

# सोशल मीडिया के प्रति समाज में जागरूकता

श्वेता त्यागी<sup>1</sup> डा० रश्मि<sup>2</sup>

<sup>1</sup>शोधार्थी, समाज शास्त्र विभाग, मानविकी सामाजिक विज्ञान व कला संकाय, राधा गोविन्द विश्वविद्यालय, रामगढ झारखंड

<sup>2</sup>शोध निर्देशिका व सहायक आचार्य, समाज शास्त्र विभाग, मानविकी सामाजिक विज्ञान व कला संकाय, राधा गोविन्द विश्वविद्यालय, रामगढ झारखंड

## शोध-सार

जिस प्रकार एक सिक्के के दो पहलू होते हैं, उसी प्रकार सोशल मीडिया के फायदे के साथ नुकसान भी हैं। फायदे की बात करें, तो सोशल मीडिया जागरूकता पैदा कर रहा है। लोगों को हर क्षेत्र की जानकारी मिल जाती है। इसकी सबसे बड़ी खामी यह है कि लोग घंटों तक इसी में लगे रहते हैं। इससे समय तथा पैसे दोनों की हानि होती है। सोशल मीडिया अफवाहों का स्रोत भी बन गया है। राजनीतिक दल भी इसका गलत इस्तेमाल करते हैं। इसीलिए सोशल मीडिया का इस्तेमाल सावधानी से करना चाहिए। वर्तमान में सोशल मीडिया जहां एक ओर अपनी बात आम जन तक पहुंचाने का एक श्रेष्ठ माध्यम है, वहीं दूसरी ओर दूषित व भ्रामक सामग्री भी प्रसारित कर रहा है। सोशल मीडिया का प्रयोग आवश्यकता से अधिक होने लगा है। लोग अब खबरों के लिए भी सोशल मीडिया का इस्तेमाल करते हैं। ऐसे में सोशल मीडिया की जिम्मेदारी कुछ अधिक हो जाती है। कोरोना के दौर में सोशल मीडिया पर ऐसी कई खबरें प्रसारित हुई हैं, जिसने अनजाने में ही लोगों को नकारात्मकता की ओर धकेला। सोशल मीडिया का सतर्कता व विवेक से इस्तेमाल करना चाहिए।

बीज-शब्द- टी.वी., सोशल मीडिया, युवा, इंटरनेट, नकारात्मक, किताबें, फेसबुक, रोजगार, यौन, उत्पीड़न, ट्वीटर, सकारात्मक, मनोवृत्ति, दृष्टिकोण, उन्माद, लैपटाप।

## प्रस्तावना

### सोशल मीडिया के प्रति समाज में जागरूकता-

मीडिया आज के युग में समाज की जरूरत बन गया है। [1] मीडिया समाज का दर्पण है और मीडिया द्वारा की गयी रिपोर्टिंग समाज में हो रही घटनाओं का प्रतिबिम्ब होती हैं। हमारा देश तेजी से उभरता एक वैश्विक शक्ति है, लेकिन आज भी यहाँ आधी आबादी को सम्मानपूर्ण जीवन जीने के लिये संघर्ष करना पड़ रहा है और इन्हें अपनी बातों को दूसरे के सामने रखने का मौका भी नहीं दिया जाता है। समाज में एक व्यापक वर्ग जिसमें सभी धर्मों, जातियों, क्षेत्रों के लोग शामिल हैं। [2] पिछले कुछ समय में दुनिया के हर क्षेत्र में काफी बदलाव आया है चाहे वह परिवर्तन वैचारिक स्तर पर हो अथवा तकनीक स्तर पर समकालीन समाज में द्रुत गति से हो रहे परिवर्तन के इस आकार में सोशल मीडिया का उद्भव हुआ।

