



दूरदर्शन—विज्ञापनों का किशोर विद्यार्थियों के सामाजिक एवं सांस्कृतिक विकास पर पड़ने वाले प्रभाव का अध्ययन

1— शोधार्थी

रंजना रावत, शिक्षा विभाग, स्पर्श हिमालय विश्वविद्यालय, देहरादून, उत्तराखण्ड, भारत

2— शोध निर्देशक

डॉ० शिव कुमार श्रीवास्तव, असिस्टेंट प्रोफेसर, शिक्षा विभाग, स्पर्श हिमालय विश्वविद्यालय, देहरादून, उत्तराखण्ड, भारत

शोध—सार (Abstract) :- दूरदर्शन पर प्रसारित होने वाले विज्ञापन जहाँ आकर्षक होते हैं, सार्थक होते हैं, ज्ञानवर्धक होते हैं वहीं इनका प्रभाव, दर्शकों की मन—बुद्धि व आचरण या व्यवहार पर भी कुछ न कुछ पड़ता है। किशोरावस्था मनुष्य जीवन की संक्रमणीय अवस्था है, उसके व्यक्तित्व के विभिन्न पक्षों का विकास होने लगता है जिस पर उसके परिवेश का प्रभाव पड़ता है। हमारी जीवन चर्चा में दूरदर्शन की महत्वपूर्ण भूमिका बन गई है। इसमें कार्यक्रमों के माध्यम में विज्ञापन प्रसारित किये जाते हैं जिससे कि दर्शकों में उन विज्ञापित वस्तुओं/उपकरणों/विचारों जनप्रिय हो जायें और उपभोक्ताओं का बाजार मिल सके। दूरदर्शन विज्ञापनों का किशोर विद्यार्थियों के सामाजिक व सांस्कृतिक पक्षों पर किस तरह प्रभावित होते हैं, यही जानने के लिए कक्षा—9 के विद्यार्थियों के न्यादर्श पर सम्पन्न किया गया, जिसमें किशोरों की अनुभूति रही कि दूरदर्शन विज्ञापन उनके सामाजिक सांस्कृतिक पक्षों पर तीक्ष्ण प्रभाव डालते हैं।

मुख्य—शब्द (Index Terms):- दूरदर्शन—विज्ञापन, सामाजिक विकास, सांस्कृतिक विकास माध्यमिक कक्षा के विद्यार्थी।

I. (INTRODUCTION) :-

आज विज्ञान और विज्ञापन का समय है। विज्ञापन, संचार का एक सशक्त माध्यम बन गया है, जिसमें किसी “उत्पाद” “सेवा” या विचार को ऐसी शब्दावली एवं भाव—भंगिमाओं में प्रस्तुतीकरण किया जाता है कि बालक से लेकर प्रौढ़ तक सभी आयुक्रम के दर्शक इनकी ओर सहजता से आकर्षित हो जाते हैं और मुग्ध होकर इनका उपयोग करने के प्रति लालायित हो जाते हैं। इन विज्ञापनों से दर्शक वृन्द का न केवल मनोरंजन होता है अपितु, इनके भाषाई ज्ञान—व्यवहार में संवृद्धि और सौन्दर्य बोध भी होता है। “विज्ञापन” वैसे तो पत्रकों में, पत्रिकाओं में, समाचार—पत्रों में प्रदर्शित किये जाते हैं किन्तु “दूरदर्शन” को सबसे सशक्त अभिकरण मान लिया गया है क्योंकि इसमें श्रव्य व दृश्य दोनों विधाओं का प्रयोग करके “विज्ञापन” को जीवन्त प्रस्तुत किया जाता है। यही कारण है कि दूरदर्शन पर प्रदर्शित विज्ञापन शीघ्र ही प्रभावी व लोकप्रिय बन जाते हैं। दर्शक प्रायः “विज्ञापन” को यथार्थ मान लेते हैं और विज्ञापित उत्पाद या वस्तु को प्राप्त करने के लिए एकदम तैयार हो जाते हैं और विज्ञापित “सेवा” का उपयोग करने के लिए तथा विज्ञापित “विचार” या विज्ञापित “नारा” अपनाने के लिए तत्पर बन जाते हैं। विज्ञापन “दर्शक” को एकाकीपन से छुटकारा दिलाता है और उसे सामाजिक बनाने का प्रयास करता है ताकि वह “विज्ञापन” पर अन्यो के साथ विचार साझा कर सके। किन्तु यह कहा जाता है कि “प्रत्येक चमकीली वस्तु सोना नहीं होती है” अर्थात् प्रत्येक विज्ञापन का दर्शक पर धनात्मक ही प्रभाव नहीं होता अपितु वह नकारात्मक प्रभाव भी डालता है जैसे कि “तलवार” दुधारी होती है जिसका सकारात्मक व नकारात्मक दोनों तरह के उपयोग हो सकते हैं। उदाहरण के लिए “धूम्रपान” सम्बन्धी विज्ञापन, दर्शकों में “धूम्रपान की ओर आकर्षित करते हैं”, इसी प्रकार मांहगी वस्तुओं का विज्ञापन, दर्शकों, विशेषकर किशोरों व

