



Original Article

युवावो पर भारतीय सिनेमा का प्रभाव

डॉ. मो मजीद मियां

सहायक प्राध्यापक

श्री. अग्रसेन महाविद्यालय डलखोला डब्लु.बी.

Manuscript ID:

IJAAR-C130326

ISSN: 2347-7075

Impact Factor – 8.141

Volume - 13

Issue - 3

January – February 2026

Pp. 128 - 133

Submitted: 21 Jan. 2026

Revised: 30 Jan. 2026

Accepted: 10 Feb. 2026

Published: 28 Feb. 2026

Corresponding Author:

डॉ. मो मजीद मियां

Quick Response Code:



Website: <https://ijaar.co.in/>



DOI: 10.5281/zenodo.22785681

DOI Link:

<https://doi.org/10.5281/zenodo.22785681>



Creative Commons



सार:

युवावस्था शब्द, जिसका मतलब है "उभरना" या "पहचान प्राप्त करना" एक अपेक्षाकृत नई अवधारणा है, विशेष रूप से सोच में आने वाला बदलाव। एक बच्चा अपने माता-पिता का ध्यान खींचने के लिए कई प्रकार के काम करना आरम्भ करता है, जैसे- रोना, हँसना, रूठना इत्यादि। हमारे चेहरे, हमारे आँखों की हरकतें और हमारी भाषा तुरन्त हमारे विचारों को दूसरों के साथ सांझा कर देती हैं, हम उन सभी भावनाओं को व्यक्त करते हैं, जो हमारे और हमारे समाज के संचार के लिए बेहद जरूरी है, क्योंकि यह केवल विचारों और सहयोग के आदान-प्रदान के माध्यम से होता है जिसे हम और हमारा समाज आगे बढ़ता है और विकसित होता है। इसलिए इस अध्ययन में, सिनेमा दर्शकों (युवा) सामाजिक और नैतिक प्रभाव के बारे में जागरूक होने के बारे में बता रहा है। इस अध्ययन के माध्यम से, भारतीय युवाओं पर होने वाले सिनेमा के प्रभाव को सामाजिक प्रभाव का मूल्यांकन करने के लिए एक प्रयास किया गया है, इसलिए वर्तमान अध्ययन यह दर्शाता है कि युवाओं के लिए जानकारी, शिक्षा और मनोरंजन के शक्तिशाली माध्यम के रूप में सिनेमा विभिन्न रूपों में, सामाजिक समूहों में, राय निर्माण की प्रक्रिया में और सिनेमा एक सामाजिक बदलाव लाने का माध्यम साबित हो रहा है। इस शोधपत्र से यह निष्कर्ष निकालता है कि युवा सिनेमा से काफी प्रभावित होता हैं, जो उनके मनोवैज्ञानिक, सांस्कृतिक, सामाजिक परिवर्तन, जीवनशैली, व्यवहार में मुख्य बदलाव लेकर आता है।

मुख्य शब्द: सिनेमा, समाज, प्रभाव, परिवर्तन, युवा.

Creative Commons (CC BY-NC-SA 4.0)

This is an open access journal, and articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License (CC BY-NC-SA 4.0), which permits others to remix, adapt, and build upon the work non-commercially, provided that appropriate credit is given and that any new creations are licensed under identical terms.

How to cite this article:

डॉ. मो मजीद मियां. (2026). युवावो पर भारतीय सिनेमा का प्रभाव. *International Journal of Advance and Applied Research*, 13(3), 128 - 133. <https://doi.org/10.5281/zenodo.22785681>

प्रस्तावना:

इंसान बेहद संवेदनशील प्राणी है। उसमे बहुत से परिवर्तन जन्म के साथ ही आरम्भ हो जाते है। हमारे चेहरे के भाव, हमारी आँखों के भाषा, हमारी बोली जाने वाली भाषा तुरन्त हमारे विचारों को दूसरों के साथ सांझा कर देती हैं, हम

