Naveen Shodh Sansar (An International Refereed / Peer Review Multidisciplinary Research Journal)
RNI No.- MPHIN/2013/60638, ISSN 2320-8767, E- ISSN 2394-3793, Scientific Journal Impact Factor (SJIF)- 8.054,
April to June 2025, E-Journal, Vol. I, Issue L (50), ISO 9001:2015 - E2024049304 (QMS)

मध्यप्रदेश के डिप्लोमा स्तरीय विद्यार्थियों द्वारा सोशल नेटवर्किंग साइटों के उपयोग पर एक अध्ययन

डॉ. आलोक कुमार यादव*

* पूर्व प्राचार्य, इंदिरा गाँधी शासकीय पॉलिटेक्निक महाविद्यालय, छिन्दवाड़ा (म.प्र.) भारत

शोध सारांश – वर्तमान में सोशल नेटवर्किंग साइट्स (एसएनएस) का उपयोग दिनचर्या की एक सामान्य गतिविधि बन गई है। सोशल नेटवर्किंग साइट्स एक ऑनलाइन सेवा, प्लेटफॉर्म या साइट होती है जो लोगों के बीच सामाजिक नेटवर्किंग अथवा सामाजिक संबंधों को बनाने अथवा उनको परिलक्षित करने पर केन्द्रित होती है । 2004 में प्रारंभ हुई फेसबुक विश्व की सबसे बड़ी सामाजिक नेटवर्किंग साइट बन चुकी है। वेब आधारित सोशल नेटवर्किंग साइट्स के द्धारा समान रुचियों और गतिविधियों वाले व्यक्तियों का राजनीतिक, आर्थिक, सामाजिक और भौगोलिक सीमाओं को लांघते हुए परस्पर जुड़ना संभव हो पाता है। ई-मेल और इन्सटैंट मैसेजों के माध्यम से ऑनलाइन समुदायों की स्थापना हुई है ।

सोशल नेटवर्किंग साइट्स के सामाजिक प्रभाव पर कई अध्ययन हो रहे हैं । ऐसे में मध्यप्रदेश के शासकीय डिप्लोमा प्रदान करने वाले महाविद्यालयों के विद्यार्थियों में सोशल नेटवर्किंग साइट्स के उपयोग के पैटर्न का आकलन करने की आवश्यकता महसूस हुई। इस शोधपत्र द्धारा सोशल मीडिया के उपयोग के बारे में समग्र दृष्टिकोण प्राप्त करने का भी प्रयास किया गया हैं साथ ही छात्रों और छात्राओं द्धारा इनके उपयोग का तुलनात्मक अध्ययन किया गया है ।

शब्द कुंजी – सोशल नेटवर्किंग साइट्स (एसएनएस), डिप्लोमा छात्र, फेसबुक, सोशल मीडिया, पुरुष विद्यार्थी (छात्र), महिला विद्यार्थी (छात्रा)।

प्रस्तावना – सोशल नेटवर्किंग साइट्स मूल रूप से इंटरनेट आधारित टूल्स हैं जो संचार सामग्री के आदान-प्रदान की सुविधा प्रदान करते हैं। सोशल नेटवर्किंग साइट्स का प्राथमिक उद्देश्य लोगों को एक-दूसरे से जोड़ना और संप्रेषण या विचारों के आदान प्रदान करने की सुविधा उपलब्ध कराना है। ये साइटें लोगों को अपने मित्रों, सहपाठियों और परिवार के साथ जुड़े रहने, तस्वीरें और वीडियो शेयर करने, और विभिन्न विषयों पर चर्चा करने में सहायता करती हैं। सोशल नेटवर्किंग साइट्स (जैसे, फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम) लोगों को ऑनलाइन प्लेटफ़ॉर्म प्रदान करती हैं जहाँ वे अपनी प्रोफाइल बना कर अपनी रुचियों और गतिविधियों को अन्य यूजर्स के साथ शेयर कर सकते हैं।

सोशल नेटवर्किंग साइटें निम्नलिखित उद्देश्यों को पूरा करती हैं:

