Shikshan Sanshodhan : Journal of Arts, Humanities and Social Sciences ISSN(o): 2581-6241
Monthly, Peer-Reviewed, Refereed, Indexed Journal Impact Factor: 7.384
Volume - 8, Issue - 2, February - 2025

DOIs:10.2018/SS/202502004 --:-- Research Paper / Article / Review

ग्रामीण क्षेत्र की महिलाओं की दैनिक जीवन शैली और सामाजिक स्थिति पर सोशल मीडिया का प्रभाव

ज्योति त्रिपाठी

शोधार्थी, समाजशास्त्र विभाग, मगध विश्वविद्यालय, बोध गया, भारत
Email - Jyotitripath00@gmail.com

सारांश: भारत एक ऐसा देश है जहां की 70 फीसदी जनसंख्या गाँव में निवास करती है। पिछले एक दसक में भारत में संचार प्रध्योगिकी में तीव्र गति से वृद्धि हुई है, जिससे गाँव भी अछूता नहीं रह गया है। पहले एक समय था जब ग्रामीण महिलाओं की स्थिति बहुत ही सोचनीय एवं दयनीय थी, घर के बड़े एवं वृद्ध जनों के समीप नहीं जाना, घूँघट में रहना, किसी बाहरी लोगों से बात-विचार नहीं करना जिसके कारण किसी भी सूचना से, देश-विदेश की बातें, तौर-तरीके, जीवनशैली जैसी बातों से अनभिज्ञ थी। वर्तमान प्रस्थिति की बात करे तो सूचना समाज के इस युग में महिलाएं बढ़-चढ़ कर हिस्सा ले रही हैं और सोशल मीडिया से जुड़कर अपनी प्रस्थिति एवं जीवनशैली में परिवर्तन लाने की कोशिश कर रही हैं। ग्रामीण महिलाएं सोशल मीडिया से किन-किन क्षेत्रों में प्रभावित हो रही हैं इस लेख में हम इनसे जुड़े कुछ प्रश्नों के उत्तर को ढूँढेंगे और यह जानने की कोशिश करेंगे की ग्रामीण महिलाओं के उत्थान में सोश्ल मीडिया की क्या भूमिका हो सकती है।

महत्वपूर्ण शब्द: ग्रामीण महिलाएं, सोश्ल मीडिया, स्मार्ट फोन, सामाजिक स्थिति, जीवनशैली ।

1. प्रस्तावना:

भारत कृषि प्रधान देश है। आजादी के 70 वर्षों के बाद भी यहां की कुल जनसंख्या का 70% भाग कृषि पर निर्भर है। भारत में 2011 के जनगणना के अनुसार कुल 6,40,867 गांव है। कुल जनसंख्या का 68.84 (83.3 करोड़) प्रतिशत आबादी गांव में निवास करता है जिसमें 51.4% (42.79 करोड़) पुरुष हैं और 48.6% (40.51 करोड़) महिलाएं हैं । अगर हम शिक्षा की बात करें तो पुरुषों की तुलना में महिलाएं (78.57% - 58.75%) 19.81% कम शिक्षित हैं जो की ग्रामीण महिलाओं की स्थिति को दर्शाता है।

भारतीय समाज में ग्रामीण महिलाओं की स्थिति बहुत ही सोचनीय व दयनीय है। भारतीय समाज में स्त्री को मां, पत्नी, बहू, बहन का दर्जा प्राप्त होता है। उसकी सामाजिक संरचना परिवार तक ही सीमित है। ग्रामीण समाज पुरुष प्रधान होता है, ग्रामीण समाज में महिला अपने सभी अधिकारों से दूर रहती हैं, जो परिवार के बड़े बुजुर्ग कहते है उन्हें वो सर झुका के मान लेतीं हैं । फैसला अच्छा हो या बुरा यह सब पुरुषों के हाथ में होता है। समाज में महिला को अपने से बड़े पुरुषों से परदा करना पड़ता है। पर्दा प्रथा का बहुत रिवाज होता है। वह बड़ों के सामने नहीं बैठ सकती, उनसे बात नहीं कर सकती, किसी को उलट कर जवाब नहीं दे पाती है, उन्हें राय देने का भी अधिकार नहीं होता। किसी बड़े के सामने अपने पति से नहीं बात कर सकती है, सबके भोजन कर लेने के बाद वह अंत में भोजन करती है, अपने पति से केवल वह रात में ही मिल सकती है। ग्रामीण समाज में विधवाओं पर अनेक कठोर प्रतिबंध होते हैं, वह भड़कीले वस्त्र नहीं पहन सकती हैं, वह पुरुषों से खुलकर बात भी नहीं कर सकती हैं। **कमला बसीन** कहती हैं कि **"पितृ सत्ता को स्त्रियां ठीक उसी तरह मान लेती हैं जिस तरह 'शूद्र' ब्राहमण की सत्ता को अपना धर्म समझकर स्वीकार कर लेते हैं"**। सामान्य रूप से स्त्रियों का स्थान पुरुषों

की अनुचरी और दासी के रूप में ही होता है। स्त्रियों को पुरुष के बराबर अधिकार प्राप्त नहीं होते हैं। व कोई निर्णय लेने में सक्षम नहीं होती है। ग्रामीण समुदायों में स्त्रियों की दशा दयनीय है जिसके लिए गांव की समस्त सामाजिक संरचना, आदर्श तथा संस्थाएं उत्तरदाई हैं।

स्त्री प्रगति को प्रेरणा देने वाली पुस्तकों में महत्वपूर्ण है- **फ्रेंच लेखिका सीमोन द बोउवार** की '**द सेकेंड सेक्स**' जिसमें यह बताया गया है कि "औरत जन्म से ही औरत नहीं होती बल्कि बढ़कर औरत बनती है।" समाज में स्त्री अन्य के रूप में स्थापित है। सीमोन ने पहली बार नारी जाती के लिए आर्थिक स्वतन्त्रता कि बात की । उनके अनुसार आर्थिक स्वतन्त्रता के आभाव में नारी की स्वतन्त्रता अमूर्त और सैद्धांतिक रह जाती है ।