उन सभी भावनाओं को व्यक्त करते हैं, जो हमारे साथ- साथ, हमारे समाज के लिए भी बेहद जरूरी है। जो सीखने, सिखाने, रिश्ते बनाने और उन्हें बनाए रखने के लिए ये बहुत प्रभावी आवश्यक नीति है। संचार के कितने ही माध्यम हैं जो प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से हमारे सामने है। जिनसे हम चाह कर भी



अछूते नहीं रह सकते। आधुनिक दुनिया में, संचार के महत्व ने पहले सभी स्तरों को पार कर लिया है, दिलचस्प बात यह है कि संचार के साधन आज दुनिया में खाद्य उत्पादन के साधनों के मुकाबले ज्यादा हैं। दुनिया में संचार तकनीक न केवल संख्या में बढ़ रही है, बल्कि गति, सटीकता और स्पष्टता में भी बढ़ रही है। संचार और विकास, मानव प्रयासों के प्रमुख भाग हैं, जो एक-दूसरे से अच्छी तरह से जुड़े हैं। विकास की प्रक्रिया संचार की एक रणनीति के लिए कॉल करती है, जिसका उद्देश्य लक्षित लोगों को जानकारी प्राप्तकर्ताओं को जानकारी प्राप्तकर्ताओं से बदलना है। संचार का मुख्य कार्य या उद्देश्य अन्य लोगों के व्यवहार को बदलने या निर्देशित करना है। अधिकांश युवा कहते हैं कि कोई भी ऐसा कानून नहीं है जिसमें यह निर्धारित किया गया है कि, वह अपना कितना समय टीवी, वीडियो गेम या कंप्यूटर के साथ व्यतीत करें, ये सब उनकी इच्छा पर निर्भर है।

भारतीय सिनेमा का परिचय:

भारत में सिनेमा का जन्म ल्यूमियर भाई के द्वारा किया गया था। ल्यूमिरे ब्रदर्स ने 7 जुलाई, 1869 को मुंबई में वॉट्सन होटल में अपना पहला सार्वजनिक प्रदर्शन आयोजित किया और टाइम्स ऑफ इंडिया ने इसे चमकते हुए सदी के चमत्कार के रूप में प्रकाशित किया। भारत को अपनी कला के मूल्य का एहसास हुआ, इससे संस्कृति, भारतीय दृश्यों और संस्कृति का इस्तेमाल करने वाली फिल्मों को बनाने के लिए प्रेरित किया गया था और हिंदी सिनेमा के जनक दादा साहब फाल्के ने 1913 में पहली मूक फिल्म 'राजा हरिश्चंद्र' का निर्माण किया। फिर भारतीय सिनेमा ने पीछे मुड़ कर नहीं देखा। भारतीय सिनेमा का परचम आज पूरी दुनिया में फैला गया है। सिनेमा की शैली: फिल्म की श्रेणी को श्रेणियों में विभाजित करने के लिए शब्द शैली का इस्तेमाल किया जाता है। एकल श्रेणी में बहुत

सारी फिल्मों को रखना मुश्किल है। इस वजह से कई फिल्मों में कई शैलियों हैं- सुविधा के लिए सभी फिल्में निम्न शृंखला शृंखला में रखी गई हैं- जैसे- एनिमेटेड, एक्शन, कॉमेडी, एक्शन-कॉमेडी, फ्रेंस, स्पोर्ट्स, सैट्रीकल, वेस्टर्न, डॉक्यूमेंटरी, मैकॉफ्रीरीज़, बाल, राजनीतिक, थ्रिलर/सस्पेंस, वॉर, ऐतिहासिक, काल्पनिक, हॉरर, साइंस फिक्शन, संगीत, रोमांस, रोमांटिक कॉमेडी, अविष्कार इत्यादि। सबसे आसानी से खरीद और संसाधित फिल्म 135 या 35 मिमी रंग नगेटिव फिल्म है। यह वह फिल्म है जिसे फोटो प्रयोगशालाओं में खरीद और विकसित कर सकते हैं।

