

ग्रामीण महिलाओं द्वारा सोशल मीडिया के उपयोग में परिवार और सहकर्मी समूह की भूमिका

ज्योति त्रिपाठी

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

सारांश: सोशल मीडिया आधुनिक युग की एक महाशक्ति है। संचार को कल्पना के आखिरी छोर तक सफलतापूर्वक ले जाने की क्षमता वाले सोशल मीडिया का स्वरूप बहु आयामी है, यह बहु आयाम अर्थात् संचार माध्यम आज हमारे जीवन के अभिन्न अंग बन चुके हैं। परिवार और समाज के रूप में मीडिया के प्रभाव को भी समाज के सभी अंग ग्रहण करते हैं और उनके प्रभाव की प्रतिक्रिया उनके परस्पर व्यवहारों में दिखाई देती है। और यह परिवर्तन अब ग्रामीण परिवारों में भी देखने को मिल रहा है, परिवार के व्यवहार में आई परिवर्तन के कारण ग्रामीण महिलाएं भी सोशल मीडिया का बखूबी इस्तेमाल कर रही हैं। ग्रामीण महिलाओं को उनके परिवार के सदस्यों एवं आस-पड़ोस के साथी-समूह द्वारा सोशल मीडिया का प्रयोग करने में मदद मिल रही है। सोशल मीडिया से आई ग्रामीण महिलाओं के प्रति उनके परिवार के विचारों में सकारात्मक परिवर्तन हुए हैं। लेकिन विडंबना यह है कि अभी भी कुछ ग्रामीण महिलाएं ऐसी हैं जिन्हें परिवार वालों का समर्थन नहीं मिल पा रहा है। प्रस्तुत शोध पत्र में ग्रामीण महिलाओं द्वारा सोशल मीडिया के उपयोग में परिवार और सहकर्मी समूह की भूमिका का पता लगाने का प्रयास किया गया है।

महत्वपूर्ण शब्द: ग्रामीण महिला, सोशल मीडिया, परिवार, सहयोग।

1. प्रस्तावना:

आधुनिक संचार माध्यम ग्रामीण जीवन शैली को बहुत प्रभावित किया है। ग्रामीण क्षेत्रों में परंपरागत रहन-सहन एवं आचार-विचार में क्रांतिकारी परिवर्तन परिलक्षित हो रहा है। इस प्रकार संचार माध्यमों की भूमिका व्यक्ति के विकास एवं सामाजिक विकास के लिए महत्वपूर्ण हो गया है। यह कहना अतिशयोक्ति न होगा कि विकास के लिए संचार एक निवेश है। लेकिन वहीं पर टेलीविजन और मोबाइल इंटरनेट का प्रसार निरंतर दिनों-दिन बढ़ रहा है। सोशल मीडिया हमारी जिंदगी का अहम हिस्सा बन गया है। यह सबसे सुविधाजनक और उपयोग में आसान है। सोशल मीडिया स्थान की परवाह किए बिना मित्रों और परिवार के साथ हमारे संचार को सरल बनता है, यह एक ही स्थान पर बिखरी हुई जानकारी तक पहुंच प्रदान करता है और नए कनेक्शन को भी बढ़ावा देता है। महिलाएं सोशल मीडिया का प्रयोग कर अपनी जीवन में काफी सुधार लाई हैं। सोशल मीडिया सीखने की प्रक्रिया में महिलाओं को कई अवसर प्रदान करता है। **कस्टेल्ल्स** का कहना है कि " सूचना युग मन की शक्ति को प्रकट कर सकता है" जो व्यक्तियों की उत्पादकता में नाटकीय रूप से