अखबार, टी-वी, रेडियो, किताबें, पत्र पत्रिकाएँ अब उतनी प्रमुख नहीं रही। अब सभी लोग सूचना तुरंत पाना चाहते हैं। भारत एक युवा देश है जहाँ 65 प्रतिशत युवा हैं जो विश्व में कहीं और नहीं है। इसका काम सभी लोगों को आपस में जोड़ने का है, तथा इसका प्रयोग एक लोकप्रिय संस्कृति का रूप ले चुका है। फेसबुकिंग करना, ट्वीट करना, व्हाट्सएप करना हमारे दैनिक जीवन का एक अंश है। इसने यह साबित कर दिया है कि तकनीक केवल सुविधा एवं सम्पन्नता की परिचायक नहीं है बल्कि अपने अधिकार हासिल करने और अपनी आवाज को बुलंद करने का एक हथियार भी है। [3] इण्टरनेट एण्ड मोबाइल ऐसोसिएशन ऑफ इण्डिया के रिपोर्ट में कहा गया है कि देश के शहरी इलाकों में प्रत्येक 4 में से 3 लोग इसका इस्तेमाल जरूर करते हैं उसमें भी अधिकतम कॉलेज विद्यार्थी अर्थात् युवा वर्ग है। सोशल मीडिया के

आकर्षण एवं विशेषताओं के फलस्वरूप इसके प्रति लोगों की रूचि बढ़ी है। पिछले एक दशक में सोशल मीडिया का प्रसार युवाओं में बढ़ा है और यह उनके दैनिक कामों का अंग है। इसके साथ युवा वर्ग की इसी सक्रियता ने 'आनलाइन यूथ एक्टिविज्म' को जन्म दिया है।

## मूल आलेख

### इंटरनेट के माध्यम से सोशल मीडिया का प्रसार

इंटरनेट उसकी इस भूख को शान्त करता है। फेसबुक, व्हाट्सअप, ट्विटर जैसे माध्यम इसी आवश्यकता की पूर्ति करते हैं। [4] यह माध्यम दिन-प्रतिदिन बहुत लोकप्रिय होते जा रहे हैं तथा लोगों के जीवन का अहम हिस्सा बनते जा रहे हैं। [5] हमारे देश की कुल आबादी 1.32 अरब है, जिसमें 46.4 करोड़ लोग इंटरनेट उपयोगकर्ता हैं और उसमें भी सक्रिय उपयोगकर्ताओं की संख्या 19.4 करोड़ है। इसमें अधिकांशतः युवा वर्ग है जो इस पर आशक्त है और इंटरनेट का प्रयोग करते हैं। अतः इसने युवाओं के बीच गहरी पैठ बना ली है। इसमें कोई शंका नहीं है कि सोशल साइट्स व्यापार, रोजगार, व्यक्तिगत विकास और जानकारीयों के विनिमय में यह काफी उपयोगी है। [6]

सोशल नेटवर्किंग साइट्स के प्रयोग में इस बात पर ध्यान देना आवश्यक है कि इसका प्रभावी तथा सजग रूप से उपयोग कैसे करे जिससे यह हमारे भारतीय समाज के लिए भी उपयोगी हो सके और किशोर वर्ग इससे लाभान्वित हो सके। [7] आज भारत के अधिकांश युवा अपनी सोच और कई विषयों पर बहस हेतु इसका इस्तेमाल होता है। [8] सोशल मीडिया पर ठगी, धोखाधड़ी, यौन उत्पीड़न, धार्मिक उन्माद फैलाना, जातिवाद आदि कई नकारात्मक प्रवृत्तियाँ भी उपलब्ध है। [9] जिनके प्रति युवा वर्ग में जागरूकता तथा सकारात्मक मनोवृत्ति का जन्म हो। [11] इसके इस्तेमाल हेतु स्वस्थ दृष्टिकोण का होना जरूरी है। [10] इसने युवा वर्ग की आदतों और व्यवहार को बिल्कुल बदल दिया है। अतः उसके प्रति जागरूकता विकसित करना आवश्यक है। [12] संचार क्रांति के वजह से ही समय और स्थान की बाधिता समाप्त हो गयी है। 'टाइम एण्ड स्पेस कम्प्रेसन' शब्द का प्रयोग डेविड हार्वे अपनी पुस्तक 'द कंडीशन आफ पोस्ट माडर्निटी' में करते हैं, जिससे तात्पर्य व्यक्ति और स्थानों के बीच घटती दूरियों से है। डेविड हार्वे टाइम एण्ड स्पेस कम्प्रेसन को वैश्वीकरण के दौर के महत्वपूर्ण आयामों में से एक मानते हैं आज कोई भी व्यक्ति एक ही समय में कई जगहों पर संपर्क साध सकता है। सोशल मीडिया का स्वरूप अन्य माध्यमों से बहुत अलग है। यह एक ऑनलाइन आधारित वेबसाइट है, जिसके माध्यम से जुड़कर आप सूचना प्रेषित एवं प्राप्त कर सकते हैं। इसके विभिन्न प्रकार हैं, जिन्हें भिन्न-भिन्न नामों जैसे ब्लॉगिंग, माइक्रोब्लॉगिंग, सोशल नेटवर्क आदि से जानते हैं। [13]

