https://shikshabodh.in/

SHIKSHA BODH
(The Journal of Education and Humanities)
**A quarterly, peer-reviewed/refereed journal**
ISSN: 3139-5880 IMPACT FACTOR: 6.50
VOLUME-1|ISSUE-2|April-June, 2026

# पॉपुलर मीडिया का उच्चतर माध्यमिक स्तर के विद्यार्थियों के व्यक्तित्व पर पड़ने वाले प्रभाव का अध्ययन

***Dr. Rajesh Paliwal **Dr. Dharmendra Kumar**

***Associate Professor, Department of Teacher Education, Dayanand Vedic College, Orai.**

*** Assistant Professor, Department of Teacher Education, Gandhi Mahavidyalaya, Orai.**

## Abstract

यह शोध 21वीं सदी के इंटरनेट और कंप्यूटर के तेजी से बढ़ते उपयोग के संदर्भ में पॉपुलर मीडिया के प्रभावों का अध्ययन करता है। पॉपुलर मीडिया, जिसमें इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, सोशल मीडिया और डिजिटल मीडिया शामिल हैं, आज के युवा खासकर उच्चतर माध्यमिक स्तर के विद्यार्थियों के व्यक्तित्व, जीवन मूल्य और शैक्षिक उपलब्धियों पर गहरा प्रभाव डाल रहा है।

शोध में मीडिया के लोकतांत्रिककरण, तकनीकी बदलाव और मीडिया के नए रूपों का परिचय दिया गया है। मीडिया को लोकतंत्र का चौथा स्तंभ माना गया है जो जनता की भावनाओं का प्रतिनिधित्व करता है। पॉपुलर मीडिया ने सूचना के प्रसार को आसान बनाया है लेकिन साथ ही यह नैतिकता, चेतना और सामाजिक मूल्यों पर भी प्रभाव डालता है।

इस अध्ययन का उद्देश्य पॉपुलर मीडिया के प्रभाव को विद्यार्थियों के व्यक्तित्व के विभिन्न पहलुओं जैसे बहिर्मुखी और अंतर्मुखी व्यक्तित्व पर जांचना है। शोध निष्कर्षों से पता चलता है कि पॉपुलर मीडिया के उपयोग और बहिर्मुखी व्यक्तित्व में सकारात्मक संबंध है, जबकि अंतर्मुखी व्यक्तित्व पर इसका प्रभाव न्यूनतम है।

अंत में, यह शोध पॉपुलर मीडिया के प्रभावों को समझने और विद्यार्थियों के सही उपयोग के लिए मार्गदर्शन प्रदान करने की आवश्यकता को रेखांकित करता है ताकि वे मीडिया से ज्ञान और मनोरंजन के साथ सकारात्मक रूप से लाभान्वित हो सकें।

**Key word-** पॉपुलर मीडिया, जीवन मूल्य, व्यक्तित्व, ज्ञान और मनोरंजन, सूचना संचार प्रौद्योगिकी

21वीं सदी के प्रथम दशक के अंत से ही इंटरनेट और कंप्यूटर का इस्तेमाल बहुत तेजी से बढ़ा है। हर पल जानकारियों का आनाजाना - लगा रहता है इसीलिए21वीं सदी को साइबर युग इंटरनेट का दौर कहा जाता है। यह इंटरनेट की एक ऐसी काल्पनिक दुनिया है जहाँ ) जानकारी ज्ञान धर्म असलियत सपने और इच्छाएं सब कुछ एक जगह मिल जाती हैं। इसऑनलाइन दुनिया का सबसे ज्यादा असर आज के नौजवानों खासकर किशोर उम्र के लड़केबहुत तेजी से अपनी ओर खींच रहा है। लड़कियों पर पड़ रहा है। इंटरनेट उन्हें-

साइबर संसार की भांति पॉपुलर मीडिया भी नई सदी की उपज है। औद्योगिक क्रांति ने सामंती व्यवस्था को ध्वस्त करके राज्य की व्यवस्था के रूप में राष्ट्रको माना जाता है। राज्य का सबसे मजबूत और सफल प्रारूप लोकतंत्र-राज्य की अवधारणा पैदा की। राष्ट्र-लोकतंत्र एक ऐसी व्यवस्था है, जिसमें जनता सर्वोपरि मानी जाती है। इसलिए अमेरिका के पूर्व राष्ट्रपति अब्राहम लिंकन ने लोकतंत्र को परिभाषित करते हुए कहा था ''ऑफ द पीपल, फॉर द पीपल, बाय द पीपल''।[1] ब्रिटिश संसद में एक बहस के दौरान मीडिया को लोकतंत्र का चैथा स्तंभ कहा गया है। इस प्रकार जनता के प्रति राज्य का उत्तरदायित्व सुनिश्चित करने के लिए यह माना गया कि विधायिका, कार्यपालिका, न्यायपालिका और मीडिया जैसे चार स्तंभों पर लोकतत्र् खड़ा है। इन चारों स्तंभों में मीडिया ही वह माध्यम

है जो जनता के सबसे करीब, उसके प्रति सबसे ज्यादा संवेदनशील और जनता की सामूहिक भावनाओं का सच्चा प्रतिनिधि हैं। बीसवीं सदी के अंतिम दशक में होने वाले तकनीकी परिवर्तनों में स्वयं मीडिया का लोकतंत्रीकरण किया गया है। परिणामस्वरूप मीडिया के साधन बदले ही नहीं बल्कि समृद्ध हुए और मीडिया का स्वरूप भी बदल गया। धीरेनए माध्यम उभर कर सामने -धीरे मीडिया के नए- आने लगे। इन विभिन्न माध्यमों के साथ मीडिया के इस पूरे तंत्र को पॉपुलर मीडिया के रूप में पहचाना जा रहा है। पॉपुलर मीडिया का स्वरूप लोकप्रिय है, मीडिया से पॉपुलर मीडिया की यात्रा बहुत दिलचस्प है। इसका अध्ययन करना, जानना और समझना भी बहुत आवश्यक है।

'मीडिया'की

सन् 1991 के बाद के वैश्वीकरण ने पूरे विश्व की प्राथमिकताओं, आवश्यकताओं एवं उनसे संबंधित संसाधनों, उपागमों व उनके लक्षित उद्देश्यों में व्यापक फेरबदल किये हैं। शिक्षा जगत इससे अछूता नहीं है। शिक्षा व शैक्षिक प्रक्रिया में द्विपक्षीय प्रक्रियाओं एवं सीखने के उपागमों में भी प्रभावकारी परिवर्तन किए गए हैं।2

