



## સોશિયલ નેટવર્કિંગની અસરો અંગેનો સમાજશાસ્ત્રીય અભ્યાસ

ડૉ. ભાગ્યશ્રી જે. રાજપુત

(Student) ગુજરાત યુનીવર્સિટી, અમદાવાદ -3૮૦૦૦૯, ગુજરાત, ભારત

ઈ-મેઈલ - bhagyashree.rajput143@gmail.com મોબાઈલ નંબર - ૮૪૬૦૪૫૫૫૯૭

સારાંશ (Abstract) પ્રસ્તુત અભ્યાસ ઈંટરનેટનો ઉપયોગ કરતાં, ઓનલાઈન રહેતાં, જુદી-જુદી સોશિયલ નેટવર્કિંગ એપ્સનો ઉપયોગ કરતા સ્ત્રીઓ અને પુરુષોને લક્ષમાં રાખીને કરવામાં આવ્યા છે. આ અભ્યાસ ગુગલ ફોર્મનાં માધ્યમથી કરવામાં આવ્યો છે. સોશિયલ નેટવર્કિંગની અસરો અંગેનું એક ગુગલ ફોર્મ તૈયાર કરવામાં આવ્યું, ત્યારબાદ ફેસબુક અને વોટ્સએપ દ્વારા ગુગલફોર્મ અનેક લોકોને મોકલવામાં આવ્યું, જેમાં ૩૦ સ્ત્રીઓ અને ૫૩ પુરુષો એ માહિતી આપેલ છે. એમ કુલ ૮૩ ઉત્તરદાતાઓનો સમાવેશ કરેલ છે. સોશિયલ નેટવર્કિંગ એપ્સનો ઉપયોગ કરવા પાછળનો હેતુ શું છે? વ્યક્તિગત જીવન, સામાજિક સંબંધો, જાહેર-જીવનમાં, માનવ-આરોગ્ય પર સોશિયલ નેટવર્કિંગ એપ્સની અસરો કેવી છે? તે તપાસવું. પતિ-પત્નીનાં સંબંધો ફેન્ડલી બન્યા છે. ઓનલાઈન શોપીંગમાં વધારો. દુર કે વિદેશમાં રહેતાં સંબંધી/મિત્રોનો સંપર્ક સહેલો બન્યો છે. બાળકો ગેમમાં વ્યસ્ત રહે છે.

ચાવીરૂપ શબ્દો - સ્માર્ટફોન, ઈન્ટરનેટ, એપ્સ

પ્રસ્તાવના -

સોશિયલ નેટવર્કિંગ એ દુનિયાને ખુબ જ નાની બનાવી દીધી છે. દુનિયાનાં દરેક લોકો કોઈ ને કોઈ હેતુથી સતત સોશિયલ નેટવર્કિંગ નો ઉપયોગ કરતા હોય જ છે. મુખ્યત્વે પરિવાર, મિત્રોનાં સંપર્કમાં રહેવા માટે, નવાં મિત્રો બનાવવા માટે, અગત્યની માહિતી આપવા કે મેળવવા માટે, સમય પસાર કરવા માટે સોશિયલ નેટવર્કિંગની અનેક એપ્સ અને વેબસાઈટ્સનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે. એટલું જ નહિ, સોશિયલ નેટવર્કિંગ ઓનલાઈન માહિતી સંચાર કરવાની સુવિધા પૂરી પાડે છે. તેમજ અજાણ્યા લોકો સાથેનો સંપર્ક પણ સરળ બન્યો છે.

