



INTERNATIONAL JOURNAL OF CREATIVE RESEARCH THOUGHTS (IJCRT)

An International Open Access, Peer-reviewed, Refereed Journal

ફેસબુક અને યુવાપેઢી - સમાજશાસ્ત્રીય સંશોધન

ડૉ.ભાગ્યશ્રી જે. રાજપુત

(મુલાકાતી વ્યાખ્યાતા)

સમાજશાસ્ત્ર વિભાગ

શ્રી એચ.કે. આર્ટ્સ કોલેજ,

અમદાવાદ, ગુજરાત

સાર-સંક્ષેપ

યુવાપેઢી માત્ર શૈક્ષણિક ડીગ્રીઓ હાંસલ કરી વિકસિત નથી બની રહ્યા. પરંતુ તેઓ સોશિયલ નેટવર્કિંગ એપ્સનો ઉપયોગ કરી ડીઝીટલ બની રહ્યા છે, એક જ સ્માર્ટફોનમાં તેઓ અનેક એપ્લિકેશન્સ રાખી અનેક લોકો સાથે સતત સંપર્કમાં રહે છે. ગુગલ+, વોટ્સએપ, હાઈક, વાઈન, વી-ચેટ, ટ્વિટર અને ખાસ કરીને ફેસબુકની યુવાનોના અંગતજીવન, કૌટુંબિક જીવન, વિચારશૈલી, ભાષાશૈલી પર વિધાયક કે વિઘાતક અસરો થતી હોય છે. ફેસબુક અને આધુનિક યુવાપેઢી એકબીજા સાથે સંકળાઈ ગઈ છે. કોઇપણ સમાજ એવો નહિ હોય કે જે સમાજનો યુવાન ફેસબુક સાથે કનેક્ટ નહિ હોય. આથી ફેસબુક સાથે યુવાપેઢી કેવી રીતે ઓત-પ્રોત છે, તેની અસરો કેવા પ્રકારે છે? તે સમાજશાસ્ત્રીય દ્રષ્ટિકોણથી તપાસવાનો પ્રયત્ન કરેલ છે.

યાવીરૂપ શબ્દો :- ફેસબુક, યુવાપેઢી, સમાજ, યુવાનો, અસરો, સોશિયલ મીડિયા

❖ પ્રસ્તાવના :-

આધુનિક યુગ જેમ-જેમ ટેકનોલોજીકલ રીતે આગળ વધી રહ્યો છે, તેમ યુવાપેઢી વધુ ને વધુ આધુનિક બની ડીઝીટલ બની રહી છે. અનેક સોશિયલ નેટવર્કિંગ એપ જેવી કે, ફેસબુક, ટ્વિટર, વાઈન, હાઈક, વોટ્સએપ, ટીડર વગેરે એપનાં માધ્યમથી યુવાનો જોડાયેલા છે. તેમજ પોતાના અંગત મિત્રો, સગાઓ સાથે ચેટિંગ, સંદેશાઓ-માહિતીની આપ-લે કરતા હોય છે. જેની યુવાનોના અંગતજીવન, કૌટુંબિક જીવન, વિચારશૈલી, ભાષાશૈલી પર વિધાયક કે વિઘાતક અસરો થતી હોય છે. ખાસ કરીને ફેસબુકનો ઉપયોગ કરતા યુવાનો પર કેવા પ્રકારની અસરો થઈ રહી છે, તે તપાસવા માટે સમાજશાસ્ત્રીય દ્રષ્ટિકોણથી સંશોધન હાથ ધરેલ છે. સોશિયલ મીડિયાનો ઉપયોગ જાહેરાત માટે કરી શકાય છે; ઉદાહરણ તરીકે, ફેસબુકના ન્યૂઝફીડ પર જાહેરાત મૂકવાથી, તે ઉત્પાદન અથવા

બ્રાન્ડની જાગૃતિ માટે પ્રોત્સાહિત કરવા માટે વિશાળ સંખ્યામાં લોકો તેને જોઈ શકે છે અથવા તેના ઉપયોગથી વિશિષ્ટ પ્રેક્ષકોને લક્ષ્ય બનાવી શકે છે. ત્યારબાદ સોશિયલ મીડિયાના વપરાશકર્તાઓ જાહેરાતને પસંદ કરવા, શેર કરવા અને તેના પર ટિપ્પણી કરવા, સંદેશ મોકલનારા બનવા માટે સક્ષમ છે, કારણ કે તેઓ તેમના મિત્રો અને આગળની બાજુએ જાહેરાતના સંદેશને પસાર કરી શકે છે. (Hillary Heuler) 'સમૂહ-માધ્યમમાં યાંત્રિક ટેકનોલોજી મહત્વની છે. તે દરેક સમુહના લોકોને પરસ્પર એકબીજા સાથે સાંકળે છે. તેના દ્વારા સંદેશાઓ, માહિતીની આપ-લે ખુબ જ ઝડપથી, વ્યાપક પ્રમાણમાં સતત થતી જોવા મળે છે. તેનો હેતુ લોકો ઉપર એ રીતે પ્રભાવ પાડવાનો હોય છે કે જેથી લોકો વધુ પ્રમાણમાં માધ્યમોનો વ્યવહારમાં ઉપયોગ કરી શકે.'¹

૨૦૧૫માં થયેલા એક અભ્યાસ મુજબ, યુએસએમાં ફેસબુક અથવા ટ્વિટરના ૬૩% વપરાશકર્તાઓ આ નેટવર્કને તેમના સમાચારનો મુખ્ય સ્ત્રોત માને છે, મનોરંજનના સમાચારોને સૌથી વધુ જોવામાં આવે છે. બ્રેકિંગ ન્યૂઝના સમયમાં, ટ્વિટર યુઝર્સ વાર્તામાં રોકાણ કરે તેવી સંભાવના વધારે હોય છે. કેટલાક કિસ્સાઓમાં જ્યારે સમાચાર કે વાર્તા વધુ રાજકીય હોય છે, ત્યારે વપરાશકર્તાઓ કોઈ ટિપ્પણી અથવા પસંદ સાથે લિંક્ડ ફેસબુક પર તેમના મંતવ્યો વ્યક્ત કરશે, જ્યારે ટ્વિટર વપરાશકર્તાઓ ફક્ત સાઇટ્સ ફીડ અથવા લેખને રીટ્વીટ કરશે. (Shearer, Elisa; Barthel, Michael; Gottfried, Jeffrey; Mitchell, Amy : 2015) ઓનલાઇન સામાજિક નેટવર્ક્સમાં, પરંપરાગત મીડિયા ગેટકીપર્સની ગેરહાજરીને કારણે સમાચારની પ્રામાણિકતા અને વિશ્વસનીયતા ઓછી થઈ શકે છે. (Peck, Andrew : 2020)