वृद्धि करेगा और अधिक अवकाश की ओर ले जाएगा, उनका तर्क है कि ऐसा परिवर्तन सकारात्मक होगा क्योंकि इससे संसाधन की खपत कम हो जाएगी। अब सोशल मीडिया केवल शहरी आबादी तक सीमित नहीं है, वरन् ग्रामीण क्षेत्र की महिलाएं भी इसका भरपूर इस्तेमाल कर रही हैं। ग्रामीण महिलाएं सोशल मीडिया का इस्तेमाल कर अपने हुनर को और निखार रही हैं, चाहे वह शिक्षा में हो, व्यवसाय में हो, खरीदारी में हो, या फिर स्वास्थ्य के प्रति हो। ग्रामीण महिलाएं आज हर क्षेत्र में जागरूक हो रही हैं। लेकिन अशिक्षित ग्रामीण महिलाएं सोशल मीडिया का प्रयोग करने में उनकी क्या भूमिका है, सोशल मीडिया में ग्रामीण महिलाओं की भागीदारी कहीं उत्साहवर्धक है लेकिन कहीं-कहीं महिलाओं को सोशल मीडिया का प्रयोग करने में अड़चन आ रही है, इस स्थिति में उनकी सहायता कौन कर रहा है, यही शोध का प्रमुख विषय है।

2. साहित्य पुनरावलोकन:

शोध विषय से संबन्धित पूर्ववर्ती साहित्य का पुनरावलोकन शोध अध्ययन का एक महत्वपूर्ण कार्य होता है। शोध से संबंधित पूर्व ज्ञान के लिए निम्न साहित्य का पुनरावलोकन किया गया।

श्रीवास्तव, नीरज (2021), उद्यमी महिलाओं के लिए वरदान साबित हुआ 'सोशल सहेली', ने अपने अध्ययन में बताया है कि सोशल सहेली भारत का पहला एक ऐसा ऑनलाइन प्लेटफॉर्म है जो स्वयं सहायता समूह से जुड़ी महिलाओं को एक साथ मंच पर लाता है इस प्लेटफॉर्म के माध्यम से महिलाएं अपने और अपने बिजनेस की कहानी अन्य लोगों तक पहुंचा सकती हैं। सोशल सहेली के माध्यम से उद्यमी महिलाएं सोशल मीडिया की जानकारी लेती हैं और अपने बिजनेस को सफल बनाने की ट्रेनिंग लेती हैं।

टैपर, हेलेना नवंबर, (2006) ने 'डिजिटल डिवाइड का दौरा में अमेरिका के उद्यमी महिला की भूमिका' से संबंधित एक अध्ययन में पाया कि मध्य अमेरिका में लगभग 60% से 70% उद्यम शामिल हैं, इनमें से अधिकांश उद्यमों का प्रबंधन और स्वामित्व महिलाओं के पास है। इन महिलाओं में अधिकांश भाग के लिए कंप्यूटर और इंटरनेट के उपयोग में कौशल, प्रशिक्षण, सूचना और संचार प्रौद्योगिकी के उपयोग तक पहुंच की कमी है। अध्ययन में प्रशिक्षण के प्रभाव का मूल्यांकन किया गया है।

महिलाओं द्वारा सोशल मीडिया की शक्ति का उपयोग, (2025) के अनुसार 'छोटा सा मोबाइल कैसे गांव की महिलाओं को अमीर बनाने में जुटा', ऑनलाइन कारोबार बदलने लगा गांवों की तकदीर, में बताया गया है कि कई बार महिलाओं के घरवाले और गांव के लोग भी उनकी मदद करते हैं सोशल मीडिया का प्रयोग करने में। कोई भाई फोटो खींचने में मदद करता है, तो कोई पति डिलीवरी का इंतजाम करता है। परिवार वालों के बिना ग्रामीण महिलाओं का ये सफर इतना आसान नहीं होता। रिपोर्ट में ये भी कहा गया है कि मास्टर ट्रेनर्स में से 82% महिलाएं अब ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म को समझती हैं और दूसरों को सिखा रही हैं।

इंटरनेट ने ग्रामीण महिलाओं को जागरूक होने का अवसर दिया है। ग्रामीण समाज में स्त्रियों के वजूद को अनदेखा किया जाता है। घर और परिवार से लेकर कार्यस्थल तक उनका अस्तित्व संकट में होता है। उन्हें आपसी सहयोग की ज़रूरत है। अतः इस विषय पर गहन अध्ययन एवं शोध की आवश्यकता है साथ ही महिलाओं की वर्तमान स्थिति और अवसरों को उद्घाटित करते हुए अनुभाविक अध्ययन के आधार पर वंचित