અભ્યાસ પદ્ધતિ -

પ્રસ્તુત અભ્યાસ ઈંટરનેટનો ઉપયોગ કરતાં, ઓનલાઈન રહેતાં, જુદી-જુદી સોશિયલ નેટવર્કિંગ એપ્સનો ઉપયોગ કરતા સ્ત્રીઓ અને પુરુષોને લક્ષમાં રાખીને કરવામાં આવ્યા છે. આ અભ્યાસ ગુગલ ફોર્મનાં માધ્યમથી કરવામાં આવ્યો છે. સોશિયલ નેટવર્કિંગની અસરો અંગેનું એક ગુગલ ફોર્મ તૈયાર કરવામાં આવ્યું, ત્યારબાદ ફેસબુક અને વોટ્સએપ દ્વારા ગુગલફોર્મ

અનેક લોકોને મોકલવામાં આવ્યું, જેમાં ૩૦ સ્ત્રીઓ અને ૫૩ પુરુષો એ માહિતી આપેલ છે. એમ કુલ ૮૩ ઉત્તરદાતાઓનો સમાવેશ કરેલ છે.

સોશિયલ નેટવર્કિંગ એટલે શું? -

ઈન્ટરનેટ ટેકનોલોજી અસ્તિત્વમાં આવી ત્યારબાદ “સોશિયલ નેટવર્કિંગ” કે “સોશિયલ મીડિયા” શબ્દ વધુ પ્રચલિત બન્યો. સોશિયલ મીડિયાની સૌ પ્રથમ વ્યાખ્યા એન્ડ્રેન કેલ્પેન અને મિશેલ હેઇન્લેઇન નામનાં બે નિષ્ણાતો એ આપી હતી. તેઓ જણાવે છે તેમ, “સોશિયલ મીડિયા એટલે ટેકનોલોજીનાં પાયા પર મજબુત રીતે ખડી રહેલી વૈચારિક ઈમારત કે જે સમાજનાં લોકો વચ્ચેનું અંતર ઘટાડીને દુનિયાને વૈચારિક રીતે નજીક લાવવાનું કામ કરે છે.”

“સમુહ માધ્યમોનો યુવાનો પરનો પ્રભાવ” પુસ્તકમાં ડૉ.ભાગ્યશ્રી રાજપુત સમુહ માધ્યમોની વ્યાખ્યા આ રીતે જણાવે છે, “સમુહ માધ્યમોમાં યાંત્રિક ટેકનોલોજી મહત્વની છે. તે દરેક સમુહના લોકોને પરસ્પર એકબીજા સાથે સાંકળે છે. તેનાં દ્વારા સંદેશાઓ, માહિતીની આપ-લે ખુબ જ ઝડપથી, વ્યાપક પ્રમાણમાં સતત થતી જોવા મળે છે. તેનો હેતુ લોકો પર એ રીતે પ્રભાવ પાડવાનો હોય છે કે જેથી લોકો વધુ પ્રમાણમાં માધ્યમોનો વ્યવહારમાં ઉપયોગ કરી શકે.”

પ્રાચીન સમયમાં જ્યારે પ્રત્યાયન માટેના માધ્યમોનો અભાવ હતો, ત્યારથી 'લોક-માધ્યમો' અસ્તિત્વમાં હતા. લોક-માધ્યમો ની શરૂઆત કોણે અને ક્યારે કરી તે કહેવું મુશ્કેલ છે, પરંતુ જ્યારથી માનવ-સમાજ અસ્તિત્વ માં છે ત્યારથી લોક-માધ્યમો અસ્તિત્વ ધરાવતા હતા. લોક-ડાયરા, લોક-ગીત, કઠ-પૂતળી, લોક-નૃત્ય, ભવાઈ વગેરે લોક-માધ્યમો છે. ત્યારબાદ સમય જતા મુદ્રિત માધ્યમો (Print Media) નો ઉદ્ભવ થયો.

મુદ્રિત માધ્યમો ની શરૂઆત જ્યારથી આદિમાનવે તેની ગુફા માં ચિત્રો કે પ્રતિકોને પ્રાથમિક દોરવાની શરૂઆત કરી ત્યાર થી કહી શકાય. પરંતુ કાગળ પર છાપકામની ટેકનોલોજી ચીનથી શરૂ થઈ હતી. ત્યારબાદ જાપાનથી શરૂ થઈ. અંતે પ્રિન્ટિંગ પ્રેસ દ્વારા છાપકામની શરૂઆત ૧૯ મી સદીના આરંભે થઈ હોવાનું માનવામાં આવે છે. ૧૯ મી સદી નાં અંત સુધીમાં તો કેટલાક યંત્રોનો આવિષ્કાર થયો અને આજે ઝડપી પ્રિન્ટ કોમ્પ્યુટર અને પ્રિન્ટર દ્વારા મેળવી શકાય છે.