120 फिल्म, स्लाइड फिल्म, काले और सफेद फिल्म, और इन्फ्रारेड फिल्म को आपकी पसंद के पेशेवर फोटो लैब पर संसाधित किया जा सकता है। आमतौर पर पेशेवर फोटो लैब्स या कैमरा आपूर्ति स्टोर्स में इन प्रकार की फिल्मों को प्राप्त कर सकते हैं, इन्फ्रारेड फिल्म ऐसी फिल्म है जो हमारी आंखों की तुलना में हल्के बड़े स्पेक्ट्रम के प्रति संवेदनशील होती है। सही ढंग से सामने आने पर यह अन्य - सांसारिक लग रही छवियों को उत्पन्न कर सकती है और जब यह नहीं है तब विनाशकारी हो सकता है। सच अवरक्त फिल्म को भी पूर्ण अंधेरे में लोड और उतारना चाहिए। यह फिल्म अनुभवी लोमोग्राफी को सबसे अच्छी छोड़ दी जाती है अधिकांश लोमोग्राफी कैमरे किसी भी प्रकार के 35 मिमी या 120 प्रारूप फिल्म ले सकते हैं। अध्ययन का उद्देश्य: वर्तमान अध्ययन का उद्देश्य मुख्य उद्देश्य पर विचार करके कई उद्देश्यों को प्राप्त करना है, भारतीय युवाओं पर सिनेमा के प्रभाव पर अध्ययन करना है। यह अध्ययन मुख्य रूप से चर्चा करता है जीवन शैली, व्यवहार, हितों में परिवर्तन, समाज के विभिन्न वर्गों के परिवर्तन पर विस्तार से अध्ययन करना है।



अनुसंधान क्रियाविधि:

समय से संबंधित मुद्दा, और प्रत्येक व्यक्ति विशेष रूप से युवाओं द्वारा सिनेमा देखने के लिए विशेष रूप से निवेश किया जाता है और दूसरी ओर, व्यवहार पैटर्न और जीवन शैली को बदलने पर इसका प्रभाव का हर व्यक्तिगत परिवार के लिए बेहद महत्वपूर्ण हो गया है। युवाओं पर सिनेमा के प्रभाव से व्यवहार पैटर्न और जीवन शैली बदलने का एक उचित सामाजिक अध्ययन समय की आवश्यकता है। शोधकर्ता ने शोध पत्र में निदर्शन पद्धति का प्रयोग किया है। विभिन्न प्रदर्शन मापों का उपयोग करके युवावस्था पर सिनेमा के प्रभाव का पता लगाने के लिए, भारत सहित दुनिया भर में कई अध्ययन किये गये हैं। लेकिन युवाओं के व्यवहार पर आयोजित कोई व्यापक अध्ययन नहीं था। इसलिए वर्तमान अध्ययन को इस शोध के अंतराल को भरने और भारतीय युवाओं पर सिनेमा के प्रभाव का विश्लेषण करने के लिए किया गया था, जिसमें व्यवहार पद्धति बदलना और जीवनशैली का विशेष संदर्भ था।

हाइपोथीसिस का निर्माण:

परिकल्पना एक सामान्य सामान्यीकरण है, जिसकी वैधता का परीक्षण किया जाना बाकी है। वर्तमान शोध अध्ययन इन मान्यताओं का परीक्षण करना चाहता है। विभिन्न सामाजिक समूहों में सूचना, शिक्षा और मनोरंजन परिणाम को एक शक्तिशाली माध्यम के रूप में सिनेमा को देखना। सिनेमा, सामाजिक परिवर्तन लाने का माध्यम है। युवावस्था सिनेमा से बहुत ज्यादा प्रभावित होती है और जिसे वे मनोवैज्ञानिक, सांस्कृतिक, सामाजिक बदलावों के रूप में अपनी जीवनशैली, व्यवहार, और बदलाव को अपने जीवन में ले आते हैं। अनुसंधान डिजाइन: उपयोग किए जाने वाले अनुसंधान डिजाइन में पवि सेम्पलिंग का प्रयोग किया गया है। युवावस्था