1. **सामुदायिक निर्माण:** समान रुचियों वाले लोगों को एक साथ लाने और एक-दूसरे से जुड़ने के लिए मंच प्रदान करना।
2. **जानकारी शेयर करना:** यूजर्स को अपनी राय, विचार, तस्वीरें, वीडियो और अन्य सामग्री शेयर करने की अनुमति देना।
3. **संचार:** टेक्स्ट, ऑडियो और वीडियो के माध्यम से वास्तविक समय में संवाद करने की सुविधा प्रदान करना।
4. **सामाजिक संबंध:** लोगों को अपने मित्रों, सहपाठियों, परिवार और सहकर्मियों के साथ जुड़े रहने में मदद करना।
5. **मनोरंजन:** यूजर्स को विभिन्न प्रकार की सामग्री (जैसे, वीडियो, गेम, आदि) तक पहुंचने और शेयर करने के लिए प्लेटफ़ॉर्म उपलब्ध कराना ।
6. **व्यावसायिक उपयोग:** व्यवसायों को अपने ब्रांड को बढ़ावा देने, ग्राहकों से जुड़ने और अपने उत्पादों और सेवाओं का विज्ञापन करने में मदद करना। संक्षेप में, सोशल नेटवर्किंग साइटें व्यक्तियों और व्यवसायों को जुड़ने, संवाद करने, जानकारी साझा करने और एक-दूसरे से जुड़ने के लिए एक शक्तिशाली मंच प्रदान करती हैं।

सोशल नेटवर्किंग साइट्स के सामाजिक प्रभावों को लेकर अनेक शोध कार्य किये गए है। अरुमुगम, बी., नागलिंगम, एस., और गणेशन, आर. (2014) ने संकेत दिया कि अधिकांश किशोर सोशल नेटवर्किंग साइटों के आदी हैं और इसलिए सोशल नेटवर्किंग साइटों के उपयोग से जुड़े व्यसनकारी व्यवहार और जोखिम कारकों के बारे में किशोरों और उनके माता-पिता के बीच जागरूकता पैदा करने के लिए उचित कदम उठाए जाने चाहिए।

भोला, आर.एम., और महाकुद, जी.सी. (2014) ने अपने शोध में बताया हैं कि अधिकांश युवा 14.6 वर्ष की आयु में सोशल नेटवर्किंग शुरू करते हैं; सोशल नेटवर्किंग पर बिताया जाने वाला औसत समय प्रतिदिन 3.6 घंटे है। चैटिंग और दोस्त बनाने के लिए फेसबुक सबसे पसंदीदा सोशल नेटवर्क साईट है, रात्रि में चैटिंग और विपरीत लिंग के साथ बातचीत आम है, इलेक्ट्रॉनिक गैजेट्स में रुचि रखते हैं, दैनिक गतिविधियों को अनदेखा करते हैं, अपने ऑनलाइन कार्यों को दूसरों से छिपाते हैं, सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर ये कार्य छिपकर करते हैं और इसकी अनुपस्थिति में निराश महसूस करते हैं।

संपासा-कन्यांग, एच., और लुईस, आर. एफ. (2015) ने अपने अध्ययन में सोशल नेटवर्किंग साइट्स (एसएनएस) पर बिताए गए समय और मानसिक स्वास्थ्य सहायता की अपूर्ण आवश्यकता के बीच संबंधों की जांच की। अन्य बातों के अलावा यह पाया गया कि कुल नमूनों में से 25.2

Naveen Shodh Sansar (An International Refereed / Peer Review Multidisciplinary Research Journal)
RNI No.- MPHIN/2013/60638, ISSN 2320-8767, E- ISSN 2394-3793, Scientific Journal Impact Factor (SJIF)- 8.054,
April to June 2025, E-Journal, Vol. I, Issue L (50), ISO 9001:2015 - E2024049304 (QMS)

प्रतिशत छात्रों ने हर दिन 2 घंटे से अधिक सोशल नेटवर्किंग साइट्स का उपयोग करने की सूचना दी, 54.23 प्रतिशत छात्रों ने हर दिन 2 घंटे या उससे कम समय के लिए सोशल नेटवर्किंग साइट्स का उपयोग करने की सूचना दी, और 20.5 प्रतिशत ने एसएनएस का कभी-कभार या बिल्कुल भी उपयोग नहीं करने की सूचना दी।

