also are more vivid, life like, and create dynamic situations that pull the attention of the viewers. The use of music and background further adds to the use of emotions more effective.

Emotions are tied with humour, fear, music and other appeals to make a more compelling case of product purchase. The same advertisement can affect consumers emotionally and rationally. The creators of advertisements select the most appropriate emotional appeal for the product and company which enhances the brand image along with the corporate image of the manufacturer.

Importance of Emotional Branding:

- Emotional branding is successful when it triggers an emotional response in the consumer, that is, a desire for the advertised brand (or product) that cannot fully be rationalized.
- Emotional brands have a significant impact when the consumer experiences a strong and lasting attachment to the brand comparable to a feeling of bonding, companionship or love.
- Emotional branding creates a personality for the brand.
- Emotional branding uses the consumer's ability to process messages to promote a significant feeling associated with the brand.
- Emotional branding uses a series of themes and symbols to create meaning for a consumer.
- It is the emotional response that provides consistent design intent across environments, touch points, interactions.
- Companies are more likely to deliver a consistent brand experience that builds rapport with customers.
- Organizations are building brands as holistic experiences, cultivating intentional, emotional responses, may find themselves enjoying more profitable relationships with their customers, built on trust.

Findings & Discussions

- Using of emotions in advertisement is now gaining strength to connect with the consumers.

- Using emotions in advertisement may not compel consumer to purchase the product but it surely helps in creating a brand image
- Emotional branding helps in connecting with the mind and heart of the consumers and leaves a deep impact on his thought.
- Emotions in brand communication process make brand recalling more easy and effective.
- Use of effective emotions that matches with the brand attributes is one of the most important points of concern of the emotional branding.
- An equally strong brand ambassador should be selected which actually can match the emotion to be portrayed for making the emotional bond more strong.
- The emotions help in proper communication of the brand message.

### **Conclusions:**

A consumer is a living factor and a social animal. He/she has a heart which is full of emotions. So, just by advertising product with its usefulness in a rational manner is not always effective. Hence using of emotions in advertisement is now gaining strength to connect with the consumers. Using emotions in advertisement may not compel consumer to purchase the product but it surely helps in creating a brand image and consumer does gives a second thought about the product before making a purchase decision. Emotional branding helps in connecting with the mind and heart of the consumers and leaves a deep impact on his thought and this makes brand recalling more easy and effective. Use of effective emotions that matches with the brand attributes is one of the most important points of concern of the emotional branding. This also includes that an equally strong brand ambassador should be selected which actually can match the emotion to be portrayed for making the emotional bond more strong.

### **References:**

1. A. C. Mittal & B. S. Sharma., Advertising Management, 1<sup>st</sup> Edition, 2006, Vista International Publishing House, Pg. 29 – 105
2. Donald R. Lehmann & Russell S. Winner, Product Management, 4<sup>th</sup> Edition, 2009, Tata Mc – Graw Hill Education Pvt. Ltd. Pg 324 – 357 , 241 – 249 .
3. Dr R. L. Vashney & Dr S. L. Gupta, Marketing Management, Text & Cases – An Indian Perspective, 3<sup>rd</sup> Edition, 2005, Sultan Chand & Sons Publications New Delhi Pg. 359 – 423, 549 – 578, 821 – 858.
4. Gobe, M. (2001) Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People. Allworth Press, New York.

5. Henry Assael, *Consumer Behaviour & Marketing Action*, 6<sup>th</sup> Edition, 2<sup>nd</sup> reprint, 2008, Cengage Learning India Pvt. Ltd. New Delhi.
6. Korgaonkar PK, Moschis, GP (1982). An experimental study of cognitive dissonance, product involvement, expectations, performance and consumer judgment of product performance. *Journal of Advertising*; 1982. Vol.11, 32-44.
7. Kotler, P. & Armstrong, G., *Principles of Marketing* (12 th Ed.), Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall, (2008).
8. Leon G. Schiffman & Leslie Lazar Kanuck, *Consumer Behaviour*, 6<sup>th</sup> Edition, 16<sup>th</sup> printing, Prentice Hall of India Pvt. Ltd. New Delhi.
9. Mahendra Mohan, *Advertisement Management – Concept & Cases*, 1<sup>st</sup> Edition, 8<sup>th</sup> reprint 1995, Tata Mc – Graw Hill Publishing Ltd. New Delhi.
10. Rajeev Batra, John G. Myers, David A. Aaker, *Advertising Management*, 5<sup>th</sup> Edition, 2005 Prentice Hall of India Pvt. Ltd., New Delhi.
11. Subroto Sengupta., *Brand Positioning Strategies for Competitive Advantage*, 2nd Edition, Tata Mc Graw Hill Publishing Ltd. New Delhi.
12. V. S. Ramaswamy & S. Namakumari, *Marketing Management – Planning, Implementation & Control – Global Perspective Indian Context*, 3<sup>rd</sup> Edition, 2002, Mac Millian Business Books, New Delhi.
13. Westbrook, Robert A. and Richard L. Oliver. 1991. “The Dimensionality of Consumption Emotion Patterns and Consumer Satisfaction.” *Journal of Consumer Research* 18 (June): 84-91.
14. Yoo, C. & MacInnis, D. (2005).The brand attitude formation process of emotional and informational ads. *Journal of Business Research*, 58, 1397-1406
15. Zeitlin, D.M. & Westwood, R. A.: Measuring Emotional Response, in: *Journal of Advertising Research*, Vol. 26, Issue No. 4, p. 34-44.

## સોશિયલ મીડિયાની સામાજિક અસર

**Khatana Paresh Ghughabhai, Ph.D. Research Scholar, Department of Sociology, Saurashtra University, Rajkot.**

સારાંશ :

સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ એ વિશ્વભરના લોકો માટે તેમના પ્રશ્નો અને મંતવ્યોની ચર્ચા કરવા માટેનું એક મંચ છે. સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ વાસ્તવિક પાસાંને જાણતા પહેલાં લોકોએ જાણવું જ જોઈએ કે સામાજિક પ્રચાર માધ્યમનો અર્થ શું છે? સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ એ એક શબ્દ છે જેનો ઉપયોગ થાય છે જૂથો અથવા વ્યક્તિઓ વચ્ચેના ક્રિયા-પ્રતિક્રિયાનું વર્ણન કરવા, જેમાં તેઓ ઇન્ટરનેટ પર અને વાસ્તવિક સમુદાયોમાં વિચારો, છબીઓ, વિડિઓઝ અને બીજા ઘણાં આદાનપ્રદાન કરે છે, શેર કરે છે અને ઘણીવાર નિર્માણ કરે છે. બાળકો મોબાઇલ ડિવાઇસીસથી ઘેરાયેલા છે અને ઇન્ટરેક્ટિવ સોશિયલ નેટવર્કિંગ સાઇટ્સ તેમના જીવનનું મહત્વપૂર્ણ પાસું બની ગયું છે. સોશિયલ નેટવર્ક એ વર્તનમાં પરિવર્તન લાવી રહ્યું છે જેમાં યુવા લોકો તેમના માતાપિતા, સાથીદારો, તેમજ તેઓ તકનીકીનો ઉપયોગ કેવી રીતે કરે છે તેની સાથે સંબંધિત છે. સોશિયલ નેટવર્કિંગની અસરો બે ગણી છે. [1] સકારાત્મક અને [2] નકારાત્મક. જેમાં સકારાત્મક બાજુએ, સામાજિક નેટવર્ક વ્યવસાયિકો માટે અમૂલ્ય સાધન તરીકે કાર્ય કરી શકે છે. તેઓ યુવા વ્યાવસાયિકોને તેમની કુશળતાના બજારમાં મદદ કરીને વ્યવસાયની તકો પ્રાપ્ત કરવામાં ઉપયોગી બને છે. સોશિયલ નેટવર્કિંગ સાઇટ્સનો ઉપયોગ અસરકારક નેટવર્ક કાર્યક્ષમતા માટે પણ થઈ શકે છે. નકારાત્મક બાજુએ, ઓનલાઇન સમુદાયો સાથે જોડાયેલા માટે ઇન્ટરનેટ એ ઘણા જોખમોથી ભરેલું છે. જેમ કે સાયબર ગુંડાગીરી, જેનો અર્થ થાય છે ઇલેક્ટ્રોનિક ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ કરીને કનડગત કરવી, તે એક જોખમ છે. આ સંશોધન પેપરમાં આપણે સમાજના દરેક પાસાંઓને આવરી લેવાનો પ્રયત્ન કર્યો છે. આરોગ્ય, વ્યવસાય, શિક્ષણ, સમાજ અને યુવા જેવા ચોક્કસ ક્ષેત્ર પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરેલું છે. આ માધ્યમોની સામાજિક અસરો વિશે આ પેપરમાં વ્યાપક રીતે સમજવામાં આવ્યું છે.

કીવર્ડ્સ: સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ, સોશિયલ નેટવર્કિંગ સાઇટ્સ, વ્યવસાય, શિક્ષણ, સમાજ, મોબાઇલ ઉપકરણો, સાયબર ગુંડાગીરી.

I. પરિચય

સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ એ એક ઓનલાઈન મંચ છે જેનો ઉપયોગ લોકો અન્ય લોકો સાથે સામાજિક માળખું રચવા અથવા સામાજિક સંબંધો બનાવવા માટે કરે છે. જેમાં સમાન પાશ્ચાત્યમિકા ધરાવતા લોકો વ્યક્તિગત અથવા કારકિર્દીલક્ષી રુચિઓ, પ્રવૃત્તિઓ અથવા વાસ્તવિક જીવનના જોડાણોનું આદાનપ્રદાન કરે છે. યુવાન લોકો પરની સામાજિક માળખાકીય અસરો નોંધપાત્ર છે. તે વધુને વધુ સ્પષ્ટ બની રહ્યું છે કે સોશિયલ નેટવર્ક લોકોના જીવનનું એક અભિન્ન ભાગ બની ગયું છે. ઘણા કિશોરવયનાં લોકો તેમના મિત્રો અને કુટુંબનાં ટિવટ્સ અને સ્ટેટસ અપડેટ્સ તપાસવા માટે તેમના લેપટોપ, ટેબ્લેટ, કમ્પ્યુટર અને સ્માર્ટ ફોન્સનો ઉપયોગ કરી રહ્યાં છે. કારણે ટેકનોલોજીમાં પ્રગતિને કારણે લોકોને વિવિધજીવનશૈલી સ્વીકારવાનું દબાણ કરવામાં આવે છે. યુવાન લોકોને સામાજિક રીતે વધુ સક્ષમ બનાવવા માટે સોશિયલ નેટવર્કિંગ સાઇટ્સ મદદ કરી શકે છે. સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ એ ડેટા સંચારનું વેબ આધારિત સ્વરૂપ છે. સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ મંચ વપરાશકર્તાઓને વાતચીત કરવાની, માહિતી શેર કરવાની તથા વેબ સામગ્રી બનાવવાની મંજૂરી આપે છે. બ્લોગ્સ, માઇક્રો-બ્લોગ્સ, વિકીઓ, સોશિયલ નેટવર્કિંગ સાઇટ્સ, ફોટો શેરિંગ સાઇટ્સ, ઇન્સ્ટન્ટ મેસેજિંગ, વીડિયો-શેરિંગ સાઇટ્સ, પોડકાસ્ટ, વિજેટ્સ, વર્ચ્યુઅલ વર્લ્ડ્સ વગેરે સામાજિક પ્રચાર માધ્યમના વિવિધ સ્વરૂપો છે. વિશ્વભરના કરોડો લોકો માહિતી શેર કરવા અને કનેક્શન્સ બનાવવા માટે સામાજિક પ્રચાર માધ્યમનો ઉપયોગ કરે છે. વ્યક્તિગત સ્તરે, સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ લોકોને તેમના મિત્રો અને સંબંધીઓ સાથે વાતચીત કરવા, નવી વસ્તુઓનું જ્ઞાન મેળવવા, તેમની રુચિઓ વિકસાવવા અને મનોરંજન મેળવવાની મંજૂરી આપે છે. કોઈ ખાસ ક્ષેત્રમાં આપણા જ્ઞાનનો વિસ્તાર અથવા વધારો કરવા તેમજ આપણા ઔદ્યોગિક ક્ષેત્રમાં અન્ય વ્યવસાયિકો સાથે જોડાઈને વિશાળ વ્યાવસાયિક નેટવર્ક બનાવી શકાય છે.

પ્રગતિ માટે વધારાના અવકાશ તેમજ ખૂબ જ તેજસ્વી તક સાથે સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ એ એક નવીન વિચાર છે. સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની પ્રગતિ સાથે ઘણી સંસ્થાઓ તેમની પ્રથાઓને વધુ સારી બનાવવા માટે આ માધ્યમનો ઉપયોગ કરે છે. સોશિયલ નેટવર્કિંગના ઉપયોગથી આપણે વધુ અસરકારક અને કાર્યક્ષમ રીતે જાહેરાત કરી શકીએ છીએ. તેવી જ રીતે લોકોએ તેમના દૈનિક સમાચારની માત્રા મેળવવા માટે મીડિયા અથવા ટીવી પર આધાર રાખવો પડતો નથી, તે બધા સોશિયલ નેટવર્કિંગ સાઇટ પરથી મેળવી શકાય છે. લોકો સમગ્ર વિશ્વમાંથી માહિતી શોધી શકે છે અથવા મેળવી શકે છે. સંશોધન પેપરની પ્રસ્તાવનાની રજૂઆત વિભાગ- I માં

અને સંબંધિત સાહિત્યની સમીક્ષા વિભાગ- II માં આપવામાં આવી છે.વિભાગ- IIIમાં તબીબી અને આરોગ્ય પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની અસર શામેલ છે, વિભાગ- IV માં વ્યવસાય પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની અસર શામેલ છે.વિભાગ- V માં શિક્ષણ પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની અસર શામેલ છે, વિભાગ- VI માં સમાજ પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની અસર શામેલ છે, વિભાગ-VII માં બાળકો અને કિશોરો પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની અસર શામેલ છે અને વિભાગ- VIIIમાં નિષ્કર્ષ શામેલ છે.

## II. સાહિત્યની સમીક્ષા

જેમ યુથ અને કિશોરો રાષ્ટ્રના નિર્માતા છે, અને આ યુગમાં તેઓ નેટ જનરેશનના ભાગ રૂપે ઉછરેલા છે. તેઓ વિવિધ સ્વરૂપોમાં નવીનતમ તકનીકનો સરળતાથી ઉપયોગ કરી શકે છે, જેમાં સ્માર્ટ ફોન્સ, એમપી ૩ પ્લેયર, ડિજિટલ કેમેરા, વિડિઓ ગેમ્સ, આઈપેડ, ઇલેક્ટ્રોનિક વાચકો અને વ્યક્તિગત કમ્પ્યુટરનો સમાવેશ થાય છે. સામાજિક પ્રચાર માધ્યમને તેની બંને સકારાત્મક અને નકારાત્મક અસરો છે. આ સંશોધન પેપર ઓનલાઈન સ્ત્રોતો, જુદા જુદા સંશોધન પત્રો અને ગૂગલ સર્ચ એન્જિનમાંથી એકત્રિત ગૌણ ડેટા પર આધારિત છે. સામાન્ય રીતે સામાજિક પ્રચાર માધ્યમના વપરાશ વિશેની માહિતી એકત્રિત કરવા માટે કેટલાક ડેટા એકત્રીકરણ ઉપકરણો (સાઇટ ઓબ્ઝર્વેશન, ઇન્ટરવ્યુ અને પ્રશ્નાવલિ) નો પણ ઉપયોગ કર્યો હતો.આ પેપરમાં આપણે વિવિધ સોશિયલ નેટવર્કિંગ સાઇટ્સનો અભ્યાસ કરીએ છીએ, વિવિધ ક્ષેત્રો જેવા કે વેપાર અને વાણિજ્ય, શિક્ષણ, આરોગ્ય અને તબીબી શિક્ષણ વગેરે જેમાં આજકાલ સોશિયલ મીડિયાનો વ્યાપકપણે ઉપયોગ થાય છે.તેના હકારાત્મક અને નકારાત્મક પાસાઓ સાથે સામાજિક પ્રચાર માધ્યમના નકારાત્મક પ્રભાવોને સમાજ પર નિયંત્રિત કરવા માટે ની માર્ગદર્શિકાનો સમાવેશ થાય છે.

## III. તબીબી અને આરોગ્ય પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની અસરો

સોશિયલ મીડિયા હેલ્થ કેર પ્રોક્ષનલ્સને માહિતી વહેંચવા અને આરોગ્ય વર્તણૂકોને પ્રોત્સાહન આપવા માટે, પ્રજા સાથે જોડાવા માટે, દર્દીઓને શિક્ષિત કરવા તથા દર્દીઓ, વિદ્યાર્થીઓ અને સાથીઓ સાથે સંપર્ક કરવા ઉપકરણ પ્રદાન કરે છે. એચ.સી.પી. સંભવિત આરોગ્ય પરિણામો સુધારવા, વ્યવસાયિક નેટવર્ક વિકસાવવા, સમાચારો અને નવીન શોધો અંગે વ્યક્તિગત જાગૃતિ વધારવા, દર્દીઓને પ્રેરણા આપવા તેમજ જનસમુદાયને આરોગ્ય વિષયક માહિતી પ્રદાન કરવા માટે સોશિયલ મીડિયાનો ઉપયોગ કરી શકે છે. ચિકિત્સકો મોટા ભાગે



ઓનલાઇન વેબસાઇટ્સ પર જોડાય છે જ્યાં તેઓ નવા સંશોધન સમાચાર કે લેખો વાંચી શકે છે, નિષ્ણાતોને સાંભળી શકે છે, તબીબી પ્રગતિ અંગે સંશોધન કરી શકે છે તેમજ સાથીચિકિત્સકો સાથે દર્દી સંબંધિત મુદ્દાઓ પર ચર્ચા પણ કરી શકે છે.

તેઓ વિચારોનું અન્વેષણ અને વહેંચણી કરી શકે છે, પ્રેક્ટિસ મેનેજમેન્ટ પડકારો પર ચર્ચા કરી શકે છે, રેફરલ્સ બનાવી શકે છે, તેમનું સંશોધન ફેલાવી શકે છે, તેમની પદ્ધતિઓનું વેચાણ કરી શકે છે અથવા સ્વાસ્થ્યની હિમાયત કરવામાં વ્યસ્તતા કેળવી શકે છે. ક્લિનિકલ કેર વધારવા માટે મોટી સંખ્યામાં ચિકિત્સકો દર્દીઓ સાથે સીધા વાતચીત કરવા માટે સોશિયલ મીડિયાનો ઉપયોગ પણ કરે છે. તે સ્પષ્ટ છે કે સોશિયલ મીડિયાનું આરોગ્યસંભાળ રચના-વ્યવસ્થા પર વિશિષ્ટ પરિણામ આવી રહ્યું છે, અને તેનો પ્રભાવ વિકસિત અને વિકાસશીલ બંને વિશ્વમાં સુસંગત છે. આરોગ્ય સંભાળ સલાહકારો મોટી સંખ્યામાં નાગરિકોને સુધારેલ આરોગ્યસંભાળ પૂરો પાડે છે, જ્યારે દર્દીઓ તેનો ઉપયોગ પોતાના, તેમના પરિવારના તેમજ તેમના સમુદાયોના સશક્તિકરણ માટે કરી શકે છે.

#### A. સ્વાસ્થ્ય પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની સકારાત્મક અસરો

- મિત્રો, સંબંધીઓ અને સાથીઓને ચિકિત્સકોના નિર્દેશો શેર કરવો.
- કોઈપણ જગ્યાએ અને કોઈપણ સમયે ચિકિત્સકોની સલાહ લેવી.
- મિત્રો, સંબંધીઓ તથા સહચિકિત્સકો સાથે રોગો અને તેના લક્ષણો અંગે સૂચનોની આપ-લે કરવી.
- વિકાસશીલ પ્રદેશોમાં માહિતીની વૃદ્ધિ કરવી.
- ઓનલાઇન સ્વાસ્થ્યમંચ પર સમર્થન અને પરસ્પર જવાબદારી પૂરી પાડવી.
- આરોગ્ય સંબંધિત કારણો માટે સમર્થન આપવું.
- ગંભીર કેસોને પ્રાધાન્ય આપવા માટે આરોગ્ય સેવાઓને મદદ કરવી.
- ગ્રાહકો પ્રત્યેની જવાબદારીમાં વધારો કરવો.
- આરોગ્ય ક્ષેત્રે સંશોધકો માટે વધુ માહિતી ઉપલબ્ધ કરાવવી.

#### B. સ્વાસ્થ્ય પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની નકારાત્મક અસરો

- ખોટા સ્વ-નિદાનો

- ગોપનીયતાનો સંભવિત ભંગ

#### IV. વ્યવસાય પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની અસરો

સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ એ નવું ક્ષેત્ર છે, કે જે ધંધામાં પ્રોત્સાહન આપવાનું કામ કરે છે તેમજ જે સંસ્થા અને બ્રાન્ડ સમાચાર બનાવે છે તેમને નવા સંબંધો, જૂથો તથા સાથીઓને બનાવવા માટે પ્રભાવિત કરે છે. વેપારીઓ વ્યાવસાયિક ક્ષેત્રે સંસ્થાના અમલમાં જુદી જુદી રીતે સુધારો કરવા માટે વેબ-આધારિત સોશિયલ નેટવર્કિંગનો ઉપયોગ કરે છે, ઉદાહરણ તરીકે, વ્યવસાયિક લક્ષ્યોને પ્રાપ્ત કરવા માટે, સંસ્થાની વાર્ષિક ઓફર્સનું વિસ્તરણ કરવું. વેબ આધારિત સોશિયલ નેટવર્કિંગ પત્રવ્યવહારના તબક્કે લાભ આપે છે, સંસ્થા અને તેમના સ્ટોક ધારકો વચ્ચે દ્વિ-માર્ગ સંચારને પ્રોત્સાહન આપે છે. વ્યવસાયને વિવિધ લાંબી શ્રેણીના અનૌપચારિક સંચાર સ્થળો દ્વારા આગળ વધારી શકાય છે. સંસ્થાનું એક નોંધપાત્ર જૂથ ઓનલાઇન નેટવર્કિંગ પર ગ્રાહકોને પ્રોત્સાહન પૂરું પાડીને આકર્ષિત કરી, ચોક્કસ અંતિમ લક્ષ્ય સુધી પહોંચાડી તેમના વ્યવસાયને આગળ વધારે છે. ઓનલાઇન નેટવર્કિંગનો ઉપયોગ કરીને ગ્રાહકો વધુ વ્યક્તિગત સ્તરે વ્યવસાય સાથે જોડાઈ શકે છે અને સહયોગ પ્રાપ્ત કરી શકે છે. સામાજિક પ્રચાર માધ્યમના ઉપયોગથી ઘણી સંસ્થાઓ તેમના વ્યવસાયને પ્રોત્સાહન આપવા માટે તેમની વ્યૂહરચના બનાવી શકે છે.

#### A. વ્યવસાય પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની સકારાત્મક અસરો

- સામાજિક પ્રચાર માધ્યમના ઉપયોગથી, ગ્રાહકની આવશ્યકતાઓને સમજવું વધુ સારું પડે છે.
- સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ આખા વિશ્વમાં વ્યવસાયને પ્રોત્સાહિત કરવામાં મદદ કરે છે.
- સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ પ્રમાણભૂત જોડાણ અને અનુકૂળ ગ્રાહક લાભ દ્વારા સોદા અને ગ્રાહકોની જાળવણી કરે છે.
- સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ ગ્રાહકોના સમૂહ અનુભવ પ્રદાન કરે છે.
- સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ મોનિટરિંગથી તમે તમારા હરીફો વિશેની મહત્ત્વની માહિતી મેળવી શકો છો.
- સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની સહાયથી, વ્યવસાય વિશેની સામગ્રી ઝડપી અને સહેલાઈથી વહેંચવી શક્ય બને છે.
- સોશિયલ નેટવર્કિંગ સાઇટ્સ વિવિધ સુવિધાઓ આપીને નવા ગ્રાહકો બનાવવામાં મદદ કરે છે.

- તે ઓનલાઇન નેટવર્કિંગ સાથે તમારા હરીફોથી આગળ રહેવા માટે બજારની સમજ વધારવામાં અને વિસ્તૃત કરવામાં મદદ કરે છે.

- તે ઉત્પાદનોની વધુ સારી સમજ માટે ગ્રાહકોમાં જાગૃતિ વધારવામાં પણ મદદ કરે છે.

#### **B. વ્યવસાય પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની નકારાત્મક અસરો**

- વ્યવસાયમાં, માજિક પ્રચાર માધ્યમ એ હકીકતને ધ્યાનમાં રાખીને સંપૂર્ણપણે જોખમમુક્ત નથી કે યાહકો અને ટેકેદારોની નોંધપાત્ર સંખ્યાને તેમની સંભાવના કે લાગણી ચોક્કસ સંસ્થા પર પોસ્ટ કરવાની મંજૂરી છે; નકારાત્મક ટિપ્પણી સંસ્થાને નિરાશા તરફ દોરી શકે છે.
- નકારાત્મક ગ્રાહક સમીક્ષાઓ નુકસાનકારક છે.
- ખૂબ સમય માંગે છે.
- વેબમાં વધુ અને વધુ સામગ્રીની ભીડ છે.
- માજિક પ્રચાર માધ્યમ પર થયેલી ભૂલને સુધારવી મુશ્કેલ છે.
- પ્રોગ્રામરો માટેના ઘણા નોંધપાત્ર સંગઠનોનું મોત નીપજ્યું છે.
- ખોટી ઓનલાઇન બ્રાન્ડ સિસ્ટમ એક સંસ્થાનું નસીબ ચમકાવી પણ શકે છે, અને જબરદસ્ત વાયરલ સામાજિક ત્રુટિ પણ સર્જી શકે છે.
- માજિક પ્રચાર માધ્યમ સાથે શામેલ થવું એ મોટા પ્રમાણમાં સમયનો વપરાશ કરવા બરાબર છે; એક સંગઠન તરીકે, તમારે નોંધપાત્ર પદાર્થ સાથે તમારા પૃષ્ઠોને અને પ્રોફાઇલને વિશ્વાસપૂર્વક ટેકો આપવા માટે એક માણસની નિમણૂક કરવી જોઈએ.
- વેબ-આધારિત સોશિયલ નેટવર્કિંગના પ્રોત્સાહનના પરિણામો માપવાના મુદ્દાઓનો મોટાભાગના સંગઠનો અનુભવ કરે છે.

#### **V. સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની શિક્ષણ પર અસરો**

સોશિયલ નેટવર્કિંગ તકનીકીઓ એક વ્યક્તિને બીજા સાથે વિચારો શેર કરવાની મંજૂરી આપે છે. તે વિશ્વના કોઈ એક ભાગમાં રહેલા માણસને વિશ્વના બીજા ભાગમાં રહેતા માણસ સાથે ઈન્ટરફેસ તેમજ વ્યાપારિક વિચારો કેળવવામાં મદદ કરે છે. માજિક પ્રચાર માધ્યમના ઉપયોગથી વિદ્યાર્થીઓ ફેસબુક, ઓફ્ટ અને ઇન્સ્ટાગ્રામ

વગેરે જેવી વિવિધ સોશિયલ નેટવર્કિંગ સાઇટ્સ દ્વારા સરળતાથી એકબીજા સાથે ઝડપથી વાતચીત કરી શકે છે અથવા માહિતી શેર કરી શકે છે.

#### A. શિક્ષણ પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની સકારાત્મક અસરો

શિક્ષણમાં સકારાત્મક પરિણામો મેળવવા માટે તેના ફાયદાઓને અપનાવી શકાય છે.

##### સામાજિકકરણ:

પૂર્ણવિકાસનો એક મહત્વપૂર્ણ ભાગ, સમાજીકરણ કેળવવાનો અને મિત્રો બનાવવાનો છે. આ મહત્વનું છે, કારણ કે તે બાળકોને વિચારોની આપ-લે કરવાની અને નવી વસ્તુઓ શીખવાની મંજૂરી આપે છે. આના પરિણામે જીવનમાં તેઓમાં આત્મવિશ્વાસ વધે છે.

##### જ્ઞાનની વહેંચણી:

તે એક સરળ અને અસરકારક રીત પ્રદાન કરે છે જેમાં વિદ્યાર્થીઓ જ્ઞાનને પરસ્પર વહેંચી શકે. વિદ્યાર્થીઓ સરળતાથી જ્ઞાન કે માહિતીની વૃદ્ધિ કરી શકે છે, અભ્યાસ કરી શકે છે અને જરૂર હોય તો રૂપાંતરિત પણ કરી શકે છે અને શેર કરી શકે છે. તેથી જ્ઞાનનો પ્રવાહ સરળ બને છે.

##### વ્યક્તિગત સુધારો:

વ્યક્તિ પાસે નવી વસ્તુઓને જ્યારે તે થાય છે ત્યારે જાણવાની ક્ષમતા હશે, આનાથી તેઓ તેમના પોતાના અભ્યાસને નવો ઓપ આપી શકે છે. આનાથી તેઓ તેમના પોતાના વિશેષ માહિતી આધારને તાજું કરે છે.

##### વિવિધ સ્ત્રોતોમાંથી શીખવું:

લાંબા અંતરની આંતરવ્યક્તિત્વ સંચાર પ્રગતિ સાધવી એટલે એવી રીતે કામ કરવું કે જેથી દરરોજ વ્યક્તિગત, સંમેલન કે યજ્ઞવળ જેવા સીધા મુદ્દા પર પસંદગી અંગેના અભ્યાસને નવો ઓપ આપવાની ક્ષમતા કેળવી શકાય. શીખવાની રીતો પુષ્કળ છે.

##### અસ્તિત્વ કેળવવું:

સોશિયલ નેટવર્કિંગ તકનીકીઓ એટલે મુખ્ય તો વિશ્વભરમાં ચાલતા વલણોનું પ્રદર્શન. વિદ્યાર્થીઓ સોશિયલ નેટવર્કિંગ સાઇટ્સ પર અપડેટ કરેલી, શેર કરેલી, ચર્ચા કરેલી અથવા બોલાતી બાબતોના બદલાવનું અવલોકન કરીને ભવિષ્યમાં તેમાંથી શું અપેક્ષા રાખી શકાય તેની યોજના સુયોજિત કરી શકે છે.

અનુભવો તથા વિચારો રજૂ કરવા:

મોટાભાગે વિદ્યાર્થીઓને તેમની લાગણીઓ શેર કરવા માટે વારંવાર યોગ્ય મંચ નથી મળતો. સોશિયલ નેટવર્કિંગ તકનીકીઓ દ્વારા તેઓને તેમના વિચારોને અવાજ આપવાનો વિકલ્પ પ્રદાન કરવામાં આવે છે. જો વિદ્યાર્થીઓને તેઓ જે વિચારે છે અને શું અનુભવે છે તે શેર કરવાની મંજૂરી આપવામાં આવે છે, તો સારું શું છે અને ખરાબ શું છે તે નક્કી કરવાનું તેમના માટે સરળ બને છે.

- સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ અભ્યાસુઓને વર્ગખંડો, જૂથ સોંપણીઓ અથવા ગૃહકાર્યની સોંપણીઓ માટે એકબીજાને પૂરતા પ્રમાણમાં સહાય પ્રાપ્ત કરવા માટેનો માર્ગ પૂરો પાડે છે.
- વર્ગમાં વિશ્વાસપાત્ર એવા ષડયંત્ર ન કરનારા ઘણા અભ્યાસુને લાગે છે કે તેઓ વેબ-આધારિત નેટવર્કિંગ મીડિયા દ્વારા અસરકારક રીતે તેમના ચિંતન વ્યક્ત કરી શકે છે.
- શિક્ષકો વેબ-આધારિત નેટવર્કિંગ મીડિયા દ્વારા વર્ગ કસરતો, શાળાના પ્રસંગો અને ગૃહકાર્યની સોંપણીઓ પોસ્ટ કરી શકે છે, જે તેમને અસાધારણ રીતે મૂલ્યવાન હશે.
- એવું જોવા મળે છે કે વેબ આધારિત સોશિયલ નેટવર્કિંગ જાહેરાતોનો વૈકલ્પિક વ્યવસાય તરીકે વિકાસ કરવામાં આવ્યો છે. વેબ આધારિત સોશિયલ નેટવર્કિંગ જાહેરાતો એ નોંધપાત્ર રીતે ફળદાયી જાહેરાતકારોને સમાપ્ત કરવા માટે ની યુવાનોનિષ્ણાતો ની યોજના છે.
- વેબ-આધારિત સોશિયલ નેટવર્કિંગનો માર્ગ પ્રશિક્ષકોને સંગ્રહક નાગરિકત્વ બતાવવાની અને તેના માટે ઇન્ટરનેટના ઉપયોગની સુવાહ્યતાની તક આપે છે.

**B. શિક્ષણ પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની નકારાત્મક અસરો**

શીખવાની અને સંશોધન કરવાની ક્ષમતાઓ ઘટાડો:

વિદ્યાર્થીઓ સોશિયલ નેટવર્કિંગ સાઈટ્સ અને વેબ પર સરળતાથી મેળવી શકાય તેવી હાથવગી માહિતી પર વધુ નિર્ભર છે, આ બાબત તેમની શીખવાની અને સંશોધન ક્ષમતાને ઘટાડે છે.

વાસ્તવિક માનવ સંપર્કમાં ઘટાડો:

વિદ્યાર્થીઓ મોટાભાગનો સમય ઓનલાઇન નેટવર્કિંગ સાઈટ્સ પર ખર્ચ કરે છે, જ્યારે અન્ય લોકો સાથે રૂબરૂ સંલગ્ન થવા ખૂબ ઓછો સમય પસાર કરે છે. આ તેમની સંબંધિત ક્ષમતાઓમાં ઘટાડો કરે છે. તેમની પાસે

અભિવ્યક્તિની ક્ષમતા અને અન્ય લોકો સાથે સહભાગી બનવાની ક્ષમતા નહીં હોય. આને કારણે તથા નવા સ્નાતકોની સંબંધિત ક્ષમતાઓના કારણે ધંધામો પણ સતત અસંતોષ વધી રહ્યો છે. અનિવાર્ય સંબંધિત ક્ષમતાઓ વાસ્તવિકતામાં સિદ્ધિ માટે જોખમયુક્ત છે.

**ભાષાના ઉપયોગ અને સર્જનાત્મક લેખન કૌશલ્ય ઉપરના પ્રભુત્વમાં ઘટાડો થવો:**

વિદ્યાર્થીઓ સામાન્ય રીતે આંતરરાષ્ટ્રીય સંદેશાવ્યવહાર માટે અશિષ્ટ શબ્દો અથવા સંક્ષિપ્ત પ્રકારોનો ઉપયોગ કરે છે. તેઓ પ.સી. ભાષાના બંધારણ અને જોડણી તપાસ વિશેષતાના આધારે તેની શરૂઆત કરે છે. આને લીધે તેમની બોલી અને પ્રાયોગિક લેખન ક્ષમતા ઉપરની પકડમાં ઘટાડો થાય છે.

**સમયનો બગાડ**

વિદ્યાર્થીઓ શોધખોળ કરવા વેબ પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરતી વખતે ઓનલાઇન નેટવર્કિંગ પર દર્શાવેલ અન્ય બિનજરૂરી સાહિત્યનો ઉપયોગ કરવા તરફ ખેંચાય છે અને એકવાર જ્યારે તેઓ ઇન્ટરનેટનો ઉપયોગ ખરેખર શેના માટે કરી રહ્યા છે તેની અવગણના કરે છે, સમયનો બગાડ થાય છે. કેટલીકવાર વિદ્યાર્થીઓ તેમના સમયનો બગાડ થતો હોવાથી તેમના કાર્યને નિર્ધારિત સમયમર્યાદામાં પૂર્ણ કરવા માટે સમર્થ હોતા નથી.

**ઉતરતી શ્રેણી**

ધારણા મુજબના આંકડા અને સ્થિતપ્રજ્ઞ થવાની ક્ષમતાઓના અભાવને કારણે વિદ્યાર્થીઓને શાળામાં ઓછા મૂલ્યાંકન મળે છે.

**વિદ્યાર્થીઓમાં પ્રેરણાની ખોટ**

લાંબા અંતરના આંતરવ્યક્તિત્વપૂર્ણ સંચારના ઉપયોગની આ પરિસ્થિતિને લીધે વિદ્યાર્થીના પ્રેરક સ્તરને અસર થાય છે, તે ઘટતું જાય છે. આ વર્તમાન વાસ્તવિકતાને લીધે તેઓ ક્રિયામૂલક શિક્ષણમાં વધારો કરવાથી વિરુદ્ધ કાલ્પનિક સ્થિતિ પર આધાર રાખે છે.

**આરોગ્ય પર અસર**

આ સાઇટસના બિનજરૂરી ઉપયોગની માનસિક તેમજ શારીરિક આરોગ્ય પર ખરાબ અસર પડે છે. વિદ્યાર્થીઓ સમયસર ભોજન લેતાનથી કે યોગ્ય આરામ કરતા નથી. દિવસમાં એકવાર વા સ્થાનોના દુરુપયોગથી વિદ્યાર્થીઓની શારીરિક અને માનસિક તંદુરસ્તી પર ઘણી વિપરીત અસરો પડે છે, જેથી તેઓ સામાન્ય જનતા

સાથે રૂબરૂ થવા બાબતે આગસુ, અસ્પષ્ટ અને અનુપ્રેરિત બને છે. વેબનો ઉપયોગ કરતા હોય ત્યારે વાલીઓએ તેમના બાળકોને તપાસતા રહેવું જોઈએ અને સમાયોજિત કરવું જોઈએ. તેઓએ તે અંગે સાવચેતી વર્તવી જોઈએ કે શું તેઓ તેનો ઉપયોગ ફાળવેલા સમયગાળા માટે કરે છે કે નહીં.

સાથીઓ અને શિક્ષકોએ પણ તે જ રીતે તેઓ આ લાંબા અંતરના આંતરવ્યક્તિત્વપૂર્ણ સંચાર સ્થાનોનું પાલન કરીને વાસ્તવિકતામાં શું ગુમાવી રહ્યાં છે તેમજ તેના નકારાત્મક પ્રભાવોને ધ્યાનમાં રાખવાની અલ્પોક્તિઓ અંગે સ્પષ્ટતા કરવા સક્ષમ થવું જોઈએ.

## VI. સોસાયટી પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની અસર

જેમ કે આપણ એ વાતથી થી સારી રીતે વાકેફ છીએ કે સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની આપણા સમાજ પર વ્યાપક અસર થાય છે. કેટલાક સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ ગંતવ્યસ્થાનની રીત બદલાઈ ગઈ છે, જ્યાં વ્યક્તિઓ વેબ પર માહિતીઓનું વહન અને સંમિશ્રણ કરે છે. વ્યક્તિ માટે વિવિધ સંદેશાવ્યવહારનાં ગંતવ્યસ્થાનો તથા વ્યક્તિઓને તેમના જૂના ભાગીદારો, પેઢી, મિત્રમંગળ અને સાથીઓ સાથે ફરીથી જોડાવા માટે ખુલ્લા દરવાજા આપે છે. તે વધુમાં, વ્યક્તિઓને નવા સાથીઓને પ્રભાવિત કરવા, તેમની વચ્ચેની સામગ્રી, ચિત્રો, અવાજો, રેકોર્ડિંગ્સને શેર કરવા માટેનું કારણ બને છે. એ ઉપરાંત વેબ આધારિત સોશિયલ નેટવર્કિંગ સમાજની જીવનશૈલીમાં ફેરફાર કરે છે.

### A. સોસાયટી પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની સકારાત્મક અસરો

#### અનુસંધાન -

સામાજિક પ્રચાર માધ્યમનો પ્રથમ અને મુખ્ય લાભ અન્ય સાથે અનુસંધાન અથવા જોડાણનો છે. કોઈપણ જગ્યાએથી લોકો કોઈપણ સાથે કનેક્ટ થઈ શકે છે. સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની સુંદરતા એ છે કે સ્થાન અને ધર્મને ધ્યાનમાં લીધા વિના તમે તમારા વિચારોને જાણવા અને શેર કરવા માટે કોઈપણ સાથે જોડાઈ શકો છો.

#### શિક્ષણ -

સોશિયલ નેટવર્કિંગ વિદ્યાર્થીઓ અને શિક્ષકોને વિવિધ લાભ પ્રદાન કરે છે. સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ દ્વારા શૈક્ષણિક નિષ્ણાતો અને વ્યાવસાયિકો એવા અન્ય લોકો પાસેથી શિક્ષિત થવું ખૂબ જ સરળ છે. કોઈપણ વ્યક્તિ અન્ય પાસેથી જ્ઞાન મેળવવા અને કોઈપણ ક્ષેત્ર વિશેની જાણકારી વધારવા માટે કોઈપણને અનુસરી શકે છે.

આપણું સ્થાન અને શિક્ષણની પૃષ્ઠભૂમિને ધ્યાનમાં લીધા વિના, આપણે તેના માટે ચૂકવણી કર્યા વિના, સ્વયંને શિક્ષિત કરી શકીએ છીએ.

સહાય -

તમે સહાય તેમજ કાર્યશક્તિ મેળવવા માટે તમારી સમસ્યાઓ જૂથને સમક્ષ રજૂ કરી શકો છો. તે રોકડના રૂપમાં અથવા સલાહના રૂપમાં મદદ કરી રહ્યું છે તે ધ્યાનમાં લીધા વગર, તમે જે જૂથ સાથે સંકળાયેલા છો તેની પાસેથી મદદ મેળવી શકો છો.

માહિતી અને અપડેટ્સ -

વેબ આધારિત સોશિયલ નેટવર્કિંગની પ્રાથમિક અનુકૂળ સ્થિતિ એ છે કે તમે તમારી જાતને આસપાસના અને વિશ્વના સૌથી તાજેતરના બનાવોથી વાકેફ કરી શકો છો. મોટે ભાગે, ટેલિવિઝન અને પ્રિંટ મીડિયા આજકાલ એકતરફી વલણ અપનાવતા હોવાથી અસલી સંદેશાઓનું વહન કરતા નથી. વેબ આધારિત સોશિયલ નેટવર્કિંગની સહાયથી તમે કેટલીક શોધખોળ કરીને વાસ્તવિક અને અસલ માહિતીઓ મેળવી શકો છો.

જાહેરાત -

આપણે આપણા વ્યવસાયને સૌથી વિશાળ માત્રામાં પ્રેક્ષકો સમક્ષ પ્રોત્સાહિત કરી શકીએ છીએ. આખું વિશ્વ તમારા માટે ખુલ્લું છે, એ તમને પ્રોત્સાહન આપી શકે છે. તે તમારા ધંધાના નફામાં વધારો કરવામાં તથા વ્યવસાયના લક્ષ્યોને પ્રાપ્ત કરવામાં મદદ કરશે.

ઉમદા કારણ -

સામાજિક પ્રચાર માધ્યમનો ઉપયોગ ઉમદા કારણો માટે પણ થઈ શકે છે. લોકો જરૂરિયાતમંદ લોકો માટે જાણો આપવા માટે સામાજિક પ્રચાર માધ્યમનો ઉપયોગ કરી રહ્યા છે અને આવા લોકોને મદદ કરવાની આ ખૂબ ઝડપી રીત હોઈ શકે છે.

વિવિધ સમુદાયના એકત્રીકરણમાં મદદ કરે છે -

- આપણા વિશ્વમાં વિવિધ ધર્મો અને માન્યતાઓ હોવાને કારણે, વિવિધ સમુદાયોના લોકો આ સંબંધિત વિષયો પર ચર્ચા કરવા અને સહભાગી બનવા માટે જોડાણ કરી શકે છે.



- રેડિયો, ટીવી જેવા પરંપરાગત અને વ્યાપારી માર્કેટિંગ માધ્યમો અને છાપવાની જાહેરાતો હવે સંપૂર્ણપણે અપ્રચલિત છે અને હજારો રૂપિયાની માંગ કરે છે. ફક્ત કાર્યશક્તિ અને સમયનો ખર્ચ કરીને સામાજિક પ્રચાર માધ્યમના ઉપયોગથી વ્યવસાયકારો તેમના લક્ષ્યાંકિત ગ્રાહકો સાથે મફતમાં જોડાણ કરી શકે છે.
- ટ્વિટર, ફેસબુક અને લિંકડીન જેવી સામાજિક સાઇટ્સની વધતી લોકપ્રિયતા તેમજ સામાજિક નેટવર્ક્સે બ્લોગર્સ, લેખકો અને સામગ્રી નિર્માતાઓમાં સૌથી વધુ વ્યવહારુ સંદેશાવ્યવહાર પસંદગી તરીકે ધ્યાન આકર્ષિત કર્યું છે. આ લાંબા અંતરના આવા અનૌપચારિક સંચાર માધ્યમો બ્લોગર્સમાંના દરેક માટે તેમની કુશળતા અને લેખો શેર કરવા માટે, તેમના સુપ્રસિદ્ધ ગ્રાહકો સાથે જોડાવા માટે વિશાળ દરવાજા ખોલ્યા છે. તમારા દર્શકો કે અનુયાયીઓ તમારા લેખ તથા બ્લોગ તેમના સામાજિક વર્તુળમાં શેર કરશે, જે તમારા નેટવર્કને વધુ વિસ્તૃત કરશે.
- વિદ્યાર્થીઓ અને નિષ્ણાતો અન્ય સમાન માનસિક સ્તર ધરાવતા લોકો સાથે માહિતીની આપલે કરવા માટે તથા કોઈ ચોક્કસ વિષય પર અભિપ્રાય મેળવવા માટે સક્ષમ છે.
- ક્યારેય ન મળ્યા હોઈ એવા લોકોને પણ સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ મળવા માટે જાહેર ચર્ચામંચ ઉપલબ્ધ કરાવે છે.
- સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ ભૌગોલિક સીમાઓની મર્યાદા બહારના વિચારોને વહેંચવામાં મદદ કરે છે.
- તે બધા લેખકો અને બ્લોગર્સને તેમના ગ્રાહકો સાથે જોડાવાની ખુલ્લી તક પૂરી પાડે છે.
- તે ચોક્કસ લક્ષ્યોની સિદ્ધિ માટે લોકોને એક વિશાળ મંચ પર એકત્રિત કરે છે, તેનાથી સમાજમાં સકારાત્મક પરિવર્તન આવે છે.

