



## શ્રીમતી જે. પી. શ્રોફ આર્ટ્સ કોલેજ, વલસાડના વિદ્યાર્થી વાચકો પર સામાજિક માધ્યમોનો પ્રભાવ

ચૌહાણ ઘનશ્યામસિંહ રઘુનાથસિંહ  
રિસર્ચ સ્કોલર,  
શ્રી ગોવિંદગુરુ યુનિવર્સિટી, ગોધરા

ડૉ. રાજેશકુમાર આર. પટેલ  
માર્ગદર્શક,  
શ્રી ગોવિંદગુરુ યુનિવર્સિટી, ગોધરા

### સારાંશ:

આજના આધુનિક સમયમાં ઇન્ટરનેટ ટેકનોલોજીને કારણે અનેક સામાજિક માધ્યમો અસ્તિત્વમાં આવ્યાં છે. જેના દ્વારા આપણે બધા જ પ્રકારની માહિતી, વિચારો, સંદેશાઓ વગેરે સરળતાથી અને ઝડપથી એક બીજા સુધી આદાન-પ્રદાન કરી શકીએ છીએ. આ સંશોધન લેખમાં શ્રીમતી જે. પી. શ્રોફ આર્ટ્સ કોલેજ, વલસાડ પુસ્તકાલયના વિદ્યાર્થી વાચકો કયા-કયા સામાજિક માધ્યમોથી માહિતગાર છે, કયા સામાજિક માધ્યમોનો વધુ ઉપયોગ કરે છે, કયા હેતુ માટે અને તેનો પ્રભાવ તેઓ પર કેટલો છે તેની માહિતી આપવાનો પ્રયત્ન કરેલ છે. જે માટે શ્રીમતી જે. પી. શ્રોફ આર્ટ્સ કોલેજ, વલસાડના પુસ્તકાલયના ૧૨૦ વિદ્યાર્થી વાચકોના અભિપ્રાયો, માહિતી એકત્રીકરણની પ્રશ્નાવલી પદ્ધતિ દ્વારા લેવામાં આવેલ છે. ત્યારબાદ તેનું વિશ્લેષણ કરીને સંશોધન લેખના અંતે તારણો સૂચવવામાં આવેલ છે.

**ચાવીરૂપ શબ્દો:** શ્રીમતી જે. પી. શ્રોફ આર્ટ્સ કોલેજ, વલસાડનું પુસ્તકાલય, સામાજિક માધ્યમો, વિદ્યાર્થી વાચકો

### ૧. પ્રસ્તાવના

વર્તમાન સમયને અતિ આધુનિક કહી શકાય છે. આ આધુનિક સમયમાં વિજ્ઞાન અને ટેકનોલોજીના સતત વિકાસને કારણે પ્રત્યાયનના માધ્યમોમાં ખૂબ જ બદલાવ આવ્યો છે. આજે ઇન્ટરનેટ ટેકનોલોજીના કારણે ફેસબુક, વોટ્સએપ, યુટ્યુબ, બ્લોગ વગેરે જેવા અનેક સામાજિક માધ્યમો અસ્તિત્વમાં આવ્યાં છે. જે વ્યક્તિના જીવનના મુખ્ય ભાગ બની ગયા છે અને લોકો વચ્ચે સંપર્ક સાધવાના મહત્વપૂર્ણ સેતુ બની ગયા છે. સમાજનો દરેક માનવી તથા વિવિધ ખાનગી અને સરકારી, શૈક્ષણિક અને બિન શૈક્ષણિક સંસ્થાઓ પણ પ્રત્યાયનના આ બધા સાધનો પર નિર્ભર થઈ ગયા છે. જેના દ્વારા જુદા જુદા પ્રદેશ કે સ્થાન કે વિશ્વમાં રહેનારા લોકો જરૂરિયાત મુજબની માહિતી મેળવી શકે તેમજ પોતાના વોચારો, માહિતી, જ્ઞાન વગેરેનું આદાન-પ્રદાન એક બીજા સાથે કરી શકે છે. આ લેખમાં શ્રીમતી જે. પી. શ્રોફ આર્ટ્સ કોલેજ, વલસાડનું પુસ્તકાલયના વિદ્યાર્થી વાચકો કયા-કયા સામાજિક માધ્યમોનો ઉપયોગ કરે છે તેનો પ્રભાવ કેટલો છે તેની માહિતી આપવાનો પ્રયાસ કરેલ છે.

### ૨. સાહિત્યની સમીક્ષા

(૧) સોલંકી (૨૦૧૪) એ તેમના લેખમાં ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવાઓમાં વિવિધ પ્રકારના સામાજિક જેવા કે ફેસબુક, ટ્વીટર, ઓરકૂટ, યુ ટ્યુબ, લિંકડિન, બ્લોગ, LIS Link વગેરેનો ઉપયોગ કેવી રીતે કરી શકાય અને સામાજિક

માધ્યમોનું મહત્વ અને ઉપયોગ કરતી વખતે કઈ-કઈ બાબતોનું ધ્યાન રાખવું તેની માહિતી આપવા માટેનો પ્રયત્ન કરેલ છે.

(૨) સમીર (૨૦૧૯) આ લેખમાં ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવામાં આઈ.સી.ટી.નો પ્રભાવ વિશેની માહિતી અપવા માટેનો પ્રયત્ન કરેલ છે. આ લેખ માં ઝડપી માહિતી કેવી રીતે પ્રાપ્ત થાય તે વિશે સમજવાનો પ્રયત્ન કરેલ છે. ગ્રંથાલય અને માહિતી વિજ્ઞાનમાં સેવાઓમાં આઈ.સી.ટી.નો પ્રભાવ વિશે ચર્ચા કરવામાં આવી છે. આ લેખ માં આઈ.સી.ટી. એટલે શું?, આઈ.સી.ટી.માં કયા પ્રકારના સાધનો ઉપયોગ, વિવિધ તકનિકો, ગ્રંથાલયની સુરક્ષા, ઈ-રિસોર્સિસ અને ઓનલાઈન ઈ-રિસોર્સિસ, આઈ.સી.ટી.ના ફાયદા, ગેરફાયદા, વેબટેકનોલોજી ગ્રંથાલયો અને ગ્રંથપાલોની બદલાતી ભૂમિકા વિશે સમજાવનો પ્રયત્ન કરેલ છે.

