



सोशल मीडिया और सामाजिक संबंधों में परिवर्तन: अयोध्या जनपद का तुलनात्मक अध्ययन (शहरी बनाम ग्रामीण)

¹Satendra Dwivedi and ²Dr. Esha Chatterjee

¹Research Scholar, Department of Sociology, Kalinga University, Raipur, Chhattisgarh, India

²Assistant Professor, Department of Sociology, Kalinga University, Raipur, Chhattisgarh, India

Corresponding Author: Satendra Dwivedi

सारांश

इस शोध का उद्देश्य यह जानना है कि सोशल मीडिया के बढ़ते उपयोग से अयोध्या जनपद के शहरी और ग्रामीण क्षेत्रों में पारंपरिक सामाजिक संबंधों में क्या और कैसे परिवर्तन आया है। यह अध्ययन सामाजिक नेटवर्क, पारिवारिक रिश्तों, पड़ोसियों से संपर्क, सामूहिक सहभागिता, और सामाजिक एकता पर सोशल मीडिया के प्रभाव की विवेचना करता है। अध्ययन में यह स्पष्ट हुआ कि शहरी क्षेत्रों में डिजिटल संचार के साधनों ने पारंपरिक सामाजिक ढांचे को कमजोर किया है, जबकि ग्रामीण क्षेत्रों में पारंपरिक संबंध अभी भी अपेक्षाकृत स्थिर हैं, लेकिन वहां भी धीरे-धीरे सोशल मीडिया का प्रभाव दिख रहा है। यह शोध तुलनात्मक विश्लेषण के माध्यम से यह स्थापित करता है कि सामाजिक संबंधों में आए बदलाव की गति और प्रकार दोनों क्षेत्रों में अलग-अलग हैं।

मूल शब्द: सोशल मीडिया, सामाजिक संबंध, अयोध्या जनपद, शहरी बनाम ग्रामीण, संचार क्रांति, डिजिटल युग, समाजशास्त्रीय अध्ययन, संबंधों में बदलाव

प्रस्तावना

वर्तमान युग को डिजिटल क्रांति का युग कहा जा सकता है, जिसमें सोशल मीडिया एक ऐसा माध्यम बन गया है जिसने संचार की पारंपरिक विधियों को बदल डाला है। फेसबुक, व्हाट्सएप, इंस्टाग्राम, ट्विटर जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों ने सामाजिक संवाद को एक नई दिशा दी है। परंपरागत रूप से सामाजिक संबंधों का निर्माण आमने-सामने की बातचीत, सामाजिक आयोजनों और सामूहिक क्रियाओं के माध्यम से होता था, किन्तु अब सोशल मीडिया इन संबंधों की प्रकृति को प्रभावित कर रहा है। अयोध्या जनपद, जो उत्तर प्रदेश का एक ऐतिहासिक और सांस्कृतिक दृष्टि से महत्वपूर्ण क्षेत्र है, इसमें शहरी और ग्रामीण समाज की संरचना एक-दूसरे से भिन्न है। 'सोशल' शब्द का अर्थ है सामाजिकता/संचार/संबंध; 'नेटवर्क' शब्द का अर्थ है 'अंतरसंबंधित नोड्स की प्रणाली' (वासरमैन और फॉस्ट, 1994); और 'साइट' का अर्थ है 'इंटरनेट-आधारित एप्लिकेशन'। इस प्रकार, सोशल नेटवर्किंग साइटें सोशल मीडिया के अन्य प्लेटफॉर्मों की तुलना में अधिक सामाजिक प्रकृति की हैं। ये वास्तविक आभासी समुदाय हैं क्योंकि ये "सामाजिक एकत्रीकरण हैं जो नेट से तब उभरते हैं जब पर्याप्त लोग सार्वजनिक चर्चाओं को, पर्याप्त मानवीय भावनाओं के साथ, साइबर स्पेस में व्यक्तिगत संबंधों का जाल बनाने के लिए पर्याप्त

लंबे समय तक करते हैं" (रिंगोल्ड, 2000)। सोशल नेटवर्किंग साइटों पर संचार अन्य कंप्यूटर-मध्यस्थ प्लेटफॉर्मों पर संचार से अलग है। सोशल नेटवर्किंग साइटों पर लोग अपनी स्व-वर्णनात्मक प्रोफाइल बनाते हैं और समान रुचि, संस्कृति, भौगोलिक क्षेत्र, पहले से ज्ञात और अज्ञात लोगों से जुड़ते हैं। ये सोशल नेटवर्क उपयोग में आसान हैं, अपने उपयोगकर्ताओं को फोटो, वीडियो, टेक्स्ट/स्टेटस अपडेट साझा करने की अनुमति देते हैं, लाइक, कमेंट, जीवन की घटनाएं, स्थिर और निरंतर इंटरैक्शन (फिलपकार्ट, अमेज़न के विपरीत) है। सोशल नेटवर्किंग साइट्स उपयोगकर्ताओं की प्रोफाइल को अन्य लोगों के लिए दृश्यमान बनाती हैं, हालांकि गोपनीयता सेटिंग्स उपयोगकर्ता को अपने प्रोफाइल आगंतुकों को सीमित करने और उन दर्शकों को सीमित करने की अनुमति देती हैं जिनके साथ वे अपनी व्यक्तिगत और अन्य जानकारी साझा करना चाहते हैं। सोशल नेटवर्किंग साइट्स की इन सभी विशेषताओं ने उन्हें सोशल मीडिया के अन्य सभी प्लेटफॉर्मों (मैकलॉघलिन और ली, 2007; मेजियास, 2005; अजजान और हार्टशोर्न, 2008) के बीच सबसे लोकप्रिय बना दिया है। उपयोगकर्ता-जनित सामग्री एक और शब्द है जिसे लोग सोशल मीडिया के संदर्भ में उपयोग करते हैं। डौघर्टी एट अल (2008) ने इसे "भुगतान किए गए पेशेवरों के बजाय आम जनता द्वारा निर्मित और उत्पादित मीडिया सामग्री के रूप