જેમ-જેમ ટેકનોલોજીનો વિકાસ થતો ગયો, તેમ વિજાણું-માધ્યમનો ઉદ્ભવ-વિકાસ થતો ગયો. રેડિયો, ટેલીવિઝન, ચલચિત્રો, ઈન્ટરનેટ વગેરે વિજાણું-માધ્યમો છે.

૧૯ મી સદી માં રેડિયાનો ઉદ્ભવ થયો. વાસ્તવમાં રેડિયાની શોધ ૧૮૧૫ થી થાય છે. ઇટાલીના એક એન્જીનીયર ગુગ્લીયો માર્કોની એ રેડિયો ટેલીગ્રાફીથી જ્યારે પહેલો સંદેશો પ્રસારિત કર્યો. રેડિયો પર માનવીનો પહેલીવાર અવાજ ઈ.સ. ૧૯૦૬ માં સાંભળવામાં આવ્યો. ભારતમાં રેડિયો પ્રસારણ ઈ.સ. ૧૯૨૬ માં શરૂ થયું.

ટેલીવિઝન નો આવિર્ભાવને માત્ર ૧૦૦ વર્ષ થયા છે. ૧૮૯૦ માં માત્ર તસ્વીરો પ્રસારિત કરવાની ટેકનીકનો વિકાસ થયો હતો અને ૧૯૩૦ માં બ્રિટનમાં ટેલીવિઝન એક ઘરેલું બની ચુક્યું હતું. જો કે વિશ્વનું પહેલું નિયમિત ટેલીવિઝન પ્રસારણ સાર્વજનિક સ્વરૂપમાં ૧૯૩૬ માં થયું હતું. તસ્વીરોને પ્રભાવશાળી રીતે પ્રસારિત કરનાર પહેલું ઉપકરણ ૧૯૨૫ માં જે.એલ.બેચાર્ડે બનાવ્યું હતું. ભારતમાં પ્રથમ પ્રાયોગિક ટેલીવિઝન કેન્દ્રનું ઉદ્ઘાટન ૧૫-૦૯-૧૯૫૯ માં દેશના પ્રથમ રાષ્ટ્રપતિ ડૉ.રાજેન્દ્ર પ્રસાદના હસ્તે થયું હતું.

લ્યુમિએર ભાઈઓનું નામ પણ પ્રારમ્ભિક પ્રયત્નોમાં ગણનાપાત્ર છે. તેઓએ ફિલ્મોને વ્યવસાયના રૂપમાં સૌ પ્રથમ શરૂઆત કરી. ૨૮-૧૨-૧૮૯૫ માં તેઓએ પેરિસમાં પ્રથમ ફિલ્મ પ્રદર્શિત કરી હતી. જ્યારે જાર્નેસ મેલીસે ઈ.સ. ૧૮૯૭ માં પેરીસ નજીક દુનિયામાં પ્રથમ સ્ટુડિયોની સ્થાપના કરી હતી અને તે સ્ટુડિયોનું નામ પૈથેગારમેન્ટે હતું.