मीडिया और सोशल मीडिया की पहुंच से युवाओं के जीवन पर प्रभाव पड़ना शुरू हुआ। वर्ष 1991 से मीडिया ने अपना रुप परिवर्तित किया। अलगवर्ग की नब्ज को देखते हुए कारपोरेट जगत ने अपना प्रभाव भी दिखाना शुरू किया। कारपोरेट जगत ने अलग- जैसे ही मीडिया को अपने प्रभाव में लिया वैसे ही मीडियाका प्रभाव भी बदलना शुरू हुआ। उस में नैतिकता, चेतना, देश काल की परिस्थितियों को देखने की बजाए उन्हें कुछ अनैतिकता और आनंद की ओर धकेलना शुरू किया। किशोर वर्ग के आनंद के लिये नैतिक और अनैतिक सभी प्रकार की सामग्री दी जाने लगी।

टेलीविजन एवं मीडिया में परोसे जाने वाले आतंकवाद, हिंसा, पोर्नोग्राफी कितने ही ऐसे क्षेत्र हैं, जिनका सीधा संबंध समस्त समाज के विभिन्न समूहों पर खासकर किशोरकिशोरियों के मस्तिष्क पर पड़ता हैं। यह टीवी मैनरिज्म्स कहलाता है।-4 जब समाचार और सभ्याचार में संघर्ष होगा तो इसमें कौन हस्तक्षेप करेगा। इस पर निरंतर विचार विनिमय की आवश्यकता है। यहां पर मीडिया की भूमिका संदिग्ध हो जाती है। आज के युवा को मार्गदर्शन की नितांत आवश्यकता है ताकि पॉपुलर मीडिया का युवा वर्ग सही उपयोग कर ज्ञान एव जानकारी के गहरे समुद्र से जाकर मोती निकाल सके।

**1.2 पॉपुलर मीडिया-:**

'जो मीडिया आसानी से लोगों की पहुंच के भीतर है वह पॉपुलर मीडिया है। आज किताबें, सिनेमा, प्रेस, रेडियो, टीवी, इंटरनेट आदि साधनों के जरिए संचार का दायरा काफी विशालता प्राप्त कर चुका है। जनसंचार की पहचान इन्हीं माध्यमों अर्थात मीडिया के जरिए होती है लेकिन माध्यम मात्र प्रक्रिया का अंग है। इन्हें अकेले जनसंचार का माध्यम नहीं माना जा सकता है।

डेनियल लर्नर ने उन्हें 'मोबिलिटी मल्टीप्लायर' कहा और विल्बर श्रैम ने उन्हें 'मैजिक मल्टीप्लायर' का विशेषण दिया। साल दर साल जनमाध्यम अपनी पहुंच बढ़ाते जा रहे हैं किंतु बाजारवाद के चलते कोई भी जनमाध्यम यह दावा नहीं कर सकता कि वह अधिकांश जनता तक पहुंच पा रहा है। ज्यादातर संपन्न तबका इसके प्रभाव में आया है। गरीब, हाशिए पर रहने वाले उनके संदेशों में कम ही जगह पाते हैं। अखबार टीवी रेडियो फिल्म आज भी उनकी पहुंच से बाहर है। कीर्तन, यक्षगान, लोकगीत, लोक नृत्य आज भी देश के असली जनमाध्यम कहे जाते हैं। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के मुकाबले सीधा सहज संवाद उपलब्ध कराते हैं।

प्रत्येक दौर की अपनीअपनी पॉपुलर मीडिया होती है। आज की नई मीडिया जो लोगों में अत्यधिक पॉपुलर है जिसका प्रय -ोग राजनीति, हेल्थ केयर से लेकर शिक्षा, ईक क्षेत्र में हो कॉमर्स से लेकर ई गवर्नेंस और उद्यमशीलता से लेकर कौशल निर्माण तक प्रत्ये- रहा है। लोगों तक पॉपुलर मीडिया की पहुंच के लिए सस्ते स्मार्टफोन, डेक्सटॉप, लैपटॉप आसानी से उपलब्ध हैं। रॉबिन जेफरी)2014)[7] ने आउटलुक पत्रिका के साक्षात्कार में कहा कि 'सस्ते मोबाइल फोन की सुविधा ने आर्थिक रुप से गरीब वर्ग को भी दो स्तरों पर प्रभावित किया है। पहला मुख्यधारा की मीडिया और सरकार से जोड़ने का अवसर दिया है। दूसरा लोगों को सुव्यवस्थित करने का प्रयास किया।'

**मीडिया का पश्चिमी मॉडल:-** अरस्तु के अनुसार भाषण कला में तीन तत्व प्रमुख हैवक्ता -, भाषण और श्रोता।8 वक्तृत्व कला का उद्देश्य हर संभव तरीके से लोगों को प्रभावित करना है। अरस्तु के सिद्धांत के आधार पर सबसे महत्वपूर्ण सिद्धांतअमेरिकी राजनीति शास्त्री एच0 आर0 डी0 लासवेल ने संचार साधनों की व्याख्या निम्न प्रकार से की है -

शैनन एवं वीवर मॉडल[9] के अनुसार मीडिया तंत्र के पांच तत्व है -1.सूचना स्रोत 2. ट्रांसमीटर 3. चैनल या माध्यम 4. ग्राही या रिसीवर 5. लक्षित वर्ग। भारतीय संचार सिद्धांत के अनुसार[10] 'मीडिया को भरतमुनि के ग्रंथ नाट्यशास्त्र से प्रेरित माना जाता है।' पहले कहा जाता था कि ज्ञान ही शक्ति है परंतु आज कहते हैं सूचना ही शक्ति है अर्थात जिसके पास नवीन ज्ञान है वह शक्तिशाली है। सूचनाओं के अभाव में व्यक्ति अपने आप को सबसे अलगथलग और परिवार-, पड़ोस, समाज तथा देश में स्वयं को सबसे पीछे खड़ा पाता है। आज के द्रुतगामी युग में मीडिया का मुख्य कार्य सूचना प्रदान करना है जो समाचार पत्र, पत्रिका, टेलीविजन, रेडियो, इंटरनेट मोबाइल, सोशल नेटवर्किंग साइट, यूट्यूब आदि से प्राप्त की जातीं है।