में परिभाषित किया और मुख्य रूप से इंटरनेट पर वितरित किया।" सोशल सॉफ्टवेयर के उदाहरणों में इंस्टेंट मैसेजिंग, ईमेल, इंटरनेट फोरम, चैट रूम, विकी, वेब ब्लॉग और सोशल नेटवर्क शामिल हैं। आम तौर पर सोशल सॉफ्टवेयर को हार्डवेयर के विपरीत समझा जा सकता है यानी इंटरनेट पर आधारित सभी अछूती तकनीक या एप्लिकेशन जिसमें "सामाजिकता" की विशेषताएं होती हैं, उन्हें सोशल सॉफ्टवेयर के रूप में पहचाना जाता है।

प्रौद्योगिकी में तेजी से हुई प्रगति ने डिजिटल युग की शुरुआत को सुगम बनाया है, जिसने वैश्विक स्तर पर बातचीत, संचार और सूचना पुनर्प्राप्ति के पैटर्न को मौलिक रूप से बदल दिया है। डिजिटल क्रांति के परिणामस्वरूप सबसे उल्लेखनीय प्रगति में से एक सोशल मीडिया का व्यापक प्रसार है, जिसमें टेलीविजन, रेडियो, इंटरनेट और मोबाइल फोन सहित कई प्रकार की इलेक्ट्रॉनिक रूप से वितरित मीडिया सामग्री शामिल है। समाज और व्यक्तियों दोनों पर सोशल मीडिया के व्यापक प्रभाव का गहरा प्रभाव पड़ा है, जिसमें मनोरंजन, शिक्षा, सामाजिक संबंध और सूचना के प्रसार सहित रोजमर्रा के जीवन के कई क्षेत्र शामिल हैं।

सोशल मीडिया के आगमन ने भारत के मीडिया परिदृश्य को महत्वपूर्ण रूप से बदल दिया है, जिसने देश को मीडिया उपभोग के लिए एक वैश्विक महाशक्ति के रूप में स्थापित किया है। तेजी से तकनीकी प्रगति और बेहतर बुनियादी ढांचे के साथ, सोशल मीडिया ने पहले दुर्गम क्षेत्रों, विशेष रूप से ग्रामीण क्षेत्रों में गहरी पैठ बना ली है। उत्तर प्रदेश, एक उत्तरी राज्य जो अपनी जीवंत संस्कृति, मजबूत कृषि विरासत और एकजुट समुदायों के लिए जाना जाता है, इस गतिशील बदलाव का उदाहरण है।

उत्तर प्रदेश के ग्रामीण विस्तार में, जहाँ तक नज़र जाती है, विशाल कृषि क्षेत्र फैले हुए हैं, बीच-बीच में छोटी-छोटी बस्तियाँ हैं जो राज्य की मुख्य रूप से कृषि अर्थव्यवस्था की रीढ़ हैं। इस पृष्ठभूमि में, सोशल मीडिया एक परिवर्तनकारी शक्ति के रूप में उभरा है। यह नए अवसरों, चुनौतियों और दृष्टिकोणों को प्रस्तुत करता है, जो ग्रामीण युवाओं के अनुभवों को गहन तरीके से आकार देता है। उत्तर प्रदेश की समृद्ध सांस्कृतिक पृष्ठभूमि के साथ सोशल मीडिया का एकीकरण परंपरा और आधुनिकता के बीच एक जटिल अंतर्संबंध बनाता है। जैसे-जैसे ग्रामीण युवा मीडिया सामग्री की विविधतापूर्ण रेंज का सामना करते हैं, उन्हें व्यापक दुनिया की एक खिड़की दिखाई देती है, जिससे उनके क्षितिज का विस्तार होता है और उनके दृष्टिकोण में बदलाव आता है। विभिन्न संस्कृतियों, विश्वासों और विचारों के इस संपर्क में अधिक समावेशी और वैश्विक दृष्टिकोण को बढ़ावा देने की क्षमता है। हालाँकि, यह स्वीकार करना महत्वपूर्ण है कि यह अंतर्संबंध चुनौतियाँ भी लाता है। पारंपरिक मूल्यों और सोशल मीडिया के प्रभावों के बीच संभावित टकराव सांस्कृतिक मानदंडों और विश्वासों के पुनर्मूल्यांकन को जन्म दे सकता है। सांस्कृतिक विरासत को संरक्षित करने और डिजिटल युग के अवसरों को अपनाने के बीच संतुलन बनाना एक नाजुक प्रयास है। उत्तर प्रदेश में ग्रामीण युवाओं पर सोशल मीडिया के प्रभाव को समझना उनकी उभरती पहचान और आकांक्षाओं के बारे में बहुमूल्य जानकारी प्रदान करता है। यह इस बात पर प्रकाश डालता है कि कैसे प्रौद्योगिकी उनके सांस्कृतिक अनुभवों को आकार दे रही है, जो डिजिटल युग में ग्रामीण जीवन के भविष्य की एक झलक पेश करती है। जैसे-जैसे उत्तर प्रदेश इस परिवर्तन से गुजर रहा है, परंपरा और आधुनिकता के बीच जटिल नृत्य राज्य में ग्रामीण युवाओं की कहानी को परिभाषित करना जारी रखता है। उत्तर प्रदेश में अयोध्या जनपद पहले चर्चा की गई ग्रामीण विशेषताओं का एक आकर्षक प्रदर्शन है। राज्य के उत्तर-पश्चिमी