(૩) હાડાગલી, કેન્યાકકનવર અને તડસાદ (૨૦૧૯) એ યુનિવર્સિટી કક્ષાએ આધુનિક પુસ્તકાલય સેવાઓ પ્રદાન કરવા માટે અશરકારક સાધનો તરીકે સામાજિક માધ્યમોનો ઉપયોગ કેવી રીતે કરવો જોઈએ તેની માહિતી આપવા માટેનો પ્રયત્ન કરેલો છે. જે માટે કેન્દ્ર અને રાજ્યની બંને યુનિવર્સિટીની વેબસાઈટ પરથી માહિતી ભેગી કરવામાં આવી હતી. તેમજ સૌથી વધુ લોકપ્રિય સામાજિક માધ્યમોના પ્લેટફોર્મની પસંદગી માટે ગ્લોબલ એલેક્સા રેકિંગને ધ્યાનમાં લેવામાં આવેલી હતી. તેમજ પુસ્તકાલય સેવાઓની ગુણવત્તા વધારવા અને સેવાઓ પૂરી પાડવા માટે તેનો ઉપયોગ કેવી રીતે થઈ શકે તે જાણવા માટે દરેક પ્લેટફોર્મનું વિશ્લેષણ કરવામાં આવ્યું હતું. જેના પરથી જાણવા મળે છે કે ભારતમાં યુનિવર્સિટી પુસ્તકાલયમાં સામાજિક માધ્યમોનો ઉપયોગ હજુ પણ સ્વચ્છતા તબક્કામાં છે અને ઉપયોગકર્તાઓની વધતી જતી અપેક્ષાઓને પૂર્ણ કરવા માટે તેને તૈયાર કરવાની જરૂર છે.

## ૨. સંશોધન અભ્યાસના હેતુઓ

૧. શ્રીમતી જે. પી. શ્રોફ આર્ટ્સ કોલેજ, વલસાડ પુસ્તકાલયના વિદ્યાર્થી વાચકો કયા-કયા સામાજિક માધ્યમોથી માહિતગાર છે, તે જાણવા માટેનો હેતુ.
૨. વિદ્યાર્થી વાચકો કયા સામાજિક માધ્યમનો વધુ ઉપયોગ કરે છે, તે જાણવા માટેનો હેતુ.
૩. સામાજિક માધ્યમનો ઉપયોગ કયા હેતુ માટે કરે છે, તે જાણવા માટેનો હેતુ.
૪. વિદ્યાર્થી વાચકોના સામાજિક માધ્યમનો ઉપયોગ વિશે હકારાત્મક અને નકારાત્મક પ્રતિસાદ સમજવા માટેનો હેતુ.

## ૩. સંશોધનની મર્યાદા

આ અભ્યાસમાં શ્રીમતી જે. પી. શ્રોફ આર્ટ્સ કોલેજ, વલસાડ પુસ્તકાલયના બંધા ઉપયોગકર્તાને ધ્યાનમાં ન લેતાં ફક્ત વિદ્યાર્થી ઉપયોગકર્તાઓને જ ધ્યાનમાં લીધા છે. કારણ કે તેઓ આજના ઈન્ટરનેટના યુગમાં શૈક્ષણિક માહિતી મેળવવા તથા સ્પર્ધાત્મક પરિક્ષાઓની તૈયારી માટે આવા સામાજિક માધ્યમોનો વધુ ઉપયોગ કરે છે.

## ૪. સામાજિક માધ્યમ

ઈન્ટરનેટ ટેકનોલોજી અસ્તિત્વમાં આવી ત્યાર બાદ 'સામાજિક નેટવર્કિંગ' અને 'સામાજિક માધ્યમો' શબ્દ વધુ પ્રચલિત બન્યો છે. સામાજિક માધ્યમ એ બે વ્યાપક શબ્દોનો બનેલો છે. એક સામાજિક અને બીજો માધ્યમ. સામાજિક માધ્યમ દ્વારા મનુષ્ય પોતાને કોઈ સમૂહની સાથે સક્રિય રીતે જોડાવા માટે પ્રયત્ન કરે છે. જેથી પોતાના વિચારો અને અનુભવોને એક બીજા સાથે આદાન-પ્રદાન કરે છે. ઈન્ટરનેટ આધારિત સામાજિક માધ્યમો જેવા કે ફેસબુક, ટ્વિટર, યુ ટ્યુબ, ડેલિસિયસ, ટમ્બલર, ઈન્સ્ટાગ્રામ, વોટ્સએપ, ગૂગલ પ્લેસ વગેરે ડિજિટલ સ્વરૂપે માહિતીનો સંગ્રહ કરી માહિતીનું આદાન-પ્રદાન કરે છે. સામાજિક માધ્યમો એ વપરાશકર્તાઓ વચ્ચેના આંતર જોડાણોની સુવિધા પૂરી પાડે છે. જે માત્ર

માહિતીની વહેંચણી, સંચારનું સમર્થન આપવા માટે નહીં, પરંતુ ઉપયોગકર્તાઓ વચ્ચેના સંબંધોના સામાજિક વેબને દૃશ્યક્ષમ બનાવે છે.

#### પ. સામાજિક માધ્યમની વ્યાખ્યા

સામાજિક માધ્યમો એટલે કે “ઈલેક્ટ્રોનિક કોમ્યુનિકેશનના સ્વરૂપો જેમ કે, સોશિયલ જેના દ્વારા ઉપયોગકર્તાઓ માહિતી, વિચારો, વ્યક્તિગત સંદેશાઓ અને અન્ય સામગ્રીની વહેંચણી કરવા માટે ઓનલાઈન સમુદાયો બનાવે છે.”

-મેરિયમ – વેબસ્ટર ડિક્શનરી

“સામાજિક માધ્યમએ મુખ્યત્વે મનુષ્ય વચ્ચે માહિતીની વહેંચણી અને ચર્ચા કરવા માટેના ઈન્ટરનેટ આધારિત સાધનો છે.”