## B. સોસાયટી પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની નકારાત્મક અસરો

### સાયબર પજવણી -

PewCentre.org દ્વારા વિતરિત અહેવાલ મુજબ, ભૂતકાળમાં ડિજિટલ બુલિંગની જાનહાનિ તરફ આગળ વધ્યો હોઈ એવા યુવાનોનો એક મોટો ભાગ છે. કોઈપણ વ્યક્તિ કોઈપણ બનાવટી રેકોર્ડ બનાવી શકે છે અને પૂંજ્યા કે જાણ કર્યા વિના કંઈપણ કરી શકે છે, તેથી ઇન્ટરનેટ પર કોઈની પણ અસાધારણપણે સ્પષ્ટતાપૂર્વક વાતો કરવી

એ ભયંકર રૂપ ધારણ કરી શકે છે. જોખમો માહિતીઓ, આતંકવાદી સંદેશાઓ અને ગપસપના ભાગને સામાન્ય લોકોમાં અસુવિધા અને હંગામો કરવા માટે બહુમતીને મોકલી શકાય છે.

હેકિંગ -

વ્યક્તિગત માહિતી અને સુરક્ષાને હેક કરી શકાય છે અને ઇન્ટરનેટ પર શેર કરી શકાય છે. કેટલાક ટ્વિટર અને ફેસબુક એકાઉન્ટ્સ ભૂતકાળમાં હેક કરવામાં આવ્યા હતા અને પ્રોગ્રામર દ્વારા એવી સામગ્રી પોસ્ટ કરી હતી જેણે વ્યક્તિના જીવનને પ્રભાવિત કર્યું છે.

વ્યસન -

ઓનલાઇન નેટવર્કિંગનો વ્યસનકારક ભાગ ભયાનક છે અને તે વ્યક્તિગત જીવનમાં ગુસ્સામાં પણ અતિરેક કરી શકે છે. તે જ રીતે વ્યક્તિગત ધનસંપત્તિ તથા સમયનો વ્યય કરી શકે છે, જેનો ઉપયોગ નફાકારક કાર્યો અને તાલીમ માટે કરવામાં આવી શકે છે.

છેતરપિંડી અને કૌભાંડો -

ઓનલાઇન નેટવર્કિંગ દ્વારા લોકોએ છેતરપિંડી અને કૌભાંડો કર્યા હોવાના આજકાલ ઘણાં કિસ્સાઓ ઉપલબ્ધ છે.

પ્રતિષ્ઠા -

સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ પર કોઈ ફક્ત ખોટી વાર્તા બનાવીને અને ઓનલાઇન નેટવર્કિંગમાં ફેલાવીને કોઈપણને બદનામ કરીને તેની પ્રતિષ્ઠાનો નાશ કરી શકે છે.

- તે ત્વરિત ઠરાવો કરે છે. સામાજિક પ્રચાર માધ્યમો પર અનંત કલાકો વિતાવવી એ ચોક્કસ ક્ષણભંગલમાંથી એકાગ્રતા અને વિચારણા પર કબજો કરી શકે છે. વેબની દુનિયા મુખ્યત્વે નવીનતા પર આધારિત હોય છે અને તે વાસ્તવિક દુનિયાના નિયમિત દૈનિક કૌશલ્ય તથા અસ્તિત્વનો વિરોધ કરે છે.
- બાળકો આ પ્રકારના વ્યક્તિગત વાતચી કરવા માટેના મુકામો પર તેમને બોલવાની તક અને મંજૂરી મળતી હોવાથી તેનાથી અસાધારણ રીતે પ્રભાવિત થઈ શકે છે. કારણ એ છે કે કેટલીકવાર વ્યક્તિ વેબ આધારિત નેટવર્કિંગ મીડિયા દ્વારા ફોટોગ્રાફ્સ શેર કરે છે જેમાં હેવાનિયત અને સેક્સ હોય છે, જે બાળકો અને યુવાનોના વર્તનને નુકસાન પહોંચાડે છે.

- વેબ આધારિત સોશ્યલ નેટવર્કિંગની બીજી ખામી તે છે કે ગ્રાહકો અતિશય કે હદબહાર માહિતી શેર કરે છે, જે તેમને જોખમો તરફ લઈ જાય છે.
- ખરેખર, યુસ્ત સુરક્ષા સેટિંગ્સ સાથે પણ તમારી વ્યક્તિગત માહિતી સામાજિક મંચ પર છતી થઈ શકે છે.
- તમારા રેકોર્ડિંગ્સ અથવા ચિત્રો ડાઉનલોડ કરવા અને તમારી સ્થિતિ કે ગુપ્ત માહિતીની નકલ ઉતારવી એ એક સરળ કાર્ય છે.

## VII. બાળકો અને કિશોરો પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમની અસરો

આજે યુવાનો પર પ્રચાર માધ્યમોનો ખૂબ પ્રભાવ છે. ટેલિવિઝન, કમ્પ્યુટર, વિડિઓ ગેમ્સ, સોશિયલ નેટવર્કિંગ સાઇટ્સ - તે કિશોરવયના જીવનના તમામ પાસાઓને ભારે અસર કરે છે. પ્રચાર માધ્યમો સાથે જોડાયેલું બધું જ ખરાબ છે એવું પણ નથી.

જો યોગ્ય રીતે ઉપયોગમાં લેવામાં આવે તો, સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ યુવાનોના જીવનને સારાથી વધુ સારામાં પરિવર્તિત કરી શકે છે. આ પોસ્ટ કિશોરો પર સામાજિક પ્રચાર માધ્યમના હકારાત્મક અને નકારાત્મક બંને પ્રકારના પ્રભાવને પ્રકાશિત કરે છે.

### A. બાળકો અને કિશોરો પર સોશિયલ મીડિયાની સકારાત્મક અસરો

#### જાગરૂકતા વિકસાવવામાં સહાયક

મોટા ભાગના કિશોરો આશ્રિત જીવન જીવે છે. પરંતુ વિવિધ સામાજિક પ્રચાર માધ્યમોના સંપર્કમાં આવવાથી તેઓ સમાજ અને વિશ્વ તરફ જાગૃતિ વિકસિત કરી શકે છે. ન્યુઝ ચેનલો, સામયિકો, સોશિયલ નેટવર્કિંગ સાઇટ્સ દ્વારા વિશ્વના બનાવો વિશે દાવો કરવામાં આવતા, યુવાનો સમજી શકે છે કે છત નીચે જે થઈ રહ્યું છે તેના કરતાં વિશ્વમાં ઘણું બધું છે.

#### સામાજિક કુશળતા વિકસાવવામાં સહાયક

ઘણા કિશોરો સામાજિક રીતે પ્રતિફૂળ હોય છે. સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ તેમને નવી મિત્રતા કેળવવામાં તથા તેમના સામાજિક વર્તુળને વિકસાવવાની સુવાહ્યતા પણ આપે છે. અન્ય ફાયદાઓમાં સામાજિક આત્મવિશ્વાસ, પ્રચાર માધ્યમમાં ઉચ્ચ સાક્ષરતા અને વધુ સામાજિક સમર્થન શામેલ છે. સોશિયલ મીડિયા કિશોરોની

સામાજિક કુશળતામાં વૈવિધ્ય લાવે છે, જે બદલામાં તેમને આધુનિક સમાજમાં સફળતાપૂર્વક શોધખોળ કરવામાં મદદ કરે છે.

#### પ્રેરણા આપવામાં સહાયક

જ્યારે આપણું કિશોર આંચકો આપનારી ક્રિયા જુએ છે, ત્યારે હિંસા વિશે નિરાશ થશો નહીં. કિશોરો પર એક મિનિટ નિયંત્રણ સાથે, તેમને ઉત્તેજના, અંતઃસ્ફુરણા અને પ્રેરણા આપવાના માધ્યમ તરીકે મૂવીનો ઉપયોગ કરી શકો! કદાચ આપણું બાળક માર્શલ આર્ટની તાલીમ લેવાનું નક્કી કરશે, તે બધા માટે બુસ લી મૂવીનો આભાર! મોટે ભાગે યુવકો સેલિબ્રિટી હોવાની છાપ ઊભી કરે છે, અને જ્યારે કોઈ સેલિબ્રિટી તેમને ડૂગથી દૂર રહેવાનું કહે છે, ત્યારે તેઓ કદાચ સાંભળી શકે છે.

#### વાંચન અને લેખન કુશળતા વિકસાવવામાં સહાયક

જ્યારે કોઈ સેલિબ્રિટી તેના પ્રિય પુસ્તક વિશે વાત કરે છે, ત્યારે કિશોરોને એ પુસ્તક ઝડપી લેવા માટે લલચાવી શકે છે.

#### B. બાળકો અને કિશોરો પર સોશિયલ મીડિયાની સકારાત્મક અસરો

##### વિકૃત શારીરિક છબી:

વિશ્વ આજે દોષરહિત લોકોથી ભરેલું છે. ફોટોશોપનો ઉપયોગ સંખ્યાબંધ કિશોરોને દરેક જગ્યાએથી શરીરની છબીને વિકૃત રીતે રજૂ કરવા તરફ દોરી જાય છે. ઓનોરેક્સિયા અને બુલીમિયા આ બોડી ઇમેજ કટોકટીમાંથી બહાર આવ્યાં છે.

##### જોખમી જાતીય વર્તન:

યુવાનો સર્વથા તેમની કામુક્તા શોધી રહ્યાં છે. દરેક બાબતોમાં જાતીય કબજો કરવો તે તેમના માટે અપવાદરૂપે પ્રકારાત્મક છે. જો કે, આજે સામાજિક પ્રચાર માધ્યમોમાં સેક્સના પરિમાણથી કિશોરાવસ્થાને આશ્ચર્યચકિત કરી શકાય છે, મૂંઝવણમાં મૂકી શકાય છે. કર્તવ્ય વિના સેક્સ - તે સંદેશ બધા એકાઉન્ડ્સ દ્વારા કિશોરો સુધી ફેલાય છે. આવા સંદેશા અવિશ્વસનીય જાતીય આચરણ અને અનિચ્છનીય ગર્ભાવસ્થાને પ્રોમ્પ્ટ કરી શકે છે.

##### શાળામાં નીચા પ્રાપ્તિ:

વધુ પડતા ટેલિવિઝન જુએ તેવા કિશોરો પરીક્ષામાં ઓછા પ્રાપ્તિઓ મેળવે છે. એક અધ્યયન દરમિયાન ઉલ્લેખ

કરવામાં આવ્યો છે કે ઉચ્ચ ડિગ્રી મેળવનારી વ્યક્તિઓ તેમના બાળપણ અને કિશોરોમાં ઓછું ટેલિવિઝન જુએ છે. બીજો અધ્યયન દર્શાવે છે કે જુદા જુદા માધ્યમો શાળાના કાર્યને જુદી જુદી રીતે અસર કરે છે. સામાજિક પ્રચાર માધ્યમ આજે શક્તિશાળી અને સર્વવ્યાપી છે. તમે તેના સ્પર્શથી છટકી શકશો નહીં. તેની જરૂર પણ નથી! આ માહિતીને ધ્યાનમાં રાખીને, પ્રચાર માધ્યમ હાલમાં એક સાધન છે અને અન્ય કોઈપણ ઉપકરણની જેમ, તમે તેનો ઉપયોગ કેવી રીતે કરો છો તે તમારા પર નિર્ભર છે.

### VIII. નિષ્કર્ષ:

જેમ જેમ ટેકનોલોજી વિકસિત થઈ રહી છે, વેબ-આધારિત સામાજિક નેટવર્કિંગ એ છેવાડાના દરેક વ્યક્તિના નિત્યક્રમમાં વણાઈ ગઈ છે; માનવવર્ગ આ ટેકનોલોજી પર સતત આધાર રાખે છે. ઓનલાઇન નેટવર્કિંગથી વિદ્યાર્થીઓ માટે સંકલનશીલ પ્રયત્નોની ગુણવત્તા અને દરમાં વધારો થયો છે. વ્યવસાયિક ક્ષેત્રે સંસ્થાઓ જુદા-જુદા અભ્યાસક્રમોના અમલની કક્ષાને ઊંચી લાવવા માટે ઓનલાઇન નેટવર્કિંગનો ઉપયોગ કરે છે, ઉદાહરણ તરીકે, વ્યવસાયિક લક્ષ્યોને પરિપૂર્ણ કરવા માટે, સંસ્થાની વાર્ષિક રજૂઆતનું વિસ્તરણ કરવું. યુવાનો દરરોજ આ માધ્યમોના સંપર્કમાં આવતા જોવા મળે છે. સામાજિક પ્રચાર માધ્યમોની વિવિધ ગુણવત્તા છે, તે જ રીતે થોડા પણ દોષો છે; જે વ્યક્તિ પર વિરોધાભાસી અસર ઊભી કરે છે. ખોટા આંકડા તાલીમ આપવાના માળખાને નિરાશા તરફ દોરી શકે છે, સંસ્થાઓમાં ખોટું પ્રોત્સાહન ઉત્પાદકતાને પ્રભાવિત કરશે, ઓનલાઇન નેટવર્કિંગ વ્યક્તિઓની સુરક્ષા પર હુમલો કરીને સામાન્ય લોકોને હેરાન કરી શકે છે, કેટલીક નિરર્થક સાઇટ્સ યુવાનોને અસર કરી શકે છે જે સ્પષ્ટ રીતે વિનાશક થઈ શકે છે અને અમુક ખોટી પ્રવૃત્તિઓ લઈ શકે છે. અંતમાં, બધા નાગરિકોને સામાજિક પ્રચાર માધ્યમોના સકારાત્મક પાસાઓ અપનાવવા અને નકારાત્મક પ્રભાવોને ટાળવા માટે સલાહ આપવામાં આવે છે, જેથી આપણે આ નવીનતમ અને ઉભરતી તકનીકીઓ લાભો મેળવી શકીએ.

### સંદર્ભો:

- [1] Uchat, D.A. (1998). How to Write Research Report? Rajkot: Nijjan Psycho Center.
- [2] Uchat, D.A. (2012). Research Methodology in Education and Social Science (Second Edition), Rajkot: Paras Publication.
- [3] Abhimanyu Shankhdhar, JIMS / Social media and businss /
- [3] Mahmoudi Sidi Ahmed et al., "Detection of Abnormal Motions in Multimedia", Chania ICMI-MIAUCE'08 workshop, Crete, Greece, 2008.
- [5] S.Shabnoor, S.Tajinder, Social Media its Impact with Positive and Negative Aspects IJCATR, Volume

- [6] Bin Zhao et al., “Online Detection of Unusual Events in Multimedia via Dynamic Sparse Coding”, 2011.
- [7] Nagar, Himanshu, Chetna Dabas, and J. P. Gupta. "Navie Bayes and K-Means Hybrid Analysis for Extracting Extremist Tweets", ACM Conference, pp 27-32.
- [8] S. Willium, “Network Security and Communication”, IEEE Transaction, Vol.31, Issue.4, pp.123-141, 2012.
- [9] A.T.M Shahjahan, K.Chisty, “Social Media research and its effect on our society” International journal of Information 7 communication Engineering , Vol:8, No:6,2014
- [9] W.Tariq, M.Mehboob, M.A.Khan, F.Ullah “The Impact of social Media and Social Networking on education and Students of Pakistan” international Journal of Computer sciences issues, Vol:9 ,No:3, July 2012
- [10] W.Akram & R.Kumar, "A Study on Positive and Negative Effects of Social Media on Society", International Journal of Computer Sciences and Engineering, Vol:5, Issue:10, Oct.2017.

## સામાજિક પરિવર્તનના સાધન તરીકે મીડિયા (દાહોદ જિલ્લો)

ભાભોર રાજેશકુમાર વાઘજીભાઈ, પીએચ.ડી .રીસર્ચ સ્કોલર, ગુજરાત યુનિવર્સિટી, અમદાવાદ.

કહેવાય છે ને એક યુગનાં અંત પછી નવા યુગની શરૂઆત થાય છે તેજ પ્રમાણે બ્રિટિશ શાસનના પરિણામે ભારતીય સમાજ અને તેના જુદા-જુદા પ્રાદેશિક ઘટકોમાં આવેલાં કેટલાંક ગુણાત્મક પરિવર્તનોમાં સૌ કોઈ સ્વીકાર કરે છે, અને આ સમાજમાં જે પરિવર્તનો આવ્યા છે તેના સ્વરૂપ અંગે કેટલાક અભ્યાસો થયા છે. બ્રિટિશ શાસન દરમિયાન રાજકીય, આર્થિક અને સામાજિક ફેરફારો ભારતમાં આવ્યા હતા. જેમાં સામાજિક પરિવર્તનમાં જાઈએ તો વર્ગ અને જ્ઞાતિ વચ્ચેના આંતરસંબંધો, તેમજ ભારતીય સમાજમાં પાયામાં રહેલા મૂલ્યો અને ધોરણોમાં સર્જાયેલા ક્રાન્તિકારી ફેરફારો. આ વિવિધ ફેરફારો લાવવા વિવિધ માધ્યમોનો મહત્વનો ફાળો રહેલો છે. સામાજિક રીતે પરિવર્તન લાવવા માટે શહેરી વસાહતો, યાંત્રિક ઉત્પાદનો, સાહિત્ય, પત્રકારિત્વ, સમાજસુધારકની ચળવળ, શિક્ષણ સરકારની યોજનાઓ વગેરેએ મહત્વની ભૂમિકા ભજવી છે. આ બધામાંથી ખાસ નોંધ લેવી હોય તો તે મીડિયા છે. મીડિયાના માધ્યમ દ્વારા સમાજમાં ખૂબજ ઝડપથી પરિવર્તન આવવા પામ્યું છે. સમાજ પરિવર્તન માટે મીડિયા ખૂબ જ અસરકારક માધ્યમ સાબિત થયું છે.

સાંપ્રત સમયમાં ટેકનોલોજીએ એટલી બધી હરણફાળ ભરી છે કે દરેક સેકન્ડે સમાજ બદલાઈ રહ્યો છે, મીડિયા એટલે સંચાર-સાધનોનો પણ એટલો બધો વિકાસ થયો છે કે આજનો નાગરિક સમગ્ર વિશ્વની જાણકારી ધરાવતો થઈ ગયો છે અને આજ કારણે સમાજમાં રહેતા બાળકોથી માંડીને વૃદ્ધો દરેક વ્યક્તિ મીડિયાનો ઉપયોગ કરતા બની ગયા છે. કૌટુંબિક જીવનમાં, સામાજિક સંબંધોમાં, શિક્ષણમાં અને વિકાસના કાર્યોમાં મીડિયાએ યાવીરૂપ ભૂમિકા ભજવી છે.

ગ્રામીણ આદિવાસી સમાજમાં પરિવર્તનમાં ખાસ કરીને યુવાનો આવા ઉપકરણો મીડિયાનો ઉપયોગ કરીને સમાજમાં મહત્વની ભૂમિકા અદા કરે છે, આવા હેતુથી ગ્રામીણ આદિવાસી યુવાનોમાં જે ઉચ્ચ શિક્ષણ મેળવવાની વૃત્તિમાં વધારો થયો છે. સામાજિક સંસ્થાઓ જે સમાજની વ્યવસ્થાના ઢાંચાને ટકાવી રાખે છે અને સમયાંતરે તેમા પરિવર્તન આવે છે. તો આ પરિવર્તનના મુખ્ય પરિબલોમાંનું એક પરિબલ એ સમૂહ માધ્યમ એટલે કે મીડિયા છે. સમૂહ માધ્યમના લીધે જ એક આધુનિક સમાજનું નિર્માણ થાય છે.

મીડિયાના માધ્યમની આદિવાસી સમાજમાં રહેણી-કરણી, જીવનશૈલી, પહેરવેશ, આર્થિક પ્રવૃત્તિ, રિવાજ, ઉત્સવો, ભાષા વગેરેમાં પરિવર્તન જાવા મળ્યું છે. પ્રસ્તુત અભ્યાસ આદિવાસી સમાજમાં આવેલા પરિવર્તન વિશે રજૂ કરવામાં આવ્યો છે.

### મીડિયા અને સમાજ:

સમાજમાં ધરમૂળથી પરિવર્તન લાવનારી ક્રાંતિએ સંચારક્રાંતિ છે. આ ક્રાંતિ પ્રત્યેક દેશમાં જુદા-જુદા સમયે જુદા-જુદા પ્રમાણમાં થયેલી છે. સમૂહ માધ્યમોએ લગભગ દરેક ક્ષેત્રમાં નોંધપાત્ર આમૂલ પરિવર્તન આણ્યું છે. જેમાં સામાજિક બાબતમાં કુટુંબ, લગ્ન, ધાર્મિક સંસ્થા, શિક્ષણ, આરોગ્ય, આર્થિક, કલા, સંગીત વગેરેમાં સમૂહ-માધ્યમોની ઊંડી અસર જાવા મળે છે. તેની જ સાથે સાથે આજના યુવા સમુદાયમાં પણ સમૂહ માધ્યમોના લીધે સામાજિક વિચારસરણીમાં બદલાવો જાવા મળે છે.

વર્તમાન સમયમાં સંદેશાવ્યવહાર અને માહિતી સંચાર ટેકનોલોજી જીવનનું એક આગવું અંગ બની ગયું છે. વર્તમાન સમયમાં આદિવાસી વિસ્તારોમાં પરિવર્તન લાવવામાં મીડિયાએ નવી ક્રાંતિથી સમાજને સંપૂર્ણપણે બદલી નાખ્યું છે, સાચું તો એ છે કે આજના દિવસે મીડિયા એ માનવીની દિનચર્યાને નિયંત્રિત કરી લીધી છે. આજનો યુવાન ભલે તે શહેરનો હોય કે અંતરિયાળ ગામડાનો હોય. તેની દરેક સવાર ટેલિવિઝન, રેડિયો, ઈન્ટરનેટ, મોબાઈલની સાથે શરૂ થાય છે અને રાતે ઊંઘવાના સમયે પૂર્ણ થાય છે. ઈલેક્ટ્રોનિક મીડિયા એફ.એમ. દુનિયાએ પણ દેશના ગરીબ અને મધ્યમવર્ગીય સમાજને એક નવી સુચના, મનોરંજન, ઝલોબલ શિક્ષા અને વિવિધતાઓની દુનિયા આપી છે.

સમાજમાં મીડિયાના સ્થિતિ અને વિકાસ, વૈશ્વિક દૃષ્ટિએ મીડિયાની ભૂમિકા અને મીડિયા દ્વારા આર્થિક સાંસ્કૃતિક ભૂમિકા અને મીડિયા દ્વારા આર્થિક, સાંસ્કૃતિક તથા સામાજિક પ્રભાવ એ એકવીસમી સદીની મહત્વની બાબત છે. આજના આધુનિક યુગમાં દિન-પ્રતિદિન વધતી જતી ટેકનોલોજી તથા મીડિયાના કારણે વ્યક્તિની જીવનશૈલી, રૂઢિગત પ્રણાલી, વિચારસરણી અને બૌદ્ધિક સ્તરમાં જબરજસ્ત પરિવર્તન આવ્યું છે. સામાન્ય રીતે એમ મનાય છે કે સમાજ અને મીડિયા એકબીજાને પ્રભાવિત કરે છે. ક્યારેક સમાજની ગતિવિધિ અને આક્રમકતાનું પ્રતિબિંબ મીડિયામાં જાવા મળે છે. તો ક્યારેક મીડિયામાં દર્શાવતી આધુનિક વિચારસરણીની નોંધ સમાજે લેવી પડે છે. આમ, મીડિયા અને સમાજ પરસ્પર એકબીજાનું પ્રતિબિંબ ધરાવે છે.



આપણે જાણીએ છીએ કે, કોઈપણ સમાજમાં યુવાનો મહત્વનું સ્થાન ધરાવે છે. કારણ કે, યુવાનો તે સમાજનું ભવિષ્ય છે. આજના સમયમાં જ્યારે ટેકનોલોજી આટલી વિકાસ પામી રહી છે ત્યારે મીડિયાનાં કારણે યુવાનો પર તેનો પ્રભાવ ઊંડી અસર જમાવી રહ્યો છે. ટેકનોલોજીના ક્ષેત્રે માનવે સાધેલો વિકાસ કદાચ આજ સુધી માનવજાતે કરેલો શ્રેષ્ઠ વિકાસ હશે. ઈન્ટરનેટનાં વિકાસ પ્રચાર માધ્યમોના ક્ષેત્રે ક્રાંતિકારી પરિવર્તનો આવ્યા છે. આ પરિવર્તનોની સૌથી વધારે અસર યુવાવર્ગ પર થઈ છે. ઈન્ટરનેટના આ યુગમાં સોશિયલ મીડિયા એક પ્રભાવક એકમ તરીકે કાર્ય કરી રહ્યું છે. મોટાભાગનો યુવાવર્ગ આ સોશિયલ મીડિયા સાથે જાડાયેલ છે. ફેસબુક, ટ્વીટર, વોટ્સએપ એ આજના યુવાવર્ગને ગમતા સોશિયલ મીડિયા છે. એથી જ આજનો આ યુવાવર્ગ આજ સોશિયલ મીડિયાના માધ્યમથી વિશ્વના દરેક વ્યક્તિ સાથે જાડાવાનો પ્રયત્ન કરે છે. સોશિયલ વ્યક્તિ સાથે જાડાવાનો પ્રયત્ન કરે છે, સોશિયલ મીડિયા થકી યુવાવર્ગ સમાજમાં પરિવર્તન લાવ્યા છે.

બધા સમાજમાં યુવાન વ્યક્તિનું ખૂબજ મહત્વ હોય છે. તેજ રીતે આદિવાસી સમાજમાં પણ યુવાન વ્યક્તિનું ખૂબજ મહત્વ છે. યુવાનો ભાવિ સમાજના શિલ્પીઓ અને સર્જકો ગણાય છે. પરિવર્તનને તેઓ પહેલાં પ્રતિભાવ આપે છે. મીડિયા સમાજનાં વિચાર, વલણ અને વર્તનમાં પરિવર્તન કરનાર સશક્ત માધ્યમ ગણવામાં આવે છે. મીડિયા થકી વ્યક્તિના અનુભવ અને સામાજિક – આર્થિક ઘડતર પર અસર જાવા મળે છે.

સમાપન:

મીડિયાનાં માધ્યમથી આદિવાસી સમાજમાં રહેણી-કરણી, જીવનશૈલી, પહેરવેશ, આર્થિક પ્રવૃત્તિ, ઉત્સવો, ભાષા, કલા વગેરેમાં પરિવર્તન જાવા મળ્યું છે. મીડિયા એ સામાજિક પરિવર્તનનું અસરકારક પરિબલ બની ગયું છે, આદિવાસી સમાજનાં લોક-સંગીત, લોક નૃત્યો, ભજનો વગેરે પરંપરાગત માધ્યમો પર મીડિયાની અસર જાવા મળે છે.

આમ, મીડિયા કોઈપણ જાતિ કે સામાજિક પાર્શ્વભૂમિકા ધરાવતી વ્યક્તિ ઉપર કોઈને કોઈ અસર જન્માવે છે.

સંદર્ભસૂચિ

- દેસાઈ નીરા એ., ગુજરાતમાં ઓગણીસમી સદીમાં સામાજિક પરિવર્તન, યુનિવર્સિટી ગ્રંથ નિર્માણ બોર્ડ, અમદાવાદ.

- સોલંકી ચંદ્રિકા, મીડિયાની કાલેજની વિદ્યાર્થીનીઓ પર થતી અસરોનો અભ્યાસ, ગુજરાત સમાજશાસ્ત્ર પરિષદ, ૨૧મું અધિવેશન, રાજકોટ.
- વાળા ઈન્દિરાબેન, આધુનિક મીડિયા અને યુવાનો, ગુજરાત સમાજશાસ્ત્ર પરિષદ, ૨૧મું અધિવેશન, રાજકોટ.
- દવે મયુરી, સમૂહ માધ્યમો દ્વારા યુવાનોમાં આવેલ સામાજિક – સાંસ્કૃતિક પરિવર્તન, એજન.
- ગામીત રીના, સ્ત્રીઓ અને સંચાર માધ્યમો, એજન.
- વાઘેલા રચના, મીડિયાની કાલેજના યુવાનો પર અસર, એજન.
- યુડાસમા પ્રજ્ઞા, યુવાવર્ગ, માધ્યમો અને વિકાસ, એજન.
- રતુ કુષ્ણકુમાર, ગ્લોબલ મીડિયા ટેલિવિઝન, પોઈન્ટર પબ્લિશર્સ, જયપુર-2008
- Paul Hartman Anila Dighe, The Mass Media and Village Life, Saga Publication, New Delhi.

## સોશિયલમીડિયા અને સમાજ

ડૉ. જીજ્ઞેશ હરીદાન ટાપરીયા, મદદનિશ પ્રાધ્યાપક અને અધ્યક્ષ, મનોવિજ્ઞાન વિભાગ, ગુજરાત આર્ટ્સ એન્ડ  
કોમર્સ કોલેજ, (સાંજની), અમદાવાદ

વર્તમાન સમયમાં સાહિત્યની અભિવ્યક્તિનું માધ્યમ બદલાઈ રહ્યું છે, સામાન્ય માનવીથી લઈને નેતાઓ, અભિનેતાઓ, સાહિત્યકારો, વિવેચકો, અર્થશાસ્ત્રીઓ, માનસશાસ્ત્રીઓ કે અન્ય અભ્યક્તાઓ પોતાની અભિવ્યક્તિ માટે સોશિયલમીડિયાને અસરકારક માધ્યમ માને છે, અને તેથી જ મોટાભાગે પોતાની વ્યક્તિગત માન્યતાઓ, વિચારો કે લાગણીઓને વાચા આપવાં માટે સોશિયલમીડિયા ઉત્કૃષ્ટ માનવામાં આવી રહ્યું છે. આજે વિશ્વના મોટાભાગના દેશોમાં બનતી કોઈ પણ ઘટનાઓ માટે પોતાની પ્રતિક્રિયા આપવાં માટે સૌથી વધુ જો કોઈ રીતનો ઉપયોગ થઈ રહ્યો હોય તો તે સોશિયલમીડિયા છે.

*Alan S. Gerber, Dean Karlan and Daniel Bergan*'ના અભ્યાસમાં રાજકીય બાબતો પર મીડિયાની અસરનો અભ્યાસ કરવામાં આવ્યો હતો, જેમાં જોવા મળ્યું હતું કે સમાચાર પત્રોમાં આવતા સમાચારની અસર રાજકીય બાબતો પર વિશેષ જોવા મળે છે.

Craig A. Anderson, Brad J. Bushmanના અભ્યાસમાં જોવા મળ્યું છે કે, વીડીઓગેમની અસર બાળકોના વર્તન પર આક્રમકતા જન્માવે છે. Chei Sian Lee and Long Ma 3ના અભ્યાસમાં જોવા મળ્યું છે કે વિવિધ સમાચારોને સોશિયલમીડિયા પર વધુ સેર કરવામાં આવે છે. આમ અનેક અભ્યાસો સોશિયલમીડિયા અને સામાજિક વ્યવહાર વચ્ચેનાં સંબંધને રજૂ કરે છે. આજના યુગમાં મોટા ભાગના લોકો કોઈ પણ ઘટના, પ્રસંગ કે રજૂઆતની અભિવ્યક્તિ માટે સોશિયલમીડિયાને શ્રેષ્ઠતમ માધ્યમ માને છે. સોશિયલમીડિયાના માધ્યમથી અનેક સાહિત્યિક રચનાઓ પણ જાણવા અને માણવા મળે છે. આજના યુગમાં ફેસબુક, વોત્સેપ, ટ્વીટર, ઇન્સ્ટાગ્રામ અને અન્ય સોશિયલમીડિયા પર અનેક પદ્ય રચનાઓ કે ગદ્ય રચનાઓ જોવા મળે છે. આથી વર્તમાન સમયમાં આવા માધ્યમો અને સાહિત્ય વચ્ચેનાં સંબંધોનો અભ્યાસ આવશ્યક છે.

સાહિત્ય એટલે શું ? :

સાહિત્યની સામાન્ય વ્યાખ્યા આપતા કહી શકાય કે,

સાહિત્ય એટલે વિચારને ભાષામાં મુકે તે,

જીવનમાં બનતી ઘટના, બનાવ કે તેની લાગણીને શબ્દોના રૂપમાં રજૂ કરવું એટલે સાહિત્ય

સંસ્કૃત સાહિત્યમાં કહેવામાં આવ્યું છે કે, “*વાક્યમ રશાત્મકમ કાવ્યમ*” ।

મમ્મત કહે છે કે, “*તદદોર્સો શબ્દાર્થો સગુણાવનલંકૃતિ પુનઃકવાપી*” અર્થાત, સાહિત્ય એટલે શબ્દ અને અર્થનો દોષ વિનાનો ગુણવાળો અને મોટે ભાગે અલંકારોથી યુક્ત એવો સમન્વય

આમ, ટૂંકમાં સાહિત્ય એ મનના વિચારોની શાબ્દિક અભિવ્યક્તિ છે, અને તેથી જ તેનાં વિષયવસ્તુમાં ઘણી બધી વિવિધતા જોવા મળે છે. આધુનિક યુગમાં સાહિત્યની અભિવ્યક્તિ માટે સોશિયલમીડિયાખુબ જ સરળ માધ્યમ માનવામાં આવી રહ્યું છે કારણ કે પોતાનાં મનના વિચારોને બહુજ સરળતાથી અભિવ્યક્ત કરી શકાય છે, અને સાથે સાથે ઘણા બધા લોકો સુધી પહોચાડી પણ શકાય છે. આ માધ્યમ આર્થિક દ્રષ્ટિએ પણ નહીવત ખર્ચાળ હોઈ તેનો પ્રયોગ દિવસેને દિવસે વધતો જાય છે.

સોશિયલમીડિયા દ્વારા રજુ થતી સાહિત્ય રચનાઓનું વિષય વસ્તુ:

સોશિયલમીડિયામાં રજુ થતી સાહિત્યિક રચનાનાવિષયવસ્તુમાંવિવધતા જોવા મળે છે. જેમાંના કેટલાક વિષયો નીચે મુજબ જોવા મળે છે.

૧. રાજકીય વિચારો:

આધુનિક સમયમાં રાજકીય બાબતો કે ઘટનાઓ પરત્વેના વિચારોની અભિવ્યક્તિ માટે સોશિયલમીડિયાનો મોટા પ્રમાણમાં ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. આવી બીનો તરફના પોતાનાં વિચારો, મંતવ્યો, અભિપ્રાયોને પંક્તિ રૂપે, કાવ્યરૂપે કે વાર્તા કે બોધકથા રૂપે રજુ કરવામાં આવતું હોય છે.

૨. આર્થિક વિચારો:

આધુનિક સમયમાં રોજબરોજના જીવનમાં બનતી આર્થિક ઘટનાઓ કે પરિસ્થિતિઓ પરત્વે પોતાનાં વિચારો, મંતવ્યો કે અભિપ્રાયોને રજુ કરવા માટે સોશિયલમીડિયાનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. પોતાનાં વિચારોને સાહિત્યિક રૂપ આપી સોશિયલમીડિયાના માધ્યમ દ્વારા લોકો સુધી પહોચાડવાનો પ્રયત્ન કરવામાં આવે છે.

૩. સામાજિક વિચારો:

આધુનિક સમયમાં રોજબરોજના જીવનમાં બનતી સામાજિક ઘટનાઓ કે પરિસ્થિતિઓ જેવી કે, જન્મદિવસની શુભકામના, લગ્નદિવસની શુભકામના, તરક્કીનીશુભેચ્છાઓ, કોઈ પણ સામાજિક ઉત્સવો કે દિવસોનીશુભેચ્છાઓ, કોઈ ઘટના પરત્વેની ટીકાઓ, વિગેરે પરત્વે પોતાનાં વિચારો, મંતવ્યો કે અભિપ્રાયોને રજુ કરવા માટે સોશિયલમીડિયાનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. પોતાનાં વિચારોને સાહિત્યિક રૂપ આપી પંક્તિઓ રચી, શાયરીઓ રચી, વાર્તાઓ બનાવી સોશિયલમીડિયાના માધ્યમ દ્વારા લોકો સુધી પહોચાડવાનો પ્રયત્ન કરવામાં આવે છે.

૪. ધાર્મિક વિચારો:

ધર્મ સંબંધી વિભિન્ન ઉત્સવો, ધાર્મિકક્રિયા પરત્વે પોતાનાં વિચારો, ધાર્મિક માન્યતા તરફના મંતવ્યો કે અભિપ્રાયોને રજુ કરવા માટે સોશિયલમીડિયાનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. પોતાનાં વિચારોને સાહિત્યિક રૂપ આપી સોશિયલમીડિયાના માધ્યમ દ્વારા લોકો સુધી પહોચાડવાનો પ્રયત્ન કરવામાં આવે છે.

૫. વ્યક્તિગત વિચારો:

વ્યક્તિ દ્વારા પોતાનાં વ્યક્તિગત અનુભવો કે અભિપ્રાયોને રજુ કરવા માટે સોશિયલમીડિયાનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. પોતાનાં વિચારોને સાહિત્યિક રૂપ આપી સોશિયલમીડિયાના માધ્યમ દ્વારા લોકો સુધી પહોચાડવાનો પ્રયત્ન કરવામાં આવે છે.

આમ, સોશિયલમીડિયાને સાહિત્યની અભિવ્યક્તિનું એક સરળ માધ્યમ સોશિયલમીડિયા દ્વારા બનાવી દેવામાં આવ્યું છે. આ માધ્યમનો ઉપયોગ સરળ હોઈ તેનાં લાભની સાથે સાથે કેટલાક ગેરલાભ પણ છે અને મર્યાદાઓ પણ છે.

સોશિયલમીડિયા દ્વારા રજૂ થતી સાહિત્ય રચનાઓની મર્યાદા:

સોશિયલમીડિયામાં રજૂ થતી સાહિત્યિક રચના સંબંધી કેટલીક મર્યાદાઓ જોવા મળે છે. જે નીચે મુજબ છે.

૧. અન્યને દુખ પહોંચાડવું:

સામાજિક માધ્યમ તરીકે વ્યક્તિ જ્યારે પોતાનાં વિચારો જાહેર કરે છે અને સોશિયલમીડિયા દ્વારા તેની અભિવ્યક્તિ કરે છે ત્યારે તે વિચારો સીમિત ન રહેતા તે ખુબ જ પ્રસરે છે, અને તેથી ક્યારેક આવા વિચારો અન્ય વ્યક્તિ, સમાજ કે સમૂહ માટે દુખરૂપ કે પીડા રૂપ બની જતા હોય છે.

૨. અન્યનાવિચારોને પોતાનાં નામે રજૂ કરવા:

સામાજિક માધ્યમ તરીકે સોશિયલમીડિયાની આ બહુ મોટી મર્યાદા છે, કે જેમાં એક વ્યક્તિ અન્ય વ્યક્તિનાં વિચારો, સાહિત્ય રચના, મનોમંથન કે કોટેશનને પોતાનાં નામે રજૂ કરે છે, અને તેને કારણે તેનાં ખરા સર્જકને સાહિત્યિક અન્યાય થતો જોવા મળે છે.

૩. વર્ગવિગ્રહ ઉભો થવો:

સામાજિક માધ્યમ તરીકે સોશિયલમીડિયાનાઉપયોગને કારણે સાહિત્ય સર્જનને ક્યારેક વિકૃત રૂપે રજૂ કરવામાં આવે છે અને તેથી તેનાં દ્વારા સમાજની શાંતિનો ભંગ થાય છે અને સમાજમાં વર્ગવિગ્રહ જન્મે છે.

૪. સાહિત્યિક રચનામાં વિકૃતિકરણ:

સોશિયલમીડિયામાં કેટલાક લોકો દ્વારા સાહિત્યની અસલ રચનામાં પોતાનાં ખ્યાલ, કલ્પના, પુરાકલ્પન કે માન્યતાઓ જોડી દેવામાં આવતી હોય છે, અને તેને કારણે અસલ સાહિત્ય રચનાનું વિકૃતિકરણ થાય છે. પ્રાચીન સમયમાં આ બાબતને અપભ્રંશ તરીકે ઓળખવામાં આવતી હતી.

૫. પુનરાવર્તન:

સોશિયલમીડિયામાં કેટલાક સમયે કે પ્રસંગે એકની એક વાત એક જ વિચાર દ્વારા અનેક લોકો દ્વારા રજૂ કરવામાં આવતી હોય છે. આને કારણે તેનું સતત પુનરાવર્તન થાય છે.

સોશિયલમીડિયા દ્વારા રજૂ થતી સાહિત્ય રચનાઓની આચારસંહિતા:

સોશિયલમીડિયામાં રજૂ થતી સાહિત્યિક રચના અંગે કેટલીક આચાર સંહિતા હોવી જોઈએ, આવી કેટલીક આચારસંહિતા અહીં રજૂ કરવામાં આવી છે.

૧. અન્યની સાહિત્ય રચનાનો ઉપયોગ કરવામાં આવે ત્યારે તેનાં ખરા રચનાકારનો ઉલ્લેખ કરવો.

૨. સાહિત્ય રચના વર્ગવિગ્રહ જન્માવે તેવી ન હોવી જોઈએ.

૩. સાહિત્ય રચનાની અભિવ્યક્તિમાં ભાષાકીય શુદ્ધતા અને વ્યાકરણના પાસાઓની તપાસ બાદ સામુહિક કરવા જોઈએ.

૪. પોતાનાં મનોરંજન માટે અસલ રચનાઓ સાથે છેડછાડ ન કરવી જોઈએ.

૫. સાહિત્યિક રચના એ રચનાકારના મનનું દર્પણ છે, અને તેની મનોસ્થિતિનું પ્રતિબિંબ છે તેથી તેની અભિવ્યક્તિ કરતા સમયે જાગૃત અને સજાગ હોવું જરૂરી છે.

૬. સોશિયલમીડિયાનહીવત ખર્ચ દ્વારા બહોળા સમુદાય સુધી માહિતી પહોચાડવાનું કાર્ય કરે છે તેથી લક્ષ્ય સમૂહ નક્કી કરી તેનાં સુધી જ સાહિત્ય સર્જન પહોચાડવાનો પ્રયત્ન કરવો જોઈએ.
૭. સોશિયલમીડિયા સાહિત્ય સર્જન અભિવ્યક્તિનું માધ્યમ છે, પરંતુ તેને “કચરાપેટી”માં તબદીલ ન કરવું જોઈએ.

આમ, સોશિયલમીડિયા અને સાહિત્ય સર્જન વચ્ચે એક નવો સંબંધ સ્થાપિત થયો છે, જે માનવ સમુદાય અને સમાજ માટે ખુબ જ સરળ અને ઉપયોગી છે, સાથો સાથ સાહિત્યિક રચનાઓના દસ્તાવેજીકરણ માટે ઉત્તમ માધ્યમ છે, તેથી જ તો “સાહિત્યનું ચૈતન્ય, મર્યાદા જળવાઈ રહે તેવી રીતે સોશિયલમીડિયાના ઉપયોગ દ્વારા તેને ચિરાયું બનાવવું એ દરેક સાહિત્ય રસિક, સર્જક, પ્રેમી અને નાગરિકની ફરજ છે.”

:સંદર્ભ:

1. Alan S. Gerber, Dean Karlan and Daniel Bergan (2009), Does the Media Matter? A Field Experiment Measuring the Effect of Newspapers on Voting Behavior and Political Opinions, American Economic journal: Applied Economic, Vol.1, No.2, April 2009, Page. 35-52
2. Craig A. Anderson, Brad J. Bushman (2001 )  
<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/1467-9280.00366>
3. Chei Sian Lee and LongMa(૨૦૧૨)News sharing in social media: The effect of gratifications and prior experience: [Computers in Human Behavior, Volume 28, Issue 2](#), March 2012, Pages 331-339
4. Sangeeta, [http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/2573/7/07\\_chapter%201.pdf](http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/2573/7/07_chapter%201.pdf)

## Social Media And Social Issues: બનાવટી સમાચાર, મીડિયાફેમિંગ

Karsanbhai J. Prajapati, Government Primary Teacher, At Post-Kherola, Ta-Lakhani, Dist-  
Banaskantha 385310

સારાંશ :

આજનો યુગ માહિતીનો યુગ છે. ડેટાનો યુગ છે. ઈન્ટરનેટનો યુગ છે. સોશિયલમીડિયાનો યુગ છે. કોઈપણ માહિતી હોય તેની ત્રીજી સેકન્ડ એ દુનિયા ફરી શકે છે. આજે માનવીની આટલી શક્તિ વધી છે પણ શક્તિનો સારો ઉપયોગ થવો જોઈએ. ઘણાં લોકો એવાં પણ હોય છે જે પોતાની ઈચ્છાઓ પૂર્ણ કરવા માટે મીડિયાનો ખોટો ઉપયોગ કરે છે. લોકો સોશિયલમીડિયા પર અફવા ફેલવવાતથ્યહિન કે ફેકન્યૂઝવાઈરલ કરી રહ્યા છે અને દેશ તેમજ સમાજનું નુકશાન કરી રહ્યાં છે.