અમેરિકામાં વિલકામ્સે એ 'હોલીવુડ' ને જન્મ આપ્યો. તેમણે ૧૯૦૨ માં ૧૨૦ એકર જમીન ખરીદી અને તેનું પ્લોટીંગ કરી તે જગ્યાનું નામ 'હોલીવુડ' રાખ્યું હતું. અમેરિકામાં એડવીન પોર્ટરે ઈ.સ. ૧૯૦૩ માં સિનેમાને એકદમ નવી દિશા પ્રદાન કરી. ભારતમાં પહેલો ફિલ્મ શો ૭-૭-૧૮૯૬ માં થયો હતો. ફ્રાન્સના બે ભાઈઓ ઓગસ્ટ લુમટે અને ઓગસ્ટ લુઇસ એ આ પ્રથમ શો કર્યો હતો. જે.એસ.મદન એ ૧૯૦૭ માં કલકત્તા માં પ્રથમ સિનેમાઘર બનાવ્યું, જેનું નામ 'એલ્ફીનટન પિક્ચર પિલ્સ' હતું. દાદાસાહેબ ફાળકે ભારતીય ફિલ્મોના આધ્યસ્થાપક તરીકે ઓળખાય છે. તેમણે ૩-૫-૧૯૧૩ નાં રોજ 'રાજા હરિશંદ્ર' નામની પ્રથમ ફીચર ફિલ્મ બનાવી હતી, જે મૂંગી ફિલ્મ હતી, ત્યારબાદ નવી-નવી ફિલ્મો નો સિલસિલો શરૂ થયો હતો.

માહિતી અને પ્રસારણ નાં વિજાણું માધ્યમ માં નવીનતમ ક્રાંતિ ઉભી કરવાનું કાર્ય કરનાર ઈન્ટરનેટ નેટવર્કીંગ છે. ઈન્ટરનેટ ખુદ પોતે કોઈ સ્વતંત્ર રૂપમાં પોતાનું કોઈ સ્થાન નથી. પરંતુ આ કોમ્પ્યુટર અને ટેલીફોન ની વ્યવસ્થિત ગઢ-બંધન છે. એક રોચક વૈજ્ઞાનિક 'તંત્ર નું જાદુ' છે. તેને કેટલાક લોકો 'વર્લ્ડ વાઈડ વેબ' (વિશ્વ વ્યાપી તરંગ-) કહે છે. પરંતુ ઈન્ટરનેટ નાં તજજ્ઞો તેની સાથે સહમત નથી. જો કે તેને સાઈબર પ્રેસ, ધ નેટ, સુપર હાઈવે વગેરે નામથી ઓળખવામાં આવે છે.

ઈન્ટરનેટ નો વિકાસ અને ઉદ્ભવ સંયુક્ત રાજ્ય અમેરિકાની રાષ્ટ્રીય વિકાસ એકેડમી દ્વારા ઈ.સ. ૧૯૯૦ માં કર્યો. જો કે, તેનો જન્મ ઈ.સ. ૧૯૬૯ માં થયો એવું માનવામાં આવે છે. કેલીફોર્નીયાના વિદ્યાર્થી લિયોનાર્ડો ફુલીનરાક દ્વારા સુચના નું આદાન-પ્રદાન માં નેટવર્કનું કામ થયું હતું કે જે અમેરિકન સુક્ષ્મ એજન્સી દ્વારા કરવામાં આવ્યું હતું જે આજે વિવિધ ખાનગી કંપનીઓ નાં હાથમાં ચાલે છે કે જે સમગ્ર વિશ્વના નાના ગામો સુધી આ સેવા ઝડપથી આગળ વધી રહી છે.

ફેસબુક, વોટ્સએપ, જી-મેઈલ, ગુગલ+, હાઈક, લાઈન, ઓરકુટ, વાઈબર, માયસ્પેસ વગેરે સોશિયલ મીડિયાના માધ્યમો છે. કોઇપણ વ્યક્તિ ઘરબેઠાં ઈન્ટરનેટ પર જુદા-જુદા માધ્યમો દ્વારા દૈનિક વ્યવહાર કરી હજારો-લાખોની સંખ્યાનાં લોકો સુધી પોતાના વિચારો, અભિપ્રાયો, સૂચનો, માહિતીનો પ્રચાર-પ્રસાર કરી શકે છે.