-વિકિપીડિયા

#### દ. વિવિધ પ્રકારના સામાજિક માધ્યમો

##### (૧) ટ્વિટર

આ એક મફત સોશિયલ નેટવર્કિંગ અને માઈક્રો બ્લોગિંગ સેવા છે. ટ્વિટરની સ્થાપના ૨૧ માર્ચ ૨૦૦૬માં જેક ડોર્સી, નોહ ગ્લાસ, બિઝ સ્ટોન અને ઈવાન વિલિયમ્સ દ્વારા સૈન ફ્રાંસિસ્કો, કેલિફોર્નિયામાં કરવામાં આવી હતી. જેમાં ઉપયોગકર્તાઓને અદ્યતન માહિતી પૂરી પાડે છે અને એક બીજાને માહિતી મોકલવા, વાંચવાની સુવિધા પણ આપે છે. ટ્વિટરમાં ૧૪૦ અક્ષરો સુધીની ટેક્સ્ટ આધારિત માહિતી મોકલી શકાય છે. પુસ્તકાલયમાં ગ્રંથપાલ દરોજની પ્રવૃત્તિઓ, નવા પુસ્તકો, સમાયિકોની માહિતી અપડેટ કરી ને ઉપયોગકર્તાઓ સુધી મોકલી શકાય છે.

##### (૨) યુ ટ્યુબ

યુ ટ્યુબ એ પણ સામાજિક માધ્યમ છે. જે વિડિયો જોવાની વેબસાઈટ છે. જેની શરૂઆત ૧૪ ફેબ્રુઆરી, ૨૦૦૫માં સ્ટીવ ચૈન, ચાડ હર્લે, જાવેદ કરિમે કરી હતી. જેમાં રજીસ્ટર થયેલા સભ્યો વિડિયોને અપલોડ કરી શકે છે. રજીસ્ટર ન થયેલા સભ્યો જુદા-જુદા પ્રકારના વિડિયો જેમ કે ટીવી શો, સંગીત વિડિઓઝ, મૂવી શૈક્ષણિક વિડિયો વગેરે વિનામુલ્યે જોઈ શકે છે, પરંતુ કેટલાક વિડિયો માટે ફીની ચુકવણી કરવી પડે છે. યુ ટ્યુબ પર આપણે પુસ્તકાલયને લગતા વિવિધ વિડિયો અપલોડ કરી વાચકોને પ્રોત્સાહિત કરી શકાય છે.

##### (૩) ઈન્સ્ટાગ્રામ

ઈન્સ્ટાગ્રામ એક મોબાઈલ, ડેસ્કટોપ અને ઈન્ટરનેટ-આધારિત ફોટો-શેરિંગ એપ્લિકેશન છે. જે ઉપયોગકર્તાઓ ને ફોટો કે વિડિઓ ને સાર્વજનિક રૂપ થી શેર કરવાની અનુમતિ આપે છે. તેની સ્થાપના ૨૦૧૦ માં કેવિન સિસ્ટરોમ અને માઈક કેગરે કરી હતી, અને ઓક્ટોબર ૨૦૧૦ માં આઈઓએસ(આઈઓએસ ઓપરેટિંગ સિસ્ટમ) ના માટે વિશેષ રૂપ થી મફત મોબાઈલ એપ ના રૂપ માં લોન્ચ કરવામાં આવ્યું હતું. પુસ્તકાલયમાં ઉપલબ્ધ નવીનતમ પુસ્તકોના ફોટા, વર્કશોપમાં હાજરી આપતા પુસ્તકાલયના મુલાકાતીઓના ફોટા અને પડદા પાછળની પ્રવૃત્તિઓના શોટ્સ સાથેના કાયોથી ઈન્સ્ટાગ્રામ ઝડપથી આકર્ષક પ્લેટફોર્મ બની રહ્યું છે જેના દ્વારા પુસ્તકાલયો અને ગ્રંથપાલો સમાચાર, સિદ્ધિઓ અને રોજિંદા જીવનની છબીઓ શેર કરી શકે છે.

##### (૪) વોટ્સએપ મેસેન્જર

આ સ્માર્ટ ફોનમાં ચાલતી ખુબજ જાણીતી મેસેજિંગ સેવા છે. જેની શરૂઆત ૨૦૦૯માં જેન કુમ અને બ્રાયન એક્ટન દ્વારા કરવામાં આવી છે. જે ઉપયોગકર્તાઓ વચ્ચે લેખિત સંદેશાઓ, ઓડિયો, છબીઓ, પોતાના વિચારો, મૌખિક

સંદેશાઓ વગેરેની મંજૂરી આપે છે. પુસ્તકાલયમાં પણ સારી રીતે સેવા આપી શકાય છે. જેમ કે પુસ્તકાલયમાં નવા આવેલ પુસ્તકોની યાદી, સામયિકો, અદ્યતન માહિતી વાચકો સાથે જૂથ બનાવીને મોકલી શકાય છે. પુસ્તકાલયની સૂચનાઓ, દસ્તાવેજો સામગ્રીઓ ઉપયોગકર્તાઓને ગમે તે સમયે પણ મોકલી શકાય છે તેમજ ચર્ચા જૂથો, ઈમેલ ટેગિંગ, ટિપ્પણીઓ અને પ્રતિસાદ, સૂચનો પ્રાપ્ત કરીને ઉપયોગકર્તાઓ સાથે વાર્તાલાપ કરવાની પણ મંજૂરી આપે છે.

#### (૫) બ્લોગ્સ

બ્લોગ એ એક પ્રકારના વ્યક્તિગત વેબ પેજ છે. જેની શરૂઆત ૧૯૯૨માં થઈ હતી. જેને ડાયરીની જેમ લખી શકાય છે. બ્લોગ લખનારને બ્લોગર કહેવાય છે અને તેના કાર્યને બ્લોગિંગ. તેમના વિષયો સામાન્ય કે વિશિષ્ટ હોય છે. તે વિષયને લગતી માહિતી, સમાચાર અને વિચારોનું પ્રદાન કરે છે. મોટા ભાગના બ્લોગ ટેક્સ્ટ સ્વરૂપના હોય છે. પરંતુ કેટલા બ્લોગ્સ ફોટોગ્રાફ, વીડિયો અને સંગીત સ્વરૂપના હોય છે. પુસ્તકાલયોમાં ગ્રંથપાલો દ્વારા સમયાંતરે સૂચનો, સંદેશાઓ, વિશિષ્ટ વિષય પરના મુદ્દાઓ વગેરેની માહિતી ઉપયોગકર્તાઓને મોકલી શકાય છે અને તેમના અભિપ્રાયો મેળવી શકાય છે.