प्रस्तुत अध्ययन मध्यप्रदेश के शासकीय पॉलिटेक्निक महाविद्यालयों तक सीमित है। इस अध्ययन के लिए सर्वेक्षण पद्धति का उपयोग किया गया है। विभिन्न पॉलिटेक्निक महाविद्यालयों के विद्यार्थियों को गूगल फॉर्म शेयर कर आंकड़े एकत्रित किये गए।

अध्ययन का नमूना- इस अध्ययन में मध्यप्रदेश के शासकीय पॉलिटेक्निक महाविद्यालयों में अध्ययनरत तीन वर्षीय डिप्लोमा कार्यक्रम के विभिन्न सेमेस्टर के 1134 विद्यार्थियों ने गूगल फॉर्म की सहायता से सर्वेक्षण में सहभागिता की। सोशल नेटवर्किंग साइट्स के उपयोग से संबंधित जानकारी प्राप्त करने के लिए उन्हें स्वविकसित अनुसूची दी गई।

विश्लेषण तथा व्याख्या - शोध का एक महत्वपूर्ण कदम प्राप्त समंकों का विश्लेषण और व्याख्या है। नमूने से एकत्र किए गए समंकों का विश्लेषण स्वनिर्मित सूची के प्रश्नों के अनुसार किया गया।

1. डिप्लोमा विद्यार्थियों द्वारा सोशल नेटवर्किंग साइट्स का उपयोग :-

तालिका क्रमांक 1: सामाजिक नेटवर्किंग साइटों का उपयोग

	कुल प्रतिक्रियाएँ (प्रतिशत)	हाँ (प्रतिशत)	नहीं (प्रतिशत)
पुरुष	790 (69.66)	781 (98.86)	9 (1.14)
महिला	344 (30.34)	339 (98.55)	5 (1.45)

स्रोत : सर्वेक्षण, नोट- कोष्ठक में दिए गए सभी आंकड़े प्रतिशत दर्शाते हैं।

तालिका क्रमांक 1 के विश्लेषण से ज्ञात होता है कि सर्वेक्षण में 1134 विद्यार्थियों में 69.66 प्रतिशत पुरुष और 30.34 प्रतिशत महिला विद्यार्थियों ने सहभागिता दी। 98.86 प्रतिशत पुरुष और 98.55 प्रतिशत महिला विद्यार्थी सोशल नेटवर्किंग साइट्स का उपयोग करते है। मात्र 1.5 प्रतिशत से कम विद्यार्थी ही इनसे अछूते है।

2. सर्वेक्षण में सहभागिता करने वाले विद्यार्थियों का ब्रांचवार विश्लेषण :- शासकीय पॉलिटेक्निकों में विभिन्न ब्रांच संचालित होती है। सर्वेक्षण में सहभागिता करने वाले विद्यार्थियों का विवरण इस प्रकार है :-

तालिका क्रमांक 2: सर्वेक्षण में सम्मिलित विद्यार्थियों का ब्रांचवार विश्लेषण

ब्रांच	कुल प्रतिक्रियाएँ (प्रतिशत)	पुरुष (प्रतिशत)	महिला (प्रतिशत)
कम्प्यूटर साइंस एवं इंजीनियरिंग	251 (22.13)	117 (46.61)	134 (53.39)
इलेक्ट्रिकल इंजीनियरिंग	240 (21.16)	208 (86.67)	32 (13.33)
मैकेनिकल इंजीनियरिंग	217 (19.14)	198 (91.24)	19 (8.76)
सिविल इंजीनियरिंग	132 (11.06)	107 (81.06)	25 (18.94)
माईन एवं माइन सर्वेइंग	81 (7.14)	81 (100)	0 (0)
केमिकल इंजीनियरिंग	39 (3.44)	31 (79.49)	8 (20.51)
फैशन टेक्नोलॉजी	70 (6.17)	0 (0)	70 (100)
मॉडर्न ऑफिस मैनेजमेंट	68 (6.0)	19 (27.94)	49 (72.06)
इलेक्ट्रॉनिक्स इंजीनियरिंग	30 (2.65)	26 (86.67)	4 (13.33)
अन्य ब्रांच	6 (0.53)	3 (50.0)	3 (50.0)