"યુવા-આકાંક્ષાઓ એટલે યુવાનોની અંગત, કૌટુંબિક, લગ્ન, શૈક્ષણિક, આર્થિક, રાજકીય કે કળા-કારીગરી એમ કોઈ પણ ક્ષેત્રે અન્ય કરતા કંઈક અલગ કરવાની અદ્યત્ન ઈચ્છાઓ. આ ઉપરાંત યુવા-આકાંક્ષાઓમાં શહેરીકરણ, પશ્ચિમીકરણ, આધુનિકીકરણ, જુદા-જુદા સમૂહ-માધ્યમોનાં સાધનો મહત્વનો ભાગ ભજવે છે."²

અવનવી ટેકનોલોજી તથા યુવાઓ પ્રત્યે ખુબ જ જાણકારી મેળવવાની ધગશથી જ આ સંશોધન કાર્ય હાથ ધર્યું છે. સોશિયલ મીડિયા દ્વારા સામૂહિક સાંસ્કૃતિક વિનિમય અને આંતરસંસ્કૃતિક સંદેશાવ્યવહારની મંજૂરી આપવામાં આવી છે. વિવિધ સંસ્કૃતિઓમાં વિવિધ મૂલ્ય પ્રણાલીઓ, સાંસ્કૃતિક માળખું, વ્યાકરણ અને વિશ્વના દૃષ્ટિકોણો હોવાને કારણે, તેઓ પણ અલગ રીતે વાતચીત કરે છે. જેનો પ્રભાવ યુવાનોમાં થતો જોવા મળે છે. ("AMPU Guide: Common Cross-cultural Communication Challenges") યુવા સંદેશાવ્યવહારની રીતને પ્રભાવિત કરતું અન્ય વલણ હેશટેગ્સનો ઉપયોગ છે. ટ્વિટર, ફેસબુક અને ઇન્સ્ટાગ્રામ જેવા સોશિયલ મીડિયા પ્લેટફોર્મની રજૂઆત સાથે, માહિતીને સરળતાથી ગોઠવવા અને શોધવા માટે આ હેશટેગ બનાવવામાં આવ્યું હતું. જ્યારે લોકો કોઈ હિલચાલની હિમાયત કરવા માંગતા હોય, ત્યારે સામગ્રીને સ્ટોર કરવા અથવા ભાવિ ઉપયોગ માટેની ટ્વીટ્સ, અને અન્ય સોશિયલ મીડિયા વપરાશકર્તાઓને હાલના હેશટેગ્સનો ઉપયોગ કરીને કોઈ ચોક્કસ યજ્ઞવળ વિશેની ચર્ચામાં ફાળો આપવા દેતા હોય ત્યારે હેશટેગ્સનો ઉપયોગ કરી શકાય છે. ઓનલાઇન કોઈ વસ્તુની હિમાયત કરવાની રીત તરીકે હેશટેગ્સનો ઉપયોગ કરવાથી વધુ લોકો માટે વિશ્વભરમાં તેની સ્વીકૃતિ સરળ અને વધુ સુલભ બને છે. (Saxton, Gregory D.; Niyirora, Jerome N.; Guo, Chao; Waters, Richard D. : 2015). ફેસબુકને યુવાનો કેટલું મહત્વ આપે છે? તેમજ આધુનિક યુગમાં ઇન્ટરનેટનાં માધ્યમથી ફેસબુકની યુવાપેઢી

¹ રાજપૂત ભાગ્યશ્રી (૨૦૧૮), 'સમૂહ-માધ્યમો અને યુવાનો', ગ્રીન ફ્લેગ ફાઉન્ડેશન, સાબરકાંઠા. પા.નં. - ૧૬

² રાજપૂત ભાગ્યશ્રી (૨૦૧૮), 'યુવા અજંબો', આયુષ્ય પ્રકાશન, અમદાવાદ પા.નં- ૭

પર કેવી અસરો વર્તાય છે, તેમના કૌટુંબિક જીવન, અંગત જીવન, વિચારશૈલી, સંપૂર્ણ જીવનશૈલી પર ફેસબુકની કેવી અસરો થાય છે? તે જાણવું ખુબ જ અગત્યનું છે.

❖ સંશોધનનાં મુખ્ય હેતુઓ :-

1. યુવાનો કેટલા સમયથી ફેસબુકનો ઉપયોગ કરે છે? તે જાણવું.
2. ફેસબુકનો ઉપયોગ કરવાની પ્રેરણા કોની પાસેથી મળી? તે જાણવું.
3. ફેસબુક પ્રોફાઇલ ઈમેજ વિશેની જાણકારી મેળવવી.
4. યુવાનો ફેસબુક પર કેટલા મિત્રો ધરાવે છે? તે જાણવું.
5. ચેટિંગ કરતી વખતે તેઓ કેવી લાગણી અનુભવે છે? તે જાણવું.
6. ફેસબુક દ્વારા તેઓ સાથે કોઈપણ પ્રકારની છેતરપિંડી થઈ છે કે નહિ? તે જાણવું.
7. ફેસબુક વિશે કેવા કાયદા હોવા જોઈએ? તે સંદર્ભે યુવાપેઢીનાં મંતવ્યો જાણવા.

❖ અભ્યાસ ક્ષેત્ર :-

પ્રસ્તુત સંશોધન યુવાનોના સંદર્ભમાં છે, આથી યુવાન કોને કહેવા તે અગત્યનું છે. 'જે યુવાન યુવક અને યુવતી ૧૫ થી ૨૫ વર્ષ સુધીની વયજૂથ ધરાવતા હોય તેનો સમાવેશ યુવાજગતમાં કરી શકાય, આ ઉપરાંત યુવાજગતનાં વ્યાપક અર્થમાં યુવાનોનો શારીરિક, માનસિક વિકાસ, સક્ષમતા, જાગરૂકતા, સામાજિક, સાંસ્કૃતિક, શૈક્ષણિક પાસાઓ વધુ મહત્વના બને છે.'³

અભ્યાસક્ષેત્રના સંદર્ભમાં જોઈએ તો, સંશોધક પોતે અમદાવાદ શહેરની રહેવાસી છે, આથી ફેસબુકની યુવાનો પર કેવા પ્રકારની અસરો થાય છે? તે માટે અમદાવાદી યુવાનોને તથા અમદાવાદ શહેરને જ અભ્યાસ ક્ષેત્ર તરીકે પસંદ કરવામાં આવ્યું હતું. "જે યુવાનો પ્રત્યક્ષ કે પરોક્ષ રીતે અમદાવાદ શહેર સાથે સંબંધ ધરાવતાં હોય, ઉપરાંત યુવાનોનું રહેઠાણ, શિક્ષણ, વ્યવસાય, મોજ-શોખ, ખાણી-પીણી તેમજ સમગ્ર જીવનશૈલી અમદાવાદ શહેર સાથે જોડાયેલી હોય, તેવાં યુવાનોને 'અમદાવાદી યુવાઓ' કહી શકાય."⁴