कार्य योजना संतुष्ट करने वाले अध्ययनों की कमी है। अतः इस अंतराल को भरने के उद्देश्य से प्रस्तावित शोध के विषय को चुना गया है।

3. अध्ययन का उद्देश्य

प्रस्तुत शोध ग्रामीण महिलाओं द्वारा सोशल मीडिया के उपयोग में परिवार और सहकर्मी समूह की भूमिका के अध्ययन पर केंद्रित है।

4. शोध प्रश्न

क्या परिवार और साथी समूह ग्रामीण महिलाओं को सोशल मीडिया का प्रयोग करने में सहायता कर रहे 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 से 17.9 किमी .कि दूरी पर है। रायपुर बाँगर में कुल घर कि सं .309 है, जिसकी जनसंख्या 1796 है , जिसमें 958 पुरुष और 838 महिलाएं हैं। इस अध्ययन के लिए रायपुर बाँगर 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

अगस्त कौम्टे का विश्वास है कि “समग्र ब्रह्मांड स्थिर प्राकृतिक नियमों द्वारा व्यवस्थित तथा निर्देशित होता है और यदि इन नियमों को हमें समझना है तो विज्ञान की विधि अर्थात वैज्ञानिक पद्धति के द्वारा ही समझा जा सकता है”

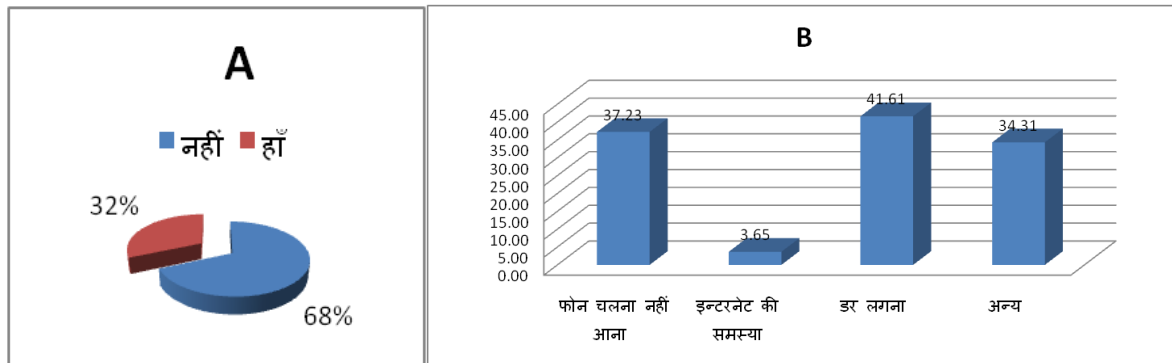
प्रस्तुत अध्ययन में अनवेषणात्मक शोध पद्धति का प्रयोग किया गया है। इसके लिए प्राथमिक एवं द्वितीय स्रोतों से आंकड़े प्राप्त किए गए। प्राथमिक के लिए साक्षात्कार एवं अनुसूची पद्धति का प्रयोग किया गया जबकि द्वितीय के लिए पूर्व अध्ययन पत्र पत्रिकाएं एवं वेबसाइटों द्वारा दी गई जानकारी का उपयोग किया गया। अध्ययन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

8. तथ्यों का संकलन और विश्लेषण

इस सर्वेक्षण के प्रारूप में 12 सामान्य प्रश्न हैं जिसमें महिला के बारे में व्यक्तिगत जानकारियां हैं जिसमें महिला का उम्र, आयु, जाति, लिंग, धर्म, परिवार का स्वरूप, परिवार में सदस्यों की संख्या, शैक्षणिक स्थिति, वैवाहिक स्थिति, आय, व्यवसाय, परिवार में कमाने वाले की संख्या, एवं गाँव का नाम की जानकारियां चाही गई है। प्रश्न संख्या 1 से 10 में महिलाओं से स्मार्टफोन से संबंधित प्रश्न पूछे गए। जिससे ये पता चला कि 52% महिलाओं के पास अपना स्मार्ट फोन नहीं है, ये महिलाएं अपने परिवार के सदस्यों के फोन से काम चलती हैं क्योंकि इनका मानना है कि इन्हें फोन चलाना नहीं आता है, यह पढ़ी-लिखी नहीं है एवं आय की कमी है। जबकी 48% महिलाओं के पास स्मार्टफोन है।