स्रोत : सर्वेक्षण, नोट- कोष्ठक में दिए गए सभी आंकड़े प्रतिशत दर्शाते हैं।

तालिका क्रमांक 2 के अवलोकन से स्पष्ट होता है कि इंजीनियरिंग ब्रांच जैसे इलेक्ट्रिकल, मैकेनिकल, सिविल, और केमिकल इंजीनियरिंग आदि में पुरुष विद्यार्थियों का प्रतिशत ज्यादा है। माईन एवं माइन सर्वेइंग ब्रांच में केवल छात्रों का और फैशन टेक्नोलॉजी में केवल छात्राओं का प्रवेश है।

3.विद्यार्थियों का सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर सदस्यता का विवरण :-

तालिका क्रमांक 3:सर्वेक्षण में सम्मिलित विद्यार्थियों का सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर सदस्यता का विवरण

	कुल प्रतिक्रियाएँ (प्रतिशत)	हाँ (प्रतिशत)	नहीं (प्रतिशत)
पुरुष	790 (69.66)	780 (98.73)	10 (1.27)
महिला	344 (30.34)	339 (98.55)	5 (1.45)

स्रोत : सर्वेक्षण, नोट- कोष्ठक में दिए गए सभी आंकड़े प्रतिशत दर्शाते हैं।

तालिका क्रमांक 3 के विश्लेषण से स्पष्ट होता है कि 98.98 प्रतिशत छात्रों और 98.26 प्रतिशत छात्राओं द्वारा किसी न किसी सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर सदस्यता प्राप्त की है।

4. पुरुष डिप्लोमा विद्यार्थियों द्वारा उपयोग की जाने वाली शीर्ष सोशल नेटवर्किंग साइट्स का विश्लेषण इस प्रकार हैं:-

तालिका क्रमांक 4: पुरुष (781) डिप्लोमा विद्यार्थियों द्वारा उपयोग की जाने वाली शीर्ष सोशल नेटवर्किंग साइट्स

क्र.	साईट का नाम	कुल उपयोगकर्ता (पुरुष)	कुल उपयोगकर्ता का प्रतिशत
1	व्हाट्सएप	667	85.41
2	यूट्यूब	463	59.29
3	इन्स्टाग्राम	441	56.47
4	फेसबुक	329	42.13
5	टेलीग्राम	282	36.12

स्रोत : सर्वेक्षण, नोट- कोष्ठक में दिए गए सभी आंकड़े प्रतिशत दर्शाते हैं।

तालिका क्रमांक 4 के विश्लेषण से प्रकट होता है कि पुरुष विद्यार्थी विभिन्न सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर सर्फिंग करते है। वे सबसे ज्यादा 85.41 प्रतिशत व्हाट्सएप का उपयोग करते है। सर्वेक्षित छात्रों में सबसे कम टेलीग्राम एप का उपयोग करना पाया गया।

5. महिला डिप्लोमा विद्यार्थियों द्वारा उपयोग की जाने वाली शीर्ष सोशल नेटवर्किंग साइट्स इस प्रकार हैं:-

तालिका क्रमांक 5: महिला डिप्लोमा विद्यार्थियों (339) द्वारा उपयोग की जाने वाली शीर्ष सोशल नेटवर्किंग साइट्स

क्र.	साईट का नाम	कुल उपयोगकर्ता (महिला)	कुल उपयोगकर्ता का प्रतिशत
1	व्हाट्सएप	310	91.43
2	यूट्यूब	192	56.64
3	इन्स्टाग्राम	144	42.48
4	स्नेपचेट	128	37.76
5	टेलीग्राम	84	24.79

स्रोत : सर्वेक्षण, नोट- कोष्ठक में दिए गए सभी आंकड़े प्रतिशत दर्शाते हैं।

तालिका क्रमांक 5 के अवलोकन से स्पष्ट होता है कि 91.43 प्रतिशत छात्राएं व्हाट्सएप का उपयोग करती है। इनके द्वारा उपयोग की जाने वाली

