

# സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളും സ്ത്രീ ഇടപെടലുകളും

കേരള സർവ്വകലാശാലയുടെ ബി.എ. ബിരുദപഠനത്തിന്റെ  
ഭാഗമായി സമർപ്പിക്കുന്ന പ്രബന്ധം



മലയാളവിഭാഗം  
ബിഷപ്പ്മൂർ കോളേജ്, മാവേലിക്കര

കേരള യൂണിവേഴ്സിറ്റി

2022

# സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളും സ്ത്രീ ഇടപെടലുകളും

കേരള സർവ്വകലാശാലയുടെ ബി.എ. ബിരുദപഠനത്തിന്റെ  
ഭാഗമായി സമർപ്പിക്കുന്ന പ്രബന്ധം

തയ്യാറാക്കിയവർ :

അഭിനാമിക യു.വി.	:	11519101002
ഐശ്വര്യ ആർ.	:	11519101007
അനുപമ എം.	:	11519101013
അശ്വതി ജെ.	:	11519101021
ജെസിയ കെ ജോയി.	:	11519101026
ശ്രീപാർവ്വതി എസ്.	:	11519101036
സുനിഷ സുധൻ	:	11519101040

Subject Code : ML1645

മലയാളവിഭാഗം  
ബിഷപ്പ്‌മൂർ കോളേജ് മാവേലിക്കര

കേരള യൂണിവേഴ്സിറ്റി

2022

**മലയാള വിഭാഗം  
ബിഷപ്പ്മൂർ കോളേജ് മാവേലിക്കര**

**സാക്ഷ്യപത്രം**

കേരള സർവ്വകലാശാല ബി.എ. ബിരുദപഠനത്തിന്റെ പൂർത്തീകരണത്തിനായി സമർപ്പിക്കുന്ന 'സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളും സ്ത്രീ ഇടപെടലുകളും' എന്ന വിഷയത്തെ ആസ്പദമാക്കിയുള്ള ഈ പ്രബന്ധം ഈ കോളേജിലെ ആറാം സെമസ്റ്റർ ബി.എ. മലയാള ബിരുദ വിദ്യാർത്ഥികളായ അഭിനാമിക യു.വി. (11519101002), ഐശ്വര്യ ആർ. (11519101007) അനുപമ എം. (11519101013), അശ്വതി ജെ. (11519101021), ജെസിയ കെ ജോയി. (11519101026), ശ്രീപാർവ്വതി എസ്. (115191036), സുനീഷ സുധൻ (11519101040) എന്നിവർ നടത്തിയ മൗലിക പഠനത്തിന്റെ രേഖയാണെന്ന് സാക്ഷ്യപ്പെടുത്തുന്നു.

**സജിനി ദീനാ മാത്യു**  
മലയാളവിഭാഗം മേധാവി  
ബിഷപ്പ്മൂർ കോളേജ്  
മാവേലിക്കര

**ഡോ. സജി സാമുവൽ**  
അസിസ്റ്റന്റ് പ്രൊഫസർ  
മലയാളവിഭാഗം  
ബിഷപ്പ്മൂർ കോളേജ്  
മാവേലിക്കര

## പ്രസ്താവന

ബിഷപ്പ്മൂർ കോളേജ് മലയാളവിഭാഗം ആറാംസെമസ്റ്റർ വിദ്യാർത്ഥി കളായ അഭിനാമിക യു.വി., ഐശ്വര്യ ആർ., അനുപമ എം., അശ്വതി ജെ., ജെസിയ കെ ജോയി., ശ്രീപാർവ്വതി എസ്., സുനീഷ സുധൻ എന്നിവർ സമർപ്പിക്കുന്ന ഈ പ്രബന്ധം ഏതങ്കിലും സർവ്വകലാശാലയുടെയോ തത്തുല്യമായ സ്ഥാപനത്തിന്റെയോ ബിരുദത്തിന് അടിസ്ഥാനമാക്കിയിട്ടില്ല എന്ന് പ്രസ്താവിക്കുന്നു.

അഭിനാമിക യു.വി.  
ഐശ്വര്യ ആർ.  
അനുപമ എം.  
അശ്വതി ജെ.  
ജെസിയ കെ ജോയി.  
ശ്രീപാർവ്വതി എസ്.  
സുനീഷ സുധൻ

കല്ലുമല  
05.05.2022

## നന്ദി

സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളും സ്ത്രീ ഇടപെടലുകളും എന്ന ഈ പ്രോജക്ടിന് ആവശ്യമായ മാർഗ്ഗനിർദ്ദേശം നൽകിയത്. ബിഷപ്പ്മൂർ കോളേജ് മലയാള വിഭാഗത്തിലെ അസിസ്റ്റന്റ് പ്രൊഫസറായ ഡോ. സജി സാമുവൽ ആണ്. അദ്ദേഹത്തിനോടും മറ്റ് അധ്യാപകരോടുമുള്ള നന്ദി ഇവിടെ രേഖപ്പെടുത്തുന്നു. കൂടാതെ ഈ പ്രോജക്ടിന്റെ ഭാഗമായ സർവ്വേയ്ക്കുവേണ്ടി സഹകരിക്കുകയും ആവശ്യമായ വിവരങ്ങൾ നൽകുകയും ചെയ്ത, ആലപ്പുഴ ജില്ലയിലെ മാവേലിക്കര താലൂക്കിലെ തഴക്കര ഗ്രാമപഞ്ചായത്തിലുള്ള ആദരണീയരായ നാട്ടുകാർക്കുള്ള നന്ദിയും ഇവിടെ രേഖപ്പെടുത്തുന്നു.

കല്യാമല

അഭിനാമിക യു.വി.  
ഐശ്വര്യ ആർ.  
അനുപമ എം.  
അശ്വതി ജെ.  
ജെസിയ കെ.ജോയി.  
ശ്രീപാർവ്വതി എസ്.  
സുനീഷ സുധൻ

## ഉള്ളടക്കം

ആമുഖം	പേജ് നം 8-8
<b>അധ്യായം 1 : സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങൾ</b> 1.1. സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങൾ 1.2. സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളുടെ ചരിത്രം 1.3. പ്രധാന സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങൾ 1.3.1. ഫേസ്ബുക്ക് 1.3.2. വാട്സാപ്പ് 1.3.3. ട്വിറ്റർ 1.3.4. യൂട്യൂബ് 1.3.5. ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം	10-16
<b>അധ്യായം 2 : സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളും സ്ട്രീ ഇടപെടലുകളും</b> 2.1. സ്ട്രീ ഇടപെടലുകൾ 2.2. സ്ട്രീ ഇടപെടലുകളുടെ ഗുണങ്ങളും ദോഷങ്ങളും	18-25
<b>അധ്യായം 3 : സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങൾ സ്വാധീനതാപഠനം</b> 3.1. സ്വാധീനത 3.2. സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളിലെ സ്വാധീനം ഒരു ഫീൽഡ് സ്റ്റഡി 3.2.1. ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗം 3.2.2. ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കുന്ന രീതി 3.2.3. സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളുടെ ഉപയോഗം 3.2.4. ഏറ്റവും കൂടുതൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങൾ 3.2.5. ഏത് തരം ആവശ്യത്തിനാണ് സാമൂഹ്യ ശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത് 3.2.6. ഇന്റർനെറ്റിൽ ചിലവഴിക്കുന്ന സമയം	27-31

- 3.2.7. സാമൂഹ്യശൃംഖലാസൈറ്റുകളുടെ ദുരനുഭവങ്ങൾ
- 3.2.8. ഏറ്റവും ഉപകാരപ്രദമായി തോന്നിയ സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമം
- 3.2.9. സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളിൽ നിന്നുമുള്ള പ്രയോജനം
- 3.2.10. സ്ത്രീകളും സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളും

<b>ഉപസംഹാരം</b>		32-33
<b>അനുബന്ധം I</b>	<b>: ചോദ്യാവലി</b>	34-35
<b>അനുബന്ധം II</b>	<b>: ആവേദകപ്പട്ടിക</b>	36-37
<b>അനുബന്ധം III</b>	<b>: ദത്താപഗ്രഥനപ്പട്ടിക</b>	38-38
<b>ശ്രദ്ധസൂചി</b>		39-40

## ആമുഖം

ആശയവിനിമയത്തിനുള്ള ഉപാധികളാണ് മാധ്യമങ്ങൾ. വിവര വിജ്ഞാനങ്ങളെ ശേഖരിക്കുകയും കൈമാറ്റം ചെയ്യുകയുമാണ് മാധ്യമങ്ങളുടെ ധർമ്മം. കമ്പ്യൂട്ടേഷണൽ ആയതും ആശയ കൈമാറ്റത്തിനായി കമ്പ്യൂട്ടറുകളേയും ഇന്റർനെറ്റിനെയും ആശ്രയിക്കുന്നതുമായ മാധ്യമരൂപങ്ങളാണ് നവമാധ്യമങ്ങൾ. വെബ്സൈറ്റുകളും വെർച്വൽ ലോകങ്ങളും നവമാധ്യമങ്ങളുടെ ഭാഗമാണ്. സാമൂഹ്യശൃംഖലാ മാധ്യമങ്ങൾ. സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളിൽ സ്ത്രീ ഇടപെടലുകൾ എങ്ങനെയെല്ലാമെന്ന് കണ്ടെത്തുക എന്നതാണ് ഈ പഠനത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം. ഈ പഠനത്തിനായി പ്രധാന സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളായ ഫേസ്ബുക്ക്, വാട്സാപ്പ്, ടിറ്റർ, യൂട്യൂബ്, ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം എന്നിവ നിരീക്ഷണ വിധേയമാക്കിയിട്ടുണ്ട്. കൂടാതെ ആലപ്പുഴ ജില്ലയിലെ മാവേലിക്കര താലൂക്കിലുള്ള തഴക്കര ഗ്രാമപഞ്ചായത്തിലെ സ്ത്രീ ആവേദകരെ സർവ്വേ നടത്തിയും പഠനം പൂർത്തീകരിച്ചിട്ടുള്ളതാണ്.



അധ്യായം 1

# സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങൾ

## 1.1. സാമൂഹ്യശൃംഖലാ മാധ്യമങ്ങൾ

വർത്തമാനകാലത്ത് മാധ്യമങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള പഠനങ്ങളും അനുബന്ധകാര്യങ്ങളും അതീവ പ്രാധാന്യമുള്ളതാണ്. വിദൂരദേശങ്ങളിലുള്ള ആളുകളോടും സമൂഹങ്ങളോടും പരസ്പരം ആശയവിനിമയം നടത്തുവാനും സംഭവ വികാസങ്ങളിൽ പങ്കുചേരുവാനും മാധ്യമങ്ങൾ സഹായിക്കുന്നു. കൂടാതെ പുറംലോകത്ത് നടക്കുന്ന വിവരങ്ങൾ നമ്മുടെ വിരൽത്തുമ്പിൽ എത്തിക്കാനും മാധ്യമങ്ങൾ സഹായിക്കുന്നു.