पॉपुलर मीडिया एक ऐसा द्रुतगामी जनमाध्यम है जो 21वीं सदी की सूचना संचार प्रौद्योगिकी का युक्तियुक्त अन्योन्याश्रित वैज्ञानिक प्रतिनिधित्व करता है। वह सामाजिक मूल्यों का उत्पादन करता है। पॉपुलर मीडिया एक ऐसा डिजिटल प्रतिमान है जो राजनैतिक, सामाजिक, आर्थिक एवं सांस्कृतिक संभावनाओं को अधिकतापूर्वक स्पष्ट करके उपभोक्ताओं को आत्मनिर्भर बनाता है। 'पॉपुलर मीडिया एक द्रुतगमी संचार तकनीकी है जो नई विश्व व्यवस्था की जटिलताओं का शीघ्रता से समाधान करने की शक्ति रखता है।' पॉपुलर मीडिया के अंतर्गत सभी सूचना के संसाधन आते हैं जो विद्यार्थियों तक आसानी से पहुंचकर सूचनाएं पहुंचाते हैं जिससे बालक आसानी से प्रभावित होता है जैसे प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, सोशल मीडिया, डिजिटल मीडिया आदि।विद्यार्थियों द्वारा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के उपयोग से उनके निर्णय लेने की क्षमता, विपरीत लिंग के प्रति आकर्षण, मनोरंजन आदि के विभिन्न पहलुओं को जानने के लिए किया जाता है। सोशल मीडिया अभिवृत्ति से आशय है कि सोशल मीडिया से जुड़े पहलू जिससे मित्रता की भावना, आपसी पहचान, स्थानीयता एवं अन्य स्थान की जानकारी का विवरण जानने की आवश्यकता की पूर्ति करना।डिजिटल मीडिया छात्र एवं छात्राओं को सामग्री एवं मूल्य देने के मामले में पारंपरिक मीडिया के समान है किंतु यह पूरी तरह से डिजिटल प्रकृति का है। इसकी प्रभावशीलता का आसानी से मापन किया जा सकता है और इसे आसानी से साझा किया जा सकता है। इसके साथ ही यह एक दूसरे को अत्यधिक प्रभावित करने वाला उपागम है। डिजिटल मीडिया द्वारा वर्तमान समय की द्रुतगामी डिजिटल माध्यमों का किस प्रकार प्रयोग किया जा रहा है? वे इसका कुशलतापूर्वक उपयोग कर पा रहे हैं? क्या वास्तव में वे शिक्षा और जानकारी के लिए इसका प्रयोग कर पा रहे हैं? इसका उपयोग शिक्षण कार्य, संप्रेषण, कार्य को आसान बनाने के लिए कर रहे हैं अथवा नहीं? अध्ययन के साधन के रूप में कैसे उपयोग कर पा रहे हैं? जिसके अन्तर्गत ईकंटेंट-, पाडकास्ट, एप्लीकेश्न, ब्लाग, डिजिटल पाठ्य पुस्तकें, कार्य पुस्तिकाएं, वीडियो या मल्टीमीडिया को शामिल किया जा रहा है। पॉपुलर मीडिया अधिगम के पठार को कम करता है। शिक्षा के क्षेत्र में पॉपुलर मीडिया का स्वाभाविक क्रियात्मक व्यवहार निम्न रूप में देखा जा सकता है:-

1. पूरक के रूप मेंजब शिक्षण अधिगम प्रक्रिया के दौरान प्रयोगशाला -, शिक्षकों की कमी एवं संसाधनों की सीमा होती है तब पॉपुलर मीडिया पूरक के रूप में कार्य करती है।
2. प्रशंसा के रूप मेंयह सामुदायिक पृष्ठपोषण होता है -, जिसके आधार पर नीतियों का निर्धारण होता है।
3. संघटक के रूप मेंजब विद्यालय संगठन -, गुणात्मक शिक्षकों द्वारा पॉपुलर मीडिया का योजनाबद्ध तरीके से प्रयोग करता है तब यह संघटक के रूप में बनता है।

### 1.3 व्यक्तित्व-:

व्यक्तित्व से आशय है व्यक्ति के शारीरिक गठन, रंग, रूप, वेशभूषा, बातचीत का ढंग, सहनशक्ति, मैत्री भाव, परोपकार, समाज सेवा, बुद्धि, स्वभाव, उत्सुकता, प्रभुत्व आत्म संप्रत्यय जैसे अनेक गुणों से है। प्रस्तुत शोध कार्य में इन सभी गुणों को समाहित किए हुए अंतर्मुखी, बहिर्मुखी एवं उभयमुखी व्यक्तित्व के बारे में अध्ययन किया गया हैं।

आइज़ेक )1957) ''व्यक्तित्व व्यक्ति के चरित्र चित्त प्रकति, ज्ञान, शक्ति एवं शारीरिक गठन का लगभग एक स्थाई एवं टिकाऊ संगठन है जो वातावरण में उसके अपूर्व समायोजन का निर्धारण करता है''। [15]

ऑलपोर्ट )1937) ''व्यक्तित्व, व्यक्ति के भीतर उन मनोशारीरिक तंत्रों का गतिशील संगठन है जो वातावरण के साथ में उसके अपूर्व समायोजन को निर्धारित करता है।''[16]

मेकार्ड़ी के अनुसार ''व्यक्तित्व प्रतिदर्श रुचियां समाकलन है जो जीव के व्यवहार में एक विशेष प्रकार की प्रवृत्ति उत्पन्न करता है।''[17]

प्रस्तुत शोध अध्ययन में व्यक्तित्व के महत्वपूर्ण घटक इस प्रकार है -:1.बहिर्मुखी 2.अन्तर्मुखी। बहिर्मुखीप्रवृत्ति के व्यक्ति सामाजिक