#### (૬) લિંક્ડ ઈન

આ એક વ્યવસાયિક સામાજિક નેટવર્ક સેવા છે. જેની શરૂઆત ૨૮ ડિસેમ્બર ૨૦૦૨માં લોકમેન દ્વારા કરવામાં આવી છે. જેને મે ૨૦૦૩માં લોન્ચ કરવામાં આવી છે. આ સાઈટ પર બાયોડેટા અપલોડ કરીને જોબને શોધી શકાય છે. બાયોડેટા અપલોડ થયા બાદ કંપનીની જરૂરીયાત અનુસાર કોઈ કંપનીમાં નોકરી માટે અરજી કરી શકાય છે. ગ્રંથપાલ લિંક્ડ ઈન દ્વારા તેમના વિશિષ્ટ ક્ષેત્રના વિશેષજ્ઞો સાથે જોડાઈને વ્યાવસાયિક માહિતી મેળવી શકાય છે.

#### (૭) ફેસબુક

ફેસબુક એ ઈન્ટરનેટ પરની વિના મૂલ્યની સામાજિક માધ્યમ સેવા છે. જેની શરૂઆત ૪ ફેબ્રુઆરી ૨૦૦૪માં માર્ક ઝુકરબર્ગ દ્વારા કરવામાં આવી છે. ફેસબુક દ્વારા તેના સભ્યો, તેમના મિત્રો, પરિવારો, ઉપયોગકર્તાઓનો મોટા સમુહો એકબીજાને સરળતાથી સંપર્ક કરી શકે છે. ગ્રંથાલયમાં મૈત્રીપૂર્ણ તરીકે કાર્ય કરે છે. જેમ કે 'જેસટોર સચ અને વોર્ડ કેટ' જેવી સેવાઓ દ્વારા ઉપયોગકર્તાઓનો એક બીજાને જોડી રાખે છે અને જરૂરી માહિતીનું આપ-લે કરી શકે છે.

#### (૮) પિન્ટરેસ્ટ

પિન્ટરેસ્ટનો ઉદ્ભવ ડિસેમ્બર ૨૦૦૮માં થયો હતો અને સાઈટનું લોન્ચ માર્ચ ૨૦૧૦માં બંધ બિટા તરીકે કરવામાં આવ્યું હતું. જેની શોધ બેન સિલ્બર, પૌલ સ્કીઅરી અને ઈવાન શાર્પ હતા. પિન્ટરેસ્ટમાં વપરાશકર્તાઓ ઈમેલને અપલોડ, સાચવા અને વિવિધ બોર્ડ પર વર્ગીકૃત કરી શકાય છે. ગ્રંથાલયોમાં સામાયકો અને પુસ્તકો વગેરેના ફોટા પાડી તેને પિન્ટરેસ્ટમાં અપલોડ કરી શકાય છે.

### ૭. સંશોધન પદ્ધતિ

પ્રસ્તુત અભ્યાસ માટે માહિતી મેળવવા માટે પ્રશ્નાવલી પદ્ધતિનો ઉપયોગ કરવામાં આવેલ છે. જે માટે શ્રીમતી જે. પી. શ્રોફ આર્ટ્સ કોલેજ, વલસાડ પુસ્તકાલયની મુલાકાત લઈ વિદ્યાર્થી વાચકો પાસે પ્રશ્નાવલી ભરાવવામાં આવી હતી. જેમાં ૧૨૦ વાચકોને પ્રશ્નાવલી આપવામાં આવેલ હતી અને બધાજ વાચકો તરફથી પરત મળેલ છે. ત્યાર બાદ માહિતીનું વિશ્લેષણ કરવામાં આવેલ છે.

## ૮. માહિતીનું વિશ્લેષણ

ટેબલ ૧: વાચકોની જાતી અને પ્રતિભાવો

જાતિ	કુલ પ્રતિભાવો	ટકા
પુરુષ	૭૦	૫૮.૩૦ %
સ્ત્રી	૫૦	૪૧.૭૦ %
ટોટલ	૧૨૦	૧૦૦.૦૦ %

ઉપરોક્ત ટેબલ - ૧ પરથી

જાણવા મળે છે, કે શ્રીમતી જે.

પી. શ્રોફ આર્ટ્સ કોલેજ, વલસાડ પુસ્તકાલયનો ઉપયોગ સ્ત્રીઓ કરતા પુરુષોઓ (વિદ્યાર્થીનીઓ કરતા વિદ્યાર્થીઓ) વધારે કરે છે.