ग्रामीण स्त्रियों में शिक्षा की कमी होने के कारण बाल विवाह, पर्दा प्रथा, आर्थिक रूप से परिवार पर निर्भर रहना, विवाह विच्छेद का अधिकार न होना आर्थिक निर्भरता, धार्मिक निषेध, जाति बन्धन, स्त्री नेतृत्व का अभाव तथा पुरुषों का उनके प्रति अनुचित दृष्टिकोण है जैसी अनेक परिस्थितियां हैं जिसके कारण स्त्रियों की दशा अधिक चिंता युक्त है ।

सिंह, शिवराम (2022) के अनुसार ग्रामीण समाज मेंआज भी महिलाओं की स्थिती पुरुषों की स्थिती तुलना में निम्न है नारी शिक्षा का अभाव है । सामाजिक कुप्रथाओं का बोलबाला है। अशिक्षा एवं जागरूकता की कमी के कारण महिला कल्याण कार्यक्रमों और अधिकारों से अनभिज्ञ है ।

तिवारी, श्रद्धा (2022) द्वारा लघुशोध में ग्रामीण महिलाओं की सामाजिक व आर्थिक स्थिति में समस्याओं का अध्ययन किया गया है । अध्ययन में पाया गया कि महिलाओं कि समाज में स्थिति ठीक नहीं है। ठेकेदारों एवं भूमाफ़ियों द्वारा महिला श्रमिकों का आर्थिक शोषण किया जा रहा है। अशिक्षा एवं जागरूकता में कमी इनके विकास में प्रमुख बधा है।

श्रीवास्तव, राकेश (2018) ग्रामीण महिलाएं भी अब पीछे नहीं रही। घर की चार दिवारी से निकलकर वे अब हर व्यवसाय में आगे बढ़ रही है। 70 से 80 फ़ीसदी कार्य अब महिलाओं द्वारा किया जा रहा है तथा कृषि श्रम में उनकी भागीदारी 66% के करीब है पर समाज आज भी महिलाओं को किसान के रूप में नहीं देखता। घर समाज में जब महत्वपूर्ण फैसले लिए जाते हैं उनमें भी महिलाओं की भागीदारी कम ही रहती है।

शुक्ल, पश्यंती (2016) के अनुसार भारतीय संविधान में महिलाओं को समानता के अधिकार दिए तो गए हैं फिर भी यदि अपवाद छोड़कर समग्रता में देखा जाए तो वर्तमान में भी भारतीय समाज की पुरुष प्रधान सोच के कारण अधिकतर महिलाएं अपने करियर, विवाह या फिर विवाह के बाद भी अपने या अपने बच्चों के लिए कोई भी निर्णय लेने में भागीदार नहीं रह रही हैं, संविधान में समानता का अधिकार होने के बावजूद भी समाज में महिलाओं की स्थिति अत्यंत कमजोर है।

शर्मा, सुचित्रा एवं शर्मा, अमरनाथ (2016) के अनुसार देश की सामाजिक स्थितियों एवं सामाजिक परम्पराओं के कारण ग्रामीण महिलाओं के योगदान को न तो महत्व दिया गया और न ही अवसर प्रदान किया गया ।

उत्पादन में महिलाओं का श्रम उनके पति और वहां रहने वाले अन्य लोगों द्वारा छीन लिया जाता है। सिल्विया ने गृहणियों को उत्पादक वर्ग कहा हैं, जबकि पति शोषणकारी वर्ग उनकी कमर तोड़ने वाली; अंतहीन और बार-बार किया जाने वाला श्रम काम नहीं माना जाता है और गृहणियां अपने पतियों पर निर्भर देखी जाती हैं।**सिल्विया वाल्बी** इसे **"पितृसत्तात्मक जीवन शैली"** कहती हैं। महिलाएं आर्थिक विकास में महत्वपूर्ण भूमिका तो निभाती हैं लेकिन उनके काम का सही मूल्यांकन नहीं किया जाता है। वर्ष 2011 के इंदिरा गांधी शांति पुरस्कार प्रदान करते समय भारत के पूर्व राष्ट्रपति प्रणब मुखर्जी ने कहा था कि राष्ट्र की आर्थिक गतिविधियों में महिलाओं की उचित भागीदारी के बिना सामाजिक प्रगति की अपेक्षा रखना बेमानी होगा। पुरुषों के साथ-साथ महिलाओं की भी हर क्षेत्र में भागीदारी एक महत्वपूर्ण किरदार निभाती है। परंतु जब इंटरनेट आया तो उसके बाद पुरुषों का ही इससे ज्यादा संबंध रहा है। ऐसे में

आधी आबादी इससे बहुत अधिक परिचित नहीं हो सकी, लेकिन बदलते समय के साथ साथ धीरे-धीरे ही सही, महिलाएं भी इंटरनेट से जुड़ने लगी हैं। हालांकि, अभी भी देश के ग्रामीण क्षेत्रों की महिलाओं की बात करें तो इसकी रफ़्तार बहुत धीमी है।

2. साहित्य पुनरावलोकन:

देवी, पुंछ भारती (2023) के अनुसार भारत में कुल इंटरनेट यूजर में महिलाओं की भागीदारी एक तिहाई है। यह इसलिए कम है, क्योंकि महिलाओं के पास सस्ते फोन होते हैं और वह केवल फोन पर ही बात कर पाती हैं। इसमें एक बात और सामने आती है कि जो महिलाएं निम्न परिवार से ताल्लुक रखती हैं तो उनके पास अगर फोन हो भी तो उनके पास डेटा के लिए पैसे नहीं होते हैं। अब ऐसी महिलाओं की इंटरनेट पर भागीदारी कैसे संभव हो सकती है, यह एक विचारणीय मुद्दा है। लेकिन इन सबके बीच अच्छी बात यह है कि ग्रामीण क्षेत्रों की महिलाएं भी इंटरनेट को न केवल एक अवसर के रूप में इस्तेमाल कर रही हैं, बल्कि इसे सशक्तीकरण का माध्यम भी बना रही हैं।