### सोशल मीडिया का स्वर्णिम युग

सोशल मीडिया एक ऐसा माध्यम है जिसके द्वारा आप देश-दुनिया के अनेक व्यक्तियों से ऑनलाइन तकनीक के माध्यम से जुड़ सकते हैं। यदि, सोशल नेटवर्किंग साइटों के स्वरूप की बात करें, तो इन साइटों की संरचना कुछ इस प्रकार होती है कि इनके माध्यम से आप टेक्स्ट, ऑडियो विजुअल तीनों प्रकार के संदेश संप्रेषित कर सकते हैं। [14] सोशल मीडिया में मैसेंजर की सुविधा भी होती है, जिसको द्वारा आप व्यक्तियों से चैटिंग कर सकते हैं।

साथ ही साथ वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग एवं आडियो कॉल जैसी सुविधाएं भी होती हैं प्रत्येक सोशल साइट अपनी अलग-अलग विशिष्टताओं के लिए जानी जाती है। [15] कुछ सोशल साइटों पर आप सिर्फ कुछ निर्धारित शब्दों में ही अपनी बात कह सकते हैं, तो कुछ सोशल साइटों में आप तीनों प्रकार की संचार व्यवस्थाओं (टेक्स्ट, ऑडियो, वीडियो) को स्थापित कर सकते हैं। [16]

सोशल मीडिया पर आप अपना एक पेज क्रिएट कर सकते हैं, जिसके माध्यम से आप अपने से संबंधित या अपने प्रोफेशन से संबंधित विशेष जानकारी को शेयर कर सकते हैं। [17] साथ ही साथ विशेष प्रकार के सोशल मीडिया पेजों से जुड़ सकते हैं। सोशल मीडिया पर आप विशेष ग्रुप भी बना सकते हैं, और विशेष उद्देश्य या विषय से संबंधित किसी भी सूचना को एक साथ पूरे समूह को प्रेषित कर सकते हैं। [18] वर्तमान में सोशल मीडिया न्यूज, व्यूज, सूचना, मनोरंजन, मार्केटिंग एवं प्रमोशन का सुलभ उपकरण है जो व्यक्ति को सीधे तौर पर जुड़ने और जोड़ने का मंच प्रदान करती है।

### सोशल मीडिया "फेसबुक से वर्तमान व्हाट्सप्य यूनिवर्सिटी" तक का उद्भव

इंटरनेट पर यह कई रूपों में मौजूद है जैसे सोशल नेटवर्किंग साइट्स, माइक्रोब्लॉगिंग, फोटो एवं वीडियो शेयरिंग वेबसाइट आदि।

सोशल मीडिया के 6 प्रकार

1. सहयोगी परियोजनाएँ (जैसे-विकिपीडिया)
2. ब्लाग एवं मइक्रोब्लॉग (जैसे ट्विटर)
3. सोशल नेटवर्किंग साइट्स (जैसे फेसबुक एवं व्हाट्स ऐप)
4. कंटेंट कम्युनिटी (जैसे-यूट्यूब एवं डेली मोशन)
5. वर्चुअल गेम वर्ल्ड्स (वर्ल्ड और वार क्राफ्ट)
6. वर्चुअल सोशल वर्ल्ड्स (जैसे सैकेण्ड लाइफ)

भावबोधक सामाजिक मीडिया जैसे फेसबुक एवं ट्विटर तथा सहयोगात्मक सामाजिक मीडिया जैसे-विकिपीडिया।