पांच प्रमुख सोशल नेटवर्किंग साइट्स में स्नेपचेट शामिल है जबकि छात्रों द्वारा उपयोग की जाने वाली सोशल नेटवर्किंग साइट्स में यह शामिल नहीं है। छात्राओं का फेस बुक की ओर रुझान कम है।

6. डिप्लोमा विद्यार्थियों द्वारा सोशल नेटवर्किंग साइट्स तक पहुँचने के लिए उपयोग किए जाने वाले डिवाइस :- सर्वेक्षण में यह भी जानने का प्रयास किया गया कि डिप्लोमा विद्यार्थियों सोशल नेटवर्किंग साइट्स तक पहुँचने के लिए किन-किन डिवाइसों का उपयोग करते है।

तालिका-6: सोशल नेटवर्किंग साइटों तक पहुँचने के लिए उपयोग किए जाने वाले डिवाइस

उपकरण	पुरुष (प्रतिशत)	महिला (प्रतिशत)
मोबाइल्स	718 (91.93)	297 (87.61)
लैपटॉप	11 (1.41)	4 (1.18)
डेस्कटॉप	4 (0.51)	4 (1.18)
टेबलेट	3 (0.38)	2 (0.59)
एक से अधिक डिवाइस	50 (6.40)	36 (10.62)

स्रोत : सर्वेक्षण, नोट- कोष्ठक में दिए गए सभी आंकड़े प्रतिशत दर्शाते हैं।

उपरोक्त तालिका के अवलोकन से ज्ञात होता है कि 91.93 प्रतिशत छात्र और 87.61 प्रतिशत छात्राएं सोशल नेटवर्किंग साइट्स तक पहुँचने के लिए मोबाइल्स का उपयोग करते है। छात्रों (6.40 प्रतिशत) की तुलना में एक अधिक डिवाइस का उपयोग छात्राएं (10.62 प्रतिशत) कर रही है। डिप्लोमा विद्यार्थियों में सोशल नेटवर्किंग साइट्स तक पहुँचने के लिए लेपटॉप, डेस्कटॉप या टेबलेट का उपयोग बहुत कम है। शायद निजता इसका एक कारण हो सकता है।

7. सोशल नेटवर्किंग साइटों तक पहुँचने के लिए विद्यार्थी स्वयं के अलावा भी परिवारिक सदस्यों के डिवाइस का उपयोग करते है :-

तालिका-7: सोशल नेटवर्किंग साइटों तक पहुँचने के लिए उपयोग किए जाने वाले डिवाइस

विवरण	पुरुष (प्रतिशत)	महिला (प्रतिशत)
स्वयं का	742 (95)	299 (88.2)
पिताजी का	29 (3.71)	12 (3.54)
माताजी का	10 (1.28)	15 (4.24)
भाई या बहन का	13 (1.66)	14 (4.13)

स्रोत : सर्वेक्षण, नोट- कोष्ठक में दिए गए सभी आंकड़े प्रतिशत दर्शाते हैं।

उपरोक्त तालिका से स्पष्ट है कि महिला विद्यार्थियों (88.2 प्रतिशत) की तुलना में पुरुष विद्यार्थियों (95 प्रतिशत) द्वारा अधिक रूप से स्वयं का डिवाइस उपयोग किया जाता है। महिला विद्यार्थी पिताजी, माताजी अथवा भाई या बहन का डिवाइस पुरुष विद्यार्थी की तुलना में ज्यादा उपयोग में लाती है।

8. पुरुष डिप्लोमा विद्यार्थियों द्वारा सोशल नेटवर्किंग साइट्स का उपयोग का उद्देश्य जानने का प्रयास किया गया जिसे निम्न तालिका में प्रदर्शित किया गया है :-

तालिका-8: पुरुष डिप्लोमा विद्यार्थियों द्वारा सोशल नेटवर्किंग साइट्स के उपयोग का उद्देश्य

क्र.	सोशल नेटवर्किंग साइट्स का उपयोग का उद्देश्य	कुल उपयोगकर्ता (पुरुष)	उपयोगकर्ता का कुल प्रतिशत
1	शिक्षा	659	84.38
2	मनोरंजन	386	49.42
3	प्रतियोगिता परीक्षा की तैयारी	360	46.09
4	ज्ञान साझा करने के लिए	331	42.38
5	अपने वर्तमान मित्रों से संपर्क में बने रहने के लिए	323	41.36
6	सामाजिक सम्पर्क हेतु	307	39.31
7	भूले बिसरे मित्रों से संपर्क में बने रहने के लिए	231	29.58