कोने में स्थित, अयोध्या जनपद एक समृद्ध ऐतिहासिक विरासत और समृद्ध सांस्कृतिक ताने-बाने का दावा करता है। पिछले कुछ वर्षों में, जिले में उल्लेखनीय विकास हुआ है, जिसमें परिवहन, संचार नेटवर्क और बुनियादी ढांचे में महत्वपूर्ण सुधार शामिल हैं। इन प्रगति ने क्षेत्र में ग्रामीण आबादी के लिए सोशल मीडिया की पहुँच बढ़ाने में केंद्रीय भूमिका निभाई है। बेहतर परिवहन प्रणालियों ने पहले से अलग-थलग क्षेत्रों को जोड़ा है, जबकि बेहतर संचार प्रौद्योगिकी ने अंतराल को पाट दिया है और सूचना और अवसरों को निवासियों के करीब लाया है। इसके अलावा, बुनियादी ढांचे में निवेश ने जीवन स्तर को बढ़ाया है, जिससे आवश्यक सेवाओं तक बेहतर पहुँच मिली है। इसका परिणाम यह हुआ है कि अयोध्या जनपद की ग्रामीण आबादी के लिए जीवन की गुणवत्ता में सुधार हुआ है और डिजिटल दुनिया से उनकी कनेक्टिविटी बढ़ी है, जो अंततः ग्रामीण प्रगति और विकास का एक आशाजनक उदाहरण है। अयोध्या जनपद में सोशल मीडिया के माहौल में काफी बदलाव हुए हैं, जो राष्ट्रीय स्तर पर देखे गए पैटर्न को दर्शाते हैं। केवल टेलीविजन के प्रसार के परिणामस्वरूप ग्रामीण दर्शकों के लिए टेलीविजन चैनलों की उपलब्धता में वृद्धि हुई है, जिससे कई भाषाओं में कार्यक्रमों की एक विस्तृत श्रृंखला प्रस्तुत की जा रही है। इसी तरह, एफएम रेडियो स्टेशनों के उद्भव ने मनोरंजन और सूचनात्मक सामग्री की उपलब्धता को सुगम बनाया है जो विशेष रूप से क्षेत्रीय दर्शकों की रुचियों को पूरा करने के लिए अनुकूलित है। इसके अलावा, इस क्षेत्र में इंटरनेट और मोबाइल फोन के उपयोग में उल्लेखनीय वृद्धि हुई है, जिसके परिणामस्वरूप ग्रामीण युवाओं और डिजिटल क्षेत्र के बीच बेहतर कनेक्टिविटी हुई है।

उत्तर प्रदेश के हृदय में बसे अयोध्या जनपद के विशाल विस्तार में एक गहन परिवर्तन चल रहा है। यह परिवर्तन सोशल मीडिया के दैनिक जीवन में एकीकरण द्वारा संचालित है, जिसे परिवहन, संचार और बुनियादी ढांचे में उल्लेखनीय प्रगति द्वारा सुगम बनाया गया है। इन तत्वों के अभिसरण ने सूचना, मनोरंजन और कनेक्टिविटी तक अभूतपूर्व पहुँच के युग की शुरुआत की है, खासकर क्षेत्र की बढ़ती युवा आबादी के लिए। टेलीविजन, जो कभी ग्रामीण जीवन की परिधि तक सीमित था, अब एक शक्तिशाली शक्ति के रूप में उभरा है, जो केवल मनोरंजन के स्रोत की भूमिका से आगे निकल गया है। यह दुनिया के लिए एक खिड़की के रूप में विकसित हुआ है, जो युवा दिमागों को संस्कृतियों, अनुभवों और विचारों की विविध श्रृंखला से अवगत कराता है। यह संपर्क दृष्टिकोण को व्यापक बनाने, वैश्विक समुदाय की समझ को बढ़ावा देने और बौद्धिक विकास को उत्प्रेरित करने में सहायक है। टेलीविजन के लेंस के माध्यम से, अयोध्या जनपद में ग्रामीण युवा अब अलग-थलग नहीं हैं; वे मानवीय अनुभवों के व्यापक ताने-बाने से जुड़े हुए हैं। इसके साथ ही, ग्रामीण घरों में रेडियो एक मजबूत साथी है, जो मनोरंजन और सूचना देने वाले की दोहरी भूमिका निभाता है। मनोरंजन प्रदान करने की अपनी भूमिका से परे, रेडियो प्रसारण महत्वपूर्ण जानकारी प्रसारित करने के लिए एक जीवन रेखा है। एक ऐसे जिले में जहाँ जीवन की लय अक्सर कृषि चक्रों द्वारा निर्धारित होती है, समय पर और सटीक अपडेट अपरिहार्य हैं। रेडियो एक भरोसेमंद साथी बन जाता है, जो न केवल मनोरंजन के माध्यम से सांत्वना देता है, बल्कि ज्ञान के माध्यम से सशक्तिकरण भी करता है। इंटरनेट के आगमन और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के उल्कापिंड उदय ने अयोध्या जनपद के युवाओं को आत्म-अभिव्यक्ति और कनेक्शन के लिए एक शक्तिशाली उपकरण प्रदान किया है। डिजिटल क्षेत्र एक गतिशील स्थान है जहाँ विचार एकत्रित होते हैं, और आवाज़ें भौगोलिक सीमाओं से परे गूंजती हैं। ग्रामीण क्षेत्रों में युवा