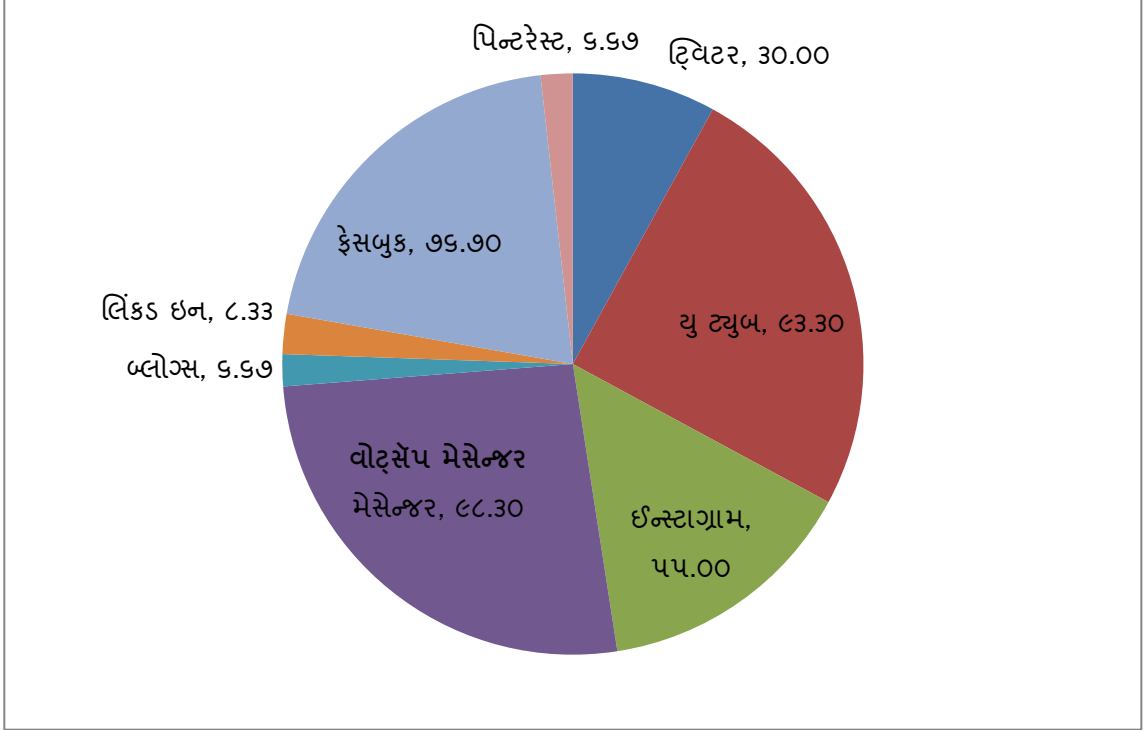
ટેબલ ૨: ઈન્ટરનેટના ઉપયોગની માહિતી

પ્રતિભાવ ઈન્ટરનેટના ઉપયોગ	કુલ પ્રતિભાવો	ટકા
હા	૧૨૦	૧૦૦.૦૦ %
ના	૦૦	૦૦.૦૦ %
ટોટલ	૧૨૦	૧૦૦.૦૦ %

ઉપરોક્ત ટેબલ - ૨ પરથી ખ્યાલ આવે છે, કે બધાજ વાચકો ઈન્ટરનેટનો ઉપયોગ કરે છે.

ટેબલ ૩: વાચકો કયા-કયા સામાજિક માધ્યમોથી માહિતગાર છે

ક્રમ	સામાજિક માધ્યમો	કુલ પ્રતિભાવો	ટકા
૧	ટ્વિટર	૩૬	૩૦.૦૦ %
૨	યુ ટ્યુબ	૧૧૨	૯૩.૩૦ %
૩	ઈન્સ્ટાગ્રામ	૬૬	૫૫.૦૦ %
૪	વોટ્સેપ મેસેન્જર	૧૧૮	૯૮.૩૦ %
૫	બ્લોગ્સ	૦૮	૦૬.૬૭ %
૬	લિંકડ ઈન	૧૦	૦૮.૩૩ %
૭	ફેસબુક	૯૨	૭૬.૭૦ %
૮	પિન્ટરેસ્ટ	૦૮	૦૬.૬૭ %

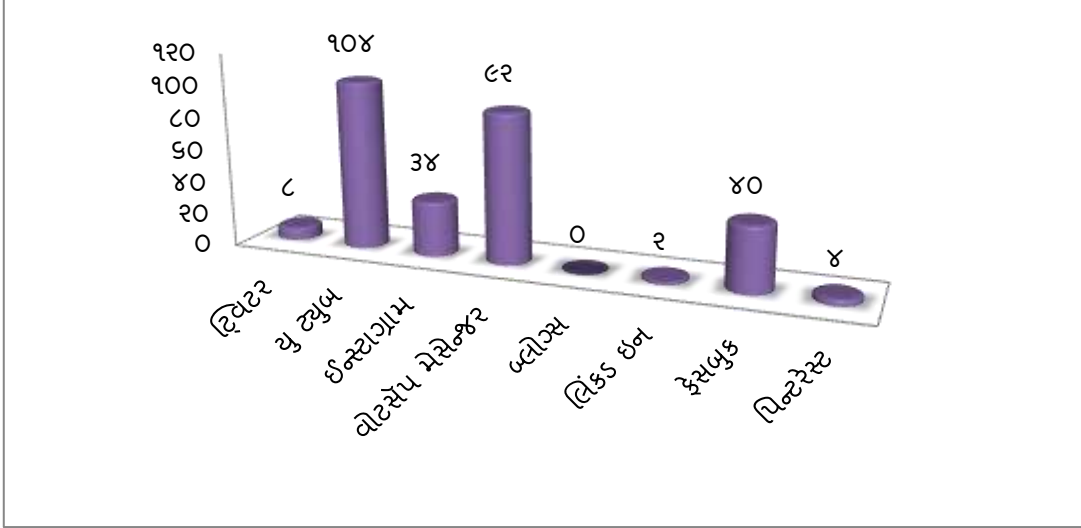


ચાર્ટ ૧: વાયકો કયા સામાજિક માધ્યમોથી માહિતગાર છે તેની માહિતી

ઉપરોક્ત ટેબલ - ૩ ચાર્ટ - ૧ પરથી ખ્યાલ આવે છે, કે વાયકો ઉપર દર્શાવેલ બધાજ સામાજિક માધ્યમોથી માહિતગાર છે પરંતુ વોટ્સએપથી સૌથી વધુ ૧૧૮ (૮૮.૩૦%) માહિતગાર છે. ત્યારબાદ યુ ટ્યુબ ૧૧૨ (૮૩.૩૦%), ફેસબુક ૮૨ (૭૬.૭૦%), ઈન્સ્ટાગ્રામ ૬૬ (૫૫.૦૦%), ટ્વિટર ૩૬ (૩૦.૦૦%), લિંકડ ઈન ૧૦ (૦૮.૩૩%), બ્લોગ્સ અને પિન્ટરેસ્ટ ૦૮ (૦૬.૬૭%) માહિતગાર છે.

ટેબલ ૪: વાયકો કયા સામાજિક માધ્યમનો વધુ ઉપયોગ કરે છે

ક્રમ	સામાજિક માધ્યમો	કુલ પ્રતિભાવો	ટકા
૧	ટ્વિટર	૮	૦૬.૬૭ %
૨	યુ ટ્યુબ	૧૦૪	૮૬.૬૭ %
૩	ઈન્સ્ટાગ્રામ	૩૪	૨૮.૩૩ %
૪	વોટ્સએપ મેસેન્જર	૮૨	૭૬.૬૭ %
૫	બ્લોગ્સ	૦	૦૦.૦૦ %
૬	લિંકડ ઈન	૨	૧.૬૭ %
૭	ફેસબુક	૪૦	૩૩.૩૩ %
૮	પિન્ટરેસ્ટ	૪	૩.૩૩ %