### व्हाट्सऐप " व्हाट्सऐप यूनिवर्सिटी"

एक ज़माने में 7 वर्ष पूर्व व्हाट्सऐप एप्लीकेशन एक ऐसे सॉफ्टवेयर के रूप में उतरा जिससे हम फ्री में मैसेज का आदान प्रदान कर सकते हैं, धीमे धीमे इसमें बदलाव एते गए, वर्तमान में हम कोई टेक्स्ट, लिंक, वीडियो, वॉइज़ रिकॉर्डिंग सहित विभिन्न पुस्तकों के पीडीएफ तक शेयर कर सकते हैं। इन्हीं चीजों के चलते "गूगल बाबा" के बाद इसे जनमानस द्वारा " व्हाट्सऐप यूनिवर्सिटी" नाम दिया गया है।

### परिणाम

प्रस्तुत शोध में सोशल मीडिया के प्रति लोगों के जागरूकता के परीक्षण हेतु प्रश्न बनाए गए है जिसका परीक्षण 400 उत्तरदाताओं के प्रतिदर्श पर किया गया है। गौतमबुद्ध नगर जनपद के युवा वर्ग पुरुष तथा स्त्रियों पर किए गए इस शोध के परिणाम निम्नवत् हैं-

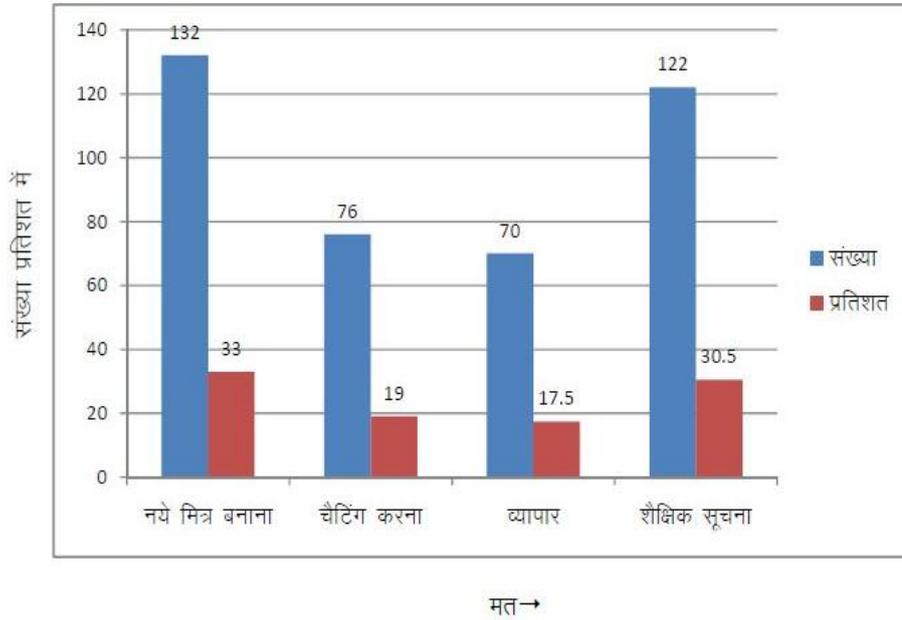
#### तालिका क्रमांक 1

सोशल मीडिया से आपसे जुड़ने का मुख्य कारण है?			
क्रमांक	मत	संख्या	प्रतिशत
1.	नये मित्र बनाना	132	33
2.	चैटिंग करना	76	19
3.	व्यापार	70	17.50
4.	शैक्षिक सूचना	122	30.50
	योग	400	100

सोशल मीडिया के प्रति युवा वर्ग का जुड़ाव निरंतर बढ़ रहा है आज भारत के लगभग 75 प्रतिशत युवा अपने विचारों, सोच तथा तर्क के प्रसार हेतु इसका इस्तेमाल करते हैं। उत्तरदाताओं में 132 (33%) व्यक्ति नये मित्र बनाने में इसकी मदद लेते हैं। 70 युवा (17.50% व्यापार आदि कार्यों के लिए, 30.50% लोग शिक्षा से जुड़े कामों के लिए जबकि 19 % युवा आपसी बातचीत हेतु इस पर आश्रित है।