बच्चों को उन्हें क्रय करने के लिए लालायित करता है जबकि हो सकता है कि उनके घर की आर्थिक स्थिति अच्छी न हो। इस तरह से विज्ञापन, बच्चों व किशोरों पर सकारात्मक व नकारात्मक दोनों तरह के प्रभाव डालते हैं। बारहाल, विज्ञापन, बच्चों व किशोरों के सामाजिक व सांस्कृतिक पक्षों पर विशिष्ट प्रभाव डालते हैं। इसे निम्नवत व्यक्त किया जा रहा है।

गुप्ता (2013)— गुप्ता (2013) ने अपने शोध-अध्ययन पर अभिमत दिया कि विज्ञापन की भाषा में तीक्ष्ण संप्रेषण शक्ति है और प्रभावी अभिव्यक्ति होती है जो बालकों व किशोरों की सामाजीकरण प्रक्रिया में विशिष्ट भूमिका का निर्वहन करते हैं।

वर्मा एवं शुक्ला (2019) — वर्मा व शुक्ला (2019) ने किशोर व किशोरियों के शारीरिक, मानसिक, संवेगात्मक एवं सामाजिक पक्षों के विकास पर पड़ने वाले संचार माध्यमों के प्रभाव का तुलनात्मक अध्ययन किया इस अध्ययन में “विज्ञापन” के प्रभाव को ही प्रधानता दी गई।

शर्मा एवं जैन (2022) — शर्मा एवं जैन-2022 ने सोशल-मीडिया का उच्चतर माध्यमिक विद्यालयों के विद्यार्थियों पर पड़ने वाले प्रभाव पर शोध-अध्ययन किया। इन्होंने पाया कि टी0वी0 एक प्रकार का सामाजिक ऐजेन्ट है, मूल्यों का ट्रांसमीटर है, जिसमें प्रदर्शित “विज्ञापन” विद्यार्थियों में बाडी-बिल्डिंग तथा अन्य प्रकार से अपनी सेहत के प्रति जागरूकता बढ़ाते हैं। उनमें उपभोक्तावाद बढ़ता है, तकनीकी ज्ञान व कौशल विकसित करते हैं, सामाजिकता बढ़ती है किन्तु कभी-कभी कुण्ठा व अवसाद भी बढ़ जाता है। यद्यपि कतिपय विद्यार्थियों की शैक्षिक उपलब्धि में सार्थक वृद्धि भी देखी जाती है।

सोनी (2023)— सोनी (2023) ने “टीवी पर दिखये जाने वाले विज्ञापनों का बच्चों में पारस्परिक भावात्मक जुड़ाव बढ़ता है”, वे स्वच्छता व स्वच्छ पर्यावरण बनाये रखने के प्रति अधिक जागरूक बन जाते हैं, धूम्रपान की हानियों से परिचित होते हैं और संतुलित आहार के लाभों से अवगत हो जाते हैं।