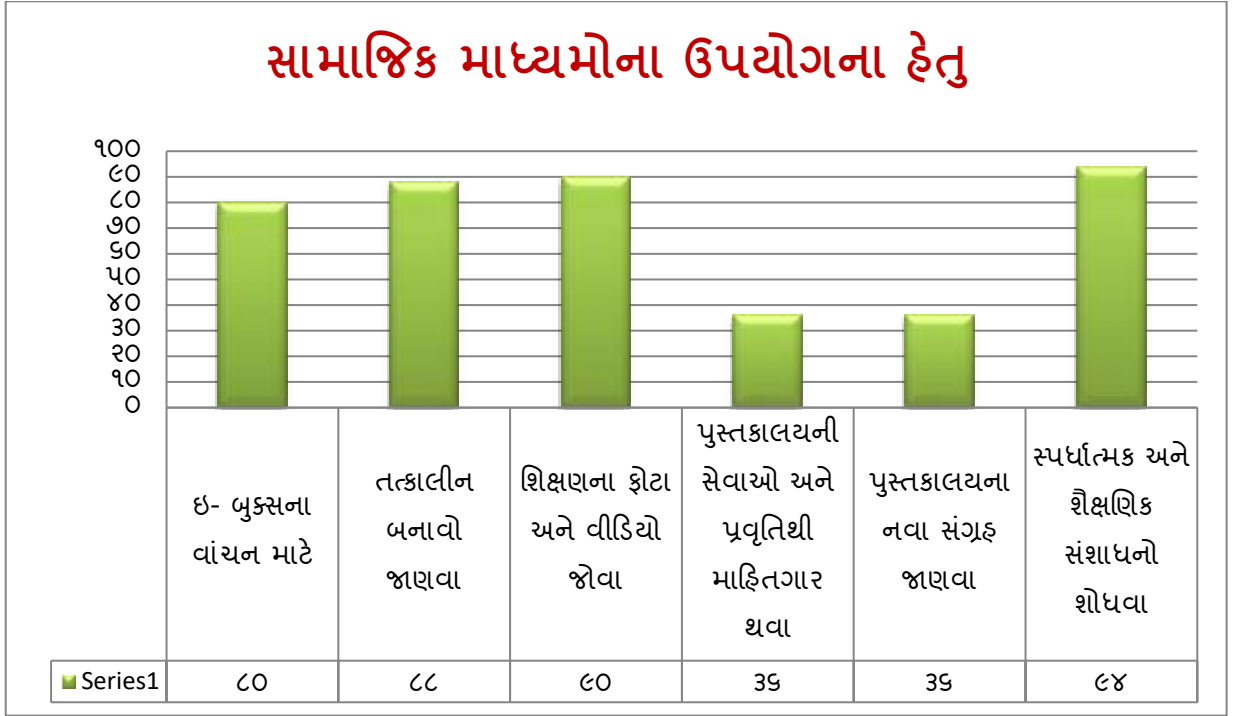


ચાર્ટ ૨: વાચકો કયા સામાજિક માધ્યમનો વધુ ઉપયોગ કરે છે તેની માહિતી

ઉપરોક્ત ટેબલ - ૪ અને ચાર્ટ - ૨ પાઠી ખ્યાલ આવે છે, કે વાચકો ઉપર દર્શાવેલ સામાજિક માધ્યમોમાંથી યુ ટ્યુબનો સૌથી વધુ ૧૦૮ (૮૬.૬૭%) ઉપયોગ કરે છે. ત્યારબાદ વોટ્સેપ મેસેન્જર ૬૨ (૭૬.૬૭%), ફેસબુક ૮૦ (૩૩.૩૩%), ઈન્સ્ટાગ્રામ ૩૮ (૨૬.૩૩%), ટ્વિટર ૨ (૦૬.૬૭%), પિન્ટરેસ્ટ ૮ (૦૩.૩૩%), લિંકડ ઈન ૨ (૧.૬૭%) ઉપયોગ કરે છે. જ્યારે બ્લોગ્સનો ઉપયોગ કોઈ પણ વાચક કરતો નથી.

ટેબલ ૫: વાચકો સામાજિક માધ્યમનો ઉપયોગ કયા હેતુ માટે કરે છે તેની માહિતી

ક્રમ	વાચકો સામાજિક માધ્યમોના ઉપયોગના હેતુઓ	કુલ પ્રતિભાવો	ટકા
૧	ઈ- બુક્સના વાંચન માટે	૮૦	૬૬.૬૬ %
૨	તત્કાલીન બનાવો જાણવા	૮૮	૭૩.૩૩ %
૩	શિક્ષણના ફોટા અને વીડિયો જોવા	૮૦	૭૫.૦૦ %
૪	પુસ્તકાલયની સેવાઓ અને પ્રવૃત્તિથી માહિતગાર થવા	૩૬	૩૦.૦૦ %
૫	પુસ્તકાલયના નવા સંગ્રહ જાણવા	૩૬	૩૦.૦૦ %
૬	સ્પર્ધાત્મક અને શૈક્ષણિક સંશોધનો શોધવા	૮૪	૭૮.૩૩ %



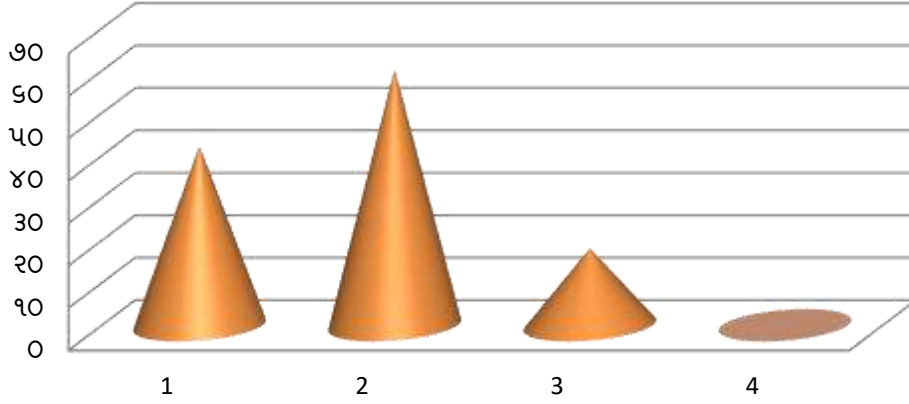
ઉપરોક્ત ટેબલ - ૫ અને ચાર્ટ - ૩ પરથી ખ્યાલ આવે છે, કે મોટા ભાગના ૯૪ (૭૮.૩૩%) વાચકો સ્પર્ધાત્મક અને શૈક્ષણિક સંશોધનો શોધવા માટે સામાજિક માધ્યમોનો ઉપયોગ કરે છે. ત્યારબાદ શિક્ષણના ફોટા અને વીડિયો જોવા ૮૦ (૭૫.૦૦%), તત્કાલીન બનાવો જાણવા ૮૮ (૭૩.૩૩%), ઇ- બુક્સના વાંચન માટે ૮૦ (૬૬.૬૬), પુસ્તકાલયની સેવાઓ અને પ્રવૃત્તિથી માહિતગાર થવા ૩૬ (૩૦.૦૦%) અને પુસ્તકાલયના નવા સંગ્રહ જાણવા ૩૬ (૩૦.૦૦%) ઉપયોગ કરે છે.