પ્રવર્તમાન સમયમાં આપણને અવારનવારસોશિયલમીડિયાનામાધ્યમથીફેકન્યૂઝ વિશે જાણવા તેમજ સાંભળવા મળે છે. ફેક એટલે ખોટા, બનાવટી કે તરકટી. આમ ઉપરથી સાચા લાગે પણ અંદરથી સાવ જૂઠાણાં. અને ન્યૂઝ એટલે સમાચાર. ફેકન્યૂઝ શબ્દો તો આપણે વર્ષોથી સાંભળીએ છીએ એમાં કંઈ નવું નથી. પરંતુ નવું એ છે કે કોલિન્સડિક્શનરીએફેકન્યૂઝ શબ્દને વર્ષ ૨૦૧૭ ના વર્ડ ઓફ ધ યરનો ખિતાબ આપ્યો હતો. જૂઠાણું તો ઈન્ટરનેટની શોધ થઈ ત્યારથી એની સાથે જોડાયું છે. ઘણાં લોકો ફેકન્યૂઝ ને મીડિયાફેમિંગ દ્વારા ફેલાવતા હોય છે. જેમાં કોઈ ન્યૂઝ ચેનલ ના નામથીફેમિંગ કરેલું હોય અને તેમાં ફેક વિડિયો અપલોડ કરવામાં આવ્યો હોય છે. જેથી લોકો ન્યૂઝચેનલના નામનું ફેમિંગ હોવાથી તેને સાચું માની લેતા હોય છે. અને આવા ફેકન્યૂઝ દેશભરમાં થોડી જ ક્ષણોમાં હવાની જેમ ફેલાઈ જાય છે. જેના કારણે ઘણીવાર ન ધારેલાં બનાવો બનતાં હોય છે. જેનાથી દેશ તેમજ સમાજને ઘણું નુકશાન થાય છે. એક સંશોધનમાં આ વાત બહાર આવી છે

કે, સોશિયલ સાઈટ્સ અને માઈક્રોસોશિયલ સાઈટ્સના ધારા બાદ આ દૂષણ ખૂબ જ ઝડપથી ફેલાયું છે. મેસાચ્યુટ્સ ઈન્સ્ટિટ્યુટ ઓફ ટેકનોલોજી સાથે જોડાયેલા ત્રણ સંશોધનકારોએ ” નકલી સમાચાર કેવી રીતે ફેલાય છે ? “ એના ઉપર સંશોધન કર્યું છે. સંશોધનમાં એ બાબત બહાર આવી છે કે, નકલી સમાચાર અસલી સમાચારની સરખામણીએ ખૂબ જ ઝડપથી ફેલાય છે અને આ નકલી સમાચારો નો પ્રવાહ નકલી પ્રોફાઈલના માધ્યમથી એટલો નથી પ્રસરતો જેટલો લોકો દ્વારા આડેઘડ શેર કરીને ફેલાવવામાં આવે છે. લોકો નકલી અને અસલી સમાચારોને ઓળખી જ નથી શકતાં. કેમકે આપણે સોશિયલ મીડિયામાં એટલા બધાં વ્યસ્ત રહેતાં હોઈએ છીએ કે આપણી પાસે આવેલાં ન્યૂઝ અસલી છે કે નકલી તે જોયા જાણ્યાં વગર જ તેની ખાતરી કર્યા વગર જ તેને શેર કરતાં હોઈએ છીએ.

આમ, ફેકન્યૂઝ ને મીડિયા ફેમિંગનો સહારો લઈને તેને દેશ ભરમાં ફેલાવવામાં આવતાં હોય છે. જેની બહુ મોટી ઈફેક્ટ દેશ અને સમાજને થતી જોવા મળે છે.

**પ્રસ્તાવના :-**

આજનો યુગ માહિતીનો યુગ છે. ડેટાનો યુગ છે. ઈન્ટરનેટનો યુગ છે. સોશિયલ મીડિયાનો યુગ છે. કોઈપણ માહિતી હોય તેની ત્રીજી સેકન્ડે એ દુનિયા ફરી શકે છે. આજે માનવીની આટલી શક્તિ વધી છે પણ શક્તિનો સારો ઉપયોગ થવો જોઈએ. ઘણાં લોકો એવાં પણ હોય છે જે પોતાની ઈચ્છાઓ પૂર્ણ કરવા માટે મીડિયાનો ખોટો ઉપયોગ કરે છે. લોકો સોશિયલ મીડિયા પર અફવા ફેલાવવા તથ્યહીન કે ફેકન્યૂઝ વાઈરલ કરી રહ્યા છે અને દેશ તેમજ સમાજનું નુકશાન કરી રહ્યાં છે. અમુક લોકો ફેકન્યૂઝને મીડિયા ફેમિંગનો સહારો લઈને લોકો સુધી ફેલાવે છે. વિશ્વના તમામ દેશો આ સમસ્યાનો સામનો કરી રહ્યાં છે, જેમાં ભારત પણ બાકાત નથી રહ્યું. ફેકન્યૂઝ ને મીડિયા ફેમિંગનો સહારો લઈને લોકો સુધી પહોંચાડવામાં આવે છે જેથી લોકો તેને સાચાં માની લે છે. ફેકન્યૂઝ અને મીડિયા ફેમિંગ વિશે જાણતાં પહેલાં ફેકન્યૂઝ શું છે તે જાણવું ખૂબ જ અગત્યનું છે.

**ફેકન્યૂઝ અને મીડિયા ફેમિંગ શું છે ?**

ફેક એટલે ખોટા, બનાવટી કે તરકટી. આમ ઉપરથી સાચા લાગે પણ અંદરથી સાવ જૂઠાણાં. અને ન્યૂઝ એટલે સમાચાર. ફેકન્યૂઝ શબ્દો તો આપણે વર્ષોથી સાંભળીએ છીએ એમાં કંઈ નવું નથી. પરંતુ નવું એ છે કે કોલિન્સ ડિક્શનરીએ ફેકન્યૂઝ શબ્દને વર્ષ ૨૦૧૭ ના વર્ડ ઓફ ધ યરનો ખિતાબ આપ્યો હતો. જૂઠાણું તો ઈન્ટરનેટની શોધ થઈ ત્યારથી એની સાથે જોડાયું છે. ઘણાં લોકો ફેકન્યૂઝ ને મીડિયા ફેમિંગ દ્વારા ફેલાવતા હોય છે. જેમાં કોઈ ન્યૂઝ ચેનલ ના નામથી ફેમિંગ કરેલું હોય અને તેમાં ફેક વિડિયો અપલોડ કરવામાં આવ્યો હોય છે. જેથી લોકો ન્યૂઝ ચેનલના નામનું ફેમિંગ હોવાથી તેને સાચું માની લેતા હોય છે. અને આવા ફેકન્યૂઝ દેશભરમાં થોડી જ ક્ષણોમાં હવાની જેમ ફેલાઈ જાય છે. જેના કારણે ઘણીવાર ન ધારેલાં બનાવો બનતાં હોય છે. જેનાથી દેશ તેમજ સમાજને ઘણું નુકશાન થાય છે.



ફેક્ટ્યુઅર એક વ્યાપક શ્રેણી છે, તેની કેટલીયેઉપશાખાઓ છે. તેમાંની એક છે ફેક્ટસ્વીરોની. કેટલાંય નેતાઓનાંટવીટ થી લઈને સરકારનાં રિપોર્ટ સુધીની તસ્વીરો પહોંચી જાય છે અને ત્યાંથી લોકો સુધી પહોંચે છે. કોઈપણ વ્યક્તિ માટે એ શોધવું મુશ્કેલ છે કે કોઈપણ ન્યૂઝફેક્ટ્યુઅર છે કે સાચાં ન્યૂઝ છે. રાજ નૈતિક વિચાર ધારાથીપ્રેરિત થઈને કેટલીયેવેબસાઈટ ઉપલબ્ધ છે, જે ન્યૂઝ સંગઠન વેશમાં આપણી સાથે કપટ કરી રહી છે. ભારતમાં આવા પ્રકારની ઘણી બધી વેબસાઈટ્સ છે જેના નામ એવી રીતે રાખેલાં છે કે જેને જોઈને એમ જ લાગે કે કોઈ ન્યૂઝ સંગઠન જ હશે. સમસ્યા તો ત્યાંજ છે કે તેની ચોરી પકડાઈ જતી હોવાં છતાં પણ જે સફાઈ થાય છે, તે આવાં જૂઠનો પીછો નથી કરી શકતી, જે બહુ જ દૂર નીકળી જતી હોય છે. ફેક્ટ્યુઅર ખાસ કરીને લોકતાંત્રિકપ્રક્રિયાને પ્રભાવિત કરે છે. તેના દ્વારા કેટલાંય સંપ્રદાયોમાં તનાવ પેદા કરવામાં આવી રહ્યાં છે. સૂચનાઓને પહેલાં ન્યૂઝ ના રૂપમાં મોકલવામાં આવે છે, કેટલાંય મહીનાઓ સુધી ફેલાવ્યાં બાદ એ જ સૂચનાને જોક્સ ના રૂપમાં ફરીથી મોકલવામાં આવે છે. જેથી લોકો તેને વા વારંવાર જોતા રહે.

ફેક્ટ્યુઅર અને મીડિયાફેમિંગનો એક બનાવ

ભારતના ગૃહમંત્રાલયના વર્ષ 2016-17 ના વાર્ષિક રીપોર્ટનાપાના નં- 40 ઉપર એ માહિતી આપવામાં આવી છે કે, આંતરરાષ્ટ્રીય પર 2043 કિ.મી.સુધી વધુ પ્રકાશની વ્યવસ્થા કરવાની મંજૂરી આપવામાં આવી છે,માત્ર 100 કિ.મી. માં કામ બાકી રહી ગયું છે, બાકીનું કામ થઈ ગયેલ છે. આ ન્યૂઝને બતાવવા માટે ગૃહમંત્રાલયનારીપોર્ટમાં એક ફોટો લગાવવામાં આવેલો. જેના નીચે લખેલું હતું, ' સીમા પર વધુ પ્રકાશની વ્યવસ્થા.' જેને જોઈને તમે સમજશો કે, વાહ! આ તો કમાલ જ થઈ ગયો. પરંતુ જ્યારે 14 જૂન એ અલ્ટન્યૂઝડોટઈન એ આ ફોટાઓને ખોટા બતાવતીરીપોર્ટ છાપી ત્યારે બધાં હેરાન થઈ ગયાં.

આખરે ગૃહમંત્રાલય ની રીપોર્ટમાંફેક્ટ ફોટો કેવી રીતે આવી જઈ શકે છે? તે ફોટો આવ્યો ક્યાંથી? શું આ રીપોર્ટગૂગલસર્ચ કરીને બનાવવામાં આવી હતી?

અલ્ટન્યૂઝડોટઈન એ બતાવ્યું કે, આ ફોટો સ્પેનમોરક્કો સીમાની છે. ગૃહમંત્રાલયનાગૃહસચિવે જરા પણ રાહ ના જોઈ. અને પાછળથી સમાચાર આવ્યાં અને ગૃહસચિવેરીપોર્ટની તૈયારી સાથે જોડાયેલાં અધિકારીઓ પાસે કારણ માંગ્યું તો ખબર પડી કે,બી.એસ.એફ માંથી આ ફોટો આવેલો હતો. ગૃહસચિવે પસ્તાવો દર્શાવ્યો અને વાર્ષિક રીપોર્ટનાસંસ્કરણમાંથી એ ફોટાને હટાવી લેવામાં આવ્યો છે.

'યૂનેસ્કો એ નરેન્દ્ર મોદી ને દુનિયાના સૌથી પ્રભાવશાળી પ્રધાનમંત્રી ઘોષિત કર્યા.' '2000 રૂપિયાની નવી નોટોમાં લાગી છે જીપીએસ ચીપ.' આવા પ્રકારની ખબરોઈન્ટરનેટમીડિયામાં આવતી રહે છે અને ઈન્ટરનેટઉપયોગકર્તાઓનો એક મોટો વર્ગ એવો છે જે ઈન્ટરનેટ પર લખેલી કોઈપણ બાબતને સાચી માની લે છે.

ઉપસંહાર :-

આમ, આજના આ યાંત્રિક યુગમાં માહિતી ઝડપથી ફેલાતી હોવાથી કેટલાંક લોકો ખોટા ન્યૂઝ ને મીડિયાનામાધ્યમથી જોર શોરથીફેલાવે છે અને સમાજને, દેશને આર્થિક, સામાજિક,ધર્મિક અને રાજકીય રીતે

નુકશાનપહોંચાડે છે અને આપણે પણ આવાં ફેક્ટ્યૂઝ ને સાચા માની લઈને તેને સોશિયલમીડિયાનામાધ્યમથીવધુને વધુ ફેલાવતાંરહીએ છીએ.

## ફેક ન્યૂઝ, મીડિયા ફેમિંગ અને સામાજિક અસરો

મહેન્દ્રકુમાર એસ. રાહોડ, એલ.એલ.બી. સેમેસ્ટર-2, મોતીલાલ નહેરુ લૉ કોલેજ, રિલીફ રોડ, અમદાવાદ

### પ્રસ્તાવના:

“ફેક ન્યૂઝ”ની એક વાયરસ સાથે સરખામણી કરી શકાય એવો વિચાર થઈ આવ્યો. જેવી રીતે વાયરસથી થતા રોગો બહુ ઝડપથી ફેલાતા હોય છે અને કેટલીકવાર તો જીવલેણ સાબિત થતાં હોય છે. ફેક ન્યૂઝનું પણ કંઈક આવું જ છે. ફેક ન્યૂઝ દ્વારા સમાજના કેટલાંય નિર્દોષ લોકોના જીવ લેવાઈ ચુક્યા છે. જેના સમાચાર આપણે અવારનવાર અખબારમાં જોવા મળતા હોય છે. આ પરથી સ્પષ્ટ સમજી શકાય તેવી વાત છે કે ‘ફેક ન્યૂઝ’ની સમાજ પર કેવી ઘાતક અસર થઈ શકે છે. દોસ્તો આપણે સૌ 21મી સદીમાં જીવીએ છીએ. મોબાઈલ, ઈન્ટરનેટ, ટીવી, કોમ્પ્યુટર, અને કઈ કેટલાય આધુનિક સંદેશા વ્યવહારના ઉપકરણોનો ઉપયોગ કરીએ છીએ. દેશ-વિદેશના કોઈપણ ખૂણે બનતી ઘટનાની માહિતી ક્ષણભરમાં મેળવીએ છીએ અને આ માહિતીને અન્ય લોકો સુધી પહોંચાડી પણ શકીએ છીએ. જો આટલી ઝડપ અને તીવ્રતાથી સંદેશા વ્યવહારનું, માહિતુના અદાન-પ્રદાનનું કાર્ય થતું હોય તો આવામાં ‘ફેક ન્યૂઝ’ને પ્રસરતા વાર શી? આપણે સૌ જાણીએ છીએ કે સમૂહ માધ્યમોની સમાજિકરણની એક મહત્વની એજન્સી તરીકે માનવામાં આવે છે. આથી તેની સમાજ પર અસર થયા વિના રહે નહીં.

“ફેક ન્યૂઝ” આજે શિક્ષિત – જાગૃત નાગરિકો વચ્ચે વપરાતો પ્રચલિત શબ્દ બની ગયો છે. એક સમયે સમૂહ માધ્યમોની ભૂમિકા રાજ્યના ત્રણ અંગો પર ‘Watch Dog’ ની હતી, એટલે જ તો આપણે અખબારને ‘ચોથી જાગીર’ લોકશાહીના ચોથા સ્તંભ તરીકે ઓળખીએ છીએ. અલબત્ત 90 ના દાયકા બાદ વૈશ્વિકરણ, ઉદારીકરણ, ખાનગીકરણ (LPG) ની નીતિ બાદ ‘મુક્ત બજાર’ અને તેના થકી દરેક ક્ષેત્રમાં ‘મુક્ત સ્પર્ધા’ દરેક ક્ષેત્રમાં દાખલ થઈ. જો કે લોકો સુધી સાચી માહિતી પહોંચાડવાની જવાબદારી જે સમૂહ માધ્યમોના ખભે હતી. તેમની પણ ગતિ નૈતિક પત્રકારત્વથી ‘Paid News’ તરફ ફેરવાઈ. અને આજે Paid News થી પણ આગળ વધીને ફેક ન્યૂઝના મુકામે પહોંચી છે.

### ‘ફેક ન્યૂઝ’ એટલે શું?

ફેક ન્યૂઝ કે જેને જંક ન્યૂઝ, સ્યુડો ન્યૂઝ, તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે. તેને સાદી ભાષામાં આપણે ‘બનાવટી સમાચાર’ નકલી સમાચાર તરીકે ઓળખાવી શકાય. ખોટી માહિતી ફેલાવવી, સાચી માહિતી સાથે છેડછાડ કરવી કે માહિતીને તથ્યના થોડા અંશ સાથે ખોટી માહિતીનું મહત્વ વધી જાય તે રીતે રજૂ કરવામાં આવે ત્યારે આવા સમાચારો ફેક ન્યૂઝનું ચરિત્ર ધારણ કરે છે.

ટૂંકમાં કહી શકાય કે, સાચી માહિતીની સાથે છેડછાડ કરીને તેની સાથે ખોટી માહિતીને ભેળવી દઈને ખોટી માહિતીનું મહિમા મંડન કરીને લોકોની વચ્ચે રજૂ કરવામાં તેને બનાવટી સમાચાર (ફેક ન્યૂઝ) કહેવાય છે. તથ્ય

વિનાના ફેક ન્યૂઝને તો ઝડપથી સમજી શકાય કે તે ફેક ન્યૂઝ છે. પરંતુ તથ્યની સાથે જ્યારે છેડછાડ કરીને તેને રજૂ કરવામાં આવે ત્યારે સમજવું સામાન્ય લોકો માટે થોડું જટિલ થઈ જાય છે અને તેને જ સત્ય તરીકે સ્વીકારતા થઈ જાય છે. ફેક ન્યૂઝ ઘણા જુદા જુદા પ્રકારના હોઈ શકે છે. ફર્સ્ટ ડ્રાફ્ટ ન્યૂઝના ક્લેયર વર્ડ્સે ફેક ન્યૂઝના સાત પ્રકાર જણાવ્યા છે.

1. વ્યંગ અથવા પેરોડી: (નુકશાન પહોંચાડવાનો કોઈ ઈરાદો નથી પરંતુ તેમાં મૂર્ખ બનાવવાની સંભાવના છે.)
2. ખોટું જોડાણ: (જ્યારે શીર્ષક, દ્રશ્ય અથવા લખાણનું સમર્થન કરતું ના હોય.)
3. ગેરમાર્ગે દોરતી સામગ્રી: ( ઈશ્યુ અથવા વ્યક્તિને ફેમ બનાવવા માટે માહિતીનો ભ્રામક ઉપયોગ)
4. ખોટો સંદર્ભ: ( જ્યારે સાચી સામગ્રીને ખોટી સંદર્ભ સાથે રજૂ કરવામાં આવે.)
5. ઇમ્પોસ્ટર કન્ટેન્ટ: જ્યારે અસલ સ્ત્રોતનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે ખોટા મેકઅપ સ્ત્રોત સાથે.)
6. મેન્યુલેટેડ સામગ્રી: ( જ્યારે અસલી માહિતી અથવા છબી છેતરવા માટે છેડતી કરવામાં આવે છે. ડોક્ટેડ ફોટોની જેમ.)
7. બનાવટી સામગ્રી: નવી સામગ્રી 100 ટકા ખોટી હોય, અને નુકશાન પહોંચાડવા માટે રચાયેલ હોય.)

ફેક ન્યૂઝનો ઇતિહાસ અને વર્તમાન:

જે ફેક ન્યૂઝની આપણે વાત કરી રહ્યા છીએ તેનું ચલણ આજકાલનું નથી, જ્યારે સંચાર માધ્યમના આધુનિક સંસાધનો નહોતા ત્યારે પણ ફેક ન્યૂઝ ફેલાતા હતા. ઇ.સ. પૂર્વે 13 મી સદીમાં, રામેસિસ મહાન ઇજિપ્તવાસીઓ માટે અદભૂત વિજય તરીકે કડેશની લડાઈ દર્શાવતા જુઠાણાઓ અને પ્રચારનો ફેલાવો કરે છે; તેમણે યુદ્ધના સમયે પોતાના દુશ્મનોને લગભગ તમામ મંદિરોની દિવાલો પર ધકેલી દેવાના દ્રશ્યો દર્શાવ્યા હતા. ઇ.સ. પૂર્વે પ્રથમ સદી દરમિયાન, ઓક્ટાવીયને તેના હરીફ માર્ક એન્ટની સામે ખોટી માહિતી આપવાની ઝુંબેશ ચલાવી હતી, જેમાં તેમને શરાબી, સ્ત્રી સ્ત્રી અને ઇજિપ્તની રાણી ક્લિયોપેટ્રા સાતમાની માત્ર પપેટ તરીકે રજૂ કરવામાં આવી હતી. બીજી અને ત્રીજી સદીમાં એડી દરમિયાન, ખ્રિસ્તીઓ વિશે દાવો કરવામાં આવ્યો હતો કે તેઓ કર્મકાંડ અને નૌકાવિહારમાં વ્યસ્ત છે. ત્રીજી સદી એડીના અંતમાં, ખ્રિસ્તી ધર્મશાસ્ત્રી લેક્ટેન્ટિયસે મૂર્તિપૂજકો વિશે અનૈતિકતા અને ફરતાના કાર્યો વિશેની શોધ કરી અને અતિશયોક્તિપૂર્ણ વાર્તાઓની શોધ કરી, જ્યારે ખ્રિસ્તી વિરોધી લેખક પોર્ફીર્યરીએ ખ્રિસ્તીઓ વિશે સમાન વાર્તાઓની શોધ કરી. 1475 માં, ટ્રેન્ટની એક બનાવટી સમાચાર વાર્તાએ દાવો કર્યો હતો કે યહૂદી સમુદાયે એક અઢી વર્ષના સિમોનીનો નામના ક્રિશ્ચિયન શિશુની હત્યા કરી હતી. [ ] 54] આ વાર્તાના પરિણામે શહેરના બધા યહૂદીઓની ધરપકડ કરવામાં આવી અને ત્રાસ આપવામાં આવ્યો; તેમાંથી પંદરને દાવ પર સળગાવી દેવામાં આવ્યા હતા.

1439 માં પ્રિન્ટિંગ પ્રેસની શોધ પછી, પ્રકાશનો વ્યાપક બન્યા પણ ત્યારે પત્રકારત્વની નૈતિકતાનું પાલન કરવાનું કોઈ માનક નહોતું. 17 મી સદી સુધીમાં, ઇતિહાસકારોએ તેમના સ્રોતને ફૂટનોટ્સમાં ટાંકવાની પ્રથા શરૂ કરી. 1610 માં જ્યારે ગેલેલીયો અજમાયશ પર ગયો ત્યારે, ચકાસી શકાય તેવા સમાચારની માંગ વધી. 18 મી સદી દરમિયાન, બનાવટી સમાચાર પ્રકાશિત કરનારાઓને નેધરલેન્ડ્સમાં ઇંડ અને પ્રતિબંધ મૂકવામાં આવ્યો.

19 મી સદી એક વ્યક્તિએ "ચંદ્ર પ્રાણી" જેને જોન હર્શેલે ચંદ્ર પર શોધી કાઢ્યું હોવાનું જણાવ્યું છે. બનાવટી સમાચારનો એક દાખલો 1835 નો ગ્રેટ મૂન હોક્સ હતો. ન્યૂ યોર્ક સન એ એક વાસ્તવિક જીવનના ખગોળશાસ્ત્રી અને એક અપ-સાથી સહયોગી વિશે લેખો પ્રકાશિત કર્યા હતા, જેમણે દગાબાજી મુજબ, ચંદ્ર પર વિચિત્ર જીવન નિહાળ્યું હતું. કાલ્પનિક લેખે નવા સબ્સ્ક્રાઇબર્સને સફળતાપૂર્વક આકર્ષિત કર્યા, અને પેપરે પછીના મહિને સ્વીકાર્યું કે આ સિરીઝ છેતરપિંડી છે. આવી વાર્તાઓનો હેતુ વાચકોનું મનોરંજન કરવાનો હતો અને તેમને ગેરમાર્ગે દોરવાનો ન હતો.

1800 થી 1810 સુધી, જેમ્સ ચેથેમ એરોન બુર સામે રાજકીય હિમાયત કરવા માટે કાલ્પનિક વાર્તાઓનો ઉપયોગ કર્યો. તેની વાર્તાઓ ઘણીવાર બદનામી હતી અને તેની ઉપર વારંવાર બદનક્ષીનો દાવો કરવામાં આવ્યો હતો.

20 મી સદી બનાવટી સમાચાર લોકપ્રિય બન્યા અને 1900 ના દાયકામાં ઝડપથી ફેલાયા. ટેકનોલોજીને કારણે અખબારો, લેખ અને સામયિક જેવા માધ્યમોની વધુ માંગ હતી. પ્રથમ વિશ્વ યુદ્ધ દરમિયાન, જર્મન વિરોધી એટ્રોસિટીના પ્રચારનું ઉદાહરણ એક કથિત "જર્મન શબપરી ફેક્ટરી" હતું જેમાં જર્મન યુદ્ધના મેદાનને નાઇટ્રોગ્લિસરિન, મીણબત્તીઓ, લ્યુબ્રિકન્ટ્સ, માનવ સાબુ અને બૂટ ડબ્લિંગ બનાવવા માટે ઉપયોગમાં લેવામાં આવતી ચરબી માટે નીચે આપવામાં આવ્યું હતું. 1915 માં શરૂ થનારી એલાઇડ પ્રેસમાં આ પ્રકારની ફેક્ટરીને લગતી ખોટી અફવાઓ ફેલાઈ હતી, અને 1917 સુધીમાં અંગ્રેજી ભાષાના પ્રકાશન નોર્થ યાઇના ડેઇલી ન્યૂઝે આ આરોપોને એવા સમયે સાચા ઠેરવ્યા હતા જ્યારે બ્રિટન ચીનને સાથી યુદ્ધ યુદ્ધમાં જોડાવા માટે મનાવવાનો પ્રયાસ કરી રહ્યું હતું; આ ટાઇમ્સ અને ડેઇલી મેઇલની નવી, કથિત સાચી વાર્તાઓ પર આધારિત હતી જે બનાવટી હોવાનું બહાર આવ્યું છે. આ ખોટા આરોપો યુદ્ધ પછીના જેવા જાણીતા બન્યા, અને બીજા વિશ્વ યુદ્ધમાં જોસેફ ગોબેલ્સએ આ વાર્તાનો ઉપયોગ બ્રિટિશ પ્રચાર તરીકે યહૂદીઓના ચાલી રહેલા હત્યાકાંડને નકારી કઢવા માટે કર્યો. 1933 માં જર્મનીમાં હિટલર અને નાઝી પાર્ટી સત્તા પર આવ્યા પછી, તેઓએ પ્રચાર પ્રધાન જોસેફ ગોબેલ્સના નિયંત્રણ હેઠળ, જાહર પ્રસારણ અને પ્રચાર મંત્રાલયની સ્થાપના કરી. તે માધ્યમોની માલિકી મેળવીને અથવા રાજકીય પ્રભાવ દ્વારા, તેમના એજન્ડાને પ્રોત્સાહન આપવા માટે નાઝીઓએ છાપેલ અને પ્રસારણ પત્રકારત્વ બંનેનો ઉપયોગ કર્યો. બીજા વિશ્વયુદ્ધ દરમિયાન, એક્સિસ અને સાથીઓ બંનેએ ઘરે ઘરે અને દુશ્મન દેશોમાં લોકોને રાજી કરવા માટે પ્રચારના રૂપમાં બનાવટી સમાચારોનો ઉપયોગ કર્યો. બ્રિટીશ પોલિટિકલ વોરફેર એક્ઝિક્યુટિવે જર્મન સૈન્યને નિરાશ કરવા રેડિયો પ્રસારણોનો ઉપયોગ કર્યો અને પત્રિકાઓ વહેંચી.

21 મી સદીમાં, બનાવટી સમાચારની અસર વ્યાપક બની હતી, તેમજ આ શબ્દનો ઉપયોગ. 90 ના દાયકામાં લોકોને ઇન્ટરનેટ ખોલવું એ એક ચળવળ હતી જેનો અર્થ તેમને માહિતીની એક્સેસ મંજૂરી આપવા માટે હતી. સમય જતાં, ઇન્ટરનેટ અવિશ્વસનીય વિકસિત થઈ જાય છે, ઘણી બધી માહિતી આવી રહી છે જે ઇન્ટરનેટને અનિશ્ચનીય, અસત્ય અને ભ્રામક માહિતીને યજમાન બનાવી શકે છે જે કોઈપણ દ્વારા બનાવી શકાય છે. સોશિયલ મીડિયા પર હુમલો કરવા માટે ઇમેઇલ્સ દ્વારા મોકલવામાં આવતા નકલી સમાચાર વધ્યા છે. લિંક્સ

પર ક્લિક કરીને, મહત્તમ ટ્રાફિક અને ફાયદામાં વાચકોને છેતરવા માટે બનાવેલી વાર્તા અપનાવાયેલી વાર્તાઓનો ઉલ્લેખ કરવા ઉપરાંત, આ શબ્દે વ્યંગ્યાત્મક સમાચારોનો પણ ઉલ્લેખ કર્યો છે, જેનો હેતુ દર્શકોને ગેરમાર્ગે દોરવાનો નથી, પરંતુ વાસ્તવિક સમાચાર અને તે અંગેની રમૂજી ટિપ્પણી શેર કરવાનો છે. મુખ્ય પ્રવાહના માધ્યમો યુનાઇટેડ સ્ટેટ્સના વ્યંગ્યના ઉદાહરણો (બનાવટી સમાચારના વિરોધમાં), ટેલિવિઝન શો સેટરડે નાઇટ લાઇવના વિકેન્ડ અપડેટ, ડેલી શો, ધ કોલબર્થ રિપોર્ટ, ધી લેટ શો વિથ સ્ટીફન કોલબર્થ અને ધ ઓનિયન અખબાર ગણાવી શકાય.

21 મી સદીના નકલી સમાચારોનો હેતુ હંમેશાં ન્યૂઝ આઉટલેટના નાણાકીય નફામાં વધારા માટે થાય છે. એનપીઆર સાથેની એક મુલાકાતમાં, નકલી મીડિયા સંગઠન ડિસિનફોમેડિયાના ભૂતપૂર્વ સીઈઓ જેસ્ટીન કોલરે જણાવ્યું હતું કે, નકલી સમાચારો કોણ લખે છે, આ લેખને કોણ ભંડોળ પૂરું પાડે છે, અને ખોટા સમાચાર સર્જકો ખોટી માહિતી કેમ બનાવે છે અને તેનું વિતરણ કરે છે. કોલરે, જેણે ત્યારબાદ બનાવટી સમાચાર સર્જક તરીકેની ભૂમિકા છોડી દીધી છે, તેણે કહ્યું કે તેમની કંપનીએ એક સમયે 20 થી 25 લેખકોને રોજગારી આપી હતી અને જાહેરાતોમાંથી 10,000 થી \$ 30,000 માસિક બનાવ્યું હતું. કોલરે ફીલાન્સ લેખક તરીકે કામ કરતા પહેલા એક સામયિક સેલ્સમેન તરીકે પત્રકારત્વની કારકિર્દીની શરૂઆત કરી હતી. તેમણે કહ્યું હતું કે તેમણે બનાવટી સમાચાર ઉદ્યોગમાં પ્રવેશ કર્યો હતો જેથી તેઓ અને બીજાને સાબિત કરવા માટે કે બનાવટી સમાચારો કેટલી ઝડપથી ફેલાય છે. ડિસિનફોમેડિયા એ બનાવટી સમાચારના વિતરણ માટે જવાબદાર એકમાત્ર આઉટલેટ નથી; ફેસબુક વપરાશકર્તાઓ સનસનાટીભર્યા વાર્તાઓને “વલણ” બનાવીને નકલી સમાચારોને ખપાવવામાં મુખ્ય ભૂમિકા ભજવે છે, બઝફિફ મીડિયાના સંપાદક કેગ સિલ્વરમેનના જણાવ્યા મુજબ, અને ગૂગલ એડસેન્સ પાછળની વ્યક્તિઓ મૂળભૂત રીતે બનાવટી સમાચાર વેબસાઇટ્સ અને તેમની સામગ્રીને ભંડોળ આપે છે. ફેસબુકના સીઈઓ માર્ક ઝુકરબર્ગે કહ્યું હતું કે, "મને લાગે છે કે ફેસબુક પર નકલી સમાચારોએ કોઈપણ રીતે ચૂંટણીને પ્રભાવિત કરી છે, મને લાગે છે કે એક ખૂબ જ પાગલ આઈડિયા છે" અને પછી થોડા દિવસો પછી તેણે બ્લોગ આપ્યો કે ફેસબુક ધ્વજવંદન કરવાની રીતો શોધી રહ્યો છે.

મેસેડોનિયાના વેલ્સ શહેરમાંથી ઘણી ઓનલાઇન ટ્રમ્પ તરફી નકલી સમાચાર વાર્તા મેળવવામાં આવી રહી છે, જ્યાં યુ.એસ. આધારિત વિવિધ કંપનીઓ અને પક્ષો માટે સનસનાટીભર્યા વાર્તાઓ ઝડપથી ઉત્પન્ન કરવા અને ચોરી કરવા માટે આશરે સાત જુદા જુદા નકલી સમાચારો સેંકડો કિશોરોને રોજગારી આપી રહ્યા છે.

ઉપરોક્ત ફેક ન્યૂઝના ઇતિહાસ અને વર્તમાનને જોતા સમજી શકાય કે ફેક ન્યૂઝ એ આજે માત્ર કોઈ રાજકીય લાભ લેવા, કોઈને નુકશાન પહોંચાડવા કે કોઈની મજાક મશ્કરી કરવાનું સાધન નથી રહ્યું પરંતુ લાખો બેરોજગાર યુવાનોને રોજગારી પુરી પડતું એક વિશાળ બજાર બની ગયું છે. આજે ફેક ન્યૂઝ દ્વારા સૌશ્યલ મીડિયામાં લાઇક્સ, કોમેન્ટ્સ અને જોનારની સંખ્યા વધારવામાં આવે છે અને તેના દ્વારા જુદી જુદી રીતે નફો મેળવવામાં આવે છે. મુખ્ય પ્રવાહના માધ્યમો પણ TRP માટે ફેક ન્યૂઝનો સહારો લેતા થઈ ગયા છે અને તેની પ્રમાણ ઘણું વ્યાપક બની રહ્યું છે.

ફેક ન્યૂઝના કેટલાક ઉદાહરણ:

- 14મી ફેબ્રુઆરી વેલેન્ટાઈન દિવસને શહીદ ભગતસિંહ, સુખદેવ, રાજગુરુની ફાંસીના ચુકાદા સાથે જોડી દેવો.
- નોટબંધી બાદ માધ્યમોમાં નવી ચલણી નોટમાં એક મિક્રોચીપ લગાવવામાં આવી છે જેનાથી તમારા પૈસા ક્યાં છે તેની માહિતી મળી જશે એવા સમાચાર વહેતા થાય હતા જે બાબતે લોકોમાં ઘણી ચર્ચા અને કુતુહલ ઉભું કર્યું હતું.
- બાળકની ઉઠાંતરી કરતી ગેંગના સમાચાર, બાળક ગુમ થયાના સમાચાર, ગાયની હત્યાના કે બીફ ઇટિંગના સમાચાર.
- દેશવિરોધી સુત્રોચાર અંગેના સમાચાર.
- 2019 માં બ્રિટનની સામાન્ય ચૂંટણીમાં ફેક ન્યૂઝનો સૌથી મોટો પ્રભાવ રહ્યો હતો.
- બ્રેકઝીટ માટે જનમતને પણ ફેક ન્યૂઝની અસર થઈ હતી.
- તાજેતરમાં જ 1 ફેબ્રુઆરીના નવગુજરાતસમય ડેઇલીમાં આવેલા એક સંશોધનના અહેવાલ મુજબ ભાજપ માટે આશરે 18000 જેટલા ટ્વિટરએકાઉન્ટ્સમાંથી બનાવટી સમાચાર ફેલાવે છે, જ્યારે 147 જેટલા ટ્વિટર એકાઉન્ટ્સમાંથી કોંગ્રેસ માટે આવા જ સમાચારો વહેતા થાય છે.

આમ, આજે દેશ અમે દુનિયામાં કેટલાય લોકોને ગુમરાહ કરવામાં, કેટલાક લોકોની હત્યાની ઘટના કે દેશમાં વધતી જતી મોબ લિંચિંગની ઘટનાઓ હોય આ બધા પાછળ અચૂક પણે ફેક ન્યૂઝ જવાબદાર છે. આ ફેક ન્યૂઝ ફેલાવવા પાછળ કોઈનો રાજકીય લાભ લેવાનો તો કોઈનો આર્થિક લાભ લેવાનો હેતુ રહેલો હોય છે. આવા ફેક ન્યૂઝ ફેલાવવામાં કોઈનો અંગત સ્વાર્થ હોય છે તો કોઈને રમૂજ કરવાનો હેતુ હોય છે. પરંતુ આ માત્ર ફેક ન્યૂઝની જ વાત છે એટલું જ નથી, પરંતુ આવા ફેક ન્યૂઝ ધીરે ધીરે દેશનું લોકશાહી અને પ્રજાતાંત્રિક માળખું ખતમ કરી નાખશે, યુવા માનસને ગુમરાહ અને પૂર્વગ્રહ વાળું કરી નાખશે, સમાજ અને દેશની શાંતિ ડહોળી નાખશે. જેનું સ્વરૂપ આજે વર્તમાન સમયમાં ઘણું વ્યાપક થઈ ગયું છે. જે દેખાય તેવું નઝન સત્ય છે. પરંતુ ફેક ન્યૂઝે સમાજના એક મોટા વર્ગને પોતાના પ્રભાવમાં લઈ લીધો છે. જેના કારણે તેઓ સત્યને પણ અસત્ય સમજે છે અને જે ફેક ન્યૂઝ તેમને મેળવ્યા છે તેને જ સાચા માને છે.

ફેક ન્યૂઝના તાજેતરના કેટલાક આંકડાઓ:

ભારતમાં નેશનલ ક્રાઈમ રેકોર્ડ બ્યુરો(NCRB) એ બનાવટી સમાચાર એટલે કે ફેક ન્યૂઝના નોંધાયેલા કેસના આંકડા જાહેર કર્યા છે. જે મુજબ વર્ષ 2019માં ભારતમાં ફેક ન્યૂઝ સામે 257 કેસ નોંધાયા હોવાના અહેવાલ છે. જેમાંથી મધ્યપ્રદેશમાં 138, ઉત્તરપ્રદેશમાં 32 અને કેરળમાં 18 કેસોનો સમાવેશ થાય છે. આતો નોંધાયેલા કેસની વાત થઈ પરંતુ જ્યાં મોટા પ્રમાણમાં સોશયલ મીડિયાનો ઉપયોગ થતો હોય ત્યાં ફેક ન્યૂઝના ફેલાવાની ઘટના કેટલી બનતી હશે, કેટલા પ્રમાણમાં તેનો ફેલાવો થતો હશે, અને દેશ તેમજ દેશના લોકોને કેટલું નુકશાન કરતાં હશે? સમાજ પર ફેક ન્યૂઝની અસર ઘણી જ નેગેટિવ રીતે પડી શકે છે, એક કહી શકાય કે પડી રહી છે કારણ કે સમાજના લોકોના સમાજિકરણમાં તેના ઘડતરમાં સમૂહ માધ્યમોની મહત્વની ભૂમિકા રહે છે. આથી ફેક ન્યૂઝની

સમાજ પર અસર થયા વિના રહે નહીં. તો ફેક ન્યૂઝની સમાજ પર કેવી અસરો થઈ શકે તેના વિશે આપણે સૌ રોજ રોજના અખબારોમાં સમાજમાં બનતી જુદી જુદી ઘટનાઓ પરથી સમજી શકીએ છીએ.

ફેક ન્યૂઝની સમાજ પર અસરો:

- ફેક ન્યૂઝનું પ્રમાણ વર્તમાન સમયમાં ઘણું વ્યાપક છે આથી તે સમાજના મોટા વર્ગને અસર પહોંચાડે છે.
- ફેક ન્યૂઝ ઇતિહાસ સાથે અને વૈજ્ઞાનિક તથ્યો સાથે ચેડાં કરીને રજૂ કરવામાં આવતા હોય છે આથી વિદ્યાર્થીઓ અને યુવાનોમાં સાચી માહિતીનો અભાવ જોવા મળે છે.
- ઘણીવાર ફેક ન્યૂઝના પ્રભાવને કારણે કોમી તોફાનો ફાટી નીકળે છે.
- ફેક ન્યૂઝને કારણે કોઈ રોગને લઈને ખોટી માહિતી લોકો સુધી પહોંચે છે અને લોકો તેને સાચી માનીને અમલ પણ કરી બેસે છે. કોરોના વાઈરસ અંગેના ફેક વિડિઓ અને તેના અંગેના ઉપચાર માટેના ખોટા સમાચાર તાજું જ ઉદાહરણ છે.
- ફેક ન્યૂઝને કારણે લોકશાહી, પ્રજાતાંત્રિક માળખું તૂટી શકે છે.
- ફેક ન્યૂઝને કારણે વ્યક્તિ, સમાજ, સંગઠન, કે દેશને નુકશાન થાય છે.

આમ, ફેક ન્યૂઝની સમાજ પર લાંબા ગાળે ઘણી ઘાતક અસરો થઈ શકે છે. જે બાબતને આપણે નકારી શકીએ તેમ નથી.

**ઉપસંહાર**

કોઈ મોટા નેતા, અભિનેતા કે જાણીતી હસ્તી કહ્યું છે એટલે સાચું માની ન લેવું. આજે દેશના પ્રગતિશીલ, લોકશાહી મૂલ્યોને નેવે મૂકીને ફેક ન્યૂઝને જ સાચા માનીને આજે દેશનો એક બહોળો વર્ગ પોતાનો અભિપ્રાય, માન્યતાનું ઘડતર કરે છે. ફેક ન્યૂઝ પોતાના શબ્દ અનુસાર માત્ર ખોટા – બનાવટી સમાચાર નથી, પરંતુ સત્ય – મિથ્યા મિશ્રિત સમાચાર છે, જેની રજૂઆત એ રીતે થાય છે કે જેઓ માહિતીના અન્ય સ્ત્રોતથી વંચિત છે તેઓ તેને જ સાચા માની બેસે છે. ફેક ન્યૂઝના ફેલાવા પાછળ માત્ર સ્થાપિત હોતોના બદઈરાદા જ જવાબદાર નથી, પરંતુ ફેક ન્યૂઝ આજે એક ‘માર્કેટ’ ‘ઇન્ડસ્ટ્રી’ છે. જે શિક્ષિત – બેરોજગારોની અજ્ઞાનતાથી સંચાલિત થઈ રહી છે. જેનું સામે પુરાવા આધારિત તથ્યોનો સ્વીકાર કરવાની માનસિકતાનું ઘડતર કરવાની મહેનતની સાથે – સાથે નીતિ – નૈતિકતા – મૂલ્ય આધારિત વૈકલ્પિક પત્રકારત્વની દિશા તરફ આપણે આગળ વધવું પડશે.

વિકસિત દેશોમાં આજે ‘મેઈન સ્ટ્રીમ’ પત્રકારત્વની સાથે સાથે જાગૃત લોકો દ્વારા વૈકલ્પિક પત્રકારત્વ ચલાવવામાં આવી રહ્યું છે. અમેરિકાની ઓક્યુપાય વોલસ્ટ્રીટ’ ની ચળવળ એ આવાજ વૈકલ્પિક પત્રકારત્વનું ઉદાહરણ પૂરું પાડે છે. આજે વૈશ્વિકરણ, ઉદારીકરણ, ખાનગીકરણ (LPG) ના દોરમાં દરેક દેશમાં આજે જ્યારે ફેક ન્યૂઝ એક ઇન્ડસ્ટ્રીના સ્વરૂપમાં ઉભરીને વ્યાપક બની રહ્યા છે ત્યારે તેની સામે જાગૃત નાગરિકો દ્વારા સત્ય આધારિત, મૂલ્ય આધારિત, નીતિ- નૈતિકતા આધારિત વૈકલ્પિક પત્રકારત્વના ઘડતર માટે આગળ આવવું પડશે.

**સંદર્ભ સાહિત્ય:**



- Social Media And Fake News (gshindi.com)
- National Crime Record Beuro Report (NCRB)
- ગુમરહી કા દૌર (NBT)
- જૂઠી ખબરો પર ભરોસા કરને કે પીછે ક વિજ્ઞાન (વાચર)
- જાગરણ
- વિકિપીડિયા
- નવગુજરાતસમય 1 ફેબ્રુઆરી 2020
- સંદેશ 17 જાન્યુઆરી 2020

## “ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન અને સોશિયલ મીડિયાના પ્રમાણના સંદર્ભમાં તરૂણોમાં જોવા મળતાં સામાજિક ભયનો તુલનાત્મક અભ્યાસ”

Monika . K. Shikari, Research scholar, M. A. Sem - 4, Department Of Psychology, Children's University, Gandhinagar.

### ABSTRACT :

વિજ્ઞાને આજે અનેક શોધો કરી છે જેમાની એક ઇન્ટરનેટ છે. ઇન્ટરનેટના વિકાસને લીધે વ્યક્તિ અનેક પ્રકારના સોશિયલ મીડિયાનો ઉપયોગ કરી શકે છે. ફેસબુક, ટ્વિટર, વોટસએપ, હાઈક, ઇન્સ્ટાગ્રામ વગેરે જેવા સોશિયલ મીડિયા ખૂબ પ્રખ્યાત છે અને તેમનો ઉપયોગ વધુ પ્રમાણમાં થતો જઈ રહ્યો છે. ઇન્ટરનેટના અનેક ફાયદા છે અને તેની સાથે તેના કેટલાક ગેરફાયદાઓ પણ છે. કોઈ પણ વસ્તુ જ્યારે અતિ થાય છે ત્યારે તે વ્યસનમાં પરિણમે છે. આધુનિક સમયમાં લોકોને ઇન્ટરનેટનું વ્યસન થતું જોવા મળે છે, જેની અસર વ્યક્તિના સામાજિક વાતાવરણ ઉપર પડે છે. આમ પ્રસ્તુત સંશોધનનો મુખ્ય હેતુ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન અને સોશિયલ મીડિયાના પ્રમાણના સંદર્ભમાં તરૂણોમાં જોવા મળતાં સામાજિક ભયનો તુલનાત્મક અભ્યાસ કરવાનો છે. પ્રસ્તુત સંશોધન એક્સ-પોસ્ટ ફેક્ટો પ્રકારનું છે જેને બિજા શબ્દોમાં Causal-Comparative Research કહેવામાં આવે છે. પ્રસ્તુત અભ્યાસનાં હેતુને સિદ્ધ કરવા માટે શૂન્ય ઉત્કલ્પનાનો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે. તેમજ સંશોધનનાં હેતુને ધ્યાનમાં રાખીને સ્વતંત્ર પરિવર્ત્ય (Type – S) તરીકે ઇન્ટરનેટ એડિક્શનનું પ્રમાણ અને સોશિયલ મીડિયાના પ્રમાણનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે. તેમજ આધારીત પરિવર્ત્ય તરીકે સામાજિક ભયનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે. ત્યારબાદ સમષ્ટિ તરીકે ગાંધીનગર જિલ્લામાં રહેતા તરૂણોનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે. અને નિદર્શ તરીકે કુલ ૧૦૦ તરૂણોને સહેતુક નિદર્શની પદ્ધતી દ્વારા પસંદ કરવામાં આવ્યા છે. પ્રસ્તુત સંશોધનમાં સંશોધન સાધન તરિકે વ્યક્તિગત માહિતી પત્રકનો તેમજ દેવેન્દ્ર સિંહ સિસોદિયા અને ધર્મેન્દ્ર શર્મા દ્વારા રચિત Social phobia scaleનો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે. તેમજ શ્રી યંગ ( 1998 ) દ્વારા રચિત internet addiction questionnaire (I.A.Q) નો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે. તેમજ આકાશાસ્રીય પ્રયુક્તી તરિકે “i” ટેસ્ટનો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે. અંતે પરિણામ જોતા જણાય છે કે ઇન્ટરનેટ એડિક્શન અને સોશિયલ મીડિયાના પ્રમાણના સંદર્ભમાં તરૂણોમાં સામાજિક ભયનું પ્રમાણ જોવા મળે છે.