उपरोक्त शोध अध्यापनों में दूरदर्शन में प्रसारित विज्ञापनों के बच्चे व किशोरों के शारीरिक, मानसिक, संवेगात्मक, सामाजिक एवं सांस्कृतिक आदि विभिन्न पक्षों पर पड़ने वाले सकारात्मक व नकारात्मक प्रभावों को अध्ययन किया गया है। किन्तु अलग-अलग स्थानों पर निवास कर रहे व अध्ययन करने वाले बच्चों व किशोरों पर दूरदर्शन विज्ञापनों का प्रभाव एक जैसा नहीं पाया जाता है। इस विचार से प्रभावित होकर शोधार्थी ने अपना यह शोध-कार्य, उत्तराखण्ड राज्य के अर्द्धमैदानी क्षेत्र में अध्ययन करने वाले किशोर विद्यार्थियों के सन्दर्भ में सम्पन्न किया है। इसे निम्नवत वर्णित किया जा रहा है।

II. शोध समस्या कथन :- “दूरदर्शन विज्ञापनों का किशोर विद्यार्थियों के सामाजिक एवं सांस्कृतिक विकास पर पड़ने वाले प्रभाव का अध्ययन”।

III. अध्ययन के उद्देश्य :- किशोर विद्यार्थियों के :-

1. समाजिक विकास पर दूरदर्शन विज्ञापनों के प्रभाव का अध्ययन करना।
2. सांस्कृतिक विकास पर दूरदर्शन विज्ञापनों के प्रभाव का अध्ययन करना।
3. सामाजिक एवं सांस्कृतिक विकास पर दूरदर्शन विज्ञापनों के पड़ने वाले प्रभाव की तुलना करना।

IV. परिकल्पनाएँ —

1. किशोर विद्यार्थियों के सामाजिक एवं सांस्कृतिक विकासों पर दूरदर्शन विज्ञापनों के प्रभाव की तीक्ष्णता एक जैसी है।
2. दूरदर्शन-विज्ञापनों का किशोर विद्यार्थियों के सामाजिक व सांस्कृतिक विकासों पर पड़ने वाले प्रभाव में कोई सार्थक उत्तर नहीं है।
 - (अ) छात्रों के सन्दर्भ में।
 - (ब) छात्राओं के सन्दर्भ में।
 - (स) समग्र विद्यार्थियों के सन्दर्भ में।

V. शोध-अध्ययन विधि :- प्रस्तुत शोध अध्ययन में किशोर विद्यार्थियों पर दूरदर्शन-विज्ञापनों का पढ़ने वाले वर्तमान प्रभाव की स्थिति जानने का प्रयास किया गया है इसलिए आदर्श मूलक सर्वेक्षण विधि व अनुप्रयोग किया गया है।

VI. शोध-अध्ययन हेतु प्रयुक्त उपकरण:- शोधार्थी ने अनुभवी शिक्षकों से चर्चा करके किशोर विद्यार्थियों पर दूरदर्शन -विज्ञापनों के प्रभाव का उनके सामाजिक व सांस्कृतिक विकास के पक्षों के अन्तर्गत क्रमशः 11-11 प्रश्नों की रचना की, जिनका विवरण निम्नवत है :-

A:- सामाजिक विकास से सम्बन्धित :- नई-नई वस्तुओं, और विचारों की जानकारी होती है। वस्तुओं के प्रयोग की जानकारी व कुशलता पता चलती है। नये-नये शब्दों की जानकारी होती है, इनके सम्बन्ध में परिवार के सदस्यों के विचार विमर्श बढ़ता है सेहत बनाने की प्रेरणा मिलती है। वाहनों के नये-नये मॉडलों की जानकारी होती है। टीम भावना बढ़ती है। बचत को नयी योजनाओं की जानकारी होती है। विज्ञापित वस्तुओं या विचारों को क्रय करने या अपनाने की प्रेरणा मिलती है व इनमें रुचि तथा उत्सुकता बढ़ती है। विभिन्न प्रकार के रोजगारों की जानकारी मिलती है। पर्यावरण की शुद्धता व स्वच्छता की प्रेरणा मिलती है। नई-नई दवाओं व टीकों की जानकारी मिलती है।