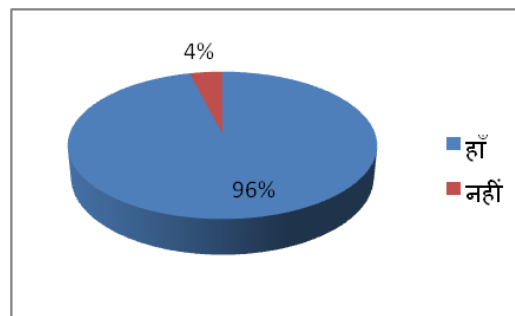
प्रश्न संख्या 11 से 15 में महिलाओं से स्मार्टफोन का प्रयोग करने में परिवार एवं सहायक समूह की भूमिका के बारे में प्रश्न पूछे गए।

उपर्युक्त प्रश्न 11 से 15 के उत्तरों की खोज प्रक्रिया के अंतर्गत विभिन्न सारणियाँ क्रमानुसार दी जा रही हैं एवं उनमें दिए गए आंकड़ों के आधार पर परिणाम का उल्लेख किया जा रहा है।

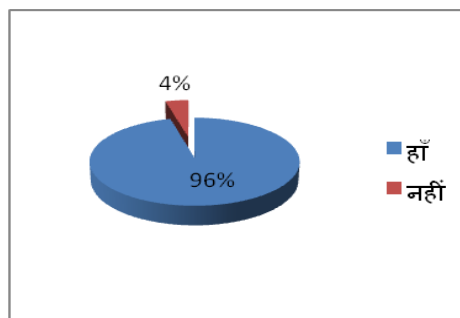


चित्र 1 (A) क्या सोशल मीडिया का प्रयोग करने में किसी प्रकार की समस्या आती है ? (B) अगर आती है तो किस प्रकार की ?

चित्र संख्या 1 A से स्पष्ट है कि सर्वेक्षित कुल 100% महिलाओं में से 32% महिलाओं को सोशल मीडिया का प्रयोग करने में समस्या आती है, इन महिलाओं का मानना है कि उन्हें स्मार्ट फोन चलना अच्छे से नहीं आता इसके लिए उन्हें परिवार की मदद लेनी पड़ती है लेकिन जब कोई घर में नहीं रहता है तो महिलाएं फोन का इस्तमाल करने से डरती हैं जिसका कारण उनकी अशिक्षा और टच स्क्रीन फोन का होना है। जबकी 68% महिलाओं को सोशल मीडिया का उपयोग करने में कोई समस्या नहीं आती है। इससे स्पष्ट है कि अधिकतर महिलाओं में सोशल मीडिया का प्रयोग तीव्रता से बढ़ रहा है। परंतु गाँव में अशिक्षा के कारण कुछ महिलाएं अभी भी पीछे हैं, इस दिशा में अब भी बहुत कुछ किया जाना शेष है।



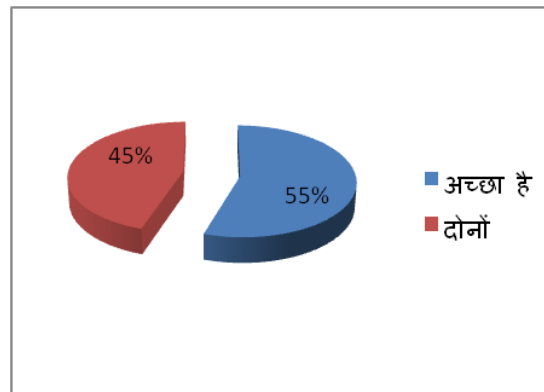
चित्र 2 क्या आपके परिवार के किसी सदस्य ने सोशल मीडिया का प्रयोग करने में समर्थन दिया है ? हाँ / नहीं