### दण्डारेख क्रमांक 1

सोशल मीडिया से जुड़ाव के कारणों हेतु दण्ड आरेख



### तालिका क्रमांक 2

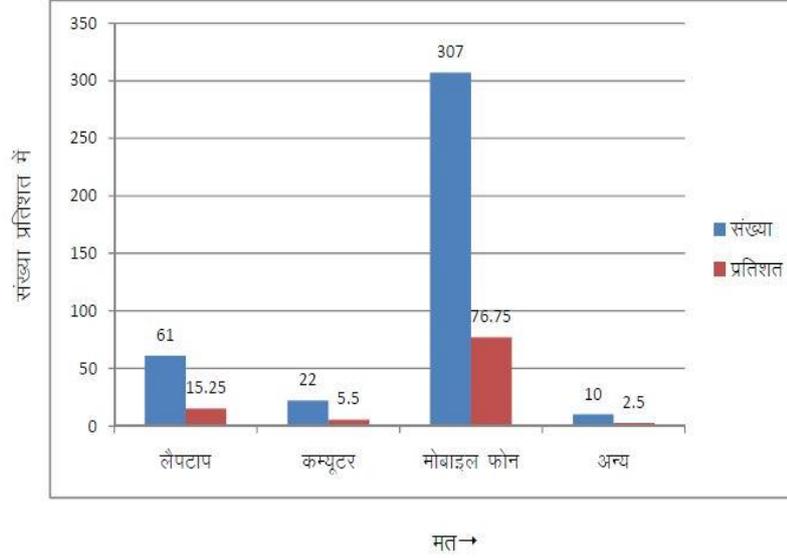
सोशल साइट्स देखने हेतु आप किस उपकरण का प्रयोग करते हैं?

क्रमांक	मत	संख्या	प्रतिशत
1.	लैपटाप	61	15.25
2.	कम्प्यूटर	22	5.50
3.	मोबाइल फोन	307	76.75
4.	अन्य	10	2.50
	योग	400	100

सोशल साइट्स हेतु आप किस उपकरण का प्रयोग करते हैं? इसका जवाब में सर्वाधिक 76.75% लोग मोबाइल का इस्तेमाल सोशल मीडिया उपयोग करने हेतु करते हैं। 22 युवा (5.50%) कम्प्यूटर का प्रयोग सोशल मीडिया उपयोग हेतु करते हैं। 61 युवा (15.25%) लैपटाप की मदद लेते हैं। सिर्फ 2.50% लोग ही दूसरे उपकरणों की मदद लेते हैं अतः इस जिले के ज्यादा से ज्यादा किशोर वर्ग सेलफोन का इस्तेमाल सोशल मीडिया के कामों में लेते हैं।

### दण्डारेख क्रमांक 2

सोशल मीडिया के प्रयोग हेतु उपकरणों के प्रयोग सम्बन्धी मत हेतु दण्ड  
आरेख



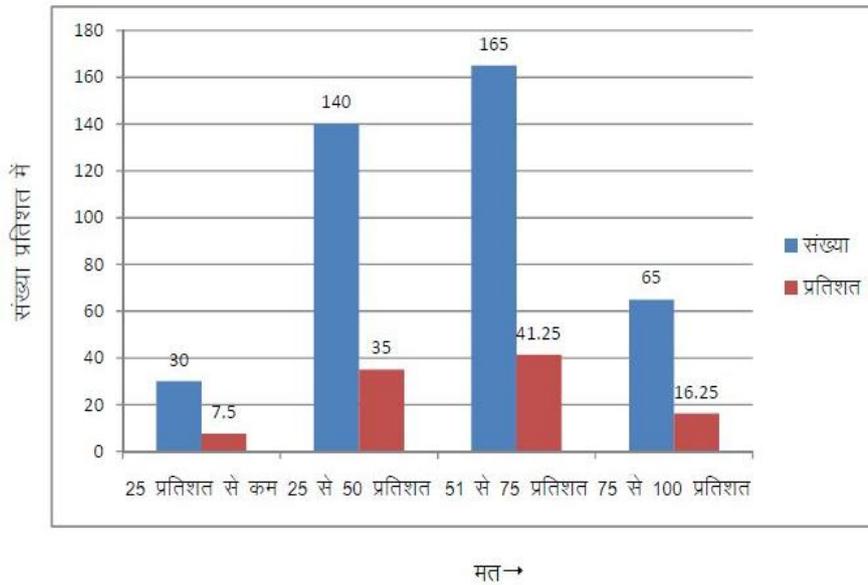
### तालिका क्रमांक 3

सोशल मीडिया पर लगे समय का कितने प्रतिशत उपयोग आप ज्ञान  
प्राप्त करने, व्यापार या शिक्षा हेतु करते हैं?