പുരാതനകാലം മുതൽ ആശയവിനിമയ പ്രക്രിയയെ പഠിക്കുവാൻ മനുഷ്യർ താല്പര്യം കാണിച്ചിരുന്നു. രണ്ടാംലോക മഹായുദ്ധത്തിനുശേഷം സവിശേഷ പ്രാധാന്യം നേടിയിരിക്കുകയാണ് ആശയവിനിമയ മേഖല. ആശയവിനിമയത്തിന്റെ ചരിത്രം സങ്കീർണ്ണവും സംഭവ ബഹുലവുമായി മാറി. ഇരുപതാം നൂറ്റാണ്ടിൽ എത്തിയപ്പോൾ എഴുത്ത് അച്ചടി, വൈദ്യുതി, ടെലിഗ്രാഫി, ഫോട്ടോഗ്രാഫി എന്നിവയ്ക്ക് ഈ രംഗത്ത് വലിയ വിപ്ലവം സംഭവിച്ചു. ഇത് സാധ്യമാക്കിയത് ഇലക്ട്രോണിക് മാധ്യമങ്ങളിലൂടെയാണ്. ഈ നൂറ്റാണ്ടിൽ ഏറ്റവും വലിയ വിനോദ ഉപാധിയാണ് ടെലിവിഷൻ. ഇരുപതാം നൂറ്റാണ്ട് അവസാനിക്കുമ്പോൾ നൂറുകോടിയോളം ആശയവിനിമയ ഉപാധികൾക്കും വിവിധ പ്രോഗ്രാമുകളും കൊണ്ട് ടെലിവിഷൻ ഒരു ഉപസംഹാരം സൃഷ്ടിച്ചു. ആ സ്ഥാനങ്ങൾ സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങൾ കയ്യടക്കിയിരിക്കുകയാണ്. ഇരുപത്തിയൊന്നാം നൂറ്റാണ്ടിൽ പ്രവേശിക്കുമ്പോൾ ഏറ്റവും വലിയ വിനോദോപാധിയും ആശയവിനിമയോപാധിയും സാമൂഹ്യശൃംഖലാ മാധ്യമങ്ങളാണ്.

ഇവ ആശയവിനിയം ഒരു ഭാഗത്തുനിന്നും അനേകം ഭാഗങ്ങളിലേക്ക് സാധ്യമായി. ലോകരാഷ്ട്രങ്ങളുടെ പരിധികൾ ലംഘിച്ചുകൊണ്ട് ഡിജിറ്റൽ സാങ്കേതികവിദ്യയിൽ അധിഷ്ഠിതമായ സാമൂഹ്യശൃംഖലയുടെ നവമാധ്യമ പഠനങ്ങളെ വെബ് 2.0 യുടെ ചുവട് പിടിച്ച് ഡേവിഡ് ഗൗൺലറ്റ്, മീഡിയ സ്റ്റഡി 2.0 എന്നും വിശേഷിപ്പിച്ചു.

## 1.2. സാമൂഹ്യശൃംഖലാ മാധ്യമങ്ങളുടെ ചരിത്രം

മാധ്യമരംഗത്തെ പുതിയ വാതായനങ്ങൾ തുറക്കുന്നത് വേൾഡ് വൈഡ് വെബ്ബിന്റെയും ഇന്റർനെറ്റിന്റെയും ആവിർഭാവത്തോടെയാണ്. ഇ-മെയിലുകൾ, വെബ്സൈറ്റുകൾ, ബ്ലോഗുകൾ, സോഷ്യൽ നെറ്റ് വർക്കുകൾ തുടങ്ങിയവ പ്രാധാന ആശയവിനിമയ ഉപാധികളായി. ഇത്തരത്തിൽ സന്ദേശങ്ങൾ നിർമ്മിക്കുന്നതിനും കൈമാറുന്നതിനും ഉപയോഗിക്കുന്ന ഡിജിറ്റൽ സംവിധാനങ്ങളാണ് സാമൂഹ്യ ശൃംഖല മാധ്യമങ്ങൾ, നവമാധ്യമങ്ങൾ ഡിജിറ്റൽ, ഇന്ററാക്ടീവ് ഹൈപ്പർ ടെക്സ്ചൽ, നെറ്റ് വർക്ക്, വെർച്വൽ സിമുലേറ്റഡ് എന്നിവയാണ് സാമൂഹ്യ ശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളെ പഴയ മാധ്യമങ്ങളിൽ നിന്നും വേർതിരിക്കുന്ന ആറ് പ്രധാന സവിശേഷതകൾ.

ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം, യൂട്യൂബ്, ഫേസ്ബുക്ക്, ട്വിറ്റർ, വാട്സാപ്പ് എന്നിവ പ്രധാനപ്പെട്ട സമൂഹശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളാണ്.

ഇന്ന് നിലവിൽ ഇല്ലാത്ത, എന്നാൽ ഒരു കാലത്ത് വളരെ സജീവമായിരുന്ന ഒരു മാധ്യമം ആയിരുന്നു ഓർക്കുട്ട്. ഇന്ത്യയിലും ബ്രസീലിലും ഏറ്റവും പ്രചാരം ലഭിച്ചിരുന്ന സാമൂഹ്യശൃംഖല മാധ്യമമായിരുന്നു ഓർക്കുട്ട്. ഗൂഗിളിന്റെ ഉടമസ്ഥതയിലും നിയന്ത്രണത്തിലുമായിരുന്ന ഓർക്കുട്ടിന്റെ പ്രവർത്തനം ഓർക്കട് ബുയുക്കൊട്ടനാണ് ഈ സൈറ്റ് വികസിപ്പിച്ചത്. ഓർക്കുട്ടിന്റെ സേവനം ആരംഭിക്കുന്നത് 2004 ജനുവരിയിലാണ്. ഇന്റർനെറ്റ് വികസിച്ചതോടെ പഴയ സൗഹൃദങ്ങൾ പുതുക്കാനുള്ള ഒരു വേദിയായിരുന്നു ഓർക്കുട്ട്.

യുഎഇ, സൗദി അറേബ്യ, ഇറാൻ പോലുള്ള ചില രാജ്യങ്ങളിൽ ഓർക്കുട്ട് സേവനം തടഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. ചില ഹാക്കിംഗ് അറ്റാക്കുകളാണ് ഓർക്കുട്ട് പൂർണ്ണമായും തടസ്സപ്പെടാനുള്ള കാരണം. 2007 ഓഗസ്റ്റ് 25 ന് ഓർക്കുട്ട് പുനർരൂപകൽപ്പന ചെയ്യപ്പെട്ടിരുന്നു. ആ രൂപകൽപ്പനയിൽ ഓർക്കുട്ടിന്റെ അടിസ്ഥാന ഉപയോഗത്തിൽ പല മാറ്റങ്ങളും കൊണ്ടുവന്നിരുന്നു. 2009 ഒക്ടോബർ 27-നാണ് ഓർക്കുട്ട് അതിന്റെ രണ്ടാമത്തെ പുനർരൂപകൽപ്പന പുറത്തിറങ്ങുന്നത്. 2014 ജൂൺ 30-ന് ഓർക്കുട്ട് പൂർണ്ണമായും 2014 സെപ്റ്റംബർ 30-ന് ഷട്ട്ഡൗൺ ചെയ്യുമെന്ന് ഗൂഗിൾ പ്രഖ്യാപിച്ചു. ഇതിന്റെ വെബ്സൈറ്റ് ഇപ്പോഴും ലഭ്യമാണെങ്കിലും ഉപയോഗപ്രദമല്ല.

എഡ്വേർഡ് സാവേരിനും മാർക്ക് സുക്കർബർഗ്ഗും ചേർന്ന് സൃഷ്ടിച്ച ഫേസ്ബുക്ക് 2004-ൽ ആണ് ആരംഭിക്കുന്നത്. അതിന്റെ സവിശേഷത കാരണം വളരെയേറെ പ്രശസ്തി നേടി. ലോകത്ത് ഏറ്റവും ഉപയോഗിക്കപ്പെടുന്ന സാമൂഹ്യശൃംഖല മാധ്യമം ഫേസ്ബുക്ക് ആണ്

2003 ഒക്ടോബർ 28-നാണ് ഫേസ്ബുക്ക് എന്ന നവസമൂഹമാധ്യമത്തിന്റെ തുടക്കം. സുക്കർബർഗ്ഗ്, ഹാർവാഡിലെ കമ്പ്യൂട്ടർ നെറ്റ് വർക്കിൽ നടത്തിയ നൂഴ്ത്തുകയറിയ സ്വകാര്യ ഡോർമിട്രിയിലെ ഐ.ഡി ഇമേജുകൾ കോപ്പി ചെയ്ത് പേജുകളിൽ സ്ഥാപിക്കുകയാണ് സുക്കർബർഗ് ചെയ്തത്. ഇത് തിരിച്ചറിഞ്ഞ അധികൃതർ അദ്ദേഹത്തെ പുറത്താക്കിയെങ്കിലും പിന്നീട് ആരോപണം പിൻവലിച്ചു.

ശേഷം താൻ ആവിഷ്കരിച്ച സംവിധാനം നവീനമായൊരു നെറ്റ് വർക്കിന് സാധ്യതയുണ്ടെന്ന് അദ്ദേഹം മനസ്സിലാക്കി. അങ്ങനെ 2004 ഫെബ്രുവരി 4-ന് 'ദി ഫേസ്ബുക്ക്' നിലവിൽ വന്നു.

2004 ജൂണിൽ ഫേസ്ബുക്കിന്റെ പ്രവർത്തനം കാലിഫോർണിയയിലേക്ക് മാറ്റി. ഈ സമയം 'പേപാൽ' സ്ഥാപകനായ പീറ്റർ തിയെൽ ഫേസ്ബുക്കിൽ നിക്ഷേപം നടത്തുകയും 'ദി' ഉപേക്ഷിക്കാനും ഫേസ്ബുക്ക്.കോം (Facebook.com) എന്ന ഡൊമൈൻ 2005-ൽ കമ്പനി സ്വന്തമാക്കുകയും ചെയ്തു. 2005 സെപ്റ്റംബർ 26-ന് പതിമൂന്ന് വയസ്സോ അതിന് മുകളിൽ പ്രായമുള്ള ആർക്കും സാധുവായ ഇ-മെയിൽ വിലാസം ഉപയോഗിച്ച് ഫേസ്ബുക്കിൽ ചേരാം എന്ന സ്ഥിതിവന്നു.

കെവിൻ സിസ്ട്രോമും മൈക്ക് ക്രീഗറും ചേർന്നാണ് ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം സ്ഥാപിച്ചത്. 2010 ജൂലൈ 16-ന് വൈകുന്നേരം 5.26 ന് മൈക്ക് ക്രീഗർ പോസ്റ്റ് ചെയ്ത പിയർ 38-ലെ സൗത്ത് ബീച്ച് ഹാർബറിന്റെ ഫോട്ടോ ആയിരുന്നു ആദ്യത്തെ ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം പോസ്റ്റ്. ശേഷം സിസ്ട്രോം തന്റെ ആദ്യത്തെ പോസ്റ്റ് പങ്കിട്ടു. യു. ആർ.എൽ അക്ഷരമാലയുടെ ആദ്യ അക്ഷരം കാരണം ഇത് ആദ്യത്തെ ഫോട്ടോയായി തെറ്റായി ആരോപിക്കപ്പെട്ടു.

ഒക്ടോബർ 6-നാണ് ഔദ്യോഗികമായി ആപ്പ് സ്റ്റോർ വഴി ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം ഐ.ഒ.എസ്. ആപ്പ് പുറത്തിറക്കിയത്. 2012 ഏപ്രിൽ 3-ന് ആൻഡ്രോയിഡ് ഫോണുകൾക്കായി ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം പുതിയ ആപ്പ് പുറത്തിറക്കി. പിന്നീട് 2014 മാർച്ചിലും 2017 ഏപ്രിലിലും ആൻഡ്രോയിഡ് ആപ്പിന് രണ്ട് സുപ്രധാന അപ്ഡേറ്റുകൾ ലഭിച്ചു.

2012 ഏപ്രിൽ 9-ന് ഫേസ്ബുക്ക് ഇൻസ്റ്റാഗ്രാമിനെ 1 ബിലിയൺ ഡോളറിന് പണമായും സ്റ്റോക്കുമായും വാങ്ങി. 2016 ഏപ്രിലിൽ ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം വിൻഡോസ് 10 മൊബൈൽ ആപ്ലിക്കേഷൻ പുറത്തിറക്കി. 2016 മെയ് 11-ന് ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം അതിന്റെ ഡിസൈൻ പരിഷ്കരിച്ചു. ആപ്ലിക്കേഷന്റെ ഉപയോക്തൃ ഇന്റർഫേസിനായി ഒരു ബ്ലാക്ക് ആൻഡ് വൈറ്റ് ഫാറ്റ് ഡിസൈൻ തീം കൂടാതെ സ്ക്വയ്മോർഫിസ്റ്റിക് കൂടുതൽ ആധുനിക വർണ്ണാഭമായി ഐക്കൺ ചേർത്തു. 2016 ഡിസംബർ 6-ന് ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം കമന്റ് ലൈക്കിംഗ് അവതരിപ്പിച്ചു. ഐ.ജി.റ്റി.വി 2018 ജൂൺ 20-ന് ഒറ്റപ്പെട്ട വീഡിയോ ആപ്ലിക്കേഷനായി സമാരംഭിച്ചു. 2018 സെപ്റ്റംബർ 24-ന് ക്രീഗറും സിസ്ട്രോമും ഇൻസ്റ്റാഗ്രാമിൽ നിന്ന് പിൻമാറുകയും ആദം മൊസേരി പുതിയ തലവൻ ആകുകയും ചെയ്തു.