स्रोत : सर्वेक्षण, नोट- कोष्ठक में दिए गए सभी आंकड़े प्रतिशत दर्शाते हैं।

तालिका क्रमांक 8 के अवलोकन से ज्ञात होता है कि पुरुष डिप्लोमा विद्यार्थी सोशल नेटवर्किंग साइट्स के पांच प्रमुख उपयोग शिक्षा, मनोरंजन, प्रतियोगिता परीक्षा की तैयारी, ज्ञान साझा करने के लिए और अपने वर्तमान मित्रों से संपर्क में बने रहने के लिए करते है जिनका क्रमश: प्रतिशत 84.38, 49.42, 46.09, 42.38 और 41.36 है।

9. महिला डिप्लोमा विद्यार्थियों द्वारा सोशल नेटवर्किंग साइट्स के उपयोग का उद्देश्य जानने का प्रयास को निम्न तालिका में प्रदर्शित किया गया है :-

तालिका क्रमांक 9: महिला डिप्लोमा विद्यार्थियों द्वारा सोशल नेटवर्किंग साइट्स के उपयोग का उद्देश्य

क्र.	सोशल नेटवर्किंग साइट्स का उपयोग का उद्देश्य	कुल उपयोगकर्ता (महिला)	उपयोगकर्ता का कुल प्रतिशत
1	शिक्षा	279	82.30
2	मनोरंजन	130	38.35
3	ज्ञान साझा करने के लिए	123	36.28
4	अपने वर्तमान मित्रों से संपर्क में बने रहने के लिए	111	32.74
5	प्रतियोगिता परीक्षा की तैयारी	100	29.50
6	सामाजिक सम्पर्क हेतु	96	28.32
7	भूले बिसरे मित्रों से संपर्क में बने रहने के लिए	02	0.59

स्रोत : सर्वेक्षण, नोट- कोष्ठक में दिए गए सभी आंकड़े प्रतिशत दर्शाते हैं।

तालिका क्रमांक 9 के अवलोकन से ज्ञात होता है कि महिला डिप्लोमा विद्यार्थी सोशल नेटवर्किंग साइट्स के पांच प्रमुख उपयोग शिक्षा, मनोरंजन, ज्ञान साझा करने के लिए, अपने वर्तमान मित्रों से संपर्क में बने रहने के लिए और प्रतियोगिता परीक्षा की तैयारी के लिए करती है जिनका प्रतिशत क्रमश: 82.30, 38.35, 36.28, 32.74 और 29.50 है।

10. सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर बिताया जाने वाला समय :-

तालिका क्रमांक 10: सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर दिन भर में व्यतीत किया जाना वाला समय

क्र.	विवरण	पुरुष (प्रतिशत)	महिला (प्रतिशत)
1	2 घंटे से कम	339 (43.41)	155 (45.72)
2	2 से 4 घंटे	313 (40.08)	144 (42.78)
3	4 से 6 घंटे	78 (9.99)	30 (8.85)
4	6 घंटे से ज्यादा	51 (6.53)	10 (2.95)

स्रोत : सर्वेक्षण, नोट- कोष्ठक में दिए गए सभी आंकड़े प्रतिशत दर्शाते हैं।

तालिका क्रमांक 10 से स्पष्ट होता है कि सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर 2 घंटे से कम 43.41 प्रतिशत छात्र और 45.72 प्रतिशत छात्राएं समय व्यतीत करती है। यह थोडा संतोषजनक हो सकता है लेकिन शेष विद्यार्थी जो दिन भर में 4 से ज्यादा घंटे सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर व्यतीत कर रहे है, चिंताजनक है।

11. सोशल नेटवर्किंग साइट्स से नए कौशल सीखने पर प्रतिक्रिया :-

तालिका क्रमांक 11: सोशल नेटवर्किंग साइट्स से नए कौशल सीखने पर प्रतिक्रिया

क्र.	प्रतिक्रिया	पुरुष (प्रतिशत)	महिला (प्रतिशत)
1	हाँ	536 (68.63)	236 (69.62)
2	नहीं	131 (16.77)	45 (13.27)
3	कह नहीं सकते	114 (14.60)	58 (17.11)