**Key Words :** ઇન્ટરનેટ એડિક્શન, સોશિયલ મીડિયાનું પ્રમાણ, તરૂણ, સામાજિક ભય

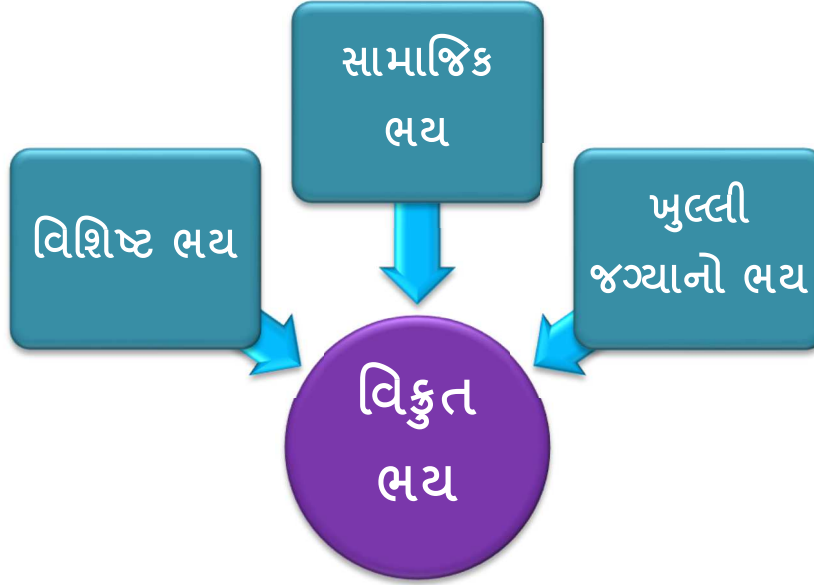
### પ્રસ્તાવના :

ભય એવો આવેગ છે જે દુનિયાની દરેક વ્યક્તિ માટે તે સહજ છે. દરેકને ઝેરી જીવ જંતુઓ જેવા કે સાપ, વીંછી, હિંસક પ્રાણીઓ, ડાકુ વગેરેનો ભય લાગતો હોય છે. આપત્તી કે અનિષ્ટની આશંકામાંથી માનવચીત્તમાં ભયનો મનોવિકાર જન્મ પામે છે. કોલમેન ( 1930 )ના મતે “ કોઈ વસ્તુ કે સ્થિતિ તરફથી સ્થાયી ભય ઉત્પન્ન થાય તેને અવાસ્તવિક, અકારણ ભય કે ફોબિયા કહેવામાં આવે છે.” તેમજ લેહનર અને ક્યુબ ( 1964 )ના મતે “

વિકૃત ભય એ વિશિષ્ટ લોકો, વસ્તુઓ કે પરિસ્થિતી પ્રત્યેના અતિશયોક્તિ ભરેલા કે અતાર્કિક ભય છે. ” વિકૃત અથવા અકારણ ભીતિનું વર્ગીકરણ DSM 4 ( 1994 ) એ ત્રણ વિભાગોમાં વહેંચ્યું છે. જેમાં સામાજિક ભીતિનો સમાવેશ થાય છે. 10 થી 19 વર્ષની ઉંમરમાં સામાજિક ભયનો વિકાસ થાય છે.

“ સામાજિક જુથ વચ્ચે બોલતા ડર લાગે, અને પોતાના સામાજિક વાતાવરણમાંથી ફેકાઈ જવાનો ડર લાગે ત્યારે વ્યક્તિમાં સામાજિક ભયનો વિકાસ થાય છે.”

➤ DSM-4 પ્રમાણે ભય સાથે સંકળાયેલી મુખ્યત્વે ત્રણ વિકૃતિઓ છે.



સામાજિક ભયને સામાજિક ચિંતાની વિકૃતિ (Social Anxiety Disorder) તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે. ૧૯૬૦ પછી સામાજિક ભયને અન્ય ભયની વિકૃતિથી અલગ પાડીને સમજાવવામાં આવે છે. સામાજિક ભયની વિકૃતિ ઘણી સામાન્ય પ્રકારની વિકૃતિ છે. એક સર્વે અનુસાર પુરૂષો કરતા સ્ત્રીઓમાં સામાજિક ભયનું પ્રમાણ વધું જોવા મળે છે. આ સામાજિક ભય મુખ્યત્વે તરૂણાવસ્થા અને પુખ્તાવસ્થાના શરૂઆતના સમયગાળામાં વધુ જોવા મળે છે. આ વિકૃતિથી પીડાતી વ્યક્તિઓમાં ૪૦ ટકા વ્યક્તિઓમાં ચિંતા સંબંધી વિકૃતિઓ અને વિકૃત ખિન્નતાનાં લક્ષણો જોવા મળે છે.

સામાજિક ભયમાં મુખ્યત્વે સામાજિક આંતરક્રિયા કરતી વખતે અસ્વસ્થતાનો અનુભવ અને અન્ય વ્યક્તિઓ દ્વારા નિષેધક મૂલ્યાંકનનો ભય જોવા મળે છે. અન્ય વ્યક્તિઓની હાજરી અને તેમની સાથેની આંતરક્રિયા સમયે અનુભવાતી અસ્વસ્થતા વ્યક્તિમાં ભય અને ચિંતા જન્માવે છે. તેને કારણે વ્યક્તિમાં કેટલાંક શારીરિક લક્ષણો જેવાં કે વધું પરસેવો થવો, ધુજારી થવી, હૃદયના ઘબકારા વધી જવા, ઊલટી કે ઊબકા આવવા વગેરે જોવા મળે છે.

સામાન્ય રીતે સામાજિક ભય ધરાવનાર વ્યક્તિઓ એક કરતા વધુ સામાજિક પરિસ્થિતિમાં બીજી વ્યક્તિની હાજરીથી વ્યથિત થતી હોય છે. આ વિકૃતિ ધરાવનાર વ્યક્તિને સતત એવો અનુભવ થયા કરે છે કે, બીજી વ્યક્તિ તેના વર્તનની ઊંડી તપાસ કરી રહી છે, અન્ય વ્યક્તિની હાજરી તેને તકલીફ આપવા કે નીચો

દર્શાવવા માટે જ છે. આથી વ્યક્તિ તે સામાજિક પરિસ્થિતિની અવગણના કરે છે. અથવા તો ખુબ જ તનાવપુર્વક તેને સહન કરે છે. ખાસ કરીને જાહેરમાં ભાષણ આપવામાં, જાહેર શૌચાલયનો ઉપયોગ કરવામાં, જાહેરમાં ભોજન કરવામાં વગેરે જેવી પરિસ્થિતિમાં વ્યક્તિ ભયની અનુભુતિ કરતો જોવા મળે છે. ( ધોરણ.૧૨, મનોવિજ્ઞાન પાઠ્ય પુસ્તક)

ઇન્ટરનેટના અનેક ફાયદા છે અને તેની સાથે તેના કેટલાક ગેરફાયદાઓ પણ છે. તરૂણો ઇન્ટરનેટનો ઉપયોગ તેમના અભ્યાસ માટે વિધાયક રીતે કરી શકે છે પરંતુ તેની સાથે ઇન્ટરનેટનો નિષેધક ઉપયોગ પણ થઈ શકે છે. કોઈ પણ વસ્તુ જ્યારે અતિ થાય છે ત્યારે તે વ્યસનમાં પરિણમે છે. જેવી રીતે લોકોમાં ચા, કોફી કે નશીલા પદાર્થોનું વ્યસન જોવા મળે છે તેવી રીતે આધુનિક સમયમાં લોકોને ઇન્ટરનેટનું વ્યસન થતું જોવા મળે છે. ઇન્ટરનેટનું ઉચ્ચ પ્રમાણમાં વ્યસન જોવા મળે તો વ્યક્તિમાં અનેક પ્રકારના નકારાત્મક લક્ષણો જોવા મળે છે. વ્યક્તિ ધીરે ધીરે સમાજથી દૂર થતી જાય છે અને અંતે વ્યક્તિમાં સામાજિક ભય પણ જોવા મળી શકે છે. અને વ્યક્તિ ધીરે ધીરે અનેક વિકૃતિઓનો ભોગ બનતી જાય છે. પટેલ. એમ ( ૨૦૧૨ )

આધુનિક વિજ્ઞાને અનેક શોધો કરી છે. જે માનવીને અનેક રીતે ઉપયોગી છે. પરંતુ તેની સાથે સાથે તેના કેટલાક નકારાત્મક પાસા પણ રહેલા છે. ઇન્ટરનેટની શોધ થયા પછી સંદેશા વ્યવાહારનો વિકાસ અતિ વેગથી થયો છે. પહેલા ટપાલ દ્વારા સંદેશાની આપલે થતી હતી જેમાં ખૂબ સમય પણ જતો હતો. આજે ઇન્ટરનેટના લીધે માત્ર કેટલીક સેક્ટોરોમાં સંદેશાને એક સ્થળેથી બીજા સ્થળે ખૂબ ઝડપથી મોકલી શકાય છે. ઇન્ટરનેટના જેટલા ફાયદા છે તેટલા જ તેના ગેરફાયદા પણ છે. તરૂણો તેમના અભ્યાસ અંગેની વધારાની માહિતી ઇન્ટરનેટ ઉપરથી મેળવી શકે છે જ્યારે બીજી બાજુ તરૂણો ઇન્ટરનેટ ઉપર ઉપલબ્ધ વિવિધ પ્રકારની રમતો રમીને તેમના અભ્યાસમાં રૂકાવટ ઊભી કરે છે. વ્યક્તિ ધીરે ધીરે ઇન્ટરનેટનો વ્યસની બનતો જઈ રહ્યો છે. ઇન્ટરનેટ ઉપર સારી અને ખરાબ એવી તમામ પ્રકારની માહિતી ઉપલબ્ધ હોવાને કારણે યુવાધન ઉપર તેની નિષેધક અસર પડતી જઈ રહી છે.

જનાની ( 2018 ) ના સંશોધનમાં જોવા મળ્યું હતું કે પુરુષો કરતાં સ્ત્રીઓમાં ઇન્ટરનેટ એડિક્શનનું પ્રમાણ ઊંચું હતું.

કોઠીવાલ ( 2018 ) ના સંશોધનમાં જોવા મળું હતું કે સોશિયલ વેબસાઇટનો વપરાશ કરતાં તરૂણોની તુલનામાં સોશિયલ વેબસાઇટનો વપરાશ ન કરતાં તરૂણોમાં આવેગિક પરિપક્વતાનું પ્રમાણ ઊંચું જોવા મળ્યું હતું.

હેતુઓ :

૧. ઉચ્ચ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન અને નિમ્ન ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક

ભયનો અભ્યાસ કરવો.

૨. માત્ર બે સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા અને બે થી વધું સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ

કરતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો અભ્યાસ કરવો.

**ઉત્કલ્પના :**

પ્રસ્તુત સંશોધનમાં શુન્ય ઉત્કલ્પનાનો ઉપયોગ કરવામાં આવેલો છે.

૧. ઉચ્ચ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન અને નિમ્ન ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક ભયમાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહીં મળે.
૨. માત્ર બે સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા અને બે થી વધુ સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણોના સામાજિક ભયમાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહીં મળે.

**પરિવર્ત્યો :**

ક્રમ	પરિવર્ત્યોનાં નામ અને પ્રકાર.	પરિવર્ત્યોના સ્તર
૧	સ્વતંત્ર પરિવર્ત્ય	ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ઉચ્ચ પ્રમાણ ધરાવતા નિમ્ન પ્રમાણ ધરાવતા
૨	સ્વતંત્ર પરિવર્ત્ય	સોશિયલ મીડિયા માત્ર બે સોશિયલ મીડિયા ધરાવતા બે થી વધુ સોશિયલ મીડિયા ધરાવતા
૩	આધારિત પરિવર્ત્ય	સામાજિક ભય સામાજિક ભય

**નિયંત્રિત પરિવર્ત્ય :**

પ્રસ્તુત સંશોધનમાં માત્ર ગાંધીનગર જિલ્લાનાં ૯ થી ૧૨માં ધોરણમાં અભ્યાસ કરતાં તરૂણોનો જ સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે.

પ્રસ્તુત સંશોધનમાં **Type - S** સ્વતંત્ર પરિવર્ત્યોનો સમાવેશ કરેલ છે. જેમાં સોશિયલ મીડિયા અને ઇન્ટરનેટ એડિક્શનનું પ્રમાણ એ **Type - S** સ્વતંત્ર પરિવર્ત્યો છે.

**સમષ્ટિ :**

પ્રસ્તુત સંશોધનમાં સમષ્ટિ તરીકે ગાંધીનગર જિલ્લાનાં ધોરણ ૯, ૧૦, ૧૧ અને ૧૨માં અભ્યાસ કરતાં તરૂણોનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે.

**નિદર્શ :**

પ્રસ્તુત સંશોધનમાં કુલ ૧૦૦ તરૂણોનો નિદર્શ તરીકે સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે. તેમની પસંદગી સમપ્રમાણ સ્તરીકૃત યદુચ્છ નિદર્શની પદ્ધતિથી કરવામાં આવી છે.

**સંશોધન સાધન :**

પ્રસ્તુત સંશોધનમાં સંશોધન સાધન તરિકે વ્યક્તિગત માહિતી પત્રકનો, **internet addiction questionnaire** અને **social phobia scale** નો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે. જેની માહિતી નીચે મુજબ છે.

૧) વ્યક્તિગત માહિતી પત્રક :

પ્રસ્તુત સંશોધનમાં સંશોધન સાધન તરિકે વ્યક્તિગત માહિતી પત્રકનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે. જેના રચયિતા સંશોધનકર્તા પોતે છે. વ્યક્તિગત માહિતી પત્રકનો ઉપયોગ મુખ્યત્વે સંશોધન પ્રક્રિયામાં સમાવેશ કરવામાં આવેલા એકમોની વ્યક્તિગત માહિતી મેળવવા માટે થાય છે. અહીં વ્યક્તિગત માહિતી પત્રકમાં તરૂણોના નામ, ઉંમર, જાતિ, ધર્મ, અભ્યાસનું ધોરણ, તેમજ તેઓ કુલ કેટલા સોશિયલ મિડિયાનો વપરાશ કરે છે? વગેરે જેવી માહિતીનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે.

૨) **Social Phobia Scale** :

પ્રસ્તુત સંશોધનમાં સંશોધન સાધન તરિકે ડેવેન્ડ્ર સિંહ સિસોદિયા અને ધર્મેન્દ્ર શર્મા દ્વારા રચિત **Social Phobia Scale** નો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે. **Social Phobia Scale** ની વિશ્વસ્નીયતા અને યથાર્થતા નિચે મુજબ છે.

• વિશ્વસ્નીયતા

કસોટી પુનઃ કસોટી વિશ્વસ્નીયતા : 0.85

આંતરિક સાતત્ય : 0.80

• યથાર્થતા

પ્રસ્તુત કસોટીની યથાર્થતા 0.75 જોવા મળે છે.

૩) **Internet Addiction Questionary** :

પ્રસ્તુત સંશોધનમાં સંશોધન સાધન તરિકે શ્રી યંગ ( 1998 ) દ્વારા રચિત **Internet Addiction Questionary (I.A.Q)** નો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે. આ કસોટીમાં કુલ 20 વિધાનો આપેલા છે.

**Internet Addiction Questionary** ની વિશ્વસ્નીયતા અને યથાર્થતા નિચે મુજબ છે.

• વિશ્વસ્નીયતા

વિશ્વસ્નીયતા : 0.90

• યથાર્થતા

પ્રસ્તુત કસોટીની યથાર્થતા 0.77 જોવા મળે છે.

આકાશાસ્ત્રીય પ્રયુક્તી:

પ્રસ્તુત સંશોધનમાં આકાશાસ્ત્રીય પ્રયુક્તી તરિકે “4” ટેસ્ટનો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે.

પરિણામ ચર્ચા.

➤ (Ho.1) ઉચ્ચ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન અને નિમ્ન ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના

સામાજિક ભયમાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહીં મળે.

[ Table no.1 ]

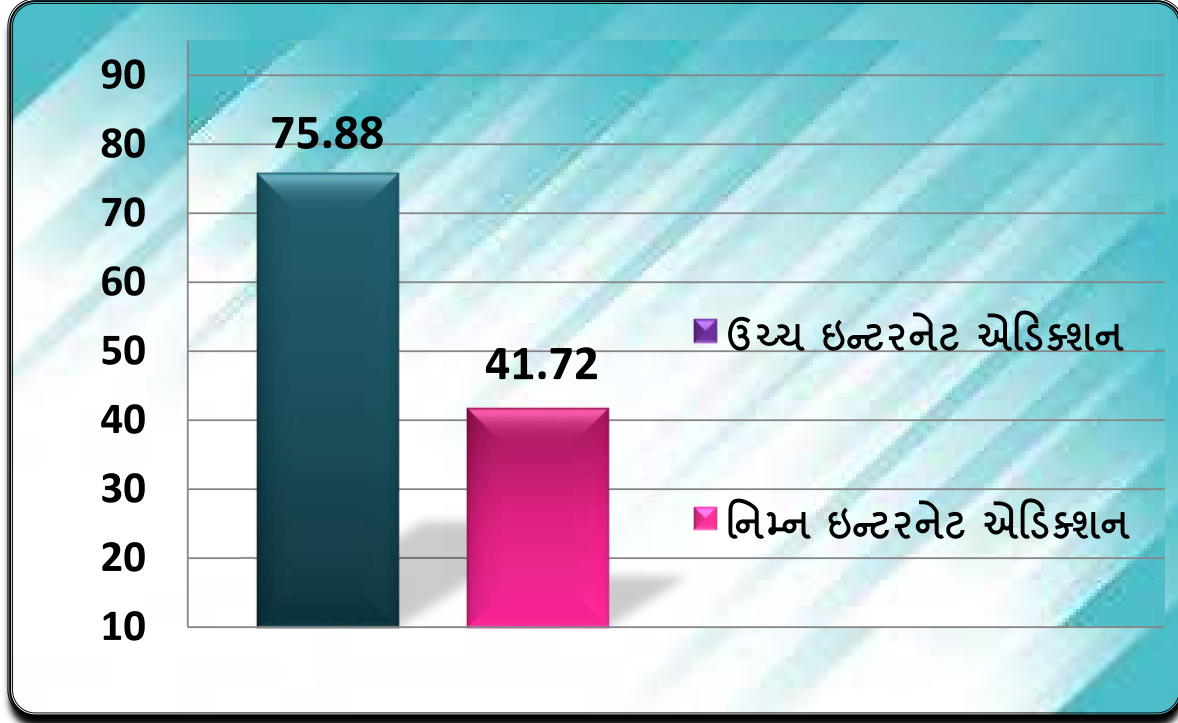
ઉચ્ચ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન અને નિમ્ન ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો મધ્યક, પ્રમાણિત વિચલન અને 't' દર્શાવતું કોષ્ટક.

પરિવર્ત્યો	N	M	SD	t	Sig
ઉચ્ચ પ્રમાણ ધરાવતા	50	75.88	513.66	0.46	N.S
2. નિમ્ન પ્રમાણ ધરાવતા	50	41.72	107.56		
Significant Level 0.05 =					1.98
0.01 = 2.63					

ઉપર્યુક્ત Table no.1 જોતા જણાય છે કે પ્રસ્તુત સંશોધનમાં ઉચ્ચ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન અને નિમ્ન ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો અભ્યાસ કરવામાં આવ્યો છે. જેમા કુલ 100 તરૂણોનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે. અહીં ઉચ્ચ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો મધ્યક ૭૫.૮૮ છે અને નિમ્ન ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો મધ્યક ૪૧.૭૨ જોવા મળે છે. આમ ઉપરના બંને મધ્યકો વચ્ચેનો તફાવત ૩૪.૧૬ જોવા મળે છે. એટલે કે નિમ્ન ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણો કરતા ઉચ્ચ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોમાં સામાજિક ભયનું પ્રમાણ વધુ જોવા મળે છે. તેમજ ઉચ્ચ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો પ્રમાણિત વિચલન ૫૧૩.૬૬ છે જ્યારે નિમ્ન ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો પ્રમાણિત વિચલન ૧૦૭.૫૬ છે. ત્યારબાદ ઉચ્ચ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન અને નિમ્ન ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક ભયના 't' ની કિંમત ૦.૪૬ જોવા મળે છે. આમ ગણેલા 't' ની કિંમત કોષ્ટકના 't' ની કિંમત કરતા ઓછી છે. આથી પુર્વે રચેલી શુન્ય ઉત્કલ્પના (H<sub>0</sub>.1) નો સ્વીકાર થાય છે.

• આલેખ.૧

ઉચ્ચ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન અને નિમ્ન ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક ભયના મધ્યકો દર્શાવતો સ્તંભાલેખ.



ઉપર્યુક્ત આલેખ નં.૧માં ઉચ્ચ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન અને નિમ્ન ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક ભયના મધ્યકો દર્શાવતો સ્તંભાલેખ દર્શાવ્યો છે. જેમાં ઉચ્ચ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો મધ્યક ૭૫.૮૮ છે. અને નિમ્ન ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો મધ્યક ૪૧.૭૨ છે. એટલે કે નિમ્ન ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણો કરતા ઉચ્ચ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો મધ્યક ઉંચો જોવા મળે છે. આથી કહી શકાય છે કે નિમ્ન ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણો કરતા ઉચ્ચ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક ભયનું પ્રમાણ વધું જોવા મળ્યું છે.

- (Ho.2) માત્ર બે સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા અને બે થી વધું સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણોના સામાજિક ભયમાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહીં મળે.

[ Table.no.2 ]

માત્ર બે સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા અને બે થી વધું સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો મધ્યક, પ્રમાણિત વિચલન અને 't' દર્શાવતું કોષ્ટક.

પરિવર્તો	N	M	SD	t	Sig
માત્ર બે સોશિયલ મીડિયા ધરાવતા	50	54.84	19.07	2.37	0.05

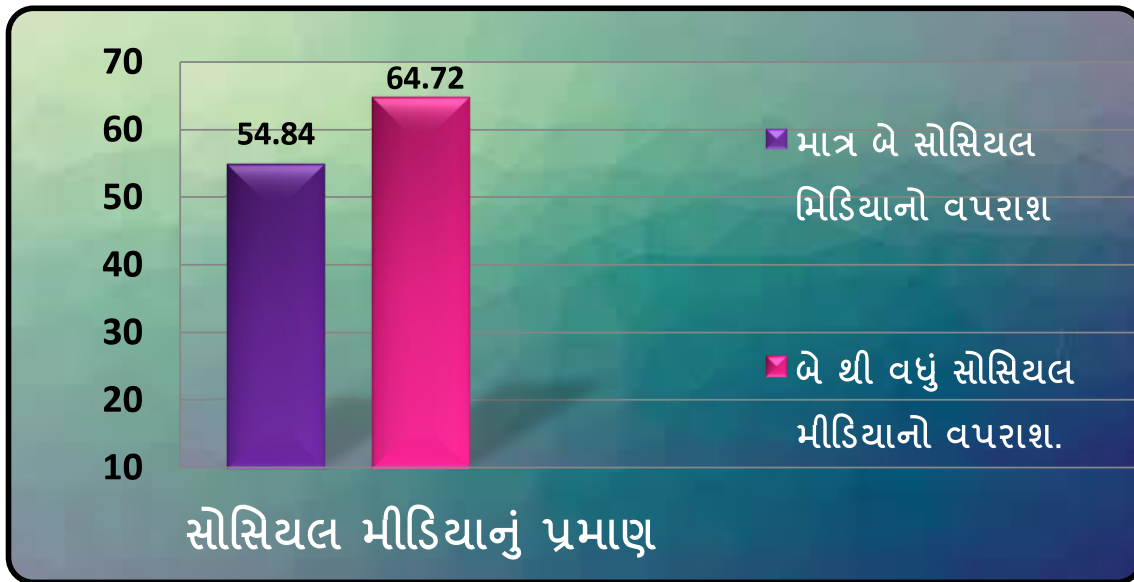


2. બે થી વધુ સોશિયલ મીડિયા ધરાવતા	50	64.72	22.48		
<b>Significant Level</b>		<b>0.05 =</b>			<b>1.98</b>
<b>= 2.63</b>					

ઉપર્યુક્ત Table no.2 જોતા જણાય છે કે પ્રસ્તુત સંશોધનમાં માત્ર બે સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા અને બે થી વધુ સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો અભ્યાસ કરવામાં આવ્યો છે. જેમા કુલ ૧૦૦ તરૂણોનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે. અહીં માત્ર બે સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો મધ્યક ૫૪.૮૪ જોવા મળે છે અને બે થી વધુ સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો મધ્યક ૬૪.૭૨ જોવા મળે છે. આમ ઉપરના બંને મધ્યકો વચ્ચેનો તફાવત ૯.૮૮ જોવા મળે છે. એટલે કે માત્ર બે સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણોની સરખામણીમાં બે થી વધુ સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણોમાં સામાજિક ભયનું પ્રમાણ વધુ જોવા મળ્યું છે. તેમજ માત્ર બે સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો પ્રમાણિત વિચલન ૧૯.૦૭ છે જ્યારે બે થી વધુ સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો પ્રમાણિત વિચલન ૨૨.૪૮ છે. તેમજ સોશિયલ મીડિયાના વપરાશના સંદર્ભમાં તરૂણોના સામાજિક ભયના 't' ની કિંમત ૨.૩૭ જોવા મળે છે. આમ ગણેલા 't' ની કિંમત કોષ્ટકના 't' ની કિંમત કરતા વધુ છે. આથી પુર્વે રચેલી શુન્ય ઉત્કલ્પના (H<sub>0</sub>:2) નો અસ્વીકાર થાય છે.

આલેખ.૨

માત્ર બે સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા અને બે થી વધુ સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણોના સામાજિક ભયના મધ્યકો દર્શાવતો સ્તંભાલેખ.



ઉપર્યુક્ત આલેખ-નં.૨માં સોશિયલ મીડિયાના વપરાશના સંદર્ભમાં તરૂણોના સામાજિક ભયના મધ્યકો દર્શાવતો સ્તંભાલેખ દર્શાવ્યો છે. જેમાં માત્ર બે સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો મધ્યક ૫૪.૮૪ જોવા મળે છે અને બે થી વધું સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો મધ્યક ૬૪.૭૨ જોવા મળે છે. એટલે કે માત્ર બે સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણો કરતા બે થી વધું સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણોના સામાજિક ભયનો મધ્યક ઉંચો જોવા મળે છે. આથી કહી શકાય છે કે બે કરતા બે થી વધું સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણોમાં સામાજિક ભયનું પ્રમાણ વધું જોવા મળ્યું છે.

તારણો :

- ૧) પ્રસ્તુત સંશોધનમાં ઉચ્ચ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન અને નિમ્ન ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક ભયમાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા મડતો નથી. આથી પુર્વે રચેલી ઉત્કલ્પના Ho 1 નો (ઉચ્ચ ઇન્ટરનેટ એડિક્શન અને નિમ્ન ઇન્ટરનેટ એડિક્શન ધરાવતા તરૂણોના સામાજિક ભયમાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહીં મળે.) સ્વીકાર થાય છે.
- ૨) પ્રસ્તુત સંશોધનમાં સોશિયલ મીડિયાના વપરાશના સંદર્ભમાં તરૂણોના સામાજિક ભયમાં સાર્થક તફાવત જોવા મળે છે. જેથી પુર્વે રચેલી ઉત્કલ્પના Ho 2નો (માત્ર બે સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા અને બે થી વધું સોશિયલ મીડિયાનો વપરાશ કરતા તરૂણોના સામાજિક ભયમાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહીં મળે.) અસ્વીકાર થાય છે.

સંદર્ભ સુચિ:

- પટેલ, એમ, (૨૦૧૨). અસાધારણ મનોવિજ્ઞાન (છઠ્ઠી આવૃત્તિ), યુનિવર્સિટી ગ્રંથનિર્માણબોર્ડ, ગુજરાત, અમદાવાદ-૬, પાના.નં.૧૯૩ થી ૧૯૪
- Colman,j.c.: common neuroses ( 2<sup>nd</sup> ed.) Baltimore wood, 1930
- Lehner and kube : the dynamics of personal adjustment ( 2<sup>nd</sup> ed.) Englewood Clifts,n.j.prentice hall, 1964,p.147
- janani, j. (2018). “ a comparative study of internet addiction, academic achievement, motivation and mental health among colleges students. ”
- kothival, k. (2018). “ a study of family adjustment, emotional maturity and personality among social sites users and non users. ”
- મનોવિજ્ઞાન ધોરણ – ૧૨ , ગુજરાત રાજ્ય શાળા પાઠ્યપુસ્તક મંડળ, પાના.નં- ૮૬,૮૭.

## પબજી ગેમ રમતા અને ના રમતાના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતાનો મનોવૈજ્ઞાનિક અભ્યાસ

Nehal . B. Thakar, (M.A Research Scholar –) (Sem-IV.(Child Psychology), Children's University,  
Gandhinagar.

### ABSTRACT :

આજની આ 21 મી સદીએ ઈન્ટરનેટનો યુગ છે. જે આ માનવ માટે એક વરદાન પણ છે અને અભિશાપ પણ છે. જ્યાં જોવો ત્યાં કુરસદના સમયમાં કે ગમે તેમ સમય નીકાળીને તરુણો પબજી રમતા હોય છે. આજકાલ આ રમત તરુણોના માનસપટ પર હાવી થઈ ગઈ છે. આક્રમકતાએ એક વ્યક્તિગત અથવા સામુહિક કે સામાજિક ક્રિયા – પ્રતિક્રિયા છે કે જે નુકસાન કરવાના કે નુકસાન પોહ્યાડવાના હેતુ સાથે શંકરાયેલું વર્તન છે. પ્રસ્તુત અભ્યાસનો હેતુ પબજી ગેમ રમતા અને ના રમતાના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતાનો મનોવૈજ્ઞાનિક અભ્યાસ કરવાનો છે. પ્રસ્તુત અભ્યાસના હેતુને સિદ્ધ કરવા માટે શુન્ય ઉત્કલ્પનાનો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે. તેમજ સંસોધનના હેતુને ધ્યાનમાં રાખીને Type – S પ્રકારના સ્વતંત્ર પરિવર્ત્ય તરિકે પબજી ગેમ અને ઉંમરનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે. તેમજ આધારિત પરિવર્ત્ય તરિકે આક્રમકતાનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે. ત્યારબાદ સમષ્ટિ તરિકે ગાંધીનગર જિલ્લાના તરુણોનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે. તેમજ નિદર્શ તરિકે કુલ 120 તરુણોને સાદા યદય નિદર્શની લોટરી પદ્ધતિ દ્વારા પસંદ કરવામાં આવ્યા છે. ત્યારપછી સંશોધન સાધન તરિકે વ્યક્તિગત માહિતી પત્રક અને જી.પી.માથુર અને રાજકુમારી ભટનાગર રચિત “આક્રમકતા કસોટી”નો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે. તેમજ આક્રમકતા પ્રયુક્તી તરિકે “F -ટેસ્ટ”નો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે. અંતે પરિણામ જાણવા મળ્યું છે કે પબજી ગેમ રમતા અને ન રમતાના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતામાં સાર્થક તફાવત જોવા મળે છે.

→ Key Words : પબજી ગેમ, ઉંમર, રમતા, આક્રમકતા

### → પ્રસ્તાવના (Introduction) :

મનુષ્યના કાર્ય વિચાર અને તેની સંવેદનાઓના અધ્યયનમાં તેમની આક્રમકતા અને તેની હિંસક પ્રવૃત્તિઓ મહત્વપૂર્ણ છે. આક્રમકતા અને હિંસાનો વ્યવહાર માનવી અને પ્રાણીઓમાં બંનેમાં હોય છે. એના કારણે આક્રમક વ્યવહારને સામાન્ય ઘટના માનવામાં આવે છે. આક્રમકતાના અભ્યાસમાં સામાજિક મનોવિજ્ઞાનીકોએ વિશેષ રૂચી બતાવી છે. આ અભીરૂચીના કારણે એ બાબત જાહેર છે કે આક્રમકતાને પારિભાષિત કરવાની કોશિશ પહેલા સામાજિક મનોવૈજ્ઞાનીકોએ કરી છે.

“આક્રમકતા એક એવો શારીરિક અથવા તો શાબ્દિક વ્યવહાર હોય છે કે જે બીજા લોકોને હાની પોહ્યાડવા માટે કરવામાં આવે છે.” – Myers(1987).

“આક્રમકતા એક એવો વ્યવહાર હોય છે જેનો ઉદ્દેશ્ય બીજા લોકોને શારીરિક રીતે હાની પોહ્યાડવાનો હોય છે અથવા તો બીજાની સંપત્તિને નુકસાન પોહ્યાડવાનું હોય છે.” - Atkinson, Smith & Hilgard (1987).

► આક્રમકતાના સિદ્ધાંત :

ઉદભવ અને પ્રદર્શનના સ્તર પર આક્રમકતાની માનવીય પરિસ્થિતિઓ અને પ્રવૃત્તિઓને સમજવાની દિશામાં આક્રમકતાના સિદ્ધાંતો મહત્વપૂર્ણ છે. સમાજ મનોવૈજ્ઞાનિકોએ આક્રમકતાને વ્યાખ્યાયિત કરવા માટે અનેક પ્રકારના સિદ્ધાંતોનું વર્ણન કર્યું છે.

► મૂળવૃત્તિનો સિદ્ધાંત :

આ સિદ્ધાંતમાં માનવ અને પ્રાણીઓમાં આક્રમકતાને જન્મજાત બતાવી છે. આ મૂળવૃત્તિને દર્શાવવા માટે ફ્રોઈડનો મનોવિશ્લેષનાત્મક સિદ્ધાંત અને લોરેન્જનો નૈતિક સિદ્ધાંત છે. આ બંને સિદ્ધાંતોનું વર્ણન આ રીતે કરવામાં આવ્યું છે.

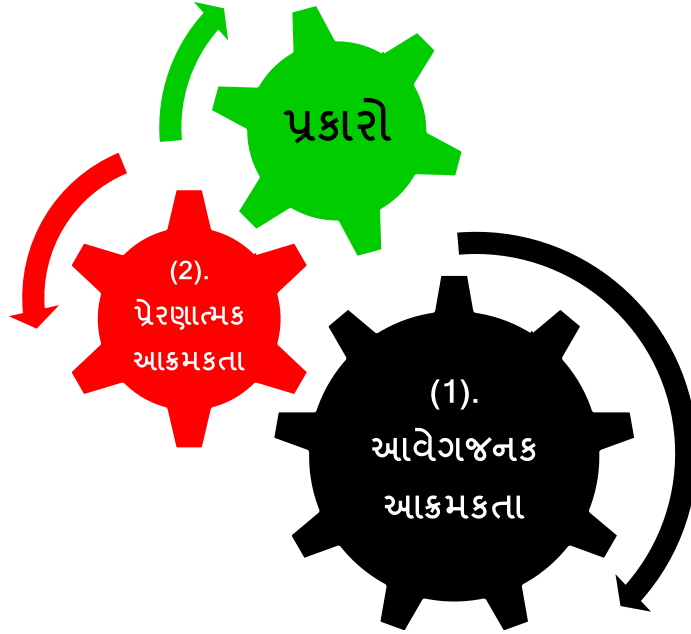
(1) ફ્રોઈડનો મનોવિશ્લેષનાત્મક સિદ્ધાંત :

આક્રમકતાનો સિદ્ધાંત મહાન મનોવિશ્લેષક સિગમંડ ફ્રોઈડ (1927) દ્વારા વિકસાવવામાં આવ્યો હતો. અગાઉના લખાણોમાં, ફ્રોઈડનો મત હતો કે તમામ માનવ વર્તન સીધા અથવા પરોક્ષ રીતે ‘ઇરોસ’, જીવન વૃત્તિથી ઉત્પન્ન થાય છે. મનોચિકિત્સા દરમિયાન અને ખાસ કરીને બીજા વિશ્વયુદ્ધ પછી ફ્રોઈડે ધીમે ધીમે બે મૂળભૂત જેવા કે ઇરોસ અને થેન્ટોસ અથવા જીવન વૃત્તિ અને મૃત્યુની વૃત્તિ આપી. મૃત્યુ અથવા વિનાશની શક્તિ જીવનના વિનાશ અથવા સમાપ્તિ તરફ દોરી જાય છે, તિરસ્કાર, ક્રોધ અને હિંસા તરફ દોરી જાય છે. આક્રમક વર્તન સહિતની તમામ માનવીય વર્તણૂક ઇરોસ અને થેન્ટોસની વૃત્તિ અને તેમની વચ્ચે સતત તણાવ વચ્ચેના જટિલ ક્રિયા-પ્રતિક્રિયાને કારણે થાય છે. ફ્રોઈડે કહ્યું હતું કે મૃત્યુની વૃત્તિ અનિયંત્રિત છે અને પરિણામે સ્વ વિનાશ કરે છે. શરૂઆતમાં ફ્રોઈડ દ્વારા આક્રમકતાની વૃત્તિનો સિદ્ધાંત ખૂબ વિકસિત થયો ન હતો. પરંતુ પછીથી ફ્રોઈડ અને તેના સાથીઓએ તેના પર કામ કર્યું અને તેને વિગતવાર સમજાવવાનો પ્રયાસ કર્યો. આક્રમકતાનો સહજ સિદ્ધાંત મૃત્યુ અથવા વિનાશની વૃત્તિથી ઉદભવે છે. શારીરિક રૂપે મૃત્યુની વૃત્તિ એ બળનું પ્રતિનિધિત્વ કરે છે. માનસિક રીતે મૃત્યુની વૃત્તિ પ્રતિક્ષણ અને આક્રમક વર્તન, આક્રમક જાતીય પ્રવૃત્તિ અથવા સ્વ અને જાતિના વિનાશને જન્મ આપે છે. આમ પ્રેમ અને દ્વેષ, આનંદ અને દુઃખ, જીવન અને મૃત્યુની વૃત્તિ એક સાથે રહી જાય છે. આક્રમકતાની વૃત્તિ તરીકે ઓળખાતી મૃત્યુની વૃત્તિ પણ વિવેચક અને આક્રમક બૌદ્ધિક પ્રવૃત્તિઓમાં જેમ કે ટીકા, વ્યંગ્ય અને ત્રાસવાદીઓમાં વ્યક્ત થાય છે. આક્રમકતા વૃત્તિના સિદ્ધાંત મુજબ, આક્રમકતા એક વૈશ્વિક સમસ્યા છે અને મૂળભૂત રીતે સ્વ બચાવ તેમજ પુનરુત્પાદન માટે અનિવાર્ય છે. લડાઈની વૃત્તિમાં આક્રમકતાની ઘટનાને પ્રથમ ફ્રોઈડ, મિલર, ડોલાઈ અને અન્ય લોકો દ્વારા આક્રમકતા વૃત્તિના સિદ્ધાંતો આપવામાં આવ્યા છે.

(2). લોરેન્જનો નૈતિક સિદ્ધાંત :

નોબેલ પુરસ્કાર વિજેતા કે. લોરેન્જે આ સિધ્ધાંત આપ્યો હતો. લોરેન્જે પશુઓ પર અભ્યાસ કરીને માનવીઓ પર તેનું સામાન્યીકરણ કર્યું હતું. પશુઓ પરના અભ્યાસ પરથી લોરેન્જે એ નિષ્કર્ષ પર પોહ્યો હતો કે અસ્તિત્વ માટે આક્રમકતા મૂળવૃત્તિ છે. જે પશુમાં આક્રમકતા જેટલી વધુ હોય એ પશુમાં અસ્તિત્વને ટકાવી રાખવાની શક્યતા એટલી જ વધુ હોય છે. આક્રમકતાના આધારે જ પશુ પોતાના ક્ષેત્રની રક્ષા કરે છે અને પોતાના માટે તેમજ અન્યના માટે ખોરાક તથા પાણીની વ્યવસ્થા કરે છે. આક્રમક પશુ મજબૂત થઈને પોતાનું અસ્તિત્વ ટકાવી શકે છે જ્યારે કમજોર પશુને પોતાના અસ્તિત્વનો ત્યાગ કરવો પડે છે.

→ આક્રમકતાના બે જુદા જુદા પ્રકારો પડે છે:



(1). આવેગજનક આક્રમકતા :

આવેગજનક આક્રમકતા મજબૂત લાગણીઓ દ્વારા વર્ગીકૃત કરવામાં આવે છે, સામાન્ય રીતે ક્રોધ એ આક્રમકતાનું આયોજિત સ્વરૂપ નથી અને ઘણીવાર ક્ષણની ગરમીમાં થાય છે. ઉ.દા., જ્યારે બીજા કાર તમને ટ્રાફિકમાં ઓવર ટેક કરે છે ત્યારે તમે તે કાળના ડ્રાઇવરને કિકિયારી કરવી અને તેને ધક્કો મારવાનું શરૂ કરો છો, ત્યારે તમે આવેગજનક આક્રમણ અનુભવી રહ્યા છો. સંશોધન સૂચવે છે કે આવેગજનક આક્રમણ, ખાસ કરીને જ્યારે તે ગુસ્સાને કારણે થાય છે, મગજમાં તીવ્ર ધમકી પ્રતિભાવ પ્રણાલીને ઉત્તેજિત કરે છે, જેમાં એમિગડાલા, હાયપોથાલેમસ અને પેરિએક્યુડેક્ટલ ગ્રે (પીએજી) નો સમાવેશ થાય છે. આ શિકારી આક્રમકતા તરીકે પણ ઓળખાય છે, જેનો હેતુ મોટો લક્ષ્ય પ્રાપ્ત કરવાનો છે. લૂંટ અથવા બીજા વ્યક્તિને દુખ પહોંચાડવું એ આ પ્રકારના આક્રમકતાનું ઉદાહરણ છે. આક્રમણ કરનારનું લક્ષ્ય પૈસા અથવા વાહન મેળવવાનું છે, અને બીજા વ્યક્તિને નુકસાન પહોંચાડવું તે લક્ષ્ય પ્રાપ્ત કરવા માટેનું સાધન છે.

(2) પ્રેરણાત્મક આક્રમણ :

પ્રેરણાત્મક આક્રમકતામાં વ્યક્તિનું વર્તન અમુક નિયત કરેલા ધ્યેયને હાસિલ કરવા માટેનું હોય છે. જેમાં કઈક સારો ભાવ રહેલો હોય છે. અમુક સમયે આક્રમક વર્તન જરૂરી પણ બની જતું હોય છે.

આલ્બર્ટ બાન્ડુરાના મતે આક્રમકતાને બાહ્ય તથા આંતરિક પ્રબલણો દ્વારા વ્યક્તિ કે પ્રાણી શીખે છે. જો આક્રમક વર્તન માટે વ્યક્તિને બાહ્ય પ્રબલન મળે છે તો તે એવું વર્તન ભવિષ્યમાં કરે તેવી સંભાવના વધી જાય છે.

પ્રેરણાત્મક આક્રમકતા એટલે કે વ્યક્તિના આક્રમક વ્યવહારથી ઉત્પન્ન થતા પરિણામો સાથે છે. જેમ કે કોઈ વ્યક્તિ તે સમયે ગર્વ મહેસુસ કરતી હોય. જ્યારે રમતના મેદાનમાં સામે વારી ટીમ પર આક્રમણ કરીને તેને હરાવી દે છે ત્યારે વ્યક્તિ ગર્વની લાગણી અનુભવે છે.

#### ➤ પૂર્વે કરેલા અભ્યાસો :

Lobo,s. Sury S.V.(2014)ના સંશોધનમાં પરિણામ જોવા મળે છે કે કોટુમ્બીક સમસ્યાઓ, કોલેજ, વ્યક્તિગત કે સામાજિક સમસ્યાઓ ધરાવતા તરુણોમાં આક્રમકતાનું પ્રમાણ ઉચ્ચ જોવા મળે છે આ બધા વચ્ચે સહસંબંધ જોવા મળે છે.

Mrs.Priya.M, Sneka.p.(2015). ના સંશોધનમાં પરિણામ જોવા મળે છે કે છોકરાઓ કરતા છોકરીઓમાં આક્રમકતાનું પ્રમાણ વધુ જોવા મળે છે અને માતાપિતા સાથે રહેતા બાળકો કરતા માતાપિતા વગરના બાળકોમાં આક્રમકતાનું પ્રમાણ વધુ જોવા મળે છે.

Sharma, A (૨૦૧૩)ના સંશોધનમાં અંતે પરિણામ તરીકે જાણવા મળ્યું કે જે ઘર અને શાળાના વાતાવરણમાં આક્રમકતાની ગેર હાજરી હતી તે ઘરના બાળકોમાં સ્વ ખ્યાલ ઉંચો જોવા મળ્યો હતો.

Simmons,c., rowan,z., knoles,a.,steinberg,l.,frick., cauffman,e. (2019) ના સંશોધનમાં અંતે પરિણામ તરીકે જાણવા મળ્યું કે ઝડપી જીવન વ્યૂહરચનાવાળા યુથમાં વધુ હિંસક અને શારીરિક આક્રમકતા અન્ય જુથ કરતા વધુ જોવા મળી હતી.

Vazsonyi,A.& Javakshishvili, M.(2019)ના સંશોધનમાં અંતે પરિણામ તરીકે જાણવા મળ્યું કે જીવનના પ્રથમ બે વર્ષ દરમિયાન શિશુનો ઉછેર હકારાત્મક વાતાવરણમાં થયો હતો તેમનામાં સ્વ ખ્યાલ ઉચ્ચો જોવા મળે છે અને આક્રમકતા અને સ્વ ખ્યાલ વચ્ચે નકારાત્મક સહસંબંધ જોવા મળ્યો હતો.