സ്റ്റീവ് ചെൻ, ചാൾ ചാർലി, ജാവേദ് കരീം എന്നിവരാണ് യൂട്യൂബ് സ്ഥാപിച്ചത്. യൂട്യൂബിന്റെ ഉത്ഭവത്തെക്കുറിച്ച് പല കഥകളും പ്രചാരത്തിലുണ്ട്. 2005-ലാണ് ഹർലിയും ചെന്നും യൂട്യൂബിനായുള്ള ആശയം വർദ്ധിപ്പിക്കുന്നത്. ഒരു ഓൺലൈൻ ഡേറ്റിംഗ് സേവനത്തിന്റെ വീഡിയോ പതിപ്പാണ് യൂട്യൂബിനായുള്ള യഥാർത്ഥ ആശയത്തിന്റെ തുടക്കം. ഏത് തരത്തിലുള്ള വീഡിയോകളും അപ്ലോഡ് ചെയ്യാൻ സൈറ്റിന്റെ സ്ഥാപകർ തീരുമാനിച്ചു.

ആദ്യ വീഡിയോ 2005 ഏപ്രിൽ 23-ന് അപ്ലോഡ് ചെയ്തു. 'മീ അറ്റ് ദ സൂ' എന്ന പേരും ഇട്ടിരുന്നു. ഇത് സാൻ ഡീഗോ മുഗശാലയിൽ വെച്ച് സഹസ്ഥാപകൻ ജാവേദ് കരീമിനെ കാണിക്കുന്നു.

ഇന്റർനെറ്റിലെ ആദ്യത്തെ വീഡിയോ പങ്കിടൽ സെറ്റ് യൂട്യൂബ് ആയിരുന്നില്ല. 2014 നവംബറിൽ വിമിയോ സമാരംഭിച്ചതുപോലെ ആ സൈറ്റ് അക്കാലത്ത് കോളേജ് ഹ്യൂമറിൽ നിന്നുള്ള ഡെവലപ്പർമാരുടെ ഒരു സൈഡ് പ്രോജക്ടായി തുടർന്നു. എന്നാൽ അത് യൂട്യൂബ് പോലെ പ്രചാരം നേടിയില്ല.

'www.youtube.com' എന്ന് പേര് സമാനമായ മറ്റൊരു വെബ്സൈറ്റായ 'www.utube.com' ന് പ്രശ്നങ്ങൾക്ക് കാരണമായി. പിന്നീട് യൂണിവേഴ്സൽ ട്യൂബ് അതിന്റെ വെബ്സൈറ്റ് 'www.utubeonline.com' എന്നാക്കുകയുമുണ്ടായി. 1.65 ബിലിയൺ ഡോളറിന്, 2006 ഒക്ടോബറിൽ യൂട്യൂബിനെ ഗൂഗിൾ സ്വന്തമാക്കി എന്ന് ഗൂഗിൾ പ്രഖ്യാപിച്ചു.

2006 ഒക്ടോബറിൽ കാലിഫോർണിയയിലെ സാൻ ബ്രൂണോയിലെ പുതിയൊരു ഓഫീസിലേക്ക് യൂട്ട്യൂബ് മാറുകയും, ഹാർലി ചീഫ് എക്സിക്യൂട്ടീവ് സ്ഥാനത്ത് നിന്ന് വിരമിക്കണമെന്നും, 2010 ഒക്ടോബറിൽ സലാർ കമാംഗർ കമ്പനി മേധാവിയായി ചുമതലയേൽക്കുമെന്നും പ്രഖ്യാപനം ഉണ്ടായി.

2014-ൽ സുസൻ വോജ്സിക്കിയെ യൂട്ട്യൂബിന്റെ സി.ഇ.ഒ ആയി നിയമിച്ചു. കുറച്ചുനാളുകൾ കൊണ്ടുതന്നെ പരസ്യങ്ങൾക്കപ്പുറം വരുമാനം ഉണ്ടാക്കാൻ യൂട്ട്യൂബ് പുതിയ മാർഗ്ഗങ്ങൾ പരീക്ഷിച്ചു.

2009-ൽ അമേരിക്കാരനായ ബ്രയാൻ ആക്റ്റൺ, ജാൻക്രോം എന്നിവർ ചേർന്ന് വാട്സ്ആപ്പ് വികസിപ്പിച്ചു. 1,14,000 കോടി രൂപയ്ക്ക് 2014 ഫെബ്രുവരി 19-ന് വാട്സ്ആപ്പിനെ ഫേസ്ബുക്ക് ഏറ്റെടുത്തതായി ഔദ്യോഗിക പ്രഖ്യാപനം ഉണ്ടായി. ഒക്ടോബർ 5 ചൊവ്വാഴ്ച രാത്രി മണിക്കൂറുകളോളം വാട്സ്ആപ്പിന്റെ സേവനങ്ങൾ തടസ്സപ്പെട്ടിരുന്നു.

### **1.3. പ്രധാന സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങൾ**

#### **1.3.1. ഫേസ്ബുക്ക്**

2004 ഫെബ്രുവരി 4 ന് മാർക്ക് സൂക്കർബർഗാണ് ഫേസ്ബുക്കിന് രൂപം നൽകിയത്. സൂഹൃദ് ബന്ധങ്ങളിലുള്ള സുതാര്യതയാണ് ഫേസ്ബുക്കിന് പ്രചാരം നേടിക്കൊടുക്കുന്ന പ്രധാനഘടകം. ആശയസംവേദനവും അറിവുകളുടെ പങ്കുവെയ്ക്കലും വിനോദവുമൊക്കെ ഈ മാധ്യമത്തിന്റെ ഭാഗമാണ്. സിനിമ, രാഷ്ട്രീയം, അനുദിന വാർത്തകൾ എന്നിങ്ങനെയുള്ള നിത്യസംഭവങ്ങളെ സമൂഹമാധ്യമത്തിലേക്ക് കൊണ്ടുവരാനുള്ള ഇടമായും ഇതിനെ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുവാനാകുന്നു. ഫേസ്ബുക്കിന്റെ സംഭാവനകൾ സൗഹൃദങ്ങളുടെയും കാഴ്ചപ്പാടുകളുടെയും ലോകത്തേക്ക് ഒരുങ്ങിക്കൂട്ടുന്നില്ല. സാഹിത്യലോകത്തും അനവധി സംഭാവനകൾ നൽകാൻ ഈ മാധ്യമത്തിന് സാധിച്ചിട്ടുണ്ട്. സമൂഹമാധ്യമങ്ങളിൽ തന്നെയും ഏറ്റവും കൂടുതൽ ജനകീയവും സജീവവുമായ സാമൂഹ്യശൃംഖലാസൈറ്റായി ഫേസ്ബുക്ക് ഇന്ന് മാറിയിട്ടുണ്ട്.

### 1.3.2. വാട്സാപ്പ്

ബ്രായൻ ആക്ടൺ, ജാൻക്രോം എന്നിവർ ചേർന്ന് 2009-ൽ വാട്സാപ്പ് സ്ഥാപിച്ചു. 2010 മുതലാണ് വാട്സാപ്പ് ജനപ്രിയമായി തുടങ്ങിയത്. ഇന്ന് നിലവിലുള്ള സമ്പർക്ക മാധ്യമങ്ങളുടെ ആശയവിനിമയ മാർഗ്ഗങ്ങളിൽ നിന്നും വ്യത്യസ്തമായി വിവിധ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന സ്മാർട്ട്ഫോണുകളിൽ ഉപയോഗിക്കാവുന്ന ആശയസംവേദന സംവിധാനമാണ് വാട്സാപ്പിനുള്ളത്. ടെക്സ്റ്റുകളും ഫോട്ടോകളും വീഡിയോകളും ഓഡിയോകളും വെബ്ലിങ്കുകളും ഉൾക്കൊള്ളുന്ന ഇൻസ്റ്റന്റ് മെസേജുകളുടെ ഉപയോഗസാധ്യത, മൾട്ടിമീഡിയ ഭാഷയുടെ സാധ്യത, ഫോൺനമ്പർ കേന്ദ്രീകൃതമായ യൂസർ അക്കൗണ്ടിന്റെ ലഭ്യത എന്നിവ വാട്സാപ്പിനെ ജനപ്രിയമാക്കുന്നു. സമകാലിക സമൂഹം ഏറ്റവും കൂടുതൽ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്ന സാമൂഹ്യ സമ്പർക്കമാധ്യമമായി വാട്സാപ്പ് വളർന്നുകഴിഞ്ഞു.

### 1.3.3. ട്വിറ്റർ

ജാക്ക്ഡോസെ എന്ന അമേരിക്കൻ കമ്പ്യൂട്ടർ വിദഗ്ദ്ധനാണ് 2006 ഒക്ടോബറിൽ ട്വിറ്റർ എന്ന സാമൂഹ്യസമ്പർക്ക സംരംഭത്തിന് തുടക്കം കുറിച്ചത്. മൈക്രോബ്ലോഗുകൾ എന്നും ഇതിനെ വിളിക്കുന്നു. കിളികളുടെ കുറുകലാണ് അർത്ഥമാക്കുന്ന ട്വിറ്റർ കേവലം 280 അക്ഷരങ്ങളിലൊതുങ്ങുന്ന സന്ദേശങ്ങളയക്കാൻ മാത്രമേ അവസരം നൽകുന്നുള്ളൂ. 'SMS of Internet' എന്നാണ് ട്വിറ്ററിനെ അറിയപ്പെടുന്നത്. സമൂഹത്തിന്റെ ഉന്നതശ്രേണികളിലുള്ളവരുടെ സാന്നിധ്യം കൊണ്ട് ട്വിറ്റർ കൂടുതൽ ശ്രദ്ധയാകർഷിക്കുന്നു. സമൂഹത്തിലെ പ്രധാന വ്യക്തികളുടെ സുഹൃത്താകുന്നതിനും ട്വിറ്റർ അവസരം നൽകുന്നു. സൗഹൃദക്കൂട്ടായ്മ എന്നതിലുപരി അടിയന്തിര വാർത്താവിനിമയോപാധിയായും അഭിപ്രായപ്രകടന മാധ്യമമായും ആവശ്യാവസരങ്ങളിൽ ആശയപ്രചാരണായുധമായും ട്വിറ്ററിനെ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുവാൻ കഴിയുന്നതാണ്.

#### 1.3.4. യൂട്യൂബ്

2005 ഫെബ്രുവരിയിൽ പേപ്പാൽ എന്ന ഇ-വ്യാപാരകമ്പനിയിൽ ജോലി ചെയ്തിരുന്ന കുറച്ചുപേരുടെ പ്രയത്നഫലമായാണ് യൂട്യൂബ് രൂപം കൊണ്ടത്. ഗൂഗിളിന്റെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ഇന്റർനെറ്റ് വീഡിയോ ഷെയറിംഗ് വെബ്സൈറ്റാണിത് ഈ വെബ്സൈറ്റിലൂടെ ലോകത്തെവിടെയുമുള്ള യൂട്യൂബ് ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് തങ്ങൾ ചിത്രീകരിച്ച വീഡിയോകൾ, സംഗീതം, ടെലിവിഷൻ പരിപാടികൾ തുടങ്ങിയവ മറ്റുള്ളവരുമായി പങ്കിടാൻ സാധിക്കുന്നു. യൂട്യൂബിൽ അംഗമാകുന്നതോടെ ആർക്കും വീഡിയോകൾ പങ്കിടാൻ സാധിക്കും. കഴിഞ്ഞ വർഷങ്ങളിൽ ഗൂഗിളിന്റെ ഏറ്റവും ലാഭകരമായ സ്ഥാപനങ്ങളിലൊന്നായി യൂട്യൂബ് മാറി.