स्रोत : सर्वेक्षण, नोट- कोष्ठक में दिए गए सभी आंकड़े प्रतिशत दर्शाते हैं।

तालिका क्रमांक 11 विश्लेषण से स्पष्ट होता है कि सोशल नेटवर्किंग साइट्स से नए कौशल सीखने के प्रति छात्रों में 68.63 प्रतिशत और छात्राओं में 69.62 प्रतिशत सकारात्मक प्रतिक्रिया दी है।

निष्कर्ष - सर्वेक्षण के उपरांत उपरोक्त तालिकाओं से, निम्नलिखित निष्कर्ष निकाले गए हैं:

तालिका क्रमांक 1 और तालिका क्रमांक 3 के विश्लेषण से ज्ञात होता है कि अधिकांश डिप्लोमा विद्यार्थी सोशल नेटवर्किंग साइट्स का उपयोग कर रहे है और यह विभिन्न अन्य अध्ययनों की पुष्टि करता है। यहाँ तक कि जो लोग स्वयं किसी भी सोशल नेटवर्किंग साइट के सदस्य नहीं हैं, वे भी दूसरों के अकाउंट से उन तक पहुँच रहे थे। यहाँ तक कि इसके लिए वे अपने पारिवारिक सदस्यों की डिवाइस का उपयोग कर रहे है।

तालिका क्रमांक 4 और तालिका 5 से पता चलता है कि पुरुष और महिला विद्यार्थी सबसे अधिक व्हाट्सएप का उपयोग कर रहे थे। यूट्यूब और इन्स्टाग्राम समान रूप से सभी विद्यार्थियों द्वारा उपयोग में लाया जाता है। छात्राओं का फेस बुक की ओर रुझान कम है जबकि स्नेप चेट की ओर छात्रों का रुझान कम है। तालिका क्रमांक 6 से पता चलता है कि सोशल नेटवर्किंग साइट्स का उपयोग ज्यादातर मोबाइल फोन के माध्यम से किया जाता है। सबसे कम इस्तेमाल टैबलेट का होता है। एक से अधिक डिवाइस का उपयोग करने वाले छात्रों (6.40 प्रतिशत) की तुलना में छात्राओं का (10.62 प्रतिशत) प्रतिशत ज्यादा है।

तालिका क्रमांक 7 से स्पष्ट है कि महिला विद्यार्थियों की तुलना में पुरुष विद्यार्थियों के पास स्वयं का डिवाइस है। महिला विद्यार्थी पिताजी, माताजी अथवा भाई या बहिन का डिवाइस पुरुष विद्यार्थी की तुलना में ज्यादा उपयोग में लाती है।

तालिका क्रमांक 8 और तालिका 9 सोशल नेटवर्किंग साइट्स तक पहुँचने के प्रमुख कारण को प्रदर्शित करती हैं। पुरुष विद्यार्थियों के लिए प्रमुख कारण शिक्षा, मनोरंजन, प्रतियोगिता परीक्षा की तैयारी, ज्ञान साझा करने और अपने वर्तमान मित्रों से संपर्क में बने रहना है जबकि महिला विद्यार्थियों के लिए यह शिक्षा, मनोरंजन, ज्ञान साझा करने के लिए, अपने वर्तमान मित्रों से संपर्क में बने रहने के लिए और प्रतियोगिता परीक्षा की तैयारी है। पुरुष विद्यार्थियों के लिए प्रतियोगी परीक्षाओं की तैयारी अधिक महत्वपूर्ण था जबकि महिला विद्यार्थियों के लिए के लिए अन्य चीजों की तुलना में ज्ञान साझा करना महत्वपूर्ण था।

तालिका क्रमांक 10 सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर समय व्यतीत करने को प्रदर्शित करता है। विद्यार्थी जो दिन भर में 4 से ज्यादा घंटे सोशल नेटवर्किंग साइट्स पर व्यतीत कर रहे है, चिंताजनक है।