#### ➔ સંશોધનના હેતુઓ (Aims Of Research) :

સંશોધન કરતી વખતે તેનો હેતુ ધ્યાનમાં રાખવો ખુબ જરૂરી છે.

- (1) પબજી ગેમના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતાનો મનોવૈજ્ઞાનિક અભ્યાસ કરવો.
- (2) ઉંમરના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતાનો મનોવૈજ્ઞાનિક અભ્યાસ કરવો.
- (3) પબજી ગેમ અને ઉંમરના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતાનો મનોવૈજ્ઞાનિક અભ્યાસ કરવો.

#### ➔ સંશોધનની ઉત્કલ્પનાઓ (Research Hypothesis):

- (1) પબજી ગેમના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતામાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહિ મળે.

- (2) ઉંમરનાસંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતામાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહિ મળે.  
(3) પબજી ગેમ અને ઉંમરના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતામાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહિ મળે.

→ સંશોધન યોજના (Research Design) :

પ્રસ્તુત સંશોધનમાં 2 X 2 ફેક્ટોરીયલ યોજનાનો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો છે.

		(A). પબજી ગેમ		Total
		(A1). પબજી ગેમ રમતા	(A2). પબજી ગેમ ના રમતા	
(B). ઉંમર	(B1). 15 થી 17 વર્ષના તરુણો	A1B1(30)	A2B1 (30)	60
	(B2). 18 થી 20 વર્ષના તરુણો	A1B2 (30)	A2B2 (30)	60
Total		60	60	120

(A) પબજી ગેમ :

(A1) પબજી ગેમ રમતા

(A2) પબજી ગેમ ના રમતા

(B) ઉંમર :

(B1) 15 થી 17 વર્ષના તરુણો

(B2) 18 થી 20 વર્ષના તરુણો

→ સંશોધનના પરીવર્ત્યો :

☛ પ્રસ્તુત સંશોધનમાં પરીવર્ત્યો નીચે મુજબ છે.

ક્રમ	પરીવર્ત્યોના નામ	પરીવાર્ત્યોના પ્રકાર	પરીવર્ત્યોની કક્ષા	પરીવર્ત્યોનું સ્તર
------	------------------	----------------------	--------------------	--------------------

1	સ્વતંત્ર પરીવર્ત્યો	પબજી ગેમ	2	(1). પબજી ગેમ રમતા (2). પબજી ગેમ ના રમતા
2.	સ્વતંત્ર પરીવર્ત્યો	ઉંમર	2	(1). 15 થી 17 વર્ષના તરુણો (2). 18 થી 20 વર્ષના તરુણો
3.	આધારિત પરીવર્ત્યો	આક્રમકતા		

⇒ નિયંત્રિત પરિવર્ત્ય :

પ્રસ્તુત અભ્યાસમા પસંદગીની પ્રક્રિયા (type-s) દ્વારા સ્વતંત્ર પરીવર્ત્યોને પસંદ કરવામાં આવ્યા હતા. પબજી ગેમ અને ઉંમર type – s પ્રકારના પરીવર્ત્ય છે. પબજી ગેમ રમતા અને ન રમતા તરુણો પર જ આ અભ્યાસ કરવામાં આવ્યો હતો એ સિવાયના તરુણોનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો નોહતો અને નિશ્ચિત ઉંમરના તરુણોનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો હતો તેમજ માત્ર તરુણો પર જ અભ્યાસ કરવામાં આવ્યો હતો તરુણીઓનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો નોહતો.

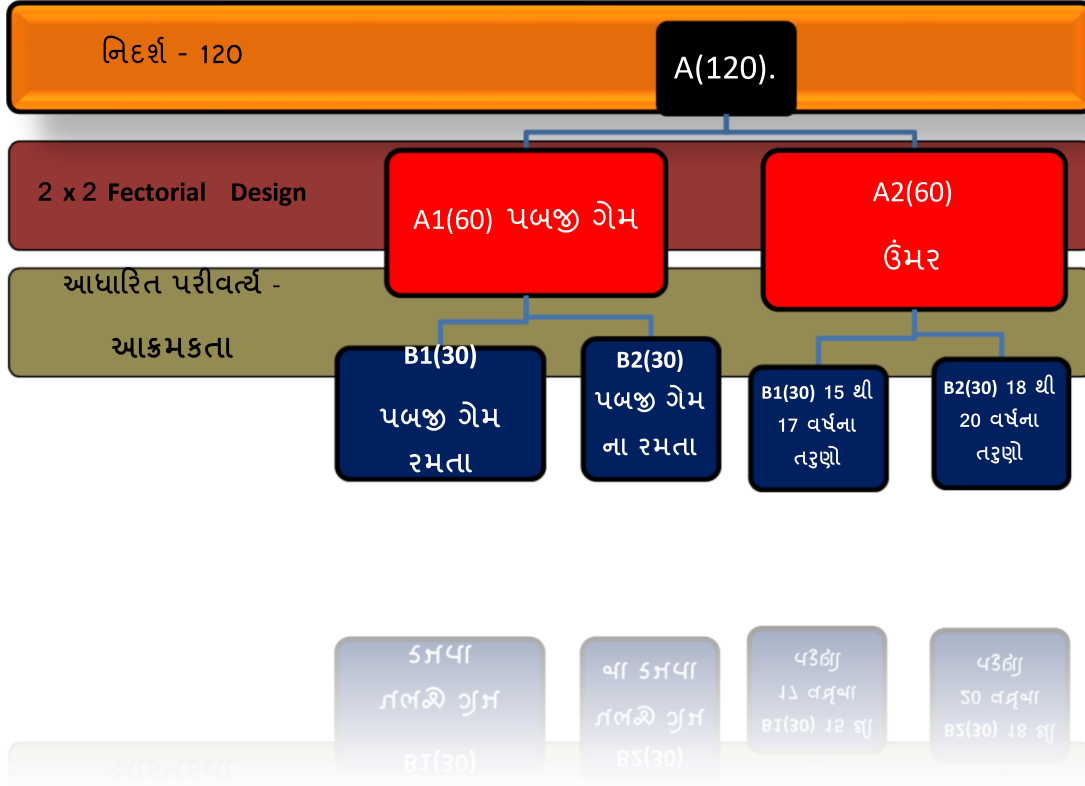
➤ સમષ્ટિ (Population):

પ્રસ્તુત સંશોધનમાં સમષ્ટિ તરીકે ગાંધીનગર જિલ્લામાં રહેતા પબજી ગેમ રમતા અને પબજી ગેમ ના રમતા તરુણોનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે.

➤ નિદર્શ (Sampal):

પ્રસ્તુત સંશોધનમાં સમષ્ટિમાંથી સાદા યદ્યચ્ચ નિદર્શનની લોટરી પધ્ધતિ દ્વારા 120 તરુણોનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો હતો.





→ સંશોધનના સાધનો (Research Tools):

સંશોધનમાં ઉપયોગ કરવામાં આવેલ સાધનોનું વર્ણન નીચે મુજબ છે.

(1). વ્યક્તિગત માહિતીપત્રક (Prasonal Datasheet) :

પ્રસ્તુત સંશોધનમાં ઉતરદાતાની જરૂરી પ્રાથમિક માહિતી એકત્રિત કરવા માટે સશોધક દ્વારા વ્યક્તિગત માહિતીપત્રકની રચના કરવામાં આવી છે. આ માહિતીપત્રકમાં તરુણનું નામ, ઉંમર, અભ્યાસ, રેહઠાણ, કુટુંબનો પ્રકાર, કુટુંબના કુલ સભ્યોની સંખ્યા, કુટુંબની માસિક આવક, પિતાનો અભ્યાસ, માતા કે પિતા નોકરી કરે છે ?, નોકરીનો પ્રકાર વગેરે બાબતોનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે.

(2). આક્રમકતા સંશોધનીકા (Aggreption Scale) :

પ્રસ્તુત આક્રમકતા સંશોધનીકા (Aggreption Scale)ની રચના ડૉ. ગુરુ પ્યારી માથુર અને ડૉ. રાજ કુમારી ભટનાગર દ્વારા કરવામાં આવેલી છે. આ કસોટીમાં કુલ 55 વિધાનોનો સમાવેશ થાય છે. જેમાં 5 વિકલ્પો આપવામાં આવેલા છે. જેમાં પૂર્ણ સહમત, સહમત, અનિચ્છીત, અસહમત, પૂર્ણ અસહમત છે.

→ કસોટીની વિશ્વસનીયતા (Reliability) :

પ્રસ્તુત કસોટીની વિશ્વસનીયતા કસોટી પુનઃ કસોટીની પદ્ધતિ દ્વારા શોધવામાં આવી છે જે 0.88 પુરુષોમાં જોવા મળે છે અને સ્ત્રીઓમાં .81 જોવા મળે છે.

→ કસોટીની યથાર્થતા (Validity) :

પ્રસ્તુત “આક્રમકતા કસોટી (Aggregation Scale)”ની યથાર્થતા ઉચ્ચ જોવા મળે છે જે 0.80 પુરુષોમાં જોવા મળે છે અને સ્ત્રીઓમાં .78 જોવા મળે છે.

→ આંકડાશાસ્ત્રીય પ્રયુક્તિ :

પ્રસ્તુત સંશોધનમાં આંકડાશાસ્ત્રીય પૃથક્કરણ માટે “F-Test”નો ઉપયોગ કરવામાં આવ્યો હતો.

→ પ્રસ્તુત સંશોધનનો હેતુ પબજી ગેમ અને ઉંમરના સંદર્ભમાં આક્રમકતાનો મનોવૈજ્ઞાનિક અભ્યાસ કરવાનો છે.

**Table: 1.1**

પબજી ગેમ અને ઉંમરના સંદર્ભમાં તરુણોની

આક્રમકતાનો મનોવૈજ્ઞાનિક અભ્યાસ દર્શાવતું ANOVA કોષ્ટક:

Variables		Sum of Square	Df	Mean sum of Square	F	Sig. Level
પબજી ગેમ	(A)	12000	1	12000	14.09	0.01
ઉંમર (B)		986.14	1	986.14	1.16	NS
પબજી ગેમ અને ઉંમર	(A x B)	12080302	1	12080302	141.80	0.01
SS <sub>w</sub>		98819.34	116	851.9		
SS <sub>T</sub>			119			

Sig. level : 0.05 = 3.92

0.01 = 6.84

કોષ્ટક નં 1.1 જોતા જણાય છે કે પબજી ગેમ અને ઉંમરના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતા દર્શાવતો ANOVA કોષ્ટકમાં પબજી ગેમના સંદર્ભમાં તરુણોનું F મુલ્ય 14.09 જોવા મળે છે જે F ની કોષ્ટક કિંમત કરતા વધારે છે. આથી પબજી ગેમના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતામાં સાર્થક તફાવત જોવા મળે છે. જેથી પૂર્વ રચેલી ઉત્કલ્પના (H<sub>01</sub>) નો અસ્વીકાર થાય છે. તેમજ ઉંમરના સંદર્ભમાં તરુણોનું F મુલ્ય 1.16 જોવા મળે છે જે F ની કોષ્ટક કિંમત કરતા ઓછું છે, આથી ઉંમરના સંદર્ભમાં તફાવત જોવા મળતો નથી. આમ પૂર્વે રચેલી ઉત્કલ્પના (H<sub>02</sub>) નો સ્વીકાર થાય છે. તેમજ પબજી ગેમ અને ઉંમરના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતાનું F મુલ્ય 141.80 જોવા મળ્યું છે, જે F ની કોષ્ટક કિંમત કરતા વધુ છે. આથી પબજી ગેમ અને ઉંમરના સંદર્ભમાં તરુણોની

આક્રમકતામાં સાર્થક તફાવત જોવા મળે છે. તેથી અગાઉ રચેલી ઉત્કલ્પના ( $H_0$ ) નો અસ્વીકાર થાય છે. ઉપરોક્ત પરિણામો જોતા કહી શકાય કે પબ્જી ગેમ અને ઉંમરની સયુક્ત અસર તરુણો પર થતી જોવા મળે છે.

→ મુખ્ય અસર :

પ્રસ્તુત સંશોધનમાં (SSA) તરીકે પબ્જી ગેમ અને ઉંમરનો (SSB) તરીકે સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે .

$H_{01}$ : પબ્જી ગેમના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતામાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહિ મળે

**Table No. 1.2**

પબ્જી ગેમના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતા દર્શાવતા

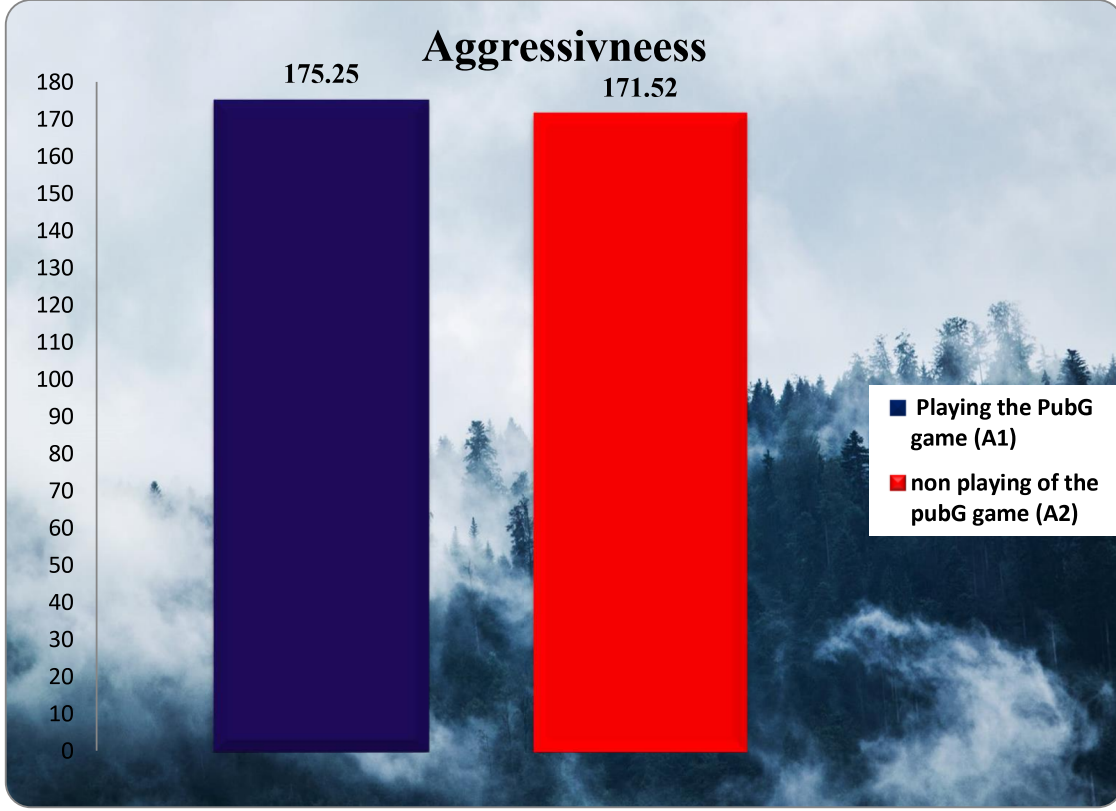
મધ્યકો અને F મૂલ્ય દર્શાવતું કોષ્ટક

Variables	N	M	F	Sig.
પબ્જી ગેમ રમતા (A1)	60	175.25	14.09	0.01
પબ્જી ગેમ ના રમતા (A2)	60	171.52		
Sig.level: 0.05=3.92 0.01 =6.84				

આલેખ : 1.1

પબ્જી ગેમના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતા દર્શાવતા

મધ્યકો દર્શાવતો સ્તંભાલેખ :



અહી કોષ્ટક નં. 1.2 અને આલેખ નં. 1.1 જોતા જણાય છે કે પબજી ગેમના સંદર્ભમાં ગણેલા F ની કિંમત 14.09 જોવા મળે છે. ગણેલા F ની કિંમત કોષ્ટક F ની કિંમત કરતા વધુ છે. આથી પૂર્વે રચેલી ઉત્કલ્પના ( $H_{01}$ : પબજી ગેમના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતામાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહિ મળે)નો અસ્વીકાર થાય છે. આલેખમાં (A1) એ પબજી ગેમ રમતના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતાનો મધ્યક દર્શાવે છે. જે 175.25 જોવા મળે છે. જ્યારે (A2) એ પબજી ગેમ ના રમતના તરુણોની આક્રમકતાનો મધ્યક દર્શાવે છે. જે 171.52 જોવા મળે છે. જેથી બંને મધ્યકો વચ્ચે 3.73 જેટલો તફાવત જોવા મળે છે. આમ (A2) ના મધ્યકના સ્તંભ કરતા (A1) મધ્યકનો સ્તંભ ઉંચો જોવા મળે છે, જે દર્શાવે છે કે (A2) પબજી નાં રમતા કરતા (A1) પબજી રમતા માં આક્રમકતાનું પ્રમાણ ઊંચું જોવા મળે છે.

$H_{02}$  : ઉંમરના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતામાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહિ મળે.

**Table :1.3**

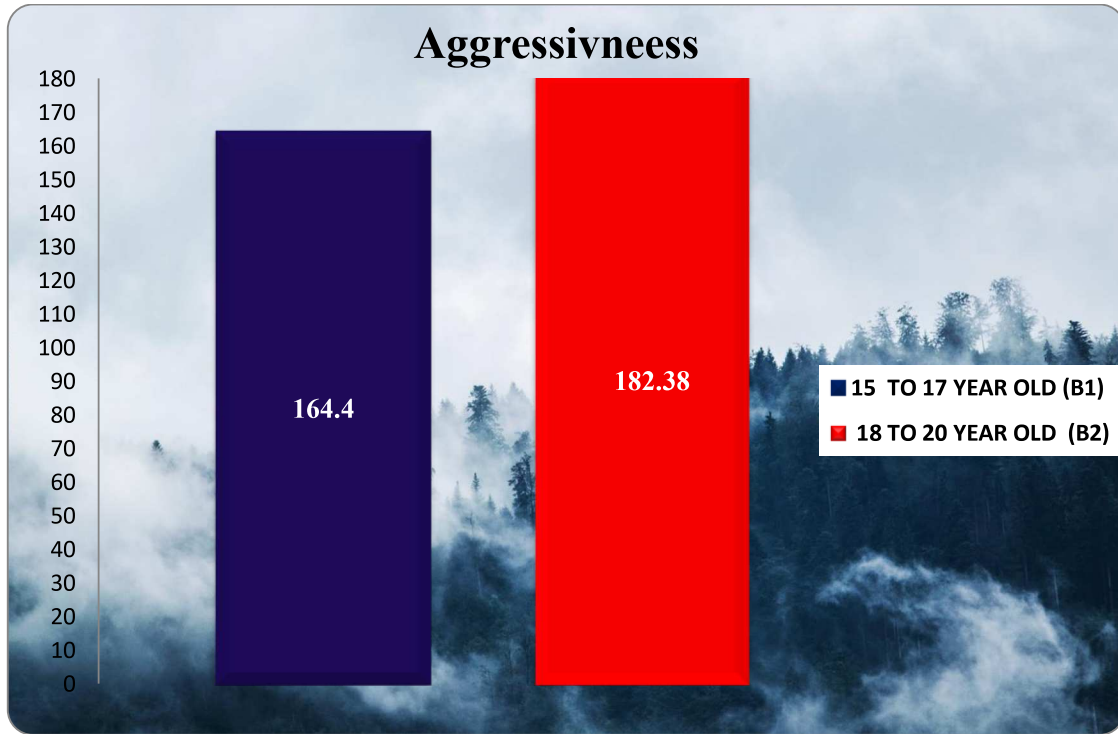
ઉંમરના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતા દર્શાવતા

મધ્યકો અને F મૂલ્ય દર્શાવતું કોષ્ટક:

Variables	N	M	F	Sig.
15 થી 17 વર્ષના તરુણો (B1)	60	164.4	1.16	NS
18 થી 20 વર્ષના તરુણો (B2)	60	182.38		
Sig. level : 3.92 = 0.05 6.84 = 0.01				

આલેખ1.2 :

15 થી 17 વર્ષના તરુણો અને 18 થી 20 વર્ષના તરુણોની આક્રમકતાના મધ્યકો દર્શાવતો સ્તંભાલેખ :



અહી કોષ્ટક નં. 1.3 અને આલેખ નં. 1.2 જોતા જણાય છે કે ઉંમરના સંદર્ભમાં ગણેલા F ની કિમત 1.16 કોષ્ટકના F કરતા ઓછી છે. આથી પૂર્વે રચેલી ઉત્કલ્પના (H<sub>0</sub> : ઉંમરના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતામાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહિ મળે)નો સ્વીકાર કરવામાં આવ્યો છે. અહી (B1) એટલે કે 15 થી 17 વર્ષના તરુણોની આક્રમકતાનો મધ્યક જોવા 164.4 મળે છે. જ્યારે (B2) એટલે કે 18 થી 20 વર્ષના તરુણોની આક્રમકતાનો મધ્યક 182.38 જોવા મળે છે. બંને મધ્યકો વચ્ચેનો તફાવત -17.98 જોવા મળે છે. (B1) 15 થી 17 વર્ષના તરુણોના મધ્યકના સ્તંભ કરતા (B2) 18 થી 20 વર્ષના તરુણોનો મધ્યકનો સ્તંભ ઉંચો જોવા મળે છે.

► આંતરિક અસર :

H<sub>0</sub> : પબજી ગેમ અને ઉંમરના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતામાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહિ મળે

Table :1.4

પબજી ગેમ અને ઉંમરના સંદર્ભમાં તરુણોની

આક્રમકતાના મધ્યકો અને F મુલ્ય દર્શાવતું કોષ્ટક:

આલેખ નં .1.3 :

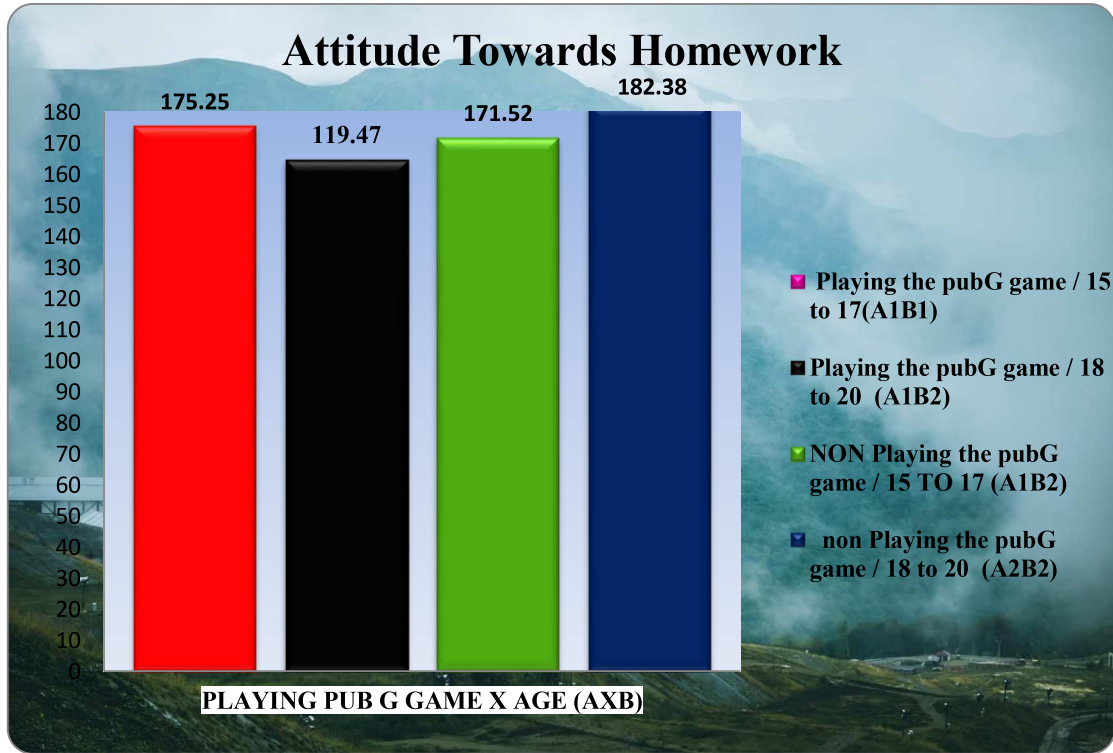
Variables	M		F	Sig.
	A1 (30)	A2 (30)		
B1 (30)	175.25	171.52	141.80	0.01
B2 (30)	164.4	182.38		

Sig. level : 0.05 = 3.92

6.84 = 0.01

પબજી ગેમ અને ઉંમરના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતાના

મધ્યકો દર્શાવતો સ્તંભાલેખ :



અહી કોષ્ટક નં. 1.4. અને આલેખ નં. 1.3 જોતા જણાય છે કે પબજી ગેમ અને ઉંમરના સંદર્ભમાં F ની કિમત 141.80 જોવા મળે છે. જે કોષ્ટકના F ની કીમત કરતા વધુ છે. તેથી કહી શકાય કે બંને વચ્ચે સાર્થક

તફાવત જોવા મળે છે અને પૂર્વ રચેલી ઉત્કલ્પના (HO<sub>3</sub>)નો અસ્વીકાર કરવામાં આવે છે. અહીં (A1B1) એટલે કે પબજી ગેમ રમતા અને 15 થી 17 વર્ષના તરુણોની આક્રમકતાનો મધ્યક નીચો જોવા મળે છે. જ્યારે (A1B2) એટલે કે પબજી ગેમ રમતા અને 18 થી 20 વર્ષની ઉંમર ધરાવતા તરુણોની આક્રમકતાનો મધ્યક ઉચ્ચો જોવા મળે છે અને અહીં (A2B1) એટલે કે પબજી ગેમ ના રમતા અને 15 થી 17 વર્ષના તરુણોની આક્રમકતાનો મધ્યક જોવા મળે છે જ્યારે (A2B2) એટલે કે પબજી ગેમ નાં રમતા અને 18 થી 20 વર્ષના તરુણોની આક્રમકતાનો મધ્યક ઉચ્ચો જોવા મળે છે. ઉપયુક્ત આલેખ જોતા કહી શકાય કે પબજી ગેમ રમતા અને 15 થી 17 વર્ષના તરુણો મધ્યકના સ્તંભ કરતા પબજી ગેમ નાં રમતા અને 18 થી 20 વર્ષના તરુણોનો મધ્યકનો સ્તંભ ઉંચો જોવા મળ્યો છે.

→ નિષ્કર્ષો :

- (1) પ્રસ્તુત સંશોધનમાં પબજી ગેમ રમતા અને પબજી ગેમ ના રમતના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતામાં સાર્થક તફાવત જોવા મળે છે. આથી પૂર્વ રચેલી ઉત્કલ્પનાનો (HO<sub>1</sub>: પબજી ગેમના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતામાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહિ મળે) અસ્વીકાર થાય છે. (A2) કરતા (A1)ના તરુણોનો મધ્યક ઉંચો જોવા મળે છે.
- (2) પ્રસ્તુત સંશોધનમાં 15 થી 17 અને 18 થી 20 વર્ષના તરુણોની આક્રમકતામાં તફાવત જોવા મળતો નથી. આથી પૂર્વ રચેલી ઉત્કલ્પનાનો (HO<sub>2</sub> : ઉંમરનાસંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતામાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહિ મળે) સ્વીકાર થાય છે. (B1) કરતા (B2)નો આક્રમકતાનો મધ્યક ઉંચો જોવા મળે છે.
- (3) પ્રસ્તુત સંશોધનમાં પબજી ગેમ અને ઉંમરના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતામાં સાર્થક તફાવત જોવા મળે છે. આથી પૂર્વ રચેલી ઉત્કલ્પનાનો (HO<sub>3</sub>: પબજી ગેમ અને ઉંમરના સંદર્ભમાં તરુણોની આક્રમકતામાં કોઈ સાર્થક તફાવત જોવા નહિ મળે) અસ્વીકાર થાય છે. (A1B1)ના મધ્યકનો સ્તંભ સૌથી નીચો જોવા મળે છે. તેથી પ્રસ્તુત પરિણામ પ્રમાણે એમ કહી શકાય કે તેમનામાં આક્રમકતાનું પ્રમાણ ઓછું જોવા મળ્યું છે. જ્યારે (A2B2)ના મધ્યકનો સ્તંભ સૌથી ઉંચો જોવા મળ્યો છે. તેથી એમ કહી શકાય કે (A2B2)માં આક્રમકતાનું પ્રમાણ વધુ જોવા મળે છે.

→ સંદર્ભસૂચી (Reference) :

Lobo,s. Sury S.V.(2014). Aggression and Problem Areas among Female Adolescents,  
International Journal Of Public Mental Health And Neurosciences ISSN: 2394-4668  
Mrs.Priya.M, Sneka.p.(2015). Aggression Behaviour among Adolescents andYoung Adults,  
GJRA - GLOBAL JOURNAL FOR RESEARCH ANALYSIS, Volume : 3 | Issue : 11 | November 2014  
• ISSN No 22

Sharma,a (૨૦૧૩) “Home And School Environment As Determinats Of  
Aggression And Self Concept Of Advantaged AndDisadvantaged School Children”

મહેતા,એમ.પી.(2014) આવેગ મનોવિજ્ઞાન, રાવત પ્રકાશન,4264/3, અન્સારી

રોડ,દરિયાગંજ,ન્યુ દેહી- 110 002.

Conner, D. F., & Barkley, R. A. (2004). *Aggression and antisocial behavior in children and*

*adolescents: Research and treatment.* New York: The Guilford Press.

Suris, A., Lind, L., Emmett, G., Borman, P. D., Kashner, M., & Barratt, E.S. (2004). Measures of aggressive behavior: Overview of clinical and research instruments. *Aggression and Violent Behaviour, 9*, 165-227

Javakshishvili, M. (2019). The role of infant socialization and self control in understanding reactive overt and relational aggression : A 15 – year study, <https://doi.org/10.1016/j.avb.2019.07.011>, Volume 49

Simmons, C., Rowan, Z., Knol, A., Steinberg, L., Frick, E., & Cauffman, E. (2019) A life history approach to understanding juvenile offending and aggression <https://doi.org/10.1016/j.avb.2019.07.011>, Volume 49



## સાહિત્ય અને સિનેમા

પ્રા .ડો .સતીષકુમાર સવજીભાઈ પટેલ ,મદદનીશ પ્રાધ્યાપક ,ગુજરાતી વિભાગ ,શ્રીમતી એમ .સી .દેસાઈ આર્ટ્સ  
એન્ડ કોમર્સ કોલેજ ,પ્રાંતિજ ,જિ .સાબરકાંઠા.

### ભૂમિકા:

સાહિત્ય અને સિનેમા વચ્ચેનો સંબંધ જુનો છે. ભારતમાં નિર્માણ થયેલી ફિલ્મોના ઇતિહાસ પર નજર નાખતાં જણાશે કે ફિલ્મો નવલકથા,નાટક,ટુંકીવાર્તા,આત્મકથા,કવિતા કે કોઈ અન્ય સાહિત્યસ્વરૂપના રૂપાંતરે બની છે. સાહિત્ય અને સિનેમા બંને કળા જુદી છે.બંને વચ્ચે કથાવસ્તુ ,પાત્રચિત્રણ ,રસ , સંઘર્ષ જેવાં પાસાંઓમાં થોડોક અંશે સામ્યતા હોય છે.તો બંને તેના માધ્યમ ,ટેકનિક, ભાવન વ્યાપારની બાબતમાં વૈષમ્ય પણ ધરાવે છે,સાહિત્યની સૃષ્ટિ સર્જનકેન્દ્રિ છે.જ્યારે સિનેમાસૃષ્ટિમાં ફિલ્મનિર્માતાથી માંડીને દિગ્દર્શક,કેમેરામેન,કોરિયોગ્રાફર,સંગીતકાર ,ગાયક...જેવા અનેકનું કતૃત્વ હોય છે.

સાહિત્ય અને સિનેમા બંનેનું લક્ષ્ય તેના ભાવકને મનોરંજન આપવાનું કે મનના ભાવોનું સમાધાન સાધવાનું છે.પરંતુ ફિલ્મ એ એક જ સમયમાં અનેક ભાવકો માટે માણવાની કળા છે.સાહિત્યકૃતિનું માધ્યમ કથન છે.સાહિત્યનો સર્જક પોતાની અનુભૂતિને કોઈ ને કોઈ યુક્તિ –પ્રયુક્તિરૂપે કથનમાં ઢાળીને પોતાનો દૃષ્ટિકોણ અભિવ્યક્ત કરે છે.સિનેમા કે ફિલ્મકલાનું માધ્યમ આકાર ( દૃશ્ય ) છે.ફિલ્મકળામાં કથનને દૃશ્યમાં પરિવર્તિત કરે છે અને આકાર વડે કથન નિયંત્રિત પણ થાય છે.

### સાહિત્ય અને સિનેમા : આંતરસંબંધ અને ઇતિહાસ :

સાહિત્ય જગતની પ્રાચીનતમ કલા છે.વિશ્વમાં પ્રથમ નવલકથા, પ્રથમ નાટક, પ્રથમ મહાકાવ્ય , પ્રથમ નિબંધ ક્યાં અને કોણે લખ્યું હશે તે આપણે ચોક્કસ કે તારીખ સાથે કહી શકતા નથી.ફિલ્મએ આધુનિક જગતની આધુનિક કળા છે.તેના જન્મની તારીખ નિશ્ચિત કરી શકાય છે.સિનેમા જગતમાં પ્રારંભથી આજ સુધી સાહિત્યકૃતિનો વિનિયોગ થતો આવ્યો છે. સાહિત્યકૃતિ પોતે જ અનુભવનું કળારૂપાંતર છે.એ અનુભવ વળી પાછો સિનેમામાં પુનઃરૂપાંતરિત થતાં કંઈ કેટલાય પરિવર્તનોમાંથી પસાર થાય છે.નવલકથાના ફિલ્મમાં રૂપાંતરણ વિશે ચર્ચા કરતા શ્રી અમૃત ગંગર જણાવે છે: “ નવલકથાના ફિલ્મમાં રૂપાંતરણ અંગે સામાન્ય રીતે બે પ્રકારની વિચારધારાઓ પ્રવર્તે છે.કેટલાંય એવું માને છે કે ફિલ્મકૃતિ મુળ સાહિત્યકૃતિને વફાદાર રહેવી જોઈએ અને જો એમ ન થાય તો અસંતોષની લાગણી સર્જાય છે.લગભગ બધી આર્ટ કે કમર્શિયલ ફિલ્મો આવી ફિલ્મો ‘વફાદારી’ ને સ્વીકારતી હોય છે.પરંતુ ફિલ્મિક રૂપાંતરની પ્રક્રિયામાં એમ થવું શક્ય છે! બંને માધ્યમોનો આંતરિક સ્વભાવ દ્વિરૂપકરણ કે પ્રતિલિપિકરણ અશક્ય બનાવે છે.” તો બંને માધ્યમો વચ્ચે રહેલા તફાવત વિશે ચર્ચા કરતા પ્રીતિ શાહ નોંધે છે: “ચલચિત્ર અને સાહિત્યનો સંબંધ ઘણો વિવાદાસ્પદ રહ્યો છે.ચિત્રપટ જ્યારથી બોલપટ બન્યું અને એમાં વાર્તાકથનની કલા પ્રવેશી ત્યારથી ફિલ્મ સાથે સાહિત્યનું સાયુજ્ય સાધવાના પ્રયાસો થતા રહ્યાં છે.ક્યારેક આવું સાયુજ્ય મિથ્યા કે ભ્રામક હોય છે.આ છતાં કથનાત્મક ચલચિત્ર અને લિપિત કથનપ્રધાન સાહિત્ય વચ્ચે

એક પ્રકારનો ઘરોબો જોવા મળે છે. ક્યારેક આ બંને વચ્ચે કશોય સંબંધ નથી એમ કહેવાયું છે. બંને જુદાં માધ્યમો છે. બંનેનો ધ્યેયો જુદાં છે. બંનેની રજૂઆત અને અભિવ્યક્તિ પણ જુદી છે. ફિલ્મ કોઇપણ કળામાંથી ઢાળીને રજૂ કરે છે. આથી કોઇ પ્રસિધ્ધ નવલિકા કે નવલકથા જ્યારે કચકડાની પટ્ટીમાં મઢાઇને પ્રગટ થાય ત્યારે તેના આલેખનનું ગણિત સાવ જુદું હોય છે. પોતાની કૃતિનું ફિલ્મમાં રૂપાંતર થાય છે, ત્યારે તેના પરત્વે ક્યારેક સર્જક પોતે અસંતોષ અનુભવતો હોય છે. ગુજરાતના લબ્ધપ્રતિષ્ઠિત સર્જક મનુભાઇ પંચોળીના ‘ઝેર તો પીધાં છે જાણી જાણી’ના પ્રથમ બે ભાગ પરથી અભિનેતા ઉપેન્દ્ર ત્રિવેદીએ તૈયાર કરેલા ચલચિત્ર ‘ઝેર તો પીધાં છે જાણી જાણી’ વિશે નવલકથા સર્જક ‘દર્શક’ ને સહેજેય સંતોષ થયો નહોતો. આ એક વિચારધારા છે, તો બીજી વિચારધારા એવી મળે છે કે ચલચિત્રો અને સાહિત્ય વચ્ચે સામ્ય છે. ભલે એમાં થોડો તફાવત હોય પણ બંને એકબીજાથી તદન ભિન્ન નથી.”

સાહિત્યની જેમ જ ફિલ્મમાં પણ આદર્શો, લાગણીઓ, કુંઠાઓ વ્યક્ત થતી હોય છે એટલે આપણે કોઇ સાહિત્યકૃતિ વાંચીએ તો તે આપણને આનંદ આપી શકે. સાહિત્યની જેમ ફિલ્મ પણ આપણાં પર પ્રભાવ પાડે છે. આ સંદર્ભે પ્રીતિ શાહ જણાવે છે: “સિનેમા એ માત્ર યાંત્રિક પુનર્વિધાન નથી. ચલચિત્ર એ કલાની માફક સ્થળ અને સમયની મર્યાદાથી મુક્ત છે. વળી ફિલ્મમાં સાહિત્ય, સંગીત, ચિત્રકળા, સ્થાપત્ય જેવી કલાઓનું સાયુજ્ય સધાયું છે. કોઇ કવિ અભિવ્યક્તિ સાધવા માટે જેમ લક્ષણા, વ્યંજના, અલંકાર, પ્રતીક, પ્રતિરૂપ વગેરેનો વિનિયોગ કરીને ભાવકના ચિત્તમાં પોતાની અનુભૂતિનું પ્રત્યાયન સાધે છે તે ફિલ્મસર્જક પણ જુદી જુદી ટેકનિકનો ઉપયોગ કરીને દર્શકના માનસપટ પર પ્રભાવ પાડે છે.” સાહિત્યકૃતિને લઇને ઘણી ફિલ્મો બને છે કેટલીક સફળ નીવડે છે તો કેટલીક નિષ્ફળતાને વરે છે.

સાહિત્ય અને સિનેમા એક બીજાના પૂરક છે. ભારતમાં બનેલી પ્રથમ ફિલ્મ આધુનિક હિન્દી સાહિત્યના જનક ભારતેન્દ્ર હરિશ્ચંદ્રના નાટક ‘હરિશ્ચંદ્ર’ થી પ્રેરિત હતી. ભારતમાં પૂર્ણ લંબાઇના ચલચિત્રનું નિર્માણ દાદાસાહેબ ફાળકેએ કર્યું હતું. આ મુંગી ફિલ્મ હતી જેનું નામ ‘રાજા હરિશ્ચંદ્ર’ હતું જે ઇ.સ. 1913માં બનેલી. ભારત દેશની રાષ્ટ્રીય ભાષા હિન્દી હોવાથી સૌથી વધુ ફિલ્મો હિન્દીમાં બને છે. ભારતમાં પ્રથમ બોલતી ફિલ્મ ‘આલમ આરા’ હતી જે ઇ.સ. 1931 માં બનેલી. હિન્દી સાહિત્યના ખ્યાતનામ સર્જક પ્રેમચંદની કૃતિઓ પરથી ‘મીલ મજદુર’, ‘નવજીવન’, અને ‘સેવાસદન’ જેવી ફિલ્મો બની હતી. આ સિવાય ભગવતીચરણ વર્મા, પાંડે બેચન શર્મા, ફણીશ્વરનાથ રેણુ, અમૃતલાલ નાગર અને ચતુરસેન શાસ્ત્રી જેવા ખ્યાતનામ સર્જકોની કૃતિઓ પરથી પણ ફિલ્મો બની.

હિન્દી સાહિત્યકાર કમલેશ્વરએ ફિલ્મને અનુરૂપ નવલકથાઓ લખી. કમલેશ્વરની કૃતિઓ પરથી ગુલઝારે ‘આંધી’ અને ‘મૌસમ’ ફિલ્મો બનાવી જે બંને ફિલ્મો સફળ રહી હતી. મનુ ભંડારીની વાર્તા ‘યહી સય’ પરથી ‘રજનીગંધા’ ફિલ્મ બની જે બહુ લોકપ્રિય બનેલી. મણી કૌલ નામના દિગ્દર્શકે મોહન રાકેશ, વિજયદાન દેથા, મુક્તિબોધ અને વિનોદકુમાર શુક્લની કૃતિઓ પરથી ફિલ્મો બનાવી હતી.

આ સિવાય ‘દેવદાસ’ નામની ફિલ્મ શરતચન્દ્ર ચટ્ટોપાધ્યાયની કૃતિ ‘દેવદાસ’ ઉપરથી બનેલી. અમૃતા

પ્રીતમ રચના 'પિંજર' ઉપરથી 'પિંજર'નામની ફિલ્મ બનેલી. મિર્જા હદી રુસવા લિખિત 'ઉમરવજાન' કૃતિ ઉપરથી 'ઉમરવજાન'નામની ફિલ્મ બની હતી.મૂળ ભારતીય એવા અંગ્રેજી ભાષાના સર્જક આર.કે.નારાયણની કૃતિ 'ધ ગાઇડ' પરથી 'ગાઇડ' નામની ફિલ્મ બનેલી.અત્યારના આધુનિક સમયમાં અંગ્રેજી કૃતિ પરથી હિન્દીમાં ફિલ્મો બને જ છે.આ થઇ હિન્દી ફિલ્મોની વાત કે એના ઇતિહાસની હવે ગુજરાતી કૃતિ પરથી ગુજરાતીમાં બનેલી ફિલ્મોની યાદી જોઇએ.

ભારત સરકાર ધ્વારા 'ફિલ્મ ફાયનાન્સ કોર્પોરેશન' ફિલ્મોના નિર્માણ માટે સહાય કરે છે.આ સંસ્થા સારી ફિલ્મો ન બનતી હોવાને કારણે પડી ભાગે એવી પરિસ્થિતિમાં આવી ગઇ હતી.ત્યારે સાહિત્યકૃતિ પરથી ત્રણ ફિલ્મોએ આ સંસ્થામાં નવો પ્રાણ ફુંક્યો.એ ફિલ્મો હતી . 'ભુવનશમિ' , 'સારા આકાશ', 'કંકુ'. ગુજરાતી ફિલ્મો વિશે વાત કરીએ તો અમૃત ગંગર કહે છે તેમ “ વર્ષો સુધી ગુજરાત રાજ્યમાં સરકારી ધોરણે ફિલ્મનો વિષય નાણાં , શિક્ષણ અને ગૃહખાતાં હેઠળ રહ્યો હતો, સંસ્કૃતિ સાથે તેને કોઇ લેવા નહોતી.પાછળથી તેને માહિતીખાતા હેઠળ મૂકવામાં આવ્યો હતો.આ થઇ આઝાદ ભારતની વાત.1981ની વસ્તી ગણતરી પ્રમાણે ગુજરાતમાં શિક્ષણનું પ્રમાણ 40 ટકા જેટલું હતું.જ્યારે રાષ્ટ્રીય પ્રમાણ 36 ટકા કરતાં થોડું વધારે હતું.ગુજરાતી બોલપટના પ્રથમ પચાસ (1932-1982) વર્ષમાં કુલ 74 ફિલ્મોમાંથી 27 (35 ટકા) સતીત્વનાં ગાણાં ગાતી પૌરાણિક વાર્તાવસ્તુવાળી હતી. સતી સોન,સતી આણલદે,સતી જસમા,ગંગાસતી વગેરે. તો બીજી સંત કે ડાકુકથાઓ હતી વીર ચાંપરાજવાળો,વીર એભલવાળો,વીર રામવાળો વગેરે.” સાહિત્યકૃતિઓ પરથી બનેલી કેટલીક ફિલ્મોના નામ જોઇએ.

ક્રમ	સાહિત્યકૃતિનું નામ	સર્જક	ફિલ્મનું નામ
1.	વડીલોના વાંકે	પ્રભુલાલ દ્વિવેદી	વડીલોના વાંકે
2.	ગાડાના બેલ	પ્રભુલાલ દ્વિવેદી	ગાડાના બેલ
3.	મળેલા જીવ	પન્નાલાલ પટેલ	મળેલા જીવ
4.	કંકુ	પન્નાલાલ પટેલ	કંકુ
5.	માનવીની ભવાઇ	પન્નાલાલ પટેલ	માનવીની ભવાઇ
6.	લીલુડી ધરતી	યુનીલાલ મડિયા	લીલુડી ધરતી
7.	માણસાઇના દીવા	ઝવેરચંદ મેઘાણી	માણસાઇના દીવા
8.	વેવિશાળ	ઝવેરચંદ મેઘાણી	વેવિશાળ
9.	કાશીનો દીકરો	વિનોદિની નીલકંઠ	કાશીનો દીકરો
10.	સારંગદેવ	ગુણવંતરાય આચાર્ય	મેહુલા લુહાર
11.	જનમટીપ	ઇશ્વર પેટલીકર	જનમટીપ

આમ,આ રીતે આની યાદી કરીએ તો બહુ મોટી થાય એમ છે.ગુજરાતી ફિલ્મો નબળી બનતી હોવાથી એનો પ્રતિસાદ દર્શકો તરફથી ઓછો મળે છે. ધ્રુવ ભટ્ટની 'તત્વમસિ' નવલકથા પરથી બનેલી ફિલ્મ 'રેવા'

ગુજરાતી ફિલ્મ હોવા છતાં 2 મહિના સુધી મલ્ટિપ્લેક્ષ થીયેટરમાં ચાલી.એ પછી તાજેતરમાં આવેલી ગુજરાતી ફિલ્મો ‘ચાલ જીવી લઇએ’ કે ‘હેલ્લારો’ જેવી ફિલ્મો મલ્ટિપ્લેક્ષ થીયેટરમાં સફળ રહી છે જે ગુજરાતી ફિલ્મોનું ઉજળું ભવિષ્ય સૂચવે છે.