B:- सांस्कृतिक विकास सम्बन्धी :- वस्तुओं या उपकरणों के विभिन्न आकार-प्रकार व रंगों की जानकारी मिलती है, उनकी उपयोगिता पता चलती है। खाने-पीने की नई-नई डिशों की जानकारी मिलती है। तरह-तरह के फैशन की ड्रेसों की जानकारी मिलती है। विभिन्न रीति-रिवाजों व त्योहारों की जानकारी मिलती है। नृत्य-संगीत के नये उपकरणों व कार्यक्रमों की जानकारी मिलती है। जल संरक्षण व उर्जा संरक्षण का महत्व पता चलता है। पशु-पक्षियों के प्रति प्रेम करने की महत्ता पता चलती है। नये-नये धार्मिक स्थलों की जानकारी मिलती है। पर्यटन के नये स्थलों की जानकारी मिलती है। अस्वस्थता के कई कारणों की जानकारी मिलती है।

इन 11+11=22 प्रश्नों के उत्तर पूर्ण सहमत/आंशिक सहमत /कम सहमत पर प्राप्त किये गये प्रश्नों की जानकारी से समझा आती है और उन्हें प्रयोग करने की प्रेरणा मिलती है। ऐसी शोधार्थी की सोच है।

VII. न्यादर्श : प्रस्तुत शोध कार्य हेतु उत्तराखण्ड राज्य के नैनीताल जनपद की पर्वतीय तलहटी में स्थित रामनगर कस्बे के माध्यमिक विद्यालयों में अययनरत कक्षा-9 के समस्त विद्यार्थियों की जनसंख्या माना गया। श्रम शक्ति व समय की सीमा को ध्यान में रखते हुए शोधार्थियों से रामनगर कस्बे के एक बालक व एक बालिका विद्यालयों (हिन्दी माध्यम) के विद्यार्थियों का न्यायदर्शन किया गया जिसका विवरण निम्नवत है :-

कक्षा-9 के विद्यार्थी

क्र०सं०	छात्र	छात्राएं	योग
1	40	35	75

VIII. शोध अध्ययन प्रक्रिया :- शोधार्थी ने चिन्हित माध्यमिक विद्यालयों (इण्टर कालेजों) के प्रधानाचार्य एवं कक्षा-शिक्षक से सम्पर्क व अनुरोध करके अलग-अलग तिथियों में जाकर कक्षा-9 के विद्यार्थियों से अपनी निर्मित शोध प्रश्नावली पर उत्तर प्राप्त किये तदोपरान्त पूर्ण सहमत पर '3' अंक, आंशिक सहमत पर '2' अंक तथा न्यून सहमत पर '1' अंक प्रदान करके प्रश्नावलियों का अंकन किया।

IX. आँकड़ों का सांख्यिकीय विश्लेषण एवं व्याख्या :- सर्वप्रथम दूरदर्शन विज्ञापनों के किशोरों के सामाजिक विकास व सांस्कृतिक विकास से सम्बन्धित 11-11 प्रश्नों पर प्राप्त अंकों का पूर्ण सहमत/आंशिक सहमत/न्यून सहमत पर के आधार पर जोड़ा गया और उन्हें प्रतिशत में बदला गया। इसके आधार पर सारणी क्रमांक (1) विकसित की गई। पुनः प्रत्येक विद्यार्थी के पूर्ण सहमत/आंशिक सहमत /न्यून सहमत के प्राप्त अंकों को प्रत्येक प्रश्न के लिए जोड़कर विद्यार्थीवार सूची बनाई गई। इस प्रकार तीन सूचियाँ क्रमशः बालकों, बालिकाओं

एवं समग्र विद्यार्थियों की निर्मित की गई। इन सूचियों में अंकित संख्याओं का माध्यमान व मानक विचलन ज्ञात किया गया। इसके आधार पर पूर्व-निर्मित परिकल्पनाओं का सांख्यिकीय विश्लेषण किया गया।