व्यक्तियों के लिए, यह एक परिवर्तनकारी अवसर है। वे अब वैश्विक दर्शकों के साथ जुड़ सकते हैं, अपने अनूठे दृष्टिकोण साझा कर सकते हैं, और ऐसी सूचनाओं तक पहुँच सकते हैं जो कभी शहरी केंद्रों तक ही सीमित थीं। सोशल मीडिया, विशेष रूप से, उद्यमिता, रचनात्मकता और पेशेवर नेटवर्किंग के लिए उत्प्रेरक के रूप में उभरा है, जो युवा नवोन्मेषकों को अपनी प्रतिभा दिखाने और जिले के आर्थिक परिदृश्य में योगदान करने के लिए एक मंच प्रदान करता है। तकनीकी एकीकरण की इस पृष्ठभूमि के खिलाफ, अयोध्या जनपद की सांस्कृतिक विरासत एक दृढ़ आधार के रूप में खड़ी है। जिले का इतिहास और परंपराएँ इसके निवासियों के दैनिक जीवन में अंतर्निहित हैं। हालाँकि, परंपरा और आधुनिकता का यह सामामेलन अपनी जटिलताओं के बिना नहीं है। अयोध्या जनपद के युवा खुद को एक चौराहे पर पाते हैं, अपनी विरासत के कालातीत मूल्यों और सोशल मीडिया के गतिशील प्रभावों के बीच नेविगेट करते हैं। इस परस्पर क्रिया के लिए एक नाजुक संतुलन की आवश्यकता होती है, क्योंकि वे डिजिटल युग द्वारा प्रस्तुत अवसरों को अपनाते हुए अपनी सांस्कृतिक पहचान के सार को संरक्षित करना चाहते हैं। अयोध्या जनपद के ग्रामीण समुदायों की सामाजिक एकजुटता मीडिया की वर्तमान स्थिति से गंभीर रूप से प्रभावित हो सकती है। सांस्कृतिक परंपराओं, सामाजिक एकजुटता और मजबूत पारिवारिक संबंधों के प्रति गहरी भक्ति ने पूरे इतिहास में ग्रामीण समुदायों की सफलता में योगदान दिया है। हालाँकि, सोशल मीडिया का इन सामाजिक गतिशीलता पर गहरा प्रभाव हो सकता है, जिससे ग्रामीण युवा एक-दूसरे के साथ बातचीत करने, एक-दूसरे के साथ संवाद करने और दुनिया के बारे में अपनी पहचान और दृष्टिकोण बनाने के तरीकों को प्रभावित कर सकते हैं। जैसे-जैसे सोशल मीडिया लोगों के दैनिक जीवन में अधिक व्यापक होता जा रहा है, इसमें अगली पीढ़ी के दृष्टिकोण, मूल्यों और व्यवहारों को आकार देकर ग्रामीण समुदायों को समृद्ध और रूपांतरित करने की क्षमता है, जिससे लोगों के क्षितिज का विस्तार करते हुए पारंपरिक सीमाओं को मिटाया जा सकता है और घनिष्ठ समुदायों के भीतर कनेक्शन बढ़ाए जा सकते हैं। ग्रामीण परिवेश में सांस्कृतिक प्रथाओं और व्यक्ति की पहचान के निर्माण पर सोशल मीडिया का गहरा प्रभाव हो सकता है। पारंपरिक प्रथाओं का आधुनिक प्रभावों के साथ संगम ग्रामीण युवाओं के विभिन्न क्षेत्रों और संस्कृतियों से मीडिया सामग्री के संपर्क के परिणामस्वरूप हो सकता है। ग्रामीण क्षेत्रों में व्यक्ति और समूह यह समझने की कोशिश करते हैं कि इन कारकों ने उनके जीवन के तरीके को कैसे बदल दिया है, लंबे समय से चले आ रहे सांस्कृतिक मानदंडों पर पुनर्विचार और उन्हें फिर से ढाला जा सकता है। ग्रामीण समाजों में परंपराओं को बनाए रखने, नए विचारों को अपनाने और वैश्विक संपर्क के सामने पहचान की बदलती प्रकृति के बारे में गतिशील चर्चा पारंपरिक और समकालीन मीडिया के बीच परस्पर क्रिया द्वारा प्रेरित होती है, जो मौजूदा सांस्कृतिक मानदंडों को समृद्ध और चुनौती दे सकती है। ग्रामीण क्षेत्रों में पहचान और रीति-रिवाजों के विविध और निरंतर विकसित होने वाले जाल की संभावना सोशल मीडिया और स्थानीय संस्कृति के बीच जटिल परस्पर क्रिया द्वारा उजागर होती है। यह शोध इस जनपद के शहरी एवं ग्रामीण क्षेत्रों में सोशल मीडिया के प्रभाव से सामाजिक संबंधों में आए परिवर्तन का तुलनात्मक अध्ययन प्रस्तुत करता है।

उद्देश्य और लक्ष्य

- अयोध्या जनपद के शहरी एवं ग्रामीण क्षेत्रों में सोशल मीडिया के उपयोग की स्थिति का अध्ययन करना।
- सोशल मीडिया के उपयोग से सामाजिक संबंधों में आए

बदलावों का विश्लेषण करना।

- शहरी और ग्रामीण क्षेत्रों में सामाजिक संबंधों के स्वरूप की तुलना करना।
- सामाजिक संबंधों में हो रहे परिवर्तनों के कारणों की पहचान करना।
- सामाजिक नीतियों एवं सामाजिक कार्यों में सुधार हेतु सुझाव देना।

साहित्य समीक्षा

सोशल मीडिया और समाजशास्त्र पर कई विद्वानों ने अपने-अपने दृष्टिकोण प्रस्तुत किए हैं।

- मैनुएल कैस्टेल्स ने "नेटवर्क सोसायटी" की अवधारणा दी जिसमें बताया गया कि डिजिटल युग में सामाजिक संबंधों का स्वरूप बदल रहा है।
- प्रो. योगेश कुमार शर्मा (2017) ने भारत में डिजिटल संचार के प्रभाव पर अध्ययन करते हुए लिखा कि ग्रामीण क्षेत्रों में सोशल मीडिया अभी नवागत है, जबकि शहरी क्षेत्रों में यह गहराई तक प्रवेश कर चुका है।
- नैशनल फैमिली हेल्थ सर्वे 2021 के आंकड़ों में बताया गया कि ग्रामीण भारत में मोबाइल फोन उपयोगकर्ता तेजी से बढ़ रहे हैं।