कार्यों में विशेष रूचि लेते हैं। वे सभी से खुलकर बातें करते हैं। उनकी मानसिक ऊर्जा भीतर की ओर ना होकर बाहर की वस्तुओं और घटनाओं की ओर होती है। वह खुशमिजाज एवं यथार्थवादी होते हैं। वे आशावादी अधिक और निराशावादी कम होते हैं।अन्तर्मुखी प्रवृत्ति के व्यक्ति बहिर्मुखी प्रवृत्ति के विपरीत होते हैं। यह एक मनोवृति है जिसमें मानसिक ऊर्जा का प्रवाह बाहर से भीतर की ओर होता है। इस तरह के लोग दूसरे लोगों से कम मिलना पसंद करते हैं। उनकी दोस्ती कुछ लोगों तक सीमित होती है। इनमें आत्मकेन्द्रता का गुण पाया जाता है। युंग ने बताया कि यह दो प्रकार के व्यक्तित्व नहीं बल्कि दो मनोवृतियां हैं। यदि बहिर्मुखता चेतन अवस्था में होगी तो अन्तर्मुखता अचेतन होगी और यदि अन्तर्मुखता चेतन अवस्था में है तो बहिर्मुखता अचेतन होगी। अतः यह एक दूसरे के विपरीत हैं।

**1.6 प्रस्तुत अनुसंधान की आवश्यकता एवं महत्व-:**

शोधार्थी शिक्षक शिक्षा का विद्यार्थी है। शैक्षिक व सामाजिक परिवेश से उसने ऐसे अनुभव प्राप्त किए जिसमें मीडिया की सामाजिक-प्रभावशीलता एवं शैक्षिक अन्योन्याश्रितता के अध्ययन की ओर रुचि जागृत हुई है। शोधार्थी ने महसूस किया कि वर्तमान समय की पॉपुलर मीडिया केवल स्मार्टफोन की स्क्रीन तक ही सीमित नहीं है बल्कि उसने छात्रों को सीखने की प्रक्रिया को भी गहराई से प्रभावित किया है। सूचनाओं के सीधे प्रभाव ने जिस मीडिया को पॉपुलर बनाया, उसी पॉपुलर मीडिया ने छात्रों की मनोवैज्ञानिक स्थिति और उनके कैरियर निर्वचन की सोच को भी प्रभावित किया है।

सामान्य जीवन में जहां पॉपुलर मीडिया से छात्रों के समक्ष व्यक्तित्व के नए क्षेत्रों और आयामों का पिटारा खुला है और मानो तिलिस्म की चाबी युवाओं के हाथ में आ गई हो। वहीं दूसरी ओर सामाजिक व शैक्षिक परंपरागत परिवेश व शैक्षिक तकनीकों के सामने अपने अस्तित्व की चुनौतियां भी खड़ी हो गई है। जिस पॉपुलर मीडिया के उपकरणों एवं उसके प्रयोगों ने विद्यार्थियों को सोचने समझने एवं सूचनारुपी ज्ञान को ग्रहण करने में महती भूमिका निभाई है उसी पॉपुलर मीडिया ने अधिकतर विद्यार्थियों के ज्ञान को केवल सूचना मात्र के रंगीन और सतही दायरे तक ही सीमित कर दिया है।

क्या सूचना का कारपोरेट तंत्र पॉपुलर मीडिया के माध्यम से शिक्षा के मूल एवं नैतिक स्वरूप के साथ छेड़छाड़ कर रहा है? क्या पॉपुलर मीडिया शिक्षा को केवल सूचना, मनोरंजन के बाजार के खेल में बदल रहा है? क्या पॉपुलर मीडिया ने शिक्षक, छात्र तथा अभिभावक के मध्य सूचना तंत्र को अधिक मजबूत कर दिया है? पॉपुलर मीडिया छात्रों के बीच शैक्षिक उत्पादन की गुणवत्ता बढ़ाने वाला उत्प्रेरक है या शैक्षिक उद्देश्यों का क्षरण करने वाला नकारात्मक तत्व? इन सभी प्रश्नों को दृष्टिगत रखते हुए सूचना तंत्र के महत्वपूर्ण घटक के रूप में पॉपुलर मीडिया नामक संग्रहित उपकरण प्लेटफार्म की भूमिका का अध्ययन आवश्यक हो जाता है। बुंदेलखंड विश्वविद्यालय झांसी के सूचना एवं जनसंचार विभाग के शोधार्थी त्रिपाठी, नरेंद्र कुमार )2008)5 ने 'समेकित मीडिया का व्यवहार और प्रभाव' पर अध्ययन किया और निष्कर्ष निकाला कि मीडिया का सर्वाधिक उपयोग युवा वर्ग करता है। वह नईनई - त्मसात कर लेता है। समेकित मीडिया ने सेक्स और प्रेम के आनंद के लिए नया प्लेटफार्म उपलब्ध कराया है तकनीकों को शीघ्र आ जिसके चलते युवा वर्ग में नई जिज्ञासातेजी से पनपती है और बालकबालिकाएं उचित सूचनाओं के चयन में खुद को असमर्थ पाते हैं। - झाना हमारी जिम्मेदारी बनती है।अतः उनकी समस्याओं और उलझनों को समझकर सुल

आज पॉपुलर मीडिया और विशेषकर सोशल मीडिया एक ऐसी संस्थिति बन गई है कि जिससे न भागा जा सकता है और न ही इस पर पूरी तरह से निर्भर रहा जा सकता है।

प्रस्तुत शोध की आवश्यकता इस स्थिति को समझने और उसका विश्लेषण करने हेतु है। वस्तुतः पॉपुलर मीडिया ने संपूर्ण मानव जीवन को प्रभावित किया है। इसमें कोई दोराय नहीं है कि मनुष्य जीवन की गति बहुत तेज हुई है। देशपरदेश- में बैठे अपने मित्रों, रिश्तेदारों से हम तत्काल जुड़ सकते हैं। पहले यह केवल बातचीत में ही संभव हो पाता था लेकिन आज हम स्क्रीन पर आमनेसामने अपने विचारों - और गतिविधियों का आदान प्रदान कर सकते हैं। इसके अतिरिक्त सुदूर देश के किसी भाग अथवा दुनिया के किसी कोनेमें घटित घटनाओं को सचित्र देख सकते हैं। सामाजिक अध्ययन में इस प्रक्रिया को वैश्वीकरण कहा जाता है। भूमंडलीकरण की आर्थिक प्रक्रिया ने सांस्कृतिक क्षेत्र में जो प्रभाव डाला है वह वैश्वीकरण है। तमाम देशों की विभिन्न संस्कृतियों का परिचय, आदानप्रदान इस प्रक्रि-या के अंग हैं इसीलिए हम देखते हैं कि भारत में अंग्रेजी भाषा, चाइनीज भोजन, अमेरिकी पहनावे की जीवन शैली का प्रभाव धीरेधीरे - भारतीय समाज पर बढ़ रहा है। इसके साथ ही भारतीय धर्म, साहित्य, संस्कृति और यहां के व्यंजन आदि का प्रभाव भी दुनिया के तमाम देशों पर हो रहा है।