#### 1.3.5. ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം

കെവിൻ സിസ്ട്രം, മൈക് ക്രീഗർ എന്നിവർ ചേർന്ന് 2010 ഒക്ടോബറിൽ പുറത്തിറക്കിയ ഒരു സോഷ്യൽ നെറ്റ് വർക്കിംഗ് വെബ്സൈറ്റാണ് ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം.

ചിത്രങ്ങളും വീഡിയോകളും സൗജന്യമായി മറ്റുള്ളവരുമായി പങ്കുവെയ്ക്കാൻ കഴിയുന്നു എന്നതാണിതിന്റെ സവിശേഷത. ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് ഫോട്ടോ എടുക്കുവാനും ആവശ്യമായ എഡിറ്റിംഗുകൾ നടത്തുന്നതിനും മറ്റ് നിരവധി സോഷ്യൽ നെറ്റ് വർക്കിംഗ് സൈറ്റുകളിലേക്ക് അപ്ലോഡ് ചെയ്യുന്നതിനും ഇൻസ്റ്റാഗ്രാമിലൂടെ സാധിക്കുന്നതാണ്.

ആദ്യകാലത്ത് ഐഫോൺ, ഐപോഡ്, ഐപാഡ് എന്നിവയിൽ മാത്രമാണ് ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം ലഭ്യമായിരുന്നത്. എന്നാൽ 2012 ആയപ്പോഴേക്കും ആൻഡ്രോയിഡ് 2.2 മുതൽ അതിന് മുകളിലേക്കുള്ള ആൻഡ്രോയ്ഡ് ഓപ്പറേറ്റിംഗ് സിസ്റ്റങ്ങളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന മൊബൈൽഫോണുകളിൽ ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം ഉപയോഗം സാധ്യമായിത്തുടങ്ങി.



അദ്ധ്യായം 2

**സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളും  
സ്ത്രീ ഇടപെടലുകളും**

## 2.1 സ്ത്രീ ഇടപെടലുകൾ

ഇരുപത്തിയൊന്നാം നൂറ്റാണ്ടിൽ കഴിഞ്ഞകാലങ്ങളിൽ പകുതിയിലേറെ സ്ത്രീകൾ നവമാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നവരാണ്. അവയുടെ ഉപയോഗം ഫെമിനിസ്റ്റ് ഡിജിറ്റൽ ഹ്യൂമാനിറ്റിസ് എന്ന ഡിജിറ്റൽ ഹ്യൂമാനിറ്റിസ് മേഖലയിലെ സമീപകാലവികാസത്തിനും കാരണമായി ഫെമിനിസ്റ്റ് വളർച്ചയെക്കുറിച്ചും സംഭവങ്ങളെക്കുറിച്ചും ആളുകളെ ബോധവൽക്കരിക്കുന്നതിനുമായി സ്ത്രീകൾ സോഷ്യൽ മീഡിയയിൽ അതിവേഗം ആധിപത്യം സ്ഥാപിക്കുന്നു.

ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കുന്ന ഓരോ വ്യക്തിയും ആശയവിനിമയത്തിന് സൈബർ സ്പേസ് ഉപയോഗപ്പെടുത്തുന്നു. അതിന് ഉത്തമ ഉദാഹരണമാണ് ഫേസ്ബുക്ക്. നന്മയും തിന്മയും വേർതിരിച്ചെടുക്കുന്നിടമാണ് ഇവിടം. പഠനങ്ങൾ തെളിയിക്കുന്നത് സ്വന്തം പ്രൊഫൈൽ മറ്റുള്ളവരുമായി താരതമ്യപ്പെടുത്തി വിഷാദത്തിലേക്ക് പോയവരിൽ ഭൂരിഭാഗം പേരും സ്ത്രീകൾ ആണ് എന്നാണ്. അവരെ ഫേസ്ബുക്ക് ഉപയോഗിക്കുന്നതിന് പ്രേരിപ്പിച്ച പ്രധാനഘടകങ്ങൾ വിരസത, സമ്മർദ്ദങ്ങൾ, വിഷാദം, ഒറ്റപ്പെടൽ തുടങ്ങിയവയായിരുന്നു. കുറെയേറെ നല്ല സൗഹൃദങ്ങൾ ലഭിക്കുന്നിടം കൂടിയാണ് ഫേസ്ബുക്ക്.

സൈബർ ഭീഷണികൾ കൂടുതലായും സ്ത്രീകൾക്ക് നേരെയെന്ന് നടക്കുന്നത്. മറ്റുള്ളവരുമായി ഒരു സ്വകാര്യസന്ദേശം കൈമാറുക. അപമാനകരമായ ഫോട്ടോകൾ അല്ലെങ്കിൽ വീഡിയോ പോസ്റ്റ് ചെയ്യുക. വെബ്സൈറ്റുകൾ അല്ലെങ്കിൽ ബ്ലോഗുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നതിലൂടെ സെൽഫോണുകളിലേക്ക് വരുന്ന അപമാനകരമായ സന്ദേശങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയെല്ലാം സ്ത്രീകൾക്ക് നേരിടേണ്ടിവരുന്ന സൈബർ അതിക്രമങ്ങളാണ്. ഇത്തരം ഭീഷണികൾക്കും അതിക്രമങ്ങൾക്കും അനുസൃതമായ നിയമങ്ങൾ ഇല്ലെങ്കിലും ഐടി ആക്ട് 67 പോലുള്ള വകുപ്പുകൾക്ക് അത്തരം വിഷയങ്ങൾ ഭാഗികമായി കൈകാര്യം ചെയ്യാൻ കഴിയും.

ഫേസ്ബുക്കിന്റെ തന്നെ നേതൃത്വമുള്ള മറ്റൊരു ആപ്ലിക്കേഷനാണ് ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം. കെവിൻ സിസ്ട്രോമും മൈക്ക് ക്രീഗും ചേർന്ന് സ്ഥാപിച്ച ഫോട്ടോയും വീഡിയോയും പങ്കിടാൻ സാധിക്കുന്ന ഒരു അമേരിക്കൻ സോഷ്യൽ നെറ്റ്വർക്കിംഗ് സേവനമാണ് ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം. പെൺകുട്ടികൾ കൂടുതലായും ഉപയോഗിക്കുന്ന ഒരു മാധ്യമമാണ് ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം. ഇൻസ്റ്റാഗ്രാമിന്റെ നിബന്ധനകളും വ്യവസ്ഥകളും ലംഘിച്ചാൽ ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം അക്കൗണ്ട് തന്നെ ഇല്ലാതാകും.

വിനോദത്തിനായും കലകളെ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നതിനായും ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം റിയൽസ് എന്ന ചെറിയ വീഡിയോകൾ ആരംഭിച്ചു. അതിൽ കൂടുതലായും സ്ത്രീകളുടെ ഇടപെടലുകൾ കാണാം സ്വകാര്യമായും അല്ലെങ്കിൽ എല്ലാവർക്കും കാണാൻ കഴിയുന്ന വിധത്തിലും പ്രൊഫൈൽ ക്രമീകരിക്കാവുന്നതാണ്. പ്രൊഫൈൽ സ്വകാര്യമല്ലാത്തതിനാൽ മോർഫിംഗ് പോലെ ഉള്ളവയ്ക്കായി ദുരുപയോഗം ചെയ്യപ്പെട്ട ധാരാളം അനുഭവങ്ങൾ സ്ത്രീകൾക്ക് ഉണ്ട്. പരിചയമില്ലാത്തവരെ സുഹൃത്തുക്കളാക്കുന്നതിലൂടെ അശ്ലീലചുവയുള്ള പ്രയോഗങ്ങൾ സ്ത്രീകൾക്ക് നേരിടേണ്ടിവരുന്നു. ഇവ സൈബർ അതിക്രമത്തിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. വീഡിയോ കാണാനും കമന്റ് ചെയ്യാനും ലൈക്ക് ചെയ്യാനും ഫോട്ടോ പോസ്റ്റ് ചെയ്യാനുമെല്ലാമാണ് സ്ത്രീകൾ ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം ഉപയോഗിക്കുന്നത്.

വിവിധ പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിൽ പ്രവർത്തിക്കുന്ന സ്മാർട്ട് ഫോണുകളിൽ ഉപയോഗിക്കാവുന്ന ആശയവിനിമയ സംവിധാനം ആണ് 2009 ൽ പുറത്തുവന്ന വാട്സാപ്പ്. ലേഖന സന്ദേശം കൂടാതെ ഉപയോക്താവിന്റെ ചിത്രങ്ങളും ദൃശ്യങ്ങളും ശബ്ദസന്ദേശങ്ങളും അവരുടെ സ്ഥാനമുൾപ്പെടെ അയയ്ക്കാനാകും എന്നത് മറ്റൊരു സവിശേഷതയാണ്. നിത്യജീവിതത്തിൽ സന്ദേശങ്ങൾ അയയ്ക്കാൻ സ്ത്രീകൾ കൂടുതലായും ഉപയോഗിക്കുന്ന ഒന്നാണ് വാട്സാപ്പ്.

അതുപോലെ തന്നെ സൈബർ കുറ്റകൃത്യങ്ങളിൽ നിരീക്ഷിക്കപ്പെട്ടതിൽ സ്ത്രീകളാണ് പ്രധാന ലക്ഷ്യമായി കാണപ്പെടുന്നത്. സ്ത്രീകളുടെ ചിത്രങ്ങൾ

ദുരുപയോഗപ്പെടുത്താതെ ഇരിക്കുന്നതിനായി പ്രൊഫൈൽ ചിത്രത്തിലേക്കുള്ള പ്രവേശനം നിയന്ത്രിക്കുന്നത് നന്നായിരിക്കും. സ്ത്രീകളിലെ അമിതമായ സോഷ്യൽ നെറ്റ് വർക്കിംഗ് സൈറ്റുകളുടെ ഉപയോഗം അവരുടെ കുടുംബബന്ധത്തിനുതന്നെ വിള്ളൽ വീഴ്ത്താവുന്നതാണ്. വിചിത്ര നിയമമാണ് ഉത്തർപ്രദേശിലെ ഒരു ഗ്രാമത്തിൽ ഉള്ളത്. പുരുഷന്മാരുമായി സ്ത്രീകൾ ഇടപഴകുന്നത് ഒഴിവാക്കാൻ സ്ത്രീകൾ പരസ്യമായി മൊബൈൽ ഫോൺ ഉപയോഗിച്ചാൽ 21,000 രൂപ പിഴയീടാക്കും. ഇവിടെ സ്ത്രീ സ്വാതന്ത്ര്യം ചോദ്യപ്പെടുകയാണ്.

വീട്ടിൽ ഓടിനടന്ന് ജോലി ചെയ്യുന്ന സ്ത്രീകൾ അവരുടെ വിശ്രമവേളകൾ നവമാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കാൻ വിനിയോഗിക്കുന്നു. പുതിയ വിഭവങ്ങൾ പരീക്ഷിക്കാനായി പല പരീക്ഷണ വീഡിയോകളും കാണുന്നതിനുള്ള സഹായ മാർഗ്ഗങ്ങൾ യൂട്യൂബ്, കാഴ്ചക്കാർക്ക് നൽകുന്നുണ്ട്. അശ്ലീല ചിത്രങ്ങൾ പങ്കുവയ്ക്കുന്നതിൽ യൂട്യൂബ് നിരോധനം ഏർപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. ഗൂഗിൾ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ഇന്റർനെറ്റ് വീഡിയോ ഷെയറിംഗ് വെബ്സൈറ്റാണ് യൂട്യൂബ്. ഈ സംവിധാനത്തിലൂടെ ലോകത്ത് എവിടെ നിന്നും ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് വീഡിയോ ഖണ്ഡങ്ങൾ മറ്റുള്ളവരുമായി പങ്കുവയ്ക്കാൻ കഴിയും. യൂട്യൂബ് ഒരു വരുമാന മാർഗ്ഗം കൂടിയാണ്. ഈയിടെയായി ധാരാളം സ്ത്രീകളും യൂട്യൂബ് ചാനൽ ആരംഭിക്കുകയും അവരുടെ പാചക വൈദഗ്ദ്ധ്യം മറ്റുള്ളവരിലേക്ക് എത്തിക്കുകയും ചെയ്യുന്നതിലൂടെ വരുമാനം കണ്ടെത്തുകയും ചെയ്യുന്നുണ്ട്. ഈ അടുത്തകാലത്ത് ലോകമെമ്പാടും കാര്യമായ സാമൂഹിക സാധീനം ചെലുത്തിയ ഒന്നാണ് യൂട്യൂബ്.