क्रमांक	मत	संख्या	प्रतिशत
1.	25 प्रतिशत से कम	30	7.50
2.	25 से 50 प्रतिशत	140	35
3.	51 से 75 प्रतिशत	165	41.25
4.	75 से 100 प्रतिशत	65	16.25
	<b>योग</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

### दण्डारेख क्रमांक 3

### सोशल मीडिया पर समय के प्रयोग हेतु दण्डारेख



सोशल मीडिया पर लगे समय का उपयोग ज्ञान, प्राप्ति, शिक्षा या व्यापार हेतु करने को लेकर प्राप्त किए गये मत में पाया गया कि 30 युवा (7.5%) कुल समय 25% से कम समय जानकारी के एकत्रीकरण में, उद्योग में या पढ़ाई-लिखाई में करते हैं। 25 से 50 प्रतिशत समय का प्रयोग 140 व्यक्ति (35%) करते हैं। 165 व्यक्ति (41.25%) इसका इस्तेमाल जानकारी लेने, रोजगार या पढ़ने-लिखने में करते हैं। जबकि 16.25% लोग अपना बहुत अधिक समय का प्रयोग इस हेतु करते हैं

#### तालिका क्रमांक 4

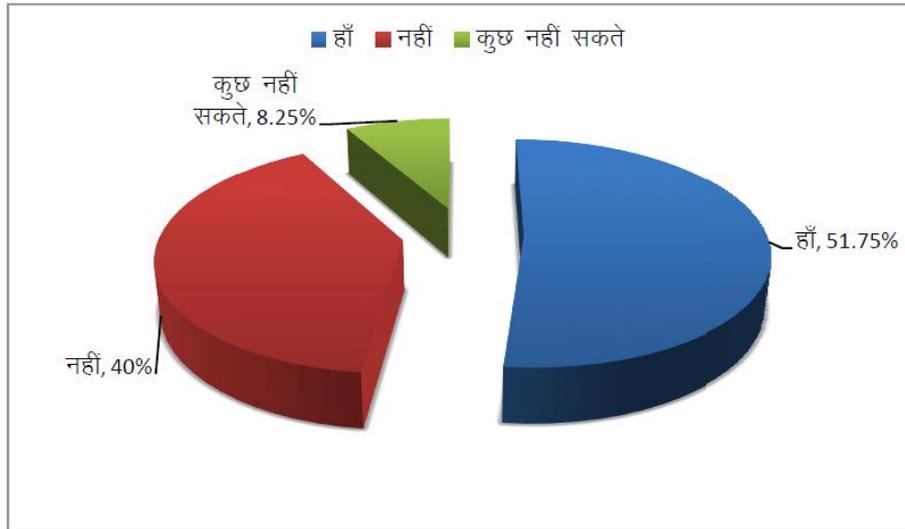
क्या सोशल मीडिया के उपयोग के प्रति युवाओं में लत पड़ती जा रही है?

क्रमांक	मत	संख्या	प्रतिशत
1.	हाँ	207	51.75%
2.	नहीं	160	40%
3.	कुछ नहीं सकते	33	8.25%
	<b>योग</b>	<b>400</b>	<b>100</b>

सोशल मीडिया युवाओं की रुचि और आकर्षण का मुख्य केन्द्र बन गया है। युवा अपनी अभिव्यक्ति के साधन तथा समय बिताने की दृष्टि से इसका व्यापक उपयोग करते हैं। सोशल मीडिया, सूचना, मनोरंजन, आत्मविश्वास, व्यापार तथा आदान-प्रदान का मुख्य साधन बन कर उभरा है। कई बार यह एक नशे या लत की तरह व्यवहार करता है, जिसके बिना व्यक्ति रह नहीं पाता। शोध के उत्तरदाताओं में 207 (51.75 %) मानते हैं कि सोशल मीडिया के प्रति लोगों में लत पड़ती जा रही है। 160 व्यक्ति (40%) ऐसा नहीं मानते। वहीं 33 व्यक्ति (8.25%) अनिर्णित हैं। अतः इसके इस रूझान के प्रति उत्तरदाताओं का मत विभाजित है।