A:- परिकल्पना क्रमांक (1) का परीक्षण :- किशोर विद्यार्थियों के सामाजिक एवं सांस्कृतिक विकासों पर दूरदर्शन विज्ञापनों के प्रभाव की तीक्ष्णता एक जैसी है।

इस हेतु सारिणी क्रमांक (1) निर्मित की गई।

छात्र व छात्राओं के सामाजिक व सांस्कृतिक विकास पर दूरदर्शन-विज्ञापनों के प्रभाव की तीक्ष्णता की तुलना :-

क्र० सं०	विकास	पूर्ण सहमत (%)		आंशिक सहमत (%)		न्यून सहमत (%)		तीक्ष्णता का अवलोकन
		छात्र	छात्राएँ	छात्र	छात्राएँ	छात्र	छात्राएँ	
1	सामाजिक विकास	78	75	11	15	11	10	छात्र(78)>छात्रा(75)
2	सांस्कृतिक विकास	83	86	12	10	5	4	छात्राएँ(86)>छात्र(83)

उपरोक्त सारिणी में छात्र/छात्राओं के पूर्ण सहमत पर प्राप्त प्रति उत्तरों को तीक्ष्णता स्तर का घोटक माना गया है। सारिणी से विदित होता है कि दूरदर्शन-विज्ञापनों के सामाजिक विकास पर पड़ने वाले प्रभावों की तीक्ष्णता का अनुभव छात्राओं की अपेक्षा छात्रों में अधिक है जबकि सांस्कृतिक विकास के सन्दर्भ में छात्रों की अपेक्षा छात्राओं के अनुभवों की तीक्ष्णता अधिक है। इस प्रकार परिकल्पना क्रमांक (1) निरस्त हो जाती है। सम्भवतः छात्रों की अनुभूति सामाजिकता पर और छात्राओं की अनुभूति सांस्कृतिक पक्ष पर अधिक होती है, जिससे ऐसे परिणाम प्राप्त हुए हैं।

B:- परिकल्पना क्रमांक (2) का परीक्षण :- दूरदर्शन विज्ञापनों का किशोर विद्यार्थियों के सामाजिक व सांस्कृतिक विकासों पर पड़ने वाले प्रभावों में कोई सार्थक अन्तर नहीं है। इस परिकल्पना के परीक्षण के लिए निम्न सारिणी निर्मित की गई।

सारणी क्रमांक (2)

दूरदर्शन विज्ञापनों के विद्यार्थियों के सामाजिक एवं सांस्कृतिक विकास पर पड़ने वाले प्रभावों की तुलना माध्यमान, मानकविचलन तथा t-मान के पदों में :-

संदर्भ	संख्या	सामाजिक विकास पर प्रभाव		सांस्कृतिक विकास पर प्रभाव		M1~ M2 में अन्तर	t-मान
		माध्यमान	मानक विचलन	माध्यमान	मानक विचलन		
छात्र	40	94.16	15.45	90.50	15.43	3.66	1.06
छात्राएँ	35	88.61	14.88	92.40	16.86	3.79	1.08
समग्र	75	91.39	15.17	91.45	16.14	0.06	0.02

0.05 सार्थकता स्तर पर t-मान= 1.98 NS

उपरोक्त सारणी से विदित होता है कि छात्राओं की अपेक्षा छात्रों की अनुभूति है कि दूरदर्शन विज्ञापन का प्रभाव उनके सामाजिक विकास पर अधिक पड़ता है (M1 > M2) किन्तु छात्र व छात्राओं की यह अनुभूति 0.05 स्तर पर भी सार्थक नहीं पाया गया अर्थात् 95 प्रतिशत तक भी छात्राओं की अपेक्षा छात्रों की अनुभूति नहीं है कि

दूरदर्शन विज्ञापन का उनके सामाजिक विकास पर अधिक प्रभाव पड़ता है। इसी तरह उपरोक्त सारिणी से विदित होता है कि :-

छात्र, छात्राओं व समग्र विद्यार्थियों की अनुभूति है कि दूरदर्शन विज्ञापनों का उनकी सामाजिक विकास की अपेक्षा सांस्कृतिक विकास पर अधिक पड़ता है।