**સંદર્ભગ્રંથ:**

1. ‘રૂપાંતર’ અમૃત ગંગર,આવૃત્તિ-2014,અરુણોદય પ્રકાશન,અમદાવાદ
2. ‘સાહિત્ય અને સિનેમા’જય વસાવડા, આવૃત્તિ-2015,નવભારત સાહિત્ય મંદિર પ્રકાશન,અમદાવાદ
3. ‘ભારતીય સિનેમાનાં સો વર્ષ’ હરસુખ થાનકી, આવૃત્તિ-2013,પાર્શ્વ પબ્લિકેશન, અમદાવાદ

## સિનેમા અને સમાજ

સુથાર અબ્બાસઅલી એચ.સુથાર. પી.એચડી.સ્કૉલર હે.ઉ.ગુ.યુ.પાટણ.

### ABSTRACT

માનવી સામાજિક પ્રાણી છે. માનવી સમાજના કેન્દ્રમાં રહેલો છે. માનવ આટિકાળથી કુટુંબ પરિવાર સાથે રહેવાનું પસંદ કરતો, જેમાંથી કોઈ એક સભ્યતા કે સંસ્કૃતિ પોતાની આગવી ઓળખ બનાવી માનવી બન્યો છે. જેથી સમાજમાં સંસ્કૃતિ જેવા નવા શબ્દનો ઉદ્ભવ થયો. જેનો અર્થ ‘સભ્યતા’ કે ‘જુનવાણી’ સાથે સંકળાયેલું છે. જેનાથી એક અલગ જ સમાજની ઓળખ ઊભી થાય છે. અહીં આપણે ફિલ્મ સંસ્કૃતિ વિષય તરફ વિચારવાની જરૂર છે.

સાહિત્ય બધીજ લલિત કલાઓમાં સાહિત્ય કલાને શ્રેષ્ઠ માનવામાં આવે છે. જેમાં માનવ જીવનના દરેક પાસાને આવરી લેવામાં આવતા હોય છે. સાહિત્યના કેન્દ્રમાં પણ માનવસમાજની સંસ્કૃતિ હોય છે. જે સંસ્કૃતિનું પ્રતિબિંબ સ્વરૂપે પ્રકાશ સાહિત્યમાં આપણને જોવા મળે છે. સાહિત્યના એક પ્રકાર તરીકે અત્યારે સિનેમા વિવેચકોના માટે રસપ્રદ વિષય બની ગયો છે, એટલે કે સાહિત્યના વિષય તરીકે સિનેમાએ માનવ અને સમાજને પોતાની સંસ્કૃતિની વચ્ચે બંનેને જોડતી કડીરૂપ સિનેમા છે એમ માની શકાય છે. આમ તો સિનેમાએ જનજીવનનું પ્રતિબિંબ છે. અલગ કરીને જોવું શક્ય નથી, એટલે કે એટલે સિનેમાની સાથે જ સંકળાયેલું છે. માનવજીવન એ જ સમાજમાં આવતા પાત્રો દ્વારા પ્રતીત થતું જીવન. આપણા કવિ ઉમાશંકર જોશી એક વખત કહ્યું હતું કે “ નાટક એ બધી કલાઓનું પિયર છે, આ વાતને હું બૃહદ રૂપમાં જોવાનું રાખું છું, અને તેનું વિસ્તરણ કરું સિનેમા તો નાટક પણ સમાઈ જાય છે એટલે સિનેમા પણ બધી જ કલાઓનું પિયર છે.” એટલે કે ચિત્રકલા, સંગીત નૃત્ય-નાટક, શિલ્પસ્થાપત્ય અને સાહિત્ય આ બધી કલાઓ નો સરવાળો કરીએ છીએ તો તેનો જવાબ સિનેમા મળે છે અને તેમાં વગર સિનેમા કદાચ સંભવ જ નથી.

સિનેમા એક ઘટનાત્મક કલા છે. એનું ફોર્મ જ નેરેટિવફોર્મ છે, આ નેરેટિવફોર્મ માંથી છૂટવા એ ઘણા પ્રયત્નો કરે છે. પણ આપણે માટે એ બધા પ્રયોગો વચ્ચે એટલે આજે તો અહીં એને કથનકેન્દ્રી સ્વીકારી ચાલવું રહ્યું. બધી જ કલાઓ કથનાત્મકતા હોય છે. ચિત્રકલા અને ફોટોગ્રાફી, નૃત્ય અને નાટક અને કે પછી સાહિત્ય અને મે આગળ જેમ કહ્યું તેમ સિનેમામાં બધી જ કલાઓનો સમાવેશ પણ થાય છે. લોકકલાનો પણ અહીં સમાવેશ થાય એ પણ કથનાત્મક છે, અને લોકકલાના બધા જ ઘટકો જેવા કે લોકચિત્રકલા, લોકસંગીત, લોકનાટ્ય જેવી કે ભવાઈ વગેરેનો પણ સંસ્કૃતિનું પ્રતિબિંબ રજૂ થાય છે.

આપણે ત્યાં સિનેમાની શરૂઆત થઈ ત્યારે સમાજમાં શિક્ષણ ઓછું હતું. તો એ પ્રશ્ન હતો કે લોકો કેવું સમજશે ? વળી, તે સમયમાં મનોરંજન માધ્યમો ઓછા અથવા કેટલાક સંજોગોમાં બિલકુલ ન હતા. એટલે કે સિનેમાની શરૂઆતથી જ મનોરંજનના એક માધ્યમ તરીકે જોવા અને રજૂ કરવામાં આવ્યું છે. એટલે કે એન્ટરટેઇનમેન્ટ તરીકે ફિલ્મો જોવામાં આવતી પણ સિનેમા ફક્ત એન્ટરટેઇનમેન્ટ જ નહોતું સાથે સમાજને

આપવામાં આવતો મેસેજ અને સંસ્કૃતિનું દર્શન કરવામાં આવતું. જેમ કે, ચાર્લી ચેપ્લિનની જે ફિલ્મ જોઈને આપણે ખડખડાટ હસીએ છીએ પણ હકીકતમાં તે વેદનાથી ભરપૂર છે. તેમાં સમાજની સામે સત્તાધીશોની સામે કંઈક કહેવું છે ? એટલે કે હાસ્યના શસ્ત્ર તરીકે સિનેમામાં પ્રયોજન છે. જેમાં સમાજની પીડા દેખાડવાનું પ્રયત્ન કર્યો છે.

આપણે ગુજરાતી ભાષાની કેટલીક માનવ સંસ્કૃતિને રજૂ કરતી ગુજરાતી સાહિત્યની કૃતિઓ આધારિત ફિલ્મો પણ જોઈ શકાય, જેમાં ગુજરાતી સિનેમામાં અનેક વખત ઉત્તમ સાહિત્ય કૃતિઓને કંડારવાનો પ્રયાસ કરવામાં આવ્યા છે. જે કૃતિ આધારિત હિન્દી ફિલ્મો પણ બની છે. જે સફળતાના ટોચ હાંસલ કરી રહી છે. કનૈયાલાલ મુનશીની કૃતિ પરથી ‘કોકિલા’ કે ‘માલવપતિ મુંજ’ ઇશ્વર પેટલીકરની ‘જનમટીપ’ અને ‘લોહીનું ટીપુ’ શયદાની ‘વણઝારીવાવ’ પરથી ‘કરચાવર’ તથા પન્નાલાલ પટેલની ‘માનવીની ભવાઈ’ તથા ‘મળેલા જીવ’ નવલકથા આધારિત ફિલ્મો જોઈ શકાય જેમાં સમગ્ર સિનેમા જગતમાં એક આગવી ગુજરાતી સંસ્કૃતિનું પ્રતિબિંબ ઊભું થયું છે.

પન્નાલાલ પટેલની ‘મળેલા જીવ’ આધારિત ‘ઉલ્જન’ હિન્દી ફિલ્મ હિન્દી સિનેમા એક ગુજરાતના ઈશાનખૂણાનું ઉત્તર ગુજરાતની સંસ્કૃતિના દર્શન થાય છે. જેમાં રાજસ્થાન તથા ગુજરાતીની સંસ્કૃતિની પ્રતીત થાય છે. આ ફિલ્મનો નાયક કાનજી તે વિસ્તારમાં ભરાતા શામળાજીના મેળામાં નાયિકા સાથે થતું પ્રથમ મિલન તથા સિનેમા શામળાજીના મેળાની તથા તેની સાથે લોકસમૂહમાં ગવાતા ગીતો, પહેરવેશો અને સ્ત્રી- પુરુષોના વસ્ત્રોના આવતા ચિત્રો દ્વારા સમાજદર્શનને જોઈ શકાય છે. સમાજમાં થતી મહેમાનનવાજી પણ આપણને આલેખન જોઈ શકાય છે. સમાજનું પ્રતિબિંબ ઊભું કરે છે. જે ઉત્તર ગુજરાતની સંસ્કૃતિનું આલેખન કરે છે. આગળ જતાં કથાપ્રવાહમાં જીવી સાથે કાનજીના લગ્ન સમયની વાતમાં પણ સમાજ મર્યાદા જોઈ શકાય છે. જ્ઞાતિ વચ્ચેની પરિસ્થિતિ પણ જોઈ શકાય છે કે ‘મળેલાજીવ’માં પ્રતિબિંબ થતું જોવા મળે છે. ગ્રામીણ સંસ્કૃતિનું આલેખન અહીં રજૂ થાય છે. ગ્રામ પ્રદેશ તથા શહેરી જીવન સંસ્કૃતિ અલગ પડતું ચિત્ર ઉપસી આવ્યું છે.

પન્નાલાલ પટેલ કૃત ‘માનવીની ભવાઈ’ ફિલ્મમાં ગુજરાતના દુષ્કાળ જનક વિસ્તારોનું દુઃખદ વેદનાસભર આલેખન જોવા મળે છે. જે ગ્રામીણ સંસ્કૃતિનું ચિત્ર ઉપસી આવ્યું છે. માનવીની ભવાઈ માં સ્ત્રી પાત્ર દ્વારા ખેતરમાં ખેડાણ થાય છે જેથી એકાએક આખા ગામમાં વાત પ્રસરી થાય છે. “કે કોઈ બૈરીએ ખેતર ખેડ્યું છે એટલે મેઘરાજા દુઃખી થયા આ વર્ષે વરસાદનું ટીપું પણ નથી પડવાનું.” આ કારણ ગામના મુખી તથા આખો ગામસમાજ સ્વીકારે છે. જેમાંથી પ્રસ્તુત થાય છે કે જે સમાજમાં સ્ત્રીઓ સાથે સંઘર્ષ તથા સમાજમાં સ્ત્રીઓનું સ્થાન જોઈ શકાય જે ગામ પ્રદેશની વાત અહીં પ્રગટ કરે છે.

ગોવર્ધનરામ મા.ત્રિપાઠી કૃત ‘સરસ્વતી ચંદ્ર’ આધારિત હિન્દી ફિલ્મ સરસ્વતીચંદ્ર માં ગુજરાતી નારીનો ધરસંસાર અહીં પ્રગટ થાય છે. ગુણસુંદરીનું પાત્ર દ્વારા ગુજરાતી નારીનું વિશ્વ સિનેમાજગતમાં પ્રગટ થયું છે. જેમાં સુશીલ, નીતિમત્તા નારીનું દર્શન થાય છે. નરસિંહ મહેતાના જીવન આધારિત કૃતિ ‘મામેરું’ પ્રસંગએ ગુજરાતી ‘નરસિંહ મહેતા’ નામની ફિલ્મમાં જોવા મળતી ગુજરાતી સમાજનું આલેખન તથા સંસ્કૃતિપ્રગટીકરણ

ગણી શકાય જેમાં કરુણ તથા શાંત રસ દ્વારા ગુજરાતીસમાજમાં સ્ત્રીની કરુણતા તથા નારીસંસ્કૃતિ જોઈ શકાય છે. કથાપ્રવાહમાં આવતા સીમંતપ્રસંગમાં જોવા મળતી કુંવરબાઈના સાસુનું ચિત્ર તથા નાગર સમાજની સ્ત્રીઓનું પાત્ર જોઈ શકાય છે જેમાં ગુજરાતી સમાજની તથા સંસ્કૃતિમાં આવતા વિવિધ પ્રસંગોમાં આ સીમંતપ્રસંગ દ્વારા સંસ્કૃતિની જાણ થાય છે.

ગુજરાતી ફિલ્મ જગતમાં પ્રસંશનીય ‘રેવા’ તે ધ્રુવભદ્રની તત્વમસી નવલકથા પર આધારિત ફિલ્મ છે. રેવા ફિલ્મમાં જોવા મળતા લોકોની શ્રદ્ધા તથા ભારતીય માનવ સમાજમાં જોવા મળતું નદીઓનું મહત્ત્વ એ આપણી ભારતીય આગવી સંસ્કૃતિ છે. જે આપણને ‘રેવા’ ફિલ્મ દ્વારા રજૂ કરવામાં આવે છે. ‘રેવા’ ફિલ્મમાં નર્મદા મૈયાની પરિક્રમા સાથે વચ્ચે વચ્ચે આવતા માનવસમાજનું ચિત્ર દ્વારા લોકસંસ્કૃતિનું તથા સમાજનું સામાજિક દર્શન કરવામાં આવ્યું છે. જેમાં કેટલાક પ્રસંગ કરુણમય બની જાય છે. ગુજરાતમાં સ્થિત કેટલાક સમાજને કંઈક પોતાની આગવી સંસ્કૃતિ તથા ઓળખ હોય છે. જે આપણને આવી ગુજરાતી તથા હિન્દી ફિલ્મો દ્વારા ઓળખ છતી થાય છે. જેમાં કચ્છ પ્રદેશની કથા ‘હેલ્લારો’ ફિલ્મોમાં સ્ત્રીઓની નૃત્ય પરના પ્રતિબંધ છતાં પોતાના મનને કાબુમાં રાખી શકતી નથી એટલે કે સ્ત્રીની શક્તિકરણનું પ્રસ્તુતિકરણ થાય છે. હવે સ્ત્રી એક વાડામાં રહેવા માગતી નથી હવે બાહ્ય દુનિયામાં બહાર જવાનો સતત પ્રયત્ન કરતી ગુજરાતી નારીનું ચિત્ર વિશ્વ જગતમાં સિનેમાથી રજૂ થાય છે.

સિનેમા તથા સાહિત્ય એ સંસ્કૃતિ માટેના એકબીજાના પર્યાય તરીકે ઓળખ ઉભી કરવામાં રહ્યા છે. સિનેમા જગતના કેન્દ્રમાં માનવ જીવનમાં રહેવાનું તથા સંસ્કૃતિ. તે દરેક માનવ સમાજ તથા સંસ્કૃતિનું આલેખન જોવા મળે છે. સિનેમા દ્વારા તે કથાપટમાં આવતા કથાપ્રવાહથી કોઈ સમાજની આગવી વિશેષતા તથા માનવ સાથેના સંસ્કૃતિની અસર તથા લગાવ જોઈ શકાય છે. સંસ્કૃતિ એક માનવજીવનની છબી ઊભી કરતું એક મહત્ત્વનું સોપાન સિનેમાને ગણી શકાય. આજના આધુનિકયુગમાં સાહિત્યના શ્રેષ્ઠ માધ્યમ તરીકે સિનેમા છે એમ પણ કહી શકાય. માનવજીવન સંસ્કૃતિ તથા સિનેમા દ્વારા માનવજીવન સમાજમાં પોતાની સંસ્કૃતિ પ્રત્યે લગાવ તથા એક અમૂલ્ય વારસો છે. એ જવાબદારીનું સભાનતા વિચાર કરતો એક વર્ગ ઊભો થયો છે. માનવ સમાજની પોતાની સંસ્કૃતિની જાળવણી કરવી એ ફરજ સમજીને સંસ્કૃતિની અમૂલ્ય વારસા તરીકે જાળવણી કરવી જોઈએ. એ પણ આ સિનેમાથી આપણની તેની મહત્ત્વતા સમજાયું છે.

આજે આપણી સંસ્કૃતિ સાથે લોકો પણ બદલાયા છે. તેમ ગુજરાતી ફિલ્મો પણ બદલાય છે. નવી પેઢીના નવા દિગ્દર્શકોએ કંઈક નવું કરવા માંગે છે. આ આજની ગુજરાતી સંસ્કૃતિ નવી પેઢી શહેરમાં જ ઉછરી છે, તે ઉપરાંત શિક્ષિત છે. તેમની દેશ અને દુનિયામાં આવતા બદલાવ વિશે જોયું છે. ખાસ તો આજનો સમાજ ટેલિવિઝન પરથી પ્રસાર થતા મનોરંજનનો ઘેલો સમાજ છે. તેઓ ગુજરાતી ફિલ્મની નવી રીતે સમજવા અને જોવા માંગે છે. અને તેમાં નિદર્શન થતી પોતાની આગવી સંસ્કૃતિની જોવા માંગે છે, પણ આ શહેરીકરણ અને ગ્રામીણ સંસ્કૃતિ હિન્દી અને અંગ્રેજી ફિલ્મ જોતા પ્રેક્ષકોને કેટલું જોવું ગમે છે ? એ કહેવું મુશ્કેલ છે, અને બધામાં

સાહિત્ય પર રચાયેલી ફિલ્મોની સર્જનારને અને જોનારને એક વિશિષ્ટ વર્ગ તૈયાર કરવો રહ્યો જે આવનારા સમયમાં સિનેમા માટે એક કસોટી છે. જેથી આવનારા સમયમાં માનવસમાજની સંસ્કૃતિને સંભાળ લેવી પડશે.

સંદર્ભ સૂચિ :

1. સાહિત્ય અને સિનેમા : જય વસાવડા
2. SANDHAN BISAG <https://www.youtube.com/watch?v=czz-IXGiG7A>
3. ગુજરાતી ફિલ્મની ગઈકાલ



## Media and Contemporary Social Issues

Chaudhari Rahul Kumar Babubhai, Research Scholar, History Department, H.N.G.U PATAN.

સારસંક્ષેપ :-

મિડીયાએ પ્રાથમિક ક્ષેત્ર છે, જ્યાં સામાજિક સમસ્યાઓના હિમાયતિઓ સંભવિત સામાજિક સમસ્યાઓની જાહેર સજમને પ્રભાવિત કરવાના તેમના પ્રયત્નોને દિશામાન કરે છે. સમાજમાં મીડીયાના પ્રભાવથી સમાજમાં ઝડપી નવીનીકરણ થઈ રહ્યું છે. આ નવીનીકરણ ક્યારેક હકારાત્મક તો ક્યારેક નકારાત્મક પણ હોય છે. મિડીયા જાહેર જનતાને બતાવે છે કે કેવી રીતે માનવી માટે લાયક જીવનઘોરણ તેમજ આડકતરી રીતે સમુદાયનું મૂલ્યાંકન કરવા માટે તેમજ સમાજના ધારાઘોરણો બતાવવાનું કાર્ય કરે છે. માનવસમાજ સામાજિક સમસ્યાઓથી પૂર્ણરૂપે મુક્ત થયેલ જોવા મળતો જ નથી. અને ભવિષ્યમાં પણ સામાજિક સમસ્યાઓનો અંત લાવી શકાય તેવું જોઈ શકાતું પણ નથી. પરંતુ વર્તમાનમાં સંચારના સામુહિક માધ્યમોની ક્રાંતિના વિકાસને પરિણામે મનુષ્ય અનેક સમસ્યાઓથી પરિચિત થયો છે.

આજે આપણા દેશમાં સમસ્યાઓના જાણે અંબાર લાગી ગયો હોય એમ લાગે છે. વર્ષોની ગુલામીનાં ધા હજુ પ્રજાના મનમાંથી ભુંસાયાં નથી છતાં આજે જ્યારે ભારત એકતરફ વિકાસના ઊંચાઈનાં અવનવાં ક્ષેત્રો સર કરી રહ્યો છે. તો બીજી તરફ અનેક સમસ્યાઓરૂપી પતનક્ષેત્રની શરૂઆત થઈ રહી છે. આજે વસ્તીવધારો , નિર્ધનતા , બેરોજગારી , અસમાનતા , ગરીબી , અશિક્ષિતતા , આતંકવાદ , ધુષણખોરી , બાળબજૂરી , મજૂરોનો અસંતોષ , ભ્રષ્ટાચાર , દહેજપ્રથા , ભૂખમરો , બાળવિવાહ , જાતિવાદ , ફૂપોષણ , બાળઅપરાધ , અપૃથ્થતા , સ્ત્રી-શોષણ , ધરેલું હિંસા , બળાત્કારની ઘટનાઓ , સામાજિક ભેદભાવ , સ્ત્રી-ભૂણ હત્યા , જાતિ (લિંગ) અસમાનતા , ધાર્મિક ભેદભાવો આ બધી જ સમસ્યાઓને સમાજમાં તેની પ્રકૃતિ અને સ્વરૂપને સમજવું જરૂરી બને છે. જેના માટે મિડીયાસમસ્યાના સ્વરૂપને યોગ્ય રીતે દર્શાવી લોકોને માહિતગાર કરે છે અને સમસ્યાની સાચી ઓળખ અને દિશા માનવી સમક્ષ લઈ જાય છે. મીડીયા એ આપણા સમાજનો પ્રતિબિંબ છે અને તે સમાજ શું અને કિવી રીતે કાર્ય કરે છે તે દર્શાવે છે. મિડીયા એ આપણા સમાજનો અવાજ બની ગયો છે. એક સામાજિક સમસ્યા તરીકે મિડીયાએ આધુનિક સમાજમાં સામાજિક સમસ્યાઓને બહાર લાવવામાં અને તેની સ્થિતિગત ભાવનાઓને જાળવવામાં મોટી ભૂમિકા ભજવે છે. પ્રવર્તમાન સમયમાં મીડીયાની ભૂમિકાને લીધે જ જોવા મળતી અનેકવિધ સામાજિક સમસ્યાઓ સમાજ સમક્ષ તેમજ નાનામાં નાના જનસમુદાય સમક્ષ પહોંચતી થઈ છે જેના લીધે સર્જાયેલ સમસ્યાનું હાર્દ શું છે તેમજ સમસ્યાને આવરી લેતા અનેકવિધ પાસાઓનું જ્ઞાન મીડીયાના માધ્યમથી સમાજ સુધી પહોંચાડવામાં આપણા અદ્યતન સમૂહ માધ્યમોએ જ્ઞાનપિપાસા તરીકેની ભૂમિકા ભજવી છે.

ચાવીરૂપ શબ્દો :- જ્ઞાનપિપાસા , નવીનીકરણ , જીવનઘોરણ , ક્રાંતિ , ધારાઘોરણ.

**પ્રસ્તાવના :-**

સામાજિક ક્રિયાપ્રતિક્રિયાના હેતુ માટે ઉપયોગમાં લેવાતા માસ મીડિયાને સોશિયલ મીડિયા કહેવામાં આવે છે. વ્યક્તિ આજના યુગમાં માહિતીના આદાન-પ્રદાન માટે સોશિયલ મિડિયાનો વધુ ઉપયોગ કરતો થયો છે. શરૂઆતના દિવસોમાં સોશિયલ મીડિયાએ મૂળભૂત સાધનો અને વેબસાઈટ્સ પુરતું જ માર્યાદિત હતું જેનો મુખ્યત્વે અંશતઃ ઉપયોગ કરવામાં આવતો. પરંતુ આધુનિક સમયમાં મીડિયાનો ઉપયોગ પ્રચાર-પ્રસાર કરવામાં બદલાયેલ જોવા મળે છે. આજે લોકો સરકારો , કોર્પોરેશનો , પરંપરાગત મીડિયા અને એકબીજા સાથે કેવી રીતે કનેક્ટ થાય છે. અને વાતચીત કરે છે. તે દર્શાવે છે. આજે મીડિયા વ્યક્તિઓ કે કોઈ સંસ્થા વિશે માહિતી અથવા વિચારો શેર કરવામાં મીડિયાની ખૂબ જ મોટી ભૂમિકા છે.

૯૦ ના દાયકાના મધ્યભાગથી સમયની પ્રગતિ સાથે ધીમે-ધીમે પરંપરાગત અને પરંપરાગત મીડિયા બંને મળવાનું શરૂ થયું સોશિયલ મીડિયા દ્વારા ઇન્ટરનેટ ફોરમ્સ વ્યક્તિગત વેબસાઈટ્સ જેવા અદ્યતન સોશિયલ મીડિયાના વિવિધ સ્વરૂપો બુલેટીન બોર્ડ સિસ્ટમો અને લાઈનચેટ એ સુનિશ્ચિત કરે છે. કે વ્યક્તિનો અવાજ સમુહ પ્રેક્ષકો સુધી પહોંચે જેમ-જેમ સમય વીતતો ગયો આજે, સોશિયલ મીડિયા ઝડપથી લોકો દરેક સાથે કેવી રીતે વાતચીત કરે છે. તે રીત તરફ વળ્યા છે. છેલ્લાં પાછલાં દાયકામાં તે લોકો અને સંગઠનોની વાતચીત કરવાની રીતને પરિવર્તિત કરી રહ્યું છે. સમાજમાં બનતી કોઈ એક ઘટના જ નહીં પરંતુ અનેક ઘટનાક્રમોનું મીડિયા સાક્ષી બનીને તેમજ તટસ્થ અને વિશ્વસનીય માહિતીને જનસમુદાય સુધી પહોંચાડવાનું કાર્ય કરે છે. આજે મીડિયાએ એક છેવાડાના માનવીની સમસ્યાઓને જાણી અને પીછાણીને તેના અવાજને પ્રેક્ષકો સમક્ષ રજૂ તો કર્યો છે તેમજ દેશમાં જોવા મળતી અનેક સમસ્યાઓને રજૂ કરી છે પરંતુ તેની સાથે અનેક પડકારો પણ મીડિયાએ વેઠવા પડેલ છે. તેને પહોંચાડેલ પ્રાધાન્યપૂર્વકની માહિતી સામે વિરોધ , આંદોલનો , ધમકીઓ અને વ્યક્તિ સ્વાતંત્ર્યનું હનન જેવી બાબતોના નકારાત્મક પડઘા પણ પડેલાં જોવા મળે છે. પ્રસ્તુત સંશોધનમાં સમકાલીન સમસ્યાઓના માધ્યમ તરીકે મીડિયાનો અગત્યનો ફાળો રહેલ છે. તેની વિસ્તૃત ચર્ચા કરાઈ છે. મીડિયાની ભૂમિકા પ્રાચીન સમયથી માંડીને આજનાયુગ સુધી વિચારોની પ્રતિપૂષ્ટી કરવાનો જ તેનો મુખ્ય આશય રહ્યો છે. આજે એક સમસ્યા તરીકે સૌથી પ્રથમ અને જો પાયાની ભૂમિકા અદા કરી શકે તેમ હોય તો તે મીડિયા જ છે. એ વાતને નકારી શકાય નહિ.

**સંશોધનના ઉદ્દેશ્યો :-**

- સોશિયલ મીડિયાના મહત્વ વિશે ચર્ચા કરવા માટે.
- સોશિયલ મીડિયા એક સામાજિક સમસ્યાઓનો સાધન તરીકેની લાક્ષણિકતાઓની ચર્ચા કરવા.
- સોશિયલ મીડિયા દ્વારા ઉભા કરવામાં આવેલા મુખ્ય પડકારો અંગે ચર્ચા કરવા.

**સંશોધનનું મહત્વ :-**

- છેલ્લા બે દાયકાઓમાં પરંપરાગત માધ્યમોના નવા પરિવર્તિત થયેલાં સમૂહ માધ્યમોના સ્વરૂપને જેવું કે ડિઝિટલ , કમ્પ્યુટરરાઈઝડ અને નેટવર્ક માહિતી અને સંદેશાવ્યવહારની વિવિધ અદ્યતન તકનિકો

તેમજ મીડિયા અને સમાજમાં પ્રવર્તમાન સમસ્યાઓના વિવિધ સ્વરૂપને રજૂ કરી તેની યથાર્થતા જાળવી રાખવી.

**સંશોધન પદ્ધતિ :-**

આ સંશોધન અધ્યયનમાં સર્વે પદ્ધતિનો ઉપયોગ ડેટાને એકત્રિત કરવા માટે કરવામાં આવ્યો છે. જે પ્રકૃતિમાં માત્રાત્મક છે. બધા ઉપલબ્ધ ડેટા અને વિષય અનુરૂપ માહિતીને રજૂ કરી તેના સાહિત્યની સમીક્ષા કરવામાં આવી છે. અભ્યાસનાં બધા જ ભાગોને વિષયવસ્તુ અને માહિતીની સાથે સાંકળીને પેપરમાં એકસુત્રતા સાથે રજૂ કરવામાં આવી છે.

**સોશિયલ મીડીયાનું મહત્વ :-**

સામાજિકીકરણની બે સૌથી મહત્વપૂર્ણ અને સચોટ લાક્ષણિકતાઓને આધારે સોશિયલ મીડિયા ખૂબ મહત્વનું બની ગયું છે. તે છે : સર્વવ્યાપકતા અને ક્રિયાપ્રતિક્રિયા.

i. સર્વવ્યાપકતા :-

સર્વવ્યાપકતા એ અર્થમાં છે કે નવી મીડિયા તકનીકીઓ તે કાર્યરત સોસાયટીઓ માંના દરેકને અસર કરે છે. ભલે સમાજમાં દરેક જણ આવા માધ્યમોના પ્રેક્ષક ન હોય પરંતુ એનકેન પ્રકારે સમાજનાં બધા જ વર્ગોના જનસમુદાયને પોતાની અસર દર્શાવી દે છે. અને ફક્ત માહિતી પ્રચાર-પ્રસાર કરવાનાં માધ્યમ તરીકે જ નહીં પરંતુ સમાજમાં દ્રશ્યમાન હોય કે છૂપી રીતે અંકુરિત થતી હોય તેવી બધી જ સમસ્યાઓને પ્રજાસમક્ષ રજૂ કરવાનું અગત્યનું કાર્ય કરે છે.

ii. ક્રિયાપ્રતિક્રિયા :-

મીડિયાની બીજી લાક્ષણિકતા જે છે ક્રિયાપ્રતિક્રિયા જેના દ્વારા ઉદભવેલ કોઈપણ સામાજિક સમસ્યાને પ્રજા સમક્ષ રજૂ કરાય છે. પરંતુ આવી સમસ્યાઓનું જ્યારે ગહન અધ્યયન કરીએ ત્યારે તેના ઊંડાણમાં હકીકત કંઈક બીજી જ નીકળે છે. આવા સમયે તે રજૂ કરેલ ક્રિયાની સામે પ્રતિક્રિયા જોવા મળે છે. જેમાંથી સમસ્યાનું મુળ સ્વરૂપ જોઈ શકાય છે. તેમજ આ સમય દરમિયાન મીડિયા અને ઉદભવેલ સમસ્યાનું હકારાત્મક અને નકારાત્મક જેવાં બંને પાસાને જોઈ શકાય છે.

**મીડિયા અને સમાજ :-**

મીડિયા સામાજિક જીવનનું વિભિન્ન અંગ છે. તે કોઈ પણ મુદ્દા વિશે લોકોમાં રસ જાગૃત કરે શકે છે. તેમજ મતભેદો પણ ઉભા કરી શકે છે. મીડિયા પ્રતિ સામાજિક પ્રસંગો અને સંબંધોને લઈને જનસમુદાયમાં અનેક સવાલો ઉભા થયેલાં જોવા મળે છે.

- ❖ શું ટીવી પર સેક્સ અને હિંસા બતાવવી યોગ્ય છે ?
- ❖ શું સમૂહ માધ્યમો નિષ્પક્ષ સમાચાર રજૂ કરે છે ?
- ❖ શું મીડિયા આપણા જીવન મૂલ્યોમાં બદલાવ લાવી રહ્યું છે ?
  - ❖ શું બાળકો માટે મીડિયા હાનીકારક છે ?

- ❖ શું મીડિયા દલિતો , સ્ત્રીઓ , આદિવાસીઓ અને અલ્પસંખ્યકોને જરૂરી હોય એવું મહત્વ આપે છે ?
- ❖ શું મીડિયા ઉપભોક્તાવાદને વધુ પ્રોત્સાહન આપે છે ?
- ❖ મીડિયામાં વિભિન્ન રાજનૈતિક દળ અને વિવિધ વિચારધારાઓને નિષ્પક્ષ રીતે રજૂ કરી તેમનું પ્રતિનિધત્વ કરવામાં આવે છે ?

ઉપરોક્ત દર્શાવેલા પ્રશ્નો તેમજ તેના જેવાં અનેક નાણા-મોટા પ્રશ્નોને મીડિયા અને સામાજિક સમસ્યાઓને સાથે લઈને તેને બંને દ્રષ્ટિકોણથી વિચારવામાં આવે છે. તેમજ આ બધા જ પ્રશ્નોનો જવાબ મેળવવા માટે અર્થવ્યવસ્થા , રાજનીતિ , પ્રાદ્યોગિકે જેવાં અનેક પાસાઓની ઊંડાણપૂર્વકની સમજ મેળવવી જરૂરી બને છે.

#### મીડિયા અને સામાજિક મુદ્દાઓ :-

ભારત એક પ્રાચીન દેશ છે. અનુમાનો મુજબ આશરે ભારતીય સભ્યતા લગભગ ૫ હજાર વર્ષ જૂની છે. તેની સાથે તેની સામાજિક સભ્યતા પણ એટલી જ જૂની હોય અને જેટલી સામાજિક સભ્યતા જૂની એટલી જ તેની સમસ્યાઓ અને એનું સ્વરૂપ પણ એટલું જ વિશાળ હોય , તેના લીધે જ ભારતીય સંસ્કૃતિમાં પ્રજા , વિશ્વાસ , માન્યતાઓ અને ધર્મનું વિશાળ મિશ્રણ જોવા મળે છે. પરંતુ વિશાળતાની સાથે તેમાં અનેક સામાજિક સમસ્યાઓ પણ ઉભી થયેલી જોવા મળે છે. ઇતિહાસ તપાસીએ તો આપણને જણાય કે વર્ષોથી દેશ અનેક સમસ્યાઓરૂપી અખાડામાં જ રમતો રહ્યો છે. દેશ આજે વસ્તીવધારો , નિર્ધનતા, બેરોજગારી , ગરીબી , અશિક્ષિતતા , આતંકવાદ , ધુષણખોરી , દહેજપ્રથા , બાળવિવાહ , ભૂખમરો , જાતિવાદ , કૂપોષણ , સ્ત્રીભુણ હત્યા , ઘરેલું હિંસા , અસમાનતા , બળાત્કારની ઘટનાઓ , બાળમજૂરી વગેરે જેવી અસંખ્ય સામાજિક સમસ્યાઓ આજે પ્રવર્તમાન સમયમાં વ્યાપ્ત છે. મીડિયા આ બધી જ સમસ્યાઓને બંને બાજુ થી જોઈ અને તટસ્થ માહિતી જનસમુદાય સુધી પહોંચાડે છે. જેનાથી ધૂપાવેશે અને કેટલાક રાજકીય બળોથી આધિન સમસ્યાઓ પણ જે સમાજમાં પહેલાથી વ્યાપ્ત જ હોય છે. પરંતુ સત્તાધારીઓના હાથે જ ખરીદાઈ ગઈ હોય છે. આજે મીડિયાના માધ્યમથી તે બહાર આવવા લાગી છે. અને વ્યક્તિગત રૂપે જનસમુદાય સુધી પહોંચી છે.

આમ, સામાજિક સમસ્યાઓને સમજવામાં અને તેને પહોંચી વળવા માટે વ્યક્તિગતરૂપે કે સામાજિકરૂપે મીડિયા એ અસરકારક માધ્યમ છે. કેટલીક સમસ્યાઓ અને ઘટનાઓને મીડિયાના માધ્યમથી એક અવાજ પ્રાપ્ત થાત છે. અને તેના પોઝિટીવ પ્રત્યાઘાત પડતા હોય છે. જ્યારે કેટલીક વાર સમસ્યાનું મૂળ હાઈ ખોવાઈ જઈ માત્ર આર્થિક ઉપાર્જન કરવાનું સાધન સમુહ માધ્યમ બની જાય છે. પરંતુ મીડિયા વગર આધુનિક યુગના સમાજની કલ્પના ન કરી શકાય એ વાત પણ એટલી જ સત્ય છે. અને આજનો માનવી અને જનસમુદાય માટે પણ સમૂહ માધ્યમો અગત્યનાં બની રહે છે.

#### સારાંશ :-

સમાજમાં મીડિયાના પ્રભાવથી સમુદાયમાં ઝડપથી નવીનીકરણ થઈ રહ્યા છે. મીડિયાએ એક પ્રાથમિક ક્ષેત્ર છે. જ્યાં સામાજિક સમસ્યાઓના હિમાયતીઓ સંભવિત સમસ્યાઓની જાહેર સમજને પ્રભાવિત કરવાના

તેમના પ્રયત્નોને દિશામાન કરે છે. માનવી માટે લાયક જીવન ધોરણ તેમજ આડકતરી રીતે સમુદાયનું મૂલ્યાંકન કરવા અને સમાજનાં ધારાધોરણો તપાસતાંની સાથે જ સમાજમાં સળગતી સમસ્યાઓ અને તેના પાછળ જોવા મળતી મૂળ સ્થિતિ અને જન સમુદાયની માનસિકતા તપાસી સંચારના આ માધ્યમો દેશના સામાજિક વિકાસમાં અગ્રસ્થાને છે.

સંદર્ભ :-

1. પ્રશાંત કે માથુર (૨૦૧૨) , સોશિયલ મીડિયા અને નેટવર્કિંગ , : ખ્યાલો અને પરિણામો “ , નવી દિલ્હી : સેજ પબ્લિકેશન ઇન્ડિયા પ્રા. લિ.
2. નૌલ પ્રભાકર અને નરેન્દ્ર બાસુ , “ માસ મીડિયા અને સમકાલીન સામાજિક સમસ્યાઓ “ , કોમન વેલ્થ નવી દિલ્હી .
3. વિલિયમ હોવેન્સ , “ મીડિયા અને સામાજિક સમસ્યાઓનું નિર્માણ “ , કેમ્બ્રિજ યુનિવર્સિટી પ્રેસ , (૨૦૧૮)
4. કસ્તુરી સુમન કે (૨૦૧૩) , “ સેટેલાઈટ ટેલિવિઝન અને ઇન્ટરનેટ “ ઇતિહાસ , વિકાસ અને અસર , નવી દિલ્હી : કનિષ્ઠ પબ્લિકેશન.

## સોશિયલ મીડિયા અને સમાજ

ડૉ. જીજ્ઞેશહરીદાનટાપરીયા, મદદનિશ પ્રાધ્યાપક અને અધ્યક્ષ, મનોવિજ્ઞાન વિભાગ, ગુજરાત આર્ટ્સ એન્ડ  
કોમર્સ કોલેજ, (સાંજની), અમદાવાદ

વર્તમાન સમયમાં સાહિત્યની અભિવ્યક્તિનું માધ્યમ બદલાઈ રહ્યું છે, સામાન્ય માનવીથી લઈને નેતાઓ, અભિનેતાઓ, સાહિત્યકારો, વિવેચકો, અર્થશાસ્ત્રીઓ, માનસશાસ્ત્રીઓ કે અન્ય અભ્યક્તિઓ પોતાની અભિવ્યક્તિ માટે સોશિયલમીડિયાને અસરકારક માધ્યમ માને છે, અને તેથી જ મોટાભાગે પોતાની વ્યક્તિગત માન્યતાઓ, વિચારો કે લાગણીઓને વાચા આપવાં માટે સોશિયલમીડિયા ઉત્કૃષ્ટ માનવામાં આવી રહ્યું છે. આજે વિશ્વના મોટાભાગના દેશોમાં બનતી કોઈ પણ ઘટનાઓ માટે પોતાની પ્રતિક્રિયા આપવાં માટે સૌથી વધુ જો કોઈ રીતનો ઉપયોગ થઈ રહ્યો હોય તો તે સોશિયલમીડિયા છે.

*Alan S. Gerber, Dean Karlan and Daniel Bergan*ના અભ્યાસમાં રાજકીય બાબતો પર મીડિયાની અસરનો અભ્યાસ કરવામાં આવ્યો હતો, જેમાં જોવા મળ્યું હતું કે સમાચાર પત્રોમાં આવતા સમાચારની અસર રાજકીય બાબતો પર વિશેષ જોવા મળે છે.

*Craig A. Anderson, Brad J. Bushman*ના અભ્યાસમાં જોવા મળ્યું છે કે, વીડીઓગેમની અસર બાળકોના વર્તન પર આક્રમકતા જન્માવે છે. *Chei Sian Lee and Long Ma*ના અભ્યાસમાં જોવા મળ્યું છે કે વિવિધ સમાચારોને સોશિયલમીડિયા પર વધુ સેર કરવામાં આવે છે. આમ અનેક અભ્યાસો સોશિયલમીડિયા અને સામાજિક વ્યવહાર વચ્ચેનાં સંબંધને રજૂ કરે છે. આજના યુગમાં મોટા ભાગના લોકો કોઈ પણ ઘટના, પ્રસંગ કે રજૂઆતની અભિવ્યક્તિ માટે સોશિયલમીડિયાને શ્રેષ્ઠતમ માધ્યમ માને છે. સોશિયલમીડિયાના માધ્યમથી અનેક સાહિત્યિક રચનાઓ પણ જાણવા અને માણવા મળે છે. આજના યુગમાં ફેસબુક, વોત્સેપ, ટ્વીટર, ઇન્સ્ટાગ્રામ અને અન્ય સોશિયલમીડિયા પર અનેક પદ્ય રચનાઓ કે ગદ્ય રચનાઓ જોવા મળે છે. આથી વર્તમાન સમયમાં આવા માધ્યમો અને સાહિત્ય વચ્ચેનાં સંબંધોનો અભ્યાસ આવશ્યક છે. સાહિત્ય એટલે શું ? :

સાહિત્યની સામાન્ય વ્યાખ્યા આપતા કહી શકાય કે,  
સાહિત્ય એટલે વિચારને ભાષામાં મુકે તે,  
જીવનમાં બનતી ઘટના, બનાવ કે તેની લાગણીને શબ્દોના રૂપમાં રજૂ કરવું એટલે સાહિત્ય  
સંસ્કૃત સાહિત્યમાં કહેવામાં આવ્યું છે કે, “*વાક્યમ રશાત્મકમ કાવ્યમ*” ।  
મમ્મત કહે છે કે, “*તદદોર્સો શબ્દાર્થો સગુણાવનલંકૃતિ પુનઃકવાપી*” અર્થાત, સાહિત્ય એટલે શબ્દ અને અર્થનો દોષ  
વિનાનો ગુણવાળો અને મોટે ભાગે અલંકારોથી યુક્ત એવો સમન્વય

આમ, ટૂંકમાં સાહિત્ય એ મનના વિચારોની શાબ્દિક અભિવ્યક્તિ છે, અને તેથી જ તેનાં વિષયવસ્તુમાં ઘણી બધી વિવિધતા જોવા મળે છે. આધુનિક યુગમાં સાહિત્યની અભિવ્યક્તિ માટે સોશિયલમીડિયા ખુબ જ સરળ માધ્યમ માનવામાં આવી રહ્યું છે કારણ કે પોતાનાં મનના વિચારોને બહુજ સરળતાથી અભિવ્યક્ત કરી શકાય છે, અને સાથે સાથે ઘણા બધા લોકો સુધી પહોંચાડી પણ શકાય છે. આ માધ્યમ આર્થિક દ્રષ્ટિએ પણ નહીવત ખર્ચાળ હોઈ તેનો પ્રયોગ દિવસેને દિવસે વધતો જાય છે.

સોશિયલમીડિયા દ્વારા રજુ થતી સાહિત્ય રચનાઓનું વિષય વસ્તુ:

સોશિયલમીડિયામાં રજુ થતી સાહિત્યિક રચનાનાવિષયવસ્તુમાંવિવધતા જોવા મળે છે. જેમાંના કેટલાક વિષયો નીચે મુજબ જોવા મળે છે.

૧. રાજકીય વિચારો:

આધુનિક સમયમાં રાજકીય બાબતો કે ઘટનાઓ પરત્વેના વિચારોની અભિવ્યક્તિ માટે સોશિયલમીડિયાનો મોટા પ્રમાણમાં ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. આવી બીનો તરફના પોતાનાં વિચારો, મંતવ્યો, અભિપ્રાયોને પંક્તિ રૂપે, કાવ્યરૂપે કે વાર્તા કે બોધકથા રૂપે રજુ કરવામાં આવતું હોય છે.

૨. આર્થિક વિચારો:

આધુનિક સમયમાં રોજબરોજના જીવનમાં બનતી આર્થિક ઘટનાઓ કે પરિસ્થિતિઓ પરત્વે પોતાનાં વિચારો, મંતવ્યો કે અભિપ્રાયોને રજુ કરવા માટે સોશિયલમીડિયાનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. પોતાનાં વિચારોને સાહિત્યિક રૂપ આપી સોશિયલમીડિયાના માધ્યમ દ્વારા લોકો સુધી પહોંચાડવાનો પ્રયત્ન કરવામાં આવે છે.

૩. સામાજિક વિચારો:

આધુનિક સમયમાં રોજબરોજના જીવનમાં બનતી સામાજિક ઘટનાઓ કે પરિસ્થિતિઓ જેવી કે, જન્મદિવસની શુભકામના, લગ્નદિવસની શુભકામના, તરક્કીનીશુભેચ્છાઓ, કોઈ પણ સામાજિક ઉત્સવો કે દિવસોનીશુભેચ્છાઓ, કોઈ ઘટના પરત્વેની ટીકાઓ, વિગેરે પરત્વે પોતાનાં વિચારો, મંતવ્યો કે અભિપ્રાયોને રજુ કરવા માટે સોશિયલમીડિયાનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. પોતાનાં વિચારોને સાહિત્યિક રૂપ આપી પંક્તિઓ રચી, શાયરીઓ રચી, વાર્તાઓ બનાવી સોશિયલમીડિયાના માધ્યમ દ્વારા લોકો સુધી પહોંચાડવાનો પ્રયત્ન કરવામાં આવે છે.