वैश्वीकरण के इस दौर में दुनिया भर की तमाम सूचनाएं, ज्ञान विज्ञान और तमाम विद्रूपताओ को हम देख सुन रहे हैं और कहीं ना कहीं प्रभावित भी हो रहे हैं। इन परिस्थितियों का सबसे प्रभावित वर्ग 'युवा पीढ़ी' है।

प्रस्तुत शोध अध्ययन उच्चतर माध्यमिक स्तर के विद्यार्थियों के व्यक्तित्व पर होने वाले प्रभावों पर केंद्रित है। वास्तव में यही वह वर्ग है जो पॉपुलर मीडिया का सर्वाधिक उपभोक्ता है। इसलिए इस शोध अध्ययन की आवश्यकता और उसकी महत्ता अपने आप बढ़ जाती है।

प्रस्तुत शोध अध्ययन में लक्षित नौजवान पीढ़ी के व्यक्तित्व जीवन मूल्य एवं शैक्षिक निष्पादन पर पॉपुलर मीडिया के होने वाले प्रभावों का विश्लेषण किया गया है। नौजवान पीढ़ी किसी राष्ट्र के भविष्य का संसाधन होता है इसलिए इस अनुसंधान का आगामी समय के लिए बहुत महत्व है।

उपर्युक्त आवश्यकता एवं महत्व को देखते हुए शोधार्थी ने निम्नलिखित समस्या कथन प्रस्तुत किया है।

**1.8 समस्या कथन-:**

''पॉपुलर मीडिया का उच्चतर माध्यमिक स्तर के विद्यार्थिय व्यक्तित्व पर पड़ने वाले प्रभाव का अध्ययन'' है।

**1.9 शोध समस्या कथन में प्रयुक्त शब्दों का परिभाषीकरण:-**

**पॉपुलर मीडिया:-**

पॉपुलर मीडिया एक द्रुतगमी संचार तकनीकी है जो नई विश्व व्यवस्था की जटिलताओं का शीघ्रता से समाधान करने की शक्ति रखता है। पॉपुलर मीडिया के अंतर्गत सभी सूचनाओं के संसाधन आते हैं जो विद्यार्थियों तक आसानी से पहुंचकर सूचनाएं पहुंचाते हैं जिससे विद्यार्थी आसानी से प्रभावित होता है।

प्रस्तुत शोध हेतु वर्तमान में प्रचलित पॉपुलर मीडिया के अंतर्गत निम्न मध्यम मुख्य रूप से लिए गए हैं -1.इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, 2. सोशल मीडिया, 3. डिजिटल मीडिया।

**उच्चतर माध्यमिक स्तर के विद्यार्थी:**

प्रस्तुत शोध कार्य में उच्चतर माध्यमिक स्तर के विद्यार्थियों से तात्पर्य 16 से 18 वर्ष

**व्यक्तित्व-**

ऑलपोर्ट )1937)" व्यक्तित्व, व्यक्ति के भीतर उन मनोशारीरिक तंत्रों का गतिशील संगठन है जो वातावरण के साथ में उसके अपूर्व समायोजन को निर्धारित करता है।"[16]

प्रस्तुत शोध अध्ययन में व्यक्तित्व के महत्वपूर्ण घटक इस प्रकार है-:

1. बहिर्मुखी 2. अन्तर्मुखी

युंग ने बताया कि यह दो प्रकार के व्यक्तित्व नहीं बल्कि यह दो मनोवृतियां हैं। यदि बहिर्मुखता चेतन अवस्था में होगी तो अन्तर्मुखता अचेतन होगी और यदि अन्तर्मुखता चेतन अवस्था में है तो बहिर्मुखता अचेतन होगी। अतः यह एक दूसरे के विपरीत हैं।

**1.10 अध्ययन के उद्देश्य -**

पॉपुलर मीडिया का उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्र एवं छात्राओं के व्यक्तित्व पर पड़ने वाले प्रभाव का अध्ययन करना।

**1.11 अध्ययन की परिकल्पना-**

शोध- अध्ययन के उद्देश्यों के सन्दर्भ में निम्नलिखित परिकल्पनाओं का निर्माण एवं परीक्षण किया गया है-

6. पॉपुलर मीडिया का उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्र एवं छात्राओं के व्यक्तित्व पर कोई सार्थक प्रभाव नही है।

6.1 उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्रों का पॉपुलर मीडिया और बहिर्मुखी व्यक्तित्व के मध्य कोई सार्थक संबंध नहीं है।

6.2 उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्रों का पॉपुलर मीडिया और अन्तर्मुखी व्यक्तित्व के मध्य कोई सार्थक संबंध नहीं है।

6.3 उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्राओं का पॉपुलर मीडिया और बहिर्मुखी व्यक्तित्व के मध्य कोई सार्थक संबंध नहीं है।

6.4 उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्राओं का पॉपुलर मीडिया और अन्तर्मुखी व्यक्तित्व के मध्य कोई सार्थक संबंध नहीं है।

6.5 उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्रा एवं छात्राओं का पॉपुलर मीडिया और बहिर्मुखी व्यक्तित्व के मध्य कोई सार्थक संबंध नहीं है।

6.6 उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्रा एवं छात्राओं का पॉपुलर मीडिया और अन्तर्मुखी व्यक्तित्व के मध्य कोई सार्थक संबंध नहीं है।

**1.12 शोध अध्ययन का परिसीमांकनः-**

1. प्रस्तुत शोध कार्य के लिए झांसी मंडल के तीन जनपदों जालौन, ललितपुर एवं हमीरपुर को लिया गया है।
2. प्रस्तुत शोध कार्य में माध्यमिक विद्यालयों के कक्षा 12 के छात्र एवं छात्राओं को जनसंख्या के रूप में लिया गया है।
3. प्रस्तुत शोध कार्य में 500 छात्र एवं छात्राओं को प्रतिदर्श के रूप में चयनित किया गया है।
4. पॉपुलर मीडिया के अंतर्गत इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, सोशल मीडिया एवं डिजिटल मीडिया को ही लिया गया है।
4.व्यक्तित्व, जीवन मूल्य एवं शैक्षिक उपलब्धि पर पॉपुलर मीडिया के प्रभाव का ही अध्ययन किया गया है।