ટેબલ ૬: સામાજિક માધ્યમોના ઉપયોગની અસરો

ક્રમ	અસરો	કુલ પ્રતિભાવો	ટકા
૧	ખુબ જ સારી અસર	૪૨	૩૫.૦૦ %
૨	સારી અસર	૬૦	૫૦.૦૦ %
૩	મધ્યમ અસર	૧૮	૧૫.૦૦ %
૪	નકારાત્મક અસર	૦૦	૦૦.૦૦ %
	ટોટલ	૧૨૦	



## સામાજિક માધ્યમોના ઉપયોગની અસરો

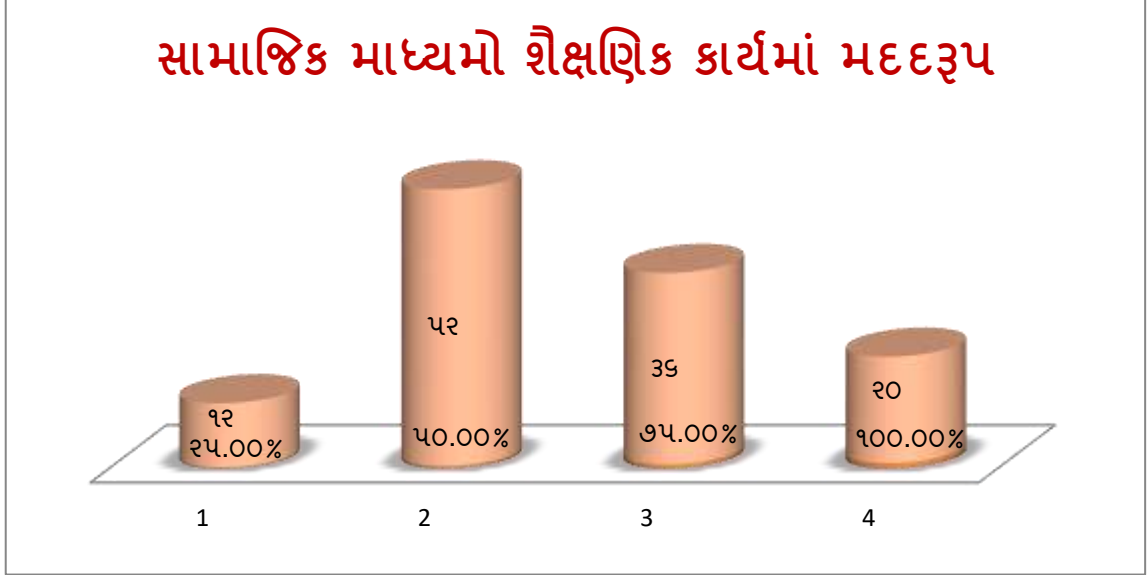


ઉપરોક્ત ટેબલ - ૬ અને ચાર્ટ - ૪ પરથી ખ્યાલ આવે છે, વાયકો જે હેતુ માટે ઉપયોગ કરે છે તેનો પ્રભાવ ૪૨ વાયકો ખૂબ જ સારી રીતે કરે છે અને ૬૦ વાયકો સારી રીતે કરે છે. તેમજ ૧૮ વાયકો મધ્યમ અસર જોવા મળે છે. જ્યારે કોઈ વાયકોમાં નકારાત્મક અસર જોવા મળતી નથી.

ટેબલ ૭: વાયકોને સામાજિક માધ્યમો શૈક્ષણિક કાર્યમાં મદદરૂપ થાય છે કે નહી તેની માહિતી

ક્રમ	શૈક્ષણિક કાર્યમાં મદદરૂપ	કુલ પ્રતિભાવો	ટકા
૧	હા	૧૨૦	૧૦૦.૦૦ %
૨	ના	૦૦	૦૦.૦૦ %
	ટોટલ	૧૨૦	

ક્રમ	શૈક્ષણિક કાર્યમાં મદદરૂપ	કુલ પ્રતિભાવો	ટકા
૧	૨૫ %	૧૨	૧૦.૦૦ %
૨	૫૦ %	૫૨	૪૩.૩૩ %
૩	૭૫ %	૩૬	૩૦.૦૦ %
૪	૧૦૦ %	૨૦	૧૬.૬૬ %
	ટોટલ	૧૨૦	



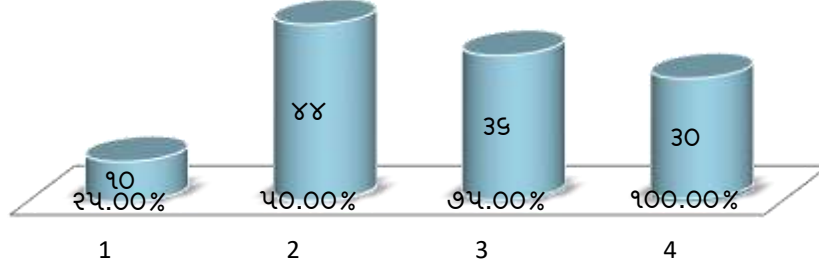
ઉપરોક્ત ટેબલ ૭ અને ચાર્ટ ૫ પરથી ખ્યાલ આવે છે, વાચકોને બધા જ સામાજિક માધ્યમો વધતા કે ઓછા પ્રમાણમાં શૈક્ષણિક કાર્યમાં મદદરૂપ થાય છે. જેમાં ૨૦ વાચકો ૧૦૦%, ૩૯ વાચકો ૭૫%, ૫૨ વાચકો ૫૦% અને ૧૨ વાચકો ૨૫% મદદરૂપ થાય છે.