को चुनने के पीछे का उद्देश्य यह था कि इस युग में जिज्ञासा और चरम पर होती है और इस स्तर पर वे तेजी से विकास के चरण होते हैं। कुल 400 छात्र जिनमें से लड़कों और लड़कियों सहित चयनित चार विद्यालयों का चयन किया गया ताकि किसी भी तुलना के लिए लिंग अनुपात की समानता को बनाए रखा जा सके।

परिणाम और चर्चा:

वर्तमान अध्ययन में उत्तरदाताओं का सामाजिक जनसांख्यिकीय प्रोफाइल, वर्तमान अध्ययन “भारतीय युवाओं पर सिनेमा का प्रभाव” हिसार पर अध्ययन किया गया है। सिनेमा, जो कि युवाओं में बदलाव लाने का एक बड़ा कारण है। सिनेमा आज के तकनीकी युग में युवाओं की दिनचर्या पर एक बड़ा प्रभाव छोड़ रहा है। सिनेमा के इस अर्थ ने देश को एक वैश्विक गांव के रूप में बदल दिया है। युवावस्था के सिनेमा के प्रभाव के अध्ययन में उत्तरदायी: जैसा कि भारतीय युवाओं पर सिनेमा के प्रभाव का अध्ययन करने के लिए पहले चर्चा की गई, अनुसंधान में प्रश्नावली का सर्वेक्षण किया गया था, जो कि युवाओं के उत्तरदायित्वों के सिनेमा में दिलचस्पी से संबंधित है। ताकि हमें मीडिया और सिनेमा के माध्यम से सामाजिक परिवर्तन के लिए इच्छुक समाज के युवाओं के प्रतिशत के बारे में एक विचार मिल सकता है।

उत्तरदाताओं के भिन्न-भिन्न कारक हैं, जो उन्हें सिनेमा हॉल में ले जाते हैं और किसी भी व्यक्ति को सिनेमा हॉल में स्थानांतरित करने के लिए स्पष्ट भूमिका निभाते हैं। यह उपरोक्त तालिका से स्पष्ट है कि अध्ययन के तहत 26.50% उत्तरदाता समय गुजारने के लिए सिनेमा हॉल में जाता है साथ ही वही सुखदायक अहसास और कल्पना भी मुख्य कारक है जो उन्हें सिनेमा हॉल में स्थानांतरित करने के लिए बनाता है।



इसमें प्रतिशत 20.50% और 17% क्रमशः है। युवावस्था की आयु में जिज्ञासा सबसे अधिक होती है; इसलिए इन उत्तरदाताओं में से 18.50% लोगों को जिज्ञासा का कारण है जो उन्हें सिनेमा हॉल में जाने के लिए बनता है। वे दुनिया को जानने के लिए उत्सुक हैं; वे सिनेमा की मदद से दुनिया और इसकी जीवनशैली तलाशना चाहते हैं। 5.25% यानी 21 उत्तरदाता कला से संबंधित हैं, जहां वे सिनेमा के कला और शिल्प के प्रति अधिक प्रत्याशित होते हैं। ये उत्तरदाता शिल्प के अध्ययन के लिए सिनेमा में जाते हैं। 4% उत्तरदाताओं ने इस प्रश्न को अनुत्तरित छोड़ दिया। मनोरंजन के लिए युवाओं के पास कई अन्य मीडिया साधन हैं और आवृत्ति का स्पष्ट रूप से उल्लेख किया गया है। समाचार पत्र सबसे स्पष्ट क्षेत्र है जहां करीब 100% आबादी कहती है कि वे दैनिक समाचार पत्र को लगभग एक घंटे तक पढ़ते हैं। 344; 34 और 15 छात्रों ने क्रमशः एक घंटे, दो घंटे और तीन घंटे के लिए दैनिक समाचार पत्र पढ़ा। पत्रिकाएं पढ़ती हैं और 59.25% उत्तरदाता इंटरनेट का नमूना की कुल आबादी का 51.75% उपयोग करते हैं, सबसे तेजी से बढ़ते संचार मीडिया 173 उत्तरदाता एक घंटे के लिए मैगजीन पढ़ते हैं और 21 उत्तरदाता प्रतिदिन दो घंटे तक पढ़ते हैं जबकि 184 छात्र रोजाना एक घंटे के लिए इंटरनेट का उपयोग करते हैं और 32 उत्तरदाता रोज दो घंटे के लिए इसका इस्तेमाल करते हैं। 10 छात्र हैं जो रोजाना तीन घंटे तक इंटरनेट का उपयोग करते हैं। चूंकि अधिकतम संख्या में मोबाइल वाले हैं और जो अपने साथियों को एसएमएस और दूसरे मनोरंजन के साधनों के लिए सबसे सस्ता संचार के क्षेत्र बताता है। लगभग 222 छात्र दैनिक अपने दोस्तों के लिए एसएमएस के लिए करीब एक घंटे खर्च करते हैं। यह खंड कुल नमूने का 75.75% है।