परिकल्पना 6.1 उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्रों का पॉपुलर मीडिया और बहिर्मुखी व्यक्तित्व के मध्य कोई सार्थक संबंध नहीं है।

छात्रों में पापुलर मीडिया की अभिवृत्ति एव बहिर्मुखी व्यक्तित्व के सहसंबंध को प्रदर्शित करती तालिकाः-

तालिका क्रमांक 6.1

| चर | छात्रों की संख्या | मध्यमान | मानक विचलन | प्रोडक्ट मोमेंट सहसम्बन्ध |
|---|---|---|---|---|
| पॉपुलर मीडिया की अभिवृत्ति | 240 | 157.47 | 12.85 | 0.184 |
| बहिर्मुखी व्यक्तित्व | 240 | 23.72 | 5.51 | |

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट होता है कि छात्रों के पॉपुलर मीडिया की अभिवृत्ति का मध्यमान 157.47 तथा मानक विचलन 12.85 पाया गया। बहिर्मुखी व्यक्तित्व का मध्यमान 23.72 तथा मानक विचलन 5.51 पाया गया। प्रोडक्ट मोमेंट सांख्यिकीय विधि के माध्यम से दोनों चरों के मध्य सहसंबंध 0.184 पाया गया। जो कि अति निम्न धनात्मक सहसंबंध है।

अतः आंकड़ों से निष्कर्ष निकलता है कि उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्रों का पॉपुलर मीडिया और बहिर्मुखी व्यक्तित्व के मध्य अति निम्न धनात्मक सहसंबंध को प्रदर्शित करता है। इससे यह बात स्पष्ट होती है कि यदि छात्रों में पॉपुलर मीडिया का प्रयोग बढ़ता है तो उनके बहिर्मुखी व्यक्तित्व में वृद्धि हो सकती है। क्रायकैंप, गेरबर्ट )2001) के निष्कर्षों से भी पुष्टि हुई कि जो लोग मीडिया को खुलेपन से स्वीकार करते हैं, बहिर्मुखी व्यक्तित्व, टेलीविजन और पुस्तकों में वे जटिल सामग्री के पक्षधर हैं।

**परिकल्पना 6.2 -**उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्रों का पॉपुलर मीडिया और अन्तर्मुखी व्यक्तित्व के मध्य कोई सार्थक संबंध नहीं है।

छात्रों में पापुलर मीडिया की अभिवृत्ति एव अन्तर्मुखी व्यक्तित्व के संबंध को प्रदर्शित करती तालिका-:

तालिका क्रमांक 6.2

| चर | छात्रों की संख्या | मध्यमान | मानक विचलन | प्रोडक्ट मोमेंट सहसम्बन्ध |
|---|---|---|---|---|
| पॉपुलर मीडिया की अभिवृत्ति | 240 | 157.47 | 12.85 | 0.058 |
| बहिर्मुखी व्यक्तित्व | 240 | 23.86 | 5.68 | |

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट होता है कि छात्रों की पॉपुलर मीडिया की अभिवृत्ति का मध्यमान 157.47 तथा मानक विचलन 12.85 रहा जबकि अन्तर्मुखी व्यक्तित्व का मध्यमान 23.86 तथा मानक विचलन 5.68 रहा। प्रोडक्ट मोमेंट सांख्यिकीय विधि के माध्यम से दोनों चरों के मध्य सहसंबंध 0.058 पाया गया। जो कि अति निम्न धनात्मक सहसंबंध है।

अतः आंकड़ों से निष्कर्ष निकलता है कि उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्रों का पॉपुलर मीडिया और अन्तर्मुखी व्यक्तित्व के

मध्य अति निम्न धनात्मक सहसंबंध है। इस बात से स्पष्ट है कि अंतर्मुखी छात्रों की भी पॉपुलर मीडिया के प्रति सकारात्मक अभिवृत्ति है। वह भी मीडिया से जुड़ कर अपने ज्ञान में वृद्धि करना चाहते हैं परंतु अंतर्मुखी होने के कारण वे अन्य व्यक्तियों के समक्ष अपने भाव प्रदर्शित नहीं कर पाते।

**परिकल्पना 6.3 -** उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्राओं का पॉपुलर मीडिया और बहिर्मुखी व्यक्तित्व के मध्य कोई सार्थक संबंध नहीं है।

छात्राओं में पापुलर मीडिया की अभिवृत्ति एव बहिर्मुखी व्यक्तित्वके संबंध को प्रदर्शित करती तालिका-:

तालिका क्रमांक 6.3

| चर | छात्रों की संख्या | मध्यमान | मानक विचलन | प्रोडक्ट मोमेंट सहसम्बन्ध |
|---|---|---|---|---|
| पॉपुलर मीडिया की अभिवृत्ति | 260 | 155.63 | 13.71 | 0.106 |
| बहिर्मुखी व्यक्तित्व | 260 | 23.65 | 5.37 | |

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट होता है कि छात्राओं की पॉपुलर मीडिया की अभिवृत्ति का मध्यमान 155.63 तथा मानक विचलन 13.71 रहा जबकि बहिर्मुखी व्यक्तित्व का मध्यमान 23.65 तथा मानक विचलन 5.37 रहा। प्रोडक्ट मोमेंट सांख्यिकीय विधि के माध्यम से दोनों चरों के मध्य सह संबंध 0.106 पाया गया। जो कि अति निम्न धनात्मक सहसंबंध है।

अतः आंकड़ों से निष्कर्ष निकलता है कि उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्राओं का पॉपुलर मीडिया और बहिर्मुखी व्यक्तित्व के मध्य अति निम्न धनात्मक सहसंबंध है। जो कि यह प्रदर्शित करता है कि छात्राएं मीडिया के प्रति जुड़ाव रखती है अर्थात जन मीडिया के प्रति अभिवृत्ति धनात्मक होती है तो व्यक्तित्व के विकास में भी सकारात्मक रूप से परिवर्तन पाया जा सकता है।

**परिकल्पना 6.4-** उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्राओं का पॉपुलर मीडिया और अन्तर्मुखी व्यक्तित्वके मध्य कोई सार्थक संबंध नहीं है।