चित्र 3 अगर समर्थन दिया है तो प्रयोग करना सिखाया है ? हाँ / नहीं

चित्र संख्या 2 से स्पष्ट है कि सर्वेक्षित कुल 100% महिलाओं में से 96% महिलाओं के परिवार वाले सोशल मीडिया का प्रयोग करने में समर्थन देते हैं एवं 4% महिलाओं को परिवार का कोई समर्थन नहीं मिलता है सोशल मीडिया का प्रयोग करने में। इससे स्पष्ट है कि अधिकतर महिलाओं के परिवार वाले जागरूक हो गए हैं और सोशल मीडिया का प्रयोग करने में समर्थन दे रहे हैं।

प्रस्तुत चित्र 3 से स्पष्ट है कि सर्वेक्षित कुल 100% महिलाओं में से 96% महिलाओं के पति एवं अपने बच्चों से सोशल मीडिया का प्रयोग करने में मदद लेती हैं जिससे महिलाएं काफी कुछ सीख रही हैं, सर्वेक्षण के अनुसार महिलाओं का मानना है कि अब काफी कुछ सुधार हुआ है और परिवार के अनुपस्थिति में भी प्रयोग कर प रही हैं। 4% महिलाओं को परिवार वाले कोई मदद नहीं करते, क्योंकि परिवार वालों के पास इसके लिए समय नहीं सीखने के लिए और सर्वे के अनुसार महिलाओं का कहना है कि परिवार वाले कहते हैं तुम नहीं सीख पाओगी। अतः स्पष्ट है कि यह चार प्रतिशत महिलाएं जिन्हें परिवार वाले सोशल मीडिया का प्रयोग करने में कोई समर्थन नहीं देते और ना प्रयोग करना सिखाते हैं ऐसी महिलाएं खुद से सोशल मीडिया का प्रयोग करने का प्रयास करती हैं।



चित्र 4 सोशल मीडिया के बारे में परिवार या समाज में आपको क्या सुनने को मिला है ? अच्छा है / बुरा है / कुछ भी नहीं / या दोनों

प्रस्तुत चित्र 4 से स्पष्ट है कि सर्वेक्षित कुल 100% महिलाओं में से 55% महिलाओं का मानना है कि उनके परिवार और आस-पड़ोस के लोगो से सोशल मीडिया के बारे में सकारात्मक विचार जैसे शिक्षा के क्षेत्र में, सूचना के क्षेत्र में, दूर बैठे किसी को संदेश भेजना, मार्केटिंग, आवा-गमन, पैसे का लेन-देन आदि क्षेत्रों में अच्छा है सुनने को मिलते हैं, एवं 45% महिलाओं का मानना है कि परिवार और समाज में सोशल मीडिया के बारे में अच्छा और बुरा दोनों ही सुनने को मिलते हैं जैसा कि अच्छाई के बारे में ऊपर की पंक्ति में बताया गया है एवं धोखाधड़ी, हैकिंग, गलत सूचना फैलाना, बदनाम करना, बच्चों के बिगड़ने का डर जैसे अन्य नकारात्मक प्रयोग सोशल मीडिया के द्वारा किया जाता है। अतः स्पष्ट है कि अधिकतर महिलाओं को सोशल मीडिया के बारे में सकारात्मक प्रभाव सुनने को मिले हैं।

9. निष्कर्ष

भारतीय ग्रामीण परिवार अत्यधिक प्राचीन काल से ही संयुक्त परिवार के रूप में प्रतिष्ठित रहे हैं परंतु वर्तमान दशाओं के प्रभाव से ग्रामीण संयुक्त परिवारों की संरचना तथा कार्यों में व्यापक परिवर्तन उत्पन्न हो गए हैं, ए. आर. देसाई ने ग्रामीण परिवर्तन के कारकों को दो प्रमुख भागों में विभाजित किया है- चेतन तथा अचेतन। अचेतन कारक वे हैं जो बहुत बड़ी सीमा तक एक स्वाभाविक नियम के रूप में ग्रामीण जीवन को प्रभावित करते हैं तथा जिनके मानव प्रयत्नों से प्रत्यक्ष संबंध नहीं होता एवं चेतन कारकों के अंतर्गत डॉ. देसाई ने अनेक ऐसी पद्धतियां का उल्लेख किया है जिनके द्वारा नियोजित रूप से परिवर्तन उत्पन्न होते हैं तथा जिनकी मानव प्रयत्नों से प्रत्यक्ष संबंध होता है सोशल मीडिया कुछ इसी तरह का चेतन कारक है, जिससे ग्रामीणों को अपने जीवन में परिवर्तन लाने तथा नवीन प्रकार के