एमएमएस और आइपॉड एसएमएस और अन्य मनोरंजन तकनीक एक महत्वपूर्ण विकास है, लेकिन वह केवल शहरी और उच्च आय वर्ग के छात्रों द्वारा उपयोग किया जा सकता है; इसलिए कुल आबादी का 4.75% एमएमएस और कुल आबादी का 8% आइपॉड उपयोग करते हैं, फेसबुक सबसे लोकप्रिय और अन्य सोशल नेटवर्किंग समाज के सभी क्षेत्रों में विकास में सबसे तेज है करीब 205 छात्र सोशल नेटवर्किंग के लिए रोजाना एक-एक घंटे खर्च करते हैं। वे वही लोग हैं जो रोजाना इंटरनेट का उपयोग करते हैं नमूना आबादी का 63.50% कुल इस मीडिया का उपयोग करता है। टेलीफोन और वीडियो गेम मनोरंजन के क्षेत्र हैं जहां छात्र युवावस्था में अपना समय व्यतीत करते हैं। 3.22 (78%) और कुल नमूने का 301 (75.25%) क्रमशः इस मीडिया का उपयोग करते हैं। जैसा कि विभिन्न आवृत्तियों के एफएम रेडियो हिसार में स्वतंत्र रूप से उपलब्ध है इसलिए छात्रों को इसे मनोरंजन के सभी समय के खंड के रूप में उपयोग करता है। अध्ययन के तहत कुल छात्रों के लगभग 93.00% एफएम रेडियो का उपयोग करता है और यह भी अधिकतम दो घंटे के लिए इसका उपयोग करता है। किताबें तत्वाधान के लिए ज्ञान के स्रोत हैं छात्र एक ऐसा वर्ग है जो अधिकतम अध्ययन और सामान्य ज्ञान पुस्तकों को रखता है। लगभग 186 छात्र तीन घंटे के लिए पुस्तकों का अध्ययन करते हैं और 128 छात्र वरिष्ठ कक्षा के हो सकते हैं यह चार घंटे तक पुस्तकों का उपयोग करते हैं।

सिनेमाघरों में सिनेमा देखने वाले 209 उत्तरदाताओं के साथ सिनेमा देखने का सबसे आम मीडिया थिएटर है और कुल नमूने का 52.25% हिस्सा है। युवावस्था से सिनेमा या मूवी देखने के लिए टेलीविजन दूसरा सबसे आम साधन है। चूंकि इसमें उत्तरदाता की आबादी का 29.00% हिस्सा है। इंटरनेट भी आम मनोरंजन मीडिया है और 11.00% इंटरनेट