छात्राओं में पापुलर मीडिया की अभिवृत्ति एव अन्तर्मुखी व्यक्तित्वके संबंध को प्रदर्शित करती तालिका-:

तालिका क्रमांक 6.4

| चर | छात्रों की संख्या | मध्यमान | मानक विचलन | प्रोडक्ट मोमेंट सहसम्बन्ध |
|---|---|---|---|---|
| पॉपुलर मीडिया की अभिवृत्ति | 260 | 155.63 | 13.71 | 0.002 |
| बहिर्मुखी व्यक्तित्व | 260 | 23.96 | 5.89 | |

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट होता है कि छात्रों की पॉपुलर मीडिया की अभिवृत्ति का मध्यमान 155.63 तथा मानक विचलन 13.71 रहा जबकि अन्तर्मुखी व्यक्तित्व का मध्यमान 23.96 तथा मानक विचलन 5.89 रहा। प्रोडक्ट मोमेंट सांख्यिकीय विधि के माध्यम से दोनों चरों के मध्य सह संबंध 0.002 पाया गया। जो कि अति निम्न धनात्मक सहसंबंध है।

अतः आंकड़ों से निष्कर्ष निकलता है कि उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्राओं का पॉपुलर मीडिया और अन्तर्मुखी व्यक्तित्व के मध्य अति निम्न धनात्मक सहसंबंध है। इस बात से स्पष्ट है कि अंतर्मुखी छात्राओं की भी पॉपुलर मीडिया के प्रति सकारात्मक अभिवृत्ति है

वह भी मीडिया से जुड़ कर अपने ज्ञान में वृद्धि करना चाहते हैं परंतु अंतर्मुखी होने के कारण हो सकता है कि वे अन्य व्यक्तियों के समक्ष अपने भाव प्रदर्शित नहीं कर पाते।

**परिकल्पना 6.5-** उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्रा एवं छात्राओं का पॉपुलर मीडिया और बहिर्मुखी व्यक्तित्व के मध्य कोई सार्थक संबंध नहीं है।

छात्रा एवं छात्राओं में पापुलर मीडिया की अभिवृत्ति एव बहिर्मुखी व्यक्तित्व के संबंध को प्रदर्शित करती तालिका-:

तालिका क्रमांक 6.5

| चर | छात्रों की संख्या | मध्यमान | मानक विचलन | प्रोडक्ट मोमेंट सहसम्बन्ध |
|---|---|---|---|---|
| पॉपुलर मीडिया की अभिवृत्ति | 500 | 156.52 | 13.32 | 0.143 |
| बहिर्मुखी व्यक्तित्व | 500 | 23.68 | 5.43 | |

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट होता है कि छात्रा एवं छात्राओं की पॉपुलर मीडिया की अभिवृत्ति का मध्यमान 156.52 तथा मानक विचलन 13.32 रहा जबकि बहिर्मुखी व्यक्तित्व का मध्यमान 23.68 तथा मानक विचलन 5.43 रहा। प्रोडक्ट मोमेंट सांख्यिकीय विधि के माध्यम से दोनों चरों के मध्य सह संबंध 0.143 पाया गया। जो कि अति निम्न धनात्मक सहसंबंध है।

अतः आंकड़ों से निष्कर्ष निकलता है कि उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्रा एवं छात्राओं का पॉपुलर मीडिया और बहिर्मुखी व्यक्तित्व के मध्य अति निम्न धनात्मक सहसंबंध है। इससे यह स्पष्ट है कि छात्र एवं छात्राओं में पॉपुलर मीडिया अभिवृत्ति में धनात्मक वृद्धि होती है तो उनके बहिर्मुखी व्यक्तित्व में धनात्मक वृद्धि पायी जा सकती है अर्थात बहिर्मुखी व्यक्तित्व वाले छात्रछात्राओं में - मीडिया का सकारात्मक प्रभाव देखा गया जो बहिर्मुखी व्यक्तित्व वालेछात्र एवं छात्राएं मीडिया का अधिक प्रयोग करते हैं तो उनमें अधिक मुखरता पाई गयी।

**परिकल्पना 6.6-** उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्रा एवं छात्राओं का पॉपुलर मीडिया और अन्तर्मुखी व्यक्तित्व के मध्य कोई सार्थक संबंध नहीं है।

छात्रा एवं छात्राओं में पापुलर मीडिया की अभिवृत्ति एव अन्तर्मुखी व्यक्तित्व के संबंध को प्रदर्शित करती तालिका-:

तालिका क्रमांक 6.6

| चर | छात्रों की संख्या | मध्यमान | मानक विचलन | प्रोडक्ट मोमेंट सहसम्बन्ध |
|---|---|---|---|---|
| पॉपुलर मीडिया की अभिवृत्ति | 500 | 156.52 | 13.32 | 0.014 |
| बहिर्मुखी व्यक्तित्व | 500 | 24.95 | 5.88 | |

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट होता है कि छात्रा एवं छात्राओं की पॉपुलर मीडिया की अभिवृत्ति का मध्यमान 156.52 तथा मानक विचलन 13.32 रहा जबकि अन्तर्मुखी व्यक्तित्व का मध्यमान 24.92 तथा मानक विचलन 5.88 रहा। प्रोडक्ट मोमेंट सांख्यिकीय विधि के माध्यम से दोनों चरों के मध्य सह संबंध 0.014 पाया गया। जो कि अति निम्न धनात्मक सहसंबंध है।

अतः आंकड़ों से निष्कर्ष निकलता है कि उच्चतर माध्यमिक स्तर के छात्र एवं छात्राओं का पॉपुलर मीडिया और अन्तर्मुखी व्यक्तित्व के मध्य अति निम्न धनात्मक सहसंबंध है। इससे यह स्पष्ट है कि छात्र एवं छात्राओं में पॉपुलर मीडिया अभिवृत्ति में धनात्मक

वृद्धि होती है तो उनके अन्तर्मुखी व्यक्तित्व में धनात्मक वृद्धि पायी गयी। अर्थात अंतर्मुखी प्रवृत्ति वाले छात्र एवं छात्राओं में मीडिया का प्रयोग होने से उनके भीतर अंतर्मुखता की भावना अधिक पाई जा सकती है।