❖ નિદર્શ પસંદગી તથા અભ્યાસ પદ્ધતિ :-

'ફેસબુક અને યુવા પેઢી- સમાજશાસ્ત્રીય સંશોધનમાં અમદાવાદ શહેરના યુવાનોને જ ઉત્તરદાતા તરીકે પસંદ કરેલ છે. આથી જે યુવાનો ફેસબુકનો ઉપયોગ કરતા હતા તેવા જ યુવાનોને ઉત્તરદાતા તરીકે પસંદગી આપેલ છે. આકસ્મિક રીતે મળી ગયેલા મારા ઉત્તરદાતાઓને મુલાકાત અનુસૂચી પદ્ધતિ દ્વારા પ્રશ્નો પૂછ્યા છે. શરૂઆતમાં આકસ્મિક રીતે ચાર યુવા-ઉત્તરદાતાઓની મુલાકાત લીધી, તેમાં મુલાકાતીઓ માટેના સ્થળ સોસાયટી, યુનિવર્સિટીનું કેમ્પસ, બગીચા વગેરે છે. ઉપરાંત આ જ ઉત્તરદાતાઓએ અન્ય યુવાનોનો સંપર્ક કરાવ્યો કે જેઓ ફેસબુકનો ઉપયોગ કરતા હતા. આથી સ્નો બોલ ટેકનિક (Snow Ball Technique) દ્વારા એક પછી એક

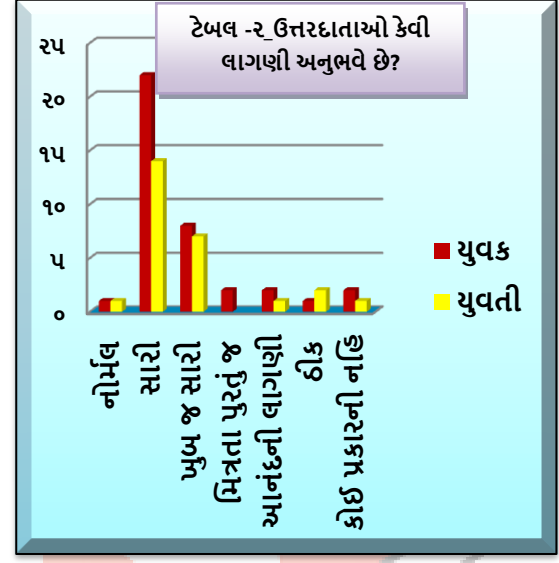
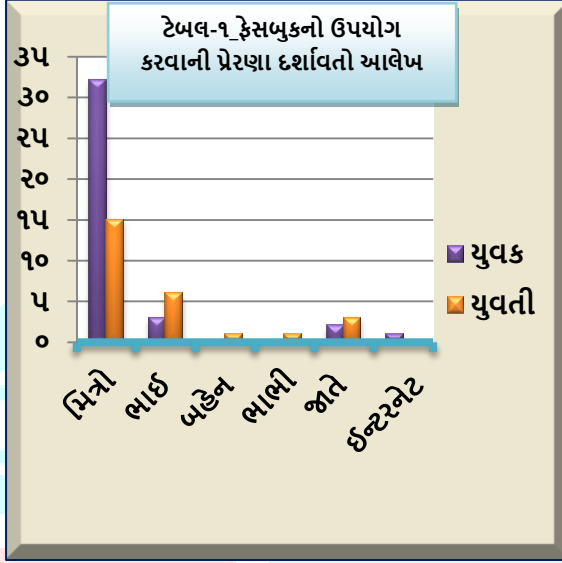
³ રાજપુત ભાગ્યશ્રી (૨૦૧૮), 'સમૂહ-માધ્યમોનો યુવાનો પરનો પ્રભાવ', ગ્રીન ફ્લેગ ફાઉન્ડેશન, સાબરકાંઠા પા.નં. - ૫૯

⁴ રાજપુત ભાગ્યશ્રી (૨૦૧૮), 'અમદાવાદી યુવાનોની આકાંક્ષાઓ', આયુધ પ્રકાશન, અમદાવાદ પાન નં- ૭

ઉત્તરદાતાઓ મળતા ગયા, આ રીતે આકસ્મિક નિદર્શ પ્રયુક્તિ અને સ્નો બોલ ટેકનિક (Snow Ball Technique)નો ઉપયોગ કરી મુલાકાત અનુસૂચી દ્વારા ૨૬ યુવતીઓ અને ૩૮ યુવકો એમ કુલ ૬૪ યુવા ઉત્તરદાતાઓ પાસેથી માહિતી એકત્રિત કરવામાં આવી હતી.

❖ માહિતીનું વર્ગીકરણ :-

ફેસબુક જેવી એપનો ઉપયોગ મોટાભાગના યુવાનો કરે છે પરંતુ તે એપનો ઉપયોગ કરવાની પ્રેરણા કોની પાસેથી મળી? તે જાણવું આવશ્યક છે.



પ્રાપ્ત થયેલ આંકડાકીય માહિતી પરથી સ્પષ્ટ થાય છે કે, જે યુવા-ઉત્તરદાતાઓ ફેસબુક એપનો ઉપયોગ કરે છે, તેમાંથી સૌથી વધુ ૩૨ યુવક અને ૧૪ યુવતી ઉત્તરદાતાઓને તેમના અંગત મિત્રો પાસેથી પ્રેરણા મળી છે. યુવાવસ્થામાં બંધાયેલી મિત્રતા જીવનમાં ખુબ જ અગત્યનો ભાગ ભજવે છે. આથી યુવાનો આ અવસ્થા દરમિયાન જે કોઈપણ કાર્યો કે કાંડ કરતા હોય તેમાં મિત્રોની ભૂમિકા મહત્વની હોય છે. આ ઉપરાંત ફેસબુક અને ટ્વિટર સમાચારને વધુ ભાગીદારીનો અનુભવ બનાવે છે, કારણ કે લોકો સમાચાર લેખો શેર કરે છે અને અન્ય લોકોની પોસ્ટ્સ પર ટિપ્પણી કરે છે. રેની અને વેલમેન (૨૦૧૨) એ દલીલ કરી છે કે હવે મીડિયા નિર્માણ એક ભાગીદારીનું કામ બની ગયું છે. (Rainie, Lee & Wellman, Barry : 2012) ૬ યુવતીઓ તથા ૩ યુવક ઉત્તરદાતાઓને તેમના ભાઈ પાસેથી ફેસબુક વાપરવાની પ્રેરણા મળી. મોટેભાગે વ્યક્તિનો મોટોભાઈ જે વસ્તુ વાપરે કે કોઈ નવું કાર્ય હાથ ધરે તો, તેના જેવું જ નાના ભાઈ-બહેન કરતા હોય છે. ભારતીય સમાજમાં મોટોભાઈ એ પિતા સમાન ગણાય છે. આથી અહીં ફેસબુકનો ઉપયોગ મોટોભાઈ કરે તો, નાના ભાઈ-બહેન પણ તેમના જેવું જ શીખે છે. આ એક પ્રકારનું સમાજીકરણ કહી શકાય.