उपयोगकर्ताओं को इंटरनेट पर सिनेमा देखना है। जबकि अन्य उत्तरदाता होम थिएटर या मल्टीमीडिया में सिनेमा देखते हैं। और 2.25% उत्तरदाताओं ने इस प्रश्न का उत्तर नहीं दिया। उत्तरदाताओं द्वारा अन्य मीडिया का उपयोग करने की आवृत्ति के बारे में राय का प्रतिनिधित्व करते हैं। रंगमंच का उपयोग 400 (100%) उत्तरदाताओं द्वारा किया जाता है, अधिकतम एक महीने में 229 देखा जा रहा है। टेलीविजन सबसे सामान्य एंटरटेनमेंट फॉर्म है और 400 प्रतिवादी के द्वारा देखा जाता है, जैसे 100% टेलीविजन को प्रतिदिन 342 उत्तरदाताओं द्वारा देखा जाता है। इंटरनेट का उपयोग करने की आवृत्ति एक सप्ताह में 201 छात्रों और 108 छात्रों के लिए दैनिक है। इंटरनेट का उपयोग करने वाले कुल उत्तरदाता 86.00% हैं होम थियेटर कम प्रयोग में है और केवल सैम्पल की 22.75% द्वारा उपयोग किया जाता है। सभी छात्रों के रूप में सिनेमा देखने के लिए सीडी/ डीवीडी भी आम है। 400 उत्तरदाता जिनकी 100% आबादी इन मनोरंजन उपकरणों का उपयोग करती है रिंगटोन डाउनलोड करना सामान्य है। इन दिनों ज्यादातर छात्रों के रूप में 57.25% छात्र मोबाइल की सुविधा का उपयोग करते हैं वही 46 छात्र सप्ताह में एक बार इसका उपयोग करते हैं। आम तौर पर सिनेमा में देखी जाने वाली फिल्मों का पसंदीदा गाना डाउनलोड करने के लिए छात्रों को प्रभावित करता है। प्रिंट मीडिया सबसे बड़ा स्वीकृत और इस्तेमाल किया जाने वाला मीडिया है और 100% जनसंख्या इसका उपयोग करती है। 391 छात्र दैनिक समाचार पत्र आदि

अन्य प्रिंट मीडिया पढ़ता है। ऑडियो एफएम रेडियो भी 388 छात्रों द्वारा दैनिक उपयोग किया जाता है 17.75% जनसंख्या में न्यू मीडिया भी आम है। फिल्मों के रूप में बड़े पैमाने पर मीडिया हमारे समाज एक महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। टेलीविजन के बावजूद, कई लोग आज थिएटर में जाते

हैं कि वे फोटोग्राफी और संगीत और ध्वनि प्रभाव का आनंद लेने के लिए फिल्में देखते हैं, जब भी उन्हें अवकाश मिलता है। कुछ टीवी पर इसका आनंद लेते हैं, जबकि कुछ लोग अपनी सुविधा के अनुसार वीडियो पर इसे देखते हैं, थिएटर या टेलीविजन के समय सारिणी के दबाव के बिना भी। कई विदेशी फिल्मों को भी थियेटर में और साथ ही टेलीविजन पर दिखाया जा रहा है कई लोगों का मानना है कि इन फिल्मों ने हमारी सांस्कृतिक पहचान के लिए खतरा पैदा किया है। ये फिल्में लोगों को संस्कृति, मूल्यों और दुनिया के लोगों को जानने में मदद करती हैं। नतीजतन, वे अधिक ज्ञान और परिपक्वता के साथ अपनी मूल्य प्रणाली का चयन करने में सक्षम हैं, क्योंकि सांस्कृतिक खुलापन भी मन के विकास के लिए योगदान देता है।

निष्कर्ष:

अवधारणा का परीक्षण करने के लिए उत्तरदाताओं द्वारा अन्य मीडिया का उपयोग करने की आवृत्ति के बारे में उपरोक्त आंकड़ों में एनोवा (ANOVA) का उपयोग किया जाता है। इसलिए नल हाइपोथीसिस स्वीकार किया जाता है और यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि विभिन्न मीडिया मोड के बीच कोई महत्वपूर्ण अंतर नहीं है और उत्तरदाताओं में राय की आवृत्ति है। निष्कर्ष: दिशा और निदर्शन जिसमें फिल्म उद्योग और सिनेमा आज चल रहे हैं, ने भारी सामाजिक तनाव पैदा कर दिया है जिसके लिए हम उपयुक्त समाधान नहीं पा सके हैं। वर्तमान स्थिति के अनुसार यह है कि इन विज्ञापनों के माध्यम से, सामाजिक मूल्यों को स्थानांतरित कर दिया गया है जो कि उनके कार्यों के सामाजिक प्रभाव को लगातार अनदेखा कर दिया है। समस्या मूलभूत है, जैसा कि साहित्य की समीक्षा के आधार पर, यह स्थापित किया गया है कि फिल्मों और