श्रीवास्तव, राकेश (2018) के अनुसार ग्रामीण महिलाओं में डिजिटल साक्षारता एवं प्रद्ध्योगिकियों तक ठीक से पहुँच न होने के कारण उनमें जागरूकता का आभाव है एवं जेंडर डिजिटल डिवाइड के कारण असमानता और बढ़ जाती है ।

सौरभ, समीरा (2018) के अनुसार ग्रामीण महिलाओं की आर्थिक और सामाजिक स्थिति को सुधारने एवं उन्हें स्वावलंबी बनाने के लिए सरकार ने डिजिटल मार्केटिंग पोर्टल महिला ई -हाट (7 मार्च 2016) का शुभारंभ किया है जिसमें 10,000 स्वयं-सहायता समूहों के अंतर्गत 1,25,000 लाभार्थी पंजीकृत हो चुके हैं , इस अध्ययन से पता चलता है कि ग्रामीण महिलाएं भी अब जागरूक हो रही हैं और बेहतर तरीके से लाभ उठा रहीं हैं। शर्मा, अरविंद कुमार (2016) के अनुसार डिजिटल साक्षर महिला ही एलेक्ट्रोनिक संसाधनों का बेहतर उपभोग और लाभ उठा सकती हैं ।

जैसवाल, अनुपमा (2016) ने पंचायती राज में अनुसूचित महिला का नेतृत्व एवं राजनीति सहभागिता संबंधी अध्ययन किया। अपने अध्ययन के आधार पर उनहोंने स्पष्ट किया कि संचार साधनों कि भूमिका के फलस्वरूप महिलाओं कि शैक्षणिक , आर्थिक ,राजनैतिक एवं सामाजिक स्थिति बेहतर हुई है ।

3. अध्ययन का उद्देश्य

प्रस्तुत अध्ययन का उद्देश्य ग्रामीण क्षेत्र की महिलाओं की दैनिक जीवन शैली और सामाजिक स्थिति पर सोशल मीडिया के प्रभाव को देखना है।

4. शोध प्रश्न

क्या ग्रामीण महिलाएं सोशल मीडिया से जुड़कर अपनी जीवन शैली में परिवर्तन ला रही हैं ?

5. अध्ययन क्षेत्र

अध्ययन क्षेत्र के रूप में उके जनपद .प्र . गौतमबुध तहसील दादरी के ग्राम रायपुर बाँगर को लिया गया है । जो - नगर- दादरी से17.9 किमी .कि दूरी पर है। रायपुर बांगर में कुल घर कि सं .309 है, जिसकी जनसंख्या 1796 है , जिसमें 958 पुरुष और 838 महिलाएं हैं । इस अध्ययन के लिए रायपुर बांगर कि कुल महिला जनसंख्या में से 200 महिलाओं का चयन किया गया है ।.

6. प्रतिदर्श

प्रस्तुत अध्ययन में उद्देश्य की पूर्ति हेतु सोद्देश्य प्रतिदर्श को प्रतिदर्श के रूप में लिया गया है। इस प्रतिदर्श के आधार पर उन व्यक्तियों को चुना गया जिसमें वांछित विशेषताओं के साथ अनुसंधान एवं परिकल्पना के विषय के लिए सार्थक समझे जाते हों।

7. शोध पद्धति

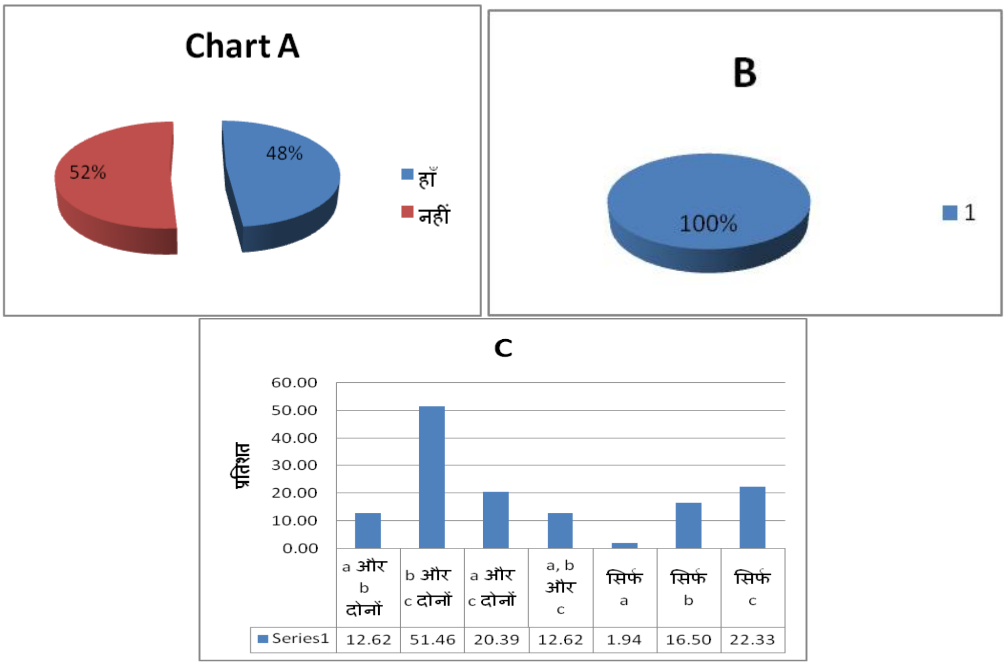
प्रस्तुत अध्ययन में अनवेषणात्मक शोध पद्धति का प्रयोग किया गया है। इसके लिए प्राथमिक एवं द्वितीय स्रोतों से आंकड़े प्राप्त किए गए। प्राथमिक के लिए साक्षात्कार एवं अनुसूची पद्धति का प्रयोग किया गया जबकि द्वितीय के लिए पूर्व अध्ययन पत्र पत्रिकाएं एवं वेबसाइटों द्वारा दी गई जानकारी का उपयोग किया गया। अध्ययन प्राप्त आंकड़ों को विभिन्न सरणियों से स्पष्ट किया गया है।