સમૂહ-માધ્યમો ને બે વિભાગો માં વહેંચી શકાય છે :-

૧. મુદ્રિત માધ્યમ (Print Media)

૨. વિજાણું માધ્યમ (Electronic Media)

મુદ્રિત માધ્યમ માં મુખ્યત્વે સમાચારપત્રો, સામયિકો, પુસ્તકો તેમજ અન્ય મુદ્રિત માધ્યમો જેવા કે, પ્રસાર પત્રિકાઓ, બેનર, પોસ્ટર, બોર્ડ, ચોપાનીયા વગેરેનો સમાવેશ થાય છે. જ્યારે વિજાણું માધ્યમ માં રેડિયો, ટેલીવિઝન, ફિલ્મ, ઈન્ટરનેટ, વિડીયો-ફોન, લેપટોપ, ટેલીફોન, સ્માર્ટફોન વગેરે નો સમાવેશ થાય છે.

મુદ્રિત માધ્યમો સંદર્ભે જોઈએ તો ખ્યાલ આવશે કે, શિક્ષિત લોકો તેનો ઉપયોગ કરે છે તેઓને જ આ માધ્યમ ની પ્રત્યક્ષ કે પરોક્ષ અસરો થાય છે, જેઓ અશિક્ષિત છે, તેઓને આ માધ્યમ ની અસર સ્પર્શતી પણ નથી. જ્યારે વિજાણું માધ્યમ માં આનાથી ઉલટું છે.

વિજાણું માધ્યમ માં દ્રશ્ય અને શ્રાવ્ય એમ બન્નેનો સમાવેશ થતો હોવાથી આ માધ્યમ ની અસર માત્ર શિક્ષિત ઉપર જ નહીં પરંતુ વિશાળ સંખ્યાના અશિક્ષિત લોકોને પણ આ માધ્યમ સ્પર્શે છે.

એપ્લીકેશન્સ -

એપ્લીકેશન્સ ને 'એપ્સ' તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે. તે મુખ્યત્વે જુદા-જુદા સ્માર્ટફોનમાં યુઝર્સ દ્વારા ડાઉનલોડ કરવામાં આવે છે. એપ્સ ને એક પ્રકારનો સોફ્ટવેર પ્રોગ્રામ ગણાવી શકાય કે જેમાં અલગ-અલગ ફીચર્સ આવેલા હોય છે. ઘણી એપ્સ દ્વારા ચેટ્સ, કોલિંગ, ઓડિયો કે વીડિયો કોલ કરી શકાય ઉપરાંત માહિતી કોપી-પેસ્ટ કે શેર પણ કરી શકાય. હવે તો અનેક અવનવી એપ્સ દ્વારા મોટાભાગનાં કામ સરળ બની ગયા છે. જેમ કે, ઓનલાઈન બીલ પે કરવું, મની ટ્રાન્સફર, ઓનલાઈન સિનેમા ટીકીટ બુકિંગ, રેલ ટીકીટ બુકિંગ, ઓનલાઈન ખરીદી પણ શક્ય અને સરળ થયું છે.

સોશિયલ નેટવર્કિંગની મહત્વની એપ્સ -

❖ ફેસબુક :-

ફેસબુક એ એક ઓનલાઈન સોશિયલ નેટવર્કિંગ સેવા છે. જેની શરૂઆત ૪ ફેબ્રુઆરી ૨૦૦૪ માં માર્ક ઝુકરબર્ગ દ્વારા કરવામાં આવી હતી. ઉપરાંત Eduardo Serverin, Andrew Mccllo, Dustin Moskovitz, Chris Hughes વગેરે નાં નામ પણ તેના સ્થાપકો તરીકે સંકળાયેલા છે. ભારત માં ફેસબુકનો પ્રવેશ ૨૦૦૫ થી થયો છે.

આજે ફેસબુકમાં ખાતું બનાવવા માટે ઓછામાં ઓછી ૧૩ વર્ષની ઉંમર ધરાવતી હોય તે જરૂરી બને છે. પ્રારંભિક સમયે જ્યારે ફેસબુકમાં જેનું નામ Face Mash તે સક્રિય કરવામાં આવ્યું હતું. ત્યારે તેની સાથે ૪૫૦ લોકો જોડાયા હતા. પરંતુ આજે તેની સંખ્યા વધી ને ૧.૧૫ બિલિયન (માર્ચ-૨૦૧૩) થઈ ચુકી છે. આમ, તે પ્રત્યાયન ની મહત્વની સેવા બની ગઈ છે.