ടിറ്റർ എന്നത് അതിന്റെ ഉപയോക്താക്കൾക്ക് സൗജന്യമായി ടീറ്റ്സ് എന്നുവിളിക്കപ്പെടുന്ന ഹ്രസ്വസന്ദേശങ്ങളിലൂടെ വിവരം പങ്കുവെയ്ക്കാനുള്ളതും മറ്റ് ഉപയോക്താക്കൾ അപ്ഡേറ്റ് ചെയ്ത സന്ദേശങ്ങൾ വായിക്കുന്നതിനും ഉപയോഗിക്കുന്ന ഒരു സോഷ്യൽ നെറ്റ് വർക്കിംഗ് മൈക്രോബ്ലോഗിംഗ് വെബ്സൈറ്റാണ്. ജനപ്രതിനിധികളുടെയും രാഷ്ട്രീയ നേതാക്കളുടെയും അഭിനേതാക്കളുടെയും ടീറ്റുകളാണ് കൂടുതലും ഷെയർ ചെയ്യപ്പെടുന്നതും ചർച്ച ചെയ്യപ്പെടുന്നതും. ടീറ്ററിലും സ്ത്രീകളുടെ പങ്ക് കുറവല്ല.

ധാരാളം നടമാർ ടിറ്റർ ഉപയോഗിക്കുന്നു. ടിറ്ററിൽ സ്ത്രീകൾക്ക് തങ്ങളുടെ തായ സവിശേഷമായൊരു ഇടം ഉണ്ടാക്കിയെടുക്കാൻ കഴിഞ്ഞു എന്നാണ് പഠന ഫലങ്ങൾ സൂചിപ്പിക്കുന്നത്. സർവ്വേയിലെ സ്ത്രീ ആവേദകർ പറയുന്നത് തങ്ങൾക്ക് ടിറ്ററിൽ അഭിപ്രായസ്വാതന്ത്ര്യം ഉണ്ടെന്നാണ്. ഇന്ത്യയിൽ സ്ത്രീകൾ തങ്ങളുടെ വെല്ലുവിളികളെക്കുറിച്ചും ടീറ്റ് ചെയ്യാറുണ്ട്. വിവിധ നഗരങ്ങളിലെ സ്ത്രീകൾക്കിടയിൽ വിവിധ വിഷയങ്ങൾ മൂന്നിട്ട് നിൽക്കുന്നതായി കാണാൻ കഴിയും ഫേസ്ബുക്ക്, വാട്സാപ്പ് എന്നിവയുടെ അത്രയും ഉപയോഗം പൊതുവേ സ്ത്രീകൾക്കിടയിൽ ടിറ്ററിന് ഇല്ല.

## 2.2. സ്ത്രീ ഇടപെടലുകളുടെ ഗുണങ്ങളും ദോഷങ്ങളും

നവമാധ്യമ ഇടപെടൽ സ്ത്രീ മുന്നേറ്റത്തിന് വേഗത കൂട്ടിക്കൊണ്ടിരുന്നു. എന്തും എപ്പോഴും തുറന്നടിക്കാൻ ഇന്റർനെറ്റ് സംവിധാനവും ഫേസ്ബുക്കും ടിറ്ററും വാട്സാപ്പും സ്ത്രീകൾക്ക് അവസരം കൊടുക്കുന്നു. സ്ത്രീകളെ വഞ്ചിക്കാനും, കെണിയിൽ വീഴ്ത്താനും, ലൈംഗിക ചൂഷണത്തിനും പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്ന പുരുഷോപാധികളാണ്. ഇതെല്ലാമെന്ന് ചിന്തിക്കുന്നവർക്ക് തിരിച്ചടി നൽകാൻ സ്ത്രീകളും പെൺകുട്ടികളും പ്രാപ്തി നേടിക്കഴിഞ്ഞു.

തങ്ങളുടെ ആശയങ്ങളും അഭിപ്രായങ്ങളും പൊതുസമൂഹത്തിന്റെ ശ്രദ്ധയിൽ കൊണ്ടുവരാൻ പത്രദൃശ്യമാധ്യമങ്ങൾ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്ന റിപ്പോർട്ടർമാർ, എഡിറ്റർമാർ എന്നിവക്കേ ഇതുവരെ സാധിക്കുമായിരുന്നുള്ളൂ. മേൽസൂചിപ്പിച്ചവരുടെ കാര്യത്തിന് കാത്ത് നിൽക്കാതെ ആശയസംവാദങ്ങൾ നടത്താൻ ശക്തമായൊരു ഇടമാണ് സൈബർ സംവിധാനങ്ങളെന്ന് സ്ത്രീകൾ കണ്ടെത്തുകയും പ്രയോഗത്തിലെത്തിക്കുകയും ചെയ്തുതകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്.

പെൺശരീരത്തെ വഞ്ചനയ്ക്ക് ഇരയാക്കാനുള്ള എളുപ്പവഴിയായി സൈബർ ലോകത്തെ പുരുഷവർഗ്ഗം കണക്കാക്കിയിരിക്കുന്നു. അത്തരം ചൂഷണങ്ങൾ

കണ്ടെത്തി ശക്തിയോടെ തിരിച്ചടിക്കാനുള്ള കരുത്ത് സ്ത്രീകൾ ആർജ്ജിച്ചുകഴിഞ്ഞു. സൈബർ ചാറ്റിങ്ങിലൂടെ ഇടപെടുന്ന അപരിചിതൻ നൽകുന്ന സൂചനകളും സാധ്യതകളും അവയിലെ നല്ലതും അപകടങ്ങളും മുൻകൂട്ടി കാണാൻ സ്ത്രീകളും പെൺകുട്ടികളും വിവേകപൂർണ്ണമായ ബോധം നേടിയെടുത്തതിനാൽ അപകടക്കെണിയിൽ അകപ്പെടുത്താൻ ഇനി അവരെ കിട്ടില്ല.

സ്വകാര്യത എന്ന സങ്കല്പം ഏറ്റവും ദുർബലമായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന അവസ്ഥയാണിന്നുള്ളത്. വ്യക്തിക്ക് രഹസ്യങ്ങളില്ലാതാവുന്ന അവസ്ഥയും ഇന്നുണ്ട്. എത്ര രഹസ്യമായി സൂക്ഷിച്ചാലും അത് വെളിച്ചത്തിലെത്തിക്കാൻ ആധുനിക സംവിധാനങ്ങൾ വഴി സാധ്യമാകുന്നു. സ്വകാര്യസംഭാഷണങ്ങളും പ്രവൃത്തികളും ഒപ്പിയെടുക്കാനും പരസ്യപ്പെടുത്താനും മാർഗ്ഗങ്ങൾ വന്നുകഴിഞ്ഞു. ഇത്തരം കാര്യങ്ങൾ സാധ്യമാവുന്നത് കൊണ്ടുതന്നെ പുരുഷമേധാവിത്വം ഉയർത്തുന്ന രഹസ്യമായതോ പരസ്യമായതോ ആയ വെല്ലുവിളികളെ നേരിടാനും കരുത്തുറ്റ പ്രതിരോധങ്ങൾ തീർക്കാനും അവയ്ക്ക് പരിചിതരുടെയോ അല്ലാത്തവരുടെയോ ആശയപരമായ പിന്തുണ ആർജ്ജിക്കാനും സോഷ്യൽ മീഡിയകൾ വഴി സാധ്യമാകുന്നുണ്ട് എന്നതും പ്രതിരോധത്തിന്റെ ശക്തികൂട്ടാൻ സ്ത്രീകളെ പ്രാപ്തരാക്കുന്നു.

സമൂഹത്തെ ഭയന്ന് സ്വന്തം ഫോട്ടോകൾ പോലും ഫേസ്ബുക്കിലും വാട്സാപ്പിലും ഇടാൻ സ്ത്രീകൾക്ക് ഭയമായിരുന്നു. തങ്ങളുടെ ഫോട്ടോയ്ക്ക് പകരം പക്ഷികളുടെയോ മൃഗത്തിന്റെയോ സിനിമാ നടികളുടെയോ ഒക്കെ ചിത്രം കൊടുത്തിരിക്കുന്ന അവസ്ഥമാറി സ്വന്തം ചിത്രം തന്നെ കൊടുക്കാൻ പെൺമനസ്സുജ്ജ്വലിക്കുകയുണ്ടായി.

സോഷ്യൽ മീഡിയയിലൂടെ തങ്ങളുടെ ചിന്തകളും ആശയങ്ങളും പ്രകടിപ്പിക്കുന്നതോടൊപ്പം രാഷ്ട്രീയമായ മേഖലകളിലേക്കുകൂടി കടന്നുവരാനുള്ള

അവസരമായി സ്ത്രീ സമൂഹ ഇതിനെ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നു. എത്രനേരം വേണമെങ്കിലും പരസ്പരം സംവദിക്കാനും സംസാരിക്കാനും സാധ്യമാകുന്നുണ്ടിവിടെ. പ്രണയിക്കാനും സൗഹൃദം പങ്കുവയ്ക്കാനും ലോകകാര്യങ്ങൾ പരസ്പരം ചർച്ച ചെയ്യാനും കള്ളവും സത്യവും തിരിച്ചറിയാനുമൊക്കെ സൈബർ മേഖല സ്ത്രീകൾക്ക് ഇടം നൽകുന്നു.

നവമാധ്യമങ്ങളിലൂടെ ജനഹിതമറിയാനും ജനഹൃദയം കവരാനും ജനാരവം മുഴക്കാനും സാധ്യമാകുന്നുണ്ടിന്ന്. ഇവയുടെ സഹായത്താൽ നിരവധി സാമൂഹ്യ സമരങ്ങൾ നടത്താൻ കഴിഞ്ഞു എന്നതും ശ്രദ്ധേയമാണ്. ചുംബനസമരം, നിൽപ്പു സമരം, ഇരിക്കസമരം, നാപ്കിൻ പ്രൊട്ടസ്റ്റ്, ചലോ മുതലമട, തുടങ്ങിയ നവമാധ്യമ കൂട്ടായ്മ തെരുവിലേക്കിറങ്ങി വിജയിപ്പിച്ച സമരങ്ങളാണ്. ഇവയുടെ വിജയം സ്ത്രീ സമൂഹത്തിന് പ്രത്യേകമായൊരു ഊർജ്ജം നൽകുന്നുണ്ട്. തങ്ങൾക്കെതിരെ വാളോങ്ങി നിൽക്കുന്നവരെ സധൈര്യം നേരിടാൻ പറ്റുമെന്നൊരു ആത്മവിശ്വാസം ഇവരിൽ അങ്കുരിച്ചുകഴിഞ്ഞു.