8. तथ्यों का संकलन और विश्लेषण

सोशल मीडिया ने ग्रामीण महिलाओं पर उल्लेखनीय प्रभाव डाला है। सोशल मीडिया के साइट्स जैसे फेसबुक - ट्विटर यूट्यूब व्हाट्सएप इंस्टाग्राम एवं अन्य साइटसों ने सभी उम्र की महिलाओं पर अपना प्रभाव डाला है। अध्ययन में पाया गया है कि 100% महिलाओं में से 35% महिलाएं जो की 18 से 30 वर्ष की आयु वर्ग में आती है, जिसमें अधिकतर माध्यमिक, उच्च माध्यमिक, एवं इंटरमीडिएट तक की शिक्षा हासिल कर चुकी हैं, उनका मानना है कि सोशल मीडिया से उनके जीवन में बहुत सुधार हुए हैं,ये महिलाएं शिक्षण कार्य के लिए सोशल मीडिया का भरपूर प्रयोग कर रही हैं। अध्ययन में 31 से 40 वर्ष की आयु वर्ग में जो महिलाएं आती है जो कुल उत्तरदाताओं का 34% है, ऐसी महिलाएं सोशल मीडिया का प्रयोग तो कर रही हैं लेकिन सिर्फ मनोरंजन के लिए, अगर बात इनकी शिक्षा कि की जाए तो अधिकतर महिलाएं प्राथमिक तक की ही शिक्षा प्राप्त की हुई है। 18% महिलाएं जो कि 41 से 50 आयु वर्ग में आती है, ऐसी महिलाएं सोशल मीडिया का प्रयोग बहुत कम समय के लिए करती हैं, क्योंकि ये महिलाएं घर के कामों के साथसाथ घर से बाहर भी काम करने जाती हैं जिसके कारण उन्हें समय नहीं मिलता-, और अधिकतर महिलाओं के पास अपना स्मार्टफोन भी नहीं है। जब तक ये घर में रहती है तो घर के किसी भी सदस्य के स्मार्ट फोन का प्रयोग उसकी सहायता से कर लेती है। वहीं अगर बात 51 से 65 वर्ष की आयु वर्ग की महिलाओं की करें तो 13% महिलाएं ऐसी हैं जिन्हें सोशल मीडिया में कोई खास रुचि नहीं है, इसलिए वे सोशल मीडिया का प्रयोग ना के बराबर करती है, ऐसी महिलाओं का मानना है कि सोशल मीडिया का प्रयोग करने से समय की बर्बादी है, यह महिलाएं अगर कभी सोशल मीडिया का प्रयोग किसी अन्य सदस्यों द्वारा करती भी हैं तो किसी से वीडियो कॉल पर बात करने के लिए एवं यूट्यूब पर फिल्म, सीरियल वगैरह देखने के लिए।

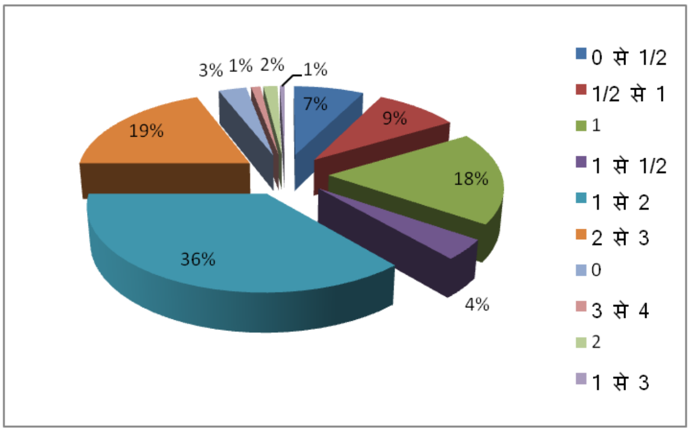
सारणी 1 : महिला एवं उनके पारिवार के पास स्मार्ट फोन की उपसस्थिति से संबन्धित विवरण

प्रस्न का भाग	व्याख्या
A	क्योंकि स्मार्ट फोन खरीदने के लिए पैसे नहीं है
B	क्योंकि स्मार्ट फोन चलना नहीं आता है
C	क्योंकि परिवार के दूसरे सदस्य के पास स्मार्ट फोन है
D	क्योंकि घर वाले नहीं चाहते



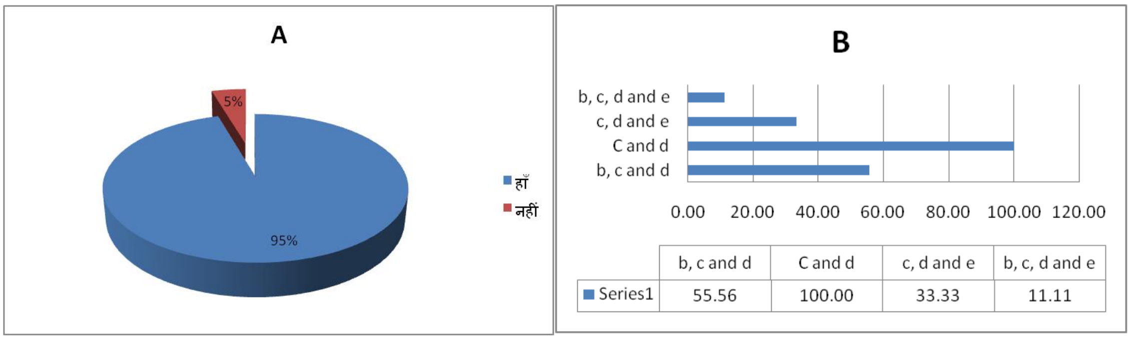
चित्र 1 स्मार्टफोन की उपस्थिती।)A) ग्रामीण महिलाओं के पास स्मार्टफोन की उपस्थिती की प्रतिशता, (B) कुल महिलाओं के परिवार के पास स्मार्टफोन की प्रतिशता (C) महिलाओं के पास स्मार्टफोन उपलब्ध ना होने का कारण