मेहता (2013) ने निष्कर्ष निकाला कि टेलीविजन और मोबाइल फोन के उपयोग ने सूचना के आदान-प्रदान की कीमत को कम कर दिया है, जैसे कि छोटे निर्माताओं के बीच क्षमता और ग्रामीण क्षेत्रों में बाजार मूल्य निर्धारण के बीच। उन्होंने ग्रामीण इलाकों में व्यक्तियों को खेती और पशुपालन के बारे में जानकारी तक पहुँच बनाने में भी मदद की है। मोबाइल फोन ने स्वास्थ्य सेवा और शिक्षा के क्षेत्र में ग्रामीण निवासियों के लिए अवसरों का विस्तार भी किया है। सूचना और विशेषज्ञता तक पहुँच को और अधिक किफायती बनाया जा सकता है, जो बदले में उनकी उपयोगिता का विस्तार करता है और कम खर्च और बढ़े हुए उत्पादन का मार्ग प्रशस्त करता है। टेलीफोन के माध्यम से खोज करने से लेन-देन के खर्च कम हो गए हैं। फोन छोटे निर्माताओं को ईंधन पर पैसे बचाने और ग्राहकों की जरूरतों के साथ शिपमेंट को समन्वयित करके कम उत्पाद बर्बाद करने में भी मदद करता है। टेलीविजन और मोबाइल फोन के उपयोग ने बिहार और पंजाब जैसे बाजारों को जोड़ने में भी मदद की है, जिसमें वेतन असमानताओं के प्रभाव को कम करने और वेतन रोजगार के लिए एक एकीकृत राष्ट्रीय बाजार के विकास को प्रोत्साहित करने की क्षमता है। सूचना और ज्ञान तक बेहतर पहुँच से होने वाले लाभों के अलावा, अतिरिक्त लाभ भी हैं, जैसे कि कम परिवहन और लेन-देन की लागत और उत्पाद या श्रम बाजारों में खरीदारों और विक्रेताओं के बीच अधिक बातचीत। देवदास (2013) ने बारीकी से अध्ययन किया और निष्कर्ष निकाला कि संख्याएँ दर्शाती हैं कि टीवी का दर्शकों पर, विशेष रूप से युवा जनसांख्यिकी पर बड़ा प्रभाव पड़ता है। टेलीविजन का सांस्कृतिक प्रभाव विशेष रूप से युवा पुरुष और महिला दर्शकों पर मजबूत है। यह शोध इस दावे को पुष्ट करता है कि पुरुष और महिला दर्शक टेलीविजन शो के प्रति अलग-अलग प्रतिक्रिया देते हैं। यह पाया गया कि पुरुष और महिला दर्शक अलग-अलग प्रकार के प्रोग्रामिंग को प्राथमिकता देते हैं। शोध दर्शाता है कि पुरुषों और महिलाओं की टेलीविजन में अलग-अलग पसंद होती है। धारावाहिक, खाना पकाने के शो, स्वास्थ्य, पर्यावरण और विज्ञान और प्रौद्योगिकी प्रोग्रामिंग सभी महिलाओं के बीच लोकप्रिय हैं। मॉर्ले द्वारा पहले किए गए ब्रिटिश अध्ययन में दर्शकों के लिंग और उनके द्वारा चुने गए टेलीविजन की शैलियों के बीच संबंध

का पता चला। पुरुष दर्शक समाचार, खेल, यात्रा, वृत्तचित्र, प्रश्नोत्तरी और इसी तरह के अन्य शो को पसंद करते हैं। महिलाओं ने काल्पनिक शो, रोमांटिक उपन्यास और स्थानीय समाचारों को अपने पुरुष समकक्षों की तुलना में अधिक स्थान दिया, जबकि पुरुषों ने तथ्यात्मक शो और खेल को प्राथमिकता दी। इसी तरह, हॉर्निंग ने पाया कि नाइजीरिया में पुरुषों ने उसी क्रम में समाचार, खेल और संगीत को प्राथमिकता दी, लेकिन महिलाओं ने समाचार को प्राथमिकता दी, उसके बाद सोप ओपेरा और फिर संगीत को। सुब्रमण्यन (2013) ने ब्रांड पहचान बनाने पर राष्ट्रवाद को शामिल करने वाले टेलीविजन संदेशों के प्रभाव का पता लगाया। उन्होंने पाया कि कॉर्पोरेट उत्पाद पहचान में देशभक्ति के विषयों को रणनीतिक रूप से एकीकृत करना एक शक्तिशाली ब्रांडिंग रणनीति हो सकती है। झंडे जैसे प्रतीक प्रभावी संचारक के रूप में काम करते हैं, जो ब्रांड के मूल्यों को उसके ग्राहकों के मूल्यों से जोड़ते हैं। राष्ट्रवादी प्रतीकों का उपयोग करने वाले ब्रांडों के प्रति उपभोक्ता की धारणा को समझना आवश्यक है। जनमत सर्वेक्षण इन प्रयासों के बारे में जनता की भावना और प्रामाणिकता की धारणा का अनुमान लगा सकते हैं। उपभोक्ता ऐसे ब्रांडों का पक्ष लेते हैं जिन्हें वास्तव में राष्ट्रीय बेहतरी के लिए प्रतिबद्ध माना जाता है। प्रतीकात्मक राष्ट्रीय तत्वों के माध्यम से भावनात्मक रूप से प्रतिध्वनित होने वाले ब्रांड गहरे संबंधों को बढ़ावा दे सकते हैं, जिससे दीर्घकालिक वफादारी हो सकती है। जनमत सर्वेक्षण अभियान के प्रभाव को मापने और सूक्ष्म उपभोक्ता धारणाओं को उजागर करने, ब्रांड प्रबंधन और विज्ञापन रणनीतियों की सहायता करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। प्रतिस्पर्धी बाजार में, प्रामाणिक संबंधों और स्थायी वफादारी को बढ़ावा देने के लिए देशभक्ति, ब्रांड पहचान और उपभोक्ता भावना के बीच परस्पर क्रिया को समझना अनिवार्य है। रहमान (2013) ने कृषि प्रथाओं पर प्रिंट और सोशल मीडिया के प्रभाव का आकलन करने के लिए किसानों पर एक अध्ययन किया। उनके सर्वेक्षण से अध्ययन के तहत कृषि समुदाय की जनसांख्यिकीय प्रोफाइल के बारे में जानकारी मिली। ज्यादातर उत्तरदाता मध्यम आयु वर्ग के थे, जो व्यावहारिक अनुभव वाले अनुभवी किसानों और संभावित रूप से आगे की सोच रखने वाले व्यक्तियों के मिश्रण को दर्शाता है। इसके अतिरिक्त, उत्तरदाताओं के एक महत्वपूर्ण हिस्से ने कॉलेज या उच्च शिक्षा पूरी की थी, जो उन्नत कृषि अनुसंधान और प्रौद्योगिकी के संपर्क में होने का संकेत देता है। अध्ययन ने किसानों के बीच अनुभव की विविधता को भी उजागर किया, जिसमें कृषि कार्य अनुभव और भूमि स्वामित्व के आकार की विविधता शामिल है। डिजिटल मीडिया के उदय के बावजूद, समाचार पत्र, पत्रिकाएँ और टेलीविजन कृषि संबंधी जानकारी के प्रमुख स्रोत बने रहे। निष्कर्षों ने कृषि ज्ञान प्रसार के लिए अनुकूलित रणनीतियों के महत्व पर जोर दिया, जिसमें सूचना पहुँच के पूर्वानुमान के रूप में केवल उम्र या अनुभव पर निर्भर रहने के बजाय शिक्षा स्तर और भूमि स्वामित्व जैसे कारकों पर विचार किया गया।