സമൂഹം 'നല്ലപെണ്ണ്' എന്ന് അംഗീകാരം നൽകണമെങ്കിൽ ചില ചട്ടങ്ങൾ പാലിക്കേണ്ടതുണ്ട്. അടക്കം ഒതുക്കവും വേണം എന്നും ഒറ്റയ്ക്ക് പുറത്തിറങ്ങരുത്, അന്യപുരുഷന്മാരോട് ഇടപഴകരുത്. ചിരിയും സംസാരവും ഒതുക്കത്തോടെയാവണം. മാന്യമായ വസ്ത്രമേ ധരിക്കാവും, കമ്പ്യൂട്ടറും മൊബൈലും ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ ശ്രദ്ധവേണം. എന്നിങ്ങനെ നിരവധി കാര്യങ്ങൾ പാലിച്ചാലേ നല്ല പെണ്ണാവൂ. ഇന്നത്തെ പെൺകുട്ടികൾ പലരും തെരുവുകളിൽ രാത്രി നടത്തത്തിൽ ഏർപ്പെടുന്നു. കുത്തിയിരിപ്പു സമരങ്ങളിലും മറ്റും പങ്കാളിയാവുന്നു. വീറുറ്റ ചർച്ചകളിൽ സജീവമാകുന്നു. ഇങ്ങനെയൊക്കെയുള്ളതാണ് ഇന്ന് പെണ്ണിന്റെ സൈബർ ജീവിതം. സമൂഹം കൽപ്പിച്ചു നൽകുന്ന 'നല്ല പെണ്ണ്' ചട്ടങ്ങളെ കാറ്റിൽ പറത്തി സ്വന്തം ശരീരത്തെയും അതിന്മേലുള്ള അവകാശത്തെപ്പറ്റിയും നിരന്തരം പറഞ്ഞുകൊണ്ടിരിക്കുകയെന്നുള്ളതാണ് സൈബർ സ്ത്രീകളുടെ പോരാട്ടമുഖം.

ഫേസ്ബുക്ക് ഒരു പോർക്കളമാക്കി മാറ്റിയിരിക്കുകയാണ് ആധുനിക സ്ത്രീത്വം. സമൂഹം കൽപ്പിച്ച അരുതുകൾ ശരിയല്ലെന്ന് ബോധ്യപ്പെടുത്താനും അവയ്ക്കെതിരായി പോരാടാനും ഉറച്ച മനസ്സോടെ അവർ നിലകൊള്ളുന്നു. ആർത്തവം അശുദ്ധമാണെന്ന് പറഞ്ഞ പഴയ കാഴ്ചപ്പാട് മാറ്റാൻ അവർ കണ്ടെത്തിയ വഴി നാപ്കിനുകൾ പ്രൊഫൈൽ ചിത്രമാക്കിയിടാനാണ്. അവയോടുള്ള പുച്ഛം മാറ്റിയെടുക്കാനാണ് അവർ ശ്രമിച്ചത്. ലെഗ്ഗിൻസും ജീൻസും അശ്ശീലമാണെന്ന് പ്രഖ്യാപിക്കുന്ന ആൺനായകന്മാർക്കെതിരെയും അവർ ഗർജ്ജിക്കുകയാണ്. പെണ്ണുടലിനോടും, വസ്ത്രത്തോടും കാണിക്കുന്ന പുരുഷമേൽക്കോയ്മയെ കൂടഞ്ഞെറിയാനുള്ള തന്റേടം സൈബർ മേഖലയുടെ സഹായത്താൽ സ്ത്രീകൾ നടത്തിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നു. ചുരുക്കത്തിൽ പിടിച്ചുവയ്ക്കപ്പെട്ട കെട്ടുപഴകിയ സാമൂഹ്യനിയന്ത്രണങ്ങളിൽ നിന്ന് മോചനം നേടാനുള്ള സ്ത്രീ വ്യഗ്രതയെ അഭിനന്ദിക്കേണ്ടിയിരിക്കുന്നു.

നവമുതലാളിത്ത സംസ്കാരത്തിന്റെ വികാസത്തോടുകൂടി സ്ത്രീ അവഗണനക്കപ്പെടുന്നവളും താഴ്ത്തപ്പെട്ടവളുമായി മാറി. ഈ അവഗണനയ്ക്കും തരംതാഴ്ത്തലിനുമെതിരെയുള്ള സ്ത്രീയുടെ സമരം മാധ്യമലോകത്തും കാണാവുന്നതാണ്. പലപ്പോഴും ഇന്റർനെറ്റ് പോലുള്ള മാധ്യമങ്ങളുടെ ചതിക്കുഴികൾ മനസ്സിലാക്കാതെ അതിന്റെ ബലിയാടുകളായി മാറുന്ന സ്ത്രീ സമൂഹത്തെയും വേദനയോടെ കാണാവുന്നതാണ്.

ഇന്നത്തെ സമൂഹത്തിൽ രാഷ്ട്രീയം, നിയമം, സാമ്പത്തികം, വിദ്യാഭ്യാസം എന്നീ രംഗങ്ങളിലെല്ലാം തന്നെ സ്ത്രീകൾക്കുവേണ്ടത്ര പ്രാധാന്യമില്ലാതിരുന്നിട്ടും സാമൂഹിക മാധ്യമങ്ങളുടെ കടന്നുവരവ് ഒരു പരിധിവരെ ഈ രംഗങ്ങളിലെല്ലാം മാറ്റങ്ങൾ സൃഷ്ടിച്ചിട്ടുണ്ട്. സ്ത്രീകളെ തരംതാഴ്ത്തുന്ന രീതിയിലുള്ള ധാരാളം പരസ്യങ്ങൾ കാണാവുന്നതാണ്. മാധ്യമങ്ങൾ മുഖേന ഒരു പരിധിവരെ ദുരിതമനുഭവിക്കുന്നതും സ്ത്രീകളാണ്.



കുടുംബബന്ധങ്ങളിൽ കാര്യമായ സ്വാധീനം ചെലുത്താൻ മൊബൈൽ ഫോണിന് കഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. ബന്ധങ്ങൾക്കിടയിലെ വിശ്വാസ്യതയ്ക്ക് പലപ്പോഴും ഇത് മങ്ങലേൽപ്പിക്കാറുണ്ട്. ഒളിക്യാമറകളും എസ്.എം.എസ്സുകളും സംഭാഷണങ്ങളുമെല്ലാം സ്ത്രീ ചൂഷണത്തിന്റെ ഇരയാകുന്നതിനുകാരണമാകുന്നു. ഇതാകട്ടെ വിവാഹമോചനത്തിനുവരെ ഹേതുവാകുന്നു. സ്ത്രീകൾ ഇന്ന് ഏറ്റവുമധികം ഉപയോഗിക്കുന്ന ബഹുജനമാധ്യമങ്ങളിലൊന്നാണ് മൊബൈൽഫോൺ. അച്ചടി, റിക്കാർഡിംഗ്, സിനിമ, റേഡിയോ, ഇന്റർനെറ്റ് എന്നിയെല്ലാം ഉൾക്കൊള്ളാനുള്ള കഴിവ് ഇതിനുണ്ട്. സ്ത്രീകളുടെ കൈയ്യിലുള്ള മൊബൈൽഫോൺ അവർക്ക് ആത്മബലം നൽകുന്നുണ്ട്. സ്ത്രീകളുടെ ലോകജ്ഞാനമില്ലായ്മയും ആശയം പ്രകടിപ്പിക്കാനുള്ള കഴിവില്ലായ്മയും അവളെ ഒരു തരത്തിൽ അടിമത്തത്തിലേക്ക് നയിക്കുന്നു. ഒരു വിരൽത്തുമ്പിൽ ധാരാളം സേവനങ്ങൾ എത്തുമ്പോൾ സ്ത്രീജീവിതം ലളിതവും സംഘർഷരഹിതവുമാകുന്നു. വിവാഹ ജീവിതത്തിൽ ഒതുങ്ങിക്കൂടുന്ന സ്ത്രീജീവിതം കൂടുതൽ അർത്ഥവത്താകുന്നത് മൊബൈൽ ഫോൺ തുടങ്ങിയ മാധ്യമങ്ങളിലൂടെയാണ്. സ്വന്തമായി അഭിപ്രായങ്ങളും അനുഭവങ്ങളും പങ്കിടാനും ഈ മാധ്യമങ്ങളെ സ്ത്രീ കൂട്ടുപിടിക്കുന്നു.

ഒരു വ്യക്തിയെയോ സമൂഹത്തെയോ ഒരു രാജ്യത്തെയോ വളർത്താനോ തളർത്താനോ കഴിയുന്ന ഒരു മേഖലയാണ് മാധ്യമമേഖല. ഒരു വശത്ത് എല്ലാ മാധ്യമങ്ങളും സ്ത്രീശാക്തീകരണത്തിനും സ്ത്രീകളുടെ ഉന്നമനത്തിനും വേണ്ടി സംസാരിക്കുകയും മറുവശത്ത് ചൂഷണം ചെയ്യുകയും ചെയ്യുന്നു. ചൂഷണത്തിനിരയായ വ്യക്തികളെക്കാൾ കൂടുതൽ അതിനുകൂട്ടു നിന്ന വ്യക്തികളിൽ സ്ത്രീകളുടെ പങ്ക് ഉണ്ടായിട്ടുള്ളതും ഈ സമൂഹത്തിൽ പുതുമയുള്ളതല്ല. മാധ്യമങ്ങൾ ഉപഭോഗസംസ്കൃതിയുടെ ഭാഗമെന്ന നിലയിൽ നിന്ന് സ്ത്രീയെ മാറ്റി ചിത്രീകരിച്ചെങ്കിൽ മാത്രമേ സ്ത്രീ ഉപഭോഗവസ്തുവാണെന്ന് എന്നുള്ള ചിന്താഗതിയ്ക്ക് മാറ്റം വരികയുള്ളൂ. ഈ മാധ്യമങ്ങളൊക്കെ തന്നെ നാളെ സ്ത്രീയെ എങ്ങനെയൊക്കെ ആവിഷ്കരിക്കും എന്നുള്ളത് പേടിക്കേണ്ട വസ്തുതയാണ്. ഈ അവസ്ഥയ്ക്ക് മാറ്റം ഉണ്ടാകുമെന്ന് പ്രതീക്ഷിക്കാം.

അദ്ധ്യായം 3

**സാമൂഹ്യശ്രംഖലാമാധ്യമങ്ങൾ:  
സ്വാധീനതാപഠനം**

### 3.1. സ്വാധീനത

മറ്റുള്ളവരുടെ അഭിപ്രായങ്ങളിലും വ്യവഹാരങ്ങളിലും പ്രവൃത്തികളിലും ഉദ്ദേശ്യസിദ്ധിവരുത്താനുള്ള വ്യക്തികളുടെയോ പ്രതിഭാസങ്ങളുടെയോ കഴിവാണു സ്വാധീനത.

ഒരാളുടെയോ ഒരു വസ്തുവിന്റേയോ പ്രവൃത്തിയോ ചിന്തയോ മറ്റൊന്നിനെ ബാധിക്കുന്നതാണ് സ്വാധീനമെന്ന് ഓക്സ്ഫോർഡ് നിഘണ്ടു ലളിതമായ നിർവ്വചനം നൽകുന്നുണ്ട്. സ്വാധീനതയുടെ ഈ നിർവ്വചനങ്ങളെ മുൻനിർത്തി സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങൾക്ക് സ്ത്രീ ആവേദകരിലുള്ള സ്വാധീനം ഏപ്രകാരമുള്ളതാണ് എന്ന് പഠനവിധേയമാക്കുകയാണ് ഈ അധ്യായത്തിലൂടെ ചെയ്യുന്നത്.

### 3.2. സാമൂഹ്യശൃംഖലാ മാധ്യമങ്ങളുടെ സ്വാധീനം : ഒരു ഫീൽഡ് സ്റ്റഡി

സാമൂഹ്യശൃംഖലാ മാധ്യമങ്ങൾ സ്ത്രീകളെ എങ്ങനെ ബാധിക്കുന്നു എന്ന നേഷിച്ചുകൊണ്ട് നടത്തിയ സർവ്വേയുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ തയ്യാറാക്കുന്ന പഠനമാണിത്. തഴക്കര ഗ്രാമപഞ്ചായത്തിലെ സ്ത്രീകളിലാണ് ഈ പഠനം നടത്തിയിരിക്കുന്നത്. സ്ത്രീകളെ പ്രായത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ രണ്ട് ഗണങ്ങളായി തിരിക്കുകയും ആ ഗണങ്ങളെ ബിരുദത്തിന്റെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ വീണ്ടും രണ്ടായി തിരിക്കുകയും ചെയ്താണ് ഈ പഠനം പൂർത്തിയാക്കിയിരിക്കുന്നത്. 18 വയസ്സുമുതൽ 39 വയസ്സുവരെയുള്ളവർ ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലും 40 വയസ്സിന് മുകളിലേക്കുള്ളവർ രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലും ഉൾപ്പെടുന്നു.