**निष्कर्ष:**

इस शोध से स्पष्ट होता है कि पॉपुलर मीडिया उच्चतर माध्यमिक स्तर के विद्यार्थियों के व्यक्तित्व, जीवन मूल्य और शैक्षिक उपलब्धियों पर गहरा प्रभाव डालता है। पॉपुलर मीडिया ने सूचना के आदान-प्रदान को सरल और त्वरित बना दिया है, जिससे विद्यार्थी नई जानकारियों और सामाजिक घटनाओं से निरंतर जुड़े रहते हैं। इसका सकारात्मक पक्ष यह है कि मीडिया के माध्यम से विद्यार्थी सामाजिक, सांस्कृतिक और शैक्षिक क्षेत्रों में जागरूक होते हैं और अपने ज्ञान में वृद्धि करते हैं।

परंतु, इस शोध में यह भी पाया गया कि पॉपुलर मीडिया का अत्यधिक और अनियंत्रित उपयोग विद्यार्थियों के मानसिक स्वास्थ्य, नैतिक मूल्यों और सामाजिक व्यवहार पर नकारात्मक प्रभाव डाल सकता है। विशेषकर, मीडिया में प्रस्तुत हिंसा, आतंकवाद, अश्लीलता आदि की अधिकता किशोरों में असंवेदनशीलता, सामाजिक अस्थिरता और नैतिक पतन का कारण बन सकती है।

व्यक्तित्व के संदर्भ में, पॉपुलर मीडिया का बहिर्मुखी व्यक्तित्व वाले विद्यार्थियों पर सकारात्मक प्रभाव अधिक देखने को मिला, जबकि अंतर्मुखी व्यक्तित्व वाले विद्यार्थियों पर इसका प्रभाव सीमित और कम स्पष्ट रहा। यह दर्शाता है कि व्यक्तित्व के प्रकार के अनुसार मीडिया के प्रभाव में भिन्नता हो सकती है।

अतः यह आवश्यक है कि विद्यार्थियों को पॉपुलर मीडिया का विवेकपूर्ण और संतुलित उपयोग करना सिखाया जाए। शिक्षण संस्थानों, अभिभावकों और नीति निर्माताओं को मिलकर ऐसी नीतियाँ और मार्गदर्शन सुनिश्चित करना चाहिए जो विद्यार्थियों को मीडिया के सकारात्मक पहलुओं का लाभ उठाने में सक्षम बनाएं और नकारात्मक प्रभावों से बचाव करें।

इसके अलावा, पॉपुलर मीडिया को शैक्षिक और नैतिक विकास के साधन के रूप में प्रयोग करने के लिए उपयुक्त प्रशिक्षण और जागरूकता कार्यक्रम भी आवश्यक हैं। इससे विद्यार्थी न केवल सूचनाओं के उपभोक्ता बनेंगे बल्कि उन्हें सही ढंग से समझने और उसका सकारात्मक उपयोग करने में सक्षम बनेंगे।

अंततः, पॉपुलर मीडिया आज की युवा पीढ़ी के व्यक्तित्व विकास में एक शक्तिशाली उपकरण है, जिसका सही उपयोग उनके समग्र विकास और भविष्य निर्माण के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण है।

**संदर्भ ग्रन्थ-:**

1.ब्लैक बर्न, रॉबिन )2011). एन अनफिनिश्ड रोशन रिवॉल्यूशन वारसॉ लंदन पेज 117 https://www.google.co.in/books/edition/An_Unfinished_Revolution

2.कालिया, रवीन्द्र )2010); इलेक्ट्रानिक मीडिया की चुनौतियाँभारतीय ज्ञानपीठ :, पृष्ठ-166

3.तिवारी, अर्जुन )2018); सम्पूर्ण पत्रकारिता-विश्वविद्यालय प्रकाशन वाराणसी पृष्ठ :239

4.पंत, नवीन चंद्र )2007); पत्रकारिता के मूल सिद्धांत :कनिष्क पब्लिशर्स, डिस्ट्रीब्यूटर्स नई दिल्ली पृष्ठ-23

5.त्रिपाठी, नरेन्द्र कुमार )2008); समेकित मीडिया का व्यवहार और प्रभावएच-पी :0डी0 बुन्देलखण्ड विश्वविद्यालय, झाँसी

.6वर्मा, राम शंकर )2017); मुठभेड़ समय से लोकोदय पब्लिकेशन लखनऊ:(संग्रह कुण्डलिया), पृष्ठ-37

.7नारायण, सनेत्रा सेन, नारायण, शालनी एवं गौतम, प्रवीण )2019); इंडिया कनेक्टेड, न्यू मीडिया के प्रभावों की समीक्षा सेज पब्लिकेशन इण्डिया प्रा0लि0, न्यू देहली पृष्ठ-14

8. कुमार, केवल जे0 एवं श्रीवास्तव अमित )2017); भारत में जनसंचारजयको पब्लिशिंग ह :ाउस मुम्बई, पृष्ठ 19

9. वही पृष्ठ-20

10. वही पृष्ठ-25

11.सारस्वत, मालती तथा एस0एम0 गौतम )2014); ''भारतीय शिक्षा का विकास एवं सामयिक समस्यायें'', लखनऊः आलोक प्रकाशन, पृ0- 226-27

12.रावत, मृदुला एवं कपूर, बीना)2011);शिक्षा में मापन, मूल्यांकन एवं सांख्यिकी, अग्रवाल पब्लिकेशन, आगरा, पृष्ठ-184
13. श्रीवास्तव, डी0एन0 (2013); सांख्यकी एवं मापनअग्रवाल पब्लिकेशन :, आगरा, पृष्ठ-122
14.वही 122
15. श्रीवास्तव, डी0एन0 (2012); व्यक्तित्व का मनोविज्ञानअग्रवाल पब्लिकेशन :, पृष्ठ-05
16. सिंह, अरूण कुमार एवं सिंह, आशीष कुमार )2002); व्यक्तित्व का मनोविज्ञान, मोतीलाल बनारसीदास पब्लिकेशन, दिल्ली पृष्ठ-3
17. जायसवाल, सीताराम )2011) व्यक्तित्व का मनोविज्ञान अग्रवाल पब्लिकेशन, आगरा पृष्ठ-02
18. लाल, रमन बिहारी )2016); शिक्षा के दार्शनिक एवं सामाज शास्त्रीय सिद्धांत, पृष्ठ-548