ટેબલ ૮: સામાજિક માધ્યમો સ્પર્ધાત્મક પરીક્ષાની તૈયારી માટે મદદરૂપ થાય છે કે નહી તેની માહિતી

ક્રમ	સામાજિક માધ્યમો સ્પર્ધાત્મક પરીક્ષાની તૈયારી માટે મદદરૂપ	કુલ પ્રતિભાવો	ટકા
૧	હા	૧૨૦	૧૦૦.૦૦ %
૨	ના	૦૦	૦૦.૦૦ %
	ટોટલ	૧૨૦	

ક્રમ	સામાજિક માધ્યમો સ્પર્ધાત્મક પરીક્ષાની તૈયારી માટે મદદરૂપ	કુલ પ્રતિભાવો	ટકા
૧	૨૫ %	૧૦	૦૮.૩૩ %
૨	૫૦ %	૪૪	૩૬.૬૬ %
૩	૭૫ %	૩૬	૩૦.૦૦ %
૪	૧૦૦ %	૩૦	૨૫.૦૦ %
	ટોટલ	૧૨૦	

## સ્પર્ધાત્મક પરીક્ષાની તૈયારી માટે મદદરૂપ



ઉપરોક્ત ટેબલ ૮ અને ચાર્ટ ૬ પરથી ખ્યાલ આવે છે, વાચકોને બધા જ સામાજિક માધ્યમો વધતા કે ઓછા પ્રમાણમાં સ્પર્ધાત્મક પરીક્ષાની તૈયારી માટે મદદરૂપ થાય છે. જેમાં ૩૦ વાચકો ૧૦૦%, ૩૬ વાચકો ૩૫%, ૪૪ વાચકો ૪૦% અને ૧૦ વાચકો ૨૪% મદદરૂપ થાય છે.

### ૯. તારણો

આ અભ્યાસ પરથી ખ્યાલ આવે છે કે શ્રીમતી જે. પી. શ્રોફ આર્ટ્સ કોલેજ, વલસાડના પુસ્તકાલયના બધા જ વિદ્યાર્થીઓ ઈન્ટરનેટનો ઉપયોગ કરે છે. તેમજ બધા જ સામાજિક માધ્યમોથી માહિતિગાર છે, જેમાં ટ્વિટર, યુ ટ્યુબ, ઈન્સ્ટાગ્રામ, વોટ્સેપ મેસેન્જર, બ્લોગ્સ, લિંકડ ઈન, ફેસબુક અને પિન્ટરેસ્ટનો વધતા-ઓછા પ્રમાણમાં ઉપયોગ કરે છે. પણ બ્લોગ્સનો ઉપયોગ એક પણ વાચક કરતો નથી, તેઓ સ્પર્ધાત્મક અને શૈક્ષણિક સંશોધનો શોધવા માટે સૌથી વધુ ઉપયોગ કરે છે. પરંતુ પુસ્તકાલયની સેવાઓ અને પ્રવૃત્તિથી માહિતિગાર થવા અને પુસ્તકાલયના નવા સંગ્રહ જાણવા માટે સામાજિક માધ્યમો વાચકોની સંખ્યા ૩૬ (૩૦.૦૦%) છે, જે સૌથી ઓછી છે. સામાજિક માધ્યમોની અસરો પણ સારી જોવા મળે છે તેમજ શૈક્ષણિક કાર્યમાં અને સ્પર્ધાત્મક પરીક્ષા માટે પણ મદદરૂપ થાય છે.

### ૧૦. ભલામણો

આ અભ્યાસ પરથી જાણવા મળે છે કે, બધા જ વાચકો સામાજિક માધ્યમોથી માહિતિગાર છે. પણ બ્લોગ્સનો ઉપયોગ એક પણ વાચક કરતો નથી જે ગ્રંથપાલે તેનો ઉપયોગ અંગે જરૂરી માર્ગદર્શન આપવું જોઈએ. પુસ્તકાલયની સેવાઓ અને પ્રવૃત્તિથી ઉપયોગકર્તાઓ વધુ માહિતિગાર થાય, તેમજ બધા જ સામાજિક માધ્યમોનો વધુ ઉપયોગ કરે તે માટે વધુ પ્રયત્નો કરવા જોઈએ.

### સંદર્ભ સૂચિ

1. સોલંકી, ભરતિબેન એમ. (૨૦૧૪). ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવાઓમાં સામાજિક માધ્યમોનો ઉપયોગ, ગ્રંથાલયો મૂલ્યવર્ધિત સેવાઓની દિશામાં. અમદાવાદ, ગુજરાત: ગુજરાત ગ્રંથાલય સેવા સંઘ. ૧૨૯-૧૩૧
2. ચોધરી, સમીર એમ (૨૦૧૯). ગ્રંથાલય અને માહિતી સેવાઓમાં આઈસીટીનો પ્રભાવ. ધ રોલ ઓફ લાઈબ્રેરિ એન્ડ ઈન્ફોરમેશન સર્વિશ ઈન ધ ન્યુ મિલેનિયમ. ૩૧૦-૩૧૫
3. Hadagali, G. S., Kenchakkanavar, A. Y., & Tadasad, P. G. (2019). Social Media Platforms: Effective Tools to Provide Innovative Library Services in a University Environment.

Library Philosophy and Practice (e-journal), 2770, 19.  
<https://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/2770>

4. [https://blogs-lse-ac-uk.translate.googleusercontent.com/impactofsocialsciences/2014/04/16/five-ways-libraries-are-using-instagram/?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=gu&\\_x\\_tr\\_hl=gu&\\_x\\_tr\\_pto=sc](https://blogs-lse-ac-uk.translate.googleusercontent.com/impactofsocialsciences/2014/04/16/five-ways-libraries-are-using-instagram/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=gu&_x_tr_hl=gu&_x_tr_pto=sc)
5. <https://gu.wikipedia.org/wiki/Instagram>
6. <https://en.wikipedia.org/wiki/blog>
7. <https://en.wikipedia.org/wiki/linkedin>
8. <https://en.wikipedia.org/wiki/facebook>
9. <https://en.wikipedia.org/wiki/whatsuApp>
10. <https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube>
11. <https://en.wikipedia.org/wiki/Twitter>
12. <https://en.wikipedia.org/wiki/Pinterest>