ફેસબુકનો ઉપયોગ કરતા યુવાનો અનેક જાણી કે અજાણી વ્યક્તિઓના સંપર્કમાં આવે છે તથા તેઓ સાથે ચેટિંગ પણ કરે છે. તેઓ કલાકો સુધી ફેસબુક પર જ સમય વિતાવે છે. સોશિયલ મીડિયાની અસર પરના એક અભ્યાસ મુજબ, કિશોરો પર ફેસબુકની ભાવનાત્મક અસર થતી હોવાનું નોંધાયું છે. જે 'ફેસબુક ડિપ્રેશન' છે. તેઓ પોતાનો મોટાભાગના સમયમાં ફેસબુક પર જ વ્યસ્ત રહે છે. (O'Keefe Schurgen, Gwen. Clark-Pearson,

Kathleen:2011) ફેસબુક એ યુવાનો માટે વિચારોની, લાગણીની અભિવ્યક્તિ કરવાનું એક સાધન છે, તેમ કહી શકાય. ફેસબુકની ટિપ્પણીઓથી લઈને ઇન્સ્ટાગ્રામ પરની પસંદ સુધીની, યુવાનો કેવી રીતે વાતચીત કરે છે, અને સામાજિક રૂપે જે સ્વીકાર્ય છે તે હવે સોશિયલ મીડિયા પર આધારિત છે. (Anderson, Monica; Jiang, Jingjing : 2018). આલેખીય માહિતી પરથી જોઈ શકાય છે કે, સૌથી વધુ ૨૨ યુવકો અને ૧૪ યુવતીઓ એમ કુલ ૩૬ (૫૬.૨%) યુવા-ઉત્તરદાતાઓ ફેસબુક દ્વારા ચેટિંગ કરતી વખતે સારી લાગણી અનુભવે છે. જ્યારે ૨ યુવકો અને ૧ યુવતી એમ કુલ ૩ (૪.૭%) ઉત્તરદાતાઓ એવા છે કે જેઓ, ચેટિંગ કરતી વખતે કોઈપણ પ્રકારની લાગણી અનુભવતા નથી. આ પરથી કહી શકાય કે, યુવાપેઠી મિત્રો કે સગાઓ સાથે ચેટિંગ કરતી વખતે સારી લાગણી અનુભવે છે, પણ તેમ છતાં ચેટિંગ કરતી વખતે લાગણી, પ્રેમ, હુંફનો અભાવ જોવા મળે છે. ફેસબુક દ્વારા થતી ચેટિંગ એ પરોક્ષરૂપે હોવા છતાં પ્રત્યક્ષ હોવાનો આભાસ કરાવે છે, તેમ છતાં યુવાનો વચ્ચેની લાગણીમાં કૃત્રિમતા દેખાય છે.

હાર્વર્ડ બિઝનેસ રિવ્યૂ દ્વારા કરવામાં આવેલા અભ્યાસ દર્શાવે છે કે ઘણી વખત નકારાત્મક પરિણામો જોવા મળે છે, કારણ કે ફેસબુકના ઉપયોગને નીચા સ્તરે સુખાકારી સાથે જોડવામાં આવી છે; ફેસબુકના ઉપયોગને કારણે માનસિક સ્વાસ્થ્યમાં ઘટાડો જોવા મળ્યો છે. (Cramer, Emily M.; Song, Hayeon; Drent, Adam M. : 2016) કમ્પ્યુટર્સ ઇન હ્યુમન બિહેવિયરના લેખ મુજબ, નબળા માનસિક સ્વાસ્થ્યની આ લાગણીઓને લોકોએ તેમના ફેસબુક એકાઉન્ટ્સમાંથી સમય કાઢવા માટે સૂચવવા સૂચવ્યું છે; આ ક્રિયાને "ફેસબુક થાક" કહેવામાં આવે છે અને તાજેતરના વર્ષોમાં તે સામાન્ય છે. (Shakya, Holly B.; Christakis, Nicholas A. : 2017)

(ટેબલ - ૩ ફેસબુક પર સૌથી વધુ શું પસંદ છે? તે દર્શાવતું કોષ્ટક)

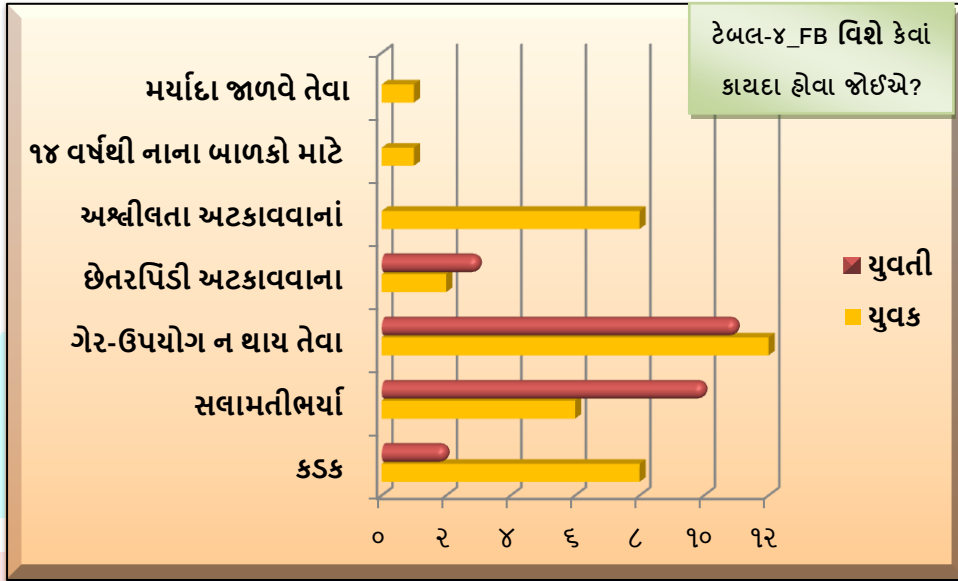
ક્રમ	વિગત	યુવક	યુવતી	કુલ	ટકા
૧	ચેટિંગ	૧૪	૮	૨૨	૩૬.૬
૨	ફોટા જોવા	૫	૬	૧૧	૧૭.૧
૩	પ્રોફાઇલ	૧	૧	૦૨	૩.૧૨
૪	કમેન્ટ	૫	૨	૦૭	૧૦.૮
૫	નવા મિત્રો બનાવવા	૬	-	૦૬	૯.૩૭
૬	જુના મિત્રો શોધવા	૧	૩	૦૪	૬.૨૫
૭	ફોટા અપલોડ કરવા	૨	-	૦૨	૩.૧૨
૮	મેસેજ	૨	૩	૦૫	૭.૮૧
૯	ગેમ	૧	-	૦૧	૧.૫૬
૧૦	બધુ જ	૧	૩	૦૪	૬.૨૫
	કુલ	૩૮	૨૬	૬૪	૧૦૦