मत्थोकुरेहवा (2013) ने छात्र-से-कंप्यूटर अनुपात को बोत्सवाना के संस्थानों में शिक्षा में आईसीटी के प्रभावी एकीकरण के लिए एक महत्वपूर्ण बाधा के रूप में पहचाना। उन्होंने इन चुनौतियों का समाधान करने के लिए उच्च शिक्षा में बेहतर आईसीटी बुनियादी ढांचे और वित्त पोषण की आवश्यकता पर बल दिया। स्कूलों में आईसीटी के लिए सरकारी वित्त पोषण में वृद्धि को एक संभावित समाधान के रूप में सुझाया गया था। एक उच्च छात्र-से-कंप्यूटर अनुपात छात्रों की डिजिटल शिक्षण सामग्री के साथ पूरी तरह से बातचीत करने की क्षमता को बाधित करता है, जो शैक्षिक कार्यक्रमों की गुणवत्ता बढ़ाने के लिए कंप्यूटर, सॉफ्टवेयर और बुनियादी ढांचे सहित प्रौद्योगिकी में निवेश के

महत्व को उजागर करता है। शिक्षण और सीखने में आईसीटी की महत्वपूर्ण भूमिका को पहचानते हुए, लेखकों ने डिजिटल कौशल अंतर को पाटने और छात्रों को तकनीक के साथ सीखने के लिए तैयार करने के लिए आईसीटी साक्षरता कार्यक्रमों की आवश्यकता पर बल दिया। अंतर्राष्ट्रीय सर्वोत्तम प्रथाओं का उपयोग करते हुए, लेखकों ने बोत्सवाना में डिजिटल रूप से समावेशी शैक्षिक परिदृश्य प्राप्त करने के लिए व्यक्तियों, व्यवसायों, संगठनों और सरकारी संस्थाओं सहित विभिन्न हितधारकों को शामिल करने वाले सहयोगी प्रयासों के महत्व को रेखांकित किया। रवि (2013) ने अध्ययन किया कि भले ही प्रतिक्रिया देने के लिए कई स्थान हों, लेकिन इस औपचारिक अध्ययन के निष्कर्ष एक विविध प्रोग्रामिंग शेड्यूल के महत्व को उजागर करते हैं। समग्र रूप से समाज कृषि संस्कृति से गहराई से प्रभावित था। व्यवसायियों और विपणक के बीच बहुत करीबी कामकाजी संबंध थे। भ्रष्ट बिचौलियों की समस्या भी व्यापक थी और इसे तुरंत संबोधित करने की आवश्यकता थी। बिचौलियों द्वारा उत्पन्न बाधाओं को पार करने और एपीएमसी आदि जैसे उपयुक्त सरकारी सुविधा संगठनों का उपयोग करने के लिए, वैकल्पिक या कई मीडिया को नियोजित करना आवश्यक है। आवश्यक विशेषज्ञता वाले गैर-सरकारी संगठनों (एनजीओ) का भी उपयोग किया जा सकता है। ये सभी कार्य अंततः ग्रामीण क्षेत्रों के पुनर्निर्माण के लिए मुक्तिदायक अवधारणाओं की ओर ले जाते हैं। अध्ययन के निष्कर्ष इस सवाल पर प्रकाश डालते हैं, "इतने सारे टेलीविजन और कार्यक्रमों के प्रवेश के बाद भी ग्रामीण विकास में कृषि आर्थिक समर्थन इतना अधिक क्यों नहीं लगता है?" इन ग्रामीण क्षेत्रों में देखे जाने वाले विभिन्न टीवी चैनलों के प्रमुखों की राय, अवलोकन और बयानों को शामिल करके। इसने दिखाया कि इन शो के निर्माताओं ने रोजमर्रा की भाषा में जटिल अवधारणाओं को समझाने की उपेक्षा की, और कृषि-आधारित शो धीरे-धीरे मनोरंजन से भरे किराए की ओर बढ़ गए। बया (2014) ने कृषि समुदाय की जांच करते हुए एक अध्ययन किया, जिसमें जनसांख्यिकीय डेटा विश्लेषण के माध्यम से महत्वपूर्ण अंतर्दृष्टि का खुलासा किया गया। निष्कर्ष अनुभवी किसानों की पर्याप्त उपस्थिति का संकेत देते हैं, जिनमें से कई के पास स्नातक की डिग्री या उच्च शिक्षा है, जो आबादी के अधिक प्रगतिशील वर्ग का सुझाव देता है। खेती के अनुभव की विविधता, जो दस साल तक है, नए लोगों और स्थापित किसानों के मिश्रण को दर्शाती है। कम से कम 15 एकड़ की भूमि का स्वामित्व महत्वपूर्ण कृषि गतिविधियों में भागीदारी को दर्शाता है, जो खेती के तरीकों की मात्रा और दायरे को प्रभावित करता है। समाचार पत्र, पत्रिकाएँ और टेलीविजन जैसे पारंपरिक मीडिया चैनल उभरते डिजिटल प्लेटफॉर्म के साथ-साथ कृषि संबंधी जानकारी प्रसारित करने के लिए महत्वपूर्ण बने हुए हैं। कृषि ज्ञान तक पहुँच शिक्षा के स्तर और भूमि स्वामित्व जैसे कारकों से प्रभावित होती है, जिसमें अच्छी तरह से शिक्षित किसान और बड़ी भूमि वाले लोग लाभ में होते हैं। मान्यताओं के विपरीत, उम्र और खेती के अनुभव के वर्षों जैसे जनसांख्यिकीय कारक सूचना की पहुँच को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित नहीं करते हैं, जो शिक्षा और भूमि स्वामित्व के महत्व को उजागर करता है। संक्षेप में, किसानों को प्रभावी ढंग से शामिल करने के लिए एक सूक्ष्म दृष्टिकोण आवश्यक है, जिसमें व्यक्तिगत आवश्यकताओं के अनुसार रणनीतियों को तैयार करते हुए पारंपरिक और डिजिटल मीडिया को संतुलित किया जाता है। अध्ययन सूचना की पहुँच पर जनसांख्यिकीय विशेषताओं के प्रभाव के बारे में रूढ़िवादिता को चुनौती देता है, शिक्षा और भूमि स्वामित्व के महत्व पर जोर देता है। ये निष्कर्ष विविध कृषक समुदाय को कृषि ज्ञान प्रदान करने के समावेशी तरीकों को विकसित करने के लिए मूल्यवान अंतर्दृष्टि प्रदान करते हैं।