❖ વોટ્સએપ :-

વોટ્સએપ ની શરૂઆતમાં કેલીફોર્નિયા માં અમેરિકી નાગરિકો Brin Acton અને Unrainian Jan Koum આ બન્ને દ્વારા કરવામાં આવી હતી અને આજે તે મહત્વની મેસેજિંગ એપ તરીકેની ભૂમિકા ભજવે છે.

વોટ્સએપ એ Free Messanging Application છે. ફેસબુકની જેમ વોટ્સએપ માં ઓનલાઈન અને ઓફલાઈન વાતચીત પહેલા જે-તે વ્યક્તિનો મોબાઈલ નામર પોતાના ફોનમાં સેવ કરેલો હોય તે જરૂરી બને છે. વપરાશકર્તાઓ પોતાની ફોનબુકમાં સેવ કરેલા નંબરોને ચિત્રો, વિડીયો અને ઓડિયો, મીડિયા તેમજ લેખિત સામગ્રી મોકલી શકે છે અને મેળવી શકે છે.

❖ ઈન્સ્ટાગ્રામ :-

ઈન્સ્ટાગ્રામની સ્થાપના કેવિન સિસ્ટ્રોમ અને માઈક ગ્રેગરએ ૨૦૧૦માં કરી હતી. ઓક્ટોબર ૨૦૧૦માં આઇઓએસ ઓપરેટિંગ સિસ્ટમ માટે નિ:શુલ્ક મોબાઈલ એપનાં રૂપમાં શરૂ થઈ હતી. ઈન્સ્ટાગ્રામમાં અસંખ્ય ચિત્રો કે વિડેઓઝ પણ મોકલી શકાય છે, ઉપરાંત લોકેશન પણ ઉમેરી શકાય છે. અહીં હેશટેગનું પણ ફીચર છે. ચિત્રો અને વીડિયો સાથે લખીને પણ પોસ્ટ કરી શકાય છે.

❖ ગુગલ+ :-

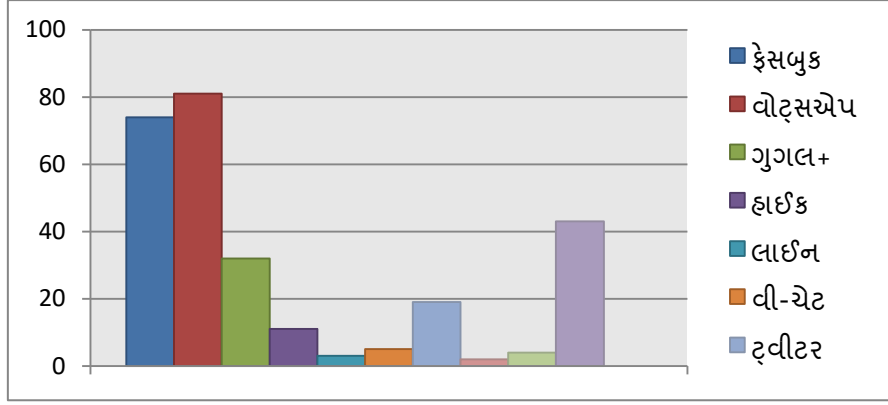
ગુગલની સ્થાપના સ્ટેનફોર્ડ યુનીવર્સિટીનાં બે પી.એચ.ડી. વિદ્યાર્થીઓ લેરી પેજ અને સર્ગેઈ બ્રિન દ્વારા થઈ હતી. જેને પહેલા 'ગુગલ ગાઈસ' તરીકે ઓળખવામાં આવતું હતું. ૪ સપ્ટેમ્બર, ૧૯૯૮માં તેને ખાનગીકરણમાં સામેલ કરવામાં આવ્યું. ગૂગલે વિશ્વભરમાં ફેલાયેલા તેના ડેટા કેન્દ્રો સાથે એક મિલિયનથી વધુ સર્વર્સ ચલાવે છે અને 10 બિલિયનથી વધુ શોધની વિનંતીઓ અને ચોવીસ પેટાબાઈટ ગ્રાહક સંબંધિત માહિતી (ડેટા) પ્રક્રિયા કરે છે.