ઉપર્યુક્ત દર્શાવેલ કોષ્ટકીય વર્ગીકરણ પરથી સમજી શકાય છે કે, કુલ ઉત્તરદાતાઓમાંથી સૌથી વધુ ૨૨ (૩૬.૬%) યુવા ઉત્તરદાતાઓને ચેટિંગ કરવાનું ખુબ જ પસંદ છે. તેમણે યુવતી ઓ કરતાં યુવકોનું પ્રમાણ વધુ જોવા

મળ્યું. ફેસબુક પર ચેટિંગ કરવાનું પસંદગી ધરાવનાર કુલ ૧૪ યુવકો અને ૮ યુવતીઓનો સમાવેશ થયેલ છે. આ પરથી કહી શકાય કે, યુવા-ઉત્તરદાતાઓ માટે ફેસબુક એ ચેટિંગ કરવા માટેનું માધ્યમ છે. કે જેના દ્વારા વ્યક્તિ પોતાના અંગત કે દુરના મિત્રો સાથે, સગાઓ સાથે માહિતી-સંદેશાની આપ-વે ચેટિંગ દ્વારા કરી શકે છે. તેમજ સતત અને ઝડપથી સંપર્ક કરી શકે છે. માત્ર ૧ જ યુવક ઉત્તરદાતા એવા છે કે જેઓને ફેસબુક પર આવતી અવનવી ગેમ્સ રમવી પસંદ છે. જ્યારે ૧ યુવક અને ૩ યુવતી એમ કુલ ૪ (૬.૨%) યુવા-ઉત્તરદાતાઓ એવા છે કે જેઓને ફેસબુકમાં બધું જ પસંદ છે. એટલે કે, તેઓને, ફેસબુકમાં ચેટિંગ કરવી, ફોટાઓ જોવા, મિત્રો કે સગાઓની પ્રોફાઇલ જોવી, કમેન્ટ કરવી, નવા મિત્રો બનાવવા, જુના મિત્રોને ફેસબુકનાં માધ્યમથી શોધવા, ફોટા અપલોડ કરવા, મેસેજ કરવા તથા ગેમ રમવી એમ ફેસબુક સાથે સંકળાયેલ બધા જ ફીચર્સનો ઉપયોગ કરવો પસંદ છે. ફેસબુક એ પ્રથમ મોટા પાયે સામાજિક નેટવર્કમાંનું એક હતું. ફેસબુક અસરમાં, ડેવિડ કિર્કપટ્ટીકે જણાવ્યું હતું કે ફેસબુકની રચના તેના "નેટવર્ક ઇફેક્ટ્સ" ને કારણે તેને બદલવા મુશ્કેલ બનાવે છે. 2016 સુધીમાં, એક અંદાજ મુજબ યુ.એસ. ની 44 ટકા વસ્તી ફેસબુક દ્વારા સમાચાર મેળવે છે. (The Economic Times : 2016.) કોષ્ટકીય માહિતી પરથી જોઈ શકાય છે કે, કોઇપણ યુવતીઓને ફેસબુક પર નવા મિત્રો બનાવવા, ફોટાઓ અપલોડ કરવા કે ગેમ રમવી પસંદ નથી. એનું મુખ્ય કારણ એ હોઈ શકે કે, ભારતીય સમાજ આજેપણ મહિલાઓ પર અમુક પ્રકારની પાબંધીઓ રાખે છે. મહિલાઓ નવા મિત્રો બનાવવા માંગતી હોય, ફોટા અપલોડ કરવા માંગતી હોય કે ઓનલાઇન ગેમ રમવા માંગતી હોય પરંતુ સમાજ-પરિવારના નિયંત્રણના કારણે યુવતીઓ સ્વતંત્ર બનીને પોતાની મરજીનું કરી શકતી નથી. જ્યારે યુવકો સહેલાઈથી ફેસબુકનાં માધ્યમથી નવા મિત્રો બનાવી શકે, ફોટા અપલોડ કરી શકે છે. જે યુવક અને યુવતીઓ વચ્ચેની અસમાનતા જ દર્શાવે છે. આ પરથી કહી શકાય કે, આધુનિક યુવાપેઢી સમાજને આધુનિક બનાવી રહી છે સાથે-સાથે ટેકનોલોજીના બધા જ ફીચર્સનો ઉપયોગ કરી, વધુ વિકાસ તરફ આગળ વધી રહ્યા છે. તેમ છતાં સમાજના ધોરણો, મૂલ્યો, નિયંત્રણો હાવી હોવાના કારણે ટેકનોલોજીનો વપરાશ કરતા યુવાનો માનસિક ગુલામ છે.

ડેનાહ બાયડ (2011) ના જણાવ્યા મુજબ , ચોક્કસ સોશ્યલ નેટવર્કિંગ સેવાઓ પ્રત્યેની લોકોની ધારણાને આકાર આપવા માધ્યમો મોટી ભૂમિકા ભજવે છે . જ્યારે માય સ્પેસ સાઇટ જોઈએ ત્યારે , પુખ્ત વયના લોકોએ સમજવા લાગ્યા કે સાઇટ કિશોરોમાં કેવી લોકપ્રિય બની રહી છે, યુવા ભાગીદારી અને સાઇટનો ઉપયોગ કરીને તેમને સંભવિત સંભવિત જોખમો સાથે ન્યૂઝ મીડિયા ભારે ચિંતિત થઈ ગયું છે. પરિણામે, કિશોરોએ સંકળાયેલા જોખમો (દા.ત. બાળ શિકારી અને નિયંત્રણના અભાવ) ને કારણે સાઇટમાં જોડાવાનું ટાળ્યું હતું, અને માતાપિતાએ સાઇટને જાહેરમાં નિંદા કરવાનું શરૂ કર્યું હતું. આખરે, સાઇટને ખતરનાક તરીકે લેબલ કરવામાં આવ્યું હતું, અને ઘણાને સાઇટ સાથે વાતચીત કરવાથી દૂર કરવામાં આવ્યા હતા. (Boyd, Danah : 2011). ફેસબુકનું માધ્યમ એવું છે કે જેની વ્યક્તિના અંગત જીવન પર ગંભીર અસરો પડે છે. ચેટિંગ દરમિયાન મિત્રો સાથે અણબનાવ થાય તો પણ વ્યક્તિ ગુસ્સો કરે, હતાશ-નિરાશ બની જાય કે ઝઘડો કરવા લાગે. ક્રોધિત કે ભાવનાત્મક ચેટિંગ ઇન્ટરનેટની બહાર વાસ્તવિક દુનિયાની ક્રિયાપ્રતિક્રિયા તરફ દોરી શકે છે, જે વપરાશકર્તાઓને જોખમી પરિસ્થિતિઓમાં મૂકી શકે છે. કેટલાક વપરાશકર્તાઓને ઓનલાઇન હિંસાના જોખમોનો અનુભવ થયો છે અને આ ધમકીઓથી ઓનલાઇન પોતાની અંગત બાબતોને ફેલાવાનો ભય રહે છે. જેમ કે, સાયબર ધમકી, ઓનલાઇન છેડતી, સતામણી, ટ્રોલિંગ વગેરે જેવા ગુનાઓમાં વધારો થાય છે. આઈ-સેફ ફાઉન્ડેશનના સાયબર ધમકાવનારા આંકડા અનુસાર, અડધાથી વધુ કિશોરો અને કિશોરોને ઓનલાઇન ધમકાવવામાં આવ્યા છે. ("Cyber Bullying Statistics". July 7, 2015.)