चित्र 1-A से स्पष्ट होता है कि 100% उत्तरदाताओं में से 48% महिलाओं के पास स्मार्टफोन है एवं 52% महिलाओं के पास स्मार्टफोन नहीं है। जबकि चित्र-B से स्पस्ट होता है कि 100% उत्तरदाताओं के परिवार के पास स्मार्टफोन है। चित्र-C में बताया गया है कि 52% महिलाओं के पास स्मार्टफोन क्यों नहीं है, इस प्रश्न के लिए चार विकल्प दिए गए, a, b, c, d जिसकी व्याख्या सारणी-1 में दर्शाया गया है। 12.62 प्रतिशत महिलाओं के पास स्मार्ट फोन खरीदने के लिए पैसे नहीं हैं और फोन चलाना भी नहीं आता है, 51.46 प्रतिशत महिलाओं ने बताया है कि उन्हें फोन चलाना नहीं आता और घर में एक भी स्मार्ट फोन है तो स्मार्ट फोन रखना जरूरी नहीं समझती, 20.39% महिलाओं का मानना है कि स्मार्ट फोन नहीं होने का कारण पूंजी की कमी और घर में पहले से स्मार्ट फोन की उपलब्धता, दोनों है , 12.62 प्रतिशत महिलाओं ने तीन कारण बताया एक तो पूंजी की कमी दूसरा घर में एक स्मार्ट फोन का होना और तीसरा फोन चलाना भी नहीं आता है, 1.94% महिलाओं का मानना है कि उन्हें स्मार्ट फोन चलाना तो आता है लेकिन पूंजी कि कमी के कारण उनके पास अपना फोन नहीं है, ऐसे महिलाओं में यह देखा गया है कि वो घर के दूसरे सदस्यों के स्मार्ट फोन से सोशल मीडिया का प्रयोग करती हैं, 16.50 प्रतिशत महिलाओं ने बताया कि उन्हें फोन चलना नहीं आता है,इसलिए वो फोन रखना जरूरी नहीं समझती, एवं 22.33 प्रतिशत महिलाओं का मानना है कि उनके घर के सदस्यों के फोन से वे सोशल मीडिया का प्रयोग कर लेती हैं इसलिए वो खुद का स्मार्ट फोन रखना जरूरी नहीं समझती। इससे स्पष्ट होता है कि अधिकतर महिलाओं)52%) के पास स्मार्टफोन नहीं है। इसका कारण अधिकतर महिलाओं)51.46%) ने B और C जिसका मतलब है, स्मार्टफोन चलाना नहीं आता है एवं परिवार के दूसरे सदस्य के पास स्मार्टफोन है।



चित्र 2 स्मार्ट फोन पर व्यतीत किया गया समय से संबन्धित विवरण

प्रस्तुत आंकड़े के अनुसार कुल 100% उत्तरदाताओं में से 36% महिलाएं ऐसी हैं जो 1 से 2 घंटा समय स्मार्ट फोन में लगा रही हैं जिससे साफ पता चलता है कि अधिकतर महिलाएं सोशल मीडिया का प्रयोग करती हैं।



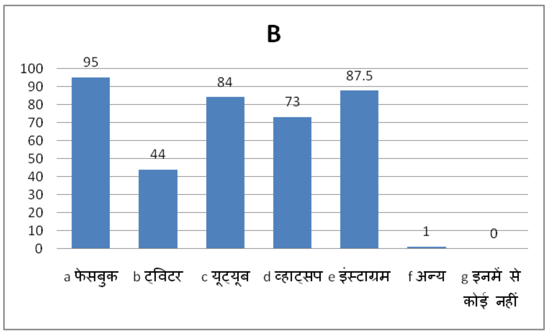
चित्र 3 (A) सोशल मीडिया ऐप पसंद करने एवं उसका प्रयोग करने वाली महिलाओं की प्रतिशता)B) महिलाओं द्वारा पसंद न करने के कारणो की प्रतिशता

सारणी 2: महिलाओं द्वारा सोशल मीडिया ऐप पसंद न करने के कारणो की विकल्प संख्या एवं उनकी व्याख्या

विकल्प संख्या	व्याख्या
A	क्योंकि घर वाले नहीं चाहते
B	क्योंकि सोशल मीडिया से लोग बिगड़ जाते हैं
C	क्योंकि मुझे ऐप चलना नहीं आता
D	क्योंकि सोशल मीडिया से समय की बरबादी है
E	अन्य

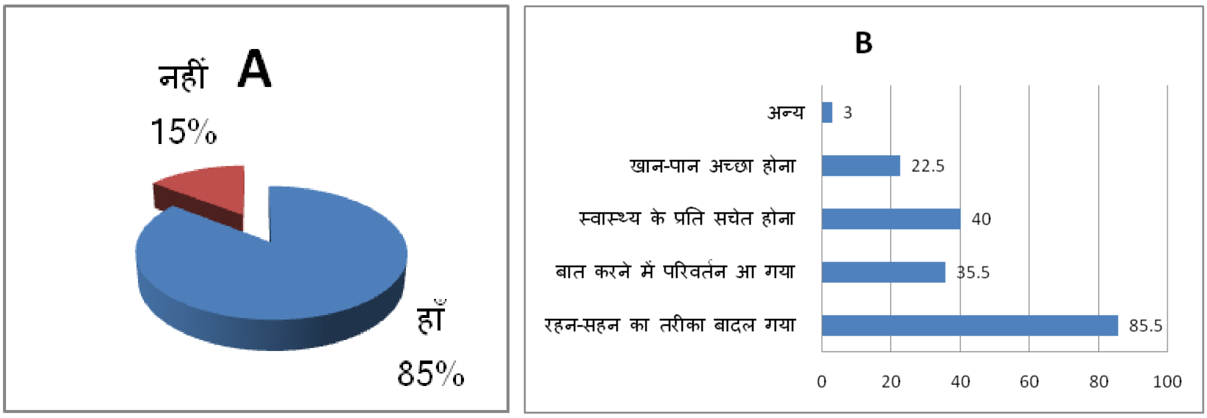
दिए गए चित्र 3A के अनुसार कुल 100% उत्तरदाताओं में से 95% उत्तरदाता सोशल मीडिया ऐप पसंद करते हैं एवं उसका प्रयोग भी करते हैं, जबकि 5% उत्तरदाता ना ही पसंद करते हैं और ना प्रयोग करते हैं।ऐसी महिलाएं जो सोशल