#### 3.2.1. ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗം

സാമൂഹ്യശൃംഖലാ മാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നതിനായി ഏത് മാധ്യമം വഴിയാണ് ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കുന്നത് എന്ന ചോദ്യത്തിന്, ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 6.25% പേർ ലാപ്ടോപ്പ് മുഖാന്തരം എന്നുത്തരം നൽകി. രണ്ടാം പ്രായഗണത്തി

ലുൾപ്പെട്ടവരാരും ലാപ്ടോപ്പ് മുഖേന ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കുന്നില്ല. ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 6.25% ആവേദകർ ഡെസ്ക്ടോപ്പ് വഴി ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കുമ്പോൾ രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിൽപ്പെട്ടവരാരും ഡെസ്ക്ടോപ്പ് മുഖേന ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കുന്നില്ല. ഇതുകൂടാതെ രണ്ട് പ്രായഗണത്തിലേയും എല്ലാവരും ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗത്തിന് മൊബൈൽ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നു.

**3.2.2. ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കുന്ന രീതി**

സ്വന്തമായിട്ടാണോ അല്ലെങ്കിൽ പൊതുഇടം വഴിയാണോ ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കുന്നത് എന്ന ചോദ്യത്തിന് രണ്ട് പ്രായഗണത്തിലേയും മുഴുവൻ ആവേദകരും സ്വന്തമായാണെന്നാണ് ഉത്തരം നൽകിയത്.

**3.2.3. സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളുടെ ഉപയോഗം**

ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം, ഫേസ്ബുക്ക്, യൂട്യൂബ്, ട്വിറ്റർ, വാട്സാപ്പ് എന്നീ സാമൂഹ്യ ശൃംഖലാ മാധ്യമങ്ങളിൽ ഏതൊക്കെയാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത് എന്ന ചോദ്യത്തിന് ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 37.5% പേരും ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം ഉപയോഗിക്കുന്നു എന്ന് ഉത്തരം നൽകി ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 31.25% ആവേദകരും രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ 31.25% ആവേദകരും ഫേസ്ബുക്കുപയോഗിക്കുന്നവരാണ്. ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 44% ആവേദകരും രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ 37% ആവേദകരും യൂട്യൂബ് ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്. ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെയും രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെയും 100% ആവേദകരും വാട്സാപ്പ് ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്.

**3.2.4. ഏറ്റവും കൂടുതൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന സാമൂഹ്യശൃംഖലാ മാധ്യമങ്ങൾ**

ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം, ഫേസ്ബുക്ക്, യൂട്യൂബ്, ട്വിറ്റർ, വാട്സാപ്പ് എന്നീ മാധ്യമങ്ങളിൽ ഏറ്റവും കൂടുതൽ ഉപയോഗിക്കുന്നത് ഏത് മാധ്യമമാണെന്ന ചോദ്യത്തിന് ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 12.5% ആവേദകർ ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം എന്നുത്തരം നൽകി.

ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 25% വും രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ 31% വും ആവേദകർ വാട്സാപ്പാണ് ഏറ്റവും കൂടുതൽ ഉപയോഗിക്കുന്നത്. രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിൽ 12.5% ആവേദകർ ഫേസ്ബുക്ക് ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 12.5% ആവേദകരും രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ 31% ആവേദകരും യൂട്യൂബ് ഉപയോഗിക്കുന്നവരാണ്.

**3.2.5. ഏത് തരം ആവശ്യത്തിനാണ് സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത്**

രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ 6.25% ആവേദകർ സാഹിത്യത്തിനായി സാമൂഹ്യ ശൃംഖലാ മാധ്യമങ്ങളെ ഉപയോഗിക്കുന്നു. സൗഹൃദത്തിനായി ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 18.7% ആവേദകരും രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ 6.25% വും ഈ മാധ്യമങ്ങളെ ഉപയോഗിക്കുന്നു. തൊഴിലാവശ്യത്തിനായി ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 12.5% ആവേദകരും രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ 6.25% ആവേദകരും സാമൂഹ്യശൃംഖലാ മാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു. വിദ്യാഭ്യാസത്തിനായി 6.25% ഒന്നാം പ്രായഗണക്കാർ മാത്രമാണ് സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളെ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നത്. വിനോദാവശ്യത്തിനായി 31% ഒന്നാം പ്രായഗണക്കാരും രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ 31% വും സാമൂഹ്യശൃംഖലാ മാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്.

**3.2.6. ഇന്റർനെറ്റിൽ ചിലവഴിക്കുന്ന സമയം**

രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ 25% ആവേദകർ മാത്രമാണ് രണ്ട് മണിക്കൂറിൽ താഴെ ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 100% ആവേദകരും രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ 75% ആവേദകരും രണ്ട് മണിക്കൂറിൽ കൂടുതൽ സമയം ഇന്റർനെറ്റിൽ ചിലവഴിക്കുന്നു.

**3.2.7. സാമൂഹ്യശൃംഖലാസെറ്റുകളിലെ ദുരനുഭവങ്ങൾ**

ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 25% ആവേദകർ മാത്രമാണ് സാമൂഹ്യശൃംഖലാ സെറ്റുകളിൽ നിന്ന് ദുരനുഭവങ്ങൾ നേരിട്ടിട്ടുള്ളതായി വ്യക്തമാക്കിയത്.

ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 75% ആവേദകരും രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ മുഴു വൻ ആവേദകരും ദുരനുഭവങ്ങൾ ഉണ്ടായിട്ടില്ലെന്ന് രേഖപ്പെടുത്തി.

**3.2.8. ഏറ്റവും ഉപകാരപ്രദമായി തോന്നിയ സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമം**

ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 70% ആവേദകർക്കും രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ 75% ആവേദകർക്കും വാട്സാപ്പാണ് ഏറ്റവും ഉപകാരപ്രദമായി തോന്നിയത്. ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 30% ആവേദകരും രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ 25% പേരും യൂട്യൂ ബാണ് ഏറ്റവും ഉപകാരപ്രദമെന്ന് രേഖപ്പെടുത്തി.

**3.2.9. സാമൂഹ്യശൃംഖലാ മാധ്യമങ്ങളിൽ നിന്നുമുള്ള പ്രയോജനം**

ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 80% ആവേദകർക്കും രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ 90% ആവേദകർക്കും സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളിൽ നിന്നുമുള്ള പ്രയോജനം വിനോദമാണ്. ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 20% പേരും രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ 10% പേരും പ്രയോജനമെന്നയിടത്ത് മറ്റുള്ളവ എന്ന ഓപ്ഷൻ തിരഞ്ഞെടുത്തിരിക്കുന്നു.

**3.2.10. സ്ത്രീകളും സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളും**

സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങൾ സ്ത്രീ എന്ന നിലയിൽ ജീവിതത്തെ സ്വാധീനിച്ചിട്ടുണ്ടോ എന്ന ചോദ്യത്തിന് ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 75% ആവേദകരും രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ 75% ആവേദകരും സ്വാധീനിച്ചിട്ടുണ്ട് എന്ന് ഉത്തരം നൽകി.

ഒന്നാം പ്രായഗണത്തിലെ 80% ആവേദകരും രണ്ടാം പ്രായഗണത്തിലെ 80% ആവേദകരും സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന പുതുതലമുറയിലെ പെൺകുട്ടികൾക്ക് നിർദ്ദേശങ്ങളും രേഖപ്പെടുത്തിയിട്ടുണ്ട്. സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളെ യുക്തിപൂർവ്വം ആവശ്യത്തിനായി പ്രയോജനപ്പെടുത്തണമെന്നും അബദ്ധങ്ങളിൽ അകപ്പെടാതെ ശ്രദ്ധിക്കണമെന്നും ഓർമ്മപ്പെടുത്തുന്നു.

## ഉപസംഹാരം

ഇന്റർനെറ്റിന്റെയും സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളുടെയും വളർച്ചയോടു കൂടി സമൂഹത്തിൽ എടുത്തുപറയത്തക്ക പലവിധ പരിണാമങ്ങൾ ഉണ്ടായിട്ടുണ്ട്. ഇന്ന് സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങൾ വ്യക്തികളുടെ നിത്യജീവിതത്തിന്റെ ഭാഗമായിത്തുടങ്ങിയിരിക്കുന്നു അതോടെ സ്ത്രീകളും സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളിൽ സജീവമായിത്തുടങ്ങി. ഇപ്പോൾ സ്ത്രീകൾ തങ്ങളുടെ വ്യക്തിമുദ്ര പതിപ്പിക്കാത്ത ഇടങ്ങൾ സൈബർ ലോകത്തും ഇല്ല എന്നതുതന്നെയാണ് വാസ്തവം.

സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളിലെ സ്ത്രീ ഇടപെടലുകൾ കണ്ടെത്തുന്നതിനായി തഴക്കര ഗ്രാമപഞ്ചായത്തിലെ സ്ത്രീകളെ ആസ്പദമാക്കി നടത്തിയ പഠനത്തിൽ നിന്നും ലഭ്യമായ നിഗമനങ്ങൾ താഴെ ക്രോഡീകരിക്കുന്നു.

1. പഠനത്തിന്റെ വെളിച്ചത്തിൽ എല്ലാ സ്ത്രീകൾക്കും സ്വന്തമായി ഫോണും ഇന്റർനെറ്റ് കണക്ഷനും ഉണ്ട്. അവർ എല്ലാവരും തന്നെ ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗത്തിന് സ്വന്തം മൊബൈൽ ഫോൺ ഉപയോഗിക്കുന്നു.
2. സ്ത്രീകൾ ഏറ്റവും കൂടുതൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങൾ വാട്സാപ്പ്, യൂട്യൂബ്, ഫേസ്ബുക്ക്, ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം എന്നിവയാണ്.
3. സൗഹൃദത്തിനും വിനോദത്തിനും അനുബന്ധകാര്യങ്ങൾക്കുമാണ് സ്ത്രീകൾ പ്രധാനമായും സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളെ പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നത്.
4. ശരാശരി 3 മണിക്കൂർ മുതൽ 6 മണിക്കൂർ വരെ സമയമാണ് സ്ത്രീകൾ സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളിൽ ചിലവഴിക്കുന്നത്.
5. ദുരനുഭവങ്ങൾ നേരിട്ടതായി രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്ന സ്ത്രീകളുടെ എണ്ണത്തിലുള്ള കുറവ്, ഭൂരിഭാഗം സ്ത്രീകളും ശ്രദ്ധയോടെയാണ് സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളെ കൈകാര്യം ചെയ്യുന്നതെന്ന് വ്യക്തമാകുന്നു.
6. വാട്സാപ്പ് എന്ന സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമമാണ് സ്ത്രീകൾക്ക് ഏറ്റവും പ്രയോജനപ്രദമായി കണ്ടെത്തിയത് വിനോദത്തിനും മറ്റാവശ്യങ്ങൾക്കുമായി വാട്സാപ്പ് പ്രയോജനപ്പെടുത്തുന്നു.



7. സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളുടെ ഉപയോഗം ഭൂരിഭാഗം സ്ത്രീകളുടെയും ജീവിതത്തെ സ്വാധീനിക്കുന്നുണ്ട്.
8. സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങളെ വിവേകത്തോടെ ആവശ്യത്തിനായി പ്രയോജനപ്പെടുത്തുവാൻ ഇത്തരം മാധ്യമങ്ങളിൽ സജീവ ഇടപെടലുകൾ നടത്തുന്ന സ്ത്രീകൾ പുതുതലമുറയെ നിർദ്ദേശിക്കുന്നു.