૪. ધાર્મિક વિચારો:

ધર્મ સંબંધી વિભિન્ન ઉત્સવો, ધાર્મિકક્રિયા પરત્વે પોતાનાં વિચારો, ધાર્મિક માન્યતા તરફના મંતવ્યો કે અભિપ્રાયોને રજુ કરવા માટે સોશિયલમીડિયાનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. પોતાનાં વિચારોને સાહિત્યિક રૂપ આપી સોશિયલમીડિયાના માધ્યમ દ્વારા લોકો સુધી પહોંચાડવાનો પ્રયત્ન કરવામાં આવે છે.

૫. વ્યક્તિગત વિચારો:

વ્યક્તિ દ્વારા પોતાનાં વ્યક્તિગત અનુભવો કે અભિપ્રાયોને રજુ કરવા માટે સોશિયલમીડિયાનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. પોતાનાં વિચારોને સાહિત્યિક રૂપ આપી સોશિયલમીડિયાના માધ્યમ દ્વારા લોકો સુધી પહોંચાડવાનો પ્રયત્ન કરવામાં આવે છે.

આમ, સોશિયલમીડિયાને સાહિત્યની અભિવ્યક્તિનું એક સરળ માધ્યમ સોશિયલમીડિયા દ્વારા બનાવી દેવામાં આવ્યું છે. આ માધ્યમનો ઉપયોગ સરળ હોઈ તેનાં લાભની સાથે સાથે કેટલાક ગેરલાભ પણ છે અને મર્યાદાઓ પણ છે.

સોશિયલમીડિયા દ્વારા રજુ થતી સાહિત્ય રચનાઓની મર્યાદા:

સોશિયલમીડિયામાં રજુ થતી સાહિત્યિક રચના સંબંધી કેટલીક મર્યાદાઓ જોવા મળે છે. જે નીચે મુજબ છે.

૧. અન્યને દુખ પહોંચાડવું:

સામાજિક માધ્યમ તરીકે વ્યક્તિ જ્યારે પોતાનાં વિચારો જાહેર કરે છે અને સોશિયલમીડિયા દ્વારા તેની અભિવ્યક્તિ કરે છે ત્યારે તે વિચારો સીમિત ન રહેતા તે ખુબ જ પ્રસરે છે, અને તેથી ક્યારેક આવા વિચારો અન્ય

વ્યક્તિ, સમાજ કે સમૂહ માટે દુખરૂપ કે પીડા રૂપ બની જતા હોય છે.

૨. અન્યનાવિચારોને પોતાનાં નામે રજૂ કરવા:

સામાજિક માધ્યમ તરીકે સોશિયલમીડિયાની આ બહુ મોટી મર્યાદા છે, કે જેમાં એક વ્યક્તિ અન્ય વ્યક્તિનાં વિચારો, સાહિત્ય રચના, મનોમંથન કે કોટેશનને પોતાનાં નામે રજૂ કરે છે, અને તેને કારણે તેનાં ખરા સર્જકને સાહિત્યિક અન્યાય થતો જોવા મળે છે.

૩. વર્ગવિગ્રહ ઉભો થવો:

સામાજિક માધ્યમ તરીકે સોશિયલમીડિયાનાઉપયોગને કારણે સાહિત્ય સર્જનને ક્યારેક વિકૃત રૂપે રજૂ કરવામાં આવે છે અને તેથી તેનાં દ્વારા સમાજની શાંતિનો ભંગ થાય છે અને સમાજમાં વર્ગવિગ્રહ જન્મે છે.

૪. સાહિત્યિક રચનામાં વિકૃતિકરણ:

સોશિયલમીડિયામાં કેટલાક લોકો દ્વારા સાહિત્યની અસલ રચનામાં પોતાનાં ખ્યાલ, કલ્પના, પુરાકલ્પન કે માન્યતાઓ જોડી દેવામાં આવતી હોય છે, અને તેને કારણે અસલ સાહિત્ય રચનાનું વિકૃતિકરણ થાય છે. પ્રાચીન સમયમાં આ બાબતને અપભ્રંશ તરીકે ઓળખવામાં આવતી હતી.

૫. પુનરાવર્તન:

સોશિયલમીડિયામાં કેટલાક સમયે કે પ્રસંગે એકની એક વાત એક જ વિચાર દ્વારા અનેક લોકો દ્વારા રજૂ કરવામાં આવતી હોય છે. આને કારણે તેનું સતત પુનરાવર્તન થાય છે.

સોશિયલમીડિયા દ્વારા રજૂ થતી સાહિત્ય રચનાઓની આચારસંહિતા:

સોશિયલમીડિયામાં રજૂ થતી સાહિત્યિક રચના અંગે કેટલીક આચાર સંહિતા હોવી જોઈએ, આવી કેટલીક આચારસંહિતા અહીં રજૂ કરવામાં આવી છે.

૧. અન્યની સાહિત્ય રચનાનો ઉપયોગ કરવામાં આવે ત્યારે તેનાં ખરા રચનાકારનો ઉલ્લેખ કરવો.

૨. સાહિત્ય રચના વર્ગવિગ્રહ જન્માવે તેવી ન હોવી જોઈએ.

૩. સાહિત્ય રચનાની અભિવ્યક્તિમાં ભાષાકીય શુદ્ધતા અને વ્યાકરણના પાસાઓની તપાસ બાદ સામુહિક કરવા જોઈએ.

૪. પોતાનાં મનોરંજન માટે અસલ રચનાઓ સાથે છેડછાડ ન કરવી જોઈએ.

૫. સાહિત્યિક રચના એ રચનાકારના મનનું દર્ષણ છે, અને તેની મનોસ્થિતિનું પ્રતિબિંબ છે તેથી તેની અભિવ્યક્તિ કરતા સમયે જાગૃત અને સજાગ હોવું જરૂરી છે.

૬. સોશિયલમીડિયાનહીવત ખર્ચ દ્વારા બહોળા સમુદાય સુધી માહિતી પહોંચાડવાનું કાર્ય કરે છે તેથી લક્ષ્ય સમૂહ નક્કી કરી તેનાં સુધી જ સાહિત્ય સર્જન પહોંચાડવાનો પ્રયત્ન કરવો જોઈએ.

૭. સોશિયલમીડિયા સાહિત્ય સર્જન અભિવ્યક્તિનું માધ્યમ છે, પરંતુ તેને “કચરાપેટી”માં તબદીલ ન કરવું જોઈએ.

આમ, સોશિયલમીડિયા અને સાહિત્ય સર્જન વચ્ચે એક નવો સંબંધ સ્થાપિત થયો છે, જે માનવ સમુદાય અને સમાજ માટે ખુબ જ સરળ અને ઉપયોગી છે, સાથો સાથ સાહિત્યિક રચનાઓનાદસ્તાવેજીકરણ માટે ઉત્તમ માધ્યમ છે, તેથી જ તો “સાહિત્યનું ચૈતન્ય, મર્યાદા જળવાઈ રહે તેવી રીતે સોશિયલમીડિયાના ઉપયોગ દ્વારા તેને ચિરાયું બનાવવું એ દરેક સાહિત્ય રસિક, સર્જક, પ્રેમી અને નાગરિકની ફરજ છે.”

સંદર્ભ:

1. Alan S. Gerber, Dean Karlan and Daniel Bergan (2009), Does the Media Matter? A



**Field**

**Experiment Measuring the Effect of Newspapers on Voting Behavior and Political Opinions, American Economic journal: Applied Economic, Vol.1, No.2, April 2009, Page. 35-52**

**2. Craig A. Anderson, Brad J. Bushman (2001 )**

**<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1111/1467-9280.00366>**

**3. Chei Sian Lee and LongMa( 201 2)News sharing in social media: The effect of gratifications and prior experience: [Computers in Human Behavior, Volume 28, Issue 2, March 2012, Pages 331-339](#)**

*Sangeeta*, [http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/2573/7/07\\_chapter%201.pdf](http://shodhganga.inflibnet.ac.in/bitstream/10603/2573/7/07_chapter%201.pdf)

## Media and Technology

**Dr. Kunjal Trivedi, Assistant Professor and Head, Department of Sanskrit, N M Shah Arts and Commerce College, Sankheshwar**

मीडिया संचार का एक ऐसा माध्यम है जिसके द्वारा हम समाज में घटित हो रही किसी भी घटना, किसी भी प्रकार की जानकारी, [शिक्षा एवं](#) किसी भी प्रकार विज्ञापन के प्रचार प्रसार को बहुत ही जल्दी और सहजता से समाज के एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति के पास तक पहुँचा सकते हैं। तकनीकी के विकास से पहले मीडिया शब्द का प्रयोग केवल किताबों, समाचार पत्रों, जिसे हम प्रिंट मीडिया के रूप में जानते हैं, के लिए ही होता था। परन्तु अब [टेलीविजन](#), फिल्में, रेडियो तथा [इंटरनेट](#) आदि भी मीडिया के प्रमुख अंग बन गए हैं।

पहले जब मीडिया के ये सभी आधुनिक साधन नहीं थे तो केवल प्रिंट मीडिया का ही प्रयोग होता था। लोग साहित्य एवं लेखन के द्वारा ही अपने विचारों को प्रकट किया करते थे।

जैसे की भारत की आजादी के लिए चलाए जा रहे आंदोलनों को सफल बनाने के लिए इससे लोगों को जोड़ने के लिए अनेक प्रकार के प्रिंट मीडिया का सहारा लेकर कई समाचार पत्रों तथा पत्रिकाओं का संपादन किया जा रहा था।

इस तरह [भारत की स्वतंत्रता](#) में मीडिया का भी महत्वपूर्ण योगदान रहा था। आज का मीडिया हमारे समाज को नया आकार प्रदान करने तथा इसको मजबूत बनाने में अपनी एक सशक्त एवं महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। मीडिया लोगों के मनोरंजन का एक बेहतरीन साधन है।

आज हम मीडिया के द्वारा ही किसी देश के किसी कोने में बैठ कर दुनिया के किसी कोने में घटित हुई घटना को टेलीविज़न या रेडियो के माध्यम से बड़ी आसानी से देख व सुन सकते हैं। इसके साथ ही सोशल मीडिया भी हमें हर तरह की खबरों से अवगत कराता है।

पहले लोग अपने से दूर रह रहे मित्रों एवं रिश्तेदारों से बात करने के लिए टेलीग्राम एवं पत्र लेखन आदि का सहारा लेते थे जिसमें पत्र मिलने तथा उसका जवाब भेजने में काफी समय लगता था परंतु आज फेसबुक, व्हाट्सएप, ट्विटर, इंस्टाग्राम, यु ट्यूब आदि जैसे सोशल मीडिया का प्रयोग कर बड़ी ही आसानी से एक दूसरे से बातचीत कर सकते हैं।

तकनीकी के विकास तथा मीडिया के द्वारा आज यह भी सम्भव हो गया है कि हम वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग के द्वारा अपने मित्रों एवं रिश्तेदारों को देखते हुए उनसे बातें कर सकते हैं। सोशल मीडिया का प्रयोग कर हम अपनी अंदर के विचारों की अभिव्यक्ति को लोगों तक बहुत ही सहजता से पहुँचा सकते हैं। आज के समाज में मीडिया किसी न किसी रूप में हर व्यक्ति तक अपनी जगह बनाये हुए है।

आज की मीडिया ने जहां हमें किसी विषय पर अन्य लोगों के विचारों को जानने और समझने का मौका दिया है वहीं इन विचारों पर हमें अपनी प्रतिक्रिया देने का भी अवसर दिया है। हमारी लोकतांत्रिक व्यवस्था के तीन स्तम्भ कार्यपालिका, न्यायपालिका और विधायिका के साथ ही साथ मीडिया को भी हमारे लोकतंत्र के चौथे स्तम्भ के रूप में माना गया है।

आज हमारी सरकार अपनी जनता को जागरूक करने एवं उसके लिए लागू की गई किसी भी नई योजनाओं की जानकारी मीडिया के द्वारा ही आम जन मानस तक पहुंचाती है।

मीडिया के द्वारा आज समाज का हर व्यक्ति भ्रष्टाचार एवं देश में हो रहे घोटालों को उजागर करने में अपनी महत्वपूर्ण योगदान कर रहा है। आज कोई भी व्यक्ति देश में कहीं भी घटित होने वाली किसी भी गलत घटना को अपने मोबाइल या कैमरे में रिकॉर्ड कर उसे, [सोशल मीडिया](#) के किसी भी रूप का प्रयोग करके उस घटना को देश के हर व्यक्ति तक पहुंचा कर उस घटना के दोषियों को सजा दिलाने में अपनी भागीदारी सुनिश्चित कर सकता है। तथा देश एवं समाज हित में कार्य कर सकता है।

आधुनिकीकरण के साथ ही औद्योगिक क्षेत्र में भी मीडिया ने एक क्रांति ला दी है। आज मीडिया विज्ञापन का एक ऐसा सरल माध्यम बन गया है जिसके द्वारा कोई भी व्यापारी या कम्पनी अपने द्वारा उत्पादित किये गए किसी भी नए उत्पाद को टेलीविज़न तथा सोशल मीडिया का प्रयोग करके, आम जन मानस को बड़ी ही सहजता से बता सकती है तथा उसके प्रयोग के लिए लोगों को उत्सुक कर सकती है और अधिक से अधिक मुनाफा कमा सकती है।

मीडिया के द्वारा किसी संक्रामक बीमारी, उसके लक्षण उस बीमारी के कारण जैसे कि वह किस कारण से इसका संक्रमण होता है आदि के बारे में बता कर लोगों को उस बीमारी प्रति सचेत किया जा सकता है।

इसका सबसे अच्छा उदाहरण पोलियो नामक बीमारी है जिसके उन्मूलन के लिए भारत सरकार ने अपने द्वारा चलाये गए पल्स पोलियो अभियान के प्रति लोगों को मीडिया एवं अन्य विज्ञापनों के माध्यम से लोगों को जागरूक कर, भारत को पोलियो ग्रसित देशों की सूची से बाहर कर लिया। इसके साथ ही साथ एड्स जैसी बीमारियों के प्रति लोगों में विद्यमान भ्रान्तियों को भी मीडिया की मदद से दूर किया जा सका है।

आज की मीडिया से हमारे देश के किसानों को भी बहुत लाभ मिल रहा है क्योंकि टेलीविज़न पर अनेको ऐसे कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं जिसमें किसानों को [खेती करने](#) की नई एवं वैज्ञानिक विधियों से अवगत कराया जाता है। जिसका सीधा असर किसानों के फसल उत्पादन की क्षमता पर पड़ता है।

इस तरह मीडिया का हमारे आज के समाज में बहुत ही बड़ा योगदान है। आज मीडिया हमारे दैनिक जीवन का एक अभिन्न अंग बन गया है। मीडिया की वजह से ही आज समाज के लोगों की मानसिकता बदली है और लोग आधुनिकीकरण की ओर अग्रसर हुए हैं जिससे हमारा देश तरक्की की राह पर बहुत ही तेजी से आगे बढ़ रहा है।

परंतु किसी भी सिक्के के दो पहलू होते हैं मतलब किसी चीज से जितना लाभ होता है उतना ही उससे हानि भी होती है। ठीक वैसे ही मीडिया के प्रयोग से समाज तथा लोग अनेकों प्रकार की भ्रान्तियां उत्पन्न की जा सकती हैं। परन्तु मीडिया से लोगों को हानि की अपेक्षा लाभ अधिक हुआ है।

सूचना क्रांति के आधुनिक दौर में सोशल मीडिया की भूमिका को लेकर लगातार सवाल उठते रहे हैं। आर्थिक, राजनीतिक और सामाजिक प्रगति में सूचना क्रांति ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। किंतु सूचना क्रांति की ही उपज, सोशल मीडिया को लेकर उठने वाले सवाल भी अत्यंत महत्वपूर्ण हैं। समाज की प्रगति में सोशल मीडिया की भूमिका क्या है? क्या सोशल मीडिया हमारे समाज में धुवीकरण उत्पन्न कर रहा है? प्रस्तुत लेख विश्लेषण कुछ ऐसे ही सवालों के जवाब तलाशने का प्रयत्न करता है।

**धुवीकरण कैसे हो रहा है?**

- 1950 के दशक में सामाजिक मनोवैज्ञानिक सोलोमन असच (Solomon Asch) द्वारा मनोवैज्ञानिक प्रयोगों की एक पूरी श्रृंखला की गई थी। ये प्रयोग यह निर्धारित करने के लिये किये गए थे कि बहुमत की राय के आगे किसी व्यक्ति की राय किस प्रकार प्रभावित होती है।
- इन प्रयोगों के निष्कर्ष में असच ने पाया कि कोई व्यक्ति गलत जवाब देने के लिये सिर्फ इसलिये तैयार था ताकि वह बहुमत की राय के साथ शामिल रहे।
- उत्तरदाताओं ने इसलिये गलत जवाब दिये क्योंकि वे अपना उपहास नहीं उड़ाना चाहते थे या इसलिये क्योंकि उनका मानना था कि समूह उनके मुकाबले बेहतर जानकार है।
- यद्यपि 1950 के दशक से संचार का यह स्वरूप विकसित होकर नए रूप में प्रकट हुआ है, लेकिन इसके बावजूद मानव का स्वभाव इसके साथ सामंजस्य बैठाने में सफल नहीं हो पाया है। कुछ हद तक यह धारणा ऑनलाइन फेक न्यूज़ के प्रभाव को भी इंगित करती है, जिसने समाज में ध्रुवीकरण के विस्तार में योगदान दिया है।
- सोशल मीडिया पर बढ़ते ध्रुवीकरण को लेकर एल्टो विश्वविद्यालय, फिनलैंड द्वारा किये गए एक अध्ययन के अनुसार, उपयोगकर्ताओं के बीच एकरूपता जैसे कारक (किसी सामाजिक व्यवस्था में उपयोगकर्ता अपने जैसे लोगों के साथ अधिक संबंध रखते हैं) और एल्गोरिदम का ही परिणाम है कि हम भिन्न विचारों को अपनाने में असहज महसूस करते हैं।
- सोशल मीडिया साइटें किसी उत्प्रेरक की भूमिका निभाने के लिये तैयार हैं। उदाहरण के लिये, ट्विटर आपको नियमित रूप से उन लोगों का अनुसरण करने के लिये प्रेरित करेगा जो आपके दृष्टिकोण के समान दृष्टिकोण रखते हैं।
- खुलेपन, अस्पष्टता और गुमनामी जैसी विशेषताएँ जो कभी हाशिए पर स्थित समुदायों को ताकत प्रदान करती थीं, अब तुच्छ झरावों को बढ़ाने में उत्प्रेरक की भूमिका निभा रही हैं।
- पिछले कुछ वर्षों के दौरान गलत खबरों (पूर्वाग्रह या मानव त्रुटियों के कारण), झूठी खबरों (जान-बूझकर बनाई गई फेक न्यूज़) और यहाँ तक कि 'फेक अकाउंट' की प्रवृत्ति बढ़ी है। यही प्रवृत्ति आगे चलकर सीधे राजनीतिक एजेंडे को आगे बढ़ाने या ऑनलाइन प्लेटफॉर्म पर किसी को परेशान करने में इस्तेमाल की जाती है।

#### अन्य माध्यमों से ध्रुवीकरण

- इतिहास पर नज़र डालें तो पता चलता है कि उस्मानी साम्राज्य द्वारा प्रिंटिंग प्रेस को एक मुसीबत की तरह देखा जाता था। किताबों की छपाई तथा वितरण की दर ने एक संदेह उत्पन्न कर दिया था। विडंबना यह है कि 1627 में स्थापित पहला ग्रीक प्रिंटिंग हाउस यहूदियों को लक्ष्य बनाने वाली एक पुस्तिका प्रिंट करता था।
- किताबें सोशल मीडिया की तरह ही एक साधन मात्र थीं। किताबों पर प्रतिबंध लगाना और सोशल मीडिया को दोषी ठहराना दोषपूर्ण तर्क के ही द्योतक हैं।
- यदि सोशल मीडिया में बुराई के प्रति पक्षपात अंतर्निहित होता तो #metoo जैसे अभियान हमारे समक्ष कभी नहीं आ पाते।
- खोए हुए बच्चों का मिलना, विभिन्न आपदाओं में सहायता के लिये पैसों का वितरण और तमाम अन्य अच्छे काम सोशल मीडिया के माध्यम से हो रहे हैं।

- सोशल मीडिया मल्टीमीडिया तथा अन्य प्लेटफॉर्मों का एक तंत्र है जो बहुभाषी, बहुसांस्कृतिक और समावेशी है। यह वर्ग, पंथ, जाति, धर्म, लिंग, आयु या वित्तीय संसाधनों की कमी के बावजूद सबके लिये समान अवसरों की सुविधा प्रदान करता है। हर (ऑनलाइन और ऑफलाइन) दुर्यवहार के लिये सोशल मीडिया को दोषी मानने का कोई तार्किक आधार नहीं है।

#### निष्कर्ष

- सोशल मीडिया के प्रभाव के कारण लोगों के सोचने का दायरा संकुचित होता जा रहा है जो न केवल मतदान के समय व्यवहार में परिवर्तन लाता है बल्कि हर रोज़ व्यक्तिगत वार्ताओं में भी इसका भारी प्रभाव पड़ रहा है। यह आज के दौर में गंभीर चिंता का विषय है।
- यह सच है कि सोशल मीडिया का उपयोग एक ऐसे व्यक्ति के लिये समर्थन हासिल करने में किया गया था, जिसने राजस्थान में एक मुस्लिम व्यक्ति को ज़िंदा जला दिया था, लेकिन यह वही सोशल मीडिया है जिसका इस्तेमाल उस बच्ची के माता-पिता हेतु धन जुटाने के लिये भी किया गया था, जिसकी जम्मू-कश्मीर के कठुआ में सामूहिक बलात्कार के बाद नृशंस हत्या कर दी गई थी।
- उक्त तथ्य से यह साबित होता है कि सोशल मीडिया एक साधन मात्र है जिसका इस्तेमाल पूर्णतः उपयोगकर्ता पर निर्भर करता है।
- सोशल मीडिया निश्चित रूप से सूचनाओं के भरमार (तथ्यात्मक और फेक दोनों) की वैश्विक चुनौतियों का सामना कर रहा है लेकिन साथ ही यह लोगों को उनके अधिकारों तक पहुँचने और उनकी राय सुनाने में भी सक्षम बनाता है। उम्मीद है कि समय के साथ लोग इंटरनेट पर कोई भी सामग्री शेयर करने की ज़िम्मेदारी लेंगे और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के प्रति घटते जा रहे विश्वास को पुनः प्राप्त करेंगे।

## उच्चशिक्षा प्राप्त कर रही छात्रों पर स्मार्ट फोन का प्रभाव (नंदकुवरबा महिला कॉलेज के संदर्भ में)

सोलंकी पल्लवी बी। पी.एच.डी.शोधछात्रा, महाराजा कृष्णकुमारसिंहजी-भावनगर विश्वविद्यालय

### प्रस्तावना:-

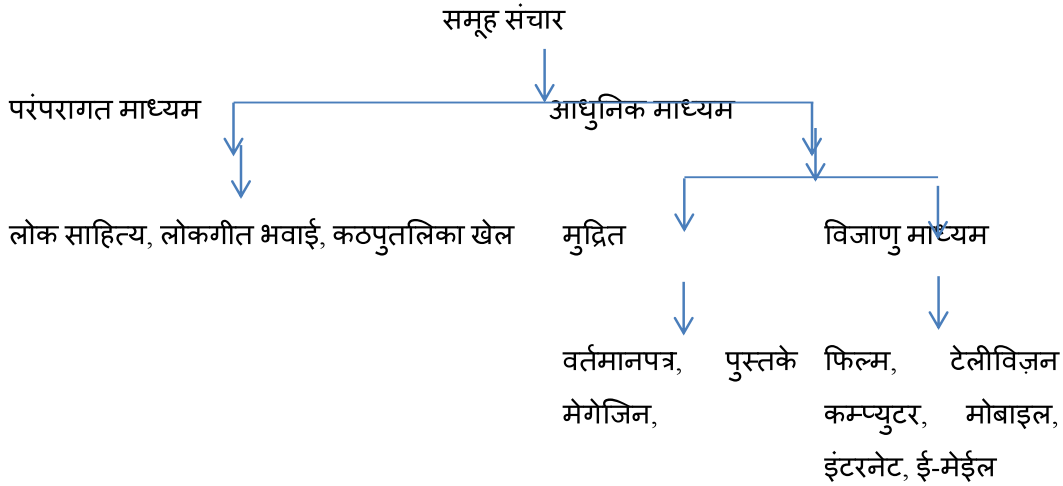
विश्व के अन्य प्राणिओ की तुलना में मनुष्य को कुदरत ने ज्यादा बुद्धिशक्ति दी है। जिनके उपयोग से वह कई प्रकार के ज्ञान को प्राप्त कर सकता है। और खास करके मानवजात का कल्याण करने में वीज्ञान का बहुत बड़ा योगदान रहा है। हर एक देश एक दुसरे के संपर्क में आया है। जीस्से वीज्ञान का विकास जडपी बना है। मानवजात युगो से नई-नई शोध करता रहता है। सदियो पूर्व अग्नि की शोध, चक्र की शोध आदि से अन्वयी के विकास की यात्रा आगे बढ़ी है। आधुनिक युग में मानवी ने वैज्ञानिक शोधो के जरिए यंत्रवीज्ञान के द्वारा परिवर्तन लाने में सफल रहा है। अधतन मशीन टेक्नोलोजी को विकसित बनाकर आधुनिक टेक्नोलोजी के साथ अपना संबंध स्थापित किया है। वीज्ञान और टेक्नोलोजी के विकास के भागरूप संचार माध्यमों का भी विकास हुआ है।

### 2) संचार माध्यम का अर्थ :-

आज हम समूह प्रत्यायन के युग में जी रहे हैं। हमारे चारो तरफ संचार माध्यम दिखाई दे रहे हैं। जिसकी असर हमारे अंगत जीवन से शुरु कर के आंतर्राष्ट्रीय स्तर तक दिखाई देती है। 'संचार' यानि की किसी भी बात या फिर वस्तु को आगे बढ़ाना, चलाना या फिर उसको विस्तरण करना इस बाबत आर उसका उपयोग होता है। संस्कृत भाषा के 'चर' धातु पर से यह शब्द बना है। उसका अर्थ यह होता है की जब हम किसी भी जानकारी या माहिती को दूसरे तक पहुचाते हैं तो उस समूहिक स्वरूप ई प्रक्रिया को संचार कहा जाता है।

संचार माध्यम को समूह प्रत्यापन भी कहा जहा है। उसके कई स्वरूप हैं। वह मुद्रित, श्राव्य, और द्रशय-ज्रावय ऐसे स्वरूप में होते हैं। समूह प्रत्यापन के कई सारे साधन हैं जैसे वर्तमानपत्र, मगेजीन, रेडियो, टेलिविजन, टेलीफोन, मोबाइल फोन, इंटरनेट, कम्प्युटर, फेक्स, ई-मेईल आद समूह प्रत्यायन के साधन ध्वारा मानवी एक – दूसरे के साथ बहुत ही सरलता से संपर्क कर सकता है।

समूह प्रत्यायन के प्रकार



विज्ञान माध्यम का अर्थ :-

विज्ञान समूह संचार माध्यम इलेक्ट्रॉनिक माध्यम से जाने जाते हैं। इनमें कई साधनों का समावेश होता है। दृश्यता, श्राव्य और मुद्रित माहिती को विज्ञान में रूपांतरित करके इलेक्ट्रॉनिक माध्यम द्वारा लोगों तक पहुंचाने वाले साधनों को विज्ञान माध्यम कहा जाता है। इस विज्ञान माध्यम में रेडियो, टेलीविज़न, टेलीफोन, मोबाइलफोन, कम्प्यूटर, इंटरनेट, स्मार्ट फोन, ई-मेल आदि का समावेश होता है।

संचार के साधन के रूप में स्मार्ट फोन :-

टेलीफोन के शोध एलेक्ज़ांडर ग्रेहामबेल ने की है। एलेक्ज़ांडर ने आवाज को विद्युतशक्ति में रूपांतरित किया। इस के जरिए दो लोग आपस में बातचीत कर सकते हैं। इस के बाद जॉर्ज स्वेगर्ट ने 1969 में पहले वायरलेस फोन की शोध की। मार्टिन कूपर मोबाइल फोन के जनक माने जाते हैं। इक्कीसवीं सदी की आज तक की सबसे बड़ी शोध स्मार्टफोन की मनी जाती है। स्मार्टफोन बहुत बड़ा शक्तिशाली संचार माध्यम माना जाता है।

स्मार्टफोन यानि की एक ऐसा मोबाइल फोन जिसकी कोम्प्यूटिंग पावर और कनेक्टिविटी समर्पित फोनो की तुलना में अधिक उन्नत है। टेलीफोन और कम्प्यूटरिंग को मिलाके पहला उपकरण 1909 में Tesia बना था। उसके बाद पहला स्मार्टफोन 1992 में IBM SIMON न आया। यह पहला ऐसा स्मार्टफोन था जो सेल्यूलर फोन कॉल प्राप्त करने की क्षमता के अलावा फेक्स भेजना, इमेल प्राप्त करना, टचस्क्रीन डिस्प्ले और कई सारी एप्लीकेशन आदि शामिल है। इसके बाद कई सारे स्मार्टफोन बाजारमें आए जैसे की IOS X Android- APPLE, BLACK BARRY, आदि है।

स्मार्टफोन का वर्तमान संस्करण :-

वर्तमान समय में स्मार्टफोन को नैनोटेक्नोलोजी के जरिए बहुत छोटा बना दिया गया है। अभी भी स्मार्टफोन सबसे छोटा बने और उसमें कई सारी इलेक्ट्रॉनिक्स उपकरणों की सुविधाएं शामिल हो ऐसे प्रयत्न हो रहे हैं (एंड्रोइड जैसे कई और स्मार्टफोन में हिन्दी भाषा के अन्य कई भाषाई समर्थन करेंगी) इस स्मार्टफोन में वॉइसकमांड, मेसेज टाइपिंग और इसकी कई सारी एप्लीकेशन अपनी प्रादेशिक भाषामें प्रयोग कर सकते हैं। वर्तमान समय में टेलीविज़न की सारी सुविधाएं स्मार्टफोन में दिखाई देती हैं। टी वी में LED TV, 3D फिल्म देख

सकते हैं वेसे ही स्मार्टफोन में भी हम देख सकते हैं। स्मार्टफोन के USB के जरिए टेलीविज़न में हम स्मार्टफोन के डाटा को देख सकते हैं। पेन ड्राइव पे फिल्में, गाने, वीडियो गेम्स, फोटो आदि जरूरी माहिती को हम T.V. में देख सकते हैं। कम्प्यूटर की तुलना में स्मार्टफोन ज्यादा पोर्टेबल हैं। उसे किसी भी समय कहीं पर भी ले जा सकते हैं। मोबाइल फोन में सबसे इंटरनेट कनेक्शन सुरु हुआ है तब से वह स्मार्टफोन बना है। इंटरनेट के माध्यम से स्मार्टफोन में ई-मेल, विडियोफोन, पेजर, फेक्स, सर्च इंजिन, खरीदारी, संचार, पढ़ाई, संशोधन आदि की सुविधाएं शामिल हुई हैं।

### 3) अभ्यास के उद्देश्य :-

जब कोई संशोधक विषय को संशोधन विषय के रूप में पसंद करता है तब उसके पीछे उसका कोई न कोई उद्देश्य छिपा होता है। किसी भी कार्य की सफलता अनुसंधान के उद्देश्यों पर निर्भर करती है। उद्देश्यों से संशोधक और को सही राह मिलती है।

- 1) उच्च शिक्षा में पढ़ रहे छात्रों पर स्मार्टफोन के प्रभाव को जाचना।
- 2) उच्च शिक्षा प्राप्त करनेवाली छात्राओं को स्मार्टफोन के विवेकपूर्ण उपयोग से लाभ प्रदान होते हैं या नहीं यह जाचना।
- 3) स्मार्टफोन के उपयोग ने छात्राओं के सामाजिक संबंधों को कैसे प्रभावित किया है यह जाचना।
- 4) स्मार्टफोन का उपयोग छात्राओं के वित्तीय (आर्थिक) जीवन को कैसे प्रभावित करता है यह जाचना।
- 5) स्मार्टफोन के उपयोग ने छात्रों की शिक्षा को कैसे प्रभावित किया यह जाचना।

### 4) अभ्यास पद्धति :-

प्रस्तुत संशोधन का अध्ययन करने के लिए निरक्षण पद्धति का यहाँ इस्तमाल किया गया है। जिसमें ज्यादा माहिती प्रपात करने के लिए मुलाकात अनुसूची और मुलाकात प्रयुक्ति का इस्तमाल किया गया है।

### 5) व्याप विश्व:-

प्रस्तुत संशोधन में संशोधन क्षेत्र के रूप में गुजरात राज्य के भावनगर शहर के देवराजनगर क्षेत्र की नंदकुवरबा महिला आर्ट्स एंड कोमर्स कॉलेज में उच्च शिक्षा प्राप्त करने वाली छात्रों को ही व्याप- विश्व के रूप में चुना गया है।

### 6) निर्देशन का चुनाव :-

प्रस्तुत संशोधन का क्षेत्र व्यापक होने के कारण बीनयदच्छ निर्देशन के प्रकारों में से आकस्मिक निर्देशन का उपयोग करके नंदकुवरबा महिला कॉलेज की 100 छात्रों को माहिती प्राप्त करने के लिए चुना है।

### 7) नंदकुवरबा महिला कॉलेज का परिचय :-

यह कॉलेज महाराजा कृष्णकुमारसिंहजी-भावनगर विश्वविद्यालय से संबंधित है। “स्त्री संस्कृतिम रक्षित” इस नाम के साथ संस्कारार्थ समान कालेज की शुरुआत हुई है। 2009 के साल में इस कॉलेज की स्थापना हुई है। 2 अगस्त 2009 के दिन गुजरात के शिक्षणमंत्री रमणलाल वोरा ने कॉलेज का उदघाटन किया। नंदकुवरबा महिला कॉलेज श्री सहजानन्द एज्युकेशन ट्रस्ट संचालित है। इस ट्रस्ट में सदस्यों की संख्या 10 (दस) है। इस ट्रस्ट के मैनेजिंग ट्रस्टि भरतसिंहजी गोहील है। और इस नंदकुवरबा महिला कॉलेज के मैनेजिंग डाइरेक्टर श्री रविंद्रसिंहजी सरवैया है। महाराजा कृष्णकुमारसिंहजी भावनगर विश्वविद्यालय से संबंधित नंदकुवरबा महिला कॉलेज में अभी



B.A., B.COM, M.COM, B.C.A., B.SC., D.F.D, M.S.W., M.PHIL, P.G.D.G.A., D.N.Y.S., D.F.N. आदि, पाठ्यक्रम ध्वारा छात्राए सुरक्षित वातावरण, गुणवत्तायुक्त शिक्षा और तालिम प्राप्त कर रही है। इस कालेज का लक्ष्य महिलाओ को अच्छी शिक्षा मिले और उनके वीतीय, सामाजिक, सांस्कृतिक और व्यक्तिगत जीवन की गुणवत्ता में सुधार लाना यही उसका अंतिम लक्ष्य है कालेज मे पचास हजार से भी ज्यादा किताबे, बीस से ज्यादा मेगेजीन, आठ न्यूज पेपर और कई सारी किताबों वाली बहुत ही अच्छी पुस्तकालय है। कम्प्युटर लेब, साइकोलोजी लेब, कैंटिंग, स्टेशनरी स्टोर आदि सुविधाए कालेज मे शामिल हैं। बच्चो के अच्छे जीवन का निर्माण हो इस लिए कॉलेज में कई सारी प्रवृत्तिया होती है। जैसे की कुकिंग कलास, ब्यूटी पार्लर, स्पोकन इंगलिश, GPSC, UPSC की कोचिंग कलास आदि की तालिम मुफ्त में दी जाती है। INCC, N.S.S. का यूनिट भी चलाया जाता है। हर किसी भी धर्म या जाती के भेदभाव बिना सारे त्यौहार को बहुत ही उत्साह से मनाये जाते है। इस कालेज में अंदाजीत अलग-अलग शैक्षणिक विभागोमे 3600 महिला छात्राए शिक्षा प्राप्त कर रही है।

8) चर्चा के मुद्दे :-

8.1 उच्च शिक्षा प्राप्त कर रही छात्रों पर स्मार्टफोन का प्रभाव

नंदकुवरबा महिला कॉलेज मे उच्च शिक्षा प्राप्त कर रही छात्रो पर स्मार्टफोन का हकारात्मक और नकारात्मक दोनों का प्रभाव दिखाए देता है। स्मार्टफोन के उपयोग से वह स्मार्ट बनी है। किसी भी विषय की जानकारी बहुत सरलता से प्राप्त कर सकती है। इन्टरनेट के माध्यम से वह घर पर रहकर भी अपने सारे कार्यों को पूर्ण कर सकती है। अपने निजी जीवन में जब वो स्ट्रेस का अनुभव कर रही हो तब वह मनोरंजन भी प्राप्त कर सकती है। स्मार्टफोन में google जैसे कई सर्च एंजिन के उपयोग ध्वारा वह किसी भी जानकारी को प्राप्त कर सकती है अब उसे किसी भी बात की जानकारी के लिए किसी भी व्यक्ति पर आधारित नहीं रहना पड़ता है। इस तरह से स्मार्टफोन के माध्यम से कुछ नया करने का आत्मविश्वास उसे मिला है और हकारात्मक जीवन की ओर आगे बढ़ रही है। लेकिन स्मार्टफोन ने उनके जीवन पर कई नकारात्मक प्रभाव भी डाला है, जैसे की स्मार्टफोन का बहुत ज्यादा देर तक उपयोग करने से स्वास्थ्य को हानी पाहुचती है। स्मार्टफोन के हानिकारक तरंगो से निंद नहीं आती है, केलिशियम की खामी की समस्या तरंगो से नींद नहीं आती है, केलिशियम की खामी की समस्या खड़ी होती है, हर्दयरोग की संभावना बढ़ती है। फोन की स्क्रीन को नियमित रूप से ज्यादा देर तक देखने से आंखो को बहुत हानी होती है। दीभाग की कई सारी समस्याए खड़ी होती है। स्मार्टफोन का ज्यादातर उपयोग छात्रों में अपराध के भाव भी जागता है। इस तरह छात्रों पर स्मार्टफोन का हकारात्मक और नकारात्मक दोनों का प्रभाव दिखाए देता है।

8.2) उच्च शिक्षा प्राप्त कर रही छात्रों पर स्मार्टफोन का विवेकपूर्ण उपयोग का प्रभाव।

स्मार्टफोन का विवेकपूर्ण उपयोग से कई सारे लाभ होते है। जैसे की कई सारे विषयो की जानकारी प्राप्त होती है। इससे ज्ञान मे बढ़ती होती है। कम समय में बहुत ज्यादा काम होता है, काम तेजी से होता है। पढ़ाइलक्षी, व्यवसायलक्षी कार्य में भी लाभ होती है। लोगो के साथ संपर्क व्यवहार की मात्र बढ़ती है। आज-कल सभी लोग अपने कम मे इतने व्यस्त रहते है की उन्हे अपने मित्रो, स्नेहिजनों से प्रत्यक्ष संपर्क करके बातचीत नहीं कर सकते है। तब स्मार्टफोन के जरिए दूर स्थान पर बैठे लोग के साथ विडियोकोल के जरिए प्रत्यक्ष बात-चित कर सकते है। स्मार्टफोन का ज्यादातर उपयोग कई सारी समस्या को आमंत्रित करता है। फोन के द्वारा ई-मेईल से पत्रव्यवहार

होता है। इसलिए उसका खर्च बच जाता है। अपनी शिक्षा को प्राप्त करने में स्मार्टफोन बहुत उपयोगी साबित होता है।

8.3) शिक्षा प्राप्त कर रही छात्रों के सामाजिक संबंधों पर स्मार्ट फोन का प्रभाव।

स्मार्टफोन द्वारा संदेशाव्यवहार शीघ्र बनजाने से मानवी कुटेव, मित्रजूथ, स्नेहिजनों से शीघ्र बातचीत कर सकते हैं। और अपनी जानकारी पहुंचा सकते हैं। इससे कई बार कोई मुसीबत हो तो एक फोन कॉलेज से लोगों को बताकर किसी की भी मदद ले सकते हैं। मदद के कारण मददकर्ता के साथ एक प्यारभरे मिलन संबंध की अनुभूति होती है। और संबंध ज्यादा गहरा बन जाता है। अपने मित्रजूथ कुटुंब के सदस्य, आदि लोगों से बार बार बातचीत करने से सामाजिक संबंध सुरक्षित रहते हैं। स्मार्टफोन किसी व्यक्ति को कभी भी कोई बात की कमी महसूस नहीं करवाता। किसी कौटुंबिक प्रसंग में किसी भी व्यक्ति को बातचीत करने या फिर समय पसार करने के लिए कोई साथ न हो तो स्मार्टफोन किसी भी व्यक्ति की कमी को पूरा करता है। स्मार्टफोन में शामिल बहुत सारी सुविधाओं का उपयोग करके वह अकेला भी खुश रहता है। इस तरह छात्रों के सामाजिक संबंधों पर स्मार्टफोन का हकारात्मक प्रभाव होता दिखाए देता है।

8.4 उच्च शिक्षा प्राप्त कर रही छात्रों के वीतीय जीवन पर स्मार्टफोन का प्रभाव।

उच्च शिक्षा प्राप्त कर रही कई छात्रों को स्मार्टफोन के उपयोग से वीतीय समस्या का सामना करना पड़ता है। जब की कई छात्रों को स्मार्टफोन के उपयोग से कोई भी समस्या नहीं आती। कई छात्रों के मत अनुसार स्मार्टफोन की खरीदारी का ज्यादा खर्च हो है। रिचार्ज का खर्च होता है। और जब रिचार्ज खत्म हो जाए तो इनकमिंग कॉल भी बंद हो जाते हैं / तो इनकमिंग कॉल को चालू रखने के लिए पोटीब्लिटी करवानी पड़ती है। तो उनमें भी ज्यादा खर्च महसूस होता है। इंटरनेट कनेशन के माध्यम से ही फोन स्मार्टफोन कहलाता है। इंटरनेट वपराश का भी बहुत ज्यादा खर्च होता है। जब इंटरनेट न हो तो जैसे ज़िंदगी थम सी गई हो ऐसा महसूस होता है। तो इन सारे खर्च के कारण कई छात्रों को आर्थिक समस्या को महसूस करना पड़ता है। जब की कई अच्छे घरवाले यानि की श्रीमंत घर के छात्रों को स्मार्टफोन से कोई भी वीतीय समस्या महसूस नहीं होती है।

8.5 उच्च शिक्षा प्राप्त कर रही छात्रों की शिक्षा पर स्मार्टफोन का प्रभाव।

स्मार्टफोन के उपयोग से शिक्षा प्राप्त करने में बहुत ही मदद मिलती है। स्मार्टफोन में इंटरनेट की सुविधा के कारण छात्रों को किसी भी विषय की जानकारी कम समय में मिल जाती है। बहुत बार बड़ी संख्याकीय माहिती को स्मार्टफोन में संग्रहीत कर सकते हैं। स्मार्टफोन में केलक्यूलेटर की सुविधा होने से उसमें किसी भी प्रकार की गिनती की जा सकती है। कई छात्रों हर रोज कालेज में जाकर पढ़ाई नहीं कर सकती तो व घर पर भी स्मार्टफोन के उपयोग से पढ़ाई कर सकती हैं और परिक्षा में सारे नंबरों से पास हो कर अपनी कारकिर्दी को नया आयाम दे सकती हैं। इस तरह स्मार्टफोन कई तरह से शिक्षा में उपयोगी साबित होता है।

9) निष्कर्ष :-

1) उच्च शिक्षा प्राप्त कर रही 44 प्रतिशत छात्रों पर स्मार्टफोन की हकारात्मक प्रभाव दिखाई देता है। जब की 56 प्रतिशत छात्रों पर उसका नकारात्मक प्रभाव होता है उनके अनुसार 16 प्रतिशत उतरदाता स्मार्टफोन से थकावट महसूस कर रहे हैं। 11 प्रतिशत उतरदाता हड़ियों में दर्द महसूस कर रहे हैं। 24 प्रतिशत उतरदाता स्मार्टफोन के

उपयोग के कारण आख, कान, हृदय, शिर आदि की समस्याका सामना कर रहे हैं। 5 प्रतिशत उतरदाता मानसिक थकावट को महसूस कर रहे हैं

2) उच्च शिक्षा प्राप्त कर रही 92 प्रतिशत छात्रों को स्मार्टफोन के विवेकपूर्ण उपयोग से लाभ होता है/ 10.86 प्रतिशत उतरदाता की मान्यता के अनुसार उनके ज्ञान में बढ़ती होती है। 15.21 % प्रतिशत उतरदाता का यह मानना है की वह बहुत कम समय में ज्यादा कार्य कर सकती है। 19.56 % प्रतिशत उतरदाता के अनुसार बहुत ही तेज कार्य कर सकती है। 13.04% प्रतिशत छात्रों को शिक्षा में स्मार्टफोन का लाभ होता है। 30.43 प्रतिशत छात्रों का मानना है की लोगो के साथ स्मार्टफोन के कारण संपर्क बढ़ा है। 10.86 प्रतिशत छात्रों को स्मार्टफोन के विवेकपूर्ण उपयोग से और कई सारे लाभ होते हैं।

3) स्मार्टफोन का उपयोग करने के बावजूद उच्च शिक्षा प्राप्त कर रही 72 प्रतिशत छात्रों का अपने घरवाले सदस्यों के साथ मित्रजुथ और आदि सदस्यों के साथ सामाजिक संबंध अच्छे हैं। जब की 28 प्रतिशत छात्रों को स्मार्टफोन के कारण सामाजिक संबंधों में उनकी पकड़ थोड़ी सी काम होती महसूस कर रहे हैं।

4) स्मार्टफोन के उपयोग के कारण 72 प्रतिशत छात्रों को वीटिय समस्या महसूस हो रही है। उनमें से 22.22 प्रतिशत उतरदाता स्मार्टफोन के खरीदारी का खर्च, 16.66 प्रतिशत उतरदाता स्मार्टफोन में रिचार्ज का खर्च, 27.77 प्रतिशत उतरदाता इंटरनेट का खर्च, 33.33 प्रतिशत उतरदाता अन्य खर्च महसूस कर रहे हैं।

5) स्मार्टफोन के उपयोग के कारण 90 प्रतिशत छात्रों को शिक्षा प्राप्त करने में स्मार्टफोन लाभदायी बनता है। 22 प्रतिशत उतरदाता को अपने पाठ्यपुस्तकीय जानकारी के लिए, 30 प्रतिशत उतरदाता को शिक्षा से संबन्धित अन्य ज्ञान को प्राप्त करने में, 35 प्रतिशत को रिसर्च प्रोजेक्ट को तैयारी करने में 12 प्रतिशत उतरदाता को स्पर्धात्मक परीक्षा की तैयारी करने में स्मार्टफोन लाभदायी होता है।

समापन –

इस तरह प्रस्तुत संशोधकीय अभ्यास में प्रारंभिक जानकारी दी गई है। जिसमें संचार माध्यम के अर्थ से लेकर, स्मार्टफोन का अर्थ और अभ्यास संदर्भ विस्तार यानि की नंदकुवरबा महिला कॉलेज का परिचय दिया गया है। उच्च शिक्षा प्राप्त कर रही छात्रों पर स्मार्टफोन के हकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव को प्रस्तुत किया गया है।

10) संदर्भ सूची :-

- 1) रावल ज्योतिर समूह प्रत्यायन, गुर्जर ग्रंथरत्न कार्यालय, अमदावाड
- 2) डॉ. नगीन मोदी संचार माध्यमों, आर. आर. शेठनी कंपनी मुंबई
- 3) ए. जे. शाह अने जे.के. ए.वे सामाजिक संशोधननी पद्धति, अंनडा प्रकाशन, अमदावाड
- 4) डॉ सुधार सोनी, नवीनमीडिया, प्रविधिया.. द्रश्य, श्राव्य, एवं लिखित माध्यम, बूक इंकलेव जयपुर,
- 5) डॉ कृष्णकुमार आधुनिकता के आयनेमें शिक्षितयुवा विकास प्रकाशन,
- 6) www.smartphonofwikipedia.