मीडिया प्रयोग एवं पसंद नहीं करती हैं उन्होने पसंद न करने के पाँच कारणों की चर्चा की है जो सारणी 2 में दर्शाए गए हैं। कुल 5% उत्तरदाताओं में से अधिकतर महिलाओं का कहना है कि मुझे ऐप चलाना नहीं आता और सोश्ल मीडिया से समय कि भी बरबादी है, एवं कुछ महिलाओं का तो मानना है कि इससे लोग बिगड़ जाते हैं।



चित्र 4(A) महिलाओं द्वारा सोश्ल मीडिया के विभिन्न ऐप के प्रयोग की प्रतिशता

चित्र 4 से स्पस्ट होता है कि 100% महिलाओं में से 95% महिलाएं फेसबूक का प्रयोग करती हैं ,इनका मानना है कि फेसबूक से देशदुनिया कि खबर मिलती है-, बहुत नएपुराने दोस्त मिलते हैं-, फैशन के नए चलन का पता चलता है इत्यादि । 84% महिलाएं यूट्यूब का प्रयोग करती हैं और इन महिलाओं का मानना है कि यूट्यूब से तरह तरह के खाना बनाना-सीखना, सूचना मिलना, फिल्म, सॉन्ग, एवं शिक्षा के लिए भी यूट्यूब बहुत लाभदायक है । 87.5% महिलाएं इंस्टाग्राम का प्रयोग करती हैं और उनका कहना है कि इंस्टाग्राम से बहुत कुछ सीखने को मिलता है जैसेखाना बनाना -, रील्स बनाना, मेकप इत्यादि और मनोरंजन करने का जरिया भी है। जबकि 73% महिलाएं वाहट्सऐप का प्रयोग करती हैं जिससे उन्हें दूर बैठे परिजनों से विडियो कॉल पे बात हो जाती है, विडियो, फोटो, और अपने मन कि बात झट से शेयर हो जाती है बिना रुकावट के। एवं ट्विटर प्रयोग करने वाले मात्र 44% महिलाएं हैं जो कहती हैं कि वो सिर्फ ट्विटर के ट्वीट को देखती हैं जिससे उन्हें देश दुनिया के खास लोगों कि सच्चाई पता चलता है।

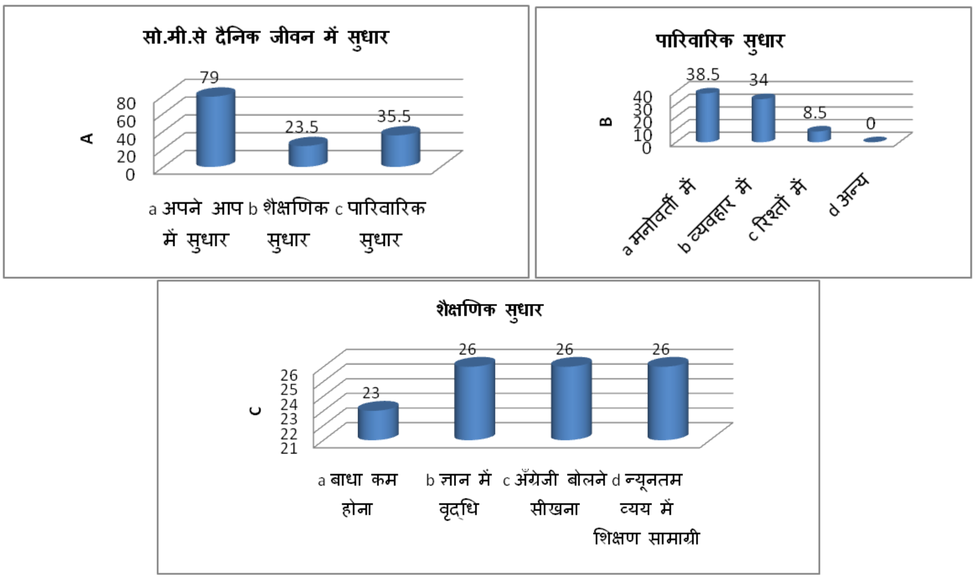


चित्र 5 A सोश्ल साइट्स से महिलाओं के दैनिक जीवन पर प्रभाव की प्रतिशता (B) सोश्ल साइट्स से महिलाओं के दैनिक जीवन शैली पर प्रभाव की प्रतिश्ता

प्रस्तुत चित्र 5A में स्पष्ट है कि कुल 100% उत्तरदाताओं में से 85% महिलाओं के दैनिक जीवन शैली पर सोशल साइट्स का प्रभाव देखने को मिला है एवं 15% महिलाओं के दैनिक जीवन शैली पर सोशल साइट्स का प्रभाव नहीं दिखा। चित्र 5B में उन महिलाओं के बारे में बताया गया है जो सोशल साइट्स के प्रयोग द्वारा अपनी दिनचर्या में परिवर्तन लाई है। 100% उत्तरदाताओं में से 85.5% महिलाओं का मानना है कि सोशल साइट्स से उनके रहन सहन-का तरीका बदल गया है,महिलाओं का मानना है की जब सोश्ल मीडिया नहीं था तो कुछ भी पता ही नहीं चलता था क्या पहने, क्या अच्छा लगेगा एवं हर अवसर पर एक ही जैसा कपड़े पहनना पड़ता था , लगता था की ये सबको