तालिका क्रमांक 11 से स्पष्ट होता है कि सोशल नेटवर्किंग साइट्स से नए कौशल सीखने के प्रति विद्यार्थियों ने सकारात्मक प्रतिक्रिया दी है।

तालिका क्रमांक 4, क्रमांक 5, क्रमांक 8, क्रमांक 9, और क्रमांक 11 के संयुक्त विश्लेषण से प्रतीत होता है कि कोविड 19 के बाद से सोशल नेटवर्किंग साइट का उपयोग शिक्षकों और छात्रों के द्वारा एक संचार उपकरण के रूप में किया जा रहा है। चूंकि अधिकांश छात्र पहले ही सोशल नेटवर्किंग साइटों की एक व्यापक रेंज का उपयोग कर रहे थे, तो शिक्षकों ने भी स्वयं इसका उपयोग अपने लाभ के लिए करना शुरू कर दिया हैं। शिक्षक या प्राध्यापक व्हाट्सएप ग्रुप को सृजित करके, कक्षा की परिचर्चा को बढ़ाते हुए, टेस्ट व प्रश्नोत्तरी, होमवर्क आदि सब कुछ कर रहे हैं। सोशल नेटवर्किंग का प्रयोग शिक्षक व छात्रों के माता-पिता के बीच संवाद को बढ़ावा देने के लिए भी किया जा रहा है। सोशल नेटवर्किंग साइट्स का एक बड़ा प्रयोग विद्यार्थियों को ट्रेनिंग एवं प्लेसमेंट संबंधी कार्यों के लिए भी किया जा रहा है।

सुझाव के रूप में कहा जा सकता है कि इन समंकों को एक बड़े नमूने में और अधिक मान्य किया जा सकता है और उपयोग करने के अधिक कारण मिल सकते हैं। इस विषय पर काम करना भी दिलचस्प होगा कि व्हाट्सएप विद्यार्थियों की पसंद क्यों है ?

संदर्भ ग्रन्थ सूची:-

1. Arumugam, B., Nagalingam, S., &Ganesan, R. (2014).Behavioural attributes and risk factors on usage of social networking sites among school going children of Chennai.British Biomedical www.bbbulletin.org Bulletin, 2(1), 165-173.
2. Suraj Sharma, Sunita Godiyal, A Study on the Social Networking Sites Usage by Undergraduate Students www.oiirj. org I S S N 2249-9598 Page 162 Online International Interdisciplinary Research Journal, {Bi-Monthly}, ISSN 2249-9598, Volume-VI, Issue-III, May-June 2016 Issue
3. Retrieved from Bhola, R. M., &Mahakud, G. C. (2014).A qualitative analysis of social networking usage.International Journal of Research & Development of Health, March 2014; 2(1): 34-44. Retrieved from www.ijrdh.com
4. Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Addiction to social networks on the Internet: A literature review of empirical research. International Journal of Environment and Public Health, 8, 3528–3552.
5. Lenhart, A., Madden, M., &Hitlin, P. (2005). Teens and technology: Youth are leading the transition to a fully wired and mobile nation. Pew Internet & American Life Project.
6. Sampasa-kanyinga, H., & Lewis, R. F. (2015). Frequent Use of Social Networking Sites Is Associated with Poor Psychological Functioning Among Children and Adolescents, 18(7), 380–385. http://doi.org/10.1089/

cyber.2015.0055

7. Sharma, S. (2015). Use of Social Networking Sites by undergraduates in relation to their academic achievement. Scholarly Research Journal for Interdisciplinary Studies, 3(21), 1229–1234
8. Tham, j. & Ahmed, N. (2011). The usage and implications of Social Networking Sites: A survey of college students. Journal of Interpersonal, Intercultural and Mass Communication, 5(1), 1-11. websites Ofcom Social Networking Sites research Published separately at: www.ofcom.org.uk Pewinternet.org Statisticsbrain. com www.oiirj.org ISSN 2249-9598
9. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article1. from http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html
10. Kumar, A.& kumar, R. (2013). Use of Social Networking Sites (SNSs): A study of Maharishi Dayanand University, Rohtak, India. Library Philosophy and Practice (e-Journal), 1–12. http://doi.org/http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/1000.

****