પ્રસ્તુત સંશોધનના સંદર્ભમાં ફેસબુક પર ઓનલાઈન હોય તો અન્ય વ્યક્તિ તમને ખલેલ પહોચાડે તો યુવાનો કેવો પ્રતિભાવ આપે છે? તે વિશેની માહિતી મેળવવામાં આવી હતી. જેમાં જાણવા મળ્યું કે, સૌથી વધુ ૨૪ (૩૭.૫%) યુવા-ઉત્તરદાતાઓ એટલે કે ૧૪ યુવકો અને ૧૦ યુવતીઓને અન્ય વ્યક્તિ ખલેલ પહોચાડે તો તેઓ ગુસ્સો કરે છે. ફેસબુક સાથે જોડાયેલા યુવાનો પોતાના મિત્રો સાથે એટલા બધા ઓતપ્રોત થઈ જાય છે કે, પોતાના પરિવારના સભ્યો બોલાવે, કે ઓનલાઈન ચેટિંગ દરમિયાન ખલેલ પહોચાડે તો તેઓ ગુસ્સો કરે છે. આ પરથી કહી શકાય કે, યુવાપેઢી માટે પોતાના પરિવારના સભ્યો કરતા ફેસબુક પરના મિત્રો વધુ મહત્વના બની રહ્યા છે. એક નવા જ સામાજિક સંબંધો રચાઈ રહ્યા છે. જે ભારતીય સમાજનાં માળખાને જડમૂળથી બદલી નાખવામાં સક્ષમ બની રહેશે.



સંશોધન નાં સંદર્ભમાં યુવા-ઉત્તરદાતાઓના મત મુજબ, ફેસબુક વિશે કેવા કાયદા હોવા જોઈએ, તે માટેની માહિતી એકત્રિત કરવામાં આવી છે. જેમાં સૌથી વધુ ૩૫.૯% યુવા-ઉત્તરદાતાઓએ ફેસબુકનાં માધ્યમથી કોઈ પ્રકારનો ગેરઉપયોગ ન થાય તેવા કાયદા અમલમાં મુકવાનું જણાવેલ છે. મોટેભાગે કેટલાક કાયદા માત્ર કાયદાપોથીમાં જ રહી જાય છે, જ્યારે કોઈ ગુના બને તો ગુનેગાર ને સજા આપવામાં અને નિર્દોષને ન્યાય આપવામાં ઘણું મોડું થઈ જતું હોય છે. ભારતીય સમાજમાં પહેલેથી જ કેટલીય સામાજિક સમસ્યાઓ વ્યાપ્ત છે. તેમાયે હવે ફેસબુકનાં માધ્યમથી સાઈબર ક્રાઈમ, ઓનલાઈન છેડતી, યુવતીઓના ફોટા જાણ વિના અપલોડ કરવા વગેરે જેવા બનાવો બને છે. આથી યુવાપેઢી એવા કાયદા ઘડવાનું સૂચન કરે છે કે, જેથી ફેસબુકનો ગેર-ઉપયોગ ન થાય તથા યુવાનો સલામતી અનુભવે. સંશોધનમાં સમાવિષ્ટ માત્ર એક જ યુવક ઉત્તરદાતાએ ૧૪ વર્ષથી નીચેની ઉંમરનાં બાળકો ફેસબુકનો ઉપયોગ ન કરે તેવા કાયદા અમલમાં મુકવાનું જણાવ્યું છે. તેમજ ૮ યુવક ઉત્તરદાતાઓ એ અશ્લીલતા અટકાવવા માટેના કાયદા હોવાનું જણાવ્યું છે.

નોર્વે, ડેનમાર્ક, ફિનલેન્ડ, અને સ્વીડનમાં મોટા ઇન્ટરનેટ સર્વિસ પ્રોવાઈડર્સે સ્વૈચ્છિક (વેબસાઈટ બ્લોક કરવાનો કાયદા સરકારે ઘડવો ન પડે તે માટે)રીતે પોલીસ દ્વારા આદેશ કરાયેલી કેટલીક વેબસાઈટોને બ્લોક કરી છે. માનવામાં આવે છે કે આ બધી વેબસાઈટ યાઈલ્ડ પોર્નોગ્રાફીને લગતી હશે. આ સાઈટના કન્ટેન્ટને ગુમ રાખવામાં

આવ્યું છે.⁵ સાયબરસ્લેકિંગ (Cyberslacking) કોર્પોરેટ માટે ગંભીર ખતરો બની રહ્યું છે. ,પેનીસુલા બિઝનેશ સર્વિસ દ્વારા કરાયેલા સર્વે મુજબ ઇંગ્લેન્ડમાં કર્મચારીઓ સરેરાશ રીતે કામ દરમિયાન 57 મિનિટ જેટલો સમય વેબસર્ફિંગ કરવા માટે ગાળે છે. (Scottman.com News- Misuse of the net against a small firm in the city)