अच्छा लगेगा, लेकिन जब सोशल मीडिया से परिचित हुए तब समझ में आया कि देश दुनिया में कौन सा फैशन का-सहन में काफी परिवर्तन आ गया है। चित्र-चलन चल रहा है और उसके बाद से हमारे रहन5B में 35.5% महिलाओं का कहना है कि सोशल मीडिया के प्रयोग से उनमें बात करने में परिवर्तन आ गया है, महिलाएं बोल चाल करने में-अङ्ग्रेज़ी शब्द का इस्त्माल करना सीख गई हैं जिससे सामने वाला व्यक्ति, गाँव, समाज उनसे प्रभावित हो रहे हैं, और जब सोशल मीडिया नहीं था तो महिलाओं का कहना है कि वो ठीक ढंग से बात नहीं कर पाती थी उनके गाँव के भाषा में बोल चाल से अच्छे लोग उनसे बात करने में कतराते थे। सोशल मीडिया महिलाओं के लिए एक वरदान-साबित हुआ है जिससे ग्रामीण महिलाएं हर क्षेत्र में लाभान्वित हो रही हैं। बात अगर स्वास्थ्य कि करें तो100% में से 40% महिलाएं स्वास्थ्य के प्रति जागरूक हो गई हैं, महिलाओं का कहना है कि ये सोशल साइट्स एक डौक्टर की तरह है जो कोरोना जैसी महामारी में हमें सुरक्षित रखा, कितने सारे घरेलू उपचार करना सिखाया, अगर सोशल मीडिया नहीं होता तो ये संभव नहीं हो पता। इसके अलावा भी कई बीमारियों के घरेलू उपचार एवं डौक्टरी सलाह आसानी से मुफ्त में मिल जाते हैं।

ग्रामीण महिलाओं की दैनिक जीवन शैली शुरू से ही उतारचढ़ाओ वाला रहा है-, उन्हें कोई सूद नहीं रहता कि कब खाना है, कब सोना है बस परिवार के पसंद बूढ़े जो बोले बनाने को वही-नापसंद में ही लगी रहती हैं। परिवार के बड़े-बनाएँगी चाहे वो खाना उन्हें पसंद हो या न हो उन्हें वही खाना पड़ता है।22.5% महिलाओं का कहना है कि पहले घर में सुबह का नाश्ता पराठा बनना ही जरूरी होता था, फिर दिन का खाना दालभात-, सब्जी, भुजीय और फिर शाम में बाहर से चाट, समोसा जैसा नाश्ता हो जाता था, कोई रूखा धीरे सोशल मीडिया-सूखा खाना ही नहीं चाहता था। धीरे-धीरे बदल रहे हैं। अब बाहर से चाट-पान धीरे-के आगमन से परिवार के सदस्यों में जागरूक्ता आई और सब खान समोसा कभी कभार ही आता है और हर रोज रोटी ही बनती है।



चित्र 6 सोशल मीडिया के जरिये दैनिक जीवन में सुधार

उपरोक्त चित्र 6A से ज्ञात होता है कि कुल 100% महिला उत्तरदाताओं में से 79% महिलाओं का मानना है कि सोशल मीडिया के जरिए अपने आप में सुधार हुआ है जैसा कि चित्र 5B में बताया गया है। 23.5 प्रतिशत महिलाओं का मानना है कि सोशल मीडिया से उनमें शैक्षणिक सुधार हुआ है। चित्र 6C से प्रतीत होता है कि कुल 100% उत्तरदाताओं में से 26% महिलाओं ने माना है कि शैक्षणिक सुधार में ज्ञान की वृद्धि हुई , अँग्रेजी बोलना सीखा एवं न्यूनतम व्यय में शिक्षण सामाग्री का उपलब्ध होना दिखा है। 23% महिलाओं ने माना है कि सोशल मीडिया के प्रयोग से उन्हें शिक्षण सामाग्री मिलने में न्यूनतम अवरोध हुई। 35.5 प्रतिशत महिलाओं ने कहा की सोशल मीडिया के द्वारा पारिवारिक सुधार

हुआ है। चित्र 6B से स्पष्ट होता है कि कुल 100% महिला उत्तरदाताओं में से 38.5% महिलाओं के परिवार की मनोवृत्ति में सुधार हुआ जैसे घर की महिलाओं के प्रति सम्मान की भावना । 34 प्रतिशत महिलाओं का मानना है की सोशल मीडिया से परिवार के सदस्यों के व्यवहार में सुधार हुआ जैसे एकदूसरे के प्रति आदर की भावना।- 8.5% महिलाओं का मानना है कि पारिवारिक रिश्ते में सुधार हुआ जिसके लिए महिलाओं ने व्हाट्सऐप को उपयोगी बताया एवं किसी भी महिला ने अन्य पारिवारिक सुधार नहीं बताया। इससे प्रतीत होता है कि अधिकांश 79% उत्तर दाताओं में सोश्ल मीडिया के प्रयोग से उनके स्व में सुधार हुआ है।