❖ લુઝ ઈટ :-

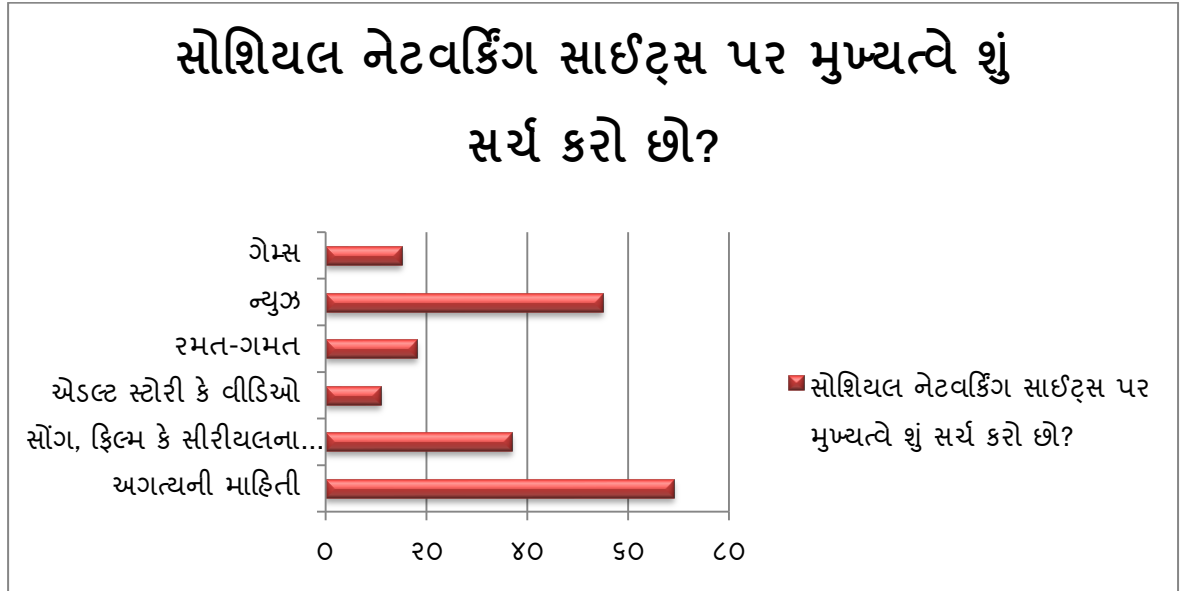
આ એપ આપના શરીર ની અંદર જતી દરેક કેલરી પર નજર રાખે છે. સાથો-સાથ તે કેલરી આધારિત એક ટાર્ગેટ પણ આપની સામે મુકે છે, જે કહે છે કે આપણા વજન સુધી પહોંચવું હોય તો આટલી કેલરી નું ટાર્ગેટ રાખવું જોઈએ.

અભ્યાસનાં મુખ્ય તારણો -

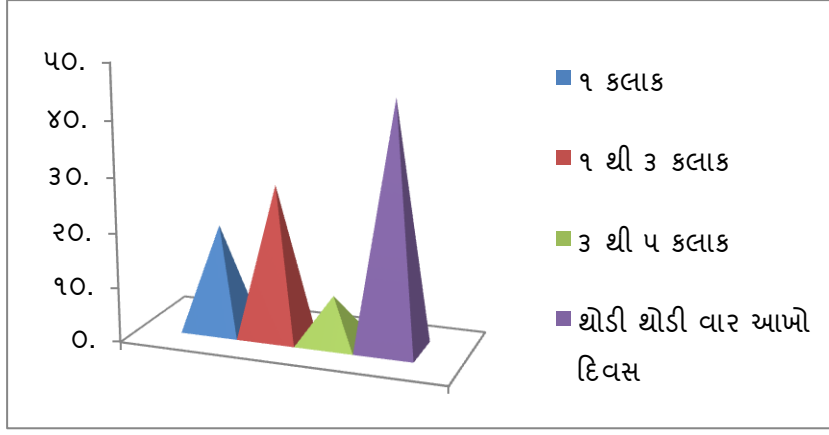
♣ સૌથી વધુ ઉત્તરદાતાઓ વોટ્સએપનો ઉપયોગ કરે છે.