फिल्मों की सामग्री न केवल समाज के लिए हानिकारक है, बल्कि नैतिकता के लिए भी है। यद्यपि कुछ महत्वपूर्ण अनुसंधान दुनिया भर के सिनेमा के दोनों परिणामों सकारात्मक और नकारात्मक पर किया गया है, युवाओं पर व्यवहार के परिणाम और सिनेमा के सामाजिक प्रभाव और उनके मूल्यों के कारण उनके संपर्क में अभी तक एक बेरोज़गार क्षेत्र है। शोधकर्ताओं ने भारत में इस मुद्दे पर बहुत अधिक शोध नहीं किया है। इस अध्ययन से, इसलिए, समय-समय पर दर्शकों के सामाजिक और नैतिक मतदान पर समाज के प्रभाव के बारे में समाज को जागरूक बनाने की जरूरत है। इस अध्ययन के माध्यम से, भारतीय युवाओं पर सिनेमा के प्रभाव के सामाजिक प्रभाव का मूल्यांकन करने के लिए एक प्रयास किया गया है, इसलिए वर्तमान अध्ययन यह दर्शाता है कि युवाओं के लिए जानकारी, शिक्षा और मनोरंजन के शक्तिशाली माध्यम के रूप में देखना सिनेमा विभिन्न सामाजिक समूहों में राय निर्माण की प्रक्रिया अहम भूमिका अदाकरता है और सामाजिक बदलाव लाने में सिनेमा मुख्य माध्यम है। और अंत में यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि युवावस्था सिनेमा से काफी प्रभावित होता है और जो उनके मनोवैज्ञानिक, सांस्कृतिक, सामाजिक परिवर्तन, जीवनशैली, व्यवहार में मुख्य बदलाव लेकर आता है।

सन्दर्भ:

1. हिंदी सिनेमा और उसका अध्ययन – अनिरुध कुमार सुधांशु, श्री नतराज प्रकाशन, नई दिल्ली, पृ. ७९
2. सिनेमा और साहित्य – डॉ रोशनी पवार, अधर्व पब्लिकेशन, पृ. १२१
3. हिंदी सिनेमा का समकाल – सी. भास्कर राव, अनुराग बुक्स, पृ. ४५
4. हिंदी सिनेमा और उसका अध्ययन – डॉ रमा, हंस प्रकाशन २०२०, पृ. २१३
5. भूमंडलीकरण और सिनेमा में समसामयिक यथार्थ – जवरीमल्ल पारख, अनुग्या बुक्स २०२१, पृ. ९५
6. भारतीय सिनेमा: एक अनंत यात्रा – प्रसून सिन्हा, नटराज प्रकाशन, दिल्ली २००६, पृ. ८७
7. भारतीय सिनेमा की विकास यात्रा एक मूल्यांकन – डॉ देवेन्द्रनाथ सिंह, डॉ. वीरेंद्र सिंह यादव, पैसिफिक पब्लिकेशंस, प्रथम संस्करण २०१२, पृ. ४८
8. फील्मो में सामाजिक मुद्दों के प्राभाव – विनोद आर्य (मीडिया विमर्श सिनेमा विशेषांक 3, जून २०१३), पृ. ४४
9. स्माकालीन सिनेमा में राष्ट्रवाद – शौव्य कुमार पांडेय (मीडिया विमर्श सिनेमा विशेषांक 3, जून २०१३), पृ. ४८