9.निष्कर्ष

इस तथ्य से इंकार नहीं किया जा सकता कि सोश्ल मीडिया ने महिलाओं कि सामाजिक स्थिति एवं जीवनशैली को पहले से बहुत बेहतर स्थिति में पहुंचाया है। लेकिन अगर बात शिक्षा की जाए तो महिलाओं की स्थिति निराशाजनक ही बनी हुई है। गांवो में ज़्यादातर संयुक्त परिवार होने के वजह से महिलाएं घर और परिवार की जीमेदारियों की बेड़ी में जकड़ी हुई हैं, जिसका प्रभाव उनकी स्थिति पर पड़ रहा है। अध्ययन में पाया गया है कि रायपुर गाँव कि अधिकतर महिलाएं आर्थिक क्षेत्र में आत्मनिर्भर नहीं हैं, घर के वृद्ध एवं वयस्क पुरुषों पर आश्रित हैं। अशिक्षा के कारण जिन महिलाओं को रोजगार मिलता भी है तो घरेलू सहायिका, मालिन जैसे अन्य कार्यों में, ऐसी महिलाओं को जो काम के पैसे मिलते हैं उनपर भी पुरुष अपना अधिकार समझते हैं। आज सोश्ल मीडिया के युग में महिलाओं को पुरुषों के समान अधिकार नहीं मिला है। ग्रामीण महिलाएं सोश्ल मीडिया का प्रयोग तो कर रही हैं, लेकिन उनके पास अपना स्मार्ट फोन नहीं है, घर के दूसरे सदस्यों के पास होने कि वजह से महिलाएं स्मार्ट फोन रखना जरूरी नहीं समझतीं। महिलाओं को फेसबुक, यूट्यूब एवं इंस्टाग्राम जैसे सोश्ल मीडिया ऐप में रुचि है और 1-2 घंटा प्रयोग भी कर रहीं हैं लेकिन घर के पुरुष एवं बच्चों कि मदद से। ऐसी महिलाओं में दैनिक जीवन शैली पर प्रभाव भी पड़ा है, उनके स्व में सुधार हुआ है एवं रहन सहन का तरीका बदल गया है। निष्कर्ष स्वरूप कहा जाए तो ग्रामीण महिलाओं की स्थिति एवं सोश्ल मीडिया-का उनपर प्रभाव में सुधार लाये जाने के लिए अभी भी अनेक प्रयास करने की आवश्यकता है।

संदर्भग्रंथ सूची:

1. 70 प्रतिशत आबादी कृषि पर निर्भर उपायुक्त :, जागरण, 24 Jan 2013, उपलब्ध: https://www.jagran.com/jharkhand/gumla-10068259.html
2. "भारत की १५वीं जनगणना की मुख्य बातें". मूल से 9 मई 2019 को पुरालेखित. अभिगमन तिथि 9 मई 2019
3. चन्द्रमौलि, सी, Census of India (2011),उपलब्ध: https://censusindia.gov.in/nada/index.php/catalog/42617/download/46288/Census%20of%20India%202011-Rural%20Urban%20Distribution%20of%20Population.pdf
4. बसीन, कमला (1991) आर्टिकल - क्या यह सच है कि औरत औरत की दुश्मन है ? है तो क्यों ? , सेवा ग्राम विकास संस्थान पब्लिशर, प्रीस्ट सं 16-19, livingfeminisms.org
5. आहूजा, राम (2011) सामाजिक सर्वेक्षेन एवं अनुसंधान , रावत पब्लिकेसन, ओरिजनल प्रिंट- 2003 रिप्रिंट 2011
6. खेतान, प्रभा (2002) स्त्री: उपेक्षिता , सिमोन द बोउवार की पुस्तक द सेकेंड सेक्स का हिन्दी अनुवाद, हिन्द पॉकेट बुक्स पब्लिकेसन, वर्ष 2002 , पृस्ट सं.
7. वाल्वी, सिल्विया (1990) पितृसत्ता का सिधान्त (ऑक्सफोर्ड : बेसिल ब्लेकवेल, 1990)
8. तिवारी, श्रद्धा() 2022) ग्रामीण महिलाओं की सामाजिक व आर्थिक स्थिति में समस्या, जर्नल ऑफ आर्ट ह्यूमनिटीस एंड सोशल साइन्सेस, वॉल्यूम 5, जून 2022

9. शुक्ला, पश्यंती (2016), भारत में महिलाओं कि समाजिकआर्थिक स्थिति-, ग्रामीण विकास को समर्पित , कुरुक्षेत्र मासिक पत्रिका२०१६ जनवरी -, वर्ष 62, प्रीस्ट सं. 41-44, उपलब्ध: https://afeias.com/wp-content/uploads/2016/01/kurukshetra-hindi1.pdf
10. शर्मा, सुचित्रा एवं शर्मा, अमरनाथ)2016) ग्रामीण महिला सशक्तिकरण और जेंडर आधारित भेदभाव, ग्रामीण विकास समीक्षा महिला सशक्तिकरण विशेषांक, अंक -57, प्रीस्ट सं -112-117, जनवरी जून-2016
11. सिंह, शिवराम (2022), भारतीय ग्रामीण समाज में महिलाओं की सामाजिक प्रस्थिति,Journal of Arts, Humanities and Social Sciences,pp-38- 42, Volume - 5, Issue - 6, JUNE - 2022 Publication Date: 30/06/2022
12. श्रीवास्तव,राकेश (2018), ग्रामीण महिलाओं का सशक्तिकरणआगे की राह :, कुरुक्षेत्र, वर्ष : 64, मासिक अंक 3, प्रीस्ट सं. 5 से 9, जनवरी 2018
13. सौरभ, समीर (2018), सशक्त होती ग्रामीण महिलाएं , कुरुक्षेत्र, वर्ष : 64, मासिक अंक 3, प्रीस्ट सं. 12 से 17, जनवरी 2018
14. शर्मा, अरविंद कुमार (2016), महिला सशक्तिकरण में डिजिटल साक्षरता का योगदान, ग्रामीण विकास समीक्षा, अंक- 57, जनवरीजून - 2016, क्र.सं . 10, प्री.सं. 84-89
15. देवी,पुंस भारती (2023)- ग्रामीण महिलाओं के सशक्तिकरण का माध्यम बना इन्टरनेट, उपलब्ध: https://gaonkelog.com/internet-became-medium-of-empowerment-of-rural-women/
16. जयसवाल, अनुपमा (2016) पंचायती राज में अनुसूचित महिला का नेतृत्व एवं राजनीति सहभागिता , ग्रामीण विकास समीक्षा, अंक- 57, जनवरीजून - 2016, क्र.सं . 1, प्री.सं. 1-8