विचारों एवं व्यवहारों को ग्रहण करने का प्रशिक्षण दिया जाता है। उपर्युक्त महिलाओं के सर्वेक्षण से अब यह निश्चित है कि सर्वाधिक महिलाएं स्मार्टफोन एवं सोशल मीडिया का इस्तेमाल करती हैं एवं उनके परिवार वाले सोशल मीडिया का प्रयोग करने में उनका समर्थन करते हैं लेकिन 4% महिलाएं जिन्हें परिवार वाले सोशल मीडिया का प्रयोग करने में कोई समर्थन नहीं देते और ना प्रयोग करना सिखाते हैं ऐसी महिलाएं खुद से सोशल मीडिया का प्रयोग करने का प्रयास करती हैं। उनके परिवार और आस-पड़ोस के लोगो से सोशल मीडिया के बारे में सकारात्मक एवं नकारात्मक दोनों, जैसे शिक्षा के क्षेत्र में, सूचना के क्षेत्र में, दूर बैठे किसी को संदेश भेजना, मार्केटिंग, आवा-गमन, पैसे का लेन-देन आदि क्षेत्रों में अच्छा है सुनने को तो मिला है , एवं 45% महिलाओं का मानना है कि परिवार और समाज में सोशल मीडिया के बारे में अच्छा और बुरा दोनों ही सुनने को मिलते हैं जैसा कि अच्छाई के बारे में ऊपर की पंक्ति में बताया गया है एवं धोखाधड़ी, हैकिंग, गलत सूचना फैलाना, बदनाम करना, बच्चों के बिगड़ने का डर जैसे अन्य नकारात्मक प्रयोग सोशल मीडिया के द्वारा बुरा प्रभाव सुनने को मिले हैं हैं।

संदर्भग्रंथ सूची

1. 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>
2. <https://youngistan.co.in/social-media-power-using-by-womens-women-empowerment/> 13 मार्च 2025
3. श्रीवास्तव, नीरज- उद्यमी महिलाओं के लिए वरदान साबित हुआ 'सोशल सहेली', एबीपी न्यूज़, 3 फरवरी 2021
4. टैपर, हेलेना ने 'डिजिटल डिवाइड का दौरा में अमेरिका के उद्यमी महिला की भूमिका' नवंबर 3, (2006)
5. आहूजा, राम (2011) सामाजिक सर्वेक्षण एवं अनुसंधान , रावत पब्लिकेशन, ओरिजनल प्रिंट- 2003 रिप्रिंट 2011
6. अग्रवाल, जी. के. एवं पाण्डेय, शील स्वरूप - ग्रामीण समाजशास्त्र, एस. बी. पी. डी. पब्लिकेशन
7. दोषी, एस. एल- आधुनिकता, उत्तर- आधुनिकता एवं नव समाजशास्त्रीय सिद्धांत, रावत पब्लिकेशन, 2017
8. Castells, Manuel- The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture Volume I: 01 (Information Age Series), Wiley-Blackwell; 2nd edition (2 October 2009)
9. त्रिपाठी, ज्योति (2025) ग्रामीण क्षेत्र की महिलाओं की दैनिक जीवन शैली और सामाजिक स्थिति पर सोशल मीडिया का प्रभाव, Shikshan Sanshodhan : Journal of Arts, Humanities and Social Sciences, Volume - 8, Issue - 2, February - 2025
10. व्यास, हरिदास- मीडिया, महिला एवं सांस्कृतिक परिदृश्य, रॉयल पब्लिकेशन, 2016