## दण्डारेख क्रमांक 4

### सोशल मीडिया के प्रति युवाओं में लत के प्रति वृत्तारेख



वृत्तारेख

### निष्कर्ष:

इस अध्ययन से ज्ञात होता है कि सोशल मीडिया के प्रयोग से युवाओं के जीवनशैली पर व्यापक असर दिख रहा है। यह निर्भर करता है कि लोग कैसे इसका उपयोग करते हैं। सही दिशा में प्रयोग से इसके सकारात्मक प्रभावों तथा गलत दिशा में प्रयोग से इसके नकारात्मक प्रभावों को देखा जा सकता है। इस पर मौजूद ऑनलाइन ट्यूटोरियल की मदद से युवाओं के अधिगम एवं शिक्षा पर असर पड़ा है तथा इनके खान-पान, रहन-सहन, आधुनिक मानवीय चेतना के विकास आदि पर भी इसका असर है। इसके अतिरिक्त इस प्लेटफॉर्म पर मौजूद विशेषज्ञों से सुझाव प्राप्त कर स्वस्थ जीवन शैली अपनाने की ओर अग्रसर है। आज युवा पीढ़ी इस पर अत्यधिक समय बीताकर अपना समय नष्ट कर रही है जिसका फायदा उठाकर कुछ लोग इस पर अफवाहों के माध्यम से सामाजिक सौहार्द बिगाड़ने की कोशिश करते हैं। जो इसका दुरुपयोग है अतः यह अनुचित है। अतः सूचना क्रांति के इस युग में इसके माध्यम से न केवल सकारात्मक बल्कि कई नकारात्मक प्रभाव भी हमारी जीवनशैली पर पड़ते हैं जिनके प्रति सजग रहना अनिवार्य है। अध्ययन की परिकल्पना के आधार पर शोध प्रश्नावली के सहायता से शोध के आँकड़ों का परीक्षण किया गया। शोधार्थी के व्यक्तिगत विश्लेषण होने के कारण बेहद श्रमसाध्य तथा समस्यात्मक था। इसी कारण शोध कार्य आरंभ करने के पूर्व ही अध्ययन का सम्यक सीमांकन आवश्यक है। तभी शोध के परिणाम व्यवहार्य एवं विश्वसनीय होगा शोध कार्य प्रतापगढ़ जनपद के नगरीय तथा ग्रामीण क्षेत्रों पर होने के कारण आंकड़ों का संग्रह एक दुष्कर तथा चुनौतीपूर्ण कार्य रहा। गांवों में यातायात के साधन कम है तथा आवश्यक जागरूकता का भी अभाव है।

शोध के लिए सभी सम्बन्धित व्यक्तियों का सहयोगात्मक होना आवश्यक है। शोध में शामिल कई प्रश्न उत्तरदाता समझ नहीं पा रहे थे तथा उन प्रश्नों के प्रति अभी जागरूकता का भी कमी है। अतः शोधकर्ता को अपनी भाषा में प्रश्नों की समझा कर उत्तरों को प्राप्त किया गया है। शोध हेतु आदरणीय शोध निर्देशक महोदय के मार्ग निर्देशन में तथ्यों के आगणन हेतु उपकरण का निर्माण हो सका, जो अन्यथा दुष्कर कार्य था। इसी के माध्यम से शोध की परिकल्पना के अनुसार आंकड़ों का संग्रह एवं सारिणी बनाया जा सका। शोध हेतु प्रतिदर्श के चयन में अनेक समस्याएँ उत्पन्न हुई हैं। अधिकांश व्यक्ति इस प्रकार के कार्यों में समय देने के लिए अधिक इच्छुक नहीं होते तथा शोधकर्ता के बार-बार आग्रह के बाद भी बड़ी कठिनाई से वे इस हेतु तत्पर होते थे। विशेषकर महिलाओं के सम्बन्ध में यह दिक्कतें विशेष रूप से हुईं। इस शोध की सबसे बड़ी व्यावहारिक कठिनाई सोशल मीडिया के बारे में अभी भारत के शहरी तथा विशेषकर गांवों में लोग इसके बारे में कम जानते हैं। अतः वे इसके व्यापक तथा बहुआयामी पक्षों को समझने के लिए अभी तैयार नहीं हैं। फलतः वे बहुत कठिनाई से उत्तर देने के लिए तैयार होते थे। इस प्रकार अध्याय पंचम तथा षष्ठ्य में आंकड़ों का वर्गीकरण, सारणीयन, विश्लेषण तथा ग्राफीय निरूपण का कार्य किया गया है। जिससे शोध के निष्कर्ष तथा परिणाम