ફેસબુકનો ઉપયોગ કરતા ૨૧.૯% યુવાનોના પરિવાર નકારાત્મક મંતવ્ય ધરાવે છે. ૭ યુવક અને ૭ યુવતીઓનાં જણાવ્યા મુજબ, તેઓ ફેસબુકનો ઉપયોગ કરે છે, તે તેમના પરિવારને ગમતું નથી, તેમજ ઘણીવાર ફેસબુક ન વાપરવા વિશે જણાવીને સંઘર્ષ કે નાની-મોટી મતભેદ થતા હોવાનું જણાવેલ છે. ભારતીય સમાજમાં આજેપણ વડીલો દ્વારા જીવનસાથી પસંદગીને વધુ પ્રાધાન્ય આપવામાં આવે છે, ત્યારે આધુનિક યુવાપેઢી ફેસબુકનાં માધ્યમથી પોતાના માટે જીવનસાથી પસંદગી કરશે કે નહિ, તે પ્રશ્ન પૂછવામાં આવ્યો હતો. જેમ ૭૫% યુવા ઉત્તરદાતાઓએ ફેસબુકનાં માધ્યમથી જીવનસાથી પસંદગી કરવાની ઈચ્છા નથી રાખતા. જ્યારે ૧૦.૯% યુવા ઉત્તરદાતાઓ ફેસબુકનાં માધ્યમથી જ જીવનસાથી પસંદ કરવાનું સૂચવે છે. બાકી રહેલ ૧૪ % યુવા ઉત્તરદાતાઓ કેવીરીતે જીવનસાથી પસંદ કરશે તે વિશે હજી નક્કી નથી, તેમ જણાવેલ છે. ફેસબુક પર શેર કરવામાં આવતા વિચારો, ફોટાઓ કેટલીક વાર ફેસબુક યુઝર્સ દ્વારા જાહેર રાખવામાં આવે છે, જ્યારે કેટલાક લોકો ગુપ્ત પણ રાખે છે. ગોપનીયતા અધિકારના હિમાયતીઓ સોશિયલ મીડિયા પરના વપરાશકર્તાઓને તેમના વ્યક્તિગત ડેટાના સંગ્રહ વિશે ચેતવણી આપે છે. ઇલેક્ટ્રોનિક ટ્રેકિંગ અને થર્ડ પાર્ટી એપ્લિકેશન્સ દ્વારા વપરાશકર્તાની જાણકારી અથવા સંમતિ વિના કેટલીક માહિતી મેળવે છે. ડેટા માઇનિંગ તકનીકોનો ઉપયોગ કરીને સોશિયલ મીડિયા ઇન્ટેલિજન્સ દ્વારા, કાયદાના અમલ અને સરકારી હેતુ માટે ડેટા પણ એકત્રિત કરી શકાય છે. (Jones, Harvey; Soltren, José Hiram : 2005). અમેરિકન ઇકોનોમિક રિવ્યૂના 2020 ના પ્રાયોગિક અધ્યયનમાં જાણવા મળ્યું છે કે ફેસબુકને નિષ્ક્રિય કરવાને કારણે વ્યક્તિલક્ષી સુખાકારીમાં વધારો થયો છે. (Allcott, Hunt; Braghieri, Luca; Eichmeyer, Sarah; Gentzkow, Matthew : 2020). આ પરથી કહી શકાય કે, ફેસબુકના વધુ પડતા વપરાશના કારણે આધુનિક યુવાપેઢીનાં અંગત જીવન, ભાષા, પહેરવેશ, બોલી, શિક્ષણની સાથે સાથે લગ્ન સંસ્થામાં પણ પરિવર્તન આવી રહ્યું છે.

❖ સંશોધનનાં મુખ્ય તારણો :-

- પ્રસ્તુત અભ્યાસમાં ઉત્તરદાતા તરીકે યુવક અને યુવતી બંનેનો સમાવેશ કરવામાં આવ્યો છે. જેમાં ૨૬ યુવતીઓ અને ૩૮ યુવકો છે.
- કુલ ઉત્તરદાતાઓમાંથી ૫૩ અપરિણીત અને ૧૧ ઉત્તરદાતાઓ પરિણીત છે.
- સૌથી વધુ ૭૩.૪% યુવા ઉત્તરદાતાઓને ફેસબુકનો ઉપયોગ કરવાની પ્રેરણા મિત્રો પાસેથી મળી છે.
- જે ઉત્તરદાતા ફેસબુક પર ઓનલાઇન હોય તે સમયે અન્ય વ્યક્તિ ખલેલ પહોંચાડે તો તેઓ ગુસ્સો કરે છે.
- ફેસબુકનો ઉપયોગ કરતી વખતે નેટવર્ક એરર આવે કે નાપસંદ વ્યક્તિના મેસેજ આવે તો યુવા ઉત્તરદાતાઓ પરેશાની અનુભવે છે.
- મોટાભાગના ઉત્તરદાતાઓ ફેસબુક પર પોતાના અંગત વિચારો રજૂ કરતા નથી.

⁵ "Finland Censorship Anti-Censorship See". The register. 2006-07-17. Retrieved 2007-08-18.

- માત્ર ૪ ઉત્તરદાતાઓએ અન્ય વ્યક્તિના ફેસબુક એકાઉન્ટનો ઉપયોગ મેસેજ જોવા માટે, અંગત માહિતી મેળવવા માટે કે ફોટો અપલોડ કરવા માટે ઉપયોગ કરેલ છે.
- મોટાભાગનાં યુવા ઉત્તરદાતાઓ ફેસબુક પર ૧ કલાક થી ૪ કલાક સુધીનો સમય વ્યતિત કરે છે.
- મોટાભાગના ઉત્તરદાતાઓ ફેસબુક વિશેનાં કાયદા જાણતા નથી.
- સંશોધનમાં સમાવિષ્ટ કરેલ એક જ ઉત્તરદાતા સાથે ફેસબુકનાં માધ્યમથી છેતરપિંડી થઇ છે.
- ૧૮.૮% જેટલા યુવા-ઉત્તરદાતાઓને ફેસબુક લોગ આઉટ કર્યા બાદ ફરીથી લોગ-ઇન કરવાનું મન થાય છે.
- સૌથી વધુ ૩૫.૯% યુવા-ઉત્તરદાતાઓએ ફેસબુકનાં માધ્યમથી કોઈ પ્રકારનો ગેરઉપયોગ ન થાય તેવા કાયદા અમલમાં મુકવાનું જણાવેલ છે.
- ૨૧.૯% ઉત્તરદાતાઓ ફેસબુકને માત્ર ટાઈમપાસ સમજે છે.