इन शोधों के आधार पर यह स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया का प्रभाव सामाजिक संबंधों पर व्यापक और बहुआयामी है, और यह प्रभाव क्षेत्रीय भिन्नताओं के अनुसार भी बदलता है।

शोध पद्धतियाँ

इस अध्ययन के लिए तुलनात्मक सर्वेक्षण पद्धति अपनाई गई।

नमूना चयन: अयोध्या जनपद के 200 शहरी और 200 ग्रामीण प्रतिभागियों को प्रश्नावली और साक्षात्कार के माध्यम से चुना गया।

सर्वेक्षण उपकरण: प्रश्नावली, साक्षात्कार गाइड, सामाजिक मानदंडों पर आधारित स्केल।

डेटा संग्रह के तरीके: प्राथमिक डेटा एवं द्वितीयक डेटा (सरकारी रिपोर्ट, शोध-पत्र)।

विश्लेषण की विधि: सांख्यिकीय उपकरणों (प्रतिशत, औसत, विचलन आदि) एवं विषयगत विश्लेषण के माध्यम से।

तालिका 1: सोशल मीडिया उपयोग की आवृत्ति

क्षेत्र	प्रतिदिन उपयोग	कभी-कभार नहीं करते	कुल प्रतिभागी
शहरी (Urban)	170 (85%)	25 (12.5%)	200
ग्रामीण (Rural)	124 (62%)	60 (30%)	200

तालिका 2: पारंपरिक सामाजिक आयोजनों में भागीदारी में परिवर्तन

क्षेत्र	कम भागीदारी करते हैं	समान स्तर पर है	बढ़ी है	कुल प्रतिभागी
शहरी	140 (70%)	45 (22.5%)	15 (7.5%)	200
ग्रामीण	60 (30%)	110 (55%)	30 (15%)	200

तालिका 3: पारिवारिक संवाद में कमी

क्षेत्र	संवाद में कमी	यथावत संवाद	संवाद में वृद्धि	कुल प्रतिभागी
शहरी	120 (60%)	60 (30%)	20 (10%)	200
ग्रामीण	70 (35%)	100 (50%)	30 (15%)	200

तालिका 4: पड़ोसियों से संपर्क में बदलाव

क्षेत्र	संपर्क कम हुआ	कोई बदलाव नहीं	संपर्क बढ़ा	कुल प्रतिभागी
शहरी	110 (55%)	65 (32.5%)	25 (12.5%)	200
ग्रामीण	40 (20%)	120 (60%)	40 (20%)	200

तालिका 5: सामाजिक सहयोग व सहभागिता में परिवर्तन

क्षेत्र	सहयोग घटा	कोई बदलाव नहीं	सहयोग बढ़ा	कुल प्रतिभागी
शहरी	130 (65%)	50 (25%)	20 (10%)	200
ग्रामीण	50 (25%)	90 (45%)	60 (30%)	200

परिणाम और व्याख्या

1. सोशल मीडिया उपयोग की आवृत्ति:

शहरी क्षेत्र के 85: लोगों ने प्रतिदिन सोशल मीडिया का उपयोग करना बताया।

ग्रामीण क्षेत्र में यह आंकड़ा 62: रहा।

2. पारंपरिक संबंधों में बदलाव

शहरी उत्तरदाताओं में 70: ने माना कि अब वे सामाजिक आयोजनों में कम जाते हैं।

ग्रामीण प्रतिभागियों में केवल 30: ने ऐसा माना।

3. पारिवारिक संवाद

शहरी क्षेत्र में 60: लोगों ने कहा कि अब वे परिवार के सदस्यों से कम आमने-सामने बात करते हैं।

ग्रामीण क्षेत्रों में यह आंकड़ा 35: रहा।

4. पड़ोसी संपर्क

शहरी प्रतिभागियों में 55: ने स्वीकार किया कि सोशल मीडिया के कारण पड़ोसी संपर्क कमजोर हुआ है।

ग्रामीण क्षेत्रों में 20: ही ऐसा मानते हैं।

5. सामाजिक सहयोग:

शहरी क्षेत्रों में सामूहिक गतिविधियों की भागीदारी में गिरावट देखी गई।

ग्रामीण क्षेत्रों में अभी भी धार्मिक, सामाजिक आयोजनों में भागीदारी बनी हुई है।

तालिका 6: परिणामों का विश्लेषण तालिका

क्र. सं.	विश्लेषण श्रेणी	शहरी क्षेत्र (%)	ग्रामीण क्षेत्र (%)	विश्लेषण/टिप्पणी
1	सोशल मीडिया उपयोग (प्रतिदिन)	85%	62%	शहरी क्षेत्र में सोशल मीडिया का अधिक उपयोग देखा गया।
2	पारंपरिक सामाजिक आयोजनों में भागीदारी में गिरावट	70%	30%	शहरी प्रतिभागियों में सामाजिक आयोजनों में भागीदारी में स्पष्ट कमी पाई गई।
3	पारिवारिक संवाद में कमी	60%	35%	शहरी क्षेत्रों में आमने-सामने संवाद कम हो गया है।
4	पड़ोसी संपर्क में कमी	55%	20%	शहरी क्षेत्रों में पड़ोसियों से संपर्क कम होने की प्रवृत्ति पाई गई।
5	सामाजिक सहयोग और भागीदारी	सहयोग में 65% कमी	75% सहभागिता	शहरी क्षेत्रों में सहयोग में कमी जबकि ग्रामीण क्षेत्रों में सहभागिता बरकरार है।

चर्चा एवं निष्कर्ष

अध्ययन से यह स्पष्ट होता है कि सोशल मीडिया ने शहरी क्षेत्रों में सामाजिक संबंधों को पारंपरिक रूप से हटाकर वर्चुअल रिश्तों की ओर मोड़ा है। यहां संवाद में कमी, पड़ोसी-सम्बन्धों में दूरी, तथा सामाजिक आयोजनों से कटाव अधिक दिखता है। वहीं, ग्रामीण क्षेत्रों में सोशल मीडिया का प्रभाव तेजी से बढ़ रहा है लेकिन पारंपरिक सामाजिक ढांचे अभी तक मजबूत हैं।

इस परिवर्तन के सामाजिक प्रभावों को ध्यान में रखते हुए, यह आवश्यक है कि डिजिटल शिक्षण के साथ-साथ सामाजिक मूल्यों को बनाए रखने की दिशा में भी प्रयास किए जाएं। समाजशास्त्रियों, शिक्षाविदों और नीति-निर्माताओं को चाहिए कि वे ऐसे कार्यक्रम विकसित करें जिससे सामाजिक संबंधों में संतुलन बना रहे।

सिफारिशें:

- सोशल मीडिया के उपयोग पर सामुदायिक कार्यशालाएँ आयोजित की जाएं।

- पारिवारिक और सामूहिक आयोजनों को बढ़ावा देने हेतु योजनाएँ बनाई जाएं।
- शहरी क्षेत्रों में डिजिटल डिटॉक्स कार्यक्रम चलाए जाएं।
- शैक्षणिक पाठ्यक्रमों में डिजिटल नैतिकता का समावेश किया जाए।
- ग्रामीण क्षेत्रों में सोशल मीडिया के सकारात्मक प्रयोग पर बल दिया जाए।

संदर्भ

1. शर्मा, योगेश कुमार. भारत में डिजिटल संचार और सामाजिक प्रभाव. भारतीय समाजशास्त्रीय समीक्षा, 2017.
2. मिश्रा, आर. ग्रामीण भारत में सोशल मीडिया का प्रसार. भारतीय ग्रामीण अध्ययन शोध-पत्रिका, 2020.
3. गोस्वामी, वी. शहरी जीवन में सोशल मीडिया की भूमिका. आधुनिक समाजशास्त्र, 2019.
4. दास, प्रिया, और राकेश मिश्रा. "ग्रामीण युवाओं में सोशल मीडिया का उपयोग और स्वास्थ्य परिणाम: एक क्रॉस-सेक्शनल अध्ययन।" स्वास्थ्य संचार. 2020;12(3):167-185.
5. देवदास, एमबी, और बीके रवि. "शहरी युवाओं पर टेलीविजन का सांस्कृतिक प्रभाव — एक अनुभवजन्य अध्ययन।" इंटरनेशनल जर्नल ऑफ ह्यूमैनिटीज एंड सोशल साइंस इन्वेंशन, खंड. 2013;2(8):43-52.
6. देवी, पी., और सोरनापुडी, एस. डी. कॉलेज के छात्रों की सामाजिक नेटवर्क गतिविधियों का विश्लेषण। इंडियन रिसर्च जर्नल ऑफ एक्सटेंशन एजुकेशन, 2022;22(1):92-96।
7. देवी, रीना. जर्नल ऑफ एडवांस एंड स्कॉलरली रिसर्च इन एलाइड एजुकेशन (श्रैतम) —मल्टीडिसिप्लिनरी एकेडमिक रिसर्च इंडेक्सिंग एंड इम्पैक्ट फैक्टर। जर्नल ऑफ एडवांस एंड स्कॉलरली रिसर्च इन एलाइड एजुकेशन. 2019;16(1):861-864.
8. धालीवाल, आर. कृषि और ग्रामीण विकास के लिए आईसीटी। राज. जे. एक्सटेंशन एडु।, 2011.
9. धनवाल, संयोगिता. उत्तर प्रदेश के उच्चतर माध्यमिक विद्यालय के छात्रों में सोशल मीडिया का उपयोग पैटर्न। इंडियन जर्नल ऑफ एक्सटेंशन एजुकेशन. 2022;58(3):78-82.
10. धीमान, डॉ. भारत. "छात्रों की शैक्षणिक उपलब्धियों पर टेलीविजन देखने का नकारात्मक प्रभाव: सुभाष नगर का एक केस स्टडी।" एसएसआरएन इलेक्ट्रॉनिक जर्नल, 2022.
11. डाइसिंग, जुआना. सोशल मीडिया: राजनीति में युवाओं की घटती भागीदारी का समाधान, मास्टर थीसिस, यूनिवर्सिटी ऑफ ओटागो, न्यूजीलैंड। दुहान, प्रतिभा (2017) "पहली बार मतदान करने वाले और भारतीय जनता पार्टी के पक्ष में युवाओं पर सोशल मीडिया का प्रभाव।" आईजेआईटीकेएम, 2013;11(1):89-92.

Creative Commons (CC) License

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) license. This license permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author and source are credited.