## मूल्यनिष्ठ राष्ट्र निर्माण में मीडिया की भूमिका : धार्मिक पत्रकारिता के विशेष सन्दर्भ में

नंदिनी हर्षदराय द्विवेदी, शोधार्थी, पत्रकारिता एवम् जनसंचार विभाग, गुजरात विद्यापीठ, अहमदाबाद

डॉ. विनोद कुमार पांडेय, प्रोफेसर, पत्रकारिता एवम् जनसंचार विभाग, गुजरात विद्यापीठ, अहमदाबाद

### शोधसार:-

जिस तरह साहित्य समाज का दर्पण कहलाते हैं, उसी तरह मीडिया भी समाज से जुड़ा हुआ होता है। मीडिया एक सेवक की तरह समाज और राष्ट्र की सेवा कर नई दिशा और दृष्टि प्रदान करता है। मीडिया सही अर्थ में राष्ट्र, समाज और आम जनता में मूल्यों और आदर्शों की स्थापना भी कर सकता है।

श्रेष्ठ राष्ट्र हेतु एक सृजनात्मक अध्ययन करते हुए यहाँ यह बताने का प्रयास किया गया है कि, मानव जीवन में मूल्यों का सृजन एक अलौकिक घटना की परिणति है जो व्यक्ति को मानवीय संवेदनशीलता के विभिन्न पक्षों से जोड़ने का प्रयास करती है, जिससे व्यक्तिगत जीवन की उपादेयता जीवन की सार्थकता में परिवर्तित हो जाती है। जीवन में धार्मिक और आध्यात्मिक सम्प्रेषण की आवश्यकता उत्पन्न होने का अर्थ है कि, व्यक्ति स्वयं के संबंध में एक जिज्ञासु प्रवृत्ति के रूप में रहकर स्वयं का ही अवलोकन करना चाहता है तथा इस निरन्तरता के लिए वह मीडिया मीमांसा के गूढ़ रहस्यों की ओर बढ़ते हुए पठन-पाठन, मनन-चिंतन तथा स्वाध्याय से जुड़ कर सत्य, प्रेम एवं अहिंसा के मार्ग पर चलकर ध्यान, योग और मौन के प्रति आस्था व्यक्त करता है।

बेहतर तथा सुखी समाज के निर्माण में मीडिया की भूमिका महत्वपूर्ण है। मीडिया अब सिर्फ सूचना प्रदाता नहीं रहा है, बल्कि उसने जीवन को प्रभावित किया है। दुनिया के सभी देश इससे प्रभावित हैं। सामाजिक जीवन में जब मूल्य आधारित पत्रकारिता को प्रकट करने का प्रयास किया जाता है तब एक सही परिणाम तक पहुंचना मूल्यपरक जीवन में कठिन प्रतीत होने लगता है।

इस सत्य की बार-बार पुष्टि होने के कारण मूल्याधारित जीवन एवं पत्रकारिता के मध्य एक द्वन्द्व खड़ा हो जाता है। मूल्य आधारित पत्रकारिता से मनुष्य की ऊँचाई और मूल्यों से सृजित जीवन नैतिक मूल्यों को स्थापित करने में सफल हो जाता है। मूल्याधारित पत्रकारिता को विश्लेषित करने से यह ज्ञात हो जाता है कि व्यक्ति को स्वयं का जीवन उच्च मूल्यों के साथ गतिशील रखना होगा।

मेरे इस शोधपत्र में 'मूल्यनिष्ठ राष्ट्र निर्माण में मीडिया की भूमिका में धार्मिक पत्रकारिता के संदर्भ' का पता लगाने के लिये विषय वस्तु विश्लेषण पद्धति का उपयोग कर रही हूँ। प्रस्तुत विषय के अध्ययन कर सकारात्मक परिवर्तन जानने का प्रयास रहेगा।

**कुंजी शब्द :** मीडिया, मूल्य, मूल्यनिष्ठ समाज, राष्ट्र, धार्मिक पत्रकारिता, धर्म

### प्रस्तावना:-

पत्रकारिता अभिव्यक्ति का एक सशक्त माध्यम है। जिसके जरिए समाज को सूचित, शिक्षित और मनोरंजित किया जाता है। पत्रकारिता के माध्यम से आने वाले किसी भी संदेश का समाज पर व्यापक असर पड़ता

है, जिसके जरिये मानवीय व्यवहार को निर्देशित और नियंत्रित किया जा सकता है। ऐसे में एक विशाल जनसमूह तक भेजे जाने वाले किसी खास संदेश का उद्देश्य क्या है और यह किस से प्रेरित है यह सवाल काफी मायने रखता है।

भारत हमेशा से ही धर्मप्राण ऋषि-मुनियों का देश रहा है। यहाँ विभिन्न धर्मों एवं संप्रदायों को मानने वाले मतावलम्बी हैं जो अपने धर्मों के प्रचार-प्रसार में रुचि रखते हैं। पत्रकारिता भी इस दिशा में अपवाद नहीं हो सकती। विभिन्न धर्मों से सम्बन्धित पत्र एवं पत्रिकाओं में धर्म एवं दर्शन से सम्बन्धित सामग्री मौजूद रहती है, परंतु इन पत्रिकाओं का उद्देश्य अधिकांशतः व्यापारिक नहीं होता वरन् अपने धर्म और दर्शन का प्रचार करना होता है। हिंदी के प्रथम पत्र 'उदन्त मार्तंड' से ही धर्म सम्बन्धी लेख प्रकाशित होने लगे और आज तक हो रहे हैं।

#### मूल्यनिष्ठ और धार्मिक पत्रकारिता का महत्व :-

पत्रकारिता पर सत्ता, बाजार, कोर्पोरेट हावी होना शुरू कर दिया है, समय के साथ साथ पत्रकारिता के मूल्य में गिरावट जरूर आई है, लेकिन ऐसा भी नहीं है कि हम मूल्यनिष्ठ पत्रकारिता को बरकरार नहीं रख सकते हैं। इस दिशा में काम करने वालों की संख्या कम हो सकती है पर उनकी पहल का लाभ एक बड़े वर्ग को मिल सकता है। आज कहीं न कहीं यह प्रयास रहता है की मूल्यनिष्ठ पत्रकारिता का दौर वापस आए। लेकिन आज जहाँ हम बैठे हैं वहाँ से वापस लाना इतना आसान नहीं होगा।

दुनिया के सभी देशों में लोग विकास की अंधी दौड़ में भागे जा रहे हैं, उसमें भारत भी शामिल है। लेकिन लगातार गिरते सामाजिक और मूल्यों की बात कोई नहीं कर रहा है। जिन्दगी में पैसे रुपये तो कभी भी कमाए जा सकते हैं, लेकिन नैतिक मूल्य जैसी चीजें इन्सान को कभी संयम और सही मार्गदर्शन के बाद ही हासिल होती हैं। जिनकी लिए ये मूल्य मायने रखते हैं, उनके लिए रुपये-पैसे बाकि सुख-सुविधाओं की किमत कम हो जाती है। जिन्दगी में धन कमाने के साथ ही इन शिक्षाओं को अर्जित करना उतना ही जरूरी है। महात्मा गाँधी के विचारों में मूल्यों को सिखाते हुए सही मार्ग पर चलने की प्रेरणा देते हैं। गिरते हुए सामाजिक मूल्यों को सिर्फ धर्म एवं अध्यात्म से माध्यम से बचाया जा सकता है, इसके अतिरिक्त कोई उपाय नहीं है।

#### समय की पुकार मूल्यनिष्ठ पत्रकारिता :-

मीडिया के समक्ष मूल्य और चुनौतियां जनता के प्रश्नों का प्रकाशन और प्रसारण में प्राथमिकता देना ही मीडिया का उत्तरदायित्व है। जिस दिन मीडिया यह उत्तरदायित्व भूल कर मुनाफे के लिए कार्य करेगा, उस दिन लोकतंत्र डगमगा जाएगा। साथ ही लोगों का विश्वास मीडिया से समाप्त हो जाएगा। आम आदमी की समस्याओं को उचित न्याय दिलाने के लिए मीडिया मिशन के रूप में कार्य कर रहा है। जनता की आवाज को सक्षम अधिकारियों व सरकार तक पहुंचाने का उत्तरदायित्व मीडिया भूलना नहीं चाहिए, यही मूल्यनिष्ठ पत्रकारिता है। वर्तमान समय में चार सी क्रिकेट, क्राइम, सिनेमा और सेलिब्रिटी का प्रभाव मीडिया पर ज्यादा है। इस पर विचार कर इससे हटकर सकारात्मक पत्रकारिता के साथ आम लोगों को इसमें जोड़ा जाना चाहिए।

मूल्यनिष्ठ समाज के लिये मूल्यनिष्ठ पत्रकारिता का प्रयास चाहिये। पत्रकारिता में प्रतिस्पर्धा का भाव न रखकर सहयोगात्मक एवं सकारात्मक विचारधारा जरूरी है। पत्रकारिता वह कला है जो संवेदनाओं और आवश्यकताओं के द्वारा समाज को बेहतर बनाने में सहयोग देती है। पत्रकारिता को व्यवसाय, केरियर या स्टेटस् न समझ समाज को मूल्यनिष्ठ बनाने की जिम्मेदारी की भावना होनी चाहिये। पत्रकारिता में संचेतना, संवेदना और जागरूकता होना आवश्यक है जिससे समाज मूल्यनिष्ठ बन सके। पहले पत्रकारिता राष्ट्रवादिता से ओतप्रोत थी, लेकिन आज पत्रकारिता में संदेह और व्यवसायिकता का दृष्टिकोण बनता जा रहा है। जब एक बेसहारा व्यक्ति सभी

के दरवाजे खटखटाकर थक जाता है, तो एक कर्तव्यनिष्ठ पत्रकारिता ही उसका सहारा बनती है। दैनिक भास्कर समूह हर सोमवार को सकारात्मक न्यूज प्रथम पेज पर दी जा रही है जिसका प्रतिसाद बहुत अच्छा है।

पत्रकारिता में 'राष्ट्र सबसे पहले' जरूरी :-

मौजूदा दौर में समाचार माध्यमों की वैचारिक धाराएं स्पष्ट दिखाई दे रही हैं। देश के इतिहास में यह पहली बार है, जब आम समाज यह बात कर रहा है कि फलां चैनल/अखबार कांग्रेस का है, वामपंथियों का है और फलां चैनल/अखबार भाजपा-आरएसएस की विचारधारा का है। समाचार माध्यमों को लेकर आम समाज का इस प्रकार चर्चा करना पत्रकारिता की विश्वसनीयता के लिए ठीक नहीं है। कोई समाचार माध्यम जब कोई किसी विचारधारा के साथ नत्थी कर दिया जाता है, जब उसकी खबरों के प्रति दर्शकों/पाठकों में एक पूर्वाग्रह रहता है। वह समाचार माध्यम कितनी ही सत्य खबर प्रकाशित/प्रसारित करे, समाज उसे संदेह की दृष्टि से देखेगा। समाचार माध्यमों को न तो किसी विचारधारा के प्रति अंधभक्त होना चाहिए और न ही अंध विरोधी। हालांकि यह भी सर्वमान्य तर्क है कि तटस्थता सिर्फ सिद्धांत ही है। निष्पक्ष रहना संभव नहीं है। **हिंदी के पहले समाचार पत्र उदंत मार्तंड का ध्येय वाक्य था- 'हिंदुस्थानियों के हित के हेतु'।** अर्थात् देशवासियों का हित-साधन। वास्तव में यही पत्रकारिता का राष्ट्रीय स्वरूप है। राष्ट्रवादी पत्रकारिता यही है कि देशवासियों के हित का ध्यान रखा जाए।

भारत में अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की गहरी परंपरा रही है। भारतीय समाज प्रारंभ से ही तर्कशील समाज रहा है। लेकिन, अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का अभिप्राय कभी भी यहाँ स्वच्छंदता से नहीं रहा है। भारत में अभिव्यक्ति वही श्रेष्ठ मानी गई है, जिसमें व्यक्ति, समाज और राष्ट्र का कल्याण निहित हो। भारत में एक सामान्य नागरिक को भी इस बात का बोध है कि किसी व्यक्ति के प्राण रक्षा के लिए बोला गया झूठ किसी भी सत्य वचन से बढ़कर है। अर्थात् उस प्रत्येक संवाद का भारत में सम्मान है, जिसमें लोक कल्याण का संदेश हो। जबकि वह सत्य भी निरर्थक है, जिससे व्यक्ति, समाज और राष्ट्र की हानि होती हो। वर्तमान पत्रकारिता पर एक नजर डालने पर यह ध्यान आता है की 'सबसे तेज' की चाल में 'राष्ट्र सबसे पहले' न केवल कहीं छूट गया है, बल्कि उसे भुला ही दिया गया है। ऐसी पत्रकारिता किस काम की, जिसका फायदा देश के दुश्मनों को मिले। इसलिए यह स्पष्ट समझ लेना चाहिए कि देश की प्रतिष्ठा से हमारी स्वयं की प्रतिष्ठा जुड़ी है। इसलिए अपनी पत्रकारिता में 'राष्ट्र सबसे पहले' होना ही चाहिए।

धार्मिक पत्रकारिता की आवश्यकता :-

आधुनिक युग में जहाँ विज्ञान और तकनीकी का समय है तब मानव के पास आज भौतिक सुख-सामग्री की कोई सीमा नहीं है। किन्तु मन की सच्ची शांति, सुख, आनन्द और दिव्य अलौकिक प्रेम की कमी है, ऐसे समय में लोगों की निगाहें धार्मिक पत्रिकाओं की तरफ जाती है। लोग जहां एक ओर धर्म की उपेक्षा करते हैं वहीं कुछ लोगों की धर्म के प्रति बड़ी आशा बनी रहती है। धर्म हमें जीवन में धारणा करना सिखाता है, नई राह भी दिखाता है। धार्मिक पत्रकारिता हमें मूल्यों से जोड़ कर जीवन को मूल्यवान बनाती है। जीवन को एक नये मोड़ पर लाती है।

आज चकाचौंध और फैशन के युग में भी समाज को विचार और संस्कार देने की दृष्टि से धार्मिक पत्रकारिता ने बहुत काम किया है। तनाव, चिंता, अवसाद, डिप्रेशन की बीमारियाँ घर-घर नज़र आ रही है। इन बीमारियों का रामबाण इलाज धार्मिक सामग्री धार्मिक पत्र-पत्रिकाओं के माध्यम से हमें सहज उपलब्ध होती है। धार्मिक पत्रकारिता के पठन से व्यक्ति के विचार, व्यवहार और व्यक्तित्व में आमूल परिवर्तन आता है। धर्म संबंधी पत्र-पत्रिकाएं तो लोकमानस को धर्म संबंधी जानकारी देती ही हैं, क्योंकि धर्म लोकमन की एक अभिन्न आवश्यकता है। समाचारपत्रों को लोकरुचि की सामग्री देते समय, मानवमन के इस कोने को भूखा न रखना भी धर्म संबंधी ज्ञान, चिंतन आदि के द्वारा अपनी जिज्ञासाएं तो शांत करना ही चाहता है।

### **अध्ययन का महत्व:-**

मानव समाज की अभिव्यक्ति का सशक्त माध्यम पत्रकारिता है। सामाजिक, राष्ट्रीय परिस्थितियों में महत्वपूर्ण लोक सचेतक की भूमिका के कारण ही पत्रकारिता को राष्ट्र की सजग प्रहरी एवं लोकतंत्र के चौथे स्तंभ की मान्यता मिली है। इस शोधपत्र के माध्यम से 'मूल्यनिष्ठ राष्ट्र निर्माण में मीडिया की भूमिका : धार्मिक पत्रकारिता के विशेष संदर्भ' के विचारों का रेखाचित्र यहाँ प्रस्तुत किया है। इस परिप्रेक्ष्य में हम पत्रकारिता में मूल्यनिष्ठ पत्रकारिता, धार्मिक पत्रकारिता की विशेषताओं से श्रेष्ठ राष्ट्र निर्माण को समझने का एक प्रयास किया है।

### **अध्ययन के उद्देश्य:-**

1. राष्ट्र निर्माण में पत्रकारिता का अध्ययन करना।
2. मूल्यनिष्ठ और धार्मिक पत्रकारिता की विशेषताओं की खोज करना।
3. मूल्यनिष्ठ पत्रकारिता के लाभों का अध्ययन करना।

### **संदर्भ साहित्य का अध्ययन:-**

'राष्ट्र निर्माण में मीडिया की भूमिका' विषय पर आयोजित परिचर्चा में उत्तरप्रदेश के राज्यपाल राम नाईक ने कहा कि 'स्वतंत्रता से पूर्व पत्रकारिता देश को आजादी दिलाने के लिए मिशन था। आजादी के बाद अब पत्रकारिता प्रोफेशन में तब्दील हो गया है। ये खराब नहीं है। लेकिन इसमें भी ईमानदारी होनी चाहिए। समाज को सुधारने में मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका अदा करता है। क्योंकि कलम की ताकत के आधार पर ही जनतंत्र मजबूत होता है। मीडिया को सच्ची व सकारात्मक खबरे ही लिखनी चाहिए। जिससे समाज एवं देश का विकास हो। लेखनी में विचार का मिश्रण नहीं करना चाहिए। विचारों के लिए अखबार में अलग से जगह होनी चाहिए।'

राष्ट्रीय महिला आयोग की सदस्य शमीना शफीक के अनुसार, मीडिया किसी भी राष्ट्र का आंख, कान व मुंह है। इसके माध्यम से देश देखता, सुनता व समझता है। देश की आजादी का समय हो या वर्तमान समय, मीडिया हमेशा प्रासंगिक है। मीडिया ने सरकार की योजनाओं का समर्थन किया, वहीं कमी को भी दिखाया है। टीवी, रेडियो, समाचारपत्र, सोशल मीडिया आदि आम लोगों के विचार एवं निर्णय क्षमता को प्रभावित कर रहे हैं। मीडिया की यह भूमिका यदि सकारात्मक हो तो वह राष्ट्र निर्माण में निर्णायक भूमिका निभा सकता है। पत्रकारिता का काम महज सूचना देना नहीं बल्कि जनचेतना लाना है। यह जिम्मेदारी मीडिया को समझनी होगी।'

सिदो कान्हु मुर्मू विश्वविद्यालय के कुलपति डॉ. एम. बशीर अहमद खान ने कहा कि, 'राष्ट्र निर्माण में पत्रकारों की भूमिका शुरू से अहम रही है। पत्रकारों के योगदान को ध्यान में रखकर मीडिया कर्मियों को सरकारी व गैर सरकारी स्तर पर प्रोत्साहित करने की जरूरत है। पत्रकारों का काम चुनौतीपूर्ण है। कठिन व प्रतिकूल परिस्थितियों में भी पत्रकार अपनी भूमिका का निर्वहन काफी संजीदगी से करते हैं।'

मोटिवेशनल स्पीकर, माइंड मैनेजमेंट ट्रेनर विमला बहन का मानना है कि, 'समाज के सामने सच्चाई लाने का जिम्मा मीडिया के कंधों पर है। मीडिया पर सभी लोग विश्वास भी करते हैं। मीडिया लोग एक ऐसे पेशे में हैं जिसमें सबसे बड़ी समाजसेवा है। समाज में हो रहे सकारात्मक कार्यों, सकारात्मक घटनाओं को ज्यादा से ज्यादा बढ़ावा दें। क्योंकि मीडिया के माध्यम से जितने लोग सकारात्मक खबरें पढ़ेंगे, देखेंगे तो वह उतना ही सकारात्मक कार्यों के लिए प्रेरित होंगे। मीडिया में ज्यादा चुनौतियों का सामना करने के लिए हमें मानसिक और आध्यात्मिक रूप से सशक्त होना जरूरी है। यदि हमारा मन शक्तिशाली है तो हम जीवन में हर तरह के दबाव को सहन कर सकते हैं। पत्रकार मानसिक रूप से जितना शसक्त, मजबूत और शक्तिशाली होगा, वह अपने माध्यम से समाज को उतना ही अच्छा दे पाएगा। मीडिया यदि ठान ले तो ये समाज स्वस्थ और सुंदर बनाने का कार्य आसान हो जाएगा। मूल्यनिष्ठ मीडिया की संकल्पना से कई अखबारों ने अपने फ्रंट पेज पर सिर्फ सकारात्मक खबरों को ही लेना शुरू किया है, जिसमें समाज में सकारात्मक परिणाम सामने आए हैं।'

### **अध्ययन शोध प्रविधि:-**

शोध में 'मूल्यनिष्ठ राष्ट्र निर्माण में मीडिया की भूमिका : धार्मिक पत्रकारिता के विशेष संदर्भ' का मूल्यांकन करने के लिए विषय वस्तु विश्लेषण प्रविधि का प्रयोग किया गया है।

### **निष्कर्ष:-**

'मूल्यनिष्ठ राष्ट्र निर्माण में मीडिया की भूमिका : धार्मिक पत्रकारिता के विशेष संदर्भ' विषय के अध्ययन में यह निष्कर्ष सामने आया है। मीडिया और समाज दोनों एक दूसरे के पूरक भी हैं। मूल्यनिष्ठ राष्ट्र निर्माण में सामाजिक जागरूकता लाने मीडिया की अहम भूमिका अदा कर रहा है। ऐसी स्थिति में मूल्य सहित पत्रकारिता और धार्मिक पत्रकारिता की समाज में सक्रिय भूमिका होनी चाहिए।

इस शोधपत्र से जो बात सामने आई है, वह इस प्रकार है -

1. स्पर्धात्मक युग में टिकने, 'सबसे पहले' और 'सबसे तेज' रहने की तीव्र होड़ में आज मीडिया और मीडियाकर्मी अपने मूल्यों से समजोता कर लेता हैं। मीडिया के क्षेत्र में मूल्यों का हास देखने को मिल रहा है। प्रिंट मीडिया/इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का कंटेंट, जो परोसा जा रहा है, उसे देख कह सकते हैं की मीडिया में मूल्यों की गिरावट हो चुकी है। अब मीडियाकर्मी भी मानते है कि मीडिया के क्षेत्र में मूल्यों की पुनःस्थापना करना जरूरी है।
2. मीडिया के क्षेत्र में अब नैतिक मूल्य, आध्यात्मिक मूल्य, व्यवसायिक मूल्य, सामाजिक मूल्य इत्यादि की पुनःस्थापना करना अति आवश्यक है। समय की मांग है नए विश्व और राष्ट्र निर्माण हेतु मूल्यों की पुनःस्थापना अति जरूरी है। मूल्यबोध पत्रकारिता से



जन-जन को लाभ अवश्य होगा।

3. मूल्यों की पुनःस्थापना के हेतु, मीडियाकर्मीओं को कलम, कीबोर्ड और केमरे के माध्यम से अपनी सकारात्मकता लेखनी में ताकत भरनी है। अब मीडियाकर्मी स्वयं सामने आ रहे हैं तो मीडिया में मूल्यों की पुनःस्थापना अवश्य होगी और एक नई दिशा प्रदान हो रही है।
4. मूल्य और धार्मिकता का अपना एक विशेष महत्व है, उससे देश और समाज के पतन को रोका जा सकता। मीडिया के सभी क्षेत्र प्रिंट मीडिया का प्रकाशन या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया से प्रसारण में मूल्य को सही स्थान देकर श्रेष्ठ राष्ट्र का निर्माण सहज हो सकता है।
5. विश्व में संदेश पहुंचाने का सक्षम और सफल माध्यम मीडिया है। किन्तु समाचारों का संकलन करते समय उसकी लोगो की मानसिकता पर क्या सकारात्मक प्रभाव निकलेगा? इस बात पर गौर किया जाना जरूरी है।
6. सामाजिक सरोकारों से जुड़ी खबरों को जल्द से जल्द पहुंचाना अति आवश्यक होता है। उस समय चारों तरफ से दबाव भी बना रहता है। किन्तु राष्ट्र के हित को ध्यान में रख कर तटस्थ भाव से खबरों को बिना रूकावट अब दे भी रहे हैं। किन्तु अभी भी कुछ जगह पर मालिक, संपादक एवं उच्च अधिकारियों का दबाव होने कारण सामाजिक सरोकारों से जुड़ी खबरों को रोक देते हैं, इससे राष्ट्र को नुकसान होता है।
7. समाचारों के प्रकाशन/प्रसारण और लेखन कार्य में किसी व्यक्ति विशेष के प्रभाव की असर, अन्य का दबाव-जुकाव, बड़े-बड़े प्रलोभनों, लोभ-लालच में फ़सना, अपना लाभ-हानि देख कर कार्य करना, किसी राजनेतिक पक्ष के प्रभावों में नहीं आना, निष्पक्ष और निष्ठा से पत्रकारिता का कार्य के पक्ष में रह कार्य करना आवश्यक है।
8. श्रेष्ठ राष्ट्र निर्माण में मूल्यों को स्थापित करना, सकारात्मक बदलाव लाने का काम मीडिया के द्वारा हो सकता है। बेहतर विश्व बनाने की शक्ति मीडियाकर्मीयों में है।
9. विश्लेषण के आधार पर हम कह सकते हैं कि अखबार विविध समाचारों से भरा हुआ होते भी उसमें मूल्यबोध परक और धार्मिक गतिविधियों से संबंधित जानकारियां पढ़ने में लोगों रुचि हैं।
10. अधिकांश धार्मिक समाचार पढ़ने वाले लोगों के मन में धर्म के प्रति आस्था ज्यादा बढ़ती है। जैसा हम पढ़ते हैं, वैसी भावनाएं मन में बनती है। धार्मिक लेखों/कॉलमों में जो सामग्री परोसी जाती है वह पढ़ने से व्यक्ति के आचार, विचार, व्यवहार, आचरण, वाणी और कर्म में हकारात्मक परिवर्तन आता है। ऐसी लेखनी व्यक्ति और समाज को बदलने में अहम भूमिका निभाता है।
11. वर्तमान आधुनिकता के परिपेक्ष्य में तनाव और भाग-दौड़ वाले जीवन में मूल्यबोध और धार्मिक पत्रकारिता मन को हल्का बनाती हैं। विचारों के शुद्धिकरण में नकारात्मक विचारों की दिशा बदलने का काम धार्मिक पत्रकारिता कर रही है। वह हमें भ्रातृभाव और आपसी भाईचारा, शांति, सदभावना बनाने में मदद करती है। धार्मिक पत्रकारिता हमें मानवीय मूल्यों से जोड़, विकास कर नया जीवन प्रदान करती है।

12. ऐसा मीडिया जो मानवीय मूल्यों के सहारे विषमता, द्वंद, हिंसा-व्याभिचार आदि से मुक्त आदर्श राष्ट्र बनाने में मीडिया मददगार हो।

### सन्दर्भ-सूची:-

- <https://www.livehindustan.com/uttar-pradesh/varanasi/story-media-s-role-is-role-is-important-in-social-reform-governor-1123903.html>
- <https://www.jagran.com/uttar-pradesh/meerut-city-11913129.html>
- <https://www.jagran.com/jharkhand/dumka-8498229.html>
- <https://www.naidunia.com/madhya-pradesh/sagar-rurufurufumgrtrgfumrtmgufutrmgt-3254478>
- <http://dainandini.in/media-seminar-and-honor-ceremony-organized/>
- गोयल, श. क. (२००७). *धरोहर हैं धार्मिक पत्र-पत्रिकाएं*. (प. प. आर्य, Ed.) जयपुर: आविष्कार पब्लिशर्स, डिस्ट्रीब्यूटर्स.
- चतुर्वेदी, ड. र. (२०१४). *हिन्दी की धार्मिक-आध्यात्मिक पत्रकारिता*. नई दिल्ली: युनिवर्सिटी पब्लिकेशन.
- ज्योतिर्मय. (२००६). क्यों हो रही धार्मिक पत्रकारिता की उपेक्षा. In ज. रावत, *प्रेस: दायित्व और यथार्थ* (p. २०८). नई दिल्ली: युनिवर्सिटी पब्लिकेशन.
- पाठक, ध. (२०१४). *विशेषीकृत पत्रकारिता*. नई दिल्ली: युनिवर्सिटी पब्लिकेशन.

**Dr.Sonal N.Sevak**  
**Assistant Professor**  
**School of Education**  
**Dr.Babasaheb Ambedkar Open**  
**University**

## **Empowered Women in Media Industry: A Critical Study**

---

### **Abstract:**

The examination attempts to detect the patterns and examples of the job spoke to by ladies in Indian TV ads and investigate the view of the crowd concerning the depiction of ladies in Indian TV ads. All through the essential piece of the investigation content examination is utilized to look out very surprising job performed by ladies in Indian TV promotions and their relationship with elective collarets of the commercials like status, setting, believability, voice over, eye to eye connection and class of product. Non-likelihood inspecting, explicitly precise purposive testing is utilized for examining. Ads that are communicated all through the 5 favored time TV shows were recorded. Out of 406 promotions 268 ads were picked on the possibility of the incorporation and rejection criteria. Ads are coded on the possibility of the pre coded classes, known from the predominant audit of writing. The classes are uniquely crafted from the theory of Gender Stereotype by Erving Goffman. The recurrence of the factors was investigated and furthermore the relationship of different job played by ladies with elective collarets was analyzed through the cross-organization and chi-square test.

### **Lead In:**

The examination unconcealed that ladies in promotions and ads are outline basically as autonomous chiefs and independent decision maker and authority of the salable products. They basically speak to the items related with Cosmetics clothing and adornments, Health and Hygiene, and Food and Beverages; they're mainly portray inside the house and barely construct direct Eye contact with the watchers. The investigation furthermore found a major relationship of different jobs spoke to by ladies in notices with their (women's) status, quality (regardless of whether client or authority of the product in promotions) and eye to eye connection (whether the ladies in advertisements are making direct eye to eye connection with the watchers or not) inside the ads; and setting, voice over and notices the class of product. This implies status, Eye contact, nature of women and along these lines the Setting

---

Research Paper presented at the International Conference organized by Dr. Babasaheb Ambedkar Open University dated 7<sup>th</sup> & 8<sup>th</sup> Feb., 2020 by Dr.Sonal N.Sevak

and item class of the ads changes as indicated by totally various jobs taken up by ladies in commercials ads.

To help the outcome acquired through the substance investigation and to coordinate the depiction with crowd recognition a review was led through an organized structure on an example of 500 respondents. The point was to investigate the view of the crowd identifying with the depiction of ladies on the principal of their age, training and sexual orientation. Respondents were picked through the non-likelihood purposive inspecting. Their age was between 18-60, with a base capability of HSC (Higher Secondary Education) and in this way the standard watchers of TV ads. Four variables, for example the depiction of ladies in decorative job, family job, working job and as free wheeler were made through the educational correlational examination. To search out the last view of the crowd proclamation insightful mode and recurrence and factor savvy mean was determined. Mann Whitney U and Kurskal Wallis H test were utilized to confirm the distinction in discernment among the crowd on the possibility of their age, training and sex. Crowd reactions were recorded on Five-point Likert scale.

Dominant part of the respondents concurred that ladies in Indian TV ads were to a great extent outlined in fancy job and family job and inconsistently depicted as working and free wheeler; ladies' body and body segments are to say the least and pointlessly appeared in commercial ads, ladies as sexual articles in commercials urge other ladies to copy; they (respondents) feel awkward to watch the ads with their individuals from the family where women are portrayed as sex items and like rather the depiction of increasingly customary looking ladies rather than the ultra-thin models with inadequately clad dress; young ladies in notices zone unit to a great extent depicted inside the house with family unit errands and that they infrequently manufacture eye to eye connection with the watchers. The majority of the respondents concurred that however in commercials ladies are to a great extent spoke to as free call creators, they ordinarily speak to the items related with beautifiers, wellbeing and cleanliness and Food and drinks and once in a while speak to the significant expense item like vehicles, share markets, property. The examination further featured that sex, age and level of instruction of the respondents do have an impact on their observation. Respondents contradict in their observation identifying with the depiction of ladies in promotional ads on the possibility of their sexual orientation age and level of instruction.

The examination has utilized triangulation of methodologies to quantify the development; for example Depiction of women in Indian TV ads through two totally various systems, for example content investigation of the ads and investigating the view of the crowd through organized poll. On the possibility of the discoveries from both the systems the examination reasons that ladies in TV promotions are portrayed to a great extent in decorative and Family job and once in a while as Free wheeler and Working; oft envisioned in Home setting and depicted as autonomous leader, speaks to prevalently for the product related with Cosmetics, clothing and adornments, Health and Hygiene, and Food and Beverages and frequently making Eye contact with the watchers.

**•The example of different job portrayed by women in Indian TV commercials**

The survey says that the strength of the elaborate job depiction of women, trailed by Family job, as free wheeler and in working job in Indian TV commercials. Tho' in half of the enriching job she was delineated as sex object, the ads for the sex associated products under survey are seen as unimportant, which implies the unnecessary depiction of ladies as sex objects for the products that don't need the sexual engaging quality.

Promoters utilize the sexual intrigue of ladies exclusively to get the eye of the watchers. The depiction of ladies as worry for look and excellence instilled around about hour of the fancy job, infers the rage of Indian women and women for light complexion and magnificence. Family job saw as the second predominant job depiction of women in Indian TV commercials, which implies that however throughout the years the delineation of women in Family job is diminishing, there's an enormous increment in the fancy depiction of young ladies in ads. It's furthermore been found that regardless of whether the depiction of young ladies with free reasoning and feeling contributing totally towards the general public, for the most part with higher situation than men, are seen in Indian TV commercials their numbers were practically nothing. Indeed, even the depiction of young ladies as experts and as vocation disapproved is uncommon to imagine in ads that are beneath study. All these demonstrate that not copious advancement has occurred inside the depiction of young ladies in Indian TV commercials. They're despite everything delineated either as decorative article or in relationship job.

---

**•Association of the Role depiction of ladies with elective collarets of the promotions (Status, Setting, Voice over, validity, Eye-Contact, and item Category) status.**

The survey has discovered that in a large portion of the promotional ads underneath study ladies are portraying as free leaders for the use of the advertised products. Though the nonpartisan status of young ladies were seen as least depict in promotional ads. The survey uncovers a factual significant relationship between the job depiction of young ladies and their status in ads. It's distinguished that when depicted in Family job, women in Indian TV commercials are essentially associated with the needy status, though the decorative job, working job and women as free wheeler are found be identified with the autonomous status of ladies in commercials. The investigation more investigates that contrasted with elective job depictions; ladies as free wheeler are progressively associated with the Neutral status.

**•Setting**

The examination investigates the strength of Home setting in almost five hundredth of the commercials underneath study, whereas action setting is seen as the least as setting. A major affiliation has found between the Role depiction of ladies and along these lines the setting of the ads. The examination finds that the settings of the ads shift in step with the different Role depiction of ladies in Indian TV commercials. When outline in Family job and elaborate job young ladies in ads are found mainly in Home setting, though while portraying the working job in light of the fact that the name directed the affiliation is extra on the movement setting and as a free wheeler ladies in Indian TV ads are basically appeared in outside settings.

**•Voice over**

In spite of the fact that the examination doesn't see any factually significant relationship between the Roles portray by ladies and voice-over of commercials, it's found out that male sounds feminine were utilized as vocalization for the ads underneath study.

**•Credibility**

The survey uncovers that in larger part of the commercials underneath study; young ladies were mainly depicted as every User and Authority of the items. A factually significant affiliation is found between the validity of the women and their Role depiction. When portraying the Family job and managing job, young ladies are seen as on the grounds that the

client of the product, though in decorative job and women as Free wheeler were essentially identified with each of the User and Authority of the items.

### •Eye contact

The survey finds that in excess of seventy fifth of the commercials underneath study young ladies don't appear to make direct eye to eye connection with the watchers. It's been identified that the consideration contact of the ladies fluctuates with the different depiction {of women|of girls|of ladies} in ads. The investigation more investigates that once depicted in Family job young ladies were making least Eye contact and along these lines the Eye contact are seen as most while portrayed in decorative job. All the more full examination of the data uncovers that though portraying in fancy job and as Free wheeler young ladies are essentially depicted as autonomous leaders and keeping in touch. Consequently immediate Eye contact is the comparing consequences of the level of basic leadership.

### •Product class

Cosmetics, jewelry and attire were found to be the dominant product class that are advertised and are considered for study. The study found the product categories vary in step with the role portrayal of girls in advertisements. Whereas the portrayal of ladies in Family role principally related to the merchandise associated with Health and Hygiene, and Food and Beverages; girls in working role principally associated with the Health and Hygiene product; and the ornamental role portrayal of girls because the name steered principally connected with the merchandise associated with Cosmetics, jewelry and attire. However girls as Free wheeler are found to be equally delineate for the merchandise classes that are underneath study apart from the merchandise associated with the Cosmetics, jewelry and attire.

### •Perception contrast among the crowd concerning the Role depiction of women in Indian TV ads on the central of their sexual orientation, age and training

#### •Gender

The survey finds a significant contrast of discernment between the male and female crowd concerning the depiction of women in Indian TV ads. Female over male were seen as worried about the depiction of women in ads. More than male, female comprehend that ladies in ads are outline generally either in conventional Family job or in light of the fact that the fancy article and rarely appeared as experts and Free Wheelers. More than male they were feeling

awkward with the sexual depiction young ladies and like to check ordinary glancing ladies in commercials.

#### •Age

Age distinction among the respondents has extraordinarily influenced their recognition identifying with the depiction of young ladies in Indian TV ads. There's no recognition distinction among the crowd on the possibility of their kin identifying with the depiction of young ladies in Family job. Regardless of their age the greater part of the crowd concur that women in ads are generally imagined in Family job.

Despite the fact that the examination finds a significant contrast among the crowd on the key of their kin, identifying with the depiction of young ladies in decorative job, as working and Free wheeler, distinction principally lies between the respondents have a place with the Young Adult Group (EYA and LYA) and Middle Adult Group (EMA and AMA). The respondents of the Middle Adult individuals over the respondents have a place with the Young Adult individuals accepted that women are envisioned generally in elaborate job and scarcely as experts and free wheeler. Particularly the impression of the respondents have a place with the primary youthful grown-up is seen as much entirely unexpected from the respondents of the Advanced Middle Adult. Not a great deal of distinction is found among the Young Adults and among the middle Adults.

#### •Education

Observation difference among the respondents identifying with the depiction of ladies in Family job, as working and free wheeler on the key of their instructional capability. The varieties are essentially found between the respondents qualified up to HSC and Graduation and Doctor of Philosophy or more. The respondents qualified up to Doctor of Philosophy will in general accept incredible respondents with HSC and Graduation capability that young ladies in TV ads are rarely imagined as working and free wheeler. It's extra seen that respondent qualified up to HSC were in understanding a remarkable respondents of Doctor of Philosophy or more that ladies in TV ads are primarily envisioned in Family job. There's no differentiation in discernment among the respondents on the crucial of the scholarly capability identifying with the depiction of young ladies in fancy job.



**Conclusion:**

In this way, the discoveries of the investigation uncovers that young ladies in Indian TV ads essentially envisioned in decorative job and Family job; sometimes as experts and Free wheeler. The investigation further uncovers that however women in commercials are basically appeared as free leaders, imagined primarily both as User and Authority of the promoted products, in the greater part of the cases they're not making direct Eye contact with the watchers, transcendently envisioned in Home setting and chiefly appeared for the ads of the item connected with Cosmetics, gems and clothing, and Food and Beverages. Tho' numerous jobs are seen in ads women are primarily imagined in single job in commercial ads that are underneath study. It's discovered that the status, trustworthiness and Eye contact of the ladies; and Setting and products class in commercial ads fluctuate consistently with the depiction of young ladies in ads. Equal outcomes {are also} found from the study that has been led underneath the examination; in light of the fact that most of the crowd in understanding that young ladies in ads are prevalently envisioned in decorative job and Family job; and scarcely imagined in prevailing situation with higher basic leadership ability over men and as experts; whenever imagined as experts more often than not appeared in subordinate position; primarily appeared inside the house with their individuals from the family doing the house hold tasks; tho' envisioned as free chief; the products majorly with body beautification, Food and Beverages and Health and Hygiene; and barely make direct Eye contact with the watchers. The aftereffects of substance investigation and furthermore the overview are seen as very comparable, that validates the consequences of the each of survey content examination and review.

In this manner, the survey can assist the sponsors with understanding the inclination and inclination of the crowd of different sex, individuals and level of instruction so they will set up their promoting message likewise to the inclination of the focused on crowd and it additionally proposes the prerequisite for the survey of the predominant strategy which may carefully denied the ads that are conflicting with the honesty of women inside the general public.

## **References:**

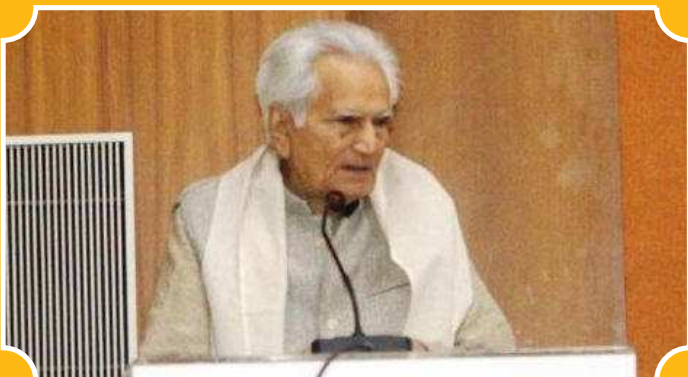
- [1]. Das, M. (2011). Gender Role Portrayal in Indian Television Ads. *Sex Roles*, 64, 208 -222.
- [2]. Das, M. (2000). Men and women in Indian magazine advertisements: A preliminary report. *Sex Roles*, 43, 699–717.
- [3]. Dwivedy, A. K., Patnaik, P., & Suar, D. (2009). Audience Response to Gender Role Portrayals in Indian Advertisements. *Journal of Creative Communications*, 4(2), 65–85.
- [4]. Goffman, E. (1979). *Gender advertisements*. New York: Harper/Colophon.
- [5]. Kang, M. E. (1997). The Portrayal of Women's Images in Magazine Advertisements: Goffman's Gender Analysis Revisited. *Sex Roles*, 37(11/12) , 979-997.
- [6]. Yakkaldevi, A. (2014). Portrayal of Women in Indian Media. *Review of literature*, 1(8), 1-4.
- [7]. Zimmerman, A., & Dalberg, J. (2008). The Sexual Objectification of Women In Advertising: A Contemporary Cultural perspective. *Journal of Advertising Research*, 48 (1), 71-79.



# PHOTO GALLERY









## युनिवर्सिटी गीत

स्वाध्यायः परमं तपः

स्वाध्यायः परमं तपः

स्वाध्यायः परमं तपः

शिक्षण, संस्कृति, सद्भाव, दिव्यबोधनुं धाम  
डॉ. बाबासाहेब आंबेडकर ओपन युनिवर्सिटी नाम;  
सौने सौनी पांण मणे, ने सौने सौनुं आत्म,  
दशे दिशां स्मित वडे डो दशे दिशे शुभ-लाभ.

अत्मज्ञ रही अज्ञानना शाने, अंधकारने पीवो ?  
कडे बुद्ध आंबेडकर कडे, तुं था तारो दीवो;  
शारदीय अजवाणा पडोव्यां गुर्जर गामे गाम  
ध्रुव तारकनी जेम झणडणे अकलव्यनी शान.

सरस्वतीना मयूर तमारे इणिये आवी गडेके  
अंधकारने हडसेलीने उजसना झूल महेके;  
बंधन नहीं को स्थान समयना जवुं न धरथी दूर  
घर आवी मा हरे शारदा दैन्य तिमिरना पूर.

संस्कारोनी सुगंध महेके, मन मंदिरने धामे  
सुषुप्ती टपाल पडोव्ये सौने पोताने सरनामे;  
समाज केरे दरिये डांकी शिक्षण केरुं वडाण,  
आवो करीये आपण सौ  
भव्य राष्ट्र निर्माण...  
दिव्य राष्ट्र निर्माण...  
भव्य राष्ट्र निर्माण

**Prof. (Dr.) Ami Upadhyay**

**Vice Chancellor, Dr. Babasaheb Ambedkar Open University**

Professor and Director, School of Humanities and Social Sciences,

'Jyotirmay' Parisar, Dr. Babasaheb Ambedkar Open University, Ahmedabad

[www.baou.edu.in](http://www.baou.edu.in)