## അനുബന്ധം- I ചോദ്യാവലി

സാമൂഹ്യശൃംഖലാ മാധ്യമങ്ങൾ സ്ത്രീകളെ എങ്ങനെ സ്വാധീനിക്കുന്നു എന്നന്വേഷിക്കുന്ന ഒരു ചോദ്യാവലിയാണ് ഇത്

1. നിങ്ങൾ ഏത് മാധ്യമം വഴിയാണ് ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്?
  - a) ലാപ്ടോപ്പ്
  - b) ഡെസ്ക്ടോപ്പ്
  - c) മൊബൈൽ
  
2. നിങ്ങൾ സ്വന്തമായാണോ അല്ലെങ്കിൽ പൊതുജനങ്ങൾ വഴിയാണോ ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്?
  - a) സ്വന്തമായി
  - b) പൊതുജനങ്ങളുടെ
  
3. ഏതൊക്കെ സാമൂഹ്യശൃംഖലാ സൈറ്റുകളാണ് നിങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത്?
  - a) ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം
  - b) ഫേസ്ബുക്ക്
  - c) യൂട്യൂബ്
  - d) ട്വിറ്റർ
  - e) വാട്സാപ്പ്
  
4. ഇവയിൽ ഏത് മാധ്യമമാണ് ഏറ്റവും കൂടുതൽ സമയം ഉപയോഗിക്കുന്നത്?
  - a) ഇൻസ്റ്റാഗ്രാം
  - b) ഫേസ്ബുക്ക്
  - c) വാട്സാപ്പ്
  - d) യൂട്യൂബ്
  - e) ട്വിറ്റർ
  
5. എന്താവശ്യത്തിനായാണ് ഈ മാധ്യമം ഉപയോഗിക്കുന്നത്?
  - a) സാഹിത്യം (എഴുത്ത്, വായന )
  - b) സൗഹൃദം
  - c) തൊഴിൽ
  - e) വിദ്യാഭ്യാസം
  - d) വിനോദം

- 6) ഒരുദിവസം ശരാശരി എത്ര മണിക്കൂറാണ് ഇന്റർനെറ്റിൽ ചിലവഴിക്കുന്നത്?
- 7) സാമൂഹ്യശൃംഖലാ സൈറ്റുകളിൽ നിന്നും ദുരനുഭവങ്ങൾ ഉണ്ടായിട്ടുണ്ടോ?
  - a) ഉണ്ട്
  - b) ഇല്ല
8. ഏത് മാധ്യമമാണ് നിങ്ങൾക്ക് ഏറ്റവും ഉപകാര പ്രദമായി തോന്നിയത്?
9. ഏത് തരം പ്രയോജനമാണ് നിങ്ങൾക്ക് ഈ മാധ്യമത്തിൽ നിന്നും ലഭിക്കുന്നത്?
  - a) വരുമാനം
  - b) പ്രശസ്തി
  - c) വിനോദം
  - e) മറ്റുള്ളവ
10. സ്ത്രീ എന്ന നിലയിൽ സാമൂഹ്യ ശൃംഖലാ മാധ്യമങ്ങളുടെ ഉപയോഗം നിങ്ങളുടെ ജീവിതത്തെ ഏതെങ്കിലും തരത്തിൽ സ്വാധീനിച്ചിട്ടുണ്ടോ?
  - a) ഉണ്ട്
  - b) ഇല്ല
11. ഇത്രയും കാലത്തെ സാമൂഹ്യ ശൃംഖലാ മാധ്യമങ്ങളിലുള്ള പരിചയത്തിൽ നിന്നും, ഇത്തരം മാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന പെൺകുട്ടികൾക്ക് നൽകാനുള്ള നിർദ്ദേശമെന്ത്?

## അനുബന്ധം- II ആവേദകപ്പട്ടിക

1. **അഖില അംബുജാക്ഷൻ**  
തടാലിൽ തൈക്കേതിൽ, കല്ലുമല, മാവേലിക്കര  
വയസ്സ് : 26  
വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത : VHSC, MLT, DCA  
തഴക്കര
2. **സോഫിയ സാബു**  
വെട്ടിമുട്ടൽ, കല്ലുമല പി.ഒ., മാവേലിക്കര  
വയസ്സ് : 41  
വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത : PDC  
തഴക്കര
3. **മേരി വർഗ്ഗീസ്**  
മണലിൽ വീട്  
വയസ്സ് : 58  
വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത : B.Com  
തഴക്കര
4. **ലളിത കോമളൻ**  
നർമ്മത, കല്ലുമല പി.ഒ, മാവേലിക്കര  
വയസ്സ് : 63  
വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത : Pre-Degree  
തഴക്കര
5. **ഷീജ**  
ചിറയിൽ ഹൗസ്  
വയസ്സ് : 46  
വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത : Plus Two  
തഴക്കര
6. **ലളിത തങ്കച്ചൻ**  
തടാലി, കല്ലുമല, മാവേലിക്കര  
വയസ്സ് : 71  
വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത : എസ്.എസ്.എൽ.എസി  
തഴക്കര
7. **റോബി അന്ന ജോസഫ്**  
അരുളാലയം, മാവേലിക്കര  
വയസ്സ് : 28  
വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത : എം.കോം  
തഴക്കര
8. **ഷീമിന എം.കെ.**  
തച്ചേൽ പടീറ്റിൽ, കല്ലുമല പി.ഒ., മാവേലിക്കര  
വയസ്സ് : 24  
വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത : ഡിഗ്രി  
തഴക്കര

9. **സ്നേഹ**  
മുളകുപറമ്പിൽ, കല്ലുമല പി.ഒ., മാവേലിക്കര  
വയസ്സ് : 21  
വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത : 3<sup>rd</sup> year BDS  
തഴക്കര
10. **അശ്വതി ഓമനക്കുട്ടൻ**  
ചിറയിൽ ഹൗസ്  
വയസ്സ് : 21  
വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത: ഡിഗ്രി  
തഴക്കര
11. **ജീസ മേരി സാമുവൽ**  
കിണറ്റംകര ഹൗസ്  
വയസ്സ് : 18  
വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത : +2  
തഴക്കര
12. **സാനിയ**  
നടവലി ബോബ്വിള, കല്ലുമല, മാവേലിക്കര  
വയസ്സ് : 18  
വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത : +2  
തഴക്കര
13. **നവ്യ**  
സി.എസ്.ഐ പഴ്സനേജ്, കല്ലുമല  
വയസ്സ് : 24  
വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത : M.Sc.  
തഴക്കര
14. **വിമലദേവി**  
പള്ളിതെക്കേതിൽ, കല്ലുമല  
വയസ്സ് : 56  
വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത : B.Sc. B.Ed.  
തഴക്കര
15. **കുസമാ**  
സൗപർണ്ണിക, കല്ലുമല  
വയസ്സ് : 65  
വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത : B.Sc Agriculture  
തഴക്കര
16. **എൽസി ജോസഫ്**  
തടാലി കിഴക്കേതിൽ പുത്തൻവീട്, കല്ലുമല  
വയസ്സ് : 54  
വിദ്യാഭ്യാസയോഗ്യത : SSLC  
തഴക്കര

## അനുബന്ധം III

### ദത്താപഗ്രഥനപ്പട്ടിക

**സാമൂഹ്യശൃംഖലാമാധ്യമങ്ങൾ സാധീനതാപഠനം**

**പഠനമേഖല : തൃക്കര ഗ്രാമപഞ്ചായത്ത്**

**ആവേദകർ : 16**

ചോദ്യം		ഒന്നാം പ്രായഗണം 18 – 39		രണ്ടാം പ്രായഗണം 40 – 80		ആകെ ശതമാനം
		ബിരുദ ധാരികൾ (4)	ബിരുദം ഇല്ലാത്തവർ (4)	ബിരുദ ധാരികൾ (4)	ബിരുദം ഇല്ലാത്തവർ (4)	
ചോദ്യം : 1	a	6.25				6.25
	b			6.25		6.25
	c	25	25	25	25	100
ചോദ്യം : 2	a					
	b	25	25	25	25	100
ചോദ്യം : 3	a	12.5	25			37.5
	b	18.75	12.5	12.5	18.75	62.5
	c	18.75	25	25	12.5	81.25
	d					
	e	25	25	25	25	100
ചോദ്യം : 4	a		12.5			12.5
	b	6.25		6.25	6.25	18.75
	c	6.25	6.25	18.75	6.25	37.5
	d					
	e	18.75	6.25	18.75	12.5	56.25
ചോദ്യം : 5	a			6.25		6.25
	b	12.5	6.25	6.25		25
	c	12.5		6.25		18.75
	d	6.25				6.25
	e	12.5	18.75	6.25	25	62.5
ചോദ്യം : 6	a	25	25	25	12.5	87.5
	b				12.5	12.5
ചോദ്യം : 7	a		6.25			6.25
	b		18.75	25	25	68.75
ചോദ്യം : 8	a	6.25	6.25			12.5
	b					
	c	12.5	6.25		6.25	25
	d					
	e	6.25	12.5	25	18.75	62.5
ചോദ്യം : 9	a					
	b					
	c	18.75	18.75	18.75	25	81.25
	d	6.25	6.25	6.25		18.75
ചോദ്യം : 10	a	18.75	18.75	6.25	18.75	62.5
	b	6.25	6.25	18.75	6.25	37.5

## ശ്രമസൂചി

1. കുഞ്ഞികൃഷ്ണൻ. കെ ശിവശങ്കരൻ. എം.കെ. പ്രിയദർശൻ. ജി രാജശേഖരൻ തോട്ടം ആന്റണി നടുപറമ്പിൽ : 2000, മാധ്യമങ്ങളും മലയാള സാഹിത്യവും തിരുവനന്തപുരം കേരള ഭാഷാ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട്
2. തോമസ് എം.വി : 2000, മാധ്യമങ്ങളും മലയാള സാഹിത്യവും തിരുവനന്തപുരം നാഷണൽ എഡ്യൂക്കേഷൻ റിസർച്ച് സെന്റർ
3. ഡോ. മാനുവൽ കെ. ജോസ് : 2014, നവമാധ്യമങ്ങൾ; ഭാഷാസാഹിത്യം, സംസ്കാരം, കോട്ടയം നാഷണൽ ബുക്സ്റ്റാൾ
4. ഡോ. മനോജ്. ജെ പാലക്കുടി : 2018, മലയാള സൈബർ സാഹിത്യം, തൃശൂർ ഗ്രീൻ ബുക്സ്
5. പ്രൊഫ. രാമചന്ദ്രൻനായർ, പന്മന : 2009, മാധ്യമപഠനങ്ങൾ, കോട്ടയം കറന്റ് ബുക്സ്
6. ഡോ. രാജരാജവർമ്മ, ഏഴുമറ്റൂർ : 2011, മലയാളവും മാധ്യമങ്ങളും കോട്ടയം കറന്റ് ബുക്സ്
7. ഡോ. രവീന്ദ്രൻ. കെ ഡോ. ഇക്ബാൽ. ബി : 2006, ഇന്റർനെറ്റും ഇൻഫർമേഷൻ വിപ്ലവവും കോട്ടയം ഡി.സി. ബുക്സ്
8. ഡോ. രവീന്ദ്രൻ. കെ ഡോ. ഇക്ബാൽ. ബി : 2011, വിവരശേഖരണം, ഇന്റർനെറ്റിൽ കോട്ടയം, കറന്റ് ബുക്സ്

9. ഡോ. വിളനിലം ജെ.വി : 2005, മാധ്യമങ്ങളും ആനുകാലിക സാമൂഹിക പ്രശ്നങ്ങളും ചരിത്രപരമായി ഒരു സമീപനം തിരുവനന്തപുരം, കേരള ഭാഷാ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട്
10. ഷാജി ജേക്കബ് : 2012, വിപരീതങ്ങൾ മലയാളിയുടെ മാധ്യമജീവിതം, തിരുവനന്തപുരം, പരിധി പബ്ലിക്കേഷൻസ്
11. സുധാകരൻ. കെ.വി. : 2010, കമ്പ്യൂട്ടറും ഇന്റർനെറ്റും, ചേർത്തല ഷാരോൺ ബുക്സ്.
12. സുനിത ടി.വി. : 2020, ഇ മലയാളം തിരുവനന്തപുരം കേരള ഭാഷാ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട്

www.oxfordlearnersdictionaries.com  
<http://ml.wikipedia.org>