- મોટાભાગનાં ઉત્તરદાતાઓ 4G સ્માર્ટફોનનો જ ઉપયોગ કરે છે.
- સ્માર્ટફોનનો ઉપયોગ કરવાનું મુખ્ય કારણ આજના સમયની જરૂરીયાત ગણાવી છે.
- મોટાભાગના ઉત્તરદાતાઓ માને છે કે સ્માર્ટફોનમાં ઈન્ટરનેટ ફી ના હોય તો પણ વાંધો નથી આવતો.
- હવે લોકો ઓનલાઈન રમતો જોઈને, સીરીયલ-ફિલ્મ જોઈને કે મનપસંદ ગીતો જોઈ કે સાંભળીને તેમજ એડલ્ટ વિડિઓ કે સ્ટોરીઝ વાંચીને મનોરંજન મેળવતા થયા છે.



- સોશિયલ નેટવર્કિંગ સાઈટ્સથી ઘરેલું હિંસા રોકવામાં, તાત્કાલિક હોસ્પિટલની સુવિધા, ઓનલાઈન ખરીદી કે મની ટ્રાન્સફર શક્ય બન્યું છે.
- મોટાભાગનાં ઉત્તરદાતાઓ માને છે તેમ સાયબર ક્રાઈમમાં વધારો થયો છે, તેમજ ઓનલાઈન યુવતીઓ સાથે છેડતી, અશ્લીલ ફોટા કે વીડિઓ શેર કરવા, બ્લેકમેઈલિંગ, ફેક આઈ ડી, હેકિંગનું પ્રમાણ વધ્યું છે.
- મોટાભાગનાં ઉત્તરદાતાઓ થોડી થોડી વાર આખો દિવસ સોશિયલ નેટવર્કિંગ સાઈટ્સનો ઉપયોગ કરે છે.



- ❖ પતિ-પત્નીનાં સંબંધોમાં વહેમ-શંકાનું પ્રમાણ વધ્યું છે, છૂટાછેડાનું પ્રમાણ પણ વધ્યું છે, વડીલોનું નિયંત્રણ ઘટ્યું છે.
- ❖ લવ મેરેજ/કોર્ટ મેરેજમાં વધારો થયો છે, લગ્નેત્તર સંબંધોમાં પણ વધારો થયો છે.
- ❖ શારીરિક-માનસિક રોગોમાં વધારો થયો છે.

❖ સંદર્ભ સૂચી -

1. રાજપુત ભાગ્યશ્રી (૨૦૧૮) “સમૂહ માધ્યમોનો યુવાનો પરનો પ્રભાવ” ગ્રીન ફલેગ ફાઉન્ડેશન, સાબરકાંઠા.
2. વાઘેલા અનીલ (૨૦૧૪) “સમૂહ માધ્યમોનું સમાજશાસ્ત્ર”, અનડા બુક ડીપો, ગ્રંથ સેતુ, ૧૭૫૬, ગાંધીમાર્ગ, અમદાવાદ-૩૮૦૦૦૧
3. ""Instagram for Android breaks 1 million downloads in less than a day"". ૧૭ સપ્ટેમ્બર, ૨૦૧૭.
4. ઇન્નાટીયસ, વગેરે (૧૨ ફેબ્રુઆરી, ૨૦૦૬) “મીટ ધ ગુગલ ગાઈસ”, ટાઈમ મેગેઝીન.
5. બૈરેટ, બ્રાયન (૪ ફેબ્રુઆરી ૨૦૧૦), "Google Wants to Add Store Interiors to Maps". Gizmodo.