उपरोक्त सारिणी से विदित होता है कि :-

छात्रों की अनुभूति में दूरदर्शन विज्ञापन का उनकी सांस्कृतिक विकास की अपेक्षा सामाजिक विकास पर अधिक प्रभाव पड़ता है। जबकि छात्राओं की एवं समग्र विद्यार्थियों की अनुभूति रही है कि दूरदर्शन विज्ञापन का उनकी सामाजिक विकास की अपेक्षा सांस्कृतिक विकास पर अधिक प्रभाव पड़ता है। यद्यपि दूरदर्शन विज्ञापनों के प्रभावों में अन्तर 0.05 स्तर पर भी सार्थक नहीं पाया गया है। तद्वै, परिकल्पना क्रमांक (2) अस्वीकृत नहीं हो पाई है।

X. प्रमुख निष्कर्ष :-

1. किशोर विद्यार्थियों की तीक्ष्ण अनुभूति होती है कि दूरदर्शन विज्ञापन उनके सामाजिक व सांस्कृतिक विकास पर तीव्र प्रभाव डालता है।
2. छात्रों की अनुभूति होती है कि छात्राओं की अपेक्षा, दूरदर्शन विज्ञापन का प्रभाव उनके सांस्कृतिक विकास की तुलना में अधिक पड़ता है।
3. छात्राओं एवं सामान्य विद्यार्थियों की अनुभूति होती है कि दूरदर्शन विज्ञापन का उनके सामाजिक विकास की अपेक्षा सांस्कृतिक विकास पर अधिक पड़ता है।

इस शोध अध्ययन से यह संदेश मिलता है कि दूरदर्शन-विज्ञापन के प्रदर्शन पर अभिभावकों को ध्यान देना चाहिए। यही जानने के लिए कक्षा-9 के विद्यार्थियों के न्यादर्श पर शोध सम्पन्न किया गया जिसमें किशोरों की तीक्ष्ण अनुभूति रही। जिसमें दूरदर्शन विज्ञापन उनके सामाजिक व सांस्कृतिक पक्षों पर तीक्ष्ण प्रभाव डालते हैं। छात्रों के प्रदर्शन पर अभिभावकों को ध्यान देना चाहिए और अपने बालक/बालिकाओं को विज्ञापन में प्रयुक्त माप से तथा उसमें प्रदर्शित वस्तु/उपकरण/विचार पर पारस्परिक चर्चा करनी चाहिए ताकि उनके बालक-बालिकाओं के व्यक्तित्व के विभिन्न पक्षों का वांछित विकास हो सके। साथ ही बालक बालिकाओं में तर्क क्षमता का विकास हो सके और यथसम्भव शैक्षिक उपलब्धि में अपेक्षित सुधार आ सके।

संदर्भ-सूची

गुप्ता, बीरेन्द्र सेन. 2013. वर्तमान सूचना प्रौद्योगिकी युग में मीडिया का युवाओं पर प्रभाव। (छत्तीसगढ़ राज्य के जिला जाँजगीर के उच्चतर माध्यमिक विद्यालयों के विद्यार्थियों के सन्दर्भ में) रिसर्च जर्नल ऑफ ह्यूमैनिटीज एण्ड सोशल साइन्सेज ।

शर्मा, प्रांजल एवं जैन, मनीषा .2022. सोशल मीडिया का उच्चतर माध्यमिक शाला के विद्यार्थियों पर पड़ने वाले प्रभाव का एक अध्ययन।

शोध समायम

सोनी मिताली .2023. टी0वी0 पर दिखाये जाने वाले विज्ञापनों का बच्चों पर बढ़ता प्रभाव।

मॉमजंकशन .ऑन लाईन . दिनांक 27.07.2023

वर्मा, सरिता एवं शुक्ला, संजय .2019. किशोर एवं किशोरियों के सम्पूर्ण विकास पर पड़ने वाले संचार माध्यमों के प्रभाव का तुलनात्मक अध्ययन।

इन्टरनेशनल जर्नल ऑफ होम साइन्स, 2019, 05(3), 209-211 155 N 2395-7476