❖ ઉપસંહાર :-

આજનો યુગ યુવા-યુગ છે. યુવાઓ ઈચ્છે તો કોઈપણ એપને મશહૂર કરી શકે છે, કાં તો પોતે એ જ એપ દ્વારા મશહૂર બની શકે છે. ફેસબુક એક એવી જ એપ છે કે, જેની શોધ માર્ક ઝુકરબર્ગ નામના યુવાને કરી છે. સમગ્ર યુવાપેઢીને એક નવી જ રાહ બતાવનાર ફેસબુક યુવા-જીવનનો મહત્વપૂર્ણ હિસ્સો બની ગયો છે. માત્ર યુવાનો જ નહિ, પરંતુ બાળકો, મોટી ઉંમરના સ્ત્રી-પુરુષો બધા જ સ્માર્ટફોન-ઈન્ટરનેટની સાથે-સાથે ફેસબુકનાં રંગે રંગાઈ ગયા છે. આજના વ્યક્તિની સવાર ફેસબુક ઓપન કરવાની સાથે શરુ થાય છે અને રાત ફેસબુક બંધ કરવાની સાથે જ થાય છે, તેમ કહેવામાં જરાય અતિશયોક્તિ નથી જ. ફેસબુકનાં માધ્યમથી માનવજીવન, ખાસ કરીને યુવા-જીવન વધુ સરળ અને ઝડપી બન્યું છે. વિચારશૈલી આધુનિક બની છે. કૌટુંબિક સંબંધો, જ્ઞાતિગત સંબંધો, ધાર્મિક કે રાજકીય સંબંધો વધારવા માટે કે વિખેરવા, નવી સામાજિક સમસ્યાઓમાં વધારો કરવા માટે પણ ફેસબુકનો જ ઉપયોગ થતો જોવા મળે છે. યુવાનો ફેસબુકનાં માધ્યમથી અજાણ્યા લોકો સાથે મિત્રતા કરી રહ્યા છે જેને કારણે યુવાનોને નુકશાની પણ વેઠવી પડતી હોય છે. તેમજ યુવાનો સેક્સ રિલેટેડ ફોટાઓ, વિડીયો જુએ છે, જે ખરેખર ખોટું નથી, પરંતુ લોકો તેને નકારાત્મક બાબત ગણે છે. વ્યક્તિ દ્વારા જોવામાં આવતા અશ્લીલ ફોટા કે વિડીયો દ્વારા વ્યક્તિની ઈચ્છાઓ તૃપ્ત થઇ જાય છે, પરંતુ ફેસબુક કે અન્ય માધ્યમથી સેક્સ વિડીયો કે ફોટા જોયા બાદ અશ્લીલ વર્તણુક કરવી ગુનો બને છે. જે સમાજ માટે હાનીકારક છે અને નવી સામાજિક સમસ્યાઓ જન્માવે છે.

વ્યક્તિ પોતાના મોજ-શોખ, વૈવાહિક જીવનની નાની-મોટી ખુશીઓ, કુટુંબની પરંપરાઓ પણ ફેસબુકના માધ્યમથી અભિવ્યક્ત કરે છે. પ્રોફેસર લેરી ડી રોઝને જણાવ્યું હતું કે ફેસબુક પર કિશોરો વધુ નકારાત્મક વલણ દર્શાવે છે, જ્યારે યુવાન પુખ્ત લોકો અસામાજિક વર્તન, ઘેલછા અને આક્રમકતાના સંકેતો બતાવે છે. સકારાત્મક અસરોમાં ઓનલાઇન મિત્રો પ્રત્યે "વર્યુઅલ સહાનુભૂતિ" ના સંકેતો શામેલ છે અને અંતર્મુખી વ્યક્તિઓને સામાજિક કુશળતા શીખવામાં મદદ કરે છે. (Usigan, Ysolt : 2011). યુવાઓ જે રીતે ફેસબુક સાથે એકમય બની ગયા છે, તે પરથી તો એમ ચોક્કસપણે કહી શકાય કે, યુવાપેઢીને વધુ આધુનિક અને વધુ વિકસિત બનાવવામાં ફેસબુક એપનો અગ્રગણ્ય ફાળો રહેલ છે. ફેસબુકમાં દિવસે ને દિવસે આવતા નવા-નવા ફીયર્સ આધુનિક યુવાપેઢીને ક્યાં માર્ગે લઇ જાય છે તે તો જોવું જ રહ્યું.

❖ સંદર્ભસૂચી :-

1. Anderson, Monica; Jiang, Jingjing (28 November 2018). "1. Teens and their experiences on social media". Pew Research Center: Internet, Science & Tech. Retrieved 21 November 2020.
2. Cramer, Emily M.; Song, Hayeon; Drent, Adam M. (November 2016). "Social comparison on Facebook: Motivation, affective consequences, self-esteem, and Facebook fatigue". *Computers in Human Behavior* . 64 : 739–746. doi : 10.1016/j.chb.2016.07.049 .
3. "Cyber Bullying Statistics". July 7, 2015.
4. "Finland Censorship Anti-Censorship See". The register. 2006-07-17. Retrieved 2007-08-18.
5. Hillary Heuler. "Who really wins out of Facebook's 'Free Internet' scheme for Africa?" . ZDNet.
6. O'Keefe Schurgen, Gwen. Clark-Pearson, Kathleen. (2011) Impact of social media on children, adolescents and families. *American Academy of Pediatrics*, Volume 127 (Issue 4), 800-805
7. Shakya, Holly B.; Christakis, Nicholas A. (January 16, 2017). "Association of Facebook Use With Compromised Well-Being: A Longitudinal Study". *American Journal of Epidemiology* . doi : 10.1093/aje/kww189 . PMID 28093386 . S2CID 9926583 . Lay summary – Harvard Business Review (April 10, 2017).
8. Shearer, Elisa; Barthel, Michael; Gottfried, Jeffrey; Mitchell, Amy (July 14, 2015). "The Evolving Role of News on Twitter and Facebook". Pew Research Center's Journalism Project. Archived from the original on October 27, 2019. Retrieved November 17, 2019.
9. Peck, Andrew (2020). "A Problem of Amplification: Folklore and Fake News in the Age of Social Media". *The Journal of American Folklore*. 133 (529): 329–351. doi:10.5406/jamerfolk.133.529.0329. ISSN 0021-8715
10. Rainie, Lee & Wellman, Barry (April 27, 2012). *Networked: The New Social Operating System*. ISBN 978-0-262-30040-7.
11. Scottman.com News- Misuse of the net against a small firm in the city
12. "Facebook extends lead as news gateway: Study – The Economic Times". *The Economic Times*. May 26, 2016. Retrieved May 27, 2016.
13. Usigan, Ysolt (August 29, 2011). "*Facebook makes teens narcissistic, anxious and depressed – but also nice, social and engaged*". *CBS News*. CBS. Retrieved December 15, 2017.
14. રાજપૂત ભાગ્યશ્રી (૨૦૧૮), 'ફેસબુકની યુવાનો ઉપર થતી અસરોનો સમાજશાસ્ત્રીય અભ્યાસ', ગ્રીન ફ્લેગ ફાઉન્ડેશન, સાબરકાંઠા.
15. રાજપૂત ભાગ્યશ્રી (૨૦૧૮), 'સમૂહ-માધ્યમોનો યુવાનો પરનો પ્રભાવ', ગ્રીન ફ્લેગ ફાઉન્ડેશન, સાબરકાંઠા
16. રાજપૂત ભાગ્યશ્રી (૨૦૧૮), 'સમૂહ-માધ્યમો અને યુવાનો', ગ્રીન ફ્લેગ ફાઉન્ડેશન, સાબરકાંઠા.
17. રાજપૂત ભાગ્યશ્રી (૨૦૧૮), 'યુવા અજંપો', આયુધ પ્રકાશન, અમદાવાદ
18. રાજપૂત ભાગ્યશ્રી (૨૦૧૮), 'અમદાવાદી યુવાનોની આકાંક્ષાઓ', આયુધ પ્રકાશન, અમદાવાદ