प्राप्त हो सके। शोध हेतु उचित उपकरण का निर्माण सबसे बुनियादी आवश्यकता है एवं इसी से आंकड़ों का निष्पादन संभव है। अनुसूची के निर्माण से लेकर आंकड़ों की प्राप्ति तथा विश्लेषण तक एक लम्बी तथा क्रमबद्ध प्रक्रिया होती है। इसके आधार पर ही सार्थक रूप से शोध की सार्थकता और निश्चितता संभव है।

### संदर्भ ग्रन्थ-सूची

1. चैहान, आई. एस. (2004), भारत में सामाजिक परिवर्तन, मध्य प्रदेश हिन्दी ग्रंथ अकादमी, भोपाल।
2. एस. एल. एवं जेन पी.सी. (2009) भारतीय समाज और परिवर्तन, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, रायपुर।
3. मलिक अशोक (2000) सूचना प्रौद्योगिकी एवं पत्रकारिता, हरियाणा साहित्य अकादमी, पंचकूला।
4. योगेश पटेल (2012) सोशल मीडिया, पुस्तक भवन, नई दिल्ली।
5. सुमन स्वर्ण (2014), सोशल मीडिया, संपर्क क्रान्ति का कल, आज और कल, हार्पर, हिन्दी, नोएडा।
6. पारिख, जवरीमल्ल (1996), जनसंचार माध्यमों का सामाजिक चरित्र, अनामिका प्रकाशन, दिल्ली।
7. सिंह, रामपाल, शर्मा, ओ. पी. (2004) शैक्षिक अनुसंधान एवं सांख्यिकी, विनोद पुस्तक मंदिर, आगरा।
8. श्रीनिवास, एम. एन. (2009), आधुनिक भारत में सामाजिक परिवर्तन, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली।
9. रावत हरिकृष्ण, (2002), समाजशास्त्र विश्वकोश, रावत पब्लिकेशन्स, जवाहर नगर, जयपुर, राजस्थान।
10. गुप्ता, एस.एल., शर्मा, डी0डी0 (2016), समाजशास्त्र, साहित्य भवन पब्लिकेशन्स, आगरा, उत्तर प्रदेश।
11. सिद्धीकी, डा0 शीवा (2017), आधुनिक एवं उत्तर आधुनिक समाजशास्त्रीय सिद्धान्त, विवेक प्रकाशन, नई दिल्ली।
12. महाजन धर्मवीर, महाजन कमलेश (2011), ग्रामीण तथा नगरीय समाजशास्त्र, विवेक प्रकाश, नई दिल्ली।
13. मुकर्जी, रवीन्द्रनाथ, (2018), समाजशास्त्र का सैद्धान्तिक परिप्रेक्ष्य, विवेक प्रकाशन, नई दिल्ली।
14. दोषी, एस.एल. जैन, पी.सी. (2018), मुख्य समाजशास्त्रीय विचारक, रावत पब्लिकेशन्स, नई दिल्ली।
15. दूबे, श्यामाचरण (1990), भारतीय समाज, नेशनल बुक ट्रस्ट ऑफ़ इण्डिया, नई दिल्ली।
16. श्रीनिवास एम.एन. (2017), आधुनिक भारत में सामाजिक परिवर्तन, राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली।
17. पाण्डेय, प्रवीण कुमार (2017), समाजशास्त्रीय विचारधारा के मुख्य सचेतक, जवाहर पब्लिशर्स एण्ड नई दिल्ली।